

**关于珠海天威新材料股份有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的
第三轮审核问询函的回复**

深圳证券交易所：

贵所于 2021 年 7 月 14 日出具的《关于珠海天威新材料股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第三轮审核问询函》（以下简称“审核问询函”）已收悉。珠海天威新材料股份有限公司（以下简称“天威新材”、“发行人”、“公司”）与东莞证券股份有限公司（以下简称“东莞证券”、“保荐机构”、“保荐人”）、上海精诚申衡律师事务所（以下简称“发行人律师”）、大华会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”）等相关方对审核问询函所列问题进行了逐项核查，现回复如下，请予审核。

如无特别说明，本回复使用的简称与《珠海天威新材料股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书（申报稿）》中的释义相同。

第三轮审核问询函所列问题	黑体（加粗）
对问题的回答	宋体
本次文件内容更新部分	楷体（加粗）

目 录

目 录.....	2
问题 1. 关于独立性	3
问题 2. 关于关联交易	23
问题 3. 关于重要数据差异	45
问题 4. 关于创业板定位	50
问题 5. 关于营业收入	58
问题 6. 关于境外销售	84
问题 7. 关于客户	99
问题 8. 关于营业成本	110
问题 9. 关于毛利率	114
问题 10. 关于产能利用率	124
问题 11. 关于股东核查	133
问题 12. 关于环保	134
问题 13. 关于资金流水核查	153
问题 14. 关于财务数据更新	172

问题 1. 关于独立性

申报文件及问询回复显示：

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

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

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

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

请发行人：

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

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

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

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

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

请中介机构的内核和质控部门说明所执行的相关程序和结论。

[回复]

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

一、办公打印耗材类产品的具体情况

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

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
	金额/销量/占比	金额/销量/占比	金额/销量/占比	金额/销量/占比
水性墨水-桌面办公打印销售收入(万元)	1,787.56	3,350.15	2,730.32	2,560.36
水性墨水-桌面办公打印毛利(万元)	484.38	976.14	694.43	706.46
水性墨水-桌面办公打印销量(吨)	942.22	1,838.81	1,369.27	1,242.89
水性墨水-桌面办公打印销售收入占营业收入的比例	8.68%	9.99%	7.70%	8.85%
水性墨水-桌面办公打印毛利占总毛利的比例	6.64%	8.44%	6.84%	7.79%
水性墨水-桌面办公打印销量占墨水总销量的比例	21.69%	24.68%	19.22%	20.59%

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

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

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

二、办公打印耗材类产品的销售方式及业务独立性

公司不存在通过关联方向公司客户销售产品的情形，公司向关联方销售时即

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

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

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接销售	1,410.53	78.91%	2,634.71	78.64%	2,055.59	75.29%	1,913.73	74.74%
向关联方销售	377.02	21.09%	715.44	21.36%	674.72	24.71%	646.62	25.26%
其中：生产型	40.71	2.28%	95.80	2.86%	112.29	4.11%	126.39	4.94%
销售型	336.31	18.81%	619.61	18.49%	562.29	20.59%	520.23	20.32%
办公自用	-	-	0.03	0.00%	0.14	0.01%	-	-
合计	1,787.56	100.00%	3,350.15	100.00%	2,730.32	100.00%	2,560.36	100.00%

报告期内，公司水性墨水-桌面办公打印产品直接销售的占比分别为 74.74%、75.29%、78.64%、**78.91%**，向关联方销售的占比分别为 25.26%、24.71%、21.36%、**21.09%**，其中，关联方对外销售的占比分别为 20.32%、20.59%、18.49%、**18.81%**，整体有所下降。

鉴于：

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

2、公司主要通过直接向客户进行销售的方式销售水性墨水-桌面办公打印产品，向关联方销售的占比较低且逐年下降，其中，关联方对外销售的占比分别为 20.32%、20.59%、18.49%、**18.81%**，占比整体有所下降；

3、报告期内，公司向销售型关联方销售水性墨水-桌面办公打印产品的金额分别为 520.23 万元、562.29 万元、619.61 万元、**336.31 万元**，占营业收入的比例分别为 1.80%、1.59%和 1.85%、**1.63%**，销售占比极低；

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

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

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

公司拥有自身独立的销售部门、专业的销售团队与销售渠道，拥有独立拓展市场的能力，公司销售具有独立性，具体如下：

1、公司拥有独立的销售部门、营销体系

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

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

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

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

专门组建北区销售部、南区销售部、大客户销售部分别负责不同地区及客户拓展及服务工作。

报告期内，公司销售部门均独立运行，独立进行市场开拓。

2、公司拥有独立充足的销售人员

报告期各期末，公司销售人员数量及占比情况如下：

项目	2021 年 6 月 30 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日	
	人数	占比	人数	占比	人数	占比	人数	占比
销售人员 (人)	46	12.92%	48	13.99%	40	12.42%	42	13.46%

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

3、公司拥有独立的销售渠道网络

公司在业务规模持续发展过程中，通过参加国内外相关行业展会、网站宣传、原有客户推荐介绍、主动拜访目标客户等方式积极开展业务拓展。在销售区域方面，公司产品销售区域已覆盖国内华南、华北、华中等国内各片区，并出口至亚洲、欧洲和非洲等多个国家和地区。在客户类型方面，经过多年深耕发展，公司建立以工业打印应用领域为主的销售渠道网络，开拓了以数码喷印设备生产商及其代理商、提供数码喷印设备、耗材和服务的中间商为主的客户群体。在客户增量方面，随着公司销售渠道的不断完善，2018 年至 2021 年 1-6 月各期间新增客户数量约 320 家、300 家、880 家、390 家。公司拥有独立的销售渠道网络。

4、公司关联销售金额及占比逐年下降，对关联方不存在依赖

报告期内，公司关联销售金额及占比情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
向关联方销售商品金额	415.74	786.62	911.05	976.72
占营业收入比例	2.02%	2.35%	2.57%	3.38%

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

综上所述，报告期内，公司拥有独立的销售部门、专业的销售团队、营销体

系，拥有独立的销售渠道网络，公司关联销售金额及占比较小，且呈逐年下降的趋势，公司销售业务不存在依赖关联方的情形，公司销售具有独立性。

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

一、公司产品使用商标的情况，使用商标的产品和金额、不使用商标的原因
报告期内，公司产品使用商标情况如下：

单位：万元

品牌	商标类别	产品分类	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
			金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
非自有品牌	中性商标	分散墨水	5,709.05	28.35%	10,261.42	30.78%	9,988.17	28.30%	7,036.15	24.46%
		UV 墨水	4,295.62	21.33%	7,468.62	22.40%	8,217.51	23.28%	6,934.74	24.11%
		水性墨水	1,643.22	8.16%	3,234.77	9.70%	2,410.93	6.83%	2,291.76	7.97%
		活性墨水	1,445.17	7.18%	2,473.18	7.42%	3,624.93	10.27%	4,008.40	13.94%
		其他墨水	1,868.25	9.28%	1,358.76	4.08%	1,195.04	3.39%	928.45	3.23%
		合计	14,961.31	74.30%	24,796.75	74.38%	25,436.58	72.06%	21,199.50	73.71%
	客户商标	分散墨水	1,518.40	7.54%	3,227.58	9.68%	3,780.48	10.71%	2,533.78	8.81%
		UV 墨水	1,585.51	7.87%	2,001.40	6.00%	2,111.94	5.98%	1,045.04	3.63%
		水性墨水	280.44	1.39%	340.16	1.02%	312.70	0.89%	284.63	0.99%
		活性墨水	112.21	0.56%	-	-	0.18	0.00%	1.33	0.00%
		其他墨水	208.21	1.03%	375.56	1.13%	402.86	1.14%	413.93	1.44%
		合计	3,704.78	18.40%	5,944.70	17.83%	6,608.16	18.72%	4,278.70	14.88%
自有品牌	授权商标	分散墨水	375.43	1.86%	727.45	2.18%	1,316.19	3.73%	1,292.90	4.50%
		UV 墨水	72.26	0.36%	161.65	0.48%	265.17	0.75%	294.75	1.02%
		水性墨水	484.92	2.41%	895.15	2.68%	1,284.95	3.64%	1,212.89	4.22%
		活性墨水	-	-	-	-	-	-	26.91	0.09%
		其他墨水	13.13	0.07%	46.32	0.14%	37.22	0.11%	39.83	0.14%
		合计	945.74	4.70%	1,830.57	5.49%	2,903.52	8.23%	2,867.28	9.97%

品牌	商标类别	产品分类	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
			金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
	自有商标	分散墨水	511.91	2.54%	738.14	2.21%	351.32	1.00%	417.02	1.45%
		UV墨水	0.70	0.00%	6.21	0.02%	-	-	-	-
		水性墨水	10.52	0.05%	22.77	0.07%	-	-	-	-
		其他墨水	1.41	0.01%	0.36	0.00%	-	-	-	-
		合计	524.54	2.60%	767.47	2.30%	351.32	1.00%	417.02	1.45%
合计			20,136.36	100.00%	33,339.48	100.00%	35,299.58	100.00%	28,762.50	100.00%

公司产品使用中性商标的比重分别为 73.71%、72.06%、74.38%、**74.30%**，占比较大。公司在与客户的交易过程中，对于以何种商标销售并未进行刻意区分，主要依据客户的需求。客户的主要考量因素是自身对下游客户的把控、自身发展等方面，例如中小型客户会倾向于使用天威自有商标或者集团授权商标，以便打开市场；部分客户出于对其下游客户资源的保密性，更倾向于使用自身的商标或者中性商标销售。

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

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

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

单位：万元

商标类型	产品	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
授权商标	分散墨水	375.43	1.86%	727.45	2.18%	1,052.62	2.98%	930.63	3.24%
	UV 墨水	72.26	0.36%	161.65	0.48%	264.53	0.75%	294.75	1.02%
	水性墨水	484.92	2.41%	895.15	2.68%	1,284.63	3.64%	1,212.78	4.22%
	活性墨水	-	-	-	-	-	-	26.91	0.09%
	其他墨水	13.13	0.07%	46.32	0.14%	37.22	0.11%	39.83	0.14%
	合计	945.74	4.70%	1,830.57	5.49%	2,639.00	7.48%	2,504.91	8.71%

商标类型	产品	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
受让商标	分散墨水	254.77	1.27%	426.60	1.28%	263.57	0.75%	362.27	1.26%
	UV 墨水	0.70	0.00%	1.49	0.00%	0.64	0.00%	-	-
	水性墨水	10.19	0.05%	22.77	0.07%	0.32	0.00%	0.10	0.00%
	活性墨水	-	-	-	-	-	-	-	-
	其他墨水	-	-	0.16	0.00%	-	-	-	-
	合计	265.65	1.32%	451.02	1.35%	264.52	0.75%	362.37	1.26%
自有商标	分散墨水	257.14	1.28%	311.54	0.93%	351.32	1.00%	417.02	1.45%
	UV 墨水	0.01	0.00%	4.71	0.01%	-	-	-	-
	水性墨水	0.34	0.00%	-	-	-	-	-	-
	活性墨水	-	-	-	-	-	-	-	-
	其他墨水	1.41	0.01%	0.20	0.00%	-	-	-	-
	合计	258.88	1.29%	316.45	0.95%	351.32	1.00%	417.02	1.45%

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

报告期内，公司授权商标对应产品的销售收入占比分别为 8.71%、7.48%、5.49%、**4.70%**，授权商标相关产品的收入有所下降，占主营业务收入的比重较低，且呈现下降的趋势。公司受让商标对应产品的销售收入占比分别为 1.26%、0.75%、1.35%、**1.32%**，占比均很小。

鉴于：

1、报告期内，公司对外销售产品以中性商标为主，对外销售使用关联方授权商标产品的收入及占比均很低，且呈下降趋势，2020 年的收入占比仅为 5.49%，**2021 年 1-6 月的收入占比已下降至 4.70%**；

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

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

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

综上所述，公司产品销售不依赖于授权商标。

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

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

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

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

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

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

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

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

耗材类别	应用打印机类型	成像基本原理	打印机打印特点	应用场景
色带	针式打印机	打印头带钢针，点阵打印	打印速度慢、噪音大、只能打印特定颜色	可以实现一式多联的打印方式，主要应用于银行和打印纸质发票需求较大的行业

耗材类别	应用打印机类型	成像基本原理	打印机打印特点	应用场景
墨盒	喷墨打印机	两种原理：一种是压电式，典型代表 Epson；一种是热发泡式，典型代表是 Canon	噪音低、颜色丰富、颜色的还原度最高；喷墨打印机目前主要有两种类别，一种墨仓式，一种是带头墨盒打印机	色彩还原度最高，主要应用于追求色彩打印效果的办公领域，因部分打印机型价格低，也是家庭打印应用的主要选择
硒鼓、碳粉盒	激光打印机	利用碳粉带电原理不同，通过感光鼓成像，把碳粉转印到纸上	打印速度快，噪音低，成本相对高，可以打印黑色或者彩色	适应性最强，打印速度比较快，打印机类型较多，适用于办公打印

3、水性墨水-桌面办公打印产品与墨盒不存在构成重大不利影响的同业竞争

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

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

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

（3）报告期内，天威厂墨盒相关收入、毛利的具体情况如下：

单位：万元

项目	期间	天威厂（A）	公司（B）	占比（A÷B）
墨盒相关产品收入	2021 年 1-6 月	342.17	20,136.36	1.70%
	2020 年度	1,122.05	33,339.48	3.37%
	2019 年度	1,292.15	35,299.58	3.66%
	2018 年度	2,190.47	28,762.50	7.62%
墨盒相关产品毛利	2021 年 1-6 月	-47.36	7,204.40	-0.66%
	2020 年度	-5.21	11,527.13	-0.05%
	2019 年度	213.43	10,112.43	2.11%
	2018 年度	343.40	9,040.06	3.80%

天威厂墨盒相关产品收入、毛利占公司主营业务收入或毛利的比例均未达 30%；

（4）报告期内，公司向天威厂销售水性墨水-桌面办公打印产品的金额分别为 126.39 万元、112.29 万元、95.80 万元、40.71 万元，占营业收入的比重分别为 0.44%、0.32%、0.29%、0.20%，收入、销售占比极小，且均呈逐年下降的趋势

势。

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

二、公司的销售具有独立性

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

三、公司对授权商标不存在依赖

报告期内，公司对外销售产品以中性商标为主，对外销售使用关联方授权商标产品的收入及占比均很低，且呈下降趋势，2020 年的收入占比仅为 5.49%，2021 年 1-6 月的收入占比已下降至 4.70%。除授权商标外，公司还拥有 18 项境内商标和 4 项境外商标，若公司未能被授权继续使用授权商标，公司亦可使用自有商标开展业务。受行业特性及客户对其下游客户资源保护的影响，更多客户倾向于使用中性商标或客户商标，因此，数码墨水产品本身对于商标的依赖度较低。此外，公司在国内数码喷印功能性材料行业已经拥有较高的市场知名度和影响力，公司主要产品在行业内具有较强的市场竞争力，公司产品的质量、口碑、技术研发能力、售后服务能力等与销售业务的联结密切程度较高，远高于授权商标与销售业务的联结密切程度。公司销售不依赖于授权商标。公司不依赖于授权商标的具体分析详见本问询回复问题 1 第（3）问的回复。

四、历史上集团各企业分工协作模式

从集团各企业分工协作模式上看，公司业务独立于天威集团。天威集团从整体控制成本、资源配置、专人专职等角度考虑，将集团内的国内外销售、采购等业务集中交由部分关联方，以此发挥集团规模优势。

天威集团主要经营企业分工协作模式布局如下：

业务划分	主体	定位
激光打印耗材及周边产品生产制造	珠海天威飞马打印耗材有限公司	定位于硒鼓、碳粉盒等打印机、复印机耗材产品及周边产品的
	上海阿格感光材料有限公司	

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

采购业务：在 2015 年以前，在采购方面，出于对境外原材料采购的便捷性考虑，公司会通过天威采购（原材料采购平台）采购部分原材料，关联采购占比约 10%左右，占比较低，同时，相关境外原材料供应商均由公司自主接洽并确定交易，公司采购独立。

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

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

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

2014 年至 2021 年 1-6 月，公司向关联方销售商品、向关联方采购商品或服务的金额及占比情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度	2017 年度	2016 年度	2015 年度	2014 年度
向关联方销售商品金额	415.74	786.62	911.05	976.72	2,107.63	1,640.19	4,102.22	5,869.47
占营业收入比例	2.02%	2.35%	2.57%	3.38%	9.74%	10.59%	33.23%	47.97%
向关联方采购商品或服务金额	8.02	15.57	34.17	28.02	31.85	32.49	843.94	901.53
占营业成本比例	0.06%	0.07%	0.13%	0.14%	0.23%	0.32%	10.15%	11.18%

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

报告期内，公司关联销售占营业收入的比例已分别下降至 3.38%、2.57%、2.35%、**2.02%**，金额及占比均较低，系关联方出于自身经营或业务开展的需求而向公司采购产品。报告期内，公司关联采购占营业成本的比例已分别下降至 0.14%、0.13%、0.07%、**0.06%**，金额及占比极低。

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

五、公司与关联方之间的交易具有商业合理性及必要性

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

报告期内，公司与关联方发生关联销售的原因及必要性如下：

（1）关联公司天威飞马、展望耗材、联力科技、丰成有限，下游客户群体以办公打印耗材综合贸易商为主，此类型客户主营业务为办公打印耗材及周边产品贸易，经营产品涵盖硒鼓、碳粉盒、色带等办公打印耗材，范围较广。在实际经营中，该公司部分客户在采购硒鼓、碳粉盒等办公打印耗材的同时，还存在墨水采购需求，但是需求量较小。因此，为提升客户服务质量、提高客户采购的便捷性，该公司会结合客户的实际需求及意愿，向公司采购墨水后与其他办公打印耗材产品一同销售，为客户提供一站式的服务；

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

（3）关联公司骑士贸易，该公司为打印耗材综合贸易商，该公司会根据客户需求，综合考虑质量、价格、服务、地点等因素选择合适的墨水供应商，公司仅是其墨水供应商之一；

（4）关联公司天威厂、艺潮迷、Artify Me Limited、天博耗材、天威技术向发行人采购墨水主要基于产品生产或者办公需要，不存在对外直接进行销售的情形。具有商业合理性及必要性。

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

因此，公司与关联方发生关联交易具有商业合理性及必要性。

六、公司与关联方交易金额及占比较低，不存在对关联方构成依赖

报告期内，公司关联交易金额及占比情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
向关联方销售商品金额	415.74	786.62	911.05	976.72
占营业收入比例	2.02%	2.35%	2.57%	3.38%
向关联方采购商品或服务金额	8.02	15.57	34.17	28.02
占营业成本比例	0.06%	0.07%	0.13%	0.14%

报告期内，公司关联销售金额分别为 976.72 万元、911.05 万元、786.62 万元、**415.74 万元**，占比分别为 3.38%、2.57%、2.35%、**2.02%**，关联销售金额及占比均较低，且呈现逐年下降的趋势，报告期内，公司销售业务不存在依赖关联方的情形。

报告期内，公司向关联方采购商品或服务金额分别为 28.02 万元、34.17 万元、15.57 万元、**8.02 万元**，占比分别为 0.14%、0.13%、0.07%、**0.06%**，公司关联采购金额及占比均较低，关联采购均为公司生产经营所需，公司采购业务不存在依赖于关联方的情形。

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

鉴于：

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

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

3、公司销售业务不依赖于授权商标；

4、公司向关联方采购商品或服务金额分别为 28.02 万元、34.17 万元、15.57 万元、**8.02 万元**，占比分别为 0.14%、0.13%、0.07%、**0.06%**，公司关联采购金额及占比均较低，关联采购均为公司生产经营所需，公司采购业务不存在依赖于关联方的情形；

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

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

因此，公司资产完整，业务独立，具有直接面向市场独立持续经营的能力，公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间不存在对公司构成重大不利影响的同业竞争，不存在严重影响独立性的关联交易，符合《创业板首次公开发

行股票注册管理办法（试行）》第十二条关于独立性的相关要求。

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

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

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

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

3、取得发行人审计报告、销售及采购明细、关联销售及关联采购交易明细、关联交易合同以及交易凭证，取得发行人关联方就关联交易出具的情况说明，核查发行人与关联方关联交易金额及占比、变动趋势、关联交易产生的背景及真实性、关联交易定价公允性，判断发行人是否存在严重影响独立性的关联交易；

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

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

6、取得发行人固定资产清单、重要固定资产采购合同及发票、不动产权证

书、知识产权清单及证书等资产权属凭证，了解发行人资产权属及其使用情况，核查发行人生产经营的重要资产是否存在权属纠纷，资产是否被关联方占用，是否存在使用关联方资产的情形；

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

请中介机构的内核和质控部门说明所执行的相关程序和结论

一、保荐机构内核和质控部门针对上述问题执行的程序和结论

保荐机构内核和质控部门根据《公司法》《证券法》《证券发行上市保荐业务管理办法》《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》等有关法律法规和保荐机构相关内核及质控规章制度，对发行人首次申报开展底稿验收、现场核查及项目问核，履行内核会议程序并对内核小组成员提出的问题进行后续跟踪落实，对首次申报及历次问询函回复提出了审核意见。针对项目组就报告期内发行人独立性相关核查工作，保荐机构内核和质控部门所执行的相关程序如下：

1、质控部门执行的程序

（1）审核项目申报材料，重点关注发行人同业竞争情况、集团内关联交易及关联销售的终端核查情况、关联方商标转让与授权情况，出具书面意见，要求项目组对相关文件进行补充完善；

（2）就发行人使用商标情况、关联交易情况的核查工作对项目组进行问核；

（3）查阅复核以下尽职调查工作底稿：①人员、资产、业务、财务、机构独立性情况相关底稿；②销售情况相关底稿，包括销售协议、交易明细、抽凭、函证、主要关联交易对手方的银行流水，了解关联交易的必要性；③同业竞争情况相关底稿，包括控股股东、实际控制人、近亲属及其控制的其他企业的走访底稿、财务报表、纳税申报表等；④商标权属证明与费用抽凭、授权使用协议等；

（4）现场核查与访谈：实地查看发行人生产经营场所，了解生产销售流程、主要产品特点与用途；对发行人总经理与财务总监就发行人集团内关联交易的情况、受让与被授权关联方商标的使用情况进行访谈；

（5）查阅发行人于全国股转系统挂牌期间相关资料，查阅同行业可比公司

招股说明书、年报等公开信息，了解发行人业务发展情况、关联交易规范情况，对比同行业可比公司的产品用途、业务模式；

（6）出具质量控制报告并提交内核会议，对项目组就同业竞争情况与业务、人员独立性的核查予以关注，并督促项目组对质量控制报告关注问题进行回复落实；

（7）对历次审核问询函中的相关问题及尽调程序与项目组进行沟通，并对审核问询函回复进行书面审核。

2、内核部门执行的程序

（1）履行内核会议审议程序：内核小组成员及内核管理部在内核会议上就①发行人实际控制人控制的涉及办公打印耗材业务的企业采购渠道及销售客户是否与发行人重合；②实际控制人控制的其他企业与发行人主要客户、主要供应商的重合情况，是否存在代发行人支付成本费用等利益输送情形；③发行人使用关联方的商标是否对发行人的独立性造成严重影响；④发行人生产经营和业务开展是否存在依赖发行人实际控制人控制的其他企业的情况等问题与项目组进行了充分的问询及沟通，项目组在会后对上述问题进行书面回复并提交相关底稿，内核对上述问题进行了跟踪落实；

（2）查阅项目组取得的发行人关联销售及关联采购交易明细、关联交易合同以及交易凭证等底稿；查阅项目组取得的实际控制人控制的其他企业名单、工商底档及主营业务情况的说明、对外销售墨水明细等底稿，查阅报告期内发行人关联方与非关联方销售价格对比明细，关注实际控制人控制的其他企业采购墨水后的终端销售情况，关注发行人是否存在严重影响独立性的关联交易；

（3）查阅项目组取得的发行人员工名册、组织架构及人员结构底稿，关注发行人销售部门的履职情况，是否拥有独立的销售人员，销售部门设置是否与发行人销售规模相匹配；

（4）查阅项目组取得的发行人相关关联方曾经持有的商标的注册证和商标转让协议、商标权属证明底稿、相关关联方公司的说明等底稿，查阅不同商标报告期内相关产品的销售金额及占比，关注发行人是否依赖授权商标；

（5）现场核查及企业高管访谈：实地查看发行人生产经营场所，了解发行人的销售模式，关注发行人销售部门运行情况，对发行人总经理、财务总监及董

事会秘书就发行人关联交易的必要性、合理性及公允性；发行人与天威集团多家公司共用商标情况及影响等问题进行访谈；

（6）出具现场核查报告：对项目组就同业竞争及发行人独立性相关问题予以关注，并督促项目组对现场核查报告关注问题进行回复落实及补充相关底稿；

（7）重点关注历次审核问询函中的独立性相关问题及尽调程序，并对审核问询函回复进行书面审核。

经复核，保荐机构内核和质控部门认为：项目组就报告期内发行人独立性情况已执行了必要的核查工作，相关核查工作充分、有效，项目组发表的核查意见真实、准确、完整。

二、发行人律师内核和质控部门针对上述问题执行的程序和结论

发行人律师内核部门根据《公司法》《证券法》《创业板公开发行股票注册管理办法（试行）》《公开发行证券公司信息披露的编报规则第12号——公开发行证券的法律意见书和律师工作报告》《律师事务所从事证券法律业务管理办法》和《律师事务所证券法律业务执业规则（试行）》等有关法律法规和发行人律师相关内核要求，针对项目组就报告期内发行人独立性相关核查工作所执行的相关程序如下：

1、检查了发行人的人员、资产、业务、财务、机构独立性情况相关的工作底稿；

2、检查了发行人于全国股转系统挂牌期间的三会文件，以及关联交易相关公告，了解发行人关联交易规范情况；

3、关注发行人同业竞争情况、集团内关联交易及关联销售情况；关注发行人是否存在严重影响独立性的关联交易；关注发行人生产经营和业务开展是否存在依赖发行人实际控制人控制的其他企业；关注发行人实际控制人控制的涉及办公打印耗材业务的企业采购渠道及销售客户是否与发行人重合，实际控制人控制的其他企业与发行人主要客户、主要供应商是否重合，是否存在代发行人支付费用成本等利益输送情形，并与项目组进行了沟通；检查了控股股东、实际控制人、近亲属及其控制的其他企业的商业登记资料和财务会计资料，以及发行人的审计报告、关联交易合同等资料；

4、关注发行人与关联方之间的商标转让与授权情况，检查了商标权属证明与费用抽凭、授权使用协议等资料；

5、查看发行人生产经营场所，了解生产销售流程、主要产品特点与用途。

经复核，发行人律师内核部门认为：项目组就报告期内发行人独立性情况已执行了必要的核查工作，相关核查工作充分、有效，项目组发表的核查意见真实、准确、完整。

三、申报会计师内核和质控部门针对上述问题执行的程序和结论

申报会计师质控部门针对发行人独立性进行了如下审核程序：

1、复核项目组风险评估底稿，重点关注发行人的经营模式、经营风险点、经营的独立性；

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

3、复核项目组持续经营底稿，关注发行人是否具有直接面向市场持续经营能力；

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

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

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

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

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

[中介机构核查意见]

经核查，保荐人、发行人律师、申报会计师认为：

1、发行人水性墨水-桌面办公打印产品不是收入及利润的主要来源；发行人

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

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

3、报告期内，发行人对外销售产品以中性商标为主，对外销售使用关联方授权商标产品的收入及占比均很低；若发行人未能被授权继续使用授权商标，发行人亦可使用自有商标开展业务；受行业特性及客户对其下游客户资源保护的影响，更多客户倾向于使用中性商标或客户商标，数码墨水产品本身对于商标的依赖度较低；发行人产品的质量、口碑、技术研发能力、售后服务能力等与销售业务的联结密切程度较高，远高于授权商标与销售业务的联结密切程度。发行人产品销售不依赖于授权商标，发行人资产完整；

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

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

问题 2. 关于关联交易

申报文件及问询回复显示：

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

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

请发行人:

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

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

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

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

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

[回复]

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

联力科技销售墨水的主要客户基本情况如下：

客户名称	成立时间	国家	开始合作时间	关联关系	客户性质
Eco Store Srl	2001 年 3 月	意大利	2007 年 10 月	无	打印耗材综合贸易商
Lama France	1989 年 9 月	法国	2002 年 11 月	无	打印耗材综合贸易商
INKJETION DE COLOMBIA S.A.S.	2009 年 1 月	哥伦比亚	2012 年 2 月	无	打印耗材综合贸易商
Sehar Al Diyar Trading & General	2011 年 11 月	伊拉克	2018 年 5 月	无	打印耗材综合贸易商
Neuhaus Sac	2013 年 5 月	秘鲁	2018 年 8 月	无	打印耗材综合贸易商
NCD Corporation S.A	2017 年 12 月	巴拿马	2019 年 4 月	无	打印耗材综合贸易商
Colormagic Limited	2001 年 5 月	英国	2018 年 8 月	无	打印耗材制造商及贸易商
PT. Golden Trading Internasional	2006 年 7 月	印度尼西亚	2007 年 2 月	无	打印耗材综合贸易商
Agawa.Pl Sp. z o.o.	1999 年	波兰	2006 年 5 月	无	打印耗材综合贸易商
COPIERS UNLIMITED INC	2011 年 3 月	美国	2018 年 1 月	无	复印机设备以及相关耗材贸易商
Insumos Y Accesorios De Oficina SAC	1997 年 3 月	秘鲁	2004 年 6 月	无	打印耗材综合贸易商
Rite Imaging Llc	2002 年 8 月	阿联酋	2002 年 12 月	无	打印耗材综合贸易商
Easy Group LLC	2002 年 3 月	美国	2020 年 8 月	无	打印耗材综合贸易商

报告期内，联力科技墨水销售第一大客户 Eco Store Srl 的销售规模约为 1,700 万美元、1,600 万美元、1,400 万美元、**740 万美元**，联力科技向其他客户销售墨水金额较小，未提供相关经营数据。

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

1、公司产品在联力科技期末库存情况

单位：万元

2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
销售金额	期末库存	销售金额	期末库存	销售金额	期末库存	销售金额	期末库存
54.04	0.00	63.93	0.00	73.96	0.00	104.61	0.00

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

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

2、联力科技墨水前五大客户期末墨水库存情况

序号	客户名称	销售金额（万元）	期末库存
2021 年 1-6 月			
1	Eco Store Srl	69.46	约 3.90 万美元
2	Lama France	27.58	未提供
3	Sehar Al Diyar Trading & General	24.63	约 0.05 万美元
4	Easy Group LLC	16.95	未提供
5	Insumos Y Accesorios De Oficina SAC	12.15	约 1.80 万美元
合计		150.77	-
2020 年度			
1	Eco Store Srl	166.34	约 3.20 万美元
2	Lama France	51.28	约 1.00 万美元
3	INKJETION DE COLOMBIA S.A.S.	17.19	约 1.20 万美元
4	Sehar Al Diyar Trading & General	12.92	未提供

序号	客户名称	销售金额（万元）	期末库存
5	Neuhaus Sac	11.63	未提供
合计		259.36	-
2019 年度			
1	Eco Store Srl	114.69	约 1.50 万美元
2	NCD Corporation S.A	26.85	未提供
3	Colormagic Limited	21.17	未提供
4	PT. Golden Trading Internasional	9.45	未提供
5	Agawa.Pl Sp. z o.o.	6.91	未提供
合计		179.07	-
2018 年度			
1	Eco Store Srl	139.89	约 2.50 万美元
2	COPIERS UNLIMITED INC	30.61	未提供
3	Insumos Y Accesorios De Oficina SAC	29.32	未提供
4	Rite Imaging Llc	15.27	未提供
5	PT. Golden Trading Internasional	7.93	未提供
合计		223.02	-

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

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

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

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

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

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

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

1、联力科技国际（澳门离岸商业服务）股份有限公司

单位：万元

期间	墨水供应商	采购金额	占比	主要采购内容
2021 年 1-6 月	珠海天威飞马打印耗材有限公司	75.32	56.51%	桌面办公打印墨水
	珠海展望打印耗材有限公司	3.93	2.95%	桌面办公打印墨水
	天威新材	54.04	40.55%	桌面办公打印墨水
	合计	133.29	100.00%	-
2020 年度	珠海天威飞马打印耗材有限公司	195.43	74.63%	桌面办公打印墨水
	珠海展望打印耗材有限公司	2.50	0.95%	桌面办公打印墨水
	天威新材	63.93	24.42%	桌面办公打印墨水
	合计	261.86	100.00%	-
2019 年度	珠海天威飞马打印耗材有限公司	95.14	54.54%	桌面办公打印墨水
	珠海展望打印耗材有限公司	5.36	3.07%	桌面办公打印墨水
	天威新材	73.96	42.39%	桌面办公打印墨水
	合计	174.45	100.00%	-
2018 年度	珠海天威飞马打印耗材有限公司	118.80	53.18%	桌面办公打印墨水
	天威新材	104.61	46.82%	桌面办公打印墨水
	合计	223.40	100.00%	-

