创业板投资风险提示：本次股票发行后拟在创业板市场上市，该市场具有较高的投资风险。创业板公司具有创新投入大、新旧产业融合成功与否存在不确定性、尚处于成长期、经营风险高、业绩不稳定、退市风险高等特点，投资者面临较大的市场风险。投资者应充分了解创业板市场的投资风险及本公司所披露的风险因素，审慎作出投资决定

明月镜片股份有限公司

（江苏省丹阳开发区银杏路 9 号）

首次公开发行股票并在创业板上市

招股说明书（注册稿）

保荐机构（主承销商）

东方证券 ORIENT SECURITIES 投资银行

东方证券承销保荐有限公司

ORIENT SECURITIES INVESTMENT BANKING CO., LTD

（上海市中山南路 318 号东方国际金融广场 24 层）

发行人声明

中国证监会、交易所对本次发行所作的任何决定或意见，均不表明其对注册申请文件及所披露信息的真实性、准确性、完整性作出保证，也不表明其对发行人的盈利能力、投资价值或者对投资者的收益作出实质性判断或保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

根据《证券法》的规定，股票依法发行后，发行人经营与收益的变化，由发行人自行负责；投资者自主判断发行人的投资价值，自主作出投资决策，自行承担股票依法发行后因发行人经营与收益变化或者股票价格变动引致的投资风险。

发行人及全体董事、监事、高级管理人员承诺招股说明书及其他信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

发行人控股股东、实际控制人承诺本招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

公司负责人和主管会计工作的负责人、会计机构负责人保证招股说明书中财务会计资料真实、完整。

发行人及全体董事、监事、高级管理人员、发行人的控股股东、实际控制人以及保荐人、承销的证券公司承诺因发行人招股说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的，将依法赔偿投资者损失。

保荐人及证券服务机构承诺因其为发行人本次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

免责声明：本公司的发行申请尚需经深圳证券交易所和中国证监会履行相应程序。本招股说明书不具有据以发行股票的法律效力，仅供预先披露之用。投资者应当以正式公告的招股说明书作为投资决定的依据。

发行概况

发行股票类型	人民币普通股（A 股）
发行股数	本次拟公开发行股份不超过 3,358.54 万股，占发行后总股本的比例不低于 25%。本次发行不涉及原有股东公开发售股份的情况。
每股面值	人民币 1.00 元
每股发行价格	人民币【】元
预计发行日期	【】年【】月【】日
拟上市的证券交易所和板块	深圳证券交易所创业板
发行后总股本	不超过 13,434.14 万股
保荐人（主承销商）	东方证券承销保荐有限公司
招股说明书签署日期	【】年【】月【】日

重大事项提示

本公司提请投资者特别关注以下重要事项，并提醒投资者务必认真阅读本招股说明书“第四节 风险因素”的全部内容。

一、需要特别关注的风险因素

（一）宏观经济环境的风险

眼镜是一种兼具视力矫正、视力保护与面部装饰的消费品。宏观经济不景气或居民可支配收入增长放缓，将制约公司镜片产品的需求。如果我国宏观经济形势发生重大不利变化，如经济增速持续放缓、居民可支配收入增长持续降低，将会对公司经营业绩造成不利影响，存在业绩下滑的可能。

（二）主要原材料价格波动的风险

公司的主要原材料包括丙烯醇、DMT 等化工原料以及树脂单体等。2018 年度、2019 年度和 2020 年度，公司直接材料成本占主营业务成本比例分别为 55.16%、56.74%和 55.56%，公司主要原材料价格波动对公司产品生产成本影响较大。如果上游原材料行业，如丙烯醇、DMT 等化工原料或者树脂单体的价格发生大幅波动，特别是出现大幅上涨，将带动行业成本上涨，直接提高公司生产成本，若公司产品售价未能及时调整，将对公司盈利产生较大不利影响。

（三）经销商管理的风险

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，公司经销模式下实现营业收入分别为 11,927.79 万元、14,854.87 万元和 16,456.86 万元，占主营业务收入比分别为 23.73%、26.98%和 30.58%。由于公司经销商地域分布广泛，公司对销售渠道的统一、精细管理难度较大。一方面，如果存在区域经销商不遵守公司规定或未达到既定的业绩目标，公司的品牌形象和经营业绩将受到影响；另一方面，随着公司规模的不断扩大，如果公司的经销管理水平未能随之提升，将对区域经销商经营模式造成不利影响。因此，若未来经销商管理失当，将对公司业务发展造成不利影响。

（四）品牌形象受损和知识产权被侵权的风险

公司的产品直接面对广大消费者，品牌形象反映了产品质量和消费者认可度，品牌形象和知识产权作为公司无形资产，对公司至关重要。经过多年的经营和沉淀，“MingYue”、“明月”等品牌形象和公司的商标、专利等知识产权的优势较为明显，赋予了公司产品较高的附加值，有利于公司的可持续发展。公司历来重视品牌形象和知识产权的保护，设立了专门的团队负责维护和维权工作。如果公司品牌、商标和专利等权益受到侵犯，公司将会依照法律途径进行维权，以保护本公司的合法权益，而公司的维权行为可能需要耗费公司一定的财力、物力，从而可能对公司的正常生产经营产生不利影响。

（五）应收账款发生坏账的风险

报告期内，随着公司销售规模的稳步增长，公司应收账款持续增加。截至2018 年末、2019 年末和 2020 年末，公司应收账款净额分别为 10,375.83 万元、12,030.50 万元和 12,846.00 万元，占流动资产的比例分别为 32.92%、29.17%和27.20%，金额呈上升趋势。如果应收账款发生坏账风险，对公司的资产质量和正常经营可能会造成一定影响。

（六）存货余额较大的风险

2018 年末、2019 年末和 2020 年末，公司存货账面价值分别为 12,290.22 万元、12,104.60 万元和 10,105.73 万元，占流动资产的比例分别为 38.99%、29.35%和 21.39%。公司存货余额较大主要系根据镜片产品销售的季节性因素而提前生产备货所致。

较高规模的存货余额将占用公司较多流动资金，公司需要在计划、采购、生产和销售环节加强内部控制，紧密衔接，公司如不能有效进行存货管理，将可能导致公司存货周转能力下降，流动资金使用效率降低。此外，若未来因市场环境发生变化或竞争加剧导致存货跌价或变现困难，公司经营业绩可能受到较大不利影响。

（七）部分原材料依赖外购以及原材料集中采购的风险

报告期内，基于与 MITSUI CHEMICALS、韩国 KOC 及其关联方的战略合作关系，以及前述合作方一贯稳定的供应体量与产品质量，发行人向其采购包括 1.71 折射率在内的部分折射率树脂单体，2018 年至 2020 年，发行人向韩国 KOC 及其关联方采购特定品种的 1.60 及以下折射率树脂单体占发行人当期采购的同类树脂单体比例达到 90%以上；向韩国 KOC 及其关联方采购 1.67 及以上折射率树脂单体占发行人当期耗用的该类树脂单体的金额占比均为 100%。发行人对外采购的原料来源较为集中，且对韩国 KOC 及其关联方存在一定程度的依赖。

如遇到原料供应不及时等特殊情况，发行人可能面临转换供应商的需求，在转换过程中可能需要一定调整周期，进而对生产经营造成一定程度影响。

（八）税收优惠政策变动的风险

报告期内，公司被认定为高新技术企业，享受 15%的所得税税率优惠政策，公司现行有效的高新技术企业证书于 2018 年 11 月 30 日取得，有效期三年。若将来国家、地方有关高新技术企业的认定标准或相关税收优惠政策发生变化或出现其他情形使公司不能继续享受该税收优惠，将对公司的经营业绩造成一定影响。

（九）折射率 1.56 和 1.60 系列镜片产品销量下滑风险

报告期内，发行人折射率 1.56 和 1.60 系列镜片产品收入分别为 32,835.57 万元、32,860.62 万元和 31,666.44 万元，占比较高。折射率 1.56 和 1.60 系列镜片销量分别为 3,456.51 万片、2,986.29 万片和 2,527.17 万片，存在一定下滑，主要为常规片品类产品销量下滑所致。如发行人功能性产品销售不达预期或常规片销量大幅下滑的话，会对发行人业绩造成不利影响。

上述风险都直接或间接影响本公司的经营业绩，请投资者特别关注“风险因素”一节中关于上述风险的内容。

二、对公司持续盈利能力产生重大不利影响的因素及保荐机构对公司持续盈利能力的核查结论意见

对本公司持续盈利能力产生重大不利影响的因素包括：宏观经济环境的风险、主要原材料价格波动的风险、品牌形象受损和知识产权被侵权的风险等，公司已经在招股说明书的第四节“风险因素”中进行了分析及披露。

发行人不存在以下对持续盈利能力构成重大不利影响的因素：

1、发行人的经营模式、产品或服务的品种结构已经或者将发生重大变化，并对发行人的持续盈利能力构成重大不利影响；

2、发行人的行业地位或发行人所处行业的经营环境已经或者将发生重大变化，并对发行人的持续盈利能力构成重大不利影响；

3、发行人在用的商标、专利、专有技术、特许经营权等重要资产或者技术的取得或者使用存在重大不利变化的风险；

4、发行人最近一年的营业收入或净利润对关联方或者有重大不确定的客户存在重大依赖；

5、发行人最近一年的净利润主要来自合并财务报表范围以外的投资收益；

6、其他可能对发行人持续盈利能力构成重大不利影响的情形。

经核查，保荐机构认为：发行人主营业务突出、经营业绩良好、所处行业发展前景良好，目前不存在对发行人持续盈利能力构成重大不利影响的因素，发行人具有良好的发展前景和持续盈利能力。

三、本次发行相关各方作出的重要承诺

本公司提示投资者认真阅读本公司、主要股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员以及本次发行的保荐人及证券服务机构等相关方作出的各项重要承诺、未能履行承诺的约束措施，具体内容详见本招股说明书“第十节 投资者保护”之“五、与投资者保护相关的承诺”。

四、财务报告审计截止后的主要财务信息及经营情况

公司财务报告审计截止日为 2020 年 12 月 31 日，立信所对公司 2021 年 3 月 31 日的合并及母公司资产负债表、2021 年 1-3 月的合并及母公司利润表、合并

及母公司现金流量表以及财务报表附注进行了审阅，并出具了《审阅报告》（信会师报字[2021]第 ZA15086 号）。公司截至 2021 年 3 月 31 日及 2021 年 1-3 月主要财务信息及经营情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 3 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	同比变动
资产总额	70,073.95	69,177.58	1.30%
负债总额	12,117.88	12,869.32	-5.84%
归属于母公司所有者权益合计	54,122.02	52,714.29	2.67%
项目	**2021 年 1-3 月**	**2020 年 1-3 月**	**同比变动**
营业收入	12,025.19	9,404.36	27.87%
营业利润	1,834.17	-565.65	-424.26%
净利润	1,540.82	-670.91	-329.66%
归属于母公司所有者的净利润	1,300.75	-877.99	-248.15%
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	1,317.63	-676.40	-294.80%

注：2020 年 1-3 月数据已经立信所审阅

截至 2021 年 3 月 31 日，公司的资产总额为 70,073.95 万元，负债总额为 12,117.88 万元，归属于母公司所有者权益为 54,122.02 万元。2021 年 1-3 月，公司实现营业收入 12,025.19 万元，较 2020 年 1-3 月同比增长 27.87%；营业利润 1,807.23 万元，较 2020 年 1-3 月增加 2,412.32 万元；净利润 1,540.82 万元，较 2020 年 1-3 月增加 2,211.73 万元；归属于母公司所有者的净利润 1,300.75 万元，较 2020 年 1-3 月增加 2,178.74 万元；扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润为 1,317.63 万元，较 2020 年 1-3 月增加 1,994.03 万元。

财务报告审计截止日至招股说明书签署日，公司生产经营的内外部环境未发生重大变化，公司经营状况正常，税收政策、行业周期性、竞争趋势等因素未发生重大变化，未新增对未来经营可能产生较大影响的诉讼或仲裁事项以及重大安全事故，主要原材料的采购规模及采购价格、主要产品的销售规模及销售价格、

主要客户类型或供应商类型、重大合同条款或实际执行情况以及其他可能影响投资者判断的重大事项等未发生重大变化。

具体信息请参见本招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十七、财务报告审计截止日后的主要财务信息及经营状况”。

公司 2021 年 1-6 月主要财务信息如下：

经初步测算，公司预计 2021 年 1-6 月营业收入为 25,000.00 万元至 28,000.00 万元，同比上升 1.26%至 13.41%，净利润为 3,400.00 万元至 3,800.00 万元，同比上升 28.34%至 43.44%，扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润为 2,800.00 万元至 3,200.00 万元，同比上升 32.99%至 51.99%。（以上数据未经审计）。

具体信息参见本招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十七、财务报告审计截止日后的主要财务信息及经营状况”。

目 录

重大事项提示 3

一、需要特别关注的风险因素 3
二、对公司持续盈利能力产生重大不利影响的因素及保荐机构对公司持续盈利能力的核查结论意见 5
三、本次发行相关各方作出的重要承诺 6
四、财务报告审计截止后的主要财务信息及经营情况 6

目 录 9

第一节 释义 13

一、一般释义 13
二、专业释义 16

第二节 概览 18

一、发行人及本次发行的中介机构基本情况 18
二、本次发行概况 19
三、报告期的主要财务数据和财务指标 20
四、发行人的主营业务经营情况 20
五、发行人自身的创新、创造、创意特征，科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况 22
六、发行人选择的上市标准 28
七、发行人公司治理特殊安排 28
八、本次募集资金主要用途 28

第三节 本次发行概况 30

一、本次发行的基本情况 30
二、本次发行有关机构的情况 31
三、与本次发行有关中介机构及人员的权益关系 32
四、与本次发行上市有关的重要日期 33

第四节 风险因素 34

一、创新和技术风险 34
二、经营风险 34
三、内控风险 36
四、财务风险 37
五、募集资金投资项目相关风险 38
六、发行失败风险 39
七、成长性风险 39

第五节 发行人基本情况 41

一、发行人基本情况 41
二、发行人设立情况 41

三、发行人报告期内重大资产重组情况 59
四、公司股权关系 59
五、公司控股、参股公司及分公司情况 59
六、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况 88
七、发行人股本情况 95
八、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员情况 101
九、董事、监事、高级管理人员和核心技术人员与公司签订的协议及履行情况 105
十、董事、监事、高级管理人员近两年变动情况 105
十一、董事、监事、高级管理人员和核心技术人员及其近亲属持有本公司股份情况 106
十二、董事、监事、高级管理人员和核心技术人员的兼职情况 108
十三、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的对外投资情况 109
十四、董事、监事、高级管理人员和核心技术人员的薪酬情况 112
十五、发行人正在执行的股权激励、职工持股及其他制度安排和执行情况 113
十六、发行人员工及其社会保障情况 120

第六节 业务与技术 134

一、发行人主营业务经营情况 134
二、公司所处行业基本情况 232
三、发行人销售情况和主要客户 273
四、发行人采购情况和主要供应商 290
五、发行人主要资产情况 322
六、发行人特许经营权 328
七、发行人技术与研发情况 329
八、境外经营情况 338

第七节 公司治理与独立性 339

一、股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书以及审计委员会等机构和人员的运行及履职情况 339
二、发行人特别表决权股份或类似安排的情况 343
三、发行人协议控制架构的情况 343
四、发行人的内部控制情况 343
五、公司违法违规情况 347
六、公司控股股东资金占用及为控股股东担保的情况 350
七、发行人面向市场独立持续经营能力的情况 350
八、同业竞争情况 352
九、关联方及关联交易 369

第八节 财务会计信息与管理层分析 469

一、财务报表 469
二、会计报表编制基准和合并报表范围及变化情况 480
三、审计意见 481
四、重要性水平 481
五、经营业绩主要影响因素分析 483

六、报告期内采用的主要会计政策和会计估计 484
七、非经常性损益情况 554
八、主要税项 555
九、分部信息 558
十、主要财务指标 558
十一、经营成果分析 560
十二、资产质量分析 741
十三、流动性和持续经营能力分析 839
十四、期后事项、或有事项及其他重要事项 858
十五、发行人盈利预测披露情况 860
十六、本次募集资金到位当年发行人每股收益相对上年度每股收益的变动趋势 860
十七、财务报告审计截止日后的主要财务信息及经营状况 863

第九节 募集资金运用与未来发展规划 872

一、募集资金投资项目概况 872
二、募集资金投资项目的可行性和必要性 873
三、募集资金投资项目具体情况 877
四、董事会对募集资金投资项目可行性的分析意见 882
五、募投项目环境保护 884
六、募集资金运用对财务状况及经营成果的影响 884
七、未来发展与规划 885

第十节 投资者保护 890

一、投资者关系的主要安排情况 890
二、报告期内股利分配政策、实际股利分配情况及发行后的股利分配政策 891
三、股东投票机制的建立 893
四、发行人资金管理、对外投资、担保事项的政策及制度安排和最近三年的执行情况 894
五、与投资者保护相关的承诺 896

第十一节 其他重要事项 914

一、重大合同情况 914
二、对外担保情况 918
三、重大诉讼或仲裁事项 918

第十二节 声明 921

一、发行人及其全体董事、监事、高级管理人员声明 921
二、发行人控股股东、实际控制人声明 922
三、保荐人（主承销商）声明 923
四、发行人律师声明 925
五、发行人审计机构声明 926
六、资产评估机构声明 927
七、发行人验资机构声明 928
八、发行人验资复核机构声明 929

第十三节 附件 930

一、备查文件 930
二、查阅时间 930
三、查阅地点 930

附件一 发行人拥有的商标清单 931

一、发行人拥有的境内商标 931
二、发行人拥有的境外商标 959

附件二 发行人拥有的专利清单 961

第一节 释义

在本招股说明书中，除上下文另有所指，下列简称具有如下含义：

一、一般释义

发行人、公司、本公司、股份公司、明月镜片	指	明月镜片股份有限公司
本次发行	指	本公司首次公开发行不超过 3,358.54 万股社会公众股 A 股的行为
A 股	指	每股面值为人民币 1.00 元的普通股
明月光电	指	江苏明月光电科技有限公司，明月镜片股份有限公司前身
明月实业	指	上海明月实业有限公司，曾用名“上海明月光学眼镜有限公司”
诺伟其	指	宁波梅山保税港区诺伟其定位创业投资合伙企业（有限合伙）
志明管理	指	丹阳市志明企业管理中心（有限合伙）
志远管理	指	丹阳志远企业管理中心（有限合伙）
明月光学	指	江苏明月光学眼镜有限公司
江苏赛蒙	指	江苏赛蒙光学眼镜有限公司
上海赛蒙	指	上海赛蒙光学眼镜有限公司
上海明月	指	上海明月眼镜有限公司
上海镜连	指	上海镜连科技有限公司
视联文化	指	视联眼视光（上海）文化传播有限公司
莱蒙光学	指	莱蒙（上海）光学科技有限公司
上海维沃	指	上海维沃姆恩光学眼镜销售有限公司
江苏可奥熙	指	江苏可奥熙光学材料科技有限公司
新加坡维沃	指	Vivo Optics Pte.Ltd

明月镜片丹阳分公司	指	明月镜片股份有限公司丹阳分公司
上海明月丹阳分公司	指	上海明月眼镜有限公司丹阳分公司
开发区分公司	指	明月镜片股份有限公司丹阳开发区分公司
香港明月	指	香港明月光学国际（集团）有限公司
丹阳洁优	指	丹阳市洁优光学材料有限公司
韩国 KOC	指	株式会社可奥熙搜路司
丹阳 KOC	指	可奥熙（丹阳）光学贸易有限公司
MITSUI CHEMICALS	指	三井化学株式会社（Mitsui Chemicals, Inc.）
三井中国	指	三井化学（中国）管理有限公司
三井印度	指	MITSUI CHEMICALS INDIA PVT,LTD
湖南光合作用	指	湖南光合作用商贸有限公司
JINS	指	JINS INC.
依视路	指	依视路陆逊梯卡(Essilor Luxottica)
特劳特	指	特劳特咨询有限公司
南京中视	指	南京中视光学眼镜有限公司
上海立正	指	上海立正光学眼镜有限公司
上海宾得	指	上海宾得光学眼镜有限公司
上海朝日	指	上海朝日光学眼镜有限公司
金氏镀膜	指	江苏金氏镀膜眼镜有限公司
益得利	指	丹阳市益得利眼镜行
上海仕宝	指	上海仕宝眼镜有限公司
上海艺娇	指	上海艺娇光学科技有限公司
目行图	指	上海目行图电子商务有限公司
南京辰龙	指	南京辰龙光学材料有限公司

视觉动力	指	无锡市视觉动力眼镜有限公司
雪束科技	指	上海雪束光学科技有限公司
海康光学	指	镇江市海康光学有限公司
明亮光学	指	南京明亮光学眼镜有限公司
格里特眼镜	指	丹阳市开发区格里特眼镜批发部
南京迈视	指	南京迈视眼镜有限公司
苏明光学	指	南京苏明光学眼镜有限公司
钒曦光电	指	丹阳钒曦光电科技有限公司
宣城五鑫云	指	宣城五鑫云光学材料科技有限公司
视健动力	指	无锡市视健动力眼镜有限公司
永靓丽眼镜	指	新北区河海永靓丽眼镜店
上海南雄	指	上海南雄房地产开发有限公司
江苏宾得	指	江苏宾得光学眼镜有限公司
上海欧宏	指	上海欧宏眼镜有限公司
丰悦光学	指	丹阳市丰悦光学材料有限公司
日本三菱	指	日本三菱化学公司
德国 Bruno Bock	指	BRUNO BOCK Chemische Fabrik GmbH & Co.KG
益丰生化	指	山东益丰生化环保股份有限公司
万华化学	指	万华化学集团股份有限公司
联化科技	指	联化科技股份有限公司
三菱瓦斯	指	三菱瓦斯化学株式会社
上海睛姿	指	睛姿（上海）企业管理有限公司
保荐机构、东方投行	指	东方证券承销保荐有限公司
立信所、申报会计师	指	立信会计师事务所（特殊普通合伙）

广发所、发行人律师	指	上海市广发律师事务所
万隆评估	指	万隆（上海）资产评估有限公司
深交所	指	深圳证券交易所
报告期	指	2018 年度、2019 年度和 2020 年度
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》（2018 年修订）
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》（2020 年修订）
《公司章程》	指	《明月镜片股份有限公司章程》
元、万元	指	人民币元、人民币万元

二、专业释义

折射率	指	光在真空中的传播速度与光在镜片材料中的传播速度之比，反映了镜片对光线的折射能力。同等前提条件下，镜片的折射率越高，镜片越薄越轻，但阿贝数越低，色散越明显。
阿贝数	指	亦称“色散系数”，用来衡量透明介质的光线色散程度。
VR	指	虚拟现实技术（Virtual Reality）的简称
AR	指	增强现实技术（Augmented Reality）的简称
亚克力	指	聚甲基丙烯酸甲脂（Polymethyl Methacrylate）的简称，亦称有机玻璃
PC	指	聚碳酸酯（Polycarbonate）的简称
ADC	指	烯丙基二甘醇碳酸酯（Allyl Digluycel Catbonate）的简称
DAP	指	邻苯二甲酸二烯丙酯（Diallyl Phthalate）的简称
FDA	指	美国食品药品监督管理局（Food and Drug Administration）的简称
CE	指	欧洲统一标准（Conformite Europeene）的简称
MES 系统	指	生产过程执行系统（Manufacturing Execution System）的简称
DMT	指	对苯二甲酸二甲酯（Dimethyl terephthalate）的简称
DMI	指	间苯二甲酸二甲酯（Dimethyl Isophthalate）的简称
AA	指	丙烯醇（Allyl Alcohol）的简称
CR39	指	一缩二乙二醇双烯丙基碳酸酯（Diethylene Glycol Bisallyl Carbonate）的简称

DBM	指	顺丁烯二酸二丁酯（Dibutyl Maleate）的简称
PG	指	丙二醇（Propylene Glycol）的简称
RMS	指	苯乙烯（Styrene）的简称
RY4	指	溴化环氧树酯（Brominated Epoxy Resin）的简称
R600	指	双酚 A 丙烯酸酯（Bisphenol A Acrylate）的简称
DB	指	马来酸二苄酯（Dibenzyl Malonate）的简称
AAC	指	丙烯酸（Acrylic Acid）的简称
FOB	指	离岸价（Free On Board）的简称

特别说明：本招股说明书部分表格中单项数据加总数与表格合计数可能存在微小差异，均因计算过程中的四舍五入所形成。

第二节 概览

本概览仅对招股说明书全文作扼要提示。投资者作出投资决策前，应认真阅读招股说明书全文。

一、发行人及本次发行的中介机构基本情况

（一）发行人基本情况

中文名称：	明月镜片股份有限公司
英文名称：	Mingyue Optical Lens Co.,Ltd.
有限公司成立日期：	2002 年 9 月 17 日
股份公司成立日期：	2019 年 11 月 25 日
注册资本：	人民币 10,075.60 万元
法定代表人：	谢公晚
注册地址及主要生产经营地址：	江苏省丹阳市开发区银杏路 9 号
控股股东：	明月实业
实际控制人：	谢公晚、谢公兴、曾少华
行业分类：	专业设备制造业（C35）
在其他交易场所（申请）挂牌或上市的情况：	无

（二）本次发行的有关中介机构

保荐机构：	东方证券承销保荐有限公司
主承销商：	东方证券承销保荐有限公司
其他承销机构：	无
发行人律师：	上海市广发律师事务所
审计机构：	立信会计师事务所（特殊普通合伙）
评估机构：	万隆（上海）资产评估有限公司

二、本次发行概况

（一）本次发行的基本情况

股票种类	人民币普通股（A 股）		
每股面值	1.00 元		
发行股份数量	不超过 3,358.54 万股	占发行后总股本比例	不低于 25%
其中：发行新股数量	不超过 3,358.54 万股	占发行后总股本比例	不低于 25%
股东公开发售股份数量	不适用	占发行后总股本比例	不适用
发行后总股本	不超过 13,434.14 万股		
每股发行价格	【】元/股（由发行人与主承销商通过询价确定）		
发行市盈率	【】倍		
发行前每股净资产	【】元	发行前每股收益	【】元
发行后每股净资产	【】元	发行后每股收益	【】元
市净率	【】倍		
发行方式	采用网下向询价对象询价配售发行与网上资金申购定价发行相结合的方式或中国证监会认可的其他方式		
发行对象	符合中国证监会规定条件的询价对象以及在中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司开设 A 股证券账户的中国境内自然人、法人及其他机构（中国法律、法规、交易所规则及其他监管要求所禁止购买者除外）		
承销方式	主承销商余额包销		
拟公开发售股份股东名称：	不适用		
发行费用的分摊原则	【】		
募集资金总额	【】万元		
募集资金净额	【】万元		
募集资金投资项目	高端树脂镜片扩产项目		
	常规树脂镜片扩产及技术升级项目		
	研发中心建设项目		
	营销网络及产品展示中心建设项目		
发行费用概算	【】万元		

（二）本次发行上市的重要日期

刊登发行公告的日期	【】年【】月【】日
开始询价推介的日期	【】年【】月【】日
刊登定价公告的日期	【】年【】月【】日
申购日期和缴款日期	【】年【】月【】日
股票上市日期	【】年【】月【】日

三、报告期的主要财务数据和财务指标

本公司报告期内经审计主要财务数据及主要财务指标如下：

单位：万元

项目	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
资产总额	69,177.58	62,812.43	53,088.21
归属于母公司股东的权益	52,714.29	45,397.47	27,950.50
资产负债率（母公司）	28.98%	30.17%	42.48%
项目	**2020 年度**	**2019 年度**	**2018 年度**
营业收入	53,968.14	55,250.12	50,941.85
营业利润	9,487.67	9,714.62	5,430.60
净利润	8,155.88	8,057.41	4,184.53
净利润（归属于母公司股东）	7,000.49	6,984.60	3,284.66
扣除非经常性损益后的净利润（归属于母公司股东）	6,345.27	6,592.46	4,407.19
基本每股收益（元）	0.69	0.72	0.37
稀释每股收益（元）	0.69	0.72	0.37
加权平均净资产收益率	14.32%	18.13%	12.17%
经营活动产生的现金流量净额	9,113.09	9,039.34	8,313.51
现金分红	-	3,000.00	4,500.00
研发投入占营业收入的比例	3.27%	2.94%	3.01%

四、发行人的主营业务经营情况

发行人是一家国内领先的综合类眼镜镜片生产商。“明月镜片”具有良好的品牌形象及市场知名度，并建立了完善的全国性销售网络，直接及间接覆盖和服务全国各省市地区逾万家门店客户。公司具备完善的产业链及一站式服务体系，拥有完备的研发、设计、生产、销售能力，业务涵盖树脂原料的研发、生产及销售，镜片光学结构、光学膜层及功能化镜片的研发及设计，树脂镜片大规模工业化生产及个性化定制生产，镜架设计及成镜的生产、销售，为市场提供品质稳定、品类齐全的眼视光产品。

眼镜镜片的设计与生产融合了数学、光学、有机化学、表面及结构物理、机械加工、医学等多学科领域技术，对产品技术指标、品质及创新性具有很高的要求。经过十多年的行业沉淀与积累，发行人掌握了部分核心原料的生产工艺，在满足自用的同时也能对外销售；并且通过优化配方和改良聚合物分子层结构等技术手段，不断优化原材料产品品质。结合在高分子原料生产及大规模镜片制造方面的双重优势，公司具备将前沿新型原材料快速转化并实现规模化生产的经验与能力，并持续积极布局新型材料的研发与储备。

在光学设计方面，发行人充分结合材料特性、人体眼视光特征，不断深化材料改性技术、屈光度模型技术及精密镀膜膜系技术的研发及产业化，自主研发设计镜片光学结构、光学膜系结构及特定功能镜片，不断推陈出新。除了能为市场提供各种高品质的标准产品以及各种功能型镜片产品外，发行人还能够对复杂眼视光条件下的客户提供个性化定制生产。同时，发行人与著名光学专家庄松林院士及其团队合作，建立了行业示范性的院士工作站和眼镜工程技术中心，对眼视光行业的前瞻性课题进行专项攻坚。

眼镜镜片市场具有大批量、多品类、多屈光度的需求特性，而且对产品品质稳定性、产品体系的完整性要求很高，进而对企业现代化的生产管理能力及生产体系有着严苛的要求。从高品质的原材料产业化应用、自产及改良能力的保障开始，到后续镜片、镜架的设计和生产，再到成镜及定制车房片的设计及生产，发行人能够控制各环节的稳定运行。同时公司不断研发新产品、新工艺，向市场提供各种光度的高折射率、超韧、超亮、超薄、蓝光防护、智能变色、偏光、渐进多焦点等多种性能镜片，并基于消费者的需求提供定制化的复合性能的多功能产

品。发行人产业链式的生产模式及一站式服务体系，为公司持续稳定的产品质量及丰富的产品体系提供了保障。

确保技术优势及产品品质的同时，发行人在全国市场建立了良好的营销网络体系，培养了经验丰富的营销团队，通过直销、经销等多渠道相结合的模式，深耕线下终端门店市场，拓展线上销售渠道资源，下沉服务体系。目前公司直接和间接合作的线下终端门店数量超过万家。近年来网络销售发展迅速，新零售模式下直接面对个体消费者的线上品牌旗舰店销售规模也迅速扩大。

公司的生产工厂被国家工信部评为“国家绿色工厂”。公司产品连续多年国内销量领先，在业内屡获殊荣，部分产品销往美国、日本等地。

发行人控股股东系明月实业。截至本招股说明书签署日，明月实业直接持有公司 73.45%的股份，其具体情况参见“第五节 发行人基本情况”之“六、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（一）持有发行人 5%以上股份的主要股东情况”之“1、明月实业”。

发行人实际控制人为谢公晚、谢公兴和曾少华先生，其中谢公晚、谢公兴系兄弟关系，曾少华系谢公晚妹妹之配偶。截至本招股说明书签署日，谢公晚先生、谢公兴先生和曾少华先生合计直接或间接控制公司 83.93%表决权。实际控制人的具体情况参见“第五节 发行人基本情况”之“六、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（二）发行人实际控制人情况”。

五、发行人自身的创新、创造、创意特征，科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况

（一）关于创业板定位的相关规定

《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》第三条要求：发行人申请首次公开发行股票并在创业板上市，应当符合创业板定位。创业板深入贯彻创新驱动发展战略，适应发展更多依靠创新、创造、创意的大趋势，主要服务成长型创新创业企业，支持传统产业与新技术、新产业、新业态、新模式深度融合。

《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定》第二条要求：

创业板定位于深入贯彻创新驱动发展战略，适应发展更多依靠创新、创造、创意的大趋势，主要服务成长型创新创业企业，并支持传统产业与新技术、新产业、新业态、新模式深度融合。

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。

（二）发行人符合创业板定位的相关规定

发行人符合“三创四新”要求的具体表现如下：

1、技术优势

镜片作为眼镜的核心功能性部件，发挥着保护或矫正使用者眼视光的重要作用，而镜片性能的提升需要强大的技术实力支撑，需要企业不断加大研发投入，促进产品研发和技术工艺升级，确保企业在产品上的创新性和技术工艺上的先进性。

发行人深耕镜片行业多年，积累了丰富的经验和技术。发行人在镜片原材料、光学设计、膜层技术及生产工艺等方面的积累，使公司持续保持行业领先。此外，发行人与著名光学专家庄松林院士及其团队合作，建立了行业示范性的院士工作站和眼镜工程技术中心，对眼视光行业的前瞻性课题进行专项攻坚。截至 2020 年 12 月 31 日，发行人拥有 12 项发明专利，48 项实用新型专利，21 项外观专利。

2、产品创新情况

（1）光学设计的研发与创新

发行人紧跟市场需求，产品覆盖各种光度范围，并拥有单焦点、双焦点和渐

进设计产品，对于复杂的光学结构需求，发行人创办了定制车房，对独特的客户需求提供一对一的专属光学设计及镜片生产。

（2）光学膜层设计及创新

在镜片表面用物理或化学的方法，镀上一定厚度的单层或多层光学薄膜镜片，能够提升镜片的性能，或者使镜片实现一些新的优良性能。

经过多年的积累与创新，发行人已经掌握了多种膜层的设计及应用工艺，如强化膜、防水防油膜、防静电膜等。发行人不断研究不同涂层材料及涂层机构，改进与创新镀膜工艺，进一步提升产品的品质与竞争力。

（3）功能性产品的研发与创新

发行人根据市场和消费者需求的变化，通过调整镜片基础材料、调节配方、光学设计或镜片膜层，使得镜片拥有一种或同时拥有多种功能特性，比如蓝光防护、智能变色等。发行人的 1.71 超薄高折射率镜片产品，通过聚合过程中改良聚合物分子结构，弥补了高折射率材料先天色散度过高的缺陷，实现了镜片产品高折射率、低色散的双重优点，产品还被中国轻工业联合会评为“创新消费品”。

（4）原材料的改良与创新

树脂镜片主要使用高分子树脂材料制造。预聚物的生产以及后续的聚合固化工艺是整个镜片生产过程中最关键的环节。

① 预聚物生产

基础化学原料的配方、生产工艺，以及预聚物的分子结构等，直接决定了预聚物的性能及对后续生产的影响，是该环节的核心难点。多年来，发行人持续投入研发力量，调整配方及工艺，并结合后段大规模生产的实证数据支持，不断改进，寻找各种原料的最佳配比，以实现各种原料特性的充分互补与平衡。

同时，针对后段生产中遇到的材料问题，发行人通过改变预聚物的分子结构，创新性地改进其性能，提高大规模生产的效能。发行人自产原料主要为 1.56 和 1.60 折射率的预聚物，经过多年的摸索与改进，发行人原料产品品质优良，不但能够实现自给，而且也对业内其他镜片厂商销售。

② 聚合固化配方及工艺

第二次聚合反应后即形成镜片基片，是大规模工业化生产镜片产品的核心环节。该环节中，预聚物原料在模具中交联固化的聚合过程是一个精细的化学过程，对主料、添加剂、催化剂的选取和配比要求极为精确，同时需要对反应的时间、温度进行精确的控制。配方、材料的升温曲线等生产工艺会直接影响最终镜片产品的性能。

前沿的新型镜片原材料研发与生产主要掌握在日本、韩国等少数国家手中。但境外原材料供应商往往只提供实验室条件下取得的交联固化的聚合样本及其反应环境指标，并不具备或提供如何实现大规模工业化生产的工艺、技术。而后者是新材料产业化、实现效益的关键环节。而且，直接进口的新材料也存在一定的缺陷，需要进一步改良与优化。因此，相较于原材料的供应，对材料特性的掌控及实现新技术产业化落地成为了行业的实质壁垒与关键。

多年来，发行人不断精研生产工艺，对不同材料、添加剂、环境、时间条件下的聚合过程及效果进行研究，结合公司产业化生产的大量数据与经验，积累了丰富的技术，不断优化和创新聚合工艺，提高自产树脂原料品质，改善和弥补进口高折射率原料的性能与缺陷，加速新型材料的转化速度。

除自产原材料获得业内认可外，发行人调整配方，完善聚合物分子中部分元素的结构，改善和弥补高折射率原料的性能与缺陷。例如，发行人的 1.71 超薄高折射率镜片产品，即通过聚合过程中改良聚合物分子结构，弥补了高折射率材料先天色散度过高的缺陷，实现了镜片产品高折射率、低色散的双重优点。

（5）生产控制的积累与创造

原材料通过交联固化形成初级镜片产品，再经过二次固化、硬化、镀膜等工艺，形成常规镜片产品。眼镜镜片的生产是一系列精密的控制过程。发行人不断精研生产工艺，对不同材料、添加剂、环境、时间条件下的聚合、固化、镀膜过程及效果进行了研究，不断优化与创新生产工艺细节。

3、产业融合情况

发行人将传统的镜片生产与先进的高分子化学、将消费品品牌销售理念与多层次的销售模式相结合，赋予原本工业化生产的镜片产品以新的市场定位及品牌形象，使公司产品具备了新的活力。

4、线上自营零售渠道拓展

随着电商平台的蓬勃发展，报告期内发行人积极拓展线上自营零售渠道。公司更多地直接面向终端消费者，有效减少商品的中间流通环节，而且能够基于信息技术优势，对销售数据及消费者购买行为进行更全面的统计分析，相应改善公司的产品组合及服务水平，并实现对消费者更为精准的营销推广。

伴随着“明月镜片”品牌影响力逐步提升，发行人线上自营渠道发展良好。发行人线上自营收入从 2018 年度地 426.26 万元增长到 2020 年度的 4,573.71 万元，营业收入贡献增长迅速。报告期内，发行人在巩固传统销售渠道的同时积极拓展线上自营零售渠道，线上渠道与线下渠道协同发展，使其成为营收增长贡献的又一重要源泉。

5、成长性情况

报告期内，公司营业收入和净利润保持了持续、较快增长，成长趋势良好，主要原因如下：

第一，树脂镜片制造产业潜在规模大。近年来，国家出台多项政策推动眼镜片行业健康有序发展。随着经济的稳步发展，镜片材料研发和工艺技术的不断改进，使得镜片产品不断推陈出新，活跃了镜片零售市场。

第二，技术实力是公司业务快速发展的基础。发行人深耕镜片行业多年，为消费者提供高质量、个性化的专业镜片产品，积累了丰富的经验和技术。发行人自主研发了多种镜片的生产配方及工艺，同时不断精进工艺、提升镜片品质。同时，发行人自主研发了部分镜片原料的制作配方，不断攻克原料制配难题，改良原料。

第三，产品质量是公司业务发展的关键。发行人非常注重产品质量的控制，建立了科学的质量管理体系并严格执行。公司始终致力于对树脂镜片产品的研发与生产工艺水平的改良，实行现代化企业管理，严把产品质量关，并建立了完善、

有效的质量管理体系。

第四，塑造品牌以提升产品知名度。发行人致力于树立专业的、高品质民族镜片品牌。同时，公司依托经验丰富的营销团队，通过直销、经销相结合的模式，在全国市场形成了良好的营销网络体系。发行人旗下“明月”品牌在市场上具有较高的知名度和美誉度。

综上所述，发行人多年来专注于眼镜镜片、镜片原料（树脂原料）等眼视光产品的研发、设计、生产和销售，在国内市场有较强的品牌影响力和领先的市场份额，不断推出新的技术与产品，加强线上线下自营零售品牌建设与销售，落实技术“创新”和产品“创新”，促进传统产品与“新业态”深度融合，符合创业板关于“三创四新”的定位要求。

6、与同行业可比公司优劣势对比

目前，发行人与同行业公司依视路相比，在全球范围内体量还存在一定差距，在细分行业技术与产品的“创新”及传统业务模式与“新业态”上，具有一定优势。根据 Euromonitor Consulting（欧睿咨询）出具的《市场地位声明认证函》，整体框架眼镜镜片（不包含隐形眼镜镜片）以零售量计，明月镜片于 2016 年-2020 年连续五年中国大陆范围内销售领先。

经核查，2017 年 3 月，发行人与特劳特签订《战略定位合同书》，约定发行人聘请特劳特为其制定战略定位研究报告。在合作过程中，特劳特向发行人提供了企业战略制定服务以及代言人聘请、品牌广告设计投放、协助发布行业首个体验式企业终端形象识别系统、细分市场需求挖掘等一揽子战略配称服务。发行人在广告投放过程中，使用“明月镜片全国销量领先”的广告宣传语。为确认明月镜片全国销量领先的行业地位，发行人聘请欧睿咨询为其提供行业地位认证的咨询服务，欧睿咨询分别于 2017 年 9 月 27 日、2018 年 7 月 31 日、2019 年 2 月 14 日、2020 年 2 月 28 日、2021 年 3 月 23 日出具了《市场地位声明认证函》。

根据与欧睿咨询相关人员的访谈，欧睿咨询通过开展全国范围的案头调研、行业访谈以及市场分析等工作为发行人出具《市场地位声明认证函》，具体包括：通过①行业期刊、网站和行业协会②政府相关机构以及其他国家官方资料③生产

企业及经销商、进出口代理公司等发布的公司与行业报告④在线数据库⑤欧睿咨询定制研究部门的行业经验⑥发行人的信息分享等渠道获取数据，同时进行线上数据抓取、店铺走访和行业访谈工作，并将前述获取的数据进行整理、互相验证并进行行业标杆检查、增长趋势检查、领先企业销售业绩检查等多重检查、验算步骤，最终由欧睿咨询资深的市场分析员起草报告。

欧睿咨询出具的《市场地位声明认证函》中提到的相关数据亦体现在《中国镜片行业白皮书》中，《中国镜片行业白皮书》全文已披露在相关网站上，属于公开数据。

欧睿咨询系一家专注于消费者、商业、工业及服务业等方面的调研服务机构，系欧睿国际的子公司；欧睿国际成立于 1972 年，在出版市场报告、商业参考资料和网上数据库方面拥有超过 40 年的经验，系一家全球领先的战略市场信息提供商、独立的市场研究机构。截至本回复出具之日，有超过 60 家企业在首次公开发行股票并上市的申请文件中引用欧睿咨询及欧睿国际的数据。有鉴于此，欧睿咨询出具的数据客观权威。

综上所述，招股说明书引用的《市场地位声明认证函》相关数据公开、非专门为本次发行上市准备，相关数据客观、权威。

六、发行人选择的上市标准

发行人 2019 年和 2020 年扣除非经常性损益前后孰低净利润分别为 6,592.46 万元和 6,345.27 万元，满足《深圳证券交易所创业板股票上市规则》之“第二章 股票及其衍生品种上市和交易”之“第一节 首次公开发行的股票上市”第 2.1.2 条标准（一）：最近两年净利润均为正，且累计净利润不低于 5000 万元。

七、发行人公司治理特殊安排

发行人不存在公司治理特殊安排事项。

八、本次募集资金主要用途

公司本次拟向社会公众公开发行人民币普通股不超过 3,358.54 万股，无原股东公开发售股份，公开发行数量不低于发行后总股本的 25%，公司实际募集资金扣除发行费用后全部用于公司主营业务相关的项目。

发行人初步计划募集资金用于如下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目总投资金额	募集资金使用金额
1	高端树脂镜片扩产项目	32,367.69	30,042.80
2	常规树脂镜片扩产及技术升级项目	14,968.48	14,086.43
3	研发中心建设项目	6,210.47	6,210.47
4	营销网络及产品展示中心建设项目	6,456.34	6,456.34
合计		**60,002.98**	**56,796.04**

如募集资金到位时间与项目进度不一致，公司将根据项目的实际需要以及公司实际情况以其他资金先行投入，募集资金到位后予以置换。本次募集资金到位后，公司将按上述用途资金需求的轻重缓急安排使用。募集资金投资上述项目如有剩余，将根据中国证监会及深交所的有关规定用于公司的主营业务或补充流动资金。募集资金投资上述项目如有不足，公司将以自有资金、银行贷款或其他债务融资方式完成项目投资。

第三节 本次发行概况

一、本次发行的基本情况

（一）	股票种类：	人民币普通股（A 股）
（二）	每股面值：	1.00 元人民币
（三）	发行股数：	公开发行新股不超过 3,358.54 万股，不安排公司股东公开发售股份
	本次发行后社会公众股占发行后总股本的比例：	不低于 25.00%
（四）	每股发行价格：	【】元
（五）	发行人高管、员工拟参与战略配售情况	【】
（六）	保荐人相关子公司拟参与战略配售情况	【】
（七）	发行市盈率：	【】（按每股发行价除以发行后每股收益计算，相关净利润以扣除非经常性损益后孰低值计算）
（八）	每股净资产	
	发行前：	【】元（按照【】年【】月【】日经审计的净资产除以本次发行前总股本计算）
	发行后：	【】元（按照【】年【】月【】日经审计的净资产加上本次发行募集资金净额之和除以本次发行后总股本计算）
（九）	发行市净率：	【】倍（按每股发行价除以本次发行后每股净资产计算）
（十）	发行方式：	采用网下向询价对象询价配售发行与网上资金申购定价发行相结合的方式或中国证监会认可的其他方式

（十一）	发行对象：	符合中国证监会规定条件的询价对象以及在中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司开设 A 股证券账户的中国境内自然人、法人及其他机构（中国法律、法规、交易所规则及其他监管要求所禁止购买者除外）
（十二）	承销方式：	主承销商余额包销方式
（十三）	发行费用概算：	本次发行费用总额为【】万元，其中承销保荐费【】万元、审计费【】万元、评估费【】万元、律师费【】万元、发行手续费【】万元

二、本次发行有关机构的情况

（一）	保荐机构（主承销商）：	东方证券承销保荐有限公司
	住所：	上海市中山南路 318 号东方国际金融广场 24 层
	法定代表人：	马骥
	保荐代表人：	郁建、李正
	项目协办人：	
	电话：	021-2315 3888
	传真：	021-2315 3500
	项目组其他成员：	郑睿、刘俊清、孙帅鲲、陈科斌、温畅、王健
（二）	律师事务所：	上海市广发律师事务所
	住所：	上海市浦东新区世纪大道 1090 号斯米克大厦 19 楼
	负责人：	孟繁锋
	电话：	021-5835 8013
	传真：	021-5835 8012
	签字律师：	陈洁、邵彬、李文婷

（三）	会计师事务所：	立信会计师事务所（特殊普通合伙）
	住所：	上海市黄浦区南京东路 61 号四楼
	负责人：	杨志国
	电话：	021-2328 0000
	传真：	021-6339 2558
	经办会计师：	杨志平、郁香香
（四）	资产评估机构：	万隆（上海）资产评估有限公司
	住所：	上海市静安区沪太路 1111 弄 5 号 501-7 室
	法定代表人：	赵宇
	电话：	021-6378 8398
	传真：	021-6376 7768
	经办评估人员：	郑铭、洪德钦
（五）	股票登记机构：	中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司
	住所：	广东省深圳市福田区深南大道 2012 号深圳证券交易所广场 22 -28 楼
	电话：	0755-2189 9999
	传真：	0755-2189 9000
（六）	收款银行：	【】
	住所：	【】
	电话：	【】
	传真：	【】
（七）	申请上市证券交易所：	深圳证券交易所
	地址：	广东省深圳市福田区深南大道 2012 号
	电话：	0755-8866 8888
	传真：	0755-8208 3500

三、与本次发行有关中介机构及人员的权益关系

本公司与本次发行有关中介机构及其负责人、高级管理人员、经办人员之间不存在直接或间接的股权关系或其他权益关系。

四、与本次发行上市有关的重要日期

刊登发行公告日期： 【】年【】月【】日

开始询价推介日期： 【】年【】月【】日

刊登定价公告日期： 【】年【】月【】日

申购和缴款日期： 【】年【】月【】日

预计股票上市日期： 【】年【】月【】日

第四节 风险因素

投资者在评价本公司本次发行的股票时，除本招股说明书提供的其他各项资料外，应特别认真地考虑下述各项风险因素。

一、创新和技术风险

树脂镜片制造业是一个技术创新推动型行业，融合了数学、光学、有机化学、表面及结构物理、机械加工、医学等多学科领域的高新技术，技术难度较大。公司的研发团队和核心技术是公司关键的资源要素。公司一直十分重视提升技术研发能力，经过多年的技术积累与研究开发，公司掌握了镜片行业的诸多核心技术，拥有一系列发明、实用新型专利及专有技术，其中部分技术在行业内处于领先地位。虽然公司目前掌握的部分技术在行业内处于领先地位，且凭借自身较强的研发能力不断开发新技术并投入生产应用中，但不排除公司在新技术的开发和应用上不能一直保持领先地位，或者公司现有技术、产品被行业新技术、新产品所替代，从而给公司产品的市场竞争力带来不利影响。

二、经营风险

（一）主要原材料价格波动的风险

公司的主要原材料包括丙烯醇、DMT 等化工原料以及树脂单体等。2018 年度、2019 年度和 2020 年度，公司直接材料成本占主营业务成本比例分别为 55.16%、56.74%和 55.56%，公司主要原材料价格波动对公司产品生产成本影响较大。如果上游原材料行业，如丙烯醇、DMT 等化工原料或者树脂单体的价格发生大幅波动，特别是出现大幅上涨，将带动行业成本上涨，直接提高公司生产成本，若公司产品售价未能及时调整，将对公司盈利产生较大不利影响。

（二）部分原材料供应稳定风险

受限于上游精细化工原料供应状况、生产技术水平以及生产工艺中部分环节的环保要求，发行人尚无法直接生产折射率 1.67 及以上的树脂单体，主要向韩国 KOC 及其关联方三井中国、丹阳 KOC 采购。若韩国 KOC 及其关联方无法及

时向发行人供应原料，发行人短期内面临切换供应商的压力，对发行人经营将产生不利影响。

（三）人才流失风险

镜片行业技术水平不断迭代更新、产品不断推陈出新；同时，由于行业竞争的日趋激烈，良好的管理、商业推广、技术研发人员日益稀缺，人才流动性较大。因此，掌握行业核心技术、保持核心技术团队的稳定、持续的创新能力是公司持续发展、高速增长的基础。如果公司无法制定有效的人力资源管理战略，公司将面临无法吸引优秀人才、关键人才不足甚至流失的风险。

（四）劳动力成本的上升

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，公司直接人工成本占生产成本的比例分别为 12.84%、12.36%和 12.27%。近年来，我国由于劳动力的结构性短缺导致用工成本逐步上升，尤其在公司主要生产基地所在的长三角地区、东部沿海地区较为明显。公司通过优化产品结构、提高设备自动化智能化程度、提高产品价格等措施，部分抵消劳动力成本上升对公司的不利影响。但劳动力成本的不断上升仍将对公司的成本控制带来一定压力，公司面临人工成本刚性上涨的风险。

（五）市场竞争加剧的风险

在全球经济一体化的大背景下，国际化大型企业的海外并购数量不断提高，依视路为了不断扩展其海外事业版图，在国内先后收购了众多国内镜片制造商，国内业务得到快速发展。若未来市场竞争进一步加剧，公司不能有效整合资源、提升核心竞争力、控制成本，公司未来与竞争对手相比不能持续保持在技术工艺、新品创新、产品质量等方面的优势，无法及时满足客户的需求，可能存在因竞争加剧导致公司业绩波动的风险。

（六）新冠肺炎疫情的风险

2020 年 1 月，新冠肺炎疫情爆发，致使全国多数行业均遭受了不同程度的影响和冲击，目前全球多数国家和地区也均受到不同程度的影响。发行人的部分客户和终端供应商来自于境外，如果全球疫情无法得到有效控制和解决，国内疫

情防控情况出现反复，公司可能会面临因产业链上下游企业大面积停工停产而导致业绩大幅下滑的风险。

（七）部分原材料依赖外购以及原材料集中采购的风险

报告期内，基于与 MITSUI CHEMICALS、韩国 KOC 及其关联方的战略合作关系，以及前述合作方一贯稳定的供应体量与产品质量，发行人向其采购包括 1.71 折射率在内的部分折射率树脂单体，2018 年至 2020 年，发行人向韩国 KOC 及其关联方采购特定品种的 1.60 及以下折射率树脂单体占发行人当期采购的同类树脂单体比例达到 90%以上；向韩国 KOC 及其关联方采购 1.67 及以上折射率树脂单体占发行人当期耗用的该类树脂单体的金额占比均为 100%。发行人对外采购的原料来源较为集中，且对韩国 KOC 及其关联方存在一定程度的依赖。

（八）折射率 1.56 和 1.60 系列镜片产品销量下滑风险

报告期内，发行人折射率 1.56 和 1.60 系列镜片产品收入分别为 32,835.57 万元、32,860.62 万元和 31,666.44 万元，占比较高。折射率 1.56 和 1.60 系列镜片销量分别为 3,456.51 万片、2,986.29 万片和 2,527.17 万片，存在一定下滑，主要为常规片品类产品销量下滑所致。如发行人功能性产品销售不达预期或常规片销量大幅下滑的话，会对发行人业绩造成不利影响。

如遇到原料供应不及时等特殊情况，发行人可能面临转换供应商的需求，在转换过程中可能需要一定调整周期，进而对生产经营造成一定程度影响。

三、内控风险

（一）经销商管理的风险

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，公司经销模式下实现营业收入分别为 11,927.79 万元、14,854.87 万元和 16,456.86 万元，占主营业务收入比分别为 23.73%、26.98%和 30.58%。由于公司经销商地域分布广泛，公司对销售渠道的统一、精细管理难度较大。一方面，如果存在区域经销商不遵守公司规定或未达到既定的业绩目标，公司的品牌形象和经营业绩将受到影响；另一方面，随着公司规模的不断扩大，如果公司的经销管理水平未能随之提升，将对区域经销商经

营模式造成不利影响。因此，若未来经销商管理失当，将对公司业务发展造成不利影响。

（二）实际控制人控制风险

本公司实际控制人谢公晚、谢公兴、曾少华直接或间接控制公司 83.93%表决权。公司实际控制人可能利用其控制权地位对本公司的经营决策、财务管理、人事任免等进行控制，存在损害本公司和中小股东利益的风险。

（三）品牌形象受损和知识产权被侵权的风险

公司的产品直接面对广大消费者，品牌形象反映了产品质量和消费者认可度，品牌形象和知识产权作为公司无形资产，对公司至关重要。经过多年的经营和沉淀，“MingYue”、“明月”等品牌形象和公司的商标、专利等知识产权的优势较为明显，赋予了公司产品较高的附加值，有利于公司的可持续发展。公司历来重视品牌形象和知识产权的保护，设立了专门的团队负责维护和维权工作。如果公司品牌、商标和专利等权益受到侵犯，公司将会依照法律途径进行维权，以保护本公司的合法权益，而公司的维权行为可能需要耗费公司一定的财力、物力，从而可能对公司的正常生产经营产生不利影响。

（四）社会保险及住房公积金被追缴风险

报告期内，发行人存在未为部分员工缴纳社会保险及住房公积金的情况，该部分未足额缴纳的社会保险和住房公积金存在被追缴及处罚的风险，如发生上述情况将对公司经营业绩造成一定不利影响。

四、财务风险

（一）应收账款发生坏账的风险

报告期内，随着公司销售规模的稳步增长，公司应收账款持续增加。截至 2018 年末、2019 年末和 2020 年末，公司应收账款净额分别为 10,375.83 万元、12,030.50 万元和 12,846.00 万元，占流动资产的比例分别为 32.92%、29.17%和 27.20%，金额呈上升趋势。如果应收账款发生坏账风险，对公司的资产质量和正常经营可能会造成一定影响。

（二）存货余额较大的风险

2018 年末、2019 年末和 2020 年末，公司存货账面价值分别为 12,290.22 万元、12,104.60 万元和 10,105.73 万元，占流动资产的比例分别为 38.99%、29.35%和 21.39%。公司存货余额较大主要系根据镜片产品销售的季节性因素而提前生产备货导致。

较高规模的存货余额将占用公司较多流动资金，公司需要在计划、采购、生产和销售环节加强内部控制，紧密衔接，公司如不能有效进行存货管理，将可能导致公司存货周转能力下降，流动资金使用效率降低。此外，若未来因市场环境发生变化或竞争加剧导致存货跌价或变现困难，公司经营业绩可能受到较大不利影响。

（三）汇率波动风险

报告期内，公司境外销售金额分别为 5,938.24 万元、4,863.19 万元和 3,923.08 万元，占主营业务收入的比例分别为 11.81%、8.83%和 7.29%。公司对境外客户主要使用美元报价，而部分原材料采购及成本分摊使用人民币计价，从报价到发货确认收入期间的汇率波动将影响公司毛利率水平。另外，公司出口产品主要以美元作为结算货币，存在出口收入结算账期，确认收入到收汇期间的汇率波动将产生汇兑损益。

人民币对美元的汇率波动将影响公司出口产品和进口原材料的价格，对公司产品的国际竞争力产生影响，同时会产生汇兑损益，进而对公司经营业绩产生一定影响，公司将面临一定的汇率波动风险。

（四）税收优惠政策变动的风险

报告期内，公司被认定为高新技术企业，享受 15%的所得税税率优惠政策，公司现行有效的高新技术企业证书于 2018 年 11 月 30 日取得，有效期三年。若将来国家、地方有关高新技术企业的认定标准或相关税收优惠政策发生变化或出现其他情形使公司不能继续享受该税收优惠，将对公司的经营业绩造成一定影响。

五、募集资金投资项目相关风险

（一）发行后净资产收益率下降的风险

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，公司加权平均净资产收益率（扣除非经常性损益后）分别为 16.32%、17.11%和 12.98%。预计公司本次募集资金到位后，公司净资产将有较大幅度的增长，但公司本次募集资金投资项目需要一定的实施周期，募集资金产生经济效益需要一段时间之后才能显现。因此，公司预计发行当年净资产收益率将有一定下降，存在净资产收益率下降的风险。

（二）项目建设风险

公司本次募集资金投资项目建成投产后，将对本公司的发展战略、经营规模和业绩水平产生积极作用。但是，本次募集资金投资项目的建设计划和实施过程存在着不确定性，募集资金投资项目在实施过程中也可能受到市场变化、工程进度、工程管理、设备供应及设备价格等因素的影响，存在项目不能按期竣工投产的风险。

（三）募集资金运用不能达到预期收益的风险

公司本次募集资金投资项目建成投产后，公司镜片的产能将大幅度增长，对公司市场开拓能力也提出了更高的要求。如果公司市场拓展不力，或者产品市场需求发生重大不利变化，公司新增产能不能完全消化，则存在本次募集资金投资项目无法达到预期收益的风险，将对公司经营业绩产生不利影响。

六、发行失败风险

本次发行适用中国证监会《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》、深交所证券交易所《深圳证券交易所创业板股票上市规则》等相关法规的要求，如发行认购不足，将导致本次发行失败。

七、成长性风险

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，发行人营业收入分别为 50,941.85 万元、55,250.12 万元和 53,968.14 万元。发行人未来经营业绩取决于内外部各种因素的影响，例如外部因素中的宏观经济、投资进度安排、技术进度、市场竞争等，以

及内部因素中的管理团队变动、核心技术人员变动、核心技术泄密、技术开发等。如果上述内外部因素发生重大不利变化，则发行人未来面临一定的成长性风险。

第五节 发行人基本情况

一、发行人基本情况

中文名称	明月镜片股份有限公司
英文名称	Mingyue Optical Lens Co.,Ltd.
注册资本	人民币 10,075.60 万元
法定代表人	谢公晚
成立日期	2002 年 9 月 17 日
整体变更为股份公司日期	2019 年 11 月 25 日
住所	江苏省丹阳开发区银杏路 9 号
邮政编码	212300
电话	021-5297 1886
传真	021-5297 1882
互联网网址	www.mingyue.com
电子信箱	stock@mingyue.com
信息披露部门	董事会办公室
信息披露负责人	曾哲

二、发行人设立情况

公司是由明月光电整体变更设立的股份有限公司。

（一）有限公司设立情况

发行人前身江苏明月光电科技有限公司成立于 2002 年 9 月 17 日，法定代表人谢公晚。成立时，公司注册资本为 102.00 万美元，其中明月实业以厂房、土地使用权出资认缴 12.02 万美元、以现金认缴出资 40 万美元，合计 52.02 万美元，宾哲晟（韩国籍）以现汇 49.98 万美元认缴出资，公司为中外合资经营企业。

公司设立时系经丹阳市对外贸易经济合作局于 2002 年 9 月 9 日出具的《关于“江苏明月光电科技有限公司”<合同>、<章程>的批复》（丹外经贸[2002]272 号）、《关于“江苏明月光电科技有限公司”董事会中方董事成员的批复》（丹

外经贸[2002]273 号）同意。2002 年 9 月 10 日，公司取得了江苏省人民政府颁发的《中华人民共和国外商投资企业批准证书》（外经贸苏府资字[2002]41879 号）。

2002 年 9 月 17 日，公司取得了由江苏省镇江工商行政管理局颁发的“企合苏镇总字第 201043 号”《企业法人营业执照》。

根据丹阳市对外贸易经济合作局出具的关于同意《江苏明月光电科技有限公司”变更出资方式的批复》（丹外经贸[2002]363 号），外方股东宾哲晟出资方式由美元现汇变更为设备出资，双方股东确认出资设备的作价金额，并签署了《引进设备清单》。相关进口设备已经镇江出入境检验检疫局于 2003 年 1 月 27 日出具的编号为 321300102002597 的价值鉴定证书鉴定。

丹阳华信会计师事务所有限公司分别于 2003 年 2 月和 2003 年 12 月出具了《验资报告》（丹华会外验字[2003]第 008 号）、《验资报告》（丹华会外验字（2003）第 070 号），对上述出资事项进行验证。

设立时，各股东出资情况如下：

序号	股　东	出资额（万美元）	占注册资本的比例（%）
1	明月实业	52.02	51.00
2	宾哲晟	49.98	49.00
合　计		**102.00**	**100**

（二）股份公司设立情况

明月镜片由明月光电整体变更设立。2019 年 11 月，由明月光电全体股东作为发起人，以明月光电经立信所《审计报告》（信会师报字[2019]第 ZA15785 号）审计的截至 2019 年 8 月 31 日净资产 35,897.69 万元为基数折合股本 6,080.87 万股，差额部分计入资本公积，整体变更为明月镜片股份有限公司。

万隆评估对发行人截至 2019 年 8 月 31 日的整体资产与负债进行了评估并于 2019 年 10 月 30 日出具“万隆评报字（2019）第 10459 号”《评估报告》。根据该《评估报告》，截至 2019 年 8 月 31 日，明月光电经评估的净资产为 41,811.49 万元。

立信所对上述整体变更事项出具了《验资报告》（信会师报字[2019]第 ZA15679 号）。

本次整体变更经镇江市市场监督管理局核准登记，整体变更后，公司的股权结构如下：

编号	股东	持股数量（万股）	持股比例（%）
1	明月实业	4,500.00	74.00
2	诺伟其	608.09	10.00
3	谢公晚	200.00	3.29
4	谢公兴	200.00	3.29
5	志明管理	142.29	2.34
6	曾哲	132.73	2.18
7	志远管理	131.13	2.16
8	曾少华	100.00	1.65
9	张湘华	26.65	0.44
10	王雪平	26.65	0.44
11	朱海峰	13.33	0.22
合计		**6,080.87**	**100.00**

（三）报告期内的股本和股东变化情况

报告期内，发行人共进行了五次增资，引入了曾哲、王雪平、张湘华等股东，2019 年 11 月，发行人整体变更为股份公司。具体情况如下：

1、2017 年 12 月增资

2017 年 12 月 20 日，经股东会审议通过，新股东曾哲、王雪平、张湘华、朱海峰和志远管理合计向公司增资 330.49 万元，全部为货币出资。本次增资款共计 1,116.00 万元，其中 330.49 万元计入注册资本，其余 785.51 万元计入公司的资本公积。本次增资后，公司注册资本由原来的 5,000.00 万元增加到 5,330.49 万元。

公司就本次增资在丹阳市市场监督管理局完成了变更登记，本次增资后，各股东的出资情况如下表所示：

序号	股东	出资额（万元）	出资比例
1	明月实业	4,500.00	84.42%
2	谢公晚	200.00	3.75%

序号	股东	出资额（万元）	出资比例
3	谢公兴	200.00	3.75%
4	曾哲	132.73	2.49%
5	志远管理	131.13	2.46%
6	曾少华	100.00	1.88%
7	王雪平	26.65	0.50%
8	张湘华	26.65	0.50%
9	朱海峰	13.33	0.25%
合计		**5,330.49**	**100.00%**

2、2018 年 12 月增资

2018 年 12 月 18 日，经股东会审议通过，新股东志明管理向公司增资 142.29 万元，增资款共计 1,300.00 万元，其中 142.29 万元计入注册资本，其余 1,157.71 万元计入资本公积，本次增资后，公司注册资本由原来的 5,330.49 万元增加到 5,472.78 万元。

公司就本次增资在丹阳市市场监督管理局完成了变更登记，本次增资后，各股东的出资情况如下表所示：

序号	股东	出资额（万元）	出资比例
1	明月实业	4500.00	82.23%
2	谢公晚	200.00	3.65%
3	谢公兴	200.00	3.65%
4	志明管理	142.29	2.60%
5	曾哲	132.73	2.43%
6	志远管理	131.13	2.40%
7	曾少华	100.00	1.83%
8	王雪平	26.65	0.49%
9	张湘华	26.65	0.49%
10	朱海峰	13.33	0.24%
合计		**5,472.78**	**100.00%**

3、2019 年 4 月增资

（1）增资事项

2019 年 4 月 15 日，经股东会审议通过，新股东诺伟其向公司增资 608.09 万元，增资款共计 12,000.00 万元，其中 608.09 万元计入注册资本，其余 11,391.91 万元计入资本公积。本次增资后，公司注册资本由原来的 5,472.78 万元增加到 6,080.87 万元。

公司就本次增资在丹阳市市场监督管理局完成了变更登记，本次增资后，各股东的出资情况如下表所示：

序号	股东	出资额（万元）	出资比例
1	明月实业	4500.00	74.00%
2	诺伟其	608.09	10.00%
3	谢公晚	200.00	3.29%
4	谢公兴	200.00	3.29%
5	志明管理	142.29	2.34%
6	曾哲	132.73	2.18%
7	志远管理	131.13	2.16%
8	曾少华	100.00	1.64%
9	王雪平	26.65	0.44%
10	张湘华	26.65	0.44%
11	朱海峰	13.33	0.22%
合计		**6,080.87**	**100.00%**

（2）增资协议的特殊条款

诺伟其就本次增资事宜与明月光电、谢公晚、谢公兴签订了增资协议及补充协议，就增资后各方的权利义务约定了特殊条款，主要内容如下：

1）反稀释

明月光电及实际控制人承诺，下一轮融资的投前估值不低于 18 亿元人民币。诺伟其于 2019 年 4 月 11 日出具《承诺函》，如果明月光电及谢公晚、谢公兴要求降低后续融资的估值时，诺伟其同意后续融资的投前估值不低于 15 亿元人民币。

2）上市

明月光电应当于 2024 年 12 月 31 日之前完成境内 IPO。

根据诺伟其出具《关于无对赌安排的声明及承诺函》，诺伟其同意增资协议中“明月光电应当于 2024 年 12 月 31 日之前完成境内 IPO”、“下一轮融资的投前估值不低于 18 亿元人民币”以及与相关法律法规不一致的条款自承诺函签署之日起失效，且不会根据上述条款要求发行人及其实际控制人承担股份回购义务或承担违约责任；诺伟其与发行人、发行人的实际控制人之间不存在以发行人的利润分配、发行上市等事项作为标准，对公司股东所持公司股份进行回购、调整或其他股东优先权利为内容的协议或类似的对赌安排。

4、2019 年 11 月，整体变更为股份有限公司

立信会计师事务所（特殊普通合伙）对明月光电截至 2019 年 8 月 31 日的整体资产与负债进行了审计，并于 2019 年 10 月 28 日出具“信会师报字[2019]第 ZA15785 号”《审计报告》。根据该《审计报告》，截至 2019 年 8 月 31 日，公司经审计的净资产为 35,897.69 万元。

万隆（上海）资产评估有限公司对发行人截至 2019 年 8 月 31 日的整体资产与负债进行了评估并于 2019 年 10 月 30 日出具“万隆评报字（2019）第 10459 号”《评估报告》。根据该《评估报告》，截至 2019 年 8 月 31 日，明月光电经评估的净资产为 41,811.49 万元。

2019 年 10 月 31 日，明月光电全体发起人签署了《发起人协议书》。同日，明月光电股东会作出决议，全体股东一致同意明月光电整体变更设立股份有限公司，以经审计的净资产 35,897.69 万元折合股本 6,080.87 万元，差额部分计入资本公积。

本次整体变更经镇江市市场监督管理局核准登记，整体变更后，公司的股权结构如下：

序号	股东	持股数额（万股）	持股比例
1	明月实业	4,500.00	74.00%
2	诺伟其	608.09	10.00%
3	谢公晚	200.00	3.29%
4	谢公兴	200.00	3.29%

序号	股东	持股数额（万股）	持股比例
5	志明管理	142.29	2.34%
6	曾哲	132.73	2.18%
7	志远管理	131.13	2.16%
8	曾少华	100.00	1.65%
9	王雪平	26.65	0.44%
10	张湘华	26.65	0.44%
11	朱海峰	13.33	0.22%
合计		**6,080.87**	**100.00%**

5、2019 年 12 月，明月镜片第一次增资

2019 年 12 月 9 日，明月镜片召开 2019 年第一次临时股东大会并通过决议，以资本公积转增股本 3,919.13 万股。本次增资经镇江市市场监督管理局核准登记，本次增资完成后，公司股权结构如下：

序号	股东	持股数量（万股）	持股比例
1	明月实业	7,400.30	74.00%
2	诺伟其	1,000.00	10.00%
3	谢公晚	328.90	3.29%
4	谢公兴	328.90	3.29%
5	志明管理	234.00	2.34%
6	曾哲	218.30	2.18%
7	志远管理	215.60	2.16%
8	曾少华	164.50	1.65%
9	王雪平	43.80	0.44%
10	张湘华	43.80	0.44%
11	朱海峰	21.90	0.22%
合计		**10,000.00**	**100.00%**

6、2019 年 12 月，明月镜片第二次增资

2019 年 12 月 24 日，明月镜片召开 2019 年第二次临时股东大会并通过决议，由自然人祝波善向公司投资 1,185 万元，其中 75.60 万元作为新增股本，1,109.4 万元计入资本公积。

本次增资经镇江市市场监督管理局核准登记，增资完成后，股权结构如下：

序号	股东	持股数量（万股）	持股比例
1	明月实业	7,400.30	73.45%
2	诺伟其	1,000.00	9.92%
3	谢公晚	328.90	3.26%
4	谢公兴	328.90	3.26%
5	志明管理	234.00	2.32%
6	曾哲	218.30	2.17%
7	志远管理	215.60	2.14%
8	曾少华	164.50	1.63%
9	祝波善	75.60	0.75%
10	王雪平	43.80	0.43%
11	张湘华	43.80	0.43%
12	朱海峰	21.90	0.22%
合计		**10,075.60**	**100.00%**

（2）增资协议的特殊条款

祝波善就本次增资事宜与发行人、谢公晚、谢公兴签订了增资协议及补充协议，约定发行人应当于 2024 年 12 月 31 日之前完成境内 IPO。

根据祝波善出具的《关于无对赌安排的声明及承诺函》，祝波善同意增资协议中“明月镜片应当于 2024 年 12 月 31 日之前完成境内 IPO”以及与相关法律法规不一致的条款自承诺函签署之日起失效，且不会根据上述条款要求发行人及其实际控制人承担股份回购义务或承担违约责任；祝波善与发行人、发行人的实际控制人之间不存在以发行人的利润分配、发行上市等事项作为标准，对公司股东所持公司股份进行回购、调整或其他股东优先权利为内容的协议或类似的对赌安排。

（四）关于发行人历次增资和股权转让的核查

1、报告期内历次股权变动的具体情况

公司报告期内历次股权变动的情况具体如下：

序号	股权变动情况	变动背景、原因	履行程序	定价公允性
1	2018 年 12 月志明管理出资 1,300 万元取得发行人新增 142.29 万元注册资本	员工股权激励	本次增资于 2018 年 12 月 18 日经发行人股东会审议通过，于 2018 年 12 月 20 日经丹阳市市场监督管理局核准登记	本次增资发行人投前估值为 4.87 亿，低于 2019 年 4 月诺伟其对发行人增资价格（投后估值 12 亿），就本次增资价格与诺伟其增资价格的差异，发行人已于 2018 年确认股份支付 1,507.94 万元
2	2019 年 4 月诺伟其出资 12,000 万元取得发行人新增 608.09 万元注册资本	引入外部投资者	本次增资于 2019 年 4 月 19 日经发行人股东会审议通过，于 2019 年 4 月 30 日经丹阳市市场监督管理局核准登记	本次增资投后估值 12 亿，增资价格系各方在自愿、公平原则下达成，定价公允
3	2019 年 12 月发行人以资本公积转增股本方式向全体股东配送股份 3,919.13 万股	扩大股本规模	本次增资于 2019 年 12 月 9 日经发行人 2019 年第一次临时股东大会审议通过，于 2019 年 12 月 10 日经镇江市市场监督管理局核准登记	全体股东按照同比例增资
4	2019 年 12 月祝波善出资 1,185 万元认购发行人新增 75.6 万股股份	引入外部投资者	本次增资于 2019 年 12 月 24 日经发行人 2019 年第二次临时股东大会审议通过，于 2019 年 12 月 24 日经镇江市市场监督管理局核准登记	本次增资投后估值 15.8 亿，增资价格系各方在自愿、公平原则下达成，定价公允

发行人报告期内的历次股权变动均已经公司股东（大）会决议同意，并经工商行政管理部门核准登记，履行程序合法合规；发行人报告期内历次增资中 2017 年 12 月和 2018 年 12 月系实施员工股权激励，已分别按照公允价格确认当期股份支付金额，报告期内其他增资价格均系各方在自愿、公平原则下达成，定价公允。

2、发行人历次股权变动的资金来源情况

发行人报告期内的历次增资以及香港明月受让宾哲晟股权出资来源的具体

情况如下：

序号	股权变动情况	核查依据	资金来源	是否实际支付
1	2004 年 10 月香港明月受让宾哲晟股权	宾哲晟出具的确认函、香港明月股东谢公兴出具的承诺函、相关借款协议、还款收据，并与借款方谢公辉进行访谈	来源于香港明月向发行人实际控制人谢公兴的堂兄荷兰籍华人谢公辉的借款，香港明月已通过其唯一股东谢公兴归还了全部借款	是
2	2017 年 12 月志远管理与曾哲等人增资	曾哲、王雪平、朱海峰、王国平报告期内的银行卡流水，张湘华出资前后一个月银行卡流水以及该等人员的出资来源说明，相关借款协议，本次增资的记账凭证、原始凭证	均系来源于出资方的自有/自筹资金	是
3	2018 年 12 月志明管理增资	谢公兴报告期内的银行卡流水，志明管理有限合伙人出资前后一个月银行卡流水以及该等人员的出资来源说明，相关借款协议，本次增资的记账凭证、原始凭证	均系来源于出资方的自有/自筹资金	是
4	2019 年 4 月诺伟其增资	诺伟其出具的出资来源说明，本次增资的记账凭证、原始凭证	私募股权基金募集所得	是
5	2019 年 12 月发行人以资本公积转增	本次增资的记账凭证、原始凭证	资本公积	是
6	2019 年 12 月祝波善增资	祝波善出资前后一个月银行卡流水以及出具的出资来源说明，本次增资的记账凭证、原始凭证	自有资金	是

发行人报告期内的历次股权变动以及香港明月受让宾哲晟股权对应的增资款/转让款均已实际支付，该等资金均来源自出资方/受让方的自有/自筹资金，除香港明月的资金来源于发行人实际控制人谢公兴外，其他资金均不存在来源于发行人或实际控制人借款或者担保的情形；相关股权变动系各方真实意思表示，不存在纠纷或潜在纠纷，亦不存在委托持股、信托持股、利益输送或其他利益安排。

（五）关于香港明月入股发行人的核查

谢公兴通过香港明月入股发行人，香港明月于 2015 年退出发行人的具体情

况如下：

1、谢公兴通过香港明月入股发行人的原因及合理性

2004 年 10 月 23 日，宾哲晟将其持有明月光电 49%的股权（注册资本 49.98 万美元）作价 49.98 万美元转让给香港明月。本次变更经丹阳市对外贸易经济合作局同意，取得了江苏省人民政府换发的《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》，并经镇江市丹阳工商行政管理局核准登记。

谢公兴通过香港明月入股发行人的原因系发行人原外方股东宾哲晟拟退出公司，为维持外商投资企业的组织形式，因此发行人实际控制人谢公兴通过设立香港明月受让宾哲晟的股权。谢公兴通过香港明月入股发行人事宜具有合理性。

2、香港明月退出发行人的原因

2015 年 8 月 29 日，香港明月将其持有的明月光电 49%的股权（注册资本出资额 198.11 万美元）转让给明月实业、谢公晚、谢公兴、曾少华。本次变更经丹阳市商务局出具同意，并经镇江市丹阳工商行政管理局核准登记。

本次股权转让的原因系 2015 年公司根据自身业务经营的实际情况，对未来发展战略进行规划，开始筹划在国内证券交易所上市，根据国内证监市场监管要求，对股权架构进行了调整。

3、发行人历史沿革中的程序合法性

（1）香港明月对发行人及其子公司的持股情况

香港明月设立于 2004 年 4 月 28 日，注册地址为 Unit(s) 1505B,15/F,Fortress Tower,250 King’S Road，North Point, HongKong，设立时法定股本 10,000 港元，香港明月系由谢公兴个人出资设立，并担任公司董事。香港明月设立后，于 2004 年 10 月以 49.98 万美元的对价受让宾哲晟所持明月光电 49%股权。2015 年 8 月，香港明月将所持明月光电 49%股权全部转让后，不再持有明月光电股权。

（2）谢公兴投资香港明月并持有发行人及明月光学所涉外汇事项合规性的核查

1）2004 年 4 月至 2014 年 7 月期间的合法合规性

根据当时有效的《国家外汇管理局关于境内居民通过境外特殊目的公司融资及返程投资外汇管理有关问题的通知》（汇发[2005]75 号，2005 年 10 月 21 日生效、2014 年 7 月 4 日失效，以下简称“75 号文”）的规定，特殊目的公司是指境内居民法人或境内居民自然人以其持有的境内企业资产或权益在境外进行股权融资（包括可转换债融资）为目的而直接设立或间接控制的境外企业。

香港明月设立至今未进行任何境外融资活动，谢公兴设立香港明月主要目的为对境内企业进行投资，香港明月不属于 75 号文规定的特殊目的公司，因此，在 2014 年 7 月之前，谢公兴设立香港明月以及返程投资行为无需办理相应的外汇登记手续。

2）2014 年 7 月至今的合法合规性

根据 2014 年 7 月 14 日起实施的《国家外汇管理局关于境内居民通过特殊目的公司境外投融资及返程投资外汇管理有关问题的通知》（汇发[2014]37 号，以下简称“37 号文”，替代了上述 75 号文），对“特殊目的公司”的认定依据调整为境内居民（含境内机构和境内居民个人）以投融资为目的，以其合法持有的境内企业资产或权益，或者以其合法持有的境外资产或权益，在境外直接设立或间接控制的境外企业。此外，37 号文还规定，在 37 号文实施前，境内居民以境内外合法资产或权益已向特殊目的公司出资但未按规定办理境外投资外汇登记的，境内居民应向外汇局出具说明函说明理由；外汇局根据合法性、合理性等原则办理补登记，对涉嫌违反外汇管理规定的，依法进行行政处罚。

香港明月属于 37 号文中规定的“特殊目的公司”，谢公兴应按照 37 号文的规定向主管外管局申请补办外汇登记。就上述补办外汇登记手续事宜，国家外汇管理局丹阳市支局于 2015 年 9 月 28 日出具丹汇检告字[2015]第 1 号《行政处罚告知书》，对谢公兴处以 25,000 元的罚款，并于 2015 年 10 月 27 日办理了谢公兴个人特殊目的公司外汇补登记手续，出具了对应的《业务登记凭证》。

根据公司实际控制人谢公兴出具的承诺：因谢公兴设立香港明月未办理外汇登记手续和香港明月收购明月光电股权未办理返程投资的外汇登记手续，导致发行人被相关政府机关处罚的风险由谢公兴承担。

上述未办理外汇登记的程序瑕疵已于 2015 年 10 月 27 日通过办理外汇补登记手续得以规范，谢公兴已出具承诺承担相应的法律责任，发行人不存在被相关有权部门处罚的风险。

4、发行人历史沿革的合法合规性

发行人作为中外合资企业期间，其历次股权变动均经过丹阳市对外贸易经济合作局审批或丹阳市商务局备案，并取得江苏省人民政府换发的《中华人民共和国台港澳侨投资企业批准证书》，亦办理了工商变更登记手续。

发行人历次股权转让、增资等过程中，发行人股东均按相关税务规定缴纳了所得税，履行了相应的纳税义务，发行人亦按相关税务规定履行了代扣代缴义务，不存在违反税收法律法规等规范性文件的情况。

发行人设立于 2002 年 9 月 17 日，发行人的企业性质于 2015 年 11 月由中外合资企业变更内资企业，根据《外商投资企业和外国企业所得税法》的相关规定，发行人在变更为内资企业时其实际经营期限已满 10 年，不涉及补缴已减征的企业所得税税款。

发行人设立至今中外资股东增资历次股权变动中未办理外汇登记的程序瑕疵已得以规范，除上述情况外均符合外商投资、外汇管理、税收管理等方面的监管要求。

（六）关于宾哲晟实物出资的相关情况

宾哲晟实物出资的具体情况如下：

1、宾哲晟实物出资的具体情况

明月光电设立时，宾哲晟以 2 套高真空镀膜设备的方式缴纳对明月光电出资 49.98 万美元，该等设备出资事宜经丹阳市对外贸易经济合作局于 2002 年 12 月 20 日出具的《关于同意“江苏明月光电科技有限公司”变更出资方式的批复》（丹外经贸[2002]363 号）批准，并经丹阳华信于 2003 年 2 月 14 日出具的丹华会外验字[2003]第 008 号《验资报告》验证。该等设备具体情况如下：

序号	设备名称	数量

1	真空室 CHAMBER	2 台
2	电子枪 ELECTRON BEAM （INTEC）	2 台
3	膜厚监控控制系统 THIN FILM THICKNESS MONITER (IC5) IHEAD	2 台
4	真空测量器 VACUUM GAUGE (GP307)	2 台
5	控制系统 CONTROL SYSTEM	2 台
6	旋转泵 POTARY PUMP (E2M275)	2 台
7	升压泵 BOOSTER PUMP (EH1200)	2 台
8	束流系统 GAS FLOW SYSTEM	2 台
9	粒子束器 ION BEAM (4KW)	2 台
10	冷冻机（真空室用）POLY COLD (CHAMBER ONLY)	2 台
11	冷冻机（扩散用）POLY COLD (DIEFUSION ONLY)	2 台
12	触摸式电脑控制系统 COMPUTER TOUCH SCREEN SYSTEM	2 台
13	冷却机 CHILLER	2 台
14	镜片保管箱 DOME DRY OVEN	2 台
15	镀膜工程夹具 DOME	20 台
16	脱模机	2 台
17	空气清洗机 HEPA FILTER	2 台
18	喷砂机气枪 AIR GUNS	2 台

上述设备已于 2003 年 2 月 14 日交付给发行人，截至目前仍在正常使用中。

根据宾哲晟出具的确认函，其购买上述设备的资金系来源于其自筹资金，上述设备及资金均非来源于 Mitsui Chemicals,Inc、韩国 KOC 或其关联方。

2、设备出资对应价值鉴定证书的法律效力

根据《中华人民共和国中外合资经营企业法实施条例（2001 年修订）》：合营者可以用货币出资，也可以用建筑物、厂房、机器设备或者其他物料、工业产权、专有技术、场地使用权等作价出资。以建筑物、厂房、机器设备或者其他物料、工业产权、专有技术作为出资的，其作价由合营各方按照公平合理的原则协商确定，或者聘请合营各方同意的第三者评定。

根据国家进出口商品检验局于 1997 年 11 月 24 日颁布的《关于加强外商投

资财产价值鉴定的通知》（国检务联[1997]347 号）的规定，为避免外商以实物作为投资进口货物时高价低报、多进少报和为瞒骗验资而低价高报的现象，凡外国及港澳台地区的公司、企业及其他经济组织或个人在中国境内举办的合资、合作和独资企业，作为投资进口的机器设备、零部件和其他物料，由国家商检部门设在各地的进出口商品检验机构依法办理所辖地区外商投资财产进口价值鉴定工作。

国家商检部门出具的价值鉴定证书系符合法律规定的估值文件。

宾哲晟设备出资对应的价值鉴定证书系由镇江出入境检验检疫局出具，具有评估设备出资价值的法律效力。

3、关于不存在出资不实的情形的核查

宾哲晟购买设备的资金来源于其自筹资金，不存在使用发行人自身资产出资的情形；宾哲晟以设备出资事宜经丹阳市对外贸易经济合作审批并按规定办理了进出口商品检验机构的价值鉴定以及会计师事务所验资程序，完成了资产移交手续。

宾哲晟以设备方式对明月光电的出资不存在出资不实的情形。

（七）关于对赌协议解除的核查

1、对赌协议的主要内容

发行人与诺伟其、祝波善不存在以公司上市或业绩实现情况为触发回购或补偿义务的对赌协议，但发行人曾对诺伟其、祝波善作出何时上市、下一轮融资最低投前估值等的承诺，该等承诺的内容具体情况如下：

2019 年 4 月，诺伟其就本次增资事宜与发行人、谢公晚、谢公兴签订了增资协议补充协议，主要内容为：发行人及实际控制人承诺，下一轮融资的投前估值不低于 18 亿元人民币，发行人应当于 2024 年 12 月 31 日之前完成境内 IPO；协议中仅约定任何一方违约按照违约性质承担相应的违约责任，未对发行人及实际控制人违反何时上市、下一轮融资最低投前估值承诺约定明确的违约责任。

2019 年 12 月，祝波善就本次增资事宜与发行人、谢公晚、谢公兴签订了增资协议补充协议，约定发行人应当于 2024 年 12 月 31 日之前完成境内 IPO。协议中仅约定任何一方违约按照违约性质承担相应的违约责任，未对发行人违反何时上市承诺约定明确的违约责任。

2、对赌协议解除的具体情况

发行人与诺伟其、祝波善之前承诺解除情况如下：

（1）发行人与诺伟其之间相应承诺的解除情况

2020 年 6 月，诺伟其出具《关于无对赌安排的声明及承诺函》：诺伟其同意增资补充协议中“明月光电应当于 2024 年 12 月 31 日之前完成境内 IPO”、“下一轮融资的投前估值不低于 18 亿元人民币”以及与相关法律法规不一致的条款自承诺函签署之日起失效，且不会根据上述条款要求发行人及其实际控制人承担股份回购义务或承担违约责任；诺伟其与发行人、发行人的实际控制人之间不存在以发行人的利润分配、发行上市等事项作为标准，对公司股东所持公司股份进行回购、调整或其他股东优先权利为内容的协议或类似的对赌安排。

（2）发行人与祝波善之间相应承诺的解除情况

2020 年 6 月，祝波善出具《关于无对赌安排的声明及承诺函》，祝波善同意增资补充协议中“明月镜片应当于 2024 年 12 月 31 日之前完成境内 IPO”以及与相关法律法规不一致的条款自承诺函签署之日起失效，且不会根据上述条款要求发行人及其实际控制人承担股份回购义务或承担违约责任；祝波善与发行人、发行人的实际控制人之间不存在以发行人的利润分配、发行上市等事项作为标准，对公司股东所持公司股份进行回购、调整或其他股东优先权利为内容的协议或类似的对赌安排。

上述承诺的解除系各方真实意思表示，不存在纠纷或潜在纠纷，不存在违反法律规定的情形；上述承诺条款均已在发行人首次申报前解除且不再执行，符合《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》相关规定。

（八）关于发行人历次变更之纳税情况的核查

发行人历次股权转让、增资、分红、整体变更等过程中涉及到的控股股东及实际控制人缴纳所得税、发行人代扣代缴情况具体如下：

1、发行人整体变更时的纳税情况

发行人由明月光电整体变更设立为股份公司过程中，未涉及资本公积、盈余公积、未分配利润等转增注册资本事项。发行人控股股东及实际控制人无需就整体变更缴纳所得税。

2、历次增资和股权转让中的控股股东及实际控制人应缴纳所得税情况

发行人历次增资和股权转让涉及到控股股东及实际控制人缴纳所得税、发行人代扣代缴情况如下：

（1）2004 年 10 月股权转让

2004 年 10 月 23 日，发行人外方股东宾哲晟将其持有明月光电 49%的股权（注册资本 49.98 万美元）作价 49.98 万美元转让给香港明月。本次股权转让系按转让方取得该等股权的成本作价，转让方未产生转让收益，发行人无需就本次转让履行代扣代缴义务。

（2）2015 年 11 月股权转让

2015 年 8 月 29 日，发行人外方股东香港明月将其持有的明月光电 49%的股权（注册资本出资额 198.11 万美元）作价 279.3 万元人民币转让给明月实业、谢公晚、谢公兴、曾少华。嗣后，香港明月与明月实业、谢公晚、谢公兴、曾少华签署《股权转让协议之补充协议》，约定本次股权转让价格变更为 2,388,409.46 元人民币。

本次股权转让过程中受让方已为香港明月代缴了企业所得税 2,388,409.46 元。

（3）2019 年 12 月转增股本

2019 年 12 月，发行人以资本公积转增股本方式向全体股东配送股份 3,919.13

万股，发行人注册资本由原来的 6,080.87 万元增加至 10,000 万元。对于股份制企业以股票溢价发行收入所形成的资本公积金转增股本事项适用国家税务总局《关于股份制企业转增股本和派发红股征免个人所得税的通知》（国税发[1997]198 号）、《国家税务总局关于贯彻落实企业所得税法若干税收问题的通知》（国税函[2010]79 号）的相关规定，对个人/企业取得的转增股本数额，不作为个人/企业所得，不征收个人/企业所得税。

发行人控股股东及实际控制人无需就本次资本公积转增事项缴纳所得税。

除上述情形外，发行人不存在其他股权转让、增资等过程中涉及到的控股股东及实际控制人缴纳所得税、发行人代扣代缴的情形。

3、历次分红过程中发行人应代扣代缴税款的相关情况

发行人设立至今历次分红及纳税情况具体如下：

序号	分红年度	分红情况	纳税情况
1	2012 年	发行人向各股东分红 2,000 万元（含税）	发行人已代扣代缴本次分红中自 2008 年起产生未分配利润涉及的香港明月所得税 264,330.31 元[注]
2	2018 年	发行人向各股东现金分红共计 4,500 万元（含税），并于 2018 年 12 月 25 日向各股东分派完毕	发行人已代扣代缴本次分红个人所得税款共计 1,180,799.51 元
3	2019 年	发行人向各股东现金分红共计 3,000 万元（含税），并于 2019 年 11 月 27 日向各股东分派完毕	发行人已代扣代缴本次分红个人所得税款共计 690,000 元

注：根据《中华人民共和国外商投资企业和外国企业所得税法》（1991 年 7 月 1 日生效，2008 年 1 月 1 日失效）的规定，外国投资者从外商投资企业取得的利润，免征所得税；香港明月从发行人处取得的 2008 年之前的分红，免征所得税。

根据《中华人民共和国企业所得税法》的规定，符合条件的居民企业之间的股息、红利等权益性投资收益为企业免税收入；发行人控股股东明月实业无需就上述分红缴纳所得税。

综上所述，发行人历次股权转让、增资、分红、整体变更等过程中，发行人控股股东及实际控制人均按相关税务规定缴纳了所得税，履行了相应的纳税义务，发行人亦按相关税务规定履行了代扣代缴义务，不存在违反税收法律法规等

规范性文件的情况，不存在被税务机关追缴的风险。

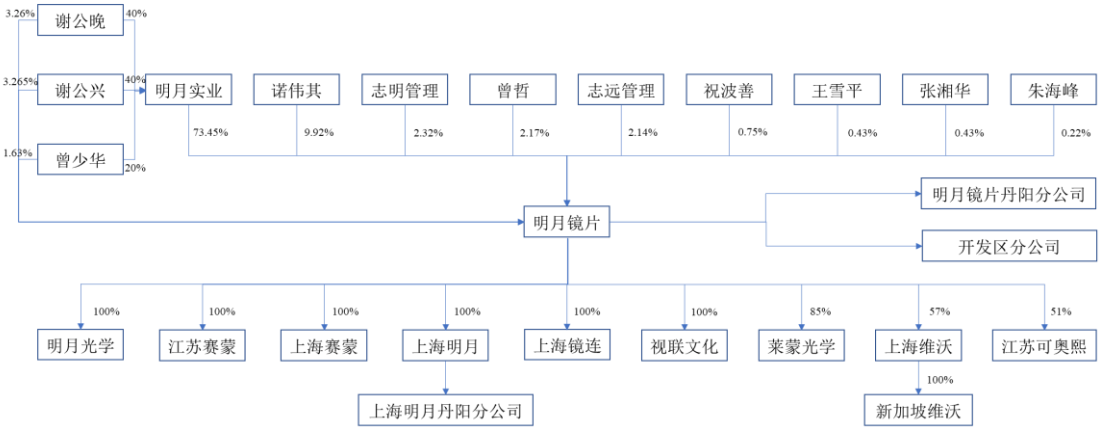
三、发行人报告期内重大资产重组情况

发行人报告期内不存在重大资产重组。

四、公司股权关系

（一）公司股权关系

截至本招股说明书签署日，公司股权关系如下图所示：



（二）控股股东、实际控制人所控制的其他企业

发行人控股股东为明月实业，实际控制人为谢公晚、谢公兴和曾少华。截至本招股说明书签署日，发行人控股股东除明月镜片外不存在其他控制的企业、实际控制人谢公兴还控制香港明月，香港明月的基本情况参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“六、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（三）控股股东、实际控制人控制的其他企业”。

五、公司控股、参股公司及分公司情况

（一）控股子公司

截至本招股说明书签署日，本公司共有 10 家控股子公司或孙公司，分别为明月光学、江苏赛蒙、上海赛蒙、上海明月、上海镜连、视联文化、莱蒙光学、上海维沃、江苏可奥熙和新加坡维沃，其中新加坡维沃是上海维沃的全资子公司。

1、明月光学

（1）基本情况

企业名称	江苏明月光学眼镜有限公司
法定代表人	谢公晚
成立时间	2012年9月12日
注册资本	18,673万元
实收资本	18,673万元
统一社会信用代码	91321181053473477J
注册地和主要生产经营地	丹阳市开发区齐梁路200号
经营范围	镜片、镜架、眼镜、太阳镜、眼镜配件的生产以及相关的验光配镜业务，眼镜产品的设计、研发和信息技术服务，货物的仓储、包装，物流信息、物流业务的咨询服务，房屋租赁，普通货运及相关服务，自营和代理各类商品及技术的进出口业务。（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）

（2）股权情况

截至本招股说明书签署日，本公司持有明月光学 100%的股权。

（3）主要财务数据

截至 2020 年 12 月 31 日，明月光学的总资产为 23,089.23 万元，净资产为 20,599.01 万元；2020 年度实现净利润 619.12 万元。（以上财务数据已经立信所审计）

（4）主营业务及其与发行人主营业务的关系

明月光学主要从事镜片的生产和销售，其从事的业务与发行人相同。

2、江苏赛蒙

（1）基本情况

企业名称	江苏赛蒙光学眼镜有限公司
法定代表人	谢公兴
成立时间	2011年9月26日
注册资本	500万元
实收资本	500万元

统一社会信用代码	91321181582344005L
注册地和主要生产经营地	丹阳市开发区星巷村，高楼村（通港公路南侧）
经营范围	光学树脂镜片的生产、销售；信息技术咨询服务。

（2）股权情况

截至本招股说明书签署日，本公司持有江苏赛蒙 100%的股权。

（3）主要财务数据

截至 2020 年 12 月 31 日，江苏赛蒙的总资产为 2,485.83 万元，净资产为 705.70 万元；2020 年度实现净利润 26.15 万元。（以上财务数据已经立信所审计）

（4）主营业务及其与发行人主营业务的关系

江苏赛蒙主要从事镜片的生产和销售，其从事的业务与发行人相同。

3、上海赛蒙

（1）基本情况

企业名称	上海赛蒙光学眼镜有限公司
法定代表人	曾少华
成立时间	2007年10月10日
注册资本	100万元
实收资本	100万元
统一社会信用代码	913101176677676131
注册地和主要生产经营地	上海市嘉定区叶城路1118号1611-2室
经营范围	眼镜（除隐形眼镜）及配件的销售

（2）股权情况

截至本招股说明书签署日，本公司持有上海赛蒙 100%的股权。

（3）主要财务数据

截至 2020 年 12 月 31 日，上海赛蒙的总资产为 204.17 万元，净资产为 172.77 万元；2020 年度实现净利润-0.73 万元。（以上财务数据已经立信所审计）

（4）主营业务及其与发行人主营业务的关系

上海赛蒙主要从事镜片的销售，其从事的业务与发行人相同。

4、上海明月

（1）基本情况

企业名称	上海明月眼镜有限公司
法定代表人	谢公晚
成立时间	2015年3月30日
注册资本	1,000万元
实收资本	1,000万元
统一社会信用代码	913101143324716348
注册地和主要生产经营地	上海市嘉定区叶城路1118号1611-1室
经营范围	眼镜（除隐形眼镜）及配件、电子产品的销售，从事光学眼镜片（除二、三类医疗器械）技术领域内的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务，产品设计，从事货物进出口及技术进出口业务，企业管理咨询，设计、制作、代理各类广告，利用自有媒体发布广告。

（2）股权情况

截至本招股说明书签署日，本公司持有上海明月 100%的股权。

（3）主要财务数据

截至 2020 年 12 月 31 日，上海明月的总资产为 2,401.20 万元，净资产为 1,200.02 万元；2020 年度实现净利润 146.07 万元。（以上财务数据已经立信所审计）

（4）主营业务及其与发行人主营业务的关系

上海明月主要从事镜片的销售，其从事的业务与发行人相同。

5、上海镜连

（1）基本情况

企业名称	上海镜连科技有限公司
法定代表人	曾哲
成立时间	2016年8月22日
注册资本	1,000万元

实收资本	1,000万元
统一社会信用代码	91310114MA1GTJCH9R
注册地和主要生产经营地	上海市嘉定区叶城路1118号1611-3室
经营范围	从事光学产品（除三类医疗器械）技术、电子技术、数码产品技术领域内的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务，智能化物流系统服务，品牌管理，商务咨询，物流信息咨询，产品设计，电子商务（不得从事增值电信、金融业务），眼镜（除隐形眼镜）及配件、电子产品、数码产品的销售，从事货物进出口及技术进出口业务。

（2）股权情况

截至本招股说明书签署日，本公司持有上海镜连 100%的股权。

（3）主要财务数据

截至 2020 年 12 月 31 日，上海镜连的总资产为 1,055.82 万元，净资产为 596.25 万元；2020 年度实现净利润 363.73 万元。（以上财务数据已经立信所审计）

（4）主营业务及其与发行人主营业务的关系

上海镜连主要从事镜架的销售，其从事的业务与发行人相同。

6、视联文化

（1）基本情况

企业名称	视联眼视光（上海）文化传播有限公司
法定代表人	谢公晚
成立时间	2016年8月15日
注册资本	100万元
实收资本	100万元
统一社会信用代码	91310114MA1GTJ011C
注册地和主要生产经营地	上海市嘉定区江桥镇沙河路337号1_203室J333
经营范围	设计、制作、代理、发布各类广告，图文设计制作，展览展示服务，会务服务，文化艺术交流策划，企业营销策划，市场营销策划，从事一、二类医疗器械技术领域内的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务，翻译服务，市场信息咨询与调查（不得从事社会调查、社会调研、民意调查、民意测验），企业管理咨询，眼镜（除隐形眼镜）的销售。

（2）股权情况

截至本招股说明书签署日，本公司持有视联文化 100%的股权。

（3）主要财务数据

截至 2020 年 12 月 31 日，视联文化的总资产为 1.63 万元，净资产为-18.37 万元；2020 年度实现净利润-0.11 万元。（以上财务数据已经立信所审计）

（4）主营业务及其与发行人主营业务的关系

视联文化目前已无实际经营业务。

7、莱蒙光学

（1）基本情况

企业名称	莱蒙（上海）光学科技有限公司
法定代表人	曾哲
成立时间	2019年6月24日
注册资本	1,000万元
实收资本	1,000万元
统一社会信用代码	91310107MA1G0YWW1G
注册地和主要生产经营地	上海市普陀区大渡河路1718号1-10层A区、B区、C区（2层C区除外）
经营范围	从事光学科技、电子技术、数码技术领域内的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务，品牌管理，商务信息咨询，销售：眼镜及配件、电子产品、数码产品，从事货物及技术进出口业务。

（2）股权情况

截至本招股说明书签署日，莱蒙光学股权结构如下：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	实缴出资额（万元）	出资比例（%）
1	明月镜片	850.00	850.00	85.00
2	燕琳	150.00	150.00	15.00
合计		**1,000.00**	**1,000.00**	**100.00**

（3）主要财务数据

截至 2020 年 12 月 31 日，莱蒙光学的总资产为 805.60 万元，净资产为 676.28 万元；2020 年度实现净利润 186.40 万元。（以上财务数据已经立信所审计）

（4）主营业务及其与发行人主营业务的关系

莱蒙光学主要从事电商平台的眼镜销售，其从事的业务与发行人相同。

8、上海维沃

（1）基本情况

企业名称	上海维沃姆恩光学眼镜销售有限公司
法定代表人	曾哲
成立时间	2015年2月10日
注册资本	100万
实收资本	100万
统一社会信用代码	91310000324704864R
注册地和主要生产经营地	上海市嘉定区江桥镇金沙江西路568号2幢2层201室
经营范围	光学镜片及其原材料和配套产品（隐形眼镜除外）、化工原料（除危险化学品、监控化学品、烟花爆竹、民用爆炸物品、易制毒化学品）、光学器材（除三类医疗器械）、镜架、眼镜（隐形眼镜除外）、机械设备（特种设备除外）的批发、进出口、佣金代理（拍卖除外）并提供相关配套服务，眼镜产品的设计，从事眼镜产品技术领域内的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务。（不涉及国营贸易管理商品；涉及配额、许可证管理商品的，按照国家有关规定办理申请）

（2）股权情况

截至本招股说明书签署日，上海维沃的股权结构如下：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	实缴出资额（万元）	出资比例（%）
1	明月镜片	57.00	57.00	57.00
2	LIM SOON YEN ADAM	43.00	43.00	43.00
合计		**100.00**	**100.00**	**100.00**

（3）主要财务数据

截至 2020 年 12 月 31 日，上海维沃的总资产为 3,172.33 万元，净资产为 1,813.15 万元；2020 年度实现净利润 1,161.04 万元。（以上财务数据已经立信所审计）

（4）主营业务及其与发行人主营业务的关系

上海维沃主要从事镜片的销售，其从事的业务与发行人相同。

9、江苏可奥熙

（1）基本情况

企业名称	江苏可奥熙光学材料科技有限公司
法定代表人	曾少华
成立时间	2006年7月26日
注册资本	122.588万美元
实收资本	122.588万美元
统一社会信用代码	913211817843573144
注册地和主要生产经营地	丹阳市开发区北三纬路
经营范围	开发、生产树脂单体、胶粘剂，上述产品的批发、进出口业务（不涉及国营贸易管理商品，涉及配额、许可证管理商品的按国家有关规定办理申请）

（2）股权情况

截至本招股说明书签署日，江苏可奥熙股权结构如下：

序号	股东名称	认缴出资额（万美元）	实缴出资额（万美元）	出资比例（%）
1	明月镜片	62.52	62.52	51.00
2	韩国 KOC	60.06	60.06	49.00
合计		**122.58**	**122.58**	**100.00**

（3）主要财务数据（以下财务数据已经立信所审计）

截至 2020 年 12 月 31 日，江苏可奥熙的总资产为 6,859.28 万元，净资产为 5,087.02 万元；2020 年度实现净利润 1,324.03 万元。（以上财务数据已经立信所审计）

（4）主营业务及其与发行人主营业务的关系

江苏可奥熙主要从事树脂单体的研发、生产和销售，其从事的业务与发行人相同。

（5）历史沿革情况

1）设立（2006 年 7 月）

江苏可奥熙设立于 2006 年 7 月 26 日，原名称为“江苏新大精细化工科技有限公司”，系由 KOC CO.，LTD 与江苏省丹阳市丹瑞眼镜经营部（以下简称“丹瑞眼镜”）共同出资设立的中外合资企业，设立时法定代表人为张东奎，注册资本为 210 万美元。其中：KOC CO.，LTD 以技术、设备和货币认缴出资 109.2 万美元，占注册资本的 52%公司；丹瑞眼镜以货币认缴出资 100.8 万美元，占注册资本的 48%。

江苏可奥熙设立时系经丹阳市商务局于 2006 年 2 月 8 日出具的丹外经贸行[2006]18 号《关于合资经营“江苏新大精细化工科技有限公司”<合同>、<章程>的批复》同意，江苏省人民政府于 2006 年 2 月 13 日颁发商外资苏府资字[2006]64716 号《中华人民共和国外商投资企业批准证书》，并取得镇江市丹阳工商行政管理局核发的注册号为 321181400004484 的《企业法人营业执照》。

江苏可奥熙设立时实缴出资中的 164.546 万美元中的第一期出资 24.517453 万美元由丹瑞眼镜以货币方式缴纳，第二期至第七期出资系在丹瑞眼镜、KOC CO.，LTD 转让股权后由股权受让方明月实业和韩国 KOC 缴纳，其中：明月实业以货币方式缴纳 76.282547 万美元，韩国 KOC 以货币方式缴纳 52.996 万美元缴纳、以设备出资缴纳 10.75 万美元，该等用于出资的设备经中国检验认证集团江苏有限公司于 2007 年 4 月 9 日出具的编号为 JS07/02-J0008 号的委托价值鉴定证书鉴定，鉴定价值为 10.75 万美元。上述 164.546 万美元出资的具体验资情况如下：

序号	出资金额（万美元）	出资人	验资机构	验资报告出具时间	验资报告文号
第一期	24.517453	丹瑞眼镜	丹阳华信会计师事务所有限公司	2006 年 10 月 27 日	丹华会外验字（2006）第 112 号
第二期	17	韩国 KOC		2006 年 10 月 30 日	丹华会外验字（2006）第 113 号
	15.173164	明月实业			

第三期	10.75	韩国KOC		2007 年 1 月 25 日	丹华会外验字（2007）第 023 号
	53.804492	明月实业			
第四期	10	韩国KOC	江苏富华会计师事务所有限公司	2007 年 8 月 17 日	苏富会外验字[2007]A015 号
	7.304891	明月实业			
第五期	10	韩国KOC		2008 年 4 月 17 日	苏富会丹验[2008]第 125 号
第六期	5.998	韩国KOC		2008 年 6 月 13 日	苏富会丹验[2008]第 201 号
第七期	9.998	韩国KOC		2008 年 10 月 30 日	苏富会丹验[2008]第 391 号
合计	**164.546**	-	-	-	-

上述江苏可奥熙设立时出资已实缴 164.546 万美元。

2）第一次股权转让（2006 年 9 月）

2006 年 8 月 20 日，KOC CO.，LTD 与韩国 KOC、丹瑞眼镜与明月实业分别签订《合资经营企业股权转让合同书》，约定 KOC CO.，LTD 将其持有江苏可奥熙 52%股权（注册资本 109.2 万美元、实缴出资 0 元）及相应的出资义务转让给韩国 KOC、丹瑞眼镜将其持有江苏可奥熙 48%股权（注册资本 100.8 万美元、实缴出资 24.517453 万美元）及相应的出资义务作价 195 万元人民币转让给明月实业。同日，江苏可奥熙召开董事会，同意上述股权转让，同时将外方股东韩国 KOC 出资方式由设备、专有技术出资变更为货币出资。

本次股权转让经丹阳市对外贸易经济合作局于 2006 年 9 月 29 日出具的丹外经贸行[2006]200 号《关于同意“江苏新大精细华工科技有限公司”股权转让及新签<合同>、<章程>的批复》同意。江苏可奥熙于 2006 年 9 月 29 日取得江苏省人民政府换发的编号为商外资苏府资字[2006]64716 号《中华人民共和国外商投资企业批准证书》。

本次股权转让经镇江市丹阳工商行政管理局核准登记。本次股权转让完成后，江苏可奥熙的股权结构为：韩国 KOC 持股 52%（出资额 109.2 万美元）、明月实业持股 48%（出资额 100.8 万美元）。

3）第一次减资（2010 年 12 月）

2010 年 7 月 15 日，江苏可奥熙召开董事会，同意公司注册资本由 210 万美

元减至 122.59 万美元，其中韩国 KOC 减少出资 45.454 万美元，明月实业减少出资 41.958 万美元。江苏可奥熙于 2010 年 8 月 20 日在《丹阳日报》刊登了减资公告。本次减资经丹阳市商务局于 2010 年 11 月 22 日出具的丹商[2010]43 号《关于同意江苏新大精细华工科技有限公司减资、变更外方名称及修改<合同>、<章程>的批复》同意，并经镇江市丹阳工商行政管理局核准登记。

本次减资完成后，江苏可奥熙股权结构为：韩国 KOC 出资 63.746 万美元，占注册资本的 52%；明月实业出资 58.8425 万美元，占注册资本的 48%。

4）第二次股权转让（2015 年 12 月）

2015 年 8 月 28 日，明月实业与明月光电签署《股权转让协议书》，约定明月实业将其持有的 48%江苏可奥熙股权（注册资本 58.8425 万美元、实缴出资 58.8425 万美元）作价 4,581,367.13 元人民币转让给明月光电。同日，江苏可奥熙作出董事会决议，同意上述股权转让。

2015 年 12 月 8 日，丹阳市商务局出具丹商行[2015]122 号《关于同意江苏可奥熙光学材料科技有限公司股权转让及修改公司<合同>、<章程>的批复》，同意上述股权转让。江苏可奥熙于 2015 年 12 月 8 日取得江苏省人民政府换发编号为商外资苏府资字[2006]964716 号的《中华人民共和国台外商投资企业批准证书》。

本次股权转让经镇江市丹阳工商行政管理局备案登记，本次股权转让完成后，江苏可奥熙股权结构为：韩国 KOC 出资 63.746 万美元，占注册资本的 52%；明月光电出资 58.8425 万美元，占注册资本的 48%。

明月光电已向明月实业足额支付了本次股权转让价款。

5）第三次股权转让（2016 年 8 月）

明月光电为取得江苏可奥熙的控制权，2016 年 6 月 29 日，明月光电与韩国 KOC 签署《出资股权转让合同》，约定韩国 KOC 将其持有的 3%江苏可奥熙股权（注册资本 3.677655 万美元、实缴出资 3.677655 万美元）作价 3,127,230.18 元人民币转让给明月光电。同日，江苏可奥熙作出董事会决议，同意上述股权转让。

2016 年 7 月 27 日，丹阳市商务局出具丹商行[2016]80 号《关于同意江苏可奥熙光学材料科技有限公司股权转让及新签公司<合同>、<章程>的批复》，同意上述股权转让。

江苏可奥熙于 2016 年 7 月 27 日取得江苏省人民政府换发编号为商外资苏府资字[2006]964716 号的《中华人民共和国台外商投资企业批准证书》。

本次股权转让经丹阳市市场监督管理局备案登记，本次股权转让完成后，江苏可奥熙股权结构为：韩国 KOC 出资 60.068365 万美元，占注册资本的 49%；明月光电出资 62.520135 万美元，占注册资本的 51%。

明月光电已向韩国 KOC 足额支付了本次股权转让价款并已代扣代缴韩国 KOC 相应的税款。

江苏可奥熙历次股权变动情况合法、合规、真实、有效，不存在产权纠纷和风险。

（6）除向少数股东韩国 KOC 及其关联方采购折射率 1.67 及以上的树脂单体外，发行人存在技术、设备、生产工艺、关键管理人员、核心技术人员来自韩国 KOC 及其关联方的情形

发行人与韩国 KOC 的合作最早可追溯到 2006 年，韩国 KOC 向发行人提供的技术支持，主要包括在 2017 年以前指派支援江苏可奥熙的技术人员以及从实操角度提供生产 1.55 折射率树脂镜片用单体的技术支持服务。2017 年后，韩国 KOC 未再向发行人派出技术人员以对发行人的树脂单体生产研发活动进行技术指导。目前，发行人生产业务涉及的生产工艺及专利技术，均为自主形成，双方不涉及技术许可。

经核查，发行人除向少数股东韩国 KOC 及其关联方采购 1.67 及以上折射率的树脂单体、超韧超亮等特定品种的 1.60 及以下折射率镜片树脂单体，以及部分 1.56 折射率镜片原料生产设备来自韩国 KOC 的出资投入外，不存在其他技术、设备、生产工艺、关键管理人员、核心技术人员来自韩国 KOC 及其关联方的情形。

1）关于技术及生产工艺

依据双方签订的《合资合同书》，韩国 KOC 向江苏可奥熙提供的技术支持，主要包括指派支援江苏可奥熙的技术人员以及提供生产 1.55 折射率树脂镜片用单体的技术支持服务。依据双方签订的《技术支持服务协议》，提供支持的具体形式主要为韩国 KOC 指派技术人员向江苏可奥熙提供技术支持服务，包括新材料的分析与指标确定、生产过程关键控制点的设定与控制方法培训、生产工艺及产品应用的验证分析和生产异常分析支持四方面。

另据发行人与韩国 KOC 签订的《合资合同书之补充协议》，并经韩国 KOC 社长张东奎访谈确认：韩国 KOC 与江苏可奥熙之间不存在技术许可，发行人与韩国 KOC 对江苏可奥熙的技术、无形资产等权属没有纠纷；江苏可奥熙目前使用的技术、专利等无形资产没有侵犯韩国 KOC 的知识产权，江苏可奥熙使用自主形成的知识产权不会受到韩国 KOC 的限制，也不需要韩国 KOC 的授权或许可。

由上述协议及访谈内容可以看出，韩国 KOC 对发行人的技术支持，仅限于人员培训及生产指导领域，并不存在实际的技术投入，也不涉及生产工艺的授权使用，江苏可奥熙现行使用的专利技术及生产工艺，完全由发行人在接受培训的基础上自主研发形成。

2）关于设备

韩国 KOC 历史上对江苏可奥熙存在实物出资的情形。2007 年 1 月，韩国 KOC 以设备出资，经中国检验认证集团江苏有限公司鉴定，相关设备折合实收资本 10.75 万美元，具体如下：

序号	设备名称	设备用途	设备原值
1	提取机 1500*1700	1.56 折射率镜片原料反应釜	3.50 万美元
2	浓缩机 1350*1500	1.56 折射率镜片原料中和釜	2.73 万美元
3	提取机 1450*1800	1.56 折射率镜片原料蒸馏釜	3.50 万美元
4	混合机 1500*1700	1.56 折射率镜片原料搅拌釜	1.02 万美元

前述设备目前正常运转且状态良好，由于设备已使用期限超过折旧年限，目前账面价值为设备的预计净残值，截至 2020 年 12 月 31 日的账面价值为 4.18 万

元。前述情形发生于发行人收购江苏可奥熙股权之前，故发行人存在少量设备来自韩国 KOC 及其关联方的情形。

韩国 KOC 向江苏可奥熙投入的设备曾经为江苏可奥熙的主要生产设备。随着原料生产设备的更新换代和原料生产技术的不断提高，相关设备对于江苏可奥熙的重要性日趋减弱，截至 2016 年发行人收购江苏可奥熙控股权之时，相关设备已非发行人原料生产的核心设备，但依然是发行人低折射率原料生产设备的组成部分。

经核查，除韩国 KOC 向江苏可奥熙投入的镜片原料生产设备外，发行人不存在其他设备来自韩国 KOC 及其关联方的情形。

3）关键管理人员、核心技术人员

经查阅发行人员工名册和核心技术人员填列的调查表，发行人不存在关键管理人员、核心技术人员来自韩国 KOC 及其关联方的情形。

综上所述，发行人除向少数股东韩国 KOC 及其关联方采购 1.67 及以上折射率的树脂单体、超韧超亮等特定品种的 1.60 及以下折射率镜片树脂单体，以及部分 1.56 折射率镜片原料生产设备来自韩国 KOC 的出资投入外，不存在其他技术、设备、生产工艺、关键管理人员、核心技术人员来自韩国 KOC 及其关联方的情形。

（7）发行人折射率 1.56、1.60、1.67 和 1.71 等各系列树脂单体的配方、生产工艺、核心技术的来源，对发行人独立性的影响情况，相关知识产权不存在纠纷或潜在纠纷

1）发行人对各系列树脂单体的配方、生产工艺、核心技术与制备流程的掌握情况及其应用阶段

截至本招股说明书出具日，发行人对 1.56、1.60、1.67 和 1.71 等各系列树脂单体的配方、生产工艺及核心技术的掌握情况与制备流程的掌握情况及其应用阶段如下：

折射率	是否掌握配方	是否掌握生产工艺、核心技术、制	应用阶段	是否申请专利	来源

		备流程			
1.56	是	是	自主批量生产	是	原始配方、制备工艺属于镜片行业公开信息,韩国KOC在原始配方基础上对原料比例等要素进行改进，使之适用于江苏可奥熙批量生产。发行人在韩国 KOC 制备工艺的基础上进一步改进，使得相关产品更易于生产、品质更稳定。
1.60	是	是	自主批量生产	是	
1.67	是	是	可以外部定制形式批量生产	是	发行人与高校、研究所等科研机构进行合作研发，目前已掌握实验室制备相关树脂单体的配方和制备流程。
1.71	是	是	实验室制备	否	

如上表所示，发行人已掌握 1.60 及以下折射率树脂单体的配方、生产工艺与核心技术，相关技术已达到批量生产条件，并已实现自主生产；对于 1.67 折射率，发行人已掌握相关树脂单体的配方及生产工艺，可通过外部定制方式由大中型化工厂商进行批量生产；对于 1.71 折射率，发行人已掌握实验室制备相关树脂单体的配方及制备流程。

2）前述树脂单体的配方、生产工艺、核心技术的来源对发行人独立性的影响，相关知识产权不存在纠纷或潜在纠纷

发行人已掌握配方、生产工艺与核心技术的树脂单体类型中，适用于量产的 1.56、1.60 折射率树脂单体制备工艺，系由韩国 KOC 在原始技术的基础上加以改进而成，之后应用于江苏可奥熙树脂单体的生产中。在韩方技术的基础上，发行人结合自身生产实际，对相关配方及生产工艺进一步调整，使树脂单体更易于生产、品质更稳定，并形成自己的专利技术。发行人目前掌握及在使用的各系列树脂单体的配方、生产工艺与核心技术，均来源于发行人的自主研发活动，是在脱离韩国 KOC 的情况下形成的,相关知识产权不存在纠纷或潜在纠纷，具体原因有如下三方面：

首先，发行人目前量产 1.60 以下折射率树脂单体所使用的配方、生产工艺和核心技术系韩国 KOC 对行业早期公布原始技术初步改进后，将其应用于江苏可奥熙的原料生产。发行人对生产技术进一步研发改进，最终形成稳定的量产原料工艺技术。江苏可奥熙实现原料量产不涉及韩国 KOC 对发行人的技术投入。随着发行人自主研发活动的持续，现行使用的生产技术与韩国 KOC 提供的技术相比已发生变化，具体变化包括但不限于调整环氧丙烯酸酯与乙烯基单体的投入

比例、改进单体固化引发体系、增加滴定法监控反应酸值等。发行人产品实现量产后，韩国 KOC 未实质参与发行人后续对树脂单体配方与生产工艺的研发和改进过程。

其次，发行人开展镜片生产销售业务，使其能从下游应用角度，对树脂原料的质量和生产工艺进行自主检验和改进。随着镜片销售规模不断扩大，镜片功能类型不断增加，发行人生产树脂原料所应用的产品品类也越来越多，这使发行人得以从用户体验视角，以更多维度检验自产树脂原料的产品质量。由此所带来的配方与工艺改进，使发行人生产的树脂原料比按照韩国 KOC 初始应用技术生产的原料更加符合下游应用的需求。

第三，发行人对自行研发改进后的配方及生产工艺申请了专利，其中部分专利申请已获审批通过。根据发行人与韩国 KOC 签订的协议，“合营公司（指‘江苏可奥熙’，下同）在中国申请 1.55 树脂镜片单体的专利时……专利权归合营公司所有”。另据发行人与韩国 KOC 签订的合资协议，并经韩国 KOC 社长张东奎访谈确认，“甲方（指‘韩国 KOC’，下同）与合资公司（指‘江苏可奥熙’，下同）之间不存在技术许可，且双方（指‘发行人与韩国 KOC’）对合资公司的技术、无形资产等权属没有纠纷；合资公司目前使用的技术、专利等无形资产没有侵犯甲方的知识产权，合资公司使用自主形成的知识产权不会受到甲方的限制，也不需要甲方的授权或许可。”

综上所述，发行人掌握的各系列树脂单体的配方、生产工艺与核心技术，均来源于发行人的自主研发活动，相关情形对发行人独立性的不存在重大不利影响，相关知识产权不存在纠纷或潜在纠纷。发行人可以脱离韩国 KOC 自主掌握各折射率系列树脂单体的核心技术、工艺、配方和制备流程。

（8）发行人尚未直接生产折射率 1.67 及以上的树脂单体的具体原因，在生产工艺、流程、技术、设备和人才储备方面的情况，不存在不能生产的相关障碍，发行人与韩国 KOC 及其关联方之间不存在竞业限制、市场划分等利益安排

1）发行人尚未直接生产折射率 1.67 及以上的树脂单体的具体原因，以及实现生产的障碍情况

①1.67 折射率树脂单体

1.67 折射率树脂单体的主要成分为苯二亚甲基二异氰酸酯。发行人尚未自产该原料，主要有两方面原因。一方面，1.67 树脂单体的制备工序较为特殊，一部分原料需要使用光气（碳酰氯，一种剧毒气体）进行生产，制备过程复杂，且存在较高危险性。另一方面，公开市场上存在其他 1.67 树脂单体供应商，如境外供应商日本三菱、德国 Bruno Bock、境内供应商益丰生化、万华化学、联化科技等，发行人存在较多的采购选择性。综合制备工艺复杂性考虑，发行人暂不具备且暂无必要具备直接生产折射率 1.67 的树脂单体的能力。目前，发行人已掌握相关树脂单体的配方及生产工艺。因此，即使市场出现供给不足，发行人可以通过外部定制方式由大中型化工厂商进行批量生产，相关原料的取得不存在重大障碍。

②1.71 折射率树脂单体

1.71 折射率树脂单体的主要成分为环硫均聚物，受限于原料采购、资质审批等重要因素，发行人对 1.71 树脂单体尚未具备量产应用条件，故未自行生产折射率 1.71 的树脂单体。目前，发行人已掌握实验室制备相关树脂单体的配方及制备流程，技术水平已接近量产所需。但由于 1.71 树脂单体存在制备条件苛刻、制备安全风险极高、关键原料硫化氢（H_2S，一种危险化学品）因资质原因批量采购难度较大等因素，发行人生产 1.71 树脂单体存在一定障碍。

报告期内，基于与 MITSUI CHEMICALS、韩国 KOC 及其关联方的合作关系，以及前述合作方一贯稳定的供应体量与产品质量，发行人向其采购 1.71 折射率树脂单体，对前述合作方存在一定程度的依赖。虽然随着技术进步和新材料不断应用，除 MITSUI CHEMICALS、韩国 KOC 及其关联方外，其他国内外供应商外也开始能够生产和供应用于生产高折射率树脂原料的核心原料。但如遇到原料供应不及时等特殊情况，发行人可能面临转换供应商的需求，在转换过程中可能需要一定调整周期，进而对生产经营造成一定程度影响。发行人已在招股说明书“第四节 风险因素”之“二、经营风险”中补充披露了与 MITSUI CHEMICALS、韩国 KOC 及其关联方合作稳定性的风险。

2）发行人在生产工艺、流程、技术、设备和人才储备方面的情况

生产工艺、生产流程和技术方面，发行人的掌握情况详见前文“（7）发行人折射率 1.56、1.60、1.67 和 1.71 等各系列树脂单体的配方、生产工艺、核心技术的来源，对发行人独立性的影响情况，相关知识产权不存在纠纷或潜在纠纷”部分的表述。

设备方面，由于韩国 KOC 向发行人提供的树脂原料质量稳定，价格适中，且发行人尚未掌握可用于批量生产的 1.71 折射率树脂单体的配方和生产工艺，发行人目前尚未对相关生产设备进行投入。

人才储备方面，发行人已建立由核心技术人员谢公兴、朱海峰、张佳康为主要人员的研发中心，发行人核心技术人员深耕眼视光研发领域多年，具有较强的研发能力，截至 2020 年 12 月 31 日，发行人拥有研发技术人员 119 人，研发实力强劲。同时，发行人还建立了院士工作站，并与上海理工大学及庄松林院士团队、南京工业大学等知名高校及团队达成产学研用合作，分别成立了“上海理工-明月镜片眼镜光学工程技术研究中心”、“院士工作站”以及“南京工业大学-明月光电新材料新技术产业研究所”，持续深入开展高折射率树脂单体的研发创新工作。

3）发行人与韩国 KOC 及其关联方之间不存在竞业限制、市场划分等利益安排

根据发行人与韩国 KOC 签订的协议，双方明确约定江苏可奥熙的对外销售业务由江苏可奥熙自行负责，同时，中介机构对韩国 KOC 董事长张东奎进行了视频访谈，张东奎在访谈中确认，江苏可奥熙可以完全自主对外销售产品，无需经过丹阳 KOC。

根据双方协议及韩国 KOC 出具的承诺，韩国 KOC 及其关联方与发行人之间不存在利益输送或利益安排的情形；根据发行人实际控制人谢公晚、谢公兴和曾少华出具的承诺，韩国 KOC 与江苏可奥熙之间未签署任何有关于竞业限制、市场划分等利益安排。

由上述情形可知，发行人与韩国 KOC 及其关联方之间不存在竞业限制、市场划分等利益安排。

（9）折射率 1.67 及以上的树脂单体除韩国 KOC 及其关联方外的其他供应

商情况，发行人由韩国 KOC 及其关联方切换至替代供应商的可能性、困难和障碍

1）折射率 1.67 及以上的树脂单体除韩国 KOC 及其关联方外的其他供应商

截至本招股说明书出具日，折射率 1.67 树脂单体的其他供应商包括境外供应商日本三菱、德国 Bruno Bock，以及境内供应商益丰生化、万华化学、联化科技等；折射率 1.71 树脂单体的其他供应商包括三菱瓦斯等。

2）发行人由韩国 KOC 及其关联方切换至替代供应商的可能性、困难和障碍

对于折射率 1.67 树脂单体，发行人已开始对国内供应商的产品进行测试与改良，发行人向替代供应商采购不存在困难和障碍。因发行人已与韩国 KOC 及其关联方保持了长期良好的合作关系，且相关产品供应及时，质量稳定，发行人暂未考虑向替代供应商采购折射率 1.67 树脂单体。

对于折射率 1.71 树脂单体，由于三菱瓦斯未对中国境内客户开展相关产品的销售业务，发行人暂时无法对该树脂单体进行供应商切换。目前，国内供应商也在积极探索 1.71 树脂单体原料实现量产的途径，截至本招股说明书出具日，益丰生化已对 1.71 树脂单体的重要原料环硫化合物的制备方式申请了发明专利。随着国内化工厂商研发活动的推进，1.71 树脂单体的国产化有望于未来实现。对于因韩国 KOC 及其关联方对 1.71 树脂单体断供或大幅涨价对发行人经营情况可能产生的影响，发行人已在招股说明书“第四节 风险因素”之“二、经营风险”中进行了风险提示。

10、新加坡维沃

（1）基本情况

企业名称	Vivo Optics Pte.Ltd.
成立时间	2017年3月2日
注册资本	25万美元
实收资本	0万美元
登记号码	201705867Z
注册地和主要生产经营地	531 UPPER CROSS STREET #03-09 HONG LIM COMPLEX SINGAPORE (050531)

经营范围	WHOLESALE OF OPTICAL EQUIPMENT AND SUPPLIES (EXCLUDING BINOCULARS)(46491);MANUFACTURE OF OPTICAL EQUIPMENTS AND PHOTOGRAPHIC EQUIPMENT N.E.C. (26709)

（2）股权情况

截至本招股说明书签署日，上海维沃持有新加坡维沃 100%的股权。

（3）主要财务数据

截至 2020 年 12 月 31 日，新加坡维沃的总资产为 7.04 万元，净资产为-5.17 万元；2020 年度实现净利润-1.54 万元。（以上财务数据已经立信所审计）

（4）主营业务及其与发行人主营业务的关系

新加坡维沃主要从事镜片的销售，其从事的业务与发行人相同。

（二）参股公司

发行人无参股子公司。

（三）分公司

截至本招股说明书签署日，明月镜片有 2 家分公司，上海明月有 1 家丹阳分公司。上述分公司的基本情况如下：

1、明月镜片丹阳分公司

企业名称	明月镜片股份有限公司丹阳分公司
负责人	谢公兴
成立时间	2018年7月25日
统一社会信用代码	91321181MA1WY2H4XJ
住所	丹阳市开发区丹阳国际眼镜城1F-A20号商住
经营范围	眼镜及其配件零售、批发。（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）

发行人自营门店的经营主体为明月镜片股份有限公司丹阳分公司，其合法合规性具体情况如下：

（1）发行人自营门店租赁

2017 年 8 月 20 日，发行人与江苏丹阳眼镜市场发展有限公司（以下简称“丹

阳眼镜市场”）签订《商位有偿使用协议书》，发行人向丹阳眼镜市场承租其拥有的位于丹阳国际眼镜城 1F-A820 号商位房屋用于零售业务，租赁面积合计 98.67 平方米，租赁期限自 2017 年 8 月 20 日至 2020 年 8 月 19 日止，租金为每年 338,162 元。2020 年 8 月，发行人与丹阳眼镜市场签署《商位有偿使用协议书》，将上述租赁期限延长至 2023 年 8 月 19 日。丹阳眼镜市场就前述房产拥有丹房权证开发区字第 02007818 号《房屋所有权证》。

（2）劳动用工

发行人自营门店的员工均与发行人签署了劳动合同，并由发行人缴纳了社保及住房公积金。

（3）消防

根据丹阳市消防救援大队于 2020 年 9 月 24 日出具的《说明》，自 2019 年 1 月 1 日起至 2020 年 9 月 24 日，未发现明月镜片股份有限公司丹阳分公司有违法行为和火灾事故的记录。

（4）销售行为

根据镇江市市场监督管理局于 2020 年 8 月 19 日出具的《市场主体守法经营状况说明》，报告期内，发行人不存在因违反市场监督相关法律法规被行政处罚的情况。

报告期内，发行人自营门店签署的租赁协议合法有效，其租赁用于经营的房屋均取得了权属证书，可由发行人用于门店经营活动；发行人自营门店的员工均与发行人签署了劳动合同，并由发行人缴纳了社保及住房公积金；自 2019 年 1 月 1 日起至 2020 年 9 月 24 日，发行人自营门店不存在违反消防安全的行为；发行人的销售行为符合市场监督等方面法律法规，不存在纠纷或潜在纠纷。

2、上海明月丹阳分公司

企业名称	上海明月眼镜有限公司丹阳分公司
负责人	谢公兴
成立时间	2015年7月16日
统一社会信用代码	91321181354584357L

住所	丹阳市开发区银杏路9号
经营范围	从事光学眼镜片技术领域内的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务，产品设计，从事货物进出口及技术的进出口业务，眼镜及配件、电子产品的批发。（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）

3、开发区分公司

企业名称	明月镜片股份有限公司丹阳开发区分公司
负责人	赵志刚
成立时间	2020年11月30日
统一社会信用代码	91321181MA23ER4412
住所	丹阳市开发区齐梁路200号
经营范围	一般项目：眼镜制造；眼镜销售（不含隐形眼镜）；光学仪器制造；光学仪器销售；互联网销售（除销售需要许可的商品）；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广

（四）部分子公司无实际经营业务但未注销的原因，不存在被吊销或被载入经营异常名录的情形，不存在受到行政处罚的情形

报告期内，发行人所有子公司及孙公司均已实际开展经营业务并产生营业收入，其中业务规模较小的子公司或孙公司包括视联文化和新加坡维沃。

1、视联文化

视联文化成立于 2016 年 8 月，2018 年度、2019 年度和 2020 年度的营业收入分别为 81.16 万元、27.11 万元和 0，营业收入主要来自于对下游客户开展眼视光相关的培训业务。

报告期内，视联文化营业收入规模逐渐减少，主要系发行人专注主业，将人员工作重心置于公司主营业务镜片及原料的生产、研发和销售方面，逐步减少其他领域的人员及经费投入所致。目前，发行人虽然逐步减少了眼视光培训相关业务的开展，但相关业务仍可能成为发行人今后收入规模扩张的一个着力方向，发行人不排除未来继续从事相关业务的可能性，故未对视联文化予以注销。

经查阅国家企业信用信息公示系统，截至本招股说明书签署之日，视联文化的经营状态为“存续”，不存在被吊销或被载入经营异常名录。经获取上海市嘉定区市场监督管理局出具的《合规证明》和国家税务总局上海市嘉定区税务局第十

八税务所出具的《证明》并经网络核查，截至 2020 年末，未发现视联文化存在可能受到行政处罚的情形。

2、新加坡维沃

新加坡维沃成立于 2017 年 3 月，2018 年度、2019 年度和 2020 年度的营业收入分别为 3.35 万元、3.32 万元和 1.36 万元。发行人设立新加坡维沃的主要目的为成立境外办事处，聘请境外员工，以更好的服务于境外客户，同时也能够增加发行人的国际属性，提升企业形象。

报告期内，新加坡维沃业务规模较小，主要由于企业的发展战略侧重境内所致。近年来，依视路等全球专业镜片制造商，在境内外陆续收购或投资多家眼镜上下游企业，境内具备一定规模的眼镜行业企业多选择了与境外投资者合作。为应对激烈的市场竞争，走出属于明月镜片的发展道路，发行人始终坚持自主创新，确保品质，树立民族品牌，将中国大陆市场作为企业经营的主战场，力争在确立本土优势地位的前提下，稳步有序向外拓张。

2018 年、2019 年和 2020 年，发行人外销收入分别为 5,938.24 万元、4,863.19 万元和 3,923.08 万元，受疫情对海外市场冲击影响，发行人外销收入呈下降趋势。外销业务主要通过子公司上海维沃进行，现有业务线条及人员构成尚足以支持公司外销业务的开展，故新加坡维沃对发行人目前的业务贡献较少。未来，随着境内业务的日渐稳固，发行人将在外销领域补充更多的人员和资本投入，新加坡维沃也有机会成为发行人重要的业务和收入来源，故发行人未对新加坡维沃予以注销。

根据新加坡执业律师事务所 Margaret Law Corporation 出具的《法律意见书》，新加坡维沃信誉良好，经营的业务符合新加坡法律规定，股份不存在争议或其他权利受限情形，没有涉及任何法律诉讼、清盘、清算或由法院监督的债务重组安排，税务情况符合并无违反新加坡法律的规定。

（五）新加坡维沃设立至今实缴出资为 0 的原因，符合当地法律法规，未受到行政处罚或存在潜在纠纷

新加坡维沃设立至今实缴出资为 0，主要原因系新加坡维沃业务规模较小，发行人尚未对新加坡维沃进行人员和资本投入所致，具体参见“第五节 发行人基本情况”之“五、公司控股、参股公司及分公司情况”之“（四）部分子公司无实际经营业务但未注销的原因，不存在被吊销或被载入经营异常名录的情形，不存在受到行政处罚的情形”。

根据新加坡执业律师事务所 Margaret Law Corporation 出具的《法律意见书》，新加坡维沃的资本与股权结构及该公司未实收其已发行股本的情况符合公司章程及新加坡法律的规定，没有涉及任何法律诉讼、清盘、清算或由法院监督的债务重组安排。

（六）设立各子公司的商业合理性，各子公司之间的业务关系、发展定位、与发行人主营业务的对应关系，子公司报告期曾受到过行政处罚，不构成重大违法行为；上海镜连、视联文化、莱蒙光学、新加坡维沃净利润为负的原因，视联文化净资产为负不存在持续经营风险，及对发行人的影响

1、设立各子公司的商业合理性、各子公司之间的业务关系、发展定位、与发行人主营业务的对应关系

发行人设立各子公司的商业合理性、各子公司之间的业务关系、发展定位、与发行人主营业务的对应关系如下：

序号	公司名称	设立商业合理性	业务关系和发展定位	与主营业务的关系
1	明月光学	为扩充产能，提升发行人高品质镜片产品的生产能力而设立	镜片产品生产商，现为公司产品的主要生产基地之一	经营业务与发行人主营业务相同，主要从事镜片产品的生产活动，相关镜片产品为公司拳头产品
2	上海明月	为增强发行人产品的市场品牌认知，建立高品质镜片产品的营销渠道而设立	镜片产品的主要营销渠道之一	经营业务与发行人主营业务相同，主要从事镜片产品的销售业务
3	江苏赛蒙	为扩充产能，提升发行人产品的生产能力而设立	镜片产品生产商，现为公司产品的主要生产基地之一	经营业务与发行人主营业务相同，主要从事镜片产品的生产活动
4	上海赛蒙	为建立发行人镜片产品的营销渠道而设立	镜片产品的主要营销渠道之一	经营业务与发行人主营业务相同，主要从事镜片产品的销售业务
5	江苏可奥熙	为解决发行人镜片原料的供应问题，收购韩国 KOC 持有的江苏可奥熙的控股权	涵盖设计、生产和销售领域的综合镜片原料供应商	主要从事镜片原料的生产和销售业务，为公司主营业务的前端及核心部分
6	上海镜连	为解决发行人镜架的设计、品控和供应问题而设立	镜架产品的设计、采购与销售业务的实施主体，为成镜业务的组成部分	主要从事镜架的设计、采购与销售业务，为发行人主营业务提供支持
7	视联传播	为开展眼镜行业相关的培训业务，增强发行人的综合业务属性而设立	开展眼科、配镜、视觉恢复等与眼视光相关培训业务	主要从事与运用现代光学的原理和技术解决视觉障碍相关业务的培训工作，包括眼科、配镜、视觉恢复等，为发行人主营业务与行业培训方向的延伸
8	上海维沃	为发行人从事外销业务专门设立	发行人外销活动的主要业务平台	经营业务与发行人主营业务相同，主要从事发行人眼视光产品的外销业务
9	莱蒙光学	2019 年注册，为开展功能型成镜业务的设计与销售活动而设立	功能型、标准化成镜的主要销售平台	经营业务与发行人主营业务相同，主要从事功能型、标准化成镜业务的销售活动

2、子公司报告期受到过行政处罚，不构成重大违法行为

经查阅发行人受到的行政处罚决定书、缴纳罚款的付款凭证、污水设施整改情况说明、相关工商、税务、土地、安监等主管机关出具的无违规证明、新加坡律师出具的《法律意见书》。报告期内，发行人子公司受到的行政处罚具体情况如下：

（1）江苏赛蒙

丹阳市环境保护局于 2018 年 4 月 24 日出具丹环责改[2018]67 号《责令改正违法行为决定书》、于 2018 年 5 月 17 日出具丹环行罚字[2018]55 号《丹阳市环境保护局行政处罚决定书》，因江苏赛蒙污水排口废水阴离子表面活性剂浓度超过国家或地方规定水污染物排放标准，违反了《中华人民共和国水污染防治法》第十条的规定，责令江苏赛蒙改正环境违法行为并进行整改，并罚款 101,000 元。

经核查，江苏赛蒙在上述处罚发生后已及时缴纳罚款并进行积极整改：1）已对所有清洗机内的高 LAS 清洗剂进行回收处理，严禁任何形式的下排行为；2）使用 LAS 含量低的清洗剂替代现有清洗剂，并对每台清洗机的清洗剂进行回收处理，严禁任何形式的下排行为；3）翻新污水房设备设施，做到工作现场标准化；4）完善各项污水处理工作规章制度。

根据江苏康达检测技术股份有限公司于 2019 年 4 月 26 日出具的检测报告，江苏赛蒙总排口废水中氨氮、悬浮物、总磷、LAS、化学需氧量浓度符合江苏欣盛污水处理有限公司接管标准要求。

根据《中华人民共和国水污染防治法》第八十三条的规定，江苏赛蒙上述违法行为的罚款金额较小，不属于重大或情节严重的行政处罚。丹阳市环境保护局于 2018 年 8 月 10 日出具《证明》，确认江苏赛蒙上述行政处罚不属于重大行政违法违规行为。镇江市丹阳生态环境局于 2019 年 8 月 6 日出具信用修复决定，江苏赛蒙因排放水污染物超过国家或地方规定水污染物排放标准被处罚款 101,000 元，上述行为已整改，并同意信用修复，撤除该失信违法信息公示。江苏赛蒙上述违法行为的罚款金额较小，不属于重大或情节严重的行政处罚。

（2）上海明月丹阳分公司

由于上海明月丹阳分公司在广告中违规使用了“国家级”、“最高级”等用语，对“明月”品牌进行宣传，镇江市工商行政管理局于 2018 年 3 月 5 日作出镇工商案[2018]第 00003 号《行政处罚决定书》，对上海明月丹阳分公司处以 205,000 元的罚款处罚。具体事项见“第七节 公司治理与独立性”之“五、公司违法违规情况”之“（二）工商处罚情况”。

上海明月丹阳分公司上述违法行为的罚款金额较小，不属于重大或情节严重的行政处罚。

综上所述，报告期内，除江苏赛蒙、上海明月丹阳分公司受到上述行政处罚外，发行人各子公司均未受到行政处罚，不存在构成重大违法行为的情形。

3、2019 年上海镜连、视联文化、莱蒙光学、新加坡维沃净利润为负的原因，2019 年末视联文化净资产为负是否存在持续经营风险及对发行人的影响

2019 年，上海镜连、视联文化、莱蒙光学和新加坡维沃的简要经营成果情况如下：

单位：万元

项目	上海镜连	视联文化	莱蒙光学	新加坡维沃
营业收入	1,265.37	27.11	76.08	3.32
营业成本	1,005.53	38.24	32.33	2.55
销售费用	101.70	1.67	541.64	-
管理费用	148.53	10.28	8.42	1.49
研发费用	-	-	-	-
财务费用	1.12	0.17	-0.50	0.25
利润总额	-80.98	-23.67	-510.13	-0.97
净利润	-80.98	-23.67	-510.13	-0.97

上海镜连 2019 年净利润为负，主要系上海镜连为发行人镜架产品的设计、采购与销售业务的实施主体，目前尚处于发展初期。镜架购销属于少批量、多品类和多批次的经营业务，2019 年交易金额较小，尚未出现明显的规模效应。由

于产生的毛利未能完全覆盖发生的费用支出水平，故上海镜连 2019 年净利润为负。

视联文化 2019 年净利润为负，主要系报告期内公司逐步减少对下游客户开展眼视光相关的培训业务，将资本与人力资源转投公司主营的镜片及原料的生产、研发和销售领域，2019 年毛利为负，故视联文化 2019 年净利润为负。

莱蒙光学 2019 年净利润为负，主要系莱蒙光学于 2019 年 6 月成立，专注于标准化、功能型成镜产品的市场推广与销售。为培育功能型成镜的业务市场，建立消费者的产品认知，公司先行投入较大规模的广告资源，发生广告费用 471.70 万元，超过莱蒙光学当年的收入水平，故 2019 年净利润为负。

新加坡维沃 2019 年净利润为负，主要系新加坡维沃 2019 年仅开展了零星销售业务，产生的收入不足以覆盖自身的成本费用支出所致。

视联文化 2019 年末净资产为负，主要系报告期内发行人对视联文化投入较少，且逐步减少眼视光培训相关业务的开展，使视联文化呈现持续小额亏损态势，导致资产规模小于负债规模，故净资产为负。2020 年末，视联文化资产总额为 1.63 万元，负债总额为 20.00 万元，总体规模较小，不存在持续经营风险，对发行人无重大不利影响。

（七）子公司中其他股东的基本情况，与发行人控股股东、实际控制人、董监高、主要客户、供应商等关联方之间存在资金、业务往来、关联关系或其他利益安排的情况

经核查，江苏可奥熙的其他股东为韩国 KOC，持有江苏可奥熙的股权比例为 49%；上海维沃的其他股东为 LIM SOON YEN ADAM，持有上海维沃的股权比例为 43%；莱蒙光学的其他股东为燕琳，持有莱蒙光学的股权比例为 15%。前述其他股东的具体情况如下：

1、韩国 KOC

企业名称	株式会社可奥熙搜路司
法定代表人	张东奎

成立时间	2006年6月20日
法定登记号	160111-0208565
住所	韩国大田广域市儒城区文旨洞104-15
经营范围	生产、批发、零售光学镜片原料及辅料、胶带及化学药品

经核查，韩国 KOC、韩国 KOC 控股股东 Mitsui Chemicals 及其关联方除与上海宾得、江苏海一比真光学镜片有限公司有正常业务往来外，韩国 KOC、韩国 KOC 控股股东 Mitsui Chemicals 及其关联方与发行人控股股东、实际控制人、董监高、主要客户、供应商等不存在资金、业务及其他往来的情形；不存在替明月镜片股份有限公司承担成本、费用，利益输送或其他利益安排的情形；不存在关联交易非关联化的情形。

2、LIM SOON YEN ADAM

姓名	国籍	护照号
LIM SOON YEN ADAM	新加坡	E5576****

LIM SOON YEN ADAM 及其控制的企业在技术、资金、业务、客户、供应商、人员等方面与发行人及其关联方的关系如下：

（1）资金往来

2017 年 5 月新加坡维沃向 LIM SOON YEN ADAM 控制的 V OPTICS PTE.LTD 拆入资金 8,530 新币，上述款项已于 2020 年 6 月 30 日结清。

（2）业务往来

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，LIM SOON YEN ADAM 控制的 V OPTICS PTE.LTD 为上海维沃提供代理服务，报告期各期末 V OPTICS PTE.LTD 向其提供服务的金额分别为 146.33 万元、148.91 万元和 175.46 万元。

经核查，报告期内，除与发行人董事曾哲存在资金借贷、其控制的 V OPTICS PTE.LTD 与上海维沃存在交易外，LIM SOON YEN ADAM 与发行人控股股东、实际控制人、董监高、主要客户、供应商等不存在资金、业务及其他往来的情形；

不存在替明月镜片股份有限公司承担成本、费用，利益输送或其他利益安排的情形；不存在关联交易非关联化的情形。

3、燕琳

姓名	国籍	身份证号
燕琳	中国	612728198104******

经核查，报告期内，燕琳与发行人控股股东、实际控制人、董监高、主要客户、供应商等不存在资金、业务及其他往来的情形；不存在替明月镜片股份有限公司承担成本、费用，利益输送或其他利益安排的情形；不存在关联交易非关联化的情形。

经核查，除前文涉及情形外，未发现子公司其他股东与发行人控股股东、实际控制人、董监高、主要客户、供应商等关联方之间存在资金、业务往来、关联关系或其他利益安排的情形。

（八）发行人实际控制人、董事、高管直接或间接持有发行人子公司的权益的情况

经核查，除实际控制人通过发行人间接持有子公司权益外，发行人实际控制人、董事、高管未直接或间接持有发行人子公司的权益。

六、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况

（一）持有发行人 5%以上股份的主要股东情况

持有发行人 5%以上股份的股东包括明月实业、诺伟其。

1、明月实业

明月实业持有发行人 73.45%的股份，系发行人控股股东。

（1）基本情况

公司名称	上海明月实业有限公司

公司类型	有限责任公司（自然人投资或控股）
法定代表人	谢公晚
成立时间	1997年2月1日
注册资本	2,000万元
实收资本	2,000万元
统一社会信用代码	9131011463095110X9
注册地和主要生产经营地	上海市嘉定区江桥镇沙河路337号1-203室-26
经营范围	商务咨询，企业管理咨询，从事新科技技术领域内的技术开发、技术咨询、技术转让、技术服务，从事货物进出口及技术进出口业务，市场信息咨询与调查（不得从事社会调查、社会调研、民意调查、民意测验），网络工程，物业管理。

（2）股权情况

截至本招股说明书签署日，明月实业的股权结构如下：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	实缴出资额（万元）	出资比例（%）
1	谢公晚	800.00	800.00	40.00
2	谢公兴	800.00	800.00	40.00
3	曾少华	400.00	400.00	20.00
合计		**2,000.00**	**2,000.00**	**100.00**

（3）主要财务数据

截至 2020 年 12 月 31 日，明月实业的总资产为 8,494.12 万元，净资产为 8,509.43 万元；2020 年度实现净利润-198.95 万元。（以上财务数据已经丹阳中信会计师事务所审计）

（4）主营业务及与发行人主营业务的关系

明月实业的主营业务为实业投资，与发行人主营业务无关联关系。

2、诺伟其

（1）基本情况

公司名称	宁波梅山保税港区诺伟其定位创业投资合伙企业（有限合伙）
公司类型	有限合伙企业
执行事务合伙人	宁波梅山保税港区诺伟其投资管理合伙企业（有限合伙）

成立时间	2016年11月21日
注册资本	50,600.00万元
统一社会信用代码	91330206MA28304U5J
注册地和主要生产经营地	浙江省宁波市北仑区梅山七星路88号1幢401室A区E0320
经营范围	创业投资（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）

（2）股权情况

截至本招股说明书签署日，诺伟其的合伙人出资情况如下：

序号	合伙人名称	认缴出资额（万元）	出资比例（%）
1	宁波梅山保税港区诺伟其投资管理合伙企业（有限合伙）	600.00	1.19
2	上海大宇鸿意文化传媒合伙企业（有限合伙）	20,000.00	39.53
3	蒋晓莹	10,000.00	19.76
4	特劳特咨询有限公司	13,000.00	25.69
5	西藏劲达创业投资有限公司	5,000.00	9.88
6	深圳市前海富荣资产管理有限公司	2,000.00	3.95
合计		50,600.00	100.00

（3）主要财务数据

截至 2020 年 12 月 31 日，诺伟其的总资产为 38,686.75 万元，净资产为 38,675.62 万元；2020 年度实现净利润-501.44 万元。（以上财务数据未经审计）

（4）主营业务及与发行人主营业务的关系

诺伟其的主营业务为投资管理，与发行人主营业务无关联关系。

（5）私募基金备案情况

诺伟其为中国证券投资基金业协会备案的基金产品，基金编号为 SS9374，备案时间为 2017 年 6 月 2 日；其私募基金管理人为诺伟其管理，登记编号 P1060447，登记时间为 2016 年 12 月 16 日。

（二）发行人实际控制人情况

截至本招股说明书签署日，谢公晚、谢公兴和曾少华三人直接和间接控制公司 83.93%表决权，为公司实际控制人。

谢公晚先生，1967 年生，中国国籍，无境外永久居住权，公民身份号码为 33032519671107****。历任明月实业执行董事、明月光电董事长；2019 年 11 月至今任明月镜片董事长、明月实业执行董事。

谢公兴先生，1973 年生，中国国籍，无境外永久居住权，公民身份号码为 33032519730124****。历任明月实业总经理、明月光电总经理；2019 年 11 月至今任明月镜片总经理、明月实业监事、香港明月董事。

曾少华先生，1963 年生，中国国籍，无境外永久居住权，公民身份号码为 33032519630508****。曾任明月光电加硬加膜中心主任、技术质量部副总监、副总经理，现任丹阳洁优监事。

发行人实际控制人认定的具体情况如下：

1、未认定曾哲为发行人共同实际控制人的原因及合理性

（1）曾哲最近 2 年在发行人的任职情况

曾哲最近 2 年在发行人的任职情况具体如下：

姓名	任职期间	在发行人历任职务
曾哲	2018 年 1 月至 2019 年 10 月	发行人前身明月光电副总经理
	2019 年 11 月至今	发行人董事、副总经理、董事会秘书、财务负责人
	2018 年 1 月至今	上海镜连执行董事
	2018 年 1 月至今	上海维沃董事兼总经理
	2019 年 6 月至今	莱蒙光学执行董事
	2018 年 1 月至今	视联文化监事

（2）曾哲在经营决策中发挥的具体作用

曾哲在入职发行人之前，曾任上海天强管理咨询有限公司项目经理、上海靓视丽光学眼镜有限公司总经理，曾哲拥有多年的咨询行业以及镜片行业的工作经历。曾哲入职发行人之后一直系以职业经理人身份管理相关业务，其作为副总经理，分管公司品牌和市场业务；其作为发行人董事之一，在董事会会议中行使董事的投票权；其作为财务负责人，在总经理的领导下，总管发行人会计、报表、预算工作；其作为董事会秘书，统筹安排发行人首次公开发行并上市的工作。

（3）报告期内发行人的公司治理、三会运作及决策情况、经营管理的实际运作情况

1）报告期内发行人的公司治理、三会运作及决策情况

发行人实际控制人为谢公晚、谢公兴和曾少华，其中谢公晚、谢公兴系兄弟关系，曾少华系谢公晚妹妹之配偶。谢公晚、谢公兴和曾少华合计直接或间接控制公司 83.93%表决权。

自谢公晚、谢公兴、曾少华持有发行人股权至今，其在如公司员工股权激励、董事和监事的选举、高级管理人员的聘任、引入投资者、本次发行上市等重大事项中作出了一致决定，并在公司的历次股东会/股东大会、董事会及上述决议前的日常内部表决中均保持了一致意见。

发行人建立完善了相关公司治理制度，具备健全且运行良好的组织机构，相关机构和人员能够依法履行职责，谢公晚、谢公兴、曾少华共同拥有控制权的情况未影响公司的规范运作。

2）报告期内发行人经营管理的实际运作情况

从公司经营管理的实质上看，公司自设立以来一直由谢公晚、谢公兴、曾少华实际经营，谢公晚系发行人董事长、谢公兴系发行人董事兼总经理、曾少华曾系发行人的副总经理，公司经营方面的重大决策主要由谢公晚、谢公兴、曾少华作出；且上述三人直接或间接控制所持公司股份对应的表决权，能够对发行人股东会/股东大会的决策产生重大影响，具备实际支配公司行为的权力。

综合发行人的历史沿革、实际经营管理、股权结构以及谢公晚、谢公兴、曾少华在发行人经营决策中的作用等因素，认定谢公晚、谢公兴、曾少华为发行人的实际控制人，未将曾哲认定为共同实际控制人，符合公司实际情况及现行监管规定的要求，具有合理性，不存在通过不认定曾哲为实际控制人规避股份锁定监管要求的情形。

2、曾哲与发行人实际控制人不存在关联关系或亲属关系

曾哲与发行人实际控制人谢公晚、谢公兴、曾少华之间不存在关联关系或亲属关系，亦不存在通过签订一致行动协议或者其他安排实现共同控制的情形。

3、不存在通过实际控制人认定规避股份锁定监管要求

根据曾哲出具的《关于股份锁定期限的承诺函》，自明月镜片股票上市交易之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理其直接或间接持有的公司公开发行股票前已发行股份，也不由明月镜片回购其直接或间接持有的该部分股份。

根据曾哲担任执行事务合伙人的员工持股平台志远管理出具的《关于股份锁定期限的承诺函》，自明月镜片股票上市交易之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理其直接或间接持有的明月镜片公开发行股票前已发行股份，也不由明月镜片回购其直接或间接持有的该部分股份。

如前所述，曾哲与发行人实际控制人谢公晚、谢公兴、曾少华之间不存在关联关系或亲属关系，亦未签署任何一致行动协议、与公司控制权相关的协议或作出类似其他安排。

曾哲持有的发行人股份无须根据《首发业务若干问题解答》的要求按照或者比照实际控制人进行锁定，曾哲及其控制的志远管理不存在通过实际控制人认定规避股份锁定监管要求的情形，符合《首发业务若干问题解答》等监管要求。

（三）控股股东、实际控制人控制的其他企业

1、控股股东控制的其他企业

截至本招股说明书签署日，除发行人外，明月实业未控制其他企业。

2、实际控制人控制的其他企业

（1）谢公晚控制的其他企业

截至本招股说明书签署日，除发行人外，谢公晚未控制其他企业。

（2）谢公兴控制的其他企业

截至本招股说明书签署日，除发行人外，谢公兴控制的其他企业为香港明月。香港明月的具体情况如下：

1）基本情况

公司名称	香港明月光学国际（集团）有限公司 HONGKONG MECARE OPTICAL INTERNATIONAL（GROUP）CO.,LIMITED
成立时间	2004年4月28日
注册资本	10,000港元
公司编号	897894
住所	1505B,15/F,FORTRESS TOWER, 250KING'SROAD, NORTHPOINT, HONGKONG
经营范围	贸易、投资

2）股权情况

截至本招股说明书签署日，谢公兴持有香港明月 100%的股权。

3）主要财务数据

截至 2020 年 12 月 31 日，香港明月的总资产为 47.22 万港元，净资产为 47.12 万港元；2020 年度实现综合收益-0.40 万港元。（以上财务数据未经审计）

4）主营业务及与发行人主营业务的关系

香港明月目前未实际开展业务。

（3）曾少华控制的其他企业

截至本招股说明书签署日，除发行人外，曾少华未控制其他企业。

（四）控股股东及实际控制人直接或间接持有的公司股份质押或争议情况

截至本招股说明书签署日，公司控股股东和实际控制人持有公司的股份不存在质押或其他权利争议的情形。

七、发行人股本情况

（一）本次发行前后的股本变化情况

截至本招股说明书签署日，本公司总股本为 10,075.60 万股。本次发行前后，公司股本结构如下表所示：

序号	股东名称	发行前		发行后	
		持股数（万股）	持股比例	持股数（万股）	持股比例
1	明月实业	7,400.30	73.45%	7,400.30	55.09%
2	诺伟其	1,000.00	9.92%	1,000.00	7.44%
3	谢公晚	328.90	3.26%	328.90	2.45%
4	谢公兴	328.90	3.26%	328.90	2.45%
5	志明管理	234.00	2.32%	234.00	1.74%
6	曾哲	218.30	2.17%	218.30	1.62%
7	志远管理	215.60	2.14%	215.60	1.60%
8	曾少华	164.50	1.63%	164.50	1.22%
9	祝波善	75.60	0.75%	75.60	0.56%
10	张湘华	43.80	0.43%	43.80	0.33%
11	王雪平	43.80	0.43%	43.80	0.33%
12	朱海峰	21.90	0.22%	21.90	0.16%
13	社会公众股	-	-	3,358.54	25.00%
合计		**10,075.60**	**100.00%**	**13,434.14**	**100.00%**

本次发行后，社会公众股不低于发行后总股本的 25%。

（二）发行人前十名股东情况

截至本招股说明书签署日，公司前十名股东情况如下：

序号	股东名称	持股数（万股）	持股比例
1	明月实业	7,400.30	73.45%

序号	股东名称	持股数（万股）	持股比例
2	诺伟其	1,000.00	9.92%
3	谢公晚	328.90	3.26%
4	谢公兴	328.90	3.26%
5	志明管理	234.00	2.32%
6	曾哲	218.30	2.17%
7	志远管理	215.60	2.14%
8	曾少华	164.50	1.63%
9	祝波善	75.60	0.75%
10	张湘华	43.80	0.43%
	王雪平	43.80	0.43%
合计		**10,053.70**	**99.78%**

（三）本次发行前后公司前十名自然人股东及其在公司担任的职务

序号	股东名称	发行前		在公司任职
		持股数量（万股）	持股比例	
1	谢公晚	328.90	3.26%	董事长
2	谢公兴	328.90	3.26%	董事、总经理
3	曾哲	218.30	2.17%	董事、副总经理、董事会秘书、财务总监
4	曾少华	164.50	1.63%	资深工程师
5	祝波善	75.60	0.75%	未担任职务
6	张湘华	43.80	0.43%	行政经理
7	王雪平	43.80	0.43%	副总经理
8	朱海峰	21.90	0.22%	监事、研发总监

（四）国有股份或外资股份

本次发行前不存在国有股份或外资股份情况。

（五）发行人最近一年新增股东情况

截至本招股说明书签署日，发行人最近一年新增的股东为自然人祝波善。具体情况如下：

2019 年 12 月，祝波善与明月镜片、谢公晚、谢公兴签订《增资协议》，约定祝波善共计投资 1,185.00 万元，其中 75.60 万元计入注册资本，其余 1,109.40 万元计入资本公积。本次增资价格为 15.67 元/股，由各方协商确定（2019 年 12 月初，发行人进行了增资扩股，原股本 6,080.87 万元，以资本公积转增股本 3,919.13 万股，转增后股本为 10,000.00 万元）。

祝波善的具体情况如下：

祝波善，男，中国国籍，1970 年 7 月出生，住址为上海市浦东新区东方路，身份证号码为 31011219700714****，无境外永久居留权，现任上海市咨询业行业协会负责人、上海善天以企业管理有限公司执行董事、上海天强管理咨询有限公司执行董事、思翔绿创（天津）科技有限公司执行董事、上海天强投资管理有限公司执行董事、上海思翔会议会展服务合伙企业（有限合伙）执行事务合伙人、上海思刻优文化传播合伙企业（有限合伙）执行事务合伙人、上海天强企业管理咨询合伙企业（有限合伙）执行事务合伙人。

1、祝波善入股背景和原因

发行人引入祝波善的背景为祝波善与发行人实际控制人是多年朋友，基于对镜片行业及市场的看好、对发行人管理团队的认可，有意愿对发行人进行股权投资。

祝波善对发行人的投资系相关方真实意思表示，不存在争议与潜在纠纷。

2、关于祝波善与发行人及其关联方的关联关系核查

经核查，祝波善与发行人其他股东、董事、监事、高级管理人员、本次发行中介机构及其负责人、高级管理人员、经办人员之间不存在亲属关系、关联关系、委托持股、信托持股或其他利益输送安排的情形。

3、祝波善任职单位及其主要股东、董监高、实际控制人

祝波善早期为发行人提供咨询服务并建立了业务往来，且其自身为专业投资人士，看好发行人发展，决定对发行人进行投资。

报告期内，祝波善任职单位及担任职务如下：

序号	任职单位名称	担任职务
1	上海天强投资管理有限公司	执行董事、总经理
2	上海善天以企业管理有限公司	执行董事
3	上海市咨询业行业协会	副会长兼秘书长
4	思翔绿创（天津）科技有限公司	执行董事
5	上海天强管理咨询有限公司	执行董事
6	上海思翔会议会展服务合伙企业（有限合伙）	执行事务合伙人
7	上海思刻优文化传播合伙企业（有限合伙）	执行事务合伙人
8	上海天强企业管理咨询合伙企业（有限合伙）	执行事务合伙人

4、祝波善报告期内任职单位及其主要股东、董监高、实际控制人与发行人及其他股东、董监高、实际控制人之间不存在资金、业务往来、关联关系或其他利益安排

经核查，祝波善曾与公司实际控制人之一谢公兴存在资金拆借，系祝波善于2016年6月向谢公兴拆借人民币500万元，谢公兴于2017年6月归还本金及利息合计人民币530万元。祝波善针对上述借款归还事项签署了《收据》，确认已收到借款本金及利息。

除上表所列往来情况外，不存在其他发行人股东、董监高、实际控制人与祝波善报告期内任职单位及其主要股东、董监高、实际控制人之间发生的资金往来情况。

祝波善出具了《说明函》，承诺：“2017年至本说明出具之日，除本人曾向谢公兴提供过借款外（谢公兴已归还），本人任职单位及其主要股东、董监高、实际控制人与发行人及其他股东、董监高、实际控制人之间不存在资金、业务往来、关联关系或其他利益安排。”

祝波善报告期内任职单位及其主要股东、董监高、实际控制人与发行人及其他股东、董监高、实际控制人之间不存在资金、业务往来、关联关系或其他利益安排。

5、关于祝波善股东资格

祝波善为中华人民共和国公民，具有完全的民事权利能力及行为能力，住所均在中华人民共和国境内，在中华人民共和国境外均无永久居留权，祝波善最近五年不存在担任公务员、具有公共事务管理职能的事业单位中除工勤人员以外的工作人员、党政机关在职领导干部、国有独资企业、国有控股企业的领导班子成员、普通高等学校的党政领导班子成员、人民解放军现役军人或人民解放军文职人员等依据法律、法规或规范性文件存在对外投资、任职限制的情形。

祝波善具有《中华人民共和国民法总则》、《公司法》等法律、法规和规范性文件规定担任发行人股东相应的资格和能力。

6、关于祝波善股份锁定期

祝波善已出具《关于股份锁定期限的承诺函》，承诺自完成增资扩股工商变更登记手续之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理其直接或间接持有的公司公开发行股票前已发行股份，也不由公司回购其直接或间接持有的该部分股份。

根据《首发业务若干问题解答》的规定，股份锁定方面，申报前 6 个月内进行增资扩股的，新增股份的持有人应当承诺：新增股份自发行人完成增资扩股工商变更登记手续之日起锁定 3 年。

祝波善入股发行人系于 2019 年 12 月 24 日完成工商变更登记手续，祝波善登记为发行人股东的日期在本次发行上市申报前 6 个月以前，无需适用《首发业务若干问题解答》关于股份锁定的前述规定。但祝波善看好镜片行业的持续发展，已自愿比照申报前 6 个月内入股的股东作出股份锁定承诺。

祝波善股份锁定承诺符合《首发业务若干问题解答》等监管要求。

（六）本次发行前股东间的关联关系及关联股东的各自持股比例

本次发行前，公司股东的关联关系情况如下：

（1）谢公晚、谢公兴系兄弟关系，曾少华系谢公晚妹妹之配偶；

（2）谢公晚、谢公兴、曾少华系明月实业的股东，其持股比例分别为 40%、40%和 20%；

（3）谢公兴系志明管理之执行事务合伙人，持有其出资份额 22.577%；

（4）曾哲系志远管理之执行事务合伙人，持有其出资份额 2.03%；张湘华系志远管理之有限合伙人，持有其出资份额 23.58%；王雪平系志远管理之有限合伙人，持有其出资份额 21.95%；朱海峰系志远管理之有限合伙人，持有其出资份额 10.98%。

除上述情况外，公司各股东之间不存在其他关联关系。

（七）公开发售股份对公司的控制权、治理结构及生产经营产生的影响

公司本次发行均为新股，不进行老股转让，预计本次发行完成后，公司控股股东及实际控制人不会发生变化。本次发行不会对公司的控制权、治理结构及生产经营产生重大影响。

（八）关于股东信息披露的相关情况

保荐机构及发行人律师已经根据《监管指引》的要求对发行人披露的股东信息进行了核查，核查手段充分、客观，勤勉尽责，出具的文件真实、准确、完整。

保荐机构认为，发行人已真实、准确、完整地披露了股东信息，发行人历史上不存在股权代持等情形；发行人新增股东持有发行人股份系其真实持有，不存在股份代持情形；发行人新增股东关于股份锁定、减持等承诺符合相关监管要求；自发行人成立至今，公司历次股东入股均具有真实背景原因，入股形式、资金来源、支付方式均合法合规，历次入股定价合理、公允，不存在明显异常的情形，认定入股价格公允的依据充分、客观；发行人的直接股东及间接股东均具备持有发行人股份的主体资格，不存在《监管指引》第一条、第二条所述情形，且发行人已根据《监管指引》第二条的规定就股东情况出具了专项承诺；持有发行人股份的私募基金股东均完成了私募投资基金备案；发行人已在《招股说明书》相关章节披露了上述与发行人股东相关的各项信息，符合《监管指引》的信息披露要求。

（九）关于证监会系统离职人员入股情况的专项核查

保荐机构及发行人律师已经根据证监会于 2021 年 6 月 1 日实施的《监管规则适用指引——发行类第 2 号》的要求，对发行人是否存在证监会系统离职人员入股情况进行了核查，并出具了专项意见。

经核查，发行人的自然人股东及企业股东经穿透的最终自然人均不存在证监会系统相关的任职经历，不属于《监管规则适用指引——发行类第 2 号》中规定的“证监会系统离职人员”，发行人不存在证监会系统离职人员入股的情形；发行人本次公开发行股票并在创业板上市符合《公司法》、《证券法》、《管理办法》等法律、法规和规范性文件规定的条件和要求，符合《监管规则适用指引——发行类第 2 号》的规定。

八、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员情况

发行人现任独立董事孙健为美国国籍，除孙健外其他现任董事、监事、高级管理人员与核心人员均为中国国籍，均无境外居留权。

（一）董事

截至本招股说明书签署日，公司董事会共有董事 7 名，其中独立董事 3 名，基本情况如下：

序号	姓名	职务	提名人	任职期间
1	谢公晚	董事长	谢公兴	2019 年 11 月 15 日-2022 年 11 月 15 日
2	谢公兴	董事	谢公晚	2019 年 11 月 15 日-2022 年 11 月 15 日
3	彭志云	董事	谢公晚	2019 年 11 月 15 日-2022 年 11 月 15 日
4	曾哲	董事	谢公晚	2019 年 11 月 15 日-2022 年 11 月 15 日
5	张银杰	独立董事	谢公晚	2019 年 11 月 15 日-2022 年 11 月 15 日
6	傅仁辉	独立董事	谢公晚	2019 年 11 月 15 日-2022 年 11 月 15 日
7	孙健	独立董事	谢公晚	2020 年 8 月 13 日-2022 年 11 月 15 日

本公司董事任期 3 年，任期届满后可以连选连任，但是独立董事连任时间不得超过六年。现任董事简历如下：

谢公晚先生的简历参见招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“六、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（二）发行人实际控制人情况”相关情况。

谢公兴先生的简历参见招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“六、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（二）发行人实际控制人情况”相关情况。

彭志云先生，1969 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，中欧国际工商学院 EMBA。曾担任广东经纶律师事务所律师、广东合邦律师事务所律师；2010 年起至今于上海诺伟其创业投资有限公司担任总经理。2019 年 11 月至今，任明月镜片董事。

曾哲先生，1981 年生，中国国籍，无境外永久居住权，本科学历。2005 年 3 月至 2007 年 12 月，任上海天强管理咨询有限公司项目经理；2008 年 3 月至 2014 年 12 月，任上海靓视丽光学眼镜有限公司总经理；2015 年 1 月至 2019 年 10 月，任明月光电副总经理；2019 年 11 月至今任明月镜片董事、副总经理、董事会秘书、财务总监。

张银杰女士，1955 年生，中国国籍，无境外永久居住权，经济学博士。1988 年 7 月至 1995 年 8 月于吉林省财贸学院任教；1995 年 9 月至 1998 年 7 月，于中国人民大学经济系攻读博士学位；1998 年 9 月至 1999 年 5 月，作为访问学者出访奥地利；2000 年至今，于上海财经大学任教并担任教授、博士生导师。2019 年 11 月至今，任明月镜片独立董事。

傅仁辉先生，1980 年生，中国国籍，无境外永久居住权，会计学博士，特许金融分析师。历任荷兰伊拉斯姆斯大学会计系助理教授，美国普度大学会计学领域助理教授。现任上海交通大学会计系副教授。2019 年 11 月至今，任明月镜片独立董事。

孙健先生，1972 年生，美国国籍，美国芝加哥大学博士。曾任纽约摩根士丹利固定收益部执行总经理，纽约 XE 对冲基金董事总经理，法国巴黎银行经理。

现任复旦大学经济学院教授、复旦大学金融研究院量化中心主任、复旦大学高端人才教育与发展中心主任。2020 年 8 月至今，任发行人独立董事。

（二）监事

截至本招股说明书签署日，本公司监事会由 3 名监事组成，其基本情况如下：

序号	姓名	职务	提名人	任职期间
1	朱海峰	监事会主席	谢公晚	2019 年 11 月 15 日-2022 年 11 月 15 日
2	陆岩	监事	谢公晚	2019 年 11 月 15 日-2022 年 11 月 15 日
3	彭炜	监事	职工代表大会	2019 年 11 月 15 日-2022 年 11 月 15 日

本公司监事任期 3 年，任期届满后可以连选连任。现任监事简历如下：

朱海峰先生，1983 年生，中国国籍，无境外永久居住权，高中学历。2003 年 1 月至 2014 年 12 月，历任明月光电技术部工程师、经理；2015 年 1 月至 2019 年 10 月，历任明月光电研发部经理、研发中心总监；2019 年 11 月至今，任明月镜片研发中心总监，监事会主席。

陆岩先生，1982 年生，中国国籍，无境外永久居住权，大专学历。2006 年 2 月至 2009 年 10 月，任明月实业计划调度中心计划调度员；2009 年 11 月至 2013 年 3 月，任明月光电材料仓库组长；2013 年 4 月至 2019 年 10 月，任明月光电物控中心计划部经理；2019 年 11 月至今，任明月镜片物控中心计划部经理，本公司监事。

彭炜先生，1981 年生，中国国籍，无境外永久居住权，大专学历。2003 年 6 月至 2019 年 10 月，历任明月光电基片部副主任、主任、副总监，明月镜片厂长；2019 年 11 月至今，任明月镜片厂长，本公司职工代表监事。

（三）高级管理人员

截至本招股说明书签署日，发行人高级管理人员如下：

序号	姓名	职务	任职期间
1	谢公兴	总经理	2019 年 11 月 15 日-2022 年 11 月 15 日
2	曾哲	副总经理、董事会秘书、财务总监	2019 年 11 月 15 日-2022 年 11 月 15 日

序号	姓名	职务	任职期间
3	王雪平	副总经理	2019 年 11 月 15 日-2022 年 11 月 15 日

现任高级管理人员如下：

谢公兴先生的简历参见招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“六、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（二）发行人实际控制人情况”相关情况。

曾哲先生的简历参见招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“八、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员情况”之“（一）董事”相关情况。

王雪平先生，1975 年生，中国国籍，无境外永久居住权，本科学历。2000 年 12 月至 2002 年 8 月，任明月实业仓储部经理；2002 年 9 月至 2010 年 1 月，历任明月光电行政人事部经理、总经理助理、副总经理；2010 年 2 月至 2015 年 1 月，任江苏视博光学眼镜有限公司副总经理；2015 年 2 月至 2019 年 10 月，任明月光电副总经理；2019 年 11 月至今，任明月镜片副总经理。

（四）核心技术人员

发行人核心技术人员包括谢公兴、朱海峰和张佳康，上述人员简历如下：

谢公兴先生的简历参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“六、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（二）发行人实际控制人情况”相关情况。

朱海峰先生的简历参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“八、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员情况”之“（二）监事”相关情况。

张佳康先生，1992 年生，中国国籍，无境外永久居住权，研究生学历。2017 年 3 月取得上海理工大学光学工程硕士学位，2017 年 6 月至今担任明月镜片定制工厂副厂长。

（五）董事、监事及高级管理人员对于股票发行上市相关法律法规及其法定义务责任的了解情况

上述公司董事、监事及高级管理人员均符合《公司法》、《公司章程》及国家有关法律法规规定的任职资格条件，由公司董事会、职工代表大会和股东大会依法定程序产生，不存在违反法律法规和公司章程规定的任职资格的情形。

公司董事、监事和高级管理人员已了解股票发行上市相关法律法规，并知悉上市公司及董事、监事、高级管理人员的法定义务和责任。

（六）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员相互之间的亲属关系

公司董事长谢公晚与董事谢公兴系兄弟关系。除上述情况外，截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员相互之间不存在亲属关系。

九、董事、监事、高级管理人员和核心技术人员与公司签订的协议及履行情况

发行人与独立董事签订了《独立董事聘任合同》，与其他董事、监事、高级管理人员和核心技术人员签订了《劳动合同》，对上述人员的忠诚义务和勤勉义务作了相关约定，明确了双方之间的权利和义务。除此之外，公司未与董事、监事、高级管理人员和核心技术人员签订其他重大协议。截至本招股书签署日，上述合同和协议执行情况良好。

十、董事、监事、高级管理人员近两年变动情况

（一）董事变动情况

2018 年初，发行人董事会成员为谢公晚、谢公兴、曾少华。

2019 年 11 月 15 日，发行人召开第一次股东大会，选举谢公晚、谢公兴、曾哲、彭志云、张银杰、傅仁辉、宁钟为发行人第一届董事会董事，其中谢公晚为公司第一届董事会董事长，张银杰、傅仁辉、宁钟为独立董事。

宁钟因个人原因辞职，2020 年 8 月 13 日，公司召开 2020 年第四次临时股东大会，补选孙健成为公司独立董事。

（二）监事变动情况

2018 年初，发行人监事为谢微微。

2019 年 11 月 11 日，发行人召开职工代表大会，选举彭炜为发行人第一届监事会职工代表监事。

2019 年 11 月 15 日，发行人召开创立大会，朱海峰、陆岩为发行人第一届监事会监事，其中朱海峰为公司第一届监事会主席。

（三）高级管理人员变动情况

2018 年初，谢公晚担任发行人总经理，谢公兴、王雪平担任发行人副总经理，曾哲担任发行人副总经理兼财务总监。

2019 年 11 月 15 日，经发行人董事会聘任，谢公兴担任发行人总经理，王雪平担任发行人副总经理，曾哲担任发行人副总经理、董事会秘书和财务总监。

（四）报告期内人员变动的结论性意见

报告期内，发行人引入独立董事及外部董事，并按照股份公司的要求设立了监事会，优化公司治理结构，对发行人生产经营产生了较为积极的影响。

保荐机构、发行人律师认为，报告期内发行人董事、高级管理人员未发生重大不利变化。

十一、董事、监事、高级管理人员和核心技术人员及其近亲属持有本公司股份情况

（一）董事、监事、高级管理人员和核心技术人员直接或间接持股情况

1、直接持股情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员直接持有公司股份情况如下：

单位：万股

姓名	职务	持股情况	
		持股数量	持股比例
谢公晚	董事长	328.90	3.26%
谢公兴	董事、总经理	328.90	3.26%
曾哲	董事、副总经理、董事会秘书、财务负责人	218.30	2.17%
王雪平	副总经理	43.80	0.43%
朱海峰	监事会主席	21.90	0.22%

2、间接持股

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员间接持有公司股份情况如下：

姓名	职务/亲属关系	间接持股的公司名称	间接持有发行人的股权比例合计
谢公晚	董事长	明月实业	29.38%
谢公兴	董事	明月实业、志明管理	29.90%
曾哲	董事	志远管理	0.04%
彭志云	董事	诺伟其	0.01%
朱海峰	监事会主席	志远管理	0.23%
陆岩	监事	志明管理	0.04%
彭炜	监事	志明管理	0.08%
王雪平	副总经理	志远管理	0.47%
张佳康	核心技术人员	志明管理	0.04%

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员所持公司股份无质押或冻结情况。

除上述人员持有本公司股份外，本公司其他董事、监事、高级管理人员、核心技术人员不存在直接或间接持有公司股票的情况。

（二）董事、监事、高级管理人员和核心技术人员的近亲属直接或间接持股情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在董事、监事、高级管理人员和核心技术人员的近亲属直接或间接持有发行人股份的情况。

十二、董事、监事、高级管理人员和核心技术人员的兼职情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员除在发行人及其子公司以外的其他兼职情况如下：

姓名	公司职务	兼职单位	兼职职务	兼职单位与本公司之关系
谢公晚	董事长	明月实业	执行董事	发行人控股股东
谢公兴	董事、总经理	香港明月	董事	实际控制人控制的企业
		明月实业	监事	发行人控股股东
		志明管理	普通合伙人	发行人股东
曾哲	董事、副总经理、董事会秘书、财务负责人	志远管理	普通合伙人	发行人股东
彭志云	董事	南京劲邦股权投资管理合伙企业（有限合伙）	执行事务合伙人	发行人关联方
		上海诺伟其创业投资有限公司	董事兼总经理	发行人关联方
		上海劲邦股权投资管理有限公司	董事兼总经理	发行人关联方
		青岛泽厚投资有限公司	董事长兼总经理	发行人关联方
		安徽宣酒集团股份有限公司	副董事长	发行人关联方
		中农矿产资源勘探有限公司	董事	发行人关联方
		劲霸投资控股有限公司	董事	发行人关联方
		青岛金欧利营销有限公司	董事	发行人关联方
		劲霸男装（上海）有限公司	董事	发行人关联方
		百瑞源枸杞股份有限公司	董事	发行人关联方
		青岛青禾人造草坪股份有限公司	董事	发行人关联方
		Sky Success Venture Holdings Limited	董事	发行人关联方
		Country Style Cooking Restaurant Chain Holding Limited	董事	发行人关联方
		Novich Dingli International Investment Limited	董事	发行人关联方
		Novich International Investment Limited	董事	发行人关联方

姓名	公司职务	兼职单位	兼职职务	兼职单位与本公司之关系
		Novich Positioning Investment (Cayman) Limited	董事	发行人关联方
		Novich Positioning Investment (Hong Kong) Limited	董事	发行人关联方
		拉萨劲邦伙伴企业管理有限公司	执行董事兼总经理	发行人关联方
		广州东凌国际投资股份有限公司	监事	无关联关系
傅仁辉	独立董事	浙江海正药业股份有限公司	独立董事	无关联关系
孙健	独立董事	无锡农村商业银行股份有限公司	独立董事	无关联关系

除上述人员外，本公司的其他董事、监事、高级管理人员及核心技术人员没有在外兼职的情况。

十三、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的对外投资情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员除直接或间接持有公司股权外，其他的对外投资情况如下：

姓名	对外投资企业名称	认缴出资额	持股比例
谢公晚	丹阳市双赢典当有限公司	1,010.00 万元	10.00%
谢公兴	香港明月光学国际（集团）有限公司	1 万港元	100.00%
彭志云	青岛劲邦股权投资管理合伙企业（有限合伙）	300.00 万元	50.00%
	南京劲邦股权投资管理合伙企业（有限合伙）	82.00 万元	27.33%
	上海诺伟其创业投资有限公司	1,080.00 万元	6.00%
	上海诺伟其定位投资管理有限公司	200.00 万元	20.00%
	上海劲邦投资管理合伙企业（有限合伙）	164.00 万元	27.33%
	青岛劲邦劲诚投资管理企业（有限合伙）	273.33 万元	27.33%

1、曾哲及其近亲属控制的企业情况

报告期内，曾哲及其近亲属控制的企业具体情况如下：

序号	企业名称	关联关系	经营范围	主营业务

报告期内曾哲控制的企业				
1	志远管理	曾哲持有 2.03%份额并担任执行事务合伙人	企业管理服务	股权投资，发行人的员工持股平台
2	视觉动力	曾哲曾持股 95%并担任执行董事	验光配镜、眼镜修理；6822 角膜接触镜(软性)及护理用液的零售	眼镜销售，已于 2020 年 2 月注销
3	视健动力	曾哲曾持股 95%并担任监事	眼镜，III 类医疗器械：6822 角膜接触镜（软性）及护理用液的零售，验光配镜服务	眼镜销售，已于 2018 年 10 月注销
4	永靓丽眼镜	曾哲的个体工商户	眼镜零售及维修；验光配镜服务（经营范围中涉及国家规定专项审批的项目，须取得专项许可后方可经营）	无实际经营，已于 2020 年 5 月注销
5	南长如懿眼镜店	曾哲的个体工商户	眼镜的零售（不含隐形眼镜）	眼镜销售，已于 2017 年 1 月 12 日注销
6	锡山区云林荟丰宜视眼镜店	曾哲的个体工商户	眼镜（不含隐形眼镜）的零售	眼镜销售，已于 2017 年 1 月 13 日注销
7	滨湖区太湖街道乐视莘莘眼镜店	曾哲的个体工商户	眼镜及配件的零售，验光配镜服务	眼镜销售，已于 2017 年 1 月 10 日注销
8	南长区乐靓眼镜店	曾哲的个体工商户	眼镜的零售	眼镜销售，已于 2017 年 1 月 18 日注销
9	滨湖区意犹未尽甜品店	曾哲的个体工商户	冷热饮、不含凉菜、不含裱花蛋糕、不含生食海产品	甜品销售，已于 2017 年 1 月 16 日注销
报告期内曾哲近亲属控制的企业				
1	深圳市众泰方圆科技有限公司	曾哲的哥哥曾斌持股 25%并担任总经理	电子产品、工业自动化设备的技术研发与销售；国内贸易；经营进出口业务	手机夹治具、模具的销售
2	深圳市方欣特钢有限公司	曾哲的哥哥曾斌持股 100%并担任执行董事兼总经理	模具材料、模具钢、模具制造设备的销售；国内贸易；货物及技术进出口	模具材料销售
3	东莞诚镓股权投资合伙企业（有限合伙）	曾哲的哥哥曾斌持有 9.35%份额并担任执行事务合伙人	股权投资	股权投资
4	常州诚镓精密制造有限	曾哲的哥哥曾斌担任执行董事	精密金属结构件、半导体设备、电子产品的研发、生产、	手机塑料外壳、中框、摄像头罩、平

	公司		加工、销售及售后服务；自营和代理各类商品及技术的进出口业务	板电脑外壳的生产、销售
5	东莞诚镓精密制造有限公司	曾哲的哥哥曾斌曾担任执行董事兼总经理	生产、销售、研发：手机配件、电子产品、半导体设备；货物或技术进出口（国家禁止或涉及行政审批的货物和技术进出口除外）	手机塑料外壳的生产、销售
6	东莞市铕超电子科技有限公司	曾哲的哥哥曾斌担任董事的企业	研发、产销：电子产品、金属制品、塑料制品、自动化机械设备及零配件、工业精密零组件；货物进出口、技术进出口	手机金属外壳的生产、销售

2、上述企业不与发行人存在共同生产、共用采购、销售渠道、通用原材料、为发行人提供外协的情况

报告期内，曾哲控制的企业中：志远管理除对发行人进行股权投资外无其他经营活动，永靓丽眼镜设立至今无实际经营；滨湖区意犹未尽甜品店主要从事甜品销售，与发行人不属于相同或相似行业；视觉动力、视健动力、南长如懿眼镜店、锡山区云林荟丰宜视眼镜店、滨湖区太湖街道乐视莘莘眼镜店、南长区乐靓眼镜店主要从事眼镜的销售，属于发行人的下游，经营活动中不存在生产环节，发行人与视觉动力、视健动力、南长如懿眼镜店、锡山区云林荟丰宜视眼镜店、滨湖区太湖街道乐视莘莘眼镜店、南长区乐靓眼镜店不存在共同生产、共用采购、通用原材料、为发行人提供外协；同时，发行人主要客户系镜片经销商和眼镜门店，视觉动力、视健动力、南长如懿眼镜店、锡山区云林荟丰宜视眼镜店、滨湖区太湖街道乐视莘莘眼镜店、南长区乐靓眼镜店的客户系终端消费者，发行人与视觉动力、视健动力、南长如懿眼镜店、锡山区云林荟丰宜视眼镜店、滨湖区太湖街道乐视莘莘眼镜店、南长区乐靓眼镜店不存在共同销售渠道；曾哲控制的企业与发行人均不存在共同生产、共用采购、销售渠道、通用原材料、为发行人提供外协的情形。

报告期内，曾哲近亲属控制的企业从事的行业与发行人不属于相同或相似行业，上述企业与发行人不存在共同生产、共用采购、销售渠道、通用原材料、为发行人提供外协的情形。

3、不存在为发行人分担成本费用的情况

保荐机构查阅了上述尚在经营的企业以及发行人报告期内主要客户、供应商出具的相关事项承诺函、发行人及其实际控制人、董监高、其他主要核心人员及其配偶报告期内的银行流水。经核查，报告期内，上述企业不存在为发行人承担成本费用的情形。

4、与发行人不存在同业竞争

视觉动力、视健动力、南长如懿眼镜店、锡山区云林荟丰宜视眼镜店、滨湖区太湖街道乐视莘莘眼镜店、南长区乐靓眼镜店主要从事眼镜的销售，属于发行人的下游，截至 2020 年 2 月该等企业均已注销；除此之外上述企业从事的行业与发行人不属于相同或相似行业，与发行人不存在同业竞争的情形。

十四、董事、监事、高级管理人员和核心技术人员的薪酬情况

报告期内，公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员薪酬总额占公司利润总额的比例情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
薪酬总计	325.44	323.83	278.12
利润总额	9,717.81	9,665.77	5,111.74
占比	3.35%	3.35%	5.44%

2020 年，公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员在公司领取薪酬的情况如下：

单位：万元

序号	姓名	任职	薪酬	备注
1	谢公晚	董事长	52.91	未在关联企业领薪
2	谢公兴	董事、总经理	51.47	未在关联企业领薪
3	曾哲	董事、副总经理、董事会秘书、财务负责人	53.42	未在关联企业领薪
4	彭志云	董事	-	未在公司领薪
5	张银杰	独立董事	9.00	独立董事津贴
6	傅仁辉	独立董事	9.00	独立董事津贴
7	宁钟	独立董事	5.63	独立董事津贴

序号	姓名	任职	薪酬	备注
8	孙健	独立董事	3.38	独立董事津贴
9	朱海峰	监事会主席	32.92	未在关联企业领薪
10	陆岩	监事	13.78	未在关联企业领薪
11	彭炜	职工监事	27.28	未在关联企业领薪
12	王雪平	副总经理	50.38	未在关联企业领薪
13	张佳康	核心技术人员	16.29	未在关联企业领薪

除以上薪酬和津贴以外，公司的董事、监事、高级管理人员未享受其他待遇。对于公司的董事、监事及高级管理人员，公司按照国家和地方的有关规定，依法为其办理养老、医疗等社会保险和住房公积金，不存在其它特殊待遇和退休金计划。本公司也未制定董事、监事、高级管理人员的认股权计划。

十五、发行人正在执行的股权激励、职工持股及其他制度安排和执行情况

截至本招股说明书签署日，公司股东志远管理及志明管理系发行人员工持股平台，具体情况如下：

（一）志远管理

1、基本情况

志远管理成立于 2017 年 11 月 21 日，系发行人的员工持股平台，截至本招股说明书签署日，志远管理共计 5 名合伙人，其中：曾哲为普通合伙人、王雪平等 4 人为有限合伙人，均为发行人的在职员工，具体情况如下：

序号	合伙人	性质	出资额（万元）	出资比例	目前任职情况
1	曾哲	普通合伙人	9	2.03%	发行人董事、财务总监、副总经理、董事会秘书
2	王国平	有限合伙人	183.6	41.46%	发行人审计中心总监
3	张湘华	有限合伙人	104.4	23.58%	发行人行政经理，发行人信息化中心总监赵志刚的配偶
4	王雪平	有限合伙人	97.2	21.95%	发行人副总经理
5	朱海峰	有限合伙人	48.6	10.98%	发行人研发总监、监事

序号	合伙人	性质	出资额（万元）	出资比例	目前任职情况
合计			442.8	100%	--

2、变动情况

志远管理系由曾哲与王雪平设立。2017 年 12 月，志远管理通过增资及转让方式，变更为曾哲等六名合伙人，其作为员工持股平台通过增资方式取得发行人股份。

2020 年 2 月，朱国成（原系发行人事业部副总经理）因离职，按照《股权激励协议》的约定，由志远管理的普通合伙人或其指定的第三方回购朱国成的出资份额。朱国成将其持有的志远管理出资份额转让给曾哲、王国平、张湘华、王雪平、朱海峰。

（1）曾哲等 5 人与朱国成关于志远管理财产份额纠纷诉讼情况

2017 年 12 月 17 日，朱国成与发行人、发行人实际控制人谢公晚以及志远管理签订了《股权激励协议》。2019 年 5 月，朱国成从发行人处离职。根据《股权激励协议》的约定和谢公晚的说明文件，朱国成应将其持有的志远管理 8.13%财产份额转让给曾哲等 5 人，但朱国成未予以配合。2019 年 8 月，曾哲、王雪平、王国平、朱海峰、张湘华 5 人作为原告，以朱国成为被告向丹阳市人民法院提起诉讼，要求朱国成将其持有志远管理 8.13%财产份额按照指定比例转让给曾哲等 5 人。2020 年 1 月 20 日，曾哲等 5 人与朱国成达成（2019）苏 1181 民初 8334 号《民事调解书》：曾哲等 5 人应于 2020 年 2 月 10 日之前将合计 36 万元财产份额转让款支付给朱国成，朱国成应在收到上述转让款后 10 个工作日内配合曾哲等 5 人办理工商变更手续，将所持志远管理 8.13%财产份额转让给曾哲等 5 人，其中：曾哲受让志远管理 1.626%财产份额、王雪平受让志远管理 1.626%财产份额、王国平受让志远管理 0.813%财产份额、朱海峰受让志远管理 0.813%财产份额、张湘华受让志远管理 3.252%财产份额。

曾哲等 5 人已向朱国成支付转让款，并于 2020 年 2 月 20 日办理完成工商变更手续。

上述诉讼案件已通过调解方式结案，涉及的转让款已支付完毕，相应工商变更手续业已完成，不存在纠纷或潜在纠纷。

（2）报告期内其他财产份额产生纠纷或诉讼情况

除上述诉讼外，报告期内发行人及其子公司与其他员工、持股平台合伙人之间不存在尚未了结或可预见的因持股平台财产份额产生的重大诉讼、仲裁案件。

3、权益定价

志远管理于 2017 年 12 月向发行人投资 443.22 万元，增资价格为 3.38 元/注册资本，系参照当时发行人净资产适当下浮确定。发行人为此于 2017 年确认股份支付 1,796.14 万元。

4、相关约定

志远管理的合伙人（作为股权激励对象）均与发行人、志远管理签订《股权激励协议书》，对激励对象持有志远管理财产份额的权利义务作出约定，主要内容为：

（1）自愿锁定

在发行人上市过程中，按照相关法律法规以及中国证监会的有关要求，作出对其所持志远管理股权进行锁定的承诺。

（2）违约责任

激励对象在发行人完成 IPO 前离职或者违反《股权激励协议书》约定的竞业限制、保密义务等义务被认定为违约的，则自前述情形出现之日起，发行人、志远管理有权要求激励对方将其持有的志远管理财产份额按照激励对象取得该等财产份额时的原始价格全部转让给普通合伙人或普通合伙人指定的第三方。

（3）份额回购

若发行人未能成功 IPO，经各方达成一致后，激励对象应将其持有的志远管理财产份额按照激励对象取得该等财产份额的原始价格加计每年 5%的利息（自志明激励对象持有志远管理财产份额之日起算至回购资金支付之日当日单利、按

照每年 365 日计算精确到日）的转让价格转让给普通合伙人或普通合伙人指定的第三方。

5、股份锁定

志远管理承诺：自明月镜片股票上市交易之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本企业/本人直接或间接持有的明月镜片公开发行股票前已发行股份，也不由明月镜片回购本企业/本人直接或间接持有的该部分股份。

6、其他

不存在发行人或第三方为员工参加持股计划提供奖励、资助、补贴等安排。

（二）志明管理

1、基本情况

志明管理成立于 2018 年 12 月 14 日，系发行人的员工持股平台，截至本招股说明书签署日，志明管理共计 42 名合伙人，其中：谢公兴为普通合伙人、潘留焱等 41 人为有限合伙人，均为发行人的在职员工，具体情况如下：

序号	合伙人	性质	出资额（万元）	出资比例	目前任职情况
1	谢公兴	普通合伙人	293.5	22.577%	发行人董事、总经理
2	潘留焱	有限合伙人	139	10.692%	发行人财务副总监
3	廖鹏	有限合伙人	75	5.769%	上海明月市场总监
4	彭炜	有限合伙人	45	3.462%	发行人生产厂长、监事
5	胡二兰	有限合伙人	40	3.077%	发行人财务副总监
6	王鹏	有限合伙人	35	2.692%	发行人营销大区总监
7	强宁	有限合伙人	35	2.692%	发行人生产厂长
8	戴双汉	有限合伙人	30	2.308%	江苏可奥熙总经理
9	吴涛	有限合伙人	27.5	2.115%	发行人电商经理
10	秦晨怡	有限合伙人	27.5	2.115%	上海明月人力资源经理
11	李丹平	有限合伙人	27.5	2.115%	发行人营销大区总监
12	陈佳培	有限合伙人	20	1.538%	发行人销售管理部经理
13	曾杰	有限合伙人	20	1.538%	发行人基片部经理
14	壮群英	有限合伙人	20	1.538%	江苏赛蒙基片部经理

序号	合伙人	性质	出资额（万元）	出资比例	目前任职情况
15	陆岩	有限合伙人	20	1.538%	发行人计划部经理、监事
16	任琦	有限合伙人	20	1.538%	发行人检验部经理
17	李瑞忠	有限合伙人	20	1.538%	发行人设备工装部经理
18	石建中	有限合伙人	20	1.538%	发行人加硬加膜部经理
19	朱成春	有限合伙人	20	1.538%	江苏赛蒙加硬加膜部经理
20	吴炯	有限合伙人	20	1.538%	发行人工艺开发部经理
21	景旭俊	有限合伙人	20	1.538%	发行人架构师
22	丁全光	有限合伙人	20	1.538%	发行人加硬加膜部经理
23	潘新华	有限合伙人	20	1.538%	江苏可奥熙行政经理
24	王玲	有限合伙人	20	1.538%	发行人订单部经理
25	张佳康	有限合伙人	20	1.538%	发行人定制工厂副厂长
26	华鹏程	有限合伙人	20	1.538%	上海明月终端推广经理
27	曹建中	有限合伙人	15	1.154%	发行人基建工程师
28	马占甫	有限合伙人	15	1.154%	发行人成品部经理
29	胡雄华	有限合伙人	15	1.154%	发行人 IT 基础架构部经理
30	谢钦崇	有限合伙人	15	1.154%	发行人物流组长
31	王金仙	有限合伙人	15	1.154%	江苏可奥熙采购经理
32	邵敏敏	有限合伙人	15	1.154%	发行人市场经理
33	戴丽央	有限合伙人	15	1.154%	明月光学基片部经理
34	袁期兵	有限合伙人	15	1.154%	上海镜连品控总监
35	宗玲	有限合伙人	15	1.154%	上海维沃财务经理
36	彭倩	有限合伙人	15	1.154%	上海明月企划经理
37	商煊	有限合伙人	15	1.154%	上海明月产品经理
38	史俊彬	有限合伙人	15	1.154%	发行人财务总监助理
39	张丽华	有限合伙人	15	1.154%	发行人司库部经理
40	戎臻红	有限合伙人	10	0.769%	上海明月品牌设计师
41	蔡葵	有限合伙人	10	0.769%	上海明月高级开发工程师
42	蒋瑶瑶	有限合伙人	10	0.769%	上海明月总经理助理
合计		-	**1,300**	**100%**	-

2、变动情况

志明管理系由谢公兴与胡二兰设立。2018 年 12 月，志明管理通过增资方式，

变更为谢公兴等 33 名合伙人，其作为员工持股平台通过增资方式取得发行人股份。

2019 年 8 月，谢公兴将其持有的志明管理 19.615%出资份额转让给朱秋萍等 16 名自然人。该 16 名自然人均为当时发行人员工，通过受让实际控制人持有的出资份额持有志明管理出资份额，间接取得发行人股份。

2019 年 10 月，谢公兴将其持有的志明管理 9.154%出资份额转让给潘留焱。2019 年 10 月，黄敬惟因离职，按照《股权激励协议》的约定，由志明管理的普通合伙人或其指定的第三方回购黄敬惟的出资份额。黄敬惟将其持有的志明管理出资份额转让给潘留焱。

2020 年 3 月，王麟因离职；2020 年 7 月，虞振兴因离职；2021 年 1 月，朱春晖、朱秋萍因离职；2021 年 2 月，谈铭程因离职；2021 年 5 月，汪刚、陈星因离职。按照《股权激励协议》的约定，由志明管理的普通合伙人或其指定的第三方回购前述人员的出资份额。前述人员离职时将其持有的志明管理出资份额转让给谢公兴。

3、权益定价

志明管理于 2018 年 12 月向发行人投资 1,306.11 万元，增资价格为 9.14 元/注册资本，系按照发行人 5 亿元整体估值协商确定。发行人为此于 2018 年确认股份支付 1,507.94 万元。

4、相关约定

志明管理的有限合伙人（作为股权激励对象）均与发行人、志明管理签订《股权激励协议书》，对激励对象持有志明管理财产份额的权利义务作出约定，主要内容为：

（1）自愿锁定

激励对象在发行人上市前，未经发行人同意不得转让其持有志明管理的全部或者部分出资。在发行人上市过程中，按照相关法律法规以及中国证监会的有关要求，作出对其所持志明管理股权进行锁定的承诺。

（2）违约责任

激励对象在发行人完成 IPO 前离职或者违反《股权激励协议书》约定的竞业限制、保密义务等义务被认定为违约的，则自前述情形出现之日起，发行人、志明管理有权要求激励对方将其持有的志明管理财产份额按照激励对象取得该等财产份额时的原始价格全部转让给普通合伙人或普通合伙人指定的第三方。

（3）份额回购

若发行人未能成功 IPO，经各方达成一致后，激励对象应将其持有的志明管理财产份额按照激励对象取得该等财产份额的原始价格加计每年 5%的利息（自激励对象持有志明管理财产份额之日起算至回购资金支付之日当日单利、按照每年 365 日计算精确到日）的转让价格转让给普通合伙人或普通合伙人指定的第三方。

（4）特殊情形处理

激励对象如死亡、重大疾病、永久丧失工作能力等情形，激励对象所持志明管理出资份额不允许继承，发行人有权要求激励对象（若激励对象死亡，则由其合法继承人履行义务）将其持有的志明管理财产份额按照激励对象取得该等财产份额时的原始价格转让给普通合伙人或普通合伙人指定的第三方。

5、股份锁定

志明管理承诺：自明月镜片股票上市交易之日起三十六月内，不转让或者委托他人管理本企业/本人直接或间接持有的明月镜片公开发行股票前已发行股份，也不由明月镜片回购本企业/本人直接或间接持有的该部分股份。

6、其他

不存在发行人或第三方为员工参加持股计划提供奖励、资助、补贴等安排。

（三）关于员工持股平台人员确定标准及内部流转、退出机制的情况

1、志远管理及志明管理人员确定标准

发行人为实施股权激励目的设立志远管理、志明管理，志远管理及志明管理

各有限合伙人系对发行人及其子公司未来发展起重要作用的在职员工，志远管理及志明管理各激励对象的确定标准分别经明月光电董事会审议通过，具体确定标准如下：

（1）志远管理股权激励对象为公司高级管理人员、年度绩效评估须在 C 级（含 C 级）以上的核心总监人员（研发、销售、审计）；

（2）志明管理股权激励对象为在发行人任职满 2 年以上的经理级以上管理人员或技术骨干，年度绩效评估须在 C 级（含 C 级）以上。

2、持股员工离职或退休后平台内部流转、退出机制

志远管理作为员工持股平台，建立了健全的持股平台内部流转、退出机制：若发生激励对象离职的，该名激励对象应向谢公晚或谢公晚指定的员工转让激励份额；发行人成功 IPO 且志远管理持股锁定期届满后，在不违反法律规定的前提下，激励对象可以对发行人的股份进行减持。

志明管理作为员工持股平台，建立了健全的持股平台内部流转、退出机制：若发生有限合伙人离职的，该名有限合伙人应向实际控制人谢公兴或其指定的员工转让激励份额；发行人成功 IPO 且志明管理持股锁定期届满后，在不违反法律规定的前提下，激励对象可以对发行人的股份进行减持，具体抛售计划和安排应经谢公兴和合计持有志明管理 50%以上出资份额的合伙人同意。

志远管理与志明管理均已建立健全的内部流转、退出机制。

十六、发行人员工及其社会保障情况

（一）员工人数及变化情况

报告期各期期末，发行人员工人数如下表所示：

项目	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
员工人数	1,253	1,298	1,497

1、报告期各期员工情况

报告期各期，公司员工的专业结构如下：

专业分工	2020 年末		2019 年末		2018 年末	
	人数	占员工总数比例	人数	占员工总数比例	人数	占员工总数比例
生产人员	697	55.63%	782	60.25%	1,021	68.20%
管理及行政人员	250	19.95%	267	20.57%	243	16.23%
销售人员	187	14.92%	145	11.17%	129	8.62%
研发技术人员	119	9.50%	104	8.01%	104	6.95%
合计	**1,253**	**100.00%**	**1,298**	**100.00%**	**1,497**	**100.00%**

2、2019 年及 2020 年上半年员工人数大幅减少的原因

2019 年末发行人员工有所减少，较 2018 年末减少 199 人，主要是由于发行人对产品结构战略性调整、对生产线进行精益化调整和强制员工全员缴纳社保，造成生产人员减少 239 人所致。

2020 年 6 月末发行人员工有所减少，较 2019 年末减少 127 人，主要是由于发行人部分员工受疫情影响无法及时返工及公司持续对生产线进行精益化调整，造成生产人员减少。

3、与职工薪酬总额、业务发展规模相匹配

报告期内，发行人营业收入、支付的薪酬总额及生产人员平均工资情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
营业收入	53,968.14	55,250.12	50,941.85
营业收入增长率	-2.32%	8.46%	19.51%
薪酬总额	11,807.75	12,339.68	11,974.82
薪酬总额增长率	-4.31%	3.05%	11.07%
员工平均薪酬	9.41	8.50	7.40
员工平均薪酬增长率	10.63%	14.98%	7.50%

报告期内，发行人员工人数呈现下降趋势，但由于生产人员薪酬计算以计件制为主，员工平均生产效率有较大提高，平均薪酬亦相应提升，同时，发行人收

入稳定增长，销售人员和管理人员薪酬亦同步提高。公司薪酬总额变动趋势与营业收入的增长趋势保持一致。员工平均薪酬与职工薪酬总额、公司业务发展规模相匹配。

按发行人所在地统计局年度统计年鉴数据列示如下：

（1）丹阳地区

单位：元/年

类型	2020 年度	2019 年度	2018 年度
当地平均工资	无	68,309.00	65,029.00
平均增长率	-	5.04%	7.01%

（2）上海地区

单位：元/年

类型	2020 年度	2019 年度	2018 年度
当地平均工资	无	114,962.00	105,176.00
平均增长率	-	9.30%	8.38%

注：2020 年统计年鉴尚未公布

报告期内，发行人薪酬总额及员工平均薪酬均呈现上升趋势，与发行人业务发展情况匹配。2018 年度员工平均薪酬及增长率高于丹阳当地平均水平，2019 年度员工平均薪酬增长率高于丹阳和上海当地平均水平，员工平均薪酬高于丹阳地区平均水平，且与上海地区平均水平差距有所减少。综上，发行人不存在压缩人工成本的情况。

（二）员工结构情况

1、专业结构

截至 2020 年 12 月 31 日，公司员工的专业结构如下：

专业分工	人　数	占员工总数比例
生产人员	697	55.63%
管理及行政人员	250	19.95%
销售人员	187	14.92%
研发技术人员	119	9.50%

专业分工	人　数	占员工总数比例
合计	**1,253**	**100.00%**

按不同岗位人员全年平均人数列示如下：

单位：人

人员类别	2020 年度	2019 年度	2018 年度
生产人员	772	1,034	1,219
销售人员	186	158	135
管理人员	247	207	216
研发人员	50	52	49
合计	**1,255**	**1,451**	**1,619**

2019 年发行人员工较 2018 年减少 168 人，主要系发行人对产品结构战略性调整、对生产线进行精益化调整和强制员工全员缴纳社保，造成生产人员减少 185 人导致。

2020 年发行人员工较 2019 年减少 196 人，主要是由于发行人部分员工受疫情影响无法及时返工及公司持续对生产线进行精益化调整，造成生产人员减少 262 人所致。

2、员工受教育程度

截至 2020 年 12 月 31 日，员工受教育程度如下：

学历类别	人　数	占员工总数比例
本科及以上	242	19.31%
大专	181	14.45%
中专及以下	830	66.24%
合计	**1,253**	**100.00%**

3、员工年龄分布

截至 2020 年 12 月 31 日，员工年龄分布如下：

年龄区间	人　数	占员工总数比例
30 岁及以下	493	39.35%
31-40 岁	422	33.68%

年龄区间	人　数	占员工总数比例
41-50 岁	263	20.99%
51 岁及以上	75	5.99%
合计	**1,253**	**100.00%**

（三）发行人执行社会保障制度、住房制度改革、医疗制度改革情况

1、社会保险、住房公积金的缴纳情况

报告期内发行人员工未缴纳社会保险、住房公积金的情况如下：

（1）报告期内未缴纳社会保险、住房公积金的情况

1）报告期内未缴纳社会保险的情况

发行人及其子公司报告期各期末未缴纳社会保险的人数分别为 662 人、132 人和 93 人，未缴纳人数和占比均呈大幅下降趋势。报告期内发行人社会保险实缴人数与员工在册人数存在差异主要原因如下：

单位：人

序号	未缴纳原因	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日
1	退休返聘人员	42	35	42
2	新入职员工缴纳手续尚在办理	44	36	35
3	因个人原因不愿意缴纳而自愿放弃	6	60	584
4	外籍人士	1	1	1
合计		**93**	**132**	**662**

2）未缴纳住房公积金的情况

发行人及其子公司报告期各期末未缴纳住房公积金的人数分别为 1,289 人、154 人和 102 人，人数和占比均呈大幅下降趋势。报告期住房公积金实缴人数与员工在册人数存在差异主要原因如下：

单位：人

序号	未缴纳原因	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日

1	退休返聘人员	41	35	42
2	新入职员工缴纳手续尚在办理	44	36	35
3	因个人原因不愿意缴纳而自愿放弃	16	82	1,211
4	外籍人士	1	1	1
合计		**102**	**154**	**1,289**

发行人属于生产制造型企业，生产一线操作人员较多， 2018 年期间，员工对社会保险、住房公积金缴纳的积极性不足；后经公司人事等部门对社会保险、住房公积金的宣传贯彻，员工参保和缴纳住房公积金意愿逐渐增强，至 2019 年后，因个人原因不愿意缴纳的人员逐步减少。

（2）关于社会保险、住房公积金补缴的核查

1）补缴金额测算

针对报告期内发行人及子公司存在未为全部员工缴纳社会保险、住房公积金的情形，根据相关法律法规和各地政策性文件的规定进行测算，报告期内发行人须补缴社会保险、住房公积金的金额测算如下：

单位：元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
补缴社保金额	140,718.80	3,281,539.98	6,215,526.17
补缴公积金金额	55,301.00	759,962.00	1,310,875.50
需要补缴金额小计	196,019.80	4,041,501.98	7,526,401.67
扣非后归属于母公司股东的净利润	63,452,703.76	65,924,569.42	44,071,949.35
占同期扣非归母净利润比例	**0.31%**	**6.13%**	**17.08%**

报告期内，发行人未足额缴纳的社会保险及住房公积金金额占发行人扣除非经常性损益后归属于母公司净利润比例呈现逐年下降趋势，发行人扣减上述未缴纳的社会保险和住房公积金后仍然符合《管理办法》第十一条第（二）项规定的上市条件。

2）实际控制人关于补缴社会保险和住房公积金的承诺

针对报告期内发行人及其子公司未为全体员工足额缴纳社会保险和住房公积金的情形，发行人控股股东、实际控制人于 2020 年 7 月出具承诺函：“明月镜片及其控股子公司、分公司若因首次公开发行人民币普通股股票并上市之前未缴或少缴相关社会保险金和住房公积金而被社保或住房公积金主管部门追缴或处罚的，本公司/本人将全额承担明月镜片及其控股子公司、分公司应补缴或缴纳的社会保险金和住房公积金、有关罚款、滞纳金以及其他相关费用，保证明月镜片及其控股子公司、分公司不因此遭受任何损失”。

3）发行人关于社会保险和住房公积金方面的守法情况

根据丹阳市人力资源和社会保障局、上海市普陀区人力资源和社会保障局办公室、镇江市住房公积金管理中心丹阳分中心、上海市公积金管理中心出具的相关证明，发行人及子公司近三年及截至证明出具之日无因违反社保、住房公积金方面的法律、法规而受处罚的情形。

报告期内，发行人虽存在未为部分员工缴纳社保及办理住房公积金的情形，存在补缴风险，但上述行为未受到相关主管部门的行政处罚，且发行人控股股东、实际控制人已作出愿意承担所有补缴金额、承担任何罚款或损失赔偿责任的承诺，前述情形不构成重大违法行为，且所涉金额较小，不会对发行人本次发行并上市构成实质性的法律障碍。

（四）人工成本

1、各岗位员工的薪酬水平

报告期内，发行人按地区和人员类别列示的薪酬水平及增长幅度如下：

单位：元、元/月

地区	类别	类型	2020 年度	2019 年度	2018 年度
上海	销售人员	平均工资	19,486.68	18,956.04	16,543.79
		增长幅度	2.80%	14.58%	29.40%
	管理人员	平均工资	21,091.62	21,546.99	18,888.08
		增长幅度	-2.11%	14.08%	35.62%
丹阳	生产人员	平均工资	5,859.73	5,322.93	4,742.06

地区	类别	类型	2020 年度	2019 年度	2018 年度
		增长幅度	10.08%	12.25%	10.07%
	销售人员	平均工资	9,142.93	10,143.53	8,044.98
		增长幅度	-9.86%	26.09%	7.00%
	管理人员	平均工资	6,133.52	6,623.62	6,150.11
		增长幅度	-7.40%	7.70%	0.66%
	研发人员	平均工资	18,894.95	15,920.07	16,275.46
		增长幅度	18.69%	-2.18%	-6.58%

注：工资总额数为历年披露工资、社保、公积金合计数。人次为各月人数的合计。

报告期内，发行人上海区域员工人均工资整体呈上升趋势。

2018 年上海地区管理人员、销售人员人均工资上升，主要因为 2018 年开始上海子公司停止使用部分劳务派遣人员，同时调整人员结构，低级别人员离职，导致人均工资上升。

2019 年销售人员人均工资大幅上升，主要因为 2019 年优化销售人员薪酬考核制度，导致人均薪酬上升。

2020 年丹阳地区销售人员人均工资较 2019 年下降，主要因为受疫情影响业绩下降，减少业务员季度奖金和年终奖。2020 年丹阳地区生产人员人均工资较 2019 年上升，主要因为 2020 年发行人生产人员工资为计件工资，发行人调整产线，生产人员通过精益流程改造减少较多，人均月产量提高，故人均工资相对提高。2020 年丹阳地区研发人员人均工资较 2019 年上升主要是因为研发人员工资提高。

2、与同行业职工薪酬平均水平比较

因眼镜行业相关上市公司较少，选取博士眼镜（300622.SZ）作为对比对象。具体数据如下：

单位：元

年份	公司	工资总数	人数	平均工资
2020 年度	博士眼镜	136,538,528.96	1,794	6,342.37
	发行人	118,077,503.35	1,255	7,840.47
	差异			23.62%

2019 年度	博士眼镜	145,762,470.03	1,748	6,949.01
	发行人	123,396,780.06	1,451	7,086.88
	差异			1.98%
2018 年度	博士眼镜	135,317,067.70	1,731	6,514.40
	发行人	119,748,235.96	1,619	6,163.69
	差异			-5.38%

注 1：数据来源于博士眼镜各年度报告

注 2：发行人员工人数为每年各月加权平均数

如上表所示，发行人与博士眼镜职工工资水平差距较小。差异原因主要如下：

（1）企业类型差异：发行人为眼镜生产型企业，博士眼镜为零售连锁型企业；

（2）地区差异：博士眼镜经营地为深圳、杭州、南宁，发行人的主要经营地为江苏丹阳。

2020 年发行人人均工资高于博士眼镜，主要系发行人 2020 年度生产人员和研发人员人均工资提高所致。

3、与当地职工薪酬平均水平比较

按发行人所在地统计局年度统计年鉴数据列示如下：

（1）丹阳地区

单位：元

类型	2020 年度	2019 年度	2018 年度
员工平均工资	82,655.04	76,250.11	66,141.98
当地平均工资	无	68,309.00	65,029.00

（2）上海地区

单位：元

类型	2020 年度	2019 年度	2018 年度
员工平均工资	244,227.55	245,559.01	215,194.34
当地平均工资	无	114,962.00	105,176.00

注：2020 年统计年鉴尚未公布

如上表所示，报告期内发行人丹阳市、上海市员工平均工资均高于当地人均工资。除 2020 年上海区域人均工资受疫情影响有下降之外，发行人人均工资水平呈上升趋势。

（五）劳务派遣用工情况

1、报告期内发行人劳务派遣的具体情况

报告期内，发行人存在劳务派遣情形但不存在劳务外包情形。

报告期各期期末发行人存在的劳务派遣情形如下：

时间	公司	劳务派遣人数	员工总数	占比	劳务派遣岗位
2018 年 12 月 31 日	发行人	20	1,009	1.98%	操作工、行政、运营人员
	明月光学	9	215	4.19%	操作工
	江苏赛蒙	6	232	2.59%	操作工
	上海镜连	6	10	60%	仓管员、质检工程师、品控、客服、设计师
	上海维沃	8	12	66.67%	业务经理、客服专员、商务专员
2019 年 12 月 31 日	发行人	2	808	0.25%	运营、行政人员
2020 年 12 月 31 日	发行人	45	858	5.24%	操作工
	明月光学	18	218	8.26%	操作工
	江苏赛蒙	3	136	2.21%	操作工

报告期内发行人及其子公司存在劳务派遣的原因主要是报告期前期发行人设备自动化程度较低，多个工序之间设备无法自动衔接，生产效率较低、发行人部分子公司未在丹阳设立分公司无法为其在丹阳办公的员工缴纳社会保险和住房公积金。

报告期内，发行人部分子公司虽存在劳务派遣比例超过其员工总数的 10%的情形，不符合《劳务派遣暂行规定》的相关规定，但截至本招股说明书签署之日，发行人对于上述不合规的情形进行了规范，且上述行为未受到相关主管部门的行政处罚。

除上述情形外，发行人使用的劳务派遣人员主要从事操作工、仓管员、质检工程师、品控员等辅助性工作，该等岗位人员可替代性较强，流动性相对较大，为了避免因人员流动频繁而增加公司员工管理难度，发行人在该等岗位上使用劳务派遣人员。劳务派遣人员均被安排在发行人临时性、辅助性、可替代性较强的工作岗位上，符合《劳务派遣暂行规定》的相关规定。

