

关于江苏扬瑞新型材料股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件审核问询函的回复

信会师函字[2021]第 ZG131 号

深圳证券交易所：

根据贵所对江苏扬瑞新型材料股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的反馈问题，立信会计师事务所（特殊普通合伙）作为江苏扬瑞新型材料股份有限公司（以下简称“发行人”或“公司”）的申报会计师，对贵会提出的问题进行了认真核查，现就有关问题发表意见如下：

本所没有对发行人 2021 年期间的财务报表执行审计或审阅，因此无法对发行人回复中涉及的 2021 年的财务信息发表意见或结论。

目录

问题 1: 关于诉讼	3
问题 6: 关于博瑞特系相关主体	12
问题 7: 关于关联方和关联交易	37
问题 8: 关于主营业务收入	49
问题 9: 关于客户	66
问题 10: 关于主营业务成本	74
问题 11: 关于原材料与供应商	82
问题 12: 关于毛利率	98
问题 13: 关于应收账款	105
问题 14: 关于存货	117
问题 15: 关于销售费用	124
问题 16: 关于管理费用与研发费用	131
问题 17: 关于固定资产	143
问题 18: 关于房产	148
问题 19: 关于财务内控规范性	151
问题 20: 关于其他非流动资产	155

问题 1：关于诉讼

申报材料显示：

(1) 2014 年 3 月 14 日，苏州 PPG 包装涂料有限公司（以下简称苏州 PPG）向苏州市虎丘区人民法院提起诉讼，请求法院判令扬瑞有限及实际控制人陈勇停止不正当竞争行为，并赔偿损失人民币 50 万元。经多次开庭审理后，原告向法院提出撤诉申请。

(2) 2020 年 5 月 21 日，苏州 PPG 再次向苏州市虎丘区人民法院提起诉讼。原告诉称发行人及陈勇构成共同侵权行为，请求法院判令两被告向其赔偿损失人民币 27,476,443.70 元，并承担相应诉讼费用。截至招股说明书签署日，该案件正在审理过程中。

(3) 2017 年 7 月，北京奥瑞金包装容器有限公司（以下简称奥瑞金）及其子公司收到北京市东城区人民法院送达的民事起诉状，因红牛商标使用许可纠纷，天丝医药要求奥瑞金及其子公司停止相关商标侵权行为。

请发行人：

(1) 说明苏州 PPG 前次撤诉的具体原因，双方和解的具体情况，是否存在私下协议或利益安排；

(2) 结合苏州 PPG 的股权结构、主营业务等，说明其资产、业务、技术、人员、客户、供应商等方面与发行人之间的关系，发行人的客户、供应商、人员、技术等是否来源于苏州 PPG 或其关联方；结合代持行为及发行人生产经营控制权归属说明陈勇是否存在违反竞业禁止情形；

(3) 说明苏州 PPG 是否对除陈勇以外发行人其他员工或原员工提起过诉讼，是否曾发生纠纷或存在潜在纠纷；

(4) 结合诉讼进展说明若发行人败诉，发行人相关资质、专利是否存在无法继续使用的风险，是否导致发行人持续经营能力出现重大变化，发行人是否满足《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》第十二条的规定；

(5) 结合诉讼具体情况说明未计提预计负债的原因；

(6) 结合红牛对奥瑞金和发行人营业收入的金额、占比等，说明红牛对发行人销售收入的重要性；

(7) 结合案件进展情况，测算若奥瑞金败诉对发行人收入及持续经营能力的影响，以及发行人的应对措施。

请保荐人、发行人律师对问题（1）-（4）发表明确意见，请保荐人、申报会计师对问题（5）-（7）发表明确意见。

【发行人回复】

（五）结合诉讼具体情况说明未计提预计负债的原因

2020年6月23日，苏州市虎丘区人民法院向陈勇及发行人下达了传票，苏州PPG作为原告重新起诉被告陈勇及扬瑞新材。原告认为陈勇利用职务便利为自己创设的公司扬瑞新材谋取了本属于原告的商业机会，自营同类业务，已经违反了高级管理人员忠诚义务，根据《公司法》148条的规定，两被告（陈勇及扬瑞新材）构成共同侵权行为。原告的诉讼请求系请求法院判令两被告向原告赔偿损失人民币27,476,443.70元，并承担本案诉讼费用。

2020年8月10日，本案在苏州市虎丘区人民法院公开开庭审理；2020年8月31日，苏州市虎丘区人民法院一审判决驳回苏州PPG包装涂料有限公司的全部诉讼请求。2020年10月30日，公司收到苏州PPG提起上诉的《民事上诉状》。截至本审核问询函回复出具日，本案尚处于二审审理过程中。

综上，截至本审核问询函回复出具日，该诉讼案件尚处于二审审理过程中，无法判断发行人败诉的可能性，同时结合期后一审判决发行人胜诉的情况，发行人在该案件中的败诉风险较低，无需计提预计负债。

（六）结合红牛对奥瑞金和发行人营业收入的金额、占比等，说明红牛对发行人销售收入的重要性；

1、结合红牛对奥瑞金和发行人营业收入的金额、占比等，说明红牛对发行人销售收入的重要性

报告期内，奥瑞金向红牛销售的金额、占其营业收入的比例如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
奥瑞金对中国红牛销售金额	485,467.28	472,724.69	483,169.34
占奥瑞金营业收入的比例	45.97%	57.18%	59.10%

数据来源：奥瑞金可转债募集说明书、年度报告。

报告期内，发行人通过奥瑞金间接供应中国红牛的涂料销售金额、占发行人营业收入的比例如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
中国红牛相关涂料销售金额	6,892.43	6,483.86	7,391.50
占发行人营业收入的比例	19.39%	20.87%	26.72%

如上表所示，报告期内，奥瑞金对中国红牛的销售占比分别为 59.10%、57.18% 及 45.97%，中国红牛是奥瑞金的第一大客户，对奥瑞金目前经营状况具有较为重要的影响。如果中国红牛由于自身原因或终端消费市场的重大不利变化而导致对奥瑞金产品的需求大幅下降，将对发行人涂料订单产生一定不利影响。

报告期内，发行人通过奥瑞金间接供应给中国红牛的涂料销售金额分别为 7,391.50 万元、6,483.86 万元及 6,892.43 万元，占发行人营业收入的比例分别为 26.72%、20.87% 及 19.39%，随着发行人产品系列渐趋丰富、营业收入规模扩大，2019 年以来中国红牛相关涂料的销售占比有所下降。总体而言，终端饮料客户中国红牛对发行人营业收入具有一定重要性，但并不构成业务依赖。

（七）结合案件进展情况，测算若奥瑞金败诉对发行人收入及持续经营能力的影响，以及发行人的应对措施。

1、泰国红牛产品相关涂料也由发行人间接供应，即便奥瑞金或中国红牛败诉，中国红牛的市场份额被泰国红牛所替代，对公司订单量也不会造成显著影响

（1）中泰红牛纠纷过程中，泰国红牛在中国市场推出了竞品，由于双方市场投入不断加大，红牛饮料市场规模反而呈现扩大趋势

红牛饮料的创始公司和商标所有权人为天丝医药。20 世纪 90 年代，为开拓中国市场，天丝医药授权华彬集团创始人严彬开拓中国市场，中泰合资公司红牛维他命饮料有限公司（简称“中国红牛”）所运营的红牛维生素功能饮料在近 20 余年的时间里销售额持续攀升，成为国内知名饮料品牌。但自 2016 年 8 月以来，中国红牛的股东中泰双方就红牛注册商标权属、华彬集团下属红牛生产及销售主体对红牛注册商标侵权及不正当竞争、中国红牛的经营期限等问题发生多起诉讼；此外，天丝医药也对中国红牛的金属罐生产商奥瑞金提起商标侵权诉讼。目前，上述诉讼尚未取得终审判决。

在官司推进过程中，天丝医药于 2019 年 5 月起面向中国大陆市场推出了“红

牛安奈吉饮料”，2019 年 10 月起推出“红牛维生素风味饮料”，直接与华彬集团原来销售的“红牛维生素功能饮料”形成竞争，如下图所示。



随着中泰红牛之争的持续胶着，泰国红牛对中国市场的投资不断加码，不仅推出了两款产品，不断加大渠道铺设和营销力度，还计划在北京怀柔投建新工厂，拟在未来三年内对在华业务投资 10 亿元以上。为应对泰国红牛的竞争搅局，中国红牛也加大了其对红牛维生素功能饮料的市场推广力度，同时推出了面向年轻群体的“战马”功能饮料品牌。在中泰红牛的两方纷争之下，公司面向的终端能量饮料市场销售不仅未因此而萎缩，反而因为双方持续加大渠道投资和宣传投入，催化消费市场规模进一步增长。

从中国红牛披露的数据来看，红牛维生素功能饮料 2019 年销售额约为 223 亿元，同比增长 5%；2020 年销售额超过 228 亿元，同比增加了约 5 亿元。而根据天丝医药披露信息，天丝医药 2019 年所推出的两款红牛饮料产品在 2020 年下半年实现了超过 10 亿元的销售规模。根据养元饮品（603156.SH）2020 年 9 月发布的相关公告，由中国红牛运营的红牛维生素功能饮料占据红牛饮料市场约 85% 的份额，由泰国红牛运营的红牛维生素风味饮料、红牛安奈吉饮料分别占据红牛饮料市场 10%、5% 的份额。

（2）得益于发行人多年来在红牛饮料罐涂料领域建立的竞争优势，泰国红牛进入中国市场后的新产品涂料也间接由发行人供应，形成了重要的订单补充

由上可见，自中泰红牛两方诉讼纠纷发生以来，终端能量饮料市场并未因此而明显受损，甚至由于双方不断加大市场投入，反而促使能量饮料市场的蛋糕越

做越大，进而导致下游厂商对涂料需求有所增加。

在天丝医药进入中国市场之后，无论是中国红牛老产品还是泰国红牛新产品，其在境内灌装生产的红牛饮料罐涂料大部分由公司间接供应，之所以形成这样的局面，与发行人多年来在三片罐涂料领域建立的竞争优势是密不可分的。食品级涂料行业本身的进入壁垒较高，涂料产品要经历下游客户和终端客户的双重认证，目前国内三片罐内涂领域成规模的主要厂商几乎仅有发行人以及 PPG、Valsper、AkzoNobel 等三家外资厂商。而红牛饮料由于含有牛磺酸成分，饮料酸度高、风味独特，对饮料罐涂料的要求更是远高于其他饮料产品，发行人已具有十余年稳定供应中国红牛饮料罐涂料的丰富经验，专门开发了多款适应牛磺酸功能饮料的涂料产品，在减少罐体擦伤、提高耐腐蚀性、保持饮料风味方面具有出色表现。对新进入中国市场的天丝医药及其产品运营方而言，延续选择发行人作为红牛新产品的涂料供应商具有合理性和必要性。

天丝医药于 2019 年推出的红牛安奈吉饮料、红牛维生素风味饮料所用的金属罐主要系由昇兴集团供应，涉及的三片罐内涂涂料大部分是向发行人采购的，2019 年发行人用于泰国天丝红牛罐的涂料销售金额达到 1,000 万元以上，从而导致发行人 2019 年来源于红牛产品的涂料订单非但没有下降，反而还呈现一定上升态势。随着中泰红牛竞相投入资源抢夺市场，发行人与红牛品牌相关的涂料订单量反而可能因此获益。

（3）即便奥瑞金败诉，发行人也可通过分享泰国红牛或其他能量饮料品牌终端厂商的订单增长来保持原有的市场份额

天丝医药在进入中国市场并推出竞争性的红牛饮料之后，公司凭借产品质量、供货能力和售后服务成为其金属罐涂料的主要供应商。如今无论是中国红牛还是泰国红牛，其在境内灌装生产的红牛饮料罐涂料均大部分由发行人间接供应。除此之外，发行人涂料产品也通过了其他能量饮料品牌厂商的认证并向相关的金属罐厂商供应涂料产品。

由于目前国内能量饮料市场的总量需求稳定增长，即便中国红牛、奥瑞金在前述与天丝医药的案件中败诉，导致中国红牛在终端功能性饮料市场的份额受损，相关市场份额将大概率被泰国红牛或其他功能饮料品牌所替代，发行人可通过分享来自其他品牌厂商的订单增长来保持原有的市场份额。

2、在只静态考虑中国红牛订单损失，不考虑替代性订单增加的情况下，奥

瑞金败诉对发行人收入及持续经营能力的影响也相对有限，不会导致发行人不满足相关上市条件

(1) 奥瑞金诉讼案件处于中止状态，与发行人的涂料销售业务正常进行

2017年9月13日，奥瑞金发布了《关于收到中止诉讼裁定的公告》，奥瑞金认为其涉诉事项的认定应以天丝医药与中国红牛就天丝医药所有红牛系列注册商标使用许可纠纷的解决结果为前提依据，因此在收到天丝医药的诉讼材料后，奥瑞金向北京市东城区人民法院提交了诉讼中止申请。根据奥瑞金2021年4月20日披露的年度报告，该案件目前仍然处于中止诉讼状态。

2020年12月21日，中华人民共和国最高人民法院作出（2020）最高法民终394号终审判决，驳回了中国红牛关于请求确认其对红牛系列商标享有所有者合法权益的上诉请求。2021年1月6日，中国红牛作出声明，该判决结果不影响中国红牛与天丝医药签署的《50年合资协议》（该协议约定了合作期限为50年的合资公司中国红牛在国内的独占经营销售权）的法律效力，相关协议效力及其产生的红牛系列商标争议已由股东华彬集团另案提起国际仲裁。2021年1月6日，奥瑞金发布公告称已就上述判决结果向中国红牛进行了征询，中国红牛答复上述判决结果对红牛维他命功能饮料的生产、销售不构成实际影响，不影响与奥瑞金的相关采购协议履行。

目前奥瑞金涉及红牛的案件处于中止诉讼状态，在上述合作纠纷得到最终解决前，奥瑞金将如约履行与中国红牛签订的战略合作协议，按生产订单正常供应产品及履行相应的义务。截至本问询函回复出具日，发行人与奥瑞金的涂料销售业务正常进行，销售规模并未发生显著不利变化。

(2) 即便未来奥瑞金败诉，对发行人收入及持续经营能力的影响也有限，不会导致发行人不满足相关上市条件

如果奥瑞金在与天丝医药的案件中败诉，须依照诉讼请求停止生产中国红牛委托生产的带有“红牛”“RED BULL”及相关图形等商标标识的金属罐产品，进而可能导致奥瑞金对发行人的涂料采购需求下降。

在完全悲观的静态假设情景下，若发行人完全损失间接来自中国红牛的涂料订单，也不考虑来自泰国红牛或其他能量饮料品牌终端厂商的替代性订单补充，则发行人报告期各期营业收入将分别因此而下降26.72%、20.87%及19.39%，对发行人营业收入的影响相对有限；报告期各期净利润将分别因此而下降43.13%、

38.14%和 34.91%，经测算，在剔除中国红牛相关涂料销售收入的情况下，发行人最近两年净利润分别为 4,150.85 万元和 5,457.13 万元，均为正数且累计净利润不低于 5,000 万元，仍符合《深圳证券交易所创业板股票上市规则》规定的第一套上市标准。

因此，奥瑞金案件败诉亦不会对发行人营业收入及持续经营能力造成重大不利影响。

3、发行人已采取积极措施应对奥瑞金败诉风险并取得一定成效

（1）泰国红牛进入中国市场后的涂料也间接由发行人供应，即便诉讼结果对奥瑞金不利，发行人亦可分享通过其他客户的订单增长来保持市场份额

具体详见本小问之“1、泰国红牛产品相关涂料也由发行人间接供应，即便奥瑞金或中国红牛败诉，中国红牛的市场份额被泰国红牛所替代，对公司订单量也不会造成显著影响”的相关内容。

（2）发行人近年来积极开拓除三片罐涂料之外的其他产品，产品结构和客户来源渐趋多元化

发行人向奥瑞金销售的红牛饮料罐涂料主要为三片罐涂料，发行人于 2015 年推出易拉盖涂料，于 2016 年推出二片罐涂料和油墨产品，于 2018 年 1 月完成卷材涂料新产品研发并向市场正式推出，于 2019 年试水 3C 涂料领域并通过了公牛电器的认证，随着公司不断加大易拉盖涂料、二片罐涂料和油墨等新产品的市场销售力度，报告期内陆续发展了重要的易拉盖涂料目标客户，收入来源更为丰富，对奥瑞金的销售占比已经从 2018 年的 46.50%下降至最近一期的 35.73%，来自中国红牛相关涂料的订单占比也从 2018 年的 26.72%下降至最近一期的 19.39%。发行人未来将开拓更多功能性涂料领域下游客户，进一步实现产品结构和客户来源的多元化。

（3）公司与下游主要厂商均建立了良好合作关系，随着常州工厂（一期）的正式投产，公司将迎来更为广阔的业务增长前景

目前发行人与包括奥瑞金、昇兴集团、中粮包装、嘉美包装等在内的多家金属包装行业领先企业建立了长久良好的合作关系并签署或达成战略合作意向，随着近年来行业并购、产能扩建步伐加快，上述厂商在二片罐领域的产能布局初具雏形，二片罐产能的快速增长催生了大量的二片罐涂料需求。

报告期内，由于扬州总部工厂产能基础较为陈旧、产能利用较为紧张，同时

部分二片罐涂料产品也尚处于客户小批量生产应用阶段，公司仅能保证优先向上述主要客户供应产品技术成熟且附加值较高的三片罐涂料产品。但随着常州工厂（一期）于 2020 年下半年投入使用并逐步释放产能，公司将得以响应上述客户日益增长的二片罐涂料需求。同时，公司近两年开拓的易拉盖涂料客户的订单潜力也正在逐步释放，常州工厂（一期）的投产将大幅提高发行人的涂料生产能力，从而推动营业收入实现快速增长。

综上所述，发行人已采取积极措施应对奥瑞金与天丝医药诉讼的败诉风险，天丝医药进入中国市场后所推出的安奈吉红牛金属罐涂料主要由发行人供应；发行人不断加大易拉盖、二片罐、油墨等新产品的市场销售力度，产品结构和客户来源将进一步优化，奥瑞金收入占比有所下降；此外，发行人与多家金属包装行业领先企业建立了长期良好的业务合作关系，上述客户具有旺盛的二片罐涂料需求，随着常州工厂（一期）逐步释放产能，发行人将迎来更为广阔的业务增长前景。

（八）申报会计师核查意见

1、核查程序

针对本题第（五）至（七）项，申报会计师履行了以下主要核查程序：

（1）查阅 2020 年 5 月苏州 PPG 起诉陈勇及发行人的诉讼卷宗，查阅一审法院判决文书并与管理层沟通案件最新进展、败诉可能性，与诉讼案件代理律师沟通了解案件情况；

（2）查阅了奥瑞金关于与天丝医药诉讼案件的相关公告以及奥瑞金定期报告、可转债募集说明书，计算中国红牛对奥瑞金及发行人营业收入的金额、占比，测算若奥瑞金败诉对发行人营业收入及持续经营能力的影响，向管理层了解发行人应对措施。

2、核查意见

经核查，申报会计师认为：

（1）截至本审核问询函回复出具日，该诉讼案件尚处于二审审理过程中，无法判断发行人败诉的可能性，同时结合期后一审判决发行人胜诉的情况，发行人在该案件中的败诉风险较低，无需计提预计负债；

（2）终端客户中国红牛对发行人销售收入具有一定的重要性，但不构成业

务依赖；

（3）泰国红牛产品相关涂料也由发行人间接供应，即便奥瑞金或中国红牛败诉，中国红牛的市场份额被泰国红牛所替代，对公司订单量也不会造成显著影响。因此，若奥瑞金败诉亦不会对发行人营业收入及持续经营能力造成重大不利影响，发行人已经采取了积极的应对措施以应对该等客户败诉风险。

问题 6：关于博瑞特系相关主体

申报材料显示：

（1）发行人实际控制人陈勇持有山东博瑞特 100%股权，山东博瑞特持有常州博瑞特 75%的股权，常州博瑞特持有东乡博瑞特 70%的股权。

（2）常州博瑞特 2017 年收购福建博瑞特及下属公司，收购前福建博瑞特的第一大股东和实际控制人为皓金控股有限公司（以下简称皓金控股），皓金控股为弘毅投资旗下美元基金的境外持股公司。

（3）2019 年福建博瑞特拟出售其下属的 TSMP Limited 给奥瑞金。

（4）博瑞特系相关主体的客户与发行人客户存在重合。

请发行人：

（1）在招股说明书“实际控制人控制的其他企业”部分，补充披露发行人实际控制人控制的山东博瑞特及关联方、实际控制人控制的其它企业在报告期内与发行人第一大客户奥瑞金的交易情况；

（2）披露报告期内山东博瑞特主要财务数据，如报告期内存在净利率较低或亏损的情形，请进一步披露原因及合理性，是否存在为发行人代垫成本、费用情形；

（3）结合博瑞特系相关主体的客户与发行人客户明显重合的情况，分析发行人对博瑞特系公司销售定价的公允性及交易必要性，披露收购及出售前后发行人与博瑞特系相关主体的交易定价、金额、占比的变化情况及对发行人的影响，与发行人客户的重叠比例，是否存在利益输送的情形；

（4）披露发行人相关的资产、技术、人员、客户、供应商等是否与博瑞特系相关主体重合或来源于博瑞特系相关主体，发行人与博瑞特系相关主体的资金、业务往来是否完整披露、是否存在异常；

（5）结合皓金控股、弘毅投资、奥瑞金的股权结构、实际控制人、主营业务等披露上述公司与实际控制人陈勇及其关联方是否存在关联关系或特殊利益安排，常州博瑞特收购福建博瑞特及出售 TSMP Limited 事项的原因、是否符合商业惯例、交易价格是否公允；

（6）说明是否完整披露发行人实际控制人控制的企业情况。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，请发行人律师对问题（1）、（4）-（6）外的其他问题发表明确意见。

【发行人回复】

（一）在招股说明书“实际控制人控制的其他企业”部分，补充披露发行人实际控制人控制的山东博瑞特及关联方、实际控制人控制的其它企业在报告期内与发行人第一大客户奥瑞金交易情况；

1、发行人实际控制人控制的山东博瑞特及关联方在报告期内与发行人第一大客户奥瑞金的交易情况

报告期内，发行人实际控制人控制的企业与发行人第一大客户奥瑞金存在交易，具体如下：

单位：万元

关联方名称	交易内容	2020 年度	2019 年度	2018 年度
山东博瑞特	销售易拉盖	62,732.04	41,818.14	44,116.68
珠海博瑞特	销售易拉盖	25,423.72	16,666.91	11,326.55
福建博瑞特 ^{注1}	销售易拉盖	106.46	489.16	-
东乡博瑞特 ^{注2}	销售旋盖	104.50	52.04	-
合计		88,366.72	59,026.25	55,443.23
占奥瑞金营业成本的比例		9.17%	8.32%	9.14%

注 1：福建博瑞特与奥瑞金及其原有子公司无交易关系，2019 年奥瑞金完成了对波尔亚太的收购并将其纳入合并范围，上表中 2019 年、2020 年销售额为福建博瑞特与波尔亚太北京、佛山两家公司的交易额；

注 2：东乡博瑞特 2019 年开始投产，当年开始供应奥瑞金旋盖产品。

如上表所示，发行人第一大客户奥瑞金也是博瑞特集团的主要客户之一，2018 年、2019 年及 2020 年，博瑞特集团合计向奥瑞金销售易拉盖金额分别为 55,443.23 万元、59,026.25 万元和 88,366.72 万元，占奥瑞金营业成本的比例分别为 9.14%、8.32%和 9.17%。

2020 年，博瑞特集团对奥瑞金的易拉盖销售额及占比有所提升，主要原因如下：1）随着奥瑞金推进对收购的波尔亚太三家工厂（波尔佛山、波尔湖北、波尔青岛）的业务整合，上述 3 家工厂被纳入奥瑞金的集中采购体系后增加了对博瑞特集团的采购，2020 年博瑞特集团对上述 3 家工厂的直接销售额同比增加了 8,468.16 万元；2）山东博瑞特对江苏奥瑞金包装有限公司的订单收入增加，2020 年对该单位的销售额同比增加了 11,252.84 万元。

发行人与博瑞特集团的主要客户存在重合主要是由双方共同面对的下游行业格局所决定的。发行人食品饮料金属包装涂料业务的下游客户主要为二片罐、

三片罐罐厂和易拉盖厂商，而博瑞特集团所处的金属易拉盖制造行业的下游客户主要为二片罐、三片罐罐厂，双方所处行业的下游客户范围存在重合。同时，食品饮料金属包装制造行业的行业集中度颇高，大型规模化制罐企业数量较少，并且近年来随着数家龙头厂商的并购、扩建步伐加快，行业集中度呈现更趋集中的趋势。因此，发行人与博瑞特集团同时向下游头部厂商奥瑞金进行销售具有合理性。

2、博瑞特集团向奥瑞金销售易拉盖的定价公允，不存在利益输送情形

(1) 易拉盖定价机制与涂料定价机制存在较大差异，博瑞特集团通过调节销售价格而为发行人输送利益的可能性较小

博瑞特集团主要经营易拉盖业务，易拉盖主要由马口铁、铝材等大宗原材料经加工制成，属于标准化产品，易拉盖的价格基于成本加成方法确定，因此易拉盖的采购价格受到马口铁、铝材等原材料的市场价格波动影响较大，通常根据马口铁、铝材的期货交易价格，由下游客户与易拉盖厂确定每月的易拉盖采购价格。而金属包装涂料会根据下游客户包装罐内含物特性由涂料供应商进行配方调整和定制，为非标产品。涂料采购在合同有效期（如一年）内通常执行合同价格，涂料采购价格通常一年调整一次。

具体到奥瑞金层面，根据奥瑞金提供的《关于铝盖采购方案的执行规范》，奥瑞金采购部门在每月25日之前按照上海期货交易所前一个月公布的铝锭价格结合年初约定的基价和计价方式核算次月执行价格并向各供应商发送每月价格确认单。因此，博瑞特集团向奥瑞金销售的易拉盖价格往往跟随上游原材料的市场价格在不同月份之间呈现一定波动。而不同于易拉盖产品参考原材料市场价格每月进行核价的定价机制，奥瑞金向发行人采购涂料的价格一般在签署年度合同时通过双方谈判协商确定，若无特别因素影响，通常调价幅度不大。从实际数据来看，报告期内公司向奥瑞金销售主要产品的价格波动较小。

综上所述，金属包装涂料和易拉盖是产品特性、定价模式完全不同的两类产品，发行人、博瑞特集团与奥瑞金各自签署销售合同，博瑞特集团通过调节销售价格而为发行人输送利益的可能性较小。

(2) 博瑞特集团向奥瑞金销售主要易拉盖产品的公允性分析

如前述1表格所示，报告期内，向奥瑞金销售规模较大的关联方为山东博瑞

特和珠海博瑞特，福建博瑞特仅向波尔亚太北京、佛山两家公司（2019年被奥瑞金收购）少量销售易拉盖产品，未向奥瑞金原有体系下公司销售，且向波尔两家公司的销售额也较小；东乡博瑞特自2019年投产后仅向奥瑞金少量销售旋盖产品，最近一年交易额不足400万元。因此，此处选取较具代表性的关联方山东博瑞特、珠海博瑞特进行公允性分析。

关联方山东博瑞特、珠海博瑞特向奥瑞金供应主要易拉盖产品的价格与其他同类供应商的价格不存在显著差异，关联方向奥瑞金销售的价格具有公允性，不存在通过转移定价向发行人输送利益的情形。

（二）披露报告期内山东博瑞特主要财务数据，如报告期内存在净利率较低或亏损的情形，请进一步披露原因及合理性，是否存在为发行人代垫成本、费用情形；

发行人实际控制人控制的存在实际经营业务的境内企业中，常州博瑞特于2018年投产，目前主要为博瑞特集团内其他企业进行加工服务，最近一年对外销售规模占营业收入的比例仅为约16%；东乡博瑞特于2019年投产，最近一年营业收入不足400万元。因此，经营规模较大的境内关联方主要为山东博瑞特、珠海博瑞特和福建博瑞特，报告期内的主要财务数据如下：

（1）山东博瑞特

单位：万元

项目	2020年12月31日 /2020年度	2019年12月31日 /2019年度	2018年12月31日 /2018年度
总资产	100,503.61	70,509.72	58,023.25
净资产	40,938.51	29,916.81	22,998.03
营业收入	67,863.90	50,113.87	57,217.12
净利润	11,413.32	7,640.25	6,519.20
净利率	16.82%	15.25%	11.39%

注：上述财务数据未经审计。

如上表所示，报告期内，山东博瑞特的经营状况良好，不存在净利率较低或亏损的情形，不存在为发行人代垫成本或费用的情形。

（2）福建博瑞特

单位：万元

项目	2020 年 12 月 31 日 /2020 年度	2019 年 12 月 31 日 /2019 年度	2018 年 12 月 31 日 /2018 年度
总资产	91,775.49	75,714.52	71,490.78
净资产	34,842.10	34,263.95	34,232.32
营业收入	40,479.38	35,605.36	39,289.21
净利润	578.15	31.63	485.84
净利率	1.43%	0.09%	1.24%

注：上述财务数据已经审计。

如上表所示，报告期内，福建博瑞特不存在亏损情形，但净利率水平较低。实际上，在被常州博瑞特收购之前，福建鼎盛（现名：福建博瑞特）就呈现开工不足、盈利状况较差的局面，2015 年和 2016 年净利率分别为 0.84%和 1.60%（相关数据已经审计）。

收购完成后，博瑞特集团积极调整华南地区业务布局并优化订单结构，推动侧重于服务大型高端客户的珠海博瑞特订单增长，而对产能基础较为陈旧、侧重于服务中低端客户的福建博瑞特，则采取一定的业务收缩策略。总体而言，福建博瑞特净利率较低主要是因为其自身经营状况所致，不存在因代发行人承担成本或费用而导致净利率较低的情形。

（3）珠海博瑞特

单位：万元

项目	2020 年 12 月 31 日 /2020 年度	2019 年 12 月 31 日 /2019 年度	2018 年 12 月 31 日 /2018 年度
总资产	72,256.23	63,102.74	41,515.58
净资产	27,794.63	23,052.35	16,446.56
营业收入	78,659.20	79,995.38	57,576.67
净利润	4,742.28	6,605.79	889.18
净利率	6.03%	8.26%	1.54%

注：上述财务数据已经审计。

如上表所示，报告期内，珠海博瑞特不存在亏损情形，2018 年净利率较低，主要系在博瑞特集团收购福建鼎盛之前，福建鼎盛及其子公司珠海鼎立（现名：珠海博瑞特）开工不足，盈利状况不佳，净利润水平较低。

随着并购后经营提升计划的顺利推进，珠海博瑞特2019年净利率提升至 8.26%；受疫情影响，2020年净利率有所回落。报告期内，珠海博瑞特不存在为发行人代垫成本或费用的情形。

综上所述，报告期内，博瑞特集团主要境内企业山东博瑞特、福建博瑞特和珠海博瑞特的经营状况正常，不存在亏损情形，部分关联方净利率较低具有合理的原因，上述关联方不存在为发行人代垫成本或费用的情形。

（三）结合博瑞特系相关主体的客户与发行人客户明显重合的情况，分析发行人对博瑞特系公司销售定价的公允性及交易必要性，披露收购及出售前后发行人与博瑞特系相关主体的交易定价、金额、占比的变化情况及对发行人的影响，与发行人客户的重叠比例，是否存在利益输送的情形；

1、发行人对博瑞特系相关主体销售定价的公允性及交易必要性

报告期内，公司与博瑞特系相关主体的交易情况如下：

单位：万元

关联方	关联销售内容	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	占同类交易的比例	金额	占同类交易的比例	金额	占同类交易的比例
山东博瑞特	油墨	-	-	0.17	0.03%	-	-
珠海博瑞特	涂料	433.65	1.37%	184.64	0.64%	281.13	1.07%
合计		433.65	1.37%	184.81	-	281.13	-
占发行人营业收入的比例		1.22%		0.59%	-	1.02%	-

（1）关联交易的必要性分析

山东博瑞特、珠海博瑞特均为公司实际控制人控制的企业，主营业务均为铝制易拉盖的研发、生产和销售，系发行人的下游金属易拉盖制造行业的主要厂商之一，而在食品饮料金属包装涂料领域，发行人已凭借优质的产品质量和高效的售后服务建立了竞争优势，成为国内最主要的三片罐内涂涂料厂商之一。因此，博瑞特系相关主体在市场化条件下向发行人采购涂料具有一定的合理性和必要性。

具体而言，2019年，山东博瑞特因产品印刷试验需求向公司零星采购了少量油墨产品。报告期内，公司向从事易拉盖业务的珠海博瑞特销售包括金油、透明涂料、稀释剂在内的涂料产品，主要用于其易拉盖产品的印涂。

（2）关联交易的公允性分析

公司对山东博瑞特、珠海博瑞特销售产品的价格是以市场价为基础经双方协商确定。报告期内，公司向上述关联方销售的主要产品（占各期收入的比例达70%以上）的单价与同类产品均价比较如下：

A、山东博瑞特

单位：万元、元/公斤

产品类别		2020 年度				2019 年度				2018 年度			
产品名称	产品型号	收入	单价	同类产品均价	差异率	收入	单价	同类产品均价	差异率	收入	单价	同类产品均价	差异率
三片罐内涂金油	MC6022-826	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
三片罐外涂透明涂料	MC6915-804	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
油墨	RC350-9004	-	-	-	-	0.17	422.13	422.32	-0.05%	-	-	-	-
主要产品收入合计（A）						0.17							
关联销售收入合计（B）						0.17							
占比(=A/B)						100.00%							

注：差异率=（向关联方销售的单价/同类产品均价-1）*100%，下同。

B、珠海博瑞特

单位：万元、元/公斤

产品类别		2020 年度				2019 年度				2018 年度			
产品名称	产品型号	收入	单价	同类产品均价	差异率	收入	单价	同类产品均价	差异率	收入	单价	同类产品均价	差异率
三片罐内涂金油	MC6022-826	-	-	-	-	44.41	20.95	21.80	-3.90%	106.83	20.95	21.61	-3.05%
易拉盖外涂透明涂料	MC6915-806	178.58	16.29	16.92	-3.72%	90.35	16.38	16.80	-2.50%	103.72	16.36	16.67	-1.86%
易拉盖内涂金油	MC6121-305/B	207.51	20.55	20.50	0.24%	1.82	22.42	22.04	1.72%	0.45	22.41	21.33	5.06%

主要产品收入合计（A）	386.09				136.58				211.00			
关联销售收入合计（B）	433.65				184.64				281.13			
占比(=A/B)	89.03%				73.97%				75.05%			

如上表所示，报告期内，公司向山东博瑞特、珠海博瑞特销售主要产品的价格与同类产品均价的差异率不超过±6%，差异率较小。以交易额最大的珠海博瑞特为例，报告期内价格差异率最大的是 2018 年向其销售的易拉盖内涂金油（MC6121-305/B），销售价格较同类产品均价高了 5.06%，主要是珠海博瑞特采购该产品的金额较小，仅为 0.45 万元，定价略高于采购量较高的其他客户。总体而言，上述关联交易的定价公允，不存在利益输送情形。

2、披露收购及出售前后发行人与博瑞特系相关主体的交易定价、金额、占比的变化情况及对发行人的影响，与发行人客户的重叠比例，是否存在利益输送的情形；

2017年4月6日，常州博瑞特与福建鼎盛（现名：福建博瑞特）原主要股东签署股份买卖协议，约定在正式收购完成之前福建鼎盛及其下属公司由常州博瑞特托管；2018年2月13日，福建鼎盛股权交割完毕并完成工商登记变更手续。2020年11月23日，鼎新国际控股有限公司与奥瑞金国际控股有限公司就出售TSMP Limited事项签署了股份过户文件，由于距离出售时间未满一个完整的会计年度，无出售后数据可供比较。因此，下面主要就收购前后发行人与博瑞特相关主体的交易变化情况进行分析：

（1）收购前后交易金额、占比的变化及对发行人的影响

常州博瑞特收购福建博瑞特前后，发行人与博瑞特系相关主体的交易金额、占比情况如下：

单位：万元

项目	收购后			收购前		
	2020 年度	2019 年度	2018 年度	2017 年度	2016 年度	2015 年度
山东博瑞特	-	0.17	-	77.81	706.73	923.14
福建博瑞特	-	-	-	36.09	7.60	17.29
珠海博瑞特	433.65	184.64	281.13	199.64	-	-
合计	433.65	184.81	281.13	313.54	714.33	940.43
营业收入	35,546.53	31,066.99	27,663.77	26,484.35	24,189.42	21,504.82
占比	1.22%	0.59%	1.02%	1.18%	2.95%	4.37%

如上表所示，总体而言，常州博瑞特收购福建博瑞特后，发行人与博瑞特系相关主体的交易金额、占比总体上有所下降，占发行人营业收入的比例从收购前2016年的2.95%下降至正式收购完成后2018年的1.02%，主要是山东博瑞特自2017年起不再从事卷材印涂业务，导致涂料采购规模下降较多。正式收购完成后，2018年度、2019年度及2020年度，发行人对博瑞特系相关主体的销售占比始终在1.50%以内，关联销售对发行人营业收入的影响较小。

具体来看，2018年之后，除了山东博瑞特因停止从事卷材印涂业务而不再向发行人采购涂料之外，福建博瑞特因集团内部业务布局调整也不再向公司采购涂料产品，改由子公司珠海博瑞特集中采购。因此，报告期内与发行人持续进行交

易的关联方主要为珠海博瑞特。

发行人自 2017 年开始向珠海博瑞特销售涂料，主要销售的产品包括三片罐内涂金油（MC6022-826）、易拉盖外涂透明涂料（MC6915-806）和易拉盖内涂金油（MC6121-305/B）等，分别应用于易拉罐的底盖内涂、面盖外涂和内涂领域。实际上，早在 2015 年发行人就是其母公司福建鼎盛的涂料供应商，2017 年起珠海博瑞特也引入了发行人作为涂料供应商并承接了福建鼎盛与发行人的原有合作关系。除此之外，发行人自 2015 年开始推出的易拉盖涂料市场认可度不断提高，也促使珠海博瑞特增加了对发行人相关涂料产品的采购量。

报告期内，发行人向上述博瑞特系相关主体（含山东博瑞特、福建博瑞特和珠海博瑞特）关联销售的金额占其涂料采购总额的比例如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
向博瑞特系相关主体关联销售的金额（A）	433.65	184.81	281.13
博瑞特系相关主体涂料采购总额（B）	1,137.94	1,183.08	1,221.71
占比（=A/B*100%）	38.11%	15.62%	23.01%

如上表所示，报告期各期，发行人向博瑞特系相关主体关联销售涂料的金额占其涂料采购总额的比例分别为 23.01%、15.62%及 38.11%。除发行人之外，博瑞特系相关主体的涂料供应商还包括慧谷化学、阿克苏、儒林化工等，不存在对发行人的涂料采购依赖。

（2）收购前后交易定价的变动及对发行人的影响

收购完成后，发行人除了 2019 年向山东博瑞特零星销售了一批试验用途的油墨 0.17 万元之外，未再与山东博瑞特、福建博瑞特发生交易往来，因此无可比价格。发行人向福建博瑞特及其子公司珠海博瑞特销售的主要产品（占各期收入 75% 以上）在收购前后的定价情况如下：

单位：元/公斤

产品名称	产品型号	收购后			收购前		
		2020 年度	2019 年度	2018 年度	2017 年度	2016 年度	2015 年度
三片罐内涂金油	MC6022-826	-	20.95	20.95	20.94	20.94	21.01
三片罐外涂透明涂料	MC6915-804	-	20.52	20.52	20.51	-	-
易拉盖外涂透明涂	MC6915-806	16.29	16.38	16.36	16.24	-	-

料							
易拉盖内涂金油	MC6121-305/B	20.55	22.42	22.41	-	-	-
稀释剂	MC50703	13.80	-	-	-	13.68	13.68

如上表所示，收购前后，发行人与博瑞特系相关主体的交易定价基本稳定，2020 年易拉盖内涂金油价格小幅下降，主要跟随竞争厂商的定价下调所致，不存在通过调节价格为发行人输送利益的情形。