由上表可见，报告期内，联力科技向关联方采购墨水的金额高于向公司采购的金额。

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

单位：万元

销售金额分层	2021 年 1-6 月			
	销售金额	家数	平均销售金额	客户家数占比
5 万以上	150.77	5	30.15	20.83%

1-5 万	20.90	8	2.61	33.33%
≤1 万	4.07	11	0.37	45.83%
合计	175.75	24	7.32	100.00%
销售金额分层	2020 年度			
	销售金额	家数	平均销售金额	客户家数占比
5 万以上	309.15	12	25.76	27.91%
1-5 万	27.92	12	2.33	27.91%
≤1 万	5.00	19	0.26	44.19%
合计	342.08	43	7.96	100.00%
销售金额分层	2019 年度			
	销售金额	家数	平均销售金额	客户家数占比
5 万以上	198.10	8	24.76	25.00%
1-5 万	31.78	9	3.53	28.13%
≤1 万	4.29	15	0.29	46.88%
合计	234.17	32	7.32	100.00%
销售金额分层	2018 年度			
	销售金额	家数	平均销售金额	客户家数占比
5 万以上	235.40	7	33.63	24.14%
1-5 万	17.64	7	2.52	24.14%
≤1 万	5.59	15	0.37	51.72%
合计	258.64	29	8.92	100.00%

由上表可见，报告期内，联力科技墨水销售客户年度交易金额在 1 万元以下的数量占比分别为 51.72%、46.88%、44.19%、**45.83%**，客户结构中中小批量采购客户占多数，且年度交易金额在 1 万元以下的客户平均年度交易金额为 0.2-0.4 万元，交易金额极小，该金额尚未达到公司出口业务最小订单量。

2、丰成有限公司

单位：万元

期间	墨水供应商	采购金额	占比	主要采购内容
2021 年 1-6 月	珠海展望打印耗材有限公司	19.38	44.59%	桌面办公打印墨水
	天威新材	24.08	55.41%	桌面办公打印墨水
	合计	43.46	100.00%	-
2020 年度	珠海展望打印耗材有限公司	10.25	16.69%	桌面办公打印墨水
	天威新材	51.16	83.31%	桌面办公打印墨水
	合计	61.41	100.00%	-

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

由上表可见，报告期内，丰成有限向关联方采购墨水的金额较少。

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

单位：万元

销售金额分层	2021 年 1-6 月			
	销售金额	家数	平均销售金额	客户家数占比
5 万以上	35.40	3	11.80	23.08%
1-5 万	14.74	5	2.95	38.46%
≤1 万	1.73	5	0.35	38.46%
合计	51.87	13	3.99	100.00%
销售金额分层	2020 年度			
	销售金额	家数	平均销售金额	客户家数占比
5 万以上	51.78	5	10.36	20.83%
1-5 万	16.79	8	2.10	33.33%
≤1 万	4.74	11	0.43	45.83%
合计	73.31	24	3.05	100.00%
销售金额分层	2019 年度			
	销售金额	家数	平均销售金额	客户家数占比
5 万以上	71.42	3	23.81	15.79%
1-5 万	11.40	5	2.28	26.32%
≤1 万	4.37	11	0.40	57.89%
合计	87.19	19	4.59	100.00%
销售金额分层	2018 年度			
	销售金额	家数	平均销售金额	客户家数占比
5 万以上	25.88	2	12.94	6.25%
1-5 万	45.12	16	2.82	50.00%
≤1 万	5.63	14	0.40	43.75%

合计	76.64	32	2.39	100.00%
----	-------	----	------	---------

由上表可见，报告期内，丰成有限墨水销售客户年度交易金额在 1 万元以下的客户数量占比分别为 43.75%、57.89%、45.83%、38.46%，报告期各期交易金额在 1 万元以下的客户平均交易金额在 0.4 万元左右，交易金额极小，该金额尚未达到公司出口业务最小订单量。

3、珠海天威泛凌贸易有限公司

单位：万元

期间	墨水供应商	采购金额	占比	主要采购内容
2021 年 1-6 月	珠海天威飞马打印耗材有限公司	31.34	26.15%	桌面办公打印墨水
	天威新材	88.53	73.85%	桌面办公打印墨水
	合计	119.88	100.00%	-
2020 年度	珠海天威飞马打印耗材有限公司	3.45	1.75%	桌面办公打印墨水
	天威新材	193.55	98.25%	桌面办公打印墨水
	合计	197.00	100.00%	-
2019 年度	珠海天威飞马打印耗材有限公司	0.17	0.14%	桌面办公打印墨水
	天威新材	123.63	99.86%	桌面办公打印墨水
	合计	123.80	100.00%	-
2018 年度	珠海天威飞马打印耗材有限公司	0.15	0.14%	桌面办公打印墨水
	天威新材	105.19	99.86%	桌面办公打印墨水
	合计	105.34	100.00%	-

由上表可见，报告期内，天威泛凌主要通过天威新材采购墨水，向天威飞马采购墨水金额较小。天威泛凌主要通过线上销售墨水产品，线上客户的订单通常具有即时性和无法预估的特点，因此在天威泛凌缺货，且天威新材现有墨水库存无法满足线上客户需求或到货时限，天威泛凌会从天威飞马采购墨水产品以应急。

4、珠海天威飞马打印耗材有限公司

单位：万元

期间	墨水供应商	采购金额	占比	主要采购内容
2021 年 1-6 月	珠海天威泛凌贸易有限公司	1.96	1.03%	桌面办公打印墨水

期间	墨水供应商	采购金额	占比	主要采购内容
2020 年度	天威新材	187.22	98.97%	桌面办公打印墨水
	合计	189.17	100.00%	-
	珠海天威泛凌贸易有限公司	3.20	0.89%	桌面办公打印墨水
	天威新材	356.32	99.11%	桌面办公打印墨水
	合计	359.53	100.00%	-

由上表可见，报告期内，仅 2020 年度、2021 年 1-6 月，天威飞马存在向关联方采购墨水的情形，相关交易金额较小，相关交易为基于经营所需的临时性、偶发性交易。

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

二、天威飞马产品与发行人产品不是同类产品或相似产品，不存在共用销售渠道情形

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

报告期内，公司生产少量水性墨水-桌面办公打印产品适用于办公打印领域，二者仅在终端应用领域上存在一定重叠，报告期内，公司桌面办公打印墨水收入占营业收入的比重分别为 8.85%、7.70%、9.99%、**8.68%**，占比较低。

天威飞马下游客户以办公打印耗材综合贸易商为主，此类型客户主营业务为办公打印耗材及周边产品贸易，经营产品涵盖硒鼓、碳粉盒、色带、办公打印墨水等各个方面，范围较广。在实际经营中，此类部分客户在采购硒鼓、碳粉盒等办公打印耗材的同时，还存在墨水采购需求，但是需求量较小。因此，为提升客户服务质量、提高客户采购的便捷性，天威飞马会结合客户的实际需求及意愿，向公司采购墨水后与其他办公打印耗材产品一同销售，为客户提供一站式的服务。公司与天威飞马不存在共用销售渠道的情形，具体如下：

1、并非公司主动通过天威飞马进行销售

天威飞马向公司采购墨水后与其他办公打印耗材产品一同销售，为客户提供一站式的服务，系天威飞马下游客户类型及经营特点、下游客户实际需求及自主意愿以及天威飞马为更好地为客户提供服务等客观因素所致，非公司主动通过关联方销售渠道资源开展捆绑式销售，公司及天威飞马在营销策略以及客户开发实践中不存在由双方共同开发客户或开展捆绑式销售的机制安排，均组建独立的销售部门及销售团队，独立从事市场拓展及客户服务工作。二者不存在共有销售渠道的机制安排。

2、公司向天威飞马销售的产品金额较小、占比极低

报告期内，公司向天威飞马销售墨水收入占比分别为 1.12%、1.13%、1.06%、**0.91%**，交易占比极低，天威飞马并非公司销售的重要渠道。同时，公司不是天威飞马墨水采购的唯一供应商，天威飞马对外销售墨水收入占自身营业收入的比重分别为 1.34%、1.44%、2.00%、**2.20%**，交易占比极低，墨水销售并非天威飞马收入及利润的主要来源。从交易占比情况上看，公司与天威飞马不存在共用销售渠道的情形。

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

单位：万元

期间	重叠客户名称	天威飞马向重叠客户销售金额	占天威飞马销售总金额比例	主要交易内容	公司向重叠客户销售金额	占公司销售总金额比例	主要交易内容
2021 年 1-6 月	珠海奥图打印耗材有限公司	6.19	0.04%	碳粉	115.54	0.56%	水性墨水
	合计	6.19	0.04%	-	115.54	0.56%	-
2020 年度	无	-	-	-	-	-	-
	合计	-	-	-	-	-	-
2019 年度	珠海晟彩科技有限公司	0.04	0.00%	硒鼓	530.29	1.50%	UV 墨水
	合计	0.04	0.00%	-	530.29	1.50%	-
2018 年度	杭州爱而打印耗材有限	2.32	0.00%	带芯、碳粉、	255.46	0.88%	分散墨水

	公司			硒鼓			
	合计	2.32	0.00%	-	255.46	0.88%	-

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

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

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

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

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

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

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

关联方名称	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
联力科技	24.44%	23.03%	24.95%	12.77%
丰成有限	20.33%	15.24%	17.65%	13.57%
天威飞马	6.51%	16.34%	17.85%	23.13%
天威泛凌	54.47%	60.26%	62.10%	63.31%

行业内一般贸易类客户销售毛利率水平基本在 15%-25%区间浮动。报告期内，联力科技、丰成有限作为一般贸易类客户对外销售墨水产品基本保持了合理

的毛利率水平。报告期内，天威飞马销售墨水产品的毛利率不存在负数的情形，其中，2021年1-6月毛利率相对较低，主要受当期向个别客户销售墨水产品毛利率较低的影响所致。关联方天威泛凌因通过电商渠道进行墨水产品销售，相应产品销售毛利率较高，符合电商销售渠道的毛利率特点。因此，公司关联方不存在通过刻意压低自身利润水平向公司让渡利润情形或利益输送的情形。

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

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

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

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

单位：万元

珠海天威飞马打印耗材有限公司				
项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
营业收入	15,582.16	41,308.23	54,567.90	65,109.68
毛利率	17.49%	22.18%	21.29%	19.35%
净利润	-304.40	2,017.70	2,575.23	2,823.15
扣非归母净利润	-1,147.72	1,188.54	1,758.10	2,338.04
珠海天威泛凌贸易有限公司				
项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
营业收入	5,571.54	12,927.36	9,869.36	7,099.43
毛利率	29.64%	28.53%	33.76%	38.56%
净利润	296.14	516.64	553.53	493.68
扣非归母净利润	287.54	496.99	535.83	495.84
天威打印机耗材制造厂				
项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
营业收入	342.17	1,122.05	1,292.15	2,190.47
毛利率	-13.84%	-0.46%	16.52%	15.68%

净利润	-21.99	-100.38	108.36	-32.36
扣非归母净利润	-21.17	-197.21	27.83	-50.62
联力科技国际（澳门离岸商业服务）股份有限公司				
项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
营业收入	6,754.90	18,992.18	26,460.14	39,479.80
毛利率	12.37%	9.49%	7.74%	6.41%
净利润	62.69	64.18	10.23	65.89
扣非归母净利润	66.02	-62.17	-8.25	-156.13
丰成有限公司				
项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
营业收入	3,428.93	7,683.97	8,855.70	10,557.92
毛利率	9.58%	9.19%	10.45%	9.04%
净利润	78.12	107.49	263.72	178.63
扣非归母净利润	54.53	56.36	25.57	66.45

注：关联方天威飞马、天威泛凌 2018 年至 2020 年财务数据业经审计，关联方天威厂、联力科技、丰成有限 2018 年度、2019 年度财务数据业经审计，2020 年度财务数据未经审计，关联方 2021 年 1-6 月财务数据均未经审计。

由上表可见，报告期内，存在亏损的企业主要有天威厂、联力科技、天威飞马，其中天威飞马仅 2021 年 1-6 月存在亏损。

报告期内，天威厂向公司采购墨水主要用于墨盒产品的生产，该公司毛利率分别为 15.68%、16.52%、-0.46%、**-13.84%**。其中 2018 年、2019 年天威厂产品销售整体毛利率稳定，且不存在毛利率为负数的情形。2020 年、**2021 年 1-6 月**受疫情影响，天威厂大客户的订单减少，导致生产效益整体降低，在收入下滑的情况下，人工及制造成本增加，毛利率下降至负数。天威厂 2018 年利润亏损主要为当期产生的管理费用及财务费用较高所致，2020 年、**2021 年 1-6 月**利润亏损主要为受疫情影响大客户的订单减少、生产效益下降所致。同时，经对比公司向天威厂与非关联方销售墨水的毛利率情况，公司与天威厂的关联交易不存在显失公允的情形，详细分析详见招股说明书第七节之“九、关联方及关联关系”之“（二）关联交易与关联方往来余额”之“1、经常性关联交易情况”之“（1）向关联方出售商品”部分内容。

报告期内，联力科技向公司采购墨水主要用于对外进行销售。报告期内，联力科技销售产品的毛利率分别为 6.41%、**7.74%**、9.49%、**12.37%**，整体毛利率稳步上升。联力科技整体净利润不存在亏损，**2018 年-2020 年**扣非归母净利润亏损

的主要原因为：联力科技主要从事海外销售业务，受汇兑损益的影响导致扣非后净利润为负数。

报告期内，天威飞马销售产品的毛利率分别为 19.35%、21.29%、22.18%、17.49%，天威飞马产品销售整体毛利率相对稳定，且不存在毛利率为负数的情形。报告期内，天威飞马仅 2021 年 1-6 月存在亏损，主要系上半年度收入大幅下降所致。

鉴于：

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

2、报告期内，公司向关联方销售占比营业收入比重分别为 3.38%、2.57%、2.35%、**2.02%**，向关联方采购商品及服务占营业成本比重分别为 0.14%、0.13%、0.07%、**0.06%**。关联交易占比较低且逐年下降。公司与关联方之间的关联交易定价具有合理性，相关关联交易具有必要性，关联方不存在通过关联交易替公司承担成本、费用的情况。关联交易具体分析详见招股说明书第七节之“九、关联方及关联关系”之“（二）关联交易与关联方往来余额”之“1、经常性关联交易情况”部分内容；

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

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

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

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

报告期内，公司向天威飞马主要销售水性墨水-桌面办公打印-1KG 以内-Epson 墨水（升级版）产品，上述型号产品未向境内年度交易金额前五的非关联方进行销售，但是相同配方的水性墨水产品存在向第三方客户进行销售的情形，因此，该产品不属于公司向关联方定制的产品。

2019 年、2020 年、**2021 年 1-6 月**，公司向珠海天威泛凌贸易有限公司销售的多颜色的套装产品金额分别 42.05 万元、85.79 万元、**44.99 万元**，同时，多颜色的套装产品 2019 年、2020 年、**2021 年 1-6 月**也向境内**各期间**交易金额前五的非关联方进行销售，因此，公司多颜色的套装产品存在向第三方客户进行销售的情形，该产品不属于公司向关联方定制的产品。

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

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

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

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

1、Epson 墨水（升级版）

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

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	毛利率	金额	毛利率	金额	毛利率	金额	毛利率
Epson 墨水（升级版）	167.56	9.32%	289.12	13.22%	340.08	5.79%	296.04	4.47%
Epson 墨水（基础版）	144.29	17.00%	317.36	17.99%	107.11	10.46%	65.14	15.66%

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

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

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

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

因此，公司 Epson 墨水（升级版）与其他产品的毛利率差异具有合理性。

2、多颜色的套装产品

报告期内，公司销售的多颜色的套装产品仅是在产品的包装方式上存在差异，毛利率根据具体产品情况存在差异。报告期内，水性墨水-桌面办公打印-1KG

以内产品多色套装及非多色套装客户的毛利率进行对比，具体如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	毛利率	金额	毛利率	金额	毛利率	金额	毛利率
水性墨水-桌面办公打印-1KG 以内多色套装产品	78.86	22.12%	141.71	22.69%	43.24	9.66%	28.79	13.32%
水性墨水-桌面办公打印-1KG 以内非多色套装产品	711.50	18.02%	1,291.06	17.03%	981.72	13.57%	886.04	16.47%

由上表可见，报告期内，公司销售多色套装的金额相对较少，2018 年、2019 年多色套装产品销售毛利率均低于非多色套装产品，主要由于套装产品的包装成本及生产耗用成本较高。2020 年、2021 年 1-6 月，多色套装产品毛利率高于非多色套装产品，具体原因为：

1、2020 年、2021 年 1-6 月，公司向境外客户以及多个以电商为主要销售渠道的客户销售了多色套装产品，导致多色套装产品金额明显增加，同时，相应客户订单批量相对较小，且产品包装个性化需求较多，公司对此类型客户的销售毛利率相对较高，因此，整体毛利率提升较快；

2、2020 年、2021 年 1-6 月，水性墨水原材料下降，水性墨水产品单位成本下降，毛利率上涨。

报告期内，多色套装产品毛利率变动趋势与非多色套装产品以及水性墨水整体毛利率变动趋势均一致。

综上，多色套装产品与其他产品的毛利率差异具有合理性。

二、1KG 产品与水性墨水整体毛利率及变动趋势存在差异的原因及合理性

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

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	毛利率	金额	毛利率	金额	毛利率	金额	毛利率
水性墨水-桌面办公打印-1KG 以内产品	790.36	18.43%	1,432.78	17.59%	1,024.97	13.40%	924.92	16.19%

水性墨水	2,419.10	29.73%	4,492.85	31.08%	4,008.58	26.71%	3,789.28	28.40%
------	----------	--------	----------	--------	----------	--------	----------	--------

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

报告期内，公司水性墨水中桌面办公打印产品占比分别为 67.57%、68.11%、74.57%、**73.89%**，占比相对较高。同时，水性墨水-桌面办公打印产品中不同包装规格的产品毛利率存在差异。报告期内，公司销售不同包装规格水性墨水-桌面办公打印产品毛利率情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	毛利率	金额	毛利率	金额	毛利率	金额	毛利率
1KG 以内	790.36	18.43%	1,432.78	17.59%	1,024.97	13.40%	924.92	16.19%
20KG	850.53	35.11%	1,668.28	37.98%	1,532.47	32.81%	1,432.12	33.59%
其他	146.67	27.32%	249.09	36.38%	172.89	31.40%	203.31	37.18%

由上表可见，报告期内，水性墨水-桌面办公打印-1KG 以内产品的毛利率较低，主要原因为：1KG 以内规格产品为小包装产品，包材及生产过程耗用成本相对较高。而 20KG 规格产品为大桶包装（含可由公司回收并再次利用的回转桶），包材及生产过程耗用成本相对较低，产品整体毛利率较高。

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

由上表可见，**2018 年-2020 年**，公司水性墨水-桌面办公打印-1KG 以内产品毛利率变动趋势与水性墨水整体毛利率变动趋势一致。**2021 年 1-6 月**，公司水性墨水-桌面办公打印-1KG 以内产品毛利率相比 2020 年上升 0.84 个百分点，水性墨水整体毛利率下降 1.35 个百分点，变动趋势存在不一致，但变动差异较小。

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

一、关于发行人对关联方销售真实性的核查

针对关联方销售的真实性，保荐人、申报会计师履行了如下核查程序：

1、取得发行人审计报告、关联交易明细，核查报告期内发行人与关联方的

销售合同/订单、发票、收款凭证等关联交易凭证，核查关联交易的真实性；

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

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

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

对与发行人发生交易的关联方进行走访或视频访谈具体情况如下：

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
关联方数量（家）	7	8	10	10
对应主营业务收入金额（万元）	415.74	786.62	911.05	976.72
访谈关联方数量（家）	7	8	10	10
访谈对应主营业务收入（万元）	415.74	786.62	911.05	976.72
比例	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

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

经核查，保荐人、申报会计师认为，发行人关联销售真实。

二、关于发行人贸易类关联方最终销售的核查

针对发行人贸易类关联方的最终销售情况，保荐人、申报会计师履行了如下核查程序：

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

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

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

对发行人贸易类关联方进行穿透核查的具体情况如下：

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
贸易类关联方数量（家）	5	5	6	6
对应主营业务收入金额（万元）	372.13	679.32	784.59	838.32
核查的贸易类关联方数量（家）	2	2	3	3
核查的贸易类关联方对应主营业务收入（万元）	241.26	420.25	582.77	677.74
比例	64.83%	61.86%	74.28%	80.84%

经核查，保荐人、申报会计师认为，发行人的贸易类关联方客户实现了最终销售。

三、关于发行人销售价格公允性、是否存在让渡利润或利益输送情形的核查

针对发行人关联销售价格公允性、是否存在让渡利润或利益输送情形，保荐人、申报会计师履行了如下核查程序：

1、取得发行人审计报告、销售明细表，将发行人向关联方和非关联方销售产品的交易价格、毛利率进行对比分析；

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

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

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

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

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

制人、主要供应商及实际控制人、发行人股东、发行人其他员工或其他关联自然人存在异常资金往来，是否存在代发行人承担成本费用的情形；

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

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

[中介机构核查意见]

经核查，保荐人、申报会计师认为：

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

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

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

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

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

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

7、发行人 Epson 墨水（升级版）、多色套装产品的定价以及与其他产品的

毛利率差异具有合理性；发行人水性墨水-桌面办公打印-1KG 以内产品毛利率与水性墨水整体毛利率存在的差异具有合理性，2018 年-2020 年毛利率变动趋势与水性墨水整体毛利率变动趋势一致，2021 年 1-6 月毛利率变动趋势存在不一致，但变动差异较小。

问题 3. 关于重要数据差异

申报文件及问询回复显示，发行人于 2016 年 9 月至 2019 年 7 月在新三板挂牌。招股说明书披露的信息与在新三板挂牌期间信息披露存在较多差异。其中，2018 年前五大客户、前五大供应商、关联交易在交易对象、金额、交易内容均存在多处不一致，且出入较大。

请发行人：

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

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

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

[回复]

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

一、详细说明存在上述差异的原因

1、2018 年前五大客户、前五大供应商

（1）2018 年前五大客户

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

(2) 2018 年前五大供应商

供应商名称	本次申报文件披露采购金额(万元)	2018 年年度报告披露采购金额(万元)	差异(万元)	差异原因
常州永润化工有限公司	1,084.38	1,175.07	-90.69	本次申报文件中更正了采购金额。
深圳市吉瑞化工有限公司	1,073.88	1,073.88	-	-
杭州邦化进出口有限公司	905.85	1,058.31	-152.46	本次申报文件更正了采购金额。
沙多玛（广州）化学有	936.86	1,018.46	-81.60	本次申报文件更正了采购金额。

供应商名称	本次申报文件披露采购金额(万元)	2018 年年度报告披露采购金额(万元)	差异(万元)	差异原因
限公司				
上海德桦贸易有限公司	1,469.12	-	1,469.12	上海德桦贸易有限公司为子公司上海欣威的供应商；2018 年年度报告仅披露了母公司的主要供应商，披露口径方面存在一定差异。
深圳市乐安数码有限公司	253.66	-	253.66	本次申报文件根据《格式准则》要求，受同一实际控制人控制的供应商，应合并计算采购额；因新三板未强制要求合并计算，导致披露口径存在一定差异。

(3) 2018 年关联交易

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

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

关联方	关联交易内容	本次申报文件披露金额(元)	新三板披露文件披露金额(元)	差异(元)	差异原因
UnionTechnology International (Macao Commercial Offshore) Company Limited (联力科技国际(澳门离岸商业服务)股份有限公司)	销售商品	1,046,056.87	1,041,103.53	4,953.34	1、新三板披露文件分摊的汇率差为 8,629.20 元，本次申报文件分摊的汇率差为 13,622.77 元，差异 4,993.57 元。 2、本次申报文件披露收入明细表中分摊了尾数差-40.23 元。
Prime Success Company Limited (丰成有限公司)	销售商品	361,987.42	348,824.27	13,163.15	1、本次申报文件披露收入明细表中 Prime Success Company Limited 的价格差异分摊使用了港币金额 -81,359.33 元，实际应为折合人民币-68,948.78 元，差异 12,410.55 元。 2、本次申报文件披露收入明细表中分摊了尾数差-10.78 元。

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

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

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

公司股票在股转系统挂牌及终止挂牌的程序合法合规，公司股票在股转系统挂牌期间，公司及其实际控制人、董监高不存在因违反《公司法》《证券法》及股转公司制订的各项业务规则等规定而受到证券监管机构行政处罚或采取监管

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

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

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

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

[中介机构核查过程]

保荐人、发行人律师和申报会计师履行了如下核查程序：

- 1、查阅了发行人在股转系统挂牌及终止挂牌核准文件；
- 2、登录股转系统网站“监管公开信息”栏目、信用中国网、证券期货市场失信记录查询平台等进行网络查询；
- 3、查阅了发行人在股转系统信息披露平台上的公告文件，并与本次首次公开发行股票并上市申请文件和财务报告等文件的披露内容进行了比对、复核；
- 4、对存在差异的情况及原因取得发行人的书面确认；
- 5、与发行人董事会秘书就新三板挂牌期间信息披露情况进行访谈；
- 6、获取并查阅发行人相关的内部控制制度，了解会计核算基础、内部控制制度及流程设计的合理性及执行情况，并对内控的运行有效性进行了测试；
- 7、获取了发行人内部控制自我评价报告和公司内部管理的各项制度，并查阅了内部控制鉴证报告；
- 8、查询股转系统相关规定。

[中介机构核查意见]

经核查，保荐人、发行人律师、申报会计师认为：

- 1、发行人在新三板信息披露符合相关监管规则的规定；
- 2、发行人及其实际控制人、董监高不存在因信息披露差异被行政处罚或采取相关监管措施的情况或风险；
- 3、发行人上述数据差异不会对发行人整体财务数据的判断产生重大影响，经对发行人内部控制进行测试，发行人相关内部控制运行有效，不存在会计核算基础薄弱、内部控制制度缺失等情形，发行人相关信息披露和财务数据真实、有效。

问题 4. 关于创业板定位

请发行人结合各项业务的核心竞争力、专利技术情况、技术的先进性与可替代性水平、行业地位、行业未来发展方向与市场潜力，充分披露发行人是否符合《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》第三条、《深圳证券交易所创业板股票发行上市审核规则》第十九条的规定。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

[回复]

公司符合《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》第三条、《深圳证券交易所创业板股票发行上市审核规则》第十九条的规定。

公司的创新、创造特征，科技创新和新旧产业融合情况已在招股说明书第二节之“五、发行人创新、创造、创意特征及科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况”中补充披露如下：

“公司属于《上市公司行业分类指引》（2012年修订版）规定的“C26 化学原料和化学制品制造业”，同时属于《产业结构调整指导目录（2019年本）》和《战略性新兴产业分类（2018年）》规定的国家鼓励和支持的行业。

公司不属于《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》中第四条规定的原则上不支持在创业板上市的行业。

（一）公司注重科技创新，属于成长型创新创业企业，符合创新、创造、创意的大趋势

公司专业从事数码喷印功能性材料的研发、生产和销售，是国内较早进入数码喷印墨水领域，并成功实现自主创新突破的制造商之一，公司的数码喷印墨水制备、研发水平多年来处于行业前列。公司是国内大型数码喷印墨水产品制造商之一，核心产品国内销量处于前列。公司主营业务聚焦数码喷印领域，主营产品以分散墨水、UV墨水、水性墨水和活性墨水为核心，涵盖了数码喷印墨水的主要产品类型。报告期内，公司营业收入分别为28,933.48万元、35,466.76万元、33,541.47万元和**20,588.53万元**，净利润分别为4,056.62万元、4,200.14万元、5,259.26万元和**3,491.54万元**，显示出良好的发展势头和盈利能力。

公司成立至今一直坚持把技术创新作为提升核心竞争力的根本手段之一，经过长期的研发投入和技术积累，公司在数码喷印功能性材料领域具备较强的自主研发能力，形成了新材料研制与应用创新相结合的技术体系。公司自主研发并掌握了原料优选与配方组合、纳米研磨与分散稳定、超细精滤、微流变与液滴可控以及喷印方案创新应用等核心技术。目前，公司已取得了21项发明专利。公司“陶瓷喷墨打印装饰颜料与油墨的关键技术研发与产业化”与“环保型数码印花彩色热升华墨水”项目分别于2015年和2016年荣获广东省科学技术奖励二、三等奖。

面对传统或新兴工业印制领域用户数字化改造进程中的诸多需求与难题，公司能够结合喷印设备、喷印基材以及相关产业特征，有针对性地将技术研发成果与之深度融合，不断深化和促进新旧工业印制产业的升级，主要表现为：

1、公司具备国产数码喷印功能性材料自主研发突破的创造特征

当前，欧洲、北美地区的数码喷印技术于全球范围内处于较高水平，数码喷印应用产业规模大且普及程度高，我国的数码喷印功能性材料行业起步相对滞后。作为当前市场中的新型墨水产品，UV数码喷印墨水的生产技术及市场长期被国外厂商占据。

面对上述局面，2009年，公司于国内率先完成UV数码喷印墨水产品的研发并成功取得发明专利。公司是国内最早成功申请高精度数码打印装置用紫外光固化墨水材料自主知识产权的制造商之一，并完全掌握从纳米色浆到墨水产品的研制技术，减少了市场对国外技术产品的依赖。自此以来，公司不断对研制技术进行完善，掌握了颜料表面改性稳定分散、单体复配、流变性能控制等关键技术，

UV墨水产品不断推陈出新。截至**2021年6月30日**，公司已取得涉及UV墨水的发明专利6项。报告期内，公司新投入市场销售的UV墨水品种数量分别为64款、73款、90款和**61款**，新产品投入数量持续增加。

2017年4月，公司通过对墨水配方和工艺的改进，创新性的推出工业级数码喷头用中性UV墨水产品，能够适用于市场中常见的兼具卷材与板材两用打印功能于一体的UV数码喷印设备，在打印不同材质的情况下无需清洗及更换墨水，降低了客户使用成本，同时方便了客户的生产加工。根据国家印刷及办公自动化消耗材料质量监督检验中心出具的检测报告，公司工业喷头用中性UV墨水产品相较美国Nazdar公司和比利时AGFA公司的UV墨水产品，在应用于软硬性不同基材上的附着力、耐干湿擦牢度、耐酒精擦拭以及低温弯折性指标方面，已达到或优于国外进口同类产品性能。

2、公司具备通用型工业级数码喷印功能性材料及应用方案开发的创新特征

公司通过对纳米色浆稳定性的不断提升、墨水配方的不断优化和生产工艺的不断完善，创新性的推出高速工业级打印分散墨水产品，能够适配于Epson、Kyocera、Star Fire等众多品牌的工业级高速喷头，提升市场中各类工业数码纺织印花机的打印速度，突破了墨水产品在单一工业喷头应用的局限性。根据国家印刷及办公自动化消耗材料质量监督检验中心出具的检测报告，公司高速工业打印分散墨水产品相较意大利JK公司的分散墨水产品，在色密度、干燥性能、停机性能、耐皂洗和耐摩擦牢度指标方面，已达到或优于国外进口同类产品性能。

随着数码喷印技术的快速发展与市场空间的不断增长，应用领域客户在成本控制、节能降耗，以及喷印技术应用的多样性等方面的需求日趋强烈，印制工艺流程、速度、效果的改善，以及基材介质、配件的优化匹配，逐渐成为工业领域印制用户的关注重点。

公司基于多年的数码喷印材料研发经验，逐步针对不同应用领域的需求推出了一系列数码喷印应用方案，包括低克重热转印、涂料转印膜、搪瓷打印、纸箱打印、加密防伪打印方案等，优化了传统印制工艺流程、提升了印制效果与品质、减少了耗材的使用，帮助用户提高生产效率、降低生产成本、减少污废排放，进而满足传统产业变革的刚性需求。

3、公司不断探索前沿技术应用，具备快速响应各类新兴工业领域数字化印

制需求的创新特征

公司视技术创新为生存和发展壮大的根本，持续不断进行研发投入。面对逐步成熟的传统工业印制领域，公司不断对墨水产品推陈出新，以快速适应下游市场升级变化的需求趋势。同时，针对前沿应用领域，公司在生产经营过程中不断开展专题研究、难题攻关等技术开发活动，先后形成了多项前沿技术的研究及开发成果，部分研发成果已在相关产业中得到应用。