2、劳务派遣机构的资质和定价情况

报告期内，为发行人提供劳务派遣服务的单位共 7 家，该等派遣机构均有劳务派遣业务经营资质

发行人与上述派遣单位均不存在关联关系，发行人系根据用工需求、劳务派遣公司规模、劳务派遣公司市场口碑、服务资质规范性和服务质量选择合作的劳务派遣单位，定价以劳动用工人数为基础进行市场询价确定，劳务派遣服务费与当地其他公司相比不存在差异，定价遵循劳务派遣服务行业惯例。

发行人合作的劳务派遣单位具备劳务派遣业务经营资质，发行人与劳务派遣单位的定价具有合理性和公允性，不存在重大违法行为。

（六）报告期内劳动纠纷情况

1、报告期内发行人劳动纠纷的情况

报告期内发行人及其子公司发生劳动纠纷的情况及具体原因如下：

（1）撤诉的劳动纠纷

报告期内，发行人子公司存在 1 起员工主动撤诉的劳动纠纷，具体情况为：王从兰因明月光学未安排其春节加班，认为明月光学减少了其收入，提起仲裁，本案以王从兰撤诉结案。

（2）工伤争议的劳动纠纷

报告期内，发行人及其子公司存在 6 起工伤争议的劳动纠纷，主要原因系工伤/商业保险赔付时间较久，员工更倾向于通过劳动仲裁的方式要求发行人及其子公司先行支付赔付款，具体情况如下：

序号	原告/仲裁申请人	被告/仲裁被申请人	具体情况
2019 年度			
1	束银芳	发行人	束银芳在下班途中发生交通事故，因商业保险赔付时间较久，故束银芳通过劳动仲裁的方式要求发行人先行支付赔付款，双方达成和解，发行人向其支付 48,000 元
2	韩龙	发行人	韩龙在工作时踏空后崴脚，因对其商业保险赔付金额存在纠纷，故韩龙提起仲裁，双方达成和解，发行人向其支付 53,000 元
3	眭明明	江苏赛蒙	眭明明在工作中从人字梯上不慎跌落，手臂骨折；因商业保险赔付时间较久，故眭明明通过劳动仲裁的方式要求江苏赛蒙先行支付赔付款，双方最终达成和解，发行人向其支付 80,000 元
4	张金仙	江苏赛蒙	张金仙下班途中发生交通事故，因工伤保险赔付时间较久，故张金仙通过劳动仲裁的方式要求江苏赛蒙先行支付赔付款，双方达成和解，江苏赛蒙向其支付 47,520 元
2020 年度			
1	钟德祥	江苏赛蒙	钟德祥在工作中被弹出的桶盖打伤，因工伤保险赔付时间较久，故钟德祥通过劳动仲裁的方式要求江苏赛蒙先行赔付，双方达成和解，江苏赛蒙向其支付 59,000 元
2	戴利伟	明月光学	戴利伟在工作中被工装篮划伤手，因工伤保险赔付时间较久，故戴利伟通过劳动仲裁的方式要求明月光学先行赔付，双方达成和解，明月光学向其支付 3,000 元

2、工资、补偿金争议的劳动纠纷

报告期内，发行人及其子公司存在 7 起工资、补偿金争议的劳动纠纷，具体情况如下：

序号	原告/仲裁申请人	被告/仲裁被申请人	纠纷原因
2018 年度			
1	徐峰	发行人	徐峰因发行人未及时支付徐峰离职办理期间的业绩奖励金，提起仲裁，双方达成和解，发行人向其支付业绩奖励金 2,450 元
2	陈小丽	江苏赛蒙	陈小丽向江苏赛蒙提出离职后不配合办理离职手续，故江苏赛蒙推迟支付工资，陈小丽遂提起仲裁，双方达成和解，江苏赛蒙向其支付工资及补偿金合计 3,311.5 元
3	陈刚	江苏可奥熙	陈刚在试用期考核不合格，江苏可奥熙将其辞退，陈刚不满其被辞退故提起诉讼，双方达成和解，江苏可奥熙向其支付工资及补偿金合计 1,500 元
2019 年度			
1	朱国成	发行人	朱国成对其任职期间的奖励金、工资待遇、竞业补偿金与发行人存在争议，故朱国成提起仲裁，后其不同意劳动仲裁委继续审理，另行提起诉讼，双方最终达成和解，发行人分期向其支付补偿金合计 890,000

			元
2	董小虎	发行人	发行人拟将董小虎岗位由渠道经理转岗销售经理，待遇不变；董小虎不满该调岗安排并对奖励金等存在争议，故提起诉讼，丹阳市人民法院判决：发行人向其支付奖金合计 10,200 元
3	张雷	明月光学	张雷不满明月光学对其的转岗安排，提起诉讼，最终双方达成和解，明月光学向其支付补偿金 40,000 元
2020 年度			
1	朱英	江苏赛蒙	朱英在新冠肺炎疫情期间未到岗，江苏赛蒙在联系不上朱英的情况下，推迟一个月派发工资，朱英提起仲裁，双方达成和解，江苏赛蒙向其支付工资 5,200 元

如上表所示，报告期各期发行人及其子公司与员工的有关工资、补偿金争议的劳动纠纷情况为：

时间	工资、补偿金争议的劳动纠纷数量	员工总数	纠纷涉及的员工占当年度总员工比例
2018 年度	3	1,497	0.20%
2019 年度	3	1,298	0.23%
2020 年度	1	1,253	0.08%

如上所示，报告期各期发行人及其子公司与员工的有关工资、补偿金争议的劳动纠纷数量较少，上述纠纷涉及的员工占当年度发行人总员工比例较低。

3、报告期内发行人裁员的情况

发行人系一家生产性企业，一线操作工占发行人员工总人数比例较高。一线操作工基本为外地员工，受每年春节前后人员返乡、2020 年新冠肺炎疫情影响复工及外地员工返程困难等因素的影响，一线操作工流动性较大。报告期各期春节前后，一线操作工因个人原因主动离职的情况较多。除员工因个人主动提出离职外，报告期内发行人及其子公司与员工协议解除及单方解除员工劳动关系的情况如下：

单位：人

原因	2020 年度	2019 年度	2018 年度
协议解除	9	7	9
单方解除	0	1	2

合计	9	8	11
占当年度发行人员工比例	0.72%	0.62%	0.73%

如上表所示，报告期内发行人员工离职主要系其个人主动提出离职，发行人主动解除劳动合同的情况较少，且发行人及其子公司均已按照《劳动合同法》的规定向被开除员工支付补偿金。

根据丹阳市人力资源和社会保障局出具的相关证明，发行人、江苏赛蒙、明月光学近三年及截至证明出具之日内未因违反劳动及社会保障而受到行政处罚。

综上所述，报告期内，发行人已按照劳动法律相关规定足额支付劳动报酬，不存在欠薪、违法解雇等侵犯职工合法权益的行为；发行人系生产性企业，生产人员流动性较大，报告期内员工因个人原因主动离职情况较多，发行人裁员人数较少且发行人按照《劳动合同法》的相关规定办理裁员事宜，不存在违反《劳动合同法》的相关规定进行大量裁员或经济性裁员的情形，未造成群体性劳动纠纷。

第六节 业务与技术

一、发行人主营业务经营情况

（一）发行人主营业务

发行人是一家国内领先的综合类眼镜镜片生产商，其“明月镜片”品牌具有良好的品牌形象及市场知名度。公司建立了完善的全国性销售网络，直接及间接覆盖和服务全国各省市地区逾万家门店客户。公司具备完善的产业链及一站式服务体系，拥有完备的研发、设计、生产、销售能力，业务涵盖树脂原料的研发、生产及销售，镜片光学结构、光学膜层及功能化镜片的研发及设计，树脂镜片大规模工业化生产及个性化定制生产，镜架设计及成镜的生产、销售。多年来，发行人持续为市场提供品质稳定、品类齐全的眼视光产品。

眼镜镜片的设计与生产融合了数学、光学、有机化学、表面及结构物理、机械加工、医学等多学科领域技术，对产品及其生产过程的技术指标、品质及创新性具有很高的要求。经过十多年的行业沉淀与积累，发行人掌握了部分核心原料的生产工艺，在满足自用的同时也能对外销售；并且通过优化配方和改良聚合物分子层结构等技术手段，不断优化原材料产品品质。结合在高分子原料生产及大规模镜片制造方面的双重优势，公司具备将前沿新型原材料快速转化、创新并实现规模化生产的经验与能力，并持续积极布局新型材料的研发与储备。

在光学设计方面，发行人充分结合材料特性、人体眼视光特征，不断深化材料改性技术、屈光度模型技术及精密镀膜膜系技术的研发及产业化，自主研发设计镜片光学结构、光学膜系结构及特定功能镜片，不断推陈出新。除了能为市场提供各种高品质的标准产品以及各种功能型镜片产品外，发行人还能够为复杂眼视光条件下的客户提供个性化定制生产。同时，发行人与著名光学专家庄松林院士及其团队合作，建立了行业示范性的院士工作站和眼镜工程技术中心，对眼视光行业的前瞻性课题进行专项攻坚。

眼镜镜片市场具有大批量、多品类、多屈光度的需求特性，而且对产品品质的稳定性、产品体系的完整性要求很高，进而对企业现代化的生产管理能力及生

产体系有着严苛的要求。从高品质的原材料产业化应用、自产及改良能力的保障开始，到后续镜片、镜架的设计和生产，再到成镜及定制车房片的设计及生产，发行人能够控制各环节的稳定运行，确保产品品质。同时公司不断研发新产品、新工艺，向市场提供各种光度的高折射率、超韧、超亮、超薄、蓝光防护、智能变色、偏光、渐进多焦点等多种性能镜片，并基于消费者的需求提供定制化的复合性能的多功能产品。发行人产业链式的生产模式及一站式服务体系，为公司持续稳定的产品质量及丰富的产品体系提供了保障。

确保技术优势及产品品质的同时，发行人在全国市场建立了良好的营销网络体系，培养了经验丰富的营销团队，通过直销、经销等多渠道相结合的模式，深耕线下终端门店市场，拓展线上销售渠道资源，下沉服务体系。目前公司直接和间接合作的线下终端门店数量超过万家。近年来网络销售发展迅速，新零售模式下直接面对个体消费者的线上品牌旗舰店销售规模也迅速扩大。

公司的工厂被国家工信部评为“国家绿色工厂”。公司产品连续多年国内销量领先，在业内屡获殊荣，部分产品销往美国、日本等地。

本公司的主营业务、主要产品和服务以及主要经营模式自成立以来未发生重大变化。

报告期内，发行人的主营业务收入及其构成情况如下：

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
镜片	43,612.06	81.04%	44,782.84	81.33%	42,969.63	85.48%
原料	4,855.32	9.02%	6,188.07	11.24%	5,735.34	11.41%
成镜	4,956.43	9.21%	3,076.41	5.59%	851.12	1.69%
镜架	361.92	0.67%	974.33	1.77%	608.41	1.21%
其他	29.38	0.05%	39.87	0.07%	104.68	0.21%
合计	**53,815.10**	**100.00%**	**55,061.52**	**100.00%**	**50,269.18**	**100.00%**

（二）主要产品或服务的基本情况

自设立以来，发行人一直专注于眼镜镜片、镜片原料（树脂原料）、成镜、镜架等眼视光产品的研发、设计、生产和销售。

眼镜是一种兼具视力矫正、视力保护与面部装饰的消费品。通过眼镜镜片的折射率、屈光度、镀膜膜层及实用功能等指标的组合，适配具体消费个体的视力状况，实现调节光线传导方向、过滤有害光线等功能，从而达到矫正视力、保护眼睛的作用。镜架支撑镜片发挥功能的同时，作为日常佩戴在面部的产品，通过变换不同的款式还兼具饰品的功能。

1、镜片

镜片作为眼镜的核心功能性部件是发行人的核心产品。

（1）发行人镜片的参数和特性

镜片是一个融合了数学、光学、有机化学、表面及结构物理、机械加工、医学等学科的产品。镜片的光学性能主要由镜片材料、光学设计、镜片膜层和实用功能四方面决定。

1）镜片材料

通常而言，镜片材料决定了镜片的基础参数，包括镜片折射率、色散系数、透光率等。

参数和特性	说明
镜片折射率	镜片折射率，是光在真空中的传播速度与光在镜片材料中的传播速度之比，反映了镜片对光线的折射能力。报告期内发行人镜片产品的折射率主要包括 1.56、1.60、1.67、1.71、1.74 等规格分类。
色散系数（阿贝数）	色散系数又称阿贝数，用以衡量光线经过透明介质后的色散程度。一般来说，介质的折射率越大，色散越严重，阿贝数越小；反之，介质的折射率越小，色散越轻微，阿贝数越大。一般而言，镜片的阿贝数在 30 到 60 之间。
透光率	透光率表示光线透过介质的能力，是透过透明或半透明体的光通量与其入射光通量的比率。通常而言，透光率越高，视物越清晰。

通常而言，相同屈光度下，眼镜镜片的折射率越高，镜片边缘厚度越薄，镜片越轻薄，可以适配更大、更多类型的镜架，但是色散程度会加剧，视物的清晰

度会受到影响。发行人依托自身对高分子树脂原料的技术积累，自主研发和调整聚合物分子的部分结构，以改善和弥补高折射率原料的性能与缺陷。例如，发行人的 1.71 超薄高折射率镜片产品，弥补了高折射率材料先天色散度过高的缺陷，实现了镜片产品高折射率、低色散的双重优点，还被中国轻工业联合会评为“创新消费品”。

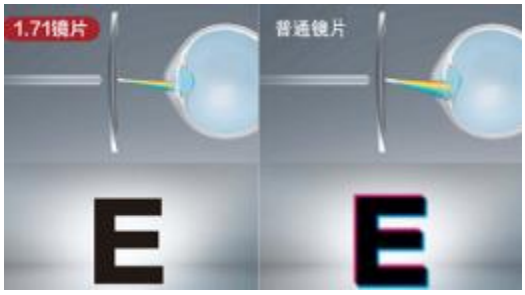
以 1.60 折射率和 1.71 折射率为例进行比较，600 度近视的情况下，直径为 60mm 的 1.71 非球面镜片与 1.60 非球面镜片进行对比，前者比后者薄约 11%，重量轻约 7%。

1.60、1.71 折射率非球面树脂镜片的比较（600 度近视、直径 60mm 的镜片）



以 1.71 折射率为例，普通镜片与发行人高折射率、低色散镜片的视物清晰度比较如下：

1.71 折射率低色散片与发行人低色散镜片的比较



1.71 低色散镜片　　普通镜片

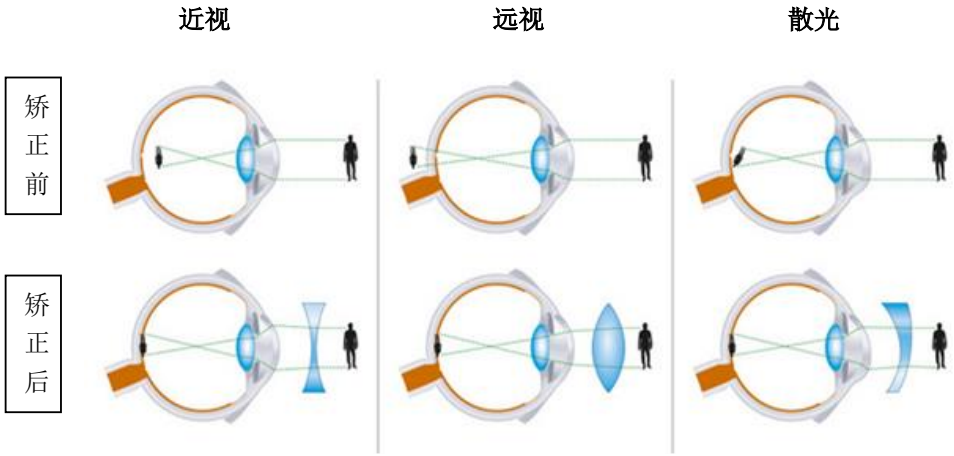
2）光学设计

光学设计是决定镜片能否达到预期的视力矫正效果、视野效果和佩戴舒适感的关键指标之一。

A、屈光不正与屈光度

屈光不正是指由于眼球发生永久或暂时性的眼轴改变，导致物体影像不能落在视网膜上。屈光不正分为近视（Myopia，物体影像落在视网膜之前）、远视（Hyperopia，物体影像落在视网膜之后）、散光（Astigmatism，使用标准凹镜或凸镜进行矫正后，一部分影像仍然不能落到视网膜上）。

屈光不正示例



屈光不正可通过凸透镜、凹透镜来进行矫正。光线由一种物质射入到另一种光密度不同的物质时，其光线的传播方向产生偏折，称之为屈光现象。通常以“屈光度 D”表示屈光力大小的单位。1D 屈光力相当于可将平行光线聚焦在 1 米焦距上。近视、远视的屈光度是球镜屈光度，一般凸透镜（如：远视镜片）的度数是正数（+），凹透镜（如：近视镜片）的度数是负数（-）；而散光的度数为柱镜屈光度。

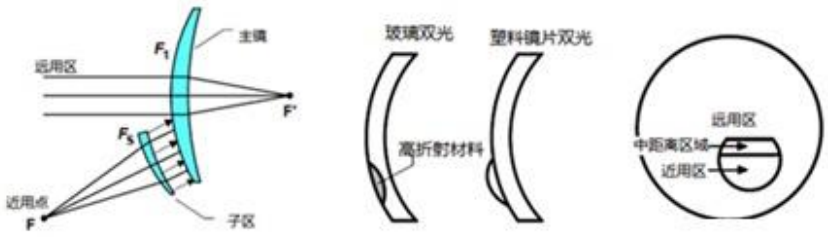
发行人的镜片产品涵盖近视、远视及散光的各种屈光度，以及不带屈光度的平光镜片。发行人镜片产品屈光度范围涵盖+1000 度到-1000 度，每 25 度为一间隔。同时，可以根据客户的特殊要求，有针对性地定制特定屈光度或者复杂屈光度组合的镜片产品。例如，当客户屈光度超出标准产品范围的时候，发行人可以提供定制服务。

B、单焦点、双焦点和渐进设计

通常镜片都只有一个焦点、一个屈光度，称之为单焦点镜片或单光镜片。双焦点镜片是指一个镜片存在两个焦点、两个屈光度，又称为双光镜片。双焦点设计主要是解决镜片实际使用过程中远用和近用的不同屈光度需求。

镜片在实际使用过程中，由于看近和看远对镜片度数的要求是不一样的。对老花眼而言，通常阅读时需要佩戴老花镜，而看远时则完全不需要佩戴。近视的年轻人随着年龄增长，眼睛调节能力减弱，以后看近看远也需要不同的度数。尽管双焦点设计解决了远用、近用的不同屈光度需求，但是各区域之间的切换相对生硬，存在光学成像跳变的问题，导致视觉感受受到影响。

双焦点设计



渐进设计在满足不同屈光度需求的同时，解决了区域切换过渡不自然的问题，镜片的度数实现了梯度变化。渐进片被称为“会变焦的镜片”，一副眼镜相当于多副眼镜。

发行人紧跟市场需求，拥有单焦点、双焦点和渐进设计产品，对于复杂的光学结构需求，发行人创办了定制车房，对独特的客户需求提供一对一的专属光学设计及镜片生产。

3）镜片膜层

镜片膜层是指在镜片表面镀上的多层光学薄膜。在镜片表面用物理或化学的方法，镀上一定厚度的单层或多层光学薄膜，能够提升镜片的性能，或者使镜片实现一些新的优良性能。

经过多年的积累与创新，发行人已经掌握了多种膜层的设计及应用工艺，对镀膜原料选择、膜层指标设计、多膜层组合、镀膜生产品控等方面，持续投入研发，改进与创新镀膜工艺，并积累了丰富的经验。

发行人主要镜片膜层包括：

A、强化膜：又叫加硬膜，是一层与镜片相近折射率的金属氧化物与偶联剂混合而成的膜层，可加强镜片表面硬度，提升镜片耐磨性；

B、减反射膜：利用光的干涉原理，使通过膜层两侧反射回去的光线发生干涉，从而相互抵消，减少或消除镜片光线反射，能够增加镜片的透光度；通常一层减反膜只对某一波段的光有减反作用，单层减反射膜较难达到理想的增透效果，因此，需要采用双层、三层甚至更多层数的减反射膜来改善可见光全波段增透效果；

C、防水防油膜：将氟化物等憎水材料沉积于镜片表面，能够减少水/油与镜片的接触面积，从而增强镜片的防水性、防油污性，使镜片更易于清洁；

D、防静电膜：通常是采用氧化铟锡（ITO）材料在镜片表面镀成一层薄膜，ITO 膜能够有效的消除镜片表面累积的静电，减少镜片表面灰尘吸附；

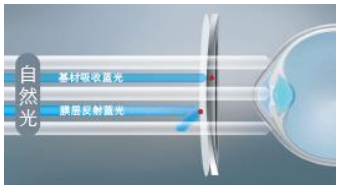
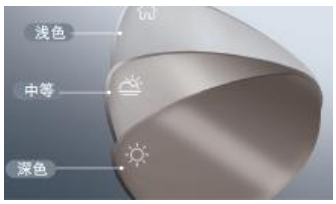
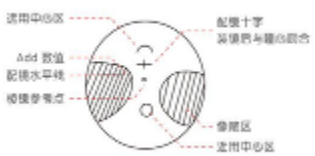
E、防辐射膜：根据电磁干扰遮蔽原理，采用特殊镀膜工艺，在镜片表面形成一种屏障，将低频辐射及微波进行反射和吸收，有效地滤除电磁辐射波；

F、防蓝光膜：通过光的干涉反射原理，能有效反射波长 415nm-455nm 的有害蓝光，保护眼睛免受有害蓝光的伤害；

4）实用功能

随着市场的发展，消费者对镜片产品的需求日趋多样化，眼镜的应用环境不断增加。发行人根据市场和消费者需求的变化，积极拓展产品品类，通过调整镜片基础材料、光学设计或镜片膜层使得镜片拥有一种或同时拥有多种功能特性，比如超韧、超亮、超薄、蓝光防护、智能变色、驾驶偏光、渐进等。

功能特性	示例	产品技术特点
超韧（静压、抗冲击）		对镜片材料、膜层进行抗冲击的优化调整。超韧镜片可经受 199 公斤的静压，以及重达国标 5.6 倍小钢球冲击，抗冲击性能较强

功能特性	示例	产品技术特点
超亮（高透光率）		对镜片材料、膜层进行高透光率的优化调整。超亮镜片透光率可高达 98.6%（数据来源：国家眼镜产品质量监督检验中心出具的《检验报告》（0145 号））
超薄（高折射率低色散）		对镜片材料、膜层进行优化，实现了高折射率、低色散
蓝光防护（阻隔有害蓝光）		对镜片材料、膜层进行防蓝光的优化调整，实现基材吸收、膜层反射的双重防蓝光
智能变色（室内外变色）		对镜片材料或镜片膜层进行设计调整，实现镜片在室内外环境切换时变色的效果。变色镜片分为基变镜片、膜变镜片。基变镜片是在镜片材料中添加实现变色的化学物质；膜变镜片是在镜片镀膜工艺中进行特殊处理
驾驶偏光		传统偏光技术在平光镜片表面附偏光膜，难以生产有度数的偏光镜片。发行人改进技术，将偏光膜融于镜片基材中，可配有度数的偏光镜片
渐进镜片		通过精准的光学设计实现镜片屈光度的渐进式变化，满足远中近距离清晰视物的需求，也能使不同距离视物切换时过渡更自然

（2）镜片分类

1）根据折射率的不同进行分类

镜片折射率是光在真空中的传播速度与光在镜片材料中的传播速度之比，反映了镜片对光线的折射能力。根据镜片材料折射率的不同，发行人的镜片产品按折射率种类主要分有以下几类规格产品：1.56、1.60、1.67、1.71、1.74。

2）根据屈光度的不同进行分类

根据屈光度的不同，发行人的镜片产品主要分为近视镜片、平光镜片和远视镜片。发行人镜片产品屈光度范围涵盖+1000 度到-1000 度，每 25 度为一间隔。同时，可以根据客户的特殊要求，有针对性地定制特定屈光度或者复杂屈光度组合的镜片产品。

3）根据功能性进行分类

按照镜片功能的不同，发行人的镜片产品分为日常普通镜片、功能性镜片。

A. 日常普通镜片

日常普通镜片是指各种折射率的普通镜片。

B. 功能性镜片

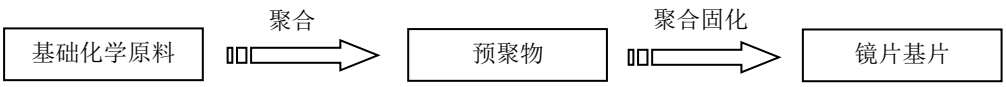
功能性镜片是指在日常普通镜片的基础上，通过调整镜片基础材料、光学设计或镜片膜层使得镜片拥有一种或同时拥有多种功能特性，比如超韧、超亮、超薄、蓝光防护、智能变色、驾驶偏光、渐进等。

4）根据镜片生产方式进行分类

根据镜片生产方式进行分类，发行人的镜片产品分为现片和定制片。

现片是指批量、标准化生产的镜片。定制片是指根据客户个性化的需求定制各类镜片。发行人设有专业的定制车房，能够实现镜片产品一对一的定制化生产，满足客户高光度、复合功能等多样化的需求。

2、镜片原料



树脂镜片主要使用高分子树脂材料制造。树脂原料系将基础化学原料按照一定的配方比例混合，并辅以催化剂、特定的温度及环境，经过一定时间的聚合反应，生成较大分子的预聚物。预聚物一般呈透明液态，经添加一定的催化剂和辅料后，注入到镜片模具中，在特定温度及环境下，经过一定时间的聚合固化，最终形成固态的镜片基片。基片再经后续进一步固化、镀膜等工序后，形成最终的镜片产品。镜片原材料技术的掌握与应用难点集中体现在前述两次聚合反应的环节。

（1）预聚物生产

基础化学原料的配方、生产工艺，以及预聚物的分子结构等，直接决定了预聚物的性能及对后续生产的影响，是该环节的核心难点。

发行人十多年前即开始涉足前端镜片原料的研究与生产。树脂镜片兴起之初，原料技术主要掌握在韩国和日本等境外企业手中，境内企业主要靠进口。2006年，发行人与韩国 KOC 合作设立工厂，研发并生产树脂原料。起初的生产配方及技术相对初级，相关原料产品的品质并不达标，存在如颜色偏黄、纯净度不高等缺陷。多年来，发行人持续投入研发力量，调整配方及工艺，并结合后段大规模生产的实证数据支持，不断改进，寻找各种原料的最佳配比，实现各种原料特性的充分互补与平衡。

同时，针对后段生产中遇到的材料问题，发行人自主深研各种原料的结构特性，通过改变预聚物的分子结构，创新性地改进其性能，提高大规模生产的效能。发行人自产原料主要为 1.56 和 1.60 折射率的预聚物，经过多年的摸索与改进，报告期内的原料产品品质优良，不但能够实现自给，而且也对业内其他镜片厂商销售。

（2）聚合固化配方及工艺

第二次聚合反应后即形成镜片基片，是大规模工业化生产镜片产品的核心环节。该环节中，预聚物原料在模具中交联固化的聚合过程是一个精细的化学过程，对主料、添加剂、催化剂的选取和配比要求极为精确，同时需要对反应的时间、温度进行精确的控制。配方、材料的升温曲线等生产工艺会直接影响最终镜片产

品的性能，如透光度、玻璃化程度、均一性等。对材料特性的了解及针对材料进行的精密生产控制，是材料应用成败的决定因素。

同时，眼镜行业原料供应也存在特殊性，即前沿的新型镜片原材料研发与生产主要掌握在日本、韩国等少数国家手中，其他国家企业往往只能直接进口预聚物用于生产。例如 1.67、1.71 和 1.74 等折射率的树脂材料，境内企业只能向 MITSUI CHEMICALS、日本三菱等企业采购。近年来，随着技术的进步和新材料的不断应用，国内的部分厂商也开始能够生产和供应用于生产高折射率树脂原料的核心主料。

但境内外原材料供应商往往只提供实验室条件下取得的交联固化的聚合样本及其反应环境指标，并不具备或提供如何实现大规模工业化生产的工艺、技术。而后者是新材料产业化、实现效益的关键环节。而且，直接进口的新材料也存在一定的缺陷，需要进一步改良与优化。因此，相较于原材料的供应，对材料特性的掌控及实现新技术产业化落地成为了行业的实质壁垒与关键。

多年来，发行人不断精研生产工艺，对不同材料、添加剂、环境、时间条件下的聚合过程及效果进行研究，结合公司产业化生产的大量数据与经验，积累了丰富的技术，不断优化和创新聚合工艺，提高自产树脂原料品质，改善和弥补进口高折射率原料的性能与缺陷，加速新型材料的转化速度，保证了公司镜片产品的品质。发行人掌握了高折射率树脂材料的规模化生产技术，相关产品已经推向市场，并获得了良好的效益。

除自产原材料获得业内认可外，发行人依托自身在高分子树脂原料技术方面地积累，自主调整聚合物分子中部分元素及分子的结构，改善和弥补高折射率原料的性能与缺陷。例如，发行人的 1.71 超薄高折射率镜片产品，即通过聚合过程中改良聚合物分子结构，弥补了高折射率材料先天色散度过高的缺陷，实现了镜片产品高折射率、低色散的双重优点，产品还被中国轻工业联合会评为“创新消费品”。又如发行人通过研究与探索，独创性地在原料中加入特定的添加剂成分，从而大幅提升了材料的韧性、透光性，从而生产出超韧、超亮两个系列产品。超韧运动抗冲击树脂镜片和 PMC 光学树脂镜片获得江苏省科学技术厅颁发的高新技术产品认定证书。

3、成镜及镜架

发行人的成镜产品主要是框架眼镜。框架眼镜由镜架和镜片组成，镜架主要起到支撑镜片、美化外观、优化佩戴体验的作用。

发行人通过线上旗舰店等方式直接销售成镜产品。发行人在天猫、京东、小米有品等平台开设了线上自营旗舰店。个体消费者须知晓自身眼睛的具体屈光度数据（具体数据一般在实体眼镜店或者医院等机构测量过），然后在线上网店内选择适合其自身眼睛屈光度的镜片产品，并挑选其喜好的镜架样式，通过网店链接或客服在线下单。发行人根据消费者的订单调配镜片及镜架并装配后，通过邮寄的方式交付给消费者。

除上述渠道会销售发行人镜架外，发行人还对部分客户直接单独销售镜架产品。

（三）主要经营模式

1、采购模式

发行人采购的原材料包括丙烯醇、DMT 等化工原料以及树脂单体等。公司直接对外采购部分树脂单体，同时亦采购丙烯醇、DMT 等化工原料进行部分树脂单体的自给式生产。

发行人实行“以产定采”的采购模式。公司计划部门根据生产计划结合物料的备库需求制定采购计划，经审批后，由采购中心组织执行。

公司建立了较为严格和完善的供应商遴选制度，多渠道、多途径遴选合格供应商。公司严格按照供应商筛选制度对供应商的产品质量、服务、价格、资信等多方面因素进行较为全面的考核和认证，通过评审的供应商才可进入公司合格供应商名单。具体采购时，公司综合考虑需求情况、采购价格、供货能力等因素，从合格供应商名单中选择具体供应商。

2、生产模式

对于标准产品的现片和镜片原料等，发行人实行“参照实时销售情况及以往销售经验制定生产计划”的生产模式。发行人计划部门根据销售部门制作的销售

计划，结合战略性备库的需求制定生产计划，经审批后，由生产部门组织生产。对于定制镜片、定制成镜，发行人实行按订单生产的模式，根据订单需求安排生产。

为确保产品品质，发行人严格落实质量检验标准，全面把控产品质量，并且不断优化生产工艺、全面提升产品质量和品质。

3、销售模式及盈利模式

公司的销售模式分为直销、经销和代销，发行人的主要产品为眼镜镜片（不包括隐形眼镜）、镜片原料（树脂原料）、成镜、镜架，其中成镜、镜片、镜架的销售模式情况如下：

销售模式	销售产品及方式			
	镜片	镜架	成镜	镜片原材料
直销	公司销售镜片产品给终端眼镜门店、眼镜连锁企业、电商企业等，后者再销售给消费者；公司在丹阳国际眼镜城开设了线下体验店，向消费者销售镜片。	公司销售镜架产品给终端眼镜门店、眼镜连锁企业、电商企业等，后者再销售给消费者；公司在丹阳国际眼镜城开设了线下体验店，向消费者销售镜架。	公司在天猫、京东、小米有品等平台开设电商旗舰店，直接销售成镜	公司直接销售镜片原料给各镜片生产厂商
经销	公司销售镜片产品给经销商，经销商销售给终端眼镜门店或电商企业	-	-	-
代销	公司将镜片产品交给个别代销商进行代理销售	-	-	-

1）线下销售无须取得相应资质

成镜、镜片及镜架不属于《医疗器械经营监督管理办法（2017 年修正）》规定的第二类、第三类医疗器械，发行人及经销商销售成镜、镜片及镜架无须向主管食品药品监督管理部门备案或申请《医疗器械经营许可证》。

发行人及经销商线下直销（经销）、销售成镜、镜片及镜架无需取得相应资质。

2）线上销售无须取得相应资质

发行人线上销售系与天猫、京东和小米有品等电商平台进行合作，发行人与该等电商平台的合作模式均为店铺入驻，发行人的经销商未通过线上渠道进行销售。

根据发行人与天猫、京东等电商平台签署的合作协议，发行人若要在此类电商平台上销售自身产品，须通过该等电商平台资格审查后方能进行。上述线上销售的实质系发行人销售渠道的延伸，并非系发行人在经营电信服务，发行人无须根据《中华人民共和国电信条例》及《电信业务经营许可管理办法》等有关规定取得电信业务经营许可资质。

根据《网络交易管理办法》、《电子商务法》的规定，从事网络商品交易及有关服务的经营者，应当依法办理工商登记，无须取得特殊资质。

发行人的经营范围为“数码相机镜头、光钎镀膜、光学镜片、光学器材的生产；光学眼镜片的批发以及相关的验光配镜业务；眼镜制造、眼镜产品的设计、研发、咨询服务和信息技术服务；货物的仓储、包装，物流信息、物流业务的咨询服务、普通货运及相关服务；自营和代理各类商品及技术的进出口业务。（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）一般项目：眼镜销售（不含隐形眼镜）；互联网销售（除销售需要许可的商品）”，符合《网络交易管理办法》、《电子商务法》的相关规定。

综上，发行人线上销售成镜、镜片及镜架无须取得相应资质。

3）发行人线下体验店的相关资质情况

根据《眼镜制配计量监督管理办法（2020 修订）》的规定，眼镜制配者应当配备经计量业务知识培训合格的专（兼）职计量管理和专业技术人员，负责眼镜制配的计量工作。截至 2020 年 12 月 31 日，发行人仅在丹阳国际眼镜城开设

了一家线下体验店，该家线下体验店配备 2 名专职验光师、定配工，具体情况如下：

持有人	职业资格	发证机关	证书编号	技能等级	发证日期
徐佳林	眼镜验光员	镇江市人力资源和社会保障局	1910050000308762	三级/高级技能	2019 年 8 月 29 日
	眼镜定配工		1910050000416869	四级/中级技能	2019 年 8 月 27 日
甘银浩	眼镜验光员		1510050000404089	四级/中级技能	2015 年 8 月 12 日
	眼镜定配工		1510050000404041	四级/中级技能	2015 年 8 月 12 日

发行人线下体验店已配备验光和配镜人员，发行人线下门店及相关人员具备验光和配镜资质。

4）发行人的经营资质、认证、许可的情况

发行人及其子公司的经营资质、认证、许可情况如下：

①生产环节

发行人及其子公司原持有的工业产品生产许可证情况如下：

序号	公司名称	产品名称	生产地址	发证机关	证书编号	有效期
1	明月光电	眼镜	江苏省丹阳开发区八纬路	国家质量监督检验检疫总局	XK16-003-01174	2012 年 4 月 5 日至 2017 年 4 月 4 日
			江苏省丹阳开发区银杏路 9 号			2017 年 2 月 21 日至 2022 年 2 月 20 日
2	明月光学	眼镜	丹阳市开发区齐梁路 200 号	国家质量监督检验检疫总局	XK16-003-01915	2016 年 10 月 17 日至 2021 年 10 月 16 日
3	江苏赛蒙	眼镜	江苏省丹阳市开发区星巷村，高楼村（通港公路南侧）	国家质量监督检验检疫总局	XK16-003-01253	2012 年 8 月 20 日至 2017 年 8 月 19 日

根据国务院于 2017 年 6 月 24 日发布的《国务院关于调整工业产品生产许可证管理目录和试行简化审批程序的决定》（国发〔2017〕34 号），取消工厂制造型眼镜的工业产品生产许可证，发行人及其子公司从事眼镜镜片生产业务不需要经营许可或资质。

②销售环节

根据“3、销售模式及盈利模式”所述，发行人销售成镜、镜片及镜架无须取得相应资质。

③进出口环节

截至 2020 年 12 月 31 日，发行人及其子公司拥有的进出口相关资质的具体情况如下：

序号	持有人	证书名称	编号	发证/备案单位	有效期
1	明月镜片	对外贸易经营者备案登记表	02262183	丹阳市商务局	2016 年 5 月 4 日至长期
2	明月光学	对外贸易经营者备案登记表	01826771	丹阳市商务局	2017 年 2 月 14 日至长期
3	江苏可奥熙	对外贸易经营者备案登记表	03349927	丹阳市商务局	2018 年 8 月 6 日至长期
4	上海维沃	对外贸易经营者备案登记表	02231486	上海市商务委员会	2015 年 9 月 23 日至长期
5	江苏可奥熙	出入境检验检疫报检备案表	18080815040300010971	镇江海关	2018 年 8 月 10 日至长期
6	明月镜片	海关报关单位注册登记证书	3218969273	镇江海关	2016 年 5 月 23 日至长期
7	明月光学	海关报关单位注册登记证书	3208969446	镇江海关	2017 年 2 月 14 日至长期
8	江苏可奥熙	海关报关单位注册登记证书	3218937671	镇江海关	2018 年 8 月 7 日至长期
9	上海维沃	海关报关单位注册登记证书	3114931022	嘉定海关	2015 年 9 月 15 日至长期
10	明月镜片	医疗器械外国制造业者登录证	BG10500773	日本厚生劳动省	2018 年 5 月 16 日至 2023 年 5 月 15 日
11	明月光学	医疗器械外国制造业者登录证	BG10501277	日本厚生劳动省	2018 年 5 月 14 日至 2023 年 5 月 13 日
12	上海维沃	CE 认证证书	802596455773	CELAB	2019 年 12 月 12 日至 2023 年 12 月 11 日
13	上海维沃	FDA 认证证书	3013072273	MTGFDA 认证中心	2019 年 10 月 12 日至 2020 年 10 月 11 日
14	江苏可奥熙	新化学物质环境管理登记证	新简登 T-13111	国家环保部	2013 年 6 月 23 日

发行人及其子公司从事眼镜镜片的生产、销售环节不需要经营许可或资质，发行人及其子公司均已取得进出口环节的相关许可、资质。

5）发行人产品批文、注册、标准的情况

①关于发行人产品的批文、注册的核查

根据 “（4）发行人的经营资质、认证、许可的情况”所述，国务院已取消工厂制造型眼镜的工业产品生产许可证，发行人产品无须办理工业品生产许可证。

成镜、镜片及镜架不属于第二类、第三类医疗器械，发行人及经销商销售成镜、镜片及镜架无须向主管食品药品监督管理部门备案或申请《医疗器械经营许可证》。

根据《强制性产品认证管理规定》规定，列入目录产品的生产者或者销售者、进口商应当委托经国家认监委指定的认证机构对其生产、销售或者进口的产品进行认证。发行人的产品未列入强制性产品认证的产品目录，无须进行强制认证。

发行人的产品无须取得相应的批文、注册。

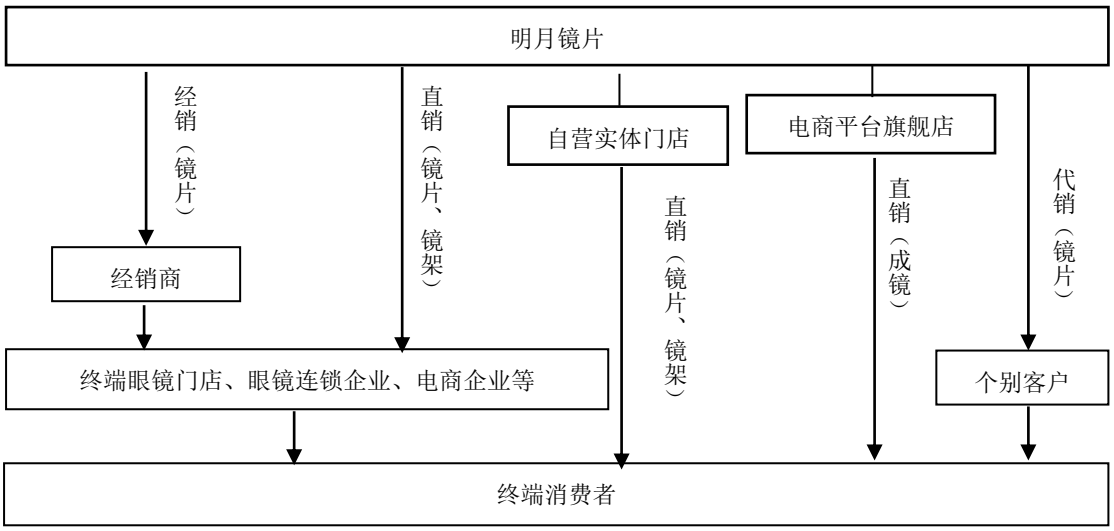
②关于发行人产品标准的核查

发行人、明月光学拥有北京中大华远认证中心颁发的注册号为02019Q0693R4M的《质量管理体系认证证书》（GB/T19001-2016/ISO9001：2015），有效期为2009年12月2日至2022年4月21日，证书覆盖范围包括眼镜镜片（热固型树脂类）的设计、开发和生产。

根据发行人及其子公司的主管市场监督管理局出具的证明，报告期内，发行人及其子公司不存在因不符合国家、行业及地方标准规范而受到处罚的情形。

综上所述，发行人及其子公司从事眼镜镜片业务的生产、销售环节不需要经营许可或资质，发行人及其子公司已取得进出口业务的相关许可、资质、认证，该等许可、资质、认证均处于有效期中，不存在被吊销、撤注销、撤回的重大法律风险或者到期无法延续的风险；发行人不存在超越资质范围进行生产经营的情况；发行人的产品满足所必需的国家、行业及地方标准规范。

公司镜片、镜架和成镜产品的销售渠道示意图如下：



（1）经销模式

公司与经销商签订经销框架合同，经销商根据其实际需求向公司下达订单。经销商将镜片产品销售给其终端眼镜门店客户或电商企业客户，后者根据终端消费者的具体情况加工装配成眼镜后销售给消费者。

1）经销模式基本情况

经过长期的渠道建设和优化完善，发行人逐步形成了一批合作关系稳定、市场开拓能力良好的镜片产品经销商。报告期内，经销模式下的销售情况如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
经销商数量（个）	82	91	95
收入（万元）	16,456.86	14,854.87	11,927.79
占主营业务收入比例	30.58%	26.98%	23.73%

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，发行人经销商数量分别为 95 个、91 个和 82 个，经销商数量稳中有降；经销收入占镜片收入比重分别为 27.76%、33.17%和 37.73%，总体平稳增长。发行人与经销商合作的具体情况如下：

A、合作模式

发行人与经销商的合作模式均为买断式销售，以客户完成货物签收作为收入确认时点。

B、日常管理

公司对经销商的选取制定了严格的选择标准，通过对其资金实力、财务状况、营销能力、市场影响力、销售经验等方面进行综合评估，决定是否将其纳入公司的合格经销商。同时，公司对经销商进行定期考核，对于综合实力、经营管理不达标的经销商范畴，公司有权解除其区域经销权。

在销售合同中，发行人与经销商明确约定了产品授权经营区域、年度销售目标、返利政策、结算方式、信用额度以及交付与验收的相关规定。为保证经销商在限定区域内销售规定系列产品并按期完成销售目标，发行人针对不同经销商会收取不同金额的保证金。

C、定价机制

在签订年度销售合同时，产品价格表会作为附件后附在合同中。一般情况下，现片运费由经销商承担，定制片运费由发行人承担，具体发货地址由经销商指定。

2）报告期经销商的增减变动情况

公司不存在多级或间接经销商、不存在自然人经销商的情况。报告期内，发行人各期期初、新增、撤销和期末经销商的数量如下：

经销商数量	2020 年度	2019 年度	2018 年度
期初数量	91	95	105
本期新增	-	0	2
本期退出	9	4	12
期末数量	82	91	95

报告期内，经销商数量稳中有降，主要系发行人进一步优化经销商结构所致。部分原经销商因未满足公司考核要求、违反公司合同条款等原因而终止合作。报告期内，新增、撤销经销商的数量和销售额情况如下：

单位：个、万元

2020 年度		2019 年度		2018 年度	
新增数量	占经销商数量比例	新增数量	占经销商数量比例	新增数量	占经销商数量比例
-	-	0	-	2	2.11%

2020 年度		2019 年度		2018 年度	
来源于新增经销商收入	占当期经销收入比重	来源于新增经销商收入	占当期经销收入比重	来源于新增经销商收入	占当期经销收入比重
-	-	-	-	190.16	1.59%
2020 年度		**2019 年度**		**2018 年度**	
撤销数量	占经销商数量比例	撤销数量	占经销商数量比例	撤销数量	占经销商数量比例
9	10.98%	4	4.40%	12	12.63%
2020 年度		**2019 年度**		**2018 年度**	
来源于撤销经销商收入	占当期经销收入比重	来源于撤销经销商收入	占当期经销收入比重	来源于撤销经销商收入	占当期经销收入比重
20.31	0.12%	227.79	1.53%	10.57	0.09%

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，发行人新增/撤销经销商收入占各期经销收入比例情况如下：新增经销商金额占比分别为 1.59%，0.00%和 0.00%，撤销经销商金额占比分别为 0.09%、1.53%和 0.12%，经销商的增减变动对公司整体销售的影响较小。

报告期内，公司新增经销商主要为终止合作的经销商的更替，此类经销商经销规模相对较小，故总体上新增经销商对公司主营业务收入的影响较小。另一方面，公司销售金额较大的经销商的稳定性明显高于小经销商，撤销经销商大多销售金额较小，故撤销经销商的销售额对公司当期主营业务收入的影响亦较小。

3）经销模式认定为买断模式的依据

①发行人与下游客户买断业务合同条款的认定

发行人与客户签订的销售合同中，明确约定了权利义务转移的时点及要求、结算方式等，均属于买断式销售的约定，不存在代销的情况。

具体参见招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“六、报告期内采用的主要会计政策和会计估计”之“（二十四）收入”之“3、各类销售模式下收入确认的时点、依据、取得的主要证据”之“（1）合同条款约定情况”。

②发行人买断业务与代销业务的合同条款存在实质性差异

报告期内，发行人与湖南光合作用的业务模式为代销模式。

报告期各期，发行人明确区分买断业务与代销业务，相关业务合同中对关键事项的约定明确，买断业务合同与代销业务合同在交付及验收条款和退货条款方面均存在实质性差异，不存在混同的情形。

具体参见招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“六、报告期内采用的主要会计政策和会计估计”之“（二十四）收入”之“3、各类销售模式下收入确认的时点、依据、取得的主要证据”之“（1）合同条款约定情况”。

③镜片行业内同时存在买断模式与代销模式，且相关合同条款存在实质性差异

行业内镜片生产厂商与下游客户同时存在买断业务模式与代销业务模式，买卖双方具体采用何种业务模式主要取决于购销双方的行业地位、品牌影响力以及谈判议价能力。经商业博弈最终达成的业务模式安排无论是买断还是代销，均符合双方的商业利益及企业内部战略安排。买断模式和代销模式同时存在有利于行业内处于不同发展阶段企业间的相互合作，有利于行业内上下游的协同发展。

通过查阅行业内其他镜片品牌厂商与下游客户的业务合同，行业内同时存在买断模式与代销模式，且相关合同条款交货验收、付款结算、退货等方面存在差异，合同条款主要内容如下：

镜片行业其他公司	业务模式	部分合同条款
某国际镜片品牌商 A	买断	1、交货所有权转移：除另有明确约定情形外，产品一经交付至零售商的场地或与零售商约定的不同地点（如有），产品的所有权即应同时转移给零售商； 2、退货：未售出的产品在任何情况下不允许进行退货
某国际镜片品牌商 B	买断	1、付款：每月所发货物款项应在下月 25 日以前完成付款； 2、退货：只接受产品质量不符合质量保证和检验规则规定的退货
某国内镜片品牌商 C	买断	1、退货：换货比例不超过合同期发货量的 5%；非质量问题的产品退换货比例不超过合同期内回款额的 5%； 2、付款：首次发货即支付货品总额 50%的货款，且每月回款金额和每季度回款金额合同中均有明确要求
某国内镜片品牌商 D	代销	1、付款：根据实际销售情况结算货款； 2、如合同终止，双方需一周内结算完毕，同时需归还厂家提

镜片行业其他公司	业务模式	部分合同条款
		供的产品
某国内镜片品牌商 E	代销	1、价款支付：乙方（客户）应于每月月底前，按上月销售记录所示销售金额向甲方（某国内镜片品牌商 E）支付货款； 2、产品退还：乙方有权退还产品或根据甲方要求退还产品

综上，镜片行业内同时存在买断模式与代销模式，且相关合同交货验收、付款结算、退货等条款方面存在实质性差异。

发行人合同条款系属于买断模式的约定，并得到有效的执行。报告期内，除与湖南光合作用的业务模式为代销外，发行人与其他客户的业务模式均为买断模式。

4）返利政策

报告期内，发行人针对不同渠道、不同品牌类型客户制定有不同的返利政策。报告期内，发行人通过提高合同完成指标、降低返利比例和逐步取消供货价格折扣等方式逐渐收紧返利政策和销售优惠政策。报告期各期，发行人经销和直销渠道下自有品牌返利政策情况示例如下：

①经销客户返利政策

报告期内，发行人通过提高合同完成指标、降低返利比例和逐渐取消供货价格折扣等方式收紧经销客户返利政策和销售优惠政策，以面向经销商客户的某一产品系列报告期各期返利政策变化情况如下：

2020 年度		
合同目标	**供货价格**	**销售奖励上限**
小于 200 万元	原价	0%
介于 200 万元和 300 万元	原价	9%
介于 300 万元和 600 万元	原价	14%
介于 600 万元和 1300 万元	原价	16%
大于 1300 万元	原价	20%
2019 年度		

合同目标	供货价格	销售奖励上限
小于 200 万元	原价	9%
介于 200 万元和 500 万元	原价	14%
介于 500 万元和 1000 万元	原价	16%
大于 1000 万元	原价	20%
2018 年度		
合同目标	**供货价格**	**销售奖励上限**
小于 200 万元	原价	12%
介于 200 万元和 300 万元	9 折	7%
介于 300 万元和 500 万元		9%
介于 500 万元和 800 万元		11%
介于 800 万元和 1000 万元		13%
大于 1000 万元		15%

②直销客户返利政策

报告期内，发行人通过提高合同完成指标、降低返利比例和逐渐取消供货价格折扣等方式收紧自有品牌直销客户的返利政策和销售优惠政策，以面向直销客户的某一产品系列报告期各期返利政策变化情况如下：

2020 年度		
合同目标	**供货价格**	**销售奖励上限**
介于 3 万元和 6 万元	原价	0%
介于 6 万元和 10 万元	原价	5%
介于 10 万元和 18 万元	原价	8%
介于 18 万元和 35 万元	原价	12%
大于 35 万元	原价	18%
2019 年度		
合同目标	**供货价格**	**销售奖励上限**
介于 2 万元和 5 万元	原价	0%
介于 5 万元和 8 万元	原价	5%

介于 8 万元和 15 万元	原价	8%
介于 15 万元和 30 万元	原价	12%
大于 30 万元	原价	18%
2018 年度		
合同目标	**供货价格**	**销售奖励上限**
小于 5 万元	原价	5%
介于 5 万元和 8 万元		
介于 8 万元和 12 万元	9.5 折	8%
介于 12 万元和 15 万元		
介于 15 万元和 30 万元	9 折	10%
大于 30 万元	8.5 折	

综上，报告期内，发行人存在向部分下游客户返利的情况，不存在向客户返货的情况。报告期内，发行人针对不同渠道、不同品牌类型客户制定有不同的返利政策。报告期内，发行人通过提高合同完成指标、降低返利比例和逐步取消供货价格折扣等方式逐渐收紧返利政策和销售优惠政策。报告期内，发行人在取消原供货价格销售折扣的基础上提高经销商返利政策的上限，主要系在逐步收紧返利政策的基础上保持对于下游客户销售的激励性，不存在加大促销力度调高返利力度的情形。

报告期内，发行人通过提高合同完成指标、降低返利比例和逐步取消供货价格折扣等方式逐渐收紧返利政策和销售优惠政策。2019 年度，发行人取消了原供货价格基础上的商业折扣，主要系配合公司整体“品牌战略”，间接提升镜片销售价格的举措之一，从而提升顾客对于“明月镜片”品牌价值的认知。发行人报告期内针对镜片产品的提价策略促进产业链下游各个环节增收增利，具体情况参见本招股说明书“第六节 业务与技术”之“一、发行人主营业务经营情况”之“（三）主要经营模式”之“9、镜片产品的定价方法、不同渠道定价的联动机制”之“（2）发行人提价策略促进产业链下游各个环节增收增利”的相关内容。

根据公开披露信息，发行人同行业公司视科新材返利政策归纳如下：“视科新材对于部分镜片产品经销商客户制定了相应的销售返利政策，具体为根据其年

度采购额及实际回款额，按照约定的超额累进比例于年度终了后进行结算，结算方式一般为冲抵其所欠的货款。”

报告期内，发行人销售返利政策覆盖范围与视科新材存在差异，即发行人针对经销渠道和直销渠道下的客户均制定有销售返利政策。返利政策覆盖范围存在差异主要系发行人镜片销售以自有品牌直销渠道为主、经销渠道为辅，而视科新材镜片销售以贴牌业务经销渠道为主所致，返利政策覆盖范围存在差异具备合理性。

发行人返利计算规则及结算方式与视科新材较为类似，即根据下游客户年度采购额及实际回款额，按照约定的返利比例于年度终了后进行结算，结算方式一般为冲抵其所欠的货款。因此，与发行人同行业公司相比，发行人返利政策无明显异常。

根据公开披露信息，视科新材报告期内对 4 家镜片经销商在 2018 年度和 2019 年度结算返利 9.17 万元和 51.59 万元。根据视科新材招股说明书披露，“客户向发行人采购时镜片包装一般为客户指定包装（体现客户品牌或信息）或简易包装（不体现任何品牌信息）”，其主要模式类似于明月镜片直销非自有品牌客户类型。明月镜片 2018 年度和 2019 年度向主要直销非自有品牌客户结算返利 220.70 万元和 306.17 万元，占同期直销非自有品牌客户总销售金额的比例为 1.52%和 2.53%。

发行人 2018 年度、2019 年度和 2020 年度实际结算返利金额 2,956.48 万元、3,678.12 万元和 3,604.10 万元 ，主要为自有品牌产品销售返利。发行人实际结算返利金额大于视科新材，主要系发行人镜片业务以“明月镜片”自有品牌业务为主，发行人针对下游经销和直销渠道制定有普遍适用的返利政策，激励下游客户投入更多资源聚焦在发行人“明月镜片”业务的开拓上。

5）收入变动较大经销商的基本情况

报告期内任一年度业务量在 100 万元以上且任一年度相较前一年度收入变动超过 30%的发行人经销商的客户名称、成立时间、注册资本、股权结构、实际控制人等基本情况如下：

公司名称	成立时间	注册资本	股权结构	实际控制人
郑州市惠济区明月眼镜商行	2017 年 4 月 10 日	未公开	个体工商户	陈志燕
济南美视光学眼镜有限公司	2015 年 4 月 16 日	100 万元	张国华持股 100%	张国华
深圳市和平光学眼镜有限公司	2012 年 8 月 8 日	50 万元	谢小龙持股 100%	谢小龙
西安明月光学科技有限责任公司	2015 年 12 月 1 日	110 万元	金东阳持股 70% 唐玉华持股 30%	金东阳
沈阳能致商贸有限公司	2018 年 7 月 6 日	85 万元	刘忠富持股 99% 曹宇峰持股 1%	刘忠富
太原市瑞视宝眼镜有限公司	2010 年 8 月 17 日	100 万元	赵桂荣持股 94% 刘群乐持股 6%	赵桂荣
昆明市五华区朗程眼镜店	2011 年 5 月 21 日	未公开	个体工商户	李宇红
石家庄市桥西区东方眼镜批发部	2004 年 11 月 8 日	未公开	个体工商户	黄兆胜
武汉百祥易视眼镜有限公司	2016 年 7 月 7 日	50 万元	易宇持股 70% 张沛之持股 30%	易宇
兰州杜桥光学眼镜有限公司	2015 年 11 月 12 日	50 万元	金善富持股 60% 朱美利持股 40%	金善富
包头市蒙优眼镜有限公司	2015 年 11 月 23 日	100 万元	许祥备持股 100%	许祥备
北京远大万通商贸有限公司	2015 年 3 月 4 日	100 万元	王守院持股 100%	王守院
太原明目时代商贸有限公司	2015 年 11 月 26 日	50 万元	黄海鸥持股 50% 谢敏持股 50%	黄海鸥
杭州朗朗眼镜有限公司	2011 年 5 月 26 日	100 万元	谢世凑持股 51% 谢作双持股 49%	谢世凑
贵阳市观山湖区新美镜诚眼镜店	2018 年 2 月 8 日	未公开	个体工商户	李文龙
广西亮眸眼镜有限公司	2018 年 5 月 31 日	201 万元	刘思义持股 70% 王贵琳持股 30%	刘思义
南京中视	2002 年 1 月 30 日	50 万元	肖皖持股 60% 朱晓彪持股 40%	肖皖
上海拓尚光学有限公司	2013 年 7 月 11 日	500 万元	陶丹持股 60% 刘磊持股 40%	陶丹
乌鲁木齐市亮视美通达眼镜有限责任公司	2015 年 11 月 10 日	50 万元	刘永桥持股 100%	刘永桥
哈尔滨市南岗区爱眼富达眼镜店	2011 年 10 月 20 日	未公开	个体工商户	李祝华
宽城区新国际光学眼镜行	2007 年 6 月 29 日	未公开	个体工商户	赵振祥
长沙市芙蓉区瑞特眼镜经营部	2014 年 5 月 12 日	未公开	个体工商户	邓国香
海口龙华湘达眼镜商行	2010 年 9 月 26 日	未公开	个体工商户	颜江平
合肥璟琪光学眼镜有限公司	2013 年 11 月 12 日	50 万元	祝刘欢 98%；王留方 2%	祝刘欢

公司名称	成立时间	注册资本	股权结构	实际控制人
成都明城眼镜有限公司	2014 年 11 月 4 日	100 万元	周理斌 60%；王志红 40%	周理斌
长沙市芙蓉区宏泰眼镜销售部	2005 年 1 月 25 日	未公开	个体工商户	刘清奇
郑州易视商贸有限公司	2014 年 4 月 4 日	50 万元	易宇 80%；龙儒民 20%	易宇

发行人与上述经销商合作时间较长，合作关系较为稳定。除南京中视光学眼镜有限公司外，发行人与上述经销商不存在关联关系，不存在除正常业务往来之外的资金、业务往来以及信托持股、委托持股等权益关系。

报告期内，发行人与上述经销商合作状况稳定，双方可以按照合同约定及时履行各自义务。上述经销商在与发行人合作的过程中不存在经营状况或财务状况出现异常的情况。

报告期内，发行人上述经销商按照行业惯例，对镜片现片产品根据其经营策略及所覆盖区域的下游客户历史订单情况进行常规采购备库；针对下游客户的临时定制片订单，经销商客户向发行人下单采购。发行人与其相关业务合作的产品结构与其他经销商相比不存在显著差异。

报告内，发行人上述收入变动较大经销商客户按成立年限及合作主体性质分类的情况如下：

①按成立年限分类的收入金额及占比情况

报告期内，发行人收入变动较大经销商中按成立年限分类的收入金额及占比收入变动较大经销收入情况如下所示：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
成立 1 年内	-	-	-	-	1,061.22	16.18%
成立 1 年至 2 年（含）	-	-	780.01	8.70%	509.17	7.76%
成立 2 年至 3 年（含）	1,086.24	10.47%	1,497.99	16.71%	350.57	5.34%
成立 3 年以上	9,287.04	89.53%	6,686.55	74.59%	4,638.28	70.71%
合计	**10,373.28**	**100.00%**	**8,964.55**	**100.00%**	**6,559.23**	**100.00%**

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，发行人收入变动较大经销商中，成立一年以内的经销商客户收入分别为 1,061.22 万元、0 万元和 0 万元，占同期收入变动较大经销商客户收入比例分别为 16.18%、0%和 0%，占比总体较低。

2018 年度成立一年以内的经销商客户即与发行人合作，主要系个别经销商客户根据自身经营需要，切换新成立的经营主体与发行人合作所致，相关主体变更系客户自主商业决策，具备商业合理性。

报告期内，发行人下游部分经销商客户根据其自身经营情况调整，变更了与发行人合作的商业主体。发行人在充分尊重客户意愿的情况下，及时与其签订合同，并对合作主体变更事项进行确认，具体确认事项包括：新合作主体付款信息、收货地址信息等商业安排，并明确因产品购销而产生的既有和将有的所有债权债务均由新合作主体享有和承担，从而确保合作主体变更对双方正常业务合作不产生负面影响。

报告期内，发行人经销商客户中仅有南京中视与发行人存在关联关系。南京中视成立于 2002 年 1 月 30 日，不属于成立不久即与发行人合作的情形。个别客户成立不久即与发行人合作系其切换新成立的经营主体的自主商业决策所致，不存在其他利益安排。

在考虑上述变更主体因素后，报告期内，发行人收入变动较大经销商中按成立年限分类的收入金额及占比收入变动较大经销收入情况如下所示：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
成立 1 年内	-	-	-	-	190.16	2.90%
成立 1 年至 2 年（含）	-	-	342.73	3.82%	-	-
成立 2 年至 3 年（含）	481.49	4.64%	-	-	2,051.21	31.27%
成立 3 年以上	9,891.79	95.36%	8,621.82	96.18%	4,317.86	65.83%
合计	**10,373.28**	**100.00%**	**8,964.55**	**100.00%**	**6,559.23**	**100.00%**

在考虑上述变更主体因素后， 2018 年度、2019 年度和 2020 年度，发行人收入变动较大经销商中，成立一年以内的经销商客户收入分别为 190.16 万元、0 万元和 0 万元，2018 年度占同期收入变动较大经销商客户收入比例为 2.90%，占比总体较低。

②按合作主体性质分类的收入金额及占比情况

报告期内，发行人收入变动较大经销商客户共有 21 家，其中个体工商户 5 家，法人主体 16 家，按个体工商户与法人主体分类的收入金额及占比收入变动较大经销收入情况如下所示：

单位：万元

客户性质	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
法人主体	7,063.00	68.09%	6,059.82	67.60%	4,410.69	67.24%
个体工商户	3,310.28	31.91%	2,904.72	32.40%	2,148.55	32.76%
合计	**10,373.28**	**100.00%**	**8,964.55**	**100.00%**	**6,559.23**	**100.00%**

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，上述收入变动较大经销商客户中法人主体收入分别为 4,410.69 万元、6,059.82 万元和 7,063.00 万元，占同期收入变动较大经销商收入的比例分别为 67.24%、67.60%和 68.09%，占比较高且报告期内相对平稳。

6）经销商的终端销售情况

中介机构对发行人报告期各期前 20 大经销商（共计 23 家经销商）的各期期末库存、存货周转以及终端销售情况进行了核查。上述核查经销商收入占经销商总收入情况如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
核查经销收入覆盖比例	83.09%	79.69%	77.24%

经核查，发行人主要经销商存货情况如下：

①发行人经销商维持一定规模库存水平具备合理性和必要性。报告期各期期末，发行人主要经销商库存数量平稳，不存在期末存货异常、大额增长的情况，发行人不存在向其压货、突击确认收入的情形；

②影响经销商存货周转效率的因素较为复杂，经销商存货周转受多种因素相互作用。报告期内，发行人主要经销商存货周转效率存在差异：

A、9 家经销商存货周转效率优于发行人存货周转效率；

B、7 家经销商存货周转效率略低于发行人存货周转效率且存在合理性；

C、7 家经销商存货周转效率较慢但存在合理性，且其各期期末库存数量平稳，不存在期末存货异常、大额增长的情况，发行人不存在向其压货、突击确认收入的情况；报告期内存货周转情况稳定，不存在异常变动的情况。

①主要经销商各期期末的库存情况

A、经销商维持一定规模库存水平具备合理性和必要性

眼镜对于绝大部分消费者群体属于生活必需品。部分消费者前往眼镜零售店配镜时，对于从验光配镜到取得眼镜的等待时间要求较为苛刻，从而使得眼镜零售店在库存缺货需要临时向上游经销商下单补货时，较为看重经销商对其订单的反应速度。考虑到经销商向镜片生产厂商补货需要一定的周期，经销商日常库存镜片产品种类的完备性已成为其竞争力之一。

考虑到镜片品类涉及不同折射率、功能系列，每个镜片品类下又包括不同的近视度数/远视度数和散光度数，因此发行人镜片产品细分规格众多。报告期内，发行人主要经营镜片产品按不同折射率、功能系列划分约有 700 多个细分品类，在同时考虑各种屈光度组合的情况下，估算常备库存镜片产品规格多达上万种。因此，发行人下游经销商客户为及时有效满足下游眼镜零售店对于各种规格系列镜片的需求，需对常用镜片维持一定规模的库存水平。

B、主要经销商存货余额变动情况

报告期各期期末，发行人主要经销商库存数量平稳，不存在期末存货异常、大额增长的情况。

报告期各期，发行人主要经销商各期期末库存数量及金额如下：

单位：万片、万元

项目	2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日
	金额	变化	金额	变化	金额
库存数量	525.23	4.10%	504.54	-1.14%	510.37
库存金额	7,278.12	24.54%	5,844.12	13.99%	5,126.98

注：主要经销商库存金额按发行人当期各品类产品平均出库单价乘以期末库存数量进行汇总估算得出。

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，主要经销商库存镜片数量分别为 510.37 万片、504.54 万片和 525.23 万片，总体保持平稳。镜片库存金额分别为 5,126.98 万元、5,844.12 万元和 7,278.12 万元，呈现逐年上涨趋势，主要系在库存数量保持稳定基础上，发行人镜片平均销售单价提升所致。

因此，报告期各期期末，发行人主要经销商库存数量平稳，与其预期市场需求量及其销售规模相匹配，不存在期末存货异常、大额增长的情况。

②主要经销商各期存货周转情况

A、影响经销商存货周转效率因素较多

考虑到镜片行业的特殊性，发行人下游经销商库存周转效率受多种因素综合影响，包括经营镜片品类越多，库存周转越慢；下游服务零售客户的数量越多、经营规模越大，库存周转越慢;经销商和下游零售商的库存管理能力越弱，库存周转越慢。经销商存货周转次数/时间是各种复杂因素综合作用的结果。

B、经销商存货周转基本情况

报告期内，发行人主要经销商存货周转效率保持稳定，不存在存货周转异常变动的情况。报告期各期，发行人主要经销商库存周转情况如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
存货周转平均次数（次/年）	1.81	1.89	1.73
存货周转时间（月）	6.63	6.36	6.94

注：主要经销商库存周转情况按金额口径统计，下同。

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，发行人主要经销商存货周转时间分别为 6.94 个月、6.36 个月和 6.63 个月。报告期内，2019 年相较 2018 年度主要经销商存货周转效率小幅提升，2020 年相较 2019 年度存货周转效率下降，主要系受 2020 年新冠疫情影响所致。

C、经销商存货周转效率合理性分析

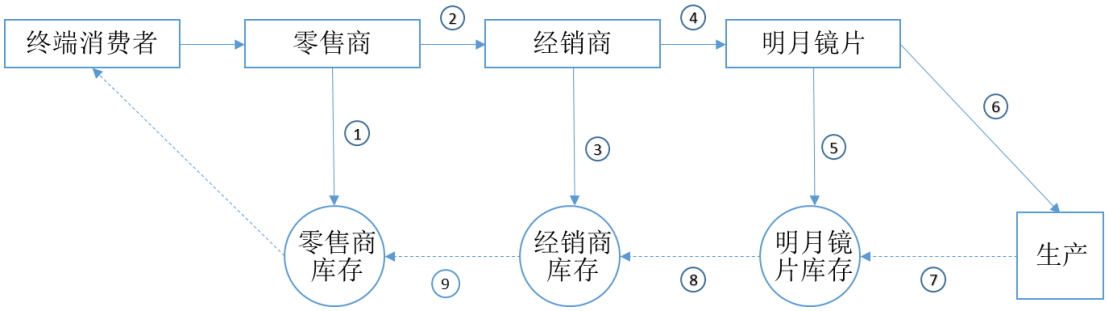
a.9 家主要经销商存货周转效率较高

经销商从零售商处临时接单后向发行人下单，到最终完成向零售商的产品交付需要一定的周期。在考虑此部分时间后，发行人 9 家经销商存货周转效率相较发行人存货周转效率较高。

报告期内，发行人镜片业务存货周转情况如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
存货周转次数	2.98	2.57	2.95
存货周转时间（月）	4.03	4.67	4.07

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，发行人存货周转时间分别为 4.07 个月、4.67 个月和 4.03 个月，报告期内存货周转效率保持稳定。经销商接到下游零售商临时产品订单的订单流转情况（实线）和发行人镜片产品的流转情况（虚线）如下所示：



序号	说明	本阶段一般情况下所需时间
①	零售商临时接到终端消费者订单时，首先检查是否有满足订单要求的库存产品	1 天-2 天
②	若零售商现有库存无法满足订单需求，则会向上游经销商发出订单	

序号	说明	本阶段一般情况下所需时间
③	经销商在收到订单后，首先检查是否有满足订单要求的库存产品	
④	若经销商现有库存无法满足订单需求，则会向上游发行人发出订单	
⑤	发行人在收到订单后，首先检查是否有满足订单要求的库存产品	若现有库存可满足订单需求，根据淡旺季不同，发行人完成发货需要 1 天至 5 天不等
⑥	若发行人现有库存无法满足订单需求，则会向生产车间发出排产请求	根据订单镜片产品功能系列不同，发行人完成订单生产并发货需要 2 天至 7 天不等
⑦	发行人生产完成后交由仓库存储	
⑧	发行人将订单产品发送至经销商处	根据经销商具体要求，发行人将订单产品发送至指定地点，根据目的地远近及选择的物流运输公司，一般需要 2 天至 7 天不等
⑨	经销商将订单产品发送至零售商处	

因此，根据镜片产品不同，经销商临时订单等待周期通常为 1 周到 3 周不等。以 2019 年为例，发行人存货周转期 4.67 个月，考虑到上述 0.75 个月的订单周转时间，经销商理论周转期应低于 5.43 个月。

经核查，共有 9 家经销商周转时间在 5.43 个月以内。上述 9 家经销商普遍分布于我国中东部等人口密集、经济较为发达的区域，且相关经销商经营管理人员存货管理能力较强。上述 9 家存货周转效率较高的经销商区域分布、收入金额以及占主要经销商收入比例情况如下：

单位：个、万元

所在区域	数量	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		收入	占比	收入	占比	收入	占比
华中	2	2,680.29	19.60%	2,057.25	17.38%	1,411.79	15.32%
华东	3	1,793.27	13.12%	1,514.93	12.80%	1,178.42	12.79%
华北	2	1,089.43	7.97%	908.71	7.68%	465.89	5.06%
东北	2	724.38	5.30%	766.87	6.48%	641.76	6.97%
合计	**9**	**6,287.38**	**45.98%**	**5,247.76**	**44.33%**	**3,697.85**	**40.14%**

9 家存货周转效率较高的经销商中有 7 家位于人口较为密集、经济发展较快的华中、华东和华北区域。2018 年度、2019 年度和 2020 年度，7 家位于人口较

为密集、经济发展较快区域经销商收入占主要经销商收入比例分别为 33.17%、37.85%和 40.68%，收入占比相对较高。

b.7 家主要经销商存货周转效率略慢于发行人存货周转效率的合理性

除上述 9 家存货周转效率较高的经销商外，其他 14 家经销商 2019 年度存货周转时间从小到大排序的中位数为 7.18 个月，即有 7 家经销商存货周转时间在 5.43 个月至 7.18 个月之间。

上述 7 家经销商区域分布、收入金额以及占主要经销商收入比例情况如下：

单位：个、万元

所在区域	数量	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		收入	占比	收入	占比	收入	占比
华中	2	1,272.32	9.31%	914.46	7.73%	771.49	8.37%
西南	2	875.84	6.41%	793.74	6.71%	604.77	6.56%
华东	1	938.37	6.86%	735.90	6.22%	529.05	5.74%
西北	1	872.50	6.38%	860.21	7.27%	793.06	8.61%
华南	1	502.20	3.67%	418.23	3.53%	331.02	3.59%
合计	**7**	**4,461.22**	**32.63%**	**3,722.53**	**31.45%**	**3,029.39**	**32.88%**

上述 7 家经销商存货周转效率略低于发行人具备合理性，主要原因如下：

I.发行人与经销商所处产业链相对位置的差异

发行人属于镜片生产制造商，所处产业链相对上游的位置，主要面向下游镜片经销客户以及中大规模的眼镜零售店等直销客户；发行人主要经销商客户性质多为镜片批发商，以赚取镜片产品差价为主要盈利模式，处于产业链相对下游的位置，主要面向中小规模的眼镜零售店等客户。

发行人与经销商所处产业链相对位置的差异对其产品营销能力以及库存管理能力带来的影响如下：

项目	发行人	经销商
行业地位	镜片生产商，对产品发展趋势具备一定的话语权和影响力	镜片批发商，产品发展趋势的被动接受者

项目	发行人	经销商
销售区域	境内、境外	以境内省级区域为主
销售渠道	经销、直销、出口贸易、电商（线上）自营、实体店（线下）自营	以直销为主
主要客户群体	经销客户、中大规模眼镜零售店等直销客户、自然人消费者	以中小规模眼镜零售店为主
产业链相对位置对库存管理能力的影响	借助跨渠道、跨区域多元化营销渠道的优势，并结合对于产品发展趋势的判断，及时、有效对库存商品进行合理配置，从而提升库存周转效率	营销渠道、经营区域和下游客户群体性质较为单一，与发行人相比通过营销能力带动库存管理效率提升能力较弱

发行人作为行业内知名镜片生产商，对行业内未来产品的发展趋势和更新迭代方向更具有话语权和主动权。发行人可结合对未来产品的发展趋势，及时、灵活调整生产计划，将企业内部资源聚焦在发行人具有优势的产品。对于处于产品生命周期成熟期或者衰退期等价格竞争激烈或面临淘汰的库存镜片品类，发行人可借助其分布在全国乃至世界范围内多元化的下游经销、零售或者自营渠道提前予以消化，从而使得发行人库存周转处于相对效率较高的状态。

而发行人经销商下游客户以中小规模眼镜零售店为主，客户性质较为单一，且中小规模眼镜零售店客户经营能力有限，难以对全品类镜片产品展开有效营销。且发行人经销商多为线下区域性经营，不具备发行人跨区域、跨渠道的协同营销优势。

II.发行人库存水平的稳定性与经销商库存变化的季节性

发行人作为镜片生产企业，按照公司存货管理要求，灵活对其生产计划进行安排，保证镜片各个产品系列库存规模维持在一定水平，受下游零售端周期性变化影响较小。

根据国家卫健委 2020 年 4 月的相关数据，青少年总体近视率为 53.6%。其中初中生近视率 71.6%，高中生近视率 81.0%，青少年已成为视力矫正庞大的消费群体，因此每年寒假和暑假是眼镜零售行业的旺季。经销商为及时有效响应下游零售端对于旺季镜片产品的订单需求，通常于寒假、暑假开始前两个月左右开始陆续向发行人下达订单，完成相应旺季镜片产品的库存准备工作。由此导致目

前获取经销商库存余额数据的时点，即 12 月 31 日和 6 月 30 日处于经销商年度库存余额数据的高峰，致使存货周转效率偏低。

c、7 家经销商存货周转效率较低的合理性

I.收入重要性相对较低

除上述主要经销商外，发行人 7 家经销商在 2019 年度的存货周转时间长于 7.18 个月，2018 年度、2019 年度和 2020 年度，7 家存货周转效率较低经销商收入占主要经销商收入比例分别为 26.98%、24.22%和 21.39%，重要性相对较低。

存货周转较慢的经销商中，深圳市和平光学眼镜有限公司（以下简称“深圳和平”）2019 年存货周转时间为 9.32 个月。存货周转较慢主要系该经销商 2019 年度存在违反合同中市场秩序规范约定并被发行人处罚，具体情况如下：

发行人在例行市场巡查过程中，发现丹阳眼镜市场中多家店铺销售的发行人镜片产品由深圳和平提供。发行人与深圳和平签订的销售合同第二条明确约定了授权经营区域，深圳和平不得在规定区域外销售发行人产品。且合同中第七条明示了处罚规定：如深圳和平将发行人产品在合同中约定的销售区域以外销售，即视为越区销售，若发现，深圳和平应立即整改，且发行人有权按照销售目标的 3%或市场秩序保证金的总额进行扣除。

经调查取证后，发行人对深圳和平采取的处罚措施包括：收回市场窜出的货物；按合同约定扣除市场秩序保证金 5 万元。

发行人向深圳和平下发《明月镜片客户违约告知函》后，督促其按照告知函的内容履行义务，并对其销售区域进行整改规范。在此期间，发行人暂停对其正常发货，并在日后加强日常巡查力度，坚决查处经销商跨区销售等违反市场秩序的行为。

2019 年 5 月整改规范后，该经销商不得越区销售，销售区域相较整改规范前明显缩小，导致其 2019 年度库存周转效率下降明显。报告期各期，该经销商存货周转情况如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
存货周转次数	1.80	1.29	2.28
存货周转时间（月）	6.65	9.32	5.26

报告期内，该经销商 2018 年度、2019 年度和 2020 年度存货周转时间分别为 5.26 个月、9.32 个月和 6.65 个月。该经销商地处经济较为发达的珠三角地区，2018 年度存货周转较快，2019 年度整改越区销售后存货周转效率降低。整改规范后，该经销商凭借其区域优势以及存货管理能力，2020 年存货周转效率逐步提升。

剔除该经销商外，上述 6 家经销商区域分布、收入金额以及占主要经销商收入比例情况如下：

单位：个、万元

所在区域	数量	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		收入	占比	收入	占比	收入	占比
西北	2	631.42	4.62%	592.96	5.01%	527.06	5.72%
西南	2	478.04	3.50%	705.85	5.96%	773.05	8.39%
华北	1	326.73	2.39%	255.07	2.15%	192.30	2.09%
东北	1	312.04	2.28%	223.33	1.89%	203.31	2.21%
合计	**6**	**1,748.23**	**12.79%**	**1,777.21**	**15.01%**	**1,695.72**	**18.41%**

6 家存货周转效率较低的经销商中有 5 家位于经济发展较慢的西北、西南和东北区域。2018 年度、2019 年度和 2020 年度，5 家位于经济发展较慢区域经销商收入占主要经销商收入比例分别为 16.32%、12.86%和 10.40%，收入占比相对较低且呈逐年下降趋势。

II.存货余额稳定且期末呈现下降趋势

报告期各期期末，上述 6 家存货周转效率较低经销商报告期各期期末存货数量、金额情况如下：

单位：万片、万元

项目	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日

	金额	变化	金额	变化	金额
库存数量	109.22	-17.42%	132.25	-8.25%	144.14
库存金额	1,446.84	-9.23%	1,594.03	-0.54%	1,602.62

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，该 6 家经销商库存镜片数量分别为 144.14 万片、132.25 万片和 109.22 万片，镜片库存金额分别为 1,602.62 万元、1,594.03 万元和 1,446.84 万元，报告期内均呈下降趋势，库存金额下降速度缓于库存数量下降速度，主要发行人镜片平均销售单价提升所致。

综上，上述 6 家经销商库存数量平稳，不存在期末存货异常、大额增长的情况，不存在发行人向其压货或突击确认收入的情形。

III.存货周转次数/时间保持平稳

报告期内，上述 6 家存货周转效率较低经销商存货周转效率保持稳定，不存在存货周转异常变动的情况。报告期各期，上述经销商库存周转情况如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
存货周转平均次数	1.15	1.03	1.02
存货周转时间（月）	10.41	11.68	11.78

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，6 家经销商存货周转时间分别为 11.78 个月、11.68 个月和 10.41 个月，2020 年度存货周转时间下降，主要系一家西北地区经销商 2020 年下半年新开拓了几家大型终端客户，当年销售镜片数量增长显著，提高了整体周转效率。总体而言，6 家经销商报告期内存货周转效率保持稳定，不存在存货周转异常变动的情况。

IV.区域经济发展及自身存货管理能力差异

报告期内，发行人部分存货周转效率较低的经销商客户主要地处西北、西南区域，当地经济发展相对较慢，且受经销商及下游零售商存货管理能力相对较低、终端消费者眼镜消费能力相对较低等因素综合影响导致其存货周转效率较低，具备商业合理性。

综上，发行人 6 家经销商存货周转效率较低存在合理性的理由如下：

a.上述经销商收入占比重要性较低；

b.上述经销商存货余额稳定且报告期最后一期期末出现下降，不存在期末存货异常、大额增长的情况，不存在发行人向其压货或突击确认收入的情形；

c.上述经销商存货周转效率保持稳定，不存在存货周转异常变动的情况；

d.部分经销商地处经济不发达区域，且受其自身存货管理能力限制等其他综合因素导致其存货周转效率较低。

③主要经销商的对外销售情况

报告期各期，发行人向主要经销商销售的镜片数量与主要经销商向其各期前二十大客户销售的镜片数量如下所示：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
发行人向主要经销商的销售数量（万片）	802.98	857.22	853.97
主要经销商向其各期前二十大客户的销售数量（万片）	229.01	253.41	248.61
终端销售实现比例	28.52%	29.56%	29.11%

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，主要经销商前二十大客户镜片销售数量占当期发行人向主要经销商镜片销售数量的比例分别为 29.11%、29.56%和 28.52%，终端销售情况良好。报告期内，发行人经销商下游客户主要系中小规模眼镜零售商，日常运营规模相对较小，其从发行人经销商处年度采购规模亦较小，从而导致发行人主要经销商下游客户较为分散。

经核查，发行人主要经销商客户报告期内存货状况及后续销售情况良好，不存在异常的情况。

7）发行人部分主要经销商切换合作主体的原因及合理性

报告期内，发行人下游部分经销商客户根据其自身经营情况调整，变更了与发行人合作的商业主体。发行人在充分尊重经销商客户意愿的情况下，及时与其重签合同、确认新合作主体付款信息、收货地址信息等商业安排，并明确因产品

购销而产生的既有和将有的所有债权债务均由新合作主体享有和承担，从而确保合作主体变更对双方正常业务合作不产生负面影响。

报告期内，发行人下游客户合作主体变更系客户自主经营决策行为，与发行人无关。合作主体变更报告期内未对双方合作产生负面影响，不存在对发行人持续盈利能力造成负面影响的情况。

8）报告期发行人前十大经销商的情况

①报告期各期十大经销商的收入及经销收入的比例

报告期各期，发行人前十大经销商销售收入及占当期经销收入比例如下：

单位：万元

2020 年度			
序号	**客户名称**	**销售金额**	**占经销收入比例**
1	郑州市惠济区明月眼镜商行	1,889.60	11.48%
2	深圳市和平光学眼镜有限公司	1,195.67	7.27%
3	济南美视光学眼镜有限公司	940.11	5.71%
4	西安明月光学科技有限责任公司	875.39	5.32%
5	武汉百祥易视眼镜有限公司	852.48	5.18%
6	厦门福伦达贸易有限公司	809.95	4.92%
7	沈阳能致商贸有限公司	729.37	4.43%
8	长沙市芙蓉区宏泰眼镜销售部	652.13	3.96%
9	长沙市芙蓉区瑞特眼镜经营部	622.90	3.79%
10	合肥璟琪光学眼镜有限公司	593.62	3.61%
小计		9,161.23	55.67%
2019 年度			
序号	**客户名称**	**销售金额**	**占经销收入比例**
1	郑州市惠济区明月眼镜商行	1,567.48	10.55%
2	深圳市和平光学眼镜有限公司	1,142.78	7.69%
3	西安明月光学科技有限责任公司	896.59	6.04%
4	济南美视光学眼镜有限公司	778.12	5.24%

5	厦门福伦达贸易有限公司	694.64	4.68%
6	武汉百祥易视眼镜有限公司	698.57	4.70%
7	太原市瑞视宝眼镜有限公司	547.72	3.69%
8	昆明市五华区朗程眼镜店	524.33	3.53%
9	长沙市芙蓉区瑞特眼镜经营部	484.87	3.26%
10	长沙市芙蓉区宏泰眼镜销售部	471.88	3.18%
小计		**7,806.98**	**52.56%**
2018 年度			
序号	**客户名称**	**销售金额**	**占经销收入比例**
1	郑州市惠济区明月眼镜商行	1,123.49	9.42%
2	西安明月光学科技有限责任公司	838.47	7.03%
3	深圳市和平光学眼镜有限公司	830.82	6.97%
4	济南美视光学眼镜有限公司	566.19	4.75%
5	厦门福伦达贸易有限公司	537.64	4.51%
6	成都明城眼镜有限公司	525.28	4.40%
7	长沙市芙蓉区瑞特眼镜经营部	416.23	3.49%
8	鹰潭市月湖区杰博眼镜	405.24	3.40%
9	长沙市芙蓉区宏泰眼镜销售部	394.63	3.31%
10	昆明市五华区朗程眼镜店	380.55	3.19%
小计		**6,018.54**	**50.49%**

注：此处各主体收入仅统计其经销收入，如郑州市惠济区明月眼镜商行同一控制下主体郑州嘉俊光学眼镜有限公司为发行人赛蒙品牌直销客户，该客户收入金额未纳入上表统计。

②注册资本与经营业绩的匹配关系

报告期内，发行人部分经销商自身注册资本与其业务合作量相比较小，主要原因如下：

A、眼镜行业的经销商部分由个体工商户发展而来，组织形式仍属于个体工商户等非法人经营单位。经营成员主要以家庭成员或近亲属为主，因此组织形式和股权结构较为单一，设立时注册资本较小；

B、部分经销商经过多年发展积累，已具有一定的资金实力。经营资金主要系经营者或股东日常投入，经营规模与其注册资本关联度较小；

C、镜片行业下游批发零售环节属于轻资产环节，经销商的实力主要体现在营销渠道和技术服务能力等方面，注册资本较小不会实质影响到经销商实际经营。

综上，发行人部分经销商注册资本较小符合行业实际情况，具备商业合理性。

③是否存在为发行人分摊成本、承担费用或利益转移的情形

经核查，发行人与主要经销商除正常业务往来、资金往来及已披露的往来外，不存在主要经销商为发行人分摊成本、承担费用或利益转移的情形。

9）与发行人在职、离职员工（含董监高）、股东存在关联关系经销商的情况

①报告期内与发行人员工（含董监高）存在关联关系的经销商情况

报告期内，发行人与关联方南京中视存在业务往来，南京中视为发行人董事、实际控制人之一谢公兴配偶的弟弟肖皖持股 60%并担任执行董事兼总经理的法人。

A、基本情况

成立时间	2002 年 1 月 30 日
合作年限	18 年
股权结构	肖皖持股 60%；朱晓彪持股 40%
实际控制人	肖皖
注册资本	50 万元人民币
董事、监事、高级管理人员	执行董事兼总经理：肖皖 监事：朱晓彪
经营范围	眼镜、钟表、服装、鞋帽、化妆品、针纺织品、建材、五金交电、通讯器材、计算机及配件销售
实际从事业务	镜片产品的销售
注册地址	南京市白下区中山东路 218 号长安国际中心 14 层 B 座

B、与发行人报告期内的交易情况

报告期内，发行人与南京中视的交易情况如下所示：

单位：万元

交易内容	2020 年度	2019 年度	2018 年度
镜片、材料等	138.65	119.40	122.39
设备租赁	-	-	3.48

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，发行人向南京中视销售镜片等产品收入分比为 122.39 万元、119.40 万元和 138.65 万元，占当期主营业务收入比例分比为 0.24%、0.22%和 0.26%，总体占比较低。

2018 年度，发行人向南京中视租赁设备收入为 3.48 万元，占当期设备租赁收入比例为 0.96%，总体占比较低。

②报告期内与发行人股东存在关联关系的经销商情况

报告期内，发行人与股东关联方南京中视存在业务往来，具体情况参见本节“①报告期内与发行人员工（含董监高）存在关联关系的经销商情况”的相关内容。

C、发行人向其销售产品的最终销售情况

根据目前已获取的数据，报告期各期，发行人向南京中视销售的镜片数量与其向其各期前二十大客户销售的镜片数量如下所示：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
发行人向南京中视的销售数量（万片）	6.73	5.87	9.60
南京中视向其各期前二十大客户的销售数量（万片）	1.41	1.81	2.07
终端销售实现比例	20.88%	30.83%	21.56%

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，南京中视前二十大客户镜片销售数量占当期发行人向南京中视销售数量的比例分别为 21.56%、30.83%和 20.88%，终端销售情况良好。

10）发行人与经销商共用商号的情况

①经销商使用发行人商号的具体情况

报告期内使用“明月”作为商号的经销商共 2 家，即郑州市惠济区明月眼镜商行、西安明月光学科技有限责任公司。该等经销商使用“明月”作为商号系自主在当地主管工商局申请核准并经发行人授权使用，其使用目的主要是为了便于其在经营过程中进行产品的推广和服务，与发行人不存在利益安排。

②关于使用发行人商号的经销商质量纠纷情况

实践中相关生效判决对于共用商号的经销商与生产者如涉及与消费者之间的产品质量纠纷或其他类型纠纷，生产者是否需要承担相关法律责任需根据质量问题是否由生产者导致进行判定，并非简单依据经销商使用生产者商号而要求生产者承担法律责任。

③共用商号经销商的基本情况

报告期内使用“明月”作为商号的主要经销商共 2 家，即郑州市惠济区明月眼镜商行和西安明月光学科技有限责任公司，其中郑州市惠济区明月眼镜商行仅经营发行人镜片产品。

发行人与经销商共用商号的原则如下：A、发行人原则上不主动授权下游客户使用“明月”商号；B、上述两家经销商客户为便于产品的推广和服务，自主决策使用“明月”作为商号并经当地主管工商局申请核准。发行人在综合考虑其经营实力和运营规范后，与上述两家经销商客户签订《商号使用许可协议》。

上述经销商使用“明月”商号的目的主要是为了便于其在经营过程中进行产品的推广和服务。发行人实际控制人、董监高、持股 5%以上股东与上述经销商及其股东、实际控制人不存在关联关系或其他利益安排。

12）1.71 系列产品销售金额增幅较大的客户对应的采购情况和最终销售实现情况

①1.71 系列产品销售金额增幅较大的客户对应的采购情况

2018 年至 2020 年，发行人 1.71 系列镜片的销售收入分别为 3,151.55 万元、5,420.62 万元和 6,493.17 万元，增长率分别为 72.00%和 19.79%，销售增长显著。

其中以 2020 年销售收入排序，销售收入复合增长率超过 25%的前十名客户情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	销售渠道	销售收入			三年复合增长率
			2020 年	2019 年	2018 年	
1	郑州市惠济区明月眼镜商行	经销	296.80	208.43	99.04	73.11%
2	武汉百祥易视眼镜有限公司	经销	191.15	101.93	31.71	145.53%
3	深圳市和平光学眼镜有限公司	经销	176.23	132.87	32.42	133.16%
4	厦门福伦达贸易有限公司	经销	166.40	100.73	35.96	115.11%
5	昆明市五华区朗程眼镜店	经销	142.71	89.88	30.81	115.23%
6	长沙市芙蓉区瑞特眼镜经营部	经销	116.83	68.09	25.89	112.42%
7	太原市瑞视宝眼镜有限公司	经销	114.08	48.40	14.41	181.39%
8	济南美视光学眼镜有限公司	经销	112.28	103.86	27.92	100.54%
9	长沙市芙蓉区宏泰眼镜销售部	经销	101.32	61.28	25.61	98.92%
10	西安明月光学科技有限责任公司	经销	99.44	155.60	63.32	25.31%
合计			**1,517.24**	**1,071.06**	**387.08**	**97.98%**

报告期内，发行人 1.71 系列镜片销售收入复合增长率超过 25%的前十名客户均为发行人的主要经销客户，2018 年至 2020 年合计销售收入的金额为 387.08 万元、1,071.06 万元和 1,517.24 万元，占当期折射率 1.71 镜片总收入的比例分别为 12.28%、19.76%和 23.37%，收入金额及占比均呈上升趋势。

②主要经销客户所采购 1.71 系列产品的最终销售情况

报告期内，发行人主要经销商经营情况正常，发行人经销渠道产品最终销售实现情况良好。2018 年至 2020 年，发行人对 23 家主要经销商的镜片销售金额占经销收入比重分别为 77.24%、79.69%和 83.09%，中介机构以发行人主要经销商作为经销收入穿透核查对象。经核查，发行人 1.71 系列产品销售金额增幅较大的客户所采购的 1.71 系列产品基本已实现最终销售。

13）主要经销商客户的期末库存占比较高的原因和合理性，下游客户的安全库存的确定依据

①发行人主要经销客户期末存货变动及其周转情况

报告期各期期末，发行人主要经销商库存数量平稳，不存在期末存货异常、大额增长的情况。

报告期各期，发行人主要经销商各期期末库存数量、金额及周转情况如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
库存数量（万片）	525.23	504.54	510.37
库存金额（万元）	7,278.12	5,844.12	5,126.98
平均周转次数	1.81	1.89	1.73
平均周转时间（月）	6.63	6.36	6.94

注：库存金额系按照发行人对经销商的平均销售价格乘以经销商期末库存数量估计。

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，主要经销商库存镜片数量分别为 510.37 万片、504.54 万片和 525.23 万片镜片库存金额分别为 5,126.98 万元、5,844.12 万元和 7,278.12 万元，金额呈现逐年上涨趋势，主要系在库存数量保持稳定基础上，发行人镜片平均销售单价提升所致。

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，发行人主要经销商存货周转时间分别为 6.94 个月、6.36 个月和 6.63 个月。2020 年受新冠疫情对实体眼镜门店冲击的影响，主要经销商的镜片出库数量略有下滑，镜片库存数量有所提升。

经销客户基于对自身安全库存水平的判断，会对发行人的镜片产品进行一定程度的备库。除受到行业内的备货模式的影响外，经销商的安全库存水平还受到产品结构、所在地区消费水平、经营者的管理水平等诸多因素的影响。纵观发行人主要经销商的整体情况，整体期末库存数量水平基本保持平稳，符合经销商实际的经营情况。

②主要经销商客户的期末库存占比较高的原因和合理性

报告期内，发行人向主要经销客户发货及经销期末库存情况如下：

单位：万片

报告期	发行人向经销商发货数量	报告期	经销商期末库存数量
2020 年度	796.48	2020-12-31	525.23

2019 年度	812.66	2019-12-31	504.54
2018 年度	860.89	2018-12-31	510.37

如上表所示，报告期内，发行人主要经销商整体库存情况较为稳定，经销商当期向发行人采购镜片数量与经销商对外销售镜片数量较为接近，不存在发行人销售产品在经销商库存化的情形。发行人主要经销商客户维持一定规模期末库存的原因及合理性如下：

A、配镜时效性要求与镜片产品自身特点的矛盾，促使经营者采取设定安全库存水平并滚动更新库存的经营模式

镜片销售及配镜行业经营过程中，终端消费者前往眼镜零售店配镜时，对于从验光配镜到取得眼镜的等待时间要求较为苛刻，加之行业竞争相对激烈，是否能够“立等可取”，很大程度上影响了终端消费者选择哪家配镜门店消费。因此，经营者需要有一定的库存备货，才能满足消费者对时效性的需求。

同时，由于个体差异的存在，消费者配镜行为具有频次多、品类多、单笔交易数量小的特点。但足量备齐所有品类镜片，对于经营者来说需要有一定规模及资金实力。而配镜行业的门店经营者主要以个体户或小规模企业形式运营。受制于资金实力、管理能力等因素，经过长期的发展，资金实力相对较弱的眼镜门店经营者形成了其特有的经营模式，即在保证能够维持经营周转的前提下，维持各品类镜片产品库存数量相对稳定，尽量维持较低库存，根据实际销售及库存缺少情况，及时而频繁地向上游供货渠道采购补货、滚动更新库存。

B、经销商备货解决了发行人对下沉镜片市场接单与配送的瓶颈问题

广大低层级省市县或非经济发达地区分布着大量的中小规模门店。其整体资金实力及自身备货能力不强，其采购单笔订单规模较小、采购频次没有规律，而终端消费者对配镜的时效性要求又很高，这些门店同样要求补货订单在一两天内即得到解决。如果发行人直接接单，会对排产和销售管理带来压力。同时快递距离及周转环节过多，影响供货效率的同时，快递成本也会较高，很难满足门店客户要求。而区域性的经销商能够有效地缩短对终端门店的供货距离，降低快递成本，提高供货效率，顺应行业经营特性要求。

因此，发行人选择经销商作为其产品对下沉镜片市场持续渗透的重要抓手，由经销商作为前述客户的合作主体。对于特定的覆盖经营区域，经销商作为独立经营的实体，实际上以缓冲带的形式解决了发行人一部分接单与配送的瓶颈问题，同时也弥补了下游中小规模眼镜门店备货能力不足的缺陷。下游眼镜门店的备货需求的向上传递，自然而然地对经销商的库存提出了较高的要求。经销商需要保证自身镜片库存处于安全水平，以迅速应对终端眼镜门店的采购需求。综上所述，发行人主要经销商客户维持一定规模期末库存具备必要性与合理性。

③下游经销客户的安全库存的确定依据

下游经销客户对自身安全库存水平的判断主要取决于其对历史经营情况的了解，同时考虑向发行人所采购产品的品类情况。

一方面，发行人主要经销商客户均以小规模自营眼镜门店起家，经过多年经营积累逐步发展壮大，最终形成具有一定区域影响力的地区经销商。虽然经销商整体经营规模扩张迅速，但其决策经营周转、库存备货等事项时依然沿袭着小规模自营门店时期的经营策略，即以货仓、货架为镜片存储单元，热销品种多补货，冷门品类少备货，动态维持仓库中的镜片储量以备消费者的多样化选购。经销商的安全库存即从早期眼镜门店开始，逐步发展至今天的库存规模并趋于稳定。

另一方面，发行人镜片品类涉及不同折射率、功能系列，每个镜片品类下又包括不同的近视度数/远视度数和散光度数，因此发行人镜片产品细分规格众多。报告期内，发行人主要经营镜片产品按不同折射率、功能系列划分约有 700 多个细分品类，在同时考虑各种屈光度组合的情况下，估算常备库存镜片产品规格多达上万种。因此，发行人经销商客户为及时有效满足下游眼镜零售店对于各种规格系列镜片的需求，需对常用镜片维持一定规模的库存水平。

14）下游客户的存货周转时间较长符合眼镜行业“多频次、小批量”的发货商业逻辑

发行人下游经销商向发行人下达的采购订单具有单次采购金额低、采购频次多的特点。根据对经销商订单金额、内容进行梳理和统计，对单笔订单订购镜片

数量在 10 片以下零单采购和 500 片以上规模化采购情况进行了统计分析，具体订单比例分布情况如下：

年度	单笔 10 片以下		单笔 500 片以上	
	订单数量占比	订单金额占比	订单数量占比	订单金额占比
2020 年度	92.42%	16.11%	1.41%	73.05%
2019 年度	91.67%	13.66%	1.76%	75.60%
2018 年度	91.79%	12.47%	1.86%	77.56%

根据统计，虽然下游客户总体订单频次较多，但经销商绝大部分的采购仍是以规模化采购订单为主，相关订单频次并不高。

客户大量的订单是 10 片以下的小额采购。该等采购订单中，七成以上是定制镜片，即下游门店根据具体客户的具体情况和需求，向上游供应商提交的个性化订单，需要单独定制和生产配货。其余三成主要为高光高散等非常备品类产品。因此，该类订单单次订购的镜片数量很少，甚至只有一两片，而订单数量很多，总体订单金额规模占比不大。从规模上看，经销商的采购主要由少批量的大额订单构成，单次采购金额低、采购频次多的主要是个性化定制镜片和高光高散等非常备品类产品，相关情形符合行业的商业模式和行业特性，与发行人下游客户库存备货不存在矛盾情形。

15）部分经销商采用“款到发货”的原则具有合同依据，符合同行业惯例和正常商业逻辑，结算模式符合公司经营现状及既定政策

①报告期内采取款到发货形式结算货款的经销商合同及销售情况

报告期内，发行人与实施“款到发货”方式进行结算的经销商客户，均在销售合同中对结算方式进行了明确约定。发行人对采取“款到发货”方式进行结算的经销商的销售情况如下：

单位：万元

年份	经销商家数	经销客户收入	占经销收入比例
2020	17	19.78	0.12%
2019	2	3.12	0.02%

2018	1	9.58	0.08%

如上表所示，2018 年至 2020 年，发行人采取款到发货形式进行结算的经销商客户家数分别为 1 家、2 家和 17 家，经销收入分别为 9.58 万元、3.12 万元和 19.78 万元，占经销收入比重分别为 0.08%、0.02%和 0.12%。与发行人采取款到发货方式结算经销商客户的采购绝对规模较小，占经销收入的比重较低。

②结算模式符合公司经营状况及既定销售政策

经查阅发行人制定的内贸销售政策，发行人自 2017 年下半年起，即在销售政策中规定，发行人赛蒙、捷诺、菲克等系列的经销商年合同目标销售额小于 10 万的，应当采取款到发货的货款结算模式，该政策制定至今未发生变化。实际执行过程中，考虑到经销商作为发行人产品对下沉镜片市场持续渗透的重要渠道，需要一段时间进行培育，故发行人对小规模经销商给予了一定的账期支持，未在前述政策制定初期立即执行，实际开始执行时间为 2020 年。

报告期期初，发行人对经销商的货款结算情况系延续报告期外的货款结算而来。2018 年，发行人有 1 家经销商与发行人以款到发货形式进行结算，数量情况与 2017 年一致。该客户自 2016 年起即与发行人合作，2016 年至 2020 年的年均采购金额均不足 10 万元，结算方式均为款到发货，报告期内无变化。

2019 年，发行人有 2 家经销商与发行人以款到发货形式进行结算，新增 1 家经销商的原因系该客户预计 2019 年向发行人采购镜片规模较以前年度骤减，故 2019 年与发行人签订的销售合同未约定目标销售额，转而以小额零星订单方式进行采购。考虑到回款可控性与操作便捷性，发行人与其以款到发货方式进行结算。

2020 年，发行人有 17 家经销商与发行人以款到发货形式进行结算，新增 15 家客户，主要系发行人开始执行结算相关销售政策，对小规模客户实行款到发货所致。经过数年的经营，大中型经销商通常已经拥有稳定的销售区域及客户群体，可以有效的将发行人产品向终端市场传递，而部分小型经销商采购规模长期较低，预计未来合作提升潜力较小。故自 2020 年起，发行人对预计采购额 10 万以

下小规模经销客户不再给予账期支持，开始在与客户的合同中约定“款到发货”政策并严格执行。

综上所述，发行人与经销商约定款到发货的结算模式，系发行人结合实际情况综合制定，符合公司经营状况及既定销售政策。

③对小规模经销商实施款到发货的结算模式符合正常商业逻辑与同行业惯例

A、对小规模经销商实施款到发货有助于提升经销商销售积极性，便于发行人销售流程管理

对小规模经销商实施款到发货有助于提升经销商销售积极性，便于发行人销售业务流程管理。

一方面，报告期内，发行人按照合同预计销售额，对经销客户设置阶梯型账期，合同预计销售规模越大，经销客户所获账期及其他销售付款条件越优惠。阶梯型账期设置及要求 10 万以下经销客户以款到发货方式结算，有助于促进小规模经销客户拓宽下游销售渠道，提升销售积极性，符合正常商业逻辑。

另一方面，发行人拥有数量众多的零星采购客户，该类客户的应收账款具有较高的管理成本，不利于发行人的销售流程管理及财务核算，对小规模经销商实施款到发货政策可以降低发行人的管理成本，提高销售流程管理效率。

B、对小规模经销商实施款到发货的结算模式与行业惯例相符

据发行人同行业公司视科新材招股说明书披露，视科新材“对于经销商实行严格的信用管理。公司一般情况下授予主要经销商 60-90 天不等的账期，对于其他经销客户，一般给予的信用期较短或采用现款现货的结算模式。”由视科新材披露内容可知，发行人对小规模经销商实施款到发货的结算模式符合同行业惯例。

（2）直销模式

公司直销模式包括线下直销和线上直销两大类。公司对直接合作（未通过经销商合作）的终端眼镜门店客户、眼镜连锁企业、电商企业客户采取线下直销的

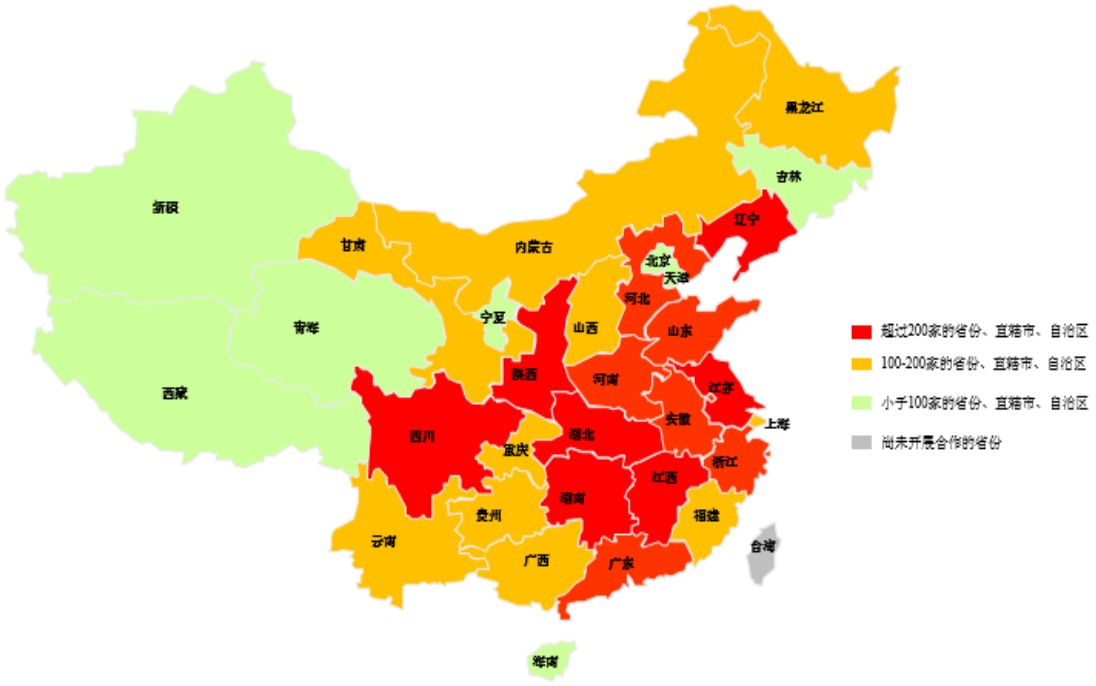
模式，主要涉及镜片、镜架产品。线上直销模式系通过在电商平台开设的旗舰店，直接对终端消费者的销售，主要为成镜产品。

1）线下直销

公司将镜片产品、少量镜架产品直接销售给终端眼镜门店、眼镜连锁企业、电商企业客户等，终端眼镜门店等客户再根据消费者的屈光度情况和要求，对镜片进行裁切等工序，装配到消费者选购的镜架上后销售给消费者。终端眼镜门店、眼镜连锁企业、电商客户等与公司签订年度合作协议，并根据其实际需求向公司下达采购订单。

与发行人合作的终端眼镜门店数量较多，地域分布广泛。发行人与这些终端眼镜门店客户建立了良好的合作伙伴关系，并按照区域对终端眼镜门店客户进行合作与管理。截至 2020 年末，发行人合作的终端眼镜门店地域分布如下：

发行人合作的终端眼镜门店分布图



对电商企业客户，其进行网络销售还需取得发行人的《网络渠道授权书》。

截至 2020 年末，发行人授权合作的电商企业分布如下：

授权合作的电商企业分布

电商平台	授权合作的电商企业数量
天猫	106
淘宝	65
京东	17

2）门店直销

公司在丹阳国际眼镜城开设了一家明月镜片实体体验店，通过为消费者验光、配镜，用发行人的镜片及镜架产品装配成眼镜的方式，将镜片和镜架销售给个人消费者。

发行人在天猫、京东、小米有品等平台开设了电商旗舰店。天猫、京东平台的旗舰店主要以成镜形式销售“明月镜片”品牌系列产品；小米有品平台的旗舰店主要以成镜形式销售“柠檬”品牌的护目防蓝光系列产品。报告期内，发行人主要在天猫和京东两大平台进行产品推广，各平台具体推广方式包括：

①天猫推广方式：

直通车、超级推荐、钻石展位、品销宝等

②京东推广方式：

购物触点、海投、快车、京东展位、联合广告等。

3）直销模式下眼视光产品（镜片、镜架、成镜）各类客户数量变动情况

报告期内，与发行人存在交易的直销客户数量变动情况如下所示：

直销客户类型	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	数量	变化	数量	变化	数量
终端眼镜门店	2,523	-4.50%	2,642	3.20%	2,560
眼镜连锁企业	292	19.18%	245	6.52%	230
贸易商	122	3.39%	118	-5.60%	125
医院类客户	133	-45.93%	246	28.13%	192
电商企业	117	8.33%	108	13.68%	95
小计	3,187	-5.12%	3,359	4.90%	3,202

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，发行人直销客户数量分别为 3,202 个、3,359 个和 3,187 个。直销客户总体数量较多，报告期前两个年度整体呈现小幅上涨趋势，2020 年度受新冠疫情影响，发生业务往来的直销客户数量有所下降。

报告期内，发行人直销客户数量组成主要以终端眼镜门店和眼镜连锁企业为主。2018 年度、2019 年度和 2020 年度，终端眼镜门店和眼镜连锁企业数量占比分别为 87.13%、85.95%和 88.33%，总体保持稳定。

4）直销模式下眼视光产品各类客户的销售情况

报告期内，在全面推行“明月镜片”品牌战略的大背景下，发行人针对不同的产品系列制定有差异化的价格策略和市场营销策略。发行人与下游眼视光类产品直销客户的业务合作情况存在变化，主要系不同客户向发行人采购产品的品牌及规格不同,从而使得不同客户在面对发行人针对不同产品的差异化价格策略及营销策略的市场反应存在差异所致。报告期内，发行人直销渠道下不同类型客户前五大客户的名称、收入金额及占比、销售标的情况如下：

①主要终端眼镜门店客户情况

发行人报告期各期前五大终端眼镜门店客户情况如下：

单位：万元

2020 年度					
客户名称	**销售金额**	**占营业收入比例**	**往来余额**	**主要销售标的**	**是否为新增客户**
菏泽市牡丹区翠香眼镜经营部	93.79	0.17%	14.24	镜片	否
徐州惠友眼镜批发中心	85.56	0.16%	35.74	镜片	否
宝应县云亮钟表眼镜店	72.91	0.14%	17.66	镜片、成镜	否
象山丹城视爵眼镜店	67.69	0.13%	28.11	镜片	否
抚顺市望花区江鹰眼镜超市	67.52	0.13%	5.84	镜片	否
合计	**387.47**	**0.72%**	**101.58**		
2019 年度					
客户名称	**销售金额**	**占营业收入比例**	**往来余额**	**主要销售标的**	**是否为新增客户**

临海市睛明眼镜店	79.74	0.14%	3.79	镜片	否
抚顺市望花区江鹰眼镜超市	78.65	0.14%	24.48	镜片	否
南京明亮光学眼镜有限公司	68.49	0.12%	141.74	镜片	否
徐州惠友眼镜批发中心	66.66	0.12%	-8.05 注	镜片	否
菏泽市牡丹区翠香眼镜经营部	65.33	0.12%	6.07	镜片	否
合计	**358.88**	**0.65%**	**168.03**		
2018 年度					
客户名称	**销售金额**	**占营业收入比例**	**往来余额**	**主要销售标的**	**是否为新增客户**
河北超视立商贸有限公司	353.34	0.69%	30.57	镜片	否
南京明亮光学眼镜有限公司	135.86	0.27%	160.11	镜片	否
新疆大光明国际眼镜城	120.13	0.24%	66.09	镜片	否
上海品目光学科技有限公司	98.65	0.19%	15.89	镜片	否
菏泽市牡丹区翠香眼镜经营部	76.47	0.15%	3.15	镜片	否
合计	**784.45**	**1.54%**	**275.81**		

注：往来余额负数表示期末为预收账款，下同

②主要眼镜连锁店客户情况

发行人报告期各期前五大眼镜连锁店客户情况如下：

单位：万元

2020 年度					
客户名称	**销售金额**	**占营业收入比例**	**往来余额**	**主要销售标的**	**是否为新增客户**
JINS INC.及其关联方	1,890.02	3.51%	281.07	镜片、成镜、材料、其他	否
博士眼镜连锁股份有限公司	311.17	0.58%	39.89	镜片、镜架	否
珠海市香洲靓晴眼镜店及其受同一控制下企业	122.23	0.22%	3.65	镜片、成镜	否
茂名市千里眼镜有限公司	114.88	0.21%	61.70	镜片、镜架	否
深圳市镜匠人贸易有限公司	110.03	0.20%	29.37	镜片、成镜	否
合计	**2,548.33**	**4.72%**	**415.68**		
2019 年度					

客户名称	销售金额	占营业收入比例	往来余额	主要销售标的	是否为新增客户
JINS INC 及其关联方	2,983.00	5.40%	171.00	镜片、镜架、成镜	否
博士眼镜连锁股份有限公司	511.62	0.93%	-4.60	镜片、镜架	否
乐聚天下科技（深圳）有限公司	368.30	0.67%	267.13	镜片	否
厦门市欧野实业有限公司	254.33	0.46%	188.34	镜片、成镜	否
深圳市镜匠人贸易有限公司	133.40	0.24%	29.52	镜片	否
合计	**4,250.64**	**7.69%**	**651.39**		
2018 年度					
客户名称	**销售金额**	**占营业收入比例**	**往来余额**	**主要销售标的**	**是否为新增客户**
JINS INC 及其关联方	4,244.77	8.33%	262.16	镜片、成镜	否
博士眼镜连锁股份有限公司	559.17	1.10%	21.80	镜片	否
乐聚天下科技（深圳）有限公司	326.96	0.64%	215.08	镜片	否
厦门市欧野实业有限公司	316.31	0.62%	199.67	镜片、成镜	否
毛源昌眼镜有限公司	199.62	0.39%	338.89	镜片、镜架、成镜	否
合计	**5,646.82**	**11.08%**	**1,037.60**		

③主要贸易商客户情况

发行人报告期各期前五大贸易商客户情况如下：

单位：万元

2020 年度					
客户名称	**销售金额**	**占营业收入比例**	**往来余额**	**主要销售标的**	**是否为新增客户**
诚益光学（厦门）有限公司及其关联方	1,200.77	2.22%	250.28	镜片	否
江苏海一比真光学镜片有限公司	601.35	1.11%	2.02	镜片、原料	否
深圳市梦视光学眼镜有限公司	395.72	0.74%	178.00	镜片、成镜	否

镇江环球光学有限责任公司	377.25	0.70%	95.52	镜片、材料	否
VIET A OPTICALCO.,LTD	210.46	0.39%	7.41	镜片、其他	否
合计	**2,785.54**	**5.16%**	**533.22**		
2019 年度					
客户名称	**销售金额**	**占营业收入比例**	**往来余额**	**主要销售标的**	**是否为新增客户**
VIETNAM VISIBILITY TARGET CO.,LTD	651.54	1.18%	31.25	镜片	否
镇江环球光学有限责任公司	461.92	0.84%	34.94	镜片	否
DAI OPTICAL INDUSTRIES s.r.l.	328.24	0.59%	170.12	镜片	否
江苏海一比真光学镜片有限公司	259.23	0.47%	32.49	镜片	否
深圳市梦视光学眼镜有限公司	208.67	0.38%	-18.19	镜片	否
合计	**1,909.59**	**3.46%**	**250.60**		
2018 年度					
客户名称	**销售金额**	**占营业收入比例**	**往来余额**	**主要销售标的**	**是否为新增客户**
Essilor International 及其关联方	401.50	0.79%	34.95	镜片	否
DAI OPTICL INDUSTRIESs.r.l.	364.10	0.71%	-	镜片、镜架	否
VIETNAM VISIBILITY TARGET CO.,LTD	341.42	0.67%	65.16	镜片	否
诚益光学（厦门）有限公司	321.00	0.63%	167.50	镜片	否
镇江环球光学有限责任公司	308.39	0.61%	33.19	镜片	否
合计	**1,736.41**	**3.41%**	**300.80**		

④主要医院类客户情况

发行人报告期各期前五大医院类客户情况如下：

单位：万元

2020 年度					
客户名称	**销售金额**	**占营业收入比例**	**往来余额**	**主要销售标的**	**是否为新增客**

					户
杭州存济眼镜有限公司	104.60	0.19%	5.13	镜片	否
莒南县明嘉配镜中心	80.04	0.15%	-15.48	镜片	否
重庆昶昭科技有限公司	73.89	0.14%	7.76	成镜、镜片	否
吉林大学第二医院就业服务中心配镜商店	60.28	0.11%	18.51	镜片	否
南京欣荣医疗器材有限公司	54.60	0.10%	8.18	镜片	否
合计	**373.41**	**0.69%**	**24.10**		
2019 年度					
客户名称	**销售金额**	**占营业收入比例**	**往来余额**	**主要销售标的**	**是否为新增客户**
吉林大学第二医院就业服务中心配镜商店	130.89	0.24%	27.40	镜片	否
辽宁何氏眼科医院集团股份有限公司	127.45	0.23%	81.93	镜片、镜架、成镜	否
杭州存济眼镜有限公司	113.81	0.21%	8.23	镜片	否
莒南县红十字光明医院	86.11	0.16%	-19.29	镜片	否
重庆昶昭科技有限公司	67.77	0.12%	2.06	镜片	是
合计	526.04	0.95%	100.33		
2018 年度					
客户名称	**销售金额**	**占营业收入比例**	**往来余额**	**主要销售标的**	**是否为新增客户**
辽宁何氏眼科医院集团股份有限公司	204.83	0.40%	11.04	镜片、镜架、成镜	否
吉林大学第二医院就业服务中心配镜商店	106.92	0.21%	4.21	镜片	否
杭州存济眼镜有限公司	102.49	0.20%	6.89	镜片	否
莒南县红十字光明医院	92.95	0.18%	-23.41	镜片	否
晋城市眼科医院	62.51	0.12%	20.00	镜片	否
合计	**569.70**	**1.12%**	**18.73**		

⑤主要电商企业客户情况

发行人报告期各期前五大电商企业客户情况如下：

单位：万元

2020 年度					
客户名称	**销售金额**	**占营业收入比例**	**往来余额**	**主要销售标的**	**是否为新增客户**
江苏淘镜有限公司	1,602.22	2.97%	157.72	镜片	否
江苏兴洋光学科技有限公司	1,058.98	1.97%	271.74	成镜、镜片、镜架、其他	否
郑州市惠济区恒信眼镜商行	174.82	0.32%	25.60	镜片、其他	是
武汉世纪大明眼镜有限公司	166.06	0.31%	0.47	成镜、镜片、镜架、其他	否
丹阳市视族眼镜贸易有限公司	143.31	0.27%	26.61	镜片	否
合计	**3,145.39**	**5.84%**	**482.14**		
2019 年度					
客户名称	**销售金额**	**占营业收入比例**	**往来余额**	**主要销售标的**	**是否为新增客户**
江苏淘镜有限公司	1,317.03	2.38%	122.26	镜片	否
江苏兴洋光学科技有限公司	1,175.79	2.13%	354.95	镜片、镜架、其他	否
武汉世纪大明眼镜有限公司	317.95	0.58%	-53.08	镜片、镜架、成镜	否
北京大视明眼镜有限公司	119.91	0.22%	-15.23	镜片、镜架、成镜	否
丹阳大视野电子商务有限公司	112.47	0.21%	-18.10	镜片、成镜	否
合计	3,043.15	5.51%	390.81		
2018 年度					
客户名称	**销售金额**	**占营业收入比例**	**往来余额**	**主要销售标的**	**是否为新增客户**
江苏淘镜有限公司	1,506.16	2.96%	-	镜片	否
江苏兴洋光学科技有限公司	622.03	1.22%	46.85	镜片、镜架、成镜	否
武汉世纪大明眼镜有限公司	249.14	0.49%	-64.18	镜片、镜架、成镜	否
丹阳大视野电子商务有限公司	124.74	0.24%	-3.56	镜片、成镜	否
丹阳市卓美光学眼镜有限公司	116.65	0.23%	-70.82	镜片	否
合计	**2,618.72**	**5.14%**	**-91.72**		

5）直销模式下眼视光产品各类客户的变动情况

报告期内，发行人眼视光产品（镜片、镜架、成镜）直销渠道下客户数量众多，收入分布整体较为分散，报告期各期客户数量存在一定的变动，但发行人与主要直销客户的合作较为稳定。报告期各期直销客户的情况如下：

①报告期各期新增直销客户的数量及收入占比

报告期内，在全面推行“明月镜片”品牌战略的大背景下，发行人针对不同的产品系列制定有差异化的价格策略和市场营销策略。发行人与下游眼视光类产品直销客户的业务合作情况存在变化，主要系不同客户向发行人采购产品的品牌及规格不同,从而使得不同客户在面对发行人针对不同产品的差异化价格策略及营销策略的市场反应存在差异所致。

报告期各期，发行人直销渠道下，不同客户类型新增客户的数量及新增客户新增当期收入金额如下：

单位：个、万元

直销客户类型	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	数量	收入	收入占比	数量	收入	收入占比	数量	收入	收入占比
终端眼镜门店	306	685.24	16.07%	474	1,175.04	50.56%	326	1,618.91	79.96%
眼镜连锁企业	122	1,258.29	29.52%	25	105.16	4.53%	20	133.38	6.59%
贸易商	18	606.80	14.23%	22	713.18	30.69%	12	88.63	4.38%
医院类客户	6	16.60	0.39%	47	133.59	5.75%	32	77.15	3.81%
电商企业	26	1,695.93	39.78%	28	196.97	8.48%	30	106.62	5.27%
小计	**478**	**4,262.87**	**100.00%**	**596**	**2,323.94**	**100.00%**	**420**	**2,024.70**	**100.00%**

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，发行人直销渠道新增客户新增当期收入分别为 2,024.70 万元、2,323.94 万元和 4,262.87 万元，占各期主营业务收入比例分别为 4.03%、4.22%和 7.92%，总体占比较小。

②报告期各期终止交易直销客户的数量及收入占比

报告期各期，发行人直销渠道下，不同客户类型终止交易客户（注销客户档案信息）的数量及终止交易客户当期收入金额如下：

单位：个、万元

直销客户类型	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	数量	收入	收入占比	数量	收入	收入占比	数量	收入	收入占比
终端眼镜门店	156	160.31	41.53%	170	339.45	47.14%	95	111.25	27.91%
眼镜连锁企业	9	171.01	44.30%	13	42.99	5.97%	7	225.16	56.49%
贸易商	5	2.20	0.57%	9	101.56	14.10%	8	33.91	8.51%
医院类客户	20	29.83	7.73%	90	206.57	28.68%	9	5.26	1.32%
电商企业	8	22.69	5.88%	7	29.57	4.11%	1	23.03	5.78%
小计	**198**	**386.04**	**100.00%**	**289**	**720.14**	**100.00%**	**120**	**398.61**	**100.00%**

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，发行人直销渠道终止交易客户终止交易当期收入分别为 398.61 万元、720.14 万元和 386.04 万元，占各期主营业务收入比例分别为 0.79%、1.31%和 0.72%，总体占比较小。

C、报告期内主要直销客户的收入变动情况

报告期内，发行人眼视光产品直销渠道下报告期各期的前五大客户如下所示：

单位：万元

2020 年度					
客户名称	销售金额	占营业收入比例	往来余额	主要销售标的	是否为新增客户
JINS INC.及其关联方	1,890.02	3.50%	281.07	镜片、成镜、材料、其他	否
江苏淘镜有限公司	1,602.22	2.97%	157.72	镜片	否
诚益光学（厦门）有限公司及其关联方	1,200.77	2.22%	250.28	镜片	否
江苏兴洋光学科技有限公司	1,058.98	1.96%	271.74	成镜、镜片、镜架、其他	否
江苏海一比真光学镜片有限公司	601.35	1.11%	2.02	镜片、原料	否
合计	**6,353.34**	**11.77%**	**962.83**		
2019 年度					
客户名称	**销售金额**	**占营业收入比例**	**往来余额**	**主要销售标的**	**是否为新增客户**
JINS INC 及其关联方	2,983.00	5.40%	171.00	镜片、镜架、成镜	否

江苏淘镜有限公司	1,317.03	2.38%	122.26	镜片	否
江苏兴洋光学科技有限公司	1,175.79	2.13%	354.95	镜片、镜架、其他	否
VIETNAM VISIBILITY TARGET CO.,LTD	651.54	1.18%	31.25	镜片	否
博士眼镜连锁股份有限公司	511.62	0.93%	-4.60	镜片、镜架	否
合计	**6,638.98**	**12.02%**	**674.86**		
2018 年度					
客户名称	**销售金额**	**占营业收入比例**	**往来余额**	**主要销售标的**	**是否为新增客户**
JINS INC 及其关联方	4,244.77	8.33%	262.16	镜片、成镜	否
江苏淘镜有限公司	1,506.16	2.96%	-	镜片	否
江苏兴洋光学科技有限公司	622.03	1.22%	46.85	镜片、镜架、成镜	否
博士眼镜连锁股份有限公司	559.17	1.10%	21.80	镜片	否
Essilor International 及其关联方	401.50	0.79%	34.95	镜片	否
合计	**7,333.63**	**14.40%**	**365.76**		

报告期内，在全面推行“明月镜片”品牌战略的大背景下，发行人针对不同的产品系列制定有差异化的价格策略和市场营销策略。发行人与下游眼视光类产品直销客户的业务合作情况存在变化，主要系不同客户向发行人采购产品的品牌及规格不同,从而使得不同客户在面对发行人针对不同产品的差异化价格策略及营销策略的市场反应存在差异所致。

6）直销模式下眼视光产品主要客户、主要新增客户、主要终止交易客户以及收入变动较大客户的背景情况

报告期内，发行人直销渠道下主要新增客户、主要终止交易客户的基本情况参见本节“5）直销模式下眼视光产品各类客户的变动情况”。报告期内，发行人眼视光产品直销渠道下的前五大客户的基本情况如下：

公司名称	成立时间	注册资本	主营业务	股权结构	实际控制人
JINS INC	2018 年 5 月 18 日	Yen 110 million	Design, Mfg. & Sales: Eyewear, Fashion accessories etc.	JINS Holdings Inc 100%	JINS Holdings Inc

公司名称	成立时间	注册资本	主营业务	股权结构	实际控制人
江苏淘镜有限公司	2006 年 1 月 17 日	4300 万美元	生产各式眼镜、眼镜零部件、光学镜片、镜盒，从事镜片的加硬加膜及验光配镜业务。	TAOJING INTERNATIONAL LIMITED 持股 100%	TAOJING INTERNATIONAL LIMITED
博士眼镜连锁股份有限公司	1997 年 4 月 23 日	17093.1597 万元	眼镜的购销及其它国内贸易（不含专营、专控、专卖商品）；验光配镜（取得相关资质证书后方可经营）等；	上市公司	ALEXANDERLIU
江苏兴洋光学科技有限公司	2017 年 3 月 13 日	1000 万元	眼镜及配件研发、生产、加工、销售，验光配镜服务等	费淞持股 46% 其他持股 54%	费淞
诚益光学（厦门）有限公司	1990 年 8 月 7 日	1100 万元美元	光学仪器制造；眼镜制造；其他仪器仪表制造业等	CHENG YI OPTICAL CO.,LTD 持股 100%	CHENG YI OPTICAL CO.,LTD
镇江环球光学有限责任公司	2001 年 1 月 4 日	250 万元	眼镜架、眼镜片、眼镜盒、太阳镜、望远镜、光学产品及原料的销售等	汤浩宇持股 93.7% 其他持股 6.3%	汤浩宇
VIET A OPTICAL CO.,LTD	2011 年 5 月 19 日	VND 1,500,000,000	The subject specializes in trading all kinds of glasses	Mr.NGUYEN TRONG CHU 100%	Mr.NGUYEN TRONG CHU
DAI OPTICAL INDUSTRIES s.r.l.	1998 年 1 月 2 日	96,900 EU	32504 - Manufacture Of Oftalmiche Lenses 702209 - Other Business Consultancy Activities And Other Administration-Management And Business Planning Consultancy 85592 - Professional Training Courses 46433 - Wholesale Trade In Photographic, Cinema And Optical Items 32505 - Manufacture Of All Typs Of Spectacle Frames	MASTROPIERRO ROSA 46% Others 54%	MASTROPIERRO ROSA

依视路集团是全球领先的视光企业，其历史可追溯至 170 年前的法国。近年来，依视路集团是及其关联方在国内收购了多家镜片生产厂商。发行人主要眼视光类直销客户中被依视路集团及其关联方控股的客户的基本情况如下：

公司名称	成立时间	注册资本	主营业务	股权结构

公司名称	成立时间	注册资本	主营业务	股权结构
江苏奥天光学有限公司	2015 年 7 月 22 日	2,750 万元人民币	各种光学镜片、眼镜镜架、塑胶太阳镜及其他眼镜配件的生产、加工；等	ESSILOR INTERNATIONAL 持股 55%；臧惠明持股 45%
江苏黄金屋光学眼镜有限公司	2017 年 8 月 18 日	10,000 万元人民币	光学镜片、光学仪器、光学设备的开发、设计、生产和销售等	SEEWORLD HOLDINGS PTE.LTD.持股 100%
新天鸿光学有限公司	2012 年 9 月 25	10,000 万元人民币	眼镜及配件、光学设备的制造、加工、佣金代理（拍卖除外）及进出口业务；眼镜产品的设计、研发和信息技术咨询服务等	洪作南持股 50%；OSA INVESTMENTS HOLDINGS PTE.LTD 持股 50%
视悦光学有限公司	2011 年 10 月 25 日	790 万美元	开发、设计、生产、销售各种光学镜片、光学仪器、光学设备，第三类医疗器械、隐形眼镜及护理液的零售及批发 d	视悦控股有限公司持股 100%

发行人与上述直销客户不存在关联关系。报告期内，发行人与上述客户在正常业务往来期间合作状况稳定，双方可以按照合同约定及时履行各自义务。上述客户在与发行人正常业务往来期间不存在经营状况或财务状况出现异常的情况。发行人与上述客户不存在除正常业务往来之外的其他资金、业务往来。

（3）代销模式

公司仅对个别客户采取代销模式。

4、营销推广模式

消费者购买眼镜的时候，对镜架产品感受较为直接。因为镜架的款式、材质、颜色可以很直观地被消费者感知，消费者在选择镜架的时候参与度较强，其主观经验判断是决定消费结果最主要的因素。

但对于镜片，由于其属于透明材质，形态相近，外观差异很小，而且只有在后续正式佩戴过程中才会逐渐体会到镜片的性能差异，加之消费者目前眼镜产品的消费频率不高，使得消费者对镜片产品的感知很模糊，很难在购买当时就判断出产品的好坏。因此消费者在选择镜片时往往只能听从导购人员的推荐，或者直

接选择知名度较高的品牌产品，其主观经验判断成为影响消费结果的次要因素。这也是我国目前的眼镜消费市场普遍存在现象。

但我国镜片市场经过多年的发展，曾经具备一定规模的民营企业却在发展中陆续选择被外资收购控股，自有品牌的发展受到各种因素的制约；规模较小的企业实力较弱，却又陷入价格战的泥淖，使得其品牌建设动力与实力不强。而境外品牌产品的溢价很高，国产镜片产品价格与外资品牌产品在价格上往往存在着较大的差异。这使得我国镜片消费市场呈现高价格产品基本为外资品牌占据，而国产产品大多集中在低价位区间，且缺少公众熟知和认可的品牌。中间价位层出现产品缺乏及没有国产品牌的现象。

发行人自始至终坚持自主创新，确保品质，树立民族品牌的战略，与国际企业同台竞争。近年来更是加大市场引导及品牌建设投入，通过多种手段、多种渠道加强品牌和产品的宣传和推广，提高消费者主观判断在镜片产品选购中的主导作用，从而扩大公司产品的销售规模及市场占有率。

具体措施主要包括：

（1）线下体验店

发行人创新性地提出镜片线下体验的概念，通过合作建立专位体验、专区体验、专柜体验和专卖店的方式，让消费者全方位感受镜片的功能与优点，全面提升“明月镜片”品牌形象的同时，为消费者提供更专业、更细致的服务。

线下体验可以分为专位体验、专柜体验、专区体验和专卖店。

1）专位体验

专位体验是指使用客户的柜台桌面，布置明月镜片的专属体验式道具。通常一个专位会布置 2-10 个体验式道具。

明月镜片专属体验式道具实景图






防蓝光镜片道具 超韧镜片道具 超亮镜片道具 1.71 镜片道具

2）专柜体验

专柜体验是指公司在客户的终端门店中布置镜片体验专柜，专柜一般包括镜片桌、专区道具等。

3）专区体验

专区体验是指公司在客户的终端门店中布置镜片体验专区，专区一般包括镜片桌、专区道具、镜片背柜等。

4）专卖店

专卖店是指其销售的商品全部为明月品牌产品的品牌体验店。

专卖店布置效果图



（2）区域实地推广

发行人非常注重营销渠道的建设，通过直销、经销相结合的模式，在全国市场形成了良好的营销网络体系。公司按照区域进行营销渠道的建设，分为华东、华南、华北、西南等区域，每个区域配备专业的销售推广队伍，能够快速识别客户的需求并进行精准的反馈，为其提供优质的服务。

（3）聘请品牌代言人

发行人特邀中国电影家协会主席、国家一级演员陈道明先生为明月镜片的品牌代言人，以其专业、敬业的形象和知名度为明月镜片提供良好的形象代言，提升明月镜片的品牌影响力。

（4）电视广告植入

发行人通过综艺、新闻等电视节目植入广告进行品牌宣传，主要包括《非诚勿扰》、《最强大脑》等。

（5）线下广告投放

发行人通过在全国各地机场、高铁站、城市核心商圈、知名楼宇等投放广告进行品牌和产品的宣传，迅速扩大品牌影响力。

（6）电商平台推广

公司直接在天猫、京东、小米有品等电商平台投放广告或购买品牌推广服务，如利用淘宝直通车、京东快车等推广工具进行广告投放，让客户通过关键词搜索或者通过点击网站广告导入公司线上店铺。

（7）主题活动

公司通过举行新品发布会等主题营销活动，搭建与消费者沟通互动桥梁，进行品牌宣传推广。

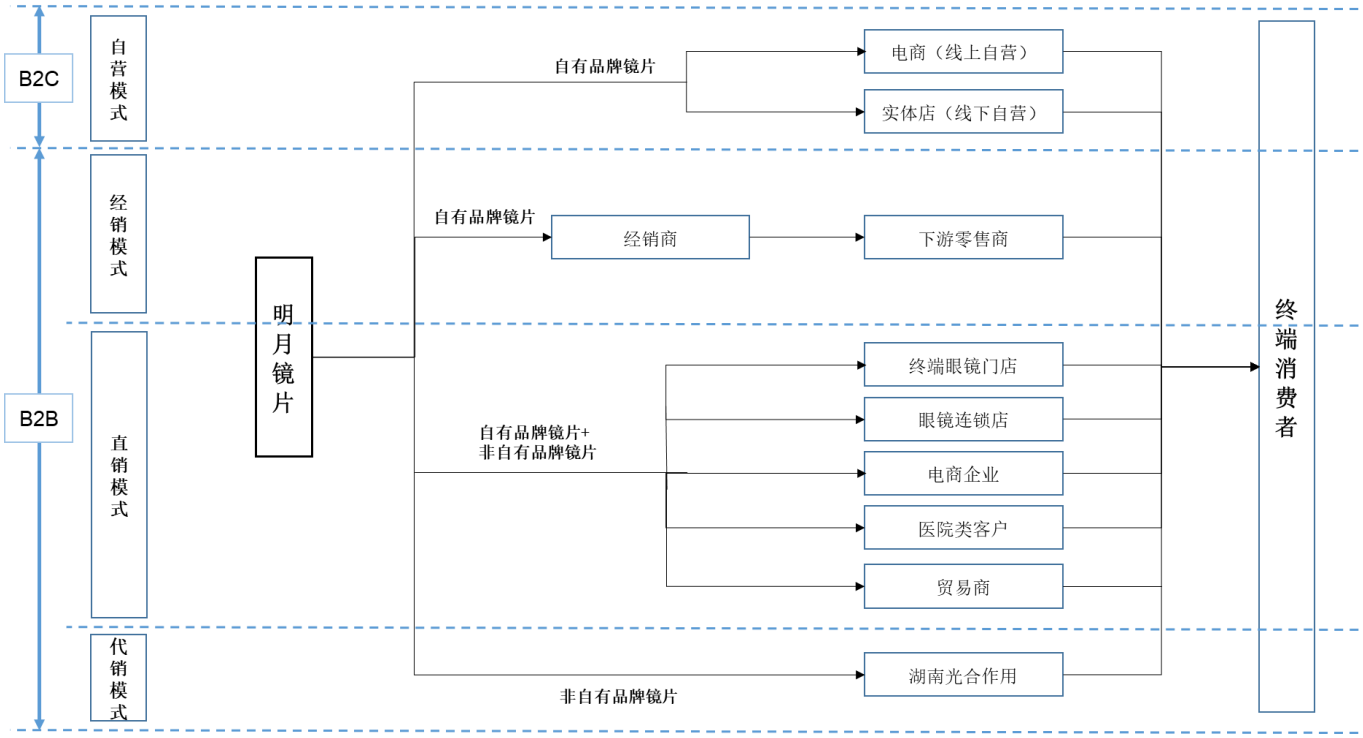
5、公司采用目前经营模式的原因、影响经营模式的关键因素以及经营模式的影响因素在报告期内的变化情况及未来变化趋势

公司结合国家产业政策、所处行业特征、上下游发展情况、自身产品特点等关键因素，逐步形成目前的经营模式。报告期内，上述影响因素未发生重大变化，且不存在发生重大变化的趋势，预计未来公司的经营模式将保持稳定。

6、经销和直销模式的比较分析

（1）镜片销售模式划分依据

报告期内，发行人镜片业务的销售模式如下：



报告期内，发行人镜片产品业务 B2B 模式下分为经销、直销和代销，具体划分依据主要基于发行人客户的业务模式、主要服务对象以及发行人向其销售镜片产品的品牌类型。

报告期内，发行人镜片产品不同销售模式下的客户性质、客户业务模式、客户主要服务对象以及发行人与其合作的镜片品牌类型如下：

业务模式	销售模式	客户性质	主要合作镜片品牌[注]	下游客户业务模式	下游客户主要服务对象
B2B	经销	镜片批发商	自有品牌镜片	1、赚取镜片产品买卖差价为主要盈利模式； 2、发行人镜片产品在下游流转过程中无论产品外观还是外包装均未发生实质性改变	终端眼镜门店等眼镜零售客户
	直销	终端眼镜门店	自有品牌镜片、非自有品牌镜片	1、向终端消费者销售成镜为主要盈利模式； 2、发行人镜片产品在经过切割、磨边后作为成镜的组成部分，镜片产品外观已发生实质性改变	终端自然人消费者
		眼镜连锁店			
		电商企业			
		医院类客户			
		贸易商		赚取镜片产品买卖差价，可能进行二次包装或加工	以出口贸易为主

业务模式	销售模式	客户性质	主要合作镜片品牌[注]	下游客户业务模式	下游客户主要服务对象
	代销	湖南光合作用	非自有品牌镜片	向终端消费者销售成镜为主要盈利模式	终端自然人消费者
B2C	线上电商自营	天猫、京东、小米有品电商自营旗舰店	自有品牌镜片	-	-
	线下门店自营	丹阳国际眼镜城明月镜片体验店	自有品牌镜片	-	-

注：非自有品牌镜片即发行人根据客户指定的品牌要求对产品进行包装，产品本身及外包装均不体现发行人自有品牌的信息

1）经销模式

报告期内，发行人经销商从发行人处主要采购自有品牌镜片产品。报告期内，发行人经销模式下客户主要为镜片批发商，其主要业务模式为：经销商从发行人处采购镜片后主要以批发的形式出售至下游终端眼镜门店等零售客户处，以赚取镜片产品买卖差价为主要盈利模式。此类业务模式下，发行人镜片产品在流转过程中无论产品外观还是外包装均未发生实质性改变。

2）直销模式

报告期内，发行人直销模式下客户性质主要包括终端眼镜门店、眼镜连锁店、电商企业、医院类客户和贸易商，上述客户具体情况如下：

①终端眼镜门店、眼镜连锁店、电商企业和医院类客户

报告期内，上述直销客户从发行人处采购镜片产品的品牌类型包括自有品牌和非自有品牌。此类直销客户直接面向终端消费者，主要通过对从发行人处采购的镜片产品进行加工并与镜架组装，最终以成镜产品的形式销售给终端自然人消费者以获取商业收益。此类业务模式下，发行人镜片产品在经过切割、磨边后作为最终成镜产品的组成部分，镜片产品外观已发生实质性改变。

②贸易商

报告期内，贸易商类直销客户较为认可发行人镜片的生产工艺及产品质量，从发行人处采购镜片产品后，主要从事镜片等眼视光产品的销售活动。此类贸易

商直销客户的下游服务客户多为境外客户，客户性质较为多元化。由于此类客户向发行人采购的镜片外包装多为贴客户品牌或简易包装（不体现任何品牌信息），因此相较其他采购自有品牌镜片的客户，发行人未对贸易商客户的销售区域进行限定，且除产品质量问题外，发行人一般不接受客户其他理由的退货请求，因此贸易商类直销客户与经销商客户及其他直销类客户存在实质性区别。

综上所述，报告期内发行人经销模式与直销模式下客户的主要区别如下：

销售模式	客户性质	主要交易镜片品牌类型		主要盈利模式		主要客户群体		
		自有品牌	非自有品牌	镜片转售	镜片加工后以成镜的形式出售	终端眼镜门店等零售客户	终端自然人消费者	出口贸易
经销	镜片批发商	√		√		√		
直销	终端眼镜门店	√	√		√		√	
	眼镜连锁店	√	√		√		√	
	电商企业	√	√		√		√	
	医院类客户	√	√		√		√	
	贸易商		√	√				√

3）代销模式

报告期内，发行人仅与湖南光合作用开展非自有品牌镜片的代销业务。湖南光合作用是一家专注于眼镜行业的知名眼镜连锁企业，主要面向终端自然人消费者提供眼视光综合类产品及服务，旗下拥有木九十、aojo、WAKEUP 等品牌。报告期内，发行人代销模式与经销模式、直销模式的区别主要体现在收入确认会计政策方面的差异。

（2）经销模式和直销模式主要合同条款的比较分析

发行人经销模式和直销模式在主要合同条款方面的差异情况总结如下：

序号	项目	经销模式与直销模式在合同条款方面是否存在差异
1	产品类型	存在差异

序号	项目	经销模式与直销模式在合同条款方面是否存在差异
2	授权经营区域	存在差异
3	销售目标	存在差异
4	返利政策	存在差异
5	结算方式与信用额度	存在差异
6	保证金缴纳	存在差异
7	产品定价	存在差异
8	退换货	存在差异
9	收入确认、交付、验收、运费	不存在差异

报告期内，经销客户与直销客户在标准化合同中主要合同条款的差异情况具体如下：

1）产品类型：经销客户主要采购发行人自有品牌镜片产品；部分直销客户采购外包装指定其品牌信息或简易包装（不体现任何品牌信息）的镜片产品，此类情况下，直销客户会在合同中明确其外包装贴牌的品牌信息及包装要求。

因此，在合作镜片产品类型方面，经销模式与直销模式存在差异。

2）授权经营区域：发行人对经销客户的授权经营区域以省级区域为主。发行人经销客户主要为镜片批发商，其从发行人处采购镜片后主要以批发的形式出售至其授权省级经营区域的下游终端眼镜门店等零售客户处。

发行人对采购其非自有品牌镜片的直销客户未限定其经营区域，对采购其自有品牌镜片直销客户的授权经营区域以市级区域为主。采购发行人自有品牌镜片的直销客户的下游服务对象主要为终端自然人消费者，相关客户主要通过对从发行人处采购的镜片产品进行加工并与镜架组装，最终以成镜产品的形式销售给终端自然人消费者以获取商业收益。此类业务模式下，直销客户仅能在合同约定的市级区域从事经营活动。

因此，在授权经营区域方面，经销模式与直销模式存在差异。

3）销售目标：发行人与经销客户在年度销售合同中均约定销售目标，发行人境外直销客户及部分贸易商客户等未在合同中约定销售目标。因此，在销售目标方面，经销模式与直销模式存在差异。

4）返利政策：发行人对经销商客户和直销客户约定有差异化的返利政策，具体体现在差异化的返利政策销售目标门槛和返利比例，具体差异示例参见本招股说明书“第六节 业务与技术”之“一、发行人主营业务经营情况”之“（三）主要经营模式”之“3、销售模式及盈利模式”之“（1）经销模式”之“4）返利政策”的相关内容。

因此，在返利政策方面，经销模式与直销模式存在差异。

5）结算方式与信用额度：发行人针对经销客户与直销客户制定有差异化的信用政策。经销客户和直销客户的信用政策、结算方式和结算周期参见本招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、资产质量分析”之“（一）资产结构分析”之“2、流动资产分析”之“（4）应收账款”之“9）”的相关内容。

因此，在结算方式与信用额度方面，经销模式与直销模式存在差异。

6）保证金缴纳：经销商客户需缴纳市场秩序保证金和合同完成保证金，保证金通常不超过 10 万元；考虑到电商平台销售的特殊性，直销客户中的电商企业需缴纳市场秩序保证金和合同完成保证金，除此之外其他直销客户需缴纳合同完成保证金或无需缴纳保证金。

因此，在保证金缴纳方面，经销模式与直销模式存在差异。

7）产品定价：发行人针对经销客户和直销客户制定有差异化的镜片产品供货价格表。针对统一档次的镜片产品，发行人对经销客户的供货价格是直销客户的 8 折左右。

因此，在产品定价方面，经销模式与直销模式存在差异。

8）退换货： 2018 年度，发行人与客户在合同中约定具体退换货比例及要求。针对经销客户和直销客户，发行人制定有差异化的退换货政策，其中经销客户退货政策较直销客户更为严格，允许退货比例上限更低。2019 年度和 2020 年

度，除质量问题外，发行人原则上不接受客户退换货，因此合同中发行人未与客户约定退货事宜。

9）收入确认、交付验收及运费：发行人经销模式和直销模式下的销售模式均为买断模式。发行人将约定货物交给运输公司或客户委托的代提货人即为交付。产品到货后，客户应立即清点与验收确认，验收合格后货物转由客户所控制，货物所有权风险报酬转移至客户处。经销模式和直销模式下，发行人均以客户签收确认时点作为收入确认时点，不存在差异。

运费承担方面，一般情况下，发行人镜片现片运费由客户承担，定制片运费由发行人承担。因此，在运费承担方面，经销模式与直销模式不存在差异。

（3）将直接面向消费者的线下体验店和电商旗舰店的销售方式与面向终端眼镜门店、眼镜连锁企业、电商企业的销售方式均认定为直销模式的合理性

直销模式是一个相对经销模式、代销模式的概念。发行人经销商客户系从发行人处采购自有品牌镜片并将镜片转售至下游终端眼镜门店等眼镜零售客户的镜片批发商。除自有品牌镜片经销商以及湖南光合作用（代销）外，发行人将其他渠道统一归为直销模式。

另一方面，发行人电商旗舰店和线下体验店与发行人直销客户的下游主要服务对象均为终端自然人消费者，且主要业务模式均以成镜零售业务为主，因此同分类为直销模式具备合理性。

7、直销模式下眼视光产品（镜片、镜架、成镜）各类客户的销售情况

（1）线下直销渠道下的销售情况

1）镜片产品直销客户的收入情况

报告期内，发行人镜片产品直销渠道下，终端眼镜门店、眼镜连锁企业、贸易商、电商企业和医院类客户的销售收入情况如下：

单位：万元

产品类型	客户类型	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		收入	占比	收入	占比	收入	占比

产品类型	客户类型	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		收入	占比	收入	占比	收入	占比
镜片	终端眼镜门店	11,084.49	42.15%	11,956.77	42.10%	11,346.48	38.55%
	眼镜连锁企业	4,601.63	17.50%	6,618.06	23.30%	8,801.75	29.90%
	贸易商	5,327.58	20.26%	5,067.38	17.84%	4,668.47	15.86%
	电商企业	4,446.66	16.91%	3,523.21	12.40%	3,353.42	11.39%
	医院类客户	837.02	3.18%	1,237.66	4.36%	1,265.38	4.30%
小计		**26,297.38**	**100.00%**	**28,403.08**	**100.00%**	**29,435.50**	**100.00%**

报告期内，发行人镜片产品直销模式的下游客户主要以终端眼镜门店和眼镜连锁企业为主。2018 年度、2019 年度和 2020 年度，来自终端眼镜门店和眼镜连锁企业客户的收入占比分别为 68.45%、65.40%和 59.65%。

2）镜架产品直销客户的收入情况

报告期内，发行人镜架产品下游电商企业、终端眼镜门店、眼镜连锁企业、贸易商和医院类客户的销售收入情况如下：

单位：万元

产品类型	客户类型	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		收入	占比	收入	占比	收入	占比
镜架	电商企业	87.46	48.82%	521.62	60.93%	186.30	31.27%
	终端眼镜门店	25.86	14.43%	158.31	18.49%	222.07	37.27%
	眼镜连锁企业	56.93	31.78%	125.79	14.69%	144.94	24.33%
	贸易商	8.91	4.97%	48.28	5.64%	37.22	6.25%
	医院类客户	-	-	2.15	0.25%	5.24	0.88%
小计		**179.14**	**100.00%**	**856.14**	**100.00%**	**595.76**	**100.00%**

报告期内，发行人镜架产品下游客户主要系电商企业江苏兴洋光学科技有限公司。2018 年度、2019 年度和 2020 年度，发行人向江苏兴洋光学科技有限公司销售镜架的收入分别为 148.03 万元、455.32 万元和 23.72 万元，占镜架收入的比例分别为 24.85%、53.18%和 13.24%。

3）成镜产品直销客户的收入情况

报告期内，发行人成镜产品下游眼镜连锁企业、终端眼镜门店、电商企业、贸易商和医院类客户的销售收入情况如下：

单位：万元

产品类型	客户类型	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		收入	占比	收入	占比	收入	占比
成镜	眼镜连锁企业	803.70	94.30%	1,295.36	99.02%	348.60	66.40%
	终端眼镜门店	26.75	3.14%	4.09	0.31%	152.76	29.10%
	电商企业	16.08	1.89%	4.67	0.36%	8.70	1.66%
	贸易商	2.48	0.29%	0.03	0.00%	0.17	0.03%
	医院类客户	3.24	0.38%	3.99	0.30%	14.79	2.82%
小计		**852.25**	**100.00%**	**1,308.13**	**100.00%**	**525.04**	**100.00%**

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，发行人成镜业务主要系面向眼镜连锁企业 JINS INC 及关联方的成镜业务。

（2）电商自营销售的收入情况

伴随着“明月镜片”品牌影响力逐步提升，发行人线上自营渠道业务发展良好。2018 年度、2019 年度和 2020 年度，发行人线上自营收入分别为 426.26 万元、2,078.18 万元和 4,573.71 万元，占主营业务收入的比例分别为 0.85%、3.77%和 8.50%，营业收入贡献增长迅速。报告期内，发行人在巩固传统销售渠道的同时积极拓展线上自营零售渠道，线上渠道与线下渠道协同发展，使其成为营收增长贡献的又一重要源泉。

报告期内，发行人电商自营销售以天猫自营旗舰店为主。2018 年度、2019 年度和 2020 年度，天猫自营旗舰店收入占电商自营销售的比例分别为 97.42%、64.18%和 68.16%。2019 年起，发行人在小米有品电商平台开设自营旗舰店，重点拓展防蓝光成镜业务。

1）天猫自营旗舰店的收入情况

报告期内，发行人天猫自营旗舰店成镜、镜片和镜架产品的销售收入情况如下：

单位：万元

电商平台	产品类型	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		收入	占比	收入	占比	收入	占比
天猫	成镜	2,713.68	87.24%	1,059.23	79.41%	317.42	76.44%
	镜片	287.99	9.26%	218.58	16.39%	89.69	21.60%
	镜架	108.92	3.50%	56.02	4.20%	8.14	1.96%
小计		**3,110.59**	**100.00%**	**1,333.84**	**100.00%**	**415.25**	**100.00%**

报告期内，发行人天猫自营旗舰店以成镜销售为主。2018 年度、2019 年度和 2020 年度，成镜销售比例分别为 76.44%、79.41%和 87.24%。

2）京东自营旗舰店的收入情况

报告期内，发行人京东自营旗舰店成镜、镜片和镜架产品的销售收入情况如下：

单位：万元

电商平台	产品类型	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		收入	占比	收入	占比	收入	占比
京东	成镜	347.59	87.36%	115.88	76.81%	8.67	78.72%
	镜片	37.25	9.36%	27.85	18.46%	1.87	17.02%
	镜架	13.05	3.28%	7.14	4.73%	0.47	4.26%
小计		**397.89**	**100.00%**	**150.86**	**100.00%**	**11.01**	**100.00%**

报告期内，发行人京东自营旗舰店以成镜销售为主。2018 年度、2019 年度和 2020 年度，成镜销售比例分别为 78.72%、76.81%和 87.36%。

3）小米有品自营旗舰店的收入情况

报告期内，发行人小米有品自营旗舰店成镜、镜片和镜架产品的销售收入情况如下：

单位：万元

电商平台	产品类型	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		收入	占比	收入	占比	收入	占比
小米有品	成镜	1,040.03	98.83%	593.16	99.95%	-	-
	镜片	3.69	0.35%	0.26	0.04%	-	-
	镜架	8.64	0.82%	0.05	0.01%	-	-
小计		**1,052.36**	**100.00%**	**593.47**	**100.00%**	-	-

报告期内，发行人小米有品自营旗舰店以成镜销售为主。2019 年度和 2020 年度，成镜销售比例分别为 99.95%和 98.83%。

（3）线下体验店的销售收入情况

报告期内，发行人线下体验店的销售收入情况如下：

单位：万元

产品类型	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
镜片	113.84	68.63%	116.31	67.90%	57.33	93.41%
镜架	52.02	31.37%	54.98	32.10%	4.05	6.59%
合计	**165.86**	**100.00%**	**171.29**	**100.00%**	**61.37**	**100.00%**

报告期内，发行人在丹阳国际眼镜城开设明月镜片线下体验店。2018 年度、2019 年度和 2020 年度，线下体验店收入分别为 61.37 万元、171.29 万元和 165.86 万元，占当期主营业务收入比例分别为 0.12%、0.31%和 0.31%，总体占比较低。”

8、发行人对自有品牌镜片产品的价格管控措施及实施情况

报告期内，发行人对不同销售渠道自有品牌镜片产品的供货价格实施了一系列的价格管控措施，具体的管控措施及实施情况如下：

（1）自有品牌镜片面向下游经销商、直销客户的价格管控措施及实施情况

报告期内，发行人向其下游经销和直销客户销售产品制定有统一的销售价格管理制度且执行情况良好；基于发行人自有品牌保护考虑，发行人与下游客户针对其对外销售镜片产品价格有原则性约定，避免下游客户任意低价销售发行人自

有品牌产品导致对品牌影响力的破坏。（2）自有品牌镜片面向终端消费者渠道的价格管控措施及实施情况

报告期内，发行人自有品牌镜片面向终端消费者的渠道主要包括电商(线上)自营旗舰店（天猫、京东和小米有品）和线下丹阳国际眼镜城明月镜片旗舰店。

报告期内，发行人针对上述自营渠道制定有统一严格的管控措施且严格按照相关规定执行相应价格政策。

9、镜片产品的定价方法、不同渠道定价的联动机制

（1）镜片产品的定价方法、不同渠道的定价策略以及联动机制

报告期内，发行人逐步从镜片制造商向镜片品牌商转变，目前已初见成效。镜片产品销售单价提升既是与此战略定位转变相配套的重要举措，也是发行人逐步向镜片品牌商战略定位转变的结果。

报告期内，发行人镜片产品以及不同渠道的定价方法如下：

1）镜片产品的定价方法

发行人主要采用锚点定价法和竞争定价法对其镜片产品进行定价，其中锚点定价法适用于发行人制定向下游经销和直销客户销售镜片的供货价格，竞争定价法适用于发行人制定自有品牌镜片的终端建议零售价格。

2）镜片产品不同渠道的定价策略

①代销

报告期内，发行人与湖南光合作用主要开展贴牌镜片的代销业务。不同镜片产品系列的销售单价由双方友好协商确定。

②经销、直销

发行人针对经销和直销渠道的定价策略如下：

A、采用上述镜片产品的锚点定价法确定锚点系列下所有规格镜片产品的销售单价；

B、将锚点系列下镜片产品的销售单价设定为“单位 1”，确定其他直销、经销渠道下各系列与锚点系列的价格倍数。如某系列价格倍数为锚点系列的 1.5 倍，则倍率关系为“1:1.5”，即该系列镜片销售单价为同规格锚点系列镜片销售单价的 1.5 倍；

C、经销商渠道的供货价格在参照上述标准制定的价格政策基础上打 8 折执行；

D、针对直销渠道下非自有品牌客户，发行人参照锚点系列制定镜片产品价格表，并在此基础上与客户友好协商确定实际成交价格。

③电商平台自营

发行人针对电商平台自营对外销售制定有《电商平台建议零售价格表》，价格表以当年度终端零售产品手册的 7 折为基础制定。考虑到线上渠道促销活动较为频繁，发行人电商营运部门可根据活动需要，在《电商平台建议零售价格表》单价基础上额外向发行人管理层申请报备活动折扣，但各种折扣叠加后的实际成交价格不低于《电商平台建议零售价格表》的 7 折。

④丹阳国际眼镜城明月镜片体验店

发行人于丹阳国际眼镜城开设有 1 家明月镜片线下体验店。明月镜片体验店对外销售价格以当年度终端产品手册建议零售价的 7 折为基础制定。如因经营需要开展阶段性的促销活动，若涉及相关折扣政策，门店管理人员需单独申请并经公司领导批准方可实施。

3）发行人不同渠道市场镜片产品价格的联动机制

报告期内，针对自有品牌镜片，发行人不同渠道市场镜片产品销售定价存在联动机制，具体联动机制如下：

①经销渠道与直销渠道定价的联动机制：针对同一档次镜片产品系列，发行人经销客户原则上供货单价为直销客户供货单价的 8 折；

②电商自营渠道与直销渠道（电商企业）定价的联动机制：针对同一档次镜片产品系列，发行人下游线上直销客户（电商企业）与发行人电商自营渠道执行

有统一的价格管控措施：指导零售价不得低于当年度产品手册上载明的建议零售价的 7 折，电商各种促销活动后的实际成交价格不得低于指导零售价的 7 折；

③线下自营渠道与直销渠道终端建议零售价的联动机制：针对同一档次镜片产品系列，发行人丹阳国际眼镜城明月镜片体验店对外销售价格不得低于当年度产品手册上载明的建议零售价的 7 折。

综上，发行人不同渠道的镜片产品价格存在联动机制。报告期内，发行人在公司层面推行镜片产品的“品牌战略”，针对不同产品系列制定差异化的供货价格调整策略，借助价格武器实现各产品系列在各自细分市场的战略布局。

在全面推行品牌战略的大背景下，发行人根据上述各渠道产品定价规则，采用锚点定价法和竞争定价法，有秩序地调整不同渠道、不同产品系列的供货价格以及终端建议零售价格。发行人报告期各期各渠道产品价格均呈现上涨趋势，价格变动趋势一致，不存在变动不一致导致相关客户利益受到损害的情形。

4）不存在报告期期后降低价格在各报告期调节利润的情形

报告期内，发行人稳步推进品牌战略，按每一自然年度制定产品供货价格表以及终端建议零售价格，任一自然年度内产品供货价格政策保持一致。2018 年度、2019 年度、2020 年度产品供货价格呈现逐年上涨趋势，不存在降价的情形，不存在报告期期后降低价格在各报告期调节利润的情形。

（2）发行人提价策略促进产业链下游各个环节增收增利

发行人镜片产品覆盖市场上主流折射率系列。各折射率系列具有代表性的镜片规格包括折射率 1.56 非球面树脂片、1.60 防蓝光非球面树脂片、1.67 非球面树脂片、1.71 防蓝光非球面超硬树脂片和 1.74 非球面树脂片，其中 1.71 防蓝光非球面超硬树脂片集合了发行人 1.71 折射率和防蓝光两项技术，上述产品系列报告期各期收入及占当期同折射率镜片产品收入比例较高，具体情况如下：

单位：万元

产品系列	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
1.56 非球面树脂片	2,845.69	18.19%	4,271.56	23.89%	3,986.45	23.21%

产品系列	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
1.60 防蓝光非球面树脂片	4,887.20	30.50%	3,815.59	25.46%	2,403.71	15.35%
1.67 非球面树脂片	2,500.09	55.26%	3,338.73	63.66%	3,687.41	65.39%
1.71 防蓝光非球面超硬树脂片	2,464.03	37.95%	1,745.16	32.19%	399.04	12.66%
1.74 非球面树脂片	515.82	57.68%	680.01	64.05%	708.27	67.16%
合计	**13,212.83**	**-**	**13,851.05**	**-**	**11,184.88**	**-**

通过横向比较报告期各期发行人 5 个主要镜片产品在各个环节的出货价格和毛利变化情况发现：发行人主动提价行为带动产业链下游批发端和零售端相应调整了其对下游的出货价格，从而带动整个行业增收增利，促进镜片行业健康有序良性发展。

1）经销渠道

通过横向比较各期 5 个主要镜片产品的发行人工厂出货价格、经销商客户出货价格、经销商下游终端零售商对外销售价格发现：除个别产品外，发行人提价带动下游各个销售环节对外售价及盈利能力提升，且距离终端消费者越近的销售环节提价绝对金额越高，具体情况如下：

①各环节出货价格相较上一年度变动情况

单位：元/片

产品名称	2020 年度			2019 年度		
	发行人出货价格变动	经销商出货价格变动	零售商出货价格变动	发行人出货价格变动	经销商出货价格变动	零售商出货价格变动
1.56 非球面树脂片	+3.03	+0.39	+11.16	+2.85	+1.38	+13.14
1.60 防蓝光非球面树脂片	+2.57	+0.47	+11.57	+1.02	+1.26	+22.12
1.67 非球面树脂片	+4.88	+0.52	+14.95	+1.33	+2.96	+30.06
1.71 防蓝光非球面超硬树脂片	+10.05	+0.84	+19.47	+6.84	+14.06	+117.90
1.74 非球面树脂片	+20.94	+0.29	+40.41	+9.66	+11.28	+52.69

注：此处选取发行人与 18 家主要经销商及其与下游终端零售客户合作的销售价格算术平均数为样本进行列示说明

②下游各环节报告期各期毛利率情况

产品名称	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	发行人毛利率	经销商毛利率	零售商毛利率	发行人毛利率	经销商毛利率	零售商毛利率	发行人毛利率	经销商毛利率	零售商毛利率
1.56 非球面树脂片	57.53%	25.88%	89.58%	50.89%	44.83%	88.99%	28.17%	60.80%	88.94%
1.60 防蓝光非球面树脂片	64.24%	31.93%	91.42%	65.01%	42.71%	91.20%	64.67%	44.24%	90.87%
1.67 非球面树脂片	56.60%	27.72%	88.97%	52.84%	39.72%	88.63%	55.43%	38.39%	88.47%
1.71 防蓝光非球面超硬树脂片	69.68%	29.42%	84.31%	74.62%	40.37%	83.89%	90.70%	38.22%	82.72%
1.74 非球面树脂片	63.07%	29.23%	78.66%	56.63%	40.49%	77.65%	53.55%	42.19%	77.59%

注：此处经销商毛利率与零售商毛利率以“（本环节对外出售价格-上一环节对外出售价格）/本环节对外出售价格”算术平均计算得到

镜片生产商（发行人）、经销商和零售商毛利率存在差异主要系各自在产业链相对位置上的差异所致。

发行人毛利率高于经销商毛利率主要系发行人处于产业链上游，具备原料、生产及核心技术等优势，具备一定的话语权，能够获得成本及定价优势，综合盈利能力较强。而经销商更多的是渠道功能，属于贸易性环节，综合盈利能力会弱于发行人。

零售商毛利率高于发行人，主要系镜片行业零售环节直接面向终端消费者，产品溢价空间较大。同时，其不具有生产设备等重资产投入，成本中没有制造性支出，主要为采购镜片的成本。因此，零售商收入规模会远高于其成本。但零售商往往地处人流量较大的区域，店面租金、人员成本等期间费用会高于经销商和发行人，其期间费用的占比会更高。

1.56 非球面树脂片属于 1.56 系列常规片，市场上同类镜片生产厂商较多，生产门槛较低。报告期内，发行人通过主动提升 1.56 系列常规片单价的举措，主动降低部分 1.56 系列常规片业务，将企业内外有限的资源聚焦在更有发展前景的功能片产品方面，从而导致继续合作的 1.56 系列常规片业务单价和毛利率上涨，具备商业合理性。

1.74 非球面树脂片由于其单价较高，属于镜片产品中的小众产品，主要终端客户群更愿意追逐新产品，这部分客户在选购镜片产品时不优先考虑产品价格及性能，而对于产品极致轻薄及所代表的身份地位有较高追求。发行人提升 1.74 非球面树脂片的单价，间接促使下游客户同时提升 1.74 系列镜片单价，且相较发行人作为镜片生产商的提价幅度，发行人下游客户由于更接近终端消费者，其提价幅度更高。1.74 系列镜片零售价格较高，且其目标客户群体往往对镜片单价变化较为不敏感，因此发行人下游客户毛利率呈现上升趋势具备合理性。

2）直销渠道

通过横向比较各期 5 个主要镜片产品（自有品牌镜片产品）的发行人工厂出货价格、发行人下游直销客户出货价格发现：发行人出货价格与下游直销客户出货价格价差悬殊，发行人单品毛利率与直销客户单品毛利率差距悬殊，发行人涨价金额相较直销客户出货价格规模较小。发行人小幅提价带动终端零售商提升镜片产品零售价格，助其获取更为可观的商业收益。

①发行人出货价格与直销客户出货价格比较

单位：元/片

产品系列	2020 年度		2019 年度	
	发行人出货价格	零售商出货价格	发行人出货价格	零售商出货价格
1.56 非球面树脂片	+14.08	+50.44	+11.13	+57.30
1.60 防蓝光非球面树脂片	+18.50	+162.50	+13.96	+152.54
1.67 非球面树脂片	+31.67	+239.27	+23.51	+225.88
1.71 防蓝光非球面超硬树脂片	+70.57	+404.98	+54.47	+400.66
1.74 非球面树脂片	+160.47	+722.23	+118.20	+681.86

注：此处选取发行人与 4 家下游直销客户合作的销售价格算术平均数为样本进行列示说明

②发行人与直销客户毛利率比较

产品系列	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	发行人毛利率	零售商毛利率	发行人毛利率	零售商毛利率	发行人毛利率	零售商毛利率

产品系列	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	发行人毛利率	零售商毛利率	发行人毛利率	零售商毛利率	发行人毛利率	零售商毛利率
1.56 非球面树脂片	66.86%	72.09%	64.89%	80.57%	56.32%	85.35%
1.60 防蓝光非球面树脂片	71.97%	88.61%	70.07%	90.85%	67.73%	91.48%
1.67 非球面树脂片	62.25%	86.77%	54.56%	89.59%	49.57%	90.88%
1.71 防蓝光非球面超硬树脂片	73.55%	82.57%	76.00%	86.40%	89.26%	90.04%
1.74 非球面树脂片	69.95%	77.78%	59.77%	82.67%	57.90%	80.69%

注：此处零售商毛利率以“（对外出售价格-从发行人处采购价格）/本环节对外出售价格”算术平均计算得到

（3）与同行业公司相比，发行人不同销售模式下镜片产品定价合理性

视科新材已于 2020 年 10 月提交首次公开发行并在创业板上市申请。根据其公开披露的信息，发行人与视科新材镜片产品不同销售模式下的单价对比情况如下：

单位：元/片

公司名称	销售模式	品牌类型	2020 年度		2019 年度		2018 年度
			单价	变化	单价	变化	单价
发行人	直销	自有品牌	23.03	15.47%	19.94	24.10%	16.07
		非自有品牌	9.73	4.95%	9.27	6.11%	8.74
视科新材		未披露	7.96	3.65%	7.68	7.41%	7.15
发行人	经销	自有品牌	16.53	22.12%	13.54	28.24%	10.55
视科新材		未披露	8.13	10.01%	7.39	9.64%	6.74

注：视科新材数据为 2020 年为 1-6 月数据

视科新材在首次申报招股说明书中未直接披露其镜片产品的品牌类型。报告期内，发行人与视科新材镜片产品不同销售模式下的镜片产品单价及变动情况存在差异，具体情况如下：

1）直销模式下，发行人自有品牌镜片单价及增长显著幅度高于视科新材

直销模式下， 2018 年度、2019 年度和 2020 年度，发行人自有品牌镜片平均销售单价分别为 16.07 元/片、19.94 元/片和 23.03 元/片，视科新材同期镜片平均销售单价分别为 7.15 元/片、7.68 元/片和 7.96 元/片。

发行人自有品牌镜片单价及增长显著幅度高于视科新材主要系双方镜片产品结构以及产品品牌知名度方面存在差异所致。

①镜片产品结构存在差异

发行人镜片业务以树脂镜片的研发、生产和销售为主，不涉及 PC 镜片业务。与视科新材相比，发行人树脂镜片业务具体以下特点：

A、发行人树脂镜片产品系列覆盖目前市场上主流折射率范围，具体包括折射率 1.50/1.56/1.60/1.67/1.71/1.74；

B、发行人树脂镜片功能片种类齐全，高折射率（折射率 1.67 及以上）产品系列收入增长迅速，其中核心技术产品 1.71 系列已逐渐成长为发行人镜片业务的旗舰产品系列；

C、发行人车房定制片工艺成熟，“明月镜片”车房片凭借其稳定的产品质量以及高效快捷的产品交付能力已获得下游客户的认可。

根据视科新材首次申报披露的招股书披露的公开信息，其镜片业务包括树脂镜片产品和 PC 系列镜片产品。

②镜片产品品牌知名度存在差异

基于深耕镜片行业超过 18 年的业务发展历史，发行人对泛眼视光行业有着深入的理解和洞察。作为行业内知名的镜片品牌商，发行人在发展过程中逐渐意识到，在逐步提升工艺保证产品质量、坚持研发投入不断更新产品系列的基础上，树立镜片产品品牌并加强品牌影响力是下一步企业发展乃至行业发展“破题”的关键。为此，近年来发行人加大市场引导及品牌建设投入，通过多种手段、多种渠道加强品牌和产品的宣传和推广，使得消费者在镜片产品选购中更倾向于选择优质的品牌镜片。

报告期内，视科新材通过重大资产重组镜片业务相关的经营性资产实现镜片

业务的快速增长。虽然镜片业务收入增长迅速，但终端品牌知名度仍然不足。

2）直销模式下，发行人非自有品牌镜片综合单价高于视科新材，单价变动幅度差异较小

直销模式下， 2018 年度、2019 年度和 2020 年度，发行人非自有品牌镜片平均销售单价分别为 8.74 元/片、9.27 元/片和 9.73 元/片，视科新材同期镜片平均销售单价分别为 7.15 元/片、7.68 元/片和 7.96 元/片。

根据公开披露信息，视科新材按折射率的镜片产品单价及收入占比如下：

单位：元/片

折射率	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度	
	单价	占比	单价	占比	单价	占比
1.49	3.95	0.10%	3.81	0.11%	3.25	0.07%
1.56	6.95	14.58%	6.83	15.10%	6.52	12.18%
1.591	6.53	29.62%	5.81	32.09%	5.61	36.07%
1.60	6.12	14.18%	5.61	14.62%	4.99	16.47%
1.67	12.29	41.33%	12.32	37.78%	11.51	34.66%
1.70	32.36	0.19%	28.21	0.30%	31.61	0.53%
1.74	82.88	0.00%	47.84	0.01%	49.48	0.01%
综合	**8.10**	**100.00%**	**7.44**	**100.00%**	**6.82**	**100.00%**

发行人非自有品牌直销渠道下按折射率的镜片产品单价及收入占比如下：

单位：元/片

折射率	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	单价	占比	单价	占比	单价	占比
1.50	4.13	0.31%	4.97	1.61%	4.10	1.99%
1.56	6.59	43.16%	6.63	45.03%	6.12	37.83%
1.60	12.92	42.67%	11.98	37.85%	11.14	47.52%
1.67	30.91	7.87%	25.68	10.06%	20.17	7.89%

折射率	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	单价	占比	单价	占比	单价	占比
1.71	54.66	5.25%	39.12	4.34%	31.62	3.68%
1.74	175.26	0.74%	150.52	1.12%	136.44	1.09%
合计	**9.73**	**100.00%**	**9.27**	**100.00%**	**8.74**	**100.00%**

发行人 1.56 系列和 1.60 系列收入占比较高，其中发行人非自有品牌 1.56 系列与视科新材 1.56 系列价格较为接近，主要系 1.56 系列生产厂家众多，市场竞争较为饱和；视科新材 1.591 系列为 PC 镜片，主要面向海外客户，为其镜片产品的主力产品，产品单价低于发行人 1.60 系列树脂镜片具备合理性；视科新材 1.60 系列树脂片报告期内单价上升较快主要系其中性能优质、附加值较高的镜片品类销售比例不断增加。视科新材单价较高的折射率 1.67 系列镜片收入占比较高，拉升了其整体镜片产品均价。

除同质性较强的折射率 1.56 系列外，发行人其他折射率系列产品价格整体高于视科新材，主要原因为发行人主打“明月镜片”品牌产品，直销非自有品牌不属于发行人主推的业务类型，自有品牌和非自有品牌产品价差会控制在合理水平。同时，由于发行人坚持自主创新，树立民族品牌的战略，产品品质可靠，在业内赢得了良好口碑，发行人客户愿意以较高价格向发行人采购品质可靠的镜片产品。

3）经销模式下，发行人镜片单价高于视科新材，单价变动幅度差异较大

经销模式下， 2018 年度、2019 年度和 2020 年度，发行人镜片平均销售单价分别为 10.55 元/片、13.54 元/片和 16.53 元/片，视科新材同期镜片平均销售单价分别为 6.74 元/片、7.39 元/片和 8.13 元/片。双方报告期内经销模式下镜片平均销售单价均呈现上涨趋势。

发行人经销模式下镜片产品主要为自有品牌。经销模式下，发行人镜片单价高于视科新材，主要系双方镜片产品结构以及产品品牌知名度方面存在差异所致。

视科新材 2018 年度相较 2017 年度镜片单价变化幅度较大，主要系报告期内重大资产重组导致视科新材镜片产品结构变化所致。发行人 2019 年度和 2020 年度镜片单价变化幅度较大，主要系报告期内发行人推行“明月镜片”品牌策略所致。

（四）发行人设立以来主营业务、主要产品及主要经营模式的变化情况

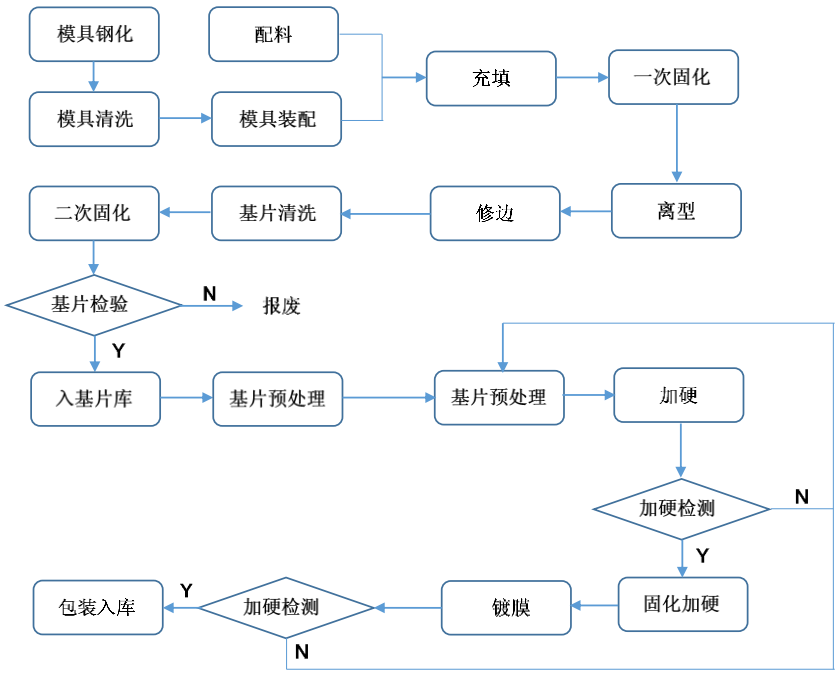
自设立以来，公司始终致力于镜片、镜片原料、成镜和镜架等眼视光产品研发、设计、生产和销售，主营业务、主要产品及主要经营模式未发生重大变化。

（五）主要产品的工艺流程图或服务的流程图

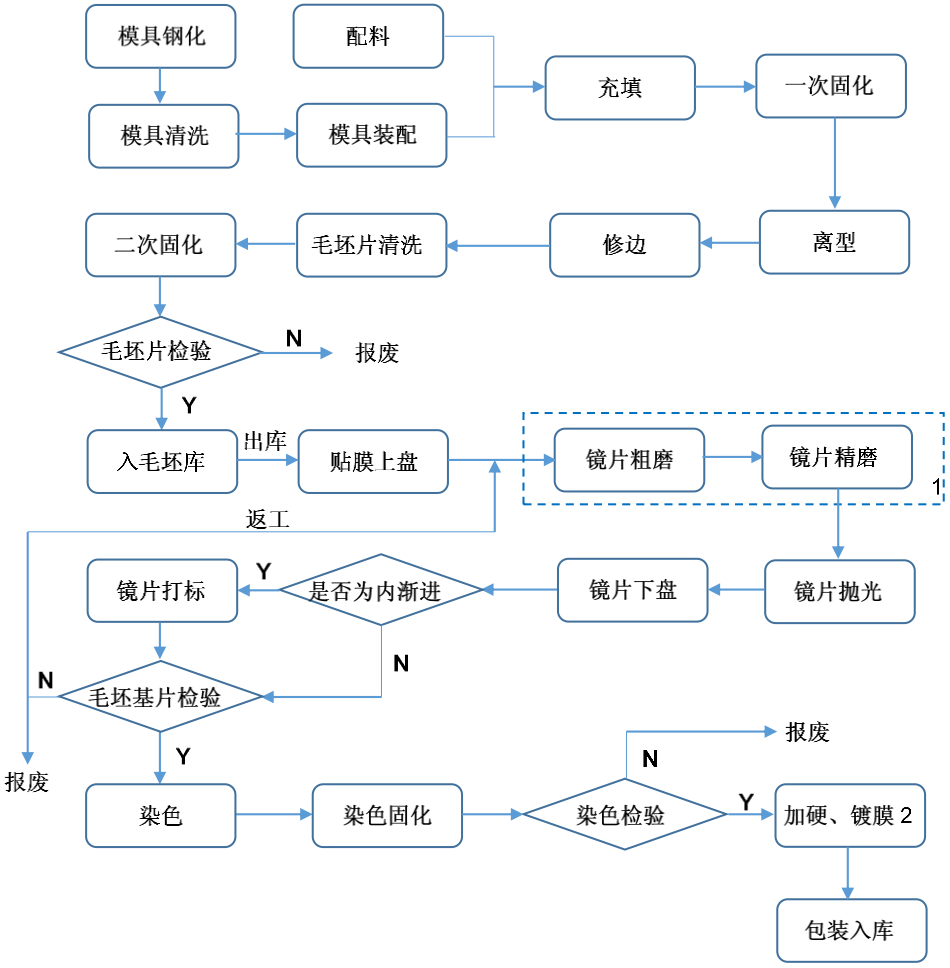
发行人主要产品的生产工艺如下：

1、镜片生产工艺

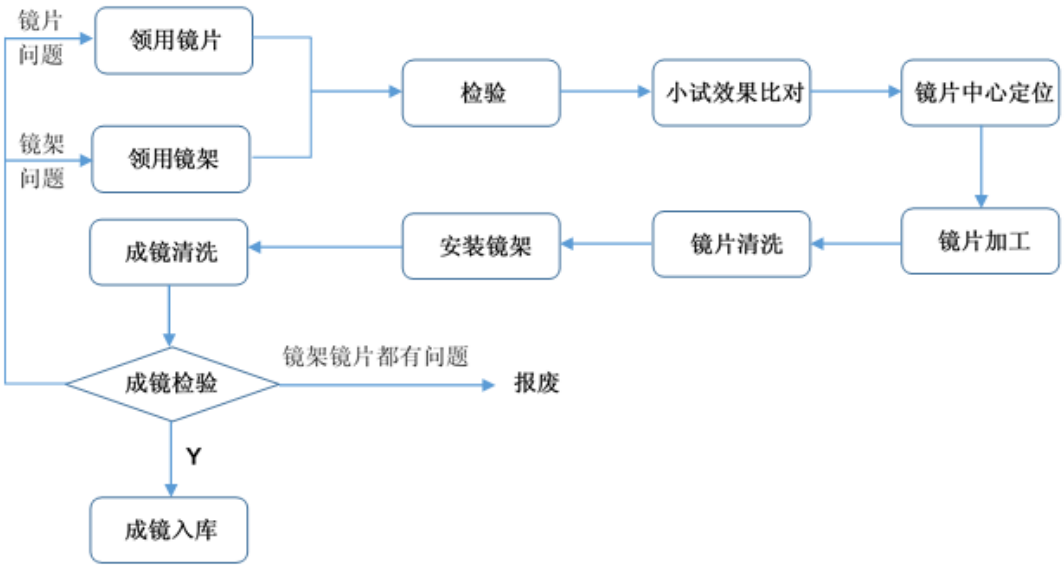
（1）一般树脂镜片生产工艺



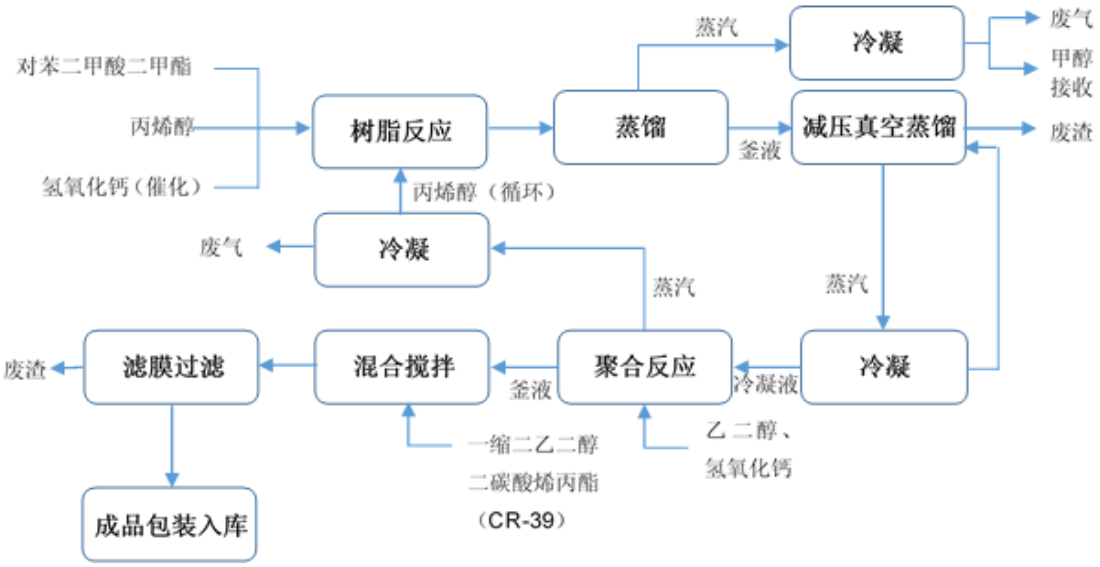
（2）定制镜片生产工艺


模具钢化
配料
充填
一次固化
模具清洗
模具装配
离型
修边
毛坯片清洗
二次固化
毛坯片检验
N
报废
Y
入毛坯库
出库
贴膜上盘
镜片粗磨
镜片精磨
1
返工
镜片打标
Y
是否为内渐进
镜片下盘
镜片抛光
N
毛坯基片检验
N
报废
Y
报废
染色
染色固化
染色检验
N
Y
加硬、镀膜 2
包装入库

2、成镜生产工艺


镜片
问题
领用镜片
检验
小试效果比对
镜片中心定位
镜架
问题
领用镜架
成镜清洗
安装镜架
镜片清洗
镜片加工
成镜检验
镜架镜片都有问题
报废
Y
成镜入库

3、镜片原料生产工艺



4、自产镜片原料生产过程中涉及的主要的原料、辅料、制造过程、生产条件、设备、专利、工艺技术等

（1）主要原料、辅料、设备、专利、工艺技术

报告期内，发行人自产镜片原料生产过程中涉及的主要的原料、辅料、设备、专利及工艺技术参见本招股说明书“第六节 业务与技术”之“一、发行人主营业务经营情况” 之“（五）主要产品的工艺流程图或服务的流程图”的相关内容。

（2）制造过程、生产条件

折射率 1.56 系列：加入固体原料和液体醇，在高温条件下进行酯交换反应，同时为促进化学平衡向正方向反应，不断排出生成的醇类。同时不断检测反应生成物的含量，当达到预定的转化率时，停止反应。通过继续升温，将反应釜真空，使得目标产物沸腾，并蒸馏出，准备进行下一步反应。将半成品加入反应釜中同时加入一种二元醇升温继续进行酯交换反应，同时将分子链扩链，反应完全后得到反应物。最后加入辅料完成最终 1.56 产品。

折射率 1.60 系列：加入环氧树脂进行升温溶解，当充分搅拌后加入适量的催化剂后升温进行，不产生副产物；过程中不断取样进行测试，待温度降低后加入溶剂稀释，充分搅拌后，加入辅料进行充分搅拌混合得到最终产品。

（六）生产经营中涉及的主要环境污染物、主要处理设施及处理能力

1、环保执行情况

发行人主要从事镜片、镜片原料、成镜和镜架等眼视光产品研发、设计、生产和销售，不存在重污染的情形。发行人严格贯彻执行国家和地方有关环境保护的法律法规，严格执行项目环境评价、环境管理制度、环境质量标准等规定。

（1）公司生产经营中主要排放污染物及排放量、环保设施及其处理能力和实际运行情况

发行人生产过程中产生的污染物主要有固体废弃物、废水、废气等。

发行人产生的废水主要包括镜片生产环节所产生的废水和生活污水，经内部污水处理设施进行中和、混凝沉淀和生化处理等预处理达到《污水综合排放标准(GB8978-1996)》三级标准后，排入污水处理厂进行后续处理。

发行人产生的废气主要包括工业废气、锅炉废气及修边粉尘等，经废气和粉尘处理装置处理达到《大气污染物综合排放标准(GB16297-1996)》后经专用排气筒对外排放。

发行人产生的固废主要包括树脂残渣、清洗残渣、废弃化学品包装物、废有机溶剂、修边产生的粉尘、废弃镜片等，其中，危险固体废物均通过有资质的固废处置单位进行处理；一般固体废物中可回收利用的，定期进行集中处理，不可回收利用的则委托环卫部门定期清运。

噪声方面，发行人通过对生产空间的合理布局，使厂界噪声达到《城市区域环境噪声标准(GB3096-93)》中的三类标准。

类别	排放公司	主要污染物	涉及污染的具体环节	环保设施	处理方式	年处理能力	运行情况	处理效果
废水	明月镜片	COD、氨氮、总氮、总磷、LAS、SS	镜片清洗	污水处理成套系统	中和、絮凝、沉淀、SBR	550 吨/天	正常	达标
	明月光学	COD、氨氮、总氮、总磷、LAS、SS	镜片清洗	污水处理成套系统	催化氧化、中和混凝、气浮分离组	300 吨/天	正常	达标

类别	排放公司	主要污染物	涉及污染的具体环节	环保设施	处理方式	年处理能力	运行情况	处理效果
					合工艺			
	江苏赛蒙	COD、氨氮、总氮、总磷、LAS、SS	镜片清洗	污水处理成套系统	AO、MBR 生化工艺	300 吨/天	正常	达标
	江苏可奥熙	COD、氨氮、总磷	主要为生活污水	污水处理成套系统	物化、生化	48 吨/天	正常	达标
废气	明月镜片	颗粒物	镜片修边	脉冲除尘器	布袋除尘	12,800m³/小时	正常	达标
	明月光学	颗粒物	镜片修边	脉冲除尘器	布袋除尘	9,600 m³/小时	正常	达标
	江苏赛蒙	颗粒物	镜片修边	脉冲除尘器	布袋除尘	9,600 m³/小时	正常	达标
	江苏可奥熙	SO_2、氮氧化物、烟尘	生产车间（工艺废气）	三级废气处理装置	水洗	7,200 m³/小时	正常	达标
噪声	明月镜片	噪声	机械噪声	隔墙、绿化	隔音降噪	-	正常	达标
	明月光学	噪声	机械噪声	隔墙、绿化	隔音降噪	-	正常	达标
	江苏赛蒙	噪声	机械噪声	隔墙、绿化	隔音降噪	-	正常	达标
	江苏可奥熙	噪声	机械噪声	隔墙、绿化	隔音降噪	-	正常	达标

（2）报告期环保投入、相关费用支出情况，是否与处理公司生产经营所产生的污染相匹配

报告期内，发行人环保投入和相关费用支出情况如下：

单位：万元

主体	项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
明月镜片	环保设施购置	40.23	124.72	7.89
	环保设施折旧	29.99	42.99	38.44
	环保设施运维费用	6.54	4.45	3.60
	排污费、环保处理费	44.03	71.87	73.32
	合计	120.80	**244.02**	**123.25**
明月光学	环保设施购置	80.58	47.41	4.68
	环保设施折旧	36.49	22.83	17.72
	环保设施运维费用	6.72	3.25	3.20
	排污费、环保处理费	31.86	56.73	14.42
	合计	155.65	**130.22**	**40.02**

主体	项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
江苏赛蒙	环保设施购置	75.41	3.54	3.68
	环保设施折旧	2.84	0.39	0.16
	环保设施运维费用	13.53	2.99	2.69
	排污费、环保处理费	10.18	20.26	8.83
	合计	101.96	**27.19**	**15.36**
江苏可奥熙	环保设施购置	106.00	22.83	27.63
	环保设施折旧	17.08	19.48	18.30
	排污费、环保处理费	65.86	106.89	103.34
	合计	**188.95**	**149.21**	**149.27**

发行人的主营业务为镜片、镜片原料、成镜和镜架等眼视光产品研发、设计、生产和销售，不属于重污染企业的范畴，各年度主要污染物种类简单，排放量较小，对周边环境的整体影响较小。

2、环保合规情况

（1）环保处罚及整改的具体情况

报告期内，发行人环保行政处罚情况及整改情况如下：

1）2018 年 5 月 17 日，丹阳市环境保护局出具《行政处罚决定书》（丹环行罚字[2018]54 号），发行人 2018 年 3 月 19 日存在废水 PH 超标外排的行为，违反《中华人民共和国污染防治法》第十条之规定，依据《中华人民共和国水污染防治法》第八十三条第二项的规定，决定对发行人作出罚款 13.40 万元的处罚。

受到处罚后，发行人立即开展排查并采取了一系列切实可行的整改措施。具体措施包括：（1）对所有污水池增加 PH 检测仪，系统会根据每个污水池实时 PH 变化自动添加酸碱，保持池内 PH 在 6~9 之间；（2）建立污水池 PH 检测仪定期检查、清洗、校准、更换的制度，保证数据的准确性；（3）建立巡查值班制度，值班期间每两小时对 PH 数值进行记录，发现异常立即上报处理。（4）对原有设施设备进行原样翻新，确保各设施正常自动工作；（5）建立污水在线监测房。

2）2018 年 5 月 17 日，丹阳市环境保护局出具《行政处罚决定书》（丹环行罚字[2018]55 号），发行人下属子公司江苏赛蒙 2018 年 3 月 22 日存在废水阴离子表面活性剂浓度超标外排的行为，违反《中华人民共和国污染防治法》第十条之规定，依据《中华人民共和国水污染防治法》第八十三条第二项的规定，决定对江苏赛蒙作出罚款 10.10 万元的处罚。

受到处罚后，江苏赛蒙立即开展排查并采取了一系列切实可行的整改措施。具体措施包括：（1）对所有清洗机内的高 LAS 含量的清洗剂进行回收处理，并制定规定严禁任何形式的下排行为；（2）使用低 LAS 含量的清洗剂替代现有清洗剂；（3）翻新污水房设备设施，做到工作现场标准化；（4）完善各项污水处理工作规章制度。

（2）不属于重大违法违规行为的说明

根据《中国人民共和国水污染防治法》的第八十三条的规定，违反该条规定的，由县级以上人民政府环境保护主管部门责令改正或者责令限制生产、停产整治，并处 10 万元以上 100 万元以下的罚款；情节严重的，报经有批准权的人民政府批准，责令停业、关闭。

发行人的罚款处于《中国人民共和国水污染防治法》第八十三条规定的 10 万元以上 100 万以下的区间，金额属于较轻的处罚范围；处罚方式为责令公司改正违法行为，而非限制生产、停产整治或停业、关闭等处罚，处罚方式为较轻级别，亦未发生从重处罚的情况。

受到处罚后，发行人积极配合整改，建立了污水池定期检查制度，规范了污水和废水排放行为。

2018 年 8 月 10 日，丹阳市环境保护局对上述两项行政处罚出具证明，确认上述两项违法行为不属于重大行政违法违规行为，对该违法行为的处罚不属于情节严重的行政处罚。

综上所述，发行人前述违法行为不属于情节严重的违法违规行为，不构成本次发行的实质性法律障碍。

（3）关于发行人环境保护的核查

发行人报告期内环境保护具体情况如下：

1）报告期内发行人污染物排放情况

①发行人报告期内取得的排污许可证及污染物种类情况

报告期内，发行人及其相关子公司按照《排污许可证管理暂行规定》、《排污许可管理办法（试行）》等相关规定取得排污许可证，发行人及其子公司现持有的排污许可证情况如下：

发行人现持有镇江市环境保护局核发的编号为 91321181742468227M001Q 的《排污许可证》，有效期自 2019 年 12 月 16 日至 2022 年 12 月 15 日，排放主要污染物类别为废气和废水，主要污染物种类为颗粒物、COD、VOCS、氨氮等其他特征污染物。

明月光学现持有镇江市环境保护局核发的编号为 91321181053473477J001V 的《排污许可证》，有效期自 2019 年 11 月 21 日至 2022 年 11 月 20 日，排放主要污染物类别为废气和废水，主要污染物种类为颗粒物、COD、VOCS、氨氮等其他特征污染物。

江苏赛蒙现持有镇江市环境保护局核发的编号为 91321181582344005L001U 的《排污许可证》，有效期自 2020 年 4 月 30 日至 2023 年 4 月 29 日，排放主要污染物类别为废气和废水，主要污染物种类为颗粒物、COD、VOCS、氨氮等其他特征污染物。

江苏可奥熙现持有镇江市环境保护局核发的编号为 91321181784357314400 1V 的《排污许可证》，有效期自 2020 年 5 月 9 日至 2023 年 5 月 8 日，排放主要污染物类别为废气和废水，主要污染物种类为颗粒物、SO2、NOX、COD、VOCS、氨氮等其他特征污染物。

根据镇江市丹阳生态环境局出具的证明，报告期内，发行人及其相关子公司均已按照相关环保法律法规的规定取得排污许可证。

②发行人报告期内主要污染物排放量情况

2018 年至今，发行人及其子公司主要污染物 COD 排放量的情况如下：

单位：吨

类别	排放公司	2020 年度排放量	2019 年度排放量	2018 年度排放量
废水	发行人	13.79	4.5648	2.9043
	江苏明月	6.98	1.58	1.85
	江苏赛蒙	1.70	0.38462	0.36315
	江苏可奥熙	0.26	0.1792	0.2016

注：最新国家版的排污许可证中已无污染物排放总量限制，旧版排污许可证未规定废气的排放总量、仅规定了废水中污染物的排放总量。

根据《江苏省污染源自动监控管理暂行办法》的规定，有下列情形之一的，排污单位必须按照相关要求和技术规范建设、安装污染源自动监控设备及其配套设施：（一）日均外排废水量 100 吨以上、COD30 公斤以上的安装 COD 自动监测仪。发行人及其子公司属于日均外排废水量 100 吨以上的企业，报告期内需安装发行人及其子公司 COD 实时监测设备。

根据镇江市生态环境局于 2020 年 5 月 12 日出具的镇环办[2020]107 号《关于做好 2020 年镇江市重点排污单位联网工作的通知》，发行人属于 2020 年 5 月新增的重点排污单位，应于 2020 年 12 月 20 日之前完成重点污染源自动检测安装、联网、验收工作；报告期初至 2020 年 5 月期间，发行人及发行人子公司均不属于重点排污单位，除安装 COD 实时监测设备外，无需安装污染物排放实时监测设备。2020 年 5 月起，发行人属于重点排污单位，已根据相关法律法规的规定完成重点污染源自动检测安装、联网、验收工作。

根据丹阳市生态环境局出具的证明，报告期内发行人及其子公司无需对排放的除 COD 以外的污染物进行全年的实时监测，因此发行人及其子公司未有全年污染物排放的统计数据。根据第三方检测机构出具的环境检测报告，发行人及其子公司的历次环境检测结果均符合国家污染物排放标准。

发行人及其子公司生产经营中主要污染物排放的实际排放量未超过排污许可证中许可排放量。

2）关于发行人不存在环保事故的核查

经核查，截至招股说明书签署之日，发行人不存在环保事故或重大群体性的环保事件，不存在有关发行人环保的媒体负面报道。

3）关于发行人已建项目和在建项目的环评手续

发行人已建项目的环境保护情况如下：

实施主体	项目名称/规模	环境影响评价审批	竣工环境保护验收
发行人	2002 年年产光学镜片 300 万副等建设项目	2002 年 11 月 20 日镇江市环境保护局同意该项目建设	2003 年 5 月经镇江市环境保护局验收通过
	2005 年生产厂房、宿舍路、仓库及机修车间（共计 10,000 平方米）开发建设工程项目	2005 年 5 月 13 日丹阳市环境保护局同意公司该项目建设	2006 年 11 月 29 日经丹阳市环保局验收通过
	2008 年年产 1,000 万付树脂光学镜片、180 万片光学器材（光学镜头）及数码相机镜头、105 万米光纤镀膜加工项目	2008 年 5 月 28 日丹阳市环境保护局同意公司补办该项目环评审批手续	2009 年 4 月 6 日经丹阳市环境保护局验收通过
明月光学	2012 年镜片生产线新建项目，年产 2,000 万片光学镜片	2012 年 8 月 30 日，丹阳市环境保护局出具丹环审[2012]234 号《关于对江苏明月光学眼镜有限公司新建项目环境影响报告表的审批意见》 2013 年 6 月 28 日丹阳市环境保护局出具丹环审[2013]156 号《关于对江苏明月光学眼镜有限公司<镜片生产线新建项目环境影响报告表>生产工艺和污染防治措施变更补充报告的审批意见》	2016 年 12 月 19 日，丹阳市环境保护局出具丹环验[2016]76 号《关于江苏明月光学眼镜有限公司新建项目竣工环境保护验收意见的函》，同意通过环保验收
江苏赛蒙	2011 年年产 200 万付光学树脂镜片生产加工建设项目	2011 年 12 月 29 日，丹阳市环境保护局出具丹环审[2011]354 号《关于对江苏赛蒙光学眼镜有限公司光学树脂镜片生产加工建设项目环境影响报告表的审批意见》	2015 年 12 月 30 日，丹阳市环境保护局丹环验[2015]90 号《关于江苏赛蒙光学眼镜有限公司光学树脂镜片生产加工建设项目竣工环境保护验收意见的函》，同意通过环保验收
	2020 年年产量 1,200 万片眼镜生产线技改项目	2020 年 3 月 24 日，镇江市生态环境局出具镇丹环审[2020]22 号《关于<江苏赛蒙光学眼镜有限公司年产量 1,200 万片眼镜生	2020 年 4 月 18 日，完成该项目技改环保专家组验收

		产线技改项目环境影响报告表>的批复》		
江苏可奥熙	2006年年产1,200吨光学材料（镜片树脂单体）及240吨胶粘剂生产项目	一期工程（年产600吨光学材料（镜片树脂单体）项目）	2006年6月26日，镇江市环境保护局镇环管[2006]26号《关于对<江苏新大精细化工科技有限公司年产1,200吨光学材料（镜片树脂单体）及240吨胶粘剂生产项目环境影响报告书>的批复》	2008年8月5日，镇江市环境保护局出具镇环验[2008]38号验收意见，同意该项目第一期通过环保验收
		二期工程（年产1,200吨光学材料（镜片树脂单体）项目）		2018年8月13日，完成该项目第二期整厂环保专家组验收

发行人的“2008年年产1,000万付树脂光学镜片、180万片光学器材（光学镜头）及数码相机镜头、105万米光纤镀膜加工项目”系在建成运营后补办环评审批手续；江苏可奥熙的“2006年年产1,200吨光学材料（镜片树脂单体）及240吨胶粘剂生产项目”之二期工程“年产1,200吨光学材料（镜片树脂单体）项目”在2018年8月完成专家组验收之前已投产使用。

针对上述未批先建、未验收先投入使用的行为，发行人委托丹阳市环境保护科技咨询服务中心于2008年1月26日编制《建设项目环境影响报告表》，并补办“2008年年产1,000万付树脂光学镜片、180万片光学器材（光学镜头）及数码相机镜头、105万米光纤镀膜加工项目”的环评审批手续，丹阳市环境保护局于2008年5月28日同意该项目补办环评审批手续；江苏可奥熙于2018年5月委托江苏国森检测技术有限公司对其二期工程（年产1,200吨光学材料项目）开展验收监测并编制监测报告，于2018年8月13日完成专家组验收。

根据丹阳生态环境局出具的证明，除发行人于2018年5月因废水PH值超过排放标准、江苏赛蒙于2018年5月因阴离子表面活性剂浓度超过排放标准被处罚外，自2017年1月1日至今，发行人及其子公司未因环境违法行为受到环保行政处罚，未存在因环境保护原因产生的侵权纠纷或债务纠纷。

根据《建设项目环境保护管理条例（2017修订）》的规定，需要配套建设的环境保护设施未建成、未经验收或者验收不合格，建设项目即投入生产或者使用，

由县级以上环境保护行政主管部门责令限期改正，处 20 万元以上 100 万元以下的罚款；造成重大环境污染或者生态破坏的，责令停止生产或者使用，或者报经有批准权的人民政府批准，责令关闭。截至本招股说明书签署之日，发行人上述未批先建、未验收先投入使用的行为未造成重大环境污染或者生态破坏，且已经补办了相关手续，不会导致发行人停止生产、责令关闭的处罚。

根据发行人实际控制人出具的承诺，发行人、江苏可奥熙如因历史上存在未办理环评审批手续、环保设施未验收先投入使用的行为受到政府部门的处罚，发行人实际控制人承担发行人、江苏可奥熙由此造成的一切损失。

发行人及其子公司历史上虽存在未办理环评审批手续、环保设施未验收先投入使用的情形，但上述情形已通过补办环评审批手续、组织专家组验收予以纠正，截至本招股说明书签署之日，发行人及其子公司未因上述情形受到环保主管部门的处罚，且发行人实际控制人已承诺承担由此产生的损失，上述事宜不会对本次发行上市构成法律障碍；除上述情形外，发行人已建项目和在建项目均已履行环评手续。

二、公司所处行业基本情况

（一）所属行业及确定所属行业的依据

发行人主要从事镜片、镜片原料、成镜和镜架等眼视光产品研发、设计、生产和销售。

根据《国民经济行业分类》国家标准（GB/T 4754-2017），发行人所处行业为专业设备制造业（C35），细分行业为眼镜制造行业（C3587）。根据中国证监会发布的《上市公司行业分类指引（2012 年修订）》，发行人属于专业设备制造业（C35）。

（二）所属行业的行业主管部门、行业监管体制、行业主要法律法规政策及对发行人经营发展的影响

1、行业主管部门和行业监管体制

目前，我国对眼镜制造行业的监管采取国家宏观调控和行业自律相结合的方式。对于从事眼镜行业相关产品研发、生产、销售和出口的企业而言，产业主管部门包括国家发展和改革委员会、商务部、工业和信息化部、国家市场监督管理总局等。

政策指导方面，中华人民共和国国家发展和改革委员会综合研究拟订经济和社会发展政策，进行总量平衡，指导总体经济体制改革的宏观调控部门；中华人民共和国工业和信息化部负责制定行业技术法规、行业标准、行业政策、行业规划，对行业的发展方向进行宏观调控，推进产业结构战略性调整和优化升级，推进信息化和工业化融合；商务部负责拟订国内外贸易和国际经济合作的发展战略、方针、政策，起草国内外贸易、国际经济合作和外商投资的法律法规，制定实施细则、规章，规范市场运行、流通秩序等。

技术监管方面，国家市场监督管理总局负责眼镜产品标准、质量、市场秩序的监督与管理，通过起草制定市场监督管理法规、政策引导眼镜行业规范发展。

2017 年 6 月之前，眼镜类产品的生产实行生产许可证制度管理，即在中华人民共和国境内，任何未取得生产许可证的企业不得生产眼镜产品，任何单位和个人不得销售或者在经营活动中使用未取得生产许可证的眼镜产品。2017 年 6 月，国务院作出关于调整工业产品生产许可证管理目录和试行简化审批程序的决定，经研究论证，取消工厂制造型眼镜的生产许可证管理。

中国眼镜协会（China Optometric And Optical Association，简称 COOA）是眼镜行业的自律性组织，是眼镜行业唯一的全国性行业组织。中国眼镜协会由中国眼镜生产、验光配镜、贸易、科研、教学等单位自愿组成的社团法人组织，主要职能包括：（1）企业服务职能；（2）自律、协调、监督和维护企业合法权益的职能；（3）协助政府加强行业管理的职能。

2、行业主要法律法规

序号	法律法规名称	主要内容	颁发部门	颁布/修订时间
1	中华人民共和国产品质量法	规定了产品质量监督管理以及生产经营者对其生产经营的缺陷产品所致他人人身伤害或财产损失应承担的赔偿责任	全国人大常委会	2018 年 12 月 29 日
2	国务院关于调整工业产品生产许可证管理目录和试行简化审批程序的决定	经研究论证，国务院决定，进一步调整实施工业产品生产许可证管理的产品目录，取消 19 类工业产品生产许可证管理，其中就包括工厂制造型眼镜	国务院	2017 年 6 月 24 日
3	质检总局关于公布实行生产许可证制度管理的产品目录的公告	取消电焊条、验配眼镜工业产品生产许可证审批项目；实行生产许可证制度管理的产品目录仍包括工厂制造型眼镜，主管部门为国家质检总局	国家质检总局	2012 年 11 月 27 日
4	眼镜制配计量监督管理办法	规定了境内从事眼镜制配计量活动和相关的计量监督管理，规范眼镜制配的计量行为	国家质检总局	2003 年 10 月 15 日
5	中华人民共和国反不正当竞争法	规范竞争行为，维护社会经济秩序	全国人大常委会	2019 年 4 月 23 日
6	中华人民共和国消费者权益保护法	规定了消费者的权利、经营者的义务、国家对消费者合法权益的保护、消费者组织、争议的解决等	全国人大常委会	2013 年 10 月 25 日
7	零售商供应商公平交易管理办法	规范零售商与供应商的交易行为，维护公平交易秩序，保障消费者的合法权益	商务部、发展改革委、公安部、税务总局、工商总局	2006 年 10 月 13 日
8	零售商促销行为管理办法	规范零售商的促销行为，保障消费者的合法权益，维护公平竞争秩序和社会公共利益，促进零售行业健康有序发展	商务部、发展改革委、公安部、税务总局、工商总局	2006 年 9 月 12 日
9	中华人民共和国大气污染防治法	规定企业事业单位和其他生产经营者应当采取有效措施，防止、减少大气污染，对所造成的损害依法承担责任	全国人大常委会	2018 年 10 月 26 日
10	中华人民共和国水污染防治法	规定排放水污染物，不得超过国家或者地方规定的水污染物排放标准和重点水污染物排放总量控制指标	全国人大常委会	2017 年 6 月 27 日
11	中华人民共和国固体废物污染环境防治法	对固体废物污染环境防治的监督管理、固体废物污染环境的防治、危险废物污染环境防治的特别规定及相关法律责任等方面作出明确规定	全国人大常委会	2016 年 11 月 7 日
12	中华人民共和国环境保护法	对环境监督管理、保护和改善环境、防治环境污染和其他公害、法律责任等方面作出明确规定	全国人大常委会	2015 年 1 月 1 日

3、行业主要政策及发展规划

2016 年 3 月，第十二届全国人民代表大会第四次会议审议通过《国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》，纲要强调“增强消费能力，改善大众消费预期，挖掘农村消费潜力，着力扩大居民消费。以扩大服务消费为重点带动消费结构升级，支持信息、绿色、时尚、品质等新型消费”、“推动线上线下融合等消费新模式发展。实施消费品质量提升工程，强化消费者权益保护，充分发挥消费者协会作用，营造放心便利的消费环境”。

同年，江苏省第十二届人民代表大会第四次会议审议通过《江苏省国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》，纲要强调“发展消费经济。发挥消费对增长的基础作用，落实和创新鼓励消费的各项政策，拓展居民多层次、个性化和多样化需求，引导消费向智能、绿色、健康、安全方向转变”、“鼓励企业通过提高生产率和产品质量、扩大新产品和服务供给、改善用户体验等方式，开发引领消费时尚的概念产品、设计理念、新兴服务，发展个性化、智能化、定制式消费”。

同年，国家发改委颁布《轻工业发展规划（2016-2020 年）》，规划指出，“在皮革、工艺美术、五金制品、日用陶瓷、自行车、钟表、日用玻璃、眼镜等行业推出一批科技含量高、附加值高、设计精美、制作精细、性能优越的精品。”、“推动眼镜工业向高品质、轻质化和时尚化方向发展。加快光学性能优化、材料轻质化、表面增强、抗损自洁等核心技术研发和应用。重点发展以矫正视力为主，适合不同年龄群体需求，具有护眼、保健、时尚、智能等多种功能产品。提高生产过程的自动化、智能化水平”、“增强超高光折射率聚氨酯镜片原料合成技术，高光学性能聚氨酯镜片表面改性与加硬技术的自主创新能力”。

2018 年 8 月，为贯彻落实习近平总书记关于学生近视问题的重要指示批示精神，切实加强新时代儿童青少年近视防控工作，教育部、国家卫健委等 8 部门联合印发《综合防控儿童青少年近视实施方案》，特别强调“严格监管验光配镜行业，不断加强眼视光产品监管和计量监管，整顿配镜行业秩序，加大对眼镜和眼镜片的生产、流通和销售等执法检查力度，规范眼镜片市场，杜绝不合格眼镜片流入市场”。

2018 年 12 月，市场监管总局印发《贯彻落实〈综合防控儿童青少年近视实施方案〉行动方案》，方案提出“严格监管验光配镜行业，不断加强眼视光产品监管和计量监管，整顿配镜行业秩序”、“加大对眼镜和眼镜片的生产、流通和销售等执法检查力度”、“规范眼镜片市场，杜绝不合格眼镜片流入市场”、“将违法违规的验光配镜等相关行业企业纳入国家企业信用信息公示系统，向社会予以公示”、“研究建立与眼镜相关的认证制度，严格眼视光产品检测机构资质认定”、“发挥中国镇江丹阳（眼镜）知识产权快速维权中心作用，开展集快速审查、快速确权、快速维权于一体的产业知识产权快速协同保护工作，提升眼镜产业知识产权保护效率与水平”等目标任务。

2013 年 10 月，根据民政部、国资委等有关上级部门的要求，中国眼镜协会制定、审议并通过《中国眼镜行业职业道德规范》、《中国眼镜协会会员基本行为规范》、《中国眼镜行业诚信经营规范》、《中国眼镜行业质量检查制度》、《验配眼镜企业服务规范》、《中国眼镜协会行业内争议处理规则》等六个“行规行约”，提出“从业者要充分认识到所从事职业的社会价值，认识到眼镜行业在国计民生中的重要性。诚信经营，无欺诈无假冒伪劣。眼镜企业应共同努力，促使公平贸易环境的不断完善与提高。各眼镜生产、贸易、验配和零售企业应接受并积极配合中国眼镜协会组织开展的行业质量检查工作。严格遵照《中华人民共和国消费者权益保护法》等法律法规，解决退换货、服务质量问题”等。

4、眼镜行业执行的标准

分类	序号	标准
行业标准	1	QB2506-2017（眼镜镜片 光学树脂镜片）
国家标准	2	GB 10810.1-2005（单光和多焦点镜片）
	3	GB 10810.2-2006（渐变焦镜片）
	4	GB 10810.3-2006（透射比规范及测量方法）
	5	GB 10810.4-2012（减反射膜规范及测量方法）
	6	GB 10810.5-2012（镜片表面耐磨要求）
国际标准	7	ISO 8980-1（未割边成品眼镜镜片：单光和多光镜片规范）
	8	ISO 8980-2（未割边成品眼镜镜片：渐进片规范）
	9	ISO 8980-3（未割边成品眼镜镜片：透光率规范及其测试方法）

分类	序号	标准
	10	ISO 8980-5（未割边成品眼镜镜片：光学镜片表面的最低要求是抗磨损性）

5、对发行人经营发展的影响

眼镜行业是与人们日常生活息息相关的重要行业，在中国现有近视率较高的情况下尤为凸显。而眼镜镜片是眼镜质量和使用效果的直接影响因素。因此，国家对眼镜相关行业一直给予重视与支持。

2017 年 6 月 24 日出台的《国务院关于调整工业产品生产许可证管理目录和试行简化审批程序的决定》中指出，经研究论证，国务院决定进一步调整实施工业产品生产许可证管理的产品目录，取消 19 类工业产品生产许可证管理。其中包括工厂制造型眼镜。该政策的出台，生产环节的许可证管理模式取消，虽然使得现有的一批小规模生产厂商的经营合法化以及新进厂家准入门槛的问题得到解决，但由于镜片及眼镜行业存在较高的进入壁垒，如资金、技术、渠道、品牌等，原有的小规模生产者及新进的竞争者较难在短期内改变现有的市场格局。

开放行业的同时，国家也持续重点关注产品质量。习近平总书记对学生近视问题也提出了重要指示批示。2018 年 8 月，教育部、国家卫健委等 8 部门联合印发《综合防控儿童青少年近视实施方案》，2018 年 12 月，市场监管总局也印发《贯彻落实〈综合防控儿童青少年近视实施方案〉行动方案》，特别强调眼镜行业的质量与监管。2018 年 12 月 29 日全国人大常委会通过并颁布了《中华人民共和国产品质量法》。一系列的政策的推出，对行业的合规及品质要求提出了非常高的要求。这对于业内部分厂家形成了一定的压力。

而对于发行人而言，由于本身在行业内具备较深的积累，日常的生产经营中对高品质是一贯的要求，相关控制得到有效的执行，产品质量及品牌形象一直保持良好。新政策的出台，并没有对发行人日常生产经营活动产生负面影响。随着相关政策的深化，发行人多年来积累的优势有望更加突出。

（三）行业概况、特点、发展趋势、创新特征及产业融合情况

1、眼镜产品概况

眼镜是一种兼具保护与装饰的消费品。眼镜的保护功能主要体现在镜片上，其具有调节进入眼睛之光量、矫正视力、保护眼睛安全的作用。眼镜的装饰功能主要体现在镜架上，不仅为眼镜配套时起到支架作用，还具有装饰性。眼镜零售市场的业态越来越细分化，眼镜消费频次越来越高，消费需求也更加多元化、个性化。

（1）眼镜产品

眼镜可以矫正视力，为眼睛提供各种保护，同时也具有装饰美化作用。随着VR、AR 等智能眼镜概念及产品的出现，眼镜产品的应用范围被进一步扩大。

目前眼镜的种类主要包括矫正眼镜、太阳眼镜、变色眼镜、隐性眼镜、功能眼镜、工业防护眼镜、智能眼镜等。其中，矫正眼镜主要包括近视矫正眼镜、远视矫正眼镜等；功能眼镜主要包括学生专用镜、电脑专用镜、运动专用镜、驾驶专用镜、休闲娱乐镜、军警专用镜等。

按照眼镜形态划分，眼镜可分为框架眼镜、隐形眼镜（亦称“角膜接触镜”）和可穿戴智能眼镜。框架眼镜由镜框和镜片组成，镜架主要起到支撑镜片、美化外观、优化穿戴体验的作用。镜片对于视力的矫正和保护起到至关重要的作用，是眼镜制造行业竞争的核心领域。

（2）镜架

作为眼镜的重要组成部分之一，镜架主要起到支撑镜片与美化外观的作用。一副镜架通常由镜框、鼻托、桩头和镜腿等主要部分构成。

镜架的组成



按材质来看，镜架主要可以分为金属材质、塑料材质、天然材质、混合材质等四大类；按照样式又可分为全框架、无框架、混合架、折叠架、半框镜架、眉毛架等。

镜架是脸部重要的装饰之一。不同色调、风格和材质的镜架，能够体现消费者的时尚搭配。眼镜的装饰作用使得其消费频次逐步提升。不少年轻的消费者已逐步建立起眼镜时尚风潮，开始打造属于自身个性化的“眼镜颜值”。

