

珠海天威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
文件第二轮审核问询函中
有关财务事项的说明

大华核字[2021]006377 号

大华会计师事务所(特殊普通合伙)

DaHuaCertifiedPublicAccountants (SpecialGeneralPartnership)

珠海天威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的
第二轮审核问询函中有关财务事项的说明

目录	页次
一、首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第二轮审核问询函中有关财务事项的说明	1-151

首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的 第二轮审核问询函中有关财务事项的说明

大华核字[2021]006377 号

深圳证券交易所：

由东莞证券股份有限公司转来的《深圳证券交易所关于珠海天威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的第二轮审核问询函》（审核函[2021]010377 号，以下简称审核问询函）奉悉。我们已对审核问询函所提及的珠海天威新材料股份有限公司（以下简称“公司”或“发行人”）的汇报如下：

问题 5. 关于关联方和关联交易

申报文件及审核问询回复显示：

（1）贺良梅控制的企业 2017 为发行人第一大客户、2018 年为第 5 大客户、2020 年 1-9 月为第 4 大客户。

（2）珠海天威飞马打印耗材有限公司等公司主营业务为硒鼓、碳粉盒等办公打印耗材，其少量客户采购硒鼓、碳粉盒的同时，可能存在采购墨水的需求，因此向发行人采购墨水直接销售。

（3）发行人天威打印机耗材制造厂销售单价低于非关联方，向珠海天威飞马打印耗材有限公司及部分贸易型关联方销售价格高于非关联方。

（4）发行人向关联方销售分散墨水的价格低于非关联方。

请发行人：

（1）列示发行人与贺良梅控制的企业关联交易的具体内容、终端客户等，说明通过贺良梅控制的企业进行关联交易而非直接向相关终端客户销售的原因及合理性。

(2) 说明硒鼓、碳粉盒等产品与发行人产品的关联性，关联方向发行人采购墨水直接销售而非用于生产的原因，相关关联交易的必要性。

(3) 按照细分产品对比水性墨水关联方售价与非关联方售价差异，进一步说明关联交易定价公允性；进一步说明发行人向关联方销售分散墨水的价格低于非关联方的原因及合理性。

(4) 披露关联交易毛利率与非关联方对比情况，说明毛利率存在差异的原因及合理性。

(5) 披露发行人与转让、注销或解散的关联方进行关联交易情况，交易价格公允性及毛利率是否异常等。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

(1) 列示发行人与贺良梅控制的企业关联交易的具体内容、终端客户等，说明通过贺良梅控制的企业进行关联交易而非直接向相关终端客户销售的原因及合理性。

报告期内，实际控制人控制的企业向公司采购数码喷墨墨水的目的主要分为两类，一类采购数码喷墨墨水后对外进行销售，另一类采购墨水基于自身生产、办公需要。发行人与关联方具体交易内容情况如下：

序号	实际控制人控制企业名称	具体交易内容
类型一：采购数码喷墨墨水后对外进行销售		
1	珠海天威飞马打印耗材有限公司	数码墨水，以水性墨水中的桌面办公打印墨水为主
2	联力科技国际（澳门离岸商业服务）股份有限公司	数码墨水，以水性墨水中的桌面办公打印墨水为主
3	珠海天威泛凌贸易有限公司	数码墨水，以水性墨水中的桌面办公打印墨水为主

序号	实际控制人控制企业名称	具体交易内容
类型二：采购墨水基于自身生产、办公需求		
1	天威打印机耗材制造厂	数码墨水，以水性墨水中的桌面办公打印墨水为主
2	珠海艺潮迷文化创意有限公司	数码墨水，以 UV 墨水为主
3	Artify Me Limited	数码墨水，以 UV 墨水为主
4	珠海天博打印耗材有限公司	数码墨水、以水性墨水中的桌面办公打印墨水为主
5	珠海天威技术开发有限公司	数码墨水、以水性墨水中的桌面办公打印墨水为主

类型一涉及关联方报告期内销售墨水情况如下：

单位：万元

珠海天威飞马打印耗材有限公司

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
对外销售墨水的收入	825.09	788.31	874.84
该公司营业收入	41,254.85	54,567.90	65,109.68
墨水收入占比	2.00%	1.44%	1.34%

联力科技国际（澳门离岸商业服务）股份有限公司

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
对外销售墨水的收入	342.08	234.17	258.64
该公司营业收入	18,992.18	26,460.14	39,479.80
墨水收入占比	1.80%	0.88%	0.66%

珠海天威泛凌贸易有限公司

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
对外销售墨水的收入	620.75	452.64	476.30
该公司营业收入	12,927.36	9,869.36	7,099.43
墨水收入占比	4.80%	4.59%	6.71%

由上表可见，报告期内，天威飞马、联力科技、天威泛凌销售墨水的金额占

该公司营业收入占比较低，墨水产品不是上述关联公司的主营产品。

类型一涉及关联方报告期内销售墨水的主要客户/平台情况如下：

1、珠海天威飞马打印耗材有限公司

单位：万元

期间	序号	关联方墨水销售前 5 名 客户名称	该客户 年度墨水 销售金 额	该客户 年度销 售总额	墨水销售 金额占该 客户销售 总额比重	墨水销售金 额占墨水销 售总额比重	客户 类型
2020 年度	1	联力科技国际（澳门离岸商业服务）股份有限公司	195.43	16,038.59	1.22%	23.69%	打印耗材综合贸易商
	2	上海洽润电子商务有限公司	72.95	629.25	11.59%	8.84%	打印耗材综合贸易商
	3	广州盛禾源电子科技有限公司	60.49	1,228.49	4.92%	7.33%	打印耗材综合贸易商
	4	北京金邦泰科技有限公司	42.39	623.06	6.80%	5.14%	打印耗材综合贸易商
	5	上海亨祖贸易有限公司	40.66	310.17	13.11%	4.93%	打印耗材综合贸易商
	前 5 名客户销售金额合计		411.91	18,829.56	2.19%	49.92%	-
2019 年度	1	联力科技国际（澳门离岸商业服务）股份有限公司	95.14	26,236.43	0.36%	12.07%	打印耗材综合贸易商
	2	上海亨祖贸易有限公司	90.99	816.24	11.15%	11.54%	打印耗材综合贸易商
	3	安徽文博电子科技有限公司	55.39	539.55	10.27%	7.03%	打印耗材综合贸易商
	4	北京金邦泰科技有限公司	53.85	654.04	8.23%	6.83%	打印耗材综合贸易商
	5	广州盛禾源电子科技有限公司	46.92	1,491.61	3.15%	5.95%	打印耗材综合贸易商

期间	序号	关联方墨水销售前 5 名 客户名称	该客户 年度墨 水销售 金额	该客户 年度销 售总额	墨水销售 金额占该 客户销售 总额比重	墨水销售金 额占墨水销 售总额比重	客户 类型
	前 5 名客户销售金额合计		342.29	29,737.86	1.15%	43.42%	-
2018 年度	1	联力科技国际（澳门离 岸商业服务）股份有限 公司	118.80	37,551.43	0.32%	13.58%	打印耗 材综合 贸易商
	2	上海亨祖贸易有限公司	94.92	989.19	9.60%	10.85%	打印耗 材综合 贸易商
	3	北京金邦泰科技有限公 司	87.79	1,316.28	6.67%	10.03%	打印耗 材综合 贸易商
	4	广州盛禾源电子科技有 限公司	57.34	1,392.45	4.12%	6.55%	打印耗 材综合 贸易商
	5	安徽文博电子科技有限 公司	44.17	537.32	8.22%	5.05%	打印耗 材综合 贸易商
	前 5 名客户销售金额合计		403.02	41,786.67	0.96%	46.07%	-

由上表可见，报告期内，天威飞马前五大墨水销售客户墨水销售金额占该客户年度销售总额的比重分别为 0.96%、1.15%、2.19%，整体交易金额及占比均相对较低。

报告期内，天威飞马客户通过天威飞马采购墨水而未直接向公司进行采购的原因如下：

天威飞马主营业务为硒鼓、碳粉盒等办公打印耗材研发、生产及销售，主要向公司采购水性墨水中的桌面办公打印墨水对外进行销售。天威飞马下游客户类型以办公打印耗材综合贸易商为主，此类型客户主营业务为办公打印耗材及周边产品贸易，经营产品涵盖硒鼓、碳粉盒、色带、办公打印墨水等各个方面，范围较广。在实际经营中，天威飞马部分客户在采购硒鼓、碳粉盒等办公打印耗材的同时，还存在墨水采购需求，但是需求量较小。因此，为提升客户服务质量、提高客户采购的便捷性，天威飞马会结合客户的实际需求及意愿，向公司采购墨水后与其他办公打印耗材产品一同销售，为客户提供一站式的服务，因而该部分客户通过天威飞马进行墨水采购而未直接向公司进行采购。

报告期内，关联方联力科技同时向天威飞马采购墨水的原因如下：

（1）联力科技的客户对硒鼓等产品的采购量较大，墨水的采购量较小。在客户具有硒鼓和墨水等多种产品需求且指定货运代理的情况下，联力科技综合考虑货物数量及价值、采购成本，会选择向天威飞马直接采购硒鼓、墨水等产品，由天威飞马统一报关出口至联力科技的客户，而不再单独向公司采购墨水，以达到为其客户提供一站式服务的目的；

（2）结合出口报关及运输成本，公司针对出口业务设定了最小订单量，联力科技在达不到最小订单量情况下，会通过天威飞马采购部分墨水。

报告期内，除关联方联力科技以外，天威飞马墨水销售客户与公司主要客户不存在重叠。天威飞马与公司之间的关联交易属于双方业务范畴内的供给和需求匹配，具有商业实质及合理性。

2、联力科技国际（澳门离岸商业服务）股份有限公司

单位：万元

期间	序号	关联方墨水销售前 5 名客户名称	该客户年度墨水销售金额	该客户年度销售总额	墨水销售金额占该客户销售总额比重	墨水销售金额占墨水销售总额比重	客户类型
2020 年度	1	Eco Store Srl	166.34	602.20	27.62%	48.63%	打印耗材综合贸易商
	2	Lama France	51.28	647.47	7.92%	14.99%	打印耗材综合贸易商
	3	INKJETION DE COLOMBIA S.A.S.	17.19	23.31	73.74%	5.02%	打印耗材综合贸易商
	4	Sehar Al Diyar Trading & General	12.92	277.77	4.65%	3.78%	打印耗材综合贸易商
	5	Neuhaus Sac	11.63	15.33	75.83%	3.40%	打印耗材综合贸易商
	前 5 名客户销售金额合计		259.36	1,566.09	16.56%	75.82%	-
2019 年度	1	Eco Store Srl	114.69	514.84	22.28%	48.98%	打印耗材综合贸易商
	2	NCD Corporation S.A	26.85	52.89	50.77%	11.47%	打印耗材综合贸易商
	3	Colormagic Limited	21.17	21.17	100.00%	9.04%	打印耗材制造商及贸易商
	4	PT. Golden Trading Internasional	9.45	174.75	5.41%	4.04%	打印耗材综合贸易商
	5	Agawa.PI Sp. z o.o.	6.91	49.03	14.09%	2.95%	打印耗材综合贸易商
	前 5 名客户销售金额合计		179.07	812.68	22.03%	76.47%	-
2018 年度	1	Eco Store Srl	139.89	699.02	20.01%	54.09%	打印耗材综合贸易商

期间	序号	关联方墨水销售前 5 名 客户名称	该客户年 度墨水销 售金额	该客户年 度销售总 额	墨水销售金 额占该客户 销售总额比 重	墨水销售金 额占墨水销 售总额比重	客户类型
	2	COPIERS UNLIMITED INC	30.61	30.61	100.00%	11.84%	复印机设备以 及相关耗材贸 易商
	3	Insumos Y Accesorios De Oficina SAC	29.32	110.50	26.54%	11.34%	打印耗材综合 贸易商
	4	Rite Imaging Llc	15.27	211.06	7.23%	5.90%	打印耗材综合 贸易商
	5	PT. Golden Trading Internasional	7.93	203.71	3.89%	3.07%	打印耗材综合 贸易商
	前 5 名客户销售金额合计		223.02	1,254.92	17.77%	86.23%	-

由上表可见，报告期内，联力科技前五大墨水销售客户墨水销售金额占该客户年度销售总额的比重分别为 17.77%、22.03%、16.56%。整体交易金额及占比均相对较低。联力科技向部分客户墨水销售金额占该客户年度销售总额比重较高但交易金额较低，主要原因为该部分境外客户仅具有少量墨水采购需求，基于交易及结算的便捷性考虑，选择向联力科技采购墨水。

报告期内，联力科技的客户通过联力科技采购墨水而未直接向公司进行采购的原因如下：

（1）联力科技下游客户以办公打印耗材综合贸易商为主，经营产品涵盖硒鼓、碳粉盒、色带、办公打印墨水等各个方面，经营范围较广。在实际经营中，联力科技部分客户在采购硒鼓、色带等办公打印耗材的同时，还存在墨水采购需求，但是需求量较小。为提升客户服务质量、提高客户采购的便捷性，结合客户的实际需求及意愿，联力科技向公司采购墨水后与其他办公打印耗材产品一同销售，为客户提供一站式的服务，因而该部分客户通过联力科技进行墨水采购而未直接向公司进行采购；

（2）联力科技注册地位于澳门，客户群体主要为境外客户，该公司个别客户具有少量墨水采购的需求，但基于交易及结算的便捷性考虑，选择向联力科技采购墨水。

报告期内，联力科技墨水销售客户与公司主要客户不存在重叠。联力科技与公司之间的关联交易属于双方业务范畴内的供给和需求匹配，具有商业实质及合理性。

3、珠海天威泛凌贸易有限公司

单位：万元

期间	序号	关联方墨水销售平台	该平台墨水销售金额	该平台年度销售总额	墨水销售金额占平台销售总额比重	墨水销售金额占墨水销售总额比重	渠道类型
2020年度	1	京东	433.17	9,661.54	4.48%	69.78%	电商平台
	2	天猫	164.96	2,579.21	6.40%	26.57%	电商平台
	3	其他	22.63	686.62	3.30%	3.65%	其他电商平台、直接客户
	销售金额合计		620.75	12,927.36	4.80%	100.00%	-
2019年度	1	京东	290.49	7,202.88	4.03%	64.18%	电商平台
	2	天猫	150.38	2,275.72	6.61%	33.22%	电商平台
	3	其他	11.77	390.76	3.01%	2.60%	其他电商平台、直接客户
	销售金额合计		452.64	9,869.36	4.59%	100.00%	-
2018年度	1	京东	323.42	4,796.45	6.74%	67.90%	电商平台
	2	天猫	147.95	2,225.54	6.65%	31.06%	电商平台
	3	其他	4.93	77.44	6.37%	1.04%	其他电商平台、直接客户
	销售金额合计		476.30	7,099.43	6.71%	100.00%	-

由上表可见，报告期内，天威泛凌通过京东、天猫及其他渠道销售墨水产品的比重分别为 6.71%、4.59%、4.80%。整体交易占比较低。

报告期内，天威泛凌的客户通过天威泛凌采购墨水而未直接向公司进行采购的原因如下：

天威泛凌为办公打印耗材综合贸易商，拥有较为成熟的电商经营团队，主要通过线上电商渠道进行办公打印产品销售。鉴于电商渠道的产品需求具有多层次、全品类的特点，天威泛凌也存在桌面办公打印墨水采购需求。天威泛凌会根据市场反映的需求，综合考虑质量、价格、服务、地点等因素，从多个墨水供应商中进行选择采购，公司仅是其墨水供应商之一。

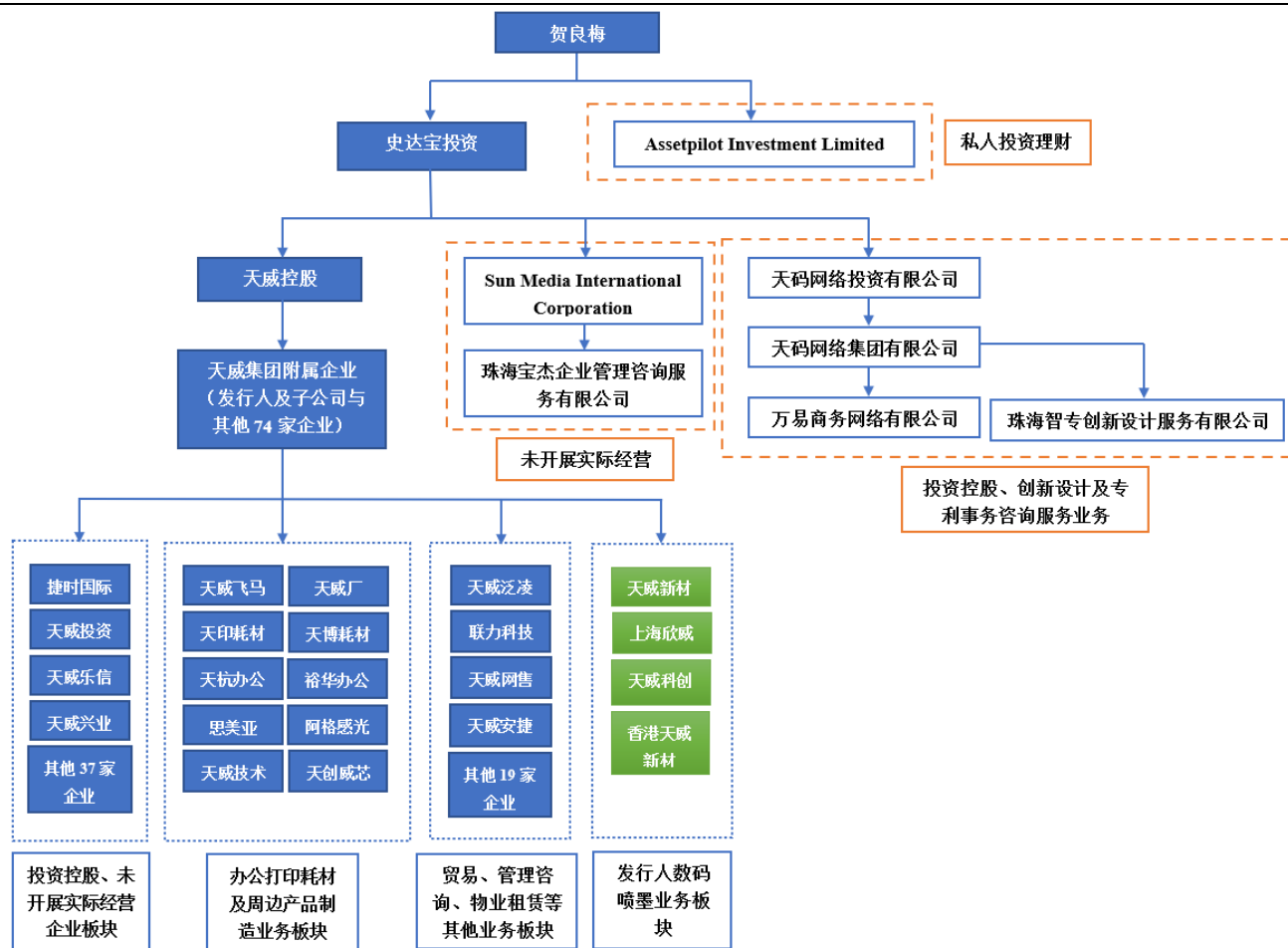
报告期内，公司尚未建立完整的电商销售渠道，天威泛凌与公司之间的关联交易属于双方业务范畴内的供给和需求匹配，具有商业实质及合理性。

类型二涉及企业天威打印机耗材制造厂、珠海艺潮迷文化创意有限公司、Artify Me Limited、珠海天博打印耗材有限公司、珠海天威技术开发有限公司向发行人采购墨水主要基于产品生产或者办公需要，不存在对外直接进行销售的情形。

(2) 说明硒鼓、碳粉盒等产品与发行人产品的关联性，关联方向发行人采购墨水直接销售而非用于生产的原因，相关关联交易的必要性

一、硒鼓、碳粉盒等产品与公司产品的关联性，关联方向发行人采购墨水直接销售而非用于生产的原因

硒鼓、碳粉盒等产品与公司墨水产品位于实际控制人控制企业的不同业务板块，其中硒鼓、碳粉盒等产品属于办公打印耗材及周边产品制造业务板块，公司墨水产品属于独立的数码喷墨业务板块。实际控制人贺良梅控制的企业涉及业务板块具体如下：



硒鼓、碳粉盒等产品与公司墨水产品为完全不同的产品，在主要原材料、主要生产工艺、主要应用领域、主要客户类型、应用设备、应用介质方面均存在显著差异，具体情况如下：

项目	硒鼓、碳粉盒等办公打印耗材产品	公司主要产品
主要原材料	感光鼓、碳粉、充电辊、磁辊、胶件、芯片、刮刀、出粉刀	染料、颜料、色浆、溶助剂
主要生产工艺	硒鼓、碳粉盒：注塑件成型准备→注塑件成型→组装空壳组件→装配半制品→灌装→检验→包装 回收碳粉盒（激光式）：分检→拆解	需采用研磨工艺的生产流程： 投料→分散→研磨→测试→出浆→稀释→离心除杂→配置墨水→搅拌→测试→离心除杂→静置→过滤→测试→产品包装 无需采用研磨工艺的生产流程： 投料→搅拌→测试→静置→过滤→测试→产品包装
主要应用领域	办公打印领域	工业打印领域
主要客户类型	办公打印耗材综合贸易商、终端办公使用用户	数码喷印设备生产商及其代理商、工业印制领域终端客户以及提供数码喷印设备、耗材和服务的中间商
应用设备	激光桌面办公打印机	热转印打印机、大幅面打印机等工业打印设备
应用介质	办公纸张	涤纶、涤棉、丝绸、麻、棉等多种纺织品基材以及金属、陶瓷、木材、亚克力等特殊工业应用基材

因为：

- （1）硒鼓、碳粉盒等产品与公司墨水产品为完全不同的产品；
- （2）公司产品也不是硒鼓、碳粉盒等产品的原材料。

所以，主营业务产品为硒鼓、碳粉盒等产品的关联方向公司采购的墨水产品无法用于硒鼓、碳粉盒等产品的生产，且除天威飞马之外，联力科技及天威泛凌均为贸易类公司，因而上述公司在采购公司墨水后直接销售，而非用于生产。

二、相关关联交易的必要性

硒鼓、碳粉盒等产品主要应用于桌面办公打印领域。报告期内，公司生产少量水性墨水-桌面办公打印产品适用于桌面办公打印，2018年至2020年公司桌面办公打印墨水收入占营业收入的比重分别为8.85%、7.70%、9.99%，占比较小。公司水性墨水-桌面办公打印产品应用领域与硒鼓、碳粉盒等产品存在重叠。

相关关联交易产生的原因及必要性如下：

1、关联公司天威飞马、展望打印、联力科技、丰成有限主要从事办公打印耗材的生产及销售，或仅从事办公打印耗材产品的贸易。该等关联公司主营业务产品涉及硒鼓、碳粉盒等办公打印耗材，其下游客户多为打印耗材综合贸易商，为提升客户服务质量、提高客户采购的便捷性，结合客户的实际需求及意愿，关联公司会向公司采购墨水后与其他办公打印耗材产品一同销售，为客户提供一站式的服务；

2、关联公司联力科技、丰成有限注册地位于境外，主要面向国外市场开展打印耗材的贸易，在实际经营过程中，上述关联公司的境外客户基于交易及结算的便捷性考虑，会向联力科技、丰成有限等境外关联公司采购墨水；

3、关联公司天威泛凌主要从事打印耗材的贸易，为打印耗材综合贸易商，主要通过线上电商渠道进行产品销售。鉴于电商渠道的产品需求具有多层次、全品类的特点，天威泛凌也存在桌面办公打印墨水采购需求。天威泛凌会根据市场反映的需求，综合考虑质量、价格、服务、地点等因素，从多个墨水供应商中进行选择采购，公司仅是其墨水供应商之一；

4、关联公司骑士贸易的主营业务为纺织墨水及其他打印耗材、办公用品销售，骑士贸易会根据客户需求，综合考虑质量、价格、服务、地点等因素选择合适的墨水供应商，公司仅是其墨水供应商之一。

综上所述，硒鼓、碳粉盒等产品与公司墨水产品为完全不同的产品，在主要原材料、主要生产工艺、主要应用领域、主要客户类型、应用设备、应用介质等方面均存在显著差异。公司产品不是硒鼓、碳粉盒等产品的原材料，主营业务产品为硒鼓、碳粉盒等产品的关联方向公司采购墨水产品无法用于硒鼓、碳粉盒等产品的生产。关联方向公司采购墨水对外进行销售，主要与关联方主营业务、关联方下游客户类型及产品需求、关联方下游客户对交易及结算的便捷性要求相关，关联交易具有商业实质及必要性。

(3) 按照细分产品对比水性墨水关联方售价与非关联方售价差异，进一步说明关联交易定价公允性；进一步说明发行人向关联方销售分散墨水的价格低于非关联方的原因及合理性

一、按照细分产品对比水性墨水关联方售价与非关联方售价差异，进一步说明关联交易定价公允性

报告期内，公司向关联方销售的产品类型、金额及占关联交易总金额的比例情况如下：

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
水性墨水-桌面办公打印	715.44	90.95%	674.72	74.06%	646.62	66.20%
分散墨水-纺织	19.20	2.44%	145.48	15.97%	272.20	27.87%
其他墨水	51.99	6.61%	90.84	9.97%	57.89	5.93%
合计	786.62	100.00%	911.05	100.00%	976.72	100.00%

报告期内，公司向关联方销售的产品类型主要为水性墨水-桌面办公打印、分散墨水-纺织，上述两种墨水销售金额合计占关联交易总金额的比重分别为 94.07%、90.03%和 93.39%。鉴于公司数码喷墨墨水品种较多且无统一的交易市场及公开市场价格，故主要选取关联方销售上述两种墨水产品的平均单价与非关联方销售平均单价进行对比。

报告期内，公司向关联方销售水性墨水-桌面办公打印产品的平均单价与非关联方对比情况如下：

单位：万元、元/KG

项目		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	单价	金额	单价	金额	单价
水性墨水-桌面办公打印	关联方	715.44	21.61	674.72	21.10	646.62	19.76
	非关联方	2,634.71	17.47	2,055.59	19.59	1,913.73	20.90
	差异	-	19.14%	-	7.16%	-	-5.77%

2018 年、2019 年，公司向关联方销售水性墨水-桌面办公打印产品的单价与非关联方的差异较小；2020 年，该类产品关联方与非关联方的单价差异较大，主要受

产品包装规格、产品型号以及单一销售规模的影响所致。

报告期内，公司销售不同包装规格水性墨水-桌面办公打印产品平均单价情况如下：

单位：万元、元/KG

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	单价	金额	单价	金额	单价
1KG 以内	1,432.78	20.07	1,024.97	23.95	924.92	23.45
20KG	1,668.28	17.24	1,532.47	17.95	1,432.12	18.93
其他	249.09	15.87	172.89	19.71	203.31	22.13

由上表可见，公司销售的水性墨水-桌面办公打印产品主要以 1KG 以内、20KG 包装规格为主，其中 1KG 以内规格产品的平均单价较高，20KG 规格产品的平均单价较低，主要原因为：1KG 以内规格产品为小包装产品，包材及生产过程耗用成本相对较高，20KG 规格产品为大桶包装（含可由公司回收并再次利用的回转桶），包材及生产过程耗用成本相对较低。

报告期内，公司向关联方与非关联方销售不同包装规格产品金额及占各自交易比重情况如下：

单位：万元

项目		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
1KG 以内	关联方	575.48	80.44%	534.64	79.24%	470.11	72.70%
	非关联方	857.29	32.54%	490.32	23.85%	454.82	23.77%
20KG	关联方	105.03	14.68%	120.33	17.83%	132.75	20.53%
	非关联方	1,563.25	59.33%	1,412.14	68.70%	1,299.38	67.90%
其他	关联方	34.92	4.88%	19.76	2.93%	43.77	6.77%
	非关联方	214.17	8.13%	153.13	7.45%	159.54	8.34%

由上表可见，报告期内，公司向关联方主要销售 1KG 以内包装规格的产品，该包装规格产品占关联方交易金额的比重分别为 72.70%、79.24%、80.44%，向非关联方主要销售 20KG 规格的产品，该类规格产品占非关联方交易金额的比重分别为 67.90%、68.70%、59.33%。报告期内，公司向关联方和非关联方销售该类产品的包

装规格类型存在结构化差异，导致关联方整体平均单价与非关联方存在一定差异。

报告期内，关联销售中公司主要向天威打印机耗材制造厂、珠海天威飞马打印耗材有限公司、珠海天威泛凌贸易有限公司三家关联公司销售水性墨水-桌面办公打印产品，上述三家关联公司报告期内合计销售金额占关联方该类墨水销售总额的比重分别为79.37%、87.21%、85.01%。上述三家关联公司平均单价与非关联方的差异及原因如下：

1、天威打印机耗材制造厂

报告期内，公司向关联方天威打印机耗材制造厂主要销售20KG规格的大桶装墨水，占该公司销售金额的99.97%、99.97%、99.94%。考虑产品包装规格、单一销售规模、销售区域的对墨水销售平均单价的影响，选取了销售产品包装规格为20KG，年度交易金额前五的境内非关联方客户的平均单价情况进行比较，具体情况如下：

单位：万元、元/KG

项目		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	单价	金额	单价	金额	单价
水性墨水-桌面办公打印-20KG	天威打印机耗材制造厂	95.74	15.24	112.26	14.99	126.36	14.32
	境内年度交易金额前五的非关联方	931.36	14.33	700.04	15.09	596.96	15.12
	差异	-	5.98%	-	-0.65%	-	-5.60%

由上表可见，公司向天威打印机耗材制造厂销售20KG规格水性墨水-桌面办公打印的单价与该规模墨水境内年度交易金额前五大的非关联方平均单价基本一致。

2、珠海天威飞马打印耗材有限公司、珠海天威泛凌贸易有限公司

报告期内，公司向关联方珠海天威飞马打印耗材有限公司及珠海天威泛凌贸易有限公司主要销售1KG以内规格的墨水，占上述公司销售金额的99.91%、99.15%、99.36%。考虑产品包装规格、单一销售规模、销售区域的对墨水销售平均单价的影响，选取了销售产品包装规格为1KG以内，年度交易金额前五的境内非关联方客户的平均单价情况进行比较，具体情况如下：

单位：万元、元/KG

项目		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	单价	金额	单价	金额	单价
水性墨水-桌面办公打印-1KG以内	关联方珠海天威飞马打印耗材有限公司、珠海天威泛凌贸易有限公司	509.13	24.71	472.06	24.71	386.48	21.97
	境内年度交易金额前五的非关联方	471.81	15.60	300.84	19.45	272.66	26.70
	差异	-	36.86%	-	21.30%	-	-21.51%

2018 年，公司向关联方销售该类包装规格产品的平均单价低于非关联方，主要原因为：2018 年，公司向该包装规格产品境内前五大客户珠海荣威添彩打印耗材有限公司销售的产品主要为可食用墨水以及医疗染料墨水等相对高端的产品型号，相应产品单价较高，公司对该客户销售平均单价为 46.10 元/KG。剔除该客户的影响，2018 年公司向非关联方销售平均单价为 21.85 元/KG，与公司向关联方销售平均单价 21.97 元/KG 基本一致。

2019 年、2020 年公司向关联方销售该类包装规格产品平均单价高于非关联方，主要原因为：公司向珠海天威飞马打印耗材有限公司销售的该类包装规格产品的主要产品型号为 Epson 墨水（升级版），2019 年、2020 年销售金额分别 274.01 万元、203.12 万元，占珠海天威飞马打印耗材有限公司该类包装规格产品销售总额的比重为 76.91%、62.87%，此款产品单位成本及定价相对较高，而相同型号产品未向境内年度交易金额前五的非关联方进行销售。同时，为满足珠海天威泛凌贸易有限公司通过电商销售的产品的需要，公司向珠海天威泛凌贸易有限公司销售的多颜色的套装产品金额及占比较高，此类多色套装产品的包装及生产过程耗用成本相对较高。2019 年、2020 年公司向珠海天威泛凌贸易有限公司销售多色套装产品金额分别 42.05 万元、85.79 万元，占珠海天威泛凌贸易有限公司该类包装规格产品销售总额的比重为 36.31%、46.10%，而多颜色的套装产品 2019 年、2020 年向境内年度交易金额前五的非关联方销售金额较少。整体导致关联方交易平均单价高于非关联方。

报告期内，公司向关联方销售水性墨水的价格主要受产品包装规格、单一销售规模、销售区域、具体产品型号的影响，公司向关联方与非关联方销售平均单价存在差异具有合理性，关联销售定价公允。

二、进一步说明发行人向关联方销售分散墨水的价格低于非关联方的原因及合理性

报告期内，公司向关联方销售分散墨水-纺织产品的平均单价与非关联方对比如下：

单位：万元、元/KG

项目		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	单价	金额	单价	金额	单价
分散墨水-纺织	珠海骑士贸易有限公司	-	-	107.03	31.65	244.31	28.96
	其他关联方	19.20	49.74	38.46	56.03	27.89	54.63
	关联方合计	19.20	49.74	145.48	35.76	272.20	30.42
	非关联方	14,935.38	39.52	15,290.67	40.17	11,007.64	37.07

由上表可见，报告期内，2018 年、2019 年，公司向关联方销售产品的平均单价低于非关联方，产品价格整体变动趋势与非关联第三方交易价格一致。2020 年，关联交易金额较小，仅 19.20 万元，产品销售平均单价高于非关联方。2018 年、2019 年，公司向关联方销售分散墨水-纺织产品的平均单价低于非关联方，主要原因为公司向关联方珠海骑士贸易有限公司销售的产品单价较低。

鉴于：

1、珠海骑士贸易有限公司所处的华南地区为公司分散墨水-纺织产品销售的主要区域，该区域市场竞争较为激烈。受国内不同地区的市场竞争程度差异、地理位置及服务成本差异等因素的影响，公司分散墨水-纺织产品在华南地区的销售平均单价略低；

2、公司向珠海骑士贸易有限公司销售分散墨水-纺织产品的单一销售规模较大，因此，2018 年度，公司与其约定了销售返利政策，导致 2018 年度珠海骑士贸易有限公司分散墨水-纺织产品的平均单价较低。

据此，考虑销售区域、单一销售规模及销售返利对平均单价的整体影响，结合

珠海骑士贸易有限公司年度交易情况选取华南地区相当交易规模非关联方客户的单价进行比较，具体情况如下：

单位：万元、元/KG

项目		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	单价	金额	单价	金额	单价
分散墨水-纺织	珠海骑士贸易有限公司	-	-	111.78	33.05	276.30	32.75
	华南地区相当交易规模非关联方客户	-	-	1,525.82	36.66	734.49	34.11
	差异	-	-	-	-10.90%	-	-4.18%

注：1、上述关联方与非关联方数据均已剔除当年销售返利的影响；

2、2018 年选取可比非关联方口径为：华南地区年度交易金额 200-300 万元的非关联客户，2019 年选取可比非关联方口径为：华南地区年度交易金额 100-200 万元的非关联方客户。

由上表可见，2018 年，公司向珠海骑士贸易有限公司销售分散墨水-纺织产品的平均单价与非关联方基本一致，2019 年略低于非关联方。2019 年，公司向珠海骑士贸易有限公司销售分散墨水-纺织产品平均单价低于非关联方的主要原因如下：

2019 年，公司向珠海骑士贸易有限公司销售分散墨水-纺织产品的时间主要集中在 2019 年 1-3 月，相应交易金额占该公司全年交易金额的比重为 74.18%。同期，华南地区相当交易规模非关联方客户的平均单价为 33.67 元/KG，与 33.05 元/KG 基本一致。

2019 年 3 月 21 日，响水“321”事故发生后，分散墨水原材料普遍上涨，为平滑原材料波动影响，公司上调了部分客户分散墨水的销售单价，而 2019 年 3 月后，公司向珠海骑士贸易有限公司销售的分散墨水-纺织产品较少。受销售时点差异影响，2019 年公司向珠海骑士贸易有限公司销售该类墨水的整体单价低于非关联方。

综上所述，2018 年、2019 年公司向关联方销售分散墨水-纺织产品的价格低于非关联方，主要原因为公司向关联方珠海骑士贸易有限公司销售单价较低，主要受销售区域、单一销售规模、销售时点差异等因素的影响。

报告期内，公司向关联方销售分散墨水的平均单价与非关联方平均单价存在差异具有合理性，关联销售定价公允。

(4) 披露关联交易毛利率与非关联方对比情况，说明毛利率存在差异的原因及合理性

报告期内，公司向关联方销售的产品类型、金额及占关联交易总金额的比例情况如下：

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
水性墨水-桌面办公打印	715.44	90.95%	674.72	74.06%	646.62	66.20%
分散墨水-纺织	19.20	2.44%	145.48	15.97%	272.20	27.87%
其他墨水	51.99	6.61%	90.84	9.97%	57.89	5.93%
合计	786.62	100.00%	911.05	100.00%	976.72	100.00%

报告期内，公司向关联方销售的产品类型主要为水性墨水-桌面办公打印、分散墨水-纺织，上述两种墨水销售金额合计占关联交易总金额的比例分别为94.07%、90.03%和93.39%。鉴于公司数码喷墨墨水品种较多且无统一的交易市场及公开市场价格，故主要选取关联方销售上述两种墨水产品的平均单价、毛利率与非关联方销售平均单价进行对比。

①公司向关联方与非关联方销售单价差异原因及合理性**A、水性墨水-桌面办公打印产品**

报告期内，公司向关联方销售水性墨水-桌面办公打印产品的平均单价与非关联方对比情况如下：

单位：万元、元/KG

项目		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	单价	金额	单价	金额	单价
水性墨水-桌面办公打印	关联方	715.44	21.61	674.72	21.10	646.62	19.76
	非关联方	2,634.71	17.47	2,055.59	19.59	1,913.73	20.90
	差异	-	19.14%	-	7.16%	-	-5.77%