公司持续针对前沿工业印制应用开展纳米导电银墨水、高温烧结墨水等项目的研发，以及对量子点墨水、3D功能性光敏树脂增材墨水、EB固化墨水等前沿技术进行探索。截至**2021年6月30日**，公司在研项目情况如下：

序号	项目名称	研发内容和目标	项目进展	预算金额 (万元)	项目参与人员
1	氧化还原法制备纳米导电银墨水的研究	本项目旨在开发一类分散稳定性好、导电性能优的纳米导电银喷墨墨水。通过控制氧化还原体系的反应速度，进而控制纳米银颗粒的尺寸、大小、形貌和稳定，保证制备纳米银颗粒的满足导电性和喷墨打印性；同时通过配方设计以调整墨水的流变性，提高墨水的打印精细度，满足电路印刷打印的要求，从而拓宽喷墨打印技术的应用领域。	中批量阶段	64.42	FENG BIN WANG（王凤斌）等 2 人
2	紫外固化绿油墨水的研发	本项目旨在开发一款利用紫外光固化的绿油喷墨墨水。通过对墨水配方的设计和流变性能的调控，使得墨水在满足阻焊的性能要求的同时，满足喷墨打印机的打印要求，打印流畅性好，打印精细度高，确保打印线路的质量以及可重复性。替代传统丝网印刷，利用喷墨打印技术实现线路板阻焊层的喷印。	中批量阶段	75.77	FENG BIN WANG（王凤斌）等 3 人
3	适用于高页产量复合打印机水性墨水的开发	本项目旨在开发一类适用于高页产量复合打印机的具有高兼容性和稳定性的水性墨水。通过研究不同溶助剂组合间的反应性，设计墨水配方体系，在保证墨水的黏度和粒径低变化率的前提下，提高墨水的兼容性，更换墨水墨盒后无需清洗仍可连续喷印。同时，通过调控墨水的表面张力并维持其稳定，实现墨水的高打印质量和好的打印流畅性，推动高页产量复合打印机在商务办公领域的应用。	中批量阶段	122.92	蔡金求等 8 人
4	自研磨高温型分散染料色浆技术及其适用的墨水	本项目旨在开发一种自研磨高温型分散染料色浆技术及其适用的墨水体系。通过研究高温型分散染料与分散剂之间的配伍性，提高染料颗粒分散和稳定	中批量阶段	168.10	李泽明等 7 人

序号	项目名称	研发内容和目标	项目进展	预算金额 (万元)	项目参 与人员
	水体系的开 发	的同时,保证染料在高温条件下正常发色;同时深入研究色浆配方设计与研磨工艺的协同作用机理,开发出一套新型高温型分散染料色浆研磨工艺技术,提高色浆的研磨效率和良率。通过自研磨高温型分散染料色浆技术来提高墨水的质量,提高墨水生产企业以及下游产业的经济效益,推动喷墨印刷行业技术发展。			
5	适用于低温 低湿环境的 热升华墨水 的开发	本项目旨在开发出一款具有良好的温-湿稳定性、打印流畅性和打印精细度的墨水。通过研究墨水配方体系对温-湿敏感性的影响,降低液相流动阻力,降低墨水对温度和湿度变化的敏感性以适应不同的环境条件。同时通过溶助剂间的氢键形成三维网络,调控墨水的流变特性,解决现有热升华墨水在低温低湿条件下存在的技术问题。	中批量 阶段	209.58	陈奕雄 等 6 人
6	适用于难附 着基材 UV 墨 水的开发	本项目旨在开发一类具有高附着力、耐溶剂、流平性能好、打印效果好的适用于难附着基材的 UV 墨水。通过研究墨水配方体系中低聚物和单体与基材之间的协同作用,解决 UV 墨水在特殊基材上附着力和耐溶剂性能差的问题;同时协调墨水的固化速度与流平速度的关系,保证墨层的完整性和均匀性。	中批量 阶段	103.82	张良杰 等 5 人
7	UV 专色墨水 的开发	本项目旨在开发出一款适用于反光膜的具有固化效果好、成本低的 UV 专色墨水,实现低成本 UV 专色墨水的自主研究,促进 UV 墨水在反光标识行业的应用和发展。通过复配两种以上不同的单体,保证墨水的固化完全,使得输出的数字图像质量能够满足标牌要求,标志线条流畅,文字清晰,渐变过渡平滑,且适应膜卷对卷印刷工艺。	中批量 阶段	146.10	时文强 等 7 人
8	适用于工业 数码喷墨领 域的纳米颜 料色浆研发	本项目旨在开发一种适用于工业数码喷墨领域的纳米颜料色浆。通过嵌段式高分子分散剂和离子型分散剂复配分散技术,在颜料颗粒表面形成双层稳定吸附,得到高稳定性的纳米颜料色浆;同时提出一种色浆的原位粉碎-包覆和层级研磨工艺,结合超细研磨设备与超细研磨珠,缩小纳米颜料色浆粒径分布的范围,保证色浆在后续喷墨印刷材料使用过程中的喷印稳定性,适用于工业数码喷墨印刷材料的制备。	小批量 阶段	284.33	FENGBI N WANG (王凤 斌) 等 11 人
9	环保型无铋 去铅彩釉数	本项目旨在开发一款环保型无铋去铅彩釉数码喷印玻璃墨水。通过开发适用	小批量 阶段	369.42	FENGBI N WANG

序号	项目名称	研发内容和目标	项目进展	预算金额 (万元)	项目参与人员
	码喷印玻璃墨水的开发	于玻璃基料和色料的高效纳米研磨工艺，实现基料和色料的高效、高质量研磨，解决纳米级无机粉体在墨水体系里容易产生硬团聚的技术难题，大幅度提高玻璃墨水的稳定性和延长保存期；同时深入研究墨水快干性与润湿性的关系，实现墨滴在玻璃基材表面的即时定型，并保持对喷头的高保湿性，从而实现高喷印清晰度墨水配方体系的开发。			(王凤斌)等 11人
10	水性染料色粉提纯技术及适用该技术的墨水配方的开发	本项目旨在开发一种水性染料色粉提纯技术及适用该技术的墨水配方。通过系统地研究不同类型的染料的性质及提纯试剂与提纯工艺的协同作用机理，制定染料和杂质的分离方法、染料的提纯工艺流程和工艺条件，实现染料与有机物、无机盐等杂质的分离，使染料的杂质含量低，染料溶解度高，展色性能好，满足数码喷墨印花墨水配制要求，特别是纺织品数码喷墨印花和办公打印对高纯染料的要求。	小批量阶段	117.59	黎才俊等4人
11	工业喷头改善升级版活性墨水的开发	本发明旨在开发一款适用于工业喷头的改良升级版活性墨水。通过对墨水与工业喷头打印适应性的研究，优化墨水性能参数，无论是对于常见的理化参数，还是内在的溶剂配比合理性等，均可以满足多款工业打印机的工作：通过赋予活性墨水优良的流动性能和喷头润湿性，实现好的打印稳定性和打印适应性。	中批量阶段	65.00	姚明珏等5人
12	工业喷头冷转印酸性墨水的开发	本项目旨在开发一种适用于工业喷头的冷转印酸性墨水。通过添加助溶剂提高酸性染料在墨水体系中的溶解度，同时不影响体系稳定，有效增加冷转移印花的固色率；采用多种助剂的组合方式，增加吸附能力，赋予墨水更好的流平性和润湿性，使得墨水具有很好的通用性、流畅性能，喷印性能好，使墨水能够用于工业喷头使用。	小批量阶段	13.00	姚明珏等5人

(二) 公司产品依托于科技创新，在助力各类新旧工业印制领域数字化变革的同时已与之深度融合

印刷技术的发展历经了漫长的演变过程，到今天已经发展形成以凹版印刷、柔版印刷、胶版印刷和丝网印刷为代表的传统有版印刷方式，和以数字喷墨印刷为代表的数字无版印刷方式两大类。当前各工业印制领域绝大多数采用的是传统的印刷方式，而随着互联网时代的快速发展，消费者对于个性化、快速响应等需

求倒逼着各类印制产业向多品种、小批量、零库存、短交期、定制化的方向迅速转变；同时，国家日益严格的环保要求也促使印制产业的绿色升级成为必然。

公司数码喷印墨水产品的技术水平主要以研发成果转化所形成的专利为载体，并重点体现于与新兴工业印制产业的融合、应用于传统印制领域中的打印性能与功能特性效果展现两个方面。

公司从早期开发的水性墨水、弱溶剂墨水产品，到分散墨水、活性墨水、UV墨水产品，再到目前的高温烧结玻璃墨水、纳米导电银墨水等产品，坚持以数码喷印墨水的前沿应用为导向之一。同时，针对传统印制领域，公司数码喷印墨水产品以高稳定性为核心，兼顾高速打印、流畅性好、耐候性强、精度高、色泽饱满、绿色环保、覆盖基材介质的应用范围广，以及适用数码喷头类型通用性高等多项性能优势，综合效果展现能力突出。

当前，数码喷印技术越来越广泛地应用于纺织印花、广告图像、包装出版、建筑装潢、电子电路、工艺装饰、食品医疗以及航空航天等众多工业印制领域。在各类主要工业印制产业中，纺织品的数码印花占比约为11%、广告图像的数码喷印占比约为80%、包装及出版物的数码印刷占比接近1%和3%、建筑陶瓷行业的数码喷印占比约为50%-60%。公司在助力各类新旧工业印制领域数字化变革的同时已逐步与之深度融合，产品应用及共性特征如下：

战略性新兴产业分类	公司数码喷印产品	主要应用领域	数字化印制共性特征
新型水基喷印油墨	分散墨水（热转印/热升华墨水）	纺织品数码印花领域	①无版印刷，印制流程简便 数码喷印是将图文信息传输至喷印设备，设备直接于承印物喷印成像；无需制版等繁杂工序，大大缩短生产周期及减少人工成本。 ②按需印刷，无起印限制 数码喷印无制版、开机费等成本分摊，可满足小批量、多品种的用户需求。 ③数据可变，精度高 数码喷印通过数字手段传输图形、色彩等信息，可以任意修改设计方案，随时调整；同时墨滴更小，
	活性墨水		
	涂料墨水		
	酸性墨水		
	水性墨水	①桌面办公打印领域 ②广告图像数码喷印领域（户内为主） ③包装及出版物数码印刷领域 ④建筑装潢数码喷印领域	
新型溶剂基喷印油墨	弱溶剂墨水（轻溶剂墨水）	广告图像数码喷印领域（户外为主）	
其他新型油墨及类似制品	UV墨水（紫外光固化墨水）	①广告图像数码喷印领域 ②包装及出版物数码印刷领域 ③建筑装潢数码喷印领域	

战略性新兴产业分类	公司数码喷印产品	主要应用领域	数字化印制共性特征
		④电子电路数码喷印领域 ⑤工艺装饰品数码喷印领域	图像精度更高。 ④环保减排 数码喷印按需加墨，降低废墨消耗；且大幅减少废水排放及电能消耗。
	油性墨水	包装及出版物数码印刷领域	
	高温烧结玻璃墨水	建筑装潢数码喷印领域	

综上，公司拥有支撑主营业务良好发展的核心技术，公司属于成长型的创新创业企业，发展符合创新、创造、创意的大趋势。公司产品依靠技术创新已与各类新旧工业印制领域深度融合，并将不断依靠创新驱动公司业务的发展。”

[中介机构核查过程]

保荐人和发行人律师履行了如下核查程序：

1、查阅《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》、《深圳证券交易所创业板股票发行上市审核规则》以及《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》等规定，分析判断发行人是否符合创业板定位要求；

2、查阅《上市公司行业分类指引》（2012年修订版）、《产业结构调整指导目录（2019年本）》以及《战略性新兴产业分类（2018年）》等文件，判断发行人所属行业；

3、访谈发行人高管关于发行人业务与技术的具体情况、取得发行人的产品性能指标检测报告，调查发行人所处行业的技术水平及技术特点；

4、查阅相关行业研究报告、行业杂志、行业协会意见等方法，了解发行人所属行业的市场环境、市场容量、市场细分、市场化程度、供求状况、竞争状况等，分析发行人在行业中所处的竞争地位情况；

5、取得发行人研发相关管理制度，核查发行人研发部门设置、职能安排、人员结构及培养激励机制；取得发行人研发人员简历、学历文件，核查相关人员专业、学历背景，以及是否具备研发能力。

[中介机构核查意见]

经核查，保荐人、发行人律师认为：

发行人拥有支撑主营业务良好发展的核心技术，属于成长型的创新创业企业，发展符合创新、创造、创意的大趋势。发行人产品依靠技术创新已与各类新

旧工业印制领域深度融合，并将不断依靠创新驱动发行人业务的发展。

发行人符合《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》、《深圳证券交易所创业板股票发行上市审核规则》以及《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》等规定对创业板的定位要求。

问题 5. 关于营业收入

申报文件及问询回复显示：

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

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

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

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

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

请发行人：

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

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

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

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

况、同行业可比公司变动是否一致。

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

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

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

[回复]

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

一、发行人各类产品主要客户的墨水采购价格对比分析

公司已经申请豁免披露各类产品主要客户的墨水采购价格。

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

二、存在客观证据证明各类产品销售价格与同行业公司销售价格及变动趋势的一致性

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

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

1、UV 墨水

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

销售价格进行对比，对比情况如下：

单价：元/KG

公司名称	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
汉弘集团	未披露	未披露	136.60	128.80
天威新材	99.15	103.94	117.28	114.58

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

2、活性墨水

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

单价：元/KG

公司名称	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
宏华数科	未披露	71.55	90.76	97.18
天威新材	60.43	66.19	74.99	77.78

2018 年-2020 年，公司活性墨水的价格变动趋势与宏华数科一致，但低于其销售价格，主要原因系：宏华数科为数码喷印设备提供商，与设备配套销售的数码墨水定价较高，以及部分墨水采购来源于进口。

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

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

一、公司高速工业打印分散墨水增长情况与行业发展情况基本一致

公司所处领域为数码喷功能性材料行业，由于该行业较为细分，目前尚无市场权威机构就该行业进一步细分的市场规模等相关数据进行统计或公示。考虑到

数码喷印墨水需配套数码喷印设备共同应用于工业印制产业，数码喷印设备的市场数据能够一定程度上反应出数码喷印墨水的发展情况，因此公司参考国内知名数码喷印设备生产商的相关数据进行分析。

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

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

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年度		2019年度		2018年度
	金额	金额	增长率	金额	增长率	金额
宏华数科数码喷印设备	27,608.92	44,475.09	23.21%	36,095.58	34.92%	26,753.40
其中：高速工业打印机	未披露	29,910.43	12.30%	26,634.72	35.99%	19,586.43
公司高速工业打印分散墨水	6,172.97	9,158.11	23.84%	7,394.94	34.24%	5,508.72

注：宏华数科高速打印工业机包括数码直喷机、超高速工业机。

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

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

2021年1-6月，公司高速工业打印分散墨水销售收入占2020年度销售收入的67.40%，与宏华数科数码喷印设备占前一年销售收入的比例62.08%基本一致。

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

二、公司高速工业打印分散墨水销售量变动情况分析

报告期内，公司高速工业打印分散墨水销售量变动情况如下：

单位：吨

项目	2021年1-6月	2020年度		2019年度		2018年度
	销量	销量	增长率	销量	增长率	销量

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	销量	销量	增长率	销量	增长率	销量
高速工业打印分散墨水	1,624.37	2,231.28	24.55%	1,791.43	31.14%	1,366.03

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

2020 年，公司高速工业打印分散墨水销售量同比增加 439.85 吨，增幅 24.55%，受疫情影响增幅小幅下降。当年，公司高速工业打印分散墨水新增销售收入 100 万元以上的客户接近 10 家，合计新增销售收入超过 1,600 万元、新增销量超过 370 吨，其中公司向润天智（832246.OC）销售金额超过 270 万元、新增销量超过 70 吨。润天智（832246.OC）于 2020 年推出适用于 EPSON S3200 喷头的打印机新产品并获得市场认可，从而带动配套销售的墨水销售量迅速上升；同时，公司是 EPSON 打印头 S3200-A1 的最佳合作伙伴，因此，2020 年公司向其销售的分散墨水快速上升。

2021 年 1-6 月，公司高速工业打印分散墨水销量为 1,624.37 吨，占 2020 年全年销量的 72.80%，增幅较大。2021 年 1-6 月，国内疫情整体受控，数码印花市场装机量明显提升。同时，各类数码印花设备生产商陆续推出或升级各自的高速工业打印机，受益于公司的研发能力、产品品质、服务等优势，公司向润天智（832246.OC）、宏华数科、广东希望高科数字技术有限公司等设备生产商类客户的销售金额及销量均高于 2020 年全年销售水平。

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

一、公司 UV 墨水销售量变动情况分析

报告期内，公司 UV 墨水各明细产品销售量变动情况如下：

单位：吨

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	销量	销量	增长率	销量	增长率	销量
工业喷头用中性	387.28	569.47	33.01%	428.15	103.56%	210.33

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	销量	销量	增长率	销量	增长率	销量
工业喷头用硬性	108.55	189.01	-19.69%	235.34	8.66%	216.59
工业喷头用柔性	41.29	86.84	-32.92%	129.45	-23.33%	168.85
其他	63.41	81.89	-25.83%	110.41	-12.66%	126.41
合计	600.53	927.21	2.64%	903.34	25.08%	722.18

（一）工业喷头用中性 UV 墨水销售量变动情况分析

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

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

2021 年 1-6 月，公司工业喷头用中性 UV 墨水销量为 387.28 吨，占 2020 年全年销量的 68.01%，增幅较大，主要系国内疫情受控，市场恢复情况较为明显，公司仍持续主推工业喷头用中性 UV 墨水，促使该期间内的销量大幅提升。

（二）工业喷头用硬性 UV 墨水销售量变动情况分析

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

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

2021 年 1-6 月，公司工业喷头用硬性 UV 墨水销量为 108.55 吨，占 2020 年

全年销量的 57.43%，受市场环境回暖影响小幅增长。

（三）工业喷头用柔性 UV 墨水销售量变动情况分析

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

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

2021 年 1-6 月，公司工业喷头用柔性 UV 墨水销量为 41.29 吨，占 2020 年全年销量的 47.55%，受公司工业喷头用中性 UV 墨水替代影响继续小幅下降。

二、公司 UV 墨水销售量与行业发展及可比公司变动趋势基本一致

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

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	金额/销量	金额/销量	增长率	金额/销量	增长率	金额/销量
公司 UV 墨水销量（吨）	600.53	927.21	2.64%	903.34	25.08%	722.18
其中：工业喷头用中性	387.28	569.47	33.01%	428.15	103.56%	210.33
工业喷头用硬性	108.55	189.01	-19.69%	235.34	8.66%	216.59
工业喷头用柔性	41.29	86.84	-32.92%	129.45	-23.33%	168.85
其他	63.41	81.89	-25.83%	110.41	-12.66%	126.41
全国 UV 墨水销量（万吨）	-	1.23	-3.15%	1.27	18.69%	1.07
公司 UV 墨水销售收入（万元）	5,954.09	9,637.87	-9.03%	10,594.62	28.04%	8,274.53
其中：工业喷头用中性	3,695.38	5,814.75	12.97%	5,147.32	98.96%	2,587.15
工业喷头用硬性	1,289.18	2,229.94	-25.61%	2,997.49	11.94%	2,677.70
工业喷头用柔性	486.44	977.27	-36.44%	1,537.63	-21.33%	1,954.57
其他	483.09	615.91	-32.48%	912.17	-13.55%	1,055.10
杭华股份 UV 油墨系列-数码功能材料销售收入（万元）	未披露	未披露	-	5,240.81	17.99%	4,441.85

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

2、杭华股份的数据来源于公开披露文件。

UV 数码喷印墨水作为当前市场中的新型墨水于国内发展时间较短，为便于管理及销售，公司按照各类 UV 墨水的性能特点划分为工业喷头用中性 UV 墨水、

硬性 UV 墨水、柔性 UV 墨水及其他 UV 墨水，但当前尚无市场权威机构或可比公司就该类细分产品的市场规模、销售情况等相关数据进行统计或公示。因此公司参考全国 UV 墨水与可比公司同类产品的总体规模或销售情况进行分析。

2018 年-2020 年，公司 UV 墨水的销售量与全国 UV 墨水销量规模变动趋势基本一致，均呈现出 2019 年同比快速增长，但 2020 年同比基本持平的态势。2020 年，公司 UV 墨水销售量仍小幅增长的主要原因为，在当年受疫情影响的情况下，公司工业喷头用中性 UV 墨水销售量仍同比增长 33.01%，拉升了公司 UV 墨水整体增长率，具体请详见本问题（3）、一、（一）工业喷头用中性 UV 墨水销售量变动情况分析。

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

根据 2020 年、2021 年 1-6 月公司第一大数码喷印设备生产商类客户润天智（832246.00）于 2020 年度报告、2021 半年度报告中披露内容，该公司 2021 年 1-6 月 UV 机销售收入为 9,595.23 万元，占 2020 年度 UV 机销售收入 14,539.04 万元的 66.00%。2021 年 1-6 月，公司 UV 墨水销售收入占 2020 年度销售收入的 61.78%，与润天智（832246.00）UV 机销售情况基本一致。

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

一、水性墨水销售量变动情况分析

报告期内，公司水性墨水各明细产品销售量变动情况如下：

单位：吨

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	销量	销量	增长率	销量	增长率	销量
办公打印墨水	942.22	1,838.81	34.29%	1,369.27	10.17%	1,242.89
户内写真广告墨水	102.71	215.25	-13.73%	249.51	-5.97%	265.36
包装印刷墨水	3.02	7.80	6.58%	7.32	-4.62%	7.68
合计	1,047.95	2,061.86	26.80%	1,626.10	7.27%	1,515.92

公司水性墨水产品主要应用于桌面办公打印、广告图像数码喷印（户内为

主)、包装及出版物数码印刷等领域,属于公司的成熟产品,市场竞争相对激烈。

(一) 办公打印墨水销售量变动情况分析

2019 年,公司办公打印墨水销售量同比增加 126.38 吨,增幅 10.17%,2020 年,公司办公打印墨水销售量同比增加 469.54 吨,增幅 34.29%,主要系受疫情影响,国内外各政府机关、企事业单位、家庭或个人居家办公、学习等市场需求快速增长,促使该产品销售量相应提升。2021 年 1-6 月,公司办公打印墨水销量为 942.22 吨,占 2020 年全年销量的 51.24%,保持稳定。

(二) 户内写真广告墨水销售量变动情况分析

2019 年,公司户内写真广告墨水销售量同比减少 15.85 吨,下降 5.97%,2020 年,公司户内写真广告墨水销售量同比减少 34.26 吨,下降 13.73%,主要系受疫情影响,国内外商超、店铺等经营主体关闭时间较长,市场需求减少。2021 年 1-6 月,公司户内写真广告墨水销量为 102.71 吨,占 2020 年全年销量的 47.72%,小幅下降。

(三) 包装印刷墨水销售量变动情况分析

报告期内,公司包装印刷墨水销售量较少,基本保持稳定。

二、公司水性墨水销售情况与行业竞争、可比公司变动趋势基本相符

报告期内,公司水性墨水销售收入、销售量、销售单价变动等情况如下:

单位:万元、吨、元/KG

分类	2021 年 1-6 月			
	收入	占比	销量	单位售价
办公打印墨水	1,787.56	73.89%	942.22	18.97
户内写真广告墨水	616.31	25.48%	102.71	60.01
包装印刷墨水	15.23	0.63%	3.02	50.38
合计	2,419.10	100.00%	1,047.95	23.08
分类	2020 年度			
	收入	占比	销量	单位售价
办公打印墨水	3,350.15	74.57%	1,838.81	18.22
户内写真广告墨水	1,108.22	24.67%	215.25	51.49
包装印刷墨水	34.48	0.77%	7.80	44.19
合计	4,492.85	100.00%	2,061.86	21.79
分类	2019 年度			
	收入	占比	销量	单位售价

办公打印墨水	2,730.32	68.11%	1,369.27	19.94
户内写真广告墨水	1,247.08	31.11%	249.51	49.98
包装印刷墨水	31.18	0.78%	7.32	42.59
合计	4,008.58	100.00%	1,626.10	24.65
分类	2018 年度			
	收入	占比	销量	单位售价
办公打印墨水	2,560.36	67.57%	1,242.89	20.60
户内写真广告墨水	1,200.76	31.69%	265.36	45.25
包装印刷墨水	28.16	0.74%	7.68	36.69
合计	3,789.28	100.00%	1,515.92	25.00

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

2021 年 1-6 月，公司水性墨水销售单价从 21.79 元/KG 上升至 23.08 元/KG，同比上升 5.92%。

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

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	金额/销量	金额/销量	增长率	金额/销量	增长率	金额/销量
公司水性墨水销售量（吨）	1,047.95	2,061.86	26.80%	1,626.10	7.27%	1,515.92
全国水性墨水市场规模（万吨）	-	1.87	59.56%	1.17	14.23%	1.03
公司水性墨水销售收入（万元）	2,419.10	4,492.85	12.08%	4,008.58	5.79%	3,789.28
纳尔股份（墨库图文）水性墨水销售收入（万元）	未披露	未披露	-	未披露	-	3,620.69

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

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

3、纳尔股份（墨库图文）水性墨水销售收入按桌面办公墨水销售入口口径计算。

4、纳尔股份（墨库图文）的数据来源于公开披露文件。

2018 年-2020 年，公司水性墨水销售量与全国水性墨水市场规模的变动趋势一致，但受该领域市场相对成熟且竞争较为激烈的因素影响，公司水性墨水销售

均低于全国市场规模增幅。

报告期内，与公司数码喷印墨水产品属于同类产品的可比公司中，仅纳尔股份（墨库图文）公开披露了属于水性墨水的相关产品数据，但由于该可比公司未披露 2019 年、2020 年、**2020 年 1-6 月** 相关数据，因此公司无法对比该期间内的变动情况。

三、活性墨水销售量变动情况分析

报告期内，公司活性墨水销售量变动情况如下：

单位：吨

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	销量	销量	增长率	销量	增长率	销量
活性墨水	257.70	373.63	-22.71%	483.44	-6.85%	518.99
合计	257.70	373.63	-22.71%	483.44	-6.85%	518.99

2019 年，公司活性墨水销售量同比减少 35.55 吨，下降 6.85%，主要系公司客户深圳弘美数码纺织技术有限公司的母公司深圳汉弘数字印刷集团股份有限公司于 2018 年收购珠海市东昌颜料有限公司，进入喷墨墨水领域，开始自产活性墨水，因此深圳弘美数码纺织技术有限公司 2019 年减少了活性墨水采购量，该客户的活性墨水销售量同比减少约 40 吨。

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

2021 年 1-6 月，公司活性墨水销量为 257.70 吨，占 2020 年全年销量的 68.97%，增幅较大，主要系随着国内新冠疫情整体受控，数码印花市场全面恢复，该期间内，公司活性墨水销售收入 100 万元以上的客户中，广东希望高科数字技术有限公司、杭州京京科技有限公司等采购量接近 2020 年全年销售水平，同时新增 M. K. SONS PVT LTD. 等销售收入 50 万元以上客户。

四、公司活性墨水销售情况与行业竞争、可比公司变动趋势基本相符

（一）公司活性墨水销售情况分析

报告期内，公司活性墨水销售收入、销售量、销售单价变动等情况如下：

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	金额/销量/单价	金额/销量/单价	增长率	金额/销量/单价	增长率	金额/销量/单价
公司活性墨水销售收入（万元）	1,557.38	2,473.18	-31.78%	3,625.11	-10.19%	4,036.64
公司活性墨水销量（吨）	257.70	373.63	-22.71%	483.44	-6.85%	518.99
公司活性墨水销售单价（元/KG）	60.43	66.19	-11.73%	74.99	-3.59%	77.78

2019 年，公司活性墨水销售收入同比减少 411.53 万元，降幅 10.19%，销量同比减少 35.55 吨，同比下降 6.85%，主要系公司客户深圳弘美数码纺织技术有限公司的母公司深圳汉弘数字印刷集团股份有限公司于 2018 年收购珠海市东昌颜料有限公司，进入喷墨墨水领域，开始自产活性墨水，因此深圳弘美数码纺织技术有限公司 2019 年减少了活性墨水采购量，该客户的活性墨水销售量同比减少约 40 吨，销售收入同比减少约 300 万元。

2020 年，公司活性墨水销售收入同比减少 1,151.93 万元，降幅 31.78%，销量同比减少 109.81 吨，下降 22.71%，主要原因系：①深圳弘美数码纺织技术有限公司因当年未向公司采购，相比 2019 年的销售量减少约 90 吨、销售收入减少约 680 万元；②受市场竞争影响，公司下调了活性墨水的销售价格，活性墨水的平均销售价格从 2019 年的 74.99 元/KG 下降至当年的 66.19 元/KG，降幅 11.73%。

2021 年 1-6 月，受市场竞争影响，公司活性墨水销售单价从 66.19 元/KG 下调至 60.43 元/KG，同比下降 8.70%。

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

（二）公司活性墨水销售情况与行业竞争、可比公司变动趋势基本相符

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

剔除深圳弘美数码纺织技术有限公司对活性墨水的影响后，报告期内，公司活性墨水销售收入、销售量、销售单价变动等情况如下：

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	金额/销量/单价	金额/销量/单价	增长率	金额/销量/单价	增长率	金额/销量/单价

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	金额/销量/单价	金额/销量/单价	增长率	金额/销量/单价	增长率	金额/销量/单价
公司活性墨水销售收入（万元）	1,557.38	2,473.18	-16.00%	2,944.37	-4.30%	3,076.70
公司活性墨水销量（吨）	257.70	373.63	-4.04%	389.35	0.90%	385.86
公司活性墨水销售单价（元/KG）	60.43	66.19	-12.47%	75.62	-5.17%	79.74

从上表可以看出，剔除深圳弘美数码纺织技术有限公司后，2018 年-2020 年，公司活性墨水的销量基本稳定，销售单价有所下降，但与宏华数科的墨水价格（97.18 元/KG、90.76 元/KG 和 71.55 元/KG）逐年下降的趋势一致。宏华数科的单价情况详见本问询函回复问题 5 之（1）之“二、是否存在客观证据证明各类产品销售价格与同行业公司销售价格及变动趋势的一致性”的回复。

报告期内，公司活性墨水销售收入与汉弘集团的对比情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	金额	金额	增长率	金额	增长率	金额
公司活性墨水销售收入	1,557.38	2,473.18	-31.78%	3,625.11	-10.19%	4,036.64
汉弘集团自产活性墨水销售收入	未披露	未披露	-	3,937.85	60.14%	2,459.01

注：1、汉弘集团自产活性墨水销售收入按经测算的全部自产墨水销售入口口径计算。
2、汉弘集团的数据来源于公开披露文件。

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

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

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

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

一、各类产品自有品牌销售单价与非自有品牌销售单价差异原因分析：

单位：吨、万元、元/KG

项目	商标类别	2021 年 1-6 月			
		数量	金额	平均单价	差异率
分散墨水	中性商标	1,521.84	5,709.05	37.51	-
	客户商标	408.62	1,518.40	37.16	-0.94%
	授权商标	97.78	375.43	38.39	2.35%
	自有商标	132.41	511.91	38.66	3.06%
UV 墨水	中性商标	432.18	4,295.62	99.39	-
	客户商标	160.77	1,585.51	98.62	-0.78%
	授权商标	7.54	72.26	95.86	-3.56%
	自有商标	0.05	0.70	152.51	53.44%
	自有商标产品销售金额仅为 0.70 万元，通过网络店铺进行线上销售的占比约 96%，单笔销售量较小，销售单价相对较高。				
水性墨水	中性商标	715.48	1,643.22	22.97	-
	客户商标	123.28	280.44	22.75	-0.95%
	授权商标	207.82	484.92	23.33	1.60%
	自有商标	1.37	10.52	76.92	234.92%
	自有商标产品销售金额仅为 10.52 万元，通过网络店铺进行线上销售的占比约 95%，单笔销售量较小，销售单价相对较高。				
活性墨水	中性商标	237.70	1,445.17	60.80	-
	客户商标	20.00	112.21	56.11	-7.72%
	授权商标	-	-	-	-
项目	商标类别	2020 年度			
		数量	金额	平均单价	差异率
分散墨水	中性商标	2,577.27	10,261.42	39.82	-
	客户商标	829.33	3,227.58	38.92	-2.26%
	授权商标	187.62	727.45	38.77	-2.64%
	自有商标	188.71	738.14	39.11	-1.78%
UV 墨水	中性商标	720.86	7,468.62	103.61	-
	客户商标	190.11	2,001.40	105.28	1.61%
	授权商标	15.86	161.65	101.90	-1.65%
	自有商标	0.38	6.21	162.48	56.82%
	自有商标产品的销售金额仅为 6.21 万元，全部来自于境外客户销售，境外墨水产品的生产成本、人工费用等较境内墨水更高，其单位成本、销售均价较高。				
水性墨水	中性商标	1,549.31	3,234.77	20.88	-
	客户商标	148.38	340.16	22.92	9.77%