（3）镜片

镜片是一个融合了数学、光学 、有机化学、表面及结构物理、机械加工、医学等学科的产品。镜片的技术含量和品质主要体现在三个方面：镜片材料、光学设计和镜片膜层。

1）镜片材料的演变

按照材质分类，镜片类型可以分为树脂镜片、玻璃镜片和水晶镜片等。镜片行业主要经历了水晶镜片、玻璃镜片和树脂镜片三大发展阶段，树脂材料是目前最常用的镜片材料。

A、水晶镜片

水晶镜片所需原料水晶的主要成分为二氧化硅（SiO_2），折射率和密度略高于光学玻璃。受材质稀少以及打磨成镜难度高等因素影响，水晶镜片价格较为昂贵。水晶镜片具有坚硬、不易磨损、不易潮湿、热膨胀系数低等优良特性。水晶镜片的主要缺点有：硬度很高，磨制非常困难；密度很大，镜片很重；水晶的晶

体特性使之对光线有双折射作用，视物会出现重影；天然水晶来源少，且多数质地不纯，常有斑瑕、斑纹等，色度也很不均匀，常带各种颜色，使透光率降低。因此，水晶镜片的光学性能远不如光学玻璃优良。随着时代的发展，水晶镜片已逐渐被玻璃镜片或树脂镜片替代。

B、玻璃镜片

玻璃眼镜最早出现于 1289 年的意大利。普通玻璃镜片主要成分为二氧化硅（SiO_2）、钠钛硅酸盐，透光率在 90%至 92%之间。玻璃镜片的优点是阿贝数高，一般可以达到 59 左右；阿贝数即色散系数，阿贝数越高，色散现象越轻，看事物越清晰。玻璃镜片的缺点是非常厚重、易碎且不安全。在玻璃中添加氧化钛等化合物，可以有效提高镜片的折射率，能使玻璃镜片更薄、更轻，适于制作高光度的镜片。

C、树脂镜片

树脂材料是目前最常用的镜片材料。树脂镜片是由高分子有机化合物经模压浇铸成型或注塑成型制成。按其材料不同，常用的树脂镜片可以分为热固型树脂材料和热塑型树脂材料。热固型树脂材料具有加热后硬化的性质，受热不易变形。目前，市场上的大部分镜片都采用这种材料制作，主要代表为美国 PPG 公司研发的 CR-39 树脂、MITSUI CHEMICALS 研发的 MR 树脂和韩国 KOC 研发的 KR 树脂等。热塑型树脂材料具有加热后软化的特性，适合热塑和注塑，这种材料在 50～120°C 是可塑的，在 50°C 以下是固态，主要包括亚克力镜片和 PC 镜片等。

树脂镜片具有质轻、不易破碎、安全性高的优点，其密度约为玻璃镜片的一半，抗冲击性比玻璃高 10 倍，安全性好；具有较好的化学稳定性和透光性；有极佳的着色性，可以被染各种颜色；吸收紫外线强、容易加工等。树脂镜片也有缺点，如硬度低、易划伤、耐热性能差。然而，经过加硬、加膜等表面处理后的树脂镜片，其性能更好。

普通玻璃镜片与普通树脂镜片的性能对比

性能	普通玻璃镜片	普通树脂镜片
安全性	容易破碎，安全性低	不易破裂，安全性高

性能	普通玻璃镜片	普通树脂镜片
轻重感	重	轻
耐热性	强	一般
耐划伤性	硬度高，耐划伤	未加硬的镜片易划伤
易染色性	不能染色，时尚感差	容易染色，极富时尚性
加工性	不易加工	容易加工

树脂镜片材料经历了不断的升级换代。1.50 折射率的 ADC 镜片材料特点为：折射率和阿贝数等光学性能几乎与玻璃一致，但是其重量、安全性较玻璃镜片更高，因此迅速取代了玻璃镜片。随着人们对镜片美观、轻薄的需求越来越高，在 20 世纪 70、80 年代，陆续出现了 1.56 折射率的 DAP 镜片、亚克力镜片、1.59 折射率的 PC 镜片材料等。但是受限于物理规律，在镜片折射率升高的同时，色散现象变得严重，这也成为当时镜片材料发展的一大难题。经过多年的研究开发，20 世纪 80 年代末期，MITSUI CHEMICALS 成功研发出 MR 系列镜片材料，具有高折射率、高阿贝数、低比重、高抗冲击性能等优点。此类镜片按折射率主要分为三类：①1.60 折射率的 MR-8：兼具高折射率、高阿贝数（成像效果更好），且具有更好的加工性能，适合做无框、半框等眼镜，不易破碎，更安全；②1.67 折射率的 MR-7、MR-10：分别具有染色性好和加工性好的特点，可以做近视太阳镜、定制镜片等；③1.74 折射率的 MR-174：目前最薄的镜片材料之一，用于超薄镜片。

从整个镜片行业发展历程来看，镜片行业的发展史是一个不断寻求“更轻、更薄、更清晰、更安全”的过程。

2）镜片的主要参数

镜片在保护、矫正视力方面发挥着非常重要的作用，生产及配镜过程中涉及的主要参数情况如下所示：

参数名称	参数含义	参数说明
折射率	镜片对入射光的透射光角度和入射光角度的正弦之比，用来衡量镜片折射的程度	目前折射率一般在 1.49-1.74 之间，在相同度数下，折射率越高，镜片越薄，色散一般也越厉害

参数名称	参数含义	参数说明
阿贝数（Abbe）	亦称色散系数，用来衡量透明介质的光线色散程度	阿贝数越高，色散程度越低
顶焦度	透镜对光线屈折能力大小的度量，单位为屈光度（符号为“D”）	一般指后顶焦度，系镜片后顶点（配戴时靠近眼球的一面）至焦点截距的倒数
屈光度（Dioptre）	眼睛折射光线的作用叫屈光，用屈光度来表示屈光的能力，符号为“D”	平行光线经过该屈光物质，以焦点在 1m 时该屈光物质的屈光力为 1 屈光度或 1D
球镜屈光度（diopter of spherical）	衡量近视或远视的度数，用符号“S”表示	数值为正表示远视度数，数值为负表示近视度数
柱镜屈光度（diopter of cylinder）	衡量散光度数，用符号“C”表示	数值为正表示远视散光，数值为负表示近视散光
轴位（Axis）	代表散光的方向，用符号“A”表示	需要将镜片准确及稳定地置于要矫正的轴位上，才能确保视力清晰；散光镜提供的“轴位”越多越全面，矫正散光的效果就会越好
中心透光率	镜片的投射光量和入射光量的比值，衡量镜片的透光情况	透光率越高，镜片越清晰
摩擦雾度值（Hs）	衡量镜片表面的抗划伤性，即镜片表面在外力作用下对镜片表面的透光率的伤害程度	一般在 0.2-4.5 之间，数值越低，抗划伤性越好
UV 值	衡量镜片有效阻挡紫外辐射的能力	必须大于 315nm，一般应大于 350nm
镜片比重	表示镜片的密度，等于镜片重量与体积的比值	树脂镜片一般在 1.19～1.4 之间，玻璃镜片在 2.4～4.1 之间。在相同条件下，比重的数值越小镜片的重量越轻
瞳距	两眼瞳孔之间的距离	-

2、行业概况

（1）眼镜行业发展情况

随着全球经济的稳步发展、镜片材料的演变迭代、工艺技术的不断优化，眼镜产品不断推陈出新，活跃了眼镜零售市场。

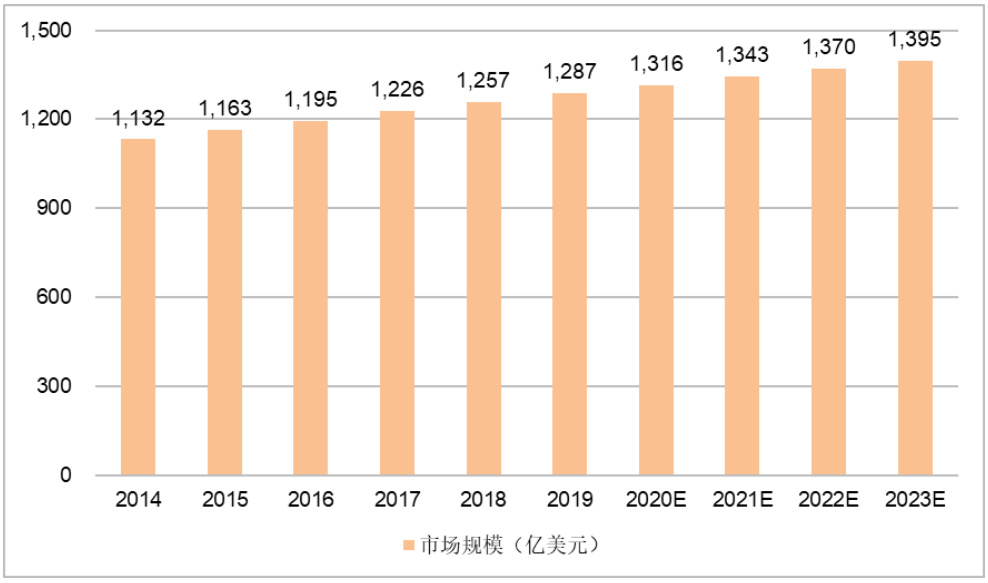
1）全球眼镜行业发展概况

随着人们生活水平的提高和眼睛护理需求的提升，人们对眼镜装饰和保护眼睛的需求不断提高，对各类眼镜产品的购买需求不断增长。全球视光矫正的需求非常庞大，支撑起眼镜产品最基础的市场需求。跟据世界卫生组织《世界视力报告》的数据，全球至少有 22 亿人视力受损或失明，其中至少 10 亿人的视力损伤问题本可预防或尚待解决。 世界卫生组织总干事谭德塞博士指出：“有 8 亿多人因无眼镜而在日常活动中困难重重。这是不可接受的”。此外， 全球人口老

龄化趋势、持续提升的移动设备渗透率及使用时间、消费者不断增强的视光保护意识、对于眼镜消费的新理念也将成为全球眼镜市场继续扩张的重要推力。

近年来，随着全球眼镜产品人均支出额的不断增长及人口规模的不断增加，全球眼镜产品市场规模不断扩大。据全球调研机构 Statista 数据显示，2014 年以来至今，全球眼镜产品市场规模保持良好增长态势，从 2014 年的 1,131.70 亿美元增长至 2018 年的 1,256.74 亿美元，年均复合增长率为 2.65%。未来，随着全球眼镜产品人均支出额的进一步提高，全球眼镜产品市场规模将保持稳步增长，预计到 2023 年，全球眼镜产品市场规模有望增长至 1,395.48 亿美元，2018-2023 年年均复合增长率达 2.12%。

2014-2023 年全球眼镜产品市场规模增长趋势图



注：眼镜产品包含眼镜镜片、眼镜框架、太阳镜和隐形眼镜

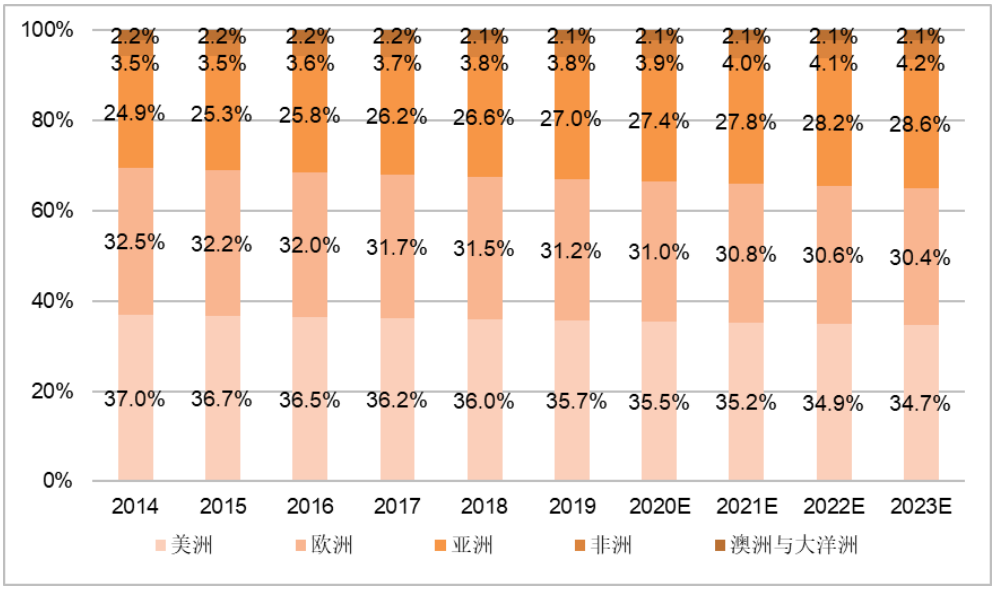
数据来源：Statista

从地区结构来看，亚洲、美洲和欧洲是全球三大消费市场。亚洲地区虽然是全球最大的产品购买市场，但是该地区市场销售的眼镜产品价值较低，总体市场规模要低于美洲和欧洲地区。

从眼镜市场价值分布来看，美洲和欧洲地区是全球两大主力市场，亚洲地区销售额占比也在不断提升。据全球调研机构 Statista 数据显示，2014 年以来至今，美洲和欧洲地区市场销售额占全球比重始终保持在 30%以上，两者合计占比超过了 65%。亚洲地区眼镜产品市场销售额虽然要低于美洲和欧洲地区，但是近年来

经济的快速发展和人们消费观念的转变，促使亚洲地区眼镜产品销售额大幅增长，由 2014 年的 281.47 亿美元增长至 2018 年的 334.83 亿美元，年均复合增长率为 4.44%，占全球的比重由 24.9%提高至 26.6%。未来，亚洲地区眼镜产品市场销售额仍将保持快速增长，预计到 2023 年，亚洲地区眼镜产品市场销售额有望增长至 399.02 亿美元，2018-2023 年年均复合增长率达 3.57%，占全球的比重将提高至 28.6%。

2014-2023 年全球眼镜产品市场需求区域结构变化趋势图



注：眼镜产品包含眼镜镜片、眼镜框架、太阳镜和隐形眼镜

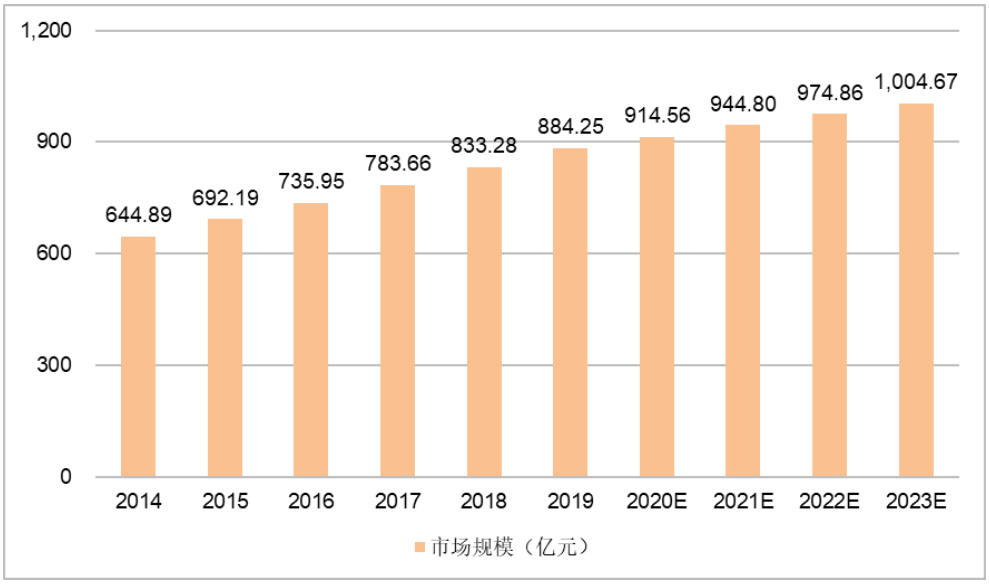
数据来源：Statista

2）国内眼镜市场发展概况

国内庞大的视光矫正需求为我国眼镜行业快速发展提供了市场机遇。世界卫生组织最新数据显示，中国近视患者人数多达 6 亿。根据国家卫健委发布的《中国眼健康白皮书》数据，2018 年，全国儿童青少年总体近视率为 53.6%，其中，6 岁儿童为 14.5%，小学生为 36.0%，初中生为 71.6%，高中生为 81.0%，近视防控与矫正任务异常艰巨。规模庞大的近视人口数量和为眼镜行业提供了广阔的市场，国内居民收入水平的提升、消费模式和消费理念的改变也推动了我国眼镜行业的快速发展。近年来，随着我国眼镜产品人均支出额的不断提高及人口规模的不断扩大，我国眼镜产品市场规模快速增长。据全球调研机构 Euromonitor International 数据显示，2014 年以来至今，我国眼镜产品市场规模保持快速增长

态势，从 2014 年的 644.89 亿元增长至 2018 年的 833.28 亿元，年均复合增长率为 6.62%，增速远高于同期全球增速水平。未来，随着我国眼镜产品人均支出额的进一步提高，我国眼镜产品市场规模将继续保持快速增长，预计到 2023 年，我国眼镜产品市场规模将突破 1,000 亿元，达到 1,004.67 亿元，2018-2023 年年均复合增长率达 3.81%。

2014-2023 年我国眼镜产品市场规模增长趋势图

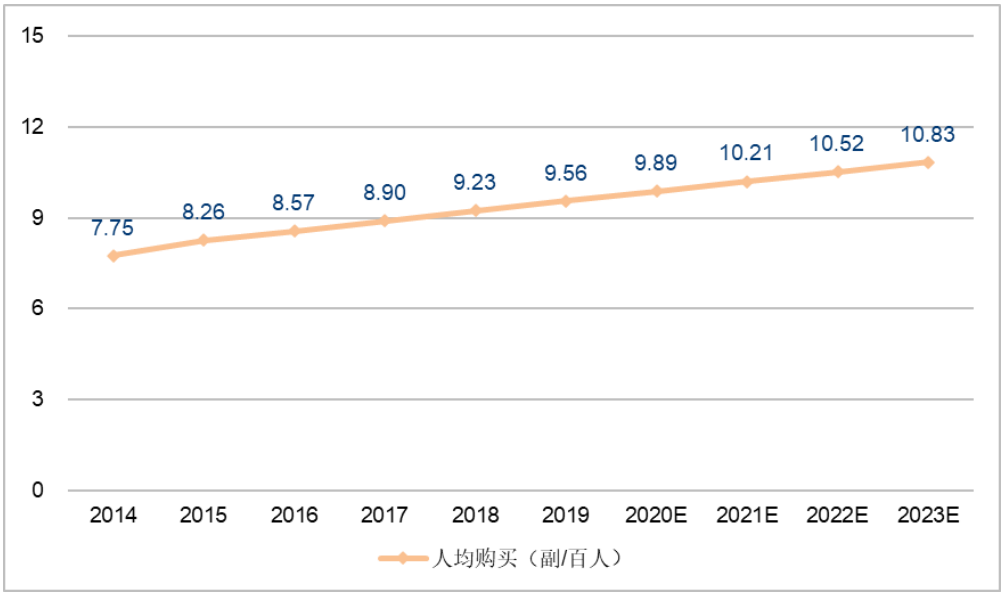


数据来源：Euromonitor International

（2）镜片制造行业的发展概况

随着我国视光矫正市场需求的提升、人们对“眼镜片也有保质期”认知的不断深入，镜片消费需求不断有所增长。据全球调研机构 Euromonitor International 数据显示，2014 年以来至今，我国眼镜片人均购买量稳步增长，从 2014 年的 7.75 副/百人增加至 2018 年的 9.23 副/百人，增速远高于同期全球平均水平。预计到 2023 年，我国眼镜片人均购买量将达到 10.83 副/百人。

2014-2023 年我国眼镜片人均购买量变化趋势图

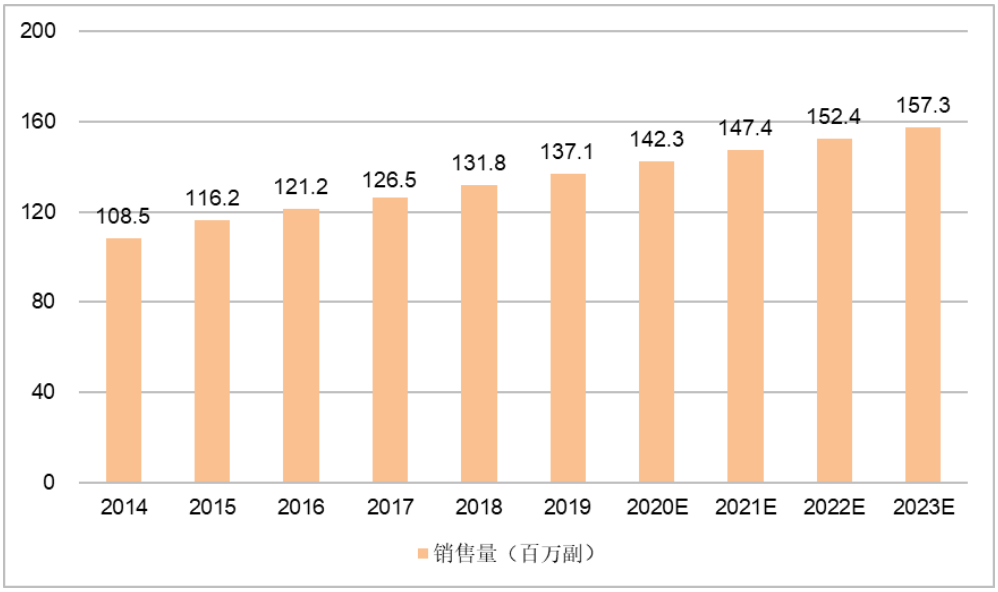


注：人均购买=销售量/总人口，其中销售量数据来自于 Euromonitor International，人口数据来自于 United Nations

数据来源：Euromonitor International、United Nations

受我国人口规模的不断增长和人均购买量的提高利好影响，我国眼镜片销售规模快速增长。据全球调研机构 Euromonitor International 数据显示，2014 年以来至今，我国眼镜片销售规模快速增长，增速远高于同期全球增速水平，销售量由 2014 年的 1.08 亿副增加至 2018 年的 1.32 亿副，年均复合增长率为 5.00%，销售量占全球比重由 16.58%提升至 18.99%。未来，我国眼镜片销售规模仍将继续保持高于全球平均增速增长，预计到 2023 年，我国眼镜片销售规模有望增长至 1.57 亿副，占全球比重进一步提升至 21.23%，2018-2023 年年均复合增长率达到 3.60%。

2014-2023 年我国眼镜片销售规模变化趋势图

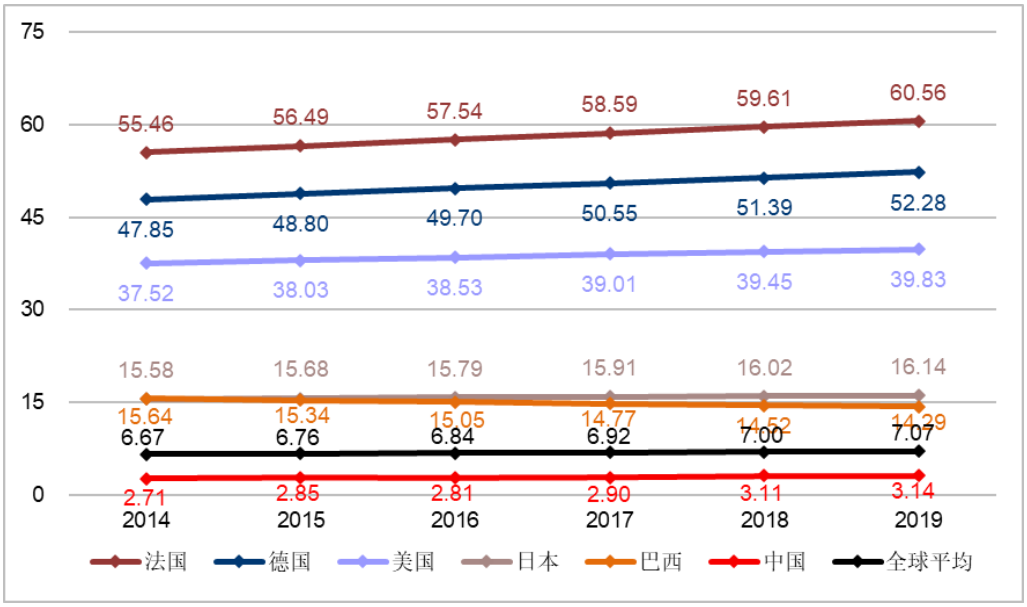


数据来源：Euromonitor International

由于我国眼镜行业发展起步较晚，人们对眼镜产品的认知理念仍有待进一步的提升，我国居民对眼镜片消费观念与国外发达地区仍存在一定的差异，致使我国人均镜片消费水平远低于发达国家水平。

从眼镜片人均支出额来看，现阶段，我国眼镜片人均支出额远低于法国、德国、美国、日本和韩国，而且我国眼镜片人均支出额也低于全球平均水平。据全球调研机构 Statista 及 Euromonitor International 数据显示，法国、德国、美国、日本、巴西和全球的眼镜片人均支出额分别为 59.61 美元/人、51.39 美元/人、39.45 美元/人、16.02 美元/人、14.52 美元/人和 7.00 美元/人，分别是我国的 19.15 倍、16.51 倍、12.67 倍、5.15 倍、4.66 倍和 2.25 倍。未来，随着我国居民消费观念的逐步转变，我国眼镜片人均支出额与发达国家差距将会逐步缩小，逐渐向全球平均水平靠拢。

2014-2019 年我国眼镜片人均支出额（美元/人）与全球主要发达国家对比图

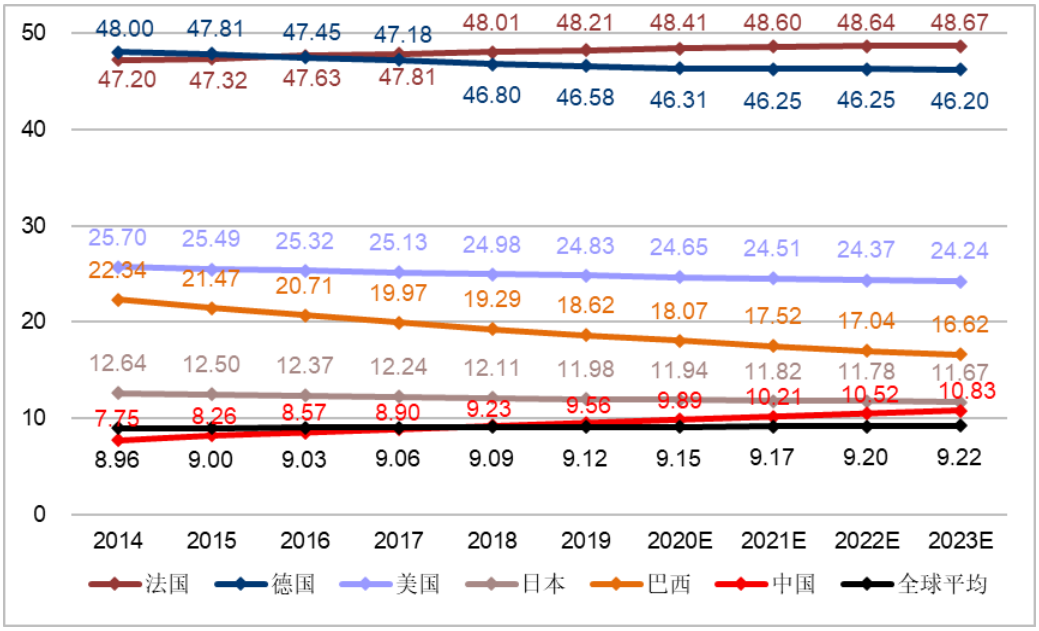


注：人均支出=市场规模/总人口，其中法国、德国、美国、日本和巴西市场规模数据来自于 Statista，中国市场规模数据来自于 Euromonitor International，人口数据来自于 United Nations，人民币对美元汇率数据来自于国家统计局

数据来源：Statista、Euromonitor International、United Nations、国家统计局

从眼镜产品人均购买量来看，现阶段，我国眼镜片人均购买量与全球水平较为接近，但是与法国、德国、美国、日本等发达国家相比，仍然较低。据全球调研机构 Statista 及 Euromonitor International 数据显示，2018 年，我国眼镜片人均购买量仅为 9.23 副/百人，而法国、德国、美国、日本和巴西的眼镜片人均购买量分别为 48.01 副/百人、46.80 副/百人、24.98 副/百人、12.11 副/百人和 19.29 副/百人，分别是我国的 5.20 倍、5.07 倍、2.71 倍、1.31 倍和 2.09 倍。未来，随着我国居民消费观念的逐步转变，我国眼镜片人均购买量与发达国家差距将会逐步缩小。

2014-2023 年我国眼镜片人均购买量（副/百人）与全球主要发达国家对比图



注：人均购买=销售量/总人口，其中法国、美国、德国、日本和巴西销售量数据来自于 Statista，中国销售量数据来自于 Euromonitor International，人口数据来自于 United Nations

数据来源：Statista、Euromonitor International、United Nations

综上所述，尽管近年来我国镜片市场增长态势良好，市场规模不断扩大，但是与美国、欧洲等发达国家相比，我国镜片产品的人均支出额、人均购买量仍有较大的上涨空间。未来随着居民可支配收入的进一步提升、人们消费理念的转变等，我国镜片市场仍有较大的增长空间。

3、行业发展特点

（1）行业技术水平及技术特点

树脂镜片制造业是一个技术创新推动型行业，树脂单体、光学添加剂（如光敏剂）、关键生产设备（如镀膜机）等涉及材料、光学、自动控制等领域的高新技术，技术难度大。近年来，随着消费者对镜片品质、佩戴体验要求越来越高，以及科学技术的发展和人们对镜片材料研究的不断深入，树脂镜片研发不断取得突破，不同类型和不同折射率的镜片材料相继出现。但是，由于我国树脂镜片行业发展进程要慢于美国、欧洲等发达国家和地区，造成前沿性的技术基本被国外厂商所控制，国内企业掌握的着大规模工业化生产的工艺技术。近年来，少数企业开始涉足树脂单体材料相关原料的研发和生产。目前已有部分国内厂商开始供应合成树脂单体需要的核心主料。

树脂镜片的生产不同于电子产品装配行业，生产环节多，工艺复杂，涉及几何学、光学 、有机化学、表面物理、结构物理、机械加工等众多学科领域，其技术具有综合性的特点。同时，由于树脂镜片目前难以实现完全自动化连续生产，多个生产环节需要人工控制，其技术具有经验性的特点。另外，由于生产环节多，各个环节技术要求不同，控制人员不同，因而其技术具有分散性的特点。树脂镜片生产工艺技术的综合性、经验性和分散性特点，使得企业一方面难以获得整套技术，另一方面也不容易造成技术流失。

（2）行业的周期性、季节性、区域性特征

1）周期性

镜片制造行业没有明显的周期性。镜片的更新换代主要受技术的影响，现阶段，镜片产品更新速度较慢，行业周期性较不明显。但是，由于眼镜零售市场的业态越来越细分化，消费需求也更加多元化、个性化，其消费需求可能会受到宏观经济变动的影响。

2）季节性

镜片制造业没有明显的季节性，但其生产、备库受眼镜零售业的影响。眼镜零售业的客户群体目前仍以视力矫正用户为主，每年寒暑假是学生等消费者群体的购镜高峰，每年夏季是太阳镜的购镜高峰。此外，随着线上销售渠道的不断扩张，各种大型购物狂欢节是眼镜产品的线上购物高峰。受提前备库的影响，镜片制造业会出现季节性的波动。

3）区域性

镜片制造行业具有明显的区域集聚效应。华东地区主要集中在江苏丹阳、浙江温州和福建厦门。江苏丹阳是我国的“眼镜之都”，拥有眼镜原料、配件、镜架制造、镜片制造、眼镜机械、印刷包装等全套完整产业链。华南地区则主要集中在广东深圳及东莞地区。

眼镜产品除了满足消费者基础的视光矫正及保护需求外，开始逐步挖掘、迎合新的功能性消费需求，如防蓝光、变色、高透光、渐进多焦点等功能化，镜架

款式、颜色时尚化需求。镜片的性能表现越好，功能越多，则其客单价越高，需要消费者具备较强的经济基础和消费能力，因此高档眼镜的消费区域主要集中在国内华东、华南及华北等经济较为发达的区域。近年来，随着线上销售的快速发展与渗透，眼镜产品销售的区域性正在逐渐弱化。国际市场来看，我国眼镜出口主要销往美国、欧洲、日本等国家和中国香港等地区。

4、国内眼镜市场的发展趋势

（1）眼镜行业的发展趋势

1）行业集中度的提升

目前我国眼镜生产、零售行业集中度较低，通过行业内部整合可以使眼镜生产、零售企业实现快速扩张，迅速提高其市场占有率。跨国眼镜生产、零售商已通过兼并收购国内眼镜生产、零售品牌进入中国市场，在短时间内实现跨区域的布点。随着本土优质眼镜生产、零售企业的发展壮大，他们将凭借着本土化的优势，成为行业整合的重要参与者，通过跨区域收购壮大企业规模，进一步提升行业集中度。

2）视光服务的专业化

随着消费需求的不断升级，人们越来越注重视眼光服务的专业性。镜片质量的稳定性、验配人员的专业水平和配镜设备的精确性是消费者心目中衡量眼镜店好坏的标尺。消费者将越来越注重眼视光服务的专业化程度。眼镜连锁企业凭借其品牌知名度、良好的产品质量和服务质量控制、专业的验光配镜服务、现代化的验光配镜设备以及强大的售后响应能力，能够更好地满足终端消费者的需求。

3）线上销售及线下运营

眼镜消费的市场已逐步渗透到线上销售。不少眼镜生产、经销、零售企业通过线上运营压缩中间销售环节，去除线下门店高昂的运营成本，为消费者提供更便宜、优质的产品。

与传统线下门店销售渠道相比，线上渠道具有如下优势：一是通过线上渠道可以有效减少中间经销环节，使消费者享受更加物美价廉的眼镜产品；二是线上

渠道销售模式不受地域限制，增强了品牌与产品信息的覆盖面，口碑或爆款效应更加明显；三是线上销售模式可以使企业迅速根据市场变化及客户需求做出响应，保持经营的灵活性和高效性。

然而，眼镜所具备的体验型的商品属性，使得眼镜的线上销售目前仍脱离不了线下镜架试戴、验光等配镜体验需求。

（2）眼镜产品的发展趋势

1）眼镜产品多元化、细分化发展

眼镜产品除了具备专业视力矫正、保护眼睛的功能外，还具有修饰美观的作用。消费者早期需求比较单一，配镜主要是为了矫正视力问题，对眼镜的款式、材质等没有个性化的要求。随着居民消费水平的增长，其消费需求也越来越多元化、个性化。为适应和满足消费者多元化、个性化的需求，眼镜零售业态越来越呈现多元化、细分化的发展趋势：有眼科医院等专业化医疗眼镜机构，也有快消时尚眼镜店；有中高端眼镜连锁品牌，甚至轻奢品牌，也有平价眼镜店。未来，眼镜行业将根据场合、年龄、个性等进行更细致的细分，如个性眼镜、商务眼镜、休闲眼镜、时尚眼镜等。

2）眼镜产品消费频次提升

早期考虑到价格因素，多数国内消费者更换眼镜的意愿不强。随着人们生活水平逐步提高，消费者视觉健康和时尚意识也不断提高，消费观念日益成熟，越来越多的消费者逐步转变了自身的诉求，即从一味追求简单的视力矫正和产品低价格转变为越来越重视眼镜的品质、质量、功能和佩戴的舒适性。此外，眼镜的装饰性功能亦得到进一步的凸显，尤其是年轻消费群体进行季节性、场景化搭配，逐渐呈现一人多镜、根据衣物场景搭配眼镜的风潮。眼镜产品的消费频次将逐步提升。

3）眼镜产品更新换代步伐加快

随着经济的稳步发展，镜片材料研发和工艺技术的不断改进，使得镜片产品不断推陈出新。眼镜制造行业新工艺、新技术不断涌现，越来越多的新功能将会得到应用，眼镜产品的升级换代步伐随之加快，推动眼镜消费市场的升级换代。

4）眼镜产品的智能化

智能眼镜是近年来最被看好的可穿戴智能设备之一。智能眼镜如同智能手机一样拥有独立的操作系统，可以通过软件安装来实现各种功能。其具有使用简便，体积较小等特点，是未来智能科技产品的重要增长点。目前，市场上主流的智能眼镜包括 VR 眼镜、AR 眼镜等，其在各个领域中的应用与研究尚处于测试推广阶段。未来随着科学技术的进一步发展，智能眼镜搭配矫正视力的镜片、防蓝光护目镜片等将是镜片行业的快速增长点之一。

5、创新特征及产业融合情况

发行人具备产业链及一站式服务体系，即从原材料制备开始，到产品设计、工业化生产，再到完善的销售体系。眼镜镜片的设计与生产融合了数学、光学 、有机化学、表面及结构物理、机械加工、医学等多学科领域技术，对产品技术指标及创新性具有很高的要求。

发行人创新特征及产业融合的具体情况，请参见本招股书“第二节 概览”之“五、发行人自身的创新、创造、创意特征，科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况”之“（二）发行人符合创业板定位的相关规定”。

（四）市场地位、技术水平特点及行业的竞争状况

1、发行人的行业地位

发行人是一家国内领先的综合类眼镜镜片生产商。“明月镜片”具有良好的品牌形象及市场知名度，并建立了完善的全国性销售渠道，直接及间接覆盖全国各省市地区逾万家门店客户。

根据 Euromonitor Consulting（欧睿咨询）出具的《市场地位声明认证函》，整体框架眼镜镜片（不包含隐形眼镜镜片）以零售量计，明月镜片于 2016 年-2020 年连续五年中国大陆范围内销售领先。

我国镜片制造业企业主要集中在江苏丹阳、浙江温州、福建厦门以及广东深圳等地，产业集群效应较为明显。但其中小企业众多，而相对具有一定规模的企业又被国际品牌收购。

从镜片制造企业品牌知名度、产销规模和营销渠道来看，国内镜片制造行业大致分为三个层级。第一层级为全国性镜片生产企业，企业的品牌知名度较高，营销渠道遍布全国大部分地区，镜片品类较为齐全、工艺技术相对领先、质量管控严格精细，获得广大消费者的认可，以明月、依视路、蔡司等企业为代表；第二层级为区域性镜片生产企业，以所属区域市场为依托，在该区域及其周边具有一定的市场影响力；第三层级的企业规模较小、数量较多，缺乏自主品牌，或销售范围受限，或从事代工业务，市场份额较小；这类企业质量管控能力一般较弱，难以满足消费者对于产品表现及质量方面日益苛刻的需求。未来随着国内镜片制造标准进一步趋严，有相当一部分规模小、技术水平低、质量控制差的企业将被市场所淘汰，而品种齐全、质量稳定的品牌企业将凭借扎实的光学设计能力、严格的产品质量控制以及快速的消费需求响应及产品迭代能力引领行业发展。

2、发行人技术水平及特点

公司自成立以来，一直重视技术及产品的研发，设立了研发中心并制定了一套完整的研发业务流程及科研项目管理业务流程，组建了一支技术水平过硬、行业经验丰富的技术研发团队，良好的研发环境和资源配套使得公司研发实力不断提升。此外，公司在加强自身研发能力建设的同时，也不断加强对外技术合作，共同完成树脂镜片材料研发、生产技术和新型产品的合作开发。经过多年的发展，目前公司在镜片原材料、光学设计、膜层技术及生产工艺等方面拥有较强的技术开发能力与储备。

3、主要竞争对手概况

（1）国外主要竞争对手

1）依视路陆逊梯卡 (Essilor Luxottica)

依视路陆逊梯卡是全球专业镜片制造商，由依视路集团和陆逊梯卡集团于2018 年合并组成。依视路陆逊梯卡主要从事光学镜片、太阳镜、光学镜架的生

产和销售。公司已在巴黎泛欧证券交易所上市。依视路陆逊迪卡在 2018 财年实现销售收入 107.99 亿欧元。

2）卡尔蔡司 (Carl Zeiss)

公司总部位于德国奥伯科亨市，成立于 1846 年，在全球多个国家设有代表处、销售和服务公司以及制造开发中心。蔡司主要从事开发、生产和销售用于工业测量和质量保证的高度创新的解决方案，为生命科学和材料研究提供显微镜解决方案，以及用于眼科和显微外科诊断和治疗的医疗技术解决方案。蔡司旗下知名产品包括光刻光学元件、镜片、相机镜头和双筒望远镜等。公司已在巴黎泛欧证券交易所上市。2018 财年，蔡司众多产品板块总体实现销售收入 12.81 亿欧元。

3）罗敦司得 (Rodenstock)

公司总部位于德国慕尼黑，从事镜片及镜架生产，公司由 Josef Rodenstock 先生于 1877 年设立，在全球有近 4,900 名员工，在 13 个国家的 15 个地区建有镜片生产厂区，并在 85 各国家设有销售分支。

4）豪雅 (Hoya)

豪雅公司创立于 1941 年，是 HOYA 株式会社旗下的品牌。集团总部位于日本东京，在超过 30 个国家及地区有超过 36,000 名员工。豪雅是全球医疗科技企业，旗下产品包括眼镜、医用内窥镜、人工晶体、光学镜头及半导体相关部件。公司已在东京证券交易所上市。2018 财年，豪雅集团实现销售收入 5,356.12 亿日元。

5）凯米 (Chemilens)

凯米公司总部位于韩国，主要生产销售树脂光学镜片。凯米公司在日本、欧美等全球多个国家设立分部及办事处，并大量出口。

（2）国内主要竞争对手

1）旗天科技

旗天科技集团股份有限公司，总部位于上海，公司代码：300061。旗天科技镜片产品以外销业务为主，其 2017 年度树脂镜片业务中外销收入约占 70%以上。

2018 年度，旗天科技实现眼镜业务收入 8.74 亿元。但 2018 年末，旗天科技出售眼镜镜片业务相关资产与负债，整体向金融科技服务公司转型，2019 年眼镜行业收入仅占全年收入的 1.69%。

2）其他境内企业

近些年依视路在国内外陆续收购或投资多家眼镜上下游企业。行业内具备一定规模的企业往往选择了与境外投资者合资，未在境内上市。依视路投资或者收购的中国境内企业的大致情况如下：

序号	年份	被投资/收购方	主要产品
1	2009 年	奥尔帝光学	树脂镜片
2	2010 年	万新光学	树脂镜片
3	2011 年	尊龙光学	树脂镜片
4	2011 年	视悦光学	树脂镜片
5	2012 年	天鸿光学	树脂镜片
6	2013 年	雅瑞光学	太阳镜
7	2016 年	创天光学	树脂镜片
8	2016 年	香港光合作用	太阳镜

资料来源：公开信息整理

4、发行人的竞争优势与劣势

（1）竞争优势

1）技术优势

镜片作为眼镜的核心功能性部件，发挥着保护或矫正使用者眼视光的重要作用，其性能表现、品质稳定性决定着消费者的使用体验以及复购率。而镜片性能的提升需要强大的技术实力支撑，需要企业不断加大研发投入，促进产品研发和技术工艺升级，确保企业在产品上的创新性和技术工艺上的先进性。

发行人深耕镜片行业多年，为消费者提供高质量、个性化的专业镜片产品，积累了丰富的经验和技术。发行人在镜片原材料、光学设计、膜层技术及生产工艺等方面的积累，使公司持续保持行业领先。此外，发行人与著名光学专家庄松林院士及其团队合作，建立了行业示范性的院士工作站和眼镜工程技术中心，对

眼视光行业的前瞻性课题进行专项攻坚。截至 2020 年 12 月 31 日，发行人拥有 12 项发明专利，48 项实用新型专利，21 项外观专利。

2）质量优势

发行人非常注重产品质量的控制，建立了科学的质量管理体系并严格执行。从镜片原料到镜片生产，发行人对每一道关键的生产工序都实行严格的质量控制及检验程序。自成立以来，公司始终致力于对树脂镜片产品的研发与生产工艺水平的改良，实行现代化企业管理，严把产品质量关，通过了 GB/T 19001-2016/ISO 9001：2015 质量管理体系认证、GB/T 24001-2016/ISO 14001：2015 环境管理体系认证、GB/T 28001-2011/OHSAS 18001：2007 职业健康安全管理体系认证，并建立了完善、有效的质量管理体系，其质量控制贯穿产品研发、供应商管理、原材料检验、生产管理、销售等整个生产经营过程，为产品的质量提供了强有力的保证。

3）品种优势

镜片的选择受个体差异影响较大。为消费者配制一副专业的眼镜，需要综合考虑屈光度、瞳距等各种参数，同时结合消费者对于镜片功能的需求和定位，选择相应的折射率、阿贝数的镜片，并融入防蓝光、变色、渐进多焦点等功能。这使得镜片产品具有一定的定制化特点，也导致镜片品种繁多。品种的齐全性，尤其在多品类产品体系能够保证统一而稳定的品质，是衡量镜片生产商实力的重要标准之一。发行人产品品种齐全，而且能够满足客户个体复杂情况的定制化需求，保证了对市场的产品覆盖。

4）品牌优势

发行人深耕镜片行业多年，为消费者提供高质量、定制化的专业镜片产品，积累了丰富的经验和技术。长期以来，中国国内镜片厂商处于低价竞争之中，产品以 OEM 或 ODM 为主，缺乏自己的品牌意识。发行人凭借丰富的产品经验和先进的技术实力，脱离价格战的泥淖，树立了专业的高品质民族镜片品牌形象。

5）营销渠道优势

发行人致力培养和建立完善的销售网络。发行人依托经验丰富的营销团队，通过直销、经销相结合的模式，在全国市场形成了良好的营销网络体系。发行人深耕线下终端门店，直接和间接合作的线下终端门店数量逾万家；新零售模式下，发行人线上运营品牌旗舰店，快速、专业、定制化地为消费者提供服务。

6）产业链延伸优势

发行人积极切入镜片原料领域，与知名原料供应商进行战略合作，坚持自主创新，创造了独特的原料产品，实现了部分镜片原料的自给，打通了产业链上游。同时，深刻理解新型材料特性，具备自主改良及应用能力，快速实现新材料的产业化落地。发行人切入镜片原料领域有助于公司进一步增强竞争优势，确保原料供应的及时性和原料的高品质。

7）区位优势

发行人的生产基地位于具有“中国眼镜之都”美誉的江苏省丹阳市。丹阳市地处长江三角洲和上海经济圈走廊，地理位置优越，聚集了镜片原料生产商、镜片制造商、眼镜批发零售商等，形成了覆盖产业链上下游的产业集群。产业集聚降低了运输成本、制造成本，有利于发行人实现规模化效应。

（2）竞争劣势

1）相较国际龙头企业，公司规模仍然较小，品牌溢价偏低

公司参与国际市场竞争面临的主要对手是一些国际著名的树脂镜片品牌商。相比于国际市场的竞争对手而言，公司规模较小，技术和管理、品牌溢价等方面仍存在一定差距，公司仍需要进一步提升生产经营规模，加大研发力度，提升明月品牌在国际市场上的地位。

2）融资渠道单一

随着公司业务规模的扩大，引进先进技术、更新生产设备、拓展营销网络、加快新产品研发等迫切需要资金的支持。目前，公司主要依靠自有资金和银行贷款进行生产项目建设，融资手段较为单一。随着公司经营规模的扩大，完全依靠内部积累和银行借款这一单一的融资渠道已经不能满足公司日益扩张的经营需

要，资金不足已成为制约公司进一步发展的主要瓶颈。公司只有积极开拓多种融资渠道，才能有效地保证业务发展预期目标的顺利实现。

5、行业发展态势

（1）行业市场化程度

全球眼镜行业的准入门槛各不相同。在美国、欧洲等发达国家和地区，镜片的生产和销售有较高的准入门槛，分别需获得美国 FDA 认证、欧盟 CE 认证。近几年，我国质检总局和国务院先后作出调整生产许可证制度管理的产品目录的决定，取消验配眼镜工业产品及工厂制造型眼镜的生产经营许可证审批项目，眼镜生产、零售行业准入门槛大大降低。但由于镜片及眼镜行业存在较高的进入壁垒，如资金、技术、渠道、品牌等，原有的小规模生产者及新进的竞争者较难在短期内改变现有的市场格局。

（2）行业竞争格局

1）国际市场竞争格局

国际镜片制造行业集中程度高，少数领先品牌商占据着全球树脂镜片高端市场的大部分份额。为降低成本，国际镜片品牌商以 OEM/ODM 方式委托发展中国家的企业进行生产，或在发展中国家设立加工工厂进行生产。

2）国内市场竞争格局

我国是全球最大的镜片制造国，镜片生产企业众多，但是企业规模普遍较小，市场份额偏低。同时，众多中小型生产企业及其配套厂家聚集在一定的区域，形成产业集群，大幅降低了生产成本，使得中国眼镜生产企业在国际上具有明显的成本优势。在镜片制造行业领域，目前已经形成以江苏丹阳、浙江温州、福建厦门等为主要生产基地的产业格局，其中丹阳是我国乃至全球最大的眼镜片生产基地。

（3）进入本行业的主要壁垒

树脂镜片制造行业在技术、人才、资金、规模、渠道和客户资源、品牌等方面均存在较高的进入壁垒。

1）技术壁垒

树脂镜片生产涉及到数学、光学 、有机化学、表面及结构物理、机械加工、医学等多学科的交叉、融合，其所需的化工原料、光学添加剂（如光敏剂）、关键生产设备（如镀膜机）等涉及众多领域的高新技术，技术难度较大，属于技术创新推动型行业，整体技术门槛较高。

对于本行业新进入企业而言，成熟生产工艺和设计能力的掌握需要长时间的积累，技术工艺上的缺乏使其难以生产出适应市场需求的产品。此外，中高端产品中往往存在明显的先发优势，技术领先者将获得市场增长的大部分份额。因此，只有少数具有技术优势和技术创新能力的企业才可能参与中高端产品市场的竞争，该领域对行业新进入者设立了更高的技术门槛。

2）人才壁垒

镜片制造行业是一个多学科交叉的综合性行业，要求镜片生产厂商拥有一批具备相关学科知识的高素质、高技能专业技术人才，以保证自身能够紧跟市场动态，推出具有针对性的视觉解决方案。同时，树脂镜片的生产工序复杂、精密度要求高，要求生产人员需要具备熟练生产操作技术，这需要企业投入大量的时间进行员工系统化培训和经验积累。此外，随着新产品的出现，树脂镜片生产技术也在不断更新，镜片制造行业对专业人员的素质要求越来越高，企业的研发能力强弱将很大程度的决定产品是否满足消费者的需求。对于本行业新进入者而言，由于缺乏资金实力和品牌效应，一般难以吸引高素质的专业人才，人才短缺问题将成为制约其发展的主要因素之一。

3）资金壁垒

镜片制造厂商需要大量资金进行厂房建设、设备引进、技术研发等，具有一定的资金壁垒。一方面，精密加工对生产环境要求较高，部分生产车间需要达到万级或千级无尘要求，同时要求恒温恒湿，相关装修和设备投入较大。另一方面，镜片生产设备绝大多数为精密加工设备，价格较为昂贵，如镀膜机等。此外，树脂镜片生产企业的原材料采购、研发费用投入以及员工薪酬等方面支出较大，往

往需要较高的运营费用投入。因此，对于本行业新进入企业而言，存在较高的资金壁垒。

4）渠道和客户资源壁垒

对于自有品牌产品而言，镜片制造企业通过直销或者经销方式服务终端眼镜门店，良好的营销网络体系是其打开全国市场的关键因素之一。本行业新进入者很难在短期内搭建完善的营销网络体系，实现产品的大规模渠道推广。对于OEM/ODM 产品而言，镜片制造厂商需要与知名品牌客户建立稳定的销售关系，确保其市场销售地位。国内外主流眼镜零售品牌客户在签订金额较大的合同时，对供货厂商的规模、内部管理、业内品牌知名度等方面均需进行严格的考核，供货关系建立后一般比较稳定，不会轻易更换。因此，对于行业新进入者而言，特别是规模较小的公司，其产品很难打入主流市场。

5）品牌壁垒

通常来说，具备高知名度的镜片制造企业在产品质量、服务响应、宣传推广、产品迭代等方面投入了大量的资本和人力，对品质及消费者保障具有较强的背书作用，更容易获得现有及潜在消费者的认可。由于品牌的塑造与认可需要长期积淀，新进行业者即使投入大量资源进行“快、准、狠”的品牌宣传覆盖，若产品质量达不到宣传的高度，“爆款”也很可能“昙花一现”。

（4）发行人所处行业与上下游行业之间的关系

1）公司所处行业与上游行业的关系及影响

镜片制造行业的上游行业主要为镜片原料单体、镀膜药品和辅料化工行业。从镜片原料树脂单体品种来看，随着技术的发展，新材料不断被研制开发出来，丰富了镜片制造的原料和产品类型，同时使得镜片折射率不断提高，镜片愈加轻薄。上游原材料新品种、新材料的不断出现，将进一步提升本行业产品的价值，利好我国镜片制造业发展。

2）公司所处行业与下游行业的关系及影响

镜片制造行业的下游行业主要为镜片经销商、电商平台、医院和眼视光中心、大型眼镜连锁店、终端眼镜门店等。终端渠道需要镜片生产商持续提供品种齐全、品质稳定的镜片。镜片生产商需要通过终端渠道来实现产品的销售。品种齐全、品质稳定、品牌知名度较高、服务较好的镜片生产企业将愈加受到终端渠道的欢迎，市场占有率有望进一步提升。

6、面临的机遇与挑战

（1）面临的机遇

1）产业政策支持

树脂镜片制造业是国家鼓励发展的轻工业，近年来，国家出台多项政策推动眼镜片行业的发展。如《轻工业“十二五”发展规划》提出重点发展高科技含量的产品，提高中高档眼镜比例，适当控制低档眼镜生产；加强新材料、新工艺的开发和应用，生产新型材料的眼镜产品。《轻工业发展规划（2016-2020 年）》提出推动眼镜工业向高品质、轻质化和时尚化方向发展，加快光学性能优化、材料轻质化、表面增强、抗损自洁等核心技术研发和应用；重点发展以矫正视力为主，适合不同年龄群体需求，具有护眼、保健、时尚、智能等多种功能产品；提高生产过程的自动化、智能化水平。

2018 年 8 月，习近平总书记关于学生近视问题作出重要指示批示，教育部、国家卫健委、市场监管总局等多部门先后印发《综合防控儿童青少年近视实施方案》和《贯彻落实〈综合防控儿童青少年近视实施方案〉行动方案》，特别强调“严格监管验光配镜行业，不断加强眼视光产品监管和计量监管，整顿配镜行业秩序，加大对眼镜和眼镜片的生产、流通和销售等执法检查力度，规范眼镜片市场，杜绝不合格眼镜片流入市场。因此，行业内不规范的中小型生产企业将逐步被淘汰，技术水平较高、品牌影响力大、质量控制管理良好的优势企业的市场份额将得到进一步提升。

2）消费能力的提升

随着我国经济平稳增长、城乡居民整体收入水平不断提高，居民的消费能力不断增强，增强的消费能力为消费品行业的繁荣提供了保障。城乡居民收入和消费水平的快速提升将促进对眼镜产品需求的增长。

3）消费观念的转变

随着人们生活水平逐步提高、消费能力增强，消费者视觉健康和时尚意识日益提高，消费观念日益成熟，越来越多的消费者逐步转变了自身的诉求。人们从一味追求简单的视力矫正和产品低价格转变为越来越重视眼镜的品质、质量、功能和佩戴的舒适性。此外，眼镜的装饰性功能亦得到进一步的凸显，尤其是年轻消费群体进行季节性、场景化搭配，逐渐呈现一人多镜、根据衣物场景搭配眼镜的风潮。

但是，相较于国外发达国家和地区，我国居民对眼镜产品的认知仍不够深入，我国人均消费水平要远低于发达国家水平。未来，随着我国居民消费观念的逐步转变，我国眼镜片人均支出额和人均购买量将会得到进一步提升，与发达国家差距将会逐步缩小。

4）消费需求的增长

近年来，随着经济的稳步发展，镜片材料研发和工艺技术的不断改进，使得镜片产品不断推陈出新，活跃了镜片零售市场。人们生活水平的提高和眼睛护理需求的提升极大的促进了镜片行业的发展，带动着镜片市场需求不断增长。

5）线上渠道的快速发展

近年来，随着移动设备及网络的快速发展，国内网络零售市场交易规模保持高速增长，占社会消费品零售总额的比例亦逐年攀升。目前，对于眼镜行业而言，其线上销售尚缺验光、试戴等线下体验环节，未来线上销售模式若能有效解决眼镜亲身佩戴的需求痛点，线上眼镜产品销售将会出现量级的提升。

6）智能眼镜的快速兴起

近年来，智能眼镜作为眼镜行业的全新品种异军突起，谷歌、华为等多家企业纷纷推出新型智能眼镜产品，2018 年 6 月，Rokid Glass 在 Rokid Jungle 发布

会上首次发布；2019 年 3 月华为发布旗下首款可穿戴智能硬件 EYEWEAR；2019 年 5 月 Google 发布了面向企业的第二代智能眼镜产品 Glass Enterprise Edition 2（EE2）。智能眼镜的快速兴起在眼镜行业内掀起了一场全新的变革。

智能眼镜具有独立的操作系统，可以由用户来选择安装软件、游戏等软件服务商提供的各类程序，可通过语音或动作操控完成添加日程、地图导航、与好友互动、拍摄照片和视频、与朋友展开视频通话等多样化功能，并可以通过移动通讯网络来实现无线网络接入。

功能	优势
随看随拍	智能眼镜的拍照和录制视频功能不会再受时空的限制，同时具备语音拍照功能、语音打电话功能、地图导航功能等。
随时保持联网	不再受制于手机需要低头才能操作，为很多场合提供方便。如：开车，交谈中，运动中。
动态视野分析	当看到一个未知物品或是陌生人时，可以同步搜索出相关信息。

（2）面临的挑战

1）行业集中度低

虽然我国镜片生产企业众多，但多数为中小企业，单个企业占有的市场份额较低，对市场的主导能力较弱，呈现分散化竞争格局。由于多数企业管理水平不高，技术相对落后，价格竞争成为主要竞争手段，这使得本行业的品牌化发展变得更为艰难。

2）国际竞争对手的冲击

近年来，国内眼镜零售市场发展迅速，外资品牌持续加码中国市场，不断收购兼并本土镜片制造企业或渠道企业。随着发达国家镜片生产企业加速在我国建厂和收购兼并，给国内镜片生产企业的发展带来一定的压力。

3）劳动力成本不断增长

随着我国制造业的深入发展和社会的全面进步，人力成本进一步提高。劳动力成本的不断上升加重了企业的负担。镜片制造业仍需要较多劳动力成本的投入，但目前不断上升的人力成本在一定程度上增加了行业内生产企业的成本压力与制造业工人的短缺。

7、上述情况在报告期内的变化及未来可预见的变化趋势

报告期内，公司市场地位、技术水平及特点、行业内的主要企业、竞争优势与劣势、行业发展态势、面临的机遇与挑战未发生重大变化，预计未来一段时间将保持稳定。

（五）发行人与同行业可比公司在经营情况、市场地位、技术实力、衡量核心竞争力的关键业务数据、指标等方面的比较情况

经公开资料检索并综合研判，公司选取旗天科技、视科新材、依视路作为公司的可比公司。旗天科技 2018 年以前主要从事树脂镜片的生产制造及销售，并提供成镜加工服务。视科新材是一家专注于功能性视光学材料与光学镜片研发、生产及销售的高新技术企业，主要产品包括视光学材料、光致变色材料及光学镜片。依视路是全球领先的视光企业，1849 年成立于法国，专注于设计、制造并销售品类丰富的镜片产品，同时开发并销售镜片制造设备、视光相关仪器等，并提供相应服务。

1、经营情况

可比公司旗天科技镜片产品以外销业务为主，其 2017 年度树脂镜片业务中外销收入约占 70%以上。2018 年度，旗天科技实现眼镜业务收入 8.74 亿元。但 2018 年末，旗天科技出售眼镜镜片业务相关资产与负债，整体向金融科技服务公司转型，2019 年眼镜行业收入仅占全年收入的 1.69%。

报告期期初，视科新材主要从事镜片原料的研发、生产及销售，镜片业务收入贡献较小。视科新材于 2017 年 11 月通过重大资产重组方式开始从事光学镜片的研发、生产和销售业务。2019 年度，视科新材实现营业收入 30,257.05 万元，其中境内销售收入 28,603.31 万元。

发行人的镜片业务主要是面向国内市场，且以自主品牌为主，报告期内发行人进一步拓展毛利率较高的线上零售渠道。逐步加大镜片产品的市场推广力度，明月品牌镜片的市场影响力稳步提升。

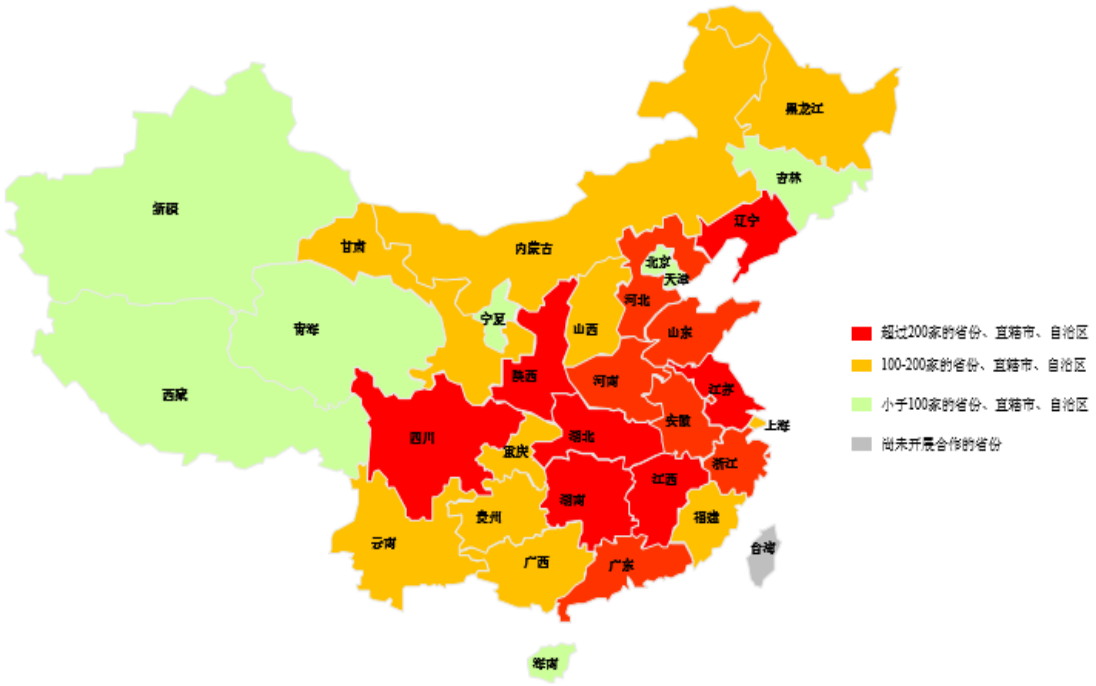
发行人结合自身特点，快速发展，充分挖掘和不断提升自身国内的销售渠道

资源优势。同时，在镜片原料、镜片产品等诸多方面取得了快速进步，与国际品牌同台竞争。

2、市场地位、市场份额

发行人主要专注于国内市场，销售模式分为直销、经销和代销。经过多年发展，发行人已积累了丰富的资源，截至 2020 年末，发行人眼视光产品经销商客户达 82 家、直销客户数 3,169 家、授权合作的电商企业数量近百家。截至 2020 年末，发行人合作的终端眼镜门店地域分布如下：

发行人合作的终端眼镜门店分布图



根据 statista 公布的统计数据显示，2019 年度，中国镜片销量为 222.12 百万片。同期，明月镜片仅境内销量为 28.97 百万片，明月镜片占国内镜片销量比例 13.05%。根据 Euromonitor Consulting（欧睿咨询）出具的《市场地位声明认证函》，整体框架眼镜镜片（不包含隐形眼镜镜片）以零售量计，明月镜片于 2016 年-2020 年连续五年中国大陆范围内销售领先。

视科新材主要客户多为镜片生产商和眼镜批发商，镜片生产商客户在购买其产品之后会进一步设计、加工和贴牌销售，导致视科新材自有品牌在终端眼镜消费者中知名度不够。2019 年度，视科新材光学镜片成品的销量为 25.29 百万片（含

境外成品销量）。2020 年度，发行人直销自有品牌镜片平均单价为 23.03 元/片，视科新材 2020 年 1-6 月平均直销单价为 7.96 元/片，发行人产品均价远高于视科新材。

依视路集团是全球领先的视光企业。2019 年度，依视路在亚洲、大洋洲、非洲地区的销售收入达 28.92 亿欧元。

与依视路相比，发行人在全球市场规模及影响力方面还存在一定地差距。依视路作为全球领先的眼视光企业，品牌历史悠久，品牌溢价较高；其全球销售渠道及资本实力均强于发行人。依视路研发投入绝对规模及其技术的储备均要大于发行人。但发行人在中国市场占有率、二三四线地区品牌知名度、渠道深度等方面存在较大优势。

发行人的市场地位及市场份额高于视科新材，与依视路尚有一定差距。

3、技术实力

发行人深耕镜片行业多年，为消费者提供高质量、个性化的专业镜片产品，积累了丰富的经验和技术。在镜片产品方面，发行人结合当代社会生活场景多元化的需求自主研发了多种创新性产品，可满足眼睛高强度长时间暴露在电子产品下防护蓝光、出入室内外防护紫外线、强光、炫光等的不同需求。发行人自主研发了多种镜片的生产配方及工艺，不断精进工艺、提升镜片品质。在原料方面，发行人自主研发了部分镜片原料的制作配方，不断攻克原料制配难题，改良原料。镜片生产从原料到最终成品镜片需经历数十道工序，发行人在每一生产环节均存在品质关键控制点，对供应链、流程管控、产线设备、生产环境等均有着严苛要求，发行人掌握从原料到成品生产的全链条自主生产能力，控制各环节品质，保证产品品质。此外，在原料、若干视光技术曾长期掌握在外资手中的大背景下，发行人始终强调自主创新，坚持提升自产原料能力，与国内多家院校、行业知名专家、顶尖学术机构建立产学研合作，掌握自主技术，紧密把握国内市场的消费趋势和市场需求，深耕品质和渠道。截至 2020 年 12 月 31 日，发行人及下属子公司合计拥有专利 81 项，其中发明专利 12 项，实用新型专利 48 项、外观专利 21 项。

视科新材拥有的核心技术包括轻量化技术、光致变色技术、蓝光防护技术以及先进镜片制造技术，已获得 33 项专利（其中发明专利 27 项，实用新型 6 项）。

依视路在全球范围内设有五大研发中心、超过 500 名科研人员，至今已拥有超过 9,500 多项专利（含申请中专利），尚未在中国大陆地区建立研发中心。

发行人的专利数量多于视科新材，与依视路尚有一定差距。

4、衡量核心竞争力的关键业务数据、指标等

发行人与可比公司均正在或曾经从事树脂镜片及原料等相关产品的研发、生产、销售等业务，但四家公司在具体业务内容、结构，以及收入和资产规模上均存在一定差异，其中旗天科技 2019 年眼镜行业收入仅占全年收入的 1.69%，已不具有可比性。视科新材、依视路、明月镜片具体比较情况如下（视科新材为 2019 年年报财务数据，明月镜片、依视路为 2020 年财务数据）：

项目		视科新材	依视路	明月镜片
经营情况	总资产（万元）	35,737.87	€5,231,800.00	69,177.58
	归属于母公司股东的权益（万元）	21,381.68	€3,226,800.00	52,714.29
	营业收入（万元）	30,257.05	€1,442,900.00	53,968.14
	净利润（归属于母公司股东）（万元）	5,911.90	€8,500.00	7,000.49
业务情况	主要产品	镜片原料和镜片	镜片、眼镜框架	镜片、镜片原料、成镜和镜架等眼视光产品
	镜片销售量（万片）	2,529.44	未披露	2,793.05
研发情况	研发费用（万元）	1,639.63	注：€28,700.00	1,762.43
	研发费用率	5.42%	1.99%	3.27%
关键财务数据及指标	销售毛利率	45.60%	58.86%	54.95%
	销售净利率	25.87%	6.02%	15.11%

注：依视路研发费用为全球研发费用，其在中国境内未设有研发中心

由上表可知，公司作为国内领先的综合类眼镜镜片生产商，与视科新材相比资产及营收规模均有明显优势，但距离国际大型上市公司依视路尚存一定距离。由于品牌知名度、产品结构等区别，发行人销售毛利率领先视科新材。作为衡量

企业技术实力的重要参考指标，发行人 2020 年度研发费用投入方面高于视科新材 2019 年度，研发费用率高于依视路。

（六）康耐特的核心技术、市场份额、销售运营模式、主要产品性能、出厂价格和终端价格、主要财务指标与发行人的差异及原因和合理性

1、主要产品核心技术情况

康耐特主要从事树脂眼镜镜片的研发、设计、生产和加工，康耐特拥有的核心技术包括光致变色旋转涂覆技术、模具加工技术、镀膜混合物技术等内容。截至其招股书签署日，康耐特已就树脂眼镜镜片在中国注册 84 项专利，在日本注册三项专利，在美国及欧盟注册一项专利，同时树脂镜片及及其生产方法申请六项专利。

明月镜片与康耐特的主营业务较为相似，核心技术均围绕单体、镜片设计与制造具有合理性。

2、市场份额情况

根据弗若斯特沙利文报告，按树脂眼镜镜片产量计算，康耐特于 2020 年在中国树脂镜片制造商中排名第一，市场份额约为 8.5%。按 2020 年的树脂眼镜镜片出口值计算，康耐特为中国最大的出口商，市场份额约为 7.3%。纵观全球，按 2019 年树脂眼镜镜片所得收入计算，康耐特排名第九，且为全球十大市场参与者中唯一一个总部位于中国的集团。

明月镜片主打自有品牌产品，故明月镜片排名的优势领域在于品牌产品销量方面。康耐特的业务以 OEM/ODM 为主，故其以树脂镜片产量计算的排名处于领先地位。两者的行业排名基于不同角度统计得出，且均有第三方权威统计机构报告作为基础，具有合理性。

3、销售运营模式情况

1）主要面向贸易公司、批发商、眼镜品牌商等各类机构

报告期内，康耐特通过重大资产重组镜片业务、兼并收购各类经营性资产实现镜片业务的快速增长。但由于其主要面向贸易公司、批发商、眼镜品牌商等各

类机构，与终端消费者接触有限，同时大量的外销业务也使得其必须要满足境外各种不同类型客户的用镜需求，一定程度上限制了康耐特对品牌的建设。

康耐特在招股书中也披露到，未来要加强自有品牌开拓，要投放更多的资源进行品牌推广，缩短到达终端用户的路径，通过建立品牌来提高镜片产品的附加值。

2）康耐特作为树脂眼镜制造商以外销为主

康耐特作为树脂眼镜镜片制造商，以外销为主要销售业务模式，产品遍布美国、日本、墨西哥等 80 多个国家。报告期内，康耐特通过资产重组、兼并收购等方式来实现公司资源的整合，促进镜片业务的增长。

虽然镜片业务收入增长迅速，康耐特主要面向贸易公司、批发商等群体，直面终端消费者的业务比例不高，更多借助下游经销商的渠道资源销售其镜片产品。

明月镜片与康耐特的企业定位存在明显差异，明月镜片主打自有品牌产品，而康耐特以 OEM/ODM 为主，故两家公司销售运营模式存在差异具有合理性。

4、主要产品性能及建议零售价情况

康耐特主要折射率镜片产品系列的参数如下：

折射率 项目	**1.56 非球面**	**1.60MR-8 非球面**	**1.67 非球面**	**1.74 非球面**
阿贝数	35.0	41.0	31.0	33.0
零售价格[注] （元/副）	398	680	1,080	1,880

注：康耐特《全国零售价格表》视清单焦点系列建议零售价

明月镜片大部分产品类型的阿贝数高于康耐特，康耐特除 1.74 非球面外其余产品的建议零售价高于发行人，发行人产品的性价比更高。

5、出厂价格情况

报告期各期，发行人和康耐特各折射率镜片产品的平均销售单价情况如下：

单位：元/片

折射率系列	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	明月镜片	康耐特	明月镜片	康耐特	明月镜片	康耐特
1.50/1.499	4.13	5.56	4.97	5.56	4.10	4.89
1.56	10.56	6.43	9.56	8.00	8.07	6.84
1.60	15.32	8.09	13.42	5.73	11.79	6.11
1.67	32.73	21.09	29.27	23.37	24.12	21.68
1.71	56.97	-	49.79	-	38.49	-
1.74	160.51	54.24	143.63	59.00	132.14	53.00
综合	15.61	8.44	13.48	8.04	11.16	7.12

报告期内，发行人大部分折射率产品类型的平均单价高于康耐特相同系列，主要原因包括：

①发行人品牌知名度较高，具有更大的品牌溢价；

②发行人以自有品牌产品为主，可直面终端消费者。康耐特产品多为OEM/ODM，需销售至品牌所有者和分销商后再销售至终端消费者，中间环节更多，故出货价偏低；

③发行人大部分产品光学参数更加优异；

④发行人拥有自营门店及电商旗舰店等零售业务，而零售价格通常高于批量供货价格，拉动了各折射率产品的平均单价。康耐特由于自有品牌业务规模较小，根据其招股书显示，康耐特“主要客户并非眼镜的个人终端用户，可能无法有效地收集终端客户对眼镜产品的品质或有待改进的地方的回馈”，康耐特计划于未来新增门店拓展自有品牌业务。截至目前康耐特的电商业务占比也较低，也是造成其各折射率产品的均价偏低的原因之一。

综上所述，发行人产品平均单价高于康耐特具有合理性。

6、主要财务指标情况

（1）期间费用率

报告期各期发行人和康耐特期间费用率情况如下：

单位：万元

公司	项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
明月镜片	销售费用	11,260.70	20.87%	10,384.99	18.80%	7,682.06	15.08%
	管理费用	6,641.04	12.31%	5,517.31	9.99%	6,253.05	12.27%
	研发费用	1,762.43	3.27%	1,626.62	2.94%	1,535.41	3.01%
	财务费用	0.69	0.00%	70.73	0.13%	413.79	0.81%
	合计	19,664.85	36.44%	17,599.65	31.85%	15,884.30	31.18%
康耐特	销售费用	6,710.10	6.14%	7,530.50	7.11%	6,286.70	7.36%
	行政费用	11,228.70	10.27%	10,793.00	10.19%	9,871.90	11.56%
	研发费用	3,957.90	3.62%	3,713.50	3.51%	3,526.30	4.13%
	财务费用	4,707.90	4.31%	4,744.70	4.48%	944.80	1.11%
	合计	26,604.60	24.34%	26,781.70	25.29%	20,629.70	24.16%

注：根据康耐特的招股书披露显示，康耐特行政费用组成中包含研发费用。

报告期内发行人与康耐特管理费用率和研发费用率较为接近。由于发行人借款较少导致财务费用率较低。发行人销售费用率明显高于康耐特，主要系明月镜片拥有自主品牌，作为品牌所有者为提高品牌知名度，持续广告投入造成广告费较高所致。

（2）利润率

报告期内发行人与康耐特销售利润率对比如下

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	发行人	康耐特	发行人	康耐特	发行人	康耐特
毛利率	54.95%	34.90%	50.88%	33.00%	44.34%	30.60%
营业利润率注	17.58%	14.20%	17.58%	13.16%	10.66%	10.89%
销售净利率	15.11%	11.80%	14.58%	10.60%	8.21%	9.20%

注：康耐特营业利润率计算方法为税前利润/收入

报告期内，发行人毛利率、营业利润率和销售净利率均高于康耐特，主要由于发行人以销售自有品牌产品为主；而康耐特自有品牌占比较低，以 OEM/ODM 为主。从产业链角度看，康耐特所处的产业链环节到最终消费者还需经过分销商、

品牌所有者等多道环节，而明月镜片的产品则可以更直接地销售至终端客户或消费者。

综上，发行人毛利率、营业利润率和销售净利率高于康耐特具有合理性。

三、发行人销售情况和主要客户

（一）主要产品产能、产量及销量情况

1、主要产品产能、产量及销量情况

年度	产品名称	产能	产量	销量	产能利用率	产销率
2020年度	镜片（万片）	3,191	2,457	2,786	77.01%	113.39%
	镜片原料（吨）	2,600	1,733	1,770	66.65%	102.14%
2019年度	镜片（万片）	3,851	3,197	3,321	83.02%	103.88%
	镜片原料（吨）	2,600	2,536	2,309	97.54%	91.05%
2018年度	镜片（万片）	3,851	3,829	3,851	99.43%	100.56%
	镜片原料（吨）	2,600	2,575	2,527	99.04%	98.14%

2019 年，发行人镜片产能利用率有所下滑，主要系发行人当年实施精益化生产管理，提高现有产线效率，并优化产品结构，适量降低部分产品的产量所致。

2、报告期树脂原料的产能、产量、销量情况

年度	产品名称	产能	产量	销量	产能利用率	产销率
2020 年度	镜片原料（吨）	2,600	1,733	1,770	66.65%	102.14%
	其中：1.56	2,000	1,244	1,252	62.20%	100.64%
	1.60	600	489	518	81.50%	105.93%
2019 年度	镜片原料（吨）	2,600	2,536	2,309	97.54%	91.05%
	其中：1.56	2,000	1,994	1,779	99.70%	89.22%
	1.60	600	543	530	90.50%	97.61%
2018 年度	镜片原料（吨）	2,600	2,575	2,527	99.04%	98.14%
	其中：1.56	2,000	2,033	2,017	101.65%	99.21%
	1.60	600	542	509	90.33%	93.91%

报告期内，树脂单体自用量、外采量情况如下：

单位：吨

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
自用量	755.07	771.82	982.43
外采量	361.75	329.33	392.75

3、镜片产品的外购量、自用量及其分析

报告期内，发行人为满足外销需求，存在少量外采成品镜片的情况。具体外购量情况如下：

单位：片

产品规格	2020 年度	2019 年度	2018 年度
1.50	65,205	231,146	628,771
1.53	-	85	-
1.55	-	720	13,625
1.56	172,645	819,965	1,484,803
1.59	8,990	31,976	36,814
1.60	304	2,940	1,783
1.67	152	191	5,019
1.74	62,121	55,954	101,551

发行人镜片产品的自用量，均为与镜架进行组装后，以成镜形式销售的产品数量，外销量为直接以镜片形式对外销售的产品数量。

报告期内，发行人镜片产品的自用量情况如下：

单位：片

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
自用量	635,031	558,615	225,837

4、成镜的产能、产量、销量及其分析

发行人的成镜产品是通过使用磨边机将镜片按照镜框大小进行加工成型后与镜架组装生产而成。制约发行人成镜产能的最主要因素为磨边机数量。报告期内，发行人成镜产能、产量及销量情况分别如下：

单位：副

项目	产能	产量	销量	产能利用率	产销率
2020 年度	389,333	265,404	268,804	68.17%	101.28%
2019 年度	389,333	270,319	244,646	69.43%	90.50%
2018 年度	145,333	106,386	81,257	73.20%	76.38%

发行人的成镜产品主要系根据客户需求加工，各年间客户实际订单需求有所波动，导致发行产能利用率各年间存在一定波动，但产销率始终保持在较高水平。

（二）公司主营业务收入情况

1、按业务类别分类的销售情况

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
镜片	43,612.06	81.04%	44,782.84	81.33%	42,969.63	85.48%
原料	4,855.32	9.02%	6,188.07	11.24%	5,735.34	11.41%
成镜	4,956.43	9.21%	3,076.41	5.59%	851.12	1.69%
镜架	361.92	0.67%	974.33	1.77%	608.41	1.21%
其他	29.38	0.05%	39.87	0.07%	104.68	0.21%
合计	**53,815.10**	**100.00%**	**55,061.52**	**100.00%**	**50,269.18**	**100.00%**

2、按销售模式分类的销售情况

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
直销	36,942.90	68.65%	39,044.73	70.91%	36,876.01	73.36%
经销	16,456.86	30.58%	14,854.87	26.98%	11,927.79	23.73%

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
代销	415.34	0.77%	1,161.92	2.11%	1,465.38	2.92%
合计	**53,815.10**	**100.00%**	**55,061.52**	**100.00%**	**50,269.18**	**100.00%**

（1）代销模式

报告期内，发行人仅与湖南光合作用开展代销业务模式下的贴牌镜片合作，双方于 2016 年 8 月开始合作。报告期各期发行人代销模式下的业务情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
	收入	收入	收入
代销业务模式收入	415.34	1,161.92	1,465.38

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，发行人代销模式下收入分别为 1,465.38 万元、1,161.92 万元和 415.34 万元。报告期内，在发行人全面推行“明月镜片”品牌战略的背景下，发行人与湖南光合作用贴牌镜片合作量开始下降。

（2）经销模式

报告期内，发行人经销业务模式下主要开展自有品牌镜片业务。报告期各期，经销模式下按客户合作年限分类的客户数量、收入及变动情况如下：

单位：个、万元

项目	2020 年度			
	客户数量	收入	收入占比	收入变动
1 年以内	-	-	-	-
1 年至 3 年（含）	5	2,765.37	16.80%	20.45%
3 年至 5 年（含）	7	915.27	5.56%	-14.23%
5 年以上	70	12,776.22	77.63%	11.18%
合计	**82**	**16,456.86**	**100.00%**	**10.78%**
项目	**2019 年度**			
	客户数量	**收入**	**收入占比**	**收入变动**

项目	2020 年度			
	客户数量	收入	收入占比	收入变动
1 年以内	-	-	-	-100.00%
1 年至 3 年（含）	6	2,295.95	15.46%	179.86%
3 年至 5 年（含）	7	1,067.06	7.18%	-48.04%
5 年以上	78	11,491.86	77.36%	54.99%
合计	**91**	**14,854.87**	**100.00%**	**24.54%**
项目	**2018 年度**			
	客户数量	**收入**	**收入占比**	**收入变动**
1 年以内	6	1,639.00	13.74%	-
1 年至 3 年（含）	7	820.39	6.88%	-
3 年至 5 年（含）	25	2,053.70	17.22%	-
5 年以上	63	7,414.71	62.16%	-
合计	**95**	**11,927.79**	**100.00%**	-

报告期内，发行人经销客户合作年限主要集中在 5 年以上。2018 年度、2019 年度和 2020 年度，经销商客户中与发行人合作时间超过 5 年的客户数量分别为 63 家、78 家和 70 家，相关经销商收入占同期经销总收入比例分别为 62.16%、77.36%和 77.63%，总体占比较高。

（3）直销模式

报告期内，发行人直销业务模式下包括自有品牌、非自有品牌镜片、镜片原料、镜架和成镜等眼视光类产品。报告期各期，直销模式下按客户合作年限分类的客户数量、收入及变动情况如下：

单位：个、万元

项目	2020 年度			
	客户数量	收入[注1]	收入占比	收入变动
1 年以内	442[注2]	2,212.90[注2]	6.87%	-17.40%
1 年至 3 年（含）	823	4,436.33	13.78%	-27.88%
3 年至 5 年（含）	367	5,705.73	17.72%	-30.18%

项目	2020 年度			
	客户数量	收入[注1]	收入占比	收入变动
5 年以上	1,619	19,848.37	61.63%	0.28%
合计	**3,251**	**32,203.33**	**100.00%**	**-12.48%**
项目	2019 年度			
	客户数量	收入[注1]	收入占比	收入变动
1 年以内	662	2,678.94	7.28%	22.05%
1 年至 3 年（含）	681	6,151.53	16.72%	-29.64%
3 年至 5 年（含）	474	8,171.65	22.21%	10.83%
5 年以上	1,633	19,793.14	53.79%	9.49%
合计	3,450	36,795.26	100.00%	1.12%
项目	2018 年度			
	客户数量	收入[注1]	收入占比	收入变动
1 年以内	512	2,195.04	6.03%	-
1 年至 3 年（含）	664	8,742.33	24.03%	-
3 年至 5 年（含）	609	7,373.31	20.26%	-
5 年以上	1,562	18,077.70	49.68%	-
合计	3,347	36,388.38	100.00%	-

注 1：此处直销收入不包含发行人电商自营平台收入以及线下体验店收入

注 2：2020 年开始合作客户对应的客户数量和收入

报告期内，发行人直销客户合作年限主要集中在 5 年以上。2018 年度、2019 年度和 2020 年度，直销客户中与发行人合作时间超过 5 年的客户数量分别为 1,562 家、1,633 家和 1,619 家，相关直销收入占同期直销总收入比例分别为 49.68%、53.79%和 61.63%，总体占比较高。

3、主营业务收入的地区分布

报告期内，发行人主营业务收入的地区构成情况如下：

单位：万元

区域	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比

区域		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
内销	华东	27,413.22	50.94%	26,485.33	48.10%	22,488.24	44.74%
	华中	5,971.00	11.10%	6,133.84	11.14%	6,128.76	12.19%
	华南	4,690.32	8.72%	5,128.50	9.31%	4,338.16	8.63%
	华北	4,350.80	8.08%	4,269.83	7.75%	3,509.70	6.98%
	西南	2,962.65	5.51%	3,239.35	5.88%	3,073.81	6.11%
	东北	2,008.17	3.73%	2,476.88	4.50%	2,481.01	4.94%
	西北	2,495.86	4.64%	2,464.60	4.48%	2,311.27	4.60%
外销		3,923.08	7.29%	4,863.19	8.83%	5,938.24	11.81%
合计		**53,815.10**	**100.00%**	**55,061.52**	**100.00%**	**50,269.18**	**100.00%**

（三）公司主要产品的销售价格变动情况报告期内，发行人主要产品的平均销售价格情况如下：

报告期内，发行人主要产品的平均销售价格情况如下：

产品	单位	2020 年度		2019 年度		2018 年度
		平均售价	变动	平均售价	变动	平均售价
镜片	（元/片）	15.61	15.83%	13.48	20.84%	11.16
原料	（元/公斤）	34.86	4.39%	33.39	11.46%	29.96
成镜	（元/副）	170.72	35.44%	126.05	17.39%	107.38
镜架	（元/副）	47.58	63.18%	29.16	4.38%	27.94

（四）主要客户销售情况

1、发行人前五大客户情况

报告期内，发行人前五名客户收入情况（同一控制下企业合并列示）情况如下：

单位：万元

年度	序号	客户名称	销售金额	比例
2020 年度	1	郑州市惠济区明月眼镜商行	1,894.34	3.51%

年度	序号	客户名称	销售金额	比例
	2	JINS INC.及其关联方	1,890.02	3.50%
	3	江苏淘镜有限公司	1,602.22	2.97%
	4	Essilor International 及其关联方	1,280.66	2.37%
	5	诚益光学（厦门）有限公司及其关联方	1,200.77	2.22%
	合计		**7,868.01**	**14.58%**
年度	**序号**	**客户名称**	**销售金额**	**比例**
2019 年度	1	JINS INC.及其关联方	2,983.00	5.40%
	2	Essilor International 及其关联方	2,308.56	4.18%
	3	郑州市惠济区明月眼镜商行	1,567.48	2.84%
	4	江苏淘镜有限公司	1,317.03	2.38%
	5	江苏兴洋光学科技有限公司	1,175.79	2.13%
	合计		**9,351.86**	**16.93%**
年度	**序号**	**客户名称**	**销售金额**	**比例**
2018 年度	1	JINS INC.及其关联方	4,244.77	8.33%
	2	Essilor International 及其关联方	2,891.35	5.68%
	3	江苏淘镜有限公司	1,506.16	2.96%
	4	郑州市惠济区明月眼镜商行	1,123.49	2.21%
	5	西安明月光学科技有限责任公司	838.47	1.65%
	合计		10,604.23	20.82%

上述客户的基本情况如下：

序号	客户名称	基本情况
1	JINS INC.	JINS 集团与发行人交易的主体包括 JINS HOLDINGS INC（日本东证 1 部的上市公司，证券代码：3046）及其下属子公司睛姿（上海）企业管理有限公司（曾用名：睛姿商贸（上海）有限公司）、JINS Eyewear US, Inc.、JINS TAIWAN CO.,LTD.、JINS Hong Kong Limited 等，JINS HOLDINGS INC 的第一大股东为田中仁
2	郑州市惠济区明月眼镜商行	郑州市惠济区明月眼镜商行 2017 年 4 月 10 日，系陈志燕出资设立的个体工商户，其经营范围为：批发零售眼镜
3	江苏淘镜有限公司	成立于 2006 年 1 月 17 日，注册资本 4300 万美元，其唯一股东为 TAOJING INTERNATIONAL LIMITED，其执行董事兼总经理为郑瑜、监事为茅春仙
4	西安明月光学科技有限责任公司	西安明月光学科技有限责任公司成立于 2015 年 12 月 1 日，注册资本 110 万元人民币，其股权结构为：金东阳持股 70%、唐玉华持股 30%，其执行董事兼总经理为金

序号	客户名称	基本情况
		东阳、监事为唐玉华
5	Essilor International	依视路集团是全球领先的视光企业，其历史可追溯至 170 年前的法国。近年来，依视路集团是及其关联方在国内收购了多家镜片生产厂商
6	诚益光学（厦门）有限公司	诚益光学（厦门）有限公司成立于 1990 年 8 月 7 日，注册资本 1100 万美元，其股权结构为：CHENG YI OPTICAL CO.,LTD.持股 100%，其董事长兼总经理为吴当益
7	江苏兴洋光学科技有限公司	江苏兴洋光学科技有限公司成立于 2017 年 3 月 13 日，注册资本 1000 万元人民币，其股权结构为：费淞持股 50%、魏洋持股 30%，其执行董事兼总经理为费淞、监事为魏洋
8	济南美视光学眼镜有限公司	济南美视光学眼镜有限公司成立于 2015 年 4 月 16 日，注册资本 100 万元人民币，其股权结构为：张国华持股 100%，其执行董事兼总经理为张国华、监事为李林菊

发行人及其董事、监事、高管人员与其他核心技术人员，主要关联方或持有发行人 5%以上股份的股东在上述客户中不占有权益，与上述客户不存在关联关系。

2、发行人前五名客户中新增客户所占的比例

报告期内，发行人前五大客户均为原有客户。

3、关于前五名客户披露变动的原因和合理性

（1）Essilor International 及其关联方

1）同一控制下 Essilor International 及其关联方合并统计的具体数据情况如下：

单位：万元

年度	序号	客户名称	销售金额
2019 年	1	湖南光合作用商贸有限公司	1,161.92
	2	江苏万新光学有限公司	657.23
	3	视悦光学有限公司	319.84
	4	江苏奥天光学有限公司	100.61
	5	江苏黄金屋光学眼镜有限公司	56.08
	6	新天鸿光学有限公司	11.86
	7	ESSILOR MANUFACTURING (THAILAND) CO.,LTD	1.01
	合计		2,308.56

年度	序号	客户名称	销售金额
2018 年	1	湖南光合作用商贸有限公司	1,465.38
	2	江苏万新光学有限公司	478.22
	3	视悦光学有限公司	361.11
	4	依视路（中国）投资有限公司	246.38
	5	江苏奥天光学有限公司	158.38
	6	丹阳奥尔帝光学眼镜有限公司	54.54
	7	江苏优立光学眼镜有限公司	50.00
	8	江苏黄金屋光学眼镜股份有限公司	49.33
	9	新天鸿光学有限公司	27.20
	10	ESSILOR MANUFACTURING (THAILAND) CO.,LTD	0.82
	合计		2,891.35
2017 年	1	湖南光合作用商贸有限公司	1,243.09
	2	江苏万新光学有限公司	458.05
	3	依视路（中国）投资有限公司	250.56
	4	视悦光学有限公司	189.16
	5	江苏奥天光学有限公司	119.10
	6	新天鸿光学有限公司	40.25
	7	丹阳奥尔帝光学眼镜有限公司	1.30
	合计		2,301.51

2）依视路集团同一控制下企业的股权情况

客户名称	一级股东	二级股东	三级股东
湖南光合作用商贸有限公司	光合作用集团有限公司（100%）	Essilor International(50%)、九合国际集团有限公司(47.62%)、启峰国际集团有限公司（2.38%）	
江苏万新光学有限公司	依视路（中国）投资有限公司（50%）、Essilor International（30%）、万新光学集团有限公司（20%）		
视悦光学有限公司	视悦控股有限公司（100%）	OSA INVESTMENT SHOLDINGS PTE.LTD.、WANG ZHAO YANG	Essilor Amera PTE. LTD

客户名称	一级股东	二级股东	三级股东
江苏奥天光学有限公司	Essilor International（55%）、臧惠明（45%）		
江苏黄金屋光学眼镜有限公司	SEE WORLD HOLDINGS PTE.LTD.	OSA INVESTMENT SHOLDINGS PTE. LTD.、WANG ZHAO YANG	Essilor Amera PTE. LTD
新天鸿光学有限公司	OSA INVESTMENT SHOLDINGS PTE. LTD.(50%)、洪作南（50%）	Essilor Amera PTE. LTD	
江苏优立光学眼镜有限公司	依视路（中国）投资有限公司（51%）、张加富（27%）、张维（22%）		
丹阳奥尔帝光学眼镜有限公司	Essilor International、丹阳硕视光学眼镜有限公司（2018 年底前）		
依视路（中国）投资有限公司	Essilor International（100%）		
ESSILOR MANUFACTURING (THAILAND) CO.,LTD			

注：丹阳奥尔帝光学眼镜有限公司在 2017 年至 2018 年 11 月间，Essilor International 曾持有其股权。

3）修订的原因及说明

由于依视路集团控制的企业较多，且存在通过境内外多层主体嵌套的形式实现对境内企业的间接控制，中介机构及发行人在首次申报时，未能完全识别所有的控制关系，因此造成依视路相关数据统计不准确。首次申报时，Essilor International 及其关联方未能进入公司前五大客户序列。

更新半年报时，中介机构及发行人参考同行业企业披露情况及进一步梳理客户股权情况，对 Essilor International 及其关联方的交易数据进行了更新与更正。

（2）江苏兴洋光学科技有限公司

江苏兴洋光学科技有限公司，原名丹阳兴洋光学眼镜有限公司，其名称于 2019 年 10 月发生变更。由于其名称变更，中介机构及发行人在统计数据时，未能将不同企业名称下的业务数据合并统计，造成首次申报时江苏兴洋光学科技有限公司 2019 年度未能进入前五大客户序列。

（3）济南美视光学眼镜有限公司

由于数据统计时电子表格排序操作问题，首次申报时济南美视光学眼镜有限公司未能列入前五大客户。更新半年报时，经进一步复核后，对 2017 年度第五大客户进行了更正。

4、发行人客户与供应商、竞争对手重叠情况

（1）客户与竞争对手重叠的情况

发行人作为镜片生产商，主要从事镜片产品的研发、生产和销售。报告期内，发行人存在客户与竞争对手重叠的情况，具体情形包括：

1）发行人镜片原料业务客户与竞争对手重叠的情况

镜片原料即镜片树脂单体是生产树脂镜片的主要原材料。报告期内发行人镜片原料业务的最终客户主要为镜片生产商，与发行人存在直接竞争关系，相关与竞争对手重叠客户收入即镜片原料业务收入金额及占当期营业收入的比例如下：

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
与竞争对手重叠的收入	4,855.32	9.00%	6,188.07	11.20%	5,735.34	11.26%

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，发行人镜片原料业务收入分别为 5,735.34 万元、6,188.07 万元和 4,855.32 万元，占同期营业收入比例分别为 11.26%、11.20%和 9.00%，总体保持平稳。

自发行人的前身明月光电 2002 年 9 月设立以来，发行人主营业务一直专注于镜片领域，以镜片产品的研发、设计、生产和销售为核心主营业务。基于镜片业务的稳步发展，发行人于 2006 年 8 月参股江苏可奥熙 49%股权，并于 2016 年 8 月实现控股江苏可奥熙 51%股权，江苏可奥熙主营业务为镜片原料的研发、生产和销售。通过参股进而控股江苏可奥熙，发行人实现镜片业务产业链上游原材料的战略布局，形成镜片业务与镜片原料业务的协同发展。发行人向镜片生产产业链上游延伸至镜片原料的战略布局，致使镜片原料客户与发行人竞争对手存在重合，符合商业合理性。镜片原料客户定价参照公司统一的价格制度执行，相关定价公允。

2）发行人部分镜片业务客户与竞争对手重叠的情况

报告期内，发行人部分镜片业务客户同为镜片生产商，与发行人存在直接竞争关系。发行人镜片产品凭借先进的生产制造工艺以及稳定的产品质量，在业内拥有较好的口碑。由于不同镜片生产商生产加工能力、主营的镜片产品类型等存在差异，发行人个别镜片生产商客户由于临时产能不足、个别客户订单特殊需求等原因，基于自身生产经营决策，选择从发行人处采购镜片产品。此类情形在行业内较为普遍，具备商业合理性。发行人与上述镜片生产商的产品定价参照公司统一的价格政策制度执行，相关交易价格公允。发行人从相关构成直接竞争对手处的收入金额及占当期营业收入的比例如下：

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
与竞争对手重叠的收入	755.63	1.40%	705.58	1.28%	977.40	1.92%

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，相关竞争对手与客户重叠收入分别为 977.40 万元、705.58 万元和 755.63 万元，占同期营业收入比例分别为 1.92%、1.28%和 1.40%。报告期内，发行人与上述客户主要开展非自有品牌镜片业务。在发行人全面推行自有品牌“明月镜片”的大背景下，上述重叠收入比例呈现逐年下降趋势。

综上，由于发行人主营业务覆盖眼视光全产业链且镜片制造商间相互采购在行业内较为普遍，因此发行人客户与竞争对手重合具备商业合理性。发行人与竞争对手间的交易参照公司统一价格政策执行，相关交易价格公允。

（2）客户与供应商重叠的情况

报告期内，发行人存在既是发行人供应商也是发行人客户的情况。报告期各期，发行人当期客户与供应商重叠对应主体的采购、销售金额及占比情况如下：

单位：万元

期间	发行人从重叠客户供应商的采购		发行人向重叠客户供应商的销售	
	金额	占采购总额比例	金额	占营业收入比例
2020 年度	1,185.70	8.12%	225.04	0.42%

期间	发行人从重叠客户供应商的采购		发行人向重叠客户供应商的销售	
	金额	占采购总额比例	金额	占营业收入比例
2019 年度	1,132.57	6.40%	468.88	0.85%
2018 年度	1,086.85	5.39%	4,099.16	8.05%

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，发行人从各期客户供应商重叠主体处采购总金额 1,086.85 万元、1,132.57 万元和 1,185.70 万元，占同期采购总额比例分别为 5.39%、6.40%和 8.12%；销售总金额 4,099.16 万元、468.88 万元和 225.04 万元，占同期营业收入比例分别为 8.05%、0.85%和 0.42%。报告期内，发行人客户与供应商主体重叠的原因主要包括：

1）JINS INC 既是发行人客户也是供应商的情况

报告期内，发行人与 JINS INC 合作产品主要包括成镜和镜片。报告期期初，由于发行人未在境内寻找到符合 JINS INC 要求的生产其防蓝光镜片必须的紫外线吸收剂，故 2018 年度发行人存在向 JINS INC 采购紫外线吸收剂的情形。在后续合作过程中，发行人在境内找到了 JINS INC 认可的紫外线吸收剂供应商，且考虑到相关采购的性价比优势，发行人陆续从国内其他供应商采购相应型号的紫外线吸收剂。因此，报告期内 JINS INC 既是发行人客户也是供应商的情况符合商业合理性。2019 年度开始，发行人仅与 JINS INC 开展相应眼视光产品的销售业务，不存在客户与供应商重叠的情形。

报告期内，JINS INC 既是发行人客户也是供应商的情况对应的发行人采购、销售金额及占比情况如下：

单位：万元

期间	发行人从重叠客户供应商的采购		发行人向重叠客户供应商的销售	
	金额	占采购总额比例	金额	占营业收入比例
2018 年度	163.16	0.81%	3,605.50	7.17%

2018 年度，发行人向 JINS INC 采购紫外线吸收剂金额为 163.16 万元，占同期采购比例为 0.81%；发行人向 JINS INC 销售金额为 3,605.50 万元，占同期营业收入为 7.17%。2018 年发行人向其采购金额下降主要系当年发行人开发境内同

类紫外线吸收剂供应商所致。2019 年度开始，发行人仅与 JINS INC 开展相应眼视光产品的销售业务，不存在客户与供应商重叠的情形。

报告期各期，发行人相应紫外线吸收剂的采购金额和采购单价情况如下：

单位：万元、万元/千克

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	采购金额	采购单价	采购金额	采购单价	采购金额	采购单价
紫外线吸收剂采购情况	88.69	1.08	67.93	1.08	218.30	1.54

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，发行人相应紫外线吸收剂的平均采购单价分别为 1.54 万元/千克、1.08 万元/千克和 1.08 万元/千克。2018 年度发行人同时从 JINS INC 和境内替代供应商处采购；2019 年度和 2020 年度，发行人仅从境内供应商处采购故采购单价相对较低。

2）发行人镜架供应商同时也是镜片客户的情况

报告期内，发行人镜架业务和成镜业务中涉及温州市金伦眼镜有限公司等 6 家镜架供应商同时也是发行人镜片客户的情形。发行人镜片产品凭借先进的生产制造工艺以及稳定的产品质量，在业内拥有较好的口碑。发行人个别镜架供应商同时也开展成镜组装或眼视光产品的销售业务。因此，报告期内上述镜架供应商由于自身业务需要，存在向发行人采购镜片的情况，符合商业合理性。发行人镜架采购业务和镜片销售业务相对独立，相关业务定价参照同类业务定价原则确定，相关交易定价公允。

发行人报告期当期镜架供应商与镜片客户重叠主体对应的采购、销售金额及占比情况如下：

单位：万元

期间	发行人从重叠客户供应商的采购		发行人向重叠客户供应商的销售	
	金额	占采购总额比例	金额	占营业收入比例
2020 年度	475.38	3.25%	129.04	0.24%
2019 年度	566.83	3.20%	51.50	0.09%
2018 年度	167.09	0.83%	61.58	0.12%

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，发行人从相关重叠主体处采购总金额分别为 167.09 万元、566.83 万元和 475.38 万元，占同期采购总额比例分别为 0.83%、3.20%和 3.25%；销售总金额分别为 61.58 万元、51.50 万元和 129.04 万元，占同期营业收入比例分别为 0.12%、0.09%和 0.24%，相关销售金额及占比相对较低。

3）发行人镜片供应商同时也是镜片原料或镜片客户的情况

在镜片行业内，不同镜片生产厂商的生产加工能力、主营的镜片产品类型等存在差异。个别镜片生产厂商会由于临时产能不足、个别客户订单特殊需求等原因向其他镜片生产厂商采购半成品镜片或成品镜片。相较自行生产镜片产品，个别情况下镜片生产厂商通过对外采购镜片满足相应订单需求更具性价比优势。

报告期内，发行人部分镜片供应商同为镜片制造商，因此存在向其他镜片供应商采购半成品镜片或成品镜片，同时向其销售成品镜片或镜片原料的情形，相关业务均应各自实际经营业务需要，具备商业合理性。发行人相关镜片采购业务和镜片、镜片原料销售业务相对独立，相关业务定价参照同类业务定价原则确定，相关交易定价公允。

发行人报告期当期镜片供应商与镜片客户重叠主体对应的采购、销售金额及占比情况如下：

单位：万元

期间	发行人从重叠客户供应商的采购		发行人向重叠客户供应商的销售	
	金额	占采购总额比例	金额	占营业收入比例
2020 年度	338.72	2.32%	89.38	0.17%
2019 年度	331.36	1.87%	398.25	0.72%
2018 年度	495.52	2.46%	429.98	0.86%

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，发行人从重叠镜片供应商处采购总金额分别为 495.52 万元、331.36 万元和 338.72 万元，占同期采购总额比例分别为 2.46%、1.87%和 2.32%；销售总金额 429.98 万元、398.25 万元和 89.38 万元，占同期营业收入比例分别为 0.86%、0.72%和 0.17%，相关销售金额及占比相对较低。

4）江苏乾元新材料科技有限公司既是发行人客户也是供应商的情况

报告期内，发行人存在向江苏乾元新材料科技有限公司采购原材料 CR39（1.499 系列镜片原料），同时向其销售 1.56 系列镜片原料及辅料的情况，其中 CR39 是发行人生产镜片原料的主要原材料之一，但发行人本身并不生产。江苏乾元新材料科技有限公司主要生产并销售 1.499 系列镜片原料，其他系列镜片原料业务以贸易形式进行。报告期内，发行人与江苏乾元新材料科技有限公司主要以采购 CR39 业务为主，销售业务占当期营业收入比例较低。发行人报告期当期与江苏乾元新材料科技有限公司的采购、销售金额及占比情况如下：

单位：万元

期间	发行人从重叠客户供应商的采购		发行人向重叠客户供应商的销售	
	金额	占采购总额比例	金额	占营业收入比例
2020 年度	154.31	1.06%	0.88	0.00%
2019 年度	188.71	1.07%	1.46	0.00%
2018 年度	261.08	1.29%	2.11	0.00%

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，发行人从江苏乾元新材料科技有限公司采购总金额 261.08 万元、188.71 万元和 154.31 万元，占同期采购总额比例分别为 1.29%、1.07%和 1.06%；销售总金额 2.11 万元、1.46 万元和 0.88 万元，相关销售金额及占比相对较低。

江苏乾元新材料科技有限公司与发行人控股子公司江苏可奥熙同为生产及销售镜片原料的企业，但两者主营的产品类型存在差异。江苏可奥熙生产 1.56 系列镜片原料所必须的 CR39 其本身并不生产，而 CR39 是江苏乾元新材料科技有限公司的主营产品之一。因此，江苏乾元新材料科技有限公司既是发行人客户也是供应商具备商业合理性。发行人与江苏乾元新材料科技有限公司的相关采购业务和销售业务相对独立，相关业务定价参照同类业务定价原则确定，相关交易定价公允。

5）其他发行人供应商也是镜片客户的情况

发行人镜片产品凭借先进的生产制造工艺以及稳定的产品质量，在业内拥有较好的口碑。报告期内，发行人其他供应商（如模具等）从事贸易类业务过程中，也有零星镜片产品从发行人处采购，导致发行人供应商与客户存在重叠，具备商业合理性。此类情况下，发行人与相关主体以采购业务为主，相关镜片销售金额较小，且发行人相关采购业务和镜片销售业务相对独立，相关业务定价参照同类业务定价原则确定，相关交易定价公允。

发行人报告期当期相关供应商与镜片客户重叠主体对应的采购、销售金额及占比情况如下：

单位：万元

期间	发行人从重叠客户供应商的采购		发行人向重叠客户供应商的销售	
	金额	占采购总额比例	金额	占营业收入比例
2020 年度	217.28	1.49%	5.74	0.01%
2019 年度	45.67	0.26%	17.68	0.03%

2019 年度和 2020 年度，发行人从相关主体采购总金额 45.67 万元和 217.28 万元，占同期采购总额比例分别为 0.26%和 1.49%；销售总金额 17.68 万元和 5.74 万元，相关销售金额及占比相对较低。

5、个体工商户客户或自然人客户的数量

报告期内发行人个体工商户或自然人客户数量占全部客户数量的比重分别为 60.33%、58.53%、48.44%，销售金额占各期主营业务收入的金额不大，分别为 28.90%、28.67%、24.73%，报告期各期个体工商户客户或自然人数量及销售金额逐年下降，且收入金额占比远小于客户数量占比，说明单家个体工商户客户或自然人收入金额较小。

四、发行人采购情况和主要供应商

（一）原材料采购情况

发行人 2018 年度、2019 年度和 2020 年度原材料采购总金额（已开票）分别为 19,925.40 万元、17,900.39 万元和 14,276.90 万元。

发行人镜片产品的主要原材料为树脂单体，主要辅材为胶带和加硬液；镜片原料树脂单体的主要原材料为化工原料：1.56 系列镜片原料的主要原材料为 DMT 和 AA；1.60 系列镜片原料的主要原材料为 RY4。

1、报告期内主要树脂单体的采购数量和单价及变动情况如下：

项目	内容	对应镜片系列	单位	2020年度	变动幅度	2019年度	变动幅度	2018年度
KOC KT 56B	采购量	1.56 超韧系列	KG	20,500.00		22,750.00	-	32,500.00
	采购单价		元/KG	95.83	-0.79%	96.59	5.84%	91.27
KOC KT 60A	采购量	1.60 系列	KG	17,800.00		30,200.00	-	26,600.00
	采购单价		元/KG	99.20	10.13%	90.08	5.46%	85.41
KOC KT 60B	采购量	1.60 系列	KG	12,500.00		21,750.00	-	17,250.00
	采购单价		元/KG	99.07	9.94%	90.11	5.46%	85.44
MR-8	采购量	1.60MR-8 系列	KG	14,450.00		10,900.00	-	27,200.00
	采购单价		元/KG	135.35	0.44%	134.76	8.78%	123.88
1.67 KOC 67A	采购量	1.67 系列	KG	16,200.00		37,125.00	-	48,825.00
	采购单价		元/KG	154.56	-8.65%	169.20	12.83%	149.95
1.67 KOC 67B	采购量	1.67 系列	KG	14,500.00		34,500.00	-	45,250.00
	采购单价		元/KG	154.55	-8.71%	169.29	12.78%	150.11
KOC KT 70A	采购量	1.71 系列	KG	38,400.00		57,250.00	-	49,175.00
	采购单价		元/KG	251.84	0.35%	250.97	15.39%	217.49

注：进口树脂单体采购价格以到岸合同价折算，不包括相关税费、报关费和国内运输费。以上采购数据均为当期已开票结算采购数据，不含暂估采购。

汇总如下：

项目	内容	单位	2020 年度	变动幅度	2019 年度	变动幅度	2018 年度
树脂单体采购汇总	采购总量	KG	134,350.00		214,475.00	-	246,800.00
	平均采购单价	元/KG	158.84	-2.21%	162.43	14.89%	141.37
	采购金额	元	21,340,212.08		34,836,702.50	-	34,890,414.00

树脂单体 KOC KT56B 为 1.56 超韧系列镜片的主料，供应商为 KOC SOLUTION CO.,LTD.。报告期内，树脂单体 KOC KT56B 的到岸合同价为 14 美元/KG，价格较为稳定。

树脂单体 KOC KT60A/B、1.67 KOC 67A/B 和 KOC KT70A 分别为明月 1.60 超韧/PMC 系列镜片、1.67 系列镜片和 1.71 系列镜片的主料，供应商均为 KOC SOLUTION CO.,LTD.。

2018 年度-2019 年度，树脂单体 KOC KT 60A/B 的到岸合同价均为 13 美元/KG，2020 年度上升到 14.50 美元/KG。报告期内采购单价整体呈上升趋势。

2018 年度-2020 年度，树脂单体 1.67 KOC 67A/B 的到岸合同价分别为 24 美元/KG、25 美元/KG 和 23 美元/KG。2020 年上半年度由于库存量足以满足生产需要，故发行人未采购新的原料；下半年度该材料价格下降到 23 美元/KG，发行人采购该材料以备后续生产需求。

报告期内，树脂单体 KOC KT70A 的到岸合同价从 31 美元/KG 上涨至 36.5 美元/KG，整体呈上升趋势。

树脂单体 MR-8 为 1.60MR-8 系列镜片的主料，供应商为 MITSUI CHEMICALS(CHINA) CO.,LTD，该供应商为国内各大镜片公司提供 MR 系列树脂单体，采购单价较为稳定。

综上可知，镜片原料树脂单体的采购量与镜片产量基本呈同向变化，其中 2018 年镜片产量最高、2020 年度镜片产量最低，与树脂单体的采购量变化趋同。树脂单体的平均采购单价在报告期内呈上升趋势。报告期内，镜片市场景气以及美元汇率上升，是镜片原料价格上升的主要原因。

2、报告期内加硬液和胶带的采购数量和单价及变动情况如下：

①加硬液

项目	内容	单位	2020 年度	变动幅度	2019 年度	变动幅度	2018 年度
1.600 加硬液	采购量	KG	1,411.00		2,024.00	-	2,982.00
	采购单价	元/KG	1,340.39	2.46%	1,308.24	0.59%	1,300.61
1.67 加硬液	采购量	KG	900.00		1,720.00	-	1,460.00
	采购单价	元/KG	2,024.86	-2.89%	2,085.18	1.65%	2,051.28

注：以上采购数据均为当期已开票结算采购数据，不含暂估采购。

②胶带

项目	内容	单位	2020 年度	变动幅度	2019 年度	变动幅度	2018 年度
1.552 胶带	采购量	米	2,717,400.00		4,663,750.00	-	5,112,600.00
	采购单价	元/米	0.21	5.83%	0.20	-6.61%	0.22
1.600 胶带	采购量	米	4,911,900.00		4,730,900.00	-	7,149,200.00
	采购单价	元/米	0.24	-5.27%	0.26	1.11%	0.25
1.67 胶带	采购量	米	459,750.00		1,752,050.00	-	2,184,100.00
	采购单价	元/米	0.79	-13.82%	0.92	5.39%	0.87

注：以上采购数据均为当期已开票结算采购数据，不含暂估采购。

加硬液和胶带是镜片产品的辅料，通用性较强，且对镜片产品的成本影响较小，报告期内，其采购单价整体较为稳定。

3、报告期内主要化工原料的采购数量和单价及变动情况如下：

项目	内容	单位	2020 年度	变动幅度	2019 年度	变动幅度	2018 年度
DMT	采购量	KG	452,000.00		1,575,400.00	-	1,333,100.00
	采购单价	元/KG	4.71	-25.41%	6.31	-8.80%	6.92
AA	采购量	KG	335,070.00		545,020.00	-	554,710.00
	采购单价	元/KG	15.87	3.02%	15.40	2.12%	15.08
DBM	采购量	KG	128,000.00		246,000.00	-	248,000.00
	采购单价	元/KG	11.39	-6.48%	12.18	-3.41%	12.61
RY4	采购量	KG	120,000.00		159,900.00	-	174,250.00
	采购单价	元/KG	37.06	4.08%	35.61	-1.74%	36.24
R600	采购量	KG	121,925.00		166,275.00	-	179,000.00
	采购单价	元/KG	21.23	-8.68%	23.25	-9.16%	25.60

注：以上采购数据均为当期已开票结算采购数据，不含暂估采购。

自 2018 年四季度开始，国际石油出现大幅下跌，2019 年价格持续低迷，2020 年初新冠疫情的原因进一步加剧了油价的波动；发行人镜片原料大多属于石油化工原料，受国际石油价格影响较大。另外受贸易摩擦紧张的局势影响，美元汇率对材料价格也有一定的影响。

而主料 AA 和 RY4 与国际油价走势不同，原因如下：

主料 AA 2018 年度-2020 年度采购单价分别为 15.08 元/KG、15.40 元/KG 和 15.87 元/KG，价格持续小幅上涨，主要原因系行业内需求大于供给所致。

主料 RY4 2018 年度-2020 年度采购单价分别为 36.24 元/KG、35.61 元/KG 和 37.06 元/KG，价格波动幅度较小，主要系该材料通过贸易商向国外最终生产商购入，价格受市场调控。

4、报告期内 1.74 镜片产品的采购数量和单价及变动情况如下：

项目	内容	单位	2020 年度	变动幅度	2019 年度	变动幅度	2018 年度
1.74 加膜成品	采购量	片	39,278.00		38,213.00	-	75,997.00
	采购单价	元/片	47.03	-1.71%	47.85	-1.14%	48.40
1.74 毛坯	采购量	片	18,735.00		16,923.00	-	27,414.00
	采购单价	元/片	81.19	-1.74%	82.63	5.38%	78.41

注：以上采购数据均为当期已开票结算采购数据，不含暂估采购。

1.74 加膜成品为现片的半成品，仅需经过包装即可作为成品镜片对外销售；1.74 毛坯为定制镜片的半成品，需要经过定制中心的一系列生产流程，加工成定制镜片对外出售，定价较高。

2019 年度和 2020 年度 1.74 加膜成品的采购单价略微下降，1.74 毛坯的采购单价先略微上升后略微下降，价格较为稳定。

1.74 镜片不是发行人目前的主打产品，其采购规模根据下游需求情况调整，其中 2018 年度最高，2019 年度-2020 年度趋于平稳，整体采购单价呈上升趋势。

5、报告期内镜架产品的采购数量、单价和金额及变动情况如下：

单位：付、元、元/付

项目	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	数量	金额	占比（%）	数量	金额	占比（%）	数量	金额	占比（%）
10 元及以下	-	-	-	15.00	150.00	0.00	-	-	-
10 元-50 元	441,402.00	12,020,480.35	91.20	593,702.00	14,489,046.00	97.23	312,989.00	7,004,851.56	98.57
50 元以上	19,486.00	1,160,045.33	8.80	7,051.00	412,408.20	2.77	1,437.00	101,306.56	1.43
合计	460,888.00	13,180,525.67	100.00	600,768.00	14,901,604.20	100.00	314,426.00	7,106,158.12	100.00
平均单价	-	28.60	-	-	24.80	-	-	22.60	-

注：以上采购数据均为当期已开票结算采购数据，不含暂估采购。

2016 年发行人初步开展成镜业务，同年 9 月，新设子公司从事镜架的采购和销售，报告期内镜架采购量呈增长趋势。2018 年度-2019 年度采购总额逐年攀升，主要系发行人成镜业务、电商业务均逐年增长，镜架需求量提升所致。2020 年度采购量减少主要系疫情影响。报告期内镜架的采购均价分别为 22.6 元/付、24.8 元/付及 28.6 元/付。2018 年度-2020 年度镜架平均单价逐步提高，主要系发行人市场定位、消费者需求多元化等因素影响，产品定位提升，高价位镜架产品占比逐年提高所致。

（二）主要能源采购情况

发行人生产镜片的能源消耗和主要产品产量情况如下：

项目	类型	单位	2020 年度	2019 年度	2018 年度
产量	生产量	片	24,572,243.00	31,973,816.00	38,291,925.00
电	消耗量	度	20,425,389.20	24,778,257.24	28,642,775.14
	采购金额	元	13,761,540.24	16,423,131.05	18,552,174.45
	采购单价	元/度	0.67	0.66	0.65
	单位电费	元/片	0.56	0.51	0.48
	单耗	度/片	0.83	0.78	0.75
水	消耗量	吨	351,844.00	431,194.00	447,493.22
	采购金额	元	1,255,886.27	1,527,348.58	1,585,034.71
	采购单价	元/吨	3.57	3.54	3.54
	单位水费	元/片	0.05	0.05	0.04
	单耗	吨/片	0.0143	0.0135	0.0117

报告期内，发行人能源消耗量与镜片产品产量呈同向变动关系，其中 2018 年度产量和能源消耗量最高，2020 年度产量和能源消耗量最低。发行人镜片产品的水、电单耗较为稳定，2020 年度水、电单耗偏高，主要系受到疫情影响，产量大幅下降，单位能耗分配率增加所致。

报告期内，电费的采购单价分别为 0.65 元/度、0.66 元/度和 0.67 元/度，水费的采购单价分别为 3.54 元/吨、3.54 元/吨和 3.57 元/吨，采购单价均较为稳定。

发行人生产树脂单体的能源消耗与主要产品产量情况如下：

项目	类型	单位	2020 年度	2019 年度	2018 年度
产量	生产量	KG	1,733,909.34	2,536,281.00	2,576,333.80
电	消耗量	度	1,311,050.26	1,579,257.58	1,596,420.13
	采购金额	元	875,121.88	1,052,058.89	1,112,958.59
	采购单价	元/度	0.67	0.67	0.70
	单位电费	元/KG	0.50	0.41	0.43
	单耗	度/KG	0.76	0.62	0.62
水	消耗量	吨	7,034.00	10,420.00	13,232.00
	采购金额	元	29,869.94	44,239.49	53,855.95
	采购单价	元/吨	4.25	4.25	4.07
	单位水费	元/KG	0.02	0.02	0.02
	单耗	吨/KG	0.0041	0.0041	0.0051

报告期内，发行人能源消耗量与树脂单体产量呈同向变动关系，其中 2018 年产量和能源消耗量最高，2020 年度产量和能源消耗量最低。2018 年水单耗较高，主要系发行人 2018 年生产车间建设消防泵房管道工程，该工程耗用水费较高，导致水单耗偏高。2020 年度电费单耗偏高，主要系受到疫情影响，产量大幅下降，单位电耗分配率增加所致。

报告期内，电费采购单价分别为 0.70 元/度、0.67 元/度和 0.67 元/度，采购单价较稳定。水费的采购单价分别为 4.07 元/吨、4.25 元/吨、4.25 元/吨，树脂单体生产水费采购单价较镜片生产略高主要系因生产树脂单体产生的化学废物较多，其污水处理费较镜片生产高所致。

（三）主要供应商采购情况

报告期内，发行人采购（固定资产除外）前五大供应商情况如下：

单位：万元

年度	序号	供应商名称	采购内容	采购金额	占相应采购总额比例
2020 年度	1	韩国 KOC 及其关联方	化工原料	2,979.56	20.40%
	2	瑞安市精工光学眼镜有限公司	模具	515.58	3.53%

	3	广东悠派智能展示科技股份有限公司	宣传用品	509.96	3.49%
	4	丹阳程佳国际货运代理有限公司	关税、货运代理费	465.94	3.19%
	5	禹晗(上海)实业有限公司	化工原料	441.59	3.02%
	合计		-	4,912.63	33.63%
2019 年度	1	韩国 KOC 及其关联方	化工原料	4,253.93	24.05%
	2	禹晗（上海）实业有限公司	化工原料	751.74	4.25%
	3	OSAKA GODO KOREA CORPORATION	化工原料	628.31	3.55%
	4	温州市黎东眼镜有限公司	镜架	619.81	3.50%
	5	扬州韦德化工有限公司	化工原料	618.55	3.50%
	合计		**-**	**6,872.33**	**38.86%**
2018 年度	1	韩国 KOC 及其关联方	化工原料	5,211.78	25.84%
	2	禹晗（上海）实业有限公司	化工原料	764.19	3.79%
	3	OSAKA GODO KOREA CORPORATION	化工原料	685.66	3.40%
	4	扬州韦德化工有限公司	化工原料	675.01	3.35%
	5	创修（上海）国际贸易有限公司	镜片	573.41	2.84%
	合计		**-**	**7,910.05**	**39.22%**

韩国 KOC 系发行人控股子公司江苏可奥熙的股东，发行人按照实质重于形式原则认定其为发行人关联方。除此之外，发行人，发行人董事、监事、高管人员与其他核心技术人员，主要关联方或持有发行人 5%以上股份的股东在上述供应商中不占有权益，与上述供应商不存在关联关系，亦不存在前五大供应商或其控股股东、实际控制人是发行人前员工、前关联方、前股东、发行人实际控制人的密切家庭成员等可能导致利益倾斜的情形。

1、报告期内同一控制下的采购金额前 10 名的供应商

报告期内，同一控制下的采购金额前 10 名的供应商名称、金额、占比和采购标的情况如下：

单位：元

供应商	采购标的	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		采购金额	占采购总额比例	采购金额	占采购总额比例	采购金额	占采购总额比例
韩国 KOC 及其关联方	树脂单体、胶带、化工原料	29,795,588.51	20.40%	42,539,292.87	24.05%	52,117,756.05	25.84%
丹阳程佳国际货运代理有限公司	关税、货运代理费	4,659,396.56	3.19%	3,399,996.30	1.92%	4,408,026.78	2.19%
营口星火化工有限公司	DB、DBM	2,578,185.84	1.76%	3,265,825.47	1.85%	1,729,737.63	0.86%
Osaka Godo Korea Corporation	DMT	2,035,114.42	1.39%	6,283,123.00	3.55%	6,856,597.00	3.40%
扬州韦德化工有限公司	AA	3,345,351.73	2.29%	6,185,482.01	3.50%	6,750,147.28	3.35%
南京新化原化学有限公司	AA	1,948,685.86	1.33%	2,836,486.81	1.60%	2,575,596.75	1.28%
江苏乾元新材料科技有限公司	CR39	1,543,054.00	1.06%	1,887,100.59	1.07%	2,610,833.16	1.29%
禹晗(上海)实业有限公司	R600、RY4	4,415,940.27	3.02%	7,517,367.18	4.25%	7,641,879.41	3.79%
苏州伊恩光学有限公司	镜片	-	-	679,543.95	0.38%	4,755,206.26	2.36%
上海耐森贸易有限公司	镜片	-	-	-	-	1,074,158.13	0.53%
创修（上海）国际贸易有限公司	镜片	594,889.62	0.41%	3,213,033.82	1.82%	5,734,097.03	2.84%
温州市黎东眼镜有限公司	镜架	3,846,151.31	2.63%	6,198,058.79	3.50%	1,901,497.96	0.94%
台州市亚峰眼镜有限公司	镜架	438,573.89	0.30%	3,546,618.66	2.01%	1,715,419.35	0.85%
温州市金伦眼镜有限公司	镜架	202,276.99	0.14%	356,768.04	0.20%	874,480.76	0.43%
瑞安市精工光学眼镜有限公司	模具	5,155,812.96	3.53%	3,781,319.58	2.14%	5,671,729.59	2.81%
广东悠派智能展示科技股份有限公司	宣传用品	5,099,574.85	3.49%	498,230.09	0.28%	-	-
上海伦易亚克力制品有限公司	宣传用品	3,962,233.64	2.71%	1,005,044.23	0.57%	-	-
上海贝贝工贸有限公司	宣传用品	2,363,730.08	1.62%	1,398,880.21	0.79%	115,491.93	0.06%

供应商	采购标的	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		采购金额	占采购总额比例	采购金额	占采购总额比例	采购金额	占采购总额比例
场景美学设计（深圳）有限公司	宣传用品	584,070.80	0.40%	5,218,816.04	2.95%	4,348,962.42	2.16%
FINECOAT CO.,LTD	加硬液	1,891,290.00	1.29%	2,094,170.81	1.18%	4,511,873.39	2.24%
JINS INC.	紫外线吸收剂	-	-	-	-	1,631,595.00	0.81%
总计		74,459,921.33	50.97%	**101,905,158.45**	**57.62%**	**117,025,085.88**	**58.03%**

2018 年度新增供应商如下：

单位：元

供应商	采购标的	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		采购金额	占采购总额比例	采购金额	占采购总额比例	采购金额	占采购总额比例
台州市亚峰眼镜有限公司	镜架	438,573.89	0.30%	3,546,618.66	2.01%	1,715,419.35	0.85%
上海贝贝工贸有限公司	宣传用品	2,363,730.08	1.62%	1,398,880.21	0.79%	115,491.93	0.06%
场景美学设计（深圳）有限公司	宣传用品	584,070.80	0.40%	5,218,816.04	2.95%	4,348,962.42	2.16%
总计		3,386,374.77	2.32%	**10,164,314.91**	**5.75%**	**6,179,873.70**	**3.07%**

2019 年度新增供应商如下：

单位：元

供应商	采购标的	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		采购金额	占采购总额比例	采购金额	占采购总额比例	采购金额	占采购总额比例
广东悠派智能展示科技股份有限公司	宣传用品	5,099,574.85	3.49%	498,230.09	0.28%	-	-
上海伦易亚克力制品有限公司	宣传用品	3,962,233.64	2.71%	1,005,044.23	0.57%	-	-
总计		9,061,808.49	6.20%	**1,503,274.32**	**0.85%**	-	-

2020 年度前 10 名供应商中无新增供应商。

2、主要供应商及关联方、主要新增供应商报告期内采购金额变化的原因

报告期内主要供应商采购金额变化的原因如下：

供应商	采购标的	采购金额变化原因
KOC SOLUTION CO.,LTD	树脂单体、胶带、化工原料	这三家供应商属于韩国 KOC 及其关联方，系发行人主要材料供应商。发行人 2018 年镜片产品产量最高，2019 年其次，2020 年度受到疫情影响产量较低。报告期内，三家供应商的采购额与镜片产品产量呈同向变动。
可奥熙（丹阳）光学贸易有限公司	树脂单体、辅料	
MITSUI CHEMICALS(CHINA) CO.,LTD	树脂单体	
丹阳程佳国际货运代理有限公司	关税、运输代理费	该供应商采购标的与进口原料采购直接相关，报告期内，采购额与发行人产品产量呈同向变动。
营口星火化工有限公司	DB、DBM	2019 年发行人采购额大幅增长主要系集中向该供应商采购 DB 所致。
Osaka Godo Korea Corporation	DMT	2018 年发行人与国外供应商直接进行沟通，该供应商为 DMT 主要供应商之一。
扬州韦德化工有限公司	AA	发行人分别向扬州韦德化工有限公司与南京新化原化学有限公司采购 AA，通过比价降低采购成本。该采购标的总体采购额与树脂单体产量直接相关。
南京新化原化学有限公司	AA	
江苏乾元新材料科技有限公司	CR39、树脂单体	该采购标的总体采购额与树脂单体产量直接相关。
禹晗(上海)实业有限公司	R600、RY4	2019 年该供应商采购额略低于 2018 年，主要系产品结构调整，发行人减少生产树脂单体 KOC5420。该采购标的总体采购额与树脂单体产量直接相关。
苏州伊恩光学有限公司	1.74 镜片	该供应商为韩国凯米眼镜的代理商，发行人与上海耐森贸易停止合作后，加深与该供应商合作。
上海耐森贸易有限公司	1.74 镜片	该供应商为韩国大明眼镜的代理商，2018 年该供应商产品价格提高，发行人与其停止合作。
创修（上海）国际贸易有限公司	镜片	该供应商主营进口镜片，系发行人上海维沃的进口渠道供应商。发行人对该供应商采购额与上海维沃的销售规模相关，其中 2018 年采购额最大，2020 年度采购额最小。
温州市黎东眼镜有限公司	镜架	随着发行人电商销售规模的增长，镜架采购额逐年增长。温州市金伦眼镜有限公司价格比另外两家供应商较高，故采购额逐年减少。
台州市亚峰眼镜有限公司	镜架	
温州市金伦眼镜有限公司	镜架	
瑞安市精工光学眼镜有限公司	模具	该供应商采购额与发行人镜片产品产量成同向变动。
广东悠派智能展示科技股份有限公司	宣传用品	2018-2019 年，场景美学设计（深圳）有限公司采购额较高，主要系发行人前期采购宣传用品以设计样式为主，价格较高。2019 年度-2020 年度，发行人宣传用品样式成熟，故选择价格较低的供应商。
上海伦易亚克力制品有限公司	宣传用品	
上海贝贝工贸有限公司	宣传用品	
场景美学设计（深圳）有限公司	宣传用品	

供应商	采购标的	采购金额变化原因
FINECOAT CO.,LTD	加硬液	该供应商采购额与发行人镜片产品产量成同向变动。
JINS INC.	紫外线吸收剂	该采购标的 2018 年更换为国内供应商，故 2018 年度之后无采购。

3、发行人与最终供应商关联关系

发行人与最终供应商没有关联关系，最终供应商的价格与市场价格一致，均签订了标准的采购合同，属于正常的市场商业行为。

4、新增宣传用品供应商及采购情况

报告期内新增宣传用品供应商的采购情况如下：

单位：元

供应商名称	采购金额		
	2020 年	2019 年	2018 年
广东悠派智能展示科技股份有限公司	5,099,574.85	498,230.09	-
上海伦易亚克力制品有限公司	3,962,233.64	1,005,044.23	-
上海贝贝工贸有限公司	2,363,730.08	1,398,880.21	115,491.93
场景美学设计（深圳）有限公司	584,070.80	5,218,816.04	4,348,962.42

发行人从 2018 年开始，逐渐扩大宣传用品的采购规模。报告期内，发行人专柜资产数量和金额情况如下：

名称	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	数量（个）	金额（元）	数量（个）	金额（元）	数量（个）	金额（元）
1.6 米体验台	1,460	4,463,954.88	700	2,575,466.02	200	882,355.69
2 米体验台	1,012	3,506,557.79	710	3,090,560.08	-	-
背柜	196	690,329.92	77	369,104.84	42	234,503.20
明月镜片发光字	120	223,488.76	70	153,481.48	-	-
1.71 发光字	79	160,719.99	60	150,724.65	-	-
展柜	2	10,710.71				
合计	**2,869**	**9,055,762.05**	**1,617**	**6,339,337.07**	242	1,116,858.89

（四）主要原材料和辅材、成品采购价格与市场价格变化趋势的一致性

1、树脂单体与市场价格变化趋势的一致性

报告期内，发行人树脂单体采购价格与同行业公司市场价格变化趋势保持一致。发行人与同行业公司江苏视科新材料股份有限公司（以下简称“视科新材”）可比单体采购价格对比情况如下：

单位：元/KG

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
发行人单体 1.60 采购价格	99.18	90.23	85.45
发行人单体 1.67 采购价格	154.55	169.24	150.03
视科新材单体 1.60 采购价格	104.11	104.04	83.63
视科新材单体 1.67 采购价格	132.66	145.81	144.87

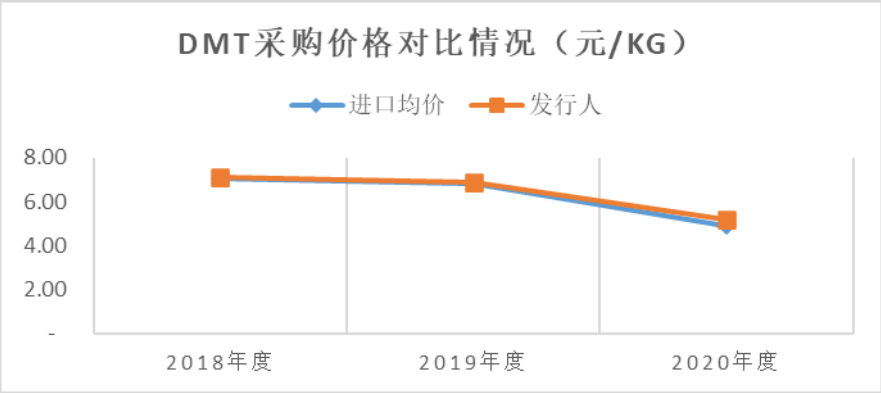
注：数据来源：视科新材招股说明书，其 2020 年度报告数据尚未披露，以 2020 年 1-6 月数据代替

报告期内，发行人和视科新材单体 1.67 和单体 1.60 采购价格整体均呈上升趋势，变化趋势一致。由上表可知，发行人与视科新材单体 1.60 采购价格较为接近，2018 年采购价格较低，主要系 2018 年的美元汇率较低所致；2018 年度-2020 年度，发行人与视科新材单体 1.60 采购价格均呈上升趋势。报告期内，发行人单体 1.67 采购价格相较视科新材略高，两者价格均呈先上升后略微下降的趋势，波动趋势一致。

2、化工原料与市场价格变化趋势的一致性

（1）对苯二甲酸二甲酯（DMT）

报告期内，发行人 DMT 采购单价和市场价格变化趋势对比如下：

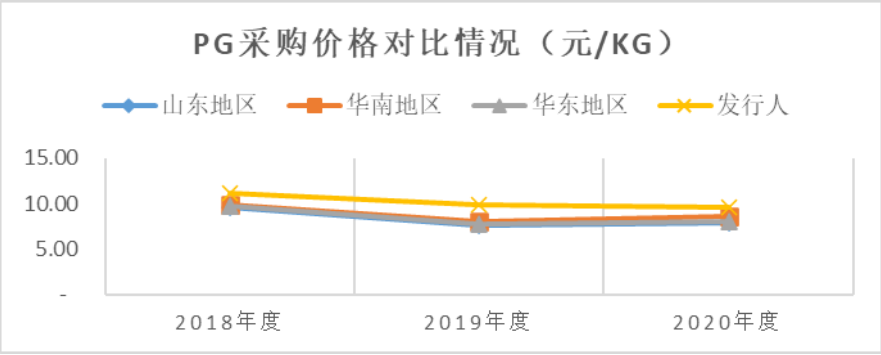


注：①数据来源：同花顺 iFinD；②指标名称：对苯二甲酸二甲酯(29173700):进口均价:累计值

发行人采购 DMT 的供应商为德国公司 CHORI CO.,LTD 和韩国公司 Osaka Godo Korea Corporation。报告期内，发行人采购均价分别为 7.10 元/KG、6.90 元/KG 和 5.16 元/KG，与进口 DMT 均价变动趋势基本一致。

（2）丙二醇（PG）

报告期内，发行人 PG 采购单价和市场价格变化趋势对比如下：

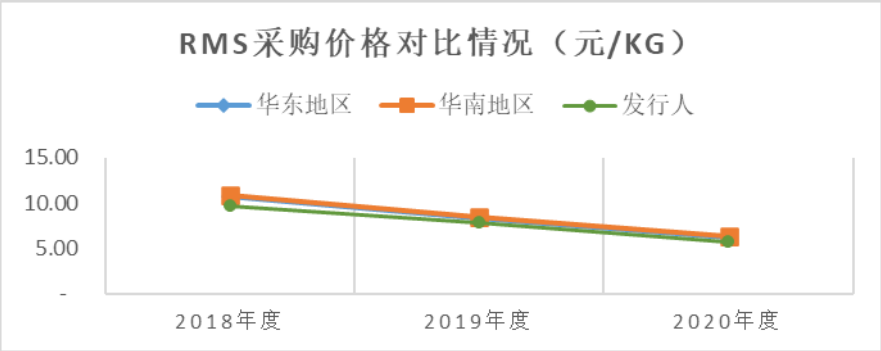


注：①数据来源：同花顺 iFinD；②指标名称：市场价:丙二醇:山东地区、市场价:丙二醇:华南地区、市场价:丙二醇:华东地区

发行人采购 PG 的供应商为上海西陇化工有限公司。报告期内，发行人 PG 的采购均价分别为 11.10 元/KG、9.86 元/KG 和 9.65 元/KG，受石油价格下跌影响采购价格有所下降，与上述市场价格变动趋势保持一致。

（3）苯乙烯（RMS）

报告期内，发行人 RMS 采购单价和市场价格变化趋势对比如下：

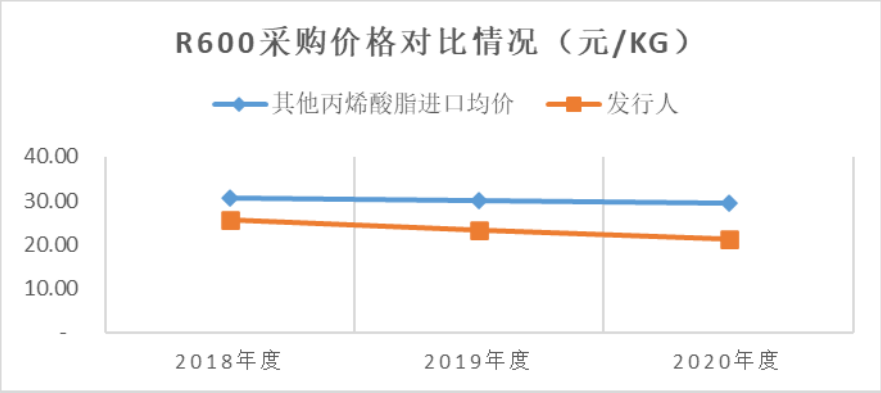


注：①数据来源：同花顺 iFinD；②指标名称：市场价:苯乙烯:华北地区；市场价:苯乙烯:华南地区；市场价:苯乙烯:华东地区

发行人采购 RMS 的供应商为常州伟博化工有限公司。报告期内，发行人 RMS 的采购均价分别为 9.72 元/KG、7.80 元/KG 和 5.70 元/KG，受石油价格下跌影响采购价格有所下降，与上述市场价格变动趋势保持一致。

（4）双酚 a 丙烯酸酯（R600）

报告期内，发行人 R600 采购单价和市场价格变化趋势对比如下：

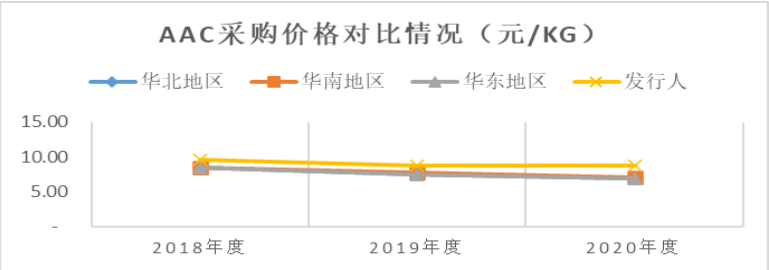


注：①数据来源：同花顺 iFinD；②指标名称：其他丙烯酸酯(29161290):进口均价:累计值

发行人采购 R600 的供应商为禹晗(上海)实业有限公司和上海青港化工有限公司。报告期内，发行人 R600 的采购均价分别为 25.60 元/KG、23.25 元/KG 和 21.23 元/KG，受石油价格下跌影响采购价格有所下降。选取其他同类产品进口均价指标，价格存在一定差异，但价格变动趋势较为接近。

（5）丙烯酸（AAC）

报告期内，发行人 AAC 采购单价和市场价格变化趋势对比如下：



注：①数据来源：同花顺 iFinD；②指标名称：市场价:丙烯酸:华北地区；市场价:丙烯酸:华南地区；市场价:丙烯酸:华东地区

发行人采购 AAC 的供应商为常州奥文化工有限公司。报告期内，发行人 AAC 的采购均价分别为 9.56 元/KG、8.73 元/KG 和 8.78 元/KG，报告期内采购价格相对稳定，与上述市场价格变动趋势保持一致。

（五）报告期内主要原材料和辅材、成品的主要供应商名称、采购金额、占比、供应商变动原因、涉及贸易性质的供应商，披露最终供应商，是否存在原材料依赖进口的情形，是否存在对单一供应商重大依赖的情形

1、报告期内树脂单体的主要供应商和采购金额、占比等情况如下：单位：元

供应商	主要采购标的	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		采购金额	占采购总额比例	采购金额	占采购总额比例	采购金额	占采购总额比例
韩国 KOC	各类功能性树脂单体	21,892,649.70	15.33%	36,950,904.58	20.64%	36,344,142.78	18.24%
三井中国	MR 系列树脂单体	2,382,112.17	1.67%	1,720,050.00	0.96%	3,369,632.20	1.69%
可奥熙（丹阳）光学贸易有限公司	1.56/1.60 超韧单体	1,434,159.25	1.00%	1,285,028.99	0.72%	1,053,247.83	0.53%
江苏乾元新材料科技有限公司	1.499(CR-39)单体	878,097.36	0.62%	1,215,290.98	0.68%	1,430,895.98	0.72%
上海甘田光学材料有限公司	甘田（1.552）、1.600 变色安田	591,592.93	0.41%	1,284,031.11	0.72%	1,175,344.84	0.59%
总计		**27,178,611.41**	**19.03%**	**42,455,305.66**	**23.72%**	43,373,263.63	23.72%

注：以上采购数据均为当期已开票结算采购数据，不含暂估采购。

报告期内，发行人镜片产品的主要原料树脂单体采购金额占比较为稳定，主要供应商没有发生变动。采购金额的变动基本与产量的变化趋势一致，其中 2018 年产量最高，2020 年度受到疫情影响，产量降低，且树脂单体采购金额占采购总额的比例降低。2020 年度，供应商韩国 KOC 的采购金额占比较上年有所降低，主要系相关树脂单体的库存量较大，足以应对 2020 年上半年的生产所致。

2、报告期内主要加硬液和胶带的主要供应商和采购金额、占比等情况如下：

①加硬液

单位：元

供应商	采购标的	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		采购金额	占采购总额比例	采购金额	占采购总额比例	采购金额	占采购总额比例
FINE COAT CO.,LTD	1.600 加硬液	1,891,290.00	1.32%	2,647,878.81	1.48%	3,878,431.00	1.95%
丹阳奥涂莱克光学有限公司	1.67 加硬液	1,652,459.27	1.16%	3,586,514.36	2.00%	2,994,874.00	1.50%
总计		**3,543,749.27**	**2.48%**	**6,234,393.17**	**3.48%**	**6,873,305.00**	**3.45%**

注：以上采购数据均为当期已开票结算采购数据，不含暂估采购。

②胶带

单位：元

供应商	采购标的	2020 年度	2019 年度	2018 年度

		采购金额	占采购总额比例	采购金额	占采购总额比例	采购金额	占采购总额比例
南京占一科技有限公司	1.552/1.600 胶带	1,193,859.12	0.84%	1,999,054.94	1.12%	2,914,540.87	1.46%
丹阳维尼光学有限公司	1.552/1.60/1.67 胶带	731,595.59	0.51%	1,166,070.02	0.65%	1,373,238.85	0.69%
苏州永驰贸易有限公司	BLT 胶带/1.670 胶带	659,209.05	0.46%	746,619.17	0.42%	530,242.91	0.27%
总计		**2,584,663.76**	**1.81%**	**3,911,744.13**	**2.19%**	**4,818,022.63**	**2.42%**

注：以上采购数据均为当期已开票结算采购数据，不含暂估采购。

报告期内，发行人镜片产品的辅料加硬液和胶带的采购金额与产量呈同向变动趋势，发行人与相关供应商保持稳定合作关系，采购金额和占比均较为稳定。

3、报告期内主要化工原料的主要供应商和采购金额、占比等情况如下：

单位：元

供应商	采购标的	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		采购金额	占采购总额比例	采购金额	占采购总额比例	采购金额	占采购总额比例
扬州韦德化工有限公司	AA	3,622,579.61	2.54%	6,136,523.10	3.43%	6,521,878.31	3.27%
南京新化原化学有限公司	AA	1,693,493.36	1.19%	2,258,294.12	1.26%	1,845,630.46	0.93%
CHORI CO.,LTD	DMT	996,414.00	0.70%	2,797,867.00	1.56%	-	-
上海青港化工有限公司	R600	2,060,990.05	1.44%	1,838,757.06	1.03%	1,538,028.86	0.77%
禹晗(上海)实业有限公司	RY4、R600	4,415,940.27	3.09%	7,719,673.22	4.31%	6,517,108.74	3.27%

Osaka Godo Korea Corporation	DMT	1,131,005.00	0.79%	6,283,123.00	3.51%	5,891,859.01	2.96%
KOC SOLUTION CO.,LTD.	DMT、RY4 等	-	-	1,125,678.79	0.63%	6,158,608.86	3.09%
南京商洲贸易有限公司	DMT	-	-	-	-	1,323,931.04	0.66%
总计		**13,920,422.29**	**9.75%**	**28,159,916.29**	**15.73%**	**29,797,045.28**	**14.95%**

注：以上采购数据均为当期已开票结算采购数据，不含暂估采购。

发行人通常对于某一品类化工原料选定两家供应商进行采购，比对两家供应商报价以获得更低的成本。

报告期内发行人主要向 Osaka Godo Korea Corporation 和 CHORI CO.,LTD 两家供应商采购 DMT；2018 年度也通过 KOC SOLUTION CO.,LTD.、南京商洲贸易有限公司采购 DMT，上述两家供应商与 Osaka Godo Korea Corporation 最终生产商均为 SK PETRO CHEMICAL CO.,LTD(韩国)；

报告期内，发行人镜片原料采购金额与产量呈同向变动趋势。2018 年和 2019 年采购量较高，2020 年度受新冠疫情影响，采购量、产量均大幅下降。

4、报告期内 1.74 镜片产品的主要供应商和采购金额、占比等情况如下：

单位：元

供应商	采购标的	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		采购金额	占采购总额比例	采购金额	占采购总额比例	采购金额	占采购总额比例
镇江戴乐明光学眼镜有限公司	1.74 加膜成品、1.74 毛坯	3,368,286.22	2.36%	2,545,204.87	1.42%	-	-
苏州伊恩光学有限公司	1.74 加膜成品、1.74 毛坯	-	-	681,426.71	0.38%	4,753,323.50	2.39%

上海耐森贸易有限公司	1.74 加膜成品、1.74 毛坯	-	-	-	-	1,074,335.91	0.54%
总计		**3,368,286.22**	**2.36%**	**3,226,631.58**	**1.80%**	**5,827,659.41**	**2.92%**

注：以上采购数据均为当期已开票结算采购数据，不含暂估采购。

报告期内，发行人 1.74 镜片供应商有所变动。2018 年度上海耐森贸易有限公司对 1.74 加膜成品和 1.74 毛坯的提价较多，导致平均采购单价提高。为降低成本，发行人停止与其合作，同时加深了与苏州伊恩光学有限公司的合作。镇江戴乐明光学眼镜有限公司与苏州伊恩光学有限公司为同一实际控制人，2018 年起，发行人 1.74 镜片产品的采购总金额呈下降趋势。

5、报告期内主要镜架产品的主要供应商和采购金额、占比等情况如下：

单位：元

供应商	采购标的	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		采购金额	占采购总额比例(%)	采购金额	占采购总额比例(%)	采购金额	占采购总额比例(%)
温州市黎东眼镜有限公司	镜架	4,753,831.13	3.33	5,634,789.91	3.15	1,826,282.33	0.92
温州市宝锋光学有限公司	镜架	747,293.50	0.52	1,589,823.35	0.89	480,743.10	0.24
丹阳市开发区舒丽眼镜厂	镜架	1,937,596.02	1.36	1,037,362.65	0.58	190,155.17	0.10
台州市亚峰眼镜有限公司	镜架	438,573.89	0.31	3,550,347.35	1.98	1,344,255.17	0.67
温州市金伦眼镜有限公司	镜架	202,276.99	0.14	356,768.00	0.20	1,644,971.35	0.83
总计		**8,079,571.53**	**5.66**	**12,169,091.26**	**6.80**	**5,486,407.12**	**2.76**

注：以上采购数据均为当期已开票结算采购数据，不含暂估采购。

2018 年度-2019 年度发行人镜架采购额逐年攀升，主要系发行人电商业务、成镜业务逐年增长，镜架需求量增大所致，2020 年采购量大幅减少主要系疫情影响。报告期前五大供应商变动较大，其中第一大供应商温州市黎东眼镜有限公司为主要客户 JINS 指定供应商。温州市金伦眼镜有限公司等供应商采购额逐年减少，主要系发行人提升产品质量标准所致。

6、关于原材料是否依赖进口及是否对单一供应商重大依赖的说明

韩国 KOC 及其关联方系国际知名的镜片树脂单体生产企业，且产品性能可靠、质量稳定，发行人与其建立了长期稳定且深度的合作关系。发行人通过向其采购原料可确保产品质量可靠稳定，同时通过集中采购，可一定程度上提升发行人的议价能力，有效节省采购成本。

发行人综合考虑原材料质量及集中采购优势，优先选择向韩国 KOC 及其关联方采购其生产的原料，且采购价格与其向其他客户销售价格不存在重大差异，定价公允，发行人对其不存在重大依赖。

具体请参见本招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“九、关联方及关联交易”之“（五）对韩国 KOC 及其关联方的采购及相关情况”。

（六）不同原材料分类对应的采购价格区间，发行人和主要供应商的协商定价机制及采购价格的公允性，报告期内主要原材料采购价格与公开市场价格一致

1、报告期内发行人主要材料采购情况如下：

主要原料分类	主要原料名称	主要原料占同类原料采购数量比例	项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
树脂单体	KOC KT 60A/B/C	6%~20%	价格区间	13-14.5 美元/KG		
			采购单价（元/KG）	99.18	90.23	85.45
	1.67 KOC 67A/B	21%~24%	价格区间	22-25 美元/KG		
			采购单价（元/KG）	154.55	169.24	150.03
加硬液	1.600 加硬液	18%~33%	价格区间	197 美元/千克		
			采购单价（元/KG）	1,340.39	1,308.24	1,300.61
胶带	1.600 胶带	30%~45%	价格区间	10-35 元/百米		
			采购单价（元/米）	0.24	0.26	0.25
化工原料	DMT	36%~47%	价格区间	0.70-1.70 美元/KG		
			采购单价（元/KG）	4.71	6.31	6.92
	丙烯醇	16%~22%	价格区间	14-18 元/KG		
			采购单价（元/KG）	15.87	15.40	15.08
1.74 镜片	1.74 加膜	100%	价格区间	45-50 元/片		

主要原料分类	主要原料名称	主要原料占同类原料采购数量比例	项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
	成品		采购单价（元/片）	47.03	47.85	48.40
	1.74 毛坯	100%	价格区间	65-85 元/片		
			采购单价（元/片）	81.19	82.63	78.41
镜架	镜架	100%	价格区间	10-200 元/付		
			采购单价（元/付）	28.60	24.40	22.38

发行人主要原材料的选取标准为占同类原料采购数量比例较大的原料。其中树脂单体为镜片业务的主料，加硬液和胶带为镜片业务关键工序的主要辅料；化工原料 DMT、丙烯酸为原料业务的主要原料；1.74 镜片及镜架为成镜业务的主要原料。

化工原料 DMT 是原料业务的主料，对原料业务单位成本影响较大，其属于石油化工原料，受国际石油价格影响较大。自 2018 年四季度开始，国际石油价格出现大幅下跌，2019 年价格持续低迷，2020 年初新冠疫情的原因进一步加剧了油价的下降。由此，原料业务单位成本与之匹配表现为持续下降。丙烯醇属于国内较为稀缺的化工原料，与石油价格关联度相对较低，在原料业务成本中占比较小，其采购单价波动对原料业务单位成本影响较小。

2、发行人和主要供应商的协商定价机制及采购价格的公允性，报告期内主要原材料采购价格与公开市场价格一致；

发行人主要采用询价采购模式，对纳入公司供应商名录的供应商进行询价。各供应商对发行人的询价提供报价单和供货周期，同时提供样品供发行人测试。发行人通过样品测试后，比对各供应商的价格及供货周期确定最终供应商和采购数量。

（1）树脂单体无市场公开价格，发行人采购的树脂单体为通过化工原料进一步加工的化工混合物，主要源于进口，在国内市场上没有统一报价。发行人向供应商进行询价确定采购价格，并与其他供应商进行比价选取价格较低、合作期限较长、品质较好的供应商，采购价格公允。

（2）加硬液无市场公开价格，1.600 加硬液为发行人向 FINE COAT CO.,LTD 采购的进口原料，其在国内市场统一报价为 197 美元/KG，发行人向其采购的原料单价与其他供应商不存在差异，采购价格公允。

（3）胶带有市场公开价格，发行人向供应商进行询价确定采购价格，因品种、规格型号差异，采购价格区间分布较广，从 10 元/百米至 35 元/百米不等，发行人采用询价方式确定采购价格，不同的供应商报价不存在重大差异，发行人采购价格公允。

（4）化工原料有市场公开价格，发行人向供应商进行询价确定采购价格，采购价格公允。

（5）1.74 镜片在国内尚无厂商可以生产，国内 1.74 镜片供应商均为代理商。发行人向国内 1.74 镜片代理供应商进行询价确定采购价格，通过比价后确定最终供应商，采购价格公允。

（6）镜架有市场公开价格，发行人向供应商进行询价确定采购价格，因品种、规格型号差异，采购价格区间分布较广，从 10 元/付至 200 元/付不等，发行人采用询价方式确定采购价格，采购价格公允。

3、原材料价格波动对生产经营的影响；

发行人产品定价及盈利能力受上游原材料价格变化影响较小，发行人可以有效应对原材料上涨风险。

发行人镜片生产业务使用的主要原料包括树脂单体、加硬液、胶带以及 DMT、丙烯酸等化工原料，其中树脂单体为镜片业务的主料，加硬液和胶带为镜片业务关键工序的主要辅料；化工原料 DMT、丙烯酸为自产原料业务的主要原料。报告期内，发行人主要原料采购价格相对稳定，部分品类原料（如 KOC KT 60A/B/C 等）价格呈上涨趋势。

实际销售过程中，发行人镜片产品定价较少考虑原材料价格的波动情形，更多是以市场销售情况为导向，价格制定取决于其产品作为消费品属性的定价策略。报告期内，发行人主要采用锚点定价法和竞争定价法对其镜片产品进行定价，

其中锚点定价法适用于发行人制定向下游经销和直销客户销售镜片的供货价格，竞争定价法适用于发行人制定自有品牌镜片的终端建议零售价格。

报告期内，发行人在公司层面推行镜片产品的品牌战略，针对不同产品系列制定差异化的供货价格调整策略，借助价格武器实现各产品系列在各自细分市场的战略布局。在全面推行品牌战略的大背景下，发行人根据上述各渠道产品定价规则，有秩序地调整不同渠道、不同产品系列的供货价格以及终端建议零售价格。

因此，发行人所销售的镜片产品最终定价主要受价格战略和市场布局等因素影响较大，而非成本加成的定价方法。发行人整体品牌知名度较好，对下游客户议价能力较强，整体盈利水平较好。上游原材料价格变化对发行人不存在直接的、明显的传导压力。发行人整体盈利情况受材料价格波动的影响程度相对有限。报告期内，在部分主要原材料采购价格上涨的情况下，发行人 2018 年至 2020 年镜片业务毛利率依然呈上升趋势，可见发行人可以有效应对原材料上涨压力与风险。

综上所述，原材料的价格波动对发行人的生产经营不存在重大影响。

（七）报告期各期新增、减少供应商的数量、采购金额和占比；向同一类原材料通过贸易类供应商采购价格和直接向终端供应商采购价格的差异及原因；按照采购合作年限，补充披露并列示贸易类供应商和终端供应商的数量、采购金额及变动情况

1、报告期各期新增、减少供应商的数量、采购金额和占比

报告期各期，新增供应商的数量、当期采购金额和占比情况如下：

项目	新增供应商数量（家）	新增供应商当期采购金额（万元）	新增供应商当期采购金额占比
2018 年度	103	1,006.90	4.99%
2019 年度	53	589.44	3.33%
2020 年度	61	821.38	5.62%

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，发行人各期新增供应商 103 家、53 家和 61 家，新增供应商当期采购金额占比分别为 4.99%、3.33%和 5.62%。报告期各期，减少供应商的数量、上期采购金额和占比情况如下：

项目	减少供应商数量（家）	减少供应商上期采购金额（万元）	减少供应商上期采购金额占上期采购额的比重
2018 年度	162	639.10	3.83%
2019 年度	123	869.27	4.31%
2020 年度	166	732.24	4.14%

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，发行人各期减少供应商 162 家、123 家和 166 家，减少供应商上期采购金额占上期采购总金额比例分别为 3.83%、4.31%和 4.14%。

2、向同一类原材料通过贸易类供应商采购价格和直接向终端供应商采购价格的差异及原因；按照采购合作年限，补充披露并列示贸易类供应商和终端供应商的数量、采购金额及变动情况；

（1）向同一类原材料通过贸易类供应商采购价格和直接向终端供应商采购价格的差异及原因；

发行人不存在同一种原材料通过贸易类供应商采购价格和直接向终端供应商采购的情况。

（2）按照采购合作年限，补充披露并列示贸易类供应商和终端供应商的数量、采购金额及变动情况；

1）截止到 2020 年 12 月 31 日，与发行人采购合作年限 1 年以内、1-2 年、2-3 年和 3 年以上的贸易供应商各报告期的数量、采购金额及变动情况如下：

单位：家、万元

采购合作年限	项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度
		数据	变动比例	数据	变动比例	数据
1 年以内	供应商数量	45	-	-	-	-
	采购金额	538.26	-	-	-	-

采购合作年限	项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度
		数据	变动比例	数据	变动比例	数据
	金额占比	10.52%	-	-	-	-
1-2 年（含 2 年）	供应商数量	15	-53.13%	32	-	-
	采购金额	439.66	18.34%	371.52	-	-
	金额占比	8.59%		5.28%	-	-
2-3 年（含 3 年）	供应商数量	15	-40.00%	25	-57.63%	59
	采购金额	124.61	8.92%	114.40	-25.37%	153.28
	金额占比	2.44%		1.63%		1.82%
3 年以上	供应商数量	130	-16.67%	156	-5.45%	165
	采购金额	4,014.34	-38.67%	6,545.87	-20.86%	8,271.72
	金额占比	78.45%		93.09%		98.18%

2）截止到 2020 年 12 月 31 日，与发行人采购合作年限 1 年以内、1-2 年、2-3 年和 3 年以上的终端供应商各报告期的数量、采购金额及变动情况如下：

单位：家、万元

采购合作年限	项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度
		数据	变动比例	数据	变动比例	数据
1 年以内	供应商数量	17	-	-	-	-
	采购金额	283.13	-	-	-	-
	金额占比	2.98%	-	-	-	-
1-2 年（含 2 年）	供应商数量	13	-38.10%	21	-	-
	采购金额	1,191.34	446.69%	217.92	-	-
	金额占比	12.55%	-	2.05%	-	-
2-3 年（含 3 年）	供应商数量	12	-40.00%	20	-54.55%	44
	采购金额	427.20	-56.82%	989.42	15.91%	853.62
	金额占比	4.50%	-	9.29%	-	7.27%
3 年以上	供应商数量	97	-21.14%	123	-9.56%	136
	采购金额	7,590.11	-19.66%	9,447.24	-13.24%	10,888.91
	金额占比	79.97%		88.67%		92.73%

（八）供应商成立当年或成立不久后即和发行人产生合作的金额和占比，原因和合理性

供应商成立当年或成立不久后即和发行人产生合作的金额和占比情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	采购金额	占比	采购金额	占比	采购金额	占比
成立当年或成立不久即合作	208.59	1.43%	103.91	0.59%	41.73	0.21%

报告期内，供应商成立当年或成立不久后即和发行人产生合作的金额占比分别为 0.21%、0.59%和 1.43%，占比较小。

成立当年或成立不久后即和发行人开始合作的供应商中，与发行人有关联关系的供应商为丹阳市丰悦光学材料有限公司（以下简称“丰悦光学”）。相应采购情况如下：

供应商名称	成立时间	开始合作时间	采购金额（万元）		
			2020 年度	2019 年度	2018 年度
丰悦光学	2018/5/10	2018/9/7	24.77	12.36	2.69
占采购总金额的比例			**0.17%**	**0.07%**	**0.01%**

报告期内，发行人对上述关联方供应商采购的金额占比分别为 0.01%、0.07%和 0.17%，占比较小。

发行人向丰悦光学采购的主要原材料的价格对比情况如下：

期间	产品规格型号	向丰悦采购单价（元/千克）（含税）	向其他供应商采购单价（元/千克）（含税）
2018 年度	UB55（离型剂）	950.00	1,040.00
2019 年度	BP-6（UV 粉）	2,015.00	1,360.00
2020 年度	BP-6（UV 粉）	1,892.50	1,770.00

由上表可知，2019 年度，发行人向丰悦光学采购 BP-6 的价格较向其他供应商采购 BP-6 的价格略高，原因系双方采购月份不同。2019 年 9 月连云港某化工厂发生爆炸事故，其他供应商断货，转而向丰悦光学采购。同时因为 BP-6 粉尘较大，环保要求比较严格，爆炸事件促使安监环保要求更高，导致价格提升。

综上可知，成立当年或成立不久后即和发行人开始合作的供应商中，与发行人有关联关系的供应商为丰悦光学，采购价格公允，无其他利益安排。

五、发行人主要资产情况

（一）主要固定资产

本公司的固定资产主要为房屋建筑物、机器设备、运输工具、办公设备等。截至 2020 年 12 月 31 日，公司固定资产情况如下：

单位：万元

固定资产类别	账面原值	累计折旧	账面净值	成新率
房屋及建筑物	9,767.48	3,138.37	6,629.11	67.87%
机器设备	16,350.47	10,223.09	6,127.38	37.48%
运输设备	542.14	307.13	235.01	43.35%
电子设备	1,398.48	776.70	621.79	44.46%
其他设备	1,478.05	415.21	1,062.84	71.91%
固定资产装修	121.67	110.47	11.20	9.21%
合计	**29,658.30**	**14,970.97**	**14,687.32**	**49.52%**

公司根据业务规模扩展的实际需求实施固定资产采购。

1、自有房产

（1）自有房产情况

截至 2020 年 12 月 31 日，公司拥有的房地产情况如下：

序号	权利人	证书编号	地址	面积（㎡）
1	明月镜片	苏（2020）丹阳市不动产权第 0009112 号	江苏省丹阳市开发区史巷社区	20,393.61
2	明月光学	苏（2016）丹阳市不动产权第 0009841 号	江苏省丹阳市开发区大泊、大泊岗、前进社区	5,564.77
3	明月光学	苏（2016）丹阳市不动产权第 0009842 号	江苏省丹阳市开发区大泊、大泊岗、前进社区 1 室	52,015.15

序号	权利人	证书编号	地址	面积（㎡）
4	江苏可奥熙	苏（2020）丹阳市不动产权第 0003971 号	江苏省丹阳市开发区北三纬路北侧	6,543.99
合计				**84,517.52**

除上述房屋建筑物以外，发行人部分建筑物因未办理相关建设手续，未办理权属登记，建筑面积为 1,448.20 平方米，占公司总建筑面积的 1.68%，比例较低。未经登记的建筑物均为仓库等非生产经营设施，可替代性较强，对发行人的生产经营影响较小。无证房产情况如下：

序号	持有人	房屋座落	建筑面积（㎡）	用途
1	发行人	开发区史巷社区 3 号厂房 3 楼	512.19	仓库
		开发区史巷社区 5 号厂房 3 楼	583.41	仓库
2	明月光学	开发区大泊、大泊岗、前进社区	352.60	仓库
合计			**1,448.20**	/

根据江苏省丹阳经济开发区管理委员会出具的说明，发行人位于丹阳市开发区史巷社区的违章建筑总体面积小，未占用他人或公共用地，不存在妨碍城市交通，周围建筑物的使用等情况。

明月光学就上述位于开发区大泊、大泊岗、前进社区的明月光学危险品仓库持有丹阳市自然资产和规划局于 2019 年 5 月 20 日颁发的《丹阳市临时建设工程规划许可证》，有效期两年。丹阳市自然资源和规划局对上述临时建筑事宜予以确认。

发行人实际控制人出具《承诺函》承诺：如公司及其子公司因持有无证瑕疵房产而被政府主管部门处罚或相关无证房产被责令拆除，本人将赔偿发行人及其子公司全部损失。如因无证房产被拆除导致发行人及其子公司需另行建设、购买或租赁房产用于生产经营、办公，本人将负担相关新建、购置或租赁房产的费用；本人保证不因此而损害公司及其子公司的利益。

（2）自有房产受到限制情况

发行人子公司明月光学以苏（2016）丹阳市不动产权第 0009842 号土地使用权及相应的房产为发行人向中国银行股份有限公司丹阳支行自 2019 年 7 月 25 日起至 2022 年 7 月 24 日止的最高额 81,256,200 元借款提供抵押担保；以苏（2016）丹阳市不动产权第 0009841 号土地使用权及相应的房产为发行人向中国农业银行股份有限公司丹阳支行自 2018 年 5 月 16 日起至 2021 年 5 月 15 日止的最高额 24,441,000 元借款提供抵押担保。截至本招股说明书签署日，前述两项最高额抵押合同项下的借款及相应的利息已全部清偿完毕。明月光学将部分不动产抵押给第三方，系发行人为申请贷款提供担保而设置，未损害发行人及其股东的合法权益。

（3）自有房产对外出租情况

截至 2020 年 12 月 31 日，发行人存在部分房产出租给他人使用的情形，具体情况如下：

承租方	出租方	位置	面积（㎡）	用途	租赁期限
丹阳可奥熙	江苏可奥熙	江苏省丹阳市开发区北三纬路北侧实验室	20	办公	2020 年 7 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日
		江苏省丹阳市开发区北三纬路北侧二楼办公室（1201 室）	45		2020 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日

2、租赁房产

截至 2020 年 12 月 31 日，公司及控股子公司主要经营场所的租赁情况如下：

序号	承租人	出租人	地址	面积（㎡）	租赁期限
1	明月镜片	丹阳市开发区科创园运营管理有限公司	丹阳市开发区齐梁路 19 号丹阳经济开发区科技创业园内 H 座 12 层、13 层	1,573.89	2015 年 8 月 5 日至 2020 年 8 月 4 日
2	明月镜片	江苏丹阳眼镜市场发展有限公司	丹阳国际眼镜城 1F-A820 号商位	98.67	2020 年 8 月 20 日至 2023 年 8 月 19 日
3	明月镜片	上海明捷置业有限公司	上海市普陀区岚皋路 567 号 501 室	261.78	2018 年 1 月 1 日至 2021 年 1 月 31 日
4	明月镜片	上海明捷置业有限公司	上海市普陀区岚皋路 567 号 301 室	261.78	2019 年 10 月 1 日至 2022 年 12 月 31

序号	承租人	出租人	地址	面积（㎡）	租赁期限
					日
5	明月镜片	尹贤珍	美亚华悦 7 幢 1 单元 1001 室	109.00	2020 年 7 月 22 日至 2021 年 7 月 21 日
6	明月镜片	蒋华忠	天波城 95-1602 室	98.09	2020 年 7 月 1 日至 2021 年 6 月 30 日
7	明月镜片	肖琴	华悦新城 1 幢 2102 室	87.70	2020 年 8 月 10 日至 2021 年 8 月 9 日
8	明月镜片	袁秋平	紫荆花园 7 幢 4 单元 202 室	98.00	2020 年 3 月 20 日至 2021 年 3 月 19 日
9	上海明月	上海明捷置业有限公司	上海市普陀区岚皋路 567 号 502、503、504 室	462.09	2018 年 7 月 25 日至 2022 年 12 月 31 日
10	上海明月	上海明捷置业有限公司	上海市普陀区岚皋路 567 号 304-305 室、307-308 室	971.67	2019 年 10 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日
11	上海明月	中青旅集团上海金宇豪国际酒店有限公司	上海市嘉定区淮海国际广场 1611 室	51.32	2020 年 2 月 15 日至 2023 年 2 月 14 日
12	莱蒙光学	上海明捷置业有限公司	上海市普陀区岚皋路 567 号 302 室	125.61	2019 年 10 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日
13	上海镜连	上海明捷置业有限公司	上海市普陀区岚皋路 567 号 303 室	125.61	2019 年 10 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日
14	上海维沃	上海明捷置业有限公司	上海市普陀区岚皋路 567 号 306 室	123.06	2019 年 10 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日
15	江苏赛蒙	江苏天工工具发展有限公司	天工工业社区编号 A6-2、A6-3 的房产	5,612.02	2011 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日

其中，发行人租赁的位于丹阳市开发区齐梁路 19 号丹阳经济开发区科技创业园内 H 座 12 层、13 层未取得房产证。2020 年 4 月 14 日，丹阳市开发区科创园运营管理有限公司出具《房屋产权证明》，证明前述房屋属于合法建造，可安全使用，房屋产权归属于丹阳市开发区科创园管理委员会所有。发行人的实际控制人出具《承诺函》承诺：如公司因租赁无证瑕疵房产而被政府主管部门处罚，

发行人的实际控制人将赔偿公司全部损失。如导致公司需另行租赁房产用于办公，发行人的实际控制人将负担相关搬迁的费用。发行人的实际控制人保证不因此而损害发行人及其子公司的利益。

除上述情况外，发行人租赁的房屋均已取得房产证。

（二）主要无形资产

1、土地使用权

截至 2020 年 12 月 31 日，发行人拥有的土地使用权具体情况如下：

序号	权利人	证书编号	地址	终止日期	面积（㎡）	用途	类型
1	明月镜片	苏（2020）丹阳市不动产权第 0009112 号	开发区史巷社区	2066 年 6 月 15 日	18,310.04	工业用地	出让
2	明月光学	苏（2017）丹阳市不动产权第 0005542 号	开发区大泊岗村、前进社区、嘉荟新城社区	2067 年 2 月 23 日	35,873.73	工业用地	出让
3	明月光学	苏（2016）丹阳市不动产权第 0009841 号	开发区大泊、大泊岗、前进社区	2065 年 4 月 16 日	36,596.18	工业用地	出让
4	明月光学	苏（2016）丹阳市不动产权第 0009842 号	开发区大泊、大泊岗、前进社区 1 室	2063 年 6 月 25 日	20,225.72	工业用地	出让
5	江苏可奥熙	苏（2020）丹阳市不动产权第 0003971 号	开发区北三纬路北侧	2056 年 9 月 13 日	15,717.26	工业用地	出让

2、商标

截至 2020 年 12 月 31 日，发行人共拥有境内商标 211 项，境外商标 7 项。具体情况参见招股说明书之附件一。

发行人名下第 1376333 号商标系受让自瑞安市佐丹妮光学眼镜有限公司（以下简称“佐丹妮光学”）。国家知识产权局于 2020 年 7 月 29 日出具商评字[2020]第 00000205025 号《关于第 1376333 号“檸檬 LEMON 及图”商标撤销复审决定书》，因第 1376333 号商标原权利人佐丹妮光学连续三年未在“眼镜”等商品上使用该商标，决定予以撤销第 1376333 号商标的注册。就上述商标撤销注册事宜，

发行人已于 2020 年 9 月 9 日向北京知识产权法院提起诉讼，并于 2020 年 9 月 11 日收到北京知识产权法院出具的《行政案件受理通知书》。截至本招股说明书签署日，上述诉讼尚在审理中。

3、专利

截至 2020 年 12 月 31 日，发行人共拥有专利 81 项，其中 12 项发明专利、48 项实用新型专利、21 项外观设计专利。具体情况参见招股说明书之附件二。

根据《中华人民共和国专利法》，发明专利权的期限为二十年，实用新型专利权和外观设计专利权的期限为十年，均自申请日起计算。

4、软件著作权

截至 2020 年 12 月 31 日，发行人拥有的软件著作权如下：

序号	软件名称	登记号	著作权人	首次发表日	取得方式
1	企业资源计划管理软件 V1.0[简称：企业资源计划 ERP]	2007SR13056	明月镜片	2004 年 1 月 1 日	原始取得
2	仓储便捷打印软件 V3.0	2013SR040449	明月镜片	未发表	原始取得

5、域名

截至 2020 年 12 月 31 日，发行人已注册并拥有 4 项域名，具体情况如下：

序号	域名	权利人	网站备案/许可证号	备案通过时间
1	linkjing.com	上海镜连	沪 ICP 备 18043084 号-1	2018 年 11 月 18 日
2	allvisioners.com	视联文化	沪 ICP 备 18043022 号-1	2018 年 11 月 18 日
3	mingyue.com	明月光学	沪 ICP 备 12029584 号-1	2018 年 11 月 18 日
4	mingyuework.com	明月镜片	苏 ICP 备 2020055268 号	2020 年 9 月 23 日

（三）业务许可资格或资质

截至 2020 年 12 月 31 日，发行人取得的与生产经营相关的主要认证或资质如下：

序号	持有人	证书名称	编号	发证/备案单位	有效期
1	明月镜片	对外贸易经营者备案登记表	02262183	丹阳市商务局	2016 年 5 月 4 日至长期
2	明月光学	对外贸易经营者备案登记表	01826771	丹阳市商务局	2017 年 2 月 14 日至长期
3	江苏可奥熙	对外贸易经营者备案登记表	03349927	丹阳市商务局	2018 年 8 月 6 日至长期
4	上海维沃	对外贸易经营者备案登记表	02231486	上海市商务委员会	2015 年 9 月 23 日至长期
5	明月镜片	海关报关单位注册登记证书	3218969273	镇江海关	2016 年 5 月 23 日至长期
6	明月光学	海关报关单位注册登记证书	3208969446	镇江海关	2017 年 2 月 14 日至长期
7	江苏可奥熙	海关报关单位注册登记证书	3218937671	镇江海关	2018 年 8 月 7 日至长期
8	上海维沃	海关报关单位注册登记证书	3114931022	嘉定海关	2015 年 9 月 15 日至长期
9	明月镜片	医疗器械外国制造业者登录证	BG10500773	日本厚生劳动省	2018 年 5 月 16 日至 2023 年 5 月 15 日
10	明月光学	医疗器械外国制造业者登录证	BG10501277	日本厚生劳动省	2018 年 5 月 14 日至 2023 年 5 月 13 日
11	上海维沃	CE 认证证书	802596455773	CELAB	2019 年 12 月 12 日至 2023 年 12 月 11 日
12	上海维沃	FDA 认证证书	3013072273	MTGFDA 认证中心	2019 年 10 月 12 日至 2020 年 10 月 11 日
13	江苏可奥熙	新化学物质环境管理登记证	新简登 T-13111	国家环保部	2013 年 6 月 23 日
14	江苏可奥熙	出入境检验检疫报检备案表	180808150403 00010971	镇江海关	2018 年 8 月 10 日至长期

六、发行人特许经营权

截至本招股说明书签署日，发行人不存在特许经营权。

七、发行人技术与研发情况

（一）主要产品核心技术情况

1、核心技术、技术来源及先进性及具体表现

发行人主要从事镜片、镜片原料、成镜和镜架等眼视光产品研发、设计、生产和销售。通过长期的研发实践，发行人在生产镜片、镜片原料领域积累了一定的核心技术。目前，发行人主要产品正在使用的核心技术情况如下：

序号	主要产品名称	核心技术名称	技术先进性描述	技术来源	具体表现	在同行业中所处的位置及依据
1	1.71折射率镜片	一种高折射率、高阿贝数树脂镜片的制造工艺	应用本技术生产的镜片，折射率为1.71左右，阿贝数在34至37之间	原始取得	1.71折射率镜片系列产品实现了对传统中低折射率产品的消费升级，对1.74折射率产品在光学参数更优秀的情况下，性价比大幅提升，实现了消费替代。 使用该工艺生产的镜片产品被中国轻工业联合会评为“创新消费品”，其折射率及阿贝数均符合国家标准(QB/T2506 5.5)	国内领先，具体表现为发行人在行业内率先推出1.71折射率镜片系列产品，对传统中高折射率系列产品实现了消费升级，相比1.74产品的光学参数更优，且价格适中，是高性价比的消费选择，使用该工艺生产的镜片产品被中国轻工业联合会评为“创新消费品”，被江苏省科学技术厅认定为“高新技术产品”
2	镜片	用于制备高透光率高耐候性光学镜片材料的组合物	应用本技术生产的光学材料透光率大于98%，并且具备较强的抗紫外线能力和耐候性	原始取得	国家标准对可见光谱范围（光透射比）的要求为超过80.0%即可作为最高类别（0类），经国家眼镜产品质量监督检验中心检测的发行人应用该技术生产的PMC镜片产品光透射比可达98%以上，远高于国家标准(QB/T2506 5.4.1.4)	国内领先，具体表现为应用该技术生产的PMC镜片产品光透射比可达98%以上，远高于国家最高类别（0类）80.0%的要求，使用该工艺生产的镜片产品获得江苏省科学技术厅颁发的高新技术产品认定证书
3	镜片	一种PMC防辐射树脂镜片及其制造工艺	应用本技术不仅能够有效降低基片边缘色散所造成的视野像差，提高成像清晰度，而且能够提高镜片的抗冲击性，增强树脂镜片配	原始取得	发行人使用该技术生产的产品在紫外光谱范围、辐照后的镜片光透射比和与镜片光透射比绝对值变化及光反射比等方面符合国家标准（QB/T2506 5.7）	国内领先，具体表现为使用该工艺生产的镜片产品获得江苏省科学技术厅颁发的高新技术产品认定证书

序号	主要产品名称	核心技术名称	技术先进性描述	技术来源	具体表现	在同行业中所处的位置及依据
			戴的安全性			
4	镜片	树脂眼镜镜片，运动型抗冲击光学树脂眼镜片的制造工艺	应用本技术生产的树脂镜片，折射率为1.545，色散系数为42，能有效降低镜片边缘色散所造成的视野像差，提高清晰度，而且能够提高镜片的抗冲击性，增强树脂镜片配戴的安全性	原始取得	使用该技术生产的镜片产品达到了抗冲击的国家标准，即16g钢球自1.27米高处坠落碰撞测试。符合国家标准（QB/T2506 5.9）	国内领先，具体表现为使用该工艺生产的镜片产品获得江苏省科学技术厅颁发的高新技术产品认定证书
5	树脂单体	一种高抗划伤性能制备方法单体及其制备方法	应用本技术生产的树脂镜片，在保证较高折射率的同时，获得较高的抗划伤性能	原始取得	使用该方法生产的产品达到镜片表明（凸面）耐磨要求-加强型要求的标准（QB/T2506 5.3）	行业内具有一定优势，相关技术已取得专利认证
6	树脂单体	一种高韧性光学树脂单体及其制备方法	应用本技术生产的树脂镜片，在保证较高折射率的同时，获得较高的韧性	原始取得	使用该技术生产的镜片产品达到了抗冲击的国家标准，即16g钢球自1.27米高处坠落碰撞测试。符合国家标准（QB/T2506 5.9）	国内领先，具体表现为使用该工艺生产的镜片产品获得江苏省科学技术厅颁发的高新技术产品认定证书

除了上述核心技术，发行人在双重防蓝光、偏光及膜变等产品领域技术水平较为领先，具体情况如下：

序号	主要技术领域	技术先进性描述	技术来源	具体表现	在同行业中所处的位置
1	双重防蓝光	传统防蓝光镜片如需保障较高的蓝光阻隔率（优于国标要求），单纯靠基材吸收蓝光，则基材底色过深，单纯靠膜层反射蓝光，膜层反光强，佩戴不舒适反而造成眼疲劳；应用本技术生产的防蓝光镜片，能保障较好的蓝光阻隔率，同时镜片底色较浅，镜片表面反射较低	原始取得	应用本技术生产的防蓝光镜片，能保障≥20%以上的蓝光阻隔率，同时镜片底色较浅，镜片表面反射较低（双面反射≤3%）	国内领先，公司相关产品已获得德国莱茵TÜV认证，引领了国内防蓝光镜片行业标准的形成
2	偏光	应用本技术生产的偏光镜片，可以实现此类镜片批量生产，且可以精准定位功能层位置，功能层无褶皱	原始取得	偏光镜片可以实现快速批量现货供应，且批量生产的镜片偏光功能层均与镜片表面弯度匹配，无褶皱	行业内具有一定优势，相关技术已取得专利认证

序号	主要技术领域	技术先进性描述	技术来源	具体表现	在同行业中所处的位置
3	膜变	应用本技术生产的变色镜片，可以在镜片变色后获得更快的褪色反应，且镜片表面色泽一致	原始取得	在光致变色反应后具有小于 300 秒的半褪色速率，镜片表面色泽均匀一致	国内领先，具体表现为公司全季变色（全季膜变）镜片产品获得中国轻工业联合会认定的“升级消费品”

因为明月镜片产品技术领先、品质过硬，成功成为了中国登山队的指定供应商。2020 年珠峰高程测量、2020 年马里亚纳海沟“奋斗者”号载人潜水器下潜万米深海两次重大事件中所需的眼镜产品均由明月镜片独家供应。

2、核心技术来源

公司核心技术来源主要为发行人在多年经营生产中取得，是公司主要技术人员在其受教育和工作阶段，通过自身学习和工作积累而成，属于原始创新。

3、核心技术保护措施

公司核心技术保护措施主要如下：

（1）申请专利，提高核心技术的法律保护力度；

（2）建立健全保密制度，对新入职员工进行保密培训，与研发人员签订保密协议，建立权限授权管理制度，同时加大保密技术投入使用文件加密、网络防火墙等技术对研发资料进行保护。

4、核心技术的应用和贡献情况

（1）贴牌业务（非自有品牌业务）

报告期内，发行人贴牌业务收入构成发行人的核心技术收入，具体理由如下：

报告期内，针对贴牌业务，发行人独立组织合同标的产品的采购和生产，按照合同约定的时间、地点交付客户下单的贴牌产品。客户不介入发行人的采购、生产环节（除贴牌成镜业务个别客户指定镜架供应商外），仅在合同中约定产品出厂的特有外包装样式。除产品外包装外，贴牌产品与发行人自有品牌产品在产

品性能、质量管控、技术工艺等方面不存在实质性差异。因此，贴牌业务构成发行人核心技术收入。

（2）外购镜片原料生产镜片

报告期内，发行人外购镜片原料生产的镜片构成发行人的核心技术收入，具体理由如下：

眼镜镜片的设计与生产融合了数学、光学、有机化学、表面及结构物理、机械加工、医学等多学科领域技术。发行人在镜片生产环节正在使用多项核心技术，具体包括但不限于以下技术：

序号	核心技术名称	技术描述
1	一种高折射率、高阿贝数树脂镜片的制造工艺	应用本技术生产的镜片，折射率为 1.71 左右，阿贝数在 34 至 37 之间
2	用于制备高透光率高耐候性光学镜片材料的组合物	应用本技术生产的光学材料透光率大于 98%，并且具备较强的抗紫外线能力和耐候性
3	一种 PMC 防辐射树脂镜片及其制造工艺	应用本技术不仅能够有效降低基片边缘色散所造成的视野像差，提高成像清晰度，而且能够提高镜片的抗冲击性，增强树脂镜片配戴的安全性
4	树脂眼镜镜片，运动型抗冲击光学树脂眼镜片的制造工艺	应用本技术生产的树脂镜片，折射率为 1.545，色散系数为 42，能有效降低镜片边缘色散所造成的视野像差，提高清晰度，而且能够提高镜片的抗冲击性，增强树脂镜片配戴的安全性

发行人外购镜片原料生产的镜片也是上述核心技术的产业化体现，因此构成发行人的核心技术收入。

（3）折射率 1.74 镜片和原材料转售业务

报告期内，发行人外购 1.74 镜片转售以及外购镜片原料转售业务不构成发行人的核心技术收入，具体理由如下：报告期内，上述转售业务不涉及发行人的核心生产加工环节，属于贸易性质的业务，因此上述业务收入不构成发行人的核心技术收入。

报告期内，剔除折射率 1.74 镜片和原材料转售业务后，发行人核心技术收入及占比情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
营业收入	53,968.14	55,250.12	50,941.85
核心技术产品销售收入	52,483.47	53,540.04	48,784.30
核心技术产品销售收入占营业收入的比例	97.25%	96.90%	95.76%

5、核心技术的科研实力和成果情况

2011 年以来，发行人先后获得的主要成果及荣誉如下：

年份	荣誉名称	颁布单位
2011 年	高新技术产品认定证书（PMC 光学树脂镜片）	江苏省科学技术厅
2011 年	高新技术产品认定证书（超韧运动抗冲击树脂镜片）	江苏省科学技术厅
2011 年	中国驰名商标	国家工商行政管理总局商标局
2012 年	2011-2012 年度最佳科技创新产品奖（超韧镜片）	国家轻工业眼镜信息中心、中国眼镜科技杂志社
2012 年	江苏省民营科技企业	江苏省民营科技企业协会
2012 年、2014 年	年度最具影响力的民族品牌	国家轻工业眼镜信息中心、中国眼镜科技杂志社
2014 年	科学技术发明奖二等奖	中国轻工业联合会
2014 年	江苏省眼镜行业优秀生产企业	江苏省眼镜协会、江苏省工商联眼镜行业商会
2014 年	高新技术产品认定证书（1.552 非球面抗疲劳防蓝光树脂镜片）	江苏省科学技术厅
2014 年	高新技术产品认定证书（1.71 非球面树脂镜片）	江苏省科学技术厅
2015 年	江苏省民营科技企业	江苏省民营科技企业协会
2016 年	明月镜片：2015-2016 年度中国眼镜风云榜年度最佳镜片	国家轻工业眼镜信息中心、中国眼镜科技杂志社
2017 年	国家绿色工厂（光学）	中华人民共和国工业和信息化部
2017 年	绿色制造项目（光学）	江苏省发改委
2017 年	升级消费品（全季变色（全季膜变）镜片）	中国轻工业联合会
2017 年	创新消费品（明月 1.71 超薄高折射率镜片）	中国轻工业联合会
2019 年	高质量发展高品质服务示范单位	江苏省眼镜协会、江苏省工商联眼镜行业商会

公司参与制定的标准如下：

序号	标准名称	主管部门	公司担任的角色
1	《眼镜镜片光学树脂镜片》（QB/T 2506-2017）	中国轻工业联合会	主要参与起草单位
2	《近视太阳镜》（T/DYGA 0001-2017）	丹阳市眼镜商会	主要参与起草单位
3	《非球面树脂镜片》（T/DYGA 0002-2019）	丹阳市眼镜商会	主要参与起草单位
4	《儿童定配眼镜》（T/COOA 2-2020）	中国眼镜协会	主要参与起草单位

（二）研发情况

1、在研项目情况及进展情况

截至 2020 年 12 月 31 日，发行人正在从事的各研发项目情况如下：

序号	在研项目名称	项目概况	研发主体	进展阶段	研发拟实现的目标
1	光固化树脂材料及其工艺的研发	光固化树脂镜片工艺开发	明月镜片股份有限公司	中试	实现量产
2	高效防蓝光吸收剂及其工艺的研发	高效防蓝光镜片开发	明月镜片股份有限公司	中试	实现量产
3	多场景超高折射率环硫树脂单体及工艺的研发	多场景超高折射率光学设计树脂单体及镜片开发	明月镜片股份有限公司	试生产	实现量产
4	高端（高折射低色散高透）树脂镜片制备关键技术研发	高端（高折射低色散高透）树脂镜片开发	明月镜片股份有限公司	试生产	实现量产
5	高端镜片佩戴体验软硬件设计及研发	眼动仪硬件研发及虚拟试戴系统软件设计	上海理工大学	样品制作阶段	实现量产
6	1.60 防红外光线单体的研究	中折射率防红外光线单体的研究	江苏可奥熙光学材料科技有限公司	小试	实现量产
7	纳米级超细色浆的开发	超细颜料的研究	江苏可奥熙光学材料科技有限公司	大试	实现量产
8	1.71 超亮镜片树脂的研究	高折率超亮单体的研究	江苏可奥熙光学材料科技有限公司	基础研究	实现量产
9	近视管理镜片点阵微透镜离焦镜片的研究	近视管理镜片的研究	明月镜片股份有限公司	小试	实现量产
10	抗菌镜片及膜层开发	抗菌镜片及膜层开发	明月镜片股份有限公司	小试	技术储备

2、研发费用情况

自设立以来，发行人高度重视新产品、新技术、新工艺的开发与创新工作，新产品的研发与推广是发行人保持核心竞争力的重要保证。

研发投入主要为项目的开发、调研、技术人员开支等费用。报告期内，发行人研发投入情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
研发费用	1,762.43	1,626.62	1,535.41
营业收入	53,968.14	55,250.12	50,941.85
研发占比	3.27%	2.94%	3.01%

3、合作研发情况

本着优势互补、强强联合、产学研用协同发展的理念，公司与上海理工大学及庄松林院士团队、南京工业大学等知名高校及团队达成产学研用合作，分别成立了“上海理工-明月镜片眼镜光学工程技术研究中心”、“院士工作站”以及“南京工业大学-明月光电新材料新技术产业研究所”，将在科技难题攻关、重大产业化项目组织实施、科技项目申报、知识产权申报、产业人才培养以及创新平台建设等方面展开校企合作。

上海理工大学对“上海理工-明月镜片眼镜光学工程技术研究中心”的运行提供科研指导和人才培养，并为公司申报科技计划项目提供技术、成果和人才支撑，促进公司在工艺优化、自动化生产线、新品种开发、镜片设计的研发，加工检测设备的设计研发等方面实现技术革新或技术突破等。

“院士工作站”则主要通过对眼视光学中光学部分的研究，研制出符合国人配戴的光学矫正镜片，并对验光、定制、镜片参数检验等多环节进行深度优化。

“南京工业大学-明月光电新材料新技术产业研究所”主要专注于眼视光科学及其新材料技术、光电新材料和激光防护材料与装备等方面的科学研究和应用等。

经核查，发行人核心技术来源主要为公司在多年经营生产中取得，是公司主要技术人员在其受教育和工作阶段，通过自身学习和工作积累而成，属于原始创

新，对第三方不存在重大依赖。自公司成立以来，相关技术成果未发生纠纷或潜在纠纷情况。

（三）核心技术人员及研发人员相关情况

1、核心技术人员、技术人员占员工总数的比例

公司的核心技术人员为谢公兴、朱海峰、张佳康。其简历和研发情况参见“第五节 发行人基本情况”之“八、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员情况”之“（四）核心技术人员”。

截至 2020 年 12 月 31 日，公司拥有研发技术人员 119 人，约占公司员工总数的 9.50%。

2、重要科研成果和获得奖项情况，对公司研发的具体贡献

名称	重要科研成果、获得的奖项及对发行人研发的具体贡献
谢公兴	负责公司研发体系建设，技术标准制定等工作，是公司多项专利的发明人；参与制定《QB/T 2506-2017 眼镜镜片 光学树脂镜片》行业标准的制定，是全国光学和光子学标准化技术委员会眼镜光学分技术委员会委员。
朱海峰	公司研发工作的带头人，全面负责公司研发方向选定，研发项目推进工作，主导公司多项核心技术的形成，是多项专利的发明人。 参与研发的 PMC 镜片获镇江市科技进步三等奖。
张佳康	公司研发工作核心人员，负责公司研发工作的推进与落实工作。 上海理工大学光学工程硕士，参与的《多视轴渐进多焦点自由曲面镜片评价及优化设计方法研究》国家基金项目，获得了日内瓦展会创新奖，设计并落地了国内首家镜片行业的车房 MES 系统；参与了国产内表面非球面镜片设计；参与国产内渐进镜片设计。

3、激励措施

为保持核心技术人员的稳定性，公司采取了多种激励措施，主要包括：对表现突出的技术人员进行职级升迁、根据个人表现给予技术人员绩效奖金等物质奖励、引入核心员工持股等。一方面，公司建立了一系列较为灵活的技术创新机制和较为完善的管理制度。同时，建立了较为完善的绩效管理制度、薪酬和福利增长计划，并制定了项目负责制及相关的奖励制度，强化创新激励，提高了团队成员的创新积极性。另一方面，为实现对核心员工的长期激励，保持核心员工稳定

性，公司实施了股权激励。通过核心员工持股的激励方式，公司核心员工可以享有公司成长带来的资本收益。

（四）保持技术不断创新的机制、技术储备及技术创新的安排

为提升核心竞争力，继续发挥研发创新对公司发展的驱动作用，公司主要采用以下创新机制及安排推动公司不断创新：

1、建立健全研发体系

公司建立了研发中心，并设立院士工作站持续推进研发创新。公司通过预判未来市场发展以及响应客户需求相结合的方式选取研发方向，进行技术储备，同时与销售部门、生产部门进行联动，对市场及客户需求进行快速响应，通过响应需求、方案验证、沟通协作等方式有序推动技术储备及技术创新。

2、建立研发激励机制

为提高公司研发人员的积极性，公司建立了有效的绩效考核及激励机制，根据研发贡献及成果对研发人员进行考核评定，提供有竞争力的薪酬，同时对主要研发骨干人员授予股权，进行长期激励。

3、加大研发投入

公司重视自主研发的重要性，持续加大研发投入，报告期内，公司研发投入分别为 1,535.41 万元、1,626.62 万元和 1,762.43 万元，占各期营业收入比例为 3.01%、2.94%和 3.27%。未来公司将继续加大研发费用的投入，通过研发促进技术水平及产品性能提升。

4、加强研发团队建设

公司注重研发团队建设，不断完善研发技术人才的引进及培养，持续通过校园招聘、社会招聘等方式引进优秀人才，壮大研发队伍。同时，公司根据研发人员具体情况，制定科学合理的职业发展路径，保证员工可持续发展的职业生涯，提高研发团队稳定性。

八、境外经营情况

发行人控股子公司上海维沃在新加坡设有全资子公司新加坡维沃，主要从事镜片的境外销售业务，是贸易型公司。新加坡维沃的具体情况参见招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“五、公司控股、参股公司及分公司情况”。

第七节 公司治理与独立性

一、股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书以及审计委员会等机构和人员的运行及履职情况

（一）股东大会制度的建立、健全及运行情况

公司于 2019 年 11 月 15 日召开第一次股东大会，审议通过了《公司章程》及《股东大会议事规则》，选举产生了第一届董事会成员和第一届监事会中由股东代表出任的监事。此后，根据《公司法》及有关规定，公司进一步健全了《公司章程》和《股东大会议事规则》。股东大会是公司的权力机构，享有决定公司的经营方针和投资计划；选举和更换非由职工代表担任的董事、监事，决定有关董事、监事的报酬等事项的权利。

自股份公司成立至本招股说明书签署日，共召开了 10 次股东大会，全体股东以现场或通讯方式出席。上述股东大会均按照《公司法》、《公司章程》、《股东大会议事规则》等相关法律法规及规定的要求规范运作，出席股东人数、表决结果、召开程序、决议内容均符合《公司法》、《公司章程》等文件规定。

（二）董事会制度的建立、健全及运行情况

公司于 2019 年 11 月 15 日召开第一次股东大会，审议通过了《董事会议事规则》。此后，根据《公司法》及有关规定，公司进一步健全了《董事会议事规则》。董事严格按照《公司章程》和《董事会议事规则》的规定行使自己的权利，董事会运作规范，具体情况如下：自股份公司成立至本招股说明书签署日，公司共召开了 12 次董事会，全体董事以现场或通讯方式出席。上述会议在召集方式、议事程序、表决方式和决议内容等方面均符合有关法律、法规和《公司章程》的规定，不存在董事会或高级管理人员违反《公司法》及其他规定行使职权的情形。

本公司董事会由 7 名董事组成，其中独立董事 3 名，由股东大会选举或更换，任期 3 年。报告期内，公司董事会的召开及决议内容合法有效，不存在董事违反《公司法》及其他规定行使职权的情形。

（三）监事会制度的建立、健全及运行情况

公司于 2019 年 11 月 15 日召开第一次股东大会，审议通过了《监事会议事规则》。此后，根据《公司法》及有关规定，公司进一步健全了《监事会议事规则》。公司监事严格按照公司章程和监事会议事规则的规定行使自己的权利，监事会运作规范，具体情况如下：自股份公司成立至本招股说明书签署日，公司共召开了 8 次监事会会议，全体监事以现场或通讯方式出席。上述会议在召集方式、议事程序、表决方式和决议内容等方面均符合有关法律、法规和《公司章程》的规定。

根据《公司章程》规定，公司设监事会，监事会由 3 名监事组成，其中职工代表监事 1 人，监事会设主席 1 人；监事会应当包括股东代表和适当比例的公司职工代表，其中职工代表的比例不低于 1/3；监事会中的职工代表由公司职工通过职工代表大会、职工大会或者其他形式民主选举产生，股东代表由股东大会选举产生。

报告期内，公司监事会的召开及决议内容合法有效，不存在监事等人员违反《公司法》及其他规定行使职权的情形。

（四）独立董事制度的建立、健全及运行情况

公司根据《公司法》及《公司章程》的有关规定，并参照中国证监会颁布的《关于在上市公司建立独立董事制度的指导意见》和《上市公司治理准则》等规定，制定了《独立董事工作细则》，对独立董事任职资格、提名、选举、聘任、职权等作了详细规定。独立董事应对公司及全体股东负有诚信与勤勉义务，认真履行职责，维护公司整体利益，尤其要关注中小股东的合法权益不受损害。独立董事应独立履行职责，不受公司主要股东、实际控制人或者其他与公司存在利益关系的单位或个人的影响。

公司于 2019 年 11 月 15 日召开第一次股东大会，选举张银杰、傅仁辉和宁钟为公司独立董事。宁钟因个人原因辞职，2020 年 8 月 13 日，公司召开 2020 年第四次临时股东大会，选举孙健为公司独立董事。截至本招股说明书签署日，公司董事会成员中共有 3 名独立董事，占董事会成员总数的比例超过三分之一。

自公司独立董事任职以来，能够严格按照《公司章程》、《独立董事工作细则》等相关文件的要求，认真履行职权，积极出席公司董事会会议，参与讨论决策有关重大事项，对公司的规范运作起到了积极的作用。报告期内，独立董事未对发行人有关审议事项提出异议。

（五）董事会下设专门委员会的设置及运行情况

发行人董事会下设审计委员会、战略与投资委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会等专门委员会。董事会专门委员会为董事会的专门工作机构，专门委员会对董事会负责，各专门委员会的提案提交董事会审议决定。

1、审计委员会人员构成及运行情况

审计委员会主要职责为：提议聘请或更换外部审计机构；监督公司的内部审计制度及其实施；负责内部审计与外部审计之间的沟通；审查公司的财务信息及其披露；审查公司内控制度,对重大关联交易进行审计；公司董事会授予的其他事宜。

本届审计委员会成员为：傅仁辉、曾哲、张银杰。其中，傅仁辉为召集人。审计委员会委员任期与董事会任期一致，委员任期届满，连选可以连任。

自股份公司成立至本招股说明书签署日，审计委员会共计召开 3 次会议，会议召集程序、表决方式和审议内容符合《公司章程》以及《董事会审计委员会工作细则》的规定。

2、战略与投资委员会人员构成及运行情况

战略与投资委员会主要职责为：对公司的长期发展规划、经营目标、发展方针进行研究并提出建议；对公司的经营战略包括但不限于产品战略、市场战略、营销战略、研发战略、人才战略进行研究并提出建议；对公司重大战略性投资、

融资方案进行研究并提出建议；对公司重大资本运作、资产经营项目进行研究并提出建议；对其他影响公司发展战略的重大事项进行研究并提出建议；对以上事项的实施进行跟踪检查；公司董事会授权的其他事宜。

本届战略与投资委员会成员为：谢公晚、谢公兴、彭志云。其中，谢公晚为召集人。战略与投资委员会委员任期与董事会任期一致，委员任期届满，连选可以连任。

自股份公司成立至本招股说明书签署日，战略与投资委员会共计召开 1 次会议，会议召集程序、表决方式和审议内容符合《公司章程》以及《董事会战略与投资委员会工作细则》的规定。

3、提名委员会人员构成及运行情况

提名委员会的主要职责权限为：根据公司经营活动情况、资产规模和股权结构对董事会的规模和构成向董事会提出建议；研究董事、高级管理人员的选择标准和程序，并向董事会提出建议；广泛搜寻合格的董事和高级管理人员的人选；对董事候选人和须提请董事会聘任的高级管理人员人选进行审查并提出建议；董事会授权的其他事宜。

本届提名委员会成员为：谢公兴、孙健、张银杰。其中，张银杰为召集人。提名委员会委员任期与董事会任期一致，委员任期届满，连选可以连任。

自股份公司成立至本招股说明书签署日，提名委员会共计召开 2 次会议，会议召集程序、表决方式和审议内容符合《公司章程》以及《董事会提名委员会工作细则》的规定。

4、薪酬与考核委员会人员构成及运行情况

薪酬与考核委员会的主要职责权限为：研究国家有关薪酬方面的法律、法规；研究国内外、行业内外的薪酬案例；研究董事与高级管理人员考核的标准，进行考核并提出建议，向董事会提交被考核人员的绩效评价报告；研究和审查董事、高级管理人员的薪酬政策与方案，并拟订董事、高级管理人员的薪酬方案；研究

公司薪酬激励方案，包括但不限于股权激励方案等；监督检查薪酬方案执行情况；解释公司薪酬计划；公司董事会委派的其他事项。

本届薪酬与考核委员会成员为：曾哲、张银杰、傅仁辉。其中，张银杰为召集人。薪酬与考核委员会委员任期与董事会任期一致，委员任期届满，连选可以连任。

自股份公司成立至本招股说明书签署日，薪酬与考核委员会共计召开 1 次会议，会议召集程序、表决方式和审议内容符合《公司章程》以及《董事会薪酬与考核委员会工作细则》的规定。

（六）报告期内发行人公司治理存在的缺陷及改进情况

发行人自整体变更设立以来，严格按照《公司法》、《证券法》、《上市公司章程指引》等法律法规的要求，制定了《公司章程》，逐步建立健全了股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度以及专门委员会制度，并制定了公司治理相关的规章制度。公司治理结构相关制度制定以来，公司股东大会、董事会、监事会、独立董事和董事会秘书依法规范运作，履行职责，公司治理结构不断健全和完善。

二、发行人特别表决权股份或类似安排的情况

发行人不存在特别表决权股份或类似安排。

三、发行人协议控制架构的情况

发行人不存在协议控制架构或类似安排。

四、发行人的内部控制情况

（一）发行人管理层对内部控制的自我评价

公司管理层对公司的内控制度进行了自查和评估后认为：“根据公司财务报告内部控制重大缺陷的认定情况，于内部控制评价报告基准日，公司不存在财务

报告内部控制重大缺陷。董事会认为，公司已按照企业内部控制规范体系和相关规定的要求在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。

根据公司非财务报告内部控制重大缺陷认定情况，于内部控制评价报告基准日，公司未发现非财务报告内部控制重大缺陷。

自内部控制评价报告基准日至内部控制评价报告发出日之间，未发生影响内部控制有效性评价结论的因素。”

（二）财务内控不规范及整改情况

1、利用个人账户对外收付款项

（1）报告期内公司利用个人账户对外收款的情形

报告期内，不存在由关联方、个人代收货款情况。

（2）报告期内公司利用个人账户对外付款的情形

报告期内，不存在由关联方、个人代付情况。

2、与关联方进行资金拆借及关联方资金占用情况

（1）报告期内公司与关联方进行资金拆借及关联方资金占用的情况

报告期内，公司与关联方之间的直接进行资金拆借的情况如下：

1）发行人与关联方资金拆借情况

单位：元

2018 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日				
关联方	**期初余额**	**当期流出**	**当期流入**	**期末余额**
资金拆入				
明月实业	6,363,047.61	6,386,444.52	23,396.91	-
VOPTICSPTE.LTD	41,652.84	41,652.84	-	-
资金拆出				
金晓华	2,896.96	2,896.96	-	-

2）关联方资金拆借具体情况

单位：元

关联方	拆借金额	起始日	到期日	年利率
拆入				
明月实业	6,363,047.61	2017/1/1	2018/1/23	6.00%
VOPTICSPTE.LTD	41,652.84	2017/5/1	2020/6/30	
拆出				
金晓华	2,896.96	2018/1/1	2018/11/12	

（2）资金往来产生原因与背景

1）拆入资金：发行人报告期分别与其母公司上海明月实业有限公司、关联方 V OPTICS PTE. LTD 拆入资金系因公司临时性资金周转需要产生，相关借款分别于 2018 年 1 月、2020 年 6 月归还完毕，不存在通过体外资金循环粉饰业绩的情形。

2）拆出资金：发行人报告期与实际控制人谢公晚配偶金晓华的拆出资金系由其替公司代收废品销售款产生的尾款，相关款项于 2018 年 11 月归还完毕。相关行为同时构成关联方资金占用。

3）资金拆借的利息计提

公司对与明月实业的资金拆借计提了利息； V OPTICS PTE. LTD 和金晓华之间的资金拆借因借款金额较小或借款时间较短，未计提利息。根据公司与明月实业签订的借款合同，双方借款利率为 6%，公司根据每笔资金往来占用金额及占用期限计提并支付利息。

2018 年对明月实业应计利息金额为 2.34 万元，2019 年、2020 年度不存在应计利息。公司因使用关联方资金支付的利息对公司业绩的影响较小，公司不存在对关联方资金重大依赖的情形。

2018 年度公司拆入明月实业资金利息测算如下：

单位：元

债权人	借款金额	起息日	结息日	利率	应计利息
明月实业	6,103,542.99	2018/1/1	2018/1/23	6.00%	23,396.91

债权人	借款金额	起息日	结息日	利率	应计利息
应记利息合计					23,396.91
账面已计利息					23,396.91

上述利息已全额计入公司账面当期损益，截止 2019 年 12 月已全部结清。

（3）整改措施

针对关联方资金拆借及资金占用行为，公司采取了下列整改措施：

1）截至本招股说明书签署日，公司已全额归还了向明月实业、谢公兴及 V OPTICS PTE.LTD 借入的资金，收回了向金晓华借出的资金。

2）组织公司实际控制人、董事、监事、高级管理人员及财务人员深入学习《公司法》、《证券法》等相关法律法规，提高资金管理安全性和使用规范性的意识。

3）公司制定了《公司章程》、《关联交易管理办法》、《控股股东和实际控制人行为规范》和《董事、监事、高级管理人员行为准则》等一系列公司治理规章制度，具体规定了资金往来的决策程序、回避表决制度等，对公司与关联方之间的资金拆借行为进行严格管理。

4）公司第一届董事会第七次会议、2020 年第二次临时股东大会审议通过《关于对公司 2017 年度、2018 年度及 2019 年度关联交易予以确认的议案》，公司第一届董事会第九次会议、2020 年第四次临时股东大会审议通过《关于对公司 2020 年 1-6 月关联交易予以确认的议案》，公司第一届董事会第十二次会议、2020 年度股东大会审议通过《关于对公司 2020 年度关联交易予以确认的议案》，公司对 2017 年以来的包括关联资金占用的关联交易行为进行了确认。

针对前述资金拆借及资金占用行为可能存在的后续影响，公司控股股东明月实业和公司实际控制人谢公晚、谢公兴和曾少华出具承诺，承诺将不以代垫费用或其他支出、直接或间接借款、代偿债务等任何方式占用股份公司及其子公司的资金，且将严格遵守《中华人民共和国公司法》、《公司章程》、《关联交易管理办法》等公司治理相关制度的规定，维护股份公司财产的完整和安全；若因出具本

承诺之日前与本公司及本公司直接或间接控制的其他企业之间发生的相互借款行为而被政府主管部门处罚的，承诺人愿意对发行人因受到该等处罚而产生的经济损失予以全额赔偿。

（4）发行人对关联方资金拆借的规范措施、内控制度的设计和实施情况

为杜绝关联方资金拆借行为，发行人已采取如下措施：

1）内控制度的设计及实施情况

发行人在《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》中明确规定了关联交易的决策权力和审议程序，并制定了《关联交易管理办法》、《独立董事工作制度》，对公司与关联方之间的交易内容、董事会与股东大会审议关联交易的权限与决策程序、关联董事及关联股东的回避表决程序、独立董事对关联交易发表独立意见等均作出明确规定。

自发行人股改完成后，上述制度得到了有效的执行，未再发生关联方资金占用的情况。

2）相关承诺

为了杜绝未来关联方资金占用情形的发生，公司控股股东明月实业、实际控制人谢公晚、谢公兴、曾少华及其近亲属均作出了《关于避免资金占用的承诺》，承诺不以任何方式违规占用或使用发行人的资金或其他资产、资源，不以任何直接或者间接的方式损害或可能损害发行人及股东利益。若违反上述承诺，将承担因此给发行人造成的一切损失。

（三）注册会计师对公司内部控制的鉴证意见

立信所根据《企业内部控制基本规范》及相关具体规范，对公司内部控制制度进行了审核，出具了信会师报字[2021]第 ZA11437 号《内部控制鉴证报告》，认为：发行人按照财政部等五部委颁发的《企业内部控制基本规范》及相关规定于 2020 年 12 月 31 日在所有重大方面保持了与财务报表相关的有效的内部控制。

五、公司违法违规情况

报告期内，公司严格按照相关法律法规及《公司章程》的规定开展经营，不存在重大违法违规行为。报告期内，发行人因经营不规范行为受到环保、工商的行政处罚，具体情况如下：

（一）环保处罚情况

2018 年 5 月，明月镜片、江苏赛蒙受到丹阳市环境保护局的行政处罚，具体情况参见招股说明书“第六节 业务与技术”之“一、发行人主营业务经营情况”之“（六）生产经营中涉及的主要环境污染物、主要处理设施及处理能力”之“2、环保合规情况”。

（二）工商处罚情况

1、违法广告具体情况

上海明月丹阳分公司违法广告处罚事宜的具体情况如下：

（1）广告处罚的具体内容

镇江市工商行政管理局于 2018 年 3 月 5 日作出镇工商案[2018]第 00003 号《行政处罚决定书》，上海明月丹阳分公司在广告灯箱、天猫“明月镜片旗舰店”、发行人主页（http://www.mingyue.com）使用“明月镜片是全国销量第一的镜片品牌”的广告宣传语，并在天猫“明月镜片旗舰店”、发行人主页（http://www.mingyue.com）使用“给眼睛最合适的健康选择”的广告宣传语，违反了《中华人民共和国广告法》第九条中“广告不得有下列情形：（三）使用‘国家级’、‘最高级’、‘最佳’等用语”的规定，对上海明月丹阳分公司处以 205,000 元的罚款处罚。

（2）广告处罚对发行人的影响

发行人上述违法广告系在广告中使用了“国家级”、“最高级”等用语，对“明月”品牌进行宣传，并非针对某一系列产品的宣传广告，上述处罚仅系对上海明月丹阳分公司处以罚款处罚，并未限制发行人销售某一系列产品。根据《审计报告》，发行人 2018 年度、2019 年度、2020 年度主营业务收入分别为 502,691,838.03

元、550,615,174.50 元、538,150,967.89 元，发行人主营业务收入并未因上述广告处罚而受到影响。

发行人在上述处罚发生后已及时缴纳罚款并进行积极整改：（1）对现有宣传渠道的所有广告内容进行全面检查，对有歧义的广告用语进行更正修改；（2）对发行人宣传部门进行系统、详细的广告法等法规培训，进一步健全和完善对外广告发布的审查机制；（3）召开公司级专题会议，强调合法合规进行广告宣传，并制定相关审查规章制度。

根据《中华人民共和国广告法（2018 年修正）》第五十七条：“有下列行为之一的，由市场监督管理部门责令停止发布广告，对广告主处二十万元以上一百万元以下的罚款，情节严重的，并可以吊销营业执照，由广告审查机关撤销广告审查批准文件、一年内不受理其广告审查申请；（一）发布有本法第九条、第十条规定的禁止情形的广告的”。上海明月丹阳分公司上述违法行为的罚款金额较小，不属于重大或情节严重的行政处罚。

镇江市工商行政管理局于 2018 年 4 月 12 日出具证明，确认上海明月丹阳分公司上述违法行为不属于重大行政违法违规行为。

上述广告处罚未对发行人生产经营产生影响，不属于重大违法违规行为。

2、发行人不存在其他广告违法违规行为的核查

保荐机构及发行人律师与发行人的董事、监事、高级管理人员进行了访谈，查阅了发行人及其子公司报告期内的营业外支出明细、记账凭证及原始单据、主管部门出具的证明，并通过国家企业信用信息公示系统进行了查询。

经核查，除上述广告处罚情况外，发行人及其子公司不存在其他广告、宣传违法违规行为，不存在因违法广告问题被列入广告发布严重失信企业名单的情形。

公司已依法建立健全股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度。自成立至今，公司及其董事、监事和高级管理人员严格按照公司章程及相关

法律法规的规定开展经营活动，除上述事项外，发行人报告期内不存在其他违法、违规的情况。

六、公司控股股东资金占用及为控股股东担保的情况

报告期内，公司不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业进行担保的情况；不存在控股股东、实际控制人直接占用公司资金的情况，存在实际控制人占用废料回款的情况，详细情况参见“第七节 公司治理与独立性”之“九、关联方及关联交易”之“（二）关联交易”之“2、偶发性关联交易”。

公司实际控制人谢公晚、谢公兴、曾少华出具了《避免资金占用承诺函》，承诺：（1）本人及本人实际控制的企业（除明月镜片及其子公司外），今后不会以任何理由、任何形式占用明月镜片及其子公司资金。（2）本人严格遵守《公司法》及中国证监会关于上市公司法人治理的有关规定，维护明月镜片的独立性，绝不损害明月镜片及其他中小股东利益。（3）本承诺具有法律效力，如有违反，本人除按照有关法律规定承担相应的法律责任外，还将按照发生资金占用当年明月镜片的净资产收益率和同期银行贷款利率孰高原则，向明月镜片承担民事赔偿责任。

七、发行人面向市场独立持续经营能力的情况

发行人自成立以来，严格按照《公司法》、《证券法》等有关法律法规和《公司章程》的要求规范运作。目前，发行人在资产、人员、财务、机构、业务等方面与实际控制人及其控制的其他企业完全分开，具有独立、完整的业务体系及面向市场独立经营的能力。发行人已达到《深圳证券交易所创业板股票上市规则》和《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》对公司独立性的基本要求。

（一）资产完整情况

公司具备与生产经营有关的主要生产系统、辅助生产系统和配套设施，合法拥有与生产经营有关的主要土地、厂房、机器设备以及商标、专利和其他资产的

所有权或使用权，具有独立的原料采购和产品销售系统。公司资产权属清晰、完整，不存在依赖控股股东、实际控制人资产进行生产经营的情况。

（二）人员独立情况

公司的董事、监事及高级管理人员均以合法程序选举或聘任，不存在股东超越发行人股东大会和董事会作出人事任免决定的情况。公司拥有独立的人力资源部门，独立负责员工劳动、人事、工资管理及社会保障。公司的总经理、副总经理、财务负责人和董事会秘书等高级管理人员不在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其他职务，不在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领薪；公司的财务人员不在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职。

（三）财务独立情况

公司设有独立的财务部门，已建立独立的财务核算体系，能够独立作出财务决策，具有规范的财务会计制度和对分公司、子公司的财务管理制度。发行人在银行开立了独立的账户，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户的情形。发行人作为独立的纳税人，依法进行纳税申报并履行纳税义务，无混合纳税现象。

（四）机构独立情况

公司已建立健全内部经营管理机构，独立行使经营管理职权，股东大会、董事会、监事会、经理层严格按照《公司章程》规范运作，并履行各自职责。公司建立了较为完善的组织机构，拥有完善的业务系统及配套部门，各部门运行良好。公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间不存在混合经营、合署办公等机构混同情形。

（五）业务独立情况

公司拥有独立、完整的研发、生产、采购、销售体系，公司业务独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业不存在同业竞争，不存在显失公平的关联交易。

（六）主营业务、控制权、管理团队和核心技术人员稳定情况

公司最近 2 年内主营业务和董事、高级管理人员及核心技术人员均没有发生重大不利变化；控股股东和受控股股东、实际控制人支配的股东所持发行人的股份权属清晰，最近 2 年实际控制人没有发生变更，不存在导致控制权可能变更的重大权属纠纷。

（七）其他对持续经营有重大影响事项的情况

公司不存在主要资产、核心技术、商标的重大权属纠纷，不存在重大偿债风险，不存在重大担保、诉讼、仲裁等或有事项，经营环境未发生重大变化。

保荐机构认为，发行人已达到发行监管对公司独立性的基本要求，发行人上述独立经营情况真实、准确、完整。

八、同业竞争情况

（一）发行人控股股东、实际控制人控制的其他企业与公司不存在同业竞争的情况

发行人是一家国内领先的综合类眼镜镜片生产商，业务涵盖树脂原料的研发、生产及销售，镜片光学结构、光学膜层及功能化镜片的研发及设计，树脂镜片大规模工业化生产及个性化定制生产，镜架设计、生产及成镜生产、销售，为市场提供品质稳定、品类齐全的眼视光产品。自设立以来，发行人一直专注于镜片等眼视光产品的研发、设计、生产和销售。

公司的控股股东是明月实业，公司的实际控制人为谢公晚、谢公兴和曾少华。截至本招股说明书签署日，除发行人外，明月实业未控制其他企业，实际控制人谢公晚、曾少华未控制其他企业，实际控制人谢公兴控制的其他企业为香港明月。香港明月目前尚未开展实际业务。公司控股股东、实际控制人及其控制的其他企业未从事与本公司相同或类似的业务，与公司不存在同业竞争或潜在的同业竞争。