2018年、2019年，公司向关联方销售水性墨水-桌面办公打印产品的单价与非关联方的差异较小；2020年，该产品关联方与非关联方的单价差异较大，主要受产品包装规格、产品型号以及单一销售规模的影响所致。

报告期内，公司销售不同包装规格水性墨水-桌面办公打印产品平均单价情况如

下：

单位：万元、元/KG

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	单价	金额	单价	金额	单价
1KG 以内	1,432.78	20.07	1,024.97	23.95	924.92	23.45
20KG	1,668.28	17.24	1,532.47	17.95	1,432.12	18.93
其他	249.09	15.87	172.89	19.71	203.31	22.13

由上表可见，公司销售的水性墨水-桌面办公打印产品主要以1KG以内、20KG包装规格为主，其中1KG以内规格产品的平均单价较高，20KG规格产品的平均单价较低，主要原因为：1KG以内规格产品为小包装产品，包材及生产过程耗用成本相对较高，20KG规格产品为大桶包装（含可由公司回收并再次利用的回转桶），包材及生产过程耗用成本相对较低。

报告期内，公司向关联方与非关联方销售不同包装规格产品金额及占各自交易比重情况如下：

单位：万元

项目		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
1KG 以内	关联方	575.48	80.44%	534.64	79.24%	470.11	72.70%
	非关联方	857.29	32.54%	490.32	23.85%	454.82	23.77%
20KG	关联方	105.03	14.68%	120.33	17.83%	132.75	20.53%
	非关联方	1,563.25	59.33%	1,412.14	68.70%	1,299.38	67.90%
其他	关联方	34.92	4.88%	19.76	2.93%	43.77	6.77%
	非关联方	214.17	8.13%	153.13	7.45%	159.54	8.34%

由上表可见，报告期内，公司向关联方主要销售1KG以内包装规格的产品，该包装规格产品占关联方交易金额的比重分别为72.70%、79.24%、80.44%，向非关联方主要销售20KG规格的产品，该类规格产品占非关联方交易金额的比重分别为67.90%、68.70%、59.33%。报告期内，公司向关联方和非关联方销售该类产品的包装规格类型存在结构化差异，导致关联方整体平均单价与非关联方存在一定差异。

报告期内，关联销售中公司主要向天威打印机耗材制造厂、珠海天威飞马打印耗材有限公司、珠海天威泛凌贸易有限公司三家关联公司销售水性墨水-桌面办公打印产品，上述三家关联公司报告期内合计销售金额占关联方该类墨水销售总额的比重分别为79.37%、87.21%、85.01%。上述三家关联公司平均单价与非关联方的差异及原因如下：

1、天威打印机耗材制造厂

报告期内，公司向关联方天威打印机耗材制造厂主要销售20KG规格的大桶装墨水，占该公司销售金额的99.97%、99.97%、99.94%。考虑产品包装规格、单一销售规模、销售区域的对墨水销售平均单价的影响，选取了销售产品包装规格为20KG，年度交易金额前五的境内非关联方客户的平均单价情况进行比较，具体情况如下：

单位：万元、元/KG

项目		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	单价	金额	单价	金额	单价
水性墨水-桌面办公打印-20KG	天威打印机耗材制造厂	95.74	15.24	112.26	14.99	126.36	14.32
	境内年度交易金额前五的非关联方	931.36	14.33	700.04	15.09	596.96	15.12
	差异	-	5.98%	-	-0.65%	-	-5.60%

由上表可见，公司向天威打印机耗材制造厂销售20KG规格水性墨水-桌面办公打印的单价与该规模墨水境内年度交易金额前五大的非关联方平均单价基本一致。

2、珠海天威飞马打印耗材有限公司、珠海天威泛凌贸易有限公司

报告期内，公司向关联方珠海天威飞马打印耗材有限公司及珠海天威泛凌贸易有限公司主要销售1KG以内规格的墨水，占上述公司销售金额的99.91%、99.15%、99.36%。考虑产品包装规格、单一销售规模、销售区域的对墨水销售平均单价的影响，选取了销售产品包装规格为1KG以内，年度交易金额前五的境内非关联方客户的平均单价情况进行比较，具体情况如下：

单位：万元、元/KG

项目		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	单价	金额	单价	金额	单价
水性墨水-桌面办公打印-1KG 以内	关联方珠海天威飞马打印耗材有限公司、珠海天威泛凌贸易有限公司	509.13	24.71	472.06	24.71	386.48	21.97
	境内年度交易金额前五的非关联方	471.81	15.60	300.84	19.45	272.66	26.70
	差异	-	36.86%	-	21.30%	-	-21.51%

2018年，公司向关联方销售该类包装规格产品的平均单价低于非关联方，主要原因为：2018年，公司向该包装规格产品境内前五大客户珠海荣威添彩打印耗材有限公司销售的产品主要为可食用墨水以及医疗染料墨水等相对高端的产品型号，相应产品单价较高，公司对该客户销售平均单价为46.10元/KG。剔除该客户的影响，2018年公司向非关联方销售平均单价为21.85元/KG，与公司向关联方销售平均单价

21.97元/KG基本一致。

2019年、2020年公司向关联方销售该类包装规格产品平均单价高于非关联方，主要原因为：公司向珠海天威飞马打印耗材有限公司销售的该类包装规格产品的主要产品型号为Epson墨水(升级版)，2019年、2020年销售金额分别274.01万元、203.12万元，占珠海天威飞马打印耗材有限公司该类包装规格产品销售总额的比重为76.91%、62.87%，此款产品单位成本及定价相对较高，而相同型号产品未向境内年度交易金额前五的非关联方进行销售。同时，为满足珠海天威泛凌贸易有限公司通过电商销售的产品的需要，公司向珠海天威泛凌贸易有限公司销售的多颜色的套装产品金额及占比较高，此类多色套装产品的包装及生产过程耗用成本相对较高。2019年、2020年公司向珠海天威泛凌贸易有限公司销售多色套装产品金额分别42.05万元、85.79万元，占珠海天威泛凌贸易有限公司该类包装规格产品销售总额的比重为36.31%、46.10%，而多颜色的套装产品2019年、2020年向境内年度交易金额前五的非关联方销售金额较少。整体导致关联方交易平均单价高于非关联方。

报告期内，公司向关联方销售水性墨水的价格主要受产品包装规格、单一销售规模、销售区域、具体产品型号的影响，公司向关联方与非关联方销售平均单价存在差异具有合理性，关联销售定价公允。

B、分散墨水-纺织产品

报告期内，公司向关联方销售分散墨水-纺织产品的平均单价与非关联方对比如下：

单位：万元、元/KG

项目		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	单价	金额	单价	金额	单价
分散墨水-纺织	珠海骑士贸易有限公司	-	-	107.03	31.65	244.31	28.96
	其他关联方	19.20	49.74	38.46	56.03	27.89	54.63
	关联方合计	19.20	49.74	145.48	35.76	272.20	30.42
	非关联方	14,935.38	39.52	15,290.67	40.17	11,007.64	37.07

由上表可见，报告期内，2018年、2019年，公司向关联方销售产品的平均单价低于非关联方，产品价格整体变动趋势与非关联第三方交易价格一致。2020年，关联交易金额较小，仅19.20万元，产品销售平均单价高于非关联方。2018年、2019年，

公司向关联方销售分散墨水-纺织产品的平均单价低于非关联方，主要原因为公司向关联方珠海骑士贸易有限公司销售的产品单价较低。

鉴于：

a.珠海骑士贸易有限公司所处的华南地区为公司分散墨水-纺织产品销售的主要区域，该区域市场竞争较为激烈。受国内不同地区的市场竞争程度差异、地理位置及服务成本差异等因素的影响，公司分散墨水-纺织产品在华南地区的销售平均单价略低；

b.公司向珠海骑士贸易有限公司销售分散墨水-纺织产品的单一销售规模较大，因此，2018年度，公司与其约定了销售返利政策，导致2018年度珠海骑士贸易有限公司分散墨水-纺织产品的平均单价较低。

据此，考虑销售区域、单一销售规模及销售返利对平均单价的整体影响，结合珠海骑士贸易有限公司年度交易情况选取华南地区相当交易规模非关联方客户的单价进行比较，具体情况如下：

单位：万元、元/KG

项目		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	毛利率	金额	毛利率	金额	毛利率
分散墨水-纺织	珠海骑士贸易有限公司	-	-	111.78	33.05	276.30	32.75
	华南地区相当交易规模非关联方客户	-	-	1,525.82	36.66	734.49	34.11
	差异	-	-	-	-10.90%	-	-4.18%

注：1、上述关联方与非关联方数据均已剔除当年销售返利的影响；

2、2018年选取可比非关联方口径为：华南地区年度交易金额200-300万元的非关联客户，2019年选取可比非关联方口径为：华南地区年度交易金额100-200万元的非关联方客户。

由上表可见，2018年，公司向珠海骑士贸易有限公司销售分散墨水-纺织产品的平均单价与非关联方基本一致，2019年略低于非关联方。2019年，公司向珠海骑士贸易有限公司销售分散墨水-纺织产品平均单价低于非关联方的主要原因如下：

2019年，公司向珠海骑士贸易有限公司销售分散墨水-纺织产品的时间主要集中在2019年1-3月，相应交易金额占该公司全年交易金额的比重为74.18%。同期，华南

地区相当交易规模非关联方客户的平均单价为33.67元/KG，与33.05元/KG基本一致。

2019年3月21日，响水“321”事故发生后，分散墨水原材料普遍上涨，为平滑原材料波动影响，公司上调了部分客户分散墨水的销售单价，而2019年3月后，公司向珠海骑士贸易有限公司销售的分散墨水-纺织产品较少。受销售时点差异影响，2019年公司向珠海骑士贸易有限公司销售该类墨水的整体单价低于非关联方。

综上所述，2018年、2019年公司向关联方销售分散墨水-纺织产品的价格低于非关联方，主要原因为公司向关联方珠海骑士贸易有限公司销售单价较低，主要受销售区域、单一销售规模、销售时点差异等因素的影响。

报告期内，公司向关联方销售分散墨水的平均单价与非关联方平均单价存在差异具有合理性，关联销售定价公允。

②公司向关联方与非关联方销售毛利率差异原因及合理性

A、水性墨水-桌面办公打印产品

报告期内，公司向关联方销售水性墨水-桌面办公打印产品毛利率与非关联方对比情况如下：

单位：万元

项目		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	毛利率	金额	毛利率	金额	毛利率
水性墨水-桌面 办公打印	关联方	715.44	20.17%	674.72	11.76%	646.62	13.59%
	非关联方	2,634.71	31.57%	2,055.59	29.92%	1,913.73	32.32%
	差异	-	-11.40%	-	-18.16%	-	-18.73%

报告期内，公司向关联方销售水性墨水-桌面办公打印产品的整体毛利率低于非关联方，主要受产品具体包装规格、型号、单一客户销售规模等因素的影响。

报告期内，公司销售不同包装规格水性墨水-桌面办公打印产品毛利率情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	毛利率	金额	毛利率	金额	毛利率

1KG 以内	1,432.78	17.59%	1,024.97	13.40%	924.92	16.19%
20KG	1,668.28	37.98%	1,532.47	32.81%	1,432.12	33.59%
其他	249.09	36.38%	172.89	31.40%	203.31	37.18%

由上表可见，公司销售的水性墨水-桌面办公打印产品主要以1KG以内、20KG包装规格为主，其中1KG以内规格产品整体毛利率较低，20KG规格产品整体毛利率较高。主要原因为：1KG以内规格产品为小包装产品，包材及生产过程耗用成本相对较高，20KG规格产品为大桶包装（含可由公司回收并再次利用的回转桶），包材及生产过程耗用成本相对较低。

报告期内，公司向关联方与非关联方销售不同包装规格产品金额及占各自交易比重情况如下：

单位：万元

项目		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
1KG 以内	关联方	575.48	80.44%	534.64	79.24%	470.11	72.70%
	非关联方	857.29	32.54%	490.32	23.85%	454.82	23.77%
20KG	关联方	105.03	14.68%	120.33	17.83%	132.75	20.53%
	非关联方	1,563.25	59.33%	1,412.14	68.70%	1,299.38	67.90%
其他	关联方	34.92	4.88%	19.76	2.93%	43.77	6.77%
	非关联方	214.17	8.13%	153.13	7.45%	159.54	8.34%

由上表可见，报告期内，公司向关联方主要销售1KG以内规格的产品，该类规格产品占关联方交易金额的比重分别为72.70%、79.24%、80.44%，向非关联方主要销售20KG规格的产品，该类规格产品占非关联方交易金额的比重分别为67.90%、68.70%、59.33%。公司向关联方和非关联方销售该类产品的包装规格类型存在结构化差异，导致关联方整体销售毛利率低于非关联方。

除产品包装规格结构化差异之外，报告期内，公司向关联方与非关联方销售水性墨水-桌面办公打印产品的毛利率差异同时受向不同客户销售的产品类型、单一客户销售规模等其他因素的影响。

报告期内，关联销售中公司主要向天威打印机耗材制造厂、珠海天威飞马打印

耗材有限公司、珠海天威泛凌贸易有限公司三家关联公司销售水性墨水-桌面办公打印产品，上述三家关联公司报告期内合计销售金额占关联方该类墨水销售总额的比重分别为79.37%、87.21%、85.01%。上述三家关联公司毛利率与非关联方的差异及原因如下：

a.天威打印机耗材制造厂

报告期内，公司向关联方天威打印机耗材制造厂主要销售20KG规格的大桶装墨水，占其销售总金额的比例分别为99.97%、99.97%、99.94%，考虑产品包装规格、单一销售规模、销售区域对墨水销售毛利率的影响，选取了销售产品包装规格为20KG、年度交易金额前五的境内非关联方客户的毛利率情况进行比较，具体情况如下：

单位：万元

项目		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	毛利率	金额	毛利率	金额	毛利率
水性墨水-桌面办公打印-20KG	天威打印机耗材制造厂	95.74	32.38%	112.26	23.39%	126.36	20.30%
	境内年度交易金额前五的非关联方	931.36	29.01%	700.04	22.19%	596.96	19.88%
	差异	-	3.37%	-	1.20%	-	0.42%

2018 年、2019 年，公司向天威打印机耗材制造厂销售该类包装规格产品毛利率与非关联方基本一致。

2020 年，公司向天威打印机耗材制造厂销售该类包装规格产品毛利率略高于非关联方，主要原因为：2020 年，公司向天威打印机耗材制造厂新增销售了部分毛利率较高的产品，新增产品的销售金额为 19.33 万元，占天威打印机耗材制造厂该类包装规格产品销售总额的比重为 20.19%，新增产品整体毛利率为 49.45%，整体导致 2020 年公司向天威打印机耗材制造厂销售毛利率略高于非关联方。剔除新增产品对毛利率的影响，公司向天威打印机耗材制造厂销售该包装规格产品毛利率为 28.06%，与境内年度交易金额前五的非关联方毛利率 29.01%基本一致。报告期内，天威打印机耗材制造厂毛利率变动趋势与非关联方一致。

b.珠海天威飞马打印耗材有限公司、珠海天威泛凌贸易有限公司

报告期内，公司向关联方珠海天威飞马打印耗材有限公司、珠海天威泛凌贸易有限公司主要销售1KG以内规格的墨水，占其销售总金额的比例分别为99.91%、99.15%、99.36%，考虑产品包装规格、单一销售规模、销售区域对墨水销售毛利率的影响，选取了销售产品包装规格为1KG以内，年度交易金额前五的境内非关联方客户的毛利率情况进行比较，具体情况如下：

单位：万元

项目		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	毛利率	金额	毛利率	金额	毛利率
水性墨水-桌面办公 打印-1KG 以内	关联方珠海天威飞马 打印耗材有限公司、 珠海天威泛凌贸易有 限公司	509.13	17.33%	472.06	8.78%	386.48	9.02%
	境内年度交易金额前 五的非关联方	471.81	12.23%	300.84	6.91%	272.66	17.04%
	差异	-	5.10%	-	1.87%	-	-8.02%

2018年，公司向关联方销售该类包装规格产品的毛利率低于非关联方，主要原因：2018年，公司向该包装规格产品境内前五大客户珠海荣威添彩打印耗材有限公司销售的产品主要为可食用墨水以及医疗染料墨水等相对高端的产品型号，相应产品毛利率较高，公司对该客户销售毛利率为49.37%。剔除该客户的影响，2018年公司向非关联方销售平均毛利率为8.96%，与公司向关联方销售平均毛利率9.02%基本一致。

2019年，公司向关联方销售该类包装规格产品的平均毛利率与非关联方基本一致。

2020年，公司向关联方销售该类包装规格产品平均毛利率高于非关联方，主要原因为：2020年，该包装规格产品的境内第一大非关联方客户珠海奥图打印耗材有限公司为公司在疫情期间新开发的客户，该客户的产品型号较为单一且批量大，对产

品售价较为敏感，相关产品型号为投产销售时间较长的产品，公司对其销售毛利率仅在6%左右，整体导致2020年公司向关联方销售该包装规格产品的毛利率高于非关联方。

综上，报告期内，公司向关联方销售水性墨水-桌面办公打印产品的毛利率与非关联方存在差异具有合理性。

B、分散墨水-纺织产品

报告期内，公司向关联方销售分散墨水-纺织产品毛利率与非关联方对比情况如下：

单位：万元

项目		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	毛利率	金额	毛利率	金额	毛利率
分散墨水-纺织	关联方	19.20	43.08%	145.48	18.82%	272.20	14.32%
	非关联方	14,935.38	32.35%	15,290.67	23.13%	11,007.64	26.45%
	差异	-	10.73%	-	-4.31%	-	-12.12%

由上表可见，2018年、2019年公司向关联方销售分散墨水-纺织产品的整体毛利率均低于非关联方，2020年因向关联方销售该类墨水金额较小，整体毛利率高于非关联方。

报告期内，公司向珠海骑士贸易有限公司、其他关联方销售分散墨水-纺织产品的毛利率与非关联方对比情况如下：

单位：万元

项目		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	毛利率	金额	毛利率	金额	毛利率
分散墨水-纺织	珠海骑士贸易有限公司	-	-	107.03	11.38%	244.31	10.43%
	其他关联方	19.20	43.08%	38.46	39.53%	27.89	48.45%
	关联方合计	19.20	43.08%	145.48	18.82%	272.20	14.32%

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	毛利率	金额	毛利率	金额	毛利率
非关联方	14,935.38	32.35%	15,290.67	23.13%	11,007.64	26.45%

由上表可见，2018年、2019年，公司向关联方销售分散墨水-纺织产品的毛利率均低于非关联方，主要原因系公司向珠海骑士贸易有限公司销售毛利率较低。鉴于：

a.珠海骑士贸易有限公司所处的华南地区为公司分散墨水-纺织产品销售的主要区域，该区域市场竞争较为激烈。受国内不同地区的市场竞争程度差异、地理位置及服务成本差异等因素的影响，公司分散墨水-纺织产品在华南地区的销售毛利率略低；

b.公司向珠海骑士贸易有限公司销售分散墨水-纺织产品的单一销售规模较大，因此，2018年度，公司与其约定了销售返利政策，导致2018年度珠海骑士贸易有限公司分散墨水-纺织产品的整体毛利率相对较低。

据此，考虑销售区域、单一销售规模及销售返利对分散墨水-纺织产品销售毛利率的整体影响，结合珠海骑士贸易有限公司年度交易情况选取华南地区相当交易规模非关联方客户的毛利率进行比较，具体情况如下：

单位：万元

项目		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	毛利率	金额	毛利率	金额	毛利率
分散墨水-纺织	珠海骑士贸易有限公司	-	-	111.78	15.15%	276.30	20.80%
	华南地区相当交易规模非关联方客户	-	-	1,525.82	15.51%	734.49	24.42%
	差异	-	-	-	-0.36%	-	-3.62%

注：1、上述关联方与非关联方数据均已剔除当年销售返利的影响；

2、2018 年选取可比非关联方口径为：华南地区年度交易金额 200-300 万元的非关联客户，2019 年选取可比非关联方口径为：华南地区年度交易金额 100-200 万元的非关联方客户。

由上表可见，2018年公司向珠海骑士贸易有限公司销售分散墨水-纺织产品的整体毛利率略低于非关联方，2019年整体毛利率基本一致。

2018年，公司向珠海骑士贸易有限公司销售分散墨水-纺织产品整体毛利率略低

的主要原因如下：

a.公司向珠海骑士贸易有限公司销售分散墨水-纺织产品的金额相对较大，且产品主要为较早期、成熟且低端的分散墨水品种；

b.公司自2009年开始与珠海骑士贸易有限公司开展合作，具有长期稳定的合作关系，基本无需发生客户维护成本，此外，该公司回款情况较好，不存在逾期未能回收的应收账款，公司对其信用、回款能力等有良好的信任基础。

综合上述因素，2018年，公司对珠海骑士贸易有限公司销售分散墨水-纺织产品的整体毛利率略低，具有合理性。

综上所述，2018年、2019年公司向关联方销售分散墨水的毛利率低于非关联方，主要原因为公司向关联方珠海骑士贸易有限公司的销售毛利率较低，主要受销售区域、单一销售规模、销售墨水品种及合作关系等因素的影响。

报告期内，公司向关联方销售分散墨水的毛利率与非关联方毛利率存在差异具有合理性。

（5）披露发行人与转让、注销或解散的关联方进行关联交易情况，交易价格公允性及毛利率是否异常等

已转让关联方珠海骑士贸易有限公司的交易情况详见审计报告后附财务报表附注十一、关联方及关联交易，交易价格公允性及毛利率情况，详见本问询回复“问题 5.关于关联和关联交易”之“（4）披露关联交易毛利率与非关联方对比情况，说明毛利率存在差异的原因及合理性”的回复。

已转让关联方珠海威客三维科技有限公司的交易情况详见审计报告后附财务报表附注十一、关联方及关联交易，交易价格公允性及毛利率情况如下：

单位：万元

关联方	项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度	主要交易内容
天威打印机耗材制造	采购金额	10.45	-	-	产品分装服务

厂					
	占营业成本比例	0.05%	-	-	
天杭办公耗材（杭州）有限公司	采购金额	3.48	26.46	11.66	仓储运输服务
	占营业成本比例	0.02%	0.10%	0.06%	
珠海天威飞马打印耗材有限公司	采购金额	0.24	2.80	5.84	检测服务
	占营业成本比例	0.00%	0.01%	0.03%	
珠海威客三维科技有限公司	采购金额	-	-	5.83	设计服务
	占营业成本比例	-	-	0.03%	
珠海天威物业管理有限公司	采购金额	-	1.94	-	建设工程项目管理服务
	占营业成本比例	-	0.01%	-	
合计	采购金额	14.17	31.20	23.32	-
	占营业成本比例	0.06%	0.12%	0.12%	

2017 年 12 月，为拓展灯饰图案打印应用市场，公司委托珠海威客三维科技有限公司提供灯饰图案相关设计服务，于 2018 年产生设计服务费 5.83 万元。该项设计服务具有定制化的特点，相关费用为双方协商确定，定价合理，不存在显著不公允及异常的情形。

核查过程及核查结论

（一）核查程序

1、取得发行人审计报告、关联销售明细、关联销售协议及凭证了解发行人与关联方的销售内容、金额；

2、对实际控制人控制且与发行人存在关联交易的企业进行走访、取得该等关联方出具的关联交易情况说明，了解关联方采购发行人产品的原因、合理性及必要性；

3、取得实际控制人控制的企业对外销售墨水明细，了解实际控制人控制的企业采购墨水后对外销售的终端客户情况；

4、取得发行人的销售明细表，将关联方和非关联方产品的交易价格、毛利率进行比对；

5、取得发行人已转让、注销或解散的关联方与发行人交易的合同、发票等原始

单据；

6、与珠海骑士贸易有限公司相关人员进行了访谈，了解发行人与珠海骑士贸易有限公司的交易情况，是否存在为公司代付成本费用的情形；

7、与发行人实际控制人进行访谈，确认其报告期内已转让、注销或解散的关联方是否存在为公司代付成本费用的情形。

（二）核查结论

经核查，我们认为：

1、发行人与贺良梅控制的企业进行关联交易具有商业实质及合理性；

2、硒鼓、碳粉盒等产品与发行人墨水产品为完全不同的产品，在主要原材料、主要生产工艺、主要应用领域、主要客户类型、应用设备、应用介质方面均存在显著差异。发行人产品不是硒鼓、碳粉盒等产品的原材料，关联方向发行人采购墨水产品无法用于硒鼓、碳粉盒等产品的生产。关联方向发行人采购墨水对外进行销售，主要与关联方主营业务、关联方下游客户类型及产品需求、关联方下游客户对交易及结算的便捷性要求相关，关联交易具有商业实质及必要性；

3、发行人向关联方销售水性墨水产品的单价、毛利率与非关联方存在差异主要受产品规格、包装以及单一销售规模的影响所致。报告期内，发行人向关联方销售该类产品的价格均在同类产品定价区间范围内，关联销售定价公允；

4、发行人向关联方销售分散墨水的单价、毛利率与非关联方存在差异主要受适配打印喷头或打印设备的差异、不同客户的墨水颜色、打印效果的个性化差异、打印基材差异、客户区域差异、销售规模等因素的影响，具有合理性；

5、发行人已在招股说明书披露关联交易毛利率与非关联方对比情况，并说明毛利率存在差异的原因及合理性；

6、发行人已经在招股说明书披露发行人与转让、注销或解散的关联方进行关联交易情况，交易价格及毛利率差异的原因及合理性。

问题 6. 关于营业收入

申报文件及审核问询回复显示：

(1) 发行人未按首轮问询函问题 6 的要求，分析分散墨水销售收入变动的原因；同时，发行人分散墨水市场增长率放缓，发行人分散墨水销量占比下降，分散墨水收入增长率高于同行业公司，销售单价变动较大。

(2) 发行人未充分解释工业喷头用硬性、柔性 UV 墨水收入变动的原因，UV 墨水销售收入增长率略高于杭华股份。

(3) UV 墨水、水性墨水平均单价变动较大，活性墨水平均单价逐年下降，2020 年上述三种墨水平均单价均下降较多。

(4) 部分客户出于对其下游客户资源的保密性，更倾向于使用自身的商标或者中性商标销售；自有品牌销售收入逐年下降，部分自有品牌销售单价较高。

(5) 2020 年因客户更换布料导致分散墨水无法匹配，出现较多退货。

请发行人：

(1) 结合分散墨水销量占比变动情况、市场竞争情况、原材料价格波动情况等，进一步分析披露分散墨水销售量、销售单价、销售收入变动的原因及合理性，发行人销售收入增长率与同行业公司存在差异的原因。

(2) 说明工业喷头用硬性和柔性 UV 墨水收入变动的原因，并结合发行人研发情况、产品差异等说明发行人收入增长率高于杭华股份的原因及合理性。

(3) 披露原材料价格对产品销售价格的传导机制并进行敏感性分析，发行人各类墨水 2020 年销售价格变动的原因，销售单价是否存在持续下降风险，并充分提示风险。

(4) 说明中性商标的具体含义，自有品牌销售逐年下降的原因及合理性，并结合自有品牌和非自有品牌的品质差异说明部分产品自有品牌销售单价较高的原因及合理性。

(5) 结合客户更换布料情况，说明影响墨水销售的主要因素、是否存在其他因素导致产品被退回的风险，并充分提示风险。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

(1) 结合分散墨水销量占比变动情况、市场竞争情况、原材料价格波动情况等，进一步分析披露分散墨水销售量、销售单价、销售收入变动的原因及合理性，发行人销售收入增长率与同行业公司存在差异的原因

一、公司分散墨水销售收入、销售量、销售单价变动的原因及合理性

报告期内，公司分散墨水销售收入、销售量、销售单价变动等情况如下：

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	金额/销量/ 占比	增长率	金额/销量/ 占比	增长率	金额/销量/ 占比
公司分散墨水销售收入（万元）	14,954.58	-3.12%	15,436.16	36.85%	11,279.84
公司分散墨水销量（吨）	3,782.93	-1.67%	3,847.03	25.75%	3,059.17
全国分散墨水销量（万吨）	1.36	-25.27%	1.82	18.95%	1.53
公司分散墨水市场份额（%）	27.82	-	21.14	-	19.99
公司分散墨水销售单价（元/KG）	39.53	-1.48%	40.12	8.82%	36.87

注：1、2020 年全国分散墨水销量为预测计算数据。

2、公司分散墨水市场份额=公司分散墨水销量/全国分散墨水销量。

分散墨水是公司产品中收入占比最高的产品，报告期内，公司分散墨水销售收入分别为 11,279.84 万元、15,436.16 万元和 14,954.58 万元，2019 年相比 2018 年增长较大，2020 年受新冠疫情影响略有下降。

2019 年，公司分散墨水销售收入同比增加 4,156.31 万元，增幅 36.85%，主要原因系：①因市场整体需求增长 18.95%，当年分散墨水的销量同比上升 25.75%；②受上游原材料涨价影响，公司上调了分散墨水的基本销售价格，分散墨水的平均单价从 36.87 元/KG 上升至 40.12 元/KG，上涨 8.82%。

A、2019 年销量变动的原因及合理性

从市场需求及下游客户来看，当年，公司分散墨水销量同比增加 787.86 吨，增幅 25.75%，主要系受数码印花产业快速发展的影响，当年全国分散墨水销量同比增长 18.95%，公司下游客户的需求随之增加。当年，公司新增分散墨水销售收入超过 50 万元的客户超过 10 家，合计新增销售收入超过 1,700 万元，同时 TRUE COLORS

IMPEX、SPC 等原有客户的销售收入相比 2018 年有所增加。

从公司产品来看，公司高速工业打印分散墨水、其他分散墨水的销售规模进一步增长，销售收入分别增长 1,886.22 万元、2,270.10 万元，增幅分别为 34.24%、39.34%。公司作为国内知名数码喷印墨水制造商，于当年持续主推高速工业打印分散墨水，该产品以高稳定性为核心，兼顾高速打印、流畅性好、精度高、色泽饱满、适用数码喷头类型通用性高等多项性能优势，综合效果展现能力突出。该类产品于市场竞争中的认可度不断提升，当年销量增幅达 31.14%，从而促使公司分散墨水的市场份额提升 1.15 个百分点。

B、2019 年销售单价变动的原因及合理性

当年，受江苏等地区安全事故、环保整改的持续影响，上游部分分散染料的市场价格进一步上涨。主要原材料中分散蓝 359、分散红 60、分散蓝 360、分散棕 27 的采购价格分别上涨 75.50%、26.79%、11.91%、13.75%，为应对此突发情况，公司适当上调了分散墨水的基本销售价格，导致当年公司分散墨水的销售单价同比上升 8.82%。

2020 年，公司分散墨水销售收入同比减少 481.58 万元，降幅 3.12%，主要原因系：①受新冠疫情影响，当年分散墨水销量同比下降 64.10 吨，降幅 1.67%；②分散墨水的平均销售价格从 2019 年的 40.12 元/KG 下降至当年的 39.53 元/KG，降幅 1.48%。

A、2020 年销量变动的原因及合理性

2020 年，根据中国印染行业协会预计，受国内外疫情发展的影响，全球印花面料产量预计同比下降近 20%，经测算，将间接导致全国分散墨水销量同比下降 25.27%。2020 年，公司高速工业打印分散墨水的销售势头不减，当年销量同比增长 24.55%，从而弥补了疫情因素对公司的影响，促使公司分散墨水销量同比仅小幅下降 1.67%，市场份额进一步提升至 27.82%。

B、2020 年销售单价变动的原因及合理性

2020 年，公司分散墨水的销售单价同比下降 1.48%，保持稳定。

综上所述，分散墨水销售收入、销售量、销售单价的变动具有合理性。

二、公司分散墨水销售收入增长率与同行业公司对比情况

报告期内，公司分散墨水销售收入增长率与同行业可比公司的对比情况如下：

同行业可比公司纳尔股份（002825.SZ）于 2019 年收购墨库图文，墨库图文主营业务中数码印花墨水主要以分散墨水为主，可作为公司分散墨水可比产品。另通过筛选，将鸿盛数码（430616.OC）的纺织类喷墨墨水纳入对比范围，具体对比情况如下：

单位：万元

公司名称	产品口径	2020 年度		2019 年度		2018 年度
		金额	增长率	金额	增长率	金额
墨库图文	数码印花墨水	未披露	-	未披露	-	11,154.50
鸿盛数码	纺织类喷墨墨水	未披露	-	3,101.68	19.46%	2,596.40
天威新材	分散墨水	14,954.58	-3.12%	15,436.16	36.85%	11,279.84

注：1、墨库图文的数据来源于《上海纳尔实业股份有限公司发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金报告书》。

2、鸿盛数码的数据来源于其公开披露的各年年度报告。

2019 年，公司分散墨水销售收入同比增长 36.85%，与同行业公司可比产品销售收入变动趋势一致，但高于其增长水平，主要原因系：①2019 年，我国分散墨水市场需求进一步增长，全国分散墨水销量从 2018 年的 1.53 万吨增长至 1.82 万吨；②受江苏等地区一系列突发重大安全事故，以及国家对环保整治力度不断加强等因素影响，相关化工染料企业反复停产，短期内出现了分散染料供应紧张的情况，原材料供应商倾向于优先供应规模较大、经营相对规范的企业。同时，公司通过开发新供应商、向原材料生产厂直接采购、与现有供应商加大合作、原材料提前储备等方式保障了原材料供给的充足性、产品生产的连续性。

（2）说明工业喷头用硬性和柔性 UV 墨水收入变动的原因，并结合发行人研发情况、产品差异等说明发行人收入增长率高于杭华股份的原因及合理性

一、公司工业喷头用硬性和柔性 UV 墨水收入变动的原因

报告期内，公司 UV 墨水产品细分情况如下：

单位：万元

UV 墨水	2020 年度	2019 年度	2018 年度
-------	---------	---------	---------

分类	金额	占比	增长率	增长额	金额	占比	增长率	增长额	金额	占比
工业喷头用中性	5,814.75	60.33%	12.97%	667.43	5,147.32	48.58%	98.96%	2,560.17	2,587.15	31.27%
工业喷头用硬性	2,229.94	23.14%	-25.61%	-767.55	2,997.49	28.29%	11.94%	319.79	2,677.70	32.36%
工业喷头用柔性	977.27	10.14%	-36.44%	-560.36	1,537.63	14.51%	-21.33%	-416.94	1,954.57	23.62%
其他	615.91	6.39%	-32.48%	-296.26	912.17	8.61%	-13.55%	-142.93	1,055.10	12.75%
合计	9,637.87	100.00%	-9.03%	-956.75	10,594.62	100.00%	28.04%	2,320.09	8,274.53	100.00%

报告期内，公司工业喷头用中性 UV 墨水收入持续增长，2020 年受疫情影响增速有所放缓；工业喷头用硬性 UV 墨水收入受公司经营战略调整影响，于 2019 年保持一定程度的增长，但 2020 年受疫情的影响，销售收入同比下降；工业喷头用柔性 UV 墨水收入受到公司经营战略调整和疫情因素的双重影响，于报告期内持续下降。

中性 UV 墨水可以适用于大部分硬性、柔性基材，对于硬性 UV 墨水、柔性 UV 墨水存在一定的替代效应。公司于 2017 年 4 月推出的工业喷头用中性 UV 墨水，能够适用于市场中常见的兼具卷材与板材两用打印功能于一体的 UV 数码喷印设备，在打印不同材质的情况下无需清洗及更换墨水，降低了客户使用成本，同时方便了客户的生产加工。公司工业喷头用中性 UV 墨水收入于 2018 年实现爆发式增长，基于此，公司于 2019 年调整经营战略，主推工业喷头用中性 UV 墨水，因此，报告期内公司工业喷头用硬性和柔性 UV 墨水收入增长情况均呈下降趋势。

（一）工业喷头用硬性 UV 墨水收入变动原因

报告期内，公司工业喷头用硬性 UV 墨水收入变动情况如下：

单位：万元、吨、元/KG

UV 墨水分类	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	金额	销量	单价	金额	销量	单价	金额	销量	单价
工业喷头用中性	5,814.75	569.47	102.11	5,147.32	428.15	120.22	2,587.15	210.33	123.00

工业喷头用 硬性	2,229.94	189.01	117.98	2,997.49	235.34	127.37	2,677.70	216.59	123.63
合计	8,044.69	758.48	-	8,144.81	663.49	-	5,264.85	426.92	-

报告期内，工业喷头用硬性 UV 墨水的部分市场被中性 UV 墨水替代，导致工业喷头用硬性 UV 墨水收入、销量呈下降趋势。

2019 年，公司工业喷头用硬性 UV 墨水销售收入同比增长 11.94%，保持了一定幅度的提升，主要原因系：虽然硬性 UV 墨水的部分市场被替代，但如金属、玻璃、瓷砖、地面装饰材料等无法被替代的硬质基材打印需求仍持续扩大，导致公司工业喷头用硬性 UV 墨水销量有所增长，促使该产品当年销售收入仍可小幅增长。

2020 年，公司工业喷头用硬性 UV 墨水销售收入同比下降 25.61%。一方面由于工业喷头用中性 UV 墨水进一步实现替代，促使工业喷头用硬性 UV 墨水的销量下降；另一方面加之国内外疫情发展的影响，导致当年工业喷头用硬性 UV 墨水销量、收入存在一定程度的下降。

（二）工业喷头用柔性 UV 墨水收入变动原因

报告期内，公司工业喷头用柔性 UV 墨水收入变动情况如下：

单位：万元、吨、元/KG

UV 墨水分类	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	金额	销量	单价	金额	销量	单价	金额	销量	单价
工业喷头用 中性	5,814.75	569.47	102.11	5,147.32	428.15	120.22	2,587.15	210.33	123.00
工业喷头用 柔性	977.27	86.84	112.54	1,537.63	129.45	118.78	1,954.57	168.85	115.76
合计	6,792.02	656.31	-	6,684.95	557.60	-	4,541.72	379.18	-

