



**关于广东鸿铭智能股份有限公司申请首次
公开发行股票并在创业板上市的
审核中心意见落实函的回复**

保荐机构（主承销商）



地址：东莞市莞城区可园南路一号

二零二二年四月

深圳证券交易所：

贵所出具的《关于广东鸿铭智能股份有限公司申请首次公开发行股票并在创业板上市的审核中心意见落实函》（审核函〔2022〕010347号）（以下简称“落实函”）已收悉。广东鸿铭智能股份有限公司（以下简称“鸿铭股份”、“发行人”、“公司”）与东莞证券股份有限公司（以下简称“保荐机构”）、北京植德律师事务所（以下简称“发行人律师”）、致同会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”）等相关方，本着勤勉尽责和诚实信用的原则，就落实函所提意见逐项进行了认真核查及讨论，现回复如下，请予审核。

如无特别说明，本落实函回复使用的简称与《广东鸿铭智能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》中的释义相同。

审核问询函所列问题	黑体（加粗）
对问询函所列问题的回复	宋体
回复中涉及补充披露与修订招股说明书等申请文件的内容	楷体（加粗）

目录

目录	3
1. 关于业绩成长性与稳定性	4
2. 关于毛利率	41
3. 关于存货	49
4. 关于融资租赁与坏账准备	51
5. 关于媒体质疑核查	62

1. 关于业绩成长性与稳定性

申报材料及审核问询回复显示：

（1）报告期内，发行人主营业务收入为 26,433.15 万元、30,810.86 万元、32,246.60 万元，主要来自于自动化包装设备和包装配套设备，扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润分别为 5,793.52 万元、4,069.63 万元、6,175.79 万元；

（2）发行人 2020 年研发推出新产品纸浆模塑成型设备，该产品 2020 年度和 2021 年度销售收入分别为 1,216.81 万元和 2,506.61 万元；

（3）报告期内，发行人客户较为分散，前五大客户除裕同包装、凯成科技外变动较大；

（4）裕同科技分别于 2016 年末和 2020 年通过首发和再融资募集资金，相应年份前后对于发行人的采购明显增加。

请发行人：

（1）结合发行人纸浆模塑成型设备产品的产品特点、技术优势、销售策略、在手订单，说明纸浆模塑成型设备的市场空间，是否为发行人未来发展主要业绩增长点；

（2）结合发行人所处行业的发展趋势，发行人产品与国内外竞争对手相比，在技术水平、产品质量、业务规模、人才储备等方面的优劣势，进一步说明发行人的竞争力与成长性；

（3）结合发行人产品市场空间、在手订单、下游行业分布特点等情形，说明发行人收入增长的稳定性和持续性，并做有针对性的风险提示，说明未来持续获取订单、保持市场份额及持续经营能力方面是否存在重大不确定性风险，发行人的具体应对措施及其有效性；发行人是否存在业绩大幅下滑的风险及其依据，相关风险的披露是否充分；

（4）结合裕同科技的业务扩张和投资计划，分乐观和悲观情况对其采购发行人的设备情况进行预测，分析发行人与其合作的稳定性及持续性，并进行充分风险提示。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

[回复]

一、结合发行人纸浆模塑成型设备产品的产品特点、技术优势、销售策略、在手订单，说明纸浆模塑成型设备的市场空间，是否为发行人未来发展主要业绩增长点

[说明]

（一）产品特点方面

发行人纸浆模塑成型设备产品的产品特点如下：

1. 采用二段式成型结构

第一段为捞浆部，第二段为热压部。成型下模在浆池里完成吸浆后，成型上下模合模并冷压将纸浆转化为半成品湿坯。成型上模与热压上模同步联动，将湿坯转移至热压下模，热压上下模合模热压将湿坯转化为纸浆模塑成品，随后通过正负压吹吸系统完成成品脱模，从而实现了纸浆模塑吸浆成型一体化。由于采用了多点支撑平衡倍力技术，合模压力大且无冲击，热压成型的纸浆模塑产品质量较高，无需进行二次整型及烘干，自动化程度高。

