



关于杭州万事利丝绸文化股份有限公司

申请首次公开发行股票并在创业板上市的

发行注册环节反馈意见落实函的回复报告

保荐机构（主承销商）



国信证券股份有限公司
GUOSEN SECURITIES CO.,LTD.

（住所：深圳市罗湖区红岭中路 1012 号国信证券大厦 16-26 层）

中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所：

深圳证券交易所于 2021 年 5 月 26 日转发的《发行注册环节反馈意见落实函》（审核函〔2021〕010592 号）（以下简称“落实函”）已收悉。杭州万事利丝绸文化股份有限公司（以下简称“万事利”、“发行人”、“公司”）与国信证券股份有限公司（以下简称“保荐机构”）、天健会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”）、北京市君合律师事务所（以下简称“发行人律师”）等相关方对落实函所列问题进行了逐项检查，现回复如下，请审核。

如无特别说明，本回复中使用的简称或名词的释义与招股说明书（注册稿）中的相同。

本回复报告中的字体：

落实函所列问题	黑体
落实函所列问题答复	宋体
引用原招股说明书内容	宋体
对招股说明书的修改与补充	楷体

注：本回复中部分合计数与各加数直接相加之和在尾数上存在差异，这些差异是由于四舍五入造成的。

目 录

问题 1 3

问题 2 37

问题 3 73

问题 4 80

问题 5 110

问题 1

关于收入。招股说明书披露，发行人主要产品包括丝绸文化创意品（自有终端品牌）、丝绸纺织制品（非自有终端品牌）和口罩等，主要销售模式可分为直销和分销：（1）直销模式下丝绸文化创意品销售包括销售团队、展示营销中心、线上平台、直营门店等渠道，各渠道销售收入较为分散。（2）分销模式下丝绸文化创意品的销售包括加盟商渠道和经/代销商渠道，报告期各期末，前 10 大加盟商库存金额占当期销售的比重分别为 30.49%、33.98%、48.88%，前 10 大经/代销商库存金额占当期销售的比重分别为 2.94%、6.21%、6.89%。（3）2020 年度，直销方式、分销方式实现的口罩销售收入占当期主营业务收入的比重分别为 9.73%、14.25%。前 5 大口罩销售客户均为分销商，合计收入金额 8379.75 万元。

请发行人：（1）补充披露丝绸文化创意品销售直销模式下各销售渠道区分单位客户、个人客户的客户结构情况，各销售渠道的客户结构是否存在较大差异及原因。（2）补充披露分销模式下丝绸文化创意品销售的主要分销商期末库存金额占当期销售的比重与同行业可比公司相比是否存在较大差异，主要加盟商期末库存占比远高于主要经/代销商的原因、是否符合行业特征。（3）补充披露分销模式下口罩产品的终端销售实现情况，包括主要分销商的期末库存、主要分销区域、主要终端客户销售额等数据；直销模式下口罩产品的主要销售客户、集中度等特点。

请保荐机构、申报会计师核查并发表明确意见，并补充说明对发行人分销产品终端销售实现情况的具体核查内容，包括方式、过程、比例、结果和结论性意见。

【回复】

一、补充披露丝绸文化创意品销售直销模式下各销售渠道区分单位客户、个人客户的客户结构情况，各销售渠道的客户结构是否存在较大差异及原因

报告期内，直销模式下公司单位客户由销售团队和展示营销中心拓展，个人客户由四个销售渠道拓展。各销售渠道个人客户的单客户平均收入因销售产品类别和客户拓展方式的不同而存在差异，各销售渠道单位客户的单客户平均收入不存在重大差异，为 3 万元左右。报告期内公司销售团队开拓的单位客户数量合计

超过 10,000 家，根据其需求特征、合作规模、销售品类的不同，公司向其销售收入从几百到几百万不等，展示营销中心亦开拓了销售收入超过百万的单位客户。公司销售团队拓展了部分年销售超过百万元的单位客户，且前五大单位客户均由销售团队拓展与维护，但亦存在数量众多、销售金额较小的单位客户，各期收入低于 3 万元的客户数量分别约为 5,000 家、4,300 家、3,500 家，占各期销售团队单位客户数量的 80%左右，从而导致销售团队单位客户的单客户平均收入较低，且与展示营销中心无重大差异。报告期内，直销模式下公司各期前五大单位客户情况如下：

单位：万元

年度	序号	客户名称	销售金额	占比[注]	渠道
2020 年度	1	万事利集团及其关联方	486.14	3.46%	销售团队
	2	国金黄金及其关联方	418.75	2.98%	销售团队
	3	博洋家纺	368.21	2.62%	销售团队
	4	河南锦之瀚文化传播有限公司	233.63	1.66%	销售团队
	5	中国工商银行股份有限公司及其分支机构	200.91	1.43%	销售团队
	合计		1,707.63	12.17%	
2019 年度	1	万事利集团及其关联方	858.06	4.68%	销售团队
	2	浙江金融资产交易中心股份有限公司	340.99	1.86%	销售团队
	3	大华技术	223.67	1.22%	销售团队
	4	中国建设银行股份有限公司及其分支机构	194.27	1.06%	销售团队
	5	中国南方航空股份有限公司	135.48	0.74%	销售团队
	合计		1,752.47	9.55%	
2018 年度	1	万事利集团及其关联方	691.08	3.52%	销售团队
	2	国富黄金	443.91	2.26%	销售团队
	3	云裳羽衣	441.22	2.25%	销售团队
	4	中国邮政	380.69	1.94%	销售团队
	5	大华技术	258.28	1.32%	销售团队
	合计		2,215.18	11.28%	

注：此处系销售收入与丝绸文化创意品直销渠道下单位客户所取得收入之占比。

发行人已在招股说明书第六节之“五、（一）2、（5）丝绸文化创意品直销模式客户结构情况”中补充披露如下：

报告期内，公司丝绸文化创意品直销模式下各销售渠道客户结构情况如下：

单位:万元, %, 万个, 万元/个

销售渠道	2020 年度				2019 年度				2018 年度			
	收入	占相应销售渠道的比例	客户数量[注]	单客户平均收入	收入	占相应销售渠道的比例	客户数量[注]	单客户平均收入	收入	占相应销售渠道的比例	客户数量[注]	单客户平均收入
销售团队	19,623.74	100.00	3.74	0.52	23,800.11	100.00	3.27	0.73	24,406.90	100.00	3.44	0.71
其中:单位客户	13,518.02	68.89	0.44	3.05	17,586.04	73.89	0.55	3.17	19,026.28	77.95	0.62	3.06
个人客户	6,105.72	31.11	3.30	0.19	6,214.08	26.11	2.71	0.23	5,380.62	22.05	2.82	0.19
展示营销中心	2,362.58	100.00	1.18	0.20	2,712.11	100.00	1.06	0.25	2,225.15	100.00	0.80	0.28
其中:单位客户	514.39	21.77	0.02	2.77	757.93	27.95	0.02	3.91	604.61	27.17	0.02	3.29
个人客户	1,848.19	78.23	1.16	0.16	1,954.18	72.05	1.05	0.19	1,620.54	72.83	0.78	0.21
线上平台	3,674.48	100.00	7.48	0.05	1,663.24	100.00	3.39	0.05	1,279.98	100.00	2.62	0.05
其中:个人客户	3,674.48	100.00	7.48	0.05	1,663.24	100.00	3.39	0.05	1,279.98	100.00	2.62	0.05
直营门店	936.68	100.00	0.61	0.15	811.20	100.00	0.50	0.16	789.54	100.00	0.46	0.17
其中:个人客户	936.68	100.00	0.61	0.15	811.20	100.00	0.50	0.16	789.54	100.00	0.46	0.17

注:单位客户数量以客户名称进行统计,销售团队-个人客户、展示营销中心-个人客户、直营门店-个人客户在销售过程中无法全面实现登记客户信息,故以公司销售单据进行统计,线上平台-个人客户数量以客户网络账号进行统计。

报告期内,公司直销模式下各销售渠道客户结构存在一定差异,销售团队、展示营销中心同时存在单位客户和个人客户,而线上平台和直营门店均为个人客户。各销售渠道单位客户的单客户平均收入不存在重大差异,均为3万元左右。各销售渠道个人客户的单客户平均收入因销售产品类别、客户拓展方式的不同而存在差异,销售团队-个人客户、展示营销中心-个人客户的单客户平均收入为0.20万元左右,直营门店-个人客户为0.16万元左右,线上平台-个人客户为0.05万元左右。

①收入占比分析

销售团队和展示营销中心渠道均配备了专业的销售人员，销售团队渠道的销售人员侧重于主动开发大型单位客户，故单位客户销售占比较高，而展示营销中心系接待客户、品牌展示、丝绸文化传播的主要经营场所，与其他直营门店相比，展示营销中心运营面积更大，产品线更为丰富，且坐落地点在公司主要经营场所内，该渠道的销售人员侧重于展示营销中心的日常运营并兼具开拓单位客户的职能，故拓展个人客户相对较多。近年来随着品牌影响力不断提升，公司从战略上加大了对个人客户的业务拓展力度，个人客户对“万事利”品牌的认可度亦逐渐增强，使得报告期内销售团队和展示营销中心渠道个人客户的收入占比不断提高。

公司线上平台主要包括天猫万事利官方旗舰店、京东万事利官方旗舰店、万事利好丝绸店（有赞微商城），直营门店主要包括杭州大厦店和萧山机场店，线上平台和直营门店均面向个人客户。

②客户数量和单客户平均收入分析

A、各渠道客户数量和单客户平均收入分析

销售团队渠道下单位客户和个人客户的单客户平均收入基本稳定，不存在重大波动。销售团队渠道下单位客户数量呈减少趋势，个人客户数量呈增长趋势，主要系：a、销售人员集中精力服务大型单位客户；b、随着公司品牌影响力提升，公司鼓励销售人员开拓个人客户。

展示营销中心渠道下个人客户的单客户平均收入基本稳定，不存在重大波动。因该渠道下单位客户数量较少，个别客户的采购需求波动导致单位客户的单客户平均收入波动相对较大，故展示营销中心渠道下单位客户 2020 年度单客户平均收入较上年有所下降。展示营销中心渠道下单位客户数量较少且较稳定，个人客户数量呈增长趋势，主要系随着品牌影响力不断提升，个人客户开拓情况良好。

线上平台个人客户的单客户平均收入为 0.05 万元，报告期内，公司通过参加第三方平台促销活动、“直播带货”等方式积极拓展线上业务，使得个人客户数量呈持续增长趋势。

直营门店个人客户的单客户平均收入为 0.16 万元左右，公司 2020 年在杭州湖滨步行街新开一家门店，使得个人客户数量有所增长。

B、各渠道间单客户平均收入比较

各销售渠道单位客户的单客户平均收入不存在重大差异，为 3 万元左右。各销售渠道个人客户的单客户平均收入因销售产品类别和客户拓展方式的不同而存在差异，销售团队-个人客户、展示营销中心-个人客户的单客户平均收入为 0.20 万元左右，直营门店-个人客户为 0.16 万元左右，线上平台-个人客户为 0.05 万元左右。

销售团队、展示营销中心、直营门店渠道覆盖公司全品类产品，单价从几十元至上万元，而线上平台销售以单价较低的丝巾等产品为主，且对于高单价产品个人客户倾向于通过线下渠道购买，销售产品类别的不同导致销售团队、展示营销中心、直营门店渠道下个人客户的单客户平均收入较高。

直营门店主要服务商场、机场内客户，以商圈自有流量为主。而销售团队和展示营销中心均配备了专业的销售人员，日常经营除引流入店外，亦会采取上门拜访、网络社群营销等方式持续拓展重要个人客户，同时还会不定期组织促销活动，因此销售团队-个人客户、展示营销中心-个人客户的单客户平均收入高于直营门店-个人客户。

二、补充披露分销模式下丝绸文化创意品销售的主要分销商期末库存金额占当期销售的比重与同行业可比公司相比是否存在较大差异，主要加盟商期末库存占比远高于主要经/代销商的原因、是否符合行业特征

加盟商指公司特别许可授权在指定区域内以实体店铺形式只经营万事利产品，且符合万事利品牌形象的分销商。

经销商指经公司授权借助自有线下或线上渠道销售公司产品企业或个人，具体渠道包括地区代理、B2C 网络平台、特定客户渠道等。代销商指依托于自身销售渠道代销万事利丝绸产品，赚取买卖差价。

加盟商需要开设符合公司品牌形象的实体店铺，并主要面向个人客户，需要有一定量的库存满足店铺铺设需求，而经/代销商通常无此需求。公司加盟商及经/代销商主要合作差异如下：

项目	加盟商	经/代销商
终端客户及渠道情况	通常其实际控制人具备门店零售的相关运营经验,主要面向个人客户,其更为擅长通过开设加盟店进行运营,除考量公司产品竞争力之外,公司整体品牌影响力对其终端销售影响较大	通常已开拓了单位客户销售资源或自身具备较为完善的终端销售渠道,更注重公司产品的竞争力与其销售渠道的匹配性
门店开设要求	需要开设公司统一品牌形象的实体店铺	无门店开设要求
区域分布特征	当前公司品牌影响力主要覆盖华东区域,加盟商主要分布在浙江杭州地区,其认可公司的品牌影响力,愿意通过开设加盟店的方式与公司合作	公司在华东区域之外的品牌影响力有待加强,经/代销商无明显区域分布特征,地域相对比较分散,经/代销商自身具备渠道或资源,采用经/代销模式合作,无需开设门店,库存相对较低,有助于其控制风险
折扣率与毛利率水平	不同品类的折扣区间通常为3-5折,优于经销商;报告期内,公司加盟商渠道毛利率分别为43.18%、39.79%、43.90%	经销商不同品类的折扣区间通常为3-6折,其提货价格通常高于加盟商;报告期内,公司经销商渠道毛利率分别为45.00%、42.85%、47.09%;公司对代销商要求较严格,通常仅与大型知名平台进行代销合作,公司代销商以电视购物平台为主,客户相对集中且规模较大,其议价能力较强,毛利率较低
其他服务内容	除常规产品宣传、售后服务外,另提供门店培训服务,有助于其门店运营	主要针对产品宣传、售后进行服务

加盟商开设线下门店有助于公司提升品牌知名度、传播品牌文化,同时,公司品牌影响力的提升也有助于加盟商的终端销售,公司给予加盟商更多的销售支持,主要包括门店培训和销售折扣。公司在加盟店开业前和开业后均会对店员进行企业文化、团队精神、商务礼仪、消费心态、售后服务等方面的培训,确保加盟店的顺利经营,加盟商销售折扣区间通常低于经销商(加盟商折扣区间通常为3-5折,经销商折扣区间通常为3-6折)。

公司加盟商和经/代销商具体库存情况分析:

1、加盟商

公司报告期各期销售前十大加盟商合计17家(同一实际控制下合并统计),

报告期各期末，上述主要加盟商的库存金额及占当期销售的比重情况如下：

单位：万元

序号	名称	2020 年度/2020 年末			2019 年度/2019 年末			2018 年度/2018 年末		
		期末库存	销售收入	占比	期末库存	销售收入	占比	期末库存	销售收入	占比
1	事帛丝绸及其关联方[注 1]	468	486.83	96.23%	478	1,257.48	38.01%	350	1,353.28	25.86%
2	深圳万事利[注 2]	/	/	/	/	/	/	80	680.67	11.75%
3	敖吉贸易	50	113.07	44.29%	62	227.31	27.28%	65	287.45	22.61%
4	杭州蚕园丝绸有限公司及其关联方[注 3]	/	/	/	/[注 3]	131.12	/	/[注 3]	250.24	/
5	喜贺百货及其关联方[注 4]	122	106.63	114.75%	125	186.39	67.06%	110	145.33	75.69%
6	子隆贸易及其关联方[注 5]	92	350.57	26.36%	109 [注 5]	353.24	30.86%	37	205.52	18.00%
7	彩丝丝绸	250	738.83	33.84%	280	1,171.32	23.90%	163	357.91	45.54%
8	蚕运源贸易及其关联方[注 6]	300	540.79	55.54%	327 [注 6]	852.91	38.34%	225	476.48	47.22% [注 6]
9	辽宁万事利	75	52.45	142.94%	96[注 7]	134.28	71.49%	161	325.19	49.51%
10	苏州诚合[注 8]	/	/	/	/	/	/	7	183.26	3.82%
11	浙江泰京投资管理有限公司[注 9]	/	/	/	/	-23.64	/	153	169.63	90.20%
12	锦生丝绸及其关联方[注 10]	62	38.82	158.58%	104	323.63	32.14%	20 [注 10]	54.59	36.64%
13	杭州罗琦贸易有限公司及其关联方[注 11]	70	194.25	36.13%	66	258.84	25.50%	39	102.02	38.23%
14	杭州西湖区启真服装店及其关联方[注 12]	80	53.34	149.90%	103 [注 12]	239.51	43.00%	57	145.95	39.05%
15	茧泰贸易及其关联方[注 13]	87 [注 13]	186.62	46.68%	54	196.15	27.53%	18	132.64	13.57%
16	杭州杭丝源丝绸有限公司[注 14]	96	238.88	40.22%	/	/	/	/	/	/
17	卡娜丝实业[注 14]	140	770.07	18.02%	/	/	/	/	/	/
库存金额合计①		1,892	/	/	1,804	/	/	1,485	/	/
公司向主要加盟商销售收入合计②		/	3,871.15	/	/	5,308.54	/	/	4,870.15	/
主要加盟商库存金额占当期销售的比重③=①/②		/	/	48.88%	/	/	33.98%	/	/	30.49%
主要加盟商平均库存金额④=①/（当期合作且获取了库存的主要加盟商数量）		145.54	/	/	164.00	/	/	106.07	/	/

注 1：事帛丝绸及其关联方包括事帛丝绸、江南丝府、佑盛丝绸、杭州梅岭丝绸有限公司、鸿之祥丝绸、丝展丝绸；

注 2：因门店经营不善深圳万事利与公司于 2019 年变更为经销合作；

注 3：杭州蚕园丝绸有限公司及其关联方包括杭州蚕园丝绸有限公司、杭州云之锦贸易有限公司，因其股东纠纷于 2019 年与公司终止了加盟合作关系，无法取得其库存情况；

注 4：喜贺百货及其关联方包括喜贺百货、喜鹤贸易，2017 年与公司开始加盟合作，第一家门店所处

区位竞品较多，经营业绩未达预期，导致 2018 年期末库存金额占当期销售的比重较大。其于 2019 年下半年新开第二家门店，新门店的铺货需求导致其期末库存金额占当期销售的比重较大，若剔除 2019 年新开门店的影响，其期末库存金额占当期销售的比重为 59.02%（因公司向其收入难以按门店进行划分，新开门店首年通常销量一般，故剔除新开门店公司向其的销售收入以公司当年向该加盟商全部销售收入减去新开门店的库存进行模拟测算，下同）。自 2019 年以来，喜贺百货及其关联方向公司采购量相对较小，其持续消化库存，期末库存金额呈下降趋势；

注 5：子隆贸易及其关联方包括子隆贸易、丝府文化，其在 2019 年新开一家门店，存在铺货需求，故 2019 年末库存金额较 2018 年末增长，但期末库存金额占当期销售收入的比重未超过 40%；

注 6：蚕运源贸易及其关联方包括蚕运源贸易、柏丝祥贸易、杭州万丝祥贸易有限责任公司，该加盟商分别于 2018 年末、2019 年末分别新开一家门店，存在铺货需求，故其 2019 年末库存金额较 2018 年末增长，且 2018 年末、2019 年末库存金额占各期收入的比重相对较高。若剔除期末新开门店的影响，其 2018 年、2019 年期末库存金额占当期销售的比重分别为 27.63%、35.31%；

注 7：2019 年度，辽宁万事利部分门店经营业绩不佳，且其于 2019 年 12 月向公司采购产品为 2020 年新开门店进行备货，导致其当期末库存金额占销售收入的比重较高，若剔除 2019 年末对 2020 年初新开门店备货的影响，其 2019 年期末库存金额占当期销售的比重为 64.32%。辽宁万事利因开设多家门店，铺货量相对较大，其持续消化库存，期末库存金额呈下降趋势；

注 8：因门店经营不善苏州诚合与公司于 2019 年变更为经销合作；

注 9：因门店经营不善退回部分货物冲抵货款，并于 2019 年与公司终止了加盟合作关系，无法取得其库存情况；

注 10：锦生丝绸及其关联方包括锦生丝绸、杭州茅家埠农贸市场帛雅丝绸经营部，其于 2018 年与公司开始加盟合作，陆续对门店进行铺货，故 2018 年末库存金额较少；

注 11：杭州罗琦贸易有限公司及其关联方包括杭州罗琦贸易有限公司、杭州罗琦贸易有限公司第一分公司；

注 12：杭州西湖区启真服装店及其关联方包括杭州西湖区启真服装、杭州启真商贸服务有限公司，其于 2019 年下半年新开一家门店，存在铺货需求，故其 2019 年末库存金额及占当期收入的比重较 2018 年末增长，若剔除 2019 年新开门店的影响，其期末库存金额占当期销售的比重为 22.92%；

注 13：茧泰贸易及其关联方包括茧泰贸易、杭州市上城区茧睿丝绸商行、杭州茧丰贸易有限公司，其于 2020 年下半年新开一家门店，存在铺货需求，故其 2020 年末库存金额及占当期收入的比重较 2019 年末增长，若剔除新开门店影响，其 2020 年末库存金额约为 59 万元，与 2019 年末库存金额差异较小，其 2020 年期末库存金额占当期收入的比重为 37.20%；

注 14：杭州杭丝源丝绸有限公司、卡娜丝实业于 2020 年与公司开始加盟合作。

（1）加盟商库存分析

①主要加盟商库存金额分析

报告期各期末，公司主要加盟商库存金额分别为 1,485 万元、1,804 万元和 1,892 万元，杭州杭丝源丝绸有限公司和卡娜丝实业为 2020 年度与公司新合作的加盟商，若剔除上述加盟商期末库存，公司其他主要加盟商 2020 年期末库存金额为 1,656 万元，较 2019 年末有所下降。

2018-2019 年，公司主要加盟商期末库存金额占当期销售的比重在 30%左右，期末库存金额占比偏离平均值超过 20%的客户包括喜贺百货及其关联方、辽宁万事利、苏州诚合和浙江泰京投资管理有限公司。喜贺百货及其关联方于 2017 年与公司开始加盟合作，第一家门店所处区位竞品较多，经营业绩未达预期，其于 2019 年新开第二家门店，新门店的铺货需求导致其期末库存金额较高且占各期销售的比重较大（若剔除 2019 年新开门店的影响，其期末库存金额占当期销售的比重为 59.02%，2019 年 12 月和 2020 年 12 月，公司向其销售收入占当年收入

的比重分别为 7.98%和 7.71%，公司不存在期末集中发货的情形，自 2019 年以来，其持续消化库存）；辽宁万事利系地区代理型加盟商，在沈阳开设了多家门店，2019 年因其经营业绩下滑且于 2019 年末对 2020 年新开门店进行备货导致期末库存占当期销售的比重较大，其当期末库存金额亦较上年末有明显下降；苏州诚合以向单位客户销售为主，门店库存较少，其于 2019 年和公司变更为经销合作；浙江泰京投资管理有限公司于 2018 年与公司开始加盟合作，经营业绩未达预期，导致 2018 年期末库存金额较高且占当期销售的比重较大，2019 年其与公司终止加盟合作，并退回部分货物冲抵货款。

2020 年受新冠肺炎疫情的影响，主要加盟商终端销售下滑较大，公司向主要加盟商的销售收入亦大幅减少，导致加盟商库存金额占当期销售的比重呈现不同程度的上升。子隆贸易因在 2020 年开拓了部分单位客户，消化了部分存货，公司向其销售收入与 2019 年基本持平，导致期末库存金额占当期销售的比重有所降低。除茧泰贸易及其关联方因新开了一家门店导致其 2020 年末库存金额较上年末有所增长外（排除新开门店，其 2020 年末库存金额约为 59 万元，与 2019 年末库存金额差异较小，2020 年 12 月，公司向其销售收入占当年收入的比重为 9.78%，公司不存在期末集中发货的情形），公司其他主要加盟商 2020 年末库存金额不存在较上年末明显增长的情形。公司每年均会推出部分新品，亦会在春节、中秋等传统节日推出爆款组合套装，因此，主要加盟商在 2020 年疫情背景下仍存在备货更新门店产品，应对销售旺季的需求。

2020 年受新冠肺炎疫情的影响，事帛丝绸及其关联方终端销售下滑较大，公司向其销售收入减少，但其经营面积较大，超过 2,300 平方米，基于门店铺货需求库存未大幅减少，故期末库存金额占当期销售收入的比重为 96.23%，2020 年 12 月，公司向其销售收入占当年收入的比重为 18.07%，不存在期末集中发货的情形。蚕运源贸易及其关联方 2020 年末库存金额较大，主要系该加盟商于 2020 年下半年新开一家门店，新开门店存在铺货需求，导致其期末库存较高，期末库存金额占当期销售收入的比重为 55.54%，若剔除新开门店的影响，其当年期末库存金额占当期销售的比重为 50.91%。2020 年 12 月，公司向其销售收入占当年收入的比重为 17.33%，不存在期末集中发货的情形。

②主要加盟商平均库存金额分析

报告期各期末，公司主要加盟商平均库存金额分别约为 106.07 万元、164.00 万元和 145.54 万元，呈先增加后减少趋势。2019 年末主要加盟商平均库存金额较 2018 年末增长的主要原因包括：①公司于 2016 年开始逐步拓展加盟商渠道，2017 年新增加盟商数量较多，加盟商运营品牌店一般以 2-3 年为周期考察经营利润情况，经营情况较好的加盟商会增加门店数量或扩大门店面积，2019 年扩张门店的主要加盟商包括子隆贸易及其关联方、彩丝丝绸、蚕运源贸易及其关联方、杭州罗琦贸易有限公司及其关联方、杭州西湖区启真服装店及其关联方，因门店扩张的铺货需求导致主要加盟商平均库存增长；②深圳万事利、苏州诚合以向单位客户销售为主，因门店经营不善 2019 年与公司变更为经销合作，2018 年其门店铺货需求较少，导致 2018 年末主要加盟商平均库存金额较低；③锦生丝绸及其关联方于 2018 年与公司开始加盟合作，陆续对门店进行铺货，2018 年末库存金额较少，亦导致 2018 年末主要加盟商平均库存金额较低；排除上述因素的影响，2018 年末和 2019 年末主要加盟商平均库存金额分别约为 142.83 万元、163.00 万元，差异相对较小。2020 年受新冠肺炎疫情的影响，主要加盟商终端销售下滑较大，但其门店具有铺货需求，因而其平均库存金额较上年度有所下降，下降幅度为 11.26%，并未出现大幅下滑，上述情形具备合理性。

③2020 年末库存金额前五大加盟商期后库存消化情况分析

2020 年末，库存金额前五大加盟商分别为事帛丝绸及其关联方、蚕运源贸易及其关联方、彩丝丝绸、卡娜丝实业、喜贺百货及其关联方，上述加盟商期后库存消化情况如下：

单位：万元

客户名称	2020 年末库存金额①	2021 年 1-6 月向公司采购金额②	2021 年 1-6 月终端销售成本金额(库存消化量)③	2021 年 6 月末库存金额④=①+②-③	期末库存金额/销售收入模拟测算[注]⑤=④/(2*②)
事帛丝绸及其关联方	468	413	546	335	40.56%
蚕运源贸易及其关联方	300	405	418	287	35.43%
彩丝丝绸	250	607	617	240	19.77%
卡娜丝实业	140	688	547	281	20.42%
喜贺百货及其关联方	122	62	76	108	87.10%

单位：万元

客户名称	2020 年末库存 金额①	2021 年 1-6 月 向公司采购金 额②	2021 年 1-6 月 终端销售成本 金额(库存消化 量) ③	2021 年 6 月末 库存金额 ④=①+②-③	期末库存金额/ 销售收入模拟 测算[注] ⑤=④/(2*②)
合计	1,280	2,175	2,204	1,251	28.76%

注：以加盟商 2021 年 6 月末库存金额除以 2021 年 1-6 月公司向该加盟商账面收入的 2 倍模拟测算所得。

整体而言，从上述加盟商 2021 年 1-6 月库存消化量情况来看，其期后销售情况良好，整体库存消化量已基本覆盖 2020 年末库存金额，2021 年 6 月末库存金额较 2020 年末库存金额基本呈下降趋势。

由于每年四季度节假日较多，且年会庆典、员工福利、客户回访等活动较为集中，因此第四季度延续至次年春节前夕属于丝绸文化创意品（自有终端品牌）销售旺季，加盟商年末备货亦较多，每年 7-9 月因天气炎热及节假日较少为销售淡季，加盟商备货相对较少。事帛丝绸及其关联方、蚕运源贸易及其关联方、彩丝丝绸、喜贺百货及其关联方期后销售情况较好，2021 年 6 月末库存金额较 2020 年末均呈不同程度减少。卡娜丝实业于 2020 年下半年开业，陆续对门店进行铺货，故 2021 年 6 月末库存金额有所增长，其期后销售情况良好，期末库存金额占销售收入的比重为 20.42%，并未较 2020 年末明显提升。从期末库存金额/销售收入模拟测算来看，因国内新冠肺炎疫情的有效控制，公司加盟商渠道销售恢复正常，主要加盟商期末库存占收入的比重大幅下降，接近 2019 年的相关数值，喜贺百货及其关联方因两家门店铺货规模较大，导致其模拟期末库存金额占销售收入的比重较高，但较 2020 年末已有所下降。

（2）期末发货情况分析

报告期内，各期期末库存占当期收入比重超过 40%的主要加盟商期末（当年 12 月）发货情况如下：

序号	名称	2020 年度/2020 年末		2019 年度/2019 年末		2018 年度/2018 年末	
		期末库存占当期销售比重是否超过 40%	当年 12 月收入占全年收入的比例	期末库存占当期销售比重是否超过 40%	当年 12 月收入占全年收入的比例	期末库存占当期销售比重是否超过 40%	当年 12 月收入占全年收入的比例
1	事帛丝绸及其关联方	是	18.07%	否	/	否	/
2	深圳万事利	/	/	/	/	否	/
3	敖吉贸易	是	11.06%	否	/	否	/

序号	名称	2020 年度/2020 年末		2019 年度/2019 年末		2018 年度/2018 年末	
		期末库存占当期销售比重是否超过 40%	当年 12 月收入占全年收入的比例	期末库存占当期销售比重是否超过 40%	当年 12 月收入占全年收入的比例	期末库存占当期销售比重是否超过 40%	当年 12 月收入占全年收入的比例
4	杭州蚕园丝绸有限公司及其关联方	/	/	/	/	/	/
5	喜贺百货及其关联方	是	7.72%	是	7.98%	是	8.27%
6	子隆贸易及其关联方	否	/	否	/	否	/
7	彩丝丝绸	否	/	否	/	是	8.35%
8	蚕运源贸易及其关联方	是	17.33%	否	/	是	30.72%[注 2]
9	辽宁万事利	是	24.40%[注 1]	是	21.54%[注 1]	是	2.98%
10	苏州诚合	/	/	/	/	否	/
11	浙江泰京投资管理有限公司	/	/	/	/	是	4.24%
12	锦生丝绸及其关联方	是	5.69%	否	/	否	/
13	杭州罗琦贸易有限公司及其关联方	否	/	否	/	否	/
14	杭州西湖区启真服装店及其关联方	是	2.64%	是	12.23%	否	/
15	茧泰贸易及其关联方	是	9.78%	否	/	否	/
16	杭州杭丝源丝绸有限公司	是	10.88%	/	/	/	/
17	卡娜丝实业	否	/	/	/	/	/

注 1：2020 年初辽宁万事利新开一家门店，其于 2019 年 12 月向公司采购产品进行备货，导致 2019 年 12 月公司向其销售收入占比较高。辽宁万事利作为地区代理型加盟商存在部分单位客户业务，因 2020 年末新增单位客户订单，导致当年 12 月公司向其销售收入占比较高，排除新增单位客户订单当年 12 月公司向其销售收入占全年收入的比例为 8.26%；

注 2：蚕运源贸易及其关联方 2018 年末新开一家门店，存在铺货需求，导致当年 12 月公司向其销售收入占比较高。

综上，公司主要加盟商根据其终端销售情况或新设门店的铺货实际需求向公司采购产品，辽宁万事利因新开门店备货及单位客户订单增加导致 2019 年 12 月和 2020 年 12 月向公司采购产品相对较多，蚕运源贸易及其关联方因 2018 年末新开一家门店，因新店铺货需求导致 2018 年 12 月向公司采购产品相对较多，报告期内，公司向上述 2 家加盟商销售金额分别为 476.48 万元、134.28 万元和 52.45 万元（上述加盟商中 12 月采购超过当年采购 20%的年度，公司对其的年度销售金额），占当期公司加盟商渠道收入的比重分别为 8.59%、2.09%和 1.14%，上述情形对公司加盟商渠道收入整体影响较小，且具备合理性。除此之外，其他期末库存占当期销售收入比重超过 40%的主要加盟商均不存在期末大额购入公司产品的情形。