报告期内，工业喷头用柔性 UV 墨水的部分市场被中性 UV 墨水替代，导致工业喷头用柔性 UV 墨水收入、销量呈逐年下降趋势。

中性 UV 墨水可以替代柔性 UV 墨水的大部分市场，仅在对基材存在特殊要求（如：耐拉伸、耐弯折等）的情况下无法替代。相对于硬性 UV 墨水，中性 UV 墨水对柔性 UV 墨水的替代效应更强，导致报告期内柔性 UV 墨水的销量、收入逐年下降。

二、公司 UV 墨水销售收入增长率高于杭华股份的原因及合理性

杭华股份的主要产品为 UV 油墨、胶印油墨、液体油墨，均与公司产品不同。根

据其招股说明书披露，杭华股份的 UV 油墨中有少量数码功能材料，即数码 UV 墨水，2018 年、2019 年，数码 UV 墨水占其主营业务收入的比重分别为 4.65%、5.29%。

报告期内，公司 UV 墨水销售收入变动与杭华股份可比产品销售收入变动对比情况如下：

单位：万元

公司名称	产品口径	2020 年度		2019 年度		2018 年度
		金额	增长率	金额	增长率	金额
杭华股份	UV 油墨系列-数码功能材料	未披露	-	5,240.81	17.99%	4,441.85
天威新材	UV 墨水	9,637.87	-9.03%	10,594.62	28.04%	8,274.53

注：杭华股份的数据来源于《杭华油墨股份有限公司首次公开发行股票并在科创板上市招股说明书》。

2019 年，公司 UV 墨水销售收入增长率略高于杭华股份的主要原因为：

一方面，由于 UV 墨水为公司的主营产品，公司更加重视 UV 墨水的研发和销售。2009 年，公司于国内率先完成 UV 墨水产品的研发并成功取得发明专利，自此以来，公司不断对从纳米色浆到墨水产品的研制技术进行完善，掌握了颜料表面改性稳定分散、单体复配、流变性能控制等关键技术，UV 墨水产品不断推陈出新。截至 2020 年 12 月 31 日，公司已取得涉及 UV 数码喷印墨水的发明专利 6 项，杭华股份为 2 项。同时，报告期内，公司新投入市场销售的 UV 墨水品种数量分别为 64 款、73 款、90 款，新产品投入数量较多。

另一方面，根据杭华股份招股说明书披露，其数码 UV 墨水主要适配 Kyocera 品牌数码喷头，主要应用于灯箱广告、标签等领域的高浓度、高速印刷，并计划进一步开发通用型喷墨墨基，扩大喷印材料范围。目前，公司 UV 墨水产品已适配 Epson、Seiko、Ricoh、Kyocera、XAAR 等市场中全部主流品牌数码喷头；同时，公司 UV 墨水产品已广泛应用于广告图像、包装及出版物、建筑装潢、电子电路、工艺装饰品等众多印制领域。此外，公司新研发的工业喷头用中性 UV 墨水可通用于兼具卷材与板材两用打印功能于一体的 UV 数码喷印设备，并适用于软性、硬性基材，产品性能指标已达到或优于国外进口同类产品，推出市场后便获得了客户的认可。

综上所述，公司 UV 墨水在产品、研发、销售规模等方面在行业内均具有一定

的竞争优势，收入增长率高於杭华股份具有合理性。

(3) 披露原材料价格对产品销售价格的传导机制并进行敏感性分析，发行人各类墨水 2020 年销售价格变动的原因，销售单价是否存在持续下降风险，并充分提示风险

一、原材料价格对产品销售价格的传导机制

公司产品的定价机制：核算成本后，结合毛利率、市场供需情况确定各类产品的基本销售价格，以此价格为基础，公司参考与客户的交易规模、合作历史，经与客户协商确定最终销售价格。

在实际操作中，每年初，市场部根据市场情况提供各类产品的目标价格，结合财务部提供的产品的最新成本情况，以及未来一年的经营规划情况，公司确定各类产品的基本销售价格。

针对主要大客户，以基本销售价格为基础，公司参考与客户的交易规模、合作历史等情况，与客户协商确定当年各类产品的最终销售价格，并与其签署年度销售框架合同。原则上，当年执行的具体订单均按照合同确定的销售价格执行。此外，年度销售框架合同中约定了“如遇到行业特殊情况或不可抗力而出现物料大幅涨价的情况下，乙方（天威新材）有权利对价格进行相应的上浮调整”。

针对其他客户，公司在对其销售前才会对其报价，各类产品的销售价格均在基本销售价格的基础上会有小幅上浮，一般高于主要大客户的销售价格。在实际销售中，对于这类客户的报价可能会有所变化，但主要系出于市场竞争考虑而进行的价格调整，并非由原材料价格波动导致。

针对原材料价格的波动：公司原材料采购价格主要随着市场价格的变动而变动，公司通常按生产计划随行就市进行原材料的采购，或在价格较低时储备部分原材料。

一般而言，在原材料价格上涨时，经财务部测算后的产品仍能保持一定的毛利空间，可视为原材料价格在正常范围内的波动，公司不会对产品的基本销售价格进行调整，销售人员根据市场情况进行报价销售（签署年度销售框架合同的客户除外），原材料价格波动与产品销售价格之间的联动性较弱；在特殊情况下（如安全事故导致部分原材料企业停产），原材料市场价格短期可能存在较大幅度的上涨，此时，若

维持原基本销售价格不变，可能会导致产品的毛利额较低，甚至导致负毛利，公司会适当调整产品的基本销售价格。如 2019 年盐城响水“321”重大安全事故发生后，分散染料市场的短期供给受到一定影响，导致 2019 年部分分散染料出现大幅上涨的情形，公司适时上调了分散墨水产品的基本销售价格。

在上述特殊情况下，原材料价格上升带动了产品销售价格的上升。但从历史情况来看，该类特殊情况极少出现，报告期内，公司已经历了因突发重大安全事故、国家环保整治所导致的直接或间接供应端停产的极端情况，仅在 2019 年上调过一次分散墨水的价格，未曾上调其他墨水的价格。

在原材料价格下降时，公司不主动下调基本销售价格。个别客户会提出降价申请，在综合考虑市场竞争情况、与客户历史合作情况、客户采购量、付款条件、客户信用等级等因素后，公司会适当下调对该客户的销售价格，但不会对基本销售价格进行调整。

正常情况下，公司某个型号的单一产品的价格会呈现持续下降趋势，主要原因系：

1、市场竞争影响。因竞争对手的价格变动，公司相应会调整销售价格；

2、为应对市场竞争，近年来，公司持续通过改进产品配方、提升技术水平、提高生产效率等措施来降低产品的单位生产成本，因而通常情况下，每年度公司会根据成本下降的情况适当下调基本销售价格，以助于公司获得更多优质客户，提高公司产品市场占有率。

（1）公司持续改进产品配方以降低产品的单位成本

截至目前，公司已深耕数码喷印功能性材料领域多年，经过大量的技术积累形成了 4,000 多种数码喷印墨水的配方组合，建立起一套独有的配方体系。

公司积极探索前沿技术，不断开发出满足客户需求的产品，始终保持较强的自主创新能力和技术研发能力。公司掌握原料优选与配方组合核心竞争力，不断优化配方，选择性能好、价格低的原材料逐步替代价格高的原材料，在保证产品性能的基础上，降低成本。报告期内，公司原材料替代的主要情况如下表：

旧物料	新物料
-----	-----

E286G	E104G
E301G	E104G
HB273G	E355G
HB315G	HB434G

以型号 E104G 原材料逐步替代 E286G 为例，测算原材料替代对成本下降的影响，具体情况如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
E286G 平均采购单价（元/KG）	36.21	40.37	43.31
E104G 平均采购单价（元/KG）	21.26	23.43	24.90
E104G 耗用数量（KG）	50,577.15	21,650.86	5,167.88
E104G 所涉及产品销售成本（元）	26,161,232.70	18,017,126.07	8,158,106.67
E104G 替换成本降低金额（元）	870,829.51	560,998.65	210,766.99
降低成本的比例（%）	3.33	3.11	2.58

报告期内，公司使用新物料逐步替代旧物料。由上表可知，E104G 耗用量逐年增加，逐步替代 E286G，导致成本下降比例分别为 2.58%、3.11%和 3.33%，降低成本效果较为明显。

（2）公司不断提高生产效率以降低产品的单位成本

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
生产成本-水电费（元）	6,349,487.94	7,946,126.65	6,876,304.09
产量（吨）	7,662.30	7,265.53	6,118.46
单位产品耗用水电费（元/吨）	828.67	1,093.67	1,123.86

报告期内，公司主要通过以下方法提高生产效率，降低了单位产品水电费耗用：

①生产工艺的改进：在研磨装置中添加直径为 0.2mm 的研磨锆珠，替代直径为 0.3mm 的研磨锆珠，直径小的研磨锆珠比表面积更大，研磨效率更高，提高了生产效率；

②生产设备的更新换代：使用新设备替代生产效率较低的旧设备，例如，淘汰了所有 6L 的旧研磨装置，使用效率更高的 25L 研磨装置，使得每批次的产量增加，提高了生产效率；

③2020 年度，公司对冷却设备的使用更加优化，当研磨任务处于低负荷时，关闭或者使用更小功率的冷却设备，从而达到节约能耗的目的。

报告期内，单位产品耗用水电费为 1,123.86 元/吨、1,093.67 元/吨和 828.67 元/吨，公司单位产品耗用水电费持续下降，相应生产成本也有所下降。

综上所述，原材料价格波动与产品销售价格波动之间的传导机制较弱，仅当原材料市场发生特殊情况，原材料价格上涨幅度较大时，公司才会适当上调产品的基本销售价格。在基本销售价格确定的情况下，公司产品价格的波动主要源于市场竞争。

鉴于产品销售价格相对于原材料价格波动的敏感性较弱，此处未进行敏感性分析，有关原材料价格波动对毛利率的敏感性分析已在招股说明书“重大风险提示”和“第四节 风险因素”中补充披露。

二、发行人各类墨水 2020 年销售价格变动的原因

（一）2020 年，公司各类墨水销售价格变动情况如下：

单位：万元、元/KG

分类	明细分类	2020 年度				2019 年度		
		收入	占比	平均单价	单价变动率	收入	占比	平均单价
分散墨水	高速工业打印分散墨水	9,158.11	61.24%	41.04	-0.58%	7,394.94	47.91%	41.28
	其他	5,796.47	38.76%	37.36	-4.50%	8,041.21	52.09%	39.12
	合计	14,954.58	100.00%	39.53	-1.47%	15,436.16	100.00%	40.12
UV 墨水	工业喷头用中性	5,814.75	60.33%	102.11	-15.06%	5,147.32	48.58%	120.22
	工业喷头用硬性	2,229.94	23.14%	117.98	-7.37%	2,997.49	28.29%	127.37
	工业喷头用柔性	977.27	10.14%	112.54	-5.25%	1,537.63	14.51%	118.78
	其他	615.91	6.39%	75.21	-8.97%	912.17	8.61%	82.62
	合计	9,637.87	100.00%	103.94	-11.37%	10,594.62	100.00%	117.28
水性墨水	办公打印墨水	3,350.15	74.57%	18.22	-8.63%	2,730.32	68.11%	19.94
	户内写真广告墨水	1,108.22	24.67%	51.49	3.02%	1,247.08	31.11%	49.98
	包装印刷墨水	34.48	0.77%	44.19	3.76%	31.18	0.78%	42.59
	合计	4,492.85	100.00%	21.79	-11.61%	4,008.58	100.00%	24.65
活性墨水	合计	2,473.18	100.00%	66.19	-11.73%	3,625.11	100.00%	74.99

由上表可知，2020 年公司各类墨水销售单价均存在一定程度的下降，主要系受市场竞争、墨水细分结构变化、疫情等因素影响。针对各类墨水销售单价的变动，具体分析如下：

2020 年，公司分散墨水平均单价同比下降 1.47%，波动幅度较小，系受市场竞争、疫情导致的市场需求下降等因素影响，销售价格略有下降。

2020 年，公司 UV 墨水平均单价同比下降 11.37%，主要原因系：①销售单价相对较低的工业喷头用中性 UV 墨水销售收入占比从 48.58% 上升至 60.33%；②随着工业喷头用中性 UV 墨水逐步得到市场、客户的认可，以及国内墨水生产商关于中性 UV 墨水制备技术的日渐成熟，其市场竞争亦愈发激烈，同时，公司为进一步扩大销量，提高新产品市场占有率，从而适当降低了工业喷头用中性 UV 墨水销售价格；③受市场竞争、中性 UV 墨水替代效应的影响，工业喷头用硬性和工业喷头用柔性 UV 墨水的平均单价有所下降。④受疫情影响，UV 墨水的整体市场需求有所下降。综上，公司 UV 墨水单价同比较上年整体下降。

2020 年，公司水性墨水平均单价相比 2019 年下降 11.61%，一方面系销售价格较低的办公打印墨水销售占比从 68.11% 上升至 74.57%，另一方面系受疫情、办公打印墨水市场竞争激烈的影响，办公打印墨水的销售价格有所下降。

2020 年，公司活性墨水平均单价同比下降 11.73%，主要系受市场竞争以及疫情导致活性墨水市场需求下降的影响，公司适当下调活性墨水销售价格。

（二）发行人各类产品主要客户的墨水采购价格对比分析

公司已经申请豁免披露各类产品主要客户的墨水采购价格。

除部分客户未向其他供应商采购相同产品外，公司销售的活性墨水平均单价处于客户其他供应商价格区间内或与其他供应商差异较小，定价公允。

三、销售单价是否存在持续下降风险，并充分提示风险

产品销售价格下降风险

2020 年，受市场竞争、墨水细分结构变化、新冠疫情等因素的影响，公司各类产品的销售均价出现不同程度的下降，从整个报告期来看，公司各类产品的销售均价存在一定的波动。

未来，若市场竞争进一步加剧或其他因素导致市场需求下降，公司产品价格存在进一步下降的风险，这将会对公司的经营业绩造成不利影响。

(4) 说明中性商标的具体含义，自有品牌销售逐年下降的原因及合理性，并结合自有品牌和非自有品牌的品质差异说明部分产品自有品牌销售单价较高的原因及合理性

一、中性商标的具体含义

中性商标指的是在商品及内外包装上均未标明商标或品牌的包装形式。

二、自有品牌销售逐年下降的原因及合理性

报告期内，公司主营业务收入按自有品牌和非自有品牌划分情况如下：

单位：万元

品牌	商标类别	2020 年度		2019 年度		2018 年度
		金额	增减比例	金额	增减比例	金额
非自有品牌	中性商标	24,796.75	-2.52%	25,436.58	19.99%	21,199.50
	客户商标	5,944.70	-10.04%	6,608.16	54.44%	4,278.70
	小计	30,741.44	-4.07%	32,044.74	25.77%	25,478.20
自有品牌	授权商标	1,830.57	-36.95%	2,903.52	1.26%	2,867.28
	其中：RINT-RITE	1,830.57	-30.37%	2,629.02	5.13%	2,500.64
	NEOJET	-	-	264.52	-27.00%	362.37
	CORALJET	-	-	9.98	134.27%	4.26
	自有商标	767.47	118.45%	351.32	-15.75%	417.02
	其中：赛瑞尔商标	316.45	-	351.32	-	417.02
	墨认	23.51	-	-	-	-
	NEOJET	427.51	-	-	-	-
	小计	2,598.04	-20.18%	3,254.84	-0.90%	3,284.29
合计		33,339.48	-5.55%	35,299.58	22.73%	28,762.50

注：自有品牌包含天威集团授权品牌、公司自有品牌。

2019 年，公司自有品牌收入与 2018 年度相比基本持平。

2020 年，公司自有品牌收入相比 2019 年减少 656.80 万元，其中授权商标收入同比减少 1,072.95 万元，自有商标收入增加 416.15 万元，主要原因系：①2019 年底，关联方显雅有限公司将 NEOJET 商标无偿转让给公司，转让后 NEOJET 商标由授权商标转为自有商标，同时 2019 年底关联方显雅有限公司将墨认商标无偿转让给公司，公司 2020 年开始在产品中使用墨认商标，因此 2020 年公司自有商标收入增加，授权商标收入减少；②报告期内，杭州力达数码科技有限公司、广州润彩数码产品有限公司、PT. Sinar Asia Perkasa、OTS IC VE DIS TICARET A.S 等客户向公司主要

采购自有品牌墨水，受疫情影响，这些客户的采购需求下降，导致公司自有品牌的销售收入下降。

三、部分产品自有品牌销售单价较高的原因及合理性

1、自有品牌和非自有品牌不存在品质差异

公司主营产品以分散墨水、UV 墨水、水性墨水和活性墨水为核心，其他种类数码喷印墨水产品为辅。其中，多数数码喷印墨水产品需要采用研磨工艺制备出色浆，再通过其他工艺生产出墨水成品，部分数码喷印墨水产品无需研磨工艺环节。在实际生产过程中，公司会根据数码喷印墨水产品的性能特点，对制备工艺中的投料、研磨、搅拌和过滤等具体环节进行次数、速度、时长和频率等多方面的调整，以满足产品质量要求。

公司的自有品牌与非自有品牌墨水在生产工艺上没有区别，区别主要体现为最后的包装环节，二者并无品质上的差异。

2、部分产品自有品牌销售单价较高的原因及合理性

报告期内公司产品非自有品牌 and 自有品牌的销售单价如下：

单位：吨、万元、元/KG

项目	商标类别	2020 年度		
		数量	金额	平均单价
分散墨水	中性商标	2,577.27	10,261.42	39.82
	客户商标	829.33	3,227.58	38.92
	授权商标	187.62	727.45	38.77
	自有商标	188.71	738.14	39.11
UV 墨水	中性商标	720.86	7,468.62	103.61
	客户商标	190.11	2,001.40	105.28
	授权商标	15.86	161.65	101.90
	自有商标	0.38	6.21	162.48
水性墨水	中性商标	1,549.31	3,234.77	20.88
	客户商标	148.38	340.16	22.92
	授权商标	357.07	895.15	25.07
	自有商标	7.09	22.77	32.10
活性墨水	中性商标	373.63	2,473.18	66.19
	客户商标	-	-	-

项目	商标类别	2020 年度		
		数量	金额	平均单价
	授权商标	-	-	-
项目	商标类别	2019 年度		
		数量	金额	平均单价
分散墨水	中性商标	2,477.84	9,988.17	40.31
	客户商标	966.27	3,780.48	39.12
	授权商标	318.29	1,316.19	41.35
	自有商标	84.64	351.32	41.51
UV 墨水	中性商标	702.64	8,217.51	116.95
	客户商标	176.43	2,111.94	119.70
	授权商标	24.27	265.17	109.24
	自有商标	-	-	-
水性墨水	中性商标	947.78	2,410.93	25.44
	客户商标	111.59	312.70	28.02
	授权商标	566.73	1,284.95	22.67
	自有商标	-	-	-
活性墨水	中性商标	483.42	3,624.93	74.99
	客户商标	0.02	0.18	88.50
	授权商标	-	-	-
项目	商标类别	2018 年度		
		数量	金额	平均单价
分散墨水	中性商标	1,879.85	7,036.15	37.43
	客户商标	713.23	2,533.78	35.53
	授权商标	362.54	1,292.90	35.66
	自有商标	103.56	417.02	40.27
UV 墨水	中性商标	607.91	6,934.74	114.08
	客户商标	86.57	1,045.04	120.71
	授权商标	27.70	294.75	106.40
	自有商标	-	-	-
水性墨水	中性商标	857.89	2,291.76	26.71
	客户商标	116.82	284.63	24.36
	授权商标	541.21	1,212.89	22.41
	自有商标	-	-	-
活性墨水	中性商标	515.55	4,008.40	77.75
	客户商标	0.15	1.33	90.17
	授权商标	3.30	26.91	81.55

公司的定价方式为：核算成本后，结合毛利率、市场供需情况确定各类产品的基本销售价格，以此价格为基础，公司参考与客户的交易规模、合作历史，经与客户协商确定最终销售价格。非自有品牌和自有品牌在销售单价方面不存在重大差异。

2020 年，公司 UV 墨水中自有商标产品的销售金额仅为 6.21 万元，主要为新产品，新产品的平均单价较高，销售金额较小，不具可比性。

2020 年，公司水性墨水中授权商标产品的客户主要系境外客户 PT. Sinar Asia Perkasa，销售金额占比约 50%，境外的销售价格相对较高导致该类产品的平均单价较高；水性墨水中自有商标产品基本通过网络店铺进行线上销售，主要是小包装的办公打印墨水，售价相对较高。

（5）结合客户更换布料情况，说明影响墨水销售的主要因素、是否存在其他因素导致产品被退回的风险，并充分提示风险

一、客户更换布料情况对公司分散墨水销售的影响因素

2020 年度公司退货金额占比出现一定程度的上升，主要由于公司分散墨水退货率上升所致，具体原因如下：

公司分散墨水主要应用于涤纶、涤棉等纺织布料，该类布料主要采用热转印工艺进行数码印花加工。而该类布料在实施数码印花加工前，往往经过了前处理、染色、水洗、定型等染整处理。同时，采用数码印花方式加工后的布料一般无需再次水洗。因此，布料定型后的品质状况对于数码印花加工后的颜色、手感、色牢度等方面的展现效果形成了较为直接的影响。

另一方面，当前市场中以涤纶、涤棉为主要成分的布料多为混纺制品，其中多加入氨纶、尼龙等成分，以起到增强布料弹性、舒适度等功能，但该类成分无法在印染阶段进行着色。因此，数码印花的加工效果也受到布料成分因素一定程度上的制约。

当前，我国纺织产业最大的集散地位于绍兴柯桥地区，该地区出产的纺织布料在品质、种类、价格以及数量规模等方面均受到业内的一致认可，一般为各类服装、家纺行业制造商、加工商的首选。2020 年度，受疫情发展影响，柯桥地区出现布料供货紧张、不足等情况，对此，包括公司部分客户在内的大量厂商不得不寻求如福

建晋江、石狮等地货源。受此影响，公司部分客户的布料品质状况参差不齐，导致原本符合要求的公司分散墨水与其出现了匹配性问题。出于商业考量，公司将该部分墨水进行了退货处理。

目前，公司已通过调整配方、研磨工艺等技术升级手段逐步解决了匹配性问题。同时，公司与客户加强沟通，对其热转印工艺的压烫强度、实施印花后的冷却时长等方面予以指导。此外，公司进一步加大了新产品开发力度以适应市场在纺织布料等打印介质等方面的变化，以避免再次出现上述情况。

二、可能导致退货处理的其他因素

报告期内，公司因质量问题导致的退货率总体保持在较低水平，退货金额占营业收入的比例分别为 0.83%、0.45%和 1.06%。

除因纺织布料等打印介质发生变化，导致公司墨水产品出现匹配性问题进行退货处理的情况外，其他可能导致退货处理的主要因素包括：为适应市场或客户需求，公司对墨水性能进行改良、研发，以及特殊事件导致的原材料品质波动等情况，可能导致墨水产品在快速干燥、流畅性、渗透性、色泽度等方面产生质量波动；若公司研磨、过滤等工艺未严格执行相关标准或要求，可能导致墨水产品出现堵塞喷头、在一定温度条件下产生沉淀、分层、析出等情况；以及由于客户所使用的喷印设备、系统板卡、供墨油路、打印介质存在多样化，可能会出现墨水产品在流畅性、附着力、耐擦洗色牢度、耐拉伸能力等方面的兼容性、匹配性问题。

三、关于公司产品退货处理的风险提示

产品退货风险

报告期内，公司因产品质量问题导致的退货金额分别为240.08万元、160.34万元和355.21万元，占营业收入的比例分别为0.83%、0.45%和1.06%，退货率总体保持在较低水平。

2020年，因个别客户受疫情影响更换了纺织布料，导致公司分散墨水产品与其布料的匹配性出现问题，从而导致公司当年的退货率出现一定程度的上升。除此以外，以下情况也可能会导致公司产品发生退货：为适应市场或客户需求，公司对墨水性能进行改良、研发，以及特殊事件导致的原材料品质波动等情况，可能导致墨

水产品在快速干燥、流畅性、渗透性、色泽度等方面产生质量波动；若公司研磨、过滤等工艺未严格执行相关标准或要求，可能导致墨水产品出现堵塞喷头、在一定温度条件下产生沉淀、分层、析出等情况；以及由于客户所使用的喷印设备、系统板卡、供墨油路、打印介质存在多样化，可能会出现墨水产品在流畅性、附着力、耐擦洗色牢度、耐拉伸能力等方面的兼容性、匹配性问题。

对此，若公司未来不能有效掌握产品研发过程中的不确定因素，或在原材料检验、产品生产等环节不能严格执行内部控制制度等，则公司有可能会面临产品退货风险。

核查过程及核查结论

（一）核查程序

我们履行了如下核查程序：

- 1、查阅行业协会相关文章及同行业可比公司的数据；与管理层访谈，了解发行人主要产品销售收入、销量、单价等变动原因；
- 2、访谈发行人相关负责人，了解公司产品的定价机制及原材料价格变动是否会对产品销售价格产生影响；
- 3、获取客户墨水采购价格信息调查表，对比分析客户向其他供应商与向发行人采购价格；
- 4、获取公司原材料替代明细表，分析原材料替代对成本的影响；对比分析报告期各期单位产品耗用水电费金额，分析生产效率变化对生产成本的影响；
- 5、访谈发行人相关负责人，分析当年度销售收入明细，了解公司品牌相关细节，分析影响公司自有品牌销售逐年下降、部分产品自有品牌销售单价较高的因素；
- 6、访谈发行人相关负责人，了解客户更换布料对发行人销售退货的具体影响；获取发行人报告期内销售退货明细表，并进行统计分析；向发行人取得品保部门的年度评估报告，了解可能导致退货的主要因素。

（二）核查结论

经核查，我们认为：

1、报告期内，发行人分散墨水的销售收入、销售量、销售单价的变动具有合理性；分散墨水销售收入增长率与同行业可比公司存在差异主要系由于市场需求增长，以及发行人原材料采购较为充足等因素导致；

2、报告期内，发行人工业喷头硬性 UV 墨水、柔性 UV 墨水的收入变动主要基于发行人经营战略调整、工业喷头中性 UV 墨水替代效应、市场需求和疫情影响等因素导致；发行人 UV 墨水在产品、研发、销售规模等方面在行业内均具有一定的竞争优势，收入增长率高于杭华股份具有合理性；

3、报告期内，原材料价格波动与产品销售价格波动之间的传导机制较弱，仅当原材料市场发生特殊情况，原材料价格上涨幅度较大时，发行人才会适当上调产品的基本销售价格。在基本销售价格确定的情况下，发行人产品价格的波动主要源于市场竞争；发行人各类墨水 2020 年销售价格变动的原因具有合理性；发行人已在招股说明书中补充披露“产品销售价格下降风险”；

4、中性商标指的是在商品及内外包装上均未标明商标或品牌的包装形式。报告期内，发行人的自有品牌销售变动具有合理性，部分产品自有品牌销售单价较高具有合理性；

5、发行人已充分说明影响墨水销售的主要因素（布料更换、产品改良、原材料质量波动、生产工艺未严格执行以及墨水产品与客户设备、介质等兼容性、匹配性不足等），并就此补充风险提示。

问题 7. 关于境外销售

申报文件及审核问询回复显示：

（1）加纳客户因经营不善原因不再合作。

（2）分散墨水、UV 墨水的境外客户对墨水的品质要求不同、产品配方存在差异，且当地的墨水价格较高，因此境外墨水定价较高。公司水性墨水、活性墨水的主要竞争对手为欧洲品牌墨水，其工艺已较为成熟，且使用当地物料，因此成本、价格较低。

(3) 发行人跨境资金流出中包括港币、日元等货币。

(4) PT. Sinar Asia Perkasa 是关联方联力科技国际（澳门离岸商业服务）股份有限公司的客户。

请发行人：

(1) 说明发行人向境外客户销售金额与境外客户业务规模是否匹配，销售数量与客户产能是否匹配。

(2) 结合主要客户经营状况、所在地政策等，说明发行人客户是否存在流失风险、流失客户的货款结算情况，是否存在应收账款回收风险，并充分提示风险。

(3) 结合发行人境外销售产品品种、品质与境内产品差异情况，披露境外销售单价与当地价格对比情况、发行人定价公允性。

(4) 说明部分产品使用当地物料的具体情况，是否存在境外生产或委托加工情况，是否符合当地政策。

(5) 说明发行人跨境流出港币、日元等货币的原因。

(6) 结合关联方主营业务、经营规模、向 PT. Sinar Asia Perkasa 销售的主要内容、金额、占比等，披露 PT. Sinar Asia Perkasa 选择向发行人直接采购或通过关联方采购的原因、销售单价差异情况、资金往来情况等。

(7) 说明发行人相关海关单据、保险单、物流单据与境内外销售收入的匹配性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明对发行人收入函证、访谈的具体情况，包括但不限于核查比例、函证和访谈确认比例、对差异收入部分采取的替代措施等。

(1) 说明发行人向境外客户销售金额与境外客户业务规模是否匹配，销售数量与客户产能是否匹配

报告期内，公司前五名境外客户的销售情况如下：

单位：万元

期间	序号	客户名称	金额	占比
2020 年度	1	TRUE COLORS IMPEX	761.86	2.27%
	2	2SHTEC AG	564.65	1.68%
	3	Swiss Performance Chemicals AG	562.08	1.68%
	4	PT. Sinar Asia Perkasa	417.38	1.24%
	5	B.M. DO BRASIL IMPORTACAO E EXPORTA	408.94	1.22%
	前 5 名境外客户销售金额合计		2,714.91	8.09%
2019 年度	1	TRUE COLORS IMPEX	1,035.26	2.92%
	2	Swiss Performance Chemicals AG	729.81	2.06%
	3	PT. Sinar Asia Perkasa	612.64	1.73%
	4	RIZ TEX CORPORATION	363.43	1.02%
	5	2SHTEC AG	313.62	0.88%
	前 5 名境外客户销售金额合计		3,054.77	8.61%
2018 年度	1	TRUE COLORS IMPEX	685.53	2.37%
	2	2SHTEC AG	534.94	1.85%
	3	PT. Sinar Asia Perkasa	527.74	1.82%
	4	OTS IC VE DIS TICARET A.S.	174.72	0.60%
	5	Swiss Performance Chemicals AG	120.71	0.42%
	前 5 名境外客户销售金额合计		2,043.64	7.06%

报告期内，公司前五名境外客户的业务规模情况如下：

客户名称	成立时间	年度收入			员工人数	注册资本
		2018 年度	2019 年度	2020 年度		
TRUE COLORS IMPEX	2012 年	510 万美元左右	560 万美元左右	600 万美元左右	120	500 万印度卢比
Swiss Performance Chemicals AG	2014.10	300-400 万美元	300-400 万美元	300-400 万美元	65	10 万瑞士法郎
PT. Sinar Asia Perkasa	2004.09	860 万美元左右	1,000 万美元左右	650 万美元左右	150	49.57 万美元
B.M. DO BRASIL IMPORTACAO E EXPORTA	1999.07	250 万美元左右	350 万美元左右	400 万美元左右	16	10 万美元
OTS IC VE DIS TICARET A.S.	1987.10	未提供	610 万美元左右	未提供	50	84.111 万美元
2SHTEC AG	2016.12	未提供	未提供	未提供	4	10 万瑞士法郎
RIZ TEX CORPORATION	2006 年	未提供	未提供	未提供	50	1,500 万卢比

注：1、数据来源于中国人民财产保险股份有限公司珠海市分公司出具的报告、中国出口信用保险公司提供的境外客户查询资料。

2、以上公司的主要业务为产品销售，未提供产能数据。

TRUE COLORS IMPEX、Swiss Performance Chemicals AG、PT. Sinar Asia

Perkasa、B.M. DO BRASIL IMPORTACAO E EXPORTA、OTS IC VE DIS TICARET A.S.的成立时间均较长，且报告期内销售规模较大。公司对上述客户的销售金额与客户的业务规模相匹配。

2SHTEC AG 成立于 2016 年 12 月，为公司 300 万元以上的原客户 ECZADOLABIM KISISEL BAKIM URUNLERI 同一实际控制人控制的公司。ECZADOLABIM KISISEL BAKIM URUNLERI 为土耳其公司，2018 年起，受土耳其政治环境的影响，公司不再与 ECZADOLABIM KISISEL BAKIM URUNLERI 签署业务合同，转与同一控制下的 2SHTEC AG 签署业务合同，因此其自 2018 年成为公司的前五大境外客户。

RIZ TEX CORPORATION 成立于 2006 年，股东为 Adnan Anwar 和 Rizwan Anwar，是巴基斯坦知名的 EPSON 喷头机器代理商，其员工人数较多，仅在 2019 年为公司前五大境外客户。该客户 2019 年以前主要代理销售韩国公司的墨水，后因韩国公司的墨水价格较高，且品质不稳定，该客户于 2019 年不再代理销售韩国公司的墨水，转而销售公司墨水产品，因此 2019 年公司对该客户销售额较大。2019 年末，该客户成为京瓷喷头在巴基斯坦的机器代理商，其市场份额进一步扩大。出于商业保密原因其未提供业务规模情况。

综上所述，报告期内，公司对境外客户的销售金额与境外客户的业务规模相匹配。

（2）结合主要客户经营状况、所在地政策等，说明发行人客户是否存在流失风险、流失客户的货款结算情况，是否存在应收账款回收风险，并充分提示风险

报告期内，公司境外销售主要集中在亚洲、欧洲，包括巴基斯坦、印度、印度尼西亚、土耳其、瑞士、波兰等国家和地区，公司境外销售收入金额分别为 3,270.78 万元、5,170.17 万元和 5,469.16 万元，占主营业务收入的比例分别为 11.37%、14.65% 和 16.40%，呈上升趋势。

2017 年至今，公司曾存在主要境外客户因所在地市场竞争加剧、政治环境不稳定以及自身经营管理不善等因素，导致不能按要求支付公司货款，以致公司无法与

其继续合作的情况。报告期内，公司向暂停供货的境外客户¹销售金额分别为 192.85 万元、175.01 万元和 0.00 万元，占境外销售收入的比例分别为 5.90%、3.38%和 0.00%。报告期各期末，公司暂停供货的境外客户应收账款金额分别为 133.82 万元、156.87 万元和 142.19 万元，占应收账款金额的比例分别为 1.93%、1.75%和 1.31%，逐年降低。

其中，2018 年下半年至 2019 年，加纳客户 ALEXIBOAT PRODUCTION 因其国内市场竞争加剧，多家企业销售同类型产品并低价倾销，导致其下游客户不断流失；同时由于加纳国内 EPSON 打印机喷头型号变化致使市场需求变化，导致其产品滞销、资金短缺，无法按时支付公司货款，公司于 2019 年起停止向其供货。报告期内，公司向该客户销售额分别为 111.90 万元、0.00 万元和 0.00 万元；报告期各期末，该客户应收账款金额分别为 82.00 万元、44.90 万元和 36.82 万元，逐年降低。2018 年起，土耳其客户 ECZADOLABIM KISISEL BAKIM URUNLERI 受其所在地政治环境不稳定因素影响，不再与公司进行业务合作，转由受同一控制下的瑞士 2SHTEC AG 与公司继续合作。报告期内，公司向土耳其 ECZADOLABIM KISISEL BAKIM URUNLERI 销售额均为 0.00 万元；报告期各期末，该客户应收账款金额分别为 0.04 万元、0.00 万元和 0.00 万元，已全部收回。报告期内，公司在进行境外销售时，均会对境外客户向中国出口信用保险公司或中国人民财产保险股份有限公司投保，以保证货款的回收。

境外客户流失及应收账款回收风险

报告期内，公司境外销售主要集中在亚洲、欧洲，包括巴基斯坦、印度、印度尼西亚、土耳其、瑞士、波兰等国家和地区，公司境外销售收入金额分别为 3,270.78 万元、5,170.17 万元和 5,469.16 万元，占主营业务收入的比例分别为 11.37%、14.65%和 16.40%，呈上升趋势。

2017 年至今，公司曾存在主要境外客户因所在地市场竞争加剧、政治环境不稳定以及自身经营管理不善等因素，导致不能按要求支付公司货款，以致公司无法与其继续合作的情况，如 2017 年的前五大境外客户中的加纳客户 ALEXIBOAT

¹ 统计口径为 2018 年或 2019 年销售金额为 10 万元以上，且该年度后不存在销售的境外客户。

PRODUCTION、土耳其客户ECZADOLABIM KISISEL BAKIM URUNLERI。

未来，公司仍面临因政治因素、自身经营不善等因素导致境外客户流失、货款无法回收的风险。

(3) 结合发行人境外销售产品品种、品质与境内产品差异情况，披露境外销售单价与当地价格对比情况、发行人定价公允性

报告期内，主要产品境内外销售平均单价如下表：

单位：吨、万元、元/KG

项目		2020 年度			2019 年度			2018 年度		
		数量	金额	平均单价	数量	金额	平均单价	数量	金额	平均单价
分散墨水	境内	3,069.37	11,173.13	36.40	3,168.35	11,796.17	37.23	2,592.72	9,084.83	35.04
	境外	713.57	3,781.45	52.99	678.69	3,639.98	53.63	466.45	2,195.01	47.06
	合计	3,782.93	14,954.58	39.53	3,847.03	15,436.16	40.12	3,059.17	11,279.84	36.87
UV 墨水	境内	898.91	9,272.75	103.16	896.12	10,438.94	116.49	717.10	8,162.89	113.83
	境外	28.31	365.13	128.98	7.22	155.68	215.51	5.08	111.64	219.68
	合计	927.21	9,637.87	103.94	903.34	10,594.62	117.28	722.18	8,274.53	114.58
水性墨水	境内	1,781.73	3,764.95	21.13	1,293.75	3,192.41	24.68	1,179.22	2,907.93	24.66
	境外	280.13	727.90	25.98	332.35	816.17	24.56	336.70	881.35	26.18
	合计	2,061.86	4,492.85	21.79	1,626.10	4,008.58	24.65	1,515.92	3,789.28	25.00
活性墨水	境内	286.93	1,976.34	68.88	414.81	3,118.06	75.17	518.42	4,032.17	77.78
	境外	86.70	496.84	57.31	68.63	507.05	73.89	0.57	4.47	78.39
	合计	373.63	2,473.18	66.19	483.44	3,625.11	74.99	518.99	4,036.64	77.78