	授权商标	357.07	895.15	25.07	20.07%
	自有商标	7.09	22.77	32.10	53.74%
	中性商标和客户商标销售单价下降主要原因系：随着办公打印墨水市场需求的增长，公司中性商标和客户商标水性墨水产品中单价较低的办公打印墨水收入占比分别由2019年的53.34%、88.44%上升至2020年的71.49%、97.48%，同时，公司2020年原材料采购平均单价相比2019年出现下降，水性墨水销售价格下降。 授权商标产品销售主要来自于PT. Sinar Asia Perkasa，销售金额为416.30万元，占比为46.51%。受新冠疫情影响，公司向其销售金额有所下降，2020年未达返利标准，其销售均价较高。 自有商标产品销售金额仅为22.77万元，通过网络店铺进行线上销售的占比约90%，主要是小包装的办公打印墨水，售价单价相对较高。				
活性墨水	中性商标	373.63	2,473.18	66.19	-
	客户商标	-	-	-	-
	授权商标	-	-	-	-
项目	商标类别	2019 年度			
		数量	金额	平均单价	差异率
分散墨水	中性商标	2,477.84	9,988.17	40.31	
	客户商标	966.27	3,780.48	39.12	-2.95%
	授权商标	318.29	1,316.19	41.35	2.58%
	自有商标	84.64	351.32	41.51	2.98%
UV 墨水	中性商标	702.64	8,217.51	116.95	-
	客户商标	176.43	2,111.94	119.70	2.35%
	授权商标	24.27	265.17	109.24	-6.59%
	自有商标	-	-	-	-
水性墨水	中性商标	947.78	2,410.93	25.44	-
	客户商标	111.59	312.70	28.02	10.14%
	授权商标	566.73	1,284.95	22.67	-10.89%
	自有商标	-	-	-	-
	客户商标产品主要系公司向境外客户PT. Sinar Asia Perkasa销售的小规格、精包装的墨水产品，此类规格及包装的产品整体单价较高。 授权商标产品销售主要来自于PT. Sinar Asia Perkasa，销售金额为550.66万元，销售占比为42.85%，其向公司采购的为大规模桶装墨水，此类规格及包装的产品单位成本较低，整体单价较低。				
活性墨水	中性商标	483.42	3,624.93	74.99	-
	客户商标	0.02	0.18	88.50	18.02%
	授权商标	-	-	-	-
	客户商标产品销售金额仅为0.18万元，销售量较小，销售单价相对较高。				
项目	商标类别	2018 年度			
		数量	金额	平均单价	差异率
分散墨水	中性商标	1,879.85	7,036.15	37.43	-
	客户商标	713.23	2,533.78	35.53	-5.08%
	授权商标	362.54	1,292.90	35.66	-4.73%

	自有商标	103.56	417.02	40.27	7.59%
UV 墨水	中性商标	607.91	6,934.74	114.08	-
	客户商标	86.57	1,045.04	120.71	5.81%
	授权商标	27.70	294.75	106.40	-6.73%
	自有商标	-	-	-	-
水性墨水	中性商标	857.89	2,291.76	26.71	-
	客户商标	116.82	284.63	24.36	-8.80%
	授权商标	541.21	1,212.89	22.41	-16.10%
	自有商标	-	-	-	-
	授权商标产品销售主要来自于 PT. Sinar Asia Perkasa，销售金额为 525.38 万元，销售占比为 43.32%，其向公司采购的为大规模桶装墨水，此类规格及包装的产品单位成本较低，整体单价较低。				
活性墨水	中性商标	515.55	4,008.40	77.75	-
	客户商标	0.15	1.33	90.17	15.97%
	授权商标	3.30	26.91	81.55	4.89%
	客户商标产品仅为 1.33 万元，销售量较小，销售单价相对较高。				

注：差异率以中性商标的平均单价作为基准计算。

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

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

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

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

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

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

2020 年，公司 UV 墨水中自有商标产品的销售金额仅为 6.21 万元，全部来自于境外客户销售，境外墨水产品的生产成本、人工费用等较境内墨水更高，其

单位成本、销售均价较高，导致 UV 墨水自有品牌 2019 年单价低于非自有品牌，2020 年单价高于非自有品牌。

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

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

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

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

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

[回复]

一、各类客户销售收入变动的原因分析

单位：万元、吨、元/KG

客户分类	产品分类	2021 年 1-6 月			2020 年度			
		金额	数量	单价	金额	增幅	数量	单价
设备生产商及其代理商	分散墨水	5,146.74	1,399.13	36.79	8,791.25	-9.90%	2,285.09	38.47
	UV 墨水	4,002.24	400.07	100.04	6,489.55	-9.00%	623.91	104.01
	水性墨水	369.30	150.46	24.54	760.16	-13.56%	287.98	26.40
	活性墨水	510.76	84.77	60.25	903.32	-57.69%	138.69	65.13
	其他墨水	1,379.92	195.80	70.48	1,211.35	-3.73%	227.28	53.30
	合计	11,408.96	2,230.22	51.16	18,155.62	-14.20%	3,562.95	50.96
中间商	分散墨水	2,606.78	677.36	38.48	5,617.71	13.67%	1,386.93	40.50
	UV 墨水	1,326.93	143.87	92.23	2,760.95	-13.96%	271.34	101.75
	水性墨水	1,791.18	765.72	23.39	3,359.64	17.12%	1,527.66	21.99
	活性墨水	762.10	131.43	57.98	1,100.35	8.23%	171.96	63.99
	其他墨水	552.93	68.00	81.31	423.86	65.51%	64.92	65.29
	合计	7,039.91	1,786.38	39.41	13,262.50	7.89%	3,422.80	38.75
终端用户	分散墨水	361.27	84.16	42.93	545.63	-25.92%	110.91	49.19
	UV 墨水	624.92	56.60	110.42	387.38	52.13%	31.97	121.17
	水性墨水	258.62	131.76	19.63	373.05	43.15%	246.22	15.15
	活性墨水	284.53	41.50	68.57	469.52	-0.79%	62.98	74.55
	其他墨水	158.16	13.56	116.66	145.79	20.73%	13.75	106.05
	合计	1,687.49	327.57	51.52	1,921.36	4.09%	465.83	41.25
主营业务收入		20,136.36	4,344.18	46.35	33,339.48	-5.55%	7,451.57	44.74

客户分类	产品分类	2019 年度				2018 年度		
		金额	增幅	数量	单价	金额	数量	单价
设备生产商及其代理商	分散墨水	9,757.54	22.30%	2,537.30	38.46	7,978.34	2,197.43	36.31
	UV 墨水	7,131.02	37.24%	609.39	117.02	5,196.20	457.77	113.51
	水性墨水	879.41	22.90%	328.97	26.73	715.53	281.59	25.41
	活性墨水	2,135.15	-10.65%	291.56	73.23	2,389.66	317.23	75.33
	其他墨水	1,258.26	26.38%	203.45	61.85	995.59	138.75	71.76
	合计	21,161.38	22.49%	3,970.67	53.29	17,275.32	3,392.76	50.92
中间商	分散墨水	4,942.04	77.26%	1,135.74	43.51	2,788.00	735.36	37.91
	UV 墨水	3,208.95	12.15%	276.38	116.11	2,861.39	247.80	115.47
	水性墨水	2,868.57	-1.24%	1,150.33	24.94	2,904.47	1,141.36	25.45
	活性墨水	1,016.70	5.36%	134.81	75.42	964.98	120.39	80.16
	其他墨水	256.09	-18.80%	46.41	55.18	315.37	68.68	45.92
	合计	12,292.35	25.00%	2,743.67	44.80	9,834.22	2,313.59	42.51
终端用户	分散墨水	736.58	43.44%	173.99	42.33	513.51	126.38	40.63
	UV 墨水	254.64	17.38%	17.58	144.88	216.94	16.62	130.51
	水性墨水	260.60	53.95%	146.80	17.75	169.27	92.98	18.21
	活性墨水	473.26	-30.61%	57.06	82.93	681.99	81.37	83.81
	其他墨水	120.76	69.50%	15.92	75.84	71.24	14.02	50.83
	合计	1,845.84	11.67%	411.36	44.87	1,652.96	331.37	49.88
主营业务收入		35,299.58	22.73%	7,125.69	49.54	28,762.50	6,037.72	47.64

报告期内，公司主营业务收入主要来源于数码喷印设备生产商及其代理商、提供数码喷印设备、耗材和服务的中间商，合计金额分别为 27,109.54 万元、33,453.73 万元、31,418.12 万元和 **18,448.87 万元**，占比分别为 94.25%、94.77%、94.24%和 **91.62%**。

（一）设备生产商及其代理商

报告期内，公司来自设备生产商及其代理商的销售收入分别为 17,275.32 万元、21,161.38 万元、18,155.62 万元和 **11,408.96 万元**，2019 年相比 2018 年增长较大，2020 年受新冠疫情影响有所下降。

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

（1）2019 年，公司向设备生产商及其代理商销售分散墨水的销售收入同比增加 1,779.20 万元，增幅 22.30%，主要原因系：①因市场整体需求增长 18.95%，当年公司向设备生产商及其代理商销售分散墨水的销量同比上升 15.47%；②受上游原材料涨价影响，公司上调了分散墨水的基本销售价格，导致对该类客户销售的分散墨水的平均单价从 36.31 元/KG 上升至 38.46 元/KG，上涨 5.92%。

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

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

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

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

2019 年的 117.02 元/KG 下降至当年的 104.01 元/KG，降幅 11.12%。

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

2021 年 1-6 月，公司来自设备生产商及其代理商的销售收入占 2020 年全年的 62.84%：

(1) 2021 年 1-6 月，公司向设备生产商及其代理商销售分散墨水销售收入占 2020 年全年的 58.54%。2021 年 1-6 月，国内疫情整体受控，数码印花市场装机量明显提升。同时，各类数码印花设备生产商陆续推出或升级各自的高速工业打印机，受益于公司的研发能力、产品品质、服务等优势，公司向润天智（832246.00）、宏华数科、广东希望高科数字技术有限公司等设备生产商类客户的销售金额及销量均高于 2020 年全年销售水平。

(2) 2021 年 1-6 月，公司向设备生产商及其代理商销售 UV 墨水销售收入占 2020 年全年的 61.67%。2021 年 1-6 月，公司工业喷头用中性 UV 墨水销量为 387.28 吨，占 2020 年全年销量的 68.01%，增幅较大，主要系国内疫情受控，市场恢复情况较为明显，公司仍持续主推工业喷头用中性 UV 墨水，促使该期间的销量大幅提升。

(二) 中间商

报告期内，公司来自中间商的销售收入分别为 9,834.22 万元、12,292.35 万元、13,262.50 万元和 7,039.91 万元，2019 年相比 2018 年增长较大，2020 年小幅增长。

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

2019 年，公司来自于向中间商销售的分散墨水的销售收入同比增加 2,154.04 万元，增幅 77.26%，主要原因系：①因市场整体需求增长 18.95%，当年来来自于向中间商销售的分散墨水的销量同比上升 54.45%；②受上游原材料涨价影响，

公司上调了分散墨水的基本销售价格，向中间商销售的分散墨水的平均单价从 37.91 元/KG 上升至 43.51 元/KG，上涨 14.77%。

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

2021 年 1-6 月，公司来自中间商的销售收入占 2020 年全年的 53.08%，小幅增长。

（三）终端用户

报告期内，公司来自终端用户的销售收入分别为 1,652.96 万元、1,845.84 万元、1,921.36 万元和 **1,687.49 万元**，整体销售规模较小、波动较低。

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

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

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

2021 年 1-6 月，公司来自终端用户的销售收入占 2020 年全年的 87.84%，主要系当期大客户 Kronospan HPL Sp. z o.o. 的销售收入为 428.69 万元，远超过 2020 年的 241.41 万元。

二、各类客户销售产品的单价差异分析

报告期内，各类客户销售产品的单价情况如下：

单位：万元、吨、元/KG

产品分类	客户分类	2021 年 1-6 月				2020 年度			
		金额	销量	单价	差异率	金额	销量	单价	差异率
分散墨水	设备生产商及其代理商	5,146.74	1,399.13	36.79	-	8,791.25	2,285.09	38.47	-
	中间商	2,606.78	677.36	38.48	4.59%	5,617.71	1,386.93	40.50	5.28%
	终端用户	361.27	84.16	42.93	16.69%	545.63	110.91	49.19	27.87%
UV 墨水	设备生产商及其代理商	4,002.24	400.07	100.04	-	6,489.55	623.91	104.01	-
	中间商	1,326.93	143.87	92.23	-7.81%	2,760.95	271.34	101.75	-2.17%
	终端用户	624.92	56.60	110.42	10.38%	387.38	31.97	121.17	16.50%
水性墨水	设备生产商及其代理商	369.30	150.46	24.54	-	760.16	287.98	26.40	-
	中间商	1,791.18	765.72	23.39	-4.69%	3,359.64	1,527.66	21.99	-16.70%
	终端用户	258.62	131.76	19.63	-20.01%	373.05	246.22	15.15	-42.61%
活性墨水	设备生产商及其代理商	510.76	84.77	60.25	-	903.32	138.69	65.13	-
	中间商	762.10	131.43	57.98	-3.77%	1,100.35	171.96	63.99	-1.75%
	终端用户	284.53	41.50	68.57	13.81%	469.52	62.98	74.55	14.46%
产品分类	客户分类	2019 年度				2018 年度			
		金额	销量	单价	差异率	金额	销量	单价	差异率
分散墨水	设备生产商及其代理商	9,757.54	2,537.30	38.46	-	7,978.34	2,197.43	36.31	-
	中间商	4,942.04	1,135.74	43.51	13.13%	2,788.00	735.36	37.91	4.41%
	终端用户	736.58	173.99	42.33	10.06%	513.51	126.38	40.63	11.90%

UV 墨水	设备生产商及其代理商	7,131.02	609.39	117.02	-	5,196.20	457.77	113.51	-
	中间商	3,208.95	276.38	116.11	-0.78%	2,861.39	247.80	115.47	1.73%
	终端用户	254.64	17.58	144.88	23.81%	216.94	16.62	130.51	14.98%
水性墨水	设备生产商及其代理商	879.41	328.97	26.73	-	715.53	281.59	25.41	-
	中间商	2,868.57	1,150.33	24.94	-6.70%	2,904.47	1,141.36	25.45	0.16%
	终端用户	260.60	146.80	17.75	-33.60%	169.27	92.98	18.21	-28.34%
活性墨水	设备生产商及其代理商	2,135.15	291.56	73.23	-	2,389.66	317.23	75.33	-
	中间商	1,016.70	134.81	75.42	2.99%	964.98	120.39	80.16	6.41%
	终端用户	473.26	57.06	82.93	13.25%	681.99	81.37	83.81	11.26%

注：差异率以设备生产商及其代理商的单价为基准进行计算。

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

（一）分散墨水

报告期内，公司向终端用户销售的分散墨水销售价格较高，主要原因系：①出于终端用户定价的商业考量，终端用户的定价相对略高；②终端用户大多为销售金额较低的客户，报告期内，终端用户的平均销售金额分别为 6.26 万元/家、10.83 万元/家、6.13 万元/家和 **8.03 万元/家**，因此价格相对较高。

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

（二）UV 墨水

2018 年-2020 年，公司向终端用户销售的 UV 墨水销售价格较高，主要原因系：①出于终端用户定价的商业考量，终端用户的定价相对略高；②终端用户大多为销售金额较低的客户，**2018 年-2020 年**，终端用户的平均销售金额分别为 3.19 万元/家、3.07 万元/家和 3.80 万元/家，因此价格相对较高。

2020 年 1-6 月，公司向终端用户销售的 UV 墨水销售价格较高，主要原因系受境外销售影响，2020 年 1-6 月境外终端用户销售占比为 69.04%，高于境外设备生产商及其代理商（0.26%）、境外中间商（4.15%）的销售占比，由于境外销售的定价较高，导致公司向终端用户销售的分散墨水销售价格较高。

（三）水性墨水

报告期内，公司向终端用户销售的水性墨水主要来自于珠海中润靖杰打印科技有限公司，销售金额分别为 121.18 万元、172.09 万元、278.17 万元和 **194.76 万元**，占水性墨水终端用户的比例分别为 71.59%、66.04%、74.57%和 **75.31%**。

该公司采购水性墨水后需进一步生产成墨盒对外销售，因此该公司主要采购大规格桶装墨水，此类规格及包装的产品整体单价、单位成本较低。

2020 年，公司向中间商销售的水性墨水销售价格较低，主要原因系随着办公打印墨水的市场需求增长，公司水性墨水中单价较低的办公打印墨水收入占比由 2019 年的 71.13% 上升至 2020 年的 75.83%，同时，公司 2020 年公司原材料采购平均单价相比 2019 年出现下降，水性墨水价格下降。

（四）活性墨水

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

〔中介机构核查过程〕

保荐人和申报会计师履行了如下核查程序：

1、获取客户墨水采购价格信息调查表，对比分析客户向其他供应商与向发行人采购价格差异，了解其差异原因；

2、查阅行业协会相关文章及同行业可比公司的数据；与管理层访谈，了解发行人主要产品销量等变动原因，与行业及可比公司情况进行对比；

3、访谈发行人相关负责人，分析当年度销售收入明细，分析各类产品自有品牌销售单价与非自有品牌销售单价存在差异的原因，以及不同年份差异情况不一致的原因；

4、访谈发行人相关负责人，分析当年度销售收入明细，分析各类客户销售收入变动的原因，各类客户销售产品的单价差异原因。

〔中介机构核查意见〕

经核查，保荐人、申报会计师认为：

1、各类产品部分主要客户采购价格范围、平均值、与发行人销售单价存在差异具有合理性。发行人的产品单价无市场公开标准报价，发行人主要产品无市场同等产品可供查询。通过客户墨水采购价格信息调查表，已可充分了解各类产品销售价格与同行业公司销售价格及变动趋势的一致性。2018 年、2019 年，发行人 UV 墨水的价格变动趋势与汉弘集团一致，但低于其销售价格。**2018 年-2020 年**，发行人活性墨水的价格变动趋势与宏华数科一致，但低于其销售价格。

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

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

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

4、发行人水性墨水、活性墨水销售情况与行业竞争、可比公司变动趋势基本相符；

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

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

问题 6. 关于境外销售

申报文件及问询回复显示：

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

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

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

(4) 分散墨水、UV 墨水当地市场价格来源于发行人境外销售顾问的调查报告及境外市场报告。

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

请发行人：

(1)说明发行人及关联方向 PT. Sinar Asia Perkasa 销售产品单价与其他客

户是否存在明显差异，交易价格是否公允。

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

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

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

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

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

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

[回复]

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

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

报告期内，公司向 PT. Sinar Asia Perkasa 销售金额分别为 527.74 万元、612.64 万元、417.38 万元、**281.70 万元**，占公司营业收入比重分别为 1.82%、1.73%、1.24%、**1.37%**。在墨水产品类型上，公司主要向 PT. Sinar Asia Perkasa 销售采用非回转桶（不回收包装）的水性墨水-桌面办公打印-20KG 产品，公司向其销售该类型墨水金额分别为 524.59 万元、550.45 万元、416.30 万元、**246.42 万元**，占对其销售总额的 99.40%、89.85%、99.74%、**87.48%**。

同时，公司向 PT. Sinar Asia Perkasa 销售采用非回转桶（不回收包装）的水性墨水-桌面办公打印-20KG 产品占该类型墨水产品境外销售比重的 97.51%、96.75%、95.15%、**95.28%**，报告期内，公司向境外其他客户销售该产品的金额分别为 13.41 万元、18.48 万元、21.21 万元、**12.22 万元**，受销售规模差异影响，境外其他客户产品销售单价不具有可比性。

因此，我们选取了公司向境内销售同类型产品客户的销售单价进行对比，具体情况如下：

单位：万元、元/KG

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	单价	金额	单价	金额	单价	金额	单价
PT. Sinar Asia Perkasa	246.42	23.45	416.30	30.02	550.45	22.62	524.59	23.81
境内其他客户	396.41	19.32	740.36	18.98	611.60	19.52	549.53	20.81
差异率	-	17.61%	-	36.78%	-	13.70%	-	12.60%

由上表可见，公司向 PT. Sinar Asia Perkasa 销售水性墨水-桌面办公打印-20KG 产品的单价均高于境内其他客户，其中 2018 年、2019 年、**2021 年 1-6 月产品单价**及单价差异率较为稳定，2020 年，二者销售单价差异率较大，主要原因为：在产品销售定价上，因境内外市场存在一定差异且考虑报关费用以及客户维护成本，通常境外销售产品定价相对较高。2018 年、2019 年度公司向 PT. Sinar Asia Perkasa 销售该款产品的单价与境内相比差异率基本一致。2020 年，受海外新冠疫情影响，公司向 PT. Sinar Asia Perkasa 销售金额下降较多，2020 年度该客户未达约定返利标准，当年度对其销售单价整体较高，导致境内外同类型产品单价差异率较大。

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

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

报告期内，联力科技向 PT. Sinar Asia Perkasa 销售金额分别为 89.44 万元、93.92 万元、115.59 万元、**22.76 万元**，占该公司营业收入比重分别为 0.23%、0.35%、0.61%、**0.34%**。报告期内，联力科技主要向 PT. Sinar Asia Perkasa 销售色带及周边产品，该类型产品销售收入占向 PT. Sinar Asia Perkasa 销售收入比重

的 64.03%、81.12%、87.25%、**77.96%**。考虑可比因素，选取了色带及周边产品销售中 PT. Sinar Asia Perkasa 与其他客户具有可比性的产品品类进行单价对比，具体如下：

单位：万元、元/套/KG/米

2021 年 1-6 月			
色带产品型号	客户名称	销售金额	销售单价
色带（NYR EPN ERC30 5M）	PT. Sinar Asia Perkasa	8.44	2.78
	其他客户	37.15	2.06
色带（NYR EPN MX80 BK）	PT. Sinar Asia Perkasa	1.78	4.13
	其他客户	0.70	4.62
色带（NYR EPN PLQ-20K BK 36M ST W I/T）	PT. Sinar Asia Perkasa	0.28	9.30
	其他客户	2.16	11.18
2020 年度			
色带产品型号	客户名称	销售金额	销售单价
色带（BU NYR EPN LX310 BK 18M R）	PT. Sinar Asia Perkasa	16.37	6.67
	其他客户	4.04	7.61
色带油墨（BU INK 201B BK）	PT. Sinar Asia Perkasa	14.56	124.46
	其他客户	4.28	125.27
尼龙带（BU INK RIB 12.7MM H/D 19.5% BK）	PT. Sinar Asia Perkasa	8.44	0.09
	其他客户	2.01	0.11
2019 年度			
色带产品型号	客户名称	销售金额	销售单价
色带（ET NYR EPN ERC30 5M R）	PT. Sinar Asia Perkasa	19.68	2.96
	其他客户	1.07	2.96
色带（BU NYR EPN LX310 BK 18M R）	PT. Sinar Asia Perkasa	14.27	6.53
	其他客户	2.66	7.50
色带（BU I-EMP CISS DIY UNV TOP 4C）	PT. Sinar Asia Perkasa	8.78	8.78
	其他客户	2.64	8.81
色带（BU NYR EPN LQ2170 BK 40M R）	PT. Sinar Asia Perkasa	6.26	13.01
	其他客户	1.59	13.21
2018 年度			
色带产品型号	客户名称	销售金额	销售单价
色带（ET NYR EPN ERC30 5M R）	PT. Sinar Asia Perkasa	18.28	2.88
	其他客户	3.83	2.88
色带（BU NYR EPN LX310 BK 18M R）	PT. Sinar Asia Perkasa	11.49	6.36
	其他客户	1.38	7.30
色带（BU NYR EPN LQ2170 BK 40M R）	PT. Sinar Asia Perkasa	6.56	12.86
	其他客户	1.93	12.86

色带（PR COR FUJ FZ1027 BK 180M ST MICR）	PT. Sinar Asia Perkasa	1.56	11.12
	其他客户	10.89	11.12

由上表可见，除 2021 年 1-6 月销售的色带（NYR EPN ERC30 5M）以外，报告期内，联力科技向 PT. Sinar Asia Perkasa 与其他客户销售色带及周边产品的金额较小，相关单价与其他客户不存在明显差异，交易价格公允。

2021 年 1-6 月，联力科技向 PT. Sinar Asia Perkasa 以外的其他客户销售色带（NYR EPN ERC30 5M）的单价范围为 1.83 元/套-3.49 元/套，联力科技向 PT. Sinar Asia Perkasa 销售的单价 2.78 元/套处于合理范围。

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

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

报告期内，公司各类产品内销和外销的毛利率情况如下：

单位：元/KG

产品类别	区域	2021 年 1-6 月			2020 年度			2019 年度			2018 年度		
		单位价格	单位成本	毛利率	单位价格	单位成本	毛利率	单位价格	单位成本	毛利率	单位价格	单位成本	毛利率
分散墨水	境内	35.94	23.71	34.01%	36.40	25.98	28.64%	37.23	30.14	19.06%	35.04	27.26	22.20%
	境外	48.53	25.75	46.94%	52.99	30.00	43.38%	53.63	34.25	36.14%	47.06	27.04	42.54%
	价差	12.59	2.03	-	16.59	4.02	-	16.40	4.11	-	12.02	-0.22	-
UV 墨水	境内	97.51	64.11	34.25%	103.16	65.42	36.58%	116.49	78.97	32.21%	113.83	73.21	35.69%
	境外	121.54	73.56	39.47%	128.98	71.80	44.33%	215.51	91.78	57.42%	219.68	83.60	61.95%
	价差	24.03	9.45	-	25.82	6.38	-	99.02	12.81	-	105.85	10.39	-
水性墨水	境内	23.10	16.63	27.98%	21.13	15.23	27.94%	24.68	18.93	23.30%	24.66	18.82	23.67%
	境外	23.03	14.62	36.53%	25.98	13.69	47.32%	24.56	14.73	40.02%	26.18	14.65	44.02%
	价差	-0.06	-2.02	-	4.85	-1.54	-	-0.12	-4.20	-	1.52	-4.17	-
活性墨水	境内	62.70	36.46	41.84%	68.88	37.32	45.81%	75.17	42.81	43.05%	77.78	44.74	42.48%
	境外	55.27	31.39	43.21%	57.31	29.24	48.98%	73.89	35.09	52.51%	78.39	36.68	53.24%
	价差	-7.42	-5.07	-	-11.57	-8.08	-	-1.28	-7.72	-	0.61	-8.06	-

注：价差为境外单位价格-境内单位价格，或境外单位成本-境内单位成本

1、分散墨水、UV 墨水

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

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

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

从墨水品质来看，公司境外市场相比境内市场对于墨水产品品质的要求不同，境内市场对于墨水的需求偏向于色浓度较浅、性价比较高的墨水，其成本较低，平均单价较低；境外市场对标的是国际知名品牌墨水如 KIIAN、J-Teck、Papijet 等分散墨水品牌以及 Nazdar、Agfa、东洋等 UV 墨水品牌等，境外市场对于墨水的需求偏向于颜色较深、色浓度较高、对打印性能有更高要求的墨水，因此公司针对境外市场的不同需求开发出不同品质级别的产品；另一方面，境外市场的长途运输对于墨水的保质期、性能稳定性、储运安全有更高的要求，导致境外市场墨水与境内市场墨水的配方有所差异，因此境外市场平均单价相比境内市场较高。

2、水性墨水

2018 年、2019 年和 **2021 年 1-6 月**，公司水性墨水境内外销售的单位价格的价差很小，影响毛利率的主要因素为单位成本；2020 年，水性墨水境内外销售的单位价格的价差较大，导致境外销售的毛利率较高。

2018 年、2019 年和 **2021 年 1-6 月**，公司水性墨水的境外客户主要为 PT. Sinar Asia Perkasa，销售金额占比约 60%、75%和 **57%**，其主要向公司采购大规格桶装墨水，此类规格及包装的产品单位成本较低，拉低了公司水性墨水境外销售成本，导致水性墨水境外销售毛利率相对较高。

2020 年，公司水性墨水的境外平均单价高于境内平均单价，主要系：公司水性墨水境内销售中单价较低的办公打印墨水的收入占比由 2019 年的 62.29%上

升至 2020 年的 70.84%，导致 2020 年度境内水性墨水的平均单价 24.68 元/KG 下降 21.13 元/KG，单位成本也从 18.93 元/KG 下降至 15.23 元/KG。2020 年，公司水性墨水的境外客户主要为 PT. Sinar Asia Perkasa，销售金额占比约 57%，其主要向公司采购大规格桶装墨水，此类规格及包装的产品单位成本较低，拉低了公司水性墨水境外销售成本，导致公司水性墨水境外销售毛利率相对较高。

3、活性墨水

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

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

2020 年和 2021 年 1-6 月，公司活性墨水的境外毛利率与境内毛利率较为接近，不存在重大差异。

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

报告期内，公司主要客户的销售均价情况如下：

单位：美元/KG

序号	客户名称	墨水种类	主营业务	均价/价格范围				客户所属国家
				2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年	
1	TRUE COLORS IMPEX	分散墨水	销售纺织印花机及印花相关的打印耗材	4.69	5.40	5.70	5.00	印度
2	B.M. DO BRASIL IMPORTACAO E EXPORTA	分散墨水	丝印油墨及配件的进口及贸易	-	10.50	7.60	-	巴西
3	OTS IC VE DIS TICARET A.S	分散墨水	打印机及耗材贸易	-	11.00	10.60	12.00	土耳其
4	2SHTEC AG	分散墨水	数字打印机及耗材销售	-	9.30	8.60	9.00	土耳其
5	Swiss Performance Chemicals AG	分散墨水	数码纺织印花设备和墨水的生产、销售	12-16	17.50	17.00	-	瑞士

1、印度市场

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

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

2、巴西市场

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

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

3、土耳其市场

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

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

4、瑞士市场

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

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

一、发货提运单数量与境外销量的差异占境外销量之比存在差异的原因及合理性

报告期内，公司发货提运单数量与境外销量的对比情况如下：

项目	2020 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
境外销量（吨）	616.04	1,117.23	1,092.79	822.92
发货提运单数量（吨）	709.59	1,335.38	1,263.29	941.22
差异（吨）	-93.55	-218.15	-170.50	-118.30
差异率	-15.19%	-19.53%	-15.60%	-14.37%
其中：配套印花纸数量（吨）	-	43.68	6.05	0.86
剔除印花纸后差异（吨）	-93.55	-174.47	-164.46	-117.44
剔除印花纸后差异率	-15.19%	-15.62%	-15.05%	-14.27%

报告期内，公司发货提运单数量略高于境外销量，主要原因为发货提运单数量为毛重，包含产品、包装物的重量，差异率分别为-14.37%、-15.60%、-19.53%、**-15.19%**。

报告期内，公司境外销售的产品除了数码墨水外，还配套销售少量印花纸，受印花纸销售重量的影响，差异率逐年上升。报告期内，公司销售印花纸的重量分别为 0.86 吨、6.05 吨、43.68 吨和 **0 吨**，剔除印花纸的影响后，各年差异率分别为-14.27%、-15.05%、-15.62%、**-15.19%**，较为平稳，差异率始终维持在-15%左右，具有合理性。

二、销售数据与海关数据存在差异的原因

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

报告期内，剔除印花纸影响后，上述发货提运单数量与境外销量的差异分别为 117.44 吨、164.46 吨、174.47 吨、**93.55 吨**。报告期内，按产品规格计算的理论包装物数量分别为 116.82 吨、163.52 吨、174.81 吨、**92.01 吨**，因此，差异主要来源于产品包装物。

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

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

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

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

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

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

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

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

报告期内，公司境外前五名客户的销售情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
1	Swiss Performance Chemicals AG	219.07	562.08	729.81	120.71
2	2SHTEC AG	323.97	564.65	313.62	534.94

序号	客户名称	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
3	PT. Sinar Asia Perkasa	281. 70	417.38	612.64	527.74
4	TRUE COLORS IMPEX	172. 36	761.86	1,035.26	685.53
5	B.M. DO BRASIL IMPORTACAO E EXPORTA	-	408.94	-	-
6	RIZ TEX CORPORATION	8. 73	139.94	363.43	-
7	OTS IC VE DIS TICARET A.S.	-	101.36	211.13	174.72
8	Kronospan HPL Sp. z o. o.	428. 69	241. 41	0. 75	-
9	DEVINE CLASS GOODS WHOLESALERS L. L.	335. 07	337. 30	-	-