（二）发行人实际控制人近亲属控制的企业情况

1、实际经营业务情况

截至本招股说明书签署日，发行人实际控制人近亲属控制的企业实际经营业务以及其与发行人业务关系的具体情况如下：

序号	企业名称	关联关系	实际经营业务	与发行人业务的关系
与发行人存在业务往来的关联方				
1	南京中视	实际控制人谢公兴配偶的弟弟肖皖持股 60%并担任执行董事兼总经理	镜片和太阳镜片的销售	上下游关系，系发行人的经销商，2018 年至 2020 年，其向发行人采购产品的金额分别为： 1,223,862.18 元、1,194,018.01 元、1,386,506.37 元
2	上海立正	实际控制人谢公晚配偶的弟弟金祥持股 50%并担任执行董事兼总经理，金祥配偶杨彩霞持股 50%	眼镜销售	上下游关系，曾系发行人的客户，2018 年至 2020 年，其向发行人采购产品的金额分别为： 6,057.23 元、0 元、0 元
3	上海宾得	实际控制人谢公晚配偶的哥哥金林持股 55%并担任执行董事	眼镜镜片的生产和销售	属于同一行业，曾与发行人存在业务往来，2018 年至 2020 年，其向发行人采购产品的金额分别为：72,172.84 元、0 元、0 元；报告期内其向发行人销售产品的金额分别为：0 元、0 元、0 元
与发行人不存在业务往来的关联方				
1	上海朝日	实际控制人谢公晚配偶的弟弟金祥持股 50%并担任监事、金祥配偶杨彩霞持股 50%并担任执行董事	眼镜销售	上下游关系，与发行人不存在业务往来
2	金氏镀膜	实际控制人谢公晚配偶的兄弟金林与金祥持股 100%的企业	拟从事眼镜镀膜、加工、销售，但设立至今无实际经营	上下游关系，与发行人不存在业务往来
3	益得利	实际控制人谢公晚配偶的姐姐金爱珍的个人独资企业	隐形眼镜的销售	上下游关系，与发行人不存在业务往来
4	上海仕宝	实际控制人谢公兴配偶的弟弟肖皖及其父亲肖承律合计持股 100%并由肖皖任执行董事	拟从事镜片的销售，但设立至今无实际经营	上下游关系，与发行人不存在业务往来
5	上海艺娇	实际控制人谢公晚配偶的哥哥金林持股 80%并担任执行董事	物业管理、仓储	所属不同行业，与发行人不存在业务往来
6	目行图	实际控制人谢公晚配偶的弟弟金祥持有 55%的股权并担任监事	拟从事电子商务业务，但设立至今无实际经营	所属不同行业，与发行人不存在业务往来

2、经营的合法合规性

发行人实际控制人近亲属控制的企业曾受到的行政处罚情况具体如下：

处罚对象	处罚部门	处罚决定书编号	处罚内容	处罚内容	处罚时间
目行图	上海市青浦区市场监督管理局	青市监案处字[2016]第290201613546号	公司成立后无正当理由超过六个月未开业的，或者开业后自行停业连续六个月以上的	吊销营业执照	2016年10月13日

发行人实际控制人近亲属控制的企业除受到上述行政处罚外，不存在受到其他行政处罚的情形。

鉴于上述发行人实际控制人近亲属控制的企业所受行政处罚系因其自身行为导致，与发行人及其实际控制人无任何关系，亦并非因发行人及其实际控制人的行为导致该等行政处罚；同时，上述企业与发行人在历史沿革、资产、人员、业务和技术等方面均相互独立，其在报告期内所受上述行政处罚不会对发行人的业务经营和本次发行上市造成不利影响。

3、在历史沿革、资产、人员、业务和技术等方面与发行人的关系

发行人在历史沿革、资产、人员、业务和技术等方面均独立于发行人实际控制人近亲属控制的企业，具体情况如下：

（1）历史沿革与发行人的关系

发行人前身明月光电成立于2002年9月17日，并于2019年11月整体变更为股份有限公司。自明月光电成立至今，其历次股权变动、增资变动情况均独立于发行人实际控制人近亲属控制的企业，与发行人实际控制人近亲属控制的企业相互之间均不存在任何持股关系。发行人的历史沿革独立于发行人实际控制人近亲属控制的企业，该等关联方历史上股东及董事、监事、高级管理人员均不是发行人的股东、董事、监事、高级管理人员，具体情况如下：

序号	企业名称	历史上的股东	董事	监事	高级管理人员
与发行人存在业务往来的关联方					

1	南京中视	肖皖、朱晓彪	肖皖	朱晓彪	肖皖
2	上海立正	金祥、金林、杨彩霞	金祥	杨彩霞	金祥
3	上海宾得	金祥、金林、戴黄录	金林	金丽晴	金林
与发行人不存在业务往来的关联方					
1	上海朝日	金祥、杨彩霞	杨彩霞	金祥	-
2	金氏镀膜	金林、金祥	金林	金祥	金林
3	益得利	金爱珍、欧玉叶	-	-	-
4	上海仕宝	肖皖、肖承律	肖皖	肖承律	-
5	上海艺娇	金祥、金林、戴黄录	金林	戴黄录	-
6	目行图	金祥、黄志强	金亚玲	金祥	金亚玲

（2）资产与发行人的关系

发行人及其子公司与生产经营有关的生产系统、辅助生产系统和配套设施以及土地、厂房、机器设备、商标、专利的所有权或使用权均登记在其名下。发行人拥有自身独立完整的经营资产，产权明确，不存在与发行人实际控制人近亲属控制的企业之间资产混同、互相依赖情形，不存在发行人的核心资产来源于或转移至发行人实际控制人近亲属控制的企业的情形。

（3）人员与发行人的关系

发行人的总经理、副总经理、财务负责人和董事会秘书等高级管理人员未在发行人实际控制人近亲属控制的企业中担任包括董事、监事、高级管理人员的任何职务，未在发行人实际控制人近亲属控制的企业兼职或领薪；发行人的财务人员未在发行人实际控制人近亲属控制的企业中兼职。发行人与发行人实际控制人近亲属控制的企业各自独立聘任人员和对人员进行管理。发行人建立了独立的人事档案、人事聘用和任免制度以及考核、奖惩制度，与发行人员工签订了劳动合同，建立了独立的工资管理、福利与社会保障体系。

（4）业务与发行人的关系

发行人实际控制人近亲属控制的企业中，上海宾得与发行人属于同一行业，上海立正、上海朝日、金氏镀膜、益得利、南京中视、上海仕宝的实际经营业务

虽均属于发行人的下游，但与发行人之间不存在交易或交易金额很小，未对发行人业务的独立性造成影响；上海艺娇、目行图与发行人分属不同的行业。发行人与上海宾得虽均从事眼镜镜片的生产和销售业务，但上海宾得自 2019 年 1 月 1 日之日起不再从事眼镜镜片的生产，除销售剩余存货外无其他经营活动。

报告期内，该等关联方中上海立正、上海宾得、南京中视存在向发行人采购产品的情形，该等交易合计金额较小，占发行人同期营业收入、采购金额比例较低，

发行人拥有生产经营所需的场所、生产设备，拥有独立的原材料采购渠道和销售渠道，拥有独立于其他第三方的决策机构和经营管理人员。发行人具有独立、完整的业务体系，具有开展生产经营所必备的资产；发行人自主开展业务，具备面向市场独立经营的能力其业务包括但不限于主营产品及项目的研发、生产、销售均独立于上述企业，不存在对上述企业的业务依赖情形。

（5）技术与发行人的关系

发行人主要从事镜片、镜片原料、成镜和镜架等眼视光产品研发、设计、生产和销售，其核心技术源于自身积累研发，并形成自有知识产权，发行人与上述企业不存在知识产权或技术共用、混同的情形，不存在相互转让或许可使用知识产权或技术的情形。

综上所述，发行人与发行人实际控制人近亲属控制的企业各自独立发展和经营，在历史沿革的发展过程中与发行人实际控制人近亲属控制的企业不存在任何关系，在资产、人员、业务和技术等方面均独立于发行人实际控制人近亲属控制的企业。

4、关于上述企业与发行人不存在共同生产、共用采购、销售渠道、通用原材料、为发行人提供外协的核查

上海宾得自 2019 年 1 月 1 日之日起不再从事眼镜镜片的生产。除上海宾得外，发行人实际控制人近亲属控制的企业经营活动中均不存在生产环节。发行人拥有独立于发行人实际控制人近亲属控制的企业的生产系统、辅助生产系统及配

套设施、工业产权、非专利技术等，发行人拥有独立的生产车间，发行人生产的所有产品的主要生产工艺流程均在发行人内部完成，由发行人的人员运用设备进行生产，能生产完整的产成品。发行人与上述企业不存在共同生产、为发行人提供外协的情形。

报告期内，发行人前十大供应商和客户与上述关联方的前十大供应商、客户均不存在重合；发行人与上海宾得存在向同一高折射率树脂单体供应商 MITSUI CHEMICALS 采购的情形，主要系由于 MITSUI CHEMICALS 及其关联方系高折射率树脂单体的全球主要供应商。报告期外，上海宾得曾向三井中国采购 MR-8 树脂原料。但由于其业务萎缩，采购量减小，报告期内上海宾得未向三井中国、韩国 KOC 采购树脂原料。此外，发行人已构建独立完整的采购体系和销售渠道，基于自身研发技术、品牌等优势与资源独立获取客户及供应商，具备独立进行供应商、客户评价与管理的能力，拥有采购、销售业务的自主经营决策权且独立进行结算，不存在共用采购、销售渠道的情形。

上述企业中，金氏镀膜、上海仕宝、目行图设立至今无实际经营，上海艺娇从事物业管理，该等企业与发行人不存在通用原材料的情形；南京中视、上海立正、上海朝日、益得利主要从事眼镜/隐形眼镜的销售，属于发行人的下游行业，该等企业与发行人不存在通用原材料的情形；上海宾得曾从事镜片的生产，与发行人存在通用原材料的情形，自 2019 年 1 月 1 日起，上海宾得不再从事镜片的生产，未进行通用原材料的采购。

上述企业与发行人不存在共同生产、共用采购、销售渠道、通用原材料、为发行人提供外协的情形。

5、上述企业与发行人及其实际控制人、董监高、其他主要核心人员、主要客户、供应商及主要股东之间资金、业务往来的核查

报告期内，上述企业与发行人的业务往来情况如下：

（1）发行人向上述企业销售产品

单位：元

关联方	交易内容	2020 年度	2019 年度	2018 年度
上海立正	销售镜片	-	-	6,057.23
上海宾得	销售材料	-	-	72,172.84
南京中视	销售镜片	1,386,280.51	1,194,018.01	1,223,862.18
	销售成镜	225.86	-	-

（2）发行人向南京中视出租的设备

2016 年 1 月，发行人与南京中视签订了《设备租赁合同》，约定发行人向南京中视出租一套 LE-1000LE/PL4 全自动磨边机设备，用于镜片的打磨，租赁期间为 2016 年 1 月 1 日至 2018 年 12 月 31 日，每年租金为 40,375 元（含税）。

除上述正常业务往来外，发行人实际控制人近亲属其他控制的企业与发行人及其实际控制人、董监高、其他主要核心人员、主要客户、供应商及主要股东之间不存在资金、业务往来。

6、关于不存在关联交易非关联化、为发行人承担成本费用、利益输送或其他利益安排等的核查

发行人不存在关联交易非关联化、不存在实际控制人近亲属控制的企业为发行人承担成本费用、利益输送或其他利益安排等情形。

7、关于符合《首发业务若干问题解答》披露要求的核查

1）核查范围

根据《首发业务若干问题解答》的规定，同业竞争的核查范围为发行人控股股东（或实际控制人）及其近亲属全资或控股的企业；如果发行人控股股东或实际控制人是自然人，其夫妻双方直系亲属（包括配偶、父母、子女）控制的企业与发行人存在竞争关系的，应认定为构成同业竞争。

2）判断原则

根据《首发业务若干问题解答》的规定，核查认定该相同或相似的业务是否与发行人构成“竞争”时，应按照实质重于形式的原则，结合相关企业历史沿革、

资产、人员、主营业务（包括但不限于产品服务的具体特点、技术、商标商号、客户、供应商等）等方面与发行人的关系。

发行人与发行人实际控制人近亲属控制的企业各自独立发展和经营，在历史沿革的发展过程中与发行人实际控制人近亲属控制的企业不存在任何关系，在资产、人员、业务和技术等方面均独立于发行人实际控制人近亲属控制的企业。

上述企业与发行人的交易往来情况参见本节之“九、关联方及关联交易”之“（二）关联交易”。

8、关于发行人实际控制人亲属控制的企业的核查

（1）实际经营业务情况

截至本招股说明书出具之日，报告期内，发行人实际控制人直系亲属、其他亲属控制的企业实际经营业务以及其与发行人业务关系的具体情况如下：

序号	企业名称	关联关系	实际经营业务	业务的关系	2018 年度至 2020 年度交易情况
与发行人属于相同或相似行业的关联方					
1	上海宾得	实际控制人谢公晚配偶的哥哥金林持股 55%并担任执行董事	眼镜镜片的生产和销售，目前无实际生产	属于同一行业，曾与发行人存在业务往来	各期向发行人采购产品，金额分别为：7.22 万元、0 元、0 元；向发行人销售产品的金额分别为：0 元、0 元、0 元
2	上海立正	实际控制人谢公晚配偶的弟弟金祥持股 50%并担任执行董事兼总经理，金祥配偶杨彩霞持股 50%	眼镜销售	上下游关系，曾系发行人的客户	各期向发行人采购产品，金额分别为：0.61 万元、0 元、0 元
3	上海朝日	实际控制人谢公晚配偶的弟弟金祥持股 50%并担任监事、金祥配偶杨彩霞持股 50%并担任执行董事	眼镜销售	上下游关系，与发行人不存在业务往来	无交易
4	南京中视	实际控制人谢公兴配偶的弟弟肖皖持股 60%并担任执行董事兼总经理	镜片和太阳镜片的销售	上下游关系，系发行人的经销商	各期向发行人采购产品，金额分别为：122.39 万元、119.40 万元、138.65 万元
5	益得利	实际控制人谢公晚配偶的姐姐金爱珍的个人独资企业	仅销售隐形眼镜	不同的细分领域，与发行人不存在	无交易

				业务往来	
6	金氏镀膜	实际控制人谢公晚配偶的兄弟金林与金祥持股 100%的企业	2002 年 4 月 12 日吊销。拟从事眼镜镀膜加工等，但设立至今无实际经营	上下游关系，与发行人不存在业务往来	无交易
7	上海仕宝	实际控制人谢公兴配偶的弟弟肖皖及其父亲肖承律合计持股 100%并由肖皖任执行董事	2003 年 3 月 26 日吊销。拟从事镜片的销售，但设立至今无实际经营	上下游关系，与发行人不存在业务往来	无交易
与发行人不属于相同或相似行业的关联方					
1	上海艺娇	实际控制人谢公晚配偶的哥哥金林持股 80%并担任执行董事	物业管理、仓储	所属不同行业，与发行人不存在业务往来	无交易
2	目行图	实际控制人谢公晚配偶的弟弟金祥持有 55%的股权并担任监事	拟从事电子商务业务，但设立至今无实际经营	所属不同行业，与发行人不存在业务往来	无交易

（2）是否存在同业竞争情况

发行人系一家国内领先的综合类眼镜镜片生产商，业务涵盖产业链的各个环节，包括树脂原料、镜片、镜架、成镜的研发、生产及销售等。因此，当关联方业务涉及镜片的生产、眼镜的销售业务时，与发行人形成一定的竞争关系。但该等关联方竞争关系较弱，并不会对发行人的独立性产生重大影响，具体情况如下：

1）存在同业竞争的企业

根据上表情况，上海宾得、上海立正、上海朝日和南京中视主营业务涉及镜片的生产或销售，该等企业与发行人存在一定的竞争关系。

上海宾得、上海立正和上海朝日 3 家企业系金林、金祥兄弟控制的企业，报告期初上海宾得从事镜片的生产，其生产的镜片由上海立正和上海朝日负责销售，但由于经营不佳，上海宾得目前已停止镜片的生产，上海宾得、上海立正、上海朝日的镜片业务处于清理库存状态，上海宾得原租赁的厂房目前已对外出租。因此，上述三家企业目前不存在重大不利影响的同业竞争。

南京中视系发行人经销商之一，属于发行人的下游客户，但其经营规模较小，且目前主要销售发行人产品，竞争关系较弱，不存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争。

2）不存在同业竞争的企业

金氏镀膜和上海仕宝分别于 2002 年和 2003 年处于吊销状态，报告期内没有实际经营；益得利仅销售隐形眼镜，与发行人产品具有本质差异。因此，金氏镀膜、上海仕宝和益得利 3 家企业与发行人不存在同业竞争。

上海艺娇和目行图与发行人不属于相同或相似行业，不存在同业竞争。

（3）存在竞争关系的企业的具体情况

如前所述，上海宾得、上海立正、上海朝日和南京中视与发行人存在一定的同业竞争，具体情况如下：

1）历史沿革及经营财务情况

①上海宾得

A.历史沿革

上海宾得成立于 2001 年 8 月 15 日，现持有上海市青浦区市场监督管理局核发的统一社会信用代码为 913101187293447135 的《营业执照》，注册资本为 200 万元，企业类型为有限责任公司（自然人投资或控股），法定代表人为金林，住所为上海市青浦区北青公路 8228 号三区 8 号 3 幢 1 层 B 区 144 室，经营期限至 2023 年 8 月 13 日。上海宾得的执行董事兼总经理为金林，监事为金丽晴。

上海宾得设立时的注册资本为 100 万元，其股权结构为：金林持股 55%、金祥持股 45%。2015 年 9 月 8 日，金祥将其持有的上海宾得 45%的股权（注册资本为 90 万元）转让给戴黄录。

自上述股权转让完成后至本招股说明书出具之日，上海宾得的股东及股权结构未发生变化。截至本招股说明书出具之日，上海宾得的股权结构为：金林持股 55%、戴黄录持股 45%。

上海宾得在历史沿革及股权归属方面与发行人相互独立，不存在重叠、交叉持股或其他利益安排。

B.业务及财务情况

上海宾得主要从事眼镜镜片的生产，与发行人存在同业竞争，但由于上海宾得经营不佳，上海宾得自 2019 年 1 月 1 日之日起不再从事眼镜镜片的生产，上海宾得原租赁自上海艺娇的厂房目前已对外出租。截至本招股说明书出具之日，上海宾得除为清理业务而销售剩余存货外，无其他经营活动。

根据上海宾得提供的报告期内各期前十大客户、供应商名单，上海宾得报告期内各期的前十大客户、供应商与发行人报告期内各期前十大客户、供应商没有重叠。

根据上海宾得提供的财务报表（未经审计），报告期内，上海宾得的同类业务收入情况如下：

单位：万元

科目		2020 年度	2019 年度	2018 年度
同类收入	金额	-	0.86	829.72
	占发行人比例	-	0.002%	1.65%

如上表所示，上海宾得由于历史遗留的业务与发行人产生行业重合，但相关业务属于清理状态，且规模很小，与发行人不存在构成重大不利影响的同业竞争。

同时，报告期内，上海宾得与发行人及其子公司曾发生过少量交易，具体情况如下：

单位：万元

交易内容	2020 年度	2019 年度	2018 年度
向发行人采购树脂单体	-	-	7.22
向发行人出售低值易耗品	-	-	-

报告期初，上海宾得向发行人采购树脂单体 KOC 55、KOC 60S，并用于生产镜片。随着镜片生产业务的清理，相关采购减少并停止，同时少量原用于生产的低值易耗品处置并销售给了发行人。

发行人及其子公司 KOC 55 产品向其他 15 家客户的平均销售单价为 27.63 元/KG，向上海宾得销售的平均单价为 29.45 元/千克；发行人及其子公司 KOC 60S 产品向其他 17 家客户的平均销售单价为 38.87 元/千克，向上海宾得销售的平均单价为 36.75 元/千克。发行人及其子公司向上海宾得销售产品平均单价与向其他客户销售同类产品平均单价无明显差异。

上述相关交易价格公允且金额较小，对发行人及其子公司业务独立性不构成重大影响。

②上海立正、上海朝日

A.基本情况及历史沿革

a.上海立正

上海立正成立于 1998 年 7 月 23 日，现持有上海市青浦区市场监督管理局核发的统一社会信用代码为 913101186311625832 的《营业执照》，注册资本为 100 万元，企业类型为有限责任公司（自然人投资或控股），法定代表人为金祥，住所为上海市青浦区徐泾镇振泾路 198 号 1 幢 3 层 B 区 117 室，经营期限至长期。上海立正的执行董事兼总经理为金祥，监事为杨彩霞。

上海立正设立时的注册资本为 100 万元，其股权结构为：金祥持股 50%、金林持股 50%。2015 年 9 月 17 日，金林将其持有的上海立正 50%的股权（注册资本 50 万元）转让给杨彩霞。

自上述股权转让完成后至本招股说明书出具之日，上海立正的股东及股权结构未发生变化。截至本招股说明书出具之日，上海立正的股权结构为：金祥持股 50%、杨彩霞持股 50%。

b.上海朝日

上海朝日成立于 2002 年 9 月 25 日，现持有上海市青浦区市场监督管理局核发的统一社会信用代码为 913101187432935967 的《营业执照》，注册资本为 50 万元，企业类型为有限责任公司（自然人投资或控股），法定代表人为杨彩霞，住所为青浦区徐泾镇振泾路 198 号，经营期限至长期。上海朝日的执行董事兼总经理为杨彩霞，监事为金祥。

上海朝日自成立之日起至本招股说明书出具之日，其股东及股权结构未发生变化，上海朝日的股权结构为：金祥持股 50%、杨彩霞持股 50%。

上海立正、上海朝日在历史沿革及股权归属方面，与发行人相互独立，不存在重叠、交叉持股或其他利益安排。

B.业务及财务情况

上海立正、上海朝日两家公司均系金祥夫妇控制的企业，主要从事眼镜镜片的销售业务，与发行人镜片销售业务存在一定的竞争。报告期内上海立正、上海朝日主要销售上海宾得生产的镜片产品。由于相关镜片业务经营并不理想，上海立正、上海朝日逐渐清理库存产品并退出镜片销售行业。

根据上海立正、上海朝日提供的报告期内各期前十大客户、供应商名单，上海立正、上海朝日报告期内各期的前十大客户、供应商与发行人报告期内各期前十大客户、供应商没有重叠。

根据上海立正、上海朝日提供的财务报表（未经审计），报告期内，上海立正、上海朝日的同类业务收入情况如下：

单位：万元

科目		2020 年度	2019 年度	2018 年度
上海立正				
同类收入	金额	27.71	85.13	606.51
	占发行人比例	0.05%	0.15%	1.21%
上海朝日				
同类收	金额	-	58.46	183.31

入	占发行人比例	-	0.11%	0.36%

如上表所示，上海立正、上海朝日由于历史遗留的业务与发行人产生行业重合，但相关业务属于清理状态，且规模较小，与发行人不存在构成重大不利影响的同业竞争。

同时，报告期内，上海立正与发行人曾发生过少量交易，主要情况如下：

单位：万元

交易内容	2020 年度	2019 年度	2018 年度
向发行人采购镜片	-	-	0.61

上述相关交易价格公允且金额较小，对发行人业务独立性不构成重大影响。

③南京中视

A.基本情况及历史沿革

南京中视成立于 2002 年 1 月 30 日，现持有南京市秦淮区市场监督管理局核发的统一社会信用代码为 91320104733175449T 的《营业执照》，注册资本为 50 万元，企业类型为有限责任公司（自然人投资或控股），法定代表人为肖皖，住所为南京市白下区中山东路 218 号长安国际中心 14 层 B 座，经营期限至长期。南京中视的执行董事兼总经理为肖皖，监事为朱晓彪。

南京中视设立时注册资本为 50 万元，其股权结构为：肖皖持股 60%、朱晓彪持股 40%。南京中视自成立之日起至本招股说明书出具之日，其股东及股权结构未发生变化。

南京中视在历史沿革及股权归属方面，与发行人相互独立，不存在重叠、交叉持股或其他利益安排。

B.业务及财务情况

南京中视系发行人经销商之一，属于发行人的下游客户。由于其从事镜片销售业务，一定程度上形成了与发行人竞争关系。但其经营规模较小，且目前主要销售发行人产品，竞争关系较弱，对发行人的独立性不产生重大影响。

根据南京中视提供的报告期内各期前十大客户、供应商名单，南京中视的唯一供应商系发行人，南京中视报告期内各期的前十大客户与发行人报告期内各期前十大客户没有重叠。

根据南京中视提供的财务报表（未经审计），报告期内，南京中视的同类业务收入情况如下：

单位：万元

科目		2020 年度	2019 年度	2018 年度
同类收入	金额	210.84	247.44	208.68
	占发行人比例	0.39%	0.45%	0.41%

同时，报告期内，南京中视与发行人曾发生过少量交易，具体情况如下：

单位：万元

关联交易内容	2020 年度	2019 年度	2018 年度
向发行人采购镜片	138.63	119.40	122.39
向发行人采购成镜	0.02	-	-
向发行人租赁磨边机及其他	-	-	3.48

上述镜片及成镜的相关交易金额较小，发行人向南京中视销售的主要产品价格与向其他客户销售价格不存在显著差异。

发行人与南京中视的相关交易金额较小且价格公允，对发行人业务独立性不构成重大影响。

2）资产与发行人的关系

发行人及其子公司与生产经营有关的生产系统、辅助生产系统和配套设施以及土地、厂房、机器设备、商标、专利的所有权或使用权均登记在其名下。发行人拥有自身独立完整的经营资产，产权明确，不存在与上海宾得、上海立正、上海朝日、南京中视之间资产混同、互相依赖情形，不存在发行人的核心资产来源于或转移至上海宾得、上海立正、上海朝日、南京中视的情形。

3）人员与发行人的关系

发行人的总经理、副总经理、财务负责人和董事会秘书等高级管理人员未在上海宾得、上海立正、上海朝日、南京中视中担任包括董事、监事、高级管理人员的任何职务，未在上海宾得、上海立正、上海朝日、南京中视兼职或领薪；发行人的财务人员未在上海宾得、上海立正、上海朝日、南京中视中兼职；上海宾得、上海立正、上海朝日、南京中视的人员亦未在发行人中兼职。发行人与上海宾得、上海立正、上海朝日、南京中视各自独立聘任人员和对人员进行管理。发行人建立了独立的人事档案、人事聘用和任免制度以及考核、奖惩制度，与发行人员工签订了劳动合同，建立了独立的工资管理、福利与社会保障体系，不存在发行人的核心人员来源于或转移至上海宾得、上海立正、上海朝日、益得利、南京中视的情形。

4）技术与发行人的关系

发行人主要从事镜片、镜片原料、成镜和镜架等眼视光产品研发、设计、生产和销售，其核心技术源于自身积累研发，并形成自有知识产权，发行人与上述企业不存在知识产权或技术共用、混同的情形，不存在相互转让或许可使用知识产权或技术的情形。

根据发行人及其实际控制人出具的承诺，发行人及其实际控制人无收购上述关联企业的计划。

综上所述，发行人与金氏镀膜、上海仕宝和益得利不存在同业竞争；发行人与上海宾得、上海立正、上海朝日、南京中视各自独立发展和经营，在历史沿革的发展过程中与上海宾得、上海立正、上海朝日、南京中视不存在任何关系，在资产、人员、业务和技术等方面均独立于上海宾得、上海立正、上海朝日、南京中视；报告期内，发行人的前十大客户、供应商与上海宾得、上海立正、上海朝日、南京中视的前十大客户、供应商不存在重叠；发行人及其实际控制人未来无收购上海宾得、上海立正、上海朝日、南京中视以及其他关联方的计划。

9、关于上述关联方与发行人是否构成重大不利影响的同业竞争的核查

与发行人存在竞争关系的上海宾得、上海立正、上海朝日、南京中视的同类业务收入及占发行人主营业务收入的比例情况如下：

单位：万元

科目		2020 年度	2019 年度	2018 年度
发行人				
主营业务收入		53,815.10	55,061.52	50,269.18
南京中视				
同类收入	金额	210.84	247.44	208.68
	占发行人比例	0.39%	0.45%	0.41%
上海立正				
同类收入	金额	27.71	85.13	606.51
	占发行人比例	0.05%	0.15%	1.21%
上海宾得				
同类收入	金额	-	0.86	829.72
	占发行人比例	-	0.002%	1.65%
上海朝日				
同类收入	金额	-	58.46	183.31
	占发行人比例	-	0.11%	0.36%

上述关联方的同类业务收入占发行人主营业务收入比例较低，该等关联方经营规模较小，且与发行人在历史沿革、资产、人员、主营业务均相互独立；该等关联方与发行人之间不存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争。

（三）发行人控股股东、实际控制人作出的避免同业竞争的承诺

为避免今后与公司之间可能出现同业竞争，维护公司的利益和保证公司的长期稳定发展，公司控股股东明月实业、实际控制人谢公晚、谢公兴和曾少华出具了《避免同业竞争的承诺函》，承诺如下：

“1、在本承诺函签署之日，本人/本公司及本人/本公司拥有权益的附属公司及参股公司（不包括股份公司及其控股子公司，下同）均未生产、开发任何与股份公司生产的产品构成竞争或可能竞争的产品，未直接或间接经营任何与股份公

司经营的业务构成竞争或可能竞争的业务，也未投资于任何与股份公司生产的产品或经营的业务构成竞争或可能构成竞争的其他企业；

2、自本承诺函签署之日起，本人/本公司及本人/本公司拥有权益的附属公司及参股公司将不生产、开发任何与股份公司生产的产品构成竞争或可能构成竞争的产品，不直接或间接经营任何与股份公司经营的业务构成竞争或可能竞争的业务，也不投资于任何与股份公司生产的产品或经营的业务构成竞争或可能构成竞争的其他企业；

3、自本承诺函签署之日起，若本人/本公司及本人/本公司拥有权益的附属公司及参股公司将来面临或可能取得任何与竞争业务有关的投资机会或其他商业机会，本人/本公司及本人/本公司拥有权益的附属公司及参股公司将在同等条件下赋予股份公司该等投资机会或其他商业机会；

4、自本承诺函签署之日起，如股份公司及其控股子公司进一步拓展其业务范围，本人/本公司及本人/本公司拥有权益的附属公司及参股公司将不与股份公司及其控股子公司拓展后的业务相竞争；若与股份公司及其控股子公司拓展后业务产生竞争，本人/本公司及本人/本公司拥有权益的附属公司及参股公司将以停止经营相竞争业务或产品的方式、或者将相竞争的业务纳入到股份公司及其控股子公司经营的方式、或将相竞争的业务转让给无关联关系第三方等合理可行的方式避免同业竞争；

5、如本承诺函被证明是不真实或未被遵守，本人/本公司将向股份公司及其控股子公司赔偿一切直接和间接损失。”

九、关联方及关联交易

（一）关联方和关联关系

根据《公司法》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则》、《企业会计准则》等相关规定，截至本招股说明书签署日，本公司的关联方和关联关系如下：

1、控股股东和实际控制人

截至本招股说明书签署日，发行人控股股东为明月实业，实际控制人为谢公晚、谢公兴和曾少华。明月实业的具体情况参见“第五节 发行人基本情况”之“六、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（一）持有发行人 5%以上股份的主要股东情况”之“1、明月实业”；谢公晚、谢公兴和曾少华的具体情况参见“第五节 发行人基本情况”之“六、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（二）发行人实际控制人情况”。

2、控股股东、实际控制人控制的其他企业

截至本招股说明书签署日，发行人控股股东未控制其他企业，实际控制人谢公晚、曾少华未控制其他企业，实际控制人谢公兴控制的其他企业为香港明月。香港明月的具体情况参见“第五节 发行人基本情况”之“六、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（三）控股股东、实际控制人控制的其他企业”之“2、实际控制人控制的其他企业”。

3、持有公司 5%以上股份的其他股东

截至本招股说明书签署日，除控股股东、实际控制人外，直接或间接持有公司 5%以上（含 5%）股份的股东为诺伟其。诺伟其持有公司 9.92%的股份，其具体情况参见“第五节 发行人基本情况”之“六、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（一）持有发行人 5%以上股份的主要股东情况”之“2、诺伟其”。

4、发行人的控股、参股子公司

截至本招股说明书签署日，发行人共有 10 家控股子公司或孙公司，分别为明月光学、江苏赛蒙、上海赛蒙、上海明月、上海镜连、视联文化、莱蒙光学、上海维沃、江苏可奥熙和新加坡维沃，其中新加坡维沃是上海维沃的全资子公司；发行人不存在参股子公司。上述公司的具体情况参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“五、公司控股、参股公司及分公司情况”。

5、关联自然人

直接或者间接持有本公司 5%以上股份的自然人，本公司董事、监事、高级管理人员，以及上述人员关系密切的家庭成员，控股股东的董事、监事、高级管理人员均为本公司的关联自然人。

直接或间接持有本公司 5%以上股份的自然人为谢公晚、谢公兴和曾少华。

本公司董事、监事、高级管理人员为谢公晚、谢公兴、彭志云、曾哲、张银杰、傅仁辉、孙健、朱海峰、陆岩、彭炜、王雪平，其基本情况参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“八、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员情况”相关内容。

控股股东明月实业的执行董事为谢公晚、监事为谢公兴。

6、关联自然人直接或间接控制的或者担任董事、高级管理人员的其他法人或组织

截至本招股说明书签署日，本公司实际控制人谢公晚、谢公兴和曾少华直接或间接控制的企业参见“第五节 发行人基本情况”之“六、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（三）控股股东、实际控制人控制的其他企业”之“2、实际控制人控制的其他企业”。除此之外，本公司关联自然人直接或间接控制的、或者担任董事、高级管理人员的其他法人或组织如下：

序号	关联方	与本公司的关联关系
1	丹阳市志明企业管理中心（有限合伙）	实际控制人谢公兴担任执行事务合伙人并持有 22.58%的出资份额
2	丹阳志远企业管理中心（有限合伙）	公司董事曾哲担任执行事务合伙人并持有 2.03%的出资份额
3	青岛劲邦股权投资管理合伙企业（有限合伙）	公司董事彭志云持有 50%出资份额
4	南京劲邦股权投资管理合伙企业（有限合伙）	公司董事彭志云担任执行事务合伙人并持有 27.33%出资份额
5	上海诺伟其创业投资有限公司	公司董事彭志云担任董事兼总经理并持有 6%股权
6	上海劲邦股权投资管理有限公司	公司董事彭志云担任董事兼总经理

序号	关联方	与本公司的关联关系
7	青岛泽厚投资有限公司	公司董事彭志云担任董事长兼总经理
8	安徽宣酒集团股份有限公司	公司董事彭志云担任副董事长
9	中农矿产资源勘探有限公司	公司董事彭志云担任董事
10	劲霸投资控股有限公司	公司董事彭志云担任董事
11	青岛金欧利营销有限公司	公司董事彭志云担任董事
12	劲霸男装（上海）有限公司	公司董事彭志云担任董事
13	百瑞源枸杞股份有限公司	公司董事彭志云担任董事
14	青岛青禾人造草坪股份有限公司	公司董事彭志云担任董事
15	Sky Success Venture Holdings Limited	公司董事彭志云担任董事
16	Country Style Cooking Restaurant Chain Holding Limited	公司董事彭志云担任董事
17	Novich Dingli International Investment Limited	公司董事彭志云担任董事
18	Novich International Investment Limited	公司董事彭志云担任董事
19	Novich Positioning Investment (Cayman) Limited	公司董事彭志云担任董事
20	Novich Positioning Investment (Hong Kong) Limited	公司董事彭志云担任董事
21	上海立正光学眼镜有限公司	实际控制人谢公晚配偶弟弟金祥持股 50%并担任执行董事兼总经理
22	上海朝日光学眼镜有限公司	实际控制人谢公晚配偶弟弟金祥持股 50%并担任监事
23	上海南雄房地产开发有限公司	实际控制人谢公晚配偶弟弟金祥持有 35%的股权并担任董事
24	江苏宾得光学眼镜有限公司	实际控制人谢公晚配偶弟弟金祥实际持有 20%股权
25	上海宾得光学眼镜有限公司	实际控制人谢公晚配偶哥哥金林持股 55%并担任执行董事

序号	关联方	与本公司的关联关系
26	上海艺娇光学科技有限公司	实际控制人谢公晚配偶哥哥金林持股 80%并担任执行董事
27	江苏金氏镀膜眼镜有限公司	实际控制人谢公晚配偶哥哥金林持股 52%并担任执行董事兼总经理，已吊销
28	上海目行图电子商务有限公司	实际控制人谢公晚配偶弟弟金祥持股 55%并担任监事，已吊销
29	上海欧宏眼镜有限公司	实际控制人谢公晚配偶的姐姐金爱珍持股 24.01%并担任董事
30	丹阳市益得利眼镜行	实际控制人谢公晚配偶的姐姐金爱珍的个人独资企业
31	南京中视光学眼镜有限公司	实际控制人谢公兴配偶弟弟肖皖持股 60%并担任执行董事兼总经理
32	深圳市众泰方圆科技有限公司	公司董事曾哲的哥哥曾斌持股 25%并担任总经理
33	深圳市方欣特钢有限公司	公司董事曾哲的哥哥曾斌持股 100%并担任执行董事兼总经理
34	东莞诚镓股权投资合伙企业（有限合伙）	公司董事曾哲的哥哥曾斌持有 9.35%出资份额并担任执行事务合伙人
35	常州诚镓精密制造有限公司	公司董事曾哲的哥哥曾斌担任执行董事
36	东莞市铕超电子科技有限公司	公司董事曾哲的哥哥曾斌担任董事
37	上海致谈企业管理咨询中心	公司董事彭志云配偶谭惠妮个人独资企业
38	南京环力建设工程有限公司	公司副总经理王雪平的哥哥王治平担任董事
39	拉萨劲邦伙伴企业管理有限公司	公司董事彭志云持股 60%并担任执行董事兼总经理

7、注销关联方及其他关联方情况

（1）实际经营业务情况

相关关联方实际经营业务、与发行人业务的关系具体情况如下：

序号	企业名称	关联关系	实际经营业务	与发行人业务的关系
与发行人存在业务往来的关联方				
1	南京辰龙	发行人实际控制人曾少华曾经实际持有南京辰龙 49%的股权	原从事树脂单体的销售，已于 2020 年 3 月 3	上下游关系，曾系发行人的客户

			日注销	
2	视觉动力	发行人董事、副总经理、董事会秘书兼财务负责人曾哲曾担任视觉动力的执行董事并持有视觉动力 95%的股权	原从事成镜的销售，已于 2020 年 2 月 26 日注销	上下游关系，曾系发行人的客户
3	雪柬科技	实际控制人曾少华的儿子曾克伟曾经实际持股 20%	原从事成镜的销售，已于 2020 年 7 月 31 日注销	上下游关系，曾系发行人的客户
4	海康光学	谢公晚的舅舅郭春弟及其配偶欧碎梅合计持股 100%	光学镀膜镜片、眼镜的生产及销售	同行业，曾系发行人的客户
5	明亮光学	谢公晚的姨妈郭美英持股 20%、谢公晚的表弟肖绍静持股 40%、谢公晚的表妹夫蔡文朗持股 40%	镜片销售	上下游关系，系发行人的客户
6	格里特眼镜	谢公晚的表弟郭传策的个体工商户	眼镜（隐形眼镜除外）批发、零售	上下游关系，系发行人的客户
7	南京迈视	谢公晚的表妹黄丽荣的个人独资企业	眼镜零售；配镜服务	上下游关系，系发行人的客户
8	苏明光学	谢公晚的表弟肖绍静持股 51%、谢公晚的表妹夫蔡文朗持股 49%	镜片销售	上下游关系，曾系发行人的客户
9	钒曦光电	谢公晚的表弟郭海峰持股 40%并担任执行董事	镜片销售	上下游关系，系发行人的客户
10	丹阳洁优	实际控制人曾少华持有 49%的股权并担任监事	镜片清洗剂销售	上下游关系，系发行人的供应商
与发行人不存在业务往来的关联方				
1	宣城五鑫云	发行人实际控制人曾少华曾经实际持有宣城五鑫云 49%的股权	已于 2019 年 12 月 4 日注销	存续期间无实际经营
2	视健动力	发行人董事、副总经理、董事会秘书兼财务负责人曾哲曾持有视健动力 95%的股权	原从事成镜的销售，已于 2018 年 10 月 25 日注销	上下游关系，与发行人不存在业务往来
3	永靓丽眼镜	发行人董事、副总经理、董事会秘书兼财务负责人曾哲的个体工商户	原从事成镜的销售，已于 2020 年 5 月 6 日注销	上下游关系，与发行人不存在业务往来
4	上海南雄	实际控制人谢公晚配偶的弟弟金祥持有 35%的股权并担任董事	房地产的开发	所属不同行业，与发行人不存在业务往来
5	江苏宾得	实际控制人谢公晚配偶的弟弟金祥实际持有 16.8%股权	光学眼镜镜片的销售	上下游关系，与发行人不存在业务往来
6	上海欧宏	实际控制人谢公晚配偶的姐姐金爱珍持股 24.01%并担任董事	眼镜销售，自 2017 年 1 月 1 日起无实际经营	上下游关系，与发行人不存在业务往来

（2）经营的合法合规性

上述关联方受到的行政处罚情况具体如下：

序号	处罚对象	处罚部门	处罚决定书编号	处罚内容	处罚金额/处罚内容	处罚时间
1	雪柬科技	静安区市场监管局	沪监管静处字（2019）第062019000398号	使用属于强制检定的计量器具违反法定要求	责令改正并处以2,000元罚款	2019年5月23日
2		金山区市场监管局	沪监管金处字（2018）第282018001610号	违反经营者未按照规定标明真实名称和标记	责令停止使用并处以300元罚款	2018年9月3日
3	海康光学	丹阳市公安局	丹公（界）行罚决字[2018]1597号	其他违反危险化学品管理的行为	2,000元	2018年8月10日
4		丹阳市公安局	丹公（荆）行罚决字[2018]1475号	其他违反危险化学品管理的行为	1,000元	2018年7月26日

相关关联方除受到上述行政处罚外，不存在受到其他行政处罚的情形。

鉴于上述关联方所受行政处罚系因其自身行为导致，与发行人及其实际控制人无任何关系，亦并非因发行人及其实际控制人的行为导致该等行政处罚；同时，上述企业与发行人在历史沿革、资产、人员、业务和技术等方面均相互独立，其在报告期内所受上述行政处罚不会对发行人的业务经营和本次发行上市造成不利影响。

（3）上述关联方在资产、人员、业务和技术等方面与发行人的关系

发行人在资产、人员、业务和技术等方面均独立于上述关联方，具体情况如下：

1）资产与发行人的关系

发行人及其子公司与生产经营有关的生产系统、辅助生产系统和配套设施以及土地、厂房、机器设备、商标、专利的所有权或使用权均登记在其名下。发行人拥有自身独立完整的经营资产，产权明确，不存在对上述关联方的依赖情形。

2）人员与发行人的关系

发行人的总经理、副总经理、财务负责人和董事会秘书等高级管理人员未在上述关联方中担任包括董事、监事的任何职务，未在上述关联方领薪；发行人的财务人员未在上述关联方中兼职。发行人建立了独立的人事档案、人事聘用和任

免制度以及考核、奖惩制度，与发行人员工签订了劳动合同，建立了独立的工资管理、福利与社会保障体系。

3）技术与发行人的关系

发行人主要从事镜片、镜片原料、成镜和镜架等眼视光产品研发、设计、生产和销售，其核心技术源于自身积累研发，并形成自有知识产权，发行人与上述关联方不存在知识产权或技术共用、混同的情形，不存在相互转让或许可使用知识产权或技术的情形，发行人的技术独立于上述关联方。

4）业务与发行人的关系

报告期内，关联方中南京辰龙、视觉动力、雪柬科技、海康光学、明亮光学、格里特眼镜、南京迈视、苏明光学、钒曦光电存在向发行人采购产品，丹阳洁优向发行人销售产品，该等交易合计金额较小，占发行人同期营业收入、采购金额比例较低，发行人不存在对该等关联方的依赖情形。发行人拥有生产经营所需的场所、生产设备，拥有独立的原材料采购渠道和销售渠道，拥有独立于其他第三方的决策机构和经营管理人员。发行人具有完整的业务体系，具有开展生产经营所必备的资产；发行人自主开展业务，其业务包括但不限于主营产品及项目的研发、生产、销售均独立于上述关联方，不存在对上述关联方的业务依赖情形。

发行人与上述关联方在资产、人员、业务和技术等方面不存在依赖关系。

（4）关于上述关联方与发行人不存在共同生产、共用采购、销售渠道、通用原材料、为发行人提供外协的核查

上述关联方中，南京辰龙、宣城五鑫云、视觉动力、视健动力、永靓丽眼镜、雪柬科技已注销；存续的企业中除海康光学从事镜片的生产及销售外，其余企业均仅从事眼视光产品或镜片清洗剂的销售、批发，均不存在生产环节。发行人拥有自己的生产车间，发行人生产的所有产品的主要生产工艺流程均在发行人内部完成，由发行人的人员运用设备进行生产，能生产完整的产成品。上述关联方与发行人不存在共同生产、为发行人提供外协的情形。

报告期内，发行人具有独立的采购和销售渠道，基于自身研发技术、品牌等优势与资源独立获取客户及供应商。发行人属于生产经营企业，发行人的采购、生产、销售均由不同的部门负责，独立完整地采购生产经营所需原材料、组织生产和向客户提供产品和劳务，取得经营收入。发行人拥有独立的采购和销售系统，主要原材料、产品的采购和销售不依赖于上述关联方；发行人拥有独立于上述关联方的生产系统、辅助生产系统及配套设施、工业产权、非专利技术等。

上述关联方与发行人不存在共同生产、共用采购、销售渠道、通用原材料、为发行人提供外协的情形。

（5）不存在为发行人分担成本费用的核查

保荐机构及律师与发行人实际控制人进行了访谈，查阅了上述关联方、发行人主要供应商和客户出具的承诺函以及发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其配偶、出纳人员、主要销售负责人报告期内的银行卡流水。经核查，上述关联方不存在为发行人承担成本费用的情形。

（6）与发行人不存在同业竞争的核查

上述关联方中南京辰龙、宣城五鑫云、视觉动力、视健动力、永靓丽眼镜、雪束科技已注销，上海南雄从事房地产的开发，丹阳洁优从事镜片清洗剂的销售，与发行人不属于相同或相似行业，上海欧宏自 2017 年 1 月 1 日起不再从事经营活动，该等关联方与发行人均不存在同业竞争的情况。

江苏宾得、明亮光学、格里特眼镜、南京迈视、苏明光学以及钒曦光电均从事眼视光产品的销售、批发；海康光学虽从事镜片的生产、销售，但其生产经营规模较小，且发行人与海康光学在历史沿革、资产、人员、主营业务均相互独立；该等企业与发行人之间不存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争，具体情况如下：

1）历史沿革的独立性

发行人的历史沿革独立于上述企业，该等企业历史上股东及董事、监事、高级管理人员均不是发行人的股东、董事、监事、高级管理人员，具体情况如下：

序号	企业名称	历史上的股东	董事	监事	高级管理人员
1	海康光学	郭春弟、欧碎梅	郭春弟	欧碎梅	郭春弟
2	江苏宾得	金祥、隋涛、盛佳	金祥、盛佳	隋涛	金祥、盛佳
3	明亮光学	肖绍静、郭美英、蔡文朗	肖绍静	蔡文朗	-
4	格里特眼镜	郭传策	-	-	-
5	南京迈视	黄丽荣	黄丽荣	郭美兰	尹东歌
6	苏明光学	肖绍静、蔡文朗	李正锋	蔡文朗	肖绍静
7	钒曦光电	钱惟贤、郭海峰	郭海峰	曾鑫辉	钱惟贤

2）上述关联方与发行人在报告期内的交易或资金往来情况

报告期内，发行人与上述关联方存在如下交易：

单位：元

关联方	交易内容	2020 年度	2019 年度	2018 年度
明亮光学	销售镜片	250,411.75	684,885.64	1,358,609.09
格里特眼镜	销售镜片	559,985.53	574,244.27	480,388.19
南京迈视	销售镜片	106,155.44	84,406.04	106,578.59
钒曦光电	销售废品	563,336.25	60,172.57	-

3）上述关联方与发行人所属行业的差异

发行人自设立至今主要从事镜片、成镜、镜片原料等眼视光产品研发、设计、生产和销售，江苏宾得、格里特眼镜主要从事镜片的批发、系镜片经销商，明亮光学、南京迈视、苏明光学主要从事成镜的零售、系终端眼镜门店，钒曦光电主要从事废镜片再加工的销售，海康光学从事镜片的生产、销售。

除海康光学外，上述企业主要业务与发行人所属行业是上下游关系而非直接竞争关系。

4）上述关联方的销售、采购渠道与发行人相互独立

发行人主要从事镜片的生产，其供应商以镜片原料供应商为主，发行人的客户主要是终端眼镜门店、镜片经销商；除海康光学外，上述企业的供应商系镜片厂家、镜片经销商，客户系终端眼镜门店、个人消费者。

经比对江苏宾得、格利特眼镜、海康光学、钒曦光电报告期内前十大客户与供应商名单以及其出具的相关说明。江苏宾得、格利特眼镜、海康光学、钒曦光电的前十大客户、前十大供应商均与发行人不存在重合。

（5）上述关联方与发行人相互独立、不存在让渡或共享商业利益的情形

报告期内，发行人历史沿革、相关资产、人员、业务、技术、财务等与上述关联方完全独立，不存在与上述关联方合署办公或资产、人员、业务、技术、财务混同等对发行人独立性造成影响的情况。

上述关联方与发行人均不存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争的情形。

（6）关于视觉动力股权转让情况的核查

视觉动力 2017 年 1 月股权转让的具体情况如下：

1）视觉动力股权受让方基本情况、受让股权的资金来源及其合法合规性

2017 年 1 月，曾哲将其持有的视觉动力 95%的股权（认缴出资额 9.5 万元、实缴出资额 0 元）作价 0 元转让给张国霞，张国霞的基本情况如下：

张国霞，女，中国国籍，1970 年 10 月生，住址为江苏省无锡市南长区芦庄二区，身份证号为 32020419701021****，无境外永久居留权，曾任视觉动力执行董事、视健动力执行董事兼总经理，现为自由职业者。

曾哲未缴纳其对视觉动力的出资，上述股权转让实际系转让出资义务，且双方已就视觉动力的债务处置方案达成一致，张国霞无需向曾哲支付任何对价，该等受让股权的资金来源不涉及来源于发行人或其实际控制人。

2）转让后的股权结构、主营业务、实际控制人情况

上述股权转让完成后，张国霞持有视觉动力 100%的股权，张国霞系视觉动力的实际控制人；视觉动力日常经营系由张国霞负责，主要从事眼镜销售，直至视觉动力 2020 年 2 月 26 日注销。

（7）关于相关关联方注销情况的核查

1）相关关联方注销的具体原因

相关关联方注销的具体原因如下：

序号	关联方名称	注销时间	注销原因
1	南京辰龙	2020 年 3 月 3 日	为避免与发行人产生关联交易，经全体股东协商一致，同意注销登记
2	宣城五鑫云	2019 年 12 月 4 日	设立后未实际开展经营，经全体股东协商一致，同意注销登记
3	视觉动力	2020 年 2 月 26 日	由于公司经营不善，故决定注销登记
4	视健动力	2018 年 10 月 25 日	设立后未实际开展经营，经全体股东协商一致，同意注销登记
5	永靓丽眼镜	2020 年 5 月 6 日	设立后未实际开展经营，经营者曾哲决定注销

2）最近一期的主要财务数据

南京辰龙注销前最近一期（即 2019 年 12 月 31 日）的总资产为 0 元、净资产为-16,899.20 元、营业收入为 1,949,212.46 元、净利润为-36,899.20 元。视觉动力系一人有限责任公司，日常经营主要使用张国霞的个人卡，未编制财务报表；宣城五鑫云、视健动力、永靓丽眼镜自设立之日起未开展经营活动，亦未拥有资产。

3）注销后资产、业务、人员的去向

相关关联方注销后资产、业务、人员的去向的具体情况如下：

关联方名称	注销后资产、业务、人员去向
南京辰龙	无资产，业务已完结，仅赵倩倩一名员工，其自谋职业
宣城五鑫云	注销前未实际经营，无资产、业务、人员
视觉动力	无资产，业务已完结，仅张国霞一名人员，其自谋职业

视健动力	注销前未实际经营，无资产、业务、人员
永靓丽眼镜	注销前未实际经营，无资产、业务、人员

4）注销程序及债务处置的合规性

相关关联方均已履行了公司注销的法律程序，并取得了工商、税务部门出具的注销证明文件，具体情况如下：

关联方名称	工商、税务注销证明文件	出具机构	取得时间
南京辰龙	高税一税企清[2020]3708 号《清税证明》	国家税务总局南京市高淳区税务局第一税务所	2020 年 1 月 14 日
	（01250882）公司注销[2020]第 03030001 号《公司准予注销登记通知书》	南京市高淳区行政审批局	2020 年 3 月 3 日
宣城五鑫云	（宣）登记内销字[2019]第 1670 号《准予简易注销登记通知书》	郎溪县市场监督管理局	2019 年 12 月 4 日
视觉动力	锡税（区）一税通[2019]340855 号《税务事项通知书》	国家税务总局无锡市锡山区税务局第一税务分局	2019 年 12 月 20 日
	（02830113-3）公司注销[2020]第 02260002 号《公司准予注销登记通知书》	无锡市锡山区市场监督管理局	2020 年 2 月 26 日
视健动力	（02853003-3）公司注销[2020]第 02260002 号《公司准予注销登记通知书》	无锡市惠山区市场监督管理局	2018 年 10 月 25 日
永靓丽眼镜	常新税税通[2020]17304 号《税务事项通知书》	国家税务总局常州国家高新技术产业开发区（常州市新北区）税务局	2020 年 4 月 20 日
	（sp040701081）个体注销登记准字[2020]第 05060015 号	常州国家高新技术产业开发区（新北区）行政审批局	2020 年 5 月 6 日

相关关联方均已履行了公司注销的公告程序，并取得了工商、税务部门出具的注销证明文件，相关注销程序及债务处置符合《公司法》、《工商登记管理条例》等法律法规中关于注销登记的规定。

（8）关于相关关联方经营情况的核查

相关关联方经营的具体情况如下：

1）相关关联方主营业务情况

上海宾得、南京中视、南京辰龙、丰悦光学主营业务及其提供的主要产品和服务具体情况如下：

序号	企业名称	主营业务	提供的主要产品和服务
1	上海宾得	眼镜镜片的生产和销售	眼镜镜片
2	南京中视	眼镜镜片和太阳镜片的销售	眼镜镜片和太阳镜片
3	南京辰龙	已注销，注销前从事树脂单体的销售	树脂单体
4	丰悦光学	已注销，注销前从事离型剂的销售	离型剂

2）员工人数及其变动情况

报告期各期期末，上海宾得、南京中视、南京辰龙、丰悦光学员工人数及其变动具体情况如下：

单位：人

公司名称	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
上海宾得	2	2	4
南京中视	6	6	6
南京辰龙	0	1	-
丰悦光学	0	1	1

3）相关关联方的主要财务指标

南京辰龙、丰悦光学已分别于 2020 年 3 月 3 日、2020 年 7 月 22 日注销，上海宾得、南京中视、南京辰龙、丰悦光学拥有的主要资产及报告期内的主要财务指标（未经审计）具体情况如下：

①上海宾得

单位：元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
实收资本	2,000,000.00	2,000,000.00	2,000,000.00

资产总计	271,618.60	7,002,656.46	9,001,785.99
所有者权益合计	-36,031,129.41	-29,385,851.55	-28,021,827.25
营业收入	-	8,628.32	8,297,188.37
净利润	-6,645,277.86	-1,364,024.30	-10,326,228.64

②南京中视

单位：元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
实收资本	500,000.00	500,000.00	500,000.00
资产总计	5,101,613.12	5,533,520.86	5,033,520.86
所有者权益合计	3,962,788.56	3,646,788.56	3,271,788.56
营业收入	2,108,421.50	2,474,401.00	2,086,775.50
净利润	316,000.00	375,000.00	313,000.00

③南京辰龙、丰悦光学注销前一期的财务数据

单位：元

项目	南京辰龙	丰悦光学
	2019.12.31	2020.6.30
实收资本	20,000.00	0.00
资产总计	0.00	-282.34
所有者权益合计	-16,899.20	-282.34
营业收入	1,949,212.46	315,615.04
净利润	-36,899.20	52,602.66

4）相关关联方盈利或亏损的原因

相关关联方报告期盈利或亏损的原因如下：

公司	盈利或亏损原因

上海宾得	亏损原因：行业竞争激烈，产品和技术跟不上市场需要，不再具备盈利能力
南京中视	盈利原因：明月镜片品牌知名度扩大，客户认可度高
南京辰龙	亏损原因：处于刚创立阶段，客户较少，业务量小
丰悦光学	盈利原因：业务量增大

5）丰悦光学与发行人及其关联方往来情况以及注销进展

①丰悦光学与发行人及其关联方的往来情况

2018 年度、2019 年度、2020 年度发行人向丰悦光学采购离型剂，采购金额分别为 26,882.76 元、123,560.02 元、247,738.94 元；发行人监事朱海峰及其配偶诸葛建月存在向丰悦光学提供 118,801 元借款、丰悦光学向诸葛建月发放 51,000 元工资。

除上述情形外，发行人及其关联方与丰悦光学不存在其他资金、业务往来。

②丰悦光学注销进展

根据国家税务总局丹阳市税务局第一税务分局于 2020 年 6 月 4 日出具的《清税证明》，丰悦光学税务事项已结清。2020 年 7 月 22 日，经丹阳市市场监督管局核准登记，丰悦光学注销。

（9）关于相关关联方实际控制人等情况的核查

相关关联方实际控制人等情况的具体如下：

1）相关关联方的实际控制人情况

相关关联方的股权结构具体情况如下：

序号	关联方名称	注册资本（万元）	股权结构	实际控制人	出资来源
与发行人存在业务往来的关联方					
1	雪束科技	880	童鲁持有雪束科技 100%的股权，发行人实际控制人曾少华的儿子曾克伟曾经实际持有雪束科技 20%的股权，已于 2020 年 7 月 31 日注销	童鲁	自有资金

2	南京辰龙	50	赵倩倩持有南京辰龙 100%的股权，发行人实际控制人曾少华曾经实际持有南京辰龙 49%的股权，已于 2020 年 3 月 3 日注销	赵倩倩	自有资金
3	海康光学	108	发行人实际控制人谢公晚的舅舅郭春弟及其配偶欧碎梅合计持股 100%	郭春弟	自有资金
4	明亮光学	100	发行人实际控制人谢公晚的姨妈郭美英持股 20%、谢公晚的表弟肖绍静持股 40%、谢公晚的表妹夫蔡文朗持股 40%	郭美英、肖绍静、蔡文朗	自有资金
5	格里特眼镜	10	发行人实际控制人谢公晚的表弟郭传策的个体工商户	郭传策	自有资金
6	南京迈视	50	谢公晚的表妹黄丽荣的个人独资企业	黄丽荣	自有资金
7	苏明光学	100	谢公晚的表弟肖绍静持股 51%、谢公晚的表妹夫蔡文朗持股 49%	肖绍静、蔡文朗	自有资金
8	钒曦光电	350	谢公晚的表弟郭海峰持股 40%并担任执行董事，钱惟贤持股 60%	钱惟贤	自有资金
与发行人不存在业务往来的关联方					
1	宣城五鑫云	100	赵倩倩持有宣城五鑫云 100%的股权，发行人实际控制人曾少华曾经实际持有宣城五鑫云 49%的股权，已于 2019 年 12 月 4 日注销	赵倩倩	未出资
2	上海南雄	600	发行人实际控制人谢公晚配偶的弟弟金祥持股 35%并担任董事、陈增勇持股 35%、王守军 30%	金祥	自有资金
3	江苏宾得	2,500	盛佳持有江苏宾得 100%的股权，发行人实际控制人谢公晚配偶的弟弟金祥实际持有其 16.8%权益	盛佳	自有资金
4	上海欧宏	50	上海宝山投资经营总公司持股 51%、欧玉叶持股 24.99%、发行人实际控制人谢公晚配偶的姐姐金爱珍持有 24.01%	上海市闸北区人民政府宝山路街道办事处经济管理科	自有资金

如上表所述，上述企业中，上海欧宏、钒曦光电、江苏宾得系发行人实际控制人的近亲属参股的企业，其他企业均为发行人实际控制人的近亲属控制的企业。

2）上述关联方在资产、人员、业务和技术等方面与发行人的关系

上述关联方在资产、人员、业务和技术等方面与发行人的关系详见本招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“九、关联方及关联交易”之“（一）关联方和关联关系”之“7、注销关联方及其他关联方情况”之“（3）上述关联方在资产、人员、业务和技术等方面与发行人的关系”相关内容。

发行人与上述关联方在资产、人员、业务和技术等方面不存在关系。

3）上述关联方不存在为发行人分担成本费用的情形

上述关联方不存在为发行人分担成本费用的情形，详见本招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“九、关联方及关联交易”之“（一）关联方和关联关系”之“7、注销关联方及其他关联方情况”之“（5）不存在为发行人分担成本费用的核查”。

上述关联方不存在为发行人承担成本费用的情形。

4）上述关联方与发行人不存在同业竞争

上述关联方与发行人不存在同业竞争的情况详见本招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“九、关联方及关联交易”之“（一）关联方和关联关系”之“7、注销关联方及其他关联方情况” 之“（6）与发行人不存在同业竞争的核查”。

综上所述，上述关联方与发行人均不存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争的情形。

8、其他比照关联方披露的企业

（1）其他比照关联方披露的企业

除上述关联方外，本公司以实质重于形式的原则参照关联方披露的主体，具体情况如下：

序号	企业名称	与本公司的关系
1	韩国 KOC	持有江苏可奥熙 49%的股权，报告期内与公司存在关联交易
2	丹阳 KOC	韩国 KOC 的全资子公司，报告期内与公司存在关联交易
3	三井中国	韩国 KOC 的控股股东 Mitsui Chemicals,Inc 持股 100%，报告期内与公司存在关联交易
4	三井印度	韩国 KOC 的控股股东 Mitsui Chemicals,Inc 控制，报告期内与公司存在关联交易

序号	企业名称	与本公司的关系
5	LIM SOON YEN ADAM	上海维沃少数股东，报告期内在公司领取薪酬
6	V OPTICS PTE.LTD	上海维沃少数股东 LIM SOON YEN ADAM 持股 100%，报告期内与公司存在关联交易
7	申俊峰	莱蒙光学前少数股东
8	燕琳	莱蒙光学少数股东
9	丹阳市洁优光学材料有限公司	实际控制人曾少华持有 49%的股权并担任监事，报告期内与公司存在交易，按实质重于形式原则比照关联方进行披露
10	特劳特咨询有限公司	直接持有发行人股东诺伟其 25.69%的股权，报告期内与公司存在交易，按实质重于形式原则比照关联方进行披露
11	镇江市海康光学有限公司	实际控制人谢公晚舅舅郭春弟控制且担任执行董事兼总经理的公司，报告期内与公司存在交易，按实质重于形式原则比照关联方进行披露
12	南京明亮光学眼镜有限公司	实际控制人谢公晚姨妈郭美英持股 20%、表弟肖绍静持股 40%并担任执行董事，报告期内与公司存在交易，按实质重于形式原则比照关联方进行披露
13	丹阳市开发区格里特眼镜批发部	实际控制人谢公晚表弟郭传策控制的公司，报告期内与公司存在交易，按实质重于形式原则比照关联方进行披露
14	南京迈视眼镜有限公司	实际控制人谢公晚表妹黄丽荣控制且担任执行董事的公司，报告期内与公司存在交易，按实质重于形式原则比照关联方进行披露
15	南京苏明光学眼镜有限公司	实际控制人谢公晚表弟肖绍静持股 51%并担任总经理，报告期内与公司存在未结款项，按实质重于形式原则比照关联方进行披露
16	丹阳钒曦光电科技有限公司	实际控制人谢公晚表哥郭海峰持股 40%并担任执行董事，报告期内与公司存在交易，按实质重于形式原则比照关联方进行披露
17	郭传策	实际控制人谢公晚表弟，报告期内与公司存在交易，按实质重于形式原则比照关联方进行披露
18	郭晓和	实际控制人谢公晚表姐，报告期内与公司存在交易，按实质重于形式原则比照关联方进行披露
19	郭传海	实际控制人谢公晚亲属，报告期内与公司存在交易，按实质重于形式原则比照关联方进行披露
20	郭海尧	实际控制人谢公晚亲属，报告期内与公司存在交易，按实质重于形式原则比照关联方进行披露

上述企业/自然人虽不属于《公司法》、《上市规则》和《企业会计准则》规定的关联方，但其与发行人或其重要子公司存在直接或间接股权关系、或与发行人关联方的亲属存在股权关系，且报告期内与发行人及其子公司存在业务往来，对综合分析发行人的财务状况和经营成果具有一定意义。因此，出于谨慎性的考虑，除法定的关联方外，发行人及中介机构扩大了关联方的定义及核查范围，将上述企业按照前述比照关联方的标准进行披露，且由中介机构对其与发行人发生的交易比照关联交易的标准进行核查与披露。

（2）未将 Mitsui Chemicals 比照关联方披露的原因及合理性

Mitsui Chemicals 不属于《公司法》、《上市规则》和《企业会计准则》规定的关联方，Mitsui Chemicals 虽与发行人的关联方存在关联关系或持股关系，但报告期内其自身与发行人及其子公司不存在业务往来，不符合前述比照关联方披露的标准，因此发行人未将 Mitsui Chemicals 比照关联方披露。

发行人未将 Mitsui Chemicals 比照关联方披露具有合理性。

（3）关于 LIM SOON YEN ADAM 及其对外投资企业情况的核查

1）LIM SOON YEN ADAM 对外投资或任职董监高企业的情况

LIM SOON YEN ADAM 对外投资或任职董监高企业的具体情况如下：

序号	企业名称	任职/持股情况
1	上海维沃	LIM SOON YEN ADAM 担任董事
2	新加坡维沃	LIM SOON YEN ADAM 担任执行董事
3	V OPTICS PTE.LTD	LIM SOON YEN ADAM 持股 100%

2）报告期内 LIMSOON YENADAM 及相关企业与发行人、实际控制人及其关联方之间在技术、资金、业务、客户、供应商、人员等方面的关系

LIM SOON YEN ADAM 及其控制的企业在技术、资金、业务、客户、供应商、人员等方面与发行人及其关联方的关系如下：

①资金往来

2017 年 5 月新加坡维沃向 V OPTICS PTE.LTD 拆入资金 8,530 新币，上述款项已于 2020 年 6 月 30 日结清。

②业务往来

报告期内，LIM SOON YEN ADAM 控制的 V OPTICS PTE.LTD 为上海维沃提供代理服务，报告期各期 V OPTICS PTE.LTD 向上海维沃提供服务的金额分别为 1,463,330.42 元、1,489,077.95 元、1,754,649.46 元。

除上述情况外，LIM SOON YEN ADAM 及其控制的企业在技术、资金、业务、客户、供应商、人员等方面均独立于发行人及其实际控制人、关联方。

（4）关于发行人与 Mitsui Chemicals ,Inc、韩国 KOC 及其关联方不存在委托持股的核查

根据三井化学株式会社官网（https://www.mitsuichemicals.cn/index.htm）、日本东京证券交易所网站（https://www.jpx.co.jp/equities/index.html）的查询结果，韩国 KOC 控股股东 Mitsui Chemicals,Inc 系日本东证 1 部的上市公司；Mitsui Chemicals,Inc 除通过韩国 KOC 持有发行人子公司江苏可奥熙 49%的股权外，Mitsui Chemicals,Inc、韩国 KOC 未持有发行人的权益。

根据与韩国 KOC 的代表张东奎的访谈确认，发行人不存在代韩国 KOC 持股的情形，发行人与韩国 KOC 不存在利益安排。

根据韩国 KOC 出具的承诺：“本企业及本企业的控股股东 Mitsui Chemicals,Inc 及其关联方目前及曾经均未持有明月镜片股份有限公司（包括其前身江苏明月光电科技有限公司）的股份及其权益；亦不存在委托其他个人或实体代本企业及本企业的控股股东 Mitsui Chemicals,Inc 及其关联方持有或管理明月镜片股份有限公司股份及其权益的情形；亦不存在信托持股或其他利益安排的情况。”

根据发行人及其实际控制人出具的承诺：“发行人及发行人的股东目前及曾经均未持有 Mitsui Chemicals,Inc 及其关联方的股权及其权益；亦不存在委托其他

个人或实体代发行人及发行人的股东持有或管理 Mitsui Chemicals,Inc 及其关联方权益的情形；亦不存在信托持股或其他利益安排的情况。

Mitsui Chemicals ,Inc、韩国 KOC 及其关联方未在发行人持有权益，与发行人股东之间不存在委托持股或其他利益安排。

（二）关联交易

1、经常性关联交易

（1）关联销售

报告期内发行人存在向部分关联方及比照关联方进行披露的企业销售产品的情形，具体情况如下：

单位：万元

关联方	关联交易内容	2020 年度	2019 年度	2018 年度
明亮光学	镜片销售	25.04	68.49	135.86
格里特眼镜	镜片销售	56.00	57.42	48.04
南京迈视	镜片销售	10.62	8.44	10.66
丹阳 KOC	材料销售	-	0.06	0.09
丹阳 KOC	租赁收入	0.64	3.34	1.67
上海立正	镜片销售	-	-	0.61
上海宾得	材料销售	-	-	7.22
南京中视	成镜销售	0.02	-	-
南京中视	镜片销售	138.63	119.40	122.39
南京中视	租赁收入	-	-	3.48
视觉动力	镜架销售	0.10	1.00	1.11
视觉动力	成镜销售	-	0.04	-
视觉动力	镜片销售	0.56	3.51	3.44
南京辰龙	原料销售	-	183.80	-
雪束科技	镜片销售	2.68	12.66	1.22
雪束科技	镜架销售	-	0.12	5.82

关联方	关联交易内容	2020 年度	2019 年度	2018 年度
劲霸男装（上海）有限公司	成镜销售	16.19	5.77	-
劲霸男装（上海）有限公司	镜架销售	0.81	-	-
三井印度	原料销售	57.41	54.65	-
钒曦光电	废品销售	56.33	6.02	-
郭传策	废品销售	-	-	7.10
郭晓和	废品销售	-	-	47.59
郭海尧	镜片销售	1.25	-	-
郭传策	镜片销售	15.33	-	-
关联销售合计		**381.63**	**524.73**	**396.29**
营业收入总额		**53,968.14**	**55,250.12**	**50,941.85**
关联销售占营业收入比		**0.71%**	**0.95%**	**0.78%**

注：彭志云自 2019 年 11 月起担任公司董事，其担任发行人董事之后发行人与劲霸男装（上海）有限公司之间发生的交易作为关联交易披露

发行人经营地在江苏省镇江市下辖的丹阳市，系“中国眼镜之都”，拥有眼镜原料配件、镜架制造、镜片制造、眼镜机械、印刷包装等全套完整产业链。在此整体环境之下，发行人关联方及比照关联方披露的企业也有较多从事眼镜相关产业业务。

发行人为国内销量领先的知名镜片生产商，业务涵盖树脂原料、镜片、镜架、成镜等产业链中多个领域，为市场提供品质稳定、品类齐全的眼视光产品，与上述关联方及比照关联方披露的企业存在一定的业务往来，具有合理性。

报告期内，发行人向关联方销售金额较小，占营业收入的比例较低，关联方销售对发行人整体财务状况的影响较小。

发行人制定了统一的销售策略，镜片销售执行统一的目录价及销售折扣政策，报告期内，发行人与上述关联方及比照关联方披露的企业发生的关联交易均按照市场化定价原则协商定价，不存在利益输送或其他利益安排。

（2）关联采购

报告期内，发行人存在向部分关联方及比照关联方进行披露的企业采购产品或服务的情形，具体情况如下：

单位：万元

关联方名称	交易内容	2020 年度	2019 年度	2018 年度
韩国 KOC	化工原料	2,465.55	3,624.98	4,518.54
三井中国	化工原料	215.40	283.43	340.40
丹阳 KOC	化工原料	298.61	345.51	352.83
丹阳洁优	辅助材料	111.46	134.53	179.62
丰悦光学	辅助材料	24.77	12.36	2.69
特劳特	咨询服务	515.00	515.00	515.00
V OPTICS PTE.LTD	代理服务	175.46	148.91	146.33
合计		**3,806.26**	**5,064.72**	**6,055.41**

报告期内，公司向韩国 KOC 及其关联方三井中国、丹阳 KOC 采购金额较大，主要采购内容为高折射率镜片树脂单体。上述交易的主要背景系：

1）韩国 KOC 及其关联方系国际知名的镜片树脂单体生产企业，且产品性能可靠、质量稳定，发行人与其建立了长期稳定且深度的合作关系。发行人通过向其采购原料可确保产品质量可靠稳定，同时通过集中采购，可一定程度上提升发行人的议价能力，有效节省采购成本。

2）用于高折射率镜片的树脂单体等原材料生产技术由日韩厂商（韩国 KOC、MITSUI CHEMICALS、日本三菱等）所掌握，经过多年发展已经相当成熟；受限于发展时间较短，国内原材料供应商的产品质量和品种，与国际领先水平尚存在一定的差距。

发行人目前已熟练掌握部分核心原料的生产工艺，可生产折射率 1.56 及 1.60 系列的树脂单体自用及对外销售。但受限于上游精细化工原料供应状况、生产技术水平以及生产工艺中部分环节的环保要求，发行人尚无法直接生产折射率 1.67 及以上的树脂单体，主要向韩国 KOC 及其关联方采购。除韩国 KOC 及其关联方外，国内外还有其他供应商可以生产高折射率树脂单体，发行人亦储备了相关树脂单体后备替代供应商。

尽管消费者对于高折射率产品的需求与日俱增，但目前国内市场主流产品仍为折射率 1.56 及 1.60 系列产品，通过超韧、超亮、超薄、蓝光防护、智能变色、偏光、渐进多焦点等多种功能的实现，可满足消费者的主要需求。2020 年，发行人折射率 1.67 及以上镜片销售收入为 11,912.03 万元，占镜片销售收入的比例为 27.31%，占整体营业收入的比例为 22.07%，整体占比不大。若韩国 KOC 及其关联方无法及时向发行人供应原料，发行人短期内面临切换供应商的压力，长期影响可控，且对发行人主流产品影响很小，不影响发行人持续经营。

发行人综合考虑原材料质量及集中采购优势，优先选择向韩国 KOC 及其关联方采购其生产的原料，且采购价格与其向其他客户销售价格不存在重大差异，定价公允，发行人对其不存在重大依赖。

特劳特是一家知名且专注于战略定位的咨询公司。报告期内，发行人与其签订《战略定位合同书》，约定由其对发行人的战略进行系统梳理，制订战略定位研究报告，并在合作周期内提供战略定位执行辅导，由此产生咨询费用。同时，特劳特看好发行人未来发展，通过投资诺伟其间接持有发行人股份。发行人按照实质重于形式原则，将其认定为比照关联方进行披露的企业。

发行人与特劳特的交易价格系参考市场价格协商确定，根据公开披露数据，该价格与特劳特对其他客户（如香飘飘，603711.SH）的收费不存在重大差异。

报告期内，发行人与上述关联方及比照关联方进行披露的企业发生的关联交易均按照市场化定价原则协商定价，不存在利益输送或其他利益安排。

3）2020 年度关联采购占比，发行人对韩国 KOC 的采购占其同类业务销售的占比，发行人向其采购 1.67 及以上折射率镜片树脂单体，以及超韧、超亮等特定品种的 1.60 及以下折射率镜片树脂单体的定价与发行人向其他供应商采购同类产品的报价不存在显著差异，发行人向 KOC 采购的产品占发行人同类产品采购的比重，发行人对韩国 KOC 不存在重大依赖，对本次发行不构成重大不利影响

①2020 年度关联采购占比，发行人对韩国 KOC 的采购占其同类业务销售的占比

2020 年度发行人向关联方原料采购金额为 2,979.56 万元，占采购总额的比例为 20.40%。

2018 年度-2020 年度，发行人对韩国 KOC 的采购占其同类业务销售的占比情况如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
对韩国 KOC 的采购金额占其同类业务销售金额的占比	14.30%	14.90%	22.00%

报告期内，发行人对韩国 KOC 的采购占其同类业务销售的占比分别为 22.00%、14.90%和 14.30%，呈逐年下降趋势。

②发行人向其采购 1.67 及以上折射率镜片树脂单体，以及超韧、超亮等特定品种的 1.60 及以下折射率镜片树脂单体的定价与发行人向其他供应商采购同类产品的报价是否存在显著差异

关于 1.67 及以上折射率镜片树脂单体，以及超韧、超亮等特定品种的 1.60 及以下折射率镜片树脂单体的定价与发行人向其他供应商采购同类产品的报价是否存在显著差异参见本招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“九、关联方及关联交易”之“（五）对韩国 KOC 及其关联方的采购及相关情况”。

③发行人向 KOC 采购的产品占发行人同类产品采购的比重，是否存在其他可选择的供应商，发行人是否对韩国 KOC 存在重大依赖，是否对本次发行构成重大不利影响

报告期内，发行人向韩国 KOC 及其关联方采购的树脂单体金额（已开票）占发行人采购树脂单体总金额（已开票）的比重分别为 94.00%、94.22%和 94.59%，主要生产 1.60 及以上折射率镜片产品。同品种产品不存在向其他供应商采购的情况。

发行人向韩国 KOC 采购的折射率 1.67 树脂单体存在其他可选择的供应商，包括境外供应商日本三菱、德国 Bruno Bock，以及境内供应商益丰生化、万华化学等；折射率 1.71 树脂单体的其他供应商包括三菱瓦斯等。

关于其他可选择供应商及价格公允性对比情况参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“五、公司控股、参股公司及分公司情况”的相关内容。

从镜片产量上看，发行人生产镜片产品的原料主要来源于自产，报告期内自产原料生产折射率 1.56 和 1.60 系列镜片的产量占比分别为 75.32%、74.25%和 77.38%，外购原料生产的其他系列产品的产量占比分别为 24.68%、25.75%和 22.62%。

报告期内发行人各系列镜片的产量结构情况如下：

镜片类别	产量占比		
	2020 年度	2019 年度	2018 年度
自产 1.56 系列	46.52%	48.27%	46.40%
自产 1.60 系列	30.86%	25.98%	28.92%
外购 1.56 系列	6.61%	8.34%	7.98%
外购 1.60 系列	7.13%	7.62%	8.15%
外购 1.67 系列	4.45%	6.20%	6.40%
外购 1.71 系列	4.43%	3.59%	2.15%
合计	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**

自产原料生产折射率 1.56 和 1.60 系列产品依然占据发行人产品的主要地位。

综上所述，发行人对韩国 KOC 存在一定程度的采购依赖，但不存在重大依赖，除了折射率 1.71 树脂单体在国内尚未量产外，其他主要原材料有可选择的供应商，对本次发行不构成重大不利影响。

（3）关联租赁

报告期内，发行人存在关联租赁的情形，具体情况如下：

承租方	出租方	租赁资产种类	租金（万元）		
			2020 年度	2019 年度	2018 年度

丹阳 KOC	江苏可奥熙	房产	0.64	3.34	1.67
南京中视	发行人	设备	-	-	3.48

丹阳 KOC 系贸易公司，其租赁江苏可奥熙房产用于日常办公，租赁费用参考周边租赁价格双方协商确定，定价公允。

发行人向南京中视租赁磨边机，租赁费用双方协商确定，定价公允，该租赁目前已停止。

（4）关联方薪酬

公司向董事、监事、高级管理人员及其他核心技术人员支付报酬的具体情况参见“第五节 发行人基本情况”之“十四、董事、监事、高级管理人员和核心技术人员的薪酬情况”。

公司向上海维沃少数股东 LIM SOON YEN ADAM 支付报酬，报告期内每年 12 万元。

2、偶发性关联交易

（1）收购上海维沃 5%股权

1）发行人收购上海维沃 5%股权的情况

整合前，明月光电持有上海维沃 52%的股权、LIM SOON YEN ADAM 持有上海维沃 43%的股权、曾哲持有上海维沃 5%的股权。

2019 年 5 月 16 日，明月光电与曾哲签订《股权转让协议》，约定曾哲将其持有上海维沃 5%股权作价 100 万元转让给明月光电。同日，上海维沃作出股东会决议，同意上述股权转让。

2019 年 8 月 19 日，万隆评估出具“万隆评报字（2019）第 10331 号”《评估报告》，截至 2019 年 4 月 30 日，上海维沃经评估的净资产价值为 2,050 万元，则上海维沃 5%股权对应的评估值为 102.5 万元。

本次股权转让完成后，明月光电持有上海维沃 57%股权、LIM SOON YEN ADAM 持有上海维沃 43%的股权。

2）上海维沃 5%股权的账面价格情况

截至 2018 年 12 月 31 日，上海维沃账面资产总额 3,400.01 万元，负债总额 2,133.03 万元，股东权益 1,266.98 万元。2018 年度，上海维沃实现营业收入 11,167.09 万元，营业利润 1,438.05 万元，净利润 1,082.09 万元。

截至 2019 年 4 月 30 日，上海维沃账面资产总额 2,251.74 万元，负债总额 1,741.52 万元，股东权益 510.22 万元。2019 年 1-4 月，上海维沃实现营业收入 2,524.68 万元，营业利润 306.10 万元，净利润 229.68 万元。

由于上海维沃自成立以来经营业绩良好，且其持续经营无需账面大量资金。报告期内上海维沃每年均进行现金分红，故净资产一直处于较低水平。报告期内，上海维沃各年净利润、分红及分红后净资产情况如下：

单位：元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
净利润	11,610,408.55	10,782,176.85	10,820,877.93
分红金额	7,000,000.00	10,000,000.00	4,000,000.00
项目	**2020-12-31**	**2019-12-31**	**2018-12-31**
净资产	18,131,469.20	13,521,060.65	12,669,844.94

2019 年 4 月末，上海维沃净资产较 2018 年末有所下降，主要是由于进行了现金分红所致。

3）股权转让价格大幅高于账面价格的合理性

万隆评估采用了资产基础法和收益法两种评估方法对上海维沃净资产进行了评估，根据资产基础法的评估结果，净资产账面价值 510.22 万元，评估值 510.46 万元，评估增值 0.24 万元，增值率 0.05%。根据收益法评估结果，上海维沃于评估基准日的股东全部权益价值评估值为 2,050.00 万元，增值率 301.79%。

资产基础法和收益法评估出现差异的主要原因为：资产基础法是指在合理评估企业各分项资产价值和负债的基础上确定评估对象价值的评估思路，即将构成企业的各种要素资产的评估值加总减去负债评估值求得企业股东权益价值的方法。收益法是从企业的未来获利能力角度出发，以被评估企业现有资产未来可以产生的收益，经过风险折现后的现值作为企业价值，反映了企业各项资产的综合获利能力。两种方法的估值对企业价值的显化范畴不同，企业拥有的经营资质、服务平台、研发能力、管理团队等不可确指的商誉等无形资源难以在资产基础法中逐一计量和量化反映，因此造成两种方法评估结果存在一定的差异。

上海维沃是专业从事光学镜片销售服务的企业，具有“轻资产”的特点，其固定资产投入相对较小，账面价值比重较低，而企业的主要价值除了固定资产、营运资金等有形资源之外，还应包含企业所享受的各项优惠政策、经营资质、业务平台、人才团队、品牌优势等重要的无形资源的贡献。而资产基础法仅对各单项有形资产和可确指的无形资产进行了评估，但不能完全体现各个单项资产组合对整个公司的贡献，也不能完全衡量各单项资产间的互相匹配和有机组合因素可能产生出来的整合效应。而公司整体收益能力是企业所有环境因素和内部条件共同作用的结果。由于收益法价值内涵包括企业不可确指的无形资产，所以评估结果比资产基础法更具有合理性。

2018 年度，上海维沃实现营业收入 11,167.09 万元，净利润 1,082.09 万元，对应市盈率 1.85 倍。上海维沃盈利能力较强，且 2019 年 4 月末净资产较低主要是由于进行分红所致，采用收益法评估结论更具有合理性。

截至 2019 年 12 月 31 日，上海维沃总资产 3,889.80 万元，净资产 1,352.11 万元，2019 年度实现净利润 1,078.22 万元。截至 2020 年 12 月 31 日，上海维沃的总资产为 3,172.33 万元，净资产为 1,813.15 万元；2020 年度实现净利润 1,161.04 万元，经营情况良好。万隆评估收益法预测的基准日后三个完整年度营业收入及净利润情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度

营业收入	14,900.00	13,700.00	12,460.00
净利润	920.25	844.75	748.67

报告期内，上海维沃根据收益法预估的收入及利润实现情况良好。

综上所述，收益法对于企业未来预期发展因素产生的影响考虑的更为充分，收益法评估方法能够客观、合理地反映上海维沃的内在价值，故以收益法的结果作为最终评估结论。发行人以 100 万元的价格受让曾哲所持有的上海维沃 5%股份具有合理性。

4）收购上海维沃 5%股权的评估方法，评估价格显著高于上海维沃的原因和合理性

收购上海维沃 5%股权采用资产基础法与收益法两种评估方法。

A.资产基础法评估结果

a.总资产账面值为 2,251.74 万元，评估值 2,251.98 万元，评估增值 0.24 万元，增值率为 0.01%。

b.负债账面价值为 1,741.52 万元，评估值 1,741.52 万元，评估无增减值。

c.净资产账面值为 510.22 万元，评估值为 510.46 万元,评估增值 0.24 万元，增值率为 0.05%。

经资产基础法评估，上海维沃姆恩光学眼镜销售有限公司于本次评估基准日的股东全部权益价值评估值为大写人民币伍佰壹拾万零肆仟陆佰元整（RMB510.46 万元）。评估基准日 2019 年 4 月 30 日的资产基础法评估结果汇总如下：

金额单位：万元

项目	账面价值	评估价值	增减值	增值率%
一、流动资产	2,238.63	2,239.46	0.83	0.04
二、非流动资产	13.11	12.53	-0.58	-4.42
其中：固定资产净额	3.63	3.26	-0.37	-10.19
递延所得税资产	9.48	9.27	-0.21	-2.22

项目	账面价值	评估价值	增减值	增值率%
三、资产总计	2,251.74	2,251.98	0.24	0.01
四、流动负债	1,741.52	1,741.52	-	-
五、非流动负债	-	-	-	-
六、负债总计	1,741.52	1,741.52	-	-
七、股东全部权益	510.22	510.46	0.24	0.05

B.收益法

经收益法评估，采用前述收益指标和相关参数，上海维沃姆恩光学眼镜销售有限公司于本次评估基准日的股东全部权益价值评估值为人民币贰仟零伍拾万元整（RMB2,050.00 万元）。

C.评估结论

本次评估采用资产基础法和收益法评估结果存在差异，如下表：

金额单位：万元

评估方法	账面净资产	评估值	增减额	增减率%
收益法	510.22	2,050.00	1,539.78	301.79
资产基础法	510.22	510.46	0.24	0.05
差　异		1,539.54	1,539.54	

资产基础法和收益法评估结果出现差异的主要原因是：资产基础法是指在合理评估企业各分项资产价值和负债的基础上确定评估对象价值的评估思路，即将构成企业的各种要素资产的评估值加总减去负债评估值求得企业股东权益价值的方法。收益法是从企业的未来获利能力角度出发，以被评估企业现有资产未来可以产生的收益，经过风险折现后的现值作为企业价值，反映了企业各项资产的综合获利能力。两种方法的估值对企业价值的显化范畴不同，企业拥有的经营资质、服务平台、研发能力、管理团队等不可确指的商誉等无形资源难以在资产基础法中逐一计量和量化反映，因此造成两种方法评估结果存在一定的差异。

上海维沃是专业从事光学镜片销售服务行业，企业具有“轻资产”的特点，其固定资产投入相对较小，账面值比重不高，而企业的主要价值除了固定资产、营运资金等有形资源之外，还应包含企业所享受的各项优惠政策、经营资质、业务

平台、人才团队、品牌优势等重要的无形资源的贡献。而资产基础法仅对各单项有形资产和可确指的无形资产进行了评估，但不能完全体现各个单项资产组合对整个公司的贡献，也不能完全衡量各单项资产间的互相匹配和有机组合因素可能产生出来的整合效应。而公司整体收益能力是企业所有环境因素和内部条件共同作用的结果。由于收益法价值内涵包括企业不可确指的无形资产,所以评估结果比资产基础法高。

鉴于本次评估目的，收益法对于企业未来预期发展因素产生的影响考虑的较充分，收益法评估方法能够客观、合理地反映评估对象的内在价值，故以收益法的结果作为最终评估结论。

评估结论：采用收益法评估结果，上海维沃于本次评估基准日的股东全部权益价值评估值为人民币贰仟零伍拾万元整（RMB2,050.00 万元）。

D.评估价格显著高于上海维沃的原因和合理性

截至 2018 年 12 月 31 日，上海维沃账面资产总额 3,400.01 万元，负债总额 2,133.03 万元，股东权益 1,266.98 万元。2018 年度，上海维沃实现营业收入 11,167.09 万元，营业利润 1,438.05 万元，净利润 1,082.09 万元。

截至 2019 年 4 月 30 日，上海维沃账面资产总额 2,251.74 万元，负债总额 1,741.52 万元，股东权益 510.22 万元。2019 年 1-4 月，上海维沃实现营业收入 2,524.68 万元，营业利润 306.10 万元，净利润 229.68 万元。

由于上海维沃自成立以来经营业绩良好，且其持续经营无需账面大量资金。报告期内上海维沃每年均进行现金分红，故净资产一直处于较低水平。报告期内，上海维沃各年净利润、分红及分红后净资产情况如下：

单位：元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
净利润	11,610,408.55	10,782,176.85	10,820,877.93
分红金额	7,000,000.00	10,000,000.00	4,000,000.00
项目	**2020 年 12 月 31 日**	**2019 年 12 月 31 日**	**2018 年 12 月 31 日**
净资产	18,131,469.20	13,521,060.65	12,669,844.94

2019 年 4 月末，上海维沃净资产较 2018 年末有所下降，主要是由于进行了现金分红所致。

④股权转让价格大幅高于账面价格的合理性

2018 年度，上海维沃实现营业收入 11,167.09 万元，净利润 1,082.09 万元，对应市盈率 1.85 倍。上海维沃盈利能力较强，且 2019 年 4 月末净资产较低主要是由于进行分红所致，采用收益法评估结论更具有合理性。

按照收益法的评估结果，上海维沃 5%股权对应的评估值为 102.5 万元，发行人以 100 万元的价格受让曾哲所持有的上海维沃 5%股份具有合理性。

截至 2019 年 12 月 31 日，上海维沃总资产 3,889.80 万元，净资产 1,352.11 万元，2019 年度实现净利润 1,078.22 万元。截至 2020 年 12 月 31 日，上海维沃的总资产为 3,172.33 万元，净资产为 1,813.15 万元；2020 年度实现净利润 1,161.04 万元，经营情况良好。万隆评估收益法预测的基准日后三个完整年度营业收入及净利润情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
营业收入	14,900.00	13,700.00	12,460.00
净利润	920.25	844.75	748.67

报告期内，上海维沃根据收益法预估的收入及利润实现情况良好。

综上所述，收益法对于企业未来预期发展因素产生的影响考虑的更为充分，收益法评估方法能够客观、合理地反映上海维沃的内在价值，故以收益法的结果作为最终评估结论。发行人以 100 万元的价格受让曾哲所持有的上海维沃 5%股份具有合理性。

（2）关联方为本公司提供担保

担保方	担保金额（万元）	担保起始日	担保到期日	担保是否已经履行完毕
谢公兴、肖少艳，曾少华、谢微微，谢公晚	700.00	2017/1/12	2018/1/3	是

担保方	担保金额（万元）	担保起始日	担保到期日	担保是否已经履行完毕
明月光电、谢公晚、金晓华	300.00	2017/11/29	2018/11/26	是
谢公兴、肖少艳，曾少华、谢微微，谢公晚	499.00	2018/1/11	2019/1/10	是
明月光电、谢公晚、金晓华	300.00	2018/12/13	2019/4/30	是
谢公兴、肖少艳、谢微微、曾少华、谢公晚	499.00	2019/1/25	2019/5/6	是
明月光电、谢公晚、金晓华	500.00	2017/4/13	2018/4/11	是
明月光电、谢公晚、金晓华	495.00	2018/4/17	2019/4/12	是
江苏可奥熙、谢公晚	300.00	2017/3/9	2018/1/4	是
江苏可奥熙、谢公晚	140.00	2017/3/15	2018/1/4	是
谢公晚、金晓华、明月光学	1,000.00	2017/8/4	2018/8/1	是
谢公晚、金晓华、明月光学	1,000.00	2017/9/4	2018/8/24	是
谢公晚、金晓华、明月光学	800.00	2017/9/6	2018/9/4	是
谢公晚、金晓华、明月光学	400.00	2017/10/11	2018/10/8	是
谢公晚、金晓华、明月光学	600.00	2017/12/6	2018/4/3	是
明月实业、明月光电、谢公晚、金晓华	530.00	2017/12/7	2018/12/3	是
明月实业、明月光电、谢公晚、金晓华	500.00	2017/12/11	2018/11/13	是
明月实业、明月光电、谢公晚、金晓华	500.00	2017/12/12	2018/12/12	是
谢公晚	800.00	2018/5/16	2019/1/19	是
谢公晚	700.00	2018/7/31	2019/3/29	是
谢公晚、金晓华、明月光学	1,000.00	2018/8/17	2019/4/29	是
谢公晚、金晓华、明月光学	1,000.00	2018/8/24	2019/4/29	是
谢公晚、金晓华、明月光学	800.00	2018/9/11	2019/4/29	是
谢公晚、金晓华、明月光学	400.00	2018/10/12	2019/4/29	是
明月实业、明月光电、谢公晚、金晓华	500.00	2018/11/19	2019/4/26	是
明月实业、明月光电、谢公晚、金晓华	500.00	2018/12/6	2019/4/26	是
明月实业、明月光电、谢公晚、金晓华	530.00	2018/12/12	2019/4/26	是

（3）关于关联方资金拆借情况的核查

1）关联方资金拆借相关资产、负债和现金流量列报情况

关联方资金拆借的具体情况如下：

①发行人与关联方资金拆借情况

单位：元

2018 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日				
关联方	**期初余额**	**当期流出**	**当期流入**	**期末余额**
资金拆入				
明月实业	6,363,047.61	6,386,444.52	23,396.91	-
V OPTICS PTE. LTD	41,652.84	41,652.84	-	-
资金拆出				
金晓华	2,896.96	2,896.96	-	-

②资金拆借相关资产、负债和现金流量列报情况

A.资金拆借相关资产、负债列报情况

单位：元

关联方名称	**资产负债表列报**	**2020 年 12 月 31 日**	**2019 年 12 月 31 日**	**2018 年 12 月 31 日**
明月实业	其他应付款	-	-	-
谢公兴	拆借无余额	-	-	-
V OPTICS PTE.LTD	其他应付款	-	41,652.84	41,652.84
金晓华	其他应收款	-	-	-

B.上述资金拆借相关现金流量列报情况

单位：元

关联方名称	**现金流量科目**	**2020 年度**	**2019 年度**	**2018 年度**
明月实业（归还本金）	支付的其他与筹资活动有关的现金	-	-	5,419,394.45
明月实业（偿还利息）	分配股利、利润或偿付利息支付的现金	-	265,940.61	701,109.46
V OPTICS PTE.LTD（还）	支付的其他与经营活动有关的现金	41,652.84	-	-
金晓华（还）	收到的其他与经营活动有关的现金	-	-	-2,896.96

2）与海康光学、苏明光学、曾哲、王雪平以及明月实业之间关联往来金额的形成过程

报告期内关联方与发行人之间关联往来的具体情况如下：

①海康光学

发行人与海康光学之间形成的关联往来系报告期前的原料销售业务形成。报告期内，发行人与海康光学之间的应收账款具体情况如下：

单位：元

期间	关联往来形成过程	期初余额	本期增加	本期减少	期末余额
2018 年度	收款	229,679.66	-	35,169.66	194,510.00
2019 年度	收款	194,510.00	-	27,000.00	167,510.00
2020 年度	收款	167,510.00	-	30,000.00	137,510.00

②苏明光学

发行人与苏明光学之间形成的关联往来系报告期前镜片销售形成。报告期内，发行人与苏明光学之间的应收账款具体情况如下：

单位：元

期间	关联往来形成过程	期初余额	本期增加	本期减少	期末余额
2018 年至 2020 年	镜片销售	486.40	-	-	486.40

③曾哲

发行人与曾哲之间形成的关联往来系曾哲作为发行人员工而产生的备用金及费用报销，以及其曾经作为发行人子公司上海维沃的股东，上海维沃为其代扣代缴股东分红产生的个人所得税形成。报告期内，发行人与曾哲之间形成的其他应收款、其他应付款具体情况如下：

A.其他应收款

单位：元

会计期间	关联往来形成过程	期初余额	本期增加	本期减少	期末余额

2018 年度	备用金及费用报销	20,000.00	-	20,000.00	-
2019 年度	代扣代缴个人所得税	-	190,000.00	190,000.00	-
2020 年度	-	-	-	-	-

B.其他应付款

单位：元

会计期间	关联往来形成过程	期初余额	本期增加	本期减少	期末余额
2018 年度	备用金及费用报销	-	2,307.50	-	2,307.50
2019 年度	备用金及费用报销	-	-	2,307.50	-
2020 年度	备用金及费用报销	-	539.00	-	539.00

④王雪平

发行人与王雪平之间形成的关联往来系其作为发行人员工产生的备用金、费用报销以及人才补助款。报告期内，发行人与王雪平之间形成的其他应付款具体情况如下：

单位：元

期间	关联往来形成过程	期初余额	本期增加	本期减少	期末余额
2018 年度	备用金及费用报销、人才补助款	-	13,342.63	-	13,342.63
2019 年度	备用金及费用报销、人才补助款	13,342.63	7,482.79	20,825.42	-
2020 年度	备用金及费用报销	-	363.48	363.48	-

⑤明月实业

发行人与其控股股东明月实业之间形成的关联往来主要系发行人向其借款所形成的资金拆入。上述关联借款均已签订借款合同，按照合同的约定计提并支付借款利息；截至 2019 年 12 月，上述关联借款的本金及利息均已归还。2020 年发行人与其控股股东明月实业之间无往来。

报告期内，发行人与明月实业之间形成的其他应付款具体情况如下：

单位：元

会计期间	关联往来形成过程	期初余额	本期增加	本期减少	期末余额
2018 年度	借款本金	5,419,394.45	-	5,419,394.45	-
2018 年度	借款利息	943,653.16	23,396.91	701,109.46	265,940.61
小计	-	6,363,047.61	23,396.91	6,120,503.91	265,940.61
2019 年度	借款本金	-	-	-	-
2019 年度	借款利息	265,940.61	-	265,940.61	-
2019 年度	往来款（注）	-	10,000,000.00	10,000,000.00	-
小计	-	265,940.61	10,000,000.00	10,265,940.61	-
2020 年度	-	-	-	-	-

注：该等款项系明月实业于 2019 年 1 月 31 日向发行人拆入，发行人于 2019 年 2 月 2 日归还上述款项。由于该等款项自拆入至归还的期间较短，因此未计提利息。

3）不存在未披露的关联交易

发行人已严格按照《上市公司信息披露管理办法》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则》、《企业会计准则》等相关规定准确、完整认定关联方，不存在遗漏关联方情形。与上述关联方发生的交易及往来余额已如实披露，不存在未披露的关联交易。

（4）购买关联方无形资产

为保证发行人生产经营的独立性，明月实业将与发行人生产经营相关的商标、专利等无形资产无偿售与发行人，具体如下：

2019 年 12 月，发行人与明月实业签订《专利权转让合同》，约定明月实业将其与发行人共有的专利号为 ZL201130495658.1 等 5 项专利无偿转让给发行人。发行人已就上述专利取得国家知识产权局颁发的《专利证书》。

1）5 项专利的具体情况

明月实业无偿转让的 5 项专利的具体情况如下：

序号	专利类型	专利名称	专利权人	专利号	专利申请日	授权公告日	专利权期限
1	发明专利	运动型抗冲击光学树脂	明月镜片	ZL200810087136.5	2008.3.19	2010.6.16	2028.3.18

		眼镜片的制造工艺					
2	实用新型	一种清洗机专用超纯水加热设备	明月镜片	ZL201120517493.8	2011.12.13	2012.8.1	2021.12.12
3	实用新型	胶圈切割机	明月镜片	ZL201120516227.3	2011.12.13	2012.9.5	2021.12.12
4	实用新型	镜片内应力检测装置	明月镜片	ZL201120545606.5	2011.12.23	2012.9.5	2021.12.22
5	外观设计	镜片内应力检测道具	明月镜片	ZL201130495658.1	2011.12.23	2012.6.6	2021.12.22

2）对发行人生产经营和产品的作用和贡献，不涉及发行人核心技术

上述五项专利主要的应用范围均为镜片生产、销售相关领域，具体情况如下：

序号	专利名称	应用范围说明
1	运动型抗冲击光学树脂眼镜片的制造工艺	超韧镜片生产环节的工艺技术
2	一种清洗机专用超纯水加热设备	镜片生产环节的技术改进设备
3	胶圈切割机	原镜片生产环节的必备专用设备，现已用新技术代替
4	镜片内应力检测装置	销售环节体现镜片功能的道具
5	镜片内应力检测道具	销售环节体现镜片功能的道具

发行人从明月实业受让的上述专利中，除“胶圈切割机”已被新技术取代外，剩余 4 项专利仍在部分生产和销售环节进行使用。“运动型抗冲击光学树脂眼镜片的制造工艺”主要应用在一次固化环节，原为发行人前身实际投入研发并使用，由于早期规范意识薄弱，由明月实业进行专利申请，本次为解决潜在同业竞争和资产独立性问题，将该专利转让至发行人名下。“一种清洗机专用超纯水加热设备”主要应用在镜片生产环节。“镜片内应力检测装置”和“镜片内应力检测道具”主要应用于销售环节中的检测环节，对发行人业绩贡献较小。

3）明月实业不拥有与发行人生产经营相关的专利技术

截至本招股说明书签署日，明月实业账面已无专利技术，明月实业未拥有与发行人生产经营相关的专利技术。

2019 年 12 月 31 日，发行人与明月实业签订《商标转让合同》，约定明月实业将商标号为第 5571415 号等 34 项商标无偿转让给发行人。发行人已就上述商标取得国家工商行政管理总局颁发的《商标注册证》。

2019 年 12 月。发行人与明月实业签订《Registered Trademark Transfer Agreement》，约定明月实业将其持有的印度商标号第 1465423 号的商标无偿转让给发行人。截至本招股说明书签署日，上述商标转让尚在办理变更手续。

4）发行人受让商标相关情况

发行人受让明月实业的商标，主要是因为发行人早期对知识产权的管理经验不足，存在部分商标以明月实业名义申请的情形。随着发行人经营管理日渐规范，发行人对历史上形成知识产权进行了整理和规范，且自 2015 年 8 月起，明月实业除对发行人投资外，已无实际经营，无需使用上述商标；发行人生产经营虽未使用上述商标，但为保持发行人资产独立性，明月实业于 2019 年 12 月将上述商标无偿转让给发行人。

上述商标转让给发行人之前，明月实业将相关商标的注册费和其他手续费直接予以费用化，该等商标无账面价值；本次商标转让系无偿转让，转让价格公允，且上述商标均不属于公司日常生产经营中使用的商标，因此公司对无偿受让的商标未确认账面价值。

上述商标权转让过程履行了相应程序，符合法律规定，有助于保持发行人的资产独立性，具有合理性；上述转让系无偿转让，转让价格公允，但不存在损害发行人及其股东利益的情形。

5）关于实际控制人不持有与发行人业务相关的资产的核查

截至本招股说明书签署日，发行人实际控制人及其控制/施加重大影响的企业明月实业、志明管理、香港明月及丹阳洁优均未持有与发行人业务相关的资产。

6）关于印度商标的转让情况

截至本招股说明书签署日，发行人已委托上海佳士商务咨询有限公司向印度

知识产权专利局提交印度商标号第 1465423 号的商标的转让申请，但因受新冠肺炎疫情影响，上述转让手续尚未办理完毕。上述印度商标的转让尚需取得印度知识产权专利局的核准。

发行人已向印度知识产权专利局提交了商标转让申请，但因受新冠肺炎疫情影响，上述商标的转让手续尚未完成，上述转让不存在实质性障碍。

3、关联方应收应付款项

报告期各期末，发行人与关联方往来款净额如下：

（1）应收关联方款项

报告期各期末，发行人应收关联方款项如下：

单位：万元

项目名称	关联方	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
应收账款	海康光学	6.50	12.12	16.81
	明亮光学	98.39	131.02	151.92
	格里特眼镜	21.12	8.54	5.39
	南京迈视	8.18	2.69	4.77
	苏明光学	0.01	0.02	0.04
	上海立正	0.06	0.07	0.07
	南京中视	40.02	19.97	18.33
	视觉动力	-	0.12	0.20
	劲霸男装（上海）有限公司	6.71	2.79	-
	丹阳 KOC	-	-	1.73
	上海宾得	-	-	-
	雪柬科技	-	7.95	0.92
	三井印度	-	27.75	-
	郭传海	-	-	-
	郭海尧	0.05	-	-
	合计	**181.03**	**213.03**	**200.17**
预付账款	三井中国	154.13	103.12	-
	V OPTICS PTE.LTD	6.61		

项目名称	关联方	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
	合计	**160.74**	**103.12**	**-**
其他应收款	曾哲	-	-	-
	金晓华	-	-	-
	谢旭韩	0.10	0.10	-
	合计	**0.10**	0.10	-

（2）应付关联方款项

报告期各期末，公司应付关联方款项情况如下：

单位：万元

项目名称	关联方	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
应付账款	韩国 KOC	1,244.37	885.23	900.80
	丹阳 KOC	91.51	137.48	66.03
	丹阳洁优	58.00	63.52	55.13
	丰悦光学	-	1.12	1.38
	合计	**1,393.88**	**1,087.34**	**1,023.34**
预收账款	雪柬科技	-	-	0.14
	合计	-	-	**0.14**
其他应付款	谢公兴	0.17	-	2.04
	曾哲	0.05	-	0.23
	王雪平	-	-	1.33
	孙健	0.14	-	-
	视觉动力	-	0.02	0.04
	V OPTICS PTE.LTD	-	16.21	4.27
	明月实业	-	-	26.59
	雪柬科技	-	0.02	0.03
	明亮光学	0.96	-	-
	格里特眼镜	0.09	-	-
	南京中视	10.00	-	-
	合计	**11.41**	16.25	34.53

4、报告期内关联交易对公司经营成果和财务状况的影响

发行人已建立了独立的采购、生产、销售系统，与关联企业在业务、资产、人员、财务、机构等方面均相互独立，对关联方不存在重大依赖，具有完整的业务体系和直接面向市场独立经营的能力。报告期内与关联企业在采购、销售等方面发生的交易具备商业合理性且交易价格公允，公司关联交易不存在损害公司及其他非关联股东利益的情况。

报告期内公司发生的关联交易对公司的财务状况和经营成果无重大影响。

5、关于关联交易合规性情况的核查

经核查，报告期内发行人的关联方、比照关联方披露的企业不存在为发行人承担成本费用、利益输送或其他利益安排等情形。发行人已严格按照《公司法》、《企业会计准则》及中国证监会及深交所的有关规定披露关联方和关联交易，不存在关联交易非关联化的情形。

6、报告期内关联方客户、供应商和发行人客户、供应商存在重叠情形

（1）报告期内关联方客户、供应商和发行人客户、供应商存在重叠的具体名称、交易金额和占比

报告期内关联方清单如下：

序号	企业名称	关联关系	实际经营业务	与发行人业务的关系
与发行人存在业务往来的关联方				
1	南京中视	谢公兴配偶弟弟肖皖持股 60%并担任法定代表人、董事兼总经理的公司	镜片和太阳镜片的销售	上下游关系，系发行人的经销商，报告期内其向发行人采购产品的金额分别为： 1,223,862.18 元、1,194,018.01 元、1,386,506.37 元
2	上海立正	谢公晚配偶弟弟金祥持股 50%并担任法定代表人、执行董事兼总经理，金祥配偶杨彩霞持股 50%的公司	眼镜销售	上下游关系，曾系发行人的客户，报告期内其向发行人采购产品的金额分别为： 6,057.23 元、0 元、0 元
3	上海宾得	谢公晚配偶哥哥金林持股 55%并担任法定代表	眼镜镜片的生产和销售	属于同一行业，曾与发行人存在业务往来，报告期内其向发行人采购产品

序号	企业名称	关联关系	实际经营业务	与发行人业务的关系
		人、执行董事的公司		的金额分别为：72,172.84 元、0 元、0 元；报告期内其向发行人销售产 品的 金 额均为 0 元
4	南京辰龙	发行人实际控制人曾少华曾经实际持有南京辰龙 49%的股权	原从事树脂单体的销售，已于 2020 年 3 月 3 日注销	上下游关系，曾系发行人的客户
5	视觉动力	发行人董事、副总经理、董事会秘书兼财务负责人曾哲曾担任视觉动力的执行董事并持有视觉动力 95%的股权	原从事成镜的销售，已于 2020 年 2 月 26 日注销	上下游关系，曾系发行人的客户
6	雪柬科技	实际控制人曾少华的儿子曾克伟曾经实际持股 20%	原从事成镜的销售，已于 2020 年 7 月 31 日注销	上下游关系，曾系发行人的客户
7	丰悦光学	朱海峰的配偶诸葛建月的个人独资企业	光学镜片（隐形眼镜除外）、普通化工原料销售	上下游关系，系发行人的供应商
8	丹阳洁优	实际控制人曾少华持有 49%的股权并担任监事	镜片清洗剂销售	上下游关系，系发行人的供应商
与发行人不存在业务往来的关联方				
1	上海朝日	实际控制人谢公晚配偶的弟弟金祥持股 50%并担任监事、金祥配偶杨彩霞持股 50%并担任执行董事	眼镜销售	上下游关系，与发行人不存在业务往来
2	金氏镀膜	实际控制人谢公晚配偶的兄弟金林与金祥持股 100%的企业	拟从事眼镜镀膜、加工、销售，但设立至今无实际经营	上下游关系，与发行人不存在业务往来
3	益得利	实际控制人谢公晚配偶的姐姐金爱珍的个人独资企业	隐形眼镜的销售	不同的细分领域，与发行人不存在业务往来
4	上海仕宝	实际控制人谢公兴配偶的弟弟肖皖及其父亲肖承律合计持股 100%并由肖皖任执行董事	拟从事镜片的销售，但设立至今无实际经营	上下游关系，与发行人不存在业务往来
5	宣城五鑫云	发行人实际控制人曾少华曾经实际持有宣城五鑫云 49%的股权	已于 2019 年 12 月 4 日注销	存续期间无实际经营
6	视健动力	发行人董事、副总经理、董事会秘书兼财务负责	原从事成镜的销售，已于 2018 年 10 月	上下游关系，与发行人不存在业务往来，存续期间无实际经营

序号	企业名称	关联关系	实际经营业务	与发行人业务的关系
		人曾哲曾持有视健动力95%的股权	25日注销	
7	永靓丽眼镜	发行人董事、副总经理、董事会秘书兼财务负责人曾哲的个体工商户	原从事成镜的销售，已于2020年5月6日注销	上下游关系，与发行人不存在业务往来，存续期间无实际经营
8	江苏宾得	实际控制人谢公晚配偶的弟弟金祥实际持有16.8%股权	光学眼镜镜片的销售	上下游关系，与发行人不存在业务往来
9	上海欧宏	实际控制人谢公晚配偶的姐姐金爱珍持股24.01%并担任董事	眼镜销售，自2017年1月1日起无实际经营	上下游关系，与发行人不存在业务往来

1）重叠客户

报告期内上述关联方客户的前十大客户与发行人部分客户存在重叠，该重叠客户在报告期各期与发行人的交易金额和占比如下：

单位：万元

关联方客户名称	重叠客户名称	2020年度		2019年度		2018年度	
		交易金额	交易占比	交易金额	交易占比	交易金额	交易占比
南京辰龙	江苏优立光学眼镜有限公司	3.99	0.01%	-	-	50.00	0.10%
	滁州优立光学眼镜有限公司	-	-	-	-	35.69	0.07%
	丹阳瑞奇光电科技有限公司	-	-	-	-	9.89	0.02%
江苏宾得	盘锦众星眼镜有限公司	-	-	-	-	0.22	0.00%
	毛源昌眼镜有限公司	-	-	-0.05	0.00%	199.62	0.39%
	上海一代眼镜有限公司	0.04	0.00%	12.40	0.02%	-	-
	桂林市春城眼镜有限公司	-	-	0.07	0.00%	0.26	0.00%
	武汉市武昌区中际眼镜配镜部	45.53	0.08%	63.35	0.11%	63.89	0.13%
	温州医科大学附属眼视光医院	9.01	0.02%	15.72	0.03%	18.87	0.04%
上海宾得	上海立正	-	-	-	-	0.61	0.00%
上海朝日	上海宾得	-	-	-	-	7.22	0.01%
南京中视	南京爱眸视尚国际贸易有限公司	43.42	0.08%	30.48	0.06%	-	-
	启东美速眼镜店	0.42	0.00%	0.88	0.00%	-	-
	南京玛考琳眼镜有限公司	21.36	0.04%	28.79	0.05%	18.20	0.04%
合计		**123.77**	**0.23%**	**151.64**	**0.27%**	**404.46**	**0.79%**

注：上海立正光学眼镜有限公司同时为上海宾得光学眼镜有限公司、上海朝日光学眼镜有限公司的客户；上海伟星光学有限公司、桂林市春城眼镜有限公司、武汉市武昌区中际眼镜配镜部同时为上海立正光学眼镜有限公司、江苏宾得光学眼镜有限公司的客户

如上表所示，报告期各期发行人对重叠的客户销售金额均较小，占各期营业收入的比例分别为 0.79%、0.27%及 0.23%。

2）重叠供应商

报告期内上述关联方供应商的前十大供应商与发行人部分供应商存在重叠，该重叠供应商在报告期各期与发行人的交易金额和占比如下：

单位：万元

关联方供应商名称	重叠供应商名称	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		交易金额	交易占比	交易金额	交易占比	交易金额	交易占比
江苏宾得	视悦光学有限公司	0.04	-	6.22	0.04%	0.10	0.00%
	江苏黄金屋光学眼镜有限公司	-	-	2.57	0.01%	-	-
	丹阳奥尔帝光学眼镜有限公司	0.44	-	0.26	-	0.24	0.00%
丰悦光学	青岛德达志成化工有限公司	2.48	0.02%	0.62	-	1.98	0.01%
	丹阳奥涂莱克光学有限公司	165.25	1.13%	288.91	1.63%	369.23	1.83%
	南京华立明科工贸有限公司	14.85	0.10%	8.96	0.05%	-	-
	长兴特殊材料（珠海）有限公司	-	-	0.64	-	-	-
	南京水杉塑料制品有限公司	3.41	0.02%	3.04	0.02%	-	-
	江西洛特化工有限公司	0.08	-	-	-	-	-
丹阳洁优	丹阳市卓成金属制品有限公司	0.06	-	-		-4.69	-0.02%
	上海品磊塑胶有限公司	-	-	12.92	0.07%	44.96	0.22%
上海宾得	度恩光学（常熟）有限公司	59.54	0.41%	85.46	0.48%	108.09	0.54%
合计		**246.13**	**1.68%**	**409.58**	**2.32%**	**519.91**	**2.58%**

注：丹阳市卓成金属制品有限公司采购金额负数系冲减上期暂估导致。上海宾得光学眼镜有限公司同时为上海立正光学眼镜有限公司、上海朝日光学眼镜有限公司供应商；视悦光学有限公司、江苏优立光学眼镜有限公司同时为上海宾得光学眼镜有限公司、江苏宾得光学眼镜有限公司供应商。

如上表所示，报告期各期发行人向重叠的供应商采购金额均较小，占各期采购金额的比例分别为 2.58%、2.32%及 1.68%。

（2）结合具体定价方式、与第三方价格对比情况,发行人针对重叠客户、供应商定价是否具有公允性

在产品定价方面，经销模式和直销模式存在差异。发行人针对经销客户和直销客户制定有差异化的镜片产品供货价格表。针对统一档次的镜片产品，发行人对经销客户的供货价格是直销客户的 8 折左右。

在采购价格方面，发行人通过市场调研、询价比价，选取同类产品价格较低的供应商。

选择上述重叠客户及供应商中发生额较大的，对其主要产品的定价进行比较，定价公允，具体情况如下：

（1）销售价格定价公允性

1）南京辰龙光学材料有限公司

2019 年发行人向南京辰龙销售树脂单体，南京辰龙将该采购的树脂单体向江苏优立光学眼镜有限公司、滁州优立光学眼镜有限公司及丹阳瑞奇光电科技有限公司三家公司销售，该三家公司同时也是发行人的客户，其与发行人不存在关联关系，其基本信息如下：

公司名称	江苏优立光学眼镜有限公司
成立时间	2011 年 9 月 2 日
股权结构	依视路（中国）投资有限公司（51%）、张加富（27%）、张维（22%）
注册资本	7500 万元人民币
董事、监事、高级管理人员	董事长：Arnaud,Marie,Guillaume RIBADEAU DUMAS 总经理、董事：张加富 董事：张维、You Wen Song、 LIM Kok Leong 监事：Thuan TRAN
经营范围	镜片（包括现片和车房片）的制造、加工（包括表面处理）和销售。（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）
注册地址	丹阳市开发区北一纬 18 号

公司名称	滁州优立光学眼镜有限公司

成立时间	2014-12-03
股权结构	张菁（100%）
注册资本	10000 万元人民币
董事、监事、高级管理人员	执行董事兼总经理：张菁
经营范围	光学树脂镜片制造、加工、销售；口罩、医用口罩、熔喷布、医疗防护用品、第二类医疗器械及医疗生产设备的研发、生产及销售；劳保用品销售；进出口业务（国家禁止和限定的进出口商品和技术除外）。（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）
注册地址	安徽省滁州市琅琊经济开发区何郢路以西、芜湖路以北

公司名称	丹阳瑞奇光电科技有限公司
成立时间	2014-04-23
股权结构	苏治新（70%）、徐利华（15%）、徐家金（15%）
注册资本	100 万元人民币
董事、监事、高级管理人员	总经理,执行董事：苏治新 监事：徐利华
经营范围	光电子设备研发，光学眼镜（隐形眼镜除外）生产。（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）
注册地址	丹阳市司徒镇丹句路 206 号

公司名称	南京辰龙光学材料有限公司
成立时间	2019-03-26
注销时间	2020-03-03
股权结构	赵倩倩（100%），曾少华隐名持有
注册资本	50 万元人民币
董事、监事、高级管理人员	执行董事：赵倩倩 监事：曾少华
经营范围	树脂单体、胶粘剂的研发、生产、销售;各类镜片的加工、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)
注册地址	南京市高淳区砖墙经济园 116 号

发行人向南京辰龙销售的产品与向该三家重叠客户销售的产品为不同型号，经比对向南京辰龙以及重叠的三家客户主要产品的销售价格，定价公允，具体情况如下：

期间	销售产品名称	向江苏优立光学	向滁州优立光学	向丹阳瑞奇光电	向南京辰	向其他公

		眼镜有限公司销售单价（元/kg）	眼镜有限公司销售单价（元/kg）	科技有限公司销售单价（元/kg）	龙销售单价（元/kg）	司销售均价（元/kg）
2020 年度	KOC KR60	36.28				28.83
2019 年度	KOC 55W				26.95	28.39
	KOC KR54				28.76	32.08
	KOC 60S				35.40	35.85
2018 年度	KOC 5420	34.48	34.31			31.74
	KOC 60W	34.48				26.84

2）盘锦众星眼镜有限公司

2018 年度发行人向盘锦众星眼镜有限公司销售镜片，该客户系江苏宾得光学眼镜有限公司 2018 年度前十大客户，该重叠客户与发行人不存在关联关系，其基本信息如下：

公司名称	盘锦众星眼镜有限公司
成立时间	2012-07-12
股权结构	姜兴（80%）、王建波（20%）
注册资本	200 万元人民币
董事、监事、高级管理人员	执行董事兼总经理：姜兴；监事：王建波
经营范围	验光配镜；眼镜及护理产品销售。（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。）
注册地址	盘锦市兴隆台区石油大街 109 号

比对向盘锦众星眼镜有限公司销售主要产品的价格，定价公允，具体情况如下：

期间	主要产品名称	向盘锦众星眼镜有限公司销售单价（元/片）	向其他客户销售单价（元/片）
2018 年度	1.56 球面绿膜树脂片	6.89	5.57
	1.56 内渐进绿膜定制片	49.56	43.74
	1.67 非球面绿膜快捷定制片	43.78	40.14

3）毛源昌眼镜有限公司

2018 年度发行人向毛源昌眼镜有限公司销售镜片，该客户系江苏宾得光学眼镜有限公司 2020 年度前十大客户，该重叠客户与发行人不存在关联关系，其基本信息如下：

公司名称	毛源昌眼镜有限公司
成立时间	1984-09-21
股权结构	杭州达盛昌商贸有限公司（65%）、杭州市实业投资计提有限公司（25%）、宁波梅山保税港区双州投资管理合伙企业（有限合伙）（10%）
注册资本	6000 万元人民币
董事、监事、高级管理人员	董事长兼总经理：金增敏；董事：安昱坤、阎昊；监事：刘立菲、胡伊贝
经营范围	制造：镜片，镜架，眼镜，光学仪器设备； 批发、零售：眼镜，化妆品，软性角膜接触镜及护理用液；网上批发、零售等
注册地址	杭州市上城区南山路新民村 3 号

比对向毛源昌眼镜有限公司销售主要产品的价格，定价公允，具体情况如下：

期间	**主要产品名称**	**向毛源昌眼镜有限公司销售单价（元/片）**	**向其他客户销售单价（元/片）**
2018 年度	1.60 非球面绿膜树脂片	11.47	8.66
	1.67 非球面绿膜树脂片	27.88	21.28
	1.56 非球面绿膜树脂片	7.24	7.99

4）上海一代眼镜有限公司

2019 年度-2020 年度发行人向上海一代眼镜有限公司销售镜架，该客户系江苏宾得光学眼镜有限公司 2020 年度前十大客户，该重叠客户与发行人不存在关联关系，其基本信息如下：

公司名称	上海一代眼镜有限公司
成立时间	2009-02-24
股权结构	马增杰（75%）、马楚莲（25%）
注册资本	100 万元人民币
董事、监事、高级管理人员	总经理,执行董事：马楚莲 监事：马增杰

经营范围	眼镜的销售及修理，日用百货、办公用品、工艺礼品（象牙及其制品除外）的销售，验光配镜，医疗器械经营。【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】
注册地址	上海市普陀区武威路 88 弄 18 号 5 层 A 区

比对向上海一代眼镜有限公司销售主要产品的价格，定价公允，具体情况如下：

期间	主要镜架型号	向上海一代眼镜有限公司销售单价（元/副）	向其他客户销售单价（元/副）
2020 年	10089	28.76	27.40
2019 年	36019	43.35	43.20
	36018	43.35	43.35
	30098	31.85	31.48
	OAU1009A	33.65	33.90
	OBM3005A	39.22	37.86
	10112	23.27	23.61
	36011	43.35	43.35
	36003	42.47	41.66
	30078	24.99	25.34
	10108	21.83	21.68

5）武汉市武昌区中际眼镜配镜部

报告期内发行人向武汉市武昌区中际眼镜配镜部销售镜片，该客户系江苏宾得光学眼镜有限公司、上海立正光学眼镜有限公司报告期前十大客户，该重叠客户与发行人不存在关联关系，其基本信息如下：

公司名称	武汉市武昌区中际眼镜配镜部
成立时间	2010-12-06
股权结构	徐志英
注册资本	个体工商户
董事、监事、高级管理人员	徐志英
经营范围	验光配镜服务、眼镜销售、日用百货销售
注册地址	武汉市武昌区民主路 101 号

经比对向武汉市武昌区中际眼镜配镜部销售主要产品的价格，定价公允，具体情况如下：

期间	主要销售产品	向武汉市武昌区中际眼镜配镜部销售单价（元/片）	向其他客户销售单价（元/片）
2020 年度	1.60 非球面绿膜树脂片	12.53	12.46
	1.67 非球面绿膜树脂片	29.97	26.50
2019 年度	1.67 非球面绿膜树脂片	27.94	24.27
	1.60 非球面绿膜树脂片	10.56	11.05
2018 年度	1.67 非球面绿膜树脂片	19.39	17.68
	1.60MR-8 非球面绿膜树脂片	10.36	10.30
	1.56 非球面绿膜树脂片	5.19	8.16

6）温州医科大学附属眼视光医院

2018 年度-2020 年度发行人向温州眼视光发展有限公司销售镜片，其母公司温州医科大学附属眼视光医院系江苏宾得光学眼镜有限公司 2020 年度前十大客户，经比对向温州眼视光发展有限公司销售主要产品的价格，定价公允，具体情况如下：

期间	主要销售产品	向温州医科大学附属眼视光医院销售单价（元/片）	向其他客户销售单价（元/片）
2020 年度	1.56 球面绿膜防辐射树脂片	5.94	5.08
	1.60PMC 非球面绿膜树脂片	18.42	17.30
2019 年度	1.56 球面绿膜防辐射树脂片	5.03	4.41
	1.60PMC 非球面绿膜树脂片	15.63	14.14
2018 年度	1.56 球面绿膜防辐射树脂片	6.21	4.18
	1.60PMC 非球面绿膜树脂片	19.29	14.68

7）上海宾得光学眼镜有限公司

上海宾得光学眼镜有限公司为发行人关联方，与上海朝日光学眼镜有限公司同为谢公晚配偶兄弟控制的公司。2018 年度发行人向上海宾得光学眼镜有限公司销售原料，该客户系上海朝日光学眼镜有限公司 2018 年度前十大客户。上海宾得光学眼镜有限公司原先为上海朝日光学眼镜有限公司供应商，上海朝日光学眼镜有限公司逐渐缩小业务量，上海宾得光学眼镜有限公司帮助其清理库存。发行人向上海宾得光学眼镜有限公司销售主要产品的价格与向其他客户销售价格未见重大差异。

8）南京爱眸视尚国际贸易有限公司

2019 年度-2020 年度发行人向南京爱眸视尚国际贸易有限公司销售镜片，该客户系南京中视光学眼镜有限公司 2018 年度前十大客户，该重叠客户与发行人不存在关联关系，其基本信息如下：

公司名称	南京爱眸视尚国际贸易有限公司
成立时间	2016-12-15
股权结构	童天富（67%）、罗志强（33%）
注册资本	180 万元人民币
董事、监事、高级管理人员	执行董事：童天富、监事：罗志强
经营范围	自营和代理各类商品及技术的进出口业务（国家限定企业经营或禁止进出口的商品和技术除外）；医疗器械（须取得许可或批准后方可经营）、通讯器材、电子产品、眼镜及配件（不含隐形眼镜及护理液）、办公用品销售；计算机软件技术开发、技术服务；住房租赁经营。（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）
注册地址	南京市秦淮区瑞金路 52 号

经比对向南京爱眸视尚国际贸易有限公司销售主要产品的价格，定价公允，具体情况如下：

期间	**主要销售产品**	**向南京爱眸视尚国际贸易有限公司销售单价（元/片）**	**向其他客户销售单价（元/片）**
2020 年度	1.60 防蓝光非球面蓝膜树脂片	17.06	14.19
	1.60 非球面绿膜树脂片	14.73	12.45

期间	主要销售产品	向南京爱眸视尚国际贸易有限公司销售单价（元/片）	向其他客户销售单价（元/片）
	1.67 非球面绿膜树脂片	29.28	26.52
2019 年度	1.60 非球面绿膜树脂片	14.45	11.04
	1.67 非球面绿膜树脂片	28.07	24.29
	1.60 防蓝光非球面蓝膜树脂片	16.56	13.38

9）南京玛考琳眼镜有限公司

报告期发行人向南京玛考琳眼镜有限公司销售镜片，该客户系南京中视光学眼镜有限公司 2017 年度前十大客户，该重叠客户与发行人不存在关联关系，其基本信息如下：

公司名称	南京玛考琳眼镜有限公司
成立时间	2014-09-10
股权结构	李林丽（40%）、袁万福（30%）、池徐娟（30%）
注册资本	50 万元人民币
董事、监事、高级管理人员	执行董事：李林丽；监事：袁万福
经营范围	眼镜及配件设计、制造、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）
注册地址	南京市浦口区珠泉路浦珠花园 01 幢

经比对向南京玛考琳眼镜有限公司销售主要产品的价格，定价公允，具体情况如下：

期间	主要销售产品	向南京玛考琳眼镜有限公司销售单价（元/片）	向其他客户销售单价（元/片）
2020 年度	1.55 防蓝光非球面蓝膜树脂片	16.35	12.04
	1.71 防蓝光非球面超硬蓝膜树脂片	71.58	60.29
	1.60 防蓝光非球面蓝膜树脂片	18.53	14.19
	1.56 非球面绿膜树脂片	13.58	10.25
	1.71 非球面绿膜树脂片	47.76	41.27

期间	主要销售产品	向南京玛考琳眼镜有限公司销售单价（元/片）	向其他客户销售单价（元/片）
	1.67 非球面绿膜树脂片	31.64	30.82
2019 年度	1.71 防蓝光非球面超硬蓝膜树脂片 71L	69.40	61.47
	1.71PMC 超亮非球面超硬绿膜树脂片 71KP	61.35	56.85
	1.60 防蓝光非球面蓝膜树脂片	17.86	15.90
	1.71 非球面绿膜树脂片	46.55	42.33
	1.67 非球面绿膜树脂片	30.72	26.84
	1.60 非球面绿膜树脂片	15.57	14.20
	1.55 防蓝光非球面蓝膜树脂片	15.51	13.70
	1.74 非球面绿膜树脂片	162.01	141.38
	1.60PMC 非球面绿膜树脂片	20.44	18.61
2018 年度	1.71 非球面绿膜树脂片	42.97	41.39
	1.67 非球面绿膜树脂片	26.49	25.15
	1.71 防蓝光非球面超硬蓝膜树脂片 71L	68.42	56.92
	1.74 非球面绿膜树脂片	148.47	137.31
	1.60 防蓝光非球面蓝膜树脂片	16.50	14.67

综上所述，发行人同种产品对重叠客户的销售价格与对其他客户的销售价格不存在显著差异，定价公允，不存在通过重叠客户与关联方转移利润的情形。

（2）采购价格定价公允性

1）丹阳奥涂莱克光学有限公司

报告期内丹阳奥涂莱克光学有限公司系发行人 1.67 加硬液供应商，该供应商系丹阳市丰悦光学材料有限公司 2018 年度供应商，该重叠供应商与发行人不存在关联关系，其基本信息如下：

公司名称	丹阳奥涂莱克光学有限公司
成立时间	2014-05-30
股权结构	朴希成（外国自然人独资）

注册资本	60 万元人民币
董事、监事、高级管理人员	总经理，执行董事：朴希成 监事：金英梅
经营范围	从事光学镜片（隐形眼镜除外）及其配套产品、化工原料（危险品除外）、光学仪器、医疗器械（一类）、化妆品原料、建筑材料（钢材除外）、太阳能电池组件及光伏应用产品、通讯器材和手机电池及零部件、农副产品（蔬菜类）、纺织原辅料、汽车配件、保健品、日用百货、文化用品的批发和进出口业务（不涉及国营贸易管理商品，涉及配额、许可证管理商品的，按国家有关规定办理申请）。（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）
注册地址	丹阳开发区御珑湾中华美食城(写字楼)5 层 5009-5011 室

报告期内发行人对该供应商的1.67加硬液采购价格分别为2,051.28元/千克、2,085.18 元/千克及 2,024.86 元/千克。加硬液为镜片产品辅料，通用性较强，且对镜片成本影响较小，报告期内，其采购单价整体较为稳定。该供应商仅为丹阳市丰悦光学材料有限公司 2018 年度供应商，且采购金额较小，不存在通过重叠供应商与关联方之间转移利润的情形。

2）南京华立明科工贸有限公司

报告期内，发行人向南京华立明科工贸有限公司采购 BP-6，该供应商同时为丹阳市丰悦光学材料有限公司供应商，报告期发行人向丹阳市丰悦光学材料有限公司主要采购 BP-6 及 UB55，双方采购价格对比如下：

期间	主要采购产品	向华立明科采购含税单价（元/千克）	向丰悦采购含税单价（元/千克）	向其他供应商采购含税单价（元/千克）
2020 年度	BP-6（UV 粉）		2,015.00	
	BP-6（UV 粉）	1,770.00	1,770.00	
2019 年度	BP-6（UV 粉）	1,360.00	2,015.00	
2018 年度	UB55（离型剂）		950.00	1,040.00

2019 年度，发行人向丰悦光学采购 BP-6 的价格较向华立明科采购 BP-6 的价格略高，原因系双方采购月份不同。2019 年 9 月连云港某化工厂发生爆炸事故，华立明科断货，转而向丰悦光学采购。同时因为 BP-6 粉尘较大，环保要求比较严格，爆炸事件促使安监环保要求更高，导致价格提升。2020 年度发行人

向丰悦光学采购 BP-6 存在两个价格，主要系采购月份不同，属于供需关系引起的正常价格波动。

3）上海品磊塑胶有限公司

上海品磊塑胶有限公司主营业务为塑料制品（除购物袋）、五金配件、电器配件加工（限分支机构经营）、批发、零售。发行人向该供应商采购塑料桶、桶盖等低值易耗品。关联方丹阳市洁优光学材料有限公司向其采购塑料桶。该供应商为普通的低值易耗品供应商，双方供应商重叠系合理现象。

4）度恩光学（常熟）有限公司

报告期发行人向度恩光学（常熟）有限公司采购 1.552 加硬液，该供应商系上海宾得光学眼镜有限公司 2018 年度前十大供应商。2017 年度发行人向上海宾得光学眼镜有限公司采购 1.600 超韧树脂镜片加膜成品 57,173.99 元，采购金额较小，且与向度恩光学（常熟）有限公司采购的产品不同，不存在互相引流供应商的情形。

（3）发行人获取重叠客户业务的具体方式，是否与关联方之间存在相互引流客户、开拓销售渠道情形

发行人经营地在江苏省镇江市下辖的丹阳市，系“中国眼镜之都”，拥有眼镜原料配件、镜架制造、镜片制造、眼镜机械、印刷包装等全套完整产业链。发行人为国内销量领先的知名镜片生产商，业务涵盖树脂原料、镜片、镜架、成镜等产业链中多个领域，为市场提供品质稳定、品类齐全的眼视光产品。在此整体环境之下，发行人关联方企业也有较多从事眼镜相关产业业务，处于发行人的上游或下游，与发行人之间存在重叠的客户或供应商属于偶然现象，不属于关联方之间相互引流客户、开拓销售渠道的情形。

（4）重叠的客户及供应商与发行人、发行人主要股东、董监高、其他核心人员、离职员工是否存在关联关系或无商业实质的资金往来、共同投资、利益输送等情形

重叠的主要客户及供应商中除上海立正光学眼镜有限公司、上海宾得光学眼镜有限公司与发行人存在关联关系外，其他与发行人、发行人主要股东、董监高、

其他核心人员、离职员工不存在关联关系或无商业实质的资金往来、共同投资、利益输送等情形。

7、报告期内关联方的定价公允性

报告期内发行人存在向部分关联方及比照关联方进行披露的企业销售产品的情形，具体情况如下：

单位：元

关联方	关联交易内容	2020 年度	2019 年度	2018 年度
明亮光学	镜片销售	250,411.75	684,885.64	1,358,609.09
格里特眼镜	镜片销售	559,985.53	574,244.27	480,388.19
南京迈视	镜片销售	106,155.44	84,406.04	106,578.59
丹阳 KOC	材料销售	-	610.62	868.35
丹阳 KOC	租赁收入	6,399.10	33,440.38	16,720.18
上海立正	镜片销售	-		6,057.23
上海宾得	材料销售	-		72,172.84
南京中视	成镜销售	225.86		
南京中视	镜片销售	1,386,280.51	1,194,018.01	1,223,862.18
南京中视	租赁收入	-		34,806.04
视觉动力	镜架销售	1,010.71	10,009.56	11,121.13
视觉动力	成镜销售	-	355.33	
视觉动力	镜片销售	5,644.60	35,062.24	34,386.70
南京辰龙	原料销售	-	1,838,035.40	
雪柬科技	镜片销售	26,810.56	126,583.10	12,231.45
雪柬科技	镜架销售	-	1,223.79	58,192.37
劲霸男装（上海）有限公司	成镜销售	161,938.32	57,744.48	
劲霸男装（上海）有限公司	镜架销售	8,109.73		
三井印度	原料销售	574,083.38	546,503.97	
钒曦光电	废品销售	563,336.25	60,172.57	
郭传策	废品销售			71,017.09
郭晓和	废品销售			475,887.36
郭海尧	镜片销售	12,512.39		

关联方	关联交易内容	2020 年度	2019 年度	2018 年度
郭传策	镜片销售	153,348.46		
关联销售合计		**3,816,252.59**	**5,247,295.40**	**3,962,898.79**
营业收入总额		**539,681,448.04**	**552,501,240.86**	**509,418,482.07**
关联销售占营业收入比		**0.71%**	**0.95%**	**0.78%**

如上表所示，发行人报告期各期关联销售占营业收入比均不到 1%，比例较低。

选取上表中关联交易金额相对较大的客户进行交易价格公允性分析如下：

（1）南京明亮光学眼镜有限公司

发行人向明亮光学主要销售镜片，明亮光学主营业务为三类角膜接触镜及护理用液销售；验配眼镜；办公用品、通讯器材、五金、百货、工艺饰品销售，交易具备商业合理性。报告期内交易金额如下：

单位：万元

关联方	关联交易内容	2020 年度	2019 年度	2018 年度
明亮光学	镜片销售	25.04	68.49	135.86

同类业务毛利率对比情况如下：

期间	主要销售产品	向明亮光学销售毛利率	向其他客户销售毛利率
2020 年度	1.55 防蓝光非球面蓝膜树脂片	63.97%	59.87%
	1.60 防蓝光非球面蓝膜树脂片	71.33%	64.28%
	1.71 非球面绿膜定制片	68.98%	69.05%
	1.74 非球面绿膜树脂片	71.67%	66.18%
2019 年度	1.71 非球面绿膜树脂片	69.12%	66.17%
	1.67 非球面绿膜树脂片	57.58%	53.81%
	1.60 非球面绿膜树脂片	61.33%	51.92%
	1.60 防蓝光非球面蓝膜树脂片	72.24%	67.41%
2018 年度	1.67 非球面绿膜树脂片	45.92%	53.92%
	1.71 非球面绿膜树脂片	67.87%	65.05%

期间	主要销售产品	向明亮光学销售毛利率	向其他客户销售毛利率
	1.56 非球面绿膜树脂片	32.59%	41.96%
	1.56 球面绿膜防辐射树脂片	28.48%	25.07%

总体来说，发行人向其销售的主要产品毛利率与向其他客户销售毛利率不存在显著差异。

（2）丹阳市开发区格里特眼镜批发部

报告期内，发行人向格里特眼镜以及向格里特眼镜以外的第三方销售的产品及毛利率具体情况如下：

期间	主要销售产品（B 品）	向格里特眼镜销售毛利率	向其他客户销售毛利率
2020 年度	1.55 防蓝光非球面蓝膜树脂片	-106.02%	-132.18%
	1.60 非球面绿膜树脂片	-74.55%	-46.21%
	1.60 防蓝光非球面蓝膜树脂片	-29.31%	-43.55%
	1.60 超韧非球面绿膜树脂片	-110.28%	-228.40%
2019 年度	1.56 非球面绿膜树脂片	-127.30%	-76.10%
	1.71 非球面绿膜树脂片	-40.35%	-23.94%
	1.67 非球面绿膜树脂片	-59.71%	-52.42%
	1.60 防蓝光非球面蓝膜树脂片	-9.09%	-0.44%
2018 年度	1.71 非球面绿膜树脂片	-33.48%	-36.81%
	1.56 非球面绿膜树脂片	-121.32%	-88.40%
	1.60 防蓝光非球面蓝膜树脂片	-5.42%	-18.35%
	1.67 非球面绿膜树脂片	-78.71%	-72.86%

发行人向格里特眼镜销售的主要产品为 B 品，因此毛利率多为负数。毛利率波动较大，主要系发行人相同产品的 A 品及 B 品成本单价一致，而 B 品的销售单价较低，销售单价的细微波动造成毛利率较大波动。发行人向格里特眼镜销售主要产品的毛利率与向其他客户销售产品的毛利率不存在显著差异。

镜片合格品等级分为两种：A 级和 B 级，在成品检验阶段区分，均为符合国家标准可对外销售的合格镜片产品。发行人的产品中，A 品是符合明月镜片 A 级合格品质量检验标准的镜片产品，B 品为低于明月镜片 A 级合格品质量检验

标准，但高于公司的 B 级合格品质量检验标准，且满足镜片行业的产品质量标准的镜片产品。

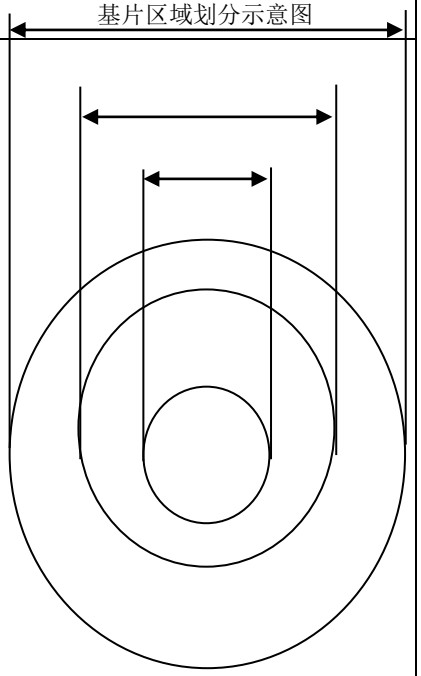
B 级合格品主要在两种情况下产生：一种是在镜片产品生产过程中，因玻璃模具弯度允差、树脂材料波动导致镜片球镜和柱镜产生偏差（即光度偏差）的情形；第二种是因玻璃模具破损、员工操作不当、设备或者环境等因素导致镜片表面或内在质量出现不良情形（如亮点、点颗粒、划伤、周边破损等）。若出现以上情形但不影响正常使用的，即为 B 品。但若上述瑕疵超出标准，影响到正常使用，则会进行报废处理。

两种 B 品检验标准具体如下：

1、球镜、柱镜产生偏差的 B 级品

顶焦度绝对值最大的子午面上的顶焦度值	**球镜顶焦度允差**	**柱镜顶焦度允差**	
		≥0.00 和≤0.75	**＞0.75 和≤2.00**
0.00	±0.09	±0.09	±0.12
＞0.00 和≤10.00	±0.12	±0.12	

2、镜片表面与内在质量不良的 B 级品

项目	表述	B级	基片区域划分示意图
亮点	镀膜之前镜片表面的灰尘	A部:直径≤0.2mm的亮点≤2个； B部:直径≤0.3mm的亮点≤4个； C部:直径≤0.3mm的亮点≤8个； A部、B部和C部亮点总数≤10个	
点颗粒	加硬时镜片表面或内部有灰尘导致的点子	A部:允许直径≤0.2mm的加硬点≤2个 B部:允许直径≤0.3mm的加硬点≤2个 C部:允许直径≤0.5mm的加硬点≤3个 B部和C部点颗粒总数≤6个	
雾状	镜片清晰度不够	A部:B部:规则红雾轻微可 C部:红雾轻微可	
亮丝	镀膜镜片仅涉及膜层表面的划伤	A部:允许长≤2mm在正常光线下不可见的≤1个 B部:允许长≤3mm在正常光线下不可见的≤1个 C部:允许长≤3mm在正常光线下不可见的≤2个	
挂边		C部：延边≤3mm，向内延伸≤2mm	
膜层颜色		在日光灯下，两灯管颜色不能相差太大（参照样品片下限）	
划伤	基片含有划痕在加硬镀膜后形成的划伤	A部:允许长≤1mm在正常光线下不可见的≤1个 B部:允许长≤3mm在正常光线下不可见的≤1个 C部:允许长≤5mm直径方向在正常光线下不可见的≤2个	
周边破损	开模、修边时产生的边缘破损或剥离	C部:破边或凸边直径4.5*5mm的≤1个（不对立即可） 边裂≤1mm的≤1个	
毛异物	镜片内部可觉察纤维或毛絮	A部:不可 B部:允许直径≤1mm的≤1个 C部:允许直径≤1mm的≤3个	
气泡	周边及内部的空气泡	A部、B部:不可 C部:边缘≤5*5mm的气泡≤1个	
镜片底色		不可相差太大，且不可发黄	

发行人各报告期末 B 品库存数量、金额及计提跌价准备情况如下：

项目	年度入库数量（万片）	B 品库存数量（万片）	B 品库存金额（万元）	B 品跌价金额（万元）
2018.12.31	141.89	71.54	453.47	211.58
2019.12.31	100.20	63.05	386.04	137.13
2020.12.31	76.86	71.07	442.54	122.06

与其他库存商品一样，发行人针对 B 品计提存货跌价准备，按成本与可变现净值孰低法核算存货账面价值，即当成本低于可变现净值时，期末 B 品存货按成本计价；当可变现净值低于成本时，期末 B 品存货按可变现净值计价，差额计提存货跌价准备。

发行人 B 品镜片均为符合国家标准的质量合格产品，销售去向为非自有品牌业务，主要为平价市场和部分批量处理的零散镜片。

发行人通过筛选，将 B 品镜片中的常见光度镜片按产品系列进行整合，将整合后品类、光度较为齐全的 B 品镜片推向平价市场销售。面对相对平价的消费市场，相关产品价格较低，但销售情况良好，具备正常的盈利空间。

对于筛选残余的 B 品镜片，主要是光度不齐全、光度过高、远视镜片等零散镜片，发行人通常以降价形式进行集中打包销售处理。相关产品系打包批量处理，价格很低，且往往低于成本。报告期内，发行人向格里特眼镜销售的 B 品大部分为该类型的白包装产品

报告期各期末，发行人结合期后订单、相关产品的市场售价情况等，对库存 B 品镜片进行了充分的评估，计提了足额的跌价准备。

（3）上海宾得光学眼镜有限公司

发行人向上海宾得主要销售镜片原料，上海宾得主营业务为生产、销售眼镜，具备商业合理性。该公司自 2019 年 6 月 1 日起无实际经营。发行人向其主要销售产品为树脂单体 KOC 55、KOC 60S。报告期内交易金额如下：

单位：万元

关联方	关联交易内容	2020 年度	2019 年度	2018 年度

上海宾得	原料销售	-	-	7.22

（4）南京中视光学眼镜有限公司

发行人向南京中视主要销售镜片，南京中视为公司代理商，交易具备商业合理性。报告期内交易金额如下：

单位：万元

关联方	关联交易内容	2020 年度	2019 年度	2018 年度
南京中视	成镜销售	0.02	-	-
南京中视	镜片销售	138.63	119.40	122.39
南京中视	材料销售	-	-	-
南京中视	租赁收入	-	-	3.48

发行人向南京中视与向其他客户销售毛利率情况如下：

期间	主要销售产品	向南京中视销售毛利率	向其他客户销售毛利率
2020 年度	1.60 防蓝光非球面蓝膜树脂片	64.20%	64.28%
	1.71 防蓝光非球面超硬蓝膜树脂片	74.20%	74.28%
	1.55 防蓝光非球面蓝膜树脂片	61.35%	59.87%
	1.56 非球面绿膜树脂片	61.37%	57.02%
2019 年度	1.71 防蓝光非球面超硬蓝膜树脂片 71L	75.39%	76.40%
	1.60 防蓝光非球面蓝膜树脂片	67.10%	67.43%
	1.67 非球面绿膜树脂片	55.13%	53.81%
	1.60 非球面绿膜树脂片	53.40%	51.92%
2018 年度	1.60 防蓝光非球面蓝膜树脂片	64.96%	66.77%
	1.67 非球面绿膜树脂片	48.08%	53.89%
	1.56 非球面绿膜树脂片	27.96%	41.96%
	1.60 非球面绿膜树脂片	48.89%	48.62%

总体来说，发行人向其销售的主要产品毛利率与向其他客户销售毛利率不存在显著差异。其中存在极个别品种，如 1.56 非球面绿膜树脂片 2018 年度向南京中视与向其他客户销售毛利率有较大差异，主要系产品单价较低，与成本较为接近，单价的较小变动会引起毛利率的较大变动。

（5）南京辰龙光学材料有限公司

发行人向南京辰龙主要销售镜片原料，南京辰龙主营业务为树脂单体、胶粘剂的研发、生产、销售，故交易具备商业合理性。报告期内交易金额如下：

单位：万元

关联方	关联交易内容	2020 年度	2019 年度	2018 年度
南京辰龙	原料销售	-	183.80	-

发行人向南京辰龙与向其他客户销售毛利率情况如下：

期间	主要销售产品	向南京辰龙销售毛利率	向其他客户销售毛利率
2019 年度	KOC 60S	25.13%	30.87%
	KOC 55W	38.40%	41.63%

发行人向其销售的主要产品毛利率与向其他客户销售毛利率不存在显著差异。

（6）三井印度

发行人从事销售镜片原料业务，三井印度主营业务为进口化学品，交易具备商业合理性。报告期内交易金额如下：

单位：万元

关联方	关联交易内容	2020 年度	2019 年度	2018 年度
三井印度	原料销售	57.41	54.65	-

发行人向三井印度与向其他客户销售毛利率情况如下：

期间	主要销售产品	向三井印度销售毛利率	向其他外销客户销售毛利率
2020 年度	KOC 55	40.35%	48.61%
2019 年度	KOC 55	40.79%	48.95%
	KOC 55W	44.91%	41.59%

发行人向其销售的主要产品毛利率与向其他客户销售毛利率不存在显著差异。

（三）报告期内关联交易履行的程序及独立董事的意见

公司与关联方发生的关联交易遵循了公平、公正、公开的原则，公司对报告期内发生的关联交易均履行了相应的审批程序。

2020 年 6 月 18 日，公司召开第一届董事会第七次会议，审议并通过了《关于对公司 2017 年度、2018 年度及 2019 年度关联交易予以确认的议案》。

2020 年 7 月 3 日，公司召开 2020 年第二次临时股东大会，审议并通过了《关于对公司 2017 年度、2018 年度及 2019 年度关联交易予以确认的议案》。

2020 年 7 月 27 日，公司召开第一届董事会第九次会议，审议并通过了《关于对公司 2020 年 1-6 月关联交易予以确认的议案》。

2020 年 6 月 18 日和 2020 年 7 月 27 日，公司独立董事对报告期内的关联交易进行了审议，并发表如下意见：“1、立信会计师事务所（特殊普通合伙）为公司首次公开发行股票出具的《审计报告》对关联交易的披露是真实、准确与完整的，不存在虚假、误导性陈述及重大遗漏；2、公司报告期内所发生的关联交易是公司生产经营过程中正常发生的，关联交易遵循市场经济规则，关联交易价格公允，没有损害公司、公司股东及债权人的利益，不存在通过关联方替公司支付成本、费用，输送经济利益的情形或者采用无偿或不公允的交易价格向公司提供经济资源的情况。”

2020 年 8 月 13 日，公司召开 2020 年第四次临时股东大会，审议并通过了《关于对公司 2020 年 1-6 月关联交易予以确认的议案》。

2021 年 4 月 16 日，公司召开 2020 年度股东大会，审议并通过了《关于对公司 2020 年度关联交易予以确认的议案》。

（四）减少关联交易的措施

公司在资产、业务、人员、机构、财务等方面均独立于各关联方，具备面向市场的独立经营能力。

对于正常的、不可避免的且有利于公司发展的关联交易，公司将继续遵循公开、公平、公正的市场原则，严格按照有关法律、法规、规范性文件及《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》和《关联交易管理办法》等有关规定，严格执行关联交易基本原则、决策程序、回避制度、信息披露等措施来规范该等关联交易。

公司控股股东明月实业、实际控制人谢公晚、谢公兴、曾少华向公司出具了《关于规范和减少关联交易的承诺函》，承诺：

“1、本人/本公司不会利用对明月镜片的控制地位操纵、指示明月镜片或者明月镜片的董事、监事、高级管理人员，使得明月镜片以不公平的条件，提供或者接受资金、商品、服务或者其他资产，或者从事任何损害股份公司利益的行为；

2、本人/本公司及本人/本公司现在及以后控制的下属企业（明月镜片及其控股子公司除外，下同）将尽量避免与明月镜片之间产生关联交易事项，对于不可避免发生的关联业务往来或交易，将在平等、自愿的基础上，按照公平、合理及正常的商业交易条件进行，交易价格将按照市场公认的合理价格确定；

3、本人/本公司将遵守法律、行政法规、中国证券监督管理委员会、证券交易所及股份公司章程中关于关联交易事项的回避规定，所涉及的关联交易均将按照股份公司关联交易决策程序进行，履行合法程序，并及时督促股份公司对关联交易事项进行信息披露；

4、自该承诺出具之日起，本人/本公司及本人/本公司现在及以后控制的下属企业亦将不会以任何理由和方式占用股份公司的资金或其他资产；

5、本人/本公司愿意承担因违反上述承诺而给股份公司造成的全部经济损失。”

（五）对韩国 KOC 及其关联方的采购及相关情况

1、向少数股东韩国 KOC 及其关联方采购的树脂单体报告期内形成的收入（镜片、原料等）构成、占比、毛利金额、占比

报告期内，发行人向少数股东韩国 KOC 及其关联方采购的树脂单体包括所有 1.67 及以上折射率镜片树脂单体，以及超韧、超亮等特定品种的 1.60 及以下折射率镜片树脂单体。发行人向少数股东韩国 KOC 及其关联方采购的树脂单体，报告期内形成的收入、毛利及占比情况如下：

单位：万元

期间	产品类型	销售收入	占主营业务收入比例	毛利	占主营业务毛利比例
2020 年	镜片	17,509.43	32.54%	10,367.59	34.78%
	成镜	2,636.38	4.90%	1,919.77	6.44%

期间	产品类型	销售收入	占主营业务收入比例	毛利	占主营业务毛利比例
	原料	437.32	0.81%	95.18	0.32%
	合计	**20,583.14**	**38.25%**	**12,382.54**	**41.54%**
2019 年	镜片	18,014.54	32.72%	8,075.36	28.62%
	成镜	1,004.33	1.82%	252.16	0.89%
	原料	459.71	0.83%	391.23	1.39%
	合计	**19,478.58**	**35.38%**	**8,718.76**	**30.90%**
2018 年	镜片	17,325.22	34.46%	8,566.38	38.06%
	成镜	410.01	0.82%	51.52	0.23%
	原料	430.30	0.86%	75.96	0.34%
	合计	**18,165.53**	**36.14%**	**8,693.85**	**38.62%**

2、相关树脂单体后备替代供应商基本情况，报告期内采购和使用情况，发行人不向少数股东韩国 KOC 及其关联方采购折射率 1.67 及以上和超韧、超亮等特定品种的 1.60 及以下折射率镜片的树脂单体，不构成违约

除韩国 KOC 及其关联方外，其他知名化工原料厂商如拜耳、日本三菱等，均具有生产类似品质的树脂单体的能力。报告期内，发行人使用的折射率 1.67 及以上的树脂单体以及超韧、超亮等特定品种的 1.60 及以下折射率镜片树脂单体均向韩国 KOC 及其关联方采购，主要原因有两点。一方面，韩国 KOC 生产的树脂单体已具备规模效应，向其采购可有效降低发行人的原材料采购成本；另一方面，发行人与韩国 KOC 基于长期以来的股权合资与业务联系，已经建立起良好的合作关系，向韩国 KOC 及其关联方采购折射率 1.67 及以上和超韧、超亮等特定品种的 1.60 及以下折射率镜片树脂单体，有助于维持发行人原料供应的稳定性。

经查阅发行人与韩国 KOC 签订的采购框架合同及采购订单并经发行人出具说明，双方不存在约定发行人不可通过向韩国 KOC 及其关联方以外的主体采购折射率 1.67 及以上和超韧、超亮等特定品种的 1.60 及以下折射率镜片的树脂单体的情形，发行人向韩国 KOC 及其关联方以外的主体采购前述类型树脂单体不构成违约。

3、前述情形不构成本次发行上市的障碍

经核查，发行人存在向少数股东韩国 KOC 及其关联方采购 1.67 及以上折射率镜片树脂单体以及超韧、超亮等特定品种的 1.60 及以下折射率镜片树脂单体的情形，同时存在部分 1.56 折射率镜片原料生产设备来自韩国 KOC 的出资投入。

除前述情形外，发行人不存在其他技术、设备、生产工艺、关键管理人员、核心技术人员来自韩国 KOC 及其关联方的情形，发行人向韩国 KOC 及其关联方以外的主体采购折射率 1.67 及以上和超韧、超亮等特定品种的 1.60 及以下折射率镜片的树脂单体不构成违约，相关情形不构成本次发行上市的障碍。

4、关于发行人与韩国 KOC 及其关联方之间合作关系稳定性

（1）发行人向韩国 KOC 及其关联方购买原料所生产产品的品类及对应收入情况

报告期内，发行人使用来源于韩国 KOC 及其关联方的原料生产的产品品类、涉及原料类型、对应收入以及占当期主营业务收入的比重情况如下：

单位：万元

产品类型	产品系列	树脂单体名称	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
			收入	占比	收入	占比	收入	占比
镜片	1.71 系列	KOC KT70	6,493.17	12.07%	5,420.62	9.84%	3,151.55	6.27%
	1.67 系列	KOC KT67、MR-7 等	4,524.56	8.41%	5,244.85	9.53%	5,639.11	11.22%
	1.60 超韧、超亮系列	KOC KT60、MR-8 等	3,695.95	6.87%	3,947.74	7.17%	4,935.19	9.82%
	1.56 超韧、超亮系列	KT400、KOC KA55-10 等	2,795.76	5.20%	3,401.34	6.18%	3,599.38	7.16%
	小计		**17,509.43**	**32.54%**	**18,014.54**	**32.72%**	**17,325.22**	**34.46%**
成镜	1.71 系列	KOC KT70	1,018.84	1.89%	419.35	0.76%	51.38	0.10%
	1.67 系列	KOC KT67、MR-7 等	260.54	0.48%	100.93	0.18%	67.26	0.13%
	1.60 超韧、超亮系列	KOC KT60、MR-8 等	850.51	1.58%	300.31	0.55%	80.88	0.16%
	1.56 超韧、超亮系列	KT400、KOC KA55-10 等	506.49	0.94%	183.74	0.33%	210.49	0.42%
	小计		**2,636.38**	**4.90%**	**1,004.33**	**1.82%**	**410.01**	**0.82%**
总计			**20,145.82**	**37.44%**	**19,018.87**	**34.54%**	**17,735.23**	**35.28%**

注：同一折射率的部分产品，其使用的树脂单体原料可以相互替代，如“MR-7”和“KOC KT67”等；成镜收入包括对应镜架。

如上表所示，报告期内，发行人使用采购自韩国 KOC 及其关联方的树脂单体生产的产品主要包括 1.56 超韧/超亮系列、1.60 超韧/超亮系列、1.67 系列和 1.71 系列的镜片与成镜。2018 年度至 2020 年度销售相关产品形成的收入分别为 17,735.23 万元、19,018.87 万元和 20,145.82 万元，占当期主营业务收入的比重分别为 35.28%、34.54%和 37.44%。

对于 1.56 超韧/超亮系列和 1.60 超韧/超亮系列镜片及成镜，发行人已掌握相关树脂单体的配方、生产工艺与核心技术，该技术可应用于自主批量生产；对于 1.67 系列镜片及成镜，发行人已掌握相关树脂单体的配方及生产工艺，可通过外部采购方式由大中型化工厂商进行批量生产。发行人未对 1.67 以下折射率树脂单体进行完全自产，主要原因系韩国 KOC 及其关联方的树脂单体质量稳定、供应及时、价格适中，且公开市场存在较多替代供应商。对于 1.67 及以下折射率树脂单体，发行人对韩国 KOC 及其关联方不存在采购依赖。

对于 1.71 系列镜片及成镜，发行人 2018 年度至 2020 年度销售相关产品形成的收入分别为 3,202.93 万元、5,839.97 万元和 7,512.01 万元，占当期主营业务收入的比重分别为 6.37%、10.61%和 13.96%，收入占比呈上升趋势。目前，发行人已初步掌握实验室制备 1.71 树脂单体的配方、生产工艺与核心技术，由于相关技术尚未达到量产应用条件，且公开市场暂不存在 1.71 折射率树脂单体的替代供应商，故对于 1.71 折射率树脂单体，发行人对韩国 KOC 及其关联方存在一定程度的采购依赖。

（2）关于发行人与韩国 KOC 及其关联方之间合作关系稳定性的核查

发行人与韩国 KOC 签署的《合资合同书》及其补充协议、发行人子公司江苏可奥熙与韩国 KOC 签署的《采购合作框架合同》主要内容如下：

1）《合资合同书》及其补充协议的主要内容

发行人与韩国 KOC 合作可追溯至 2006 年。根据发行人与韩国 KOC 签订《合资合同书》及其补充协议，约定共同投资江苏可奥熙，发行人与韩国 KOC 通过开发、生产树脂单体、胶粘剂，使双方获得满意的经济利益：

①江苏可奥熙存续期间内，未经江苏可奥熙董事会同意，发行人与韩国 KOC 不得以任何方式在中国境内与任何第三方（包括社团、法人、自然人等各类）合作、合资或以技术转让方式生产 1.55 树脂镜片单体、1.56 中折射树脂镜片单体、中折射亚克力树脂镜片单体（中折射为 1.55 和 1.56 折射率）、1.60 亚克力树脂镜片单体及 KR70 和 KR74 环硫树脂镜片单体或相类似产品。未经江苏可奥熙董事会同意，不得在中国独资设立生产 1.55 树脂镜片单体、1.56 中折射树脂镜片单体、中折射亚克力树脂镜片单体（中折射为 1.55 和 1.56 折射率）、及 1.60 亚克力树脂镜片单体及 KR70 和 KR74 环硫树脂镜片单体或相类似产品的公司；

②江苏可奥熙在中国申请 1.55 树脂镜片单体的专利时，韩国 KOC 负责提供上述产品的技术资料，专利权归江苏可奥熙所有；

③如韩国 KOC 在中国出售 1.55 树脂镜片单体、1.56 中折射树脂镜片单体、中折射亚克力树脂镜片单体（中折射为 1.55 和 1.56 折射率）、1.60 亚克力树脂镜片单体及 KR70 和 KR74 环硫树脂镜片单体以外的树脂镜片用单体技术时,应先通知江苏可奥熙；如江苏可奥熙无意购买，韩国 KOC 可出售给其他第三人。

④江苏可奥熙的对外销售由江苏可奥熙负责。

如前所述，江苏可奥熙在中国申请 1.55 树脂镜片单体专利不受韩国 KOC 的限制，江苏可奥熙对韩国 KOC 的 1.55 树脂镜片单体、1.56 中折射树脂镜片单体、中折射亚克力树脂镜片单体（中折射为 1.55 和 1.56 折射率）、1.60 亚克力树脂镜片单体及 KR70 和 KR74 环硫树脂镜片单体以外的树脂镜片用单体技术具有优先购买权，江苏可奥熙可自主负责其对外销售，不受韩国 KOC 的限制。

2）《采购合作框架合同》的主要内容

2017 年 1 月 10 日，江苏可奥熙与韩国 KOC 签订《采购合作框架合同》，约定江苏可奥熙向韩国 KOC 采购 KOC 70A 树脂原料，韩国 KOC 配合江苏可奥熙完善生产技术、提供产品的产能和效率，合同有效期 10 年。

发行人与韩国 KOC 自 2006 年合作以来，不存在任何纠纷、争议或诉讼；发行人系韩国 KOC 在中国市场的重大客户，发行人已与韩国 KOC 签订长期采购协议，发行人与韩国 KOC 及其关联方之间合作关系具有稳定和可持续性。

5、发行人向韩国 KOC 及其关联方采购价格的公允性

（1）韩国 KOC 及其关联方向其他客户同类产品销售价格对比

A、采购产品的定价模式

发行人向三井中国采购 MR 系列树脂单体，如 MR-7、MR-8 和 MR-10。相关产品采用日元报价，采取“CIP 上海”的定价模式，具体价格包括“出厂价+运输费”。其中出厂价在一定的期间内固定。运输费则根据单批产品订货量的多少、国际货运集装箱尺寸、是否需要冷链运输（树脂输送有一定的温度要求）等情况，每公斤附加 33 日元至 170 日元不等的运输费用。

发行人向韩国 KOC 采购 KOC KT 70A、1.67KOC67A/B、KOC KT 60A/B/C 单体。相关产品采用美元报价，采取“CIF 上海”的定价模式，但不单独区分出厂价和运费，而是合并报价。

发行人向境内的丹阳 KOC 采购 KOC KT 70B/C 树脂单体。丹阳 KOC 直接以人民币报价，报价包含运费。

B、价格调整情况

报告期内，三井中国销售的 MR 系列产品价格比较稳定，出厂价未发生调整。

韩国 KOC 的产品曾因其国家政策、市场原料供货情况、整体产品系列协同等原因进行过调整，调整时点不固定，总体呈上涨趋势。其 1.67KOC67A/B 产品分别于 2018 年 6 月、2019 年 6 月两次涨价，2020 年 1 月降价一次；KOC KT 60 产品分别于 2019 年 9 月、2020 年 1 月两次涨价。

报告期内每年年初，丹阳 KOC 销售产品会根据市场情况做出调整，总体亦呈上涨趋势。

相关价格调整，会以调价函的形式告知发行人。

C、发行人树脂单体采购价格和韩国 KOC 及其关联方对第三方销售报价单对比情况

由于受到汇率、运费、采购量等因素的综合影响，折算为人民币计量的采购价格存在不规律的波动，无法准确反应供应商供货价格情况，与第三方的采购价格可比性较差。因此选取供应商原币出厂价作为比较基准。具体情况如下：

单位：元/KG

供应商	采购项目	折射率系列	报价币种	出厂价			向第三方报价单
				2020 年度	2019 年度	2018 年度	
三井中国	MR-7A/B	1.67MR-7	日元	3,330	3,330	-	3,330
	MR-8A/B1/B2	1.60MR-8	日元	2,000	2,000	2,000	2,000
	MR-10A/B	1.67MR-10	日元	4,000	4,000	-	4,000
韩国KOC	1.67KOC 67A/B	1.67 系列	美元	23	24-25	24	24
	KOC KT 60A/B/C	1.60 系列	美元	14.5	13-13.5	13	15
	KOC KT 70A	1.71 系列	美元	36.5	36.5	34.5	36.3
丹阳KOC	KOC KT 70B/C	1.71 系列	人民币	350	320	290	370

注：报价单主要为近一年内的报价，均由对方提供，未经审计。

由上表可知，发行人向三井中国采购的 MR 系列树脂单体价格与后者对外报价单价格一致，主要系三井中国销售的 MR 系列树脂单体为其注册商标的产品，在国内市场统一报价。

发行人向韩国 KOC 采购的 1.60 及 1.67 折射率树脂单体价格，以及向丹阳 KOC 采购的 1.71 折射率树脂 B 料和 C 料价格，比其同期向第三方销售的标准价格略低；1.71 折射率树脂 A 料的价格比同期报价基本一致。

根据韩国 KOC 出具的说明，上述定价安排主要是基于双方的战略合作关系，且发行人规模较大，相关产品采购比例超过其同类产品销售总量的 20%，在价格上韩国 KOC 及其国内销售公司丹阳 KOC 给予发行人 95-98 折的优惠。而 1.71 折射率树脂 A 料属于其专利产品，市场竞争力较强，对外暂不给予优惠。

D、按照第三方价格测算上述采购价格对发行人业绩的具体影响

采购项目	单位	KOC KT 60A/B/C	1.67 KOC 67A/B	KOC KT 70B/C
对应镜片折射率系列	无	1.60 超韧/PMC 系列	1.67 系列	1.71 系列
影响采购单价	美元/kg、元/kg	0.50	1.00	20.00

采购单价币种	无	美元	美元	人民币
2020 年度平均汇率	无	6.9053	6.9053	1.00
影响采购单价	元/kg	3.45	6.91	20.00
2020 年度单体单耗	g/片	36.81	33.92	3.63
影响单片成本	元/片	0.13	0.23	0.07
镜片 2020 年度销量	万片	126.84	137.61	113.97
影响营业成本	万元	16.12	32.23	8.27
影响净利润	万元	-13.70	-27.39	-7.03

经测算可知，若按照第三方价格采购 1.60 折射率树脂单体，即单位原料采购成本提升 0.5 美元/KG，会影响 2020 年度 1.60 超韧/PMC 系列镜片营业成本增加 16.12 万元，影响净利润减少 13.70 万元；

若按照第三方价格采购 1.67 折射率树脂单体，即单位原料采购成本提升 1 美元/KG，会影响 2020 年度 1.67 系列镜片营业成本增加 32.23 万元，影响净利润减少 27.39 万元；

若按照第三方价格采购 1.71 折射率树脂 B 料和 C 料，即单位原料采购成本会提升 20 元/KG，会影响 2020 年度 1.71 系列镜片营业成本增加 8.27 万元，影响净利润减少 7.03 万元；

综上可知，按照第三方价格测算上述采购价格会影响发行人 2020 年度营业成本增加 56.62 万元，影响净利润减少 48.13 万元，占 2020 年度净利润的比例为 0.59%，影响较小。

（2）发行人向无关联关系第三方采购价格情况

国内具备供应能力的供应商有山东益丰生化环保股份有限公司（以下简称“益丰生化”）和江苏乾元新材料科技股份有限公司（以下简称“江苏乾元”）。该等企业提供的原料可替代韩国 KOC 及其关联方的产品，但并不完全一样。

相关采购价格和无关联关系第三方销售报价单对比情况如下：

单位：元/KG

采购项目	折射率系列	发行人采购价格（不含关税、增值税）			报价单（含税）	均价（不含税）	报价供应商
		2020 年度	2019 年度	2018 年度			

MR-7A	1.67 系列	-	213.64	-	190RMB	187.61	益丰生化
MR-7B	1.67 系列	-	213.64	-	234RMB		
MR-8A	1.60MR-8 系列	135.24	134.55	124.08	90RMB	122.12	益丰生化
MR-8B1	1.60MR-8 系列	135.45	134.94	123.40	234RMB		
MR-8B2	1.60MR-8 系列	135.47	134.98	123.84	90RMB		
1.67 KOC 67A	1.67 系列	154.56	169.20	149.95	190RMB	187.61	益丰生化
1.67 KOC 67B	1.67 系列	154.55	169.29	150.11	234RMB		
KOC KT 60A	1.60 系列	99.20	90.08	85.41	135RMB	119.47	江苏乾元
KOC KT 60B	1.60 系列	99.07	90.11	85.44	135RMB		
KOC KT 60C	1.60 系列	99.37	90.85	85.57			

注：益丰生化报价单日期为 2021 年 1 月 19 日，江苏乾元报价单日期为 2021 年 1 月 15 日；同类产品报价单价格差异属于该供应商自身的定价策略，此处取其产品均价进行比较。

由上表可知，发行人 MR 系列树脂单体采购价格高于无关联关系第三方供应商报价单均价，主要系两者树脂单体属于同类可替代原料，非同种原料。发行人向三井中国采购的 MR 系列树脂单体的品质和性能稳定，在国内统一报价；益丰生化提供的产品尚处于发行人获取样品、试验生产的验证阶段，尚未实际投入镜片生产。但目前已有部分工厂在使用上述产品。

1.60 及以上树脂单体采购价格低于无关联关系第三方销售报价单均价，主要系发行人与韩国 KOC 的合作规模较大，在价格上韩国 KOC 给予发行人一定优惠。

综上可知，发行人向韩国 KOC 及其关联方采购价格与韩国 KOC 及其关联方对第三方销售报价单价格、无关联关系第三方销售均价差异原因合理，采购价格公允。

6、发行人各折射率树脂单体来源于韩国 KOC 及其关联方的情况，及议价能力；发行人采购的树脂单体价格大幅上涨的可能较小，对发行人经营业绩不存在重大影响

（1）发行人各折射率树脂单体来源于韩国 KOC 及其关联方的采购金额及占比

报告期内，发行人向韩国 KOC 及其关联方采购各折射率特定品种树脂单体的金额及占所有外购树脂单体的比例情况如下：

单位：万元

折射率	向韩国 KOC 及其关联方采购金额			向其他供应商采购金额			向韩国 KOC 及其关联方采购金额占比		
	2020 年	2019 年	2018 年	2020 年	2019 年	2018 年	2020 年	2019 年	2018 年
1.50				87.81	121.53	143.09			
1.56	400.93	475.90	712.19	24.04	50.38	47.58	94.34%	90.43%	93.74%
1.60	598.25	742.23	787.86	35.12	78.02	69.96	94.46%	90.49%	91.84%
1.67	474.49	1,298.16	1,411.38				100.00%	100.00%	100.00%
1.71	1,097.22	1,565.30	1,174.84				100.00%	100.00%	100.00%

若考虑发行人自产自用的树脂单体，发行人向韩国 KOC 及其关联方采购金额占比情况如下：

单位：万元

折射率	发行人自产自用树脂单体金额			向韩国 KOC 及其关联方采购占用量总金额占比		
	2020 年	2019 年	2018 年	2020 年	2019 年	2018 年
1.50						
1.56	517.15	672.34	842.27	42.56%	39.70%	44.46%
1.60	427.78	483.69	812.05	56.38%	56.92%	47.18%
1.67				100.00%	100.00%	100.00%
1.71				100.00%	100.00%	100.00%

如上表所示，发行人向韩国 KOC 及其关联方采购的树脂单体金额占所有外购树脂单体的比例较高。若考虑发行人自产自用原料，则折射率 1.56 和 1.60 树脂单体中向韩国 KOC 及其关联方采购金额占发行人总体原料用量占比相对较低。目前，由于高折射率树脂原料技术主要掌握在日韩企业手中，国内镜片制造商普遍从国外进口，发行人向韩国 KOC 及其关联方采购的 1.67 及 1.71 折射率树脂单体占比较高。

（2）发行人具备一定的议价能力，其采购的树脂单体价格大幅上涨的可能较小，对发行人经营业绩不存在重大影响

1）发行人具备一定的议价能力

A、发行人在产业链中的优势地位较为明显

发行人是一家国内领先的综合类眼镜镜片生产商，其“明月镜片”品牌具有良好的品牌形象及市场知名度。发行人建立了全国性销售网络，直接及间接覆盖和服务全国各省市地区逾万家门店客户，拥有完备的研发、设计、生产和销售能力，业务涵盖树脂原料的研发、生产及销售，镜片光学结构、光学膜层及功能化镜片的研发及设计，树脂镜片大规模工业化生产及个性化定制生产，镜架设计及成镜的生产、销售。

根据 Euromonitor Consulting（欧睿咨询）出具的《市场地位声明认证函》，整体框架眼镜镜片（不包含隐形眼镜镜片）以零售量计，明月镜片于 2016 年至 2020 年连续五年中国大陆范围内销售领先。

发行人产品品质较为稳定、品类较为齐全，在行业中具备较高的市场地位与知名度。

由于发行人产销量均较大，对原料的需求量也长期保持在较高水平，消化原料的能力较强。对于上游原料供应商来说，发行人是不可或缺的客户资源。根据韩国 KOC 出具的说明，其与发行人长期保持了良好的战略合作关系。发行人采购规模较大，其对相关产品的采购量超过韩国 KOC 同类产品销售总量的 20%。因此，除了部分新推出的专利产品外，韩国 KOC 及其国内销售公司丹阳 KOC 一般给予发行人 9.5 折至 9.8 折的价格优惠。

综上所述，发行人在产业链中的优势地位较为明显，是上游原料供应商的重要客户，以上因素使得发行人在价格谈判中具备一定的议价能力。

B、树脂单体行业竞争逐步深化，国产化脚步加快

由于眼镜行业原材料供应存在的特殊性，即前沿的新型镜片原材料研发与生产主要掌握在日本、韩国等少数国家手中，其他国家企业往往只能直接进口预聚物用于生产。例如对于 1.67、1.71 和 1.74 等折射率的树脂单体，以及部分功能型 1.60 及以下折射率树脂单体，为了保证产品性能可靠、质量稳定，发行人通常向包括 MITSUI CHEMICALS 在内的韩国 KOC 及其关联方进口。

目前国际市场上亦存在多家知名化工集团涉足树脂单体领域。如日本三菱、拜耳和德国 Bruno Bock 等。他们也向市场供应品质良好的树脂单体材料。

国内厂商也看到了镜片树脂原料市场的机会，深化与加快了相关产品的研发与生产。随着技术的进步和新材料的不断应用，境内供应商益丰生化、万华化学、联化科技等也能够生产和供应部分用于生产高折射率树脂原料的核心原料。

与此同时，经过多年的摸索，发行人逐步形成了具备特色的产品研发、生产、推广体系。自成立以来，发行人始终强调对研发的投入，在原料配方方面，发行人已布局和掌握大部分 1.60 及以下折射率原料产品的生产技术，并可应用于批量生产。报告期内，发行人折射率 1.56 及 1.60 系列的树脂单体销售情况良好，实现了部分折射率镜片原料的进口替代。

对于 1.56 超韧/超亮系列和 1.60 超韧/超亮系列镜片及成镜，发行人已掌握相关树脂单体的配方、生产工艺与核心技术，该技术可应用于自主批量生产；对于 1.67 系列镜片，发行人已掌握相关树脂单体的配方及生产工艺，可通过外部采购方式由大中型化工厂商进行批量生产。

目前，发行人已初步掌握实验室制备 1.71 树脂单体的配方、生产工艺与核心技术。但由于相关技术尚未达到量产应用条件，且国内公开市场暂不存在 1.71 折射率树脂单体的替代供应商，故对于 1.71 折射率树脂单体，发行人议价能力相对较弱。

综上所述，国际市场广泛存在相关树脂单体的供应商，境内供应商也在不断兴起，加之发行人自主研发投入，原料供应渠道的多样化使得发行人在采购原材料时将会有更多选择机会，议价能力会不断增强。

C、原材料实际价格走势较为稳定

近五年，发行人向韩国 KOC 及其关联方采购的原材料价格实际走势情况如下表所示：

供应商	采购项目	折射率系列	报价币种	出厂价					复合增长率
				2020 年度	2019 年度	2018 年度	2017 年度	2016 年度	
三井中国	MR-7A/B	1.67MR-7	日元	3,330	3,330	-			-
	MR-8A/B1/B2	1.60MR-8	日元	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	-
	MR-10A/B	1.67MR-10	日元	4,000	4,000	-			-

韩国 KOC	1.67KOC67A/B	1.67 系列	美元	23	24-25	24	22	22	1.12%
	KOC KT60A/B/C	1.60 系列	美元	14.5	13-13.5	13	13	13	2.77%
	KOC KT70A	1.71 系列	美元	36.5	36.5	34.5	30.92	33.00	2.55%
丹阳 KOC	KOC KT70B/C	1.71 系列	人民币	350	320	290	290	290	4.81%

受到国际石油价格、通货膨胀、疫情等制造成本上升等影响，相关原料的采购价格有上升的趋势。由于发行人实际具备一定的议价能力，相关原料的采购价格总体保持了相对稳定，年复合增长率均较低，未发生大幅涨价的情况。

2）树脂单体采购价格大幅上涨的可能性较小，对发行人经营业绩的影响有限

由于发行人的市场地位较高，是上游供应商的重要客户资源，加之国内外供应渠道的不断拓宽，以及发行人自身研发成果的转化，发行人的议价能力将会不断提高，未来树脂单体采购价格大幅上涨的可能性较小。

在不考虑未来业绩增长的情况下，以目前发行人向韩国 KOC 及其关联方的总采购规模为基础，采购价格按照 5%的年复核增长率计算，未来 5 年相关采购引起的年度成本递增金额约在 135.89 万元至 157.31 万元之间，占发行人年收入比例较低，对发行人经营业绩影响较小。

与此同时，随着品牌建设的不断深化，发行人市场影响力及销售规模会不断增大，从而提高自身产品销售的溢价。发行人能够有效地将上游原材料涨价压力传导至下游渠道，进一步降低原材料涨价对业绩的影响。

因此，未来树脂单体采购价格大幅上涨的可能性较小，对发行人经营业绩的影响有限。

7、韩国 KOC 及其关联方未与发行人达成优先供货协议

报告期内，韩国 KOC 及其关联方不存在与发行人达成优先供货协议的情形。

8、发行人在韩国 KOC 及其关联方断供或树脂单体价格大幅上涨情况下切换其他供应商的可能性

报告期内，发行人向韩国 KOC 及其关联方采购的原料主要包括用于生产 1.56 超韧/超亮系列、1.60 超韧/超亮系列、1.67 系列和 1.71 系列的镜片的树脂单体。

（1）1.67 以下折射率树脂单体

对于 1.56 超韧/超亮系列和 1.60 超韧/超亮系列树脂单体，发行人已完全掌握其配方、生产工艺与核心技术，该技术可应用于自主批量生产；对于 1.67 系列镜片及成镜，发行人已掌握相关树脂单体的配方及生产工艺，可通过外部采购方式由大中型化工厂商进行批量生产。如韩国 KOC 及其关联方断供或大幅上涨单体供应价格，发行人可通过自产或外部采购解决原料供应问题。

发行人未对 1.67 及以下折射率树脂单体进行完全自产，主要原因系韩国 KOC 及其关联方的树脂单体质量稳定、供应及时、价格适中，且公开市场存在较多替代供应商。对于 1.67 及以下折射率树脂单体，发行人对韩国 KOC 及其关联方不存在采购依赖。

（2）1.71 折射率树脂单体

对于 1.71 折射率，发行人已掌握实验室制备相关树脂单体的配方及制备流程，技术水平已接近量产所需。但由于 1.71 树脂单体存在制备条件苛刻、制备安全风险极高、关键原料硫化氢（H2S，一种危险化学品）因资质原因批量采购难度较大等因素，发行人量产 1.71 树脂单体存在一定障碍。

目前，除韩国 KOC 及其关联方外，境外有厂商销售 1.71 折射率树脂单体。但由于该等供应商尚未向我国销售，国内公开市场尚无其他 1.71 折射率树脂单体的供应商，发行人尚无法切换 1.71 折射率树脂单体供应商。

9、发行人不存在对韩国 KOC 及其关联方的重大依赖

报告期内，发行人向韩国 KOC 及其关联方采购的原料主要包括用于生产 1.56 超韧/超亮系列、1.60 超韧/超亮系列、1.67 系列和 1.71 系列镜片的树脂单体。

对于 1.67 及以下折射率的树脂单体，发行人可以通过自产、外部定制或向替代供应商进行采购的方式实现供应商替换，不存在依赖韩国 KOC 及其关联方的情形。

对于 1.71 折射率的树脂单体，发行人已掌握实验室制备相关树脂单体的配方及制备流程，尚未达到量产应用条件，目前国内公开市场也尚不存在可供发行

人选择的替代供应商，故对于该类型树脂单体，发行人对韩国 KOC 及其关联方仍存在一定程度的依赖。

2018 年至 2020 年，发行人对外销售 1.71 系列镜片及成镜的收入分别为 3,202.93 万元、5,839.97 万元和 7,512.01 万元，占当期主营业务收入的比重分别为 6.37%、10.61%和 13.96%，总体占比较低，对发行人的经营业绩的影响相对较小，发行人对韩国 KOC 及其关联方的依赖不构成重大影响。对于该依赖情形可能对发行人生产经营情况造成的影响，发行人已在招股说明书“第四节 风险因素”之“二、经营风险”中进行了风险提示。

（六）发行人与韩国 KOC、Mitsui Chemicals,Inc 及其关联方之间的具体合作关系，发行人是否对 Mitsui Chemicals,Inc、韩国 Koc 及其关联方存在原材料、技术、研发、人员、资产、采购或销售渠道、业务等方面存在依赖

1、发行人与韩国 KOC、Mitsui Chemicals,Inc 及其关联方之间具体合作关系情况

（1）原材料采购

报告期内，韩国 KOC、Mitsui Chemicals,Inc 与发行人之间发生交易往来的关联方为丹阳 KOC、三井中国及三井印度。

发行人是一家国内领先的镜片、成镜、镜片原料等眼视光产品研发、设计、生产和销售企业。韩国 KOC、Mitsui Chemicals,Inc 及其关联方系国际知名的镜片树脂单体生产、销售企业。发行人向韩国 KOC、丹阳 KOC 和三井中国采购树脂单体原料，属于双方基于各自业务需求的常规供销关系。

报告期内，用于高折射率镜片的树脂单体等原材料生产技术由以韩国 KOC、Mitsui Chemicals,Inc 为代表的日韩厂商所掌握，且经过多年发展已经相当成熟，韩国 KOC、Mitsui Chemicals,Inc 及其关联方产品性能可靠、质量稳定，故发行人与其建立了长期稳定且深度的合作关系。发行人为保证产品线的充实，持续向韩国 KOC、Mitsui Chemicals,Inc 的关联方进行采购。

发行人向韩国 KOC 采购的产品主要为用于生产 1.67 及以上折射率镜片和用于生产超韧、超亮等特定品种 1.60 及以下折射率镜片的树脂单体原料。

发行人向三井中国采购的产品主要为用于生产 1.67 及以上折射率镜片和用于生产超韧等特定品种 1.60 折射率镜片的树脂单体原料。

发行人向丹阳 KOC 采购主要发生在单次小批量需求时采购部分原料及辅助材料。丹阳 KOC 作为韩国 KOC 在国内的销售渠道，有一定库存量备货，作为单次小批量采购成本更低，同时提升了材料到位速度。

2019 年，江苏可奥熙向印度三井销售了部分用于生产 1.56、1.60 等折射率镜片的树脂单体，Mitsui Chemicals,Inc 及其关联方不从事相关系列产品的生产工作。

印度三井是一家位于印度的销售公司，江苏可奥熙主要从事树脂单体的研发、生产和销售，该交易为江苏可奥熙的常规业务。

由于短期材料周转需求，发行人报告期内向丹阳 KOC 销售了部分塑料桶、塑料瓶等辅助材料，金额及占比均较低。

（2）合资设立江苏可奥熙

根据发行人与韩国 KOC 于 2016 年 6 月 29 日签订的《合资合同书》及其补充协议，约定发行人与韩国 KOC 通过开发、生产树脂单体、胶粘剂，使双方获得满意的经济利益之目的，共同投资设立江苏可奥熙。

（3）房屋租赁

报告期内，发行人的子公司江苏可奥熙将其拥有的位于江苏省丹阳市开发区北三纬路北侧 3 号仓库（建筑面积 315 平方米）及二楼办公室（1201 室，建筑面积 45 平方米）出租给丹阳 KOC，用途为仓库、办公，租赁期限自 2018 年 7 月 1 日至 2021 年 6 月 30 日，租金为每年 36,450 元。

2020 年 1 月 1 日，江苏可奥熙与丹阳 KOC 签订《租房协议》，约定江苏可奥熙将其拥有的位于江苏省丹阳市开发区北三纬路北侧二楼建筑面积 45 平方米的办公室、建筑面积约 20 平方米的实验室，办公室租赁期限自 2020 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日，实验室租赁期限自 2020 年 7 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日，租金为每月 7.5 元/平方米，租金每月支付一次。根据核查，江苏可奥熙

向丹阳 KOC 出租的上述房屋主要作为丹阳 KOC 的办公场所、仓储，且租赁上述房屋的价格与周边厂房的租赁价格不存在显著差异。

2、发行人是否对 Mitsui Chemicals,Inc、韩国 KOC 及其关联方存在原材料、技术、研发、人员、资产、采购或销售渠道、业务等方面存在依赖

报告期内，公司向韩国 KOC 及 Mitsui Chemicals,Inc 关联方三井中国、丹阳 KOC 采购金额较大，主要采购内容为高折射率镜片树脂单体。上述采购均为基于商业背景下的正常交易行为，发行人在原材料、技术、研发、人员、资产、采购或销售渠道、业务等方面对 Mitsui Chemicals,Inc、韩国 KOC 及其关联方不存在重大依赖，具体分析如下：

（1）原材料

由于眼镜行业原料供应存在的特殊性，即前沿的新型镜片原材料研发与生产主要掌握在日本、韩国等少数国家手中，其他国家企业往往只能直接进口预聚物用于生产。例如 1.67、1.71 和 1.74 等折射率的树脂单体，以及部分功能型 1.60 及以下折射率树脂单体，为了保证产品性能可靠、质量稳定，境内企业通常向 MITSUI CHEMICALS、日本三菱等企业采购。发行人向 Mitsui Chemicals,Inc 的关联方、韩国 KOC 及其关联方采购原料主要是基于双方战略合作关系，同时通过集中采购，可一定程度上提升发行人的议价能力，有效节省采购成本。双方的合作关系并未禁止发行人向其他供应商采购同类产品。

近年来，随着技术的进步和新材料的不断应用，除韩国 KOC、MITSUI CHEMICALS、日本三菱和拜耳外，国内的部分厂商也开始能够生产和供应用于生产高折射率树脂原料的核心原料。比如万华化学和益丰生化已具备部分基础原料的生产能力。未来，发行人在采购高端原材料时将会有更多选择。

在原料配方方面，发行人已布局和掌握大部分 1.60 及以下折射率原料产品的生产技术，并可应用于批量生产。即使发生特殊情况，发行人也可以委外进行原料的生产。

2020 年 4 月 27 日，韩国 KOC 社长张东奎签署《尽职调查访谈笔录》确认：韩国 KOC 是按照货币、设备出资。韩国 KOC 与江苏可奥熙之间未签署过技术

许可协议，双方签署了《技术支持服务协议》，韩国 KOC 为江苏可奥熙提供一定的技术服务和支持。在生产过程中，江苏可奥熙使用的技术是以韩国 KOC 技术为基础自行改良的，进而形成了自主技术，并申请了相应的专利、拥有完整的知识产权，江苏可奥熙目前使用的技术、专利没有侵犯韩国 KOC 的知识产权，江苏可奥熙使用该等自主形成的知识产权不会受到韩国 KOC 的限制，也不需要韩国 KOC 的授权或许可。

综上，除部分功能型产品外，发行人在 1.60 及以下折射率镜片领域可实现从单体至镜片的独立生产、加工、销售。1.67 及以上折射率原料产品在综合考虑成本效益后目前优先向韩国 KOC、MITSUI CHEMICALS 进行采购。发行人已掌握部分折射率原料产品的生产技术，可切换自主生产，同时也存在可替代的供应商，对 Mitsui Chemicals,Inc、韩国 KOC 及其关联方不存在重大依赖。

（2）技术和研发

第二次聚合反应是大规模工业化生产镜片产品的核心环节。该环节中，预聚物原料在模具中交联固化的聚合过程是一个精细的化学过程，对主料、添加剂、催化剂的选取和配比要求极为精确，同时需要对反应的时间、温度进行精确的控制。配方、材料的升温曲线等生产工艺会直接影响最终镜片产品的性能，如透光度、玻璃化程度、均一性等。对材料特性的了解及针对材料进行的精密生产控制，是材料应用成败的决定因素。

目前，发行人已掌握大部分 1.67 以下折射率树脂单体的生产配方。同时，境内外原材料供应商往往只提供实验室条件下取得的交联固化的聚合样本及其反应环境指标，并不具备或提供如何实现大规模工业化生产的工艺、技术。而后者是新材料产业化、实现效益的关键环节。多年来，发行人不断精研生产工艺，对不同材料、添加剂、环境、时间条件下的聚合过程及效果进行研究，结合公司产业化生产的大量数据与经验，积累了丰富的技术，不断优化和创新聚合工艺，提高公司大规模产业化生产树脂原料的品质，改善和弥补进口高折射率原料的性能与缺陷，加速新型材料的转化速度，保证了公司镜片产品的品质。

发行人目前已熟练掌握部分核心原料的生产工艺，可生产折射率 1.56 及 1.60 系列的树脂单体自用及对外销售。除自产原材料获得业内认可外，发行人依托自

身在高分子树脂原料技术方面的积累，自主调整聚合物分子中部分元素及分子的结构，改善和弥补高折射率原料的性能与缺陷。例如，发行人的 1.71 超薄高折射率镜片产品，即通过聚合过程中改良聚合物分子结构，弥补了高折射率材料先天色散度过高的缺陷，实现了镜片产品高折射率、低色散的双重优点，产品还被中国轻工业联合会评为“创新消费品”。又如发行人通过研究与探索，独创性地在原料中加入特定的添加剂成分，从而大幅提升了材料的韧性、透光性，从而生产出超韧、超亮两个系列产品。超韧运动抗冲击树脂镜片和 PMC 光学树脂镜片获得江苏省科学技术厅颁发的高新技术产品认定证书。

发行人在镜片生产及原料配方方面的技术均为自有且均已较为成熟。

根据韩国 KOC 与明月镜片签署的《合资合同书之补充协议》，双方确认韩国 KOC 与合资公司之间不存在技术许可，且双方对合资公司的技术、无形资产等权属没有纠纷；合资公司目前使用的技术，专利等无形资产没有侵犯韩国 KOC 的知识产权，江苏可奥熙使用改定自主形成的知识产权不会受到韩国 KOC 的限制，也不需要韩国 KOC 的授权或许可。

综上，发行人在技术及研发方面对 Mitsui Chemicals,Inc、韩国 KOC 及其关联方不存在依赖。

（3）人员及资产

公司具备与生产经营有关的主要生产系统、辅助生产系统和配套设施，合法拥有与生产经营有关的主要土地、厂房、机器设备以及商标、专利和其他资产的所有权或使用权，具有独立的原料采购和产品销售系统。公司资产权属清晰、完整，不存在依赖 Mitsui Chemicals,Inc、韩国 KOC 及其关联方资产进行生产经营的情况。

公司拥有独立的人力资源部门，独立负责员工劳动、人事、工资管理及社会保障。公司的总经理、副总经理、财务负责人和董事会秘书等高级管理人员不在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其他职务。不在 Mitsui Chemicals,Inc、韩国 KOC 及其关联方领薪；公司的财务人员不在 Mitsui Chemicals,Inc、韩国 KOC 及其关联方中兼职。

综上，发行人在人员及资产方面对 Mitsui Chemicals,Inc、韩国 KOC 及其关联方不存在依赖。

（4）采购、销售渠道及业务

韩国 KOC 及其关联方系国际知名的镜片树脂单体生产企业，且产品性能可靠、质量稳定，发行人与其建立了长期稳定且深度的合作关系。发行人通过向其采购原料可确保产品质量可靠稳定，同时通过集中采购，可一定程度上提升发行人的议价能力，有效节省采购成本。

发行人是一家国内领先的综合类眼镜镜片生产商，业务涵盖树脂原料的研发、生产及销售，镜片光学结构、光学膜层及功能化镜片的研发及设计，树脂镜片大规模工业化生产及个性化定制生产，镜架设计、生产及成镜生产、销售，为市场提供品质稳定、品类齐全的眼视光产品。自设立以来，发行人一直专注于镜片等眼视光产品的研发、设计、生产和销售。

发行人综合考虑原材料质量及集中采购优势，优先选择向韩国 KOC 及其关联方采购其生产的原料，且采购价格与其向其他客户销售价格不存在重大差异，定价公允。韩国 KOC 及其关联方并未限制发行人向其他供应商采购同类产品，同时市场上存在较多同质化原材料供应商可供选择，故发行人对其不存在重大依赖。

上述交易完全基于双方业务实质，是基于商业背景下的正常交易行为。交易双方均拥有独立、完整的生产、采购、销售体系。

2020 年 4 月 27 日，韩国 KOC 社长张东奎签署《尽职调查访谈笔录》确认：韩国 KOC 和明月光电在实际合作过程中，江苏可奥熙可以完全自主对外销售产品，无需经过丹阳 KOC。

根据韩国 KOC 与明月镜片签署的《合资合同书之补充协议》，合营公司（江苏可奥熙）的对外销售由合营公司负责。可知江苏可奥熙的销售渠道独立于韩国 KOC。

综上，发行人在采购、销售渠道及业务方面对 Mitsui Chemicals,Inc、韩国 KOC 及其关联方不存在依赖。

（七）对比独立第三方，披露关联销售、关联采购和关联租赁相关交易的公允性

1、发行人关联交易情况

发行人部分关联交易对方并非发行人关联方，仅为根据实质重于形式的原则参照关联方披露的企业。

（1）关联销售

报告期内发行人存在向部分关联方及比照关联方进行披露的企业销售产品的情形，具体情况如下：

单位：万元

关联方	关联交易内容	2020 年度	2019 年度	2018 年度
明亮光学	镜片销售	25.04	68.49	135.86
格里特眼镜	镜片销售	56.00	57.42	48.04
南京迈视	镜片销售	10.62	8.44	10.66
丹阳 KOC	材料销售	-	0.06	0.09
丹阳 KOC	租赁收入	0.64	3.34	1.67
上海立正	镜片销售	-	-	0.61
上海宾得	材料销售	-	-	7.22
南京中视	成镜销售	0.02	-	-
南京中视	镜片销售	138.63	119.40	122.39
南京中视	租赁收入	-	-	3.48
视觉动力	镜架销售	0.10	1.00	1.11
视觉动力	成镜销售	-	0.04	-
视觉动力	镜片销售	0.56	3.51	3.44
南京辰龙	原料销售	-	183.80	-
雪柬科技	镜片销售	2.68	12.66	1.22
雪柬科技	镜架销售	-	0.12	5.82
劲霸男装（上海）有限公司	成镜销售	16.19	5.77	-
劲霸男装（上海）有限公	镜架销售	0.81	-	-

关联方	关联交易内容	2020 年度	2019 年度	2018 年度
司				
三井印度	原料销售	57.41	54.65	-
钒曦光电	废品销售	56.33	6.02	-
郭传策	废品销售	-	-	7.10
郭晓和	废品销售	-	-	47.59
郭海尧	镜片销售	1.25	-	-
郭传策	镜片销售	15.33	-	-
关联销售合计		**381.63**	**524.73**	**396.29**
营业收入总额		**53,968.14**	**55,250.12**	**50,941.85**
关联销售占营业收入比		**0.71%**	**0.95%**	**0.78%**

如上表所示，发行人报告期各期关联销售占营业收入比均不到 1%，比例较低。

发行人经营地在江苏省镇江市下辖的丹阳市，系“中国眼镜之都”，拥有眼镜原料配件、镜架制造、镜片制造、眼镜机械、印刷包装等全套完整产业链。在此整体环境之下，发行人关联方及比照关联方披露的企业也有较多从事眼镜相关产业业务。发行人为国内销量领先的知名镜片生产商，业务涵盖树脂原料、镜片、镜架、成镜等产业链中多个领域，为市场提供品质稳定、品类齐全的眼视光产品，与上述关联方及比照关联方披露的企业存在一定的业务往来，具有合理性。

选取上表中关联交易金额相对较大的客户进行交易价格公允性分析如下：

1）明亮光学

发行人向明亮光学主要销售镜片，明亮光学主营业务为三类角膜接触镜及护理用液销售；验配眼镜；办公用品、通讯器材、五金、百货、工艺饰品销售，交易具备商业合理性。报告期内交易金额如下：

单位：万元

关联方	关联交易内容	2020 年度	2019 年度	2018 年度
明亮光学	镜片销售	25.04	68.49	135.86

交易价格对比情况如下：

单位：元/片

期间	主要销售产品	向明亮光学销售价格	向其他客户销售均价
2020 年度	1.55 防蓝光非球面蓝膜树脂片	13.41	12.04
	1.60 防蓝光非球面蓝膜树脂片	17.69	14.20
	1.71 非球面绿膜定制片	137.90	138.22
	1.74 非球面绿膜树脂片	166.33	139.34
2019 年度	1.71 非球面绿膜树脂片	40.50	36.97
	1.67 非球面绿膜树脂片	25.19	23.13
	1.60 非球面绿膜树脂片	13.28	10.68
	1.60 防蓝光非球面蓝膜树脂片	15.05	12.82
2018 年度	1.67 非球面绿膜树脂片	17.58	20.63
	1.71 非球面绿膜树脂片	35.89	33.00
	1.56 非球面绿膜树脂片	5.45	6.33
	1.56 球面绿膜防辐射树脂片	4.39	4.19

发行人向其销售的主要产品价格与向其他客户销售价格不存在显著差异。

2）格里特眼镜

报告期内，发行人向格里特眼镜以及同期向格里特眼镜以外的第三方销售的产品及销售价格具体情况如下：

单位：元/片

期间	主要销售产品（B 品）	向格里特眼镜销售价格	向其他客户销售均价
2020 年度	1.55 防蓝光非球面蓝膜树脂片	2.34	2.08
	1.60 非球面绿膜树脂片	2.88	3.44
	1.60 防蓝光非球面蓝膜树脂片	3.92	3.53
	1.60 超韧非球面绿膜树脂片	3.53	2.26
2019 年度	1.56 非球面绿膜树脂片	1.72	2.22
	1.71 非球面绿膜树脂片	8.91	10.09
	1.67 非球面绿膜树脂片	6.69	7.01

	1.60 防蓝光非球面蓝膜树脂片	3.83	4.16
2018 年度	1.71 非球面绿膜树脂片	8.64	8.43
	1.56 非球面绿膜树脂片	1.66	1.95
	1.60 防蓝光非球面蓝膜树脂片	3.66	3.26
	1.67 非球面绿膜树脂片	5.32	5.50

发行人向格里特眼镜销售的主要产品价格与向其他客户销售价格不存在显著差异。

3）上海宾得

发行人向上海宾得主要销售镜片原料，上海宾得主营业务为生产、销售眼镜，具备商业合理性。该公司自 2019 年 6 月 1 日起无实际经营。发行人向其主要销售产品为树脂单体 KOC55、KOC60S。报告期内交易金额如下：

单位：万元

关联方	关联交易内容	2020 年度	2019 年度	2018 年度
上海宾得	原料销售	-	-	7.22

发行人 KOC55 产品向其他 15 家客户的平均销售单价为 27.63 元/KG，向上海宾得销售的平均单价为 29.45 元/KG。发行人 KOC60S 产品向其他 17 家客户的平均销售单价为 38.87 元/KG，向上海宾得销售的平均单价为 36.75 元/KG。发行人向上海宾得销售产品平均单价与向其他客户销售同类产品平均单价无明显差异。

4）南京中视

发行人向南京中视主要销售镜片，南京中视为公司代理商，交易具备商业合理性。报告期内交易金额如下：

单位：万元

关联方	关联交易内容	2020 年度	2019 年度	2018 年度
南京中视	成镜销售	0.02	-	-
南京中视	镜片销售	138.63	119.40	122.39
南京中视	租赁收入	-	-	3.48

发行人向南京中视与向其他客户销售均价情况如下：

单位：元/片

期间	主要销售产品	向南京中视销售价格	向其他客户销售均价
2020 年度	1.60 防蓝光非球面蓝膜树脂片	14.17	14.20
	1.71 防蓝光非球面超硬蓝膜树脂片	59.42	60.30
	1.55 防蓝光非球面蓝膜树脂片	12.50	12.04
	1.56 非球面绿膜树脂片	11.40	10.25
2019 年度	1.71 防蓝光非球面超硬蓝膜树脂片 71L	53.12	55.39
	1.60 防蓝光非球面蓝膜树脂片	12.70	12.83
	1.67 非球面绿膜树脂片	23.81	23.13
	1.60 非球面绿膜树脂片	11.02	10.68
2018 年度	1.60 防蓝光非球面蓝膜树脂片	11.01	11.61
	1.67 非球面绿膜树脂片	18.31	20.62
	1.56 非球面绿膜树脂片	5.10	6.33
	1.60 非球面绿膜树脂片	9.43	9.38

发行人向其销售的主要产品价格与向其他客户销售价格不存在显著差异。

5）南京辰龙

发行人向南京辰龙主要销售镜片原料，南京辰龙主营业务为树脂单体、胶粘剂的研发、生产、销售，故交易具备商业合理性。报告期内交易金额如下：

单位：万元

关联方	关联交易内容	2020 年度	2019 年度	2018 年度
南京辰龙	原料销售	-	183.80	-

发行人向南京辰龙与向其他客户销售均价情况如下：

单位：元/KG

期间	主要销售产品	向南京辰龙销售价格	向其他客户销售均价
2019 年度	KOC 60S	35.40	38.34
	KOC 55W	26.95	28.44

发行人向其销售的主要产品价格与向其他客户销售价格不存在显著差异。

6）三井印度

发行人从事销售镜片原料业务，三井印度主营业务为进口化学品，交易具备商业合理性。报告期内交易金额如下：

单位：万元

关联方	关联交易内容	2020 年度	2019 年度	2018 年度
三井印度	原料销售	57.41	54.65	-

发行人向三井印度与向其他客户销售均价情况如下：

单位：元/KG

期间	主要销售产品	向三井印度销售价格	向其他外销客户销售均价
2020 年度	KOC 55	34.91	40.52
2019 年度	KOC 55	35.13	40.74
	KOC 55W	30.13	28.42

（2）关联采购

报告期内，发行人存在向部分关联方及比照关联方进行披露的企业采购产品或服务的情形，具体情况如下：

单位：万元

关联方	关联交易内容	2020 年度	2019 年度	2018 年度
韩国 KOC	采购材料	2,465.55	3,624.98	4,518.54
三井中国	采购材料	215.40	283.43	340.40
丹阳 KOC	采购材料	298.61	345.51	352.83
丹阳洁优	采购材料	111.46	134.53	179.62
丰悦光学	采购材料	24.77	12.36	2.69
V OPTICS PTE.LTD	接受劳务	175.46	148.91	146.33
特劳特咨询有限公司	接受劳务	515.00	515.00	515.00
合计		**3,806.26**	**5,064.72**	**6,055.41**

1）韩国 KOC 及其关联方

报告期内发行人向韩国 KOC 及其关联方主要原料采购清单（已开票）如下：

单位：KG、元/KG、元

供应商	采购项目	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
		采购数量	采购单价	采购金额	采购数量	采购单价	采购金额	采购数量	采购单价	采购金额
三井中国	MR-7	-	-	-	4,025.00	213.64	859,892.15	-	-	-
	MR-8	14,450.00	135.35	1,955,810.51	10,900.00	134.76	1,468,890.90	27,200.00	123.88	3,369,632.20
	MR-10	1,650.00	258.36	426,301.66	950.00	264.38	251,159.10	-	-	-
丹阳KOC	KOC KT 70B	2,620.00	306.09	801,946.88	2,840.00	281.79	800,292.96	2,660.00	249.53	663,760.67
	KOC KT 70C	1,640.00	304.55	499,469.01	1,720.00	281.82	484,736.03	1,560.00	249.67	389,487.16
韩国KOC	KOC KR70A	38,400.00	251.84	9,670,811.55	57,250.00	250.97	14,367,972.58	49,175.00	217.49	10,695,178.78
	1.67 KOC67A	16,200.00	154.56	2,503,928.00	37,125.00	169.20	6,281,387.00	48,825.00	149.95	7,321,458.00
	1.67 KOC 67B	14,500.00	154.55	2,240,954.00	34,500.00	169.29	5,840,336.00	45,250.00	150.11	6,792,292.00
主要材料采购合计				18,099,221.61			30,354,666.72			29,231,808.81

报告期内，发行人向韩国 KOC 及其关联方三井中国、丹阳 KOC 采购金额较大，主要采购内容为高折射率镜片树脂单体。上述交易的主要背景系：

①韩国 KOC 及其关联方系国际知名的镜片树脂单体生产企业，且产品性能可靠、质量稳定，发行人与其建立了长期稳定且深度的合作关系。发行人通过向其采购原料可确保产品质量可靠稳定，同时通过集中采购，可一定程度上提升发行人的议价能力，有效节省采购成本。

②用于高折射率镜片的树脂单体等原材料生产技术由日韩厂商（韩国 KOC、MITSUI CHEMICALS、日本三菱等）所掌握，经过多年发展已经相当成熟；受限于发展时间较短，国内原材料供应商的产品质量和品种，与国际领先水平尚存在一定的差距。

发行人目前已熟练掌握部分核心原料的生产工艺，可生产折射率 1.56 及 1.60 系列的树脂单体自用及对外销售。发行人有生产折射率 1.67 和 1.71 树脂单体的

能力，但受限于上游精细化工原料供应状况、生产技术水平以及生产工艺中部分环节的环保要求，和出于节约成本和规模经济的考虑，发行人尚未直接生产折射率 1.67 及以上的树脂单体，主要向韩国 KOC 及其关联方采购。除韩国 KOC 及其关联方外，国内外还有其他供应商可以生产高折射率树脂单体，发行人亦储备了相关树脂单体后备替代供应商。

③尽管消费者对于高折射率产品的需求与日俱增，但目前国内市场主流产品仍为折射率 1.56 及 1.60 系列产品。2019 年，发行人折射率 1.67 及以上镜片销售收入为 11,728.18 万元，占镜片销售收入的比例为 26.19%，占整体营业收入的比例为 21.23%，整体占比不大。若韩国 KOC 及其关联方无法及时向发行人供应原料，发行人短期内面临切换供应商的压力，长期影响可控，且对发行人主流产品影响很小，不影响发行人持续经营。

发行人综合考虑原材料质量及集中采购价格优势，优先选择向韩国 KOC 及其关联方采购其生产的原料，且采购价格与其向其他客户销售价格不存在重大差异，定价公允，发行人对其不存在重大依赖。

由于价格信息涉密，经沟通，中介机构取得了韩国 KOC 提供的同类产品（KT67）销售价格情况，其向发行人销售价格与向其他客户销售价格不存在显著差异。

2）咨询服务采购

参见本招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“九、关联方及关联交易”之“（九）关联方特劳特提供的咨询服务相关交易的真实性和定价的公允性”之分析内容。

3）代理服务采购

参见本招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“九、关联方及关联交易”之“（八）V OPTICS PTE.LTD 提供代理服务的具体内容及经济实质，相关交易具有公允性，不存在利益输送情形”之分析内容。

（3）关联租赁

报告期内，发行人存在关联租赁的情形，具体情况如下：

承租方	出租方	租赁资产种类	租金（万元）		
			2020 年度	2019 年度	2018 年度
丹阳 KOC	江苏可奥熙	房产	0.64	3.34	1.67
南京中视	发行人	设备	-	-	3.48

1）房产租赁

2018 年度至 2019 年度，丹阳 KOC 向江苏可奥熙租赁的房产位于开发区北三纬路北侧 3 号仓库，仓库面积 315 ㎡，二楼办公室面积 45 ㎡。仓库租金每月 7.5 元/㎡，办公室租金每月 15 元/㎡。仓库租期于 2019 年末到期。

2020 年下半年起，除原有 45 ㎡办公室外，丹阳 KOC 向江苏可奥熙额外租赁一间实验室，面积为 20 ㎡。

经查询安居客平台，搜索位于丹阳市开发区北三纬路附近在租房屋的平均租金约 14-15 元/㎡，与发行人租赁办公室价格较为接近。

经查询安通厂房网，900 ㎡厂房的在租房源价格为 5,400 元/月和 7,500 元/月，平均月租金为 7.17 元/㎡，与发行人租赁价格较为接近。

丹阳 KOC 向江苏可奥熙租赁的房产价格较为公允。

2）设备租赁

南京中视曾于 2016 年至 2018 年间向发行人租赁磨边机一台，经查询阿里巴巴平台，同型号磨边机售价为 10,500 美元/台。发行人磨边机原值为 10.68 万元，年折旧费为 3.38 万元。

发行人向南京中视租赁磨边机设备价格较为公允。2018 年末，该租赁已停止。

（八）V OPTICS PTE.LTD 提供代理服务的具体内容及经济实质，相关交易具有公允性，不存在利益输送情形

1、代理服务合同的约定

根据 V OPTICS PTE.LTD 与上海维沃签署的《佣金协议》，双方约定如下：

‘鉴于 V OPTICS PTE.LTD（中间人）为上海维沃姆恩光学眼镜销售有限公司（卖方）代理海外销售业务，双方特订立佣金协议，卖方同意并确认付予 V OPTICS PTE.LTD 一定金额以作其为该合同付出努力的佣金。佣金的金额为每月 1.72 万元新币，如果中间人在业务开展过程中需要业务员参与的，则双方根据参与业务员的情况（包括不限于工作性质、工作量等）另行协商调增此部分佣金金额，中间人相关业务员相应差旅费用实报实销。’

2、代理服务的具体内容及经济实质

上海维沃与 V OPTICS PTE.LTD 之间的代理服务具体内容是 V OPTICS PTE.LTD 在海外代理上海维沃开展客户拓展业务，并由上海维沃向其支付部分佣金。经济实质是上海维沃向 V OPTICS PTE.LTD 支付应得固定佣金以及其员工开拓境外业务涉及的差旅等费用。

3、相关交易具有公允性，不存在利益输送情形

LIM SOON YEN ADAM 为新加坡国籍，在眼镜镜片行业具备丰富的经验和客户资源，历任全视线光学亚太区商务总监、依视路亚太区域总裁。发行人与其成立合资公司主要是看重其在行业内丰富的销售经验和客户资源，邀请其作为发行人海外市场业务的商业合作伙伴。

发行人向 LIM SOON YEN ADAM 支付的固定佣金系参考其任依视路亚太区域总裁时的薪酬情况，并与其友好协商后确定。相关交易的定价较为公允，不存在利益输送情形。

（九）关联方特劳特提供的咨询服务相关交易的真实性和定价的公允性

1、特劳特公司简介

Trout & Partners LLC（特劳特伙伴公司）是一家全球领先的战略定位咨询公司，由“定位之父”杰克•特劳特先生创建。公司总部设在美国，在全球 27 个国家和地区设有分部，由熟谙当地的合伙人及专家为企业提供战略定位咨询。客户包

括 IBM、惠普、宝洁、西南航空、雀巢、苹果、通用电气、微软、沃尔玛和其他世界 500 强企业。

特劳特中国公司于 2002 年成立，是 Trout & Partners LLC 的中国区分支机构，致力于将全球最佳战略定位实践带到中国，协助中国企业以定位引领战略，实现更高效经营，成为行业典范。十七年来，特劳特公司作为战略顾问，长期护航中国企业发展，打造车好多集团（瓜子二手车、毛豆新车）、东阿阿胶股份（东阿阿胶、复方阿胶浆）、加多宝凉茶、郎酒集团（青花郎、小郎酒、郎牌特曲）、诺贝尔瓷砖、劲霸男装、老乡鸡快餐等众多行业成功案例。

2、特劳特提供的咨询服务具体内容

特劳特咨询合同信息：

单位名称	合同内容	合同金额（元）	合同开始日期	合同结束日期
特劳特咨询有限公司	战略定位咨询服务	10,918,000.00	2017/7/1	2018/6/30
特劳特咨询有限公司	战略定位咨询服务	10,918,000.00	2019/7/1	2020/6/30

根据发行人与特劳特签订的《战略定位咨询服务合同书》，特劳特的工作内容和工作范围包括战略定位研究、战略执行跟进等。

3、特劳特提供咨询服务的真实性

发行人自始至终坚持自主创新，确保品质，树立民族品牌的战略，与国际企业同台竞争。近年来，在特劳特提供的战略咨询服务的帮助下，双方确立了明月镜片品牌战略定位。合作过程中，特劳特向明月提供了企业战略制定服务以及代言人聘请、品牌广告设计投放、协助发布行业首个体验式企业终端形象识别系统（Space Identity System，简称“SI”系统）、细分市场需求挖掘等一揽子战略配称服务。

4、特劳特提供咨询服务的价格公允性

根据香飘飘（603711.SH）首次公开发行股票并上市时在《律师工作报告》、《补充法律意见书（一）》中披露的香飘飘与拉萨特劳特营销咨询有限公司签订《战略定位咨询服务合同书》的相关内容，合同约定：香飘飘聘请拉萨特劳特营

销咨询有限公司根据公司发展需要制定品牌战略定位咨询报告，为发行人提供战略定位咨询服务，服务周期为三年，自 2014 年 12 月 26 日至 2017 年 12 月 25 日，合同总价为 32,436,000 元。香飘飘与特劳特所签订战略定位服务合同的服务周期为 3 年，合同总价款 32,436,000 元，折合 10,812,000 元/年。

发行人明月镜片与特劳特咨询有限公司所签订战略定位咨询服务合同服务周期为 1 年，合同总价款 10,918,000.00 元（其中战略咨询合作费 10,000,000.00 元、差旅费 300,000.00 元、增值税 618,000.00 元）。

发行人与特劳特和香飘飘与特劳特所签订合同金额基本一致，特劳特与发行人签订合同的金额较为公允。

5、诺伟其的增资价格是否公允，是否为发行人垫支相关成本费用、发行人与其是否存在其他利益安排

诺伟其对发行人投资入股系基于发行人行业发展前景、产品竞争力、业绩成长性，属于其自主市场化商业行为，公司同意其增资系为引入战略投资者，优化股权结构；诺伟其以每股 19.7340 元向公司以人民币 12,000 万元出资，交易价格公允。

近年来，可比公司外部投资者增资案例参考如下：

序号	可比公司案例	入股时间	市盈率
1	江苏视科新材料股份有限公司	2019 年	27.83
2	公牛集团股份有限公司	2017 年	27.86
可比公司平均			**27.85**
发行人		**2019 年**	**27.23**

以发行人 2018 年度扣除非经常性损益后的归属于母公司股东净利润 4,407.19 万元为基础，对应的市盈率为 27.23 倍，与上述可比上市公司 IPO 期间外部投资者入股时的平均市盈率无显著差异。其中，发行人与江苏视科新材料股份有限公司同为镜片行业，与公牛集团股份有限公司同为消费品行业，发行人入股期间的市盈率与二者较为接近。因此，诺伟其 2019 年入股价格较为公允。

（十）关于发行人与上海宾得是否与 MITSUI CHEMICALS 之间存在关联关系的核查

报告期外，上海宾得曾向三井中国采购 MR-8 树脂原料。但由于其业务萎缩，采购量减小，报告期内上海宾得未向三井中国、韩国 KOC 采购树脂原料。

根据三井中国及上海宾得出具的承诺文件，2016 年，上海宾得曾向三井中国采购 MR-8 树脂单体。2016 年上海宾得向三井中国采购 MR-8 树脂单体的价格与 2017 年发行人向三井中国同类产品的平均采购价格基本一致，上海宾得向三井中国的采购价格与发行人向三井中国同类产品的采购价格不存在重大差异。

发行人及其子公司和上海宾得主要股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员与 MITSUI CHEMICALS 及其关联方之间不存在关联关系或其他利益安排。

第八节 财务会计信息与管理层分析

本节的财务会计数据及有关分析说明反映了公司最近三年经审计的财务状况和经营业绩。公司董事会提请投资者注意，本节分析与讨论应结合公司经审计的财务报表及报表附注，以及本招股说明书揭示的其他信息一并阅读。以下分析所涉及的数据及口径若无特别说明，均依据公司最近三年经立信所审计的财务会计资料，按合并报表口径披露。

本节以公司报告期内各项业务开展的实际情况为基础，提供从经审计的财务报表及附注中摘录的部分信息，以及根据这些财务信息，结合管理层对公司所处行业、公司各项业务的理解，对公司的财务状况、盈利能力及现金流量财务指标以及影响这些财务指标的主要原因进行了分析说明。

一、财务报表

（一）合并财务报表

1、合并资产负债表

单位：元

项目	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
流动资产：			
货币资金	205,765,207.89	148,992,744.34	66,106,577.67
应收票据	333,510.69	-	5,110,000.00
应收账款	128,459,974.22	120,305,032.25	103,758,310.80
应收款项融资	1,108,770.00	600,000.00	-
预付款项	19,692,695.67	8,257,795.50	5,014,304.42
其他应收款	3,451,762.00	3,229,801.99	2,778,073.25
存货	101,057,328.69	121,045,962.27	122,902,187.87
其他流动资产	12,489,036.16	9,991,511.37	9,515,255.19
流动资产合计	**472,358,285.32**	**412,422,847.72**	**315,184,709.20**

项目	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
非流动资产：			
投资性房地产	21,605.21	554,814.40	585,974.11
固定资产	146,873,231.51	148,920,659.81	149,097,873.60
在建工程	1,088,786.79	2,202,642.14	-
无形资产	43,510,109.30	42,650,956.39	42,213,532.45
长期待摊费用	19,123,217.92	10,357,175.85	15,062,253.64
递延所得税资产	6,919,575.74	7,213,997.56	5,170,432.15
其他非流动资产	1,880,956.89	3,801,191.97	3,567,298.92
非流动资产合计	**219,417,483.36**	**215,701,438.12**	**215,697,364.87**
资产总计	**691,775,768.68**	**628,124,285.84**	**530,882,074.07**

合并资产负债表（续）

单位：元

项目	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
流动负债：			
短期借款	-	-	75,240,000.00
应付票据	-	12,400,000.00	12,500,000.00
应付账款	69,751,157.24	66,637,824.29	71,759,174.11
预收款项	-	8,812,061.28	22,062,462.28
合同负债	6,030,400.03	-	-
应付职工薪酬	16,674,814.15	14,582,702.04	14,719,800.49
应交税费	4,422,288.89	9,304,264.95	6,029,455.88
其他应付款	16,106,430.74	22,689,481.55	17,721,626.50
其他流动负债	12,652,085.74	-	-
流动负债合计	**125,637,176.79**	**134,426,334.11**	**220,032,519.26**
非流动负债：			
预计负债	-	9,528,262.59	8,295,863.27
递延收益	2,254,850.80	1,927,218.57	1,754,303.31
递延所得税负债	801,161.87	872,921.59	944,901.73
非流动负债合计	**3,056,012.67**	**12,328,402.75**	**10,995,068.31**
负债合计	**128,693,189.46**	**146,754,736.86**	**231,027,587.57**
所有者权益：			
股本	100,756,000.00	100,756,000.00	54,727,800.00
资本公积	275,490,768.73	272,328,611.50	142,269,281.87
其他综合收益	279.20	-898.33	-292.93
盈余公积	7,611,462.14	2,525,874.00	16,209,948.78
未分配利润	143,284,383.33	78,365,110.11	66,298,292.16
归属于母公司所有者权益合计	**527,142,893.40**	**453,974,697.28**	**279,505,029.88**
少数股东权益	35,939,685.82	27,394,851.70	20,349,456.62
所有者权益合计	**563,082,579.22**	**481,369,548.98**	**299,854,486.50**
负债和所有者权益总计	**691,775,768.68**	**628,124,285.84**	**530,882,074.07**

2、合并利润表

单位：元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
一、营业总收入	**539,681,448.04**	**552,501,240.86**	**509,418,482.07**
其中：营业收入	539,681,448.04	552,501,240.86	509,418,482.07
二、营业总成本	**446,357,500.28**	**454,050,615.88**	**448,454,270.62**
其中：营业成本	243,117,055.52	271,376,176.25	283,520,426.35
税金及附加	6,591,978.11	6,677,962.65	6,090,797.55
销售费用	112,606,964.64	103,849,908.25	76,820,602.12
管理费用	66,410,353.26	55,173,067.04	62,530,519.02
研发费用	17,624,288.08	16,266,168.38	15,354,054.57
财务费用	6,860.67	707,333.31	4,137,871.01
其中：利息费用	-	1,290,012.77	4,053,853.42
利息收入	907,807.39	824,232.24	155,292.03
加：其他收益	7,166,431.08	7,949,635.94	4,067,980.28
投资收益（损失以“-”号填列）	966,222.82	187,934.26	33,100.27
信用减值损失（损失以“-”号填列）	-3,320,062.48	-4,047,378.10	-
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-3,020,488.79	-5,262,837.77	-11,168,439.49
资产处置收益（损失以“-”号填列）	-239,358.22	-131,745.05	409,118.45
三、营业利润（亏损以“-”号填列）	**94,876,692.17**	**97,146,234.26**	**54,305,970.96**
加：营业外收入	2,728,968.43	290,921.43	494,758.42
减：营业外支出	427,597.09	779,483.87	3,683,316.18
四、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	**97,178,063.51**	**96,657,671.82**	**51,117,413.20**
减：所得税费用	15,619,256.35	16,083,621.46	9,272,096.24
五、净利润（净亏损以“-”号填列）	**81,558,807.16**	**80,574,050.36**	**41,845,316.96**
（一）按经营持续性分类			
1．持续经营净利润（净亏损以“-”号填列）	81,558,807.16	80,574,050.36	41,845,316.96
2．终止经营净利润（净亏损以“-”号填列）	-	-	-

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
（二）按所有权归属分类			
1．归属于母公司股东的净利润（净亏损以“-”号填列）	70,004,861.36	69,845,975.99	32,846,648.00
2．少数股东损益（净亏损以“-”号填列）	11,553,945.80	10,728,074.37	8,998,668.96
六、其他综合收益的税后净额	**2,065.85**	**-1,158.32**	**-630.87**
归属于母公司所有者的其他综合收益的税后净额	1,177.53	-605.40	-328.06
（一）不能重分类进损益的其他综合收益	-	-	-
（二）将重分类进损益的其他综合收益	1,177.53	-605.40	-328.06
七、综合收益总额	**81,560,873.01**	**80,572,892.04**	**41,844,686.09**
归属于母公司所有者的综合收益总额	70,006,038.89	69,845,370.59	32,846,319.94
归属于少数股东的综合收益总额	11,554,834.12	10,727,521.45	8,998,366.15
八、每股收益：			
（一）基本每股收益（元/股）	0.69	0.72	0.37
（二）稀释每股收益（元/股）	0.69	0.72	0.37

3、合并现金流量表

单位：元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
一、经营活动产生的现金流量			
销售商品、提供劳务收到的现金	593,351,247.77	568,584,317.39	520,689,281.38
收到的税费返还	4,523,026.19	6,203,662.14	6,391,263.54
收到其他与经营活动有关的现金	11,894,903.75	8,991,908.55	15,041,893.43
经营活动现金流入小计	**609,769,177.71**	**583,779,888.08**	**542,122,438.35**
购买商品、接受劳务支付的现金	206,797,941.04	210,300,983.16	212,120,729.40
支付给职工以及为职工支付的现金	115,732,078.76	123,753,395.14	119,027,974.54
支付的各项税费	62,351,013.49	62,897,557.47	50,381,566.86
支付其他与经营活动有关的现金	133,757,217.27	96,434,595.28	77,457,029.09
经营活动现金流出小计	**518,638,250.56**	**493,386,531.05**	**458,987,299.89**
经营活动产生的现金流量净额	**91,130,927.15**	**90,393,357.03**	**83,135,138.46**
二、投资活动产生的现金流量			
收回投资收到的现金	138,000,000.00	60,500,000.00	7,000,000.00
取得投资收益收到的现金	966,222.82	187,934.26	33,100.27
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	22,222.24	88,804.69	612,192.35
投资活动现金流入小计	**138,988,445.06**	**60,776,738.95**	**7,645,292.62**
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	27,577,101.34	30,168,212.77	23,804,905.60
投资支付的现金	138,000,000.00	58,000,000.00	9,500,000.00
质押贷款净增加额	-	-	-
投资活动现金流出小计	**165,577,101.34**	**88,168,212.77**	**33,304,905.60**
投资活动产生的现金流量净额	**-26,588,656.28**	**-27,391,473.82**	**-25,659,612.98**
三、筹资活动产生的现金流量			
吸收投资收到的现金	-	133,350,000.00	13,000,000.00
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	-	1,500,000.00	-
取得借款收到的现金	-	4,990,000.00	75,240,000.00

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	-
筹资活动现金流入小计	**-**	**138,340,000.00**	**88,240,000.00**
偿还债务支付的现金	-	80,230,000.00	84,680,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	3,010,000.00	36,355,953.38	55,741,738.96
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润	3,010,000.00	4,800,000.00	6,010,172.99
支付其他与筹资活动有关的现金	-	1,000,000.00	5,419,394.45
筹资活动现金流出小计	**3,010,000.00**	**117,585,953.38**	**145,841,133.41**
筹资活动产生的现金流量净额	**-3,010,000.00**	**20,754,046.62**	**-57,601,133.41**
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	**-1,089,807.32**	**-839,763.16**	**-511,583.85**
五、现金及现金等价物净增加额	**60,442,463.55**	**82,916,166.67**	**-637,191.78**
加：期初现金及现金等价物余额	145,272,744.34	62,356,577.67	62,993,769.45
六、期末现金及现金等价物余额	**205,715,207.89**	**145,272,744.34**	**62,356,577.67**

（二）母公司财务报表

1、母公司资产负债表

单位：元

项目	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
流动资产：			
货币资金	148,445,163.17	86,389,099.52	43,375,371.22
应收票据	-	-	-
应收账款	98,345,399.71	102,410,200.49	98,307,861.23
应收款项融资	-	50,000.00	-
预付款项	15,591,388.34	5,414,549.70	2,880,470.15
其他应收款	6,102,042.44	1,389,216.61	634,365.83
存货	77,252,873.86	90,838,254.62	95,609,899.24
其他流动资产	8,104,836.37	8,583,626.10	2,344,652.78
流动资产合计	**353,841,703.89**	**295,074,947.04**	**243,152,620.45**
非流动资产：			
长期股权投资	197,204,532.14	197,204,532.14	147,779,268.17
固定资产	51,280,431.11	50,128,615.89	41,781,656.70
在建工程	1,088,786.79	1,012,992.57	-
无形资产	7,189,053.55	5,876,830.28	4,462,252.03
长期待摊费用	13,748,445.38	7,470,698.72	14,106,138.49
递延所得税资产	5,532,723.45	5,639,617.03	4,893,504.97
其他非流动资产	**1,541,548.12**	**2,369,731.45**	**3,537,298.92**
非流动资产合计	**277,585,520.54**	**269,703,018.08**	**216,560,119.28**
资产总计	**631,427,224.43**	**564,777,965.12**	**459,712,739.73**

母公司资产负债表（续）

单位：元

项目	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
流动负债：			
短期借款	-	-	62,300,000.00
应付票据	-	12,400,000.00	12,500,000.00
应付账款	110,244,399.00	114,287,413.76	65,404,269.18
预收款项	-	7,456,014.92	18,437,644.10
合同负债	30,160,260.65	-	-
应付职工薪酬	10,367,569.36	9,279,493.05	9,625,199.63
应交税费	1,041,696.06	177,694.43	1,110,987.65
其他应付款	14,008,752.18	15,739,537.53	16,369,673.76
其他流动负债	15,062,424.37	-	-
流动负债合计	**180,885,101.62**	**159,340,153.69**	**185,747,774.32**
非流动负债：			
预计负债	-	9,263,581.73	7,937,013.09
递延收益	2,128,924.87	1,779,070.42	1,583,932.94
非流动负债合计	**2,128,924.87**	**11,042,652.15**	**9,520,946.03**
负债合计	**183,014,026.49**	**170,382,805.84**	**195,268,720.35**
所有者权益：			
股本	100,756,000.00	100,756,000.00	54,727,800.00
资本公积	276,075,503.72	272,913,346.49	142,269,281.87
盈余公积	7,611,462.14	2,525,874.00	16,209,948.78
未分配利润	63,970,232.08	18,199,938.79	51,236,988.73
所有者权益合计	**448,413,197.94**	**394,395,159.28**	**264,444,019.38**
负债和所有者权益总计	**631,427,224.43**	**564,777,965.12**	**459,712,739.73**

2、母公司利润表

单位：元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
一、营业收入	**468,114,147.91**	**461,950,853.28**	**423,357,204.34**
减：营业成本	238,010,439.99	243,865,996.26	254,925,559.94
税金及附加	3,506,671.25	3,885,701.78	3,465,636.94
销售费用	116,332,784.04	99,432,803.83	73,193,114.43
管理费用	38,992,405.93	77,689,752.08	46,138,000.66
研发费用	15,951,834.40	14,937,412.79	14,154,943.60
财务费用	-875,207.63	412,515.26	3,278,179.03
其中：利息费用	-	1,051,847.95	3,233,602.22
利息收入	803,580.21	766,038.87	117,526.76
加：其他收益	2,232,154.81	6,622,732.26	1,148,376.04
投资收益（损失以“-”号填列）	4,826,821.69	5,371,397.28	6,113,326.69
信用减值损失（损失以“-”号填列）	-3,562,009.27	-1,099,330.85	-
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-2,850,016.39	-4,346,084.20	-8,853,664.52
资产处置收益（损失以“-”号填列）	-239,358.22	1,490.47	368,475.56
二、营业利润（亏损以“-”号填列）	**56,602,812.55**	**28,276,876.24**	**26,978,283.51**
加：营业外收入	2,598,097.11	257,133.23	289,734.77
减：营业外支出	311,469.89	726,506.05	3,204,748.59
三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	**58,889,439.77**	**27,807,503.42**	**24,063,269.69**
减：所得税费用	8,033,558.34	2,883,837.87	4,086,490.06
四、净利润（净亏损以“-”号填列）	**50,855,881.43**	**24,923,665.55**	**19,976,779.63**
五、综合收益总额	**50,855,881.43**	**24,923,665.55**	**19,976,779.63**

3、母公司现金流量表

单位：元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
一、经营活动产生的现金流量			
销售商品、提供劳务收到的现金	539,931,414.98	513,743,199.91	474,884,194.91
收到的税费返还	-	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	5,886,341.42	7,595,209.95	9,843,888.45
经营活动现金流入小计	**545,817,756.40**	**521,338,409.86**	**484,728,083.36**
购买商品、接受劳务支付的现金	231,439,865.43	190,246,867.58	246,125,217.40
支付给职工以及为职工支付的现金	74,571,063.08	79,396,841.24	76,604,195.62
支付的各项税费	29,412,007.43	42,736,392.31	32,146,982.29
支付其他与经营活动有关的现金	133,780,980.01	139,245,119.02	73,765,808.71
经营活动现金流出小计	**469,203,915.95**	**451,625,220.15**	**428,642,204.02**
经营活动产生的现金流量净额	**76,613,840.45**	**69,713,189.71**	**56,085,879.34**
二、投资活动产生的现金流量			
收回投资收到的现金	115,000,000.00	54,000,000.00	-
取得投资收益收到的现金	4,826,821.69	5,371,397.28	6,113,326.69
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	101,614.67	860,486.09	524,025.30
投资活动现金流入小计	**119,928,436.36**	**60,231,883.37**	**6,637,351.99**
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	15,799,612.98	21,695,050.58	12,395,104.67
投资支付的现金	115,000,000.00	55,000,000.00	-
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	48,425,263.97	4,200,000.00
投资活动现金流出小计	**130,799,612.98**	**125,120,314.55**	**16,595,104.67**
投资活动产生的现金流量净额	**-10,871,176.62**	**-64,888,431.18**	**-9,957,752.68**
三、筹资活动产生的现金流量			
吸收投资收到的现金	-	131,850,000.00	13,000,000.00
取得借款收到的现金	-	-	62,300,000.00
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	-
筹资活动现金流入小计	-	**131,850,000.00**	**75,300,000.00**

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
偿还债务支付的现金	-	62,300,000.00	71,700,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	-	31,317,788.56	48,911,314.77
支付其他与筹资活动有关的现金	-	-	5,419,394.45
筹资活动现金流出小计	**-**	**93,617,788.56**	**126,030,709.22**
筹资活动产生的现金流量净额	**-**	**38,232,211.44**	**-50,730,709.22**
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	**-16,600.18**	**-13,241.67**	**-88,045.95**
五、现金及现金等价物净增加额	**65,726,063.65**	**43,043,728.30**	**-4,690,628.51**
加：期初现金及现金等价物余额	82,669,099.52	39,625,371.22	44,315,999.73
六、期末现金及现金等价物余额	**148,395,163.17**	**82,669,099.52**	**39,625,371.22**

二、会计报表编制基准和合并报表范围及变化情况

（一）财务报表的编制基础

公司以持续经营为基础，根据实际发生的交易和事项，按照财政部颁布的《企业会计准则——基本准则》和各项具体会计准则、企业会计准则应用指南、企业会计准则解释及其他相关规定（以下合称“企业会计准则”），以及中国证券监督管理委员会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 15 号——财务报告的一般规定》的披露规定编制财务报表。

（二）合并财务报表范围的变化情况

子公司名称	是否纳入合并财务报表范围		
	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
江苏赛蒙	是	是	是
明月光学	是	是	是
江苏可奥熙	是	是	是
上海维沃	是	是	是
上海明月	是	是	是
上海赛蒙	是	是	是
视联文化	是	是	是

上海镜连	是	是	是
新加坡维沃	是	是	是
莱蒙光学	是	是	未成立

三、审计意见

立信所接受本公司委托，对本公司的财务报表，包括 2018 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日和 2020 年 12 月 31 日的合并及母公司资产负债表，2018 年度、2019 年度和 2020 年度的合并及母公司利润表、合并及母公司现金流量表、合并及母公司所有者权益变动表以及相关财务报表附注进行了审计，并出具了“信会师报字[2021]第 ZA11542 号”标准无保留意见《审计报告》。审计意见如下：

“我们认为，后附的财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了明月镜片 2018 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日、2020 年 12 月 31 日的合并及母公司财务状况以及 2018 年度、2019 年度、2020 年度的合并及母公司经营成果和现金流量。”

四、重要性水平

（一）与财务会计信息相关的重大事项或重要性水平的判断标准

公司在本节披露的与财务会计信息相关的重要事项判断标准为：根据自身所处的行业和发展阶段，公司首先判断项目性质的重要性，主要考虑该项目在性质上是否属于日常活动、是否显著影响公司的财务状况、经营成果和现金流量等因素。在此基础上，公司进一步判断项目金额的重要性，主要考虑项目金额是否超过净利润的 5%。

（二）关键审计事项

关键审计事项	该事项在审计中是如何应对的
1、收入确认	
明月镜片的收入主要来源于镜片收入、镜架收入、成镜收入、原料收入及其他。由于收入是明月镜片的关键业绩指标之一，可能存在管理层为了达到特定目标或期望而操纵收入确认时点的固有风险，因此，立信所将收入确认识别为关键审计事项。	针对收入确认，立信所实施的审计程序包括但不限于： （1）了解和评价管理层与收入确认相关的关键内部控制设计和运行有效性； （2）了解和评价公司收入确认政策； （3）选取样本检查销售合同，2018-2019 年，识别与商

	品所有权上的风险和报酬转移相关的合同条款与条件，2020 年度，识别与商品控制权转移相关的合同条款与条件，评价收入确认时点是否符合企业会计准则的要求； （4）结合同行业和公司实际情况，执行分析性复核程序，判断销售收入和毛利率变动的合理性； （5）对主要客户进行背景调查及现场走访，函证应收款项余额及销售交易额，并检查与销售收入相关的销售合同或订单、发票、出库单、物流单及验收单等文件，评估收入确认的真实性； （6）对资产负债表日前后记录的收入交易，选取样本，核对收入确认依据相关文件，以评价收入是否被记录于恰当的会计期间。
2、应收账款	
截至 2020 年 12 月 31 日，明月镜片合并财务报表中应收账款余额为 148,864,348.22 元，坏账准备为 20,404,374.00 元，应收账款账面净额为 128,459,974.22 元；截至 2019 年 12 月 31 日，明月镜片合并财务报表中应收账款余额为 137,541,207.51 元，坏账准备为 17,236,175.26 元，应收账款账面净额为 120,305,032.25 元；截至 2018 年 12 月 31 日，明月镜片合并财务报表中应收账款余额为 117,527,771.22 元，坏账准备为 13,769,460.42 元，应收账款账面净额为 103,758,310.80 元。 由于应收账款金额重大，且应收账款减值测试涉及重大管理层判断，立信所将应收账款确定为关键审计事项。	立信所针对应收账款执行的审计程序包括但不限于： （1）了解和评价管理层与应收账款相关的关键内部控制的设计和运行有效性； （2）对金额重大的应收账款余额，执行了函证程序，未回函的，执行替代程序，并对部分应收账款客户进行访谈； （3）对于单项计提坏账准备的应收账款，我们复核了管理层确定可收回金额的依据，包括管理层结合客户资质信息、经营情况、市场环境、信用政策、历史还款情况、未来还款保障措施等对客户信用风险作出的评估，用于对管理层的估计和判断是否合理作出评价； （4）对于按组合计提坏账准备的应收账款， 2018 年：评价管理层确定的坏账准备计提比例是否合理；2019 年-2020 年：评价管理层按信用风险特征划分组合的合理性，评价管理层预期信用损失率的合理性；重新计算坏账准备计提金额是否准确； （5）对应收账款回款进行检查及分析，验证应收账款发生的真实性； （6）对应收账款期后回款进行检查及分析，评价坏账准备计提的合理性。
3、存货跌价	
截至 2020 年 12 月 31 日，明月镜片合并财务报表中存货账面余额为人民币 107,554,650.68 元，存货跌价准备余额为人民币 6,497,321.99 元，存货账面价值为 101,057,328.69 元；截至 2019 年 12 月 31 日，明月镜片合并财务报表中存货账面余额为人民币 128,037,246.11 元，存货跌价准备余额为人民币 6,991,283.84 元，存货账面价值为 121,045,962.27 元；截至 2018 年 12 月 31 日，明月镜片公司财务报表中存货账面余额为人民币 127,589,465.54 元，存货跌价准备	立信所针对存货跌价准备问题执行的审计程序包括但不限于： （1）了解和评估与存货跌价准备相关的关键内部控制制度的设计和运行的有效性； （2）复核管理层计提存货跌价准备的方法是否适当，前后期是否一致； （3）实施存货监盘程序，检查存货的数量及状况，并对长库龄、闲置的存货，实施分析复核程序； （4）获取存货跌价准备计算表，对管理层采用的预计售

余额为人民币 4,687,277.67 元，存货账面价值为 122,902,187.87 元。 存货跌价准备的计提，取决于对存货可变现净值的估计。存货可变现净值的确定，要求管理层对存货的售价，至完工时将要发生的成本、销售费用以及相关税费的金额进行估计，涉及复杂且重大的管理层判断，因此立信所将存货跌价准备作为关键审计事项。	价及估计的成本费用等进行评估； （5）同时关注了对存货跌价准备披露的充分性。

五、经营业绩主要影响因素分析

（一）影响收入、成本、费用和利润的主要因素

1、影响收入的主要因素

公司主要从事镜片、成镜、镜片原料等眼视光产品的研发、设计、生产和销售。影响公司收入的主要因素是下游市场的需求情况、公司的市场开拓能力、产品的研发能力和销售价格等。

2、影响成本的主要因素

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，直接材料占主营业务成本分别为 55.16%、56.74%和 55.56%，占比较高，公司直接材料主要包括丙烯醇、DMT 等化工原料以及树脂单体等，原材料的价格变动对成本的影响较大；2018 年度、2019 年度和 2020 年度，直接人工占主营业务成本的比分别为 12.84%、12.36%和 12.27%，公司属于高新技术企业，各类人才是公司的核心资源之一，直接人工也是公司成本中重要影响因素。

3、影响费用的主要因素

公司期间费用主要包括销售费用、管理费用、财务费用及研发费用。预计在公司销售模式、管理模式未发生重大变化的基础上，随着公司业务规模的扩大，期间费用的适度增加不会对公司生产经营造成重大不利影响。

4、影响利润的主要因素

除收入、成本和期间费用三个因素外，所得税费用亦为影响公司利润水平的主要因素。公司及公司部分子公司享受 15%或 20%所得税税收优惠，如未来因

国家税收政策收紧或未通过高新技术企业认定而导致公司不能持续享受所得税税收优惠，将对公司的净利润产生不利影响。

（二）对盈利能力具有预示作用的财务或非财务指标及其影响因素

公司具有预示作用的财务指标为营业收入，一般来说，如果营业收入能保持增长，公司的营业利润将保持增长。公司管理层认为，今后公司营业收入将保持稳健的持续增长，同时营业利润也会保持增长。公司报告期营业收入与营业利润的增长情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
营业收入	53,968.14	55,250.12	50,941.85
营业收入增长率	-2.32%	8.46%	19.51%
营业利润	9,487.67	9,714.62	5,430.60
营业利润增长率	-2.34%	78.89%	84.20%

六、报告期内采用的主要会计政策和会计估计

本公司下列重要会计政策、会计估计根据企业会计准则制定。未提及的业务按企业会计准则中相关会计政策执行。

（一）遵循企业会计准则的声明

本公司财务报表符合财政部颁布的企业会计准则的要求，真实、完整地反映了本公司 2018 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日和 2020 年 12 月 31 日的合并及母公司财务状况以及 2018 年度、2019 年度和 2020 年度的合并及母公司经营成果和现金流量。

（二）会计期间

自公历 1 月 1 日至 12 月 31 日止为一个会计年度。

本次报告期间为 2018 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日。

（三）营业周期

本公司正常营业周期为 12 个月。

（四）记账本位币

本公司采用人民币为记账本位币.