公司的定价方式为：核算成本后，结合毛利率、市场供需情况确定各类产品的基本销售价格，以此价格为基础，公司参考与客户的交易规模、合作历史，经与客户协商确定最终销售价格。

1、公司境外销售墨水平均价格与我国出口墨水平均价格的差异分析

报告期内，公司产品的境外销售平均单价如下：

单位：万元、元/KG

项目	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	金额	占比	平均单价	金额	占比	平均单价	金额	占比	平均单价
分散墨水	3,781.45	69.14%	52.99	3,639.98	70.40%	53.63	2,195.01	67.11%	47.06
UV 墨水	365.13	6.68%	128.98	155.68	3.01%	215.51	111.64	3.41%	219.68
水性墨水	727.90	13.31%	25.98	816.17	15.79%	24.56	881.35	26.95%	26.18

项目	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
活性墨水	496.84	9.08%	57.31	507.05	9.81%	73.89	4.47	0.14%	78.39
其他墨水	97.85	1.79%	114.78	51.29	0.99%	86.83	78.32	2.39%	55.47
合计	5,469.16	100.00%	48.95	5,170.17	100.00%	47.31	3,270.78	100.00%	39.75

报告期内，我国墨水平均出口价格及公司境外销售墨水平均价格如下：

单位：元/KG

年度	我国墨水平均出口价格	公司境外销售墨水平均价格
2020 年度	38.86	48.95
2019 年度	37.06	47.31
2018 年度	41.47	39.75

注：上表中我国墨水平均出口价格来源于海关统计数据在线查询平台（<http://43.248.49.97/>），相关商品编码为：32159090，商品名称为：其他绘图墨水及其他墨类。

2018年，公司境外销售墨水平均价格与我国墨水平均出口价格较为接近。

2019年，公司境外销售墨水平均价格与我国墨水平均出口价格存在一定的差异，主要原因系：①2019年，受原材料采购价格上升的影响，公司分散墨水的平均单价有所上升；②平均单价较高的活性墨水的收入占比从2018年的0.14%上升至9.81%。

2020年，公司境外销售墨水均价、我国墨水平均出口价格均与2019年度较为接近。

2、发行人境外销售分散墨水、UV墨水的品种、品质与境内产品差异情况

报告期内，公司的分散墨水、UV墨水的境外平均单价明显高于境内平均单价，公司分散墨水、UV墨水的境外客户主要为瑞士等欧洲客户以及土耳其等亚洲客户，与境内客户相比其对墨水的品质要求不同、产品配方存在差异，且当地的墨水价格较高，因此公司针对该部分客户的墨水定价较高。

从墨水品种来看，公司分散墨水、UV墨水的境内外销售均覆盖了这两类墨水的细分品类，不存在差异。

从墨水品质来看，公司境外市场相比境内市场对于墨水产品品质的要求不同，境内市场对于墨水的需求偏向于色浓度较浅、性价比较高的墨水，其成本较低，平均单价较低；境外市场对标的是国际知名品牌墨水如Klisan、J-Teck、Papijet等分散墨水品牌以及Nazdar、Agfa、东洋等UV墨水品牌等，境外市场对于墨水的需求偏

向于颜色较深、色浓度较高、对打印性能有更高要求的墨水，因此公司针对境外市场的不同需求开发出不同品质级别的产品；另一方面，境外市场的长途运输对于墨水的保质期、性能稳定性、储运安全有更高的要求，导致境外市场墨水与境内市场墨水的配方有所差异，因此境外市场平均单价相比境内市场较高。

3、发行人境外销售分散墨水、UV墨水的单价与当地价格对比情况、发行人定价公允性

墨水类型	市场	当地市场价格区间	当地发行人的市场销售价格（元/KG）		
			2020 年度	2019 年度	2018 年度
分散墨水	亚洲	10 美元左右	39.63	44.17	41.64
	其中：印度	3.75-17.70 美元	36.20	41.07	36.67
	土耳其	12-22 欧元	70.15	73.85	82.62
	欧洲	11-24 欧元	78.13	90.73	65.40
UV 墨水	土耳其	17-134 欧元	241.83	244.09	253.48
	欧洲	23-97 欧元	115.18	140.34	142.22

注：当地市场价格来源于发行人境外销售顾问的调查报告及境外市场报告《Dye Sublimation Printing Ink Market-Global Industry Analysis, Insights and Forecast, 2020-2027》。

2020年，公司UV墨水境外销售平均单价同比下降较多，主要系当年波兰客户Kronospan HPL的销售占比较高，因公司与该客户处于合作初期，其销量较大、销售单价较低，拉低了当年UV墨水境外销售的整体销售单价水平。

报告期内，公司的分散墨水、UV墨水在境外市场的平均单价主要与当地市场销售价格有关，分散墨水、UV墨水平均单价处于当地市场价格价格区间内，定价公允。

4、发行人境外销售水性、活性墨水价格与境内市场价格的差异分析

2018年-2019年，公司水性墨水、活性墨水的境内、境外销售平均单价基本一致。公司水性墨水、活性墨水的主要竞争对手为欧洲品牌墨水，相对于国内墨水生产商，欧洲当地厂商的工艺较为成熟，且使用当地物料，因而成本、价格相对较低。总体来看，水性墨水、活性墨水的海外市场竞争较为激烈，导致该类墨水境外平均单价与境内平均单价基本持平。

2020年，公司水性墨水的境外平均单价高于境内平均单价，主要系：公司的水性墨水按用途分为办公打印墨水、户内写真广告墨水和包装印刷墨水，公司水性墨水境内销售中单价较低的办公打印墨水收入占比由2019年的62.29%上升至2020年的

70.84%，导致2020年度境内水性墨水的平均单价下降。

2020年，公司活性墨水的境外平均单价远低于境内平均单价，主要系：公司的活性墨水境外销售中客户Devine Class Goods Wholesales L.L.C占比较高，将近70%，因公司与该客户处于合作初期，其销量较大、销售单价较低，因此导致2020年境外活性墨水的平均单价下降较多。

5、发行人境外主要客户的墨水采购价格对比分析

公司已经申请豁免披露各类产品主要境外客户的墨水采购价格。

（4）说明部分产品使用当地物料的具体情况，是否存在境外生产或委托加工情况，是否符合当地政策

报告期内，公司境外销售产品不存在使用当地物料的情况，公司不存在境外生产或委托加工情形。

首次问询函回复中提到“其工艺已较为成熟，且使用当地物料，因此成本、价格较低。”是指“欧洲当地厂商的工艺较为成熟，且使用的为当地物料，因此成本、价格较低”，为避免歧义，已修改相关表述为“相对于国内墨水生产商，欧洲当地厂商的工艺较为成熟，且使用当地物料，因而成本、价格相对较低”。

（5）说明发行人跨境流出港币、日元等货币的原因

公司跨境流出港币、日元等货币的原因为向境外支付供应商货款、商标费、顾问费、出资款等，具体情况如下：

港币流出情况：

港币项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
顾问费（万港元）	144.34	165.82	170.72
子公司出资款（万港元）	100.00	-	-
供应商货款（万港元）	19.47	26.13	37.71
商标费（万港元）	1.24	3.36	2.70
运费（万港元）	-	0.12	0.47
合计（万港元）	265.06	195.43	211.60

日元流出情况：

日元项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
------	---------	---------	---------

供应商货款（万日元）	2,231.25	1,465.65	600.50
合计（万日元）	2,231.25	1,465.65	600.50

（6）结合关联方主营业务、经营规模、向 PT. Sinar Asia Perkasa 销售的主要内容、金额、占比等，披露 PT. Sinar Asia Perkasa 选择向发行人直接采购或通过关联方采购的原因、销售单价差异情况、资金往来情况等

关联方联力科技国际（澳门离岸商业服务）股份有限公司的主营业务为打印耗材及办公用品销售，联力科技 2018 年、2019 年、2020 年营业收入分别为 39,479.80 万元、26,460.14 万元、18,992.18 万元。

报告期内，联力科技国际（澳门离岸商业服务）股份有限公司及公司向 PT. Sinar Asia Perkasa 销售的主要内容、金额、占比如下：

期间	客户名称	联力科技向重叠客户销售金额（万元）	占联力科技销售总金额比例	主要交易内容	公司向重叠客户销售金额（万元）	占公司销售总金额比例	主要交易内容
2020 年度	PT. Sinar Asia Perkasa	115.59	0.61%	硒鼓、墨盒、色带等	417.38	1.24%	水性墨水
	合计	115.59	0.61%	-	417.38	1.24%	-
2019 年度	PT. Sinar Asia Perkasa	93.92	0.35%	硒鼓、墨盒、色带等	612.64	1.73%	分散墨水、水性墨水
	合计	93.92	0.35%	-	612.64	1.73%	-
2018 年度	PT. Sinar Asia Perkasa	89.44	0.23%	硒鼓、墨盒、色带等	527.74	1.82%	水性墨水
	合计	89.44	0.23%	-	527.74	1.82%	-

报告期内，PT. Sinar Asia Perkasa 向关联方联力科技国际（澳门离岸商业服务）股份有限公司采购的金额及占比较低，采购的产品与公司产品完全不同，相关产品销售单价不具有可比性。关联方联力科技国际（澳门离岸商业服务）股份有限公司、公司与 PT. Sinar Asia Perkasa 不存在除正常交易以外的资金往来。

前五大境外客户中 PT. Sinar Asia Perkasa 同时是关联方联力科技国际（澳门离岸商业服务）股份有限公司的客户，报告期内，PT. Sinar Asia Perkasa 向关联方联力科技国际（澳门离岸商业服务）股份有限公司采购的金额及占比较低，采购的产品与公司产品完全不同，相关产品销售单价不具有可比性。关联方联力科技国际（澳门离岸商业服务）股份有限公司、公司与 PT. Sinar Asia Perkasa 不存在除

正常交易以外的资金往来。

(7) 说明发行人相关海关单据、保险单、物流单据与境内外销售收入的匹配性

一、海关单据与境外销售收入的匹配性

报告期内，公司报关数据与境外销售收入差异较小，差异的主要原因为：（1）报关数据与公司会计记录对外币折算汇率不一致；（2）部分国外客户销售在境内交货无需进行出口报关；（3）预计销售返利对交易价格分摊造成的影响，具体金额如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
出口数据（折人民币）	5,617.22	5,216.31	3,188.64
公司主营业务收入国外客户收入	5,469.16	5,170.17	3,270.78
公司其他业务收入国外客户收入	51.06	19.82	4.19
国外客户销售收入合计	5,520.22	5,189.99	3,274.97
差异金额	97.00	26.32	-86.33
差异率	1.76%	0.51%	-2.64%

2018 年-2020 年，海关数据与公司境外销售收入相匹配。

二、保险单与境外销售收入的匹配性

报告期内，公司出口销售收入的贸易模式基本为 FOB 模式，公司不承担交易过程中的保险费用，故无匹配性。

三、物流单据与境内外销售收入的匹配性

报告期内，公司发货提运单数量与境外销量的对比情况如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
境外销量（吨）	1,117.23	1,092.79	822.92
发货提运单数量（吨）	1,335.38	1,211.90	941.22
差异（吨）	-218.15	-119.11	-118.30

报告期内，公司发货提运单数量略高于境外销量，主要原因为发货提运单数量为毛重，包含产品、包装物的重量。

2018 年-2020 年，物流单据与公司境外销售收入相匹配。

报告期内，公司相关海关单据、物流单据与境外销售收入相匹配。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明对发行人收入函证、访谈的具体情况，包括但不限于核查比例、函证和访谈确认比例、对差异收入部分采取的替代措施等

保荐人、申报会计师履行了如下核查程序：

1、对发行人境外主营业务收入的函证情况

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
客户数量（家）	78	81	72
主营业务收入金额（万元）	5,469.16	5,170.17	3,270.78
发函客户数量（家）	29	20	15
发函客户金额（万元）	5,021.28	4,746.74	2,827.09
发函客户金额比例	91.81%	91.81%	86.43%
回函客户数量（家）	16	14	12
回函客户金额（万元）	3,917.70	4,040.52	2,510.52
回函客户金额比例	71.63%	78.15%	76.76%
确认比例	71.63%	78.15%	76.76%

保荐人及申报会计师对报告期内发行人境外客户样本中大额项目实施函证程序，选取的发函样本及回函比例均达 70%以上。

境外客户回函中，有一家客户回函信息表示销售收入询证不符，具体情况如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
发函金额（万美元）	75.97	52.27	79.87
回函金额（万美元）	75.95	53.19	78.86
差异金额（万美元）	0.02	-0.92	1.03
差异率	0.03%	-1.76%	1.29%

对于回函差异，中介机构执行了核实差异原因、检查销售样本项目对应的原始单据的替代程序。上述差异十分微小，不影响发行人境外销售收入的真实性及完整性。

2、对发行人境外客户的访谈情况

保荐人、申报会计师对发行人境外客户进行视频访谈，具体情况如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
----	---------	---------	---------

客户数量（家）	78	81	72
主营业务收入金额（万元）	5,469.16	5,170.17	3,270.78
访谈客户数量（家）	11	10	9
访谈客户对应销售收入（万元）	3,533.59	3,594.64	2,328.53
比例	64.61%	69.52%	71.19%

核查过程及核查结论

（一）核查程序

我们履行了如下核查程序：

1、访谈发行人相关负责人，获取中国人民财产保险股份有限公司珠海市分公司出具的报告、中国出口信用保险公司提供的境外客户查询资料，了解报告期内公司主要境外客户的业务规模；

2、获取发行人报告期内境外销售明细，统计暂停发货的境外客户明细、应收账款账面余额，分析所占境外销售比例、所占发行人应收账款账面余额比例；访谈发行人销售管理部门人员，了解向境外客户暂停发货的原因；

3、获取境外客户墨水采购价格信息调查表，对比分析境外客户向其他供应商与向发行人采购价格差异及差异原因；

4、登陆海关统计数据在线查询平台（<http://43.248.49.97/>），获取我国出口墨水平均价格，将发行人境外销售墨水平均价格与我国出口墨水平均价格相关差异进行分析；

5、访谈发行人相关负责人，获取部分境外市场的当地市场价格，了解境外销售产品品种、品质与境内产品差异情况，以及影响境内外销售单价的因素；

6、获取发行人境外的销售及采购明细，核查其采购、销售商品的情况；访谈公司管理层及相关业务人员，了解是否存在境外生产或委托加工情形；

7、获取发行人跨境流出港币、日元等货币明细，分析发行人向境外支付款项的原因，分析是否具有合理理由；

8、获取联力科技国际（澳门离岸商业服务）股份有限公司报告期内财务报表、销售明细、银行流水、对联力科技国际（澳门离岸商业服务）股份有限公司进行走

访，核查得联力科技国际（澳门离岸商业服务）股份有限公司主营业务、经营规模、向 PT. Sinar Asia Perkasa 销售的主要内容、金额、占比情况、资金往来情况；

9、登陆中国电子口岸（<http://www.chinaport.gov.cn>），获取海关出口明细，与财务账外销收入进行核对，验证发行人外销收入与中国电子口岸数据是否匹配；分析发行人运输费用变动与销售收入变动的合理性，通过分析确认境外销售情况与物流运输匹配性；

10、对境外客户收入进行函证、对部分境外客户进行视频访谈；

11、选取境外销售样本，检查合同订单，关注交易金额、交易数量、信用期等。检查折合人民币 10 万元以上的境外客户收款资金划拨凭证，核实货款结算是否独立；

12、选取境外销售样本，获取检查出口报关单与货运提单，检查出口报关日期、装船信息与最终收货人等，检查销售数量、销售价格、开票情况等信息，核实发行人外销收入的真实性与准确性；

13、获取发行人报告期内各月的增值税纳税申报表，核实境外客户销售的开票情况，检查申报表中的外销收入是否与发行人账面外销收入存在差异以及产生差异的原因；

14、获取发行人在中国出口信用保险公司的投保单，了解发行人在中国出口信用保险公司的投保情况。

（二）核查结论

经核查，我们认为：

1、报告期内，发行人对境外客户的销售金额与境外客户的业务规模相匹配；报告期内前五大境外客户的主要业务均为产品销售，未提供产能数据，因此无法进行发行人销售数量与客户产能的匹配分析。

2、报告期内，发行人存在因境外客户所在地市场竞争加剧、政治环境不稳定以及自身经营管理不善等因素，导致向其暂停供货导致的境外客户流失及应收账款回收风险。对此，发行人已补充风险提示；

3、发行人分散墨水、UV 墨水的境外客户主要为瑞士等欧洲客户以及土耳其等亚洲客户，与境内客户相比，销售的墨水品种不存在差异，从墨水品质来看，其对墨水的品质要求不同、产品配方存在差异，且当地的墨水价格较高，因此发行人针对该部分客户的墨水定价较高。水性墨水、活性墨水的海外市场竞争较为激烈，导致该类墨水境外平均单价与境内平均单价基本持平。总体来看，发行人境外销售的定价公允；

4、报告期内，发行人境外销售产品不存在使用当地物料的情况，发行人不存在境外生产或委托加工情形；

5、报告期内，发行人跨境流出港币、日元等货币主要系支付顾问费、子公司出资、原材料采购等；

6、报告期内，PT. Sinar Asia Perkasa 向关联方联力科技国际（澳门离岸商业服务）股份有限公司采购的金额及占比较低，采购的产品与发行人产品完全不同，相关产品销售单价不具有可比性。关联方联力科技国际（澳门离岸商业服务）股份有限公司、发行人与 PT. Sinar Asia Perkasa 之间的交易均为正常交易，具有合理性，不存在除正常交易以外的资金往来；

7、报告期内，发行人相关海关单据、物流单据与境外销售收入相匹配，发行人出口销售收入的贸易模式基本为 FOB 模式，发行人不承担交易过程中的保险费用，保险单与境内外销售收入无匹配性。

问题 8. 关于客户

申报文件及审核问询回复显示：

（1）发行人客户集中度分别为 19.99%、14.61%、13.74%、11.04%。

（2）部分大客户对应产品的毛利率与发行人该产品的整体毛利率存在差异。贺良梅控制的企业毛利率较低。

（2）发行人未按首轮问询函问题 8 的要求说明贸易商客户的最终销售情况。

（3）发行人客户较为分散，2020 年 1-9 月 500 万元及以上客户明显下降，50

万及以下客户数量明显增加。

(4) 保荐人、申报会计师未按首轮问询函问题 8 的要求就问题所涉事项逐一发表意见。

请发行人：

(1) 披露客户集中度与行业可比公司比较情况，是否存在显著差异，如是，请分析解释原因及合理性。

(2) 披露报告期各期前五大客户中成立时间较短或注册资本较小的客户具体情况，发行人向其销售收入是否与客户经营规模相匹配、销售数量与客户产能是否匹配。

(3) 说明部分客户对应产品的毛利率与该产品整体毛利率存在差异的原因及合理性，尤其是向关联方销售毛利率较低的原因及合理性。

(4) 说明中间商和贸易商的区别，二者的最终销售情况，包括但不限于最终客户、产品类别、销售金额及占比。

(5) 说明发行人前五大客户变动较大的原因及合理性、2020 年大客户减少的原因及合理性，小客户是否稳定、可持续，客户分层情况是否符合行业惯例，是否存在客户流失风险。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明对发行人各层客户的核查方式、比例、核查结论等，对贸易商客户及报告期内新增和撤销的贸易商客户的核查情况，包括核查的范围、方法、以及主要贸易商客户的库存情况、所销售商品的大致去向；走访及函证的比例、回函率情况，对贸易商客户是否实现最终销售的主要核查程序及核查结论，说明收入是否真实、完整，并完善首轮问询函回复。

(1) 披露客户集中度与行业可比公司比较情况，是否存在显著差异，如是，请分析解释原因及合理性

报告期内，公司和同行业可比公司的前五大客户销售占比的对比情况如下：

企业名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
纳尔股份	9.69%	14.26%	18.39%
杭华股份	21.12%	20.64%	19.01%
道氏技术	32.66%	42.50%	47.65%
科德教育	9.35%	9.70%	9.50%
洋紫荆	未披露	14.68%	15.09%
行业平均	18.21%	20.36%	21.93%
行业平均（剔除道氏技术）	13.39%	14.82%	15.50%
天威新材	11.28%	13.74%	14.61%

由上表可见，道氏技术的客户集中度明显高于同行业可比公司，不具可比性。

公司的客户集中度与行业平均值（剔除道氏技术）较为接近，不存在显著差异。

同行业可比公司中，纳尔股份于2019年收购与公司业务相近的子公司墨库图文，在收购后，纳尔股份的客户集中度明显下降。

综上所述，公司客户集中度与行业可比公司不存在显著差异。

（2）披露报告期各期前五大客户中成立时间较短或注册资本较小的客户具体情况，发行人向其销售收入是否与客户经营规模相匹配、销售数量与客户产能是否匹配

报告期内，公司前五大客户中成立时间较短（2018年以后成立）或注册资本较小（100万元以下）的客户具体情况如下：

序号	客户名称	成立时间	注册资本	员工人数	说明
1	河北司能科技有限公司	2018 年 7 月	500 万元人民币	13	河北司能科技有限公司、天津智祎通科技发展有限公司为同一控制下的企业；2019 年度和 2020 年度，该两家公司合计为公司前五大客户
2	天津智祎通科技发展有限公司	2007 年 5 月	10 万元人民币	未提供	
3	Artify Me Limited	2013 年 5 月	10 万港元	未提供	Artify Me Limited 为贺良梅控制的企业之一；2018 年度和 2020 年度，贺良梅控制的企业合计为公司前五大客户
4	广州润彩数码产品有限公司	2014 年 4 月	50 万元人民币	13	2018 年度和 2019 年度，广州润彩数码产品有限公司为公司前五大客户
5	TRUE COLORS IMPEX	2012 年	500 万印度卢比	150	报告期各期，TRUE COLORS IMPEX 均为公司前五大客户

注：员工人数由客户提供，统计时间截至 2020 年 12 月 31 日。

报告期内，公司前五大客户中成立时间较短或注册资本较小的客户的相关情况如下：

序号	客户名称	客户年度销售金额			客户向公司采购金额			开始合作时间
		2020 年	2019 年	2018 年	2020 年	2019 年	2018 年	
1	河北司能科技有限公司	800 万元左右	1,400 万元左右	600 万元左右	700.50 万元	1,170.51 万元	469.09 万元	2018.08
2	天津智祎通科技发展有限公司	未提供	未提供	未提供	-	86.07 万元	407.83 万元	2015.09
3	Artify Me Limited	20 万港元左右	7 万港元左右	6 万港元左右	-	-	0.03 万元	2015.11
4	广州润彩数码产品有限公司	1,800 万元左右	2,200 万元左右	2,600 万元左右	547.05 万元	761.47 万元	979.02 万元	2014.11
5	TRUE COLORS IMPEX	600 万美元左右	560 万美元左右	510 万美元左右	761.86 万元	1,035.26 万元	685.53 万元	2016.03

注：1、客户年度销售金额由客户提供。

2、以上公司的主要业务为产品销售，未提供产能数据。

(1) 河北司能科技有限公司、天津智祎通科技发展有限公司的实际控制人于海建。2005年-2008年，于海建为公司关联方珠海天威泛凌贸易有限公司员工，主要负责天威泛凌的硒鼓、墨盒、墨水等打印耗材产品在华北片区的销售。2015年起，基于国内数码印花市场需求的不断增长，公司积极推动北方市场的业务开拓。鉴于于海建曾于华北地区从事过相关产品的销售工作，并对公司数码喷印墨水产品较为熟悉与认可，双方于2015年9月起开展业务合作。

与天津智祎通科技发展有限公司相比，河北司能科技有限公司的成立时间相对较晚。公司与天津智祎通科技发展有限公司于2015年9月开始合作，双方合作时间较久，建立了良好的合作关系。2018年，天津智祎通科技发展有限公司开始将业务逐步转移至河北司能科技有限公司，因此，在河北司能科技有限公司成立后不久，公司便与其开始了交易，且河北司能科技有限公司注册资本相对较高。

上述两家公司主要向公司采购分散墨水、UV墨水和水性墨水产品，面向华北、东北等地的旗帜、纺织印花以及广告喷绘等类型印制厂商进行销售。除向公司采购外，上述两家公司还向华南地区的其他数码墨水生产商采购分散墨水、水性墨水产品，但与公司产品相比，其他生产商的墨水在色泽、浓度等方面均存在一定差异。

鉴于对公司数码喷印墨水产品的熟悉及认可，以及双方合作以来所建立的良好业务关系，同时由于在墨水产品不出现较大质量问题的情况下，其下游印制客户一般不会更换墨水产品，因此，上述两家公司主要向公司进行采购。报告期内，上述

两家公司向公司的采购规模与其经营规模相匹配。

(2) Artify Me Limited系贺良梅控制的企业之一，注册资本为10万港元，主要从事专利艺术品或数码图片的销售，其生产过程需要极小量的UV墨水。报告期内，Artify Me Limited向公司采购的金额极小。

(3) 广州润彩数码产品有限公司的注册资本为50万元人民币，成立于2014年4月，双方于2014年11月开始合作。报告期内，广州润彩数码产品有限公司向公司采购的金额占其销售收入的比例较低，采购规模与其经营规模相匹配。

(4) TRUE COLORS IMPEX注册资本为500万印度卢比，但员工人数较多，该公司成立于2012年，是一家印度知名的热转印机器代理商，同时配套销售数码墨水，双方于2016年3月开始合作。报告期内，TRUE COLORS IMPEX向公司采购的金额占其销售收入的比例较低，采购规模与其经营规模相匹配。

综上所述，报告期内，公司向前五大客户中成立时间较短或注册资本较小的客户的销售收入与客户经营规模相匹配。

(3)说明部分客户对应产品的毛利率与该产品整体毛利率存在差异的原因及合理性，尤其是向关联方销售毛利率较低的原因及合理性

公司已经申请豁免披露前五大客户对应产品的毛利率与该产品整体毛利率存在差异的原因及合理性。

综上，报告期内，部分客户对应产品的毛利率与该产品整体毛利率存在差异具有合理性，公司向关联方销售毛利率较低具有合理性。

(4) 说明中间商和贸易商的区别，二者的最终销售情况，包括但不限于最终客户、产品类别、销售金额及占比

一、说明中间商和贸易商的区别

贸易商即中间商，是指为客户提供数码墨水产品或其他耗材的企业，两者无实质区别。

二、报告期内前五大中间商客户的最终销售情况

报告期内，公司前五大中间商客户的最终销售情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	销售金额	产品类别	占中间商客户收入的比例	库存金额
2020 年度					
1	河北司能科技有限公司	700.50	分散墨水、UV 墨水、水性墨水等	5.28%	60
2	珠海晟彩科技有限公司	692.11	分散墨水、UV 墨水、水性墨水等	5.22%	48.00
3	Swiss Performance Chemicals AG	562.08	分散墨水	4.24%	3-5 万美元
4	杭州彩悦图邦科技有限公司	540.85	分散墨水、UV 墨水	4.08%	60.00
5	广州市嘉迪汇兴科技发展有限公司	524.08	分散墨水、UV 墨水、水性墨水、活性墨水等	3.95%	0.77
合计		3,019.61	-	22.77%	-
2019 年度					
1	河北司能科技有限公司	1,170.51	分散墨水、UV 墨水、水性墨水等	9.52%	55
2	北京迈思特科技有限公司	812.86	UV 墨水	6.61%	未提供
3	Swiss Performance Chemicals AG	729.81	分散墨水	5.94%	3-5 万美元
4	PT. Sinar Asia Perkasa	612.64	分散墨水、水性墨水	4.98%	未提供
5	珠海晟彩科技有限公司	530.29	分散墨水、UV 墨水、水性墨水、活性墨水等	4.31%	30.00
合计		3,856.11	-	31.36%	-
2018 年度					
1	北京迈思特科技有限公司	584.15	分散墨水、UV 墨水、水性墨水	5.94%	未提供
2	PT. Sinar Asia Perkasa	527.74	水性墨水	5.37%	未提供
3	河北司能科技有限公司	469.09	分散墨水、UV 墨水、水性墨水等	4.77%	45
4	深圳市凯特汇丰科技有限公司	419.10	分散墨水、UV 墨水、水性墨水等	4.26%	11.00
5	天津智祎通科技发展有限公司	407.83	分散墨水、UV 墨水、水性墨水等	4.15%	45
合计		2,407.91	-	24.49%	-

报告期内，公司中间商客户的收入真实、完整。

报告期内，前五大中间商客户的最终销售情况的核查过程详见本回复之“问题 8”之“二、对贸易商客户及报告期内新增和撤销的贸易商客户的核查情况，主要贸易商客户的库存情况、所销售商品的大致去向贸易商客户是否实现最终销售”。

(5) 说明发行人前五大客户变动较大的原因及合理性、2020 年大客户减少的原因及合理性，小客户是否稳定、可持续，客户分层情况是否符合行业惯例，是否存在客户流失风险

一、发行人前五大客户变动较大的原因及合理性、2020 年大客户减少的原因及合理性

1、前五大客户变动较大的原因及合理性

报告期各期，公司对前五大客户销售收入的排名情况如下：

序号	客户名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
1	深圳市润天智数字设备股份有限公司	1	19	42
2	TRUE COLORS IMPEX	2	2	4
3	贺良梅控制的企业合计	3	8	5
4	河北司能与天津智祎通合计	4	1	3
5	珠海晟彩科技有限公司	5	12	27
6	东莞图创与深圳汉森合计	6	3	7
7	北京迈思特科技有限公司	36	4	6
8	广州润彩数码产品有限公司	9	5	2
9	深圳弘美、汉华与珠海东昌合计	-	7	1

报告期内，公司前五大客户共计 9 家，其中 TRUE COLORS IMPEX、贺良梅控制的企业、河北司能科技有限公司与天津智祎通科技发展有限公司、东莞市图创智能制造有限公司与深圳市汉森软件有限公司、广州润彩数码产品有限公司等 5 家企业在报告期各期均属于公司的前十大客户，较为稳定。

报告期内，公司前五大客户变动较大的情况如下：深圳市润天智数字设备股份有限公司于 2020 年度首次成为公司前五大客户且为第一大客户；珠海晟彩科技有限公司于 2020 年度首次成为公司第五大客户；北京迈思特科技有限公司于 2020 年度退出公司前五大客户；深圳弘美、汉华与珠海东昌在 2020 年度不再向公司采购，具体原因如下：

深圳市润天智数字设备股份有限公司：深圳市润天智数字设备股份有限公司（832246.OC）成立于 2000 年 3 月，于 2015 年 4 月在全国中小企业股份转让系统挂牌，其主营业务为数字喷墨印刷设备及相关耗材研发、生产及销售。公司与其合

作开始于 2014 年 6 月，报告期内，公司不断加强与该客户的业务合作，在其设备开发阶段，即开始配套开发、提供墨水。2019 年公司为其配套开发理光 G5 系列 UV 墨水、2020 年为其配套开发爱普生 S3200 系列分散墨水，因此，报告期内，公司对其销售金额逐年增长。该客户于 2020 年度成为公司的第一大客户。

珠海晟彩科技有限公司：珠海晟彩科技有限公司成立于 2017 年 4 月，公司主要向该客户销售 UV 墨水，自 2017 年首次合作后，公司不断加强与该客户的业务合作。该公司在成立之初主要通过网上渠道进行销售，2019 年起，该公司开始建立线下销售渠道，发展线下销售队伍。随着客户业务规模持续增长，其自身采购需求不断增加，因此，报告期内，公司对其销售金额逐年增长。该客户于 2020 年成为公司的第五大客户。

北京迈思特科技有限公司：北京迈思特科技有限公司成立于 2010 年 2 月，原为河北司能科技有限公司的下游客户，通过河北司能科技有限公司向公司采购，后因其采购量增加，改为直接向公司采购，公司于 2018 年 1 月开始与其合作，公司主要向其销售 UV 墨水。报告期内，公司向北京迈思特科技有限公司销售额分别为 584.15 万元、812.86 万元和 239.20 万元，2018 年-2019 年公司对该客户销售收入稳定增长。2020 年，受疫情影响，公司对该客户销售收入有所下降。

深圳弘美、汉华与珠海东昌：深圳弘美数码纺织技术有限公司、深圳汉华工业数码设备有限公司和珠海市东昌颜料有限公司为同一控制下的企业，其中珠海市东昌颜料有限公司的主营业务为喷墨墨水的研发、生产、销售。公司客户深圳弘美数码纺织技术有限公司的母公司深圳汉弘数字印刷集团股份有限公司于 2018 年收购珠海市东昌颜料有限公司，进入喷墨墨水领域，开始自产水性、活性墨水，因此上述客户于 2019 年减少了墨水采购量，从而退出了公司前五名客户。

综上所述，报告期内，公司前五大客户整体较为稳定，部分客户变动较大具有合理性。

2、2020 年大客户减少的原因及合理性

2019 年公司 500 万元以上客户在 2020 年对应的销售收入情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	2019 年销售金额	2020 年销售金额
1	河北司能科技有限公司	1,170.51	700.50
2	TRUE COLORS IMPEX	1,035.26	761.86
3	东莞市图创智能制造有限公司	1,006.01	632.01
4	北京迈思特科技有限公司	812.86	239.20
5	广州润彩数码产品有限公司	761.47	547.05
6	Swiss Performance Chemicals AG	729.81	562.08
7	深圳弘美数码纺织技术有限公司	680.74	-
8	PT. Sinar Asia Perkasa	612.64	417.38
9	上海皓彩数码科技有限公司	588.52	425.23
10	广州泓印数码科技有限公司	577.84	253.39
11	广州佳御数码产品有限公司	572.90	492.89
12	珠海晟彩科技有限公司	530.29	692.11

由上表可见，2020 年公司大客户减少主要存在以下两种情形：①受疫情影响，2020 年客户对公司的采购金额普遍有所下降，部分客户的采购金额下降至 500 万元以下，但仍保持合作关系；②深圳弘美数码纺织技术有限公司在 2020 年不再向公司采购，主要系其母公司深圳汉弘数字印刷集团股份有限公司于 2018 年收购了珠海市东昌颜料有限公司，进入喷墨墨水领域，开始自产水性、活性墨水，该客户于 2019 年开始减少了墨水采购量，于 2020 年不再向公司进行采购。

综上，2020 年公司大客户减少具有合理性。

二、小客户稳定性、可持续

报告期内，公司低于 50 万元小客户的销售金额、小客户数量、小客户流失及新增情况如下：

单位：万元、家

年度	对小客户 销售金额	小客户 数量	小客户流 失数量	小客户新 增数量	小客户流 失率	小客户新 增率	小客户收 入占比
2018 年度	5,259.87	602	-	-	-	-	15.78%
2019 年度	4,819.46	627	251	284	41.69%	47.18%	13.65%
2020 年度	4,628.06	1,222	265	858	42.26%	136.84%	16.09%

注：1、小客户流失数量为上期低于 50 万元客户中本期不再与公司进行交易的数量；

2、小客户新增数量为新增客户中当期低于 50 万元的客户数量；

3、小客户流失率=当期小客户流失数量/上期小客户数量；

4、小客户新增率=当期小客户新增数量/上期小客户数量；

5、小客户收入占比=当期对小客户销售金额/当期主营业务收入；

2019 年和 2020 年，公司低于 50 万元小客户的流失率为 40%左右，主要系公司 50 万元以下的小客户绝大部分为除数码喷印设备生产商及其代理商之外的小型中间商客户和少量的终端用户，变动性相对较大。从整体来看，公司小客户新增率大于小客户流失率，且小客户收入占比在报告期各期基本保持稳定，即小客户存在变动性，但具有持续性。

三、客户分层情况

同行业可比公司未披露其客户分层情况，因此无法将公司客户分层情况与同行业可比公司进行对比。

公司根据自身销售规模、客户销售规模及重要性进行客户分层，可遵循重要性原则、较为清晰地分析客户构成及变化；同时，公司 50 万元以下客户数量较多，但报告期各期 50 万元以下客户中 10 万元以下客户的数量占比均在 70%以上，因此公司未对 50 万元以下客户群体再进行细分，综上，客户分层符合公司的实际情况。

四、客户流失风险

客户因向产业链上游扩展而流失风险

公司的数码喷印墨水可作为数码喷印设备的配套产品进行搭配销售，公司客户也包括了数码喷印设备生产商。近几年，基于企业战略规划、产业链整合等原因，出现了个别规模较大的数码喷印设备生产商向上游的数码墨水生产延伸的情形。

报告期内，公司向深圳弘美数码纺织技术有限公司、深圳汉华工业数码设备有限公司、珠海市东昌颜料有限公司合计销售数码喷印墨水产品金额分别为1,014.81 万元、726.80万元和0.00万元，销售收入持续下降的主要原因系上述公司的母公司于2018年度收购珠海市东昌颜料有限公司，开始自产数码喷印墨水产品，从而减少了向公司的采购。

因此，若公司的未来发展不能坚持巩固科研攻关、产品创新、工艺改进等自身优势，并进一步提高技术壁垒，则有可能面临客户因向产业链上游扩展而流失的风险。

同时，公司存在境外客户因政治因素、自身经营不善导致流失的风险，公司已

在招股说明书“第四节 风险因素”中补充披露相关内容，详见本回复问题 7 之“(2) 结合主要客户经营状况、所在地政策等，说明发行人客户是否存在流失风险、流失客户的货款结算情况，是否存在应收账款回收风险，并充分提示风险”。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明对发行人各层客户的核查方式、比例、核查结论等，对贸易商客户及报告期内新增和撤销的贸易商客户的核查情况，包括核查的范围、方法、以及主要贸易商客户的库存情况、所销售商品的大致去向；走访及函证的比例、回函率情况，对贸易商客户是否实现最终销售的主要核查程序及核查结论，说明收入是否真实、完整，并完善首轮问询函回复

