

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
文件第三轮审核问询函中
有关财务事项的说明

大华核字[2021]0010123 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
第三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三轮审核问询函中有关财务事项的说明	1-137

首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的 第三轮审核问询函中有关财务事项的说明

大华核字[2021]0010123 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三轮审核问询函》（审核函[2021]010838 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 1. 关于独立性

申报文件及问询回复显示：

（1）实际控制人控制的其他企业，分别从事墨盒、硒鼓、碳粉盒、碳粉、芯片、色带等各类办公打印耗材类产品的研发、生产和销售。发行人的部分产品如办公打印墨水，属于办公打印耗材类产品，使用场景、终端客户具有高度重合性。

（2）终端客户在采购办公打印耗材时，通过实际控制人控制的其他生产商或贸易商向发行人采购，发行人不直接服务客户。该部分销售金额对应的客户位列发行人报告期前五大客户。

（3）发行人无独立的电商销售渠道，借助实际控制人控制的天威泛凌实现网上销售，后者系集团内专门负责网上销售的企业。

(4) 发行人境内商标 18 项，6 项由关联方无偿转让；境外商标 4 项，3 项由关联方无偿转让；另有 3 项商标由集团品牌集中管理的公司显雅公司以授权方式使用，该商标带有天威集团的主要标识，同时授权给实际控制人控制的主要生产和销售企业天威打印厂、天威飞马、天威泛凌使用。

请发行人：

(1) 说明按照产品使用场景分类，属于办公打印耗材类产品报告期内的销量、净利润及占比；该类产品通过关联方或直接销售的金额和占比，该类产品销售是否依赖实际控制人控制的其他企业、该业务是否独立。

(2) 结合发行人销售人员数量、占比、自有销售渠道情况，说明发行人销售是否具有独立性。

(3) 说明产品使用商标的情况，包括使用商标的产品和金额、不使用商标的原因；并按照自有商标、受让商标、授权商标列示报告期内相关产品的销售金额、占比，说明发行人的销售是否依赖授权商标。

(4) 结合发行人和实际控制人控制的其他企业的产品区分度、销售独立性、商标标识依赖性、历史上集团各企业分工协作模式、关联交易必要性、发行人关联交易金额及占比等方面，详细论述说明发行人是否符合《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》第十二条关于独立性的相关要求。

请保荐人、发行人律师、申报会计师发表明确意见，并说明对发行人业务和资产是否完整、独立，是否具有直接面向市场独立持续经营能力所采取的核查程序、核查证据和核查结论。

请中介机构的内核和质控部门说明所执行的相关程序和结论。

回复：

(1) 说明按照产品使用场景分类，属于办公打印耗材类产品报告期内的销量、净利润及占比；该类产品通过关联方或直接销售的金额和占比，该类产品销售是否依赖实际控制人控制的其他企业、该业务是否独立

一、办公打印耗材类产品的具体情况

按照产品使用场景分类，报告期内，属于办公打印耗材类产品的收入、销量、毛利及占比情况如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
	金额/销量/占比	金额/销量/占比	金额/销量/占比
水性墨水-桌面办公打印销售收入（万元）	3,350.15	2,730.32	2,560.36
水性墨水-桌面办公打印毛利（万元）	976.14	694.43	706.46
水性墨水-桌面办公打印销量（吨）	1,838.81	1,369.27	1,242.89
水性墨水-桌面办公打印销售收入占营业收入的比例	9.99%	7.70%	8.85%
水性墨水-桌面办公打印毛利占总毛利额的比例	8.44%	6.84%	7.79%
水性墨水-桌面办公打印销量占墨水总销量的比例	24.68%	19.22%	20.59%

注：鉴于发行人期间费用无法在各类型业务中拆分，故无法单独列示办公打印耗材类产品净利润及占比情况，用毛利进行替代分析。

2020 年，受疫情影响，可用于居家办公的水性墨水-桌面办公打印产品的销售收入、收入占比、毛利占比均有所上升，但收入占比、毛利占比仍低于 10%。

报告期内，公司水性墨水-桌面办公打印产品的收入、毛利占比均低于 10.00%，不是公司收入及利润的主要来源。

二、办公打印耗材类产品的销售方式及业务独立性

公司不存在通过关联方向公司客户销售产品的情形，公司向关联方销售时即实现并完成销售，由关联方负责进一步生产或对其客户进行销售。关联方向公司采购办公打印耗材类产品的主要原因如下：1、生产型：关联方采购公司墨水后进一步加工，生产出墨盒产品并对外出售，如天威厂；2、销售型：为更好地服务客户，部分关联方为客户提供办公耗材类产品（包括硒鼓、色带、墨盒、墨水）的一站式服务；3、办公自用等。

报告期内，公司水性墨水-桌面办公打印产品向关联方销售或直接销售的金额和占比情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接销售	2,634.71	78.64%	2,055.59	75.29%	1,913.73	74.74%
向关联方销售	715.44	21.36%	674.72	24.71%	646.62	25.26%
其中：生产型	95.80	2.86%	112.29	4.11%	126.39	4.94%
销售型	619.61	18.49%	562.29	20.59%	520.23	20.32%
办公自用	0.03	0.00%	0.14	0.01%	-	-
合计	3,350.15	100.00%	2,730.32	100.00%	2,560.36	100.00%

报告期内，公司水性墨水-桌面办公打印产品直接销售的占比分别为 74.74%、75.29%、78.64%，向关联方销售的占比分别为 25.26%、24.71%、21.36%，其中，关联方对外销售的占比分别为 20.32%、20.59%、18.49%，整体有所下降。

鉴于：

1、公司水性墨水-桌面办公打印产品不是公司收入及利润的主要来源，报告期内的收入占比、毛利占比均低于 10%；

2、公司主要通过直接向客户进行销售的方式销售水性墨水-桌面办公打印产品，向关联方销售的占比较低且逐年下降，其中，关联方对外销售的占比分别为 20.32%、20.59%、18.49%，占比整体有所下降；

3、报告期内，公司向销售型关联方销售水性墨水-桌面办公打印产品的金额分别为 520.23 万元、562.29 万元和 619.61 万元，占营业收入的比例分别为 1.80%、1.59%和 1.85%，销售占比极低；

4、公司与关联方交易的实质为：关联方因自身经营或业务开展的需求而向公司采购产品，并非公司依赖关联方的销售渠道对外进行销售。

综上所述，公司不存在依赖实际控制人控制的其他企业进行销售的情形，该业务独立。

(2) 结合发行人销售人员数量、占比、自有销售渠道情况，说明发行人销售是否具有独立性

公司拥有自身独立的销售部门、专业的销售团队与销售渠道，拥有独立拓展

市场的能力，公司销售具有独立性，具体如下：

1、公司拥有独立的销售部门、营销体系

2009 年，公司设立了独立的销售部门，主要负责分散墨水、水性墨水、弱溶剂墨水等产品的销售，随着各类新墨水产品的推出，公司销售部门不断壮大、完善。

在墨水产品的销售过程中，由于分散墨水、UV 墨水、水性墨水（不包括桌面办公产品）、活性墨水及其他墨水主要应用于工业领域，在销售前，销售人员需提前了解客户生产设备采用的打印喷头类型、生产设备供墨系统的具体组成、生产设备的打印速度、生产设备的板卡类型、使用的色彩管理软件、打印介质等情况，才可以为客户推荐合适的墨水产品。在销售过程中，根据具体情况不同，销售人员还可能会向客户提供波形调试、ICC 曲线制作、设备工作参数的设定等专业服务，上述服务需要销售人员具备工业打印相关专业知识，并非简单的商品买卖。因此，公司组建了独立的销售部门、专业的销售团队，专业从事工业领域产品的市场拓展及客户服务工作。目前，关联方未配备具有工业打印专业知识的销售人员，无法独立开展工业领域墨水产品的销售及销售支持工作，公司工业领域产品的销售具有独立性。

在办公打印领域，公司亦不存在依赖实际控制人控制的其他企业进行销售的情形，该领域产品的销售具有独立性。办公打印领域的业务独立性详见本问询回复问题 1 第（1）问的回复。

目前，公司已形成了由营销中心（含销售管理部、市场部、北区销售部、南区销售部、大客户销售部）、外贸部构成的独立营销体系。公司营销中心和外贸部分别负责国内外市场产品的营销、产品销售及客户服务工作。其中为加强市场拓展及客户服务，公司组建销售管理部负责统筹、协调、推进整体销售目标的实现；组建市场部负责市场营销策划以及产品推广；针对国内不同区域及客户情况，专门组建北区销售部、南区销售部、大客户销售部分别负责不同地区及客户拓展及服务工作。

报告期内，公司销售部门均独立运行，独立进行市场开拓。

2、公司拥有独立充足的销售人员

报告期各期末，公司销售人员数量及占比情况如下：

项目	2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日	
	人数	占比	人数	占比	人数	占比
销售人员（人）	48	13.99%	40	12.42%	42	13.46%

报告期内，公司拥有独立的销售人员，独立从事公司产品的营销、产品销售及客户服务工作。报告期内，公司销售人员均与公司签署劳动合同，不存在于控股股东及其控制的其他企业中兼职、领薪的情形。

3、公司拥有独立的销售渠道网络

公司在业务规模持续发展过程中，通过参加国内外相关行业展会、网站宣传、原有客户推荐介绍、主动拜访目标客户等方式积极开展业务拓展。在销售区域方面，公司产品销售区域已覆盖国内华南、华北、华中等国内各片区，并出口至亚洲、欧洲和非洲等多个国家和地区。在客户类型方面，经过多年深耕发展，公司建立以工业打印应用领域为主的销售渠道网络，开拓了以数码喷印设备生产商及其代理商、提供数码喷印设备、耗材和服务的中间商为主的客户群体。在客户增量方面，随着公司销售渠道的不断完善，2018 年至 2020 年各年度新增客户数量约 320 家、300 家、880 家。公司拥有独立的销售渠道网络。

4、公司关联销售金额及占比逐年下降，对关联方不存在依赖

报告期内，公司关联销售金额及占比情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
向关联方销售商品金额	786.62	911.05	976.72
占营业收入比例	2.35%	2.57%	3.38%

报告期内，公司关联销售金额及占比较小，且呈逐年下降的趋势，公司销售业务不存在依赖关联方的情形。

综上所述，报告期内，公司拥有独立的销售部门、专业的销售团队、营销体系，拥有独立的销售渠道网络，公司关联销售金额及占比较小，且呈逐年下降的趋势，公司销售业务不存在依赖关联方的情形，公司销售具有独立性。

(3) 说明产品使用商标的情况，包括使用商标的产品和金额、不使用商标的原因；并按照自有商标、受让商标、授权商标列示报告期内相关产品的销售金额、占比，说明发行人的销售是否依赖授权商标

一、公司产品使用商标的情况，使用商标的产品和金额、不使用商标的原因

报告期内，公司产品使用商标情况如下：

单位：万元

品牌	商标类别	产品分类	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
			金额	比例	金额	比例	金额	比例
非自有品牌	中性商标	分散墨水	10,261.42	30.78%	9,988.17	28.30%	7,036.15	24.46%
		UV 墨水	7,468.62	22.40%	8,217.51	23.28%	6,934.74	24.11%
		水性墨水	3,234.77	9.70%	2,410.93	6.83%	2,291.76	7.97%
		活性墨水	2,473.18	7.42%	3,624.93	10.27%	4,008.40	13.94%
		其他墨水	1,358.76	4.08%	1,195.04	3.39%	928.45	3.23%
		合计	24,796.75	74.38%	25,436.58	72.06%	21,199.50	73.71%
	客户商标	分散墨水	3,227.58	9.68%	3,780.48	10.71%	2,533.78	8.81%
		UV 墨水	2,001.40	6.00%	2,111.94	5.98%	1,045.04	3.63%
		水性墨水	340.16	1.02%	312.70	0.89%	284.63	0.99%
		活性墨水	-	-	0.18	0.00%	1.33	0.00%
		其他墨水	375.56	1.13%	402.86	1.14%	413.93	1.44%
		合计	5,944.70	17.83%	6,608.16	18.72%	4,278.70	14.88%
自有品牌	授权商标	分散墨水	727.45	2.18%	1,316.19	3.73%	1,292.90	4.50%
		UV 墨水	161.65	0.48%	265.17	0.75%	294.75	1.02%
		水性墨水	895.15	2.68%	1,284.95	3.64%	1,212.89	4.22%
		活性墨水	-	-	-	-	26.91	0.09%
		其他墨水	46.32	0.14%	37.22	0.11%	39.83	0.14%
		合计	1,830.57	5.49%	2,903.52	8.23%	2,867.28	9.97%
	自有商标	分散墨水	738.14	2.21%	351.32	1.00%	417.02	1.45%
		UV 墨水	6.21	0.02%	-	-	-	-
		水性墨水	22.77	0.07%	-	-	-	-
		其他墨水	0.36	0.00%	-	-	-	-
		合计	767.47	2.30%	351.32	1.00%	417.02	1.45%
		合计		33,339.48	100.00%	35,299.58	100.00%	28,762.50

公司产品使用中性商标的比重分别为 73.71%、72.06%、74.38%，占比较大。公司在与客户的交易过程中，对于以何种商标销售并未进行刻意区分，主要依据客户的需求。客户的主要考量因素是自身对下游客户的把控、自身发展等方面，例如中小型客户会倾向于使用天威自有商标或者集团授权商标，以便打开市场；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。

报告期内，公司向客户销售中性商标的占比较大，主要原因为公司客户群体主要为数码喷印设备生产商及其代理商、提供数码喷印设备、耗材和服务的中间商，此类客户出于对其下游客户资源的保护，更倾向于采购使用中性商标或客户商标的产品。

二、自有商标、受让商标、授权商标相关产品的具体情况，发行人的销售不依赖授权商标

报告期内，按照自有商标、受让商标、授权商标列示报告期内相关产品的销售金额、占比情况如下：

单位：万元

商标类型	产品	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
授权商标	分散墨水	727.45	2.18%	1,052.62	2.98%	930.63	3.24%
	UV 墨水	161.65	0.48%	264.53	0.75%	294.75	1.02%
	水性墨水	895.15	2.68%	1,284.63	3.64%	1,212.78	4.22%
	活性墨水	-	-	-	-	26.91	0.09%
	其他墨水	46.32	0.14%	37.22	0.11%	39.83	0.14%
	合计	1,830.57	5.49%	2,639.00	7.48%	2,504.91	8.71%
受让商标	分散墨水	426.60	1.28%	263.57	0.75%	362.27	1.26%
	UV 墨水	1.49	0.00%	0.64	0.00%	-	-
	水性墨水	22.77	0.07%	0.32	0.00%	0.10	0.00%
	活性墨水	-	-	-	-	-	-
	其他墨水	0.16	0.00%	-	-	-	-
	合计	451.02	1.35%	264.52	0.75%	362.37	1.26%

商标类型	产品	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
自有商标	分散墨水	311.54	0.93%	351.32	1.00%	417.02	1.45%
	UV 墨水	4.71	0.01%	-	-	-	-
	水性墨水	-	-	-	-	-	-
	活性墨水	-	-	-	-	-	-
	其他墨水	0.20	0.00%	-	-	-	-
	合计	316.45	0.95%	351.32	1.00%	417.02	1.45%

注：2018 年、2019 年，受让商标由关联方授权使用，2020 年起，受让商标成为公司自有商标。

报告期内，公司授权商标对应产品的销售收入占比分别为 8.71%、7.48%、5.49%，授权商标相关产品的收入有所下降，占主营业务收入的比重较低，且呈现下降的趋势。公司受让商标对应产品的销售收入占比分别为 1.26%、0.75%、1.35%，占比均很小。

鉴于：

1、报告期内，公司对外销售产品以中性商标为主，对外销售使用关联方授权商标产品的收入及占比均很低，且呈下降趋势，2020 年的收入占比仅为 5.49%；

2、除授权商标外，公司还拥有 18 项境内商标和 4 项境外商标，若公司未能被授权继续使用授权商标，公司亦可使用自有商标开展业务；

3、受行业特性及客户对其下游客户资源保护的影响，更多客户倾向于使用中性商标或客户商标，因此，数码墨水产品本身对于商标的依赖度较低；

4、公司在国内数码喷印功能性材料行业已经拥有较高的市场知名度和影响力，公司主要产品在行业内具有较强的市场竞争力，公司产品的质量、口碑、技术研发能力、售后服务能力等与销售业务的联结密切程度较高，远高于授权商标与销售业务的联结密切程度。

综上所述，公司产品销售不依赖于授权商标。

(4) 结合发行人和实际控制人控制的其他企业的产品区分度、销售独立性、商标标识依赖性、历史上集团各企业分工协作模式、关联交易必要性、发行人关联交易金额及占比等方面，详细论述说明发行人是否符合《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》第十二条关于独立性的相关要求

公司符合《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》第十二条关于独立性的相关要求，具体如下：

一、公司和实际控制人控制的其他企业的产品具有明显区分度，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间不存在构成重大不利影响的同业竞争

1、公司主要产品（不包括水性墨水-桌面办公打印产品）与实际控制人控制的其他企业的产品属于不同应用领域的不同产品，具有显著区分度

公司主要产品为分散墨水、UV 墨水、水性墨水以及活性墨水，除水性墨水-桌面办公打印产品应用于办公打印领域外，公司产品主要应用于工业打印领域。

公司实际控制人控制的其他企业的主要产品为墨盒、硒鼓、碳粉盒、碳粉等各类办公打印耗材，主要应用于办公打印领域，与公司主要产品（不包括水性墨水-桌面办公打印产品）在应用领域上不存在重叠，二者属于不同应用领域的不同产品，具有显著区分度。

2、公司水性墨水-桌面办公打印产品与实际控制人控制的其他企业的产品（不包括墨盒）的终端应用不同，具有显著区分度

公司水性墨水-桌面办公打印产品与实际控制人控制的其他企业的产品（墨盒、硒鼓、碳粉盒、碳粉、色带等）均属于办公打印领域，但在产品应用分类上，公司水性墨水-桌面办公打印产品终端应用于办公打印领域中的喷墨打印（墨盒、墨水），而除墨盒之外，公司实际控制人控制的其他企业的产品主要应用于办公打印领域中激光打印（硒鼓、碳粉盒、碳粉等）、针式打印（色带），三者在使用打印机类型、成像基本原理、打印特点、应用场景等方面完全不同，互相之间不可替代，三者具有显著的区分度，具体差异如下：

耗材类别	应用打印机类型	成像基本原理	打印机打印特点	应用场景
色带	针式打印机	打印头带钢针，点阵打印	打印速度慢、噪音大、只能打印特定颜色	可以实现一式多联的打印方式，主要应用于银行和打印发票纸质发票需求较大的行业
墨盒	喷墨打印机	两种原理：一种是压电式，典型代表 Epson；一种是热发泡式，典型代表是 Canon	噪音低、颜色丰富、颜色的还原度最高；喷墨打印机目前主要有两种类别，一种墨仓式，一种是带头墨盒打印机	色彩还原度最高，主要应用于追求色彩打印效果的办公领域，因部分打印机价格低，也是家庭打印应用的主要选择
硒鼓、碳粉盒	激光打印机	利用碳粉带电原理不同，通过感光鼓成像，把碳粉转印到纸上	打印速度快，噪音低，成本相对高，可以打印黑色或者彩色	适应性最强，打印速度比较快，打印机类型较多，适用于办公打印

3、水性墨水-桌面办公打印产品与墨盒不存在构成重大不利影响的同业竞争

在产品上下游关系上，水性墨水-桌面办公打印产品是墨盒的原材料之一，均用于办公打印领域，但是鉴于：

（1）水性墨水-桌面办公打印产品与墨盒在原材料、生产工艺、核心技术、生产设备等方面完全不同，具有明显区分度；

（2）水性墨水-桌面办公打印产品不是公司收入及利润的主要来源，报告期内的收入占比、毛利占比均低于 10%；

（3）报告期内，天威厂墨盒相关收入、毛利的具体情况如下：

单位：万元

项目	期间	天威厂（A）	天威新材（B）	占比（A÷B）
墨盒相关产品收入	2020 年度	1,122.05	33,339.48	3.37%
	2019 年度	1,292.15	35,299.58	3.66%
	2018 年度	2,190.47	28,762.50	7.62%
墨盒相关产品毛利	2020 年度	-5.21	11,527.13	-0.05%
	2019 年度	213.43	10,112.43	2.11%
	2018 年度	343.40	9,040.06	3.80%

天威厂墨盒相关产品收入、毛利占公司主营业务收入或毛利的比例均未达30%；

(4) 报告期内，公司向天威厂销售的金额分别为 126.39 万元、112.29 万元和 95.80 万元，占营业收入的比重分别为 0.44%、0.32%和 0.29%，收入、销售占比极小，且均呈逐年下降的趋势。

综上所述，公司和实际控制人控制的其他企业的产品具有明显的区分度，公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间不存在构成重大不利影响的同业竞争。

二、公司的销售具有独立性

报告期内，公司拥有独立的销售部门、专业的销售团队、营销体系，拥有独立的销售渠道网络，公司关联销售金额及占比较小，且呈逐年下降的趋势，公司销售业务不存在依赖关联方的情形，公司销售具有独立性。公司销售独立性的具体分析详见本问询回复问题 1 第（2）问的回复。

三、公司对授权商标不存在依赖

报告期内，公司对外销售产品以中性商标为主，对外销售使用关联方授权商标产品的收入及占比均很低，且呈下降趋势，2020 年的收入占比仅为 5.49%。除授权商标外，公司还拥有 18 项境内商标和 4 项境外商标，若公司未能被授权继续使用授权商标，公司亦可使用自有商标开展业务。受行业特性及客户对其下游客户资源保护的影响，更多客户倾向于使用中性商标或客户商标，因此，数码墨水产品本身对于商标的依赖度较低。此外，公司在国内数码喷印功能性材料行业已经拥有较高的市场知名度和影响力，公司主要产品在行业内具有较强的市场竞争力，公司产品的质量、口碑、技术研发能力、售后服务能力等与销售业务的联结密切程度较高，远高于授权商标与销售业务的联结密切程度。公司销售不依赖于授权商标。公司不依赖于授权商标的具体分析详见本问询回复问题 1 第（3）问的回复。

四、历史上集团各企业分工协作模式

从集团各企业分工协作模式上看，公司业务独立于天威集团。天威集团从整

体控制成本、资源配置、专人专职等角度考虑，将集团内的国内外销售、采购等业务集中交由部分关联方，以此发挥集团规模优势。

天威集团主要经营企业分工协作模式布局如下：

业务划分	主体	定位
激光打印耗材及周边产品生产制造	珠海天威飞马打印耗材有限公司	定位于硒鼓、碳粉盒等打印机、复印机
	上海阿格感光材料有限公司	耗材产品及周边产品的研发、生产和销
	珠海思美亚碳粉有限公司	售
喷墨打印耗材生产制造	天威打印机耗材制造厂	定位于墨盒的生产及销售
针式打印耗材及周边产品生产制造	珠海天印耗材有限公司	定位于色带及色带配件产品的生产及销售
	天杭办公耗材(杭州)有限公司	
	珠海天博打印耗材有限公司	
	湖州裕华办公用品有限公司	
	湖州华迅纺织有限公司	
芯片生产制造	珠海天威技术开发有限公司	定位于激光及喷墨打印耗材芯片的研
	深圳市天创威芯技术开发有限公司	发、生产和销售
国内销售平台（线下）	珠海天威飞马打印耗材有限公司	2017年开始定位于天威集团产品线下销售
国内销售平台（线上）	珠海天威泛凌贸易有限公司	2017年之前定位于天威集团产品线下和线上销售，2017年开始主要定位于天威集团线上销售
国外销售平台	联力科技国际（澳门离岸商业服务）股份有限公司	定位于天威集团产品海外线下销售渠道
	天威网售有限公司	定位于天威集团产品海外线上销售渠道
原材料采购平台	天威采购服务有限公司	定位于为天威集团附属企业提供原材料采购服务

采购业务：在 2015 年以前，在采购方面，出于对境外原材料采购的便捷性

考虑，公司会通过天威采购（原材料采购平台）采购部分原材料，关联采购占比约 10%左右，占比较低，同时，相关境外原材料供应商均由公司自主接洽并确定交易，公司采购独立。

销售业务：公司于 2009 年设立了独立、专业的销售部门。2009 年-2013 年，伴随着公司进入数码喷印材料全面拓展阶段，公司喷印墨水产品的应用领域全面拓展覆盖数码印花、包装出版物、工艺装饰品、建筑装潢以及电子电路等众多工业印制领域，与此同时，公司产品对销售团队的专业化程度有了更高要求，而天威泛凌（集团国内销售平台）、联力科技（集团国外销售平台）以办公打印耗材为中心的销售团队已逐渐无法适应公司产品市场的变化，而此阶段，公司自身销售团队凭借公司产品技术优势以及专业化的服务，逐步打开销售格局，至 2014 年，公司已经形成自主销售为主的销售收入结构，关联销售的占比低于 50%。

2015 年，公司筹划在全国股转系统挂牌事宜，为确保公司业务具有独立性，公司于当年采取了相应的规范措施。

2015 年 9 月，公司主动进行了规范。在销售方面，公司于 2015 年 9 月与相关关联方及其下游主要客户签订了《补充协议书-业务转移》，不再向关联方进行销售，转为直接销售，之后发生的关联销售，系关联方出于自身经营或业务开展的需求而向公司采购产品。在采购方面，公司于 2015 年 10 月已终止通过天威采购采购原料，转而直接向供应商采购。自此，公司销售及采购业务已独立于天威集团。

2014 年至 2020 年，公司向关联方销售商品、向关联方采购商品或服务的金额及占比情况如下：

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
向关联方销售商品金额	786.62	911.05	976.72	2,107.63	1,640.19	4,102.22	5,869.47
占营业收入比例	2.35%	2.57%	3.38%	9.74%	10.59%	33.23%	47.97%
向关联方采购商品或服务金额	15.57	34.17	28.02	31.85	32.49	843.94	901.53
占营业成本比例	0.07%	0.13%	0.14%	0.23%	0.32%	10.15%	11.18%

由上表可见，自 2015 年规范之后，2016 年公司向关联方销售商品、向关联方采购商品或服务金额以及占比大幅下降。

报告期内，公司关联销售占营业收入的比例已分别下降至 3.38%、2.57%和 2.35%，金额及占比均较低，系关联方出于自身经营或业务开展的需求而向公司采购产品。报告期内，公司关联采购占营业成本的比例已分别下降至 0.14%、0.13%和 0.07%，金额及占比极低。

报告期内，公司与关联方之间的销售均基于双方业务范畴内的供给和需求匹配，具有商业实质、合理性和必要性，公司不存在依赖天威集团其他附属企业人力、资源、渠道等方面进行销售的情形。公司与关联方之间的采购均属于日常生产经营所需的办公耗材、仓储、检测、设计以及工程管理等产品或服务，不存在公司依赖天威集团其他附属企业人力、资源、渠道等方面进行原料采购的情形。