2、经/代销商

公司报告期各期销售前十大经/代销商合计 20 家(同一实际控制下合并统计),
报告期各期末,上述主要经/代销商的库存金额及占当期销售的比重情况如下:

单位:万元

序号	名称	2020 年度/2020 年末			2019 年度/2019 年末			2018 年度/2018 年末		
		期末 库存	销售 收入	占比	期末 库存	销售 收入	占比	期末 库存	销售 收入	占比
1	深圳万事利[注 1]	57	309.69	18.41%	60	523.14	11.47%	/	/	/
2	麦考林	40	94.46	42.35%	73	195.32	37.37%	108	193.23	55.89%
3	德盛兴家居	0	0.57	0.00%	0	162.13	0.00%	0	436.09	0.00%
4	惠买在线	/	/	/	0	391.46	0.00%	0	1,100.71	0.00%
5	联合航空[注 2]	/	/	/	0	65.96	0.00%	0	126.37	0.00%
6	中和世纪[注 2]	/	/	/	/	/	/	0	313.79	0.00%
7	福粒科技	0	7.65	0.00%	0	8.57	0.00%	0	543.27	0.00%
8	宜和股份[注 2]	/	/	/	0	56.00	0.00%	0	195.57	0.00%
9	杭州世瀚百年网络科技有限公司[注 3]	/	-32.21	/	/	-34.95	/	/	167.82	/
10	北京微妮时代商贸有限公司	0	6.50	0.00%	0	4.06	0.00%	0	141.19	0.00%
11	台州礼遇生活用品有限公司	0	177.23	0.00%	0	174.77	0.00%	0	133.07	0.00%
12	祁牧商贸	0	134.57	0.00%	0	172.99	0.00%	0	24.74	0.00%
13	上海沁强商贸有限公司	0	85.17	0.00%	0	124.75	0.00%	0	100.44	0.00%
14	北京万事利[注 1]	46	204.45	22.50%	50	415.45	12.04%	/	/	/
15	瑞雅文化	0	96.92	0.00%	0	119.57	0.00%	0	58.81	0.00%
16	苏州诚合[注 1]	0	56.00	0.00%	0	273.63	0.00%	/	/	/
17	京东世纪	0	567.91	0.00%	0	109.32	0.00%	0	15.63	0.00%
18	威海顺众贸易有限公司	0	135.39	0.00%	0	101.28	0.00%	0	67.34	0.00%
19	寰唐(杭州)国际贸易有限公司[注 4]	0	135.33	0.00%	/	/	/	/	/	/
20	杭州盛材贸易有限公司	0	97.31	0.00%	0	85.73	0.00%	0	52.88	0.00%
库存金额合计①		143	/	/	183	/	/	108	/	/
公司向主要经/代销商销售收入合计②		/	2,076.95	/	/	2,949.20	/	/	3,670.95	/
主要经/代销商库存金额占当期销售的比重③=①/②		/	/	6.89%	/	/	6.21%	/	/	2.94%

单位：万元

序号	名称	2020 年度/2020 年末			2019 年度/2019 年末			2018 年度/2018 年末		
		期末 库存	销售 收入	占比	期末 库存	销售 收入	占比	期末 库存	销售 收入	占比
1	主要经/代销商平均库存金额④=①/(当期合作且获取了库存的主要经/代销商数量)	9.53	/	/	10.76	/	/	7.20	/	/

注 1：深圳万事利、北京万事利、苏州诚合于 2019 年与公司开始经销合作；

注 2：因客户自身业务调整与公司终止了合作关系；

注 3：杭州世瀚百年网络科技有限公司经销公司产品不达预期，2019 和 2020 年退回部分货物冲抵货款，无法取得其库存情况；

注 4：寰唐（杭州）国际贸易有限公司于 2020 年与公司开始经销合作。

（1）经/代销商库存分析

惠买在线、深圳宜和系在电视购物频道销售公司产品的代销商，联合航空系在航班销售渠道上销售公司产品的代销商，寰唐（杭州）国际贸易有限公司系在其网络平台销售公司产品的代销商，上述四家代销商均无公司产品库存；深圳万事利、北京万事利系公司大型地区代理商，麦考林在其网络平台销售公司产品，上述三家经/代销商为维系日常运营备有少量库存；其余公司主要经/代销商在其销售渠道内根据下游客户的需求向公司采购，具有“以销定采”的业务特征，无公司产品库存。

报告期各期末，公司主要经/代销商库存金额分别约为 108 万元、183 万元、143 万元，期末库存金额占当期销售的比重分别为 2.94%、6.21%、6.89%，上述主要经/代销商平均库存金额分别约为 7.20 万元、10.76 万元和 9.53 万元，2019 年末主要经/代销商库存金额及平均库存金额较 2018 年末增长主要系公司当年增加了深圳万事利（因门店经营不善深圳万事利与公司于 2019 年变更为经销合作）、北京万事利（公司 2019 年新开拓的经销商）大型地区代理型经销商，其为维系日常运营备有库存，上述两家经销商 2019 年末合计库存金额为 110 万元。2020 年受新冠肺炎疫情的影响，深圳万事利、北京万事利、麦考林期末库存金额均有所下降。

若剔除深圳万事利、北京万事利的影响（同时剔除向其销售收入和期末库存数），报告期各期末，公司主要经/代销商期末库存金额占当期销售的比重分别为 2.94%、3.63%、2.56%，不存在重大差异。

（2）期末发货情况分析

公司经/代销商中，仅有麦考林在 2018 年末和 2020 年末期末库存金额占当期销售的比重超过 40%，2018 年 12 月和 2020 年 12 月，公司向其销售收入占当年收入的比重分别为 41.71%和 56.36%，期末销售占比较高，主要系麦考林采购公司产品通常用于其网络平台促销活动，2018 年 12 月和 2020 年 12 月其向公司采购秋冬款家纺产品用于年底促销导致上述两个月销售占比较高。而 2019 年度，麦考林主要向公司采购丝伞套装用于年中促销，当年 6-8 月公司向其销售收入占当年收入的比重为 34.67%。麦考林根据其终端销售活动安排向公司采购产品，部分月份采购占比较高具备合理性。2018 年度和 2020 年度公司向麦考林销售收入分别为 193.23 万元和 94.46 万元，占经/代销商渠道收入的比重分别为 3.41%和 2.72%，上述情形对公司经/代销商渠道收入整体影响较小，且具备合理性。

发行人已在招股说明书第六节之“一、（二）5、（1）②III分销商期末库存占比情况分析”中补充披露如下：

报告期各期末，公司丝绸文化创意品主要分销商期末库存金额占当期销售的比重情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度/2020 年末	2019 年度/2019 年末	2018 年度/2018 年末
主要加盟商库存金额①	1,892	1,804	1,485
公司向主要加盟商销售金额②	3,871.15	5,308.54	4,870.15
主要加盟商库存金额占当期销售的比重③=①/②	48.88%	33.98%	30.49%
主要经/代销商库存金额④	143	183	108
公司向主要经/代销商销售金额⑤	2,076.95	2,949.20	3,670.95
主要经/代销商库存金额占当期销售的比重⑥=④/⑤	6.89%	6.21%	2.94%
主要分销商库存金额⑦=①+④	2,035	1,987	1,593
公司向主要分销商销售金额⑧=②+⑤	5,948.10	8,257.74	8,541.11
主要分销商库存金额占当期销售的比重⑨=⑦/⑧	34.22%	24.06%	18.65%

注：主要分销商指报告期各期前十大加盟商和经/代销商。

公司加盟商主要通过经营线下门店销售产品，以面向个人客户为主，经/代销商通过其销售人员或网络平台销售产品，通常无线下门店，除部分拥有零售渠道的经/代销商（如惠买在线、麦考林、联合航空、宜和股份等）外，其他经/代销商主要面向单位客户。同行业可比上市公司与其分销商（经销商/加盟商）进行买断式合作，其分销商经营线下门店销售产品，以面向个人客户为主，业务模式与本公司加盟商较为相似，与本公司经/代销商存在一定差异。

同行业可比上市公司分销商期末库存占当期销售的比重列示如下：

同行业可比上市公司	分销商期末库存占当期销售比重
安正时尚	未披露
太平鸟	未披露
朗姿股份	2008-2010 年，朗姿股份分销商期末库存数量占当期向其销售数量的比例分别为 20.85%、31.46%、24.93%（分销模式收入规模分别为 0.93 亿元、1.20 亿元、2.51 亿元）
日播时尚	未披露
锦泓集团	2011-2013 年，锦泓集团分销商期末库存数量占当期向其销售数量的比例分别为 39.72%、46.83%、42.44%（分销模式收入规模分别为 0.43 亿元、0.41 亿元、0.47 亿元）
地素时尚	未披露
歌力思	未披露
欣贺股份	2017-2019 年，欣贺股份主要分销商期末库存数量占当期销售数量的比例分别为 156.56%、253.03%、200.63%（分销模式收入规模分别为 3.13 亿元、1.82 亿元、1.65 亿元）
爱慕股份	2018-2020 年，爱慕股份分销商期末库存金额占当期销售金额的比例分别为 81.78%、95.82%、139.19%（分销模式收入规模分别为 2.59 亿元、2.34 亿元、1.78 亿元）

注 1：同行业可比上市公司年报中未披露分销商库存数据，上述数据来源为同行业可比上市公司招股说明书；同行业可比上市公司针对分销商通常会认定为经销商或加盟商，为便于理解，上表统称为分销商，根据其公开信息，同行业可比上市公司与分销商为买断式销售，期末库存归属于分销商。

注 2：经查询同行业可比上市公司及 2015 年至今首发上市的男装、女装、童装等服装类企业招股说明书，除上表所列示的数据外未找到其他可比的相关数据。

公司加盟商主要位于杭州地区，面向旅游市场个人客户，为维系日常经营需对门店进行铺货。2020 年度，受新冠肺炎疫情影响，公司向主要加盟商销售收入减少，导致期末库存金额占当期销售比重升高，2018-2019 年度，公司主要加盟商期末库存金额占当期销售的比重在 30%左右。同行业可比上市公司均为女装品牌企业，朗姿股份在 2008-2010 年期间、锦泓集团在 2011-2013 年期间年销售收入均在 5 亿元左右，与公司丝绸文化创意品经营规模相近，其分销商期

末库存占当期销售的比重与公司差异较小。欣贺股份在 2017-2019 年期间年销售收入在 19 亿元左右，爱慕股份在 2018-2020 年期间年销售收入在 30 亿元左右，欣贺股份和爱慕股份经营规模较大，其产品款式、尺码相对较多，分销商铺货需求亦较大，而公司丝绸文化创意品主要细分产品为丝巾、围巾、家纺等，产品款式、规格方面比较固定，也更具有大众适用性，故欣贺股份、爱慕股份分销商期末库存金额占当期销售比重高于公司。

公司主要经/代销商通过其销售人员或网络平台销售产品，通常无线下门店。代销商与公司进行代销式结算，无公司产品库存，个别大型地区代理经销商和运营网络平台的经销商为维系日常运营备有少量库存，其余主要经销商在其销售渠道内根据下游客户的需求向公司采购，系“以销定采”的业务模式，无公司产品库存，故公司主要经/代销商期末库存占比远低于主要加盟商，亦低于同行业可比上市公司分销商。

综上，经比对同行业可比上市公司分销商期末库存金额，公司主要加盟商期末库存占当期销售收入的比重与朗姿股份、锦泓集团无重大差异，低于欣贺股份、爱慕股份，上述情形具备合理性，公司主要加盟商期末库存占比高于公司主要经/代销商的情形具备合理性。

三、补充披露分销模式下口罩产品的终端销售实现情况，包括主要分销商的期末库存、主要分销区域、主要终端客户销售额等数据；直销模式下口罩产品的主要销售客户、集中度等特点

发行人已在招股说明书第六节之“一、(二)5、(3)②分销商终端销售情况”中补充披露如下：

2020 年度，公司通过分销方式销售给贸易商的口罩收入为 10,416.09 万元，与丝绸文化创意品不同，口罩贸易商并未与公司签署经销商协议，双方在销售协议中亦未要求口罩贸易商向公司提供终端销售情况，公司系结合客户口罩采购量、是否自用等维度将其定义为口罩贸易商。口罩贸易商向其下游销售产品并非依赖公司的品牌，而主要是当时产品的稀缺性。

此外，公司向口罩贸易商销售的时点主要在 2020 年 3-6 月，当时口罩产品属于相对稀缺资源，尤其是境外疫情控制情况不如国内，而万事利数码系浙江

省首批重点转产民用口罩及关键材料生产企业之一，上述信息一经公开，存在较多客户主动联系公司采购口罩产品，并在其自身销售网络内销售。

基于上述原因，公司部分口罩贸易商对于接受访谈，以及协助公司向其下游客户了解终端销售数据较为排斥。

2020 年度，公司口罩产品前五大分销商下游销售情况如下：

单位：万元

客户名称	销售金额	期末库存	基本情况	合作经过	主要分销区域	下游销售情况
本真商贸	5,972.62	0	本真商贸主营针织类产品法国出口业务，注册地在浙江省义乌市，注册资本 1,000 万元，实际控制人为于向东，2020 年销售规模在 15,000 万元左右	受新冠肺炎疫情影响国外防疫物资紧缺，2020 年 3 月本真商贸主动联系公司采购了第一批口罩捐赠给法国当地华人商会；2020 年 4-5 月本真商贸经当地商会介绍，取得了 Le Conseil Regional Paris ile France 和 Manutan International 的订单，故其向公司采购口罩销往法国	法国	口罩下游客户主要为 Le Conseil Regional Paris ile France（政府机构）、Manutan International（注册在法国的上市公司），根据本真商贸提供的国际结算电子回单，其对下游客户的销售收入约为 1,300 万欧元。2020 年 4-5 月法国社会防疫物资紧缺，在法国当地华人商会介绍下游客户资源向本真商贸采购口罩，上述两家客户采购额占本真商贸 2020 年销售收入约 65%。
妇帮医疗	724.78	0	妇帮医疗主营医疗和保健品出口业务，注册地在浙江省杭州市，注册资本 646 万元，实际控制人为金明哲，2020 年销售规模在 1,300 万元左右	妇帮医疗自身从事医疗相关行业，2020 年上半年新冠肺炎疫情期间其取得下游客户口罩采购订单，2020 年 3 月其主动联系公司经询价后采购口罩销售给下游客户	德国	口罩下游客户主要为威海太山国际贸易有限公司（以下简称“威海太山”），威海太山出口德国，根据妇帮医疗提供的销售合同，其对威海太山的销售收入约为 900 万元。威海太山主要从事外贸业务，股东为韩国企业，2020 年上半年新冠肺炎疫情期间主动联系到妇帮医疗采购口罩，威海太山采购额占妇帮医疗 2020 年销售收入约 70%。
AMGPRO	706.90	/	AMGPRO 主营服饰、鞋、挎包、枪套等产品，注册地在法国，股本 4 万欧元，实际控制人为 M David AMSELLEM 和 M Gabriel AMSELLEM	2020 年 3 月 AMGPRO 通过阿里巴巴国际站主动联系公司沟通口罩采购事宜，后通过预付货款形式订购了部分口罩	/[注 1]	/[注 1]
WING SEE	530.78	0	WING SEE 主营家纺产品出口业务，注册地在中国香港，股本 10,870 美元，实际控制人为	WING SEE 从事家纺产品出口业务，2020 年上半年新冠肺炎疫情期间其取得下游客户口罩采购订单，2020 年 3 月 WING	南非	口罩下游客户主要为 G. FOX (PTY) LTD（注册在南非的个人防护设备和清洁化学品供应商），根据 WING SEE 提供的销售

单位：万元

客户名称	销售金额	期末库存	基本情况	合作经过	主要分销区域	下游销售情况
			Rawson henry malcolm rodier, 2020 年销售规模在 3,145 万美元左右	SEE 主动联系公司经询价后采购口罩销售给其南非的客户		合同, 其对下游客户的销售收入约为 103 万美元。2020 年 3 月受新冠肺炎疫情的影响南非防疫物资紧缺, G.FOX 主动联系到 WING SEE 采购口罩, G.FOX 采购额占 WING SEE 2020 年销售收入约 3%。
高斯博医疗	444.67	388.25 [注 2]	高斯博医疗主营医疗绷带出口业务, 注册地在浙江省杭州市, 注册资本 3,000 万元, 实际控制人为郑乐回, 2020 年销售规模在 8,000 万元左右	高斯博医疗从事医疗用品进出口业务, 2020 年上半年新冠肺炎疫情期间其取得下游客户口罩采购订单, 2020 年 4 月高斯博医疗主动联系公司经询价后采购口罩销售给其美国的客户	美国	口罩下游客户主要为 YZL MEDICAL SUPPLIES INTERNATIONAL LIMITED (注册在香港的医疗用品销售公司), 根据高斯博医疗提供的销售合同, 其对下游客户的销售收入约为 32 万美元。2020 年 4 月受新冠肺炎疫情的影响美国防疫物资紧缺, YZL MEDICAL SUPPLIES INTERNATIONAL LIMITED 主动联系到高斯博医疗采购口罩, 采购额占高斯博医疗 2020 年销售收入约 3%。
合计	8,379.75	/	/	/	/	/
口罩产品 分销收入	10,416.09	/	/	/	/	/
占比	80.45%	/	/	/	/	/

注 1: AMGPRO 以预付货款形式订购公司口罩, 其拒绝配合保荐机构和申报会计师现场走访及提供下游客户资料, 基本情况通过网络检索和中国信保资信报告获得;

注 2: 高斯博医疗因下游客户出口美国受到限制, 导致期末库存较高, 已确认期末库存由其自行消化, 与公司无关且无纠纷。

发行人已在招股说明书第六节之“一、(二)5、(3)①主要直销客户及集中度情况”中补充披露如下:

2020 年度, 公司口罩产品前五大直销客户及客户集中度情况如下:

单位：万元

公司名称	收入	占比	基本情况	合作经过
必胜(上海)食品有限公司	212.39	2.99%	该公司隶属于中国百胜餐饮集团, 为肯德基、必胜客等知名餐饮品牌华东地区的餐厅提供配送及食品加工服务, 注册资本 1,700 万美元, 注册地在上海市, 系纽约证券交易所上市公司百胜中国(09987)的全资子公司	2020 年 3 月该公司主动联系公司采购口罩作为其自身复工复产的防疫物资

单位：万元

公司名称	收入	占比	基本情况	合作经过
杭州高新开发区（滨江）红十字会	212.39	2.99%	应急救灾社会团体	2020年3月杭州高新开发区（滨江）红十字会主动联系公司采购口罩用于社会新冠肺炎疫情防控工作
万向集团公司	162.44	2.28%	万向集团公司系上市公司万向钱潮（000559）、顺发恒业（000631）的控股股东，主营实业投资等，注册资本45,000万元，注册地在浙江省杭州市，实际控制人为鲁伟鼎	2020年4月该公司主动联系公司采购口罩自用并捐赠国外地区
杭州市西湖区卫生健康局	143.72	2.02%	政府部门	2020年3月杭州市西湖区卫生健康局主动联系公司采购口罩用于社会新冠肺炎疫情防控工作
河源中光电通讯技术有限公司	119.47	1.68%	河源中光电主营液晶显示屏制造以及熔喷布销售业务，注册资本25,000万元，注册地在广东省河源市，实际控制人为赖清华	2020年上半年公司向其采购熔喷布（口罩主要原材料之一）时，对方亦有口罩采购需求，作为其自身复工复产的防疫物资
合计	850.40	11.96%	/	/
前十大客户销售合计	1,360.14	19.13%	/	/
前二十大客户销售合计	1,875.50	26.38%	/	/
前三十大客户销售合计	2,190.83	30.82%	/	/

2020年度，公司直销渠道下口罩主要销售客户为政府单位、卫生组织、各类大、中型企业等，销售口罩数量从几千只到百万只不等，客户较为分散，主要系公司作为浙江省首批重点转产民用口罩及关键材料生产企业，上述信息一经公开，客户因防疫需求主动联系公司采购口罩产品用于复工复产。公司口罩产品直销模式下向前三十大大客户销售收入合计占口罩直销模式收入的比重为30.82%，客户集中度相对较低。

四、请保荐机构、申报会计师核查并发表明确意见

（一）核查程序

为核查上述事项，保荐机构和申报会计师主要履行了如下核查程序：

1、取得了发行人主营业务收入明细账，针对线上个人客户，检查网店销售出库明细、平台账户资金流水及其入账情况，获取报告期内线上平台收银流水及后台出库明细账；针对线下个人客户，检查其出库单、收款小票等销售收款凭证单据，并检查其入账情况，获取收银流水与出库记录相比对，并对出库记录进行分析复核。

2、取得了报告期内发行人历年前十大加盟商（17家）进销存报表（每半年度，除杭州蚕园丝绸有限公司及其关联方和浙江泰京投资管理有限公司外）、终端销售金额数据，并通过不定期存货监盘验证加盟商存货数据真实完整性，取得了报告期内发行人主要经/代销商进销存报表（每年度）、期末库存明细数据，现场走访了主要分销商，了解其具体经营情况。

3、现场走访了口罩产品主要客户，了解采购产品用途，对于分销客户进一步取得了向下游客户销售的报关单、提单、合同、银行回款、库存、下游客户说明等资料，对于拒绝配合现场走访的主要直销客户，通过履行邮件确认、查阅公示信息、回款确认等核查程序确认上述客户合作情况。

关于加盟商、经/代销商、口罩贸易商详细终端销售核查情况参见本问题之“五、补充说明对发行人分销产品终端销售实现情况的具体核查内容，包括方式、过程、比例、结果和结论性意见”。

4、查阅了同行业可比上市公司及服装行业部分上市公司的招股说明书，了解其分销经营模式及其分销商的库存等经营情况。

5、访谈了发行人常务副总经理，了解直销渠道经营策略及分销商经营情况，收集了发行人针对个人客户组织的营销活动相关文件。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、发行人直销模式下各销售渠道客户结构存在一定差异，其中线上平台和直营门店均为个人客户，而销售团队、展示营销中心同时存在单位客户和个人客户；销售团队和展示营销中心渠道均配备了专业的销售人员，销售团队渠道的销售人员侧重于主动开发大型单位客户，故单位客户销售占比较高，而展示营销中心的销售人员侧重于展示营销中心的日常运营并兼具开拓单位客户的职能，故拓

展个人客户较多。近年来随着品牌影响力不断提升，发行人将业务拓展重心逐步转向个人客户，个人客户对“万事利”品牌的认可度亦逐渐增强，使得报告期内个人客户的收入及占比不断提高。

展示营销中心渠道下单位客户数量较少，个别客户的采购需求波动导致单位客户的单客户平均收入波动相对较大，故展示营销中心渠道下单位客户 2020 年度单客户平均收入较上年有所下降。除此之外，发行人各销售渠道单位客户和个人客户的单客户平均收入基本稳定，不存在重大波动。随着品牌影响力提升，发行人积极开拓销售渠道获取个人客户，使得个人客户数量呈持续增长趋势。发行人各销售渠道间单位客户的单客户平均收入不存在重大差异，均为 3 万元左右。各销售渠道间个人客户的单客户平均收入因销售产品类别、客户拓展方式的不同而存在差异，销售团队-个人客户、展示营销中心-个人客户的单客户平均收入为 0.20 万元左右，直营门店-个人客户为 0.16 万元左右，线上平台-个人客户为 0.05 万元左右。

2、发行人加盟商为维系日常经营需对门店进行铺货，2018-2019 年发行人主要加盟商期末库存金额占当期销售的比重在 30%左右，2020 年受新冠肺炎疫情影响，期末库存金额占当期销售比重升高。与同行业可比上市公司相比，发行人主要加盟商期末库存占当期销售收入比重与朗姿股份、锦泓集团无重大差异，低于欣贺股份、爱慕股份，综合考虑经营规模、产品种类等因素，上述情形具备合理性。发行人主要经/代销商通过其销售人员或网络平台销售产品，通常无线下门店。代销商与发行人进行代销式结算，无公司产品库存，个别大型地区代理经销商和运营网络平台的经销商为维系日常运营备有少量库存，其余主要经销商在其销售渠道内根据下游客户的需求向发行人采购，系“以销定采”的业务模式，无发行人产品库存，故主要经/代销商期末库存占比远低于主要加盟商，亦低于同行业可比上市公司。发行人主要加盟商期末库存占比高于发行人主要经/代销商的情形具备合理性。

3、口罩产品分销商前五大客户占比 80.45%，直销前五大客户占比 11.96%，口罩产品直销客户集中度相对较低。前五大分销商客户（除未配合提供销售资料的 AMGPRO）均销往国外地区，发行人已在招股说明书补充披露了上述信息。

五、补充说明对发行人分销产品终端销售实现情况的具体核查内容，包括方

式、过程、比例、结果和结论性意见

保荐机构、申报会计师对发行人分销产品终端销售实现情况进行了详细核查，具体核查内容如下：

（一）加盟商

1、核查方式、过程、核查比例及结果

（1）报告期内，发行人各期前十大加盟商销售收入占加盟商渠道收入的比重分别为 87.84%、82.65%、83.86%，保荐机构、申报会计师取得了报告期内发行人历年前十大加盟商（17 家）每半年度进销存报表、终端销售金额数据，并通过不定期存货监盘（累计监盘 73 次，覆盖了各期前十大加盟商中的 16 家，仅杭州蚕园丝绸有限公司及其关联方因无法取得库存情况而未执行监盘程序）验证进销存报表的真实完整性，同时根据加盟商采购价格折扣和销售价格的折扣匡算终端销售金额的合理性。上述主要加盟商存货监盘统计如下：

序号	名称	2020 年 11-12 月	2020 年 5-6 月	2019 年 12 月	2019 年 7-8 月	2018 年 11-12 月	2017 年 12 月末
1	事帛丝绸及其关联方	1	1	1	1	2	2
2	深圳万事利	未监盘	未监盘	未监盘	未监盘	1	1
3	敖吉贸易	1	未监盘	1	未监盘	1	未监盘
4	杭州蚕园丝绸有限公司及其关联方	未监盘	未监盘	未监盘	未监盘	未监盘	未监盘
5	喜贺百货及其关联方	1	1	未监盘	未监盘	1	1
6	子隆贸易及其关联方	1	未监盘	2	1	1	未监盘
7	彩丝丝绸	1	1	1	1	未监盘	未监盘
8	蚕运源贸易及其关联方	5	3	3	2	2	未监盘
9	辽宁万事利	未监盘	未监盘	未监盘	未监盘	3	未监盘
10	苏州诚合	未监盘	未监盘	未监盘	未监盘	1	未监盘
11	浙江泰京投资管理有限公司	未监盘	未监盘	未监盘	未监盘	1	未监盘
12	锦生丝绸及其关联方	1	未监盘	1	2	未监盘	未监盘
13	杭州罗琦贸易有限公司及其关联方	1	1	1	未监盘	未监盘	未监盘
14	杭州西湖区启真服装店及其关联方	未监盘	1	2	未监盘	1	未监盘
15	茧泰贸易及其关联方	2	1	1	未监盘	1	未监盘
16	杭州杭丝源丝绸有限公司	1	未监盘	未监盘	未监盘	未监盘	未监盘

序号	名称	2020 年 11-12 月	2020 年 5-6 月	2019 年 12 月	2019 年 7-8 月	2018 年 11-12 月	2017 年 12 月末
17	卡娜丝实业	1	未监盘	未监盘	未监盘	未监盘	未监盘
18	其他加盟商	4	1	3	1	未监盘	未监盘
合计		20	10	16	8	15	4
加盟商库存监盘覆盖比例		75.98%	63.61%	78.40%	50.28%	72.21%	45.35%

注：每个加盟商拥有 1 个以上加盟门店，每监盘 1 个加盟门店计监盘 1 次，故每个加盟商同一时间段存在监盘次数超过 1 次的情形。

经保荐机构和申报会计师执行存货监盘程序，监盘情况与主要加盟商的账面库存数据不存在重大差异，主要加盟商期末库存数据真实、准确，执行监盘程序的加盟商期末库存金额可覆盖报告期各期末加盟商库存金额的 72.21%、78.40% 和 75.98%。

保荐机构和申报会计师根据加盟商进货和销售价格匡算其终端销售收入，验证其进销存报表、终端销售金额数据真实完整。

（2）保荐机构和申报会计师及被委托的第三方机构深圳市智信经纬信息咨询有限公司对加盟商门店进行随机驻点（累计驻点 540 次）统计获取日销售额，观测人流量及交易过程，复核销售票据等，并通过年化各主要加盟商的日平均销售额以判断终端销售真实性，同时为避免驻点日期选择引起的数据统计误差，保荐机构和申报会计师进一步取得了部分加盟商终端收银流水、销售小票等单据进行验证。加盟商门店驻点、收银流水、销售小票数据统计如下：

序号	名称	驻点次数统计			收银流水或销售小票收集情况[注 1]	终端销售真实性
		2021 年度	2020 年度	2019 年度		
1	事帛丝绸及其关联方	5	7	11	已取得该加盟商 2018 年 5 月至 2019 年 4 月主要银行账户流水，覆盖其同期终端销售收入约 70%，无异常	经复核驻点统计数据及终端销售资料，该加盟商终端销售真实
2	深圳万事利	0	0	0	根据终端销售记录随机访谈终端客户覆盖经销商报告期内终端销售收入约 20%；已取得该经销商 2018 年 1 月至 2020 年 12 月主要银行账户流水，覆盖其报告期内终端销售收入约 65%，无异常[注 2]	经复核终端销售明细和终端销售资料，该经销商终端销售真实
3	敖吉贸易	8	18	12	已取得该加盟商 2018 年 1 月至 2019 年 6 月主要银行账户及支付宝流水，覆盖其同期终端销售收入约 90%，无异常	经复核驻点统计数据及终端销售资料，该加盟商终端销售真实
4	杭州蚕园丝绸有限公司	0	0	2	[注 3]	经复核驻点统计数据及现场走访确认该加

序号	名称	驻点次数统计			收银流水或销售小票收集情况[注 1]	终端销售真实性
		2021 年度	2020 年度	2019 年度		
	及其关联方					盟商终端销售真实
5	喜贺百货及其关联方	6	18	12	已取得该加盟商 2018 年 1 月至 2020 年 12 月主要银行账户流水, 覆盖其报告期内终端销售收入约 55%, 无异常	经复核驻点统计数据 and 终端销售资料, 该加盟商终端销售真实
6	子隆贸易及其关联方	3	12	8	已取得该加盟商 2018 年 1 月至 2019 年 10 月的主要银行账户流水, 2020 年全年主要银行账户、支付宝、微信流水, 覆盖其报告期内终端销售收入约 55%, 无异常	经复核驻点统计数据 and 终端销售资料, 该加盟商终端销售真实
7	彩丝丝绸	3	9	7	已取得该加盟商 2018 年 1 月至 2020 年 12 月主要银行账户流水, 覆盖其报告期内终端销售收入约 60%, 无异常	经复核驻点统计数据, 该加盟商终端销售真实
8	蚕运源贸易及其关联方	17	38	20	已取得该加盟商 2018 年部分月份销售小票及收款单, 覆盖其 2018 年终端销售收入约 40%, 无异常	经复核驻点统计数据 and 终端销售资料, 该加盟商终端销售真实
9	辽宁万事利	9	14	10	已取得该加盟商 2018 年 1 月至 2019 年 12 月主要银行账户流水, 2019 年全年支付宝、微信流水, 覆盖其 2018-2019 年终端销售收入约 40%, 无异常	经复核驻点统计数据 and 终端销售资料, 该加盟商终端销售真实
10	苏州诚合	0	0	5	已取得该加盟商 2018-2019 年部分大额收款银行回单, 覆盖其 2018-2019 年终端销售收入约 50%, 无异常[注 4]	经复核驻点统计数据 and 终端销售资料, 该加盟商终端销售真实
11	浙江泰京投资管理有限公司	0	0	1	/[注 5]	经复核驻点统计数据及现场走访确认该加盟商终端销售真实
12	锦生丝绸及其关联方	3	9	6	/	经复核驻点统计数据, 该加盟商终端销售真实
13	杭州罗琦贸易有限公司及其关联方	8	18	9	已取得该加盟商 2018 年全年支付宝、微信流水, 主要银行账户个别月份流水, 覆盖其 2018 年终端销售收入约 65%, 无异常	经复核驻点统计数据 and 终端销售资料, 该加盟商终端销售真实
14	杭州西湖区启真服装店及其关联方	2	9	7	已现场走访查看主要银行账户流水, 无异常	经复核驻点统计数据 and 终端销售资料, 该加盟商终端销售真实
15	茧泰贸易及其关联方	6	11	7	已取得该加盟商 2019 年 1 月至 2020 年 12 月的微信流水、2020 年部分月份的支付宝流水, 覆盖其 2019-2020 年终端销售收入约 40%, 无异常	经复核驻点统计数据 and 终端销售资料, 该加盟商终端销售真实
16	杭州杭丝源丝绸有限公	3	3	0	已现场走访查看 2020 年 pos 机流水, 无异常	经复核驻点统计数据 and 终端销售资料, 该加