一、对发行人各层客户的核查方式、比例、核查结论

销售金额分 层	2020 年度							
	销售金额	家数	访谈客户 数量	函证数 量	函证金额占 比	抽查合 同家数	抽查 回款 家数	抽查发货 单家数
≥500 万	7,050.02	11	11	11	100%	11	11	11
400-500 万	3,534.82	8	8	8	100%	8	8	7
300-400 万	2,768.53	8	7	8	100%	7	8	7
200-300 万	4,889.55	20	8	16	80.64%	6	19	4
100-200 万	4,909.94	35	10	32	89.21%	12	29	3
50-100 万	4,926.75	66	10	58	87.50%	9	49	4
≤50 万	5,259.87	1,222	9	54	30.66%	10	37	7
合计	33,339.48	1,370	63	187	82.78%	63	161	43

销售金额分 层	2019 年度							
	销售金额	家数	访谈客户 数量	函证数 量	函证金额占 比	抽查合 同家数	抽查 回款 家数	抽查发货 单家数
≥500 万	9,078.32	12	11	11	92.50%	12	12	12
400-500 万	3,539.23	8	8	7	87.83%	8	8	7
300-400 万	3,152.71	9	9	9	100%	6	9	5
200-300 万	5,003.68	21	14	18	85.42%	10	21	5
100-200 万	6,138.63	43	11	33	69.70%	10	40	5
50-100 万	3,567.54	49	4	38	78.11%	4	36	2
≤50 万	4,819.46	627	10	45	26.51%	6	44	6

合计	35,299.58	769	67	161	78.54%	56	170	42
销售金额分 层	2018 年度							
	销售金额	家数	访谈客户 数量	函证数 量	函证金额占 比	抽查合 同家数	抽查 回款 家数	抽查发货 单家数
≥500 万	7,615.15	12	11	11	87.32%	12	12	11
400-500 万	2,193.48	5	4	4	78.93%	5	5	4
300-400 万	2,263.15	7	6	6	86.57%	6	5	6
200-300 万	3,719.47	15	10	14	93.48%	11	14	2
100-200 万	5,281.85	39	15	32	84.47%	12	35	4
50-100 万	3,061.33	43	7	25	55.28%	5	35	1
≤50 万	4,628.06	602	7	24	15.41%	8	39	4
合计	28,762.50	723	60	116	71.91%	59	145	32

注：函证金额占比为函证金额占该层次客户销售收入总金额的比例

经核查，保荐人、发行人会计师认为：发行人各层客户的销售收入真实、完整。

二、对贸易商客户的核查情况，主要贸易商客户的库存情况、所销售商品的大致去向

1、前五大中间商客户

单位：万元

序号	客户名称	销售金额	占中间商客户收入的比例	库存金额
2020 年度				
1	河北司能科技有限公司	700.50	5.28%	60
2	珠海晟彩科技有限公司	692.11	5.22%	48
3	Swiss Performance Chemicals AG	562.08	4.24%	3-5 万美元
4	杭州彩悦图邦科技有限公司	540.85	4.08%	60
5	广州市嘉迪汇兴科技发展有限公司	524.08	3.95%	0.77
合计		3,019.61	22.77%	-
2019 年度				
1	河北司能科技有限公司	1,170.51	9.52%	55
2	北京迈思特科技有限公司	812.86	6.61%	未提供

序号	客户名称	销售金额	占中间商客户收入的比例	库存金额
3	Swiss Performance Chemicals AG	729.81	5.94%	3-5 万美元
4	PT. Sinar Asia Perkasa	612.64	4.98%	未提供
5	珠海晟彩科技有限公司	530.29	4.31%	30
合计		3,856.11	31.36%	-
2018 年度				
1	北京迈思特科技有限公司	584.15	5.94%	未提供
2	PT. Sinar Asia Perkasa	527.74	5.37%	未提供
3	河北司能科技有限公司	469.09	4.77%	45
4	深圳市凯特汇丰科技有限公司	419.10	4.26%	11
5	天津智祎通科技发展有限公司	407.83	4.15%	45
合计		2,407.91	24.49%	-

2、核查情况

保荐机构及申报会计师对报告期前五大中间商客户执行了以下核查程序：

序号	客户名称	访谈情况	函证情况	检查合同订单	检查销售回款	检查发货单
2020 年度						
1	河北司能科技有限公司	是	是	是	是	是
2	珠海晟彩科技有限公司	是	是	是	是	是
3	Swiss Performance Chemicals AG	是	是	是	是	是
4	杭州彩悦图邦科技有限公司	是	是	是	是	是
5	广州市嘉迪汇兴科技发展有限公司	是	是	是	是	是
2019 年度						
1	河北司能科技有限公司	是	是	是	是	是
2	北京迈思特科技有限公司	是	是	是	是	是
3	Swiss Performance Chemicals AG	是	是	是	是	是
4	PT. Sinar Asia Perkasa	是	是	是	是	是
5	珠海晟彩科技有限公司	是	是	是	是	是
2018 年度						
1	北京迈思特科技有限公司	否	是	是	是	是
2	PT. Sinar Asia Perkasa	是	是	是	是	是
3	河北司能科技有限公司	是	是	是	是	是
4	深圳市凯特汇丰科技有限公司	是	是	是	是	是

序号	客户名称	访谈情况	函证情况	检查合同订单	检查销售回款	检查发货单
5	天津智祎通科技发展有限公司	是	是	是	是	是

保荐机构、申报会计师对发行人报告期各期前五大中间商客户实施销售穿透核查，了解前五大客户采购发行人货物在各期末的库存情况、购买发行人产品对外销售的大致去向。对前五大中间商客户的下级主要客户进行访谈或书面确认，确认发行人中间商客户的最终销售情况。

保荐机构、申报会计师对发行人报告期各期前五大中间商客户均实施了访谈程序，除北京迈思特科技有限公司未接待外，其他前五大中间商客户均已完成访谈。保荐机构、申报会计师对发行人报告期各期前五大中间商客户均实施了函证程序，并全部取得回函。

三、报告期内新增和撤销的中间商客户的核查情况

1、报告期内新增和撤销的中间商客户基本情况

报告期内，公司新增的主要中间商客户的基本情况如下：

单位：万元			
序号	客户名称	金额	占中间商客户收入的比例
2020 年度新增			
1	DEVINE CLASS GOODS WHOLESALERS L.L.	337.30	2.54%
2	珠海奥图打印耗材有限公司	247.67	1.87%
3	广州市白云区林源印花厂	230.68	1.74%
4	广州瑞彩数码科技有限公司	165.32	1.25%
5	樊德	100.06	0.75%
合计		1,081.03	8.15%
2019 年度新增			
1	广州市嘉迪汇兴科技发展有限公司	469.54	3.82%
2	浙江新纺印数码科技有限公司	102.76	0.84%
3	GRAPHO LINE TRADING LLC	100.22	0.82%
合计		672.52	5.47%

报告期内，公司撤销的中间商客户的基本情况如下：

序号	客户名称	金额	占中间商客户收入的比例
----	------	----	-------------

序号	客户名称	金额	占中间商客户收入的比例
2019 年度合作, 2020 年度不合作客户			
1	GRAPHO LINE TRADING LLC	100.22	0.82%
2	天津智祎通科技发展有限公司	86.18	0.70%
3	青岛千秋广业广告有限公司	62.53	0.51%
合计		248.93	2.03%
2018 年度合作, 2019 和 2020 年度不合作客户			
1	ALEXIBOAT PRODUCTION	111.90	1.14%
2	浙江传化数码科技有限公司	94.30	0.96%
3	MEET IMPORT AND EXPORT	57.07	0.58%
合计		263.26	2.68%

报告期内, 公司新增及撤销的中间商销售收入占比较小。

2、核查情况

保荐机构及申报会计师对报告期新增及撤销的中间商客户执行了以下核查程序:

序号	客户名称	访谈情况	函证情况	检查合同订单	检查销售回款	检查发货单
2020 年度新增						
1	DEVINE CLASS GOODS WHOLESALERS L.L.	否	是	是	是	是
2	珠海奥图打印耗材有限公司	否	是	是	是	是
3	广州市白云区林源印花厂	否	是	是	是	是
4	广州瑞彩数码科技有限公司	否	是	是	是	是
5	樊德	否	是	是	是	是
2019 年度新增						
1	广州市嘉迪汇兴科技发展有限公司	是	是	是	是	是
2	浙江新纺印数码科技有限公司	否	是	是	是	是
3	GRAPHO LINE TRADING LLC	否	是	是	是	是
2019 年度合作, 2020 年度不合作客户						
1	GRAPHO LINE TRADING LLC	否	是	是	是	是
2	天津智祎通科技发展有限公司	是	否	是	是	是
3	青岛千秋广业广告有限公司	否	否	是	是	是
2018 年度合作, 2019 和 2020 年度不合作客户						
1	ALEXIBOAT PRODUCTION	否	是	是	是	是
2	浙江传化数码科技有限公司	否	否	是	是	是
3	MEET IMPORT AND EXPORT	否	否	是	是	是

四、客户走访及函证的比例、回函率情况

保荐人、申报会计师履行了如下核查程序：

1、对发行人客户主营业务收入的函证情况

(1) 对发行人客户主营业务收入函证的具体情况如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
客户数量（家）	1,370	769	723
主营业务收入金额（万元）	33,339.48	35,299.58	28,762.50
发函客户数量（家）	213	195	132
发函客户金额（万元）	29,567.71	31,650.63	23,275.28
发函客户金额比例	88.69%	89.66%	80.92%
回函客户数量（家）	187	161	116
回函客户金额（万元）	27,600.05	27,725.99	20,684.15
回函客户金额比例	82.78%	78.54%	71.91%
确认比例	82.78%	78.54%	71.91%

(2) 对发行人中间商客户主营业务收入函证的具体情况如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
客户数量（家）	219	209	195
主营业务收入金额（万元）	13,262.50	12,292.35	9,834.22
发函客户数量（家）	84	60	52
发函客户金额（万元）	11,811.52	10,961.20	7,780.64
发函客户金额比例	89.06%	89.17%	79.12%
回函客户数量（家）	75	54	50
回函客户金额（万元）	11,087.34	10,562.67	7,633.32
回函客户金额比例	83.60%	85.93%	77.62%
确认比例	83.60%	85.93%	77.62%

2、对发行人客户走访或视频访谈情况

(1) 对发行人客户走访或视频访谈具体情况如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
客户数量（家）	1,370	769	723
主营业务收入金额（万元）	33,339.48	35,299.58	28,762.50
访谈客户数量（家）	63	67	60
访谈客户对应主营业务收入（万元）	17,116.90	20,376.07	16,084.91
比例	51.34%	57.72%	55.92%

(2) 对发行人中间商客户走访或视频访谈具体情况如下:

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
客户数量 (家)	219	209	195
主营业务收入金额 (万元)	13,262.50	12,292.35	9,834.22
访谈客户数量 (家)	25	27	26
访谈客户对应主营业务收入 (万元)	6,737.34	7,698.01	4,784.70
比例	50.80%	62.62%	48.65%

经核查,我们认为,发行人的收入真实、完整。

核查过程及核查结论

(一) 核查程序

1、查阅发行人同行业可比公司公开披露的资料,结合可比公司的业务结构分析发行人与可比公司客户集中度的差异情况;

2、获取发行人报告期前五大客户中成立时间较短或注册资本较小的客户的经营规模及员工人数等数据,结合公司对其销售情况,分析发行人向其销售收入是否与客户经营规模相匹配;

3、获取发行人报告期内的销售明细表,统计分析发行人报告期内的前五大客户对应产品的毛利率与该产品整体毛利率的差异情况,访谈企业相关负责人,了解差异产生的原因及合理性;

4、访谈发行人相关负责人,了解中间商与贸易商是否存在区别;访谈报告期内主要中间商客户,获取终端用户确认函,了解中间商客户的最终销售、库存情况;

5、获取发行人报告期内的销售明细表,统计分析发行人报告期内的前五大客户的变动情况,访谈发行人相关负责人,了解发行人前五大客户变动及 2020 年大客户减少的原因及合理性;

6、获取发行人报告期内的销售明细表,统计报告期各期发行人对 50 万元以下小客户的销售金额、小客户数量、小客户流失及新增情况,分析小客户的稳定性、

可持续性；

7、查阅发行人同行业可比公司公开披露的资料，了解发行人客户分层是否符合行业惯例；

8、对发行人客户进行按层次分析，选取各层次中不同样本抽查其合同、销售回款单据、出货单据；

9、对发行人各层次执行函证及走访程序；

10、对发行人前五大中间商客户实施最终销售穿透核查；

11、访谈于海建，了解河北司能科技有限公司、天津智祿通科技发展有限公司与发行人合作背景等情况。

（二）核查结论

1、报告期内，发行人客户集中度与行业可比公司不存在显著差异；

2、报告期内，发行人向前五大客户中成立时间较短或注册资本较小的客户的销售收入与客户经营规模相匹配；以上客户的主要业务均为产品销售，未提供产能数据，因此无法进行发行人销售数量与客户产能的匹配分析；

3、报告期内，部分客户对应产品的毛利率与该产品整体毛利率存在差异具有合理性，发行人向关联方销售毛利率较低具有合理性；

4、贸易商即中间商，是指为客户提供数码墨水产品或其他耗材的企业，两者无实质区别。报告期内，发行人的中间商客户实现了最终销售；

5、报告期内，发行人前五大客户整体较为稳定，少部分前五大客户变动较大具有合理性；2020 年发行人大客户减少具有合理性；报告期内，发行人小客户存在变动性，但具有持续性；发行人客户分层情况符合同等规模企业惯例；发行人存在“客户因向产业链上游扩展而流失风险”及“境外客户流失及应收账款回收风险”，并已做风险提示；

6、发行人的收入真实、完整；

7、发行人已就贸易商客户的最终销售情况完善了首轮问询函回复，详见首次问询函回复“问题 8. 关于客户之（2）之五贸易商客户的最终销售情况”。

问题 9. 关于营业成本

申报文件及审核问询回复显示：

（1）原材料的市场价格为当期每个月供应商向公司的报价的算术平均数。

（2）原材料采购量受产销规模、备货决策的影响而变化，存在一定的波动；
采购单价主要随着市场价格的变动而变动。

请发行人：

（1）按照原材料类别列示供应商数量及主要供应商价格，说明以供应商报价作为市场价格的原因及合理性。

（2）分析并披露供求关系、环保政策、供应商停产等对原材料采购价格的影响。

（3）说明发行人原材料采购量、生产量、销售量、库存量的匹配关系。

（4）参照原材料价格历史波动情况测算原材料价格变动对上市条件的影响，说明首轮问询函回复原材料价格敏感性分析中毛利率的变动是否充分。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

（1）按照原材料类别列示供应商数量及主要供应商价格，说明以供应商报价作为市场价格的原因及合理性

报告期内，公司主要原材料对应的供应商数量、年度采购价格范围及年度采购价格均值情况列示如下：

单位：元/KG

年度	原材料名称	供应商数量	主要供应商名称	年度采购价格范围	采购均价
2020 年度	分散蓝 359	4	供应商 1	265.49~553.1	355.31
			供应商 2	530.97	530.97
			供应商 3	265.49~486.73	344.15
	分散红 60	3	供应商 4	159.29~225.66	180.86
			供应商 5	199.12~223.01	211.55
			供应商 6	181.42	181.42
	光引发剂 TPO	4	供应商 7	79.65~101.77	88.09
			供应商 8	79.65~101.77	91.09
			供应商 9	88.5~97.35	94.13
	分散蓝 360	2	供应商 10	446.9~707.96	569.36
			供应商 11	530.97	530.97
	分散黄 54	5	供应商 12	115.04~150.44	128.59
			供应商 5	115.04~148.67	124.33
			供应商 13	132.74~146.02	141.59
	甘油	1	供应商 14	5.31~6.04	5.45
	THFA	3	供应商 15	35.84~37.17	36.60
			供应商 16	35.4~37.17	35.65
			供应商 17	40.09~40.09	40.09
	分散棕 27	7	供应商 18	163.72~238.94	177.24
			供应商 19	230.09	230.09
			供应商 3	159.29~159.29	159.29
	CTFA	5	供应商 16	35.66~38.32	35.86
			供应商 17	35.4~40.09	37.86
			供应商 20	39.82	39.82
2019 年度	分散蓝 359	8	供应商 1	530.97~707.96	668.77
			供应商 5	474.14~752.21	578.86
			供应商 21	482.76~628.32	541.42
	分散红 60	6	供应商 5	223.01~371.68	279.32
			供应商 11	228.45~371.68	300.29
			供应商 22	269.91~327.43	292.04
	光引发剂 TPO	4	供应商 7	115.04~344.83	221.75
			供应商 9	123.89~344.83	257.55
			供应商 8	101.77~301.72	153.09

年度	原材料名称	供应商数量	主要供应商名称	年度采购价格范围	采购均价
2018 年度	分散蓝 360	6	供应商 10	663.72~707.96	686.78
			供应商 11	603.45~805.31	617.53
			供应商 23	663.72~663.72	663.72
	分散黄 54	6	供应商 21	398~405.17	400.97
			供应商 5	265.49~433.63	342.46
			供应商 24	185.84~336.28	206.53
	甘油	1	供应商 14	6.03~7.33	6.27
	THFA	4	供应商 17	40.09~41.37	40.74
			供应商 15	37.17~40.52	37.59
			供应商 16	38.94~38.94	38.94
	分散棕 27	6	供应商 18	241.38~265.49	255.10
			供应商 23	309.73~309.73	309.73
			供应商 21	256.64~256.64	256.64
	CTFA	4	供应商 17	40.09~45.3	40.67
			供应商 20	38.79~39.82	39.57
			供应商 16	38.94	38.94
2018 年度	分散蓝 359	4	供应商 5	252.14~439.66	383.83
			供应商 25	260.68~474.14	331.58
			供应商 26	247.86~413.79	249.69
	分散红 60	4	供应商 25	206.84~241.38	215.77
			供应商 26	226.5~258.62	236.37
			供应商 5	200.85~232.76	206.31
	光引发剂 TPO	14	供应商 27	162.39~344.83	243.68
			供应商 9	196.58~344.83	279.22
			供应商 7	222.22~344.83	299.32
	分散蓝 360	6	供应商 26	581.2~586.21	583.75
			供应商 5	612.07~612.07	612.07
			供应商 22	629.31~629.31	629.31
	分散黄 54	7	供应商 28	175.21~431.03	214.91
			供应商 5	149.57~405.17	441.23
			供应商 25	224.14~405.17	396.29
	甘油	1	供应商 14	5.9~7.33	6.70
	THFA	3	供应商 15	40.52~45.73	42.36
			供应商 17	38.12~41.37	40.89

年度	原材料名称	供应商数量	主要供应商名称	年度采购价格范围	采购均价
			供应商 29	45.3~45.69	45.38
	分散棕 27	7	供应商 11	241.38~258.62	248.12
			供应商 26	222.22~224.14	222.67
			供应商 5	215.52~258.62	241.85
			供应商 17	45.3~45.69	45.37
	CTFA	4	供应商 20	38.79~45.3	42.11
			供应商 29	44.44~44.83	44.58

注：主要供应商选取标准为各主要原材料的前三大供应商（当供应商家数小于或等于 3 家时，则选取全部的供应商）；报告期内，公司向各主要原材料的前三大供应商采购的金额合计占比均达到该款原材料总采购金额的 70%以上。

公司采购的主要原材料属于精细化工品，产品较为细分，在公开市场中找不到真实的第三方市场价格信息，因而公司采购上述原材料时，会向多家供应商进行询价，综合考虑供应商稳定性、原材料性能、客户偏好等因素进行筛选。

以供应商报价作为市场价格的原因及合理性：

（1）公司所需主要原材料（除甘油外）无公开披露的市场价格，但可获取有效供应商报价：公司建立了满足 ISO9001：2015 质量管理体系、IECQ QC080000：2017 有害物质过程管理体系和 ISO14001：2015 环境管理体系等认证体系要求的供应商评审制度，对供应商进行严格的把控，公司所有原材料报价需经过询价、报价、比价、核价等多环节内部控制，才能最终在公司 ERP 系统内生成物料价格信息记录，进而转出采购订单发给供应商。通过以上采购管理机制，公司可以有效了解原材料市场竞争情况及各供应商产品性能情况，在此基础上选择满足公司产品性能要求、性价比相对较高的供应商。

（2）供应商报价可以反映原材料的市场价格：公司主要原材料（除甘油外）均存在两家或多家供应商，供应商基于市场竞争情况、自身产品性能等，给出合理的报价，该报价即是原材料市场竞争的结果，可以反映出原材料市场价格的波动情况。

(3) 不同供应商的报价、同一供应商不同时间的报价之间均存在一定差异，代表了市场真实价格的波动情况。此外，报告期内，公司个别原材料在某些年份主要供应商的价格差异相对较大，主要系该款原材料在当年的价格波动较大，公司向不同供应商采购的时间点不同所致。

综上所述，公司以供应商报价作为市场价格具有合理性。

(2) 分析并披露供求关系、环保政策、供应商停产等对原材料采购价格的影响

报告期内，受供求关系、环保政策以及部分供应商停产整改等因素影响，公司对分散蓝 359、光引发剂 TPO 等主要色料、溶助剂原材料的采购价格出现了较大波动，主要情况如下：

1、对主要色料采购价格的影响

据中国染料工业协会统计，2006 年-2017 年，我国染料产量从 69.9 万吨上升到 99 万吨，整体呈现增长趋势。2018 年以来，全国范围内掀起安全环保整治大行动，江苏范围内的连云港灌云、灌南园区、盐城响水、滨海园区等苏北化工园区，以及长江流域化工园区均出现关停整治，多数企业需要停产进行升级改造以达到新的安全环保标准。同时，受 2019 年盐城响水“3.21”重大安全事故影响，监管部门加大对化工染料企业的安全环保排查整治力度，苏北等长江流域化工园区部分已复产企业再次停产整治。受此环保政策、安全事故等因素影响，大量染料企业停产、减产，2019 年全国染料产量下降至 79.3 万吨，导致染料供求关系紧张，部分染料采购价格大幅上涨。

随着如浙江、安徽、山东等化工大省的相关企业逐步整改提标，各地政府也在加速推进化工园区专业化的认定工作，部分环保投入大、地处规范化工园区，且具备产业链一体化优势的化工企业脱颖而出，一些满足安全生产、环保条件的生产商逐步增加产能。2020 年以来，染料市场供应、价格及质量等方面趋于稳定，公司部

分染料采购价格均呈现不同程度的回落。

此外，经密集整改，江苏地区的主要染料企业已陆续达到提标要求待审批复产。2021 年 1 月、2 月，江苏亚邦染料股份有限公司相继发布了关于分子公司收到复产通知的公告；如江苏傲伦达科技实业股份有限公司、江苏亚邦染料股份有限公司等企业也正积极筹划于我国东北地区、境外等地区或国家投建染料生产项目。同时，受数码印花等新兴市场未来将保持稳定增长等因素影响，2022 年我国染料产量预计将恢复至 110 万吨²。

2、对主要溶助剂采购价格的影响

一方面，自 2017 年开始，国家和各地方不断出台多项环保监管政策法规，加强对传统溶剂型涂料、油墨等产品 VOCs 排放的管控。受此环保政策因素影响，作为主要替代品的环保型 UV 涂料、墨水等产品市场快速增长。受益于此，光引发剂等 UV 产品主要溶助剂原材料的市场需求日趋强烈。另一方面，光引发剂等溶助剂行业上游原料供应商多位于江苏地区，受全国及江苏范围内安全环保整治行动影响，部分光引发剂行业上游原料供应商限产停产，直接导致如二苯基氯化膦（光引发剂 TPO 主要原材料）等原材料的供应不足，从而间接影响了光引发剂产品的市场供应，供求不平衡因素致使公司对光引发剂等采购价格快速上涨。

2018 年以来，国内主要光引发剂等生产商均积极投资扩大产能，随着制约产能增长的因素逐渐消除，2018 年我国光引发剂产量实现快速增长。根据中国感光学会辐射固化专业委员会发布的《2018 年辐射固化行业经济信息统计概要》，2018 年度我国光引发剂产量 3.78 万吨，较 2017 年度产量 3.32 万吨显著增长 13.86%。基于此，自 2019 年起随着光引发剂制造业及上游原料供应的逐步恢复，2019 年度我国光引发剂产量进一步提升至 3.84 万吨，光引发剂等市场供应的持续增长促使公司对

2 “江苏傲伦达科技实业股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书（申报稿）”

光引发剂等采购价格不断回落。”

(3) 说明发行人原材料采购量、生产量、销售量、库存量的匹配关系

报告期内，公司主要原材料的采购量、生产量、销售量、库存量情况如下：

单位：吨

2020 年度							
主要原材料	期初数量	入库数量	出库数量				期末结存数量
			生产领用数	销售数量	研发领用数量	小计	
分散蓝 359	6.49	52.75	47.69	0.25	0.05	47.99	11.25
分散红 60	4.49	82.85	58.96	-	0.95	59.91	27.43
光引发剂 TPO	2.02	64.12	63.56	-	0.28	63.84	2.30
分散蓝 360	2.30	14.75	13.92	-	0.17	14.09	2.96
分散黄 54	1.83	31.18	27.06	-	0.00	27.06	5.95
甘油	33.01	990.13	995.79	-	1.56	997.35	25.79
THFA	4.65	190.28	189.84	-	0.27	190.11	4.82
分散棕 27	1.87	41.35	26.90	-	1.86	28.76	14.46
CTFA	0.78	125.00	115.21	-	0.25	115.46	10.32
2019 年度							
主要原材料	期初数量	入库数量	出库数量				期末结存数量
			生产领用数	销售数量	研发领用数量	小计	
分散蓝 359	4.69	48.16	46.33	-	0.03	46.36	6.49
分散红 60	7.78	59.30	62.41	-	0.19	62.59	4.49
光引发剂 TPO	1.33	61.30	60.37	-	0.24	60.61	2.02
分散蓝 360	1.71	15.78	15.16	-	0.03	15.19	2.30
分散黄 54	1.04	27.34	26.42	-	0.13	26.55	1.83
甘油	10.36	1,238.00	1,214.55	-	0.80	1,215.35	33.01
THFA	3.66	183.12	182.05	-	0.08	182.13	4.65
分散棕 27	5.28	17.43	20.76	-	0.08	20.84	1.87
CTFA	5.55	94.05	98.67	-	0.15	98.82	0.78

2018 年度

主要原材料	期初数量	入库数量	出库数量				期末结存数量
			生产领用数	销售数量	研发领用数量	小计	
分散蓝 359	9.60	28.27	32.93	-	0.25	33.18	4.69
分散红 60	18.61	34.96	45.69	-	0.10	45.79	7.78
光引发剂 TPO	0.83	48.19	47.50	-	0.19	47.69	1.33
分散蓝 360	1.36	14.26	13.89	-	0.02	13.91	1.71
分散黄 54	5.58	14.92	19.45	-	0.01	19.46	1.04
甘油	22.16	1,018.00	1,027.78	-	2.02	1,029.80	10.36
THFA	5.07	141.69	142.89	-	0.21	143.10	3.66
分散棕 27	1.50	24.03	20.24	-	0.02	20.25	5.28
CTFA	2.86	75.84	73.11	-	0.04	73.15	5.55

报告期内，公司主要原材料的采购量、生产量、销售量、库存量相匹配。

(4) 参照原材料价格历史波动情况测算原材料价格变动对上市条件的影响，说明首轮问询函回复原材料价格敏感性分析中毛利率的变动是否充分

报告期内，公司主要原材料采购价格整体波动较大，主要系受 2019 年突发的盐城响水“321”重大安全事故影响。2019 年，公司主要原材料中的分散染料采购价格出现普遍上涨的情形，2020 年，随着主要原材料供应的恢复，使得主要原材料的采购价格出现不同程度的回落。为更严格地检验公司原材料采购价格变动对上市条件的影响，本次测算以公司主要原材料在 2019 年的采购价格作为依据，经测算，2020 年，公司因原材料价格变动影响的净利润情况列示如下：

单位：元/KG、KG、万元

序号	原材料名称	2020 年原材料 采购均价	2019 年原材料 采购均价	2020 年原材料 生产领用量	2020 年因原材料价格 变动影响净利润金额
1	分散蓝 359	358.57	633.90	47,685.03	-1,115.99
2	分散红 60	182.39	277.78	58,963.35	-478.11

3	光引发剂 TPO	89.50	229.10	63,556.09	-754.15
4	分散蓝 360	569.30	658.97	13,920.74	-106.11
5	分散黄 54	138.25	323.99	27,057.52	-427.17
6	甘油	5.45	6.27	995,794.42	-69.48
7	THFA	36.36	39.70	189,842.46	-53.87
8	分散棕 27	178.82	275.18	26,895.11	-220.28
9	CTFA	36.21	40.37	115,213.66	-40.77
2020 年测算的因原材料价格变动影响的净利润金额					-3,265.93
2020 年公司扣除非经常性损益后实际净利润金额					4,658.57
2020 年测算后公司扣除非经常性损益后净利润金额					1,392.64
2019 年公司扣除非经常性损益后实际净利润金额					3,977.60
最近两年测算后公司扣除非经常性损益后净利润金额					5,370.24

注：1、2020 年测算的因原材料价格变动影响的净利润金额=Σ（2020 年原材料采购均价-2019 年原材料采购均价）*2020 年原材料生产领用量*（1-所得税税率）

2、所得税税率按照 15%测算。

以 2019 年的采购均价进行测算，经测算，2020 年公司扣除非经常性损益后净利润金额为 1,392.64 万元；2019 年公司扣除非经常性损益后实际净利润金额为 3,977.60 万元，即最近两年测算后公司扣除非经常性损益后净利润金额为 5,370.24 万元，满足《深圳证券交易所创业板股票上市规则（2020 年修订）》2.1.2 条的第（一）项：最近两年净利润均为正，且累计净利润不低于人民币 5,000 万元，符合上市条件。

结合原材料价格历史波动情况，公司在首轮问询函回复中补充原材料价格变动率达到 50%、100%时，对毛利率的影响分析，具体如下：

序号	原材料名称	采购均价变动对毛利率的影响							
		-100.00%	-50.00%	-10.00%	-5.00%	5.00%	10.00%	50.00%	100.00%
1	分散蓝 359	5.13%	2.56%	0.51%	0.26%	-0.26%	-0.51%	-2.56%	-5.13%
2	分散红 60	3.23%	1.61%	0.32%	0.16%	-0.16%	-0.32%	-1.61%	-3.23%
3	光引发剂 TPO	1.71%	0.85%	0.17%	0.09%	-0.09%	-0.17%	-0.85%	-1.71%

4	分散蓝 360	2.38%	1.19%	0.24%	0.12%	-0.12%	-0.24%	-1.19%	-2.38%
5	分散黄 54	1.12%	0.56%	0.11%	0.06%	-0.06%	-0.11%	-0.56%	-1.12%
6	甘油	1.63%	0.81%	0.16%	0.08%	-0.08%	-0.16%	-0.81%	-1.63%
7	THFA	2.07%	1.04%	0.21%	0.10%	-0.10%	-0.21%	-1.04%	-2.07%
8	分散棕 27	1.44%	0.72%	0.14%	0.07%	-0.07%	-0.14%	-0.72%	-1.44%
9	CTFA	1.25%	0.63%	0.13%	0.06%	-0.06%	-0.13%	-0.63%	-1.25%
合计		19.95%	9.98%	2.00%	1.00%	-1.00%	-2.00%	-9.98%	-19.95%

由上表可知，假设其他因素不变，公司主要原材料采购价格上涨 5%、10%、50% 和 100% 时，将导致毛利率分别下降 1.00 个百分点、2.00 个百分点、9.98 个百分点和 19.95 个百分点。

核查过程及核查结论

（一）核查程序

我们履行了如下核查程序：

1、获取发行人报告期内的采购明细表，统计报告期各期发行人主要原材料的供应商数量、主要供应商价格波动范围及年度采购价格均值；访谈发行人相关负责人，了解以供应商报价作为市场价格的原因及合理性；

2、查阅发行人上游行业环保政策文件、行业研究报告，查阅发行人上游产业主要企业公开披露文件、公告等，分析相关因素对发行人报告期内主要原材料价格波动的影响情况；

3、获取发行人报告期内采购明细表、存货收发存明细表，分析主要原材料在 2018-2020 年之间的流转及勾稽关系；

4、获取发行人报告期内原材料采购明细表和原材料收发存明细表，分析原材料价格历史波动情况，测算原材料价格变动对上市条件的影响。

（二）核查结论

经核查，我们认为：

1、发行人以供应商报价作为市场价格具有合理性；

2、报告期内，受上游供求关系、环保政策以及部分供应商停产整改等因素影响，发行人对分散蓝 359、光引发剂 TPO 等主要色料、溶助剂原材料的采购价格出现了较大波动，发行人已就此进行了补充披露；

3、报告期内，发行人的采购量、生产量、销售量、库存量相匹配；

4、以发行人主要原材料在 2019 年的采购价格作为参照来测算原材料价格变动对上市条件的影响，经测算，发行人仍符合上市条件；结合原材料价格历史波动情况，发行人在首轮问询函回复中补充当原材料价格变动率达到 50%、100%时对毛利率的影响的分析。

问题 10. 关于供应商

申报文件及审核问询回复显示：

（1）部分贸易类供应商为最终生产厂家指定的代理公司或关联公司作为发行人贸易类供应商。

（2）部分供应商原通过贸易类供应商采购，后直接变为公司供应商。

请发行人：

（1）结合最终生产厂家指定供应商的情形说明发行人业务是否为受托加工业务，按照中国证监会《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》问题 32 的要求进一步披露发行人相关业务的会计处理是否合规。

（2）说明通过贸易类供应商大额采购最终供应商产品或者直接向供应商采购的选择原因，是否存在贸易类供应商变动风险。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

（1）结合最终生产厂家指定供应商的情形说明发行人业务是否为受托加工业务，按照中国证监会《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》问题 32 的要求进一步披露发行人相关业务的会计处理是否合规

报告期内，公司不存在由客户提供或指定原材料供应的情形，不存在中国证监

会《首发业务若干问题解答（2020年6月修订）》问题32所规定的受托加工业务。

公司在首轮审核问询函回复中披露的“部分贸易类供应商为最终生产厂家指定的代理公司或关联公司”是指公司部分贸易类供应商是由原材料生产厂家基于自身原因指定的代理公司或其关联方，即该类原材料生产厂商基于自身原因指定其代理公司或关联公司与下游客户进行交易，并非是公司客户指定该类贸易类供应商与公司进行交易。

为避免歧义，公司将首轮审核问询函回复中的“部分贸易类供应商为最终生产厂家指定的代理公司或关联公司”修改为“部分贸易类供应商为原材料生产厂家指定的代理公司或关联公司”。

（2）说明通过贸易类供应商大额采购最终供应商产品或者直接向供应商采购的选择原因，是否存在贸易类供应商变动风险

一、通过贸易类供应商大额采购最终供应商产品或者直接向生产商采购的选择原因

报告期内，公司依据已建立的供应商评审制度对新增的供应商进行评审，并对原有的供应商进行年度评审，进而筛选出满足公司要求的合格供应商进行原材料采购。公司筛选合格供应商主要基于以下因素：一是原材料产品质量和价格，在保证所采购的原材料性能或相关指标满足公司产品生产质量要求的前提下，公司选择价格更优惠的供应商；二是供货稳定性，供货稳定性体现在供应商交货及时性及品质稳定性方面，也是筛选供应商的重要依据之一，公司倾向于选择实力较强、供货稳定的供应商；三是付款条件，部分供应商要求预付货款，预付货款形式一方面会占用公司资金，另一方面则会带来潜在的诉讼风险，即当所采购原材料不能及时交付或质量不满足要求时，可能会引致诉讼风险；四是采购便利性，公司小批量、多品种采购时通常会考虑采购的便捷性，即简化采购流程、提高采购效率、降低采购成本。公司在选择供应商时，会综合考虑上述多方面因素，同时，为确保供货稳定性，分散供应链风险，公司会选择多家供应商同时供货，并根据各个供应商的产品质量、

产品价格、供货能力等因素确定各自的供应份额。

公司通过贸易类供应商大额采购或者直接向生产商采购的选择原因也是基于以上因素考虑，具体采购时，存在如下几种情况：

（1）通常情况下，原材料市场的供应比较充足，针对同款原材料，生产商的销售价格一般会低于贸易类供应商的销售价格，且生产商供货能力较强，此时，公司倾向于直接向生产商采购；

（2）对于某些大型生产商，公司较大金额的采购量仍无法达到其最小订货量，或直接向其采购会导致采购价格较高，此时公司会选择向原材料生产厂家指定的代理公司或关联公司采购；

（3）少部分生产商基于自身原因及商业模式，并不直接向下游客户销售，而是通过关联方或指定代理商进行销售，因此公司只能通过贸易类供应商进行采购；

（4）如遇到突发事件时，部分生产商产能受到影响，若贸易类供应商库存相对充足、价格相对便宜，此时，公司会选择向贸易类供应商进行采购。

二、贸易型供应商变动风险

贸易型供应商变动风险

报告期内，公司存在贸易型供应商变化较大的情形。报告期内，公司向前五名贸易型供应商的采购金额占比分别为 30.48%、23.91%和 22.24%，占比较高。

未来，若上游市场竞争格局发生变化，或再次出现突发事件，公司贸易型供应商存在发生变动的可能，若公司无法及时寻找替代供应商，可能会在短时间内对公司经营产生不利影响。

核查过程及核查结论

（一）核查程序

1、获取发行人报告期内的销售及采购明细表，核查其采购、销售商品的情况；访谈发行人相关负责人，了解是否存在由客户提供或指定原材料供应的情形；

2、访谈发行人相关负责人，了解发行人通过贸易类供应商大额采购最终供应商产品或者直接向生产商采购的选择原因，分析是否存在贸易类供应商变动风险。

（二）核查结论

1、报告期内，发行人不存在由客户提供或指定原材料供应的情形，不存在中国证监会《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》问题 32 所规定的受托加工作业；