（五）同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法

同一控制下企业合并：合并方在企业合并中取得的资产和负债，按照合并日被合并方资产、负债（包括最终控制方收购被合并方而形成的商誉）在最终控制方合并财务报表中的账面价值计量。在合并中取得的净资产账面价值与支付的合并对价账面价值（或发行股份面值总额）的差额，调整资本公积中的股本溢价，资本公积中的股本溢价不足冲减的，调整留存收益。

非同一控制下企业合并：购买方在购买日对作为企业合并对价付出的资产、发生或承担的负债按照公允价值计量，公允价值与其账面价值的差额，计入当期损益。合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，确认为商誉；合并成本小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，计入当期损益。

为企业合并发生的直接相关费用于发生时计入当期损益；为企业合并而发行权益性证券或债务性证券的交易费用，计入权益性证券或债务性证券的初始确认金额。

（六）合并财务报表的编制方法

1、合并范围

合并财务报表的合并范围以控制为基础确定，合并范围包括本公司及全部子公司。控制，是指公司拥有对被投资方的权力，通过参与被投资方的相关活动而享有可变回报，并且有能力运用对被投资方的权力影响其回报金额。

2、合并程序

本公司将整个企业集团视为一个会计主体，按照统一的会计政策编制合并财务报表，反映本企业集团整体财务状况、经营成果和现金流量。本公司与子公司、子公司相互之间发生的内部交易的影响予以抵销。内部交易表明相关资产发生减值损失的，全额确认该部分损失。如子公司采用的会计政策、会计期间与本公司

不一致的，在编制合并财务报表时，按本公司的会计政策、会计期间进行必要的调整。

子公司所有者权益、当期净损益和当期综合收益中属于少数股东的份额分别在合并资产负债表中所有者权益项目下、合并利润表中净利润项目下和综合收益总额项目下单独列示。子公司少数股东分担的当期亏损超过了少数股东在该子公司期初所有者权益中所享有份额而形成的余额，冲减少数股东权益。

（1）增加子公司或业务

在报告期内，若因同一控制下企业合并增加子公司或业务的，则调整合并资产负债表的期初数；将子公司或业务合并当期期初至报告期末的收入、费用、利润纳入合并利润表；将子公司或业务合并当期期初至报告期末的现金流量纳入合并现金流量表，同时对比较报表的相关项目进行调整，视同合并后的报告主体自最终控制方开始控制时点起一直存在。

因追加投资等原因能够对同一控制下的被投资方实施控制的，视同参与合并的各方在最终控制方开始控制时即以目前的状态存在进行调整。在取得被合并方控制权之前持有的股权投资，在取得原股权之日与合并方和被合并方同处于同一控制之日孰晚日起至合并日之间已确认有关损益、其他综合收益以及其他净资产变动，分别冲减比较报表期间的期初留存收益或当期损益。

在报告期内，若因非同一控制下企业合并增加子公司或业务的，以购买日确定的各项可辨认资产、负债及或有负债的公允价值为基础自购买日起纳入合并财务报表。

因追加投资等原因能够对非同一控制下的被投资方实施控制的，对于购买日之前持有的被购买方的股权，本公司按照该股权在购买日的公允价值进行重新计量，公允价值与其账面价值的差额计入当期投资收益。购买日之前持有的被购买方的股权涉及的以后可重分类进损益的其他综合收益、权益法核算下的其他所有者权益变动转为购买日所属当期投资收益。

（2）处置子公司或业务

1）一般处理方法

因处置部分股权投资或其他原因丧失了对被投资方控制权时，对于处置后的剩余股权投资，按照其在丧失控制权日的公允价值进行重新计量。处置股权取得的对价与剩余股权公允价值之和，减去按原持股比例计算应享有原有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产的份额与商誉之和的差额，计入丧失控制权当期的投资收益。与原有子公司股权投资相关的以后可重分类进损益的其他综合收益、权益法核算下的其他所有者权益变动，在丧失控制权时转为当期投资收益。

2）分步处置子公司

通过多次交易分步处置对子公司股权投资直至丧失控制权的，处置对子公司股权投资的各项交易的条款、条件以及经济影响符合以下一种或多种情况，通常表明应将多次交易事项作为一揽子交易进行会计处理：

A、这些交易是同时或者在考虑了彼此影响的情况下订立的；

B、这些交易整体才能达成一项完整的商业结果；

C、一项交易的发生取决于其他至少一项交易的发生；

D、一项交易单独看是不经济的，但是和其他交易一并考虑时是经济的。

各项交易属于一揽子交易的，将各项交易作为一项处置子公司并丧失控制权的交易进行会计处理；在丧失控制权之前每一次处置价款与处置投资对应的享有该子公司净资产份额的差额，在合并财务报表中确认为其他综合收益，在丧失控制权时一并转入丧失控制权当期的损益。

各项交易不属于一揽子交易的，在丧失控制权之前，按不丧失控制权的情况下部分处置对子公司的股权投资的相关政策进行会计处理；在丧失控制权时，按处置子公司一般处理方法进行会计处理。

（3）购买子公司少数股权

本公司因购买少数股权新取得的长期股权投资与按照新增持股比例计算应享有子公司自购买日（或合并日）开始持续计算的净资产份额之间的差额，调整合并资产负债表中的资本公积中的股本溢价，资本公积中的股本溢价不足冲减的，调整留存收益。

（4）不丧失控制权的情况下部分处置对子公司的股权投资

处置价款与处置长期股权投资相对应享有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产份额之间的差额，调整合并资产负债表中的资本公积中的股本溢价，资本公积中的股本溢价不足冲减的，调整留存收益。

（七）现金及现金等价物的确定标准

现金，是指本公司的库存现金以及可以随时用于支付的存款。现金等价物，是指本公司持有的期限短、流动性强、易于转换为已知金额的现金、价值变动风险很小的投资。

（八）外币业务和外币报表折算

1、外币业务

外币业务采用交易发生日的即期汇率作为折算汇率将外币金额折合成人民币记账。

资产负债表日外币货币性项目余额按资产负债表日即期汇率折算，由此产生的汇兑差额，除属于与购建符合资本化条件的资产相关的外币专门借款产生的汇兑差额按照借款费用资本化的原则处理外，均计入当期损益。

2、外币财务报表的折算

资产负债表中的资产和负债项目，采用资产负债表日的即期汇率折算；所有者权益项目除“未分配利润”项目外，其他项目采用发生时的即期汇率折算。利润表中的收入和费用项目，采用交易发生日的即期汇率折算。

处置境外经营时，将与该境外经营相关的外币财务报表折算差额，自所有者权益项目转入处置当期损益。

（九）金融工具

公司在成为金融工具合同的一方时，确认一项金融资产、金融负债或权益工具。

1、金融工具的分类

自 2019 年 1 月 1 日起的会计政策

根据本公司管理金融资产的业务模式和金融资产的合同现金流量特征，金融资产于初始确认时分类为：以摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产和以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

业务模式是以收取合同现金流量为目标且合同现金流量仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付的，分类为以摊余成本计量的金融资产；业务模式既以收取合同现金流量又以出售该金融资产为目标且合同现金流量仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付的，分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）；除此之外的其他金融资产，分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

对于非交易性权益工具投资，本公司在初始确认时确定是否将其指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（权益工具）。

金融负债于初始确认时分类为：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债和以摊余成本计量的金融负债。

2019 年 1 月 1 日前的会计政策

金融资产和金融负债于初始确认时分类为：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债，包括交易性金融资产或金融负债和直接指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债；持有至到期投资；应收款项；可供出售金融资产；其他金融负债等。

2、金融工具的确认依据和计量方法

自 2019 年 1 月 1 日起的会计政策

（1）以摊余成本计量的金融资产

以摊余成本计量的金融资产包括应收票据、应收账款、其他应收款、长期应收款、债权投资等，按公允价值进行初始计量，相关交易费用计入初始确认金额；

不包含重大融资成分的应收账款以及本公司决定不考虑不超过一年的融资成分的应收账款，以合同交易价格进行初始计量。

持有期间采用实际利率法计算的利息计入当期损益。

收回或处置时，将取得的价款与该金融资产账面价值之间的差额计入当期损益。

（2）以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）

以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）包括应收款项融资、其他债权投资等，按公允价值进行初始计量，相关交易费用计入初始确认金额。该金融资产按公允价值进行后续计量，公允价值变动除采用实际利率法计算的利息、减值损失或利得和汇兑损益之外，均计入其他综合收益。

终止确认时，之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入当期损益。

（3）以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（权益工具）

以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（权益工具）包括其他权益工具投资等，按公允价值进行初始计量，相关交易费用计入初始确认金额。该金融资产按公允价值进行后续计量，公允价值变动计入其他综合收益。取得的股利计入当期损益。

终止确认时，之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入留存收益。

（4）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产包括交易性金融资产、衍生金融资产、其他非流动金融资产等，按公允价值进行初始计量，相关交易费用计入当期损益。该金融资产按公允价值进行后续计量，公允价值变动计入当期损益。

（5）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债包括交易性金融负债、衍生金融负债等，按公允价值进行初始计量，相关交易费用计入当期损益。该金融负债按公允价值进行后续计量，公允价值变动计入当期损益。

终止确认时，其账面价值与支付的对价之间的差额计入当期损益。

（6）以摊余成本计量的金融负债

以摊余成本计量的金融负债包括短期借款、应付票据、应付账款、其他应付款、长期借款、应付债券、长期应付款，按公允价值进行初始计量，相关交易费用计入初始确认金额。

持有期间采用实际利率法计算的利息计入当期损益。

终止确认时，将支付的对价与该金融负债账面价值之间的差额计入当期损益。

2019 年 1 月 1 日前的会计政策

（1）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产（金融负债）

取得时以公允价值（扣除已宣告但尚未发放的现金股利或已到付息期但尚未领取的债券利息）作为初始确认金额，相关的交易费用计入当期损益。

持有期间将取得的利息或现金股利确认为投资收益，期末将公允价值变动计入当期损益。

处置时，其公允价值与初始入账金额之间的差额确认为投资收益，同时调整公允价值变动损益。

（2）持有至到期投资

取得时按公允价值（扣除已到付息期但尚未领取的债券利息）和相关交易费用之和作为初始确认金额。

持有期间按照摊余成本和实际利率计算确认利息收入，计入投资收益。实际利率在取得时确定，在该预期存续期间或适用的更短期间内保持不变。

处置时，将所取得价款与该投资账面价值之间的差额计入投资收益。

（3）应收款项

公司对外销售商品或提供劳务形成的应收债权，以及公司持有的其他企业的不包括在活跃市场上有报价的债务工具的债权，包括应收账款、其他应收款等，以向购货方应收的合同或协议价款作为初始确认金额；具有融资性质的，按其现值进行初始确认。

收回或处置时，将取得的价款与该应收款项账面价值之间的差额计入当期损益。

（4）可供出售金融资产

取得时按公允价值（扣除已宣告但尚未发放的现金股利或已到付息期但尚未领取的债券利息）和相关交易费用之和作为初始确认金额。

持有期间将取得的利息或现金股利确认为投资收益。期末以公允价值计量且将公允价值变动计入其他综合收益。但是，在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，以及与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产，按照成本计量。

处置时，将取得的价款与该金融资产账面价值之间的差额，计入投资损益；同时，将原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额对应处置部分的金额转出，计入当期损益。

（5）其他金融负债

按其公允价值和相关交易费用之和作为初始确认金额。采用摊余成本进行后续计量。

3、金融资产终止确认和金融资产转移

满足下列条件之一时，本公司终止确认金融资产：

－ 收取金融资产现金流量的合同权利终止；

－ 金融资产已转移，且已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方；

— 金融资产已转移，虽然本公司既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬，但是未保留对金融资产的控制。

发生金融资产转移时，如保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，则不终止确认该金融资产。

在判断金融资产转移是否满足上述金融资产终止确认条件时，采用实质重于形式的原则。

公司将金融资产转移区分为金融资产整体转移和部分转移。金融资产整体转移满足终止确认条件的，将下列两项金额的差额计入当期损益：

（1）所转移金融资产的账面价值；

（2）因转移而收到的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额（涉及转移的金融资产为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）、可供出售金融资产的情形）之和。

金融资产部分转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和未终止确认部分之间，按照各自的相对公允价值进行分摊，并将下列两项金额的差额计入当期损益：

（1）终止确认部分的账面价值；

（2）终止确认部分的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）、可供出售金融资产的情形）之和。

金融资产转移不满足终止确认条件的，继续确认该金融资产，所收到的对价确认为一项金融负债。

4、金融负债终止确认条件

金融负债的现时义务全部或部分已经解除的，则终止确认该金融负债或其一部分；本公司若与债权人签定协议，以承担新金融负债方式替换现存金融负债，且新金融负债与现存金融负债的合同条款实质上不同的，则终止确认现存金融负债，并同时确认新金融负债。

对现存金融负债全部或部分合同条款作出实质性修改的，则终止确认现存金融负债或其一部分，同时将修改条款后的金融负债确认为一项新金融负债。

金融负债全部或部分终止确认时，终止确认的金融负债账面价值与支付对价（包括转出的非现金资产或承担的新金融负债）之间的差额，计入当期损益。

本公司若回购部分金融负债的，在回购日按照继续确认部分与终止确认部分的相对公允价值，将该金融负债整体的账面价值进行分配。分配给终止确认部分的账面价值与支付的对价（包括转出的非现金资产或承担的新金融负债）之间的差额，计入当期损益。

5、金融资产和金融负债的公允价值的确定方法

存在活跃市场的金融工具，以活跃市场中的报价确定其公允价值。不存在活跃市场的金融工具，采用估值技术确定其公允价值。在估值时，本公司采用在当前情况下适用并且有足够可利用数据和其他信息支持的估值技术，选择与市场参与者在相关资产或负债的交易中所考虑的资产或负债特征相一致的输入值，并优先使用相关可观察输入值。只有在相关可观察输入值无法取得或取得不切实可行的情况下，才使用不可观察输入值。

6、金融资产减值的测试方法及会计处理方法

自 2019 年 1 月 1 日起的会计政策

本公司以单项或组合的方式对以摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）和财务担保合同等的预期信用损失进行估计。

本公司考虑有关过去事项、当前状况以及对未来经济状况的预测等合理且有依据的信息，以发生违约的风险为权重，计算合同应收的现金流量与预期能收到的现金流量之间差额的现值的概率加权金额，确认预期信用损失。如果该金融工具的信用风险自初始确认后已显著增加，本公司按照相当于该金融工具整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备；如果该金融工具的信用风险自初始确认后并未显著增加，本公司按照相当于该金融工具未来 12 个月内预期信用损失

的金额计量其损失准备。由此形成的损失准备的增加或转回金额，作为减值损失或利得计入当期损益。

本公司通过比较金融工具在资产负债表日发生违约的风险与在初始确认日发生违约的风险，以确定金融工具预计存续期内发生违约风险的相对变化，以评估金融工具的信用风险自初始确认后是否已显著增加。通常逾期超过 30 日，本公司即认为该金融工具的信用风险已显著增加，除非有确凿证据证明该金融工具的信用风险自初始确认后并未显著增加。

如果金融工具于资产负债表日的信用风险较低，本公司即认为该金融工具的信用风险自初始确认后并未显著增加。

如果有客观证据表明某项金融资产已经发生信用减值，则本公司在单项基础上对该金融资产计提减值准备。

对于由《企业会计准则第 14 号——收入》(2017)规范的交易形成的应收款项和合同资产，无论是否包含重大融资成分，本公司始终按照相当于整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备。

对于租赁应收款，本公司选择始终按照相当于整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备。

当单项金融资产无法以合理成本评估预期信用损失的信息时，本公司依据信用风险特征将应收款项划分为若干组合，在组合基础上计算预期信用损失，确定组合的依据和计提方法如下：

应收票据组合	银行承兑汇票
应收票据组合	商业承兑汇票
应收账款组合	所有应收账款
其他应收款组合一	合并关联方款项
其他应收款组合二	押金和保证金
其他应收款组合三	备用金
其他应收款组合四	往来款
其他应收款组合五	出口退税

其他应收款组合六	其他

对于划分为组合的应收票据，本公司参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，通过违约风险敞口和整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失。

对于划分为组合的应收账款，本公司参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，编制应收账款账期天数与整个存续期预期信用损失率对照表，计算预期信用损失。

对于划分为组合的其他应收款，本公司参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，通过违约风险敞口和未来 12 个月内或整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失。

本公司不再合理预期金融资产合同现金流量能够全部或部分收回的，直接减记该金融资产的账面余额。

2019 年 1 月 1 日前的会计政策

除以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产外，本公司于资产负债表日对金融资产的账面价值进行检查，如果有客观证据表明某项金融资产发生减值的，计提减值准备。

（1）可供出售金融资产的减值准备：

期末如果可供出售金融资产的公允价值发生严重下降，或在综合考虑各种相关因素后，预期这种下降趋势属于非暂时性的，就认定其已发生减值，将原直接计入所有者权益的公允价值下降形成的累计损失一并转出，确认减值损失。

对于已确认减值损失的可供出售债务工具，在随后的会计期间公允价值已上升且客观上与确认原减值损失确认后发生的事项有关的，原确认的减值损失予以转回，计入当期损益。

可供出售权益工具投资发生的减值损失，不通过损益转回。

（2）应收款项坏账准备：

1）单项金额重大并单独计提坏账准备的应收款项：

单项金额重大的判断依据或金额标准	**金额 200 万元以上（含 200 万元）**
单项金额重大并单项计提坏账准备的计提方法	单独进行减值测试，按预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备，计入当期损益。 单独测试未发生减值的应收账款和其他应收款，包括在具有类似信用风险特征的应收款项组合中再进行减值测试。

单笔应收账款余额超过 200 万的，为单项金额重大。报告期各期期末，对达到该标准的款项会逐一分析其款项收回可能性，并根据实际情况，计提相应的坏账准备。

另外，对于涉及诉讼或虽未涉及诉讼但有客观证据表明该笔款项存在回收困难的，按单项全额计提坏账准备处理。

2）按信用风险特征组合计提坏账准备应收款项：

确定组合的依据	
组合 1	期末对于应收账款、其他应收款进行单项减值测试。如有客观证据表明其发生了减值的，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额，确认减值损失，计提坏账准备。如经减值测试未发现减值的，按账龄分析法计提坏账准备。
组合 2	期末对于应收票据、预付账款和长期应收款均进行单项减值测试。如有客观证据表明其发生了减值的，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额，确认减值损失，计提坏账准备。如经减值测试未发现减值的，则不计提坏账准备。
按组合计提坏账准备的计提方法（账龄分析法、余额百分比法、其他方法）	
组合 1	账龄分析法
组合 2	其他方法

组合中，采用账龄分析法计提坏账准备的：

账龄	**应收账款计提比例**	**其他应收款计提比例**
1 年以内（含 1 年）	5%	5%
1－2 年	10%	10%
2－3 年	20%	20%
3－4 年	50%	50%
4－5 年	80%	80%
5 年以上	100%	100%

3）单项金额不重大但单独计提坏账准备的应收款项：

单项计提坏账准备的理由	有客观证据表明单项金额虽不重大，但因其发生了特殊减值的应收款应进行单项减值测试。
坏账准备的计提方法	结合现时情况分析法确认坏账准备计提的比例。

（3）持有至到期投资的减值准备：

持有至到期投资减值损失的计量比照应收款项减值损失计量方法处理。

（十）存货

1、存货的分类

存货分类为：原材料、周转材料、库存商品、在产品、发出商品、委托加工物资等。

存货按成本进行初始计量，存货成本包括采购成本、加工成本和其他使存货达到目前场所和状态所发生的支出。

2、发出存货的计价方法

存货发出时按加权平均法计价。

3、不同类别存货可变现净值的确定依据

资产负债表日，存货应当按照成本与可变现净值孰低计量。当存货成本高于其可变现净值的，应当计提存货跌价准备。可变现净值，是指在日常活动中，存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额。

产成品、库存商品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，在正常生产经营过程中，以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；需要经过加工的材料存货，在正常生产经营过程中，以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，其可变现净值以合同价格为基础计算，若持有存货的数量多于销售合同订购数量的，超出部分的存货的可变现净值以一般销售价格为基础计算。

计提存货跌价准备后，如果以前减记存货价值的影响因素已经消失，导致存货的可变现净值高于其账面价值的，在原已计提的存货跌价准备金额内予以转回，转回的金额计入当期损益。

4、存货的盘存制度

采用永续盘存制。

5、低值易耗品和包装物的摊销方法

（1）低值易耗品采用一次转销法；

（2）包装物采用一次转销法。

（十一）合同资产

自 2020 年 1 月 1 日起的会计政策

1、合同资产的确认方法及标准

本公司根据履行履约义务与客户付款之间的关系在资产负债表中列示合同资产或合同负债。本公司已向客户转让商品或提供服务而有权收取对价的权利（且该权利取决于时间流逝之外的其他因素）列示为合同资产。同一合同下的合同资产和合同负债以净额列示。本公司拥有的、无条件（仅取决于时间流逝）向客户收取对价的权利作为应收款项单独列示。

2、合同资产预期信用损失的确定方法及会计处理方法

合同资产的预期信用损失的确定方法及会计处理方法详见本节“6、金融资产减值的测试方法及会计处理方法”中新金融工具准则下有关应收账款的会计处理。

（十二）长期股权投资

1、共同控制、重大影响的判断标准

共同控制，是指按照相关约定对某项安排所共有的控制，并且该安排的相关活动必须经过分享控制权的参与方一致同意后才能决策。本公司与其他合营方一

同对被投资单位实施共同控制且对被投资单位净资产享有权利的，被投资单位为本公司的合营企业。

重大影响，是指对一个企业的财务和经营决策有参与决策的权力，但并不能够控制或者与其他方一起共同控制这些政策的制定。本公司能够对被投资单位施加重大影响的，被投资单位为本公司联营企业。

2、 初始投资成本的确定

（1）企业合并形成的长期股权投资

同一控制下的企业合并：公司以支付现金、转让非现金资产或承担债务方式以及以发行权益性证券作为合并对价的，在合并日按照取得被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本。因追加投资等原因能够对同一控制下的被投资单位实施控制的，在合并日根据合并后应享有被合并方净资产在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额，确定长期股权投资的初始投资成本。合并日长期股权投资的初始投资成本，与达到合并前的长期股权投资账面价值加上合并日进一步取得股份新支付对价的账面价值之和的差额，调整股本溢价，股本溢价不足冲减的，冲减留存收益。

非同一控制下的企业合并：公司按照购买日确定的合并成本作为长期股权投资的初始投资成本。因追加投资等原因能够对非同一控制下的被投资单位实施控制的，按照原持有的股权投资账面价值加上新增投资成本之和，作为改按成本法核算的初始投资成本。

（2）其他方式取得的长期股权投资

以支付现金方式取得的长期股权投资，按照实际支付的购买价款作为初始投资成本。

以发行权益性证券取得的长期股权投资，按照发行权益性证券的公允价值作为初始投资成本。

2、后续计量及损益确认方法

（1）成本法核算的长期股权投资

公司对子公司的长期股权投资，采用成本法核算，除非投资符合持有待售的条件。除取得投资时实际支付的价款或对价中包含的已宣告但尚未发放的现金股利或利润外，公司按照享有被投资单位宣告发放的现金股利或利润确认当期投资收益。

（2）权益法核算的长期股权投资

对联营企业和合营企业的长期股权投资，采用权益法核算。初始投资成本大于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的差额，不调整长期股权投资的初始投资成本；初始投资成本小于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的差额，计入当期损益，同时调整长期股权投资的成本。

公司按照应享有或应分担的被投资单位实现的净损益和其他综合收益的份额，分别确认投资收益和其他综合收益，同时调整长期股权投资的账面价值；按照被投资单位宣告分派的利润或现金股利计算应享有的部分，相应减少长期股权投资的账面价值；对于被投资单位除净损益、其他综合收益和利润分配以外所有者权益的其他变动，调整长期股权投资的账面价值并计入所有者权益。

在确认应享有被投资单位净损益、其他综合收益及其他所有者权益变动的份额时，以取得投资时被投资单位可辨认净资产的公允价值为基础，并按照公司的会计政策及会计期间，对被投资单位的净利润和其他综合收益等进行调整后确认。

公司与联营企业、合营企业之间发生的未实现内部交易损益按照应享有的比例计算归属于公司的部分，予以抵销，在此基础上确认投资收益，但投出或出售的资产构成业务的除外。与被投资单位发生的未实现内部交易损失，属于资产减值损失的，全额确认。

公司对合营企业或联营企业发生的净亏损，除负有承担额外损失义务外，以长期股权投资的账面价值以及其他实质上构成对合营企业或联营企业净投资的长期权益减记至零为限。合营企业或联营企业以后实现净利润的，公司在收益分享额弥补未确认的亏损分担额后，恢复确认收益分享额。

（3）长期股权投资的处置

处置长期股权投资，其账面价值与实际取得价款的差额，计入当期损益。

部分处置权益法核算的长期股权投资，剩余股权仍采用权益法核算的，原权益法核算确认的其他综合收益采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础按相应比例结转，其他所有者权益变动按比例结转入当期损益。

因处置股权投资等原因丧失了对被投资单位的共同控制或重大影响的，原股权投资因采用权益法核算而确认的其他综合收益，在终止采用权益法核算时采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理，其他所有者权益变动在终止采用权益法核算时全部转入当期损益。

因处置部分股权投资等原因丧失了对被投资单位控制权的，在编制个别财务报表时，剩余股权能够对被投资单位实施共同控制或重大影响的，改按权益法核算，并对该剩余股权视同自取得时即采用权益法核算进行调整，对于取得被投资单位控制权之前确认的其他综合收益采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础按比例结转，因采用权益法核算确认的其他所有者权益变动按比例结转入当期损益；剩余股权不能对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的，确认为金融资产，其在丧失控制之日的公允价值与账面价值间的差额计入当期损益，对于取得被投资单位控制权之前确认的其他综合收益和其他所有者权益变动全部结转。

通过多次交易分步处置对子公司股权投资直至丧失控制权，属于一揽子交易的，各项交易作为一项处置子公司股权投资并丧失控制权的交易进行会计处理；在丧失控制权之前每一次处置价款与所处置的股权对应得长期股权投资账面价值之间的差额，在个别财务报表中，先确认为其他综合收益，到丧失控制权时再一并转人丧失控制权的当期损益。不属于一揽子交易的，对每一项交易分别进行会计处理。

（十三） 投资性房地产

投资性房地产是指为赚取租金或资本增值，或两者兼有而持有的房地产，包括已出租的土地使用权、持有并准备增值后转让的土地使用权、已出租的建筑物

（含自行建造或开发活动完成后用于出租的建筑物以及正在建造或开发过程中将来用于出租的建筑物）。

与投资性房地产有关的后续支出，在相关的经济利益很可能流入且其成本能够可靠的计量时，计入投资性房地产成本；否则，于发生时计入当期损益。

本公司对现有投资性房地产采用成本模式计量。对按照成本模式计量的投资性房地产－出租用建筑物采用与本公司固定资产相同的折旧政策，出租用土地使用权按与无形资产相同的摊销政策执行。

（十四）固定资产

1、固定资产确认条件

固定资产指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有，并且使用寿命超过一个会计年度的有形资产。固定资产在同时满足下列条件时予以确认：

（1）与该固定资产有关的经济利益很可能流入企业；

（2）该固定资产的成本能够可靠地计量。

固定资产按成本（并考虑预计弃置费用因素的影响）进行初始计量。

与固定资产有关的后续支出，在与其有关的经济利益很可能流入且其成本能够可靠计量时，计入固定资产成本；对于被替换的部分，终止确认其账面价值；所有其他后续支出于发生时计入当期损益。

2、折旧方法

固定资产折旧采用年限平均法分类计提，根据固定资产类别、预计使用寿命和预计净残值率确定折旧率。对计提了减值准备的固定资产，则在未来期间按扣除减值准备后的账面价值及依据尚可使用年限确定折旧额。如固定资产各组成部分的使用寿命不同或者以不同方式为企业提供经济利益，则选择不同折旧率或折旧方法，分别计提折旧。

融资租赁方式租入的固定资产采用与自有固定资产相一致的折旧政策。能合理确定租赁期届满时将会取得租赁资产所有权的，在租赁资产尚可使用年限内计

提折旧；无法合理确定租赁期届满时能够取得租赁资产所有权的，在租赁期与租赁资产尚可使用年限两者中较短的期间内计提折旧。

各类固定资产折旧方法、折旧年限、残值率和年折旧率如下：

类别	折旧方法	折旧年限（年）	残值率	年折旧率
房屋及建筑物	年限平均法	20	5%	4.75%
电子设备	年限平均法	3-5	5%	19%-31.67%
运输设备	年限平均法	5	5%	19%
机器设备	年限平均法	3-10	5%	9.5%-31.67%
其他设备	年限平均法	5	5%	19%
固定资产装修	年限平均法	5	-	20%

3、融资租入固定资产的认定依据、计价方法

公司与租赁方所签订的租赁协议条款中规定了下列条件之一的，确认为融资租入资产：

（1）租赁期满后租赁资产的所有权归属于本公司；

（2）公司具有购买资产的选择权，购买价款远低于行使选择权时该资产的公允价值；

（3）租赁期占所租赁资产使用寿命的大部分；

（4）租赁开始日的最低租赁付款额现值，与该资产的公允价值不存在较大的差异。

（5）租赁资产性质特殊，如果不作较大改造，只有承租人才能使用。

公司在承租开始日，将租赁资产公允价值与最低租赁付款额现值两者中较低者作为租入资产的入账价值，将最低租赁付款额作为长期应付款的入账价值，其差额作为未确认的融资费。

4、固定资产处置

当固定资产被处置、或者预期通过使用或处置不能产生经济利益时，终止确认该固定资产。固定资产出售、转让、报废或毁损的处置收入扣除其账面价值和相关税费后的金额计入当期损益。

（十五）在建工程

在建工程按实际发生的成本计量。实际成本包括建筑成本、安装成本、符合资本化条件的借款费用以及其他为使在建工程达到预定可使用状态前所发生的必要支出。在建工程在达到预定可使用状态时，转入固定资产并自次月起开始计提折旧。

（十六）借款费用

1、借款费用资本化的确认原则

公司发生的借款费用，可直接归属于符合资本化条件的资产的购建或者生产的，予以资本化，计入相关资产成本；其他借款费用，在发生时根据其发生额确认为费用，计入当期损益。

符合资本化条件的资产，是指需要经过相当长时间的购建或者生产活动才能达到预定可使用或者可销售状态的固定资产、投资性房地产和存货等资产。

2、借款费用资本化期间

资本化期间，指从借款费用开始资本化时点到停止资本化时点的期间，借款费用暂停资本化的期间不包括在内。

借款费用同时满足下列条件时开始资本化：

（1）资产支出已经发生，资产支出包括为购建或者生产符合资本化条件的资产而以支付现金、转移非现金资产或者承担带息债务形式发生的支出；

（2）借款费用已经发生；

（3）为使资产达到预定可使用或者可销售状态所必要的购建或者生产活动已经开始。

当购建或者生产符合资本化条件的资产达到预定可使用或者可销售状态时，借款费用停止资本化。

3、暂停资本化期间

符合资本化条件的资产在购建或生产过程中发生的非正常中断、且中断时间连续超过 3 个月的，则借款费用暂停资本化；该项中断如是所购建或生产的符合资本化条件的资产达到预定可使用状态或者可销售状态必要的程序，则借款费用继续资本化。在中断期间发生的借款费用确认为当期损益，直至资产的购建或者生产活动重新开始后借款费用继续资本化。

4、借款费用资本化率、资本化金额的计算方法

对于为购建或者生产符合资本化条件的资产而借入的专门借款，以专门借款当期实际发生的借款费用，减去尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或进行暂时性投资取得的投资收益后的金额，来确定借款费用的资本化金额。

对于为购建或者生产符合资本化条件的资产而占用的一般借款，根据累计资产支出超过专门借款部分的资产支出加权平均数乘以所占用一般借款的资本化率，计算确定一般借款应予资本化的借款费用金额。资本化率根据一般借款加权平均实际利率计算确定。

在资本化期间内，外币专门借款本金及利息的汇兑差额，予以资本化，计入符合资本化条件的资产的成本。除外币专门借款之外的其他外币借款本金及其利息所产生的汇兑差额计入当期损益。

（十七）无形资产

1、无形资产的计价方法

（1）公司取得无形资产时按成本进行初始计量；

外购无形资产的成本，包括购买价款、相关税费以及直接归属于使该项资产达到预定用途所发生的其他支出。

（2）后续计量

在取得无形资产时分析判断其使用寿命。

对于使用寿命有限的无形资产，在为企业带来经济利益的期限内按直线法摊销；无法预见无形资产为企业带来经济利益期限的，视为使用寿命不确定的无形资产，不予摊销。

2、使用寿命有限的无形资产的使用寿命估计情况

项目	预计使用寿命	摊销方法	依据
土地使用权	50 年	年限平均法	土地使用权证书列示年限
软件	5-10 年	年限平均法	预计可使用年限
商标权	10 年	年限平均法	商标证书约定
专利权	10-20 年	年限平均法	专利证书约定

3、使用寿命不确定的无形资产的判断依据以及对其使用寿命进行复核的程序

公司无使用寿命不确定的无形资产。

4、划分研究阶段和开发阶段的具体标准

公司内部研究开发项目的支出分为研究阶段支出和开发阶段支出。

研究阶段：为获取并理解新的科学或技术知识等而进行的独创性的有计划调查、研究活动的阶段。

开发阶段：在进行商业性生产或使用前，将研究成果或其他知识应用于某项计划或设计，以生产出新的或具有实质性改进的材料、装置、产品等活动的阶段。

5、开发阶段支出资本化的具体条件

研究阶段的支出，于发生时计入当期损益。开发阶段的支出同时满足下列条件的，确认为无形资产，不能满足下述条件的开发阶段的支出计入当期损益：

（1）完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；

（2）具有完成该无形资产并使用或出售的意图；

（3）无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，能够证明其有用性；

（4）有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；

（5）归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

无法区分研究阶段支出和开发阶段支出的，将发生的研发支出全部计入当期损益。

（十八）长期资产减值

长期股权投资、采用成本模式计量的投资性房地产、固定资产、在建工程、使用寿命有限的无形资产等长期资产，于资产负债表日存在减值迹象的，进行减值测试。减值测试结果表明资产的可收回金额低于其账面价值的，按其差额计提减值准备并计入减值损失。可收回金额为资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间的较高者。资产减值准备按单项资产为基础计算并确认，如果难以对单项资产的可收回金额进行估计的，以该资产所属的资产组确定资产组的可收回金额。资产组是能够独立产生现金流入的最小资产组合。

对于因企业合并形成的商誉、使用寿命不确定的无形资产、尚未达到可使用状态的无形资产，无论是否存在减值迹象，至少在每年年度终了进行减值测试。

本公司进行商誉减值测试，对于因企业合并形成的商誉的账面价值，自购买日起按照合理的方法分摊至相关的资产组；难以分摊至相关的资产组的，将其分摊至相关的资产组组合。相关的资产组或者资产组组合，是能够从企业合并的协同效应中受益的资产组或者资产组组合。

在对包含商誉的相关资产组或者资产组组合进行减值测试时，如与商誉相关的资产组或者资产组组合存在减值迹象的，先对不包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，计算可收回金额，并与相关账面价值相比较，确认相应的减值损失。然后对包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，比较其账面价

值与可收回金额，如可收回金额低于账面价值的，减值损失金额首先抵减分摊至资产组或者资产组组合中商誉的账面价值，再根据资产组或者资产组组合中除商誉之外的其他各项资产的账面价值所占比重，按比例抵减其他各项资产的账面价值。

上述资产减值损失一经确认，在以后会计期间不予转回。

（十九）长期待摊费用

长期待摊费用为已经发生但应由本期和以后各期负担的分摊期限在一年以上的各项费用。本公司长期待摊费用包括租入固定资产改良支出、其他待摊费用。

1、摊销方法

长期待摊费用在受益期内平均摊销。

2、摊销年限

预计受益期。

（二十）合同负债

本公司根据履行履约义务与客户付款之间的关系在资产负债表中列示合同资产或合同负债。本公司已收或应收客户对价而应向客户转让商品或提供服务的义务列示为合同负债。同一合同下的合同资产和合同负债以净额列示。

（二十一）职工薪酬

1、短期薪酬的会计处理方法

本公司在职工为本公司提供服务的会计期间，将实际发生的短期薪酬确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

本公司为职工缴纳的社会保险费和住房公积金，以及按规定提取的工会经费和职工教育经费，在职工为本公司提供服务的会计期间，根据规定的计提基础和计提比例计算确定相应的职工薪酬金额。

本公司发生的职工福利费，在实际发生时根据实际发生额计入当期损益或相关资产成本，其中，非货币性福利按照公允价值计量。

2、离职后福利的会计处理方法

（1）设定提存计划

本公司按当地政府的相关规定为职工缴纳基本养老保险和失业保险，在职工为本公司提供服务的会计期间，按以当地规定的缴纳基数和比例计算应缴纳金额，确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。此外，本公司还参与了由国家相关部门批准的企业年金计划/补充养老保险基金。本公司按职工工资总额的一定比例向年金计划/当地社会保险机构缴费，相应支出计入当期损益或相关资产成本。

（2）设定受益计划

本公司根据预期累计福利单位法确定的公式将设定受益计划产生的福利义务归属于职工提供服务的期间，并计入当期损益或相关资产成本。

设定受益计划义务现值减去设定受益计划资产公允价值所形成的赤字或盈余确认为一项设定受益计划净负债或净资产。设定受益计划存在盈余的，本公司以设定受益计划的盈余和资产上限两项的孰低者计量设定受益计划净资产。

所有设定受益计划义务，包括预期在职工提供服务的年度报告期间结束后的十二个月内支付的义务，根据资产负债表日与设定受益计划义务期限和币种相匹配的国债或活跃市场上的高质量公司债券的市场收益率予以折现。

设定受益计划产生的服务成本和设定受益计划净负债或净资产的利息净额计入当期损益或相关资产成本；重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动计入其他综合收益，并且在后续会计期间不转回至损益，在原设定受益计划终止时在权益范围内将原计入其他综合收益的部分全部结转至未分配利润。

在设定受益计划结算时，按在结算日确定的设定受益计划义务现值和结算价格两者的差额，确认结算利得或损失。

3、辞退福利的会计处理方法

本公司向职工提供辞退福利的，在下列两者孰早日确认辞退福利产生的职工薪酬负债，并计入当期损益：公司不能单方面撤回因解除劳动关系计划或裁减建

议所提供的辞退福利时；公司确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本或费用时。

（二十二）预计负债

与或有事项相关的义务同时满足下列条件时，本公司确认为预计负债：

（1）该义务是本公司承担的现时义务；

（2）履行该义务很可能导致经济利益流出本公司；

（3）该义务的金额能够可靠地计量。

本公司预计负债按履行相关现时义务所需的支出的最佳估计数进行初始计量。

本公司在确定最佳估计数时，综合考虑与或有事项有关的风险、不确定性和货币时间价值等因素。对于货币时间价值影响重大的，通过对相关未来现金流出进行折现后确定最佳估计数。

所需支出存在一个连续范围，且该范围内各种结果发生的可能性相同的，最佳估计数按照该范围内的中间值确定；在其他情况下，最佳估计数分别下列情况处理：

- 或有事项涉及单个项目的，按照最可能发生金额确定。
- 或有事项涉及多个项目的，按照各种可能结果及相关概率计算确定。

本公司清偿预计负债所需支出全部或部分预期由第三方补偿的，补偿金额在基本确定能够收到时，作为资产单独确认，确认的补偿金额不超过预计负债的账面价值。

本公司在资产负债表日对预计负债的账面价值进行复核，有确凿证据表明该账面价值不能反映当前最佳估计数的，按照当前最佳估计数对该账面价值进行调整。

（二十三）股份支付

本公司的股份支付是为了获取职工或其他方提供服务而授予权益工具或者承担以权益工具为基础确定的负债的交易。本公司的股份支付分为以权益结算的股份支付和以现金结算的股份支付。

1、以权益结算的股份支付及权益工具

以权益结算的股份支付换取职工提供服务的，以授予职工权益工具的公允价值计量。对于授予后立即可行权的股份支付交易，在授予日按照权益工具的公允价值计入相关成本或费用，相应增加资本公积。对于授予后完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的股份支付交易，在等待期内每个资产负债表日，本公司根据对可行权权益工具数量的最佳估计，按照授予日公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用，相应增加资本公积。

如果修改了以权益结算的股份支付的条款，至少按照未修改条款的情况确认取得的服务。此外，任何增加所授予权益工具公允价值的修改，或在修改日对职工有利的变更，均确认取得服务的增加。

在等待期内，如果取消了授予的权益工具，则本公司对取消所授予的权益性工具作为加速行权处理，将剩余等待期内应确认的金额立即计入当期损益，同时确认资本公积。但是，如果授予新的权益工具，并在新权益工具授予日认定所授予的新权益工具是用于替代被取消的权益工具的，则以与处理原权益工具条款和条件修改相同的方式，对所授予的替代权益工具进行处理。

2、以现金结算的股份支付及权益工具

以现金结算的股份支付，按照本公司承担的以股份或其他权益工具为基础计算确定的负债的公允价值计量。授予后立即可行权的股份支付交易，本公司在授予日按照承担负债的公允价值计入相关成本或费用，相应增加负债。对于授予后完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的股份支付交易，在等待期内的每个资产负债表日，本公司以对可行权情况的最佳估计为基础，按照本公司承担负债的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用，并相应计入负债。在相关负债结算前的每个资产负债表日以及结算日，对负债的公允价值重新计量，其变动计入当期损益。

（二十四）收入

1、自 2020 年 1 月 1 日起的会计政策

（1）收入确认和计量所采用的会计政策

1）销售商品收入确认的一般原则

本公司在履行了合同中的履约义务，即在客户取得相关商品或服务控制权时确认收入。取得相关商品或服务控制权，是指能够主导该商品或服务的使用并从中获得几乎全部的经济利益。

合同中包含两项或多项履约义务的，本公司在合同开始日，按照各单项履约义务所承诺商品或服务的单独售价的相对比例，将交易价格分摊至各单项履约义务。本公司按照分摊至各单项履约义务的交易价格计量收入。

交易价格是指本公司因向客户转让商品或服务而预期有权收取的对价金额，不包括代第三方收取的款项以及预期将退还给客户的款项。本公司根据合同条款，结合其以往的习惯做法确定交易价格，并在确定交易价格时，考虑可变对价、合同中存在的重大融资成分、非现金对价、应付客户对价等因素的影响。本公司以不超过在相关不确定性消除时累计已确认收入极可能不会发生重大转回的金额确定包含可变对价的交易价格。合同中存在重大融资成分的，本公司按照假定客户在取得商品或服务控制权时即以现金支付的应付金额确定交易价格，并在合同期间内采用实际利率法摊销该交易价格与合同对价之间的差额。

满足下列条件之一的，属于在某一时段内履行履约义务，否则，属于在某一时点履行履约义务：

A、客户在本公司履约的同时即取得并消耗本公司履约所带来的经济利益。

B、客户能够控制本公司履约过程中在建的商品。

C、本公司履约过程中所产出的商品具有不可替代用途，且本公司在整个合同期内有权就累计至今已完成的履约部分收取款项。

对于在某一时段内履行的履约义务，本公司在该段时间内按照履约进度确认收入，但是，履约进度不能合理确定的除外。本公司考虑商品或服务的性质，采

用产出法或投入法确定履约进度。当履约进度不能合理确定时，已经发生的成本预计能够得到补偿的，本公司按照已经发生的成本金额确认收入，直到履约进度能够合理确定为止。

对于在某一时点履行的履约义务，本公司在客户取得相关商品或服务控制权时点确认收入。在判断客户是否已取得商品或服务控制权时，本公司考虑下列迹象：

A、本公司就该商品或服务享有现时收款权利，即客户就该商品或服务负有现时付款义务。

B、本公司已将该商品的法定所有权转移给客户，即客户已拥有该商品的法定所有权。

C、本公司已将该商品实物转移给客户，即客户已实物占有该商品。

D、本公司已将该商品所有权上的主要风险和报酬转移给客户，即客户已取得该商品所有权上的主要风险和报酬。

E、客户已接受该商品或服务等。

2）收入确认的具体原则

A、外销部分

公司外销以离岸价进行结算，公司库存商品在发往海关仓库时，仍作公司发出商品存货管理，不确认销售，待完成相关报关及发运手续后确认销售收入。

B、内销部分

a、直销模式

公司销售镜片产品、少量镜架产品给终端眼镜门店、眼镜连锁品牌企业等，终端眼镜门店再以成镜方式销售给消费者。由客户向订单部门下订单，公司根据订单发货，库存商品在发往客户时，仍作为公司发出商品存货管理，不确认销售，待商品经客户验收合格之后，确认已将商品控制权转移给购货方，确认销售收入，公司定期与客户进行对账。

公司在丹阳眼镜城开设了明月镜片线下体验店，直接以成镜方式销售给消费者。当销售的商品交付给顾客后则控制权已转移，本公司每月根据门店的销货记录确认收入。

b、经销模式

公司销售镜片产品给经销商，由客户向订单部门下订单，公司根据订单发货，库存商品在发往客户时，仍作为公司发出商品存货管理，不确认销售，待商品经客户验收合格之后，确认已将商品控制权转移给购货方，确认销售收入，公司定期与客户进行对账。

c、代销模式

公司将镜片产品交给代理商进行代理销售，由客户向订单部门下订单，公司根据订单发货，库存商品在发往客户时，仍作为公司发出商品存货管理，不确认销售，待收到客户的代销清单时确认收入。

d、电子商务模式

客户在电子商务平台下单，将货款支付至互联网支付平台，公司根据订单发货，客户确认收货后本公司确认收入，未收货部分确认发出商品，不确认收入。

（2）同类业务采用不同经营模式导致收入确认会计政策存在差异的情况

本公司无同类业务采用不同经营模式导致收入确认会计政策存在差异的情况。

2、自 2020 年 1 月 1 日前的会计政策

（1）销售商品收入确认的一般原则

1）本公司已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；

2）本公司既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制；

3）收入的金额能够可靠地计量；

4）相关的经济利益很可能流入本公司；

5）相关的、已发生或将发生的成本能够可靠地计量。

（2）具体原则

1）外销部分

公司外销以离岸价进行结算，公司库存商品在发往海关仓库时，仍作公司发出商品存货管理，不确认销售，待完成相关报关及发运手续后确认销售收入。

2）内销部分

A、直销模式

公司销售镜片产品、少量镜架产品给终端眼镜门店、眼镜连锁品牌企业等，终端眼镜门店再以成镜方式销售给消费者。由客户向订单部门下订单，公司根据订单发货，库存商品在发往客户时，仍作为公司发出商品存货管理，不确认销售，待商品经客户验收合格之后，确认已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方，确认销售收入，公司定期与客户进行对账。

公司在丹阳眼镜城开设了明月镜片线下体验店，直接以成镜方式销售给消费者。当销售的商品交付给顾客后则风险已转移，本公司每月根据门店的销货记录确认收入。

B、经销模式

公司销售镜片产品给经销商，由客户向订单部门下订单，公司根据订单发货，库存商品在发往客户时，仍作为公司发出商品存货管理，不确认销售，待商品经客户验收合格之后，确认已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方，确认销售收入，公司定期与客户进行对账。

C、代销模式

公司将镜片产品交给代理商进行代理销售，由客户向订单部门下订单，公司根据订单发货，库存商品在发往客户时，仍作为公司发出商品存货管理，不确认销售，待收到客户的代销清单时确认收入。

D、电子商务模式

客户在电子商务平台下单，将货款支付至互联网支付平台，公司根据订单发货，客户确认收货后本公司确认收入，未收货部分确认发出商品，不确认收入。

3、各类销售模式下收入确认的时点、依据、取得的主要证据

（1）合同条款约定情况

1）发行人与下游客户买断业务合同条款的认定

发行人与客户签订的销售合同中，明确约定了权利义务转移的时点及要求、结算方式等，均属于买断式销售的约定，不存在代销的情况。

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，发行人镜片业务销售合同中关于产品交付验收及退货条款的约定如下：

年度	交付及验收条款的具体内容	退货条款的具体内容
2018 年度	● 本合同交易产品发货地点为江苏省丹阳市，乙方（发行人）将约定货物交给当地运输公司、快递公司、或甲方（客户）委托的代收货人即为交付。 ● 甲方收到乙方的产品后，应于 7 日内进行清点验收，并以书面形式向乙方提出数量、质量、包装异议，逾期则视为乙方交付的货物数量、质量、包装等验收合格，符合本合同要求	1、鉴于本行业的特殊性，为帮助甲方（客户）加快产品周转，乙方（发行人）可为甲方提供一定比例的换货。换货仅指同品牌、同品种产品不同光度的调换，且所换回之货品应不影响乙方二次销售，否则乙方可拒绝调换； 2、甲方提出换货需求时，甲方在合同期内的累计换货金额不得超出合同起始日至提出换货需求时实际销售金额的_____%，且每次换货时调换后重新发出产品金额应接近且不大于换回产品金额，否则乙方可拒绝调换；
2019 年度	● 本合同交易产品发货地点为江苏省丹阳市，乙方（发行人）将约定货物交给当地运输公司、快递公司或甲方（客户）委托的代提货人即为交付。 ● 产品到货后，甲方应立即清点与验收确认，如有异议，须以书面形式提出，到货 7 日内如未提出异议则视为甲方验收合格。	未有书面约定
2020 年度	● 验收合格后货物转由甲方所控制，货物所有权和风险报酬转移至甲方。同时甲方承诺定期向乙方提供加盖甲方公章的到货验收确认单（或具备法律效力的电子版到货验收确认单）	未有书面约定

为及时响应消费者配镜需求，发行人客户通常会针对各个产品系列的各个光度常备一定库存，因此普遍存在对于镜片产品的库存调整需求。考虑到镜片行业的特殊性，2018 年度，在验收及交付约定的基础上，发行人在合同中对于接受

的退（换）货比例上限进行了明确约定。客户在取得合同标的产品后，独立开展镜片的后续业务活动。对于合同约定范围内的退货，客户在与发行人友好协商的基础上提出退货请求，并经发行人内部授权批准后准予退货。除此之外客户后续对于产品的处置与发行人无关，符合买断业务模式的商业实质。

2019 年度和 2020 年度，发行人对销售风险转移条款进一步明确，即：“产品到货后，甲方应立即清点与验收确认，如有异议，须以书面形式提出，到货 7 日内如未提出异议则视为甲方验收合格，验收合格后货物转由甲方所控制，货物所有权和风险报酬转移至甲方”，并不再单独约定退货条款。客户在完成合同标的验收后，即取得相关商品的控制权，能够主导该商品的使用并从中获得几乎全部的经济利益，客户后续对于产品的处置与发行人无关，符合买断业务模式的商业实质。

报告期内，发行人制定有公司内部退货管理规定及流程，相关客户退货业务活动按照公司内部退货管理流程实施。公司内部退货管理流程的规定如下：

项目	具体内容
退货管理流程适用范围	公司产品售出后由于各种原因被退回，公司内部对退货进行处理所包含的所有活动
退货管理流程涉及的部门及人员	销售运营部、销售经理、大区总监、仓储部、检验部、财务中心
审批权限	业务员个人退货指标 90%以内由大区总监审批；超出由事业部（副）总经理审批
退货运费承担	公司原因（质量问题、下错单等）导致的退货由公司承担；非公司原因（库存调整、终止合作）导致的退货由客户承担
退货考核	1、公司从 2019 年起不再在合同中约定与客户的退货比例； 2、公司层面控制镜片业务总体退货比例； 3、退货指标平均分解到每个大区，每个大区要根据管辖区内客户以往年度的退货比例、合同量、客户所在区域的发货与消费结构等情况综合预估每个客户的退货并给予安排合理的退货金额； 4、年终对于退货比例未超标的大区，按照实际退货比例、节余额度、销售增长，对各大区给予一定的奖励，由大区总监自行分配

截至目前，发行人按照合同中约定的退货条款及公司内部退货管理流程的规定执行与客户的退货事宜。

2）发行人买断业务与代销业务的合同条款存在实质性差异

报告期内，发行人与湖南光合作用的业务模式为代销模式。

报告期各期，发行人明确区分买断业务与代销业务，相关业务合同中对关键事项的约定明确，买断业务合同与代销业务合同在交付及验收条款和退货条款方面均存在实质性差异，不存在混同的情形。

具体情况如下：

①交付验收及结算条款存在实质性差异

报告期内，发行人买断模式和代销模式在交付验收及结算条款核心差异如下：

代销模式下，合同双方应于每月根据代销客户实际销售量进行对账，每月结算量以双方盖章确认的代销清单为准，且代销客户收货后发行人仍需按照合同约定保证产品质量及履行退换货义务；买断模式下，产品完成交付即实现与产品相关的风险报酬转移，发行人不保留与产品后续相关的所有权与控制权。

报告期内，发行人买断模式和代销模式合同中关于交付验收及结算条款的具体内容如下：

年度	买断模式	代销模式
2018 年度	● 本合同交易产品发货地点为江苏省丹阳市乙方（发行人）将约定货物交给当地运输公司、快递公司、或甲方（客户）委托的代收货人即为交付。 ● 甲方收到乙方的产品后，应于 7 日内进行清点验收，并以书面形式向乙方提出数量、质量、包装异议，逾期则视为乙方交付的货物数量、质量、包装等验收合格，符合本合同要求	1、交货要求：乙方（发行人）必须按甲方（客户）每批订单中规定的交货时间、地点交货，货品发货后必须在 24 小时内发送《发货单》及发货的快递单号给甲方采购员（否则出现收货异常情况由乙方自行负责），货到指定地址经甲方指定人员签收后即为交付，货品托运过程中的任何风险均由乙方承担； 2、收货问题： （1）甲方收货不免除乙方对产品质量的瑕疵担保责任，乙方需按照本合同约定保证产品质量及履行退换货义务； （2）甲方收货后发现数量短缺问题，向乙方反馈，乙方负责在 3 个工作日内补齐缺数 3、对账及结算：本合同采用（90 天账期）结清货款，双方应当于每月 10 日之前根据甲方销售量（需扣除质量有问题退货的产品及数量短缺未补齐缺数的产品后）进行对账，每月结算量以双方盖章确认的对账单为准

年度	买断模式	代销模式
2019 年度及 2020 年度	● 本合同交易产品发货地点为江苏省丹阳市，乙方（发行人）将约定货物交给当地运输公司、快递公司或甲方（客户）委托的代提货人即为交付。 ● 产品到货后，甲方应立即清点与验收确认，如有异议，须以书面形式提出，到货 7 日内如未提出异议则视为甲方验收合格，验收合格后货物转由甲方所控制，货物所有权和风险报酬转移至甲方。同时甲方承诺定期向乙方提供加盖甲方公章的到货验收确认单（或具备法律效力的电子版到货验收确认单）	与上年度不存在实质性区别

②退货条款存在实质性差异

报告期内，发行人买断模式和代销模式退货条款核心差异如下：

A、代销模式下，合同终止时，客户有权按实际盘点数量将剩余货品退回给发行人；买断模式下，产品完成交付即实现与产品相关的风险报酬转移，发行人不保留有产品相关的后续所有权与控制权，若合同终止，客户尚未实现销售产品与发行人无关；

B、代销模式下，客户未实现销售部分属于发行人的存货，为配合客户顺利实现销售，发行人有义务合理调整其在客户处的存货；买断模式下，发行人在合同中对退换货比例进行约定或根据发行人内部退货管理流程严格执行。

报告期内，发行人买断模式和代销模式合同中关于退货条款的具体内容如下：

年度	买断模式	代销模式
2018 年度	1、鉴于本行业的特殊性，为帮助甲方（客户）加快产品周转，乙方（发行人）可为甲方提供一定比例的换货。换货仅指同品牌、同品种产品不同光度的调换，且所换回之货品应不影响乙方二次销售，否则乙方可拒绝调换； 2、甲方提出换货需求时，甲方在合同期内的累计换货金额不得超出合同起始日至提出换货需求时实际销售金额的_____%，且每次换货时调换后重新	非质量问题退换货： 1、退换货：合作期间，对于销售中产生的需优化库存，乙方给予甲方适当金额的退换货额度，具体退换货数量及时间按双方协商为准； 2、报损：报损支持是指乙方针对甲方在销售过程中各种原因的镜片损坏（非质量问题）而造成的报废给予支持，报损支持的比例为当月对账金额的 3%，报损支持方式为在当月结算

年度	买断模式	代销模式
	发出产品金额应接近且不大于换回产品金额，否则乙方可拒绝调换；	金额中抵扣 3%金额，即实际结算金额为对账金额的 97%； 其他与上年度合同不存在实质性差异
2019 年度	未有书面约定	非质量问题退换货： 1、退换货：合作期间，对于销售中产生的需优化库存，乙方给予甲方适当金额的退换货额度，具体退换货数量及时间按双方协商为准； 2、报损支持：报损支持是指乙方针对甲方在销售过程中各种原因的镜片损坏（非质量问题）而造成的报废给予支持。2019 年 1 月 1 日至 2019 年 4 月 30 日，报损支持的比例为当月对账金额的 3%，报损支持方式为当月结算金额中抵扣 3%金额，即实际结算金额为对账金额的 97%；2019 年全年回款金额达到 1200 万元，按 2019 年 5 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日乙方收到回款金额的 2%作为报损支持，合同期满次月结算，在甲方的应付账款中冲减。 其他与上年度合同不存在实质性差异
2020 年度	未有书面约定	非质量问题退换货： 1、退换货：合作期间，对于销售中产生的需优化库存，乙方给予甲方适当金额的退换货额度，具体退换货数量及时间按双方协商为准。其他与上年度合同不存在实质性差异。 2、报损支持：报损是指乙方可以接受甲方在销售过程中各种原因的镜片损坏（非质量问题）而造成的报废给予支持。2020 年全年回款金额达到 800 万，按 2020 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日付款金额 2%作为报损支持，合同期满在甲方的应付账款中冲减。其他与上年度合同不存在实质性差异。

因此，报告期内发行人买断业务与代销业务的合同条款存在实质性差异。除与湖南光合作用的业务模式为代销外，发行人与其他客户的业务模式均为买断模式。

（2）收入确认的时点、依据和取得的主要证据情况

1）2020 年 1 月 1 日前收入确认的时点、依据和取得的主要证据

①内销模式

报告期内，发行人主要销售模式下的收入确认的时点、依据和取得的主要证据情况如下：

A、直销模式

a.收入确认的时点：客户向公司订单部门下订单，公司根据订单要求将商品交付客户，库存商品在发往客户时，仍作为公司发出商品存货管理，不确认销售。待商品经客户验收合格，发行人取得客户的签收回单后，与商品所有权相关的主要风险和报酬已经转移给购货方，公司以此作为销售收入确认的时点；

b.收入确认的依据：客户完成收货的客户签收单、快递单；

c.收入确认取得的主要证据：客户完成收货的客户签收单、快递单；

B、经销模式

a.收入确认的时点：客户向公司订单部门下订单，公司根据订单要求将商品交付客户，库存商品在发往客户时，仍作为公司发出商品存货管理，不确认销售。待商品经客户验收合格，发行人取得客户的签收回单后，与商品所有权相关的主要风险和报酬已经转移给购货方，公司以此作为销售收入确认的时点；

b.收入确认的依据：客户完成收货的客户签收单、快递单；

c.收入确认取得的主要证据：客户完成收货的客户签收单、快递单；

C、代销模式

a.收入确认的时点：客户向公司订单部门下订单，公司根据订单要求将商品交付客户，库存商品在发往客户过程中及客户验收合格后，仍作为公司发出商品存货管理，不确认销售。公司在约定时间与代销商对账，待取得经客户确认的代销清单后，与商品所有权相关的控制权已经转移给购货方，公司以此作为销售收入确认的时点；

b.收入确认的依据：经代销商与发行人确认的代销清单、对账单；

c.收入确认取得的主要证据：代销清单、对账单；

D、电商自营平台

a.收入确认的时点：电商终端消费者在电子商务平台下单，将货款支付至互联网支付平台，发行人根据订单发货，客户确认收货后发行人确认收入，未收货部分确认发出商品，不确认收入；

b.收入确认的依据：电商平台提供的销售清单、对账单；

c.收入确认取得的主要证据：电商平台提供的销售清单、对账单；

②外销模式

A、收入确认的时点：公司主要采用货物离岸作为结算价格。公司库存商品在发往海关仓库时，仍作为发出商品进行存货管理，不确认收入，待完成相关报关及发运手续后确认销售收入；

B、收入确认的依据：报关单；

C、收入确认取得的主要证据：报关单。

2）2020 年 1 月 1 日后收入确认的时点、依据和取得的主要证据

①内销模式

A、直销模式

a.收入确认的时点：客户向公司订单部门下订单，公司根据订单要求将商品交付客户，库存商品在发往客户时，仍作为公司发出商品存货管理，不确认销售。待商品经客户验收合格之后，确认已将商品控制权转移给购货方，公司以此作为销售收入确认的时点；

b.收入确认的依据：客户完成收货的客户签收单、快递单；

c.收入确认取得的主要证据：客户完成收货的客户签收单、快递单；

B、经销模式

a.收入确认的时点：客户向公司订单部门下订单，公司根据订单要求将商品交付客户，库存商品在发往客户时，仍作为公司发出商品存货管理，不确认销售。待商品经客户验收合格之后，确认已将商品控制权转移给购货方，公司以此作为销售收入确认的时点；

b.收入确认的依据：客户完成收货的客户签收单、快递单；

c.收入确认取得的主要证据：客户完成收货的客户签收单、快递单；

C、代销模式

a.收入确认的时点：客户向公司订单部门下订单，公司根据订单要求将商品交付客户，库存商品在发往客户时，仍作为公司发出商品存货管理，不确认销售，待收到客户的代销清单时作为收入确认时点；

b.收入确认的依据：经代销商与发行人确认的代销清单、对账单；

c.收入确认取得的主要证据：代销清单、对账单；

D、电商自营平台

a.收入确认的时点：电商终端消费者在电子商务平台下单，将货款支付至互联网支付平台，发行人根据订单发货，客户确认收货后发行人确认收入，未收货部分确认发出商品，不确认收入；

b.收入确认的依据：电商平台提供的销售清单、对账单；

c.收入确认取得的主要证据：电商平台提供的销售清单、对账单；

②外销模式

a.收入确认的时点：公司外销以离岸价进行结算，公司库存商品在发往海关仓库时，仍作公司发出商品存货管理，不确认销售，待完成相关报关及发运手续后确认销售收入；

b.收入确认的依据：报关单；

c.收入确认取得的主要证据：报关单。

4、电商自营模式下，发行人收入确认符合《企业会计准则》的相关要求

报告期内，发行人主要在天猫、京东和小米有品开设旗舰店开展自营销售，电商自营销售产品包括成镜、镜片和镜架等，其中以成镜产品为主。2018 年度、2019 年度和 2020 年度，发行人电商自营模式下成镜销售占比分别为 76.50%、85.09%和 89.70%。

（1）成镜属于定制产品，不存在无理由退货期

考虑到成镜产品属于定制类产品，该类产品销售除质量问题外不支持无理由退货政策，电商平台相关政策如下：

电商平台	电商平台退换货政策	发行人电商自营店铺退换货规则
天猫	不适用 7 天无理由退换货的商品：定制类商品	除了加配度数的眼镜是定制成镜外，商品标题中有“近视眼镜”、“成品”字样的都属于定制成镜，凡定制成镜进行加工后，非质量问题均不接受退换货（包括配的平光眼镜）
京东	不适用 7 天无理由退货的商品：定制类、定做类商品	根据顾客提供的配镜数据制作的产品属于定制加工类产品，一经加工无法二次销售，非质量问题不支持 7 天无理由退货
小米有品	除以下品类外，其他产品均需支持七天无理由退货服务:个人定制类商品：个性定制、设计服务等	根据客户提供的配镜数据制作的产品属于定制眼镜，一经制作无法进行二次销售，故定制眼镜不支持 7 天无理由退换货

（2）除成镜产品外，其他产品存在无理由退货期

除成镜产品外，发行人销售的镜片产品和镜架产品存在 7 天无理由退货期，电商平台相关政策如下：

电商平台	退换货政策
天猫	买家在签收商品之日起 7 天内，对支持 7 天无理由退换货的商品且符合商品完好标准的，可向卖家发起 7 天无理由退货或换货申请。7 天期间自买家签收商品后的次日零时开始起算，满 168 小时为七天，买家签收商品时间以物流签收时间为准
京东	消费者自签收商品之日起 7 天内，对支持 7 天无理由退货并符合完好标准的商品，可向商家发起 7 天无理由退货申请（自签收次日零时起满 168 小时为 7 天）
小米有品	商品支持七天无理由，并按照以下要求进行操作：1、退换货仓检验退回商品是否符合无理由退货标准，检验标准不得高于国家标准；2、不得以拆开包装影响二次销售为由拒绝七天无理由退货；3、符合标准的通过审核，系统完成退款

报告期内，发行人电商自营平台销售模式下的收入确认政策符合《企业会计准则》的相关要求，具体分析如下：

收入确认条件	具体分析
企业已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方	电商自营平台销售模式下，电商平台仅为公司及终端消费者提供交易平台。公司接受终端消费者的订单后，自行负责发货，终端消费者签收商品后，与商品相关的风险与报酬发生转移
企业既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制	终端消费者签收商品后，商品的所有权即转移至终端消费者，公司不再保留与售出商品所有权相关的任何继续管理权，亦无法对已售出的商品实施有效控制
收入的金额能够可靠计量	电商自营平台销售模式下，公司与终端消费者的交易金额在订单创建时便已确定，相关信息均在电商平台有可靠记录
相关经济利益很可能流入企业	在天猫、京东平台的业务模式下，终端消费者确认收货后，相关款项实时划入公司在支付宝、京东钱包等资金平台开立的账户中，且公司可随时提取相关款项；在小米有品的业务模式下，终端消费者确认收货后，电商平台定期与公司结算并支付结算款项，基于历史上各电商平台极少拖欠款项的经验，公司认为相关经济利益很可能流入企业
相关的已发生或将发生的成本能够可靠计量	公司的销售成本系根据期初结存及本期收入的数量金额加权平均计算而来，每月根据收入确认数量相应结转营业成本，故相关的已发生或将的成本能够可靠计量

发行人参考境内上市公司北京石头科技股份有限公司（以下简称“石头科技”）、科沃斯机器人股份有限公司（以下简称“科沃斯”）、公牛集团股份有限公司（以下简称“公牛集团”）及广东久量股份有限公司（以下简称“久量股份”）电商自营销售模式下的收入确认会计政策如下：

公司简称	电商自营销售模式下的收入确认政策
石头科技（688169.SH）	公司通过线上电子商务平台对外销售，公司收到客户订单后发货，在消费者确认签收的时点确认销售收入
科沃斯（603486.SH）	公司通过网上电子商务平台实现对外销售，公司收到客户订单后发货，根据消费者确认收货的时点确认收入
公牛集团（603195.SH）	客户收到货物并在电商平台确认时确认收入
久量股份（300808.SZ）	消费者在收到货物并查验无误后在电商平台上确认收货

综上，终端消费者确认收货后，相关商品所有权上的主要风险和报酬已发生转移，相关商品的收入及成本金额均能可靠计量且相关经济利益很可能流入公司，公司此时确认收入的行为符合《企业会计准则》的相关要求，且符合行业惯例，不存在异常的情况。

（二十五）合同成本

自 2020 年 1 月 1 日起的会计政策

合同成本包括合同履约成本与合同取得成本。

本公司为履行合同而发生的成本，不属于存货、固定资产或无形资产等相关准则规范范围的，在满足下列条件时作为合同履约成本确认为一项资产：

①该成本与一份当前或预期取得的合同直接相关。

②该成本增加了本公司未来用于履行履约义务的资源。

③该成本预期能够收回。

本公司为取得合同发生的增量成本预期能够收回的，作为合同取得成本确认为一项资产。

与合同成本有关的资产采用与该资产相关的商品或服务收入确认相同的基础进行摊销；但是对于合同取得成本摊销期限未超过一年的，本公司在发生时将其计入当期损益。

与合同成本有关的资产，其账面价值高于下列两项的差额的，本公司对超出部分计提减值准备，并确认为资产减值损失：

①因转让与该资产相关的商品或服务预期能够取得的剩余对价；

②为转让该相关商品或服务估计将要发生的成本。

以前期间减值的因素之后发生变化，使得前述差额高于该资产账面价值的，本公司转回原已计提的减值准备，并计入当期损益，但转回后的资产账面价值不超过假定不计提减值准备情况下该资产在转回日的账面价值。

1、主要生产阶段涉及的主要成本核算对象及其成本费用项目的性质

发行人成本核算方法为实际成本法。发行人根据生产工艺和实际生产情况，基于产品生产需要分成若干个步骤，中间有半成品，并且产品是连续不断的较大批量生产，故采用分步法进行成本核算。以各成本核算中心生产的所有产品品种作为产品成本核算对象，进行归集和分配生产成本。

发行人产品成本的核算以自然月为核算周期，每月生产计划部门在综合考虑公司销售订单需求和现有库存的情况下，向生产工厂下达生产作业计划，生产工

厂相关负责人员根据月度生产作业计划，以及计划部门分解编制的每日计划单具体内容，协调厂区各方资源，安排各个生产班组进行生产。

发行人成本费用核算项目分为：材料、直接人工、制造费用；其中材料分为直接材料和共耗材料，制造费用分为间接人工、模具费用、电费、直接制造费用、间接制造费用等内容。

2、各类成本、费用项目归集、分配和结转的具体方法及其合理性

（1）成本费用的归集

发行人设置“生产成本-直接材料”、“生产成本-直接人工”和“生产成本-制造费用”科目分别核算实际发生的直接材料、直接人工和制造费用。

1）直接材料

发行人财务部根据生产车间领用的材料数量，在财务成本核算系统中按照加权平均法计算确认当期领用原材料成本，计入“生产成本-直接材料”科目。按不同生产车间不同成本中心分别设置部门辅助账及不同成本对象项目账。

2）直接人工

发行人财务部根据各生产车间各成本中心当期应计人工成本，计入“生产成本-直接人工”科目。按不同生产车间不同成本中心分别设置部门辅助账及不同成本对象项目账。

3）制造费用

制造费用核算发行人在生产过程中耗用的间接人工、模具费用、固定资产折旧费、机物料消耗、水电能源消耗等。按不同生产车间不同成本中心分别设置部门辅助账及不同成本对象项目账

（2）成本费用的分配

直接材料方面，发行人生产车间根据生产领料单进行领料生产，财务部根据当期生产领料单内容，同时按 BOM 表直接对应至每个不同规格产品，按照加权平均单价核算直接材料成本。

共耗材料为各车间各成本中心每次生产中共同耗用的辅料，因其不能像直接材料那样通过 BOM 表与各产品一一对应，且在材料成本项目里占比较小，故采用工时系数，并与当期产量相结合计算分配共耗材料成本。

直接人工方面，公司财务部每月根据人事部门提供的相关工资成本资料，在财务核算系统中录入各车间各成本中心的当期工资总额，以当期各产品产量及工时系数为基础计算分配各产品直接人工成本。

制造费用方面，其中模具费用为根据相应的模具费用系数，结合产量分配核算相关模具成本；其他制造费用则于各车间各成本中心归集完毕后，均以当期各产品产量及工时系数为基础计算分配。

（3）成本费用的结转

各车间各成本中心产成品和半成品的入库单价按照上述成本归集、分配方法结转；在产品则按约当系数先折合成相当完工产品的产量，然后按相应成品入库单价核算结转；库存商品出库按照加权平均法计算确定；发出商品按照当期库存商品出库价格结转确定。

报告期内，发行人从公司生产工艺和实际生产情况出发，针对各项成本费用要素，结合相应的资源耗费动因，科学合理地制订了标准、规范、统一的成本核算方法。对于能按 BOM 表直接归集分配的直接材料便直接分配至每一成本对象；对于不能一一对应核算的共耗材料则采用工时系数，并与产量相结合计算系数总量作为分配标准分配至各成本中心相应产品；模具费用则综合考虑基片生产过程中各规格模具使用情况、使用次数、采购价格和返修价格等要素制订相应的模具费用系数，并与产量相结合计算系数总量作为分配标准分配至基片成本中心相应产品；对于其他制造费用，发行人在正常产能情况下，综合各成本中心中各工序正常产能、直接人力和相应辅助人员配置、人工工时等因素，制订工时系数，并以此为基础与产量相结合计算系数总量作为分配标准，将其他各项制造费用分配至各成本中心相应产品。

综上所述，发行人各类成本费用项目归集、分配和结转的具体方法，符合《企业会计准则》中相关成本核算要求，与发行人成本费用耗费实际情况相匹配，并且报告期内保持一贯性执行，具有合理性。

3、发行人产品生产成本的分摊和结转方式符合行业惯例

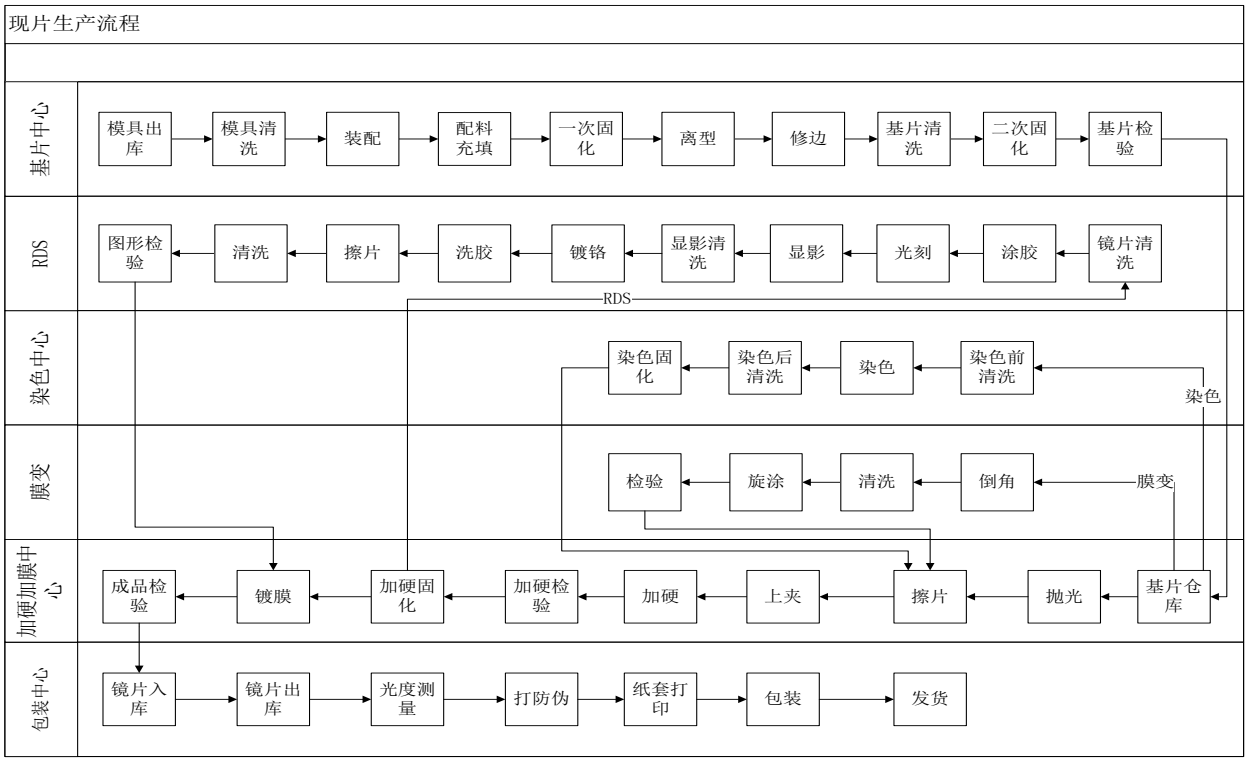
发行人成本核算方法为逐步结转分步法，每一步设置成本核算中心，以各成本核算中心生产的所有产品品种作为成本核算对象。

（1）成本核算中心设置情况

发行人根据生产工艺和实际生产情况，共建立了 9 个成本核算中心，具体为：基片中心、加硬加膜中心、染色中心、膜变中心、RDS 中心、包装中心、车房中心、定制加硬加膜中心和成镜中心，各成本核算中心的成本计算对象为各中心投入产出产品，各产品名称、编码唯一。

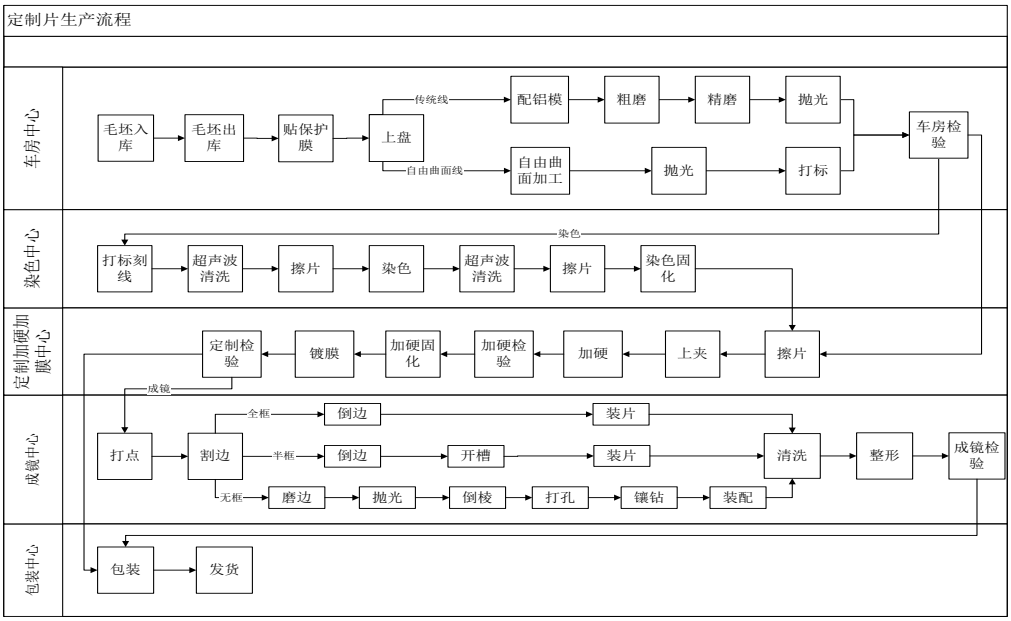
基于发行人产品主要分为现片和定制片，其中：

现片生产流程一般是先进行基片生产，然后进行加硬加膜，检验入库后再进行包装发货；膜变、染色主要是指产品附加了相应的特殊功能，其生产工序一般在基片生产结束后进行，然后再进行加硬加膜；发行人结合现片生产流程和工艺匹配设置了相应成本中心，具体情况如下：



定制镜片为通过模具无法生产的光度或是客户对镜片有特殊需求的品种光度镜片，定制镜片需要使用毛坯进行加工，毛坯生产流程同现片生产过程中的基片生产流程，其中普通定制镜片一般是车房加工，然后进行加硬加膜，检验合格后再进行包装发货；而需要染色的定制镜片则经车房加工后进行染色，再经加硬加膜包装发货；成镜则需要对加硬加膜后镜片进行成镜加工后再包装发货。

根据定制片生产工艺流程和主要生产工序，发行人针对定制片成本核算匹配建立了车房中心、定制加硬加膜中心、成镜中心、染色中心和包装中心，具体情况如下：



（2）各成本中心核算情况

发行人成本核算方法为实际成本法，发行人产品成本的核算以自然月为核算周期，核算项目分为：材料、直接人工、制造费用；其中材料分为直接材料和共耗材料，制造费用分为间接人工、模具费用、电费、直接制造费用、间接制造费用等内容。

1）成本费用的归集

发行人设置“生产成本-直接材料”、 “生产成本-直接人工”和“生产成本-制造费用”科目分别核算实际发生的直接材料、直接人工和制造费用。

①直接材料

发行人财务部根据生产车间领用的材料数量，在财务成本核算系统中按照加权平均法计算确认当期领用原材料成本，计入“生产成本-直接材料”科目。按不同生产车间不同成本中心分别设置部门辅助账及不同成本对象项目账。

②直接人工

发行人财务部根据各生产车间各成本中心当期应计人工成本，计入“生产成本-直接人工”科目。按不同生产车间不同成本中心分别设置部门辅助账及不同成本对象项目账。

③制造费用

制造费用核算发行人在生产过程中耗用的间接人工、模具费用、固定资产折旧费、机物料消耗、水电能源消耗等。按不同生产车间不同成本中心分别设置部门辅助账及不同成本对象项目账

2）成本费用的分配

报告期内，发行人根据成本消耗动因匹配制订相应成本核算系数，在每个成本核算中心中选择一种规格适中的产品，或者生产比较稳定、产量又较大的产品作为标准产品，确定其系数为“1”。同一个成本核算中心中其他各种规格产品的工时耗用量与标准产品的同类成本项目工时耗用量相比所得的值，分别定为各个不同的系数。

发行人成本核算系数主要分为三大类：

①根据模具使用次数因素制订的模具费用系数；

②根据人工工时因素制订的共耗材料、人工、电费、直接制造费用、间接制造费用系数；

③根据生产工序结合人工工时因素综合制订的在产品约当系数。

发行人各个成本中心每月以该中心各个产品成本核算系数为基础，与各中心各产品的实际产量相结合计算系数总量作为分配标准，由此将各中心每月发生的实际成本分配至各成本中心相应产品。

直接材料方面，发行人生产车间根据生产领料单进行领料生产，财务部根据当期生产领料单内容，同时按 BOM 表直接对应至每个不同规格产品，按照加权平均单价核算直接材料成本。

共耗材料为各车间各成本中心每次生产中共同耗用的辅料，因其不能像直接材料那样通过 BOM 表与各产品一一对应，故采用工时系数，并与当期产量相结合计算分配共耗材料成本。

直接人工方面，公司财务部每月根据人事部门提供的相关工资成本资料，在财务核算系统中录入各车间各成本中心的当期工资总额，以当期各产品产量及工时系数为基础计算分配各产品直接人工成本。

制造费用方面，其中模具费用为根据相应的模具费用系数，结合产量分配核算相关模具成本；其他制造费用则于各车间各成本中心归集完毕后，均以当期各产品产量及工时系数为基础计算分配。

发行人的成本核算与生产流程密切相关。发行人生产过程的特点是：生产流程较长，中间流程存在原材料外购、中间产品外销和自用并存的情形，所涉及的主要原材料近 30 种，半成品-基片有 400 多种，半成品-加膜成品有 500 多种，生产所需原材料、中间产品种类较多，且各流程的生产环节均需要多个辅助部门的共同协作。

基于上述生产特点，发行人采用分步法进行成本核算，具体表现为逐步结转分步法。发行人按照各步骤产品连续生产的先后顺序，对各生产步骤归集的成本进行合理分配，计算出半成品成本，半成品成本随着其在各生产步骤之间移动而顺序结转。

以消费品行业和制造行业可比公司为例，对比产品生产成本的分摊和结转方式如下：

行业分类	公司名称	成本结转方式	生产特点
酒、饮料和精制茶制造业	酒鬼酒股份有限公司	逐步结转分步法	产品较多，成本各不相同
计算机、通信和其他电子设备制造业	北京八亿时空液晶科技股份有限公司	逐步结转分步法	生产流程较长，中间流程均存在原材料外购和自产、中间产品外销和自用并存的情形
专业设备制造业	发行人	逐步结转分步法	生产流程较长，中间流程存在原材料外购、中间产品外销和自用并存的情形

综上可知，镜片生产具有连续式分步、大批量生产的生产特点，发行人的半成品镜片可对外销售，且一种半成品可同时转作多种产成品的原料，故发行人采用逐步结转分步法核算产品成本，符合企业会计准则和行业惯例。

（二十六）政府补助

1、类型

政府补助，是本公司从政府无偿取得的货币性资产与非货币性资产。分为与资产相关的政府补助和与收益相关的政府补助。

与资产相关的政府补助，是指本公司取得的、用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助。与收益相关的政府补助，是指除与资产相关的政府补助之外的政府补助。

本公司将政府补助划分为与资产相关的具体标准为：用于购建长期资产获取的政府补助。

本公司将政府补助划分为与收益相关的具体标准为：用于补偿企业已发生的或以后期间发生的相关费用或损失获取的政府补助。

2、确认时点

与资产相关的政府补助确认时点：相关资产达到预定可使用状态或收到政府补助款项时；

与收益相关的政府补助确认时点：相关费用或损失发生时。

3、会计处理

与资产相关的政府补助，冲减相关资产账面价值或确认为递延收益。确认为递延收益的，在相关资产使用寿命内按照合理、系统的方法分期计入当期损益（与本公司日常活动相关的，计入其他收益；与本公司日常活动无关的，计入营业外收入）；

与收益相关的政府补助，用于补偿本公司以后期间的相关成本费用或损失的，确认为递延收益，并在确认相关成本费用或损失的期间，计入当期损益（与本公司日常活动相关的，计入其他收益；与本公司日常活动无关的，计入营业外收入）或冲减相关成本费用或损失；用于补偿本公司已发生的相关成本费用或损失的，直接计入当期损益（与本公司日常活动相关的，计入其他收益；与本公司日常活动无关的，计入营业外收入）或冲减相关成本费用或损失。

本公司取得的政策性优惠贷款贴息，区分以下两种情况，分别进行会计处理：

（1）财政将贴息资金拨付给贷款银行，由贷款银行以政策性优惠利率向本公司提供贷款的，本公司以实际收到的借款金额作为借款的入账价值，按照借款本金和该政策性优惠利率计算相关借款费用。

（2）财政将贴息资金直接拨付给本公司的，本公司将对应的贴息冲减相关借款费用。

（二十七）递延所得税资产和递延所得税负债

所得税包括当期所得税和递延所得税。除因企业合并和直接计入所有者权益(包括其他综合收益)的交易或者事项产生的所得税外，本公司将当期所得税和递延所得税计入当期损益。

递延所得税资产和递延所得税负债根据资产和负债的计税基础与其账面价值的差额(暂时性差异)计算确认。

对于可抵扣暂时性差异确认递延所得税资产，以未来期间很可能取得的用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限。对于能够结转以后年度的可抵扣亏损和税款抵减，以很可能获得用来抵扣可抵扣亏损和税款抵减的未来应纳税所得额为限，确认相应的递延所得税资产。

对于应纳税暂时性差异，除特殊情况外，确认递延所得税负债。

不确认递延所得税资产或递延所得税负债的特殊情况包括：商誉的初始确认；除企业合并以外的发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额（或可抵扣亏损）的其他交易或事项。

当拥有以净额结算的法定权利，且意图以净额结算或取得资产、清偿负债同时进行时，当期所得税资产及当期所得税负债以抵销后的净额列报。

当拥有以净额结算当期所得税资产及当期所得税负债的法定权利，且递延所得税资产及递延所得税负债是与同一税收征管部门对同一纳税主体征收的所得税相关或者是对不同的纳税主体相关，但在未来每一具有重要性的递延所得税资产及负债转回的期间内，涉及的纳税主体意图以净额结算当期所得税资产和负债

或是同时取得资产、清偿负债时，递延所得税资产及递延所得税负债以抵销后的净额列报。

（二十八）租赁

1、经营租赁会计处理

（1）公司租入资产所支付的租赁费，在不扣除免租期的整个租赁期内，按直线法进行分摊，计入当期费用。公司支付的与租赁交易相关的初始直接费用，计入当期费用。

资产出租方承担了应由公司承担的与租赁相关的费用时，公司将该部分费用从租金总额中扣除，按扣除后的租金费用在租赁期内分摊，计入当期费用。

（2）公司出租资产所收取的租赁费，在不扣除免租期的整个租赁期内，按直线法进行分摊，确认为租赁相关收入。公司支付的与租赁交易相关的初始直接费用，计入当期费用；如金额较大的，则予以资本化，在整个租赁期间内按照与租赁相关收入确认相同的基础分期计入当期收益。

公司承担了应由承租方承担的与租赁相关的费用时，公司将该部分费用从租金收入总额中扣除，按扣除后的租金费用在租赁期内分配。

2、融资租赁会计处理

（1）融资租入资产：公司在承租开始日，将租赁资产公允价值与最低租赁付款额现值两者中较低者作为租入资产的入账价值，将最低租赁付款额作为长期应付款的入账价值，其差额作为未确认的融资费用。公司采用实际利率法对未确认的融资费用，在资产租赁期间内摊销，计入财务费用。公司发生的初始直接费用，计入租入资产价值。

（2）融资租出资产：公司在租赁开始日，将应收融资租赁款，未担保余值之和与其现值的差额确认为未实现融资收益，在将来收到租金的各期间内确认为租赁收入。公司发生的与出租交易相关的初始直接费用，计入应收融资租赁款的初始计量中，并减少租赁期内确认的收益金额。

（二十九）分部报告

本公司以内部组织结构、管理要求、内部报告制度为依据确定经营分部，以经营分部为基础确定报告分部并披露分部信息。

经营分部是指本公司内同时满足下列条件的组成部分：(1)该组成部分能够在日常活动中产生收入、发生费用；(2)本公司管理层能够定期评价该组成部分的经营成果，以决定向其配置资源、评价其业绩；(3)本公司能够取得该组成部分的财务状况、经营成果和现金流量等有关会计信息。两个或多个经营分部具有相似的经济特征，并且满足一定条件的，则可合并为一个经营分部。

（三十）重要会计政策和会计估计的变更

1、重要会计政策变更

（1）执行《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》、《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》、《企业会计准则第 24 号——套期会计》和《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》（2017 年修订）（以下合称“新金融工具准则”）

财政部于 2017 年度修订了《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》、《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》、《企业会计准则第 24 号——套期会计》和《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》。修订后的准则规定，对于首次执行日尚未终止确认的金融工具，之前的确认和计量与修订后的准则要求不一致的，应当追溯调整。涉及前期比较财务报表数据与修订后的准则要求不一致的，无需调整。

本公司自 2019 年 1 月 1 日起执行新金融工具准则，因追溯调整产生的累积影响数调整 2019 年年初留存收益和其他综合收益，2018 年度的财务报表未做调整。执行新金融工具准则的主要影响如下：

单位：元

会计政策变更的内容和原因	审批程序	受影响的报表项目	2019 年 1 月 1 日	
			合并	母公司
将部分“应收款项”重分类至“以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务	按财政部规定执行	应收票据	-5,110,000.00	无
		应收款项融资	5,110,000.00	无

会计政策变更的内容和原因	审批程序	受影响的报表项目	2019 年 1 月 1 日	
			合并	母公司
工具）”。				
可供出售权益工具投资重分类为“以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产”。	按财政部规定执行	其他流动资产	-2,500,000.00	无
		交易性金融资产	2,500,000.00	无
对“以摊余成本计量的金融资产”和“以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）”计提预期信用损失准备。	按财政部规定执行	其他应收款	634,582.97	394,205.12
		递延所得税资产	-84,812.53	-59,130.77
		留存收益	516,631.80	335,074.35

以按照财会（2019）6 号和财会（2019）16 号的规定调整后的 2018 年 12 月 31 日余额为基础，2019 年初各项金融资产和金融负债按照修订前后金融工具确认计量准则的规定进行分类和计量结果对比如下：

合并财务报表：

单位：元

原金融工具准则			新金融工具准则		
列报项目	计量类别	账面价值	列报项目	计量类别	账面价值
货币资金	摊余成本	66,106,577.67	货币资金	摊余成本	66,106,577.67
应收票据	摊余成本	5,110,000.00	应收票据	摊余成本	
			应收款项融资	以公允价值计量且其变动计入其他综合收益	5,110,000.00
应收账款	摊余成本	103,758,310.80	应收账款	摊余成本	103,758,310.80
			应收款项融资	以公允价值计量且其变动计入其他综合收益	
其他应收款	摊余成本	2,778,073.25	其他应收款	摊余成本	3,412,656.22
其他流动资产	摊余成本	9,515,255.19	交易性金融资产	以公允价值计量且其变动计入当期损益	2,500,000.00
			其他非流动金融资产		
			其他流动资产	摊余成本	7,015,255.19
短期借款	摊余成本	75,240,000.00	短期借款	摊余成本	75,240,000.00
应付票据	摊余成本	12,500,000.00	应付票据	摊余成本	12,500,000.00
应付账款	摊余成本	71,759,174.11	应付账款	摊余成本	71,759,174.11
其他应付款	摊余成本	17,721,626.50	其他应付款	摊余成本	17,721,626.50

母公司财务报表：

单位：元

原金融工具准则			新金融工具准则		
列报项目	计量类别	账面价值	列报项目	计量类别	账面价值
货币资金	摊余成本	43,375,371.22	货币资金	摊余成本	43,375,371.22
应收账款	摊余成本	98,307,861.23	应收账款	摊余成本	98,307,861.23
			应收款项融资	以公允价值计量且其变动计入其他综合收益	
其他应收款	摊余成本	634,365.83	其他应收款	摊余成本	1,028,570.95
其他流动资产	摊余成本	2,344,652.78	交易性金融资产	以公允价值计量且其变动计入当期损益	
			其他非流动金融资产		
			其他流动资产	摊余成本	2,344,652.78
短期借款	摊余成本	62,300,000.00	短期借款	摊余成本	62,300,000.00
应付票据	摊余成本	12,500,000.00	应付票据	摊余成本	12,500,000.00
应付账款	摊余成本	65,404,269.18	应付账款	摊余成本	65,404,269.18
其他应付款	摊余成本	16,369,673.76	其他应付款	摊余成本	16,369,673.76

（2）执行《企业会计准则第 14 号——收入》（2017 年修订）（以下简称“新收入准则”）

财政部于 2017 年度修订了《企业会计准则第 14 号——收入》。修订后的准则规定，首次执行该准则应当根据累积影响数调整当年年初留存收益及财务报表其他相关项目金额，对可比期间信息不予调整。

公司自 2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则。根据准则的规定，本公司仅对在首次执行日尚未完成的合同的累积影响数调整 2020 年年初留存收益以及财务报表其他相关项目金额，2019 年度及 2018 年度的财务报表不做调整。执行该准则的主要影响如下：

单位：元

会计政策变更的内容和原因	审批程序	受影响的报表项目	2020 年 1 月 1 日	
			合并	母公司
原确认为预计负债的预计退货计入其他流动资产和其他流动负债	按财政部规定执行	其他流动资产	8,163,620.27	7,020,221.30
		其他流动负债	17,691,882.86	16,283,803.03
		预计负债	-9,528,262.59	-9,263,581.73
将与合同相关的预收款项重分类至合同负债	按财政部规定执行	预收账款	-8,812,061.28	-7,456,014.92
		合同负债	7,892,989.23	6,605,382.70
		其他流动负债	919,072.05	850,632.22

与原收入准则相比，执行新收入准则对 2020 年度财务报表相关项目的影响如下：

单位：元

受影响的资产负债表项目	2020 年 12 月 31 日	
	合并	母公司
其他流动资产	5,418,975.38	4,735,899.66
其他流动负债	12,050,494.13	11,144,295.11
预计负债	-6,631,518.75	-6,408,395.45
预收款项	-6,631,991.64	-34,078,389.91
合同负债	6,030,400.03	30,160,260.65
其他流动负债	601,591.61	3,918,129.26

2、首次执行新金融工具准则和新收入准则调整首次执行当年年初财务报表相关项目情况

（1）2019 年 1 月 1 日首次执行新金融工具准则调整 2019 年年初财务报表相关项目情况

合并资产负债表

单位：元

项目	2018 年 12 月 31 日余额	2019 年 1 月 1 日余额	调整数		
			重分类	重新计量	合计
流动资产：					
货币资金	66,106,577.67	66,106,577.67			
结算备付金					
拆出资金					
交易性金融资产	不适用	2,500,000.00	2,500,000.00		2,500,000.00
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产		不适用			
衍生金融资产					
应收票据	5,110,000.00		-5,110,000.00		-5,110,000.00
应收账款	103,758,310.80	103,758,310.80			
应收款项融资	不适用	5,110,000.00	5,110,000.00		5,110,000.00
预付款项	5,014,304.42	5,014,304.42			
应收保费					
应收分保账款					
应收分保合同准备金					
其他应收款	2,778,073.25	3,412,656.22		634,582.97	634,582.97
买入返售金融资产					
存货	122,902,187.87	122,902,187.87			
持有待售资产					
一年内到期的非流动资产					
其他流动资产	9,515,255.19	7,015,255.19	-2,500,000.00		-2,500,000.00
流动资产合计	**315,184,709.20**	**315,819,292.17**		**634,582.97**	**634,582.97**
非流动资产：					
发放贷款和垫款					

项目	2018 年 12 月 31 日余额	2019 年 1 月 1 日余额	调整数		
			重分类	重新计量	合计
债权投资	不适用				
可供出售金融资产		不适用			
其他债权投资	不适用				
持有至到期投资		不适用			
长期应收款					
长期股权投资					
其他权益工具投资	不适用				
其他非流动金融资产	不适用				
投资性房地产	585,974.11	585,974.11			
固定资产	149,097,873.60	149,097,873.60			
在建工程					
生产性生物资产					
油气资产					
无形资产	42,213,532.45	42,213,532.45			
开发支出					
商誉					
长期待摊费用	15,062,253.64	15,062,253.64			
递延所得税资产	5,170,432.15	5,085,619.62		-84,812.53	-84,812.53
其他非流动资产	3,567,298.92	3,567,298.92			
非流动资产合计	**215,697,364.87**	**215,612,552.34**		**-84,812.53**	**-84,812.53**
资产总计	**530,882,074.07**	**531,431,844.51**		**549,770.44**	**549,770.44**
流动负债：					
短期借款	75,240,000.00	75,240,000.00			
向中央银行借款					
拆入资金					
交易性金融负债	不适用				
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债		不适用			
衍生金融负债					
应付票据	12,500,000.00	12,500,000.00			
应付账款	71,759,174.11	71,759,174.11			
预收款项	22,062,462.28	22,062,462.28			

项目	2018 年 12 月 31 日余额	2019 年 1 月 1 日余额	调整数		
			重分类	重新计量	合计
卖出回购金融资产款					
吸收存款及同业存放					
代理买卖证券款					
代理承销证券款					
应付职工薪酬	14,719,800.49	14,719,800.49			
应交税费	6,029,455.88	6,029,455.88			
其他应付款	17,721,626.50	17,721,626.50			
应付手续费及佣金					
应付分保账款					
持有待售负债					
一年内到期的非流动负债					
其他流动负债					
流动负债合计	**220,032,519.26**	**220,032,519.26**			
非流动负债：					
保险合同准备金					
长期借款					
应付债券					
其中：优先股					
永续债					
长期应付款					
长期应付职工薪酬					
预计负债	8,295,863.27	8,295,863.27			
递延收益	1,754,303.31	1,754,303.31			
递延所得税负债	944,901.73	944,901.73			
其他非流动负债					
非流动负债合计	**10,995,068.31**	**10,995,068.31**			
负债合计	**231,027,587.57**	**231,027,587.57**			
所有者权益：					
股本	54,727,800.00	54,727,800.00			
其他权益工具					
其中：优先股					

项目	2018 年 12 月 31 日余额	2019 年 1 月 1 日余额	调整数		
			重分类	重新计量	合计
永续债					
资本公积	142,269,281.87	142,269,281.87			
减：库存股					
其他综合收益	-292.93	-292.93			
专项储备					
盈余公积	16,209,948.78	16,243,456.22		33,507.44	33,507.44
一般风险准备					
未分配利润	66,298,292.16	66,781,416.52		483,124.36	483,124.36
归属于母公司所有者权益合计	**279,505,029.88**	**280,021,661.68**		**516,631.80**	**516,631.80**
少数股东权益	20,349,456.62	20,382,595.26		33,138.64	33,138.64
所有者权益合计	**299,854,486.50**	**300,404,256.94**		**549,770.44**	**549,770.44**
负债和所有者权益总计	**530,882,074.07**	**531,431,844.51**		**549,770.44**	**549,770.44**

母公司资产负债表

单位：元

项目	2018 年 12 月 31 日余额	2019 年 1 月 1 日余额	调整数		
			重分类	重新计量	合计
流动资产：					
货币资金	43,375,371.22	43,375,371.22			
交易性金融资产	不适用				
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产		不适用			
衍生金融资产					
应收票据					
应收账款	98,307,861.23	98,307,861.23			
应收款项融资	不适用				
预付款项	2,880,470.15	2,880,470.15			
其他应收款	634,365.83	1,028,570.95		394,205.12	394,205.12
存货	95,609,899.24	95,609,899.24			
持有待售资产					
一年内到期的非流动资产					

项目	2018 年 12 月 31 日余额	2019 年 1 月 1 日余额	调整数		
			重分类	重新计量	合计
其他流动资产	2,344,652.78	2,344,652.78			
流动资产合计	**243,152,620.45**	**243,546,825.57**		**394,205.12**	**394,205.12**
非流动资产：					
债权投资	不适用				
可供出售金融资产		不适用			
其他债权投资	不适用				
持有至到期投资		不适用			
长期应收款					
长期股权投资	147,779,268.17	147,779,268.17			
其他权益工具投资	不适用				
其他非流动金融资产	不适用				
投资性房地产					
固定资产	41,781,656.70	41,781,656.70			
在建工程					
生产性生物资产					
油气资产					
无形资产	4,462,252.03	4,462,252.03			
开发支出					
商誉					
长期待摊费用	14,106,138.49	14,106,138.49			
递延所得税资产	4,893,504.97	4,834,374.20		-59,130.77	-59,130.77
其他非流动资产	3,537,298.92	3,537,298.92			
非流动资产合计	**216,560,119.28**	**216,500,988.51**		**-59,130.77**	**-59,130.77**
资产总计	**459,712,739.73**	**460,047,814.08**		**335,074.35**	**335,074.35**
流动负债：					
短期借款	62,300,000.00	62,300,000.00			
交易性金融负债	不适用				
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债		不适用			
衍生金融负债					
应付票据	12,500,000.00	12,500,000.00			
应付账款	65,404,269.18	65,404,269.18			

项目	2018 年 12 月 31 日余额	2019 年 1 月 1 日余额	调整数		
			重分类	重新计量	合计
预收款项	18,437,644.10	18,437,644.10			
应付职工薪酬	9,625,199.63	9,625,199.63			
应交税费	1,110,987.65	1,110,987.65			
其他应付款	16,369,673.76	16,369,673.76			
持有待售负债					
一年内到期的非流动负债					
其他流动负债					
流动负债合计	**185,747,774.32**	**185,747,774.32**			
非流动负债：					
长期借款					
应付债券					
其中：优先股					
永续债					
长期应付款					
长期应付职工薪酬					
预计负债	7,937,013.09	7,937,013.09			
递延收益	1,583,932.94	1,583,932.94			
递延所得税负债					
其他非流动负债					
非流动负债合计	**9,520,946.03**	**9,520,946.03**			
负债合计	**195,268,720.35**	**195,268,720.35**			
所有者权益：					
股本	54,727,800.00	54,727,800.00			
其他权益工具					
其中：优先股					
永续债					
资本公积	142,269,281.87	142,269,281.87			
减：库存股					
其他综合收益					
专项储备					
盈余公积	16,209,948.78	16,243,456.22		33,507.44	33,507.44

项目	2018 年 12 月 31 日余额	2019 年 1 月 1 日余额	调整数		
			重分类	重新计量	合计
未分配利润	51,236,988.73	51,538,555.64		301,566.91	301,566.91
所有者权益合计	**264,444,019.38**	**264,779,093.73**		**335,074.35**	**335,074.35**
负债和所有者权益总计	**459,712,739.73**	**460,047,814.08**		**335,074.35**	**335,074.35**

（2）2020 年 1 月 1 日首次执行新收入准则调整 2020 年年初财务报表相关项目情况

合并资产负债表

单位：元

项目	2019 年 12 月 31 日余额	2020 年 1 月 1 日余额	调整数		
			重分类	重新计量	合计
其他流动资产	9,991,511.37	18,155,131.64	8,163,620.27		8,163,620.27
其他流动负债		17,691,882.86	17,691,882.86		17,691,882.86
预计负债	9,528,262.59		-9,528,262.59		-9,528,262.59
预收账款	8,812,061.28		-8,812,061.28		-8,812,061.28
合同负债		7,892,989.23	7,892,989.23		7,892,989.23
其他流动负债		919,072.05	919,072.05		919,072.05

母公司资产负债表

单位：元

项目	2019 年 12 月 31 日余额	2020 年 1 月 1 日余额	调整数		
			重分类	重新计量	合计
其他流动资产	8,583,626.10	15,603,847.40	7,020,221.30		7,020,221.30
其他流动负债		16,283,803.03	16,283,803.03		16,283,803.03
预计负债	9,263,581.73		-9,263,581.73		-9,263,581.73
预收账款	7,456,014.92		-7,456,014.92		-7,456,014.92
合同负债		6,605,382.70	6,605,382.70		6,605,382.70
其他流动负债		850,632.22	850,632.22		850,632.22

3、其他重要会计政策和会计估计变更情况

（1）2020 年会计政策变更

1）执行《企业会计准则解释第 13 号》

财政部于2019年12月10日发布了《企业会计准则解释第13号》（财会〔2019〕21 号，以下简称“解释第 13 号”），自 2020 年 1 月 1 日起施行，不要求追溯调整。

①关联方的认定

解释第 13 号明确了以下情形构成关联方：企业与其所属企业集团的其他成员单位（包括母公司和子公司）的合营企业或联营企业；企业的合营企业与企业的其他合营企业或联营企业。此外，解释第 13 号也明确了仅仅同受一方重大影响的两方或两方以上的企业不构成关联方，并补充说明了联营企业包括联营企业及其子公司，合营企业包括合营企业及其子公司。

②业务的定义

解释第 13 号完善了业务构成的三个要素，细化了构成业务的判断条件，同时引入“集中度测试”选择，以在一定程度上简化非同一控制下取得组合是否构成业务的判断等问题。

本公司自 2020 年 1 月 1 日起执行解释第 13 号，2019 年度及 2018 年度的财务报表不做调整，执行解释第 13 号未对本公司财务状况和经营成果产生重大影响。

2）执行《碳排放权交易有关会计处理暂行规定》

财政部于 2019 年 12 月 16 日发布了《碳排放权交易有关会计处理暂行规定》（财会[2019]22 号），适用于按照《碳排放权交易管理暂行办法》等有关规定开展碳排放权交易业务的重点排放单位中的相关企业（以下简称重点排放企业）。该规定自 2020 年 1 月 1 日起施行，重点排放企业应当采用未来适用法应用该规定。

本公司自 2020 年 1 月 1 日起执行该规定，2019 年度及 2018 年度的财务报表不做调整，执行该规定未对本公司财务状况和经营成果产生重大影响。

3）执行《新冠肺炎疫情相关租金减让会计处理规定》

财政部于 2020 年 6 月 19 日发布了《新冠肺炎疫情相关租金减让会计处理规定》（财会〔2020〕10 号），自 2020 年 6 月 19 日起施行，允许企业对 2020 年 1 月 1 日至该规定施行日之间发生的相关租金减让进行调整。按照该规定，对于满足条件的由新冠肺炎疫情直接引发的租金减免、延期支付租金等租金减让，企业可以选择采用简化方法进行会计处理。

本公司对于属于该规定适用范围的租金减让全部选择采用简化方法进行会计处理，并对 2020 年 1 月 1 日至该规定施行日之间发生的相关租金减让根据该规定进行相应调整。

本公司作为承租人采用简化方法处理相关租金减让冲减 2020 年度销售费用合计人民币 84,237.87 元。

（2）2019 年会计政策变更

1）财政部分别于 2019 年 4 月 30 日和 2019 年 9 月 19 日发布了《关于修订印发 2019 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会（2019）6 号）和《关于修订印发合并财务报表格式（2019 版）的通知》（财会（2019）16 号），对一般企业财务报表格式进行了修订。公司执行上述规定的主要影响如下：

会计政策变更的内容和原因	受影响的报表项目名称和金额	
	合并	母公司
1、资产负债表中“应收票据及应收账款”分别列示为“应收票据”和“应收账款”；新增“应收款项融资”项目，反映资产负债表日以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的应收票据和应收账款等；新增“债权投资”项目，反映资产负债表日企业以摊余成本计量的长期债权投资的期末账面价值；新增“其他债权投资”项目，反映资产负债表日企业分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的长期债权投资的期末账面价值；新增“其他权益工具投资”项目，反映资产负债表日企业指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的非交易性权益工具投资的期末账面价值；“应付票据及应付账款”分别列示为“应付票据”和“应付账款”；	“应收票据及应收账款”分别列示为“应收票据”和“应收账款”，2019 年 12 月 31 日应收账款金额为 120,305,032.25 元，2019 年 12 月 31 日应收款项融资金额为 600,000.00 元，2018 年 12 月 31 日应收账款金额为 103,758,310.80 元；应收票据金额为 5,110,000.00 元；“应付票据及应付账款”分别列示为“应付票据”和“应付账款”，2019 年 12 月 31 日应付账款金额为 66,637,824.29 元，应付票据余额为 12,400,000.00 元；2018 年 12 月 31 日应付账款金额 71,759,174.11 元，应付票据金额为 12,500,000.00 元。	“应收票据及应收账款”分别列示为“应收票据”和“应收账款”，2019 年 12 月 31 日应收账款金额为 102,410,200.49 元，2019 年 12 月 31 日应收款项融资金额为 50,000.00 元，2018 年 12 月 31 日应收账款金额为 98,307,861.23 元；应收票据金额为 0 元；“应付票据及应付账款”分别列示为“应付票据”和“应付账款”，2019 年 12 月 31 日应付账款金额为 114,287,413.76 元，应付票据余额为 12,400,000.00 元；2018 年 12 月 31 日应付账款金额 65,404,269.18 元，应付票据金额为 12,500,000.00 元。

会计政策变更的内容和原因	受影响的报表项目名称和金额	
	合并	母公司
比较数据相应调整。		
2、在利润表中新增“信用减值损失”项目，将原“资产减值损失”中坏账损失重分类至“信用减值损失”单独列示。	2019 年度信用减值损失：-4,047,378.10 元。2018 年度“资产减值损失”项目损失以负数列示。	2019 年度信用减值损失：-1,099,330.85 元。2018 年度“资产减值损失”项目损失以负数列示。
3、所有者权益变动表中新增“其他权益工具持有者投入资本”项目；新增“其他综合收益结转留存收益”项目。	无影响。	无影响。

2）执行《企业会计准则第 7 号——非货币性资产交换》（2019 修订）

财政部于 2019 年 5 月 9 日发布了《企业会计准则第 7 号——非货币性资产交换》（2019 修订）（财会〔2019〕8 号），修订后的准则自 2019 年 6 月 10 日起施行，对 2019 年 1 月 1 日至本准则施行日之间发生的非货币性资产交换，应根据本准则进行调整。对 2019 年 1 月 1 日之前发生的非货币性资产交换，不需要按照本准则的规定进行追溯调整。本公司 2019 年度及以后期间的财务报表已执行该准则，2018 年度的财务报表不做调整，执行该准则未对本公司财务状况和经营成果产生重大影响。

3）执行《企业会计准则第 12 号——债务重组》（2019 修订）

财政部于 2019 年 5 月 16 日发布了《企业会计准则第 12 号——债务重组》（2019 修订）（财会〔2019〕9 号），修订后的准则自 2019 年 6 月 17 日起施行，对 2019 年 1 月 1 日至本准则施行日之间发生的债务重组，应根据本准则进行调整。对 2019 年 1 月 1 日之前发生的债务重组，不需要按照本准则的规定进行追溯调整。本公司 2019 年度及以后期间的财务报表已执行该准则，债务重组损益计入其他收益和投资收益；2018 年度的财务报表不做调整，债务重组损益仍计入营业外收入和营业外支出。

（3）2018 年度会计政策变更

财政部于 2018 年 6 月 15 日发布了《财政部关于修订印发 2018 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会（2018）15 号），对一般企业财务报表格式进行了修订。公司执行上述规定的主要影响如下：

会计政策变更的内容和原因	受影响的报表项目名称和金额	
	合并	母公司
1、资产负债表中“应收票据”和“应收账款”合并列示为“应收票据及应收账款”； 2、“应付票据”和“应付账款”合并列示为“应付票据及应付账款”； 3、“应收利息”和“应收股利”并入“其他应收款”列示； 4、“应付利息”和“应付股利”并入“其他应付款”列示； 5、“固定资产清理”并入“固定资产”列示； 6、“工程物资”并入“在建工程”列示； 7、“专项应付款”并入“长期应付款”列示。 比较数据相应调整。	1、“应收票据”和“应收账款”合并列示为“应收票据及应收账款”，2018 年 12 月 31 日金额 108,868,310.80 元； 2、“应付票据”和“应付账款”合并列示为“应付票据及应付账款”，2018 年 12 月 31 日金额 84,259,174.11 元。	1、“应收票据”和“应收账款”合并列示为“应收票据及应收账款”，2018 年 12 月 31 日金额 98,307,861.23 元； 2、“应付票据”和“应付账款”合并列示为“应付票据及应付账款”，2018 年 12 月 31 日金额 77,904,269.18 元。
1、在利润表中新增“研发费用”项目，将原“管理费用”中的研发费用重分类至“研发费用”单独列示； 2、在利润表中财务费用项下新增“其中：利息费用”和“利息收入”项目。比较数据相应调整。	调减“管理费用”2018 年金额 15,354,054.57 元，重分类至“研发费用”。	调减“管理费用”2018 年金额 14,154,943.60 元，重分类至“研发费用”。
所有者权益变动表中新增“设定受益计划变动额结转留存收益”项目。比较数据相应调整。	无影响。	无影响。

（4）公司报告期内未发生重要会计估计的变更。

七、非经常性损益情况

立信所对本公司报告期内的非经常性损益进行了专项审核，并出具了“信会师报字[2021]第 ZA11438 号”《非经常性损益的鉴证报告》。本公司报告期内的非经常性损益发生额情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
非流动性资产处置损益	-34.11	-50.89	-199.81
计入当期损益的政府补助，但与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受	959.28	787.47	405.30

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
的政府补助除外			
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、衍生金融资产、交易性金融负债、衍生金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、衍生金融资产、交易性金融负债、衍生金融负债和其他权益投资取得的投资收益	96.62	18.79	3.31
单独进行减值测试的应收款项、合同资产减值准备转回	242.64	42.23	35.43
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-2.23	-3.65	-76.63
其他符合非经常性损益定义的损益项目	-316.22	-284.24	-1,507.94
所得税的影响数	-218.92	-83.61	234.69
少数股东权益影响额（税后）	-71.86	-33.97	-16.87
合计	**655.22**	**392.14**	**-1,122.53**

八、主要税项

（一）主要税种和税率

税种	计税依据	税率		
		2020 年度	2019 年度	2018 年度
增值税	按税法规定计算的销售货物和应税劳务收入为基础计算销项税额，在扣除当期允许抵扣的进项税额后，差额部分为应交增值税*	13%、9%、6%	16%、13%、10%、9%、6%	17%、16%、11%、10%、6%、3%
城市维护建设税	按实际缴纳的增值税及消费税计缴	5%、7%	5%、7%	5%、7%
企业所得税	按应纳税所得额计缴	15%、17%、20%、25%	15%、17%、20%、25%	15%、17%、20%、25%

*注：财政部、税务总局于 2018 年 4 月 4 日发布了《关于调整增值税税率的通知》（财税[2018]32 号），纳税人发生增值税应税销售行为或者进口货物，原适用 17%的，税率调整为 16%，原适用 11%的，税率调整为 10%，自 2018 年 5 月 1 日起执行。财政部、税务总局、海关总署于 2019 年 3 月 22 日联合发布《关于深化增值税改革有关政策的公告》。增值税一般纳税人发生增值税应税销售行为或者进口货物，原适用 16%税率的，税率调整为 13%，原适用 10%的，税率调整为 9%，自 2019 年 4 月 1 日起执行。新加坡维沃在财务报告期内未满足增值税注册条件（新加坡称消费税）。

存在不同企业所得税税率纳税主体的，披露情况说明如下：

纳税主体名称	所得税税率		
	2020 年度	2019 年度	2018 年度
明月镜片	15%	15%	15%
江苏赛蒙	20%	20%	25%
明月光学	25%	25%	25%
江苏可奥熙	15%	15%	15%
上海维沃	25%	25%	25%
上海明月	20%	25%	25%
上海赛蒙	25%	20%	20%
视联文化	25%	25%	25%
上海镜连	25%	25%	25%
新加坡维沃*	17%	17%	17%
莱蒙光学	20%	25%	未成立

*注：新加坡实行属地兼属人税收管辖原则，企业所得税率为 17%。

（二）税收优惠

1、母公司税收优惠

母公司于 2018 年 11 月 30 日取得高新技术企业证书（证书编号为：GR201832005363），认定有效期为 3 年。根据国家对高新技术企业的相关税收政策，公司自获得高新技术企业认定后三年内（2018 年至 2020 年），所得税税率减按 15%征收。

截至目前，发行人高新技术企业证书续期事项已处在材料整理申报阶段，预计成功续评后在未来三年继续享受税收优惠不存在实质性障碍。

2、子公司税收优惠

（1）江苏可奥熙

江苏可奥熙于 2018 年 11 月 30 日取得高新技术企业证书（证书编号为：GR201832006036），认定有效期为 3 年。根据国家对高新技术企业的相关税收

政策，公司自获得高新技术企业认定后三年内（2018 年至 2020 年），所得税税率减按 15%征收。

（2）上海赛蒙

根据财政部、国家税务总局 2018 年 7 月 11 日发布的财税〔2018〕77 号规定，自 2018 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日，符合条件的小型微利企业，其年应纳税所得额低于 100 万元（含 100 万元，下同）的，减按 50%计入应纳税所得额，按 20%的税率计算缴纳企业所得税。

根据财政部、国家税务总局 2019 年 1 月 17 日发布的财税（2019）13 号规定，自 2019 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日，对小型微利企业年应纳税所得额不超过 100 万元的部分，减按 25%计入应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税；对年应纳税所得额超过 100 万元但不超过 300 万元的部分，减按 50%计入应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税。

（3）江苏赛蒙

根据财政部、国家税务总局 2019 年 1 月 17 日发布的财税（2019）13 号规定，自 2019 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日，对小型微利企业年应纳税所得额不超过 100 万元的部分，减按 25%计入应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税；对年应纳税所得额超过 100 万元但不超过 300 万元的部分，减按 50%计入应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税。

（4）莱蒙光学

根据财政部、国家税务总局 2019 年 1 月 17 日发布的财税（2019）13 号规定，自 2019 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日，对小型微利企业年应纳税所得额不超过 100 万元的部分，减按 25%计入应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税；对年应纳税所得额超过 100 万元但不超过 300 万元的部分，减按 50%计入应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税。

（5）上海明月

根据财政部、国家税务总局 2019 年 1 月 17 日发布的财税（2019）13 号规定，自 2019 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日，对小型微利企业年应纳税所得额不超过 100 万元的部分，减按 25%计入应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税；对年应纳税所得额超过 100 万元但不超过 300 万元的部分，减按 50%计入应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税。

九、分部信息

分部信息参见招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”。

十、主要财务指标

（一）基本财务指标

项目	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
流动比率（倍）	3.76	3.07	1.43
速动比率（倍）	2.96	2.17	0.87
资产负债率（母公司）	28.98%	30.17%	42.48%
归属于公司股东的每股净资产（元）	5.23	4.51	5.11
无形资产（扣除土地使用权、水面养殖权和采矿权等后）占净资产的比例	1.15%	0.96%	1.08%
项目	**2020 年度**	**2019 年度**	**2018 年度**
应收账款周转率（次/年）	3.77	4.33	4.51
存货周转率（次/年）	2.19	2.22	2.60
息税折旧摊销前利润（万元）	12,886.06	12,618.59	8,720.41
归属于母公司股东的净利润（万元）	7,000.49	6,984.60	3,284.66
归属于母公司股东扣除非经常性损益后的净利润（万元）	6,345.27	6,592.46	4,407.19
利息保障倍数	-	75.93	13.61
研发投入占营业收入的比例	3.27%	2.94%	3.01%
每股经营活动现金流量（元）	0.90	0.90	1.52

每股净现金流量（元）	0.60	0.82	-0.01

注：各指标计算方法如下：
1、流动比率＝流动资产／流动负债
2、速动比率＝（流动资产-存货净额）／流动负债
3、资产负债率=总负债／总资产
4、每股净资产＝归属于母公司股东的权益／期末总股本
5、无形资产占净资产的比例=无形资产（除土地使用权）／归属于母公司股东的权益
6、应收账款周转率＝营业收入／应收账款期初期末平均余额
7、存货周转率＝营业成本／存货期初期末平均净额
8、息税折旧摊销前利润＝利润总额+利息费用+固定资产折旧+投资性房地产折旧+无形资产摊销+长期待摊费用摊销
9、利息保障倍数=（利润总额+利息费用）/利息费用，其中：分母中的利息费用指本期的全部应付利息，不仅包括利润表财务费用中的利息费用，还包括计入资产负债表固定资产等成本的资本化利息；分子中的利息费用是指本期全部费用化的利息
10、每股经营活动的现金流量净额＝经营活动产生的现金流量净额／期末总股本
11、每股净现金流量＝现金及现金等价物净增加（减少）额／期末总股本

（二）净资产收益率及每股收益

根据中国证监会颁发的《公开发行证券公司信息披露编报规则第 9 号——净资产收益率和每股收益的计算及披露（2010 年修订）》，公司净资产收益率及每股收益计算如下：

报告期	报告期利润	加权平均净资产收益率	每股收益（元/股）	
			基本每股收益	稀释每股收益
2020 年度	归属于公司普通股股东的净利润	14.32%	0.69	0.69
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	12.98%	0.63	0.63
2019 年度	归属于公司普通股股东的净利润	18.13%	0.72	0.72
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	17.11%	0.68	0.68
2018 年度	归属于公司普通股股东的净利润	12.17%	0.37	0.37
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	16.32%	0.50	0.50

注：上述指标的计算方法如下：

1、加权平均净资产收益率的计算公式如下：

加权平均净资产收益率= P0/(E0＋NP÷2＋Ei×Mi÷M0–Ej×Mj÷M0±Ek×Mk÷M0)

其中：P0 分别对应于归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润；NP 为归属于公司普通股股东的净利润；E0 为归属于公司普通股股东的期初净资产；Ei 为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产；Ej 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产；M0 为报告期月份数；Mi 为新增净资产次月起至报告期期末的累计月数；Mj 为减少净资产次月起

至报告期期末的累计月数；Ek 为因其他交易或事项引起的、归属于公司普通股股东的净资产增减变动；Mk 为发生其他净资产增减变动次月起至报告期期末的累计月数。

2、基本每股收益的计算公式如下：

基本每股收益= P0÷S

S=S0＋S1＋Si×Mi÷M0–Sj×Mj÷M0-Sk

其中：P0 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润；S 为发行在外的普通股加权平均数；S0 为期初股份总数；S1 为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数；Si 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数；Sj

为报告期因回购等减少股份数；Sk 为报告期缩股数；M0 为报告期月份数；Mi 为增加股份次月起至报告期期末的累计月数；Mj 为减少股份次月起至报告期期末的累计月数。

3、公司存在稀释性潜在普通股的，应当分别调整归属于普通股股东的报告期净利润和发行在外普通股加权平均数，并据以计算稀释每股收益。

在发行可转换债券、股份期权、认股权证等稀释性潜在普通股情况下，稀释每股收益可参照如下公式计算：

稀释每股收益=P1/(S0＋S1＋Si×Mi÷M0–Sj×Mj÷M0–Sk+认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数)

其中，P1 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润，并考虑稀释性潜在普通股对其影响，按《企业会计准则》及有关规定进行调整。公司在计算稀释每股收益时，应考虑所有稀释性潜在普通股对归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润和加权平均股数的影响，按照其稀释程度从大到小的顺序计入稀释每股收益，直至稀释每股收益达到最小值。

4、同一控制下合并影响

（1）报告期发生同一控制下企业合并的，计算加权平均净资产收益率时，被合并方的净资产从报告期期初起进行加权；计算扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率时，被合并方的净资产从合并日的次月起进行加权。计算比较期间的加权平均净资产收益率时，被合并方的净利润、净资产均从比较期间期初起进行加权；计算比较期间扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率时，被合并方的净资产不予加权计算（权重为零）。

（2）报告期内发生同一控制下企业合并，合并方在合并日发行新股份并作为对价的，计算报告期末的基本每股收益时，应把该股份视同在合并期初即已发行在外的普通股处理（按权重为 1 进行加权平均）。计算比较期间的基本每股收益时，应把该股份视同在比较期间期初即已发行在外的普通股处理。计算报告期末扣除非经常性损益后的每股收益时，合并方在合并日发行的新股份从合并日起次月进行加权。计算比较期间扣除非经常性损益后的每股收益时，合并方在合并日发行的新股份不予加权计算（权重为零）。

（3）报告期发生同一控制下企业合并，合并方在合并日发行新股份并作为对价的，计算报告期和比较期间的稀释每股收益时，比照计算基本每股收益的原则处理。

十一、经营成果分析

（一）盈利能力总体分析

报告期内，公司利润表主要项目变动情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
营业收入	53,968.14	55,250.12	50,941.85
营业毛利	29,656.44	28,112.51	22,589.81
营业利润	9,487.67	9,714.62	5,430.60
利润总额	9,717.81	9,665.77	5,111.74
净利润	8,155.88	8,057.41	4,184.53
归属于母公司所有者的净利润	7,000.49	6,984.60	3,284.66
扣除少数股东损益后非经常性损益合计	655.22	392.14	-1,122.53
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	6,345.27	6,592.46	4,407.19

公司主要从事镜片、成镜、镜片原料等眼视光产品的研发、设计、生产和销售。报告期内，净利润呈持续增长态势，呈现良好的盈利能力。

其中2019年营业收入为55,250.12万元，较2018年增长了8.46%，扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润为6,592.46万元，较2018年增长了49.58%；2020年营业收入为53,968.14万元，较2019年减少了2.32%，扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润为6,345.27万元，较2019年减少了3.75%。

1、销售净利率分析

（1）报告期内发行人与依视路销售净利率对比如下

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	发行人	依视路	发行人	依视路	发行人	依视路
毛利率	54.95%	58.86%	50.88%	62.60%	44.34%	63.04%
销售费用率	20.87%	35.85%	18.80%	34.50%	15.08%	34.49%
管理费用率	12.31%	11.39%	9.99%	10.22%	12.27%	10.62%
营业利润率	17.58%	9.52%	17.58%	16.17%	10.66%	16.17%
销售净利率	15.11%	6.02%	14.58%	11.81%	8.21%	11.52%

报告期内发行人毛利率逐年增长，依视路毛利率处于稳定状态，主要系发行人与依视路处于不同的发展阶段。依视路为国际知名镜片企业，已处于发展的成

熟阶段，而发行人仍处于成长阶段。报告期内，发行人在公司层面全面推行品牌战略，针对不同产品定位的镜片产品系列实行差异化的“品牌战略”政策，运用价格武器主动调整对外销售镜片产品的结构，积极聚焦中高端镜片市场，重点研发并推广功能片镜片系列等发行人具备差异化竞争优势的镜片品类，从而实现毛利率的提升。2020 年度受全球范围内新冠疫情爆发影响，依视路毛利率出现下降，新冠疫情对国内的影响小于国际影响，同时在品牌战略的推动下，发行人毛利率进一步上升。但报告期内发行人的整体毛利率均低于依视路的毛利率，这由双方的行业地位及发展阶段所致，具备合理性。

报告期内发行人的销售费用率逐年增长，依视路的销售费用率亦相对稳定，主要系双方发展阶段不同。发行人尚处于成长阶段，为了提升“明月镜片”品牌影响力，发行人通过线下体验店、区域实地推广、聘请品牌代言人、电视广告植入、线下广告投放、电商平台推广等多渠道进行推广，不断加大广告宣传费的投入。依视路已处于发展的成熟阶段，销售费用比率相对稳定。

2019 年度发行人销售净利率高于依视路，主要系发行人毛利率的上升幅度大于费用上升幅度，销售净利率增加；同行业可比公司毛利率及费用率均相对稳定，销售净利率相对稳定。2020 年度发行人销售净利率远大于同行业可比公司主要系受全球范围内新冠疫情爆发影响，依视路毛利率出现下降，但销售费用率、管理费用率均上升。在品牌战略推动下，发行人毛利率进一步上升，虽然销售费用率同步增加，但小于毛利率增加幅度，导致发行人销售净利率高于依视路。因此，发行人与同行业依视路的业绩变动差异具备合理性。

（2）报告期内发行人与视科新材销售净利率对比如下

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	发行人	视科新材	发行人	视科新材	发行人	视科新材
毛利率	54.95%	47.01%	50.88%	45.60%	44.34%	43.76%
销售费用率	20.87%	5.13%	18.80%	4.46%	15.08%	4.61%
管理费用率	12.31%	8.21%	9.99%	6.73%	12.27%	6.92%
研发费用率	3.27%	7.16%	2.94%	5.42%	3.01%	5.21%

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	发行人	视科新材	发行人	视科新材	发行人	视科新材
财务费用率	0.00%	0.00%	0.13%	0.19%	0.81%	0.01%
营业利润率	17.58%	25.24%	17.58%	30.22%	10.66%	25.87%
销售净利率	15.11%	22.09%	14.58%	25.87%	8.21%	21.13%

注：截止本招股说明书签署日，视科新材尚未更新 2020 年报数据，表中数据为视科新材 2020 年 1-6 月数据。

报告期内发行人毛利率逐年增长，2018 年度至 2020 年度综合毛利率分别较上年度增长 5.33%、6.54%和 4.07%，与视科新材毛利率变动趋势基本一致。由于发行人产品结构、产品定位以及自主品牌的品牌溢价等原因与视科新材存在一定差异，综合毛利率总体略高于视科新材。

报告期内发行人销售费用率较高且逐年增长，而视科新材销售费用率较低且相对变动幅度较小。主要系因：

1）发行人产品结构、客户群体与视科新材存在一定差异。发行人报告期各期收入中 85%以上收入来自于镜片及成镜，客户群体主要系直营客户、经销商等，客户数量较为庞大。相应销售、拓展、维护产生的费用较高。视科新材镜片原料销售比重相对较高、客户集中度也高于发行人，销售费用率随之低于发行人。

2）发行人为了提升“明月镜片”品牌影响力，发行人通过线下体验店、区域实地推广、聘请品牌代言人、电视广告植入、线下广告投放、电商平台推广等多渠道进行推广，不断加大广告宣传费的投入，为进一步巩固发行人品牌知名度较高的行业定位，综合导致发行人销售费用率处于较高水平，且逐年增长。

报告期内发行人与视科新材管理费用率均存在不同程度的波动。其中，股份支付为非经常性事项，剔除股份支付影响后发行人与视科新材管理费用率、销售净利率如下：

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度	
	发行人	视科新材	发行人	视科新材	发行人	视科新材
管理费用率	13.63%	8.21%	9.47%	6.73%	9.31%	6.92%

销售净利率	11.90%	22.09%	15.10%	25.87%	11.17%	21.13%

剔除股份支付影响后发行人报告期各期管理费用率总体高于视科新材，主要系咨询费、管理用资产的折旧摊销、管理人员薪酬规模均大于视科新材所致。但发行人管理费用率变动趋势与视科新材基本一致。

综上所述，2019 年和 2020 年 1-6 月销售净利率低于视科新材主要系销售费用率、管理费用率均大于视科新材所致，发行人与同行业公司业绩变动差异具备合理性。

报告期内，发行人研发费用率略低于视科新材，主要由于两家公司研发费用投入金额接近，但发行人收入规模大于视科新材所致。报告期内，发行人与视科新材财务费用率均较低，对销售净利率影响均较小。

为巩固品牌知名度，发行人报告期内持续投入大量广告费，造成销售费用率显著高于视科新材，对销售净利率造成一定影响。但与国际知名眼镜品牌依视路相比，发行人销售费用率显著低于依视路，作为拥有自主品牌的国内知名企业，发行人较高的销售费用率符合行业实际情况，同时也是发行人品牌知名度较高的行业定位的具体体现，由于销售费用率较高造成的销售净利率较低具有商业合理性。

2、2020 年发行人和同行业可比公司的营业收入和净利润的波动趋势是否一致，差异的原因和合理性

（1）2020 年度发行人与同行业公司依视路陆逊梯卡（以下简称“依视路”）营业收入、净利润增长对比情况如下：

公司名称	收入增长率	净利润增长率
发行人	-2.32%	1.22%
依视路	-17.03%	-57.74%

与同行业公司依视路相比，2020 年度发行人营业收入较上年同期增长率为-2.32%，依视路收入增长率为-17.03%，发行人净利润较上年同期增长率为 1.22%，依视路净利润增长率为-57.74%。受全球疫情影响，2020 年度发行人收入、净利

润较上年变动幅度较小，但依视路收入、净利润均呈现较大幅度下降，主要系因疫情国际影响大于国内影响所致，但其下半年度收入与净利润已呈现好转趋势。

（2）2020 年 1-6 月发行人与同行业公司视科新材营业收入、净利润较上年同期对比情况如下：

公司名称	收入增长率	净利润增长率
发行人	-7.36%	-37.43%
视科新材	-14.99%	（注）尚未披露

注：截止本招股说明书签署日，视科新材尚未更新 2020 年报数据，故各以双方 2020 年 1-6 月、2019 年 1-6 月财务数据作比较。视科新材未披露 2019 年 1-6 月净利润或 2020 年 1-6 月较 2019 年净利润对比情况。

与同行业公司视科新材相比，2020 年 1-6 月发行人营业收入较上年同期增长率为-7.36%，视科新材收入增长率为-14.99%。发行人收入下降幅度小于视科新材主要系因：

1）2019 年下半年起，发行人大力发展线上电商业务，疫情虽然对眼镜线下零售影响较大，但线上电商发展势头良好。发行人线上电商业务 2020 年 1-6 月销售收入较上年同期增长 238.15%，一定程度上弥补了疫情对线下零售业务的影响。

2）发行人在疫情爆发前已加大防蓝光产品的推广与销售，疫情期间民众居家电视、电脑使用时长大幅增加，很大程度上增加对防蓝光产品护眼的需求。导致 2020 年 1-6 月防蓝光产品销售收入较上年同期增长 20.53%。

3）在疫情影响下，市场需求越发向品牌产品聚焦。发行人品牌建设成效逐步体现，快速获取更多的市场份额。加之发行人品牌战略下稳步提高产品价格，整体经营业绩下降幅度受到抑制。

综上，发行人 2020 年 1-6 月营业收入较上年同期下降幅度小于视科新材，主要系因线上业务的发展及防蓝光产品销售的增长所致。

（二）营业收入分析

1、营业收入构成及变动分析

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
主营业务收入	53,815.10	99.72%	55,061.52	99.66%	50,269.18	98.68%
其他业务收入	153.05	0.28%	188.61	0.34%	672.66	1.32%
合计	53,968.14	100.00%	**55,250.12**	**100.00%**	**50,941.85**	**100.00%**

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，公司营业收入金额分别为 50,941.85 万元、55,250.12 万元和 53,968.14 万元，同比增长率分别为 8.46%、-2.32%。2020 年度公司营业收入金额为 53,968.14 万元。公司收入主要来源于主营业务收入，报告期内占比均在 98.68%以上，主营业务突出。2018 年度、2019 年度和 2020 年度，公司主营业务收入的金额分别为 50,269.18 万元、55,061.52 万元和 53,815.10 万元，占营业收入的比重分别为 98.68%、99.66%和 99.72%。

2、主营业务收入分析

（1）按产品分类分析

报告期内，公司主营业务收入按产品的分类情况如下：

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
镜片	43,612.06	81.04%	44,782.84	81.33%	42,969.63	85.48%
原料	4,855.32	9.02%	6,188.07	11.24%	5,735.34	11.41%
成镜	4,956.43	9.21%	3,076.41	5.59%	851.12	1.69%
镜架	361.92	0.67%	974.33	1.77%	608.41	1.21%
其他	29.38	0.05%	39.87	0.07%	104.68	0.21%
合计	53,815.10	100.00%	**55,061.52**	**100.00%**	**50,269.18**	**100.00%**

2019 年，公司主营业务收入较 2018 年增加 4,792.33 万元，增幅 9.53%；2020 年，公司主营业务收入较 2019 年减少 1,246.42 万元，降幅 2.26%。

1）镜片

报告期内，公司主要产品为镜片。2018 年度、2019 年度和 2020 年度，镜片业务收入分别为 42,969.63 万元、44,782.84 万元和 43,612.06 万元，占主营业务收入比例分别为 85.48%、81.33%和 81.04%。2019 年，公司镜片业务收入较 2018 年增加 1,813.20 万元，增幅 4.22%，主要系镜片产品结构调整，中高折射率产品占比增加导致单价提升所致。2020 年，公司镜片业务收入较 2019 年减少 1,170.78 万元，降幅 2.61%，主要系销量下降所致。

2）原料

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，原料业务收入分别为 5,735.34 万元、6,188.07 万元和 4,855.32 万元，占主营业务收入比例分别为 11.41%、11.24%和 9.02%。2019 年，公司原料业务收入较 2018 年增加 452.73 万元，增幅 7.89%，主要系原料产品单价上涨所致。2020 年，公司原料业务收入较 2019 年减少 1,332.75 万元，降幅 21.54%。

3）成镜

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，成镜业务收入分别为 851.12 万元、3,076.41 万元和 4,956.43 万元，占主营业务收入比例分别为 1.69%、5.59%和 9.21%。2019 年，公司成镜业务收入较 2018 年增加 2,225.29 万元，增幅 261.45%，2020 年，公司成镜业务收入较 2019 年增加 1,880.02 万元，增幅 61.11%，主要系发行人电商平台自营旗舰店成镜销量快速增长所致。

4）镜架

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，镜架业务收入分别为 608.41 万元、974.33 万元和 361.92 万元，占主营业务收入比例分别为 1.21%、1.77%和 0.67%。

5）其他

发行人主营业务中的其他项目主要包括眼视光培训、来架加工等业务，截至报告期末发行人已不再从事眼视光培训业务。2018 年度、2019 年度和 2020 年度，其他项目收入分别为 104.68 万元、39.87 万元和 29.38 万元，占主营业务收入比例分别为 0.21%、0.07%和 0.05%，总体占比较低。

（2）按区域及季节分布分析

1）按区域分布分析

报告期内，公司主营业务收入按区域分布的情况如下：

单位：万元

区域		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
内销	华东	27,413.22	50.94%	26,485.33	48.10%	22,488.24	44.74%
	华中	5,971.00	11.10%	6,133.84	11.14%	6,128.76	12.19%
	华南	4,690.32	8.72%	5,128.50	9.31%	4,338.16	8.63%
	华北	4,350.80	8.08%	4,269.83	7.75%	3,509.70	6.98%
	西南	2,962.65	5.51%	3,239.35	5.88%	3,073.81	6.11%
	东北	2,008.17	3.73%	2,476.88	4.50%	2,481.01	4.94%
	西北	2,495.86	4.64%	2,464.60	4.48%	2,311.27	4.60%
外销		3,923.08	7.29%	4,863.19	8.83%	5,938.24	11.81%
合计		**53,815.10**	**100.00%**	**55,061.52**	**100.00%**	**50,269.18**	**100.00%**

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，公司内销主营业务收入分别为 44,330.95 万元、50,198.33 万元和 49,892.02 万元，占主营业务收入的比例分别为 88.19%、91.17%和 92.71%。公司内销收入以华东地区为主。2018 年度、2019 年度和 2020 年度，来自华东地区的收入分别为 22,488.24 万元、26,485.33 万元和 27,413.22 万元，占主营业务收入的比例分别为 44.74%、48.10%和 50.94%。2018 年度、2019 年度和 2020 年度，公司外销主营业务收入分别为 5,938.24 万元、4,863.19 万元和 3,923.08 万元，占主营业务收入的比例分别为 11.81%、8.83%和 7.29%。报告

期内，公司的主营业务收入主要来自于境内，发行人立足于境内市场，不断提升产品品质和竞争力。

报告期内，发行人以境内销售为主。2018 年度、2019 年度和 2020 年度，发行人境外销售收入占主营业务收入的比例分别为 11.81%、8.83%和 7.29%。发行人报告期内境外销售的基本情况如下所示：

单位：万元

产品类型	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占境外收入比例	金额	占境外收入比例	金额	占境外收入比例
镜片	3,180.91	81.08%	3,569.42	73.40%	5,555.23	93.55%
成镜	587.63	14.98%	1,130.68	23.25%	307.58	5.18%
原料	142.40	3.63%	112.66	2.32%	38.85	0.65%
镜架	8.89	0.23%	48.75	1.00%	37.30	0.63%
其他	3.24	0.08%	1.67	0.03%	-0.71	-0.01%
合计	**3,923.08**	**100.00%**	**4,863.19**	**100.00%**	**5,938.24**	**100.00%**

发行人境外销售以贴牌镜片和成镜为主。镜片和成镜销售占境外销售收入的比例分别为 98.73%、96.65%和 96.06%。

报告期各期，发行人前五大外销客户的销售情况如下：

单位：万元

2020 年度		
客户名称	**外销金额**	**占外销收入比例**
JINS INC.及其关联方	1,414.51	36.06%
诚益光学（厦门）有限公司及其关联方	860.37	21.93%
VIET A OPTICAL CO.,LTD	210.46	5.36%
HI VISION OPTICAL PTE LTD	206.41	5.26%
KIMBERLEY CO.,LTD	145.75	3.72%
合计	**2,837.50**	**72.33%**
2019 年度		
客户名称	外销金额	占外销收入比例

JINS INC 及其关联方	2,480.18	51.00%
VIET NAM VISIBILITY TARGET CO.,LTD	651.54	13.40%
DAI OPTICAL INDUSTRIES s.r.l.	328.24	6.75%
HI VISION OPTICAL PTE LTD	201.74	4.15%
VIET A OPTICAL CO.,LTD	169.94	3.49%
合计	**3,831.64**	**78.79%**
2018 年度		
客户名称	**外销金额**	**占外销收入比例**
JINS INC 及其关联方	3,974.61	66.93%
DAI OPTICAL INDUSTRIES s.r.l.	364.1	6.13%
VIET NAM VISIBILITY TARGET CO.,LTD	341.42	5.75%
KIMBERLEY CO.,LTD	143.11	2.41%
JAI KUDO POLSKA sp.zo.o.	137.41	2.31%
合计	**4,960.65**	**83.54%**

发行人主要海外客户为 JINS INC.以及 JINS INC.在国内的两家合作供应商诚益光学（厦门）有限公司和诚明光学（厦门）有限公司。JINS HOLDINGS INC（证券代码：3046）为日本东证 1 部的上市公司，通过共公开渠道查询，截止到 2020 年 8 月 31 日的 2020 财年，JINS HOLDINGS INC 约合人民币 39.14 亿元），营业利润约合人民币 3.65 亿元，其业务范围遍及全球。截至 2020 年 1 月中国国内店铺已经超过 150 家,全球店铺超过 300 家。

发行人于 2015 年上半年开始接触 JINS INC.，2015 年年底开始正式建立合作关系。

诚益光学（厦门）有限公司和诚明光学（厦门）有限公司（系诚益光学（厦门）有限公司关联企业）为 JINS INC.在国内的合作供应商。

发行人与诚益光学（厦门）有限公司于 2017 年 5 月开始合作，与诚明光学（厦门）有限公司于 2019 年 10 月开始合作。JINS INC.将其部分产品委托前述

两家企业加工生产，并建议使用发行人镜片产品。发行人遂与两家公司建立了业务合作。

根据发行人与诚益光学（厦门）有限公司、诚明光学（厦门）有限公司的合同约定，发行人销售的相关产品会直接发往保税区或该客户的国内仓库。如直接发往保税区，则该类业务收入纳入外销业务统计；如发往国内仓库，则纳入内销业务统计。

据此，发行人向诚益光学（厦门）有限公司、诚明光学（厦门）有限公司销售产品且直接发往保税区的业务，按照外销业务核算。

诚益光学（厦门）有限公司、诚明光学（厦门）有限公司为 JINS INC.在国内的合作供应商，但由于上述两家公司为非上市公司，无法通过公开渠道获取其销售规模和销售区域。2018 年度至 2020 年度，发行人对两家的外销金额合计分别为 28.87 万元、0 万元和 860.37 万元。

2）按季节分布分析

报告期内，发行人各季度主营业务收入情况如下表所示：

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
第一季度	9,380.72	17.43%	13,292.70	24.14%	12,057.59	23.99%
第二季度	15,245.96	28.33%	11,891.86	21.60%	11,323.42	22.53%
第三季度	12,586.18	23.39%	13,726.30	24.93%	12,541.91	24.95%
第四季度	16,602.23	30.85%	16,150.66	29.33%	14,346.27	28.54%
合计	53,815.10	100.00%	55,061.52	100.00%	50,269.18	100.00%

报告期内，发行人主营业务收入在下半年会略高于上半年，主要由于中小学生寒假、“双十一”等打折促销和过年前客户集中备货等情况造成第四季度收入通常较高所致。

2020 年第一季度，发行人主营业务收入较往年偏低，主要由于受到新冠疫情影响，发行人发货量减少所致。2020 年第二季度，发行人主营业务收入较高，主要由于国内新冠疫情得到一定控制后，发行人客户集中进行补货所致。

（3）对比同行业公司，发行人经销和直销模式下收入变动的合理性

江苏视科新材料股份有限公司（以下简称“视科新材”）已于 2020 年 10 月提交首次公开发行并在创业板上市申请。根据公开披露的信息，视科新材主营业务为功能性视光学材料与光学镜片的研发、生产及销售，主营产品包括视光学材料、光致变色材料及光学镜片。因此，发行人主营产品中的镜片和镜片原料与视科新材主营产品中的光学镜片和视光学材料较为可比。但是，发行人与视科新材在主营业务发展演变路径、主营产品构成、业务模式等方面存在一定的差异，这也导致两家公司在报告期内业绩表现存在相似之处的同时存在一定的差异，具体情况如下：

1）对比同行业公司，自有品牌不同销售模式下的收入差异及合理性

报告期内，发行人自有品牌镜片经销模式和直销模式下的收入及占镜片总收入比例情况如下：

单位：万元

销售模式	2020 年度			2019 年度			2018 年度	
	金额	占比	变化	金额	占比	变化	金额	占比
经销	16,456.70	37.73%	10.78%	14,854.87	33.17%	24.62%	11,920.00	27.74%
直销	15,620.02	35.82%	-4.12%	16,291.88	36.38%	9.33%	14,901.32	34.68%
自有品牌小计	**32,076.72**	**73.55%**	**2.99%**	**31,146.75**	**69.55%**	**16.13%**	**26,821.32**	**62.42%**

报告期内，发行人自有品牌镜片产品在不同渠道下收入规模及变动存在差异，即经销模式下收入增幅高于直销下收入增幅，主要原因包括：

①发行人经销模式下功能片收入增长更快

经销商客户是发行人市场布局的重要合作伙伴，同时也是发行人尚未覆盖到的部分下沉市场不可或缺的补充。在公司品牌战略和产品营销策略的执行方面，相较直销渠道，经销渠道客户通常可以更快的在实践中贯彻发行人的战略构想。

报告期内，发行人首先会将基于产品定位的品牌战略构想和实施计划与下游经销商给予沟通和贯彻，并在日常合作过程中给予经销商营销业务方面的指导，例如如何设计品牌展示方案、加强营销队伍建设、推动组织结构升级等，力争协助其加快诸如“明月镜片”品牌建设、功能镜片知识普及、消费者购买体验优化等各项战略举措在产业链纵向的传导与协同，从而为发行人下游产业链赋能，促进终端零售，实现发行人与下游产业链客户在业务增长方面的“多赢”。

相较经销客户，直销客户在配合并落实发行人战略举措方面存在一定时间差，从而导致 2018 年度和 2019 年度发行人经销模式下功能片收入增长速度快于直销模式。

报告期内，发行人自有品牌不同销售模式下，2018 年度和 2019 年度功能片收入增长对比情况如下所示：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	收入	变动	收入	变动	收入
经销模式功能片	10,642.70	32.93%	8,006.50	45.87%	5,488.81
直销模式功能片	9,187.34	7.11%	8,577.59	30.74%	6,560.91

2019 年度，经销模式功能片收入增长率 45.87%，直销模式功能片收入增长率 30.74%；2020 年度，经销模式功能片收入增长率 32.93%，直销模式功能片收入增长率 7.11%。经销模式功能片收入增长均快于直销模式。

发行人自有品牌镜片产品按折射率区分，不同渠道下的功能片收入如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	收入	变动	收入	变动	收入

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	收入	变动	收入	变动	收入
折射率 1.56 系列					
经销模式	3,378.44	20.47%	2,804.48	17.17%	2,393.50
直销模式	2,579.88	-5.68%	2,735.18	4.47%	2,618.27
折射率 1.60 系列					
经销模式	4,243.68	49.71%	2,834.56	47.21%	1,925.56
直销模式	3,273.23	11.72%	2,929.77	30.68%	2,241.96
折射率 1.67 系列					
经销模式	256.99	25.38%	204.96	34.04%	152.92
直销模式	319.51	3.78%	307.88	-3.94%	320.52
折射率 1.71 系列					
经销模式	2,754.14	27.90%	2,153.39	113.54%	1,008.45
直销模式	3,001.97	15.80%	2,592.45	89.21%	1,370.16
折射率 1.74 系列					
经销模式	9.46	3.82%	9.11	8.70%	8.38
直销模式	12.64	2.74%	12.31	22.96%	10.01

报告期内，功能片产品主要折射率系列，即折射率 1.56 系列、1.60 系列和 1.71 系列经销模式收入增长均快于直销模式，从而致使经销模式下功能片总体收入增速快于直销模式。

②发行人直销模式常规片收入增速放缓甚至下降，经销模式常规片收入小幅增长

报告期内，发行人推行品牌战略，借助价格武器逐步推行各个产品系列在各自细分市场的战略布局，加速功能镜片系列对于传统常规镜片系列的迭代。

报告期内，自有品牌经销模式下常规片收入仍保持一定增幅，但直销模式常规片收入增长逐渐放缓甚至出现减少。报告期内，发行人自有品牌不同销售模式下，2019 年度和 2020 年度常规片收入增长对比情况如下所示：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	收入	变动	收入	变动	收入
经销模式常规片	5,814.00	-15.10%	6,848.37	6.49%	6,431.19
直销模式常规片	6,432.78	-16.61%	7,714.30	-7.51%	8,340.42

2019 年度，经销模式常规片收入增长率 6.49%，直销模式常规片收入降低 7.51%；2020 年度，经销模式常规片收入增长率-15.10%，直销模式常规片收入增长率-16.61%，直销模式下常规片收入下降快于经销模式。

发行人自有品牌镜片产品按折射率区分，不同渠道下的常规片收入如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	收入	变动	收入	变动	收入
折射率 1.56 系列					
经销模式	2,309.56	-28.95%	3,250.66	9.41%	2,971.00
直销模式	2,623.13	-22.57%	3,387.69	-6.97%	3,641.60
折射率 1.60 系列					
经销模式	1,864.88	2.59%	1,817.80	4.72%	1,735.93
直销模式	1,764.37	-10.43%	1,969.88	-5.33%	2,080.86
折射率 1.67 系列					
经销模式	1,332.39	-7.03%	1,433.18	1.17%	1,416.63
直销模式	1,577.32	-13.14%	1,816.00	-11.56%	2,053.36
折射率 1.74 系列					
经销模式	307.18	-11.41%	346.74	12.71%	307.63
直销模式	467.97	-13.45%	540.72	-4.23%	564.60

2019 年度自有品牌经销渠道下常规片收入普遍上涨，但不同折射率系列收入上涨幅度存在差异，2020 年度自有品牌经销渠道下常规片除折射率 1.60 系列外均存在不同程度的下降；2019 年度和 2020 年度，自有品牌直销渠道不同折射

率下常规片收入均存在一定程度下降，从而致使直销渠道下降整体快于经销渠道。

报告期内，自有品牌常规片产品经销和直销按折射率产品收入变动趋势存在差异，从而致使自有品牌经销模式收入增长快于直销模式，具体情况如下：

A、折射率 1.56 系列：经销收入先增后降，直销收入持续下降

折射率 1.56 系列常规片产品属于行业内生产门槛较低的产品品类，国内可生产的镜片生产商众多，下游市场价格竞争激烈，属于镜片行业的“红海”市场。针对该类产品，发行人通过上调产品价格的方式主动放弃部分业务合作，皆在聚焦企业内部资源转向更有市场发展前景、更具有投入产出效率、更具有品牌带动效应的功能片产品系列。

同时， 发行人对自身折射率 1.56 系列镜片产品进一步优化升级，开发出多种可满足更多场景需求的功能片产品，调整企业内部资源配置，提高功能片品类占比，与竞争对手开展差异化竞争，开发传统产品类别的剩余价值，提高折射率 1.56 系列镜片产品的整体盈利能力。从实际经营结果看，也符合公司最初的预期。

面对发行人针对 1.56 系列常规片的品牌战略，经销收入先增后降，直销收入持续下降，主要系不同渠道下零售客户和终端消费者性质差异所致，具体原因如下：

a.发行人覆盖的零售客户：大中规模眼镜零售商

报告期内，发行人自有品牌直销渠道下覆盖的零售客户多为位于经济相对发达区域的大中规模眼镜零售商，在国内二三线城市品牌影响力较强。此类零售客户服务的终端消费者群体对于镜片行业最新的发展趋势较为关注，更倾向于即时体验最新的镜片产品系列。由此导致此类零售客户对行业内发展趋势和消费者偏好变化较为敏感，因此在功能片替代常规片的行业发展的大背景下，及时调整产品结构，降低了部分常规片产品的采购规模。

另一方面，考虑到折射率 1.56 系列常规产品生产门槛较低，生产厂商较多且不同厂商间产品差异化较小，产品价格是市场竞争的主要考量因素之一。发行

人覆盖的零售客户具备一定的经营规模和区位优势，采购渠道相对多元化且议价能力较强，因此在面对发行人针对 1.56 系列常规片的品牌战略时，部分客户相应减少了常规片的采购数量。以上两因素导致发行人自有品牌直销渠道折射率 1.56 系列产品销量下降，从而带动收入下降。

综上，发行人自有品牌直销模式下，在平均销售价格逐步提升的背景下，2019 年度和 2020 年度折射率 1.56 常规片销量下降，由此导致 2019 年度和 2020 年度收入出现下降，具体情况如下：

单位：万元、万片、元/片

产品系列	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	收入	销量	单价	收入	销量	单价	收入	销量	单价
直销 1.56 系列常规片	2,623.13	190.85	13.74	3,387.69	277.84	12.19	3,641.60	362.49	10.05

b.经销渠道覆盖的零售客户：中小规模眼镜零售商

报告期内，作为发行人市场布局的重要组成部分，经销渠道覆盖的零售客户主要为位于经济发展相对缓慢区域的中小规模零售商。此类零售客户覆盖的终端消费者对于镜片产品的消费习惯主要停留在矫正视力等基础性需求方面，对功能性镜片等新事物、新趋势的理解并接受需要相对较长的时间，且对镜片产品价格较为敏感，因此 1.56 系列等常规片更能满足此类终端消费者对镜片产品的诉求，由此导致经销渠道 1.56 系列常规系列产品延续了一定的收入增长。

另一方面，报告期期初，发行人对部分经销商客户在折射率 1.56 系列和 1.60 系列常规片产品上约定了一定的销售折扣，即在标准供货价格层面直接给予一定折扣作为实际供货价格。报告期内，为配合公司整体层面的品牌战略，发行人在逐渐取消这一优惠政策的同时提升供货价格。因此，发行人针对经销渠道常规片提价的策略可概述为：历史原因常规片低于标准供货价→逐步回归标准供货价→与公司整体品牌战略同步的提升供货单价。

受公司对经销商供货价格支持政策以及下游零售商及终端消费者客户需求的影响，2018 年度发行人经销商客户在 1.56 系列常规片的采购保持了一定的延

续性，在整体销售单价提升的基础上销量基本持平；2019 年度发行人取消了原供货价格基础上的折扣，同时随着功能片的普及推广以及终端消费者对于功能片认知的提升，发行人经销渠道 2019 年度常规片销量出现下降，但在平均销售单价提升的基础上整体收入仍保持上涨。

综上，发行人自有品牌经销模式下，在平均销售价格逐步提升的背景下 2019 年度及 2020 年度销量下降，2019 年度收入上升，2020 年度出现一定下降，具体情况如下：

单位：万元、万片、元/片

产品系列	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	收入	销量	单价	收入	销量	单价	收入	销量	单价
经销 1.56 系列常规片	2,309.56	218.08	10.59	3,250.66	397.52	8.18	2,971.00	508.65	5.84

B、折射率 1.60 系列：经销收入持续增长，直销收入出现下降

折射率 1.60 系列常规片产品与折射率 1.56 系列常规片产品类似，同属于行业内生产门槛较低的产品品类，国内可生产的镜片生产商众多，下游市场价格竞争激烈，属于镜片行业的“红海”市场。

从产品生命周期的角度二者的差异主要体现在：折射率 1.56 系列常规片处于产品生命周期成熟阶段后期、衰退阶段早期，折射率 1.60 系列常规片处于产品生命周期成熟阶段中后期，未来即将进入衰退期，由此导致这二者产品报告期内在经销和直销渠道的市场表现趋势存在相似之处，但折射率 1.60 系列常规片部分市场表现相较折射率 1.56 系列存在一定的滞后。

发行人自有品牌直销模式下，在平均销售价格逐步提升的背景下，2019 年度及 2020 年度折射率 1.60 常规片销量下降，2019 年度及 2020 年度收入出现下降，具体情况如下：

单位：万元、万片、元/片

产品系列	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	收入	销量	单价	收入	销量	单价	收入	销量	单价

产品系列	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	收入	销量	单价	收入	销量	单价	收入	销量	单价
直销 1.60 系列常规片	1,764.37	104.30	16.92	1,969.88	133.28	14.78	2,080.86	163.37	12.74

发行人自有品牌经销模式下，在平均销售价格逐步提升的背景下，折射率 1.60 常规片 2019 年度及 2020 年度销量下降，但 2019 年度及 2020 年度收入持续上升，具体情况如下：

单位：万元、万片、元/片

产品系列	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	收入	销量	单价	收入	销量	单价	收入	销量	单价
经销 1.60 系列常规片	1,864.88	143.72	12.98	1,817.80	163.00	11.15	1,735.93	174.55	9.95

C、折射率 1.67 系列：经销收入先增后降，直销收入出现下降

报告期内，发行人折射率 1.67 系列常规片在经销渠道的收入先增后降；在直销渠道呈现出持续减少的情况。该种趋势主要系发行人针对明星产品 1.71 系列的重点推广，以实现对 1.67 系列部分替代的战略举措所致。a.发行人明星产品之 1.71 系列

1.71 系列镜片产品顺应了行业“更轻、更薄、更清晰”的发展趋势。。而相较折射率 1.74 系列镜片产品，发行人 1.71 系列镜片产品在兼顾轻、薄与高成像质量的同时更具性价比优势。

a.1.71 系列对折射率 1.67 系列的替代作用

1.71 系列产品不仅在产品性能上优于折射率 1.67 系列，是 1.67 系列的“消费升级”。为此，发行人报告期内集中企业内外优质资源，大力发展 1.71 系列产品，并尝试将部分折射率 1.67 系列的潜在消费者转化为 1.71 系列消费者，在获取更为可观商业收益的同时，借助 1.71 系列产品加强“明月镜片”在消费者人群中的影响力。除了重点营销推广 1.71 系列外，在产品定价方面，发行人积极提高 1.67 系列产品的建议零售价，使其与 1.71 系列价差缩小，削弱消费者对 1.67

系列和 1.71 系列价差的敏感性，引导消费者选择产品性能和品牌效应更为卓越的 1.71 系列产品，从而快速实现 1.71 系列对细分目标市场的占有。

以发行人不同折射率常规品类产品在报告期各年的《产品手册》中的建议零售价为例，其报告期内的建议零售价情况分别如下：

单位：元/副

折射率系列	2020 年度	2019 年度	2018 年度
1.60	498	468	468
1.67	898	868	868
1.71	1,168	1,098	1,098
1.74	2,598	2,498	2,498

报告期内，发行人 1.67 折射率系列产品定价高于 1.60 折射率系列产品较多，1.67 折射率和 1.71 折射率常规品类产品定价总体较为接近，而 1.71 折射率系列产品定价低于 1.74 折射率系列产品较多，形成了 1.71 折射率系列产品突出的性价比。

在发行人上述战略举措的影响下，报告期内，在平均销售单价提升的背景下，经销渠道和直销渠道折射率 1.67 系列常规片市场销量变化趋势一致，2019 及 2020 年收入下降，具体情况如下：

发行人自有品牌直销模式折射率 1.67 系列常规片收入、销量和单价变动情况如下：

单位：万元、万片、元/片

产品系列	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	收入	销量	单价	收入	销量	单价	收入	销量	单价
直销 1.67 系列常规片	1,577.32	49.98	31.56	1,816.00	63.43	28.63	2,053.36	82.52	24.88

发行人自有品牌经销模式折射率 1.67 系列常规片收入、销量和单价变动情况如下：

单位：万元、万片、元/片

产品系列	2020 年度	2019 年度	2018 年度

	收入	销量	单价	收入	销量	单价	收入	销量	单价
经销 1.67 系列常规片	1,332.39	51.54	25.85	1,433.18	62.79	22.82	1,416.63	66.49	21.31

除了发行人经销渠道和直销渠道终端消费者群体的消费习惯及对消费趋势敏感度的差异外，直销模式下，发行人与直销客户直接发生业务联系，终端消费者的市场反馈信息传递效率较高；经销模式下，终端消费者的市场反馈信息向上游传递环节较多，发行人接收该渠道下终端消费者市场反馈信息效率较低。上述不同渠道间终端消费者群体和市场反馈信息传递效率的差异，导致折射率 1.67 系列在经销渠道和直销渠道市场变化趋势一致但市场反应速度存在差异。

与此同时，发行人报告期各期经销和直销渠道 1.71 系列均实现了量价齐升的良好发展势头，上述战略举措初见成效，具体情况如下：

发行人自有品牌直销模式折射率 1.71 系列收入、销量和单价变动情况如下：

单位：万元、万片、元/片

产品系列	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	收入	销量	单价	收入	销量	单价	收入	销量	单价
直销 1.71 系列	3,001.97	48.02	62.51	2,592.45	46.34	55.95	1,370.16	30.22	45.34

发行人自有品牌经销模式折射率 1.71 系列收入、销量和单价变动情况如下：

单位：万元、万片、元/片

产品系列	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	收入	销量	单价	收入	销量	单价	收入	销量	单价
经销 1.71 系列	2,754.14	54.62	50.43	2,153.39	47.99	44.87	1,008.45	27.75	36.34

在镜片行业同质化竞争、价格战日益盛行的大背景下，发行人通过推出 1.71 系列镜片产品，在传统低折射率镜片产品和超高折射率镜片产品之间开拓出一片镜片蓝海市场，在为消费者提供高附加值产品体验的同时，通过差异化产品竞争获取较为快速的收入增长。

b.1.71 系列对折射率 1.74 系列的替代作用

1.71 系列镜片产品顺应了行业“更轻、更薄、更清晰”的发展趋势。相较折射率 1.74 系列镜片产品，发行人 1.71 系列镜片产品在兼顾轻、薄与高成像质量的同时更具性价比优势。同时，发行人 1.71 系列镜片产品在同等参数条件下，可以实现比 1.74 系列镜片产品更高的阿贝数，同时兼顾性价比及更好的光学参数，使得发行人 1.71 系列镜片在与 1.74 系列镜片的市场竞争中拥有较为明显的竞争优势。

上述原因构成了发行人 1.71 系列产品量价齐升现象的原因。

③同行业公司视科新材直销和经销模式下的收入情况

根据公开披露信息，报告期内视科新材光学镜片产品经销和直销模式下的收入如下：

单位：万元

销售模式	2020 年 1-6 月		2019 年度			2018 年度	
	收入	占比	收入	占比	变化	收入	占比
直销	1,219.96	15.52%	3,205.94	15.90%	1.29%	3,165.02	22.25%
经销	6,639.80	84.48%	16,962.23	84.10%	53.38%	11,058.60	77.75%
合计	**7,859.76**	**100.00%**	**20,168.17**	**100.00%**	**41.79%**	**14,223.62**	**100.00%**

报告期内，视科新材镜片产品以经销渠道为主，直销渠道为辅，且不同渠道下收入规模及变动存在差异，即经销模式下收入增幅高于直销下收入增幅，与发行人变动趋势保持一致。

视科新材 2018 年度镜片销售增长较快，主要系随着收购子公司投产运营镜片业务快速增长所致。视科新材作为镜片制造商，在镜片行业内主要承担生产制造的职能，对广告宣传投入较少，镜片产品的销售更多采用经销模式，依靠下游经销商的渠道尽可能广泛地接触终端消费者，因此视科新材报告期内镜片销售以经销模式为主具备合理性。

2）直销模式下自有品牌价格上升较大、非自有品牌价格涨幅小的原因和合理性

报告期内，非自有品牌镜片产品主要系发行人根据其统一镜片生产工艺流程及质量管控标准，并根据客户指定外包装样式完成产品包装的镜片产品，客户不介入发行人的产品设计及生产环节，为 ODM 业务模式。发行人的非自有品牌镜片产品与自有品牌镜片产品的核心区别在于：非自有品牌镜片产品无论产品本身亦或产品外包装均不体现发行人品牌信息。

二者在销售环节定价差异较大，主要原因为：自有品牌镜片产品定价基于消费者对于“明月镜片”价值的感知，且发行人品牌推广及营销投入需要通过自有品牌产品的品牌溢价予以弥补；非自有品牌产品定价主要采用类似工业产品的成本加成法，即在生产成本基础上考虑一定毛利空间进行定价，镜片产品的营销推广由下游镜片或成镜品牌商（贴牌客户）负责。

报告期各期，发行人直销模式下自有品牌镜片单价上涨幅度高于非自有品牌镜片单价上涨幅度，具体情况如下：

单位：元/片

销售模式	品牌类型	2020 年度		2019 年度		2018 年度
		单价	变化	单价	变化	单价
直销	自有品牌	23.03	15.47%	19.94	24.10%	16.07
	非自有品牌	9.73	4.95%	9.27	6.11%	8.74

报告期各期，发行人直销模式下自有品牌镜片单价上涨幅度高于非自有品牌镜片单价上涨幅度，主要原因包括：

①报告期内，发行人全面推行“明月镜片”品牌战略。针对自有品牌镜片产品，发行人制定有全市场区域适用统一的建议销售价格政策；考虑到发行人非自有品牌镜片客户多为业内知名眼镜零售企业，谈判议价能力较强，发行人与客户在参考价格政策的基础上经双方协商确定交易价格，由于缺少发行人品牌溢价，最终成交价格通常低于同规格自有品牌镜片产品；

②报告期内，直销模式下自有品牌镜片产品结构与非自有品牌镜片产品结构存在差异，即自有品牌折射率 1.67 及以上产品收入占比逐年提升，带动自有品牌镜片单价快速增长，而非自有品牌镜片产品同类产品收入占比存在波动，从而

导致直销模式下自有品牌镜片单价上涨幅度高于非自有品牌镜片单价上涨幅度，具体情况如下：

报告期内，发行人直销模式自有品牌镜片按不同折射率的收入、收入占比及平均销售单价如下：

单位：万元、元/片

折射率类型	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	收入	收入占比	单价	收入	收入占比	单价	收入	收入占比	单价
1.56	5,203.01	33.31%	16.21	6,122.87	37.58%	14.48	6,259.86	42.01%	12.04
1.60	5,037.60	32.25%	19.81	4,899.65	30.07%	17.60	4,322.81	29.01%	15.04
1.67	1,896.83	12.14%	36.23	2,123.88	13.04%	32.19	2,373.88	15.93%	27.66
1.71	3,001.97	19.22%	62.51	2,592.45	15.91%	55.95	1,370.16	9.19%	45.34
1.74	480.61	3.08%	173.49	553.03	3.39%	154.37	574.61	3.86%	144.96
合计	**15,620.02**	**100.00%**	**23.03**	**16,291.88**	**100.00%**	**19.94**	**14,901.32**	**100.00%**	**16.07**

报告期内，发行人主动调整镜片产品内部结构，重点研发并推广中高折射率产品系列。2018 年度、2019 年度和 2020 年度，发行人直销模式自有品牌折射率 1.67 及以上镜片产品收入占比分别为 28.98%、32.34%和 34.44%，收入贡献持续提升，从而带动直销模式下镜片平均销售单价逐步提升。

报告期内，发行人直销模式非自有品牌镜片按不同折射率的收入、收入占比及平均销售单价如下：

单位：万元、元/片

折射率类型	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	收入	收入占比	单价	收入	收入占比	单价	收入	收入占比	单价
1.50	33.59	0.31%	4.13	195.00	1.61%	4.97	288.76	1.99%	4.10
1.56	4,608.62	43.16%	6.59	5,453.11	45.03%	6.63	5,498.50	37.83%	6.12
1.60	4,555.67	42.67%	12.92	4,583.73	37.85%	11.98	6,907.00	47.52%	11.14
1.67	839.91	7.87%	30.91	1,218.19	10.06%	25.68	1,146.20	7.89%	20.17
1.71	560.91	5.25%	54.66	525.06	4.34%	39.12	534.90	3.68%	31.62

1.74	78.66	0.74%	175.26	136.12	1.12%	150.52	158.81	1.09%	136.44
合计	**10,677.36**	**100.00%**	**9.73**	**12,111.20**	**100.00%**	**9.27**	**14,534.18**	**100.00%**	**8.74**

报告期内，发行人主动调整镜片产品内部结构，重点研发并推广中高折射率产品系列。2018 年度、2019 年度和 2020 年度，发行人直销模式非自有品牌折射率 1.67 及以上镜片产品收入占比分别为 12.66%、15.52%和 13.86%，收入占比存在波动，但在发行人全面推行品牌战略的大背景下，直销模式非自有品牌平均销售单价整体呈现上涨趋势。

（4）同一单品提价的逻辑、方法及合理性

1）竞争定价、锚点定价和价值定价相结合的定价方式

终端建议零售价格代表品牌的实际价格水平，反映整个品牌价值在市场中的认可度，需要企业进行全盘考虑。发行人结合竞争定价、锚点定价、价值定价三种方式综合考虑定立终端零售价格。发行人采取竞争定价法制定自有品牌镜片的终端建议零售价格水平。竞争定价法主要是以同行业竞争对手同品种或相近配置品种的零售价格作为参照，上下浮动或采用特定的倍率规则制定自有品牌镜片终端建议零售价格。

发行人根据自身市场地位，会参考依据蔡司、依视路为代表的外资厂商产品定价为单位价格“1”，以国内其他代表性品牌产品定价为“0”，发行人产品价格处于该区间内。同时，发行人选取 1.60 非球面镜片作为建议零售价格定价的锚点产品，从全国整体配镜单价，考虑自身品牌溢价，得到估算后的零售价格，并以此价格参考上述根据竞争对手得到的价格水平，进行比对和相应调整，确定锚点产品 1.60 非球面镜片的市场建议零售价格；最后，通过锚点产品的定价，结合其他产品相对锚点产品的附加价值来相应确定所有的产品定价。

发行人通过锚点产品 1.60 非球面镜片的市场建议零售价格，综合考虑经销商环节的利润空间及行业同类产品竞争情况，确定 1.60 非球面镜片经销环节价格，并进一步考虑自身成本及毛利率情况，确定锚点产品经销渠道的销售价格。

2）各类产品提价逻辑

发行人对于现有产品所处的不同生命阶段，采取不同的提价策略及逻辑。球面系列、单加硬不镀膜系列以及外渐进系列等处于产品生命周期的衰退期、收入和盈利能力均较差的长尾产品，发行人通过快速提价，迅速拉平与锚点产品价格差的方式，主动缩减该部分产品份额，放弃此部分“红海”市场，从而将企业内部资源聚焦在更有市场发展前景、更具有投入产出效率的差异化竞争产品方面。

1.56 非球面，1.60 非球面，1.67 非球面和 1.74 非球面等为代表的常规产品，属于发行人收入的主要来源，且市场上存在较多同质化产品类型，需要综合考虑整个市场的适应节奏，平缓提升价格，所以该类产品价格调整幅度相对平缓。

以 1.71 系列、防蓝光系列为代表的明星产品，发行人具有核心竞争优势，且已在行业内具有较强影响力和认可度。该部分产品在市场上的可替代性较低，属于发行人集中企业优势资源重点发展的产品品类，收入贡献较大，盈利能力情况良好，发行人议价能力较强。该部分产品提价空间较大，且在提价同时呈现出量价齐升的良好势头。

针对以超韧系列、内渐进系列、PMC 超亮系列、智能变色系列为代表的特色产品和以双菲系列和偏光近视太阳镜系列为代表的战略储备产品，由于这些产品类型处于产品生命周期的中早期，整体收入呈现增长趋势但占比相对较低，属于具有差异化竞争优势的产品。在配合公司的整体战略下，发行人在整个提价周期中对这两类产品逐年小幅提价，同时加大市场营销推广力度，积极抢占消费者心智资源和逐步培养消费者的使用习惯。

3）产品提价方法

发行人近年调价主要聚焦在渠道中因历史因素形成的价格洼地系列，通过多年持续调价逐年消除价格多轨制现象。为配合整体发展战略，发行人针对不同的产品系列采取不同的提价方式。不同类产品分为快速拉升和平稳提升两类提价方式，针对长尾产品，发行人在 2-3 年的周期内快速拉升价格至锚点产品价格水平，目的是主动缩减该部分产品份额放弃此部分“红海”市场。

除长尾产品外，其他品类产品均采用平稳提升的提价方式，在相对较长的周

期内提价。针对常规产品，该部分产品占发行人总收入规模较大，但市场存在较多替代产品，发行人综合考虑下游经销商的价格敏感度，以及行业内同类产品的定价情况确定每年提价比例。

针对明星产品，该类产品具有单价高，客户价格敏感性较低的特点。该类产品由于市场替代性较低，发行人在调价时拥有更大的话语权。发行人在充分调研明星产品在下游零售市场实际销售情况后，与重要经销商保持积极沟通，确定下游整体毛利率情况的同时，通常以较高的比例逐年提升定价水平，定价灵活性较强，且在提价过程中，销量保持较快增长，明星产品对发行人的收入贡献增长较快。

针对特色产品和战略储备产品，发行人以较为平衡的趋势缓慢拉升价格以适应行业发展趋势。以偏光近视太阳镜系列产品为例，欧美等发达国家的太阳镜普及率较高，而国内还处于持续普及阶段，市场空间很大。而很多消费者目前采用“隐形眼镜+平光太阳镜”或“近视镜+平光太阳镜”的组合，既不舒服也不美观，所以偏光近视太阳镜系列产品的需求在持续上升。目前国内市场偏光太阳镜数量较少且质量良莠不齐，大部分现有偏光镜片采用 TAC 材质，材料品质一般，使用寿命较短，无法实现高折射率。发行人偏光近视太阳镜系列产品性能较好、品质优良、工艺上乘、多折射率可选、可定制度数，在大众认知的不断提升过程中，该系列产品也助力了 2020 年国家登山队登顶珠峰，发行人偏光近视太阳镜系列产品有望成为新的明星产品。

4）提价的合理性

明月镜片作为镜片行业的领先企业，提升产品价格具有重要意义，公司率先退出行业价格战，引领镜片行业价值回归，将企业内部资源聚焦在更有市场发展前景、更具有投入产出效率的差异化竞争产品方面，在提升发行人盈利能力的同时为发行人差异化竞争产品树立良好的示范作用。

发行人主动提价行为带动产业链下游批发端和零售端相应调整了其对下游的出货价格，从而带动整个行业增收增利，促进镜片行业健康有序良性发展。由于发行人积极开展品牌建设活动，对零售合作伙伴加大投入，赋能其卖得更多，

卖得更好，卖得更有质量，加强明月产品在消费者心中的品牌认知近年在品牌和市场投入的辐射下，发行人的不少零售合作伙伴在终端的销售效率和成交客单价等均有一定提升。

（5）后续进一步提价的可持续性

对于同质化较大的产品，发行人以较慢的速度逐步提价，后续提价空间较小。而对于投入较大的明星产品，由于其独特性和较小的可替代性，此类产品的议价能力强、溢价空间大，未来一定时期仍存在较大提价空间。

发行人在现有产品提价的基础上，不断投入新产品及换代产品的研发投入，新产品及换代产品在投入市场后，除带来新增的市场份额，还可进一步通过品牌建设提升品牌溢价和产品盈利能力。

发行人新产品包括全新品类的产品和现有产品拓展新的性能，并将赋予新性能的产品重新定位。换代产品主要是针对个别需求的升级。通常迭代式的新产品从研发到上市的周期较长，约 3-5 年。而现有产品性能的拓展和小幅升级每年均会进行。发行人新产品的定价水平会更多采用竞争定价法，以蔡司、依视路作为比价基准。

2018 年至 2021 年，发行人每年均推出新品，如 2018 年 1.71 高折射率防蓝光系列、2019 年防蓝光 PRO 系列、2020 年户外偏光系列、2021 年近视防控系列等。

发行人新产品的推出主要有三种策略，第一类是预计市场前景较好，需求量较大，对发行人收入具有较大贡献的产品类别，如 1.71 高折射率防蓝光系列产品。第二类是前瞻性产品，进一步巩固明月品牌的市场地位，提升品牌认知度的产品类型，如户外偏光近视太阳镜系列和新一代近视防控系列。第三类是完善公司产品梯度的品类，如防蓝光 PRO 系列。

近年来发行人现有产品性能的拓展和小幅升级包括定制片膜层升级，PMC 系列膜层升级，1.71 系列升级 EP 膜等。

发行人未来进一步提价主要依靠明星产品和不断推出的新产品，明星产品因其独特性，会对传统产品产生一定的替代性，比如很多消费者已经将防蓝光系列作为第一副眼镜的首选，防蓝光正在完成从特殊功能向常规功能的过渡，成功抢占传统产品的市场份额，且防蓝光产品市场存在鱼目混珠以次充好等恶性竞争现象，随着该品类日益为消费者熟知，消费者对优质、可信赖产品的渴望加深，同时伴随行业标准日益完善，更多第三方权威认证机构介入评判此类产品的品质标准。发行人通过打造独特的差异性产品，并持续完善和迭代防蓝光产品，有利于其在市场竞争中脱颖而出，这也为发行人带来新的提价空间。而新产品的推出又会增加新的市场需求。未来，一人多镜的需求也会越来越多，比如一名消费者可能同时需要一副近视镜、一副太阳镜和一副防蓝光眼镜以应对不同场景需求。新产品的持续推出、品牌建设的深化等也将为发行人未来的整体价格水平提升增加可持续性。

3、其他业务收入

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，发行人其他业务收入分别为 672.66 万元、188.61 万元和 153.05 万元，具体构成情况如下：

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
废品销售	111.96	73.15%	143.37	76.02%	259.59	38.59%
材料销售	3.50	2.29%	20.93	11.10%	14.91	2.22%
租赁收入	0.64	0.42%	3.34	1.77%	362.35	53.87%
其他	36.95	24.14%	20.96	11.11%	35.82	5.32%
合计	**153.05**	**100.00%**	**188.61**	**100.00%**	**672.66**	**100.00%**

（1）废品镜片形成的原因

发行人废品镜片形成主要有两个来源：1）生产过程中形成的质量不合格的镜片；2）客户销售退回的镜片。

（2）报告期内处置废品镜片的收入金额及其列报情况

报告期内处置废品镜片收入在“营业收入-其他业务收入-废品收入”科目列报，金额如下：

单位：元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
废品处置收入	1,119,604.75	1,433,701.70	2,595,888.93

（3）与报告期内镜片产量、收入之间的匹配关系

发行人废品销售包括成形镜片和其他废品两部分，各部分销售金额及占比如下：

单位：元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
成形镜片	940,654.39	84.02%	1,198,233.58	83.58%	2,108,486.93	81.22%
其他废品	178,950.36	15.98%	235,468.12	16.42%	487,402.00	18.78%
合计	**1,119,604.75**	**100.00%**	**1,433,701.70**	**100.00%**	**2,595,888.93**	**100.00%**

由上表可知，发行人成形镜片销售的数量、金额与镜片产量、收入金额基本配比，变动趋势基本吻合，具体情况如下：

1）数量情况

单位：片

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
废品销售数量	1,715,422.00	2,288,557.00	4,996,735.00
镜片产量	24,572,243.00	31,973,816.00	38,291,925.00
镜片销量	27,930,538.00	33,209,899.00	38,505,612.00

报告期废品销售数量与镜片产量、镜片销售的变动趋势基本吻合。均表现为2018 年度最高，2019 年度及 2020 年度下降。2018 年度废品销售数量最高系 2018 年度报废率最高。

2）金额情况

单位：元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
废品销售金额	940,654.39	1,198,233.58	2,108,486.93
镜片产出金额	192,247,534.06	226,965,264.15	248,003,291.56
镜片收入金额	436,120,563.43	447,828,351.30	429,696,304.71

报告期废品销售金额与镜片产出金额、镜片收入金额的变动趋势基本吻合，与数量的变动趋势也基本一致。均表现为 2018 年度最高，2019 年度及 2020 年度下降。

综上所述，报告期废品销售数量及金额与镜片产量、主营业务收入之间的变动趋势基本吻合。

4、报告期内发行人营业收入增长的合理性分析

（1）营业收入增长趋势与同行业公司保持一致

报告期内，发行人与同行业公司视科新材和依视路可比业务的营业收入增长对比情况如下：

公司名称	业务名称	2020 年度相较 2019 年度收入增长率	2019 年度相较 2018 年度收入增长率
视科新材	镜片业务	-	41.79%
依视路	镜片和光学设备	-	8.09%
发行人	镜片业务	-2.61%	4.22%

（2）行业发展势头良好，市场空间较大

随着全球经济的稳步发展、镜片材料的演变迭代、工艺技术的不断优化，眼镜产品不断推陈出新，活跃了眼镜零售市场。

规模庞大的近视人口数量、国内居民收入水平的提升、消费模式和消费理念的改变，推动了我国眼镜行业的快速发展。中国近视患者人数多达 6 亿，全国儿童青少年总体近视率为 53.6%。据全球调研机构 Euromonitor International 数据显示，我国眼镜产品市场规模从 2014 年的 644.89 亿元增长至 2018 年的 833.28 亿元，年均复合增长率为 6.62%，增速远高于同期全球增速水平。预计到 2023 年，

我国眼镜产品市场规模将突破 1,000 亿元，达到 1,004.67 亿元，2018-2023 年年均复合增长率达 3.81%。眼镜行业拥有良好的市场前景。

具体市场容量情况，请参见本招股书“第六节 业务与技术”之“二、公司所处行业基本情况”之“（三）行业概况、特点、发展趋势、创新特征及产业融合情况”之“2、行业概况”之“（1）眼镜行业发展情况”之“2）国内眼镜市场发展概况”和“（2）镜片制造行业的发展概况”。

（3）打造“明月镜片”品牌影响力

我国镜片消费市场呈现高价格产品基本为外资品牌占据，而国产产品大多集中在低价位区间，且缺少公众熟知和认可的品牌。中间价位层出现产品缺乏及没有国产品牌的现象。

发行人自始至终坚持自主创新，确保品质，树立民族品牌的战略，与国际企业同台竞争。近年来更是加大市场引导及品牌建设投入，通过多种手段、多种渠道加强品牌和产品的宣传和推广，提高消费者主观判断在镜片产品选购中的主导作用。

具体营销情况参见招股说明书“第六节 业务与技术”之“一、发行人主营业务经营情况”之“（三）主要经营模式”之“4、营销推广模式”。

报告期内，发行人加大广告营销投入，逐步打造并加强“明月镜片”品牌影响力，从而扩大公司产品的销售规模及市场占有率，为营业收入稳步增长奠定坚实基础。

（4）重点研发并推广具备差异化竞争优势的镜片产品

报告期内，发行人在公司层面全面推行品牌战略，针对不同产品定位的镜片产品系列实行差异化的品牌政策，运用价格武器主动调整对外销售镜片产品的结构，积极聚焦中高端镜片市场，重点研发并推广功能片镜片系列等发行人具备差异化竞争优势的镜片品类。如发行人具备差异化竞争优势的典型代表——1.71 系列和防蓝光系列，在发行人全面推行品牌战略的大背景下，报告期内实现了量价齐升的良好发展势头。

（5）积极拓展线上自营零售渠道

随着电商平台的蓬勃发展，报告期内发行人逐步在天猫、京东和小米有品开设自营旗舰店，积极拓展线上自营零售渠道。基于该等销售模式，公司直接面向终端消费者，有效减少商品的中间流通环节，优化终端商品零售价格，而且能够基于信息技术优势，对销售数据及消费者购买行为进行更全面的统计分析，相应改善公司的产品组合及服务水平，并实现对消费者更为精准的营销推广，最终实现向消费者提供更优质、便捷的商品和服务。

电商模式下，消费者主要基于“关键词搜索”完成购买行为，因此品牌在消费者心智中的影响力对于决定消费者行为至关重要。报告期内，发行人致力于打造“明月镜片”品牌影响力，通过多渠道多手段积极塑造“明月镜片”品牌形象，提高消费者主观判断在镜片产品选购中的主导作用。

伴随着“明月镜片”品牌影响力逐步提升，发行人线上自营渠道发展良好。2018 年度、2019 年度和 2020 年度，发行人线上自营收入分别为 426.26 万元、2,078.18 万元和 4,573.71 万元，占主营业务收入的比例分别为 0.85%、3.77%和 8.50%，营业收入贡献增长迅速。报告期内，发行人在巩固传统销售渠道的同时积极拓展线上自营零售渠道，线上渠道与线下渠道协同发展，使其成为营收增长贡献的又一重要源泉。

（5）防蓝光成镜业务迅速发展

随着消费者对于电子产品中有害蓝光危害认知的深入，眼镜市场对于防蓝光成镜的需求日益增长。为更好的满足终端消费者对于防蓝光眼视光产品的需求，发行人在研发并推出防蓝光系列镜片的同时，借助线上零售渠道积极推广防蓝光成镜系列产品。其中，发行人于 2019 年在小米有品平台开设柠檬旗舰店，重点提供防蓝光系列成镜产品的销售及服务。

报告期各期，发行人线上自营渠道防蓝光成镜业务收入如下：

单位：万元

成镜系列	2020 年度	2019 年度	2018 年度

	收入	变化	收入	变化	收入
电商自营 防蓝光成镜	2,333.14	90.41%	1,225.32	809.87%	134.67

报告期内，发行人线上自营渠道防蓝光成镜业务收入增长迅速。2018 年度、2019 年度和 2020 年度，线上自营渠道防蓝光成镜业务收入分别为 134.67 万元、1,225.32 万元和 2,333.14 万元，其中 2019 年度相较 2018 年度收入增长幅度 809.87%，收入增长较为迅速。2020 年度相较 2019 年度收入增长幅度 90.41%，收入增长依然迅猛。

与此同时，发行人借助防蓝光成镜产品打开了眼镜行业部分“非顾客”市场，即传统眼镜行业目标客户群体主要为近视群体，而在电子产品日益普及的今天，防蓝光成镜良好的有害蓝光防护功能，使得部分非近视群体消费者也产生了对于防蓝光眼镜的使用需求。报告期内，发行人与 JINS INC 等知名眼镜连锁品牌就防蓝光系列平光镜、老花镜进行合作，间接促进发行人报告期内收入快速增长。报告期内，发行人与 JINS INC 及其关联方成镜业务的收入情况如下：

单位：万元

客户名称	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	收入	变化	收入	变化	收入
JINS INC 及其关联方	770.39	-39.33%	1,269.84	305.83%	312.90

发行人 2018 年开始与 JINS INC 及其关联方就成镜业务开展合作，报告期内成镜业务合作量增长较快，其中 2019 年度 JINS INC 及其关联方成镜业务收入 1,269.84 万元，相较 2018 年度增长 305.83%； 2020 年度 JINS INC 及其关联方成镜业务收入 770.39 万元，相较 2019 年度下降 39.33%。

综上所述，报告期内发行人所处行业发展势头良好，市场空间较大。在此行业大背景下，发行人加大在广告营销方面的投入，积极打造“明月镜片”品牌影响力，根据市场需求的变化适时推出 1.71 系列、防蓝光系列等具备差异化竞争优势的产品。同时发行人借助电商自营零售渠道，致力于为消费者提供更优质、便捷的商品和服务，在此过程中发行人营业收入实现较快增长，与同行业公司可比业务营业收入变动趋势保持一致，具备合理性。

5、自有品牌业务、贴牌业务（非自有品牌业务）以及代销模式业务的情况

（1）自有品牌业务情况

1）镜片产品自有品牌业务情况

发行人镜片产品自有品牌包括“明月”品牌和“赛蒙”品牌。其中，“明月”品牌定位高端镜片市场，为发行人报告期内重点推广和营销的镜片品牌；“赛蒙”品牌定位中端市场，为配合整体品牌战略，发行人报告期内逐步控制并缩减“赛蒙”品牌的市场规模。

发行人镜片自有品牌产品以“明月”品牌为主， 2018 年度、2019 年度和 2020 年度，“明月”品牌镜片产品收入占自有品牌镜片收入比例分别为 95.92%、97.14%和 98.24%，收入整体较高。发行人自有品牌“明月”标志完整样式如下：



2）成镜产品自有品牌业务情况

报告期内，发行人自有品牌成镜产品主要包括“京野”系列等主要在发行人电商自营渠道销售的成镜和“炫晶佩迪”系列等主要销售给终端眼镜门店等下游眼镜零售商的成镜。

报告期内，发行人自有品牌成镜中“京野”系列收入占比逐年提升，“炫晶佩迪”系列收入占比逐年下降。2018 年度、2019 年度和 2020 年度，发行人“京野”系列收入占自有品牌成镜收入比例分别为 54.56%、97.70%和 97.18%，已逐渐成为发行人主要的成镜自有品牌业务。报告期各期，发行人自有品牌成镜业务具体情况如下：

单位：万元

成镜系列	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
“京野”系列	4,080.05	97.18%	1,771.62	97.70%	293.64	54.56%

成镜系列	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
“炫晶佩迪”系列	44.72	1.07%	41.65	2.30%	244.58	45.44%
护目镜	73.72	1.76%	-	-	-	-
自有品牌成镜收入小计	4,198.50	100.00%	1,813.27	100.00%	538.23	100.00%

报告期内，发行人自有品牌成镜产品的情况如下：

自有品牌成镜系列	产品样式举例	目前主要的销售渠道	业务发展情况说明
“京野”系列	 	天猫、京东、小米有品电商自营旗舰店	报告期内，发行人陆续在天猫、京东和小米有品开设电商自营旗舰店销售此类成镜产品系列。截至目前，京野系列已成为发行人主要开展的自有品牌成镜业务
“炫晶佩迪”系列	 	终端眼镜门店等线下客户	发行人报告期期初成镜业务的主要收入来源，截至目前收入占比较小

①“京野”系列

报告期内，发行人主要在天猫、京东和小米有品三家电商平台开设自营旗舰店开展线上零售业务。线上自营以成镜零售为主。为配合拓展线上业务，发行人设计推出了品类更为齐全、外观设计更为时尚、受众更为广泛的“京野”系列成镜。报告期内，发行人线上自营成镜业务发展迅速，截至目前已成为发行人自有品牌成镜业务的主要收入来源。

随着电商消费趋势的日益盛行，部分终端自然人消费者通过电商平台购买品质和价格更为满意的成镜产品。电商自营渠道成镜产品毛利率较高，主要系电商自营渠道下发行人客户主要为终端自然人消费者。发行人作为上游镜片生产商，可以获得零售端的高溢价定价权，从而获得较高的毛利空间。为配合拓展线上业务，发行人设计推出了品类更为齐全、外观设计更为时尚、受众更为广泛的“京野”系列成镜。报告期内，发行人线上自营成镜业务发展迅速，从而带动“京野”系列成镜收入快速增长。报告期各期，发行人电商自营渠道下不同系列成镜收入情况如下：

单位：万元

成镜产品系列	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
京野系列	4,018.29	97.94%	1,733.64	98.04%	261.86	80.30%
炫晶佩迪	12.16	0.30%	34.60	1.96%	64.23	19.70%
护目镜	72.25	1.76%	-	-	-	-
合计	**4,102.71**	**100.00%**	**1,768.24**	**100.00%**	**326.09**	**100.00%**

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，电商自营渠道下京野系列成镜收入分别为 261.86 万元、1,733.64 万元和 4,018.29 万元，2020 年度相较 2018 年度年复合增长率为 291.73%，增长较为迅速，从而带动“京野”系列成镜实现报告期内收入快速增长。

电商模式下，消费者主要基于“关键词搜索”完成购买行为。随着发行人“明月镜片”品牌影响力逐步提升以及 2020 年疫情对线下消费的负面冲击，发行人报告期线上成镜业务，即京野成镜收入快速增长具备合理性。

报告期内，发行人电商自营业务收入增长的合理性及持续性参见本招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（二）营业收入分析”之“8、电商自营的业务情况”之“（1）电商自营渠道的业务情况”的相关内容。

②“炫晶佩迪”系列

该系列成镜产品主要包括镶钻切边近视镜和近视太阳镜，系发行人报告期期初主要的成镜业务收入来源。该系列成镜制造工艺较为复杂，单位成本较高，单位售价较高，市场定位属于轻奢产品，目标消费群体规模较小，产品推出后市场反应较为平淡，因此报告期内发行人逐步缩减此类成镜业务规模。截至报告期末，炫晶佩迪系列成镜收入占比较小。