公司各年前五名境外客户的基本情况如下：

单位：万美元

序号	客户名称	注册地	成立日期	主营业务	经营现状	2020年1至6月订单	2021年1至6月订单	截至2021年6月30日在手订单
1	Swiss Performance Chemicals AG	瑞士	2014.10	数码纺织印花设备和墨水 的生产、销售	正常经营	42.05	33.73	-
2	2SHTEC AG	瑞士	2016.12	数字打印机及耗材销售	正常经营	25.23	58.91	8.14
3	PT. Sinar Asia Perkasa	印度尼西亚	2004.09	印刷耗材的生产和贸易	正常经营	35.48	43.17	-
4	TRUE COLORS IMPEX	印度	2012 年	销售纺织印花机及印花 相关的打印耗材	正常经营	38.59	10.56	10.85
5	B.M. DO BRASIL IMPORTACAO E EXPORTA	巴西	1999.07	丝印油墨及配件的进口 及贸易	受疫情影响，尚 未恢复正常采购	12.52	-	-
6	OTS IC VE DIS TICARET A.S.	土耳其	1987.10	打印机及耗材贸易	正常经营	25.07	1.76	-
7	RIZ TEX CORPORATION	巴基斯坦	2006 年	EPSON 喷头机器及墨 水贸易	正常经营	20.43	1.35	-
8	Kronospan HPL Sp. z o. o.	波兰	2004. 04. 05	化工、塑料、打印等领 域生产制造	正常经营	3. 66	52. 76	22. 18
9	DEVINE CLASS GOODS WHOLESALE L. L.	阿联酋	2005. 07	金属、食品、纸屑和铝 屑的批发贸易	正常经营	-	30	-
合计						203. 03	232. 24	41. 17

1、主要境外客户的稳定性、流失风险

报告期内，公司前五名境外客户共 9 家，其中 RIZ TEX CORPORATION 和 Kronospan HPL Sp. z o.o. 为 2019 年新开发的大客户，B.M. DO BRASIL IMPORTACAO E EXPORTA 和 DEVINE CLASS GOODS WHOLESALERS L. L. 为 2020 年新开发的大客户。总体来看，公司报告期内的主要境外客户较为稳定。

2021 年，Swiss Performance Chemicals AG、2SHTEC AG、PT. Sinar Asia Perkasa、Kronospan HPL Sp. z o.o. 四家客户均正常经营，未受疫情影响，与公司的订单情况正常，不存在重大需求变动或流失风险。

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

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

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

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

2021 年 1-6 月，公司境外主要客户新签订的订单合计金额为 232.24 万美元，同比去年同期上升 29.21 万美元，上升 14.39%。截至 2021 年 6 月 30 日，境外主要客户的在手订单金额为 41.17 万美元。

报告期内，公司各年前五大境外客户合计销售收入分别为 2,043.64 万元、3,054.77 万元、2,714.91 万元和 1,588.50 万元，占营业收入的比例分别为 7.06%、8.61%、8.09%和 7.72%，占比较低。

目前，国内疫情已基本控制，公司内销收入不断扩大，公司 2021 年 1-6 月

的营业收入为 20,588.53 万元, 归属于母公司所有者的净利润为 3,491.54 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 3,357.85 万元, 较上年同期增幅较大。

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

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

1、采用视频走访的原因

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

2、客户真实性的确认方法、书面确认文件情况

(1) 视频走访前, 中介机构首先访谈发行人相关负责人, 并获取中国人民财产保险股份有限公司珠海市分公司出具的报告、中国出口信用保险公司提供的境外客户查询资料, 了解境外客户的具体情况;

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

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

[中介机构核查过程]

保荐人和申报会计师履行了如下核查程序:

1、取得发行人及联力科技报告期内的销售明细, 查看发行人及联力科技向 PT. Sinar Asia Perkasa 销售的产品类型、金额及占比, 分析发行人及联力科技向 PT. Sinar Asia Perkasa 与其他客户销售可比产品的单价是否存在差异, 分析差异

的原因及合理性；

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

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

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

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

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

[中介机构核查意见]

经核查，保荐人、申报会计师认为：

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

2、各类产品境内外毛利率具有一定差异，差异情况具有合理性；

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

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

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

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

问题 7. 关于客户

申报文件及问询回复显示：

（1）河北司能科技有限公司、天津智祎通科技发展有限公司的实际控制人于海建曾为公司关联方珠海天威泛凌贸易有限公司员工。

（2）中间商客户各期末存在一定库存。

请发行人：

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

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

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

[回复]

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

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

序号	客户名称	人员名称	是否客户实际控制人	离职单位	离职时间
1	河北司能科技有限公司	于海建	是	珠海天威泛凌贸易有限公司	2008 年
	天津智祎通科技发展有限公司				

序号	客户名称	人员名称	是否客户实际控制人	离职单位	离职时间
2	珠海晟彩科技有限公司	孙蓬	是	珠海天威泛凌贸易有限公司	2015 年
3	上海皓彩数码科技有限公司	陈浩	是	珠海天威泛凌贸易有限公司	2005 年

一、公司向关联方前员工控制企业客户销售的原因及合理性

1、河北司能科技有限公司与天津智祎通科技发展有限公司

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

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

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

2、珠海晟彩科技有限公司

珠海晟彩科技有限公司的实际控制人为孙蓬。2013 年-2015 年，孙蓬为公司关联方珠海天威泛凌贸易有限公司员工，主要负责天威泛凌的硒鼓等打印耗材产品在华南片区的销售。2015 年-2017 年，孙蓬曾于华南地区的其他数码墨水生产商任职，负责数码喷印墨水产品的销售工作。孙蓬于 2017 年从该公司离职后自主创业，成立珠海晟彩科技有限公司。

2017 年起，孙蓬通过行业展会与公司建立起联系，由此开始进行少量采购。

自 2017 年首次合作后，公司不断加强与该客户的业务合作。该公司在成立之初主要通过网上渠道进行销售，2019 年起，该公司开始建立线下销售渠道，发展线下销售队伍。随着客户业务规模持续增长，其自身采购需求不断增加，因此，报告期内，公司对其销售金额逐年增长。

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

3、上海皓彩数码科技有限公司

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

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

该客户主要向公司采购分散墨水、UV 墨水和水性墨水产品，面向华东等地的纺织印花等类型印制厂商进行销售。除向公司采购外，该客户还向华东地区的其他数码墨水生产商采购分散墨水产品，但与公司产品相比，其他生产商的墨水在色泽、浓度等方面均存在一定差异。

综上，公司向关联方前员工控制企业客户销售均基于合理的商业目的，具有合理性。

二、公司向关联方前员工控制企业客户销售产品的毛利率情况

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

1、分散墨水

报告期内，关联方前员工控制企业客户对应分散墨水的毛利率与分散墨水整

体毛利率的差异情况如下：

单位：万元

客户名称	2021 年 1-6 月			2020 年度		
	收入	毛利率	差异	收入	毛利率	差异
河北司能与天津智 祿通合计	97.31	29.46%	-6.70%	256.69	21.25%	-11.12%
珠海晟彩科技有限 公司	14.16	43.14%	6.98%	14.92	31.23%	-1.14%
上海皓彩数码科技 有限公司	278.73	33.59%	-2.57%	311.92	20.86%	-11.51%
整体毛利率	36.16%			32.37%		
客户名称	2019 年度			2018 年度		
	收入	毛利率	差异	收入	毛利率	差异
河北司能与天津智 祿通合计	425.70	17.26%	-5.83%	257.89	12.82%	-13.33%
珠海晟彩科技有限 公司	27.58	25.32%	2.23%	12.86	27.38%	1.23%
上海皓彩数码科技 有限公司	396.62	18.56%	-4.53%	349.95	26.96%	0.81%
整体毛利率	23.09%			26.15%		

注：差异=毛利率-整体毛利率

(1) 河北司能科技有限公司与天津智祿通科技发展有限公司

报告期内，公司对河北司能科技有限公司、天津智祿通科技发展有限公司两家公司销售分散墨水的毛利率比公司销售分散墨水的整体毛利率分别低 13.33 个百分点、5.83 个百分点、11.12 个百分点和 **6.70 个百分点**，主要原因系：报告期内，上述两家公司合计向公司采购的分散墨水金额较大，公司给予其适当的价格优惠，且河北司能科技有限公司购买的分散墨水主要用于旗帜打印市场，属于公司较低端、定价较低的产品，因此，公司对上述两家公司销售分散墨水的毛利率较公司销售分散墨水的整体毛利率偏低。

(2) 珠海晟彩科技有限公司

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

(3) 上海皓彩数码科技有限公司

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

率 4.53 个百分点。

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

2021 年 1-6 月，公司对上海皓彩数码科技有限公司销售分散墨水的毛利率与公司销售分散墨水的整体毛利率基本一致。

2、UV 墨水

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

单位：万元

客户名称	2021 年 1-6 月			2020 年度		
	收入	毛利率	差异	收入	毛利率	差异
河北司能与天津智 祿通合计	113.76	23.29%	-11.40%	334.74	32.93%	-3.95%
珠海晟彩科技有限 公司	374.02	32.31%	-2.38%	586.61	31.65%	-5.23%
上海皓彩数码科技 有限公司	41.78	35.83%	1.14%	74.40	39.30%	2.42%
整体毛利率	34.69%			36.88%		
客户名称	2019 年度			2018 年度		
	收入	毛利率	差异	收入	毛利率	差异
河北司能与天津智 祿通合计	707.88	29.47%	-3.11%	519.39	33.86%	-2.18%
珠海晟彩科技有限 公司	460.25	29.13%	-3.45%	230.46	41.22%	5.18%
上海皓彩数码科技 有限公司	138.92	29.35%	-3.23%	116.65	32.55%	-3.49%
整体毛利率	32.58%			36.04%		

注：差异=毛利率-整体毛利率

(1) 河北司能科技有限公司与天津智祿通科技发展有限公司

2018 年-2020 年，公司对河北司能科技有限公司、天津智祿通科技发展有限公司两家公司销售 UV 墨水的毛利率与公司销售 UV 墨水的整体毛利率基本一致。

2021 年 1-6 月，公司对河北司能科技有限公司、天津智祎通科技发展有限公司两家公司销售 UV 墨水的毛利率比公司销售 UV 墨水的整体毛利率低 11.40 个百分点，主要原因系：2021 年 1-6 月，上述公司采购的 UV 墨水中金额占比约 94%的为工业喷头用中性 UV 墨水，工业喷头用中性 UV 墨水的毛利率总体较低，且当期河北司能科技有限公司采购该类 UV 墨水的金额相对较高，因此公司给予其较大程度的优惠。

（2）珠海晟彩科技有限公司

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

2021 年 1-6 月，公司对珠海晟彩科技有限公司销售 UV 墨水的毛利率与公司销售 UV 墨水的整体毛利率基本一致。

（3）上海皓彩数码科技有限公司

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

3、水性墨水

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

单位：万元

客户名称	2021 年 1-6 月			2020 年度		
	收入	毛利率	差异	收入	毛利率	差异
河北司能与天津智祎通合计	39.84	44.96%	15.23%	76.07	38.43%	7.35%

珠海晟彩科技有限公司	46.56	18.83%	-10.90%	43.68	22.87%	-8.21%
上海皓彩数码科技有限公司	13.10	42.21%	12.48%	30.39	41.49%	10.41%
整体毛利率	29.73%			31.08%		
客户名称	2019 年度			2018 年度		
	收入	毛利率	差异	收入	毛利率	差异
河北司能与天津智祎通合计	104.78	23.33%	-3.38%	87.03	23.33%	-5.07%
珠海晟彩科技有限公司	26.33	23.76%	-2.95%	30.75	25.74%	-2.66%
上海皓彩数码科技有限公司	43.06	38.13%	11.42%	32.77	31.67%	3.27%
整体毛利率	26.71%			28.40%		

注：差异=毛利率-整体毛利率

(1) 河北司能科技有限公司与天津智祎通科技发展有限公司

2018 年，公司对河北司能科技有限公司、天津智祎通科技发展有限公司两家公司销售水性墨水的毛利率比公司销售水性墨水的整体毛利率低 5.07 个百分点，主要原因系：上述两家公司在 2018 年度为公司的第三大客户，采购金额较大，公司在定价方面给予其适当的优惠，因此，公司对上述两家公司销售水性墨水的毛利率较公司销售水性墨水的整体毛利率偏低。

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

2021 年 1-6 月，上述两家公司中仅河北司能科技有限公司向公司进行采购，公司对河北司能科技有限公司销售水性墨水的毛利率比公司销售水性墨水的整体毛利率高 15.23 个百分点，主要原因系：2021 年 1-6 月，该公司采购的水性墨水中金额占比约 98%的为户内写真广告墨水，该类水性墨水的毛利率较高，且当期河北司能科技有限公司整体的销售规模较小，导致公司对其销售的水性墨水的毛利率整体较高。

(2) 珠海晟彩科技有限公司

2020 年、2021 年 1-6 月，公司对珠海晟彩科技有限公司销售水性墨水的毛

利率较公司销售水性墨水的整体毛利率**分别**低 8.21 个百分点和 **10.90 个百分点**，主要原因系：①2020 年、**2021 年 1-6 月**珠海晟彩科技有限公司向公司采购的水性墨水中毛利率相对较低的办公打印墨水金额占比**分别**上升为 70.40%和 **63.02%**；②随着珠海晟彩科技有限公司对公司采购金额增多，公司在定价方面给予其适当的优惠，因而公司对其销售水性墨水的毛利率较公司销售水性墨水的整体毛利率偏低。

（3）上海皓彩数码科技有限公司

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

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

2021 年 1-6 月，由于上海皓彩数码科技有限公司采购金额较小，公司向其销售水性墨水的毛利率基本维持与前一年一致水平。

4、活性墨水

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

单位：万元

客户名称	2021 年 1-6 月			2020 年度		
	收入	毛利率	差异	收入	毛利率	差异
河北司能与天津智祎通合计	-	-	-	-	-	-
珠海晟彩科技有限公司	-	-	-	-	-	-
上海皓彩数码科技有限公司	-	-	-	0.06	51.66%	5.21%
整体毛利率	42.22%			46.45%		

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

注：差异=毛利率-整体毛利率

(1) 河北司能科技有限公司与天津智祿通科技发展有限公司

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

(2) 珠海晟彩科技有限公司

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

(3) 上海皓彩数码科技有限公司

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

综上，报告期内，关联方前员工控制企业客户对应产品的毛利率与该产品整体毛利率存在差异具有合理性，交易价格公允，不存在利益输送的情况。

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

一、中间商客户期末库存商品期后销售情况

报告期内，公司前五大中间商客户的期末库存商品情况如下：

单位：万元

期间	序号	客户名称	销售金额	产品类别	占中间商客户收入的比例	库存金额
2021 年 1-6 月	1	珠海晟彩科技有限公司	506.74	分散墨水、UV 墨水、水性墨水等	7.15%	36.00
	2	DEVINE GLASS GOODS WHOLESALE L. L.	335.07	活性墨水	4.72%	未提供
	3	PT. Sinar Asia Perkasa	281.70	分散墨水、水性墨水等	3.97%	15.16 万美 元

期间	序号	客户名称	销售金额	产品类别	占中间商客户收入的比例	库存金额
	4	东莞市优墨数字喷墨技术有限公司	274.75	分散墨水、UV 墨水、水性墨水等	3.87%	112.00
	5	河北司能科技有限公司	258.61	分散墨水、UV 墨水、水性墨水等	3.65%	108.40
	合计		1,656.87	-	23.36%	-
2020 年	1	河北司能科技有限公司	700.50	分散墨水、UV 墨水、水性墨水等	5.28%	60
	2	珠海晟彩科技有限公司	692.11	分散墨水、UV 墨水、水性墨水等	5.22%	48.00
	3	Swiss Performance Chemicals AG	562.08	分散墨水	4.24%	3-5 万美元
	4	杭州彩悦图邦科技有限公司	540.85	分散墨水、UV 墨水	4.08%	60.00
	5	广州市嘉迪汇兴科技发展有限公司	524.08	分散墨水、UV 墨水、水性墨水、活性墨水等	3.95%	0.77
	合计		3,019.61	-	22.77%	-
2019 年	1	河北司能科技有限公司	1,170.51	分散墨水、UV 墨水、水性墨水等	9.52%	55
	2	北京迈思特科技有限公司	812.86	UV 墨水	6.61%	未提供
	3	Swiss Performance Chemicals AG	729.81	分散墨水	5.94%	3-5 万美元
	4	PT. Sinar Asia Perkasa	612.64	分散墨水、水性墨水	4.98%	9.42 万美元
	5	珠海晟彩科技有限公司	530.29	分散墨水、UV 墨水、水性墨水、活性墨水等	4.31%	30.00
	合计		3,856.11	-	31.36%	-
2018 年	1	北京迈思特科技有限公司	584.15	分散墨水、UV 墨水、水性墨水	5.94%	未提供
	2	PT. Sinar Asia Perkasa	527.74	水性墨水	5.37%	28.00 万美元
	3	河北司能科技有限公司	469.09	分散墨水、UV 墨水、水性墨水等	4.77%	45
	4	深圳市凯特汇丰科技有限公司	419.10	分散墨水、UV 墨水、水性墨水等	4.26%	11.00

期间	序号	客户名称	销售金额	产品类别	占中间商客户收入的比例	库存金额
	5	天津智祎通科技发展有限公司	407.83	分散墨水、UV 墨水、水性墨水等	4.15%	45
	合计		2,407.91	-	24.49%	-

截至 2021 年 6 月 30 日，东莞市优墨数字喷墨技术有限公司的库存金额为 112 万元，其中 100 万左右系因运输原因导致发货推迟所致；截至 2021 年 6 月 30 日，河北司能科技有限公司的库存金额为 108.40 万元，主要系受 2021 年上半年河北疫情影响所致。

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

二、发行人不存在突击发货情形

报告期内，公司对中间商客户各年第四季度的销售及占比情况如下：

单位：万元

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

2018 年-2020 年，公司对中间商客户第四季度的销售收入占中间商销售收入总额的比例分别为 28.25%、26.80%和 30.51%。受 2020 年年初新冠疫情爆发及 2020 年下半年境内疫情的逐步好转的影响，公司 2020 年下半年销售较上半年有所增加，导致当年第四季度销售占比略高于前两年。

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

[中介机构核查过程]

保荐人和申报会计师履行了如下核查程序：

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

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

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

4、访谈发行人相关负责人，了解是否存在发行人突击发货情形或中间商囤货情形；访谈报告期内主要中间商客户，获取终端用户确认函，了解中间商客户的最终销售、库存情况及期末库存商品期后销售情况等情形。

[中介机构核查意见]

经核查，保荐人、申报会计师认为：

1、报告期内，发行人关联方前员工控制企业客户对应产品的毛利率与该产品整体毛利率存在差异具有合理性，交易价格公允，不存在利益输送的情况；

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

问题 8. 关于营业成本

申报文件及问询回复显示：

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

（2）分散蓝 359、分散红 60、分散棕 27 等原材料采购量波动较大。

请发行人：

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

（2）说明各类产品对应原材料的单耗情况及变动原因、相关单耗是否稳定。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

[回复]

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

一、不同供应商采购价格差异较大的原因及合理性

公司已经申请豁免披露不同供应商原材料采购价格。

二、某一供应商采购价格范围较大的原因及合理性

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

(2) 说明各类产品对应原材料的单耗情况及变动原因、相关单耗是否稳定

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

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

单位：吨

分散蓝 359			
年度	生产领用数量	色浆产量	平均单耗
2021 年 1-6 月	35.63	204.21	17.45%
2020 年	47.69	290.78	16.40%
2019 年	46.33	356.81	12.98%
2018 年	32.93	286.01	11.51%
分散红 60			
年度	生产领用数量	色浆产量	平均单耗
2021 年 1-6 月	37.73	198.65	18.99%
2020 年	58.96	324.41	18.17%
2019 年	62.41	408.61	15.27%
2018 年	45.69	331.41	13.79%
分散棕 27			
年度	生产领用数量	色浆产量	平均单耗

2021 年 1-6 月	16.08	116.73	13.78%
2020 年	26.90	236.18	11.39%
2019 年	20.76	261.74	7.93%
2018 年	20.24	287.85	7.03%

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

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

	名称	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		单耗	占比	单耗	占比	单耗	占比	单耗	占比
分散 蓝 359	分散蓝 359-色浆 1	10.24%	23.51%	10.28%	38.94%	10.33%	49.82%	10.27%	56.68%
	分散蓝 359-色浆 2	10.33%	3.62%	10.46%	4.60%	10.45%	17.54%	10.27%	28.73%
	分散蓝 359-色浆 3	15.44%	1.41%	15.36%	3.67%	15.39%	4.71%	15.53%	1.28%
	分散蓝 359-色浆 4	-	-	15.42%	1.70%	15.50%	5.78%	15.52%	3.65%
	分散蓝 359-色浆 5	-	-	21.01%	0.03%	20.96%	4.94%	20.89%	7.93%
	分散蓝 359-色浆 6	20.27%	67.35%	20.31%	50.90%	20.28%	16.38%	-	-
	分散蓝 359-色浆 7	10.27%	0.04%	7.86%	0.14%	-	-	7.86%	0.20%
	分散蓝 359-色浆 8	-	-	4.87%	0.02%	4.94%	0.02%	4.83%	0.01%
	分散蓝 359-色浆 9	-	-	-	-	2.23%	0.82%	2.25%	1.52%
	分散蓝 359-色浆 10	21.13%	0.14%	-	-	-	-	-	-
	分散蓝 359-色浆 11	20.47%	3.53%	-	-	-	-	-	-
	分散蓝 359-色浆 12	10.28%	0.39%	-	-	-	-	-	-
	合计	17.45%	100%	16.40%	100%	12.98%	100%	11.51%	100%
分散 红 60	名称	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		单耗	占比	单耗	占比	单耗	占比	单耗	占比
	分散红 60-色浆 1	11.03%	6.09%	11.03%	15.11%	11.05%	18.02%	10.88%	24.58%
	分散红 60-色浆 2	10.42%	5.33%	10.44%	5.13%	10.55%	13.53%	10.34%	16.74%
	分散红 60-色浆 3	15.42%	1.35%	15.40%	4.17%	15.43%	27.40%	15.45%	47.44%

	分散红 60-色浆 4	-	-	15.47%	1.39%	15.44%	8.29%	15.47%	7.11%
	分散红 60-色浆 5	15.25%	0.84%	15.25%	1.00%	15.24%	3.96%	15.29%	0.74%
	分散红 60-色浆 6	21.05%	0.46%	20.84%	0.37%	21.22%	1.33%	20.95%	2.07%
	分散红 60-色浆 7	20.20%	57.20%	20.26%	69.93%	20.24%	26.74%	-	-
	分散红 60-色浆 8	20.35%	4.07%	20.43%	2.33%	-	-	-	-
	分散红 60-色浆 9	20.13%	0.15%	20.20%	0.55%	-	-	-	-
	分散红 60-色浆 10	-	-	3.83%	0.02%	3.89%	0.02%	3.81%	0.01%
	分散红 60-色浆 11	-	-	-	-	2.98%	0.72%	3.01%	1.31%
	分散红 60-色浆 12	20.22%	24.51%	-	-	-	-	-	-
	合计	18.99%	100%	18.17%	100%	15.27%	100%	13.79%	100%
分散棕 27	名称	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		单耗	占比	单耗	占比	单耗	占比	单耗	占比
	分散棕 27-色浆 1	8.53%	44.12%	8.57%	51.43%	8.45%	38.17%	8.62%	15.33%
	分散棕 27-色浆 2	8.33%	9.43%	8.36%	15.60%	8.32%	11.78%	8.36%	1.36%
	分散棕 27-色浆 3	-	-	8.47%	6.97%	8.25%	24.02%	8.41%	21.52%
	分散棕 27-色浆 4	-	-	5.52%	0.61%	5.54%	2.99%	5.52%	7.47%
	分散棕 27-色浆 5	-	-	5.69%	0.13%	5.65%	11.03%	5.67%	19.82%
	分散棕 27-色浆 6	20.23%	21.34%	20.39%	17.10%	-	-	-	-
	分散棕 27-色浆 7	20.56%	7.41%	20.84%	6.20%	-	-	-	-
	分散棕 27-色浆 8	11.05%	2.28%	11.02%	1.97%	11.07%	0.95%	-	-
	分散棕 27-色浆 9	-	-	-	-	5.55%	5.51%	5.58%	28.07%
	分散棕 27-色浆 10	-	-	-	-	8.87%	4.18%	8.87%	4.03%
	分散棕 27-色浆 11	-	-	-	-	11.20%	1.37%	11.25%	2.39%
	分散棕 27-色浆 12	20.32%	15.43%	-	-	-	-	-	-
	合计	13.78%	100%	11.39%	100%	7.93%	100%	7.03%	100%

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

综上所述，各类产品对应原材料的单位耗用稳定。

[中介机构核查过程]

保荐人和申报会计师履行了如下核查程序：

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

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

[中介机构核查意见]

经核查，保荐人、申报会计师认为：

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

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

问题 9. 关于毛利率

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

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

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

[回复]

一、报告期内，公司整体毛利率变动分析

报告期内，公司主营业务及各产品毛利率变动情况如下：

单位：万元、元/KG

项目	2021 年 1-6 月				
	收入	占比	毛利率	单位售价	单位成本
分散墨水	8,114.79	40.30%	36.16%	37.56	23.98
UV 墨水	5,954.09	29.57%	34.69%	99.15	64.76
水性墨水	2,419.10	12.01%	29.73%	23.08	16.22
活性墨水	1,557.38	7.73%	42.22%	60.43	34.92
其他墨水	2,091.01	10.38%	39.61%	75.39	45.53
主营业务合计	20,136.36	100.00%	35.78%	46.35	29.77
项目	2020 年度				
	收入	占比	毛利率	单位售价	单位成本
分散墨水	14,954.58	44.86%	32.37%	39.53	26.74
UV 墨水	9,637.87	28.91%	36.88%	103.94	65.61
水性墨水	4,492.85	13.48%	31.08%	21.79	15.02
活性墨水	2,473.18	7.42%	46.45%	66.19	35.45
其他墨水	1,781.00	5.34%	33.00%	58.21	39.01
主营业务合计	33,339.48	100.00%	34.58%	44.74	29.27
项目	2019 年度				
	收入	占比	毛利率	单位售价	单位成本
分散墨水	15,436.16	43.73%	23.09%	40.12	30.86
UV 墨水	10,594.62	30.01%	32.58%	117.28	79.08
水性墨水	4,008.58	11.36%	26.71%	24.65	18.07
活性墨水	3,625.11	10.27%	44.37%	74.99	41.71
其他墨水	1,635.11	4.63%	25.58%	61.52	45.78
主营业务合计	35,299.58	100.00%	28.65%	49.54	35.35
项目	2018 年度				
	收入	占比	毛利率	单位售价	单位成本
分散墨水	11,279.84	39.22%	26.15%	36.87	27.23
UV 墨水	8,274.53	28.77%	36.04%	114.58	73.28
水性墨水	3,789.28	13.17%	28.40%	25.00	17.90
活性墨水	4,036.64	14.03%	42.50%	77.78	44.73
其他墨水	1,382.21	4.81%	22.87%	62.42	48.14
主营业务合计	28,762.50	100.00%	31.43%	47.64	32.67

报告期内，公司主营业务毛利率分别为 31.43%、28.65%、34.58%和 **35.78%**。

2019 年，公司主营业务毛利率同比下降 2.78 个百分点，主要系：①分散墨

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

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

2021 年 1-6 月，公司主营业务毛利率较 2020 年上升 1.20 个百分点，变动较小。

各类墨水毛利率变动具体如下：

1、分散墨水

报告期内，公司分散墨水毛利率变动情况如下：

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
单位售价（元/KG）	37.56	39.53	40.12	36.87
单位成本（元/KG）	23.98	26.74	30.86	27.23
毛利率	36.16%	32.37%	23.09%	26.15%
毛利率变动幅度	3.79%	9.28%	-3.07%	-
其中：单位售价变动影响①	-3.19%	-1.00%	6.78%	-
单位成本变动影响②	6.99%	10.28%	-9.85%	-

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

公司分散墨水产品按照高速、高频等打印性能，以及是否应用于工业级数码喷头划分，主要分为高速工业打印分散墨水和其他分散墨水两类。目前，公司开

发的高速工业打印分散墨水，突破了墨水产品在单一工业喷头应用的局限性，可广泛应用于多种工业喷头的大幅面打印机；同时产品的性能指标已达到或优于国外进口同类产品，市场认可度不断提升。

报告期内，分散墨水细分产品的毛利率为：

单位：万元、元/KG

分类	2021 年 1-6 月				
	收入	占比	毛利率	单位售价	单位成本
高速工业打印分散墨水	6,172.97	76.07%	34.68%	38.00	24.82
其他	1,941.82	23.93%	40.86%	36.21	21.41
合计	8,114.79	100.00%	36.16%	37.56	23.98
分类	2020 年度				
	收入	占比	毛利率	单位售价	单位成本
高速工业打印分散墨水	9,158.11	61.24%	30.15%	41.04	28.67
其他	5,796.47	38.76%	35.87%	37.36	23.96
合计	14,954.58	100.00%	32.37%	39.53	26.74
分类	2019 年度				
	收入	占比	毛利率	单位售价	单位成本
高速工业打印分散墨水	7,394.94	47.91%	19.86%	41.28	33.08
其他	8,041.21	52.09%	26.05%	39.12	28.93
合计	15,436.16	100.00%	23.09%	40.12	30.86
分类	2018 年度				
	收入	占比	毛利率	单位售价	单位成本
高速工业打印分散墨水	5,508.72	48.84%	26.30%	40.33	29.72
其他	5,771.12	51.16%	26.02%	34.09	25.22
合计	11,279.84	100.00%	26.15%	36.87	27.23

报告期内，公司分散墨水毛利率分别为 26.15%、23.09%、32.37%和 **36.16%**，整体波动较大，主要受单位售价和原材料采购单价波动的影响。高速工业打印分散墨水、其他分散墨水的毛利率变动趋势与分散墨水整体毛利率变动趋势基本保持一致。

2019 年，分散墨水毛利率相比 2018 年下降 3.07 个百分点，主要系 2019 年分散蓝 359、分散红 60、分散蓝 360、分散棕 27 等原材料采购价格进一步上涨，分别上涨 75.50%、26.79%、11.91%、13.75%，公司适当上调产品销售单价，但单价上调未完全覆盖原材料上涨的幅度，因此 2019 年分散墨水毛利率小幅下降。其中高速工业打印分散墨水毛利率相比 2018 年度下降 6.43 个百分点，主要系高

速工业打印分散墨水平均单价较高，而 2019 年公司针对高速工业打印分散墨水价格的上调幅度较小，单位售价从 40.33 元/KG 上升至 41.28 元/KG，导致其毛利率下降较多。

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

2021 年 1-6 月，分散墨水的毛利率相比 2020 年上涨 3.79 个百分点，主要系受当期上游原材料的采购价格下降所致。2021 年 1-6 月，分散红 60、分散蓝 360、分散黄 54、分散棕 27 的采购价格分别下降 5.90%、21.52%、8.15%、15.24%，导致各类分散墨水的单位成本有所下降。

(2) UV 墨水

报告期内，公司 UV 墨水毛利率变动情况如下：

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
单位售价（元/KG）	99.15	103.94	117.28	114.58
单位成本（元/KG）	64.76	65.61	79.08	73.28
毛利率	34.69%	36.88%	32.58%	36.04%
毛利率变动幅度	-2.19%	4.30%	-3.46%	-
其中：单位售价变动影响①	-3.01%	-7.18%	1.59%	-
单位成本变动影响②	0.82%	11.48%	-5.05%	-

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

报告期内，UV 墨水细分产品的毛利率为：

单位：万元、元/KG

分类	2021 年 1-6 月				
	收入	占比	毛利率	单位售价	单位成本
工业喷头用中性	3,695.38	62.06%	30.43%	95.42	66.38
工业喷头用硬性	1,289.18	21.65%	43.85%	118.77	66.69
工业喷头用柔性	486.44	8.17%	40.65%	117.81	69.93
其他	483.09	8.11%	36.81%	76.19	48.14

合计	5,954.09	100.00%	34.69%	99.15	64.76
分类	2020 年度				
	收入	占比	毛利率	单位售价	单位成本
工业喷头用中性	5,814.75	60.33%	32.69%	102.11	68.72
工业喷头用硬性	2,229.94	23.14%	46.09%	117.98	63.61
工业喷头用柔性	977.27	10.14%	38.51%	112.54	69.20
其他	615.91	6.39%	40.41%	75.21	44.82
合计	9,637.87	100.00%	36.88%	103.94	65.61
分类	2019 年度				
	收入	占比	毛利率	单位售价	单位成本
工业喷头用中性	5,147.32	48.58%	28.29%	120.22	86.21
工业喷头用硬性	2,997.49	28.29%	40.58%	127.37	75.68
工业喷头用柔性	1,537.63	14.51%	32.65%	118.78	80.00
其他	912.17	8.61%	30.31%	82.62	57.58
合计	10,594.62	100.00%	32.58%	117.28	79.08
分类	2018 年度				
	收入	占比	毛利率	单位售价	单位成本
工业喷头用中性	2,587.15	31.27%	29.98%	123.00	86.13
工业喷头用硬性	2,677.70	32.36%	44.50%	123.63	68.62
工业喷头用柔性	1,954.57	23.62%	33.84%	115.76	76.59
其他	1,055.10	12.75%	33.51%	83.47	55.50
合计	8,274.53	100.00%	36.04%	114.58	73.28