五、公司与关联方之间的交易具有商业合理性及必要性

报告期内，关联方向公司采购产品的用途分为两类，一类为采购数码喷墨墨水后对外进行销售，一类为基于自身生产、办公需求。其中，关联方向公司采购产品后对外进行销售，主要基于关联方为其客户提供一站式的服务的目的。

报告期内，公司与关联方发生关联销售的原因及必要性如下：

（1）关联公司天威飞马、展望耗材、联力科技、丰成有限，下游客户群体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、色带等办公打印耗材，范围较广。在实际经营中，该公司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，该公司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；

（2）关联公司天威泛凌，为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，该公司存在桌面办公打印墨水采购需求。该公司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；

(3) 关联公司骑士贸易，该公司为打印耗材综合贸易商，该公司会根据客户需求，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；

(4) 关联公司天威厂、艺潮迷、Artify Me Limited、天博耗材、天威技术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。具有商业合理性及必要性。

报告期内，公司向关联方采购均为日常生产经营所需的办公耗材、仓储、检测、设计以及工程管理等产品或服务，关联采购具有商业合理性及必要性。

因此，公司与关联方发生关联交易具有商业合理性及必要性。

六、公司与关联方交易金额及占比较低，不存在对关联方构成依赖

报告期内，公司关联交易金额及占比情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
向关联方销售商品金额	786.62	911.05	976.72
占营业收入比例	2.35%	2.57%	3.38%
向关联方采购商品或服务金额	15.57	34.17	28.02
占营业成本比例	0.07%	0.13%	0.14%

报告期内，公司关联销售金额分别为 976.72 万元、911.05 万元、786.62 万元，占比分别为 3.38%、2.57%、2.35%，关联销售金额及占比均较低，且呈现逐年下降的趋势，报告期内，公司销售业务不存在依赖关联方的情形。

报告期内，公司向关联方采购商品或服务金额分别为 28.02 万元、34.17 万元、15.57 万元，占比分别为 0.14%、0.13%、0.07%，公司关联采购金额及占比均较低，关联采购均为公司生产经营所需，公司采购业务不存在依赖于关联方的情形。

总体来看，公司关联销售及关联采购金额及占比均较低，公司销售业务及采购业务未对关联方构成依赖，公司业务独立。

鉴于：

1、公司和实际控制人控制的其他企业的产品具有明显区分度，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间不存在构成重大不利影响的同业竞争；

2、报告期内，公司拥有独立的销售部门、专业的销售团队、营销体系，拥有独立的销售渠道网络，公司关联销售金额及占比较小，且呈逐年下降的趋势，公司销售业务不存在依赖关联方的情形，公司销售具有独立性；

3、公司销售业务不依赖于授权商标；

4、公司向关联方采购商品或服务金额分别为 28.02 万元、34.17 万元、15.57 万元，占比分别为 0.14%、0.13%、0.07%，公司关联采购金额及占比均较低，关联采购均为公司生产经营所需，公司采购业务不存在依赖于关联方的情形；

5、公司业务独立，公司与关联方之间的交易具有必要性，不存在严重影响独立性的关联交易，具有直接面向市场独立持续经营的能力；

6、公司拥有独立完整的资产，合法拥有与生产经营相关的主要土地、厂房、机器设备以及商标、专利的所有权或者使用权，公司资产完整。

因此，公司资产完整，业务独立，具有直接面向市场独立持续经营的能力，公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间不存在对公司构成重大不利影响的同业竞争，不存在严重影响独立性的关联交易，符合《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》第十二条关于独立性的相关要求。

请保荐人、发行人律师、申报会计师发表明确意见，并说明对发行人业务和资产是否完整、独立，是否具有直接面向市场独立持续经营能力所采取的核查程序、核查证据和核查结论

针对发行人业务和资产是否完整、独立，是否具有直接面向市场独立持续经营能力，我们履行的核查程序和获取的核查证据如下：

1、取得实际控制人控制企业的工商登记资料、审计报告或财务报表、采购及销售明细、采购及销售合同、固定资产清单、知识产权清单、员工名册。核查了实际控制人控制企业的历史沿革、所属行业、主营业务、主要产品、主要原材料、生产流程、资产、人员构成等基本情况；判断实际控制人控制企业的产品与发行人的区分度，是否与发行人存在重大不利影响的同业竞争；

2、取得实际控制人控制企业的天威厂墨盒产品销售明细、天威飞马、天威泛凌、联力科技对外销售墨水明细，取得关联方出具的书面说明，量化分析相关关联方墨盒、墨水销售收入及毛利占发行人主营业务收入及毛利比重情况；判断相关关联公司是否与发行人存在重大不利影响的同业竞争；

3、了解与发行人销售及采购相关的关键内部控制，评价其设计是否有效，并测试相关内部控制运行的有效性，取得发行人销售及采购环节的订单、发票、出入库单、收付款资料，获取发行人销售及采购明细、关联销售及关联采购交易明细、关联交易合同以及交易凭证，取得发行人关联方就关联交易出具的情况说明，核查发行人与关联方关联交易金额及占比、变动趋势、关联交易产生的背景及真实性、关联交易定价公允性，判断发行人是否存在严重影响独立性的关联交易；

4、取得发行人员工名册、组织架构图以及职责说明、销售及采购管理制度、采购及销售部门岗位工作标准、销售及采购流程等内部控制文件，核查发行人销售及采购部门设置情况、人员构成情况、销售及采购内部控制履行情况，判断发行人是否设置独立的销售及采购部门，拥有独立的销售及采购人员，销售及采购内控是否有效执行；

5、对实际控制人控制的具有生产经营的企业进行走访，访谈了解实际控制人控制的各企业的发展定位以及分工协作模式，了解关联交易的合理性及必要性，关联方在生产经营、资产、人员、机构、财务核算方面与发行人的独立情况；

6、取得发行人固定资产清单、重要固定资产采购合同及发票、不动产权证书、知识产权清单及证书等资产权属凭证，了解发行人资产权属及其使用情况，核查发行人生产经营的重要资产是否存在权属纠纷，资产是否被关联方占用，是否存在使用关联方资产的情形；

7、取得并查阅显雅有限公司与发行人签署的商标使用许可合同和补充协议；核查发行人使用关联方商标是否获得必要授权，重点分析报告期内授权商标对应产品的收入及占比情况，判断发行人生产经营是否对授权商标构成重大依赖。

请中介机构的内核和质控部门说明所执行的相关程序和结论

申报会计师质控部门针对发行人独立性进行了如下审核程序：

1、复核项目组风险评估底稿，重点关注发行人的经营模式、经营风险点、

经营的独立性；

2、复核项目组关联交易底稿，重点关注发行人关联交易的必要性、合理性以及定价的公允性，并督促项目组对关联交易对公司经营影响进行定量分析；

3、复核项目组持续经营底稿，关注发行人是否具有直接面向市场持续经营能力；

4、复核项目组有关发行人内部控制、组织架构分析底稿，关注发行人是否在人员上与关联方之间存在互相占用的情况；

5、复核项目组相关资产底稿，关注发行人与关联方之间是否存在互相占用资产的情况；

6、查阅发行人对外公开信息，了解发行人对外公开信息中有关业务、人员、资产独立性以及关联交易、同业竞争等方面的情况；

7、与项目组签字会计师、项目合伙人进行沟通，对历次审核问询函中相关问题回复进行复核。

经复核，申报会计师质控部门认为，发行人资产完整、独立，具有直接面对市场独立持续经营能力。

核查结论

经核查，申报会计师认为：

1、发行人水性墨水-桌面办公打印产品不是收入及利润的主要来源；发行人主要通过直接向客户进行销售的方式销售水性墨水-桌面办公打印产品，向关联方销售的占比较低且逐年下降；关联方因自身经营或业务开展的需求而向发行人采购产品，并非发行人依赖关联方的销售渠道对外进行销售，发行人该业务独立；

2、报告期内，发行人拥有独立的销售部门、专业的销售团队、营销体系，拥有独立的销售渠道网络，发行人关联销售金额及占比较小，且呈逐年下降的趋势，发行人销售业务不存在依赖关联方的情形，发行人销售具有独立性；

3、报告期内，发行人对外销售产品以中性商标为主，对外销售使用关联方授权商标产品的收入及占比均很低；若发行人未能被授权继续使用授权商标，发行人亦可使用自有商标开展业务；受行业特性及客户对其下游客户资源保护的影响，更多客户倾向于使用中性商标或客户商标，数码墨水产品本身对于商标的依

赖度较低；发行人产品的质量、口碑、技术研发能力、售后服务能力等与销售业务的联结密切程度较高，远高于授权商标与销售业务的联结密切程度。发行人产品销售不依赖于授权商标，发行人资产完整；

4、发行人资产完整，业务独立，具有直接面向市场独立持续经营的能力，发行人与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间不存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争，不存在严重影响独立性的关联交易，符合《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》第十二条关于独立性的相关要求；

5、发行人与关联方之间的交易具有必要性，不存在严重影响独立性的关联交易，发行人业务独立；发行人生产经营不依赖于授权商标，发行人合法拥有与生产经营相关的主要土地、厂房、机器设备以及商标、专利的所有权或者使用权，发行人资产完整。发行人业务和资产完整、独立，具有直接面向市场独立持续经营能力。

问题 2. 关于关联交易

申报文件及问询回复显示：

（1）发行人向关联方天威飞马销售水性墨水，天威飞马的第一大客户为关联方联力科技，联力科技的客户之一为 PT. Sinar Asia Perkasa，联力科技、PT. Sinar Asia Perkasa 均直接向发行人采购。未直接向发行人采购的原因一是关联方为客户提供一站式服务，二是采购量不够发行人境外销售最小订单量。

（2）发行人向关联方销售水性墨水单价较高、毛利率较低，主要原因为 1KG 产品销售单价较高、毛利率较低的占比较高。水性墨水-1KG 产品的比较中，关联方单价高于非关联方的原因主要系向关联方销售单位成本及定价相对较高 Epson 墨水(升级版)、多颜色的套装产品；此种产品毛利率高于非关联方的原因是向非关联方销售毛利率较低的产品。2020 年，向关联方及非关联方销售水性墨水毛利率增长较多，与水性墨水整体毛利率及变动趋势不符。

请发行人：

(1) 说明联力科技主要客户的具体情况，包括但不限于成立时间、业务规模、所在国家和地区、合作开始时间、关联关系、客户性质等；结合相关产品在关联方及关联方客户的期末库存情况、实物流情况，说明发行人向关联方直接销售或间接销售的产品是否实现最终销售。

(2) 列示向发行人直接采购的同时又通过关联方采购的客户的基本情况、采购内容、从各方采购的金额及占比，说明通过关联方采购的金额与最小订单量的匹配关系，结合一站式服务的具体情况说明天威飞马产品与发行人产品是否为同类产品或相似产品，是否存在共用销售渠道情形，通过关联方向客户销售价格是否公允、是否存在让渡利润情形或利益输送的情形。

(3) 列示关联方的营业收入、毛利率、净利润、扣非归母净利润等财务指标，说明关联方是否存在亏损情况，是否存在替发行人承担成本、费用的情况，未向非关联方销售结合 Epson 墨水(升级版)、多颜色的套装产品的原因及合理性，是否存在定制产品，上述产品定价模式及公允性，是否存在利益输送。

(4) 列示 Epson 墨水(升级版)、多颜色的套装产品的毛利率情况，说明与其他产品毛利率存在差异的原因；说明 1KG 产品与水性墨水整体毛利率及变动趋势存在差异的原因及合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明对关联方销售真实性、贸易类关联方最终销售、销售价格公允性、是否存在让渡利润或利益输送情形所采取的核查方式、核查比例和核查结论。

[回复]

(1) 说明联力科技主要客户的具体情况，包括但不限于成立时间、业务规模、所在国家和地区、合作开始时间、关联关系、客户性质等；结合相关产品在关联方及关联方客户的期末库存情况、实物流情况，说明发行人向关联方直接销售或间接销售的产品是否实现最终销售

联力科技销售墨水的主要客户基本情况如下：

客户名称	成立时间	国家	开始合作时间	关联关系	客户性质
Eco Store Srl	2001 年 3 月	意大利	2007 年 10 月	无	打印耗材综合贸易商
Lama France	1989 年 9 月	法国	2002 年 11 月	无	打印耗材综合贸易商
INKJETION DE COLOMBIA S.A.S.	2009 年 1 月	哥伦比亚	2012 年 2 月	无	打印耗材综合贸易商
Sehar Al Diyar Trading & General	2011 年 11 月	伊拉克	2018 年 5 月	无	打印耗材综合贸易商
Neuhaus Sac	2013 年 5 月	秘鲁	2018 年 8 月	无	打印耗材综合贸易商
NCD Corporation S.A	2017 年 12 月	巴拿马	2019 年 4 月	无	打印耗材综合贸易商
Colormagic Limited	2001 年 5 月	英国	2018 年 8 月	无	打印耗材制造商及贸易商
PT. Golden Trading Internasional	2006 年 7 月	印度尼西亚	2007 年 2 月	无	打印耗材综合贸易商
Agawa.PI Sp. z o.o.	1999 年	波兰	2006 年 5 月	无	打印耗材综合贸易商
COPIERS UNLIMITED INC	2011 年 3 月	美国	2018 年 1 月	无	复印机设备以及相关耗材 贸易商
Insumos Y Accesorios De Oficina SAC	1997 年 3 月	秘鲁	2004 年 6 月	无	打印耗材综合贸易商
Rite Imaging Llc	2002 年 8 月	阿联酋	2002 年 12 月	无	打印耗材综合贸易商

报告期内，联力科技墨水销售第一大客户 Eco Store Srl 的销售规模约为 1,700 万美元、1,600 万美元、1,400 万美元，联力科技向其他客户销售墨水金额较小，未提供相关经营数据。

经对关联方联力科技实施销售穿透核查，了解联力科技采购公司墨水产品在各期末的库存情况以及对外销售墨水的客户情况，同时取得联力科技主要墨水销售客户就所采购墨水产品在各期末的库存情况及最终销售情况出具的书面确认。公司向联力科技销售的墨水均已经实现销售，联力科技主要墨水销售客户向联力科技采购墨水后均已经实现销售，具体情况如下：

1、公司产品在联力科技期末库存情况

单位：万元

2020 年度		2019 年度		2018 年度	
销售金额	期末库存	销售金额	期末库存	销售金额	期末库存
63.93	0.00	73.96	0.00	104.61	0.00

报告期各期末，联力科技墨水库存均为 0，主要因为联力科技为贸易性质的企业，其根据客户的需求直接向供应商下单进行产品采购，供应商将产品出口报关并交付至指定货运代理，最终将货物运输至客户目的地，其自身不预备产品库存。

联力科技对外销售产品的流程为：客户下达销售订单→联力科技向供应商下采购订单→供应商备货→供应商进行出口报关并将货物交付至指定货运代理→货物离港→客户提货→联力科技与客户进行对账→客户回款。

2、联力科技墨水前五大客户期末墨水库存情况

序号	客户名称	销售金额（万元）	期末库存
2020 年度			
1	Eco Store Srl	166.34	约 3.20 万美元
2	Lama France	51.28	约 1.00 万美元
3	INKJETION DE COLOMBIA S.A.S.	17.19	约 1.20 万美元
4	Sehar Al Diyar Trading & General	12.92	未提供
5	Neuhaus Sac	11.63	未提供
合计		259.36	-
2019 年度			
1	Eco Store Srl	114.69	约 1.50 万美元
2	NCD Corporation S.A	26.85	未提供
3	Colormagic Limited	21.17	未提供
4	PT. Golden Trading Internasional	9.45	未提供
5	Agawa.PI Sp. z o.o.	6.91	未提供
合计		179.07	-

序号	客户名称	销售金额（万元）	期末库存
2018 年度			
1	Eco Store Srl	139.89	约 2.50 万美元
2	COPIERS UNLIMITED INC	30.61	未提供
3	Insumos Y Accesorios De Oficina SAC	29.32	未提供
4	Rite Imaging Llc	15.27	未提供
5	PT. Golden Trading Internacional	7.93	未提供
合计		223.02	-

由上表可见，报告期内，联力科技主要墨水客户中第一大墨水客户采购金额较大且期末库存金额较小，除此之外，联力科技与其他墨水客户交易金额均很低。联力科技主要墨水销售客户向联力科技采购墨水后已经实现销售。

综上，公司向联力科技销售的墨水均已经实现销售，联力科技主要墨水销售客户向联力科技采购墨水后已经实现销售，不存在囤货、铺货、压货、未实现最终销售等情况。

（2）列示向发行人直接采购的同时又通过关联方采购的客户的基本情况、采购内容、从各方采购的金额及占比，说明通过关联方采购的金额与最小订单量的匹配关系，结合一站式服务的具体情况说明天威飞马产品与发行人产品是否为同类产品或相似产品，是否存在共用销售渠道情形，通过关联方向客户销售价格是否公允、是否存在让渡利润情形或利益输送的情形

一、向发行人直接采购的同时又通过关联方采购的客户的基本情况、采购内容、从各方采购的金额及占比，通过关联方采购的金额与最小订单量的匹配关系

报告期内，仅有关联方存在向公司直接采购墨水的同时又向其他关联方采购墨水的情形，公司其他客户不存在向公司直接采购墨水的同时又向关联方采购墨水的情形。

向公司采购墨水又同时向其他关联方采购墨水的关联方分别为：联力可、丰成有限、天威泛凌、天威飞马。

上述关联方向公司采购墨水又同时向其他关联方采购墨水的基本情况、采购内容、从各方采购的金额及占比情况如下：

1、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	墨水供应商	采购金额	占比	主要采购内容
2020 年度	珠海天威飞马打印耗材有限公司	195.43	74.63%	桌面办公打印墨水
	珠海展望打印耗材有限公司	2.50	0.95%	桌面办公打印墨水
	天威新材	63.93	24.42%	桌面办公打印墨水
	合计	261.86	100.00%	-
2019 年度	珠海天威飞马打印耗材有限公司	95.14	54.54%	桌面办公打印墨水
	珠海展望打印耗材有限公司	5.36	3.07%	桌面办公打印墨水
	天威新材	73.96	42.39%	桌面办公打印墨水
	合计	174.45	100.00%	-
2018 年度	珠海天威飞马打印耗材有限公司	118.80	53.18%	桌面办公打印墨水
	天威新材	104.61	46.82%	桌面办公打印墨水
	合计	223.40	100.00%	-

由上表可见，报告期内，联力科技向关联方采购墨水的金额高于向公司采购的金额。

联力科技主要根据自身客户的需求向公司或其他关联方开展墨水采购，针对联力科技采购墨水与最小订单量的关系，对联力科技墨水销售客户年度交易金额进行分层如下：

单位：万元

销售金额分层	2020 年度			
	销售金额	家数	平均销售金额	客户家数占比
5 万以上	309.15	12	25.76	27.91%
1-5 万	27.92	12	2.33	27.91%
≤1 万	5.00	19	0.26	44.19%
合计	342.08	43	7.96	100.00%

销售金额分层	2019 年度			
	销售金额	家数	平均销售金额	客户家数占比
5 万以上	198.10	8	24.76	25.00%
1-5 万	31.78	9	3.53	28.13%
≤1 万	4.29	15	0.29	46.88%
合计	234.17	32	7.32	100.00%

销售金额分层	2018 年度			
	销售金额	家数	平均销售金额	客户家数占比
5 万以上	235.40	7	33.63	24.14%
1-5 万	17.64	7	2.52	24.14%
≤1 万	5.59	15	0.37	51.72%
合计	258.64	29	8.92	100.00%

由上表可见，报告期内，联力科技墨水销售客户年度交易金额在 1 万元以下的数量占比分别为 51.72%、46.88%、44.19%，客户结构中小批量采购客户占多数，且年度交易金额在 1 万元以下的客户平均年度交易金额为 0.2-0.3 万元，交易金额极小，该金额尚未达到公司出口业务最小订单量。

2、丰成有限公司

单位：万元

期间	墨水供应商	采购金额	占比	主要采购内容
2020 年度	珠海展望打印耗材有限公司	10.25	16.69%	桌面办公打印墨水
	天威新材	51.16	83.31%	桌面办公打印墨水
	合计	61.41	100.00%	-
2019 年度	珠海展望打印耗材有限公司	3.89	5.53%	桌面办公打印墨水
	天威新材	66.45	94.47%	桌面办公打印墨水
	合计	70.34	100.00%	-
2018 年度	珠海展望打印耗材有限公司	21.02	36.74%	桌面办公打印墨水
	天威新材	36.20	63.26%	桌面办公打印墨水
	合计	57.22	100.00%	-

由上表可见，报告期内，丰成有限向关联方采购墨水的金额较少。

丰成有限主要根据自身客户的需求向公司或其他关联方开展墨水采购，针对丰成有限采购墨水与最小订单量的关系，对丰成有限墨水销售客户年度交易金额进行分层如下：

单位：万元

销售金额分层	2020 年度			
	销售金额	家数	平均销售金额	客户家数占比
5 万以上	40.04	4	10.01	16.67%
1-5 万	16.98	7	2.43	29.17%
≤1 万	3.33	13	0.26	54.17%
合计	60.36	24	2.51	100.00%
销售金额分层	2019 年度			
	销售金额	家数	平均销售金额	客户家数占比
5 万以上	65.33	3	21.78	15.79%
1-5 万	11.20	5	2.24	26.32%
≤1 万	4.16	11	0.38	57.89%
合计	80.70	19	4.25	100.00%
销售金额分层	2018 年度			
	销售金额	家数	平均销售金额	客户家数占比
5 万以上	22.17	2	11.09	8.00%
1-5 万	15.28	7	2.18	28.00%
≤1 万	4.42	16	0.28	64.00%
合计	41.88	25	1.68	100.00%

由上表可见，报告期内，丰成有限墨水销售客户年度交易金额在 1 万元以下的客户数量占比分别为 64.00%、57.89%、54.17%，客户结构中小批量采购客户占多数，且年度交易金额在 1 万元以下的客户平均年度交易金额为 0.2-0.4 万元，交易金额极小，该金额尚未达到公司出口业务最小订单量。

3、珠海天威泛凌贸易有限公司

单位：万元

期间	墨水供应商	采购金额	占比	主要采购内容
2020 年度	珠海天威飞马打印耗材有限公司	3.45	1.75%	桌面办公打印墨水
	天威新材	193.55	98.25%	桌面办公打印墨水
	合计	197.00	100.00%	-
2019 年度	珠海天威飞马打印耗材有限公司	0.17	0.14%	桌面办公打印墨水
	天威新材	123.63	99.86%	桌面办公打印墨水
	合计	123.80	100.00%	-
2018 年度	珠海天威飞马打印耗材有限公司	0.15	0.14%	桌面办公打印墨水
	天威新材	105.19	99.86%	桌面办公打印墨水
	合计	105.34	100.00%	-

由上表可见，报告期内，天威泛凌向关联方采购墨水的金额较小，相关交易为基于经营所需的临时性、偶发性交易。

4、珠海天威飞马打印耗材有限公司

单位：万元

期间	墨水供应商	采购金额	占比	主要采购内容
2020 年度	珠海天威泛凌贸易有限公司	3.20	0.89%	桌面办公打印墨水
	天威新材	356.32	99.11%	桌面办公打印墨水
	合计	359.53	100.00%	-

由上表可见，报告期内，仅 2020 年度，天威飞马存在向关联方采购墨水的情形，相关交易金额较小，相关交易为基于经营所需的临时性、偶发性交易。

综上，报告期内，除关联方存在向公司直接采购墨水的同时又向其他关联方采购墨水的情形之外，公司其他客户不存在向公司直接采购墨水的同时又向关联方采购墨水的情形。关联方自身客户结构以及客户采购情况与相关交易受公司出口最小订单量的影响相互匹配。

二、天威飞马产品与发行人产品不是同类产品或相似产品，不存在共用销售渠道情形

天威飞马主营产品为硒鼓、碳粉盒等办公打印耗材，应用于办公打印领域。在原材料、生产工艺、核心技术、应用设备、应用领域及介质等方面，硒鼓、碳粉盒等产品均与公司工业领域产品存在显著差异，不是同类产品或相似产品。详见本问询函回复问题 1 之（4）之回复。

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办公打印领域，二者仅在终端应用领域上存在一定重叠，报告期内，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%，占比较低。

天威飞马下游客户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，此类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。公司与天威飞马不存在共用销售渠道的情形，具体如下：

1、并非公司主动通过天威飞马进行销售

天威飞马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，系天威飞马下游客户类型及经营特点、下游客户实际需求及自主意愿以及天威飞马为更好地为客户提供服务等客观因素所致，非公司主动通过关联方销售渠道资源开展捆绑式销售，公司及天威飞马在营销策略以及客户开发实践中不存在由双方共同开发客户或开展捆绑式销售的机制安排，均组建独立的销售部门及销售团队，独立从事市场拓展及客户服务工作。二者不存在共有销售渠道的机制安排。

2、公司向天威飞马销售的产品金额较小、占比极低

报告期内，公司向天威飞马销售墨水收入占比分别为 1.12%、1.13%、1.06%，交易占比极低，天威飞马并非公司销售的重要渠道。同时，公司不是天威飞马墨水采购的唯一供应商，天威飞马对外销售墨水收入占自身营业收入的比重分别为

1.34%、1.44%、2.00%，交易占比极低，墨水销售并非天威飞马收入及利润的主要来源。从交易占比情况上看，公司与天威飞马不存在共用销售渠道的情形。

3、天威飞马的硒鼓、碳粉盒等办公打印耗材产品主要应用于办公打印领域，而公司主营产品应用领域以数码印花、广告图像数码喷印、包装及出版物数码印刷在内的工业印制领域为主，在产品主要应用领域方面二者不存在重叠，不具备共用销售渠道的应用基础。具体从客户重叠情况情况上看，报告期内，除关联方之外，公司与天威飞马重叠客户情况如下：

单位：万元

期间	重叠客户名称	天威飞马向重叠客户销售金额	占天威飞马销售总金额比例	主要交易内容	公司向重叠客户销售金额	占公司销售总金额比例	主要交易内容
2020 年度	无	-	-	-	-	-	-
	合计	-	-	-	-	-	-
2019 年度	珠海晟彩科技有限公司	0.04	0.00%	硒鼓	530.29	1.50%	UV 墨水
	合计	0.04	0.00%	-	530.29	1.50%	-
2018 年度	杭州爱而打印耗材有限公司	2.32	0.00%	带芯、碳粉、硒鼓	255.46	0.88%	分散墨水
	合计	2.32	0.00%	-	255.46	0.88%	-

由上表可见，公司与天威飞马不存在重叠的墨水销售客户，且天威飞马向重叠客户销售硒鼓等办公打印耗材产品的金额及占比均极低。二者主要应用领域及客户群体存在较大差异，不存在共用销售渠道的基础。