(3) 收购前后客户重叠比例的变化及对发行人的影响

发行人所处行业和下游金属罐行业都存在集中度较高的情形，以奥瑞金、中粮包装、宝钢包装、昇兴集团、嘉美包装为代表的下游金属罐制造企业占据了主要的市场份额，并且随着近年来奥瑞金收购波尔、昇兴集团收购太平洋制罐等并购事件的发生，行业集中度进一步提高；而发行人所处的食品饮料金属包装涂料行业集中度也较高，尤其是在三片罐内涂领域，除苏州 PPG、Valspar、阿克苏三家外资厂商之外，仅发行人一家规模较大的内资厂商。

同样地，为金属罐企业提供配套的易拉盖行业也呈现头部厂商集中的局面，根据上市公司英联股份（002846）的公告信息，国内易拉盖行业仅英联股份、厦门保沣、义乌易开盖和博瑞特 4 家厂商的销售规模超过 10 亿元，其中义乌易开盖主营食品易拉盖，饮料易拉盖领域较具规模的主要厂商仅 3 家。

鉴于上述三个细分行业的市场集中度均较高，发行人、博瑞特集团分别作为食品饮料金属包装涂料领域、易拉盖领域较具规模的主要厂商，在面向集中度较高的下游金属包装行业客户时，难免会存在客户范围重叠的情形，因此，发行人与博瑞特系相关主体的客户重叠度较高具有商业合理性。但在本次收购前后，发行人与博瑞特系相关主体的客户重叠比例并未发生实质性的变化。具体分析如下：

①收购前后重叠客户数量、发行人向重叠客户销售的收入占比

收购前后，发行人客户与博瑞特系相关主体的重叠客户数量、收入占比如下：

单位：家、万元

项目	收购后			收购前		
	2020 年度	2019 年度	2018 年度	2017 年度	2016 年度	2015 年度
重叠客户数量（A）	9	10	11	13	12	13
公司客户总数（B）	94	104	103	94	82	84
重叠客户数量占比(=A/B)	10%	10%	11%	14%	15%	15%

重叠客户收入金额（C）	23,630.18	23,618.03	24,017.75	19,962.40	17,017.49	13,099.65
公司营业收入（D）	35,546.53	31,066.99	27,663.77	26,484.35	24,189.42	21,504.82
重叠客户收入占比(=C/D)	66%	76%	87%	75%	70%	61%

注：同一控制下客户按合并口径进行统计，博瑞特系相关主体不作为重叠客户统计。

如上表所示，收购前后，发行人与博瑞特系相关主体的重叠客户数量未发生显著变化。主要重叠客户为奥瑞金、昇兴集团、中粮包装、嘉美包装、福贞集团等，均为下游食品饮料金属包装行业主要厂商，其余重叠客户的交易额较小，由于报告期以来个别小客户不再交易，重叠客户数量呈下降趋势。

从重叠客户收入占比来看，收购后 2018 年的重叠客户收入占比有所上升，但主要是珠海博瑞特 2018 年新增了向宝钢包装的销售，导致宝钢包装进入双方重叠客户范围。宝钢包装一直为公司主要客户之一，系国有企业和上市公司，早在 2010 年就与公司建立业务合作关系，并非因本次收购而新引入的客户。2018 年公司向宝钢包装销售涂料的金额达到 4,645.55 万元，该客户进入重叠客户范围导致公司当期重叠客户收入金额较上年增加较多。剔除该项影响后，2018 年重叠客户收入金额为 19,372.20 万元，占比为 70%，相较上年并未出现明显上升。

2020 年，由于宝钢包装未进入当期重叠客户范围（博瑞特系相关主体当期未向宝钢包装销售），导致重叠客户收入下降较多；此外，由于发行人公司易拉盖涂料、3C 涂料等业务快速增长，与博瑞特系相关主体不重叠的主要客户如华通新材、宏发铝业、公牛电器等的收入占比提升，从而导致公司 2020 年重叠客户收入占比同比下降了约 10 个百分点。

②收购前后博瑞特系相关主体向重叠客户销售的收入占比

收购前后，博瑞特系相关主体向上述与发行人重叠客户的销售金额占公司当期营业收入的比例如下：

单位：万元

公司名称	项目	收购后			收购前		
		2020 年度	2019 年度	2018 年度	2017 年度	2016 年度	2015 年度
山东博瑞特	重叠客户收入金额	65,222.32	47,474.62	53,590.05	47,197.14	43,034.09	40,151.02
	重叠客户收入占比	96.11%	94.73%	93.66%	93.46%	95.68%	97.09%
珠海博瑞特	重叠客户收入金额	37,003.93	23,203.59	17,205.79	13,412.40	10,990.14	7,601.16

公司名称	项目	收购后			收购前		
		2020 年度	2019 年度	2018 年度	2017 年度	2016 年度	2015 年度
	重叠客户收入占比	47.04%	29.01%	29.88%	28.29%	36.26%	26.59%
福建博瑞特	重叠客户收入金额	11,772.81	13,264.89	8,912.06	1,637.48	736.57	1,098.99
	重叠客户收入占比	29.08%	37.26%	22.68%	3.97%	1.75%	2.24%
常州博瑞特	重叠客户收入金额	1,276.58	448.03	-	-	-	-
	重叠客户收入占比	8.93%	3.00%	-	-	-	-
东乡博瑞特	重叠客户收入金额	298.65	82.86	-	-	-	-
	重叠客户收入占比	94.39%	99.63%	-	-	-	-

注：同一控制下客户按合并口径进行统计，博瑞特系相关主体不作为重叠客户统计。

①山东博瑞特

山东博瑞特与发行人的主要重叠客户为奥瑞金、嘉美包装、娃哈哈等，收购前后重叠客户收入金额变动主要是由于山东博瑞特向上述客户的销售额波动所致，如 2018 年较 2017 年重叠客户收入金额增长，主要是向奥瑞金和娃哈哈的销售额增长所致，但总体上收购前后山东博瑞特的重叠客户收入占比未发生显著变化。

②珠海博瑞特

珠海博瑞特与发行人的主要重叠客户为奥瑞金、中粮包装、福贞集团，收购后重叠客户收入金额有所增长，主要是随着珠海博瑞特自身业务快速发展，与下游主要客户奥瑞金、中粮包装的合作关系加深，销售额快速增长所致，但收购后的 2018 年、2019 年重叠客户收入占比与收购前的 2017 年重叠客户收入占比相近，并未发生显著变化；2020 年，珠海博瑞特对奥瑞金、中粮包装的销售金额有所增长，导致重叠客户收入占比提升至 47.04%。其中，珠海博瑞特对奥瑞金的销售额同比增加了 8,756.81 万元，占其收入的比例为 23.66%，主要是 2020 年奥瑞金对原来收购的波尔亚太三家工厂（波尔佛山、波尔湖北、波尔青岛）进行了业务整合，上述三家工厂纳入奥瑞金的集中采购体系后对珠海博瑞特的易拉盖采购量增加所致。

③福建博瑞特

福建博瑞特与发行人的主要重叠客户为昇兴集团、中粮包装、太平洋制罐，收购前后福建博瑞特的重叠客户收入占比从原来的 5%以下水平上升至 22%以上，主要是 2018 年起公司新增对太平洋制罐的销售，导致太平洋制罐进入双方重叠客户范围。太平洋制罐一直为福建博瑞特的主要客户之一，2018 年、2019 年及 2020

年，福建博瑞特对其销售额分别为 6,254.46 万元、9,137.49 万元及 8,335.92 万元。而发行人自 2018 年起开始与太平洋制罐合作，销售规模始终较小，2018 年、2019 年及 2020 年销售额分别仅为 13.13 万元、59.22 万元和 127.97 万元。因此，虽然因太平洋制罐进入重叠客户统计范围，从关联方角度统计的重叠客户收入金额增长较多，但该客户对发行人的收入贡献较小。

此外，2019 年下游行业并购步伐加速，奥瑞金收购了原波尔亚太旗下的 4 家公司，昇兴集团收购及托管了原太平洋制罐旗下的 6 家公司，上述被收购主体纳入相应客户的统计范围，也导致福建博瑞特的重叠客户收入金额及占比增长。

若剔除上述太平洋制罐、波尔亚太的影响，收购前后福建博瑞特与发行人重叠客户收入金额及占比如下：

单位：万元

项目	收购后			收购前		
	2020 年度	2019 年度	2018 年度	2017 年度	2016 年度	2015 年度
重叠客户收入金额	3,330.43	3,638.24	2,657.60	1,637.48	736.57	1,098.99
重叠客户收入占比	8.23%	10.22%	6.76%	3.97%	1.75%	2.24%

如上表所示，按可比口径进行统计，收购后福建博瑞特的重叠客户收入及占比较收购前虽然有所增加，但幅度不大，主要是福建博瑞特向原有重叠客户昇兴集团、中粮包装、联合制罐的销售金额增长所致。

④常州博瑞特

常州博瑞特的投产时间为 2018 年，无收购前可比数据。常州博瑞特目前与发行人重叠客户的收入规模不大，不构成重大影响。

⑤东乡博瑞特

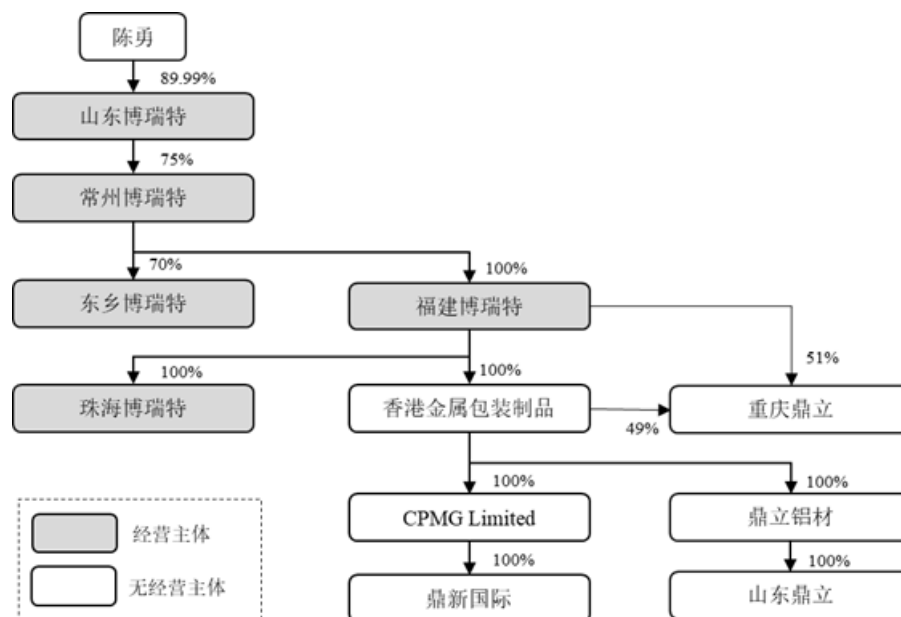
东乡博瑞特的投产时间为 2019 年，无收购前可比数据。东乡博瑞特目前与发行人重叠客户的收入规模不大，不构成重大影响。

综上所述，收购前后发行人与博瑞特系相关主体的交易金额、占比有所下降，主要是山东博瑞特不再从事卷材印涂业务导致采购需求下降所致，收购前后发行人向博瑞特系相关主体销售产品的交易定价基本一致，重叠客户数量未发生显著变化，发行人及关联方对重叠客户收入金额及占比的波动具有合理的原因，不存在利益输送的情形。

（四）披露发行人相关的资产、技术、人员、客户、供应商等是否与博瑞特系相关主体重合或来源于博瑞特系相关主体，发行人与博瑞特系相关主体的资金、业务往来是否完整披露、是否存在异常；

1、公司相关的资产、技术、人员、客户、供应商等是否与博瑞特系相关主体重合或来源于博瑞特系相关主体

截至本问询函签署日，博瑞特系相关主体的股权架构如下：



注：2020年11月，鼎新国际已将原持有的 TSMP Limited 的 100%股份转让过户给奥瑞金国际控股有限公司。截至本问询函签署日，TSMP Limited 及其子公司台湾鼎盛、台湾鼎立和香港金属包装集团已不再受陈勇控制。

上述实际控制人陈勇控制的博瑞特系相关主体中，山东博瑞特、常州博瑞特、东乡博瑞特自设立之初就由陈勇所控制，而福建博瑞特及下属公司全部系于 2018 年 2 月收购所得。其中，境内公司方面，重庆鼎立、山东鼎立处于停业状态，无实际运营；境外公司方面，香港金属包装制品、CPMG Limited、鼎新国际、鼎立铝材 4 家公司均为持股目的设立，自身无实际经营业务，上述关联方在资产、技术、人员、客户、供应商等方面均与公司独立，公司相关的资产、技术、人员、客户、供应商等不存在与上述关联方重合或来源于上述主体的情形。

故此，公司实际控制人陈勇控制的境内在营企业包括山东博瑞特、常州博瑞特、东乡博瑞特、福建博瑞特和珠海博瑞特 5 家公司，在资产、技术、人员、客户、供应商方面与公司的关系如下：

（1）资产方面

公司拥有的财产权属清晰，主要资产均为公司自主购买或建造、申请，公司在资产方面与山东博瑞特、常州博瑞特、东乡博瑞特、福建博瑞特和珠海博瑞特不存在混同、共用的情形，也不存在上述关联方以出售、租赁或其他方式向公司提供或占有公司上述资产的情形。

（2）技术方面

山东博瑞特、常州博瑞特、东乡博瑞特、福建博瑞特、珠海博瑞特的主营业务为铝制易拉盖或旋盖研发、生产及销售，所拥有的知识产权和技术也围绕着相关业务展开，与公司所从事的功能性涂料业务领域的知识产权和技术差异较大，公司使用的核心技术均由公司自主研发，不存在与关联方重合或来源于关联方的情形。

（3）人员方面

报告期内，除了陈勇担任山东博瑞特、常州博瑞特、东乡博瑞特和福建博瑞特的董事长或执行董事之外，公司的其他董事、监事及高级管理人员未在山东博瑞特、常州博瑞特、东乡博瑞特、福建博瑞特和珠海博瑞特担任或曾经担任任何职位，上述关联方的董事、监事、高级管理人员也未在公司及其子公司任职，公司主要人员不存在与关联方重合或来源于关联方的情形。

（4）客户方面

山东博瑞特、常州博瑞特、东乡博瑞特、福建博瑞特、珠海博瑞特所处的金属易拉盖或旋盖行业的下游客户包括金属包装制造企业（如二片罐、三片罐罐厂）。公司所处的食品饮料金属包装涂料行业下游客户主要为二片罐、三片罐罐厂和易拉盖厂商，双方下游目标客户范围存在重合。

报告期内，公司与山东博瑞特重合的客户包括奥瑞金、福贞集团、嘉美包装、娃哈哈、昇兴集团等；与福建博瑞特、珠海博瑞特重合的客户包括奥瑞金、宝钢包装、昇兴集团、中粮包装、福贞集团、嘉美包装等。除此之外，东乡博瑞特于2019年投入生产，与公司重合的客户主要为嘉美包装、奥瑞金，但销量较少；常州博瑞特于2018年下半年投入生产，主要向博瑞特集团内的其他公司供货，重合客户主要为中粮包装、联合制罐，但销量较少。

报告期内公司与博瑞特系相关主体存在部分客户重合的情形，但其原因主要为：公司所处涂料行业属于金属包装制造行业的中游，与从事易拉盖制造业务的

博瑞特系相关主体面向同样的下游客户，加之我国食品饮料金属包装行业内大型企业数量较少，行业集中度高，客观上导致了公司与博瑞特系相关主体的客户存在部分重合的局面。

虽然客户存在部分重合的情形，但公司与博瑞特集团向该等客户的销售内容存在本质性区别，二者向重合客户销售的产品显著不同，不存在业务交叉和竞争的情形。公司和博瑞特集团现有的客户均系各自通过多年业务发展过程中逐渐拓展和合作积累，双方的销售人员和销售渠道相互独立，公司主要客户不存在来源于博瑞特系相关主体的情形。

从一方面来讲，公司与主要重合客户奥瑞金（2006 年）、宝钢包装（2010 年）、昇兴集团（2007 年）、中粮包装（2011 年）、嘉美包装（2009 年）、福贞集团（2012 年）建立合作关系的时间较早，而实际控制人陈勇于 2011 年底才投资设立山东博瑞特并进入金属易拉盖制造行业的，因此公司获取大部分重要客户的时间早于山东博瑞特设立时间。

从另一方面来讲，食品饮料金属包装涂料需要与内容物接触，直接关系到食品安全与否，涂料供应商与罐厂达成供货关系不仅需要通过下游罐厂自身的试产和品质认证，还需要通过终端食品饮料品牌客户的质量认证，客户壁垒极高。公司与主要客户建立合作之前均通过了严格的下游和终端客户双重认证，不存在通过关联方输送获取订单的情形。

公司与上述关联方均独立开展销售活动，产品销售与定价均系自主决策行为，交易价格公允，不存在通过损害某一方利益而达到为对方输送利益的情况。

（5）供应商方面

山东博瑞特、常州博瑞特、东乡博瑞特、福建博瑞特、珠海博瑞特所处的金属易拉盖制造行业，上游包括铝材、马口铁供应商和涂料、油墨供应商等，公司所处的食品饮料金属包装涂料行业上游供应商包括溶剂、树脂、助剂和填料供应商等，双方上游行业显著不同。根据博瑞特系相关主体与公司的报告期内采购明细表，公司主要供应商不存在与博瑞特系相关主体重合或来源于相关主体的情形。

综上所述，公司相关的资产、技术、人员、供应商不存在重合或来源于博瑞特系相关主体的情形，由于公司所处的食品饮料包装涂料行业与上述关联方所处的金属易拉盖制造行业共同面向下游罐厂客户，并且下游集中度较高，导致公司与关联方的主要客户存在部分重合，但公司不存在客户来源于关联方的情形，公

司与博瑞特系相关主体对下游客户的营销及定价相互独立，交易定价公允，不存在利益输送情形。

2、公司与博瑞特系相关主体的资金、业务往来是否完整披露、是否存在异常

报告期内，公司与博瑞特系相关主体之间存在的业务往来情况主要包括：公司向山东博瑞特、福建博瑞特及珠海博瑞特销售产品，2018 年向福建博瑞特零星采购铝片，相关交易已在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“九、关联交易”中完整披露。

除前述因商品购销关系所产生的正常资金往来外，公司与博瑞特系相关主体之间还存在以下非经营性资金往来：2018 年 5 月 11 日，山东博瑞特按照借款天数和中国人民银行贷款基准利率向公司支付了报告期以前（2014 年 3 月-2017 年 11 月）向公司拆借的资金 139.63 万元所涉及的利息 20.83 万元。发行人报告期前发生的资金占用已于报告期以前清理规范，报告期内发行人未再发生资金被博瑞特系相关主体占用的情形。

综上，公司报告期内与博瑞特系相关主体的资金、业务往来已完整披露，除上述情况之外，公司与博瑞特系相关主体之间不存在其他资金、业务往来。报告期内公司与博瑞特系相关主体的资金、业务往来不存在异常情况。

（五）结合皓金控股、弘毅投资、奥瑞金的股权结构、实际控制人、主营业务等披露上述公司与实际控制人陈勇及其关联方是否存在关联关系或特殊利益安排，常州博瑞特收购福建博瑞特及出售 TSMP Limited 事项的原因、是否符合商业惯例、交易价格是否公允；

2017 年 4 月 6 日，常州博瑞特与福建鼎盛（现名：福建博瑞特）原主要股东皓金控股有限公司（持股 36.08%）及其他部分股东签署股份买卖协议，约定收购福建鼎盛股权，并约定在正式收购完成之前福建鼎盛及其下属公司由常州博瑞特进行托管；2018 年 2 月 13 日，福建鼎盛股权交割完毕并完成工商登记变更手续。

（1）本次收购的原因、是否符合商业惯例

在本次收购之前，福建鼎盛主营业务为易拉盖研发、生产与销售，与山东博瑞特、常州博瑞特的主营业务相同。福建鼎盛本身具有较高的产能，共有 4 个生产基地，17 条生产线。收购福建鼎盛后，山东博瑞特、常州博瑞特和福建鼎盛的产能合并，预计将占据国内易拉盖行业的主要市场份额。常州博瑞特拟收购福建

鼎盛集团时，福建鼎盛开工率较低，经营业绩不佳。借助山东博瑞特和常州博瑞特在易拉盖行业内的销售和管理经验积累，福建鼎盛的产能可马上恢复，通过实现规模效应，山东博瑞特、常州博瑞特和福建鼎盛的成本将进一步降低，从而实现二者之间的协同效应。在此背景下，陈勇控制的常州博瑞特与福建鼎盛原股东签署股份买卖协议，收购福建鼎盛 100%股权。因此，本次收购具有合理的商业背景。

(2) 本次收购的交易作价及公允性

根据厦门大学资产评估土地房地产估价有限责任公司于 2017 年 5 月 31 日出具的《福建鼎盛五金制品有限公司因股权转让涉及的股东全部权益评估报告书》（大学评估[2017]820133 号），采用基础资产法进行评估，截至评估基准日 2016 年 9 月 30 日，福建鼎盛的股东全部权益的评估值为 39,637.58 万元。

根据常州博瑞特与福建鼎盛原股东签署的《股份买卖协议》，常州博瑞特收购福建鼎盛 100%股权的总对价为 4.36 亿元，主要系根据福建鼎盛第一大股东皓金控股有限公司（弘毅投资实际控制的投资主体，简称“皓金控股”）提出的最终收购价格经各方协商后确定，对应上述经评估的净资产倍数约为 1.10 倍，交易价格具有公允性。

(3) 主要交易对方的基本信息，是否存在关联关系或特殊利益安排

本次收购之前，福建鼎盛的第一大股东为皓金控股，持有福建鼎盛 36.08%的股权，隶属于国内知名股权投资机构弘毅投资，相关主体的基本信息如下：

A、皓金控股

经查询香港公司注册处综合资讯系统（<http://www.icris.cr.gov.hk/csci/>），皓金控股有限公司（Golden Path Holdings Limited）成立于 2010 年 10 月 13 日，注册地址为香港，公司类别为私人股份有限公司，Grand Will Enterprised Limited（BVI 公司）持有其 100%股权。皓金控股由弘毅投资所实际控制。

B、弘毅投资

经查询弘毅投资官方网站(<https://www.honycapital.com/>)、联想控股(3396.HK)公开披露文件，弘毅投资为香港联交所主板上市公司联想控股股份有限公司旗下的投资管理机构（指一系列私募股权投资基金的统称，而非具体的法律主体），主要经营私募股权投资（PE）、地产金融、公募基金、对冲基金及创新投资业务。联想控股及其附属公司担任弘毅投资旗下基金的普通合伙人并持有基金合伙份额。

截至 2020 年末，联想控股的控股股东为中国科学院控股有限公司（国有独资）。

根据实际控制人陈勇出具的说明，上述主体与发行人实际控制人陈勇及其关联方之间不存在关联关系，包括但不限于控制关系、投资关系、重大影响等，亦不存在其他特殊利益安排，包括但不限于股份代持、提供财务资助、利益输送等。

4、关于出售 TSMP Limited 及其下属境外业务资产相关事项

2019 年 12 月，博瑞特集团通过子公司鼎新国际控股有限公司与奥瑞金全资子公司奥瑞金国际控股有限公司就出售 TSMP Limited（境外经营主体台湾鼎新、台湾鼎立的上层境外持股公司）股份事项签署了《股份买卖协议》。2020 年 11 月，鼎新国际控股有限公司与奥瑞金国际控股有限公司签署了股份过户文件。

（1）本次出售的原因、是否符合商业惯例

①博瑞特集团境外业务以制罐为主，与其在境内所专注的易拉盖业务存在较大差异，同时缺少海外管理经验的博瑞特集团也难以对其实施有效管理

实际控制人控制的博瑞特集团主要经营金属易拉盖业务，自 2017 年 4 月托管经营福建博瑞特以来，博瑞特集团对福建博瑞特的境内业务进行了整合，通过客户协同、成本控制等手段对其境内产能和业务进行了梳理和整合，取得了较好的并购协同效应，福建博瑞特、珠海博瑞特的产能利用率提升较快，经营业绩明显改善。但以台湾鼎新、台湾鼎立为主要经营主体的福建鼎盛海外业务以金属饮料罐制造为主，为可口可乐、统一等知名食品饮料企业提供配套供应，与福建博瑞特在境内市场所专注的金属易拉盖制造业务存在一定的差异。如下表所示：

公司名称	成立时间	注册资本(万元新台币)	股东构成	主营业务	2020 年营业收入(万元新台币) ^注
台湾鼎新	1987-6-5	61,681.846	TSMP Limited 持股 100%	金属铝制易拉盖的生产、销售	53,243.94
台湾鼎立	1967-1-17	51,906.00	台湾鼎新持股 92%，美商波尔公司持股 8%	金属铝制易拉罐的研发、生产及销售	62,841.53

注：上表列示的台湾鼎新、台湾鼎立数据已分别经资诚联合会计师事务所审计。其中，台湾鼎新约 1/4 的收入系来源于向子公司台湾鼎立的销售。

自托管和收购以来，博瑞特集团在对其福建博瑞特境外业务的整合上未能取得预期的良好协同效应：一方面，博瑞特集团始终专注于金属易拉盖业务，缺少制罐业务的生产和管理经验，同时由于市场壁垒的缘故，台湾市场制罐业务也难以与博瑞特集团原有境内易拉盖业务实现产业链协同；另一方面，台湾市场与大陆市场在营商环境、竞争格局、客户群体等方面均存在较大的差异，由于台湾原

有的金属罐进口限制政策，台湾市场最初为岛内数家主要制罐企业所垄断，但随着近年来台湾当局对金属罐的进口政策适度放松，以及主要客户如可口可乐的价格谈判力度加大，台湾金属罐市场的竞争压力不断加大。在应对复杂的境外市场格局变化上，缺少海外管理经验的博瑞特集团难以对这部分境外业务实施灵活、有效的管理调控。因此，博瑞特集团开始筹划出售福建博瑞特的境外业务，并在市场上寻找潜在买家。

②博瑞特集团面向的客户群体为下游罐厂，拥有境外制罐业务会造成潜在的客户资源竞争，存在一定的利益冲突

博瑞特集团主要经营易拉盖业务，面向的客户群体为奥瑞金、昇兴集团、嘉美包装、中粮包装、宝钢包装等下游制罐企业，下游客户的终端客户包含可口可乐、百事可乐等跨国饮料龙头企业，部分客户拥有境外业务或有进军境外市场的意向，持有该等境外业务，会造成与博瑞特集团目标客户的潜在客户资源竞争。因此，从维护客户关系的角度出发，博瑞特集团也无意持有该等境外制罐业务资产。

③奥瑞金作为国内最大的制罐企业，与福建博瑞特境外业务协同性强，同时具有较强的海外拓展意向及海外管理经验

奥瑞金作为国内最大的制罐企业，与福建博瑞特境外业务的业务协同性较强，收购福建博瑞特台湾业务有助于奥瑞金扩大其下游客户覆盖，进入可口可乐、统一等优质下游客户的供应链。因此，奥瑞金收购福建博瑞特境外业务具有商业合理性。

根据公告披露信息，奥瑞金在香港和法国拥有多家子公司，拥有成熟的海外管理团队和经验，近年来收购了金属包装行业外资龙头企业 Ball Asia Pacific Ltd. 的中国包装业务，具有丰富的并购整合经验；此外，奥瑞金控股股东原龙投资于2014年末完成了对 Ardagh 集团澳新金属包装业务的全资收购，2019年完成了对澳大利亚二片罐及瓶罐企业 Jamestrong 的收购，在海外并购整合方面也可给予奥瑞金足够的经验支持。根据奥瑞金2020年6月披露的转债跟踪评级报告，奥瑞金未来拟考虑对中国大陆以外地区其他金属包装企业收购的可行性，以提高其对国际化市场的适应能力和产业链国际协同能力。

综上所述，福建博瑞特向奥瑞金出售台湾鼎新和台湾鼎立具有合理商业背景。

(2) 本次出售的交易作价及公允性

根据银信资产评估有限公司于 2019 年 12 月 31 日出具的《奥瑞金科技股份有限公司拟收购 TSMP Limited 股权涉及的 TSMP Limited 股东全部权益价值评估项目估值报告》（银信咨报字（2019）沪第 562 号），按市场法进行估值，截至估值基准日 2019 年 11 月 30 日，TSMP Limited 归属于母公司的股东的全部权益价值为 18,710 万元至 20,080 万元。

根据鼎新国际控股有限公司与奥瑞金国际控股有限公司签署的《股份买卖协议》，本次股权转让的交易作价为 19,200 万元，处于上述市场价值估值区间范围内，交易价格公允。

除此之外，根据常州博瑞特收购福建鼎盛时参考的厦门大学资产评估土地房地产估价有限责任公司出具的评估报告，按照资产基础法进行评估，TSMP Limited 截至 2016 年 9 月 30 日的净资产评估值为 1.87 亿元。因此，本次出售作价对应上述经评估的净资产倍数为 1.03 倍，与前述常州博瑞特收购福建鼎盛时交易作价相应的净资产倍数 1.10 倍较为接近。

（3）主要交易对方的基本信息，是否存在关联关系或特殊利益安排

本次博瑞特集团出售 TSMP Limited 及其下属境外业务资产的交易对方为奥瑞金国际控股有限公司，系奥瑞金科技股份有限公司的全资子公司。根据奥瑞金（002701.SZ）公开披露文件，奥瑞金科技股份有限公司主营业务为食品饮料金属包装的研发、设计、生产和制造，控股股东为上海原龙投资控股（集团）有限公司，实际控制人为周云杰。

截至 2021 年 3 月 31 日，奥瑞金前十大普通股股东持股情况如下：

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例
1	上海原龙投资控股（集团）有限公司	895,363,811	37.04%
2	中泰证券资管—招商银行—证券行业支持民企发展系列之中泰资管 5 号 集合资产管理计划	117,161,280	4.85%
3	香港中央结算有限公司	108,708,749	4.50%
4	北京华彬庄园绿色休闲健身俱乐部 有限公司	62,348,866	2.58%
5	华彬航空集团有限公司	47,104,512	1.95%
6	招商证券股份有限公司	40,387,730	1.67%
7	汇添富基金—中国人寿保险股份有 限公司—分红险—汇添富基金国寿 股份	28,165,831	1.17%

	成长股票型组合单一资产管理 计划（可供出售）		
8	中信建投证券股份有限公司	21,478,232	0.89%
9	中央汇金资产管理有限责任公司	20,731,200	0.86%
10	北京二十一兄弟商贸有限公司	17,487,360	0.72%

资料来源：奥瑞金 2021 年第一季度报告

根据奥瑞金 2020 年 3 月 6 日出具的确认函，“自 2017 年 1 月 1 日起，至本确认函出具之日，除本公司下属子公司堆龙鸿晖新材料技术有限公司持有江苏扬瑞新型材料股份有限公司 4.9%股份外，本公司及下属子公司、本公司关联方、本公司其他核心人员、业务关键经办人员与江苏扬瑞新型材料股份有限公司（包括其前身扬州扬瑞新型材料有限公司、全资或控股子公司，以下统称“扬瑞新材”）、扬瑞新材全体股东、扬瑞新材关联方、扬瑞新材其他核心人员、扬瑞新材控股子公司的其他股东间不存在关联关系，包括但不限于控制关系、投资关系、重大影响等，亦不存在其他利益安排，包括但不限于股份代持、提供财务资助、利益输送等。本公司及本公司下属子公司的关联方、业务关键经办人员不存在直接、间接或委托其他方持有扬瑞新材或扬瑞新材股东的股份/股权的情形。

（六）说明是否完整披露发行人实际控制人控制的企业情况。

截至本回复报告出具之日，发行人已于招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“七、发行人股东及实际控制人的基本情况”之“（三）实际控制人控制的其他企业”部分完整披露了实际控制人陈勇控制的相关企业的情况。除已披露的情形外，陈勇不存在其他控制的企业。

（七）申报会计师核查意见

1、核查程序

针对上述事项，申报会计师执行了以下主要核查程序：

（1）获取发行人实际控制人控制的企业的财务报表、销售明细表，核查关联方与发行人第一大客户奥瑞金的交易情况，发行人客户与关联方客户的重叠比例，向销售总监了解主要客户存在重叠的行业背景及原因；

（2）实地走访境内主要关联方（包括山东博瑞特、常州博瑞特、东乡博瑞特、福建博瑞特和珠海博瑞特，下同）经营场所并与主要负责人访谈，访谈了解

关联交易的必要性和公允性，是否存在代垫成本或费用等利益输送情形；取得发行人主要资产（包括土地、厂房和主要设备）的购置凭证，查阅主要关联方的专利权、商标权等知识产权、员工、董监高、客户、供应商清单并与发行人情况比对，查证是否有重合或来源于关联方的情形，了解原因并分析合理性；

（3）对发行人及其子公司、博瑞特系相关主体报告期内银行流水进行核查，核查报告期内发行人与博瑞特系相关主体之间的资金、业务往来是否存在异常，是否已完整披露；

（4）通过国家企业信用信息公示系统（<http://www.gsxt.gov.cn/index.html>）、香港公司注册处综合资讯系统（<http://www.icris.cr.gov.hk/csci/>）进行检索，查阅上市公司联想控股、奥瑞金披露的定期公告，了解皓金控股、弘毅投资、奥瑞金的基本信息，访谈实际控制人陈勇、福建博瑞特总经理老治平，了解常州博瑞特收购福建博瑞特及拟向奥瑞金出售 TSMP Limited 事项的背景及原因，取得台湾鼎新、台湾鼎立的工商查询资料，获取相关交易协议和定价依据文件，分析交易价格是否公允；

（5）获取发行人实际控制人陈勇填写的调查表并对陈勇进行现场访谈，了解其控制的企业情况，获取相关企业的工商档案并通过公开渠道进行查询，确认发行人实际控制人控制的企业的披露完整性。

（6）获取山东博瑞特、珠海博瑞特、福建博瑞特报告期内财务报表，了解是否存在净利率较低或亏损的情形及其原因；

（7）取得发行人销售明细表，比较博瑞特系相关主体销售定价是否与同类产品平均售价存在显著差异，分析常州博瑞特收购福建博瑞特前后对博瑞特系相关主体的销售金额、占比、定价是否发生变化并向发行人了解原因；查阅发行人、主要关联方在收购前后的销售明细表，计算发行人客户与关联方的重叠客户数量、占比，分析是否存在变化。

2、核查意见

经核查，申报会计师认为：

（1）发行人已在招股说明书中披露实际控制人控制的企业与发行人第一大客户奥瑞金的交易情况；

（2）报告期内，博瑞特集团主要境内企业山东博瑞特、福建博瑞特和珠海博瑞特的经营状况正常，不存在亏损的情形，部分关联方净利率较低具有合理的

原因，上述关联方不存在为发行人代垫成本或费用的情形；

（3）发行人对博瑞特系相关主体的销售具有公允性和必要性，收购前后发行人与博瑞特系相关主体的交易金额、占比有所下降，主要是山东博瑞特不再从事卷材印涂业务导致采购需求下降所致，收购前后发行人向博瑞特相关主体销售产品的交易定价基本一致，重叠客户数量未发生显著变化，发行人及关联方对重叠客户收入金额及占比的波动具有合理的原因，不存在利益输送的情形；

（4）发行人相关的资产、技术、人员、主要供应商等不存在与博瑞特系相关主体重合或来源于博瑞特系相关主体的情况，主要客户存在重叠系由所处行业特点和下游行业格局所决定的，发行人与博瑞特系相关主体的资金、业务往来已完整披露，不存在异常情形；

（5）皓金控股、弘毅投资、奥瑞金与实际控制人陈勇及其关联方不存在关联关系或特殊利益安排，常州博瑞特收购福建博瑞特及出售 TSMP Limited 均具有合理的原因，符合商业惯例，交易价格公允；

（6）发行人已完整披露发行人实际控制人控制的企业情况。

问题 7：关于关联方和关联交易

申报材料显示：

（1）报告期内发行人存在向关联方昇兴昆明、昇兴北京、昇兴山东采购涂料的情形，昇兴昆明系公司股东郑丽珍丈夫陈彬担任总经理的企业，昇兴北京、昇兴山东为郑丽珍姐夫林建伶担任或曾经担任经理的企业，上述关联方为发行人报告期内前五大客户昇兴集团的控股子公司或全资子公司。

（2）报告期内，发行人存在关联方资金拆借情形，扬州恒瑞贸易有限公司等 5 家关联方存在被吊销营业执照的情形。

请发行人：

（1）结合昇兴集团的基本情况，披露郑丽珍、陈彬、林建伶与昇兴集团是否存在关联关系或其他利益安排，分析发行人与昇兴集团的交易内容及交易金额公允性、必要性；结合郑丽珍入股发行人的资金来源，披露郑丽珍是否存在股份代持情形或其他利益安排；

（2）披露关联方资金拆入、拆出履行审议程序的具体情况，是否合法合规，公司规范关联方资金拆借的相关规章制度是否有效运行；

（3）披露关联方被吊销营业执照的背景、原因，是否涉及违法违规情形；

（4）说明是否存在应披露而未披露的关联方或关联交易。

请保荐人、申报会计师、发行人律师发表明确意见。

【发行人回复】

•（一）结合昇兴集团的基本情况，披露郑丽珍、陈彬、林建伶与昇兴集团是否存在关联关系或其他利益安排，分析发行人与昇兴集团的交易内容及交易金额公允性、必要性；结合郑丽珍入股发行人的资金来源，披露郑丽珍是否存在股份代持情形或其他利益安排；

1、郑丽珍、陈彬、林建伶与昇兴集团不存在关联关系或其他利益安排，郑丽珍入股的资金来源系其自有资金，不存在股份代持情形或其他利益安排

昇兴集团股份有限公司（简称“昇兴集团”）为深圳证券交易所上市公司（股票代码：002752.SZ）。昇兴集团设立于 1992 年 12 月 4 日，统一社会信用代码为 913500006110059518，注册地址为福建省福州市经济技术开发区经一路。截至 2021

年 5 月 20 日，注册资本为 97,691.85 万元人民币。

昇兴集团主营业务为食品饮料金属包装产品的研发、生产与销售。根据昇兴集团披露的定期报告，2020 年昇兴集团营业收入为 29.03 亿元，归属于上市公司股东的净利润为 1,364.12 万元。

截至 2021 年 3 月 31 日，昇兴集团前十大股东的情况如下：

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例
1	昇兴控股有限公司	543,416,873	55.63%
2	福州昇洋发展有限公司	80,000,000	8.19%
3	宁波市伊村伊品投资合伙企业（有限合伙）	28,901,734	2.96%
4	河北养元智汇饮品股份有限公司	27,341,039	2.80%
5	睿士控股有限公司	18,447,079	1.89%
6	福州市投资管理有限公司	15,414,258	1.58%
7	五矿证券有限公司	13,897,312	1.42%
8	林金辉	9,673,911	0.99%
9	高华—汇丰—GOLDMAN, SACHS & CO.LLC	9,633,911	0.99%
10	福建省宽客投资管理有限公司—宽客兴福 3 号私募证券投资基金	9,633,911	0.99%

资料来源：昇兴集团 2021 年第一季度报告

根据郑丽珍本人确认，郑丽珍未在昇兴集团担任董事、监事或高级管理人员职位，也未持有昇兴集团股份，与昇兴集团不存在关联关系或其他利益安排。郑丽珍配偶陈彬担任昇兴昆明总经理，郑丽珍姐夫林建伶在报告期内曾担任昇兴北京和昇兴山东的总经理，现担任昇兴安徽三片罐总经理，因此，上述昇兴集团子公司构成公司关联方。但上述公司仅为昇兴集团的下属子公司，子公司高管陈彬、林建伶在昇兴集团层面并不属于高级管理人员，无法对昇兴集团层面的决策施加控制或实质性影响，陈彬、林建伶与昇兴集团不存在关联关系或其他利益安排。根据昇兴集团披露的定期报告，郑丽珍及其配偶陈彬、姐夫林建伶均不属于上市公司昇兴集团层面的董事、监事、高级管理人员。

根据对郑丽珍进行的访谈确认，郑丽珍持有公司股权的出资来源均为其自有资金，不存在任何股权代持或其他特殊利益安排。针对郑丽珍持有公司股份的事项，昇兴集团出具确认函，确认郑丽珍获得公司的股权系其个人意愿，不存在昇兴集团授意的情形；昇兴集团及其董事、监事及高级管理人员与公司历史或现任