（2）贴牌业务（非自有品牌业务）情况

1）镜片产品贴牌业务情况

报告期内，发行人向部分客户销售非自有品牌的镜片产品，即根据合同要求，发行人在其生产的镜片产品外包装上贴客户指定的品牌标识。

报告期内，发行人与贴牌客户的合作协议中对合同双方的权利义务进行了明确约定，包括但不限于合同标的、合同金额（若为框架协议则不包括具体合同金额）、价格及结算方式、质量及服务支持、争议解决等条款。合同双方就合同涉及的不同规格镜片产品价格信息后附于协议最后。

镜片贴牌业务模式下，发行人接受客户委托生产其指定品牌信息的镜片产品，不涉及向客户（即品牌方）缴纳相关费用的情况。

2）成镜产品贴牌业务情况

①贴牌成镜业务模式不涉及向品牌方缴纳相关费用的情况

报告期内，发行人贴牌成镜业务的主要客户系 JINS INC.及其关联方，主要销售产品为防蓝光平光眼镜。具体业务合作模式为：发行人向客户指定的镜架供应商采购镜架，独立完成镜架下单及付款。镜架采购完成后，发行人根据订单要求将镜片与镜架组装后以成镜产品的形式出售给客户。产品交付后该笔订单交易完成，发行人不介入客户后续的销售环节。

成镜贴牌业务模式下，发行人接受客户委托生产其指定品牌信息的成镜产品，不涉及向客户（即品牌方）缴纳相关费用的情况。

②成镜贴牌业务的财务数据

报告期内，发行人成镜贴牌业务的财务数据如下：

单位：万元、万副

成镜产品系列	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	收入	数量	毛利率	收入	数量	毛利率	收入	数量	毛利率
贴牌成镜	757.94	11.63	32.37%	1,263.14	17.90	30.90%	312.90	5.18	39.03%

报告期内，发行人贴牌成镜业务的主要客户系 JINS INC.及其关联方。报告期内，发行人与 JINS INC.将部分贴牌镜片业务的合作转换为贴牌成镜业务的合作，由此带来发行人贴牌成镜业务 2019 年度业务的快速增长，2020 年度有所下降，具体情况如下：

报告期内，发行人贴牌成镜业务平均单价和平均单位成本如下所示：

单位：元/副

成镜产品系列	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	单价	单位成本	单价	单位成本	单价	单位成本
贴牌成镜	65.18	44.08	70.57	48.77	60.41	36.84

（3）代销业务情况

报告期内，发行人仅与湖南光合作用开展贴牌镜片产品的代销业务。

1）湖南光合作用的基本情况

湖南光合作用是一家专注于眼镜行业的眼镜连锁企业，旗下拥有木九十、aojo、WAKEUP 等品牌，业务遍布中国大陆核心城市及部分海外国家。湖南光合作用的基本情况如下：

企业名称	湖南光合作用商贸有限公司
法定代表人	李庆林
成立时间	2016年3月8日
注册资本	2500万元人民币
统一社会信用代码	91430100MA4L34H25M

注册地址	湖南省长沙市浏阳市经开区湘台路18号长沙e中心二期C区二楼204南向房
经营范围	眼镜技术研发；眼镜制造；验光配镜服务；眼镜、二类医疗器械、一类医疗器械、三类医疗器械……

2）发行人与湖南光合作用的业务模式不涉及代销手续费的情况

湖南光合作用下达订单后，发行人将订单产品在指定时间运送至指定地点。湖南光合作用收货后不免除发行人对产品质量的瑕疵担保责任，发行人仍需按合同约定保证产品质量及履行退换货义务。合同双方按月度根据湖南光合作用的实际销售量（需扣除质量有问题退货的产品及数量短缺未补齐缺数的产品后）进行对账，每月结算数量以双方盖章确认的销售清单为准，结算价格以合同产品价格表中约定的单价为准，不涉及代销手续费的情况。

3）发行人代销业务的会计处理符合《企业会计准则》的规定

湖南光合作用收货后不免除发行人对产品质量的瑕疵担保责任，发行人仍需按合同约定保证产品质量及履行退换货义务，因此发行人交付产品后依旧保有对商品的控制和所有权，与商品相关的风险报酬未实际转移至湖南光合作用，发行人未确认相关转移商品的收入。

在与湖南光合作用的业务模式下，发行人以每月双方盖章确认的代销清单作为收据确认依据，以收到双方盖章确认的代销清单的时间作为收入确认时点，符合代销模式下收入确认要求，符合《企业会计准则》的相关规定。

4）湖南光合作用的代销能力

湖南光合作用是一家专注于眼镜行业的眼镜连锁企业，旗下拥有木九十、aojo、WAKEUP 等品牌，业务遍布中国大陆核心城市及部分海外国家。发行人与湖南光合作用合作的镜片品牌为木九十和 aojo，木九十和 aojo 在眼镜零售行业内均具备一定品牌影响力，其中天猫木九十官方旗舰店多次位列天猫双十一眼镜品牌店铺前十名。

发行人与湖南光合作用合作的贴牌镜片品牌信息如下：

品牌名称	具体情况

品牌名称	具体情况
木九十	2010 年成立至今，木九十门店已覆盖中国大陆 1-2 线城市核心商圈。2015 年下旬，品牌海外首家门店于马来西亚吉隆坡盛大开业，紧随其后，在香港、台湾、新加坡、泰国、马来西亚、越南、菲律宾、澳大利亚、加拿大、美国、日本等国家及地区高端购物中心和百货商场，木九十门店相继顺利开业（信息来源：木九十官网）
aojo	aojo 生活眼镜成立于 2013 年，系国内知名眼镜品牌，拥有镜架、太阳镜、防蓝光镜、老视成镜等眼镜品类，全面覆盖市场需求。突破行业传统，以 399-799 元为主要价位区间，全开放自主购物方式，为用户提供全方位优质视觉体验。截至 2018 年底，已在全国 187 个城市开设 500 多家门店，并成功进军海外市场，在东南亚地区开拓全新业务，朝着世界级生活眼镜品牌方向不断努力（信息来源：aojo 官网）

湖南光合作用线上电商和线下实体门店数量较多，覆盖范围较广，销售能力较强。且湖南光合作用镜片供应商渠道较为多元化，发行人在湖南光合作用处的委托代销产品仅为其镜片产品来源的一部分，尚未实现销售产品对其不构成较大的销售压力。

5）仅与湖南光合作用开展代销业务的合理性

报告期内，发行人仅与湖南光合作用一家客户开展代销模式的贴牌镜片业务。发行人仅与湖南光合作用开展代销业务，主要系湖南光合作用作为知名眼镜零售商，在业内具备一定的品牌知名度和影响力。业务合作初期，发行人希望借助与湖南光合作用的合作，树立其在业内镜片产品质量可靠、稳定的形象。湖南光合作用谈判议价能力较强，代销业务模式有利于减轻其资金压力，为促成双方合作，发行人同意与其以代销的模式开展业务合作。

发行人与湖南光合作用的业务合作模式经双方友好协商确定。除与发行人正常的业务往来外，湖南光合作用与发行人及其实际控制人、董监高、其他主要核心人员及其他关联方不存在资金、业务及其他业务往来的情形；不存在替发行人承担成本、费用，利益输送的情形。

6、报告期内发行人销售返利情况

（1）报告期返利计提及结算金额

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
返利计提	3,497.47	3,767.05	3,085.56
返利结算	3,604.10	3,678.12	2,956.48
返利对应营业收入金额	33,228.98	37,077.67	29,405.33
计提返利占对应收入比例	10.53%	10.16%	10.49%
结算返利占对应收入比例	10.85%	9.92%	10.05%

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，发行人计提返利占对应收入比例分别为 10.49%、10.16%和 10.53%，结算返利比例相对稳定。

1）报告期内不同销售渠道返利数据

①经销模式

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
计提金额	1,872.61	1,800.55	1,286.36
结算金额	1,820.35	1,497.16	1,191.98
收入金额	15,640.18	14,799.31	11,374.91
计提与收入金额占比	11.97%	12.17%	11.31%
结算与收入金额占比	11.64%	10.12%	10.48%

②直销模式

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
计提金额	1,624.86	1,972.95	1,736.23
结算金额	1,768.75	2,168.61	1,735.32
收入金额	17,173.47	21,116.44	16,565.03
计提与收入金额占比	9.46%	9.34%	10.48%
结算与收入金额占比	10.30%	10.27%	10.48%

③代销模式

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
计提金额		-6.45	62.97

结算金额	15.00	12.34	29.18
收入金额	415.34	1,161.92	1,465.38
计提与收入金额占比	-	-0.56%	4.30%
结算与收入金额占比	3.61%	1.06%	1.99%

经销模式下发行人 2018 年、2019 年、2020 年计提返利与收入金额占比依次为 11.31%、12.17%与 11.97%;直销模式下发行人 2018 年、2019 年、2020 年计提返利与收入金额占比依次为 10.48%、9.34%与 9.46%；代销模式下发行人 2018 年、2019 年、2020 年计提返利与收入金额占比依次为 4.30%、-0.56%与 0.00%。经销模式与直销模式下销售返利与收入金额占比相对稳定，未见较大波动，代销模式比例变动较大主要是由于代销收入逐渐下降，相关客户未能按约定完成合同金额所致。

2）报告期各期下游客户的平均返利情况

由于发行人客户数量较多，根据客户的销售金额的具体数据情况如下：

单位：个、万元

销售金额	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	客户数量	平均计提返利	平均结算返利	客户数量	平均计提返利	平均结算返利	客户数量	平均计提返利	平均结算返利
大于 100 万	53	39.19	37.86	54	37.55	32.92	48	34.87	30.95
50-100 万	35	7.23	9.39	43	6.43	6.55	34	7.25	6.97
10-50 万	381	2.51	2.67	506	2.53	2.66	421	2.18	2.30
0-10 万	772	0.28	0.33	1,376	0.13	0.20	786	0.31	0.34
合计	**1,241**	**2.82**	**2.90**	**1,979**	**1.90**	**1.86**	**1,289**	**2.39**	**2.29**

销售金额大于 100 万的客户 2018 年、2019 年、2020 年平均计提返利金额依次为 34.87 万元、37.55 万元和 39.19 万元，销售金额在 50-100 万之间的客户 2018 年、2019 年、2020 年平均计提返利金额依次为 7.25 万元、6.43 万元和 7.23 万元，销售金额在 10-50 万之间的客户 2018 年、2019 年、2020 年平均计提返利金额依次为 2.18 万元、2.53 万元和 2.51 万元，销售金额在 0-10 万之间的客户 2018 年、2019 年、2020 年平均计提返利金额依次为 0.31 万元、0.13 万元和 0.28 万元。

销售金额大于 100 万元的客户平均销售返利金额在逐年升高，说明发行人与客户的合作关系良好；销售金额在 100 万元以下的客户平均返利金额较为稳定，变动不大；总体来看，销售金额越大，返利金额越大，满足销售金额与返利金额成线性关系的基本原理。

3）报告期内不存在支付现金返利或实物返利的情形

除博士眼镜因历史合作原因以支付咨询费方式兑付返利外，报告期内发行人均以向客户开具红字销售发票并冲减应收账款的形式兑付返利，不存在支付现金返利或实物返利的情形。

2017 年，发行人存在以咨询服务费方式向毛源昌支付返利的情形，对毛源昌的返利兑付形式系由报告期外支付现金返利形式转化而来。报告期外，发行人即开始清理返利的兑付方式。毛源昌是报告期外发行人较大的客户之一，且其经营者坚持要求支付现金返利。双方经多次协商，为维护与客户的良好合作关系，最终确定以咨询费的方式支付相关返利，即通过对公账户正常银行转账支付 112 万元返利，同时毛源昌向发行人开具咨询服务费发票。但由于该支付方式亦存在一定的不合理性，而毛源昌经营者拒绝进一步整改，发行人遂于 2018 年开始，终止了与毛源昌的销售往来，彻底清理了相关业务。

4）防范体外现金返利的有效措施

报告期内，发行人为规范返利支付及会计核算，严禁公司出现体外现金返利情况，实施了一系列有效控制措施，具体如下：

①公司的实际控制人、董事、监事和高级管理人员，严格遵守上市公司运作规范，通过中介机构的专业督导和培训，树立了严禁体外现金返利的风险意识，建立了规范的内部控制制度；

②根据《公司法》、《现金管理条例》、《中华人民共和国会计法》等法律法规的要求，公司进一步完善了财务管理制度等相关制度，在银行账户开立、使用以及资金的授权、批准、复核等方面的管理更为严格和完整，已建立了完善的资金管理内控制度，并得到有效执行；

③统一规范合同模板，对返利的兑付形式及其他合同要素做出明确约定，明确公司销售返利“仅可用销售开票折让形式支付”；

④加强对一线销售人员和财务人员的日常培训，细化与客户的沟通，达成相应返利支付共识，禁止通过任何个人银行账户办理公司销售返利支付行为；

⑤完善报销管理制度，要求经审批程序后，出纳人员将报销款从公司账户直接支付至报销人账户，不得经由出纳个人账户中转；

⑥严格控制公司现金收支规模和现金的使用用途，禁止公司个人通过备用金形式向财务中心请款预支现金；

⑦由出纳人员保管现金、银行承兑汇票，并由会计人员定期检查公司银行交易记录，盘点库存现金和银行承兑汇票，确保货币资金日清月结、账实相符；

⑧加强内部审计监督，公司内审部门以不定期形式检查公司个人财务报销情况，确保公司报销管理制度有效运行。

（2）返利相关的会计处理情况

发行人基于与客户在合同中约定的销售目标以及实际回款情况计提并结算返利，相关返利可以抵减客户未来采购发行人产品的货款。

根据《企业会计准则第 14 号——收入》第二章第八条，企业已经确认销售商品收入的售出商品发生销售折让的，应当在发生时冲减当期销售商品收入。报告期内，根据发行人执行的会计政策，发行人向经销商兑付返利的方式为直接冲减营业收入及应收账款，不涉及现金流入及流出。

（3）返利冲减收入的情形

发行人绝大多数计提及兑付返利的具体形式为直接冲减营业收入及应收账款，该部分返利的总体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
期初返利余额	958.25	869.32	740.24

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
计提返利金额	3,497.47	3,767.05	3,085.56
兑付返利金额	3,604.10	3,678.12	2,956.48
期末返利余额	851.62	958.25	869.32

注：期初返利余额+当期计提返利金额-当期兑付返利金额=期末返利余额

报告期内各年度返利计提与结算比例如下：

单位：万元

年份	2020 年度	2019 年度	2018 年度
计提金额	3,497.47	3,767.05	3,085.56
结算金额	3,604.10	3,678.12	2,956.48
收入金额	33,228.98	37,077.67	29,405.33
计提与收入金额占比	10.53%	10.16%	10.49%
结算与收入金额占比	10.85%	9.92%	10.05%

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，发行人计提返利占对应收入比例分别为 10.49%、10.16%和 10.53%，结算返利比例相对稳定。

（4）返利计入销售费用的情形

除此以外，发行人存在少量向客户支付返利并计入销售费用的情况，具体如下：

1）具体情况

报告期内，发行人存在与客户签订协议，将返利计入销售费用的情况，发行人销售费用中与返利相关的费用情况如下：

①支付毛源昌的服务费

2017 年，发行人与毛源昌眼镜有限公司（简称“毛源昌”）签订咨询服务协议，约定以支付服务费的名义向毛源昌支付 2017 年度销售对应的销售返利，但未明确约定返利的计提规则，经双方协商，发行人参照毛源昌 2016 年合同约定

的返利计算规则，根据其实际回款情况计算 2017 年应兑付毛源昌的返利金额，实际应兑付不含税金额为 112.46 万元，并计入 2017 年度销售费用。

2018 年 3 月，毛源昌按上述金额向发行人开具咨询服务费发票，2018 年 5 月，发行人通过其业务账户向毛源昌对公账户转账支付含税服务费 119.21 万元（对应不含税金额 112.46 万元）。

②支付博士眼镜的服务费

2018 年至 2020 年，发行人与博士眼镜连锁股份有限公司（简称“博士眼镜”）签订了相关协议，约定了发行人对博士眼镜镜片销售的返利计提政策。由于博士眼镜还同时向发行人提供代为割边、检测和培训等服务，博士眼镜将返利与相关咨询费合并开具发票。

报告期内发行人对博士眼镜的返利兑付延续报告期前销售合同约定的返利兑付方式，不存在支付方式变更情形。2018 年至 2020 年，发行人以咨询费名义向博士眼镜对公账户支付返利的金额分别为 29.69 万元、49.59 万元和 20.51 万元，并计入当期的销售费用。

（5）发行人对两家客户的返利计入销售费用的原因

多年来，发行人始终坚持以开具红字销售发票并冲减应收账款的形式兑付返利。但由于经营理念和交易习惯的影响，部分客户会要求采取其他方式兑付返利。报告期外，发行人清理和规范了相关兑付方式。但由于极个别的客户的特殊情况，少量的类似业务延续到了报告期内。

对毛源昌的返利兑付形式系由报告期外支付现金返利形式转化而来。报告期外，发行人即开始清理返利的兑付方式。毛源昌是报告期外发行人较大的客户之一，且其经营者坚持要求支付现金返利。双方经多次协商，为维护与客户的良好合作关系，最终确定以咨询费的方式支付相关返利，即 2017 年通过对公账户正常银行转账支付 112 万元返利，同时毛源昌向发行人开具咨询服务费发票。但由于该支付方式亦存在一定的不合理性，而毛源昌经营者拒绝进一步整改，发行人遂于 2018 年开始，终止了与毛源昌的销售往来，彻底清理了相关业务。

对博士眼镜的返利兑付形式系延续以前年度兑付形式而来。博士眼镜系中国知名眼镜零售企业，具有良好的行业声誉和支付信誉。发对人与博士眼镜的销售合同对返利支付比例和支付形式有明确约定，且博士眼镜同时向发行人提供检测、市场培训等咨询服务。博士眼镜出于其自身财务操作及核算的便捷性考虑，将销售返利与其他服务性收费合并开具一张发票。由于相关返利涉及金额较小，不会对财务核算及盈利产生实质性的影响，且为了维护大客户关系，发行人未提出异议。

除毛源昌与博士眼镜外，报告期内发行人均以向客户开具红字销售发票并冲减应收账款的形式兑付返利，不存在以其他方式进行支付的情形。

（6）财务影响

综上，发行人报告期内存在以服务费的名义向客户支付返利的情况。2018年度至2020年度，相关的返利金额分别为29.69万元、49.59万元和20.51万元，分别占当期主营业务收入的0.06%、0.09%和0.04%。

前述返利支付形式涉及的金额较小，涉及客户范围也较小。主要系应个别客户的要求或根据客户开具的发票内容而做的调整。由于发行人返利直接冲减当期销售金额，而服务费计入销售费用，相关账务处理除具体的入账科目存在差异外，对报表不存在重大影响，相关事项不影响发行人发行条件和上市条件。

7、原料业务情况

（1）自产和转售原料产品的情况

报告期内，发行人自产镜片原料主要包括1.56系列和1.60系列，转售镜片原料主要包括1.71系列，镜片原料收入具体情况如下：

单位：万元

业务模式	产品系列	2020年度		2019年度		2018年度	
		收入	占比	收入	占比	收入	占比
自产	1.56系列	3,007.72	61.95%	4,269.38	68.99%	4,348.48	75.82%

业务模式	产品系列	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		收入	占比	收入	占比	收入	占比
	1.60 系列	1,229.85	25.33%	1,312.59	21.21%	788.42	13.75%
	其他	180.43	3.72%	146.39	2.37%	168.14	2.93%
转售	1.71 系列	437.32	9.01%	459.71	7.43%	430.30	7.50%
小计		**4,855.32**	**100.00%**	**6,188.07**	**100.00%**	**5,735.34**	**100.00%**

报告期内，发行人镜片原料业务以自产镜片原料对外销售为主。2018 年度、2019 年度和 2020 年度，发行人自产镜片原料收入占比分别为 92.50%、92.57%和 90.99%，其中折射率 1.56 系列收入占比分别为 75.82%、68.99%和 61.95%。产品系列中的“其他”主要系部分随主要镜片原料一同销售的原辅料或颜料产品。

报告内，发行人镜片原料销量及单价情况如下所示：

单位：吨、元/千克

业务模式	产品系列	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		销量	单价	销量	单价	销量	单价
自产	1.56 系列	1,009.30	29.80	1,470.95	29.02	1,665.32	26.11
	1.60 系列	340.83	36.08	349.26	37.58	213.65	36.90
	其他	29.41	61.34	18.00	81.33	20.26	83.01
转售	1.71 系列	13.39	326.60	14.97	307.09	15.23	282.63
小计		**1,392.93**	**34.86**	**1,853.18**	**33.39**	**1,914.45**	**29.96**

报告期内，1.56 系列产品销售单价 2019 年度及 2020 年度有所上涨，主要系发行人于 2018 年度和 2019 年度定向针对该系列产品提升销售单价所致；报告期内，1.60 系列产品销售单价总体保持稳定。

1.56 系列产品销售单价与发行人平均原料销售单价及 1.71 系列转售价格趋势一致。1.60 系列销售单价 2020 年度略有下降，主要原因包括：①由于疫情影响，发行人子公司江苏可奥熙在 2020 年上半年进行了一定促销活动，对多款原

料产品采取了优惠手段，其中包括部分 1.60 系列单体；②2020 年，1.60 系列原料产品新增 KOCKR60、KOC60D、4ATS 产品类型，其中 KOCKR60、KOC60D 为发行人研发的新产品类型，其中部分原料进行了国产化替代，为开拓市场，所以在产品上市初期进行了促销活动导致平均单价较低。上述三种产品单价较低，拉低了全系列的平均单价。如剔除上述新产品类型影响，其余 1.60 系列原料产品平均单价为 38.01 元/千克，较 2019 年有所上涨，变动趋势与 1.56 系列和 1.71 系列保持一致；③由于疫情影响，发行人报告期早期部分采购单价较高的客户缩减了部分采购量。上述原因共同造成了发行人 1.60 系列原料销售单价 2020 年度略有下降。

报告期内，发行人提升了镜片原料产品的销售单价。其中 2018 年度仅针对 1.56 系列（KOC 55W 和 KOC 400W）提升销售单价，2019 年度同时提升了 1.56 系列和 1.60 系列的销售单价。发行人 2018 年度和 2019 年度针对 1.56 系列镜片原料中的主要产品 KOC 55W 系列和 KOC 400W 系列提价，2018 年度和 2019 年度 KOC 55W 系列和 KOC 400W 系列合同平均单价上调幅度如下：

单位：元/千克

产品系列	2019 年度			2018 年度		
	调价前	调价后	调价幅度	调价前	调价后	调价幅度
KOC 55W 系列	33.00	37.00	12.12%	28.00	33.00	17.86%
KOC 400W 系列	35.00	39.00	11.43%	29.50	35.00	18.64%

发行人针对 KOC 55W 和 KOC 400W 系列定向连续两年提升合同单价，主要系相关产品生产成本提升所致，具体原因包括：

1）随着 2015 年 1 月 1 日新环保法的实施，政府部门对化工企业的环保和安全要求逐渐提高。发行人为满足国家对环保及安全的要求，逐步对生产各环节进行升级和改造，间接导致相关生产镜片原料成本提升;

2）2018 年度，发行人生产 1.56 系列镜片原料的主料 DMT、辅料 PG 等由于 2017 年至 2018 年度受美元汇率变动影响，采购单价提升，直接导致生产镜片

原料成本提升。2019 年起石油价格下滑因素取代汇率因素成为影响主料采购单价的主要原因。

2018 年度部分原材料的采购价格变动具体参见招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（三）营业成本分析”之“2、主营业务成本分析”之“（4）镜片原料业务成本”之“2）镜片原料主要原料、辅料单价及变动情况”的相关内容。

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，1.71 系列产品销售单价分别为 282.63 元/千克、307.09 元/千克和 326.60 元/千克。

（2）报告期内主要客户的情况

报告期内，发行人前五大镜片原料客户的情况如下表所示：

单位：万元

2020 年度				
客户名称	**镜片原料销售金额**	**占镜片原料业务收入比例**	**客户类型**	**是否为新增客户**
Essilor International 及其关联方	734.16	15.13%	眼视光综合性集团	否
江苏海一比真光学镜片有限公司	367.45	7.57%	镜片生产商	否
江苏康美达光学有限公司	226.60	4.67%	镜片生产商	否
丹阳市宏鹏光学眼镜有限公司	218.30	4.50%	镜片生产商	否
丹阳市火狐光学有限公司	213.97	4.41%	镜片生产商	否
合计	**1,760.48**	**36.28%**		
2019 年度				
客户名称	**镜片原料销售金额**	**占镜片原料业务收入比例**	**客户类型**	**是否为新增客户**
Essilor International 及其关联方	984.02	15.90%	眼视光综合性集团	否
江苏海一比真光学镜片有限公司	434.49	7.02%	镜片生产商	否
丹阳市宏鑫光学眼镜有限公司	325.22	5.26%	镜片生产商	否

丹阳奥尔帝光学眼镜有限公司	288.73	4.67%	镜片生产商	否
丹阳市德力客光学眼镜有限公司	288.11	4.66%	镜片生产商	否
合计	**2,320.57**	**37.50%**		
2018 年度				
客户名称	**镜片原料销售金额**	**占镜片原料业务收入比例**	**客户类型**	**是否为新增客户**
Essilor International 及其关联方	1,024.93	17.87%	眼视光综合性集团	否
江苏海一比真光学镜片有限公司	429.44	7.49%	镜片生产商	否
比真光学（上海）有限公司	315.96	5.51%	镜片生产商	否
丹阳市杜光光学眼镜有限公司	222.73	3.88%	镜片生产商	否
丹阳市宏鑫光学眼镜有限公司	206.39	3.60%	镜片生产商	否
合计	**2,199.45**	**38.35%**		

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，发行人各期前五大镜片原料客户收入占镜片原料收入比例分别为 38.35%、37.50%和 36.28%，总体占比稳定。发行人主要客户收入变化主要系客户根据其自身生产计划变化调整其采购计划所致。

（3）报告期内主要新增客户的情况

报告期各期，发行人原料业务当期新增客户数量、当期新增客户对应的收入及占比情况如下：

年度	当年度新增客户数量	当年度新增客户收入（万元）	当年度新增客户收入占原料收入比例
2018	22	732.04	12.76%
2019	11	516.41	8.35%
2020	16	743.25	15.31%

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，发行人各期新增原料客户 22 家、11 家和 16 家，新增客户当年度收入占原料业务收入比例分别为 12.76%、8.35%和 15.31%。

报告期各期，发行人当期新增原料客户且当期收入超过 50 万元的客户名称、收入占比及各期收入变动情况如下：

客户名称	开始合作年度	交易金额（万元）		
		2020 年度	2019 年度	2018 年度
南京奥泽光学材料科技有限公司	2018 年度	39.96	209.73	204.38
丹阳市德力客光学眼镜有限公司	2018 年度	92.14	288.11	131.70
丹阳市练湖锦芬眼镜厂	2018 年度	-	91.14	53.49
扬州市爱众光学有限公司	2018 年度	-	38.96	50.69
南京辰龙光学材料有限公司	2019 年度	-	183.80	-
丹阳市润源光学眼镜有限公司	2019 年度	127.98	111.88	-
MITSUI CHEMICALS INDIA PVT,LTD	2019 年度	57.41	54.65	-
丹阳市克丽尔光学眼镜有限公司	2020 年度	114.91	-	-
江苏格林视通光学有限公司	2020 年度	115.00	-	-
江苏晨远光学眼镜有限公司	2020 年度	110.36	-	-
江苏新日光学眼镜有限公司	2020 年度	95.22	-	-
江苏一鼎光学眼镜有限公司	2020 年度	83.69	-	-
丹阳市圣真金光学镜片厂	2020 年度	68.51	-	-
丹阳市力多光学眼镜有限公司	2020 年度	61.50	-	-
DKB 0PTICAL INTERNATIONAL PVT LTD	2020 年度	58.75	-	-

发行人主要客户收入变化主要系受发行人原料产品价格调整以及 2020 年上半年疫情影响，客户根据其自身生产计划变化调整其采购计划所致。

（4）报告期内主要客户和主要新增客户的背景情况

1）报告期内原料业务主要客户的基本情况

报告期内，发行人原料业务报告期各期前 5 大客户的基本情况如下：

①依视路集团及其关联方的基本情况

依视路集团是全球领先的视光企业，其历史可追溯至 170 年前的法国。近年来，依视路集团是及其关联方在国内收购了多家镜片生产厂商。报告期内，发行人主要镜片原料客户中被依视路集团是及其关联方控股的客户的基本情况如下：

公司名称	成立时间	注册资本	主营业务	股权结构
江苏奥天光学有限公司	2015 年 7 月 22 日	2,750 万元人民币	各种光学镜片、眼镜镜架、塑胶太阳镜及其他眼镜配件的生产、加工；光电缆配件（树脂镜片、光学镜头）加硬镀膜；各种光学镜片、眼镜镜架、塑胶太阳镜片及其他眼镜配件的批发、进出口、佣金代理（拍卖除外）；提供相关配套服务（需要特别行政许可的，取得许可后方能开展经营。（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）一般项目：机械设备销售；第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售（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）	臧惠明 45%；ESSILOR INTERNATIONAL55%
江苏万新光学有限公司	2010 年 7 月 19 日	20,000 万元人民币	制造、加工镜片，从事光学设备的批发和进出口业务（不涉及国营贸易管理商品，涉及配额、许可证管理商品的，按国家有关规定办理申请）。（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）一般项目：第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售（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）	依视路（中国）投资有限公司 50%；ESSILOR INTERNATIONAL30%；万新光学集团有限公司 20%
依视路（中国）投资有限公司	2010 年 9 月 17 日	9,000 万美元	（一）在国家允许外商投资的领域依法进行投资；（二）受其所投资企业的书面委托（经董事会一致通过），向其所投资企业提供下列服务：1、协助或代理其所投资的企业从国内外采购该企业自用的机器设备、办公设备和生产所需的原材料、元器件、零部件和在国内外销售其所投资企业生产的产品，并提供售后服务；2、在外汇管理部门的同意和监督下，在其所投资企业之间平衡外汇；3、为其所投资企业提供产品生产、销售和市场开发过程中的技术支持、员工培训、企业内部人事管理等服务；4、协助其所投资企业寻求贷款及提供担保；（三）在中国境内设立科研开发中心或部门，从事新产品及高新技术的研究开发，转让其研究开发成果，并提供相应的技术服务；（四）为其投资者提供咨询服务，为其关联公司提供与其投资有关的市场信息、投资政策等咨询服务；（五）承接其母公司和关联公司的服务外包业务。（六）从事眼镜镜片及其相关产品的批发、进出口、佣金代理（拍卖除外），并提供相关配套服务（以上商品进出口不涉及国营贸易、进出	Essilor International100%

公司名称	成立时间	注册资本	主营业务	股权结构
			口配额许可证、出口配额招标、出口许可证等专项管理的商品）。【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】	
视悦光学有限公司	2011 年 10 月 25 日	790 万美元	开发、设计、生产、销售各种光学镜片、光学仪器、光学设备，第三类医疗器械、隐形眼镜及护理液的零售及批发。（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）一般项目：国内货物运输代理；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；第二类医疗器械销售（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）	视悦控股有限公司 100%
江苏黄金屋光学眼镜股份有限公司	2017 年 8 月 18 日	10,000 万元人民币	光学镜片、光学仪器、光学设备的开发、设计、生产和销售；自营和代理各类商品及技术的进出口业务（国家限定企业经营或禁止进出口的的商品及技术除外）。（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）	SEEWORLD HOLDINGS PTE.LTD.100 %
江苏优立光学眼镜有限公司	2011 年 9 月 2 日	7,500 万元人民币	镜片（包括现片和车房片）的制造、加工（包括表面处理）和销售。（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）	依视路（中国）投资有限公司 51%；张加富 27%；张维 22%

发行人与上述镜片原料客户不存在关联关系。报告期内，发行人与上述客户合作状况稳定，双方可以按照合同约定及时履行各自义务。上述客户在与发行人合作的过程中不存在经营状况或财务状况出现异常的情况。

②其他重要原料客户的基本情况

报告期内，发行人其他重要原料客户的基本情况如下：

公司名称	成立时间	注册资本	主营业务	股权结构
江苏海一比真光学镜片有限公司	2012 年 2 月 10 日	500 万美元	生产光学镜片及其配套产品。（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）	上海通堃物流有限公司 60%；黄鳳玉 40%
丹阳市火狐光学有限公司	2018 年 7 月 16 日	100 万元人民币	光学镜片、眼镜的生产，树脂单体（不含危险化学品）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）	居丽云 50%；陶文兵 48%；居利胜 1%；刘琦 1%
丹阳兴韩光学有限公司	2004 年 11 月 15 日	32 万美元	生产加工销售各种树脂镜片、光学镜片、镜架。（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）许可项目：货物进出口（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	郑殷号 100%

公司名称	成立时间	注册资本	主营业务	股权结构
			经营项目以审批结果为准）一般项目：日用杂品销售（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）	
丹阳市宏鹏光学眼镜有限公司	2007 年 11 月 26 日	50 万元人民币	眼镜镜片（隐形眼镜除外）生产、加工，自营和代理各类货物及技术的进出口业务。（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）	姜红兰 60%；王锁华 40%
丹阳市宏鑫光学眼镜有限公司	2011 年 2 月 21 日	300 万元人民币	眼镜（隐形眼镜除外）及配件、光学镜片制造、销售，自营和代理各类货物及技术的进出口业务（但国家限定公司经营或禁止进出口的商品及技术除外）。（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）	丹阳天禄眼镜电商有限公司 55%；景小萍 45%
丹阳奥尔帝光学眼镜有限公司	2009 年 12 月 3 日	12,766.502225 万元人民币	镜片、镜架及其配件的生产销售和进出口业务（不含分销业务）。消毒剂生产（不含危险化学品）；医用口罩生产；消毒剂销售（不含危险化学品）；医用口罩零售；医用口罩批发；日用口罩（非医用）生产；日用口罩（非医用）销售；第一类医疗器械生产；第一类医疗器械销售；眼镜制造（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）	丹阳硕视光学眼镜有限公司 100%
丹阳市德力客光学眼镜有限公司	2018 年 5 月 24 日	100 万元人民币	眼镜及配件、镜架、光学仪器生产，普通光学材料销售，验光配镜服务，眼镜的设计、研发、信息咨询服务，五金制品、汽车灯具、纸箱生产、加工，自营和代理各类货物及技术的进出口业务。（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）	丁涛 100%
比真光学（上海）有限公司	2001 年 4 月 26 日	305 万美元	加工、生产各波段光学特性薄膜、薄膜树脂合金透镜及其相关产品，销售公司自产产品。【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】	裕纪投资有限公司 100%
丹阳市杜光光学眼镜有限公司	2008 年 4 月 18 日	500 万元人民币	光学树脂镜片及太阳镜染色镜片（隐形眼镜除外）加工生产，注塑件生产，自营和代理各类货物及技术的进出口业务（但国家限定公司经营或禁止进出口的商品及技术除外）。（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）	黄善玉 50%；黄安平 50%
江苏硕延光学眼镜有限公司	2010 年 11 月 19 日	2,000 万元人民币	树脂镜片及眼镜配件生产，眼镜设备销售，自营和代理各类商品及技术的进出口业务。（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）	李春香 87.75%；
丹阳优信光学眼镜有限公司	2016 年 6 月 13 日	50 万元人民币	眼镜及配件、镜盒、镜布生产、加工，眼镜抛光材料、光电仪器销售。（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）	单平 60%；潘风兰 40%

发行人与上述镜片原料客户不存在关联关系。报告期内，发行人与上述客户合作状况稳定，双方可以按照合同约定及时履行各自义务。上述客户在与发行人合作的过程中不存在经营状况或财务状况出现异常的情况。

2）报告内原料业务主要新增客户的基本情况

报告期内，发行人原料业务报告期主要新增客户的基本情况如下：

公司名称	成立时间	注册资本	主营业务	股权结构
江苏坤岳光学眼镜有限公司	2014 年 8 月 20 日	2,000 万元人民币	眼镜及配件生产，自营和代理各类商品及技术的进出口业务。（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）	瞿孝坤 100%
丹阳市火狐光学有限公司	2018 年 7 月 16 日	100 万元人民币	光学镜片、眼镜的生产，树脂单体（不含危险化学品）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）	居丽云 50%；陶文兵 48%；居利胜 1%；刘琦 1%
南京奥泽光学材料科技有限公司	2018 年 4 月 8 日	100.88 万元人民币	光学材料的技术研发、技术转让、技术咨询、技术服务；光学树脂镜片的研发、生产、销售；树脂单体、胶粘剂的生产、销售；眼镜产品的设计、研发、销售及技术服务。（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）	彭玮 100%
丹阳市德力客光学眼镜有限公司	2018 年 5 月 24 日	100 万元人民币	眼镜及配件、镜架、光学仪器生产，普通光学材料销售，验光配镜服务，眼镜的设计、研发、信息咨询服务，五金制品、汽车灯具、纸箱生产、加工，自营和代理各类货物及技术的进出口业务。（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）	丁涛 100%
丹阳市练湖锦芬眼镜厂	2002 年 11 月 11 日	20 万元人民币	眼镜及配件（隐形眼镜除外）生产销售。（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）	个体工商户
扬州市爱众光学有限公司	2015 年 4 月 15 日	208 万元人民币	光学眼镜、光学镜片、光学镜架、镜盒、镜布、眼镜配件生产、加工、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）	施明凤 100%
南京辰龙光学材料有限公司	2019 年 3 月 26 日	50 万元人民币	树脂单体、胶粘剂的研发、生产、销售;各类镜片的加工、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)	赵倩倩 100%
丹阳市润源光学眼镜有限公司	2018 年 1 月 15 日	50 万元人民币	眼镜及配件的生产、加工，眼镜及配件的销售，自营和代理各类商品及技术的进出口业务。（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）	张立军 100%
MITSUI CHEMICALS	2008 年 2 月 28 日	3 亿印度卢比	The subject is engaged in manufacturing, trading and exporting petrochemical products, organic and	Mitsui Chemicals

公司名称	成立时间	注册资本	主营业务	股权结构
INDIA PVT,LTD			inorganic industrial chemicals and aromatic products.	Inc.99%；Mitsui Chemicals Asia Pacific Ltd1%
丹阳市克丽尔光学眼镜有限公司	2008 年 1 月 29 日	7.504 万美元	镜片（光学镜片、树脂镜片）、镜架、眼镜生产销售及进出口业务（国家限定公司经营或禁止进出口的商品及技术除外，进口商品分销业务除外）	梁绍哲持股 100%
江苏格林视通光学有限公司	2005 年 4 月 15 日	1,175.291288 万元人民币	光学镜片生产，自营和代理各类商品及技术的进出口业务。	丹阳市泰利光学眼镜经营部 56.6%，杨菜英 43.4%
江苏晨远光学眼镜有限公司	2011 年 3 月 23 日	300 万元人民币	镜片（隐形眼镜除外）、镜架、五金制品、汽车灯具、纸箱包装生产、加工、销售，自营和代理各类货物及技术的进出口业务	管卫东 100%
江苏新日光学眼镜有限公司	2017 年 4 月 12 日	1,000 万元人民币	货物进出口；技术进出口；眼镜制造；眼镜销售；专业设计服务；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广	郭建军 33.4%，赵玮 33.3%，唐兰娣 33.3%
江苏一鼎光学眼镜有限公司	2019 年 11 月 18 日	1,000 万元人民币	眼镜及配件、镜架的研发、生产、销售，自营和代理各类商品及技术的进出口业务。	丁立新 99%，吴军 1%
丹阳市圣真金光学镜片厂	2008 年 6 月 24 日	50 万元人民币	镜片生产，五金加工，自营和代理各类商品及技术的进出口业务。	姜建忠 100%
丹阳市力多光学眼镜有限公司	2011 年 5 月 25 日	50 万元人民	眼镜（隐形眼镜除外）及配件生产、加工、销售，自营和代理各类商品及技术的进出口业务	孙红霞 50%，许国良 50%

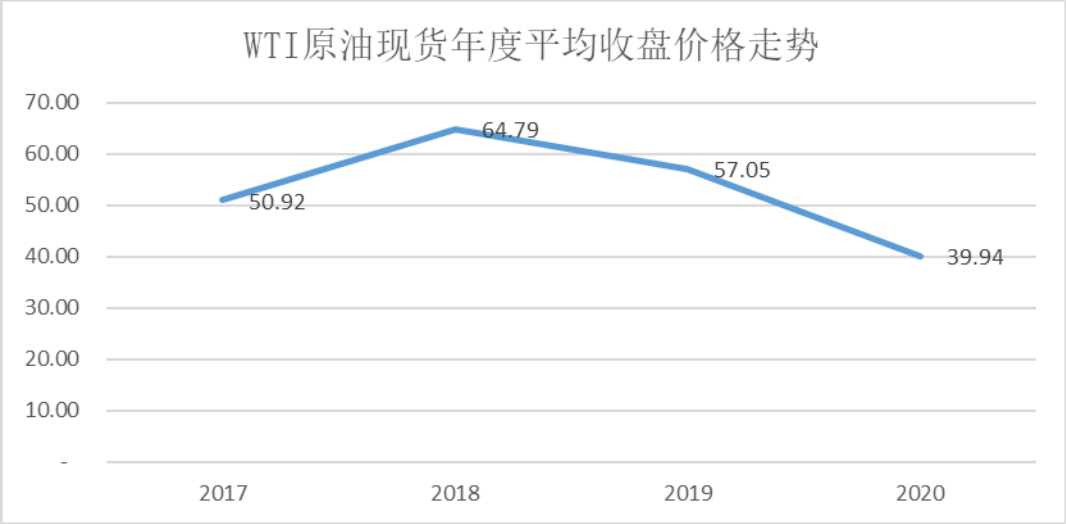
丹阳市泰

除南京辰龙光学材料有限公司外，发行人与上述主要新增的镜片原料客户不存在关联关系。报告期内，发行人与上述客户合作状况稳定，双方可以按照合同约定及时履行各自义务。上述客户在与发行人合作的过程中不存在经营状况或财务状况出现异常的情况。

（5）石油价格对原料价格的影响及滞后关系，部分化工原料价格和石油价格波动趋势不一致的原因和合理性

2017 年度-2020 年度 WTI 原油现货年度平均收盘价格为 50.92 美元/桶、64.79 美元/桶、57.05 美元/桶、39.94 美元/桶，价格走势如下：

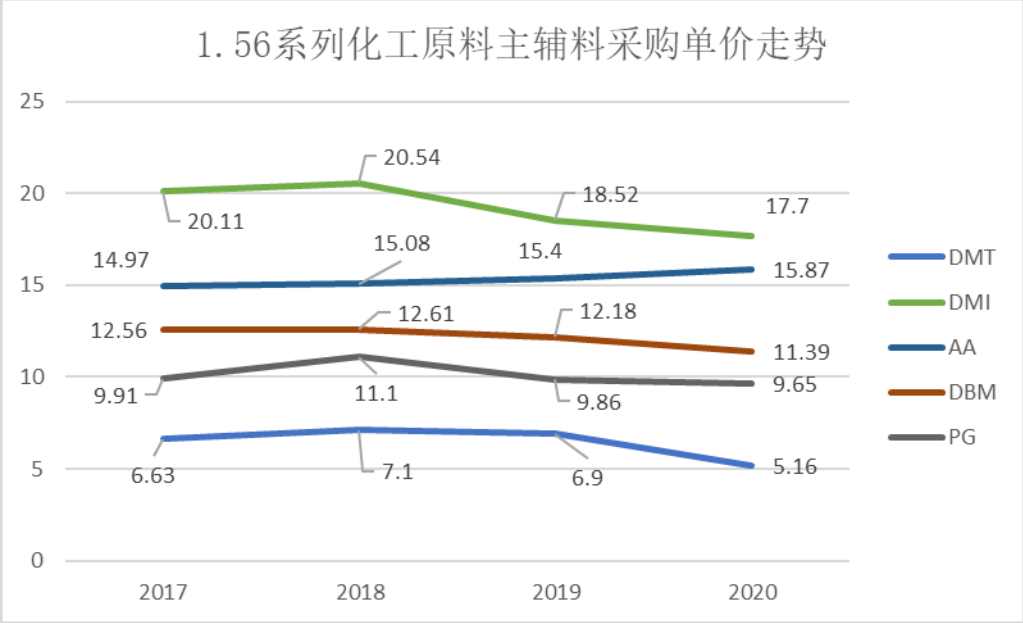
单位：美元/桶



注：①数据来源：同花顺 iFinD；②指标名称：现货价：WTI 原油

2017 年度-2020 年度 1.56 系列化工原料主辅料采购单价走势如下：

单位：元/千克



如上所示，1.56 系列化工原料主料 DMT 采购单价走势和石油价格波动趋势基本一致，主料 DMI、辅料 DBM、PG 采购单价走势和石油价格波动趋势具有相关性，而主料 AA（丙烯醇）和石油价格波动趋势非相关。

受国际石油价格影响，2018 年度 1.56 系列化工原料主料 DMT、DMI、辅料 DBM、PG 采购单价有所上升，2019 年度-2020 年度国际石油价格下行，上述化工原料采购单价持续下降。

发行人采购 AA 的供应商为扬州韦德化工有限公司和南京新化原化学有限公司，该两家供应商均为代理商，非生厂商。AA 属于国家管制的化工原料，运输和储存条件较高，国内生厂商较少导致市场供不应求，加之代理商之间存在区域保护，因此 AA 采购单价与石油价格非直接相关，2018 年度-2020 年度呈稳定上升趋势。

8、电商自营的业务情况

（1）电商自营渠道的业务情况

报告期内，发行人主要在天猫、京东和小米有品三家电商平台开设自营旗舰店开展线上自营零售业务，主要销售成镜、镜片和镜架等产品。

1）电商自营渠道收入的持续性

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，发行人线上自营收入占主营业务收入的比例分别为 0.85%、3.77%和 8.50%。2020 年度，线上自营增长较为迅速，主要受 2020 年新冠疫情影响，消费者将部分需求由线下消费转移至线上消费满足所致。

报告期内，发行人线上自营渠道收入增长具备合理性，未来增长具备可持续性，具体理由如下：

①电商平台持续发展，线上消费习惯日益成熟

我国电商平台持续发展，网购用户数量快速上涨，眼镜行业线上渗透率不断提高。在网络购物快速发展趋势的推动下，便捷、高效的互联网购物体验将消费者的消费习惯逐步转变。根据《2020 年中国电商营销市场研究报告》，社会消费品零售总额自 2015 年 300,930 亿元连续增长至 2019 年 411,649 亿元，增长幅度达 8.1%，其中网络购物市场交易规模由 2015 年 38,030 亿元增长至 2019 年 100,173 亿元，涨幅达 27.4%，眼镜作为生活中重要的消费品，在网络购物渗透率逐渐提升的背景下，发行人线上自营渠道具备业务可持续发展的基础。

②发行人应对线上业务增长的措施

报告期内，随着电商平台日益发展、成熟以及消费者消费习惯的转变，发行人加强了对电商业务板块的重视，从组织结构、人员、技术等角度加大投入，以应对线上业务的快速增长，具体措施如下：

A、提升电商部门在公司层面组织架构的层级，拓展电商部门员工的人数。电商部门人员数量从报告期期初的十余人提升至报告期末的四十余人，人员分工逐渐专业化和精细化，人员职能覆盖自营平台运营管理、内容设计、售前服务、售后服务等，力争为消费者提供更为满意的服务；

B、为更好地应对电商自营业务的增长，发行人报告期内逐渐增加线上营销和技术方面的投入。消费者通过电商平台消费主要基于关键词搜索确定购物范围，因此品牌知名度和产品曝光率成为影响消费者购买决策的重要因素。报告期内，为顺应电商平台业务的发展趋势，发行人逐渐加大了电商业务的营销广告投入预算，并配备了转单系统、MES 成镜系统等软件程序，提高了公司线上业务的执行效率，优化消费者线上消费体验。

2）电商自营渠道的交易产品

报告期内，发行人线上自营渠道交易产品覆盖发行人主要镜片、镜架规格系列，除个别镜架款式专供线上渠道或线下渠道外，其他产品不存在实质性差异。

3）电商自营渠道的结算方式、推广方式

报告期内，发行人在天猫、京东和小米有品上的结算方式和推广方式如下：

电商平台	结算方式	推广方式
天猫	终端消费者确认收货 15 天后，货款自动转到公司支付宝账户	在“618”、“双十一”等大规模促销的电商节日，公司在天猫平台会组合使用超级推荐、直通车、钻石展位、品销宝等平台推广工具，该类工具会进行广告投放，引入流量、提升店铺销量
京东	客户点击确认收货或者系统自动确认收货后，款项先到京东财务平台，由发行人点击收款确认后货款转入公司京东钱包账户	使用京东平台的京准通，为商家提供涵盖京东平台、门户网站、视频网站、新闻网站等广告位，实现全类型广告的精准投放
小米有品	甲方（小米有品）在收到乙方（甲方）盖章的对账单后30个工作日内将双方确	公司产品可在有品内部的资源位（如热销榜、每日上新等板块）及外部广告渠道进行宣传，以达

电商平台	结算方式	推广方式
	认对账单的结算款项（即上个自然月订单总金额减去用户退款金额，扣除平台服务费）后向乙方汇出款项	到促销、推广的目的。公司在参与推广活动时需另行支付宣传推广费

（2）报告期内发行人电商自营模式下不存在刷单的行为

报告期内，发行人主要在天猫、京东和小米有品三家电商平台开设自营旗舰店开展线上自营零售业务，主要销售成镜、镜片和镜架等产品。经核查，发行人自营电商渠道报告期内不存在刷单行为的情形。

（三）营业成本分析

1、营业成本构成及变动分析

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，公司营业成本分别为 28,352.04 万元、27,137.62 万元和 24,311.71 万元，公司 2019 年度和 2020 年度营业成本分别较上年减少 4.28%和 10.41%。公司营业成本中的绝大部分为主营业务成本，与营业收入构成相匹配。2018 年度、2019 年度和 2020 年度，公司主营业务成本占比分别为 97.91%、98.94%和 98.73%。

报告期内，公司营业成本构成如下：

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
主营业务成本	24,003.32	98.73%	26,849.51	98.94%	27,758.82	97.91%
其他业务成本	308.39	1.27%	288.11	1.06%	593.22	2.09%
合计	**24,311.71**	**100.00%**	**27,137.62**	**100.00%**	**28,352.04**	**100.00%**

2、主营业务成本分析

（1）按照产品类别分析

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

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
镜片	18,914.50	78.80%	20,705.85	77.12%	22,386.24	80.65%
原料	3,124.35	13.02%	4,037.97	15.04%	4,093.07	14.75%
成镜	1,751.64	7.30%	1,368.93	5.10%	666.03	2.40%
镜架	200.79	0.84%	698.55	2.60%	503.21	1.81%
其他	12.05	0.05%	38.21	0.14%	110.28	0.40%
合计	**24,003.32**	**100.00%**	**26,849.51**	**100.00%**	**27,758.82**	**100.00%**

公司主营业务成本主要包括镜片、原料业务成本。2018 年度、2019 年度和 2020 年度，公司上述业务成本占公司主营业务成本的比例分别为 95.39%、92.16%和 91.82%；成镜、镜架、其他项目合计成本占比分别为 4.61%、7.84%和 8.18%，占比较低。公司成本结构与收入结构基本一致。

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，镜片业务成本分别为 22,386.24 万元、20,705.85 万元和 18,914.50 万元。2019 年，公司镜片产品成本较 2018 年减少 1,680.39 万元，2020 年，公司镜片产品成本较 2019 年减少 1,791.35 万元，主要系镜片整体销量减少所致。

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，原料成本分别为 4,093.07 万元、4,037.97 万元和 3,124.35 万元。2019 年，公司原料产品成本较 2018 年减少 55.10 万元，2020 年，公司原料产品成本较 2019 年减少 913.62 万元，主要系原料销量小幅减少所致。

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，成镜成本分别为 666.03 万元、1,368.93 万元和 1,751.64 万元。2019 年，公司成镜成本较 2018 年增加 702.9 万元，2020 年，公司成镜成本较 2019 年增加 382.71 万元，主要系成镜销量增加所致。

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，镜架成本分别为 503.21 万元、698.55 万元和 200.79 万元，与镜架收入变动趋势一致。

（2）主营业务成本构成分析

报告期内，公司主营业务成本构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接材料	13,336.89	55.56%	15,233.56	56.74%	15,310.46	55.16%
制造费用	7,721.38	32.17%	8,297.26	30.90%	8,883.08	32.00%
直接人工	2,945.05	12.27%	3,318.69	12.36%	3,565.29	12.84%
合计	**24,003.32**	**100.00%**	**26,849.51**	**100.00%**	**27,758.82**	**100.00%**

公司主营业务成本包括直接材料、制造费用和直接人工。

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，直接材料占主营业务成本分别为 55.16%、56.74%和 55.56%。直接材料主要是生产镜片过程中领用的外购镜片原料，以及自产镜片原料领用的丙烯醇、DMT 等化工原料。

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，制造费用占主营业务成本的比例分别为 32.00%、30.90%和 32.17%。制造费用主要包括生产管理人员薪酬、水电费、折旧费和模具费用等。

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，直接人工占主营业务成本的比例分别为 12.84%、12.36%和 12.27%，基本保持稳定。

（3）主要产品单位成本分析

报告期各期，发行人镜片产品、原料产品、成镜产品和镜架产品的单位成本如下所示：

产品类型	单位	2020 年度		2019 年度		2018 年度
		单位成本	变动	单位成本	变动	单位成本
镜片	元/片	6.77	8.70%	6.23	7.24%	5.81
原料	元/千克	22.43	2.94%	21.79	1.92%	21.38
成镜	元/副	60.33	7.57%	56.09	-33.25%	84.03
镜架	元/副	26.40	26.25%	20.91	-9.52%	23.11

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，发行人镜片产品单位成本分别为 5.81 元/片、6.23 元/片和 6.77 元/片。2019 年度镜片单位成本上涨 7.24%，2020 年度镜片单位成本上升 8.70%，主要系外购镜片原料采购成本上升所致。

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，发行人原料产品单位成本分别为 21.38 元/千克、21.79 元/千克和 22.43 元/千克。报告期内，原料产品单位成本变动主要系原材料采购成本波动所致。

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，发行人成镜产品单位成本分别为 84.03 元/副、56.09 元/副和 60.33 元/副。报告期内，发行人成镜产品单位成本波动较大，主要系成镜产品内部结构变化所致。

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，发行人镜架产品单位成本分别为 23.11 元/副、20.91 元/副和 26.40 元/副。报告期内，镜架产品单位成本先下降后上升主要系镜架采购成本波动所致。

（4）镜片原料业务成本

1）镜片原料料、工、费的成本构成、数量、单位成本及其构成情况

报告期内，自产折射率1.56系列和折射率1.60系列镜片产量、单位成本及变动情况如下：

单位：吨、万元、元/KG

折射率	**2020 年度**			
	产量	**总成本**	**单位成本**	**变动幅度**
1.56 系列	1,244.65	2,323.09	18.66	1.14%
1.60 系列	489.19	1,216.96	24.88	-5.11%
折射率	**2019 年度**			
	产量	**总成本**	**单位成本**	**变动幅度**
1.56 系列	1,993.67	3,678.63	18.45	-7.33%
1.60 系列	542.53	1,422.36	26.22	-5.24%
折射率	2018 年度			

	产量	总成本	单位成本	变动幅度
1.56 系列	2,033.09	4,048.38	19.91	-
1.60 系列	542.40	1,500.69	27.67	-

报告期 2018 年度至 2020 年度，折射率 1.56 系列镜片原料平均单位成本分别为 19.91 元/KG、18.45 元/KG 和 18.66 元/KG，2019 年单位成本下降最多，降幅达到 7.33%；折射率 1.60 系列镜片原料平均单位成本分别为 27.67 元/KG、26.22 元/KG 和 24.88 元/KG，总体呈下降趋势，2020 年度单位成本达到最低值，降幅达到 5.11%。

报告期内，自产折射率 1.56 系列和折射率 1.60 系列镜片料、工、费的成本构成、数量、单位成本及变动情况如下：

单位：万元、元/KG

折射率	项目	2020 年度			
		金额	单位成本	占比（%）	变动幅度（%）
1.56 系列	直接材料	2,002.65	16.09	86.21	-2.19
	直接人工	61.35	0.49	2.64	2.08
	制造费用	195.82	1.57	8.43	41.44
	电费	63.28	0.51	2.72	24.39
	总成本	2,323.09	18.66	100.00	1.14
1.60 系列	直接材料	1,100.78	22.50	90.45	-6.91
	直接人工	22.21	0.45	1.83	-16.67
	制造费用	70.29	1.44	5.78	30.91
	电费	23.67	0.48	1.94	14.29
	总成本	1,216.96	24.88	100.00	-5.11
折射率	项目	2019 年度			
		金额	单位成本	占比（%）	变动幅度（%）
1.56 系列	直接材料	3,279.44	16.45	89.15	-6.69
	直接人工	95.67	0.48	2.60	14.29

折射率	项目	2020 年度			
		金额	单位成本	占比（%）	变动幅度（%）
	制造费用	220.88	1.11	6.00	-22.38
	电费	82.65	0.41	2.25	-4.65
	总成本	3,678.63	18.45	100.00	-7.33
1.60 系列	直接材料	1,311.36	24.17	92.20	-4.54
	直接人工	29.03	0.54	2.04	17.39
	制造费用	59.42	1.10	4.18	-24.14
	电费	22.56	0.42	1.59	-2.33
	总成本	1,422.36	26.22	100.00	-5.24
折射率	项目	2018 年度			
		金额	单位成本	占比（%）	变动幅度（%）
1.56 系列	直接材料	3,583.85	17.63	88.53	-
	直接人工	85.88	0.42	2.12	-
	制造费用	290.73	1.43	7.18	-
	电费	87.91	0.43	2.17	-
	总成本	4,048.38	19.91	100.00	-
1.60 系列	直接材料	1,373.49	25.32	91.52	-
	直接人工	24.97	0.46	1.66	-
	制造费用	78.89	1.45	5.26	-
	电费	23.34	0.43	1.56	-
	总成本	1,500.69	27.67	100.00	-

如上所示，2019 年度折射率 1.56 系列镜片原料单位材料成本较 2018 年度下降 6.69%，2020 年度较 2019 年度下降 2.19%，主要系发行人镜片原料属于化学原料，受国际石油价格影响较大，随着国际石油价格的持续下跌，原料采购价格相应下跌。

折射率 1.60 系列镜片原料 2019 年度单位材料成本较 2018 年度下降 4.54%，2020 年度单位材料成本较 2019 年度下降 6.91%，与上游石油价格相关性强，导致原料采购价格下跌。

报告期内，折射率 1.56 系列单位人工成本较为稳定，2018 年度产量达到最高值，因产量增长导致单位固定人工成本摊薄。

折射率 1.60 系列单位人工成本小幅波动，2020 年度单位人工成本大幅下降，主要系生产人员较 2019 年度平均减少数人，且因疫情原因产量大幅减少，人工成本总额降幅高于产量降幅所致。

折射率 1.56 系列和 1.60 系列单位制造费用成本变动趋同，2019 年度单位制造费用较 2018 年度分别下降 22.38%、24.14%，主要系零星工程改造或维修支出减少导致分摊的制造费用总额减少；2020 年度单位制造费用较 2019 年度分别上升 41.44%、30.91%，主要系产量大幅减少导致分摊的固定制造费用增加。

报告期内，单位电费成本较为稳定，2020 年度略有上升主要系产量大幅减少导致分摊的电费增加。

2）镜片原料主要原料、辅料单价及变动情况

发行人镜片原料属于化学原料，受国际石油价格影响较大。自 2018 年 10 月后受全球股市影响国际石油出现大幅下跌，树脂原料价格下跌；2020 年年初受新冠肺炎疫情影响，石油需求大幅下滑，部分树脂原料价格下跌。

报告期内，自产折射率 1.56 系列和折射率 1.60 系列镜片原料涉及主要原料、辅料的单价及变动情况如下：

单位：元/KG

折射率	分类	材料名称	2020 年度单价	变动比例（%）	2019 年度单价	变动比例（%）	2018 年度单价
1.56 系列	主料	DMT	5.16	-25.18	6.90	-2.92	7.10
	主料	DMI	17.70	-4.43	18.52	-9.83	20.54
	主料	AA	15.87	3.05	15.40	2.12	15.08

折射率	分类	材料名称	2020 年度单价	变动比例（%）	2019 年度单价	变动比例（%）	2018 年度单价
	主料	CR39	25.19	0.80	24.99	0.32	24.91
	辅料	DBM	11.39	-6.49	12.18	-3.41	12.61
	辅料	PG	9.65	-2.13	9.86	-11.17	11.10
1.60 系列	主料	RMS	5.70	-26.92	7.80	-19.75	9.72
	主料	RY4	37.06	4.07	35.61	-1.74	36.24
	主料	R600	21.23	-8.69	23.25	-9.18	25.60
	辅料	DB(山东）	30.53	-1.36	30.95	-	-
	辅料	DB			52.18	7.61	48.49
	辅料	AAC	8.78	0.57	8.73	-8.68	9.56

单位：美元/桶



注：数据来源：①数据来源：同花顺iFinD；②指标名称：现货价:WTI原油

如上所示，2019 年度国际石油价格整体走势较 2018 年度下行，化工原料采购价格大幅下跌，导致折射率 1.56 系列及 1.60 系列镜片原料单位材料成本分别下降 6.69%、4.54%。2020 年度受新冠疫情影响，供大于求，化工原料价格进一步下跌，2020 年度折射率 1.56 系列及 1.60 系列镜片原料单位材料成本分别下降 2.19%、6.91%。

主料 AA 行业内供应商数量较少，属于卖方市场，报告期采购单价持续上涨。

主料 CR39 主要向江苏乾元新材料科技有限公司和武汉椿岭科技有限公司两家供应商购买。报告期内，采购价格整体呈上升趋势，主要系市场价格上涨所致。

主料 RY4 报告期内采购价格较平稳。

3）镜片原料主要原料、辅料单耗及变动情况

折射率 1.56 系列镜片原料树脂单体的种类有 KOC 55W、KOC 55 和 KOC 55-I，对应主要原料有 DMT、DMI、AA 和 CR39，主要辅料有 DBM 和 PG；折射率 1.60 系列镜片原料树脂单体的种类有 KOC 60S、KOC 60D、KOC 60W 和 KOC KR60，对应主要原料有 RMS、RY4 和 R600，主要辅材有 DB、AAC。各系列树脂单体主要原料、辅料单耗较为稳定。

各系列树脂单体主要原料、辅料单耗情况如下：

①折射率 1.56 系列树脂单体 KOC 55W

报告期内，树脂单体KOC 55W主要原料为DMT和AA，主要辅料为DBM和PG。树脂单体KOC 55W主要原料耗用等情况如下：

项目	单位	2020 年度	2019 年度	2018 年度
主料单耗	KG/KG	1.02	0.98	1.01
辅料单耗	KG/KG	0.29	0.29	0.28

报告期内，树脂单体 KOC 55W 生产单耗基本稳定，主辅料单位材料成本变动与石油价格走势基本一致。

②折射率 1.56 系列树脂单体 KOC 55

报告期内，树脂单体 KOC 55 主要原料为 DMT、DMI、AA 和 CR39，主要辅料为 DBM 和 PG。树脂单体 KOC 55 主要原料耗用等情况如下：

项目	单位	2020 年度	2019 年度	2018 年度
主料单耗	KG/KG	1.17	1.14	1.19
辅料单耗	KG/KG	0.15	0.15	0.15

报告期内，树脂单体 KOC 55 生产单耗基本稳定，主辅料单位材料成本变动与石油价格走势基本一致。

③ 折射率 1.56 系列树脂单体 KOC 55-I

报告期内，树脂单体 KOC 55-I 主要原料为 DMI、AA 和 CR39，主要辅料为 DBM 和 PG。树脂单体 KOC 55-I 主要原料耗用等情况如下：

项目	单位	2020 年度	2019 年度	2018 年度
主料单耗	KG/KG	1.18	1.11	1.21
辅料单耗	KG/KG	0.15	0.16	0.15

报告期内，主辅料单耗相对稳定，2019 年单耗略低主要系产量较小所致；2018 年度-2019 年度，主料单位材料成本呈下降趋势，主要系主料 DMI 价格受石油价格下跌所致；2020 年度主要材料 AA、CR39 采购单价分别较 2019 年度上涨 3.05%、0.80%，导致 KOC 55-I 主料单位材料成本上升。

④ 折射率 1.60 系列树脂单体 KOC 60S

报告期内，树脂单体 KOC 60S 主要原料为 RMS、RY4 和 R600，主要辅料为 DB 和 AAC。树脂单体 KOC 60S 主要原料耗用等情况如下：

项目	单位	2020 年度	2019 年度	2018 年度
主料单耗	KG/KG	0.83	0.75	0.75
辅料单耗	KG/KG	0.15	0.16	0.15

报告期2018年度-2019年度KOC 60S生产单耗相对稳定；2020年度单耗较高主要系产量规模效应影响，主料单位材料成本较2019年度偏高主要系单耗增加及主料RY4采购单价较2019年度上涨4.07%所致。

⑤ 折射率 1.60 系列树脂单体 KOC 60D

报告期内，树脂单体 KOC 60D 主要原料 RMS、RY4 和 R600，主要辅料为 DB、AAC。树脂单体 KOC 60D 主要原料耗用等情况如下：

项目	单位	2020 年度	2019 年度	2018 年度
树脂单体产量	KG	25,114.00	-	-
主料单耗	KG/KG	0.87	-	-

项目	单位	2020 年度	2019 年度	2018 年度
辅料单耗	KG/KG	0.15	-	-

2020年度新增镜片原料KOC 60D，在原KOC 60W基础上加以改进。

⑥ 折射率1.60系列树脂单体KOC 60W

报告期内，树脂单体KOC 60W主要原料RMS、RY4和R600，主要辅料为DB、AAC。树脂单体KOC 60W主要原料耗用等情况如下：

项目	单位	2020 年度	2019 年度	2018 年度
主料单耗	KG/KG	-	0.80	0.71
辅料单耗	KG/KG	-	0.06	0.07

报告期内，KOC 60S生产单耗较稳定，2019年单耗略高主要系产量规模效应影响。

⑦折射率1.60系列树脂单体KOC KR60

报告期内，树脂单体KOC KR60主要原料为RMS、RY4和R600，主要辅料为DB、AAC。树脂单体KOC KR60主要原料耗用等情况如下：

项目	单位	2020 年度	2019 年度	2018 年度
主料单耗	KG/KG	0.86	0.88	0.86
辅料单耗	KG/KG	0.14	0.14	0.07

报告期内，KOC KR60 生产单耗相对稳定，主料单位材料成本变动与石油价格走势基本一致；2018 年辅料单位材料成本较 2019 年及 2020 年度单位成本低主要系生产结构调整所致。因研发产品性能改善，2020 年度 KOC KR60 成为主要产品，产销量大幅上升。

4）报告期内镜片生产领用镜片原料和对外出售自产镜片原料的具体情况

报告期内，镜片生产领用镜片原料和对外出售自产镜片原料的销售成本占比如下：

单位：万元

系列	分类	2020 年度	占比(%)	2019 年度	占比(%)	2018 年度	占比(%)
1.56 系列	生产领用	517.15	22.40	672.34	20.16	842.27	21.11
	对外销售	1,791.37	77.60	2,662.07	79.84	3,148.27	78.89
1.60 系列	生产领用	427.78	33.33	483.69	34.27	812.05	58.21
	对外销售	855.71	66.67	927.55	65.73	583.07	41.79

报告期内，镜片生产领用折射率1.56系列镜片原料占比分别为21.11%、20.16%和22.40%，呈先下降后上升趋势，总体较平稳。

报告期内，镜片生产领用折射率1.60系列镜片原料占比分别为58.21%、34.27%和33.33%，2018年度占比较高，主要系2018年度发行人折射率1.60系列镜片的产量较高。

报告期内，外购的1.56及1.60系列原料均为超韧、超亮等特殊性能的原料，是对外采购的成品性原料产品，发行人并不自产，用于生产1.56和1.60系列功能镜片产品。自产的1.56和1.60系列原料系发行人以基础化工原料为基础自产的产品，用于生产常规及蓝光等产品。自产和外购原料生产的镜片产品不同。

报告期内，镜片生产领用镜片原料和对外出售自产镜片原料料、工、费和单位成本比较如下：

单位：元/KG

产品	销售类型	项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
			单位成本	占比（%）	单位成本	占比（%）	单位成本	占比（%）
1.56 系列	生产领用	直接材料	18.72	88.14	19.79	90.57	21.66	90.51
		直接人工	0.49	2.31	0.51	2.33	0.44	1.84
		电费	0.51	2.40	0.42	1.92	0.43	1.80
		制造费用	1.52	7.16	1.13	5.17	1.40	5.85
		合计	21.24	100.00	21.85	100.00	23.93	100.00
	对外销售	直接材料	15.17	85.46	16.07	88.78	16.62	87.94
		直接人工	0.49	2.76	0.49	2.71	0.42	2.22
		电费	0.51	2.87	0.42	2.32	0.43	2.28
		制造费用	1.58	8.90	1.12	6.19	1.43	7.57
		合计	17.75	100.00	18.10	100.00	18.90	100.00
1.60 系列	生产领用	直接材料	21.91	90.46	24.59	92.24	25.21	91.61
		直接人工	0.45	1.86	0.54	2.03	0.46	1.67
		电费	0.47	1.94	0.42	1.58	0.42	1.53
		制造费用	1.39	5.74	1.11	4.16	1.43	5.20
		合计	24.22	100.00	26.66	100.00	27.52	100.00
	对外销售	直接材料	22.71	90.44	24.48	92.17	24.97	91.50
		直接人工	0.45	1.79	0.55	2.07	0.45	1.65
		电费	0.49	1.95	0.42	1.58	0.43	1.58
		制造费用	1.46	5.81	1.11	4.18	1.44	5.28
		合计	25.11	100.00	26.56	100.00	27.29	100.00

通过比较分析同型号镜片原料生产领用及对外销售的料、工、费，单位成本一致。

报告期内，生产领用折射率 1.56 系列镜片原料单位成本分别为 23.93 元/KG、21.85 元/KG 和 21.24 元/KG，对外销售折射率 1.56 系列镜片原料单位成本分别为 18.90 元/KG、18.10 元/KG 和 17.75 元/KG，同系列镜片原料生产领用及对外销售单位成本差异较大主要系产品结构差异所致，生产领用镜片原料主要包含 KOC 55 及 KOC KR54，其单位成本较高；对外销售镜片原料

单位成本偏低主要由 KOC 55W 拉低所致。生产领用与对外销售折射率 1.60 系列镜片原料单位成本较为接近。

5）自产和外购镜片原料营业成本明细及对外出售镜片原料业务的营业成本和单位营业成本的构成

发行人镜片原料销售以自产为主，2018-2019年度整体销售呈稳定上升趋势。2020年度销售下降主要系疫情影响所致。

自产和外购镜片原料营业成本明细如下：

单位：吨、万元

分类	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	销售数量	营业成本	占比	销售数量	营业成本	占比	销售数量	营业成本	占比
自产	1,350.06	2,697.22	88.74%	1,820.21	3,574.71	90.14%	1,878.97	3,648.25	91.15%
外购	13.39	342.14	11.26%	14.97	391.23	9.86%	15.23	354.34	8.85%

报告期内，自产镜片原料对外销售占总销售额比例分别为91.15%、90.14%及88.74%，外购镜片原料对外销售占总销售额比例分别为8.85%、9.86%及11.26%，发行人外购镜片原料对外销售占总销售额比例整体呈上升趋势。

自产和外购镜片原料单位营业成本及构成如下：

单位：元/KG

分类	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	单位营业成本	变动比例（%）	单位营业成本	变动比例（%）	单位营业成本
自产	19.98	1.73	19.64	1.15	19.42
外购	255.52	-2.23	261.34	12.29	232.74

单位：元/KG

自产原料项目明细	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比（%）	金额	占比（%）	金额	占比（%）
单位材料	17.40	87.09	17.49	89.05	17.41	89.67
单位人工	0.49	2.45	0.33	1.70	0.31	1.62
单位电费	0.51	2.55	0.47	2.41	0.50	2.56
单位制造	1.58	7.91	1.34	6.83	1.19	6.15

合计	19.98	100.00	19.64	100.00	19.42	100.00

报告期内，自产镜片原料对外出售的单位营业成本分别为 19.42 元/KG、19.64 元/KG 及 19.98 元/KG。2018 年度单位营业成本略低，主要系产品结构影响，2018 年度折射率 1.56 系列镜片原料销售额占销售总额 84.28%，而 1.56 系列原料平均单位成本相对较低。2020 年度受国际石油下跌影响，树脂原料价格进一步下跌。

2018年度-2019年度，单位营业成本构成整体较稳定，直接材料占比89%左右。2020年度直接材料占比87.09%，主要系受新冠疫情影响，产量大幅减少导致分摊的人工、电费、制造费用增加。

树脂单体 KOC KR70A 为外购镜片原料，供应商为韩国 KOC SOLUTION CO.,LTD.，价格受到海外市场影响，2019 年度涨幅较大。

（5）镜片业务成本

1）自产和外购原料生产镜片的料、工、费和单位成本

自产和外购原料生产镜片的料、工、费成本构成情况如下：

单位：万元、万片

镜片类别	2020 年度				2019 年度				2018 年度			
	产量	料	工	费	产量	料	工	费	产量	料	工	费
自产 1.56 系列	1,138.23	2,333.49	1,194.23	2,594.02	1,531.02	2,896.79	1,482.32	3,367.62	1,763.64	2,747.62	1,614.89	3,531.15
自产 1.60 系列	755.00	1,890.10	834.75	1,954.50	824.02	1,826.21	830.70	2,123.04	1,099.00	2,125.23	1,035.85	2,538.08
外购 1.56 系列	161.73	892.52	249.71	536.97	264.42	1,187.62	331.45	723.78	303.14	1,343.22	403.31	824.95
外购 1.60 系列	174.51	1,167.39	247.07	666.39	241.84	1,329.60	309.79	892.77	309.75	2,043.25	374.59	1,026.74
外购 1.67 系列	108.76	1,047.24	166.99	448.86	196.53	1,685.37	291.72	862.43	243.38	1,980.30	349.69	999.23
外购 1.71 系列	108.40	2,016.47	164.50	447.48	113.93	1,465.15	126.89	440.60	81.87	959.09	92.14	267.72
合计	**2,446.63**	**9,347.21**	**2,857.26**	**6,648.23**	**3,171.77**	**10,390.73**	**3,372.87**	**8,410.24**	**3,800.79**	**11,198.71**	**3,870.47**	**9,187.87**

单位成本构成情况如下：

单位：元/片

镜片类别	2020 年度	2019 年度	2018 年度

	单位材料	单位人工	单位费用	单位材料	单位人工	单位费用	单位材料	单位人工	单位费用
自产 1.56 系列	2.05	1.05	2.28	1.89	0.97	2.20	1.56	0.92	2.00
自产 1.60 系列	2.50	1.11	2.59	2.22	1.01	2.58	1.93	0.94	2.31
外购 1.56 系列	5.52	1.54	3.32	4.49	1.25	2.74	4.43	1.33	2.72
外购 1.60 系列	6.69	1.42	3.82	5.50	1.28	3.69	6.60	1.21	3.31
外购 1.67 系列	9.63	1.54	4.13	8.58	1.48	4.39	8.14	1.44	4.11
外购 1.71 系列	18.60	1.52	4.13	12.86	1.11	3.87	11.72	1.13	3.27
平均水平	**3.82**	**1.17**	**2.72**	**3.28**	**1.06**	**2.65**	**2.95**	**1.02**	**2.42**

报告期内发行人各系列镜片的产量结构情况如下：

镜片类别	产量占比		
	2020 年度	2019 年度	2018 年度
自产 1.56 系列	46.52%	48.27%	46.40%
自产 1.60 系列	30.86%	25.98%	28.92%
外购 1.56 系列	6.61%	8.34%	7.98%
外购 1.60 系列	7.13%	7.62%	8.15%
外购 1.67 系列	4.45%	6.20%	6.40%
外购 1.71 系列	4.43%	3.59%	2.15%
合计	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**

报告期内，发行人各系列镜片的料、工、费单位成本较稳定，不存在异常波动情况。各系列镜片产量的构成比例较稳定，不存在大幅波动的情况。报告期内，自产镜片的产量结构占比较高，各期均达到 75%左右。外购折射率 1.67 和 1.71 系列原料生产的镜片产量结构占比较低，报告期内，两者产量合计占比均未超过 10%。

①自产和外购原料生产折射率 1.56 系列镜片和折射率 1.60 系列镜片分析

A.自产和外购原料生产 1.56 系列镜片的料工费变化情况：

2018 年度-2019 年度，自产和外购原料生产 1.56 系列镜片的料、工、费单位成本波动较小，整体呈略微上升趋势，主要系 1.56 系列镜片的定制片产量占比逐年提升所致。2020 年度，自产和外购原料生产 1.56 系列镜片的料、工、费单位成本提升较多，主要系 2020 年度受到疫情影响，发行人镜片产量和产品结构发生了变化。产量变化的影响主要系发行人镜片产量大幅下降，降低了产量规模效应，单位产品固定成本提高，导致单位成本提高。产品结构变化的影响主要系定制片产量结构占比提升，定制片的单位材料成本高于现片，导致单位成本提高。

外购原料生产 1.56 系列镜片的单位材料成本高于自产原料，主要系外购原料的采购单价比自产原料的单位成本高，且外购原料生产 1.56 系列镜片多为功能片，其单体单耗较高。外购原料生产 1.56 系列镜片的单位人工、费用成本亦

高于自产原料，主要系其产量规模效应，其产量远低于自产原料生产的 1.56 系列镜片，降低了产量规模效应，单位产品固定成本较高所致。

B.自产和外购原料生产 1.60 系列镜片的料工费变化情况：

2018 年度-2019 年度，自产和外购原料生产 1.60 系列镜片的料、工、费单位成本波动较小。2018 年自产和外购原料生产 1.60 系列镜片的单位费用成本较低，主要系当期 1.60 系列镜片的产量和产量结构占比均较高，提升产量规模效应，固定费用分配率变小，导致单位费用成本较低。2019 年外购原料生产 1.60 系列镜片的单位材料成本较低，主要系 2019 年外购原料生产 1.60 系列镜片改进了生产工艺，报废率降低，镜片有效产量提高，单位材料成本降低。2020 年度自产和外购原料生产 1.60 系列镜片的料、工、费单位成本提高较大，主要系原料采购单价提高，且 2020 年度受到疫情影响，发行人镜片产量大幅下降，降低了产量规模效应，导致单位成本提高。

外购原料生产 1.60 系列镜片的单位材料成本高于自产原料，主要系外购原料采购单价比自产原料的单位成本高。外购原料生产 1.60 系列镜片的单位人工、费用成本亦高于自产原料，主要系其产量远低于自产原料生产的 1.60 系列镜片，降低了产量规模效应，单位产品固定成本较高所致。

②外购原料生产 1.67 和 1.71 系列镜片的分析

报告期内，外购原料生产 1.67 和 1.71 系列镜片的单位材料成本比前述系列镜片的单位材料高，主要系 1.67 和 1.71 系列镜片原料均为进口原料，其单位材料成本受到了原料采购单价波动的影响。2018 年原料采购单价最低，单位材料成本也最低，2020 年度原料采购单价最高，单位材料成本也最高。报告期内，外购原料生产 1.67 和 1.71 系列镜片的单位人工和费用成本呈略微上升趋势，主要系 1.67 和 1.71 系列镜片的定制片产量占比逐年提升所致。

综上可知，按照自产和外购原料折射率从低到高的阶梯水平，折射率 1.56 系列、1.60 系列、1.67 系列和 1.71 系列镜片的单位料、工、费成本呈阶梯式上升。报告期内，发行人镜片的平均单位料、工、费成本呈上升趋势，主要系原料采购单价上升、产量下降和定制片产量占比逐年提升所致。

2）领用自产原料生产 1.56 系列镜片的成本变动情况

报告期内，发行人领用自产原料生产 1.56 系列镜片种类包含 1.55 系列镜片和 1.552 系列镜片。

①1.55 系列镜片

报告期内，1.55 系列镜片主料经过更新换代，2018-2019 年为树脂单体 UV5420，2020 年度为树脂单体 KR54。1.55 系列镜片主要原料耗用等情况如下：

项目	单位	2020 年度	2019 年度	2018 年度
单体耗用量	KG	54,563.62	50,440.88	47,564.32
镜片单位成本	元/片	5.92	5.73	5.79
其中：单位单体成本	元/片	0.58	0.48	0.52
单体单价	元/KG	31.94	30.23	29.89
单体单耗	g/片	18.31	15.91	17.45

报告期内，生产 1.55 系列镜片原料经历了更新换代。2018 年度-2019 年度，发行人通过自行研制，可生产其替代原料树脂单体 UV5420 和树脂单体 KR54，降低了原料成本。

2019 年 1.55 系列镜片单体单耗较低，主要系因 1.55 系列镜片高光度品种产量减少。2019 年发行人提升镜片产品市场定位，低折射率、高光度的常规镜片产量减少，导致 2019 年 1.55 系列镜片单体单耗降低。2020 年度受到疫情影响，发行人镜片产量大幅下降，其中定制片产量占比提升，导致镜片单体单耗提高。

② 1.552 系列镜片

报告期内，1.552 系列镜片对应原料为树脂单体 KOC-55。1.552 系列镜片主要原料耗用等情况如下：

项目	单位	2020 年度	2019 年度	2018 年度
单体耗用量	KG	174,810.33	243,698.99	252,150.67
镜片单位成本	元/片	5.19	4.89	4.23
其中：单位单体成本	元/片	0.62	0.55	0.44

项目	单位	2020 年度	2019 年度	2018 年度
单体单价	元/KG	29.98	27.42	25.80
单体单耗	g/片	20.81	20.07	16.91

报告期内，1.552 系列镜片单体采购单价、单耗及产品单位成本均较为稳定，呈同向变动、略微上升趋势，无异常波动情况。

3）领用外购原料生产 1.56 系列镜片的成本变动情况

报告期内，发行人领用外购原料生产 1.56 系列镜片的种类包含 1.56 深变灰/茶系列镜片、1.56PMC 系列镜片和 1.56 超韧系列镜片。

① 1.56 深变灰/茶系列镜片

报告期内，1.56 深变灰/茶系列镜片对应原料为树脂单体甘田（1.552）。1.56 深变灰/茶系列镜片主要原料耗用等情况如下：

项目	单位	2020 年度	2019 年度	2018 年度
单体耗用量	KG	5,144.76	11,737.60	12,110.00
镜片单位成本	元/片	8.66	8.21	7.92
其中：单位单体成本	元/片	1.14	1.16	1.14
单体单价	元/KG	41.58	41.63	42.51
单体单耗	g/片	27.53	27.84	26.93

报告期内，1.56 深变灰/茶系列镜片单体采购单价、单耗及产品单位成本均较为稳定，呈同向变动趋势。

②1.56PMC 系列镜片

报告期内，1.56PMC 系列镜片对应原料为树脂单体 KOC KA55-10A 和树脂单体 KOC KA55-10LA。1.56PMC 系列镜片主要原料耗用等情况如下：

项目	单位	2020 年度	2019 年度	2018 年度
单体耗用量	KG	7,896.25	14,062.97	18,834.80
镜片单位成本	元/片	6.74	6.14	6.34

项目	单位	2020 年度	2019 年度	2018 年度
其中：单位单体成本	元/片	1.78	1.81	1.99
单体单价	元/KG	106.41	104.81	99.68
单体单耗	g/片	16.74	17.25	19.94

2019 年度和 2020 年度，1.56PMC 系列镜片单位成本随着单体采购单价提高而提高，单体单耗较为稳定，波动较小。2018 年 1.56PMC 系列镜片单位成本、单体单耗较高，主要系 2018 年 1.56PMC 系列镜片报废率较高。发行人为提高镜片产品市场定位，2018 年开始大规模生产 1.56PMC 系列高光度镜片，初期报废率较高，工艺改进后报废率下降，单体单耗趋于稳定。

③1.56 超韧系列镜片

1.56 超韧系列镜片对应原料为树脂单体 KOC KT56B 和树脂单体 KOC KT56AM。1.56 超韧系列镜片主要原料耗用等情况如下：

项目	单位	2020 年度	2019 年度	2018 年度
单体耗用量	KG	32,652.20	43,091.38	59,105.06
镜片单位成本	元/片	12.51	9.92	9.87
其中：单位单体成本	元/片	3.08	2.73	3.03
单体单价	元/KG	90.41	89.12	83.22
单体单耗	g/片	34.06	30.63	36.39

报告期内，1.56 超韧系列镜片单体采购单价与产品单位成本均较为稳定，呈同向变动、略微上升趋势。2019 年度和 2020 年度，1.56 超韧系列镜片单体单耗较为稳定，波动较小。2018 年 1.56 超韧系列镜片单体单耗较高，主要系 2018 年超韧系列镜片报废率较高。发行人为提高镜片产品市场定位，2018 年开始大规模生产 1.56 超韧系列高光度镜片，初期报废率较高，工艺改进后报废率下降，单体单耗趋于稳定。

4）领用自产原料生产 1.60 系列镜片的成本变动情况

报告期内，发行人领用自产原料生产 1.60 系列镜片对应原料为树脂单体 1.600 KR-60T。

报告期各期,领用自产树脂单体生产 1.60 系列镜片的情况如下：

项目	单位	2020 年度	2019 年度	2018 年度
单体耗用量	KG	175,031.59	168,381.09	272,216.08
镜片单位成本	元/片	6.20	5.80	5.19
其中：单位单体成本	元/片	0.85	0.65	0.83
单体单价	元/KG	36.47	31.93	33.61
单体单耗	g/片	23.19	20.43	24.77

报告期内，1.60 系列镜片单体采购单价、单耗与产品单位成本均较为稳定，呈同向变动趋势。2019 年度发行人提升镜片产品市场定位，低折射率、高光度镜片产量减少，导致 2019 年度 1.60 系列镜片原料单耗降低。2020 年度，受到疫情影响，发行人镜片产量大幅降低，其中定制片产量占比提升，导致镜片单体单耗提高。

2018 年单体单价较高、单耗较高，故单位单体成本较高，但镜片单位成本较低，主要系 2018 年产量较高，提升了产量规模效应，导致镜片单位成本降低。

5）领用外购原料生产 1.60 系列镜片的成本变动情况

报告期内，发行人领用外购原料生产 1.60 系列镜片的种类包含 1.60 超韧/PMC 系列镜片、1.60 深变灰系列镜片和 1.600MR-8 系列镜片。

①1.60 超韧/PMC 系列镜片

报告期内，1.60 超韧/PMC 系列镜片对应原料为树脂单体 KOC KT60A/B/C。1.60 超韧/PMC 系列镜片主要原料耗用等情况如下：

项目	单位	2020 年度	2019 年度	2018 年度
单体耗用量	KG	43,573.76	49,624.78	53,370.90
镜片单位成本	元/片	12.44	10.94	10.92
其中：单位单体成本	元/片	3.96	3.18	3.21
单体单价	元/KG	107.71	98.86	94.20
单体单耗	g/片	36.81	32.19	34.05

报告期内，1.60 超韧/PMC 系列镜片单体采购单价与产品单位成本均较为稳定，呈同向变动、略微上升趋势。2018 年，1.60 超韧/PMC 系列镜片单体单耗较

高，主要系 2018 年超韧系列镜片报废率较高。发行人为提高镜片产品市场定位，2018 年开始大规模生产高光度超韧/PMC 系列镜片，初期报废率较高，工艺改进后报废率下降，单体单耗趋于稳定。2020 年度，受到疫情影响，发行人镜片产量大幅降低，其中定制片产量占比提升，导致镜片单体单耗提高。

②1.60 深变灰系列镜片

报告期内，1.60 深变灰系列镜片对应的原料为树脂单体 1.60 变色安田。1.60 深变灰系列镜片主要原料耗用等情况如下：

项目	单位	2020 年度	2019 年度	2018 年度
单体耗用量	KG	2,520.95	3,995.30	4,049.00
镜片单位成本	元/片	10.78	9.61	9.60
其中：单位单体成本	元/片	4.97	4.94	4.84
单体单价	元/KG	176.07	177.17	188.02
单体单耗	g/片	28.21	27.90	25.75

1.60 深变灰系列镜片的主料为 1.60 变色安田。报告期内，1.60 深变灰系列镜片产量较少，单体单耗相对稳定。镜片单位成本与单体采购单价呈同向变动关系。

③1.600MR-8 系列镜片

报告期内，1.600MR-8 系列镜片对应的原料为树脂单体 MR-8 系列单体。1.600MR-8 系列镜片主要原料耗用等情况如下：

项目	单位	2020 年度	2019 年度	2018 年度
单体耗用量	KG	8,143.59	12,240.27	22,945.34
镜片单位成本	元/片	10.91	9.81	11.70
其中：单位单体成本	元/片	2.61	2.45	2.30
单体单价	元/KG	148.64	140.70	132.93
单体单耗	g/片	17.54	17.40	17.32

报告期内，2018 年度 1.600MR-8 系列镜片单位成本较高，主要系 1.600MR-8 系列镜片中某品种镜片的初期生产工艺不成熟，报废率较高，单位成本较高。2019 年度和 2020 年度镜片单位成本较低，主要系上述品种镜片工艺改进后报废率降低，单体单耗趋于稳定，导致镜片单位成本下降。

6）领用外购原料生产 1.67 系列镜片的成本变动情况

报告期内，发行人领用外购原料生产 1.67 系列镜片，对应原料为树脂单体 KOC KT67A/B。

报告期各期,领用外购树脂单体生产对应 1.67 系列镜片的情况如下：

项目	单位	2020 年度	2019 年度	2018 年度
单体耗用量	KG	36,687.63	65,582.32	90,794.64
镜片单位成本	元/片	15.30	14.45	13.68
其中：单位单体成本	元/片	6.22	6.19	6.08
单体单价	元/KG	183.27	185.55	163.00
单体单耗	g/片	33.92	33.37	37.31

报告期内，1.67 系列镜片单位成本逐年上升，主要系单体单价逐年上升，报告期整体采购单价与产品单位成本呈同向变动、略微上升趋势。2020 年度的镜片单位成本较高，主要是因为 2020 年度产品产量较低，受到产量规模效应影响，其单位成本较高。2019 年度和 2020 年度，1.67 系列镜片单体单耗较为稳定，波动较小。2018 年 1.67 系列镜片单体单耗较高，主要系 2018 年 1.67 系列镜片报废率较高。发行人为提高镜片产品市场定位，2018 年开始大规模生产高光度 1.67 系列镜片，初期报废率较高，工艺改进后报废率下降，单体单耗趋于稳定。

7）领用外购原料生产 1.71 系列镜片的成本变动情况

报告期内，发行人领用外购原料生产 1.71 系列镜片，对应原料为树脂单体 KOC KT70A/B/C。

报告期各期,领用外购树脂单体及生产对应 1.71 系列镜片的情况如下：

项目	单位	2020 年度	2019 年度	2018 年度
单体耗用量	KG	36,848.98	44,088.60	38,224.68
镜片单位成本	元/片	24.25	17.84	16.11
其中：单位单体成本	元/片	10.33	10.87	11.47
单体单价	元/KG	303.93	280.94	245.69
单体单耗	g/片	33.99	38.70	46.69

报告期内，1.71 系列镜片单体采购单价与产品单位成本均较为稳定，呈同向变动、略微上升趋势。2019 年度和 2020 年度，1.71 系列镜片单体单耗较为稳定，

波动较小。2018 年 1.71 系列镜片单体单耗较高，主要系 2018 年 1.71 系列镜片报废率较高。发行人为提高镜片产品市场定位，2018 年开始大规模生产高光度 1.71 系列镜片，初期报废率较高，工艺改进后报废率下降，单体单耗趋于稳定。

8）折射率 1.50 系列镜片原料自产及外购情况

报告期内，发行人生产折射率 1.50 系列镜片有两种途径：1、领用外购原料树脂单体 1.499(CR-39)生产；2、直接外购 1.50 半成品镜片。

报告期内,发行人领用外购树脂单体生产 1.50 系列镜片的情况如下：

项目	单位	2020 年度	2019 年度	2018 年度
单体耗用量	KG	311.06	3,263.62	3,268.77
镜片单位成本	元/片	5.12	4.72	3.84
其中：单位单体成本	元/片	0.61	0.56	0.58
单体单价	元/KG	27.86	27.43	25.95
单体单耗	g/片	21.98	20.35	22.22

报告期内，直接外购 1.50 半成品镜片的情况如下：

项目	单位	2020 年度	2019 年度	2018 年度
外购数量	片	3,076.00	6,721.00	33,548.00
外购单价	元/片	3.15	3.74	4.02

报告期内，1.50 系列镜片产量比重较小，且呈逐年降低趋势，主要系发行人调整生产结构，减少低端镜片产量。报告期内，1.50 系列镜片单位成本逐年上升，主要系单体采购单价逐年上升。2018 年度和 2019 年度，1.50 系列镜片单体单耗较稳定，均在 20g/片左右。2020 年度，受到疫情影响，发行人镜片产量大幅降低，其中定制片产量占比提升，导致镜片单体单耗提高。

9）折射率 1.74 系列镜片采购情况

报告期内，发行人外购 1.74 镜片半成品生产 1.74 镜片产品，1.74 镜片产品分为现片和定制片。发行人采购的 1.74 镜片分为 1.74 加膜成品和 1.74 毛坯，1.74 加膜成品加工成现片仅需经过包装，1.74 毛坯加工成定制片需要经过车房中心专门加工后再进行镀膜、加硬和包装。

报告期内，1.74 镜片的采购数量、采购单价、销售数量、单位销售成本明细如下：

项目	内容	单位	2020 年度	2019 年度	2018 年度
1.74 加膜成品	采购量	片	39,278.00	38,213.00	75,997.00
	采购单价	元/片	47.03	47.85	48.40
1.74 毛坯	采购量	片	18,735.00	16,923.00	27,414.00
	采购单价	元/片	81.19	82.63	78.41
自有品牌 1.74 镜片	现片销售量	片	37,502.00	48,421.00	53,003.00
	单位销售成本	元/片	47.11	47.55	46.44
	定制片销售量	片	13,728.00	16,417.00	15,033.00
	单位销售成本	元/片	112.31	115.74	120.05
贴牌 1.74 镜片	现片销售量	片	2,524.00	5,581.00	6,865.00
	单位销售成本	元/片	47.23	46.78	46.70
	定制片销售量	片	1,964.00	3,506.00	4,907.00
	单位销售成本	元/片	112.24	114.61	120.08

区分自有品牌和贴牌的 1.74 现片和定制片采购和销售单位成本对比如下：

单位：元/片

项目	内容	2020 年	2019 年	2018 年
1.74 加膜成品	采购单价	47.03	47.85	48.40
自有品牌 1.74 现片	单位销售成本	47.11	47.55	46.44
贴牌 1.74 现片	单位销售成本	47.23	46.78	46.70

单位：元/片

项目	内容	2020 年	2019 年	2018 年
1.74 毛坯	采购单价	81.19	82.63	78.41
自有品牌 1.74 定制片	单位销售成本	112.31	115.74	120.05
贴牌 1.74 定制片	单位销售成本	112.24	114.61	120.08

1.74 现片仅需经过包装工序形成对外销售，其单位销售成本略高于采购单价。其中，2018 年 1.74 镜片的采购单价最高，主要系因原供应商对 1.74 镜片的提价较多，导致平均采购单价较高，下半年更换供应商后，采购单价降低，全年单位销售成本略有下降。

1.74 毛坯要经过车房中心再进行镀膜、加硬和包装多道工序形成定制片，其单位销售成本远高于采购单价。2018 年 1.74 定制片单位销售成本较高，主要系因 2018 年车房中心 1.74 镜片报废率较高。2019 年发行人改进了生产工艺，并选择了毛坯品质较高的供应商，故 2019 年单位销售成本下降。

10）外购 1.56 和 1.60 系列镜片的单位成本显著高于自产同系列镜片的单位生产成本的原因和合理性

报告期内，自产原料生产的 1.56 和 1.60 系列镜片与外购原料生产的 1.56 和 1.60 系列镜片单位生产成本构成情况如下：

单位：元/片

镜片类别	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	单位材料	单位人工	单位费用	单位材料	单位人工	单位费用	单位材料	单位人工	单位费用
自产 1.56 系列	2.05	1.05	2.28	1.89	0.97	2.20	1.56	0.92	2.00
自产 1.60 系列	2.50	1.11	2.59	2.22	1.01	2.58	1.93	0.94	2.31
外购 1.56 系列	5.52	1.54	3.32	4.49	1.25	2.74	4.43	1.33	2.72
外购 1.60 系列	6.69	1.42	3.82	5.50	1.28	3.69	6.60	1.21	3.31

报告期内，外购原料生产 1.56 和 1.60 系列镜片的单位成本高于自产同系列镜片的单位成本，主要由于外购的 1.56 及 1.60 系列原料均为超韧、超亮等特殊性能的原料，是对外采购的成品性原料产品，发行人并不自产，用于生产 1.56 和 1.60 系列功能镜片产品，其采购成本相对较高。自产的 1.56 和 1.60 系列原料系发行人以基础化工原料为基础自产的产品，用于生产常规及蓝光等产品，成本相对可控且较低。自产和外购原料生产的镜片产品不同，定价根据产品不同有所差异。例如，发行人 2019 年度销售给南京玛考琳眼镜有限公司的 1.60 非球面绿膜树脂片单价为 15.57 元/片，1.60 防蓝光非球面蓝膜树脂片单价为 17.86 元/片，1.60PMC 非球面绿膜树脂片单价为 20.44 元/片。

①原料领用单价和原料单耗差异

外购原料生产 1.56 和 1.60 系列镜片的单位材料成本高于自产同系列镜片的单位材料成本，主要前者系对外采购的特殊新能原料，与发行人自产的产品不一

样，相关原料领用单价和原料单耗均较高所致。

各报告期内外购 1.56 原料和 1.60 原料的领用单价和单耗均高于自产原料的领用单价和单耗，导致最终产品的单位材料成本较高。外购原料树脂单体的领用单价较高，主要系自产原料树脂单体的规模化生产降低了材料成本，而对外采购的原料单价系市场价格，外购原料采购单价上升幅度大于自产原料单价上升幅度。外购原料树脂单体的单耗较高，主要系外购原料树脂单体生产的镜片多为功能型镜片，而功能型镜片的原料单耗高于常规镜片的原料单耗。

②产量结构占比差异

外购原料生产 1.56 和 1.60 系列镜片的单位人工、费用成本高于自产同系列镜片的单位人工、费用成本，主要系前者产量结构占比较低所致。

报告期内发行人各系列镜片的产量结构情况如下：

镜片类别	产量占比		
	2020 年度	2019 年度	2018 年度
自产 1.56 系列	46.52%	48.27%	46.40%
自产 1.60 系列	30.86%	25.98%	28.92%
外购 1.56 系列	6.61%	8.34%	7.98%
外购 1.60 系列	7.13%	7.62%	8.15%
外购 1.67 系列	4.45%	6.20%	6.40%
外购 1.71 系列	4.43%	3.59%	2.15%
合计	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**

由上表可知，自产原料生产的 1.56 和 1.60 系列镜片的产量占比远高于外购原料生产的 1.56 和 1.60 系列镜片，由于产量规模化效应，人工、费用成本中相对固定的成本随着产量的上升会趋于稳定，不再继续上升。随着产量上升，固定人工、费用分配率降低，导致产品单位人工、费用降低。

自产原料和外购原料生产的镜片为同一生产线生产，不存在单独的生产线，人工和费用在自产和外购系列镜片中共同分配。人工和费用按照产量和工时系数进行分摊，其中产量较高的自产 1.56 和 1.60 系列分配的人工和费用会受到产量规模化效应的影响，产量结构占比较高会导致其单位人工、费用成本降低。

综上可知，外购 1.56 和 1.60 系列镜片的单位成本显著高于自产同系列镜片的单位生产成本，系前者单位材料成本和单位人工、费用成本均较高所致。其中，

外购 1.56 和 1.60 系列镜片的单位材料成本较高，系外购 1.56 和 1.60 原料的领用单价较高、原料单耗较高所致；外购 1.56 和 1.60 系列镜片的单位人工、费用成本较高，系其产量结构占比较低所致。外购 1.56 和 1.60 系列镜片的单位成本显著高于自产同系列镜片的单位生产成本，不涉及镜片生产工艺的差异。

11）单位单体成本的含义和计算标准；发行人生产替代原料树脂单体 UV5420 和树脂单体 KR54 的具体替代原材料和前后工艺差异，对该事项的前期研发投入金额

①单位单体成本的含义和计算标准

树脂单体是发行人镜片产品的主要原料，单位单体成本指的是每片镜片耗用的树脂单体金额，亦等于单体单价与单体单耗的乘积。

②发行人生产替代原料树脂单体 UV5420 和树脂单体 KR54 的具体替代原材料和前后工艺差异，对该事项的前期研发投入金额

发行人生产替代原料树脂单体 UV5420 和树脂单体 KR54 的具体替代原材料为树脂单体 KY55-11，三者均为 1.55 防蓝光系列镜片的主要原料。

报告期前及 2017 年度，发行人通过购买国外供应商的原料 KY55-11 生产 1.55 防蓝光系列镜片，第一代 1.55 防蓝光系列镜片的原料采购单价较高，且应用于镜片生产过程中会产生刺激气味。

2017 年初，发行人开始研发二代 1.55 防蓝光系列镜片原料 UV5420，研发项目为“1.552 防蓝光单体的研究”。同年形成生产，2018 年开始大批量生产，降低了原料成本，并改进了第一代树脂单体的缺点。第二代原料 UV5420 生产出的镜片偏软，导致部分镜片镀膜膜层牢固度不高；部分镜片较难离型，易出现烂边现象。

2019 年初，发行人开始研发第三代 1.55 防蓝光系列镜片原料 KR54，研发项目为“KR-54 抗冲击单体的研究”。同年开始大批量生产，KR54 完全解决了 UV5420 存在的硬度问题，镜片阿贝数达到 42 左右，高于同类产品行业平均水平。

三代原料替代使镜片生产的稳定性提升，改善了镜片品质。

两代树脂单体 UV5420 和树脂单体 KR54 的研发项目及投入金额情况如下：

单位：万元

研发项目名称	涉及树脂单体名称	研发项目年度	研发投入金额	会计核算科目
1.552 防蓝光单体的研究	UV5420	2017 年	80.90	研发费用
KR-54 抗冲击单体的研究	KR54	2019 年	117.60	研发费用

树脂单体 UV5420 于 2017 年底开始试生产，2018 年开始大批量生产；KR54 于 2019 年 3 月开始试生产，2019 年下半年开始大批量试生产。

12）主要产品的单位成本从原材料采购环节，到产品生产加工环节，到最终销售环节的成本结转过程和核算方式，采购传导滞后性、原材料投料比变动对各环节单位成本的影响及合理性

发行人主要产品的单位成本从原材料采购环节，到产品生产加工环节，到最终销售环节的成本结转过程和核算方式是合理的。报告期内，原料采购环节和产品包装环节的成本传导没有滞后性。基片装配环节和加硬加膜环节的成本传导存在一定滞后性，主要系上述环节中间产品基片主要作为后续产成品镜片配置的备料，库存量较大，库存结构受产成品镜片生产需求影响而变动。原材料投料比变动对各环节单位成本的影响是合理的。

（四）毛利及毛利率分析

1、毛利构成及变动情况

报告期内，公司主营业务的毛利构成如下：

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
镜片	24,697.56	82.84%	24,076.98	85.34%	20,583.39	91.44%
原料	1,730.97	5.81%	2,150.09	7.62%	1,642.27	7.30%
成镜	3,204.79	10.75%	1,707.49	6.05%	185.10	0.82%
镜架	161.13	0.54%	275.78	0.98%	105.20	0.47%
其他	17.33	0.06%	1.66	0.01%	-5.60	-0.02%

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
合计	**29,811.78**	**100.00%**	**28,212.01**	**100.00%**	**22,510.36**	**100.00%**

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，公司主营业务毛利金额分别为 22,510.36 万元、28,212.01 万元和 29,811.78 万元。其中镜片业务毛利分别为 20,583.39 万元、24,076.98 万元和 24,697.56 万元，毛利占比分别为 91.44%、85.34%和 82.84%。

2、毛利率变动分析

报告期内，公司的毛利率变化及各项业务对公司主营业务毛利率贡献情况如下：

项目	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	毛利率	收入贡献率	毛利率贡献率	毛利率	收入贡献率	毛利率贡献率	毛利率	收入贡献率	毛利率贡献率
镜片	56.63%	81.04%	45.89%	53.76%	81.33%	43.73%	47.90%	85.48%	40.95%
原料	35.65%	9.02%	3.22%	34.75%	11.24%	3.90%	28.63%	11.41%	3.27%
成镜	64.66%	9.21%	5.96%	55.50%	5.59%	3.10%	21.75%	1.69%	0.37%
镜架	44.52%	0.67%	0.30%	28.30%	1.77%	0.50%	17.29%	1.21%	0.21%
其他	58.99%	0.05%	0.03%	4.16%	0.07%	0.00%	-5.35%	0.21%	-0.01%
合计	**55.40%**	**100.00%**	**55.40%**	**51.24%**	**100.00%**	**51.24%**	**44.78%**	**100.00%**	**44.78%**

注：毛利率贡献率=该项业务毛利率*收入贡献率（该项业务收入占主营业务收入的比重）

从上表可以看出， 2018 年度、2019 年度和 2020 年度，镜片业务对主营业务毛利率的贡献最大，分别贡献了 40.95、43.73 和 45.89 个百分点，其次是原料业务。成镜业务毛利贡献增长较快。其他业务对主营业务毛利率的贡献较低。

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，公司主营业务毛利率分别为 44.78%、51.24%和 55.40%。公司各业务之间的毛利率存在一定的差异，因此公司主营业务毛利率的变动会受到各年度间业务收入结构变化的影响；同时，不同业务类别毛利率的变化也会引起公司主营业务毛利率的变动。

2019 年较 2018 年发行人主营业务毛利率上升 6.46%，主要原因有：（1）镜片业务毛利率贡献率上升 2.78 个百分点，主要系中高折射率产品占比提高及品

牌影响力进一步提升带来的单价增长所致；（2）成镜业务毛利率贡献率上升 2.73 个百分点，主要系电商自营零售业务快速发展，零售渠道单价较高且成镜业务逐步形成规模化发展态势带来单位成本进一步降低所致；（3）原料业务毛利率贡献率上升 0.64 个百分点，主要系部分原料产品价格上涨所致。

2020 年度较 2019 年发行人主营业务毛利率上升 4.16%，主要原因系成镜业务毛利率贡献上升 2.86%，主要系电商零售端成镜业务毛利率较高且占比提升所致。

3、毛利率同行业比较

公司主要从事镜片、成镜、镜片原料等眼视光产品的研发、设计、生产和销售。上市公司旗天科技的主营业务包括树脂镜片的生产销售、银行卡增值创新服务等，其树脂镜片生产销售业务与公司的镜片业务较为可比。

报告期内，公司镜片业务毛利率与旗天科技批量镜片业务毛利率对比情况如下：

公司名称	业务名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
旗天科技[注]	批量镜片	-	-	29.95%
发行人	镜片	56.63%	53.76%	47.90%

注：可比上市公司毛利率相关数据均取自于公开披露的年报信息

旗天科技镜片业务以境外客户 ODM 模式作为发展起点。根据旗天科技 2017 年年报信息，公司以外销业务为主。旗天科技主要国际客户群体为镜片品牌供应商、镜片批发商、大中小型眼镜连锁店以及车房加工中心等。

报告期内，发行人镜片业务外销毛利率与同行业公司旗天科技批量镜片毛利率对比情况如下：

公司名称	业务名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
旗天科技	批量镜片	-	-	29.95%
发行人	外销镜片	47.59%	39.48%	39.31%

旗天科技镜片业务以境外客户 ODM 模式作为发展起点。旗天科技主要国际客户群体为镜片品牌供应商、镜片批发商、大中小型眼镜连锁店以及车房加工中心等。

发行人镜片外销业务毛利率高于旗天科技主要系发行人外销业务中镜片功能系列产品占有一定比例。2018 年度、2019 年度和 2020 年度，发行人镜片外销收入中功能片收入占比分别为 72.89%、56.67%和 70.80%，功能片毛利率相对较高从而带动外销业务整体毛利率较高。

通过检索公开信息，发行人与主要竞争对手依视路的毛利率对比情况如下：

公司名称	业务名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
依视路	-	58.86%	62.60%	63.04%
发行人	镜片	56.63%	53.76%	47.90%

依视路与发行人镜片业务的毛利率存在一定的差异，主要原因如下：（1）依视路作为全球领先的视光企业，品牌历史悠久，品牌溢价较高；（2）在销售模式方面，依视路直接或间接控制一定数量的线下门店，直接将产品销售至终端消费者，零售模式毛利率较高。发行人报告期内快速发展线上零售业务，但截至目前线上零售业务收入占比总体较小，从而导致毛利率低于可比公司。

根据公开披露信息，发行人按折射率的镜片毛利率及收入占比与视科新材的对比情况如下：

单位：元/片

折射率	公司名称	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比
1.49	明月镜片	-	-	-	-	-	-
	视科新材	48.15%	0.10%	44.16%	0.11%	34.83%	0.07%
1.50	明月镜片	23.41%	0.08%	26.59%	0.44%	21.25%	0.67%
	视科新材	-	-	-	-	-	-
1.56	明月镜片	48.49%	35.86%	48.54%	39.92%	43.27%	39.97%
	视科新材	61.26%	14.58%	55.40%	15.10%	59.17%	12.18%
1.591	明月镜片	-	-	-	-	-	-

折射率	公司名称	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比
	视科新材	64.53%	29.62%	61.43%	32.09%	59.35%	36.07%
1.60	明月镜片	58.49%	36.75%	54.03%	33.46%	48.24%	36.45%
	视科新材	36.32%	14.18%	36.33%	14.62%	35.89%	16.47%
1.67	明月镜片	58.18%	10.37%	53.68%	11.71%	49.99%	13.12%
	视科新材	43.01%	41.33%	44.26%	37.78%	41.32%	34.66%
1.70	明月镜片	-	-	-	-	-	-
	视科新材	37.75%	0.19%	29.33%	0.30%	35.69%	0.53%
1.71	明月镜片	70.38%	14.89%	71.23%	12.10%	69.12%	7.33%
	视科新材	-	-	-	-	-	-
1.74	明月镜片	59.21%	2.05%	54.17%	2.37%	50.92%	2.45%
	视科新材	29.70%	0.00%	13.02%	0.01%	16.62%	0.01%
合计	明月镜片	56.63%	100.00%	53.76%	100.00%	47.90%	100.00%
	视科新材	51.09%	100.00%	50.25%	100.00%	49.07%	100.00%

注：视科新材尚未公告 2020 年报数据，本表内以 2020 年 1-6 月数据替代。

发行人的功能片类型包括 1.71 系列、防蓝光系列、超韧系列、内渐进系列、智能变色系列、PMC 超亮系列、双菲系列和偏光系列，视科新材的功能片是指具有渐进、变色、双非球面、无形、平顶等功能的光学镜片。除 1.71 为发行人独有产品类型外，发行人与视科新材其他功能片类型较为相似。

报告期内，发行人与视科新材的光学镜片产品品类重合度较高，除 2018 年度发行人整体毛利率略低于视科新材外，发行人整体毛利率水平高于视科新材，主要由于明月镜片自主品牌具有一定品牌溢价，毛利率水平整体较高所致。发行人 1.56 折射率系列镜片毛利率水平低于视科新材，主要由于视科新材 1.56 折射率镜片中功能片占比达 80%，而明月镜片占比不足 50%所致。

从成本层面，由于对产品品质的要求较高，发行人原材料采购价格普遍高于视科新材。同时发行人在厂房、设备等方面投入也更大。而且为保证竞争力及产品品质，发行人保持了较高的生产人员的平均工资。以上诸多原因的综合影响下，发行人产品单位成本高于视科新材。双方毛利率的差异主要是售价造成。

报告期内，发行人与视科新材在 1.67 以上高折射率镜片的毛利率差异高于 1.67 及以下的差异，主要由于较低折射率镜片的产品生产门槛较低，竞争更为充分所致。发行人 1.71 折射率产品为独有产品类型，具有较强的自主定价权，故毛利率较高具有合理性。视科新材的 1.70 折射率产品为外购成品后销售，成本更高，毛利率势必低于发行人 1.71 折射率产品。而 1.74 折射率产品，发行人与视科新材均为对外采购成品镜片后再销售，不自己生产。且该产品属于小众品种，销售规模均较小，消费者对价格敏感度更低。虽然发行人从产品品质考量，采购成本高于视科新材，但由于品牌溢价及产品品质的加持，销售价格也更高，毛利率水平也高于视科新材。

发行人镜片产品成本构成情况已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（三）营业成本分析”之“2、主营业务成本分析”之“（5）镜片业务成本”中进行了详细分析，视科新材尚未披露镜片分折射率的成本构成情况。2018 年度，发行人的整体光学镜片毛利率低于视科新材，主要由于发行人尚处于价格调整初期，收入占比最高的 1.56 折射率系列镜片产品毛利率较低，拉低了镜片业务整体毛利率所致。除 1.56 折射率系列外，在两家公司重合的折射率产品品类中，发行人的毛利率均大幅高于视科新材。

2019 年度及 2020 年度，发行人的整体光学镜片毛利率高于视科新材，主要由于发行人经营自有品牌，拥有较高的品牌溢价所致。发行人 1.56 折射率镜片产品毛利率低于视科新材，主要由于自身 1.56 折射率镜片功能片占比低于视科新材所致。除 1.56 折射率系列外，在两家公司重合的折射率产品品类中，发行人的毛利率均大幅高于视科新材。

4、发行人电商自营和线下体验店的镜片产品毛利率情况

（1）发行人电商自营渠道毛利率的变化及合理性

报告期内，发行人电商自营渠道镜片收入占比较低。2018 年度、2019 年度和 2020 年度，发行人电商自营渠道镜片收入分别为 91.57 万元、246.69 万元和 328.93 万元，占镜片业务总收入比例分别为 0.21%、0.55%和 0.75%，占比相对较低。报告期内，发行人电商自营渠道镜片收入及毛利率情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	收入	镜片业务总收入占比	毛利率	收入	镜片业务总收入占比	毛利率	收入	镜片业务总收入占比	毛利率
电商自营镜片产品	328.93	0.75%	91.70%	246.69	0.55%	94.88%	91.57	0.21%	94.54%

部分消费者选择分开购买镜片和镜架产品，以满足对于组装后成镜款式、品质以及性价比的需求。随着电商消费趋势的日益盛行，部分终端自然人消费者通过电商平台购买品质和价格更为满意的镜片产品。

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，自营渠道镜片产品收入占发行人总镜片业务收入比例分别为 0.21%、0.55%和 0.75%，收入重要性相对较低，自营渠道毛利率对镜片业务整体毛利率影响较小。

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，电商自营渠道镜片产品毛利率分别为 94.54%、94.88%和 91.70%。电商自营渠道镜片产品毛利率较高，主要系电商自营渠道下发行人客户主要为终端自然人消费者。发行人作为上游镜片生产商，可以获得零售端的高溢价定价权，从而获得较高的毛利空间。

报告期内，电商自营镜片产品的单价和平均单位成本如下：

单位：元/片

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	单价	单位成本	单价	单位成本	单价	单位成本
电商自营镜片产品	175.43	14.56	260.00	13.32	146.70	8.02

报告期内，电商自营镜片产品单价和单位成本存在波动，主要系受电商镜片销售产品结构变动所致。报告期各期，单价和单位成本变动对毛利率的量化分析如下：

渠道 产品	项目	2020 年度 相较 2019 年度		2019 年度 相较 2018 年度	
		变动幅度	对毛利率的影响	变动幅度	对毛利率的影响
电商自营镜片产品	单价	-32.53%	-2.47%	77.24%	2.38%
	单位成本	9.32%	-0.71%	66.15%	-2.04%

渠道 产品	项目	2020 年度 相较 2019 年度		2019 年度 相较 2018 年度	
		变动幅度	对毛利率的影响	变动幅度	对毛利率的影响
	毛利率变化	-	-3.18%	-	0.34%

（2）发行人线下自营渠道毛利率的变化及合理性

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，线下自营渠道镜片产品收入占发行人总镜片业务收入比例分别为 0.13%、0.26%和 0.26%，收入重要性相对较低，线下自营渠道毛利率对镜片业务整体毛利率影响较小。报告期内，发行人线下自营渠道镜片收入及毛利率情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	收入	镜片业务总收入占比	毛利率	收入	镜片业务总收入占比	毛利率	收入	镜片业务总收入占比	毛利率
线下自营	113.84	0.26%	90.16%	116.31	0.26%	91.79%	57.33	0.13%	95.87%

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，线下自营渠道镜片产品毛利率分别为 95.87%、91.79%和 90.16%。线下自营渠道镜片产品毛利率较高，主要系线下自营渠道下发行人客户主要为终端自然人消费者。发行人作为镜片生产商同时可以获得零售端的高溢价空间定价权，从而获得较高的毛利空间。

报告期内，线下自营镜片产品的单价和平均单位成本如下：

单位：元/片

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	单价	单位成本	单价	单位成本	单价	单位成本
线下自营镜片产品	101.16	9.96	110.26	9.06	193.88	8.01

报告期内，线下自营镜片产品单价和单位成本存在波动，主要系受线下自营销售产品结构变动所致。报告期各期，单价和单位成本变动对毛利率的量化分析如下：

渠道 产品	项目	2020 年度 相较 2019 年度		2019 年度 相较 2018 年度	
		变动幅度	对毛利率的影响	变动幅度	对毛利率的影响
线下自营镜片产品	单价	-8.26%	-0.74%	-43.13%	-3.13%
	单位成本	9.97%	-0.89%	13.10%	-0.95%
	毛利率变化	-	-1.63%	-	-4.08%

（3）发行人线下直销毛利率低于线上直销毛利率的原因和合理性

在镜片行业内，发行人作为镜片生产企业的镜片品牌商处于行业中游，线下直销模式下下游的客户群体主要为眼镜零售商等直销客户，双方以“B2B”的批发模式进行镜片、成镜等产品的合作。而线上直销（电商自营）模式下发行人的客户群体主要为眼镜终端消费者，发行人以“B2C”的零售模式向其销售镜片、成镜等产品。发行人作为镜片生产商在拥有更低产品单位成本的同时享有零售环节相对较高的定价溢价空间，从而导致发行人线下直销毛利率低于线上直销的毛利率。

报告期内，发行人镜片产品线下直销和电商自营的毛利率对比情况如下：

单位：元/片

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	电商 自营	线下 直销[注]	电商 自营	线下 直销	电商 自营	线下 直销
平均销售单价	175.43	23.03	260.00	19.94	146.70	16.07
平均单位成本	14.56	7.63	13.32	6.91	8.02	6.31
毛利率	91.70%	66.88%	94.88%	65.37%	94.54%	60.71%

注：电商自营镜片产品主要为发行人自有品牌，故此处选取线下直销模式下自有品牌镜片产品的相关数据进行比较

报告期内，发行人镜片产品电商自营毛利率高于线下直销，主要系电商自营零售环节定价溢价空间较大导致平均单价远高于线下直销批发环节所致。

报告期内，发行人成镜产品线下直销和电商自营的毛利率对比情况如下：

单位：元/副

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度

	电商自营	线下直销	电商自营	线下直销	电商自营	线下直销
平均销售单价	259.99	63.10	319.14	52.45	318.79	132.87
平均单位成本	73.27	45.99	81.14	50.86	209.53	168.02
毛利率	71.82%	27.11%	74.58%	3.05%	34.27%	-26.45%

报告期内，发行人成镜产品电商自营毛利率高于线下直销，主要系电商自营零售环节定价溢价空间较大导致平均单价远高于线下直销批发环节所致。同时，发行人电商自营与线下直销渠道成镜产品结构也存在差异，且不同成镜产品适销性也存在差异。具体参见本招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（四）毛利及毛利率分析”之“7、报告期内发行人成镜业务的毛利率情况”的相关内容。

5、区分销售渠道和品牌类型的镜片产品毛利率情况

（1）不同销售模式下，按品牌类型的毛利率分析

报告期内，发行人在镜片生产过程中采用统一的生产工艺流程和产品质量管控措施，在镜片产品生产环节不区分销售渠道和品牌类型。因此，针对同一镜片产品规格（相同折射率、材料等），不同销售模式下、不同品牌类型的镜片产品毛利率差异主要来自产品销售单价的差异。

报告期内，发行人积极推行品牌战略，借助价格武器实现不同产品系列在各个细分市场的布局。针对不同渠道、不同品牌类型及不同折射率系列，发行人实行差异化的价格调整策略，从而导致同一折射率产品报告期内的毛利率出现波动，同一折射率产品在不同渠道间的毛利率存在差异。

1）经销模式下自有品牌镜片毛利率分析

报告期内，发行人经销模式下自有品牌镜片产品，按折射率区分的毛利率情况如下：

单位：万元

折射率系列	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	收入	收入占比	毛利率	收入	收入占比	毛利率	收入	收入占比	毛利率
1.56	5,688.01	34.56%	53.56%	6,055.13	40.76%	49.70%	5,364.50	45.00%	40.50%

1.60	6,108.55	37.12%	58.25%	4,652.36	31.32%	55.57%	3,661.50	30.72%	50.75%
1.67	1,589.37	9.66%	54.59%	1,638.14	11.03%	50.53%	1,569.54	13.17%	50.98%
1.71	2,754.14	16.74%	67.46%	2,153.39	14.50%	69.38%	1,008.45	8.46%	70.19%
1.74	316.63	1.92%	51.43%	355.85	2.40%	46.02%	316.01	2.65%	41.84%
合计	**16,456.70**	**100.00%**	**57.69%**	**14,854.87**	**100.00%**	**54.39%**	**11,920.00**	**100.00%**	**47.58%**

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，发行人经销模式下自有品牌镜片产品毛利率分别为 47.58%、54.39%和 57.69%，呈现逐年上涨的趋势。经销模式下自有品牌镜片产品毛利率波动主要受两个因素综合影响：1）各折射率镜片毛利率波动，即产品单价和单位成本的波动；2）各折射率镜片收入占比波动，即收入结构变动。二者波动对毛利率波动的量化影响情况如下：

折射率系列	2020 年度相较 2019 年度				
	收入结构变动对综合毛利率影响额		单类毛利率变动对综合毛利率影响额		合计影响额
	结构变动比例	影响额	单类毛利率变动额	影响额	
1.56	-6.20%	-3.08%	3.86%	1.34%	-1.75%
1.60	5.80%	3.22%	2.68%	1.00%	4.22%
1.67	-1.37%	-0.69%	4.06%	0.39%	-0.30%
1.71	2.24%	1.55%	-1.92%	-0.32%	1.23%
1.74	-0.47%	-0.22%	5.41%	0.10%	-0.11%
合计	-	**0.79%**	-	**2.51%**	**3.29%**

2020 年度相较 2019 年度毛利率上涨 3.29%，主要系折射率 1.60 系列镜片毛利率上涨 2.68%且其收入占比提升 5.80%所致，二者综合对经销模式自有品牌镜片整体毛利率合计影响额为 4.22%，为 2020 年度毛利率上涨的主要因素。

折射率系列	2019 年度相较 2018 年度				
	收入结构变动对综合毛利率影响额		单类毛利率变动对综合毛利率影响额		合计影响额
	结构变动比例	影响额	单类毛利率变动额	影响额	
1.56	-4.24%	-1.72%	9.20%	3.75%	2.03%
1.60	0.60%	0.31%	4.82%	1.51%	1.81%

折射率系列	2019 年度相较 2018 年度				
	收入结构变动对综合毛利率影响额		单类毛利率变动对综合毛利率影响额		合计影响额
	结构变动比例	影响额	单类毛利率变动额	影响额	
1.67	-2.14%	-1.09%	-0.45%	-0.05%	-1.14%
1.71	6.04%	4.24%	-0.82%	-0.12%	4.12%
1.74	-0.26%	-0.11%	4.18%	0.10%	-0.01%
合计	-	**1.63%**	-	**5.19%**	**6.81%**

2019 年度相较 2018 年度毛利率上涨 6.81%，主要影响因素如下：

1）折射率 1.71 系列镜片收入占比提升 6.04%，该系列对毛利率合计影响额 4.12%；

2）折射率 1.56 系列镜片毛利率提升 9.20%，该系列对毛利率合计影响额 2.03%；

3）折射率 1.60 系列镜片毛利率提升 4.82%，收入占比提升 0.60%，该系列对毛利率合计影响额 1.81%。

上述产品对经销模式自有品牌镜片整体毛利率影响额合计 7.96%，为 2019 年度毛利率上涨的主要因素。

综上，经销模式下自有品牌镜片产品毛利率波动主要受各折射率镜片毛利率波动和内部收入结构变动所致。

报告期内，经销模式自有品牌各折射率下镜片产品的毛利率波动分析如下：

①折射率 1.56 系列

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，经销模式自有品牌 1.56 系列镜片产品毛利率分别为 40.50%、49.70%和 53.56%，呈现较快上升的趋势，主要系经销模式下 1.56 系列中功能片收入占比逐年提升。报告期内，1.56 系列平均单价和平均单位成本如下所示：

单位：元/片

折射率系列	2020 年度	2019 年度	2018 年度

	单价	单位成本	单价	单位成本	单价	单位成本
1.56 系列	12.39	5.75	9.87	4.96	7.57	4.50

报告期内，1.56 系列镜片单价和成本均呈现逐年上升的趋势。折射率 1.56 常规系列产品属于行业内生产门槛较低的产品品类，下游市场价格竞争激烈，属于镜片行业的“红海”市场。报告期内，发行人针对折射率 1.56 常规系列产品未雨绸缪，通过全面上调产品价格的方式主动缩小部分业务合作，皆在聚焦企业内部资源转向更有市场发展前景、更具有投入产出效率的功能片产品系列方面。1.56 系列毛利率上涨主要受提升常规片单价从而战略聚焦功能片产品系列，以及功能片占比提升综合导致销售单价提升所致，2020 年较 2019 年，2019 年较 2018 年，1.56 防蓝光系列镜片销量分别提升 26.80%和 33.97%为其中最主要的因素。2020 年度，受疫情影响，1.56 系列镜片单位成本上升幅度较大主要系部分规格镜片单体单耗提高所致。

报告期各期，单价和单位成本变动对毛利率的量化分析如下：

折射率系列	项目	2020 年度相较 2019 年度		2019 年度相较 2018 年度	
		变动幅度	对毛利率的影响	变动幅度	对毛利率的影响
1.56 系列	单价	25.57%	10.24%	30.33%	13.85%
	单位成本	15.92%	-6.38%	10.19%	-4.65%
	毛利率变动	-	3.86%	-	9.20%

②折射率 1.60 系列

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，经销模式自有品牌 1.60 系列镜片产品毛利率分别为 50.75%、55.57%和 58.25%，呈现逐年上升的趋势，主要系经销模式下 1.60 系列中功能片收入占比逐年提升所致。报告期内，1.60 系列平均单价和平均单位成本如下所示：

单位：元/片

折射率系列	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	单价	单位成本	单价	单位成本	单价	单位成本
1.60 系列	14.40	6.01	12.66	5.62	11.40	5.61

报告期内，1.60 系列镜片单价和单位成本均呈现逐年上升的趋势。折射率 1.60 系列常规片产品与折射率 1.56 系列常规片产品类似，同属于行业内生产门槛较低的产品品类，国内可生产的镜片生产商众多，下游市场价格竞争激烈，属于镜片行业的“红海”市场。1.60 系列镜片毛利率上涨主要受提升产品供货单价，以及功能片占比提升综合导致销售单价提升所致，2020 年较 2019 年，2019 年较 2018 年，1.60 防蓝光系列镜片销量分别提升 42.33%和 61.37%为其中最主要的因素。

③折射率 1.67 系列

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，经销模式自有品牌 1.67 系列镜片产品毛利率分别为 50.98%、50.53%和 54.59%，呈现上升的趋势，主要系经销模式下 1.67 系列中功能片收入占比提升所致。报告期内，1.67 系列平均单价和平均单位成本如下所示：

单位：元/片

折射率系列	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	单价	单位成本	单价	单位成本	单价	单位成本
1.67 系列	28.71	13.04	25.04	12.39	22.78	11.17

报告期内，1.67 系列镜片单价和单位成本均呈现逐年上升的趋势。报告期内，发行人积极提高 1.67 系列产品的建议零售价，使其与 1.71 系列价差缩小，削弱消费者对 1.67 系列和 1.71 系列价差的敏感性，引导消费者选择产品性能和品牌效应更为卓越的 1.71 系列产品。1.67 系列镜片毛利率上涨主要受提升产品供货单价所致。2019 年度和 2020 年度，1.67 系列单位成本上升主要系原材料成本上升所致。

④折射率 1.71 系列

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，经销模式自有品牌 1.71 系列镜片产品毛利率分别为 70.19%、69.38%和 67.46%，报告期内毛利率呈现下降的情况，但 1.71 系列镜片毛利率总体较高，主要系报告期内发行人通过加大市场推广及广告营销，逐步将 1.71 系列打造为旗舰产品系列的同时提升产品销售单价所致。报告期内，1.71 系列平均单价和平均单位成本如下所示：

单位：元/片

折射率系列	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	单价	单位成本	单价	单位成本	单价	单位成本
1.71 系列	50.43	16.41	44.87	13.74	36.34	10.83

报告期内，1.71 系列镜片单价及成本呈现逐年上升的趋势。发行人折射率 1.71 系列产品性能优越，是发行人镜片核心技术以及品牌影响力的集中体现。1.71 系列镜片毛利率上涨主要受提升产品供货单价以及其中功能性产品占比提升所致。2020 年度，1.71 系列毛利率下降主要系主要原材料采购成本提升所致。

⑤折射率 1.74 系列

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，经销模式自有品牌 1.74 系列镜片产品毛利率分别为 41.84%、46.02%和 51.43%，呈现逐年上升的趋势。报告期内，1.74 系列平均单价和平均单位成本如下所示：

单位：元/片

折射率系列	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	单价	单位成本	单价	单位成本	单价	单位成本
1.74 系列	136.86	66.47	123.63	66.74	111.18	64.66

报告期内，1.74 系列镜片单价呈现逐年上升的趋势，成本呈现先上升后保持平稳的趋势，主要系为配合整体品牌战略提升产品销售单价所致。2019 年度 1.74 系列单位成本上涨主要系随 1.74 系列半成品对外采购成本逐年提升所致。2）直销模式下自有品牌镜片毛利率分析

报告期内，发行人直销模式下自有品牌镜片产品，按折射率区分的毛利率情况如下：

单位：万元

折射率系列	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	收入	收入占比	毛利率	收入	收入占比	毛利率	收入	收入占比	毛利率
1.56	5,203.01	33.31%	63.61%	6,122.87	37.58%	63.32%	6,259.86	42.01%	59.19%
1.60	5,037.60	32.25%	68.09%	4,899.65	30.07%	65.64%	4,322.81	29.01%	60.30%
1.67	1,896.83	12.14%	63.42%	2,123.88	13.04%	60.75%	2,373.88	15.93%	58.58%

1.71	3,001.97	19.22%	73.23%	2,592.45	15.91%	74.86%	1,370.16	9.19%	74.00%
1.74	480.61	3.08%	63.67%	553.03	3.39%	58.95%	574.61	3.86%	57.58%
合计	**15,620.02**	**100.00%**	**66.88%**	**16,291.88**	**100.00%**	**65.37%**	**14,901.32**	**100.00%**	**60.71%**

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，发行人直销模式下自有品牌镜片产品毛利率分别为 60.71%、65.37%和 66.88%，呈现逐年上升的趋势。直销模式下自有品牌镜片产品毛利率波动主要受两个因素综合影响：1）各折射率镜片毛利率波动，即产品单价和单位成本的波动；2）各折射率镜片收入占比波动，即收入结构变动。二者对毛利率波动的量化影响情况如下：

折射率系列	2020 年度相较 2019 年度				
	收入结构变动对综合毛利率影响额		单类毛利率变动对综合毛利率影响额		合计影响额
	结构变动比例	影响额	单类毛利率变动额	影响额	
1.56	-4.27%	-2.71%	0.29%	0.10%	-2.61%
1.60	2.18%	1.43%	2.44%	0.79%	2.22%
1.67	-0.89%	-0.54%	2.67%	0.32%	-0.22%
1.71	3.31%	2.47%	-1.63%	-0.31%	2.16%
1.74	-0.32%	-0.19%	4.72%	0.15%	-0.04%
合计	-	**0.47%**	-	**1.04%**	**1.51%**

2020 年度相较 2019 年度毛利率上涨 1.51%，主要影响因素如下：

1）折射率 1.60 系列镜片毛利率上涨 2.44%且其收入占比提升 2.18%，该系列对毛利率合计影响额 2.22%；

2）折射率 1.71 系列镜片收入占比提升 3.31%，该系列对毛利率合计影响额 2.16%；

上述产品对直销模式自有品牌镜片整体毛利率影响额合计 4.38%，为 2020 年度毛利率上涨的主要因素。

折射率系列	2019 年度相较 2018 年度		
	收入结构变动对综合毛利率影响额	单类毛利率变动对综合毛利率影响额	合计影响额

	结构变动比例	影响额	单类毛利率变动额	影响额	
1.56	-4.43%	-2.62%	4.13%	1.55%	-1.07%
1.60	1.06%	0.64%	5.35%	1.61%	2.25%
1.67	-2.89%	-1.70%	2.17%	0.28%	-1.41%
1.71	6.72%	4.97%	0.86%	0.14%	5.11%
1.74	-0.46%	-0.27%	1.38%	0.05%	-0.22%
合计		**1.03%**		**3.63%**	**4.66%**

2019 年度相较 2018 年度毛利率上涨 4.66%，主要影响因素如下：

1）折射率 1.71 系列镜片收入占比提升 6.72%，毛利率提升 0.86%，该系列对毛利率合计影响额 5.11%；

2）折射率 1.60 系列镜片毛利率提升 5.35%，收入占比提升 1.06%，该系列对毛利率合计影响额 2.25%。

上述产品对直销模式自有品牌镜片整体毛利率影响额合计 7.36%，为 2019 年度毛利率上涨的主要因素。

报告期内，直销模式自有品牌各折射率下镜片产品的毛利率波动分析如下：

①折射率 1.56 系列

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，直销模式自有品牌 1.56 系列镜片产品毛利率分别为 59.19%、63.32%和 63.61%，报告期内毛利率提升较快主要系自有品牌直销模式下 1.56 系列中功能片收入占比提升所致。报告期内呈现逐年上升的趋势。报告期内，1.56 系列平均单价和平均单位成本如下所示：

单位：元/片

折射率系列	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	单价	单位成本	单价	单位成本	单价	单位成本
1.56 系列	16.21	5.90	14.48	5.31	12.04	4.91

报告期内，1.56 系列镜片单价及成本呈现逐年上升的趋势。1.56 系列毛利率上涨主要受提升常规片单价从而战略聚焦功能片产品系列，以及功能片占比提升综合导致销售单价提升所致，2020 年较 2019 年，2019 年较 2018 年，1.56 防蓝

光系列镜片销量分别提升 13.60%和 17.25%为其中最主要的因素。2020 年度，受疫情影响，1.56 系列镜片单位成本上升幅度较大主要系部分规格镜片单体单耗提高所致。

②折射率 1.60 系列

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，直销模式自有品牌 1.60 系列镜片产品毛利率分别为 60.30%、65.64%和 68.09%，呈现逐年上升的趋势，主要系自有品牌直销模式下 1.60 系列中功能片收入占比逐年提升。报告期内，1.60 系列平均单价和平均单位成本如下所示：

单位：元/片

折射率系列	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	单价	单位成本	单价	单位成本	单价	单位成本
1.60 系列	19.81	6.32	17.60	6.05	15.04	5.97

报告期内，1.60 系列镜片单价和单位成本均呈现逐年上升的趋势。1.60 系列镜片毛利率上涨主要受提升产品供货单价，以及功能片占比提升综合导致销售单价提升所致，2020 年较 2019 年，2019 年较 2018 年，1.60 防蓝光系列镜片销量分别提升 18.98%和 42.35%为其中最主要的因素。

③折射率 1.67 系列

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，直销模式自有品牌 1.67 系列镜片产品毛利率分别为 58.58%、60.75%和 63.42%，呈现逐年上升的趋势，主要系自有品牌直销模式下 1.60 系列中功能片收入占比逐年提升。报告期内，1.67 系列平均单价和平均单位成本如下所示：

单位：元/片

折射率系列	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	单价	单位成本	单价	单位成本	单价	单位成本
1.67 系列	36.23	13.25	32.19	12.63	27.66	11.46

报告期内，1.67 系列镜片单价和单位成本均呈现逐年上升的趋势。1.67 系列镜片毛利率上涨主要受提升产品供货单价所致。2019 年度和 2020 年度，1.67 系列单位成本上升主要系原材料成本上升所致。

④折射率 1.71 系列

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，直销模式自有品牌 1.71 系列镜片产品毛利率分别为 74.00%、74.86%和 73.23%，报告期内毛利率呈现先上升后下降的情况，且 1.71 系列镜片毛利率总体较高，主要系报告期内发行人通过加大市场推广及广告营销，逐步将 1.71 系列打造为旗舰产品系列的同时提升产品销售单价所致。报告期内，1.71 系列平均单价和平均单位成本如下所示：

单位：元/片

折射率系列	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	单价	单位成本	单价	单位成本	单价	单位成本
1.71 系列	62.51	16.73	55.95	14.07	45.34	11.79

报告期内，1.71 系列镜片单价及单位成本呈现逐年上升趋势。2019 年度，1.71 系列镜片毛利率上涨主要受提升产品供货单价以及其中功能性产品占比提升所致。2020 年度，1.71 系列毛利率下降主要系主要原材料采购成本提升所致。

⑤折射率 1.74 系列

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，直销模式自有品牌 1.74 系列镜片产品毛利率分别为 57.58%、58.95%和 63.67%，呈现逐年上升的趋势。报告期内，1.74 系列平均单价和平均单位成本如下所示：

单位：元/片

折射率系列	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	单价	单位成本	单价	单位成本	单价	单位成本
1.74 系列	173.49	63.02	154.37	63.36	144.96	61.50

报告期内，1.74 系列镜片单价呈现逐年上升的趋势，单位成本呈现先上升后下降的趋势。主要系为配合整体品牌战略提升产品销售单价所致。2019 年度 1.74 系列单位成本上涨主要系随 1.74 系列半成品对外采购成本逐年提升所致。3）直销模式下非自有品牌镜片毛利率分析

报告期内，发行人直销模式下非自有品牌镜片产品，按折射率区分的毛利率情况如下：

单位：万元

折射率系列	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	收入	收入占比	毛利率	收入	收入占比	毛利率	收入	收入占比	毛利率
1.50	33.59	0.31%	23.41%	195.00	1.61%	26.59%	288.76	1.99%	21.25%
1.56	4,608.62	43.16%	24.74%	5,453.11	45.03%	31.06%	5,498.50	37.83%	27.66%
1.60	4,555.67	42.67%	47.65%	4,583.73	37.85%	44.62%	6,907.00	47.52%	42.39%
1.67	839.91	7.87%	54.43%	1,218.19	10.06%	47.39%	1,146.20	7.89%	43.13%
1.71	560.91	5.25%	64.38%	525.06	4.34%	56.68%	534.90	3.68%	61.30%
1.74	78.66	0.74%	56.82%	136.12	1.12%	51.73%	158.81	1.09%	43.65%
合计	**10,677.36**	**100.00%**	**39.16%**	**12,111.20**	**100.00%**	**39.11%**	**14,534.18**	**100.00%**	**37.17%**

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，发行人直销模式下非自有品牌镜片产品毛利率分别为 37.17%、39.11%和 39.16%，报告期内毛利率逐年上升。直销模式下非自有品牌镜片产品毛利率波动主要受两个因素综合影响：1）各折射率镜片毛利率波动，即产品单价和单位成本的波动；2）各折射率镜片收入占比波动，即收入结构变动。二者对毛利率波动的量化影响情况如下：

折射率系列	2020 年度相较 2019 年度				
	收入结构变动对综合毛利率影响额		单类毛利率变动对综合毛利率影响额		合计影响额
	结构变动比例	影响额	单类毛利率变动额	影响额	
1.50	-1.30%	-0.34%	-3.18%	-0.01%	-0.35%
1.56	-1.86%	-0.58%	-6.32%	-2.73%	-3.30%
1.60	4.82%	2.15%	3.02%	1.29%	3.44%
1.67	-2.19%	-1.04%	7.04%	0.55%	-0.48%
1.71	0.92%	0.52%	7.70%	0.40%	0.92%
1.74	-0.39%	-0.20%	5.09%	0.04%	-0.16%
合计	-	**0.51%**	-	**-0.45%**	**0.06%**

2020 年度相较 2019 年度毛利率上涨 0.06%，主要系折射率 1.60 系列镜片毛利率上涨 3.02%且其收入占比提升 4.82%所致，导致该系列对毛利率合计影响额 3.44%。

折射率系列	2019 年度相较 2018 年度				
	收入结构变动对综合毛利率影响额		单类毛利率变动对综合毛利率影响额		合计影响额
	结构变动比例	影响额	单类毛利率变动额	影响额	
1.50	-0.38%	-0.08%	5.34%	0.09%	0.01%
1.56	7.19%	1.99%	3.39%	1.53%	3.52%
1.60	-9.68%	-4.10%	2.24%	0.85%	-3.25%
1.67	2.17%	0.94%	4.26%	0.43%	1.37%
1.71	0.66%	0.40%	-4.62%	-0.20%	0.20%
1.74	0.03%	0.01%	8.08%	0.09%	0.10%
合计		**-0.84%**		**2.78%**	**1.94%**

2019 年度相较 2018 年度毛利率上涨 1.94%，主要影响因素如下：

1）折射率 1.56 系列镜片收入占比提升 7.19%，毛利率提升 3.39%，该系列对毛利率合计影响额 3.52%；

2）折射率 1.67 系列镜片毛利率提升 4.26%，收入占比提升 2.17%，该系列对毛利率合计影响额 1.37%。

上述产品对直销模式非自有品牌镜片整体毛利率影响额合计 4.89%，为 2019 年度毛利率上涨的主要因素。

报告期内，直销模式非自有品牌各折射率下镜片产品的毛利率波动分析如下：

①折射率 1.50 系列

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，直销模式非自有品牌 1.50 系列镜片产品毛利率分别为 21.25%、26.59%和 23.41%，报告期内呈现先上涨后下降的趋势，2019 年毛利率提升主要系为配合整体品牌战略提升产品销售单价所致。报告期内，1.50 系列平均单价和平均单位成本如下所示：

单位：元/片

折射率系列	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	单价	单位成本	单价	单位成本	单价	单位成本

折射率系列	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	单价	单位成本	单价	单位成本	单价	单位成本
1.50 系列	4.13	3.17	4.97	3.64	4.10	3.23

报告期内，1.50 系列镜片单价及单位成本呈现先上涨后下降的趋势。

②折射率 1.56 系列

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，直销模式非自有品牌 1.56 系列镜片产品毛利率分别为 27.66%、31.06%和 24.74%，报告期内毛利率存在波动。发行人直销模式下非自有品牌业务客户多为业内知名眼镜零售商，客户采购渠道多元化且谈判议价能力较强。2020 年度，发行人 1.56 系列平均单位成本有所上升但与部分客户合同中并未相应提升销售单价导致毛利率降低。报告期内，1.56 系列平均单价和平均单位成本如下所示：

单位：元/片

折射率系列	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	单价	单位成本	单价	单位成本	单价	单位成本
1.56 系列	6.59	4.96	6.63	4.57	6.12	4.43

报告期内，1.56 系列镜片单价呈现先上升后下降的趋势，单位成本呈现出逐年上涨的趋势。

③折射率 1.60 系列

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，直销模式非自有品牌 1.60 系列镜片产品毛利率分别为 42.39%、44.62%和 47.65%，毛利率报告期内呈现逐年上升的趋势。报告期内，1.60 系列平均单价和平均单位成本如下所示：

单位：元/片

折射率系列	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	单价	单位成本	单价	单位成本	单价	单位成本
1.60 系列	12.92	6.76	11.98	6.64	11.14	6.42

报告期内，1.60 系列镜片单价及单位成本呈现逐年上升的趋势。

④折射率 1.67 系列

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，直销模式非自有品牌 1.67 系列镜片产品毛利率分别为 43.13%、47.39%和 54.43%，毛利率报告期内呈现逐年上升的趋势，主要系非自有品牌直销模式下 1.67 系列中功能片收入占比提升所致。报告期内，1.67 系列平均单价和平均单位成本如下所示：

单位：元/片

折射率系列	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	单价	单位成本	单价	单位成本	单价	单位成本
1.67 系列	30.91	14.09	25.68	13.51	20.17	11.47

报告期内，1.67 系列镜片单价和单位成本均呈现逐年上升的趋势。

⑤折射率 1.71 系列

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，直销模式非自有品牌 1.71 系列镜片产品毛利率分别为 61.30%、56.68%和 64.38%，报告期内毛利率先下降后上升，主要系报告期内发行人通过加大市场推广及广告营销，逐步将 1.71 系列打造为旗舰产品系列的同时提升产品销售单价，但发行人直销模式下非自有品牌业务客户多为业内知名眼镜零售商，客户采购渠道多元化且谈判议价能力较强，因此发行人提价空间有限导致报告期内毛利率出现波动。报告期内，1.71 系列平均单价和平均单位成本如下所示：

单位：元/片

折射率系列	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	单价	单位成本	单价	单位成本	单价	单位成本
1.71 系列	54.66	19.47	39.12	16.95	31.62	12.24

报告期内，1.71 系列镜片单价及成本呈现逐年上升的趋势。

⑥折射率 1.74 系列

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，直销模式非自有品牌 1.74 系列镜片产品毛利率分别为 43.65%、51.73%和 56.82%，报告期内毛利率呈现逐年上升的趋势，主要系对外采购 1.74 系列半成品成本整体提升所致。报告期内，1.74 系列平均单价和平均单位成本如下所示：

单位：元/片

折射率系列	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	单价	单位成本	单价	单位成本	单价	单位成本
1.74 系列	175.26	75.68	150.52	72.66	136.44	76.88

报告期内，1.74 系列镜片单价呈现逐年上升的趋势，单位成本报告期内存在波动。

（2）折射率 1.67 系列、折射率 1.71 系列、折射率 1.74 系列毛利率较高的合理性

报告期各期，发行人各折射率镜片产品的平均销售单价、单位成本和毛利率情况如下：

单位：元/片

折射率系列	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	单价	单位成本	毛利率	单价	单位成本	毛利率	单价	单位成本	毛利率
1.50	4.13	3.17	23.41%	4.97	3.64	26.59%	4.10	3.23	21.25%
1.56	10.56	5.44	48.49%	9.56	4.92	48.54%	8.07	4.58	43.27%
1.60	15.32	6.36	58.49%	13.42	6.17	54.03%	11.79	6.10	48.24%
1.67	32.73	13.69	58.18%	29.27	13.56	53.68%	24.12	12.06	49.99%
1.71	56.97	16.88	70.38%	49.79	14.32	71.23%	38.49	11.89	69.12%
1.74	160.51	65.48	59.21%	143.63	65.82	54.17%	132.14	64.86	50.92%
综合	**15.61**	**6.77**	**56.63%**	**13.48**	**6.23**	**53.76%**	**11.16**	**5.81**	**47.90%**

报告期内，折射率 1.67 系列、折射率 1.71 系列和折射率 1.74 系列主要面向近视度数较高的消费者群体，属于高折射率镜片系列。发行人在上述产品系列定价溢价空间较大。相比之下，折射率 1.56 和折射率 1.60 系列镜片产品属于传统折射率系列镜片产品，国内具备生产条件的厂家较多，下游市场价格竞争激烈，发行人在上述产品系列定价溢价空间较小。因此，在成本波动差异较小的情况，不同折射率镜片间销售单价的差异是导致毛利率差异的主要原因。

发行人主要折射率镜片产品系列的参数如下（比较基准均为-8.00D、直径 60mm 镜片）：

折射率 项目	1.56 非球面	1.60 非球面	1.67 非球面	1.71 非球面	1.74 非球面
厚度 （毫米）	8.3	7.7	6.7	6.5	6.1
阿贝数	35.5	33.0	32.0	37.0	33.0
零售价格[注] （元/副）	328	498	898	1168	2598

注：发行人 2020 年明月镜片日常通用系列建议零售价

针对近视度数较高的消费者，折射率 1.67 系列、折射率 1.71 系列和折射率 1.74 系列显著降低镜片厚度和镜片质量，可以有效改善消费者的镜片使用体验，消费者为其支付高溢价的意愿较高。

（3）发行人外销与内销业务的毛利率情况

发行人镜片业务以内销为主，外销为辅。报告期内，发行人镜片业务外销与内销的收入和毛利率情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	收入	占比	毛利率	收入	占比	毛利率	收入	占比	毛利率
境内镜片业务	40,113.91	91.98%	57.30%	41,213.42	92.03%	52.87%	37,414.40	87.07%	49.18%
境外镜片业务	3,498.15	8.02%	47.59%	3,569.42	7.97%	39.48%	5,555.23	12.93%	39.31%
合计	**43,612.06**	**100.00%**	**56.63%**	**44,782.84**	**100.00%**	**53.76%**	**42,969.63**	**100.00%**	**47.90%**

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，发行人境内镜片业务收入分别为 37,414.40 万元、41,213.42 万元和 40,113.91 万元，收入占比分别为 87.07%、92.03%和 91.98%，境内镜片业务收入占比较高。

境外客户较为看重发行人先进的镜片制造工艺及稳定的产品质量，因此在与境外客户的合作过程中，发行人主要承担镜片产品的生产制造职能，不涉及产品的渠道推广及营销。报告期各期发行人境内镜片业务毛利率均高于境外镜片业务，主要系发行人境外销售镜片均为非自有品牌产品，相关产品不包含发行人自有品牌的品牌溢价，故境外镜片业务毛利率相对较低。

6、报告期内发行人镜片原料的毛利率情况

（1）对比同行业上市公司，发行人镜片原料业务毛利率具备合理性

江苏视科新材料股份有限公司（以下简称“视科新材”）目前已递交首次公开发行股票并在创业板上市申请。根据其披露的公开信息，视科新材的主营产品视光学材料与发行人主营产品镜片原料较为可比，毛利率对比情况如下：

公司名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
视科新材	尚未披露	34.87%	30.17%
发行人	35.65%	34.75%	28.63%

发行人 2019 年度和 2020 年 1-6 月镜片原料业务毛利率与视科新材可比业务较为接近，2018 年度镜片原料业务毛利率略低于视科新材，主要原因系发行人 1.71 系列镜片原料系贸易类业务，即发行人从供应商处采购后转售至下游客户处，该类业务毛利率较低，从而导致镜片原料业务整体毛利率略低于可比公司。

视科新材镜片业务毛利率稳定主要系报告期内平均销售单价基本稳定，毛利率波动主要受成本波动影响所致；发行人镜片原料业务毛利率大幅上升，主要系 2019 年度部分产品系列提价带动镜片原料业务整体平均销售单价提升以及 2018 年度平均销售成本下降，从而导致毛利率大幅上升，具体情况如下：

报告期内，视科新材镜片原料业务的平均销售单价和单位成本情况如下：

单位：元/千克

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度
	金额	变化	金额	变化	金额
平均单位收入	36.55	-0.79%	36.84	0.11%	36.80
平均单位成本	22.75	-5.17%	23.99	-6.65%	25.70
毛利率	37.75%	8.26%	34.87%	15.58%	30.17%

报告期内，视科新材镜片原料业务的毛利率分别为 30.17%、34.87%和 37.75%，毛利率整体呈上涨的趋势。视科新材镜片原料业务的平均销售单价基本稳定，毛利率波动主要受成本波动影响所致。

报告期内，发行人镜片原料业务的平均销售单价和单位成本情况如下：

单位：元/千克

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	金额	变化	金额	变化	金额
平均销售单价	34.86	4.39%	33.39	11.46%	29.96
平均单位成本	22.43	2.94%	21.79	1.92%	21.38
毛利率	35.65%	2.60%	34.75%	21.38%	28.63%

报告期内，发行人镜片原料业务的毛利率分别为 28.63%、34.75%和 35.65%，毛利率逐年上涨。2018 年度毛利率上涨，主要系 1.56 系列和 1.60 系列单位直接人工和制造费用略有下降带动平均单位成本下降所致；2019 年度毛利率上涨，主要系发行人考虑到为更好地满足国家对于企业环保、安全方面的要求增加了相应投入，与此同时提升部分产品单价从而导致毛利率上涨。发行人镜片原料产品经过提价后，产品平均销售单价与视科新材较为接近，因此产品提价具备合理性。

报告期内发行人及视科新材 1.56 系列和 1.60 系列镜片原料单价、平均成本及毛利情况如下：

单位：元/kg

折射率系列	公司名称	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
		单价	平均成本	毛利	单价	平均成本	毛利	单价	平均成本	毛利
1.56 系列	明月镜片	29.80	18.13	11.67	29.02	18.02	11.00	26.11	18.46	7.65
	视科新材	36.87	21.85	15.02	37.55	23.38	14.17	37.38	24.94	12.44
1.60 系列	明月镜片	36.08	25.45	10.64	37.58	26.47	11.11	36.90	26.85	10.05
	视科新材	35.47	25.79	9.68	35.02	25.56	9.46	33.85	27.98	5.87

注：视科新材未公布 2020 年年报数据，表格数据为其 2020 年 1-6 月数据。

报告期内，发行人 1.56 系列镜片原料单价及单位成本显著低于视科新材，主要由于视科新材 1.56 系列光学材料从功能上包括了变色、超韧、防蓝光以及防蓝光变色等功能，其中防蓝光视光学材料收入占比较高，而发行人 1.56 系列镜片原料功能品类占比较低所致。

报告期内，发行人 1.60 系列树脂原料成本、售价及毛利率基本保持稳定。视科新材 2019 年度及 2020 年上半年 1.60 系列树脂原料成本、售价及毛利率亦基本保持稳定，且与发行人接近。而 2018 年度其单位成本和售价分别高于和低于后两年，直接造成其 2018 年度毛利率显著低于其自身报告期其它年度毛利率水平，亦与发行人产生较大差距。

视科新材已披露的文件中，认为此差异是由于双方白单体占比差异造成的。2021 年 4 月 30 日，视科新材申请撤回发行上市申请文件，未能公开提供进一步的解释与分析。

据进一步了解，2018 年度视科新材 1.60 系列树脂原料配方与发行人不同，加之各种材料价格差异，造成双方单位成本和品质存在差异。2018 年度视科新材 1.60 系列树脂原料成本高于发行人，而其售价低于发行人。2019 年度，视科新材优化调整了产品配方，同时对标市场情况提高了产品价格，从而其毛利率水平与发行人趋于一致。

在销售模式方面，发行人与视科新材的镜片原料业务客户群体主要为镜片制造企业，均主要采取直销模式，客户群体类似，销售模式一致。报告期内，发行人及视科新材镜片原料类第一大客户均为 Essilor International 及其关联方。

报告期内，发行人除 2019 年因 1.56 系列原料毛利率提升较高，拉高整体毛利率水平，使得当年总体毛利率与视科新材较为接近外，2018 年及 2020 年均略低于视科新材，主要由于发行人外采 1.71 系列镜片原料后部分对外销售毛利率较低所致。

在产品类别方面，发行人覆盖了 1.56、1.60 和 1.71 系列镜片原料产品，视科新材主要覆盖 1.56 和 1.60 折射率规格的镜片原料产品。发行人与视科新材 1.56 和 1.60 折射率规格的镜片原料毛利率及收入占比的对比情况如下表所示：

折射率系列	公司名称	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		占比	毛利率	占比	毛利率	占比	毛利率
1.56 系列	明月镜片	61.95%	39.15%	68.99%	37.92%	75.82%	29.30%
	视科新材	77.80%	40.73%	73.41%	37.72%	80.19%	33.29%

1.60 系列	明月镜片	25.33%	29.49%	21.21%	29.57%	13.75%	27.24%
	视科新材	20.20%	27.31%	26.59%	27.01%	19.29%	17.34%

注：视科新材尚未公布 2020 年年报数据，表格数据为其 2020 年 1-6 月数据。

视科新材原料业务中 1.56 系列占比高于发行人，除 2020 年度外，视科新材 1.60 系列原料占比高于发行人，主要由于发行人存在视科新材未覆盖的 1.71 折射率系列产品所致。

发行人 1.60 折射率系列原料毛利率高于视科新材，主要由于视科新材 1.60 折射率视光学材料白单体占比较高，导致该类产品毛利率较低所致。视科新材 1.60 系列原料 2019 年度以后的毛利率与发行人类似，2017 年度及 2018 年度低于发行人，视科新材未披露其毛利率偏低的原因。

综上，与可比公司视科新材的可比业务相比，发行人镜片原料业务毛利率具备合理性。

（2）不同折射率镜片原料产品毛利率变动及合理性

报告期内，发行人镜片原料产品按折射率的毛利率情况如下：

单位：万元

折射率系列	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	收入	收入占比	毛利率	收入	收入占比	毛利率	收入	收入占比	毛利率
1.56 系列	3,007.72	61.95%	39.15%	4,269.38	68.99%	37.92%	4,348.48	75.82%	29.30%
1.60 系列	1,229.85	25.33%	29.49%	1,312.59	21.21%	29.57%	788.42	13.75%	27.24%
1.71 系列	437.32	9.01%	21.76%	459.71	7.43%	14.90%	430.30	7.50%	17.65%
其他	180.43	3.72%	52.95%	146.39	2.37%	50.79%	168.14	2.93%	46.19%
合计	**4,855.32**	**100.00%**	**35.65%**	**6,188.07**	**100.00%**	**34.75%**	**5,735.34**	**100.00%**	**28.63%**

报告期内，发行人自产镜片原料包括折射率 1.56 系列和折射率 1.60 系列，发行人外采 1.71 系列镜片原料后部分销售至下游客户处。产品系列中的“其他”主要系部分随主要镜片原料一同销售的原辅料或颜料产品。

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，发行人镜片原料业务毛利率分别为 28.63%、34.75%和 35.65%。报告期内毛利率呈现逐年上涨趋势，镜片原料业务毛利率波动主要受两个因素综合影响：1、各折射率产品系列毛利率波动，即产品单价和单位成本的波动；2、各折射率产品系列收入占比变动，即收入结构变动。二者波动对毛利率波动的量化影响情况如下：

折射率系列	2020 年度相较 2019 年度				
	收入结构变动对综合毛利率影响额		单类毛利率变动对综合毛利率影响额		合计影响额
	结构变动比例	影响额	单类毛利率变动额	影响额	
1.56 系列	-7.05%	-2.67%	1.23%	0.76%	-1.91%
1.60 系列	4.12%	1.22%	-0.08%	-0.02%	1.20%
1.71 系列	1.58%	0.24%	6.87%	0.62%	0.85%
其他	1.35%	0.69%	2.15%	0.08%	0.77%
合计	-	**-0.53%**	-	**1.44%**	**0.91%**

2020 年度相较 2019 年度毛利率上涨 0.91%，主要影响因素如下：

1）折射率 1.71 系列原料毛利率提升 6.87%，该系列对毛利率合计影响额 0.85%；

2）折射率 1.60 系列镜片收入占比提升 4.12%，该系列对毛利率合计影响额 1.20%。

上述产品对镜片原料业务整体毛利率影响额合计 2.05%，为 2020 年度毛利率上涨的主要因素。

折射率系列	2019 年度相较 2018 年度				
	收入结构变动对综合毛利率影响额		单类毛利率变动对综合毛利率影响额		合计影响额
	结构变动比例	影响额	单类毛利率变动额	影响额	
1.56 系列	-6.83%	-2.00%	8.63%	5.95%	3.95%
1.60 系列	7.46%	2.03%	2.33%	0.50%	2.53%

折射率系列	2019 年度相较 2018 年度				
	收入结构变动对综合毛利率影响额		单类毛利率变动对综合毛利率影响额		合计影响额
	结构变动比例	影响额	单类毛利率变动额	影响额	
1.71 系列	-0.07%	-0.01%	-2.76%	-0.20%	-0.22%
其他	-0.57%	-0.26%	4.60%	0.11%	-0.15%
合计	-	**-0.24%**	-	**6.35%**	**6.11%**

2019 年度相较 2018 年度毛利率上涨 6.11%，主要影响因素如下：

1）折射率 1.56 系列原料毛利率提升 8.63%，该系列对毛利率合计影响额 3.95%；

2）折射率 1.60 系列镜片毛利率提升 2.33%且其收入占比提升 7.46%，该系列对毛利率合计影响额 2.53%。

上述产品对镜片原料业务整体毛利率影响额合计 6.48%，为 2019 年度毛利率上涨的主要因素。

报告期内，镜片原料业务不同系列产品的毛利率波动分析如下：

1）折射率 1.56 系列镜片原料

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，折射率 1.56 系列镜片原料毛利率分别为 29.30%、37.92%和 39.15%，报告期内呈现逐渐上涨趋势。报告期内，折射率 1.56 系列镜片原料平均单价和平均单位成本如下所示：

单位：元/千克

折射率系列	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	单价	单位成本	单价	单位成本	单价	单位成本
1.56 系列	29.80	18.13	29.02	18.02	26.11	18.46

报告期内，1.56 系列镜片原料单价呈现逐年上涨的趋势，单位成本呈现先下降后上升的趋势。报告期内，发行人针对 1.56 系列镜片原料定向提升单价，主要系 1.56 系列镜片原料之前单价偏低，提价后单价趋于市场平均水平。

2）折射率 1.60 系列镜片原料

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，折射率 1.60 系列镜片原料毛利率分别为 27.24%、29.57%和 29.49%，报告期内先上升后下降。报告期内，折射率 1.60 系列镜片原料平均单价和平均单位成本如下所示：

单位：元/千克

折射率系列	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	单价	单位成本	单价	单位成本	单价	单位成本
1.60 系列	36.08	25.44	37.58	26.47	36.90	26.85

报告期内，1.60 系列镜片原料单价先上升后下降，单位成本呈现逐年下降的趋势。

3）折射率 1.71 系列镜片原料

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，折射率 1.71 系列镜片原料毛利率分别为 17.65%、14.90%和 21.76%，报告期内先下降后上升。报告期内，折射率 1.71 系列镜片原料平均单价和平均单位成本如下所示：

单位：元/千克

折射率系列	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	单价	单位成本	单价	单位成本	单价	单位成本
1.71 系列	326.60	255.52	307.09	261.34	282.63	232.74

报告期内，1.71 系列镜片原料单价呈现逐年上涨的趋势，单位成本先上升后下降。

（3）折射率 1.56 系列镜片原料毛利率上涨幅度高于 1.60 系列的原因

报告期内，1.56 系列镜片原料单价呈现逐年上涨的趋势，单位成本呈现先下降后上升的趋势。报告期各期，单价和单位成本变动对毛利率的量化分析如下：

折射率系列	项目	2020 年度相较 2019 年度		2019 年度相较 2018 年度	
		变动幅度	对毛利率的影响	变动幅度	对毛利率的影响
1.56 系列	单价	2.67%	1.62%	11.15%	7.10%
	单位成本	0.64%	-0.39%	-2.41%	1.53%
	毛利率变动	-	1.23%	-	8.63%

报告期内，1.60 系列镜片原料单价先上升后下降，单位成本呈现逐年下降的趋势。报告期内，发行人针对 1.56 系列镜片原料定向提升单价，主要系 1.56 系列镜片原料之前单价偏低，提价后单价趋于市场平均水平。因此，折射率 1.56 系列原料产品毛利率上涨幅度高于 1.60 系列主要系在成本波动差异较小的情况下，发行人 2019 年针对 1.56 系列定向提升销售单价，致使 1.56 系列单价上涨幅度较大带动毛利率涨幅较大所致。

（4）其他原料业务毛利率较高的原因

产品系列中的“其他”主要系部分随主要镜片原料一同销售的原辅料或颜料产品。2018 年度、2019 年度和 2020 年度，镜片原料中原辅料或颜料的毛利率分别为 46.19%、50.79%和 52.95%，报告期内毛利率存在波动。报告期内，原辅料或颜料的平均单价和平均单位成本如下所示：

单位：元/千克

折射率系列	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	单价	单位成本	单价	单位成本	单价	单位成本
其他	61.34	28.86	81.33	40.02	83.01	44.67

报告期内，原辅料或颜料产品单价和单位成本出现波动，2020 年度单价及单位成本大幅下降主要由于单价较低的单体 CR39 销量大幅上升所致，2020 年单体 CR39 销量大幅上升的原因为部分客户使用其他供应商供应的 CR39 生产镜片时，会产生雾面、模糊等质量问题，故转而采购发行人供应的 CR39 产品，导致 2020 年 CR39 销量大幅上升，拉低其他原料业务单价及单位成本。报告期各期，单价和单位成本变动对毛利率的量化分析如下：

折射率系列	项目	2020 年度相较 2019 年度		2019 年度相较 2018 年度	
		变动幅度	对毛利率的影响	变动幅度	对毛利率的影响
其他	单价	-24.57%	-16.03%	-2.03%	-1.11%
	单位成本	-27.87%	18.18%	-10.41%	5.72%
	毛利率变动	-	2.15%	-	4.60%

发行人镜片原料业务中的“其他”主要系紫外线吸收剂、蓝颜料和离型剂，其收入占镜片原料“其他”项目比例及具体毛利率情况如下：

单位：万元

存货名称	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	收入	收入占比	毛利率	收入	收入占比	毛利率	收入	收入占比	毛利率
紫外线吸收剂	37.51	20.79%	73.37%	64.09	43.78%	66.66%	97.29	57.86%	62.19%
蓝颜料	54.64	30.28%	57.68%	36.28	24.78%	22.54%	14.56	8.66%	17.72%
离型剂	4.52	2.51%	93.16%	12.11	8.27%	92.06%	32.32	19.22%	90.34%
合计	**96.67**	**53.58%**	**65.43%**	**112.49**	**76.84%**	**55.16%**	**144.15**	**85.73%**	**52.55%**

发行人镜片原料“其他”项目中的紫外线吸收剂和离型剂毛利率较高，带动其他原料业务毛利率较高。紫外线吸收剂和离型剂主要为随同发行人主要镜片原料产品系列一同销售的产品，发行人不鼓励客户单独采购上述产品，故采用较高的定价的基准。2018 年度、2019 年度和 2020 年度，发行人其他原料收入占镜片原料收入比例分别为 2.93%、2.37%和 3.72%，总体占比较小，故其毛利率对镜片原料整体毛利率影响较小。

（5）发行人白单体产品占 1.60 折射率系列原料的收入占比以及该类产品的毛利率和 1.60 折射率系列原料其他类型产品毛利率的差异

1）视光学材料白单体的含义

“视光学材料白单体”引用自视科新材招股说明书。根据视科新材招股书披露内容，“白单体系普通光学树脂单体的俗称，主要是丙烯酸酯型树脂单体，用于亚克力系列镜片的生产，该类镜片具有较高的透光率和较低的生产成本”。

根据视科新材招股书的描述，白单体是相对于功能性光学树脂单体而言的概念，是不添加任何颜料和功能性材料的树脂单体。参照视科新材的分类方法，发行人 1.60 折射率系列树脂原料分为防蓝光树脂单体及白单体。防蓝光树脂单体为白单体添加防蓝光材料后的产品。主要产品具体类别如下：

产品分类	产品系列	产品名称
普通光学树脂单体	白单体	KOC60S、KOC60D、KOCKR60、KOC60W、KOC60SS
功能性光学树脂单体	防蓝光树脂单体	KOC6420W、KOC6420

2）发行人该类产品占 1.60 折射率系列原料的收入占比以及该类产品的毛利率和 1.60 折射率系列原料其他类型产品毛利率的差异

报告期各期，发行人 1.60 折射率系列原料的各类收入占比及毛利率情况如下：

单位：万元

产品类别	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	收入	收入占比	毛利率	收入	收入占比	毛利率	收入	收入占比	毛利率
白单体	1,189.92	96.75%	29.58%	1,251.93	95.38%	30.13%	765.61	97.11%	27.52%
防蓝光树脂单体	39.93	3.25%	26.70%	60.65	4.62%	18.02%	22.80	2.89%	17.85%
合计	1,229.85	100.00%	29.49%	1,312.59	100.00%	29.57%	788.42	100.00%	27.24%

由上表可知，报告期内，发行人 1.60 系列原料白单体销售占比较高，防蓝光树脂单体产品数量较少。

2018 年度及 2019 年度，发行人使用新配方生产防蓝光树脂单体，并小批量销售。由于处于试销及市场拓展阶段，销售价格较低，销量较小，故防蓝光树脂单体毛利率低于白单体产品。2020 年起，相关产品可靠性基本稳定，开始提价正式销售，但规模仍较小。

7、报告期内发行人成镜业务的毛利率情况

报告期内，发行人成镜产品主要包括自有品牌京野系列、炫晶佩迪系列和贴牌成镜产品：

（1）京野系列成镜：发行人为配合线上零售业务专门开发的产品系列，该系列成镜制造工艺较为简单，单位成本较低，借助线上零售渠道产品定价较高，毛利率较高，现为发行人成镜业务的主要毛利来源；

（2）炫晶佩迪系列成镜：该系列成镜制造工艺较为复杂，单位成本较高，单位售价较高，属于轻奢产品，目标消费群体规模较小，市场反应较为平淡导致该板块业务毛利率较低。

（3）贴牌成镜：发行人根据下游客户的具体需求，生产其指定品牌的成镜。报告期内，发行人贴牌成镜客户主要系 JINS INC 及其关联方。

报告期内，发行人成镜业务不同渠道毛利率存在差异，主要系不同渠道的业务模式存在差异以及不同渠道下主营成镜产品的收入结构存在差异所致。

报告期内，发行人成镜业务线下直销渠道业务模式为“B2B”，即主要服务客户为终端眼镜门店、眼镜连锁店等眼镜零售商，主营成镜产品系列由报告期期初的自有品牌炫晶佩迪系列成镜为主逐渐过渡至报告期期末的贴牌成镜为主，由于炫晶佩迪产品系列整体毛利率水平较差，导致报告期内线下直销渠道持续亏损或微利。

报告期内，发行人成镜业务电商自营渠道业务模式为“B2C”，即主要服务客户为终端自然人消费者，主营成镜产品系列由报告期期初的自有品牌炫晶佩迪系列成镜为主逐渐过渡至报告期期末的自有品牌京野系列成镜为主。针对线上渠道，发行人设计推出了品类更为齐全、外观设计更为时尚的产品系列，报告期内随着京野系列逐步替代炫晶佩迪系列成为发行人电商自营成镜业务的主流，电商自营零售毛利率逐步上涨。

（1）成镜业务线下直销毛利率情况

报告期内，发行人成镜业务境内线下渠道的毛利率情况如下：

单位：万元

成镜产品系列	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	收入	收入占比	毛利率	收入	收入占比	毛利率	收入	收入占比	毛利率
京野系列	61.76	23.21%	19.33%	39.06	22.00%	45.43%	31.94	14.69%	6.12%
炫晶佩迪	32.56	12.24%	3.07%	5.98	3.37%	-321.73%	180.20	82.87%	-28.15%
贴牌成镜	170.31	64.00%	31.96%	132.46	74.63%	17.70%	5.31	2.44%	31.15%
护目镜	1.47	0.55%	-2.75%	-	-	-	-	-	-
合计	**266.09**	**100.00%**	**27.11%**	**177.49**	**100.00%**	**3.05%**	**217.45**	**100.00%**	**-26.45%**

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，发行人成镜业务境内线下渠道毛利率分别为-26.45%、3.05%和 27.11%。炫晶佩迪系列成镜制造工艺较为复杂，单位成本较高，单位售价较高，属于轻奢产品，目标消费群体规模较小，市场反应较为平淡导致该板块业务毛利率较低。随着炫晶佩迪系列成镜占比逐年降低，发行人成镜业务境内线下渠道成镜业务毛利率整体有所提升。

（2）电商自营业务毛利率情况

报告期内，发行人成镜业务电商自营零售渠道的毛利率情况如下：

单位：万元

成镜产品系列	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	收入	收入占比	毛利率	收入	收入占比	毛利率	收入	收入占比	毛利率
京野系列	4,018.29	97.94%	72.06%	1,733.64	98.04%	74.60%	261.86	80.30%	34.56%
炫晶佩迪	12.16	0.30%	62.07%	34.60	1.96%	73.64%	64.23	19.70%	33.12%
护目镜	72.25	1.76%	60.19%	-	-	-	-	-	-
合计	**4,102.71**	**100.00%**	**71.82%**	**1,768.24**	**100.00%**	**74.58%**	**326.09**	**100.00%**	**34.27%**

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，发行人成镜业务电商自营零售毛利率分别为 34.27%、74.58%和 71.82%。近年来，大众消费习惯正在发生改变。报告期内，发行人逐步将成镜业务的发展重心由线下转换为线上，借助电商平台的迅速崛起，大力发展电商自营成镜业务。相较发行人传统的“B2B”模式，电商自营零售主要为面向终端自然人消费者的“B2C”模式，发行人作为镜片生产商同时可以享受眼镜行业零售端定价空间较大、盈利空间较大的行业红利，从而助推各产品系列获取较传统线下渠道更为丰厚的商业收益。2020 年度，受新冠疫情影响，发行人外采一部分护目镜成品后直接对外出售，以响应下游市场及终端消费者市场的需求。

针对线上渠道，发行人设计推出了品类更为齐全、外观设计更为时尚的京野系列成镜。该类成镜市场接受度普遍较高，且相较炫晶佩迪系列成镜制造工艺较为简单，单位成本较低。报告期内，随着京野系列成镜在自营零售渠道收入占比逐步提升，发行人自营零售渠道毛利率增长较快。

8、报告期内发行人其他业务的毛利率情况

报告期内，发行人其他业务收入构成及毛利率情况如下：

单位：万元

业务类型	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	收入	收入占比	毛利率	收入	收入占比	毛利率	收入	收入占比	毛利率

废品销售	111.96	73.15%	-173.81%	143.37	76.02%	-82.24%	259.59	38.59%	17.01%
材料销售	3.50	2.29%	54.11%	20.93	11.10%	-5.90%	14.91	2.22%	-50.68%
租赁收入	0.64	0.42%	65.37%	3.34	1.77%	6.82%	362.35	53.87%	3.26%
其他	36.95	24.14%	100.00%	20.96	11.11%	68.84%	35.82	5.32%	86.61%
合计	**153.05**	**100.00%**	**-101.50%**	**188.61**	**100.00%**	**-52.76%**	**672.66**	**100.00%**	**11.81%**

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，发行人其他业务毛利率分别为 11.81%、-52.76%和-101.50%，报告期内毛利率波动主要系其他业务收入结构变动所致。

（1）废品销售

报告期内，发行人废品销售主要系部分成形镜片的对外出售。该类成形镜片因边角磨损等瑕疵已不满足发行人对于合格镜片的对外出售标准，但仍具备一定的使用价值。报告期内，发行人当作废片销售的成形镜片主要有两个来源：客户退回的镜片以及生产过程中报废的镜片，其中客户退回的镜片含有财务核算的成本金额；生产过程报废的镜片因其成本已合并进入合格镜片中核算，其本身包含成本的金额为 0。因此，废品销售中镜片来源构成的变动会影响其具体毛利率的波动，具体情况如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
客户退货废片毛利率	-1369.26%	-1012.06%	-1219.75%
生产废片毛利率	100.00%	100.00%	100.00%
客户退货废片收入占比	18.64%	16.39%	6.29%
生产废片收入占比	81.36%	83.61%	93.71%
废片销售综合毛利率	-173.81%	-82.24%	17.01%

发行人客户退货废片毛利率较低主要系报告期内废片销售单价一般不超过 1 元/片，销售单价远低于镜片单位成本所致，且随着报告期各期镜片单位成本波动客户退货废片毛利率波动较大。

（2）材料销售

报告期内，发行人材料销售主要系与镜片、成镜等一同销售的镜片保护防滑贴、镜盒等辅助产品收入。2018 年度、2019 年度和 2020 年度，材料销售占其他

业务收入比例分别为 2.22%、11.10%和 2.29%，总体占比较小，其毛利率变动对其他业务综合毛利率影响较小。

（3）租赁收入

报告期内，发行人其他业务中的租赁收入来源主要包括 2018 年度磨边机租赁收入以及 2019 年度和 2020 年度向关联方丹阳 KOC 的办公场所租赁收入。

发行人报告期外曾将部分闲置磨边机出租给部分客户用于日常经营。租赁期限参考相应设备的剩余固定资产折旧年限确定，租赁对价参考相应设备的固定资产折旧收取，致使相关租赁业务毛利率趋向于 0。发行人相关租出磨边机全部已于 2018 年年底前摊销完毕，2019 年起不在从事相关租赁业务。

1）产能利用率较高的情况下仍出租设备给客户的原因和合理性

一方面，报告期外发行人在开拓镜片客户期间，在销售镜片的过程中搭配租赁磨边机等加工设备。发行人向客户租赁磨边机主要目的为协助市场开拓，与发行人自行生产环节无关；客户租赁磨边机主要用于自身眼镜的加工、装配，与发行人生产经营活动无关。

另一方面，发行人根据成镜业务实际开展情况，购置自身生产加工用磨边机等生产经营设备，且报告期内成镜业务产能利用率较高。若发行人认为成镜业务未来仍将持续增长，会根据实际情况继续购置生产加工用磨边机等生产经营设备，磨边机本身不构成未来限制成镜业务发展的制约性因素。

因此，发行人报告期内的磨边机等加工设备租赁业务具备合理性，且符合行业惯例。

2）租赁业务的合作时间、租赁设备原值、折旧计提金额和年限、租赁年限

发行人磨边机等加工设备的租赁业务开始于 2016 年，结束于 2018 年，相关租赁设备的原值、折旧计提金额、年限和租赁年限情况如下：

单位：万元

序号	设备名称	数量（台）	设备原值	设备净值	折旧年限	租赁年限
1	磨边机	161	1,547.49	170.09	3 年	3 年

序号	设备名称	数量（台）	设备原值	设备净值	折旧年限	租赁年限
2	验光仪	21	95.38	16.65	3 年	3 年
3	其他	30	57.37	7.98	3 年	3 年
合计		**212**	**1,700.24**	**194.72**	**-**	**-**

磨边机具有电子产品属性，设备更新换代较快，租赁结束时点发行人外租磨边机基本达到使用年限上限，后期使用的维护成本较高。考虑到收回外租磨边机对发行人的价值贡献较少，同时也为维护与客户的良好合作关系，发行人决定在租赁期结束后将磨边机于客户现场报废，不再进行回收，相关处理具有商业合理性。

3）租赁业务毛利率较低甚至为负的原因和合理性

报告期内，发行人针对下游镜片客户的磨边机等加工设备的租赁业务主要为辅助镜片市场的开拓，租赁本身并非以盈利为直接目的。因此，发行人与客户就设备的租赁对价是象征性收费，通常参考相应设备的固定资产折旧收取租赁对价。因此，发行人租赁业务毛利率较低具备合理性，不存在发行人和客户存在利益输送或其他利益安排的情形。

（4）其他

报告期内，发行人其他业务收入中的“其他”项目为培训收入及发行人电商旗舰店参加电商平台促销活动的服务费收入。其中，培训收入对应的成本为培训材料的制作费用，电商平台服务费收入未发生相应成本，故其毛利率为 100%。二者在其他项目中的收入结构变动会对其他项目毛利率产生影响，具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	收入	收入占比	毛利率	收入	收入占比	毛利率	收入	收入占比	毛利率
培训收入	1.02	2.75%	100.00%	7.03	33.56%	7.14%	34.17	95.40%	85.96%
电商平台服务费收入	35.93	97.25%	100.00%	13.93	66.44%	100.00%	1.65	4.60%	100.00%
合计	**36.95**	**100.00%**	**100.00%**	**20.96**	**100.00%**	**68.84%**	**35.82**	**100.00%**	**86.61%**

9、主要客户毛利率的变动情况

报告期内，发行人任一年度单个法人主体收入超过 1,000 万元的客户的毛利率变动情况如下：

（1）JINS INC 的毛利率变动情况

报告期内，发行人与 JINS INC 主要开展贴牌镜片和成镜的业务合作。2017 年度，发行人与 JINS INC 主要开展贴牌镜片的合作。在镜片业务的合作过程中，JINS INC 较为认可发行人的生产工艺及产品质量，故从 2018 年度开始起，发行人与 JINS INS 直接开始开展贴牌成镜的业务合作。

发行人与 JINS INC 各主要产品下的收入和毛利率变动情况如下：

单位：万元

主营产品	2020 年度			2019 年度			2018 年度	
	收入	收入变动	毛利率	收入	收入变动	毛利率	收入	毛利率
镜片	291.46	-68.45%	64.87%	923.83	-71.99%	52.30%	3,297.91	44.42%
成镜	575.18	-48.43%	32.37%	1,115.29	262.60%	32.10%	307.58	39.16%
合计	**866.63**	**-57.50%**	**43.30%**	**2,039.13**	**-43.44%**	**41.25%**	**3,605.50**	**43.97%**

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，发行人与 JINS INC 镜片业务的毛利率分别为 44.42%、52.30%和 64.87%，报告期内镜片业务毛利率呈现逐年上升趋势。镜片产品报告期各期的平均销售单价和平均单位成本如下：

单位：元/片

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
平均销售单价	13.52	11.39	10.83
平均单位成本	4.75	5.43	6.02
毛利率	64.87%	52.30%	44.42%

报告期内，镜片产品平均销售单价较为平稳，毛利率逐年上升主要系平均单位成本逐年下降所致。2019 年度相较 2018 年度毛利率上升较多，主要系生产 JINS INC 指定的镜片所使用的单位直接材料成本下降所致。

（2）郑州市惠济区明月眼镜商行的毛利率变动情况

报告期内，发行人与郑州市惠济区明月眼镜商行主要开展发行人自有品牌镜片产品的合作，报告期各期镜片产品的收入和毛利率变动情况如下：

单位：万元

主营产品	2020 年度			2019 年度			2018 年度	
	收入[注]	收入变动	毛利率	收入	收入变动	毛利率	收入	毛利率
镜片	1,879.34	25.46%	55.73%	1,497.99	41.16%	54.97%	1,061.22	45.74%
成镜	0.09	-	35.47%	-	-	-	-	-
合计	**1,879.43**	**25.46%**	**55.73%**	**1,497.99**	**41.16%**	**54.97%**	**1,061.22**	**45.74%**

注：毛利率分析的收入数据考虑了退货预计负债，下同

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，发行人与郑州市惠济区明月眼镜商行镜片业务的毛利率分别为 45.74%、54.97%和 55.73%，镜片产品报告期各期的平均销售单价和平均单位成本如下：

单位：元/片

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
平均销售单价	16.88	15.62	11.74
平均单位成本	7.47	7.04	6.37
毛利率	55.73%	54.97%	45.74%

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，毛利率逐年提升主要系发行人功能片毛利逐年提升且功能片收入占比逐年提升，从而带动平均销售单价快速提升所致，具体情况如下：

单位：万元

产品类型	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	收入	收入占比	毛利率	收入	收入占比	毛利率	收入	收入占比	毛利率
常规片	588.66	31.32%	51.95%	555.53	37.09%	49.02%	450.98	42.50%	35.10%
功能片	1,290.68	68.68%	57.46%	942.46	62.91%	58.47%	610.24	57.50%	53.60%
合计	**1,879.34**	**100.00%**	**55.73%**	**1,497.99**	**100.00%**	**54.97%**	**1,061.22**	**100.00%**	**45.74%**

2018 年度和 2019 年度、2020 年度，功能片收入占比分别为 57.50%、62.91%和 68.68%，呈现逐年上涨趋势，从而带动镜片整体毛利率上升，功能片毛利率分别为 53.60%、58.47%和 57.46%。报告期内，发行人及下游客户顺应行业内功能片逐步替代常规片的发展趋势，大力发展盈利能力更强且未来发展前景更为广阔的功能片业务，从而带动整体业务快速发展。

（3）江苏淘镜有限公司的毛利率变动情况

报告期内，发行人与江苏淘镜有限公司主要开展简易包装（非自有品牌）镜片产品的合作，报告期各期收入和毛利率变动情况如下：

单位：万元

主营产品	2020 年度		2019 年度			2018 年度	
	收入	毛利率	收入	收入变动	毛利率	收入	毛利率
镜片	1,602.22	9.19%	1,317.03	-12.56%	21.48%	1,506.16	19.46%

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，发行人与江苏淘镜有限公司镜片业务的毛利率分别为 19.46%、21.48%和 9.19%。镜片产品报告期各期的平均销售单价和平均单位成本如下：

单位：元/片

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
平均销售单价	4.56	4.59	4.24
平均单位成本	4.14	3.61	3.41
毛利率	9.19%	21.48%	19.46%

发行人与江苏淘镜有限公司主要开展非自有品牌折射率 1.56 系列常规片成品以及部分镜片半成品（比如用于制作定制片的毛坯半成品等）的合作，发行人主要承担生产制造的职能，故相关镜片产品的平均销售单价、平均单位成本和毛利率相较发行人自有品牌镜片成品较低。

2020 年度，发行人相应镜片单位生产成本上涨较多，但 2020 年度发行人尚未调整相应产品的价格政策，从而导致 2020 年度毛利率较低。

（4）湖南光合作用商贸有限公司的毛利率变动情况

报告期内，发行人与湖南光合作用商贸有限公司主要开展贴牌镜片产品（合作品牌“AOJO”、“木九十”）的合作，报告期各期镜片产品的收入和毛利率变动情况如下：

单位：万元

主营产品	2020 年度			2019 年度			2018 年度	
	收入	收入变动	毛利率	收入	收入变动	毛利率	收入	毛利率
镜片	415.34	-64.25%	41.29%	1,161.92	-20.71%	23.23%	1,465.38	21.96%

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，发行人与湖南光合作用商贸有限公司镜片业务的毛利率分别为 21.96%、23.23%和 41.29%。镜片产品报告期各期的平均销售单价和平均单位成本如下：

单位：元/片

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
平均销售单价	22.45	11.87	11.34
平均单位成本	13.18	9.11	8.85
毛利率	41.29%	23.23%	21.96%

2018 年度和 2019 年，发行人与其镜片业务毛利率相对平稳。2020 年度，镜片毛利率增长较快，主要系发行人提升产品销售单价以及主要镜片产品折射率 1.60 系列中功能片收入占比提升，带动折射率 1.60 系列毛利率提升，进而带动镜片产品整体毛利率提升。

（5）江苏兴洋光学科技有限公司的毛利率变动情况

报告期内，发行人与江苏兴洋光学科技有限公司主要开展镜片和镜架产品的合作。报告期各期，镜片产品和镜架产品的收入和毛利率变动情况如下：

单位：万元

主营产品	2020 年度			2019 年度			2018 年度	
	收入	收入变动	毛利率	收入	收入变动	毛利率	收入	毛利率
镜片	1,035.22	43.72%	37.41%	720.32	53.99%	43.84%	467.77	30.55%
镜架	23.72	-94.79%	21.55%	455.32	209.05%	17.04%	147.33	15.29%

主营产品	2020 年度			2019 年度			2018 年度	
	收入	收入变动	毛利率	收入	收入变动	毛利率	收入	毛利率
合计	**1,058.94**	**-9.93%**	**37.04%**	**1,175.64**	91.13%	**33.20%**	615.09	**26.88%**

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，发行人与江苏兴洋光学科技有限公司镜片业务的毛利率分别为 30.55%、43.84%和 37.41%，镜片产品报告期各期的平均销售单价和平均单位成本如下：

单位：元/片

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
平均销售单价	14.96	15.02	13.15
平均单位成本	9.36	8.44	9.14
毛利率	37.41%	43.84%	30.55%

2019 年度相较 2018 年度镜片产品毛利率提升较快，主要系 2019 年度折射率 1.67 以上产品收入占比提升所致；2020 年度相较 2019 年度镜片产品毛利率回落，主要系主要产品折射率 1.56 系列单位成本带动平均成本提升所致。

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，发行人与江苏兴洋光学科技有限公司镜架业务的毛利率分别为 15.29%、17.04%和 21.55%，2018 年度至 2019 年度总体保持平稳，2020 年度提升较快，主要由于公司主动缩减部分毛利率较低的产品所致。镜架业务 2018 年度收入增长较快，主要系双方 2017 年为尝试合作阶段，2018 年度双方开始正式合作，致使业务量增长较快。2020 年度，由于疫情影响，导致江苏兴洋镜架需求减小，同时由于该类业务整体毛利率较低，发行人主动缩减部分毛利率较低的产品。

（6）深圳市和平光学眼镜有限公司的毛利率变动情况

报告期内，发行人与深圳市和平光学眼镜有限公司主要开展发行人自有品牌镜片产品的合作，报告期各期镜片产品的收入和毛利率变动情况如下：

单位：万元

主营产品	2020 年度			2019 年度			2018 年度	
	收入	收入变动	毛利率	收入	收入变动	毛利率	收入	毛利率

主营产品	2020 年度			2019 年度			2018 年度	
	收入	收入变动	毛利率	收入	收入变动	毛利率	收入	毛利率
镜片	1,176.53	7.96%	60.72%	1,089.82	37.91%	52.88%	790.24	46.46%

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，发行人与深圳市和平光学眼镜有限公司镜片业务的毛利率分别为 46.46%、52.88%和 60.72%。报告期内，毛利率呈现逐年上涨的趋势主要系镜片产品中 1.71 系列毛利率较高且收入占比逐年提升所致，具体情况如下：

单位：万元

折射率系列	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	收入	收入占比	毛利率	收入	收入占比	毛利率	收入	收入占比	毛利率
1.56	307.87	26.17%	57.29%	371.01	34.04%	44.76%	386.07	48.86%	36.55%
1.60	537.77	45.71%	59.99%	444.99	40.83%	55.56%	240.09	30.38%	55.01%
1.67	134.87	11.46%	57.13%	126.31	11.59%	51.61%	113.09	14.31%	55.47%
1.71	176.23	14.98%	71.72%	132.87	12.19%	68.73%	32.42	4.10%	69.53%
1.74	19.79	1.68%	60.56%	14.64	1.34%	43.99%	18.56	2.35%	46.64%
合计	**1,176.53**	**100.00%**	**60.72%**	**1,089.82**	**100.00%**	**52.88%**	**790.24**	**100.00%**	**46.46%**

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，1.71 系列毛利率分别为 69.53%、68.73%和 71.72%，均高于同期平均毛利率水平，且 1.71 系列收入占比分别为 4.10%、12.19%和 14.98%，收入占比增长加快，从而带动整体毛利率呈现逐年上涨趋势。

（五）税金及附加

报告期内，税金及附加构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
城建税	263.02	276.51	250.34
教育费附加	190.79	199.41	179.89
房产税	96.16	94.24	91.48
印花税	33.55	35.00	31.09

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
土地使用税	50.69	50.69	51.27
其他管理税费	24.99	11.94	5.00
合计	**659.20**	**667.80**	**609.08**

公司的税金及附加主要包括城建税、教育费附加和房产税。2018 年度、2019 年度和 2020 年度，公司税金及附加分别为 609.08 万元、667.80 万元和 659.20 万元。

2019年度公司税金及附加较2018年度增加58.72万元，同比增长率为9.64%，2020 年度公司税金及附加较 2019 年度减少 8.60 万元，同比增长率为-1.29%，变动金额较小。

（六）期间费用

报告期内，期间费用及其占营业收入比率情况如下：

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
销售费用	11,260.70	20.87%	10,384.99	18.80%	7,682.06	15.08%
管理费用	6,641.04	12.31%	5,517.31	9.99%	6,253.05	12.27%
研发费用	1,762.43	3.27%	1,626.62	2.94%	1,535.41	3.01%
财务费用	0.69	0.00%	70.73	0.13%	413.79	0.81%
合计	**19,664.85**	**36.44%**	**17,599.65**	**31.85%**	**15,884.30**	**31.18%**

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，公司期间费用金额分别为 15,884.30 万元、17,599.65 万元和 19,664.85 万元。2019 年较 2018 年期间费用增加 1,715.34 万元，主要系销售费用增加 2,702.93 万元；2020 年较 2019 年期间费用增加 2,065.20 万元，主要系管理费用增加 1,123.73 万元。

1、销售费用

（1）销售费用构成及变化情况

报告期内，公司销售费用明细如下：

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
广告费	4,634.90	41.16%	4,171.84	40.17%	2,454.38	31.95%
职工薪酬	2,479.46	22.02%	2,200.48	21.19%	1,571.14	20.45%
业务宣传费	1,795.23	15.94%	1,972.81	19.00%	1,752.21	22.81%
差旅费	548.57	4.87%	590.09	5.68%	519.62	6.76%
运输费	535.58	4.76%	399.87	3.85%	363.20	4.73%
销售服务费	736.20	6.54%	376.52	3.63%	185.16	2.41%
展览费	-	-	178.82	1.72%	368.01	4.79%
业务招待费	105.73	0.94%	118.95	1.15%	198.11	2.58%
会务费	78.30	0.70%	105.31	1.01%	1.93	0.03%
折旧与摊销	215.09	1.91%	108.44	1.04%	149.20	1.94%
咨询费	43.69	0.39%	49.36	0.48%	30.34	0.39%
租赁费	23.54	0.21%	45.05	0.43%	16.95	0.22%
办公费	44.29	0.39%	42.16	0.41%	21.38	0.28%
其他费用	20.11	0.18%	25.29	0.24%	50.43	0.66%
合计	**11,260.70**	**100.00%**	**10,384.99**	**100.00%**	**7,682.06**	**100.00%**

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，公司销售费用分别为 7,682.06 万元、10,384.99 万元和 11,260.70 万元，占当期营业收入的比例分别为 15.08%、18.80%和 20.87%，占比不断上升。报告期内，公司销售费用逐年增加，主要系公司加大广告营销及业务宣传力度所致。2018 年度、2019 年度和 2020 年度，公司广告费分别为 2,454.38 万元、4,171.84 万元和 4,634.90 万元，占当期营业收入的比例分别为 4.82%、7.55%和 8.59%；业务宣传费分别为 1,752.21 万元、1,972.81 万元和 1,795.23 万元，占当期营业收入的比例分别为 3.44%、3.57%和 3.33%。

1）报告期内广告费、业务宣传费的具体构成

报告期内，发行人广告费、业务宣传费的具体构成情况如下：

单位：元

序号	活动类别	2020 年度			2019 年度		
		广告费	业务宣传费	合计	广告费	业务宣传费	合计
1	线下体验店	-	1,767,282.09	1,767,282.09	-	3,310,973.76	3,310,973.76
2	区域实地推广	2,157,893.69	12,519,513.82	14,677,407.51	647,619.51	13,966,365.00	14,613,984.51
3	聘请品牌代言人	6,299,209.50	-	6,299,209.50	6,678,037.82	-	6,678,037.82
4	电视广告植入	11,225,746.10	1,600.00	11,227,346.10	18,015,093.47	-	18,015,093.47
5	线下广告投放	7,514,434.89	-	7,514,434.89	12,119,567.99	-	12,119,567.99
6	电商平台推广	16,029,312.53	1,218,665.51	17,247,978.04	2,977,571.23	625,247.92	3,602,819.15
7	主题宣传和推广	3,122,353.48	2,445,250.20	5,567,603.68	1,280,499.58	1,825,509.06	3,106,008.64
合计		**46,348,950.19**	**17,952,311.62**	**64,301,261.81**	**41,718,389.60**	**19,728,095.74**	**61,446,485.34**

序号	活动类别	2018 年度		
		广告费	业务宣传费	合计
1	线下体验店	-	271,141.18	271,141.18
2	区域实地推广	730,530.86	15,268,902.56	15,999,433.42
3	聘请品牌代言人	6,616,290.24	-	6,616,290.24
4	电视广告植入	13,272,780.78	-	13,272,780.78
5	线下广告投放	3,895,778.78	-	3,895,778.78
6	电商平台推广	28,405.37	956,935.78	985,341.15
7	主题宣传和推广	-	1,025,082.61	1,025,082.61
合计		**24,543,786.03**	**17,522,062.13**	**42,065,848.16**

2）报告期内广告投入与收入变动之间的关系

报告期内，发行人广告投入与收入变动关系如下：

单位：元

年份	广告费金额	宣传费金额	合计金额	营业收入金额	占比
2020 年度	46,348,950.19	17,952,311.62	64,301,261.81	539,681,448.04	11.91%

2019 年度	41,718,389.60	19,728,095.74	61,446,485.34	552,501,240.86	11.12%
2018 年度	24,543,786.03	17,522,062.13	42,065,848.16	509,418,482.07	8.26%

如上表所示，发行人报告期内广告投入逐年增加，收入逐年增长，广告投入占收入比例亦呈逐年增长趋势。为提高产品的关注度和知名度并树立品牌形象，让更多的消费者信任企业品牌及产品，2017 年 9 月，发行人与陈道明、霍尔果斯皓月文化传媒有限公司、南京江畔影视文化工作室、博得思通（北京）文化传媒有限公司就“明月”品牌眼镜产品代言签订协议，2020 年 9 月该协议到期，同月，发行人与南京道格影视文化工作室、长兴韵洲影视文化工作室就演员陈道明代言事项签订新协议。为扩大品牌宣传力度，发行人在卫视综艺节目、机场高铁、户外楼宇等公众场所及网络平台大量增加广告投放，以加深人们对“明月”品牌的认知。

发行人 2018 年度至 2020 年度广告费、宣传费合计占营业收入比分别为 8.26%、11.12%、11.91%，广告宣传投入力度逐年增大。但从线上投入及产出来看，投入收入比逐年增加，广告投放产出效率呈下降趋势。

3）电商平台推广费用

天猫平台及京东平台推广费结算方式为预扣支付，先从商家店铺绑定的支付宝账户和京东平台账户扣取，发行人借记“预付账款”，贷记“其他货币资金/银行存款”，依据每月平台实际发生推广费账单金额，计入当期损益，借记“销售费用”、贷记“其他应付款”，收到发票时借记“其他应付款”、“应交税费－应交增值税（进项税额）”，贷记“预付账款”。

报告期内，发行人各电商平台推广方式对应费用明细情况如下：

单位：元

平台	推广方式	2020 年度	2019 年度	2018 年度
天猫	直通车	3,455,265.62	652,203.12	39,789.79
	钻石展位	2,127,565.44	458,453.91	47,804.54
	超级推荐	2,698,645.50	253,025.87	-
	品销宝	1,197,236.10	1,041,056.41	407,653.16
	其他方式	5,056,723.30	3,814.64	108,127.25

	小计	14,535,435.96	2,408,553.95	603,374.74
京东	购物触点	268,162.09	154,929.44	-
	海投	468,675.96	83,013.23	-
	快车	547,103.57	137,561.04	-
	京东展位费	13,162.20	49,507.16	-
	联合广告	47,169.00	95,912.81	-
	小计	1,344,272.82	520,923.68	-
图文视频设计、拍摄		1,232,942.31	593,089.02	275,183.95
样品、道具领用		135,326.95	80,252.50	106,782.46
合计		**17,247,978.04**	**3,602,819.15**	**985,341.15**

报告期内，发行人推广费用与相应收入变动之间的关系的情况如下：

单位：元

年份	电商平台推广费	电商收入	占比
2020 年度	17,247,978.04	35,197,725.21	49.00%
2019 年度	3,602,819.15	14,847,040.16	24.27%
2018 年度	985,341.15	4,262,633.43	23.12%

注：由于发行人只在天猫和京东平台发生推广费用，故本表电商收入为天猫和京东平台的合计收入，不包含有品平台收入。

如上表所示，2019 年度电商平台推广费较 2018 年度增加 261.75 万元，电商收入较 2018 年度增加 1,058.44 万元，系发行人加大对天猫平台的推广并新增京东平台推广投入，导致 2019 年电商推广费与电商收入增加；2020 年度电商平台推广费较 2019 年度增加 1,364.52 万元，电商收入较 2019 年度增加 2,035.07 万元，系发行人 2020 年度继续加大对天猫和京东平台的推广力度，其中天猫平台其他推广方式增加 505.29 万元，主要系公司 2020 年度发生七夕明月 JCGP 特秀费 18.87 万元、品牌特秀广告投放费 28.30 万元、99 电商节大促活动广告费 141.51 万元、双十一品牌推广费 283.02 万元。随着电子商务的高速发展和消费者购物习惯的改变，越来越多便捷的电子购物平台涌现，为扩大受众群体范围，让更多的目标群体了解明月品牌产品相关信息，发行人通过多种电商信息发布渠道进行企业品牌产品的推广，故报告期内电商推广投入逐年增加，电商收入逐年增长，电商推广费占电商收入比例稳步增长。

发行人 2018 年度至 2020 年度天猫及京东电商平台收入分别为 426.26 万元、1,484.71 万元及 3,519.77 万元。2018 年度电商业务处于起步试运营阶段，以线下活动推动电商业务形式为主。电商业务收入较小且与线上推广费用关联性较小，2019 年起逐步加大线上业务推广投入，相关情况如下：

单位：次、个、元

电商平台	年度	点击数	客户数量	订单数量	订单转化率	获客成本	单位获客成本
天猫	2019	1,904,112	34,384	40,082	2.11%	2,408,553.95	70.05
	2020	4,848,025	87,384	107,504	2.22%	14,535,435.96	166.34
京东	2019	210,451	3,406	3,935	1.87%	520,923.68	152.94
	2020	514,184	9,160	12,093	2.35%	1,344,272.82	146.75

发行人 2019 年度至 2020 年度电商广告费、业务宣传费与各类电商促销活动投放区间吻合，与收入存在相关性。但相对各平台广告投入，订单转化率并未有较大幅度增长。获客成本较高，单位获客成本逐步增加。

4）聘请品牌代言人

①代言费的具体内容

报告期内，发行人代言费的合同内容如下：

单位：元

单位名称	合同内容	合同金额	合同开始日期	合同结束日期
南京道格影视文化工作室	为“明月”品牌眼镜产品提供肖像使用授权服务，并指派演员在合作期限内为该产品担任形象代言人	11,800,000.00	2020/09	2022/09
长兴韵洲创意策划工作室(原名：长兴韵洲影视文化工作室)	演员陈道明肖像用于“明月”品牌眼镜产品宣传推广	200,000.00	2020/09	2022/09
霍尔果斯皓月文化传媒有限公司	为“明月”品牌眼镜产品提供场景策划、形象策划、创意策划等策划服务	13,650,000.00	2017/09	2020/09
南京江畔影视文化工作室	为“明月”品牌眼镜产品提供策划服务，包括品牌策划、形象策划、创意策划等策划服务	3,850,000.00	2017/09	2020/09
陈道明	为“明月”品牌眼镜产品担任形象代言人	2,000,000.00	2017/09	2020/09
博得思通（北京）文化传媒有限公司	明月镜片《陈道明》篇影片制作	1,379,620.00	2017/09	2017/10
合计		**32,879,620.00**		

报告期内各期代言费的金额：

单位：元

项目名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
南京道格影视文化工作室	1,855,345.90	-	-
长兴韵洲创意策划工作室(原名：长兴韵洲影视文化工作室)	33,003.30	-	-
霍尔果斯皓月文化传媒有限公司	2,861,635.36	4,292,452.82	4,292,452.82
南京江畔影视文化工作室	807,127.86	1,210,691.81	1,210,691.81
陈道明	444,444.44	728,414.24	666,666.66
博得思通（北京）文化传媒有限公司	297,652.64	446,478.95	446,478.95
合计	6,299,209.50	**6,678,037.82**	**6,616,290.24**

②长期待摊费用的具体内容

发行人长期待摊费用包括代言费、装修工程和绿化工程，在预计受益期内平均摊销，长期待摊费用的归集不包含与该项目无关的支出、不存在费用支出资本化的情形，符合《企业会计准则》的规定，具体情况如下：

单位：元

项目名称	摊销开始时间	摊销期限	2020 年度	2019 年度	2018 年度
广告及代言费					
其中：霍尔果斯皓月	2017 年 9 月	3 年	2,861,635.36	4,292,452.82	4,292,452.82
南京江畔影视文化	2017 年 9 月	3 年	807,127.86	1,210,691.81	1,210,691.81
陈道明	2017 年 9 月	3 年	444,444.44	666,666.66	666,666.66
博得思通	2017 年 9 月	3 年	297,652.64	446,478.95	446,478.95
南京道格影视文化	2020 年 9 月	2 年	1,855,345.90		
长兴韵洲影视文化	2020 年 9 月	2 年	33,003.30		
广告及代言费小计			6,299,209.50	6,616,290.24	6,616,290.24
装修工程（注）	2016-2020 年	33/36 个月、5 年	3,044,938.85	1,202,225.95	1,180,937.37
绿化工程	2016 年 3 月	5 年	95,040.24	95,040.24	95,040.24
合计			**9,439,188.59**	**7,913,556.43**	**7,892,267.85**

注：装修工程主要核算租入资产装修及配套工程，报告各期均有发生，摊销期以 5 年与租赁期孰短计。

③将代言费计入长期待摊费用是否符合同行业惯例

按照企业会计准则，企业会计的确认、计量和报告应当以权责发生制为基础。权责发生制基础要求，凡是当期已经实现的收入和已经发生或应当负担的费用，无论款项是否收付，都应当作为当期的收入和费用，计入利润表；凡是不属于当期的收入和费用，即使款项已在当期收付，也不应当作为当期的收入和费用。

长期待摊费用是账户用于核算企业已经支出，但摊销期限在 1 年以上（不含 1 年）的各项费用，包括固定资产修理支出、租入固定资产的改良支出以及摊销期限在 1 年以上的其他待摊费用。发行人代言费合同周期为三年，已超过一年，故将代言费计入长期待摊费用符合企业会计准则要求。

内蒙古伊利实业集团股份有限公司（600887）、溜溜果园集团股份有限公司（简称“溜溜果园”）、山东龙大肉食品股份有限公司（002726）将广告代言费计入长期待摊费用，因此发行人将代言费计入长期待摊费用符合行业惯例。④代言费支出的真实性

霍尔果斯皓月文化传媒有限公司的最终股东为北京京西文化旅游股份有限公司，该公司已上市，简称“北京文化”（股票代码：000802）。该公司是一家全产业链影视娱乐传媒集团。公司于 1998 在深交所上市，背靠优质旅游文化资源。自 2013 年起，北京文化启动向影视娱乐业转型，先后收购摩天轮文化传媒、世纪伙伴文化传媒、星河文化经纪等在华语影视娱乐业享有盛誉的公司。2016 年 4 月，随着世纪伙伴和星河文化正式并表，北京文化正式转型泛娱乐产业，通过整合娱乐产业上下游资源。

代言项目涉及的各方机构员工人数的安排符合其自身行业特点，相关经纪人服务及代言事项真实存在，交易价格符合行业实际情况，代言费支出真实，不存在异常情况或其他利益安排。

5）电视节目等其他广告费内容

除明星代言广告费外，其他广告费具体内容如下：

A.电视广告植入：主要是江苏卫视《非诚勿扰》、《最强大脑》、《零距离》等节目广告投放费用；广告形式包括口播、压屏条、片尾鸣谢、品牌形象授权、植入式广告等；

B.高铁站广告：主要为丹阳、上海虹桥、杭州、南京南、温州南、深圳北、郑州、石家庄、武汉、西安站等各地高铁站候车厅和出站通道的广告投放费用；

C.机场广告：主要为上海、重庆、广州、西安、济南、厦门、深圳、温州等多地机场候机厅、行李获取处的广告投放费；

D.户外楼宇广告：主要是北京、上海、广州等城市地标性建筑的广告投放费，以及其他各城市建筑户外广告牌的广告投放费用；

E.公交及车亭广告：公交车体、公交站台的广告投放费用；

③电视节目等其他广告费会计处理的合规性：

关于费用的企业会计准则要求详见“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（六）期间费用”之“1、销售费用”之“（1）销售费用构成及变化情况”之“4）聘请品牌代言人”。

发行人对电视节目等其他广告费的会计处理符合会计准则的要求.”