综上，天威飞马产品与公司产品不是同类产品或相似产品，不存在共用销售渠道的情形。

三、公司向关联方销售定价不存在显失公允，公司不存在非关联方客户通过关联方采购墨水的情形，不存在让渡利润情形或利益输送的情形

报告期内，公司与关联方之间的定价方式：核算成本后，结合具体产品类型、合理利润水平，经双方协商确定销售价格。

公司与关联方之间的销售定价与关联方的客户没有直接关系，公司向关联方销售定价不存在显失公允的情形。公司关联交易定价的详细分析详见招股说明书第七节之“九、关联方及关联关系”之“（二）关联交易与关联方往来余额”之“1、经常性关联交易情况”之“（1）向关联方出售商品”部分内容。

报告期内，受为客户提供一站式服务及公司境外销售最小订单量原因的影响，联力科技在向公司采购墨水的同时通过天威飞马采购墨水，联力科技为天威飞马第一大墨水销售客户。报告期内，PT. Sinar Asia Perkasa虽然是联力科技的客户之一，但PT. Sinar Asia Perkasa在报告期内并未向联力科技采购墨水产品。综上，除关联方之外，公司其他客户不存在通过关联方采购墨水的情形。

报告期内，关联方对外销售墨水产品定价公允，不存在通过刻意压低自身利润水平向公司让渡利润情形或利益输送的情形。报告期内，公司主要关联方对外销售墨水产品的毛利率情况如下：

关联方名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
联力科技	23.03%	24.95%	12.77%
丰成有限	15.24%	17.65%	13.57%
天威飞马	16.34%	17.85%	23.13%
天威泛凌	60.26%	62.10%	63.31%

行业内一般贸易类客户销售毛利率水平基本在 15%-25% 区间浮动。报告期内，联力科技、丰成有限以及天威飞马作为一般贸易类客户对外销售墨水产品基本保持了合理的毛利率水平。关联方天威泛凌因通过电商渠道进行墨水产品销售，相应产品销售毛利率较高，符合电商销售渠道的毛利率特点。因此，公司关联方不存在通过刻意压低自身利润水平向公司让渡利润情形或利益输送的情形。

综上，公司不存在非关联方客户通过关联方采购墨水的情形，公司向关联方销售定价不存在显失公允，不存在让渡利润情形或利益输送的情形。

（3）列示关联方的营业收入、毛利率、净利润、扣非归母净利润等财务指标，说明关联方是否存在亏损情况，是否存在替发行人承担成本、费用的情况，未向非关联方销售结合 Epson 墨水(升级版)、多颜色的套装产品的原因及合理性，是否存在定制产品，上述产品定价模式及公允性，是否存在利益输送

**一、关联方的营业收入、毛利率、净利润、扣非归母净利润等财务指标情况，
关联方存在亏损具有合理的原因，关联方不存在替公司承担成本、费用的情形**

报告期内，公司主要关联方的营业收入、毛利率、净利润、扣非归母净利润等财务指标如下：

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
营业收入	41,308.23	54,567.90	65,109.68
毛利率	22.18%	21.29%	19.35%
净利润	2,017.70	2,575.23	2,823.15
扣非归母净利润	1,188.54	1,758.10	2,338.04

珠海天威泛凌贸易有限公司			
项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
营业收入	12,927.36	9,869.36	7,099.43
毛利率	28.53%	33.76%	38.56%
净利润	516.64	553.53	493.68
扣非归母净利润	496.99	535.83	495.84

天威打印机耗材制造厂			
项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
营业收入	1,122.05	1,292.15	2,190.47
毛利率	-0.46%	16.52%	15.68%
净利润	-100.38	108.36	-32.36
扣非归母净利润	-197.21	27.83	-50.62

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
营业收入	19,119.38	2,691.64	39,281.14
毛利率	9.49%	9.41%	6.41%
净利润	64.61	10.22	65.56
扣非归母净利润	-62.58	-8.24	-155.35

丰成有限公司			
项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
营业收入	7,683.97	8,855.70	10,557.92
毛利率	9.19%	10.45%	9.04%
净利润	107.49	263.72	178.63
扣非归母净利润	56.36	25.57	66.45

注：关联方天威飞马、天威泛凌 2018 年至 2020 年财务数据业经审计，关联方天威厂、联力科技、丰成有限 2018 年度、2019 年度财务数据业经审计，2020 年度财务数据未经审计。

由上表可见，报告期内，除天威厂、联力科技之外，其他主要关联方不存在亏损的情形。

报告期内，天威厂向公司采购墨水主要用于墨盒产品的生产，该公司毛利率分别为 15.68%、16.52%、-0.46%。其中 2018 年、2019 年天威厂产品销售整体毛利率稳定，且不存在毛利率为负数的情形，2020 年受疫情影响，天威厂大客户的订单减少，导致生产效益整体降低。相较 2019 年，在收入下滑的情况，人工及制造成本增加，毛利率下降至负数，整体导致亏损。天威厂 2018 年利润亏损主要为当期产生的管理费用及财务费用较高所致，2020 年利润亏损主要为受疫情影响大客户的订单减少、生产效益下降所致。同时，经对比公司向天威厂与非关联方销售墨水的毛利率情况，公司与天威厂的关联交易不存在显失公允的情形，详细分析详见招股说明书第七节之“九、关联方及关联关系”之“（二）关联交易与关联方往来余额”之“1、经常性关联交易情况”之“（1）向关联方出售商品”部分内容。

报告期内，联力科技向公司采购墨水主要用于对外进行销售。报告期内，联力科技销售产品的毛利率分别为 6.41%、9.41%、9.49%，整体毛利率稳步上升。联力科技整体净利润不存在亏损，扣非归母净利润亏损的主要原因为：联力科技主要从事海外销售业务，受汇兑损益的影响导致扣非后净利润为负数。

鉴于：

1、报告期内，关联公司亏损的金额较小。2020 年，天威厂扣非归母净利润为-197.21 万元，联力科技仅扣非归母净利润为负数，金额为-62.58 万元；

2、报告期内，关联公司自身存在亏损主要受关联公司当期期间费用较高、受疫情影响当期大客户订单减少、生产效益下降、汇兑损益等自身经营情况的影响所致，非因替公司承担成本、费用导致；

3、报告期内，公司向关联方销售占比营业收入比重分别为 3.38%、2.57%、2.35%，向关联方采购商品及服务占营业成本比重分别为 0.14%、0.13%、0.07%。关联交易占比较低且逐年下降。公司与关联方之间的关联交易定价具有合理性，相关关联交易具有必要性，关联方不存在通过关联交易替公司承担成本、费用的情况。关联交易具体分析详见招股说明书第七节之“九、关联方及关联关系”之“（二）关联交易与关联方往来余额”之“1、经常性关联交易情况”部分内容；

4、公司制定了有效的内部控制制度并严格执行，公司从采购、付款、费用报销等诸方面采取了有效措施防范成本、费用归集不准确、不完整等情形的出现。报告期内，公司营业成本结转及时，期间费用入账完整，不存在实际控制人或其控制的关联方替公司承担成本、费用的情况；

5、经对实际控制人控制或投资的与公司存在关联交易的关联公司银行流水进行核查，实际控制人控制或投资的与公司存在关联交易的主要关联公司等法人主体不存在与公司主要客户及实际控制人、主要供应商及实际控制人、公司股东、公司其他员工或其他关联自然人的大额频繁资金往来的情形，不存在代公司承担成本费用情形。资金流水具体核查情况详见本问询回复问题 13 的回复。

因此，关联方存在亏损具有合理的原因，关联方不存在替公司承担成本、费用的情形。

二、Epson 墨水(升级版)、多颜色的套装产品存在向第三方销售的情形，不属于定制产品，上述产品定价公允，不存在利益输送

报告期内，公司向天威飞马主要销售水性墨水-桌面办公打印-1KG 以内-Epson 墨水（升级版）产品，上述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，但是相同配方的水性墨水产品存在向第三方客户进行销售的情形，因此，该产品不属于公司向关联方定制的产品。

2019 年、2020 年，公司向珠海天威泛凌贸易有限公司销售的多颜色的套装

产品金额分别 42.05 万元、85.79 万元，同时，多颜色的套装产品 2019 年、2020 年也向境内年度交易金额前五的非关联方进行销售，因此，公司多颜色的套装产品存在向第三方客户进行销售的情形，该产品不属于公司向关联方定制的产品。

报告期内，公司销售水性墨水-桌面办公打印产品时，会根据不同客户具体需求提供不同包装规格、包装类型以及包装方式，即便客户在选择相同品种墨水产品的情况下，根据所选择包装规格、包装类型以及包装方式的不同，对该类产品的销售价格仍会产生一定影响。针对客户具体包装要求的不同，公司相应产品的定价原则仍然是在核算成本后，结合具体产品类型、合理利润水平，经双方协商确定销售价格。公司向关联方销售 Epson 墨水(升级版)、多颜色的套装产品的定价具有合理，相关产品毛利率情况以及与其他产品毛利率存在差异的原因详见本问询回复问题 2 第（4）问之回复。

因此，Epson 墨水(升级版)、多颜色的套装产品非关联方定制产品，相同配方产品存在向第三方进行销售的情形，上述产品定价模式仍然是在核算成本后，结合具体产品类型、合理利润水平，经双方协商确定销售价格，定价具有合理性，不存在关联方通过关联交易向公司进行利益输送的情形。

（4）列示 Epson 墨水(升级版)、多颜色的套装产品的毛利率情况，说明与其他产品毛利率存在差异的原因；说明 1KG 产品与水性墨水整体毛利率及变动趋势存在差异的原因及合理性

一、Epson 墨水(升级版)、多颜色的套装产品的毛利率情况，与其他产品毛利率存在差异的原因

1、Epson 墨水(升级版)

报告期内，公司主要向天威飞马销售 Epson 墨水（升级版）的产品，考虑可比性，我们选择与 Epson 墨水（升级版）产品配方接近的 Epson 墨水（基础版）墨水产品毛利率情况进行对比，具体情况如下：

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
Epson 墨水（升级版）	289.12	13.22%	340.08	5.79%	296.04	4.47%
Epson 墨水（基础版）	317.36	17.99%	107.11	10.46%	65.14	15.66%

由上表可见，报告期内，Epson 墨水（升级版）毛利率均低于 Epson 墨水（基础版），主要原因为：

（1）相比基础版，Epson 墨水（升级版）具有颜色还原度以及饱和度高的打印特点，在颜色耐候性、产品保质期等方面相对基础版具有较大的提升，该款产品主要应用于追求色彩打印效果较高的客户群体。该产品生产过程中对原材料品质、色浆浓度等要求较高，且产品在研发生产初期主要原材料从境外采购，导致产品整体单位成本较高；

（2）在销售定价方面，鉴于该款墨水单位成本较高，考虑同类型基础版墨水产品市场竞争情况、终端消费客户对价格的敏感度，公司在充分考虑产品的基础成本、竞品市场、消费者价格敏感度以及客户采购规模的基础上，在保留一定毛利的情况下，与客户协商确定销售价格，因此，导致该款产品整体毛利率水平相对较低；

（3）公司对该款墨水的优化升级目标主要从原材料质量选择、原材料逐步实现进口替代、配方比例优化等方面寻求降低成本，以进一步提升产品整体毛利率。报告期内，随着公司对该款产品的逐步优化，产品毛利逐步释放，毛利率逐年提升。其中，2020 年受原材料采购单价下降的影响，该款产品毛利率上升较快。

因此，公司 Epson 墨水（升级版）与其他产品的毛利率差异具有合理性。

2、多颜色的套装产品

报告期内，公司销售的多颜色的套装产品仅是在产品的包装方式上存在差异，毛利率根据具体产品情况存在差异。报告期内，水性墨水-桌面办公打印-1KG 以内产品多色套装及非多色套装毛利率客户的毛利率进行对比，具体如下：

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 以内多色套装产品	141.71	22.69%	43.24	9.66%	28.79	13.32%
水性墨水-桌面办公打印-1KG 以内非多色套装产品	1,291.06	17.03%	981.72	13.57%	886.04	16.47%

由上表可见，报告期内，公司销售多色套装的金额相对较少，2018 年、2019 年多色套装产品销售毛利率均低于非多色套装产品，主要由于套装产品的包装成本及生产耗用成本较高。2020 年，多色套装产品毛利率高于非多色套装产品，具体原因为：

1、2020 年，公司向境外客户以及多个以电商为主要销售渠道的客户销售了多色套装产品，导致多色套装产品金额明显增加，同时，相应客户订单批量相对较小，且产品包装个性化需求较多，公司对此类型客户的销售毛利率相对较高，因此，整体毛利率提升较快；

2、2020 年，水性墨水原材料下降，水性墨水产品单位成本下降，毛利率上涨。报告期内，多色套装产品毛利率变动趋势与非多色套装产品以及水性墨水整体毛利率变动趋势均一致。

综上，多色套装产品与其他产品的毛利率差异具有合理性。

二、1KG 产品与水性墨水整体毛利率及变动趋势存在差异的原因及合理性

报告期内，水性墨水-桌面办公打印-1KG 以内产品与水性墨水整体毛利率对比情况如下：

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 以内产品	1,432.78	17.59%	1,024.97	13.40%	924.92	16.19%
水性墨水	4,492.85	31.08%	4,008.58	26.71%	3,789.28	28.40%

由上表可见，报告期内，水性墨水-桌面办公打印-1KG 以内产品毛利率整体低于水性墨水整体毛利率。

报告期内，公司水性墨水中桌面办公打印产品占比分别为 67.57%、68.11%、74.57%，占比相对较高。同时，水性墨水-桌面办公打印产品中不同包装规格的产品毛利率存在差异。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，报告期内，水性墨水-桌面办公打印-1KG 以内产品的毛利率较低，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。而 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，产品整体毛利率较高。

报告期内，公司销售毛利率较高的 20KG 规格产品的金额及占比较大，导致水性墨水-桌面办公打印-1KG 以内产品的毛利率低于水性墨水整体毛利率，该差异具有合理性。

由上表可见，公司水性墨水-桌面办公打印-1KG 以内产品毛利率变动趋势与水性墨水整体毛利率变动趋势一致。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明对关联方销售真实性、贸易类关联方最终销售、销售价格公允性、是否存在让渡利润或利益输送情形所采取的核查方式、核查比例和核查结论

一、关于发行人对关联方销售真实性的核查

针对关联方销售的真实性，我们履行了如下核查程序：

1、了解与发行人关联销售的相关内部控制，评价其设计是否有效，并测试相关内部控制运行的有效性，取得发行人关联交易明细，核查报告期内发行人与关联方的销售合同/订单、发票、收款凭证等关联交易凭证，核查关联交易的真实性；

2、取得并核查发行人及子公司报告期内银行账户流水，核查与关联方（包括报告期内曾存在的关联方）资金往来情况，核查与发行人关联销售的匹配性；

3、取得并核查发行人实际控制人控制或投资的与发行人存在关联销售的所有关联企业的银行流水，核查关联方与发行人之间的资金往来情况，与发行人关联交易业务的匹配性；

4、对与发行人存在关联销售的企业进行走访或视频访谈、取得关联方出具的关联交易情况说明，核查了解关联方采购发行人产品的用途、相关交易的真实性、合理性及必要性；

对与发行人发生交易的关联方进行走访或视频访谈具体情况如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
关联方数量（家）	8	10	10
对应主营业务收入金额（万元）	786.62	911.05	976.72
访谈关联方数量（家）	8	10	10
访谈对应主营业务收入（万元）	786.62	911.05	976.72
比例	100.00%	100.00%	100.00%

5、取得并查阅发行人《公司章程》《关联交易管理制度》等内控制度及发行人审议通过关联交易历次三会文件，核查关联交易审议决策的过程及具体情况。

经核查，我们认为，发行人关联销售真实。

二、关于发行人贸易类关联方最终销售的核查

针对发行人贸易类关联方的最终销售情况，我们履行了如下核查程序：

1、取得发行人贸易类关联方客户对外销售墨水明细，了解发行人贸易类关联方客户采购墨水后对外销售的终端客户情况，抽查发行人贸易类关联方客户对外销售墨水的合同/订单、发票等原始凭证；

2、对发行人所有贸易类关联方进行走访或视频访谈、取得关联方出具的关联交易情况说明，核查了解贸易类关联方客户的最终销售情况，向发行人采购墨水是否均能够实现对外销售，是否存在库存积压的情形；

3、对发行人主要贸易类关联方客户进行穿透核查，对发行人主要贸易类关联方客户的下级主要客户进行书面调查，了解下级主要客户的库存情况，核查发行人贸易类关联方客户的最终销售情况；

对发行人贸易类关联方进行穿透核查的具体情况如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
贸易类关联方数量（家）	5	6	6
对应主营业务收入金额（万元）	679.32	784.59	838.32
核查的贸易类关联方数量（家）	2	3	3
核查的贸易类关联方对应主营业务收入（万元）	420.25	582.77	677.74
比例	61.86%	74.28%	80.84%

经核查，我们认为，发行人的贸易类关联方客户实现了最终销售。

三、关于发行人销售价格公允性、是否存在让渡利润或利益输送情形的核查

针对行人关联销售价格公允性、是否存在让渡利润或利益输送情形，我们履行了如下核查程序：

1、了解与发行人销售相关的内部控制，评价其设计是否有效，并测试相关内部控制的运行是否有效，取得发行人销售合同/订单、发票、出库单、发运单收款资料等，取得发行人销售明细表，将发行人向关联方和非关联方销售产品的交易价格、毛利率进行对比分析；

2、取得并查阅发行人关联销售合同及凭证，了解发行人向关联方销售的付款方式、信用政策；

3、取得了发行人涉及关联交易的历次三会文件、制定的《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《关联交易管理制度》等制度，对关联交易的内控制度运行情况进行了核查；

4、对与发行人存在关联销售的所有关联方进行走访或视频访谈、取得关联方出具的情况说明，核查了解关联交易的背景及合理性，关联方是否存在压低自身利润，为发行人让渡利润或进行利益输送的情形；

5、取得存在关联销售关联方的审计报告或财务报表，了解关联方报告期内经营情况；

6、取得发行人实际控制人控制或投资的与发行人具有关联交易的关联方的银行流水、客户及供应商明细，核查关联方是否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

人存在异常资金往来，是否存在代发行人承担成本费用的情形；

7、取得实际控制人及其控制或投资的企业出具的书面承诺，承诺其未从事为发行人代付成本、费用、代偿债务等利益输送的行为。

经核查，我们认为，发行人销售价格定价公允，与非关联方存在的差异具有合理性，关联方不存在通过关联交易向发行人让渡利润或利益输送情形。

核查结论

经核查，我们认为：

1、发行人向联力科技销售的墨水已经实现销售，联力科技主要墨水客户向联力科技采购墨水后已经实现销售，不存在囤货、铺货、压货、未实现最终销售等情况；

2、报告期内，仅有关联方存在向发行人直接采购墨水的同时又向其他关联方采购墨水的情形，公司其他客户不存在向公司直接采购墨水的同时又向关联方采购墨水的情形。关联方自身客户结构以及客户采购情况与相关交易受发行人出口最小订单量的影响相互匹配；

3、天威飞马产品与发行人产品不是同类产品或相似产品，不存在共用销售渠道的情形；

4、发行人不存在其他客户通过关联方采购墨水的情形，发行人向关联方销售定价不存在显失公允，不存在让渡利润情形或利益输送的情形；

5、关联方存在亏损具有合理的原因，关联方不存在替发行人承担成本、费用的情形；

6、发行人 Epson 墨水（升级版）、多颜色的套装产品并非关联方定制产品，相同配方产品存在向第三方进行销售的情形，相关产品差异为不同客户包装规格、包装类型以及包装方式的选择不同所致，上述产品定价模式仍然是在核算成本后，结合具体产品类型、合理利润水平，经双方协商确定销售价格，定价具有合理性，不存在关联方通过关联交易向发行人进行利益输送的情形；

7、发行人 Epson 墨水（升级版）、多色套装产品的定价以及与其他产品的毛利率差异具有合理性，发行人水性墨水-桌面办公打印-1KG 以内产品毛利率与水性墨水整体毛利率存在的差异具有合理性，毛利率变动趋势与水性墨水整体毛利率变动趋势一致。

问题 3. 关于重要数据差异

申报文件及问询回复显示，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较多差异。其中，2018 年前五大客户、前五大供应商、关联交易在交易对象、金额、交易内容均存在多处不一致，且出入较大。

请发行人：

（1）详细说明存在上述差异的原因，新三板信息披露是否符合相关监管规则的规定，发行人及其实际控制人、董监高是否存在因上述信息披露差异被行政处罚或采取相关监管措施的情况或风险。

（2）结合上述情况的发生原因、发行人整改落实情况等，说明发行人是否存在会计核算基础薄弱、内部控制制度缺失等情形，发行人相关信息披露和财务数据是否真实、有效。

请保荐人、发行人律师、申报会计师发表明确意见，并说明对发行人的会计核算基础是否薄弱、内部控制制度是否健全、内控执行是否有效、发行人信息披露合规性所采取的核查程序和核查结论。

回复：

（1）详细说明存在上述差异的原因，新三板信息披露是否符合相关监管规则的规定，发行人及其实际控制人、董监高是否存在因上述信息披露差异被行政处罚或采取相关监管措施的情况或风险。

一、详细说明存在上述差异的原因

1、2018 年前五大客户、前五大供应商

(1) 2018 年前五大客户

客户名称	本次申报文件披露销售金额（万元）	2018 年年度报告披露销售金额（万元）	差异（万元）	差异原因
广州润彩数码产品有限公司	979.02	1,005.44	-26.42	1、本次申报文件中还原了销售返利的影响-27.04 万元。 2、本次申报文件中对尾数差异进行了分摊-0.04 万元。 3、本次申报文件中考虑了退货影响 0.66 万元。
TRUE COLORS IMPEX	685.53	676.63	8.90	本次申报文件中分摊了汇率差异 8.93 万元，分摊了尾数差异-0.03 万元。
深圳弘美数码纺织技术有限公司	965.39	-	965.39	本次申报文件根据《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 28 号——创业板公司招股说明书（2020 修订）》（以下简称“《格式准则》”）要求，受同一实际控制人控制的客户，应合并计算销售额；因新三板未强制要求合并计算，导致披露口径存在一定差异。
深圳汉华工业数码设备有限公司	42.20	-	42.20	
珠海市东昌颜料有限公司	7.22	-	7.22	
河北司能科技有限公司	469.09	-	469.09	
天津智祎科技发展有限公司	407.83	-	407.83	
联力科技国际（澳门离岸商业服务）股份有限公司、珠海天威泛凌贸易有限公司、珠海天威飞马打印耗材有限公司、天威打印机耗材制造厂、珠海天威技术开发有限公司、珠海天博打印耗材有限公司、珠海艺潮迷文化创意有限公司和 Artify Me Limited	672.28	-	672.28	

(2) 2018 年前五大供应商

供应商名称	本次申报文件披露采购金额(万元)	2018 年年度报告披露采购金额(万元)	差异(万元)	差异原因
常州永润化工有限公司	1,084.38	1,175.07	-90.69	本次申报文件中更正了采购金额。
深圳市吉瑞化工有限公司	1,073.88	1,073.88	-	-
杭州邦化进出口有限公司	905.85	1,058.31	-152.46	本次申报文件更正了采购金额。
沙多玛(广州)化学有限公司	936.86	1,018.46	-81.60	本次申报文件更正了采购金额。
上海德桦贸易有限公司	1,469.12	-	-1,469.12	上海德桦贸易有限公司为子公司上海欣威的供应商; 2018 年年度报告仅披露了母公司的主要供应商, 披露口径方面存在一定差异。
深圳市乐安数码有限公司	253.66	-	-253.66	本次申报文件根据《格式准则》要求, 受同一实际控制人控制的供应商, 应合并计算采购额; 因新三板未强制要求合并计算, 导致披露口径存在一定差异。

(3) 2018 年关联交易

公司 2018 年年度报告“第五节 重要事项”中披露了公司向珠海天威物业管理有限公司支付固定资产劳务费用 174,757.28 元的偶发性关联交易, 该项关联交易实际发生在 2016 年和 2017 年。因此, 在本次申报文件中, 公司在 2017 年关联交易中进行了相应披露。

除此之外, 新三板披露文件与本次申报文件关于 2018 年关联交易差异情况如下:

关联方	关联交易内容	本次申报文件披露金额(元)	新三板披露文件披露金额(元)	差异(元)	差异原因
UnionTechnology International (Macao Commercial Offshore) Company Limited (联力科技国际(澳门离岸商业服务)股份有限公司)	销售商品	1,046,056.87	1,041,103.53	4,953.34	1、新三板披露文件分摊的汇率差为 8,629.20 元, 本次申报文件分摊的汇率差为 13,622.77 元, 差异 4,993.57 元。 2、本次申报文件披露收入明细表中分摊了尾数差 -40.23 元。

关联方	关联交易内容	本次申报文件披露金额 (元)	新三板披露文件披露金额 (元)	差异(元)	差异原因
Prime Success Company Limited (丰成有限公司)	销售商品	361,987.42	348,824.27	13,163.15	1、本次申报文件披露收入明细表中 Prime Success Company Limited 的价格差异分摊使用了港币金额-81,359.33 元, 实际应为折合人民币-68,948.78 元, 差异 12,410.55 元。 2、本次申报文件披露收入明细表中分摊了尾数差-10.78 元。 3、新三板披露文件分摊的汇率差为 2,891.23, 本次申报文件分摊的汇率差为 3,654.61 元, 差异 763.38 元。
珠海天威泛凌贸易有限公司	销售商品	1,051,919.91	1,051,960.71	-40.80	本次申报文件披露收入明细表中分摊了尾数差-40.80 元
珠海天威飞马打印耗材有限公司	销售商品	3,240,901.32	3,241,027.01	-125.69	本次申报文件披露收入明细表中分摊了尾数差-125.69 元
天威打印机耗材制造厂	销售商品	1,380,555.08	1,379,070.16	1,484.92	1、新三板披露文件披露中未统计天威打印机耗材制造厂的退货调整 1,538.46 元, 本次申报文件进行了更正。 2、本次申报文件披露收入明细表中分摊了尾数差-53.54 元。
天博打印耗材有限公司	销售商品	1,873.43	1,873.50	-0.07	本次申报文件披露收入明细表中分摊了尾数差-0.07 元
珠海展望打印耗材有限公司	销售商品	192,025.13	192,032.58	-7.45	本次申报文件披露收入明细表中分摊了尾数差-7.45 元
珠海艺潮迷文化创意有限公司	销售商品	1,172.37	1,172.42	-0.05	本次申报文件披露收入明细表中分摊了尾数差-0.05 元
珠海骑士贸易有限公司	销售商品	2,490,354.61	2,490,451.19	-96.58	本次申报文件披露收入明细表中分摊了尾数差-96.58 元
Artify Me Limited	销售商品	341.87	341.88	-0.01	本次申报文件披露收入明细表中分摊了尾数差-0.01 元
合计		9,767,188.01	9,747,857.25	19,330.76	-