股东间不存在股份代持、信托持股、利益输送或其他利益安排。

2、未将昇兴集团认定为发行人关联方的原因

昇兴昆明系公司股东郑丽珍丈夫陈彬担任总经理的企业，昇兴北京、昇兴山东为郑丽珍姐夫林建伶报告期内曾经担任经理的企业（自 2020 年 8 月起，林建伶担任昇兴安徽的三片罐总经理，因此自 2020 年 8 月起昇兴安徽也成为公司关联方）。昇兴昆明、昇兴北京、昇兴山东及昇兴安徽都是昇兴集团（深交所上市公司）的下属子公司，昇兴集团主要业务为金属易拉罐的设计、生产和销售，实际控制人为林永保、林永龙、林永贤。

虽然昇兴昆明、昇兴北京、昇兴山东及昇兴安徽因公司持股 5%以上股东郑丽珍近亲属的任职关系而被认定为发行人的关联方，但上述公司均为昇兴集团的下属子公司，该等下属子公司的高管在昇兴集团层面并不属于高级管理人员，不能对昇兴集团层面的决策施加控制或实质性影响，公司亦不存在与昇兴集团可能构成关联关系的其他情形。因此，昇兴集团不属于发行人关联方。

3、发行人与昇兴集团的交易内容及交易金额、公允性、必要性

（1）发行人向昇兴集团的交易内容及交易金额

报告期内，发行人向昇兴集团销售涂料产品情况如下表所示：

单位：万元

项目	交易内容	2020 年度	2019 年度	2018 年度
昇兴集团	涂料销售	2,934.51	3,474.10	1,732.28
占当期主营业务收入的比重		8.26%	11.18%	6.26%

（2）发行人向昇兴集团销售涂料的必要性分析

由于食品饮料金属包装行业集中度高、成规模的金属包装企业有限，昇兴集团作为国内主要的金属易拉罐生产商之一，2020 年易拉罐产量达 58.78 亿罐，生产规模及市场占有率位居全行业前列。发行人于 2007 年开始与昇兴集团建立业务联系，凭借优良的产品质量及高效的服务水平，发行人与昇兴集团之间保持了长达十余年的稳定合作关系，昇兴集团已成为发行人的主要客户之一。因此发行人向昇兴集团销售涂料产品具有必要性。

（3）发行人向昇兴集团销售涂料产品价格的公允性分析

报告期内，发行人向关联方昇兴昆明、昇兴北京、昇兴山东及昇兴安徽销售的情况如下：

单位：万元

关联方	关联销售内容	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	占同类交易的比例	金额	占同类交易的比例	金额	占同类交易的比例
昇兴昆明	涂料	4.82	0.02%	43.05	0.15%	27.20	0.10%
昇兴北京	涂料	116.33	0.37%	144.67	0.50%	260.02	0.99%
昇兴山东	涂料	553.98	1.75%	922.08	3.18%	555.02	2.11%
昇兴安徽	涂料	685.02	2.16%	-	-	-	-
合计（A）		1,360.15	4.29%	1,109.80	3.82%	842.24	3.20%
昇兴集团（B）		2,934.51	9.26%	3,474.10	11.97%	1,732.28	6.59%
占比（=A/B）		46.35%	-	31.95%	-	48.62%	-

注：昇兴安徽自 2020 年 8 月起因持有发行人 5%以上股份的股东郑丽珍的姐夫林建伶担任其三片罐总经理而成为发行人关联方，发行人与昇兴安徽之间自 2020 年 8 月起的交易认定为关联交易。

如上表所示，发行人向报告期内存在关联关系的四家昇兴集团子公司销售涂料的金额占发行人对昇兴集团的整体销售额的比例分别为 48.62%、31.95%及 46.35%，由此可见，昇兴北京、昇兴山东及昇兴安徽是昇兴集团的重要子公司之一。

报告期内，发行人与昇兴集团签署《采购合同》，向昇兴集团及其下属子公司和分公司销售内涂、稀释剂等涂料产品，昇兴集团与公司定期签订供方报价单，昇兴集团下属子公司及分公司向发行人采购涂料的价格均按照报价单上价格执行，不存在关联方昇兴昆明、昇兴北京、昇兴山东及昇兴安徽与发行人独自签署采购合同或单独报价情形。因此，下述关于发行人向昇兴集团销售产品的公允性分析结论也适用于发行人向关联方昇兴昆明、昇兴北京、昇兴山东及昇兴安徽销售产品的公允性分析结论。

报告期内，由于发行人向昇兴集团销售涂料产品型号较为分散，为便于比较，选取各期收入占比累计近 80%或以上的主要产品进行价格比较，如下表所示：

单位：万元

产品名称	产品型号	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
三片罐内涂金油	MC6935-307	706.39	24.07%	1,048.39	30.18%	768.99	44.39%
三片罐外涂外边缝涂料	MC6875-801	261.31	8.90%	456.65	13.14%	347.44	20.06%
三片罐内涂粉末涂料	BPC66EF-3	238.38	8.12%	474.12	13.65%	305.39	17.63%
三片罐内涂有机溶胶	MC6390-801	485.20	16.53%	424.31	12.21%	-	-

产品名称	产品型号	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
三片罐内涂全喷涂料	MC6088-803	406.96	13.87%	393.96	11.34%	39.63	2.29%
三片罐内涂金油	MC6266-801	264.56	9.02%	225.40	6.49%	-	-
两片罐外涂罩光油	BPC6632-801	210.82	7.18%	108.18	3.11%	21.69	1.25%
主要产品收入合计		2,573.61	87.70%	3,131.00	90.12%	1,483.15	85.62%
昇兴集团销售收入		2,934.51	100.00%	3,474.10	100.00%	1,732.28	100.00%

总体而言，公司向不同客户销售同类产品的价格会存在一定差异，主要是由以下两方面原因造成的：

一方面，公司向不同客户销售的产品属于非标准化产品，由于涂料所应用的内容物特点、罐型特点和生产设备、环境条件存在差异，往往需要根据不同客户的具体情况对涂料配方进行定制化开发。比如：1）不同内容物对金属罐涂料的抗化学性要求不一样，酸性较强的功能性饮料对涂料的抗酸性要求更高，而凉茶、植物蛋白饮料、八宝粥等产品属于中性饮料，对抗化学性无特殊要求；2）采用三缩颈工艺的饮料罐对外边缝涂料的抗擦伤性要求更高；3）不同客户的生产设备存在差异，也会对涂料提出差异化的要求，如超高速生产线由于加工速度较快，对补涂的抗擦伤性要求更高；4）气候、温湿度等环境条件的差异则会导致同一涂料产品在不同地区工厂的使用效果迥异，如潮湿环境容易导致涂料吸潮，因此需要在涂料配方中添加适量的防潮助剂；高温环境容易导致涂料软化，因此需要调整涂料配方提高涂料的硬度和抗擦伤性。因此，公司往往需要针对客户要求对涂料配方进行一定调整以发挥涂料的最佳使用效果。在上述情况下，公司向不同客户销售的产品价格会存在一定的合理差异；

另一方面，在定价方面，公司作为食品饮料金属包装涂料领域国产化替代的后进入者，在产品定价时主要采取“跟随定价”策略，即参考不同客户的同类产品竞争厂商的价格进行定价，制定与同类产品竞争厂商相近甚至略低的价格，以保持公司产品在下游客户处的价格竞争力。由于不同客户处的价格竞争程度存在差异，在这种定价策略下公司对不同客户的定价可能呈现一定差异。但对同一客户而言，公司产品价格往往与该客户的其他供应商价格相近，符合市场化定价原则。

在上述背景下，对发行人向昇兴集团销售主要产品的公允性分析如下：

①三片罐内涂金油（MC6935-307）

经比对，公司向昇兴集团销售上述产品的价格与向宝钢包装、嘉美包装销售同类产品的价格差异率低于 $\pm 10\%$ ，销售定价公允。

2018-2019 年，公司向昇兴集团销售该产品的价格略高于向宝钢包装、嘉美包装销售的价格，主要是公司向不同客户销售的产品并非是完全一致的标准化产品，公司向不同客户的定价往往参考向该客户供应同类产品的其他供应商价格水平进行差异化定价，对不同客户的定价会呈现一定的合理差异。根据上述客户提供的涂料采购价格统计表，2018-2019 年昇兴集团的同类产品竞争厂商价格水平较高，导致公司参考竞争厂商价格水平对昇兴集团制定的销售价格也略高于对宝钢包装、嘉美包装的销售价格，具有合理性。2020 年，公司向昇兴集团销售该产品的价格与向宝钢包装、嘉美包装销售的价格差异率低于 $\pm 1\%$ ，不存在显著差异。

②三片罐外涂外边缝涂料（MC6875-801）

经比对，报告期内，公司向昇兴集团销售上述产品的价格处于公司向不同客户销售价格的中游水平。公司向昇兴集团销售上述产品的价格与向其他客户销售同类产品的价格差异率低于 $\pm 10\%$ ，销售定价公允。

③三片罐内涂粉末涂料（BPC66EF-3）

经比对，报告期内，公司向昇兴集团销售粉末涂料的价格与向娃哈哈、嘉美包装、三棵树集团销售同类产品的价格差异率低于或接近 $\pm 10\%$ ，不存在重大差异。2018 年，昇兴集团粉末涂料单价较三棵树集团高，主要是此前公司跟随在昇兴集团处的其他竞争厂商价格制定的粉末涂料售价较高，后续由于定价更低的新供应商的进入，为提升价格竞争力，公司于 2018 年中旬下调了对昇兴集团的产品售价，因而 2018 年全年均价略高于 2019 年、2020 年。

根据昇兴集团提供的不同供应商涂料采购价格表，公司向昇兴集团供应粉末涂料的价格采取跟随定价策略，参考其他供应商的价格进行产品定价，2015 年产品价格处于其他供应商价格区间的中游水平。2016 年起，由于昇兴集团引入新的粉末涂料供应商，拉低了产品售价，2017 年公司供应份额随之下滑明显。在此背景下，公司考虑到产品仍有一定的利润空间，为提高产品在昇兴集团处的价格竞争力，在 2018 年新议价周期里参考竞争厂商定价水平对粉末涂料价格进行了下调。此番价格调整后，公司粉末涂料的产品竞争力得到提升，2018 年起供应份额显著回升。2018 年、2019 年及 2020 年，公司向昇兴集团销售粉末涂料的价格与供应同类产品的其他供应商价格相比不存在显著差异，销售定价公允。

④三片罐内涂有机溶胶（MC6390-801）

经比对，公司向昇兴集团销售上述产品的价格与向奥瑞金、宝钢包装、华源控股、中粮包装销售同类产品的价格差异率低于 $\pm 5\%$ ，销售定价公允。

⑤三片罐内涂全喷涂料（MC6088-803）

经比对，公司向昇兴集团销售上述产品的价格与向奥瑞金、中粮包装销售同类产品的价格差异率低于 $\pm 10\%$ ，销售定价公允。

报告期内，公司向昇兴集团销售该产品的价格总体上低于向奥瑞金、中粮包装销售的价格，主要是公司向不同客户销售的产品并非是完全一致的标准化产品，公司向不同客户的定价往往参考向该客户供应同类产品的其他供应商价格水平进行差异化定价，对不同客户的定价会呈现一定的合理差异。根据昇兴集团提供的涂料采购价格统计表，2019 年公司向昇兴集团销售该产品的单价较接近于上述竞争厂商价格区间的价格下限，从而使得公司产品在客户处保持了较高的竞争力，供应份额达到约 85%。

⑥三片罐内涂金油（MC6266-801）

经比对，报告期内，公司向昇兴集团销售上述产品的价格处于公司向不同客户销售价格的中游水平。公司向昇兴集团销售上述产品的价格与向宝钢包装、奥瑞金、华源控股、中粮包装销售同类产品的价格差异率低于 $\pm 10\%$ ，销售定价公允。

⑦两片罐外涂罩光油（BPC6632-801）

经比对，公司向昇兴集团销售上述产品的价格与向中粮包装、宝钢包装、太平洋制罐销售同类产品的价格差异率低于 $\pm 5\%$ ，销售定价公允。

2018-2019 年，公司向昇兴集团销售该产品的价格略低于宝钢包装和中粮包装，与向太平洋制罐销售的价格较为接近，主要是公司向不同客户销售的产品并非是完全一致的标准化产品，公司向不同客户的定价往往参考向该客户供应同类产品的其他供应商价格水平进行差异化定价，对不同客户的定价会呈现一定的合理差异。根据昇兴集团提供的涂料采购价格统计表，2018-2019 年同期向昇兴集团供应同类产品的其他供应商单价较低，公司参考竞争厂商水平制定的价格，处于上述竞争厂商价格区间的中游水平以保持一定的价格竞争力，具有合理性。2020 年，公司向昇兴集团销售该产品的价格处于公司向其他客户销售同类产品价格的中间水平。

综上所述，公司向昇兴集团销售产品的定价公允，不存在损害公司及其他股东利益的情况。同时，昇兴集团亦出具确认函，确认“本公司及本公司下属子公司与扬瑞新材之间签署的合同相对于同类产品当时市场价格而言公允，不存在直接或间接的利润输送或资金转移现象。扬瑞新材不存在通过其他方式向本公司及本公司下属子公司补偿利益（例如通过其股东、其他关联单位或个人向本公司、本公司股东、本公司董事、监事、高级管理人员和关键经办人员补偿利益），从而要求本公司及本公司下属子公司提供更优惠合同条款的情况。本公司及本公司下属子公司不存在关联方为扬瑞新材支付成本、费用或采用不公允的交易价格向扬瑞新材提供经济资源的情形。”

（二）披露关联方资金拆入、拆出履行审议程序的具体情况，是否合法合规，公司规范关联方资金拆借的相关规章制度是否有效运行；

首次申报报告期初，发行人存在关联方资金占用的情况，主要系期初发行人存在对山东博瑞特拆出的资金余额，于 2017 年进行了归还。具体如下：

单位：万元

期间	关联方	拆借方向	期初余额	本期拆借	本期还款	期末余额
2017 年	山东博瑞特	拆出	139.63	-	139.63	-

该笔资金占用形成的原因是 2014 年 3 月发行人代山东博瑞特偿还了其于嘉美包装子公司的剩余欠款，而山东博瑞特未及时向公司结清所致。山东博瑞特已于 2017 年 11 月向发行人偿还该笔借款，拆借时长约为 44 个月，并于 2018 年向发行人支付了利息 20.83 万元。

上述关联方资金拆出发生于发行人股改前的 2014 年，发行人已履行当时必要的内部审批程序，符合当时有效的公司规章制度，不存在违法违规情形。2017 年关联方归还相关欠款实际上已纠正了上述不规范情形，同时，2017 年第一届董事会第四次会议、第二次临时股东大会分别审议通过了《关于确认公司报告期内关联交易的议案》，事后确认该等资金占用不存在明显损害公司及公司股东利益的情形。独立董事对上述发行人与关联方之间资金占用情况发表了明确的意见，认为关联方资金占用的金额较小，不存在明显损害发行人及股东利益的情形。发行人于 2018 年 3 月 28 日召开了第一届董事会第五次会议，独立董事认为，截至 2017 年 12 月 31 日，公司与关联方之间的非经营性资金往来已全部清理，不存在关联

方占用公司资金的情况。

前述关联方占用资金情形发生于报告期以前，发行人已于 2017 年末之前清理完毕，关联方已就该等资金占用支付了资金占用利息。

发行人已建立有效的资金管理制度，制定并完善了《关联交易管理制度》、《防范控股股东及关联方资金占用管理制度》以防范资金占用。报告期内，公司制定的上述规范关联方资金拆借的相关规章制度运行有效，未发生向关联方拆借资金的情况。截至本问询函签署日，不存在关联方占用公司资金的情况。

（三）披露关联方被吊销营业执照的背景、原因，是否涉及违法违规情形

（1）公司独立董事蔡苏文关联企业被吊销的情况

①山东潍坊凯远进出口公司

公司独立董事蔡苏文的姐夫贾山担任山东潍坊凯远进出口公司经理。

山东潍坊凯远进出口公司设立于 1994 年 6 月 28 日，注册资本 568 万元，法定代表人为贾山，注册地址为潍坊市奎文区民生东街 88 号。主营业务为房地产开发经营（二级）；国内商业（国家专营、专卖、专控的除外）；组织出口货源；自营和代理除国家组织统一联合经营的出口商品和国家实行核定公司经营的进口商品以外的其它商品及技术的进出口业务；经营进料加工和“三来一补”；经营对销贸易和转口贸易。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。

该公司因长期未开展生产经营而未按照法律规定办理企业年检而被吊销营业执照，不涉及其他违法违规被吊销营业执照的情形。

②山东省通用成套技术有限公司

公司独立董事蔡苏文姐夫贾山担任山东省通用成套技术有限公司董事长。

山东省通用成套技术有限公司设立于 2001 年 3 月 2 日，注册资本 100 万元，法定代表人为贾山，注册地址为青岛市市南区香港中路 20 号。主营业务为成套设备技术开发、咨询、服务、机电产品、五金管件、建筑材料、化工产品（不含化学危险品）、机械设备、仪器仪表、家用电器、纺织品、服装、工艺抽纱品的销售。（以上范围需经许可经营的，须凭许可证经营）。

该公司因长期未开展生产经营而未按照法律规定办理企业年检被吊销营业执照，不涉及其他违法违规被吊销营业执照的情形。

③青岛化工学院化工设备设计研究所

公司独立董事蔡苏文丈夫姜晖琮担任青岛化工学院化工设备设计研究所所长。

青岛化工学院化工设备设计研究所设立于 1993 年 7 月 19 日，注册资本 4.2 万元，法定代表人为姜晖琮，注册地址为青岛市四方区郑州路 53 号。主营业务为化工工程设计（丁级），压力容器设计及技术服务；销售：机电产品、机械零部件、金属材料（不含贵金属）、压力容器零部件、日用百货、办公用品；计算机软件开发、计算机硬件销售，网络工程。

青岛化工学院化工设备设计研究所因学校内部调整取消，因此并入机电工程学院，不涉及其他违法违规被吊销营业执照的情形。

（2）公司监事会主席钱玉虎关联企业被吊销的情况

①临沂扬瑞经贸有限公司

公司监事会主席钱玉虎担任临沂扬瑞经贸有限公司执行董事兼总经理。

临沂扬瑞经贸有限公司设立于 2003 年 11 月 7 日，注册资本 50 万元，法定代表人为钱玉虎，注册地址为临沂市高新区双月湖路 153 号。主营业务为销售：金属材料（不含贵稀金属）、化工产品（不含易燃易爆品）、五金电器（以上需经许可经营的，须凭许可证经营）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。

该公司因长期未开展生产经营而未按照法律规定办理企业年检被吊销营业执照，不涉及其他违法违规被吊销营业执照的情形。

②扬州恒瑞贸易有限公司

公司监事会主席钱玉虎持有扬州恒瑞贸易有限公司 56.7%的股权，并担任该公司执行董事兼总经理。

扬州恒瑞贸易有限公司设立于 1996 年 2 月 14 日，注册资本 110 万元，法定代表人为钱玉虎，注册地址为江都市江都镇双迎北路 4 号。主营业务为建材、发电机、电动机、电焊机、电线、电缆、五金电器、水暖器材、金属材料（不含贵稀金属）、化工产品（不含易燃易爆品）批发，改性聚乙烯 PE、聚丙烯 PP 加工#。

该公司因长期未开展生产经营而未按照法律规定办理企业年检而被吊销营业执照，不涉及其他违法违规被吊销营业执照的情形。

（3）公司独立董事姜峰的关联企业被吊销的情况

发行人独立董事姜峰的妻子任立清担任苏州市邦伟塑胶有限公司总经理。

苏州市邦伟塑胶有限公司设立于 2001 年 2 月 23 日，注册资本 50 万元，法定

代表人为倪建伟，注册地址为苏州市吴中区木渎镇金山路 47 号。主营业务为许可经营项目：无 一般经营项目：生产、销售：塑胶电器配件、五金冲压件、模具；喷涂；自营和代理各类商品及技术的进出口业务。

该公司因长期未开展生产经营而未按照法律规定办理企业年检被吊销营业执照，不涉及其他违法违规被吊销营业执照的情形。

综上，公司被吊销的关联方不存在因重大违法违规被吊销营业执照的情形，该等关联企业吊销事宜不存在《公司法》及其他相关法律法规规定之影响其董事、监事和高级管理人员任职资格的情形。

（四）说明是否存在应披露而未披露的关联方或关联交易；

报告期内，发行人已经按照《企业会计准则》、《上市公司信息披露管理办法》和证券交易所颁布的相关业务规则确定了关联方认定范围，并在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“八、关联方与关联关系”、“九、关联交易”中完整披露列示关联方和关联交易，报告期内发行人不存在应披露而未披露的关联方或关联交易。

（五）申报会计师核查意见

1、核查程序

针对上述事项，申报会计师履行了以下主要核查程序：

（1）对昇兴集团进行实地访谈并取得其出具的确认函，查阅昇兴集团公开披露的定期报告等文件，对郑丽珍、林建伶进行访谈并取得郑丽珍填写的关联自然人调查表，了解郑丽珍入股发行人的资金来源，确认郑丽珍、陈彬、林建伶与昇兴集团及其子公司的关联关系；

（2）取得发行人与昇兴集团签署的销售合同、销售明细表，抽取订单、出库单、发货单、客户对账单、发票、付款凭证等原始凭证，了解发行人与昇兴集团的交易内容，计算并比较向昇兴集团与其他客户销售同类产品的价格是否存在差异，针对存在差异的个别产品，向销售总监了解原因及合理性；查询昇兴集团出具的涂料采购价格表，分析公司价格与同类产品其他供应商价格是否存在差异；

（3）查阅发行人审议关联方资金拆借的“三会”资料、公司章程、与规范关联方资金拆借相关的规章制度并核查报告期内是否得到有效运行；

（4）查阅被吊销营业执照的关联方工商登记信息，查询国家企业信用信息公示系统（<http://www.gsxt.gov.cn/index.html>）、信用中国（<https://www.creditchina.gov.cn/>）及相关政府主管部门网站；

（5）对持股 5%以上的股东、董事、监事、高级管理人员进行访谈，查阅上述人员/单位填写的关联自然人调查表、股东调查表，并查询国家企业信用信息公示系统、天眼查等第三方网站加以印证，查阅发行人销售明细表、采购明细表、银行流水等财务资料，核查是否存在应披露而未披露的关联方或关联交易。

2、核查意见

经核查，申报会计师认为：

（1）除招股说明书已披露的郑丽珍近亲属在昇兴集团下属子公司的任职情况外，郑丽珍、陈彬、林建伶与昇兴集团之间不存在关联关系或其他利益安排；报告期内发行人向昇兴集团销售涂料产品具有必要性，销售价格具有公允性；郑丽珍持有发行人股权的出资来源为其自有资金，不存在任何股权代持或其他特殊利益安排；

（2）报告期内发行人未再新增发生关联方资金拆借，发行人规范关联方资金拆借的相关规章制度运行有效；

（3）报告期内被吊销的关联方不存在因重大违法违规而被吊销营业执照的情形；

（4）报告期内发行人不存在应披露而未披露的关联方或关联交易。

问题 8：关于主营业务收入

申报材料显示，报告期内，三片罐涂料是公司最主要的收入来源，各期三片罐涂料收入分别为 23,958.70 万元、23,476.76 万元和 24,124.29 万元，占主营业务收入的比重分别为 90.46%、84.87%和 77.66%。

请发行人：

（1）结合招股说明书中发行人两片罐产品表述及相关技术应用、产品定位情况，披露发行人报告期内二片罐涂料产品收入占比较低，报告期内无二片罐内涂涂料收入的原因；

（2）结合客户开拓情况、下游客户工艺变化情况、产能情况等，披露报告期发行人易拉盖涂料收入快速增长，三片罐涂料中内涂金油销售收入占比下滑，有机溶胶销售收入占比上升的原因及合理性；

（3）结合发行人主要销售模式、产品是否存在定制化特点，披露报告期发行人存在少量经销收入的原因及合理性；

（4）结合招股说明书中“公司产品价格变化均主要系产品销售结构变化”表述，补充披露排除结构性因素影响后，报告期产品价格是否存在较大波动，是否存在个别产品价格大幅下滑的情形，进一步披露发行人主要产品的价格形成与波动机制；

（5）披露报告期各期按季度细分的库存托管模式下收入金额及占比情况，说明库存托管模式是否存在跨期确认收入的情形；

（6）披露报告期发行人进口替代产品涉及的产品大类、报告期各期进口替代类产品收入金额及占比情况，说明招股说明书中“中国食品饮料金属包装涂料存量市场的进口替代将促进公司各类产品市场占有率的不断提升”相关表述是否客观、准确；

（7）披露报告期各期退换货金额，占当期营业收入比例，是否存在因质量纠纷导致退换货的情形；

（8）结合发行人部分销售合同中的质保期限、验收后不合格品的处理条款，分析并披露发行人直售模式下以签收为收入确认时点，库存托管模式下定期根据客户使用数量进行结算并确认收入是否符合《企业会计准则》的规定。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【发行人回复】

（一）结合招股说明书中发行人两片罐产品表述及相关技术应用、产品定位情况，披露发行人报告期内二片罐涂料产品收入占比较低，报告期内无二片罐内涂涂料收入的原因；

截至本问询函签署日，公司已经完成水性二片罐内全喷技术和水性二片罐外壁用罩光油技术的研发，拥有丰富的二片罐涂料技术储备，并于 2016 年面向市场推出了二片罐外涂产品。具体情况如下：

①二片罐外涂涂料

公司于 2016 年完成了二片罐外涂罩光油的实验室研发，面向市场推出普通水性罩光油和耐高温水性罩光油两大类产品，并进入下游客户认证阶段。

食品级涂料的新产品认证需要经历包括第三方机构检测、罐厂试车认证、终端客户包装测试等若干步骤，在初步认证通过后还要经历下游罐厂小批量使用、大批量使用测试之后才能进入稳定供货期，产品认证周期较为漫长。此外，作为一种非标准化产品，涂料产品研发过程并不是一蹴而就的，实验室研发完成仅仅是第一步，产品进入批量应用之前必须在客户认证过程中不断结合客户反馈意见进行研发改进，根据不同客户的作业环境、内容物特点以及生产反馈对产品的配方参数作出调整，产品认证和定型过程往往长达 1~2 年。

报告期内，二片罐外涂产品收入分别为 827.32 万元、1,018.92 万元和 1,517.95 万元，占主营业务收入的比重分别为 2.99%、3.28%和 4.27%，占比不高，主要是报告期内产品尚处于陆续的客户认证阶段，部分客户尚未进入规模化应用阶段，订单潜力尚未充分释放。

截至本问询函签署日，公司二片罐外涂罩光油已完成奥瑞金、宝钢包装、昇兴集团、中粮包装等下游客户及加多宝、王老吉、雪花啤酒、青岛啤酒、可口可乐等终端客户的双重认证。未来随着主要下游客户进入稳定供货期，订单潜力得到释放，公司二片罐外涂产品销售将有望实现快速增长。

②二片罐内涂涂料

公司于 2019 年完成二片罐内涂全喷涂料的实验室研发，但相关产品仍需经过下游客户认证后才能实现商业化销售，近期已通过了终端啤酒厂商青岛啤酒的认证，未来将逐步形成销售。同时，公司产品通过青岛啤酒的终端认证，将会在下

游行业形成良好的带动作用，有利于加速其他啤酒厂商对于公司产品的认证过程。

随着公司陆续完成二片罐内涂产品的客户认证工作，并发挥募投项目常州工厂的先进设备优势，二片罐内涂产品预计将成为公司新的业务增长点。

（二）结合客户开拓情况、下游客户工艺变化情况、产能情况等，披露报告期发行人易拉盖涂料收入快速增长，三片罐涂料中内涂金油销售收入占比下滑，有机溶胶销售收入占比上升的原因及合理性；

①报告期内易拉盖涂料收入快速增长的原因及合理性

报告期内，公司易拉盖涂料收入金额分别为 1,991.88 万元、3,875.66 万元和 5,903.91 万元，占公司主营业务收入的比例分别为 7.20%、12.48%和 16.62%，销售收入占比逐年增加。易拉盖涂料为公司近年来面向市场推出的新产品，报告期内在市场开拓的过程中，下游主要客户华通新材、宏发铝业、三元铝材、江门百得利包装有限公司、广东佰朋实业有限公司对公司新产品的技术实力、产品质量和售后服务认可度不断提高，订单量不断增加，因此易拉盖涂料的销售收入占比逐期增加。

②三片罐涂料中内涂金油销售收入占比下滑，有机溶胶销售收入占比上升的原因及合理性

报告期内，三片罐涂料中内涂金油和有机溶胶的销售收入及占主营业务收入的占比情况如下：

单位：万元

产品名称	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
金油	7,039.00	19.82%	6,266.99	20.17%	8,574.54	31.00%
有机溶胶	5,752.76	16.20%	5,581.67	17.97%	2,617.23	9.46%
合计	12,791.75	36.01%	11,848.66	38.14%	11,191.77	40.46%

如上表数据，三片罐涂料中内涂金油的销售收入占比分别为 31.00%、20.17%和 19.82%，占比逐期下降，有机溶胶的销售收入占比分别为 9.46%、17.97%和 16.20%，2019 年较 2018 年占比上升较多，2020 年占比有所下降。2018 年和 2019 年，两者合计收入为 11,191.77 万元、11,848.66 万元，基本变化不大。2020 年，由于公司二片罐涂料、易拉盖涂料等产品销售收入的增加，三片罐内涂金油和有机溶胶的收入占比均有所下降，但两者收入均有所增加，合计收入为 12,791.75 万

元，较 2019 年增长了 7.96%。

2019 年较 2018 年，金油销售收入占比下滑，有机溶胶销售收入占比上升，主要原因如下：2017 年 4 月实施的新国标《食品安全国家标准——食品接触材料及制品用添加剂使用标准》（GB 9685-2016）和《食品安全国家标准——食品接触用涂料及涂层》（GB 4806.10-2016）中，有机溶胶（MC6390-801）所使用的主要原料聚氯乙烯并未进入白名单，公司推出以环氧酚醛为主要原料的金油产品（MC6079-801）供客户替代使用。上述两种产品虽然在涂料成分上存在差异，但对客户来说都是用于三片罐内涂第二层的涂布，产品用途一致。2018 年 3 月，通过国家卫生计生委食品安全性评估审查后，聚氯乙烯进入白名单，公司有机溶胶产品恢复生产，因此，2018 年 4 月起有机溶胶的销售呈恢复性增长。上述情况导致 2019 年三片罐内涂金油销售收入占比下滑，而有机溶胶销售收入占比上升，但两者合计收入基本稳定，两类产品收入的反向变动具有合理性。

（三）结合发行人主要销售模式、产品是否存在定制化特点，披露报告期发行人存在少量经销收入的原因及合理性；

公司的食品饮料金属包装涂料产品存在定制化的特点，需根据不同客户的作业环境、内容物特点、生产反馈等因素进行产品开发。因此，直接面向最终使用客户进行销售是公司的主要销售模式。报告期各期，公司直销收入占主营业务收入的比例分别为 98.13%、97.47%和 95.74%。

与此同时，公司也存在少量经销收入。报告期各期，公司经销收入占主营业务收入的比例分别为 1.87%、2.53%和 4.26%，占比较低。

公司经销产品主要为水性密封胶、油墨，2020 年这两类产品经销收入占到经销收入的 75%以上。其中，水性密封胶产品通用性较高，主要用于各类金属包装的罐盖密封；油墨则为公司近年来重点推广的新产品之一，下游应用除了传统的金属罐之外，还包括烟酒包装、日化品包装等诸多应用领域，后者与公司多年耕耘的食品级涂料下游客户范围存在较大差异，在新进入领域公司掌握的客户资源有限，而下游经销商拥有丰富的客户资源，能帮助公司在油墨产品推广初期迅速打开销售局面，因此，报告期内公司油墨产品主要通过经销模式进行销售。

除此之外，公司还向少数位于华南地区的经销商销售金油、透明涂料等产品，向经销商销售的该等产品往往为公司基础产品版本，最终使用客户往往是规模较

小、对涂料要求不高的杂罐厂商。

相对于规模较大的主流食品饮料罐厂而言，前述杂罐厂商较为分散，销售回款也存在不确定性，对这些零散客户进行甄别遴选和资信状况调查的成本较高，公司通过经销商进行销售可以节省销售资源并控制回款风险。

综上所述，公司报告期内存在少量经销收入具有合理性和必要性。

（四）结合招股说明书中“公司产品价格变化均主要系产品销售结构变化”表述，补充披露排除结构性因素影响后，报告期产品价格是否存在较大波动，是否存在个别产品价格大幅下滑的情形，进一步披露发行人主要产品的价格形成与波动机制；

报告期内，公司主要产品的价格变化如下表所示：

单位：元/公斤

类别	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	销售均价	增长率	销售均价	增长率	销售均价
三片罐涂料	26.90	-3.48%	27.87	-2.31%	28.53
二片罐涂料	13.63	-23.98%	17.93	6.03%	16.91
易拉盖涂料	21.28	1.82%	20.90	2.40%	20.41
其他	19.78	7.38%	18.42	7.47%	17.14

公司在产品定价时主要采取“跟随定价”策略,参考不同客户的同类产品竞争厂商的价格进行定价，制定与同类产品竞争厂商相近甚至略低的价格，以保持公司产品在下游客户处的价格竞争力。由于食品饮料金属包装涂料行业的竞争格局较为有序，包括外资厂商在内的涂料供应商一般不会主动降价损害其自身利益，因此公司主要产品的价格较为稳定。如上表所示，报告期内，各产品销售均价的波动主要系产品销售结构变化所致。具体分析如下：

①三片罐涂料

报告期内，公司三片罐涂料产品的销售均价波动较小，各期变动幅度低于 $\pm 5\%$ 。

②二片罐涂料

报告期内，公司二片罐内涂产品尚未实现商业化销售，已实现商业化销售的二片罐外涂产品主要包括两类——普通罩光油和耐高温罩光油，其中耐高温罩光油涂层经涂布烘烤后，漆膜外观饱满富有光泽，具有优异的耐高温蒸煮特点，适用于王老吉、加多宝等凉茶品牌终端客户，以满足金属罐在灌装饮料后需进行高

温蒸煮的工艺要求，其产品售价远高于普通罩光油。

报告期内，公司二片罐涂料产品的销售均价呈现较大波动，主要是细分产品的销售结构变化所致。报告期内，二片罐涂料按细分产品列示的销售收入占比、销售均价情况如下：

单位：元/公斤

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	销售占比	销售均价	销售占比	销售均价	销售占比	销售均价
普通罩光油	75.84%	12.10	36.74%	12.14	38.77%	11.56
耐高温罩光油	24.16%	22.61	63.26%	24.79	61.23%	23.92
合计	100.00%	13.63	100.00%	17.93	100.00%	16.91

如上表所示，2019 年，公司二片罐涂料销售均价较 2018 年有所上升，主要系单价较高的耐高温罩光油产品销售占比上升了 2.03 个百分点，同时两类细分品种的销售均价略有上升，综合导致二片罐涂料销售均价上升了 6.03%。

2020 年，公司二片罐涂料销售均价较 2019 年下降较多，主要系部分客户的普通罩光油产品的认证期结束，进入批量供货期，导致普通罩光油的销售收入占二片罐涂料收入的比例大幅增加，销售占比较 2019 年提升了 39.10 个百分点；耐高温罩光油主要应用于王老吉、加多宝凉茶罐，由于受到 2020 年初爆发的新型冠状病毒肺炎疫情的影响，王老吉、加多宝等凉茶品牌的销量下降，导致下游客户对耐高温罩光油的采购需求也相对下降，单价较高的耐高温罩光油的销售收入占比较 2019 年下降较多；同时，受部分客户售价下调的影响，公司耐高温罩光油 2020 年销售均价下降了 8.79%，综合导致二片罐涂料销售均价较 2019 年下降了 23.98%。

从上表可见，在剔除结构性因素影响之后，除 2020 年耐高温罩光油销售价小幅下降之外，报告期内公司二片罐涂料细分产品中，无论是普通罩光油还是耐高温罩光油，不存在价格大幅下降的情形。

③易拉盖涂料

报告期内，公司易拉盖涂料的销售均价波动较小，各期变动幅度低于±5%。

④其他产品

报告期内，公司其他产品包括稀释剂、油墨、3C 涂料等若干类别产品，产品用途、应用领域乃至价格水平均存在较大的差异，其中油墨产品的价格远远高于

稀释剂、3C 涂料等产品的价格水平，因而细分产品销售结构的变动会导致其他产品整体均价呈现一定波动。

报告期内，其他产品按细分品种列示的销售收入占比、销售均价情况如下：

单位：元/公斤

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	销售占比	销售均价	销售占比	销售均价	销售占比	销售均价
稀释剂	30.93%	13.21	45.01%	13.12	64.37%	13.29
油墨	31.57%	64.21	28.58%	67.03	25.05%	76.65
3C 涂料	22.17%	18.09	11.42%	21.33	-	-
其他	15.33%	15.38	14.99%	14.47	10.58%	15.96
合计	100.00%	19.78	100.00%	18.42	100.00%	17.14

如上表所示，报告期内，销售均价较高的油墨产品销售占比逐期增加，从 2018 年的 25.05%逐步上升至 2020 年的 31.57%，由于油墨产品价格水平远远高于稀释剂、3C 涂料等产品的价格水平，油墨销售收入的快速增长带动其他产品的整体销售均价上升。

从上表可见，在剔除结构性因素影响之后，报告期内公司其他产品中稀释剂的价格水平较为平稳，而油墨产品、3C 涂料则呈现一定的价格下降趋势。其中，油墨产品属于公司近年来推广的新产品之一，前期产品批量较小，定价较高，随着工艺渐趋稳定，成本得到一定优化，为进一步拓展油墨产品市场，公司采取了一定的降价行为，进而导致油墨产品销售均价呈下降趋势；3C 涂料销售均价下降则是受到部分产品型号降价，以及低价产品型号销售占比提高的共同影响。

总体而言，在剔除结构性因素影响之后，除油墨、3C 涂料产品存在价格下降情形之外，公司主要产品并不存在价格大幅波动的情形。

（五）报告期各期按季度细分的库存托管模式下收入金额及占比情况，说明库存托管模式是否存在跨期确认收入的情形

报告期内，公司主营业务收入按季度分类的具体情况如下：

单位：万元

季度	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
第一季度	5,200.03	14.64%	7,799.18	25.11%	5,963.41	21.56%

季度	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
第二季度	8,371.18	23.57%	6,987.65	22.49%	6,737.80	24.36%
第三季度	10,382.77	29.23%	7,107.05	22.88%	7,193.67	26.01%
第四季度	11,564.22	32.56%	9,169.48	29.52%	7,767.24	28.08%
合计	35,518.20	100.00%	31,063.37	100.00%	27,662.12	100.00%

公司产品销售不存在明显的季节性的特征，产品销售主要受终端食品饮料厂商最终销售情况和下游金属包装厂商生产排期计划影响。通常来说，受国庆节和次年一季度春节期间消费需求旺盛影响，食品饮料金属包装行业生产在下半年较多，因此公司在下半年涂料产品销售略多于上半年。2020 年上半年受新冠肺炎疫情爆发的影响，销售收入降低，2020 年下半年发行人销售收入增长迅速，主要系发行人公司易拉盖涂料、3C 涂料等业务快速增长，二片罐涂料的订单潜力得到释放，同时随着 2020 年下半年常州工厂（一期）的正式投产，公司的涂料生产能力大幅提升，也推动了产销量的增长。

①报告期各期按季度细分的库存托管模式下的收入金额及占比情况

报告期内，公司按季度细分的库存托管模式下的销售收入金额及占比如下：

单位：万元

季度	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
第一季度	3,118.40	14.30%	5,520.72	26.10%	4,409.87	21.62%
第二季度	5,255.01	24.09%	5,008.73	23.68%	5,259.17	25.78%
第三季度	6,189.67	28.38%	4,478.50	21.17%	5,422.54	26.58%
第四季度	7,247.38	33.23%	6,143.56	29.05%	5,305.59	26.01%
合计	21,810.47	100.00%	21,151.51	100.00%	20,397.17	100.00%

公司针对长期合作的主要客户提供库存托管模式销售，以适应下游行业供应链协作趋势，满足主要客户的零库存精益管理目标。在该模式下公司以客户领用结算确认时间作为收入确认时点，不存在通过库存托管模式操控收入确认时点的情形。