2. 热压成型采用多工位结构

捞浆模下降至浆池完成纸浆吸附，转移模与捞浆模合模冷压形成半成品湿坯，并将其转移至第一组热压下模。在第一组热压上下模合模热压过程中，捞浆部同步进行第二次、第三次吸浆成型，并将湿坯分别转移至第二及第三热压工位进行热压成型。如此循环，一个捞浆部供给三个热压工位，通过合理匹配捞浆及热压时间，实现了纸浆模塑快速热压成型。

3. 捞浆部分采用翻转式吸浆机构

在吸浆成型过程中，安装在翻转吸浆机构上的成型上模完成捞浆后上升。在上升过程中，翻转吸浆机构同步完成 180° 翻转，并进行真空吸附脱水。翻转吸

浆机构翻转到位后，与挤压模配合进行压制成型，即形成湿坯。翻转吸浆机构回转 180°，循环进行下一次吸浆。该机构在实现了反向吸浆的同时，可实现吸浆薄厚均匀，大幅提升纸浆模塑制品的外观质量。

（二）技术优势方面

发行人纸浆模塑成型设备产品的技术优势如下：

1. 采用多工位接力式热压成型技术，大幅提高生产效率

传统纸浆模塑成型设备一个捞浆部对应一个热压部，捞浆用时短，热压用时长，捞浆时间与热压时间不匹配，导致生产效率较低。公司纸浆模塑设备采用多工位接力式热压成型技术，一个捞浆部供给三个热压工位。通过转移模循环吸浆并将湿坯转移至三组不同的热压下模进行热压，合理匹配捞浆及热压时间，实现了纸浆模塑快速热压成型，生产速度可以达到 4 模/min。此外，通过大跨度同步升降技术的应用，将模板尺寸提升至 1600mmx1400mm，可排列更多的成型及热压模具，进一步提升生产效率，单机每日产量可达到 2-3 吨。针对多工位接力式热压成型技术，公司已获得 1 项专利“一种基于纸浆成型的纸塑生产装置（2021205084969）”，1 项软件著作权“鸿铭纸浆模塑切边机控制软件 V1.0（2021SR1417319）”。

2. 采用多点支撑平衡倍力技术，提升纸浆模塑制品强度

在纸浆模塑制品热压成型过程中，行业内普遍采用在线油压控制，存在生产效率低，纸浆模塑制品外观质量不高等问题。公司纸浆模塑成型设备采用多点支撑平衡倍力技术，在提高热压模具上下运行速度的同时，可将合模压力提升至 150T 且无冲击，合模位置精度可控制在±0.02mm，提高热压效率及纸浆模塑制品强度。针对多点支撑平衡倍力技术，公司获得 1 项软件著作权“鸿铭全自动纸浆模塑成型机控制软件 V1.0（2021SR1417344）”。

3. 采用翻转式吸浆技术，大幅提升产品外观质量

在纸浆模塑制品吸浆过程中，行业内普遍采用成型下模吸浆并升降的工艺。成型下模整体没入浆池后通过真空吸浆，成型下模座在浆池中上下运动，不利于浆池底部密封，速度过快易出现纸浆泄露现象。公司纸浆模塑成型设备采用翻转式吸浆技术，通过上模升降吸浆及翻转交模，成型下模无需在浆池内上下运动，

避免纸浆泄露的现象，可实现快速吸浆成型。翻转式吸浆流动性更好，吸浆薄厚均匀，可保证产品在成型过程中外观面始终朝下，减少了网纹及落尘，解决了产品褶皱、外观面斑点等问题，可大幅提升产品的外观质量。针对翻转式吸浆技术，公司获得 1 项软件著作权“鸿铭纸浆模塑多轴环切机控制软件 V1.0 (2021SR1417318)”。

（三）销售策略方面

纸浆模塑成型设备属于包装专用设备，公司对其销售策略为与老客户保持良好合作关系的同时，大力开拓新的客户，及时调配公司资源以确保及时响应客户要求，以高质量的产品及服务获得客户的认可。