2、发行人通过贸易类供应商大额采购最终供应商产品或者直接向供应商采购的选择原因具有合理性；发行人存在贸易类供应商变动风险，并已在招股说明书中补充披露。

问题 11. 关于毛利率

申报文件及审核问询回复显示：

（1）七彩化学、世名科技属于发行人上游企业，但七彩化学与公司所处行业同属“C26 化学原料和化学制品制造业”。

（2）发行人毛利率高于纳尔股份，其他墨水毛利率较低，导致其数码喷墨墨水产品的整体毛利率略低于公司。

（3）发行人 2014 年-2016 年营业收入分别为 12,235.50 万元、12,346.04 万元、15,035.04 万元，扣非归母净利润分别为 1,715.06 万元、1,352.98 万元、1,566.20 万元。收入规模与扣非归母净利润均小于报告期内数据。

请发行人：

（1）明确七彩化学、世名科技是发行人上游企业还是同行业可比公司，若属于上游企业，从化工行业整体分类情况说明染料和墨水的差异，可比公司是否完整；若属于同行业可比公司，说明毛利率存在差异的原因及合理性。

（2）结合具体产品构成情况说明毛利率高于纳尔股份的原因及合理性，发行人整体毛利率与同行业可比公司存在差异的原因及合理性，并按照业务类型说明毛利率与同行业可比公司比较情况。

（3）说明发行人报告期前后收入和利润规模显著上升的原因及合理性、是否符合行业变动趋势，发行人生产经营是否稳定、相关持续经营能力是否存在重大不

确定性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

(1) 明确七彩化学、世名科技是发行人上游企业还是同行业可比公司，若属于上游企业，从化工行业整体分类情况说明染料和墨水的差异，可比公司是否完整；若属于同行业可比公司，说明毛利率存在差异的原因及合理性

一、关于七彩化学、世名科技的情况说明

七彩化学的主营业务为高性能有机颜料、溶剂染料及相关中间体的研发、生产与销售。高性能有机颜料产品主要包括苯并咪唑酮系列、偶氮缩合系列和异吲哚啉系列，溶剂染料主要包括溶剂红 195 和溶剂绿 5，相关中间体主要包括 AABI 和 1,8-萘酐，产品色系以黄色和橙色为主。

世名科技是国内知名的色浆、功能添加剂等产品的专业供应商，作为新型材料，其产品广泛应用于涂料、纺织纤维、胶乳、墨水等众多色彩应用领域。

根据《国民经济行业分类》(GB/T 4754—2017) 划分，七彩化学、世名科技所处行业均属于“C 制造业”之“C26 化学原料和化学制品制造业”之“C264 涂料、油墨、颜料及类似产品制造”之“C2645 染料制造”。

二、关于染料、颜料与墨水产品的差异说明

1、行业分类差异

根据《国民经济行业分类》(GB/T 4754—2017) 划分，染料、颜料与墨水产品所属的细分行业存在差异，具体如下：

产品名称	行业大类	行业小类	分类说明
染料、颜料	C26 化学原料和化学制品制造业	C2645 染料制造	指有机合成、植物性或动物性色料，以及有机颜料的生产活动
墨水	C26 化学原料和化学制品制造业	C2642 油墨及类似产品制造	指由颜料、联接料（植物油、矿物油、树脂、溶剂）和填充料经过混合、研磨调制而成，用于印刷的有色胶浆状物质，以及用于计算机打印、复印机用墨等生产活动

2、产品差异

（1）染料、颜料

使物质显现颜色的物质统称为着色剂，着色剂主要分为染料和颜料两种色料。染料是指溶于水或其他溶剂的色料；颜料则是不溶于水或其他溶剂的色料，主要以细微颗粒分散在使用介质中着色。

染料在使用过程中一般先溶于使用介质，在染色时经历了一个从晶体状态先溶于溶剂成为分子状态后再上染到其他物品上的过程。因此，染料主要用于纺织品等材料的染色。

颜料在使用过程中，由于不溶于使用介质，所以始终以原来的晶体状态存在，并分散于各介质中。因此，颜料常用于涂料、油墨、塑料和橡胶，以及陶瓷、造纸等的着色。

（2）墨水

油墨是一种色料微粒均匀分散在连接料中并具有一定黏性的流体物质，是印刷中不可或缺的重要材料。而数码喷印墨水虽然具有一定的油墨特性，但区别于传统印刷技术所使用的油墨，是采用基于液体从微小流体分裂成液滴原理的应用技术，由计算机指令将细微的墨滴导向承印物，通过两者间相互作用，使之产生图像文字以及具备一定功能性。

因此，染料、颜料为主要着色用原材料，与单体、光引发剂、醇醚类化工制品等各类溶助剂原材料共同组成墨水产品。

综上，七彩化学、世名科技属于公司上游色料类原材料企业。经充分评估，公司已于同行业可比公司中删除七彩化学、世名科技，并补充杭华股份、洋紫荆两家油墨企业进行比较，具体请参见本回复问题 14。

（2）结合具体产品构成情况说明毛利率高于纳尔股份的原因及合理性，发行人整体毛利率与同行业可比公司存在差异的原因及合理性，并按照业务类型说明毛利率与同行业可比公司比较情况

一、结合具体产品构成情况说明毛利率高于纳尔股份的原因及合理性

报告期内，公司与纳尔股份按照不同用途划分的墨水产品收入占比及毛利率对比情况如下：

单位：%

产品	2020 年度				2019 年度			
	纳尔股份		天威新材		纳尔股份		天威新材	
	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率
数码印花墨水	未披露	未披露	53.80	34.56	未披露	未披露	55.44	27.04
桌面办公墨水	未披露	未披露	10.05	29.14	未披露	未披露	7.73	25.43
广告喷绘墨水	未披露	未披露	6.94	31.88	未披露	未披露	6.51	26.71
其他	未披露	未披露	29.21	37.12	未披露	未披露	30.31	32.83
合计	100.00	30.27	100.00	34.58	100.00	24.80	100.00	28.65

产品	2018 年度				2017 年度			
	纳尔股份		天威新材		纳尔股份		天威新材	
	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率
数码印花墨水	66.54	34.97	54.97	30.17	63.67	37.88	57.41	38.83
桌面办公墨水	21.60	19.92	8.90	27.59	25.48	16.69	12.25	29.38
广告喷绘墨水	9.09	6.80	7.14	26.79	7.92	10.84	8.54	34.04
其他	2.77	32.22	28.98	36.14	2.92	31.80	21.81	37.08
合计	100.00	29.08	100.00	31.43	100.00	30.16	100.00	36.88

注：1、纳尔股份综合毛利率数据按“数码喷墨墨水”口径计算。

2、产品分类参考纳尔股份披露口径。

1、数码印花墨水

纳尔股份数码印花墨水产品主要包括热转印墨水、涂料墨水和活性墨水，公司数码印花墨水产品主要包括分散（热转印/热升华）墨水、活性墨水、酸性墨水和涂料墨水 2017 年度、2018 年度，公司数码印花用途类墨水产品毛利率与纳尔股份毛利率相当，且变动趋势一致。

2、桌面办公墨水

桌面办公墨水产品均以水性墨水为主。公司桌面办公墨水存在境外销售，毛利率相对较高，拉升了整体毛利率水平。2017 年度，公司桌面办公墨水境内销售毛利率为 24.85%，相比纳尔股份毛利率 16.69%略高，根据纳尔股份公开披露文件显示，主要原因系该年度纳尔股份存在“向部分低毛利率客户销售”所致。2018 年度，公

司桌面办公墨水境内销售毛利率为 20.54%，与纳尔股份毛利率 19.92%基本一致。

3、广告喷绘墨水

广告喷绘墨水在纳尔股份、天威新材的销售占比均低于 10%，占比较低，且天威新材的销售占比呈下降趋势，并非公司的主要产品。其中，纳尔股份广告喷绘墨水产品主要包括水性染料墨水、弱溶剂墨水等，公司广告喷绘墨水产品主要包括水性染料墨水、水性颜料墨水、弱溶剂墨水和油性墨水，其中水性颜料墨水、油性墨水的毛利率相对较高。

2017 年度，公司广告喷绘墨水产品中水性颜料墨水、油性墨水毛利率分别为 38.25%、37.49%，该两类墨水产品合计收入占当期广告喷绘墨水收入的 59.01%；2018 年度，公司广告喷绘墨水产品中水性颜料墨水、油性墨水毛利率分别为 30.47%、38.63%，该两类墨水产品合计收入占当期广告喷绘墨水收入的 61.60%。公司水性颜料墨水、油性墨水提升了广告喷绘墨产品的整体毛利率水平，从而致使 2017 年度、2018 年度公司广告喷绘墨水毛利率均大幅高于纳尔股份。

综上，公司与纳尔股份的主要产品一数码印花墨水毛利率水平基本相当，其他用途墨水由于在销售区域、产品构成等方面均存在一定差异，导致纳尔股份毛利率较低。

从综合毛利率来看，2018 年-2020 年，公司与纳尔股份的毛利率水平较为接近，且变动趋势一致。

综上所述，公司数码喷印墨水产品整体毛利率略高于纳尔股份具有合理性。

二、发行人整体毛利率与同行业可比公司存在差异的原因及合理性

报告期内，公司主营业务毛利率与同行业可比公司比较情况如下：

企业名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
纳尔股份	30.27%	24.80%	29.08%
道氏技术	32.37%	32.10%	34.87%
杭华股份	27.27%	25.48%	24.02%
科德教育	21.77%	22.33%	21.12%
洋紫荆	未披露	25.64%	19.08%

行业平均值①	27.92%	26.07%	25.63%
行业平均值②	31.32%	28.45%	31.98%
天威新材	34.58%	28.65%	31.43%

注：1、以上数据根据可比公司所披露的定期公告、招股说明书等公开披露文件计算得出。其中，纳尔股份按“数码喷墨墨水”口径计算，道氏技术按“陶瓷墨水”、“陶瓷釉面材料”口径计算，杭华股份按“UV 油墨、胶印油墨、液体油墨”口径计算，科德教育按“精细化工品”、“油墨及类似产品制造”口径计算，洋紫荆按“凹版油墨、平版油墨、环保型加工材料”。

2、行业平均值①为纳尔股份、道氏技术、杭华股份、科德教育、洋紫荆 5 家公司平均值。

3、行业平均值②为纳尔股份、道氏技术 2 家公司平均值。

以上可比公司中，主营产品中存在公司同类产品-数码墨水的为纳尔股份、道氏技术。2018 年、2019 年，公司主营业务毛利率与纳尔股份、道氏技术毛利率的平均值基本一致。2020 年，公司主营业务毛利率略高。报告期内，公司主营业务毛利率的变动趋势与上述两家公司基本一致。

公司主营业务毛利率与纳尔股份的差异原因请参见本题回复之（2）。

公司主营业务毛利率与道氏技术的差异原因主要在于，道氏技术的陶瓷墨水产品均应用于建筑陶瓷产业，该产业的利润率水平较高，对原料成本的敏感度相对较低。受此影响，陶瓷墨水产品的溢价空间较大，导致 2018 年度、2019 年度道氏技术毛利率水平高于公司。2020 年度，道氏技术在年度报告中将产品进行了重新分类，用陶瓷釉面材料代替了陶瓷墨水，该分类中除了原有的陶瓷墨水，还新增了全抛印刷釉、基础釉等传统釉面材料产品，拉低了该统计口径下的整体毛利率水平，导致 2020 年度公司主营业务毛利率高于道氏技术，高于纳尔股份、道氏技术的平均值。总体来看，公司主营业务毛利率与道氏技术的差异较小，且具有合理性。

公司主营业务毛利率与杭华股份、科德教育、洋紫荆的差异原因主要在于，杭华股份、科德教育、洋紫荆均主要从事如胶印油墨、凹印油墨、柔印油墨等传统油墨产品的研发、生产和销售，其传统油墨领域的市场竞争相对更为激烈，且产品精细化程度较数码喷印墨水存在较大差距，致使生产成本更低，导致该 3 家可比公司毛利率均低于公司，具有合理性。

三、按照业务类型说明毛利率与同行业可比公司比较情况**1、公司与纳尔股份相同业务类型毛利率的比较情况**

详见本回复问题 11 之（2）之“一、结合具体产品构成情况说明毛利率高于纳尔股份的原因及合理性”。

2、公司与道氏技术相同业务类型毛利率的比较情况

报告期内，道氏技术按“陶瓷墨水”、“陶瓷釉面材料”口径计算的毛利率分别为 34.87%、32.10%和 32.37%；公司主营业务毛利率分别为 31.43%、28.65%和 34.58%。

道氏技术主要从事新能源电池材料和无机非金属釉面材料的研发、生产与销售，陶瓷材料板块的主要产品为陶瓷墨水、全抛印刷釉和基础釉，主要用于建筑陶瓷行业。

报告期内，公司与道氏技术按照建筑装潢用途划分的墨水产品各项指标对比情况如下：

单位：万元、元/KG

企业名称	2020 年度				
	收入	占比	单位售价	单位成本	毛利率
道氏技术	84,997.35	100.00%	6.47	4.38	32.37%
天威新材	66.64	0.24%	292.79	97.87	66.57%
企业名称	2019 年度				
	收入	占比	单位售价	单位成本	毛利率
道氏技术	49,048.67	100.00%	4.04	2.74	32.10%
天威新材	72.21	0.12%	327.80	112.29	65.75%
企业名称	2018 年度				
	收入	占比	单位售价	单位成本	毛利率
道氏技术	47,975.00	100.00%	3.48	2.27	34.87%
天威新材	33.58	0.20%	255.78	88.57	65.37%

注：1、道氏技术收入、毛利率数据按“陶瓷墨水”、“陶瓷釉面材料”口径计算。

2、道氏技术单位售价数据按“陶瓷墨水营业收入/釉面材料销售量”、“陶瓷釉面材料营业收入/釉面材料销售量”口径计算。

3、道氏技术单位成本数据按“陶瓷墨水营业成本/釉面材料销售量”、“陶瓷釉面材料营业成本/釉面材料销售量”口径计算。

4、道氏技术未披露陶瓷墨水销量，釉面材料销售量为陶瓷墨水、全抛印刷釉和基础釉等陶瓷釉面材料的合计销量。

参考道氏技术按建筑装饰业务类型划分，2017 年度，公司建筑装饰墨水中陶瓷/外墙墨水的收入为 29.10 万元，毛利率为 33.47%，与道氏技术各年度同类产品的毛利率水平相当。2018 年至 2020 年，公司建筑装饰墨水产品基本均为高温烧结玻璃墨水，与陶瓷墨水不同，该产品属于当前数码喷印墨水领域的前沿技术产品，毛利率水平较高且保持平稳增长。

在单位成本方面，报告期内，公司建筑装饰墨水单位成本大幅高于道氏技术，主要原因在于：①计算道氏技术单位成本所使用的销售量为其全部釉面材料销量，而非陶瓷墨水销量，其中存在大量传统釉面材料销量导致其单位成本在较大程度上被摊薄；②道氏技术建筑装饰墨水收入金额相比公司相差较大，促使其在原料采购端具备相对较大的议价能力，致使其单位成本更低；③道氏技术陶瓷墨水、陶瓷釉面材料主要原料包括氧化锆、氧化钴、氧化锌等，公司高温烧结玻璃墨水主要原料包括氧化铍，该种原材料的市场价格相对较高；④公司高温烧结玻璃墨水的生产需将原料进行多次混合、研磨及烧结，生产工艺相比陶瓷墨水更为复杂；同时高温烧结玻璃墨水在打印精度、锐度以及色彩种类、艳丽度等方面，相比陶瓷墨水的打印要求更高，导致其生产工艺的精细化程度较高；此外，公司高温烧结玻璃墨水为小批量生产，进而导致该产品的生产成本更高。基于上述情况，公司建筑装饰墨水的单位成本较高。

在单位售价方面，报告期内，公司建筑装饰墨水单位售价大幅高于道氏技术，主要原因在于：①计算道氏技术单位售价所使用的销售量为其全部釉面材料销量，导致其单位售价在较大程度上被摊薄；②道氏技术建筑装饰墨水收入金额相比公司相差较大，其产品销售端的规模优势明显，致使其单位售价较低；③根据中国印刷及设备器材工业协会数据，2011 年喷墨打印技术开始在我国瓷砖行业中应用，迄今为止全国有超过三分之一的陶瓷砖生产线配备了喷墨打印设备，喷墨打印产品所占比例为 50%-60%。近 10 年来，陶瓷墨水市场规模的快速发展促使其销售价格不断下调。而公司高温烧结玻璃墨水属于当前数码喷印墨水市场的前沿技术产品，国内具备该产品生产技术的厂商较少；同时，高温烧结玻璃墨水目前仍处于与新兴印制领域的融合阶段，产品销量较小。基于上述情况，公司建筑装饰墨水的单位售价较

高。

从整体毛利率来看，公司主营业务毛利率略低于道氏技术毛利率，具体原因详见本题回复之“二、发行人整体毛利率与同行业可比公司存在差异的原因及合理性”。

3、公司与杭华股份、科德教育、洋紫荆相同业务类型毛利率的比较情况

报告期内，杭华股份按“UV 油墨、胶印油墨、液体油墨”口径计算的毛利率分别为 24.02%、25.48%和 27.27%；科德教育按“精细化工品”、“油墨及类似产品制造”口径计算的毛利率分别为 21.12%、22.33%和 21.77%；2018 年度、2019 年度，洋紫荆按“凹版油墨、平版油墨、环保型加工材料”口径计算的毛利率分别为 19.08%、25.64%。报告期内，公司主营业务毛利率分别为 31.43%、28.65%和 34.58%。

杭华股份主要从事节能环保型油墨产品及数码材料、功能材料的研发、生产和销售，为客户提供油墨相关产品和印刷解决方案，主要产品包括 UV 油墨系列产品、胶印油墨系列产品和液体油墨系列产品，广泛应用于包装印刷、出版印刷及商业印刷等领域。

科德教育主营业务为教育培训和胶印油墨制造两大业务板块，在油墨制造业务方面，其主营产品为胶印油墨的研发、生产与销售，主要产品为快干亮光型、高光泽型、高耐磨型胶印油墨，广泛运用于食品、电子、化妆品、化工等多个行业。

洋紫荆主要从事油墨相关产品的研发、生产和销售，主营产品包括凹版油墨、平版油墨、环保型加工材料等，主要应用于食品包装及印刷行业。

上述 3 家可比公司均主要经营传统油墨产品的研发、生产和销售。报告期内，公司与杭华股份、科德教育、洋紫荆的墨水产品各项指标对比情况如下：

单位：万元、元/KG

企业名称	2020 年度				
	收入	占比	单位售价	单位成本	毛利率
杭华股份	94,425.37	100.00%	35.80	26.04	27.27%
科德教育	35,534.89	100.00%	未披露	未披露	21.77%
洋紫荆	未披露	未披露	未披露	未披露	未披露
天威新材	33,339.48	100.00%	44.74	29.27	34.58%
企业名称	2019 年度				
	收入	占比	单位售价	单位成本	毛利率
杭华股份	96,807.59	100.00%	34.59	25.78	25.48%

科德教育	37,215.14	100.00%	未披露	未披露	22.33%
洋紫荆	106,959.40	100.00%	20.06	14.91	25.64%
天威新材	35,299.58	100.00%	49.54	35.35	28.65%
企业名称	2018 年度				
	收入	占比	单位售价	单位成本	毛利率
杭华股份	92,429.56	100.00%	32.84	24.95	24.02%
科德教育	41,300.41	100.00%	22.42	17.68	21.12%
洋紫荆	105,704.92	100.00%	19.36	15.67	19.08%
天威新材	28,762.50	100.00%	47.64	32.67	31.43%

注：1、杭华股份收入、毛利率数据按“UV 油墨、胶印油墨、液体油墨”口径计算；科德教育收入、毛利率数据按“精细化工品”、“油墨及类似产品制造”口径计算；洋紫荆收入、毛利率数据按“凹版油墨、平版油墨、环保型加工材料”口径计算。

2、杭华股份单位售价数据按“UV 油墨、胶印油墨、液体油墨营业收入/UV 油墨、胶印油墨、液体油墨销售量”口径计算；科德教育单位售价数据按“精细化工品营业收入/油墨及类似产品制造销售量”口径计算；洋紫荆单位售价数据按“凹版油墨、平版油墨、环保型加工材料营业收入/凹版油墨、平版油墨、环保型加工材料销售量”口径计算。

3、杭华股份单位成本数据按“UV 油墨、胶印油墨、液体油墨营业成本/UV 油墨、胶印油墨、液体油墨销售量”口径计算；科德教育单位成本数据按“精细化工品营业成本/油墨及类似产品制造销售量”口径计算；洋紫荆单位成本数据按“凹版油墨、平版油墨、环保型加工材料营业成本/凹版油墨、平版油墨、环保型加工材料销售量”口径计算。

4、科德教育未披露 2018 年度精细化工品销量，油墨及类似产品制造销售量为精细化工品、其他胶印油墨的合计销量；科德教育未披露 2019 年度、2020 年度精细化工品、油墨及类似产品制造销量。

在单位成本方面，报告期内，公司墨水产品的单位成本高于杭华股份、科德教育、洋紫荆。主要原因在于：①报告期内，杭华股份 UV 油墨的收入占比分别为 47.37%、50.89%和 53.89%，相比科德教育、洋紫荆，该产品拉高了杭华股份整体单位售价、单位成本以及毛利率水平；杭华股份 UV 油墨毛利率分别为 32.94%、30.75%和 33.40%，公司 UV 墨水的毛利率分别为 36.04%、32.58%和 36.88%，与杭华股份类似产品的毛利率水平相当；②该 3 家可比公司传统油墨所需染料主要为商品粉，而公司墨水所需染料主要为蒽醌结构原粉，该类染料的纯度及精细化程度较高，导致公司原料采购成本更高；③传统油墨所适用的印刷工艺网版孔径一般为 100-200 目（微米级别），而公司墨水产品的生产需实施分散、研磨等工序，将墨水色浆处理至纳米级别，导致公司产品的生产成本更高；④该 3 家可比公司油墨产品收入金额

均高于公司，其在原料采购端具备相对较大的议价能力，致使其单位成本更低。基于上述情况，公司墨水产品的单位成本相比传统油墨较高。

在单位售价方面，报告期内，公司墨水产品单位售价略高于杭华股份、科德教育、洋紫荆。主要原因在于：①报告期内，杭华股份 UV 油墨收入占比较高，拉高了其整体单位售价、单位成本以及毛利率水平；②该 3 家可比公司传统油墨主要适用于品种单一、大批量的印刷订单需求，而公司墨水产品主要应用于多品种、小批量、零库存、短交期的定制化印制需求，同时具备减少水洗、电能消耗等节能环保的优势，使得公司产品的单位售价更高；③该 3 家可比公司所处传统油墨领域的市场竞争相对更为激烈，也导致其单位售价相对较低；④该 3 家可比公司油墨产品收入金额均高于公司，销售量较大，致使其单位售价较低。基于上述情况，公司墨水产品的单位售价相比传统油墨较高。

从整体毛利率来看，公司主营业务毛利率略高于杭华股份、科德教育和洋紫荆，具体原因详见本题回复之“二、发行人整体毛利率与同行业可比公司存在差异的原因及合理性”。

报告期内，杭华股份 UV 油墨与公司 UV 墨水各项指标对比情况如下：

单位：万元、元/KG

企业名称	2020 年度				
	收入	占比	单位售价	单位成本	毛利率
杭华股份	50,887.55	53.89%	87.17	58.05	33.40%
天威新材	9,637.87	28.91%	103.94	65.61	36.88%
企业名称	2019 年度				
	收入	占比	单位售价	单位成本	毛利率
杭华股份	49,264.58	50.89%	90.17	62.44	30.75%
天威新材	10,594.62	30.01%	117.28	79.08	32.58%
企业名称	2018 年度				
	收入	占比	单位售价	单位成本	毛利率
杭华股份	43,787.62	47.37%	90.15	60.46	32.94%
天威新材	8,274.53	28.77%	114.58	73.28	36.04%

报告期内，公司 UV 墨水的单位成本、单位售价均略高于同期杭华股份 UV 油墨的单位成本、单位售价，主要由于公司 UV 墨水为数码喷印墨水，杭华股份 UV

油墨主要为传统油墨，系数码喷印墨水与传统油墨在单位成本及售价方面的差异所致，主要体现在原材料差异（蒽醌结构原粉/商品粉）、产品品质要求（纳米级别/微米级别）、客户需求（定制化印制需求/品种单一、大批量）等，具体详见公司与杭华股份、科德教育、洋紫荆的墨水产品各项指标对比情况的分析。

报告期内，公司 UV 墨水的毛利率与杭华股份 UV 油墨的毛利率水平相当，不存在较大差异。

（3）说明发行人报告期前后收入和利润规模显著上升的原因及合理性、是否符合行业变动趋势，发行人生产经营是否稳定、相关持续经营能力是否存在重大不确定性

一、发行人报告期前后收入和利润规模显著上升的原因具有合理性，且符合行业变动趋势

2014 年度至 2020 年度，公司主要盈利指标情况如下：

		单位：万元						
项目		2020 年度	2019 年度	2018 年度	2017 年度	2016 年度	2015 年度	2014 年度
营业收入	金额	33,541.47	35,466.76	28,933.48	21,631.92	15,305.04	12,346.04	12,235.50
	增长率	-5.43%	22.58%	33.75%	41.34%	23.97%	0.90%	-
净利润	金额	5,259.26	4,200.14	4,056.62	2,746.89	1,940.28	1,771.18	1,756.46
	增长率	25.22%	3.54%	47.68%	41.57%	9.55%	0.84%	-
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	金额	4,658.57	3,977.60	3,416.00	2,923.11	1,566.20	1,352.98	1,715.06
	增长率	17.12%	16.44%	16.86%	86.64%	15.76%	-21.11%	-
主营业务毛利率		34.58%	28.65%	31.43%	36.88%	35.47%	32.53%	34.04%

2014 年度至 2020 年度，公司营业收入增长率分别为 0.90%、23.97%、41.34%、33.75%、22.58%、-5.43%，扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润增长率分别为-21.11%、15.76%、86.64%、16.86%、16.44%、17.12%，总体来看，公司盈利能力保持稳步上升趋势的同时，毛利率波动较小。其中，公司 2017 年度、2018 年度的收入和利润规模同比显著上升，主要原因如下：

2016 年度至 2018 年度，公司主营业务收入按产品类别划分的增长情况如下：

单位：万元			
项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度

	金额	比例	增长率	金额	比例	增长率	金额	比例
分散墨水	11,279.84	39.22%	25.18%	9,010.60	42.62%	52.36%	5,914.10	40.28%
UV 墨水	8,274.53	28.77%	81.73%	4,553.18	21.54%	92.25%	2,368.34	16.13%
水性墨水	3,789.28	13.17%	-0.78%	3,819.01	18.06%	4.40%	3,658.06	24.91%
活性墨水	4,036.64	14.03%	47.59%	2,734.96	12.94%	48.63%	1,840.07	12.53%
其他墨水	1,382.21	4.81%	34.86%	1,024.89	4.85%	13.47%	903.21	6.15%
总计	28,762.50	100.00%	36.04%	21,142.64	100.00%	43.99%	14,683.79	100.00%

1、2017 年度，公司分散墨水销售收入为 9,010.60 万元，占比为 42.62%，同比增长 52.36%；公司活性墨水销售收入为 2,734.96 万元，占比为 12.94%，同比增长 48.63%。主要由于 2016 年以来，工信部、中国印染行业协会等部门相继出台关于纺织、印染产业的“十三五”发展规划，重点明确需加强无水、少水印染加工技术，推广数码喷墨印花技术。受相关利好政策刺激，公司分散墨水、活性墨水市场需求快速增加。

2018 年度，公司分散墨水销售收入为 11,279.84 万元，占比为 39.22%，同比增长 25.18%；公司活性墨水销售收入为 4,036.64 万元，占比为 14.03%，同比增长 47.59%。主要由于随着数码喷墨印花技术对传统丝网印花技术的逐步替代，公司分散墨水、活性墨水市场需求持续增长；同时，公司开发的高速工业打印分散墨水逐步到市场认可，2018 年销售收入同比增长 53.18%，占分散墨水新增销售收入的 80% 以上。

2、自 2017 年开始，国家和各地方不断出台多项环保监管政策法规，加强对传统溶剂型涂料、油墨等产品 VOCs 排放的管控。受此环保政策因素影响，作为主要替代品的环保型 UV 涂料、墨水等产品市场快速增长。2017 年度，公司 UV 墨水销售收入为 4,553.18 万元，占比为 21.54%，同比增长 92.25%。

2018 年度，公司 UV 墨水销售收入为 8,274.53 万元，占比为 28.77%，同比增长 81.73%。主要由于随着 UV 墨水的性能优势逐渐得到市场的认可，公司新老客户的需求不断扩大；同时，公司工业喷头用中性 UV 墨水收入于 2018 年实现爆发式增长，销售收入同比增长 160.71%，从而带动了公司 UV 墨水销售额的快速增长。

3、2017 年 3 月，公司 3 号厂房通过竣工验收并交付使用，公司生产空间得到扩大。基于此，公司于当年的机器设备投入金额显著增长。截至 2017 年 12 月 31 日，公司机器设备原值金额相比 2016 年 12 月 31 日增长 41.53%，促使公司产能得

到快速提升，与 2017 年营业收入增长率 41.34%基本一致。

从公司所处行业的变动趋势看，据中国印刷及设备器材工业协会统计，2015 年-2019 年，我国数码喷印墨水市场规模均保持在年均 20%以上的增长速度，受疫情影响，预计 2020 年会有所下降。2015 年至 2019 年，公司营业收入增长率均保持在 20%以上，2020 年受疫情影响小幅下降。其中，受益于国家和地方产业、环保政策支持，市场需求受行业发展带动影响，以及公司高速工业打印分散墨水、工业喷头用中性 UV 墨水等产品创新、技术服务优势对收入的带动影响，公司 2017 年度、2018 年度营业收入增长率相对较高。

综上，公司报告期前后收入和利润规模显著上升具有合理性，且符合行业变动趋势。

二、发行人生产经营稳定，相关持续经营能力不存在重大不确定性

根据《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 4 的要求，公司进行了逐项对比分析，具体如下：

序号	审核问答要求	公司具体情况	是否存在审核问答列举情形
1	发行人所处行业受国家政策限制或国际贸易条件影响存在重大不利变化风险	1、根据国家统计局颁布的《战略性新兴产业分类（2018）》，公司主营产品数码喷印墨水属于“3.3.7.2 油墨制造”；根据发改委颁布的《产业结构调整指导目录（2019 年本）》，公司主营产品数码喷印墨水属于鼓励类目录“十九、轻工、23、水性油墨、紫外光固化油墨、植物油油墨等节能环保型油墨生产；二十、纺织、7、采用数字化智能化印染技术装备、染整清洁生产技（数码喷墨印花）”范围。 2、报告期内，公司境外销售主要集中在亚洲、欧洲，不存在因主要境外客户所在国与我国存在贸易摩擦而导致公司持续经营能力存在重大不利影响的情形。 近年来，印度政府频繁对我国实施反倾销措施，涉及商品主要包括：电子产品、太阳能组件、消费类产品等。公司主营产品数码喷印墨水未被列入印度反倾销调查清单，公司向印度出口产品不存在重大不利影响。	否
2	发行人所处行业出现周期性衰退、产能过剩、市场容量骤减、增长停滞等情况	1、公司所处行业周期与宏观经济运行周期保持一致，2018 年、2019 年，我国 GDP 总量分别为 90.03 万亿元、99.09 万亿元，2020 年我国 GDP 总量突破 100 万亿元，经济发展保持一定增速，公司所处行业未出现周期性衰退现象。 2、公司主营产品为数码喷印墨水，不属于钢铁、水泥、电解铝、平板玻璃、船舶等产能过剩产业。 3、根据中国油墨协会相关资料显示，我国油墨年产量已从 2012 年的 61.5 万吨，发展到 2019 年的 77 万吨，年均增长率约为 3.3%；据中国印刷及设备器材工业协会统计，2015 年至 2019 年，我国数码喷印墨水市场规模均保持在年均 20%以上的增长速度，市场空间较大。2019 年我国喷印墨水的市场规模为 11.81 万吨，受疫情影响 2020 年会有所下降，预计 2022 年的市场规模将提升至 14.53 万吨。公司所处行业市场容量较大，不存在骤减或增长停滞的情形。	否
3	发行人所处行业准入门槛低、竞争激	1、公司所处行业属于技术密集型、资金密集型行业，行业内企业需具备完善的数码喷印墨水研发体系及研发能力，并通过长期的材料实验、工艺	否

序号	审核问答要求	公司具体情况	是否存在审核问答列举情形
	烈,相比竞争者发行人在技术、资金、规模效应方面等不具有明显优势	经验的技术积累,形成产品配方、生产工艺等核心技术,具备较高的技术门槛;同时,行业内企业生产工艺升级、产品配方优化以及市场份额提高均需企业资金实力的有力支持。 2、公司所处行业竞争较为激烈,相比竞争对手,经过多年的市场深耕和稳健发展,公司已于行业内逐步建立起较显著的竞争优势,并拥有较高的市场知名度和广泛的客户基础。 (1) 公司是国内较早进入数码喷印墨水领域,并成功实现自主创新突破的国内制造商之一,公司的数码喷印墨水制备、研发水平多年来处于行业前列。目前公司已建成广东省数码喷印功能材料工程技术研究中心、省级企业技术中心,并取得了21项发明专利,具备较强的技术优势。 (2) 公司是当前国内大型数码喷印墨水产品制造商之一,核心产品国内销量处于前列,具备明显的规模效应优势。 (3) 公司盈利能力逐年提升,经营活动产生的现金流量稳定,具备一定的资金优势。	
4	发行人所处行业上下游供求关系发生重大变化,导致原材料采购价格或产品售价出现重大不利变化	1、公司上游原材料主要包括染料、颜料等色料,以及单体、光引发剂等溶助剂。我国是染料、颜料产品的生产大国,品种丰富且产量较大;同时我国溶助剂类原材料的生产企业数量较多,市场供应较为充足。报告期内,公司部分原材料曾因突发重大安全事故、国家环保整治原因,出现直接或间接供应不足的极端情况,导致采购价格存在一定波动。目前,随着上游供应端的整改提标、复产增产,主要原材料采购价格均已不断回落,市场供应趋于稳定。公司不存在因上游供求关系发生重大变化,导致原材料采购出现重大不利变化的情况。 2、当前,数字化生产手段将成为各行业重要的发展方向,除传统办公打印应用领域外,数码喷印技术越来越广泛地应用于纺织印花、广告图像、包装出版、建筑装潢、电子电路、工艺装饰、食品医疗以及航空航天等众多工业领域。随着数码喷印技术被更加广泛地使用,更多不同类型的用户对数码喷印的需求将大幅增加。根据相关行业协会数据显示,未来数码喷印墨水市场规模仍将持续扩大。公司不存在因下游供求关系发生重大变化,导致产品售价出现重大不利变化的情况。	否
5	发行人因业务转型的负面影响导致营业收入、毛利率、成本费用及盈利水平出现重大不利变化,且最近一期经营业绩尚未出现明显好转趋势	1、公司自成立以来始终专注于数码喷印功能性材料的研发、生产和销售。通过长期的研发投入和技术积累,公司已形成了以分散墨水、UV墨水、水性墨水和活性墨水产品为核心,其他种类墨水产品全面发展的数码喷印功能性材料产品体系。公司不存在业务转型的情形。 2、报告期内,公司扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润分别为3,416.00万元、3,977.60万元和4,658.57万元,公司盈利能力不断提升,在营业收入、毛利率、成本费用等方面不存在重大不利变化。	否
6	发行人重要客户本身发生重大不利变化,进而对发行人业务的稳定性和持续性产生重大不利影响	报告期内,公司前五大客户自身经营情况良好,未出现重大不利变化,未对公司业务的稳定性和持续性产生重大不利影响。	否
7	发行人由于工艺过	1、公司研发项目坚持以数码喷印墨水的前沿应用为导向之一,保持处于	否

序号	审核问答要求	公司具体情况	是否存在审核问答列举情形
	时、产品落后、技术更迭、研发失败等原因导致市场占有率持续下降、重要资产或主要生产线出现重大减值风险、主要业务停滞或萎缩	国内行业的前沿阶段。同时，针对传统印制领域，公司数码喷印墨水产品以高稳定性为核心，兼顾高速打印、流畅性好、耐候性强、精度高、色泽饱满、绿色环保、覆盖基材介质的应用范围广，以及适用数码喷头类型通用性高等多项性能优势，综合效果展现能力突出。公司部分产品的性能指标已达到或优于同类进口产品水平。报告期内，公司分散墨水的市场份额分别为19.99%、21.14%和27.82%，公司UV墨水的市场份额分别为6.75%、7.11%和7.54%，均呈逐年上升趋势。公司具备较强的研发能力与技术储备，不存在由于工艺过时、产品落后、技术更迭、研发失败等原因导致市场占有率持续下降的情形。 2、报告期内，公司重要资产及主要生产线利用充分，不存在重大减值风险、主要业务停滞或萎缩的情况。	
8	发行人多项业务数据和财务指标呈现恶化趋势，短期内没有好转迹象	报告期内，公司业务数据和财务指标不存在呈现恶化趋势的情形，具体请参见招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、主要财务指标”。	否
9	对发行人业务经营或收入实现有重大影响的商标、专利、专有技术以及特许经营权等重要资产或技术存在重大纠纷或诉讼，已经或者未来将对发行人财务状况或经营成果产生重大影响	报告期内，公司拥有18项境内商标、4项境外商标，并使用3项授权商标，该授权商标对应收入占公司收入比重较低，且呈下降趋势。公司拥有30项专利，其中1项专利涉及纠纷或诉讼，相关争议最终均以公司胜诉、法院驳回对方诉讼请求以及对方撤诉得到解决。公司合法拥有或使用商标、专利等资产，并用于正常经营，不存在对公司业务经营或收入实现有重大影响的商标、专利、专有技术以及特许经营权等重要资产或技术存在重大纠纷或诉讼，已经或者未来将对公司财务状况或经营成果产生重大影响的情况。	否
10	其他明显影响或丧失持续经营能力的情形	报告期内，公司不存在其他明显影响或丧失持续经营能力的情形。	否