二、新三板信息披露符合相关监管规则的规定，发行人及其实际控制人、董监高不存在因上述信息披露差异被行政处罚或采取相关监管措施的情况或风险

当时有效的《关于发布〈全国中小企业股份转让系统挂牌公司信息披露细则〉的公告》（股转系统公告〔2017〕664号）等相关规定并未要求新三板挂牌公司按照“受同一实际控制人控制的供应商/客户，合并计算采购额/销售额”的方式进行披露，亦未要求新三板挂牌公司披露子公司的主要客户和主要供应商，因此，公司在新三板挂牌期间的客户、供应商披露情况未违反新三板相关监管规则的规定；个别客户销售金额、供应商采购金额、关联交易金额披露存在差错，但金额较小，不属于违反新三板相关监管规则的规定的行为。

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，公司及其实际控制人、董监高不存在因违反《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，公司及其实际控制人、董监高不存在因信息披露差异受到任何监管措施或者行政处罚的风险。

（2）结合上述情况的发生原因、发行人整改落实情况等，说明发行人是否存在会计核算基础薄弱、内部控制制度缺失等情形，发行人相关信息披露和财务数据是否真实、有效。

公司本次申报文件与新三板披露文件关于2018年前五大客户、前五大供应商、关联交易方面存在差异的主要原因为，公司在本次申报文件中按照《格式准则》要求进行披露，与新三板的披露口径存在差异，相关金额总体差异较小，公司不存在会计核算基础薄弱、内部控制制度缺失等情形，公司相关信息披露和财务数据真实、有效。

请保荐人、发行人律师、申报会计师发表明确意见，并说明对发行人的会计核算基础是否薄弱、内部控制制度是否健全、内控执行是否有效、发行人信息披露合规性所采取的核查程序和核查结论。

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、对存在差异的情况及原因取得发行人的书面确认；

5、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；

6、获取并查阅发行人相关的内部控制制度，了解会计核算基础、内部控制制度及流程设计的合理性及执行情况；

7、获取了发行人内部控制自我评价报告，对发行人内控运行的有效性进行测试，出具内部控制鉴证报告；

8、查询股转系统相关规定。

（二）核查结论

经核查，我们认为：

1、发行人在新三板信息披露符合相关监管规则的规定；

2、发行人及其实际控制人、董监高不存在因信息披露差异被行政处罚或采取相关监管措施的情况或风险；

3、发行人上述数据差异不会对发行人整体财务数据的判断产生重大影响，经对发行人内部控制进行测试，发行人相关内部控制运行有效，不存在会计核算基础薄弱、内部控制制度缺失等情形，发行人相关信息披露和财务数据真实、有效。

问题 5. 关于营业收入

申报文件及问询回复显示：

（1）发行人 UV 墨水、水性墨水、活性墨水的销售单价与主要客户的其他供应商采购价差较大且向发行人采购价格接近上限。

（2）全国分散墨水销量 2020 年下降 25.27%，发行人销量仅下降 1.67%，主要原因是高速工业打印分散墨水销量同比增长 24.55%。

（3）工业喷头用中性 UV 墨水销量持续增长，硬性 UV 墨水收入有一定波动，柔性 UV 墨水收入持续下降。

（4）UV 墨水、水性墨水自有品牌 2019 年单价低于非自有品牌 2020 年单价高于非自有品牌。

(5) 客户类型主要为数码喷印设备生产商及其代理商、提供数码喷印设备、耗材和服务的中间商以及少量的终端用户。

请发行人：

(1) 列示各类产品主要客户采购价格范围、平均值、与发行人销售单价的差异率，分析差异的原因及合理性；说明是否存在客观证据证明各类产品销售价格与同行业公司销售价格及变动趋势的一致性。

(2) 结合高速工业打印分散墨水行业体量、增长情况，说明发行人高速工业打印分散墨水增长情况与行业发展情况是否一致，量化分析分散墨水销售量变动的原因。

(3) 列示 UV 墨水各明细产品销量变动情况，说明各明细产品销量变动的原因，与行业发展或行业可比公司变动趋势是否一致。

(4) 列示水性墨水、活性墨水销量情况并说明变动原因，说明在销售单价大幅下降的情况下 2020 年水性墨水收入上升、活性墨水收入下降与行业竞争情况、同行业可比公司变动是否一致。

(5) 说明各类产品自有品牌销售单价与非自有品牌销售单价存在差异的原因，以及不同年份差异情况不一致的原因。

(6) 量化分析各类客户销售收入变动的而原因，列示向各类客户销售产品的单价情况并说明差异原因。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

[回复]

(1) 列示各类产品主要客户采购价格范围、平均值、与发行人销售单价的差异率，分析差异的原因及合理性；说明是否存在客观证据证明各类产品销售价格与同行业公司销售价格及变动趋势的一致性

一、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。

报告期内，各类产品部分主要客户采购价格范围、平均值、与公司销售单价存在差异具有合理性。

二、存在客观证据证明各类产品销售价格与同行业公司销售价格及变动趋势的一致性

公司产品所处细分领域无市场公开报价，可比公司也未公开披露可比产品的单价信息。通过客户墨水采购价格信息调查表，已可充分了解各类产品销售价格与同行业公司销售价格及变动趋势的一致性。

本次为进一步对比各类产品的销售价格，特将数码设备生产商的数据纳入对比，因数码墨水收入在数码设备生产商的收入占比中较小，墨水相关信息披露较少，各项财务指标（应收账款周转率、存货周转率、期间费用率、人员工资水平等）可比性较差，因此，此前并未将这类企业纳入可比公司范围。

1、UV 墨水

汉弘集团（已终止审核）为数码设备生产商，其在招股说明书中披露，2018年、2019年其墨水的平均销售价格为12.88万元/吨、13.66万元/吨，根据其反馈意见回复披露，2018年、2019年，其外购墨水（主要为UV墨水）占其墨水销售收入的比例分别为68.26%、63.45%，将公司UV墨水价格与汉弘集团的墨水销售价格进行对比，对比情况如下：

单价：元/KG

公司名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
汉弘集团	未披露	136.60	128.80
天威新材	103.94	117.28	114.58

2018年、2019年，公司UV墨水的价格变动趋势与汉弘集团一致，但低于其销售价格，主要原因系：汉弘集团为数码喷印设备提供商，与设备配套销售的数码墨水定价较高，以及部分墨水采购来源于进口。

2、活性墨水

宏华数科（688789.SH）为数码设备生产商，其在招股说明书中披露，“报告期内（2018年-2020年），公司墨水销售均价呈逐年下降趋势，分别为97.18元/公斤、90.76元/公斤和71.55元/公斤，与市场价格走势一致。”，宏华数科并未区分墨水的具体产品，但披露其销量最大的产品为活性墨水。公司活性墨

水价格与宏华数科的对比情况如下：

单价：元/KG

公司名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
宏华数科	71.55	90.76	97.18
天威新材	66.19	74.99	77.78

报告期内，公司活性墨水的价格变动趋势与宏华数科一致，但低于其销售价格，主要原因系：宏华数科为数码喷印设备提供商，与设备配套销售的数码墨水定价较高，以及部分墨水采购来源于进口。

除通过客户墨水采购价格信息调查表、汉弘集团以及宏华数科招股说明书以外，无其他客观证据证明各类产品销售价格与同行业公司销售价格及变动趋势的一致性。

(2) 结合高速工业打印分散墨水行业体量、增长情况，说明发行人高速工业打印分散墨水增长情况与行业发展情况是否一致，量化分析分散墨水销售量变动的原因

一、公司高速工业打印分散墨水增长情况与行业发展情况基本一致

公司所处领域为数码喷功能性材料行业，由于该行业较为细分，目前尚无市场权威机构就该行业进一步细分的市场规模等相关数据进行统计或公示。考虑到数码喷印墨水需配套数码喷印设备共同应用于工业印制产业，数码喷印设备的市场数据能够一定程度上反应出数码喷印墨水的发展情况，因此公司参考国内知名数码喷印设备生产商的相关数据进行分析。

宏华数科（688789.SH）招股说明书披露，“根据中国纺织机械协会统计，2017 年至 2019 年，公司均位列国内中高端纺织数码喷墨印花机销量第一，且市场占有率超过 50%。”

报告期内，宏华数科数码喷印设备销售收入与公司高速工业打印分散墨水销售收入的对比情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	金额	增长率	金额	增长率	金额
宏华数科数码喷印设备	44,475.09	23.21%	36,095.58	34.92%	26,753.40
其中：高速工业打印机	29,910.43	12.30%	26,634.72	35.99%	19,586.43
公司高速工业打印分散墨水	9,158.11	23.84%	7,394.94	34.24%	5,508.72

注：宏华数科高速打印工业机包括数码直喷机、超高速工业机。

2019 年，公司高速工业打印分散墨水销售收入增长率与宏华数科数码喷印设备以及高速工业打印机销售收入增长率基本一致。

2020 年，公司高速工业打印分散墨水销售收入增长率与宏华数科数码喷印设备销售收入增长率基本一致，但高于其高速工业打印机销售收入增长率，主要原因系：受疫情影响，单价较高（约 300-500 万元/台）的超高速工业机的销量由 2019 年的 5 台降至 2020 年的 2 台，导致销售收入下降接近 10%，拉低了高速工业打印机的整体增长率。

综上，参考国内知名数码喷印设备生产商高速工业打印设备的销售增长情况，公司高速工业打印分散墨水的销售增长与该细分行业发展情况基本一致。

二、公司高速工业打印分散墨水销售量变动情况分析

报告期内，公司高速工业打印分散墨水销售量变动情况如下：

单位：吨

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	销量	增长率	销量	增长率	销量
高速工业打印分散墨水	2,231.28	24.55%	1,791.43	31.14%	1,366.03

2019 年，公司高速工业打印分散墨水销售量同比增加 425.40 吨，增幅 31.14%。当年，公司高速工业打印分散墨水新增销售收入 100 万元以上的客户超过 10 家，合计新增销售收入超过 1,700 万元、新增销量超过 450 吨，同时 OTS IC VE DIS TICARET A.S、宏华数科等原有 100 万元以上销售额客户的销售收入相比 2018 年有所增加。

2020 年，公司高速工业打印分散墨水销售量同比增加 439.85 吨，增幅 24.55%，受疫情影响增幅小幅下降。当年，公司高速工业打印分散墨水新增销售收入 100 万元以上的客户接近 10 家，合计新增销售收入超过 1,600 万元、新增销量超过 370 吨，其中公司向润天智（832246.0C）销售金额超过 270 万元、新增销量超过 70 吨。润天智（832246.0C）于 2020 年推出适用于 EPSON S3200 喷头的打印机新产品并获得市场认可，从而带动配套销售的墨水销售量迅速上升；同时，公司是 EPSON 打印头 S3200-A1 的最佳合作伙伴，因此，2020 年公司向其销售的分散墨水快速上升。

（3）列示 UV 墨水各明细产品销量变动情况，说明各明细产品销量变动的原因，与行业发展或行业可比公司变动趋势是否一致

一、公司 UV 墨水销售量变动情况分析

报告期内，公司 UV 墨水各明细产品销售量变动情况如下：

单位：吨

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	销量	增长率	销量	增长率	销量
工业喷头用中性	569.47	33.01%	428.15	103.56%	210.33
工业喷头用硬性	189.01	-19.69%	235.34	8.66%	216.59
工业喷头用柔性	86.84	-32.92%	129.45	-23.33%	168.85
其他	81.89	-25.83%	110.41	-12.66%	126.41
合计	927.21	2.64%	903.34	25.08%	722.18

（一）工业喷头用中性 UV 墨水销售量变动情况分析

2019 年，公司工业喷头用中性 UV 墨水销售量同比增加 217.82 吨，增幅 103.56%，增长明显，主要系公司于 2017 年推出的工业喷头用中性 UV 墨水，可适用于软性、硬性基材，且产品性能指标已达到或优于国外进口同类产品。公司工业喷头用中性 UV 墨水收入于 2018 年实现爆发式增长（增长率达 160.71%），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，导致当年的销量仍保持较大幅度增长。

2020 年，公司工业喷头用中性 UV 墨水销售量同比增加 141.32 吨，增幅 33.01%，保持持续增长趋势，但增长率有所放缓，主要系受国家加强对传统溶剂型涂料、油墨等产品 VOCs 排放的管控等环保政策因素影响，作为主要替代品的 UV 墨水市场继续增长，但当年市场增长受疫情影响导致放缓。

（二）工业喷头用硬性 UV 墨水销售量变动情况分析

2019 年，公司工业喷头用硬性 UV 墨水销售量同比增加 18.75 吨，增幅 8.66%，保持了一定幅度的提升，主要系公司工业喷头用硬性 UV 墨水对金属、玻璃、瓷砖、地面装饰材料等无法被替代的硬质基材的打印需求持续扩大的同时，受公司经营战略调整影响导致小幅增长。

2020 年，公司工业喷头用硬性 UV 墨水销售量同比减少 46.33 吨，下降 19.69%，主要系当年公司工业喷头用硬性 UV 墨水的部分市场被中性 UV 墨水进一步替代，同时受疫情影响，促使工业喷头用硬性 UV 墨水的销量存在一定程度的下降。

（三）工业喷头用柔性 UV 墨水销售量变动情况分析

2019 年，公司工业喷头用柔性 UV 墨水销售量同比减少 39.40 吨，下降 23.33%，主要系公司工业喷头用柔性 UV 墨水受中性 UV 墨水的替代效果更明显（除基材存在耐拉伸、耐弯折等特殊要求的情况下无法替代），其大部分市场被替代。

2020 年，公司工业喷头用柔性 UV 墨水销售量同比减少 42.61 吨，下降 32.92%，主要系当年公司工业喷头用柔性 UV 墨水市场被中性 UV 墨水进一步替代，同时受疫情影响，导致工业喷头用柔性 UV 墨水的销量持续下降。

二、公司 UV 墨水销售量与行业发展及可比公司变动趋势基本一致

报告期内，公司 UV 墨水及各明细产品销售量变动、销售收入与全国及可比公司 UV 墨水对比情况如下：

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	金额/销量	增长率	金额/销量	增长率	金额/销量
公司 UV 墨水销量（吨）	927.21	2.64%	903.34	25.08%	722.18
其中：工业喷头用中性	569.47	33.01%	428.15	103.56%	210.33

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	金额/销量	增长率	金额/销量	增长率	金额/销量
工业喷头用硬性	189.01	-19.69%	235.34	8.66%	216.59
工业喷头用柔性	86.84	-32.92%	129.45	-23.33%	168.85
其他	81.89	-25.83%	110.41	-12.66%	126.41
全国 UV 墨水销量（万吨）	1.23	-3.15%	1.27	18.69%	1.07
公司 UV 墨水销售收入（万元）	9,637.87	-9.03%	10,594.62	28.04%	8,274.53
其中：工业喷头用中性	5,814.75	12.97%	5,147.32	98.96%	2,587.15
工业喷头用硬性	2,229.94	-25.61%	2,997.49	11.94%	2,677.70
工业喷头用柔性	977.27	-36.44%	1,537.63	-21.33%	1,954.57
其他	615.91	-32.48%	912.17	-13.55%	1,055.10
杭华股份 UV 油墨系列-数码功能材料 销售收入（万元）	未披露	-	5,240.81	17.99%	4,441.85

注：1、2020 年全国 UV 墨水销量为中国印刷及设备器材工业协会预测计算数据。

2、杭华股份的数据来源于公开披露文件。

UV 数码喷印墨水作为当前市场中的新型墨水于国内发展时间较短，为便于管理及销售，公司按照各类 UV 墨水的性能特点划分为工业喷头用中性 UV 墨水、硬性 UV 墨水、柔性 UV 墨水及其他 UV 墨水，但当前尚无市场权威机构或可比公司就该类细分产品的市场规模、销售情况等相关数据进行统计或公示。因此公司参考全国 UV 墨水与可比公司同类产品的总体规模或销售情况进行分析。

报告期内，公司 UV 墨水的销售量与全国 UV 墨水销量规模变动趋势基本一致，均呈现出 2019 年同比快速增长，但 2020 年同比基本持平的态势。2020 年，公司 UV 墨水销售量仍小幅增长的主要原因为，在当年受疫情影响的情况下，公司工业喷头用中性 UV 墨水销售量仍同比增长 33.01%，拉升了公司 UV 墨水整体增长率，具体请详见本问题（3）、一、（一）工业喷头用中性 UV 墨水销售量变动情况分析。

2019 年，公司 UV 墨水销售收入与可比公司杭华股份同类产品销售收入变动趋势一致，但增幅略高，主要由于 UV 墨水作为公司的主营产品在产品、研发、销售规模等方面在行业内均具有一定的竞争优势。

(4) 列示水性墨水、活性墨水销量情况并说明变动原因，说明在销售单价大幅下降的情况下 2020 年水性墨水收入上升、活性墨水收入下降与行业竞争情况、同行业可比公司变动是否一致

一、水性墨水销售量变动情况分析

报告期内，公司水性墨水各明细产品销售量变动情况如下：

单位：吨

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	销量	增长率	销量	增长率	销量
办公打印墨水	1,838.81	34.29%	1,369.27	10.17%	1,242.89
户内写真广告墨水	215.25	-13.73%	249.51	-5.97%	265.36
包装印刷墨水	7.80	6.58%	7.32	-4.62%	7.68
合计	2,061.86	26.80%	1,626.10	7.27%	1,515.92

公司水性墨水产品主要应用于桌面办公打印、广告图像数码喷印（户内为主）、包装及出版物数码印刷等领域，属于公司的成熟产品，市场竞争相对激烈。

（一）办公打印墨水销售量变动情况分析

2019 年，公司办公打印墨水销售量同比增加 126.38 吨，增幅 10.17%，2020 年，公司办公打印墨水销售量同比增加 469.54 吨，增幅 34.29%，主要系受疫情影响，国内外各政府机关、企事业单位、家庭或个人居家办公、学习等市场需求快速增长，促使该产品销售量相应提升。

（二）户内写真广告墨水销售量变动情况分析

2019 年，公司户内写真广告墨水销售量同比减少 15.85 吨，下降 5.97%，2020 年，公司户内写真广告墨水销售量同比减少 34.26 吨，下降 13.73%，主要系受疫情影响，国内外商超、店铺等经营主体关闭时间较长，市场需求减少。

（三）包装印刷墨水销售量变动情况分析

报告期内，公司包装印刷墨水销售量较少，基本保持稳定。

二、公司水性墨水销售情况与行业竞争、可比公司变动趋势基本相符

报告期内，公司水性墨水销售收入、销售量、销售单价变动等情况如下：

单位：万元、吨、元/KG

分类	2020 年度			
	收入	占比	销量	单位售价
办公打印墨水	3,350.15	74.57%	1,838.81	18.22
户内写真广告墨水	1,108.22	24.67%	215.25	51.49
包装印刷墨水	34.48	0.77%	7.80	44.19
合计	4,492.85	100.00%	2,061.86	21.79
分类	2019 年度			
	收入	占比	销量	单位售价
办公打印墨水	2,730.32	68.11%	1,369.27	19.94
户内写真广告墨水	1,247.08	31.11%	249.51	49.98
包装印刷墨水	31.18	0.78%	7.32	42.59
合计	4,008.58	100.00%	1,626.10	24.65
分类	2018 年度			
	收入	占比	销量	单位售价
办公打印墨水	2,560.36	67.57%	1,242.89	20.60
户内写真广告墨水	1,200.76	31.69%	265.36	45.25
包装印刷墨水	28.16	0.74%	7.68	36.69
合计	3,789.28	100.00%	1,515.92	25.00

2020 年，公司水性墨水销售单价从 24.65 元/KG 下降至 21.79 元/KG，同比下降 11.60%，而销售收入同比增加 12.08%，主要系：①受疫情影响，国内外各政府机关、企事业单位、家庭或个人居家办公、学习等市场需求快速增长，使得办公打印墨水的销量同比上升 34.29%，带动销售收入大幅增长；②销量、销售收入的增长，导致销售单价较低的办公打印墨水的销售占比从 68.11% 上升至 74.57%，拉低了整体单价。

报告期内，公司水性墨水销售量变动、销售收入与全国及可比公司水性墨水对比情况如下：

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	金额/销量	增长率	金额/销量	增长率	金额/销量
公司水性墨水销售量（吨）	2,061.86	26.80%	1,626.10	7.27%	1,515.92
全国水性墨水市场规模（万吨）	1.87	59.56%	1.17	14.23%	1.03
公司水性墨水销售收入（万元）	4,492.85	12.08%	4,008.58	5.79%	3,789.28
纳尔股份（墨库图文）水性墨水销售收入（万元）	未披露	-	未披露	-	3,620.69

注：1、全国水性墨水市场规模数据来源于中国印刷及设备器材工业协会于2020年8月发表的《浅谈2020年水基市场发展趋势》。

2、2020年全国水性墨水市场规模为中国印刷及设备器材工业协会预测计算数据。

3、纳尔股份（墨库图文）水性墨水销售收入按桌面办公墨水销售入口口径计算。

4、纳尔股份（墨库图文）的数据来源于公开披露文件。

报告期内，公司水性墨水销售量与全国水性墨水市场规模的变动趋势一致，但受该领域市场相对成熟且竞争较为激烈的因素影响，公司水性墨水销售均低于全国市场规模增幅。

报告期内，与公司数码喷印墨水产品属于同类产品的可比公司中，仅纳尔股份（墨库图文）公开披露了属于水性墨水的相关产品数据，但由于该可比公司未披露2019年、2020年相关数据，因此公司无法对比该期间的变动情况。

三、活性墨水销售量变动情况分析

报告期内，公司活性墨水销售量变动情况如下：

单位：吨

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	销量	增长率	销量	增长率	销量
活性墨水	373.63	-22.71%	483.44	-6.85%	518.99
合计	373.63	-22.71%	483.44	-6.85%	518.99

2019 年，公司活性墨水销售量同比减少 35.55 吨，下降 6.85%，主要系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，开始自产活性墨水，因此深圳弘美数码纺织技术有限公司 2019 年减少了活性墨水采购量，该客户的活性墨水销售量同比减少约 40 吨。

2020 年，公司活性墨水销售量同比减少 109.81 吨，下降 22.71%，主要系受个别客户向上游延伸以及疫情的影响。当年，公司活性墨水销售收入 50 万元以上的客户数量同比基本持平，但合计销售量同比减少约 100 吨；其中，深圳弘美数码纺织技术有限公司因当年未向公司采购，相比 2019 年的销售量减少约 90 吨。

四、公司活性墨水销售情况与行业竞争、可比公司变动趋势基本相符

（一）公司活性墨水销售情况分析

报告期内，公司活性墨水销售收入、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 /单价	增长率	金额/销量 /单价	增长率	金额/销量 /单价
公司活性墨水销售收入（万元）	2,473.18	-31.78%	3,625.11	-10.19%	4,036.64
公司活性墨水销量（吨）	373.63	-22.71%	483.44	-6.85%	518.99
公司活性墨水销售单价（元/KG）	66.19	-11.73%	74.99	-3.59%	77.78

2019 年，公司活性墨水销售收入同比减少 411.53 万元，降幅 10.19%，销量同比减少 35.55 吨，同比下降 6.85%，主要系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，开始自产活性墨水，因此深圳弘美数码纺织技术有限公司 2019 年减少了活性墨水采购量，该客户的活性墨水销售量同比减少约 40 吨，销售收入同比减少约 300 万元。

2020 年，公司活性墨水销售收入同比减少 1,151.93 万元，降幅 31.78%，销量同比减少 109.81 吨，下降 22.71%，主要原因系：①深圳弘美数码纺织技术有限公司因当年未向公司采购，相比 2019 年的销售量减少约 90 吨、销售收入减少

约 680 万元；②受市场竞争影响，公司下调了活性墨水的销售价格，活性墨水的平均销售价格从 2019 年的 74.99 元/KG 下降至当年的 66.19 元/KG，降幅 11.73%。

总体来看，报告期内，公司活性墨水的销售变动情况主要系受深圳弘美数码纺织技术有限公司采购金额下降的影响。

（二）公司活性墨水销售情况与行业竞争、可比公司变动趋势基本相符

鉴于公司活性墨水的销售变动情况主要系受深圳弘美数码纺织技术有限公司采购量的影响，本次将深圳弘美数码纺织技术有限公司对活性墨水的影响剔除后进行分析。

剔除深圳弘美数码纺织技术有限公司对活性墨水的影响后，报告期内，公司活性墨水销售收入、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 /单价	增长率	金额/销量 /单价	增长率	金额/销量 /单价
公司活性墨水销售收入（万元）	2,473.18	-16.00%	2,944.37	-4.30%	3,076.70
公司活性墨水销量（吨）	373.63	-4.04%	389.35	0.90%	385.86
公司活性墨水销售单价（元/KG）	66.19	-12.47%	75.62	-5.17%	79.74

从上表可以看出，剔除深圳弘美数码纺织技术有限公司后，公司活性墨水的销量基本稳定，销售单价有所下降，但与宏华数科的墨水价格（97.18 元/KG、90.76 元/KG 和 71.55 元/KG）逐年下降的趋势一致。宏华数科的单价情况详见本问询函回复问题 5 之（1）之“二、是否存在客观证据证明各类产品销售价格与同行业公司销售价格及变动趋势的一致性”的回复。

报告期内，公司活性墨水销售收入与汉弘集团的对比情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	金额	增长率	金额	增长率	金额
公司活性墨水销售收入	2,473.18	-31.78%	3,625.11	-10.19%	4,036.64
汉弘集团自产活性墨水销售收入	未披露	-	3,937.85	60.14%	2,459.01

注：1、汉弘集团自产活性墨水销售收入按经测算的全部自产墨水销售收入

口径计算。

2、汉弘集团的数据来源于公开披露文件。

根据汉弘集团公开披露文件显示，2018 年、2019 年，汉弘集团墨水产品销售收入分别为 7,747.34 万元、10,773.87 万元，外购墨水的销售收入占其墨水产品销售收入的比例分别为 68.26%、63.45%，由此测算 2018 年、2019 年，汉弘集团自产墨水的销售收入分别为 2,459.01 万元、3,937.85 万元。

2019 年，由于汉弘集团子公司自产活性墨水，向公司采购量大幅减少，较大程度上导致公司活性墨水销售收入同比下降 10.19%，同时汉弘集团自产墨水销售收入增长约 60.14%。2020 年 1-3 月，汉弘集团外购墨水的销售收入占其墨水产品销售收入的比例进一步下降至 37.28%，导致公司活性墨水销售收入的进一步下降。

从宏华数科的销售单价变动、汉弘集团的销售收入变动情况可以看出，公司活性墨水销售情况与行业竞争、可比公司变动趋势基本相符。

(5) 说明各类产品自有品牌销售单价与非自有品牌销售单价存在差异的原因，以及不同年份差异情况不一致的原因

一、各类产品自有品牌销售单价与非自有品牌销售单价差异原因分析：

单位：吨、万元、元/KG

项目	商标类别	2020 年度			
		数量	金额	平均单价	差异率
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	-2.26%
	授权商标	187.62	727.45	38.77	-2.64%
	自有商标	188.71	738.14	39.11	-1.78%
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	1.61%
	授权商标	15.86	161.65	101.90	-1.65%
	自有商标	0.38	6.21	162.48	56.82%
	自有商标产品的销售金额仅为 6.21 万元，全部来自于境外客户销售，境外墨水产品的生产成本、人工费用等较境内墨水更高，其单位成本、销售均价较高。				