报告期内，公司 UV 墨水毛利率分别为 36.04%、32.58%、36.88%和 **34.69%**，毛利率波动主要受原材料采购单价、产品单位售价的波动，以及 UV 墨水细分产品结构变化的影响。

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

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

2020 年，公司 UV 墨水毛利率相比 2019 年上升 4.30 个百分点，与 2018 年

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

2021 年 1-6 月，公司 UV 墨水毛利率相比 2020 年下降 2.19 个百分点，水平较为接近，主要原因系受市场竞争影响，工业喷头用中性 UV 墨水的销售单价下降 6.55%，导致 UV 墨水的销售单价下降 4.61%，整体毛利率小幅下降。

（3）水性墨水

报告期内，公司水性墨水毛利率变动情况如下：

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
单位售价（元/KG）	23.08	21.79	24.65	25.00
单位成本（元/KG）	16.22	15.02	18.07	17.90
毛利率	29.73%	31.08%	26.71%	28.40%
毛利率变动幅度	-1.35%	4.37%	-1.70%	-
其中：单位售价变动影响①	4.17%	-8.00%	-1.01%	-
单位成本变动影响②	-5.52%	12.37%	-0.69%	-

公司水性墨水产品主要应用于桌面办公打印、广告图像数码喷印（户内为主）、包装及出版物数码印刷等领域。

报告期内，水性墨水按用途细分的产品毛利率为：

单位：万元、元/KG

分类	2021 年 1-6 月				
	收入	占比	毛利率	单位售价	单位成本
办公打印墨水	1,787.56	73.89%	27.10%	18.97	13.83
户内写真广告墨水	616.31	25.48%	36.83%	60.01	37.91
包装印刷墨水	15.23	0.63%	50.82%	50.38	24.78
合计	2,419.10	100.00%	29.73%	23.08	16.22
分类	2020 年度				
	收入	占比	毛利率	单位售价	单位成本
办公打印墨水	3,350.15	74.57%	29.14%	18.22	12.91
户内写真广告墨水	1,108.22	24.67%	36.37%	51.49	32.76
包装印刷墨水	34.48	0.77%	49.24%	44.19	22.43

合计	4,492.85	100.00%	31.08%	21.79	15.02
分类	2019 年度				
	收入	占比	毛利率	单位售价	单位成本
办公打印墨水	2,730.32	68.11%	25.43%	19.94	14.87
户内写真广告墨水	1,247.08	31.11%	29.12%	49.98	35.43
包装印刷墨水	31.18	0.78%	41.87%	42.59	24.76
合计	4,008.58	100.00%	26.71%	24.65	18.07
分类	2018 年度				
	收入	占比	毛利率	单位售价	单位成本
办公打印墨水	2,560.36	67.57%	27.59%	20.60	14.92
户内写真广告墨水	1,200.76	31.69%	30.07%	45.25	31.64
包装印刷墨水	28.16	0.74%	31.22%	36.69	25.24
合计	3,789.28	100.00%	28.40%	25.00	17.90

报告期内，公司水性墨水毛利率分别为 28.40%、26.71%、31.08%和 **29.73%**，毛利率波动主要受单位售价和上游原材料单价波动的影响。水性墨水主要用于办公打印、户内写真广告、包装印刷，属于公司的成熟产品，市场竞争激烈，毛利率略低于公司综合毛利率。

2019 年，公司水性墨水毛利率相比 2018 年下降 1.70 个百分点，主要系受市场竞争影响，办公打印墨水的单位售价从 20.60 元/KG 下降至 19.94 元/KG，小幅下降所致。

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

2021 年 1-6 月，公司水性墨水毛利率相比 2020 年下降 1.35 个百分点，差异较小。

(4) 活性墨水

报告期内，公司活性墨水毛利率变动情况如下：

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
单位售价（元/KG）	60.43	66.19	74.99	77.78
单位成本（元/KG）	34.92	35.45	41.71	44.73
毛利率	42.22%	46.45%	44.37%	42.50%
毛利率变动幅度	-4.23%	2.07%	1.88%	-
其中：单位售价变动影响①	-5.02%	-6.28%	-2.00%	-

单位成本变动影响②	0.80%	8.35%	3.88%	-
-----------	-------	-------	-------	---

报告期内，公司活性墨水毛利率分别为 42.50%、44.37%、46.45%和 **42.22%**，毛利率波动主要受单位售价和单位成本的影响。

报告期内，受市场竞争影响，公司逐年下调活性墨水的销售价格，导致单位售价逐年下降。**2018 年-2020 年**，公司活性墨水毛利率呈上升趋势，主要原因系：2019 年上游行业新增了喷墨活性染料的国内供应商，市场供应量增加，原材料的市场价格出现下降，公司单位成本随之下降，由于单位成本下降幅度高于单位售价的下降幅度，因此活性墨水的毛利率小幅上升。**2021 年 1-6 月**，公司活性墨水毛利率较 2020 年有所下降，主要原因系受市场竞争影响，公司下调活性墨水的销售价格，导致单位售价有所下降。

(5) 其他墨水

报告期内，公司其他墨水毛利率变动情况如下：

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度
	毛利率	毛利率变动	毛利率	毛利率变动	毛利率	毛利率变动	毛利率
其他墨水	39.61%	6.61%	33.00%	7.42%	25.58%	2.71%	22.87%

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

二、2020 年公司整体毛利率与同行业可比公司毛利率存在差异的原因及合理性

报告期内，公司主营业务毛利率与同行业可比公司比较情况如下：

企业名称	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
纳尔股份	35.66%	30.27%	24.80%	29.08%
道氏技术	26.22%	32.37%	32.10%	34.87%
杭华股份	24.07%	27.27%	25.48%	24.02%
科德教育	21.92%	21.77%	22.33%	21.12%
洋紫荆	未披露	24.10%	25.64%	19.08%
行业平均值①	26.97%	27.16%	26.07%	25.63%

行业平均值②	30.94%	31.32%	28.45%	31.98%
公司	35.78%	34.58%	28.65%	31.43%

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

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

3、行业平均值②为纳尔股份、道氏技术 2 家公司平均值。

以上可比公司中，主营产品中存在公司同类产品-数码墨水的为纳尔股份、道氏技术。2018 年、2019 年，公司主营业务毛利率与纳尔股份、道氏技术毛利率的平均值基本一致。**2020 年、2021 年 1-6 月，公司主营业务毛利率略高。报告期内，公司主营业务毛利率的变动趋势与纳尔股份基本一致。**

2020 年、**2021 年 1-6 月**，公司主营业务毛利率相比纳尔股份、道氏技术毛利率的平均值略高。

2020 年，公司主营业务毛利率与纳尔股份毛利率的增长水平基本一致，分别为增长 5.93 个百分点和 5.47 个百分点。**2021 年 1-6 月，公司主营业务毛利率与纳尔股份毛利率基本一致。**

2020 年、2021 年 1-6 月，道氏技术毛利率的增长水平较低，主要由于道氏技术在**定期报告**中将产品进行了重新分类，用陶瓷釉面材料、**陶瓷材料**代替了陶瓷墨水，该分类中除了原有的陶瓷墨水，还新增了全抛印刷釉、基础釉等传统釉面材料产品，拉低了该统计口径下的整体毛利率水平，导致 2020 年度、**2021 年 1-6 月**公司主营业务毛利率高于道氏技术，**且**高于纳尔股份、道氏技术的平均值。

总体来看，公司主营业务毛利率与**纳尔股份、道氏技术毛利率的平均值**差异较小，与同行业可比公司存在差异具有合理性。

[中介机构核查过程]

保荐人和申报会计师履行了如下核查程序：

1、获取发行人报告期内的销售明细表，统计分析报告期内发行人各类产品与整体毛利率的差异情况，访谈发行人相关负责人，了解差异产生的原因及合理性；

2、查阅同行业可比公司的数据，了解同行业可比公司的产品毛利率情况、

与发行人产品毛利率存在差异的原因及合理性。

[中介机构核查意见]

经核查，保荐人、申报会计师认为：

1、报告期内，发行人各年度主营业务毛利率的变动具有合理性；

2、2020 年、2021 年 1-6 月，发行人主营业务毛利率相比纳尔股份、道氏技术毛利率的平均值略高，主要由于当年度道氏技术在**定期报告**中将产品进行了重新分类，拉低了该统计口径下的整体毛利率水平所致，具有合理性。

问题 10. 关于产能利用率

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

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

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

[回复]

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

报告期内，公司本次募集资金投资项目对应各类产品的产能利用率情况如下：

项目	产品	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
水基型数码喷印功能材料建设项目	分散墨水	93.52%	73.60%	96.04%	86.09%
	活性墨水	74.66%	67.73%	77.95%	106.86%
	水性墨水	90.42%	87.25%	67.41%	61.83%
能量固化型数码喷印功能材料建设项目	UV 墨水	92.01%	72.05%	93.56%	111.59%

项目	产品	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
研发中心建设项目	-	-	-	-	-

总体来看，2018 年-2020 年，受产能大幅提升、国内外疫情等因素影响，公司分散墨水、UV 墨水的产能利用率呈下降趋势；活性墨水受主要客户自行开展数码墨水生产业务的影响，产能利用率逐年下降；水性墨水受疫情影响，需求量大幅增长，产能利用率逐年上升。2021 年 1-6 月，公司未新增该四类墨水关键生产设备，同时随着国内疫情的有效控制，市场需求逐渐恢复，该四类墨水的产能利用率均得到恢复或提升。具体分析如下：

1、分散墨水产能利用率情况

产品	项目	单位	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
分散墨水	产能	吨	2,400.00	5,160.00	4,080.00	3,600.00
	产量	吨	2,244.51	3,797.58	3,918.46	3,099.32
	销量	吨	2,160.64	3,782.93	3,847.03	3,059.17
	产能利用率	%	93.52	73.60	96.04	86.09
	产销率	%	96.26	99.61	98.18	98.70

2019 年，公司分散墨水产量同比大幅增长，产能利用率达 96.04%，已接近满负荷，因此 2020 年公司大幅提升分散墨水产能，产能从 4,080.00 吨上升至 5,160.00 吨，增幅 26.47%。2020 年，受国内外疫情影响，公司分散墨水的产量从 3,918.46 吨下降至 3,797.58 吨，小幅下降 3.08%，但因当年产能扩张较大，导致产能利用率下降至 73.60%。2021 年 1-6 月，公司未新增分散墨水关键生产设备，同时由于分散墨水“高浓度化”趋势明显，导致部分产品色浆占比提升、研磨时间增长，从而导致公司分散墨水产能小幅下降，随着国内疫情受控、市场好转，产能利用率恢复至 93.52%。

2、UV 墨水产能利用率情况

产品	项目	单位	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
UV 墨水	产能	吨	686.40	1,310.40	998.40	655.20
	产量	吨	631.53	944.10	934.07	731.16
	销量	吨	600.53	927.21	903.34	722.18
	产能利用率	%	92.01	72.05	93.56	111.59
	产销率	%	95.09	98.21	96.71	98.77

2018 年，受益于公司工业中性 UV 墨水等产品产量的快速增长，当年公司 UV 墨水产能利用率达 111.59%，已超负荷运转。基于此，公司于 2019 年大幅提

升 UV 墨水产能，致使当年产品产能利用率回落至 93.56%。为进一步扩大公司 UV 墨水的销售及产量规模，公司于 2020 年继续提升产能，产能从 998.40 吨上升至 1,310.40 吨，增幅 31.25%。但受国内外疫情因素影响，2020 年公司 UV 墨水产量从 934.07 吨增长至 944.10 吨，仅增长 2.64%，导致产能利用率下降至 72.05%。2021 年 1-6 月，随着国内疫情受控、市场好转，公司 UV 墨水产能利用率恢复至 92.01%。

3、水性墨水产能利用率情况

产品	项目	单位	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
水性墨水	产能	吨	1,209.00	2,418.00	2,418.00	2,418.00
	产量	吨	1,093.20	2,109.66	1,630.07	1,495.00
	销量	吨	1,047.95	2,061.86	1,626.10	1,515.92
	产能利用率	%	90.42	87.25	67.41	61.83
	产销率	%	95.86	97.73	99.76	101.40

2018 年、2019 年，公司水性墨水产能利用率较为稳定。2020 年，受疫情影响，桌面办公打印墨水需求大幅增长，促使公司水性墨水产量、产能利用率均大幅提升。2021 年 1-6 月，公司水性墨水产能利用率小幅提升至 90.42%。

4、活性墨水产能利用率情况

产品	项目	单位	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
活性墨水	产能	吨	327.60	655.20	655.20	546.00
	产量	吨	244.59	443.79	510.75	583.46
	销量	吨	257.70	373.63	483.44	518.99
	产能利用率	%	74.66	67.73	77.95	106.86
	产销率	%	105.36	84.19	94.65	88.95

2018 年，受益于数码印花市场的需求增长，公司活性墨水产量较高，产能利用率达 106.86%。基于此，公司于 2019 年新增活性墨水产能，但受主要客户（深圳弘美数码纺织技术有限公司）自行开展数码墨水生产业务因素影响，当年公司活性墨水产量下降，导致产能利用率一定程度的下降。2020 年，受上述主要客户流失、市场竞争以及疫情发展因素影响，公司活性墨水产能利用率下降至 67.73%。2021 年 1-6 月，公司活性墨水产能利用率提升至 74.66%。

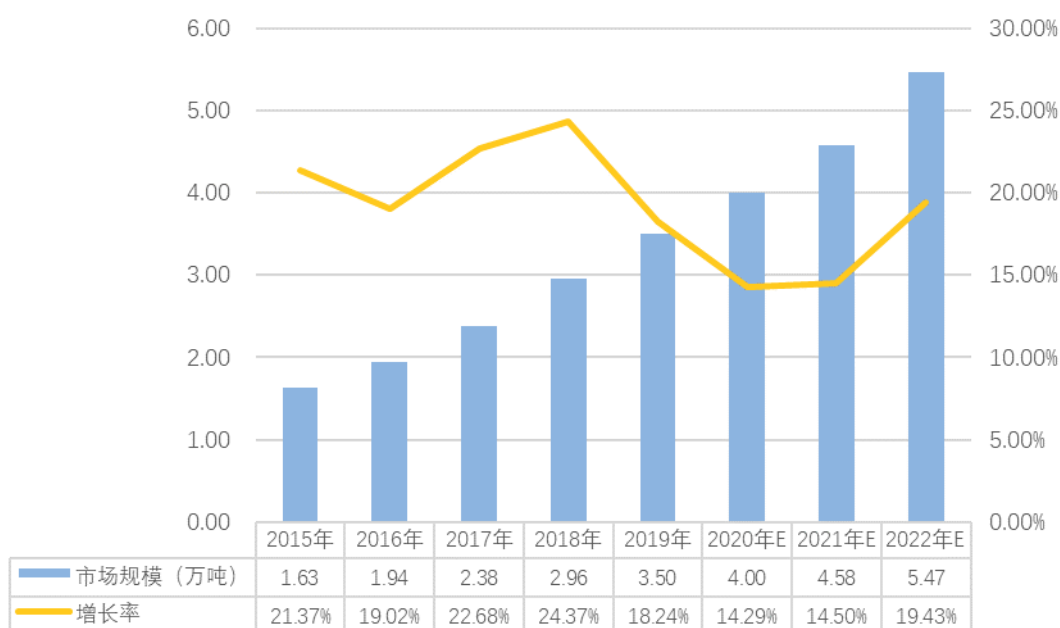
一、水基型数码喷印功能材料建设项目市场空间

水基型数码喷印墨水主要包括分散墨水、活性墨水、水性墨水，以及涂料墨

水、酸性墨水等以水溶液为主要溶剂的墨水品种，是墨水市场中的主要品种，具有墨色稳定、亮度高及着色力强等优点，拥有典型的环保性能。

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

2015 年-2022 年我国水基型数码喷印墨水市场规模及增速



数据来源：中国印刷及设备器材工业协会

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

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	销量	销量	增长率	销量	增长率	销量
公司分散墨水销量（吨）	2,160.64	3,782.93	-1.67%	3,847.03	25.75%	3,059.17
公司活性墨水销量（吨）	257.70	373.63	-22.71%	483.44	-6.85%	518.99
公司水性墨水销量（吨）	1,047.95	2,061.86	26.80%	1,626.10	7.27%	1,515.92
合计（吨）	3,466.29	6,218.42	4.40%	5,956.57	16.93%	5,094.08
全国水基型墨水市场规模（万吨）	-	4.00	14.29%	3.50	18.24%	2.96

注：2020 年全国水基型墨水市场规模为预测计算数据。

2018 年-2020 年，公司分散墨水销量呈现快速增长，后基本持平态势；公司

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

整体来看，2018 年-2020 年，公司主要水基型墨水合计销售量与全国水基型墨水市场规模变动趋势一致，但均低于市场增长速度，以同期及未来全国水基型墨水市场规模增速来看，公司水基型墨水的市场空间较大。

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

单位：万吨

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

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

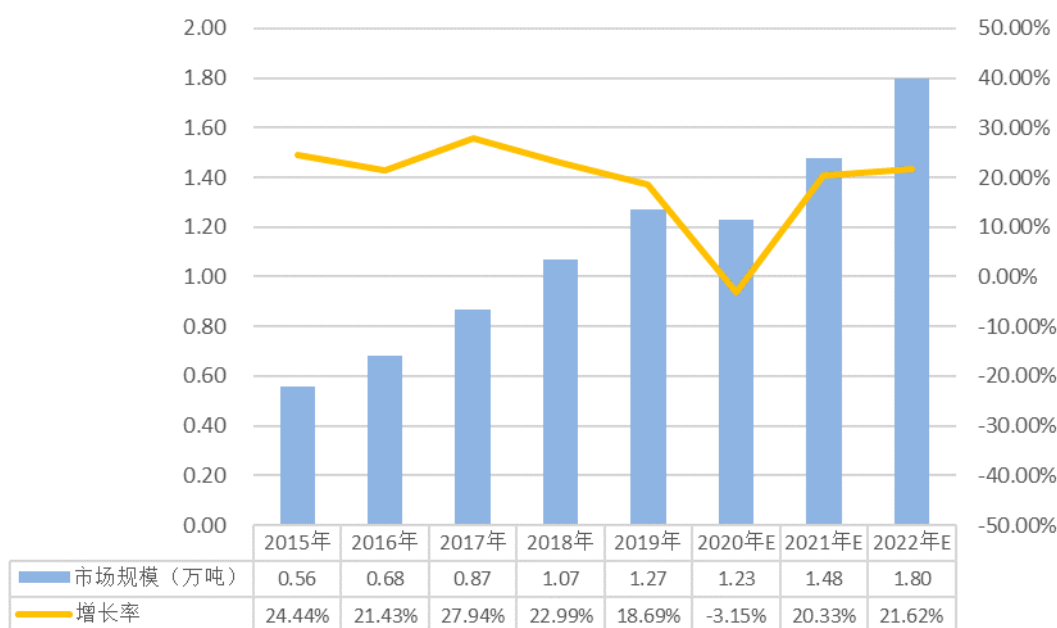
由上表测算可见，随着我国水基型墨水市场规模的持续增长，公司水基型数码喷印功能材料建设项目的产能完全释放后，仍存在较大市场空间，为项目产能消化提供了较好的基础。

二、能量固化型数码喷印功能材料建设项目市场空间

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

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

2015 年-2022 年我国 UV 数码喷印墨水市场规模及增速



数据来源：中国印刷及设备器材工业协会

报告期内，公司 UV 墨水与全国 UV 墨水市场规模变动比较情况如下：

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	销量	销量	增长率	销量	增长率	销量
公司 UV 墨水销量（吨）	600.53	927.21	2.64%	903.34	25.08%	722.18
全国 UV 墨水市场规模（万吨）	-	1.23	-3.15%	1.27	18.69%	1.07

注：2020 年全国 UV 墨水市场规模为预测计算数据。

2018 年-2020 年，公司 UV 墨水的销售量与全国 UV 墨水销量规模变动趋势基本一致，均呈现出 2019 年同比快速增长，但 2020 年同比基本持平的态势。公司 UV 墨水的销售量增速高于市场水平，但相比全国 UV 墨水销量仍存在较大差距，市场空间较大。

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

单位：万吨

项目	2023 年度	2024 年度
公司能量固化型数码喷印功能材料建设项目新增产能	0.15	0.30

项目	2023 年度	2024 年度
全国 UV 墨水市场规模预计	2.19	2.66

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

自 2017 年开始，国家和各地方不断出台多项环保监管政策法规，加强对传统溶剂型涂料、油墨等产品 VOCs 排放的管控。受此环保政策因素影响，作为主要替代品的环保型 UV 涂料、UV 墨水等产品市场快速增长。随着我国 UV 墨水市场规模的持续增长，公司能量固化型数码喷印功能材料建设项目的产能完全释放后，仍存在较大市场空间，为项目产能消化提供了较好的基础。

三、公司本次募集资金投资项目的必要性

水基型数码喷印墨水系公司成立至今的主要产品，能量固化型数码喷印墨水系公司最早于国内取得研发突破产品，经过多年的技术研发与生产经验沉淀，公司具备较为深厚的技术实力。截至 2021 年 6 月 30 日，公司已取得涉及水基型墨水发明专利 14 项、UV 墨水发明专利 6 项。公司作为主要起草单位，参与制定了《纺织品印染喷墨第 1 部分：活性染料墨水》（QB/T4973.1-2016）、《纺织品印染喷墨第 2 部分：分散染料墨水》（QB/T4973.2-2016）、《纺织品印染喷墨第 4 部分：颜料墨水》（QB/T4973.4-2016）、《紫外光固化喷墨打印墨水》（QB/T4580-2013），以及《水基喷绘墨水》（QB/T2730.2-2013）等多项水基型墨水、UV 墨水的行业标准。

同时，公司水基型墨水、UV 墨水已适配 Epson、Seiko、Ricoh、Kyocera、XAAR 等市场中全部主流品牌数码喷头，并已广泛应用于广告图像、包装及出版物、建筑装潢、电子电路、工艺装饰品等众多印制领域。公司水基型墨水、UV 墨水产品以高稳定性为核心，兼顾高速打印、流畅性好、耐候性强、精度高、色泽饱满、绿色环保、覆盖基材介质的应用范围广，以及适用数码喷头类型通用性高等多项性能优势，综合效果展现能力突出。

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

1、扩大生产规模，满足不断增长的市场需求

近年来，公司数码喷印墨水产品的销售收入不断提高。报告期内，公司分散墨水、UV 墨水、水性墨水和活性墨水产品的合计销售收入分别为 27,380.29 万

元、33,664.46 万元、31,558.49 万元和 **18,045.36 万元**，收入规模增长的原因，一方面是公司持续加强销售力度；另一方面是受益于下游工业印制领域数字化变革的驱动。

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

2、进一步提高市场占有率，巩固公司行业地位

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

为满足快速的销售规模增长，公司急需扩大生产规模，从而更好地巩固公司在行业中的优势地位；另一方面，以 UV 墨水产品为代表的新型数码喷印墨水产品的市场需求正逐步转向国内，是数码喷印墨水产品在我国未来发展的主要方向，公司必须抓住机遇，抢占市场先机，提高产品的市场占有率，从而进一步提升公司整体的市场竞争力和影响力。

3、提升高端制备经验，发挥规模效应，降低生产成本

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

综上，公司本次计划实施的募集资金投资项目均围绕公司主营业务开展。结合国家产业政策和行业发展特点，以现有技术为依托实施的投资计划，是对现有

主营业务的进一步拓展。生产建设项目投产后，有利于公司缓解现有产品产能不足的瓶颈，提高生产效率及交付能力，提升公司整体规模和综合竞争实力。研发中心建设项目虽不直接产生效益，但项目的实施将进一步完善公司的研发体系，有效增强公司的技术和研发优势，其效益将最终体现在公司生产技术水平提高、工艺流程改进、新产品快速投放所带来的生产成本的降低和盈利水平的提升，巩固和提升公司的行业地位。

四、公司本次募集资金投资项目新增产能消化措施

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

1、技术创新方面

在巩固和提升现有优势产品品质的基础上，以新产品、新技术的自主创新为主线，结合高等院校、研究机构、博士后工作站等多种高新技术研究平台，开展数码喷印技术产学研纵深项目研究，培育和吸引行业内一流技术专业人才，以数码喷印材料关键技术研究为核心，大力开发拥有自主知识产权的数码喷印前沿技术产品，为更多的传统印制工业提供技术转型升级方案，并逐步提高公司在高端数码喷印功能材料领域的技术水平。

2、管理优化方面

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

3、市场开拓方面

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

[中介机构核查过程]

保荐人和申报会计师履行了如下核查程序：

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

2、获取并查阅发行人募集资金投资项目可行性研究报告，查阅行业协会相关行业研究报告、产业政策文件，分析、测算发行人本次募集资金投资项目的市场空间；

3、查阅相关行业研究报告、行业杂志、行业协会意见等方法，了解发行人所属行业的市场环境、市场容量、市场细分、市场化程度、供求状况、竞争状况等，判断行业的发展前景及行业发展的有利和不利因素，了解行业内主要企业情况，分析发行人在行业中所处的竞争地位情况。

[中介机构核查意见]

经核查，保荐人、申报会计师认为：

发行人本次募集资金投资项目的市场发展空间较大，为本次募集资金投资项目建成后的产能释放提供了较好的基础；受发行人自身产能提升、国内外疫情发展、市场竞争以及部分客户流失因素影响，**2018 年-2020 年**，发行人主要产品的产能利用率有所下降，**但 2021 年 1-6 月均得到恢复或提升**，同时发行人于市场中具备较强的竞争实力，计划通过技术创新、管理优化、市场开拓等方面措施促进新增产能的消化；发行人本次募集资金投资项目在扩大市场规模、提高市场占有率、发挥规模效应以及降低生产成本等方面均具有必要性。

问题 11. 关于股东核查

请保荐人、发行人律师按照中国证监会《监管规则适用指引——发行类第 2 号》的要求进行全面深入核查，逐条认真落实核查工作，提交专项核查说明。

[回复]

保荐机构已经按照《监管规则适用指引——发行类第 2 号》的要求进行全面深入核查，逐条认真落实核查工作，并出具《东莞证券股份有限公司关于珠海天威新材料股份有限公司证监会系统离职人员入股的专项说明》。

律师已经按照已经按照《监管规则适用指引——发行类第2号》的要求进行全面深入核查，逐条认真落实核查工作，并出具《上海精诚申衡律师事务所关于珠海天威新材料股份有限公司证监会系统离职人员入股的专项说明》。

问题 12. 关于环保

请发行人说明：

（1）发行人的生产经营是否符合国家产业政策，是否纳入相应产业规划布局，生产经营和募投项目是否属于《产业结构调整指导目录（2019 年本）》中的限制类、淘汰类产业，是否属于落后产能，请按照业务或产品进行分类说明。

（2）发行人已建、在建项目和募投项目是否满足项目所在地能源消费双控要求，是否按规定取得固定资产投资项目节能审查意见，发行人的主要能源资源消耗情况以及是否符合当地节能主管部门的监管要求。

（3）发行人募投项目是否涉及新建自备燃煤电厂，如是，是否符合《关于加强和规范燃煤自备电厂监督管理的指导意见》中“京津冀、长三角、珠三角等区域禁止新建燃煤自备电厂，装机明显冗余、火电利用小时数偏低地区，除以热定电的热电联产项目外，原则上不再新（扩）建自备电厂项目”的要求。

（4）发行人现有工程是否符合环境影响评价文件要求，是否落实污染物总量削减替代要求；募投项目是否按照环境影响评价法要求，以及《建设项目环境影响评价分类管理名录》和《生态环境部审批环境影响评价文件的建设项目目录》规定，获得相应级别生态环境主管部门环境影响评价批复；发行人的已建、在建项目和募投项目是否需履行主管部门审批、核准、备案等程序及履行情况。

（5）发行人是否存在大气污染防治重点区域内的耗煤项目。依据《大气污染防治法》第九十条，国家大气污染防治重点区域内新建、改建、扩建用煤项目的，应当实行煤炭的等量或者减量替代；发行人是否履行应履行的煤炭等量或减量替代要求。

（6）发行人已建、在建项目或者募投项目是否位于各地城市人民政府根据《高污染燃料目录》划定的高污染燃料禁燃区内，如是，是否在禁燃区内燃用相应类别的高污染燃料，是否已完成整改，是否受到行政处罚，是否构成重大违法

行为。

(7) 发行人是否按规定取得排污许可证，是否存在未取得排污许可证或者超越排污许可证范围排放污染物等情况，是否违反《排污许可管理条例》第三十三条的规定，是否已完成整改，是否构成重大违法行为。

(8) 发行人生产的产品是否属于《“高污染、高环境风险”产品名录（2017年版）》中规定的高污染、高环境风险产品，如发行人生产的产品涉及名录中的高污染、高环境风险产品，请说明相关产品所产生的收入及占发行人主营业务收入的比例，是否为发行人生产的主要产品；如发行人生产名录中的相关产品，请明确未来压降计划。

(9) 生产经营中涉及环境污染的具体环节、主要污染物名称及排放量、主要处理设施及处理能力，治理设施的技术或工艺先进性、是否正常运行、达到的节能减排处理效果以及是否符合要求、处理效果监测记录是否妥善保存；报告期内环保投资和费用成本支出情况，环保投入、环保相关成本费用是否与处理公司生产经营所产生的污染相匹配；募投项目所采取的环保措施及相应的资金来源和金额；公司的日常排污监测是否达标和环保部门现场检查情况。

(10) 发行人最近 36 个月是否存在受到环保领域行政处罚的情况，是否构成重大违法行为，整改措施及整改后是否符合环保法律法规的规定。公司是否发生过环保事故或重大群体性的环保事件，是否存在公司环保情况的负面媒体报道。

保荐人、发行人律师应当勤勉尽责，对发行人上述情况进行全面系统的核查，说明核查范围、方式、依据，并发表明确核查意见。发行人应当及时向中介机构提供真实、准确、完整的资料，积极和全面配合中介机构开展尽职调查工作。上述所指发行人包括母公司及其合并报表范围内子公司。

[回复]

(1) 发行人的生产经营是否符合国家产业政策，是否纳入相应产业规划布局，生产经营和募投项目是否属于《产业结构调整指导目录（2019 年本）》中的限制类、淘汰类产业，是否属于落后产能，请按照业务或产品进行分类说明

一、公司的生产经营符合国家产业政策，已纳入相应产业规划布局

报告期内，公司的主营业务为数码喷印功能性材料的研发、生产和销售，主要产品为分散墨水、UV 墨水、水性墨水和活性墨水，不属于《产业结构调整指导目录（2019 年本）》中“限制类”“淘汰类”产业，亦未被纳入《市场准入负面清单（2020 年版）》禁止准入类或许可准入类事项名单。

公司所属产业为战略性新兴产业，根据国家统计局颁布的《战略性新兴产业分类（2018）》，公司业务属于“3 新材料产业”之“3.3 先进石化化工新材料”之“3.3.7 新型功能涂层材料制造”之“3.3.7.2 油墨制造”，所对应的重点产品和服务为“新型水基喷印油墨”、“新型溶剂基喷印油墨”和“其他新型油墨及类似产品”。

综上，公司生产经营符合国家产业政策，已纳入相应产业规划布局。

二、公司的生产经营和募投项目不属于《产业结构调整指导目录（2019 年本）》中的限制类、淘汰类产业，不属于落后产能

经核查，根据《产业结构调整指导目录（2019 年本）》，公司生产经营及募投项目均不属于限制类或淘汰类产业，具体情况如下：

公司名称	主营业务/募投项目	是否属于限制类、淘汰类产业
天威新材	数码喷印功能性材料的研发、生产和销售	否
天威科创	拟从事数码喷印材料的研发、生产及销售； 募集资金投资项目为水基型数码喷印功能材料建设项目、能量固化型数码喷印功能材料建设项目、研发中心建设项目	否
上海欣威	数码喷印材料的研发、生产及销售	否
香港天威新材	尚未开展实质经营活动，未来拟从事数码喷印材料的研发及销售	否