序号	名称	驻点次数统计			收银流水或销售小票收集情况[注 1]	终端销售真实性
		2021 年度	2020 年度	2019 年度		
	司					盟商终端销售真实
17	卡娜丝实业	3	0	0	已取得该加盟商 2020 年主要银行账户部分月份流水，覆盖其 2020 年终端销售收入约 50%，无异常	经复核驻点统计数据及终端销售资料，该加盟商终端销售真实
18	其他加盟商	27	97	57	/	/
合计		103	263	174	/	/

注 1：因加盟商下游客户信息和银行流水信息属于商业机密，各加盟商对保荐机构和申报会计师的核查程序配合程度不一致，故获取的终端销售资料亦有所差别；

注 2：深圳万事利与公司于 2019 年变更为经销合作，主要面向单位客户，保荐机构和申报会计师获取了其销售明细，对其下游客户随机进行电话访谈及获取银行账户流水验证销售真实性；

注 3：杭州蚕园丝绸有限公司及其关联方因其股东内部纠纷而终止加盟合作，无法取得终端销售资料，经走访确认其与万事利无纠纷，终止加盟合作后存货自行处理，与公司交易真实；

注 4：因门店经营不善苏州诚合与公司于 2019 年变更为经销合作，主要面向单位客户；

注 5：因门店经营不善该公司于 2019 年与公司终止了加盟合作关系，无法取得终端销售资料。

报告期内，保荐机构和申报会计师通过加盟商门店驻点、收集终端销售的收银流水和销售小票等主要方式进行终端销售核查覆盖发行人加盟商渠道收入比重列示如下：

单位：万元

核查方式	项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
加盟商门店驻点 [注 1]	核查覆盖收入	4,451.48	6,227.81	/
	占加盟商渠道收入的比例	96.43%	96.96%	/
收银流水[注 2]	核查覆盖收入	2,981.11	4,023.26	4,027.97
	占加盟商渠道收入的比例	64.58%	62.64%	72.65%
销售小票等其他 资料[注 2]	核查覆盖收入	/	/	569.97
	占加盟商渠道收入的比例	/	/	10.28%

注 1：2018 年未开始加盟商门店驻点核查，2019-2020 年根据驻点的加盟商范围统计核查覆盖收入；

注 2：保荐机构和申报会计师通过收银流水或销售小票核查可确认的各加盟商终端销售金额不低于该加盟商对外实现销售金额的 40%。2019-2020 年，保荐机构和申报会计师在门店驻点时已核查驻点当天销售小票情况，故不再单独要求加盟商提供该资料。

2019-2020 年，加盟商门店驻点核查程序覆盖加盟商渠道收入比例分别为 96.96%、96.43%，2018-2020 年，获取终端销售收银流水核查程序覆盖加盟商渠道收入比例分别为 72.65%、62.64%、64.58%，2018 年，获取销售小票等其他终端销售资料核查程序覆盖加盟商渠道收入比例为 10.28%。通过获取加盟商终端销售资料及统计驻点数据，加盟商终端销售不存在异常，具备真实性。

(3)编制了报告期各期前十大加盟商的坪效分析表,结合加盟商门店区位、客户群体对加盟商各期坪效和坪存货金额及波动趋势进行合理性分析,同时获取加盟商门店人员工资、租金、水电费等费用计算加盟商各期的营业利润,分析加盟商持续经营的商业合理性。

通过编制坪效分析表及经营效益统计表进行分析,发行人主要加盟商各期坪效和坪存货金额及波动趋势具有合理性,2018-2019年,发行人各期加盟商亏损数量为1家,主要系因开店第1年客户积累较少导致亏损,2020年受新冠肺炎疫情影响10家加盟商发生亏损,主要加盟商不存在持续亏损仍与发行人合作的异常情况。

(4)现场走访加盟商合计46家,覆盖报告期各期加盟商渠道收入的比例分别为99.01%、95.04%、98.23%,了解各加盟商日常经营情况,并确认加盟商除正常商业往来外,与发行人不存在其他特殊利益安排或补充协议。

经现场走访加盟商门店,加盟商实际控制人均拥有多年的相同或相关行业从业经验,现场走访环节均不存在异常情况。

(5)对加盟商执行函证程序,经函证确认的加盟商收入可覆盖报告期各期加盟商渠道收入的比例分别为99.41%、99.41%、97.85%。

(6)取得了发行人控股股东及实际控制人所有银行账户流水、控股股东及实际控制人控制的企业主要银行账户流水及非主要账户的银行日记账、发行人董事、监事、高级管理人员个人卡流水进行核查。

经核查发行人主要关联方银行账户流水,上述银行流水不存在与主要加盟商及其股东的大额异常资金往来情况。

2、核查结论性意见

经核查,保荐机构和申报会计师认为发行人主要加盟商各期期末库存金额及库存金额占发行人当期向其销售收入的比重合理,发行人主要加盟商终端销售实现情况良好。

(二) 经/代销商

1、核查方式、过程、核查比例及结果

(1) 报告期内, 发行人各期前十大经/代销商销售收入占经/代销商渠道收入的比重分别为 64.77%、55.08%、59.78%, 保荐机构和申报会计师取得了报告期内发行人前十大经/代销商年度进销存报表、期末库存明细、主要终端客户信息。针对面向单位客户的主要经/代销商获取了主要客户清单、销售合同、发货终端记录等资料; 针对大型地区代理型经销商获取了终端销售台账、大客户销售合同等资料, 并对其存货执行监盘程序, 随机抽取部分终端客户进行售后访问; 针对运营网络平台的经/代销商现场查看后台销售记录, 对终端销售数据进行合理性分析, 随机抽取部分客户进行售后访问, 获取网络平台终端客户与发行人关联人员姓名的匹配结果; 通过执行上述程序对主要经/代销商终端销售真实性逐个进行分析与验证。报告期各期前十大经/代销商提供的下游销售资料如下:

序号	客户名称	下游销售资料[注 1]	终端销售真实性
1	深圳万事利	该经销商主要面向单位客户, 前十大客户销售占比约 35%, 取得了终端销售记录; 随机抽取部分终端客户访谈, 覆盖经销商报告期内终端销售收入约 20%; 已取得该经销商 2018 年 1 月至 2020 年 12 月主要银行账户流水, 覆盖其报告期内终端销售收入约 65%; 分别于 2017 年末和 2018 年末对该经销商执行存货监盘程序	经复核终端销售记录、访谈终端客户、分析银行账户流水, 经销商终端销售真实
2	麦考林	该经/代销商拥有网络商城, 主要面向会员制个人客户, 经现场走访查看麦考林销售系统; 取得了 2018-2020 年系统订单记录, 分析终端销售区域及主要客户情况; 取得了各期麦考林前 20 大客户与发行人关联人员名单的匹配结果, 不存在发行人关联人员大额购买产品的情形	经复核终端销售记录及各期前 20 大客户关联关系, 经/代销商终端销售真实
3	德盛兴家居	该经销商主要结合自身销售渠道面向单位客户, 已取得其向终端客户的发货单, 覆盖该经销商采购发行人产品数量约 80%, 现场走访发货单送货地址	经复核终端销售发货单及现场走访终端收货地址, 该经销商终端销售真实
4	惠买在线	该代销商主要经营电视购物频道面向个人客户, 已现场走访查看惠买在线销售系统; 取得了 2017-2018 年《电视购物节目排期表及销售数据》, 网络搜索发行人产品销售页面, 分析终端销售区域及主要客户; 将惠买在线客户与发行人关联人员名单进行匹配, 不存在发行人关联人员大额购买产品的情形	经复核终端销售记录及客户关联关系, 该代销商终端销售真实

序号	客户名称	下游销售资料[注 1]	终端销售真实性
5	联合航空	该代销商主要在其航班上面向乘客销售产品，已现场走访查看代销商内部流程文件；取得代销清单[注 2]	经复核客户内部流程文件及代销清单，该代销商终端销售真实
6	中和世纪	该经销商主要通过网络平台面向个人客户，已取得了网络平台终端销售记录，覆盖经销商采购发行人产品数量约 90%，分析终端发货区域及主要客户，将中和世纪客户与发行人关联人员名单进行匹配，不存在发行人关联人员大额购买产品的情形	经复核终端销售记录及客户关联关系，该经销商终端销售真实
7	福粒科技	该经销商主要结合自身销售渠道面向单位客户，取得了福粒科技与其终端客户的销售合同及发货终端记录，覆盖经销商采购发行人产品数量约 95%，网络检索发货终端地址确认终端客户信息	经复核终端销售合同及发货单地址，该经销商终端销售真实
8	宜和股份	该代销商主要经营电视购物频道面向个人客户，已现场走访查看宜和股份销售系统；针对 2018 年终端销售记录分析主要客户（其 2019 年度和 2020 年度与发行人合作已减少），并由宜和购物导购员对交易频次较高的客户拨打回访电话，当场选择的 10 个样本中 4 个愿意接受电话回访并确认真实购买	经复核终端销售记录及电话回访，该代销商终端销售真实
9	杭州世瀚百年网络科技有限公司	该经销商拥有网上商城，取得了 2018 年世瀚百年网上商城前五大客户清单，覆盖经销商终端销售收入约 20%；网络检索世瀚百年网上商城发行人产品信息	经复核主要客户清单及网络检索，该经销商终端销售真实
10	北京微妮时代商贸有限公司	该经销商主要通过微信公众号软文推广面向个人客户，取得了部分微信公众号终端销售记录，分析发货区域及主要客户，覆盖经销商采购发行人产品数量约 15%；在经销商提供的微信公众号上检索发行人产品信息	经复核终端销售记录及网络检索，该经销商终端销售真实
11	台州礼遇生活用品有限公司	该经销商主要结合自身销售渠道面向单位客户，现场走访查看部分终端销售合同；取得了各期前五大客户清单，覆盖经销商终端销售收入约 60%	经复核主要客户清单及终端销售合同，该经销商终端销售真实
12	祁牧商贸	该经销商主要在京东平台面向单位客户销售产品，现场走访查看祁牧商贸京东平台的后台系统；取得了由发行人直发经销商终端客户地址的发货单记录，覆盖经销商采购发行人产品数量约 50%，分析发货终端地址信息，不存在发货终端地址大量与发行人及其关联方办公地址相近的情形	经复核发货终端记录，该经销商终端销售真实

序号	客户名称	下游销售资料[注 1]	终端销售真实性
13	上海沁强商贸有限公司	该经销商主要结合自身销售渠道面向单位客户,取得了由发行人直发经销商终端客户地址的发货单记录,覆盖经销商采购发行人产品数量 20%,分析发货终端地址信息,不存在发货终端地址大量与发行人及其关联方办公地址相近的情形	经复核发货终端记录,该经销商终端销售真实
14	北京万事利	该经销商主要面向单位客户,取得了经销商提供的部分客户清单及销售合同,覆盖经销商终端销售收入约 50%;于 2019 年末对该经销商执行存货监盘程序	经复核主要客户清单及终端销售合同,该经销商终端销售真实
15	瑞雅文化	该经销商主要结合自身销售渠道面向单位客户,现场走访查看部分终端销售合同;取得了各期前五大客户清单,覆盖经销商终端销售收入约 80%	经复核主要客户清单及终端销售合同,该经销商终端销售真实
16	苏州诚合	[注 3]	[注 3]
17	京东世纪	发行人通过京东慧采平台向大型企业事业单位销售产品,取得了全部终端销售记录,分析发货地址及主要客户	经复核终端销售记录及发货地址,该经销商终端销售真实
18	威海顺众贸易有限公司	该经销商主要结合自身销售渠道面向单位客户,现场走访查看部分终端销售合同;取得了各期前五大客户清单,覆盖经销商终端销售收入约 90%	经复核主要客户清单及终端销售合同,该经销商终端销售真实
19	寰唐(杭州)国际贸易有限公司	该代销商拥有网络商城,主要面向会员制个人客户,取得了代销商提供的对账单及全部终端销售记录,分析主要客户;在代销商销售 APP 上检索发行人产品信息	经复核终端销售记录及网络检索,该代销商终端销售真实
20	杭州盛材贸易有限公司	该经销商主要结合自身销售渠道面向单位客户,现场走访查看部分终端销售合同;取得了各期前五大客户清单,覆盖经销商终端销售收入约 70%	经复核主要客户清单及终端销售合同,该经销商终端销售真实

注 1: 因下游客户信息涉及商业秘密,各经/代销商对保荐机构和申报会计师的核查程序配合程度不一致,故获取的终端销售资料亦有所差别;

注 2: 联合航空系上市公司东方航空子公司,通过空乘人员在航班上销售发行人产品,无法提供终端销售资料;

注 3: 参见加盟商终端销售实现核查情况。

因经/代销商认为其终端销售客户属于商业秘密,保荐机构和申报会计师根据其配合程度,通过收集终端销售银行流水、现场查看或获取终端销售记录进行客户分析、获取终端发货单核查收货地址、获取前五大客户清单并查看合同等方式进行终端销售核查,报告期内,保荐机构和申报会计师各核查方式覆盖发行人经/代销商渠道收入比重列示如下:

单位: 万元

核查方式	项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
银行流水	核查覆盖收入	309.69	796.77	/
	占经/代销商渠道收入的比例	8.91%	14.88%	/
现场查看或获取销售记录进行客户分析	核查覆盖收入	1,318.04	1,871.36	2,924.67
	占经/代销商渠道收入的比例	37.94%	34.95%	51.60%
获取终端发货单 核查收货地址	核查覆盖收入	708.67	453.02	1,333.53
	占经/代销商渠道收入的比例	20.40%	8.46%	23.53%
获取前五大客户清单并查看合同	核查覆盖收入	1,595.10	1,699.96	1,307.09
	占经/代销商渠道收入的比例	45.91%	31.75%	23.06%
合计核查比例[注 1]		56.39%	52.28%	57.50%

注 1：因针对单一经/代销商的核查方式不只一种，合计核查比例为通过上述手段核查的经/代销商销售收入占公司全部经/代销渠道销售收入的比重；

注 2：已获取终端销售资料的金额覆盖该经/代销商当年终端销售收入比重通常不低于 50%，个别经/代销部分年份配合穿透核查比例未达 50%，其对应的销售收入未计算在上表核查比例中。

2019-2020 年，获取终端销售银行流水核查程序覆盖经/代销商渠道收入比例分别为 14.88%、8.91%，2018-2020 年，现场查看或获取终端销售记录进行客户分析核查程序覆盖经/代销商渠道收入比例分别为 51.60%、34.95%、37.94%，获取终端发货单核查收货地址核查程序覆盖经/代销商渠道收入比例分别为 23.53%、8.46%、20.40%，获取前五大客户清单并查看合同核查程序覆盖经/代销商渠道收入比例分别为 23.06%、31.75%、45.91%，上述核查程序合计覆盖各期经/代销商渠道收入比例分别为 57.50%、52.28%、56.39%。根据主要经/代销商的运营模式，相应获取终端销售资料（销售合同、回款信息、下游客户名单等），逐一进行分析与验证，发行人主要经/代销商终端销售具备真实性。

（2）现场走访经/代销商合计 72 家，覆盖报告期各期经/代销商渠道收入的比例分别为 84.77%、82.18%、67.04%，了解其经营模式及终端客户情况，并确认经/代销商除正常商业往来外，与发行人不存在其他特殊利益安排或补充协议。

经现场走访经/代销商，其实际控制人均拥有多年的相同或相关行业从业经验，运营模式具有商业合理性，现场走访不存在异常情况。

（3）对经/代销商执行函证程序，经函证确认的经/代销商收入可覆盖报告期各期经/代销商渠道收入的比例分别为 75.34%、64.96%、75.06%。

(4) 取得了发行人控股股东及实际控制人所有银行账户流水、控股股东及实际控制人控制的企业主要银行账户流水及非主要账户的银行日记账、发行人董事、监事、高级管理人员个人卡流水进行核查。

经核查发行人主要关联方银行账户流水，上述银行流水不存在与主要经/代销商及其股东的大额异常资金往来情况。

2、核查结论性意见

经核查，保荐机构和申报会计师认为发行人主要经/代销商各期期末库存金额及库存金额占发行人当期向其销售收入的比重合理，发行人主要经/代销商终端销售实现情况良好。

(三) 贸易商

1、核查方式、过程、核查比例及结果

(1) 2020 年发行人前十大贸易商（除去三家未提供销售资料的客户）销售收入占贸易商渠道收入的比重为 80.22%，保荐机构和申报会计师取得了 2020 年发行人前十大口罩贸易商（除去三家未提供销售资料的客户）向下游销售的出口报关单、提单、合同、银行回单等资料，同时取得了上述贸易商出具的采购发行人口罩产品经营情况的确认函；针对本真商贸出口法国口罩事项，另外收集了现场交货照片、当地电视台对万事利品牌口罩的节目报道以及客户出具感谢信。前十大口罩贸易商（除去三家未提供销售资料的客户）提供下游销售资料如下：

客户名称	销售金额 (万元)	下游销售资料	终端销售真实性
本真商贸	5,972.62	取得了其向下游客户（Le Conseil Regional Paris ile France、Manutan International）销售的报关单、形式发票、国际结算电子回单、终端客户感谢信、法国电视台报导视频，报关单数量覆盖贸易商采购发行人产品数量约 100%	经复核终端销售资料，该贸易商终端销售真实
妇帮医疗	724.78	取得了其与下游客户（威海太山）的销售合同，销售合同数量覆盖贸易商采购发行人产品数量约 100%	经复核终端销售资料，该贸易商终端销售真实
WING SEE	530.78	取得了其向下游客户（G.FOX (PTY) LTD）销售的合同、报关单、提单，报关单数量覆盖	经复核终端销售资料，该贸易商终端销售真实

客户名称	销售金额 (万元)	下游销售资料	终端销售真实性
		贸易商采购发行人产品数量约 100%	
高斯博医疗	444.67	取得了其向下游客户（YZL MEDICAL SUPPLIES INTERNATIONAL LIMITED）销售的合同，销售合同数量覆盖贸易商采购发行人产品数量约 14%，占高斯博医疗已销售发行人产品数量约 100%	高斯博医疗因下游客户出口美国受到限制，导致期末库存较高，已确认期末库存由其自行消化，与发行人无关，双方交易真实
辽宁正成实业有限公司	330.97	取得了其与下游客户（吉安市乔贺实业有限公司、吉安市金沃德自动化科技有限公司）销售合同、下游客户回款的银行回单，销售合同数量覆盖贸易商采购发行人产品数量约 90%	经复核终端销售资料，该贸易商终端销售真实
杭州赛盟进出口有限公司	196.73	取得了其向下游客户（MAL HOLDING CO.,LIMITED）销售的报关单、下游客户回款的银行回单，报关单数量覆盖贸易商采购发行人产品数量约 100%	经复核终端销售资料，该贸易商终端销售真实
PRO-POWER INDUSTRIAL LIMITED	155.52	取得了其向下游客户（INNOTECH DIGITAL&DISPLAY LTD）销售的合同、报关单、提单，报关单数量覆盖贸易商采购发行人产品数量约 100%	经复核终端销售资料，该贸易商终端销售真实
合计	8,356.06	/	/
口罩产品分销收入	10,416.09	/	/
占比	80.22%	/	/

报告期内，保荐机构和申报会计师通过收集终端销售合同、报关单、银行回单等方式进行终端销售核查覆盖发行人口罩贸易商渠道收入比重列示如下：

单位：万元

核查方式	项目	2020 年度
销售合同或报关单	核查覆盖收入	8,604.28
	占贸易商渠道收入的比例	82.61%
银行回单	核查覆盖收入	6,613.10
	占贸易商渠道收入的比例	63.49%

注：已获取终端销售资料的金额覆盖该贸易商当年口罩终端销售收入比重通常不低于 50%。保荐机构和申报会计师针对口罩贸易商进行终端穿透的核查范围超过 10 家，包括口

單产品前十大之外客户。

2020 年，获取终端销售合同或报关单核查程序覆盖口罩贸易商渠道收入比例为 82.61%，获取终端销售银行回单核查程序覆盖口罩贸易商渠道收入比例为 63.49%。根据获取的终端销售资料，主要贸易商采购发行人口罩产品向下游销售证据链完整，发行人主要贸易商终端销售具备真实性。

(2) 现场走访口罩贸易商合计 10 家（含前十大贸易商 7 家），覆盖 2020 年口罩贸易商渠道收入的比例为 83.60%，了解其经营模式及终端客户情况，并确认贸易商除正常商业往来外，与发行人不存在其他特殊利益安排或补充协议。

经现场走访确认，除辽宁正成实业有限公司向国内单位客户销售外，其他贸易商均多年从事进出口业务，万事利数码系浙江省首批重点转产民用口罩及关键材料生产企业之一，2020 年新冠肺炎疫情期间贸易商通过向发行人采购口罩出口至防疫物资紧缺的地区，具有商业合理性，现场走访环节不存在异常情况。

(3) 三家未提供销售资料的客户分别为 AMGPRO、浙江美遇健康科技有限公司、云南昊邦医药销售有限公司，发行人向上述三家客户收入合计为 1,074.10 万元，占口罩贸易商收入的比例为 10.31%，占比相对较低，上述三家客户均为 2020 年上半年疫情期间主动联系发行人订购口罩，后续不愿配合进行访谈或提供下游客户资料。

保荐机构和申报会计师对上述三家客户执行替代测试，针对 AMGPRO 获取了发行人向其销售的报关单、提单、销售合同、银行回单等资料，针对浙江美遇健康科技有限公司、云南昊邦医药销售有限公司获取了发行人向其销售的销售合同、发行人发货记录、对方收货的签收单、银行回单等资料，确认发行人向上述三家客户销售真实，货款已结清。

(4) 对贸易商执行函证程序，经函证确认的口罩贸易商收入可覆盖 2020 年口罩贸易商模式收入比重的 82.14%。

(5) 取得了发行人控股股东及实际控制人所有银行账户流水、控股股东及实际控制人控制的企业主要银行账户流水及非主要账户的银行日记账、发行人董事、监事、高级管理人员个人卡流水进行核查。

经核查发行人主要关联方银行账户流水，上述银行流水不存在与主要贸易商

及其股东的大额异常资金往来情况。

2、核查结论性意见

经核查，保荐机构和申报会计师认为发行人主要贸易商期末库存金额合理，除高斯博医疗因下游客户出口美国受到限制导致期末库存较高以外（已确认期末库存由其自行消化），其他主要贸易商终端销售实现情况良好。

问题 2

关于外协加工。招股说明书披露，发行人生产模式以外协生产为主，报告期各期外协生产完工入库成本占比分别为 87.86%、79.32%、78.60%。发行人主要外协供应商变动较大，丝绸文化创意品、丝绸纺织制品的前 5 大外协供应商分别涉及 9 家、11 家供应商，且互不重合。报告期内发生上海诚心医疗器械、好状态供应链等供应商未履行合同约定义务且拒不退还预付货款事项。国家企业信用信息公示系统及中国裁判文书网等信息显示，报告期内部分外协厂商存在因产品质量不合格、广告违法等行为被行政处罚的情形，部分外协厂商因买卖合同、加工合同等纠纷事项陷入司法诉讼。

请发行人：（1）补充披露发行人生产模式以外协生产为主、自主加工占比较低的原因、是否符合行业特征，各类别产品主要外协供应商互不重合且变动较大的原因、与同行业可比公司是否存在较大差异；如公司外协生产占比远高于同行业可比公司，请补充完善相关风险提示。（2）补充披露对供应商选择及管理相关制度的建立与执行情况、对供应商产品质量管控及合作纠纷解决的风控措施；补充说明报告期内是否出现供应商产品质量不合格情况，报告期内除上海诚心医疗器械、好状态供应链以外，是否还与其他供应商发生纠纷事项及解决情况。

请保荐机构、申报会计师核查并发表明确意见。

【回复】

一、补充披露发行人生产模式以外协生产为主、自主加工占比较低的原因、是否符合行业特征，各类别产品主要外协供应商互不重合且变动较大的原因、与同行业可比公司是否存在较大差异；如公司外协生产占比远高于同行业可比公司，

请补充完善相关风险提示

（一）发行人生产模式以外协生产为主、自主加工占比较低主要系有助于增强核心竞争力，丰富产品线，扩充核心工艺产能以及提高资产运营效率，上述情形符合行业特征

1、发行人生产模式以外协生产为主、自主加工占比较低的情形符合行业特征的情况说明

发行人已在招股说明书第六节之“一、（二）3、生产模式”中补充披露如下：

“……

报告期内，公司不同生产模式下完工入库成本情况如下：

单位：万元

项 目	生产模式	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		完工入库成本	占比	完工入库成本	占比	完工入库成本	占比
丝 绸 文 化 创意品（自 有 终 端 品 牌）	自主加工①	3,240.72	7.02%	3,114.48	6.73%	691.79	1.43%
	委托加工⑫	278.98	0.60%	-	-	-	-
	外包②	14,811.66	32.06%	17,976.30	38.84%	18,828.55	38.98%
丝 绸 纺 织 制品（非自 有 终 端 品 牌）	自主加工③+⑪	5,415.29	11.72%	6,453.17	13.94%	5,169.22	10.70%
	委托加工④+⑥+ ⑦+⑨	8,503.93	18.41%	15,164.17	32.76%	19,199.24	39.75%
	外包⑤+⑧+⑩	2,673.51	5.79%	3,574.68	7.72%	4,408.28	9.13%
口 罩	自主加工⑬	1,230.71	2.66%	/	/	/	/
	委托加工⑭	4,759.85	10.30%	/	/	/	/
	外包⑮	5,280.09	11.43%	/	/	/	/
自主加工模式合计 ①+③+⑪+⑬		9,886.72	21.40%	9,567.64	20.67%	5,861.00	12.14%
委托加工模式合计 ④+⑥+⑦+⑨+⑫+⑭		13,542.76	29.32%	15,164.17	32.76%	19,199.24	39.75%
外包模式合计 ②+⑤+⑧+⑩++⑮		22,765.26	49.28%	21,550.98	46.56%	23,236.83	48.11%
合 计		46,194.74	100.00%	46,282.79	100.00%	48,297.07	100.00%

注：丝绸文化创意品部分丝巾以及丝绸纺织制品部分贴牌服装均采取了自主完成数码印花加工，委托外部供应商完成丝巾卷边/成衣制作环节的方式。根据不同环节加工复杂程度与产值占比，将委托加工环节较为简单的丝巾归入自主加工模式统计，将委托加工环节较为复杂的贴牌服装归入委托加工模式统计。

报告期内，公司自主加工比例分别为 12.14%、20.67%和 21.40%，2019 年度，随着公司逐步向能够发挥数码印花核心工艺优势的产品倾斜，数码印花加工业务客户数量增加，丝绸文化创意品和丝绸纺织制品自主加工比例均呈逐年提升趋势，

带动公司总体加工比例呈上升趋势。2020 年度，由于疫情爆发初期公司自有产能相对较小，口罩产品自主加工比例相对较低，总体自主加工比例仍呈上升趋势。

报告期内，公司外协生产（委托加工和外包模式）比例分别为 87.86%、79.33% 和 78.60%，外协生产占比较高，主要原因如下：

①有助于增强核心竞争力

公司针对丝绸文化创意品（自有终端品牌）专注于设计研发、品牌推广、终端销售等产业链上附加值较高的环节，针对丝绸纺织制品（非自有终端品牌）专注于技术密集型的数码印花生产环节，而将技术含量相对较低、行业竞争充分、可替代性较强的工艺和环节委托供应商完成，有助于高效整合公司资源，更好地适应市场需求变化，提升公司品牌形象、创意设计、数码印花工艺等核心竞争力。

②有助于丰富产品线，扩充核心工艺产能

服装、围巾、丝巾等细分产品种类繁多，不同细分产品的工艺存在一定的差异，公司通过开发不同类型的外协供应商，能够丰富公司的产品线，提升对市场的快速响应能力。同时通过将加工难度相对较低的工序交由外协供应商完成，公司能够集中资源有效扩充数码印花核心工艺的产能，满足长远发展需要。

③有助于提高资产运营效率

丝绸产业链上游行业供给充足，利润率较低，《2019 年中国茧丝绸行业发展报告》数据显示，全国规模以上丝绸工业企业接近 700 家。公司作为知名品牌企业，对于上游外协供应商拥有较大的选择空间，通过外协生产模式可以降低资本投入，尤其是生产领域大量的固定资产和劳动力投入，提高资产运营效率。

公司与同行业可比上市公司的生产模式及外协生产占比情况比较如下：

产品大类	同行业可比上市公司名称	主营业务及生产模式	外协生产占比情况
丝绸文化创意品（自有终端品牌）	安正时尚	经营自有终端品牌，主要产品为品牌女装、男装，采用自主生产、委托加工及成衣采购相结合的生产模式	2013-2016 年 6 月，委托加工数量占比分别为 27.66%、38.67%、36.55%、28.23%，成衣采购（外包）数量占比分别为 18.59%、14.91%、17.08%、20.61%，合计外协生产占比分别为 46.25%、53.58%、53.63%、

产品大类	同行业可比上市公司名称	主营业务及生产模式	外协生产占比情况
			48.84%
	太平鸟	经营自有终端品牌，主要产品为品牌女装、男装、童装，采用“外包加工为主、自主生产为辅”的生产模式	2013-2016年6月，外包加工数量占比分别为96.34%、95.27%、95.04%、93.66%
	朗姿股份	经营自有终端品牌，主要产品为高端女装，主要采用自制生产、委托加工和定制生产相结合的生产模式，同时进行少量成衣采购	2008-2011年6月，委托加工入库金额占比分别为42.28%、42.60%、45.63%、49.57%，定制生产和成衣采购（外包）入库金额占比分别为41.00%、43.02%、43.61%、41.20%，合计外协生产占比分别为83.28%、85.63%、89.25%、90.77%
	日播时尚	经营自有终端品牌，主要产品为中高端女装，采用“外协生产为主、自制生产为辅”的生产模式	2014-2016年，委托加工成本占比分别为23.33%、27.49%、22.21%，定制生产（外包）成本占比分别为65.17%、55.44%、62.36%，合计外协生产占比分别为88.50%、82.93%、84.57%
	锦泓集团	经营自有终端品牌，主要产品为高端女装，采用自制生产、委托加工及定制生产相结合的生产模式	2011-2014年6月，委托加工数量占比分别为46.63%、62.63%、63.33%、63.08%，定制生产（外包）数量占比分别为23.22%、13.91%、5.85%、7.21%，合计外协生产占比分别为69.85%、76.54%、69.18%、70.29%
	地素时尚	经营自有终端品牌，主要产品为中高端女装，主要产品的生产全部采用外协生产模式进行	2015-2017年，委托加工入库金额占比分别为34.19%、34.46%、31.99%，完全委托加工（外包）入库金额占比分别为65.81%、65.54%、68.01%，各期合计外协生产占比均为100.00%
	歌力思	经营自有终端品牌，主要产品为高端女装，采用自制生产、定制生产及委托加工相结合的生产模式	2011-2014年9月，委托加工入库金额占比分别为9.34%、11.60%、6.24%、15.90%，定制成衣（外包）入库金额占比分别为52.06%、45.10%、41.31%、31.61%，合计外协生产占比分别为61.40%、56.70%、47.55%、47.51%
	欣贺股份	经营自有终端品牌，主要产品为高端品牌女装，采用自制生产、外协生产相结合的生产模式	2017-2020年6月，委托加工金额占比分别为5.39%、9.12%、10.44%、11.90%，外购产成品和半成品（外包）金额占比分别为28.12%、30.37%、35.53%、6.86%，合计外协生产占比分别为33.51%、39.49%、45.97%、18.76%
	爱慕股份	经营自有终端品牌，主要产品为品牌贴身服饰，采用自制生产、成品定制和委托加工相结合的生产模式	2018-2020年，委托加工成本占比分别为19.02%、17.94%、11.68%，成品定制（外包）金额占比分别为26.81%、30.46%、29.25%，合计外协生产占比分别为45.83%、48.40%、40.93%
	公司	经营自有终端品牌，主要	2018-2020年，丝绸文化创意品委托加工