总体而言，公司库存托管模式下 2018 年第四季度、2019 年第四季度和 2020 年第四季度销售收入占当期库存托管模式销售收入的比例分别为 26.01%、29.05% 和 33.23%，与公司整体销售收入（含普通订单模式和库存托管模式）相应季度的收

入占比 28.08%、29.52%和 32.56%相近，公司不存在通过库存托管模式提前确认收入的情形。

具体而言，公司 2019 年第四季度、2020 年第四季度库存托管客户的销售占比略高于当期其他季度销售占比的原因分析如下：

A、2019 年第四季度

公司库存托管模式下 2019 年第四季度收入占比略高，主要原因系嘉美包装、昇兴集团、福贞集团的包装主要用于植物蛋白型饮料罐，受 2020 年春节时间较早的影响，嘉美包装、昇兴集团、福贞集团于 2019 年第四季度向公司采购涂料提前备货。因此，公司库存托管模式下 2019 年第四季度收入占比略高具有合理性，不存在向下游客户期末集中销售、跨期确认收入的情形。

B、2020 年第四季度

公司库存托管模式下 2020 年第四季度收入占比略高，一方面是 2020 年上半年受新冠肺炎疫情爆发的影响，公司上半年销售收入规模同比下降，下半年国内疫情得到有效控制后，销售收入呈现恢复性增长，占全年收入的比重较高；另一方面，当年 2020 年下半年常州工厂（一期）正式投产，公司的涂料生产能力大幅提升，在产能逐步释放的过程中，公司产销量增长较为明显。

从同比数据的角度来看，公司 2020 年第四季度库存托管模式销售收入较上年同期增长 1,103.82 万元，主要是嘉美包装、奥瑞金、宝钢包装分别较上年同期增长 458.68 万元、209.20 万元、165.78 万元所致。

其中，嘉美包装 2020 年第四季度销售收入增长，主要是嘉美包装前期因产品原材料不稳定问题，在发行人处采购的三片罐内涂金油较少，2020 年，在解决原材料稳定性问题后，公司对嘉美包装的该产品销售额逐渐恢复。2020 年第四季度，发行人向嘉美包装销售的三片罐内涂金油销售额增长了 537.36 万元，占四季度收入同比增加额的 117%。因此，公司 2020 年第四季度对嘉美包装的销售额增长较快具有合理性。

奥瑞金 2020 年第四季度销售收入增长，主要是由于奥瑞金自身订单增长，对公司涂料的采购需求有所增加。从采购数量上看，奥瑞金 2020 年第四季度涂料采购量同比增加 127.47 吨，大约为奥瑞金 0.15 个月的生产涂料耗用量，奥瑞金可以在较短时间内进行生产消化，不存在原材料囤积的情形。因此，公司 2020 年第四

季度对奥瑞金的销售额增长较快具有合理性。

宝钢包装 2020 年第四季度销售收入增长，主要是宝钢包装自身采购需求增加所致，宝钢包装 2020 年第四季度涂料采购量同比增加 94.50 吨，大约为宝钢包装 0.61 个月的生产涂料消耗量，宝钢包装可以在较短时间内进行生产消化，不存在原材料囤积的情形。因此，公司 2020 年第四季度对宝钢包装的销售额增长较快具有合理性。

故公司库存托管模式下 2020 年第四季度收入占比略高具有合理性，不存在向下游客户期末集中销售、跨期确认收入的情形。

②公司库存托管模式下不存在跨期确认收入的情形

报告期内公司库存托管客户各季度销售占比波动具有合理性，2019 年第四季度和 2020 年第四季度销售占比略高主要系受下游客户实际生产需求的影响，均不存在向下游客户期末集中销售、跨期确认收入的情况。

公司库存托管模式下的收入是根据客户具体领用产品数量确认的，公司为对库存托管客户各月领用的产品数量进行管理和确认，制定了严格的存货盘点制度。由公司各销售区域负责人对各自管辖内的客户实物库存，每月进行清点，并将盘点结果及时反馈给销售内勤和财务。公司财务每年定期或不定期对客户寄存现场进行抽盘。

保荐机构、申报会计师通过抽取报告期内各资产负债表日前后 1 个月的库存托管客户对账单，检查对账单以及双方确认对账日期等，并与相关应收账款和收入明细账进行双向核对，对公司库存托管模式下的销售进行截止性测试，同时对公司存放于客户处的发出商品选取部分进行实地抽盘，确认公司报告期内库存托管模式下的销售收入不存在跨期确认的情况。

报告期内公司收入确认均按照权责发生制原则确认，收入确认依据及过程在报告期内保持一致性，公司不存在跨期确认收入情形。

（六）披露报告期发行人进口替代产品涉及的产品大类、报告期各期进口替代类产品收入金额及占比情况，说明招股说明书中“中国食品饮料金属包装涂料存量市场的进口替代将促进公司各类产品市场占有率的不断提升”相关表述是否客观、准确；

1、披露报告期发行人进口替代产品涉及的产品大类、报告期各期进口替代类

产品收入金额及占比情况

报告期内，公司打破外资垄断所涉及的产品大类为三片罐涂料、二片罐涂料和易拉盖涂料。报告期各期上述产品收入金额及占比情况如下：

单位：万元

产品类型	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
三片罐涂料	24,346.53	68.55%	24,124.29	77.66%	23,476.76	84.87%
二片罐涂料	1,517.95	4.27%	1,018.92	3.28%	827.32	2.99%
易拉盖涂料	5,903.91	16.62%	3,875.66	12.48%	1,991.88	7.20%
合计	31,768.39	89.44%	29,018.87	93.42%	26,295.96	95.06%

报告期内，公司打破外资垄断所涉及的产品大类销售金额呈增长趋势，销售占比有所下降主要系其他产品如油墨、3C 涂料增长较快，导致公司主营业务收入总额上升，上述产品销售占比小幅下降。

2、说明招股说明书中“中国食品饮料金属包装涂料存量市场的进口替代将促进公司各类产品市场占有率的不断提升”相关表述是否客观、准确

公司三片罐涂料产品的销售收入金额保持稳定，以销售收入计算，2018 年和 2019 年，公司三片罐涂料产品的市场占有率¹为 16.98%和 17.31%（因金属包装业协会尚未发布 2020 年数据，因此无法获取 2020 年市场占有率数据），其中三片罐内涂产品的市场占有率为 30.80%和 32.02%，基本保持稳定。

公司二片罐涂料产品的销售收入金额及占比整体有所上升。以销售收入计算，2018 年和 2019 年，公司二片罐涂料产品的市场占有率为 1.99%和 2.15%，基本保持稳定。

公司易拉盖涂料产品的销售收入金额及占比显著上升，主要原因系易拉盖涂料为公司近几年推出的新产品，报告期内在市场开拓的过程中，下游主要客户华通新材、宏发铝业、江门百得利包装有限公司对公司新产品的技术实力、产品质量和售后服务认可度不断提高，订单量不断增加，因此易拉盖涂料的销售收入占比逐期增加。以销售收入计算，2018 年和 2019 年，公司易拉盖涂料产品的市场占有率为 7.46%和 13.27%，市场占有率显著上升。

¹ 市场占有率=公司产品当年销售收入/该产品当年行业总销售收入，其中行业总销售收入取金属包装业协会发布的数据，下同。

报告期内，公司三片罐涂料和二片罐涂料的市场占有率相对稳定，未出现明显提升的原因主要系公司扬州总部工厂投入时间较早，产能基础较为陈旧、产能利用较为紧张，同时部分二片罐涂料产品报告期内尚处于客户小批量生产应用阶段。待募投项目正式投产后，公司产能瓶颈将得到有效突破，有利于推动三片罐涂料和二片罐涂料的市场占有率上升。

另一方面，由于内资企业相较外资企业在服务响应流程上更为快捷高效，下游客户在选择供应商时会逐渐倾向于内资企业。比如在技术研发售后方面，由于内资企业的研发基地设立在境内，客户可及时根据自身需求提出反馈意见给内资企业的研发部做相应的配方优化，以快速解决其在生产过程中遇到的问题。

相比之下，外资企业的产品多数在国外研发完成后再到中国境内市场进行推广，国内研发部门没有权限设计或更改产品配方，因此可能会出现无法及时满足客户特殊需求的情况。在推广过程中，如遇到问题需反馈至国外分析查找原因，因而解决技术问题的效率偏低。

因此，内资企业在研发与技术改进效率方面较外资竞争对手有一定的优势，而公司是唯一一家规模以上内资食品饮料金属包装涂料企业，作为在行业内知名度较高且在多年经营中建立显著竞争力的领先企业，公司服务能力和响应效率相较外资企业具有一定优势，得到了下游客户的一致认可。下游客户在考虑选择内资供应商的产品时会优先选择公司的产品，进而促进公司各类产品市场占有率的不断提升。

综上，招股说明书中“中国食品饮料金属包装涂料存量市场的进口替代将促进公司各类产品市场占有率的不断提升”中关于公司相关产品市场占有率将不断提升的表述客观、准确。鉴于外资企业在中国境内设立了子公司并在中国境内生产和销售食品饮料金属包装涂料产品，而非纯粹的进口渠道产品，为避免歧义，已将相关表述修改为“中国食品饮料金属包装涂料存量市场的国产化替代将促进公司各类产品市场占有率的不断提升”。

（七）报告期各期退换货金额，占当期营业收入比例，是否存在因质量纠纷导致退换货的情形

（1）报告期内退换货金额及占当期营业收入比例

报告期各期，公司退换货金额及占当期营业收入比例如下：

单位：万元

期间	营业收入	退换货			其中：退货		
		数量（吨）	金额	占营业收入比重	数量（吨）	金额	占营业收入比重
2020 年度	35,546.53	318.16	754.87	2.12%	88.86	198.05	0.56%
2019 年度	31,066.99	552.09	1,372.27	4.42%	136.41	316.95	1.02%
2018 年度	27,663.77	261.67	768.77	2.78%	30.32	62.70	0.23%

由上表可见，2018 年度、2019 年度、2020 年度，公司退换货金额占营业收入的比重分别为 2.78%、4.42%和 2.12%，其中退货金额占营业收入的比重分别为 0.23%、1.02%和 0.56%。报告期内退换货金额占营业收入的比重较低，均在 5%以内，其中退货金额占营业收入的比重均低于或接近 1%。公司退换货一般是由于产品粘度、附着力等指标不满足客户需求引起的，对于退换货产品，经质检检测不存在质量问题后，一般采用回炉加工的方式对其进行调整，达到可销售条件后，再运回给客户或对外销售。

2019 年公司退换货金额较高，主要系公司近年来推出的新产品易拉盖涂料需要与客户的生产线设备磨合调整，在客户试车过程因产品不完全匹配客户生产线，导致当年发生退换货的情形较多。

（2）报告期内不存在因质量纠纷导致退换货的情形

公司报告期内发生退换货的原因主要系产品存在质量问题或该批产品与客户生产线设备不匹配，其中产品质量问题主要是因客户生产环境（如温度湿度变化等）造成的产品黏度、附着力等指标发生变化，导致产品使用效果不佳，以及运输过程中出现的产品包装破损问题，均不属于产品质量纠纷。在发生上述情形时，公司通过与客户协商的方式共同制定售后解决方案并签订退货协议。报告期内，公司不存在因质量纠纷导致退换货的情形。

（八）结合发行人部分销售合同中的质保期限、验收后不合格品的处理条款，分析并披露发行人直售模式下以签收为收入确认时点，库存托管模式下定期根据客户使用数量进行结算并确认收入是否符合《企业会计准则》的规定

（1）公司与前十大客户销售合同中质保期限、验收后不合格品的处理条款的约定

报告期内，公司与奥瑞金约定的除粉末涂料类产品质保期限为一年外，其他

涂料类产品质保期限为半年；与昇兴集团和迁安思文科德约定的质保期限为半年；与其他前十大客户未就产品质保期限作出明确约定。公司与前十大客户约定的验收后不合格品的处理条款一般为：客户在验收或使用过程中发现产品存在质量问题后，应在 5-15 日内向公司提出异议，公司核实确定后，由公司负责退换货并赔偿客户因此产生的直接经济损失。

(2) 公司直售模式下以签收为收入确认时点，库存托管模式下定期根据客户使用数量进行结算并确认收入符合《企业会计准则》的规定

报告期内，公司直销模式、库存托管模式下产品销售基本流程、收入确认时点、收入确认依据如下：

销售模式	产品销售基本流程	收入确认时点	收入确认依据
直销	客户向公司销售部门下达采购订单，生产部门根据订单情况，实施安排跟踪生产。产品生产完成后，由销售部门根据客户订单要求协调安排物流，将产品发往客户指定地点，客户进行质量检验并验收确认	取得客户签收确认的送货单或其他收货凭据	客户签字确认的送货单或其他收货凭据
库存托管	由公司按照客户生产计划，先行将一定数量的产品运送到客户仓库处，由客户仓库代为保管。存放在客户仓库处的公司产品所有权由公司享有，因客户过错导致货物损毁灭失的，由客户承担相应损失。双方一般在每个月的 20 日-28 日根据客户的实际使用数量进行结算	根据客户的实际使用数量进行结算并确认收入，未结算部分形成发出商品	双方签章/签字确认的结算确认单

根据会计准则的要求，实施新收入准则前，收入确认基本原则为：商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；实施新收入准则后，收入确认基本原则为：公司在履行了合同中的履约义务，即在客户取得相关商品控制权时确认收入。

报告期内，公司发生退换货的金额及占比如下：

单位：万元

期间	退换货金额 (A)	营业收入 (B)	退换货金额占营业收入的比重 (=A/B)	按退换货原因分类		
				其中：1) 因产品与客户生产线不匹配问题造成的退换货金额占营业收入的比重	2) 因质量问题造成的退换货金额占营业收入的比重	3) 因其他原因造成的退换货金额占营业收入的比重
2020 年度	754.87	35,546.53	2.12%	1.10%	1.01%	0.01%

2019 年度	1,372.27	31,066.99	4.42%	3.62%	0.77%	0.03%
2018 年度	768.77	27,663.77	2.78%	1.96%	0.78%	0.04%

如上表所示，报告期各期公司实际发生的退换货金额占营业收入的比重均在 5%以内，且造成客户退换货的原因多为该批产品与客户生产线设备不匹配，而非公司产品质量问题，因质量问题造成的产品退换货金额占营业收入的比重均不足或接近于 1%，占比较小。该等产品质量问题多为客户生产环境（如温度湿度变化等）造成的产品黏度、附着力等指标发生变化，导致产品使用效果不佳，并非产品存在重大质量瑕疵。

综上，报告期内虽然公司与部分前十大客户约定了质保期限，对客户使用过程中存在质量问题的产品承担了退换货责任，但报告期内公司实际因质量问题发生退换货的金额较小，发生的概率较低，对公司整体经营业绩的影响较小。故公司在取得了客户签收确认的送货单或双方签字签章确认的结算单后，视作相关商品控制权已转移到客户/商品所有权上的主要风险和报酬已转移给客户。公司直售模式下以签收为收入确认时点，库存托管模式下定期根据客户使用数量进行结算并确认收入符合《企业会计准则》的规定。

（九）申报会计师核查意见

1、核查程序

针对上述事项，申报会计师执行了以下主要核查程序：

（1）对发行人相关人员进行访谈，了解发行人报告期内关于二片罐涂料产品的具体情况及销售模式情况；

（2）对发行人主要客户进行了访谈，了解其工艺变化情况及产能情况等；

（3）对发行人的销售总监进行访谈，了解发行人存在少量经销收入的原因及合理性；

（4）取得了发行人报告期内的产品收入成本配比表；

（5）获取并检查发行人 2018 年度、2019 年度和 2020 年度库存托管模式下的销售收入明细表，对各季度的销售金额进行对比分析；

（6）通过与发行人管理层沟通，了解公司收入确认的业务流程、季节性波动情况以及波动是否合理；

（7）对发行人销售收入执行截止测试程序，抽取资产负债表日前后销售收入

确认的记账凭证及原始单据，包括销售订单、出库单、客户对账单等，检查相关客户对账单，对发行人存放于客户处的发出商品选取部分进行实地抽盘，核实收入确认是否存在跨期情形；

(8) 复核报告期内各资产负债表日前后销售和发货水平，确定业务活动水平是否存在异常；

(9) 查阅发行人报告期各期退换货记录；取得退换货明细账；检查退换货的记账凭证、退换货协议等原始单据，核查是否存在大额、异常退货情况；

(10) 对公司销售人员和管理人员进行访谈，对主要客户进行走访，了解客户退货的原因并分析其合理性；

(11) 了解发行人收入确认政策，结合销售合同约定、《企业会计准则》规定，判断发行人收入政策是否符合实际情况，是否符合《企业会计准则》规定。

2、核查意见

经核查，申报会计师认为：

(1) 发行人报告期内二片罐涂料产品收入占比较低，报告期内无二片罐内涂涂料收入的原因主要为发行人对此类产品开发较晚，报告期内二片罐外涂产品尚处于陆续的客户认证阶段，订单潜力尚未充分释放，而二片罐内涂产品于 2019 年才完成实验室研发，仍需经过下游客户认证后才能实现商业化销售；

(2) 报告期发行人易拉盖涂料收入快速增长，三片罐涂料中内涂金油销售收入占比下滑，有机溶胶销售收入占比上升的原因具有合理性；

(3) 报告期内发行人存在少量经销收入的原因具有合理性；

(4) 排除结构性因素影响后，除油墨产品存在价格下降情形之外，公司主要产品并不存在价格大幅波动的情形；

(5) 招股说明书中“中国食品饮料金属包装涂料存量市场的进口替代将促进公司各类产品市场占有率的不断提升”中关于公司相关产品市场占有率将不断提升的表述客观、准确。鉴于外资企业在中国境内设立了子公司且其并在中国境内生产和销售食品饮料金属包装涂料产品，而非纯粹的进口渠道产品，为避免歧义，已将相关表述修改为“中国食品饮料金属包装涂料存量市场的国产化替代将促进公司各类产品市场占有率的不断提升”；

(6) 发行人报告期内按季度细分的库存托管模式下收入占比波动具有合理的原因，发行人库存托管模式不存在跨期确认收入情形；

(7) 报告期各期发行人发生退换货金额较小，占当期营业收入比率较低，不存在因质量纠纷导致退换货的情形；

(8) 发行人直售模式下以签收为收入确认时点，库存托管模式下定期根据客户使用数量进行结算并确认收入符合《企业会计准则》的规定。

问题 9：关于客户

申报材料显示，报告期各期，公司前五大客户收入占主营业务收入的比例分别为 79.62%、79.70%和 75.35%；其中发行人对第一大客户奥瑞金的销售额占主营业务收入的比例分别为 45.03%、46.50%和 39.21%，收入占比较高，但是整体有所下降。

请发行人：

（1）披露发行人主要产品销售数量与发行人主要客户产能、产量是否匹配；

（2）结合报告期发行人对第一大客户奥瑞金销售收入逐年下降，奥瑞金 2019 年营业收入较 2018 年存在较快增长，披露发行人与主要客户的合作是否稳定，是否存在竞争对手获取发行人大客户大额订单的情形；

（3）结合招股说明书中“经过了奥瑞金及其下游终端客户红牛、露露、旺旺等品牌厂商的双重认证”，披露是否存在发行人与终端品牌厂商达成合作协议，终端品牌商要求发行人直接客户采用发行人产品的情形；

（4）披露报告期各期发行人下游市场占有率数据的波动情况，相关数据是否客观、权威，下游客户市场占有率变动对发行人持续经营能力是否存在不利影响；

（5）结合发行人第一大客户通过子公司持有发行人 4.9%的股份，占发行人各期营业收入比例均较高，进一步补充披露发行人获取其他客户的方式，是否具备独立面向市场获取业务的能力；

（6）披露发行人与报告期前五大客户的合作开始时间、主要客户市场占有率数据、客户下游终端产品情况。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【发行人回复】

（一）披露发行人主要产品销售数量与发行人主要客户产能、产量是否匹配；

报告期内，公司的主要产品为三片罐内涂和易拉盖涂料，报告期各期两类产品合计销售收入占主营业务收入的比例均达到 80%以上，具体销售数量如下：

单位：吨

一级分类	二级分类	三级分类	2020 年度	2019 年度	2018 年度
三片罐涂料	内涂	金油、有机溶剂	5,160.55	4,640.58	4,302.46
		全喷涂料	2,835.18	2,730.90	2,652.80

一级分类	二级分类	三级分类	2020 年度	2019 年度	2018 年度
		粉末涂料	531.57	633.97	578.91
易拉盖涂料	内涂	金油、有机溶胶	2,084.69	1,057.67	448.62
	外涂	透明涂料	689.54	796.86	527.48

在进行主要涂料产品销售数量与主要客户产能、产量的比较分析前，需将公司涂料产品销售数量按一定标准换算成可供涂布使用的最大产品数量。

从三片罐涂布工艺来看，在公司三片罐内涂主要产品中，金油、有机溶胶均用于金属罐内层，具有一定替代性，客户在马口铁卷材上涂布第一层金油，第二层金油或有机溶胶，部分客户还需在罐体成型之后喷涂第三层全喷涂料，粉末涂料则是应用于三片罐内部边缝处。因此，金油和有机溶胶销售数量需合并计算，并按每个金属罐涂布两层的使用量进行测算，其余产品则按单层使用量测算。

不同涂料产品的有效成分占比（固体含量）存在差异，此处为测算公司产品最大可供涂布使用的金属罐数量或者易拉盖材料重量，我们对各产品取其主要型号中的最高有效成分占比；除此之外，涂料在客户生产线应用时需要达到一定的涂布工艺标准，也就是经高温烘烤工序挥发后剩余的固体成分数量，不同客户的工艺标准也会影响相同数量涂料可供涂布的金属罐数量或易拉盖材料重量，为测算公司产品最大可供使用的金属罐数量，我们对各产品取前五大客户中的最低工艺标准。

按上述思路进行测算，报告期各期公司主要产品销售数量可供涂布使用的最大产品产量如下：

一级分类	二级分类	三级分类	2020 年度	2019 年度	2018 年度
可供涂布使用的最大金属罐数量（亿罐） ^{注1}					
三片罐涂料	内涂	金油、有机溶胶	167.72	150.82	139.83
		全喷涂料	106.32	102.41	99.48
		粉末涂料	75.94	90.57	82.70
取孰高 ^{注3}			167.72	150.82	139.83
可供涂布使用的最大铝材或马口铁重量（吨） ^{注2}					
易拉盖涂料	内涂	金油、有机溶胶	46,326.44	23,503.78	9,969.33
	外涂	透明涂料	15,323.11	17,708.00	11,721.78

一级分类	二级分类	三级分类	2020 年度	2019 年度	2018 年度
		取孰高	46,326.44	23,503.78	11,721.78

注 1：三片罐内涂产品可供涂布使用的最大金属罐数量=涂料产品销售数量*最高有效成分占比÷最低工艺标准。其中，金油、有机溶胶的最高有效成分占比按 52%，最低工艺标准按 4g/m²，并按每 0.9 平方米卷材切割出 45 个金属罐换算成金属罐数量；全喷涂料的最高有效成分占比按 30%，最低工艺标准按 80mg/罐；粉末涂料的最高有效成分占比按 100%，最低工艺标准按 70mg/罐。

注 2：易拉盖涂料可供涂布使用的最大铝材或马口铁重量=涂料产品销售数量÷每吨材料使用发行人产品的最低数量。根据销售部门估计，每吨易拉盖材料内、外层各需使用至少 45kg 涂料产品。

注 3：三片罐内涂中，金油和有机溶胶、全喷涂料、粉末涂料配套使用在同一个金属罐上，因此取各产品所能涂布的最大金属罐数量的孰高值；易拉盖涂料中，金油和有机溶胶、透明涂料分别使用在易拉盖材料的内侧和外侧，因此取内、外涂可供涂布的最大易拉盖材料重量的孰高值。

注 4：上述测算仅供比较示意之用，事实上，最高有效成分占比往往伴随着较高的客户工艺标准，并且大量客户的工艺标准远高于上述测算所用的标准，同时，此处测算亦未考虑客户的涂布损耗、卷材废品率等因素。因此，客户使用公司所售产品生产的金属罐或易拉盖材料数量实际上可能远低于测算值。

如上表所示，报告期内，公司主要产品三片罐内涂的销售数量可供涂布使用的最大金属罐数量为 139.83 亿罐、150.82 亿罐和 167.72 亿罐；易拉盖涂料的销售数量可供使用的最高铝材数量为 11,721.78 吨、23,503.78 吨和 46,326.44 吨。

报告期内，公司主要客户的产能、产量情况如下：

客户类型	客户名称	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		产能	产量	产能	产量	产能	产量
三片罐涂料客户(亿罐)	奥瑞金	212.21	152.52	172.35	135.60	143.76	98.09
	宝钢包装	-	114.17	-	107.50	-	96.00
	华源控股	-	5.83	-	6.30	-	5.08
	昇兴集团	-	58.78	-	51.59	-	42.38
	中粮包装	-	-	-	-	-	-
易拉盖涂料客户(万吨)	华通新材	-	5.00	-	5.00	-	5.00

注 1：三片罐涂料客户数据来自各上市公司披露的年度报告、募集说明书等；其中，中粮包装未披露相关数据；

注 2：易拉盖涂料客户数据来自华通新材所提供的数据。

注 3：未取得宝钢包装、华源控股、昇兴集团、中粮包装、华通新材报告期内的产能数据。

由上述数据可知，按照涂布工艺标准要求 and 涂料有效成分占比测算，报告期内，公司销售的三片罐内涂产品可供涂布使用的最大金属罐数量总数小于公司下

游主要金属包装客户的产量总数；公司销售的易拉盖涂料可供涂布使用的最大易拉盖材料总重量小于公司下游主要易拉盖客户的产量总数，因此，公司主要产品销售数量与公司主要客户的产能、产量相匹配。”

（二）结合报告期发行人对第一大客户奥瑞金销售收入逐年下降，奥瑞金 2019 年营业收入较 2018 年存在较快增长，披露发行人与主要客户的合作是否稳定，是否存在竞争对手获取发行人大客户大额订单的情形；

报告期内，公司对第一大客户奥瑞金的销售收入及占比情况如下：

单位：万元

客户名称	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
奥瑞金	12,690.69	35.73%	12,179.88	39.21%	12,863.76	46.50%

如上表所示，公司对奥瑞金的销售收入占比呈现一定的下降趋势，主要系报告期以来公司整体收入上升而奥瑞金销售规模相对稳定所致。公司对奥瑞金的销售额基本维持稳定，2019 年销售额较 2018 年仅小幅下降 5.32%，对应金额 683.88 万元，较为平稳，但收入占比下降较多，主要系当年公司易拉盖涂料等新产品的销售收入增长较快，从而导致奥瑞金的收入占比被动下降。2020 年销售额较 2019 年小幅增长了 4.19%，对应金额 510.81 万元，但由于公司整体销售收入同比增长了 14.42%，导致奥瑞金的收入占比相对下降。

奥瑞金 2019 年营业收入为 93.69 亿元，同比增长了 14.60%，主要是奥瑞金于 2019 年第四季度完成了对体量颇大的波尔亚太项目的收购，并自第四季度起将波尔亚太四家公司纳入合并范围，导致 2019 年营业收入呈大幅增长。根据奥瑞金披露的定期报告，2019 年前三季度奥瑞金实现营业收入 64.55 亿元，同比增长 3.29%；2019 年第四季度在合并波尔亚太相关业务的基础上，奥瑞金实现营业收入 29.14 亿元，同比大幅增长 51.33%。由此可见，奥瑞金自身原有业务运行较为平稳，公司与奥瑞金的相关合作稳定，销售规模亦未发生显著变化，不存在竞争对手获取公司大客户大额订单的情形。

（三）结合招股说明书中“经过了奥瑞金及其下游终端客户红牛、露露、旺旺等品牌厂商的双重认证”，披露是否存在发行人与终端品牌厂商达成合作协议，终端品牌商要求发行人直接客户采用发行人产品的情形；

公司产品在终端食品饮料厂商处的认证系通过下游直接客户与终端厂商之间进行，公司产品在终端厂商处通过认证后，终端厂商将相关产品认证通知授予下游直接客户。公司与终端厂商之间未建立直接联系，不存在公司与终端厂商达成合作协议，并在协议中要求公司直接客户采用公司产品的情形。

（四）披露报告期各期发行人下游市场占有率数据的波动情况，相关数据是否客观、权威，下游客户市场占有率变动对发行人持续经营能力是否存在不利影响；

公司下游客户主要为金属罐（含三片罐、二片罐）厂商、易拉盖厂商，经公开渠道查询，不存在直接的下游市场占有率数据。但公司前五大客户中，奥瑞金、宝钢包装、华源控股、昇兴集团均为 A 股上市公司，依据上述客户披露的金属罐产量数据可以测算大致的市场占有率。

报告期内，以产量计算的公司下游主要客户的市场占有率波动情况如下：

类别	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	市场占有率	变动	市场占有率	变动	市场占有率
奥瑞金	-	—	12.22%	2.72%	9.50%
宝钢包装	-	-	9.68%	0.39%	9.29%
华源控股	-	-	0.57%	0.08%	0.49%
昇兴集团	-	-	4.65%	0.55%	4.10%
合计	-	-	27.12%	3.74%	23.38%

注 1：市场占有率=该客户金属罐产量数/国内金属罐总产量，其中客户产量数据来源于上市公司年报、招股说明书等公开资料，国内金属罐总产量数据来源于金属包装业协会披露的各年产量数据；

注 2：其他前五大客户(中粮包装、华通新材)产量数据未见披露，因此未予列示；

注 3：金属包装业协会未披露 2020 年金属罐总产量，故上表未列示 2020 年市场占有率数据。

上述四家下游主要客户的市场占有率数据来源于上市公司年报、招股说明书等公开资料以及金属包装业协会公开披露信息，相关数据来源客观、权威。

如上表所示，公司服务于下游食品饮料金属包装行业的主流厂商如奥瑞金、宝钢包装、华源控股、昇兴集团等，该等客户的市场占有率较高，并且近年来随着下游行业并购、扩建步伐加快，行业集中度越来越高，如公司第一大客户奥瑞金 2019 年收购了体量颇大的波尔亚太四家公司，产能规模大幅增长，市场占有率进一步提高。

总体而言，报告期内，公司所服务的下游主要客户市场占有率呈现提升趋势。下游客户市场占有率提高有利于公司扩大销售规模，将对公司持续经营能力产生积极效应。

（五）结合发行人第一大客户通过子公司持有发行人 4.9%的股份，占发行人各期营业收入比例均较高，进一步补充披露发行人获取其他客户的方式，是否具备独立面向市场获取业务的能力；

公司目前的主要产品为食品饮料金属包装涂料，下游客户较为集中，潜在目标客户在行业内均具有较高的知名度。以第一大客户奥瑞金为例，公司早于 2006 年就通过销售人员自主开发的方式与奥瑞金建立业务合作关系，经过多年合作，奥瑞金逐渐成为公司的主要客户。2016 年，为进一步加强双方战略合作关系，奥瑞金通过其全资孙公司鸿晖新材入股公司并间接持有 4.90%的股份，但入股前后公司对奥瑞金的销售收入和产品售价等未发生显著变化。

总体而言，公司成立至今主要通过销售人员自主开发客户的方式获取如奥瑞金、昇兴集团、宝钢包装等主要客户，通过行业展会和行业协会、现有客户推介的方式获取部分中小型客户，具体情况如下：

①销售人员推销拜访

鉴于食品饮料金属包装涂料下游客户的产品需求主要为非标产品，客户对产品的性能存在一定的定制化要求，因此公司销售团队通过不断拜访客户，不断深入了解客户的定制化需求，结合公司在产品研发和技术创新上的特色，逐渐和客户之间建立了紧密的联系。

②行业展会和行业协会

结合公司产品和研发情况，公司通过金属包装涂料相关的行业展会、行业协会来搜集潜在客户的相关资料并与潜在客户初步接触和沟通，并建立初步的联系。在与目标客户建立初步联系之后，公司通过向潜在客户寄送样品、产品论证等方式，凭借其良好的产品质量和高效的服务水平，与客户逐步达成稳定的合作关系。

③现有客户推介

鉴于行业下游客户较为集中，公司凭借在产品质量和服务品质方面的优势，在下游客户之间建立了良好的口碑，也进一步提升了公司的品牌知名度和影响力，通过现有客户之间的推介，公司可以获得其他下游客户产品试用的机会，从而凭

借其良好的产品和服务逐步赢得新增客户的信任。

综上，公司主要基于自身在食品饮料金属包装涂料行业积累的口碑，通过销售人员推销拜访、参加行业相关展会、现有客户推介等方式获取商业机会和新增客户，具有独立面向市场获取业务的能力。

（六）披露发行人与报告期前五大客户的合作开始时间、主要客户市场占有率数据、客户下游终端产品情况。

报告期内，公司与前五大客户的合作开始时间、主要客户市场占有率情况、客户下游终端产品情况如下：

序号	客户名称	合作开始时间	市场占有率	下游终端产品	涂料用途
1	奥瑞金	2006 年	12.22%	红牛、东鹏、旺旺、露露、可口可乐、百威啤酒、青岛啤酒、加多宝等	三片罐、二片罐
2	宝钢包装	2010 年	9.68%	可口可乐、青岛啤酒、雪花啤酒、燕京啤酒、百威啤酒、王老吉、养元、露露等	二片罐、三片罐
3	昇兴集团	2007 年	4.65%	安奈吉红牛、养元、露露、银鹭、王老吉、青岛啤酒、雪花啤酒、百威啤酒等	三片罐、二片罐
4	华源控股	2007 年	0.57%	东鹏、养元、露露等	三片罐
5	中粮包装	2011 年	-	可口可乐、青岛啤酒、百威啤酒、加多宝、养元、露露、伊利等	二片罐、三片罐
6	华通新材	2017 年	-	加多宝、王老吉、青岛啤酒等	易拉盖

注：市场占有率=该客户 2019 年金属罐产量数/2019 年国内金属罐总产量，其中奥瑞金、宝钢包装、华源控股、昇兴集团产量数据来源于上市公司年报、招股说明书等公开资料，中粮包装、华通新材的产量数据未见披露；国内金属罐总产量数据来源于金属包装业协会披露的 2019 年产量数据。

（七）申报会计师核查意见

1、核查过程

针对上述事项，申报会计师执行了以下主要核查程序：

- （1）取得了发行人报告期内的产品销售明细；
- （2）查阅了发行人主要客户中为上市公司的招股说明书和上市公司年报；
- （3）对发行人的主要客户进行了访谈，了解其与发行人的合作情况；
- （4）取得了发行人与下游直接客户及终端品牌厂商之间的认证文件；

(5) 对发行人的相关人员进行访谈，了解发行人获取客户的方式。

2、核查意见

经核查，申报会计师认为：

(1) 发行人主要产品销售数量与发行人主要客户产能、产量匹配；

(2) 发行人与主要客户的合作稳定，不存在竞争对手获取发行人大客户大额订单的情形；

(3) 不存在发行人与终端品牌厂商达成合作协议，终端品牌厂商要求发行人直接客户采用发行人产品的情形；

(4) 发行人下游市场占有率数据来源客观、权威，下游客户市场占有率变动对发行人持续经营能力不存在不利影响；

(5) 发行人具备独立面向市场获取业务的能力；

(6) 发行人已在招股说明书中披露与报告期前五大客户的合作开始时间、主要客户市场占有率数据、客户下游终端产品情况。

问题 10：关于主营业务成本

申报材料显示，报告期内，发行人主营业务成本随公司业务规模的扩大而增长。其中，直接材料占主营业务成本的比重最大，2017 年、2018 年和 2019 年分别占主营业务成本的 90.17%、91.05%和 92.15%。

请发行人：

（1）按收入分类披露发行人报告期各期主营业务成本项下各项成本的金额、比例，主要产品分类的成本构成波动情况、波动原因；

（2）结合报告期发行人产能基本稳定、产量逐年上升的情形，披露发行人报告期制造费用占比逐年下滑的原因及合理性；

（3）结合生产人员数量、人均薪酬、发行人主要生产流程情况，分析并披露主营业务成本中直接人工占比较低的原因，与可比公司相比是否存在明显差异。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【发行人回复】

（一）按收入分类披露发行人报告期各期主营业务成本项下各项成本的金额、比例，主要产品分类的成本构成波动情况、波动原因

报告期各期按产品分类的主营业务成本（不含与合同履约相关的运输费用）项下各项成本的金额、比例及其变动情况如下：

单位：万元

项目			2020 年度			2019 年度			2018 年度	
产品大 类	二级分类	成本类别	金额	占比	占比变动	金额	占比	占比变动	金额	占比
三片罐 涂料	内涂	原材料	11,118.98	91.64%	-0.81%	11,528.03	92.45%	1.10%	10,749.21	91.35%
		直接人工	195.90	1.61%	-0.27%	233.91	1.88%	0.17%	200.46	1.70%
		制造费用	819.10	6.75%	1.07%	707.73	5.68%	-1.28%	817.98	6.95%
	合计		12,133.98	100.00%		12,469.67	100.00%		11,767.65	100.00%
	外涂	原材料	526.56	89.72%	-2.70%	860.61	92.42%	1.29%	945.97	91.13%
		直接人工	11.64	1.98%	0.17%	16.83	1.81%	0.03%	18.47	1.78%
		制造费用	48.71	8.30%	2.52%	53.78	5.78%	-1.32%	73.64	7.09%
	合计		586.90	100.00%		931.22	100.00%		1,038.08	100.00%
二片罐 涂料	外涂	原材料	998.48	87.71%	-3.87%	722.94	91.58%	0.99%	606.05	90.59%
		直接人工	28.28	2.48%	0.40%	16.42	2.08%	0.16%	12.82	1.92%
		制造费用	111.63	9.81%	3.47%	50.04	6.34%	-1.16%	50.16	7.50%
	合计		1,138.40	100.00%		789.40	100.00%		669.03	100.00%
易拉盖 涂料	内涂	原材料	2,599.96	90.74%	-0.93%	1,350.85	91.67%	1.56%	526.93	90.10%
		直接人工	55.07	1.92%	-0.17%	30.81	2.09%	0.15%	11.36	1.94%
		制造费用	210.23	7.34%	1.10%	92.00	6.24%	-1.71%	46.51	7.95%
	合计		2,865.26	100.00%		1,473.66	100.00%		584.80	100.00%

项目			2020 年度			2019 年度			2018 年度	
产品大 类	二级分类	成本类别	金额	占比	占比变动	金额	占比	占比变动	金额	占比
	外涂	原材料	790.34	89.12%	-2.22%	1,008.99	91.34%	-0.14%	681.09	91.48%
		直接人工	21.03	2.37%	0.14%	24.68	2.23%	0.52%	12.74	1.71%
		制造费用	75.44	8.51%	2.08%	71.02	6.43%	-0.38%	50.68	6.81%
	合计		886.82	100.00%		1,104.69	100.00%		744.51	100.00%
其他产 品	油墨	原材料	921.70	97.79%	0.34%	372.68	97.45%	0.81%	190.92	96.64%
		直接人工	3.84	0.41%	-0.20%	2.34	0.61%	-0.06%	1.32	0.67%
		制造费用	16.96	1.80%	-0.14%	7.40	1.94%	-0.75%	5.31	2.69%
	合计		942.51	100.00%		382.42	100.00%		197.55	100.00%
	稀释剂	原材料	491.93	81.03%	-4.02%	452.42	85.05%	1.94%	426.97	83.11%
		直接人工	23.06	3.80%	0.18%	19.25	3.62%	0.23%	17.42	3.39%
		制造费用	92.09	15.17%	3.84%	60.27	11.33%	-2.16%	69.32	13.49%
	合计		607.08	100.00%		531.94	100.00%		513.71	100.00%
	3C 涂料	原材料	569.07	91.47%	-3.04%	208.73	94.51%	-	-	-
		直接人工	9.99	1.61%	0.39%	2.70	1.22%	-	-	-
		制造费用	43.06	6.92%	2.65%	9.43	4.27%	-	-	-
	合计		622.12	100.00%		220.86	100.00%	-	-	-
	其他	原材料	448.15	90.86%	1.21%	239.12	89.65%	-1.11%	107.88	90.76%
		直接人工	8.74	1.77%	-0.91%	7.14	2.68%	0.74%	2.31	1.94%

项目			2020 年度			2019 年度			2018 年度	
产品大 类	二级分类	成本类别	金额	占比	占比变动	金额	占比	占比变动	金额	占比
		制造费用	36.35	7.37%	-0.30%	20.46	7.67%	0.38%	8.67	7.29%
	合计		493.24	100.00%		266.72	100.00%		118.86	100.00%