1.在老客户合作方面

针对资金、场地、订单等规模较大、实力较强的老客户，公司会直接向其推荐纸浆模塑成型设备；针对受场地、订单、资金安排等因素影响的老客户，公司在向其推荐新产品时，会先建议客户购买配套设备，再向客户推荐纸浆模塑成型设备，采取由“小设备”到“大设备”的销售策略。同时，通过多种途径积极向老客户宣传新产品。

（1）实力较强的客户“一步到位”

针对资金、场地、订单等规模较大、实力较强的老客户，公司在获知其布局纸浆模塑制品行业或有纸浆模塑生产设备需求时，会直接向其推荐纸浆模塑成型设备。该类客户一般与公司合作时间较长，对公司产品技术比较认同，基于长期的合作信任关系以及该类客户的综合实力，在其有纸浆模塑成型设备采购需求时，会直接向公司采购纸浆模塑成型设备。

（2）“小设备”到“大设备”

下游客户对纸浆模塑成型设备的购置往往伴随着主要固定资产投资，由于纸浆模塑成型设备的单价相对较高、体积较大，对客户的生产经营的影响较大，客户在选择该类设备供应商时往往比较谨慎。同时，客户在采购纸浆模塑成型设备时，也会受其自身的场地、订单、资金安排等因素影响。针对公司新研发的纸浆模塑成型设备，公司业务员在向客户推荐时，会先建议客户购买开槽机（用于纸浆模塑制品）、切边机等销售价格相对较低、体积较小、功能较单一的配套设备。

当客户对配套设备各项性能较为满意之后，亦会对公司该类设备逐步产生一定的信任，随后，公司业务员会向客户推荐纸浆模塑成型设备。

报告期内，公司已向嘉善斯道拉恩索正元包装有限公司、广东高义包装印刷有限公司等多家老客户销售了纸浆模塑成型设备的配套设备，设备的稳定性已获得上述客户的认可。未来，随着老客户对纸浆模塑成型配套设备的满意度逐步提升，向公司采购纸浆模塑成型设备的意愿也将逐步增强。

（3）积极宣传

针对公司新研发的纸浆模塑成型设备，公司专门为该类设备的制作了独立的宣传手册，详细记载了纸浆模塑成型设备的主要技术参数、设备介绍、产品案例等，业务员在不定期对老客户拜访、交流时，可通过产品手册及时将纸浆模塑成型设备的各项性能反馈给客户。同时，公司在参加华南国际印刷工业展览会等展会时，会重点向客户推荐纸浆模塑成型设备。此外，公司还通过公司网站详细介绍纸浆模塑成型设备、邀请老客户来厂参观设备等多种方式积极宣传纸浆模塑成型设备。

2.在新客户开拓方面

公司对新客户开发采用销售队伍数字化、区域负责制、渠道跟踪制、需求深开发的模式，通过客户管理系统（CRM），了解客户信息，跟踪客户需求，及时为客户提供综合解决方案、不断挖掘潜在客户。报告期内，公司凭借较强的市场开拓能力以及纸浆模塑成型设备的技术优势，已经开拓了武汉天龙金地科技开发有限公司、天津长荣绿色包装科技有限公司、佛山市顺德区文达创盈包装材料有限公司、广东省汇林包装科技集团有限公司、江苏绿森包装有限公司等多家综合实力较强的客户。上述新开拓的客户中，武汉天龙金地科技开发有限公司系安徽古井贡酒股份有限公司（000596）控股子公司黄鹤楼酒业有限公司的全资子公司，该客户具有较强的综合实力。

（四）在手订单方面

截至 2022 年 3 月 31 日，公司纸浆模塑成型设备及其配套设备的在手订单与上年同期对比情况如下：

单位：万元

项目	2022. 3. 31	变动幅度	2021. 3. 31
在手订单	3, 519. 24	214. 50%	1, 119. 00

截至 2022 年 3 月 31 日，公司纸浆模塑成型设备及其配套设备的在手订单金额为 3, 519. 24 万元，较上年同期增长 214. 50%，公司纸浆模塑成型设备的在手订单不断增加。