产品大类	同行业可比上市公司名称	主营业务及生产模式	外协生产占比情况
		产品为以“万事利”自有品牌为核心的丝绸文化创意品，采用自主加工和外协生产相结合的生产模式	入库成本占比分别为 0.00%、0.00%、1.52%，外包入库成本占比分别为 96.46%、85.23%、80.80%，合计外协生产占比分别为 96.46%、85.23%、82.32%
丝绸纺织制品（非自有终端品牌）	嘉欣丝绸[注 1]	经营自有终端品牌并进行贴牌服装生产，主要产品为蚕茧、丝、绸、服装、服饰五金、印染加工，采用自产和外协生产相结合的生产模式	2007-2009 年，销售的产品中外协生产模式对应收入的占比分别为 61.95%、61.31%、59.29%（根据嘉欣丝绸招股说明书，其当时以经营贴牌业务为主，自有终端品牌业务占比较低，上述外协生产模式主要针对其贴牌业务）
	达利国际	未披露	
	公司	经营以技术加工为核心向知名女装品牌提供的丝绸纺织制品，主要产品为丝绸面料、贴牌服装、数码印花加工服务，采用自主加工和外协生产相结合的生产模式	2018-2020 年，丝绸纺织制品委托加工入库成本占比分别为 66.72%、60.19%、51.25%，外包入库成本占比分别为 15.32%、14.19%、16.11%，合计外协生产占比分别为 82.04%、74.38%、67.36%
口罩	鲁泰 A	未披露	
	三夫户外	未披露	
	龙头股份	未披露	
	搜于特	未披露	
	酷特智能[注 2]	经营自有终端品牌并进行贴牌服装生产，主要产品为个性化定制服装，针对口罩采用自产和外协生产相结合的生产模式	2020 年，口罩总产量 38,869.95 万只，其中自有产量 32,550.43 万只，外协生产数量占比 16.26%
	ST 柏龙[注 2]	经营服装设计业务，并根据客户需求提供配套组织生产服务，主要产品为服装一站式设计服务及组织生产服务，针对防护用品采用自产和外协生产相结合的生产模式	2020 年，防护用品外协成本占防护用品总成本的比重为 66.50%
	公司	2020 年因新冠肺炎疫情增加了口罩产品，采用自主加工和外协生产相结合的生产模式	2020 年，口罩委托加工入库成本占比为 42.23%，外包入库成本占比为 46.85%，合计外协生产占比为 89.08%

注 1：嘉欣丝绸在招股说明书已说明其当时自有终端品牌业务占比较低，其在招股说明书中未区分贴牌业务和品牌业务的外协比例，上表数据为嘉欣丝绸全部业务的外协比例；

注 2：酷特智能、ST 柏龙数据来源于年报，其他同行业可比上市公司年报中未披露相关信息，数据来源为同行业可比上市公司招股说明书。

丝绸文化创意品同行业可比上市公司主要采用自主生产和外协生产相结合的生产模式，与公司采用的生产模式相似。不同企业的生产工艺、专业设备以及产品需求存在差异，故外协生产的比例亦有差距，公司外协生产比例高于安正时尚、锦泓集团、歌力思、欣贺股份、爱慕股份，低于太平鸟、地素时尚，与朗姿股份、日播时尚相近，外协生产比例未远高于同行业可比上市公司。分委托加工和外包生产模式来看，公司委托加工生产比例较低，外包生产比例相对较高，同行业可比上市公司如太平鸟外包生产比例亦超过 90%。公司丝绸文化创意品外包生产比例较高原因为：首先，公司丝绸文化创意品自业务开展以来就更加注重研发设计和品牌推广，集中精力设计新品，探索传统文化在丝绸领域的呈现形式，并主要通过外包模式组织生产，公司历年新品上市数量超过 200 款，长期以来的战略方向导致了公司外包生产比例高于部分可比上市公司。其次，公司产品类别相较女装品牌企业更为丰富，包括丝巾、品牌服装、瓷器和月饼及粽子等结合公司产品组装成的组合套装、丝绸工艺品、家纺、日化用品等，而欣贺股份、爱慕股份等外包生产比例相对较低的女装品牌企业产品以女装为主。公司产品类别较多，对应的原材料范围亦较广，采用外包生产模式由供应商直接供应符合公司设计、质量等方面要求的产品，公司只需对产成品或半成品按内部标准验收，而采用委托加工生产模式需在多类原材料质量把控和跟单方面加大投入，不具备经济合理性，故公司丝绸文化创意品外包生产比例较高。而女装品牌企业的单一女装产品原材料范围相对集中，其通过统一采购原材料委托供应商生产的模式，虽然增加了原材料质量把控和跟单方面的投入，但可降低原材料的成本，实现规模经济效益，故同行业可比上市公司在同样外协生产比例较高的情况下采用委托加工生产比例较高。整体而言，公司生产模式与外协生产比例符合行业特征。

丝绸纺织制品同行业可比上市公司主要采用自主生产和外协生产相结合的生产模式，与公司采用的生产模式相似。嘉欣丝绸的外协生产比例相较公司更低，主要原因系公司仅从事数码印花工序，服装产品所需较多人工的成衣制作工序需要通过委托加工完成。随着公司逐步向能够发挥数码印花核心工艺优势的产品倾斜，外协生产比例逐年下降，公司生产模式符合行业特征。

口罩同行业可比上市公司亦采用自主生产和外协生产相结合的生产模式，

其外协生产占比显著小于公司，主要系国内新冠肺炎疫情爆发初期公司自有产能不足而导致。公司作为首批浙江省级重点民用口罩及关键材料生产企业之一，国内新冠肺炎疫情爆发前期自有产能较小，为保证能够及时向社会供应口罩，支持复工复产，公司采取外协生产和自主生产相结合的模式，以外协生产为主。公司于2020年3月逐步投建了口罩生产车间，截至目前，公司平面口罩产品主要为自主生产。公司的口罩产品生产模式变化符合新冠肺炎疫情影响下防疫用品市场需求情况，具有商业合理性，公司生产模式符合行业特征。”

2、公司成为首批浙江省级重点民用口罩及关键材料生产企业之一的情况说明

2020年1月下旬，新冠肺炎疫情在我国爆发，当时恰逢春节，全社会口罩产能严重不足，口罩等防疫物资是否充足已成为企业顺利复工复产的核心要素。公司属于“纺织服装、服饰业”，部分产品在原材料采购、产品打样、组织生产、质量检验等环节与口罩类似，转产口罩的效率相对高于其他行业的企业。此外，公司在当地具备一定的知名度，企业规模较大，社会声誉较好，一直以来积极履行社会责任。故“浙江省新型冠状病毒感染的肺炎疫情防控工作领导小组医疗物资保障组”于2020年2月16日下发《关于印发省级重点民用口罩及关键材料生产企业（第一批）名单的通知》时，将包括发行人子公司万事利数码、达利丝绸浙江有限公司、雅莹集团股份有限公司等在内一些纺织服装、服饰行业企业均纳入“首批浙江省级重点民用口罩及关键材料生产企业”，要求上述企业快速转产口罩，增加全社会的口罩供给量，从而为复工复产做好物资保障。

凭借原有的业务经验积累，万事利数码于2020年2月中旬快速实现口罩转产，由于当时口罩生产设备极度紧缺，口罩主要通过手工缝制生产，公司在产能不足的情况下，部分委托外协供应商进行加工，并重点保障核心原材料（熔喷布）的采购以及质量检验，顺利实现了日产50万只以上口罩的目标，并于当年2月末起供应给当地的复工复产企事业单位、政府部门，为全社会防疫工作作出了贡献。

（二）公司丝绸纺织制品、口罩的外协生产占比相对高于同行业可比上市公司，公司已进一步完善风险提示

公司丝绸文化创意品的外协生产占比与同行业可比上市公司无重大差异，丝绸纺织制品、口罩的外协生产占比相对较高，发行人已在招股说明书第四节之“二、（十一）公司产品外协生产的风险”中补充披露如下：

公司实行外协生产模式，自身主要保留数码印花生产环节，其他加工环节委托外部供应商完成。丝绸文化创意品除质量标准要求较高的部分丝巾、睡衣由公司自主完成数码印花环节外，部分蚕丝被产品由公司采购原材料委托供应商加工成品，其他类型产品通常由合作供应商按照公司要求采购原材料，生产符合公司质量标准、款式设计及交货进度的产品。丝绸纺织制品除数码印花环节外染色、台版印花和成衣制作环节委托外协供应商完成，公司根据销售订单要求选择生产模式并寻找合适的供应商，对产品打样、大货生产、质检及货期进行全流程管控。

报告期内，公司外协生产（委托加工和外包模式）比例分别为 87.86%、79.33% 和 78.60%，与同行业可比上市公司相比，公司丝绸纺织制品、口罩的外协生产占比较高，因此，若主要供应商出现产能瓶颈、设备故障、劳动争议、原材料供给中断或财务困境等情况，无法生产与公司质量标准及数量要求相符的产品，或者未及时交货、无法快速响应公司的产品订单，将会对公司的产品供应带来不利影响，进而影响到公司的经营业绩及财务状况。

同时，在行业竞争日益激烈的背景下，公司也面临着在框架协议到期时未能继续以相同商业条件与供应商合作，甚至无法保证与供应商继续合作的风险。若公司主要供应商终止与公司的合作，而公司又无法及时找到合适的替代供应商，则将对公司的产品供应、经营业绩及财务状况产生不利影响。

（三）各类别产品主要外协供应商互不重合主要系采购产品/服务内容存在差异以及经营模式存在差异，变动较大主要系产品运营模式发生变化，与同行业可比公司不存在较大差异

1、各类别产品主要外协供应商互不重合的原因

公司丝绸文化创意品、丝绸纺织制品、口罩主要采购内容不同，丝绸文化创意品主要向外协供应商采购丝巾卷边加工、蚕丝被加工服务和丝绸文化创意品半成品，如丝巾半成品、品牌服装半成品（真丝为主）等，丝绸纺织制品主要向供应商采购服装（非真丝为主）、面料、服饰加工、面料加工等，口罩主要向供应

商采购口罩半成品、口罩制品加工服务等，三类产品本身采购内容/服务存在较大差异。

公司丝绸文化创意品和丝绸纺织制品外协采购均涉及服装，但两者针对服装经营模式存在差异，公司丝绸文化创意品采购符合自身设计要求的品牌服装半成品主要直接面向终端客户，利润率较高，款式也较为多样，但单笔采购订单规模不大，要求外协供应商能够优先保证公司的订单和质量稳定性，主要外协供应商愿意配备专门生产线已实现与公司长期、稳定的合作；而丝绸纺织制品通过外协采购服装后主要销售给女装品牌企业，利润率较低，公司更加注重供应商的成本控制能力，公司根据女装品牌企业订单寻找价格、交货周期符合要求的外协供应商，外协供应商对单笔订单规模要求较大以保证其自身的盈利水平，亦不会为公司配备专门的生产线。因此，经营模式的差异导致公司两类产品虽然都涉及服装的外协采购，但对供应商的要求存在差异，从而使得两类产品的主要外协供应商不存在重合。

发行人已在招股说明书第六节之“六、（二）3、（5）主要外协供应商重合及变动情况”中补充披露如下：

①主要外协供应商互不重合的原因

报告期内，公司丝绸文化创意品、丝绸纺织制品、口罩的各期前五大外协供应商合计分别为 9 家、11 家、5 家，三类产品主要外协供应商互不重合的原因如下：

A、采购产品/服务内容存在差异

报告期内，公司丝绸文化创意品、丝绸纺织制品、口罩外协采购产品/服务内容比对如下：

产品大类	外协采购模式	外协采购内容
丝绸文化创意品	外包	除自主加工丝巾、委外加工蚕丝被外，其他丝绸文化创意品半成品，如丝巾半成品、品牌服装半成品（主要为真丝）等
	委托加工	丝巾卷边加工：将完成数码印花加工后的丝绸面料进一步加工成丝巾半成品的环节
		蚕丝被加工：将丝棉加工成蚕丝被的环节
丝绸纺织	外包	服装（主要为非真丝）、面料及其他产成品

产品大类	外协采购模式	外协采购内容
制品	委托加工	服饰加工：服装成衣制作环节及少部分的丝巾卷边环节
		面料加工：面料和服装产品生产所需面料染色及传统台版印花加工环节
口罩	外包	口罩半成品
	委托加工	产量不足时外发压片加工、焊耳带等制作环节

丝绸文化创意品主要直接面向终端客户，公司主要向供应商采购丝巾、组合套装、家纺等半成品，针对部分自主加工的丝巾、委托加工的蚕丝被产品，公司向外协供应商分别采购丝巾卷边、蚕丝被加工服务。丝绸纺织制品客户主要为女装品牌企业，公司根据客户订单寻找供应商合作，向外协供应商采购服饰加工、面料加工以及服装和面料等成品。公司自主加工的丝巾生产环节所采购的丝巾卷边服务属于服饰加工范畴，外协供应商亦相同，但委外环节均由万事利数码完成，无法按两类产品进行准确区分且丝巾卷边服务金额相对较小，故统一将部分自主加工的丝巾所采购的委托加工服务在丝绸纺织制品采购端统计。针对口罩产品公司向外协供应商采购口罩半成品、口罩加工服务，与丝绸文化创意品、丝绸纺织制品外协采购内容存在差异。

B、经营模式存在差异

公司丝绸文化创意品和丝绸纺织制品外协采购均涉及服装，但两者针对服装经营模式存在差异，对比如下：

产品	经营模式	主要外协供应商	供应商能力
丝绸文化创意品-品牌服装	自主设计，自主品牌产品面向终端客户，毛利率在50%左右	桑帕尔服饰	外协供应商为公司配备专门生产线，保证生产响应速度和产品稳定供应，单笔订单规模限制较少
丝绸纺织制品-贴牌服装	辅助设计，产品面向女装品牌企业，毛利率在20%左右	诸暨诗杭、锦上服饰	外协供应商没有为公司配备专门生产线，公司根据女装品牌企业订单寻找价格、交货周期符合要求的外协供应商，通常单笔订单规模较大

公司对供应商的选择主要考察其供货质量、响应速度、供货稳定性及成本控制能力等维度。丝绸文化创意品通过外协采购符合自身设计要求的服装后作为品牌服装直接面向终端消费者，更侧重考察外协供应商的生产响应速度以及稳定供应能力，主要外协供应商在和公司合作过程中配备专门生产线，优先保

证公司订单的生产质量稳定性和响应速度，对公司单笔订单规模限制较少。而丝绸纺织制品通过外协采购服装后主要销售给女装品牌企业，利润率较低，更侧重考察外协供应商的成本控制能力，公司根据女装品牌企业订单寻找价格、交货周期符合要求的外协供应商，外协供应商对单笔订单规模要求较大，因两类产品对供应商能力要求不同故选择的主要外协供应商存在差异。

2、各类别产品主要外协供应商变动较大的原因

（1）情况说明

公司细分产品品类众多。公司丝绸文化创意品每年推出 200 多款新品，除常规丝巾新品外，组合套装每年也会设计不同的“丝绸+”品类，如粽子、月饼、茶叶等，家纺类产品亦会根据市场热点，推出不同款式的新品，如 1.5KG 以下及便携型蚕丝被、重型蚕丝被、定制化真丝套件等。公司丝绸纺织制品贴牌服装品类下，也可分为真丝服装、非真丝服装、女装、童装等，下游品牌女装企业每年亦会更新不同款式。同时，在每年推出新品的同时，针对每年不同的市场形势，公司部分产品细分品类的销售和采购会发生一定变化，如报告期内公司逐步缩减了丝绸纺织制品非真丝产品的规模，丝绸文化创意品逐步聚焦少数几款日化用品，运用数码印花工艺自主生产比例提升而外协采购量有所下降等。

公司在针对外协供应商的选择，通常会综合考量成本、供应商产品质量、供货稳定性、订单交货期等因素进行询价、比价，由于公司细分品类众多，单一外协供应商很难在某一品类下的所有细分子类均具备竞争优势，往往单一外协供应商会主要向公司供应若干款细分产品，上述情形有利于外协供应商集中精力专注提升细分产品的供货质量，亦有利于公司挑选出最具有竞争力（成本优势、产品质量优势等）的外协供应商为公司供货。

公司丝绸文化创意品、丝绸纺织制品的各期前五大外协供应商存在一定变动，报告期内，公司丝绸文化创意品各期前五大外协供应商为 9 家，丝绸纺织制品各期前五大外协供应商为 11 家，前五大外协供应商采购集中度、数量与同行业可比上市公司安正时尚、朗姿股份、日播时尚等不存在重大差异。除个别供应商外，公司与上述供应商均一直保持合作，其仍为公司细分产品的主要供应商，且为 2020 年度的前二十大外协供应商。

综上，公司不存在针对某一细分产品频繁更换外协供应商的情形，公司主要外协供应商的变动主要系由公司每年细分产品变动引起，具备合理性。

主要外协供应商变动及同行业比较情况：

报告期内，公司丝绸文化创意品、丝绸纺织制品的各期前五大外协供应商交易额存在较大变动，并非针对某一细分产品/服务经常更换供应商，主要原因系公司同一产品大类下的细分产品众多，而单一外协供应商主要向公司供应若干款细分产品，公司每年根据市场情况对细分品类的销售存在一定的变动，如不同年份主推的家纺产品细分品类不同，丝绸纺织制品下游客户订单要求存在差异等，导致了公司主要外协供应商的采购金额发生变化，此外，随着公司核心工艺日益成熟，提高了数码印花自主加工比例以及缩减非真丝产品业务规模等亦使得部分产品外协采购金额发生变动，进而导致公司各年前五大外协供应商发生变动。

丝绸文化创意品报告期各期前五大外协供应商合计 9 家，采购金额变动情况如下：

单位：万元

序号	供应商名称	2020 年度		2019 年度		2018 年度		采购内容	采购金额变动原因
		采购金额	是否当年前五大外协供应商	采购金额	是否当年前五大外协供应商	采购金额	是否当年前五大外协供应商		
1	惠冠数码	242.34	否 (该供应商为当年前十大外协供应商)	1,473.26	是	2,754.12	是	丝巾	公司双面数码印花丝巾自产比例提升, 外包采购丝巾减少, 2020 年惠冠数码仍为丝巾产品第一大供应商
2	兴隆绸厂	165.64	否 (该供应商为当年前二十大外协供应商)	254.01	否 (该供应商为当年前二十大外协供应商)	764.05	是	家纺 (个性化定制真丝床上用品)	公司向其采购个性化定制真丝床上用品(可根据客户需求进行设计)并主要通过代销商电视购物渠道销售, 因公司降低了电视购物渠道销售规模, 最近两年向其采购量减少, 其仍为个性化定制真丝床上用品的第一大供应商
3	桑帕尔服饰	831.09	是	704.36	是	733.80	是	睡衣	双方合作情况较为稳定
4	永丰源瓷业	918.59	是	798.91	是	658.78	否 (与当年向第五大外协供应商采购额 696.31 万元差异较小, 该供应商为当年前十大外协供应商)	瓷器	双方合作情况较为稳定, 2018 年虽不是前五大外协供应商, 但系瓷器的第一大供应商

单位：万元

序号	供应商名称	2020 年度		2019 年度		2018 年度		采购内容	采购金额变动原因
		采购金额	是否当年前五大外协供应商	采购金额	是否当年前五大外协供应商	采购金额	是否当年前五大外协供应商		
5	丝之源纺织	191.03	否 (该供应商为当年前二十大外协供应商)	1,002.41	是	439.87	否 (该供应商为当年前十大外协供应商)	家纺 (重型蚕丝被)	公司主要向其采购重型蚕丝被款式, 2019 年公司明确了蚕丝被的定位并推出较多重型蚕丝被新品, 市场反馈较好使得采购量增加; 2020 年部分蚕丝被产品通过采购原材料后委托供应商加工, 直接采购家纺产品减少, 向其他供应商采购原材料和委托加工服务增加; 2018 年和 2020 年虽不是前五大外协供应商, 但系重型蚕丝被的主要供应商[注]
6	卓芬化妆品	107.40	否 (公司缩减日化用品销售, 导致向其采购额减少)	78.25	否 (公司缩减日化用品销售, 导致向其采购额减少)	696.31	是	日化用品	根据市场情况公司逐步聚焦少数几款日化用品, 导致向卓芬化妆品采购额减少, 其仍为日化用品的第一大供应商
7	千思纺织	1,400.20	是	1,144.05	是	829.14	是	家纺 (1.5KG 以下及便携型蚕丝被)	公司主要向其采购 1.5KG 以下及便携型蚕丝被, 双方合作情况良好, 采购量增加
8	瑞帛汇丝绸	751.31	是	297.88	否 (该供应商为当年前二十大外协供应商)	356.44	否 (该供应商为当年前十大外协供应商)	家纺 (个性化定制蚕丝被)	公司主要向其采购个性化定制蚕丝被产品(可根据客户需求进行设计), 公司与其合作情况较为稳定, 其生产响应速度快, 小订单品质亦较好, 2020 年增加了个性化订单采购规模; 2018 年和 2019 年虽不是前五大外协供应商, 但系个性化定制蚕丝被产品的主要供应商[注]

单位：万元

序号	供应商名称	2020 年度		2019 年度		2018 年度		采购内容	采购金额变动原因
		采购金额	是否当年前五大外协供应商	采购金额	是否当年前五大外协供应商	采购金额	是否当年前五大外协供应商		
9	博洋家纺	655.14	是	0.19	否 (当年公司未与其进行品牌合作, 采购额较低)	2.31	否 (当年公司未与其进行品牌合作, 采购额较低)	家纺 (品牌合作款家纺)	公司主要向其采购品牌合作款家纺产品, 博洋家纺系国内知名家纺品牌, 为保持终端产品新颖性公司会不定期进行品牌合作, 构建双品牌产品对外销售(即产品同时印有公司和合作方的 logo 标识), 2018-2019 年公司未进行家纺产品品牌合作
当期第五大外协供应商采购金额		655.14	/	704.36	/	696.31	/	/	/
合计		5,262.74	/	5,753.32	/	7,234.82	/	/	/

注：主要供应商指细分品类的前三大供应商。

报告期内，丝绸文化创意品前五大外协供应商中共有 12 家次（单年不在前五大范围内外协供应商计为一次）个别年份不在当年前五大外协供应商排名中，其中 1 家次与当年第五大外协供应商采购金额差异较小（永丰源瓷业），5 家次由于双方细分品类产品合作规模逐步增加导致报告期前期尚未进入前五大外协采购供应商（瑞帛汇丝绸、博洋家纺等），6 家次因公司主要产品战略变化（如丝巾自主生产，电视购物款产品减少等）导致采购金额减少（惠冠数码、兴隆绸厂、卓芬化妆品等）。2020 年度，公司与上述外协供应商仍保持合作关系，公司与部分外协供应商虽然合作规模有所减少，但其仍为细分品类的主要供应商，除卓芬化妆品外，其他外协供应商均为当年外协前二十大供应商。针对细分品类，公司不存在外协供应商异常变动的情形。

综上，因公司丝巾自主生产比例提升，降低部分销售渠道产品经营规模，集中采购丝棉（蚕丝被原材料）通过委托加工模式生产蚕丝被等，导致相关供应商如惠冠数码、兴隆绸厂、丝之源纺织退出丝绸文化创意品前五大外协供应商，因公司采购的产品/服务的金

额发生了变化，导致卓芬化妆品退出丝绸文化创意品前五大外协供应商，而博洋家纺进入丝绸文化创意品前五大外协供应商。上述情形具备合理性。

丝绸纺织制品报告期各期前五大外协供应商合计 11 家，采购金额变动情况如下：

单位：万元

序号	供应商名称	2020 年度		2019 年度		2018 年度		采购内容	采购金额变动原因
		采购金额	是否当年前五大外协供应商	采购金额	是否当年前五大外协供应商	采购金额	是否当年前五大外协供应商		
1	夸泰服饰	-	否 (为减少关联交易，终止合作)	-	否 (为减少关联交易，终止合作)	736.95	是	服饰加工	该供应商主要供应真丝类服装加工，为减少关联交易，夸泰服饰已于 2019 年注销
2	汇流服饰	69.18	否 (该供应商为当年前二十大外协供应商)	313.42	否 (与当年第五大供应商采购额 329.81 万元差异较小，该供应商为当年前十大外协供应商)	856.98	是	服装为主(非真丝类女装、童装)	该供应商主要供应非真丝类女装、童装，因公司缩减非真丝类服装业务规模，导致向其采购量减少。2019 年和 2020 年汇流服饰仍为非真丝类女装、童装的主要供应商[注]
3	宇薇服饰	297.51	是	362.92	是	219.28	否 (与当年第五大供应商采购额 242.82 万元差异较小，该供应商为当年前十大外协供应商)	服装、服饰加工(非真丝类童装)	该供应商主要供应非真丝类童装，2018 年亦为非真丝类童装主要供应商；虽然 2019 年度公司缩减非真丝类服装业务规模，但由于部分销售订单已于 2018 年底、2019 年初开发完成，故 2019 年度发行人对其采购额有所增长；2020 年上半年该供应商完成了部分尾单使得 2020 年全年采购金额未明显下降，2020 年下半年开始公司向其采购量减少
4	诸暨诗杭	262.72	是	606.01	是	598.35	是	服饰加工(非真丝类女装)	该供应商主要供应非真丝类女装加工服务，2018-2019 年，双方合作情况良好，采购额相对稳定，2020 年度，受新冠肺炎疫情及非真丝类

单位：万元

序号	供应商名称	2020 年度		2019 年度		2018 年度		采购内容	采购金额变动原因
		采购金额	是否当年前五 大外协供应商	采购金额	是否当年前五 大外协供应商	采购金额	是否当年前五 大外协供应商		
								装加工)	服装业务规模缩减的影响, 公司向其采购减少
5	浙江钱江纺织印染有限公司	98.75	否 (该供应商为当年前二十大外协供应商)	322.06	否 (与当年第五大外协供应商采购额 329.81 万元差异较小, 该供应商为当年前十大外协供应商)	294.19	是	面料加工	该供应商主要供应面料台版印花服务, 2018-2019 年度, 公司向该供应商采购金额较为稳定, 2019 年该供应商仍为面料加工第一大供应商; 2020 年度, 受新冠肺炎疫情及公司逐步使用数码印花自主加工替代台版印花等因素的影响, 公司向其采购减少, 但该供应商仍为面料台版印花服务的主要供应商[注]
6	泽亿恺服饰	111.89	否 (该供应商为当年前二十大外协供应商)	192.97	否 (该供应商为当年前十大外协供应商)	242.82	是	服装、服饰加工 (非真丝类童装)	该供应商主要供应非真丝类童装, 因公司缩减了非真丝类服装业务规模, 导致公司向其采购量减少, 2019 年和 2020 年泽亿恺服饰仍为非真丝类童装的主要供应商[注]
7	锦上服饰	248.41	是	586.65	是	16.22	否 (双方合作初期, 采购量较小)	服饰加工 (真丝类女装加工)	该供应商主要供应真丝类女装加工服务, 双方于 2018 年度开始合作, 合作情况良好, 2019 年度, 其真丝服装加工质量较好, 公司向其采购额增长, 2020 年度, 受新冠肺炎疫情影响, 公司向其采购金额减少, 但其仍为真丝类女装加工服务的主要供应商[注]
8	杭州嘉雄纺织科技有限公司	130.67	否 (该供应商为当年前十大外协供应商)	404.44	是	228.87	否 (与当年第五大外协供应商采购额 242.82 万元差异较小, 该供应商为当年前十大外协供应商)	成品面料	该供应商主要供应非真丝类面料, 2018-2020 年度, 该供应商为发行人莫代尔 (非真丝面料的一种品类) 的主要供应商, 2019 年度因公司客户对莫代尔的需求增加, 故当年向其采购金额增长, 该供应商成为外协前五大供应商; 2020 年度, 受新冠肺炎疫情及非真丝类面料业务规模缩减的影响, 公司向其采购减少, 但该供应商仍属发行人非真丝类面料的主要供应商[注]

单位：万元

序号	供应商名称	2020 年度		2019 年度		2018 年度		采购内容	采购金额变动原因
		采购金额	是否当年前五 大外协供应商	采购金额	是否当年前五 大外协供应商	采购金额	是否当年前五 大外协供应商		
9	吴江市汇祥纺织有限公司	-	否 (公司非丝面料业务规模缩减,不再向该供应商采购涤纶布)	329.81	是	67.25	否 (该供应商为当年前四十大外协供应商)	成品面料	该供应商主要供应非真丝类面料,2018 年该供应商为公司涤纶布的主要供应商,2019 年因公司客户需求增加,故当年向其采购金额增长,该供应商成为外协第五大供应商;2020 年,受新冠肺炎疫情及非真丝类面料业务规模缩减的影响,公司停止了向其采购非真丝类面料
10	丝绸之路集团浙江家纺有限公司	270.71	是	110.07	否 (双方合作规模逐年提升,该供应商为当年前二十大外协供应商)	3.27	否 (双方于当年针对特定品类产品开展初步合作)	成品其他	该供应商主要供应其他丝绸纺织制品成品,因公司销售订单量变化而导致采购额波动。2020 年度受新冠肺炎疫情影响公司整体外协采购金额较低,该供应商成为外协前五大供应商
11	湖州新隆龙丝绸印花有限公司	226.59	是	163.79	否 (双方合作规模逐年提升,该供应商为当年前二十大外协供应商)	126.58	否 (双方合作规模逐年提升,该供应商为当年前二十大外协供应商)	面料加工	该供应商主要供应面料染色服务,因双方合作情况良好,公司向其采购面料染色服务金额逐年增加,报告期内该供应商为公司面料染色服务的主要供应商[注]
当期第五大外协 供应商采购金额		226.59	/	329.81	/	242.82	/	/	/
合计		1,716.45	/	3,392.14	/	3,390.76	/	/	/

注：主要供应商指细分品类的前三大供应商。

报告期内,丝绸纺织制品前五大外协供应商中共有 18 家次(单年不在前五大范围内外协供应商计为一次)在个别年份不在当年前五大外协供应商排名中,其中 4 家次与当年第五大外协供应商采购金额差异较小(宇薇服饰、浙江钱江纺织印染有限公司等),2 家次因公司为减少关联交易终止合作(夯泰服饰),6 家次由于双方细分品类产品合作规模逐步增加导致报告期前期尚未进入前五大外协采

购供应商（丝绸之路集团浙江家纺有限公司、湖州新隆龙丝绸印花有限公司、锦上服饰等），6 家因公司产品战略变化（如非丝服装、面料业务缩减，公司自主数码印花加工替代台版印花等）导致采购金额减少（泽亿恺服饰、吴江市汇祥纺织有限公司等），除秀泰服饰、吴江市汇祥纺织有限公司，公司与其终止合作外，其他供应商仍为 2020 年度前二十大外协供应商。公司与部分外协供应商虽然合作规模有所减少，但其仍为细分品类的主要供应商，针对细分品类，公司不存在外协供应商异常变动的情形。

综上，公司丝绸纺织制品外协采购涉及产品品类较多，如上衣、连衣裙、内衣、童装等，原材料材质也有所不同，除真丝面料外，也包括少部分化纤等非真丝材质面料，不同外协供应商有各自擅长的领域，如宇薇服饰和泽亿恺服饰擅长生产非真丝类童装，诸暨诗杭和汇流服饰擅长生产非真丝类女装，锦上服饰擅长生产真丝类女装，杭州嘉雄纺织科技有限公司和吴江市汇祥纺织有限公司擅长生产非真丝类面料，浙江钱江纺织印染有限公司擅长台版印花加工，公司在明确客户订单后选择擅长订单领域的外协供应商进行询价、比价，并综合考虑价格、交货周期等因素与外协供应商进行合作。因公司采购的具体产品/服务的金额发生了变化（如主动缩减了非真丝产品业务、数码印花自主加工替代台版印花等），导致汇流服饰、浙江钱江纺织印染有限公司、泽亿恺服饰、杭州嘉雄纺织科技有限公司、吴江市汇祥纺织有限公司退出丝绸纺织制品前五大外协供应商，因公司客户订单规模的增加，导致丝绸之路集团浙江家纺有限公司进入公司丝绸纺织制品前五大外协供应商。