经查询工业和信息化部公布的工业行业淘汰落后产能企业名单，公司不存在被列入工业行业淘汰落后和过剩产能企业名单的情形。

(2) 发行人已建、在建项目和募投项目是否满足项目所在地能源消费双控要求, 是否按规定取得固定资产投资项目节能审查意见, 发行人的主要能源资源消耗情况以及是否符合当地节能主管部门的监管要求

一、公司已建、在建项目和募投项目满足项目所在地能源消费双控要求

1、能源消费双控要求的相关规定

根据国务院新闻办公室发布的《新时代的中国能源发展》白皮书, 能源消费总量和强度双控制度, 是按省、自治区、直辖市行政区域设定能源消费总量和强度控制目标, 对各级地方政府进行监督考核; 对重点用能单位分解能耗双控目标, 开展目标责任评价考核, 推动重点用能单位加强节能管理。

根据国家发展和改革委员会、科学技术部、中国人民银行、国务院国有资产监督管理委员会、国家质量监督检验检疫总局、国家统计局、中国证券监督管理委员会发布的《重点用能单位节能管理办法》(2018 修订), 重点用能单位是指: (1) 年综合能源消费量一万吨标准煤及以上的用能单位; (2) 国务院有关部门或者省、自治区、直辖市人民政府管理节能工作的部门指定的年综合能源消费量五千吨及以上不满一万吨标准煤的用能单位。

根据中华人民共和国工业和信息化部发布的《工业节能管理办法》, 重点用能工业企业包括: (1) 年综合能源消费总量一万吨标准煤(分别折合 8000 万千瓦时用电、6800 吨柴油或者 760 万立方米天然气)以上的工业企业; (2) 省、自治区、直辖市工业和信息化主管部门确定的年综合能源消费总量五千吨标准煤(分别折合 4000 万千瓦时用电、3400 吨柴油或者 380 万立方米天然气)以上不满一万吨标准煤的工业企业。

2、公司已建、在建项目和募投项目具体情况

(1) 已建项目

报告期内, 公司生产所需的主要能源为电力和水, 报告期内, 公司生产过程中耗能折算标准煤的数量分别为 1,481.20 吨、1,731.09 吨、1,296.97 吨、**658.23 吨**, 平均能耗分别为 0.051 吨标准煤/万元、0.049 吨标准煤/万元、0.039 吨标准煤/万元、**0.032 吨标准煤/万元**, 占我国同期单位 GDP 能耗的比例为 8.73%、8.54%、6.78%、**5.60%**, 远低于中国单位 GDP 能耗水平。

综上，公司已建成投产项目**报告期各期**综合能源消耗量均在五千吨以下，不属于《中华人民共和国节约能源法》规定的重点用能单位。

（2）在建和募投项目

截至本回复出具之日，公司不存在在建项目；公司募投项目处于前期设计阶段，根据募投项目可行性研究报告，募投项目投产后年综合能源消费量预计2,050.68吨标准煤。因此，公司募投项目投产后，公司年综合能源消费量仍不超过五千吨标准煤。

综上，公司已建项目年综合能源消费量未超过五千吨标准煤；募投项目投产后，年综合能源消费量仍不超过五千吨标准煤。因此，公司已建项目和募投项目能够满足项目所在地能源消费双控要求。

二、公司无需取得固定资产投资项目节能审查意见

公司固定资产投资项目节能审查相关情况如下：

序号	建设主体	项目	项目类型	是否取得节能审查意见
1	天然宝杰	珠海保税区天然宝杰数码科技材料有限公司建设项目	已建成	无需取得
2	天然宝杰	珠海保税区天然宝杰数码科技材料有限公司工业废水治理措施新建项目	已建成	无需取得
3	天威新材	2017年珠海天威新材料股份有限公司改扩建项目	已建成	无需取得
4	天威新材	2020年珠海天威新材料股份有限公司改扩建项目	已建成	无需取得
5	天威新材	6号临时仓库项目	已建成	无需取得
6	上海欣威	欣威数码喷绘（上海）有限公司扩建项目	已建成	无需取得
7	上海欣威	欣威数码喷绘（上海）有限公司建设项目	已建成	无需取得
8	天威新材	5号厂房建设项目	前期规划阶段	尚未开工建设，需在开工建设前取得
9	天威科创	募集资金投资项目	前期设计阶段	尚未开工建设，需在开工建设前取得

经核查，就上述无需取得/暂未取得节能审查意见的项目，相关情况具体如下：

1、上表序号1和7的项目无需取得固定资产投资项目节能审查意见，系因当时有效的《节约能源法》（中华人民共和国主席令第90号，1998年1月1日

实施)尚未将固定资产投资项目节能评估和审查制度纳入固定资产投资项目建设之必备程序,因此序号 1 和 7 的项目无需取得固定资产投资项目节能审查意见;

2、上表序号 2 项目不属于当时有效的《广东省固定资产投资项目节能评估和审查暂行办法》(粤府办〔2008〕29 号)要求进行节能审查程序的项目,无需进行节能审查;

3、上表序号 3 项目的年综合能源消费量约为 293 吨标准煤,且年电力消费量约为 238 万千瓦时;序号 4 项目的年综合能源消费量约为 190 吨标准煤,且年电力消费量约为 154 万千瓦时;序号 5 项目的年综合能源消费量约为 0.16 吨标准煤,且年电力消费量约为 0.13 万千瓦时;序号 6 项目的年综合能源消费量约为 2 吨标准煤,且年电力消费量约为 2 万千瓦时。因此,上表序号 3、4、5、6 项目均属于年综合能源消费量不满 1,000 吨标准煤,且年电力消费量不满 500 万千瓦时的情形,根据《固定资产投资项目节能审查办法》(中华人民共和国国家发展和改革委员会令第 44 号)规定,年综合能源消费量不满 1,000 吨标准煤,且年电力消费量不满 500 万千瓦时的固定资产投资项目,以及用能工艺简单、节能潜力小的行业(具体行业目录由国家发展改革委制定并公布)的固定资产投资项目应按照相关节能标准、规范建设,不再单独进行节能审查;

4、上表序号 8 和 9 的项目尚未开工建设。根据《固定资产投资项目节能审查办法》规定,企业投资项目,建设单位需在开工建设前取得节能审查机关出具的节能审查意见。公司将依照前述规定在开工建设前取得节能审查意见。

三、公司的主要能源资源消耗符合当地节能主管部门的监管要求

报告期内,公司生产所需的主要能源为电力和水,公司主要能源资源消耗情况如下表:

项目		2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
电	公司用量(万千瓦时)	529.46	1,043.71	1,395.13	1,192.03
	折标准煤(吨)	650.71	1,282.72	1,714.62	1,465.01
水	公司用量(万吨)	2.93	5.54	6.41	6.30
	折标准煤(吨)	7.52	14.25	16.47	16.20
折标准煤总额(吨)		658.23	1,296.97	1,731.09	1,481.20
营业收入(万元)		20,588.53	33,541.47	35,466.76	28,933.48
平均能耗(吨标准煤/万元)		0.032	0.039	0.049	0.051
我国单位GDP能耗(吨标准煤/万元)		0.571	0.571	0.571	0.587

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
平均能耗/我国单位GDP能耗	5.60%	6.78%	8.54%	8.73%

注 1：根据《综合能耗计算通则》（GB/T 2589-2020），公司消耗的能源折算标准煤的系数为：1 万千瓦时电=1.229 吨标准煤、1 万吨水=2.571 吨标准煤。

注 2：我国单位 GDP 能耗来源于 Wind 数据，最终来源为国家统计局，2021 年 1-6 月我国单位能耗数据尚未公布，采用 2020 年度单位 GDP 能耗。

根据本题回复之“（2）”之“一、公司已建、在建项目和募投项目满足项目所在地能源消费双控要求”相关内容，公司已建项目和募投项目满足项目所在地能源消费双控要求，公司的主要能源资源消耗情况符合当地节能主管部门的监管要求。

（3）发行人募投项目是否涉及新建自备燃煤电厂，如是，是否符合《关于加强和规范燃煤自备电厂监督管理的指导意见》中“京津冀、长三角、珠三角等区域禁止新建燃煤自备电厂，装机明显冗余、火电利用小时数偏低地区，除以热定电的热电联产项目外，原则上不再新（扩）建自备电厂项目”的要求

公司募投项目尚处于前期设计阶段，募投项目建成投产后使用的能源主要为电力和水，公司募投项目不存在使用自备燃煤电厂供应电力的情况，公司募投项目建设内容中亦未包括“自备燃煤电厂”项目。

（4）发行人现有工程是否符合环境影响评价文件要求，是否落实污染物总量削减替代要求；募投项目是否按照环境影响评价法要求，以及《建设项目环境影响评价分类管理名录》和《生态环境部审批环境影响评价文件的建设项目目录》规定，获得相应级别生态环境主管部门环境影响评价批复；发行人的已建、在建项目和募投项目是否需履行主管部门审批、核准、备案等程序及履行情况

一、公司现有工程符合环境影响评价文件要求，已落实污染物总量削减替代要求

根据原环境保护部于 2014 年 12 月 30 日印发的《建设项目主要污染物排放总量指标审核及管理暂行办法》规定，“建设项目环评文件应包含主要污染物总量控制内容，明确主要生产工艺、生产设施规模、资源能源消耗情况、污染治理设施建设和运行监管要求等，提出总量指标及替代削减方案，列出详细测算依据等，并附项目所在地环境保护主管部门出具的有关总量指标、替代削减方案的初审意见”，“建设项目主要污染物实际排放量超过许可排放量的，或替代削减方案未落实的，不予竣工环境保护验收，并依法处罚。”

公司现有工程包括珠海保税区天然宝杰数码科技材料有限公司建设项目、珠海保税区天然宝杰数码科技材料有限公司工业废水治理措施新建项目、2017 年珠海天威新材料股份有限公司改扩建项目、2020 年珠海天威新材料股份有限公司改扩建项目、6 号临时仓库项目、欣威数码喷绘（上海）有限公司建设项目、欣威数码喷绘（上海）有限公司扩建项目，建设项目环境影响报告书或环境影响报告表中明确了污染物排放削减量，除仅需办理建设项目环境影响登记表的 6 号临时仓库项目依据《珠海市香洲区环境保护局关于环境影响登记表及现状环评审查建设项目竣工环境保护验收问题的通告》规定无需开展竣工环境保护验收外，其他建设项目已取得环境影响批复文件并办理环境保护竣工验收手续。

此外，公司现有工程配备了有效的废水、废气、噪声处理设施，委托专业公司回收处理一般工业固体废物，委托有资质单位处理危险废物，经过该等处理措施后，报告期内污染物排放数据均达到国家相应标准。报告期内，公司不存在环保安全事故或被环保机关给予行政处罚的情形。

综上，公司现有工程符合环境影响批复文件要求，已落实污染物总量削减替代要求。

二、公司募投项目已按照环境影响评价法要求，以及《建设项目环境影响评价分类管理名录》和《生态环境部审批环境影响评价文件的建设项目目录》规定，获得相应级别生态环境主管部门环境影响评价批复

根据《中华人民共和国环境影响评价法》《建设项目环境影响评价分类管理名录》和《生态环境部审批环境影响评价文件的建设项目目录》，公司募投项目不属于生态环境部审批的建设项目，公司募投项目已按照建设项目对环境的影响程度编制了环境影响评价报告表，珠海市生态环境局于 2020 年 6 月 10 日出具了《关于珠海天威科创新材料有限公司新建项目环境影响报告表的批复》（珠环建表[2020]212 号），同意募投项目建设。

综上，公司募投项目按照《中华人民共和国环境影响评价法》要求，以及《建设项目环境影响评价分类管理名录》和《生态环境部审批环境影响评价文件的建设项目目录》规定，获得了相应级别生态环境主管部门环境影响评价批复。

三、公司的已建、在建项目和募投项目已履行主管部门审批、核准、备案等程序及履行情况

公司已建、在建项目和募投项目已履行审批、核准、备案、环评等程序。公司已建项目履行环评手续情况如下：

主体	项目名称	项目状态	环保批复文件	环保验收情况
天然宝杰	珠海保税区天然宝杰数码科技材料有限公司建设项目	已建成	珠香环建表[2005]212号	已验收
天然宝杰	珠海保税区天然宝杰数码科技材料有限公司工业废水治理措施新建项目	已建成	珠保环建[2013]12号	已验收
天威新材	2017年珠海天威新材料股份有限公司改扩建项目	已建成	珠保环建[2017]21号	已验收
天威新材	2020年珠海天威新材料股份有限公司改扩建项目	已建成	珠环建表[2020]171号	已验收
天威新材	6号临时仓库项目	已建成	0194404000500000019 (建设项目环境影响登记表)	根据《珠海市香洲区环境保护局关于环境影响登记表及现状环评审查建设项目竣工环境保护验收问题的通告》规定，本项目无需开展竣工环境保护验收
上海欣威	欣威数码喷绘（上海）有限公司建设项目	已建成	已经取得上海市外高桥保税区管委会评审批意见	已验收
上海欣威	欣威数码喷绘（上海）有限公司扩建项目	已建成	中（沪）自贸管环保环评[2018]31号	已验收

公司在建项目和募投项目备案及环评手续情况如下：

主体	项目名称	项目状态	备案文件	环保批复文件
天威新材	5号厂房建设项目	前期规划阶段	珠海保税区管理委员会统筹发展局备案，项目代码：2019-440402-26-03-083659	尚未确定开工及生产计划，暂不需要办理环评手续，今后依法办理环评手续不存在实质障碍
天威科创	募集资金投资项目	前期设计阶段	珠海市金湾区发展和改革局备案，项目代码：2020-440404-26-03-037439	珠环建表[2020]212号

(5) 发行人是否存在大气污染防治重点区域内的耗煤项目。依据《大气污染防治法》第九十条，国家大气污染防治重点区域内新建、改建、扩建用煤项目的，应当实行煤炭的等量或者减量替代；发行人是否履行应履行的煤炭等量或减量替代要求

根据《重点区域大气污染防治“十二五”规划》（2012年10月），京津冀、长三角、珠三角地区，以及辽宁中部、山东、武汉及其周边、长株潭、成渝、海峡西岸、山西中北部、陕西关中、甘宁、新疆乌鲁木齐城市群等13个区域被规划为大气污染防治重点区域。其中，长三角地区重点控制区为上海、南京、无锡、常州、苏州、南通、扬州、镇江、泰州、杭州、宁波、嘉兴、湖州、绍兴。据此，公司的子公司上海欣威所在地区属于大气污染防治重点区域。

公司主要能耗为电力和水，未以煤炭作为原料或燃料，未使用锅炉等耗煤设备，公司不存在新建、改建、扩建用煤项目，不适用《大气污染防治法》第九十条“国家大气污染防治重点区域内新建、改建、扩建用煤项目的，应当实行煤炭的等量或者减量替代。”的规定。

综上，公司不存在在大气污染防治区域内的耗煤项目。

(6) 发行人已建、在建项目或者募投项目是否位于各地城市人民政府根据《高污染燃料目录》划定的高污染燃料禁燃区内，如是，是否在禁燃区内燃用相应类别的高污染燃料，是否已完成整改，是否受到行政处罚，是否构成重大违法行为

公司已建、在建项目或者募投项目位于《珠海市人民政府关于印发珠海市高污染燃料禁燃区划定的通知》（珠府〔2018〕1号）划定的高污染燃料禁燃区内；公司的子公司上海欣威已建项目位于上海市，根据上海市人民政府办公厅关于印发《上海市清洁空气行动计划（2018-2022年）》的通知规定，上海市严格禁止煤炭、重油、渣油、石油焦等高污染燃料的使用（除电站锅炉和钢铁冶炼窑炉以外）；禁止社会码头销售和转运煤炭、石油焦等高污染燃料。

公司的主要能耗为电力和水，未以煤炭作为原料或燃料，不存在燃用《高污染燃料目录》所列高污染燃料的情况，公司的已建、在建项目或者募投项目在禁燃区内未燃用高污染燃料。

(7) 发行人是否按规定取得排污许可证，是否存在未取得排污许可证或者超越排污许可证范围排放污染物等情况，是否违反《排污许可管理条例》第三十三条的规定，是否已完成整改，是否构成重大违法行为

一、公司具有排污许可证

天威新材持有珠海市生态环境局颁发的《排污许可证》（编号：914404007684484438001Q），有效期限：2020年6月24日至2023年6月23日。

上海欣威持有中国（上海）自由贸易试验区管理委员会颁发的《排污许可证》（编号：91310115738525559X001X），有效期限：2020年8月1日至2023年7月31日。

截至目前，天威科创建设项目处于前期设计阶段，香港天威新材尚未开展实质经营活动，均无需取得排污许可证。

二、公司不存在未取得排污许可证或者超越排污许可证范围排放污染物等情况，不存在违反《排污许可管理条例》第三十三条的规定

根据《排污许可管理条例》第三十三条规定，违反该条例规定，排污单位有下列行为之一的，由生态环境主管部门责令改正或者限制生产、停产整治，处20万元以上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：（一）未取得排污许可证排放污染物；（二）排污许可证有效期届满未申请延续或者延续申请未经批准排放污染物；（三）被依法撤销、注销、吊销排污许可证后排放污染物；（四）依法应当重新申请取得排污许可证，未重新申请取得排污许可证排放污染物。

报告期内，公司在遵循《中华人民共和国环境保护法》《中华人民共和国水污染防治法》《中华人民共和国大气污染防治法》《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》《中华人民共和国环境噪声污染防治法》《排污许可管理条例》等法律法规的基础上，主要依据环评批复中对环保措施的要求，严格执行污染物排放及处理规定。

报告期内，公司根据实际情况置备了必要的环保设施，环保设施运行状况良好，处理能力满足排放量的要求，污染物排放符合国家法律法规和国家标准。

报告期内，根据相关法律、法规和规范性文件等要求，公司及其子公司分别

委托深圳市粤环科检测技术有限公司、广东中检源检测有限公司、广东天鉴检测技术服务股份有限公司、同创伟业（广东）检测技术股份有限公司和上海市建材行业环境保护监测站、上海爱迪信环境技术有限公司、上海知著检测技术有限公司等检测机构对排污情况进行检测并出具检测报告，具体检测项目包括：废水、废气及噪声。根据检测报告，报告期内公司及其子公司污染物排放数据均达到国家相应标准。

综上，公司不存在未取得排污许可证或者超越排污许可证范围排放污染物等情况，亦不存在违反《排污许可管理条例》第三十三条规定的情况。

（8）发行人生产的产品是否属于《“高污染、高环境风险”产品名录（2017年版）》中规定的高污染、高环境风险产品，如发行人生产的产品涉及名录中的高污染、高环境风险产品，请说明相关产品所产生的收入及占发行人主营业务收入的比例，是否为发行人生产的主要产品；如发行人生产名录中的相关产品，请明确未来压降计划

根据《“高污染、高环境风险”产品名录（2017 年版）》（以下简称“产品名录”）第 531 项规定，油墨（水性液体油墨、胶印油墨、能量固化油墨除外）属于高环境风险产品，不属于高污染产品。

公司的数码喷印墨水产品按照所使用的墨基种类可以划分为新型水基墨水、能量固化墨水、新型溶剂基墨水以及其他墨基墨水。根据产品名录规定，新型水基墨水和能量固化墨水不属于高污染、高环境风险产品；新型溶剂基墨水以及其他墨基墨水属于高环境风险产品，具体情况如下：

分类	公司数码喷印产品	是否为公司主要产品	是否属于高环境风险产品
新型水基油墨	分散墨水（热转印/热升华墨水）	是	否
	活性墨水	是	否
	涂料墨水	否	否
	酸性墨水	否	否
	水性墨水	是	否
能量固化墨水	UV墨水（紫外光固化墨水）	是	否
新型溶剂基油墨	弱溶剂墨水（轻溶剂墨水）	否	是
其他墨基墨水	油性墨水	否	是
	高温烧结玻璃墨水	否	是

由上表可见，公司主要产品均不属于高污染、高环境风险产品。

报告期内，新型溶剂基墨水以及其他墨基墨水的产量分别为 171.95 吨、234.60 吨、263.28 吨、**141.03 吨**，产生的收入分别为 887.80 万元、1,124.58 万元、1,273.59 万元、**726.52 万元**，分别占公司营业收入的 3.07%、3.17%、3.80%、**3.53%**，占比较低。

鉴于公司目前生产的新型溶剂基墨水以及其他墨基墨水属于产品名录中规定的高环境风险产品，公司未来将逐步压降高环境风险产品产量，自 2021 年起实现每年降低产量 30 吨，该项工作由公司总经理负责，具体工作由生产总监执行。

(9) 生产经营中涉及环境污染的具体环节、主要污染物名称及排放量、主要处理设施及处理能力，治理设施的技术或工艺先进性、是否正常运行、达到的节能减排处理效果以及是否符合要求、处理效果监测记录是否妥善保存；报告期内环保投资和费用成本支出情况，环保投入、环保相关成本费用是否与处理公司生产经营所产生的污染相匹配；募投项目所采取的环保措施及相应的资金来源和金额；公司的日常排污监测是否达标和环保部门现场检查情况

一、生产经营中涉及环境污染的具体环节、主要污染物名称及排放量、主要处理设施及处理能力，治理设施的技术或工艺先进性、是否正常运行、达到的节能减排处理效果以及是否符合要求

公司生产经营中涉及环境污染的具体环节、主要污染物名称及排放量、主要处理设施及处理能力，治理设施的技术或工艺先进性、运行情况、达到的节能减排处理效果以及是否符合要求情况，具体如下：

环境污染种类	具体环节	主要污染物名称	排放量	主要处理设施	处理能力	治理设施的技术或工艺先进性	是否正常运行	达到的节能减排处理效果以及是否符合要求
废水	RO 处理系统清洗、生产设备清洗、车间地面清洗、投料粉尘废气收集后经水帘处理后在	生产废水（纯水设备清洗废水、生产设备清洗废水、地面清洗废水、水帘喷淋废水）	48.81 吨/天	自建污水处理站处理	污水处理站处理能力 56 吨/天	污水处理设施采用“中和+Fantou 反应+电解+中和+混凝沉淀+厌氧+接触氧化”组合工艺处理，污水在水解酸化阶段停留时间较短且不	是	达标排放，符合要求

环境污 染种类	具体环节	主要污染物 名称	排放量	主要处 理设施	处理能力	治理设施的技术 或工艺先进性	是否 正常 运行	达到的节 能减排处 理效果以 及是否符 合要求
	车间内无组 织排放					完全厌氧,未到产 沼气阶段,水解过 程几乎没有硫化 氢、氨等臭气产 生,在好氧池中利 用曝气供氧将水 中的有机污染物 氧化分解,转化为 二 氧化碳和水;污水 处理设施配置有 专职污水操作人 员,负责管理污水 设施的日常运营 和清洁卫生		
	生活污水	生 活 污 水 (洗 手 间 废 水、其他生 活污水)	10.8 吨 /天	洗 手 间 废 水 经 三 级 化 粪 池 预 处 理 后, 再 与 其 他 生 活 污 水 汇 合 经 市 政 污 水 管 网 排 入 净 化 厂 处 理	可 实 现 公 司 的 生 活 污 水 达 标 处 置	洗 手 间 废 水 经 三 级 化 粪 池 预 处 理 后,再 与 其 他 生 活 污 水 汇 合 经 市 政 污 水 管 网 排 入 净 化 厂 处 理	是	达 标 排 放, 符 合 相 关 要 求
废气	分散、研磨、 离心、过滤、 灌装工序	VOCs	0.7573 吨/年	等 离 子 有 机 废 气 净 化 器 和 二 级 活 性 炭 吸 附	通 过 处 理 引 至 楼 顶 高 空 达 标 排 放, 对 有 机 废 气 的 处 理 效 率 可 达 到 90%, 减 少 有 机 废 气 无 组 织 排 放	等 离 子 有 机 废 气 净 化 器 和 二 级 活 性 炭 吸 附 工 艺 对 有 机 废 气 的 处 理 效 率 可 达 到 90%	是	达 标 排 放, 符 合 相 关 要 求
	配料、投料 工序	颗粒物	0.111 吨/年	水 帘 柜、 移 动 式 布 袋 除 尘 器	达 到 无 组 织 排 放 监 控 浓 度 限 值 标 准 后 排 放	水 帘 和 布 袋 除 尘 器 对 粉 尘 废 气 的 处 理 效 率 可 达 到 90%	是	达 标 排 放, 符 合 相 关 要 求
噪声	生产设备和 辅助设备的 运行	生产设备和 辅助设备运 行时产生的	昼间不 超 过 65 分	选 用 低 噪 型 的 设 备,并	可 实 现 公 司 的 噪 声 在 标 准 范 围 以 内	选 择 低 噪 声 设 备, 合 理 厂 内 布 局,并 对 高 噪 声 设 备 采	是	处 理 后 的 噪 声 达 标, 符 合

环境污染种类	具体环节	主要污染物名称	排放量	主要处理设施	处理能力	治理设施的技术或工艺先进性	是否正常运行	达到的节能减排处理效果以及是否符合要求
		噪音	贝；夜间不超过55分贝	合理布局噪声源,对噪声源采取有效的隔声及减振措施		取隔声、减振等处理后噪声在标准范围以内		相关要求
固体废物	拆除包装、投料	一般工业固体废物（废包装材料、粉尘等）	16.33吨/年	交专业公司回收处理	可实现公司的固体废物达标处置	专业机构及市政部门具备专业的设备、人员及经验,能够有效处置固体废物	是	有效处置,符合相关要求
	废气处理、废水处理、过滤	危险废物（废滤芯、滤渣、废活性炭、污泥等）	41吨/年	委托有资质单位处理			是	
	职工生活	生活垃圾	49.5吨/年	交由环卫部门处理			是	

二、处理效果监测记录是否妥善保存

公司定期委托第三方检测机构对排污达标情况进行检测，并出具检测报告，该等检测报告已妥善保存。

三、报告期内环保投资和费用成本支出情况

报告期内，公司环保投资和相关费用成本支出情况如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
环保投资和费用成本支出	21.12	85.27	87.77	44.55
营业成本	13,290.81	21,981.65	25,313.69	19,860.97
环保投资和费用成本支出占营业成本比重	0.16%	0.39%	0.35%	0.22%

报告期内，公司环保投资和相关费用成本支出与营业成本相匹配，且变动趋势一致。

四、环保投入、环保相关成本费用是否与处理公司生产经营所产生的污染相匹配

报告期内，公司环保投资和费用成本支出分别为 44.55 万元、87.77 万元、

85.27 万元、**21.12 万元**。2019 年、2020 年，由于增加了环保设备设施、危险废物处理量，以及发生了环保设施检测费用及环评费用，故公司环保投入随之上升。

综上，报告期内，环保投入、环保相关成本费用与处理公司生产经营所产生的污染相匹配。

五、募投项目所采取的环保措施及相应的资金来源和金额

本次募集资金投资项目所采取的环保措施情况如下：

环境污染种类	主要污染物名称	环保措施
废水	生产废水（生产设备清洗废水、包装瓶清洗废水、实验清洗废水、地面清洗废水、纯水机清洗废水、水帘喷淋废水）	自建污水处理站处理
	生活污水（洗手间废水、其他生活污水）	洗手间废水经三级化粪池预处理后，再与其他生活污水汇合经市政污水管网排入净化厂处理
废气	VOCs	“活性炭吸附+CO 催化氧化”、“UV 光解+活性炭吸附”工艺处理
	颗粒物	水帘柜
噪声	生产设备和辅助设备运行时产生的噪音	采取单独隔音间、吸音、减震等措施
固体废物	一般工业固体废物（废包装材料、粉尘等）	交专业公司回收处理
	危险废物（废滤芯、滤渣、废活性炭、污泥、废样品等）	委托有资质单位处理
	生活垃圾	交由环卫部门处理

本次募投项目已取得环境保护主管部门的环评批复文件，已针对废气、废水、噪声、固废等环境污染物采取相应的环保措施，相应配备了环保设施及设备。根据经珠海市生态环境局批复的《珠海天威科创新材料有限公司新建项目环境影响报告表》，本次募投项目环保投资金额约为 700 万元。

本次募投项目环保投资资金来源为通过本次发行上市募集取得的资金。募集资金到位前，公司根据各项目实际进度，通过自有资金及银行贷款先期投入。公司首次公开发行股票实际募集资金扣除发行费用后，将用于支付项目剩余款项及置换先期投入。若本次公开发行实际募集资金净额不能满足上述项目全部资金需求，不足部分将由公司自筹解决。

六、公司的日常排污监测是否达标和环保部门现场检查情况

报告期内，公司在遵循《中华人民共和国环境保护法》《中华人民共和国水

污染防治法》《中华人民共和国大气污染防治法》《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》《中华人民共和国环境噪声污染防治法》等法律法规的基础上，主要依据环评批复中对环保措施的要求，严格执行污染物排放及处理规定。

报告期内，公司根据实际情况置备了必要的环保设施，环保设施运行状况良好，处理能力满足排放量的要求，污染物排放符合国家法律法规和国家标准。

报告期内，根据相关法律、法规和规范性文件等要求，公司**及其子公司**分别委托深圳市粤环科检测技术有限公司、广东中检源检测有限公司、广东天鉴检测技术服务股份有限公司、同创伟业（广东）检测技术股份有限公司和上海市建材行业环境保护监测站、上海爱迪信环境技术有限公司、**上海知著检测技术有限公司等检测机构**对排污情况进行检测并出具检测报告，具体检测项目包括：废水、废气及噪声。根据检测报告，报告期内公司**及其子公司**污染物排放数据均达到国家相应标准。

报告期内，公司接受当地环保部门的例行检查，在相关环保部门在现场检查中，未发现需要整改落实的重大环保问题，不存在由于公司生产经营中存在违反国家和地方环保要求的行为而受到行政处罚的情况。

（10）发行人最近 36 个月是否存在受到环保领域行政处罚的情况，是否构成重大违法行为，整改措施及整改后是否符合环保法律法规的规定。公司是否发生过环保事故或重大群体性的环保事件，是否存在公司环保情况的负面媒体报道

根据保荐机构、发行人律师查询相关政府部门网站和主要搜索引擎、主要财经门户网站、主要财经报刊网站，以及环境保护主管部门出具的证明，公司最近 36 个月不存在受到环保领域行政处罚的情况；公司未发生环保事故或重大群体性的环保事件，不存在环保情况的负面报道。

保荐人、发行人律师应当勤勉尽责，对发行人上述情况进行全面系统的核查，说明核查范围、方式、依据，并发表明确核查意见。发行人应当及时向中介机构提供真实、准确、完整的资料，积极和全面配合中介机构开展尽职调查工作。上述所指发行人包括母公司及其合并报表范围内子公司

[中介机构核查过程]

保荐人和发行人律师履行了如下核查程序：

1、取得并查阅发行人建设项目、募投项目的备案文件、环境影响评价文件、环评批复、环评验收文件，排污许可证，危险废物处置合同、处理单位及运输单位资质；

2、取得并查阅发行人报告期内的污染物排放检测报告及环保部门现场检查相关记录；

3、取得并查阅发行人报告期内营业外支出明细；

4、取得并查阅发行人报告期内财政补贴明细及文件；

5、取得并查阅发行人购买电力、水的付款凭证；

6、实地走访发行人的经营场所，查看环保设备；

7、取得珠海市生态环境局、上海自由贸易试验区管理委员会保税区综合执法大队的证明文件；

8、查阅法律法规、《建设项目环境影响评价分类管理名录》《生态环境部审批环境影响评价文件的建设项目目录》《产业结构调整指导目录》等规定；

9、通过国家排污许可信息公开系统（<http://permit.mee.gov.cn/>）、中华人民共和国生态环境部（<https://www.mee.gov.cn/>）、广东省生态环境厅信息公开平台（<http://gdee.gd.gov.cn/zdgk/>）、珠海市生态环境局（<http://ssthjj.zhuhai.gov.cn/>）、上海市生态环境局（<https://sthj.sh.gov.cn/>）、上海企事业单位环境信息公开平台（<https://xxgk.eic.sh.cn/jsp/view/index.jsp>）等网站查询发行人环保合法合规情况；

10、通过主要搜索引擎（百度搜索、360 搜索、搜狗搜索等）、主要财经门户网站（东方财富网、和讯网、新浪财经、财经网、中国金融网、凤凰网等）、主要财经报刊（证券时报、中国证券报、上海证券报等）等网站查询有关公司执行国家产业政策和环保守法情况的媒体报道情况；

11、取得并查阅发行人的说明。

[中介机构核查意见]

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

1、发行人的生产经营符合国家产业政策，已纳入相应产业规划布局，生产经营和募投项目不属于《产业结构调整指导目录（2019 年本）》中的限制类、淘汰类产业，不属于落后产能；