项目	商标类别	2020 年度			
		数量	金额	平均单价	差异率
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	9.77%
	授权商标	357.07	895.15	25.07	20.07%
	自有商标	7.09	22.77	32.10	53.74%
	中性商标和客户商标销售单价下降主要原因系：随着办公打印墨水市场需求的增长，公司中性商标和客户商标水性墨水产品中单价较低的办公打印墨水收入占比分别由 2019 年的 53.34%、88.44% 上升至 2020 年的 71.49%、97.48%，同时，公司 2020 年原材料采购平均单价相比 2019 年出现下降，水性墨水销售价格下降。 授权商标产品销售主要来自于 PT. Sinar Asia Perkasa，销售金额为 416.30 万元，占比为 46.51%。 受新冠疫情影响，公司向其销售金额有所下降，2020 年未达返利标准，其销售均价较高。 自有商标产品销售金额仅为 22.77 万元，通过网络店铺进行线上销售的占比约 90%，主要是小包装的办公打印墨水，售价单价相对较高。				
活性墨水	中性商标	373.63	2,473.18	66.19	-
	客户商标	-	-	-	-
	授权商标	-	-	-	-
项目	商标类别	2019 年度			
		数量	金额	平均单价	差异率
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	-2.95%
	授权商标	318.29	1,316.19	41.35	2.58%
	自有商标	84.64	351.32	41.51	2.98%
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	2.35%
	授权商标	24.27	265.17	109.24	-6.59%
	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	10.14%
	授权商标	566.73	1,284.95	22.67	-10.89%
	自有商标	-	-	-	-
	客户商标产品主要系公司向境外客户 PT. Sinar Asia Perkasa 销售的小规格、精包装的墨水产品，此类规格及包装的产品整体单价较高。 授权商标产品销售主要来自于 PT. Sinar Asia Perkasa，销售金额为 550.66 万元，销售占比为 42.85%，其向公司采购的为大规模桶装墨水，此类规格及包装的产品单位成本较低，整体单价较低。				

项目	商标类别	2019 年度			
		数量	金额	平均单价	差异率
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	18.02%
	授权商标	-	-	-	-
客户商标产品销售金额仅为 0.18 万元，销售量较小，销售单价相对较高。					

项目	商标类别	2018 年度			
		数量	金额	平均单价	差异率
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	-5.08%
	授权商标	362.54	1,292.90	35.66	-4.73%
	自有商标	103.56	417.02	40.27	7.59%
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	5.81%
	授权商标	27.70	294.75	106.40	-6.73%
	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	-8.80%
	授权商标	541.21	1,212.89	22.41	-16.10%
	自有商标	-	-	-	-
授权商标产品销售主要来自于 PT. Sinar Asia Perkasa，销售金额为 525.38 万元，销售占比为 43.32%，其向公司采购的为大规模桶装墨水，此类规格及包装的产品单位成本较低，整体单价较低。					
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	15.97%
	授权商标	3.30	26.91	81.55	4.89%
客户商标产品仅为 1.33 万元，销售量较小，销售单价相对较高。					

注：差异率以中性商标的平均单价作为基准计算。

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。

报告期内，各类产品自有品牌和非自有品牌在定价方面不存在重大差异，销售单价的差异主要与具体客户、销售规模、具体产品、销售方式等因素相关，差异具有合理性。

二、各类产品自有品牌销售单价与非自有品牌销售单价不同年份差异情况不一致的原因

各类产品自有品牌销售单价与非自有品牌销售单价不同年份差异情况不一致的原因如下：

1、UV 墨水自有品牌 2019 年单价低于非自有品牌，2020 年单价高于非自有品牌的原因

2019 年、2020 年，公司 UV 墨水中授权商标产品的单价分别为 109.24 元/KG、101.90 元/KG，均低于同年非自有品牌，但差异较小。

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，全部来自于境外客户销售，境外墨水产品的生产成本、人工费用等较境内墨水更高，其单位成本、销售均价较高，导致 UV 墨水自有品牌 2019 年单价低于非自有品牌，2020 年单价高于非自有品牌。

2、水性墨水自有品牌 2019 年单价低于非自有品牌，2020 年单价高于非自有品牌的原因

2019 年，公司水性墨水中授权商标产品销售价格较低，主要原因系授权商标产品销售主要来自于 PT. Sinar Asia Perkasa，销售金额为 550.66 万元，销售占比为 42.85%，其向公司采购的为大规模桶装墨水，此类规格及包装的产品单位成本较低，整体单价较低。

2020 年，公司水性墨水中自有商标产品销售金额仅为 22.77 万元，通过网络店铺进行线上销售的占比约 90%，主要是小包装的办公打印墨水，售价单价相对较高。

综上所述，自有品牌销售单价与非自有品牌销售单价不同年份差异情况不一致具有合理性。

(6) 量化分析各类客户销售收入变动的而原因，列示向各类客户销售产品的单价情况并说明差异原因

[回复]

一、各类客户销售收入变动的原因分析

单位：万元、吨、元/KG

客户分类	产品分类	2020 年度				2019 年度				2018 年度		
		金额	增幅	数量	单价	金额	增幅	数量	单价	金额	数量	单价
设备生产商及其代理商	分散墨水	8,791.25	-9.90%	2,285.09	38.47	9,757.54	22.30%	2,537.30	38.46	7,978.34	2,197.43	36.31
	UV 墨水	6,489.55	-9.00%	623.91	104.01	7,131.02	37.24%	609.39	117.02	5,196.20	457.77	113.51
	水性墨水	760.16	-13.56%	287.98	26.40	879.41	22.90%	328.97	26.73	715.53	281.59	25.41
	活性墨水	903.32	-57.69%	138.69	65.13	2,135.15	-10.65%	291.56	73.23	2,389.66	317.23	75.33
	其他墨水	1,211.35	-3.73%	227.28	53.30	1,258.26	26.38%	203.45	61.85	995.59	138.75	71.76
	合计	18,155.62	-14.20%	3,562.95	50.96	21,161.38	22.49%	3,970.67	53.29	17,275.32	3,392.76	50.92
中间商	分散墨水	5,617.71	13.67%	1,386.93	40.50	4,942.04	77.26%	1,135.74	43.51	2,788.00	735.36	37.91
	UV 墨水	2,760.95	-13.96%	271.34	101.75	3,208.95	12.15%	276.38	116.11	2,861.39	247.80	115.47
	水性墨水	3,359.64	17.12%	1,527.66	21.99	2,868.57	-1.24%	1,150.33	24.94	2,904.47	1,141.36	25.45
	活性墨水	1,100.35	8.23%	171.96	63.99	1,016.70	5.36%	134.81	75.42	964.98	120.39	80.16
	其他墨水	423.86	65.51%	64.92	65.29	256.09	-18.80%	46.41	55.18	315.37	68.68	45.92
	合计	13,262.50	7.89%	3,422.80	38.75	12,292.35	25.00%	2,743.67	44.80	9,834.22	2,313.59	42.51
终端用户	分散墨水	545.63	-25.92%	110.91	49.19	736.58	43.44%	173.99	42.33	513.51	126.38	40.63
	UV 墨水	387.38	52.13%	31.97	121.17	254.64	17.38%	17.58	144.88	216.94	16.62	130.51
	水性墨水	373.05	43.15%	246.22	15.15	260.60	53.95%	146.80	17.75	169.27	92.98	18.21
	活性墨水	469.52	-0.79%	62.98	74.55	473.26	-30.61%	57.06	82.93	681.99	81.37	83.81
	其他墨水	145.79	20.73%	13.75	106.05	120.76	69.50%	15.92	75.84	71.24	14.02	50.83
	合计	1,921.36	4.09%	465.83	41.25	1,845.84	11.67%	411.36	44.87	1,652.96	331.37	49.88
主营业务收入		33,339.48	-5.55%	7,451.57	44.74	35,299.58	22.73%	7,125.69	49.54	28,762.50	6,037.72	47.64

报告期内，公司主营业务收入主要来源于数码喷印设备生产商及其代理商、提供数码喷印设备、耗材和服务的中间商，合计金额分别为 27,109.54 万元、33,453.73 万元和 31,418.12 万元，占比分别为 94.25%、94.77%和 94.24%。

（一）设备生产商及其代理商

报告期内，公司来自设备生产商及其代理商的销售收入分别为 17,275.32 万元、21,161.38 万元和 18,155.62 万元，2019 年相比 2018 年增长较大，2020 年受新冠疫情影响有所下降。

2019 年，公司来自设备生产商及其代理商的销售收入同比增加 3,886.06 万元，增幅 22.49%，主要来自于向设备生产商及其代理商销售的分散墨水和 UV 墨水的销售收入的增长：

（1）2019 年，公司向设备生产商及其代理商销售分散墨水的销售收入同比增加 1,779.20 万元，增幅 22.30%，主要原因系：①因市场整体需求增长 18.95%，当年公司向设备生产商及其代理商销售分散墨水的销量同比上升 15.47%；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，导致对该类客户销售的分散墨水的平均单价从 36.31 元/KG 上升至 38.46 元/KG，上涨 5.92%。

（2）2019 年，公司向设备生产商及其代理商销售 UV 墨水的销售收入同比增加 1,934.83 万元，增幅 37.24%，销量同比增加 33.12%。当年 UV 墨水销售收入增长主要来源于适用于工业喷头中性 UV 墨水的收入增加，向设备生产商及其代理商销售的中性 UV 墨水的销售收入从 1,520.19 万元增长至 3,442.23 万元，增长 1,922.04 万元。

2020 年受新冠疫情影响，公司来自设备生产商及其代理商的销售收入同比有所下降：

（1）2020 年，公司向设备生产商及其代理商销售分散墨水销售收入同比减少 966.29 万元，降幅 9.90%，主要原因系：受新冠疫情影响，当年分散墨水销量同比下降 9.94%。

（2）2020 年，公司向设备生产商及其代理商销售 UV 墨水的销售收入同比减少 641.47 万元，降幅 9.00%，主要原因系：受市场竞争影响，公司下调了 UV 墨水的销售价格，向设备生产商及其代理商销售的 UV 墨水的平均销售价格从 2019 年的 117.02 元/KG 下降至当年的 104.01 元/KG，降幅 11.12%。

(3) 2020 年,公司向设备生产商及其代理商销售活性墨水销售收入同比减少 1,231.83 万元,降幅 57.69%,主要原因系:①深圳弘美数码纺织技术有限公司因当年未向公司采购,相比 2019 年的销售量减少约 90 吨、销售收入减少约 680 万元;②受市场竞争影响,公司下调了活性墨水的销售价格,向设备生产商及其代理商销售活性墨水的平均销售价格从 2019 年的 73.23 元/KG 下降至当年的 65.13 元/KG,降幅 11.06%。

(二) 中间商

报告期内,公司来自中间商的销售收入分别为 9,834.22 万元、12,292.35 万元和 13,262.50 万元,2019 年相比 2018 年增长较大,2020 年小幅增长。

2019 年,公司来自中间商的销售收入同比增加 2,458.13 万元,增幅 25.00%,主要来自于向中间商销售的分散墨水的销售收入的增长。

2019 年,公司来自于向中间商销售的分散墨水的销售收入同比增加 2,154.04 万元,增幅 77.26%,主要原因系:①因市场整体需求增长 18.95%,当年来来自于向中间商销售的分散墨水的销量同比上升 54.45%;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,向中间商销售的分散墨水的平均单价从 37.91 元/KG 上升至 43.51 元/KG,上涨 14.77%。

2020 年,公司来自中间商销售收入增幅 7.89%,在新冠疫情的影响下仍保持小幅增长。

(三) 终端用户

报告期内,公司来自终端用户的销售收入分别为 1,652.96 万元、1,845.84 万元和 1,921.36 万元,整体销售规模较小、波动较低。

2019 年,公司来自终端用户的销售收入同比增加 192.88 万元,增幅 11.67%,主要来自于向终端用户销售的分散墨水的销售收入的增长。

2019 年,公司来自终端用户销售的分散墨水的销售收入同比增加 223.07 万元,增幅 43.44%,主要原因系:因市场整体需求增长 18.95%,当年来来自于向终端用户销售的分散墨水的销量同比上升 37.67%。

2020 年,公司来自终端用户销售收入增幅 4.09%,在新冠疫情的影响下仍保持小幅增长。

二、各类客户销售产品的单价差异分析

报告期内，各类客户销售产品的单价情况如下：

单位：万元、吨、元/KG

产品分类	客户分类	2020 年度				2019 年度				2018 年度			
		金额	销量	单价	差异率	金额	销量	单价	差异率	金额	销量	单价	差异率
分散墨水	设备生产商及其代理商	8,791.25	2,285.09	38.47	-	9,757.54	2,537.30	38.46	-	7,978.34	2,197.43	36.31	-
	中间商	5,617.71	1,386.93	40.50	5.28%	4,942.04	1,135.74	43.51	13.13%	2,788.00	735.36	37.91	4.41%
	终端用户	545.63	110.91	49.19	27.87%	736.58	173.99	42.33	10.06%	513.51	126.38	40.63	11.90%
UV 墨水	设备生产商及其代理商	6,489.55	623.91	104.01	-	7,131.02	609.39	117.02	-	5,196.20	457.77	113.51	-
	中间商	2,760.95	271.34	101.75	-2.17%	3,208.95	276.38	116.11	-0.78%	2,861.39	247.80	115.47	1.73%
	终端用户	387.38	31.97	121.17	16.50%	254.64	17.58	144.88	23.81%	216.94	16.62	130.51	14.98%
水性墨水	设备生产商及其代理商	760.16	287.98	26.40	-	879.41	328.97	26.73	-	715.53	281.59	25.41	-
	中间商	3,359.64	1,527.66	21.99	-16.70%	2,868.57	1,150.33	24.94	-6.70%	2,904.47	1,141.36	25.45	0.16%
	终端用户	373.05	246.22	15.15	-42.61%	260.60	146.80	17.75	-33.60%	169.27	92.98	18.21	-28.34%
活性墨水	设备生产商及其代理商	903.32	138.69	65.13	-	2,135.15	291.56	73.23	-	2,389.66	317.23	75.33	-
	中间商	1,100.35	171.96	63.99	-1.75%	1,016.70	134.81	75.42	2.99%	964.98	120.39	80.16	6.41%
	终端用户	469.52	62.98	74.55	14.46%	473.26	57.06	82.93	13.25%	681.99	81.37	83.81	11.26%

注：差异率以设备生产商及其代理商的单价为基准进行计算。

终端用户定价的商业考量：报告期内，分散墨水、UV 墨水、活性墨水对于终端用户的销售价格普遍略高，主要系针对工业打印领域的客户，为树立良好的品牌形象，保持终端用户获取公司产品价格的一致性，防止不同渠道的销售价格不同而扰乱市场，同时，考虑设备生产商及其代理商、中间商也有一定的盈利需求，公司给设备生产商及其代理商和中间商价格相比较低。其次，公司出售产品给终端用户的同时，还会为终端用户提供相关服务，增加公司销售成本，因此向其销售单价相对较高。

（一）分散墨水

报告期内，公司向终端用户销售的分散墨水销售价格较高，主要原因系：①出于终端用户定价的商业考量，终端用户的定价相对略高；②终端用户大多为销售金额较低的客户，报告期内，终端用户的平均销售金额分别为 6.26 万元/家、10.83 万元/家和 6.13 万元/家，因此价格相对较高。

2019 年，公司向中间商销售的分散墨水销售价格较高，主要原因系受境外销售影响，2019 年境外中间商的销售占比为 36.24%，高于境外设备生产商及其代理商（17.38%）、境外终端用户（20.85%）的销售占比，由于境外销售的定价较高，导致公司向中间商销售的分散墨水销售价格较高。

（二）UV 墨水

报告期内，公司向终端用户销售的 UV 墨水销售价格较高，主要原因系：①出于终端用户定价的商业考量，终端用户的定价相对略高；②终端用户大多为销售金额较低的客户，报告期内，终端用户的平均销售金额分别为 3.19 万元/家、3.07 万元/家和 3.80 万元/家，因此价格相对较高。

（三）水性墨水

报告期内，公司向终端用户销售的水性墨水主要来自于珠海中润靖杰打印科技有限公司，销售金额分别为 121.18 万元、172.09 万元和 278.17 万元，占水性墨水终端用户的比例分别为 71.59%、66.04%和 74.57%。该公司采购水性墨水后需进一步生产成墨盒对外销售，因此该公司主要采购大规格桶装墨水，此类规格及包装的产品整体单价、单位成本较低。

2020 年，公司向中间商销售的水性墨水销售价格较低，主要原因系随着办

公打印墨水的市场需求增长，公司水性墨水中单价较低的办公打印墨水收入占比由 2019 年的 71.13% 上升至 2020 年的 75.83%，同时，公司 2020 年公司原材料采购平均单价相比 2019 年出现下降，水性墨水价格下降。

（四）活性墨水

2018 年-2020 年，公司向终端用户销售的活性墨水销售价格较高，主要原因系出于终端用户定价的商业考量，终端用户的定价相对略高。

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差异，了解其差异原因；
- 2、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量等变动原因，与行业及可比公司情况进行对比；
- 3、访谈发行人相关负责人，分析当年度销售收入明细，分析各类产品自有品牌销售单价与非自有品牌销售单价存在差异的原因，以及不同年份差异情况不一致的原因；
- 4、访谈发行人相关负责人，分析当年度销售收入明细，分析各类客户销售收入变动的原因，各类客户销售产品的单价差异原因。

（二）核查结论

经核查，我们认为：

- 1、各类产品部分主要客户采购价格范围、平均值、与发行人销售单价存在差异具有合理性。发行人的产品单价无市场公开标准报价，发行人主要产品无市场同等产品可供查询。通过客户墨水采购价格信息调查表，已可充分了解各类产品销售价格与同行业公司销售价格及变动趋势的一致性。2018 年、2019 年，发行人 UV 墨水的价格变动趋势与汉弘集团一致，但低于其销售价格。报告期内，发行人活性墨水的价格变动趋势与宏华数科一致，但低于其销售价格。

除通过客户墨水采购价格信息调查表、汉弘集团以及宏华数科招股说明书以外，无其他客观证据证明各类产品销售价格与同行业公司销售价格及变动趋势的

一致性。

2、参考国内知名数码喷印设备生产商高速工业打印设备的销售增长情况，发行人高速工业打印分散墨水的销售增长与该细分行业发展情况基本一致；

3、发行人 UV 墨水各明细产品销售量与行业发展及可比公司变动趋势基本一致；

4、发行人水性墨水、活性墨水销售情况与行业竞争、可比公司变动趋势基本相符；

5、各类产品自有品牌销售单价与非自有品牌销售单价存在差异，以及不同年份差异情况不一致具有合理性；

6、各类客户销售收入变动具有合理性，向各类客户销售产品的单价的差异具有合理性。

问题 6. 关于境外销售

申报文件及问询回复显示：

(1) PT. Sinar Asia Perkasa 向采购硒鼓、墨盒、色带等，向发行人采购水性墨水、分散墨水。

(2) 发行人分散墨水、UV 墨水的境外销售单价低于当地价格，高于境内价格。向不同境外客户销售价格差异较大。

(3) 发行人发货提运单数量与境外销量的差异占境外销量之比有所波动。差异主要是发货提运单数量为毛重，包含产品、包装物的重量。

(4) 分散墨水、UV 墨水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。

(5) 保荐人、申报会计师对发行人境外客户进行视频访谈，比例分别为 71.19%、69.52%、64.61%。

请发行人：

(1) 说明发行人及关联方向 PT. Sinar Asia Perkasa 销售产品单价与其他客户是否存在明显差异，交易价格是否公允。

(2) 列示各类产品境内外毛利率差异情况，结合市场需求、产品等级、原材料差异、配方差异等说明境内外毛利率存在差异的原因及合理性。

(3) 结合境外客户所在国家市场情况、产品情况说明向不同境外客户销售价格差异较大的原因及合理性。

(4) 结合报告期内包装物具体情况、运输方式等说明发货提运单数量与境外销量的差异占境外销量之比存在差异的原因及合理性；说明销售数据与海关数据存在差异的原因。

(5) 说明调查报告及境外市场报告中数据来源情况，第三方数据来源的真实性与权威性，是否充分、客观、独立、完整，是否为付费获取或专门为本次申报所编制。

(6) 说明发行人主要境外客户的经营现状、在手订单情况，结合当地新冠疫情形势、政治局势情况，分析发行人主要境外客户的稳定性、是否存在客户流失风险，主要客户需求变动对发行人经营业绩和稳定性的影响，是否对发行人持续经营能力造成重大不利影响。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明采用视频走访的原因，确认客户真实性的方法，是否取得书面确认文件。

[回复]

(1) 说明发行人及关联方向 PT. Sinar Asia Perkasa 销售产品单价与其他客户是否存在明显差异，交易价格是否公允

一、公司向 PT. Sinar Asia Perkasa 销售产品单价与其他客户存在的差异具有合理性，不存在交易价格显著不公允的情形

报告期内，公司向 PT. Sinar Asia Perkasa 销售金额分别为 527.74 万元、612.64 万元、417.38 万元，占公司营业收入比重分别为 1.82%、1.73%、1.24%。在墨水产品类型上，公司主要向 PT. Sinar Asia Perkasa 销售采用非回转桶（不回收包装）的水性墨水-桌面办公打印-20KG 产品，公司向其销售该类型墨水金额分别为 524.59 万元、550.45 万元、416.30 万元，占对其销售总额的 99.40%、89.85%、99.74%。

同时，公司向 PT. Sinar Asia Perkasa 销售采用非回转桶（不回收包装）的水性墨水-桌面办公打印-20KG 产品占该类型墨水产品境外销售比重的 97.51%、96.75%、95.15%，报告期内，公司向境外其他客户销售该产品的金额分别为 13.41 万元、18.48 万元、21.21 万元，受销售规模差异影响，境外其他客户产品销售单价不具有可比性。

因此，我们选取了公司向境内销售同类型产品客户的销售单价进行对比，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
PT. Sinar Asia Perkasa	416.30	30.02	550.45	22.62	524.59	23.81
境内其他客户	740.36	18.98	611.60	19.52	549.53	20.81
差异率	-	36.78%	-	13.70%	-	12.60%

由上表可见，公司向 PT. Sinar Asia Perkasa 销售水性墨水-桌面办公打印-20KG 产品的单价均高于境内其他客户，其中 2018 年、2019 年单价差异率较为稳定，2020 年，二者销售单价差异率较大，主要原因为：在产品销售定价上，因境内外市场存在一定差异且考虑报关费用以及客户维护成本，通常境外销售产品定价相对较高。2018 年、2019 年度公司向 PT. Sinar Asia Perkasa 销售该款产品的单价与境内相比差异率基本一致。2020 年，受海外新冠疫情影响，公司向 PT. Sinar Asia Perkasa 销售金额下降较多，2020 年度该客户未达约定返利标准，当年度对其销售单价整体较高，导致境内外同类型产品单价差异率较大。

因此，公司向 PT. Sinar Asia Perkasa 销售同类型产品的单价与境内客户存在一定差异，相关单价差异具有合理性，不存在交易价格显著不公允的情形。

二、关联方向 PT. Sinar Asia Perkasa 销售产品单价与其他客户不存在明显差异，交易价格公允

报告期内，联力科技向 PT. Sinar Asia Perkasa 销售金额分别为 89.44 万元、93.92 万元、115.59 万元，占该公司营业收入比重分别为 0.23%、0.35%、0.61%。报告期内，联力科技主要向 PT. Sinar Asia Perkasa 销售色带及周边产

品，该类型产品销售收入占向 PT. Sinar Asia Perkasa 销售收入比重的 64.03%、81.12%、87.25%。考虑可比因素，选取了色带及周边产品销售中 PT. Sinar Asia Perkasa 与其他客户具有可比性的产品品类进行单价对比，具体如下：

单位：万元、元/套/KG/米

2020 年度			
色带产品型号	客户名称	销售金额	销售单价
色带（BU NYR EPN LX310 BK 18M R）	PT. Sinar Asia Perkasa	16.37	6.67
	其他客户	4.04	7.61
色带油墨（BU INK 201B BK）	PT. Sinar Asia Perkasa	14.56	124.46
	其他客户	4.28	125.27
尼龙带（BU INK RIB 12.7MM H/D 19.5% BK）	PT. Sinar Asia Perkasa	8.44	0.09
	其他客户	2.01	0.11
2019 年度			
色带产品型号	客户名称	销售金额	销售单价
色带（ET NYR EPN ERC30 5M R）	PT. Sinar Asia Perkasa	19.68	2.96
	其他客户	1.07	2.96
色带（BU NYR EPN LX310 BK 18M R）	PT. Sinar Asia Perkasa	14.27	6.53
	其他客户	2.66	7.50
色带（BU I-EMP CISS DIY UNV TOP 4C）	PT. Sinar Asia Perkasa	8.78	8.78
	其他客户	2.64	8.81
色带（BU NYR EPN LQ2170 BK 40M R）	PT. Sinar Asia Perkasa	6.26	13.01
	其他客户	1.59	13.21
2018 年度			
色带产品型号	客户名称	销售金额	销售单价
色带（ET NYR EPN ERC30 5M R）	PT. Sinar Asia Perkasa	18.28	2.88
	其他客户	3.83	2.88
色带（BU NYR EPN LX310 BK 18M R）	PT. Sinar Asia Perkasa	11.49	6.36
	其他客户	1.38	7.30
色带（BU NYR EPN LQ2170 BK 40M R）	PT. Sinar Asia Perkasa	6.56	12.86
	其他客户	1.93	12.86
色带（PR COR FUJ FZ1027 BK 180M ST MICR）	PT. Sinar Asia Perkasa	1.56	11.12
	其他客户	10.89	11.12

由上表可见，报告期内，联力科技向 PT. Sinar Asia Perkasa 与其他客户销售色带及周边产品的金额较小，相关单价与其他客户不存在明显差异，交易价格公允。

综上，公司及关联方向 PT. Sinar Asia Perkasa 销售的产品完全不同，公司向 PT. Sinar Asia Perkasa 销售产品的单价与境内客户存在一定差异，相关单价差异具有合理性，不存在交易价格显著不公允的情形。联力科技向 PT. Sinar Asia Perkasa 销售产品的单价与其他客户不存在明显差异，交易价格公允。