公司与同行业可比上市公司的主要外协供应商情况比较如下：

产品大类	同行业可比上市公司名称	主要外协供应商数量	
		委托加工模式[注 1]	外包模式[注 1]
丝绸文化创意品	安正时尚	2013-2015 年，各期前五大委托加工供应商采购金额占同类采购比重约 23%，合计 10 家	2013-2015 年，各期前五大成衣采购供应商采购金额占同类采购比重约 48%，合计 11 家
	太平鸟[注 2]	2013-2015 年，各期前五大供应商采购金额占比约 14%，合计 9 家	
	朗姿股份	2008-2010 年，各期前五大委托加工供应商采购金额占同类采购比重约 33%，合计 10 家	2008-2010 年，各期前五大定制生产供应商采购金额占同类采购比重约 67%，合计 9 家
	日播时尚	2014-2016 年，各期前五大委托加工供应商采购金额占同类采购比重约 82%，合计 8 家	2014-2016 年，各期前五大成衣定制供应商采购金额占同类采购比重约 47%，合计 10 家
	锦泓集团	2011-2013 年，各期前五大委托加工供应商采购金额占同类采购比重约 94%，合计 8 家	2011-2013 年，各期前五大定制生产供应商采购金额占同类采购比重约 53%，合计 12 家
	地素时尚	2015-2017 年，各期前五大部分委托加工供应商采购金额占同类采购比重约 57%，合计 6 家	2015-2017 年，各期前五大完全委托加工供应商采购金额占同类采购比重约 32%，合计 7 家
	歌力思	2011-2013 年，各期前五大委托加工供应商采购金额占同类采购比重约 73%，合计 10 家	2011-2013 年，各期前五大定制生产供应商采购金额占同类采购比重约 53%，合计 9 家
	欣贺股份	2017-2019 年，各期前五大外协供应商采购金额占同类采购比重约 34%，合计 9 家	
	爱慕股份	未披露	
	公司	2020 年，丝绸文化创意品委托加工供应商合计 3 家，3 家委托加工供应商采购金额占同类采购比重为 100%，2018-2019 年无该类供应商	2018-2020 年，丝绸文化创意品各期前五大外包供应商采购金额占同类采购比重约 42%，合计 10 家，公司丝绸文化创意品外包供应商合计 513 家
丝绸纺织制品	嘉欣丝绸	2007-2009 年，各期前五大外协供应商合计 9 家，未披露外协采购总额	
	达利国际	未披露	
	公司	2018-2020 年，丝绸纺织制品各期前五大委托加工供应商采购金额占同类采购比重约 41%，合计 9 家，公司丝绸纺织制品委托加工供应商合计 292 家	2018-2020 年，丝绸纺织制品各期前五大外包供应商采购金额占同类采购比重约 44%，合计 11 家，公司丝绸纺织制品外包供应商合计 206 家

注 1: 发行人外协生产根据是否由供应商提供原材料, 细分为委托加工模式(净额结算)和外包模式(全额结算), 同行业可比上市公司的细分外协模式亦以此原则进行对比;

注 2: 太平鸟招股说明书未单独披露其主要外协供应商清单, 因 2013-2015 年各期外包加工数量占比均超 95%, 故以主要供应商作为替代的统计口径;

注 3: 同行业可比上市公司年报数据中未披露前五大供应商的具体名称, 上述数据来源为同行业可比上市公司招股说明书, 其各类公开信息中均未披露供应商总数量。

根据上表, 同行业可比上市公司历年前五大外协供应商亦存在较大变化, 发行人前五大外协供应商采购集中度、数量与同行业可比上市公司不存在重大差异。

(2) 补充披露

发行人已在招股说明书第六节之“六、(二) 3、(5) 主要外协供应商重合及变动情况”中补充披露如下:

②主要外协供应商变动情况

报告期内, 公司丝绸文化创意品、丝绸纺织制品的各期前五大外协供应商交易额存在较大变动, 并非针对某一细分产品/服务经常更换供应商, 主要原因系公司同一产品大类下细分产品众多, 而单一外协供应商主要向公司供应若干款细分产品, 公司每年根据市场情况对细分品类的销售存在一定的变动, 如不同年份主推的家纺产品细分品类不同, 丝绸纺织制品下游客户订单要求存在差异等, 导致了公司主要外协供应商的采购金额发生变化。此外, 公司随着核心工艺日益成熟, 提高了数码印花自主加工比例以及缩减非真丝产品业务规模等亦使得部分产品外协采购金额发生变动, 进而导致公司各年前五大外协供应商发生变动。公司口罩产品系 2020 年度新增产品, 仅当年存在外协采购, 无法与以前年度进行比较。

针对丝绸文化创意品, 报告期内, 因调整家纺产品结构(减少电视购物代销渠道产品、增加品牌合作产品等), 使得公司向部分外协供应商采购金额变动; 随着新推出的数码双面印花丝巾获得市场认可, 销量不断提升, 公司持续提高具有数码印花工艺优势的丝巾自主加工比例, 使得向外协供应商采购丝巾半成品减少; 为发挥原材料集中采购的价格优势, 2020 年下半年开始公司逐步采购丝棉、胎套等原材料后委托供应商加工蚕丝被成品, 亦导致外协供应商发生变动; 因根据市场情况公司逐步聚焦少数几款日化用品, 使得向日化用品外协供应商采购金额减少。

针对丝绸纺织制品，公司采购模式主要为“以销定采”，即公司在明确客户订单后选择擅长订单领域的外协供应商进行询价、比价，并综合考虑价格、交货周期等因素与外协供应商进行合作，公司各年承接下游女装品牌企业的订单要求存在差异，综合考虑成本因素和订单差异，使得公司主要外协供应商各年采购金额会发生变动。此外，公司主动缩减了境外女装品牌客户的非真丝贴牌服装业务，使得向相应外协供应商的采购金额减少；因使用数码印花自主加工替代台版印花，使得公司向外协供应商采购面料加工服务减少。

针对细分品类，公司不存在外协供应商异常变动的情形。

③同行业可比上市公司主要外协供应商情况

公司与同行业可比上市公司的主要外协供应商情况比较如下：

产品大类	同行业可比上市公司名称	主要外协供应商数量
丝绸文化创意品	安正时尚[注 1]	2013-2015 年，各期前五大外协供应商采购金额占外协采购总额比重约 30%，合计 10 家
	太平鸟[注 2]	2013-2015 年，各期前五大供应商采购金额占采购总额比重约 14%，合计 9 家
	朗姿股份[注 1]	2008-2010 年，各期前五大外协供应商采购金额占外协采购总额比重约 45%，合计 8 家
	日播时尚[注 1]	2014-2016 年，各期前五大外协供应商采购金额占外协采购总额比重约 41%，合计 11 家
	锦泓集团[注 1]	2011-2013 年，各期前五大外协供应商采购金额占外协采购总额比重约 62%，合计 9 家
	地素时尚[注 1]	2015-2017 年，各期前五大外协供应商采购金额占外协采购总额比重约 27%，合计 7 家
	歌力思[注 1]	2011-2013 年，各期前五大外协供应商采购金额占外协采购总额比重约 51%，合计 8 家
	欣贺股份	2017-2019 年，各期前五大外协供应商采购金额占外协采购总额比重约 34%，合计 9 家
	爱慕股份	未披露
	公司	2018-2020 年，公司丝绸文化创意品各期前五大外协供应商采购金额占外协采购总额比重约 42%，合计 9 家
丝绸纺织制品	嘉欣丝绸	2007-2009 年，各期前五大外协供应商合计 9 家，未披露外协采购总额
	达利国际	未披露
	公司	2018-2020 年，公司丝绸纺织制品各期前五大外协供应商采购金额占外协采购总额比重约 28%，合计 11 家

注 1：为保持统计口径一致，将同行业可比上市公司招股说明书披露的委托加工供应商和外包供应商进行合并统计前五大外协供应商；

注 2：太平鸟招股说明书未单独披露其主要外协供应商清单，因 2013-2015 年各期外包加工数量占比均超 95%，故以主要供应商作为替代的统计口径；

注3：同行业可比上市公司年报数据中未披露前五大供应商的具体名称，上述数据来源为同行业可比上市公司招股说明书，其各类公开信息中均未披露供应商总数量。

根据上表，同行业可比上市公司历年前五大外协供应商亦存在较大变化，发行人前五大外协供应商采购集中度、数量与同行业可比上市公司不存在重大差异。

二、补充披露对供应商选择及管理相关制度的建立与执行情况、对供应商产品质量管控及合作纠纷解决的风控措施；补充说明报告期内是否出现供应商产品质量不合格情况，报告期内除上海诚心医疗器械、好状态供应链以外，是否还与其他供应商发生纠纷事项及解决情况。

（一）公司对供应商的管理情况

1、对供应商选择及管理相关制度的建立与执行情况

发行人已在招股说明书第六节之“一、（二）4、采购模式”中补充披露如下：

（4）供应商选择及管理相关制度

为加强采购内部控制、规范采购管理，公司制定了《供应链采购管理制度》，对供应商选择及管理的措施主要如下：

①公司根据实际需要或供应商开发计划，确定所需供应商类型和数量，对新供应商进行合作沟通；

②新供应商对公司提出的各项采购条件没有异议，接受初步合作意向后，由采购部、品控部、商品中心/产品中心等，共同对供应商进行专项考察，特殊情况则不需要现场考察，主要包括：紧急采购来不及现场考察的；金额5万元以下一次性采购；

③根据现场考察结果，采购部判断新供应商可否进行试单。在产生新的采购需求时，采购部可对通过试单评估的新供应商进行试单采购。根据从新供应商采购来的样品/产品/包装物/辅配料等的质量、交期、价格等关键因素，对新供应商是否纳入公司的《合格供应商名录》作出分析与判断；

④采购部经过评估，认为新供应商符合公司标准的，经供应链管理中心确认，与新供应商沟通签订《供应商框架协议》，进入合格供应商目录；

⑤由采购部定期结合新供应商考察情况更新《合格供应商名录》;

⑥采购部根据需要定期组织相关人员(主管供应商的采购员、采购部经理、品控部、商品中心、产品中心、设计中心等)对供应商进行评估,评估结果作为重新选择供应商的核心依据,并作为供应商的分级标准,对于不合格供应商终止与其采购供应合作;

⑦若发生社会突发事件或者社会保障需要等特殊情况,公司可以启动特殊应急采购管理机制,由供应链管理中心根据应急采购的数量、金额,按照公司采购分级审批权限组织应急采购讨论会,确定《供应商和采购管理应急政策》;应急采购时,根据应急事项情况和《供应商和采购管理应急政策》搜集采购业务资料并填写《应急采购申请表》,按采购管理权限分级审批后,支付采购款项。

(5) 供应商选择及管理相关制度执行情况

针对公司丝绸文化创意品和丝绸纺织制品,公司供应商选择及管理制度的执行情况良好,相应供应商能够及时供应符合公司质量要求的相应产品以保证公司的正常销售。报告期内,公司及下属子公司不存在因质量问题或供货问题而与供应商产生的重大诉讼(20万元以上),亦不存在客户因质量问题与公司及下属子公司产生的重大诉讼(20万元以上)。针对20万元以下的合作摩擦,通常经过及时沟通后均可妥善解决,未进入诉讼程序。

针对口罩产品,公司供应商选择及管理制度的执行存在一定瑕疵。由于新冠肺炎疫情爆发前期口罩产品属于相对稀缺资源,且万事利数码系浙江省首批重点转产民用口罩及关键材料生产企业之一,于2020年2月中旬即开工生产口罩,并按照每天生产100万只的标准组织生产,为2020年3月全社会复工复产做好保障。当时口罩主要原材料或半成品极其缺乏,供应商通常要求先行支付货款,不接受验厂等程序,公司为能够按时保质保量完成口罩生产任务,增加社会供给,履行社会责任,在一定程度上放宽了对口罩供应商的选择及管理要求,因而后续发生了供应商无法提供符合质量要求的口罩或无法按约定退回货款等情形。上述与口罩供应商发生合作纠纷的业务发生时点主要在2020年上半年,具体如下:

单位:万元

供应商名称	纠纷事项及进展	涉及纠纷货款金额
好状态供应链	公司已支付货款, 供应商口罩质量检测不合格被公司退回, 供应商预收货款已在原材料价格较高的时点组织生产口罩, 在口罩价格大幅下降背景下, 供应商无法按约定退回货款, 公司已起诉, 并在法院主持下达成民事调解书。由于被告未履行民事调解书确定的义务, 公司已申请强制执行, 但预计款项收回困难。	220.51
江苏宇杰医疗器械有限公司	公司已支付货款, 但未收到质量合格的产品, 公司已起诉。因事实依据原因, 法院判决驳回了公司的诉讼请求。公司计划采取其他法律措施维护合法权益, 但预计款项收回困难。	127.00
上海诚心医疗器械有限公司	公司已支付货款, 供应商口罩质量检测不合格被公司退回, 供应商预收货款已在原材料价格较高的时点组织生产口罩, 在口罩价格大幅下降背景下, 供应商无法按约定退回货款, 公司已起诉并胜诉, 并申请了强制执行。因被告暂无可供执行的财产, 法院裁定终结本次执行程序。公司实际受偿 1.88 万元, 预计剩余款项收回困难。	74.50
张家港市泰耀服饰有限公司	公司已支付货款, 供应商口罩质量检测不合格被公司退回, 供应商预收货款已在原材料价格较高的时点组织生产口罩, 在口罩价格大幅下降背景下, 供应商无法按约定退回货款。公司正在与该供应商积极沟通, 要求供应商通过退款或货物补偿的形式对公司进行补偿, 必要时将采取法律措施维护自身的合法权益, 公司预计款项收回困难。	59.20
宁波煌瑾服饰有限公司	公司已支付货款, 供应商口罩质量检测不合格被公司退回, 供应商以紧急采购原材料组织生产自身承担了部分损失为由只退回了部分货款。公司正在与该供应商积极沟通, 要求供应商通过退款或货物补偿的形式对公司进行补偿, 必要时将采取法律措施维护自身的合法权益, 公司预计款项收回困难。	37.20
杭州云梵环保科技有限公司	公司已支付货款, 因部分口罩质量检测不合格被公司退回, 在口罩价格大幅下降背景下, 供应商不愿办理退货。公司正在与该供应商积极沟通, 各自承担部分损失, 目前双方仍在沟通解决方案。	36.23
其他口罩供应商	公司已支付货款, 因部分口罩质量检测不合格被公司退回。公司正在与该供应商积极沟通, 必要时将采取法律措施维护自身的合法权益, 公司预计款项收回	13.10

单位：万元

供应商名称	纠纷事项及进展	涉及纠纷货款金额
	困难。	
合 计	/	567.74

除上述纠纷之外，公司与口罩供应商无其他纠纷，上述纠纷涉及预付货款 567.74 万元，公司已在 2020 年度财务报表中全额计提坏账准备，上述事项未对公司正常采购及经营造成重大不利影响，亦不会对公司未来经营业绩构成不利影响。随着国内新冠肺炎疫情逐步得到控制，国内口罩生产企业产能逐渐恢复，公司提高对口罩供应商的选择及管理要求，并严格按照《供应链采购管理制度》等的要求，对供应商及其产品质量实行严格管控。

2、对供应商产品质量管控措施

发行人已在招股说明书第六节之“一、（六）1、质量控制制度”中补充披露如下：

公司外协及原材料供应商具体质量控制措施如下：

（1）公司不定期对现有的或计划列入的供应商名录，进行供应商考核，评价出《合格供应商名录》；

（2）公司在《合格供应商名录》中选择供应商下达采购订单，因新增工艺或产量剧增等原因未能在《合格供应商名录》中找到相应的供应商时，采购部对新增供应商进行评价，合格供应商加入《合格供应商名录》进行管理；

（3）公司下达采购订单后，采购部指派专人对供应商的生产进度和生产质量进行动态跟踪，如若发现质量问题，要求供应商进行立即解决；

（4）供应商负责按公司的产品要求进行生产，对产品进行自检，必要时随产品提供相关检测报告或检验记录；

（5）质量管理部门对产品进行外观检验，并根据客户要求、供应商产品检测报告或检验记录、产品特性，确定送第三方检测的指标项目，送样到第三方检测。经第三方检验合格的批次及质量管理部门外观检验合格的产品，批准入库；

（6）经入库检验不合格的产品作退回处理，由采购部与供应商沟通协调退

回事宜，确定退换货方式。经产品使用部门、质量管理部门、商品中心/产品中心共同评估后可让步接收的，由采购部与供应商商定让步接收方案（通常为适当折价），最终商定的接受收格需按采购管理权限的授权额度范围内进行分权审批；

（7）供应商到货产品出现异常且无法让步接收，又造成公司订单延误等经济损失的，所有损失均由供应商承担，具体根据双方签订的《采购框架协议》、《采购合同》等相应条款执行；

（8）合格商品才可允许出库，如产品品质与客户要求有差距，须经与客户协商，书面同意让步接收；

（9）做好售后服务，对顾客反馈（产品建议、服务建议等）作好充分的运用。

3、与供应商合作纠纷解决的风控措施

发行人已在招股说明书第六节之“一、（六）3、供应商合作纠纷解决的风控措施”中补充披露如下：

（1）当公司与供应商合作产生纠纷时，将由采购部指派专人按照《供应商框架协议》的条款与供应商进行协商，对其或收取违约金或主张赔偿等；

（2）若双方无法通过协商达成一致的，公司根据经济效益原则决定是否向法院提起诉讼；同时，公司将积极寻找替代供应商，保障业务正常运营，尽力降低对公司造成的损失；

（3）公司将评判与供应商纠纷的性质，并决定是否将其移出《合格供应商名录》；

（4）若公司对该供应商尚有款项未支付的，将及时冻结付款流程，待争议解决后再行付款。

（二）供应商产品质量合格率较高，未出现重大质量问题，公司仅因新冠肺炎疫情期间与部分供应商存在纠纷情况，上述情形对公司不产生重大不利影响

1、供应商产品质量不合格情况

（1）产品入库前

供应商产品到货入库前，公司根据采购物料的重要性、单次到货数量等进行全检或抽检。报告期内，公司主要采购产品/服务的质检要求如下：

采购产品/服务		质检要求
丝绸文化创意品	丝巾	机卷工艺丝巾平均质检率不低于 10%，单次到货 50 件及以下全检；手卷工艺丝巾全检
	家纺	平均质检率不低于 10%，单次到货 50 件及以下全检
	品牌服装	平均质检率不低于 10%，单次到货 50 件及以下全检
	围巾	平均质检率不低于 10%，单次到货 50 件及以下全检
	丝绸工艺品	平均质检率不低于 10%，单次到货 50 件及以下全检
	包装材料	平均质检率不低于 5%，单次到货 50 件及以下全检
	丝类原料	全检
丝绸纺织制品	面料	白坯面料全检，成品面料根据客户要求进行全面或抽检
	面料加工	加工缴回的成品面料根据客户要求进行全面或抽检
	服装	服装根据客户要求进行全面或抽检
	服装加工	加工缴回的服装根据客户要求进行全面或抽检
口罩	口罩半成品	单次到货随机抽检 200 件左右
	口罩加工	加工缴回的口罩单次到货随机抽检 200 件左右
	熔喷布	全检

报告期内，经全检、抽检的产品采购入库金额占比情况如下：

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
全检产品采购金额	13,133.30	31.30%	15,855.18	36.89%	14,636.10	32.37%
抽检产品采购金额	28,829.76	68.70%	27,124.28	63.11%	30,581.75	67.63%

部分供应商少量批次产品存在质量不合格的情况，根据质量检查情况统计产品质量合格率如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
丝绸文化创意品	95.21%	96.48%	95.08%
丝绸纺织制品	98.62%	99.58%	98.32%
口罩	93.92%	/	/

注：产品质量合格率=质检合格数量/质检总数量。

对于供应商不合格的产品，通常情况下，在完全无法使用的情况下公司进行

退换货处理，对可在处理后继续使用的情况下进行让步接收（通常为价格折让）方式处理。因口罩属于防疫产品，若公司质量检查不合格，则一律退回处理。

（2）产品入库后

供应商产品到货经质检入库后，若出现质量问题，则公司按照合同约定进行退换货处理，或者让步接收。报告期内，公司针对入库后的不合格产品的具体处理情况如下：

单位：万元

项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
退换货金额	107.52	112.79	745.49
退换货占采购总额比例	0.26%	0.26%	1.63%
让步接收金额	24.80	16.84	30.60
让步接收占采购总额比例	0.06%	0.04%	0.07%

2018 年度，公司采购入库退换货金额较大，主要系因向兴隆绸厂、桐乡市喜连寝具有限公司采购的家纺产品质量存在瑕疵，双方已妥善解决，不存在纠纷或者诉讼。自 2019 年起，公司已减少了向上述两家供应商的采购量。

报告期内，公司接收供应商产品后，出现的质量不合格情形较少，公司向供应商进行退换货或让步接收的金额占当期采购总额的比重较低，且均已妥善解决，不存在重大质量不合格的情况，亦不存在公司因使用供应商产品导致产品质量问题而与客户发生重大法律诉讼的情况。根据杭州市上城区市场监督管理局，杭州市市场监督管理局钱塘分局出具的证明，报告期内，万事利丝绸、万事利科技、万事利数码等公司未出现因违反有关产品质量和技术监督方面的法律、法规而被处罚的情况。

2、与供应商发生纠纷事项及解决情况

报告期内，除上海诚心医疗器械有限公司、好状态供应链以外，公司与其他供应商发生纠纷事项及解决情况如下（选取标准为 20 万元以上）：

（1）已进入诉讼程序的纠纷事项

2020 年 7 月，万事利数码以江苏宇杰医疗器械有限公司未按期交付口罩为由，向杭州经济技术开发区人民法院提起诉讼并获受理，案号为（2020）浙 0191

民初 1957 号。2020 年 9 月，杭州经济技术开发区人民法院判决驳回万事利数码包括要求退还货款 127 万元在内的诉讼请求。万事利数码已对该纠纷涉及的其他应收款全额计提坏账，后续计划采取其他法律措施维护自身合法权益。

（2）未进入诉讼程序的纠纷事项

序号	采购方	供应商	采购内容	坏账政策	审定坏账 (万元)	纠纷原因及解决情况
1	万事利数码	张家港市泰耀服饰有限公司	半成品口罩	全额计提	59.20	供应商无法按约定履行，万事利数码正在与该等供应商积极沟通，必要时将采取法律措施维护自身的合法权益。
2	万事利数码	宁波煌瑾服饰有限公司	半成品口罩	全额计提	37.20	
3	万事利数码	杭州云梵环保科技有限公司	半成品口罩	全额计提	36.23	

公司与供应商的纠纷主要系口罩业务导致，受新冠肺炎疫情影响，2020 年上半年，公司作为浙江省首批重点转产民用口罩及关键材料生产企业肩负相应社会责任，在口罩原材料和半成品物资紧缺的条件下，为保证及时向社会供应口罩，支持复工复产，在供应商选择方面存在一定瑕疵，导致与供应商发生上述纠纷。为减少类似新冠肺炎疫情等社会性突发事件导致的合作纠纷，公司及时修订了《供应链采购管理制度》，针对社会性应急保障采购，建立特殊应急采购管理机制，加强突发状况下的供应商选择及管理、产品质量管控能力。

截至目前，公司与口罩供应商涉及货款纠纷合计 567.74 万元，公司已在 2020 年度财务报表中全额计提坏账准备，除此之外，公司与口罩供应商不存在其他纠纷。

上述纠纷不会对公司的持续经营造成重大不利影响，不会对公司未来经营业绩构成不利影响，亦不会对本次发行上市构成实质性障碍。

三、请保荐机构、申报会计师核查并发表明确意见

（一）核查程序

为核查上述事项，保荐机构和申报会计师主要履行了如下核查程序：

1、获取了发行人完工入库成本明细表，统计报告期内自主加工、外协生产成本占比；获取了发行人采购明细表，统计报告内外协采购情况。

2、访谈了发行人总经理，了解发行人采用以外协生产为主、自主加工占比

较低的生产模式的原因，了解发行人丝绸文化创意品、丝绸纺织制品主要外协供应商互不重合的原因、存在较大波动的原因。

3、查阅同行业可比上市公司招股说明书、年度报告等公开披露资料，了解其经营模式，计算外协生产占比，取得主要外协供应商清单。

4、查阅行业报告，了解丝绸行业供给、利润率等情况。

5、主要外协供应商采购公允性说明

(1) 公司外协供应商采购价格内控措施

公司针对委托加工和外包采购的产品品类多样，细分规格型号差异也较大，如丝巾的姆米数（厚度单位）、形状大小、花型，家纺类蚕丝被的重量、真丝套件的件数等均会造成采购价格的差异，服装或服饰加工根据订单品种的差异，如女装和童装，真丝服装和非真丝服装，其采购价格亦有所不同，故主要外协供应商采购单价之间通常不具备可比性。

A、公司丝绸文化创意品常规产品如丝巾、品牌服装等，通常根据不同的型号定期向《合格供应商名录》中的相关品类供应商进行询价，经综合考虑价格、以往合作情况等因素，确认细分款式供应商及价格区间，并根据销售计划下达订单；对于个性化定制产品经与客户沟通完成设计打样后，根据样品成本进行市场询价，并根据报价情况择优选择外协供应商。

B、公司丝绸纺织制品通常是根据客户订单“以销定采”，当客户就具体订单要求公司报价时，公司会根据订单的具体要求，向擅长相应订单领域的外协供应商进行询价，并综合比较价格、交货期等因素暂定合作供应商；公司根据供应商的报价加上自身相应的成本、费用得出订单总成本，并加成一定的毛利水平向客户报价，公司主要通过询价和最终毛利率实现情况确保采购价格公允性。

(2) 外协供应商采购公允性的外部确认

A、保荐机构、申报会计师协同公司共计走访供应商 156 家，覆盖报告期各期采购总额的 72.43%、74.85%与 73.15%，其已确认向发行人供货价格与其他客户之间不存在明显差异，并确认“不存在通过其他利益补偿要求降低采购价格的情形”。

B、保荐机构、申报会计师核查了公司采购环节的询价、比价单据，供应商评审底单等资料，比较其他外协供应商的报价区间与主要外协供应商的采购单价，不存在明显差异。保荐机构、申报会计师获取了 6A 级真丝报告期内的价格走势，并与真丝材质为主的采购品类丝巾、品牌服装（丝绸服装）、家纺采购单价趋势比对，不存在重大异常。保荐机构、申报会计师针对存在市场公开价格的面料类产品获取了中国茧丝绸交易平台对主要细分品类面料报价，对发行人主要细分品类面料采购价格进行分析性复核，不存在重大异常。

C、保荐机构、申报会计师取得了发行人实际控制人、董事（外部董事和独立董事除外）、监事、高级管理人员全部流水，并将其 20 万元以上的流水对象与报告期各期主要供应商（报告期各期分版块前 50 大供应商，各期覆盖比例分别为 78.36%、83.98%与 80.51%）穿透后的各层级股东、高级管理人员进行匹配，无异常情况。

D、保荐机构、申报会计师对于控股股东所有银行流水进行了汇总统计，对于下属企业其他账户查阅其银行日记账，并对主要往来对象进行核查。对于上述汇总统计的部分银行流水，保荐机构和申报会计师统计了资金进出差额大于 300 万元的法人往来对象与进出差额大于 50 万元的自然人往来对象，上述往来均有合理的商业背景及原因，且均非发行人供应商。

E、公司主要产品定价原则均为成本加成法，具体而言，丝绸文化创意品根据采购成本以及其他费用核算出总成本，并按照一定倍率形成吊牌价格，丝绸纺织制品根据客户订单要求，通过询价、比价估算成本，乘以一定的成本加成比例，确定订单报价，公司对采购价格的内控措施最终会体现在毛利率水平上。

报告期内，公司丝绸文化创意品中的丝巾、围巾、品牌服装、家纺、丝绸工艺品五类产品占丝绸文化创意品收入比重分别为 73.72%、69.31%和 67.39%，上述五类产品毛利率与可比上市公司比较如下：

可比公司		2020 年度	2019 年度	2018 年度
丝绸文化创意品-丝巾、围巾和品牌服装	安正时尚	43.27%	52.97%	63.27%
	太平鸟	52.49%	53.19%	53.43%
	朗姿股份[注1]	53.65%	59.90%	57.72%
	地素时尚	76.60%	75.00%	73.90%

可比公司		2020 年度	2019 年度	2018 年度
	日播时尚	57.16%	57.96%	59.89%
	歌力思	66.23%	65.87%	68.21%
	锦泓集团	67.68%	67.71%	69.05%
	欣贺股份	72.03%	74.60%	75.21%
	算术平均数	61.14%	63.40%	65.08%
	本公司 -丝巾、围巾和品牌服装	61.23%	56.63%	57.18%
丝绸文化创意 品-家纺	罗莱生活	43.18%	43.86%	45.50%
	富安娜	53.90%	52.00%	49.82%
	梦洁股份	39.94%	41.12%	42.75%
	多喜爱[注 2]	/	/	38.96%
	水星家纺	35.27%	37.58%	35.11%
	算术平均数	43.07%	43.64%	42.43%
	本公司-家纺	40.99%	43.19%	43.38%
丝绸文化创意 品-丝绸工艺品	锦泓集团-云锦	71.84%	73.27%	71.40%
	本公司-丝绸工艺品	54.64%	77.29%	70.66%
丝巾、围巾、品牌服装、家纺、丝绸工艺品销售收入占丝绸文化创意品收入比重		67.39%	69.31%	73.72%

注 1：朗姿股份同时经营品牌女装、婴童服饰及医美业务，毛利率仅包含品牌女装相关业务，下同；

注 2：多喜爱于 2019 年 12 月完成重大资产重组，主营业务变更为建筑业，毛利率不可比。

报告期内，公司主要产品毛利率水平并未明显高于可比上市公司。可比上市公司中，仅锦泓集团经营云锦类产品，具体包括礼服、嫁衣及云锦艺术品，与公司丝绸工艺品产品性质存在一定相似之处。2018-2019 年度，公司丝绸工艺品毛利率与可比上市公司接近，2020 年度，由于公司以较低折扣促销一批低价丝绸工艺品，毛利率低于可比上市公司。

公司丝绸纺织制品毛利率与可比上市公司比较如下：

可比公司	2020 年度	2019 年度	2018 年度
嘉欣丝绸-面料	15.87%	15.39%	10.65%
嘉欣丝绸-服装	22.15%	21.85%	20.87%
嘉欣丝绸-印染	28.28%	37.48%	37.04%
达利国际	17.93%	19.88%	18.15%

可比公司	2020 年度	2019 年度	2018 年度
公司-丝绸面料	22.71%	17.07%	18.67%
公司-贴牌服装	16.65%	18.30%	13.15%
公司-数码印花加工	17.80%	27.01%	18.16%

注：嘉欣丝绸包含五金产品、蚕茧生丝类产品等，此类业务与公司业务差异较大，因此毛利率取自其年报披露的服装产品、面料产品毛利率。

公司除丝绸面料业务毛利率略高于嘉欣丝绸外，其他产品毛利率水平并未明显高于可比上市公司。公司丝绸面料毛利率较高主要原因为：①公司丝绸面料收入中丝绸材质面料占比达到 80%以上，且部分丝绸面料应用了数码印花工艺，与嘉欣丝绸相比，产品单价与附加值均较高；②嘉欣丝绸以出口外销为主且批量较大；公司面料业务以内销为主，面向品牌女装类企业，产品更新换代较快，对生产灵活度要求较高，其毛利率较批量业务更高。③2020 年度，公司丝绸面料毛利率提升比例较大，主要系公司缩减了与毛利率较低客户的合作规模（3 家毛利率较低的客户当期收入占比由上年度的 25.40%下降至 10.19%，上述客户 2019 年度毛利率为 12.13%），另一方面当期公司自主生产比例进一步提升，且双面数码印花工艺应用增加，提升了毛利率水平。

公司数码印花加工业务毛利率低于嘉欣丝绸印染业务毛利率，主要是公司数码印花加工与传统印染在运营模式上存在一定差异。传统印染设备更新换代较慢，产品摊销的制造费用较小，因而毛利率较高。而公司数码印花加工业务主要设备成新率较高，折旧金额较高，同时，数码印花加工业务报告期前期规模相对较小，尚未形成规模效应，因而毛利率相对较低。2018-2019 年度，数码印花加工业务处于快速发展阶段，随着产销规模的扩大，其毛利率逐年提升。2020 年度，因应对疫情冲击及抢夺市场份额，数码印花加工业务主动降低报价，毛利率相应降低。

综上，结合公司关于采购的内控措施以及外部核查手段，公司向主要供应商的采购价格公允。

6、访谈了供应链管理中心负责人并查阅了发行人《供应链采购管理制度》、《产品质量管理办法》、《采购框架协议》等文件，了解发行人对供应商选择及管理的措施、供应商产品质量管控及合作纠纷解决的风控措施。

7、随机抽取部分月份供应商开发及管理的内部评审文件，了解《供应链采

购管理制度》执行情况。

8、取得了发行人的采购入库质检明细表，了解《产品质量管理办法》执行情况，并计算供应商产品合格率。

9、通过国家企业信用公示系统、杭州市消费者权益保护委员会、裁判文书网、信用中国、企查查等公开信息进行查询，确认发行人不存在重大产品质量投诉或纠纷；经检索网络新闻搜索，发行人产品不存在重大负面新闻或者重大纠纷情况，并取得了市场监督管理部门出具的无违法违规证明。