6）线下体验店

①线下体验店经营情况

为满足消费者对产品品质与服务的诉求，给广大受众带来更全面舒适的消费体验感，发行人于 2018 年 8 月在丹阳眼镜城设立线下体验店，报告期内，线下体验店经营情况如下：

单位：元

明细项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
收入	1,661,885.21	1,712,904.52	613,710.36
成本	228,302.30	256,580.52	77,113.77
毛利	1,433,582.91	1,456,324.01	536,596.59
人工	337,714.02	307,932.43	77,916.07
租金	235,424.63	383,636.45	107,353.02
装修费摊销	160,342.92	160,342.92	66,809.55
其他费用	110,953.64	21,126.79	5,200.01

明细项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
经营利润	589,147.70	583,285.41	279,317.94

线下体验店自设立起，盈利情况保持良好。

②截至 2020 年 12 月 31 日线下体验店资产情况

截至 2020 年 12 月 31 日，发行人线下体验店固定资产原值为 69,131.44 元，累计计提折旧 26,863.66 元，固定资产净值为 42,267.78 元；线下体验店存货库存情况如下：

单位：元

存货类别	账面余额	库龄			已计提减值	账面净值
		1 年以内	1-2 年	2 年以上		
镜片	112,393.51	93,592.01	10,613.98	8,187.52	8,187.52	104,205.99
镜架	68,190.35	52,161.41	14,769.68	1,259.26	1,259.26	66,931.09
合计	**180,583.86**	**145,753.42**	**25,383.66**	**9,446.78**	**9,446.78**	**171,137.08**

经存货减值测试，截至 2020 年 12 月 31 日，发行人线下体验店计提存货跌价准备 9,446.78 元。

7）运输费

发行人销售产品的承运方式有快递、货运和铁路快运，对于原料业务模块，发行人采用货运形式，运费全部由发行人承担；对于镜片、镜架和成镜业务模块，发行人采用快递和铁路快运的形式，运费承担方式由销售合同事先约定。报告期内，发行人承担的运输费与承担运费业务收入之间的关系如下:

单位：万元

销售类别	运费承担	2020 年度		
		收入	运费	占比
镜片、成镜、镜架与其他业务	公司承担	22,359.56	501.92	2.24%
	客户承担	26,600.21		
原料业务	公司承担	4,855.32	33.66	0.69%
	客户承担			
合计	**公司承担**	**27,214.88**	**535.58**	**1.97%**

	客户承担	**26,600.21**		
销售类别	**运费承担**	**2019 年度**		
		收入	**运费**	**占比**
镜片、成镜、镜架与其他业务	公司承担	16,732.94	362.87	2.17%
	客户承担	32,140.51		
原料业务	公司承担	6,188.07	37.00	0.60%
	客户承担			
合计	**公司承担**	**22,921.01**	**399.87**	**1.74%**
	客户承担	**32,140.51**		
销售类别	**运费承担**	**2018 年度**		
		收入	**运费**	**占比**
镜片、成镜、镜架与其他业务	公司承担	16,887.33	330.20	1.96%
	客户承担	27,646.51		
原料业务	公司承担	5,735.34	32.99	0.58%
	客户承担			
合计	**公司承担**	**22,622.67**	**363.20**	**1.61%**
	客户承担	**27,646.51**		

如上表所示，2018 年度、2019 年度及 2020 年度，发行人承担运费占相应收入比重较为稳定。报告期内，发行人承担运费的镜片业务快递单数如下：

单位：元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
运输费	5,019,215.30	3,628,673.74	3,302,020.92
镜片业务快递单数	270,527.00	285,550.00	280,456.00
每单均价	18.55	12.71	11.77

如上表所示，报告期内，发行人每单快递均价分别为 11.77 元、12.71 元和 18.55 元。2018 年度至 2019 年度每单均价在 12 元左右，单价较为均衡合理。2020 年度每单均价较高，系因 2020 年上半年发行人使用顺丰快递居多，同时疫情期间快递单价提升所致。

8）销售服务费

单位：元

公司名称（支付对象）	项目内容	2020 年度	2019 年度	2018 年度
浙江天猫技术有限公司	佣金	1,595,012.82	708,729.22	232,583.21
杭州阿里妈妈软件服务有限公司等	其他服务费	1,355,287.02	641,626.31	116,609.49
天猫平台小计		2,950,299.84	1,350,355.53	349,192.70
江苏京东旭科信息技术有限公司	佣金	351,059.75	135,433.52	9,684.30
江苏京东旭科信息技术有限公司等	其他服务费	204,970.03	3,509.43	22,458.51
京东平台小计		556,029.78	138,942.95	32,142.81
有品信息科技有限公司	非众筹平台服务费	986,299.31	544,444.85	-
	众筹平台服务费	687,090.93	-	-
	其他服务费	135,160.94	61,180.58	-
	有品平台小计	1,808,551.18	605,625.43	-
V OPTICS PTE.LTD	-	1,754,649.46	1,489,077.95	1,463,330.42
其他	-	292,434.85	181,159.07	6,924.87
合计		**7,361,965.11**	**3,765,160.93**	**1,851,590.80**

注 1：有品是小米旗下的精品生活电商平台，有品众筹是米家商城中的一个促销活动。

注 2：天猫平台其他服务费包括：积分返点、淘宝客佣金、聚划算、花呗和信用卡支付服务费、多卖 CRM 短信费用等。

注 3：京东其他服务费包括：京豆服务费、京挑客费用、智能店长技术服务费等。

销售服务费的主要构成为天猫、京东、有品三个电商平台，V OPTICS PTE. LTD 以及其他销售服务费。电商平台的销售服务费对应的销售形式为电商销售，V OPTICS PTE. LTD 的销售服务费主要系该公司为发行人外销提供销售服务，对应的销售模式合法合规，不存在其他未披露的销售模式。

报告期内，发行人电商佣金与对应的销售收入之间的关系的情况如下：

单位：元

公司名称	项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
浙江天猫技术有限公司	佣金	1,595,012.82	708,729.22	232,583.21
	收入	31,176,572.41	13,338,397.98	4,152,512.78
	占比	5.12%	5.31%	5.60%

江苏京东旭科信息技术有限公司	佣金	351,059.75	135,433.52	9,684.30
	收入	4,021,152.79	1,508,642.18	110,120.65
	占比	8.73%	8.98%	8.79%
有品信息科技有限公司	非众筹平台服务费	986,299.31	544,444.85	-
	众筹平台服务费	687,090.93	-	-
	服务费合计	1,673,390.24	544,444.85	-
	收入	10,523,941.27	5,934,737.29	-
	占比	15.90%	9.17%	-

A、天猫软件服务费（实时划扣部分，即佣金）计算规则：实时划扣软件服务费=交易额（含税）*费率（5%）；

B、京东技术服务费（即佣金）计算规则：技术服务费=交易额（含税）*费率(8%)；

C、有品非众筹平台服务费计算规则：净流水=正流水-负流水，服务费=净流水（含税）*费率（15%、10%）；众筹平台服务费=成交订单总额（正流水，含税）*费率（10%）。

发行人关于销售佣金的合同均与企业法人签订，不存在应代扣代缴所得税的情形。

9）咨询费

报告期内，发行人销售费用-咨询费的具体情况如下：

单位：元

年份	提供服务单位	服务内容	金额
2020 年度	欧睿信息咨询（上海）有限公司	行业地位认证	291,357.54
	其他	-	145,568.99
	合计	-	436,926.53
2019 年度	欧睿信息咨询（上海）有限公司	行业地位认证	220,602.83
	北京曼昆文化创意有限公司	文化设计服务	194,886.00
	上海市锦天城律师事务所	广告合规及相关业务法律咨询	56,603.77

年份	提供服务单位	服务内容	金额
	其他	-	21,467.81
	合计	-	493,560.41
2018 年度	欧睿信息咨询（上海）有限公司	行业地位认证	169,811.32
	其他	-	133,545.66
	合计	-	303,356.98

10）电商平台物流费用

报告期内，电商自营业务的物流费用主要由发行人自行承担。发行人根据单笔订单金额的大小使用不同物流运输公司的快递服务，并与物流运输公司直接结算物流费用。报告期内，发行人按月根据与物流公司实际结算的物流运输费用，借记“销售费用-运输费”、“应交税费-应交增值税（进项税额）”，贷记“银行存款”。

报告期内，发行人电商平台物流费用与当期电商平台收入的情况如下：

单位：万元

年份	电商平台物流费	电商平台收入	占比
2020 年度	160.00	4,573.71	3.50%
2019 年度	52.43	2,078.18	2.52%
2018 年度	16.63	426.26	3.90%

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，发行人电商平台物流费用分别为 16.63 万元、52.43 万元和 160.00 万元，占当期电商平台收入比例分别为 3.90%、2.52%和 3.50%。2020 年度电商平台物流费用占比增长较快，主要系电商业务发展迅速，同时 2020 年受疫情影响及业务发展需要，发行人主要采用单位运费较高的顺丰寄送快递，前两个会计年度发行人主要采用顺丰和申通寄送快递。

（2）与同行业上市公司销售费用率的比较

报告期内，公司销售费用率与同行业可比上市公司比较如下：

公司名称	2020年度	2019年度	2018年度
旗天科技	-	34.80%	17.26%
发行人	20.87%	18.80%	15.08%

公司与旗天科技的销售费用率存在一定的差异。2019 年度旗天科技销售费用率显著上升，主要系旗天科技 2018 年末剥离批量镜片业务，2019 年度合并数字商品营销业务、金融科技服务业务和保险经纪业务，营业收入大幅下降，同时销售费用有所上升所致。发行人销售费用率逐年上升主要系公司致力于打造国产镜片领先品牌，逐步加大广告宣传力度所致。

通过检索公开信息，发行人与主要竞争对手依视路的销售费用率对比情况如下：

公司名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
依视路	35.85%	34.50%	34.49%
发行人	20.87%	18.80%	15.08%

报告期内，依视路销售费用率均高于 30%且波动较小。发行人销售费用率均低于依视路，主要原因如下：①依视路旗下视光类产品品牌系列较多，各品牌每年均需要一定的广告营销投入。报告期内发行人广告营销投入以“明月”品牌为主，故导致整体广告营销投入低于可比公司；②依视路产品毛利率高于发行人毛利率，因此其在销售费用方面的预算空间较高。

（3）报告期内销售费用绝对金额下降项目的金额变化的合理性分析

1）报告期内销售费用明细及其变动情况

报告期内，发行人销售费用明细如下：

单位：元

项目	2020 年度	较上期增减变动	变动比例	2019 年度	较上期增减变动	变动比例	2018 年度
广告费	46,348,950.19	4,630,560.59	11.10%	41,718,389.60	17,174,603.57	69.98%	24,543,786.03
职工薪酬	24,794,628.49	2,789,779.10	12.68%	22,004,849.39	6,293,430.17	40.06%	15,711,419.22
业务宣传费	17,952,311.62	-1,775,784.12	-9.00%	19,728,095.74	2,206,033.61	12.59%	17,522,062.13
销售服务费	7,361,965.11	3,596,804.18	95.53%	3,765,160.93	1,913,570.13	103.35%	1,851,590.80

项目	2020 年度	较上期增减变动	变动比例	2019 年度	较上期增减变动	变动比例	2018 年度
运输费	5,355,797.35	1,357,116.71	33.94%	3,998,680.64	366,723.00	10.10%	3,631,957.64
差旅费	5,485,692.35	-415,239.26	-7.04%	5,900,931.61	704,683.13	13.56%	5,196,248.48
折旧与摊销	2,150,863.25	1,066,421.33	98.34%	1,084,441.92	-407,599.57	-27.32%	1,492,041.49
展览费		-1,788,210.32	-100.00%	1,788,210.32	-1,891,880.02	-51.41%	3,680,090.34
业务招待费	1,057,284.61	-132,227.93	-11.12%	1,189,512.54	-791,628.20	-39.96%	1,981,140.74
咨询费	436,926.53	-56,633.88	-11.47%	493,560.41	190,203.43	62.70%	303,356.98
办公费	442,944.47	21,375.73	5.07%	421,568.74	207,731.42	97.14%	213,837.32
租赁费	235,424.63	-215,076.66	-47.74%	450,501.29	281,036.22	165.84%	169,465.07
会务费	783,027.25	-270,121.59	-25.65%	1,053,148.84	1,033,873.37	5,363.67%	19,275.47
其他费用	201,148.79	-51,707.49	-20.45%	252,856.28	-251,474.13	-49.86%	504,330.41
合计	**112,606,964.64**	**8,757,056.39**	**8.43%**	**103,849,908.25**	**27,029,306.13**	**35.18%**	**76,820,602.12**

2）销售费用绝对金额下降 20%且超过 30 万项目的合理性分析

①展览费：发行人 2018 年度展览费金额为 3,680,090.34 元，2019 年度金额为 1,788,210.32 元，较 2018 年度下降 51.41%，主要系因发行人 2018 年度参加米兰展及上海眼镜展合计发生费用 2,131,937.24 元，发行人出于业务等因素考虑，2019 年度未参展，故 2019 年展览费有所下降。发行人 2020 年度展览费为 0 元，较 2019 年度下降 100.00%，系疫情影响，第二十届中国（上海）国际眼镜业展览会延期至 2021 年春季举办，故 2020 年度未发生展览费。

②折旧与摊销：发行人 2018 年度销售费用折旧与摊销为 1,492,041.49 元，2019 年度为 1,084,441.92 元，2020 年度为 2,150,863.25 元。2019 年度折旧与摊销较 2018 年度下降 27.32%，主要系发行人部分出租的磨边机租赁业务终止导致折旧金额下降。

③业务招待费：发行人 2018-2020 年度业务招待费分别为 1,981,140.74 元、1,189,512.54 元、1,057,284.61 元，2019 年度较 2018 年度下降 39.96%，业务招待费逐年下降主要系发行人逐步加强日常成本费用管理、控制，避免铺张招待所致。

2、管理费用

（1）管理费用构成及变化情况

报告期内，公司管理费用明细如下：

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
职工薪酬	2,768.28	41.68%	2,511.23	45.52%	2,350.85	37.60%
股份支付	316.22	4.76%	284.24	5.15%	1,507.94	24.12%
咨询费	928.32	13.98%	755.29	13.69%	752.84	12.04%
折旧与摊销	749.69	11.29%	442.06	8.01%	366.68	5.86%
租赁费	550.26	8.29%	302.29	5.48%	164.16	2.63%
差旅费	73.70	1.11%	187.84	3.40%	139.10	2.22%
修理费	125.04	1.88%	165.04	2.99%	182.59	2.92%
办公费	214.53	3.23%	151.35	2.74%	148.76	2.38%
业务招待费	232.94	3.51%	146.33	2.65%	137.21	2.19%
汽车费用	71.53	1.08%	67.61	1.23%	63.29	1.01%
通讯费	57.96	0.87%	51.99	0.94%	13.63	0.22%
服务费	76.04	1.14%	40.50	0.73%	15.26	0.24%
商业保险费	17.73	0.27%	26.95	0.49%	61.13	0.98%
其他费用	458.79	6.91%	384.59	6.97%	349.61	5.59%
合计	**6,641.04**	**100.00%**	**5,517.31**	**100.00%**	**6,253.05**	**100.00%**

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，公司管理费用分别为 6,253.05 万元、5,517.31 万元和 6,641.04 万元，占当期营业收入的比例分别为 12.27%、9.99%和 12.31%。2018 年度，公司管理费用较高，主要系发行人对高管及部分核心员工进行了股权激励，分别确认股份支付费用 1,507.94 万元。2018 年度、2019 年度

和 2020 年度，管理费用中职工薪酬分别为 2,350.85 万元、2,511.23 万元和 2,768.28 万元，占当期营业收入的比例分别为 4.61%、4.55%和 5.13%，总体保持平稳。管理费用中的咨询费主要系公司聘请特劳特咨询有限公司等专业机构进行咨询服务。

1）咨询费

报告期内，发行人管理费用-咨询费的具体情况如下：

单位：元

年份	提供服务单位	服务内容	金额
2020 年度	特劳特咨询有限公司	战略咨询服务	5,150,000.02
	北京翎誉企业管理咨询合伙企业（有限合伙）	精益管理咨询服务	1,999,999.94
	义橙网络科技（上海）有限公司	销售条线管理咨询	638,386.81
	深圳市寰宇信德信息咨询有限公司	市场调研及募投可行性研究咨询	330,188.69
	阿里巴巴（中国）网络技术有限公司	采购平台大企业采购服务	211,320.75
	上海九富价值企业管理顾问中心（有限合伙）	IPO 专业顾问服务	113,207.54
	凯通管理咨询有限公司	内控体系建设咨询	94,339.62
	美世（中国）有限公司	薪酬调研报告	62,830.19
	MARGARET LAW CORPORATION	法律咨询	62,693.54
	其他	-	620,270.05
	合计	-	9,283,237.15
2019 年度	特劳特咨询有限公司	战略咨询服务	5,150,000.02
	广州奥毅美贸易有限公司	潘通品牌授权	500,000.00
	凯通管理咨询有限公司	内控体系建设咨询	330,188.67
	义橙网络科技（上海）有限公司	销售条线管理咨询	320,000.00
	万隆（上海）资产评估有限公司	资产评估	283,018.86
	丹阳市云阳镇杰晶科技信息咨询服务部	申报奖补事宜	274,417.47
	丹阳市鑫诚企业管理有限公司	税务鉴证审计	77,669.91

	道克特管理咨询服务镇江有限公司	市长质量奖咨询服务	77,669.90
	上海市广发律师事务所	法律咨询	56,603.77
	阿里巴巴（中国）网络技术有限公司	采购平台大企业采购服务	52,830.19
	其他	-	430,534.51
	合计	-	7,552,933.30
2018 年度	特劳特咨询有限公司	战略咨询服务	5,150,000.02
	合益管理咨询（上海）有限公司	管理咨询	999,999.98
	广州奥毅美贸易有限公司	潘通品牌授权	500,000.00
	江苏智融高科信息科技有限公司	两化融合贯标服务	141,509.43
	丹阳市云阳镇集晶科技信息咨询服务部	申报奖补事宜	129,187.38
	丹阳市鑫诚企业管理有限公司	税务鉴证审计	77,358.49
	丹阳中信会计师事务所有限公司	审计	77,669.91
	道克特管理咨询服务镇江有限公司	质量奖贯标服务	67,961.17
	上海市广发律师事务所	法律咨询	56,603.77
	其他	-	328,079.45
	合计	-	7,528,369.60

Trout & Partners Ltd.（特劳特伙伴公司）是一家全球领先的战略定位咨询公司，由“定位之父”杰克•特劳特先生创建。特劳特中国公司于 2002 年成立，是 Trout & Partners Ltd.的中国区分支机构，致力于将全球最佳战略定位实践带到中国，指导中国企业用定位打造强势品牌、培育品牌竞争力，是目前国内顶尖的专注于战略定位的咨询公司。十多年来，特劳特中国公司已经为加多宝凉茶、东阿阿胶、香飘飘奶茶、方太厨电等一批中国企业提供了战略定位咨询服务。

①特劳特咨询合同信息：

单位名称	合同内容	合同金额（元）	合同开始日期	合同结束日期
特劳特咨询有限公司	战略定位咨询服务	10,918,000.00	2017/7/1	2018/6/30
特劳特咨询有限公司	战略定位咨询服务	10,918,000.00	2019/7/1	2020/6/30

②特劳特咨询费用会计处理的合规性：

关于费用的企业会计准则要求详见“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（六）期间费用”之“1、销售费用”之“（1）销售费用构成及变化情况”之“4）聘请品牌代言人”。

关于特劳特咨询费用会计处理，发行人签订咨询合同后按合同约定支付合同金额，借记“预付账款”、“应交税费－应交增值税（进项税额）”，贷记“银行存款”；合同期内按月摊销费用，计入当期损益，借记“管理费用－信息咨询费”，贷记“预付账款”，综上所述，发行人对特劳特咨询费的会计处理符合会计准则的要求。

（2）与同行业上市公司管理费用率的比较

报告期内，公司管理费用率与同行业可比上市公司的管理费用率比较如下：

公司名称	2020年度	2019年度	2018年度
旗天科技	-	14.85%	9.09%
发行人	12.31%	9.99%	12.27%

2018 年度管理费用率与旗天科技差异较小。2019 年度旗天科技管理费用率较高主要系其当年合并数字商品营销业务、金融科技服务业务和保险经纪业务，营业收入大幅下降所致。

通过检索公开信息，发行人与主要竞争对手依视路的管理费用率对比情况如下：

公司名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
依视路[注]	11.39%	10.22%	10.62%
发行人	12.31%	9.99%	12.27%

注：管理费用率计算公式为“General and adminstrative expense/Revenue”

公司与依视路的管理费用率存在一定的差异，主要系发行人目前正处于快速发展阶段，企业日常经营管理投入及股份支付较高；可比公司已进入成熟发展阶段，各年度管理经营投入较为稳定。

（3）报告期内股份支付涉及的具体事由，相关股权定价的依据及其合理性，涉及股份支付的服务期及其确定依据，确认的与股份支付相关的费用的计算过程及对报告期财务状况和经营成果的影响

1）公司股份支付相关情况：

①公司历次股权变动涉及股权激励情况如下：

A.第一次股权转让：2004 年 10 月，自然人宾哲晟将其持有明月光电 49%的股权转让给香港明月。本次股权转让实质为老股东退出转让给实际控制人控制的企业，不属于股权激励。

B.第一、二次增资：2004 年 11 月、2007 年 8 月，明月实业与香港明月增资系发行人的母公司与实际控制人控制的企业同比例增资，不属于股权激励。

C.第二次股权转让：2015 年 11 月，香港明月将其持有的明月光电 49%的股权转让给明月实业、谢公晚、谢公兴、曾少华，本次股权转让转让方为实际控制人控制的企业，受让方为发行人的母公司及实际控制人，不属于股权激励。

D.第三次增资：2016 年 3 月，明月实业、谢公晚、谢公兴、曾少华同比例增资，不属于股权激励。

E.第四次增资：2017 年 12 月，新股东曾哲、王雪平、张湘华、朱海峰和志远管理增资。其中：志远管理的股权结构如下

合伙人	出资比例	股东身份
曾哲	0.407%	公司员工
朱国成	8.130%	公司员工
王雪平	20.325%	公司员工
张湘华	20.325%	公司员工
王国平	40.650%	公司员工
朱海峰	10.163%	公司员工
合计	**100.00%**	

本次增资的新股东自然人与志远管理的股东均系公司员工，满足股份支付的定义，涉及股权激励。

F.第五次增资：2018 年 12 月，新股东志明管理增资。其股权结构如下：

合伙人	出资比例	股东身份
谢公兴	39.231%	实际控制人
秦晨怡	2.115%	公司员工
虞振兴	1.154%	公司员工
吴涛	2.115%	公司员工
潘新华	1.538%	公司员工
王麟	2.115%	公司员工
彭炜	3.462%	公司员工
石建中	1.538%	公司员工
李瑞忠	1.538%	公司员工
陈佳培	1.538%	公司员工
汪刚	2.115%	公司员工
强宁	2.692%	公司员工
朱春晖	2.115%	公司员工
王鹏	2.692%	公司员工
廖鹏	5.769%	公司员工
胡雄华	1.154%	公司员工
吴炯	1.538%	公司员工
景旭俊	1.538%	公司员工
曾杰	1.538%	公司员工
李丹平	2.115%	公司员工
戴双汉	2.308%	公司员工
王玲	1.538%	公司员工
谢钦崇	1.154%	公司员工
丁全光	1.538%	公司员工
胡二兰	3.077%	公司员工
任琦	1.538%	公司员工
朱成春	1.538%	公司员工

合伙人	出资比例	股东身份
壮群英	1.538%	公司员工
陆岩	1.538%	公司员工
邵敏敏	1.154%	公司员工
曹建中	1.154%	公司员工
马占甫	1.154%	公司员工
王金仙	1.154%	公司员工
合计	**100.000%**	

本次增资的志远管理的股东系实际控制人之一与公司员工，且该增资非同比例增资。满足股份支付的定义，涉及股权激励。

G.第六次增资：2019 年 4 月，新股东诺伟其增资，诺伟其的合伙人股东之一：特劳特与公司存在业务往来，相关增资不涉及股权激励的原因如下：

a.诺伟其对发行人投资入股系基于看好公司成长性，属于其自主市场化商业行为，公司同意其增资系为引入战略投资者，优化股权结构；

b.诺伟其以每股 19.7340 元向公司以人民币 12,000 万元出资，交易价格公允；

c.特劳特与公司发生的咨询业务往来交易系根据其同类业务定价标准，交易价格公允。

H.2019 年 12 月，新股东自然人祝波善增资，祝波善为引进的外部投资者，不属于公司客户、供应商、非公司员工，相关股权转让不涉及股权激励；

②志明管理、志远管理历次股权变动涉及股权激励情况如下：

志明管理股权变动：2019 年 8 月、11 月，丹阳市志明企业管理中心（有限合伙）发生股权变动，实际控制人之一谢公兴将其所持 28.7692%股份转让给朱秋萍等 16 位自然人，该 16 位自然人均为公司员工， 2020 年 3 月，丹阳市志明企业管理中心（有限合伙）发生股权变动，自然人员工股东王麟将其所持 2.1154%股份转让给实际控制人之一谢公兴。上述股权转让符合股份支付的定义，涉及股权激励。

志远管理股权变动：2020 年 2 月，志远企业发生股权变动，自然人员工股东朱国成将其所持 8.1301%股份转让给张湘华等 5 名自然人员工股东，满足股份支付的定义，涉及股权激励。

2）相关股权激励计划的基本内容、制定计划履行的决策程序、目前的执行情况

公司股权激励计划均由股东会决议通过，截止招股说明书签署日，均已执行完毕。股权激励计划如下：

①通过增资实现股权激励：

A.根据公司 2017 年 12 月股东会决议、2017 年 12 月总经理办公会议决议及与员工签订的股权激励协议，同意新股东曾哲、王雪平、张湘华、朱海峰和志远管理以平均每股 3.38 元向公司增资 11,160,000.00 元，其中 3,304,900.00 元作为股本入账，其余 7,855,100.00 元计入资本公积。

B.根据公司 2018 年 12 月股东会决议、董事会议决议及与员工签订的股权激励协议，同意新股东志明管理以每股 9.14 元向公司增资 13,000,000.00 元，其中 1,422,900.00 元作为股本入账，其余 11,577,100.00 元计入资本公积。

②通过持股平台志明管理、志远管理的股权转让实现股权激励：

志明管理：2019 年 8 月、11 月，公司、实际控制人之一谢公兴与 16 位员工签订的股权激励协议，谢公兴将持志明管理 28.7692%股份转让给朱秋萍等 16 位自然人员工股东，上述员工通过本次受让志明管理股权间接持有公司 0.6732%股份。2020 年 3 月，自然人员工股东王麟将其所持 2.1154%股份转让给实际控制人之一谢公兴。谢公兴通过本次受让志明管理股权间接持有公司 0.0491%股份。2020 年 8 月，自然人员工股东虞振兴其所持 1.154%股份转让给实际控制人之一谢公兴。谢公兴通过本次受让志明管理股权间接持有公司 0.0268%股份。

志远管理：2020 年 2 月，自然人员工股东朱国成将其所持 8.1301%股份转让给张湘华等 5 名自然人员工股东，上述员工通过本次受让志远管理股权间接持有公司 0.1740%股份。

3）公司股权激励计划对公司经营状况、财务状况、控制权变化，涉及股份支付费用的会计处理等方面的影响，历次股份支付、公允价值的确定及计算过程

①公司股权激励计划不影响公司控制权，对公司财务数据影响如下：

项目	计入当期管理费用金额（元）
2018 年度	15,079,396.14
2019 年度	2,842,400.00
2020 年度	3,162,157.23

②根据实际控制人与员工签订的合伙协议，股份在授予时并无服务期限约定条款，亦无其他限制性条款，员工在授予日后立即可行权，根据《企业会计准则第 11 号-股份支付》的规定，对于授予后立即可行权的股份，于授予日一次性计入当期管理费用。

③历次股份支付、公允价值的确定及计算过程

单位：元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度	2017 年度
授予日权益工具公允价值的确定方法	以近期外部投资者入股价格确定公允价值	以近期外部投资者入股价格确定公允价值	以近期外部投资者入股价格确定公允价值	第三方评估机构资产评估
整体净资产公允价值金额 A	1,579,310,317.46	1,200,000,000.00	1,200,000,000.00	469,700,000.00
总股数 B	100,756,000.00	60,808,700.00	60,808,700.00	53,304,900
每股公允价值 C=A/B	15.67	19.73	19.73	8.81
股份支付行权股数 D	251,818.64	409,357.38	1,422,900.00	3,304,900.00
新增投资金额或转让支付金额 E	785,000.00	5,236,000.00	13,000,000.00	11,160,000.00
以权益结算的股份支付计入资本公积的累计金额	39,045,319.89	35,883,162.66	33,040,762.66	17,961,366.52
每股增资、转让对价 F=E/D	3.12	12.79	9.14	3.38
本期以权益结算的股份支付确认的费用总额 G=C*D-E	3,162,157.23	2,842,400.00	15,079,396.14	17,961,366.52

A.2017 年 12 月员工与志远管理增资涉及的股份支付权益工具公允价值以万隆（上海）资产评估有限公司于 2019 年 10 月 12 日出具的万隆评报字（2019）第 10449 号评估报告整体估值人民币 469,700,000.00 元确定。

B.公司 2018 年、2019 年授予日权益工具公允价值系根据 2019 年 4 月宁波梅山保税港区诺伟其定位创业投资合伙企业（有限合伙）以货币方式向公司溢价增资，整体估值人民币 1,200,000,000.00 元确定。

C. 公司 2020 年度授予日权益工具公允价值系根据 2019 年 12 月自然人投资者祝波善以货币方式向公司溢价增资，整体估值人民币 1,579,310,317.46 元确定。

4）2020 年 1-6 月的每股公允价值低于 2018 年和 2019 年的每股公允价值的原因和合理性分析

2019 年 12 月 9 日，发行人召开 2019 年第一次临时股东大会，审议通过《关于明月镜片股份有限公司资本公积转增注册资本的议案》，同意以资本公积转增股本方式向全体股东配送股份 3,919.13 万股，每股面值人民币 1 元。本次增资经丹阳市市场监督管理局核准登记，本次增资完成后，发行人股本总额变更为 10,000 万股，注册资本变更为 10,000 万元。

发行人于 2019 年 12 月完成资本公积转增股本，导致公司总股数增加 3,919.13 万股，而该事项不会实际增加公司净资产，对公司实际经营不产生其他影响。但由于股本的大幅增加导致每股公允价值的摊薄。如还原上述资本公积转增股本事项，发行人 2020 年 1-6 月每股公允价值为 25.65 元，较上年增加 5.92 元。

因此，发行人 2020 年 1-6 月的每股公允价值低于 2018 年和 2019 年的每股公允价值系因资本公积转增所致，还原资本公积转增因素后每股收益高于 2018 年和 2019 年，具备商业合理性。

5）《股权激励协议书》中约定激励对象在发行人完成 IPO 前离职，按取得该等财产份额时的原始价格全部转让给普通合伙人或普通合伙人指定的第三方的情形下，一次性确认相关股权激励的费用，符合《企业会计准则》的要求

根据《企业会计准则第 11 号——股份支付》等相关规定：“企业为获取职工和其他方提供服务而授予权益工具，应确认相应股份支付费用；以权益结算的股份支付换取职工提供服务的，应当以授予职工权益工具的公允价值计量；授予后立即可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，应当在授予日按照权益工具的公允价值计入相关成本或费用，相应增加资本公积。”

根据中国证监会《首发业务若干问题解答》相关规定：“确认股份支付费用时，对增资或受让的股份立即授予或转让完成且没有明确约定服务期等限制条件的，原则上应当一次性计入发生当期，并作为偶发事项计入非经常性损益”。“在确定公允价值时，可合理考虑入股时间阶段、业绩基础与变动预期、市场环境变化、行业特点、同行业并购重组市盈率水平、股份支付实施或发生当年市盈率与市净率指标等因素的影响；可优先参考熟悉情况并按公平原则自愿交易的各方最近达成的入股价格或相似股权价格确定公允价值，如近期合理的 PE 入股价”。

发行人报告期内多次股权激励行为，均属于为获取职工提供服务而授予股份的交易，且公司股权激励办法及各期股权激励协议、股权转让协议的条款中相关约定如下：

‘1、自协议签订日起至发行人完成 IPO 前，激励对象应向发行人提供连续的劳动服务。非经发行人同意，不得中断。

2、因激励对象过错或无法达到发行人内部岗位考核要求致发行人在服务期内解除与激励对象的《劳动合同》的，视为激励对象劳动服务中断。’

如上条款，公司未对服务期限作出固定限制，授予即行权。因此，公司参照 PE 投资方入股价格、整体估值报告等情况确认股份支付，一次性计入管理费用和资本公积，并作为偶发事项计入非经常性损益，符合《企业会计准则》及《首发业务若干问题解答》等相关规定。

激励对象在发行人完成 IPO 前离职退出属于行权完毕，按取得该等财产份额时的原始价格全部转让给普通合伙人或者普通合伙人指定的第三方也是员工，符合《企业会计准则》及《首发业务若干问题解答》等相关规定。

6）2019 年 8 月、2019 年 11 月两次股权激励参照 2019 年 4 月的外部投资者入股价格确认股份支付的公允价值，而并非最为接近 2019 年 11 月外部投资者入股价格确认股份支付的公允价值的原因，符合《企业会计准则》的要求

发行人 2019 年 8 月、11 月两次股权激励参照 2019 年 4 月的外部投资者入股价格确认股份支付的公允价值，而非 2019 年 11 月外部投资者入股价格确认股

份支付的公允价值，主要系因 2019 年 4 月的外部投资者交易价格相对更为公允。两次外部投资者入股情况如下：

2019 年 4 月，诺伟其以每股 19.7340 元向公司出资人民币 12,000 万元（整体估值 120,000 万元，每股估值 19.7340 元）；

2019 年 12 月自然人投资者祝波善以每股 15.6746 元向公司出资人民币 1,185 万元，（整体估值人民币 1,579,310,317.46 元，每股估值 15.6746 元）。

由于自然人投资者祝波善入股时价格受限于发行人实际控制人与诺伟其于 2019 年 4 月 11 日签订的补充协议、承诺函。相关条款如下：

关于《补充协议》中约定的“再融资和反稀释”条款，如果明月公司在本次投资完成后进行后续融资，并且明月公司及或实际控制人谢公晚先生、谢公兴先生要求降低明月公司后续融资的估值时，诺伟其同意明月公司后续融资的投前估值不低于 15 亿人民币。

如上所示，自然人投资者祝波善入股价格受限于上述条款，故发行人 2019 年度两次股权激励选择相对更为公允的诺伟其入股价格确认股份支付的公允价值，符合《企业会计准则》及《首发业务若干问题解答》的要求。

（4）报告期内管理费用绝对金额下降项目的金额变化的合理性分析

1）报告期内管理费用明细及其变动情况

报告期内，发行人管理费用明细如下：

单位：元

项目	2020 年度	较上期增减变动	变动比例	2019 年度	较上期增减变动	变动比例	2018 年度
职工薪酬	27,682,796.04	2,570,467.72	10.24%	25,112,328.32	1,603,818.29	6.82%	23,508,510.03
股份支付	3,162,157.23	319,757.23	11.25%	2,842,400.00	-12,236,996.14	-81.15%	15,079,396.14
咨询费	9,283,237.15	1,730,303.85	22.91%	7,552,933.30	24,563.70	0.33%	7,528,369.60
折旧与摊销	7,496,905.96	3,076,329.44	69.59%	4,420,576.52	753,808.99	20.56%	3,666,767.53
租赁费	5,502,639.14	2,479,699.91	82.03%	3,022,939.23	1,381,363.35	84.15%	1,641,575.88

项目	2020 年度	较上期增减变动	变动比例	2019 年度	较上期增减变动	变动比例	2018 年度
办公费	2,145,295.79	631,843.96	41.75%	1,513,451.83	25,829.19	1.74%	1,487,622.64
修理费	1,250,444.55	-399,915.85	-24.23%	1,650,360.40	-175,499.51	-9.61%	1,825,859.91
业务招待费	2,329,409.46	866,138.75	59.19%	1,463,270.71	91,131.13	6.64%	1,372,139.58
服务费	760,361.54	355,380.73	87.75%	404,980.81	252,331.13	165.30%	152,649.68
通讯费	579,603.59	59,654.18	11.47%	519,949.41	383,614.59	281.38%	136,334.82
差旅费	736,989.53	-1,141,402.21	-60.76%	1,878,391.74	487,396.07	35.04%	1,390,995.67
汽车费用	715,333.05	39,202.61	5.80%	676,130.44	43,197.04	6.82%	632,933.40
商业保险费	177,301.83	-92,198.51	-34.21%	269,500.34	-341,783.62	-55.91%	611,283.96
其他费用	4,587,878.40	742,024.41	19.29%	3,845,853.99	349,773.81	10.00%	3,496,080.18
合计	**66,410,353.26**	**11,237,286.22**	**20.37%**	**55,173,067.04**	**-7,357,451.98**	**-11.77%**	**62,530,519.02**

2）管理费用绝对金额下降 20%且超过 30 万项目的合理性分析

①股份支付：参见本招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析” 之“（六）期间费用”之“2、管理费用”之“（3）报告期内股份支付涉及的具体事由，相关股权定价的依据及其合理性，涉及股份支付的服务期及其确定依据，确认的与股份支付相关的费用的计算过程及对报告期财务状况和经营成果的影响”相关内容；；

②修理费：发行人 2018 年度修理费为 1,825,859.91 元，2019 年度为 1,650,360.40 元，2020 年度为 1,250,444.55 元，2020 年度较 2019 年度下降 24.23%，原因系 2019 年度发生办公楼维修及厂房基建维修 335,728.53 元，2020 年度均为其他零星维修费；

③商业保险费：发行人 2018 年度商业保险费为 611,283.96 元，2019 年度为 269,500.34 元，2020 年度为 177,301.83 元，2019 年度商业保险费较 2018 年度下降 55.91%，主要系发行人自 2019 年 5 月份开始施行全员参保，全员缴纳社会保险后管理人员商业保险缴纳金额有所下降，故商业保险费呈逐年下降趋势；

④差旅费：发行人 2018-2020 年度管理费用差旅费金额分别为 1,390,995.67 元、1,878,391.74 元、736,989.53 元，2020 年度较 2019 年度下降 60.76%，主要系疫情影响，管理人员 2020 年度出差减少，故 2020 年度差旅费降低。

3、研发费用

（1）研发费用构成及变化情况

报告期内，公司研发费用明细如下：

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
职工薪酬	1,127.59	63.98%	990.70	60.91%	965.01	62.85%
材料费	202.09	11.47%	384.63	23.65%	283.35	18.45%
技术服务费	275.50	15.63%	135.85	8.35%	134.36	8.75%
折旧与摊销	70.17	3.98%	57.41	3.53%	61.16	3.98%
租赁费	23.13	1.31%	23.13	1.42%	23.13	1.51%
办公费	2.75	0.16%	3.84	0.24%	4.98	0.32%
其他费用	61.20	3.47%	31.06	1.91%	63.44	4.13%
合计	**1,762.43**	**100.00%**	**1,626.62**	**100.00%**	**1,535.41**	**100.00%**

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，公司研发费用分别为 1,535.41 万元、1,626.62 万元和 1,762.43 万元，占当期营业收入的比例分别为 3.01%、2.94%和 3.27%，总体保持平稳。报告期内，公司的研发支出主要由职工薪酬、材料费和技术开发费组成。

1）技术服务费

①报告期内研发费用技术服务费明细

报告期内，发行人的技术服务费明细如下：

单位：元

技术服务供应商	技术服务内容	2020 年度	2019 年度	2018 年度
上海理工大学	上海理工大学-江苏明月光电科技有限	188,679.25	188,679.24	188,679.24

技术服务供应商	技术服务内容	2020 年度	2019 年度	2018 年度
	公司产学研合作			
上海理工大学	多场景多焦点自由曲面渐进镜片的设计与软件研发	94,339.62	-	283,018.86
上海理工大学	全自动多视轴渐进镜片焦度计的设计与研发	301,886.79	-	188,679.24
上海理工大学	眼球运动检测及佩戴感受客观评价系统	-	264,150.94	-
上海理工大学	眼镜虚拟试戴系统软件设计与开发	283,018.87	-	-
上海理工大学	离焦及双非球面眼镜片的设计与软件研发	141,509.43	-	-
上海理工大学	眼动仪的设计与研发	377,358.48	-	
南京工业大学	共建南工明月光电新材料新技术产业研究所	200,000.00	200,000.00	-
南京工业大学	有机高效蓝光吸收剂及蓝光防护镜片开发	-	200,000.00	-
南京工业大学	树脂镜片光固化剂与光固化工业开发	-	200,000.00	-
江苏金陵职业技术学校	专业技术培训、新技术新产品推广、联合办学及双方形象宣传	-	-	98,543.68
杨玉衡	共同开发“光致变色化合物及高折射率树脂单体的合成与生产”合作事宜	454,359.30	-	-
陈湘军、余润静	染色技术与设备转让	-	51,507.28	282,383.46
杨玉衡	变色材料合成路线优化	-	-	6,190.00
胡锦阳	共同开发“高折射率树脂单体的合成与生产”合作事宜	430,900.00	-	-
上海骋川电子科技有限公司	高折射率镜片项目智能填充设备开发服务	-	94,339.60	-
上海洛可可整合设计有限公司	智能试戴架工业设计	98,113.20	-	-
其他	-	184,844.33	159,791.35	296,090.69
合计		**2,755,009.27**	**1,358,468.41**	**1,343,585.17**

②主要个人供应商简历：

A、杨玉衡：华东理工大学应用化学博士，国家公派海外留学，具有超 13 年的研究经验，研究方向包含：功能性染料（光致变色）及其演化、染料敏化电池、黏胶剂等。

B、陈湘军：十五年从事染色工艺开发与研究的经验，曾在同行业其他公司任职染色经理五年，擅长染料颜色调配与优化、自主研发色彩调配相关技术工艺。余润静系陈湘军配偶。

C、胡锦阳：南京工业大学化学与分子工程学院博士，研究方向：光电材料设计合成、有机合成工艺开发，主持了江苏省研究生科研创新计划，作为主要完成人参与了国家自然科学基金青年基金项目。

（2）与同行业上市公司研发费用率的比较

通过检索公开信息，发行人与主要竞争对手依视路的研发费用率对比情况如下：

公司名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
依视路[注]	1.99%	1.67%	3.78%
发行人	3.27%	2.94%	3.01%

注：研发费用率计算公式为“Research and development expense/Revenue”

2018 年度发行人与依视路研发费用率差异较小。2019 年度依视路研发费用率下降主要系其会计政策变更所致。

（3）主要研发项目情况

报告期各期，发行人主要研发项目的基本情况如下所示：

单位：万元

时间	序号	项目名称	预算金额	实际支出金额	实际支出占比	实施进度	项目拟达到的目标
2020 年度	1	光固化树脂片材料及工艺的研发	360.00	336.41	21.09%	中试	缩短镜片成形时间，降低生产能耗
	2	多场景超高折环硫树脂单体及其工艺的研发	330.00	351.32	22.02%	试生产	满足市场对超高折镜片原料的需求
	3	离焦及双非球面眼镜片的设计与软件研发	280.00	275.15	17.25%	已完成	本项目设计的光学塑料膜由内而外依次包括中心平光区域、离焦屈光区域和外部平光区域，镜片设计更符合青少年需求
	4	高效防蓝光吸收剂及其工艺的研	250.00	227.78	14.28%	中试	蓝光阻隔率较高且底色适中

时间	序号	项目名称	预算金额	实际支出金额	实际支出占比	实施进度	项目拟达到的目标
		发					
	5	高端（高折射低色散高透）树脂镜片制备关键技术研发	250.00	296.56	18.59%	试生产	满足市场对超高折镜片原料的需求
	6	高端镜片佩戴体验软硬件设计及研发	69.10	107.96	6.77%	样品制作阶段	实现眼镜镜框虚拟试戴功能
	合计		1,539.1	1,595.18	100.00%		
2019 年度	1	高效防蓝光吸收剂及其工艺的研发	300.00	243.91	16.33%	试生产	蓝光阻隔率较高且底色适中
	2	多场景超高折环硫树脂单体及其工艺的研发	400.00	357.26	23.92%	基础研究	提升在超高折环硫单体生产方面的技术能力
	3	光固化树脂片材料及工艺的研发	300.00	186.89	12.51%	试生产	大幅缩短镜片成形时间，降低生产能耗
	4	复合硬膜偏光镜片的研发	600.00	705.67	47.24%	完成技术储备	解决高折射率低弯度偏光镜片的成型和加工问题
	合计		**1,600.00**	**1,493.73**	**100%**		
2018 年度	1	高结合力抗冲击树脂镜片组合物及偏光镜片制备工艺的研究	517.28	489.37	34.57%	已完成	开发一种强结合力、抗冲击的偏光镜片，减少加工报废、偏光性能缺失
	2	光致变色组合物及其光学制品的研究	391.88	350.61	24.77%	已完成	室外变色室内无色，变褪色速度快
	3	基于微区间超高折智能感光膜层工艺的研究	78.37	74.43	5.26%	完成技术储备	智能感光变色，根据光线强弱变化不同深度
	4	离焦近视控制镜片	442.47	357.49	25.26%	完成技术储备	通过镜片周边离焦技术，提供清晰的中心视力，改善周边成像品质，延缓近视加深
	5	通过式喷淋清洗机及其清洗过程的应用研究	156.75	143.59	10.14%	已完成	使用专用配方的碱液对模具表面的污物进行去除，降低成本并减少污

时间	序号	项目名称	预算金额	实际支出金额	实际支出占比	实施进度	项目拟达到的目标
							染
	合计		1,586.75	1,415.49	100%		

（4）报告期内研发费用绝对金额下降项目的金额变化的合理性分析

1）报告期内研发费用明细及其变动情况

报告期内，发行人研发费用明细如下：

单位：元

项目	2020 年度	较上期增减变动	变动比例	2019 年度	较上期增减变动	变动比例	2018 年度
职工薪酬	11,275,891.73	1,368,845.77	13.82%	9,907,045.96	256,975.67	2.66%	9,650,070.29
材料费	2,020,913.44	-1,825,406.58	-47.46%	3,846,320.02	1,012,859.24	35.75%	2,833,460.78
技术服务费	2,755,009.27	1,396,540.86	102.80%	1,358,468.41	14,883.24	1.11%	1,343,585.17
折旧费	701,692.00	127,600.01	22.23%	574,091.99	-37,476.67	-6.13%	611,568.66
租赁费	231,252.96	0.00	0.00%	231,252.96	0	0.00%	231,252.96
办公费	27,522.37	-10,897.37	-28.36%	38,419.74	-11,330.77	-22.78%	49,750.51
其他费用	612,006.31	301,437.01	97.06%	310,569.30	-323,796.90	-51.04%	634,366.20
合计	**17,624,288.08**	**1,358,119.70**	**8.35%**	**16,266,168.38**	**912,113.81**	**5.94%**	**15,354,054.57**

2）研发费用绝对金额下降项目的金额变化的合理性分析

①材料费：发行人 2018-2020 年度材料费金额分别为 2,833,460.78 元、3,846,320.02 元、2,020,913.44 元，2020 年度较 2019 年度下降 47.46%，原因系 2019 年度发生研发设备投入 1,277,752.76 元。

②其他费用：研发费用其他费用包括差旅费、招待费、快递费、检测费、装备调试费用与试验费用等其他费用，发行人 2018 年度其他费用金额为 634,366.20 元，2019 年度金额为 310,569.30 元，2020 年度金额为 612,006.31 元。2019 年度较 2018 年度下降 51.04%，系 2018 年度发生检测费用 354,415.09 元。

4、财务费用

报告期内，公司财务费用明细如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
利息费用	-	129.00	405.39
减：利息收入	90.78	82.42	15.53
汇兑损益	70.75	6.24	2.00
其他	20.71	17.91	21.93
合 计	**0.69**	**70.73**	**413.79**

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，公司财务费用分别为 413.79 万元、70.73 万元和 0.69 万元，占当期营业收入的比例分别为 0.81%、0.13%和 0.00%。报告期内，公司财务费用主要系公司向银行机构借款发生的利息支出。

2019 年公司财务费用金额较 2018 年减少 343.05 万元，主要系发行人偿还了部分银行贷款导致 2019 年利息支出减少 276.38 万元，2020 年公司财务费用金额较 2019 年减少 70.05 万元，主要系发行人偿还了银行贷款导致 2020 年利息支出减少 129.00 万元。

（七）其他利润表项目

1、信用减值损失

根据财政部颁布的新金融工具准则要求，应收款项坏账损失计入“信用减值损失”。公司 2019 年 1 月 1 日起执行新金融工具准则，2018 年度及以前的应收款项坏账损失在“资产减值损失”中列报。

报告期内，公司信用减值损失的情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
应收票据坏账损失	1.76	-	-
应收账款坏账损失	332.38	397.22	-
其他应收款坏账损失	-2.13	7.51	-
合计	**332.01**	**404.74**	**-**

2、资产减值损失

报告期内，公司计提资产减值损失的情况如下表列示：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
坏账损失	-	-	728.16
存货跌价损失	302.05	526.28	388.69
合计	**302.05**	**526.28**	**1,116.84**

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，公司资产减值损失分别为 1,116.84 万元、526.28 万元和 302.05 万元，主要为计提的应收账款及其他应收款坏账准备和存货跌价准备。

3、其他收益

报告期内，公司其他收益明细如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
政府补助	709.28	787.47	405.30
代扣个人所得税手续费等	7.36	7.49	1.50
合计	**716.64**	**794.96**	**406.80**

报告期内，公司的其他收益主要为政府补助。

报告期内，公司计入其他收益的金额在 10 万元以上的政府补助明细如下：

单位：万元

2020 年度			
公司名称	**项目**	**计入当期损益的金额**	**与资产/收益相关**
明月光学	企业发展扶持资金	338.10	与收益相关
明月镜片	总部经济奖励资金	115.49	与收益相关
上海维沃	西郊生产性服务业集聚区补贴	76.30	与收益相关
明月镜片	丹阳市财政局社保基金款	25.30	与收益相关
明月镜片	以工代训补贴	23.75	与收益相关
明月镜片/江苏赛蒙/明月光学/江苏可奥熙/上	稳岗补贴	20.59	与收益相关

海明月/上海镜连/上海维沃			
江苏可奥熙	2019 年丹阳市科技创新专项资金拨款	18.00	与收益相关
明月镜片	丹阳市经济发展局经发局支付 2019 年度省级两化融合贯标切块资金	18.00	与收益相关
上海明月	税收返还	15.50	与收益相关
明月镜片	2019 年度丹阳市科技创新专项资金后补助类项目（产学研项目）	15.00	与收益相关
明月镜片	2017 年度第二批省级工业和信息产业转型升级专项资金	14.44	与资产有关
2019 年度			
公司名称	**项目**	**计入当期损益的金额**	**与资产/收益相关**
明月镜片	税源经济贡献奖	550.00	与收益相关
上海维沃	西郊生产性服务业集聚区补贴	46.70	与收益相关
江苏可奥熙	2018 年丹阳市科技发展专项资金科技小巨人认定拨款	45.00	与收益相关
明月镜片	第六届丹阳市市长质量奖	30.00	与收益相关
明月镜片	2018 年度丹阳市科技发展专项资金入库项目立项经费	21.00	与收益相关
上海明月	上海市嘉定工业区财政奖励	20.50	与收益相关
明月镜片	2018 年度省级工程技术研究中心立项和绩效评估优秀奖励经费	20.00	与收益相关
明月镜片	2017 年度第二批省级工业和信息产业转型升级专项资金	14.44	与资产相关
明月镜片/明月光学/上海明月/上海镜连/江苏赛蒙/江苏可奥熙/上海维沃	稳岗补贴	15.61	与收益相关
明月镜片/明月光学/江苏赛蒙	节水型企业补助款	12.00	与收益相关
2018 年度			
公司名称	**项目**	**计入当期损益的金额**	**与资产/收益相关**
明月光学	企业发展扶持资金	200.00	与收益相关
明月镜片	2017 年总部经济奖励资金	83.16	与收益相关

明月光学	中国制造 2025 切块奖补资金	40.00	与收益相关
上海维沃	西郊生产性服务业集聚区补贴	34.50	与收益相关
明月镜片	2017 年度第二批省级工业和信息产业转型升级专项资金	14.44	与资产相关
明月镜片/明月光学/上海明月/上海维沃/上海镜连/视联文化	稳岗补贴	12.92	与收益相关
上海明月	上海市嘉定工业区财政奖励	10.50	与收益相关

4、投资收益

报告期各期，公司投资收益明细如下

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
理财产品收益	96.62	18.79	3.31
合计	**96.62**	**18.79**	**3.31**

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，公司投资收益分别为 3.31 万元、18.79 万元和 96.62 万元，主要系购买银行理财产品的投资收益。

5、资产处置收益

报告期内，公司资产处置收益明细如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
非流动资产处置收益	-23.94	-13.17	40.91
合计	**-23.94**	**-13.17**	**40.91**

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，公司非流动资产处置收益分别为 40.91 万元、-13.17 万元和-23.94 万元，主要系部分固定资产清理产生的收益。

6、营业外收入与支出

（1）营业外收入

报告期内，公司营业外收入明细如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
政府补助	250.00	-	-
盘盈利得	-	-	0.03
其他	22.90	29.09	49.45
合计	**272.90**	**29.09**	**49.48**

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，公司营业外收入分别为 49.48 万元、29.09 万元和 272.90 万元。

报告期内，公司计入营业外收入的金额在 10 万元以上的政府补助明细如下：

单位：万元

2020 年度			
公司名称	项目	计入当期损益的金额	与资产/收益相关
明月光学	企业发展扶持资金	338.10	与收益相关

（2）营业外支出

报告期内，公司营业外支出明细如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
对外捐赠	30.22	40.21	81.00
非流动资产毁损报废损失	10.27	37.72	240.73
其他	2.27	0.02	46.61
合计	**42.76**	**77.95**	**368.33**

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，公司营业外支出分别为 368.33 万元、77.95 万元和 42.76 万元，主要系发行人非流动资产处置损失和捐赠支出。

（八）利润主要来源分析

报告期内，公司利润的主要来源如下：

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
营业利润	9,487.67	97.63%	9,714.62	100.51%	5,430.60	106.24%
营业外收支净额	230.14	2.37%	-48.86	-0.51%	-318.86	-6.24%
利润总额	**9,717.81**	**100.00%**	**9,665.77**	**100.00%**	**5,111.74**	**100.00%**

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，公司营业利润占同期利润总额的 106.24%、100.51%和 97.63%，主营业务利润是公司利润的主要来源。公司盈利对于关联方或不确定的客户不存在依赖，也不依赖于外部投资收益等非经常性损益项目，盈利具有连续性和稳定性。

（九）非经常性损益分析

报告期内，公司非经常性损益及其占净利润比例如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
非流动资产处置损益	-34.11	-50.89	-199.81
计入当期损益的政府补助，但与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外	959.28	787.47	405.30
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、衍生金融资产、交易性金融负债、衍生金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、衍生金融资产、交易性金融负债、衍生金融负债和其他债权投资取得的投资收益	96.62	18.79	3.31
单独进行减值测试的应收款项减值准备转回	242.64	42.23	35.43
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-2.23	-3.65	-76.63
其他符合非经常性损益定义的损益项目	-316.22	-284.24	-1,507.94
合计	**945.99**	**509.72**	**-1,340.35**
减：所得税影响额	218.92	83.61	-234.69
减：少数股东权益影响额（税后）	71.86	33.97	16.87
合计	**655.22**	**392.14**	**-1,122.53**
扣除非经常性损益后归属于母公司普通股股东净利润	6,345.27	6,592.46	4,407.19
归属于母公司普通股股东净利润	7,000.49	6,984.60	3,284.66

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
归属于母公司股东的非经常性损益占归属于母公司股东净利润的比例	9.34%	5.61%	-34.17%

2018 年度非经常性损益税前金额-1,340.35 万元，主要为计入当期损益的政府补助 405.30 万元以及股份支付 1,507.94 万元。

2019 年度非经常性损益税前金额为 509.72 万元，主要为计入当期损益的政府补助 787.47 万元以及股份支付 284.24 万元。

2020 年度非经常性损益税前金额为 945.99 万元，主要为计入当期损益的政府补助 959.28 万元以及股份支付 316.22 万元。

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，公司扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润金额分别为 4,407.19 万元、6,592.46 万元和 6,345.27 万元，报告期内持续保持良好的增长态势。公司报告期内业务发展迅速，公司业绩稳步增长，对非经常性损益不存在重大依赖。

（十）报告期纳税情况

1、报告期内公司缴纳的税额情况

报告期内，公司缴纳的主要税额情况如下：

单位：万元

税　种	2020 年度	2019 年度	2018 年度
增值税	47.25	305.98	214.80
企业所得税	297.62	518.89	213.69
城市维护建设税	2.62	21.11	23.49
教育费附加	2.55	15.96	17.23
房产税	24.26	24.94	24.28
城镇土地使用税	12.67	12.67	12.67
个人所得税	49.99	24.66	89.50
印花税	5.22	6.22	7.27
环保税	0.05	-	-
合计	**442.23**	**930.43**	**602.95**

2、所得税费用和会计利润的关系

报告期内，公司所得税费用与会计利润的关系如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
利润总额	9,717.81	9,665.77	5,111.74
按法定（或适用）税率计算的所得税费用	1,457.67	1,449.87	766.76
子公司适用不同税率的影响	232.78	545.23	237.42
合并影响	45.05	145.92	80.65
非应税收入的影响	-59.85	-78.00	-91.70
不可抵扣的成本、费用和损失的影响	72.09	62.10	110.65
使用前期未确认递延所得税资产的可抵扣亏损的影响	36.18	-67.88	-0.94
本期未确认递延所得税资产的可抵扣暂时性差异或可抵扣亏损的影响	7.01	90.53	160.78
研发加计扣除	-138.12	-149.66	-128.15
可弥补亏损影响（单体）	-90.88	-343.73	-206.00
税法规定的额外可扣除费用	-	-46.00	-2.28
所得税费用	1,561.93	1,608.36	927.21

（十一）对公司持续盈利能力产生重大不利影响的因素及保荐机构对公司持续盈利能力的核查意见

对本公司持续盈利能力产生重大不利影响的因素包括：宏观经济环境的风险、主要原材料价格波动的风险、品牌形象受损和知识产权被侵权的风险等，公司已经在招股说明书的第四节“风险因素”中进行了分析及披露。

发行人不存在以下对持续盈利能力构成重大不利影响的因素：

1、发行人的经营模式、产品或服务的品种结构已经或者将发生重大变化，并对发行人的持续盈利能力构成重大不利影响；

2、发行人的行业地位或发行人所处行业的经营环境已经或者将发生重大变化，并对发行人的持续盈利能力构成重大不利影响；

3、发行人在用的商标、专利、专有技术、特许经营权等重要资产或者技术的取得或者使用存在重大不利变化的风险；

4、发行人最近一年的营业收入或净利润对关联方或者有重大不确定的客户存在重大依赖；

5、发行人最近一年的净利润主要来自合并财务报表范围以外的投资收益；

6、其他可能对发行人持续盈利能力构成重大不利影响的情形。

经核查，保荐机构认为：发行人主营业务突出、经营业绩良好、所处行业发展前景良好，目前不存在对发行人持续盈利能力构成重大不利影响的因素，发行人具有良好的发展前景和持续盈利能力。

（十二）内部交易情况

报告期内部交易主要分为四大类：

1、材料采购

（1）江苏可奥熙作为集团内自产原料的子公司，明月镜片、明月光学及江苏赛蒙三个生产型公司向江苏可奥熙采购原材料；

（2）基于成本效益原则，集团指定上海维沃统一向国外进口原材料，再销售给集团内生产型公司；

（3）集团内子公司之间发生的零星材料调拨；

2、产品销售

母公司明月镜片向各销售子公司销售产品以及明月镜片、明月光学及江苏赛蒙三个生产型公司之间互相销售基片、加硬加膜成品；

3、模具销售及租赁

基于成本效益原则，集团内模具采购及返修统一由明月光学负责，明月镜片、明月光学及江苏赛蒙之间发生模具销售及租赁的内部交易；

4、房屋租赁

明月光学将房屋租赁给明月镜片及上海镜连使用。

报告期内部交易的具体内容如下：

单位：元

交易类别	2020 年度	2019 年度	2018 年度	定价机制
材料采购	26,971,717.50	42,445,938.27	46,447,302.83	成本加成
材料采购	25,065,586.33	25,979,566.71	27,867,659.66	市场价格
材料采购	-	-	687.20	售价打折
产品销售	122,092,095.74	143,221,914.02	160,948,975.98	成本加成
产品销售	60,662,138.87	63,310,745.46	71,366,509.66	市场价格
产品销售	20,850,929.75	21,291,627.09	25,419,185.84	售价打折
模具销售及租赁	-	-	21,636,259.44	成本加成
模具销售及租赁	10,819,968.42	9,765,377.14		平价
房屋租赁	527,272.29	531,705.79	474,950.89	平价
房屋租赁	2,545,126.44	2,545,126.44	2,545,126.44	市场价格
其他	20,293,649.09	55,464,581.55	8,501,900.81	成本加成
其他	3,226,414.81	2,746,683.95	2,584,433.94	市场价格
合计	**293,054,899.24**	**367,303,266.42**	**367,792,992.69**	

报告期内各子公司涉及内部交易的未有负毛利，不存在通过内部交易转移利润减少纳税的情形。

十二、资产质量分析

（一）资产结构分析

1、资产构成及其变动分析

单位：万元

项目	2020-12-31		2019-12-31		2018-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动资产	47,235.83	68.28%	41,242.28	65.66%	31,518.47	59.37%
非流动资产	21,941.75	31.72%	21,570.14	34.34%	21,569.74	40.63%
资产合计	**69,177.58**	**100.00%**	**62,812.43**	**100.00%**	**53,088.21**	**100.00%**

2018 年末、2019 年末和 2020 年末，公司资产以流动资产为主，流动资产占资产总额的比例分别为 59.37%、65.66%和 68.28%。公司流动资产主要由货币资金、应收账款和存货组成，资产流动性好。公司非流动资产主要是固定资产、无形资产和长期待摊费用。

2、流动资产分析

2018 年末、2019 年末和 2020 年末，公司的流动资产分别为 31,518.47 万元、41,242.28 万元和 47,235.83 万元。报告期内，公司流动资产主要由货币资金、应收账款、存货等构成，具体结构如下表所示：

单位：万元

项目	2020-12-31		2019-12-31		2018-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
货币资金	20,576.52	43.56%	14,899.27	36.13%	6,610.66	20.97%
应收票据	33.35	0.07%	-	0.00%	511.00	1.62%
应收账款	12,846.00	27.20%	12,030.50	29.17%	10,375.83	32.92%
应收款项融资	110.88	0.23%	60.00	0.15%	-	0.00%
预付款项	1,969.27	4.17%	825.78	2.00%	501.43	1.59%
其他应收款	345.18	0.73%	322.98	0.78%	277.81	0.88%
存货	10,105.73	21.39%	12,104.60	29.35%	12,290.22	38.99%
其他流动资产	1,248.90	2.64%	999.15	2.42%	951.53	3.02%
流动资产合计	**47,235.83**	**100.00%**	**41,242.28**	**100.00%**	**31,518.47**	**100.00%**

报告期内，公司各项流动资产变动情况分析如下：

（1）货币资金

报告期内，公司货币资金构成情况如下：

单位：万元

项目	2020-12-31		2019-12-31		2018-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
库存现金	-	0.00%	0.39	0.00%	0.77	0.01%
银行存款	20,493.63	99.60%	14,421.93	96.80%	6,206.24	93.88%

其他货币资金	82.89	0.40%	476.96	3.20%	403.65	6.11%
合计	**20,576.52**	**100.00%**	**14,899.27**	**100.00%**	**6,610.66**	**100.00%**

报告期内，公司货币资金主要由银行存款和其他货币资金构成，其他货币资金主要为银行承兑汇票保证金。2018 年末、2019 年末和 2020 年末，公司货币资金余额分别为 6,610.66 万元、14,899.27 万元和 20,576.52 万元，占流动资产的比例分别为 20.97%、36.13%和 43.56%。

2019 年末货币资金较 2018 年末增加 8,288.62 万元，其中银行存款增加 8,215.69 万元，主要系 2019 年公司日常经营积累和股东支付增资款项所致。2020 年末货币资金较 2019 年末增加 5,677.25 万元，其中银行存款增加 6,071.70 万元，主要系 2020 年公司经营情况稳健，经营活动产生现金流量情况较好。

（2）应收票据

公司应收票据为商业承兑汇票和银行承兑汇票，其中银行承兑汇票相关金额于 2018 年末在“应收票据”科目中列示，2019 年末和 2020 年末在“应收款项融资”科目中列示。

2018 年末和 2020 年末，公司应收票据余额分别为 511.00 万元和 33.35 万元，占流动资产的比例分别为 1.62%和 0.07%。

（3）应收款项融资

公司的应收款项融资均为银行承兑汇票。2019 年末和 2020 年末，公司应收款项融资金额为 60.00 万元和 110.88 万元，占流动资产的比例分别为 0.15%和 0.23%。

报告期各期末，公司已背书或贴现且未到期的应收票据的情况如下：

单位：万元

项目	类型	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
银行承兑汇票	期末终止确认	400.09	1,696.67	659.56
	期末未终止确认	-	-	-
合计		**400.09**	**1,696.67**	**659.56**

报告期各期末，公司已背书或贴现且未到期的应收票据均为期末终止确认的银行承兑汇票，相关票据符合终止确认的条件。截至本招股说明书签署日，相关票据不存在到期未兑付的情形。

（4）应收账款

2018 年末、2019 年末和 2020 年末，公司应收账款净额分别为 10,375.83 万元、12,030.50 万元和 12,846.00 万元，占流动资产的比例分别为 32.92%、29.17%和 27.20%。

1）应收账款总体情况

报告期内，公司应收账款情况如下：

单位：万元

项目	2020-12-31/ 2020 年度	2019-12-31/ 2019 年度	2018-12-31/ 2018 年度
应收账款账面余额	14,886.43	13,754.12	11,752.78
应收账款账面净额	12,846.00	12,030.50	10,375.83
应收账款账面余额增长率	8.23%	17.03%	8.20%
营业收入	53,968.14	55,250.12	50,941.85
应收账款账面余额占营业收入的比例	27.58%	24.89%	23.07%

2018 年末、2019 年末和 2020 年末，公司应收账款账面余额分别为 11,752.78 万元、13,754.12 万元和 14,886.43 万元，占营业收入的比例分别为 23.07%、24.89%和 27.58%。报告期内，公司应收账款账面余额随着营业收入的增长逐年增长，应收账款账面余额占营业收入的比例基本保持稳定。2020 年末，受制于新冠疫情对公司销售及回款情况的影响，公司应收账款余额有所提高。

2）应收账款账龄分析

报告期各期末，公司应收账款余额及其账龄情况如下：

单位：万元

期限	2020-12-31		2019-12-31		2018-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1 年以内	12,558.96	84.37%	11,955.30	86.92%	10,395.82	88.45%

1 至 2 年	1,232.13	8.28%	1,010.32	7.35%	918.59	7.82%
2 至 3 年	481.14	3.23%	473.04	3.44%	438.14	3.73%
3 至 4 年	348.50	2.34%	315.47	2.29%	0.23	0.00%
4 至 5 年	265.71	1.78%	-	0.00%	-	0.00%
5 年以上	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%
合计	**14,886.43**	**100.00%**	**13,754.12**	**100.00%**	**11,752.78**	**100.00%**

报告期内，公司应收账款账龄在1年以内的比例高于84%，表明公司应收账款账龄结构合理，资产质量良好，发生坏账的可能性较小。公司一年以上账龄的应收账款主要是应收镜片销售尾款。2019年末，账龄为2年以上的应收账款余额为788.51万元，占比为5.73%；2020年末，账龄为2年以上的应收账款余额为1,095.34万元，占比为7.36%。发行人账龄结构拉长主要系部分镜片商品客户长期未回款所致，公司已对其中终止合作、涉及诉讼等情形的客户应收款项进行单项全额计提坏账准备。

3）前五名应收账款情况分析

报告期各期末，公司前五名应收账款余额情况如下：

单位：万元

时点	序号	客户名称	应收账款余额	比例
2020-12-31	1	深圳市和平光学眼镜有限公司	688.11	4.62%
	2	郑州市惠济区明月眼镜商行	460.22	3.09%
	3	乐聚天下科技（深圳）有限公司	365.24	2.45%
	4	成都明城眼镜有限公司	355.36	2.39%
	5	毛源昌眼镜有限公司	339.16	2.28%
合计			2,208.10	14.83%
2019-12-31	1	成都明城眼镜有限公司	456.60	3.32%
	2	有品信息科技有限公司	450.05	3.27%
	3	湖南光合作用商贸有限公司	388.22	2.82%
	4	江苏兴洋光学科技有限公司	354.95	2.58%
	5	毛源昌眼镜有限公司	339.16	2.47%
合计			**1,988.98**	**14.46%**
2018-12-31	1	毛源昌眼镜有限公司	339.13	2.89%

	2	郑州市惠济区明月眼镜商行	332.90	2.83%
	3	成都明城眼镜有限公司	301.03	2.56%
	4	湖南光合作用商贸有限公司	278.20	2.37%
	5	乐聚天下科技（深圳）有限公司	215.08	1.83%
合计			**1,466.34**	**12.48%**

4）期后回款情况

截至 2021 年 3 月 31 日，公司 2020 年末前五大应收账款的回款情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	应收账款余额	期后回款金额	比例
1	深圳市和平光学眼镜有限公司	688.11	244.00	35.46%
2	郑州市惠济区明月眼镜商行	460.22	430.08	93.45%
3	乐聚天下科技（深圳）有限公司	365.24	-	0.00%
4	成都明城眼镜有限公司	355.36	94.20	26.51%
5	毛源昌眼镜有限公司	339.16	-	0.00%
合计		**2,208.10**	**768.28**	**34.79%**

注：乐聚天下科技（深圳）有限公司与毛源昌眼镜有限公司拒绝回款，应收款项预计无法收回，公司已于 2020 年末和 2018 年末分别对两家客户全额计提坏账准备 365.24 万元和 339.16 万元。

5）应收账款坏账准备计提政策

报告期内，公司建立了良好的应收账款内部控制制度和严格的资金回款责任制度，公司应收账款的账龄大部分为 1 年以内，已按相关规定计提了坏账准备。公司坏账准备计提充分，具体情况如下：

单位：万元

项目	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
坏账准备	2,040.44	1,723.62	1,376.95
应收账款账面余额	14,886.43	13,754.12	11,752.78
比例	13.71%	12.53%	11.72%

6）同行业可比上市公司的坏账计提比例情况比较

公司与同行业可比上市公司按组合计提坏账准备的计提比例情况如下：

项目	视科新材	旗天科技	本公司
1 年以下	5.00%	5.00%	5.00%
1-2 年	10.00%	10.00%	10.00%
2-3 年	15.00%	20.00%	20.00%
3-4 年	100.00%	50.00%	50.00%
4-5 年	100.00%	未披露	80.00%
5 年以上	100.00%	未披露	100.00%

注：据依视路 2019 年报披露，其应收账款采用预期信用损失率（Expected Credit Loss）计提坏账准备，未披露具体计提方式。

报告期内，发行人坏账准备计提比例等同于同行业上市公司，主要系发行人延续报告内前的坏账计提，保持会计政策前后一致所致。发行人实际坏账计提比例高于同行业上市公司，也高于按预期信用损失率计提的坏账比例。

发行人多年深耕于镜片行业，与下游客户建立了良好的合作关系，客户对发行人产品满意度较高，回款意愿较强，目前的坏账计提政策延续了报告期前的计提比例，保持了会计政策与会计估计的稳定性。对于少数确因经营不善或恶意拖欠款项拒绝回款的客户，发行人已通过诉讼等方式执行款项催收程序，并对相关客户的应收账款全额计提坏账，不存在通过少提应收账款坏账增加利润的情形。

报告期各期末，发行人与同行业上市公司应收账款在可比期间的实际坏账计提比例情况如下：

报告期	视科新材	旗天科技	依视路	发行人
2020-12-31	5.29%	-	6.09%	13.71%
2019-12-31	5.35%	-	3.44%	12.53%
2018-12-31	5.29%	3.84%	3.22%	11.72%

注：旗天科技与发行人的可比期间为 2018 年；视科新材年报尚未披露，此处引用其 2020 年上半年数据。

由上表可知，发行人应收账款实际坏账准备计提比例高于同行业上市公司。

此外，发行人按目前的会计政策计提的坏账准备金额大于按照迁徙率模型算出的坏账准备。对于 2019 年末的应收账款，扣除单项计提坏账准备的应收账款后，发行人按照新金融工具准则计算的平均迁徙率及历史损失率如下：

账龄	平均迁徙率	历史损失率
1 年以内	6.71%	0.86%
1 至 2 年	26.79%	12.76%
2 至 3 年	47.65%	47.65%
3 至 4 年	100.00%	100.00%
4 至 5 年	100.00%	100.00%
5 年以上	100.00%	100.00%

按照迁徙率模型，发行人 2019 年 12 月 31 日的应收账款按历史损失率计算的坏账准备金额如下：

单位：万元

名称	2019-12-31		
	应收账款	坏账准备	计提比例
1 年以内	11,840.01	101.34	0.86%
1 至 2 年	661.65	84.45	12.76%
2 至 3 年	164.93	78.59	47.65%
3 至 4 年	110.12	110.12	100.00%
4 至 5 年	-	-	100.00%
5 年以上	-	-	100.00%
合计	12,776.72	374.51	2.93%

2019 年末，发行人根据账龄组合计提坏账的坏账计提比例为 5.84%，高于按照迁徙率模型算出的坏账准备比例 2.93%。

7）账龄在一年以上的应收账款

公司给予客户的账期通常在三个月以内。2018 年末、2019 年末和 2020 年末，公司在一年以上的应收账款占应收账款余额的比例分别为 11.55%、13.08%和 15.63%。报告期各期末，账龄在一年以上应收账款及期后回款金额及占比具体如下：

单位：万元

报告期	账龄一年以上应收账款余额	期后回款金额	期后回款占比

2020-12-31	2,327.48	314.69	13.52%
2019-12-31	1,798.83	703.48	39.11%
2018-12-31	1,356.96	742.75	54.74%

注：2018 年末和 2019 年末期后回款截至 2020 年 12 月 31 日；2020 年末期后回款截至 2021 年 3 月 31 日。

2018 年末、2019 年末和 2020 年末，发行人账龄在一年以上的应收账款中，单项计提坏账准备的应收账款金额为 501.36 万元、862.12 万元和 1,119.43 万元，占一年以上应收账款金额的比例分别为 36.95%、47.93%和 48.10%，对于该部分应收账款，发行人已经全额计提坏账准备。对于账龄在一年以上按组合计提坏账的应收账款，发行人也已按照既定的会计政策计提坏账准备。总体而言，发行人坏账准备计提金额是充分的。

8）单项计提坏账准备冲回的情形

报告期各期末，公司单项计提坏账的应收账款坏账准备冲回的具体情况如下：

A、2018 年 12 月 31 日

单位：万元

序号	客户名称	应收账款金额	坏账准备金额	坏账准备冲回原因	期后回款	期后回款占比
1	吉林省华视眼镜有限公司	63.27	63.27	款项部分收回	5.00	7.90%
2	兰州科达眼镜光学有限责任公司	62.86	62.86	款项全部收回	62.86	100.00%
3	厦门一瞥光学科技有限公司	48.84	48.84	款项部分收回	21.53	44.08%
4	兰州万视百姓直通车眼镜超市	22.83	22.83	款项部分收回	18.18	79.63%
5	丹阳米美光学眼镜有限公司	11.78	11.78	款项全部收回	11.78	100.00%
6	临夏市精益眼镜超市	6.82	6.82	款项全部收回	6.82	100.00%
7	济南大视野眼镜有限公司	0.84	0.84	款项全部收回	0.84	100.00%

注：期后回款时间截至 2021 年 3 月 31 日。

B、2019 年 12 月 31 日

单位：万元

序号	客户名称	应收账款金额	坏账准备金额	坏账准备冲回原因	期后回款	期后回款占比
1	兰州科达眼镜光学有限责任公司	62.89	62.89	款项全部收回	62.89	100.00%
2	厦门一瞥光学科技有限公司	32.84	32.84	款项部分收回	5.53	16.84%
3	深圳市爱视视觉光学有限公司	26.31	26.31	款项部分收回	0.25	0.96%
4	江苏金光岁月光学科技有限公司	19.95	19.95	款项全部收回	19.95	100.00%
5	包头市朝聚眼视光矫治配镜有限公司	18.28	18.28	款项全部收回	18.28	100.00%
6	武汉市鑫楚汉眼镜有限公司	16.57	16.57	款项部分收回	10.00	60.35%
7	丹阳米美光学眼镜有限公司	8.78	8.78	款项全部收回	8.78	100.00%
8	西安曲江新区（大明宫）千真眼镜行	7.17	7.17	款项部分收回	1.60	22.32%
9	呼和浩特市朝聚眼视光矫治配镜有限公司	7.09	7.09	款项全部收回	7.09	100.00%
10	潍坊优乐眼镜店	6.97	6.97	款项部分收回	2.50	35.89%
11	临夏市精益眼镜超市	6.87	6.87	款项全部收回	6.87	100.00%
12	武汉市江汉区天傲眼镜商行	6.36	6.36	款项部分收回	2.70	42.47%
13	兰新电器综合市场杜桥眼镜店	6.09	6.09	款项部分收回	1.06	17.48%
14	青岛保丽视医疗技术有限公司	5.26	5.26	款项部分收回	4.70	89.34%
15	常州新北区陆鹤圣慧之眼眼镜店	3.72	3.72	款项全部收回	3.72	100.00%
16	乐清市柳市精力眼镜店	2.73	2.73	款项全部收回	2.73	100.00%
17	广西南宁市好视医眼镜超市	1.15	1.15	款项部分收回	0.57	49.53%

注：期后回款时间截至 2021 年 3 月 31 日。

C、2020 年 12 月 31 日

单位：万元

序号	客户名称	应收账款金额	坏账准备金额	坏账准备冲回原因	期后回款	期后回款占比
1	厦门一瞥光学科技有限公司	32.84	32.84	款项部分收回	5.53	16.84%
2	西安曲江新区（大明宫）千真眼镜行	6.56	6.56	款项部分收回	0.20	3.05%
3	常州新北区陆鹤圣慧之眼眼镜店	3.72	3.72	款项全部收回	3.72	100.00%

注：期后回款时间截至 2021 年 3 月 31 日。

9）与直销模式下终端眼镜门店、眼镜连锁企业和电商企业客户、经销客户、镜片原料业务镜片生产厂商以及线上自营客户等四类不同客户合同中约定的信用政策、结算方式和结算周期

报告期内，发行人四类不同客户合同中约定信用政策、结算方式和结算周期主要如下：

序号	客户类型		合同约定的信用政策	结算方式	结算周期
1	线下直销	镜片、镜架及成镜客户	类型 1：款到发货； 类型 2：按账期付款，根据客户合作情况给予一到六个月不等的账期；同时给予按全年销售目标的 10%到 40%不等的信用额度（最大赊销发货额），超出部分需补足货款后发货。	转账付款 承兑汇票	按月结算
2	线下直销	原料客户	类型 1：款到发货； 类型 2：按账期付款，根据客户合作情况给予三个月左右的账期；同时根据销售量给予特定金额的信用额度（最大赊销发货额），超出部分需补足货款后发货。	转账付款 承兑汇票	按月结算
3	线上自营客户		天猫、京东：消费者确认收货或公司发货一定天数后自动打款至公司的第三方支付平台帐户，通常在一个月内结算完成； 小米有品：每月初对上月交易进行对账，收到发行人开具的发票后 30 天付款。	转账付款	按月结算
4	经销客户		类型 1：款到发货； 类型 2：按账期付款，根据客户合作情况给予一到五个月不等的账期；同时给予按全年销售目标的 20%到 40%不等的信用额度（最大赊销发货额），超出部分需补足货款后发货。	转账付款 承兑汇票	按月结算

10）报告期内各年度应收账款期后回款情况

报告期内，发行人各年度应收账款期后回款情况如下：

单位：万元

报告期	应收账款余额	期后回款情况	占比
2020-12-31	14,886.43	11,360.12	76.31%
2019-12-31	13,754.12	11,934.12	86.77%
2018-12-31	11,752.78	10,746.49	91.44%

注：期后回款统计截至 2021 年 5 月 31 日。

部分客户由于自身经营不善或涉及纠纷等原因，拒绝按期支付款项，发行人已与客户进行积极沟通，对于确实无法收回款项的客户，发行人已单项分析回款可能性并全额计提坏账准备。报告期内，发行人各年度扣除单项计提坏账的应收账款期后回款情况如下：

单位：万元

报告期	应收账款余额	期后回款情况	占比
2020-12-31	13,667.28	11,312.06	82.77%
2019-12-31	12,776.72	11,668.03	91.32%
2018-12-31	10,994.59	10,563.33	96.08%

注：期后回款统计截至 2021 年 5 月 31 日。

发行人存在未回款的应收账款并不代表该笔款项一定会发生坏账。在新金融工具准则下，对于应收账款，无论是否包含重大融资成分，公司始终按照相当于整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备。如果有客观证据表明某项金融资产已经发生信用减值，则在单项基础上对该金融资产计提减值准备。对于划分为组合的应收账款，公司参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，编制应收账款账期天数与整个存续期预期信用损失率对照表，计算预期信用损失。

报告期内，发行人对于确实无法收回的款项，单项全额计提坏账准备，包括涉及诉讼或虽未涉及诉讼但有客观证据表明该笔款项存在回收困难的。

其中发行人单项计提的应收账款涉及诉讼的原因大致分为三种：1）正在诉讼阶段，尚未结案；2）已胜诉但期后未回款；3）和解撤诉但对方仍未还款。

客观证据表明该笔款项存在回收困难的情况主要为对方自身经营不善或经多次催收，客户拒绝还款。2019 年末和 2018 年末未回款部分未全额计提坏账准备系由于该部分客户仍在陆续回款与交易，长账龄的应收账款对应的金额在逐年下降，双方合作良好，未有证据表明该笔应收账款已经发生信用减值。报告期内发行人坏账计提充分。

发行人按目前的会计政策计提的坏账准备金额大于按照迁徙率模型算出的坏账准备。对于 2019 年末的应收账款，剔除单项计提坏账准备的应收账款后，发行人按照新金融工具准则计算的平均迁徙率及历史损失率如下：

账龄	平均迁徙率	历史损失率
1 年以内	6.71%	0.86%
1 至 2 年	26.79%	12.76%
2 至 3 年	47.65%	47.65%
3 至 4 年	100.00%	100.00%
4 至 5 年	100.00%	100.00%
5 年以上	100.00%	100.00%

按照迁徙率模型，发行人 2019 年 12 月 31 日的应收账款按历史损失率计算的坏账准备金额如下：

单位：万元

名称	2019-12-31		
	应收账款	坏账准备	计提比例
1 年以内	11,840.01	101.34	0.86%
1 至 2 年	661.65	84.45	12.76%
2 至 3 年	164.93	78.59	47.65%
3 至 4 年	110.12	110.12	100.00%
4 至 5 年	-	-	100.00%
5 年以上	-	-	100.00%
合计	12,776.72	374.51	2.93%

2019 年新金融工具准则下，剔除单项计提坏账的应收账款后，按照历史损失率计算的坏账准备金额为 374.51 万元，按现有方法按组合计提的坏账准备金额为 746.21 万元，计提金额大于按照历史损失率计算的坏账准备金额，坏账准备计提充分。

11）单项计提减值准备的应收账款涉及诉讼的具体事由

报告期内，发行人单项计提减值准备的应收账款涉及诉讼的事由均为多次沟通后无法收回货款。发行人单项计提减值准备的应收账款为财务报告日认定难以收回的货款，对于多次沟通后确实无法收回货款的客户，发行人会对其提起诉讼。

12）发行人应收账款周转率低于可比公司，而坏账计提比例和可比公司一致的原因和合理性，坏账准备计提的充分性

发行人应收账款周转率低于可比公司，而坏账计提比例与可比公司一致是合理的。周转率反映的是收现时间的长短。坏账准备反映的是企业发生坏账的可能性。应收账款周转率较低，不一定表明发生坏账的可能性较大，两者之间无必然联系。

①应收账款周转率比较

报告期内，发行人与可比上市公司的应收账款周转率情况如下：

单位：次/年

公司名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
依视路	6.45	7.31	9.84
视科新材	2.22	3.61	4.42
平均数	4.33	5.46	7.13
发行人	3.77	4.33	4.51

注：1、依视路数据年报来源于公司年报，计算公式为：
Receivable Turnover(应收账款周转率)=Revenue÷Average Trade Receivables
2、由于旗天科技 2019 年后不再从事眼镜相关业务，为增强同行业公司指标可比性，此处将旗天科技数据替换为视科新材；视科新材年报尚未披露，此处引用其 2020 年上半年数据。

2018 年末，发行人原同行业上市公司旗天科技出售眼镜镜片业务相关资产与负债，整体向金融科技服务公司转型，2019 年旗天科技眼镜行业收入仅占全年收入的 1.69%。发行人应收账款周转率低于旗天科技，坏账准备计提比例等同

于旗天科技公司主要原因系产品结构和客户分布所致。旗天科技除了镜片相关业务外，主要业务为商品邮购分期、电视、电话销售、航旅数据分发、数字商品的营销和权益服务等，相关业务的回款速度快于镜片销售业务回款，同时，旗天科技的镜片业务 70%面向国际客户，付款周期相对较短，目标客户与发行人的客户群体也存在较大差异。

②坏账准备计提比率比较

A.会计政策对按组合计提的坏账准备计提比率的规定

公司与同行业可比公司按组合计提坏账准备的计提比例情况如下：

项目	视科新材	旗天科技	本公司
0.5 年以下	5.00%	5.00%	5.00%
0.5-1 年	5.00%	5.00%	5.00%
1-2 年	10.00%	10.00%	10.00%
2-3 年	15.00%	20.00%	20.00%
3-4 年	100.00%	50.00%	50.00%
4-5 年	100.00%	未披露	80.00%
5 年以上	100.00%	未披露	100.00%

注：据依视路 2019 年报披露，其应收账款采用预期信用损失率（ExpectedCreditLoss）计提坏账准备，未披露具体计提方式。

报告期内，发行人按组合计提的坏账准备计提比例与旗天科技等同，对于 3 年以上的应收账款，视科新材的坏账计提较发行人更为谨慎，比例为 100%。但发行人实际坏账计提比例高于同行业上市公司，也高于按预期信用损失率计提的坏账比例。发行人应收账款按组合计提的坏账准备的比例系基于客户信用及回款、实际坏账损失情况作出的合理估计，符合发行人业务的实际情况，计提的坏账准备能充分、合理反映发行人应收账款余额的坏账风险。

B.实际坏账计提比率

报告期各期末，发行人与同行业上市公司应收账款在可比期间的实际坏账计提比例情况如下：

报告期	视科新材	旗天科技	依视路	发行人
2020-12-31	5.29%	-	6.09%	13.71%
2019-12-31	5.35%	-	3.44%	12.53%
2018-12-31	5.29%	3.84%	3.22%	11.72%

注：旗天科技与发行人的可比期间为 2018 年；视科新材年报尚未披露，此处引用其 2020 年上半年数据。

报告期内，发行人实际坏账计提比例均高于视科新材，主要系发行人存在大额单项全额计提的坏账准备，视科新材均为按组合计提，且账龄 1 年以内的应收账款占各期应收账款余额的比例均为 96%以上。2018 年度，发行人实际坏账计提比例高于旗天科技，坏账准备计提充分具体情况如下：

2018 年度：

单位：元

类别	发行人		旗天科技	
	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备
单项金额重大并单独计提坏账准备的应收账款	3,391,285.74	3,391,285.74	1,078,704.00	1,078,704.00
按信用风险特征组合计提坏账准备的应收账款	109,945,884.96	6,187,574.16	287,978,669.88	8,670,963.64
单项金额不重大但单独计提坏账准备的应收账款	4,190,600.52	4,190,600.52	1,412,521.49	1,412,521.49
合计	**117,527,771.22**	**13,769,460.42**	**290,469,895.37**	**11,162,189.13**

发行人多年深耕于镜片行业，与下游客户建立了良好的合作关系，客户对发行人产品满意度较高，回款意愿较强，目前的坏账计提政策与同行业可比公司未有较大差异，符合行业惯例。

发行人应收账款周转率较低，系存在少数确因经营不善或拖欠款项拒绝回款的客户。发行人已通过诉讼等方式执行款项催收程序，并对相关客户的应收账款进行单项减值测试，全额计提坏账，不存在通过少提应收账款坏账增加利润的情形。

③坏账准备计提的充分性

A.迁徙率

发行人按目前的会计政策计提的坏账准备金额大于按照迁徙率模型算出的坏账准备。对于 2019 年末的应收账款，剔除单项计提坏账准备的应收账款后，发行人按照新金融工具准则计算的平均迁徙率及历史损失率如下：

账龄	平均迁徙率	历史损失率
1 年以内	6.71%	0.86%
1 至 2 年	26.79%	12.76%
2 至 3 年	47.65%	47.65%
3 至 4 年	100.00%	100.00%
4 至 5 年	100.00%	100.00%
5 年以上	100.00%	100.00%

按照迁徙率模型，发行人 2019 年 12 月 31 日的应收账款按历史损失率计算的坏账准备金额如下：

单位：万元

名称	2019-12-31		
	应收账款	坏账准备	计提比例
1 年以内	11,840.01	101.34	0.86%
1 至 2 年	661.65	84.45	12.76%
2 至 3 年	164.93	78.59	47.65%
3 至 4 年	110.12	110.12	100.00%
4 至 5 年	-	-	100.00%
5 年以上	-	-	100.00%
合计	**12,776.72**	**374.51**	**2.93%**

2019 年新金融工具准则下，剔除单项计提坏账的应收账款后，按照历史损失率计算的坏账准备金额为 374.51 万元，按现有方法按组合计提的坏账准备金额为 746.21 万元，计提金额远大于按照历史损失率计算的坏账准备金额，坏账准备计提充分。

B.期后回款情况

发行人期后回款情况见前文“10）报告期内各年度应收账款期后回款情况”。

综上所述，发行人坏账计提金额高于按照迁徙率模型计算的坏账计提金额，且应收账款期后回款情况良好，应收账款发生损失的可能性较小，发行人坏账准备计提是充分的。

13）发行人单项计提的应收账款涉及多项诉讼的原因和合理性，扣除单项计提的坏账准备期末仍未回款的金额、账龄、客户和具体原因，预计可回收性和可回收时间，对仍未回款的应收账款未计提单项坏账准备的原因和合理性

截至 2020 年 12 月 31 日，发行人诉讼事项涉及余额及计提坏账准备的情况如下：

单位：万元

案号	原告	被告/被上诉人/被申请人	应收账款余额	已计提坏账准备金额	未提坏账部分
（2019）苏 1181 民初 9439 号	发行人	武汉市鑫楚汉眼镜有限公司、李伟伟	7.12	7.12	-
（2020）苏 1181 民初 493 号	上海赛蒙	汕头市福伦达眼镜有限公司、徐健辉	1.45	1.45	-
（2019）苏 1181 民初 9820 号、（2020）苏 1181 民初 2841 号	发行人	厦门一瞥光学科技有限公司、庄筱简；庄筱简、庄珍珠、庄晶	32.84	32.84	-
（2019）苏 1181 民初 3405 号	河南贝沙眼镜有限公司	发行人	-0.07	-	-0.07
（2019）粤 0303 民初 31515 号	发行人	深圳市爱视视觉光学有限公司	26.06	26.06	-
（2019）苏 1181 民初 11272 号	江苏赛蒙	太原市迎泽区余江眼镜店、吴美珍、宁太林	18.26	18.26	-
（2020）苏 1181 民初 492 号	发行人	青龙满族自治县视明眼镜有限公司	6.90	6.90	-
（2019）苏 1181 民初 11264 号	发行人	天津清目堂眼镜有限责任公司、周亮登	9.97	1.00	8.98
（2020）苏 1181 民初 494 号	发行人	常州新北区陆鹤圣慧之眼眼镜店、陆鹤圣	3.72	3.72	-
（2019）苏 1181 民初 11266 号	发行人	晋城市书兰眼镜有限责任公司	25.57	25.57	-
(2019)苏 1181 民初 7907 号	发行人	吉林省华视眼镜有限公司	58.27	58.27	-
（2019）苏 1181	发行人	重庆明裕达商贸有限	7.51	7.51	-

案号	原告	被告/被上诉人/被申请人	应收账款余额	已计提坏账准备金额	未提坏账部分
民初 11271 号		公司、殷明光			
（2019）苏 1181 民初 8614 号	发行人	卢小冬、重庆市爱眼爱眼镜有限公司	15.00	15.00	-
（2019）苏 1181 民初 7906 号	发行人	上海可胜实业有限公司	15.00	15.00	-
（2019）苏 1181 民初 436 号	发行人	郑州东之方眼镜有限公司、徐青	3.16	3.16	-
（2019）苏 1181 民初 7908 号	发行人	广西南宁市好视医眼镜超市、祝金文	0.58	0.58	-
（2020）苏 1181 民初 4653 号	发行人	乐聚天下科技（深圳）有限公司、深圳市乐尚科技设计有限公司、黄心仲	365.24	365.24	-
（2017）苏 1181 民初 4292 号	江苏赛蒙	蓝瞳生物科技有限公司	11.17	11.17	-
（2020）苏 1181 民初 3418 号	明月实业	荆州爱普眼科医院有限公司	2.25	2.25	-
（2021）苏 1181 民初 129 号	上海明月	江阴光明眼科医院有限公司，江阴市和平医院管理有限公司	1.25	1.25	-
（2016）苏 1181 民初 5744	江苏可奥熙	丹阳浩洋光学眼镜有限公司	5.06	5.06	-
（2018）苏 1181 民初 3347 号	江苏可奥熙	丹阳市司徒镇双程眼镜厂、成忠	5.28	5.28	-
（2016）苏 1181 民初 5745 号	江苏可奥熙	丹阳市司徒镇珍瑞眼镜厂	9.95	9.95	-
（2017）苏 1181 民初 2701 号	江苏可奥熙	丹阳宇诚眼镜有限公司	43.18	43.18	-
（2021）苏 1181 民初 339 号	上海明月	石家庄市人民视光配镜中心	12.74	12.74	-
合计			**687.55**	**678.57**	**8.98**

截至 2020 年 12 月 31 日，发行人全部未决诉讼合计涉及应收账款余额 687.55 万元，针对上述应收账款已计提坏账准备 678.57 万元，已计提坏账准备金额占对应应收账款余额比例达 98.69%。上表中对一家涉诉客户天津清目堂眼镜有限责任公司的应收账款未全额计提坏账准备，主要因双方已达成和解，对方按照和解条款支付情况良好，涉及金额较小。

根据《企业会计准则第 13 号-或有事项》规定，或有事项相关义务确认为预计负债应当同时满足以下条件：

a.该义务是企业承担的现时义务；

b.履行该义务很可能导致经济利益流出企业；

c.该义务的金额能够可靠地计量。

预计负债的列报：在资产负债表中，因或有事项而确认的负债（预计负债）应与其他负债项目区别开来，单独反映。如果企业因多项或有事项确认了预计负债，在资产负债表一般只需通过“预计负债”项目进行总括反映。在将或有事项确认为负债的同时，应确认一项支出或费用。

截至 2020 年 12 月 31 日，上述未决诉讼中河南贝沙眼镜有限公司仍未提供相应证据证明其因产品无法销售造成了 100 万元损失，历时已两年余。河南贝沙眼镜有限公司要求发行人赔偿其因产品无法销售造成的 100 万元损失属于不合理请求，其主张得到支持的可能性较低。该笔诉讼不是发行人承担的现时义务，金额无法可靠计量，不满足确认预计负债的条件。

发行人上述未决诉讼不会对本次发行构成实质性法律障碍；发行人未决诉讼、仲裁已充分计提坏账准备，未计提预计负债，会计处理依据充分、合理，符合《企业会计准则》的规定。

截至 2020 年 12 月，发行人全部未决诉讼合计涉及应收账款余额 687.55 万元，针对上述应收账款已计提坏账准备 678.57 万元，已计提坏账准备金额占对应应收账款余额比例达 98.69%。

上表中对一家涉诉客户的应收账款未全额计提坏账准备，主要因为双方已达成和解，对方按照和解条款支付情况良好，涉及金额较小。已达成和解或调解的客户坏账计提情况如下：

序号	客户名称	是否全额计提	未全额计提原因
1	天津清目堂眼镜有限责任公司	否	双方达成和解，有还款计划，截至目前对方尚在不断还款中

截至 2020 年 12 月 31 日，发行人及其子公司与客户之间尚未了结的诉讼共 26 件，截至 2021 年 6 月 15 日，该等未决诉讼的进展情况如下：

案号	原告	被告/被上诉人/被申请人	诉讼请求	裁判结果	进展
执行/履行完毕					
（2019）苏 1181 民初 9439 号	发行人	武汉市鑫楚汉眼镜有限公司、李伟伟	请求武汉市鑫楚汉眼镜有限公司支付货款 349,041.12 元及相应利息、诉讼费用；李伟伟对上述应付债务承担连带担保给付责任	双方达成调解协议，武汉市鑫楚汉眼镜有限公司向发行人分期支付 349,041.12 元及诉讼费 5,588 元	执行完毕
（2019）苏 1181 民初 9820 号	发行人	厦门一瞥光学科技有限公司、庄筱简	请求厦门一瞥光学科技有限公司支付货款 408,351.51 元及相应利息、诉讼费用；庄筱简对上述应付债务承担连带担保给付责任	判决被告于判决生效之日向发行人支付 328,351.52 元及诉讼费 6,033 元，合计 334,384.52 元	（2019）苏 1181 民初 9820 号案件已终结执行；发行人已另案起诉被告的股东即（2020）苏 1181 民初 2841 号案件，达成和解，分期付款，首笔款 2021 年 1 月 31 日前支付，2 月 2 日已支付 55,308 元；被告未按和解书支付款项，发行人申请强制执行，已执行完毕
（2020）苏 1181 民初 2841 号	发行人	庄筱简、庄珍珠、庄晶	请求庄筱简、庄珍珠清偿厦门一瞥光学科技有限公司未支付货款 328,351.52 元及利息、诉讼费用，庄晶对上述应付债务承担连带担保给付责任	判决庄筱简、庄珍珠在未出资范围内清偿厦门一瞥光学科技有限公司对发行人债务未能清偿部分	
（2020）苏 1181 民初 494 号	发行人	常州新北区陆鹤圣慧之眼眼镜店、陆鹤圣	请求常州新北区陆鹤圣慧之眼眼镜店与陆鹤圣支付 37,249.08 元及相应利息、诉讼费	判决被告于判决生效之日起十日内向发行人支付价款 37,249.08 元及利息	发行人申请强制执行，已执行完毕
（2021）苏 1181 民初 129 号	上海明月	江阴光明眼科医院有限公司，江阴市和平医院管理有限公司	立即给付货款 12,497.74 元及诉讼费，江阴市和平医院管理有限公司对上述在其认缴范围内承担补充赔偿责任	尚在审理中	被告已向上海明月支付 12,497.74 元，上海明月拟申请撤诉
终结执行					

案号	原告	被告/被上诉人/被申请人	诉讼请求	裁判结果	进展
（2020）苏1181 民初493 号	上海赛蒙	汕头市福伦达眼镜有限公司、徐健辉	请求汕头市福伦达眼镜有限公司支付货款17,550.95 元、律师费3,378 元、诉讼费，徐健辉对上述应付债务承担连带担保给付责任	判决被告于判决生效之日向上海赛蒙支付17,550.95 元、律师费3,378 元及诉讼费	上海赛蒙已申请强制执行，因被告无财产可执行，法院已终结本次执行，待上海赛蒙提供新的财产线索可恢复执行
（2019）粤0303 民初31515 号	发行人	深圳市爱视视觉光学有限公司	请求深圳市爱视视觉光学有限公司支付货款263,110.41 元及相应利息、律师费14,020 元及诉讼费	判决被告于判决生效之日向发行人支付货款263,110.41 元及相应利息、律师费14,020 元及诉讼费	发行人已申请强制执行，因被告无财产可执行，法院已终结本次执行，待发行人提供新的财产线索可恢复执行
（2020）苏1181 民初492 号	发行人	青龙满族自治县视明眼镜有限公司	请求青龙满族自治县视明眼镜有限公司支付68,987.20 元货款及相应利息、55,000 元设备款以及诉讼费用	判决被告于判决生效之日向发行人支付68,987.20 元货款及相应利息、55,000 元设备款、诉讼费	发行人已申请强制执行，因被告无财产可执行，法院已终结本次执行，待发行人提供新的财产线索可恢复执行
（2019）苏1181 民初11266 号	发行人	晋城市书兰眼镜有限责任公司	请求晋城市书兰眼镜有限责任公司支付货款255,726.94 元及相应利息、诉讼费	判决被告于判决生效之日向发行人支付255,726.94 元货款及相应利息、诉讼费	发行人已申请强制执行，因被告无财产可执行，法院已终结本次执行，待发行人提供新的财产线索可恢复执行
（2019）苏1181 民初7907 号	发行人	吉林省华视眼镜有限公司	请求吉林省华视眼镜有限公司支付价款等合计641,081 元	达成调解，被告应从2019 年5 月开始，每月15 日偿还发行人5 万元，直至58,274.74 元货款支付完毕	发行人已申请强制执行，因被告无财产可执行，法院已终结本次执行，待发行人提供新的财产线索可恢复执行
（2019）苏1181 民初11271 号	发行人	重庆明裕达商贸有限公司、殷明光	请求重庆明裕达商贸有限公司立即支付货款405,042.11 元；殷明光对上述应付债务承担连带清偿责任	判决被告于判决生效日起十日内向发行人支付价款405,042.11 元及诉讼费6,308.00 元，合计411,350.11 元	发行人已通过申请强制执行收到32 万元，因被告无其他财产可执行，法院已终结本次执行，待发行人提供新的财产线索可恢复执行
（2019）苏1181 民初8614 号	发行人	卢小冬、重庆市爱眼爱眼镜有	请求重庆市爱眼爱眼镜有限公司立即支付货款149,797.05 元及相应利息；卢小冬对上述应付债	判决被告应于判决生效之日起十日内向发行人支付价款149,797.05 元及相	发行人已申请强制执行，因被告无财产可执行，法院已终结本次执行，待发行人提供新的

案号	原告	被告/被上诉人/被申请人	诉讼请求	裁判结果	进展
		限公司	务承担连带给付责任	应利息	财产线索可恢复执行
（2019）苏1181民初7906号	发行人	上海可胜实业有限公司	请求上海可胜实业有限公司支付149,954.37元及相应利息，及本案诉讼费	判决被告于判决生效后十日内向发行人支付149,954.37元及相应利息，诉讼费2,327元	发行人已申请强制执行，因被告无财产可执行，法院已终结本次执行，待发行人提供新的财产线索可恢复执行
（2019）苏1181民初436号	发行人	郑州东之方眼镜有限公司、徐青	请求被告东之方公司立即给付价款31,585.2元及相应利息、律师代理费、诉讼费，徐青对上述款项承担连带给付责任。	判决被告郑州东之方眼镜有限公司于本判决生效后十日内向发行人支付价款30,368.2元、律师代理费3,795元及利息，徐青对上述款项承担连带给付责任	发行人已申请强制执行，因被告无财产可执行，法院已终结本次执行，待发行人提供新的财产线索可恢复执行
（2019）苏1181民初7908号	发行人	广西南宁市好视医眼镜超市、祝金文	请求广西南宁朝阳大药房连锁有限责任公司好视医眼镜超市立即支付货款11,508.2元，律师费3,000元，合计14,508.2元；祝金文对上述承担连带担保责任	判决被告于判决生效之日起十日内向发行人支付价款11,508.2元，律师费3,000元，合计14,508.2元	发行人已通过申请强制执行收到5,000元，因被告无其他财产可执行，法院已终结本次执行，待发行人提供新的财产线索可恢复执行
（2017）苏1181民初4292号	江苏赛蒙	蓝瞳生物科技有限公司	请求蓝瞳生物科技有限公司立即支付价款171,718.3元并承担全部诉讼费用	判决被告于判决生效之日起十日内给付江苏赛蒙价款171,718.3元，诉讼费3,287元	江苏赛蒙已申请强制执行，江苏赛蒙合计收到被告支付的6万元款项，因被告无其他财产可执行，法院已终结本次执行，待江苏赛蒙提供新的财产线索可恢复执行
（2020）苏1181民初3418号	明月实业[注]	荆州爱普眼科医院有限公司	请求荆州爱普眼科医院有限公司支付货款22,298.5元及诉讼费	判决被告于判决生效之日起十日内向发行人给付价款22,298.5元，诉讼费1,228元	明月实业已申请强制执行，因被告无财产可执行，法院已终结本次执行，待明月实业提供新的财产线索可恢复执行
（2018）苏1181民初3347号	江苏可奥熙	丹阳市司徒镇双程眼	请求丹阳市司徒镇双程眼镜厂、成忠立即支付价款67,834元并承担逾期	达成调解，被告应于2018年6月至2019年3月每月15	江苏可奥熙已申请强制执行，因被告无财产可执行，法院已终结本

案号	原告	被告/被上诉人/被申请人	诉讼请求	裁判结果	进展
		镜厂、成忠	付款利息及诉讼费用	日前向江苏可奥熙支付6,000元，2019年4月15日前支付7,834元，合计共支付67,834元	次执行，待江苏可奥熙提供新的财产线索可恢复执行
（2016）苏1181民初5745号	江苏可奥熙	丹阳市司徒镇珍瑞眼镜厂	请求丹阳市司徒镇珍瑞眼镜厂立即给付货款99,484元及诉讼费	判决被告于判决生效之日起十日内向江苏可奥熙给付价款99,484元，诉讼费2,888元	江苏可奥熙已申请强制执行，因被告无财产可执行，法院已终结本次执行，待江苏可奥熙提供新的财产线索可恢复执行
（2017）苏1181民初2701号	江苏可奥熙	丹阳宇诚眼镜有限公司	请求丹阳宇诚眼镜有限公司给付货款431,840元及相应利息及本案诉讼费	判决被告于本判决生效后十日内给付原告江苏可奥熙光学材料科技有限公司货款431,840元及相应利息，诉讼费6,659元	江苏可奥熙已申请强制执行，因被告无财产可执行，法院已终结本次执行，待江苏可奥熙提供新的财产线索可恢复执行；同时江苏可奥熙已另案起诉股东
尚在审理中或判决未生效					
（2019）苏1181民初3405号	河南贝沙眼镜有限公司	发行人	请求解除双方签订的《产品销售合同》，并要求发行人赔偿其被天猫平台扣除的押金5万元、天猫技术服务费3万元；返还发行人扣除的押金3万元；赔偿其因产品无法销售造成的损失100万元	尚在审理中	尚在沟通调解中
（2020）苏1181民初4653号	发行人	乐聚天下科技（深圳）有限公司、深圳市乐尚科技设计有限公司、黄心仲	立即支付货款3,652,441.49元及自起诉之日至实际给付之日的利息并承担全部诉讼费用；黄心仲对上述承担连带担保责任	一审判决深圳市乐尚科技设计有限公司于判决生效之日起十日内向发行人支付价款3,652,441.49元，并从2020年7月6日起至实际给付之日承担以同期全国银行间同业拆借中心公布的贷款市场报价利率为标准计算的利息，乐聚天	尚在一审判决上诉期

案号	原告	被告/被上诉人/被申请人	诉讼请求	裁判结果	进展
				下科技（深圳）有限公司承担连带清偿责任	
（2021）苏1181民初339号	上海明月	石家庄市人民视光配镜中心、石家庄市第一医院	请求石家庄市人民视光配镜中心给付货款127,438元及相应利息及本案诉讼费；石家庄市第一医院对上述承担连带给付责任	尚在审理中	尚在审理中
执行中/被告履行义务中					
（2019）苏1181民初11272号	江苏赛蒙	太原市迎泽区余江眼镜店、吴美珍、宁太林	请求太原市迎泽区余江眼镜店、吴美珍、宁太林支付182,597.01元货款及相应利息、诉讼费	判决被告于判决生效之日向江苏赛蒙支付货款182,597.01元及相应利息	江苏赛蒙已申请强制执行，尚在执行过程中
（2019）苏1181民初11264号	发行人	天津清目堂眼镜有限责任公司、周亮登	请求天津清目堂眼镜有限责任公司支付399,737.56元货款及相应利息、诉讼费；周亮登对上述应付债务承担连带担保给付责任	双方达成和解，被告应于2020年1月起按月给付发行人49,967.2元，合计399,737.56元	被告逐步还款中，被告尚欠30,071.84元

注：报告期外发行人部分销售合同系以明月实业的名义签署，报告期外发行人与荆州爱普眼科医院有限公司发生业务往来，荆州爱普眼科医院有限公司尚欠发行人部分货款，根据合同相对性原则发行人只能要求明月实业向荆州爱普眼科医院有限公司提起诉讼。

上述诉讼中仅（2019）苏1181民初3405号案件发行人系被告，其他诉讼发行人或其子公司均系原告，发行人已对上述未决诉讼计提坏账准备。

（2019）苏1181民初3405号案件的具体情况如下：2017年1月1日，河南贝沙眼镜有限公司（以下简称“河南贝沙”）与发行人签订了《产品销售合同》，约定发行人授权河南贝沙在天猫平台销售产品。发行人在市场巡查过程中发现河南贝沙在天猫平台展示的产品包装与正品包装不符，遂按照天猫平台的规则提出投诉。根据天猫平台的相关规则，河南贝沙的网店被天猫平台要求清退。2019年2月22日，河南贝沙因上述合同纠纷向丹阳法院起诉发行人、第三人浙江天

猫网络有限公司，请求解除双方签订的《产品销售合同》，并要求发行人赔偿其被天猫平台扣除的押金 5 万元、天猫技术服务费 3 万元；返还发行人扣除的押金 3 万元；赔偿其因产品无法销售造成的损失 100 万元。

自河南贝沙起诉之日起至本补充招股说明书出具之日已逾 2 年，河南贝沙仍未提供相应证据证明其因产品无法销售造成了 100 万元损失，其要求发行人赔偿其因产品无法销售造成的 100 万元损失属于不合理请求，其主张得到支持的可能性较低。

上述诉讼对发行人财务状况和持续经营能力不构成重大不利影响。

发行人单项计提的应收账款涉及诉讼的原因大致分为三种：1）正在诉讼阶段，尚未结案；2）已胜诉但期后未回款；3）和解撤诉但对方仍未还款，扣除单项计提的坏账准备期末仍未回款的仅有天津清目堂眼镜有限责任公司，未单项全额计提系双方达成和解，具有还款计划，截至目前对方尚在不断还款中。截至 2020 年 12 月 31 日，应收账款余额为 99,737.56 元，期后款项在逐步归还中，2021 年 1 月退货 49,665.72 元，2021 年 2 月回款 2 万元，截止 2021 年 3 月 31 日，应收账款余额为 30,071.84 元，剩余款项预计在 2021 年上半年可回收完毕，未计提单项坏账准备具备合理性。

（5）预付账款

2018 年末、2019 年末和 2020 年末，公司预付账款金额分别为 501.43 万元、825.78 万元和 1,969.27 万元，占流动资产的比例分别为 1.59%、2.00%和 4.17%，占比较低。公司预付款项主要是预付的中介机构费用、电费、货款、租金物业费和展位费等。

报告期内，发行人预付款项主要为预付的电费、货款、租金物业费和展位费等。发行人报告期预付款项前 5 名的名称、金额、性质、占比和账龄情况如下：

单位：万元

报告期	序号	对方单位	预付款项性质	预付款项余额	占预付款项比例	账龄			
						1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年以上
2020-12-31	1	立信会计师事务所（特殊普通合伙）	费用款	471.70	23.95%	471.70	-	-	-
	2	东方证券承销保荐有限公司	费用款	400.00	20.31%	400.00	-	-	-
	3	MITSUICHEMICALS(CHINA)CO.,LTD	材料款	154.13	7.83%	154.13	-	-	-
	4	上海市广发律师事务所	费用款	94.34	4.79%	75.47	18.87	-	-
	5	灵智精实广告有限公司上海分公司	费用款	64.06	3.25%	64.06	-	-	-
	合计			1,184.22	60.13%	1,165.35	18.87	-	-
2019-12-31	1	MITSUI CHEMICALS(CHINA) CO.,LTD	货款	103.12	12.49%	103.12	-	-	-
	2	丹阳奥涂莱克光学有限公司	货款	71.37	8.64%	71.37	-	-	-
	3	杭州阿里妈妈软件服务有限公司	费用款	63.63	7.71%	63.63	-	-	-
	4	上海辅欣医药科技有限公司	货款	61.50	7.45%	61.50	-	-	-
	5	中国眼镜协会	费用款	53.73	6.51%	53.73	-	-	-
	合计			**353.34**	**42.80%**	**353.34**	**-**	-	-
2018-12-31	1	国网江苏省电力公司	费用款	116.07	23.15%	116.07	-	-	-
	2	丹阳程佳国际货运代理有限公司	费用款	93.01	18.55%	93.01	-	-	-
	3	中国眼镜协会	费用款	48.37	9.65%	48.37	-	-	-
	4	中国石化销售有限公司	费用款	31.30	6.24%	31.30	-	-	-
	5	上海明捷置业有限公司	租金、押金	25.14	5.01%	25.14	-	-	-

报告期	序号	对方单位	预付款项性质	预付款项余额	占预付款项比例	账龄			
						1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年以上
	合计			313.89	62.60%	313.89	-	-	-

（6）其他应收款

2018 年末和 2019 年末和 2020 年末，公司其他应收款账面价值分别 277.81 万元、322.98 万元和 345.18 万元，占流动资产的比例分别为 0.88%、0.78%和 0.73%，占比较低。

1）报告期各期末，公司的其他应收款构成情况如下：

单位：万元

项目	2020-12-31		2019-12-31		2018-12-31	
	余额	占比	余额	占比	余额	占比
往来款	56.32	14.18%	55.64	14.76%	41.05	10.58%
备用金	2.70	0.68%	2.77	0.73%	5.16	1.33%
保证金	274.56	69.15%	231.04	61.29%	106.98	27.57%
出口退税	29.15	7.34%	78.92	20.93%	230.13	59.31%
其他	34.31	8.64%	8.61	2.28%	4.68	1.21%
合计	**397.05**	**100.00%**	**376.98**	**100.00%**	**388.00**	**100.00%**

公司的其他应收款主要系租赁物业产生的押金、开展业务缴纳的保证金以及境外销售业务产生的出口退税。

2019 年其他应收款总额与 2018 年基本一致。其中保证金较 2018 年上升 124.07 万元，主要系公司支付租赁门店和厂房的保证金，出口退税较 2018 年下降 151.21万元，主要系 2019 年 9 至 12 月应收出口退税金额下降所致。2020 年末其他应收款总额与 2019 年基本一致，支付保证金金额有所上升，应收出口退税金额有所下降。

2）其他应收款余额及其账龄情况

报告期各期末，公司其他应收款余额及其账龄情况如下：

单位：万元

期限	2020-12-31		2019-12-31		2018-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1 年以内	207.76	52.33%	298.90	79.29%	265.66	68.47%

期限	2020-12-31		2019-12-31		2018-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1 至 2 年	113.27	28.53%	15.97	4.24%	12.25	3.16%
2 至 3 年	14.22	3.58%	12.10	3.21%	11.00	2.83%
3 至 4 年	11.80	2.97%	0.25	0.07%	49.76	12.82%
4 至 5 年	0.25	0.06%	49.76	13.20%	49.34	12.72%
5 年以上	49.76	12.53%	-	0.00%	-	0.00%
合计	**397.05**	**100.00%**	**376.98**	**100.00%**	**388.00**	**100.00%**

报告期各期末，3 年以上的其他应收款为租赁物业的押金、台州市益辉化工有限公司无法收回的预付款等，公司已对无法收回的货款全额计提了坏账准备。

3）报告期其他应收款前 5 名名称、金额、性质、占比和账龄

报告期内，发行人其他应收款前 5 名的名称、金额、性质、占比和账龄情况如下：

单位：万元

报告期	序号	对方单位	其他应收款性质	其他应收款余额	占其他应收款比例	账龄					
						1 年以内	1-2 年	2-3 年	3-4 年	4-5 年	5 年以上
2020-12-31	1	上海明捷置业有限公司	保证金	131.88	33.22%	77.71	28.88	1.69	-	-	23.61
	2	丹阳市开发区高新技术产业发展有限公司	保证金	49.34	12.43%	-	49.34	-	-	-	-
	3	浙江天猫技术有限公司	保证金	32.00	8.06%	21.00	11.00	-	-	-	-
	4	国家税务总局上海市嘉定税务局	出口退税	29.15	7.34%	29.15	-	-	-	-	-
	5	仲量联行测量师事务所（上海）有限公司	保证金	25.61	6.45%	15.03	5.41	0.10	-	0.13	4.95
	合计			267.99	67.49%	142.89	94.62	1.79	-	0.13	28.56
2019-12-31	1	上海明捷置业有限公司	保证金	116.26	30.84%	90.96	1.69	-	-	23.61	-
	2	国家税务总局上海市嘉定税务局	出口退税	78.92	20.93%	78.92	-	-	-	-	-
	3	丹阳市开发区高新技术产业发展有限公司	保证金	49.34	13.09%	49.34	-	-	-	-	-
	4	仲量联行测量师事务所（上海）有限公司	保证金	26.23	6.96%	21.05	0.10	-	0.13	4.95	-
	5	台州市益辉化工有限公司	往来款	21.20	5.62%	-	-	-	-	21.20	
	合计			**291.93**	**77.44%**	**240.26**	**1.79**	**-**	**0.13**	**49.76**	**-**
2018-	1	国家税务总局上海市嘉定税务局	出口退税	230.13	59.31%	230.13	-	-	-	-	-

报告期	序号	对方单位	其他应收款性质	其他应收款余额	占其他应收款比例	账龄					
						1 年以内	1-2 年	2-3 年	3-4 年	4-5 年	5 年以上
12-31	2	丹阳市开发区高新技术产业发展有限公司	保证金	49.34	12.72%	-	-	-	-	49.34	-
	3	上海明捷置业有限公司	保证金	25.30	6.52%	1.69	-	-	23.61	-	-
	4	台州市益辉化工有限公司	往来款	21.20	5.46%	-	-	-	21.20	-	-
	5	1 个自然人	往来款	10.44	2.69%	-	10.44	-	-	-	-
	合计			**336.40**	**86.70%**	**231.82**	**10.44**	**-**	**44.81**	**49.34**	**-**

4）单项计提减值准备的其他应收款涉及诉讼的具体事由

①2020 年 12 月 31 日

单位：万元

序号	客户名称	其他应收款余额	坏账准备	涉及诉讼的具体事由
1	台州市益辉化工有限公司	21.20	21.20	支付款项未收到货
2	姚*健	14.03	14.03	业务员侵占货款
3	吴*	8.66	8.66	业务员侵占货款
合计		**43.89**	**43.89**	-

②2019 年 12 月 31 日

单位：万元

序号	客户名称	其他应收款余额	坏账准备	涉及诉讼的具体事由
1	台州市益辉化工有限公司	21.20	21.20	支付款项未收到货
2	姚*健	15.03	15.03	业务员侵占货款
3	吴*	9.41	9.41	业务员侵占货款
合计		**45.64**	**45.64**	-

③2018 年 12 月 31 日

单位：万元

序号	客户名称	其他应收款余额	坏账准备	涉及诉讼的具体事由
1	台州市益辉化工有限公司	21.20	21.20	支付款项未收到货
2	姚*健	10.44	10.44	业务员侵占货款
3	吴*	9.41	9.41	业务员侵占货款
合计		**41.05**	**41.05**	-

5）其他应收款按五种组合计提坏账准备及其比例的合理性

报告期内，发行人其他应收款按性质分类及其坏账准备情况如下：

单位：万元

报告期	性质	余额	占比	坏账准备	计提比例	净额
2020-12-31	保证金	274.56	69.15%	2.75	1.00%	271.82

报告期	性质	余额	占比	坏账准备	计提比例	净额
	出口退税	29.15	7.34%	0.29	1.00%	28.86
	往来款	56.32	14.18%	44.01	78.15%	12.30
	备用金	2.70	0.68%	0.72	26.72%	1.98
	其他	34.31	8.64%	4.10	11.95%	30.21
	合计	397.05	100.00%	51.87	13.06%	345.18
2019-12-31	保证金	231.04	61.29%	2.31	1.00%	228.73
	出口退税	78.92	20.93%	0.79	1.00%	78.13
	往来款	55.64	14.76%	45.74	82.21%	9.90
	备用金	2.77	0.73%	0.79	28.50%	1.98
	其他	8.61	2.28%	4.37	50.78%	4.24
	合计	**376.98**	**100.00%**	**54.00**	**14.32%**	**322.98**
2018-12-31	保证金	106.98	27.57%	56.89	53.18%	50.09
	出口退税	230.13	59.31%	11.51	5.00%	218.62
	往来款	41.05	10.58%	41.05	100.00%	-
	备用金	5.16	1.33%	0.51	9.95%	4.65
	其他	4.68	1.21%	0.23	5.00%	4.44
	合计	**388.00**	**100.00%**	**110.19**	**28.40%**	**277.81**

报告期内，发行人其他应收款按性质分类分为保证金、出口退税、往来款、备用金和其他五类，发行人于 2019 年 1 月 1 日开始执行新金融工具准则，报告期内其他应收款坏账准备的计提方法由于会计准则的变化发生变化。除部分往来款因诉讼无法收回单项计提坏账外，2018 年其他应收款按账龄计提坏账准备，2019 至 2020 年按款项性质分组合计提坏账准备，相关情形具有合理性。

（7）存货

2018 年末、2019 年末和 2020 年末，公司存货账面价值分别为 12,290.22 万元、12,104.60 万元和 10,105.73 万元，占流动资产的比例分别为 38.99%、29.35%和 21.39%。

1）存货结构

报告期各期末，公司存货明细及账面价值情况如下：

单位：万元

项目	2020-12-31		2019-12-31		2018-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
原材料	2,421.99	23.97%	2,326.88	19.22%	2,338.24	19.03%
周转材料	923.69	9.14%	547.70	4.52%	331.22	2.69%
在产品	141.89	1.40%	152.40	1.26%	213.71	1.74%
库存商品	5,976.95	59.14%	8,085.46	66.80%	7,592.54	61.78%
发出商品	641.21	6.35%	992.16	8.20%	1,811.85	14.74%
委托加工物资	-	0.00%	-	-	2.66	0.02%
总计	**10,105.73**	**100.00%**	**12,104.60**	**100.00%**	**12,290.22**	**100.00%**

公司的存货分为原材料、周转材料、委托加工物资、在产品、库存商品及发出商品。其中：

A、原材料主要为树脂单体、单体化工原料、加硬液、胶带、偏光膜、清洗剂、防水膜等；

B、周转材料为低值易耗品、包装物等，报告期内周转材料占存货的比例较小；

C、在产品主要为镜片基片、毛坯；

D、库存商品为已完工尚未发出的产成品；

E、发出商品为已在运输途中或已运送至客户仓库但尚未经对账确认收入的产成品。

F、委托加工物资为委托其他单位代加工的物资，报告期内委托加工物资占存货的比例较小；

2019 年末存货较 2018 年末减少 185.62 万元，金额相对稳定。2020 年末存货较 2019 年末减少 1,998.87 万元，其中库存商品较 2019 年减少 2,108.51 万元，主要系 2020 年发行人镜片订单量下降，减少当期排产及产成品备库所致。报告期内，发行人存货变动与销量变动趋势一致。

2）存货库龄及跌价准备情况

报告期内，发行人存货库龄及跌价准备情况如下：

A、2020 年 12 月 31 日

单位：万元

类别	库龄	金额	占比	存货跌价准备	计提比例
原材料	1 年以内	2,146.05	81.26%	0.24	0.01%
	1-2 年	105.83	4.01%	-	0.00%
	2 年以上	389.13	14.73%	218.79	56.23%
	小计	**2,641.01**	**100.00%**	**219.02**	**8.29%**
周转材料	1 年以内	811.93	87.90%	-	0.00%
	1-2 年	72.38	7.84%	-	0.00%
	2 年以上	39.39	4.26%	-	0.00%
	小计	**923.69**	**100.00%**	**-**	**0.00%**
在产品	1 年以内	141.89	100.00%	-	0.00%
	1-2 年	-	-	-	-
	2 年以上	-	-	-	-
	小计	**141.89**	**100.00%**	**-**	**0.00%**
库存商品	1 年以内	5,558.55	86.90%	196.87	3.54%
	1-2 年	578.11	9.04%	12.85	2.22%
	2 年以上	260.10	4.07%	210.10	80.77%
	小计	**6,396.76**	**100.00%**	**419.81**	**6.56%**
发出商品	1 年以内	633.19	97.10%	5.98	0.95%
	1-2 年	18.93	2.90%	4.91	25.96%
	2 年以上	-	-	-	-
	小计	**652.11**	**100.00%**	**10.90**	**1.67%**
委托加工物资	1 年以内	-	-	-	-
	1-2 年	-	-	-	-
	2 年以上	-	-	-	-
	小计	-	-	-	-

类别	库龄	金额	占比	存货跌价准备	计提比例
合计	1 年以内	9,291.61	86.39%	203.09	2.19%
	1-2 年	775.24	7.21%	17.76	2.29%
	2 年以上	688.62	6.40%	428.89	62.28%
	小计	**10,755.47**	**100.00%**	**649.73**	**6.04%**

B、2019 年 12 月 31 日

单位：万元

类别	库龄	金额	占比	存货跌价准备	计提比例
原材料	1 年以内	2,095.46	82.85%	0.26	0.01%
	1-2 年	144.53	5.71%	-	0.00%
	2 年以上	289.30	11.44%	202.15	69.88%
	小计	**2,529.30**	**100.00%**	**202.42**	**8.00%**
周转材料	1 年以内	494.54	90.30%	-	-
	1-2 年	32.17	5.87%	-	-
	2 年以上	20.99	3.83%	-	-
	小计	**547.70**	**100.00%**	**-**	**-**
在产品	1 年以内	152.40	100.00%	-	-
	1-2 年	-	0.00%	-	-
	2 年以上	-	0.00%	-	-
	小计	**152.40**	**100.00%**	**-**	**-**
库存商品	1 年以内	8,027.57	94.51%	223.30	2.78%
	1-2 年	257.98	3.04%	2.28	0.88%
	2 年以上	208.28	2.45%	182.78	87.76%
	小计	**8,493.83**	**100.00%**	**408.37**	**4.81%**
发出商品	1 年以内	1,040.94	96.34%	48.78	4.69%
	1-2 年	-	0.00%	-	-
	2 年以上	39.56	3.66%	39.56	100.00%
	小计	**1,080.51**	**100.00%**	**88.35**	**8.18%**
委托加工物资	1 年以内	-	-	-	-
	1-2 年	-	-	-	-

类别	库龄	金额	占比	存货跌价准备	计提比例
	2 年以上	-	-	-	-
	小计	-	-	-	-
合计	**1 年以内**	**11,810.92**	**92.25%**	**272.35**	**2.31%**
	1-2 年	**434.67**	**3.39%**	**2.28**	**0.52%**
	2 年以上	**558.14**	**4.36%**	**424.50**	**76.06%**
	小计	**12,803.72**	**100.00%**	**699.13**	**5.46%**

C、2018 年 12 月 31 日

单位：万元

类别	库龄	金额	占比	存货跌价准备	计提比例
原材料	1 年以内	1,935.57	82.78%	-	-
	1-2 年	346.09	14.80%	-	-
	2 年以上	56.59	2.42%	-	-
	小计	**2,338.24**	**100.00%**	-	-
周转材料	1 年以内	291.31	87.95%	-	-
	1-2 年	20.07	6.06%	-	-
	2 年以上	19.83	5.99%	-	-
	小计	**331.22**	**100.00%**	-	-
在产品	1 年以内	213.71	100.00%	-	-
	1-2 年	-	0.00%	-	-
	2 年以上	-	0.00%	-	-
	小计	**213.71**	**100.00%**	-	-
库存商品	1 年以内	7,505.52	93.51%	300.00	4.00%
	1-2 年	385.84	4.81%	15.44	4.00%
	2 年以上	135.27	1.69%	118.65	87.72%
	小计	**8,026.63**	**100.00%**	**434.09**	**5.41%**
发出商品	1 年以内	1,806.11	97.81%	34.64	1.92%
	1-2 年	40.38	2.19%	-	0.00%
	2 年以上	-	0.00%	-	-
	小计	**1,846.49**	**100.00%**	**34.64**	**1.88%**

类别	库龄	金额	占比	存货跌价准备	计提比例
委托加工物资	1 年以内	2.66	100.00%	-	0.00%
	1-2 年	-	0.00%	-	-
	2 年以上	-	0.00%	-	-
	小计	**2.66**	**100.00%**	**-**	**0.00%**
合计	1 年以内	11,754.88	92.13%	334.64	2.85%
	1-2 年	792.38	6.21%	15.44	1.95%
	2 年以上	211.69	1.66%	118.65	56.05%
	小计	**12,758.95**	**100.00%**	**468.73**	**3.67%**

报告期内，公司存货主要为原材料、周转材料、库存商品和发出商品，2018 年末、2019 年末和 2020 年末，公司库龄在一年以内的存货占比分别为 92.13%、92.25%和 86.39%，库龄结构较为合理。公司库龄在一年以上的存货主要为库龄较长的镜片和原材料镜架，由于公司产品保质期较长，存货管理状态较好，公司存货不存在大规模的过期、损毁和灭失情形。

关于存货跌价准备的计提，公司按存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。2018 年末、2019 年末和 2020 年末，公司存货跌价准备余额分别为 468.73 万元、699.13 万元和 649.73 万元，存货跌价准备占存货账面余额的比例分别为 3.67%、5.46%和 6.04%。2019 年，对于库龄在两年以上的存货，虽未发生明显的减值迹象，出于谨慎性原则，公司也计提了较高金额的跌价准备。2018 年末、2019 年末和 2020 年末库龄两年以上的存货计提跌价准备的比例分别为 56.05%、76.06%和 62.28%，减值准备的计提并不代表失去销售价值，公司将在未来期间适时消化长库龄库存，保证公司存货结构的稳定性。

3）各报告期末与经销商产品同类别、同型号库存商品的具体情况，包括产品种类、型号、数量、金额、占比和库龄，上述商品不属于滞销商品，经销商退回上述商品的原因，不存在应计提减值准备未计提的情形

①各报告期末与经销商库存调整产品同类别、同型号库存商品的具体情况

报告期内，发行人经销商退换货金额及占经销收入的比例情况如下：

单位：万元

年份	退换货金额	占经销收入比例
2020 年度	171.37	1.04%
2019 年度	229.24	1.54%
2018 年度	293.84	2.46%

报告期内，发行人经销商退换货金额呈逐年下降趋势，占经销收入比例较小且逐年降低。经销商退货占比下降一方面说明了发行人产品质量稳步提升，另一方面也体现了发行人以及经销商更精准的把握了下游客户对发行人镜片产品的进货需求。报告期各期末，发行人库存中与经销商库存调整产品同类别、同型号镜片产品的库龄分布比例如下：

报告期	存货金额（万元）	库龄情况		
		1 年以内	1-2 年	2 年以上
2020/12/31	3,283.41	92.70%	5.16%	2.15%
2019/12/31	2,531.06	98.89%	0.18%	0.93%
2018/12/31	1,630.06	97.51%	1.04%	1.45%

从退货产品对应存货在期末的库龄结构看，报告期内库龄在 1 年以内存货占比均高于 90%，1 年以上绝大多数为折射率 1.56 的镜片。发行人的镜片产品在生产流通环节属于少批量、多品类和多批次商品，经销商退换货主要系经销商存在库存调整、换货需求以及少量产品存在质量问题所致。对于经销商退回的产品，发行人均执行了严格的质检程序，只有符合产品质量标准的存货才进行入库处理，入库的经销商退回存货不存在应计未计减值情形。

4）报告期内定制镜片、定制成镜的金额、占比和库龄，不存在应计提减值准备未计提的情形

定制镜片是发行人基于消费者高光度、高散度或需要复合功能等的特殊需求，进行单独设计、单独加工，进而制作可以满足这些不同需求的镜片；定制成镜即为应客户特定订单需求制成的眼镜。发行人的定制镜片、定制成镜列示于存货的发出商品、库存商品和在产品中，均依据客户的特定需求单独制作，存在对应订单支持。

报告期各期末，发行人存货中的定制产品主要为定制镜片，定制成镜金额极小。发行人定制镜片金额、占比和库龄情况如下：

单位：万元

报告期	账面余额	占存货总额的比重	库龄情况		
			1 年以内	1-2 年	2 年以上
2020/12/31	55.80	0.52%	55.80	-	-
2019/12/31	171.78	1.34%	171.78	-	-
2018/12/31	16.53	0.13%	15.59	0.94	-

2018 年末至 2020 年末，发行人定制产品的账面余额分别为 16.53 万元、171.78 万元和 55.80 万元，总体规模较小，绝大部分库龄在一年以内。

2018 年末，发行人存在少量长库龄产品，主要系部分客户下单并支付定金后取消订单，对应产品已经产出且后续未售出所致。2019 年末，发行人定制镜片账面余额相对较高，主要系 2019 年末部分客户对发行人提出较大金额的定制镜片订单需求，相关产品于期末尚处于半成品、库存商品或发出商品阶段，故 2019 年末发行人定制镜片金额较高。

综上所述，发行人定制镜片不存在明显减值迹象，不存在应计提减值准备未计提的情形。

5）在产品、库存商品、发出商品的具体构成

2020 年末，在产品、库存商品、发出商品账面价值的具体构成情况如下：

单位：万元

具体构成	库存商品	发出商品	在产品	合计
镜片	4,374.54	589.66	141.89	5,106.09
原料	895.03	-	-	895.03
成镜	550.19	42.08	-	592.27
镜架	157.19	9.47	-	166.66
合计	5,976.95	641.21	141.89	6,760.06

发行人在产品、库存商品、发出商品主要为镜片产品，发行人与客户签订的销售合同主要为框架协议，单个合同目标销售额较小且数量众多，同时除定制产

品外，发行人的产品均为标准件，故发行人期末在产品、库存商品、发出商品与订单的对应关系较弱。

2018 年末至 2019 年末，发行人库存商品、发出商品截至 2020 年 12 月 31 日的结转情况如下：

单位：万元

期间	库存商品、发出商品余额	截至 2020 年 12 月 31 日结转金额	结转比例
2019/12/31	9,574.34	8,717.20	91.05%
2018/12/31	9,873.12	9,613.02	97.37%

发行人 2018 年末至 2019 年末的库存商品和发出商品，截至 2020 年 12 月 31 日已结转比例分别为 97.37%和 91.05%，相关数据表明发行人的产成品不存在以后年度大量积压的情形。

由前述统计情况可知，发行人期后镜片销售量对期末存货的覆盖情况较好，2020 年上半年的生产计划制定沿用报告期内的生产计划定制逻辑，故期末在产品、库存商品、发出商品的金额是合理的。

6）库龄在 1 年以上的原材料、库存商品未全额计提减值准备的合理性，不存在应计提减值准备未计提的情形

报告期内，发行人原材料、库存商品减值准备计提情况如下：

A、2020 年 12 月 31 日

单位：万元

类别	库龄	金额	占比	存货跌价准备	计提比例
原材料	1 年以内	2,146.05	81.26%	0.24	0.01%
	1-2 年	105.83	4.01%	-	0.00%
	2 年以上	389.13	14.73%	218.79	56.23%
	小计	2,641.01	100.00%	219.02	8.29%
库存商品	1 年以内	5,558.55	86.90%	196.87	3.54%
	1-2 年	578.11	9.04%	12.85	2.22%
	2 年以上	260.10	4.07%	210.10	80.77%

类别	库龄	金额	占比	存货跌价准备	计提比例
	小计	6,396.76	100.00%	419.81	6.56%

B、2019 年 12 月 31 日

单位：万元

类别	库龄	金额	占比	存货跌价准备	计提比例
原材料	1 年以内	2,095.46	82.85%	0.26	0.01%
	1-2 年	144.53	5.71%	-	0.00%
	2 年以上	289.30	11.44%	202.15	69.88%
	小计	2,529.30	100.00%	202.42	8.00%
库存商品	1 年以内	8,027.57	94.51%	223.30	2.78%
	1-2 年	257.98	3.04%	2.28	0.88%
	2 年以上	208.28	2.45%	182.78	87.76%
	小计	8,493.83	100.00%	408.37	4.81%

C、2018 年 12 月 31 日

单位：万元

类别	库龄	金额	占比	存货跌价准备	计提比例
原材料	1 年以内	1,935.57	82.78%	-	-
	1-2 年	346.09	14.80%	-	-
	2 年以上	56.59	2.42%	-	-
	小计	2,338.24	100.00%	-	-
库存商品	1 年以内	7,505.52	93.51%	300.00	4.00%
	1-2 年	385.84	4.81%	15.44	4.00%
	2 年以上	135.27	1.69%	118.65	87.72%
	小计	8,026.63	100.00%	434.09	5.41%

发行人以成本与可变现净值孰低作为存货跌价准备的计提基础。发行人未对库龄在 1 年以上的原材料、库存商品全额计提减值准备，主要原因系发行人历史销售数据表明，库龄 1 年以上存货依然具备实际销售价值。同时，由于原材料中库龄 2 年以上的镜架及库存商品中库龄 2 年以上的镜片存在变质、发黄迹象，基

于发行人既定的存货管理政策，发行人在用成本与可变现净值孰低对存货计提减值的同时，对 2 年以上的镜架原材料与镜片库存商品全额计提了减值准备。具体分析如下：

①发行人库龄在 1 年以上的原材料、库存商品未全额计提减值准备的合理性

报告期内，发行人库龄在一年以上的存货主要为库龄较长的镜片和原材料镜架。由于发行人产品保质期较长，存货管理状态较好，经采用成本与可变现净值孰低原则对存货进行减值测试，发行人库龄在一年以上存货依然具备对外销售的价值，不存在大规模的过期、损毁和灭失情形。发行人库龄 1 年以上原材料、库存商品金额在下一年度的结转的比例如下：

单位：万元

项目	期间	库龄 1 年以上存货余额	下一年度的结转金额	比例
原材料	2019/12/31	433.83	44.70	10.30%
	2018/12/31	402.67	113.37	28.15%
库存商品	2019/12/31	466.26	206.16	44.22%
	2018/12/31	521.11	312.82	60.03%

由上表可知，发行人 2018 年末及 2019 年末库龄 1 年以上原材料余额，在下一年度的结转比例分别为 28.15%和 10.30%；2018 年末及 2019 年末库龄 1 年以上库存商品，在下一年度的结转比例分别为 60.03%和 44.22%。由前述数据可知，发行人根据历史销售数据认定，库龄 1 年以上存货依然具备较高的生产销售价值，故发行人未对 1 年以上存货全额计提减值准备是合理的。

②发行人存货跌价准备的计提情况

关于存货跌价准备的计提，发行人按成本与可变现净值孰低法核算存货账面价值，即当成本低于可变现净值时，期末存货按成本计价；当可变现净值低于成本时，期末存货按可变现净值计价，差额计提存货跌价准备。2018 年末、2019 年末和 2020 年末，发行人存货跌价准备余额分别为 468.73 万元、699.13 万元和 649.73 万元，存货跌价准备占存货账面余额的比例分别为 3.67%、5.46%和 6.04%。

对于库龄在两年以上的存货，发行人进行可变现净值测试的同时，基于谨慎性原则综合考虑，对镜架原材料与镜片库存全额计提了存货跌价准备。由此，报

告期内库龄两年以上的存货跌价准备计提充分，2018 年末、2019 年末和 2020 年末该部分存货跌价准备的计提比例分别为 56.05%、76.06%和 62.28%。跌价准备的计提并不代表失去销售价值，发行人将在未来期间适时消化长库龄库存，保证公司存货结构的稳定性。

综上所述，发行人库龄在 1 年以上的原材料、库存商品未全额计提减值准备是合理的，不存在应计提减值准备未计提的情形。

7）2019 年发出商品金额下降的原因

发行人发出商品主要为镜片产品。2019 年末，发行人发出商品余额为 1,080.51 万元，较 2018 年末下降 765.99 万元，主要原因系 2019 年代销客户湖南光合作用商贸有限公司与发行人的合作量减少，以及发行人对部分客户期末发货下降所致。具体如下：

单位：万元

项目	2019-12-31	2018-12-31	变动金额
发出商品	1,080.51	1,846.49	765.99
其中：湖南光合作用商贸有限公司	401.65	752.53	350.88
江苏淘镜有限公司	81.73	182.97	101.24
深圳市和平光学眼镜有限公司	0.07	45.92	45.85

对于湖南光合作用商贸有限公司，发行人 2019 年末的发出商品金额为 401.65 万元，较 2018 年减少了 350.88 万元，降幅较大。报告期内，湖南光合作用商贸有限公司逐渐减少了对发行人的镜片采购规模，2018 年至 2020 年，发行人对湖南光合作用商贸有限公司的销售收入分别为 1,465.38 万元、1,161.92 万元和 415.34 万元，销售量分别为 129.21 万片、97.89 万片和 18.50 万片，合作规模下降是对湖南光合作用商贸有限公司发出商品金额下降的主要原因。

对其他部分客户，发出商品金额下降，主要由于期末发货量下降所致。2019 年发行人对江苏淘镜有限公司和深圳市和平光学眼镜有限公司的发出商品金额分别为 81.73 万元和 0.07 万元，较 2018 年末分别下降 101.24 万元和 45.85 万元。主要系发行人 2019 年度最后 15 天对前述客户的发货金额分别为 94.51 万元和

18.56 万元，较 2018 年同期分别减少 31.89 万元和 106.99 万元，期末发货量下降导致发出商品金额下降。

8）委托加工

报告期内，发行人委托加工采购金额较小，分别为 17.21 万元、2.52 万元和 1.89 万元，主要供应商为丹阳市烨琪眼镜厂、丹阳市司徒镇奥明眼镜厂、丹阳市开发区六神眼镜商行等。报告期内公司委外金额逐年下降。报告期内各年委外加工情况如下：

单位：元

受托方	2020 年度	2019 年度	2018 年度
丹阳市烨琪眼镜厂	-	-	127,394.10
丹阳市司徒镇奥明眼镜厂	-	20,611.79	43,546.12
丹阳市开发区红光镜片厂	-	4,630.88	1,128.88
丹阳市开发区六神眼镜商行	18,873.79		
合计	**18,873.79**	**25,242.67**	**172,069.10**

9）存货的订单支持率，存货中定制件和通用件的金额和构成

报告期内，发行人与客户签订的销售合同主要为框架协议，单个合同目标销售额较小，合同数量众多，客户根据自身需求，在销售合同有效期内向发行人采购商品。除定制产品外，发行人存货与客户订单不存在一一对应关系，发行人原料采购及产品生产安排取决于发行人当年的经营情况和对下一年的销售预测，存在一定程度的备货情形。

发行人的定制产品包括定制镜片和定制成镜。定制镜片主要指车房片，是发行人基于消费者高光度、高散度或需要复合功能等的特殊需求，进行单独设计、单独加工，进而制作可以满足这些不同需求的镜片，定制成镜为使用定制镜片加工的成镜。

报告期各期末，发行人存货中的定制产品和通用产品的金额及占比情况如下：

单位：万元

项目	2020-12-31		2019-12-31		2018-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
通用产品	10,699.66	99.48%	12,631.94	98.66%	12,742.41	99.87%
定制产品	55.80	0.52%	171.78	1.34%	16.53	0.13%
合计	**10,755.47**	**100.00%**	**12,803.72**	**100.00%**	**12,758.95**	**100.00%**

10）一年以上发出商品期后结转情况和跌价准备计提充分性

①一年以上发出商品及期后结转情况

发行人2018年末至2019年末的库龄一年以上的发出商品金额及期后结转情况如下：

单位：万元

报告期	库龄	账面余额	期后结转金额	期后结转比例
2019-12-31	1-2 年	-	-	-
	2 年以上	39.56	39.56	100.00%
	合计	**39.56**	**39.56**	**100.00%**
2018-12-31	1-2 年	40.38	40.38	100.00%
	2 年以上	-	-	-
	合计	**40.38**	**40.38**	**100.00%**

注：期后结转金额截至 2020 年 12 月 31 日。

2018 年末至 2019 年末，发行人库龄一年以上发出商品的账面余额分别为 40.38 万元和 39.56 万元，主要为对上海睛姿的发出商品。该部分发出商品系发行人为上海睛姿门店提供的陈列样品，2020 年下半年已陆续由发行人收回，并对于其中检验合格的部分重新入库，期后结转比例均为 100.00%。发行人对上海睛姿发出商品的具体情况如下：

上海睛姿是一家主营眼镜零售业务的眼镜连锁企业，主要销售“JINS”品牌眼镜。发行人向上海睛姿销售贴牌镜片产品，相关镜片由发行人生产后，装入标识有“JINS”字样的包装袋或包装盒中，寄发给上海睛姿各门店。样品会以包装完好的盒装形式陈列于门店的产品展柜中，甚至会按一定造型放置于店内显眼位

置，作为门店内部装潢的重要组成部分。发行人对上海睛姿的新店提供镜片样品，产品品类为“1.60MR-8 非球面绿膜树脂片”和“1.67 非球面绿膜树脂片”。

2018 年末至 2020 年末，上海睛姿存有发行人库龄一年以上镜片存货的门店数量分别为 22 家、35 家和 12 家，平均单店库存镜片样品金额分别为 1.84 万元、1.13 万元和 1.58 万元，单店库存金额较小。对于该部分样品，发行人列示于发出商品核算，不确认销售收入，并对 2 年以上的样品计提全额跌价准备。由于镜片样品权属仍归属于发行人，长期陈列可能会导致镜片样品变质发黄、失去销售价值，相关样品会定期更换。2020 年下半年，发行人对 2019 年以前发出的样品进行更换，换回样品去掉包装并检验合格的，会重新入库并优先销售。

②一年以上发出商品跌价准备计提充分性

发行人 2018 年末至 2020 年末的库龄一年以上的发出商品跌价计提情况如下：

单位：万元

报告期	库龄	账面余额	存货跌价准备	跌价计提比例
2020-12-31	1-2 年	18.93	4.91	25.96%
	2 年以上	-	-	-
	合计	18.93	4.91	25.96%
2019-12-31	1-2 年	-	-	-
	2 年以上	39.56	39.56	100.00%
	合计	**39.56**	**39.56**	**100.00%**
2018-12-31	1-2 年	40.38	-	-
	2 年以上	-	-	-
	合计	**40.38**	**-**	**-**

2018 年末至 2020 年末，发行人对库龄一年以上发出商品的计提的跌价准备金额分别为 0 万元、39.56 万元和 4.91 万元，占一年以上发出商品期末余额的比例分别为 0%、100.00%和 25.96%，其中库龄两年以上发出商品全额计提了跌价准备。

发行人对库龄一年以上发出商品跌价准备的金额计提充分。发行人以成本与可变现净值孰低作为存货跌价准备的计提基础，对于库龄 2 年以内的镜片产品，由于部分产品存在变质、发黄迹象，基于既定的存货管理政策，发行人也全额计提了减值准备。由于库龄一年以上发出商品总体金额较小，相关减值准备的计提对发行人经营成果不存在重大影响。

综上所述，发行人对库龄一年以上发出商品的跌价准备计提比例是充分的。

11）发行人对 B 品减值准备计提的过程及计提的充分性

报告期各期末，发行人 B 品库存数量、金额及计提跌价准备情况如下：

单位：万片、万元

项目	年度入库数量	B 品库存数量	B 品库存金额	B 品跌价金额
2020-12-31	76.86	71.07	442.54	122.06
2019-12-31	100.20	63.05	386.04	137.13
2018-12-31	141.89	71.54	453.47	211.58

发行人通过筛选，将 B 品镜片中的常见光度镜片按产品系列进行整合，将整合后品类、光度较为齐全的 B 品镜片推向平价市场销售。面对相对平价的消费市场，相关产品价格较低，但销售情况良好，具备正常的盈利空间。

对于筛选残余的 B 品镜片，主要是光度不齐全、光度过高、远视镜片等零散镜片，发行人通常以降价形式进行集中打包销售处理。相关产品系打包批量处理，价格较低且往往低于成本。

发行人针对 B 品计提存货跌价准备，将期末 B 品存货余额按照有期后订单和无期后订单进行分类，分别计算其可变现净值，并按成本与可变现净值孰低法核算存货账面价值，即当成本低于可变现净值时，期末 B 品存货按成本计价；当可变现净值低于成本时，期末 B 品存货按可变现净值计价，差额计提存货跌价准备。

2020 年末，发行人对 B 品存货余额按照有期后订单和无期后订单分类计提跌价准备的情况如下：

单位：万片、万元、元/片

项目	库存数量	库存单位成本	库存金额	预计平均售价	计提跌价金额
B 品	71.07	6.23	442.54	6.20	122.06
期后无订单计提的跌价：					
预计批量处理	20.13	5.17	104.01	0.83	87.29
2 年以上库存	0.64	9.19	5.89	-	5.89
期后有订单计提的跌价：					
B 品白包装	5.22	8.63	45.00	5.81	14.59
B 品品牌	45.09	6.38	287.64	8.65	14.29

注：预计平均售价等于对应分类 B 品存货的可变现净值除以对应库存数量，预计平均售价已扣除预计的税率、费用率。

由上表可知，2020 年末发行人 B 品的库存单位成本为 6.23 元/片，B 品的预计平均售价为 6.20 元/片。

期后无订单的 B 品存货余额中，库龄 2 年以上的 B 品已全额计提跌价准备；预计批量处理的 B 品为无订单可对应的存货，预计按照每片 1-1.5 元的单价进行销售，预计平均售价为 0.83 元/片，计提的跌价准备金额为 87.29 万元。

期后有订单的 B 品存货余额，可分别对应到期后 B 品白包装订单和 B 品品牌订单，其中 B 品白包装的预计平均售价为 5.81 元/片，计提的跌价准备金额为 14.59 万元；B 品品牌的预计平均售价为 8.65 元/片，计提的跌价准备金额为 14.29 万元。

综上所述，报告期各期末，发行人结合期后订单、相关产品的市场售价情况等，对库存 B 品镜片进行了充分的评估，计提了足额的跌价准备。

（8）其他流动资产

2018 年末、2019 年末和 2020 年末，公司其他流动资产余额分别为 951.53 万元、999.15 万元和 1,248.90 万元，占流动资产的比例分别为 3.02%、2.42%和 2.64%。公司其他流动资产主要是待认证增值税进项税、留抵增值税、预缴所得税、理财产品以及应收退货成本。

报告期各期末，公司其他流动资产的具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
待认证进项税	151.24	499.40	422.03

项目	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
留抵增值税	552.34	218.38	61.22
预缴所得税	3.42	281.37	218.27
理财产品	-	-	250.00
应收退货成本	541.90	-	-
合计	**1,248.90**	**999.15**	**951.53**

注：“其他流动资产-应收退货成本”系 2020 年 1 月 1 日开始执行新收入准则，原计入“预计负债”的预计退货成本按照新收入准则分别计入“其他流动资产”和“其他流动负债”。

3、非流动资产分析

报告期内，公司非流动资产主要结构如下：

单位：万元

项目	2020-12-31		2019-12-31		2018-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
投资性房地产	2.16	0.01%	55.48	0.26%	58.60	0.27%
固定资产	14,687.32	66.94%	14,892.07	69.04%	14,909.79	69.12%
在建工程	108.88	0.50%	220.26	1.02%	-	0.00%
无形资产	4,351.01	19.83%	4,265.10	19.77%	4,221.35	19.57%
长期待摊费用	1,912.32	8.72%	1,035.72	4.80%	1,506.23	6.98%
递延所得税资产	691.96	3.15%	721.40	3.34%	517.04	2.40%
其他非流动资产	188.10	0.86%	380.12	1.76%	356.73	1.65%
合计	**21,941.75**	**100.00%**	**21,570.14**	**100.00%**	**21,569.74**	**100.00%**

2018 年末、2019 年末和 2020 年末，公司非流动资产主要为固定资产、无形资产、长期待摊费用和递延所得税资产。报告期内，公司各项非流动资产变动情况分析如下：

（1）投资性房地产

2018 年末、2019 年末和 2020 年末，公司投资性房地产净额分别为 58.60 万元、55.48 万元和 2.16 万元，占非流动资产的比例分别为 0.27%、0.26%和 0.01%。报告期内，公司投资性房地产主要为江苏可奥熙对丹阳 KOC 出租的仓库及办公室。关于公司租赁固定资产的情形详见“第六节 业务与技术”之“五、发行人主要资产情况”之“（一）主要固定资产”。

（2）固定资产

2018 年末、2019 年末和 2020 年末，公司固定资产净额分别为 14,909.79 万元、14,892.07 万元和 14,687.32 万元，占非流动资产的比例分别为 69.12%、69.04%和 66.94%。公司固定资产主要包括房屋建筑物、机器设备、运输设备、电子设备、其他设备及固定资产装修。

报告期各期末，固定资产的账面价值构成如下：

单位：万元

项目	2020-12-31		2019-12-31		2018-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
房屋建筑物	6,629.11	45.13%	7,042.96	47.29%	7,499.72	50.30%
机器设备	6,127.38	41.72%	6,488.53	43.57%	6,612.36	44.35%
运输设备	235.01	1.60%	98.84	0.66%	99.57	0.67%
电子设备	621.79	4.23%	435.91	2.93%	432.39	2.90%
其他设备	1,062.84	7.24%	811.21	5.45%	247.49	1.66%
固定资产装修	11.20	0.08%	14.61	0.10%	18.26	0.12%
合计	14,687.32	100.00%	**14,892.07**	**100.00%**	**14,909.79**	**100.00%**

2019 年末公司固定资产账面价值与 2018 年末基本持平，主要系公司与购入展柜增加固定资产与计提折旧共同影响所致。2020 年末公司固定资产账面价值与 2019 年末基本持平。报告期内，公司固定资产不存在重大减值因素。

报告期内，公司机器设备的原值与产能情况匹配，具体匹配情况如下：

项目		2020 度	2019 年度	2018 年度
产能	镜片（万片）	3,191	3,851	3,851
	镜片原料（吨）	2,600	2,600	2,600
机器设备原值（万元）		16,350.47	15,719.84	14,816.62

报告期内，公司房屋建筑物的具体明细见“第六节 业务与技术”之“五、发行人主要资产情况”之“（一）主要固定资产”。

报告期内，发行人固定资产折旧费用如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
房屋及建筑物	485.85	468.43	472.90
机器设备	1,106.10	1,093.50	1,591.45
运输设备	41.88	46.64	36.30
电子设备	154.25	140.88	115.79
其他设备	221.56	112.88	39.57
固定资产装修	3.66	3.65	3.65
合计	**2,013.30**	**1,865.97**	**2,259.65**

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，公司固定资产折旧费用分别为 2,259.65 万元、1,865.97 万元和 2,013.30 万元。2019 年度较 2018 年度公司固定资产折旧费用减少 393.68 万元，主要系 2018 年末处置一批固定资产，转出机器设备原值 1,878.70 万元，相应减少机器设备折旧费用 497.95 万元，相关情形具有合理性。

2018 年发行人报废原值 1,878.70 万元，净值 249.67 万元的机器设备主要包括生产自用设备及租赁设备两类。其中，报废的租赁设备原值合计 1,700.24 万元，净值合计 194.72 万元；生产自用设备原值合计 178.46 万元，净值合计 54.95 万元。

1）相关租赁固定资产具体情况如下：

单位：万元

序号	设备名称	数量	设备原值	设备净值	交易对手	净损益
1	磨边机	161	1,547.49	170.09	沈阳能致商贸有限公司等 95 个客户	-170.09
2	验光仪	21	95.38	16.65	深圳市新视界眼镜有限公司等 11 个客户	-16.65
3	其他	30	57.37	7.98	重庆市周长林眼镜有限公司等 12 个客户	-7.98
合计		**212**	**1,700.24**	**194.72**	-	**-194.72**

2018 年，发行人报废的租赁设备以磨边机为主，涉及的对手方主要为发行人镜片客户，除南京中视为发行人关联方外，其余对手方均非发行人关联方，处置租赁给南京中视的磨边机影响净损益 1.38 万元。

磨边机用于验光配镜过程，可以将原装镜片磨成与眼镜框框架相同的组合形状。发行人向客户出租磨边机，主要系早期促进镜片业务推广时向客户附加的业务。

磨边机具有电子产品属性，设备更新换代较快，租赁结束时点发行人外租磨边机基本达到使用年限上限，后期使用的维护成本较高。考虑到收回外租磨边机对发行人的价值贡献较少，同时也为维护与客户的良好合作关系，发行人决定在租赁期结束后将磨边机于客户现场报废，不再进行回收，相关处理具有商业合理性。

2）部分年度产能利用率超过 100%的具体原因，安监部门和环保部门的审批情况

①发行人部分年度产能利用率超过 100%的具体情况

报告期内，发行人产能利用率超过 100%的业务类型为 2018 年的树脂原料业务。2018 年，发行人树脂原料业务中 1.56 折射率的产能为 2,000 吨，产量为 2,033 吨，产能利用率为 101.65%。

②发行人部分年度产能利用率超过 100%的原因

发行人 2018 年树脂原料业务产能利用率超过 100%，主要系 1.56 树脂单体生产完成后，分装前需进行物理稀释，包装成品量增大所致。1.56 树脂单体生产过程主要为聚合反应过程，发行人投入原料进行一系列化学反应，得到高浓度树脂单体产品。后续销售分装时，再根据 1.56 不同系列产品的具体需要，将按一定比例兑入稀释料进行稀释。稀释过程仅改变树脂单体的浓度，不产生任何污染物和副产品。

根据江苏可奥熙环评批复及相关规定，发行人批复产能上限为 1,560 吨。2018 年末 2020 年末，发行人生产 1.56 树脂单体的产量分别为 1,545 吨、1,535 吨和 916.55 吨，均属于环评批复允许的产量范围。

2018 年，受当年原料订单结构及镜片投产计划的共同影响，发行人 1.56 树脂单体的稀释比例较高，当年兑入分装稀释物料为 488 吨，化学反应产量与物理

稀释后产品合计为 2,033 吨。而发行人 1.56 树脂单体的理论综合产能为 2,000 吨/年。故发行人 2018 年树脂原料业务产能利用率超过 100%。

对于物理稀释带来的产量增加，由于相关过程不产生任何污染物和副产品，不涉及超过环评批复产能进行生产的情形。2020 年 4 月，镇江市丹阳生态环境局出具《证明》：“江苏可奥熙存在对镜片原料简单稀释、分装后销售的情况，稀释物料直接对外采购取得，该稀释及分装过程不会额外产生污染物，不会导致污染物排放超过江苏可奥熙原备案的环境影响报告书批复及排污许可证的要求，不会造成重大环境污染……生产项目亦不存在重大变动，已在全国建设项目竣工环境保护验收信息系统公示。”

③安监部门和环保部门的审批情况

A、无需获得安监部门审批

发行人主营业务为眼镜镜片、树脂原料、成镜和镜架等眼视光产品的研发、设计、生产和销售。根据《中华人民共和国安全生产法》、《安全生产许可证条例》等相关规定，矿山企业、建筑施工企业和危险化学品、烟花爆竹、民用爆炸物品生产企业实行安全生产许可制度，从事生产活动前应取得安全生产许可证。由于发行人不属于前述类型企业，故发行人从事树脂原料生产业务无需经安监部门的审批。

根据丹阳市应急管理局于 2020 年 7 月 31 日出具《证明》，明月镜片、江苏赛蒙、明月光学和江苏可奥熙“自 2017 年 1 月 1 日至证明出具之日，未发生安全生产亡人事故，也未因违反国家安全监督管理方面的法律、法规和规范性文件受到过任何重大行政处罚。”

B、无需获得环保部门审批

如前文“②发行人部分年度产能利用率超过 100%的原因”处所述，由于发行人 2018 年产能利用率超过 100%，主要系物理稀释产量较高所致，实际产量未超过江苏省环境主管部门规定所允许的产量范围，故发行人无需另行获得环保部门审批。针对此事项，发行人已取得镇江市丹阳生态环境局专项出具的《证明》，发行人无需重新报批环境影响评价文件。

根据镇江市丹阳生态环境局 2020 年 2 月 21 日出具的《证明》，江苏可奥熙“自 2017 年 1 月 1 日起至本证明出具之日，没有发生重大污染事故和纠纷，未因发生违反环境保护方面的法律、法规和规范性文件而受到环保行政主管部门的行政处罚情形，未发现因环境保护原因产生的侵权纠纷及其他债务纠纷。”其后应上级环境主管机关及相关法规要求，镇江市丹阳生态环境局不再出具守法证明等任何形式的类似文件，故环境保护主管机关未对发行人开具环保无违规证明。经对江苏省生态环境厅性质许可和行政处罚等信用信息公示专栏网络查询，截至本招股说明书签署日，江苏可奥熙不存在受到环保行政主管部门的行政处罚情形。

另据镇江市丹阳生态环境局 2020 年 11 月 16 日出具的《证明》，自 2017 年 1 月 1 日起至本证明出具之日，江苏可奥熙“生产经营中主要污染物排放的排放种类及实际排放量符合排放许可证书所载的范围，未超过排污许可证中许可排放量及排放浓度……不存在因违反环境保护方面的法律、法规和规范性文件而受到环保行政主管部门的行政处罚的情形，不存在因环境保护原因产生的侵权纠纷及其债务纠纷。

（3）在建工程

2018 年末、2019 年末和 2020 年末，公司在建工程净额分别为 0.00 万元、220.26 万元和 108.88 万元，占当年末非流动资产的比例分别为 0.00%、1.02%和 0.50%。报告期内，公司在建工程不存在重大减值因素。

2019 年末，公司在建工程余额较 2018 年末增加 220.26 万元，主要系公司部分办公室进行装修改造以及安装废气处理工程所致，相关工程已于 2020 年上半年完工，转入长期待摊费用核算。

（4）无形资产

2018 年末、2019 年末和 2020 年末，公司无形资产净额分别为 4,221.35 万元、4,265.10 万元和 4,351.01 万元，占非流动资产的比例分别为 19.57%、19.77%和 19.83%。报告期内，公司无形资产主要为土地使用权、软件系统等，其中土地使用权期末账面金额占比分别为 92.86%、89.83%和 86.03%。

报告期内，公司无形资产构成如下：

单位：万元

类别	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
土地使用权	3,742.97	3,831.36	3,919.74
专利权	101.26	117.33	133.39
商标权	-	0.07	0.44
软件	506.78	316.34	167.78
合计	**4,351.01**	**4,265.10**	**4,221.35**

报告期内，发行人专利权均系发行人原始取得，具体构成见招股说明书“附件二 发行人拥有的专利清单”。发行人拥有的专利主要用于镜片、镜架及树脂单体原料的研发、生产和销售。报告期内，发行人软件均来源于对外采购，用于辅助发行人的生产经营活动活动，以及协助管理层执行发行人的内部职能管理，相关交易均有签订软件使用许可或购销合同，款项支出均存在真实银行流水，相关采购具有真实性。

报告期内，公司不存在研发费用资本化的情况，不存在应计提减值准备未计提的情况。

（5）长期待摊费用

2018 年末、2019 年末和 2020 年末，公司长期待摊费用金额分别为 1,506.23 万元、1,035.72 万元和 1,912.32 万元，占非流动资产的比例分别为 6.98%、4.80%和 8.72%。报告期内，公司长期待摊费用主要为代言费及装修工程的待摊销费用。

报告期内，公司长期待摊费用构成情况如下：

单位：万元

类别	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
代言费	944.17	441.09	1,102.72
装修工程	966.56	583.54	382.92
绿化工程	1.58	11.09	20.59
合计	**1,912.32**	**1,035.72**	**1,506.23**

2017 年 9 月，公司与南京江畔影视文化工作室签署《策划服务合同》、与霍尔果斯皓月文化传媒有限公司签署《服务合同》、与陈道明签署《广告合同书》，聘请影视明星陈道明作为品牌代言人的代言费计入长期待摊费用。

（6）递延所得税资产

2018 年末、2019 年末和 2020 年末，公司递延所得税资产金额分别为 517.04 万元、721.40 万元和 691.96 万元，占非流动资产的比例分别为 2.40%、3.34%和 3.15%。公司递延所得税资产主要产生于资产减值准备、预提销售返利以及因预计退货计提的预计负债形成的可抵扣暂时性差异。

报告期内，公司递延所得所资产构成如下：

单位：万元

类别	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
坏账准备	336.00	308.55	191.02
存货跌价准备	85.51	89.90	66.69
预提销售返利	133.99	148.59	115.92
预计负债-退货	101.37	143.97	119.66
递延收益	35.08	30.39	23.76
合计	**691.96**	**721.40**	**517.04**

2018 年度至 2019 年度，公司递延所得税资产净额逐年升高，主要是随着应收账款和存货的增加，坏账准备、存货跌价准备和预提销售返利金额增加所致。

（7）其他非流动资产

2018 年末、2019 年末和 2020 年末，公司其他非流动资产账面价值分别为 356.73 万元、380.12 万元和 188.10 万元，占非流动资产的比例分别为 1.65%、1.76%和 0.86%。公司其他非流动资产主要系公司为购置机器设备预付的购置款。

4、资产减值准备计提情况

本公司制订了谨慎且具体可行的资产减值准备计提政策，按照资产减值准备政策的规定以及各项资产的实际情况，计提了各项资产减值准备。报告期各期末，公司各类资产减值准备余额情况如下：

单位：万元

项目	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
坏账准备	2,092.31	1,777.62	1,487.14
其中：应收账款	2,040.44	1,723.62	1,376.95
其他应收款	51.87	54.00	110.19
存货跌价准备	649.73	699.13	468.73
合计	**2,742.04**	**2,476.74**	**1,955.87**

（二）负债结构分析

1、负债构成及其变动分析

报告期内各期期末，公司的主要负债情况如下：

单位：万元

项目	2020-12-31		2019-12-31		2018-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动负债	12,563.72	97.63%	13,442.63	91.60%	22,003.25	95.24%
非流动负债	305.60	2.37%	1,232.84	8.40%	1,099.51	4.76%
负债合计	**12,869.32**	**100.00%**	**14,675.47**	**100.00%**	**23,102.76**	**100.00%**

报告期内，公司负债结构较稳定，以流动负债为主，负债总额与资产规模相对保持一致。

2、流动负债状况分析

2018 年末、2019 年末和 2020 年末，公司的流动负债分别为 22,003.25 万元、13,442.63 万元和 12,563.72 万元。报告期内，公司流动负债主要由短期借款、应付账款、预收账款等构成，具体结构如下表所示：

单位：万元

项目	2020-12-31		2019-12-31		2018-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
短期借款	-	0.00%	-	0.00%	7,524.00	34.19%
应付票据	-	0.00%	1,240.00	9.22%	1,250.00	5.68%
应付账款	6,975.12	55.52%	6,663.78	49.57%	7,175.92	32.61%

项目	2020-12-31		2019-12-31		2018-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
预收款项	-	0.00%	881.21	6.56%	2,206.25	10.03%
合同负债	603.04	4.80%	-	0.00%	-	0.00%
应付职工薪酬	1,667.48	13.27%	1,458.27	10.85%	1,471.98	6.69%
应交税费	442.23	3.52%	930.43	6.92%	602.95	2.74%
其他应付款	1,610.64	12.82%	2,268.95	16.88%	1,772.16	8.05%
其他流动负债	1,265.21	10.07%	-	0.00%	-	0.00%
流动负债合计	**12,563.72**	**100.00%**	**13,442.63**	**100.00%**	**22,003.25**	**100.00%**

报告期内，公司各项流动负债变动情况分析如下：

（1）短期借款

2018 年末、2019 年末和 2020 年末，公司短期借款余额分别为 7,524.00 万元、0 和 0，占流动负债的比例分别为 34.19%、0 和 0。报告期内，公司短期借款主要为银行保证借款、抵押借款和信用借款。

报告期内，公司短期借款构成情况如下：

单位：万元

类别	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
抵押借款	-	-	6,729.00
保证借款	-	-	795.00
信用借款	-	-	-
合计	-	-	**7,524.00**

随着公司生产经营规模的扩大，公司所需流动资金增加。2018 年末公司短期借款余额为 7,524.00 万元。由于公司日常经营产生良好的货币资金流入以及新股东增资注入流动性，公司货币资金相对充裕，2019 年末和 2020 年末不存在短期借款。

报告期内，公司信誉良好，与银行合作关系良好，未发生过逾期未归还贷款或利息的情况。

（2）应付票据

2018 年末、2019 年末和 2020 年末，公司应付票据余额分别为 1,250.00 万元、1,240.00 万元和 0，占流动负债的比例分别为 5.68%、9.22%和 0。公司应付票据均为银行承兑汇票，主要用于支付货款及工程款。

（3）应付账款

1）总体情况

2018 年末、2019 年末和 2020 年末，公司应付账款余额分别为 7,175.92 万元、6,663.78 万元和 6,975.12 万元，占流动负债的比例分别为 32.61%、49.57%和 55.52%。

报告期各期末，公司应付款项账龄情况如下：

单位：万元

期限	2020-12-31		2019-12-31		2018-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1 年以内	6,630.22	95.06%	6,107.66	91.65%	6,803.10	94.80%
1 年以上	344.90	4.94%	556.12	8.35%	372.82	5.20%
合计	**6,975.12**	**100.00%**	**6,663.78**	**100.00%**	**7,175.92**	**100.00%**

报告期内，公司信誉良好，2018 年末、2019 年末和 2020 年末，公司账龄为 1 年以内的应付账款占比分别为 94.80%、91.65%和 95.06%。公司应付账款账龄较低，账龄在 1 年以上的应付账款主要为应付设备及工程尾款。

2）应付账款前五名情况

报告期内，发行人应付账款主要由应付货款、材料款和长期资产款构成。发行人应付账款前 5 名的名称、金额、性质、占比和账龄情况如下：

单位：万元

报告期	序号	对方单位	应付账款性质	应付账款余额	占应付账款比例	账龄			
						1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年以上
2020-12-31	1	KOC SOLUTION CO.,LTD	货款	1,244.37	17.84%	1,238.88	-	0.12	5.38
	2	瑞安市精工光学眼镜有限公司	货款	648.65	9.30%	648.65	-	-	-
	3	镇江戴乐明光学眼镜有限公司	货款	233.73	3.35%	233.73	-	-	-
	4	广东悠派智能展示科技股份有限公司	货款	230.60	3.31%	230.60	-	-	-
	5	苏州明世光学科技有限公司	材料款	204.87	2.94%	204.87	-	-	-
	合计			2,562.22	36.73%	2,556.73	-	0.12	5.38
2019-12-31	1	KOC SOLUTION CO.,LTD	货款	885.23	13.28%	879.73	0.12	5.38	-
	2	瑞安市精工光学眼镜有限公司	货款	403.48	6.05%	403.48	-	-	-
	3	广东悠派智能展示科技股份有限公司	货款、长期资产款	399.11	5.99%	399.11	-	-	-
	4	温州市黎东眼镜有限公司	货款	347.99	5.22%	347.99	-	-	-
	5	江苏金鑫建设工程有限公司	长期资产款	320.98	4.82%	40.14	264.04	16.80	-
	合计			**2,356.80**	**35.37%**	**2,070.46**	**264.16**	**22.18**	**-**
2018-12	1	KOC SOLUTION CO.,LTD	货款	900.80	12.55%	895.43	5.38	-	-

报告期	序号	对方单位	应付账款性质	应付账款余额	占应付账款比例	账龄			
						1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年以上
-31	2	瑞安市精工光学眼镜有限公司	货款	854.49	11.91%	854.49	-	-	-
	3	江苏金鑫建设工程有限公司	长期资产款	399.72	5.57%	304.74	94.98	-	-
	4	丹阳市司徒镇奥明眼镜厂	货款	305.92	4.26%	305.92	-	-	-
	5	浙江开泰印业有限公司	货款	223.26	3.11%	223.26	-	-	-
	合计			**2,684.18**	**37.41%**	**2,583.83**	**100.36**	**-**	**-**

3）应付账款金额下降的原因，是否存在拖欠供应商款项的情形

报告期内，发行人为了维护与上游供应商的良好合作关系，主动增强采购货款的支付力度，同时发行人逐步支付部分建筑类供应商的长期资产款项，故应付账款金额出现下降。报告期内，发行人不存在拖欠供应商款项的情形。

（4）预收款项

2018 年末和 2019 年末，公司预收款项余额分别为 2,206.25 万元和 881.21 万元，占流动负债的比例分别为 10.03%和 6.56%。报告期内，公司预收款项主要为预收镜片产品款项，2020 年末预收客户款项于“合同负债”和“其他流动负债”科目核算。

报告期各期末，公司预收款项账龄情况如下：

单位：万元

类别	2019-12-31	2018-12-31
1 年以内	687.21	2,005.72
1 年以上	193.99	200.52
合计	**881.21**	**2,206.25**

报告期内，公司预收款项主要呈下降趋势。主要原因为公司产品具备一定的市场知名度，适销性较强，利润水平较好，客户忠诚度及采购意愿较强。每年一至三月，适逢春节、学校开学等销售季，公司产品销量较好，故 2018 年末会向预付货款的客户实行优先供货政策。报告期内，发行人产品价格持续调整走高，为了配合品牌建设及价格策略的整体规划，2019 年公司不再执行前述销售政策，故公司预收款项主要呈下降趋势。

报告期内，发行人预收账款前 5 名的名称、金额、性质、占比和账龄情况如下：

单位：万元

报告期	序号	对方单位	预收账款性质	预收账款余额	占预收账款比例	账龄			
						1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年以上
2020-12-31	1	SIMBA OPTIC COMPANY LIMITED	预收货款	68.28	10.30%	68.28	-	-	-
	2	珠海市香洲靓晴眼镜店	预收货款	27.79	4.19%	27.79	-	-	-
	3	北京大视明眼镜有限公司	预收货款	22.22	3.35%	22.22	-	-	-
	4	武汉世纪大明眼镜有限公司	预收货款	20.45	3.08%	20.45	-	-	-
	5	临海市睛明眼镜店	预收货款	19.15	2.89%	19.15	-	-	-
	合计			157.89	23.81%	157.89	-	-	-
2019-12-31	1	丹阳市卓美光学眼镜有限公司	货款	59.19	6.72%	30.00	29.19	-	-
	2	武汉世纪大明眼镜有限公司	货款	53.54	6.08%	53.54	-	-	-
	3	深圳市梦视光学眼镜有限公司	货款	22.46	2.55%	22.46	-	-	-
	4	贵阳杰博眼镜有限公司	货款	20.68	2.35%	20.68	-	-	-
	5	丹阳大视野电子商务有限公司	货款	19.77	2.24%	19.77	-	-	-
	合计			**175.64**	**19.93%**	**146.46**	**29.19**	-	-
2018-12-31	1	太原市瑞视宝眼镜有限公司	货款	206.41	9.36%	206.38	-	0.02	-
	2	西安明月光学科技有限责任公司	货款	164.10	7.44%	164.10	-	-	-
	3	昆明市五华区朗程眼镜店	货款	115.42	5.23%	115.42	-	-	-
	4	北京远大万通商贸有限公司	货款	104.18	4.72%	104.18	-	-	-
	5	济南美视光学眼镜有限公司	货款	95.62	4.33%	95.62	-	-	-
	合计			**685.73**	**31.08%**	**685.71**	**-**	**0.02**	**-**

（5）合同负债

2020 年末，公司合同负债余额为 603.04 万元，占流动负债的比例为 4.80%。公司合同负债主要为预收客户货款的不含税金额，预收金额较 2019 年末进一步下降。

（6）应付职工薪酬

2018 年末、2019 年末和 2020 年末，公司应付职工薪酬余额分别为 1,471.98 万元、1,458.27 万元和 1,667.48 万元，占流动负债的比例分别为 6.69%、10.85%和 13.27%。

报告期各期末，公司应付职工薪酬明细情况如下：

单位：万元

项目	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
短期薪酬	1,667.48	1,448.58	1,463.78
离职后福利-设定提存计划	-	9.69	8.20
合计	**1,667.48**	**1,458.27**	**1,471.98**

报告期各期末，公司短期薪酬列示情况如下：

单位：万元

项目	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
工资、奖金、津贴和补贴	1,653.45	1,438.16	1,456.60
社会保险费	8.17	6.02	4.09
其中：医疗保险费	7.35	5.34	3.66
工伤保险费	-	0.14	0.06
生育保险费	0.81	0.54	0.37
住房公积金	5.86	4.40	3.09
合计	**1,667.48**	**1,448.58**	**1,463.78**

公司应付职工薪酬主要与员工人数、薪资水平相关。报告期内，公司应付职工薪酬金额基本稳定。

（7）应交税费

2018 年末、2019 年末和 2020 年末，公司应交税费余额分别为 602.95 万元、930.43 万元和 442.23 万元，占流动负债的比例分别为 2.74%、6.92%和 3.52%。报告期内，公司应交税费主要由企业所得税、增值税等组成，总体金额较小。

报告期内，公司应交税费明细如下：

单位：万元

项目	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
增值税	47.25	305.98	214.80
企业所得税	297.62	518.89	213.69
城市维护建设税	2.62	21.11	23.49
教育费附加	2.55	15.96	17.23
房产税	24.26	24.94	24.28
土地使用税	12.67	12.67	12.67
环保税	0.05	-	-
个人所得税	49.99	24.66	89.50
印花税	5.22	6.22	7.27
合计	**442.23**	**930.43**	**602.95**

（8）其他应付款

1）总体情况

2018 年末、2019 年末和 2020 年末，公司其他应付款金额分别为 1,772.16 万元、2,268.95 万元和 1,610.64 万元，占流动负债总额的比例分别为 8.05%、16.88%和 12.82%，公司其他应付款主要为收取的保证金及押金、广告费等。具体如下：

单位：万元

项目	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
保证金	600.71	562.84	576.39
费用款	765.22	959.02	483.11
广告宣传费	149.17	607.93	607.67
往来款	71.14	98.37	68.42
其他	24.41	40.79	36.56
合计	**1,610.64**	**2,268.95**	**1,772.16**

2019 年末，公司其他应付款较 2018 年末增加 496.79 万元，主要是应付咨询费、运费、广告费等费用款增加 475.91 万元所致。2020 年末，公司其他应付款较 2019 年末减少 658.31 万元，主要是应付费用款减少 193.80 万元，应付广告宣传费减少 458.76 万元所致。

2）报告期内，发行人其他应付款费用款、往来款的具体构成

①费用款

单位：万元

性质	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
运费	125.48	112.70	101.69
水电费	121.45	113.03	1.71
业务宣传费	40.92	249.47	118.00
服务费	157.53	126.31	37.10
工程装修费	34.40	82.98	21.33
办公费	40.35	23.46	16.33

性质	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
差旅费	33.20	22.47	-
租赁费	7.57	19.02	-
维修费	3.31	13.51	15.96
业务招待费	4.36	-	-
备用金	0.29	17.65	19.48
餐饮费	0.46	-	10.55
其他	195.90	178.42	140.97
合计	**765.22**	**959.02**	**483.11**

②往来款

单位：万元

性质	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
控股股东往来款	-	-	26.59
客户未声明货款	46.61	70.66	34.66
包装物款项	23.45	15.92	5.13
子公司少数股东往来款	-	11.79	-
实际控制人人才补助	-	-	2.04
其他往来	1.08	-	-
合计	**71.14**	**98.37**	**68.42**

由于存在周转资金需求，报告期内，发行人向控股股东拆入货币资金，截至2018年末的余额为26.59万元，相关款项已于2019年结清。

3）报告期内，其他应付款前 5 名名称、金额、性质、占比和账龄

报告期内，发行人其他应付款前 5 名的名称、金额、性质、占比和账龄情况如下：

单位：万元

报告期	序号	对方单位	其他应付款性质	其他应付款余额	占其他应付款比例	账龄					
						1 年以内	1-2 年	2-3 年	3-4 年	4-5 年	5 年以上
2020-12-31	1	国网江苏省电力公司丹阳市供电公司	费用款	121.53	7.55%	121.53	-	-	-	-	-
	2	镇江市顺丰速运有限公司	费用款	100.28	6.23%	100.26	0.01	-	-	-	-
	3	上海理工大学	费用款	49.06	3.05%	49.06	-	-	-	-	-
	4	上海携程宏睿国际旅行社有限公司	费用款	33.03	2.05%	33.03	-	-	-	-	-
	5	江苏美雅建设有限公司	费用款	32.27	2.00%	32.21	0.07	-	-	-	-
	合计			336.17	20.87%	336.09	0.08	-	-	-	-
2019-12-31	1	驰众广告有限公司	广告宣传费	471.70	20.79%	471.70	-	-	-	-	-
	2	国网江苏省电力公司	费用款	108.28	4.77%	108.28	-	-	-	-	-
	3	镇江市顺丰速运有限公司	费用款	92.67	4.08%	92.67	-	-	-	-	-
	4	江苏美雅建设有限公司	费用款	82.49	3.64%	82.49	-	-	-	-	-
	5	上海芯依文化传媒有限公司	费用款	81.94	3.61%	81.94	-	-	-	-	-
	合计			**837.08**	**36.89%**	**837.08**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**
2018-12	1	陈道明	广告宣传费	200.00	11.29%	-	200.00	-	-	-	-

报告期	序号	对方单位	其他应付款性质	其他应付款余额	占其他应付款比例	账龄					
						1 年以内	1-2 年	2-3 年	3-4 年	4-5 年	5 年以上
-31	2	思美传媒股份有限公司	广告宣传费	143.35	8.09%	143.35	-	-	-	-	-
	3	北京恒美广告有限公司	广告宣传费	88.40	4.99%	88.40	-	-	-	-	-
	4	广州奈斯数字营销有限公司	广告宣传费	69.90	3.94%	69.90	-	-	-	-	-
	5	上海羽腾广告有限公司	广告宣传费	41.91	2.36%	41.91	-	-	-	-	-
	合计			**543.55**	**30.67%**	**343.55**	**200.00**	-	-	-	-

（9）其他流动负债

2020 年末，公司其他流动负债金额为 1,265.21 万元，占流动负债的比重为 10.07%，包括应付退货款 1,205.05 万元和待转销项税 60.16 万元。

公司其他流动负债系 2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则所产生，主要包括原计入预计负债的预计退货按照新收入准则计入其他流动负债的金额，以及预收客户货款中的税金部分。

3、非流动负债分析

报告期各期末，公司的非流动负债分别为 1,099.51 万元、1,232.84 万元和 305.60 万元。报告期内，公司非流动负债主要由预计负债和递延收益等构成，具体结构如下表所示：

单位：万元

项目	2020-12-31		2019-12-31		2018-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
预计负债	-	0.00%	952.83	77.29%	829.59	75.45%
递延收益	225.49	73.78%	192.72	15.63%	175.43	15.96%
递延所得税负债	80.12	26.22%	87.29	7.08%	94.49	8.59%
非流动负债合计	**305.60**	**100.00%**	**1,232.84**	**100.00%**	**1,099.51**	**100.00%**

报告期内，公司各项非流动负债变动情况分析如下：

（1）预计负债

2018 年末、2019 年末和 2020 年末，公司预计负债金额分别为 829.59 万元、952.83 万元和 0，占非流动负债的比例分别为 75.45%、77.29%和 0。预计负债主要为公司对商品销售可能存在的销售退回计提的款项，其计提数额等于当期扣除无退货义务销售额后的金额乘以最近 3 年平均退货率。2018 年末至 2019 年末，公司产品质量稳定，随着公司经营业绩的提升，预计负债余额逐年上升。2020 年末，由于公司执行新收入准则，原计入预计负债的预计退货按照新收入准则分别计入其他流动资产和其他流动负债。

1）发行人退货政策的相关情况

①退货的具体约定情况

报告期内，除产品质量问题外，发行人给予部分镜片产品客户和镜架产品客户一定的库存调整空间，具体情况如下：

退换货政策内容	镜片产品客户	镜架产品客户
约定形式	2018 年度合同中约定[注]；2019 年度、2020 年度合同中未书面约定，实际开展业务过程中严格按照公司内部退货管理政策执行	2018 年度合同中约定[注]；2019 年度、2020 年度合同中未书面约定，实际开展业务过程中严格按照公司内部退货管理政策执行
涉及的主要产品	主要镜片产品规格均涉及	主要镜架产品规格均涉及
涉及的主要客户	经销商客户、境内直销客户	境内直销客户
是否存在销售时限要求	否	否
涉及的退货金额	2018 年度不超过合同约定的退换货比例；2019 年度、2020 年度退货参照公司退换内控管理流程执行，公司总体层面镜片业务总体退货比例不超过 2.5%	2018 年度不超过合同约定的退货比例；2019 年度、2020 年度镜架业务总体退货比例不超过 5%
是否收取费用	否	否
退换货相关成本的承担	退换货相关的运输费用由客户承担	退换货相关的运输费用由客户承担

注：发行人与客户在 2018 年度销售合同中约定退货比例上限。2019 年度起原则上除质量问题外不得退换货，如发生退货则按照公司内部退货管理制度约定执行

②退货存在合理性且符合行业惯例

A、镜片退货存在合理性且符合行业惯例

镜片产品的退货，主要系客户库存调整、换货以及产品质量问题等原因所致。由于产品细分规格较多，考虑到管理成本因素，发行人将换货业务按照退货处理。

发行人产品销量全国领先。根据 statista 公布的统计数据显示，2017 年度至 2019 年度，中国镜片销量分别为 209.26 百万片、215.72 百万片和 222.12 百万片。同期，明月镜片境内销量分别为 30.21 百万片、31.99 百万片、28.97 百万片。明月镜片占国内镜片销量比例分别为 14.44%、14.83%、13.05%。由于镜片行业竞争较为充分，明月镜片占比相对其他竞争对手已显著处于领先地位。大量的镜片

产品销售在生产、流转环节难免出现缺损、划伤、变色等情况，这些会形成质量问题退货。

同时，发行人作为镜片生产商，其下游经销商客户和零售商客户为及时响应其下游客户对于镜片产品的需求，需根据对下游市场需求的判断，对各类镜片产品保证一定的库存规模。

考虑到镜片品类涉及不同折射率、功能系列，每个镜片品类下又包括不同的近视度数和散光度数，近视度数和散光度数又可相互组合，使得镜片产品规格数量很大，而且镜片现片的相关技术指标在出厂时既已确定且后续无法调整，因此发行人作为镜片生产商需要生产的镜片产品规格种类较多，其下游经销商客户和零售商客户常备产品也需要达到一定的规模。

但计划的备库规模及产品结构与实际销售不可能完全吻合，库存管理水平再好的下游客户也存在一定的退换货需求。同时，由于镜片保质期在 2-3 年，退换回的产品只要不存在缺损、划伤、变色等影响二次销售的情况，可以在不同区域、客户之间调剂、销售，少量的退换货也具备可操作性及商业合理性。因此，适量的退换货属于行业内正常合理情况，符合行业经营特性。

报告期内，为满足下游客户此类退货需求，发行人与客户针对镜片产品就退换货比例及退换货要求进行了约定，具体退换货业务活动根据公司内部退货管理规定及流程执行。

B、镜架退货存在合理性且符合行业惯例

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，镜架业务收入分别为 608.41 万元、974.33 万元和 361.92 万元，占主营业务收入比例 1.21%、1.77%和 0.67%，总体占比较低。

发行人报告期内的镜架退换货政策具备行业合理性，理由如下：镜架产品属于快消品，终端消费者尤其关注镜架产品本身设计的时尚性、新颖性。随着时尚潮流的变迁，镜架产品的市场热度和适销性也在不断变化。为激发下游客户销售积极性，提升日常经营效率，行业内的镜架生产企业通常会给予下游客户部分一定的退换货库存调整空间。

2）发行人退货不涉及无理由退货的情形，不存在不正当竞争的情形

2018 年度，发行人与客户在年度销售合同中约定除产品质量问题外的退换货比例及适用情形，实际操作过程中参照合同约定执行，不存在无理由退货的情形，不存在不正当竞争的情形。

2019 年度和 2020 年度，除质量问题外，发行人原则上不接受下游客户的退货，因此发行人未与客户在合同中约定具体退换货事宜。但考虑到镜片行业的惯例并维持与下游客户良好的商业秩序，针对部分客户提出的退货需求，发行人业务人员与其进行详细沟通并对退货需求进行论证，确认其退货需求的合理性，并将相关需求逐级上报至大区销售总监审批。公司总体层面及各销售大区设定年度退货率上限，超出退货率上限部分的退货将不予批准。上述退货事宜均按照发行人内部退货管理流程规定执行，不存在无理由退货的情形，不存在不正当竞争的情形。

综上，报告期内发行人与镜片客户在合同中就退换货约定具有普适性，即各年度退换货约定对镜片客户均适用。之所以不同客户实际退换货情况存在差异，主要系不同客户的实际退换货需求不同以及不同客户与发行人就退换货合理性协商结果差异所致。因此，发行人报告期内的退换货政策不存在无理由退货的情形，不存在不正当的情形，相关退换货政策的执行不会对发行人声誉造成影响。

3）发行人报告期内退换货的情况

①报告期内发行人退换货基本情况

镜片产品的退货，主要系客户库存调整、换货以及产品质量问题等原因所致。由于产品细分规格较多，考虑到管理成本因素，发行人将换货业务按照退货处理。

报告期内，发行人报告期内，发行人主营各产品的退货情况如下：

单位：万元

产品	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	退货金额	退货率	退货金额	退货率	退货金额	退货率
镜片	922.97	2.12%	1,191.53	2.66%	1,268.23	2.95%
原料	20.38	0.42%	34.25	0.55%	25.54	0.45%

产品	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	退货金额	退货率	退货金额	退货率	退货金额	退货率
成镜	35.98	0.73%	34.79	1.13%	80.44	9.45%
镜架	16.40	4.53%	18.64	1.91%	20.94	3.44%
合计	**995.74**	**1.85%**	**1,279.21**	**2.32%**	**1,395.16**	**2.78%**

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，发行人主营产品的退货率分别为 2.78%、2.32%和 1.85%，退货比例较低，且呈现逐年下降的趋势；其中，发行人镜片产品的退货率分别为 2.95%、2.66%和 2.12%，退货比例较低，且同样呈现逐年下降的趋势。

发行人镜片退货原因主要可分为库存调整、换货和质量问题，其中换货主要指在一定时间内同种产品系列不同规格间的调换。报告期各期，发行人镜片产品退换货按上述原因的分类金额及占对应收入的比例如下：

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
库存调整	548.43	1.26%	664.63	1.48%	794.65	1.85%
换货	204.12	0.47%	284.84	0.64%	291.22	0.68%
质量问题	170.42	0.39%	242.06	0.54%	182.37	0.42%
小计	922.97	2.12%	1,191.53	2.66%	1,268.23	2.95%

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，发行人镜片退换货金额分别为 1,268.23 万元、1,191.53 万元和 922.97 万元，占对应镜片业务收入比例分别为 2.95%、2.66%和 2.12%，退货比例较低，且呈现逐年下降的趋势。

报告期内，发行人各年年初会产生一定针对前一年末销售的退货情况，均为正常经营过程中的合理情况，以各年第一季度所产生的退货为例，其占前一年第四季度的销售金额比例如下：

单位：万元

2019 年度			2018 年度		
2020 年第一	2019 年第四	2020 年期后	2019 年一季	2018 年第四	2019 年期后

季度退货金额	季度销售金额	退货率	度退货金额	季度销售金额	退货率
125.26	11,190.56	1.12%	130.10	7,901.49	1.65%

2018 年度及 2019 年度，发行人期后退货率分别为 1.65%和 1.12%，期后退货率占比较低，为正常经营过程中产生的合理退货，具有商业合理性，不存在期后退货率较高从而虚增收入和利润的情形。

②主要退货客户的情况

发行人报告期各期前五大客户的退换货、退货率、收入及回款情况如下：

单位：万元

2020 年度					
序号	客户名称	退换货	收入	退货率	回款金额
1	郑州市惠济区明月眼镜商行	17.70	1,894.34	0.93%	1,904.50
2	JINS INC 及其关联方	5.39	1,890.02	0.29%	1,843.32
3	江苏淘镜有限公司	2.77	1,602.22	0.17%	1,775.05
4	EssilorInternational 及其关联方	15.15	1,280.66	1.18%	1,842.25
5	诚益光学（厦门）有限公司	-	1,200.77		1,023.76
总计		41.01	7,868.01	0.52%	8,388.89

2019 年度					
序号	客户名称	退换货	收入	退货率	回款金额
1	JINS INC 及其关联方	4.27	2,983.00	0.14%	3,168.51
2	Essilor International 及其关联方	35.37	2,308.56	1.53%	2,358.36
3	郑州市惠济区明月眼镜商行	33.31	1,567.48	2.12%	1,867.25
4	江苏淘镜有限公司	4.93	1,317.03	0.37%	1,381.88
5	江苏兴洋光学科技有限公司	14.70	1,175.79	1.25%	975.32
总计		**92.58**	**9,351.86**	**0.98%**	**9,751.32**

2018 年度					
序号	客户名称	退换货	收入	退货率	回款金额
1	JINS INC 及其关联方	1.77	4,244.77	0.04%	4,247.88

2018 年度					
序号	客户名称	退换货	收入	退货率	回款金额
2	Essilor International 及其关联方	1.87	2,891.35	0.06%	3,268.69
3	江苏淘镜有限公司	6.70	1,506.16	0.45%	1,753.98
4	郑州市惠济区明月眼镜商行	23.73	1,123.49	2.11%	1,280.78
5	西安明月光学科技有限责任公司	22.93	838.47	2.73%	804.05
总计		**57.00**	**10,604.23**	**0.53%**	**11,355.38**

③相关经销商退换货产品的最终销售情况

A、经销商的退换货情况

报告期内，发行人经销商客户的退换货情况参见本招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、资产质量分析”之“（一）资产结构分析”之“2、流动资产分析”之“（7）存货”之“3）”的相关内容。

B、经销商退换货产品的最终销售情况

报告期内，发行人针对经销商客户退回的镜片产品进行统一的检验程序，检验合格后产品入库进行二次销售，检验不合格的镜片产品直接作报废处理。发行人对检验合格入库再销售产品按照统一的存货编码进行管理，不再区分退货客户类别。针对检验合格入库的产品，发行人与其他存货统一管理，并在报告期各期对其进行减值测试，存在减值迹象的，已充分计提相应的减值准备。

④相关退换货的处理情况

报告期内，发行人针对客户不同产品的退换货处理存在差异，具体情况如下：

主营产品	退换货处理情况
镜片	经检验合格后重新入库销售或经检验不合格后报废
镜架	经检验合格后重新入库销售或经检验不合格后报废
成镜	报废
原料	报废

其中，发行人镜片产品报告期各期退换货产品中，检验合格再销售和报废的数量情况如下：

单位：片

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
检验合格再销售	141,355	93,283	393,373
报废处理	403,230	571,036	447,548
小计	544,585	664,319	840,921

4）发行人最近 3 年平均退货率及相关会计估计确定的方法、与退换货相关的义务作为长期负债列示的依据

①最近 3 年平均退货率及相关会计估计确定的方法、退货率的合理性

A、发行人报告期内退货计提比例

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
镜片、成镜业务	2.93%	4.10%	5.53%
镜架业务	3.16%	2.81%	2.88%

B、相关会计估计确定方法、退货率的合理性

a.相关会计估计确定方法：

产品类型	销售模式				
	直销（内销）	直销（外销）	经销	代销	电商
镜片销售	√	×	√	×	×
镜架销售	√	×	n/a	n/a	×
成镜销售	√	×	n/a	n/a	×
原料销售	×	×	n/a	n/a	n/a
其他	×	n/a	n/a	n/a	n/a

上表中 n/a 表示无该种销售类型；上表中×表示该类销售无发生退货或退货率低于 1%，不计提预计负债，其中外销待完成相关报关及发运手续后确认销售收入，退货率极低；代销根据客户的代销清单确认收入，退货率极低；电商根据终端客户确认收货后确认收入，退货率极低；原料销售主要为子公司江苏可奥熙对外销售，退货率极低，其他主要为子公司视联眼视光的培训业务，无退货；上表中√表示退货率系按最近三年的平均退货率计提预计负债。

b.退货率的合理性

发行人计算退货率若按上一年、当年或者历史某一年的实际退货率预计当期销售发生的退货，则可能会因特殊、个别事件的原因导致的波动，不能反应真实合理的退货估计。故发行人以最近 3 年平均实际退货情况，扩大了样本量后的平均退货率，相对更能真实、谨慎、合理的反应退货估计。

c.买断模式的论证

报告期内，发行人除与湖南光合作用的业务模式为代销模式外，发行人与其他客户的业务模式均为买断模式。发行人买断模式的论证参见本招股说明书“第六节 业务与技术”之“一、发行人主营业务经营情况”之“（三）主要经营模式”之“3、销售模式及盈利模式”之“（1）经销模式”之“3）经销模式认定为买断模式的依据”的相关内容。

②与换货、退货相关会计处理的合规性，与退换货相关的义务作为长期负债列示的依据

发行人 2018 年度至 2020 年度预计退货相关义务计入预计负债，发行人按照关于退货、换货的会计处理与列报符合《企业会计准则》相关要求。

③退换货相关的义务不构成单项履约义务

发行人自 2020 年 1 月 1 日起实行新收入准则。按照“新收入准则应用指南七、（一）附有销售退回条款的销售：企业将商品转让给客户之后，可能会因为各种原因允许客户选择退货（例如，客户对所购商品的款式不满意等）。附有销售退回条款的销售，是指客户依照有关合同有权退货的销售方式。合同中有关退货权的条款可能会在合同中明确约定，也有可能是隐含的。隐含的退货权可能来自企业在销售过程中向客户作出的声明或承诺，也有可能是来自法律法规的要求或企业以往的习惯做法等。客户选择退货时，可能有权要求返还其已经支付的全部或部分对价、抵减其对企业已经产生或将会产生的欠款或者要求换取其他商品。

客户取得商品控制权之前退回该商品不属于销售退回。需要说明的是，企业在允许客户退货的期间内随时准备接受退货的承诺，并不构成单项履约义务，但可能会影响收入确认的金额。企业应当遵循可变对价（包括将可变对价计入交易

价格的限制要求）的处理原则来确定其预期有权收取的对价金额，即交易价格不应包含预期将会被退回的商品的对价金额。

应当在客户取得相关商品控制权时，按照因向客户转让商品而预期有权收取的对价金额（即，不包含预期因销售退回将退还的金额）确认收入，按照预期因销售退回将退还的金额确认负债；同时，按照预期将退回商品转让时的账面价值，扣除收回该商品预计发生的成本（包括退回商品的价值减损）后的余额，确认一项资产，按照所转让商品转让时的账面价值，扣除上述资产成本的净额结转成本。每一资产负债表日，企业应当重新估计未来销售退回情况，并对上述资产和负债进行重新计量。如有变化，应当作为会计估计变更进行会计处理。

除一家客户为代销模式外，发行人其余销售均为买断销售模式，虽在 2020 年度合同中未约定退货条款，但实际经营中仍有少量退货，具体退货流程与以往类似。发行人在确认收入时无法合理精确确认退货权对应的可变对价，因此未将退货权服务作为一项履约义务进行会计处理，而是在期末根据历史退货率预计退货金额并冲减收入，上述做法符合新收入准则要求。

5）发行人不存在利用退换货调节利润的情形

报告期内发行人预计负债均为预计的销售退货，以最近 3 年平均退货率×当期扣除无退货义务销售后的综合毛利率×相关收入计算所得。预计负债的金额为预计退货收入减去预计退货成本，退货金额越大，预计负债越大，利润下降越多。因此不存在利用换货、退货政策及其变动在报告期内各期调节利润的情形。

6）电商自营模式下的退货情况

报告期内，发行人电商自营模式下主要产品的退货金额及占比同期电商收入情况如下：

单位：万元

2020 年度		2019 年度		2018 年度	
退货金额	占比	退货金额	占比	退货金额	占比
31.50	0.69%	12.22	0.59%	2.62	0.61%

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，发行人电商自营模式下主要产品的退货金额分别为 2.62 万元、12.22 万元和 31.50 万元，占电商自营收入比例分别为 0.61%、0.59%和 0.69%，总体退换货金额及占比均较低。

成镜产品退换货主要系部分消费者成镜佩戴体验欠佳，并经与发行人电商客服人员友好协商后退换货。发行人根据消费者提供的镜片屈光度及瞳距信息选择对应规格的镜片，并与消费者选择的镜架组装成成镜产品。考虑到影响消费者成镜佩戴体验的因素众多，相较线下配镜，消费者通过电商平台佩戴眼镜存在一定的局限性，例如沟通有效性欠缺、难以获得某些定制镜片参数（例如瞳高）等，这些都会影响消费者成镜的佩戴体验。为保护消费者权益且维持发行人电商自营店铺良好的口碑及好评率，发行人会接受个别电商自营模式下消费者的退货请求。

报告期内，发行人电商自营模式下总体退货金额及占比均较低。且考虑到发行人电商自营模式下的主营产品成镜为定制化产品，不支持 7 天无理由退货，即原则上顾客除产品质量问题外不得退换货，因此发行人尚未对电商自营模式下的销售计提退货预计负债。

7）退换的定制化产品的情况

报告期内，客户取消订单主要原因包括客户下单错误、客户下游客户取消订单导致发行人客户取消对应订单等情况。

报告期内，发行人退换的定制化产品包括定制镜片和定制成镜。定制镜片和定制成镜是根据客户提供的屈光度和瞳距信息定制化生产，因此理论上已不存在二次销售的可能。同时上述情况涉及金额较小，针对客户退回的定制镜片和定制成镜，发行人一般采取报废处理，不涉及计提存货跌价准备的情况。

8）报告期内合同中对退换货的约定情况

①买断模式合同中对退换货的约定情况

A、退换货条款约定

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，发行人镜片业务销售合同中关于退货条款的约定如下：

年度	退货条款的具体内容
2018 年度	1、鉴于本行业的特殊性，为帮助甲方（客户）加快产品周转，乙方（发行人）可为甲方提供一定比例的换货。换货仅指同品牌、同品种产品不同光度的调换，且所换回之货品应不影响乙方二次销售，否则乙方可拒绝调换；2、甲方提出换货需求时，甲方在合同期内的累计换货金额不得超出合同起始日至提出换货需求时实际销售金额的_____%，且每次换货时调换后重新发出产品金额应接近且不大于换回产品金额，否则乙方可拒绝调换；
2019 年度	未有书面约定
2020 年度	未有书面约定

为及时响应消费者配镜需求，发行人客户通常会针对各个产品系列的各个光度常备一定库存，因此普遍存在对于镜片产品的库存调整需求。考虑到镜片行业的特殊性， 2018 年度，在验收及交付约定的基础上，发行人在合同中对于接受的退（换）货比例上限进行了明确约定。客户在取得合同标的产品后，独立开展镜片的后续业务活动。对于合同约定范围内的退货，客户在与发行人友好协商的基础上提出退货请求，并经发行人内部授权批准后准予退货。

2019 年度和 2020 年度，发行人对销售风险转移条款进一步明确，即：“产品到货后，甲方应立即清点与验收确认，如有异议，须以书面形式提出，到货 7 日内如未提出异议则视为甲方验收合格，验收合格后货物转由甲方所控制，货物所有权和风险报酬转移至甲方”，并不再单独约定退货条款。客户在完成合同标的验收后，即取得相关商品的控制权，能够主导该商品的使用并从中获得几乎全部的经济利益，客户后续对于产品的处置与发行人无关，符合买断业务模式的商业实质。2019 年度和 2020 年度发行人未在合同中明确约定退货比例上限，主要系发行人报告期内逐步收紧退货政策所致。2019 年度和 2020 年度，原则上发行人客户除质量问题外不得退换货，故合同中未约定退货比例上限。

截至目前，发行人按照公司内部退货管理流程的规定执行与客户的退货事宜。

具体执行标准及规则如下：发行人管理层会同销售团队，根据往年镜片业务的退货情况，确定 2019 年起公司层面镜片业务年度总体退货率不超过 2.5%的目标，各销售大区的年度退货率上限也参照 2.5%执行。

具体执行流程如下：

事项	涉及岗位	具体流程
退货确认	退货专员/销售经理/城市经理/退货整理员	1.业务员收到客户退货需求，提报大区核算本区域退货率指标，同意退货后，回复客户将货物寄回。 2. 退货整理员每日对收到的大件退货进行台账登记，并及时分享给到退货专员，退货专员与业务员联系确认是否接收客户退货。如不接收，反馈给仓库退货整理员，联系快递公司返还客户并做拒收处理。 3. 确认接收的退货，退货专员与业务员及客户沟通了解退货情况（包括原因、数量，大概品种及金额），确认是否发起退货申请。
退货办理	退货专员/销售经理/城市经理	退货专员对可退货客户以区域为单位汇总发起退货申请，业务员收到自己市场退货申请后，根据客户退货情况及退货指标给出退货处理意见。
退货审批	大区总监/销售事业部（副）总经理	大区总监对业务员的退货意见进行审批。若大区退货超出 90%指标，由事业部（副）总经理审批。
退货整理	退货整理员	退货整理员收到退货同意申请后，进行退货明细的整理，包含品牌、品种、光型、光度段等，并上传至工作流中，同时将工作流与实物同步流转至退货统计员给质检部检验。
退货检验	退货检验员	检验部检验员收到退货后，对退货进行检验，并将检验结果给到退货统计员上传工作流。
退货处理	退货统计员/退货整理员/销售经理/城市经理/大区总监/销售事业部（副）总经理	1.退货统计员根据检验结果及大区退货意见办理退货。 2 检验合格产品仓储统计员做入库处理，实物流转至半成品仓库入库。 3 检验可返工产品，统计员输返工单，实物按品种流转各工厂生产。 4 检验不合格品，需将工作流重新流转给到销售审核审批，业务员需在工作流中明确不退片处理方式（返还或直接报废）。退货统计员按销售经理和大区总监工作流意见处理。检验合格品且需返还客户，如包装袋已影响二次销售，则更换新包装后给予客户寄出。

年终考核时，各大区实际退货率也作为各大区销售总监业绩考核的一部分。

经核查，公司报告期各期发行人退换货业务按照公司退货管理规定及流程执行。

B、退换货率上限约定

2018 年度，发行人与镜片客户在合同中约定了退换货率上限的客户有 1,684 家，按合同约定退换率上限分类的区间情况如下：

单位：个

项目	2018 年度	
	客户数量	客户数量占比
合同约定退换货率不高于 3%	1,268	75.30%
合同约定退换货率介于 3%和 5%（含）	393	23.34%
合同约定退换货率介于 5%和 10%（含）	23	1.37%
合同约定退换货率高于 10%	-	-
小计	**1,684**	**100%**

报告期内，发行人逐步收紧退换货政策。2018 年度，合同中约定的退换货率上限主要集中在 3%以下，共有 1,268 家客户合同约定退换货比例不超过 3%，占全部合同中约定退换货比例上限客户总数的 75.30%。

②报告期内合同约定和未约定退换货的金额和占比

2019 年度和 2020 年度，发行人镜片业务合同中未明确约定退换货比例上限。2019 年度和 2020 年度，发行人镜片业务退货金额分别为 1,191.53 万元和 922.97 万元，退货率分别为 2.66%和 2.12%，总体占比较低。

2018 年度，发行人镜片业务退货金额为 1,268.23 万元，退货率为 2.95%。其中，按合同中有约定退换货率和合同中未约定退换货率分类的情况如下：

单位：万元

退货分类	2018 年度		
	退货金额	占比	退货率
合同中有约定	1,070.61	84.42%	3.67%
合同中未约定	197.63	15.58%	1.43%
合计	**1,268.23**	**100.00%**	**2.95%**

2018 年度，合同中约定的退货占总退货金额的比例为 84.42%。

9）报告期代销模式下报损率约定情况

报告期内，发行人仅与湖南光合作用商贸有限公司开展镜片的代销业务。湖南光合作用为眼镜零售企业，其业务模式为向发行人采购镜片并与镜架组装后，向终端消费者提供成镜产品。镜片磨边裁切并与镜架组装成成镜的加工过程中，由于机械操作等不可预见因素的影响，镜片会有一定的机率发生损坏从而导致镜片报损。为促进双方的深入合作，发行人与湖南光合作用在合同中通常会约定报损率，即湖南光合作用每期根据销售清单并扣除合同约定报损率之后的金额与发行人实际结算。

报告期内，发行人为配合整体“明月镜片”品牌战略，集中企业内外优势资源，逐步加强对自有品牌业务的拓展，对部分非自有品牌业务即贴牌业务采取主动控制业务规模的举措。发行人与湖南光合作用主要开展“木九十”、“AOJO”品牌的贴牌镜片业务。2018 年度、2019 年度和 2020 年度，发行人与湖南光合作用合同中约定的报损率分别为 3%、3%和 2%，呈现逐年下降的趋势主要系发行人为配合整体自有品牌战略，主动控制与湖南光合作用的贴牌业务，逐步收紧对其优惠政策所致。2018 年度、2019 年度和 2020 年度，发行人与湖南光合作用业务合作量分别为 1,465.38 万元、1,161.92 万元和 415.34 万元，呈现下降趋势。

10）经销模式下各类退换货情况

发行人镜片退货原因主要可分为库存调整、换货和质量问题，其中换货主要指在一定时间内同种产品系列不同规格间的调换。报告期各期，发行人经销商退换货按上述原因的分类金额及占对应收入的比例如下：

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
库存调整	52.54	0.32%	70.17	0.47%	153.33	1.28%
换货	62.29	0.38%	83.72	0.56%	90.73	0.76%
质量问题	56.54	0.34%	75.35	0.51%	49.79	0.42%
小计	**171.37**	**1.04%**	**229.24**	**1.54%**	**293.84**	**2.46%**

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，发行人经销商客户退换货金额分别为 293.84 万元、229.24 万元和 171.37 万元，占对应经销商收入比例分别为 2.46%、1.54%和 1.04%，退货比例较低，且呈现逐年下降的趋势。

11）退换货内部控制措施及有效性情况

2018 年度，发行人与客户就退换货比例及退换货事项的处理在合同中明确约定。针对部分客户提出的退货需求，发行人业务人员与其进行详细沟通并对退货需求进行论证，确认其退货需求的合理性，并将相关需求逐级上报至大区销售总监审批。发行人与客户的退换货事宜按照合同约定执行。

2019 年度和 2020 年度，发行人与客户的退换货业务按照公司制定的退货管理规定及流程执行。公司内部退货管理流程的规定如下：

项目	具体内容
退货管理流程适用范围	公司产品售出后由于各种原因被退回，公司内部对退货进行处理所包含的所有活动
退货管理流程涉及的部门及人员	销售运营部、销售经理、大区总监、仓储部、检验部、财务中心
审批权限	业务员个人退货指标 90%以内由大区总监审批；超出由事业部（副）总经理审批
退货运费承担	公司原因（质量问题、下错单等）导致的退货由公司承担；非公司原因（库存调整、终止合作）导致的退货由客户承担
退货考核	1、公司从 2019 年起不再在合同中约定与客户的退货比例； 2、公司层面控制镜片业务总体退货比例； 3、退货指标平均分解到每个大区，每个大区要根据管辖区内客户以往年度的退货比例、合同量、客户所在区域的发货与消费结构等情况综合预估每个客户的退货并给予安排合理的退货金额； 4、年终对于退货比例未超标的大区，按照实际退货比例、节余额度、销售增长，对各大区给予一定的奖励，由大区总监自行分配

截至目前，发行人按照合同中约定的退货条款及公司内部退货管理流程的规定执行与客户的退货事宜。以 2019 年度退货管理为例，发行人制定公司层面镜片业务总体退货率不超过 2.5%的目标，各销售大区的年度退货率也参照 2.5%执行。年终考核时，各大区实际退货率也作为各大区销售总监业绩考核的一部分。经核查，发行人目前的退换货业务按照公司退货管理规定及流程执行。

2019 年度，发行人镜片产品实际退换货率为 2.66%，超过 2.5%的总体退换

货率目标，主要由于公司新执行的退换货政策处于过渡期，部分客户尚需一定适应时间。2019 年是处于过渡期中承上启下的年份，发行人逐步加强对退换货的管理，同时部分签署日期较早的合同尚需消化，共同造成了实际退换货率高于总体目标。造成 2019 年度总体退换货率超目标的主要原因如下：

①部分区域客户退换货率较高

由于各地区经济水平及经营管理习惯不同，发行人不同区域客户退换货率情况存在一定差异，部分区域客户退换货率较高拉升了发行人整体镜片退换货率。

2019 年度及 2020 年度，对发行人退换货率影响较大的区域主要为东北大区，退换货率分别为 6.87%、3.42%，呈明显下降趋势，主要由于该地区客户在新政策实施过程中需要一定适应过程所致。发行人各大区镜片整体退换货率呈下降趋势，显示公司新退换货政策的实施已取得阶段性成功。

②对退换货控制的奖惩措施

2019 年度，由于发行人整体退换货率水平超过 2.5%的总目标，为奖励管理水平优异的大区总监，发行人在 2020 年初将各大区 2019 年度销售及退货的总体情况进行统计分析后，对总退换货率水平控制在 2.5%以下，达到公司总目标的大区总监在年终奖核算时通过发放奖金的形式进行了适当的绩效奖励，上述奖励于 2020 年初已全部发放完毕。对于退货率超过 2.5%的大区总监，公司对其进行了沟通与批评，切实有效地提升了部分大区总监的管理水平。2020 年度，发行人成功将总体退换货率控制在 2.5%以下，但存在部分大区仍未达标的状况，发行人在年终绩效考核时对总退换货率水平超过 2.5%的大区总监的退换货比例因素作为重要指标进行了考量。

（2）递延收益

2018 年末、2019 年末和 2020 年末，公司递延收益余额分别为 175.43 万元、192.72 万元和 225.49 万元，占非流动负债的比例分别为 15.96%、15.63%和 73.78%。

公司递延收益为公司收到的与资产相关、尚未满足结转条件的政府补助，政府补助的具体情况参见“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（七）其他利润表项目”之“3、其他收益”。

（3）递延所得税负债

2018 年末、2019 年末和 2020 年末，公司递延所得税负债余额分别为 94.49 万元、87.29 万元和 80.12 万元，占非流动负债的比例分别为 8.59%、7.08%和 26.22%。公司的递延所得税负债主要产生于公司资产账面价值与计税基础不同而产生的暂时性差异。

（三）所有者权益变动分析

报告期内各期末股东权益项目的明细情况如下：

单位：万元

项目	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
股本	10,075.60	10,075.60	5,472.78
资本公积	27,549.08	27,232.86	14,226.93
其他综合收益	0.03	-0.09	-0.03
盈余公积	761.15	252.59	1,620.99
未分配利润	14,328.44	7,836.51	6,629.83
少数股东权益	3,593.97	2,739.49	2,034.95
所有者权益合计	**56,308.26**	**48,136.95**	**29,985.45**

1、股本的变化

报告期各期末，公司股本变化情况如下：

单位：万元

项目	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
期初股本金额	10,075.60	5,472.78	5,330.49
本期增加	-	4,602.82	142.29
本期减少	-	-	-
期末股本金额	10,075.60	10,075.60	5,472.78

2018 年 12 月，经明月光电股东会决议通过，志明管理向公司增资 142.29 万元，增资后，公司股本变更为 5,472.78 万元。

2019 年 4 月，经明月光电股东大会决议通过，诺伟其向公司增资 608.09 万元，增资后，公司股本变更为 6,080.87 万元。2019 年 11 月，明月光电整体变更为股份有限公司，本次变更完成后，股份公司注册资本为 6,080.87 万元。2019 年 12 月，经股东大会决议，公司以资本公积转增股本 3,919.13 万股，每股面值人民币 1 元，增资后，公司注册资本变更为 10,000.00 万元。2019 年 12 月，经股东大会决议，祝波善向公司增资 75.60 万元，增资后，公司注册资本变更为 10,075.60 万元。

2、资本公积的变化

报告期各期末，公司资本公积变化情况如下：

单位：万元

项目	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
期初余额	27,232.86	14,226.93	11,561.28
本期增加	316.22	42,602.37	2,665.65
本期减少	-	29,596.44	-
期末余额	27,549.08	27,232.86	14,226.93

2018 年度资本公积增加 2,665.65 万元，主要由于当年存在股东投入资本及股份支付事项增加资本公积所致。

2019 年度资本公积增加 13,005.93 万元，主要由于当年存在股东投入资本、股份支付和整体变更为股份有限公司时未分配利润转增资本增加资本公积，以及当年收购子公司上海维沃 5%少数股权减少资本公积共同影响所致。

2020 年度资本公积增加 316.22 万元，主要由于当期公司持股平台志明企管、志远企管存在自然人员工股东的股权转让事项，相关事项构成股份支付导致资本公积增加所致。

3、盈余公积的变化

报告期各期末，公司盈余公积变化情况如下：

单位：万元

项目	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
期初余额	252.59	1,624.35	1,421.23
本期增加	508.56	249.24	199.77
本期减少	-	1,620.99	-
期末余额	761.15	252.59	1,620.99

注：2019 年 1 月 1 日起实行新金融工具准则，审计机构按新金融工具准则调整了 2019 年初盈余公积期初数。

报告期盈余公积增加系本公司按《公司法》及本公司章程有关规定，按本期净利润 10%提取法定盈余公积金。

4、未分配利润的变化

报告期各期末，公司未分配利润变化情况如下：

单位：万元

项目	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
调整前上年年末未分配利润	7,836.51	6,629.83	8,044.93
调整年初未分配利润合计数	-	48.31	-
调整后年初未分配利润	7,836.51	6,678.14	8,044.93
加：本期归属于母公司所有者的净利润	7,000.49	6,984.60	3,284.66
减：提取法定盈余公积	508.56	249.24	199.77
应付普通股股利	-	3,000.00	4,500.00
转作股本的普通股股利	-	2,576.99	-
期末未分配利润	14,328.44	7,836.51	6,629.83

5、2019 年资本公积余额的合理性，股份支付计入资本溢价的依据，其他综合收益中外币报表折算差额的来源

（1）2019 年资本公积余额的合理性

2019 年末，发行人资本公积余额为 27,232.86 万元，较 2018 年末增加 13,005.93 万元，主要系诺伟其与祝波善分别于 2019 年 4 月和 2019 年 12 月注入增资款，相关事项增加资本公积 12,501.31 万元；谢公兴于 2019 年 8 月与 2019 年 11 月将所持志明管理 28.7692%股份分别转让给朱秋萍等 16 位自然人，相关

事项构成股份支付，增加资本公积 284.24 万元。前述事项合计增加资本公积 12,785.55 万元，构成 2019 年资本公积增加的主要部分。其余资本公积变动系发行人 2019 年股改时所有者权益科目内部调整及收购子公司上海维沃 5%少数股权减少资本公积所致，故发行人 2019 年资本公积余额是合理的。

（2）股份支付计入资本溢价的依据

股份支付计入资本溢价的依据如下：报告期内，发行人的股份支付均属于授予后立即可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，行权时点为增资协议或股权转让协议的签订日期。根据《企业会计准则第 11 号——股份支付》及其应用指南，发行人应在行权日，根据行权情况，确认股本和股本溢价。

（3）其他综合收益中外币报表折算差额的来源

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，发行人计入其他综合收益的外币报表折算差额分别为-0.03 万元、-0.09 万元和 0.03 万元，主要系新加坡维沃外币报表折算产生。

（四）偿债能力分析

1、偿债能力指标及分析

报告期各期，公司的主要偿债能力指标如下：

财务指标	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
资产负债率（母公司）	28.98%	30.17%	42.48%
资产负债率（合并）	18.60%	23.36%	43.52%
流动比率（倍）	3.76	3.07	1.43
速动比率（倍）	2.96	2.17	0.87
财务指标	**2020 年度**	**2019 年度**	**2018 年度**
息税折旧摊销前利润（万元）	12,886.06	12,618.59	8,720.41
利息保障倍数（倍）	-	75.93	13.61

注：公司 2020 年度未发生利息支出。

报告期内，公司偿债能力指标处于较优水平，其中 2019 年资产负债率下降，流动比率、速动比率提升，主要系公司 2019 年引入投资者以及将短期借款偿还

完毕，导致公司负债总额减少、所有者权益较大幅度增加所致。2020 年度，发行人偿债能力指标进一步优化。

报告期内，公司息税折旧摊销前利润及利息保障倍数处于较高水平，不存在重大偿债风险。

2、公司与同行业可比上市公司偿债能力指标对比如下：

指标名称	公司名称	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
资产负债率	依视路	37.31%	32.81%	30.98%
	视科新材	22.83%	30.36%	29.85%
	平均数	30.07%	31.58%	30.42%
	发行人	18.60%	23.36%	43.52%
流动比率	依视路	2.22	1.91	0.94
	视科新材	3.46	2.62	2.53
	平均数	2.84	2.27	1.73
	发行人	3.76	3.07	1.43
速动比率	依视路	1.91	1.53	0.66
	视科新材	2.62	1.99	1.77
	平均数	2.27	1.76	1.22
	发行人	2.96	2.17	0.87

注：1、依视路数据年报来源于公司年报，计算公式如下：

（1）Asset-Liability Ratio(资产负债率)=1－Total Equity÷Total Assets

（2）Current Ratio(流动比率)=Total Current Assets÷Total Current Liabilities

（3）Quick Ratio(速动比率)=(Total Current Assets－Inventories)÷Total Current Liabilities

2、由于旗天科技 2019 年后不再从事眼镜相关业务，为增强同行业公司指标可比性，此处将旗天科技数据替换为视科新材；视科新材年报尚未披露，此处引用其 2020 年上半年数据。

2018 年末，公司资产负债率较同行业可比上市公司偏高，流动比率和速动比率指标较同行业可比上市公司偏低，主要是由于公司融资渠道有限，主要采用银行借款等债权方式进行外部融资所致；2019 年末，公司资产负债率低于同行业可比上市公司、流动比率和速动比率指标高于同行业可比上市公司，主要系公司 2019 年偿还银行贷款，资产流动性提升所致。2020 年末，发行人主要偿债指标与同行业可比公司的相对趋势与 2019 年末一致。

（五）资产周转能力分析

报告期内，公司主要资产周转能力指标如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
应收账款周转率（次/年）	3.77	4.33	4.51
存货周转率（次/年）	2.19	2.22	2.60

1、应收账款周转率变动分析

2018 年末、2019 年末和 2020 年末，公司应收账款周转率分别为 4.51 次/年、4.33 次/年和 3.77 次/年。报告期内，公司应收账款周转率呈上升趋势，主要是公司应收账款与营业收入同时增长，营业收入增长率大于应收账款增长率所致。

报告期内，发行人与可比上市公司的应收账款周转率情况如下：

公司名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
依视路	6.45	7.31	9.84
视科新材	2.22	3.61	4.42
平均数	4.33	5.46	7.13
发行人	3.77	4.33	4.51

注：1、依视路数据年报来源于公司年报，计算公式为：

Receivable Turnover(应收账款周转率)=Revenue÷Average Trade Receivables

2、由于旗天科技 2019 年后不再从事眼镜相关业务，为增强同行业公司指标可比性，此处将旗天科技数据替换为视科新材；视科新材年报尚未披露，此处引用其 2020 年上半年数据。

2018 年末，发行人原同行业上市公司旗天科技出售眼镜镜片业务相关资产与负债，整体向金融科技服务公司转型，2019 年旗天科技眼镜行业收入仅占全年收入的 1.69%。发行人应收账款周转率低于旗天科技，坏账准备计提比例等同于旗天科技公司主要原因系产品结构和客户分布所致。旗天科技除了镜片相关业务外，主要业务为商品邮购分期、电视、电话销售、航旅数据分发、数字商品的营销和权益服务等，相关业务的回款速度快于镜片销售业务回款，同时，旗天科技的镜片业务 70%面向国际客户，付款周期相对较短，目标客户与发行人的客户群体也存在较大差异。

报告期内，发行人应收账款周转率高于境内可比公司视科新材，主要系双方产品结构及销售模式存在差异所致。明月镜片以镜片类业务为主，主要采用直销业务模式；视科新材以原料类业务为主，主要采用经销业务模式。据视科新材招股说明书披露，视科新材给予原料类客户信用期较长，同时给予经销客户的信用期也长于直销客户。产品结构及销售模式差异是发行人应收账款周转率快于视科新材的主要原因。发行人应收账款周转率低于境外可比公司依视路，主要系境外可比公司依视路属于国际知名品牌，下游客户覆盖国际主流眼镜连锁企业，客户质量相对较高，回款速度较快，故报告期内应收账款周转率高于发行人。

2、存货周转率变动分析

2018 年末、2019 年末和 2020 年，公司存货周转率分别为 2.60 次/年、2.22 次/年和 2.19 次/年。2019 年较 2018 年，公司存货周转率下降 0.38 次/年，主要是公司存货余额和营业成本同时增长，存货余额增长率大于营业成本增长率所致。2020 年存货周转率与 2019 年基本一致。

报告期内，公司与可比公司的存货周转情况如下：

单位：次/年

公司名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
依视路	2.90	3.10	4.18
视科新材	1.80	2.76	3.81
平均数	2.35	2.93	3.99
发行人	2.19	2.22	2.60

注：由于旗天科技 2019 年后不再从事眼镜相关业务，为增强同行业公司指标可比性，此处将旗天科技数据替换为视科新材；视科新材年报尚未披露，此处引用其 2020 年上半年数据。

（1）存货周转率低于可比上市公司的原因

报告期内，发行人存货周转率低于可比上市公司，主要是业务结构不同和会计政策差异所致。

发行人 2018 年至 2019 年存货周转能力低于视科新材，主要系与视科新材相比，发行人各期末存货基数较大，各期末变动相对稳定，而视科新材子公司新视客光电自 2018 年开始规模化生产，前期存货规模较小且业绩增长较快，故视科

新材存货周转率相对较高。依视路由于存在与陆逊梯卡的合并事项，报告期内平均存货水平上升，存货周转率呈下降趋势，但基于其行业领先的库存管理能力，报告期内存货周转率总体高于发行人水平。

仅比较镜片业务时，发行人与可比公司的存货周转情况如下：

单位：次/年

公司名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
依视路	2.45	2.35	2.35
发行人	2.98	2.57	2.95

2020 年发行人镜片周转率上升，主要因为发行人依据的实际销售情况，适当减少年末的镜片库存；报告期内，基于较强的镜片存货管理能力，发行人镜片业务存货周转率高于依视路，综上所述，发行人综合存货周转率低于同行业可比公司，镜片业务周转率略高于依视路，相关情形具有合理性。

（2）2019 年镜片产品销量下降 13%，存货余额变动不大的原因，符合发行人的生产模式

报告期内，对于标准产品的现片和镜片原料等，发行人实行参照当期的运营和销售情况制定的生产计划的生产模式。发行人计划部门根据销售部门制作的销售计划，结合战略性备库需求制定生产计划，经审批后，由生产部门组织生产。对于定制镜片、定制成镜，发行人实行按订单生产的模式，根据订单需求安排生产。

发行人 2018 年末与 2019 年末的存货明细情况如下：

单位：万元

项目	2019-12-31		2018-12-31	
	金额	比例	金额	比例
库存商品	8,085.46	66.80%	7,592.54	61.78%
发出商品	992.16	8.20%	1,811.85	14.74%
原材料	2,326.88	19.22%	2,338.24	19.03%
周转材料	547.70	4.52%	331.22	2.69%

项目	2019-12-31		2018-12-31	
	金额	比例	金额	比例
在产品	152.40	1.26%	213.71	1.74%
委托加工物资	0.00	0.00%	2.66	0.02%
总计	**12,104.60**	**100.00%**	**12,290.22**	**100.00%**

2019 年，发行人镜片销量产品下降 13%，存货余额变动不大，从存货结构看主要体现为原材料因备货原因金额稳定、周转材料由于因新客户推广略有提升，以及库存商品与发出商品合计金额下降。具体分析如下：

1）2019 年镜片产品销量下降，导致库存商品与发出商品金额略有减少

发行人 2018 年至 2019 年镜片产品销量及期末库存商品、发出商品中镜片产品金额数量情况如下：

项目	2019 年度	2018 年度	变动幅度
镜片业务收入（万元）	44,782.84	42,969.63	4.22%
镜片业务销量（万片）	3,320.99	3,850.56	-13.75%
项目	**2019-12-31**	**2018-12-31**	**变动幅度**
库存商品、发出商品（万元）	9,077.62	9,404.39	-3.47%
其中：镜片库存金额（万元）	7,512.97	8,212.14	-8.51%
镜片库存片数（万片）	1,226.15	1,368.30	-10.39%
单位镜片价值（元/片）	6.13	6.00	2.09%

如上表所示，2019 年发行人镜片销售量为 3,320.99 万片，较 2018 年下降 13.75%。2019 年末库存商品、发出商品账面价值合计 9,077.62 万元，其中镜片库存金额 7,512.97 万元，较 2018 年下降 8.51%；镜片库存数量 1,226.15 万片，较 2018 年下降 10.39%。

2019 年，发行人镜片销量与期末镜片存货数量较上年均呈下降趋势，期末镜片存货下降幅度接近镜片销量下降幅度，主要系发行人的镜片生产计划参照实时销售情况及以往销售经验制定，两者波动情况相对匹配。