(2) 列示各类产品境内外毛利率差异情况，结合市场需求、产品等级、原材料差异、配方差异等说明境内外毛利率存在差异的原因及合理性

报告期内，公司各类产品内销和外销的毛利率情况如下：

单位：元/KG

产品类别	区域	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
		单位 价格	单位 成本	毛利率	单位 价格	单位 成本	毛利率	单位 价格	单位 成本	毛利率
分散墨水	境内	36.40	25.98	28.64%	37.23	30.14	19.06%	35.04	27.26	22.20%
	境外	52.99	30.00	43.38%	53.63	34.25	36.14%	47.06	27.04	42.54%
	价差	16.59	4.02	-	16.40	4.11	-	12.02	-0.22	-
UV 墨水	境内	103.16	65.42	36.58%	116.49	78.97	32.21%	113.83	73.21	35.69%
	境外	128.98	71.80	44.33%	215.51	91.78	57.42%	219.68	83.60	61.95%
	价差	25.82	6.38	-	99.02	12.81	-	105.85	10.39	-
水性墨水	境内	21.13	15.23	27.94%	24.68	18.93	23.30%	24.66	18.82	23.67%
	境外	25.98	13.69	47.32%	24.56	14.73	40.02%	26.18	14.65	44.02%
	价差	4.85	-1.54	-	-0.12	-4.20	-	1.52	-4.17	-
活性墨水	境内	68.88	37.32	45.81%	75.17	42.81	43.05%	77.78	44.74	42.48%
	境外	57.31	29.24	48.98%	73.89	35.09	52.51%	78.39	36.68	53.24%
	价差	-11.57	-8.08	-	-1.28	-7.72	-	0.61	-8.06	-

注：价差为境外单位价格-境内单位价格，或境外单位成本-境内单位成本

1、分散墨水、UV 墨水

从价差可以看出，分散墨水、UV 墨水的境外销售单位成本略高于境内销售的单位成本，但远低于单位价格的价差，毛利率差异主要系受价格因素影响。

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，导致境外销售的毛利率较高。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 KIIAN、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。

2、水性墨水

2018 年、2019 年，公司水性墨水境内外销售的单位价格的价差很小，影响毛利率的主要因素为单位成本；2020 年，水性墨水境内外销售的单位价格的价差较大，导致境外销售的毛利率较高。

2018 年、2019 年，公司水性墨水的境外客户主要为 PT. Sinar Asia Perkasa，销售金额占比约 60%、75%，其主要向公司采购大规格桶装墨水，此类规格及包装的产品单位成本较低，拉低了公司水性墨水境外销售成本，导致水性墨水境外销售毛利率相对较高。

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

水性墨水境内销售中单价较低的办公打印墨水的收入占比由 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 24.68 元/KG 下降 21.13 元/KG，单位成本也从 18.93 元/KG 下降至 15.23 元/KG。2020 年，公司水性墨水的境外客户主要为 PT. Sinar Asia Perkasa，销售金额占比约 57%，其主要向公司采购大规格桶装墨水，此类规格及包装的产品单位成本较低，拉低了公司水性墨水境外销售成本，导致公司水性墨水境外销售毛利率相对较高。

3、活性墨水

2018 年，公司活性墨水的境外销售金额仅为 4.47 万元，销售金额较小，境内外毛利率不具可比性。

2019 年，公司活性墨水的境外客户主要为 RIZ TEX CORPORATION，销售金额占比约为 70%，该客户为巴基斯坦机器代理商，该市场对墨水的需求偏向于色浓度较低、性价比较高的墨水。公司向 RIZ TEX CORPORATION 销售的活性墨水单位成本较低，拉低了公司活性墨水境外单位成本，导致活性墨水境外销售毛利率相对较高。

2020 年，公司活性墨水的境外毛利率与境内毛利率较为接近，不存在重大差异。

(3) 结合境外客户所在国家市场情况、产品情况说明向不同境外客户销售价格差异较大的原因及合理性

报告期内，公司主要客户的销售均价情况如下：

单位：美元/KG

序号	客户名称	墨水种类	主营业务	均价/价格范围			客户所属国家
				2020 年	2019 年	2018 年	
1	TRUE COLORS IMPEX	分散墨水	销售纺织印花机及印花相关的打印耗材	5.40	5.70	5.00	印度
2	B.M. DO BRASIL IMPORTACAO E EXPORTA	分散墨水	丝印油墨及配件的进口及贸易	10.50	7.60	-	巴西

序号	客户名称	墨水种类	主营业务	均价/价格范围			客户所属国家
				2020 年	2019 年	2018 年	
3	OTS IC VE DIS TICARET A.S	分散墨水	打印机及耗材贸易	11.00	10.60	12.00	土耳其
4	2SHTEC AG	分散墨水	数字打印机及耗材销售	9.30	8.60	9.00	土耳其
5	Swiss Performance Chemicals AG	分散墨水	数码纺织印花设备和墨水 的生产、销售	17.50	17.00	-	瑞士

1、印度市场

印度市场需求与国内较为类似，对于墨水的需求偏向于色浓度较浅、性价比比较高的墨水，印度客户采购墨水产品后主要向印度当地或南亚周边国家进行销售，上述地区对墨水品质的要求均不高，同质化竞争严重，因此公司针对印度客户主要销售性价比高的分散墨水，定价较低。

公司向 TRUE COLORS IMPEX 销售的分散墨水大部分为公司较早期推广的浓度较低的非高速工业打印墨水产品，均价较低。

2、巴西市场

巴西市场主要采购国外墨水进行纺织品生产，其纺织成品主要销往欧美国家，因欧美市场倾向于颜色较深、色彩鲜艳的纺织品，因此，巴西客户的墨水采购倾向于颜色较深、色浓度较高、打印性能较好的墨水，该市场对产品要求较高故相关市场销售价格较印度市场更高。

相比于 2019 年的标准分散墨水，2020 年，公司向 B. M. DO BRASIL IMPORTACAO E EXPORTA 销售的产品主要是品质较高的分散墨水，其质量对标的是国际知名品牌墨水如 KIIAN、J-Teck、Papijet 等分散墨水品牌以及 Nazdar、Agfa、东洋等 UV 墨水品牌等，比 2019 年的分散墨水品质更高，因此 2019 年、2020 年公司对其销售均价有所上升，且均高于印度客户 TRUE COLORS IMPEX 的均价。

3、土耳其市场

土耳其作为纺织印花的集散地，其产品辐射整个欧洲市场，因此土耳其客户对墨水产品质量的要求较高，公司主要向土耳其客户销售品质较高的分散墨水，

相关产品销售价格较高。

OTS IC VE DIS TICARET A.S 和 2SHTEC AG 均为土耳其客户，因 2SHTEC AG 向公司采购墨水的金额相对较大、合作时间较长，公司对其定价相对较低。

4、瑞士市场

Swiss Performance Chemicals AG 为知名的欧洲墨水厂家，其面向的客户群体为高端品牌纺织品生产商。公司向其销售的产品主要为颜色较深、色浓度较高、打印性能高的分散产品，成本相对较高，销售单价相对较高。

(4) 结合报告期内包装物具体情况、运输方式等说明发货提运单数量与境外销量的差异占境外销量之比存在差异的原因及合理性；说明销售数据与海关数据存在差异的原因

一、发货提运单数量与境外销量的差异占境外销量之比存在差异的原因及合理性

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	1,263.29	941.22
差异（吨）	-218.15	-170.50	-118.30
差异率	-19.53%	-15.60%	-14.37%
其中：配套印花纸数量（吨）	43.68	6.05	0.86
剔除印花纸后差异（吨）	-174.47	-164.46	-117.44
剔除印花纸后差异率	-15.62%	-15.05%	-14.27%

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，差异率分别为-14.37%、-15.60%、-19.53%。

报告期内，公司境外销售的产品除了数码墨水外，还配套销售少量印花纸，受印花纸销售重量的影响，差异率逐年上升。报告期内，公司销售印花纸的重量分别为 0.86 吨、6.05 吨和 43.68 吨，剔除印花纸的影响后，各年差异率分别为 -14.27%、-15.05%、-15.62%，较为平稳，差异率始终维持在-15%左右，具有合

理性。

二、销售数据与海关数据存在差异的原因

公司的主营产品为数码墨水，需要使用容器、纸箱等包装物对产品包装后进行销售。客户按其需求在下达订单时要求不同的产品及包装规格，不同规格的产品毛重与净重的比例存在一定的差异。

报告期内，剔除印花纸影响后，上述发货提运单数量与境外销量的差异分别为 117.44 吨、164.46 吨、174.47 吨。报告期内，按产品规格计算的理论包装物数量分别为 116.82 吨、163.52 吨、174.81 吨，因此，差异主要来源于产品包装物。

(5) 说明调查报告及境外市场报告中数据来源情况，第三方数据来源的真实性与权威性，是否充分、客观、独立、完整，是否为付费获取或专门为本次申报所编制

当地市场价格来源于发行人境外销售顾问的调查报告及 Index Market Research 出版的《Dye Sublimation Printing Ink Market-Global Industry Ananlysis, Insights and Forecast, 2020-2027》。

公司境外销售顾问的调查报告的数据来源：境外销售顾问通过向当地客户访谈、参加当地知名市场展会，如 FESPA 展会和 FESPA 展会等获取数据；

《Dye Sublimation Printing Ink Market-Global Industry Ananlysis, Insights and Forecast, 2020-2027》的数据来源：Index Market Research 主要通过向行业专家、主要利益相关者、主要制造商和最终用户进行访谈，通过分析从受访者处搜集的信息和公开渠道可用的数据（证券交易委员会、投资者陈述、绘制产品组合图等）得出数据。

Index Market Research 位于印度，为一家向全球客户提供精确的统计数据和市场分析的研究报告的专门机构。

《Dye Sublimation Printing Ink Market-Global Industry Ananlysis, Insights and Forecast, 2020-2027》报告为公司有偿购买，该报告面向所有同行业公司、上下游公司等，不是专门为本次申报所编制。

综上所述，第三方数据来源具有真实性与权威性，充分、客观、独立、完整，

存在为付费获取的情形，不存在专门为本次申报所编制的情形。

(6) 说明发行人主要境外客户的经营现状、在手订单情况，结合当地新冠疫情形势、政治局势情况，分析发行人主要境外客户的稳定性、是否存在客户流失风险，主要客户需求变动对发行人经营业绩和稳定性的影响，是否对发行人持续经营能力造成重大不利影响

报告期内，公司境外前五名客户的销售情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
1	Swiss Performance Chemicals AG	562.08	729.81	120.71
2	2SHTEC AG	564.65	313.62	534.94
3	PT. Sinar Asia Perkasa	417.38	612.64	527.74
4	TRUE COLORS IMPEX	761.86	1,035.26	685.53
5	B.M. DO BRASIL IMPORTACAO E EXPORTA	408.94	-	-
6	RIZ TEX CORPORATION	139.94	363.43	-
7	OTS IC VE DIS TICARET A.S.	101.36	211.13	174.72

公司各年前五名境外客户的基本情况如下：

单位：万美元

序号	客户名称	注册地	成立日期	主营业务	经营现状	2020年1至6月订单	2021年1至6月订单	截至2021年6月30日在手订单
1	Swiss Performance Chemicals AG	瑞士	2014.10	数码纺织印花设备和墨水生产、销售	正常经营	42.05	33.73	-
2	2SHTEC AG	瑞士	2016.12	数字打印机及耗材销售	正常经营	25.23	58.91	8.14
3	PT. Sinar Asia Perkasa	印度尼西亚	2004.09	印刷耗材的生产和贸易	正常经营	35.48	43.17	-
4	TRUE COLORS IMPEX	印度	2012 年	销售纺织印花机及印花相关的打印耗材	受疫情影响，尚未恢复正常采购	38.59	10.56	10.85
5	B.M. DO BRASIL IMPORTACAO E EXPORTA	巴西	1999.07	丝印油墨及配件的进口及贸易	受疫情影响，尚未恢复正常采购	12.52	-	-
6	OTS IC VE DIS TICARET A.S.	土耳其	1987.10	打印机及耗材贸易	正常经营	25.07	1.76	-
7	RIZ TEX CORPORATION	巴基斯坦	2006 年	EPSON 喷头机器及墨水贸易	正常经营	20.43	1.35	-
合计						199.36	149.48	18.99

1、主要境外客户的稳定性、流失风险

报告期内，公司前五名境外客户共 7 家，其中 RIZ TEX CORPORATION、B. M. DO BRASIL IMPORTACAO E EXPORTA 分别为 2019 年、2020 年新开发的大客户。总体来看，公司报告期内的主要境外客户较为稳定。

2021 年，Swiss Performance Chemicals AG、2SHTEC AG、PT. Sinar Asia Perkasa 三家客户均正常经营，未受疫情影响，与公司的订单情况正常，不存在重大需求变动或流失风险。

2021 年，巴西客户 B. M. DO BRASIL IMPORTACAO E EXPORTA、印度客户 TRUE COLORS IMPEX 先后受疫情影响暂时停止采购，但始终与公司保持良好沟通。目前，上述两家客户的情况有所好转，双方将于近期重新开始合作。这两家客户受疫情影响导致需求下降，但不存在流失风险。

2021 年，土耳其客户 OTS IC VE DIS TICARET A.S.、巴基斯坦客户 RIZ TEX CORPORATION 向公司下单的金额明显下降，存在流失风险。

整体来看，公司主要境外客户存在一定的流失风险，公司已在招股说明书“第四节 风险因素”中披露“境外客户流失及应收账款回收风险”、“受新型冠状病毒肺炎疫情影响的风险”。

2、主要境外客户需求变动对发行人经营业绩和稳定性的影响较小，不会对发行人持续经营能力造成重大不利影响

2021 年 1-6 月，公司境外主要客户新签订的订单合计金额为 165.42 万美元，同比去年同期下降 33.94 万美元，降幅 17.03%，主要系受境外疫情的影响。截至 2021 年 6 月 30 日，境外主要客户的在手订单金额为 18.99 万美元。

报告期内，公司各年前五大境外客户合计销售收入分别为 2,043.64 万元、3,054.77 万元和 2,714.91 万元，占营业收入的比例分别为 7.06%、8.61%和 8.09%，占比较低。

目前，国内疫情已基本控制，公司内销收入不断扩大，公司预计 2021 年 1-6 月的营业收入约为 20,500.00 万元，归属于母公司所有者的净利润约为 3,450.00 万元，扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润约为 3,300.00 万元，较上

年同期增幅较大。

总体来看，主要境外客户需求变动对发行人经营业绩和稳定性的影响较小，境外主要客户需求下降不会对发行人持续经营能力造成重大不利影响。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明采用视频走访的原因，确认客户真实性的方法，是否取得书面确认文件

1、采用视频走访的原因

公司境外客户主要处于亚洲、欧洲等国家或地区，自 2020 年新型冠状病毒肺炎疫情爆发以来，上述境外国家或地区不同程度地受到新冠疫情的影响，目前，上述国家或地区的新冠疫情尚未得到有效缓解及控制。因此，中介机构对境外客户采用了视频走访的方式。

2、客户真实性的确认方法、书面确认文件情况

（1）视频走访前，中介机构首先访谈发行人相关负责人，并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，了解境外客户的具体情况；

（2）视频走访时，中介机构对被访谈人是否为客户代表进行确认，并通过与被访谈对象核实客户的基本信息等方式，进一步确认其身份；了解被访谈人相关职务，与获取的客户资料相关信息进行对比，确认其是否为客户相关人员；对整个访谈过程进行视频录制，并告知被访谈人；

（3）视频走访后，中介机构取得了所有经客户盖章、签字的书面确认文件等，并将其与相关合同等文件中盖章和签名部分进行核对，确认相关信息是否具有统一性，是否存在异常。

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、取得发行人及联力科技报告期内的销售明细，查看发行人及联力科技向 PT. Sinar Asia Perkasa 销售的产品类型、金额及占比，分析发行人及联力科技向 PT.

Sinar Asia Perkasa 与其他客户销售可比产品的单价是否存在差异，分析差异的原因及合理性；

2、访谈发行人相关负责人，了解境外销售产品市场需求、产品等级、原材料、配方等差异情况，以及影响境内外销售单价、成本的因素；获取发行人境内外客户的销售及采购明细等，核查其采购、销售商品的情况，分析各类产品境内外毛利率差异情况及差异原因；

3、访谈发行人相关负责人，了解境外客户所在国家市场情况、产品情况，分析不同境外客户销售价格差异较大的原因及合理性；

4、获取发行人报告期内境外销售装箱单清单核查理论包装物重量，分析对比包装物重量及发货提运单数量与境外销量的差异原因；

5、查询相关第三方机构的官方网站，了解相关第三方机构的基本情况；访谈发行人财务部门负责人、外贸部分负责人，确认是否存在向前述第三方机构付费获取服务或要求其为公司本次申报编制数据等情形；

6、查看相关新闻，了解发行人境外主要客户所在地新冠疫情形势、政治局势情况；获取发行人境外主要客户的在手订单情况；查询中信保了解境外客户的存续情况；访谈外销业务负责人，了解境外客户经营状况、境外客户所在地新冠疫情形势、政治局势情况等。

（二）核查结论

经核查，我们认为：

1、发行人及关联方向 PT. Sinar Asia Perkasa 销售的产品完全不同，发行人向 PT. Sinar Asia Perkasa 销售产品的单价与境内客户存在一定差异，相关单价差异具有合理性，不存在交易价格显著不公允的情形；联力科技向 PT. Sinar Asia Perkasa 销售产品的单价与其他客户不存在明显差异，交易价格公允；

2、各类产品境内外毛利率具有一定差异，差异情况具有合理性；

3、报告期内，因境外客户所在国家市场情况、产品情况等不同，境外客户销售价格差异较大具有合理性；

4、发货提运单数量与境外销量的差异原因为报告期各期配套销售印花纸的影响，具有合理性。销售数据与海关数据存在差异的原因主要来源于产品包装物，具有合理性。

5、第三方数据来源具有真实性与权威性，充分、客观、独立、完整，存在为付费获取的情形，不存在专门为本次申报所编制的情形；

6、整体来看，发行人主要境外客户存在一定的流失风险。主要境外客户需求变动对发行人经营业绩和稳定性的影响较小，境外主要客户需求下降不会对发行人持续经营能力造成重大不利影响。

问题 7. 关于客户

申报文件及问询回复显示：

(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曾为公司关联方珠海天威泛凌贸易有限公司员工。

(2) 中间商客户各期末存在一定库存。

请发行人：

(1) 列示发行人客户的实际控制人、股东、董监高等为发行人及关联方前员工的具体情况，说明与前员工交易的原因及合理性，交易价格公允性，是否存在利益输送。

(2) 列示中间商客户期末库存商品期后销售情况，是否存在发行人突击发货情形或中间商囤货情形。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

[回复]

(1) 列示发行人客户的实际控制人、股东、董监高等为发行人及关联方前员工的具体情况，说明与前员工交易的原因及合理性，交易价格公允性，是否存在利益输送

报告期内，公司前二十大客户的实际控制人、股东、董监高人员不存在为公司前员工的情况，公司前二十大客户的实际控制人、股东、董监高人员存在为公司关联方前员工的情况，具体如下：

序号	客户名称	人员名称	是否客户实际控制人	离职单位	离职时间
1	河北司能科技有限公司	于海建	是	珠海天威泛凌贸易有限公司	2008 年
	天津智祎通科技发展有限公司				
2	珠海晟彩科技有限公司	孙蓬	是	珠海天威泛凌贸易有限公司	2015 年
3	上海皓彩数码科技有限公司	陈浩	是	珠海天威泛凌贸易有限公司	2005 年

一、公司向关联方前员工控制企业客户销售的原因及合理性

1、河北司能科技有限公司与天津智祎通科技发展有限公司

河北司能科技有限公司与天津智祎通科技发展有限公司的实际控制人为于海建。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，双方合作时间较长，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。

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。

2、珠海晟彩科技有限公司

珠海晟彩科技有限公司的实际控制人为孙蓬。2013 年-2015 年，孙蓬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等打印耗材产品在华南片区的销售。2015 年-2017 年，孙蓬曾于华南地区的其他数码墨水生产商任职，负责数码喷印墨水产品的销售工作。孙蓬于 2017 年从该公司离职后自主创业，成立珠海晟彩科技有限公司。

2017 年起，孙蓬通过行业展会与公司建立起联系，由此开始进行少量采购。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。

该客户主要向公司采购 UV 墨水、分散墨水、水性墨水和活性墨水产品，面向华南等地的广告喷绘等类型印制厂商进行销售。除向公司采购外，该客户还向华南地区的其他数码墨水生产商采购 UV 墨水产品，但与公司产品相比，其他生产商的墨水在所使用的基材等方面均存在一定差异。

3、上海皓彩数码科技有限公司

上海皓彩数码科技有限公司的实际控制人为陈浩。2005 年 9 月，陈浩从公司关联方珠海天威泛凌贸易有限公司离职，其在任职期间主要负责天威泛凌的硒鼓、墨盒、色带等打印耗材产品在华东片区的销售。陈浩离职后自主创业，通过自有企业从事天威品牌打印耗材产品的贸易业务。

陈浩持续关注国内数码喷印市场的发展动态，于 2015 年成立上海皓彩数码科技有限公司开始从事数码喷印设备、墨水的贸易业务。该公司主要代理欣科达品牌的数码喷印设备，同时基于对公司数码喷印墨水产品的认可，于 2016 年起向公司采购墨水产品。

该客户主要向公司采购分散墨水、UV 墨水和水性墨水产品，面向华东等地的纺织印花等类型印制厂商进行销售。除向公司采购外，该客户还向华东地区的其他数

码墨水生产商采购分散墨水产品，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。

综上，公司向关联方前员工控制企业客户销售均基于合理的商业目的，具有合理性。

二、公司向关联方前员工控制企业客户销售产品的毛利率情况

报告期内，公司向关联方前员工控制企业客户销售的产品包括分散墨水、UV 墨水、水性墨水和活性墨水，各墨水产品销售毛利情况如下：

1、分散墨水

报告期内，关联方前员工控制企业客户对应分散墨水的毛利率与分散墨水整体毛利率的差异情况如下：

单位：万元

客户名称	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	收入	毛利率	差异	收入	毛利率	差异	收入	毛利率	差异
河北司能与天津智祔通合计	256.69	21.25%	-11.12%	425.70	17.26%	-5.83%	257.89	12.82%	-13.33%
珠海晟彩科技有限公司	14.92	31.23%	-1.14%	27.58	25.32%	2.23%	12.86	27.38%	1.23%
上海皓彩数码科技有限公司	311.92	20.86%	-11.51%	396.62	18.56%	-4.53%	349.95	26.96%	0.81%
整体毛利率		32.37%			23.09%			26.15%	

注：差异=毛利率-整体毛利率

（1）河北司能科技有限公司与天津智祔通科技发展有限公司

报告期内，公司对河北司能科技有限公司、天津智祔通科技发展有限公司两家公司销售分散墨水的毛利率比公司销售分散墨水的整体毛利率分别低 13.33 个百分点、5.83 个百分点和 11.12 个百分点，主要原因系：报告期内，上述两家公司合计向公司采购的分散墨水金额较大，公司给予其适当的价格优惠，且河北司能科技有限公司购买的分散墨水主要用于旗帜打印市场，属于公司较低端、定价较低的产品，因此，公司对上述两家公司销售分散墨水的毛利率较公司销售分散墨水的整体毛利率偏低。

(2) 珠海晟彩科技有限公司

报告期内，公司对珠海晟彩科技有限公司销售分散墨水的毛利率与公司销售分散墨水的整体毛利率基本一致。

(3) 上海皓彩数码科技有限公司

2019 年，受部分分散染料等原材料的采购价格进一步上涨影响，公司对上海皓彩数码科技有限公司适当上调产品销售单价，但单价上调未完全覆盖原材料上涨的幅度，导致当年对其销售毛利率下降，低于公司销售分散墨水的整体毛利率 4.53 个百分点。

2020 年，公司向上海皓彩数码科技有限公司销售分散墨水的毛利率比公司销售分散墨水的整体毛利率低 11.51 个百分点，主要原因系：当年相关原材料的采购价格回落，同时为应对疫情对销售带来的影响，公司恢复了分散墨水返利政策。该公司于当年采购金额较大，因此享受返利政策，剔除相关返利因素影响后，公司向上海皓彩数码科技有限公司销售分散墨水的毛利率为 32.30%，与公司销售分散墨水的整体毛利率 32.37% 基本一致。

2、UV 墨水

报告期内，关联方前员工控制企业客户对应 UV 墨水的毛利率与 UV 墨水整体毛利率的差异情况如下：

单位：万元

客户名称	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	收入	毛利率	差异	收入	毛利率	差异	收入	毛利率	差异
河北司能与天津智祔通合计	334.74	32.93%	-3.95%	707.88	29.47%	-3.11%	519.39	33.86%	-2.18%
珠海晟彩科技有限公司	586.61	31.65%	-5.23%	460.25	29.13%	-3.45%	230.46	41.22%	5.18%
上海皓彩数码科技有限公司	74.40	39.30%	2.42%	138.92	29.35%	-3.23%	116.65	32.55%	-3.49%
整体毛利率			36.88%			32.58%			36.04%

注：差异=毛利率-整体毛利率

(1) 河北司能科技有限公司与天津智祔通科技发展有限公司

报告期内，公司对河北司能科技有限公司、天津智祔通科技发展有限公司两家

公司销售 UV 墨水的毛利率与公司销售 UV 墨水的整体毛利率基本一致。

（2）珠海晟彩科技有限公司

2018 年和 2020 年，公司向珠海晟彩科技有限公司销售 UV 墨水的毛利率比公司销售 UV 墨水的整体毛利率分别高 5.18 个百分点和低 5.23 个百分点，主要原因系：2018 年-2020 年，公司向珠海晟彩科技有限公司销售的 UV 墨水种类发生变化，公司向其销售的 UV 墨水中毛利率相对较低的工业喷头用中性 UV 墨水销售金额占比逐年上升，由 2018 年的 9.66% 上升至 2020 年的 70.72%；毛利率相对较高的工业喷头用硬性 UV 墨水金额占比逐年下降，由 2018 年的 52.00% 下降为 2020 年的 18.12%；同时，随着该客户对公司采购金额的增大，公司适当给予其一定的价格优惠，因此，报告期内，公司向珠海晟彩科技有限公司销售 UV 墨水的毛利率与公司销售 UV 墨水的整体毛利率之间存在差异，且差异由正变为负。

（3）上海皓彩数码科技有限公司

报告期内，公司对上海皓彩数码科技有限公司销售 UV 墨水的毛利率与公司销售 UV 墨水的整体毛利率基本一致。

3、水性墨水

报告期内，关联方前员工控制企业客户对应水性墨水的毛利率与水性墨水整体毛利率差异情况如下：

单位：万元

客户名称	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	收入	毛利率	差异	收入	毛利率	差异	收入	毛利率	差异
河北司能与天津智祔通合计	76.07	38.43%	7.35%	104.78	23.33%	-3.38%	87.03	23.33%	-5.07%
珠海晟彩科技有限公司	43.68	22.87%	-8.21%	26.33	23.76%	-2.95%	30.75	25.74%	-2.66%
上海皓彩数码科技有限公司	30.39	41.49%	10.41%	43.06	38.13%	11.42%	32.77	31.67%	3.27%
整体毛利率		31.08%			26.71%			28.40%	