10、访谈了发行人供应商管理中心负责人，查阅了发行人的采购合同、诉讼文件、和解协议等资料，在中国裁判文书网、中国审判流程信息公开网（开庭公告信息）、浙江法院网（开庭公告信息）、天眼查进行公开查询，了解发行人与供应商发生的纠纷事项及解决情况。

11、访谈了与发行人存在纠纷供应商的相关人员或中间人，了解事实经过及目前进展。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、报告期内，发行人外协生产（委托加工和外包模式）比例分别为 87.86%、79.33%和 78.60%，外协生产占比较高，主要原因系采用外协生产模式有助于发行人增强核心竞争力、丰富产品线及扩充核心工艺产能、提高资产运营效率，与同行业可比上市公司相比，发行人生产模式与外协生产比例符合行业特征。

2、发行人三类产品主要外协供应商互不重合的原因为采购产品/服务内容存在差异和经营模式存在差异，报告期内，发行人丝绸文化创意品、丝绸纺织制品的各期前五大外协供应商交易额存在较大变动，主要原因系发行人细分产品众多，而单一外协供应商主要向发行人供应若干款细分产品，发行人每年根据市场情况对细分品类的销售存在一定的变动，如不同年份主推的家纺产品细分品类不同，丝绸纺织制品下游客户订单要求存在差异等，导致了主要外协供应商的采购金额发生变化，此外，随着发行人核心工艺日益成熟，提高了数码印花自主加工比例以及缩减非真丝产品业务规模等亦使得部分产品外协采购金额发生变动，进而导致发行人各年前五大外协供应商发生变动。发行人向前五大外协供应商采购金额

占比、主要外协供应商数量与同行业可比上市公司相比不存在重大差异。

3、发行人丝绸文化创意品外协生产比例与同行业可比上市公司不存在重大差异，发行人丝绸纺织制品与口罩的外协生产比例高于同行业可比上市公司，发行人已在招股说明书风险提示章节就丝绸纺织制品、口罩的外协生产比例较高事项进行了补充完善。

4、发行人制定了《供应链采购管理制度》、《产品质量管理办法》、《采购框架协议》等文件对供应商选择及管理、产品质量管控、与供应商合作纠纷解决的措施作出明确规定。报告期内，发行人针对丝绸文化创意品和丝绸纺织制品供应商选择及管理制度执行情况良好，发行人针对口罩产品，公司供应商选择及管理制度执行存在一定瑕疵，主要系新冠肺炎疫情爆发前期口罩主要原材料或半成品极其缺乏，供应商通常要求先行支付货款，不接受验厂等程序，公司为能够按时保质保量完成口罩生产任务，增加社会供给，履行社会责任，在一定程度上放宽对口罩供应商的选择及管理要求。发行人与口罩供应商产生纠纷的金额为 567.74 万元，公司已在 2020 年度财务报表中全额计提坏账准备，上述事项未对公司正常采购及经营造成重大不利影响，亦不会对公司未来经营业绩构成不利影响。

5、发行人与供应商发生纠纷时，首先通过友好协商进行解决，如争议无法通过协商解决，发行人根据经济效益原则决定是否向发行人所在地法院提起诉讼，同时积极寻找替代供应商，保障业务正常运营，尽力降低对发行人造成的损失，并判断是否将其移出《合格供应商名单》，若公司对该供应商尚有款项未支付的，将及时冻结付款流程，待争议解决后再行付款。

6、供应商产品到货入库前，公司根据采购物料的重要性、单次到货数量等进行全检或抽检，部分供应商少量批次产品存在质量不合格的情况，针对少量质量不合格产品进行退换货或让步接收处理。报告期内，公司接收供应商产品后，不存在重大质量不合格的情况，亦不存在公司因使用供应商产品导致产品质量问题而与客户发生重大法律诉讼的情况。报告期内，万事利丝绸、万事利科技、万事利数码未发生重大的产品质量投诉、纠纷或潜在纠纷，未出现因违反有关产品质量和技术监督方面的法律、法规而被有关部门处罚的情况。

7、除上海诚心医疗器械有限公司、好状态供应链以外，发行人还与江苏宇

杰医疗器械有限公司、张家港市泰耀服饰有限公司、宁波煌瑾服饰有限公司、杭州云梵环保科技有限公司等供应商发生过纠纷事项，均为口罩供应商，发行人与上述供应商的纠纷不会对发行人的持续经营造成重大不利影响，不会对公司未来经营业绩构成不利影响，亦不会对本次发行上市构成实质性障碍。

问题 3

关于创业板定位。请发行人结合公司经营模式、收入构成、国民经济行业分类等，进一步说明是否属于纺织业等创业板负面清单行业。请保荐机构和发行人律师核查并发表意见。

【回复】

一、公司符合创业板定位的相关规定

为打破传统丝绸产品业态，公司通过对丝绸历史和文化价值的挖掘，围绕丝绸产品品类创造、文化创意、技术创新、模式变革不断夯实核心竞争力。公司自设立以来就探索以文化创意为引领，以数码印花工艺等高新技术为支撑的转型升级之路，经过十余年发展，公司已成功实现从“产品制造”到“文化创造”再到“品牌塑造”的转型升级，“万事利”已成为我国丝绸行业的知名品牌。

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

二、从经营模式和收入构成分析，公司丝绸文化创意品是主要利润来源，丝绸文化创意品经营模式与女装品牌企业类似，故公司应归类于女装品牌企业对应的“纺织服装、服饰业（C18）”

公司主营丝绸相关产品的研发设计、生产与销售，主要产品按照客户群体和是否具备终端消费品牌可分为丝绸文化创意品（自有终端品牌）和丝绸纺织制品

（非自有终端品牌），其中以“万事利”自有品牌为核心的丝绸文化创意品主要包括丝巾、组合套装、家纺、品牌服装、围巾、丝绸工艺品；以技术加工为核心向知名女装品牌提供的丝绸纺织制品主要包括丝绸面料、贴牌服装以及公司凭借工艺优势向客户提供的数码印花加工服务；2020 年发行人因新冠肺炎疫情增加了口罩产品。

报告期内，发行人三类产品主营业务收入及毛利构成情况如下：

单位：万元

项 目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
主营业务收入						
丝绸文化创意品	34,688.28	47.47%	40,764.45	56.43%	39,913.93	53.73%
丝绸纺织制品	20,860.70	28.55%	31,479.08	43.57%	34,367.14	46.27%
口罩	17,525.24	23.98%	-	-	-	-
合 计	73,074.22	100.00%	72,243.53	100.00%	74,281.06	100.00%
毛利额						
丝绸文化创意品	17,694.80	61.91%	21,032.31	78.68%	21,623.79	79.75%
丝绸纺织制品	4,514.88	15.80%	5,698.94	21.32%	5,492.22	20.25%
口罩	6,373.52	22.30%	-	-	-	-
合 计	28,583.20	100.00%	26,731.24	100.00%	27,116.01	100.00%

2018-2019 年丝绸文化创意品收入占比和毛利额贡献占比均超过 50%，2020 年丝绸文化创意品占比 47.47%，且毛利额贡献占比 61.91%。根据中国证监会发布的《上市公司行业分类指引（2012 年修订）》，当上市公司某类业务的营业收入比重大于或等于 50%，则将其划入该业务相对应的行业；当上市公司没有一类业务的营业收入比重大于或等于 50%，但某类业务的收入和利润均在所有业务中最高，而且均占到公司总收入和总利润的 30%以上，则归属于该业务对应的类别，故公司应归类于丝绸文化创意品对应的行业类别。

公司针对丝绸文化创意品（自有终端品牌）专注于设计研发、品牌推广、终端销售等产业链上附加值较高的环节，通过外协生产形成了快速灵活的运营模式。经过多年的运营，“万事利”已是行业内的知名商标/品牌，曾被认定或入选“中国驰名商标”、“十大丝绸品牌”、“中国之造”国家品牌计划，形成了以品牌、

设计、营销网络为核心的竞争力。女装品牌企业亦聚焦于产品开发、品牌运营以及销售网络管理等高附加值的产业价值链环节,根据同行业可比上市公司招股说明书披露数据,太平鸟、朗姿股份、日播时尚、锦泓集团、地素时尚外协生产比例均超过 50%,公司丝绸文化创意品经营模式与女装品牌企业趋同。报告期内,公司丝绸文化创意品毛利率水平在 50%-60%之间,同行业可比上市公司毛利率水平在 60%左右,毛利率水平亦基本一致。根据 2021 年 1 季度上市公司行业分类结果,女装品牌企业均为“纺织服装、服饰业(C18)”,故公司行业归类于丝绸文化创意品对应的“纺织服装、服饰业(C18)”。

三、若将公司细分产品按照国民经济行业分类标准进行归类,2018-2019 年归类于“纺织服装、服饰业(C18)”行业的细分产品收入和毛利占比超过 50%,2020 年上半年国内防疫物资紧缺,公司新增口罩产品销售规模较大,随着国内防疫物资产能增长且新冠肺炎疫情得到有效控制,2020 年下半年公司丝绸文化创意品业务恢复情况良好,归类于“纺织服装、服饰业(C18)”的细分产品收入占比为 56.51%,毛利占比为 68.39%,故公司应归类于“纺织服装、服饰业(C18)”

公司丝绸文化创意品(自有终端品牌)具体包括丝巾、组合套装、家纺、品牌服装、围巾、丝绸工艺品等,丝绸纺织制品(非自有终端品牌)包括丝绸面料、贴牌服装、数码印花加工等,口罩包括平面口罩和立体口罩。若根据《国民经济行业分类》(GB/T4754-2017),公司将细分产品收入分行业统计如下:

单位:万元

项目		2020 年 7-12 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度		具体行业类别
		金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例	
主营业务收入										
C18- 纺 织 服装、服 饰 业	丝绸文化创意品-丝巾	6,903.13	19.94%	10,130.91	13.86%	14,502.11	20.07%	15,327.19	20.63%	C1830- 服 饰制造
	丝绸文化创意品-组合套装	6,297.67	18.19%	8,849.19	12.11%	9,520.59	13.18%	6,183.60	8.32%	C1830- 服 饰制造
	丝绸纺织制品-贴牌服装	1,985.55	5.74%	5,086.96	6.96%	11,242.34	15.56%	14,510.89	19.54%	C181-机织服装制造、C182-针织或钩针编织服装制造

单位：万元

项目		2020 年 7-12 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度		具体行业类别
		金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例	
	丝绸文化创意品-品牌服装	2,388.40	6.90%	3,327.47	4.55%	4,073.75	5.64%	4,567.05	6.15%	C181- 机织服装制造、C182- 针织或钩针编织服装制造
	丝绸文化创意品-围巾	584.73	1.69%	899.48	1.23%	1,363.58	1.89%	2,038.90	2.74%	C1830- 服饰制造
	丝绸文化创意品-其他-领带	221.74	0.64%	345.23	0.47%	804.30	1.11%	634.49	0.85%	C1830- 服饰制造
	丝绸文化创意品-其他-包、眼罩等	722.83	2.09%	1,129.43	1.55%	1,541.04	2.13%	2,271.40	3.06%	C1830- 服饰制造
	丝绸纺织制品-其他-配饰	460.60	1.33%	912.46	1.25%	1,286.85	1.78%	1,251.44	1.68%	C1830- 服饰制造
	小计	19,564.66	56.51%	30,681.13	41.99%	44,334.55	61.37%	46,784.97	62.98%	
C17-纺织业	丝绸纺织制品-丝绸面料	6,888.70	19.90%	12,403.72	16.97%	16,653.63	23.05%	16,904.92	22.76%	C1743- 丝印染精加工
	丝绸文化创意品-家纺	5,781.01	16.70%	8,804.34	12.05%	7,406.23	10.25%	6,187.05	8.33%	C1771- 床上用品制造
	丝绸纺织制品-数码印花加工	772.65	2.23%	1,672.78	2.29%	1,828.50	2.53%	953.02	1.28%	C1743- 丝印染精加工
	丝绸纺织制品-其他-枕套、蚕丝被等	645.03	1.86%	784.78	1.07%	467.76	0.65%	746.86	1.01%	C1771- 床上用品制造
	口罩-平面口罩	231.37	0.67%	15,356.35	21.01%	-	-	-	-	C1789- 其他产业用纺织制成品制造
	口罩-立体口罩	87.60	0.25%	2,168.89	2.97%	-	-	-	-	C1789- 其他产业用纺织制成品制造
	小计	14,406.37	41.61%	41,190.86	56.37%	26,356.12	36.48%	24,791.84	33.38%	
其他	丝绸文化创意品-丝绸工艺品	148.29	0.43%	213.77	0.29%	906.46	1.25%	1,303.34	1.75%	C2436- 抽纱刺绣工艺品制造
	丝绸文化创意品-其他-日化用品	126.84	0.37%	338.39	0.46%	399.39	0.55%	1,132.99	1.53%	C2682- 化妆品制造
	丝绸文化创意品-其他-瓷器	372.65	1.08%	650.07	0.89%	247.00	0.34%	267.92	0.36%	C3075- 陈设艺术陶瓷制造
合计		34,618.80	100.00%	73,074.22	100.00%	72,243.53	100.00%	74,281.06	100.00%	

单位：万元

项目		2020 年 7-12 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度		具体行业类别
		金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例	
毛利额										
C18-纺织服装、服饰业	丝绸文化创意品-丝巾	4,678.09	32.06%	6,641.86	23.24%	8,574.11	32.08%	9,282.76	34.23%	C1830- 服饰制造
	丝绸文化创意品-组合套装	3,050.99	20.91%	4,348.28	15.21%	4,700.85	17.59%	3,367.14	12.42%	C1830- 服饰制造
	丝绸纺织制品-贴牌服装	292.57	2.00%	847.18	2.96%	2,057.91	7.70%	1,908.41	7.04%	C181-机织服装制造、C182-针织或钩针编织服装制造
	丝绸文化创意品-品牌服装	1,183.32	8.11%	1,571.55	5.50%	1,901.92	7.11%	2,167.99	8.00%	C181-机织服装制造、C182-针织或钩针编织服装制造
	丝绸文化创意品-围巾	380.03	2.60%	577.55	2.02%	815.07	3.05%	1,090.72	4.02%	C1830- 服饰制造
	丝绸文化创意品-其他-领带	155.75	1.07%	245.44	0.86%	501.72	1.88%	475.17	1.75%	C1830- 服饰制造
	丝绸文化创意品-其他-包、眼罩等	79.75	0.55%	158.36	0.55%	308.09	1.15%	927.92	3.42%	C1830- 服饰制造
	丝绸纺织制品-其他-配饰	158.57	1.09%	300.81	1.05%	212.85	0.80%	135.23	0.50%	C1830- 服饰制造
	小计	9,979.07	68.39%	14,691.03	51.40%	19,072.51	71.35%	19,355.34	71.38%	
C17-纺织业	丝绸纺织制品-丝绸面料	1,731.24	11.86%	2,817.23	9.86%	2,843.57	10.64%	3,155.86	11.64%	C1743- 丝印染精加工
	丝绸文化创意品-家纺	2,402.34	16.46%	3,608.70	12.63%	3,199.02	11.97%	2,684.19	9.90%	C1771- 床上用品制造
	丝绸纺织制品-数码印花加工	76.26	0.52%	297.78	1.04%	493.90	1.85%	173.07	0.64%	C1743- 丝印染精加工
	丝绸纺织制品-其他-枕套、蚕丝被等	181.97	1.25%	251.88	0.88%	90.71	0.34%	119.65	0.44%	C1771- 床上用品制造
	口罩-平面口罩	-43.06	-0.30%	5,799.40	20.29%	-	-	-	-	C1789- 其他产业用纺织制成品制造
	口罩-立体口罩	-19.39	-0.13%	574.13	2.01%	-	-	-	-	C1789- 其他产业用纺织制成品制造

单位：万元

项目		2020 年 7-12 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度		具体行业类别
		金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例	
	小计	4,329.36	29.67%	13,349.11	46.70%	6,627.20	24.79%	6,132.77	22.62%	
其他	丝绸文化创意品-丝 绸工艺品	88.29	0.61%	116.81	0.41%	700.61	2.62%	921.00	3.40%	C2436- 抽纱 刺 绣 工 艺品制造
	丝绸文化创意品-其他-日化用品	48.56	0.33%	154.75	0.54%	226.64	0.85%	538.85	1.99%	C2682- 化 妆品制造
	丝绸文化创意品-其他-瓷器	147.01	1.01%	271.50	0.95%	104.28	0.39%	168.05	0.62%	C3075- 陈 设 艺术 陶 瓷制造
合计		14,592.28	100.00 %	28,583.20	100.00 %	26,731.24	100.00 %	27,116.01	100.00 %	

2018-2019 年，公司归类于“纺织服装、服饰业（C18）”的细分产品收入占比分别为 62.98%、61.37%，毛利占比分别为 71.38%、71.35%，故公司应归类于“纺织服装、服饰业（C18）”。2020 年上半年受新冠肺炎疫情的影响，国内防疫物资紧缺，公司新增口罩产品销售规模较大，导致 2020 年全年归类于“纺织业（C17）”的细分产品收入占比超过 50%，但归类于“纺织服装、服饰业（C18）”的细分产品的毛利占比超过 50%，仍系主要盈利来源。

2020 年上半年公司口罩产品销售受益于国内防疫物资紧缺，随着国内防疫物资产能增长且新冠肺炎疫情得到有效控制，公司口罩产品进入常态化发展，而 2020 年下半年公司丝绸文化创意品业务恢复情况良好，相关收入较上年同期上涨 5%左右，因而当期归类于“纺织服装、服饰业（C18）”的细分产品收入占比为 56.51%，毛利占比为 68.39%，故公司应归类于“纺织服装、服饰业（C18）”。

四、“纺织服装、服饰业（C18）”不属于创业板负面清单行业

《创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定》第四条“属于中国证监会公布的《上市公司行业分类指引（2012 年修订）》中下列行业的企业，原则上不支持其申报在创业板发行上市，但与互联网、大数据、云计算、自动化、人工智能、新能源等新技术、新产业、新业态、新模式深度融合的创新创业企业除外：（一）农林牧渔业；（二）采矿业；（三）酒、饮料和精制茶制造业；（四）纺织业；（五）黑色金属冶炼和压延加工业；（六）电力、热力、燃气及水生产和供应业；（七）建筑业；（八）交通运输、仓储和邮政业；（九）住宿和餐饮业；（十）金融业；（十一）房地产业；（十二）居民服务、修理和其他服务业。”

根据《上市公司行业分类指引（2012 年修订）》和国民经济行业分类标准，“纺织业”均属于（C17），而公司所属的“纺织服装、服饰业”均属于（C18），与创业板负面清单所列示的行业均不属于同一大类。

综上，从公司经营模式、收入构成、国民经济行业分类维度进行分析，公司均应归类于“纺织服装、服饰业（C18）”，不属于创业板负面清单行业。

五、请保荐机构、发行人律师核查并发表明确意见

（一）核查程序

为核查上述事项，保荐机构和发行人律师主要履行了如下核查程序：

1、访谈发行人研发、采购、生产、销售等职能部门负责人，现场走访主要的客户及供应商，了解发行人经营模式；

2、查询同行业可比上市公司招股说明书，了解其经营模式，并与发行人进行比较；

3、网络查询《上市公司行业分类指引》（2012 年修订）、2021 年 1 季度上市公司行业分类结果；

4、取得报告期内发行人主营业务收入明细账，分析具体产品构成；

5、网络查询《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017），根据发行人细分产品进行归类；

6、访谈发行人董事长，了解 2020 年上半年口罩产品经营规模较大的原因以及未来经营计划。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

1、公司符合创业板关于“三创四新”的定位要求；

2、从经营模式和收入构成分析，公司丝绸文化创意品是主要利润来源，丝绸文化创意品经营模式与女装品牌企业类似，故公司应归类于女装品牌企业对应的“纺织服装、服饰业（C18）”，不属于创业板负面清单行业；

3、若将公司细分产品按照国民经济行业分类标准进行归类，2018-2019 年归

类于“纺织服装、服饰业（C18）”行业的细分产品收入和毛利占比超过 50%，2020 年上半年国内防疫物资紧缺，公司新增口罩产品销售规模较大，随着国内防疫物资产能增长且新冠肺炎疫情得到有效控制，2020 年下半年公司丝绸文化创意品业务恢复情况良好，归类于“纺织服装、服饰业（C18）”的细分产品收入占比为 56.51%，毛利占比为 68.39%，故公司应归类于“纺织服装、服饰业（C18）”，不属于创业板负面清单行业。

问题 4

关于独立性。根据申报材料，公司控股股东、实际控制人控制、施加重大影响的企业达数十家。控股股东万事利集团经营范围中包含“加工、制造：针纺织品、丝绸、服装”，部分生产服装及其辅料、生产销售针织面料及服装的关联方已无实际生产经营，正在组织清算。发行人目前仅保留数码印花生产环节，其他采购、生产制造环节主要通过外协进行。

请发行人说明在业务形成过程中，控股股东、实际控制人及其控制或施加重大影响的企业是否存在与发行人完全相同或部分相同业务的情形及相关业务规范情形，发行人目前外协供应链有关业务、资产、人员是否来源于控股股东或实际控制人及其控制或施加重大影响的企业，报告期内是否存在混同的情况，是否存在关联方代为承担成本费用情形，是否存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争，是否存在严重影响独立性或显失公平的关联交易。

请中介机构核查并发表明确意见。

【回复】

一、请发行人说明在业务形成过程中，控股股东、实际控制人及其控制或施加重大影响的企业是否存在与发行人完全相同或部分相同业务的情形及相关业务规范情形

（一）发行人业务形成过程

发行人母公司前身万事利有限设立于 2007 年，自设立以来，控股股东万事利集团及实际控制人陆续将涉及丝绸相关领域的运营主体七仁数码、万事利礼品、

万事利科技、万事利数码、明阳健康等整合至发行人体系内，形成了目前独立于万事利集团其他业务单元，由发行人运营的丝绸相关业务板块。

（二）自发行人设立以来，控股股东、实际控制人及其控制或施加重大影响的企业变更情况

自发行人 2007 年成立以来，一直从事丝绸相关业务，控股股东、实际控制人控制或施加重大影响的企业共 106 家，其中 32 家企业存在从事或曾从事的部分业务与发行人相近的情形，74 家企业从未从事与发行人相近的业务。控股股东、实际控制人已对其控制或施加重大影响的企业相关业务进行了规范，截至本落实函回复出具日，已不存在由控股股东、实际控制人控制或施加重大影响的企业从事与发行人相近业务的情形。上述 106 家企业具体情况如下：

序号	名称	业务范围	是否存在与发行人相同业务	业务规范情形/备注
存在从事或曾从事的部分业务与发行人相近情形的企业				
1	万事利科技	从事丝绸纺织制品业务	是	万事利集团于 2012 年 10 月、2013 年 11 月将其持有万事利科技 65%、2%股权转让给发行人，之后不再持有万事利科技股权
2	万事利数码	从事丝绸面料数码印花加工业务	是	万事利集团于 2016 年 5 月、将其持有万事利数码 100%股权转让给发行人，之后不再持有万事利数码股权
3	万事利礼品	从事丝绸文化创意品销售业务	是	万事利集团控制的万事利进出口与实际控制人李建华控制的丝奥投资曾分别持有万事利礼品 52.50%、22.50%股权，万事利进出口、丝奥投资于 2008 年 8 月将上述股权转让给发行人，之后不再持有万事利礼品股权
4	明阳健康	从事蚕丝蛋白面膜、桑叶茶销售业务	是	实际控制人李建华于 2017 年将其持有明阳健康 20%的股权转让给发行人，之后不再持有明阳健康股权
5	七仁数码	从事丝绸书画热转印加工业务	是	2008 年 8 月之前，万事利礼品（尚属于万事利集团控制）持有七仁数码 60%股权，2008 年 8 月之后，七仁数码成为发行人全资子公司

序号	名称	业务范围	是否存在与发行人相同业务	业务规范情形/备注
6	嘉兴万事利	曾从事婴童装业务，现从事房产出租与贸易、物业管理服务业务	是	万事利集团控制之企业，于2015年起不再从事婴童装业务
7	印燃贸易	曾从事面料贸易业务，现从事大宗商品贸易业务	是	2011年起不再从事丝绸相关面料贸易业务
8	欢越贸易	曾从事职业定制服装的生产销售业务，现从事大宗商品贸易业务	是	2017年起不再从事职业定制服装的生产销售业务，相关人员已由发行人承接
9	万事利进出口	曾从事服装及其他商品的进出口贸易业务，现从事大宗商品贸易业务	是	2015年起不再从事服装的进出口贸易业务
10	摩赛贸易	曾从事婴童装加工制造业务，现从事大宗商品贸易业务	是	2015年起不再从事婴童装加工制造业务
11	曙林进出口	曾从事面料、婴童装及其他商品的进出口贸易业务，现从事大宗商品贸易业务	是	2015年起不再从事面料、婴童装的进出口贸易业务
12	伟利达制衣	曾从事服装加工销售业务，现已无实际经营业务	是	2007年起不再从事服装加工销售业务
13	万事利针织	曾从事服装加工销售业务，现已无实际经营业务	是	2009年起不再从事服装加工销售业务
14	马克罗西	曾销售EMR的存货，现已无实际经营	是	万事利集团控制之企业，已于2018年将“马克罗西”品牌存货全部销售完毕，相关业务已终止
15	EMR	曾从事“马克罗西”品牌丝绸产品的生产销售业务，现已注销	是	已于2018年注销，相关业务已终止
16	禾和贸易	曾从事服装加工销售业务，现已注销	是	于2013年不再从事服装加工业务，已于2020年注销
17	杭州万事利家纺科技有限公司	曾从事家纺及服装加工生产、销售业务，现已注销	是	于2009年起不再从事家纺及服装加工生产、销售业务，已于2013年注销
18	杭州雷米贸易有限公司	曾从事白厂丝贸易业务	是	2015年5月起不再从事白厂丝贸易业务，已于2019年注销
19	杭州苗恒贸易有限公司	曾从事白厂丝贸易业务	是	2015年5月起不再从事白厂丝贸易业务，已于2019年注销

序号	名称	业务范围	是否存在与发行人相同业务	业务规范情形/备注
20	杭州泰友投资管理有限公司	曾从事针纺织品、纺织面料、丝绸布料贸易业务	是	万事利集团于 2009 年 11 月将其所持有的 50.77%股权转让给沈丽娟，之后不再持有其股权
21	杭州万佳针织科技有限公司	从事针织面料、服装加工销售业务	是	万事利集团于 2015 年 6 月将其所持有的 35.00%股权转让给杭州品绸贸易有限公司，之后不再持有其股权
22	灿泰进出口	曾从事丝绸面料、服装贸易业务	是	万事利集团于 2017 年 1 月将其所持有的 35.00%股权转让给王平海、沈守玉，之后不再持有其股权
23	海宁万事利	曾从事服装加工销售业务	是	系灿泰进出口的全资子公司，随灿泰进出口一并转让
24	锐拓纺织	曾从事丝绸面料、服装贸易业务	是	万事利集团于 2016 年 12 月将其所持有的 35.00%股权转让给马建民、方云华，之后不再持有其股权
25	必豪纺织品	曾从事丝绸面料、服装贸易业务	是	万事利集团于 2017 年 1 月将其所持有的 35.00%股权转让给高水兴、任文琴，之后不再持有其股权
26	盛拓服饰	曾从事丝绸面料、服装贸易业务	是	万事利集团于 2017 年 1 月将其所持有的 35.00%股权转让给袁伟文、单慧卿、张红花，之后不再持有其股权
27	阡陌丝绸	曾从事丝绸面料、服装贸易业务	是	万事利集团于 2017 年 1 月将其所持有的 35.00%股权转让给陆定峰，之后不再持有其股权
28	诺高纺织品	曾从事丝绸面料、服装贸易业务	是	万事利集团于 2017 年 1 月将其所持有的 35.00%股权转让给楼莉萍，之后不再持有其股权
29	康满纺织品	曾从事丝绸面料、服装贸易业务	是	万事利集团于 2016 年 12 月将其所持有的 35.00%股权转让给姚永泉，之后不再持有其股权
30	创泰纺织品	曾从事丝绸面料、服装贸易业务	是	万事利集团于 2017 年 1 月将其所持有的 35.00%股权转让给周宏波，之后不再持有其股权
31	东群织造	曾从事丝绸面料、服装贸易业务	是	万事利集团于 2016 年 12 月将其所持有的 35.00%股权转让给周一鸣，之后不再持有其股权
32	万坤婴童	从事婴幼儿服装加工销售业务	是	万事利集团与屠红燕于 2016 年 1 月已分别将其所持

序号	名称	业务范围	是否存在与发行人相同业务	业务规范情形/备注
				有的 56.67%与 27.78%股权转让给刘九强、柏正西，之后不再持有其股权
控股股东、实际控制人控制或重大影响的从未从事与发行人相近业务的企业				
33	万事利集团	实业与金融投资、贸易业务、物业管理服务	否	不适用
34	香港万事利	从事大宗商品贸易业务	否	不适用
35	万事利小贷	从事小额贷款业务	否	不适用
36	青茂投资	从事投资业务	否	不适用
37	万事利科技制造	自有房屋租赁、贸易业务、物业管理服务	否	不适用
38	万利汽修	从事房产出租与汽车修理修配业务	否	不适用
39	万事利孵化器	从事物业管理业务	否	不适用
40	文化商城	从事市场经营管理、房产出租与物业管理业务	否	不适用
41	华榕投资	从事房产出租业务	否	不适用
42	万事利房地产	从事仓储租赁业务	否	不适用
43	桐乡置业	从事市场经营管理、房产出租与物业管理业务	否	不适用
44	广赛电力	从事自有房屋租赁业务	否	不适用
45	时代电子市场	从事停车服务、市场经营管理、房产出租业务	否	不适用
46	德清置业	从事开发经营南方家园商城、房产出租与物业管理业务	否	不适用
47	万事利生物	从事生物技术研发，化工产品及其原料销售，自有房屋租赁，物业管理服务业务	否	不适用
48	云启科创	从事房屋租赁业务	否	不适用
49	丝绸汇餐饮	从事餐饮服务、会务服务业务	否	不适用
50	花港餐饮	从事餐饮服务、会务服务业务	否	不适用
51	杭州海皇	从事生物饲料生产与销售业务	否	不适用

序号	名称	业务范围	是否存在与发行人相同业务	业务规范情形/备注
52	丝奥投资	从事投资业务	否	不适用
53	丝昱投资	从事投资业务	否	不适用
54	丝弦投资	从事投资业务	否	不适用
55	杭商投资	从事投资业务	否	不适用
56	奎逸网络	从事电商业务	否	不适用
57	纷硕保理	从事商业保理及相关咨询业务	否	不适用
58	意超科技	从事龟甲加工业务	否	不适用
59	劳居投资	未开展实际生产经营，因未来该公司可能开展投资业务而未注销	否	不适用
60	协东投资	未开展实际生产经营，因未来该公司可能开展投资业务而未注销	否	不适用
61	红芯电子	原从事电子类产品研发业务，已无实际生产经营	否	不适用
62	钛轩投资	原从事投资业务，已无实际生产经营，因未来该公司可能开展投资业务而未注销	否	不适用
63	万事利医院投资	原从事医院投资业务，已无实际生产经营，正在履行简易注销程序	否	不适用
64	国信典当	未开展实际生产经营，计划安排注销	否	不适用
65	铂祥投资	原从事投资业务，已无实际生产经营，因未来该公司可能开展投资业务而未注销	否	不适用
66	万普华互金	未开展实际生产经营，因未来该公司可能开展金融服务而未注销	否	不适用
67	胶州湾置业	原从事房地产开发业务，已无实际生产经营	否	不适用
68	联华化纤	未开展经营	否	不适用
69	钛铨营销	未开展实际生产经营	否	不适用

序号	名称	业务范围	是否存在与发行人相同业务	业务规范情形/备注
70	浙江万事利大厦投资管理有限公司	未开展实际生产经营	否	不适用
控股股东、实际控制人投资 20%以上的从未从事与发行人相近业务的企业				
71	亿联投资	从事投资业务，主要投资苏州四海星空教育科技有限公司的股权，该公司主要从事幼教社会领域的业务	否	不适用
72	万联投资	从事投资业务，主要投资杭州导领科技有限公司的股权，该公司主要从事互联网教育测评业务	否	不适用
73	浙江唯创置业有限公司	原从事房地产开发业务，已无实际生产经营	否	不适用
74	杭州金投万事利企业管理咨询合伙企业（有限合伙）	从事投资业务	否	不适用
75	杭州浙毅科技合伙企业（有限合伙）	从事投资业务	否	不适用
控股股东、实际控制人曾控制或施加重大影响的从未从事与发行人相近业务的企业				
76	湖州海皇	从事生物饲料生产与销售业务	否	不适用（2021年6月，杭州海皇将所持有的100.00%股份转让给四川新希望六和农牧有限公司）
77	鸿景农业	从事生物饲料生产与销售业务	否	不适用（湖州海皇子子公司，随其一并转让）
78	镇江鸿景	从事生物饲料生产与销售业务	否	不适用（鸿景农业子公司，随其一并转让）
79	杭州福恒贸易有限公司	从事贸易业务，投资持有安徽沙河酒业有限公司股权	否	不适用（2013年1月，万事利集团、屠红燕将所持有的100.00%股份转让给深圳市上东尚礼商贸有限公司与深圳市上东品牌管理有限公司）
80	安徽沙河酒业有限公司	从事白酒生产、销售业务	否	不适用（杭州福恒贸易有限公司之子公司，随其一同转让）
81	杭州长三角生物科技有限公司	从事生物制品技术的研究、开发，生物技术咨询、培训、成	否	不适用（2007年8月，万事利生物将所持有的37.00%股份转让给吴惠仙）