由上表可见，公司按产品分类的成本构成主要为原材料投入，报告期各产品的原材料占比较为稳定，存在轻微波动但处于合理的范围内，2020 年主要产品原材料占比小幅下降主要是由于受 2020 年上半年上游原油价格大幅下降的影响，公司树脂、溶剂等主要原材料的平均采购成本有所下降。2020 年，主要产品制造费用占比较 2019 年有一定上升，主要受母公司计提的安全生产费同比增加，以及常州工厂（一期）建成投产后折旧费用增加的综合影响。

2020 年，公司技术人员对二片罐外涂涂料原有配方进行了优化，二片罐外涂涂料原材料成本占比较 2019 年下降了 3.87 个百分点；其他产品中的其他主要归集水性密封胶、润滑剂和中间体等，产销量相对较小，报告期各期内某一产品产销量的波动会对其成本构成产生较大影响。

综上，公司按产品分类的主营业务成本构成波动存在合理的原因，不存在异常情况。

（二）结合报告期发行人产能基本稳定、产量逐年上升的情形，披露发行人报告期制造费用占比逐年下滑的原因及合理性

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，公司制造费用分别为 1,122.28 万元、1,072.13 万元和 1,453.58 万元，占各期主营业务成本的比重分别为 7.18%、5.90% 和 6.87%，占各期主营业务成本（剔除运费后）的比重分别为 7.18%、5.90% 和 7.17%。公司的制造费用主要包括生产车间管理、辅助人员薪酬福利、生产设备折旧、生产用耗材、安全生产专项储备等费用。

2019 年度制造费用和占主营业务成本的比重较其他各期低，主要系 2018 年按照规定计提安全生产专项储备 301.66 万元，2018 年末安全生产专项储备余额 1,411.48 万元，占 2018 年营业收入的比例达到 5.10%，根据财企[2012]16 号第十四条规定“中小微型企业和大型企业上年末安全费用结余分别达到本企业上年度营业收入的 5% 和 1.5% 时，经当地县级以上安全生产监督管理部门、煤矿安全监察机构商财政部门同意，企业本年度可以缓提或者少提安全费用的规定。”经扬州市江都区应急管理局同意，2019 年公司暂缓计提安全生产费用，导致 2019 年公司制造费用及占主营业务成本的比重下降。

2020 年度制造费用和占主营业务成本的比重较 2019 年上升较多，除了因销售收入规模增长而导致相关制造费用增长之外，主要受以下两方面原因的影响：第一，母公司 2019 年度未计提安全生产费，而 2020 年度计提了 240 万元安全生产费，同比增加较多；第二，公司常州工厂（一期）于 2020 年 8 月投产，固定资产规模大幅增加，导致当期折旧费用同比增加较多。。

（三）结合生产人员数量、人均薪酬、发行人主要生产流程情况，分析并披露主营业务成本中直接人工占比较低的原因，与可比公司相比是否存在明显差异

①公司生产人员数量及人均薪酬情况如下：

项目	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日
生产人员数量（人）	119	78	59
生产人员总薪酬（万元）	769.89	679.71	546.89
生产人员平均薪酬（万元/人）	6.47	8.71	9.27

注：生产人员数量取各期末人数。

②公司与同行业可比公司生产人员平均薪酬如下：

单位：万元

证券代码	公司简称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
300537	广信材料	5.74	7.27	8.63
688157	松井股份	11.10	12.09	11.44
688129	东来技术	10.06	11.04	-
同行业可比公司平均值		8.97	10.13	10.03
发行人		6.47	8.71	9.27

数据来源：上市公司年度报告、招股说明书。其中，生产人员薪酬为薪酬总数扣除管理、销售、研发人员薪酬后的金额，其中东来技术未披露 2018 年生产人员数据。

如上表所示，2018 年公司生产人员平均薪酬与同行业可比公司生产人员平均薪酬基本接近。2019 年由于公司生产人员净增 19 人，新入职员工层级及薪酬水平较低，拉低了公司生产人员平均薪酬。2020 年公司生产人员平均薪酬较以前年度有所下降，并低于同行业可比公司均值，主要由受以下两方面影响：第一，2020 年下半年常州工厂（一期）建成并投入生产，公司生产人员较 2019 年增加了 41 人，由于大部分生产人员入职时点为 2020 年下半年，从而导致分摊的全年平均薪酬相对较低；第二，2020 年受疫情影响，公司响应国家防疫号召停工停产，停工期间生产人员绩效工资较低，同时公司享受社会保险单位缴费部分减免的优惠政策。

3、公司与同行业可比公司主营业务成本中直接人工占比如下：

证券代码	公司简称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
300537	广信材料	2.78%	2.38%	3.38%
688157	松井股份	3.23%	2.68%	2.89%
688129	东来技术	13.05%	13.25%	13.34%
同行业可比公司平均值		6.36%	6.10%	6.54%
发行人		1.69%	1.95%	1.77%

注：上表计算直接人工占比时所采用的主营业务成本为剔除运费后的金额。

4、公司与同行业可比公司生产人员人均产量如下：

单位：吨/年

证券代码	公司简称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
300537	广信材料	59.02	76.60	73.43
688157	松井股份	37.69	46.53	35.06

688129	东来技术	18.55	19.84	-
同行业可比公司平均值		38.42	47.66	54.24
发行人		131.24	153.49	181.30

如上表所示，虽然公司报告期内主营业务成本中直接人工占比低于同行业可比公司，但经对比公司与同行业可比公司生产人员人均产量，公司生产人员人均产量远高于同行业可比公司，公司主要涂料产品的生产流程一般为投料-搅拌/混合-过滤-罐装，生产工艺较为标准化，无需太多生产人员投入，而其他可比公司涂料产品应用领域多为乘用车、消费电子领域，涂料生产涉及调色环节，对熟练工人的需求量较大，而公司的主要产品生产不涉及调色，人工投入相对较少。

具体而言，可比公司东来技术的主要产品应用在汽车售后修补、汽车内外饰件、车身涂料及 3C 消费电子领域，其中汽车售后修补涂料在直销模式下需调漆人员提供现场颜色调制服务；其他产品主要为客户颜色定制产品，在包装工序之前，需生产人员以标准色母调配出客户定制目标颜色。由于东来技术的生产流程存在较多非标准化、非自动化的环节，因此直接人工占比远高于同行业其他公司，报告期内直接人工占比均高达 13%以上。

可比公司松井股份以高端消费电子和乘用车等高端消费品为目标市场，目标客户对色彩要求较高，需要相对专业的调色技术人员参与到生产流程当中，因此直接人工占比略高于公司。

可比公司广信材料的产品包括 PCB（印刷电路板）感光油墨、专用涂料，其中涂料主要用于消费电子等细分领域，其生产具有小批量、多批次的特点，直接人工占比略高于公司。

此外，公司 2020 年生产人员的人均产量较 2018 年和 2019 年较低的主要原因系 2020 年下半年常州工厂（一期）建成并投入生产，截至 2020 年末，公司生产人员较 2019 年末增加了 41 人，同时常州工厂自 2020 年 8 月开始试生产，至 11 月生产才逐步趋于稳定，从而导致全年分摊到全部生产人员的人均产量相对较低。

综上，公司报告期内主营业务成本中直接人工占比较低具有合理性。

（四）申报会计师核查意见

1、核查程序

针对上述事项，申报会计师执行了以下主要核查程序：

- （1）获取成本核算表，核实成本归集和分配情况；
- （2）访谈发行人主要管理人员和生产人员，了解成本的归集和分配方法，核实成本核算方法的一贯性和合理性；
- （3）对成本归集过程进行计价测试，并与发行人成本归集情况进行比较分析；
- （4）查阅可比公司的公开信息，如招股说明书和公司年报中相关生产流程和工艺的信息，与发行人进行对比分析。

2、核查意见

经核查，申报会计师认为：

- （1）发行人按产品分类的主营业务成本构成的波动存在合理的原因，不存在异常情况；
- （2）发行人报告期制造费用占主营业务成本的比例受到产销量上升摊薄了单位固定成本、2019 年缓提安全生产费用等因素的影响有所下降，具有合理性；
- （3）发行人由于生产流程和工艺区别于可比公司，人均产量高于可比公司，导致人工成本占主营业务成本的比例低于可比公司，具有合理性。

问题 11：关于原材料与供应商

申报材料显示，公司直接材料主要由树脂和溶剂等主料、辅助材料和包装材料三大部分构成。树脂和溶剂是报告期内公司产品最主要的原材料，报告期内树脂和溶剂的合计金额通常占到直接材料 85%以上。

请发行人：

（1）披露报告期各期主要原材料采购的数量，报告期发行人主要产品单位耗用原材料、能源比例是否稳定，是否存在原材料耗用大幅波动的情形；

（2）披露树脂是否存在公开可比价格，发行人报告期采购树脂价格与可比价格是否存在重大差异，助剂、液氮等原材料价格波动的原因；

（3）披露报告期向主要供应商采购原材料的主要构成，主要供应商采购金额存在波动的原因，是否存在关键原材料依赖供应商的情形；

（4）结合主要原材料耗用量、发行人采购策略等，披露主要原材料采购数量波动的原因；

（5）结合发行人细分产能数据、发行人委外加工费金额较小等情形，完善招股说明书中“2019 年公司在三片罐涂料产能紧张且生产任务紧张的情况下，委托外部厂商苏州嘉乐威企业发展有限公司为公司生产了部分三片罐内涂金油产品”的表述。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【发行人回复】

（一）披露报告期各期主要原材料采购的数量，报告期发行人主要产品单位耗用原材料、能源比例是否稳定，是否存在原材料耗用大幅波动的情形

1、报告期各期主要原材料采购的数量，报告期发行人主要产品单位耗用原材料情况

①报告期内公司主要原材料采购情况

公司生产所需的主要原材料包括树脂、溶剂、填料和助剂等。报告期内，公司主要原材料的采购情况如下：

原材料	2020 年度			
	数量 (公斤、个)	均价 (元/公斤、 元/个)	金额 (万元)	占比
树脂	6,168,115.00	18.73	11,555.12	56.97%

原材料	2020 年度			
	数量 (公斤、个)	均价 (元/公斤、 元/个)	金额 (万元)	占比
溶剂	8,917,771.11	6.19	5,517.67	27.20%
填料	312,471.10	16.07	502.20	2.48%
助剂	258,081.30	71.26	1,839.14	9.07%
液氮	1,742,530.00	0.63	109.01	0.54%
包装桶	48,474.00	118.01	572.03	2.82%
合计	-	-	20,095.17	99.07%

原材料	2019 年度			
	数量 (公斤、个)	均价 (元/公斤、 元/个)	金额 (万元)	占比
树脂	4,979,619.20	19.24	9,582.79	56.44%
溶剂	7,145,362.40	6.93	4,953.94	29.18%
填料	208,766.80	15.33	319.97	1.88%
助剂	152,613.38	79.55	1,214.04	7.15%
液氮	1,615,410.00	0.64	102.68	0.60%
包装桶	40,766.00	117.48	478.93	2.82%
合计	-	-	16,652.35	98.07%

原材料	2018 年度			
	数量 (公斤、个)	均价 (元/公斤、 元/个)	金额 (万元)	占比
树脂	4,520,446.50	20.60	9,310.00	59.18%
溶剂	6,041,032.00	7.50	4,531.74	28.81%
填料	169,220.20	15.17	256.70	1.63%
助剂	170,138.62	61.46	1,045.64	6.65%
液氮	1,450,920.00	0.69	100.10	0.64%
包装桶	41,346.00	105.17	434.83	2.76%
合计	-	-	15,679.01	99.67%

②报告期内公司主要产品单位耗用原材料情况

公司主营产品的生产流程均为物理反应，主要涉及树脂、溶剂为主的原材料的混合、研磨、搅拌、分散等生产环节，并不涉及化合反应，生产过程的物料损耗较少，原材料的单耗较为稳定。

为分析报告期内公司主要产品单位耗用原材料情况，此处选取了各期合计收入占比达到 80% 以上的主要产品，列示各产品的主要原材料耗用量如下：

单位：kg/kg

产品名称	原材料名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
三片罐内涂全喷涂料 (MC6088-803)	酮类溶剂	0.3465	0.3456	0.3452
	芳烃溶剂	0.2167	0.2170	0.2172
	酯类溶剂	0.2014	0.2017	0.2015
	乙烯基树脂	0.1408	0.1407	0.1406
三片罐内涂有机溶胶 (MC6390-801)	聚酯树脂	0.2824	0.2826	0.2820
	乙烯基树脂	0.2418	0.2416	0.2412
	芳烃溶剂	0.0949	0.0950	0.0948
	酯类溶剂	0.0926	0.0926	0.0924
	醇醚类溶剂	0.0879	0.0879	0.0879
	氨基树脂	0.0662	0.0663	0.0661
三片罐内涂金油 (MC6266-801)	环氧树脂	0.3014	0.3016	0.3011
	芳烃溶剂	0.2670	0.2676	0.2760
	醇醚类溶剂	0.2457	0.2451	0.2449
三片罐内涂金油 (MC6079-801)	聚酯树脂	-	-	0.2821
	乙烯基树脂	-	-	0.2415
	芳烃溶剂	-	-	0.0949
	酯类溶剂	-	-	0.0926
	醇醚类溶剂	-	-	0.0880
	氨基树脂	-	-	0.0662
三片罐内涂金油 (MC6935-307)	环氧树脂	0.3012	0.3012	0.3012
	醇醚类溶剂	0.2744	0.2749	0.2751
	芳烃溶剂	0.2674	0.2665	0.2662
三片罐内涂粉末涂料 (BPC66EF-3)	聚酯树脂	0.6632	0.6747	0.6729
	钛白粉	0.1624	0.1533	0.1576
三片罐外边缝涂料 (MC6875-801)	丙烯酸树脂	0.4320	0.4329	0.4331
	醇类溶剂	0.1284	0.1284	0.1283
	氨基树脂	0.1254	0.1255	0.1255
	芳烃溶剂	0.1181	0.1177	0.1176
易拉盖内涂金油 (BPC6716-801)	酯类溶剂	0.2693	0.2692	0.2693
	环氧树脂	0.2521	0.2512	0.2512

产品名称	原材料名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
	芳烃溶剂	0.2110	0.2110	0.2109
	酮类溶剂	0.1704	0.1707	0.1710
易拉盖内涂金油 (BPC6716-802)	酯类溶剂	0.2693	0.2693	0.2694
	环氧树脂	0.2514	0.2511	0.2508
	芳烃溶剂	0.2114	0.2110	0.2108
	酮类溶剂	0.1712	0.1708	0.1706
二片罐外涂罩光油 (BPC6632-801)	丙烯酸树脂	0.4621	0.4626	0.4621
	氨基树脂	0.1829	0.1825	0.1823
	醇醚类溶剂	0.1714	0.1709	0.1708
	去离子胺水液	0.1690	0.1692	0.1691
易拉盖外涂透明涂料 (BPC6715-836)	环氧树脂	0.2617	0.2614	0.2611
	芳烃溶剂	0.2045	0.2041	0.2039
	酯类溶剂	0.1837	0.1840	0.1838
	酮类溶剂	0.1293	0.1295	0.1294
	氨基树脂	0.0805	0.0804	0.0803
易拉盖外涂透明涂料 (BPC6715-806)	醇醚类溶剂	0.3346	0.3349	0.3352
	芳烃溶剂	0.2918	0.2916	0.2910
	环氧树脂	0.2410	0.2413	0.2413

注：单位原材料耗用量=该产品当期耗用该类原材料的数量（kg）/该产品当期产量（kg）。

如上表所示，报告期内，受不同配方产品的产量波动、工艺损耗、配方调整和改进等因素影响，公司主要产品对应的主要原材料单位耗用存在小幅波动，但基本保持稳定，不存在显著变动。

2、报告期发行人主要产品单位耗用能源情况

公司主要产品单位耗用能源情况如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
单位耗水量（吨/吨）	3.62	2.26	1.93
单位耗电量（度/吨）	162.39	146.48	131.74
单位耗天然气量（m ³ /吨）	5.36	9.38	9.67
单位耗蒸汽量（吨/吨）	0.08	-	-

报告期内公司生产耗用的能源主要为水、电、天然气和蒸汽。

由上表可知，报告期内，公司 2020 年单位耗水量上升较多，主要原因如下：

A、2020 年以来，受疫情影响，公司响应国家防疫号召，增加了厂区及办公楼的日常消毒、清洁频率，导致耗水量有所增加；B、2020 年下半年常州工厂（一期）投产后，公司生产工序向部分上游环节延伸，增加了液态基础环氧树脂合成环节，生产过程所需要的冷却水增加较多，同时，常州工厂所采用的高规格 50T 反应釜每日在生产启动前需要使用自来水排空，导致用水量上升；C、2020 年公司两片罐涂料产量增长较多，由于两片罐涂料为水性涂料，生产中需使用自来水提纯，两片罐产量增加也导致公司用水量增加。

报告期内，公司单位耗电量有所上升，主要是由于报告期内公司逐渐增加了油墨产品的生产和销售，由于油墨生产过程中使用的机器设备功率大于生产液体涂料的设备功率，耗电量较高，导致报告期内单位产品耗电量呈上升趋势。除上述因素之外，2020 年单位耗电量上升较多，还受到 2020 年下半年常州工厂（一期）投产的影响，常州工厂设备技术水平先进、自动化控制水平高，并且生产工序向部分上游环节延伸，导致生产车间的耗电量增加较多。

报告期内，公司 2020 年单位耗天然气量较前两年下降较多，主要系 2020 年下半年投产的常州工厂（一期）使用蒸汽作为供热方式，用于反应釜加热、储罐保温、水浴槽加热等用途，替代了原来扬州工厂所使用的天然气供热方式，因而导致 2020 年公司单位耗天然气量下降，而单位耗蒸汽量相应增加。

综上，公司报告期内能源耗用比例存在一定波动，但均具有合理的原因，符合公司实际经营情况。

（二）披露树脂是否存在公开可比价格，发行人报告期采购树脂价格与可比价格是否存在重大差异，助剂、液氮等原材料价格波动的原因

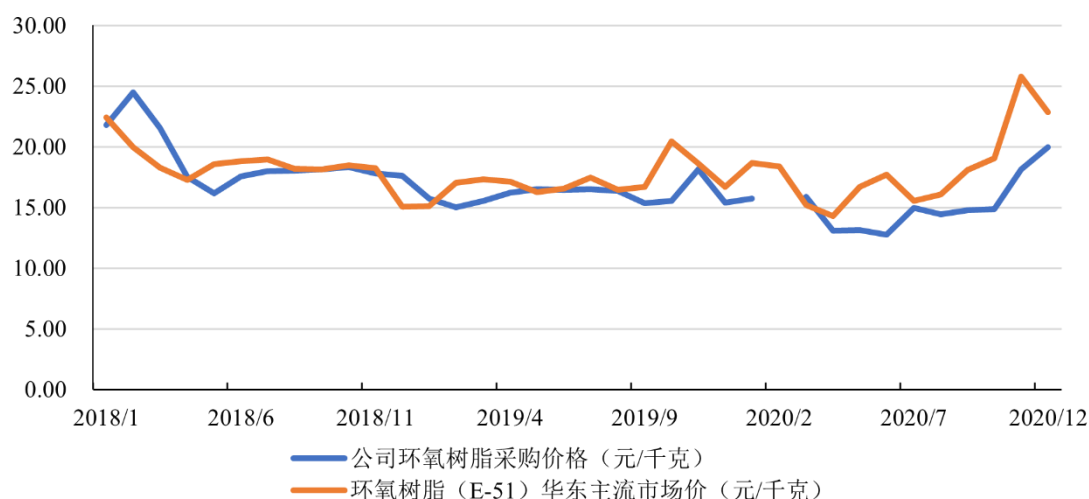
1、树脂采购价格与市场价格比较情况

树脂作为一种石油化工产品，广泛应用于工业涂料、电气设备、风电叶片、石油管道、汽车内饰等多个下游细分领域。由于不同行业对于树脂材料的要求不同，树脂产品种类众多，市场竞争较为充分，同一类别的树脂往往有多家厂商供应。但不同厂商生产的树脂因使用的合成单体、配方、合成工艺、催化剂不同，材料性能和适用环境存在差异，价格存在较大差异。其中，仅有几种使用范围较广的树脂如环氧树脂、甲基丙烯酸甲酯（MMA）等有可查询的公开市场价格，

其余树脂种类较为繁杂，难以获取公开市场价格。

①环氧树脂

报告期内，公司使用的树脂中采购量最大的是环氧树脂，报告期各期环氧树脂的采购成本占公司树脂采购成本的 25%以上。报告期内，公司环氧树脂的采购均价与市场价格比较情况如下：



注：2020 年 2 月公司未采购环氧树脂，因此无相关采购价格。

数据来源：Wind 资讯

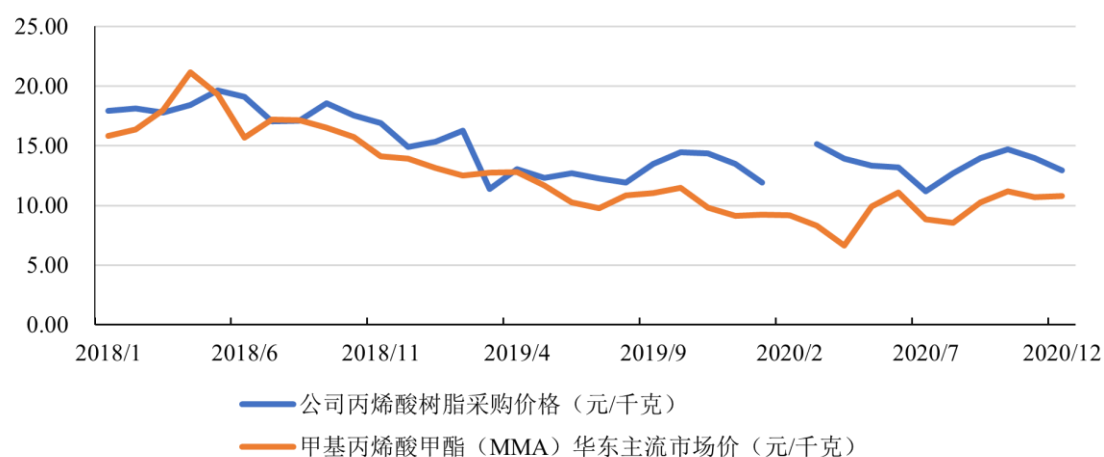
报告期内，公司环氧树脂采购价格与市场价格变化趋势一致，但从 2019 年起，受上游原材料双酚 A、环氧氯丙烷的市场价格波动的影响，环氧树脂的市场价格波动加剧，为保持供应稳定、控制采购成本，公司在保证安全库存的基础上，基于对环氧树脂市场供需情况的分析与判断，在市场价格相对较低时进行大量采购，锁定环氧树脂的采购价格，进而导致 2019 年公司环氧树脂采购价格略低于市场价格。

2020 年，受新冠肺炎疫情影响，环氧树脂市场价格有所波动。但随着国内疫情得到有效控制，经济逐步恢复，复工复产政策带动内需，市场需求旺盛，2020 年下半年开始环氧树脂价格持续上涨，并在 11 月达到高位。公司根据市场情况及时与供应商签订大额采购订单，提前锁定采购单价，虽然下半年开始公司的采购价格也有所上涨，但得益于公司的采购策略，公司 2020 年环氧树脂采购单价低于市场价格。

②丙烯酸树脂

报告期内，公司另一种使用较多的树脂为丙烯酸树脂，报告期各期丙烯酸树脂的采购成本占公司树脂采购成本的比例约为 10%。丙烯酸树脂是丙烯酸、甲基

丙烯酸甲酯（MMA）及其衍生物的总称，故丙烯酸树脂的市场价格与甲基丙烯酸甲酯（MMA）具有较强的关联性。报告期内，公司丙烯酸树脂的采购价格与甲基丙烯酸甲酯（MMA）市场价格比较情况如下：



注：2020 年 2 月公司未采购丙烯酸树脂，因此无相关采购价格。

数据来源：Wind 资讯

报告期内，受具体树脂型号构成存在差异的影响，公司丙烯酸树脂的采购价格与甲基丙烯酸甲酯（MMA）市场价存在一定的差异，但两者报告期内变化趋势基本一致。

综上所述，公司报告期采购树脂价格与可比价格不存在重大差异。

2、助剂、液氮等原材料价格波动的原因

报告期内，公司未发生主要原材料供应中断的情况。公司主要原材料价格变动如下所示：

单位：元/公斤、元/个

原材料	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	均价	变动比例	均价	变动比例	均价
树脂	18.73	-2.65%	19.24	-6.60%	20.60
溶剂	6.19	-10.76%	6.93	-7.60%	7.50
填料	16.07	4.86%	15.33	1.05%	15.17
助剂	71.26	-10.42%	79.55	29.43%	61.46
液氮	0.63	-1.58%	0.64	-7.25%	0.69
包装桶	118.01	0.45%	117.48	11.70%	105.17

树脂和溶剂作为石油化工产品，其价格变化受到石油价格的影响且其影响具有一定滞后性。2019 年树脂和溶剂的采购价格同比下降，主要是由于 2018 年下半年石油价格急剧下降，虽然 2019 年上半年呈波动上涨，但 2019 年石油价格水

平整体低于 2018 年；2020 年树脂和溶剂的采购价格有所下降，主要是由于 2020 年上半年石油价格下降较多所致。

填料采购均价 2018 年至 2019 年较为稳定，2020 年采购价格有所上涨，主要是由于单价较高的颜料采购占比上升。

助剂作为涂料生产过程中为实现特定需求而添加的辅助化学品，使用量较小，占公司原材料采购成本的比例较低。助剂采购均价在报告期内波动较大，主要是助剂采购种类较多，每种助剂用量少但单位价格跨度较大，不同品种的助剂价格从每公斤几元到每公斤几千元不等，由于报告期内公司易拉盖涂料、油墨等产品销售增长较快，同时公司在生产过程中适应不同客户的应用场景对部分产品配方进行优化调整，导致报告期各期对不同种类助剂的采购结构发生一定变化，进而导致了报告期内助剂采购均价的波动。具体而言，2019 年，助剂采购均价较 2018 年上升了 29.43%，主要是由于油墨产品的销量增长，单价较高的油墨助剂和蜡粉的采购占比有所上升，而单价较低的中和剂采购占比有所下降；2020 年，助剂采购均价较 2019 年下降了 10.42%，主要是由于单价较高的分散剂和增进剂采购占比有所下降，单价较低的中和剂采购占比也有所上升。同时，公司根据实际需求调整了流平剂、油墨助剂具体型号和采购数量，导致采购单价有所下降，也在一定程度上影响了助剂的采购价格。

液氮价格的变化主要受市场供需关系的影响，公司所采购的液氮主要用于为粉末涂料的生产提供低温环境，液氮成本占原材料采购成本的比例低于 3%，影响较小。2018 年下半年起，液氮市场价格冲高后回落，导致公司 2019 年和 2020 年液氮采购均价同比下降 7.25% 和 1.58%。

2019 年包装桶价格上涨较多主要是由于钢材价格的上涨和包装桶种类的变化；2020 年包装桶价格与 2019 年基本一致。

（三）披露报告期向主要供应商采购原材料的主要构成，主要供应商采购金额存在波动的原因，是否存在关键原材料依赖供应商的情形

报告期内，公司向主要供应商采购原材料的主要构成情况如下：

序号	供应商名称	原材料种类	期间	采购金额 (万元)	占同类原材料采购的比例
----	-------	-------	----	--------------	-------------

序号	供应商名称	原材料种类	期间	采购金额 (万元)	占同类原材料采购的比例
1	江阴昊海化工贸易有限公司	溶剂	2018 年	1,965.59	43.37%
			2019 年	2,132.27	43.04%
			2020 年	2,258.83	40.94%
2	国都化工（昆山）有限公司	树脂	2018 年	1,858.79	19.97%
			2019 年	2,331.93	24.33%
			2020 年	2,635.35	22.81%
		助剂	2019 年	0.54	0.04%
3	广州海洛仕合成材料有限公司	树脂	2018 年	1,181.08	12.69%
			2019 年	1,305.37	13.62%
			2020 年	1,408.82	12.19%
		助剂	2018 年	37.55	3.59%
			2019 年	1.86	0.15%
			2020 年	6.19	0.34%
4	江苏三木化工股份有限公司	树脂	2018 年	458.28	4.92%
			2019 年	573.41	5.98%
			2020 年	424.40	3.67%
		溶剂	2018 年	65.04	1.44%
			2019 年	218.23	4.41%
			2020 年	518.82	9.40%
5	吉昂功能材料（东莞）有限公司厚街分公司 ^注	树脂	2018 年	1,051.22	11.29%
			2019 年	760.55	7.94%
			2020 年	1,001.05	8.66%
6	上海伊藤忠商事有限公司	树脂	2018 年	839.52	9.02%
			2019 年	700.21	7.31%
			2020 年	611.89	5.30%

注：吉昂功能材料（东莞）有限公司厚街分公司曾用名为东莞普立万氯乙烯聚合体有限公司厚街分公司，下同。

如上表所示，报告期内公司的主要供应商整体变动较小，各年度主要供应商采购情况较为稳定，随着公司产品日益丰富，产量逐年上升，公司原材料采购的品种和数量也有所增加。

（1）主要供应商采购金额存在波动的原因

报告期内，公司主要供应商采购金额变动情况如下：

单位：万元

序号	供应商名称	2020 年度		2019 年度		2018 年度
		采购金额	变动比例	采购金额	变动比例	采购金额
1	江阴昊海化工贸易有限公司	2,258.83	5.94%	2,132.27	8.48%	1,965.59
2	国都化工（昆山）有限公司	2,635.35	12.98%	2,332.48	25.48%	1,858.79
3	广州海洛仕合成材料有限公司	1,415.01	8.25%	1,307.23	7.27%	1,218.63
4	江苏三木化工股份有限公司	943.22	19.15%	791.64	51.27%	523.32
5	吉昂功能材料（东莞）有限公司厚街分公司	1,001.05	31.62%	760.55	-27.65%	1,051.22
6	上海伊藤忠商事有限公司	611.89	-12.61%	700.21	-16.59%	839.52

报告期内，公司主要供应商采购金额存在波动的原因主要为：一是公司不断完善采购管理体系，维护供应链安全，树脂、溶剂等大类原材料在不同供应商的采购分散化；二是公司涂料产品配方调整和生产工艺改进，同一细分类别原材料采购在不同供应商之间的采购量发生转换和更迭；三是供应商体系的整体优化和调整，部分原材料从进口货源转为国产货源。具体如下：

① 江阴昊海化工贸易有限公司（简称“昊海化工”）

2018 年和 2019 年和 2020 年，公司从昊海化工采购溶剂的金额分别为 1,965.59 万元、2,132.27 万元和 2,258.83 万元，同比增长 8.48%和 5.94%，占同类原材料采购的比例分别为 43.37%、43.04%和 40.94%。公司主要向昊海化工采购芳烃、醚类、醇类溶剂，采购金额随产量的增长逐年增长，但总体占同类原材料采购的比例较为稳定。2020 年，公司对溶剂采取分散化采购的策略，加大了对其他供应商的采购，导致对昊海化工的采购占比有所下降。

② 国都化工（昆山）有限公司（简称“国都化工”）

2018 年、2019 年和 2020 年，公司从国都化工采购树脂的金额分别为 1,858.79 万元、2,331.93 万元和 2,635.35 万元，同比增长 25.48%和 12.98%。公司从国都化工采购的原材料均为环氧树脂，国都化工为公司环氧树脂的主要供应商之一，且国都化工供应的环氧树脂在现有配方中使用状况较好，故报告期内采购量迅速增加。

③ 广州海洛仕合成材料有限公司（简称“海洛仕”）

2018 年、2019 年和 2020 年，公司从海洛仕采购树脂的金额分别为 1,181.08 万元、1,305.37 万元和 1,408.82 万元，整体采购金额同比增长 7.27%和 8.25%。

公司从海洛仕采购的原材料主要为国产聚酯树脂和氨基树脂,由于报告期内公司积极以国产货源替代原向其他供应商采购的进口货源产品,导致向海洛仕的采购额呈增长态势。

④ 江苏三木化工股份有限公司(简称“三木化工”)

报告期内公司从三木化工采购的原材料主要为环氧树脂和丙烯酸树脂,以及醚类和酯类溶剂。由于上述原材料有多家供应商,公司在选择采购时会考虑品质和价格等多种因素,择优采购,从而导致了报告期内公司对三木化工的采购金额有所波动。具体如下:

A、树脂:

2018年、2019年和2020年,公司从三木化工采购树脂的金额分别为458.28万元、573.41万元和424.40万元。公司采购三木化工的树脂以环氧树脂为主,报告期内同类产品主要供应商为国都化工,公司会根据生产需求采购其他供应商的环氧树脂加以补充,从而导致了报告期内对三木化工的环氧树脂采购金额有所波动。同时,2020年公司通过江阴力恒化学有限公司等其他供应商采购丙烯酸树脂,逐步替代三木化工的同类产品,导致公司2020年对三木化工树脂的采购金额有所下降。

B、溶剂:

2018年、2019年和2020年,公司从三木化工采购溶剂的金额分别为65.04万元、218.23万元和518.82万元,报告期内采购金额增长迅速。公司向三木化工采购的溶剂主要用于易拉盖涂料的生产。2018年,公司主要向江苏华伦星聚河化工销售有限公司采购该种溶剂,对三木化工的采购量相对较小;2019年开始,随着公司易拉盖涂料业务的快速发展,加之实际生产过程中三木化工的溶剂产品更加适合现有配方,公司逐步增加了对三木化工溶剂产品的采购。

⑤ 吉昂功能材料(东莞)有限公司厚街分公司(简称“东莞吉昂”)

2018年、2019年和2020年,公司从东莞吉昂采购乙烯基树脂金额分别为1,051.22万元、760.55万元和1,001.05万元。该供应商为化工品贸易商,报告期内公司从东莞吉昂采购的树脂为乙烯基树脂,主要为进口货源,订单周期较长,公司需根据相关原材料的库存情况进行提前的采购备货。2019年,受中美贸易摩擦的影响,公司对于该种树脂的采购计划持谨慎态度,严格控制采购数量,加之公司库存储备相对充足,可较好地满足使用需求,公司2019年减少了对该种

树脂的采购，采购金额同比下降了 27.65%。

2020 年，受全球疫情影响，进口货源树脂的到港时间存在一定的不确定性，加之对该种树脂的使用量有所增加，公司为保障原材料储备，增加了对该供应商的采购量。

⑥ 上海伊藤忠商事有限公司（简称“伊藤忠”）

2018 年、2019 年和 2020 年，公司从伊藤忠采购树脂的金额分别为 839.52 万元、700.21 万元和 611.89 万元。报告期内公司从伊藤忠采购的原材料为酚醛树脂，主要用于红牛罐体涂料和蛋白质饮料罐体涂料的生产。报告期内，受下游客户蛋白饮料罐涂料需求量的减少以及 2020 年上半年新冠肺炎疫情的影响，下游客户订单逐年减少，导致公司对伊藤忠的采购金额也呈现逐年下降的趋势。

（2）关键原材料供应商依赖情况

公司主要原材料为树脂和溶剂。2018 年、2019 年及 2020 年，发行人树脂和溶剂的采购额合计占原材料采购总额的比例分别为 87.99%、85.62%和 84.17%。

报告期内，公司树脂和溶剂的主要供应商构成如下：

期间	原材料	排名	供应商名称	采购金额 (万元)	占同类原材料 采购额的比例
2020 年	树脂	1	国都化工（昆山）有限公司	2,635.35	22.81%
		2	广州海洛仕合成材料有限公司	1,408.82	12.19%
		3	吉昂功能材料（东莞）有限公司厚街分公司	1,001.05	8.66%
		4	无锡洪汇新材料科技股份有限公司	762.95	6.60%
		5	上海伊藤忠商事有限公司	611.89	5.30%
		合计		6,421.15	55.57%
	溶剂	1	江阴昊海化工贸易有限公司	2,258.83	40.94%
		2	江苏华伦星聚河化工销售有限公司	636.94	11.54%
		3	扬州如通化工有限公司	595.83	10.80%
		4	江苏三木化工股份有限公司	518.82	9.40%
		合计		4,010.41	72.68%
2019 年	树脂	1	国都化工（昆山）有限公司	2,331.93	24.33%
		2	广州海洛仕合成材料有限公司	1,305.37	13.62%
		3	吉昂功能材料（东莞）有限公司厚街分公司	760.55	7.94%

期间	原材料	排名	供应商名称	采购金额 (万元)	占同类原材料 采购额的比例
2018 年		4	无锡洪汇新材料科技股份有限公司	735.84	7.68%
		5	上海伊藤忠商事有限公司	700.21	7.31%
		合计		5,833.91	60.88%
	溶剂	1	江阴昊海化工贸易有限公司	2,132.27	43.04%
		2	江苏华伦星聚河化工销售有限公司	719.49	14.52%
		3	扬州如通化工有限公司	634.79	12.81%
		4	泰兴金江化学工业有限公司	288.35	5.82%
		合计		3,774.90	76.20%
	树脂	1	国都化工（昆山）有限公司	1,858.79	19.97%
		2	广州海洛仕合成材料有限公司	1,181.08	12.69%
		3	吉昂功能材料（东莞）有限公司厚街分公司	1,051.22	11.29%
		4	上海伊藤忠商事有限公司	839.52	9.02%
		5	上海德至贸易有限公司	701.07	7.53%
		合计		5,631.69	60.49%
	溶剂	1	江阴昊海化工贸易有限公司	1,965.59	43.37%
		2	江苏华伦星聚河化工销售有限公司	795.91	17.56%
		3	扬州市美坚化工有限公司	698.74	15.42%
		4	江苏三木化工股份有限公司	65.04	1.44%
		合计		3,525.27	77.79%

报告期内，除昊海化工外，公司向其他主要供应商采购树脂和溶剂的金额占同类原材料采购的比例相对较低，主要原材料的采购较为分散。

昊海化工是一家化工溶剂经销商，向公司供应溶剂类产品，主要包括芳烃、醚类、醇类溶剂。上述产品均为普通化学溶剂（二甲苯、正丁醇等），从原油到溶剂产出中间环节较少，且应用领域广泛，市场供应稳定，供应商众多，发行人各期对昊海化工的溶剂采购额占溶剂采购总额的比例达到约 40%或以上，主要是发行人出于采购便利性和运输经济性的考虑，就近向位于昆山的溶剂供应商进行批量采购。公司亦可较容易地从市场上找到其他供应商处采购同类产品进行替代，不存在依赖于昊海化工的情况。

综上所述，公司的原材料采购相对较为分散，不存在关键原材料依赖供应商

的情形。

（四）结合主要原材料耗用量、发行人采购策略等，披露主要原材料采购数量波动的原因

报告期内，公司主要原材料采购数量与耗用数量情况如下：

单位：吨

类别	项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度
		数量	变动比例	数量	变动比例	数量
树脂	采购数量	6,168.12	23.87%	4,979.62	10.16%	4,520.45
	耗用数量	6,176.04	20.61%	5,120.82	15.05%	4,451.11
溶剂	采购数量	8,917.77	24.81%	7,145.36	18.28%	6,041.03
	耗用数量	8,732.79	21.83%	7,168.03	18.89%	6,029.17
填料	采购数量	312.47	49.67%	208.77	23.37%	169.22
	耗用数量	281.08	19.21%	235.79	19.64%	197.08
助剂	采购数量	258.08	69.11%	152.61	-10.30%	170.14
	耗用数量	234.80	41.72%	165.68	17.68%	140.79

报告期内，随着公司产量的逐步增加，对于树脂和溶剂这类用量较大的原材料，原材料的采购数量随着耗用数量的增长而增长。2019 年和 2020 年，公司树脂耗用数量同比增长 15.05%和 20.61%，采购数量同比增长 10.16%和 23.87%，溶剂耗用数量同比增长 18.89%和 21.83%，采购数量同比增长 18.28%和 24.81%，采购数量的变动趋势与耗用数量的变动趋势基本一致。