注：差异=毛利率-整体毛利率

（1）河北司能科技有限公司与天津智祔通科技发展有限公司

2018 年，公司对河北司能科技有限公司、天津智祔通科技发展有限公司两家公

司销售水性墨水的毛利率比公司销售水性墨水的整体毛利率低 5.07 个百分点，主要原因系：上述两家公司在 2018 年度为公司的第三大客户，采购金额较大，公司在定价方面给予其适当的优惠，因此，公司对上述两家公司销售水性墨水的毛利率较公司销售水性墨水的整体毛利率偏低。

2020 年，上述两家公司中仅河北司能科技有限公司向公司进行采购，公司对其销售水性墨水的毛利率比公司销售水性墨水的整体毛利率高 7.35 个百分点，主要原因系：2020 年，该公司采购的水性墨水中金额占比约 99.22%的为户内写真广告墨水，公司对其销售水性墨水的毛利率 38.43%与公司销售户内写真广告墨水的毛利率 36.37%的差异较小。

（2）珠海晟彩科技有限公司

2020 年，公司对珠海晟彩科技有限公司销售水性墨水的毛利率较公司销售水性墨水的整体毛利率低 8.21 个百分点，主要原因系：①2020 年珠海晟彩科技有限公司向公司采购的水性墨水中毛利率相对较低的办公打印墨水金额占比上升为 70.40%；②随着珠海晟彩科技有限公司对公司采购金额增多，公司在定价方面给予其适当的优惠，因而公司对其销售水性墨水的毛利率较公司销售水性墨水的整体毛利率偏低。

（3）上海皓彩数码科技有限公司

2019 年，公司对上海皓彩数码科技有限公司销售水性墨水的毛利率比公司销售水性墨水的整体毛利率高 11.42 个百分点，主要原因系：2019 年，该公司采购的水性墨水中金额占比约 92.54%的为户内写真广告墨水，同时公司对其销售的户内写真广告墨水中以单价较高的水性颜料墨水为主，占比约为 88.85%，拉高了向其销售的整体毛利率。

2020 年，公司对上海皓彩数码科技有限公司销售水性墨水的毛利率比公司销售水性墨水的整体毛利率高 10.41 个百分点，主要由于该公司当年采购的户内写真广告墨水金额占比约 87.87%，其中水性颜料墨水占户内写真广告墨水金额比例约 82.01%，相比 2019 年有所降低，导致与公司销售水性墨水的整体毛利率差异减少，且与公司销售户内写真广告墨水的毛利率 36.37%相接近。

4、活性墨水

报告期内，公司前五大客户对应活性墨水的毛利率与活性墨水整体毛利率的差异情况如下：

单位：万元

客户名称	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	收入	毛利率	差异	收入	毛利率	差异	收入	毛利率	差异
河北司能与天津智祔通合计	-	-	-	-	-	-	-	-	-
珠海晟彩科技有限公司	-	-	-	0.27	47.24%	2.87%	1.03	52.46%	9.96%
上海皓彩数码科技有限公司	0.06	51.66%	5.21%	-	-	-	-	-	-
整体毛利率	46.45%			44.37%			42.50%		

注：差异=毛利率-整体毛利率

(1) 河北司能科技有限公司与天津智祔通科技发展有限公司

报告期内，河北司能科技有限公司、天津智祔通科技发展有限公司两家公司未采购活性墨水。

(2) 珠海晟彩科技有限公司

报告期内，珠海晟彩科技有限公司向公司采购的活性墨水量极少，其毛利率不具有可比性。

(3) 上海皓彩数码科技有限公司

报告期内，上海皓彩数码科技有限公司向公司采购的活性墨水量极少，其毛利率不具有可比性。

综上，报告期内，关联方前员工控制企业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，交易价格公允，不存在利益输送的情况。

(2) 列示中间商客户期末库存商品期后销售情况，是否存在发行人突击发货情形或中间商囤货情形

一、中间商客户期末库存商品期后销售情况

报告期内，公司前五大中间商客户的期末库存商品情况如下：

单位：万元

期间	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	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	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%	-

期间	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
2018 年	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	天津智祿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%	-

经与中间商客户确认，截至本反馈意见回复之日，中间商客户期末库存商品均已完成销售，不存在发行人中间商囤货情形。

二、发行人不存在突击发货情形

报告期内，公司对中间商客户各年第四季度的销售及占比情况如下：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
当期第四季度中间商销售收入	4,065.99	3,313.52	2,808.60
中间商销售收入	13,324.82	12,361.65	9,940.86
占比	30.51%	26.80%	28.25%

报告期内，公司对中间商客户第四季度的销售收入占中间商销售收入总额的比例分别为 28.25%、26.80%和 30.51%。受 2020 年年初新冠疫情爆发及 2020 年下半年境内疫情的逐步好转的影响，公司 2020 年下半年销售较上半年有所增加，导致当年第四季度销售占比略高于前两年。

报告期内，公司对中间商客户第四季度的销售收入占贸易商销售收入总额的比例在 28%左右，不存在发行人期末突击发货的情况。

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、查阅发行人前二十大客户的实际控制人、股东、董监高人员情况，获取发行人及主要关联方员工名册，进行对比分析；

2、访谈发行人相关负责人以及于海建、孙蓬、陈浩，了解河北司能科技有限公司、天津智祎通科技发展有限公司、珠海晟彩科技有限公司、上海皓彩数码科技有限公司与发行人合作背景等情况；

3、获取发行人报告期内的销售明细表，统计分析报告期内发行人关联方控制企业客户对应产品的毛利率与该产品整体毛利率的差异情况，访谈发行人相关负责人，了解差异产生的原因及合理性、交易价格的公允性，以及是否存在利益输送的情况；

4、访谈发行人相关负责人，了解是否存在发行人突击发货情形或中间商囤货情形；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、库存情况及期末库存商品期后销售情况等情形。

（二）核查结论

经核查，我们认为：

1、报告期内，发行人关联方前员工控制企业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，交易价格公允，不存在利益输送的情况；

2、发行人中间商客户期末库存商品均已完成销售，不存在发行人突击发货情形或中间商囤货情形。

问题 8. 关于营业成本

申报文件及问询回复显示：

（1）分散蓝 359、分散棕 27、TP0、分散黄 54 某些年份主要供应商的价格差异较大的原因是向不同供应商采购的时间点不同所致。

(2) 分散蓝 359、分散红 60、分散棕 27 等原材料采购量波动较大。

请发行人：

(1) 按月份列示主要原材料采购价格范围，进一步说明不同供应商采购价格差异较大的原因及合理性，某一供应商采购价格范围较大的原因及合理性。

(2) 说明各类产品对应原材料的单耗情况及变动原因、相关单耗是否稳定。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

[回复]

(1) 按月份列示主要原材料采购价格范围，进一步说明不同供应商采购价格差异较大的原因及合理性，某一供应商采购价格范围较大的原因及合理性

一、不同供应商采购价格差异较大的原因及合理性

公司已经申请豁免披露不同供应商原材料采购价格。

二、某一供应商采购价格范围较大的原因及合理性

报告期内，主要原材料的市场价格波动较大，公司向供应商采购的价格会随着原材料市场价格的波动而变化。若公司向某一供应商采购的时间跨度较长，且该时间跨度内原材料的市场价格波动较大，便会出现对该供应商的采购价格范围较大的情形，具有合理性。

(2) 说明各类产品对应原材料的单耗情况及变动原因、相关单耗是否稳定

分散染料（分散蓝 359、分散红 60、分散棕 27）为分散墨水生产所用原材料。在生产过程中，需要先经过研磨工艺将分散染料制备成色浆，再通过稀释、离心除杂、配置其他物料、搅拌等工序生产出墨水成品。目前，公司每年生产的墨水成品种类达上千种，且颜色浓度差异较大，为便于计算单耗情况，采用分散染料生产色浆的单耗进行分析。

报告期内，主要原材料分散蓝 359、分散红 60、分散棕 27 生产色浆的平均单耗情况如下：

单位：吨

分散蓝 359			
年度	生产领用数量	色浆产量	平均单耗
2020 年	47.69	290.78	16.40%
2019 年	46.33	356.81	12.98%
2018 年	32.93	286.01	11.51%
分散红 60			
年度	生产领用数量	色浆产量	平均单耗
2020 年	58.96	324.41	18.17%
2019 年	62.41	408.61	15.27%
2018 年	45.69	331.41	13.79%
分散棕 27			
年度	生产领用数量	色浆产量	平均单耗
2020 年	26.90	236.18	11.39%
2019 年	20.76	261.74	7.93%
2018 年	20.24	287.85	7.03%

报告期内，各类原材料不同年度的平均单耗均有所差异，主要是各年度生产的色浆数量、品种、产量占比不同所致。

报告期内，主要分散染料（分散蓝 359、分散红 60、分散棕 27）生产的色浆的实际单耗情况如下：

	名称	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		单耗	占比	单耗	占比	单耗	占比
分散蓝 359	分散蓝 359-色浆 1	10.28%	38.94%	10.33%	49.82%	10.27%	56.68%
	分散蓝 359-色浆 2	10.46%	4.60%	10.45%	17.54%	10.27%	28.73%
	分散蓝 359-色浆 3	15.36%	3.67%	15.39%	4.71%	15.53%	1.28%
	分散蓝 359-色浆 4	15.42%	1.70%	15.50%	5.78%	15.52%	3.65%
	分散蓝 359-色浆 5	21.01%	0.03%	20.96%	4.94%	20.89%	7.93%
	分散蓝 359-色浆 6	20.31%	50.90%	20.28%	16.38%	-	-
	分散蓝 359-色浆 7	7.86%	0.14%	-	-	7.86%	0.20%
	分散蓝 359-色浆 8	4.87%	0.02%	4.94%	0.02%	4.83%	0.01%
	分散蓝 359-色浆 9	-	-	2.23%	0.82%	2.25%	1.52%
	合计	16.40%	100%	12.98%	100%	11.51%	100%

	名称	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		单耗	占比	单耗	占比	单耗	占比
分散红 60	分散红 60-色浆 1	11.03%	15.11%	11.05%	18.02%	10.88%	24.58%
	分散红 60-色浆 2	10.44%	5.13%	10.55%	13.53%	10.34%	16.74%
	分散红 60-色浆 3	15.40%	4.17%	15.43%	27.40%	15.45%	47.44%
	分散红 60-色浆 4	15.47%	1.39%	15.44%	8.29%	15.47%	7.11%
	分散红 60-色浆 5	15.25%	1.00%	15.24%	3.96%	15.29%	0.74%
	分散红 60-色浆 6	20.84%	0.37%	21.22%	1.33%	20.95%	2.07%
	分散红 60-色浆 7	20.26%	69.93%	20.24%	26.74%	-	-
	分散红 60-色浆 8	20.43%	2.33%	-	-	-	-
	分散红 60-色浆 9	20.20%	0.55%	-	-	-	-
	分散红 60-色浆 10	3.83%	0.02%	3.89%	0.02%	3.81%	0.01%
	分散红 60-色浆 11	-	-	2.98%	0.72%	3.01%	1.31%
	合计	18.17%	100%	15.27%	100%	13.79%	100%
	名称	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		单耗	占比	单耗	占比	单耗	占比
分散棕 27	分散棕 27-色浆 1	8.57%	51.43%	8.45%	38.17%	8.62%	15.33%
	分散棕 27-色浆 2	8.36%	15.60%	8.32%	11.78%	8.36%	1.36%
	分散棕 27-色浆 3	8.47%	6.97%	8.25%	24.02%	8.41%	21.52%
	分散棕 27-色浆 4	5.52%	0.61%	5.54%	2.99%	5.52%	7.47%
	分散棕 27-色浆 5	5.69%	0.13%	5.65%	11.03%	5.67%	19.82%
	分散棕 27-色浆 6	20.39%	17.10%	-	-	-	-
	分散棕 27-色浆 7	20.84%	6.20%	-	-	-	-
	分散棕 27-色浆 8	11.02%	1.97%	11.07%	0.95%	-	-
	分散棕 27-色浆 9	-	-	5.55%	5.51%	5.58%	28.07%
	分散棕 27-色浆 10	-	-	8.87%	4.18%	8.87%	4.03%
	分散棕 27-色浆 11	-	-	11.20%	1.37%	11.25%	2.39%
	合计	11.39%	100%	7.93%	100%	7.03%	100%

由上表可见，报告期内，主要分散染料（分散蓝 359、分散红 60、分散棕 27）生产的全部色浆的单耗均保持稳定，细微差异主要为损耗。

综上所述，各类产品对应原材料的单位耗用稳定。

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、查阅发行人报告期内的采购订单、发票、入仓单及付款资料，获取发行人采购明细表，统计分析报告期内发行人向供应商采购的具体情况，计算相关的采购单价；访谈发行人相关采购的负责人，了解采购单价在不同供应商之间的差异和同一供应商不同时期单价变动的原因；

2、获取发行人报告期内的生产订单数据，通过产品的实际领料及产出入库数据计算产品的实际单位耗用数量，并访谈发行人生产和研发负责人，了解其产品单位耗用变动的原因。

（二）核查结论

经核查，我们认为：

1、报告期内，发行人各年度向各供应商采购单价与整体市场波动基本一致，其单价变动符合实际情况；报告期内，发行人向某一供应商采购的价格范围较大，主要系向供应商采购的时间跨度较长，且该时间跨度内原材料的市场价格波动较大，因此对某一供应商的采购价格范围较大的情形具有合理性；

2、报告期内，发行人主要原材料单位耗用变动主要受产品的结构性差异影响，产品单位耗用在报告期内较为稳定，具有合理性。

问题 9. 关于毛利率

申报文件及问询回复显示，发行人 2020 年毛利率高于同行业可比公司，且与纳尔股份、道氏技术平均毛利率差异有所扩大。

请发行人结合产品售价、单位成本变动、产品结构变动等因素，量化分析报告期各年度整体毛利率变动的原因，2020 年毛利率高于同行业可比公司及毛利率差异有所扩大的原因及合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

[回复]

一、报告期内，公司整体毛利率变动分析

报告期内，公司主营业务及各产品毛利率变动情况如下：

单位：万元、元/KG

项目	2020 年度				
	收入	占比	毛利率	单位售价	单位成本
分散墨水	14,954.58	44.86%	32.37%	39.53	26.74
UV 墨水	9,637.87	28.91%	36.88%	103.94	65.61
水性墨水	4,492.85	13.48%	31.08%	21.79	15.02
活性墨水	2,473.18	7.42%	46.45%	66.19	35.45
其他墨水	1,781.00	5.34%	33.00%	58.21	39.01
主营业务合计	33,339.48	100.00%	34.58%	44.74	29.27

项目	2019 年度				
	收入	占比	毛利率	单位售价	单位成本
分散墨水	15,436.16	43.73%	23.09%	40.12	30.86
UV 墨水	10,594.62	30.01%	32.58%	117.28	79.08
水性墨水	4,008.58	11.36%	26.71%	24.65	18.07
活性墨水	3,625.11	10.27%	44.37%	74.99	41.71
其他墨水	1,635.11	4.63%	25.58%	61.52	45.78
主营业务合计	35,299.58	100.00%	28.65%	49.54	35.35

项目	2018 年度				
	收入	占比	毛利率	单位售价	单位成本
分散墨水	11,279.84	39.22%	26.15%	36.87	27.23
UV 墨水	8,274.53	28.77%	36.04%	114.58	73.28
水性墨水	3,789.28	13.17%	28.40%	25.00	17.90
活性墨水	4,036.64	14.03%	42.50%	77.78	44.73
其他墨水	1,382.21	4.81%	22.87%	62.42	48.14
主营业务合计	28,762.50	100.00%	31.43%	47.64	32.67

报告期内，公司主营业务毛利率分别为 31.43%、28.65%和 34.58%。

2019 年，公司主营业务毛利率同比下降 2.78 个百分点，主要系：①分散墨水：分散蓝 359、分散红 60、分散蓝 360、分散棕 27 等原材料采购价格上涨，导致分散墨水毛利率从 26.15%下降至 23.09%；②UV 墨水：因产品结构中工业喷头用中性 UV 墨水的销售占比从 31.27%上升至 48.58%，该类产品单位成本较高，毛利率较低，导致当年 UV 墨水毛利率从 36.04%下降至 32.58%；③水性墨水：受市场竞争影响，办公打印墨水的单位售价从 20.60 元/KG 下降至 19.94 元/KG，导致水性墨水的毛利率从 28.40%下降至 26.71%。

2020 年，公司主营业务毛利率同比上升 5.93 个百分点，主要系：①分散墨水：上游原材料自 2019 年底开始降价，2020 年分散蓝 359、分散红 60、分散蓝 360、分散黄 54、分散棕 27 的采购价格分别下降 43.43%、34.34%、13.61%、57.33%、35.02%，导致各类分散墨水的单位成本下降，因此 2020 年分散墨水毛利率从 23.09%上升至 32.37%；②UV 墨水：受原材料价格下降影响（当期光引发剂 TPO 的采购单价同比下降 60.93%），当期各细分 UV 墨水的平均成本均呈现一定程度的下降，导致 UV 墨水整体毛利率从 32.58%上升至 36.88%；③水性墨水：受原材料采购单价下降的影响，水性墨水各细分产品的单位成本均呈现一定程度的下降，使得毛利率从 26.71%上升至 31.08%。

各类墨水毛利率变动具体如下：

1、分散墨水

报告期内，公司分散墨水毛利率变动情况如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
单位售价（元/KG）	39.53	40.12	36.87
单位成本（元/KG）	26.74	30.86	27.23
毛利率	32.37%	23.09%	26.15%
毛利率变动幅度	9.28%	-3.07%	-
其中：单位售价变动影响①	-1.00%	6.78%	-
单位成本变动影响②	10.28%	-9.85%	-

注：①=（本年单位售价-本年单位成本）/本年单位售价-（上年单位售价-本年单位成本）/上年单位售价；②=（上年单位成本-本年单位成本）/上年单位售价。

公司分散墨水产品按照高速、高频等打印性能，以及是否应用于工业级数码喷头划分，主要分为高速工业打印分散墨水和其他分散墨水两类。目前，公司开发的高速工业打印分散墨水，突破了墨水产品在单一工业喷头应用的局限性，可广泛应用于多种工业喷头的大幅面打印机；同时产品的性能指标已达到或优于国外进口同类产品，市场认可度不断提升。

报告期内，分散墨水细分产品的毛利率为：

单位：万元、元/KG

分类	2020 年度				
	收入	占比	毛利率	单位售价	单位成本
高速工业打印分散墨水	9,158.11	61.24%	30.15%	41.04	28.67
其他	5,796.47	38.76%	35.87%	37.36	23.96
合计	14,954.58	100.00%	32.37%	39.53	26.74
分类	2019 年度				
	收入	占比	毛利率	单位售价	单位成本
高速工业打印分散墨水	7,394.94	47.91%	19.86%	41.28	33.08
其他	8,041.21	52.09%	26.05%	39.12	28.93
合计	15,436.16	100.00%	23.09%	40.12	30.86
分类	2018 年度				
	收入	占比	毛利率	单位售价	单位成本
高速工业打印分散墨水	5,508.72	48.84%	26.30%	40.33	29.72
其他	5,771.12	51.16%	26.02%	34.09	25.22
合计	11,279.84	100.00%	26.15%	36.87	27.23

报告期内，公司分散墨水毛利率分别为 26.15%、23.09%和 32.37%，整体波动较大，主要受单位售价和原材料采购单价波动的影响。高速工业打印分散墨水、其他

分散墨水的毛利率变动趋势与分散墨水整体毛利率变动趋势基本保持一致。

2019 年，分散墨水毛利率相比 2018 年下降 3.07 个百分点，主要系 2019 年分散蓝 359、分散红 60、分散蓝 360、分散棕 27 等原材料采购价格进一步上涨，分别上涨 75.50%、26.79%、11.91%、13.75%，公司适当上调产品销售单价，但单价上调未完全覆盖原材料上涨的幅度，因此 2019 年分散墨水毛利率小幅下降。其中高速工业打印分散墨水毛利率相比 2018 年度下降 6.43 个百分点，主要系高速工业打印分散墨水平均单价较高，而 2019 年公司针对高速工业打印分散墨水价格的上调幅度较小，单位售价从 40.33 元/KG 上升至 41.28 元/KG，导致其毛利率下降较多。

2020 年，分散墨水的毛利率相比 2019 年上涨 9.28 个百分点，主要系上游原材料自 2019 年底开始降价，2020 年分散蓝 359、分散红 60、分散蓝 360、分散黄 54、分散棕 27 的采购价格分别下降 43.43%、34.34%、13.61%、57.33%、35.02%，导致各类分散墨水的单位成本下降，因此 2020 年毛利率上涨。

(2) UV 墨水

报告期内，公司 UV 墨水毛利率变动情况如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
单位售价（元/KG）	103.94	117.28	114.58
单位成本（元/KG）	65.61	79.08	73.28
毛利率	36.88%	32.58%	36.04%
毛利率变动幅度	4.30%	-3.46%	-
其中：单位售价变动影响①	-7.18%	1.59%	-
单位成本变动影响②	11.48%	-5.05%	-

公司 UV 墨水产品按照所适用基材的软硬性，以及是否应用于工业级数码喷头划分，主要分为工业喷头用中性墨水、工业喷头用柔性墨水、工业喷头用硬性墨水和其他四类。公司开发的用于工业喷头的中性 UV 墨水，扩大了 UV 墨水的应用领域，

满足喷墨打印市场对优质低成本 UV 墨水的需求。

报告期内，UV 墨水细分产品的毛利率为：

单位：万元、元/KG

分类	2020 年度				
	收入	占比	毛利率	单位售价	单位成本
工业喷头用中性	5,814.75	60.33%	32.69%	102.11	68.72
工业喷头用硬性	2,229.94	23.14%	46.09%	117.98	63.61
工业喷头用柔性	977.27	10.14%	38.51%	112.54	69.20
其他	615.91	6.39%	40.41%	75.21	44.82
合计	9,637.87	100.00%	36.88%	103.94	65.61
分类	2019 年度				
	收入	占比	毛利率	单位售价	单位成本
工业喷头用中性	5,147.32	48.58%	28.29%	120.22	86.21
工业喷头用硬性	2,997.49	28.29%	40.58%	127.37	75.68
工业喷头用柔性	1,537.63	14.51%	32.65%	118.78	80.00
其他	912.17	8.61%	30.31%	82.62	57.58
合计	10,594.62	100.00%	32.58%	117.28	79.08
分类	2018 年度				
	收入	占比	毛利率	单位售价	单位成本
工业喷头用中性	2,587.15	31.27%	29.98%	123.00	86.13
工业喷头用硬性	2,677.70	32.36%	44.50%	123.63	68.62
工业喷头用柔性	1,954.57	23.62%	33.84%	115.76	76.59
其他	1,055.10	12.75%	33.51%	83.47	55.50
合计	8,274.53	100.00%	36.04%	114.58	73.28

报告期内，公司 UV 墨水毛利率分别为 36.04%、32.58%和 36.88%，毛利率波动主要受原材料采购单价、产品单位售价的波动，以及 UV 墨水细分产品结构变化的影

响。

从细分产品来看，公司的工业喷头用硬性墨水毛利率依次高于工业喷头用柔性墨水、工业喷头用中性墨水，主要原因系这三类墨水的平均单位售价较为接近，但由于应用的打印基材不同，导致单位成本差异较大（工业喷头用中性墨水的单位成本依次高于工业喷头用柔性墨水、工业喷头用硬性墨水），因此导致毛利率存在一定的差异。

2019 年，公司 UV 墨水毛利率相比 2018 年下降 3.46 个百分点，主要原因系工业喷头用中性 UV 墨水的销售占比从 31.27%大幅上升至 48.58%，该类产品可适用于软性、硬性基材，产品性能指标已达到或优于国外进口同类产品，单位成本较高，毛利率较低，导致当年 UV 墨水的整体毛利率有所下降。

2020 年，公司 UV 墨水毛利率相比 2019 年上升 4.30 个百分点，与 2018 年水平较为接近，主要原因系：①受市场竞争影响，各类 UV 墨水的单位售价相比 2019 年均有所下降；②受疫情影响，光引发剂 TP0 的下游市场需求减少，以及当期的市场价格因前期涨幅较大而出现大幅回落（当期光引发剂 TP0 的采购单价同比下降 60.93%），导致当期各细分 UV 墨水的平均成本均呈现一定程度的下降，而单位成本下降幅度高于单位售价的下降幅度，因此导致 UV 墨水整体毛利率有所上升。

（3）水性墨水

报告期内，公司水性墨水毛利率变动情况如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
单位售价（元/KG）	21.79	24.65	25.00
单位成本（元/KG）	15.02	18.07	17.90
毛利率	31.08%	26.71%	28.40%
毛利率变动幅度	4.37%	-1.70%	-
其中：单位售价变动影响①	-8.00%	-1.01%	-
单位成本变动影响②	12.37%	-0.69%	-

公司水性墨水产品主要应用于桌面办公打印、广告图像数码喷印（户内为主）、

包装及出版物数码印刷等领域。

报告期内，水性墨水按用途细分的产品毛利率为：

单位：万元、元/KG

分类	2020 年度				
	收入	占比	毛利率	单位售价	单位成本
办公打印墨水	3,350.15	74.57%	29.14%	18.22	12.91
户内写真广告墨水	1,108.22	24.67%	36.37%	51.49	32.76
包装印刷墨水	34.48	0.77%	49.24%	44.19	22.43
合计	4,492.85	100.00%	31.08%	21.79	15.02

分类	2019 年度				
	收入	占比	毛利率	单位售价	单位成本
办公打印墨水	2,730.32	68.11%	25.43%	19.94	14.87
户内写真广告墨水	1,247.08	31.11%	29.12%	49.98	35.43
包装印刷墨水	31.18	0.78%	41.87%	42.59	24.76
合计	4,008.58	100.00%	26.71%	24.65	18.07

分类	2018 年度				
	收入	占比	毛利率	单位售价	单位成本
办公打印墨水	2,560.36	67.57%	27.59%	20.60	14.92
户内写真广告墨水	1,200.76	31.69%	30.07%	45.25	31.64
包装印刷墨水	28.16	0.74%	31.22%	36.69	25.24
合计	3,789.28	100.00%	28.40%	25.00	17.90

报告期内，公司水性墨水毛利率分别为 28.40%、26.71%和 31.08%，毛利率波动主要受单位售价和上游原材料单价波动的影响。水性墨水主要用于办公打印、户内写真广告、包装印刷，属于公司的成熟产品，市场竞争激烈，毛利率略低于公司综合毛利率。

2019 年，公司水性墨水毛利率相比 2018 年下降 1.70 个百分点，主要系受市场

竞争影响，办公打印墨水的单位售价从 20.60 元/KG 下降至 19.94 元/KG，小幅下降所致。

2020 年，公司水性墨水毛利率相比 2019 年上涨 4.37 个百分点，主要系受原材料采购单价下降的影响，水性墨水各细分产品的单位成本均呈现一定程度的下降，使得毛利率普遍上升所致。