序号	名称	业务范围	是否存在与发行人相同业务	业务规范情形/备注
		果转让业务		
82	杭州友全置业有限公司	从事房地产开发业务	否	不适用（2008年4月，万事利房地产将所持有的20.00%股份转让给潘友全）
83	中金博达	从事物业投资管理业务	否	不适用（2019年8月，文化商城将所持有的100.00%股权转让给上海汇高国际贸易有限公司）
84	灌南南方家园商城置业有限公司	原从事房地产开发业务，后从事物业管理业务	否	不适用（2012年8月，万事利集团、王云飞将所持有的100.00%股份转让给倪学建）
85	山东华信天地置业发展有限公司	原从事房地产开发业务，后从事物业管理业务	否	不适用（2010年2月，万事利集团将所持有的60.00%股份转让给山东华信工贸有限公司）
86	旭扬建筑装饰	从事建筑装饰业务	否	不适用（2020年4月，万事利集团、屠红燕将所持有的100.00%股份转让给李霞）
87	新知天时	从事图书销售业务	否	不适用（2020年5月，文化商城将所持有的51.00%股份转让给许春波、李大军）
88	浙江万仕同庐实业有限公司	从事投资业务	否	不适用（2017年1月杭商投资将所持有的51.00%股份转让给王伟、季玲行）
89	义乌忆迈信进出口有限公司	万事利集团退出投资前，该公司未开展业务	否	不适用（该公司已于2018年9月11日注销）
90	杭州赛宏信息技术有限公司	从事信息技术相关业务	否	不适用（2018年1月，印燃贸易将所持有的20.00%股份转让给冯超芹）
91	浙江杭星新材料有限公司	从事纸制品生产业务	否	不适用（2014年4月，王云飞将所持有的51.00%股份转让给王登峰）
92	电子市场	原从事房屋出租与物业管理业务	否	不适用（2020年8月文化商城将所持有的100.00%股权转让给现代联合市场管理集团有限公司）
93	杭州魔森演艺有限公司	从事演艺业务	否	不适用（2009年9月，万事利集团将所持有的30.00%股份转让给杜林森）
94	湛庐投资	原从事投资业务	否	不适用（已于2019年9月注销）
95	万事利培训站	原从事驾驶员培训业务	否	不适用（已于2020年11月注销）
96	浙江万博华科技开发有	从事物芯片研发，IT信息技术开发，高新	否	不适用（已于2012年10月注销）

序号	名称	业务范围	是否存在与发行人相同业务	业务规范情形/备注
	限公司	技术的研发业务		
97	杭州文创图书有限公司	从事图书报刊、音像制品的零售；文化用品、电子产品的销售业务	否	不适用（已于 2011 年 8 月注销）
98	武汉万事利商贸有限公司	未开展实际生产经营	否	不适用（已于 2019 年 9 月注销）
99	杭州文耀电子有限公司	未开展实际生产经营	否	不适用（已于 2018 年 12 月注销）
100	杭州花嫁花卉园艺有限公司	未开展实际生产经营	否	不适用（已于 2019 年 5 月注销）
101	扬州海旺农业产业园有限公司	未开展实际生产经营	否	不适用（已于 2018 年 8 月注销）
102	杭州鼎群投资管理有限公司	原从事投资业务	否	不适用（已于 2019 年 3 月注销）
103	浙江国信拍卖行有限公司	未开展实际生产经营	否	不适用（已于 2018 年 3 月注销）
104	W&M ENTERPRISE COMPANY LIMITED	未开展实际生产经营	否	不适用（已于 2019 年 6 月注销）
105	万事利印染	未曾开展业务	否	不适用（已于 2020 年 10 月注销）
106	杭州第四医院有限公司	曾从事医院经营业务	否	不适用（2010 年 4 月，万事利集团已将所持有的 65.00%股权转让给杭州市第一人民医院）

自发行人 2007 年设立以来，控股股东、实际控制人控制或施加重大影响的企业中合计 32 家存在从事或曾从事的部分业务与发行人相近情形的企业，其中 5 家企业经股权转让已成为发行人子公司，14 家企业已注销或不再从事相关业务，13 家企业已转让给无关联第三方。

（三）注销或不再从事相关业务的企业相关业务、资产、人员处置情况

14 家注销或不再从事相关业务的企业原有资产、人员等处置情形如下：

序号	名称	业务处置情况	场地处置情况	设备处置情况	人员安置情况
1	嘉兴万事利	2015 年起不再从事婴童装生	原厂房为自有，现主要将园区内	2015 年 12 月转让给盐城市大丰	相关生产人员离职自行就业

序号	名称	业务处置情况	场地处置情况	设备处置情况	人员安置情况
		产业务	厂房外租给其他无关联公司	嘉佰利织造厂（普通合伙）与杭州万佳针织科技有限公司	
2	印燃贸易	2011 年起不再从事面料贸易业务	贸易业务无需厂房	贸易业务，无设备	部分由康满纺织品承接，部分离职自行就业
3	欢越贸易	2017 年起不再从事职业定制服装的生产销售业务	原厂房为租赁，后已退租	生产设备主要为缝纫机等，已报废清理	相关人员由发行人承接
4	万事利进出口	2015 年起不再从事服装的进出口贸易业务	贸易业务无需厂房	贸易业务，无设备	4 人继续在万事利集团工作，其余离职自行就业
5	摩赛贸易	2015 年起不再从事婴童装生产业务	原厂房为租赁，后已退租	2015 年 10 月主要转让给杭州睦龙服饰有限公司	离职自行就业或由杭州睦龙服饰有限公司承接
6	曙林进出口	2015 年起不再从事面料、婴童装的进出口贸易业务	贸易业务，无需厂房	贸易业务，无设备	离职自行就业
7	伟利达制衣	2007 年起不再从事服装加工销售业务	原厂房为租赁，后已退租	由摩赛贸易承接	由摩赛贸易承接
8	万事利针织	2009 年起不再从事服装加工销售业务	原厂房为租赁，后已退租	主要由杭州万佳针织科技有限公司承接	部分由杭州万佳针织科技有限公司、发行人、万事利集团等承接，部分离职自行就业
9	马克罗西	2018 年起不再从事“马克罗西”品牌丝绸产品的销售业务	EMR 持股企业，无厂房	EMR 持股企业，无设备	按当地法规遣散
10	EMR	2018 年起不再从事“马克罗西”品牌丝绸产品的生产销售业务	于法国当地处置	于法国当地处置	按当地法规遣散
11	禾和贸易	2013 年起不再从事婴童装生产业务	原厂房为租赁，后已退租	转让给无关联自然人	由摩赛贸易承接
12	杭州万事利家纺科技有限公司	2009 年 2 月起不再从事家纺及服装加工生产、销售业务	原厂房为租赁，后已退租	由禾和贸易承接	部分由禾和贸易承接，部分离职自行就业
13	杭州雷米贸易有限	2015 年 5 月起不再从事白厂	贸易业务，无需厂房	无生产设备	离职自行就业

序号	名称	业务处置情况	场地处置情况	设备处置情况	人员安置情况
	公司	丝贸易业务			
14	杭州苗恒贸易有限公司	2015年5月起不再从事白厂丝贸易业务	贸易业务，无需厂房	无生产设备	离职自行就业

注：EMR 于 2018 年被其母公司马克罗西吸收合并，其剩余库存商品由马克罗西销售给发行人。

报告期内，上述 14 家企业以及承接上述企业设备的盐城市大丰嘉佰利织造厂（普通合伙）、杭州万佳针织科技有限公司、康满纺织品、杭州睦龙服饰有限公司合计 18 家企业中，除马克罗西于 2018 年为彻底解决同业竞争，彻底终止运营并将经 KPMG 注册会计师鉴证的剩余存货作价 225.52 万元全部销售给发行人外，发行人不存在向上述企业采购商品或接受劳务的情况。

（四）发行人与转让给无关联第三方的企业的交易较少，对发行人不存在重大影响

报告期内，13 家转让给无关联第三方的企业中仅有锐拓纺织为发行人供应商，交易具体情况如下：

单位：万元

供应商名称	交易内容	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	占同类交易的比例	金额	占同类交易的比例	金额	占同类交易的比例
锐拓纺织	采购面料等	-	-	16.15	0.04%	0.36	0.00%

报告期内，发行人与锐拓纺织交易金额分别为 0.36 万元、16.15 万元与 0 万元，金额较小。锐拓纺织主营化纤面料的贸易业务，发行人向其零星采购非丝绸类面料，占同类交易比例较低，对发行人不具有重大影响。

二、发行人目前外协供应链有关业务、资产、人员是否来源于控股股东或实际控制人及其控制或施加重大影响的企业，报告期内是否存在混同的情况，是否存在关联方代为承担成本费用情形

（一）报告期内，发行人供应商锐拓纺织属于控股股东曾施加重大影响的企业，杭州汇流服饰有限公司、杭州科通纺织品有限公司的股东曾为万事利集团下属企业员工，除此之外，不存在其他外协供应链有关业务、资产、人员来源于控股股东或实际控制人及其控制或施加重大影响的企业的情形；

外协供应链主要指为发行人提供丝绸文化创意品、丝绸制品或口罩等的原材料、半成品或生产、加工服务的供应商，为发行人提供房屋租赁、物业管理、餐饮服务、装修装饰等与主营业务无直接关联关系的服务的供应商不属于外协供应链。

经将上述 106 家企业以及承接上述企业资产的部分企业与发行人报告期内外协供应商采购明细表进行比对，仅有锐拓纺织为发行人外协供应商。

经将万事利集团 14 家注销或不再从事相关业务的企业处置当年的员工名册与发行人报告期各期分版块前五十大外协供应商股东穿透情况（向上穿透直至自然人）进行比对，发行人各期前五十大外协供应商中杭州汇流服饰有限公司（以下简称“汇流服饰”）、杭州科通纺织品有限公司（以下简称“科通纺织品”）的股东曾为万事利集团下属企业员工。

除锐拓纺织、汇流服饰、科通纺织品外，不存在其他外协供应链有关业务、资产、人员来源于控股股东或实际控制人及其控制或施加重大影响的企业的行为。

报告期内，发行人向上述公司采购情况如下：

单位：万元

名称	采购内容	采购金额		
		2020 年度	2019 年度	2018 年度
锐拓纺织	面料等	-	16.15	0.36
汇流服饰	婴童装等	69.39	313.42	905.98
科通纺织品	非丝贴牌服装等	-	120.39	-
合计		69.39	449.96	906.34
占当期同类采购的比重		0.17%	1.04%	2.00%

报告期内，发行人向锐拓纺织、汇流服饰、科通纺织品合计采购金额分别为 906.34 万元、449.96 万元与 69.39 万元，占各期同类采购的比重为 2.00%、1.04% 与 0.17%，占比较小，且汇流服饰和科通纺织品仅其股东曾在万事利集团下属企业任职，其并未承接万事利集团下属企业的资产及生产、业务人员。

（二）锐拓纺织为发行人关联方，汇流服饰、科通纺织品不构成发行人关联方

1、锐拓纺织为发行人关联方

锐拓纺织成立于 2009 年，万事利集团曾持有其 35.00%的股权，可对其施加重大影响。2016 年 12 月，为避免潜在的同业竞争，万事利集团将锐拓纺织 35.00%的股权转让给其他股东马建民、方云华。因发行人首次申报公开发行股票并在创业板上市申请为 2020 年 6 月，当时选用的财务数据报告期为 2017-2019 年。发行人基于谨慎原则并结合《深圳证券交易所创业板股票上市规则》等法律法规关于关联方的定义，将关联方的界定时点选择为申报报告期前 12 个月，即 2016 年 1 月 1 日。控股股东在该时点仍能施加重大影响的企业仍作为关联方在招股说明书中列示，并披露关联交易。按照此原则，锐拓纺织为发行人关联方，并已在招股说明书中披露。

2、汇流服饰、科通纺织品不构成发行人关联方

(1) 汇流服饰、科通纺织品股东离开万事利集团及其相关企业时间早于 2016 年 1 月 1 日，且相关人员未曾在发行人体系内任职

汇流服饰于 2014 年由罗群红、施美琪、方琳峰、李勇设立，上述人员曾就职于万事利进出口，均未担任过万事利进出口高级管理人员，并于 2014 年之前就离职，自由择业，其设立汇流服饰与发行人及控股股东、实际控制人无关。

科通纺织品成立于 2009 年，股东屠鹰曾就职于万事利针织，未担任过万事利针织高级管理人员，并于 2008 年之前就离职，自由择业，后就职于科通纺织品，并于 2012 年成为科通纺织品股东，其投资科通纺织品与发行人及控股股东、实际控制人无关。

上述人员仅在万事利集团下属子公司担任一般职员，未曾在发行人体系内任职。

(2) 汇流服饰、科通纺织品并未承接过万事利集团或其相关企业的资产、人员

汇流服饰、科通纺织品仅其当前股东曾为万事利集团下属企业员工，万事利集团为避免同业竞争处置相关资产和人员时，上述企业未承接相关资产，除相关股东外，亦未承接过万事利集团下属企业其他员工。

(3) 汇流服饰、科通纺织品业务独立于发行人，且发行人与其交易量较小

汇流服饰、科通纺织品主要从事非丝服装业务，而发行人丝绸纺织制品主要从事丝绸面料和服装为主，两者存在差异。汇流服饰、科通纺织品开展业务独立于发行人，除发行人外，其另有其他客户群体，独立面向市场。报告期内，发行人向汇流服饰采购金额呈下降趋势，而发行人与科通纺织品仅在 2019 年度存在业务往来，上述交易占各期同类采购的比重为 2.00%、1.04%与 0.17%，对发行人经营业绩不构成重大影响。

综上，汇流服饰、科通纺织品的部分股东虽曾为万事利集团下属企业员工，其离职日期均远早于 2016 年 1 月 1 日，不符合关联方的相关定义。此外，万事利集团前身可追溯至 1975 年，多年以来就职、离职的员工数以千计，其离职员工自由择业不受发行人及控股股东控制。发行人向汇流服饰、科通纺织品采购金额较小，对发行人经营业绩不构成重大影响。因此，发行人未将汇流服饰、科通纺织品认定为关联方或者潜在利益相关方。

（三）报告期内，锐拓纺织、汇流服饰、科通纺织品的资产、人员、财务、机构、业务与发行人不存在混同的情况，亦不存在其为发行人代为承担成本费用的情形

1、锐拓纺织、汇流服饰、科通纺织品与发行人及控股股东、实际控制人不存在混同情况

报告期内，锐拓纺织、汇流服饰、科通纺织品的资产、人员、财务、机构、业务与发行人及控股股东不存在混同，具体情况如下：

项目	锐拓纺织	汇流服饰	科通纺织品
资产	资产来源于自行购置或租赁；与发行人、控股股东、实际控制人及其控制的企业不存在资产混同的情形	资产来源于自行购置或租赁；与发行人、控股股东、实际控制人及其控制的企业不存在资产混同的情形	资产来源于自行购置或租赁；与发行人、控股股东、实际控制人及其控制的企业不存在资产混同的情形
人员	人员主要来自于控股股东前身法人联合体“万事利集团公司”成员企业之一的集体所有制企业——杭州笕桥丝绸印染总公司团队及后续自主招聘，与发行人无关，亦不存在同时在锐拓纺织与控股股东、实际控制人及其控制的企业任职的情形	创始人来自于控股股东控制的企业万事利进出口，汇流服饰未承接万事利进出口业务人员，主要员工通过自主招聘，与发行人、控股股东、实际控制人及其控制的企业无关	股东之一屠鹰来自控股股东控制的企业万事利针织，科通纺织品未承接万事利针织业务人员，主要员工通过自主招聘，与发行人、控股股东、实际控制人及其控制的企业无关

项目	锐拓纺织	汇流服饰	科通纺织品
财务	独立进行财务核算，无发行人财务兼职，亦与控股股东、实际控制人及其控制的企业不存在混同	独立进行财务核算，无发行人财务兼职，亦与控股股东、实际控制人及其控制的企业不存在混同	独立进行财务核算，无发行人财务兼职，亦与控股股东、实际控制人及其控制的企业不存在混同
机构	租赁有独立经营场所，与发行人、控股股东、实际控制人及其控制的企业不存在合署办公的情形	租赁有独立经营场所，与发行人、控股股东、实际控制人及其控制的企业不存在合署办公的情形	租赁有独立经营场所，与发行人、控股股东、实际控制人及其控制的企业不存在合署办公的情形
业务	自主开展业务，不依赖控股股东、实际控制人及其控制的企业；与发行人有少量交易；发行人业务独立于上述供应商，具有面向市场自主经营业务的能力	自主开展业务，不依赖控股股东、实际控制人及其控制的企业；与发行人有部分交易；发行人业务独立于上述供应商，具有面向市场自主经营业务的能力	自主开展业务，不依赖控股股东、实际控制人及其控制的企业；与发行人有少量交易；发行人业务独立于上述供应商，具有面向市场自主经营业务的能力

发行人、控股股东、实际控制人及其控制的企业在资产、人员、财务、机构、业务各方面均独立于锐拓纺织、汇流服饰、科通纺织品等供应商，不存在混同的情形。

2、发行人向锐拓纺织、汇流服饰、科通纺织品的采购定价公允

报告期内，发行人向锐拓纺织、汇流服饰、科通纺织品的采购情况如下：

单位：万元

名称	采购内容	采购金额		
		2020 年度	2019 年度	2018 年度
锐拓纺织	非丝绸类面料等	-	16.15	0.36
汇流服饰	非丝贴牌服装（婴童装等）	69.39	313.42	905.98
科通纺织品	非丝贴牌服装等	-	120.39	-

锐拓纺织主要从事化纤类面料的生产销售，报告期内，发行人向锐拓纺织零星采购非丝绸类面料，金额较小，采购定价履行订单询价、比价程序，定价公允。

发行人承接境外客户订单时，除丝绸类面料、服装订单之外会有部分非丝贴牌服装订单，公司会通过订单询价、比价程序选择合适的供应商完成非丝贴牌服装的生产环节。

汇流服饰主要从事婴童装业务，熟悉相关业务渠道，在样衣制作、组织生产、成本控制等方面具有专业优势，报告期内，发行人向汇流服饰采购婴童装，销售后实现的毛利率为 9%-12%左右，报告期内，发行人非丝服装整体销售毛利率在

9%-14%左右，两者不存在重大差异。汇流服饰向发行人销售实现的毛利率视订单大小、内容、时间等因素的不同而在约 5%-15%范围内波动，双方均获得合理的利润，定价公允。因发行人从整体战略层面缩减了外销非丝服装业务，故发行人报告期内向汇流服饰的采购金额逐年下降。

科通纺织品主要从事非丝贴牌服装，2019 年度，发行人通过订单询价、比价程序向其采购非丝贴牌服装，采购金额为 120.39 万元，发行人向科通纺织品采购的相关服装销售后实现的毛利率约 8%，与发行人报告期内非丝服装整体销售毛利率不存在重大差异，科通纺织品向发行人销售实现的毛利率约 10%，双方均获得合理的利润，定价公允。

综上，发行人外协供应商中仅有锐拓纺织、汇流纺织、科通纺织品与公司控股股东及其下属企业在历史上有所联系，发行人向上述公司整体采购金额较小，采购定价履行订单询价、比价程序，定价公允。报告期内，发行人不存在由上述企业代为承担成本费用的情形，亦不存在由关联方代为承担成本费用的情形。

三、是否存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争

为避免同业竞争，控股股东、实际控制人已将其控制或施加重大影响的企业中与发行人业务相近的 32 家企业进行了处置，其中 5 家企业经股权转让已成为发行人子公司，14 家企业已终止业务，13 家企业股权已转让给无关联第三方，且股权转让时间不晚于 2017 年 1 月，均已在报告期之外。此外，发行人控股股东、实际控制人业已出具了避免同业竞争的承诺。

综上，截至本落实函回复出具日，不存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争。

（一）控股股东、实际控制人不存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争

截至本落实函回复出具日，发行人控股股东万事利集团主营业务情况如下：

序号	公司名称	经营范围	主营业务	关联关系
1	万事利集团	服务：企业管理咨询，物业管理，农业开发，水产养殖；批发零售：黄金，五金交电，机电设备（除专控）及配件，化工产品 & 原料（除化学危险品及易制毒化学品），轻工产品，家具，沙发，金属、白	实业与金融投资、贸易业务、物业管理服务	控股股东

序号	公司名称	经营范围	主营业务	关联关系
		银制品、建筑材料，计算机及配件，家用电器；货物（技术）进出口；（法律、行政法规禁止经营的项目除外，法律、行政法规限制经营的项目取得许可证后方可经营）；制造、加工：针纺织品、丝绸、服装（限杭州万事利丝绸文化有限公司及其下属分支机构生产）；其他无需报经审批的一切合法项目（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）		

发行人控股股东万事利集团主要从事实业与金融投资、贸易业务、物业管理服务，其经营范围中的“加工、制造：针纺织品、丝绸、服装”仅限发行人及下属分支机构生产；实际控制人屠红燕、屠红霞、李建华、王云飞、沈柏军为自然人，均未从事丝绸相关产品的研发设计、生产与销售，不存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争。

（二）控股股东、实际控制人所控制的企业不存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争

截至本落实函回复出具日，除本公司外，控股股东、实际控制人控制的其他企业情况如下：

序号	公司名称	经营范围	主营业务	关联关系
控股股东与实际控制人控制的存续企业				
贸易业务				
1	印燃贸易	批发、零售：计算机及配件，沙发；其他无需报经审批的一切合法项目。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	从事贸易业务	万事利集团持有其 100.00% 的股权
2	欢越贸易	批发零售：计算机及配件，沙发；其他无需报经审批的一切合法项目。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	从事贸易业务	万事利集团持有其 90.00% 的股权，并通过万事利进出口持有其 10.00% 的股权
3	万事利进出口	批发零售：机械设备，货物（技术）进出口；其他无需报经审批的一切合法项目	从事贸易业务	万事利集团持有其 22.13% 的股权，并通过广赛电力持有其 60.00% 的股权
4	摩赛贸易	服务：物业管理；批发、零售、进出口：五金交电，机电设备（除专控）及配件，轻工产品，家具，沙发，金属、建筑材料，家用电器。	从事贸易业务	万事利集团通过万事利进出口持有其 75.00% 的股权

序号	公司名称	经营范围	主营业务	关联关系
		（涉及国家规定实施准入特别管理措施的除外）（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）		
5	曙林进出口	从事货物与技术的进出口业务，机械设备、金属材料、珠宝首饰的销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	从事贸易业务	万事利集团通过嘉兴万事利持有其 80.00% 的股权，通过华榕投资持有其 16.00% 的股权，自身持有其 4.00% 的股权
6	香港万事利	大宗贸易，进出口贸易	从事贸易业务	控股股东境外投资企业
金融业务				
7	万事利小贷	在江干区范围内依法办理各项小额贷款、小企业发展、管理、财务咨询业务	从事小额贷款业务	万事利集团持有其 45.00% 的股权，实际控制人屠红燕担任董事长
8	青茂投资	服务：投资管理（未经金融等监管部门批准，不得从事向公众融资存款、融资担保、代客理财等金融服务），投资咨询（除证券、期货）（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	从事投资业务	万事利集团通过欢越贸易持有其 89.80% 的份额，通过印燃贸易持有其 10.00% 的份额
市场经营管理、房产租赁及物业管理业务				
9	万事利科技制造	生产、制造：化工原料及产品（除危险化学品及易制毒化学品），电子智能产品，轻工产品；服务：美术设计，电脑图文设计，环保技术、计算机软硬件的技术开发、技术咨询、成果转让；其他无需报经审批的一切合法项目	自有房屋租赁、贸易业务、物业管理服务	万事利集团持有其 100.00% 的股权
10	万利汽修	修理：汽车（二类维护）及其他机动车修理；批发零售：五金建材建筑材料	从事房产出租与汽车修理修配业务	万事利集团持有其 51.47% 的股权
11	万事利孵化器	实业投资；服务：信息科技企业培育孵化，受托对企业资产进行管理，信息技术咨询、技术服务，物业管理，会议服务，企业形象策划，企业管理咨询，文化艺术交流活动策划（除演出及演出中介），通讯工程、网络工程、网络技术、楼宇智能系统的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务，市场调查（除社会调查、社会调研、民意调查、	从事物业管理业务	万事利集团持有其 65.00% 的股权

序号	公司名称	经营范围	主营业务	关联关系
		民意测验)；其他无需报经审批的一切合法项目		
12	文化商城	停车服务(上述经营范围需在许可证有效的期限内经营)；市场的经营管理；物业管理；电子元器件、电子计算机及配件、仪器仪表、电线电缆、计算机软硬件、电子产品、通讯产品、机电设备、防盗监控设备、五金的批发、零售；计算机软硬件、互联网技术、电子商务技术的技术开发、技术服务、技术咨询；计算机软硬件、电子产品、通讯产品、机电设备、防盗监控设备的上门维修(凡涉及许可证、资质证书的,凭有效许可证、资质证书经营)。(依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动)	从事市场经营管理、房产出租与物业管理业务	万事利集团持有其 49.85% 的股权,实际控制人屠红燕、屠红霞、李建华、王云飞、沈柏军共持有其 45.68% 的股权
13	华榕投资	实业投资；服务：通信产品、电子产品、办公自动化设备开发；批发、零售：通信产品。其他无需报经审批的一切合法项目	从事房产出租业务	万事利集团通过文化商城持有其 100.00% 的股权
14	万事利房地产	房地产开发经营	从事仓储租赁业务	万事利集团通过文化商城持有其 100.00% 的股权
15	广赛电力	服务：红外线测温、电力光纤高速图像传输设备、工业自动化控制设备、电子计算机及外部设备、无线电遥控遥测设备的技术开发、咨询服务、技术成果转让,自有房屋租赁,安装报警器；批发、零售：电子元器件,五金交电,通讯器材,电缆,仪器仪表及配件,电子计算机及外部设备,办公用品及耗材,电器机械及器材,建筑、装潢材料,工艺美术品(除黄金制品),木制品,日用百货；含下属分支机构经营范围；其他无需报经审批的一切合法项目。(依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动)	从事自有房屋租赁业务	万事利集团通过文化商城持有其 100.00% 的股权
16	时代电子市场	停车服务《详见〈设置路外停车场登记证〉》。市场的经营管理,管理电子电器设备及配件、仪器仪表、机电设备、安防设备、通讯设备、网络设备、电线电缆、消防器材、办公自动化设备、照明器材、家用电器及配件的销售,电子产品及软件的开发与维修,房屋租赁	从事停车服务、市场经营管理、房产出租业务	万事利集团通过广赛电力持有其 100.00% 的股权

序号	公司名称	经营范围	主营业务	关联关系
17	德清置业	开发经营南方家园商城、房地产开发、物业管理，建筑装饰材料（除危险化学品）、水暖器材、机电汽配、五金、交电、化工产品（除化学危险品及易制毒化学品）、厨房设备、卫浴设备、灯饰布艺、现代办公设备、家具、酒店宾馆专用设备、汽车装饰用品、竹制品经销；汽车装潢美容服务	从事开发经营南方家园商城、房产出租与物业管理业务	万事利集团通过文化商城持有其 56.49%的股权
18	嘉兴万事利	电子元器件生产销售，机械设备销售，物业管理，会议服务；企业管理咨询，通讯工程、楼宇智能系统的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务、市场调查，从事货物进出口业务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	从事房产出租与贸易、物业管理服务业务	万事利集团持有其 100.00%的股权
19	万事利生物	生物技术研发，化工产品（除危险化学品及易制毒化学品）及其原料的销售，自有房屋租赁，物业管理，经济信息咨询服务（不含期货、证券），经营进出口业务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	从事生物技术研发，化工产品及其原料销售，自有房屋租赁，物业管理服务业务	万事利集团持有其 35.00%的股权，王云飞持股 3.05%并担任董事长，其子屠榕皓持股 55.70%
20	云启科创	房屋租赁企业管理咨询；商务信息咨询（除证券期货）；（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	从事房屋租赁业务	王云飞持有其 100.00%的股权
餐饮业务				
21	丝绸汇餐饮	服务：餐饮服务（凭有效许可证经营），会务服务，成年人的非证书劳动职业技能培训（涉及前置审批的项目除外）	从事餐饮服务、会务服务业务	万事利集团持有其 100.00%的股权
22	花港餐饮	服务：热食类食品制售，冷食类食品制售，自制饮品制售（普通类），会务服务；其他无需报经审批的一切合法项目	从事餐饮服务、会务服务业务	万事利集团持有其 100.00%的股权
生物饲料业务				
23	杭州海皇	配合饲料生产。销售：配合饲料、饲料原料、预混料、饲料添加剂、宠物用品；水产养殖；饲养技术、种、养殖技术、生物工程技术的开发及软件设计，技术咨询服务；电子商务技术开发、技术服务；网络技术研发；房屋租赁；货物进出口（法律、行政法规禁止经营的项目	从事生物饲料生产与销售业务	万事利生物持有其 76.67%的股权

序号	公司名称	经营范围	主营业务	关联关系
		除外，法律、行政法规限制经营的项目取得许可证后方可经营)		
投资业务				
24	丝奥投资	服务：投资管理（未经金融等监管部门批准，不得从事向公众融资存款、融资担保、代客理财等金融服务），投资咨询（除证券、期货），物业管理（凭资质经营）；批发、零售：五金交电，机电设备（除专控）及配件，家具，建筑材料，家用电器；其他无需报经审批的一切合法项目（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	从事投资业务	实际控制人李建华持有其 69.11% 的股权
25	丝昱投资	股权投资、项目投资、实业投资；投资管理（未经金融等监管部门批准不得从事吸收存款、融资担保、代客理财、向社会公众集（融）资等金融业务）	从事投资业务	实际控制人屠红霞、屠红燕持有其 100% 的份额
26	丝弦投资	股权投资、项目投资、实业投资；投资管理（未经金融等监管部门批准不得从事吸收存款、融资担保、代客理财、向社会公众集（融）资等金融业务）	从事投资业务	实际控制人李建华、屠红燕持有其 100% 的份额
27	杭商投资	服务：实业投资，投资管理，投资咨询（除证券、期货）；批发、零售：机械设备；其他无需报经审批的一切合法项目（未经金融等监管部门批准，不得从事向公众融资存款、融资担保、代客理财等金融服务）	从事投资业务	万事利集团持有其 100.00% 的股权
其他业务				
28	奎逸网络	服务：网络信息技术的技术开发、技术服务、技术咨询，网页设计；批发零售：家具，沙发。其他无需报经审批的一切合法项目。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	从事电商业务	万事利集团持有其 100.00% 的股权
29	纷硕保理	进出口保理业务联系，国内及离岸保理业务，与商业保理业务相关的咨询服务。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】	从事商业保理及相关咨询业务	万事利集团通过杭商投资持有其 100.00% 的股权
30	意超科技	许可项目：食品生产；食品经营（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准）。一般项目：初级农产品收购；食用农产品批发；	从事龟甲加工业务	杭州海皇持有其 100.00% 的股权