而对于填料和助剂这类用量相对较小的原材料，虽然报告期内耗用数量逐年增长，但采购数量出现一定程度的波动。2019 年和 2020 年，发行人填料耗用数量同比增长 19.64%和 19.21%，采购数量同比增长 23.37%和 49.67%，助剂耗用数量同比增长 17.68%和 41.72%，采购数量同比增长-10.30%和 69.11%，这主要与助剂与填料在产品中发挥的作用以及公司产品特性有关。助剂的作用在于提高产品的单项性能，填料的作用在于赋予产品更好的物理特性，两者均为辅助材料。报告期内，公司传统的食品饮料金属包装涂料对助剂和填料的使用量较少且需求相对稳定，使用量随产量的增长逐步增加；而油墨等报告期内新推出的产品对助剂和填料的使用量较多，随着油墨等新产品订单需求的快速增长，公司对助剂和填料的耗用需求也呈较快增长。但由于填料与助剂耗用量远小于树脂和溶剂，并

且型号较为分散、周转较慢，故发行人会根据市场价格、订单需求和库存情况调整对助剂和填料的采购量，在保证生产需求的前提下进行原材料储备，从而导致填料和助剂采购数量在报告期内有所波动，与耗用数量的持续增长不同步。

（五）结合发行人细分产能数据、发行人委外加工费金额较小等情形，完善招股说明书中“2019 年公司在三片罐涂料产能紧张且生产任务紧张的情况下，委托外部厂商苏州嘉乐威企业发展有限公司为公司生产了部分三片罐内涂金油产品”的表述

2018 年第三季度和第四季度，公司的产能利用率分别达到 79.19%和 84.57%，由于扬州工厂建厂较早，设备较为老旧，生产效率偏低，因此产能利用率达到 80.00%以上已处于相对较高水平。为缓解生产压力，公司决定从 2019 年 1 月开始委托外部厂商苏州嘉乐威企业发展有限公司进行部分委外加工以满足公司订单需求。2019 年 1-9 月，公司共委外加工 234.60 吨三片罐内涂金油产品，委托加工费金额为 35.18 万元，占公司主营业务成本的比例为 0.19%，占比较小。委托加工期间，公司委派技术人员至外协厂商进行现场指导，生产完成后，外协厂商对产品进行检测并出具检测报告。公司通过上述措施对委托加工产品的生产质量进行监督以确保产品符合公司对产品的质量要求。2019 年 10 月之后，公司不再发生委外加工的情况。

（六）申报会计师核查意见

1、核查程序

针对上述事项，申报会计师执行了以下主要核查程序：

- （1）取得发行人的采购台账，并与原材料验收单进行核对；
- （2）获取发行人的生产投料单，统计对比主要产品原材料耗用情况；
- （3）取得发行人主要能源水电气的缴费单据等，核实费用发生的真实性和完整性；

（4）获取了发行人报告期内的采购明细，主要原材料采购单价情况，获取环氧树脂、丙烯酸树脂公开市场数据，分析比较树脂采购价格与市场价格差异情况，以及助剂、液氮等其他原材料采购单价变动情况，并向采购总监了解原因及合理性；

（5）获取了发行人报告期内主要供应商的采购构成，访谈了发行人的采购部门负责人，了解发行人与主要供应商在报告期内的合作情况和发行人的采购策略，分析主要供应商采购金额变动的原因；

（6）获取主要原材料的主要供应商清单，结合具体采购内容以及采购占比分析是否存在关键原材料依赖供应商的情况；

（7）获取发行人存货进销存表，比较各类原材料采购数量与耗用数量的波动是否匹配，结合原材料耗用量、采购策略等分析主要原材料采购数量波动的原因；

（8）取得了发行人的细分产能数据、委托加工明细表。

2、核查意见

经核查，申报会计师认为：

（1）发行人已在招股说明书中补充披露报告期各期主要原材料采购的数量，发行人报告期内主要产品单位耗用原材料和能源比例稳定，不存在大幅波动的情形；

（2）发行人已在招股说明书中补充披露树脂与市场价格比较情况，助剂、液氮等原材料价格波动的原因，报告期发行人采购的多数树脂无公开可比价格，环氧树脂、丙烯酸树脂的采购价格与市场价格相比不存在重大差异，助剂、液氮等原材料价格的波动主要受发行人采购结构变动、市场供需关系变化的影响；

（3）发行人已在招股说明书中补充披露主要供应商采购原材料的主要构成，主要供应商采购金额存在波动的原因，报告期内向主要供应商采购原材料主要由树脂、溶剂和助剂构成，主要供应商采购金额的波动主要受公司采购策略、生产需求和供应商体系变化的影响，不存在关键原材料依赖供应商的情形；

（4）发行人已在招股说明书中补充披露主要原材料采购数量波动的原因，主要原材料采购数量的波动主要受发行人生产需求和采购策略的影响，采购数量波动的原因合理；

（5）发行人已完善了招股说明书中关于委外加工的表述。

问题 12：关于毛利率

申报材料显示，报告期内，公司主营业务毛利率分别为 48.52%、43.48%和 41.50%，整体呈下降趋势。2018 年公司产品主要原材料树脂、溶剂等采购价格上涨，导致公司产品生产的直接材料成本上升，加之毛利较低的易拉盖涂料收入占比上升，使得当年毛利率下降。2019 年毛利率下降主要受产品销售结构变化影响。毛利率较高的三片罐涂料销售占比持续下降，毛利率较低的易拉盖涂料销售占比持续上升，导致公司毛利率持续下降。

请发行人：

（1）按照二级分类补充披露发行人三片罐涂料及易拉盖涂料的毛利率变动情况，结合主要原材料树脂、溶剂价格波动情况，量化分析并披露发行人主要原材料价格波动对发行人毛利率的影响；

（2）结合发行人主要产品三片罐涂料及易拉盖涂料报告期毛利率下滑、发行人主要产品的定价规则、主要市场竞争情况，分析并披露报告期发行人毛利率下滑趋势是否仍将持续，发行人采取的应对措施；

（3）结合发行人将广信材料等生产非食品级涂料的公司作为可比公司、并对比与其毛利率的差异情况，说明是否存在其他食品级涂料生产公司可作为发行人可比公司，披露发行人与 PPG、AkzoNobel、Valspar 等境外竞争对手毛利率的比较情况。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【发行人回复】

（一）按照二级分类补充披露发行人三片罐涂料及易拉盖涂料的毛利率变动情况，结合主要原材料树脂、溶剂价格波动情况，量化分析并披露发行人主要原材料价格波动对发行人毛利率的影响；

1、三片罐涂料毛利率变动分析

A、三片罐内涂毛利率变化分析

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
毛利率	47.06%	44.57%	45.16%
毛利率变动	2.49%	-0.59%	-
销售均价（元/公斤）	26.85	28.02	28.42
销售均价变动率	-4.18%	-1.41%	-

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
毛利率	47.06%	44.57%	45.16%
毛利率变动	2.49%	-0.59%	-
单位成本（元/公斤）	14.22	15.53	15.59
单位成本变动率	-8.46%	-0.38%	-

注：为保持可比口径，2020 年毛利率与单位成本未考虑运输费用因素。

报告期内，三片罐内涂的销售占比分别为 77.57%、72.42%和 64.53%，占比较高，因此三片罐内涂的毛利率变动情况对整体毛利率的变动影响较大。

如上表，相比 2018 年，2019 年三片罐内涂的毛利率基本保持平稳。

相比 2019 年，2020 年三片罐内涂毛利率上升了 2.49 个百分点，主要系原材料采购价格下降所致，其中主要原材料树脂和溶剂的采购均价分别下降 2.65%和 10.76%，导致三片罐内涂的单位成本下降 8.46%，而同期销售均价与上年相比只下降了 4.18%，因此三片罐内涂毛利率有所上升。

B、三片罐外涂毛利率变化分析

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
毛利率	58.91%	42.80%	48.60%
毛利率变动	16.11%	-5.80%	-
销售均价（元/公斤）	27.80	25.99	29.77
销售均价变动率	6.96%	-12.70%	-
单位成本（元/公斤）	11.42	14.87	15.30
单位成本变动率	-23.18%	-2.81%	-

注：为保持可比口径，2020 年毛利率与单位成本未考虑运输费用因素。

报告期内，三片罐外涂的销售占比分别为 7.30%、5.24%和 4.02%，销售占比较小且呈下降趋势，三片罐外涂毛利率的变动情况对整体毛利率的变动影响不大。

如上表，相比 2018 年，2019 年三片罐外涂毛利率下降了 5.80 个百分点，主要系个别产品在下游客户应用时因与生产线的匹配度较低产生质量问题，公司提供给客户一定的销售折让，导致三片罐外涂毛利率有所下降。

相比 2019 年，2020 年三片罐外涂毛利率上升了 16.11 个百分点，主要系原材料采购价格下降与销售单价上涨共同导致。公司三片罐外涂的主要产品为外边缝涂料，销售占比在 85%以上，2020 年公司对外边缝涂料的主体树脂（配方比

重在 40%以上) 进行国产化替代, 使得该种树脂的采购均价由原来进口树脂的 19.66 元/千克, 下降为两款国产树脂的 11.44 元/千克和 10.11 元/千克, 下降幅度分别为 41.82%和 48.56%, 同时, 溶剂的采购均价较 2019 年下降了 10.76%, 综合导致外边缝涂料 2020 年单位成本下降了 28.86%, 进而导致三片罐外涂 2020 年单位成本下降 23.18%, 而与此同时, 三片罐外涂同期销售均价上升了 6.96%, 因而导致三片罐外涂毛利率上升较多。

2、易拉盖涂料毛利率变动分析

A、易拉盖内涂毛利率变化分析

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
毛利率	37.45%	37.52%	41.20%
毛利率变动	-0.07%	-3.68%	-
销售均价 (元/公斤)	21.97	22.30	22.17
销售均价变动率	-1.46%	0.59%	-
单位成本 (元/公斤)	13.74	13.93	13.04
单位成本变动率	-1.33%	6.83%	-

注: 为保持可比口径, 2020 年毛利率与单位成本未考虑运输费用因素。

报告期内, 易拉盖内涂的销售占比分别为 3.60%、7.59%和 12.90%, 增速明显, 易拉盖内涂毛利率的变动情况对整体毛利率的变动影响愈发重要。

如上表, 相比 2018 年, 2019 年易拉盖内涂毛利率下降了 3.68 个百分点, 主要系前述公司于 2018 年新推出的产品型号 (BPC6716-802) 受到客户认可, 销售收入从 2018 年的 149.36 万元快速增长至 2019 年的 870.59 万元, 占易拉盖内涂销售收入的比例从 2018 年的 15.02%上升至 2019 年的 36.91%, 由于该型号产品 2019 年毛利率仅为 33.35%, 其销售占比的提升导致易拉盖内涂平均毛利率下降。

2020 年易拉盖内涂毛利与 2019 年基本一致, 相对平稳。

B、易拉盖外涂毛利率变化分析

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
毛利率	32.97%	27.18%	25.35%
毛利率变动	5.79%	1.83%	-
销售均价 (元/公斤)	19.19	19.04	18.91
销售均价变动率	0.77%	0.69%	-

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
单位成本（元/公斤）	12.86	13.86	14.11
单位成本变动率	-7.21%	-1.77%	-

注：为保持可比口径，2020 年毛利率与单位成本未考虑运输费用因素。

报告期内，易拉盖外涂的销售占比分别为 3.61%、4.88%和 3.72%，2019 年占比上升，2020 年占比有所回落。

如上表，报告期内，易拉盖外涂毛利率持续上升，主要系主要原材料树脂和溶剂的采购均价下降，促使 2019 年和 2020 年单位成本下降 1.77%和 7.21%，而同期销售均价基本保持稳定，导致易拉盖外涂毛利率上升。

（二）结合发行人主要产品三片罐涂料及易拉盖涂料报告期毛利率下滑、发行人主要产品的定价规则、主要市场竞争情况，分析并披露报告期发行人毛利率下滑趋势是否仍将持续，发行人采取的应对措施；

由前述分析可见，公司主要产品三片罐涂料及易拉盖涂料 2019 年毛利率有所下滑，主要系受原材料采购价格上涨和产品销售结构变动的影响。但随着 2020 年以来原材料采购价格下降，公司主要产品的毛利率有所回升（剔除运输费用的影响）。

公司主要产品所处的食品饮料金属包装涂料行业壁垒较高，目前国内对食品安全及环境保护的相关法律法规要求不断提升，对食品级涂料厂商的技术实力和研发能力均提出了较高的要求；同时，终端客户和直接客户对食品安全和供应链稳定的重视程度也不断提高，新厂商、新产品需要通过下游直接客户和终端品牌客户的双重认证，认证标准严格且认证周期漫长，上述种种因素导致国内食品饮料金属包装行业的进入壁垒较高，市场竞争较为有序，长期以来除 PPG、AkzoNobel 和 Valspar 三家外资厂商之外，仅发行人、儒林化工两家成规模的内资厂商，形成了一定的寡头垄断竞争局面。

作为一家民族品牌功能级涂料企业，公司在替代外资产品的基础上，在产品定价时主要采取“跟随定价”策略，制定与同类产品外资供应商定价相近甚至略低的价格，以保持公司产品在下游客户处的价格竞争力。由于在前述竞争格局下，包括外资厂商在内的涂料供应商一般不会主动降价损害其自身利益，因此公司主要产品的价格展望较为稳定。如果上游原油市场价格相对稳定，原材料采购成本

未出现大幅上涨，预计公司毛利率将不会持续下滑。

为应对毛利率下降的风险，公司采取了若干应对措施，包括：不断提升自己的研发能力和采购议价能力，加强对原材料的价格跟踪和预测，灵活进行原材料采购和库存管理，提升自己的成本管控能力；不断优化现有产品结构，加大对技术含量较高、盈利空间稳定的产品的研发和营销投入，加大对业务前景广阔的新产品如油墨、3C 涂料的业务拓展力度，打造新的盈利增长点。

（三）结合发行人将广信材料等生产非食品级涂料的公司作为可比公司、并对比与其毛利率的差异情况，说明是否存在其他食品级涂料生产公司可作为发行人可比公司，披露发行人与 PPG、AkzoNobel、Valspar 等境外竞争对手毛利率的比较情况

1、国内不存在其他食品级涂料生产公司可作为发行人可比公司

国内食品饮料金属包装涂料行业最初为 PPG、AkzoNobel 和 Valspar 等大型跨国涂料企业所垄断，发展至今也仅发行人、儒林化工两家主要的内资涂料厂商，其中儒林化工为非公众公司，主要专注于油墨和金属罐外涂涂料，A 股上市公司中无食品级涂料领域上市公司。因此，截至本问询函回复出具日，国内不存在其他食品级涂料生产公司可作为发行人可比公司。

发行人致力于成为一家综合性的功能性涂料厂商，未来业务领域将不仅仅局限在食品级涂料，近年来已在夯实食品级涂料竞争优势的基础上积极拓宽了业务领域，目前已拓展了包括油墨、3C 涂料在内的非食品级涂料产品。国内上市公司中，广信材料主营产品为专用油墨、专用涂料；松井股份主营产品为 3C 涂料和汽车涂料；东来技术的主营产品为汽车售后修补涂料、新车内外饰件及车身涂料、3C 涂料，与发行人同样属于功能性涂料行业，在基础技术、原材料、业务模式、盈利驱动因素等方面存在一定的相似性，并且与发行人存在部分产品重叠。因此，经综合考虑，发行人最终选取了上述三家非食品级涂料公司作为可比公司，具有一定的合理性。

2、发行人与 PPG、AkzoNobel、Valspar 等境外竞争对手毛利率的比较情况

报告期内，公司与境外竞争对手 PPG、AkzoNobel 和 Valspar 的毛利率比较情况如下：

公司名称	毛利率			
	2020 年度 (剔除运费后)注	2020 年度	2019 年度	2018 年度
PPG	43.78%	43.78%	42.87%	41.45%
AkzoNobel	44.37%	44.37%	42.77%	42.43%
Valspar ^注	47.29%	47.29%	44.89%	42.31%
境外竞争对手均值	45.15%	45.15%	43.51%	42.06%
发行人	42.91%	40.40%	41.50%	43.48%

注 1：上表数据根据 PPG、AkzoNobel、Sherwin-Williams Co 官方网站 2018 年-2020 年的公开数据计算；

注 2：2017 年 6 月 Valspar 已被美国涂料公司 Sherwin-Williams Co.收购并退市；Valspar 的毛利率为母公司 Sherwin-Williams Co.合并口径综合毛利率。

如上表所示，报告期内，剔除运输费用的影响后，公司的整体毛利率与 PPG、AkzoNobel、Valspar 的整体毛利率基本一致。

（四）申报会计师核查意见

1、核查程序

针对上述事项，申报会计师执行了以下主要核查程序：

（1）获取了发行人报告期内的原材料采购明细，获取三片罐涂料、易拉盖涂料二级分类收入成本明细表，计算毛利率及变动，结合主要原材料树脂、溶剂价格波动情况分析产品毛利率波动的原因；

（2）向销售总监访谈了解发行人主要产品的定价策略，发行人所处市场竞争情况，了解发行人所采取的应对措施，进一步分析报告期内三片罐涂料及易拉盖涂料毛利率下滑的原因及合理性；

（3）查阅了发行人境外竞争对手的年度报告等公开披露文件，对比发行人与其毛利率的差异情况。

2、核查意见

经核查，申报会计师认为：

（1）发行人已在招股说明书中按照二级分类补充披露了发行人三片罐涂料及易拉盖涂料的毛利率变动情况，量化分析并披露发行人主要原材料价格波动对发行人毛利率的影响；

（2）报告期内发行人毛利率下滑趋势不会持续，发行人已采取了积极的应对措施；

(2) 国内不存在其他食品级涂料生产公司可作为发行人可比公司，发行人的毛利率与 PPG、AkzoNobel、Valspar 等境外竞争对手的整体毛利率基本一致。

问题 13：关于应收账款

申报材料显示，报告期各期末，发行人应收账款账龄在 1 年以内的比重分别达到 95.97%、94.39%和 96.06%。发行人已对逾期 1 年以上应收账款按照其对应账龄计提了坏账准备，该部分应收账款对应客户大多信用状况良好，公司也已于期后收回绝大部分逾期欠款。发行人应收账款坏账计提比例略低于同行业可比公司。发行人 2019 年末对奥瑞金应收账款余额较 2018 年末增长较快。

请发行人：

(1) 披露报告期各期的应收账款逾期情况，包括逾期时间、金额及占比，期后收回情况；

(2) 披露发行人对奥瑞金等主要客户的信用政策是否发生变动，对其应收账款余额大幅增长的原因及合理性；

(3) 测算按同行业可比公司平均坏账准备计提比例计提应收账款坏账准备对报告期发行人主要财务指标的影响。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【发行人回复】

(一) 披露报告期各期的应收账款逾期情况，包括逾期时间、金额及占比，期后收回情况

报告期各期的应收账款逾期金额、逾期时间以及截至 2021 年 6 月 23 日的期后回款金额及占比情况如下：

单位：万元

期间	应收账款余额	逾期金额	逾期金额占应收账款余额的比重	其中：逾期 6 个月以内占比	逾期 6 个月以上占比	逾期应收账款期后回款				逾期应收账款未回款额
						期后回款总额	期后回款额占逾期金额比重	其中：3 个月内回款占比	3 个月以上回款占比	
2020 年末	12,702.52	1,688.41	13.29%	58.99%	41.01%	707.74	41.92%	62.85%	37.15%	980.67
2019 年末	12,914.71	1,925.03	14.91%	69.65%	30.35%	1,651.52	85.79%	74.59%	25.41%	273.51
2018 年末	9,613.72	2,136.65	22.23%	73.21%	26.79%	1,911.19	89.45%	48.83%	51.17%	225.46

注：公司于 2018 年、2019 年、2020 年核销逾期应收账款 6.09 万元、14.87 万元、29.26 万元；于 2019 年冲销逾期应收账款 70.18 万元；以上款项未包含在期后回款额中。

如上表所示，2018 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日和 2020 年 12 月 31 日公司应收账款逾期金额占当期末应收账款余额的比重分别为 22.23%、14.91% 和 13.29%，其中逾期时间为 6 个月以内的应收账款占当期期末逾期应收账款总额的比重分别为 73.21%、69.65%和 58.99%。报告期各期末公司应收账款的逾期时间主要分布在 6 个月以内，逾期时间较短。

截至 2021 年 6 月 23 日，公司 2018 年末的逾期应收账款期后已收回 89.45%，2019 年末的逾期应收账款期后已收回 85.79%，2020 年末的逾期应收账款期后收回 41.92%。

截至 2021 年 6 月 23 日，公司各期末逾期应收账款未回款金额和计提的坏账准备金额如下：

单位：万元

期间	应收账款余额	逾期应收账款未回款金额	坏账准备金额
2020 年末	12,702.52	980.67	554.95
2019 年末	12,914.71	273.51	579.78
2018 年末	9,613.72	225.46	523.50

如上图所示，2018 年末和 2019 年末公司计提的坏账准备金额高于当期期末逾期应收账款未回款金额，坏账准备金额足以覆盖上述逾期应收账款不能收回的风险。2020 年末逾期应收账款未回款金额增加较多且高于坏账准备金额，主要原因系：（1）华通新材因其自身重组原因，与发行人的货款结算较慢，导致期末产生逾期货款 491.57 万元，截止 2021 年 6 月 23 日已回款 100 万元，剩余逾期货款预计将在 8 月底前收回；（2）部分客户如广东晟凯金属实业有限公司、东莞市瑞冠彩印包装有限公司等受疫情影响，现金流周转速度低，回款速度较慢。但上述客户期后仍在持续回款中，预计货款能够收回，产生实质性坏账损失的风险较小。

（二）披露发行人对奥瑞金等主要客户的信用政策是否发生变动，对其应收账款余额大幅增长的原因及合理性

1、报告期内，发行人对前十大客户信用政策情况如下：

客户名称	信用期（单位：天）		
	2020 年度	2019 年度	2018 年度

客户名称	信用期（单位：天）		
	2020 年度	2019 年度	2018 年度
奥瑞金	150	150	90
客户 A	90/60	90/60	90/60
客户 B	90	90	90
客户 C	15	15	15
客户 D	105±5	105±5	105
客户 E	30	30	30
客户 F	电汇 100 天/承兑 40 天	电汇 90 天/承兑 40 天	电汇 90 天/承兑 30 天
客户 G	120	120	90
客户 H	90	90	90
客户 I	60	60	60
客户 J	30	30	-
客户 K	60	60	-

如上表所示，除奥瑞金外，发行人给予报告期内前十大客户的信用期无明显变化。

2、报告期内前十大客户应收账款余额增长的原因及合理性

报告期各期末发行人应收账款余额前十大客户的应收账款余额、当期含税销售额如下：

单位：万元

期间	排名	客户名称	期末应收账款余额	当期含税销售额
2020 年末 /2020 年度	1	奥瑞金	4,001.02	14,340.48
	2	宝钢包装	1,409.05	5,036.94
	3	嘉美包装	884.14	1,596.03
	4	昇兴集团	864.89	3,315.99
	5	华通新材	705.61	2,968.17
	6	华源控股	699.85	1,904.89
	7	中粮包装	621.55	1,418.63
	8	三元铝材	491.26	891.04
	9	公牛电器	415.41	939.45
	10	宏发铝业	323.01	1,616.70
	合计		10,415.80	34,028.33
2019 年末	1	奥瑞金	6,240.64	13,957.81

期间	排名	客户名称	期末应收账款余额	当期含税销售额
/2019 年度	2	宝钢包装	1,397.16	5,114.88
	3	昇兴集团	853.04	3,469.76
	4	华源控股	746.30	1,961.57
	5	中粮包装	500.00	1,187.13
	6	宏发铝业	422.03	509.97
	7	嘉美包装	366.96	819.22
	8	华通新材	243.07	1,749.21
	9	广东晟凯金属实业有限公司	217.06	500.83
	10	三元铝材	210.22	865.58
	合计		11,196.48	30,135.96
2018 年末 /2018 年度	1	奥瑞金	3,580.91	14,966.85
	2	宝钢包装	1,094.98	5,406.31
	3	华源控股	887.73	2,057.26
	4	华通新材	507.28	1,180.67
	5	中粮包装	495.29	1,186.09
	6	昇兴集团	488.42	2,011.10
	7	嘉美包装	349.81	681.83
	8	三元铝材	345.30	934.22
	9	娃哈哈	185.56	852.28
	10	龙口南山铝压延新材料有限公司	162.38	101.07
	合计		8,097.66	29,377.68

由上表可见，2019 年末发行人前十大客户应收账款余额出现大幅增长，同比增长金额为 3,098.82 万元，增长幅度 38.27%；2020 年末发行人前十大客户余额较 2019 年小幅下降，同比下降金额为 780.68 万元，下降幅度为 6.97%。

A、2019 年末发行人前十大客户应收账款余额增长原因及合理性

2019 年末发行人前十大客户应收账款增长的原因主要系：第一，发行人给予奥瑞金的信用期有所延长，导致其应收账款余额较同期增长 2,659.73 万元，涨幅 74.28%；第二，2019 年末昇兴集团应收账款余额较同期增长 364.62 万元，涨幅 74.65%。昇兴集团受春节节假日较早的影响需提前向发行人采购涂料备货，导致发行人对其四季度销售额增长，应收账款余额随之增长，昇兴集团 2019 年末应收账款余额期后三个月内已收回 67.47%，期后 6 个月内已全部收回，期后

回款情况良好；第三，宝钢包装同样是受春节节假日较早的影响，四季度销售额增长，导致应收账款余额随之增长。

截至 2021 年 6 月 23 日，奥瑞金、宝钢包装、昇兴集团 2019 年末应收账款的期后回款情况如下：

单位：万元

客户名称	2019年末应收账款余额(A)	截至 2021/6/23 回款金额 (B)	期后回款比例 (=B/A)
奥瑞金	6,240.64	6,240.64	100.00%
宝钢包装	1,397.16	1,397.16	100.00%
昇兴集团	853.04	853.04	100.00%

如上表所示，发行人 2019 年末奥瑞金、宝钢包装、昇兴集团应收账款的期后回款情况良好。

综上，2019 年末前十大客户应收账款余额增长原因具有合理性，且期后回款情况良好。

B、2020 年末发行人前十大客户应收账款余额下降原因及合理性

2020 年末。发行人前十大客户应收账款余额、当期含税销售额同比上年末的变动情况如下：

单位：万元

客户名称	2020 年末/2020 年度		2019 年末/2019 年度		应收账款增减比例	含税销售额增减比例
	期末应收账款余额	当期含税销售额	期末应收账款余额	当期含税销售额		
奥瑞金	4,001.02	14,340.48	6,240.64	13,957.81	-35.89%	2.74%
宝钢包装	1,409.05	5,036.94	1,397.16	5,114.88	0.85%	-1.52%
嘉美包装	884.14	1,596.03	366.96	819.22	140.94%	94.82%
昇兴集团	864.89	3,315.99	853.04	3,469.76	1.39%	-4.43%
华通新材	705.61	2,968.17	243.07	1,749.21	190.29%	69.69%
华源控股	699.85	1,904.89	746.30	1,961.57	-6.22%	-2.89%
中粮包装	621.55	1,418.63	500.00	1,187.13	24.31%	19.50%
三元铝材	491.26	891.04	210.22	865.58	133.69%	2.94%
公牛电器	415.41	939.45	109.26	226.82	280.20%	314.18%
宏发铝业	323.01	1,616.70	422.03	509.97	-23.46%	217.02%
合计	10,415.79	34,028.32	11,088.68	29,861.95	-6.07%	13.95%

如上表所示，2020 年末发行人前十大客户应收账款下降的原因主要系：

第一，发行人根据既定信用政策，加强催收回款力度，缓解了部分下游客户

受新冠肺炎疫情影响支付结算有所延滞的现象。如在信用期政策既定的情况下，奥瑞金 2020 年末应收账款余额较上年同期下降 2,239.62 万元，降幅 35.89%；宏发铝业 2020 年末应收账款余额较上年同期下降 99.02 万元，降幅 23.46%；华源控股 2020 年末应收账款余额较上年同期下降 46.45 万元，降幅 6.22%。

第二，2020 年前十大客户中部分客户应收账款期末余额呈现增长，但增长金额低于其他客户的下降金额，导致应收账款期末余额整体呈下降趋势。如下表所示，嘉美包装随 2020 年采购量逐渐恢复，含税销售额增长了 94.82%，2020 年末应收账款余额较上年同期上升 517.18 万元，增幅 140.94%；公牛电器随 2020 年产品质量稳定后对发行人的采购量增加，收入增长幅度与应收账款增长幅度趋于一致，分别为 266.54%和 280.20%，应收账款增长金额为 306.15 万元；但由于第一大客户奥瑞金应收账款余额较上年末下降了 2,239.62 万元，下降幅度较大，导致 2020 年末前十大客户应收账款整体呈下降趋势。由此可见，2020 年末发行人前十大客户应收账款余额下降具有合理性。

（三）测算按同行业可比公司平均坏账准备计提比例计提应收账款坏账准备对报告期发行人主要财务指标的影响

1、发行人应收账款坏账计提政策与同行业可比公司的对比情况

发行人应收账款坏账计提政策与同行业可比公司的对比如下：

2018 年（执行新金融工具准则之前）：

证券代码	公司简称	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3-4 年	4-5 年	5 年以上
300537	广信材料	5%	10%	50%	100%	100%	100%
688157	松井新材	5%	20%	50%	100%	100%	100%
688129	东来技术	10%	30%	50%	100%	100%	100%
可比公司平均计提比例		7%	20%	50%	100%	100%	100%
发行人		3%	10%	30%	50%	80%	100%

数据来源：各公司招股说明书及公司年报

2019 年（执行新金融工具准则之后）：

证券代码	公司简称	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3-4 年	4-5 年	5 年以上
300537	广信材料	5%	10%	50%	100%	100%	100%
688157	松井新材	5.10%	18.70%	22.22%	100%	100%	100%
688129	东来技术	10%	30%	50%	100%	100%	100%

证券代码	公司简称	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3-4 年	4-5 年	5 年以上
可比公司平均计提比例		6.70%	19.57%	40.74%	100%	100%	100%
发行人		3%	10%	30%	50%	80%	100%

数据来源：各公司招股说明书及公司年报

2020 年（执行新金融工具准则之后）：

证券代码	公司简称	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3-4 年	4-5 年	5 年以上
300537	广信材料	5%	10%	50%	100%	100%	100%
688157	松井股份	5.23%	21.75%	33.11%	100%	100%	100%
688129	东来技术	10%	30%	50%	100%	100%	100%
可比公司平均计提比例		8%	21%	44%	100%	100%	100%
发行人		3%	10%	30%	50%	80%	100%

数据来源：各公司 2020 年报

如上表所示，公司 1 年以内、1-2 年、2-3 年、3-4 年、4-5 年账龄的应收账款计提比例略低于可比公司平均计提比例；5 年以上账龄计提比例与可比公司平均计提比例一致。

2、按可比公司平均坏账准备计提比例计提的应收账款坏账准备对报告期发行人主要财务指标的影响

按可比公司平均坏账准备计提比例计提的应收账款坏账准备对报告期发行人主要财务指标的影响情况如下：

（1）按 2018 年（执行新金融工具准则之前）坏账准备计提比例：

单位：万元

项目	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日
1 年以内应收账款余额	12,390.91	12,405.84	9,073.92
1-2 年应收账款余额	55.47	202.11	193.33
2-3 年应收账款余额	67.44	119.66	63.28
3-4 年应收账款余额	51.56	35.71	97.94
4-5 年以上账款余额	27.39	88.74	106.28
5 年以上应收账款余额	109.75	62.65	78.97
应收账款余额	12,702.52	12,914.71	9,613.72
按发行人坏账政策计提坏账金额①	554.95	579.78	523.50
按可比公司平均坏账计提比例计提坏账金额②	1,100.88	1,155.76	988.67

项目	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日
不同计提比例对应收账款账面价值的影响③（①-②）	-545.93	-575.98	-465.17
不同计提比例对应收账款账面价值的影响占资产总额的比例（③/资产总额）	-1.15%	-1.39%	-1.41%
按照发行人坏账政策计提坏账对当期净利润的影响④（①中各期末减去期初）	-61.73	56.29	41.58
按照可比公司平均坏账政策计提对当期净利润的影响⑤（②中各期末减去期初）	-112.60	167.09	20.16
因不同计提比例对净利润的影响⑥（④-⑤）	50.88	-110.81	21.42
因不同计提比例对净利润的影响比例（⑥/净利润）	0.61%	-1.65%	0.31%

（2）按 2019 年（执行新金融工具准则之后）坏账准备计提比例：

单位：万元

项目	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日
1 年以内应收账款余额	12,390.91	12,405.84	9,073.92
1-2 年应收账款余额	55.47	202.11	193.33
2-3 年应收账款余额	67.44	119.66	63.28
3-4 年应收账款余额	51.56	35.71	97.94
4-5 年以上账款余额	27.39	88.74	106.28
5 年以上应收账款余额	109.75	62.65	78.97
应收账款余额	12,702.52	12,914.71	9,613.72
按发行人坏账政策计提坏账金额①	554.95	579.78	523.50
按可比公司平均坏账计提比例计提坏账金额②	1,057.22	1,106.59	954.75
不同计提比例对应收账款账面价值的影响③（①-②）	-502.27	-526.81	-431.25
不同计提比例对应收账款账面价值的影响占资产总额的比例（③/资产总额）	-1.06%	-1.27%	-1.31%
按照发行人坏账政策计提坏账对当期净利润的影响④（①中各期末减去期初）	-61.73	56.29	41.58

项目	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日
按照可比公司平均坏账政策计提对当期净利润的影响⑤（②中各期末减去期初）	-103.93	151.84	26.26
因不同计提比例对净利润的影响⑥（④-⑤）	42.20	-95.55	15.32
因不同计提比例对净利润的影响比例（⑥/净利润）	0.50%	-1.42%	0.22%

（3）按 2020 年（执行新金融工具准则之后）坏账准备计提比例：

单位：万元

项目	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日
1 年以内应收账款余额	12,390.91	12,405.84	9,073.92
1-2 年应收账款余额	55.47	202.11	193.33
2-3 年应收账款余额	67.44	119.66	63.28
3-4 年应收账款余额	51.56	35.71	97.94
4-5 年以上账款余额	27.39	88.74	106.28
5 年以上应收账款余额	109.75	62.65	78.97
应收账款余额	12,702.52	12,914.71	9,613.72
按发行人坏账政策计提坏账金额①	554.95	579.78	523.50
按可比公司平均坏账计提比例计提坏账金额②	1,174.22	1,227.12	1,042.49
不同计提比例对应收账款账面价值的影响③（①-②）	-619.28	-647.33	-518.99
不同计提比例对应收账款账面价值的影响占资产总额的比例（③/资产总额）	-1.31%	-1.57%	-1.57%
按照发行人坏账政策计提坏账对当期净利润的影响④（①中各期末减去期初）	-61.73	56.29	41.58
按照可比公司平均坏账政策计提对当期净利润的影响⑤（②中各期末减去期初）	-112.12	184.63	17.41
因不同计提比例对净利润的影响⑥（④-⑤）	50.39	-128.34	24.17
因不同计提比例对净利润的影响比例（⑥/净利润）	0.60%	-1.91%	0.35%

如上表列示，按可比公司平均坏账准备计提比例计提的应收账款坏账准备对

发行人报告期各期净利润及各期末资产总额的影响比例均低于 2%，对公司经营业绩影响很小。发行人不存在通过降低坏账计提标准调节利润的情形。

3、坏账准备计提政策与同行业可比公司存在差异的原因、合理性

(1) 公司下游客户信誉良好，对主要客户信用期短于同行业可比公司

发行人与主要客户均建立了长期良好的业务合作关系，主要客户均为下游食品饮料金属包装行业龙头企业，并且多为上市公司或央企，信誉良好，大部分客户信用期在 90 天内，回款周期较短。

而同行业上市公司面向的客户群体及执行的信用政策普遍在 120 天以内，东来技术的新车内外饰件及车身涂料、3C 消费电子领域涂料及其他业务客户信用期限最高长达 180 天，如下表所示：

公司名称	客户群体	信用期限
广信材料	印制电路板、电子产品精密加工、LED 照明等公司	30~120 天
松井新材	手机及相关配件、笔记本电脑及相关配件、可穿戴设备及智能家电等国内外知名高端消费类电子品牌企业	60~120 天
东来技术	汽车售后修补涂料客户	30~90 天
	新车内外饰件及车身涂料、3C 消费电子领域涂料及其他业务客户	90~180 天

来源：各可比公司招股说明书。

公司结合执行的信用政策及回款周期、经营特点制定了坏账准备计提政策，该计提比例虽略低于可比公司平均水平，但公司考虑到其客户的回款周期较短，能满足企业对应收账款回收风险的估计。

(2) 公司应收账款账龄结构健康，期后回款情况良好

报告期各期末，公司应收账款账龄以 1 年以内为主，1 年以内应收账款余额占期末应收账款总额的比例分别为 94.39%、96.06%和 97.55%，报告期各期末 3 年以上的应收账款占比均不超过 3%，应收账款的账龄结构健康。

截至 2021 年 6 月 23 日，公司 2020 年末应收账款前十大客户逾期部分期后回款情况如下：

单位：万元

序号	单位名称	期末应收账款逾期金额	逾期应收账款期后回款金额
1	奥瑞金	-	-
2	宝钢包装	36.49	36.49

序号	单位名称	期末应收账款逾期 金额	逾期应收账款期后回款 金额
3	嘉美包装	0.63	0.63
4	昇兴集团	100.03	100.03
5	华通新材	491.57	100.00
6	华源控股	8.75	8.75
7	中粮包装	-	-
8	三元铝材	7.61	7.61
9	公牛电器	-	-
10	宏发铝业	77.24	77.24
合计		722.32	330.75

如上表所示，截至 2021 年 5 月 31 日，公司 2020 年末应收账款前十大客户（占应收账款余额的比例为 82.00%）逾期部分期后回款比例已达到 45.79%。报告期内，公司主要客户为资信等级较高的下游知名企业，具备较强的付款能力，期后回款情况良好，实际发生坏账的金额较小。

综上，发行人确定应收账款的坏账计提政策及计提比例，具有合理性。

（四）申报会计师核查意见

1、核查程序

针对上述事项，申报会计师执行了以下主要核查程序：

- （1）获取应收账款回款台账，核实应收账款超期情况及期后回款情况；
- （2）访谈发行人主要管理人员和销售人员，了解应收账款结算政策和方法，统计主要客户的结算时点和付款比例，了解并分析发行人应收账款的形成原因和增长过程的合理性；
- （3）复核应收账款坏账准备计提的计算过程和结果，获取可比公司应收账款坏账计提政策及比例，将可比公司应收账款坏账计提政策与发行人应收账款坏账计提政策相比较分析；
- （4）访谈发行人主要管理人员和财务人员，了解发行人坏账准备计提政策与同行业可比公司存在差异的原因及合理性。

2、核查意见

经核查，申报会计师认为：

- （1）发行人报告期各期末应收账款逾期时间主要分布在 6 个月以内，且期

后回款情况良好；

（2）报告期内，除奥瑞金外，发行人给予主要客户的信用政策无明显变化。奥瑞金的信用期延长，主要由于 2019 年奥瑞金资金压力紧张，对其所有主要供应商统一延长了付款信用期，具有合理性；

（3）2019 年末奥瑞金等主要客户应收账款余额的增长具有合理性，且相关客户期后回款情况良好；

（4）发行人应收账款坏账准备计提政策及比例合理，计提坏账准备的比例略低于可比公司，但不会对发行人报告期内业绩造成较大影响，符合发行人业务特点。

问题 14：关于存货

申报材料显示，发行人的存货主要由原材料、发出商品、在产品及库存商品组成。报告期各期末发行人存货的账面价值分别为 4,055.82 万元、5,094.72 万元和 4,781.75 万元，占流动资产的比例分别为 18.50%、20.35%和 16.97%。

请发行人：

（1）披露报告期各期末库龄超过 1 年的原材料或库存商品的库龄、存货跌价准备计提情况，主要原材料及库存商品的有效期限规定，除 PR333656 型号酚醛树脂等原材料存在特殊采购安排外，其余主要存货库龄较长的原因；

（2）结合发行人报告期各期末存货跌价准备测试时，是否已充分考虑产品保质期、食品级涂料原材料的存储要求等因素，分析并披露存货跌价准备计提是否充分；

（3）披露对发出商品及委托加工产品的盘点盘存制度，是否完整纳入存货盘存范围，是否可以有效盘点库存托管商品。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【发行人回复】