(4) 活性墨水

报告期内，公司活性墨水毛利率变动情况如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
单位售价（元/KG）	66.19	74.99	77.78
单位成本（元/KG）	35.45	41.71	44.73
毛利率	46.45%	44.37%	42.50%
毛利率变动幅度	2.07%	1.88%	-
其中：单位售价变动影响①	-6.28%	-2.00%	-
单位成本变动影响②	8.35%	3.88%	-

报告期内，公司活性墨水毛利率分别为 42.50%、44.37%和 46.45%，毛利率波动主要受单位售价和单位成本的影响。

报告期内，受市场竞争影响，公司逐年下调活性墨水的销售价格，导致单位售价逐年下降。报告期内，公司活性墨水毛利率呈上升趋势，主要原因系：2019 年上游行业新增了喷墨活性染料的国内供应商，市场供应量增加，原材料的市场价格出现下降，公司单位成本随之下降，由于单位成本下降幅度高于单位售价的下降幅度，因此活性墨水的毛利率小幅上升。

(5) 其他墨水

报告期内，公司其他墨水毛利率变动情况如下：

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	毛利率	毛利率变动	毛利率	毛利率变动	毛利率	毛利率变动
其他墨水	33.00%	7.42%	25.58%	2.71%	22.87%	-6.89%

报告期内，公司其他墨水主要为弱溶剂墨水、涂料墨水、酸性墨水、油性墨水、高温烧结玻璃墨水，其中酸性墨水、油性墨水、高温烧结玻璃墨水的市场竞争较小，毛利率较高；弱溶剂墨水、涂料墨水的市场竞争较为激烈，毛利率较低。报告期内，其他墨水毛利率变动主要受弱溶剂墨水、涂料墨水、酸性墨水、油性墨水、高温烧结玻璃墨水的收入占比影响。

二、2020 年公司整体毛利率与同行业可比公司毛利率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。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。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相比纳尔股份、道氏技术毛利率的平均值略高。其中，公司主营业务毛利率与纳尔股份毛利率的增长水平基本一致，分别为增长 5.93 个百分点和 5.47 个百分点，而道氏技术毛利率的增长水平较低。主要由于 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，与同行业可比公司存在差异具有合理性。

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的销售明细表，统计分析报告期内发行人各类产品与整体毛利率的差异情况，访谈发行人相关负责人，了解差异产生的原因及合理性；
- 2、查阅同行业可比公司的数据，了解同行业可比公司的产品毛利率情况、与发行人产品毛利率存在差异的原因及合理性。

（二）核查结论

经核查，我们认为：

- 1、报告期内，发行人各年度主营业务毛利率的变动具有合理性；
- 2、2020 年，发行人主营业务毛利率相比纳尔股份、道氏技术毛利率的平均值略高，主要由于当年度道氏技术在年度报告中将产品进行了重新分类，拉低了该统计口径下的整体毛利率水平所致，具有合理性。

问题 10. 关于产能利用率

申报文件及问询回复显示，本次募投项目为水基型数码喷印功能材料建设项目、能量固化型数码喷印功能材料建设项目和研发中心建设项目，生产建设项目具体包括分散墨水、UV 墨水、活性墨水和水性颜料墨水项目。

请发行人结合各类产品产能利用率、募投项目与各产品对应关系、主要产品市场空间和竞争态势等，说明募投项目的投资必要性、相关新增产能是否能够消化。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

[回复]

公司本次募集资金投资项目包括水基型数码喷印功能材料建设项目、能量固化型数码喷印功能材料建设项目和研发中心建设项目，生产建设项目具体包括分散墨水、UV 墨水、活性墨水和水性颜料墨水项目，均主要聚焦于工业印制领域的数码喷印功能性材料。

报告期内，公司本次募集资金投资项目对应各类产品的产能利用率情况如下：

项目	产品	2020 年度	2019 年度	2018 年度
水基型数码喷印功能材料建设项目	分散墨水	73.60%	96.04%	86.09%
	活性墨水	67.73%	77.95%	106.86%
	水性墨水	87.25%	67.41%	61.83%
能量固化型数码喷印功能材料建设项目	UV 墨水	72.05%	93.56%	111.59%
研发中心建设项目	-	-	-	-

总体来看，2020 年分散墨水产能大幅提升，导致产能利用率有所下降；UV 墨水的产能逐年大幅提升，导致产能利用率逐年下降；水性墨水的产能利用率逐年上升；活性墨水受主要客户自行开展数码墨水生产业务的影响，产能利用率逐年下降。具体分析如下：

1、分散墨水产能利用率情况

产品	项目	单位	2020 年度	2019 年度	2018 年度
分散墨水	产能	吨	5,160.00	4,080.00	3,600.00
	产量	吨	3,797.58	3,918.46	3,099.32
	销量	吨	3,782.93	3,847.03	3,059.17
	产能利用率	%	73.60	96.04	86.09
	产销率	%	99.61	98.18	98.70

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，产能从 4,080.00 吨上升至 5,160.00 吨，增幅 26.47%。2020 年，受国内外疫情影响，公司分散墨水的产量从 3,918.46 吨下降至 3,797.58 吨，小幅下降 3.08%，但因当年产能扩张较大，导致产能利用率下降至 73.60%。

2、UV 墨水产能利用率情况

产品	项目	单位	2020 年度	2019 年度	2018 年度
UV 墨水	产能	吨	1,310.40	998.40	655.20
	产量	吨	944.10	934.07	731.16
	销量	吨	927.21	903.34	722.18
	产能利用率	%	72.05	93.56	111.59
	产销率	%	98.21	96.71	98.77

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 年继续提升产能，产能从 998.40 吨上升至 1,310.40 吨，增幅 31.25%。但受国内外疫情因素影响，2020 年公司 UV 墨水产量从 934.07 吨增长至 944.10 吨，仅增长 2.64%，导致产能利用率下降至 72.05%。

3、水性墨水产能利用率情况

产品	项目	单位	2020 年度	2019 年度	2018 年度
水性墨水	产能	吨	2,418.00	2,418.00	2,418.00
	产量	吨	2,109.66	1,630.07	1,495.00
	销量	吨	2,061.86	1,626.10	1,515.92
	产能利用率	%	87.25	67.41	61.83
	产销率	%	97.73	99.76	101.40

2018 年、2019 年，公司水性墨水产能利用率较为稳定。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、活性墨水产能利用率情况

产品	项目	单位	2020 年度	2019 年度	2018 年度
活性墨水	产能	吨	655.20	655.20	546.00
	产量	吨	443.79	510.75	583.46
	销量	吨	373.63	483.44	518.99
	产能利用率	%	67.73	77.95	106.86
	产销率	%	84.19	94.65	88.95

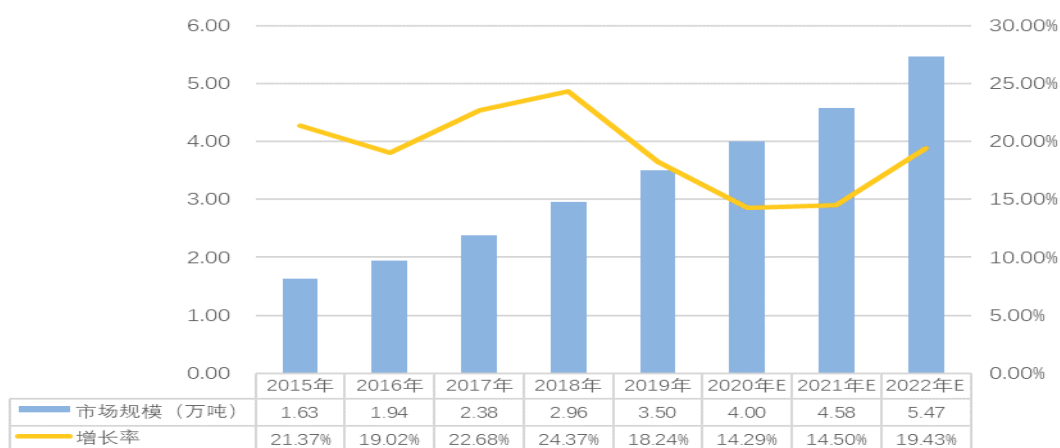
2018 年，受益于数码印花市场的需求增长，公司活性墨水产量较高，产能利用率达 106.86%。基于此，公司于 2019 年新增活性墨水产能，但受主要客户（深圳弘美数码纺织技术有限公司）自行开展数码墨水生产业务因素影响，当年公司活性墨水产量下降，导致产能利用率一定程度的下降。2020 年，受上述主要客户流失、市场竞争以及疫情发展因素影响，公司活性墨水产能利用率下降至 67.73%。

一、水基型数码喷印功能材料建设项目市场空间

水基型数码喷印墨水主要包括分散墨水、活性墨水、水性墨水，以及涂料墨水、酸性墨水等以水溶液为主要溶剂的墨水品种，是墨水市场中的主要品种，具有墨色稳定、亮度高及着色力强等优点，拥有典型的环保性能。

据中国印刷及设备器材工业协会统计，2015 年-2019 年，我国水基型墨水市场规模均保持在年均 20%左右的增长速度，市场空间较大。2019 年我国水基型墨水的市场规模为 3.50 万吨，受疫情影响，预计 2020 年增长率小幅下降，并预计 2022 年的市场规模将突破 5 万吨。

2015 年-2022 年我国水基型数码喷印墨水市场规模及增速



数据来源：中国印刷及设备器材工业协会

报告期内，公司分散墨水、活性墨水、水性墨水与全国水基型墨水市场规模变动比较情况如下：

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	销量	增长率	销量	增长率	销量
公司分散墨水销量（吨）	3,782.93	-1.67%	3,847.03	25.75%	3,059.17
公司活性墨水销量（吨）	373.63	-22.71%	483.44	-6.85%	518.99
公司水性墨水销量（吨）	2,061.86	26.80%	1,626.10	7.27%	1,515.92
合计（吨）	6,218.42	4.40%	5,956.57	16.93%	5,094.08
全国水基型墨水市场规模（万吨）	4.00	14.29%	3.50	18.24%	2.96

注：2020 年全国水基型墨水市场规模为预测计算数据。

报告期内，公司分散墨水销量呈现快速增长，后基本持平态势；公司活性墨水销量在剔除主要客户自行开展数码墨水生产业务因素影响后，基本保持稳定发展态势，各期销量分别为 385.86 吨、389.35 吨和 373.63 吨，具体请详见本问询函回复问题 5 之（4）之四之“（二）公司活性墨水销售情况与行业竞争、可比公司变动趋势基本相符”的回复；公司水性墨水销量呈现逐年增长态势。

整体来看，报告期内，公司主要水基型墨水合计销售量与全国水基型墨水市场规模变动趋势一致，但均低于市场增长速度，以同期及未来全国水基型墨水市场规模增速来看，公司水基型墨水的市场空间较大。

公司本次水基型数码喷印功能材料建设项目建成后将新增水基型墨水产能 1.2 万吨/年，该项目计划建设期为 24 个月，18 个月后预计可实现释放 50%产能，24 个月后预计实现产能释放达到 100%。以公司于 2022 年初启动项目建设预计可实现产能与全国水基型墨水市场规模预计的比较情况如下：

单位：万吨

项目	2023 年度	2024 年度
公司水基型数码喷印功能材料建设项目新增产能	0.60	1.20
全国水基型墨水市场规模预计	6.53	7.80

注：全国水基型墨水市场规模预计数据以 2022 年预测数据 5.47 万吨为基础，参考该年度同比增速 19.43%测算。

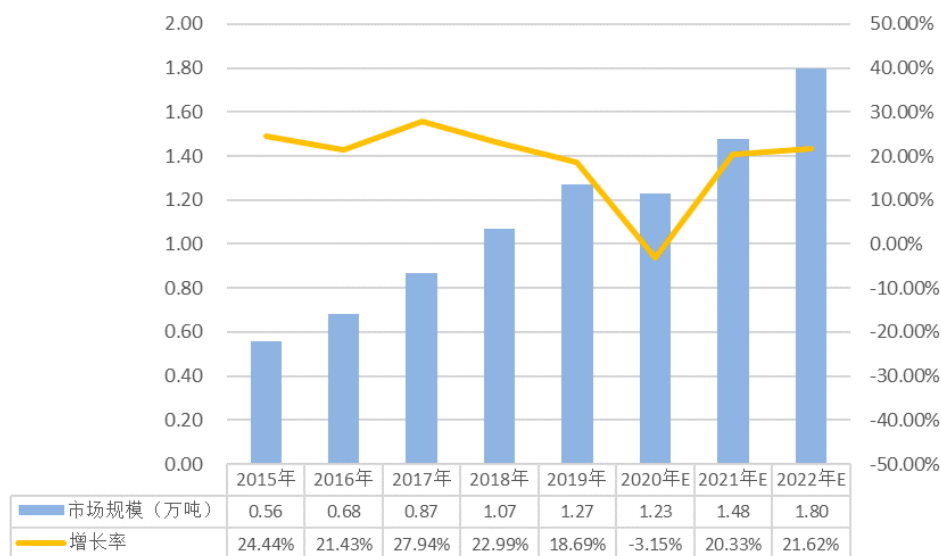
由上表测算可见，随着我国水基型墨水市场规模的持续增长，公司水基型数码喷印功能材料建设项目的产能完全释放后，仍存在较大市场空间，为项目产能消化提供了较好的基础。

二、能量固化型数码喷印功能材料建设项目市场空间

能量固化型数码喷印墨水主要为 UV 墨水，以低能耗、打印质量精良和适用于多种基材等众多优势成为目前备受关注的新型墨水，拥有巨大的发展前景。

根据中国印刷及设备器材工业协会统计，2019 年，我国 UV 喷印墨水市场规模为 1.27 万吨，同比增长 18.69%。受疫情影响，预计 2020 年同比小幅下降，2021 年起将会恢复增长趋势，预计到 2022 年我国 UV 喷印墨水市场规模将增长至 1.80 万吨。总体而言，与国外市场相比，我国的 UV 喷印墨水市场仍有较大的发展空间。

2015 年-2022 年我国 UV 数码喷印墨水市场规模及增速



数据来源：中国印刷及设备器材工业协会

报告期内，公司 UV 墨水与全国 UV 墨水市场规模变动比较情况如下：

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	销量	增长率	销量	增长率	销量
公司 UV 墨水销量（吨）	927.21	2.64%	903.34	25.08%	722.18
全国 UV 墨水市场规模（万吨）	1.23	-3.15%	1.27	18.69%	1.07

注：2020 年全国 UV 墨水市场规模为预测计算数据。

报告期内，公司 UV 墨水的销售量与全国 UV 墨水销量规模变动趋势基本一致，均呈现出 2019 年同比快速增长，但 2020 年同比基本持平的态势。公司 UV 墨水的销售量增速高于市场水平，但相比全国 UV 墨水销量仍存在较大差距，市场空间较大。

公司本次能量固化型数码喷印功能材料建设项目建成后将新增 UV 墨水产能 3,000 吨/年，该项目计划建设期为 24 个月，18 个月后预计可实现释放 50%产能，24 个月后预计实现产能释放达到 100%。以公司于 2022 年初启动项目建设预计可实现产能与全国 UV 墨水市场规模预计的比较情况如下：

单位：万吨

项目	2023 年度	2024 年度
公司能量固化型数码喷印功能材料建设项目新增产能	0.15	0.30
全国 UV 墨水市场规模预计	2.19	2.66

注：全国 UV 墨水市场规模预计数据以 2022 年预测数据 1.80 万吨为基础，参考该年度同比增速 21.62%测算。

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、UV 墨水等产品市场快速增长。随着我国 UV 墨水市场规模的持续增长，公司能量固化型数码喷印功能材料建设项目的产能完全释放后，仍存在较大市场空间，为项目产能消化提供了较好的基础。

三、公司本次募集资金投资项目的必要性

水基型数码喷印墨水系公司成立至今的主要产品，能量固化型数码喷印墨水系公司最早于国内取得研发突破产品，经过多年的技术研发与生产经验沉淀，公司具备较为深厚的技术实力。截至 2020 年 12 月 31 日，公司已取得涉及水基型墨水发明专利 14 项、UV 墨水发明专利 6 项。公司作为主要起草单位，参与制定了《纺织品印染喷墨第 1 部分：活性染料墨水》（QB/T4973.1-2016）、《纺织品印染喷墨第 2 部分：分散染料墨水》（QB/T4973.2-2016）、《纺织品印染喷墨第 4 部分：颜料墨水》（QB/T4973.4-2016）、《紫外光固化喷墨打印墨水》（QB/T4580-2013），以及《水基喷绘墨水》（QB/T2730.2-2013）等多项水基型墨水、UV 墨水的行业标准。

同时，公司水基型墨水、UV 墨水已适配 Epson、Seiko、Ricoh、Kyocera、XAAR 等市场中全部主流品牌数码喷头，并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。公司水基型墨水、UV 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。

公司于市场中具备较强的竞争实力，本次募集资金投资项目的必要性主要体现在如下：

1、扩大生产规模，满足不断增长的市场需求

近年来，公司数码喷印墨水产品的销售收入不断提高。报告期内，公司分散墨水、UV 墨水、水性墨水和活性墨水产品的合计销售收入分别为 27,380.29 万元、33,664.46 万元和 31,558.49 万元，收入规模增长的原因，一方面是公司持续加强销售力度；另一方面是受益于下游工业印制领域数字化变革的驱动。

公司是当前国内大型数码喷印墨水产品制造商之一，为满足日益增长的订单需求，经过不断地改进，公司数码喷印墨水产品的总体产量已由 2018 年的约 6,100 吨上升至 2020 年的 7,600 吨以上。公司进一步提升制造技术水平和扩大产能势在必行，利用新增设备提高产能，并生产出更为高质的数码喷印墨水产品，以满足不断增长的市场需求，从而增强公司的盈利能力和市场竞争力。

2、进一步提高市场占有率，巩固公司行业地位

受益于各类工业印制领域数字化转型的加快、国家日益严格的环保要求，数码喷印技术产业得到了快速发展。公司及技术团队见证了我国数码喷印功能性材料行业的成长，通过多年研发和生产管理经验的积累，掌握了多项核心关键技术，以及各类数码喷印墨水产品的研发和生产能力，部分产品的性能指标已接近或优于同类进口产品的水平。

为满足快速的销售规模增长，公司急需扩大生产规模，从而更好地巩固公司在行业中的优势地位；另一方面，以 UV 墨水产品为代表的新型数码喷印墨水产品的市场需求正逐步转向国内，是数码喷印墨水产品在我国未来发展的主要方向，公司必

须抓住机遇，抢占市场先机，提高产品的市场占有率，从而进一步提升公司整体的市场竞争力和影响力。

3、提升高端制备经验，发挥规模效应，降低生产成本

现阶段在原材料、人力成本以及环保成本上升等多重压力的情况下，公司在不断提高产品品质和技术水平，增强产品质量竞争力的同时，还需提升高端制备生产水平，通过规模化生产降低成本，形成价格竞争优势。规模化的集中生产有利于摊薄研发、运输、生产、检测等各环节的单位成本；同时由于生产制备工艺的要求，关键制备工序需要连续生产，规模化生产有利于降低单位能耗；此外，提高生产规模有利于提高公司的议价能力、降低原材料成本，有助于公司获得更多优质用户的青睐，开拓新市场。

综上，公司本次计划实施的募集资金投资项目均围绕公司主营业务开展。结合国家产业政策和行业发展特点，以现有技术为依托实施的投资计划，是对现有主营业务的进一步拓展。生产建设项目投产后，有利于公司缓解现有产品产能不足的瓶颈，提高生产效率及交付能力，提升公司整体规模和综合竞争实力。研发中心建设项目虽不直接产生效益，但项目的实施将进一步完善公司的研发体系，有效增强公司的技术和研发优势，其效益将最终体现在公司生产技术水平提高、工艺流程改进、新产品快速投放所带来的生产成本的降低和盈利水平的提升，巩固和提升公司的行业地位。

四、公司本次募集资金投资项目新增产能消化措施

公司将坚持以“科技创新”为企业发展驱动力，以开拓市场、保障品质、规范管理为基石，作为提升公司核心竞争力的抓手，通过横纵向战略合作，充分整合原材料、喷印设备、基材介质等上下游资源，侧重于功能性数码喷印产品的精耕细作，拓展绿色环保数码喷印技术在多类工业印制领域中的开发与应用，积极促进本次募集资金投资项目新增产能消化的实现，主要措施如下：

1、技术创新方面

在巩固和提升现有优势产品品质的基础上，以新产品、新技术的自主创新为主线，结合高等院校、研究机构、博士后工作站等多种高新技术研究平台，开展数码

喷印技术产学研纵深项目研究，培育和吸引行业内一流技术专业人才，以数码喷印材料关键技术研究为核心，大力开发拥有自主知识产权的数码喷印前沿技术产品，为更多的传统印制工业提供技术转型升级方案，并逐步提高公司在高端数码喷印功能材料领域的技术水平。

2、管理优化方面

建立管控能力与创新意识双强的管理团队，通过科学、精细的管理模式，从组织体系、质量体系、成本管控等全方位提升公司治理水平，保证公司健康、长远、稳定发展，持续的提升公司的经营效益。

3、市场开拓方面

依托长期对工业印制应用领域用户的深入了解，以优质的产品和快速的响应服务赢得用户的信赖，持续拓展国内外市场份额。同时进一步加强与国内外设备商、贸易商及大型终端应用用户的全面合作，逐步建设长期稳定的营销网络体系。

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情况，分析产能利用率变化；
- 2、获取并查阅发行人募集资金投资项目可行性研究报告，查阅行业协会相关行业研究报告、产业政策文件，分析、测算发行人本次募集资金投资项目的市场空间；
- 3、查阅相关行业研究报告、行业杂志、行业协会意见等方法，了解发行人所属行业的市场环境、市场容量、市场细分、市场化程度、供求状况、竞争状况等，判断行业的发展前景及行业发展的有利和不利因素，了解行业内主要企业情况，分析发行人在行业中所处的竞争地位情况。

（二）核查结论

经核查，我们认为：

发行人本次募集资金投资项目的市场发展空间较大，为本次募集资金投资项目建成后的产能释放提供了较好的基础；受发行人自身产能提升、国内外疫情发展、市场竞争以及部分客户流失因素影响，报告期内发行人主要产品的产能利用率有所下降，但发行人于市场中具备较强的竞争实力，计划通过技术创新、管理优化、市场开拓等方面措施促进新增产能的消化；发行人本次募集资金投资项目在扩大市场规模、提高市场占有率、发挥规模效应以及降低生产成本等方面均具有必要性。

问题 13. 关于资金流水核查

请保荐人、申报会计师列示资金流水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，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。

[回复]

我们获得了公司及个人 178 个银行账户的银行流水，并将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

我们对发行人银行账户流水主要核查情况如下：

1、我们取得了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、我们前往银行打印 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

我们对关联法人主体银行账户流水主要核查情况如下：

1、我们取得了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

我们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、我们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 询服务有限公司	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；

5、就实际控制人及其配偶资金流水的交易背景逐笔与本人进行确认并取得书面确认文件，就涉及资金往来及拆借情况，通过对银行流水纪录进行识别印证、获取原始单据以及取得本人确认等方式予以核查。

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、我们取得了董监高（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，我们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

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
李树锋	珠海宝杰企业管理咨询有限公司	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
	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	-	-	-	-	-	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

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的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	已结清
			2017-3-21	-	5.00	人民币		向黄国忠借款	
			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	已经清
			2017-7-31	5.00	-	人民币		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；

5、就上述关联自然人资金流水的交易背景逐笔与本人进行确认并取得书面确认文件，就涉及资金往来及拆借情况，通过对银行流水纪录进行识别印证、获取原始单据以及取得本人确认等方式予以核查。

（二）核查结论

经核查，我们认为：

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的情形。

问题 14. 关于财务数据更新

请发行人补充披露 2021 年 1-3 月的主要经营业绩、财务指标及 2021 年 1-6 月业绩预计情况，以及发行人 2021 年 1-3 月主要经营业绩较上年同期变动情况、变动原因及合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

[回复]

1、2021 年 1-3 月公司主要经营情况

单位：万元

项目	2021 年 1-3 月	2020 年 1-3 月	增减额	变动率
营业收入	9,148.31	6,018.07	3,130.24	52.01%
其中：主营业务收入—境内	7,378.46	4,257.40	3,121.06	73.31%
主营业务收入—境外	1,769.85	1,714.44	55.41	3.23%
归属于母公司所有者的净利润	1,861.21	899.10	962.11	107.01%
非经常性损益	38.20	186.70	-148.50	-79.54%
扣除非经常性损益后归属于母 公司所有者的净利润	1,823.01	712.40	1,110.61	155.90%

注：2021 年 1-3 月数据未经审计或审阅。

2021 年 1-3 月，公司整体经营情况良好，营业收入、归属于母公司所有者的净利润、扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润较上年同期分别增加 52.01%、107.01%、155.90%，主要原因系：2020 年 1-3 月，受新冠疫情影响，公司境内销售同比有所下降，2021 年 1-3 月，随着国内新冠疫情整体受控，境内市场全面恢复，公司境内收入相应增加。

3、2021 年 1-6 月公司业绩预计情况

公司预计 2021 年 1-6 月的营业收入约为 20,500.00 万元，归属于母公司所有者的净利润约为 3,450.00 万元，扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润约为 3,300.00 万元，较上年同期增幅较大，主要原因系：2021 年 1-6 月，国内新冠疫情整体受控，境内市场全面恢复，公司境内收入相应增加。

上述 2021 年 1-6 月的业绩情况系根据公司当前经营情况初步预计，未经审计或审阅，不构成公司的盈利预测或业绩承诺。

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、获取公司编制的 2021 年 1-3 月财务报表，并与 2020 年 1-3 月财务报表的主要财务数据和业绩情况进行比对，并分析变动原因；

2、获取公司 2021 年 1-6 月与业绩预计相关的财务数据，并对公司 2021 年 1-6 月业绩预计与上年同期进行对比分析；

3、对公司相关人员进行访谈，了解变动原因。

（二）核查结论

经核查，我们认为：

1、2021 年 1-3 月，发行人整体经营情况良好，营业收入、归属于母公司所有者的净利润、扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润较上年同期分别增加 52.01%、107.01%、155.90%，主要原因系：2020 年 1-3 月，受新冠疫情影响，发行人境内销售同比有所下降，2021 年 1-3 月，随着国内新冠疫情整体受控，境内市场全面恢复，发行人境内收入相应增加。

2、发行人预计 2021 年 1-6 月的营业收入约为 20,500.00 万元，归属于母公司所有者的净利润约为 3,450.00 万元，扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润约为 3,300.00 万元，较上年同期增幅较大，主要原因系：2021 年 1-6 月，国内新冠疫情整体受控，境内市场全面恢复，发行人境内收入相应增加。

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
刘明学
440400010032

中国注册会计师：

彭丽娟
中国注册
会计师
彭丽娟
440400013619

彭丽娟

二〇二一年七月二十三日