- 2、发行人已建、在建项目和募投项目满足项目所在地能源消费双控要求；
- 3、发行人主要能源资源消耗情况符合当地节能主管部门的监管要求；
- 4、发行人募投项目未自备燃煤电厂；
- 5、发行人现有工程符合环境影响批复文件要求，已落实污染物总量削减替代要求；
- 6、发行人募投项目已按照环境影响评价法要求，以及《建设项目环境影响评价分类管理名录》和《生态环境部审批环境影响评价文件的建设项目目录》规定，获得相应级别生态环境主管部门环境影响评价批复；
- 7、发行人的已建、在建项目和募投项目已履行主管部门审批、核准、备案等程序；
- 8、发行人不存在在大气污染重点防治区域内的耗煤项目；
- 9、发行人的已建、在建项目或者募投项目虽在禁燃区内，但未燃用高污染燃料；
- 10、发行人已按规定取得排污许可证，不存在未取得排污许可证或者超越排污许可证范围排放污染物等情况，亦不存在违反《排污许可管理条例》第三十三条规定的情况；
- 11、报告期内，环保投入、环保相关成本费用与处理公司生产经营所产生的污染相匹配；
- 12、发行人募投项目已采取必要的环保措施，本次募投项目环保投资资金来源为通过本次发行上市募集取得的资金。募集资金到位前，公司根据各项目实际进度，通过自有资金及银行贷款先期投入。公司首次公开发行股票实际募集资金扣除发行费用后，将用于支付项目剩余款项及置换先期投入。若本次公开发行实际募集资金净额不能满足上述项目全部资金需求，不足部分将由公司自筹解决；
- 13、报告期内，发行人日常排污检测均达标；
- 14、报告期内，发行人接受当地环保部门的例行检查，在相关环保部门在现场检查中，未发现需要整改落实的重大环保问题，不存在由于发行人生产经营中存在违反国家和地方环保要求的行为而受到行政处罚的情况；
- 15、发行人最近 36 个月未因违反环境保护相关法律、行政法规而受到行政

处罚，未发生环保事故或重大群体性的环保事件，不存在环保情况的负面报道。

问题 13. 关于资金流水核查

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

[回复]

保荐机构、申报会计师获得了公司及个人 295 个银行账户的银行流水，并将银行流水中的交易对方名称与发行人 2017 年-2021 年 6 月的全部客户和供应商名称、主要客户和供应商实际控制人、股东、董事、监事、高管和法定代表人进行了交叉核查，并对银行流水中的大额取现、大额收付情况进行了逐笔核查，具体核查结果如下：

一、对发行人及其子公司的银行流水核查情况

保荐机构、申报会计师对发行人银行账户流水主要核查情况如下：

1、保荐机构、申报会计师取得发行人的银行开立户清单及征信报告，对发行人 2017 年-2021 年 6 月银行账户进行函证；

2、保荐机构、申报会计师前往银行打印 2017 年-2021 年 6 月发行人及子公司全部银行账户的银行流水，核对发行人银行日记账与银行流水记录情况是否一致；核查发行人与客户、供应商是否存在异常资金往来；对与个人、非客户、非供应商之间的资金往来进行重点关注；

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

4、重点核查了发行人与关联方之间的交易记录，了解相关交易背景及合理性；

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

执行控制有效性测试。

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

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

保荐机构、申报会计师对关联法人主体银行账户流水主要核查情况如下：

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

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

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

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

经核查，2017 年-2021 年 6 月，发行人控股股东与发行人存在现金股利相关的资金往来。部分关联法人与发行人存在基于关联采购或者销售而发生的正常资金往来。部分关联法人因与发行人存在部分重叠客户或者供应商，而与公司部分客户或者供应商存在资金往来，相关往来均为双方正常交易的货款，不存在为发行人代付成本或者费用的情形。公司部分董事因在上述部分法人中担任职务而在上述部分法人处领薪。除正常的资金往来之外，发行人控股股东及多层控制架构涉及公司、持股 5%以上股东（不含私募基金、上市公司）、实际控制人控制或投资的与发行人存在关联交易的主要关联公司等法人主体不存在与发行人主要客户及实际控制人、主要供应商及实际控制人、发行人股东、发行人其他员工或其他关联自然人的大额频繁资金往来的情形，不存在代发行人承担成本费用情

形。

三、对实际控制人贺良梅及其配偶、成年子女、一致性行动人银行流水核查情况

保荐机构、申报会计师对实际控制人及其配偶、成年子女、一致性行动人的银行账户流水主要核查情况如下：

1、保荐机构、申报会计师取得实际控制人及其配偶、成年子女、一致性行动人 2017 年-2021 年 6 月的银行流水、并取得关于银行账户完整性的承诺函；

2、对单笔金额在 5 万元人民币或等值外币以上的流水进行记录逐笔核查；

实际控制人及其配偶、成年子女、一致性行动人具体的核查情况如下：

(1) 对实际控制人流水核查情况

单位：万港元/万元/万加元/万日元

年度	币种	港币		人民币		加拿大元		日元	
	项目	收入	支出	收入	支出	收入	支出	收入	支出
2021 年 1-6 月	抽查笔数 (笔)	12	8	5	8	-	-	-	-
	抽查金额	150.23	43.78	130.04	200.00	-	-	-	-
2020 年度	抽查笔数 (笔)	58	41	6	6	-	2	2	-
	抽查金额	2,066.83	1,428.24	278.40	190.00	-	34.80	139.43	-
2019 年度	抽查笔数 (笔)	51	35	2	1	2	1	-	-
	抽查金额	2,292.06	2,645.28	24.19	100.00	70.08	35.00	-	-
2018 年度	抽查笔数 (笔)	64	57	6	8	1	1	-	-
	抽查金额	4,304.66	4,407.53	653.11	880.50	22.00	22.00	-	-
2017 年度	抽查笔数 (笔)	62	52	5	7	-	-	-	-
	抽查金额	2,124.72	1,971.63	543.67	545.27	-	-	-	-

2017 年-2021 年 6 月，实际控制人经核查的样本资金流水笔数合计为 503 笔，除薪酬、购买理财产品、个人账户互转、家庭内部互转、日常消费、对外投资以及分红等收支情形外，发行人实际控制人个人账户大额收支、大额取现情形如下表所示：

①港币流水具体核查情况：

单位：万港元

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度		2017 年度		说明
	收入	支出	收入	支出	收入	支出	收入	支出	收入	支出	
与 关 联 公 司 之 间 的 资 金 拆 借	-	-	58.83	-	49.27	1,100.00	629.19	600.00	25.50	-	相关款项为贺良梅与关联方之间的资金拆借
与 关 联 方 天 威 有 限 公 司 的 资 金 往 来	-	-	-	5.06	-	-	-	-	-	-	相关款项为贺良梅向天威管理有限公司支付代购口罩款项
与 关 联 自 然 人 / 关 联 方 的 间 接 股 东 及 董 事 之 间 的 资 金 往 来	-	-	5.60	100.00	-	-	-	-	-	-	相关款项为贺良梅与关联自然人冯玉珍、关联方珠海展望打印耗材有限公司间接股东及董事黄晓霞之间的资金拆借
总计	-	-	64.43	105.06	49.27	1,100.00	629.19	600.00	25.50	0.00	-

②人民币流水具体核查情况：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度		2017 年度		说明
	收入	支出	收入	支出	收入	支出	收入	支出	收入	支出	
与 关 联 公 司 之 间 的 资 金 拆 借	-	-	-	-	-	-	-	200.00	-	-	相关款项为贺良梅与关联公司之间的资金拆借
总计	-	-	-	-	-	-	-	200.00	-	-	-

与关联公司之间的资金拆借的具体明细如下：

单位：万元/万港元

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

交易主体	交易对象	日期	收到金额	支出金额	币种	往来原因	借款偿还情况
		2019-3-29	-	500.00	港币	资金借出	尚未结清
		2019-6-3	7.34	-	港币	借贷利息	-
		2019-5-17	-	100.00	港币	资金借出	尚未结清
		2019-6-21	-	500.00	港币	资金借出	尚未结清
		2019-7-5	5.04	-	港币	借贷利息	-
		2019-8-5	7.47	-	港币	借贷利息	-
		2019-9-4	7.47	-	港币	借贷利息	-
		2019-10-2	7.23	-	港币	借贷利息	-
		2019-11-4	7.47	-	港币	借贷利息	-
		2019-12-2	7.23	-	港币	借贷利息	-
		2020-1-2	7.47	-	港币	借贷利息	-
		2020-2-6	7.47	-	港币	借贷利息	-
		2020-3-2	6.99	-	港币	借贷利息	-
		2020-4-6	7.47	-	港币	借贷利息	-
		2020-5-6	7.23	-	港币	借贷利息	-
		2020-8-4	7.47	-	港币	借贷利息	-
		2020-9-1	7.47	-	港币	借贷利息	-
		2020-9-30	7.23	-	港币	借贷利息	-

与关联自然人/关联方的间接股东及董事之间的资金往来的具体明细如下：

单位：万港元

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

(2) 对实际控制人配偶的资金流水核查情况

按照 5 万元的核查标准，2017 年-2021 年 6 月，实际控制人配偶经核查的样

本笔数以及金额情况如下：

单位：万港元

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	收入	支出	收入	支出	收入	支出	收入	支出	收入	支出
抽查笔数（笔）	1	3	2	2	-	-	-	-	3	3
抽查金额	55.70	51.82	330.80	331.61	-	-	-	-	236.89	251.88

实际控制人配偶的资金流水均为投资理财收支。

（3）对实际控制人成年子女的资金流水核查情况

按照 5 万元的核查标准，2017 年-2021 年 6 月，实际控制人成年子女贺子灵经核查的样本笔数以及金额情况如下：

单位：万港元/万英镑

年度	币种	港币		英镑	
	项目	收入	支出	收入	支出
2021 年 1-6 月	抽查笔数（笔）	4	2	-	-
	抽查金额	28.77	20.93	-	-
2020 年度	抽查笔数（笔）	2	9	8	2
	抽查金额	137.80	393.09	41.30	41.30
2019 年度	抽查笔数（笔）	4	-	-	-
	抽查金额	187.92	-	-	-
2018 年度	抽查笔数（笔）	3	1	-	-
	抽查金额	22.73	9.46	-	-
2017 年度	抽查笔数（笔）	25	25	-	-
	抽查金额	4,505.23	2,625.52	-	-

实际控制人成年子女贺子灵大额流水为薪酬、个人账户互转、家庭内部互转、日常消费、购买及出售房产等收支。

（4）对实际控制人一致行动人的资金流水核查情况

按照5万元的核查标准，2017年-2021年6月，实际控制人一致行动人冯玉珍经核查的样本笔数以及金额情况如下：

单位：万港元/万元/万澳元/万美元/万英镑/万欧元/万日元

年度	币种	港币		人民币		澳元		美元		英镑		欧元		日元	
	项目	收入	支出	收入	支出	收入	支出	收入	支出	收入	支出	收入	支出	收入	支出
2021 年1-6 月	抽查笔数 (笔)	14	6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	抽查金额	214.03	46.99	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2020 年度	抽查笔数 (笔)	34	17	2	-	1	3	7	4	3	3	-	1	-	-
	抽查金额	797.61	647.62	23.25	-	27.12	60.64	117.36	48.16	31.06	28.62	-	15.17	-	-
2019 年度	抽查笔数 (笔)	42	43	1	3	1	1	10	2	1	1	-	-	2	2
	抽查金额	7,932.07	9,505.54	7.05	632.59	24.00	40.41	257.42	70.99	16.31	16.53	-	-	20.00	20.00
2018 年度	抽查笔数 (笔)	27.00	26.00	2	3	-	-	5.00	4.00	-	-	-	-	1	1
	抽查金额	1,140.64	2,377.17	260.89	559.00	-	-	143.26	132.45	-	-	-	-	10.00	10.00
2017 年度	抽查笔数 (笔)	30	29	8	8	1	5	8	4	1	1	-	-	1	1
	抽查金额	2,738.00	3,077.39	1,580.91	703.52	23.00	105.44	235.55	135.09	10.00	10.00	-	-	7.00	7.00

除薪酬、购买理财产品、个人账户互转、家庭内部互转、日常消费、对外投资以及分红、外币兑换等收支情形外，冯玉珍个人账户大额收支、大额取现情形如下表所示：

①港币流水具体核查情况：

单位：万港元

项目	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度		2017年度		说明
	收入	支出	收入	支出	收入	支出	收入	支出	收入	支出	
与关联公司之间的资金拆借	-	-	65.51	-	31.33	1,090.00	293.93	540.00	17.30	10.00	相关款项为冯玉珍与关联方之间的资金拆借
总计	-	-	65.51	-	31.33	1,090.00	293.93	540.00	17.30	10.00	-

②人民币流水具体核查情况：

单位：万元

项目	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度		2017年度		说明
	收入	支出	收入	支出	收入	支出	收入	支出	收入	支出	
与关联公司之间的资金拆借	-	-	-	-	-	-	-	250.00	-	-	相关款项为冯玉珍与关联公司之间的资金拆借
与关联自然人之间的资金往来	-	-	5.00	-	-	-	-	-	-	-	相关款项为向贺良梅借款港币5.6万元折人民币5万元
总计	-	-	5.00	-	-	-	-	250.00	-	-	-

与关联公司之间的资金拆借的具体明细如下：

单位：万元/万港元

交易主体	交易对象	日期	收到金额	支出金额	币种	往来原因	借款偿还情况
冯玉珍	史达宝投资有限公司	2017-3-9	17.30	-	港币	资金归还	-
	珠海宝杰企业管理咨询有限公司	2018-5-29	-	250.00	人民币	资金借出	尚未结清
	天威控股有限公司	2018-5-18	-	130.00	港币	资金借出	已结清
		2018-5-18	-	150.00	港币	资金借出	已结清
		2018-12-31	293.93	-	港币	借款及利息归还	-
		2019-4-9	-	280.00	港币	资金借出	尚未结清
		2019-6-11	-	700.00	港币	资金借出	尚未结清
		2019-7-3	4.91	-	港币	借贷利息	-

交易主体	交易对象	日期	收到金额	支出金额	币种	往来原因	借款偿还情况
		2019-8-2	6.66	-	港币	借贷利息	-
		2019-9-2	6.66	-	港币	借贷利息	-
		2019-11-1	6.66	-	港币	借贷利息	-
		2019-12-2	6.44	-	港币	借贷利息	-
		2020-1-2	6.66	-	港币	借贷利息	-
		2020-2-4	6.66	-	港币	借贷利息	-
		2020-3-2	6.23	-	港币	借贷利息	-
		2020-4-1	6.66	-	港币	借贷利息	-
		2020-5-4	6.44	-	港币	借贷利息	-
		2020-6-2	6.66	-	港币	借贷利息	-
		2020-7-2	6.44	-	港币	借贷利息	-
		2020-8-3	6.66	-	港币	借贷利息	-
		2020-9-1	6.66	-	港币	借贷利息	-
		2020-10-5	6.44	-	港币	借贷利息	-
	汉达有限公司	2017-4-19	-	10.00	港币	资金借出	尚未结清
		2018-8-24	-	100.00	港币	资金借出	尚未结清
		2018-8-24	-	100.00	港币	资金借出	尚未结清
		2018-12-12	-	60.00	港币	资金借出	尚未结清
		2019-1-2	-	50.00	港币	资金借出	尚未结清
		2019-2-18	-	50.00	港币	资金借出	尚未结清
		2019-3-28	-	10.00	港币	资金借出	尚未结清

与关联自然人之间的资金往来的具体明细如下：

单位：万元

交易主体	交易对象	交易对象身份	日期	收到金额	支出金额	币种	往来原因	款项往来原因	借款偿还情况
冯玉珍	贺小良	实际控制人贺良梅的哥哥	2020-8-19	5.00	-	人民币	资金借入	该款项实际为冯玉珍向贺良梅的借款，由代贺良梅的哥哥代为借出，冯玉珍已于2020年8月21日向贺良梅偿还对应港币5.6万元	已结清

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

4、关注实际控制人及其配偶、成年子女、一致性行动人与发行人、发行人

董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员之间是否存在异常交易往来；

5、就实际控制人及其配偶、**成年子女、一致性行动人**资金流水的交易背景逐笔与本人进行确认并取得书面确认文件，就涉及资金往来及拆借情况，通过对银行流水纪录进行识别印证、获取原始单据以及取得本人确认等方式予以核查。

经核查，2017 年-**2021 年 6 月**，实际控制人及其配偶、**成年子女、一致性行动人**个人银行账户涉及购买理财产品、个人账户互转、家庭内部互转、日常消费、对外投资、收取分红、**购买及出售房产、外币兑换款**等大额交易，除正常的资金往来之外，实际控制人及其配偶、**成年子女、一致性行动人**不存在与发行人主要客户及实际控制人、主要供应商及实际控制人、发行人股东、发行人其他员工或其他关联自然人的大额频繁资金往来的情形，不存在实际控制人代发行人承担成本费用情形。

四、发行人董监高及关键岗位人员的核查情况

1、保荐机构、申报会计师取得董监高（不含外部董事潘永生、独立董事）、关键岗位人 2017 年-**2021 年 6 月**的银行流水、并取得关于银行账户完整性的承诺函；

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

发行人董监高及关键岗位人员具体的核查情况如下：

（1）张涛资金流水核查（董事）

按照 5 万元的核查标准，2017 年-**2021 年 6 月**，张涛的资金流水全部为人民币发生额，保荐机构、申报会计师核查的样本笔数以及金额情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	收入	支出	收入	支出	收入	支出	收入	支出	收入	支出
抽查笔数（笔）	7	-	24	7	12	6	3	1	4	1
抽查金额	39.70	-	317.26	436.60	135.86	135.00	63.46	30.00	38.10	5.00

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

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度		2017 年度		说明
	收入	支出	收入	支出	收入	支出	收入	支出	收入	支出	
与朋友之间的资金往来	-	-	-	20.00	-	-	-	-	-	-	相关款项为张涛的朋友周声芳因个人购房资金需求与其发生的资金拆借，尚未结清
总计	-	-	-	20.00	-	-	-	-	-	-	-

与朋友之间的资金往来具体明细如下：

单位：万元

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

(2) 田永中资金流水核查（董事、总经理、核心技术人员）

按照 5 万元的核查标准，2017 年-2021 年 6 月，田永中经核查的样本笔数以及金额情况如下：

单位：万元/万美元

年度	项目	人民币		美元	
		收入	支出	收入	支出
2021 年 1-6 月	抽查笔数（笔）	6	6	-	-
	抽查金额	153.21	149.40	-	-
2020 年度	抽查笔数（笔）	6	9	-	-
	抽查金额	171.77	182.16	-	-
2019 年度	抽查笔数（笔）	11	10	5	3
	抽查金额	174.02	191.63	5.50	5.30
2018 年度	抽查笔数（笔）	6	7	1	-
	抽查金额	319.04	331.49	1.00	-
2017 年度	抽查笔数（笔）	10	8	2	1
	抽查金额	245.51	259.16	4.00	1.08

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

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度		2017 年度		说明
	收入	支出	收入	支出	收入	支出	收入	支出	收入	支出	
与 关 联 公 司 之 间 的 资 金 拆 借	-	-	-	-	-	-	-	-	70.09	-	相关款项为田永中因参与股权激励向关联方珠海宝杰企业管理咨询服务有限公司的借款,尚未结清
与 员 工 王 晓 辉 股 权 代 持 相 关 资 金 往 来	-	-	-	10.00	-	-	-	-	61.30	-	相关款项为因股权代持员工王晓辉向田永中支付的用于购买公司股权激励股份的款项、因股权代持田永中向王晓辉支付天威众创的分红款项
总计	-	-	-	10.00	-	-	-	-	131.39	-	-

与关联公司之间的资金拆借、与员工王晓辉股权代持相关资金往来的具体明

细如下：

单位：万元

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

(3) 谢名优资金流水核查（董事，2020 年 2 月 19 日起任职）

按照 5 万元的核查标准，2020 年-2021 年 6 月，谢名优经核查的样本笔数以及金额情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	收入	支出	收入	支出	收入	支出	收入	支出	收入	支出
抽查笔数（笔）	4	2	-	3	-	-	-	-	-	-
抽查金额	92.15	108.00	-	25.00	-	-	-	-	-	-

除薪酬、对外投资、个人账户互转情形外，谢名优具体资金流水核查如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度		2017 年度		说明
	收入	支出	收入	支出	收入	支出	收入	支出	收入	支出	
与朋友之间的资金往来	20.00	-	-	5.00	-	-	-	-	-	-	2020 年度相关款项 5 万为谢名优的朋友杨丹因个人购房资金需求与其发生的资金拆借，尚未结清 2021 年相关款项 20 万为谢名优因临时资金周转需要向朋友发生的资金拆借，尚未结清
总计	20.00	-	-	5.00	-	-	-	-	-	-	-

与朋友之间的资金往来具体明细如下：

单位：万元

交易主体	交易对象	交易对象身份	日期	收到金额	支出金额	币种	往来原因	款项往来原因	借款偿还情况
谢名优	杨丹	朋友	2020-5-6	-	5.00	人民币	资金借出	因个人购房资金需求向谢名优借款	尚未结清
谢名优	王培学	朋友	2021-2-19	20.00	-	人民币	资金借入	因临时资金周转需要向朋友借款	尚未结清

(4) 涂鋈资金流水核查（董事，2020 年 3 月 19 日起任职）

按照 5 万元的核查标准，2020 年-2021 年 6 月，涂鋈经核查的样本笔数以及金额情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	收入	支出	收入	支出	收入	支出	收入	支出	收入	支出
抽查笔数(笔)	14	6	8	5	-	-	-	-	-	-
抽查金额	213.58	88.76	44.80	27.70	-	-	-	-	-	-

涂鋈的资金流水为工资、投资理财、日常消费、费用报销、个人账户互转、家庭内部互转等收支。

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

按照 5 万元的核查标准，2019 年-2021 年 6 月，麦永辉经核查的样本笔数以及金额情况如下：

单位：万港元

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	收入	支出	收入	支出	收入	支出	收入	支出	收入	支出
抽查笔数(笔)	1	-	2	1	1	-	-	-	-	-
抽查金额	8.31	-	14.91	5.00	8.80	-	-	-	-	-

麦永辉的资金流水为薪酬、日常消费、保险理赔、家庭内部互转等收支。

(6) 谢永红资金流水核查(监事, 2019 年 6 月 25 日起任职)

按照 5 万元的核查标准, 2019 年-2021 年 6 月, 谢永红经核查的样本笔数以及金额情况如下:

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	收入	支出	收入	支出	收入	支出	收入	支出	收入	支出
抽查笔数(笔)	8	10	1	5		1	-	-	-	-
抽查金额	91.00	92.00	270.00	551.00	-	20.00	-	-	-	-

除薪酬、保险费用支出、投资理财、个人账户互转、家庭内部互转情形外, 谢永红具体资金流水核查如下:

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度		2017 年度		说明
	收入	支出	收入	支出	收入	支出	收入	支出	收入	支出	
与曾经的关联自然人之间的资金往来	-	-	-	-	-	20.00	-	-	-	-	相关款为报告期内曾经监事李兴尧因个人资金需求与其发生的资金拆借, 尚未结清
总计	-	-	-	-	-	20.00	-	-	-	-	-

与曾经的关联自然人之间的资金往来具体明细如下:

单位：万元

交易主体	交易对象	交易对象身份	日期	收到金额	支出金额	币种	往来原因	款项往来原因	借款偿还情况
谢永红	李兴尧	报告期内曾经的监事	2019-8-30	-	20.00	人民币	资金借出	因个人资金需求向谢永红借款	尚未结清

(7) 李树峰资金流水核查(职工代表监事)

按照 5 万元的核查标准, 2017 年-2021 年 6 月, 李树峰经核查的样本笔数以及金额情况如下:

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	收入	支出	收入	支出	收入	支出	收入	支出	收入	支出
抽查笔数（笔）	-	-	-	1	1	2	20	20	9	13
抽查金额	-	-	-	5.00	6.80	13.62	145.10	144.41	82.93	107.59

除个人账户互转、家庭内部互转、银行借贷、对外投资等收支情形外，李树锋具体资金流水核查情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度		2017 年度		说明
	收入	支出	收入	支出	收入	支出	收入	支出	收入	支出	
与关联公司之间的资金拆借	-	-	-	-	-	-	-	-	11.33	-	相关款项为李树峰因参与股权激励向关联方珠海宝杰企业管理咨询服务有限公司的借款，尚未结清
合计	-	-	-	-	-	-	-	-	11.33	-	-

与关联公司之间的资金拆借具体明细如下：

单位：万元

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

（8）朱崇友资金流水核查（财务总监、董事会秘书）

按照 5 万元的核查标准，2017 年-2021 年 6 月，朱崇友经核查的样本笔数以及金额情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	收入	支出	收入	支出	收入	支出	收入	支出	收入	支出
抽查笔数（笔）	1	3	15	17	3	4	-	2	2	3
抽查金额	12.86	27.07	97.42	119.60	17.46	24.80	-	10.00	10.00	15.00

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

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度		2017 年度		说明
	收入	支出	收入	支出	收入	支出	收入	支出	收入	支出	
与朋友之间的资金往来	-	-	-	-	-	-	-	10.00	-	10.00	相关款为朱崇友向朋友李世忠归还的借款
总计	-	-	-	-	-	-	-	10.00	-	10.00	-

与朋友之间的资金往来具体明细如下：

单位：万元

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

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

按照 5 万元的核查标准，2019 年-2021 年 6 月，王凤斌经核查的样本笔数以及金额情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	收入	支出	收入	支出	收入	支出	收入	支出	收入	支出
抽查笔数（笔）	2	2	5	7	-	3	-	-	-	-
抽查金额	13.97	10.00	123.89	159.85	-	19.50	-	-	-	-

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

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度		2017 年度		说明
	收入	支出	收入	支出	收入	支出	收入	支出	收入	支出	
与关联公司之间的资金拆借	-	-	47.31	-	-	-	-	-	-	-	相关款项为王凤斌因参与股权激励向关联方 Sun Media International Corporation 的借款，尚未结清

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度		2017 年度		说明
	收入	支出	收入	支出	收入	支出	收入	支出	收入	支出	
与朋友之间的资金往来	-	-	-	36.00	-	14.50	-	-	-	-	相关款项为王凤斌的朋友闫国军、吴丹因个人资金需求与其发生的资金拆借，尚未结清
总计	-	-	47.31	36.00	-	14.50	-	-	-	-	-

与关联公司之间的资金拆借具体明细如下：

单位：万元

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

与朋友之间的资金往来具体明细如下：

单位：万元

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

(10) 黄国忠资金流水核查（财务经理）

按照 5 万元的核查标准，2017 年-2021 年 6 月，黄国忠经核查的样本笔数以及金额情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	收入	支出	收入	支出	收入	支出	收入	支出	收入	支出
抽查笔数（笔）	6	2	1	1	-	-	1	1	14	9
抽查金额	37.00	40.00	10.00	10.60	-	-	6.27	5.00	109.38	58.88

除购买理财产品、家庭内部互转、日常消费、房产出售款、购房借款、对外

投资等收支情形外，黄国忠具体资金流水核查情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度		2017 年度		说明
	收入	支出	收入	支出	收入	支出	收入	支出	收入	支出	
与关联公司之间的资金拆借	-	-	-	-	-	-	-	-	11.33	-	相关款项为黄国忠因参与股权激励向关联方珠海宝杰企业管理咨询服务有限公司的借款，尚未结清
与公司员工之间的资金往来	-	-	-	-	-	-	-	-	25.00	15.00	相关款项为公司员工陈检英因个人家庭资金需求与黄国忠发生的资金拆借
与朋友之间的资金往来	10.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	相关款项为黄国忠的朋友吕长飞归还黄国忠的借款
总计	10.00	-	-	-	-	-	-	-	36.33	15.00	-

与关联公司之间的资金拆借具体明细如下：

单位：万元

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

与公司员工之间的资金往来具体明细如下：

单位：万元

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

交易主体	交易对象	交易对象身份	日期	收到金额	支出金额	币种	往来原因	款项往来原因	借款偿还情况
								需求向黄国忠借款	
			2017-7-31	5.00	-	人民币	资金归还	陈检英归还黄国忠的借款	-

与朋友之间的资金往来具体明细如下：

单位：万元

交易主体	交易对象	交易对象身份	日期	收到金额	支出金额	币种	往来原因	款项往来原因
黄国忠	吕长飞	朋友	2021-2-8	10.00	-	人民币	资金归还	吕长飞归还黄国忠的借款

(11) 陈松娟资金流水核查（出纳，2017年7月入职）

按照5万元的核查标准，2017年-2021年6月，陈松娟经核查的样本笔数以及金额情况如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度		2017年度	
	收入	支出	收入	支出	收入	支出	收入	支出	收入	支出
抽查笔数（笔）	8	11	6	4	11	13	10	8	5	3
抽查金额	106.11	98.77	61.59	55.50	70.60	82.68	156.11	133.00	53.00	45.91

除购买理财产品、个人账户互转、家庭内部转账、日常消费、工会资金等收支情形外，陈松娟具体资金流水核查情况如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度		2017年度		说明
	收入	支出	收入	支出	收入	支出	收入	支出	收入	支出	
个人卡代付	-	-	-	-	-	-	22.03	-	16.40	5.91	2018年以前公司未开通网银，为便于转账，公司将资金存入陈松娟个人账户（体现为收入）后，通过其个人卡支付员工的报销款、离职人员工资等费用（体现为支出）
总计	-	-	-	-	-	-	22.03	-	16.40	5.91	-

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

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

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	收入	支出	收入	支出	收入	支出	收入	支出	收入	支出
抽查笔数(笔)	-	-	-	-	8	5	8	6	1	1
抽查金额	-	-	-	-	138.72	143.00	179.80	176.22	8.00	8.00

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

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

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

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

经核查，2017 年-2021 年 6 月，发行人董监高（不含外部董事潘永生、独立董事）、关键岗位人员个人银行账户主要涉及薪酬、购买理财产品、个人账户互转、家庭内部互转、银行借贷、购买及出售房产、对外投资及分红、**保险购买及理赔、人才奖励及补贴**等大额交易。发行人董监高（不含外部董事潘永生、独立董事）、关键岗位人员不存在与发行人主要客户及实际控制人、主要供应商及实际控制人、发行人股东、发行人其他员工或其他关联自然人的大额频繁资金往来的情形，不存在代发行人承担成本费用情形。

问题 14. 关于财务数据更新

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

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

[回复]

公司已在招股说明书第八节之“十二、经营成果分析”之“（一）经营概况分析”中补充披露如下：

“2、2021年1-3月公司主要经营情况

单位：万元

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

注：2021年1-3月数据未经审计或审阅。

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

3、2021年1-6月公司主要经营情况

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年1-6月	增减额	变动率
营业收入	20,588.53	12,975.57	7,612.96	58.67%
其中：主营业务收入—境内	17,306.10	10,486.03	6,820.07	65.04%
主营业务收入—境外	2,830.26	2,451.56	378.71	15.45%
归属于母公司所有者的净利润	3,491.54	2,063.84	1,427.69	69.18%
非经常性损益	133.68	204.28	-70.60	-34.56%
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	3,357.85	1,859.56	1,498.29	80.57%

注：2020年1-6月数据未经审计或审阅。

2021年1-6月，公司整体经营情况良好，营业收入、归属于母公司所有者的净利润、扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润较上年同期分别增加58.67%、69.18%、80.57%，主要原因系：2020年1-6月，受新冠疫情影响，公司境内销售有所下降，2021年1-6月，随着国内新冠疫情整体受控，境内市

场全面恢复，公司境内收入相应增加。”

[中介机构核查过程]

保荐人和申报会计师履行了如下核查程序：

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

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

3、对公司相关人员进行访谈，了解变动原因。

[中介机构核查意见]

经核查，保荐人、申报会计师认为：

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

2、2021 年 1-6 月，公司整体经营情况良好，营业收入、归属于母公司所有者的净利润、扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润较上年同期分别增加 58.67%、69.18%、80.57%，主要原因系：2020 年 1-6 月，受新冠疫情影响，公司境内销售有所下降，2021 年 1-6 月，随着国内新冠疫情整体受控，境内市场全面恢复，公司境内收入相应增加。

（本页无正文，为《关于珠海天威新材料股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第三轮审核问询函的回复》的盖章页）



珠海天威新材料股份有限公司

2021 年 11 月 23 日

发行人董事长声明

本人已认真阅读《关于珠海天威新材料股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第三轮审核问询函的回复》的全部内容，确认本问询函回复不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

董事长：



贺良梅

珠海天威新材料股份有限公司



（本页无正文，为东莞证券股份有限公司《关于珠海天威新材料股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第三轮审核问询函的回复》的签章页）

保荐代表人：

邢剑琛

邢剑琛

潘云松

潘云松



保荐机构（主承销商）董事长声明

本人已认真阅读《关于珠海天威新材料股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第三轮审核问询函的回复》的全部内容，了解本问询函回复涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，本问询函回复中不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担相应的法律责任。

董事长：



陈照星