（一）披露报告期各期末库龄超过 1 年的原材料或库存商品的库龄、存货跌价准备计提情况，主要原材料及库存商品的有效期限规定，除 PR333656 型号酚醛树脂等原材料存在特殊采购安排外，其余主要存货库龄较长的原因

2018 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日和 2020 年 12 月 31 日，发行人库龄超过 1 年的原材料、库存商品余额合计分别为 362.34 万元、351.99 万元和 539.62 万元，占各期末存货账面余额的比重分别为 7.00%、7.23%和 8.39%，已计提存货跌价准备金额分别为 80.91 万元、84.55 万元和 109.32 万元。

1) 原材料

报告期内，库龄超过 1 年的原材料及存货跌价准备计提情况如下：

单位：万元

期间	原材料名称	原材料账面余额	存货跌价准备金额	库龄超 1 年的原因
2020 年末	酚醛树脂	92.08	6.66	见 2019 年末酚醛树脂的说明
	蜡粉	34.40	26.29	个别型号 8RC7301 在产品配方优化后领用较少，已计提存货跌价准备，其余型号较为分散，单次用量较少，周转较慢。

期间	原材料名称	原材料账面 余额	存货跌价准 备金额	库龄超 1 年的原因
	丙烯酸树脂	37.33	14.77	主要型号 BS-9360Y 用于三片罐外涂罩光油，由于产品认证过程中配方进行了优化并且产品认证过程刚刚获得通过，所以相关材料领用减少，后期会产生相应的领用，但目前仍可用于其他产品使用。
	催化剂	12.99	9.45	部分型号系进口货源，目前公司已用国产货源替换，该部分原材料转为研发测试使用，针对个别无法继续使用的型号已全额计提存货跌价准备。
	油墨助剂	14.78	-	对应油墨助剂可以稳定保存较长时间，保质期长达 24 个月，存在少量型号库龄较长。
	其他	52.95	12.05	
	库龄超 1 年的原材料(A)	244.53	69.22	
	原材料余额 (B)	2,541.48		
	占比 (=A/B)	9.62%		
2019 年 末	酚醛树脂	171.62	11.78	主要为 PR33356 型号的酚醛树脂，该原料为天然松香，受美国飓风影响近两年产量较少，公司进行一定提前储备以保障安全库存，且天然松香性能相当稳定，常规放置 5 年内不会有明显的性能变化。
	蜡粉	29.87	22.65	个别型号 8RC7301 在产品配方优化后领用较少，已计提存货跌价准备，其余型号较为分散，周转较慢。
	环氧树脂	20.01	11.62	原主要用于易拉盖涂料，由于配方优化，领用减少，但部分批次仍可用于其他产品。
	丙烯酸树脂	18.44	11.14	主要型号 BS-9360Y 用于三片罐外涂罩光油，由于产品认证过程中配方进行了优化，相关材料领用减少，部分仍可用于其他型号拼用
	氨基树脂	16.62	2.27	主要型号为用于有机溶胶涂料的进口货源树脂，从采购经济性角度出发，一次备货量较大，但单次用量小，周转较慢。
	聚酯树脂	14.77	0.43	主要型号系用于粉末涂料的测试改良，消耗较慢。
	油墨助剂	11.07	0.18	主要油墨助剂可以稳定保存较长时间，保质期长达 24 个月，因此存在少量型号库龄较长。
	催化剂	10.72	7.29	部分型号系进口货源，目前公司已用国产货源替换，该部分原材料转为研发测试使用，针对个别无法继续使用的型号已

期间	原材料名称	原材料账面 余额	存货跌价准 备金额	库龄超 1 年的原因
				全额计提存货跌价准备。
	其他	51.46	12.81	
	库龄超 1 年的原材料(A)	344.58	80.17	
	原材料存货余额 (B)	2,304.93		
	占比 (=A/B)	14.95%		
2018 年 末	聚酯树脂	115.49	0.43	主要型号是用于粉末涂料，由于产品性质稳定，公司根据材料价格行情进行提前备货，导致原材料库龄较长。
	酚醛树脂	40.17	30.74	部分型号因配方变化无法继续使用，已全部计提跌价准备；其余型号较为零星，单次用量较低，导致周转较慢。
	丙烯酸树脂	30.87	1.57	主要用于蛋白饮料罐涂料生产，订单具有一定季节性，一般为下半年生产，当年生产结束后有部分原材料剩余，可用于下一年度的生产。
	蜡粉	25.98	13.37	个别型号 8RC7301 在产品配方优化后领用较少，已计提存货跌价准备，其余型号较为分散，周转较慢。
	水胶树脂	24.24	-	正常使用原料，由于对应品种尚处于测试认证期，使用量较小，后续将逐步消化。
	催化剂	16.81	7.54	部分型号系进口货源，目前公司已用国产货源替换，该部分原材料转为研发测试使用，针对个别无法继续使用的型号已全额计提存货跌价准备。
	水胶助剂	15.91	-	正常使用原料，由于对应品种销量较小，使用量较小，后续将逐步消化。
	油墨树脂	15.13	0.61	主要油墨树脂可以稳定保存较长时间，保质期长达 24 个月，存在少量型号库龄较长。
	流平剂	13.86	5.64	主要型号 BYK-3560 系用于卷材涂料，用量小，单次采购可使用较长时间，其余因配方优化不再使用的型号已全额计提跌价准备。
	氨基树脂	13.04	1.10	相关型号对应产品番茄酱罐涂料订单零散，材料消耗较慢，但仍可继续使用。
	其他	37.52	6.59	
	库龄超 1 年的原材料(A)	349.02	67.59	
	原材料存货余额 (B)	2,773.69		
	占比 (=A/B)	12.58%		

如上表所示，报告期各期末，发行人部分原材料的库龄超过 1 年的原因主要

包括：部分材料因新产品配方优化等原因转为研发测试使用，导致材料周转较慢；用量较少的部分原材料单次采购后可供使用较长的时间；部分蛋白质饮料罐涂料产品生产主要集中在春节前，当年剩余原材料可用于下一年度的生产。发行人已针对可变现净值低于账面价值的原材料充分计提了存货跌价准备。

2) 库存商品

报告期内，发行人库龄超过 1 年的库存商品及存货跌价准备计提情况如下：

单位：万元

期间	库存商品名称	库存商品 账面余额	存货跌 价准备	库龄超 1 年的原因
2020 年末	三片罐内涂有机溶胶	97.89	-	部分系因原材料问题产生不良，还有部分系因客户生产线需求不匹配导致退换货，经技术部检测均可以在生产中回拼使用，但消耗较慢。
	易拉盖内涂金油	45.39	-	因久置析出颗粒而退换货的产品，过滤后可降级销售或回拼使用，不存在减值风险。
	两片罐外涂罩光油	41.52	2.85	由于产品升级，周转较慢，但仍可进行拼用
	三片罐内涂金油	30.78	4.44	由于产品升级，周转较慢，但仍可进行拼用
	易拉盖外涂透明涂料	20.29	0.38	由于客户工艺改变及配方升级，需要进行回拼使用，周转较慢
	三片罐外涂透明涂料	18.27	0.11	MC6271-801 型号的客户论证时间较长，消耗较慢；其余为需回拼使用的次品。
	三片罐内涂白仿瓷	9.11	0.33	销售量减小，对应型号订单较少，但仍可进行拼用
	三片罐外涂罩光油	9.05	2.31	由于产品升级，周转较慢
	三片罐外涂白底涂	6.64	6.64	可丁体系由于配色问题，订单较少，成品基本性能出现问题，无法继续销售，已全额计提存货跌价准备
	其他产品	16.16	0.93	主要是产品升级，消耗较慢，但仍可进行拼用；其余是放置较久的零星产品，已针对无法继续使用的部分计提了存货跌价准备。
	库龄超 1 年的库存商品合计 (A)	295.10	17.99	
	库存商品余额 (B)	1,999.31		

	占比 (=A/B)	14.76%		
2019 年末	两片罐外涂罩光油	4.28	2.92	由于产品升级, 周转较慢
	三片罐内涂金油	2.18	0.73	由于产品升级, 周转较慢
	三片罐外涂罩光油	0.21	-	由于产品升级, 周转较慢
	油墨	0.74	0.74	对应型号暂无订单
	库龄超 1 年的库存商品合计 (A)	7.41	4.38	
	库存商品余额 (B)	1,186.51		
	占比 (=A/B)	0.62%		
2018 年末	油墨	5.31	5.31	对应型号暂无订单
	三片罐内涂金油	3.48	3.48	因产品改版, 旧版本不再销售
	稀释剂	2.02	2.02	因产品改版, 旧版本不再销售
	三片罐外涂白底涂	1.77	1.77	因产品改版, 旧版本不再销售
	易拉盖内涂有机溶胶	0.75	0.75	因产品改版, 旧版本不再销售
	库龄超 1 年的库存商品合计 (A)	13.32	13.32	
	库存商品余额 (B)	878.32		
	占比 (=A/B)	1.52%		

如上表所示, 报告期各期末, 发行人库龄超过 1 年的库存商品占比分别为 1.52%、0.62% 和 14.76%。其中, 2018 年和 2019 年占比极小, 少量库存商品的库龄超过 1 年的原因主要是由于对应产品升级, 原材料周转较慢; 或因产品改版, 旧版本不再销售, 以及部分产品型号已无订单流入等。2020 年库龄超过 1 年的库存商品占比增加较多, 主要系是由于 2019-2020 年近两年是公司易拉盖涂料、两片罐涂料等新产品的市场推广期, 部分老产品也通过寻找国产化替代原料等方式进一步优化配方, 适应客户需求, 在这个过程中, 公司陆续通过了多个下游客户的产品认证, 并根据客户需求不断调整、优化配方。在产品版本更迭过程中, 部分老产品的订单减少, 导致消耗速度较慢; 此外, 2019 年因与客户产线不匹配、个别产品质量问题、与客户需求如色相等不匹配等原因导致了退换货, 易拉盖涂料、有机溶胶退换货较多, 需要在生产中以一定比例回拼使用, 消耗速度较慢。发行人已针对可变现净值低于账面价值的库存商品充分计提了存货跌价准备。

(二) 结合发行人报告期各期末存货跌价准备测试时, 是否已充分考虑产品保质期、食品级涂料原材料的存储要求等因素, 分析并披露存货跌价准备计提是否充分

报告期各期末, 发行人对存货按照账面价值与可变现净值孰低的原则进行减

值测试并相应计提存货跌价准备，具体测试和计提过程如下：

发行人主要原材料包括树脂、溶剂等，在存储期间原料性能较为稳定，大部分原材料除需满足存储的一般通风、防晒、防爆等条件之外对存储条件没有特殊要求。各期末，发行人技术部门对库龄超过 1 年以上的原材料进行复检，对性能已发生变化且不能继续使用或不符合现有客户要求的原材料，全额计提存货跌价准备，对存储环境无特殊要求且性能稳定、不易发生质量变化的原材料，经技术部门复检后仍可继续使用的，暂不计提跌价准备。

发行人主要库存商品包括两片罐涂料、三片罐涂料、易拉盖涂料等，公司主要采用以销定产的方式安排生产，产品流动性较好，对部分库龄超过 1 年的产品，技术部门会通过复检判断产品是否可以正常使用，对性能已发生变化或无订单需求的产品，全额计提存货跌价准备，对性能未发生变化且存在持续订单流入的产品，暂不计提跌价准备。

综上，发行人报告期各期末存货跌价准备测试时，按照期末存货账面价值与可变现净值孰低的原则进行计量，已综合充分考虑产品保质期、食品级涂料原材料的存储要求、原材料及产品价格等因素，存货跌价准备计提充分。

（三）披露对发出商品及委托加工产品的盘点盘存制度，是否完整纳入存货盘存范围，是否可以有效盘点库存托管商品

根据《江苏扬瑞新型材料股份有限公司外存物资管理办法暂行办法》，发行人对发出商品及委托加工产品主要实施以下盘点盘存制度：

（1）销售人员根据发出商品仓库报表，及时与客户对账单进行核对，并盘点寄售方成品库存，确保与账目核对，达到“账物”一致；

（2）各销售区域负责人对自己管辖内客户的实物库存每月进行清点，并将盘点结果及时反馈给销售内勤和财务；

（3）财务每年定期或不定期对客户寄存现场进行抽盘；

（4）发行人对委托加工产品则有每月派专人进行现场盘点，财务定期或不定期对物料现场进行抽盘。

发行人对发出商品规定的由销售人员、销售区域负责人和财务人员参与的对寄售发出商品的盘点盘存制度，对委托加工产品规定的专人现场盘点和财务定期或不定期抽盘制度能保证发出商品及委托加工产品能够完整纳入存货盘点盘存

范围，发行人可以有效盘点库存托管商品。

（四）申报会计师核查意见

1、核查程序

针对上述事项，申报会计师履行了以下主要核查程序：

（1）保荐机构和申报会计师对报告期内各期末存货执行了监盘程序，对存货的状态予以确认；

（2）询问仓库管理人员，了解存货的流动性及是否有呆滞积压情况；

（3）查阅存货跌价准备计提政策，了解存货跌价准备的计提情况；访谈了发行人财务负责人及成本会计，了解发行人报告期各期末存货跌价准备政策的执行情况；获取并查阅报告期各期末的存货库龄明细表，分析存货的库龄结构；复核存货跌价准备的计提及核算过程，对库存商品及主要原材料进行减值测试；

（4）对库存托管商品执行不限于现场盘点、函证、检查对账单和发货单据等相关程序，以确认发出商品的真实性和完整性；

（5）获取发行人存货跌价计提政策并检查政策的合理性，核实现行跌价准备计提方式是否与政策保持一致；

（6）获取发行人关于发出商品及委托加工产品的盘点盘存制度，测试其存货盘点盘存制度执行的有效性。

2、核查意见

经核查，申报会计师认为：

（1）发行人已披露报告期各期末库龄超过 1 年的原材料、库存商品的库龄、存货跌价准备计提情况，原材料或库存商品的库龄超过 1 年具有合理的原因，发行人已充分计提存货跌价准备；

（2）发行人报告期各期末进行存货跌价准备测试时，已充分考虑产品保质期、食品级涂料原材料的存储要求等因素，存货跌价准备计提充分；

（3）发行人对发出商品和委托加工产品制定的盘点盘存制度，能保证发出商品及委托加工成品能够完整纳入存货盘点盘存范围，发行人可以有效盘点库存托管商品。

问题 15：关于销售费用

申报材料显示，报告期内，发行人的销售费用主要包括销售相关的运杂费、职工薪酬、业务招待费、差旅费和租赁费等，上述项目合计占销售费用的比例分别为 95.77%、95.48%和 94.91%。

请发行人：

（1）披露报告期内发行人销售人员数量、平均薪酬情况，销售人员人均薪酬与当地人均薪酬水平的差异情况，报告期发行人销售人员薪酬占销售费用的比例逐年下滑的原因及合理性；

（2）结合发行人主要合同中客户自提的比例、发行人发货频率及单位运费情况，披露报告期发行人运杂费发生额与发行人发货数量、重量是否匹配；

（3）结合发行人实际控制人控制的山东博瑞特及关联方与发行人存在较多客户重叠的情形，披露是否存在实际控制人或关联方替发行人承担成本、费用的情形。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【发行人回复】

（一）披露报告期内发行人销售人员数量、平均薪酬情况，销售人员人均薪酬与当地人均薪酬水平的差异情况，报告期发行人销售人员薪酬占销售费用的比例逐年下滑的原因及合理性

（1）销售人员数量及薪酬情况

① 报告期内公司销售人员数量及平均薪酬情况如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销售人员人数（人）	16	14	11
销售人员总薪酬（万元）	294.78	290.31	259.98
销售人员平均薪酬（万元/人）	18.42	20.74	23.63

注：销售人员人数取各期末人数。

如上表所示，2019 年销售人员总薪酬较 2018 年有所上升，但人均薪酬呈现下降趋势，主要系当年新入职员工的级别及薪酬较老员工偏低，进而拉低了当年整体平均薪酬。2020 年销售人员平均薪酬小幅下降，主要系上半年受到新冠疫情影响，销售人员的绩效工资有所下降，导致平均薪酬下降所致。

② 销售人员平均薪资水平高于当地城镇非私营单位就业人员平均工资

报告期内，公司销售人员人均薪酬与江苏省、扬州市城镇非私营单位在岗职工年平均工资对比情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
江苏省平均薪酬	-	9.87	8.66
扬州市平均薪酬	-	8.18	7.60
发行人销售人员平均薪酬	18.42	20.74	23.63

数据来源：江苏省统计局、扬州市统计局，2020 年数据未公布。

如上表所示，公司报告期内销售人员平均薪酬高于江苏省和扬州市城镇非私营单位就业人员平均工资，在当地具有市场竞争力。

③ 销售人员平均薪资水平与当地上市公司平均水平相比合理

选取扬州地区上市公司作为比较对象，公司销售人员人均薪酬与同地区上市公司对比情况如下：

单位：万元

证券代码	公司简称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
002002.SZ	鸿达兴业	4.84	10.19	9.56
002391.SZ	长青股份	32.07	34.64	32.52
002559.SZ	亚威股份	18.46	39.78	31.23
300373.SZ	扬杰科技	23.52	19.71	23.99
300507.SZ	苏奥传感	10.06	8.11	6.28
300610.SZ	晨化股份	50.72	68.88	61.89
300885.SZ	海昌新材	10.60	12.78	-
600213.SH	亚星客车	9.17	10.29	8.27
600486.SH	扬农化工	24.93	33.42	41.52
600973.SH	宝胜股份	10.20	8.92	15.44
603013.SH	亚普股份	29.18	35.00	25.38
603059.SH	倍加洁	8.60	11.72	11.92
688488.SH	艾迪药业	16.06	24.54	14.86
605133.SH	嵘泰股份	13.39	11.9	7.89
600513.SH	联环药业	-	-	-
扬州地区上市公司平均值		18.70	23.56	22.37
公司		18.42	20.74	23.63

数据来源：同地区上市公司招股说明书及年报，其中海昌新材未披露 2018 年数据，联环药业年报中销售费用未披露销售人员薪酬数据，所以“扬州地区上市公司平均值”尚未将联环药业纳入计算样本中。

如上表所示，报告期内，公司除 2019 年因新增数名基层销售人员拉低了平均薪酬，导致销售人员人均薪酬低于同地区上市公司平均水平之外，其他各期销售人员平均薪酬与扬州地区上市公司人均薪酬水平基本持平，薪酬水平合理。

④报告期公司销售人员薪酬占销售费用的比例逐期下滑的原因及合理性

报告期内，公司销售人员薪酬占销售费用的比例如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销售人员薪酬	294.78	290.31	259.98
销售费用合计 ^注	1,833.78	1,617.94	1,243.06
销售人员薪酬占销售费用比例	16.07%	17.94%	20.91%

注：为保持可比口径，2020 年“销售费用合计”为将计入生产成本中的运杂费还原至销售费用后的金额。

如上表所示，2018 年至 2019 年公司销售人员薪酬占销售费用的比例有所下滑，主要系由于随着报告期内营业收入增长，销售费用中与业务规模直接相关的运杂费、业务招待费等上升较快，从而导致销售人员薪酬占比相对下降。

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
运杂费 ^注	1,103.35	914.41	672.47
业务招待费	199.14	159.33	99.51
差旅费	79.44	94.78	77.98
折旧费	7.03	6.87	2.19
办公费	3.62	1.55	3.49
车辆费用	17.23	17.45	17.63
通讯费	3.32	1.46	1.89
租赁费	76.70	76.70	76.95
其他	49.17	55.10	30.98
销售费用合计（剔除销售人员薪酬）	1,539.00	1,327.63	983.08

注：2020 年“运杂费”为将计入生产成本中的运杂费还原后的金额。

如上表所示，随着营业收入的增加、新产品的推广，与之相关的运杂费、业务招待费随之增加，另外为便于销售人员办公，公司自 2017 年 9 月起租赁苏州办公室，因此新增了租赁费用。2018 年、2019 年和 2020 年，剔除销售人员薪酬后的销售费用分别为 983.08 万元、1,327.63 万元和 1,539.00 万元，呈现出相对较

快的增长。公司销售人员薪酬占销售费用的比例与公司的业务情况相匹配，2018年至2020年销售人员薪酬占销售费用的比例逐年下降具有合理性。

（二）结合发行人主要合同中客户自提的比例、发行人发货频率及单位运费情况，披露报告期发行人运杂费发生额与发行人发货数量、重量是否匹配

报告期内，公司依据合同及订单约定，委托第三方物流公司将产品运输到客户的指定地点，并承担运输费用，而运输费用主要与货物重量、运输距离等因素相关。

报告期内，公司发货频率、发货重量、当年计提的运输费用、单位运费情况如下：

期间	当年发货频率（次）	当年客户自提频率（次）	发货重量（吨）a	运输费用（万元）b	单位运费（万元/吨）c=b/a
2020 年度	3,763	12	14,958.72	989.52	0.07
2019 年度	3,427	16	12,132.78	859.39	0.07
2018 年度	2,801	21	10,763.50	683.52	0.06

由上表可见，公司的运输费用主要由公司承担，客户自提的比例较低。报告期内随着公司销售规模的扩大，发货频率、发货重量、运输费用总体呈增加趋势。

2019 年和 2020 年公司发货重量较上年同期增长幅度分别为 12.72%和 23.29%，运输费用较上年同期增长幅度分别为 25.73%和 15.14%。2019 年发行人运费同比增长幅度略高于当年发货重量的同比增长幅度，主要原因系随着企业销售规模的扩大，公司客户的分散程度增强，平均运输距离增长，单位运费随之出现小幅增长。

2020 年运费同比增长幅度略低于当年发货重量的同比增长幅度，主要原因系本期新增发货重量发货地区较为集中，并且运输距离相对较短，主要为宏发铝业（山东邹平）、公牛电器（浙江慈溪）及嘉美包装（安徽滁州），2020 年单位运费与 2019 年基本一致。

综上，报告期内公司运费发生额与发货数量、重量等是相匹配的。

（三）结合发行人实际控制人控制的山东博瑞特及关联方与发行人存在较多客户重叠的情形，披露是否存在实际控制人或关联方替发行人承担成本、费

用的情形。

(1) 实际控制人或其控制的关联方不存在替发行人承担成本、费用的情形

根据发行人报告期内银行流水和采购明细表、营业成本和期间费用科目明细、应收应付或其他应收应付科目明细，发行人严格执行相关内控制度，从采购、付款、费用报销等诸方面采取了有效措施防范成本、费用归集不准确、不完整的情形出现。报告期内，发行人营业成本结转及时，期间费用入账完整，不存在实际控制人或其控制的关联方替发行人承担成本、费用的情况。

同时，根据对实际控制人控制的关联方包括山东博瑞特、常州博瑞特、东乡博瑞特、福建博瑞特、珠海博瑞特及其子公司报告期内财务报表、银行流水、采购明细表、员工花名册等资料以及实际控制人陈勇及其配偶陈雪春的银行流水进行核查，实际控制人及其控制的关联方不存在替发行人支付供应商货款、人员薪酬或承担其他应由发行人承担的费用的情形。

(2) 博瑞特集团向与发行人重叠客户销售的价格公允，不存在利益输送情形

博瑞特集团主要经营易拉盖业务，易拉盖主要由马口铁、铝材等大宗原材料经加工制成，属于标准化产品，易拉盖的价格基于成本加成方法确定，因此易拉盖的采购价格受到马口铁、铝材等原材料的市场价格波动影响较大，通常根据马口铁、铝材的期货交易价格，由下游客户与易拉盖厂确定每月的易拉盖采购价格。而金属包装涂料会根据下游客户包装罐内含物特性由涂料供应商进行配方调整和定制，为非标产品。涂料采购在合同有效期（如一年）内通常执行合同价格，涂料采购价格通常一年调整一次。因此，金属包装涂料和易拉盖是两类产品特性、定价模式完全不同的产品，发行人与博瑞特集团与奥瑞金各自签署销售合同，博瑞特集团不存在通过调节销售价格而为发行人输送利益的情形。

发行人与博瑞特集团重叠的客户主要为奥瑞金、昇兴集团、中粮包装、嘉美包装、福贞集团，均为下游食品饮料金属包装行业主要厂商。其中，奥瑞金、嘉美包装向博瑞特集团采购主要易拉盖产品的价格与其他同类供应商的采购价格对比如下：

报告期内，奥瑞金向山东博瑞特、珠海博瑞特采购主要易拉盖产品的价格与其他同类供应商的采购价格对比如下：

表 1-1：奥瑞金向山东博瑞特采购主要产品的价格比较表

【发行人已对此表申请豁免披露】

表 1-2：奥瑞金向珠海博瑞特采购主要产品的价格比较表

【发行人已对此表申请豁免披露】

如上表所示，关联方山东博瑞特、珠海博瑞特向奥瑞金供应主要易拉盖产品的价格与其他同类供应商的价格不存在显著差异，关联方向奥瑞金销售的价格具有公允性，不存在通过转移定价向发行人输送利益的情形。

表 2：嘉美包装向不同供应商采购易拉盖价格比较表

公司名称	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	采购金额 (万元)	平均单价 (元/只)	采购金额 (万元)	平均单价 (元/只)	采购金额 (万元)	平均单价 (元/只)
天津嘉顺制盖有限公司	7,751.33	0.082	5,810.53	0.087	6,164.94	0.085
博瑞特集团	4,898.64		5,375.50		5,492.43	
厦门保沣实业有限公司	8,355.92		4,183.04		5,717.30	
广东柏华包装股份有限公司	2,214.86		3,859.62		7,272.70	
佛山宝润金属制品有限公司	10,039.95	0.083	5,292.79	0.092	7,704.41	0.087

数据来源：嘉美包装（002969）招股说明书，仅更新至 2018 年。

如上表所示，博瑞特集团向与发行人重叠的主要客户奥瑞金、嘉美包装供应金属易拉盖的价格与同类产品其他供应商不存在显著差异，博瑞特集团向上述重叠客户销售的价格具有公允性，不存在通过转移定价向发行人输送利益的情形。

除此之外，发行人与博瑞特集团的主要重叠客户奥瑞金、昇兴集团、中粮包装、嘉美包装、福贞集团均出具了确认函，确认如下：“扬瑞新材不存在通过其他方式向本公司及本公司下属子公司补偿利益（例如通过其股东、其他关联单位或个人向本公司及本公司下属子公司、本公司股东、本公司董事、监事、高级管理人员和关键经办人员补偿利益），从而要求本公司及本公司下属子公司提供更优惠合同条款的情况。”

（四）申报会计师核查意见

1、核查程序

针对上述事项，申报会计师履行了以下主要核查程序：

(1) 取得发行人报告期内员工花名册及工资明细，并向管理层了解销售人员业绩完成及年终奖发放情况；从公开信息查阅当地职工平均薪酬情况，获取同地区可比上市公司销售人员平均薪酬情况，并进行同向比较分析；

(2) 获取报告期内发行人运输费用明细账，获取报告期内发行人与承运商的物流合同，检查报告期内发货重量、运输费用是否匹配，波动原因是否合理；

(3) 实地走访了发行人与关联方的主要重叠客户，获取上述客户出具的确认函；实地走访了博瑞特集团境内在营公司并对其总经理、财务总监进行访谈，对实际控制人陈勇进行访谈并取得其书面确认文件；

(4) 查阅奥瑞金出具的向博瑞特集团与其他同类供应商采购主要易拉盖产品的价格比较表、嘉美包装（002969）招股说明书，分析上述客户向博瑞特集团及同类供应商采购易拉盖的价格是否存在显著差异；

(5) 核查发行人报告期内银行流水和销售采购明细、营业成本和期间费用科目明细、应收应付或其他应收应付科目明细，分析成本、费用入账完整性；

(6) 核查实际控制人及其配偶、实际控制人控制的企业报告期内财务报表、银行流水、采购明细表、员工花名册等资料，查看是否存在为发行人支付供应商货款、人员工资或支付其他应由发行人承担的费用的情形。

2、核查意见

经核查，申报会计师认为：

(1) 发行人已在招股说明书中披露了报告期内发行人销售人员数量、平均薪酬情况，销售人员人均薪酬高于当地平均工资水平，与当地上市公司相比薪酬水平合理，报告期内发行人销售人员薪酬占销售费用的比例逐年下滑具有合理性；

(2) 报告期内发行人运费发生额与发行人发货数量、重量等是相匹配的；

(3) 实际控制人或关联方不存在替发行人承担成本、费用的情形，亦不存在通过向重叠客户转移定价进行利益输送的情况。

问题 16：关于管理费用与研发费用

申报材料显示，2017 年、2018 年和 2019 年，发行人管理费用分别为 1,438.78 万元、1,292.43 万元和 1,731.09 万元，研发费用分别为 1,116.16 万元、1,212.77 万元和 1,238.49 万元，发行人管理费用率及研发费用率均低于可比公司平均值。

请发行人：

（1）说明除已披露的股份支付外，发行人报告期内历次股权变化情况是否存在股份支付的情形，发行人报告期外历次股权变动应做股份支付处理而未处理的情形是否对发行人报告期初未分配利润有重大影响；

（2）结合发行人销售合同中的质量保证条款，披露发行人未在销售费用中计提售后费用及预计负债的原因；

（3）结合管理人员数量、管理费用具体构成，披露发行人管理费用率低于同行业平均水平的原因及合理性；

（4）结合招股说明书中发行人研发的三片罐内涂产品打破了国际垄断等表述，披露报告期发行人研发费用率低于可比公司平均水平是否为阶段性投入降低所致，发行人报告期内主要研发成果在主要产品的应用情况，发行人研发费用率低于可比公司平均水平是否影响发行人的持续创新能力。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【发行人回复】

（一）说明除已披露的股份支付外，发行人报告期内历次股权变化情况是否存在股份支付的情形，发行人报告期外历次股权变动应做股份支付处理而未处理的情形是否对发行人报告期初未分配利润有重大影响

1、股份支付的种类及会计处理

根据《企业会计准则第 11 号——股份支付》规定：股份支付，是指企业为获取职工和其他方提供服务而授予权益工具或者承担以权益工具为基础确定的负债的交易。股份支付分为以权益结算的股份支付和以现金结算的股份支付。以权益结算的股份支付，是指企业为获取服务以股份或其他权益工具作为对价进行结算的交易。以现金结算的股份支付，是指企业为获取服务承担以股份或其他权益工具为基础计算确定的交付现金或其他资产义务的交易。

股份支付的特征：一是股份支付是企业与职工或其他方之间发生的交易。以

股份为基础支付可能发生在企业与股东之间、合并交易中的合并方与被合并方之间或者企业与其职工之间。只有发生在企业与其职工或向企业提供服务的其他方之间的交易，才可能符合股份支付的定义。

二是股份支付是以获取职工或其他方服务为目的的交易。企业在股份支付交易中意在获取其职工或其他方提供的服务(费用)或取得这些服务的权利(资产)。企业获取这些服务或权利的目的在于其正常生产经营，不是转手获利等。

三是股份支付交易的对价或其定价与企业自身权益工具未来的价值密切相关。股份支付交易与企业与其职工间其他类型交易的最大不同，是交易对价或其定价与企业自身权益工具未来的价值密切相关。在股份支付中，企业要么向职工支付其自身权益工具，要么向职工支付一笔现金。而其金额高低取决于结算时企业自身权益工具的公允价值。对价的特殊性可以说是股份支付定义中最突出的特征。

2、发行人历次股权变更的情况

(1) 2006 年 7 月扬瑞有限设立

2006 年 6 月 29 日，扬州市工商行政管理局出具《企业名称预先核准通知书》((10000614) 名称预先登记[2006]第 06280012 号)，预先核准公司名称为：扬州扬瑞新型材料有限公司。2006 年 6 月 30 日，陈勇、钱玉虎、姚国兴、方雪明、胡逢吉 5 人签署《扬州扬瑞新型材料有限公司章程》，约定共同出资人民币 330 万元设立扬瑞有限。股东首期出资人民币 120 万元，由陈勇、方雪明、胡逢吉、姚国兴、钱玉虎分别缴付人民币 35.4 万元、24 万元、22.8 万元、19.8 万元和 18 万元，其余部分合计人民币 210 万元由上述各股东于 2008 年 6 月 30 前缴纳。

如上所述，该次为发行人设立，不涉及股份支付情况。

(2) 2007 年 4 月扬瑞有限第一次股权转让

2007 年 3 月 10 日，陈勇将其持有的扬瑞有限 29.5%的股权转让给其弟媳王维代持，方雪明将其持有的扬瑞有限 20%的股权转让给其妻子戈育芳代持；本次转让王维及戈育芳并未就该次股权转让支付股权转让对价。2007 年 3 月 25 日，扬瑞有限召开第一届第三次股东会，同意上述股权转让。2007 年 4 月 17 日，扬瑞有限就本次股权转让事宜完成工商变更登记手续。

如上所述，该次为转让代持，不涉及股份支付情况。

(3) 2008 年 4 月扬瑞有限第一次增资

2008 年 4 月 1 日，扬瑞有限召开第三届第一次股东会，同意将公司注册资本由人民币 330 万元变更为人民币 1,198.96 万元，本次新增注册资本连同本次增资前各股东未实缴的出资额由各股东于 2007 年 11 月 12 日前一并实缴出资到位。

如上所述，该次主要系原有股东按照 1 元/1 元注册资本的价格认购本次增资，林建伶作为新股东以约 1.43 元/1 元注册资本的价格认购本次增资（本次出资时公司的每股净资产相当于 1.17 元/1 元注册资本），林建伶并未在发行人处任职，仅作为外部股东出于投资目的持有发行人股份，发行人引入林建伶并未获取其服务，不符合股份支付中“为获取职工和其他方提供服务而授予权益工具或者承担以权益工具为基础确定的负债的交易”的规定，因此本次股权转让不属于股份支付的情形。

（4）2008 年 6 月第二次股权转让

2008 年 6 月，姚国兴、戈育芳、钱玉虎将其持有的扬瑞有限 1.2%、2%、2% 的股权转让给林建伶，姚国兴将其持有的扬瑞有限 3.3% 的股权那转让给朱正元，胡逢吉将其持有的扬瑞有限 4.5% 的股权转让给王维。2008 年 6 月 30 日，扬瑞有限就本次股权转让事宜完成了工商变更登记手续。

如上所述，本次股权转让是非控股股东之间转让股权，姚国兴将其持有的公司 3.3% 股权转让给朱正元，胡逢吉将其持有的公司 4.5% 股权转让给王维，本次转让为结合原创始自然人股东在公司的贡献，相互之间协商一致就各自在公司的股权比例进行调整。

姚国兴将其持有的公司 1.2% 股权转让给林建伶，戈育芳将其持有的公司 2% 股权转让给林建伶，钱玉虎将其持有的公司 2% 股权转让给林建伶，转让价格约为 1.43 元/1 元注册资本（本次转让时公司的每股净资产相当于 1.20 元/1 元注册资本），系发行人引入外部股东林建伶的过程中，部分股东存在资金需求，因此向林建伶出售部分股权，且本次股权转让和林建伶 2008 年 4 月增资的价格相同。林建伶仅作为外部股东出于投资目的持有发行人股份，发行人引入林建伶并未获取其服务，不符合股份支付中“为获取职工和其他方提供服务而授予权益工具或者承担以权益工具为基础确定的负债的交易”的规定。

综上，因此本次股权转让不属于股份支付的情形。

（5）2009 年 12 月，第三次股权转让

2009 年 11 月 25 日，扬瑞有限股东会通过决议，同意林建伶将其持有的扬

瑞有限 30.2%的股权(对应人民币 362.0859 万元的注册资本)全部转让给郑丽珍,林建伶与郑丽珍就前述股权转让签署了《股权转让协议》。2009 年 12 月 3 日,扬瑞有限就本次股权转让事宜完成了工商变更登记手续。

如上所述,本次股权转让是非控股股东之间的股权转让,林建伶系郑丽珍姐夫,实际转让价格约为 1.43 元/1 元注册资本(本次转让时公司的每股净资产相当于 1.37 元/1 元注册资本),林建伶因个人资金需求,且公司发展未达其个人预期,因此将股权全部转让给其郑丽珍,按林建伶的持股成本进行转让。林建伶和郑丽珍均未在发行人处任职,仅作为外部股东出于投资目的持有发行人股份,发行人引入林建伶并未获取其服务,不符合股份支付中“为获取职工和其他方提供服务而授予权益工具或者承担以权益工具为基础确定的负债的交易”的规定。

因此本次股权转让不属于股份支付的情形。

(6) 2012 年 7 月,第四次股权转让

2012 年 6 月 5 日,扬瑞有限股东会通过决议,同意王维将其持有的扬瑞有限 34.5%的股权(对应人民币 413.6412 万元的注册资本)全部转让给陈勇;同意戈育芳将其持有的扬瑞有限 12%的股权(对应人民币 143.8752 万元的注册资本)全部转让给方雪明。王维与陈勇、戈育芳与方雪明就前述股权转让分别签署了《股权转让协议》。

如上所述,本次股权转让系王维与陈勇、戈育芳与方雪明之间股权代持的还原,不涉及股份支付。

(7) 2014 年 11 月,股东变更

2013 年 10 月 13 日,姚国兴去世,其妻蔡以红依据相关法律规定及司法裁判继承姚国兴生前所持有的扬瑞有限 5%的股权。2014 年 9 月 20 日,扬瑞有限股东会通过决议,同意蔡以红继承姚国兴所持有的扬瑞有限的全部股权,成为公司的新股东,并于 2014 年 11 月完成工商变更。

如上所述,本次股东变更为非控股股东股权的法律继承,不涉及股份支付。

(8) 2014 年 12 月,第五次股权转让

2014 年 11 月 15 日,扬瑞有限股东会通过决议,同意蔡以红将其持有的扬瑞有限 5%的股权(对应人民币 59.948 万元的注册资本)全部转让给陈勇。蔡以红与陈勇就前述股权转让签署了《股权转让协议》,并于 2014 年 12 月完成工商变更。

如上所述，本次股权转让为非控股股东将其股权转让给控股股东，原股东姚国兴去世后其妻蔡以红继承所持发行人股权，蔡以红欲退出对公司的投资，将其所持股份转让给发行人实际控制人陈勇，转让目的并非为获得控股股东的服务。同时本次股权转让对价为 200 万元人民币，转让价格约为 3.34 元/1 元注册资本（税后）。因此本次股权转让不属于股份支付的情形。

（9）2016 年 8 月，第六次股权转让

2016 年 8 月，郑丽珍、方雪明、胡逢吉、钱玉虎分别将其持有的扬瑞有限 12%、4.5%、4%、5%的股权转让给陈勇，并于 2016 年 8 月完成工商变更。

在本次转让前，陈勇已经是公司实际控制人、第一大股东，其有义务和责任经营好公司，股权转让的目的并非为了获取陈勇的服务。实际控制人陈勇欲巩固在公司的控股权，因此和其他自然人股东协商一致收购其他股东持有的部分公司股权，本次股权转让价格约为 37.53 元/1 元注册资本，系根据扬瑞有限整体估值 4.5 亿元为基础，对应扬瑞有限（不含扬州博瑞）2015 年净利润 4,502.06 万元的约 10 倍 PE，并经股权转让各方协商一致确定，交易定价公允。且本次股权转让系股东之间的转让行为，并非企业与其职工或向企业提供服务的其他方之间的交易，因此本次股权转让不属于股份支付的情形。

（10）2016 年 9 月，第七次股权转让

2016 年 8 月 23 日，扬瑞有限股东会通过决议，同意陈勇将其持有的扬瑞有限 4.9%的股权（对应人民币 58.749 万元的注册资本）转让给堆龙鸿晖新材料技术有限公司。陈勇与鸿晖新材就前述股权转让签署了《股权转让协议》，2016 年 9 月，扬瑞有限已就本次股权转让事宜完成了工商变更手续。

如上所述，鸿晖新材控股股东为发行人第一大客户奥瑞金，本次交易发生在公司实际控制人陈勇和客户奥瑞金之间，主要系为加强双方之间战略合作，奥瑞金并不是发行人职工或向发行人提供服务的其他方；同时本次股权转让价格约为 65.06 元/1 元注册资本，系参考 2014-2016 年国内化工行业并购交易市场化估值倍数，对应扬瑞有限（含扬州博瑞）2015 年合并财务报表归属于母公司股东的净利润 5,250.71 万元的约 15 倍 PE，并由奥瑞金与发行人实际控制人陈勇协商一致确定，交易定价公允；因此本次股权转让不属于股份支付。