综上，报告期内，公司生产经营稳定，相关持续经营能力不存在重大不确定性。

核查过程及核查结论

（一）核查程序

我们履行了如下核查程序：

- 1、查阅七彩化学、世名科技公开披露文件、公告等，查阅《国民经济行业分类》（GB/T 4754—2017）作为行业分类依据；分析染料、颜料产品与墨水产品差异，评估更换发行人同行业可比公司；

2、查阅纳尔股份公开披露文件、公告等，获取发行人产品销售收入、成本明细，根据纳尔股份披露口径统计发行人产品分类并进行对比分析；

3、查阅其他发行人同行业可比公司公开披露文件、公告等，计算各公司相关产品单位售价、单位成本及毛利率，根据各公司披露口径对应统计发行人产品分类并进行对比分析；

4、查阅发行人 2014 年以来审计报告、年度报告，在建工程转固情况、机器设备投入情况等；查阅行业协会相关行业研究报告、产业政策文件，对比分析发行人营业收入及利润增长原因；

5、登录印度政府贸易救济总局网站，查询印度反倾销调查清单；查阅国务院关于化解产能严重过剩矛盾的指导意见；查阅报告期内发行人商标注册证、商标转让协议；查阅报告期内发行人涉及的专利诉讼文件。

（二）核查结论

经核查，我们认为：

1、染料、颜料为主要着色用原材料，与单体、光引发剂、醇醚类化工制品等各类溶助剂原材料共同组成墨水产品；七彩化学、世名科技属于发行人上游色料类原材料企业；发行人已于同行业可比公司中删除七彩化学、世名科技，并补充杭华股份、洋紫荆两家油墨企业进行比较；

2、发行人与纳尔股份数码印花墨水毛利率水平基本相当，其他业务类型墨水产品由于在销售区域、产品构成等方面均存在一定差异，导致发行人墨水产品整体毛利率略高于纳尔股份，具有合理性；发行人与其他同行业可比公司相同业务类型墨水产品毛利率水平存在一定差异，主要由于产品应用领域、采购/销售规模、生产工艺复杂程度以及市场竞争情况等方面存在差异，具有合理性；

3、受益于国家和地方产业、环保政策的有力支持，以及发行人在扩大生产规模等方面的不断投入，发行人报告期前后收入和利润规模显著上升具有合理性，且符合行业变动趋势。发行人生产经营稳定，相关持续经营能力不存在重大不确定性。

问题 12. 关于存货

申报文件及审核问询回复显示：

(1) 部分产品库存商品期末单位成本与当期平均销售成本存在差异，主要原因系产品型号存在差异、当期销售成本与标准成本差异等。

(2) 发行人选取上游行业七彩化学、世名科技为可比公司，认为其产成品与公司计提跌价准备的存货项目具有可比性。

请发行人：

(1) 列示库存项目下主要产品型号、产品标准成本与当季原材料成本匹配情况等，进一步说明库存商品单位成本与平均销售成本存在差异的原因及合理性。

(2) 列示上游公司存货项目与发行人存货项目的具体情况，说明存货跌价准备计提是否充分、是否具有可比性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

(1) 列示库存项目下主要产品型号、产品标准成本与当季原材料成本匹配情况等，进一步说明库存商品单位成本与平均销售成本存在差异的原因及合理性

一、采用标准成本核算产成品成本的原因

标准成本法以合理的标准成本为基础，SAP 系统自动把实际发生的成本与标准成本进行对比，记录成本差异，该差异成为向管理人员发出的一种“警告”，以此为线索，企业可以进一步查明形成差异的原因和责任，并据此采取相应的措施，实现对成本差异的有效控制，提高企业成本管理水平。

标准成本法下“标准成本”+“成本差异”=“实际成本”，改变将传统成本会计事后核算的局限性，强调事前计划、执行过程控制、事后分析，通过标准成本的制订、生产经营过程中成本差异的检查控制、定期的成本分析，把三者统一起来，形成成本预测、计划、决策、控制、分析和考核一个完整的成本管理体系。

二、标准成本核算

1、原材料

针对原材料的领用，公司采用移动加权平均价进行计价，即生产领用的原材料是按照实际成本进行计价。

2、半成品及产成品

当月完工入库的半成品及产成品按标准成本计价，并于月末分摊生产差异。

半成品及产成品标准成本=直接人工标准成本+制造费用标准成本+直接材料标准成本

其中：

(1) 直接人工标准成本=标准人工工时 X 人工标准费用率

(2) 制造费用标准成本=变动制造费用标准成本+固定制造费用标准成本

变动制造费用标准成本=标准制造费用工时 X 变动制造费用标准费用率

固定制造费用标准成本=标准制造费用工时 X 固定制造费用标准费用率

(3) 直接材料标准成本=标准配方的料件耗用 X 系统核算时点的移动平均价

3、生产差异

当月发生的生产成本为实际成本，实际生产成本=直接人工实际成本+制造费用实际成本+直接材料成本

生产成本结转半成品及产成品的金额为实际成本，半成品及产成品实际入库的金额为标准成本。实际成本与标准成本的差异即为生产差异。具体的会计处理如下：

借：产成品或半成品（标准成本）

贷：生产成本（实际成本）

生产差异（标准成本与实际成本的差异）

每月末，公司将生产差异在半成品、产成品及主营业务成本间进行分摊，具体分摊方式如下：

(1) 计算当月主营业务标准成本

当月主营业务标准成本=当月销售量 X 标准单位成本

(2) 计算生产差异分配率

生产差异分配率=(期初生产差异+当月生产差异)/(当月主营业务标准成本+月末库存产成品标准成本+月末库存半成品标准成本)

(3) 计算当月半成品、产成品及主营业务成本应分摊的差异

当月主营业务成本分摊的生产差异金额=当月主营业务标准成本 X 生产差异分配率

月末产成品、半成品分摊的生产差异额=月末半成品、半成品标准成本 X 生产差异分配率

月末产成品、半成品实际成本=月末半成品、半成品标准成本+月末产成品、半成品分摊的生产差异额

当月主营业务实际成本=主营业务标准成本+主营业务成本生产差异金额

三、2018 年-2020 年每年年末差异分摊情况

2018 年末-2020 年末，按上述生产差异分摊方法，每年末存货差异的分摊情况如下：

单位：万元

项目名称	2020 年末 账面余额	分摊 金额	分摊 比例	2019 年末 账面余额	分摊 金额	分摊 比例	2018 年末 账面余额	分摊 金额	分摊 比例
库存商品	594.34	-6.22	10.34%	401.71	26.09	9.33%	514.98	50.45	14.05%
半成品	2,486.66	-26.00	43.21%	1,539.01	99.94	35.72%	1,231.86	120.68	33.60%
主营业务成本	2,674.28	-27.96	46.45%	2,367.02	153.72	54.95%	1,919.21	188.03	52.35%
差异调整	-60.17	-	-	279.75	-	-	359.16	-	-

四、主要库存商品单位成本与平均销售成本对比情况及差异原因分析

报告期各期末，公司库存商品项下主要产品为分散墨水、UV 墨水和活性墨水，占期末库存商品的比例分别为 85.70%、86.58%和 83.98%，其单位成本与结转单位成本情况如下：

单位：吨、万元、元/KG

项目	期末数量	期末金额	期末单位成本	当期平均销售成本	差异	差异率
2020.12.31						
分散墨水	77.38	191.18	24.71	26.74	-2.03	-7.59%
UV 墨水	22.05	145.78	66.11	65.61	0.50	0.76%
活性墨水	78.90	326.47	41.38	35.45	5.93	16.73%
2019.12.31						
分散墨水	73.40	223.47	30.45	30.86	-0.41	-1.33%
UV 墨水	16.15	110.14	68.21	79.08	-10.87	-13.75%
活性墨水	45.43	187.90	41.36	41.71	-0.35	-0.84%
2018.12.31						
分散墨水	82.96	215.37	25.96	27.23	-1.27	-4.66%
UV 墨水	20.09	151.83	75.59	73.28	2.31	3.15%
活性墨水	53.85	303.13	56.29	44.73	11.56	25.84%

注：1、当期平均销售成本=当期销售成本/当期销售数量。

2、差异=期末单位成本-当期平均销售成本。

3、差异率=差异/当期平均销售成本*100%。

1、库存商品项下主要产品的期末单位成本与当期平均销售成本存在差异，导致差异的主要原因系：

（1）分散墨水、UV墨水、活性墨水项下的产品型号众多，期末库存与当期销售的产品型号存在差异，导致部分产品的差异率较高；

（2）期末库存商品中的产品构成占比与当期销售的产品构成占比不同；

（3）单一墨水产品的库存商品单位成本与当期平均销售成本存在差异。

2、差异率在5%以上的项目分析如下：

2020年，分散墨水期末库存品种数量为360个品种左右，分散墨水销售的品种数量为2,200个左右；活性墨水期末库存品种数量为30个品种左右，活性墨水当年销售的品种数量为320个品种左右。

2019年，UV墨水期末库存商品品种数量为400个品种左右，UV墨水当年销售的

品种数量为2,200个品种左右。

2018年，活性墨水期末库存商品品种数量为50个品种左右，活性墨水当年销售的品种数量为340个品种左右。

期末库存品种与当期销售品种存在差异，导致期末库存商品单位成本与当期平均销售成本存在差异。

3、期末存货项目前十大品种对比情况：

单位：元/KG

2020 年 12 月 31 日-分散墨水				
期末库存前 10 大品种	单位成本	占分散墨水期末库存比例	当期平均销售成本	占分散墨水当期销售成本比例
分散墨水-产品 1	33.43	4.94%	36.35	0.20%
分散墨水-产品 2	31.12	4.27%	37.73	0.19%
分散墨水-产品 3	21.03	3.92%	23.41	0.35%
分散墨水-产品 4	33.75	3.20%	34.32	0.29%
分散墨水-产品 5	12.75	3.12%	13.16	0.16%
分散墨水-产品 6	32.19	3.05%	32.73	0.27%
分散墨水-产品 7	13.75	3.04%	13.98	0.19%
分散墨水-产品 8	25.45	2.95%	25.88	0.29%
分散墨水-产品 9	23.86	2.92%	28.28	0.14%
分散墨水-产品 10	26.97	2.84%	27.42	0.16%
2020 年-活性墨水				
期末库存前 10 大品种	单位成本	占活性墨水期末库存比例	当期平均销售成本	占活性墨水当期销售成本比例
活性墨水-产品 1	44.84	10.90%	38.43	16.47%
活性墨水-产品 2	39.70	9.57%	无销售	-
活性墨水-产品 3	42.96	7.84%	39.45	7.73%
活性墨水-产品 4	43.32	7.79%	39.24	5.18%
活性墨水-产品 5	45.00	7.43%	38.95	5.26%
活性墨水-产品 6	49.37	4.46%	41.41	4.05%
活性墨水-产品 7	34.49	3.75%	28.86	0.76%
活性墨水-产品 8	26.10	3.59%	无销售	-
活性墨水-产品 9	44.34	3.41%	36.89	2.47%
活性墨水-产品 10	43.98	3.24%	39.29	1.79%
2019 年-UV 墨水				
期末库存前 10 大品种	单位成本	占 UV 墨水期末库存比	当期平均销售成	占 UV 墨水当期销售成本比

		例	本	例
UV 墨水-产品 1	83.32	4.99%	88.61	0.42%
UV 墨水-产品 2	62.80	4.34%	无销售	-
UV 墨水-产品 3	67.26	3.57%	75.29	0.39%
UV 墨水-产品 4	104.29	3.28%	115.49	0.01%
UV 墨水-产品 5	77.32	3.15%	79.70	0.23%
UV 墨水-产品 6	110.45	2.23%	110.84	0.28%
UV 墨水-产品 7	52.96	2.14%	70.72	0.09%
UV 墨水-产品 8	89.59	1.91%	88.45	0.49%
UV 墨水-产品 9	59.94	1.91%	71.77	0.33%
UV 墨水-产品 10	59.74	1.49%	68.59	0.04%

2018 年-活性墨水

期末库存前 10 大品种	单位成本	占活性墨水期末库存比例	当期平均销售成本	占活性墨水当期销售成本比例
活性墨水-产品 1	50.45	7.08%	45.15	0.66%
活性墨水-产品 2	49.61	6.82%	45.11	2.05%
活性墨水-产品 3	50.27	6.25%	45.10	1.03%
活性墨水-产品 4	48.14	3.83%	45.19	2.45%
活性墨水-产品 5	49.61	3.51%	45.20	3.78%
活性墨水-产品 6	50.82	3.48%	45.28	0.11%
活性墨水-产品 7	49.69	3.45%	45.14	1.92%
活性墨水-产品 8	50.33	3.18%	45.17	0.79%
活性墨水-产品 9	50.70	2.67%	45.15	0.69%
活性墨水-产品 10	50.40	2.65%	45.18	0.97%

从上表中可看出，同一类存货项目中，当年存货库存成本的存货构成与当年销售成本对应的商品品种构成不一样，期末库存商品中的存货构成占比与当期销售的产品构成占比不同，导致出现大类墨水（分散墨水、UV墨水、活性墨水）的整体差异。

单一墨水产品的库存商品单位成本与当期平均销售成本也存在差异，差异的原因主要为：库存商品的单位成本为时点数据，相对而言，更接近最近一期入库的实际生产成本，当期平均销售成本为时期数据平均数，为一个会计期间内销售的库存产品的成本的平均数，受各月的实际生产成本的影响。

两者存在差异主要受各月产量、原材料价格波动、损耗等影响，单一墨水产品不同月份的实际单位生产成本并不完全一致：

(1) 产量：产量的波动导致单位生产成本中分摊的固定成本发生波动。产量高的月份，单位产品分摊的固定成本少，单位生产成本则低；产量低的月份，单位产品分摊的固定成本多，单位生产成本则高。

(2) 原材料价格波动：原材料的价格波动也会导致实际生产成本发生波动，当月采购的原材料价格高，单位生产成本则高；当月采购原材料价格低，单位生产成本则低。

(3) 生产损耗：损耗率高的月份，单位生产成本则高；损耗率低的月份，单位生产成本则低。

(2) 列示上游公司存货项目与发行人存货项目的具体情况，说明存货跌价准备计提是否充分、是否具有可比性

公司原材料跌价准备与上游企业的库存商品跌价准备的计提对比情况如下：

单位：万元

期间	项目	账面余额	跌价准备	计提比例
2020.12.31	七彩化学	8,848.24	-	-
	世名科技	2,160.60	1.92	0.09%
	公司原材料	4,015.73	46.30	1.15%
2019.12.31	七彩化学	5,637.64	-	-
	世名科技	1,687.53	1.92	0.11%
	公司原材料	2,436.25	12.39	0.51%
2018.12.31	七彩化学	5,433.09	-	-
	世名科技	1,378.86	4.73	0.34%
	公司原材料	2,322.12	21.75	0.94%

七彩化学的主营业务为高性能有机颜料、溶剂染料及相关中间体的研发、生产与销售，世名科技是国内知名的色浆、功能添加剂等产品的专业供应商。两者均属于公司上游色料类原材料企业，其库存商品与公司的原材料具有可比性。

七彩化学 2018 年、2019 年、2020 年均未计提跌价准备，世名科技 2018、2019 年、2020 年跌价准备计提比率分别为 0.34%、0.11%和 0.09%。

公司在 2018 年至 2020 年原材料跌价准备计提比例分别为 0.94%、0.51%、1.15%，跌价准备计提充分。

核查过程及核查结论

（一）核查程序

1、获取并查阅发行人存货、营业成本核算方法、核算流程及费用分摊方法，向相关人员了解成本结转过程；

2、取得发行人报告期库存商品明细表以及销售台账，对比库存商品明细表中主要产品的单位成本与报告期最新销售记录所结转的单位成本，检查是否存在较大差异并分析产生差异的原因；

3、查阅七彩化学、世名科技公开披露文件、公告等，分析染料、颜料产品与墨水产品差异，评估发行人原材料与上游公司的可比性，通过上游公司公开披露文件公告等内容，获取相关库存商品跌价计提情况，并结合对发行人存货现场监盘以及获取存货库龄明细，检查存货跌价计提的充分性。

（二）核查结论

1、报告期各期末，发行人主要产品的单位成本与报告期销售记录结转成本存在差异，主要原因系：①报告期末主要产品的期末库存商品品种构成与当期主要产品平均销售成本的品种构成存在差异；②同一墨水产品因受报告期内各月产量、原材料价格波动及损耗的影响导致各月实际生产成本不一致，导致同一产品的期末库存单位成本与当期销售记录结转成本的平均销售成本也存在差异。当期部分库存商品进行标准成本重估后，会导致当期销售出库所结转成本的平均标准成本与当期期末库存的标准单位成本之间存在差异，差异处于合理水平；

2、七彩化学、世名科技属于发行人上游色料类原材料企业，产成品的跌价准备与发行人原材料的跌价准备具有可比性，发行人计提原材料跌价准备充分。

问题 13. 关于产能利用率和固定资产

申报文件及审核问询回复显示，2020 年 1-9 月，发行人分散墨水、UV 墨水、水性墨水、活性墨水的产能利用率分别为 58.21%、52.29%、82.22%和 56.64%，大

部分产品产能利用率下降较多。

请发行人说明各类产品产能变动的原因,尤其是 2020 年 1-9 月产能利用率下降的原因及合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

请发行人说明各类产品产能变动的原因,尤其是 2020 年 1-9 月产能利用率下降的原因及合理性

报告期内,公司分散墨水、UV 墨水、水性墨水、活性墨水四类主要产品的产能利用率情况如下:

产品	项目	单位	2020 年度	变动率	2019 年度	变动率	2018 年度
分散墨水	产能	吨	5,160.00	26.47%	4,080.00	13.33%	3,600.00
	产量	吨	3,797.58	-3.08%	3,918.46	26.43%	3,099.32
	产能利用率	%	73.60	-	96.04	-	86.09
UV 墨水	产能	吨	1,310.40	31.25%	998.40	52.38%	655.20
	产量	吨	944.10	1.07%	934.07	27.75%	731.16
	产能利用率	%	72.05	-	93.56	-	111.59
水性墨水	产能	吨	2,418.00	0.00%	2,418.00	0.00%	2,418.00
	产量	吨	2,109.66	29.42%	1,630.07	9.03%	1,495.00
	产能利用率	%	87.25	-	67.41	-	61.83
活性墨水	产能	吨	655.20	0.00%	655.20	20.00%	546.00
	产量	吨	443.79	-13.11%	510.75	-12.46%	583.46
	产能利用率	%	67.73	-	77.95	-	106.86

其中,2020 年 1-9 月,公司该四类主要产品的产能利用率分别为 58.21%、52.29%、82.22%、56.64%。

1、分散墨水产能变动及产能利用率情况

报告期内,公司分散墨水产能随着关键生产设备的投入,以及生产工艺的优化持续增长。2019 年,公司分散墨水产量同比大幅增长,产能利用率达 96.04%,已接近满负荷,因此 2020 年公司大幅提升分散墨水产能。2020 年 1-9 月,受国内外疫情影响,数码印花产业的整体订单量和数码印花墨水的需求量同比明显下降,公司

分散墨水因订单量下滑导致产能利用率大幅下降至 58.21%。随着国内疫情逐步得到控制，以及国家对数码印花市场的一系列刺激政策的实施，国内数码印花市场开始缓慢复苏，2020 年第三、四季度公司分散墨水产量恢复情况较为明显，促使 2020 年公司分散墨水产能利用率恢复至 73.60%。

2、UV 墨水产能变动及产能利用率情况

2018 年，受益于公司工业中性 UV 墨水等产品产量的快速增长，当年公司 UV 墨水产能利用率达 111.59%，已超负荷运转。基于此，公司于 2019 年大幅提升 UV 墨水产能，致使当年产品产能利用率回落至 93.56%。为进一步扩大公司 UV 墨水的销售及产量规模，公司于 2020 年继续投入关键生产设备以提升产能，但由于国内外疫情因素影响，2020 年 1-9 月公司 UV 墨水订单量不足，导致产能利用率大幅下降至 52.29%。随着国内外疫情情况趋于好转，2020 年第三、四季度公司 UV 墨水产量恢复情况较为明显，2020 年公司 UV 墨水产能利用率已恢复至 72.05%。

3、水性墨水产能变动及产能利用率情况

报告期内，公司未新增水性墨水关键生产设备，因此产品产能未发生变动。2020 年 1-9 月、2020 年，受疫情影响，桌面办公打印墨水需求大幅增长，促使公司水性墨水产量、产能利用率均大幅提升。

4、活性墨水产能变动及产能利用率情况

2018 年，受益于数码印花市场的需求增长，公司活性墨水产量较高，产能利用率达 106.86%。基于此，公司于 2019 年新增产品生产关键设备，但受主要客户自行开展数码墨水生产业务因素影响，当年公司活性墨水产量下降，导致产能利用率一定程度的下降。2020 年 1-9 月、2020 年，受疫情发展及控制因素影响，公司活性墨水产能利用率分别下降及恢复至 56.64%和 67.73%。

综上，报告期内，公司分散墨水、UV 墨水、水性墨水、活性墨水四类主要产品的产能变动情况，2020 年 1-9 月该四类主要产品的产能利用率下降情况具有合理性。

核查过程及核查结论

（一）核查程序

我们履行了如下核查程序：

1、获取发行人报告期内固定资产台账，抽盘相关固定资产；获取发行人分散墨水、UV 墨水、水性墨水、活性墨水四类主要产品关键生产设备变动、销量明细，分析产能、产能利用率变化；

2、查阅行业协会相关行业研究报告、产业政策文件，对比分析发行人分析产能、产能利用率变化。

（二）核查结论

经核查，我们认为：

报告期内，发行人分散墨水、UV 墨水、水性墨水、活性墨水四类主要产品的产能变动情况，2020 年 1-9 月该四类主要产品的产能利用率下降情况具有合理性。

问题 16. 关于资金流水核查

请保荐人、申报会计师结合中国证监会《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》问题 54 的要求，核查并说明：

（1）对发行人及其控股股东、实际控制人及其配偶、发行人主要关联方、董事、监事、高管、关键岗位人员等开立或控制的银行账户流水的具体核查情况，包括但不限于资金流水核查的范围、核查账户数量、取得资金流水的方法、核查完整性、核查金额重要性水平、核查程序、异常标准及确定程序、受限情况及替代措施等。

（2）核查中发现的异常情形，包括但不限于是否存在大额取现、大额收付等情形，是否存在相关个人账户与发行人客户及实际控制人、供应商及实际控制人、发行人股东、发行人其他员工或其他关联自然人的大额频繁资金往来；若存在，请说明对手方情况，相关个人账户的实际归属、资金实际来源、资金往来的性质及合理性，是否存在客观证据予以核实。

（3）结合上述情况，进一步说明针对发行人是否存在资金闭环回流、是否存在体外资金循环形成销售回款或承担成本费用、是否存在股份代持等情形所采取的具体核查程序、各项核查措施的覆盖比例和确认比例、获取的核查证据和核查结论，

并就发行人内部控制是否健全有效、发行人财务报表是否存在重大错报风险发表明确意见。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

(1) 对发行人及其控股股东、实际控制人及其配偶、发行人主要关联方、董事、监事、高管、关键岗位人员等开立或控制的银行账户流水的具体核查情况，包括但不限于资金流水核查的范围、核查账户数量、取得资金流水的方法、核查完整性、核查金额重要性水平、核查程序、异常标准及确定程序、受限情况及替代措施等

一、资金流水的核查范围、账户数量

根据中国证监会《首发业务若干问题解答（2020年6月修订）》问题54的要求，保荐人和申报会计师对2017年-2020年发行人及其主要相关方等开立或控制的共计178个银行账户进行了核查，具体情况如下：

序号	与发行人关系/职务	核查主体	核查账户数量 (个)	资料获取情况
1	发行人及其子公司	发行人、上海欣威、天威科创、香港天威新材	23	2017年-2020年银行对账单、开立账户清单、银行明细账、信用报告
2	发行人控股股东及多层控制架构涉及公司	控股股东及多层控制架构涉及公司：史达宝投资、天威控股、Top Print Company Limited、捷时国际、天威管理、天威乐信、天威企管、天威兴业等8家公司	18	境外主体：2017年-2020年银行对账单、银行账户明细、关于提供银行账户完整的承诺函 境内主体：2017年-2020年银行对账单、开立账户清单、关于提供银行账户完整的承诺函
3	实际控制人及其配偶	贺良梅及其配偶	21	2017年-2020年银行流水、关于提供银行账户完整的承诺函
4	除控股股东及控制架构涉及企业之外，其	天威众创	1	2017年-2020年银行对账单、开立账户清单、关于提供银行账户

序号	与发行人关系/职务	核查主体	核查账户数量 (个)	资料获取情况
	他持股 5%以上股东 (不含私募基金、上市公司)			完整的承诺函
5	实际控制人控制或投资的与发行人存在关联交易的主要关联公司	实际控制人控制或投资的与发行人存在关联交易的关联公司：天威飞马、天威厂、天威泛凌、联力科技、丰成有限等 13 家公司	75	境外主体：2017 年-2020 年银行对账单、银行账户明细、关于提供银行账户完整的承诺函 境内主体：2017 年-2020 年银行对账单、开立账户清单、关于提供银行账户完整的承诺函
6	董监高（不含外部董事潘永生、独立董事）、关键岗位人员（财务经理、出纳等）	张涛、田永中、朱崇友、FENGBIN WANG（王凤斌）等 12 人	40	2017 年-2020 年银行流水、关于提供银行账户完整的承诺函
合 计			178	-

二、取得资金流水的方法和核查完整性

1、取得资金流水的方法

(1) 法人主体：

①对于发行人的资金流水，保荐机构、申报会计师实地前往发行人各开户银行打印。

②对于发行人控股股东及多层控制架构涉及公司、持股 5%以上股东（不含私募基金、上市公司）、实际控制人控制或投资的与发行人存在关联交易的主要关联公司等法人主体，主要境内账户由保荐机构、申报会计师现场陪同打印，境外账户由相关公司打印后提交给保荐机构、申报会计师。

(2) 自然人主体：

①对于境内人士，主要由保荐机构、申报会计师现场陪同打印，个别外部董事（涂鋈、谢名优）由本人打印后提交给保荐机构、申报会计师。

②对于境外人士，由相关人员下达委托指令，从银行官方邮箱直接发送至中介

机构邮箱接收，或由本人打印或网银导出后提交给保荐机构、申报会计师。

2、关于完整性的核查

(1) 法人主体：对于发行人、发行人控股股东及多层控制架构涉及公司、持股 5%以上股东（不含私募基金、上市公司）、实际控制人控制或投资的与发行人存在关联交易的主要关联公司等法人主体，获取了境内关联法人主体银行开立账户清单、境外关联法人主体银行账户明细，并与银行对账单中出现的银行账户进行勾稽，核查是否存在银行开立账户清单、银行账户明细以外的账户；并取得关联法人主体出具的关于银行账户完整性的承诺函。

(2) 自然人主体：

对自然人主体，保荐机构、申报会计师获取了自然人出具关于提供银行账户完整的承诺函，并对 2017 年-2020 年相关人员银行互转情况和相互之间的银行转账记录进行了交叉核对，以确认银行账户的完整性。

三、核查金额重要性水平

1、法人主体：

2017 年-2020 年，对于发行人、发行人控股股东及多层控制架构涉及公司、持股 5%以上股东（不含私募基金、上市公司）、实际控制人控制或投资的与发行人存在关联交易的主要关联公司等法人主体等法人主体，确定其流水核查的重要性水平为单笔 20 万元人民币或等值外币。

2、自然人主体：

2017 年-2020 年，对于实际控制人及其配偶、董事（不含外部董事潘永生、独立董事）、监事、高级管理人员，关键岗位人员，确定其流水核查的重要性水平为单笔 5 万元人民币或等值外币。

四、核查程序

1、保荐机构和申报会计师获取了发行人及其子公司银行开立户清单及信用报告，打印了 2017 年-2020 年发行人所有银行账户流水，并于报告期末进行银行函证；

2、保荐机构和申报会计师将获取的银行开立户清单与公司财务账簿的银行账户

进行核对，并与银行对账单中出现的银行账户进行勾稽，核查是否存在账户清单以外的账户，对发行人及其子公司银行流水与财务明细账进行双向核对；

3、保荐机构和申报会计师将发行人银行流水中的交易对方名称与发行人 2017 年-2020 年的全部客户和供应商名称、主要客户和供应商实际控制人、股东、董事、监事、高管和法定代表人进行了交叉核查，核查发行人是否与上述各方存在异常往来；

4、针对关联交易，保荐机构和申报会计师重点关注发行人与关联方进行的资金往来，通过获取完整的关联方清单，检索核查发行人是否与关联方有异常往来；

5、保荐机构和申报会计师获取了发行人控股股东及多层控制架构涉及公司、持股 5%以上股东（不含私募基金、上市公司）、实际控制人控制或投资的与发行人存在关联交易的主要关联公司等关联法人主体 2017 年-2020 年所有银行账户流水；

6、保荐机构和申报会计师获取了境内关联法人主体银行开立账户清单、境外关联法人主体银行账户明细，并与银行对账单中出现的银行账户进行勾稽，核查是否存在银行开立账户清单、银行账户明细以外的账户；并取得关联法人主体出具的关于银行账户完整性的承诺函；

7、保荐机构和申报会计师针对重点关注关联法人主体交易金额在 20 万人民币或等值外币以上的流水明细，将交易对手方名字与发行人客户、供应商名称、主要客户和供应商实际控制人、股东、董事、监事、高管和法定代表人进行了交叉核查；关注与发行人、发行人董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员之间是否存在异常交易往来；

8、保荐机构和申报会计师获取了 2017 年-2020 年董事（不包括外部董事潘永生、独立董事）、监事、高级管理人员、关键岗位人员等自然人银行账户流水，以及上述个人提供的关于银行账户完整性的承诺；

9、保荐机构和申报会计师就自然人主体交易金额在 5 万人民币或等值外币以上的银行流水进行重点核查；

10、保荐机构和申报会计师针对自然人主体银行流水大额取现、大额支付等异常情形，重点关注资金往来频繁度、合理性并获取相关证据，比对其是否与发行人

主要客户及其实际控制人、主要供应商及其实际控制人存在大额频繁资金往来；比对其是否与发行人股东、发行人员工等存在大额频繁资金往来；

11、访谈发行人及主要关联方，确认是否存在体外资金循环形成销售回款或承担成本费用等异常资金往来情形。

五、异常标准及确定程序

保荐机构和申报会计师异常标准确定如下：

- 1、查看相关人员是否存在大额取现、大额支付等异常情形；
- 2、比对其是否与发行人主要客户及其实际控制人、主要供应商及其实际控制人存在大额频繁资金往来；
- 3、比对其是否与发行人股东、发行人员工或其他关联自然人存在大额频繁资金往来。

若存在上述情形，保荐机构和申报会计师逐笔进行核查，核查其个人账户的实际归属、资金来源及其合理性。

六、受限情况及替代措施等

1、受限情况

发行人外部董事潘永生、独立董事李志方、甘耀成、邹艳娥因不参与实际经营以及流水涉及个人隐私，未提供银行流水。

2、替代措施

(1) 通过对发行人及其子公司 2017 年-2020 年银行流水、现金日记账、银行日记账等的核查，关注外部董事潘永生、独立董事及其控制或任董事、监事、高级管理人员的关联法人在 2017 年-2020 年与发行人及其子公司是否存在大额异常资金往来。

(2) 结合对发行人主要相关方 2017 年-2020 年的银行资金流水的核查，关注外部董事潘永生、独立董事及其控制的或任董事、监事、高级管理人员的关联法人在 2017 年-2020 年与发行人的主要相关方是否存在大额异常资金往来等执行了替代程序。

(2) 核查中发现的异常情形，包括但不限于是否存在大额取现、大额收付等情形，是否存在相关个人账户与发行人客户及实际控制人、供应商及实际控制人、发行人股东、发行人其他员工或其他关联自然人的大额频繁资金往来；若存在，请说明对手方情况，相关个人账户的实际归属、资金实际来源、资金往来的性质及合理性，是否存在客观证据予以核实

保荐机构、申报会计师获得了上述公司及个人 178 个银行账户的银行流水，并将上述银行流水中的交易对方名称与发行人 2017 年-2020 年的全部客户和供应商名称、主要客户和供应商实际控制人、股东、董事、监事、高管和法定代表人进行了交叉核查，并对银行流水中的大额取现、大额收付情况进行了逐笔核查，具体核查结果如下：

一、对发行人及其子公司的银行流水核查情况

保荐机构、申报会计师对发行人银行账户流水主要核查情况如下：

1、保荐机构、申报会计师取得发行人的银行开立户清单及征信报告，对发行人 2017 年-2020 年银行账户进行函证；

2、保荐机构、申报会计师前往银行打印 2017 年-2020 年发行人及子公司全部银行账户的银行流水，核对发行人银行日记账与银行流水记录情况是否一致；核查发行人与客户、供应商是否存在异常资金往来；对与个人、非客户、非供应商之间的资金往来进行重点关注；

3、交叉比对公司全部客户和供应商名称、主要客户和供应商实际控制人、股东、董事、监事、高管和法定代表人的名单；

4、重点核查了发行人与关联方之间的交易记录，了解相关交易背景及合理性；

5、查阅发行人的资金管理等相关制度，对发行人财务总监进行访谈，了解发行人货币资金收支与审批等资金管理相关内部控制制度的设计及执行情况，并执行控制有效性测试。

经核查，发行人不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业以借款、代偿债务、代垫款项或其他方式占用的情况，发行人及其子公司不存在异常交

易的情形。

二、对于发行人控股股东及多层控制架构涉及公司、持股 5%以上股东（不含私募基金、上市公司）、实际控制人控制或投资的与发行人存在关联交易的主要关联公司等法人主体银行流水核查情况

保荐机构、申报会计师对关联法人主体银行账户流水主要核查情况如下：

1、保荐机构、申报会计师取得上述关联法人主体银行账户的银行流水，境内关联法人主体银行开立账户、境外关联法人主体银行账户明细，并与银行对账单中出现的银行账户进行勾稽，核查是否存在账户清单以外的账户；并取得关联法人主体出具的关于银行账户完整性的承诺函；

2、对上述关联法人单笔在 20 万元人民币或等值外币以上的流水进行记录，并向关联法人主体确认交易对手方、款项性质及用途；

3、将上述关联法人大额银行流水交易对手方名称与发行人全部客户和供应商名称，主要客户、供应商实际控制人、股东、董事、监事、高管和法定代表人的名单进行交叉比对；

4、重点关注上述关联法人主体与发行人、发行人董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员之间是否存在异常交易往来。

经核查，2017 年-2020 年，发行人控股股东与发行人存在现金股利相关的资金往来。部分关联法人与发行人存在基于关联采购或者销售而发生的正常资金往来。部分关联法人因与发行人存在部分重叠客户或者供应商，而与公司部分客户或者供应商存在资金往来，相关往来均为双方正常交易的货款，不存在为发行人代付成本或者费用的情形。公司部分董事因在上述部分法人中担任职务而在上述部分法人处领薪。除正常的资金往来之外，发行人控股股东及多层控制架构涉及公司、持股 5%以上股东（不含私募基金、上市公司）、实际控制人控制或投资的与发行人存在关联交易的主要关联公司等法人主体不存在与发行人主要客户及实际控制人、主要供应商及实际控制人、发行人股东、发行人其他员工或其他关联自然人的大额频繁资金往来的情形，不存在代发行人承担成本费用情形。

三、对实际控制人贺良梅及其配偶银行流水核查情况

对实际控制人及其配偶的银行账户流水主要核查情况如下：

1、保荐机构、申报会计师取得实际控制人及其配偶 2017 年-2020 年的银行流水、并取得关于银行账户完整性的承诺函；

2、对单笔金额在 5 万元人民币或等值外币以上的流水进行记录逐笔核查。

实际控制人及其配偶具体的核查情况如下：

(1) 对实际控制人流水核查情况

单位：万港元/万元/万加元/万日元

年度	币种	港币		人民币		加拿大元		日元	
	项目	收入	支出	收入	支出	收入	支出	收入	支出
2020 年度	抽查笔数 (笔)	58	41	6	6	-	2	2	-
	抽查金额	2,066.83	1,428.24	278.40	190.00	-	34.80	139.43	-
2019 年度	抽查笔数 (笔)	51	35	2	1	2	1	-	-
	抽查金额	2,292.06	2,645.28	24.19	100.00	70.08	35.00	-	-
2018 年度	抽查笔数 (笔)	64	57	6	8	1	1	-	-
	抽查金额	4,304.66	4,407.53	653.11	880.50	22.00	22.00	-	-
2017 年度	抽查笔数 (笔)	62	52	5	7	-	-	-	-
	抽查金额	2,124.72	1,971.63	543.67	545.27	-	-	-	-

2017 年-2020 年，实际控制人经核查的样本资金流水笔数合计为 470 笔，除薪酬、购买理财产品、个人账户互转、家庭内部互转、日常消费、对外投资以及分红等收支情形外，发行人实际控制人个人账户大额收支、大额取现情形如下表所示：

①港币流水具体核查情况：

单位：万港元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度		2017 年度		说明
	收入	支出	收入	支出	收入	支出	收入	支出	