序号	公司名称	经营范围	主营业务	关联关系
		食用农产品零售；食用农产品初加工；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）。		
无实际经营业务				
31	劳居投资	服务：投资管理（未经金融等监管部门批准，不得从事公众融资存款、融资担保、代客理财等金融服务），经济信息咨询（除商品中介）；胶粘制品、电子产品的技术研发；批发零售：胶粘制品，胶粒材料、电子产品（除电子出版物）、电子材料、塑料制品；货物进出口（国家法律、行政法规规定禁止经营的项目除外，法律、行政法规规定限制经营的项目取得许可证后方可经营）；其他无需报经审批的一切合法项目	已无实际生产经营，因未来该公司可能开展投资业务而未注销	万事利集团持有其 100.00%的股权
32	协东投资	服务：投资管理（未经金融等监管部门批准，不得从事向公众融资存款、融资担保、代客理财等金融服务），经济信息咨询（除证券、期货）；批发、零售：机械设备，化工产品及其原料（除危险化学品及易制毒化学品），橡胶制品，有色金属，纸张，钢材；货物及技术进出口（国家法律、行政法规禁止的项目除外，国家法律、行政法规限制的项目取得许可后方可从事经营活动）；其他无需报经审批的一切合法项目（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	已无实际生产经营，因未来该公司可能开展投资业务而未注销	万事利集团持有其 100.00%的股权
33	伟利达制衣	生产服装及其辅料	已无实际生产经营，计划安排注销	万事利集团持有其 75.00%的股权
34	万事利针织	生产销售针织面料及服装	已无实际生产经营，正在组织清算	万事利集团持有其 75.00%的股权
35	红芯电子	批发零售：光电子类产品，计算机软、硬件；服务：光电子类产品的技术开发及成果转让；其他无需报经审批的一切合法项目。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	已无实际生产经营，正在与另一股东协调后继续注销事	万事利集团持有其 69.67%的股权

序号	公司名称	经营范围	主营业务	关联关系
			宣	
36	钛轩投资	实业投资；服务：投资管理，投资咨询（除证券、期货）	已无实际生产经营，因未来该公司可能开展投资业务而未注销	万事利集团持有其 70.00%的股权
37	万事利医院投资	服务：医院和连锁医院的管理、投资，医院管理咨询。其他无需报经审批的一切合法项目	已无实际生产经营，正在履行简易注销程序	万事利集团持有其 90.00%的股权
38	国信典当	质押典当业务；房地产抵押典当业务；限额内绝当物品的变卖；鉴定评估及咨询服务；国家经济贸易委员会依法批准的其他业务	已无实际生产经营，计划安排注销	万事利集团通过广赛电力持有其 77.78%的股权
39	铂祥投资	服务：投资管理（未经金融等监管部门批准，不得从事向公众融资存款、融资担保、代客理财等金融服务）、企业管理、经济信息咨询（除证券和期货），房产中介，物业管理。其他无需报经审批的一切合法项目。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	已无实际生产经营，因未来该公司可能开展投资业务而未注销	实际控制人王云飞持有其 90.00%的股权
40	马克罗西	丝绸相关产品制造与销售	已无实际生产经营，计划安排注销	控股股东境外投资企业
41	万普华互金	服务：互联网金融服务（由国家金融监管部门核准的金融核心业务除外），接受金融机构委托从事金融信息技术外包，接受金融机构委托从事金融业务流程外包，接受金融机构委托从事金融知识流程外包，投资咨询（除证券、期货），经济信息咨询（除商品中介），企业管理咨询，财务咨询（除代理记账），计算机软硬件的技术开发、技术服务、技术咨询、技术转让，票据咨询服务。	已无实际生产经营，因未来该公司可能开展金融服务而未注销	万事利集团持有其 70.00%的股权，实际控制人屠红燕持有其 20.00%的股权并担任董事长，董事孙立新持有其 10.00%的股权并担任董事兼总经理
控股股东与实际控制人控制的已被吊销企业				
42	胶州湾置业	一般经营项目：房地产开发；批发、零售：纺织品及原料、建材材料、装饰材料、家具、五金交电、机电设备（除专控）及配件、化工产品及其原料（除化学危险品及易制毒化	已无实际生产经营	万事利集团通过华榕投资持有其 60.00%的股权，该公司于 2012 年被吊销营业执照

序号	公司名称	经营范围	主营业务	关联关系
		学品）、办公自动化设备及配件、计算机及配件、家用电器、工艺品、服装鞋帽、皮革制品、农副产品、饲料。加工：服装、针纺织品。（以上范围需经许可经营的，须凭许可证经营）		
43	联华化纤	生产销售聚酯切片，各类不同品种的合成纤维及其深加工产品，纺织品、服装的销售,商务咨询。（涉及行政许可的，凭许可证经营）	已无实际生产经营	万事利集团通过胶州湾置业持有其 100.00% 的股权，该公司于 2013 年被吊销营业执照

截至本落实函回复出具日，万事利针织正在组织清算，伟利达制衣计划安排注销，上述 2 家公司报告期内无实际经营；马克罗西已于 2018 年停止经营，未来无重新开展经营的计划；胶州湾置业与联华化纤均于报告期前已被吊销营业执照，无实际经营；控股股东和实际控制人控制的其他企业均未从事与发行人及其控股子公司的主营业务构成或可能构成直接或间接竞争关系的业务或活动，未来也不计划从事与发行人相同或近似的业务，因此不存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争。

（三）控股股东、实际控制人业已出具避免同业竞争的承诺

2020 年 6 月 30 日，控股股东万事利集团和实际控制人屠红燕、屠红霞、李建华、王云飞、沈柏军出具了《关于避免同业竞争的承诺函》，承诺如下：

1、截至本承诺出具日，本公司/本人控制或能够施加重大影响的企业、组织、机构未从事与发行人及其控股子公司的主营业务构成或可能构成直接或间接竞争关系的业务或活动；

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

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

四、是否存在严重影响独立性或显失公平的关联交易

（一）报告期内，公司不存在严重影响独立性或显失公平的关联交易

1、报告期内，公司关联采购金额较小且逐年下降，定价公允，不存在严重影响独立性或显失公平的情形

报告期内，公司向关联方合计采购金额分别为 556.94 万元、363.43 万元和 241.02 万元，占当期采购总额的比重分别为 1.23%、0.85%和 0.57%，占当期营业成本的比重分别为 1.17%、0.79%和 0.54%；公司关联采购金额较小且逐年下降，关联采购定价参照市场价格确定，定价公允，不存在显失公平的情形，对公司的独立性不产生严重影响。

2、报告期内，公司关联销售金额较小，定价公允，不存在严重影响独立性或显失公平的情形

报告期内，发行人向关联方合计销售金额分别为 1,079.96 万元、1,089.52 万元和 651.72 万元，占当期营业收入的比重分别为 1.44%、1.50%和 0.89%，公司关联销售金额较小，关联销售定价参照公司统一价格政策或者市场价格确定，与第三方客户不存在重大差异，定价公允，不存在显失公平的情形，对公司的独立性不产生严重影响。

3、报告期内，公司关联租赁金额较小，定价公允，不存在严重影响独立性或显失公平的情形

报告期内，为满足公司本部行政、财务、销售部门以及异地分支机构的办公需求，公司向关联方租用经营用房，合计承租金额分别为 522.40 万元、449.39 万元与 510.41 万元；截至报告期末，发行人向关联方承租房产面积占发行人总使用面积的 14.20%。报告期内，公司还向关联方出租房屋，合计出租金额分别为 106.49 万元、95.30 万元与 95.95 万元。公司与关联方之间的租赁金额较小，租金单价与可比租赁单价区间不存在重大差异，周边有类似房产可供替换。公司与关联方之间的租赁不存在显失公平的情形，对公司的独立性不产生严重影响。

4、报告期内，公司董事、监事及高级管理人员除在关联方任职人员外未从关联方领薪，不存在严重影响独立性或显失公平的情形

报告期内，公司董事、监事及高级管理人员在公司处领取薪水分别为 671.47 万元、727.34 万元与 694.60 万元，占当期利润总额的比重分别为 11.87%、10.74% 与 9.73%。除董事屠红燕任万事利集团董事长兼总经理，董事孙立新任万事利集团董事兼执行总裁，监事杜海江任万事利集团财务总监，程翀任万事利集团行政总监、办公室主任而在关联方领薪外，其他董事、监事及高级管理人员均未在关联方领薪，上述在关联方领薪的董事、监事未在发行人处领薪。公司董事、监事及高级管理人员人均薪酬分别为 47.96 万元、51.95 万元与 46.31 万元，不存在显失公平的情形，对公司的独立性不产生严重影响。

5、报告期内，公司资产交易、关联担保与无形资产转让等偶发性关联交易不存在严重影响独立性或显失公平的情形

报告期内，发行人向马克罗西采购其存货 225.52 万元，价格以 KPMG 注册会计师鉴证的价值确定，马克罗西已停止经营活动，今后不再发生该类交易。报告期内，发行人接受关联方担保，以市场担保费率测算应支付的担保费分别为 0.69 万元、1.37 万元与 0 万元，金额较小。报告期内，公司零对价受让控股股东及关联方持有的专利、著作权、商标及域名，相关无形资产均用于发行人日常生产经营。上述偶发性关联交易不存在显失公平的情形，对公司独立性不产生严重影响。

6、报告期内，公司向其他潜在利益相关方采购商品与接受劳务金额较小且逐年下降，定价公允，不存在严重影响独立性或显失公平的情形

报告期内，公司向其他潜在利益相关方合计采购金额分别为 896.03 万元、39.84 万元和 10.61 万元，占当期采购总额的比重分别为 1.98%、0.09%和 0.03%；公司向其他潜在利益相关方采购的金额较小且逐年下降，采购价格参照市场价格确定，定价公允，不存在显失公平的情形，对公司的独立性不产生严重影响。

7、报告期内，公司向其他潜在利益相关方销售商品和提供劳务金额较小，定价公允，不存在严重影响独立性或显失公平的情形

报告期内，公司向其他潜在利益相关方合计销售金额分别为 2,584.20 万元、3,444.70 万元和 2,042.50 万元，占当期营业收入的比重分别为 3.48%、4.77%和 2.78%。因公司部分加盟商、经销商由离职员工设立或承接了公司在当地分公司

的业务与人员，使用公司商号，故认定为其他潜在利益相关方，该类客户交易金额占向其他潜在利益相关方销售商品和提供劳务金额的主要部分。公司向其他潜在利益相关方销售金额较小，销售价格参照公司价格政策或市场价格确定，定价公允，不存在显失公平的情形，对公司的独立性不产生严重影响。

8、报告期内，公司与其他潜在利益相关方发生的租赁金额较小，定价公允，不存在严重影响独立性或显失公平的情形

报告期内，为满足公司本部行政、财务、销售部门的办公需求，公司向其他潜在利益相关方租用经营用房，合计承租金额分别为 10.19 万元、10.19 万元与 15.86 万元。截至报告期末，发行人向其他潜在利益相关方承租房产面积占发行人总使用面积的 0.29%。发行人还向其他潜在利益相关方出租房屋，报告期内合计出租金额分别为 44.61 万元、4.66 万元与 5.90 万元。发行人与其他潜在利益相关方发生的租赁金额较小，租赁定价参照周边同类型房产租赁价格，定价公允，且周边有类似房产可供替换。公司与其他潜在利益相关方的租赁不存在显失公平的情形，对公司的独立性不产生严重影响。

公司已在招股说明书第七节之“八、关联交易”中对关联交易和比照关联交易披露的相关交易的金额、占同类交易的比重及其公允性的情况进行了详细披露。

综上，公司与关联方、其他利益相关方不存在显失公平，严重影响独立性的关联交易。

（二）发行人与汇流服饰、科通纺织品的交易不存在严重影响独立性或显失公平的情形

1、采购情况

报告期内，发行人向汇流服饰、科通纺织品的合计采购金额分别为 905.98 万元、433.81 万元和 69.39 万元，占同类交易的比重分别为 2.00%、1.00%和 0.17%，金额较小且逐年下降，对发行人独立性不存在重大影响。相应采购定价履行订单询价、比价程序，定价公允，不存在显失公平的情形。

具体情况参见本落实函回复问题 4 之“二、（三）2、发行人向锐拓纺织、汇流服饰、科通纺织品的采购定价公允”。

2、销售情况

报告期内，发行人未向科通纺织品销售商品或提供劳务，发行人向汇流服饰销售商品及提供劳务的情况如下：

单位：万元

名称	销售内容	销售金额		
		2020 年度	2019 年度	2018 年度
汇流服饰	面料、口罩等产品	3.64	2.08	46.67
	物业管理等服务	6.71	10.21	7.52
占当期同类销售的比重		0.02%	0.02%	0.07%

报告期内，发行人向汇流服饰销售商品及提供劳务的总金额分别为 54.19 万元、12.30 万元和 10.35 万元，占同类交易的比重分别为 0.07%、0.02%和 0.02%，金额及占比较小，对发行人独立性不存在重大影响。

2019 年度和 2020 年度，发行人将少部分丝麻绸，乔其面料按照采购成本加成一定的利润率销售给汇流服饰，2020 年疫情期间发行人亦向汇流服饰销售了少量口罩。2018 年度，发行人主要向其销售了部分丝绸面料（素绉缎和丝麻绸），其销售单价与销售给第三方客户的单价不存在重大差异。

销售内容	交易金额 (万元)	单价 (元)	可比单价 (元)[注]	差异原因
14MM 丝麻绸	9.57	38.12	40.60	因销售时点、单笔订单数量、面料门幅、加工工艺的不同，面料单价与可比单价略有差异，但不存在重大差异
12MM 丝麻绸	1.95	29.74	24.36	
素绉缎	35.15	83.46	84.16	
合 计	46.67	/	/	/

注：可比单价取自当年销售给其他客户类似型号产品的单价。

汇流服饰承租下沙万事利工业园办公用房和仓库，发行人向其提供物业管理等服务，物业管理费、水电费、停车费等价格政策与其他租户无明显差异。

发行人向汇流服饰销售商品及提供劳务，价格与同类交易无重大差异，不存在显失公平的情形。

3、租赁情况

报告期内，发行人未与科通纺织品发生租赁交易，发行人向汇流服饰出租房屋的情况如下：

单位：万元

出租方	承租方	租赁金额		
		2020 年度	2019 年度	2018 年度
万事利数码	汇流服饰	11.33	13.12	10.69

发行人向汇流服饰出租单价与可比承租单价区间不存在重大差异，具体如下：

单位：元/平方米·月

出租方	承租方	房屋类型	出租单价	可比承租单价区间[注]
万事利数码	汇流服饰	办公用房	20.00-27.00	20.00-33.00
		仓储用房	15.00-20.00	15.00-23.00

注：可比承租单价区间取数来源为发行人出租同工业园自有房屋给其他无关联第三方的出租单价，并结合合同区域网络查询的报价情况。

除上述情况下，发行人与汇流服饰、科通纺织品不存在其他交易情况，上述交易定价公允，金额较小，不属于显失公平或者严重影响独立性的交易。

五、请中介机构核查并发表明确意见

（一）核查程序

为核查上述事项，保荐机构、申报会计师和发行人律师主要履行了如下核查程序：

1、取得控股股东及实际控制人提供的 2007 年以来投资参股企业清单及其主要经营业务、规范情况的说明。

2、针对控股股东及实际控制人不再从事丝绸相关业务的 14 家企业，取得了其终止业务前后资产与人员的处置清单，查看了报告期内上述企业的账套或报表，确定其已不再从事与发行人相近业务；将上述 14 家企业及受让资产、人员企业与发行人报告期内供应商明细进行匹配，核查其与发行人的交易情况；获取万事利集团合并层面历年人员名册、上述 14 家企业处置人员名册与报告期各期主要供应商（报告期各期分版块前 50 大供应商，各期覆盖比例分别为 78.36%、83.98% 与 80.51%）穿透后的各层级股东进行匹配，发现汇流服饰、科通纺织品股东曾为万事利集团下属企业员工。

3、对于控股股东及实际控制人进行股权处置的 13 家企业，已访谈并取得股权受让方出具的确认函，其确认“股权转让行为真实有效，与万事利集团不存在

纠纷或者潜在纠纷”。

4、走访了锐拓纺织、汇流服饰、科通纺织品等供应商，了解发生业务的合理性，其相关业务、资产、人员的来源等情况，确认其在资产、业务、财务、人员、机构等方面均与发行人及其控股股东、实际控制人相互独立，不存在混同，不存在为发行人代垫成本费用情形。

5、对主要供应商履行走访程序，了解其业务、资产、人员等是否来自控股股东、实际控制人及其控制或施加重大影响的企业，共走访丝绸纺织制品供应商 92 家，丝绸文化创意品供应商 43 家，口罩供应商 21 家，共计走访供应商 156 家，覆盖报告期各期采购总额的 72.43%、74.85%与 73.15%，确认上述供应商相关人员、资产是否与发行人控股股东或实际控制人有关，并取得其确认“不存在通过其他利益补偿要求降低采购价格的情形”。

6、通过网络搜索、元素征信大数据核查等手段复核关联方的完整性。

7、取得控股股东全部银行流水，并取得控股股东、实际控制人控制的企业的主要账户银行流水，核查非主要账户的银行日记账，将其主要往来对象与发行人主要客户、供应商进行匹配，确认不存在大额异常往来，并取得控股股东、实际控制人出具的不存在代公司承担成本费用的说明文件。

8、取得公司实际控制人，公司董事、监事和高级管理人员的银行流水并进行核查，确认其不存在代公司承担成本费用的情形，并取得其不存在代公司承担成本费用的说明文件；针对上述人员 20 万元以上的流水，记录交易对方，并于主要供应商穿透各层次股东名单进行匹配，不存在大额异常的情形。

9、取得控股股东、实际控制人控制的企业报告期内财务报表及费用明细，关注其数据是否存在异常，对重大费用进行抽凭确认，确认其是否存在替发行人承担费用的情形。

10、核查发行人与关联方往来款项的形成原因及依据，取得关联交易协议并分析关联交易价格的公允性，检查是否存在关联方通过长期挂账的往来款项形式代发行人承担成本费用的情形。

11、核查控股股东、实际控制人及其所控制的企业经营范围，取得控股股东、实际控制人出具的关于其控制的企业主营业务情况的说明，确认是否存在同

业竞争。

12、取得控股股东、实际控制人出具的关于避免同业竞争的承诺函。

13、分析关联交易对发行人经营业绩的影响，评估其是否显失公平、是否影响发行人独立性。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师和发行人律师认为：

1、发行人在业务形成过程中，控股股东、实际控制人及其控制或施加重大影响的企业存在部分业务与发行人相近的情形，控股股东、实际控制人已对相关业务进行了规范。

2、报告期内，发行人供应商锐拓纺织属于控股股东曾施加重大影响的企业，汇流服饰、科通纺织品股份曾为万事利集团下属企业员工，除此之外，不存在其他外协供应链有关业务、资产、人员来源于控股股东或实际控制人及其控制或施加重大影响的企业的情形。锐拓纺织、汇流服饰、科通纺织品的资产、人员、财务、机构、业务与发行人及其控股股东、实际控制人不存在混同的情况，不存在为发行人代为承担成本费用情形，其他关联方亦不存在为发行人关联方代为承担成本费用情形。

3、为避免同业竞争，控股股东、实际控制人已将其控制或施加重大影响的企业中与发行人业务相近的 32 家企业进行了处置，截至本落实函回复出具日，公司控股股东、实际控制人及其所控制的企业不存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争。

4、报告期内，公司与关联方和其他潜在利益相关方不存在严重影响独立性或显失公平的交易，公司与汇流服饰、科通纺织品的交易亦不存在严重影响独立性或显失公平的情形。

问题 5

关于核心技术。根据申报材料，发行人保留数码印花生产环节，该环节成本占总成本较低，其他采购、生产制造环节主要通过外协进行。发行人数码印花技

术系通过多年研发和生产经验积累形成，在行业内具有技术优势，需配合数码印花设备生产相应产品，数码印花设备对发行人数码印花加工服务的生产经营较为重要。发行人通过自主研发和产学研合作先后取得两项发明专利，在取得上述两项发明专利的基础上，公司目前已总结形成了数码印花数字化色彩图库 5,000 多个，实现成品呈现的颜色与输入颜色基本一致。报告期内主要依托宏华数码双面数码印花设备实现生产，2020 年中期开始试验海捷数码双面数码印花设备，目前试验情况良好，已具备规模化生产的能力。截至 2020 年 6 月 30 日，公司在数码印花加工及相关领域已取得发明专利 16 项，公司已具备较强的研发能力和工艺水平，对数码印花设备供应商不存在重大依赖。

根据宏华数码科创板申报材料，其核心技术涵盖了数码印花的四个重要维度，即喷印效果一致性、运行稳定性、高速运行和高性价比，为其长期保持技术先进性提供了有效保障。

请发行人：（1）说明是否存在设备供应商取得重大技术进步或竞争对手与设备供应商深度合作则将导致发行人的技术优势消失的风险？如存在，请补充披露提示该风险；（2）以数字化色彩图库为例，说明更换现有设备或设备升级更新是否需要重新构建；（3）补充披露发行人数码印花技术中形成的包括发明专利在内的相关知识产权是否存在争议，是否存在涉及核心技术的重大权属纠纷。

请保荐机构和发行人律师核查并发表意见。

【回复】

一、说明是否存在设备供应商取得重大技术进步或竞争对手与设备供应商深度合作则将导致发行人的技术优势消失的风险？如存在，请补充披露提示该风险

（一）公司现有的核心技术系专注于丝绸相关领域且历经多年研发、生产经验积累而成，具备一定的技术壁垒

公司现有的核心技术主要系经过多年的技术攻关和生产试验，积累了丰富的生产经验，形成了现有的、专注于丝绸领域的数码印花生产工艺，使得设计师在数字化色彩图库环境下选用色彩进行设计，可确保数码印花产品颜色和设计师设计颜色的一致性，达到“所见即所得”，实现快速打样。

每台数码喷印设备均有自身的密度曲线[即数码喷印设备管理图像数据与墨

水喷出量的映射关系曲线，数码印花机的输入（图像想要的墨量）和输出（实际输出的墨量）的对应关系]，很大程度上影响印花设备的印花质量和效果。目前数码喷印设备主要采用印刷行业（喷印在纸张上）通用的密度曲线，因纸张和丝绸面料的吸墨性能存在较大差异，故把通用的密度曲线直接用于生产丝绸面料的设备上，生产出的丝绸面料会带来较大的颜色偏差（即成品呈现颜色与计算机输入颜色不完全一致）。

公司于 2013 年起组建了 30 余人的数码印花色彩管理技术攻关团队，专注于丝绸面料领域的数码印花生产工艺，经过多年的努力，通过自主研发和产学研合作先后取得了“一种数码印花喷印特性曲线的制作方法”、“一种数码印花颜色再现监控方法”两项发明专利，用于完善数码喷印设备的密度曲线，调节数码印花工艺过程，提高丝绸面料数码印花的质量。在上述技术储备基础上，公司利用现有的数码喷印生产设备在丝绸面料上多频次试验及评价（试验及评价方法取得了“一种基于特征色的数码印花颜色再现精度的评价方法”发明专利），记录计算机模式下的某一颜色（可以用数据形式体现）在最佳产品质量效果下对应的数码印花各道工序的生产条件，取得一一对应关系，在单面数码印花领域形成了包含 5,000 多种色卡的数字化色彩图库。并结合自身积累的前处理工艺配方技术档案，有效解决双面颜色相互影响的问题，在双面数码印花领域形成了异色色卡接近 4,000 对，实现了双面数码印花产品的产业化。

因此，公司现有的核心技术专注于丝绸面料数码印花领域，且历时多年研发，拥有丰富的生产经验积累，具备一定的技术壁垒。

（二）公司仍在积极研发，不断提升自身的技术水平，保持丝绸领域数码印花生产工艺的领先优势，但仍存在设备供应商、竞争对手重大技术进步导致公司技术领先优势消失的可能性

通常而言，公司现有的数码印花生产工艺具备先发优势，其他竞争对手积累相应生产工艺及经验需要一定的时间，而主要设备供应商，如宏华数码主要生产通用型数码喷印设备，应用于各类面料，在丝绸面料单一应用领域持续投入不具备经济合理性。但若设备供应商经过大量研发投入后产生重大突破，如不再需要调整生产工艺和密度曲线即可保证丝绸面料数码印花效果，或者竞争对手与设备供应商深度合作完善应用在丝绸面料领域的密度曲线，调节数码印花工艺过程，

通过长期的多频次试验亦可能会开发出相应的数字化色彩图库和双面数码印花异色色卡，可能会导致公司的技术优势消失。

公司自 2013 年以来持续针对丝绸面料数码印花领域进行研发创新，公司正持续研发扩充色卡范围，丰富数字化色彩图库，保持工艺先进性，亦在增加试验的丝绸面料种类和数码喷印设备种类，多维度改进数字化色彩管理技术，保持公司现有的技术优势。同时为适应环保需求，公司将加大对环保印花新技术（数码喷印后的面料无需水洗或者大量水洗）的研发力度，进一步提升数码印花工艺的环保优势。

（三）补充风险提示

发行人已在招股说明书第四节之“一、（三）丝绸领域数码印花技术优势消失的风险”中补充披露如下：

公司通过自主研发和产学研合作先后取得了“一种数码印花喷印特性曲线的制作方法”、“一种数码印花颜色再现监控方法”两项发明专利，用于完善数码喷印设备的密度曲线，调节数码印花工艺过程，提高丝绸面料数码印花的质量。在上述技术储备基础上，公司利用现有数码喷印设备在丝绸面料上多频次试验及评价（试验及评价方法取得了“一种基于特征色的数码印花颜色再现精度的评价方法”发明专利），记录计算机模式下的某一颜色（可以用数据形式体现）在最佳产品质量效果下对应的数码印花各道工序的生产条件，取得一一对应关系，形成了包含 5,000 多种色卡的数字化色彩图库，并结合自身积累的前处理工艺配方技术档案，有效解决双面颜色相互影响的问题，在双面数码印花领域形成了异色色卡接近 4,000 对，实现了双面数码印花产品的产业化。上述技术使得公司在丝绸面料数码印花生产领域具备一定的技术优势，相关产品质量不仅获得了客户的认可，亦获得了行业协会颁发的各类产品创新奖项。

但若设备供应商在丝绸面料数码印花领域进行大量研发投入，或者竞争对手与设备供应商深度合作完善应用在丝绸面料领域的密度曲线，调节数码印花工艺过程，通过长期的多频次试验开发出相应的数字化色彩图库和双面数码印花异色色卡，可能导致公司丧失数码印花工艺领先优势，从而影响公司产品的相对竞争优势，对公司未来经营业绩产生不利影响。

二、以数字化色彩图库为例，说明更换现有设备或设备升级更新是否需要重新构建

公司在自有技术储备基础上，利用现有的数码喷印生产设备在丝绸面料上长期、多频次试验，记录计算机模式下的某一颜色（可以用数据形式体现）在最佳产品质量效果下对应的数码印花各道工序的生产条件，取得一一对应关系，形成了包含 5,000 多种色卡的数字化色彩图库，即数字化色彩图库与数码喷印设备、丝绸面料、生产条件均有对应关系。

若更换现有设备或设备升级更新，公司需要根据新设备的密度曲线进行完善，调节数码印花工艺过程，通过多频次试验开发出新的数字化色彩图库。但现有的数字化色彩图库形成过程中所积累的生产工艺经验，将有助于公司减少新设备开发图库的试验时间，提高试验效率，更快更好地将现有生产工艺与新设备相结合。

三、补充披露发行人数码印花技术中形成的包括发明专利在内的相关知识产权是否存在争议，是否存在涉及核心技术的重大权属纠纷

涉及数码印花生产工艺的相关核心技术主要由发行人自主研发及合作开发，相关知识产权不存在争议，亦不存在涉及核心技术的重大权属纠纷。

发行人已在招股说明书第六节之“九、（二）2、（3）数码印花技术争议或纠纷情况”中补充披露如下：

截至 2020 年末，公司数码印花生产工艺相关的知识产权包括 18 项专利、1 项软件著作权、数字化色彩图库和数码印花异色色卡等技术秘密，数码印花相关知识产权不存在争议，不存在涉及核心技术的重大权属纠纷。

四、请保荐机构和发行人律师核查并发表意见

（一）核查程序

为核查上述事项，保荐机构和发行人律师主要履行了如下核查程序：

1、访谈了发行人董事长、发行人主管数码印花业务的副总经理，了解数码印花数字化色彩图库、数码印花异色色卡的内容、形成过程。

2、查阅杭州宏华数码科技股份有限公司、深圳汉弘数字印刷集团股份有限公司招股说明书，了解数码喷印设备技术原理。

3、查阅发行人与数码印花相关发明专利的说明资料、数字化色卡图样。

4、取得了发行人数码印花技术相关的研发项目资料、产学研技术开发协议、专利证书，并在中国及多国专利审查信息查询网、中国专利公布公告网、中国裁判文书网、中国审判流程信息公开网（开庭公告信息）、浙江法院网（开庭公告信息）、天眼查以及国家知识产权局进行公开查询。截至 2020 年末，发行人与数码印花生产工艺相关的知识产权包括 18 项专利、1 项软件著作权、数字化色彩图库和数码印花异色色卡等商业秘密，具体如下：

（1）专利

序号	专利类型	专利名称	申请人	专利号
1	发明专利	一种数码印花颜色再现监控方法	万事利数码	2016101512843
2	发明专利	一种改善丝绸单面数码喷墨印花渗透性的方法	万事利数码	201711459913X
3	发明专利	一种免浆处理的真丝织物数码印花方法	万事利科技	2016108589329
4	发明专利	一种数码印花喷印特性曲线的制作方法	万事利科技	2016101324810
5	发明专利	一种基于特征色的数码印花颜色再现精度的评价方法	万事利科技	2016101330845
6	发明专利	生产调度方法及生产调度系统	万事利科技	2013107312584
7	发明专利	一种基于多核处理器及 DMA 技术的高速数码印花方法	万事利科技	201310268964X
8	发明专利	一种基于双工作台多喷头系统的丝绸书籍快速打印方法	万事利科技	2013102689813
9	发明专利	一种基于小波网络的丝绸产品个性化推荐方法	万事利科技	201310276498X
10	发明专利	一种紫外线变色印花织物的制备方法	万事利科技	2008100627436
11	发明专利	一种基于纤维素纳米球为分散剂的真丝绸印花用纳米墨水的制备方法	万事利科技、浙江理工大学	2014107670998
12	发明专利	一种抗菌防霉丝绸壁纸的制备方法	万事利科技、浙江理工大学	2013104178193
13	发明专利	一种具有抗菌与吸附功能的纳米氧化锌-竹炭复合粒子的制备方法	浙江理工大学、万事利科技	2013104180189
14	发明专利	一种自粘性的长效缓释精油微胶囊及其制备方法和应用	浙江理工大学、万事利科技	2012102595879
15	发明专利	一种可控发光织物	浙江理工大学、万事利科技	2006100538683
16	发明专利	自动进纸数码压痕折页机	广州市益佳昌盛自	2011102263544

序号	专利类型	专利名称	申请人	专利号
			动化科技有限公司、万事利科技	
17	实用新型	丝绸书	万事利科技	2013208892991
18	实用新型	丝绸印染蒸箱湿度测量装置	万事利科技	2013208553738

（2）软件著作权

序号	软件名称	权利人	登记号
1	万事利数码生产管理系统软件 V1.0	万事利数码	2019SR0287243

（3）商业秘密

发行人数码印花生产工艺商业秘密主要包括数字化色彩图库、数码印花异色色卡等有助于发行人实现数码印花产品颜色和设计师设计颜色的一致性以及保证数码印花生产环节快速反应的相关技术秘密。上述技术秘密均为发行人多年生产经验积累所得。

上述知识产权通过发行人自主研发或产学研合作研发形成，发行人数码印花生产工艺相关知识产权无争议，核心技术无权属纠纷。

5、取得了发行人关于数码印花技术相关知识产权无争议，核心技术无权属纠纷的确认函。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

1、发行人现有的核心技术系专注于丝绸相关领域且历经多年研发、生产经验积累而成，具备一定的技术壁垒，但若设备供应商在丝绸面料数码印花领域进行大量研发投入，或者竞争对手与设备供应商深度合作完善应用在丝绸面料领域的密度曲线，调节数码印花工艺过程，通过长期的多频次试验亦可能会开发出相应的数字化色彩图库和双面数码印花异色色卡，从而导致发行人丧失技术领先优势，发行人已在招股说明书补充披露了相关风险。

2、数字化色彩图库与数码喷印设备、丝绸面料、生产条件均有对应关系，若更换现有设备或设备升级更新，发行人需要根据新设备的密度曲线进行完善，调节数码印花工艺过程，通过多频次试验开发出新的数字化色彩图库，但发行人

已积累的生产工艺经验将有助于发行人减少试验、调节时间，提高试验效率。

3、发行人现有的数码印花相关知识产权不存在争议，不存在涉及核心技术的重大权属纠纷。

(本页无正文，为《关于杭州万事利丝绸文化股份有限公司申请首次公开发行股票并在创业板上市的发行注册环节反馈意见落实函的回复报告》之签署页)

杭州万事利丝绸文化股份有限公司

法定代表人：

李建华

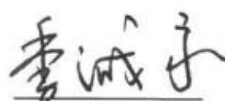
2021年7月5日

保荐人（主承销商）声明

本人已认真阅读杭州万事利丝绸文化股份有限公司本次落实函回复报告的全部内容，了解报告涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，落实函回复报告不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

保荐代表人：


罗傅琪


季诚永

总经理：


邓 舸

国信证券股份有限公司