（11）2016 年 11 月，扬瑞有限整体变更设立股份公司

2016 年 11 月 18 日，扬瑞有限董事会通过决议，同意扬瑞有限整体变更为

股份有限公司。2016 年 11 月 18 日，陈勇、方雪明、朱正元、胡逢吉、钱玉虎、郑丽珍、鸿晖新材签署了《江苏扬瑞新型材料股份有限公司发起人协议》并完成了股份改制。

如上所述，本次为股份制改制，不涉及股份支付。

综上所述，发行人历次股权变动情况均不符合股份支付的定义，且都在股份制改制之前，股份支付相关会计处理对发行人报告期初未分配利润无重大影响。

（二）结合发行人销售合同中的质量保证条款，披露发行人未在销售费用中计提售后费用及预计负债的原因

① 报告期内实际发生的退货、客户赔偿情况

根据公司与主要客户签订的售后质量保证条款，公司需要承担因产品质量问题产生的退货责任，如对客户造成损失还需承担相关赔偿责任。

报告期内，公司实际产生的退货金额及占收入的比重如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
退货金额	198.05	316.95	62.70
营业收入	35,546.53	31,066.99	27,663.77
占比	0.56%	1.02%	0.23%

报告期内，公司因产品质量问题而承担客户赔偿责任的情况较少，多为客户生产环境（如温度湿度变化等）造成的产品黏度、附着力等指标发生变化导致的质量问题，公司一般通过给予客户一定销售折让的形式来承担赔偿责任，报告期发生额情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
客户赔款金额	175.90	124.06	38.08
营业收入	35,546.53	31,066.99	27,663.77
占比	0.49%	0.40%	0.14%

如上表所示，报告期内，公司退货金额以及客户赔款金额均极低，对公司经营业绩不构成重大影响。

② 同行业可比公司均未针对产品质量保证责任计提预计负债

同行业可比公司计提预计负债的情况如下：

可比公司名称	是否计提预计负债	预计负债中是否包含产品质量保证责任负债
广信材料	是	否
松井股份	否	否
东来技术	否	否

注：广信材料计提的预计负债系超业绩奖励，而非因质量保证责任计提的售后费用。

如上表所示，同行业可比公司均未对产品质量保证责任计提预计负债，公司的会计处理符合行业惯例。

综上所述，公司报告期内退货金额和客户赔偿金额均极低，对公司经营业绩不构成重大影响，同行业可比公司均未就产品质量保证责任计提预计负债，因此公司未在销售费用中计提售后费用及预计负债具有合理性。

（三）结合管理人员数量、管理费用具体构成，披露发行人管理费用率低于同行业平均水平的原因及合理性

（1）公司管理费用率低于同行业平均水平的原因及合理性

期间	公司简称	管理费用率	管理人员数量（人）	职工薪酬占营业收入的比例	折旧及摊销占营业收入的比例	差旅费占营业收入的比例
2020 年度	广信材料	13.49%	172	5.89%	2.71%	0.46%
	松井股份	8.30%	51	3.37%	0.73%	0.23%
	东来技术	5.49%	86	3.61%	0.22%	0.21%
	平均值	9.09%	103	4.29%	1.22%	0.30%
	发行人	4.94%	67	2.32%	0.42%	0.04%
2019 年度	广信材料	12.81%	221	6.51%	2.18%	0.59%
	松井股份	5.90%	46	2.78%	0.66%	0.20%
	东来技术	5.30%	102	3.22%	0.21%	0.51%
	平均值	8.00%	123	4.17%	1.02%	0.43%
	发行人	5.57%	62	2.77%	0.36%	0.04%
2018 年度	广信材料	10.69%	177	4.75%	2.18%	0.53%
	松井股份	6.22%	-	3.09%	0.98%	0.15%
	东来技术	5.70%	-	3.26%	0.19%	0.60%
	平均值	7.54%	177	3.70%	1.12%	0.43%
	发行人	4.67%	77	3.10%	0.38%	0.06%

数据来源：上市公司年报、招股说明书。

如上表所示，2018 年、2019 年和 2020 年，报告期内公司管理费用率分别为

4.67%、5.57%和 4.94%，较为稳定，低于同行业可比公司管理费用率平均值，与可比公司东来技术接近。

通过对管理费用具体构成项目进行对比分析，公司管理费用率低于同行业可比上市公司的原因主要系公司职工薪酬、折旧摊销费用和差旅费较低所致。一是公司的组织架构较简单，子公司较少，且均位于江苏省内，不涉及跨区域管理，管理层级较为扁平化，管理效率高，管理成本相应较低；另外出于承担社会责任和解决当地残障人士的就业安置问题，公司行政管理人员中包括部分残障人士，主要承担后勤工作，其薪资待遇较低，因此职工薪酬低于同行业可比公司水平；二是报告期内公司的固定资产主要是位于扬州市江都区仙女镇陈庄工业园区房屋建筑物（常州工厂<一期>2020年下半年才正式投入使用），无形资产主要是位于扬州市江都区仙女镇陈庄工业园区以及常州市东港三路以东、东港一路以北的土地使用权，发行人的资产规模及营业收入规模低于同行业可比公司，与管理职能相关的折旧与摊销金额也较低；三是公司管理组织架构较为简单，中高层管理人员数量较少，导致相关差旅费支出也低于同行业可比公司水平。

综上，公司管理费用率低于同行业可比公司具有合理性。

（四）结合招股说明书中发行人研发的三片罐内涂产品打破了国际垄断等表述，披露报告期发行人研发费用率低于可比公司平均水平是否为阶段性投入降低所致，发行人报告期内主要研发成果在主要产品的应用情况，发行人研发费用率低于可比公司平均水平是否影响发行人的持续创新能力

报告期内，公司研发费用率低于可比公司平均水平，但并非由于公司阶段性投入降低所致。研发费用率低于可比公司平均水平的主要原因如下：

第一，公司主要产品为食品饮料金属包装涂料产品，主要应用产品为金属罐、易拉盖等，用于三片罐、二片罐、易拉盖的内外层及边缝涂布的涂料产品系列相对集中，但同行业可比公司主要从事消费电子涂料、汽车涂料领域，消费电子产品如手机、电脑，厂商品牌、产品型号和款式众多，而且产品更迭较快；乘用车品牌、车型众多，内外饰的部件众多，产品系列更为分散、复杂，相对而言，公司研发资源和投入不像上述可比公司那么分散；

第二，公司面向的主要终端品牌客户对其食品饮料包装的安全性、稳定性的要求颇高，由于消费品形象与其包装设计密不可分，一旦在消费者心目中建立起

稳固的品牌形象之后，一般不会轻易变更包装设计，因而为之提供配套的金属包装厂商的金属罐产品方案也较为稳定，行业内产品更新迭代周期相对较长，公司对原有产品的后续研发投入主要体现在配方优化、性能改进等方面，在原有成熟产品上持续大量投入的需求较小，而同行业可比公司如松井股份，拥有较多国际知名消费电子终端品牌客户，对供应商研发硬件投入要求高、检测标准严苛、项目开发周期长，高端消费类电子领域具备产品迭代周期短，创新质量要求高，产业链所有环节必须保持相应的创新质量和节奏，导致在产品上的研发投入高于公司研发投入水平；

第三，部分同行业可比公司面向的下游客户为消费电子产品品牌厂商或汽车主机厂，前期开发和测试费用较高，东来技术的涂料产品应用于消费电子产品或汽车内外饰件前需要按客户要求提供喷涂完成后的汽车内外饰件或 3C 电子产品完整部件样品，并且交由客户指定的第三方专业检测机构或客户质检部门进行检测，因此前期开发和测试费用较高。以 2019 年为例，东来技术以前期开发和测试费用为主的研发支出达到 583.87 万元，占其当年研发费用的 21.64%。相对而言，公司面向下游客户的研发活动无需大量的前期开发和测试费用。

因此，报告期内，由于公司与同行业可比公司的细分涂料领域存在差异，在产品系列分散度、下游创新节奏、前期开发和测试费用等方面存在差异，公司研发费用率低于同行业可比公司具有合理性。

报告期内，公司紧跟下游客户需求和行业技术前沿，围绕三片罐涂料、二片罐涂料和易拉盖涂料等主题持续进行研发投入，在产品配方方面取得了若干研发成果，尤其是报告期内以易拉盖卷材涂料技术为代表的技术突破，推动公司易拉盖涂料等新产品营业收入不断提升，产品领域不断扩大，核心竞争力不断提升。报告期内，公司主要研发成果在主要产品中的应用情况如下：

序号	项目名称	研发类型	研发完成时间	研发成果应用情况
1	全喷涂料 (用于二片罐)	自主研发	2019 年 研发完成	该涂料无环氧成分，可以大幅提升罐内侧与食品饮料直接接触的安全性。报告期内仅完成实验室研发，尚未实现商业化销售。
2	罩光油 (用于三片罐)	自主研发	2018 年 研发完成	应用于三片罐外涂产品，具备较好的流平性、光泽度及丰满度，漆膜有较好的耐溶剂性和耐划伤性；耐高温，杀菌性良好，与油墨及三片

序号	项目名称	研发类型	研发完成时间	研发成果应用情况
				罐外补涂的匹配性良好，可与 UV 固化油墨配套使用并进行市场推广。目前该产品已通过若干下游客户的认证，并在终端红牛罐等产品上应用。
3	白底涂	自主研发	2019 年 研发完成	应用于二片罐外涂产品，具有良好的遮盖力，与基板附着力好，硬度高，不易磨损。与紫外线固化油墨的匹配性能好，流平效果好，可使罐体外观更加美观，可与 UV 油墨配套推广。目前该产品暂无销售。
4	透明底涂	自主研发	2018 年 研发完成	应用于三片罐外涂产品，具有较好的流平效果，与基板和油墨都有极好的附着力，可配合紫外线固化油墨、罩光油整体推广。该研发成果已初步形成销售，可与三片罐罩光油产品配套使用。
5	罩光油 (用于二片罐)	自主研发	2019 年 研发完成	应用于二片罐外涂产品，耐高温蒸煮，具有极好的光泽度，耐磨性能好，确保食品饮料金属罐在运输中不易擦伤。该涂料绿色、安全、环保，可替代外资产品。目前该产品已通过奥瑞金等客户的认证并形成销售收入。
6	易拉盖片材涂料 (用于易拉盖)	自主研发	2019 年 研发完成	应用于易拉盖片材涂料，使涂层具有上佳的柔韧性和良好的加工性能。该产品符合蛋白饮料罐客户对食品安全性的特殊要求，有助于完善客户金属包装产品系列。目前该研发成果已经应用于易拉盖内涂有机溶胶产品。
7	罩光油 (用于二片啤酒罐)	自主研发	2019 年 研发完成	应用于二片罐外涂产品，耐巴氏杀菌，具有极好的光泽度及耐磨性，有助于改善高温高湿环境下的耐水解性能，使易拉罐在运输中不易擦伤。该产品主要应用于啤酒、可乐等金属罐，为真正意义上的绿色、安全、环保涂料，可替代外资产品。目前该研发成果已形成了一定产品销售收入。
8	三片罐 BPA-Free (不含双酚 A)	自主研发	2019 年 研发完成	应用于三片罐内涂产品，具有优异的加工性能，可满足深冲加工的一

序号	项目名称	研发类型	研发完成时间	研发成果应用情况
	内涂			体成型罐，满足对涂料 BPA-Free(不含双酚 A) 的特殊要求。目前已形成少量销售收入。
9	水性触感光油	自主研发	2020 年研发完成	应用于二片罐外涂产品，可与触感油墨搭配形成不同形状触感效果，并且耐高温蒸煮，具有极好的光泽度及耐磨性能，绿色、安全、环保。
10	易拉盖卷材打底涂料（用于易拉盖）	自主研发	2020 年研发完成	应用于易拉盖卷材涂料产品，具有上佳的柔韧性，良好的加工性能，可满足易拉盖的连续化生产。生产效率高、浪费少，挥发的废气便于集中处理，更加环保。有利于国产化替代，完善金属包装产品系列。
11	易拉盖有机溶胶（用于易拉盖）	自主研发	2020 年研发完成	应用于易拉盖卷材涂料产品，具有良好的加工性能，配套易拉盖卷材打底涂料开拓市场，完善金属包装产品系列。
12	改性热塑性粉末在工业电器上的应用	自主研发	2020 年研发完成	应用于粉末涂料产品，在原有热塑性粉末的基础上进行部分改性，提高粉末的综合性能，其性质完全达到工业电器对绝缘性能的要求，与进口尼龙粉末性能相当，且施工性能从原来进口粉末 4 涂 4 烤的施工要求变成 2 涂 2 烤，节约施工成本，降低能耗。
13	洗碗机用耐蚀性材料的研发	自主研发	2020 年研发完成	应用于粉末涂料产品，在现有热塑性材料基础上，加入热固性体系材料，提高粉末的耐候性和耐蚀性，其综合性能能基本达到进口产品的性能和施工要求（浸涂）；综合成本及销售价格比进口材料要大幅降低。

综上所述，虽然报告期内公司研发费用率低于同行业可比公司平均水平，但主要与各自所专注的细分涂料市场领域不同有关，公司的研发费用率低于同行业可比公司平均水平具有合理性，但公司报告期内的研发投入也取得了丰硕的研发成果，推动公司产品领域不断扩展，营业收入持续增长。公司报告期内研发投入水平充分、合理，不存在阶段性降低研发投入的情形，亦不存在研发费用偏低，从而影响公司持续创新能力的情形。

（五）申报会计师核查意见

1、核查程序

针对上述事项，申报会计师履行了以下主要核查程序：

- （1）查阅公司历次股权变更的相关资料，与发行人了解历次股权变动情况；
- （2）统计报告期内各期销售的退货情况及客户赔偿情况；
- （3）对比同行业可比公司产品质量保证金确认预计负债的情况，分析公司产品质量保证金未确认预计负债的合理性；
- （4）查阅同行业可比上市公司定期报告、招股说明书，对比同行业数据；
- （5）分析报告期各期管理费用的构成、占营业收入的比重及波动情况；
- （6）分析报告期管理费用各项明细占管理费用的比重，并与同行业可比公司进行对比；
- （7）查阅发行人员工花名册，工资发放情况，残疾人数；
- （8）获取并复核管理费用中固定资产、无形资产明细及折旧摊销费明细、盘点固定资产、查阅相关合同及权证等原始资料；
- （9）取得了发行人的研发费用明细；
- （10）查阅了发行人可比公司的招股说明书，了解其研发费用情况。

2、核查意见

经核查，申报会计师认为：

- （1）发行人历次股权变动情况均在股份制改制之前，股份支付相关会计处理对发行人报告期初未分配利润无重大影响；
- （2）发行人报告期内退货金额和客户赔偿金额极低，对公司经营业绩不构成重大影响，同行业可比公司均未就产品质量保证责任计提预计负债，报告期内发行人未在销售费用中计提售后费用及预计负债具备合理性；
- （3）发行人管理费用率低于同行业平均水平具有合理的原因；
- （4）发行人研发费用率低于可比公司平均水平不是阶段性投入降低所致；发行人研发费用率低于可比公司平均水平具有合理性，不影响发行人的持续创新能力。

问题 17：关于固定资产

申报材料显示，发行人固定资产主要包括房屋建筑物、机器设备、运输工具、电子设备及办公设备。报告期各期末，发行人固定资产账面价值分别为 1,831.01 万元、1,748.21 万元和 1,596.31 万元，占非流动资产的比例为 36.82%、21.98%和 12.12%。发行人在建工程账面净值分别为 241.56 万元、2,784.56 万元和 8,609.07 万元。

请发行人：

（1）结合主要生产设备披露发行人报告期产能与固定资产中机器设备的匹配情况；

（2）披露发行人与同行业可比公司的产能、机器设备原值比较情况及差异原因；

（3）披露发行人常州工厂的计划完工或到达预计可使用状态的时间、2019 年末的完工进度，工程总包基本情况，工程总预算与投入是否匹配；

（4）说明长期待摊费用的分摊原则，报告期内长期待摊费用增长的原因，是否与装修实际进展情况相符。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【发行人回复】

（一）结合主要生产设备披露发行人报告期产能与固定资产中机器设备的匹配情况；

报告期内，公司各年产能与机器设备原值的比值情况如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
产能（吨）	39,425.00	13,800.00	13,800.00
机器设备原值（万元）	6,260.67	1,642.44	1,540.39
产能/机器设备原值	6.30	8.40	8.96

注：常州工厂（一期）自 2020 年 8 月投入使用，相关产能按 2020 年投入时间（5 个月）进行折算（其中油墨产能按 3 个月进行折算），因此 2020 年公司产能规模增加较多。

报告期内，产能机器设备原值比值逐年下降，其中 2020 年产能与机器设备原值的比值下降较多主要系常州工厂的产能按投入时间进行了折算，若按完整产能计算产能与机器设备原值，则此比值将会上升。

（二）披露发行人与同行业可比公司的产能、机器设备原值比较情况及差异原因；

公司与同行业可比公司的产能、机器设备原值比较情况如下：

公司简称	产能（吨）	机器设备原值（万元）	产能/机器设备原值
广信材料	24,850.00	7,650.53	3.25
松井股份	5,550.00	3,938.39	1.41
东来技术	12,000.00	3,736.86	3.21
平均值	14,133.33	5,108.59	2.62
扬瑞新材	39,425.00	6,260.67	6.30

数据来源：同行业可比公司招股说明书和年度报告。除松井股份为 2019 年数据之外，其余均为 2020 年数据。

公司主要从事功能性涂料的研发、生产和销售，现阶段研发、生产和销售的主要功能性涂料为食品饮料金属包装涂料。其中，非粉末类涂料的产能设备为反应釜，主要生产工艺为搅拌、过滤、灌装等；粉末涂料的产能设备为挤出机，主要生产工艺为混合、挤出、粉碎、筛分、烘干等。单个反应釜与挤出机的价格均不高，其机器设备原值与公司产能、营业收入规模相匹配。

公司扬州工厂建成较早，自动化程度低，设备购置价值不高，产能与机器设备比值较高具有合理性，但随着行业发展对设备技术水平的要求不断提高，公司亟须通过本次募投项目提高设备自动化水平和提升产能水平。

本次申报选取的可比公司为同样主营功能性涂料、油墨业务的境内上市公司，但是在功能性涂料的细分行业上与公司差异较大，由于生产流程、设备配置存在差异，部分同行业可比公司的产能与机器设备原值的比值远低于公司。以松井股份为例，其涂料产品主要应用于高端消费类电子和乘用车领域，生产步骤相较公司而言增加了较多的调色、检测环节，其设备自动化水平较高，投料分散设备采用 DCS 涂料生产控制系统，仅此项设备的原值就高达 1,270.01 万元，此外还有较多检测用设备，原值也高达 500.35 万元，综合导致其产能与机器设备原值的比值仅为 1.41,远低于其他同行业可比公司的水平。

综上，公司产能与机器设备原值的比值与同行业可比公司存在差异具有合理的原因。

（三）披露发行人常州工厂的计划完工或到达预计可使用状态的时间、2019

年末的完工进度，工程总包基本情况，工程总预算与投入是否匹配

报告期内，公司在建工程主要是常州工厂年产 7 万吨功能涂料项目（一期工程）所涉及的厂房土建工程、安装工程、设备采购、工程建设及其他。截至 2020 年 12 月 31 日，该项目建设情况如下：

单位：万元

项目名称	在建工程余额	2020 年转入固定资产金额	工程预算数（含税）	工程累计投入占预算比例	工程进度
常州厂房-土建工程	-	6,033.17	4,635.61	130.15%	100%
常州厂房-安装工程	-	1,646.15	1,712.34	96.13%	100%
常州厂房-设备采购	297.39	4,447.28	6,361.00	75.27%	80%
常州厂房-工程建设及其他	-	1,379.05	2,172.71	65.18%	80%
合计	297.39	13,505.66	14,881.66	93.29%	

如上表所示，截至 2020 年 12 月 31 日，常州工厂（一期工程）的土建工程、安装工程已完工，设备采购、工程建设及其他支出工程进度约为 80%。发行人在达到试生产条件开始进行试生产，对于生产车间及机器设备，需在试生产出合格产品或运行结果表明资产能够正常运转时，视为达到预定可使用状态。2020 年 7 月底常州工厂（一期工程）达到试生产条件，除油墨车间于 2020 年 11 月试生产出合格产品于当月转固外，其他已于 2020 年 8 月进行转固处理，发行人在建工程不存在延迟转固的情形。

（四）说明长期待摊费用的分摊原则，报告期内长期待摊费用增长的原因，是否与装修实际进展情况相符

1、发行人长期待摊费用的分摊原则

《企业会计准则》对长期待摊费用的规定是指企业已经支出、摊销期限在 1 年以上（不含 1 年）的各项费用。发行人发生的长期待摊费用按实际成本计价，并按预计受益期限平均摊销，对不能使以后会计期间受益的长期待摊费用项目，在确定时将该项目的摊余价值全部计入当期损益。

发行人长期待摊费用主要为装修费、南京工业大学涂料合作研发费、环保用电监管系统以及 LED 固化油墨改造费，其中，办公室装修费在装修完毕达到可使用条件后在剩余租赁期限内分摊；与南京工业大学的合作研发费在合同约定的 3 年合作期内进行摊销；环保用电监管系统在合同约定的 3 年服务期内进行摊销；

LED 固化油墨改造费在油墨产品测试合格后，按照合同约定的 3 年独家供应权期限内摊销。报告期内，公司长期待摊费用按照预计受益年限或合同约定期限内按照直线法进行分摊，符合企业会计准则的相关规定。

2、报告期内长期待摊费用增长的原因，是否与装修实际进展情况相符

报告期内，发行人长期待摊费用具体情况如下：

单位：万元

项目		苏州办公室装修	南京工业大学合作研发费	环保用电监管系统	电信信息化平台服务费	LED 固化油墨改造费	合计
2018 年度	期初余额	-	-	-	-	-	-
	本期增加	129.73	17.48	-	-	-	147.21
	本期摊销	2.88	1.94	-	-	-	4.82
	期末余额	126.85	15.53	-	-	-	142.38
2019 年度	期初余额	126.85	15.53	-	-	-	142.38
	本期增加	-	-	2.83	-	-	2.83
	本期摊销	34.60	5.83	0.94	-	-	41.36
	期末余额	92.25	9.71	1.89	-	-	103.85
2020 年度	期初余额	92.25	9.71	1.89	-	-	103.85
	本期增加	-	-	-	3.47	198.72	202.20
	本期摊销	34.60	5.83	0.94	0.39	-	41.75
	期末余额	57.65	3.88	0.95	3.09	198.72	264.30

报告期内增长的长期待摊费用主要系苏州办公室装修及 LED 固化油墨改造费产生。随着公司业务规模的不断扩大，发行人在苏州租赁并设立了办公室，由于租赁后办公室尚不能直接使用，因此对所租赁的办公室进行了装修，并于 2018 年 12 月装修完毕达到可使用条件，相关装修费用在剩余租赁期内进行摊销。因此，长期待摊费用中装修费的增长与装修实际进展情况相符。2020 年新增的 LED 固化油墨改造费，主要系为了推动客户使用 LED 固化油墨以替代传统的 UV 固化油墨，发行人与昇兴集团签订协议，约定承担昇兴集团 3 条油墨生产线的 LED 灯管改造费，以换取昇兴集团为期三年的 LED 固化油墨独家供应权，供应期限从发行人该款油墨产品在昇兴集团及其终端客户测试合格之日起算。

（五）申报会计师核查意见

1、核查程序

针对上述事项，申报会计师执行了以下主要核查程序：

（1）核查了发行人固定资产明细表、产能批复文件，计算报告期内发行人产能数据与机器设备原值的比值，分析其匹配情况；

（2）查阅了同行业可比公司的招股说明书，获取同行业可比公司的产能和机器设备原值数据，并与发行人相关数据进行比较分析；

（3）获取常州工厂建设项目可行性研究报告、项目预算资料，核查在建工程明细台账、主要工程及设备合同、付款凭证、发票等原始资料；

（4）对主要的建安工程施工方进行了访谈，向其了解为发行人在建工程项目提供的具体服务内容、工作成果、合同付款安排，并询问双方是否就执行合同发生争议等；

（5）实地查看了常州工厂年产 7 万吨功能涂料项目（一期工程）情况，核查报告期末工程进度；

（6）获取并查验长期待摊费用明细表、相关合同、发票、付款单据等资料，检查其入账时间、入账价值、分摊期限是否准确；

（7）评价发行人长期待摊费用摊销方法是否合理，复核发行人摊销计算的准确性。

2、核查意见

经核查，申报会计师认为：

（1）发行人产能与机器设备原值的配比关系合理，符合自身情况和行业特征；

（2）发行人产能与机器设备原值的比值与同行业可比公司存在差异具有合理的原因；

（3）截至 2020 年 12 月末，常州工厂（一期工程）土建工程、安装工程已完工，设备采购及安装工程、工程建设及其他支出工程进度约为 80%，工程预算与投入基本匹配，常州工厂（一期工程）已基本达到预定可使用状态并转入固定资产；

（4）发行人长期待摊费用的分摊原则准确，符合会计准则规定，报告期内长期待摊费用增长的原因具有合理性，与装修实际进展情况相符。

问题 18：关于房产

申报材料显示，发行人及其子公司拥有一处房产，租赁关联方一处房产。

请发行人：

（1）披露常州扬瑞相关房屋权属证书的办理进度，是否存在无法取得产权的风险，若是，请充分提示风险并说明解决措施；

（2）结合主要办公所在地说明在苏州租赁房产的必要性和合理性，结合周边市场定价说明交易价格是否公允，租赁单价的变动是否与市场价格一致。

请保荐人、发行人律师对问题（1）发表明确意见，请保荐人、申报会计师对问题（2）发表明确意见。

【发行人回复】

（二）结合主要办公所在地说明在苏州租赁房产的必要性和合理性，结合周边市场定价说明交易价格是否公允，租赁单价的变动是否与市场价格一致。

报告期内，发行人向关联方租赁房产的情况如下：

单位：万元

关联方	关联交易内容	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	占营业成本的 比例	金额	占营业成本的 比例	金额	占营业成本的 比例
陈雪春、陈勇、陈茜 ^注	租赁房屋	76.70	0.36%	76.70	0.42%	76.70	0.49%

注：陈雪春、陈茜分别为实际控制人陈勇的妻子、女儿。

1、结合主要办公所在地说明在苏州租赁房产的必要性和合理性

目前，发行人总部位于注册地扬州市江都区仙城工业园区（黄河南路），发行人研发、生产、采购、财务、销售内勤部门办公地为前述扬州总部所在地和子公司常州扬瑞所在地，但随着公司业务扩展的不断拓展，考虑到公司总部处于苏北地区，交通不尽便利，为方便销售外勤开展业务、提升公司品牌形象，特在苏州设置办公场地。

鉴于陈雪春及其共有人位于苏州的写字楼物业地理位置优越，物业管理及其他配套设施良好，符合公司办公要求，发行人与陈雪春、陈勇、陈茜于 2017 年 8 月签订《房屋租赁合同》，发行人承租陈雪春、陈勇、陈茜共同拥有的合计面积为 744.29 平方米的位于苏州狮山天街生活广场 8 幢 2301-2306、2314 室的办

公室以及地下室三个车位。租赁期限自 2017 年 9 月 1 日起至 2022 年 8 月 31 日，出租方向发行人提供三个月免租期。

2、结合周边市场定价说明交易价格是否公允，租赁单价的变动是否与市场价格一致

根据《房屋租赁合同》约定，前两年写字楼租金 86 元/平米/月，车位 450 元/个/月，合计 65,358.90 元/月。第三年起写字楼租金 90 元/平米/月，车位 472 元/个/月，合计 68,402.10 元/月。由发行人自行承担租赁期内物业管理费及该物业发生的水、电、通讯等费用。

经查询，周边同一写字楼龙湖·时代 100（又称：狮山天街）生活广场写字楼的市场租赁价格如下：

项目	建筑面积（m ² ）	单价
案例 1	255	80 元/平方米/月
案例 2	127	85 元/平方米/月
案例 3	58	103.45 元/平方米/月
案例 4	54	92.59 元/平方米/月
发行人向关联方租赁	744.29	前两年租金 86 元/平方米/月， 第三年租金 90 元/平方米/月

数据来源：房天下网站（<https://suzhou.fang.com/>）

如上表所示，报告期内，公司向实际控制人及其近亲属租赁房产的租金标准处于市场价格合理区间，定价公允。

根据租赁协议约定，自第三年起租金标准从 86 元/平米/月提高至 90 元/平米/月，车位价格从 450 元/个/月提高至 472 元/个/月，价格上涨幅度不足 5%，主要系合同签署时点考虑到合同期内的附近商圈的写字楼租金上涨预期，双方协商后确认一定的租金上涨空间，但价格涨幅不大，符合市场合理水平。

（三）申报会计师核查意见

1、核查程序

申报会计师查阅了发行人与陈雪春及其共有产权人签署的房屋租赁合同，通过房天下网站（<https://suzhou.fang.com/>）查询周边市场价格并进行比较，分析价格公允性和租赁单价变动的合理性。

2、核查意见

经核查，申报会计师认为：发行人在苏州向关联方租赁房产具有必要性和合理性，租赁价格公允，租赁单价的变动符合市场合理水平。

问题 19：关于财务内控规范性

申报材料显示，发行人报告期存在通过第三方回款的情形。

请发行人进一步披露第三方回款的具体客户、金额、占营业收入比例、原因、必要性及商业合理性，发行人及其实际控制人、董监高或其他关联方与第三方回款的支付方是否存在关联关系或其他利益安排，报告期内是否存在因第三方回款导致的货款归属纠纷。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【发行人回复】

（一）补充披露情况

2018-2020 年公司存在第三方回款的情况，金额分别为 13.07%、10.97%和 4.07%，上述第三方回款均为客户集团内部结算支付的统一安排或同一控制下的单位代为支付货款，具有商业合理性和真实交易背景。

A、报告期期间第三方回款的具体客户、金额、占营业收入比例

报告期内，发行人涉及第三方回款的客户包括昇兴集团、宝钢包装、奥瑞金及华通新材，第三方回款金额及占营业收入的比例如下表所示：

单位：万元

公司名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
昇兴集团	921.66	2,988.54	2,558.45
宝钢包装	-	-	80.00
奥瑞金	525.17	413.40	976.47
华通新材	-	4.80	-
合计	1,446.83	3,406.75	3,614.89
占当年营业收入的比例	4.07%	10.97%	13.07%

如上表所示，报告期各期发行人收到的来自第三方的回款金额占当期营业收入的比例较低。昇兴集团自 2017 年 8 月开始与子公司签订代付款协议，因而导致 2018 年、2019 年第三方回款金额占发行人当期营业收入的比重较高。

B、第三方回款的原因、必要性及商业合理性

a、昇兴集团

报告期内，昇兴集团及其子公司昇兴（郑州）包装有限公司、昇兴（山东）包装有限公司、昇兴（江西）包装有限公司、昇兴（安徽）包装有限公司、昇兴

（昆明）包装有限公司、昇兴（中山）包装有限公司、升兴（北京）包装有限公司、昇兴（成都）包装有限公司、昇兴集团股份有限公司泉州分公司、昇兴（西安）包装有限公司与发行人签署代付款协议，在满足国家法律法规和昇兴集团内部控制的情况下，为提高效率，减少付款流程节点，自 2017 年 8 月起由昇兴集团代上述子公司向发行人支付货款，2018 年度代付货款额共计 2,558.45 万元，2019 年度代付货款额共计 2,988.54 万元，2020 年度代付款货款额共计 921.66 万元。2020 年下半年开始，昇兴集团为提高公司内部对账结算的准确性和及时性，昇兴集团不再采取集中付款的方式，改由各分子公司单独支付货款，因此 2020 年昇兴集团代付货款金额较 2019 年大幅减少。综上，昇兴集团作为母公司代子公司支付货款，具有商业合理性。

b、宝钢包装

发行人客户上海宝钢包装股份有限公司北京印铁分公司于 2018 年 1 月与母公司宝钢包装和发行人签署代付款协议，由宝钢包装代北京印铁分公司向发行人支付 2017 年 9 月和 10 月货款 80.00 万元。宝钢包装代分公司支付货款，具有商业合理性。

c、奥瑞金

2018 年 10 月，奥瑞金及下属浙江奥瑞金包装有限公司、漳州奥瑞金包装有限公司等 13 家分子公司出具代付款证明，委托湖北奥瑞金制罐有限公司代母公司奥瑞金及上述集团兄弟公司支付货款，共计 976.45 万元。湖北奥瑞金制罐有限公司代母公司奥瑞金及上述集团兄弟公司支付货款，具有商业合理性。

2019 年，奥瑞金及其佛山分公司与发行人签署代付款协议，2019 年奥瑞金代佛山分公司向发行人支付货款 413.40 万元。奥瑞金代分公司支付货款，具有商业合理性。

2020 年 4 月，湖北奥瑞金制罐有限公司出具代付款证明，由湖北奥瑞金制罐有限公司代其分公司湖北奥瑞金制罐有限公司嘉鱼分公司支付货款 1.61 万元。湖北奥瑞金制罐有限公司代其分公司支付货款，具有商业合理性。

2020 年 8 月，奥瑞金科技股份有限公司佛山分公司和江苏奥宝印刷科技有限公司出具代付款证明，委托湖北奥瑞金制罐有限公司代为支付货款，共计 423.56 万元。湖北奥瑞金制罐有限公司代其集团兄弟公司支付货款，具有商业合理性。

2020 年 12 月，奥瑞金科技股份有限公司佛山分公司出具代付款证明，委托临沂奥瑞金印铁制罐有限公司代为支付货款，共计 100 万元。临沂奥瑞金印铁制罐有限公司代其集团兄弟公司支付货款，具有商业合理性。

d、华通新材

2019 年 3 月，河南万事达包装材料有限公司与华通新材签署代付款协议，委托华通新材代河南万事达包装材料有限公司支付货款 4.80 万元。河南万事达包装材料有限公司与华通新材受同一实际控制人控制，华通新材代河南万事达包装材料有限公司付款商业合理性。

C、发行人及其实际控制人、董监高或其他关联方与第三方回款的支付方是否存在关联关系或其他利益安排

根据发行人实际控制人、持股 5%以上的股东、董事、监事、高级管理人员的关联方调查表和工商登记信息查询，并经昇兴集团、宝钢包装、奥瑞金、华通新材出具确认函，除发行人关联方昇兴昆明、昇兴安徽，报告期内曾为关联方的昇兴山东、昇兴北京为昇兴集团的子公司外，发行人报告期内第三方回款的支付方昇兴集团、宝钢包装、华通新材、奥瑞金与发行人及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员或其他关联方之间不存在关联关系或其他利益安排。

D、报告期内是否存在因第三方回款导致的货款归属纠纷

报告期内，涉及第三方回款的客户及其关联方均与发行人签署了代付款协议或向发行人出具了代付款证明，并且及时支付了相关货款，不存在因第三方回款导致的货款归属纠纷情形。

（二）申报会计师核查意见

1、核查程序

针对上述事项，申报会计师履行了以下主要核查程序：

（1）查阅第三方回款涉及的代付款协议或代付款证明，核查与第三方回款相关的销售合同、原始凭证如采购订单、送货单、验收单、销售发票、银行回单等资料；

（2）通过国家企业信用信息公示系统、上市公司定期报告等公开渠道查询销售方与回款代付方之间的关联关系；查阅发行人实际控制人、持股 5%以上的股东、董事、监事、高级管理人员填写的关联方调查表，对昇兴集团、宝钢包装、奥瑞

金、华通新材进行实地走访，并取得就与发行人的关联关系出具的确认函。

2、核查意见

经核查，申报会计师认为：

（1）报告期内发行人存在个别集团客户的子公司/分公司由母公司或集团内兄弟公司代付货款的情形，具有商业合理性，报告期内第三方回款的金额及销售占比均较小；

（2）除发行人关联方昇兴昆明、昇兴安徽，报告期内曾为关联方的昇兴山东、昇兴北京为昇兴集团的子公司外，发行人报告期内第三方回款的支付方与发行人及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员或其他关联方之间不存在关联关系或其他利益安排；

（3）报告期内发行人不存在因第三方回款导致的货款归属纠纷。

问题 20. 关于其他非流动资产

申报材料显示，2018 年末、2019 年末，公司其他非流动资产分别 455.50 万元和 112.23 万元，系子公司常州扬瑞向供应商支付的生产设备预付款。

请发行人补充披露相关款项对应的生产设备是否已签收入账，采用预付款方式的原因，其他非流动资产报告期各期末的账龄情况，说明是否存在长期预付未收货的生产设备。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【发行人回复】

（一）请发行人补充披露相关款项对应的生产设备是否已签收入账，采用预付款方式的原因，其他非流动资产报告期各期末的账龄情况，说明是否存在长期预付未收货的生产设备

报告期各期末，公司的其他非流动资产分别为 455.50 万元和 112.23 万元和 39.85 万元，系子公司常州扬瑞向供应商支付的生产设备预付款，各期末账龄均在 1 年以内。采取预付款的原因系发行人购置设备主要为专用、大额的生产设备，经买卖双方协商后按照里程碑付款，具有商业实质和合理性。截至 2021 年 6 月，均已到货签收，不存在长期预付未收货的生产设备。

报告期内发行人预付生产设备期后签收入账情况，采用预付款方式的原因、各期末的账龄情况如下：

单位：万元

时间	预付对象	采购内容	金额	账龄	是否签收	约定交货时间	期后是否到货	预付原因
2020 年末	东莞市利腾达智能装备有限公司	高粘度棒销砂磨机	27.60	1 年以内	是	定金到账之日起 40 个工作日内	是	合同约定预付合同价款 40%
	江苏建安泵业制造有限公司	磁力泵	1.50	1 年以内	是	预付后 30 天将约定产品送达指定地点	是	款到发货
	常州常佳遮阳蓬有限公司	雨棚	1.62	1 年以内	是	乙方收到订单后，十天内将全部货物运至指定地点	是	合同约定预付合同价款 30%
	深圳市爱尔普科技	激光打标机、	6.93	1 年以内	是	未约定	是	合同约定预付

时间	预付对象	采购内容	金额	账龄	是否 签收	约定交货时间	期后 是否 到货	预付原因
	有限公司	标签复卷机						合同价款 90%
	江阴市恒邦机械有限公司	不锈钢拉缸	2.20	1 年以内	是	10 天内需方厂内	是	合同约定预付 合同价款 30%
	合计		39.85					
2019 年末	常州峰林电气有限公司	MCC 低压开 关柜	26.00	1 年以内	是	根据工程进度、买 方需求生产交货	是	合同约定预付 合同价款 20%
	扬州捷康纯净水设 备制造有限公司	纯水机	9.48	1 年以内	是	收到定金后，30 个 工作日内发货	是	合同约定预付 合同价款 60%
	无锡优派科技有限 公司	实 验 室 设 备 家具及通风	45.25	1 年以内	是	根据工程进度，双 方协调	是	合同约定预付 合同价款 30%
	镇江市三维点加热 器有限公司	导热油炉	11.40	1 年以内	是	定金/预付款到账 后 40 天	是	合同约定预付 合同价款 30%
	黑珀（上海）工业 技术有限公司	过滤器	4.80	1 年以内	是	预付款到账后 6 周	是	合同约定预付 合同价款 30%
	上海申新恒力化工 机械有限公司	卧式砂磨机	8.40	1 年以内	是	未约定	是	合同约定预付 合同价款 30%
	苏州法奥电梯有限 公司	车间 B 货梯	6.90	1 年以内	是	按双方约定	是	合同约定预付 合同价款 30%
	合计		112.23					
2018 年末	大中（湖北）机械 科技有限公司	工厂设备	455.50	1 年以内	是	定金款到付乙方后 总交货期 180 天	是	合同约定预付 合同总价 30%
	合计		455.50					

（二）申报会计师核查意见

1、核查程序

针对上述事项，申报会计师履行了以下主要核查程序：（1）获取并查看发行人其他流动资产相关合同、生产设备验收单；（2）复核报告期各期末其他非流动资产的账龄情况；（3）对已签收的生产设备进行盘点。

2、核查意见

经核查，申报会计师认为：发行人其他非流动资产对应的生产设备期后均已签收入账，采用预付款方式的原因具备商业实质和合理性，其他非流动资产报告

期各期末的账龄均在 1 年以内，不存在长期预付未收货的生产设备。

(本页无正文，为江苏扬瑞新材料股份有限公司《关于江苏扬瑞新材料股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件审核问询函的回复》之签章页)



中国·上海

中国注册会计师：



中国注册会计师：



2021 年 6 月 24 日