与关联公司之间的资金拆借	58.83	-	49.27	1,100.00	629.19	600.00	25.50	-	相关款项为贺良梅与关联方之间的资金拆借
与关联方天威管理有限公司的资金往来	-	5.06	-	-	-	-	-	-	相关款项为贺良梅向天威管理有限公司支付代购口罩款项
与关联自然人/关联方的间接股东及董事之间的资金往来	5.60	100.00	-	-	-	-	-	-	相关款项为贺良梅与关联自然人冯玉珍、关联方珠海展望打印耗材有限公司间接股东及董事黄晓霞之间的资金拆借
总计	64.43	105.06	49.27	1,100.00	629.19	600.00	25.50	0.00	-

②人民币流水具体核查情况：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度		2017 年度		说明
	收入	支出	收入	支出	收入	支出	收入	支出	
与关联公司之间的资金拆借	-	-	-	-	-	200.00	-	-	相关款项为贺良梅与关联公司之间的资金拆借
总计	-	-	-	-	-	200.00	-	-	-

与关联公司之间的资金拆借的具体明细如下：

单位：万元/万港元

交易主体	交易对象	日期	收到金额	支出金额	币种	往来原因	借款偿还情况
贺良梅	史达宝投资有限公司	2017-3-9	25.50	-	港币	资金归还	-
	珠海宝杰企业管理咨询服务	2018-5-30	-	200.00	人民币	资金借出	尚未结清
	天威控股有限公司	2018-5-23	-	600.00	港币	资金借出	已结清
		2018-12-31	629.19	-	港币	借款及利息归还	-
		2019-3-29	-	500.00	港币	资金借出	尚未结清
		2019-6-3	7.34	-	港币	借贷利息	-
		2019-5-17	-	100.00	港币	资金借出	尚未结清
		2019-6-21	-	500.00	港币	资金借出	尚未结清
		2019-7-5	5.04	-	港币	借贷利息	-
		2019-8-5	7.47	-	港币	借贷利息	-
		2019-9-4	7.47	-	港币	借贷利息	-

		2019-10-2	7.23	-	港币	借贷利息	-
		2019-11-4	7.47	-	港币	借贷利息	-
		2019-12-2	7.23	-	港币	借贷利息	-
		2020-1-2	7.47	-	港币	借贷利息	-
		2020-2-6	7.47	-	港币	借贷利息	-
		2020-3-2	6.99	-	港币	借贷利息	-
		2020-4-6	7.47	-	港币	借贷利息	-
		2020-5-6	7.23	-	港币	借贷利息	-
		2020-8-4	7.47	-	港币	借贷利息	-
		2020-9-1	7.47	-	港币	借贷利息	-
		2020-9-30	7.23	-	港币	借贷利息	-

与关联自然人/关联方的间接股东及董事之间的资金往来的具体明细如下：

单位：万港元

交易主体	交易对象	交易对象身份	日期	收到金额	支出金额	币种	往来原因	款项往来原因	借款偿还情况
贺良梅	冯玉珍	公司间接持股5%以上的股东、实际控制人的一致行动人	2020-8-21	5.60	-	港币	资金归还	收回冯玉珍的借款	已结清
	黄晓霞	关联方珠海展望打印耗材有限公司间接股东及董事	2020-11-5	-	40.00	港币	资金借出	因子女留学资金需求向贺良梅借款	尚未结清
			2020-11-9	-	40.00	港币	资金借出		尚未结清
			2020-11-10	-	20.00	港币	资金借出		尚未结清

(2) 对实际控制人配偶的资金流水核查情况

按照 5 万元的核查标准，2017 年-2020 年，实际控制人配偶经核查的样本笔数以及金额占比情况如下：

单位：万港元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	收入	支出	收入	支出	收入	支出	收入	支出
抽查笔数（笔）	2	2	-	-	-	-	3	3
抽查金额	330.80	331.61	-	-	-	-	236.89	251.88

实际控制人配偶的资金流水均为投资理财收支。

3、将大额银行流水交易对手方名称与发行人全部客户和供应商名称，主要客户、供应商实际控制人、股东、董事、监事、高管和法定代表人的名单进行交叉比对；

4、关注实际控制人及其配偶与发行人、发行人董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员之间是否存在异常交易往来。

经核查，2017 年-2020 年，实际控制人及其配偶个人银行账户涉及购买理财产品、个人账户互转、家庭内部互转、日常消费、对外投资、收取分红款等大额交易，除正常的资金往来之外，实际控制人及其配偶不存在与发行人主要客户及实际控制人、主要供应商及实际控制人、发行人股东、发行人其他员工或其他关联自然人的大额频繁资金往来的情形，不存在实际控制人代发行人承担成本费用的情形。

四、发行人董监高及关键岗位人员的核查情况

1、保荐机构、申报会计师取得董监高（不含外部董事潘永生、独立董事）、关键岗位人 2017 年-2020 年的银行流水、并取得关于银行账户完整性的承诺函；

2、对单笔金额在 5 万元人民币或等值外币以上的流水进行记录逐笔核查，并向相关人员确认交易对手方、款项性质及用途；

发行人董监高及关键岗位人员具体的核查情况如下：

（1）张涛资金流水核查（董事）

按照 5 万元的核查标准，2017 年-2020 年，张涛的资金流水全部为人民币发生额，保荐机构、申报会计师核查的样本笔数以及金额占比情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	收入	支出	收入	支出	收入	支出	收入	支出
抽查笔数（笔）	21	6	12	6	3	1	4	1
抽查金额	143.06	353.60	135.86	135.00	63.46	30.00	38.10	5.00

除薪酬、购买理财产品、个人账户互转、家庭内部互转、对外投资以及分红等收支情形外，张涛具体资金流水核查如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度		2017 年度		说明
	收入	支出	收入	支出	收入	支出	收入	支出	
与朋友之间的资金往来	-	20.00	-	-	-	-	-	-	相关款项为张涛的朋友周声芳因个人购房资金需求与其发生的资金拆借，尚未结清
总计	-	20.00	-	-	-	-	-	-	-

与朋友之间的资金往来具体明细如下：

单位：万元

交易主体	交易对象	交易对象身份	日期	收到金额	支出金额	币种	往来原因	款项往来原因	借款偿还情况
张涛	周声芳	朋友	2020-4-29	-	20.00	人民币	资金借出	因购房资金需求向张涛借款	尚未结清

(2) 田永中资金流水核查（董事、总经理、核心技术人员）

按照 5 万元的核查标准，2017 年-2020 年，田永中经核查的样本笔数以及金额占比情况如下：

单位：万元/万美元

年度	项目	人民币		美元	
		收入	支出	收入	支出
2020 年度	抽查笔数（笔）	6	9	-	-
	抽查金额	171.77	182.16	-	-
2019 年度	抽查笔数（笔）	11	10	5	3
	抽查金额	174.02	191.63	5.50	5.30
2018 年度	抽查笔数（笔）	6	7	1	-
	抽查金额	319.04	331.49	1.00	-
2017 年度	抽查笔数（笔）	10	8	2	1
	抽查金额	245.51	259.16	4.00	1.08

除薪酬、购买理财产品、个人账户互转、家庭内部互转、日常消费、对外投资以及分红等收支情形外，田永中具体资金流水核查如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度		2017 年度		说明
	收入	支出	收入	支出	收入	支出	收入	支出	
与关联公司之间的资金拆借	-	-	-	-	-	-	70.09	-	相关款项为田永中因参与股权激励向关联方珠海宝杰企业管理咨询服务有限公司的借款，尚未结清
与员工王晓辉股权代持相关资金往来	-	10.00	-	-	-	-	61.30	-	相关款项为因股权代持员工王晓辉向田永中支付的用于购买公司股权激励股份的款项、因股权代持田永中向王晓辉支付天威众创的分红款项
总计	-	10.00	-	-	-	-	131.39	-	-

与关联公司之间的资金拆借、与员工王晓辉股权代持相关资金往来的具体明细如下：

单位：万元

交易主体	交易对象	交易对象身份	日期	收到金额	支出金额	币种	往来原因	款项往来原因
田永中	珠海宝杰企业管理咨询服务 有限公司	关联方	2017-7-26	70.09	-	人民币	资金借入	股权激励借款
	王晓辉	公司员工	2017-7-31	61.30	-	人民币	股权代持	代持股权资金
			2020-4-29	-	10.00	人民币	股权代持 分红	代持股权分红 转出

(3) 谢名优资金流水核查（董事，2020年2月19日起任职）

按照5万元的核查标准，2020年，谢名优经核查的样本笔数以及金额占比情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	收入	支出	收入	支出	收入	支出	收入	支出
抽查笔数（笔）	-	3	-	-	-	-	-	-
抽查金额	-	25.00	-	-	-	-	-	-

除个人账户互转情形外，谢名优具体资金流水核查如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度		2017 年度		说明
	收入	支出	收入	支出	收入	支出	收入	支出	
与朋友之间的资金往来	-	5.00	-	-	-	-	-	-	相关款项为谢名优的朋友杨丹因个人购房资金需求与其发生的资金拆借，尚未结清
总计	-	5.00	-	-	-	-	-	-	-

与朋友之间的资金往来具体明细如下：

单位：万元

交易主体	交易对象	交易对象身份	日期	收到金额	支出金额	币种	往来原因	款项往来原因	借款偿还情况
谢名优	杨丹	朋友	2020-5-6	-	5.00	人民币	资金借出	因个人购房资金需求向谢名优借款	尚未结清

(4) 涂鋈资金流水核查（董事，2020 年 3 月 19 日起任职）

按照 5 万元的核查标准，2020 年，涂鋈的资金流水全部为人民币，经核查的样本笔数以及金额占比情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	收入	支出	收入	支出	收入	支出	收入	支出
抽查笔数（笔）	8	5	-	-	-	-	-	-
抽查金额	44.80	27.70	-	-	-	-	-	-

涂鋈的资金流水均为工资及投资理财收支。

(5) 麦永辉资金流水核查（监事会主席，2019 年 6 月 25 日起任职）

按照 5 万元的核查标准，2019 年-2020 年，麦永辉不存在达到核查标准的资金流水。

(6) 谢永红资金流水核查（监事，2019 年 6 月 25 日起任职）

按照 5 万元的核查标准，2019 年-2020 年，谢永红经核查的样本笔数以及金额占比情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	收入	支出	收入	支出	收入	支出	收入	支出
抽查笔数（笔）	-	1	-	-	-	-	-	-
抽查金额	-	6.00	-	-	-	-	-	-

谢永红资金流水为保险支出。

(7) 李树峰资金流水核查（职工代表监事）

按照 5 万元的核查标准，2017 年-2020 年，李树峰经核查的样本笔数以及金额占比情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	收入	支出	收入	支出	收入	支出	收入	支出
抽查笔数（笔）	-	1	1	2	20	20	9	13
抽查金额	-	5.00	6.80	13.62	145.10	144.41	82.93	107.59

除个人账户互转、家庭内部互转、银行借贷、对外投资等收支情形外，李树峰

具体资金流水核查情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度		2017 年度		说明
	收入	支出	收入	支出	收入	支出	收入	支出	
与关联公司之间的资金拆借	-	-	-	-	-	-	11.33	-	相关款项为李树峰因参与股权激励向关联方珠海宝杰企业管理咨询服务有限公司的借款，尚未结清
合计	-	-	-	-	-	-	11.33	-	-

与关联公司之间的资金拆借具体明细如下：

单位：万元

交易主体	交易对象	交易对象身份	日期	收到金额	支出金额	往来原因	款项往来原因
李树峰	珠海宝杰企业管理咨询服务 有限公司	关联方	2017-7-26	11.33	-	资金借入	股权激励借款

(8) 朱崇友资金流水核查（财务总监、董事会秘书）

按照 5 万元的核查标准，2017 年-2020 年，朱崇友经核查的样本笔数以及金额占比情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	收入	支出	收入	支出	收入	支出	收入	支出
抽查笔数（笔）	15	17	3	4	-	2	2	3
抽查金额	97.42	119.60	17.46	24.80	-	10.00	10.00	15.00

除薪酬、个人账户互转、家庭内部互转、对外投资以及分红等收支情形外，朱崇友具体资金流水核查情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度		2017 年度		说明
	项目	支出	收入	支出	收入	支出	收入	支出	
与朋友之间的资金往来	-	-	-	-	-	10.00	-	10.00	相关款为朱崇友向朋友李世忠归还的借款
总计	-	-	-	-	-	10.00	-	10.00	-

与朋友之间的资金往来具体明细如下：

单位：万元

交易主体	交易对象	交易对象身份	日期	收到金额	支出金额	币种	往来原因	款项往来原因
朱崇友	李世忠	朋友	2017-8-21	-	5.00	人民币	资金归还	朱崇友向朋友李世忠归还借款
			2017-8-28	-	5.00	人民币		
			2018-2-11	-	5.00	人民币		
			2018-4-20	-	5.00	人民币		

(9) 王凤斌资金流水核查（副总经理，2019 年 4 月 16 日起任职）

按照 5 万元的核查标准，2019 年-2020 年，王凤斌经核查的样本笔数以及金额占比情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	收入	支出	收入	支出	收入	支出	收入	支出
抽查笔数（笔）	5	7	-	3	-	-	-	-
抽查金额	123.89	159.85	-	19.50	-	-	-	-

除薪酬、政府奖励、个人账户互转、家庭生活支出、对外投资以及分红等收支情形外，王凤斌具体资金流水核查情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度		2017 年度		说明
	收入	支出	收入	支出	收入	支出	收入	支出	
与关联公司之间的资金拆借	47.31	-	-	-	-	-	-	-	相关款项为王凤斌因参与股权激励向关联方 Sun Media International Corporation 的借款，尚未结清
与朋友之间的资金往来	-	36.00	-	14.50	-	-	-	-	相关款项为王凤斌的朋友闫国军、吴丹因个人资金需求与其发生的资金拆借，尚未结清
总计	47.31	36.00	-	14.50	-	-	-	-	-

与关联公司之间的资金拆借具体明细如下：

单位：万元

交易主体	交易对象	交易对象身份	日期	收到金额	支出金额	币种	往来原因	款项往来原因
王凤斌	Sun Media International Corporation	关联方	2020-3-18	47.31	-	人民币	资金借入	股权激励借款

与朋友之间的资金往来具体明细如下：

单位：万元

交易主体	交易对象	交易对象身份	日期	收到金额	支出金额	币种	往来原因	款项往来原因	借款偿还情况
王凤斌	闫国军	朋友	2019-10-30	-	5.00	人民币	资金借出	因个人资金周转需求向王凤斌借款	尚未结清
	吴丹	朋友	2019-3-8	-	9.50	人民币	资金借出	因个人购买车辆、房产资金需求向王凤斌借款	尚未结清
			2020-12-11	-	6.00	人民币			
			2020-12-8	-	10.00	人民币			
			2020-12-9	-	10.00	人民币			
			2020-12-7	-	10.00	人民币			

(10) 黄国忠资金流水核查（财务经理）

按照 5 万元的核查标准，2017 年-2020 年，黄国忠经核查的样本笔数以及金额占比情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	收入	支出	收入	支出	收入	支出	收入	支出
抽查笔数（笔）	1	1	-	-	1	1	14	9
抽查金额	10.00	10.60	-	-	6.27	5.00	109.38	58.88

除购买理财产品、家庭内部互转、日常消费、房产出售款、购房借款、对外投资等收支情形外，黄国忠具体资金流水核查情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度		2017 年度		说明
	收入	支出	收入	支出	收入	支出	收入	支出	
与关联公司之间的资金拆借	-	-	-	-	-	-	11.33	-	相关款项为黄国忠因参与股权激励向关联方珠海宝杰企业管理咨询服务有限公司的借款，尚未结清

与公司 员工之 间的资 金往来	-	-	-	-	-	-	25.00	15.00	相关款项为公司员工 陈检英因个人家庭资 金需求与黄国忠发生 的资金拆借
总计	-	-	-	-	-	-	36.33	15.00	-

与关联公司之间的资金拆借具体明细如下：

单位：万元

交易主 体	交易对象	交易对象 身份	日期	收到 金额	支出 金额	币种	往来原因	款项往来原因
黄国忠	珠海宝杰企业 管理咨询服务 有限公司	关联方	2017-7-26	11.33	-	人民币	资金借入	股权激励借款

与公司员工之间的资金往来具体明细如下：

单位：万元

交易主体	交易对象	交易对象 身份	日期	收到金额	支出金 额	币种	往来原因	款项往来原因	借款偿还情 况
黄国忠	陈检英	公司员工	2017-3-19	-	5.00	人民币	资金借出	陈检英因个人 资金需求向黄 国忠借款	已结清
			2017-3-21	-	5.00	人民币			
			2017-5-23	5.00	-	人民币	资金归还	陈检英归还黄 国忠的借款	-
			2017-5-23	5.00	-	人民币			
			2017-5-23	5.00	-	人民币			
			2017-5-23	5.00	-	人民币			
			2017-6-19	-	5.00	人民币	资金借出	陈检英因个人 资金需求向黄 国忠借款	已经清
			2017-7-31	5.00	-	人民币	资金归还	陈检英归还黄 国忠的借款	-

(11) 陈松娟资金流水核查（出纳，2017 年 7 月入职）

按照 5 万元的核查标准，2017 年-2020 年，陈松娟经核查的样本笔数以及金额占比情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	收入	支出	收入	支出	收入	支出	收入	支出
抽查笔数（笔）	6	4	11	12	9	8	5	3
抽查金额	61.59	55.50	80.89	77.68	140.82	133.00	53.00	45.91

除购买理财产品、个人账户互转、家庭内部转账、日常消费、工会资金等收支

情形外，陈松娟具体资金流水核查情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度		2017 年度		说明
	收入	支出	收入	支出	收入	支出	收入	支出	
个人卡代付	-	-	-	-	22.03	-	16.40	5.91	2018 年以前公司未开通网银，为便于转账，公司将资金存入陈松娟个人账户（体现为收入）后，通过其个人卡支付员工的报销款、离职人员工资等费用（体现为支出）
总计	-	-	-	-	22.03	-	16.40	5.91	-

（12）林海颖资金流水核查（原监事，2017 年 5 月 17 日起任职，2019 年 6 月 25 日换届离职）

按照 5 万元的核查标准，2017 年-2019 年，林海颖经核查的样本笔数以及金额占比情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	收入	支出	收入	支出	收入	支出	收入	支出
抽查笔数（笔）	-	-	8	5	8	6	1	1
抽查金额	-	-	138.72	143.00	179.80	176.22	8.00	8.00

林海颖的账户收支主要是投资理财、个人账户互转、家庭账户互转、购买房产、偿还房贷等。

3、将大额银行流水交易对手方名称与发行人全部客户和供应商名称，主要客户、供应商实际控制人、股东、董事、监事、高管和法定代表人的名单进行交叉比对；

4、关注上述关联自然人与发行人、发行人董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员之间是否存在异常交易往来。

经核查，2017 年-2020 年，发行人董监高（不含外部董事潘永生、独立董事）、关键岗位人员个人银行账户主要涉及薪酬、购买理财产品、个人账户互转、家庭内部互转、银行借贷、购买及出售房产、对外投资及分红等大额交易。发行人董监高（不含外部董事潘永生、独立董事）、关键岗位人员不存在与发行人主要客户及实际

控制人、主要供应商及实际控制人、发行人股东、发行人其他员工或其他关联自然人的大额频繁资金往来的情形，不存在代发行人承担成本费用情形。

(3) 结合上述情况，进一步说明针对发行人是否存在资金闭环回流、是否存在体外资金循环形成销售回款或承担成本费用、是否存在股份代持等情形所采取的具体核查程序、各项核查措施的覆盖比例和确认比例、获取的核查证据和核查结论，并就发行人内部控制是否健全有效、发行人财务报表是否存在重大错报风险发表明确意见

一、关于发行人是否存在资金闭环回流、体外资金循环形成销售回款或承担成本费用的核查

保荐机构、申报会计师就发行人是否存在资金闭环回流、体外资金循环形成销售回款或承担成本费用问题履行了如下核查程序：

1、核查包括发行人及其实际控制人、董事（不含外部董事潘永生、独立董事）、监事、高管、主要关联方、关键岗位人员等开立的银行账户流水，确认其是否存在异常；

2、对发行人资金管理执行穿行测试，发行人现行资金管理相关内部控制制度健全有效，发行人严格按照制度执行，不存在较大缺陷；

3、获取发行人账面银行账户，并与已开立银行账户清单比对一致，发行人不存在银行账户不受控制或未在财务核算中全面反映的情况，发行人银行开户数量与现有业务相匹配；

4、查看发行人流水，查看是否存在大额或频繁取现的情形，发行人同一账户或不同账户之间，是否存在金额、日期相近的异常大额资金进出的情形；

5、获取发行人主要关联自然人资金流水，查看其是否存在大额异常取现、大额异常支付等情形，了解该等情形是否表明其代替发行人承担成本费用；

6、查看发行人流水，核查是否存在购买无实物形态资产或服务（如商标、专利技术、咨询服务等）的情形；

7、对相关个人账户是否存在与发行人主要客户及供应商的交易情况进行核查，

关注交易对手方情况，相关个人账户的实际归属、资金实际来源、资金往来的性质及合理性；

8、获取发行人采购合同、物流单据、采购发票、付款单据等资料，对发行人采购循环执行穿行测试和内控测试程序，测试发行人采购内部控制的运行有效性；

9、检查与发行人签订的合同、发货单据、运输单据、回款单据等支持性单据，对发行人的销售与收款内部控制循环进行了解并执行穿行测试和控制测试，测试发行人销售内部控制的运行有效性；

10、对发行人主要客户进行了访谈，确认其是否存在与发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员、主要关联方存在资金往来、利益安排等情形，2017 年-2020 年，访谈客户的金额占比分别为 53.32%、55.92%、57.72%和 51.34%；对发行人主要客户进行函证，2017 年-2020 年，函证客户收入占主营业务收入的比例为 82.18%、80.92%、89.66%和 88.69%，2017 年-2020 年，回函的客户收入占主营业务收入的比例分别为 72.57%、71.91%、78.54%和 82.78%；针对未回函的大额客户执行替代程序，检查对应的销售合同/订单、发货单、期后银行回款等记录，以验证收入的真实性和准确性，针对回函不符的客户，查找差异的原因，检查差异涉及的订单、发货单。

11、对发行人主要供应商进行了访谈，确认其是否存在与发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员、主要关联方存在资金往来、利益安排等情形，2017 年-2020 年，供应商访谈的金额占比分别为 67.84%、69.98%、73.18%和 66.11%；对发行人主要供应商的采购及应付账款、预付款项进行了函证，2017 年-2020 年，函证的采购金额占采购总额的比例为 86.45%、76.06%、72.96%和 78.63%，2017 年-2020 年，回函的采购金额占采购总额的比例分别为 66.85%、70.30%、61.67%和 77.12%；针对未回函的大额供应商执行替代程序，检查对应的采购合同、入库单以及银行付款凭证等资料，对回函存在差异的供应商查找差异的原因，检查形成差异的采购合同、入库单等。

经核查，保荐机构和申报会计师认为，发行人不存在资金闭环回流，不存在体外资金循环形成销售回款或承担成本费用的情形。

二、关于发行人是否存在股份代持的核查

保荐机构、申报会计师就股份代持问题履行了如下核查程序：

1、核查发行人实际控制人及其关联人、董监高、关键岗位人员的银行流水，确认是否存在大额异常情况，是否存在与发行人股东的往来情况；结合资金流水的汇款用途等情况，核查是否存在股份代持情形；

2、获取发行人股东历年的增资入股资料，包括增资协议、增资款银行回款、发行人章程、验资报告等，核查发行人是否存在股份代持情形；

3、向发行人全体股东进行确认并获取相关声明，核查是否存在股份代持情形；

4、就发行人员工持股平台进行重点核查，取得天威兴业、天威众创、小蚂蚁投资等持股平台全体人员出具的书面确认、查阅相关人员出资入股凭证、代持协议及代持解除协议、股权代持还原工商登记文件。

经核查，保荐机构和申报会计师认为，截至目前，发行人不存在股份代持的情况。发行人员工持股平台中田永中曾代王晓辉持有持股平台的股权，双方已于 2020 年 5 月解除股权代持关系，相关代持已经还原，除此之外，不存在其他代持事项。

三、发行人内部控制健全有效，发行人财务报表不存在重大错报风险

2017 年-2020 年，发行人根据《公司法》《证券法》《上市公司章程指引》等有关法律法规及中国证监会的相关要求，完善了由股东大会、董事会、监事会和经营管理层组成的公司治理结构，修订完善了《公司章程》《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》《关联交易管理制度》《对外投资管理制度》《对外担保管理制度》《总经理工作细则》《董事会秘书工作细则》《信息披露事务管理制度》《投资者关系管理制度》《董事、监事、高级管理人员薪酬管理规定》等制度文件，并在公司董事会下设了审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会、战略与投资委员会四个专门委员会。发行人严格按照各项规章制度规范运行，相关机构和人员均履行相应职责，通过上述组织机构的建立和相关制度的实施，发行人已经逐步建立健全了符合上市公司要求的，能够保证中小股东充分行使权利的公司治理体系。

大华会计师出具了《珠海天威新材料股份有限公司内部控制的鉴证报告》（大华核字[2021]001533 号），认为发行人于 2020 年 12 月 31 日在所有重大方面有效地保

持了按照《企业内部控制基本规范》建立的与财务报表相关的内部控制。发行人财务报表不存在重大错报风险。

经核查，保荐机构和申报会计师认为，发行人内部控制健全有效，发行人财务报表不存在重大错报风险。

问题 17. 关于信息披露差异

申报文件及首轮问询回复显示，发行人于 2016 年 9 月至 2019 年 7 月在新三板挂牌。招股说明书披露的信息与在新三板挂牌期间信息披露存在部分差异。

请发行人列表披露本次招股说明书与新三板挂牌期间信息披露的差异情况和差异原因。

请保荐人、发行人律师、申报会计师发表明确意见。

请发行人列表披露本次招股说明书与新三板挂牌期间信息披露的差异情况和差异原因

本次招股说明书披露的信息与新三板挂牌期间信息披露的差异如下：

1、非财务信息披露差异

相关内容	新三板披露文件披露	本次招股说明书披露	差异主要原因
主营业务	主营业务为研发和生产适应数码喷墨技术的功能性、环保型喷墨墨水，并向客户提供专业的喷墨打印解决方案及服务，是一家行业领先的喷墨产品和创新解决方案供应商	主营业务为数码喷印功能性材料的研究、生产和销售	公司最近三年主营业务无变化，相比申报新三板，本次招股说明书中关于公司主营业务的表述更加聚焦，无实质性差异
风险因素	关联交易风险、关联方依赖风险、关联往来风险、税收优惠变动风险、市场竞争风险、数码喷印技术推广预期风险、公司治理风险、汇率变动风险	新产品研发风险、核心技术泄密和核心技术人员流失风险、市场竞争风险、应用领域的数字化进程不达预期风险、客户因向产业链上游扩展而流失风险、原材料价格波动风险、原材料供应不足风险、产品销售价格下降风险、产品退货风险、境外客户流失	根据创业板招股说明书指引，围绕技术风险、经营风险、内控风险、财务风险、发行失败风险更加系统的披露公司的风险因素

相关内容	新三板披露文件披露	本次招股说明书披露	差异主要原因
		及应收账款回收风险、贸易型供应商变动风险、规模较小、抗风险能力较弱风险、销售区域集中风险、受新型冠状病毒肺炎疫情影响的风险、募集资金投资项目实施风险、募集资金投资项目新增产能难以消化的风险、募集资金投资项目新增折旧、摊销导致利润下滑的风险、关联交易风险、实际控制人控制风险、规模扩张引发的管理风险、税收政策变化风险、应收账款回收风险、毛利率波动风险、发行失败风险	
主营业务收入按业务类别分布的情况	按产品应用场景对公司产品进行分类	按产品属性对公司产品进行分类	本次招股说明书披露的主营业务产品提供了更全面的产品分类以及介绍
商标	境内商标 1 项 授权使用商标 6 项	境内商标 18 项 境外商标 4 项 授权使用商标 3 项	新增披露 4 项境外商标，并根据最新情况更新了持有及授权商标情况
关联方	关联自然人：11 个 关联法人：173 个	关联自然人：18 个 关联法人：195 个 报告期内曾经的关联自然人：4 个 报告期内曾经的关联法人：23 个	1、因董事会换届、新增聘请独立董事及高级管理人员，相比新三板披露信息新增关联自然人 6 名，含董事 5 名，高级管理人员 1 名； 2、根据创业板股票上市规则将“直接或者间接控制公司的法人或其他组织的董事、监事及高级管理人员”认定为关联自然人，据此新增关联自然人 1 名； 3、因股东、关联自然人对外投资或任职企业的变动情况进行更新披露，相比新三板披露信息新增关联法人 22 名； 4、本次根据创业板招股说明书指引，新增披露报告期内曾经的关联自然人及法人
主要客户及供	定期报告主要客户情况、主要供	前五名客户销售情况、前五名供应	1、本次招股说明书披露的

相关内容	新三板披露文件披露	本次招股说明书披露	差异主要原因
应商	应商情况	采购情况	前五名客户、供应商的数据为合并口径数据，新三板披露数据为母公司口径数据； 2、本次招股说明书将同一控制下的客户、供应商合并计算并披露，而新三板披露信息未进行合并计算； 3、本次招股说明书对定期报告信息披露错误进行了更正
员工人数	2018 年期末员工人数 313 人	2018 年期末员工人数 312 人	新三板披露信息中员工人数统计存在错误，本次招股说明书进行了更正

2、财务信息披露差异

本次招股说明书仅有 2018 年度的财务信息与新三板披露的信息存在差异，具体情况如下：

（1）2018 年度财务数据差异情况

合并损益表项目：①销售费用：调整减少销售人员奖金 71,000.00 元；②管理费用：调整减少管理人员奖金 352,000.00 元；③研发费用：调整减少研发人员奖金 75,000.00 元；④所得税费用：冲销 2017 年补计提的可抵扣暂时性差异的递延所得税资产 124,500.00 元。信息披露差异情况如下：

单位：元

受影响项目名称	新三板披露文件	累积影响金额	本次招股说明书	差异主要原因
销售费用	20,952,316.31	-71,000.00	20,881,316.31	子公司上海欣威存在费用跨期事项，公司已对财务数据进行会计差错更正并履行内部审议程序，相关调整能够更客观、公允地反映公司财务状况和经营成果
管理费用	15,903,597.85	-352,000.00	15,551,597.85	
研发费用	11,140,376.84	-75,000.00	11,065,376.84	
所得税费用	6,608,501.59	124,500.00	6,733,001.59	
净利润	40,192,734.14	373,500.00	40,566,234.14	

（2）关联交易信息披露差异

①关联采购

单位：元

项目	2018 年度	2018 年度	差异主要原因
	新三板披露文件	本次招股说明书	
关联方合计	279,652.94	280,213.28	本次招股说明书对公 司与珠海天威泛凌有 限公司交易少计 560.34 元予以更正，相关差异 较小

②关联销售

单位：元

项目	2018 年度	2018 年度	差异主要原因
	新三板披露文件	本次招股说明书	
关联方合计	9,747,857.25	9,767,188.01	本次招股说明书中关联销 售金额与新三板披露信息 存在 19,330.76 元差异，主要 受汇率差异分摊的影响，相 关差异较小

③董事、监事及高级管理人员薪酬

单位：元

项目	2018 年度	2018 年度	差异主要原因
	新三板披露文件	本次招股说明书	
董事、监事及高级管理人员薪酬	1,441,938.66	1,455,938.66	本次招股说明书对新三 板披露信息中个别人员 薪酬少计 14,000 元予以 更正，相关差异较小

3、信息披露差异原因及影响

本次招股说明书非财务信息披露存在差异的主要原因为：随着报告期的变化以及公司持续经营而出现了新情况，公司按照创业板相关业务规则的要求进行信息披露，在信息披露规则、信息披露覆盖期间、信息披露的具体内容及要求、统计口径等方面存在一定差异。

本次招股说明书财务信息披露存在差异的主要原因为：公司本次申请对报告期的相关事项进行了更加全面地核查，对部分财务数据进行了会计差错更正、对关联交易、董事、监事及高级管理人员薪酬统计数据进行更正，相关差异较小。更正后相关财务数据能够更客观、公允地反映公司财务状况和经营成果，有助于公司进一步规范财务报表列报，提升会计信息质量；就涉及会计差错更正事项，公司已履行必要的决策程序，决策程序符合相关法律法规及公司章程的规定，并已在招股说明书中进行了披露。

综上，公司在新三板挂牌期间公开披露的信息与本次招股说明书之间存在一定差异，上述差异具有合理性。公司股票在股转系统挂牌及终止挂牌的程序合法合规，公司股票在股转系统挂牌期间，不存在因违反《公司法》《证券法》及股转公司制订的各项业务规则等规定而受到证券监管机构行政处罚或采取监管措施的情形，公司未因信息披露差异受到任何监管措施或者行政处罚。

核查过程及核查结论

（一）核查程序

- 1、查阅了发行人在股转系统挂牌及终止挂牌核准文件；
- 2、登录股转系统网站“监管公开信息”栏目、信用中国网、证券期货市场失信记录查询平台等进行网络查询；
- 3、查阅了发行人在股转系统信息披露平台上的公告文件，并与本次首次公开发行股票并上市申请文件和财务报告等文件的披露内容进行了比对、复核；
- 4、查阅发行人审议有关前期会计差错更正三会文件；
- 5、对存在差异的情况及原因取得发行人的书面确认；
- 6、与发行人董事会秘书就新三板挂牌期间信息披露情况进行访谈。

（二）核查结论

经核查，我们认为：

发行人股票在股转系统挂牌及终止挂牌的程序合法合规，发行人在股转系统挂牌期间不存在因违反《公司法》《证券法》及股转公司制订的各项业务规则等规定而被证券监管机构行政处罚或采取监管措施的情形。发行人招股说明书披露的信息与新三板挂牌信息披露存在差异主要基于信息披露要求的差异、报告期变化、会计差错更正、统计口径差异等原因。公司未因信息披露差异受到任何监管措施或者行政处罚。

专此说明，请予察核。

大华会计师事务所（特殊普通合伙）



中国注册会计师



刘明学

中国注册会计师



彭丽娟

二〇二一年六月二十八日



营业执照

(副本)(7-1)

统一社会信用代码

91110108590676050Q



扫描二维码登录
“国家企业信用
信息公示系统”
了解更多登记、
备案、许可、监
管信息



名称 大华会计师事务所(普通合伙)
类型 特殊普通合伙企业

执行事务合伙人

梁春,杨雄

经营范围

审查企业会计报表,出具审计报告;验证企业资本,出具验资报告;办理企业合并、分立、清算事宜中的审计业务,出具有关报告;基本建设年度财务决算审计;代理记账;会计咨询、税务咨询、管理咨询、会计培训;法律、法规规定的其他业务;无(市场主体依法自主选择经营项目,开展经营活动;依法须经批准的项目,经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动;不得从事国家和本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动)。

成立日期 2012年02月09日

合伙期限 2012年02月09日至 长期

主要经营场所 北京市海淀区西四环中路16号院7号楼1101

此件仅用于业务报告专用,复印无效。

登记机关



2021年02月04日

证书序号: 0000093

说明

- 1、《会计师事务所执业证书》是证明持有人经财政部门依法审批, 准予执行注册会计师法定业务的凭证。
- 2、《会计师事务所执业证书》记载事项发生变动的, 应当向财政部门申请换发。
- 3、《会计师事务所执业证书》不得伪造、涂改、出借、转让。
- 4、会计师事务所终止或执业许可注销的, 应当向财政部门交回《会计师事务所执业证书》。

此件仅用于业务报告专用, 复印无效。

发证机关: 北京市财政局
二〇一七年十月七日

中华人民共和国财政部制



会计师事务所

执业证书

名称: 大华会计师事务所(特殊普通合伙)

首席合伙人: 梁春

主任会计师:

经营场所: 北京市海淀区西四环中路16号院7号楼12层

组织形式: 特殊普通合伙

执业证书编号: 11010148

批准执业文号: 京财会许可[2011]0101号

批准执业日期: 2011年11月03日

注册会计师工作单位变更事项登记
Registration of the Change of Working Unit by a CPA

同意调出
Agree the holder to be transferred from

大华会计师事务所
Dahua Accounting Firm

2012年12月28日
2012 12 28

同意调入
Agree the holder to be transferred to

大华会计师事务所(特殊普通合伙)
Dahua Accounting Firm (Special General Partnership)

2012年12月28日
2012 12 28

THE CHINESE INSTITUTE OF CERTIFIED PUBLIC ACCOUNTANTS
中国注册会计师协会

注册会计师(特殊普通合伙)
CPA (Special General Partnership)

姓名
Full name 刘明学

性别
Gender 男

出生日期
Date of birth 1972-06-01

工作单位
Working unit 大华会计师事务所有限公司·珠海分所

身份证号码
Identity card No. 432902197206010032

此件仅用于业务报告专用，复印无效。

刘明学(440400010032)，已通过广东省注册会计师协会2018年任职资格检查。通过文号：粤注协(2018)58号。

刘明学(440400010032)，已通过广东省注册会计师协会2020年任职资格检查。通过文号：粤注协(2020)132号。

广东省注册会计师协会
Guangdong Province Institute of Certified Public Accountants

440400010032

2012年4月30日换发

年度检验合格
Annual Renewal Registration

2019年6月注册



彭丽娟 女
 出生日期 1975-01-24
 Date of birth
 工作单位 大华会计师事务所
 Working unit (特殊普通合伙) 珠海分所
 身份证号码 432902197501240340
 Identity card No.



此件仅用于业务报
告专用, 复印无效。



彭丽娟(440400013619), 已通过广东省注册会计师协会2019年任职资格检查。通过文号: 粤注协(2019)94号。



证书编号: 440400013619
No. of Certificate

批准注册协会: 广东省注册会计师协会
Authorized Institute of CPAs

发证日期: 2004 年 07 月 12 日
Date of Issuance /y /m /d

2019 年 4 月换发



彭丽娟(440400013619), 已通过广东省注册会计师协会2020年任职资格检查。通过文号: 粤注协(2020)132号。