发行人的产品主要为标准产品，依托自身生产能力自主生产。发行人每年年终根据当年的运营和销售情况制定下一年度的生产计划，安排人员对预定生产计划进行测算，随后上报公司管理层确认，同时，公司根据客户的订单情况对具体生产安排进行调整，即参照销售情况及以往销售经验制定生产计划的“以销定产”。招股书对发行人的生产模式进一步表述为“参照销售情况及以往销售经验制定生产计划”。

2）基于安全库存考虑，原材料存在一定程度备库

2019 年末，发行人原材料金额为 2,326.88 万元，与 2018 年末基本持平。基于较为准确的销售预测及多年积累的库存管理经验，发行人的原料采购通常参照既定的生产及销售目标分阶段执行，同时存在一定程度备库。

2018 年末至 2019 年末，发行人原材料库龄情况如下：

单位：万元

库龄	2019-12-31		2018-12-31	
	金额	占比	金额	占比
1 年以内	2,095.46	82.85%	1,935.57	82.78%
1-2 年	144.53	5.71%	346.09	14.80%
2 年以上	289.30	11.44%	56.59	2.42%
小计	**2,529.30**	**100.00%**	**2,338.24**	**100.00%**

2018 年末至 2019 年末，发行人库龄一年以内的原材料金额占比分别为 82.78%和 82.85%。相关数据表明发行人原材料消耗情况较好，不存在前期采购原材料在以后期间大量积压的情形。综上，发行人 2019 年末原材料金额与上一年度变动不大，主要系发行人基于下一年度的销售预测及生产计划，存在一定程度备库，以保证公司的原材料数量处于安全库存水平所致。

3）2019 年客户数量提升，采购展品展示道具导致周转材料金额增加

2019 年末，发行人周转材料金额为 547.70 万元，较 2018 年末增加 216.48 万元，主要原因系发行人 2019 年大力推进品牌建设，同时客户数量增加，当年为终端客户门店购入较多展品展示道具所致。

报告期内，发行人积极开展品牌建设活动，加强明月产品在消费者心中的品牌认知，同时积极扩展线下销售渠道，拓宽收入来源，相关举措取得良好成效。为了配合产品宣传，向消费者更直观的展示发行人产品的优良特性，发行人 2019 年购入大量单面镜、1.71 折射率/防蓝光/KR 超韧镜片道具、镜片托盘、桌面立牌灯箱等展品展示道具，涉及存货金额约 190 万元。相关周转材料的采购是发行人建立消费者产品认知的必要举措。

综上所述，发行人 2019 年镜片产品销量下降，存货余额变动不大，主观上是由于发行人主动调整镜片产品结构，执行既定生产计划提前储备原料，以及拓张销售渠道购入周转材料所致，客观上也受镜片产品生产成本小幅上升影响。相关情形具有合理性。

十三、流动性和持续经营能力分析

（一）现金流量分析

报告期内，公司的现金流量表主要情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
经营活动产生的现金流量净额	9,113.09	9,039.34	8,313.51
投资活动产生的现金流量净额	-2,658.87	-2,739.15	-2,565.96
筹资活动产生的现金流量净额	-301.00	2,075.40	-5,760.11
汇率变动对现金及现金等价物的影响	-108.98	-83.98	-51.16
现金及现金等价物净增加额	6,044.25	8,291.62	-63.72
期末现金及现金等价物余额	20,571.52	14,527.27	6,235.66

报告期内，公司经营活动产生的现金流量较好，说明公司经营情况良好；公司投资活动产生的现金流量净额持续为负数，主要是公司处于发展阶段，不断拓展新的客户，增加设备采购、新建厂房以满足公司发展需要所致。

1、经营活动现金流量分析

（1）经营活动产生现金流量分析

报告期内，经营活动产生的现金流量的构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销售商品、提供劳务收到的现金	59,335.12	56,858.43	52,068.93
收到的税费返还	452.30	620.37	639.13
收到其他与经营活动有关的现金	1,189.49	899.19	1,504.19
经营活动现金流入小计	**60,976.92**	**58,377.99**	**54,212.24**
购买商品、接受劳务支付的现金	20,679.79	21,030.10	21,212.07
支付给职工以及为职工支付的现金	11,573.21	12,375.34	11,902.80
支付的各项税费	6,235.10	6,289.76	5,038.16
支付其他与经营活动有关的现金	13,375.72	9,643.46	7,745.70
经营活动现金流出小计	51,863.83	**49,338.65**	**45,898.73**
经营活动产生的现金流量净额	9,113.09	**9,039.34**	**8,313.51**

2019 年，经营活动产生的现金流量净额较 2018 年增加 725.82 万元，主要是由于销售商品、提供劳务收到的现金增加 4,789.50 万元，支付给职工以及为职工支付的现金增加 472.54 万元、支付其他与经营活动有关的现金增加 1,897.76 万元，主要为公司 2019 年加大产品宣传力度，支付的广告费用有所增加所致。

2020 年，经营活动产生的现金流量净额较 2019 年增加 73.75 万元，主要是由于销售商品、提供劳务收到的现金增加 2,476.69 万元，支付给职工以及为职工支付的现金减少 802.13 万元、因广告及销售服务支付其他与经营活动有关的现金增加 3,732.26 万元所致。

1）收到和支付的其他与经营活动有关的现金中企业间往来的具体构成

发行人收到和支付的其他与经营活动有关的现金中企业间往来的具体构成如下：

单位：元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
往来款	-577,408.81	665,390.99	-5,751,534.60
费用款	2,183,111.13	10,186.41	6,687,086.46
保证金	-56,528.10	-1,376,145.33	6,168,375.83
其他	-419,690.91	-533,106.52	316,691.24

合计	1,129,483.31	-1,233,674.45	7,420,618.93
收到其他与经营活动有关的现金	1,129,483.31	-	7,420,618.93
支付其他与经营活动有关的现金		1,233,674.45	-

由上表可知，报告期收到和支付的其他与经营活动有关的现金中企业间往来主要由往来款、费用款、保证金及其他组成。发行人现金流量表与经营活动有关的现金按净额列示。2018 年度及 2020 年度列报为收到其他与经营活动有关的现金，2019 年度列报为支付其他与经营活动有关的现金。

2）收到和支付的其他与筹资活动有关的现金中关联方借款的具体构成，与披露的关联方资金拆借之间的关系

发行人关联方资金拆借在现金流量表中的列报如下：

单位：元

关联方名称	现金流量表项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
上海明月实业有限公司（归还本金）	支付的其他与筹资活动有关的现金	-	-	5,419,394.45
上海明月实业有限公司（偿还利息）	分配股利、利润或偿付利息支付的现金	-	265,940.61	701,109.46
V OPTICS PTE.LTD（还）	支付的其他与经营活动有关的现金	41,652.84	-	-
金晓华（还）	收到的其他与经营活动有关的现金	-	-	-2,896.96

由上表可知，收到与支付的其他与筹资活动有关的现金全部为向关联方上海明月实业有限公司的借款。

3）披露子公司支付给少数股东的股利、利润的具体构成

发行人现金流量表中子公司支付给少数股东的股利、利润的具体构成如下：

单位：元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
现流表-分配股利、利润或偿付利息支付的现金	3,010,000.00	36,355,953.38	55,741,738.96
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润	3,010,000.00	4,800,000.00	6,010,172.99
其中：子公司江苏可奥熙支付年度分红	-	-	4,090,172.99
子公司上海维沃支付分红	3,010,000.00	4,800,000.00	1,920,000.00

由上表可知，现金流量表中子公司支付给少数股东的股利、利润主要由非全资子公司江苏可奥熙及上海维沃年度分红构成。2018 年度，江苏可奥熙及上海维沃均进行分红，2019 年度及 2020 年度上海维沃进行分红。

4）披露购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金与相关报表项目之间的关系

发行人购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金与相关报表项目之间的关系如下：

单位：元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
现流表-购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	27,577,101.34	30,168,212.77	23,804,905.60
固定资产（本期增加）	18,459,836.92	20,271,969.61	8,756,697.23
无形资产（本期增加）	2,967,297.39	2,071,188.79	476,611.33
在建工程（期末-期初）	-1,113,855.35	2,202,642.14	-11,650.49
长期待摊费用（本期增加）	18,205,230.66	3,208,478.64	2,188,631.65
其他非流动资产（期末-期初）	-1,920,235.08	233,893.05	2,919,457.70
应付账款（长期资产购入款）	1,820,187.10	2,024,210.92	9,157,731.12
长期待摊费用新增广告费	-12,000,000.00	-	-
固定资产更新改造		-	-
应收票据背书转让		-	-
购买固定资产支付的进项税	1,696,683.72	155,829.62	317,427.06
投资性房地产转入	-538,044.02	-	-
合计	27,577,101.34	30,168,212.77	23,804,905.60

由上表可知，购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金与相关报表项目之间具有勾稽关系。

（2）发行人报告期内的第三方回款情况

1）第三方回款基本情况

报告期内，按照并非来自签订经济合同的客户回款来认定第三方回款。2018

年度、2019 年度和 2020 年度，发行人第三方回款占当期销售商品、提供劳务收到的现金比例分别为 50.38%、37.62%和 33.88%，第三方回款占当期营业收入的比例分别为 51.49%、38.72%和 37.25%，回款具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
第三方回款	20,101.98	21,390.95	26,231.55
销售商品、提供劳务收到的现金	59,335.12	56,858.43	52,068.93
第三方回款占当期销售商品、提供劳务收到的现金比例	33.88%	37.62%	50.38%
营业收入	53,968.14	55,250.12	50,941.85
第三方回款占当期营业收入比例	37.25%	38.72%	51.49%

发行人第三方回款的主要原因包括：

①公司客户主体中有较多中、小型公司制商贸企业和个体工商户，经营方式以家族管理模式为主，特点是从业人员较少，财务等关键岗位均由家庭核心成员担任。部分客户经营规模相对较小，资金实力有限，内部控制规范性有很大提升空间。部分客户因基于日常交易习惯及其他原因的考虑，通过其可控制的其他账户进行货款支付。该种情形下，回款方包括但不限于法定代表人的父母、子女、子女配偶、兄弟姐妹等主要社会关系以及员工等无关联自然人；

②同一实际控制下不同经营主体代为付款。发行人客户基于资金在同一集团内集中存管、调拨使用的情况，使用同一控制下的其他公司银行账户进行付款；

③报告期内，发行人部分境外客户存在第三方付款的情况，主要原因如下：A.个别伊朗、巴基斯坦客户由于外汇管制、外汇出境手续繁琐等原因，通过在迪拜离岸金融中心的贸易公司支付，符合当地商业惯例和支付实际情况；B.个别客户受同一集团统一安排，通过集团内其他账户支付货款。

第三方回款具体情况列示如下：

单位：万元

原因	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比

法定代表人及配偶	19,570.53	97.36%	19,902.07	93.04%	18,087.63	68.95%
同一实际控制人	263.39	1.31%	165.50	0.77%	1,157.81	4.41%
亲属	111.42	0.55%	616.92	2.88%	3,346.78	12.76%
员工及合作关系	5.01	0.02%	476.30	2.23%	2,810.08	10.71%
境外涉敏及境外指定	0.02	0.00%	8.70	0.04%	283.99	1.08%
其他	151.60	0.75%	221.47	1.04%	545.27	2.08%
合计	**20,101.98**	**100.00%**	**21,390.95**	**100.00%**	**26,231.55**	**100.00%**

报告期内，发行人第三方回款金额占营业收入比重在 2018 年度、2019 年度、2020 年度依次为 51.49%、38.72%、37.25%，主要是由于许多客户相关财务制度尚不规范，会由法定代表人及其配偶、亲属、员工和合作伙伴代公司支付货款的情况，剔除法定代表人及配偶的原因后第三方回款金额占营业收入比重在 2018 年度、2019 年度、2020 年度依次为 15.99%、2.69%、0.98%，如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
第三方回款	531.45	1,488.88	8,143.92
销售商品、提供劳务收到的现金	59,335.12	56,858.43	52,068.93
第三方回款占当期销售商品、提供劳务收到的现金比例	0.90%	2.62%	15.64%
营业收入	53,968.14	55,250.12	50,941.85
第三方回款占当期营业收入比例	0.98%	2.69%	15.99%

对于上述第三方回款，发行人会在部分合同中与客户约定回款人，因此将第三方回款进行再一次细分，报告期内剔除签订经济合同的客户、法定代表人及其配偶外，且合同中未约定回款人的回款比例在 2018 年度、2019 年度、2020 年度依次为 3.25%、1.15%、0.32%，具体数据列示如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
第三方回款	172.90	635.85	1,654.07
销售商品、提供劳务收到的现金	59,335.12	56,858.43	52,068.93

第三方回款占当期销售商品、提供劳务收到的现金比例	0.29%	1.12%	3.18%
营业收入	53,968.14	55,250.12	50,941.85
第三方回款占当期营业收入比例	0.32%	1.15%	3.25%

2）区分销售模式、客户类型披露报告期内第三方回款的情况

①按照销售模式披露报告期内第三方回款金额的统计情况列示如下：

单位：万元

原因	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	直销	经销	直销	经销	直销	经销
法定代表人及配偶	11,799.46	7,771.07	12,528.26	7,373.82	11,497.28	6,590.35
同一实际控制人	106.39	157.00	165.50	-	632.81	525.00
亲属	8.26	103.16	430.22	186.70	2,217.11	1,129.67
员工及合作关系	5.01	-	455.91	20.39	2,346.96	463.12
境外涉敏及境外指定	0.02	-	8.70	-	283.99	-
其他	148.73	2.88	219.45	2.02	502.41	42.86
合计	**12,067.87**	**8,034.11**	**13,808.03**	**7,582.93**	**17,480.56**	**8,750.99**

报告期代销模式不存在第三方回款，直销模式第三方回款金额均高于经销模式，主要原因是由于直销客户较多因而收入占比较高，按照不同销售模式统计第三方回款与营业收入占比情况，统计如下：

原因	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	直销	经销	直销	经销	直销	经销
法定代表人及配偶	31.94%	47.22%	32.09%	49.64%	31.18%	55.25%
同一实际控制人	0.29%	0.95%	0.42%	-	1.72%	4.40%
亲属	0.02%	0.63%	1.10%	1.26%	6.01%	9.47%
员工及合作关系	0.01%	-	1.17%	0.14%	6.36%	3.88%
境外涉敏及境外指定	0.00%	-	0.02%	-	0.77%	-
其他	0.40%	0.02%	0.56%	0.01%	1.36%	0.36%

原因	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	直销	经销	直销	经销	直销	经销
合计	32.66%	48.82%	35.36%	51.05%	47.40%	73.37%

剔除法定代表人及配偶原因代为付款的情况后，直销模式第三方回款比例 2018 年度、2019 年度、2020 年度分别为 16.22%、3.27%、0.72%，经销模式第三方回款比例 2018 年度、2019 年度、2020 年度分别为 18.11%、1.41%、1.60%。

②按照客户类型披露报告期内第三方回款的情况

报告期内，剔除法定代表人及配偶原因代为付款的情况后，客户为公司法人情况下 2018 年度、2019 年度、2020 年度第三方回款比例为 7.37%、0.97%、0.43%。客户为个体工商户情况下 2018 年度、2019 年度、2020 年度第三方回款比例为 8.61%、1.72%、0.56%，均呈现逐年下降的趋势。具体金额列示如下：

单位：万元

原因	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	公司法人	个体工商户	公司法人	个体工商户	公司法人	个体工商户
法定代表人及配偶	6,989.01	12,581.52	4,753.39	15,148.69	8,018.77	10,068.86
同一实际控制人	103.76	159.63	121.98	43.52	474.48	683.33
亲属	104.94	6.48	147.45	469.47	1,063.11	2,283.67
员工及合作关系	4.90	0.10	231.74	244.55	1,758.91	1,051.17
境外涉敏及境外指定	0.02	0.00	8.70	-	283.99	-
其他	16.91	134.70	26.23	195.24	175.62	369.64
合计	7,219.54	12,882.44	5,289.49	16,101.46	11,774.88	14,456.67

占比列示如下：

原因	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	公司法人	个体工商户	公司法人	个体工商户	公司法人	个体工商户
法定代表人及配偶	12.95%	23.31%	8.60%	27.42%	15.74%	19.77%
同一实际控制人	0.19%	0.30%	0.22%	0.08%	0.93%	1.34%
亲属	0.19%	0.01%	0.27%	0.85%	2.09%	4.48%

员工及合作关系	0.01%	0.00%	0.42%	0.44%	3.45%	2.06%
境外涉敏及境外指定	0.00%	-	0.02%	-	0.56%	-
其他	0.03%	0.25%	0.05%	0.35%	0.34%	0.73%
合计	**13.38%**	**23.87%**	**9.57%**	**29.14%**	**23.11%**	**28.38%**

3）报告期各期，不同销售模式下第三方回款的金额和比例，不存在变相通过经销商、自然人及发行人员工代收客户货款的情形，不存在变相规避第三方回款情形；经销模式下第三方回款比例较高的原因和合理性

①报告期各期，不同销售模式下第三方回款的金额和比例

按照销售模式的报告期内第三方回款金额统计情况列示如下：

单位：万元

账户类别	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	直销	经销	直销	经销	直销	经销
法定代表人及配偶	11,799.46	7,771.07	12,528.26	7,373.82	11,497.28	6,590.35
同一实际控制人	106.39	157.00	165.50	-	632.81	525.00
亲属	8.26	103.16	430.22	186.70	2,217.11	1,129.67
员工及合作关系	5.01		455.91	20.39	2,346.96	463.12
境外涉敏及境外指定	0.02		8.70	-	283.99	-
其他	148.73	2.88	219.45	2.02	502.41	42.86
合计	**12,067.87**	**8,034.11**	**13,808.03**	**7,582.93**	**17,480.56**	**8,750.99**

报告期代销模式不存在第三方回款。直销模式第三方回款金额高于经销模式，主要是由于直销客户体量相较于经销商较小，且数量众多，交易主体性质及经营管理结构更为多样和复杂。按照不同销售模式统计第三方回款与营业收入占比情况，统计如下：

账户类别	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	直销	经销	直销	经销	直销	经销
法定代表人及配偶	31.94%	47.22%	32.09%	49.64%	31.18%	55.25%
同一实际控制人	0.29%	0.95%	0.42%	-	1.72%	4.40%
亲属	0.02%	0.63%	1.10%	1.26%	6.01%	9.47%
员工及合作关系	0.01%	0.00%	1.17%	0.14%	6.36%	3.88%

账户类别	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	直销	经销	直销	经销	直销	经销
境外涉敏及境外指定	0.00%	0.00%	0.02%	-	0.77%	-
其他	0.40%	0.02%	0.56%	0.01%	1.36%	0.36%
合计	**32.66%**	**48.82%**	**35.36%**	**51.05%**	**47.40%**	**73.36%**

剔除法定代表人及配偶原因代为付款的情况后，直销模式第三方回款比例 2018 年度、2019 年度、2020 年度分别为 16.22%、3.27%、0.72%，经销模式第三方回款比例 2018 年度、2019 年度、2020 年度分别为 18.11%、1.41%、1.60%。

②不存在变相通过经销商、自然人及发行人员工代收客户货款的情形，不存在变相规避第三方回款情形

报告期内经销商回款均为该经销商本身的货款，不存在为其他客户代付货款的情况；仅 2018 年度发行人存在少量员工代收货款的情况，金额 74,382.12 元，占当期销售商品、提供劳务收到的现金的比例 0.01%。发行人尚处于上市辅导初期，第三方回款内控正在逐步规范中，表现为占比逐年下降，2019 年度开始不存在员工代收货款的情况。上述代收货款均已作为第三方回款披露，不存在变相规避第三方回款的情形。

③经销模式下第三方回款比例较高的原因和合理性

发行人经销模式下第三方回款以法定代表人及其配偶为主，报告期该等账户回款占全部经销商第三方回款的比例为 75.31%、97.24%、96.73%。根据《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》（深证上〔2020〕510 号）：“客户为个体工商户或自然人，其通过家庭约定由直系亲属代为支付货款，经中介机构核查无异常的；客户为自然人控制的企业，该企业的法定代表人、实际控制人代为支付货款，经中介机构核查无异常的，属于与自身经营模式相关，符合行业经营特点，具有必要性和合理性。”

经销模式下第三方回款比例较高主要系发行人的部分经销商为个体工商户，另外公司制经销商实际控制人全部为自然人，基于操作方便和行业惯例等原因，部分货款通过经营者个人或其亲属账户等第三方账户支付，与企业签订合同的主体不同。从具体回款比例看，报告期内公司制经销商占经销模式下第三方回款的

比例为 46.56%、24.73%及 27.69%，个体工商户占经销模式下第三方回款的比例为 53.44%、75.27%及 72.31%。个体工商户第三方回款占经销模式下第三方回款的比例均高于公司制经销商第三方回款比例。具体情况如下表：

单位：万元

经销商组织形式	账户类别	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		回款金额	比例	回款金额	比例	回款金额	比例
公司制	法定代表人及配偶	2,125.26	26.45%	1,841.31	24.28%	3,220.77	36.80%
	同一实际控制人			-	-	-	-
	亲属	99.00	1.23%	14.20	0.19%	352.90	4.03%
	员工及合作关系			20.00	0.26%	460.20	5.26%
	其他			0.02	0.00%	40.60	0.46%
	小计	2,224.26	27.69%	1,875.53	24.73%	4,074.47	46.56%
个体工商户	法定代表人及配偶	5,645.81	70.27%	5,532.50	72.96%	3,369.58	38.51%
	同一实际控制人	157.00	1.95%	-	-	525.00	6.00%
	亲属	4.16	0.05%	172.50	2.27%	776.77	8.88%
	员工及合作关系			0.39	0.01%	2.92	0.03%
	其他	2.88	0.04%	2.00	0.03%	2.26	0.03%
	小计	5,809.85	72.31%	5,707.39	75.27%	4,676.52	53.44%
合计		**8,034.11**	**100.00%**	**7,582.93**	**100.00%**	**8,750.99**	**100.00%**

报告期内经销模式下第三方回款的比例逐年下降，剔除个体工商户经销商的法定代表人及其配偶、直系亲属回款，以及公司制经销商的法定代表人及其配偶回款， 2018 年度、2019 年度和 2020 年度经销模式第三方回款占对应营业收入的比例分别为 17.42%、0.63%和 2.16%，报告期最后两期该比例均低于 5%。

4）第三方回款比例高符合同行业惯例，第三方回款中合作关系和其他的具体定义和构成

①第三方回款比例高符合同行业惯例，发行人对第三方回款未进行整改和规范的原因和合理性

A.同行业第三方回款比例

发行人同行业公司旗天科技、依视路及视科新材均未披露第三方回款数据。发行人主要从事镜片、镜片原料、成镜和镜架等眼视光产品研发、设计、生产和销售，发行人产品属于价格相对较低的民用消费品，终端网点规模小、数量多、分布广。目前我国眼镜生产、零售行业集中度较低，发行人是一家国内领先的综合类眼镜镜片生产商。“明月镜片”具有良好的品牌形象及市场知名度，并建立了完善的全国性销售渠道，直接及间接覆盖全国各省市地区逾万家门店客户。发行人致力培养和建立完善的销售网络。依托经验丰富的营销团队，通过直销、经销相结合的模式，在全国市场形成了良好的营销网络体系。发行人深耕线下终端门店，直接和间接合作的线下终端门店数量逾万家；新零售模式下，发行人线上运营品牌旗舰店，快速、专业、定制化地为消费者提供服务。

客户的管理水平与客户规模相关，通常情况下，经销客户规模相较直销客户较大，因此经销客户相对于直销客户管理更规范。发行人销售模式分为直销、经销和代销， 2018 年度、2019 年度和 2020 年度，发行人经销收入占主营业务收入比重分别为 23.73%、26.98%和 30.58%。发行人在直销客户较多的情况下，客户规模普遍较小，为了节约成本，管理方便，客户习惯以家庭管理模式为主，日常经营运作中的规范性意识偏弱，财务等关键岗位均由家庭核心成员担任，由法定代表人及其直系亲属回款的情况较多。

根据《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》（深证上〔2020〕510 号）：“客户为个体工商户或自然人，其通过家庭约定由直系亲属代为支付货款，经中介机构核查无异常的；客户为自然人控制的企业，该企业的法定代表人、实际控制人代为支付货款，经中介机构核查无异常的，属于与自身经营模式相关，符合行业经营特点，具有必要性和合理性。”而发行人隶属于消费品的行业特点及客单价相对较低的民用消费品细分领域特性，决定了其符合上述审核问答特征，发行人自身经营模式下的客户大部分为个体工商户，同时，公司制的客户又大部分为自然人控制的企业。

根据上述审核问答内容，报告期内发行人第三方回款情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
第三方回款金额	611.00	1,232.33	7,080.99

含税营业收入	64,066.45	66,932.94	64,177.02
销售商品、提供劳务收到的现金	59,335.12	56,858.43	52,068.93
第三方回款占含税营业收入的比例	0.95%	1.84%	11.03%
第三方回款金额占销售商品、提供劳务收到的现金的比例	1.03%	2.17%	13.60%

注：如客户为个体工商户、个人独资公司、有限责任公司（自然人独资）或自然人，其通过家庭约定由直系亲属代为支付货款不作为第三方回款统计；如客户为自然人控制的企业，其通过法定代表人、实际控制人支付货款不作为第三方回款统计。

如上表所示，报告期内发行人第三方回款占含税收入的比例为 11.03%、1.84%及 0.95%，报告期内第三方回款比例逐年降低，自 2019 年度开始显著降低至 2%以下。发行人个体工商户客户居多，公司制客户亦多由自然人控制，基于行业惯例和管理方便，发行人通过内部控制和相应合同专项条款约定自然人回款相对较多，符合行业特性及发行人自身特征，发行人第三方回款比例合理，处于可控范围内，并且报告期内，发行人对第三方回款情况积极整改，比例持续下降。

B.发行人对第三方回款整改和规范的措施及效果

发行人对第三方回款进行整改规范的具体方式及整改结果如下：

a.在公司内控制度《销售对账与回款管理制度》中增加专项条款并严格执行

自 2019 年开始，公司内控制度之《销售对账与回款管理制度》中增加专项条款如下：“4.3.2　回款录入要求

b.所有客户回款需根据合同签订的我司主体，来确定回款汇入账号。

c.客户应优先选择按照对公汇款。

d.合同签订主体为个体工商户的，合同签订时需约定由法人或法人配偶汇款，法人配偶汇款的必须提供有效证件证明（结婚证复印件或户口簿复印件）。

e.合同签订主体为有限责任公司的，原则上由有限责任公司主体汇款（公对公汇）；如由法人或法人配偶汇款，需在合同中约定且提供有效证件，申请公司批准通过后录入。”

C.在销售合同及客户告知书中增加专项条款并严格执行

2018 年度，公司与客户签订的年度产品销售合同已包含了“甲方汇款账户信息”、“乙方只接收甲方以上账户汇入款项”、“任何非由以上账户向乙方支付的款项、均不认定为本合同甲方的应付货款”等条款，2019 年开始新增了条款“甲方应使用甲方的对公账户付款，若非甲方对公账户，则仅限于甲方法定代表人及其配偶，且甲方需提供付款人与甲方的关系证明作为本合同附件”。

自 2018 年开始，发行人在年度产品销售合同的首页增加特别声明“甲方不得与乙方人员发生现金交易或者将货款汇入私人账户，若因此对甲方造成损失，乙方不承担任何责任”“本合同规定的我司账户为唯一收款账户，请勿将货款汇到其他账户或员工个人”。

为进一步规范销售回款，减少第三方回款的情形，发行人不断完善合同约定条款，与客户重申上述条款的重要性并严格予以执行。

D.财务部门针对销售回款的付款方与合同签署方是否一致进行比对

在公司相关银行账户收到货款后，财务部门相关人员将银行回款单据中的汇款单位名称等相关信息与业务合同进行比对，如发现存在不一致则区分不同情况分别处理。如果系个体工商户或自然人控制的企业以个人名字汇款，则必须是合同中约定的法定代表人（负责人）或法定代表人（负责人）配偶，法定代表人（负责人）名字须与营业执照上负责人名字一致，配偶则必须提供结婚证或户口簿等证明关系的法定文件，且须把营业执照和法定代表人（负责人）身份证复印件寄回公司财务出纳处留档备查。如果系其他第三方回款的情况，则通知业务人员按照公司相关制度的要求将货款原路退回后，协调客户重新付款。

特殊情况下，因客户原因不能以经济合同签订单位付款（或无对公账户的个体工商户不能以负责人名义付款）的，须由业务人员提出申请，经市场区域业务负责人、公司分管销售的副总经理及财务总监审批同意后，可以临时委托客户法定代表人（负责人）或亲属、员工等付款，同时需提供付款授权委托书原件、营业执照和付款人身份证复印件寄回公司财务出纳处留档备查。

另外，公司将通过第三方回款作为绩效指标纳入销售人员与相关财务人员的年度考核。对于确有不可克服的原因需要通过第三方付款的，必须提前通知并经公司审批同意。

综上，报告期内发行人出现第三方回款符合行业惯例和深圳证券交易所审核问答内容相关要求，第三方回款比例逐年下降，自 2019 年开始，出现了较大幅度的下降，控制在 2%以下，比例较小。表明报告期内发行人对第三方回款情况进行了逐步整改和规范，且效果显著，上述相关内控程序设计合理和运行有效。

②第三方回款中合作关系和其他的具体定义和构成以及合同约定情况

第三方回款中合作关系的定义为双方系合作伙伴，表现形式包括下属门店、加盟店等，员工及合作关系具体分为员工、股东、合伙人及下属门店及朋友四大类，各类别对应的回款金额及合同约定情况如下：

单位：万元

回款类别	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	回款金额	约定金额	未约定金额	回款金额	约定金额	未约定金额	回款金额	约定金额	未约定金额
员工	-	-	-	284.93	107.85	177.08	1,880.36	1,187.53	692.83
股东	0.39	0.39	-	13.03	13.03	-	119.31	116.66	2.65
合伙人及下属门店	4.62	-	4.62	160.92	86.49	74.43	750.32	525.53	224.79
朋友	-	-	-	17.42	14.42	3.00	60.09	42.64	17.45
合计	**5.01**	**0.39**	**4.62**	**476.30**	**221.79**	**254.50**	**2,810.08**	**1,872.36**	**937.72**

由上表可知，员工及合作关系中大多数为员工回款，其次为合伙人及下属门店回款，仅有少量为朋友回款，报告期内该类回款的金额逐年下降，至 2020 年度仅剩 5.01 万元。

第三方回款中的其他指除法定代表人及其配偶、同一实际控制人、亲属、员工及合作关系及境外涉敏及境外指定等类别之外的其他合同未明确约定的情形，具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
回款金额	151.60	221.47	545.27

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
其中：合同约定金额	4.54	2.74	40.47
合同未约定金额	147.06	218.72	504.80
营业收入	53,968.14	55,250.12	50,941.85
回款金额占当期营业收入比例	0.28%	0.40%	1.07%
其中：合同约定金额占营业收入比例	0.01%	0.00%	0.08%
合同未约定金额占营业收入比例	0.27%	0.40%	0.99%

报告期第三方回款中的其他总体金额较小，占当期营业收入的比例分别为1.07%、0.40%和 0.28%，其中合同未约定金额占当期营业收入比例分别为 0.99%、0.40%和 0.27%。

（3）发行人报告期内现金交易的情况

报告期内，发行人存在现金收款和现金付款的情形，具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
现金收款金额	3.61	11.36	18.54
现金收款占营业收入比例	0.007%	0.021%	0.036%
现金付款金额	-	0.3	7.06
现金付款占采购总额比例	-	0.002%	0.034%

1）现金收款

报告期内，公司现金回款金额及占比均较小，现金回款主要包括线下旗舰店收取的现金、镜架业务初期的货款、员工购镜片款等。旗舰店收取的现金主要系丹阳眼镜城旗舰店收取的现金货款，符合零售行业特征；镜架业务初创期公司尚未完全与客户严格要求公对公打款，部分客户以现金方式回款，随着公司业务及管理逐步完善，已于 2018 年起杜绝镜架业务的现金回款，所有镜架业务均以对公账号回款。

随着支付宝、微信等现代快捷支付方式的普及，现金收款方式已逐渐被替代，公司已建立了《现金管理制度》，严格控制现金收取货款行为。报告期内，公司现金收款金额较小且占比呈逐年快速下降趋势。

2）现金付款

公司现金采购金额较小，主要系因发生零星费用。报告期内，现金采购金额分别为 70,638.02 元、3,000.00 元和 0 元，呈逐年下降趋势且报告期最后一年未发生。

发行人已按《现金管理暂行条例》、中国人民银行《支付结算办法》和财政部的《企业内部控制应用指引第 6 号-资金活动》，制定了《营运资金管理制度》，规范现金的日常管理，严格控制现金结算，超出结算起点的付款应通过银行结算；特殊情况下需要现金结算的，必须取得对方的收款收据，现金收款必须及时存入公司开户银行，不得坐支现金或存入个人名义开立的银行账户。现金管理必须严格执行钱、账分管的原则，各个岗位相互制约。

2、投资活动产生的现金流量分析

报告期内，公司投资活动产生的现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
收回投资收到的现金	13,800.00	6,050.00	700.00
取得投资收益收到的现金	96.62	18.79	3.31
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	2.22	8.88	61.22
投资活动现金流入小计	13,898.84	**6,077.67**	**764.53**
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	2,757.71	3,016.82	2,380.49
投资支付的现金	13,800.00	5,800.00	950.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-
投资活动现金流出小计	**16,557.71**	**8,816.82**	**3,330.49**
投资活动产生的现金流量净额	**-2,658.87**	**-2,739.15**	**-2,565.96**

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，公司投资活动产生的现金流量净额分别为-2,565.96 万元、-2,739.15 万元和-2,658.87 万元，主要是公司进行固定资产、无形资产购置等资本性支出所致。报告期内，公司投资活动产生的现金流量净额

均为负，主要是公司处于发展阶段，不断拓展新的客户，增加设备采购、新建厂房等以满足公司发展需要所致。

3、筹资活动产生的现金流量分析

报告期内，公司筹资活动产生的现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
吸收投资收到的现金	-	13,335.00	1,300.00
取得借款收到的现金	-	499.00	7,524.00
收到其他与筹资活动有关的现金	-	0.00	0.00
筹资活动现金流入小计	**-**	**13,834.00**	**8,824.00**
偿还债务支付的现金	-	8,023.00	8,468.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	301.00	3,635.60	5,574.17
支付其他与筹资活动有关的现金	-	100.00	541.94
筹资活动现金流出小计	**301.00**	**11,758.60**	**14,584.11**
筹资活动产生的现金流量净额	**-301.00**	**2,075.40**	**-5,760.11**

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，公司筹资活动产生的现金流量净额分别为-5,760.11 万元、2,075.40 万元和-301.00 万元。报告期各期，公司筹资活动产生的现金流量主要为吸收投资收到的现金、银行借款的借取与偿还、股利支出等。

2018 年，公司吸收投资收到的现金 1,300.00 万元，主要为志明管理入股的增资款；2019 年，公司吸收投资收到的现金 13,335.00 万元，主要为诺伟其入股的增资款。

4、管理层对公司现金流情况的评价

管理层认为，公司经营活动现金流量情况较好，盈利质量较高，公司经营活动、投资活动及筹资活动现金流量正常。

（二）报告期实际股利分配情况

1、发行人现金分红实施情况

2018 年 4 月 12 日，公司召开股东会，审议通过了 2017 年利润分配方案的议案，共分配现金股利 1,500 万元。

2018 年 12 月 15 日，公司召开股东会，审议通过了 2018 年利润分配方案的议，共分配现金股利 3,000 万元。

2019 年 8 月 9 日，公司召开股东会，审议通过了 2019 年利润分配方案的议案，共分配现金股利 3,000 万元。

2、发行人现金分红原因及必要性

近年来，公司经营状况良好、业绩稳步增长，盈利能力不断增强，资产负债率稳定，报告期内累计净利润 20,397.82 万元，累计经营活动产生的现金流量净额 26,465.94 万元，截至 2020 年 12 月 31 日公司无短期借款，为回报股东支持、与全体股东共享公司的经营成果，公司结合每年的经营情况和财务状况向全体股东进行现金分红。

（三）资本性支出分析

1、报告期内重大资本性支出

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，公司各期的资本性支出分别为 2,380.49 万元、3,016.82 万元和 2,757.71 万元。报告期内公司资本性支出主要是通用设备、专用设备、运输工具的投资、新建厂房和购买无形资产，主要目的是为公司日常经营所需及扩大生产规模。

2、未来可预见的重大资本性支出

截至本招股说明书签署日，除本次发行募集资金有关投资外，本公司无可预见的其他重大资本性支出计划。本次发行募集资金投资项目请参见本招股说明书“第九节募集资金运用与未来发展规划”所述。

（四）流动性风险分析

报告期内，公司资产和负债结构及主要流动性指标情况如下：

单位：万元

项目	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31

项目	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
流动资产	47,235.83	41,242.28	31,518.47
非流动资产	21,941.75	21,570.14	21,569.74
资产合计	**69,177.58**	**62,812.43**	**53,088.21**
流动负债	12,563.72	13,442.63	22,003.25
非流动负债	305.60	1,232.84	1,099.51
负债合计	**12,869.32**	**14,675.47**	**23,102.76**
流动比率	3.76	3.07	1.43
速动比率	2.96	2.17	0.87

报告期内，公司资产和负债期限较为匹配，流动比率和速动比率呈整体上升趋势，公司流动性风险较低。公司财务部负责统筹安排资金的来源和运用，同时对公司自有资金进行统一调度，提高资金使用效率，确保其流动性需求能够及时以合理成本得到满足。

（五）持续经营能力不利变化及风险因素分析

公司报告期内不存在影响公司持续经营能力的不利变化，影响公司持续经营能力的风险因素具体情况请参见本招股说明书之“第四节风险因素”。

十四、期后事项、或有事项及其他重要事项

（一）期后事项

截至本招股说明书签署日，公司无需要披露的资产负债表日后事项。

（二）或有事项

截至 2020 年 12 月 31 日，公司已背书未到期的应收款项融资金额为 400.09 万元。

（三）承诺事项

截至 2020 年 12 月 31 日，公司资产抵押或质押情况如下：

单位：万元

项目	抵押物原值	抵押物净值	抵押借款金额
固定资产	6,925.81	5,348.76	-
无形资产	1,935.98	1,675.40	

注：2020 年末公司无借款余额，公司抵押长期资产开立票据，截至 2020 年 12 月 31 日尚未支付的应付票据金额为 0。

（四）其他重要事项

截至本招股书出具日，公司存在重要未决诉讼。

1、买卖合同纠纷：河南贝沙眼镜有限公司

2019 年 4 月 3 日河南贝沙眼镜有限公司以买卖合同纠纷为由向丹阳市人民法院提起诉讼，请求解除明月镜片与其签订的《产品销售合同》，并要求明月镜片赔偿其被天猫平台扣除的押金 5 万元、天猫技术服务费 3 万元；返还公司扣除的押金 3 万元；赔偿其因产品无法销售造成的损失 100 万元。

根据河南贝沙的起诉状以及（2019）苏 1181 民初 3405 号开庭笔录，本案于 2019 年 8 月 6 日第一次开庭审理，河南贝沙眼镜有限公司请求明月镜片赔偿其因产品无法销售所造成的损失 100 万元，计算依据系河南贝沙眼镜有限公司根据其 2016 年及 2017 年的销售利润情况估算所得。

截至招股说明书出具日，河南贝沙眼镜有限公司未提供其因产品无法销售造成的 100 万元损失的相应证据，公司据此判断其主张得到支持的可能性较低。

2、买卖合同纠纷：乐聚天下科技（深圳）有限公司

2020 年 7 月 1 日，公司以买卖合同纠纷为由向丹阳市人民法院提起诉讼，起诉深圳乐尚科技设计有限公司、乐聚天下科技（深圳）有限公司、黄心仲，请求支付货款 3,652,441.49 元及相应利息。

2020 年 7 月 24 日，丹阳法院出具（2020）苏 1181 民初 4653 号《财产保全结果及期限告知书》：丹阳法院已于 2020 年 7 月 22 日冻结了乐聚天下科技（深圳）有限公司账户共计 78,999.70 美元及人民币 8,414.20 元、深圳乐尚科技设计有限公司账户人民币 395.01 元、黄心仲账户共计人民币 336,055.96 元，冻结期限为一年。

本案裁定结果为，冻结被申请人深圳市乐尚科技设计有限公司、乐聚天下科技(深圳)有限公司、黄心仲银行存款 370 万元或查封、扣押其等值的其他财产。江苏省镇江市中级人民法院于 2021 年 1 月 18 日驳回原审被告上诉，维持原裁定。截止招股说明书出具日，本案尚未完结。

十五、发行人盈利预测披露情况

公司未编制盈利预测报告。

十六、本次募集资金到位当年发行人每股收益相对上年度每股收益的变动趋势

（一）募集资金到位当年每股收益的变动趋势分析

报告期内，发行人业绩保持稳定增长态势。发行人本次拟公开发行股票不超过3,358.54万股，发行后公司资本实力将得到增强，但由于募集资金投资项目具有一定的投入周期，在短期内难以完全产生效益，因此，发行人在发行当年每股收益较上一会计年度将有所下降，进而摊薄即期回报，但公司的整体盈利长期来看将有进一步提升。公司已就因本次发行可能引起的即期利润摊薄制定了相应的应对措施，并将严格执行。

上述信息涉及的财务预计不作为盈利预测和业绩承诺，系公司根据经营规划作出的合理测算，可能因市场环境、公司发展状况等主客观原因与公司实际经营成果发生偏差，进而影响到公司本次发行完成后每股收益的变动趋势。

（二）董事会选择本次融资的必要性和合理性

本次发行募集资金投资项目是实施公司发展战略的重要举措。公司积极拓展服务客户、服务区域和服务领域，在挖掘现有市场的潜力的同时，拓展新增市场，为公司未来发展打下良好的基础。

本次发行募集资金投资项目的必要性和合理性分析参见本招股说明书“第九节募集资金运用与未来发展规划”之“二、募集资金投资项目的可行性和必要性”。

（三）本次募集资金投资项目与公司现有业务的关系

自成立以来，公司始终从事镜片产品的研发、设计、生产和销售业务。

本次募集资金投向经公司股东大会审议确定，由董事会负责实施，用于高端树脂镜片扩产项目、常规树脂镜片扩产及技术升级项目、研发中心建设项目和营销网络及产品展示中心建设项目。上述募集资金投资项目围绕主营业务展开，资金投向与公司所属行业及未来规划一致，项目的实施有利于公司的长远发展。

（四）公司从事募集资金投资项目在人员、技术、市场等方面的储备情况

（1）人员方面。公司自成立以来始终从事镜片、成镜、镜片原料等眼视光产品的研发、设计、生产和销售业务。公司通过不断地吸引和培养人才，汇集了一批熟悉市场、精通技术并具备先进管理理念和创新开拓精神的管理人员和技术专家。公司具有充足的人员、干部储备以及完善的员工培训体系，并根据募投项目建设进度实施了相应的人力资源招募和培养计划，以确保募投项目的管理能力和顺利投产及运行。公司的研发实力及经验丰富的核心团队，将为募集资金投资项目的顺利实施提供重要保障。

（2）技术方面。公司高度重视技术研发在企业发展中的重要性，保持较强的产品和技术创新，经过多年的生产经营和技术创新，公司在眼视光产品生产领域掌握了多项核心技术和关键生产工艺。上述技术方面的积累，将为募集资金投资项目的顺利实施提供重要保障。

（3）市场方面。自成立以来，公司凭借优良的技术优势和稳定的产品品质，积累了良好的口碑，与客户形成了较为稳定的合作关系。公司积累了丰富的市场拓展及客户维护经验，为募集资金投资项目的顺利实施提供重要保障。

（五）本次发行摊薄即期回报的填补措施

1、积极推进募集资金投资项目的建设，争取早日实现项目投资收益

公司本次募集资金投资项目紧紧围绕公司的主营业务，募集资金投资项目投资效益良好，利润水平较高，有利于提高长期回报，符合公司股东的长期利益。本次募集资金到位后，公司将在资金的计划、使用核算和防范风险方面强化管理，积极推进募投项目的建设速度，争取早日实现募投项目的预期效益。

2、加强对募集资金投资项目的监管，保证募集资金合理合法使用

为规范公司募集资金的使用与管理，确保募集资金的使用规范、安全、高效，公司制定了《募集资金管理办法》、《信息披露管理制度》、《对外投资管理制度》等内控管理制度。本次公开发行募集资金到位后，公司董事会将持续监督公司对募集资金进行专项存储、保障募集资金用于指定用途、配合银行和保荐机构对募集资金使用的检查和监督，以保证募集资金合理规范使用，合理防范募集资金使用风险。

3、完善内部控制体系，确保公司持续稳健发展

公司将不断完善公司治理结构，确保股东能够充分行使权力；确保董事会能够按照法律、法规和公司章程的规定行使职权，做出科学、迅速的和审慎的决策；确保独立董事能够认真履行职责，维护公司整体利益，尤其是中小股东的合法权益；确保监事会能够独立有效地行使对董事、高级管理人员及公司财务的监督权和检查权，为公司发展提供制度保障。

4、严格执行公司既定的分红政策，保证公司股东的利益回报

公司上市后将严格按照本次发行上市后适用的《明月镜片股份有限公司章程（草案）》及《明月镜片股份有限公司上市后三年内股东分红回报规划》执行分红政策；在符合利润分配条件的情况下，积极推动对股东的利润分配，切实维护投资者合法权益；并在必要时进一步完善利润分配制度特别是现金分红政策，强化投资者回报机制。

（六）相关主体出具的承诺

为填补公司首次公开发行股票并上市可能导致的投资者即期回报减少，保证公司填补回报措施能够得到切实履行，公司及其控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员出具的关于被摊薄即期回报填补措施的相关承诺请详见本招股说明书“第十节投资者保护”之“五、与投资者保护相关的承诺”之“（六）填补被摊薄即期回报的措施及承诺”。

十七、财务报告审计截止日后的主要财务信息及经营状况

（一）2021 年 1-3 月主要经营状况以及业绩情况

1、会计师事务所的审阅意见

公司经审计财务报表的审计截止日为 2020 年 12 月 31 日。立信所对公司 2021 年 3 月 31 日的合并及母公司资产负债表、2021 年 1-3 月的合并及母公司利润表、合并及母公司现金流量表以及财务报表附注进行了审阅，并出具了《审阅报告》（信会师报字[2021]第 ZA15086 号）。立信会计师事务所（特殊普通合伙）发表了如下意见：

“根据我们的审阅，我们没有注意到任何事项使我们相信贵公司合并财务报表未按照企业会计准则的规定编制，未能在所有重大方面公允反映了贵公司 2021 年 3 月 31 日的财务状况，以及 2021 年 1-3 月的经营成果和现金流量。”

2、发行人的专项声明

公司董事、监事、高级管理人员已对公司 2021 年 3 月 31 日、2021 年 1-3 月期间未经审计的财务报表进行了认真审阅并出具专项声明，保证该等财务报表所载资料不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性及完整性承担个别及连带责任。

公司负责人、主管会计工作负责人及会计机构负责人已对公司 2021 年 3 月 31 日、2021 年 1-3 月期间未经审计的财务报表进行了认真审阅并出具专项声明，保证该等财务报表所载资料真实、准确、完整。

3、审计截止日后主要财务信息

公司财务报告审计截止日为 2020 年 12 月 31 日。公司 2021 年 3 月 31 日、2021 年 1-3 月期间经申报会计师审阅但未经审计的主要财务信息如下：

（1）合并资产负债表主要数据

单位：万元

项目	2021 年 3 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	同比变动
资产总额	70,073.95	69,177.58	1.30%

负债总额	12,117.88	12,869.32	-5.84%
归属于母公司所有者权益合计	54,122.02	52,714.29	2.67%

注：2020 年 3 月 31 日数据已经立信所审计

截至 2021 年 3 月 31 日，公司资产总额为 70,073.95 万元，较 2020 年 12 月 31 日增加 896.37 万元，同比增长 1.30%；负债总额为 12,117.88 万元，较 2020 年 12 月 31 日减少 751.44 万元，同比减少 5.84%；归属母公司所有者权益合计为 54,122.02 万元，较 2020 年 12 月 31 日增加 1,407.73 万元，同比增长 2.67%，主要系公司净利润增长所致。

（2）合并利润表主要数据

单位：万元

项目	2021 年 1-3 月	2020 年 1-3 月	同比变动
营业收入	12,025.19	9,404.36	27.87%
营业利润	1,834.17	-565.65	-424.26%
利润总额	1,836.90	-571.14	-421.62%
净利润	1,540.82	-670.91	-329.66%
归属于母公司所有者的净利润	1,300.75	-877.99	-248.15%
扣除非经常性损益后的归属于母公司所有者的净利润	1,317.63	-676.40	-294.80%

注：2020 年 1-3 月数据已经立信所审阅

2021 年 1-3 月，公司实现营业收入 12,025.19 万元，净利润 1,540.82 万元，归属于母公司股东的净利润 1,300.75 万元。由于 2020 年 1-3 月公司经营业绩受到新冠疫情影响较大，随着国内新冠肺炎疫情防控取得阶段性重要成效，经济社会秩序加快恢复，公司各项业务持续高速发展，2021 年 1-3 月收入、盈利的主要指标均同比大幅提升。

（3）合并现金流量表主要数据

单位：万元

项目	2021 年 1-3 月	2020 年 1-3 月	同比变动
经营活动产生的现金流量净额	47.11	-3,554.16	-101.33%

投资活动产生的现金流量净额	-9,121.77	-4,954.68	84.10%
筹资活动产生的现金流量净额	-116.23	-	-
汇率变动对现金及现金等价物的影响	25.23	15.86	59.06%
现金及现金等价物净增加额	-9,165.65	-8,492.98	7.92%

注：2020 年 1-3 月数据已经立信所审阅

2021 年 1-3 月，公司经营活动产生的现金流量净额 47.11 万元，较 2020 年 1-3 月增长 3,601.28 万元，主要系公司经营状况良好，利润增加所致。2021 年 1-3 月，公司投资活动产生的现金流量净额-9,121.77 万元，较 2020 年 1-3 月减少 4,167.09 万元，主要系 2021 年 1-3 月购买理财的支出较高所致。

公司经营活动产生的现金流净额增加，同时投资活动产生的现金流净额减少共同造成了 2021 年 1-3 月现金及现金等价物净增加额同比略有下降。

（4）非经常性损益明细表主要数据

单位：万元

项目	2021 年 1-3 月	2020 年 1-3 月	同比变动
非流动性资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分；	-1.53	-1.62	-5.38%
计入当期损益的政府补助，但与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外；	15.06	42.88	-64.87%
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、交易性金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、交易性金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益；	66.54	-	-
单独进行减值测试的应收款项减值准备转回；	11.57	46.86	-75.30%
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	16.14	-7.30	-321.02%
其他符合非经常性损益定义的损益项目	-106.94	-238.81	-55.22%
非经常性损益税前影响额小计	0.85	-157.99	-100.54%
所得税影响	15.22	15.86	-4.04%

扣除所得税影响后的非经常性损益	-14.37	-173.85	-91.73%
归属于公司普通股股东的净影响额	-16.88	-201.59	-91.63%

注：2020 年 1-3 月数据已经立信所审阅

公司财务报告的审计截止日为 2020 年 12 月 31 日。财务报告审计截止日至招股说明书签署日，公司生产经营的内外部环境未发生重大变化，公司经营状况正常，税收政策、行业周期性、竞争趋势等因素未发生重大变化，未新增对未来经营可能产生较大影响的诉讼或仲裁事项以及重大安全事故，主要原材料的采购规模及采购价格、主要产品的销售规模及销售价格、主要客户类型或供应商类型、重大合同条款或实际执行情况以及其他可能影响投资者判断的重大事项等未发生重大变化。

（二）2021 年 1-6 月主要经营状况以及业绩情况

公司财务报告审计截止日为 2020 年 12 月 31 日，至本招股说明书签署日期间，公司主要经营状况正常，经营模式、税收政策以及其他可能影响投资者判断的重大事项未发生重大变化。

公司 2021 年 1-6 月主要财务信息如下：

经初步测算，公司预计 2021 年 1-6 月营业收入为 25,000.00 万元至 28,000.00 万元，同比上升 1.26%至 13.41%，净利润为 3,400.00 万元至 3,800.00 万元，同比上升 28.34%至 43.44%，扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润为 2,800.00 万元至 3,200.00 万元，同比上升 32.99%至 51.99%。（以上数据未经审计）。

公司财务报表截止日至招股说明书签署日之间经营状况正常，主要原材料的采购规模及采购价格、主要产品的生产销售规模及销售价格、主要客户及供应商的构成、税收政策以及其他可能影响投资者判断的重大事项均未发生重大变化。

（三）2020 年业绩波动的原因及合理性

公司 2020 年度较 2019 年经营业绩虽未有较大幅度变动，但营业收入较 2019 年度下降 2.32%、扣非归母净利润较 2019 年下降 3.75%。主要系 2020 年国内新冠疫情影响所致，量化估算疫情影响业绩下：

（1）疫情影响主要影响发行人 2020 年上半年发货及销售，因此根据发行人上半年销售预算与实际执行情况销售估算影响如下：

单位：万元

项　目	销售数量（万片）	收入
2020 年 1-6 月销售预算	1,575.40	30,792.00
2020 年 1-6 月实际销售	1,232.37	24,689.26
2020 年 1-6 月销售预算与实际销售差异	343.03	6,102.74

（2）以上述销售估算及 2020 年各项财务指标为参考量化疫情对发行人整体业绩影响如下：

单位：万元

项目	实际值	估算	疫情影响
营业收入	24,689.26	30,792.00	-6,102.74
减：营业成本	11,411.04	14,231.48	-2,820.43
销售费用-运费	259.16	323.21	-64.06
所得税	590.37	736.28	-145.92
净利润	12,428.69	15,501.03	-3,072.34

如上表所示，发行人 2020 年度因新冠疫情影响净利润约 3,072 万元，如疫情结束，该影响不具有持续性。

（四）全年财务数据变动较大科目的原因及合理性

2020 年的主要经营状况以及业绩情况如下所示：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	变动	幅度
营业收入	53,968.14	55,250.12	-1,281.98	-2.32%
减：营业成本	24,311.71	27,137.62	-2,825.91	-10.41%
销售费用	11,260.70	10,384.99	875.71	8.43%
管理、研发费用	8,403.46	7,143.92	1,259.54	17.63%
财务费用	0.69	70.73	-70.04	-99.03%
其他损益	273.79	847.09	-573.30	-67.68%
所得税费用	1,561.93	1,608.36	-46.43	-2.89%
净利润	8,155.88	8,057.41	98.47	1.22%

项目	2020 年度	2019 年度	变动	幅度
归属于母公司所有者的净利润	7,000.49	6,984.60	15.89	0.23%
少数股东损益	1,155.39	1,072.81	82.58	7.70%
归母非经常性损益	655.22	392.14	263.08	67.09%
扣非归母净利润	6,345.27	6,592.46	-247.19	-3.75%

2020 年主要经营状况及业绩情况变动如上表所示，变动幅度超过 20%情况及原因如下：

1、财务费用变动：2020 年度财务费用为 0.69 万元，较 2019 年度减少 70.04 万元，主要系因公司 2019 年度发生借款利息 129.00 万元，并于当年将所有本息归还完毕。2020 年度并未发生后续借款，也未发生相关借款利息费用。该影响因素是否持续取决于公司后续是否会向银行贷款，如无贷款事项，该影响不具有持续性；

2、其他损益变动：

（1）2020 年度信用减值损失、资产减值损失较 2019 年度减少 296.97 万元，主要系因公司 2020 年度销售回款情况良好及存货库存管理良好所致。该影响因素是否持续取决于客户回款情况；

（2）2020 年度政府补助较 2019 年度增加 171.82 万元，主要系因公司 2020 年 12 月收到江苏省丹阳经济开发区财政所拨付政府补助资金 250 万元，该补助系无需后续验收且与收益相关的一次性收入。该笔政府补助属于非经常性损益，不具有持续性影响。

除上述损益科目外，2020 年度较 2019 年度主要经营状况以及业绩情况变动均低于 20%，不存在较大幅度波动。

（五）2021 年 1 至 6 月主要会计报表项目与上年年末或同期相比的变动情况

2021 年 1-6 月主要经营状况以及业绩情况（预计情况，未经审计）如下所示：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年 1-6 月	变动	幅度
营业收入	27,253.79	24,689.26	2,564.53	10.39%

项目	2021 年 1-6 月	2020 年 1-6 月	变动	幅度
减：营业成本	12,456.66	11,411.04	1045.61	9.16%
销售费用	5,633.79	5,033.59	600.20	11.92%
管理、研发费用	4,317.47	4,359.14	-41.67	-0.96%
财务费用	52.80	-78.26	131.06	-167.47%
其他损益	270.65	724.18	-453.54	-62.63%
所得税费用	746.20	590.37	155.83	26.40%
净利润	3,776.22	2,649.20	1,127.02	42.54%
归属于母公司所有者的净利润	3,182.93	2,153.34	1,029.59	47.81%
少数股东损益	593.29	495.86	97.43	19.65%
归母非经常性损益	109.34	47.96	61.38	127.97%
扣非归母净利润	3,073.60	2,105.38	968.21	45.99%

2021 年 1 至 6 月主要经营状况及业绩情况（预计情况，未经审计）变动如上表所示，变动幅度超过 20%情况及原因如下：

1、财务费用变动：2021 年 1 至 6 月财务费用为 52.80 万元，较上年同期增加 131.06 万元，主要系由于 2021 年上半年人民币对美元汇率显著且持续升值，导致发行人财务费用-汇兑损失增加 87.87 万元。该影响因素是否持续取决于后续人民币对美元汇率变动及发行人的美元资产持有量；

2、其他损益变动：

（1）2021 年 1 至 6 月信用减值损失、资产减值损失较 2020 年 1 至 6 月年度减少 703.63 万元，主要系因公司 2021 年 1-6 月销售回款情况良好及存货库存管理良好所致。该影响因素是否持续取决于客户回款情况；

（2）2021 年 1 至 6 月营业外收入、其他收益合计 112.41 万元，主要系政府补助。较 2020 年 1 至 6 月减少 338.31 万元。政府补助属于非经常性损益，不具有持续性影响；

（3）2021 年 1 至 6 月税金及附加为 214.26 万元较上年同期减少 90.23 万元，主要系 2021 年 1 至 6 月增值税留底较大导致 2021 年 1 至 6 月实际缴纳的税金及

附加相对减少。该影响因素是否持续取决于发行人增值税留底数及实际缴纳增值税金额。

3、所得税费用变动：2021 年 1 至 6 月所得税费用为 746.20 万元，较上年同期增加 155.83 万元。主要系收入及利润总额增长所致。该影响因素是否持续取决于发行人后续日常经营情况。

（六）新冠肺炎疫情对发行人业绩的影响

报告期内，新冠肺炎疫情对发行人 2020 年上半年的业绩情况造成了较为严重的影响。随着国内疫情的有效控制，2020 年下半年起，新冠肺炎疫情对发行人的影响逐步降低。2021 年以来，发行人销售逐渐恢复。同时，我国包括辽宁、云南、广东的部分地区偶发的疫情对发行人的正常经营也造成了一定影响，但较 2020 年同期总体处于可控状态。

（七）汇率波动对发行人业绩的影响

报告期内，公司以外币结算的销售情况如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
以美元计（万美元）	567.82	708.02	898.85
以人民计（万元）	3,923.08	4,863.19	5,938.24

报告期内，公司汇兑损益情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
汇兑损益（“-”为收益）	70.75	6.24	2.00

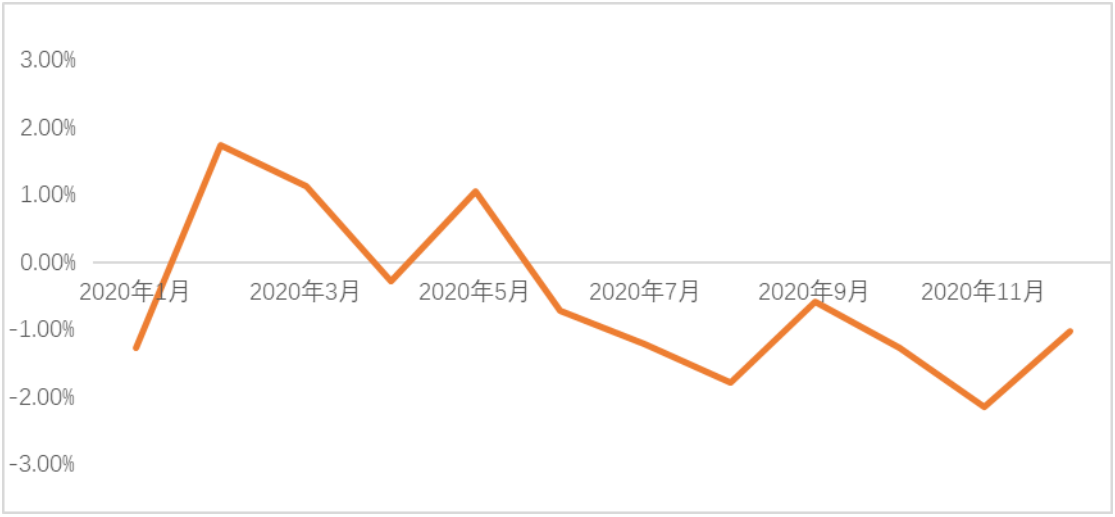
以 2020 年度为例，假定外币收入、营业收入、营业成本、外币采购全部结转营业成本及其他因素保持不变，外币兑人民币汇率分别上升和下降 1%、3%、5%、10%对经营业绩影响幅度如下：

单位：万元

项目	-10%	-5%	-3%	-1%	1%	3%	5%	10%
营业收入变动金额	-392.31	-196.15	-117.69	-39.23	39.23	117.69	196.15	392.31
财务费用变动金额	7.08	3.54	2.12	0.71	-0.71	-2.12	-3.54	-7.08

利润总额变动金额	-399.38	-199.69	-119.81	-39.94	39.94	119.81	199.69	399.38
当期利润总额	9,717.81	9,717.81	9,717.81	9,717.81	9,717.81	9,717.81	9,717.81	9,717.81
利润总额变动幅度	-4.11%	-2.05%	-1.23%	-0.41%	0.41%	1.23%	2.05%	4.11%

2020 年度，美元兑人民币汇率月度波动率情况如下：



2020 年度，美元兑人民币汇率月度波动率在-2.16%-1.73%区间，同时报告期内发行人以内销为主，外销占比较低，潜在的汇率波动风险有限。

第九节 募集资金运用与未来发展规划

一、募集资金投资项目概况

（一）募集资金的投资概况

本次拟公开发行人民币普通股（A 股）不超过 3,358.54 万股，本次发行后社会公众股占发行后总股本的比例不低于 25.00%，实际募集资金扣除发行费用后的净额全部用于公司主营业务相关的项目。

本次募集资金投向经公司股东大会审议确定，由董事会负责实施。各投资项目的名称、投资额及履行的备案情况如下：

单位：万元

序号	项目名称	项目总投资金额	募集资金使用金额	项目备案情况	环保审批情况
1	高端树脂镜片扩产项目	32,367.69	30,042.80	丹开委投备[2020]48 号	镇丹环审[2020]90 号
2	常规树脂镜片扩产及技术升级项目	14,968.48	14,086.43		
3	研发中心建设项目	6,210.47	6,210.47		
4	营销网络及产品展示中心建设项目	6,456.34	6,456.34	丹开委投备[2020]50 号	-
合计		**60,002.98**	**56,796.04**	-	-

高端树脂镜片扩产项目、常规树脂镜片扩产及技术升级项目和研发中心建设项目的实施主体为江苏明月光学眼镜有限公司；营销网络及产品展示中心建设项目的实施主体为明月镜片股份有限公司。本次募集资金投资项目不涉及对外投资，不会新增关联方，不会产生同业竞争。因此，本次募集资金实施后不会产生同业竞争，亦不会对公司的独立性产生不利影响。

若本次公开发行股票的实际募集资金金额扣除发行费用后，不能满足拟投资项目的资金需求量，公司将自筹资金解决资金缺口，确保项目的顺利实施。本次发行募集资金到位前，公司将根据项目实际建设进度自筹资金先期投入，募集资金到位后置换已预先投入的自筹资金支付的款项。

（二）募集资金专户存储制度管理

公司已制定《募集资金管理办法》，本次募集资金到位后，公司将严格遵守《募集资金管理办法》中的相关规定，建立募集资金专户，对募集资金进行专项管理，并接受保荐机构、开户银行、证券交易所和其他有权部门的监督。

（三）募集资金投资项目对同业竞争和独立性的影响

本次募集资金投资项目的实施主体为发行人及其全资子公司。募集资金投资项目实施后，不会产生同业竞争或者对发行人的独立性产生不利影响。

（四）募集资金对发行人主营业务发展的贡献、对发行人未来经营战略的影响、对发行人业务创新的支持作用。

发行人是一家国内领先的镜片、成镜、镜片原料等眼视光产品研发、设计、生产和销售企业，拥有完整的研发、生产和销售体系，致力于树立专业的、高品质民族镜片品牌。

本次募集资金投资项目将利用公司现有核心技术，继续投资于主营业务，助力现有业务的扩展和延伸，扩大高端树脂镜片及常规树脂镜片的产能，优化发行人产品结构的同时，进一步提升发行人规模生产能力和面向市场的灵活度，通过做大做强发行人主营业务，实现未来经营的持续发展。

通过研发中心建设项目的实施，可以更好地从基础研究、产品技术开发、工程化技术研究、产业化和应用的角度进行布局和规划，能够更好的发挥创新资源整合和集成作用，从更高层次上、更广范围内整合和集成国内优势研发力量，搭建产学研合作平台，集中人力、物力、财力实现重大关键技术、共性技术的突破。

本次募集资金投资项目的实施将有利于公司不断提升自身研发能力及综合实力，有利于公司实现可持续发展。

二、募集资金投资项目的可行性和必要性

（一）募集资金投资项目的可行性

1、国家相关政策支持眼镜行业发展

眼镜行业是国家鼓励发展的轻工业，近年来，国家出台多项政策推动眼镜行业的发展。如《轻工业“十二五”发展规划》提出重点发展高科技含量的产品，提高中高档眼镜比例，适当控制低档眼镜生产；加大多焦点镜片、非球面镜片等产品的模具设计、制造技术等的开发；加强新材料、新工艺的开发和应用，生产新型材料的眼镜产品。《轻工业发展规划（2016-2020 年）》提出推动眼镜工业向高品质、轻质化和时尚化方向发展，加快光学性能优化、材料轻质化、表面增强、抗损自洁等核心技术研发和应用；重点发展以矫正视力为主，适合不同年龄群体需求，具有护眼、保健、时尚、智能等多种功能产品；提高生产过程的自动化、智能化水平。2014 年、2015 年、2016 年和 2017 年版《鼓励进口技术和产品目录》均将全自动镀膜设备（用于树脂镜片专用镀膜）和高折射的镜片材料研发、检测设备（光谱分析设备、光谱反射检测设备）列入鼓励进口的重要装备。

2、我国眼镜行业空间广阔

我国不仅是世界眼镜生产大国，而且已成为世界潜力最大的眼镜消费大国。根据世界卫生组织最新数据显示，中国近视患者人数多达 6 亿，我国青少年近视率已位居世界第一。巨大的视力矫正需要带来了庞大的近视镜刚性消费需求，是中国眼镜市场发展的主要驱动力。另外，随着人们消费能力增强和消费心理日渐成熟，眼镜的消费需求正朝着多元化、个性化的方向发展，越来越多的消费者选择购买多副眼镜或太阳镜以适应不同场合佩戴的需要，选择抗蓝光、抗疲劳等多功能的镜片，同时人口老龄化也增强了对老花镜的需求，这些都为眼镜市场带来新的增长点。广阔的市场空间为募投项目的建设提供了市场容量。

3、公司具有实施本项目的技术储备

公司拥有勇于创新的研发团队，拥有雄厚的研发实力。截至 2020 年 12 月 31 日，发行人及下属子公司合计拥有专利 81 项，其中发明专利 12 项，实用新型专利 48 项、外观专利 21 项。此外，明月镜片被认定为“国家高新技术企业”，公司拥有行业内较强的研发实力，并与著名光学专家庄松林院士及其团队合作，建立了行业示范性的院士工作站和眼镜工程技术中心。

4、公司具有高效的品质控制管理能力

在生产方面，产品质量符合国家标准和行业标准外，并通过了美国 FDA 和欧盟 CE 认证标准。迄今为止，公司没有发生过任何质量事故，产品质量获得客户的一致认可，并一直保持着较高的产销率。因此，公司高效的品质控制管理能力将为项目实施提供可靠保障。

5、公司具备较为成熟的网点扩展管理经验

经过多年的发展，凭借公司专业服务能力和综合竞争优势，公司业务区域逐步扩展到全国，并成功迈出国门走向世界。而随着公司业务范围的不断扩大，公司已经有一家自营品牌体验店，其经营得到客户较高评价。以点到面，公司积累了丰富的建设品牌体验店经验，目前有多种品牌体验店的建设布局方案，形成了较为完善的分支机构拓展管理模式，制定了标准化、便于复制的经营管理制度，将缩短品牌体验店的实施效率，降低营销网络及产品展示中心建设项目的不确定性。

6、公司具有优质且稳定的客户资源

经过多年发展，公司建立了完善的全国性销售网络，直接及间接覆盖和服务全国各省市地区逾万家门店客户；公司凭借良好的信誉和过硬的产品质量，产品获得美国 FDA 和欧盟 CE 出口认证，产品远销美国、日本、意大利、新加坡等近 50 个国家和地区，积累了一批优良的客户，并形成了稳定的合作关系。而且，这些客户对供应商具有严格的认定标准，会对供货厂商的规模、内部管理、业内品牌知名度等方面进行严格考核，一旦成为合作客户，只要产品质量和供货能力持续稳定，订单就不会轻易转移。目前，公司在树脂镜片领域已与客户形成了良好的合作关系，为募投项目产品的销售提供了渠道保障。

（二）募集资金投资项目的必要性

1、优化产品结构是满足市场需求的必然选择

公司自成立以来，一直专注于镜片、成镜、镜片原料等眼视光产品的研发、设计、生产和销售，不断为客户或消费者提供高品质的树脂镜片产品，在行业内享有较高的品牌声誉，产品销售规模随着品牌知名度的增长而不断增加。随着客户对公司产品需求的快速增长，公司现有产能已不能满足客户对公司产品未来的

增长需求。因此，在保证公司业务未来快速发展的基础上，公司急需加大树脂镜片的产能供给，加快实施高端树脂镜片扩产项目和常规树脂镜片扩产及技术升级项目，切实解决客户需求与产能供给不匹配的问题。

2、有助于增强企业竞争实力，进一步扩大市场份额

虽然公司在国内市场竞争中处于领先地位，但是相较于国外镜片巨头，公司产品销售规模仍然较小，在整个销售市场中占比仍需提升。因此，在公司产品得到客户广泛认可的同时，公司亟需加大镜片的生产研发投入，向市场提供更多优质的常规及高端树脂镜片产品，进一步提高公司树脂镜片产品的市场占有率，巩固公司的行业龙头地位。

3、满足提升技术研发水平，开发新产品的需求

本公司研发中心项目的建设，有利于加强对行业前瞻性技术、市场动态和客户需求动态的跟进，并对产品应用技术研发构成重大的支持作用，对公司保持技术和整体竞争优势具有战略意义。任何新产品在开发成功后通常将经历一个引进-成长-成熟-衰退的产品生命周期，镜片材质从玻璃到树脂，折射率再从 1.49 到 1.74，产品的生命周期相对较短，更新换代的速度相对较快。因此，公司必须不间断的对研发持续投入，加速开发并适时推出与科技进步合拍、与行业发展趋势相适应的不同种类的新产品，才能长期保持技术领先地位，并通过建立长期的客户合作关系来实现更高、更稳定的盈利。

4、有助于提高公司品牌影响力，培育和引导消费者需求

公司通过营销网络及产品展示中心建设项目的实施，将在全国一线城市及有潜力的省会城市的中心区域设立品牌眼镜体验店，以增强公司在全国各地的产品展示、用户体验、营销能力、售后服务能力等，从而提升公司的品牌曝光率和知名度，增强品牌辐射。

此外目前大部分消费者往往忽略镜片才是一副眼镜的核心。要想改变这种消费习惯，必须让消费者对镜片有新的认识，对镜片的材料来源、制造工艺及特点有全面的了解。公司经过长期的发展和持续的研发投入，已经储备了诸多功能性、新颖性的镜片。新产品需要通过营销活动、广告投放、渠道建设等方式让消费者

更快了解和认知，并寻求其与消费者的共鸣，逐渐让消费者认知镜片的重要性，进一步培育和引导消费者的需求。

（三）募集资金投资项目与发行人现有主要业务、核心技术之间的关系

高端树脂镜片扩产项目、常规树脂镜片扩产及技术升级项目将提升公司树脂镜片的产能和工艺水平，能够更好地满足市场对树脂镜片产品的需求，提升市场占有率。

研发中心建设项目能够进一步提升公司的技术研发实力，为新技术与新产品的开发提供研发平台，加快产品研发进度，提升产品质量，进一步提高公司产品的技术水平和利润水平。

营销网络及产品展示中心建设项目将在上海、北京、深圳、南京、杭州、成都、丹阳等城市建立全国营销总部、品牌体验店及产品展示中心。能够实现品牌服务的升级，提高营销服务业务能力，强化市场及客户对本公司的品牌认知度。

综上所述，本次募集资金投资项目的实施将有利于公司不断提升自身研发能力、营销服务能力和核心竞争力，有利于公司实现可持续发展。

三、募集资金投资项目具体情况

（一）高端树脂镜片扩产项目

1、项目建设概况

公司拟用募集资金 30,042.80 万元投资于高端树脂镜片扩产项目，项目规划总建筑面积 37,415.24 ㎡，主要建设内容包括生产车间、配套车间等其他配套工程设施。项目主要产品为 1.71 折射率镜片、超韧非球面镜片、定制片等高端树脂镜片产品。通过本项目的实施，公司将新增高端树脂镜片产能 1,650 万片/年，以更好地满足市场对高端树脂镜片产品的需求。

2、投资概算情况

本项目总投资为 32,367.69 万元，其中建设投资 30,042.80 万元，铺底流动资金 2,324.88 万元。项目投资内容具体如下：

序号	项目	投资额（万元）
1	**建设投资**	**30,042.80**
1.1	建筑工程费	8,108.55
1.2	设备购置费	19,124.57
1.3	设备安装费	956.23
1.4	工程建设其他费用	422.84
1.5	基本预备费	1,430.61
2	**铺底流动资金**	**2,324.88**
合计		**32,367.69**

3、项目选址和用地情况

项目位于镇江丹阳经济开发区大泊岗村、前进社区、嘉荟新城社区（镇江丹阳经济开发区齐梁路 200 号）。公司已取得编号为苏（2016）丹阳市不动产权第 0009841 号、苏（2016）丹阳市不动产权第 0009842 号、苏（2017）丹阳市不动产权第 0005542 号土地使用权证书。

4、项目备案情况

本项目已经取得江苏省丹阳经济开发区管理委员会出具的《江苏省投资项目备案证》（丹开委投备[2020]48 号）。

5、项目经济效益分析

本项目总投资为 32,367.69 万元，建设期 24 个月，预计投产首年达产 70%，投产第二年达产 90%，第三年全部达产，全部达产后年平均产值 40,841.90 万元。项目所得税后投资内部收益率为 20.45%，税后静态投资回收期为 6.38 年。

6、项目环保情况

本项目将在建设与生产过程中严格执行国家及当地地方法律法规，并严格执行项目环境评价及环境管理制度。对于生产过程中产生的污染物将严格按照相关环境保护法规进行严格处理。

镇江市丹阳生态环境局出具了《关于对<江苏明月光学眼镜有限公司高端树脂镜片扩产、常规树脂镜片扩产及技术升级和研发中心建设项目环境影响报告表>的批复》（镇丹环审[2020]90 号），批复同意本项目的建设。

（二）常规树脂镜片扩产及技术升级项目

1、项目建设概况

公司拟用募集资金 14,086.43 万元投资于常规树脂镜片扩产及技术升级项目，本项目规划总建筑面积 27,074.71 ㎡，主要建设内容包括生产车间、配套车间等其他配套工程设施。项目主要产品为 1.60、1.67 等折射率的常规树脂镜片产品。通过本项目的实施，公司将新增常规树脂镜片产能 850 万片/年，以更好地满足市场对树脂镜片产品的需求。

2、投资概算情况

本项目总投资为 14,968.48 万元，其中建设投资 14,086.43 万元，铺底流动资金 882.05 万元。项目投资内容具体如下：

序号	项目	投资额（万元）
1	**建设投资**	**14,086.43**
1.1	建筑工程费	5,603.64
1.2	设备购置费	7,251.19
1.3	设备安装费	362.56
1.4	工程建设其他费用	198.26
1.5	基本预备费	670.78
2	**铺底流动资金**	**882.05**
合计		**14,968.48**

3、项目选址和用地情况

项目位于镇江丹阳经济开发区大泊岗村、前进社区、嘉荟新城社区（镇江丹阳经济开发区齐梁路 200 号）。公司已取得编号为苏（2016）丹阳市不动产权第 0009841 号、苏（2016）丹阳市不动产权第 0009842 号、苏（2017）丹阳市不动产权第 0005542 号土地使用权证书。

4、项目备案情况

本项目已经取得江苏省丹阳经济开发区管理委员会出具的《江苏省投资项目备案证》（丹开委投备[2020]48 号）。

5、项目经济效益分析

本项目总投资为 14,968.48 万元，建设期 24 个月，预计投产首年达产 70%，投产第二年达产 90%，第三年全部达产，全部达产后年平均产值 18,581.41 万元。项目所得税后投资内部收益率为 18.70%，税后静态投资回收期为 6.62 年。

6、项目环保情况

本项目将在建设与生产过程中严格执行国家及当地地方法律法规，并严格执行项目环境评价及环境管理制度。对于生产过程中产生的污染物将严格按照相关环境保护法规进行严格处理。

镇江市丹阳生态环境局出具了《关于对<江苏明月光学眼镜有限公司高端树脂镜片扩产、常规树脂镜片扩产及技术升级和研发中心建设项目环境影响报告表>的批复》（镇丹环审[2020]90 号），批复同意本项目的建设。

（三）研发中心建设项目

1、项目建设概况

公司拟用募集资金 6,210.47 万元投资于研发中心建设项目，本项目规划建筑面积 5,013.06 ㎡。通过新建研发实验室等基础设施、引进一系列国内外先进研发设备和工器具，并配备相应的技术研发人员，本项目将实现公司技术研发及试验检测能力的进一步提升，为新技术与新产品的开发提供研发平台，缩短产品研发周期，提升产品质量，进一步提高公司产品的技术水平和利润水平。

2、投资概算情况

本项目总投资为 6,210.47 万元，其中建设投资 5,260.06 万元，新增研发费用 950.40 万元。项目投资内容具体如下：

序号	项目	投资额（万元）
1	**建设投资**	**5,260.06**
1.1	建筑工程费	1,315.15
1.2	设备购置费	3,448.00
1.3	设备安装费	172.40
1.4	工程建设其他费用	74.03
1.5	基本预备费	250.48
2	**新增研发费用**	**950.40**
合计		**6,210.47**

3、项目选址和用地情况

项目位于镇江丹阳经济开发区大泊岗村、前进社区、嘉荟新城社区（镇江丹阳经济开发区齐梁路 200 号）。公司已取得编号为苏（2016）丹阳市不动产权第 0009841 号、苏（2016）丹阳市不动产权第 0009842 号、苏（2017）丹阳市不动产权第 0005542 号土地使用权证书。

4、项目备案情况

本项目已经取得江苏省丹阳经济开发区管理委员会出具的《江苏省投资项目备案证》（丹开委投备[2020]48 号）。

5、项目环保情况

本项目将在建设与生产过程中严格执行国家及当地地方法律法规，并严格执行项目环境评价及环境管理制度。对于生产研发过程中产生的污染物将严格按照相关环境保护法规进行严格处理。

镇江市丹阳生态环境局出具了《关于对<江苏明月光学眼镜有限公司高端树脂镜片扩产、常规树脂镜片扩产及技术升级和研发中心建设项目环境影响报告表>的批复》（镇丹环审[2020]90 号），批复同意本项目的建设。

（四）营销网络及产品展示中心建设项目

1、项目建设概况

公司拟用募集资金 6,456.34 万元投资于营销网络及产品展示中心建设项目。本项目将通过租赁办公场所的方式在上海、北京、深圳、南京、杭州、成都、丹阳等城市建立全国营销总部、品牌体验店及产品展示中心，并定制或采购一批验光及办公设备，同时扩充人员并进行统一业务培训，以实现品牌服务的升级，提高营销服务能力，强化市场及客户对公司的品牌认知度，进一步完善的市场、销售和服务支持体系。

2、投资概算情况

本项目总投资为 6,456.34 万元，其中场地租赁费 3,762.00 万元，装修工程费 1,610.00 万元，设备购置费 739.90 万元，设备安装费 37.00 万元，基本预备费 307.44 万元。项目投资内容具体如下：

序号	项目	投资额（万元）
1	场地租赁费	3,762.00
2	装修工程费	1,610.00
3	设备购置费	739.90
4	设备安装费	37.00
5	基本预备费	307.44
合计		**6,456.34**

3、项目选址和用地情况

本项目将在上海、北京、深圳、南京、杭州、成都、丹阳等城市通过租赁场地等方式建立全国营销总部、品牌体验店及产品展示中心。

4、项目备案情况

本项目已经取得江苏省丹阳经济开发区管理委员会出具的《江苏省投资项目备案证》（丹开委投备[2020]50 号）。本项目无需进行环境影响评价程序。

四、董事会对募集资金投资项目可行性的分析意见

公司董事会对本次募集资金投资项目的可行性进行了审慎分析，认为：

本次募集资金投资项目的实施符合国家产业政策和规划，有助于现有业务的稳步发展，提高公司供货能力和市场竞争力；募集资金数额以及所投资项目与现有生产经营规模、财务状况、技术水平和管理能力相适应，投资估算及效益分析表明各项财务指标良好。

（一）经营规模方面

公司具备完善的产业链及一站式服务体系，拥有完备的研发、设计、生产、销售能力，业务涵盖树脂原料的研发、生产及销售，镜片光学结构、光学膜层及功能化镜片的研发及设计，树脂镜片大规模工业化生产及个性化定制生产，镜架设计及成镜生产、销售，为市场提供品质稳定、品类齐全的眼视光产品。为进一步提升产品产能、技术水平和品牌知名度，公司拟通过募集资金投建高端树脂镜片扩产项目、常规树脂镜片扩产及技术升级项目、研发中心建设项目和营销网络及产品展示中心建设项目。募投项目的实施，可以提升公司现有产能，优化公司产品结构，提高公司的供货能力，增强公司可持续发展能力，符合公司长期发展战略的需要，与现有生产经营情况相适应。

（二）财务状况方面

公司盈利能力良好，现金流状况较好，能够支持本次募集资金投资项目的实施及后续运营。

（三）技术水平方面

公司自成立以来，一直重视技术及产品的研发，设立了研发中心并制定了一套完整的研发业务流程及科研项目管理业务流程，组建了一支技术水平过硬、行业经验丰富的技术研发团队，良好的研发环境和资源配套使得公司研发实力不断提升。此外，公司在加强自身研发能力建设的同时，也不断加强对外技术合作，共同完成树脂镜片材料研发、生产技术和新型产品的合作开发。经过多年的发展，目前公司拥有较强的技术开发能力。公司的研发实力及经验丰富的核心团队，将为募集资金投资项目的顺利实施提供重要保障。

（四）管理能力方面

公司自成立以来，一直专注于镜片、成镜、镜片原料等眼视光产品的研发、设计、生产和销售，积累了丰富的管理经验，培养了一支高效的管理团队，为公司的发展提供了一定的管理人才储备。

综上所述，公司董事会认为公司本次募集资金投资项目紧密结合公司主要业务，对公司提高产能、优化公司产品结构，增强可持续经营能力具有重大意义。本次募集资金数额以及投资项目与公司现有生产经营规模、财务状况、技术研发水平和管理能力相适应。

五、募投项目环境保护

本次募投项目的建设和运营中对环境的主要影响为少量废气、废水、噪声及固废，不属于重污染项目。公司将建设相应的环境保护设施，对污染物进行必要的处理，以符合环境保护要求。

募投项目的建设符合国家及地方相关产业政策；选址符合当地相关规划要求，选址合理可行；符合清洁生产和循环经济的要求；采用的各项环保设施合理、可靠、有效，能保证各类污染物稳定达标排放或综合处置利用；各类污染物正常排放对评价区域环境质量影响较小，区域环境质量仍可控制在现有相应功能要求之内。

六、募集资金运用对财务状况及经营成果的影响

本次募集资金运用是公司增强核心竞争力、实施公司发展战略的重要举措，将对公司未来的生产经营和财务状况产生重大深远的影响。本次募集资金投资项目全部建成后，将扩大公司业务规模、完善产品结构、提升技术创新能力，进一步提高公司的经营业绩，募投项目具备较好的盈利前景。

（一）对公司经营状况的影响

公司本次募集资金的投资项目，主要围绕公司现有主营产品进行扩产，提升公司研发能力和营销服务能力。本次募集资金投资项目实施，将使公司树脂镜片产品的产能提高，产品结构优化，进一步扩大销售收入，实现公司利润的快速增

长，同时，提升公司的研发能力和营销服务能力，使公司核心竞争力得到进一步提高。

（二）对公司财务状况的影响

本次募集资金到位后，公司净资产总额及每股净资产均将大幅提高，能够进一步增强公司整体实力，增强抗风险能力。由于募集资金投资项目需要一定的建设期，净资产大幅提高的同时将摊薄发行当年的净资产收益率。但本次募投项目具有较高的投资回报率，随着项目正常达产以及效益实现，公司销售收入和利润水平将有大幅提高，公司盈利能力和净资产收益率水平将显著提升。

七、未来发展与规划

（一）公司发展规划及目标

1、公司发展战略

公司以市场需求为导向，立足于现有主业，紧抓镜片制造业转型升级和结构调整的历史机遇，通过持续的研发创新、生产工艺的改进，不断提升公司的研发创新能力、技术水平和核心竞争力，丰富产品结构，巩固和提高公司的市场占有率，致力于将公司打造成为具有全球竞争力的镜片制造企业，同时，将明月品牌打造成为具有国民知名度的镜片品牌。

2、公司业务发展目标

公司将不断完善经营管理体系，引入优秀的技术人才和管理人才，不断提升公司的研发创新能力和管理水平，提高生产和管理效率，同时，公司将合理选择资本市场、银行贷款等多种形式，实现经营业绩的持续、稳定增长，为股东创造最大价值。

3、发行当年的发展规划

若公司股票发行成功，在发行当年余下的期间，公司将及时组织实施募集资金投资项目，按募投项目所投资的内容，启动相关资产购置、人员招聘等事项，确保募投项目顺利实施。

4、未来三年业务发展规划

根据发展战略及经营目标，公司制定了未来三年在研发创新、生产工艺优化升级、市场开发、人才建设发展等各方面的计划，具体如下：

（1）研发和创新计划

公司将进一步加大研发投入，在充分发挥现有技术积累的基础上，积极加强与知名院校的产学研合作，通过自主研发、合作开发等方式提升公司的技术能力。公司将不断持续推进产品的科技研发，持续追踪树脂镜片市场的发展趋势，不断推出新产品、新技术，将积累的技术能力进行产品化应用。

（2）生产工艺优化升级

公司将不断优化和升级生产工艺，不断提升生产效率，保证产品品质的稳定。同时，公司将不断推进新产品生产工艺的研究与开发，保持生产技术工艺的领先性。

（3）市场开发计划

公司将逐步完善全国营销网络体系，在原有营销体系的基础上，不断增加明月品牌体验店的覆盖区域，全方位提升消费者的体验感。公司将扩大销售团队，提升全国销售网络的覆盖深度，提高售后服务能力。同时，公司将加大广告宣传力度，提高明月品牌的知名度，致力于将明月品牌打造成为具有国民知名度的镜片品牌。

（4）人才建设发展计划

人才是不断提升创新能力和公司竞争力的关键。公司将以战略目标为导向，加强人力资源体系的建设，加快人才储备，适应未来公司迅速发展的需要。

公司将积极拓宽人才引进渠道，引进一批高素质的专业技术和管理人才，提升公司的研发水平，引入先进的管理理念，优化企业人员结构；同时，不断完善人力资源的培训体系，组织开展经营管理、安全质量、后备干部等多层次、多角度全方位的培训，不断提升员工的知识结构及实际业务技能，进一步完善员工晋

升机制、薪酬福利机制、绩效考核体系等，积极探索中长期股权激励计划，建立有序的竞争、激励和淘汰机制。

（二）拟定上述计划依据的条件和面临的主要困难

1、拟定上述计划所依据的假设条件

上述发展目标是以公司现有的业务发展情况、市场地位和经营优势为基础制定的，制定过程中主要依据以下假设条件：

（1）国家宏观经济、政治、法律和社会环境处于正常发展的状态，国际与地区的经济和社会不会发生对公司运营产生重大不利影响的变化；

（2）国家对镜片制造行业政策无重大变化，市场处于正常状态，无重大市场突变情形；

（3）公司本次股票发行能够如期完成，募集资金能按时到位；

（4）公司保持正常运营，项目投资能按期进行并取得预期效益；

（5）公司目前执行的税收政策无重大不利变化；

（6）无其它人力不可抗拒及不可预见因素造成的重大不利影响。

2、实施过程中将面临的主要困难

随着公司业务的较快发展，公司在资金需求、人力资源配置等方面都将面临更大的挑战。

（1）资金瓶颈

上述发展目标的实现，需要大量的资金投入。现阶段，公司的融资渠道非常有限，如果仅仅依靠自身的利润滚存积累，很可能丧失稍纵即逝的发展机会；如果仅仅依靠银行贷款的间接融资方式，将会增加财务费用，加大公司还本付息压力，难以满足公司日益增长的资金需求。

因此，能否借助资本市场，通过公开发行股票筹集资金，成为公司发展目标顺利实现的重要因素之一。

（2）人力资源约束

随着公司的快速成长，公司规模迅速扩大，公司对技术人员和管理人员的需求大量增加。为保持企业持续的生产与技术创新能力，巩固、提升在行业中的优势地位，公司需要引进与储备大量的优秀人才，因此本公司面临着人力资源保障的压力。

3、确保实现规划和目标采用的方法或途径

公司拟采用以下方法和途径确保规划和目标的实现：

（1）公司本次发行股票将为实现上述业务目标提供资金支持。公司将认真组织项目的实施，争取尽快实现效益，强化主营业务收入基础，提升企业盈利能力，保持并提升企业在镜片制造领域的核心竞争优势；

（2）公司将严格按照上市公司的要求规范运作，进一步加强公司治理、风险管理和财务管理的能力，持续优化资源配置，改进业务流程，规范内部管理，提高决策效率，保障公司各项规划目标的顺利实现；

（3）以本次发行为契机，公司将按照人员扩充计划，加快对优秀人才尤其是专业技术人才和管理人才的引进，提高公司的人才竞争优势；

（4）提高公司的社会知名度和市场影响力，进一步提升公司的形象，充分利用公司的现有资源，提高公司产品的市场占有率；

（5）准确的把握镜片制造业的发展方向，加强镜片制造业技术革新的跟踪研究和分析，实现研究成果与客户业务转型、业务模式创新同步。

（三）上述发展计划与现有业务的关系

公司业务发展计划是在现有业务的基础上，结合公司实际情况，根据行业的发展趋势，经过审慎考虑和可行性研究后确定的，能够进一步提升公司的市场占有率，是公司现有业务的扩充和提升。因此，现有业务是公司未来几年发展计划的基础，发展计划是现有业务的延伸和发展。

（四）发行人声明

发行人声明：本公司在上市后将严格遵守《深圳证券交易所创业板股票上市规则》及其他相关法律、法规，通过定期报告持续公告规划实施和目标实现的情况。

第十节 投资者保护

一、投资者关系的主要安排情况

为了切实提高公司的规范运作水平，保护投资者特别是中小投资者的合法权益，充分保障投资者依法享有获取公司信息、享有资产收益、参与重大决策等权利，公司制定相关制度和措施，充分维护了投资者的相关利益，具体体现在以下几个方面：

（一）建立健全内部信息披露制度和流程

为规范公司信息披露行为，确保信息披露的真实、准确、完整，公司根据《公司法》、《证券法》、《上市公司信息披露管理办法》等相关法律法规，并结合《公司章程》制定了《信息披露管理制度》。《信息披露管理制度》对发行人信息披露的原则、披露标准和披露流程等事项均进行了详细规定。

（二）完善股东投票机制

《公司章程》第四十四条规定，本公司召开股东大会的地点为：公司住所地或者召集人在会议通知中确定其他地点。股东大会将设置会场，以现场会议形式召开。公司还将提供网络投票方式为股东参加股东大会提供便利。股东通过上述方式参加股东大会的，视为出席。

《公司章程》第七十八条规定，股东（包括股东代理人）以其所代表的有表决权的股份数额行使表决权，每一股份享有一票表决权。但是，公司持有的本公司股份没有表决权，且该部分股份不计入出席股东大会有表决权的股份总数。

董事会、独立董事和符合相关规定条件的股东可以征集股东投票权。征集股东投票权应当向被征集人充分披露具体投票意向等信息。禁止以有偿或者变相有偿的方式征集股东投票权。公司不得对征集投票权提出最低持股比例限制。

股东大会审议影响中小投资者利益的重大事项时，应当对中小投资者表决进行单独计票。单独计票结果应当及时公开披露，并报送证券监管部门。

《公司章程》第八十二条规定，股东大会就选举董事、监事进行表决时，根据本章程的规定或者股东大会的决议，应当实行累积投票制。前款所称累积投票

制是指股东大会选举董事或者监事时，每一股份拥有与应选董事或者监事人数相同的表决权，股东拥有的表决权可以集中使用。董事会应当向股东公告候选董事、监事的简历和基本情况。

（三）其他保护投资者合法权益的措施

为充分保障公司股东的合法权益，公司制定有《对外担保管理制度》、《对外投资管理制度》、《关联交易管理办法》、《募集资金管理办法》等制度，明确了对外担保、对外投资、关联交易、募集资金使用等事项的决策程序、审查内容和责任等内容，对投资者权益影响重大的事项必须由股东大会审议通过。

二、报告期内股利分配政策、实际股利分配情况及发行后的股利分配政策

（一）发行后的股利分配政策

根据发行人《公司章程（草案）》，有关股利分配政策的主要内容如下：

1、利润分配的形式：公司利润分配可采取现金、股票、现金与股票相结合或者法律许可的其他方式。除特殊情况外，在当年盈利且累计未分配利润为正的情况下，公司每年度至少进行一次利润分配，且应优先采用现金分红方式进行利润分配。在有条件的情况下，公司可以进行中期现金分红。

前述“特殊情况”是指下列情况之一：

（1）公司未来 12 个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 20%，且超过 5,000 万元（募集资金投资的项目除外）；

（2）公司未来 12 个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计总资产的 10%（募集资金投资的项目除外）；

（3）分红年度净现金流量为负数，且年底货币资金余额不足以支付现金分红金额的；

（4）审计机构对公司当年度财务报告出具非标准无保留意见的审计报告。

在满足现金分红条件的情况下，具体分配比例由公司董事会根据公司经营状况和中国证监会的有关规定拟定，由股东大会审议决定。

2、现金分红的比例：采取现金方式分配股利，以现金方式分配的利润不少于当年实现的可供分配利润的 10%，且公司最近三年以现金方式累计分配的利润不少于最近三年实现的年均可分配利润的 30%。

公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照公司章程规定的程序，提出差异化的现金分红政策：

（1）公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

（2）公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

（3）公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，或公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%；

上述重大资金支出安排是指以下任一情形：

（1）公司未来 12 个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 50%，且超过 5,000 万元；

（2）公司未来 12 个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计总资产的 30%。

3、公司发放股票股利的具体条件：若公司经营情况良好，营业收入和净利润持续增长，且董事会认为公司股本规模与净资产规模不匹配时，可以提出股票股利分配方案。

4、利润分配的期间间隔：在有可供分配的利润的前提下，原则上公司应至少每年进行一次利润分配，公司可以根据生产经营及资金需求状况实施中期现金利润分配。

（二）报告期内股利分配政策

公司的股利分配遵循同股同利的原则，按各股东持股比例分配股利；公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后两个月内完成股利（或股份）的派发事项；公司可以采用以现金、股票或其他法律认可的方式进行分配；公司派发股利时，按照有关法律、法规的规定代扣代缴股东股利收入的应纳税金。本公司税后净利润按下列顺序和比例分配：

1、弥补上一年度的亏损；2、提取法定公积金 10%；3、提取任意公积金；4、支付股东股利。

公司法定公积金累计额为公司注册资本的百分之五十以上的，可以不再提取。公司从税后利润中提取法定公积金后，经股东大会决议，还可以从税后利润中提取任意公积金。股东大会违反前款规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。公司持有的本公司股份不参与分配利润。

（三）本次发行前滚存利润分配方案和已履行的决策程序

根据本公司 2020 年第二次临时股东大会审议通过的《关于首次公开发行人民币普通股（A 股）股票前滚存未分配利润的分配方案的议案》：若公司本次公开发行股票申请获得批准并成功发行，则本次发行之前所滚存的可供股东分配的利润由本次发行完成后的新老股东共享。

三、股东投票机制的建立

公司制定了《公司章程》等规定，明确了股东享有的权利及履行权利的程序。其中，股东的权利包括：（一）依照其所持有的股份份额获得股利和其他形式的利益分配；（二）依法请求、召集、主持、参加或者委派股东代理人参加股东大会，并行使相应的表决权；（三）对公司的经营进行监督，提出建议或者质询；（四）依照法律、行政法规及公司章程的规定转让、赠与或质押其所持有的股份；（五）查阅公司章程、股东名册、公司债券存根、股东大会会议记录、董事会会议决议、监事会会议决议、财务会计报告；（六）公司终止或者清算时，按其所

持有的股份份额参加公司剩余财产的分配；（七）对股东大会作出的公司合并、分立决议持异议的股东，要求公司收购其股份；（八）法律、行政法规、部门规章或本章程所赋予的其他权利。

发行人根据《公司法》、《证券法》、《上市公司章程指引》等文件规定，建立了完善的股东投票机制，明确了安排通过证券交易所交易系统、互联网投票系统等方式为中小投资者参加股东大会提供便利的情形。

《公司章程》规定，公司选举董事或监事时应当实行累积投票制度；累积投票制是指股东大会选举董事或者监事时，每一股份拥有与应选董事或者监事人数相同的表决权，股东拥有的表决权可以集中使用。

《公司章程》规定，股东大会审议影响中小投资者利益的重大事项时，应当对中小投资者表决进行单独计票。单独计票结果应当及时公开披露，并报送证券监管部门。

《公司章程》规定，公司董事会、独立董事和符合相关规定条件的股东可以征集股东投票权。征集股东投票权应当向被征集人充分披露具体投票意向等信息。禁止以有偿或者变相有偿的方式征集股东投票权。公司不得对征集投票权提出最低持股比例限制。

四、发行人资金管理、对外投资、担保事项的政策及制度安排和最近三年的执行情况

（一）资金管理政策及制度安排和最近三年的执行情况

1、资金管理的政策及制度安排

为了完善和规范公司的管理行为，保证公司货币资金的安全，降低资金成本，提供资金使用效率，防范企业财务风险，本公司根据《中华人民共和国会计法》、《现金管理条例》、《内部会计控制规范》等上市公司的规范管理要求，制定了《财务管理制度》，其中对货币资金的收支和保管建立了严格的授权审批程序。

2、资金管理制度的执行情况

报告期内，公司严格执行资金管理有关制度。

（二）对外投资

1、对外投资的政策及制度安排

《股东大会议事规则》第五十条规定：“公司发生的交易达到本条规定标准的，应当提交股东大会审议：

1、交易涉及的资产总额占公司最近一期经审计总资产的 50%以上，该交易涉及的资产总额同时存在账面值和评估值的，以较高者作为计算数据；

2、交易标的（如股权）在最近一个会计年度相关的营业收入占公司最近一个会计年度经审计营业收入的 50%以上，且绝对金额超过 5,000 万元；

3、交易标的（如股权）在最近一个会计年度相关的净利润占公司最近一个会计年度经审计净利润的 50%以上，且绝对金额超过 500 万元；

4、交易的成交金额（含承担债务和费用）占公司最近一期经审计净资产的 50%以上，且绝对金额超过 5,000 万元；

5、交易产生的利润占公司最近一个会计年度经审计净利润的 50%以上，且绝对金额超过 500 万元。

上述指标计算中涉及的数据如为负值，取其绝对值计算。”

2、对外投资制度年的执行情况

报告期内，公司不存在违规对外投资的事项。

（三）对外担保

1、对外担保的政策及制度安排

为了保护投资者的合法权益，规范公司对外担保行为，有效防范公司对外担保风险，确保公司资产安全，公司根据《公司法》、《中华人民共和国担保法》等法律法规以及《公司章程》，制定了《对外担保管理制度》。

根据《对外担保管理制度》，公司不得向股东、实际控制人以外的任何自然人提供对外担保，且下列对外担保行为，须经股东大会审议通过：（1）单笔担保额超过最近一期经审计净资产 10%的担保；（2）公司及其控股子公司的对外

担保总额，达到或超过公司最近一期经审计净资产 50%以后提供的任何担保；（3）公司及其控股子公司的对外担保总额，达到或超过最近一期经审计总资产的 30%以后提供的任何担保；（4）为资产负债率超过 70%的担保对象提供的担保；（5）连续十二个月内担保金额超过公司最近一期经审计总资产的 30%；（6）连续十二个月内担保金额超过公司最近一期经审计净资产的 50%且绝对金额超过 5,000 万元人民币；（7）对股东、实际控制人及其关联人提供的担保；（8）《公司章程》规定的其他担保情形。前款第（5）项担保，应当经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过。股东大会在审议为股东、实际控制人及其关联人提供的担保议案时，该股东或受该实际控制人支配的股东，不得参与该项表决，该项表决须经出席股东大会的其他股东所持表决权的半数以上通过。以上应由股东大会审批的对外担保，必须经董事会审议通过后，方可提交股东大会审批。

除本条规定股东大会审议的担保事项外，公司其他对外担保事项由董事会审议。对于董事会权限范围内的担保事项，除应当经全体董事的过半数通过外，还应当经出席董事会会议的三分之二以上董事同意；董事会对关联方的担保事项作决议时，出席的非关联董事不足三人的，应当由全体董事（含关联董事）就将该笔交易提交公司股东大会审议等程序性问题作出决议，由股东大会对该笔交易作出相关决议。

2、对外担保管理制度的执行情况

报告期内，公司不存在对外担保的事项。

五、与投资者保护相关的承诺

（一）股东关于股份锁定的承诺

1、公司控股股东明月实业，实际控制人谢公晚、谢公兴、曾少华，股东志明管理，以及间接持有公司股份的陆岩和彭炜分别承诺：自明月镜片股票上市交易之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本企业/本人直接或间接持有的明月镜片公开发行股票前已发行股份，也不由明月镜片回购本企业/本人直接或间接持有的该部分股份。

2、公司股东诺伟其、志远管理、曾哲、王雪平、张湘华、朱海峰，以及间接持有公司股份的彭志云分别承诺：自明月镜片股票上市交易之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本企业/本人直接或间接持有的明月镜片公开发行股票前已发行股份，也不由明月镜片回购本企业/本人直接或间接持有的该部分股份。

3、公司股东祝波善承诺：自完成增资扩股工商变更登记手续之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的明月镜片公开发行股票前已发行股份，也不由明月镜片回购本人直接或间接持有的该部分股份。

4、公司控股股东明月实业，实际控制人谢公晚、谢公兴、曾少华，股东志明管理，直接或间接持有公司股份的董事、高级管理人员曾哲、王雪平、彭志云承诺：明月镜片股票上市后六个月内，若其股票价格连续二十个交易日的收盘价均低于首次公开发行价格（如公司发生分红、派息、送股、转增股本、配股等除权除息事项，则为按照相应比例进行除权除息调整后用于比较的发行价格，下同），或者上市后六个月期末收盘价低于发行价的，本企业/本人持有明月镜片的股份锁定期自动延长六个月。

5、谢公晚、谢公兴、曾哲、王雪平、朱海峰、彭志云、陆岩和彭炜承诺：在本人担任明月镜片董事、监事、高级管理人员期间，每年转让的股份不超过直接或间接持有的明月镜片股份总数的百分之二十五，在离职后半年内，不转让直接或间接持有的明月镜片股份。如本人在任期届满前离职的，本人在就任时确定的任期内和任期届满后六个月内，遵守以上限制性规定。上述承诺不因其职务变更、离职等原因而失效。

（二）股东持股及减持意向承诺

1、公司控股股东、实际控制人及其控制企业承诺

公司控股股东明月实业，实际控制人谢公晚、谢公兴、曾少华，实际控制人控制的企业志明管理承诺：

“（1）本公司/本人/本企业拟长期持有明月镜片股票；

（2）在锁定期满后，如果拟减持股票，将遵守中国证监会、交易所关于股份减持的相关规定，结合明月镜片稳定股价的需要，审慎制定股票减持计划，在股票锁定期满后逐步减持；

（3）减持股份应符合相关规定，具体方式包括但不限于交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等；

（4）减持股份前，应按照《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则》、《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》等相关规定及时、准确地履行信息披露义务；

（5）在锁定期满后两年内，如果拟减持股票的，减持价格不低于发行价，（如公司发生分红、派息、送股、转增股本、配股等除权除息事项，则相应调整发行价）；

（6）如果未履行上述减持意向声明，本公司/本人/本企业将在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行承诺的具体原因并向明月镜片的股东和社会公众投资者道歉，且减持明月镜片股份所得收益归明月镜片所有；

（7）如果未履行上述减持意向声明，本公司/本人/本企业持有的明月镜片股份自本公司/本人未履行上述减持意向声明之日起 6 个月内不得减持；

（8）若法律、法规及中国证监会相关规则另有规定的，从其规定。”

2、持股 5%以上的其他股东承诺

持有公司 5%以上股份的股东诺伟其承诺：

“（1）本企业将按照公司招股说明书以及本企业出具的各项承诺载明的限售期限要求，并严格遵守法律法规的相关规定，在限售期限内不减持公司股票；

（2）在锁定期满后，如果拟减持股票，将遵守中国证监会、交易所关于股份减持的相关规定，结合公司稳定股价的需要，审慎制定股票减持计划，在股票锁定期满后逐步减持；

（3）减持股份应符合相关规定，具体方式包括但不限于交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等；

（4）减持股份前，应按照《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则》、《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》等相关规定及时、准确地履行信息披露义务。

（5）在锁定期满后两年内减持股票的，减持价格不低于发行价（如公司发生分红、派息、送股、转增股本、配股等除权除息事项，则相应调整发行价）；

（6）如果未履行上述减持意向声明，本企业将在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行承诺的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉，且减持公司股份所得收益归公司所有；

（7）如果未履行上述减持意向声明，本企业持有的公司股份自本企业未履行上述减持意向声明之日起 6 个月内不得减持。

（8）若法律、法规及中国证监会相关规则另有规定的，从其规定。”

（三）股价稳定计划

若发行人首次公开发行股票并上市后三年内公司股价出现低于每股净资产的情况时，将启动稳定股价的预案，具体如下：

1、启动股价稳定措施的具体条件

在公司股票上市交易后的三年内，非因不可抗力所致，如果公司股票连续20个交易日的收盘价低于最近一期经审计的每股净资产时（最近一期审计基准日后，因有派息、送股、资本公积金转增股本、配股、增发等除权除息事项导致发行人净资产或股份总数出现变化的，上述收盘价相应进行调整；股价稳定计划中涉及收盘价、净资产比较的情形，均包含该等调整事项），在不影响公司上市条件的前提下，应当在30日内实施相关稳定股价的方案，并应提前公告具体实施方案。

2、稳定股价的措施及顺序

（1）股价稳定措施的方式包括：

1）公司回购股票并注销；

2）公司控股股东、实际控制人增持公司股票；

3）在公司任职并领取薪酬的公司董事（不含独立董事）、高级管理人员增持公司股票。

（2）选用前述方式时应满足下列基本原则

1）不能导致公司不满足法定上市条件；

2）不能使增持主体履行要约收购义务。

（3）股价稳定措施的实施顺序

当公司需要采取股价稳定措施时，可以视公司实际情况、股票市场情况，按以下顺序实施股价稳定措施。

第一选择为公司回购股票并注销，第二选择为控股股东、实际控制人增持公司股票，第三选择为在公司任职并领取薪酬的公司董事（不含独立董事）、高级管理人员增持公司股票。

在下列情形之一出现时将启动第二选择：

1）公司回购股票议案未获得公司股东大会批准，且控股股东、实际控制人增持公司股票不会使公司将不满足法定上市条件或履行要约收购义务；

2）公司虽实施股票回购计划但仍未满足“公司股票连续 3 个交易日的收盘价均已高于公司最近一期经审计的每股净资产”的条件。

在下列情形出现时将启动第三选择：

在控股股东、实际控制人增持公司股票方案实施完成后，如公司股票仍未满足“公司股票连续 3 个交易日的收盘价均已高于公司最近一期经审计的每股净资产”的条件，并且在公司任职并领取薪酬的公司董事（不含独立董事）和高级管理人员增持公司股票不会致使公司将不满足法定上市条件或促使相关增持主体履行要约收购义务的情形下，上述人员将在控股股东、实际控制人增持公司股票方案实施完成后 90 日内增持公司股票。

在每一个会计年度，发行人及其控股股东、实际控制人、在公司任职并领取薪酬的公司董事（不包括独立董事）、高级管理人员需强制启动股价稳定措施的义务仅限一次。

3、稳定股价的具体措施

（1）由公司回购股票

在达到触发启动股价稳定措施条件的情况下，公司将在 10 日内召开董事会，依法作出实施回购股票的决议、提交股东大会批准并履行相应公告程序。公司将在董事会决议出具之日起 30 日内召开股东大会，审议实施回购股票的议案，公司股东大会对实施回购股票作出决议，必须经出席会议的股东所持表决权的 2/3 以上通过。公司股东大会批准实施回购股票的议案后公司将依法履行相应的公告、备案及通知债权人等义务。在满足法定条件下依照决议通过的实施回购股票的议案中所规定的价格区间、期限实施回购。

公司回购股份的资金为自有资金，回购股份的价格不超过最近一个会计年度经审计的每股净资产，回购股份的方式为集中竞价交易方式、要约方式或证券监督管理部门认可的其他方式。

单一会计年度用以稳定股价的回购资金合计不超过最近一个会计年度经审计的归属于母公司股东净利润的 20%。超过上述标准的，有关稳定股价措施在当年度不再继续实施。但如下一年度继续出现需启动稳定股价措施的情形时，公司将继续按照上述原则执行稳定股价预案。

除非出现下列情形，公司将在股东大会决议作出之日起 6 个月内回购股票：

1）公司股票连续 3 个交易日的收盘价均已高于公司最近一年经审计的每股净资产；

2）继续回购股票将导致公司不满足法定上市条件。

单次实施回购股票完毕或终止后，本次回购的公司股票应在实施完毕或终止之日起10日内注销，并及时办理公司减资程序。

（2）控股股东、实际控制人增持

在履行相应的公告等义务后，控股股东、实际控制人将在满足法定条件下依照方案中所规定的价格区间、期限实施增持。

控股股东、实际控制人增持股票的金额不超过控股股东、实际控制人上年度从公司领取的分红和上年度从公司领取的薪酬的合计值，增持股份的价格不超过最近一个会计年度经审计的每股净资产。公司不得为控股股东、实际控制人实施增持公司股票提供资金支持。

除非出现下列情形，控股股东、实际控制人将在增持方案公告之日起 6 个月内实施增持公司股票计划：

1）公司股票连续 3 个交易日的收盘价均已高于公司最近一年度经审计的每股净资产；

2）继续增持股票将导致公司不满足法定上市条件；

3） 继续增持股票将导致控股股东、实际控制人需要履行要约收购义务且控股股东、实际控制人未计划实施要约收购。

（3）董事、高级管理人员增持

在控股股东、实际控制人增持公司股票方案实施完成后，仍未满足公司股票连续 3 个交易日的收盘价均已高于公司最近一年经审计的每股净资产之条件并且董事、高级管理人员增持公司股票不会致使公司将不满足法定上市条件或触发董事、高级管理人员的要约收购义务的情况下，董事、高级管理人员将在控股股东、实际控制人增持公司股票方案实施完成后 90 日内增持公司股票，且用于增持股票的资金不超过其上一年度于公司取得薪酬总额，增持股份的价格不超过最近一个会计年度经审计的每股净资产。具体增持股票的数量等事项将提前公告。

董事、高级管理人员增持公司股票在达到以下条件之一的情况下终止：

1）公司股票连续 3 个交易日的收盘价均已高于公司最近一年经审计的每股净资产；

2）继续增持股票将导致公司不满足法定上市条件；

3）继续增持股票将导致需要履行要约收购义务且其未计划实施要约收购。

稳定股价预案自动适用于自稳定股价预案经股东大会审议通过至本公司A股股票上市后三年内本公司股东大会新选举产生的董事（不包括独立董事）以及董事会新聘任的高级管理人员。

4、稳定股价的保障措施

如公司董事会未能制订或实施应由公司实施的稳定股价方案，董事会应向投资者说明具体原因，公司将根据相关法律法规及监管机构的要求承担相应责任。

如控股股东、实际控制人未能履行应由其履行的稳定本公司股价的义务，公司可等额扣留其在当年及以后年度的现金分红，直至其履行相应的稳定股价义务。

如董事（不包括独立董事）、高级管理人员未能履行应由其履行的稳定公司股价的义务，公司可等额扣留其在当年及以后年度从公司所领取的税后薪酬，直至其履行相应的稳定股价义务。

如因相关法律法规等客观原因导致公司，控股股东、实际控制人，董事（不包括独立董事）、高级管理人员在一定时期内无法履行其稳定股价义务的，相关责任主体可免于前述保障措施，但亦应积极采取其他合法有效的措施稳定股价。

（四）股份回购的措施和承诺

1、发行人承诺

发行人明月镜片承诺：

“如公司招股说明书中存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，公司将依法回购首次公开发行的全部新股（如公司上市后发生除权事项的，上述回购数量相应调整）。公司将在有权部门出具有关违法事实的认定结果后及时进行公告，并根据相关法律法规及《公司章程》的规定及时召开董事会审议股份回购具体方案，并提交股东大会。公司将根据股东大会决议及有权部门的审批启动股份回购措施。公司承诺回购价格将按照市场价格，如公司启动股份回购措施时已停牌，则股份回购价

格不低于停牌前一交易日平均交易价格（平均交易价格=当日总成交额/当日成交总量）。

如公司违反上述承诺，公司将在股东大会及信息披露指定媒体上公开说明未采取上述股份回购措施的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉，并按有权部门认定的实际损失向投资者进行赔偿。”

2、控股股东、实际控制人及其控制企业承诺

控股股东明月实业，实际控制人谢公晚、谢公兴、曾少华，实际控制人控制的企业志明管理承诺：

“如公司招股说明书中存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，承诺人将督促公司依法回购首次公开发行的全部新股，同时承诺人也将购回公司上市后已转让的原限售股份。购回价格将按照发行价格加股票上市日至回购股票公告日期间的银行同期存款利息，或中国证监会认可的其他价格。若发行人股票有派息、送股、资本公积转增股本等除权、除息事项的，购回价格将相应进行调整。

如承诺人违反上述承诺，则将在公司股东大会及信息披露指定媒体上公开说明未采取上述股份回购措施的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉，并在违反上述承诺之日起停止在发行人处分红（如有），同时承诺人直接或间接持有的公司股份将不得转让，直至承诺人按照上述承诺采取相应赔偿措施并实施完毕时为止。”

（五）涉及欺诈发行的股份购回承诺

1、发行人承诺

发行人明月镜片承诺：

“公司首次公开发行股票并在创业板上市的招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，公司亦不存在以欺诈手段骗取发行注册的情形。

如本公司不符合发行上市条件，以欺诈手段骗取发行注册并已经发行上市的，本公司将在中国证券监督管理委员会等有权部门确认后 5 个工作日内，本公

司将依法启动股份购回程序，购回本公司本次公开发行的全部新股。公司已发行尚未上市的，购回价格为发行价并加算银行同期存款利息；公司已上市的，购回价格为发行价加算银行同期存款利息与公布购回方案前 30 个交易日公司股票的每日加权平均价格的算术平均值的孰高者。期间公司如有派息、送股、资本公积金转增股本、配股等除权除息事项，购回价相应进行调整。

若本公司存在以欺诈手段骗取发行注册的情形，致使投资者在买卖本公司股票的证券交易中遭受损失的，本公司将在证券监管机构或司法机关认定赔偿责任后依法赔偿投资者损失。”

2、控股股东、实际控制人及其控制企业承诺

控股股东明月实业，实际控制人谢公晚、谢公兴、曾少华，实际控制人控制的企业志明管理承诺：

“公司首次公开发行股票并在创业板上市的招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，公司亦不存在以欺诈手段骗取发行注册的情形。

如公司不符合发行上市条件，以欺诈手段骗取发行注册并已经发行上市的，本公司/本人/本企业将在中国证券监督管理委员会等有权部门确认后 5 个工作日内，启动购回发行人首次公开发行股票时本公司已转让的全部原限售股份的程序，包括但不限于依照相关法律、法规、规章、规范性文件及证券交易所监管规则的规定履行信息披露义务公告购回方案并进行购回。公司已发行尚未上市的，购回价格为发行价并加算银行同期存款利息；公司已上市的，购回价格为发行价加算银行同期存款利息与公布购回方案前 30 个交易日公司股票的每日加权平均价格的算术平均值的孰高者。期间公司如有派息、送股、资本公积金转增股本、配股等除权除息事项，购回价相应进行调整。

若公司存在以欺诈手段骗取发行注册的情形，致使投资者在买卖公司股票的证券交易中遭受损失的，本公司/本人/本企业将在证券监管机构或司法机关认定赔偿责任后依法赔偿投资者损失。”

（六）填补被摊薄即期回报的措施及承诺

1、本次募集资金到位当年发行人每股收益相对上年度每股收益的变动趋势

报告期内，发行人业绩保持稳定增长态势。发行人本次拟公开发行股票不超过3,358.54万股，发行后公司资本实力将得到增强，但由于募集资金投资项目具有一定的投入周期，在短期内难以完全产生效益，因此，发行人在发行当年每股收益较上一会计年度将有所下降，进而摊薄即期回报，但公司的整体盈利长期来看将有进一步提升。公司已就因本次发行可能引起的即期利润摊薄制定了相应的应对措施，并将严格执行。

上述信息涉及的财务预计不作为盈利预测和业绩承诺，系公司根据经营规划作出的合理测算，可能因市场环境、公司发展状况等主客观原因与公司实际经营成果发生偏差，进而影响到公司本次发行完成后每股收益的变动趋势。

2、填补被摊薄即期回报的措施

（1）积极推进募集资金投资项目的建设，争取早日实现项目投资收益

公司本次募集资金投资项目紧紧围绕公司的主营业务，募集资金投资项目投资效益良好，利润水平较高，有利于提高长期回报，符合公司股东的长期利益。本次募集资金到位后，公司将在资金的计划、使用核算和防范风险方面强化管理，积极推进募投项目的建设速度，争取早日实现募投项目的预期效益。

（2）加强对募集资金投资项目的监管，保证募集资金合理合法使用

为规范公司募集资金的使用与管理，确保募集资金的使用规范、安全、高效，公司制定了《募集资金管理办法》、《信息披露管理制度》、《对外投资管理制度》等内控管理制度。本次公开发行募集资金到位后，公司董事会将持续监督公司对募集资金进行专项存储、保障募集资金用于指定用途、配合银行和保荐机构对募集资金使用的检查和监督，以保证募集资金合理规范使用，合理防范募集资金使用风险。

（3）完善内部控制体系，确保公司持续稳健发展

公司将不断完善公司治理结构，确保股东能够充分行使权力；确保董事会能够按照法律、法规和公司章程的规定行使职权，做出科学、迅速的和审慎的决策；确保独立董事能够认真履行职责，维护公司整体利益，尤其是中小股东的合法权

益；确保监事会能够独立有效地行使对董事、高级管理人员及公司财务的监督权和检查权，为公司发展提供制度保障。

（4）严格执行公司既定的分红政策，保证公司股东的利益回报

公司上市后将严格按照本次发行上市后适用的《明月镜片股份有限公司章程（草案）》及《明月镜片股份有限公司上市后三年内股东分红回报规划》执行分红政策；在符合利润分配条件的情况下，积极推动对股东的利润分配，切实维护投资者合法权益；并在必要时进一步完善利润分配制度特别是现金分红政策，强化投资者回报机制。

3、关于填补被摊薄即期回报的承诺

（1）董事、高级管理人员根据中国证监会相关规定对公司填补回报措施能够得到切实履行作出承诺，具体如下：

1）承诺不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用其他方式损害公司利益；

2）承诺对董事和高级管理人员的职务消费行为进行约束；

3）承诺不动用公司资产从事与其履行职责无关的投资、消费活动；

4）承诺由董事会或薪酬委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

5）承诺拟公布的公司股权激励的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

6）承诺将尽最大努力促使公司填补即期回报的措施实现；

7）本承诺出具日后，如监管机构作出关于填补回报措施及其承诺的相关规定有其他要求的，且上述承诺不能满足监管机构的相关要求时，届时将按照相关规定出具补充承诺；

8）切实履行公司制定的有关填补回报措施以及对此作出的任何有关填补回报措施的承诺，若违反该等承诺并给公司或者投资者造成损失的，愿意依法承担对公司或者投资者的补偿责任。

（2）控股股东明月实业、实际控制人谢公晚、谢公兴、曾少华出具承诺，具体如下：

1）承诺不越权干预公司经营管理活动，不侵占公司利益；

2）承诺不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用其他方式损害公司利益；

3）承诺对董事和高级管理人员的职务消费行为进行约束；

4）承诺不动用公司资产从事与履行本承诺人职责无关的投资、消费活动；

5）承诺由董事会或薪酬委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

6）承诺拟公布的公司股权激励的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

7）本承诺出具日后，如监管机构作出关于填补回报措施及其承诺的相关规定有其他要求的，且上述承诺不能满足监管机构的相关要求时，本承诺人承诺届时将按照相关规定出具补充承诺；

8）切实履行公司制定的有关填补回报措施以及对此作出的任何有关填补回报措施的承诺，若违反该等承诺并给公司或者投资者造成损失的，愿意依法承担对公司或者投资者的补偿责任。

（七）利润分配政策的承诺

发行人明月镜片承诺：

“公司将严格执行《公司章程（草案）》、《明月镜片股份有限公司上市后三年内股东分红回报规划》中规定的利润分配政策。若公司未能执行的，公司承诺将采取下列约束措施：

将通过召开股东大会、在中国证监会指定报刊上发公告的方式说明具体原因，并向股东和社会公众投资者道歉；

若因公司未执行利润分配政策导致招股书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并因此给投资者造成直接经济损失的，公司将在该等事实被中国证监会或有管辖权的人民法院作出最终认定或生效判决后，依法赔偿投资者损失。”

（八）依法承担赔偿责任的承诺

1、发行人承诺

发行人明月镜片承诺：

“招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

若因公司本次公开发行股票的招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，将依法赔偿投资者损失。

上述承诺不可撤销。”

2、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员承诺

发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员承诺：

“招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

若因公司本次公开发行股票的招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，将依法赔偿投资者损失。

上述承诺不可撤销。”

3、保荐机构承诺

保荐机构东方投行承诺：

“因保荐机构为发行人首次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。”

4、律师承诺

律师广发所承诺：

“因本所为发行人首次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。”

5、审计机构、验资机构及验资复核机构承诺

审计机构、验资机构及验资复核机构立信所承诺：

“因本所为发行人首次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。”

6、评估机构承诺

评估机构万隆评估承诺：

“因评估机构为发行人首次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。”

（九）发行人控股股东、实际控制人出具的其他承诺

发行人控股股东明月实业、实际控制人谢公晚、谢公兴、曾少华出具了《避免同业竞争的承诺函》、《关于减少和避免关联交易的声明与承诺函》、《避免资金占用承诺函》以及关于无偿代公司承担应补缴的社会保险金、住房公积金以及任何罚款或损失的相关承诺，详细情况参见本招股说明书本节和“第七节 公司治理与独立性”的相关内容。

（十）关于未能履行招股说明书承诺的约束措施

1、发行人承诺

发行人就其对首次公开发行股票作出的公开承诺的履行事宜承诺如下：

“一、如本公司非因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，需提出新的承诺（相关承诺需按法律、法规、公司章程的规定履行相关审批程序）并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

（一）在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；

（二）不得进行公开再融资；

（三）对公司该等未履行承诺的行为负有个人责任的董事、监事、高级管理人员调减或停发薪酬或津贴；

（四）不得批准董事、监事、高级管理人员的主动离职申请，但可以进行职务变更；

（五）给投资者造成损失的，本公司将向投资者依法承担赔偿责任。

二、如本公司因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，需提出新的承诺（相关承诺需按法律、法规、公司章程的规定履行相关审批程序）并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

（一）在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因；

（二）尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，并提交股东大会审议，尽可能地保护本公司投资者利益。”

2、控股股东、实际控制人承诺

控股股东明月实业、实际控制人谢公晚、谢公兴、曾少华分别就其对发行人首次公开发行股票作出的公开承诺的履行事宜承诺如下：

“一、如本公司/本人的承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的（因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等发行人无法控制的客观原因导致的除外），本公司/本人将采取以下措施：

1、通过发行人及时、充分披露本公司/本人承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因；

2、向发行人及其投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护发行人及其投资者的权益；

3、将上述补充承诺或替代承诺提交发行人股东大会审议；

4、本公司/本人违反承诺所得收益将归属于发行人，因此给发行人或投资者造成损失的，将依法对发行人或投资者进行赔偿，并按照下述程序进行赔偿：

（1）将本公司/本人应得的现金分红由发行人直接用于执行未履行的承诺或用于赔偿因未履行承诺而给发行人或投资者带来的损失；

（2）若本公司/本人在未完全履行承诺或赔偿完毕前进行股份减持，则需将减持所获资金交由发行人董事会监管并专项用于履行承诺或用于赔偿，直至本公司/本人承诺履行完毕或弥补完发行人、投资者的损失为止。

二、如因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本公司/本人无法控制的客观原因导致本公司承诺未能履行、确已无法履行或者无法按期履行的，本公司/本人将采取以下措施：

1、通过发行人及时、充分披露本公司/本人承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因；

2、向发行人及其投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护发行人投资者的权益。”

3、董事、监事、高级管理人员承诺

发行人董事、监事、高级管理人员就其对发行人首次公开发行股票作出的公开承诺的履行事宜承诺如下：

“一、如本人的承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的（因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等发行人无法控制的客观原因导致的除外），本人将采取以下措施：

1、通过发行人及时、充分披露本人承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因；

2、向发行人及其投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护发行人及其投资者的权益；

3、将上述补充承诺或替代承诺提交发行人股东大会审议；

4、本人违反承诺所得收益将归属于发行人，因此给发行人或投资者造成损失的，将依法对发行人或投资者进行赔偿。如果本人从发行人处领取薪酬的，则同意发行人停止向本人发放薪酬，并将此直接用于执行本人未履行的承诺或用于赔偿因未履行承诺而给发行人或投资者带来的损失。

二、如因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本人无法控制的客观原因导致本人承诺未能履行、确已无法履行或者无法按期履行的，本人将采取以下措施：

1、通过发行人及时、充分披露本人承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因；

2、向发行人及其投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护发行人投资者的权益。”

第十一节 其他重要事项

一、重大合同情况

（一）销售合同

1、正在履行的销售合同

截至本招股说明书签署日，发行人正在履行的重要客户的销售合同如下：

2021 年 1 月 1 日，发行人与郑州市惠济区明月眼镜商行签订《产品销售合同》，约定发行人授权惠济明月为发行人在河南省线下销售的经销商，2021 年度惠济明月的销售目标为 1,600 万元，合同有效期为 2021 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日。

2021 年 1 月 1 日，发行人与深圳市和平光学眼镜有限公司签订《产品销售合同》，约定发行人授权深圳和平为明月镜片在广东省线下销售的经销商，2020 年度深圳和平的销售目标为 1,000 万元，合同有效期为 2021 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日。

2021 年 1 月 1 日，上海明月与济南美视光学眼镜有限公司签订《产品销售合同》，约定上海明月授权济南美视为明月镜片在山东省线下销售的经销商，2021 年度济南美视的销售目标为 1,100 万元，合同有效期为 2021 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日。

2021 年 1 月 1 日，发行人与武汉骏宇眼镜有限公司（以下简称“武汉骏宇”）签订《产品销售合同》，约定发行人授权武汉骏宇为明月镜片在湖北省线下销售的经销商，2021 年度武汉骏宇的销售目标为 1,100 万元，合同有效期为 2021 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日。

2021 年 3 月 30 日，发行人与江苏淘镜有限公司签订《镜片采购合同书》，约定江苏淘镜有限公司向发行人采购镜片，江苏淘镜有限公司按需分批次采购，各批次货物以订单方式发送给发行人，合同有效期为 2021 年 4 月 1 日至 2022 年 3 月 31 日。

2、报告期内已经履行完毕的销售合同

2019 年 1 月，与郑州市惠济区明月眼镜商行签订《产品销售合同》，约定发行人授权惠济明月为发行人在河南省线下销售的经销商，合同有效期为 2019 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日。

2019 年 1 月，发行人与深圳市和平光学眼镜有限公司签订《产品销售合同》，约定发行人授权深圳和平为明月镜片在广东省线下销售的经销商，合同有效期为 2019 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日。

2019 年 1 月，发行人与济南美视光学眼镜有限公司（以下简称“济南美视”）签订《产品销售合同》，约定发行人授权济南美视为明月镜片在山东省线下销售的经销商，合同有效期为 2019 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日。

2019 年 4 月，发行人与江苏淘镜有限公司签订《产品销售合同》，约定江苏淘镜有限公司向发行人采购简易包装系列镜片，合同有效期至 2020 年 3 月 31 日。

2020 年 1 月，发行人与郑州市惠济区明月眼镜商行签署了《产品销售合同》，约定郑州市惠济区明月眼镜商行向公司采购镜片，销售目标为 1,600.00 万元。

2020 年 1 月，发行人与深圳市和平光学眼镜有限公司签署了《产品销售合同》，约定深圳市和平光学眼镜有限公司向公司采购镜片，销售目标为 1,800.00 万元。

2020 年 3 月，发行人与江苏淘镜有限公司签署了《产品销售合同》，约定江苏淘镜有限公司向公司采购简易包装系列镜片，合同有效期至 2021 年 3 月 31 日。

（二）委托加工合同

1、正在履行的委托加工合同

截至本招股说明书签署日，发行人不存在尚在履行中的委托加工合同。

2、报告期内已经履行完毕的委托加工合同

2019 年 1 月，发行人与睛姿商贸（上海）有限公司签署了《委托加工合同》，约定睛姿商贸（上海）有限公司委托公司生产 JINS 系列镜片，合同有效期为 2019 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日。

2020 年 1 月，发行人与睛姿商贸（上海）有限公司签署了《委托加工合同》，约定睛姿商贸（上海）有限公司委托公司生产 JINS 系列镜片，并约定了委托加工镜片的品种、规格及单价。

（三）采购合同

1、正在履行的采购合同

截至本招股说明书签署日，发行人正在履行的重要供应商的采购合同或框架合同如下：

2017 年 1 月，江苏可奥熙与韩国 KOC 签署了《采购合作框架合同》，约定双方在产品研发、生产与销售、市场开拓等方面进行合作。

2、报告期内已经履行完毕的采购合同

2020 年 1 月，江苏可奥熙与扬州韦德化工有限公司签署了《物料类年度采购合同》，向其采购原料丙烯醇等，合同约定了采购数量区间、定价、交货周期等。

（四）借款合同

1、正在履行的借款合同

截至本招股说明书签署日，发行人不存在尚在履行中的借款合同。

2、报告期内已经履行完毕的借款合同

序号	借款人	贷款银行	借款期限	借款金额（万元）
1	发行人	中国银行丹阳支行	2017 年 8 月 4 日 至 2018 年 8 月 3 日	1,000
2	发行人	中国银行丹阳支行	2017 年 9 月 4 日 至 2018 年 9 月 3 日	1,000

序号	借款人	贷款银行	借款期限	借款金额（万元）
3	发行人	中国银行丹阳支行	2018 年 8 月 17 日 至 2019 年 8 月 16 日	1,000
4	发行人	中国银行丹阳支行	2018 年 8 月 24 日 至 2019 年 8 月 23 日	1,000

（五）抵押合同

截至本招股说明书签署日，发行人正在履行的重要抵押合同如下：

发行人子公司明月光学以苏（2016）丹阳市不动产权第 0009842 号土地使用权及相应的房产为发行人向中国银行股份有限公司丹阳支行自 2019 年 7 月 25 日起至 2022 年 7 月 24 日止的最高额 81,256,200 元借款提供抵押担保；以苏（2016）丹阳市不动产权第 0009841 号土地使用权及相应的房产为发行人向中国农业银行股份有限公司丹阳支行自 2018 年 5 月 16 日起至 2021 年 5 月 15 日止的最高额 24,441,000 元借款提供抵押担保。截至本招股说明书签署日，前述两项最高额抵押合同项下的借款及相应的利息已全部清偿完毕。明月光学将部分不动产抵押给第三方，系发行人为申请贷款提供担保而设置，未损害发行人及其股东的合法权益。

（六）其他重要合同

1、正在履行的其他重要合同

截至本招股说明书签署日，发行人正在履行的其他重要合同如下：

2020 年 9 月 15 日，发行人与南京道格影视文化工作室（以下简称“道格影视”）、长兴韵州影视文化工作室（以下简称“韵州影视”）签订《合同书》，约定发行人聘请陈道明为其“明月”品牌形象代言人、道格影视为发行人提供销售使用授权服务，肖像使用期限为 2020 年 9 月 12 日至 2022 年 9 月 11 日，服务费为 1,180 万元；同日，发行人与韵州影视签订《服务合同》，约定韵州影视为发行人使用陈道明肖像用于“明月”品牌眼镜宣传推广事宜提供经纪服务，服务费为 20 万元。

2、报告期内已经履行完毕的其他重要合同

2017 年 3 月，发行人与特劳特签订《战略定位合同书》，约定发行人聘请特劳特为其制定战略定位研究报告，合同期限为 2017 年 7 月 1 日至 2018 年 6 月 30 日。

2018 年 11 月，发行人与北京恒美广告有限公司上海分公司签订《电视广告委托发布合同》，约定发行人委托北京恒美广告有限公司上海分公司在江苏卫视《非诚勿扰》栏目中发布明月镜片系列产品广告和内容合作，合同期限为 2018 年 11 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日。

2019 年 3 月，发行人与特劳特咨询有限公司签订《战略定位合同书》，约定特劳特对发行人的战略进行系统梳理，制订战略定位研究报告，并在合作周期内提供战略定位执行辅导。合同总额 1,091.80 万元，合作周期自 2019 年 7 月 1 日至 2020 年 6 月 30 日。

2017 年 9 月，发行人与陈道明、南京江畔影视文化工作室、霍尔果斯皓月文化传媒有限公司签署《广告合同书》，聘请影视明星陈道明作为明月品牌眼镜产品的形象代言人，服务期限自 2017 年 9 月 12 日至 2020 年 9 月 11 日。

2019 年 12 月，发行人与南京瑞翀文化传媒有限公司签订《电视广告委托发布合同》，约定发行人委托南京瑞翀文化传媒有限公司在江苏卫视《非诚勿扰》栏目中发布明月镜片系列产品广告和内容合作，合同期限为 2020 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日。

二、对外担保情况

截至本招股说明书签署日，本公司不存在为合并报表范围以外的公司提供担保的情形。

三、重大诉讼或仲裁事项

（一）发行人及其主要下属企业尚未了结的重大诉讼、仲裁案件

截至本招股说明书签署日，发行人存在的重大诉讼情况如下：

1、发行人与深圳市乐尚科技设计有限公司、乐聚天下科技（深圳）有限公司之间的诉讼情况

2019 年 1 月 1 日，发行人与乐聚天下科技（深圳）有限公司（以下简称“深圳乐聚”）签订了《委托加工合同》，约定深圳乐聚委托发行人生产镜片。2020 年 3 月 1 日，发行人与深圳市乐尚科技设计有限公司（以下简称“深圳乐尚”）、深圳乐聚签订了《主体变更协议》，约定原《委托加工合同》履行主体由深圳乐聚变更为深圳乐尚，同时由深圳乐聚、黄心仲为深圳乐尚的债务承担连带担保责任。截至 2020 年 4 月 7 日，深圳乐尚尚欠发行人货款 3,652,441.49 元。2020 年 7 月 1 日，发行人因上述合同纠纷向江苏省丹阳市人民法院（以下简称“丹阳法院”）起诉深圳乐尚、深圳乐聚、黄心仲，请求深圳乐尚支付尚欠货款 3,652,441.49 元及相应利息。

2020 年 7 月 24 日，丹阳法院出具（2020）苏 1181 民初 4653 号《财产保全结果及期限告知书》：丹阳法院已于 2020 年 7 月 22 日冻结了深圳乐聚账户共计 78,999.70 美元及人民币 8,414.2 元、深圳乐尚账户人民币 395.01 元、黄心仲账户共计人民币 336,055.96 元，冻结期限为一年。

2、发行人与河南贝沙眼镜有限公司之间的诉讼情况

2017 年 1 月 1 日，河南贝沙眼镜有限公司（以下简称“河南贝沙”）与发行人签订了《产品销售合同》，约定发行人授权河南贝沙在天猫平台销售产品。发行人在市场巡查过程中发现河南贝沙在天猫平台展示的产品包装与正品包装不符，遂按照天猫平台的规则提出投诉。根据天猫平台的相关规则，河南贝沙的网店被天猫平台要求清退。

2019 年 2 月 22 日，河南贝沙因上述合同纠纷向丹阳法院起诉发行人、第三人浙江天猫网络有限公司，请求解除双方签订的《产品销售合同》，并要求发行人赔偿其被天猫平台扣除的押金 5 万元、天猫技术服务费 3 万元；返还发行人扣除的押金 3 万元；赔偿其因产品无法销售造成的损失 100 万元。

3、关于商标诉讼的情况

发行人名下第 1376333 号商标系受让自佐丹妮光学。国家知识产权局于 2020 年 7 月 29 日出具商评字[2020]第 00000205025 号《关于第 1376333 号》“檸檬 LEMON 及图”商标撤销复审决定书》，因第 1376333 号商标原权利人佐丹妮光

学眼镜连续三年未在“眼镜”等商品上使用该商标，决定予以撤销第 1376333 号商标的注册。就上述商标撤销注册事宜，发行人已于 2020 年 9 月 9 日向北京知识产权法院提起诉讼，并于 2020 年 9 月 11 日收到北京知识产权法院出具的《行政案件受理通知书》

截至本招股说明书签署日，上述诉讼尚在审理之中。根据核查，截至 2020 年 12 月 31 日，除上述诉讼外，发行人及其子公司不存在尚未了结或可预见的重大诉讼、仲裁或行政处罚案件。

（二）发行人控股股东、实际控制人和董事、监事、高级管理人员的重大诉讼和仲裁尚未了结的重大诉讼、仲裁案件

截至本招股说明书签署日，公司控股股东、实际控制人、控股子公司、公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员均未涉及重大诉讼和仲裁事项，亦未有涉及刑事诉讼的情形。

（三）发行人控股股东及实际控制人最近三年内重大违法情况

发行人控股股东、实际控制人报告期内不存在贪污、贿赂、侵占财产、挪用财产或者破坏社会主义市场经济秩序的刑事犯罪，不存在欺诈发行、重大信息披露违法或者其他涉及国家安全、公共安全、生态安全、生产安全、公众健康安全等领域的重大违法行为。

第十二节 声明

一、发行人及其全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

本公司全体董事签名：

谢公晚　　谢公兴　　曾　哲

彭志云　　张银杰　　傅仁辉

孙　健

本公司全体监事签名：

朱海峰　　陆　岩　　苏　炜

本公司全体非董事高级管理人员签名：

王雪平

明月镜片股份有限公司

2021 年 9 月 14 日

二、发行人控股股东、实际控制人声明

本公司及本人承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

控股股东：上海明月实业有限公司（盖章）

法定代表人：

谢公晚

实际控制人：

谢公晚 谢公兴 曾少华

明月镜片股份有限公司

2021 年 7 月 14 日

三、保荐人（主承销商）声明

本公司已对招股说明书进行了核查，确认招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

项目协办人：_____

保荐代表人：_____ _____

郁 建 李 正

法定代表人、首席执行官：_____

马 骥

董事长：_____

金文忠

东方证券承销保荐有限公司

2021 年 7 月 14 日

保荐机构董事长、首席执行官声明

本人已认真阅读明月镜片股份有限公司招股说明书的全部内容，确认招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对招股说明书真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

保荐机构法定代表人、首席执行官：

马骥

保荐机构董事长：

金文忠

东方证券承销保荐有限公司

2021年7月14日

四、发行人律师声明

本所及经办律师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本所出具的法律意见书无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书中引用的法律意见书的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

经办律师：

陈 洁

邵 彬

李文婷

律师事务所负责人：

孟繁锋

上海市广发律师事务所

2021 年 7 月 14 日

五、发行人审计机构声明

本所及签字注册会计师已阅读明月镜片股份有限公司（以下简称“发行人”）招股说明书，确认招股说明书与本所出具的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表等无矛盾之处。

本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表等的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

本声明仅供明月镜片股份有限公司申请向境内社会公众公开发行人民币普通股股票之用，并不适用于其他目的，且不得用作任何其他用途。

签字注册会计师：杨志平 签名：

签字注册会计师：郁香香 签名：

会计师事务所负责人：杨志国 签名：

立信会计师事务所（特殊普通合伙）

（公章）

二〇二一年七月十四日

六、资产评估机构声明

本机构及签字资产评估师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字资产评估师对发行人在招股说明书中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

经办注册资产评估师：

郑 铭

洪德钦

资产评估机构负责人：

赵 宇

万隆（上海）资产评估有限公司

2021 年 7 月 14 日

七、发行人验资机构声明

本所及签字注册会计师已阅读明月镜片股份有限公司招股说明书，确认招股说明书与本所出具的验资报告无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的验资报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

本声明仅供明月镜片股份有限公司申请向境内社会公众公开发行人民币普通股股票之用，并不适用于其他目的，且不得用作任何其他用途。

签字注册会计师：杨志平 签名：

签字注册会计师：郁香香 签名：

会计师事务所负责人：杨志国 签名：

立信会计师事务所
（特殊普通合伙）
（公章）

二〇二一年七月旭日

八、发行人验资复核机构声明

本所及签字注册会计师已阅读明月镜片股份有限公司招股说明书，确认招股说明书与本所出具的验资复核报告无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的验资复核报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

本声明仅供明月镜片股份有限公司申请向境内社会公众公开发行人民币普通股股票之用，并不适用于其他目的，且不得用作任何其他用途。

签字注册会计师：杨志平 签名：

签字注册会计师：郁香香 签名：

会计师事务所负责人：杨志国 签名：

立信会计师事务所（特殊普通合伙）（公章）

二〇二一年七月十四日

第十三节 附件

一、备查文件

（一）发行保荐书；

（二）上市保荐书；

（三）法律意见书；

（四）财务报告及审计报告；

（五）公司章程（草案）；

（六）发行人及其他责任主体作出的与发行人本次发行上市相关的承诺事项；

（七）内部控制鉴证报告；

（八）经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表；

（九）中国证监会同意发行人本次公开发行注册的文件；

（十）其他与本次发行有关的重要文件。

二、查阅时间

本次股票发行承销期内，除法定节假日以外的每日上午 9：30-11：30，下午 14：00-16：00。

三、查阅地点

1、发行人：明月镜片股份有限公司

地址：江苏省丹阳市开发区银杏路 9 号

联系人：曾哲

联系电话：021-5297 1886

2、保荐机构（主承销商）：东方证券承销保荐有限公司

联系地址：上海市黄浦区中山南路 318 号 24 层

联系人：郁建、李正

联系电话：021-2315 3888

附件一 发行人拥有的商标清单

一、发行人拥有的境内商标

序号	商标名称	权利人	核定使用商品类别	商标注册证号	注册有效期限	核定使用商品范围
1	明视复合膜	公司	1	29327417	2019 年 1 月 14 日至 2029 年 1 月 13 日	未加工聚合树脂；酚醛树脂；玻璃防污剂；眼镜片用化学涂层；未加工人造树脂；未加工丙烯酸树脂；离子交换树脂；未加工环氧树脂；未加工合成树脂；有机硅树脂
2	天视A6膜	公司	1	29327139	2019 年 4 月 28 日至 2029 年 4 月 27 日	未加工合成树脂；未加工人造树脂；未加工聚合树脂；离子交换树脂；眼镜片用化学涂层；未加工环氧树脂；未加工丙烯酸树脂；有机硅树脂；酚醛树脂
3	小柠檬	公司	44	35848157	2019 年 9 月 7 日至 2029 年 9 月 6 日	配镜服务；医疗按摩；医疗保健；医疗辅助；医疗咨询；远程医学服务；医疗设备出租；保健站；健康咨询；为残障人士提供医疗咨询
4	LEMON 檸檬	公司	9	1376333	2020 年 3 月 21 日至 2030 年 3 月 20 日	眼镜；隐形眼镜；眼镜盒；眼镜链；眼镜框；擦眼镜布；眼镜架；眼镜玻璃；隐形眼镜盒；太阳镜
5	水母	公司	44	35848166	2019 年 11 月 14 日至 2029 年 11 月 13 日	配镜服务
6	视联网	公司	9	22007483	2018 年 1 月 7 日至	眼镜架；眼镜片；眼镜；幻灯片（照相）；护目镜；隐形眼镜；验钞机；

序号	商标名称	权利人	核定使用商品类别	商标注册证号	注册有效期限	核定使用商品范围
					2028 年 1 月 6 日	复印机（照相、静电、热）；照相机；显微镜
7	视连网	公司	44	22007672	2018 年 1 月 7 日 至 2028 年 1 月 6 日	美容服务；宠物清洁；饮食营养指导；按摩；兽医辅助；试管受精（替动物）；眼镜行；卫生设备出租；矿泉疗养；公共卫生浴
8	视连网	公司	41	22007695	2018 年 1 月 7 日 至 2028 年 1 月 6 日	出借书籍的图书馆；录像带发行；摄影；娱乐服务；提供体育设施；玩具出租；游戏器具出租；组织彩票发行；为艺术家提供模特服务；翻译
9	视连网	公司	42	22007775	2018 年 1 月 14 日 至 2028 年 1 月 13 日	化妆品研究；临床试验；气象预报；材料测试；造型（工业品外观设计）；室内设计；服装设计；艺术品鉴定；测量；无形资产评估
10	视联网	公司	44	22007982	2018 年 1 月 14 日 至 2028 年 1 月 13 日	美容服务；宠物清洁；饮食营养指导；按摩兽医辅助；试管受精（替动物）；眼镜行卫生设备出租；矿泉疗养；公共卫生浴
11	e加e	公司	41	22007500	2018 年 2 月 14 日 至 2028 年 2 月 13 日	为艺术家提供模特服务；翻译；摄影；玩具出租；游戏器具出租；组织彩票发行
12	视连网	公司	9	22007446	2018 年 2 月 14 日 至 2028 年 2 月 13 日	眼镜；眼镜架；眼镜片；隐形眼镜；验钞机；复印机（照相、静电、热）；显微镜；护目镜；幻灯片（照相）
13	e+e	公司	9	22007442	2018 年 2 月 14 日 至 2028 年	验钞机；护目镜；幻灯片（照相）

序号	商标名称	权利人	核定使用商品类别	商标注册证号	注册有效期限	核定使用商品范围
					2 月 13 日	
14	e加e	公司	9	22007524	2018 年 2 月 14 日至 2028 年 2 月 13 日	幻灯片（照相）；验钞机
15	e+e	公司	42	22007822	2018 年 2 月 28 日至 2028 年 2 月 27 日	服装设计；艺术品鉴定
16	视联网	公司	41	26495684	2018 年 9 月 7 日至 2028 年 9 月 6 日	辅导（培训）；培训；教育；实际培训（示范）；就业指导（教育或培训顾问）；通过模拟装置进行的培训服务；安排和组织培训班；函授课程；职业再培训；教学
17	e+e	公司	41	26496231	2018 年 12 月 7 日至 2028 年 12 月 6 日	安排和组织培训班
18	e加e	公司	41	26488898	2018 年 12 月 7 日至 2028 年 12 月 6 日	安排和组织培训班
19	e+e	公司	41	32124296	2019 年 5 月 28 日至 2029 年 5 月 27 日	实际培训（示范）；就业指导（教育或培训顾问）；职业再培训；培训；教育；辅导（培训）；通过模拟装置进行的培训服务；安排和组织培训班函授课程；教学
20	MingYue 明月	公司	7	5571415	2019 年 6 月 28 日至 2029 年 6 月 27 日	光学冷加工设备；眼镜片加工设备
21	MingYue 明月	公司	10	5571414	2019 年 6 月 28 日至	假牙；牙科设备；假牙套；医用激光器；理疗

序号	商标名称	权利人	核定使用商品类别	商标注册证号	注册有效期限	核定使用商品范围
					2029 年 6 月 27 日	设备；助听器；人造眼睛；外科移植用假眼(水晶体)；外科移植用眼球晶体(眼内假眼球)；电动牙科设备;
22	MingYue 明月	公司	14	4966514	2019 年 2 月 14 日至 2029 年 2 月 13 日	家用贵重金属用具；贵重金属餐具；装饰品(珠宝)；领带夹；钟；手表；电子钟表；原子钟；表；电子万年台历
23	MingYue 明月	公司	40	5449922	2010 年 3 月 14 日至 2020 年 3 月 13 日	光学玻璃研磨；光学镜片研磨；玻璃窗着色处理；艺术品装帧；分色；吹制玻璃器皿
24	MingYue 明月	公司	44	5449921	2010 年 3 月 7 日至 2020 年 3 月 6 日	卫生设备出租
25	MingYue 明月	公司	44	9654652	2014 年 1 月 28 日至 2024 年 1 月 27 日	眼镜行
26	明月	公司	44	8141924	2011 年 4 月 07 日至 2021 年 4 月 06 日	眼镜行
27	明月 MINGYUE	公司	40	1703600	2012 年 1 月 21 日至 2022 年 1 月 20 日	光学玻璃研磨；光学镜片研磨
28	明月 MINGYUE	公司	42	1599949	2021 年 7 月 07 日至 2031 年 7 月 06 日	眼镜行
29	MINGYUE	公司	35	1471423	2020 年 11 月 07 日至 2030 年 11 月 6 日	推销(替他人)

序号	商标名称	权利人	核定使用商品类别	商标注册证号	注册有效期限	核定使用商品范围
30	明劍 MING JIAN	公司	9	1457846	2020 年 10 月 14 日至 2030 年 10 月 13 日	眼镜链；擦眼镜布；光学矫正透镜片(光)；眼镜盒(镜片盒)；眼镜(光学)；眼镜玻璃；眼镜架；眼镜；隐形眼镜；太阳镜
31	PPJR	公司	9	3364459	2014 年 2 月 07 日至 2024 年 2 月 6 日	眼镜；夹鼻眼镜；接触透镜；眼镜盒；护目镜；眼镜框；擦眼镜绒布；眼镜(光学)；眼镜架；眼镜玻璃
32	渐 渐 JIAN JIAN	公司	9	3397266	2014 年 3 月 14 日至 2024 年 3 月 13 日	眼镜；夹鼻眼镜；接触透镜；眼镜盒；护目镜；眼镜框；擦眼镜绒布；眼镜架；眼镜(光学)；眼镜玻璃
33	淳 钛 CHUN TAI	公司	9	3397275	2014 年 3 月 14 日至 2024 年 3 月 13 日	眼镜；夹鼻眼镜；接触透镜；眼镜盒；护目镜；眼镜框；擦眼镜绒布；眼镜架；眼镜(光学)；眼镜玻璃
34	渐 镜 JIAN JING	公司	9	3397278	2014 年 3 月 14 日至 2024 年 3 月 13 日	夹鼻眼镜；接触透镜；眼镜盒；护目镜；眼镜框；擦眼镜绒布；眼镜架；眼镜(光学)；眼镜玻璃；眼镜
35	纯 太 CHUN TAI	公司	9	3397279	2014 年 3 月 14 日至 2024 年 3 月 13 日	眼镜；夹鼻眼镜；接触透镜；眼镜盒；护目镜；眼镜框；擦眼镜绒布；眼镜架；眼镜(光学)；眼镜玻璃
36	近 镜 JIN JING	公司	9	3397280	2014 年 10 月 14 日至 2024 年 10 月 13 日	眼镜；夹鼻眼镜；接触透镜；眼镜盒；护目镜；眼镜框；擦眼镜绒布；眼镜架；眼镜(光学)；眼镜玻璃
37	镜 进 JING JIN	公司	9	3397283	2014 年 3 月 14 日至 2024 年 3 月 13 日	夹鼻眼镜；接触透镜；眼镜盒；护目镜；眼镜框；擦眼镜绒布；眼镜架；眼镜(光学)；眼镜玻璃；眼镜

序号	商标名称	权利人	核定使用商品类别	商标注册证号	注册有效期限	核定使用商品范围
38	醇钛 CHUN TAI	公司	9	3397260	2014年3月14日至2024年3月13日	眼镜；夹鼻眼镜；接触透镜；眼镜盒；护目镜；眼镜框；擦眼镜绒布；眼镜架；眼镜(光学)；眼镜玻璃
39	近 渐 JIN JIAN	公司	9	3397261	2014年3月14日至2024年3月13日	眼镜；夹鼻眼镜；接触透镜；眼镜盒；护目镜；眼镜框；擦眼镜绒布；眼镜架；眼镜(光学)；眼镜玻璃
40	进 镜 JIN JING	公司	9	3397262	2014年3月14日至2024年3月13日	眼镜；夹鼻眼镜；接触透镜；眼镜盒；护目镜；眼镜框；擦眼镜绒布；眼镜架；眼镜(光学)；眼镜玻璃
41	渐 近 JIAN JIN	公司	9	3397263	2014年3月14日至2024年3月13日	眼镜；夹鼻眼镜；接触透镜；眼镜盒；护目镜；眼镜框；擦眼镜绒布；眼镜架；眼镜(光学)；眼镜玻璃
42	镜 渐 JING JIAN	公司	9	3397264	2014年3月14日至2024年3月13日	眼镜；夹鼻眼镜；接触透镜；眼镜盒；护目镜；眼镜框；擦眼镜绒布；眼镜架；眼镜(光学)；眼镜玻璃
43	渐 进 JIAN JIN	公司	9	3397265	2014年3月14日至2024年3月13日	眼镜；夹鼻眼镜；接触透镜；眼镜盒；护目镜；眼镜框；擦眼镜绒布；眼镜架；眼镜(光学)；眼镜玻璃
44	MOT	公司	9	3944562	2016年3月28日至2026年3月27日	眼镜；夹鼻眼镜；隐形眼镜；眼镜盒；护目镜；眼镜框；擦眼镜绒布；眼镜架；眼镜(光学)；眼镜玻璃
45	LAIDUN 莱顿	公司	9	6865242	2020年7月21日至2030年7月20日	光学矫正透镜片(光)；光学镜头；护目镜；太阳镜；体育用风镜；眼镜；眼镜(光学)；眼镜盒；眼镜架；隐形眼镜

序号	商标名称	权利人	核定使用商品类别	商标注册证号	注册有效期限	核定使用商品范围
46		公司	35	1611968	2021 年 7 月 28 日至 2031 年 7 月 27 日	推销(替他人)
47		公司	42	1591980	2021 年 6 月 21 日至 2031 年 6 月 20 日	眼镜行
48		公司	35	3364455	2014 年 6 月 07 日至 2024 年 6 月 06 日	推销(替他人)
49		公司	35	12492860	2014 年 9 月 28 日至 2024 年 9 月 27 日	替他人推销
50		公司	44	12492859	2014 年 9 月 28 日至 2024 年 9 月 27 日	眼镜行
51		公司	35	12492853	2014 年 9 月 28 日至 2024 年 9 月 27 日	替他人推销
52		公司	44	12492854	2014 年 9 月 28 日至 2024 年 9 月 27 日	眼镜行
53		公司	44	12492856	2014 年 9 月 28 日至 2024 年 9 月 27 日	眼镜行
54	e加e	公司	41	32138535	2020 年 5 月 28 日至 2030 年 5 月 27 日	安排和组织培训班
55		上海赛蒙	9	6972510	2020 年 9 月 21 日至 2030 年	光学矫正透镜片（光）；护目镜；夹鼻眼镜；太阳镜；眼镜（光学）；眼镜玻璃；眼镜盒；眼

序号	商标名称	权利人	核定使用商品类别	商标注册证号	注册有效期限	核定使用商品范围
					9 月 20 日	镜架；眼镜框；隐形眼镜
56	赛蒙	上海赛蒙	9	6972509	2020 年 9 月 21 日至 2030 年 9 月 20 日	光学矫正透镜片（光）；护目镜；夹鼻眼镜；太阳镜；眼镜（光学）；眼镜玻璃；眼镜盒；眼镜架；眼镜框；隐形眼镜
57	目标 OBJECT	上海赛蒙	9	10225850	2013 年 6 月 7 日至 2023 年 6 月 6 日	擦眼镜布；护目镜；夹鼻眼镜；眼镜；眼镜（光学）；眼镜玻璃；眼镜盒；眼镜架；眼镜框；隐形眼镜
58	Kyono京野	上海赛蒙	9	11346611	2014 年 1 月 14 日至 2024 年 1 月 13 日	眼镜；夹鼻眼镜；隐形眼镜；眼镜盒；护目镜；眼镜玻璃；擦眼镜布；眼镜架；眼镜（光学）；太阳镜
59	宝视丽 BAO SHI LI	上海赛蒙	9	3397284	2014 年 3 月 14 日至 2024 年 3 月 13 日	眼镜；夹鼻眼镜；接触透镜；眼镜盒；护目镜；眼镜框；擦眼镜绒布；眼镜架；眼镜（光学）；眼镜玻璃
60	SAMON 赛蒙	上海赛蒙	9	3674476	2015 年 3 月 21 日至 2025 年 3 月 20 日	接触透镜（隐形眼镜）；眼镜；夹鼻眼镜；眼镜盒；护目镜；眼镜框；擦眼镜绒布；眼镜架；眼镜（光学）；眼镜玻璃
61	FEIKE 菲克	上海赛蒙	9	3674475	2015 年 3 月 21 日至 2025 年 3 月 20 日	接触透镜（隐形眼镜）；眼镜；夹鼻眼镜；眼镜盒；护目镜；眼镜框；擦眼镜绒布；眼镜架；眼镜（光学）；眼镜玻璃
62	JENO 捷诺	上海赛蒙	9	3674474	2015 年 3 月 21 日至 2025 年 3 月 20 日	接触透镜（隐形眼镜）；眼镜；夹鼻眼镜；眼镜盒；护目镜；眼镜框；擦眼镜绒布；眼镜架；眼镜（光学）；眼镜玻

序号	商标名称	权利人	核定使用商品类别	商标注册证号	注册有效期限	核定使用商品范围
						璃
63	高野	上海赛蒙	9	14340283	2015 年 5 月 21 日至 2025 年 5 月 20 日	眼镜盒；眼镜架；擦眼镜布；护目镜；夹鼻眼镜；太阳镜；眼镜；隐形眼镜；眼镜（光学）；眼镜片
64	杰陌	上海赛蒙	9	17463262	2016 年 9 月 14 日至 2026 年 9 月 13 日	眼镜片；夹鼻眼镜；太阳镜；隐形眼镜；眼镜（光学）；眼镜玻璃；眼镜盒；眼镜架；擦眼镜布；眼镜
65	陌睿	上海赛蒙	9	17463261	2016 年 9 月 14 日至 2026 年 9 月 13 日	眼镜片；夹鼻眼镜；太阳镜；眼镜（光学）；眼镜玻璃；眼镜盒；眼镜架；擦眼镜布；眼镜；隐形眼镜
66	Kaibe	上海明月	9	6972500	2020 年 9 月 21 日至 2030 年 9 月 20 日	光学矫正透镜片（光）；护目镜；夹鼻眼镜；太阳镜；眼镜（光学）；眼镜玻璃；眼镜盒；眼镜架；眼镜框；隐形眼镜
67	卡尔伯	上海明月	9	6972501	2020 年 9 月 21 日至 2030 年 9 月 20 日	光学矫正透镜片（光）；护目镜；夹鼻眼镜；太阳镜；眼镜（光学）；眼镜玻璃；眼镜盒；眼镜架；眼镜框；隐形眼镜
68	BERG	上海明月	9	6972502	2020 年 9 月 21 日至 2030 年 9 月 20 日	光学矫正透镜片（光）；护目镜；夹鼻眼镜；太阳镜；眼镜（光学）；眼镜玻璃；眼镜盒；眼镜架；眼镜框；隐形眼镜
69	Haydn	上海明月	9	6972503	2020 年 9 月 21 日至 2030 年 9 月 20 日	光学矫正透镜片（光）；护目镜；夹鼻眼镜；太阳镜；眼镜（光学）；眼镜玻璃；眼镜盒；眼镜架；眼镜框；隐形眼

序号	商标名称	权利人	核定使用商品类别	商标注册证号	注册有效期限	核定使用商品范围
						镜
70	多朋	上海明月	9	6972504	2020 年 9 月 21 人至 2030 年 9 月 20 日	光学矫正透镜片（光）；护目镜；夹鼻眼镜；太阳镜；眼镜（光学）；眼镜玻璃；眼镜盒；眼镜架；眼镜框；隐形眼镜
71	维腾	上海明月	9	6972505	2020 年 9 月 21 日至 2030 年 9 月 20 日	光学矫正透镜片（光）；护目镜；夹鼻眼镜；太阳镜；眼镜（光学）；眼镜玻璃；眼镜盒；眼镜架；眼镜框；隐形眼镜
72	沙克	上海明月	9	6972506	2020 年 9 月 21 日至 2030 年 9 月 20 日	光学矫正透镜片（光）；护目镜；夹鼻眼镜；太阳镜；眼镜（光学）；眼镜玻璃；眼镜盒；眼镜架；眼镜框；隐形眼镜
73	WITTEN	上海明月	9	6972507	2020 年 9 月 21 日至 2030 年 9 月 20 日	光学矫正透镜片（光）；护目镜；夹鼻眼镜；太阳镜；眼镜（光学）；眼镜玻璃；眼镜盒；眼镜架；眼镜框；隐形眼镜
74	海顿	上海明月	9	6972508	2020 年 9 月 21 日至 2030 年 9 月 20 日	光学矫正透镜片（光）；护目镜；夹鼻眼镜；太阳镜；眼镜（光学）；眼镜玻璃；眼镜盒；眼镜架；眼镜框；隐形眼镜
75	FINOW 菲诺	上海明月	9	6972511	2020 年 9 月 21 日至 2030 年 9 月 20 日	光学矫正透镜片（光）；护目镜；夹鼻眼镜；太阳镜；眼镜（光学）；眼镜玻璃；眼镜盒；眼镜架；眼镜框；隐形眼镜
76	DUOPENG	上海明月	9	6972512	2020 年 9 月 21 日	光学矫正透镜片（光）；护目镜；夹鼻眼镜；太

序号	商标名称	权利人	核定使用商品类别	商标注册证号	注册有效期限	核定使用商品范围
					至2030年9月20日	阳镜；眼镜（光学）；眼镜玻璃；眼镜盒；眼镜架；眼镜框；隐形眼镜
77	贝格	上海明月	9	6972513	2020年9月21日至2030年9月20日	光学矫正透镜片（光）；护目镜；夹鼻眼镜；太阳镜；眼镜（光学）；眼镜玻璃；眼镜盒；眼镜架；眼镜框；隐形眼镜
78	明月青少年	上海明月公司	9	7552787	2021年2月14日至2031年2月13日	夹鼻眼镜；眼镜；眼镜（光学）；眼镜玻璃；眼镜盒；眼镜架；眼镜框；隐形眼镜；擦眼镜布；护目镜
79	明月学生读写	上海明月、公司	9	7552792	2021年2月14日至2031年2月13日	擦眼镜布；护目镜；夹鼻眼镜；眼镜；眼镜（光学）；眼镜玻璃；眼镜盒；眼镜架；眼镜框；隐形眼镜
80	明月好医生	上海明月、公司	9	7552796	2021年3月7日至2031年3月6日	擦眼镜布；夹鼻眼镜；眼镜；眼镜（光学）；眼镜玻璃；眼镜盒；眼镜架；眼镜框；隐形眼镜
81	明月 超韧	上海明月、公司	9	7697564	2021年3月7日至2031年3月6日	擦眼镜布；护目镜；夹鼻眼镜；眼镜；眼镜（光学）；眼镜玻璃；眼镜盒；眼镜架；眼镜框；隐形眼镜
82	HMR	上海明月	1	8141922	2021年3月28日至2031年3月27日	未加工的环氧树脂；未加工环氧树脂；未加工合成树脂；未加工人造树脂；未加工丙烯酸树脂；未加工丙烯树脂；未加工的人造合成树脂；未加工人造树脂；聚氨酯
83	VIComF	上海明月	9	8116367	2021年4月7日至	擦眼镜布；护目镜；夹鼻眼镜；眼镜；眼镜（光学）；眼镜玻璃；眼镜

序号	商标名称	权利人	核定使用商品类别	商标注册证号	注册有效期限	核定使用商品范围
					2031 年 4 月 6 日	盒；眼镜架；眼镜框；隐形眼镜
84	Berg 贝 格	上海明月	9	1594407	2021 年 6 月 28 日至 2031 年 6 月 27 日	眼镜；夹鼻眼镜；接触透镜；眼镜盒；眼镜链；眼镜框；擦眼镜绒布；眼镜架；眼镜（光学）；眼镜玻璃
85	Haydn 海 顿	上海明月	9	1594408	2021 年 6 月 28 日至 2031 年 6 月 27 日	眼镜；夹鼻眼镜；接触透镜；眼镜盒；眼镜链；眼镜框；擦眼镜绒布；眼镜架；眼镜（光学）；眼镜玻璃
86	健 JIAN	上海明月	9	1594409	2021 年 6 月 28 日至 2031 年 6 月 27 日	眼镜；夹鼻眼镜；接触透镜；眼镜盒；眼镜链；眼镜框；擦眼镜绒布；眼镜架；眼镜（光学）；眼镜玻璃
87	Kaibe 卡 尔 伯	上海明月	9	1594410	2021 年 6 月 28 日至 2031 年 6 月 27 日	眼镜；夹鼻眼镜；接触透镜；眼镜盒；眼镜链；眼镜框；擦眼镜绒布；眼镜架；眼镜（光学）；眼镜玻璃
88	VSPP	上海明月	35	8396238	2021 年 7 月 14 日至 2031 年 7 月 13 日	工商管理辅助；商业管理辅助；商业管理和组织咨询；商业管理咨询；商业管理咨询（顾问）；商业研究；商业专业咨询；商业组织咨询；市场研究
89	睿达明 RIDMIN	上海明月	9	8659792	2011 年 9 月 28 日至 2021 年 9 月 27 日	擦眼镜布；护目镜；夹鼻眼镜；眼镜；眼镜（光学）；眼镜玻璃；眼镜盒眼镜架；眼镜框；隐形眼镜
90	M	上海明月、公司	9	9184618	2012 年 3 月 14 日至 2022 年 3 月 13 日	擦眼镜布；护目镜；夹鼻眼镜；眼镜；眼镜（光学）；眼镜玻璃；眼镜盒眼镜架；眼镜框；隐形眼镜

序号	商标名称	权利人	核定使用商品类别	商标注册证号	注册有效期限	核定使用商品范围
91	canaer 卡纳尔	上海明月	9	9352316	2012 年 6 月 21 日至 2022 年 6 月 20 日	擦眼镜布；护目镜；夹鼻眼镜；眼镜；眼镜（光学）；眼镜玻璃；眼镜盒；眼镜架；眼镜框；隐形眼镜
92	WIESE 维泽	上海明月	9	9352318	2012 年 6 月 21 日至 2022 年 6 月 20 日	擦眼镜布；护目镜；夹鼻眼镜；眼镜；眼镜（光学）；眼镜玻璃；眼镜盒；眼镜架；眼镜框；隐形眼镜
93	SHEEHAN 希恩	上海明月	9	9352319	2012 年 6 月 21 日至 2022 年 6 月 20 日	擦眼镜布；护目镜；夹鼻眼镜；眼镜；眼镜（光学）；眼镜玻璃；眼镜盒；眼镜架；眼镜框；隐形眼镜
94	Peddir 佩迪	上海明月	9	9352321	2012 年 6 月 21 日至 2022 年 6 月 20 日	擦眼镜布；护目镜；夹鼻眼镜；眼镜；眼镜（光学）；眼镜玻璃；眼镜盒；眼镜架；眼镜框；隐形眼镜
95	LENEAR 利纳	上海明月	9	9352317	2012 年 9 月 7 日至 2022 年 9 月 6 日	擦眼镜布；夹鼻眼镜；眼镜；眼镜（光学）；眼镜玻璃；眼镜盒；眼镜架；眼镜框；隐形眼镜
96	eye 镜	上海明月	9	10225849	2013 年 1 月 28 日至 2023 年 1 月 27 日	擦眼镜布；护目镜；夹鼻眼镜；眼镜；眼镜（光学）；眼镜玻璃；眼镜盒；眼镜架；眼镜框；隐形眼镜
97	WITTEN 维腾	上海明月	9	3044417	2013 年 2 月 28 日至 2023 年 2 月 27 日	光学矫正透镜片（光）；眼镜（光学）；眼镜玻璃；眼镜框；眼镜架；眼镜；隐形眼镜；眼镜盒；太阳镜；护目镜
98	DUREN 迪伦	上海明月	9	3044419	2013 年 2 月 28 日至 2023 年 2 月 27 日	光学矫正透镜片（光）；眼镜（光学）；眼镜玻璃；眼镜框；眼镜架；眼镜；隐形眼镜；眼镜盒；太阳镜；护目镜

序号	商标名称	权利人	核定使用商品类别	商标注册证号	注册有效期限	核定使用商品范围
99	超菲	上海明月	9	10467472	2013 年 3 月 28 日至 2023 年 3 月 27 日	眼镜；护目镜；眼镜框；擦眼镜布；眼镜架；眼镜（光学）；眼镜玻璃；夹鼻眼镜；隐形眼镜；眼镜盒
100	七彩	上海明月	9	10467473	2013 年 3 月 28 日至 2023 年 3 月 27 日	眼镜玻璃；夹鼻眼镜；隐形眼镜；眼镜盒；护目镜；眼镜框；擦眼镜布；眼镜架；眼镜（光学）；眼镜
101	双菲	上海明月	9	10467878	2013 年 3 月 28 日至 2023 年 3 月 27 日	眼镜；夹鼻眼镜；隐形眼镜；眼镜盒；护目镜；眼镜框；擦眼镜布；眼镜架；眼镜（光学）；眼镜玻璃
102	超盼	上海明月	9	10467879	2013 年 3 月 28 日至 2023 年 3 月 27 日	眼镜；夹鼻眼镜；隐形眼镜；眼镜盒；护目镜；眼镜框；擦眼镜布；眼镜架；眼镜（光学）；眼镜玻璃
103	维适	上海明月	9	10467881	2013 年 3 月 28 日至 2023 年 3 月 27 日	眼镜；夹鼻眼镜；隐形眼镜；眼镜盒；护目镜；眼镜框；擦眼镜布；眼镜架；眼镜（光学）；眼镜玻璃
104	PMC	上海明月	9	10467883	2013 年 3 月 28 日至 2023 年 3 月 27 日	眼镜；夹鼻眼镜；隐形眼镜；眼镜盒；护目镜；眼镜框；擦眼镜布；眼镜架；眼镜（光学）；眼镜玻璃
105	全速变	上海明月	9	10497307	2013 年 4 月 7 日至 2023 年 4 月 6 日	眼镜；夹鼻眼镜；隐形眼镜；眼镜盒；护目镜；眼镜片；擦眼镜布；眼镜架；眼镜（光学）；太阳镜
106	光速变	上海明月	9	10497308	2013 年 4 月 7 日至 2023 年 4 月 6 日	眼镜；夹鼻眼镜；隐形眼镜；眼镜盒；护目镜；眼镜片；擦眼镜布；眼镜架；眼镜（光学）；太阳镜

序号	商标名称	权利人	核定使用商品类别	商标注册证号	注册有效期限	核定使用商品范围
107		上海明月	9	10497315	2013 年 4 月 7 日至 2023 年 4 月 6 日	眼镜架；眼镜片；太阳镜立体视镜；立体视器械；视听教学仪器；体育用护目镜；眼镜；眼镜（光学）；眼镜盒
108	巴德尔	上海明月	9	10497309	2013 年 4 月 7 日至 2023 年 4 月 6 日	眼镜；夹鼻眼镜；隐形眼镜；眼镜盒；护目镜；眼镜片；擦眼镜布；眼镜架；眼镜（光学）；太阳镜
109	伊米尔	上海明月	9	10497310	2013 年 4 月 7 日至 2023 年 4 月 6 日	眼镜；夹鼻眼镜；隐形眼镜；眼镜盒；护目镜；眼镜片；擦眼镜布；眼镜架；眼镜（光学）；太阳镜
110	视睿	上海明月	9	10497311	2013 年 4 月 7 日至 2023 年 4 月 6 日	眼镜；夹鼻眼镜；隐形眼镜；眼镜盒；护目镜；眼镜片；擦眼镜布；眼镜架；眼镜（光学）；太阳镜
111	智捷	上海明月	9	10497312	2013 年 4 月 7 日至 2023 年 4 月 6 日	眼镜；夹鼻眼镜；隐形眼镜；眼镜盒；护目镜；眼镜片；擦眼镜布；眼镜架；眼镜（光学）；太阳镜
112	超炫	上海明月	9	10497313	2013 年 4 月 7 日至 2023 年 4 月 6 日	眼镜；眼镜（光学）；眼镜盒；眼镜架；眼镜片；太阳镜；立体视镜；立体视器械；视听教学仪器；体育用护目镜
113	超维	上海明月	9	10497314	2013 年 4 月 7 日至 2023 年 4 月 6 日	眼镜；眼镜（光学）；眼镜盒；眼镜架；眼镜片；太阳镜；立体视镜；立体视器械；视听教学仪器；体育用护目镜
114	全季	上海明月	9	10497317	2013 年 4 月 21 日至 2023 年 4 月 20 日	眼镜；夹鼻眼镜；隐形眼镜；眼镜盒；护目镜；眼镜片；擦眼镜布；眼镜架；眼镜（光学）；太阳镜

序号	商标名称	权利人	核定使用商品类别	商标注册证号	注册有效期限	核定使用商品范围
115	菲 诺 FINOW	上海明月	9	3044420	2013 年 4 月 28 日至 2023 年 4 月 27 日	光学矫正透镜片（光）；眼镜（光学）；眼镜玻璃；眼镜框；眼镜架；眼镜；隐形眼镜；眼镜盒；太阳镜；护目镜
116	GERA 格 拉	上海明月	9	3044418	2013 年 4 月 28 日至 2023 年 4 月 27 日	光学矫正透镜片（光）；眼镜（光学）；眼镜玻璃；眼镜框；眼镜架；眼镜；隐形眼镜；眼镜盒；太阳镜；护目镜
117	视觉力	上海明月	9	10650179	2013 年 5 月 14 日至 2023 年 5 月 13 日	眼镜；眼镜（光学）；眼镜盒；眼镜架；眼镜盒；太阳镜；立体视镜；立体视器械；视听教学仪器；体育用风镜
118	趣韧	上海明月	9	10650180	2013 年 5 月 14 日至 2023 年 5 月 13 日	眼镜；夹鼻眼镜；隐形眼镜；眼镜盒；护目镜；眼镜玻璃；擦眼镜布；眼镜架；眼镜（光学）；太阳镜
119	七彩 7Color	上海明月	9	3176916	2013 年 7 月 7 日至 2023 年 7 月 6 日	护目镜；光学矫正透镜片（光）；夹鼻眼镜盒；眼镜（光学）；眼镜玻璃；眼镜框；夹鼻眼镜；隐形眼镜；太阳镜；眼镜架
120	48小时 明月车房速递	上海明月、公司	9	6095234	2020 年 7 月 14 日至 2030 年 7 月 13 日	眼镜（光学）；眼镜玻璃；眼镜框；眼镜架；隐形眼镜；太阳镜；眼镜盒；光学矫正透镜片（光）；夹鼻眼镜；护目镜
121	RITT 瑞 特	上海明月	9	3271029	2013 年 10 月 14 日至 2023 年 10 月 13 日	护目镜；光学矫正透镜片（光）；夹鼻眼镜盒；眼镜（光学）；眼镜玻璃；眼镜框；夹鼻眼镜；隐形眼镜；太阳镜；眼镜架
122		上海明月、公司	9	3311099	2013 年 10 月 28 日至	护目镜；光学矫正透镜片（光）；夹鼻眼镜盒；眼镜（光学）；眼镜玻

序号	商标名称	权利人	核定使用商品类别	商标注册证号	注册有效期限	核定使用商品范围
					2023 年 10 月 27 日	璃；眼镜框；夹鼻眼镜；隐形眼镜；太阳镜；眼镜架
123	MingYue 明月	上海明月、公司	9	6394526	2013 年 12 月 21 日至 2023 年 12 月 20 日	眼镜；夹鼻眼镜；光学矫正透镜片（光）；眼镜盒；护目镜；眼镜框；擦眼镜布；眼镜架；眼镜（光学）；眼镜玻璃
124	MingYue 明月光学	上海明月、公司	9	6394533	2013 年 12 月 21 日至 2023 年 12 月 20 日	眼镜；夹鼻眼镜；光学矫正透镜片（光）；眼镜盒；护目镜；眼镜框；擦眼镜布；眼镜架；眼镜（光学）；眼镜玻璃
125	炫晶雅尊	上海明月	9	11346608	2014 年 1 月 14 日至 2024 年 1 月 13 日	眼镜；夹鼻眼镜；隐形眼镜；眼镜盒；护目镜；眼镜玻璃；擦眼镜布；眼镜架；眼镜（光学）；太阳镜
126	炫晶雅诗	上海明月	9	11346609	2014 年 1 月 14 日至 2024 年 1 月 13 日	眼镜；夹鼻眼镜；隐形眼镜；眼镜盒；护目镜；眼镜玻璃；擦眼镜布；眼镜架；眼镜（光学）；太阳镜
127	炫晶雅致	上海明月	9	11346610	2014 年 1 月 14 日至 2024 年 1 月 13 日	眼镜；夹鼻眼镜；隐形眼镜；眼镜盒；护目镜；眼镜玻璃；擦眼镜布；眼镜架；眼镜（光学）；太阳镜
128	SASKY	上海明月	9	11346612	2014 年 1 月 14 日至 2024 年 1 月 13 日	眼镜；夹鼻眼镜；隐形眼镜；眼镜盒；护目镜；眼镜玻璃；擦眼镜布；眼镜架；眼镜（光学）；太阳镜
129	多朋 DUO PENG	上海明月	9	3364454	2014 年 2 月 7 日至 2024 年 2 月 6 日	眼镜；夹鼻眼镜；接触透镜；眼镜盒；护目镜；眼镜框；擦眼镜绒布；眼镜（光学）；眼镜架；眼镜玻璃
130	PMC	上海明月	9	3397276	2014 年 3 月 14 日至	眼镜；夹鼻眼镜；接触透镜；眼镜盒；护目镜；眼镜框；擦眼镜绒布；

序号	商标名称	权利人	核定使用商品类别	商标注册证号	注册有效期限	核定使用商品范围
					2024 年 3 月 13 日	眼镜架；眼镜（光学）；眼镜玻璃
131	明月1.71	上海明月、公司	9	11346613	2014 年 5 月 14 日至 2024 年 5 月 13 日	太阳镜；眼镜；夹鼻眼镜；隐形眼镜；眼镜盒；护目镜；眼镜玻璃；擦眼镜布；眼镜架；眼镜（光学）
132	明月1.74	上海明月、公司	9	11346616	2014 年 5 月 14 日至 2024 年 5 月 13 日	眼镜；夹鼻眼镜；隐形眼镜；眼镜盒；护目镜；眼镜玻璃；擦眼镜布；眼镜架；眼镜（光学）；太阳镜
133	NILUX	上海明月	9	3508964	2014 年 9 月 14 日至 2024 年 9 月 13 日	眼镜；夹鼻眼镜；接触透镜；眼镜盒；护目镜；眼镜框；擦眼镜绒布；眼镜架；眼镜（光学）；眼镜玻璃
134	超非	上海明月	9	12492855	2014 年 9 月 28 日至 2024 年 9 月 27 日	眼镜；夹鼻眼镜；隐形眼镜；眼镜盒；护目镜；眼镜玻璃；擦眼镜布；眼镜架；眼镜（光学）；太阳镜
135	快捷车房 QUICK-RX	上海明月	9	12923131	2014 年 12 月 14 日至 2024 年 12 月 13 日	眼镜；眼镜（光学）；眼镜盒；眼镜架；眼镜盒；太阳镜；立体视镜；立体视器械；视听教学仪器；体育用风镜
136	明月快捷车房 QUICK-RX	上海明月、公司	9	12923130	2014 年 12 月 14 日至 2024 年 12 月 13 日	眼镜；眼镜（光学）；眼镜盒；眼镜架；眼镜盒；太阳镜；立体视镜；立体视器械；视听教学仪器；体育用风镜
137	双菲	上海明月	9	13410579	2015 年 1 月 21 日至 2025 年 1 月 20 日	擦眼镜布；护目镜；夹鼻眼镜；眼镜；眼镜（光学）；眼镜玻璃；眼镜盒；眼镜架；眼镜框；隐形眼镜
138	MingYue	上海明月、公司	9	13410586	2015 年 3 月 14 日至	眼镜；夹鼻眼镜；接触透镜；眼镜盒；护目镜；眼镜框；擦眼镜绒布；

序号	商标名称	权利人	核定使用商品类别	商标注册证号	注册有效期限	核定使用商品范围
					2025 年 3 月 13 日	眼镜（光学）；眼镜架；眼镜玻璃
139	明月	上海明月、公司	9	13410587	2015 年 3 月 14 日至 2025 年 3 月 13 日	光学矫正透镜片（光）；护目镜；夹鼻眼镜；太阳镜；眼镜（光学）；眼镜玻璃；眼镜盒；眼镜架；眼镜框；隐形眼镜
140	XiRui 喜瑞	上海明月	9	3674472	2015 年 3 月 21 日至 2025 年 3 月 20 日	接触透镜（隐形眼镜）；眼镜；夹鼻眼镜；眼镜盒；护目镜；眼镜框；擦眼镜绒布；眼镜架；眼镜（光学）；眼镜玻璃
141	明月 MingYue	上海明月、公司	9	13410588	2015 年 4 月 7 日至 2025 年 4 月 6 日	眼镜；夹鼻眼镜；接触透镜；眼镜盒；护目镜；眼镜框；擦眼镜绒布；眼镜（光学）；眼镜架；眼镜玻璃
142	PMC	上海明月	9	13410584	2015 年 4 月 7 日至 2025 年 4 月 6 日	擦眼镜布；护目镜；夹鼻眼镜；眼镜；眼镜（光学）；眼镜玻璃；眼镜盒；眼镜架；眼镜框；隐形眼镜
143	SHUANGFEI 双菲	上海明月	9	3787315	2015 年 10 月 7 日至 2025 年 10 月 6 日	眼镜；夹鼻眼镜；接触透镜；眼镜盒；护目镜；眼镜框；擦眼镜绒布；眼镜架；眼镜（光学）；眼镜玻璃
144	M·SPF	上海明月	9	15213924	2015 年 10 月 7 日至 2025 年 10 月 6 日	眼镜（光学）；眼镜片；眼镜框；眼镜架；眼镜；夹鼻眼镜；隐形眼镜；眼镜盒；太阳镜；护目镜
145	CHAOFEI 超菲	上海明月	9	3787314	2015 年 10 月 7 日至 2025 年 10 月 6 日	眼镜；夹鼻眼镜；接触透镜；眼镜盒；护目镜；眼镜框；擦眼镜绒布；眼镜架；眼镜（光学）；眼镜玻璃

序号	商标名称	权利人	核定使用商品类别	商标注册证号	注册有效期限	核定使用商品范围
146	RENTOU 韧透	上海明月	9	3787316	2015 年 10 月 7 日至 2025 年 10 月 6 日	眼镜；夹鼻眼镜；接触透镜；眼镜盒；护目镜；眼镜框；擦眼镜绒布；眼镜架；眼镜（光学）；眼镜玻璃
147	明月镜商	上海明月、公司	9/41	15589044	2015 年 12 月 14 日至 2025 年 12 月 13 日	眼镜（光学）；眼镜片；眼镜框；眼镜架；眼镜；夹鼻眼镜；隐形眼镜；眼镜盒；太阳镜；护目镜
148						培训；函授课程；辅导（培训）；就业指导（教育或培训顾问）；职业再培训；安排和组织专题研讨会；安排和组织培训班；在线电子书籍和杂志出版
149	OSASKY	上海明月	9	16325998	2016 年 3 月 28 日至 2026 年 3 月 27 日	护目镜；夹鼻眼镜；太阳镜；隐形眼镜；眼镜（光学）；眼镜玻璃；眼镜盒；眼镜架；擦眼镜布；眼镜
150	PEDIR 佩迪	上海明月	9	16325999	2016 年 3 月 28 日至 2026 年 3 月 27 日	护目镜；眼镜（光学）；眼镜玻璃；眼镜盒；夹鼻眼镜；眼镜框；隐形眼镜；擦眼镜布；眼镜；眼镜架
151	PEDIR	上海明月	9	16325997	2016 年 3 月 28 日至 2026 年 3 月 27 日	眼镜框；隐形眼镜；擦眼镜布；眼镜；眼镜架；护目镜；眼镜（光学）；眼镜玻璃眼镜盒；夹鼻眼镜
152	UVPC	上海明月	9	3944565	2016 年 4 月 21 日至 2026 年 4 月 20 日	眼镜；夹鼻眼镜；接触透镜；眼镜盒；护目镜；眼镜框；擦眼镜绒布；眼镜架；眼镜（光学）；眼镜玻璃
153	明月 MINGYUE	上海明月、公司	9	4086071	2016 年 7 月 14 日至 2026 年 7 月	眼镜；夹鼻眼镜；接触透镜；眼镜盒；护目镜；眼镜框；擦眼镜绒布；

序号	商标名称	权利人	核定使用商品类别	商标注册证号	注册有效期限	核定使用商品范围
					13 日	眼镜架；眼镜（光学）；眼镜玻璃
154	镜森之境	上海明月	9	17188810	2016 年 8 月 7 日至 2026 年 8 月 6 日	眼镜（光学）；眼镜片；眼镜框；眼镜架；眼镜；夹鼻眼镜；隐形眼镜；眼镜盒；太阳镜；护目镜
155	微亮	上海明月	9	17188812	2016 年 8 月 7 日至 2026 年 8 月 6 日	隐形眼镜；眼镜（光学）；眼镜片；眼镜框；眼镜架；眼镜；夹鼻眼镜；眼镜盒；太阳镜；护目镜
156	宾则仕	上海明月	9	17188813	2016 年 8 月 7 日至 2026 年 8 月 6 日	护目镜；太阳镜；眼镜（光学）；眼镜片；眼镜框；眼镜架；眼镜；夹鼻眼镜；隐形眼镜；眼镜盒
157	CHAOFANG 超 防	上海明月	9	4470254	2017 年 10 月 14 日至 2027 年 10 月 13 日	夹鼻眼镜；隐形眼镜；眼镜盒；护目镜；眼镜框；擦眼镜布；眼镜架；眼镜（光学）；眼镜玻璃；眼镜
158	明月	上海明月	5	20418911	2017 年 10 月 28 日至 2027 年 10 月 27 日	隐形眼镜用溶液；隐形眼镜清洁剂；卫生消毒剂；消毒剂；医用眼罩；医用胶带；医用胶布；救急包；医用保健袋
159	明月	上海明月	3	20418912	2017 年 10 月 28 日至 2027 年 10 月 27 日	抛光制剂；擦亮用剂
160	明月	上海明月	2	20418913	2017 年 10 月 28 日至 2027 年 10 月 27 日	染色剂；着色剂；染料；防锈油脂
161	明月	上海明月	16	20418914	2017 年 11 月 14 日至	教学材料（仪器除外）

序号	商标名称	权利人	核定使用商品类别	商标注册证号	注册有效期限	核定使用商品范围
					2027 年 11 月 13 日	
162	明月镜片	上海明月、公司	9	22185111	2018 年 1 月 28 日至 2028 年 1 月 27 日	眼镜；眼镜框；眼镜片；眼镜架；隐形眼镜；太阳镜；眼镜盒；矫正透镜（光学）；夹鼻眼镜；护目镜
163	明月	上海明月、公司	9	23013084	2018 年 2 月 28 日至 2028 年 2 月 27 日	眼镜框；矫正透镜（光学）；护目镜；眼镜片；隐形眼镜；太阳镜；眼镜盒；眼镜；眼镜架；夹鼻眼镜
164		上海明月、公司	9	23012570	2018 年 2 月 28 日至 2028 年 2 月 27 日	隐形眼镜；眼镜片；矫正透镜（光学）；护目镜；眼镜；眼镜架；太阳镜；眼镜盒；眼镜框；夹鼻眼镜
165	金铱	上海明月	9	4672088	2018 年 3 月 7 日至 2028 年 3 月 6 日	眼镜；夹鼻眼镜；接触透镜；眼镜盒；护目镜；眼镜框；擦眼镜绒布；眼镜架；眼镜（光学）；眼镜玻璃
166	JINYI 金铱	上海明月	9	4672089	2018 年 3 月 7 日至 2028 年 3 月 6 日	眼镜；夹鼻眼镜；接触透镜；眼镜盒；护目镜；眼镜框；擦眼镜绒布；眼镜架；眼镜（光学）；眼镜玻璃
167	明月 Ming Yue	上海明月、公司	9	1195497	2018 年 7 月 28 日至 2028 年 7 月 27 日	眼镜；矫正透镜片；擦眼镜绒布；眼镜架；眼镜玻璃；眼镜（光学）；夹鼻眼镜框
168	PAC	上海明月	9	4939257	2018 年 9 月 14 日至 2028 年 9 月 13 日	眼镜；夹鼻眼镜；接触透镜；眼镜盒；护目镜；眼镜框；擦眼镜绒布；眼镜架；眼镜（光学）；眼镜玻璃
169	明月镜片	上海明月、公司	9	22185357	2018 年 10 月 7 日至	眼镜；眼镜框；眼镜片；眼镜架；隐形眼镜；太阳镜；眼镜盒；矫正透

序号	商标名称	权利人	核定使用商品类别	商标注册证号	注册有效期限	核定使用商品范围
					2028 年 10 月 6 日	镜（光学）；夹鼻眼镜；护目镜
170	明月镜片 有益视好亮眼	上海明月、公司	9	22185330	2018 年 10 月 14 日至 2028 年 10 月 13 日	眼镜框；眼镜片；眼镜架；隐形眼镜；太阳镜；眼镜盒；矫正透镜（光学）；夹鼻眼镜；护目镜；眼镜
171	明月镜片 | 有益视，好亮眼！	上海明月公司	9	22185178	2018 年 10 月 21 日至 2028 年 10 月 20 日	眼镜；眼镜框；眼镜片；眼镜架；隐形眼镜；太阳镜；眼镜盒；矫正透镜（光学）；夹鼻眼镜；护目镜
172	明月镜片	上海明月、公司	9	27658746	2019 年 1 月 7 日至 2029 年 1 月 6 日	眼镜片；夹鼻眼镜；眼镜框；隐形眼镜；太阳镜；眼镜盒；矫正透镜（光学）；护目镜；眼镜；眼镜架
173	PMC 超亮	上海明月	9	28774290	2019 年 3 月 14 日至 2029 年 3 月 13 日	隐形眼镜；太阳镜；眼镜片；夹鼻眼镜；眼镜；眼镜框；眼镜架；眼镜盒；矫正透镜（光学）
174	Shark	上海明月	9	5128472	2019 年 3 月 21 日至 2029 年 3 月 20 日	眼镜；夹鼻眼镜；隐形眼镜；眼镜盒；护目镜；眼镜框；擦眼镜布；眼镜架；眼镜（光学）；眼镜玻璃
175	MingYue 明月	上海明月、公司	9	4672085	2019 年 4 月 7 日至 2029 年 4 月 6 日	眼镜；夹鼻眼镜；接触透镜；眼镜盒；护目镜；眼镜框；擦眼镜绒布；眼镜架；眼镜（光学）；眼镜玻璃
176	MingYue	上海明月、公司	9	4672087	2019 年 4 月 7 日至 2029 年 4 月 6 日	眼镜；夹鼻眼镜；接触透镜；眼镜盒；护目镜；眼镜框；擦眼镜绒布；眼镜架；眼镜（光学）；眼镜玻璃
177	剑 JIAN	上海明月	9	1276255	2019 年 5 月 21 日至	眼镜；夹鼻眼镜；接触透镜；眼镜盒；眼镜链；眼镜框；擦眼镜绒布；

序号	商标名称	权利人	核定使用商品类别	商标注册证号	注册有效期限	核定使用商品范围
					2029 年 5 月 20 日	眼镜架；眼镜（光学）；眼镜玻璃
178	明月	上海明月、公司	9	5677388	2019 年 8 月 28 日至 2029 年 8 月 27 日	眼镜（光学）；眼镜玻璃；眼镜框；眼镜架；隐形眼镜；太阳镜；眼镜盒；光学矫正透镜片（光）；夹鼻眼镜；护目镜
179	沙克 SHARK	上海明月	9	1311283	2019 年 9 月 7 日至 2029 年 9 月 6 日	眼镜；夹鼻眼镜；接触透镜；矫正透镜片；眼镜盒；眼镜链；眼镜玻璃；擦眼镜绒布；眼镜架；眼镜（光学）
180	明月·風	上海明月	16	5189274	2019 年 11 月 7 日至 2029 年 11 月 6 日	笔记本；期刊；报纸；杂志（期刊）；新闻刊物；印刷出版物；说明书；文具；钉书机；书写工具
181	RUIPENG锐朋	上海明月	9	6285165	2020 年 3 月 28 日至 2030 年 3 月 27 日	眼镜（光学）；眼镜玻璃；眼镜框；眼镜架；隐形眼镜；太阳镜；眼镜盒；光学矫正透镜片（光）；夹鼻眼镜；护目镜
182	shifli雪菲丽	上海明月	9	6285167	2020 年 3 月 28 日至 2030 年 3 月 27 日	眼镜（光学）；眼镜玻璃；眼镜框；眼镜架；隐形眼镜；太阳镜；眼镜盒；光学矫正透镜片（光）；夹鼻眼镜；护目镜
183	紫钛	上海明月	9	6352119	2020 年 3 月 28 日至 2030 年 3 月 27 日	眼镜（光学）；眼镜玻璃；眼镜框；眼镜架；隐形眼镜；太阳镜；眼镜盒；光学矫正透镜片（光）；夹鼻眼镜；护目镜
184	炫晶	上海明月	9	6352120	2020 年 3 月 28 日至 2030 年	眼镜（光学）；眼镜玻璃；眼镜框；眼镜架；隐形眼镜；太阳镜；眼镜盒；光学矫正透镜片

序号	商标名称	权利人	核定使用商品类别	商标注册证号	注册有效期限	核定使用商品范围
					3 月 27 日	（光）；夹鼻眼镜；护目镜
185	碧晶	上海明月	9	6352121	2020 年 3 月 28 日至 2030 年 3 月 27 日	眼镜（光学）；眼镜玻璃；眼镜框；眼镜架；隐形眼镜；太阳镜；眼镜盒；光学矫正透镜片（光）；夹鼻眼镜；护目镜
186	西尔菲斯	上海明月	9	6539659	2020 年 4 月 14 日至 2030 年 4 月 13 日	光学镜头；光学矫正透镜片（光）；眼镜（光学）；眼镜；眼镜架；隐形眼镜；太阳镜；护目镜；体育用风镜；眼镜盒
187	veisa 维莎	上海明月	9	6285163	2020 年 5 月 7 日至 2030 年 5 月 6 日	眼镜（光学）；眼镜玻璃；眼镜框；眼镜架；隐形眼镜；太阳镜；眼镜盒；光学矫正透镜片（光）；夹鼻眼镜；护目镜
188	镜连网	上海镜连	9	21278963	2017 年 11 月 14 日至 2027 年 11 月 13 日	眼镜；眼镜盒；眼镜架眼镜框；眼镜片；眼镜链；矫正透镜（光学）；擦眼镜布；太阳镜；隐形眼镜
189	镜连网	上海镜连	44	21288406	2017 年 11 月 14 日至 2027 年 11 月 13 日	医疗诊所服务；医疗辅助；医疗护理；治疗服务；健康咨询；理疗；保健；饮食营养指导；替代疗法；眼镜行
190	镜连网	上海镜连	44	21279101	2017 年 11 月 14 日至 2027 年 11 月 13 日	眼镜行；医疗诊所服务；医疗辅助；医疗护理；治疗服务健康咨询；理疗；保健；饮食营养指导；替代疗法
191	潘通	上海镜连	44	21279073	2017 年 11 月 14 日至 2027 年 11 月 13 日	眼镜行；医疗诊所服务；医疗辅助；医疗护理；治疗服务；健康咨询；保健；饮食营养指导；替代疗法；理疗

序号	商标名称	权利人	核定使用商品类别	商标注册证号	注册有效期限	核定使用商品范围
192	潘通	上海镜连	9	21278962	2017 年 11 月 14 日至 2027 年 11 月 13 日	眼镜；眼镜盒；眼镜架；眼镜框；眼镜片；眼镜链；矫正透镜（光学）；隐形眼镜；擦眼镜布；太阳镜
193	镜连	上海镜连	9	21278908	2017 年 11 月 14 日至 2027 年 11 月 13 日	眼镜；眼镜盒；眼镜架；眼镜框；眼镜片；眼镜链；矫正透镜（光学）；隐形眼镜；擦眼镜布；太阳镜
194	镜连	上海镜连	44	21279212	2017 年 11 月 14 日至 2027 年 11 月 13 日	医疗诊所服务；医疗辅助；医疗护理；治疗服务；健康咨询；理疗；保健；饮食营养指导眼镜行；替代疗法
195	镜联	上海镜连	44	21279168	201 7 年 11 月 14 日至 2027 年 11 月 13 日	眼镜行；医疗诊所服务；医疗辅助；医疗护理；治疗服务；健康咨询；理疗；保健；饮食营养指导；替代疗法
196	镜连	上海镜连	35	21279332	2018 年 1 月 14 日至 2028 年 1 月 13 日	市场分析；替他人采购（替其他企业购买商品或服务）；替他人推销；广告；特许经营的商业管理；市场营销；进出口代理；为商品和服务的买卖双方提供在线市场；计算机网络上的在线广告；为零售目的在通讯媒体上展示商品
197	凌克	上海镜连	9	22007325	2018 年 2 月 7 日至 2028 年 2 月 6 日	眼镜；眼镜架；眼镜片；隐形眼镜；验钞机；复印机（照相、静电、热）；照相机；显微镜；护目镜；幻灯片（照相）
198	Lynk	上海镜连	9	22007347	2018 年 2 月 14 日至 2028 年 2 月 13 日	验钞机；复印机（照相、静电、热）；照相机；显微镜；幻灯片（照相）

序号	商标名称	权利人	核定使用商品类别	商标注册证号	注册有效期限	核定使用商品范围
199	panton	上海镜连	44	28487788	2018 年 12 月 7 日至 2028 年 12 月 6 日	医疗辅助；理疗；医疗保健；健康咨询；配镜服务；医疗护理；治疗服务；医疗诊所服务；饮食营养指导；替代疗法服务
200	pantong	上海镜连	44	28498308	2018 年 12 月 7 日至 2028 年 12 月 6 日	治疗服务；配镜服务；医疗辅助；理疗；健康咨询；替代疗法服务；医疗诊所服务；医疗护理；医疗保健；饮食营养指导
201	pantong	上海镜连	9	39833030	2020 年 3 月 28 日至 2030 年 3 月 27 日	眼镜；眼镜片；矫正透镜（光学）；眼镜盒；眼镜链；隐形眼镜；眼镜架；眼镜框；擦眼镜布；太阳镜
202	幸达	江苏可奥熙	1	5886335	2019 年 12 月 28 日至 2029 年 12 月 27 日	工业用粘合剂;粘性箍树剂;树木嫁接用胶粘剂;工业用胶;墙砖粘合剂;未加工人造树脂;未加工丙烯酸树脂;酚醛树脂;聚氯乙烯树脂;离子交换树脂
203	XINDA	江苏可奥熙	1	5886334	2020 年 2 月 14 日至 2030 年 2 月 13 日	未加工人造树脂;未加工丙烯酸树脂;酚醛树脂;聚氯乙烯树脂;离子交换树脂
204	KOPOLEN	江苏可奥熙	1	5624621	2020 年 2 月 28 日至 2030 年 2 月 27 日	工业用粘合剂;粘性箍树剂;树木嫁接用胶粘剂;工业用胶;墙砖粘合剂;未加工人造树脂;未加工丙烯酸树脂;酚醛树脂;聚氯乙烯树脂;离子交换树脂;
205	KOC SOLUTION	江苏可奥熙、丹阳可奥熙	1	15372771	2016 年 11 月 21 日至 2026 年 11 月 20 日	树木嫁接用粘性制剂；酚醛树脂；合成树脂塑料；酪素树脂；聚氯乙烯树脂；离子交换树脂；未加工环氧树脂；未加

序号	商标名称	权利人	核定使用商品类别	商标注册证号	注册有效期限	核定使用商品范围
						工丙烯酸树脂；未加工人造树脂；有机硅树脂
206		江苏可奥熙、丹阳可奥熙	1	11511178	2014 年 2 月 21 日至 2024 年 2 月 20 日	未加工环氧树脂；未加工人造树脂；未加工丙烯酸树脂；有机硅树脂；工业用阿拉伯树胶；合成树脂塑料；酷素树脂；酚醛树脂；聚氯乙烯树脂；离子交换树脂
207	KOC KP	江苏可奥熙、丹阳可奥熙	1	10634141	2013 年 5 月 14 日至 2023 年 5 月 13 日	未加工环氧树脂；未加工人造树脂；未加工丙烯酸树脂；有机硅树脂；工业用阿拉伯树胶；合成树脂塑料；酷素树脂；酚醛树脂；聚氯乙烯树脂；离子交换树脂
208	KOC KR	江苏可奥熙、丹阳可奥熙	1	10634134	2013 年 5 月 14 日至 2023 年 5 月 13 日	未加工环氧树脂；未加工人造树脂；未加工丙烯酸树脂；有机硅树脂；工业用阿拉伯树胶；合成树脂塑料；酷素树脂；酚醛树脂；聚氯乙烯树脂；离子交换树脂
209	KOC KT	江苏可奥熙、丹阳可奥熙	1	10634126	2013 年 5 月 14 日至 2023 年 5 月 13 日	未加工环氧树脂；未加工人造树脂；未加工丙烯酸树脂；有机硅树脂；工业用阿拉伯树胶；合成树脂塑料；酷素树脂；酚醛树脂；聚氯乙烯树脂；离子交换树脂
210		江苏可奥熙、丹阳可奥熙	1	6323232	2020 年 3 月 28 日至 2030 年 3 月 27 日	未加工的环氧树脂；未加工人造树脂；未加工丙烯酸树脂；有机硅树脂；人造树胶；合成树脂塑料；酷素树脂；酚醛树脂；聚氯乙烯树脂；离子交换树脂
211		江苏可奥熙、丹阳	1	6323231	2020 年 3 月 28 日至 2030 年	未加工的环氧树脂；未加工人造树脂；未加工丙烯酸树脂；有机硅树脂；人造树胶；合成树

序号	商标名称	权利人	核定使用商品类别	商标注册证号	注册有效期限	核定使用商品范围
		可奥熙			3 月 27 日	脂塑料；酷素树脂；酚醛树脂；聚氯乙烯树脂；离子交换树脂

二、发行人拥有的境外商标

序号	地区	商标名称	注册人	核定使用商品类别	注册号	注册日	核定使用商品范围
1	美国	SASKY	公司	9	4569468	2014 年 7 月 15 日	Contact lenses；Corrective glasses；Eyeglasses；Spectacle lenses；Sunglasses
2	美国	Saflexmax	公司	9	4569469	2014 年 7 月 15 日	Contact lenses；Corrective glasses；Eyeglasses；Spectacle lenses；Sunglasses
3	欧盟	Saflexmax	公司	9	011758191	2013 年 8 月 9 日至 2023 年 4 月 22 日	Eyeglasses；Spectacle lenses；Spectacles [optics]；Contact lenses；Optical lenses；Sunglasses.
4	澳大利亚 日本 美国 韩国 欧盟 新加坡 土耳其	MingYue	上海明月	9	894563（国际）1137759（澳大利亚）T0620167C（新加坡）	2007 年 2 月 15 日至 2026 年 5 月 25 日	Spectacles, pince-nez, contact lenses, spectacle cases, protective glasses, spectacle frames, spectacle cords, spectacle settings, spectacles （optics）, spectacle lenses.
5	德国 波兰	明月沙克 SHARK	上海明月	9	841833（国际）	2004 年 7 月 28 日至 2024 年 7 月 28 日	Goggles, optical lenses, spectacle cases, spectacles （optics）, spectacle glasses,spectacle frames；glasses （half-moon）, contact lenses；sunglasses

6	德国波兰	BERG 明月贝格	上海明月	9	835242（国际）	2004 年 7 月 28 日至 2024 年 7 月 28 日	Goggles；correcting lenses （optics）；spectacle cases；spectacles （optics）；spectacle glasses；spectacle frames；glasses （on nose）；contact lenses；sun glasses；spectacle frameworks.
7	香港	MingYue 明月	上海明月	9	300559134	2006 年 1 月 3 日至 2026 年 1 月 2 日	glasses, spectacles, contact lens, spectacles case, goggles, spectacle rim, spectacles frames, lens（optical）, spectacles glas

附件二 发行人拥有的专利清单

序号	专利权人	专利名称	专利类型	专利号	权利期限	申请日	取得方式
1	公司	树脂眼镜镜片	发明专利	ZL200510038278.9	20 年	2005 年 1 月 28 日	原始取得
2	公司	运动型抗冲击光学树脂眼镜片的制造工艺	发明专利	ZL200810087136.5	20 年	2008 年 3 月 19 日	原始取得
3	公司	用于制备安全性好的镜片的组合物及镜片的制备方法	发明专利	ZL201210161913.2	20 年	2012 年 5 月 23 日	原始取得
4	公司	用于制备高透光率高耐候性光学镜片材料的组合物	发明专利	ZL201210161924.0	20 年	2012 年 5 月 23 日	原始取得
5	公司	一种 PMC 防辐射树脂镜片及其制造工艺	发明专利	ZL201310109537.7	20 年	2013 年 3 月 29 日	原始取得
6	公司	一种通过式喷淋清洗机及其清洗方法	发明专利	ZL201410166239.6	20 年	2014 年 4 月 23 日	原始取得
7	公司	一种高折射率、高阿贝数树脂镜片的制造工艺	发明专利	ZL201510159288.1	20 年	2015 年 4 月 3 日	原始取得
8	公司	一种基于微区间的多视轴渐变焦眼镜片设计方法	发明专利	ZL201810105663.8	20 年	2018 年 2 月 2 日	原始取得
9	公司	一种隐形网格防眩光镜片制造工艺	发明专利	ZL201710661015.6	20 年	2017 年 8 月 4 日	原始取得
10	公司	一种清洗机专用超纯水加热设备	实用新型	ZL201120517493.8	10 年	2011 年 12 月 13 日	原始取得
11	公司	胶圈切割机	实用新型	ZL201120516227.3	10 年	2011 年 12 月 13 日	原始取得
12	公司	镜片内应力检测装置	实用新型	ZL201120545606.5	10 年	2011 年 12 月 23 日	原始取得
13	公司	一种无框镜架	实用	ZL201220443731.X	10 年	2012 年	原始取得

序号	专利权人	专利名称	专利类型	专利号	权利期限	申请日	取得方式
		与镜片连接结构	新型			9 月 3 日	
14	公司	一种无框镜架与镜片连接结构	实用新型	ZL201220445124.7	10 年	2012 年 9 月 3 日	原始取得
15	公司	一种无框镜架与镜片连接结构	实用新型	ZL201220443823.8	10 年	2012 年 9 月 3 日	原始取得
16	公司	无框镜架与镜片连接结构	实用新型	ZL201220443732.4	10 年	2012 年 9 月 3 日	原始取得
17	公司	一种无框镜架与镜片连接结构	实用新型	ZL201320020984.0	10 年	2013 年 1 月 15 日	原始取得
18	公司	一种无框镜架与镜片的固定结构	实用新型	ZL201320021190.6	10 年	2013 年 1 月 15 日	原始取得
19	公司	一种无框镜架的镜片连接结构	实用新型	ZL201320347721.0	10 年	2013 年 6 月 17 日	原始取得
20	公司	一种变色镜片的变色测试装置	实用新型	ZL201320672970.7	10 年	2013 年 10 月 29 日	原始取得
21	公司	一种超韧镜片展示装置	实用新型	ZL201420277228.0	10 年	2014 年 5 月 27 日	原始取得
22	公司	一种变色镜片的变色试验自动演示装置	实用新型	ZL201420277091.9	10 年	2014 年 5 月 27 日	原始取得
23	公司	一种超韧镜片落球试验自动演示装置	实用新型	ZL201420275773.6	10 年	2014 年 5 月 27 日	原始取得
24	公司	一种镜片雾显防伪自动打印机	实用新型	ZL201520213194.3	10 年	2015 年 4 月 9 日	原始取得
25	公司	全自动转盘式变色镜片演示装置	实用新型	ZL201520383035.8	10 年	2015 年 6 月 4 日	原始取得
26	公司	自动滴水镜片膜层对比演示道具	实用新型	ZL201520978410.3	10 年	2015 年 12 月 1 日	原始取得
27	公司	一种光学树脂镜片综合展示装置	实用新型	ZL201621106888.8	10 年	2016 年 10 月 9 日	原始取得

序号	专利权人	专利名称	专利类型	专利号	权利期限	申请日	取得方式
28	公司	一种变色镜片检测装置	实用新型	ZL201721814583.7	10 年	2017 年 12 月 22 日	原始取得
29	公司	一种定制镜片寄送包装袋	实用新型	ZL201820188394.1	10 年	2018 年 2 月 5 日	原始取得
30	公司、上海明月	一种品牌标识展示用灯柱	实用新型	ZL201820383358.0	10 年	2018 年 3 月 21 日	原始取得
31	公司、上海明月	一种镜片陈列托盘	实用新型	ZL201820383337.9	10 年	2018 年 3 月 21 日	原始取得
32	公司、上海明月	一种偏光镜片展示装置	实用新型	ZL201820383338.3	10 年	2018 年 3 月 21 日	原始取得
33	公司、上海明月	一种镜片选购指南装置	实用新型	ZL201820383314.8	10 年	2018 年 3 月 21 日	原始取得
34	公司、上海明月	一种防蓝光镜片展示装置	实用新型	ZL201820434685.4	10 年	2018 年 3 月 29 日	原始取得
35	公司、上海明月	一种超韧镜片展示装置	实用新型	ZL201820434570.5	10 年	2018 年 3 月 29 日	原始取得
36	公司、上海明月	一种 PMC 超亮镜片展示装置	实用新型	ZL201820434696.2	10 年	2018 年 3 月 29 日	原始取得
37	公司、上海明月	一种变色镜片展示装置	实用新型	ZL201820434730.6	10 年	2018 年 3 月 29 日	原始取得
38	公司	一种炫彩膜变树脂镜片	实用新型	ZL201820627180.X	10 年	2018 年 4 月 28 日	原始取得
39	公司	镜片内应力检测道具	外观设计	ZL201130495658.1	10 年	2011 年 12 月 23 日	原始取得
40	公司	眼镜摆台（炫晶）	外观设计	ZL201330285357.5	10 年	2013 年 6 月 27 日	原始取得
41	公司	包装盒（炫晶）	外观设计	ZL201330279886.4	10 年	2013 年 6 月 25 日	原始取得
42	公司	眼镜展示架（PD13）	外观设计	ZL201430151680.8	10 年	2014 年 5 月 27 日	原始取得
43	公司	镜片展示盒（PD11）	外观设计	ZL201430151616.X	10 年	2014 年 5 月 27 日	原始取得
44	公司	配戴试戴镜（M 型）	外观设计	ZL201530308330.2	10 年	2015 年 8 月 17 日	原始取得
45	公司	风车型镜片展示架	外观设计	ZL201630286189.5	10 年	2016 年 6 月 28 日	原始取得
46	公司	镜片展示架（摩天轮）	外观设计	ZL201630286789.1	10 年	2016 年 6 月 28 日	原始取得
47	公司	彩边镜片（一）	外观设计	ZL201630557731.6	10 年	2016 年 11 月 17 日	原始取得
48	公司	彩边镜片（二）	外观	ZL201630558184.3	10 年	2016 年	原始取得

序号	专利权人	专利名称	专利类型	专利号	权利期限	申请日	取得方式
			设计			11 月 17 日	
49	公司	彩边镜片（三）	外观设计	ZL201630558210.2	10 年	2016 年 11 月 17 日	原始取得
50	公司	七彩太阳镜片道具	外观设计	ZL201730662367.4	10 年	2017 年 12 月 22 日	原始取得
51	公司、上海明月	防蓝光镜片展示道具	外观设计	ZL201830067894.5	10 年	2018 年 2 月 12 日	原始取得
52	公司、上海明月	门店灯柱展示道具	外观设计	ZL201830067901.1	10 年	2018 年 2 月 12 日	原始取得
53	公司、上海明月	偏光镜片展示道具	外观设计	ZL201830067888.X	10 年	2018 年 2 月 12 日	原始取得
54	公司、上海明月	镜片托盘展示道具	外观设计	ZL201830067882.2	10 年	2018 年 2 月 12 日	原始取得
55	公司、上海明月	镜片选购指南展示道具	外观设计	ZL201830756947.4	10 年	2018 年 12 月 26 日	原始取得
56	公司、上海明月	智能变色镜片展示道具	外观设计	ZL201830757020.2	10 年	2018 年 12 月 26 日	原始取得
57	公司、上海明月	镜片展示道具（PMC 超亮镜片）	外观设计	ZL201830757064.5	10 年	2018 年 12 月 26 日	原始取得
58	公司、上海明月	镜片展示道具（KR 超韧镜片）	外观设计	ZL201930006130.X	10 年	2019 年 1 月 7 日	原始取得
59	公司	一种多视轴渐进多焦点镜片焦度测量装置	实用新型	ZL201920024813.2	10 年	2019 年 1 月 8 日	原始取得
60	公司	一种生产偏光镜片的组合垫圈	实用新型	ZL201920930521.5	10 年	2019 年 6 月 20 日	原始取得
61	公司	一种变色偏光镜片	实用新型	ZL201920640856.3	10 年	2019 年 5 月 7 日	原始取得
62	公司	一种七彩太阳镜片	实用新型	ZL202020456369.4	10 年	2020 年 4 月 1 日	原始取得
63	公司	近视太阳镜片展示道具	外观设计	ZL202030257199.2	10 年	2020 年 5 月 28 日	原始取得
64	江苏可奥熙	一种高韧性光学树脂单体及其制备方法	发明专利	ZL201310067725.8	20 年	2013 年 3 月 4 日	原始取得
65	江苏可奥熙	一种高抗划伤性能光学树脂单体及其制备方法	发明专利	ZL201310068688.2	20 年	2013 年 3 月 4 日	原始取得

序号	专利权人	专利名称	专利类型	专利号	权利期限	申请日	取得方式
66	江苏可奥熙	镜片用加硬液的制备方法	发明专利	ZL201510041012.3	20 年	2015 年 1 月 28 日	原始取得
67	江苏可奥熙	一种镜片树脂聚合反应设备	实用新型	ZL201220139258.6	10 年	2012 年 3 月 31 日	原始取得
68	江苏可奥熙	一种树脂聚合反应尾气高效吸收处理装置	实用新型	ZL201220145994.2	10 年	2012 年 3 月 31 日	原始取得
69	江苏可奥熙	反应釜加料测算装置	实用新型	ZL201220146502.1	10 年	2012 年 3 月 31 日	原始取得
70	江苏可奥熙	一种树脂聚合附产品回收利用装置	实用新型	ZL201220146828.4	10 年	2012 年 3 月 31 日	原始取得
71	江苏可奥熙	一种物料回收装置	实用新型	ZL201520483656.3	10 年	2015 年 7 月 7 日	原始取得
72	江苏可奥熙	一种镜片单体反应釜预加料口吸风罩	实用新型	ZL201620282488.6	10 年	2016 年 4 月 7 日	原始取得
73	江苏可奥熙	一种镜片单体抗紫外线溶解釜	实用新型	ZL201620282491.8	10 年	2016 年 4 月 7 日	原始取得
74	江苏可奥熙	一种镜片单体原料反应釜用热油冷凝装置	实用新型	ZL201620282492.2	10 年	2016 年 4 月 7 日	原始取得
75	江苏可奥熙	一种镜片单体反应用真空缓冲罐	实用新型	ZL201620282493.7	10 年	2016 年 4 月 7 日	原始取得
76	江苏可奥熙	一种镜片用颜料搅拌研磨冷却装置	实用新型	ZL201721023741.7	10 年	2017 年 8 月 16 日	原始取得
77	江苏可奥熙	一种有预警功能的镜片原料搅拌装置	实用新型	ZL201721023742.1	10 年	2017 年 8 月 16 日	原始取得
78	江苏可奥熙	一种在线式双层检验称重机构	实用新型	ZL201721023811.9	10 年	2017 年 8 月 16 日	原始取得
79	江苏可奥熙	一种在线式灌装桶自动定位机构	实用新型	ZL201721023883.3	10 年	2017 年 8 月 16 日	原始取得
80	江苏可奥熙	一种镜片单体反应釜用高效冷凝装置	实用新型	ZL201920886527.7	10 年	2019 年 6 月 13 日	原始取得
81	江苏	一种光学树脂	实用	ZL201920886964.9	10 年	2019 年	原始取得

序号	专利权人	专利名称	专利类型	专利号	权利期限	申请日	取得方式
	可奥熙	单体用在线灌装装置	新型			6 月 13 日	