截至 2022 年 3 月 31 日，公司纸浆模塑成型设备及其配套设备的在手订单明细情况如下：

单位：套、台、万元

序号	客户名称	规格型号	数量	金额
1	武汉天龙金地科技开发有限公司	HM-ZX1310	8	1, 560. 00
		HM-QB1310	1	200. 00
2	宜宾市裕同环保科技有限公司	YT1500	20	1, 194. 00
3	东莞市锦宇环保包装制品有限公司	HM-ZX2021A	3	540. 00
4	PERCETAKAN TENAGA SDN BHD	纸塑切边机	1	25. 24
合计				3, 519. 24

报告期内，纸浆模塑成型设备凭借其较强的技术优势以及公司较强的市场开拓能力，逐步被市场所认可，在手订单不断增加。

（五）纸浆模塑成型设备的市场空间

纸浆模塑制品由于在生产过程无废水、废气排出，所用原材料主要为来源丰富、价格低廉的废纸或纸浆，并且纸塑制品在完成其对商品在仓储、运输、销售等流通过程中的缓冲防震保护使命后，其废弃物如普通纸一样可循环利用，即使弃于自然环境中也易于分解。这些优点使其可广泛应用于消费类电子、珠宝首饰、化妆品、一次性餐具等诸多领域。

1. 全球纸浆模塑成型设备行业情况

在全球禁塑、“碳中和”大背景下，纸塑包装制品作为纸包装行业的新兴包装产品，随着其生产工艺的不断完善、应用领域的不断拓展，将具有较大的成长性及持续发展空间。根据 Grand View Research 数据显示，2020 年全球纸浆模塑包装市场价值为 38. 11 亿美元，预计到 2028 年将达到 61. 21 亿美元，2021-2028 年的复合年增长率将达到 6. 1%。随着纸浆模塑制品行业的快速发展，也将带动

纸浆模塑成型设备行业的快速发展，根据 LP INFORMATION 数据显示，2021 年全球纸浆模塑成型设备的市场价值为 7.15 亿美元，预计到 2028 年将达到 10.26 亿美元，2021-2028 年的复合年增长率将达到 5.3%。

2. 我国纸浆模塑成型设备行业情况

随着纸浆模塑制品行业的快速发展，裕同科技、大胜达、南宁糖业、山鹰国际等上市公司均布局纸浆模塑制品行业，部分上市公司布局纸浆模塑制品行业的举例如下：

序号	公司名称	时间	主要投资或收购情况
1	裕同科技	2020.4.13	与“海口国家高新技术产业开发区管理委员会”签署投资合同书，在海口国家高新技术产业开发区投资人民币 4 亿元建设环保可降解产品及配套高端包装产业基地，全部达产后实现年产值约 6.4 亿元人民币。
2	大胜达	2021.11.6	与海口国家高新技术产业开发区管理委员会签署投资合同书，在海口国家高新区投资建设“纸浆模塑环保餐具智能研发生产基地项目”，项目总投资额 5 亿元人民币。
3	南宁糖业	2021.6.22	在广西东盟经济开发区（武鸣）异地新建年产 1 万吨蔗渣浆环保纸模制品项目，该项目主要产品以纸餐具为主导产品兼顾工业精品包装制品，项目总投资 24,438.13 万元。
4	山鹰国际	2021.6	收购珠海森洋包装科技有限公司，以补足山鹰国际在华南区战略布局的同时，完成山鹰国际在整个纸浆模塑行业的全产业布局。

此外，吉宏股份、美盈森、界龙实业、青山纸业、永发印务等境内外上市公司已开始布局纸浆模塑制品行业或已开展纸浆模塑制品的相关业务。随着上述上市公司在纸浆模塑制品行业的业务发展，将带动纸浆模塑成型设备的市场需求，纸浆模塑成型设备具有较大的市场空间。

公司纸浆模塑成型设备具有二段式成型结构、热压成型采用多工位结构等特点；已获得 1 项专利和 3 项软件著作权，具有一定的技术优势；在销售策略上，公司在与老客户保持良好合作关系的同时，大力开拓新的客户；报告期各期末，公司纸浆模塑成型设备的在手订单不断增加；在全球禁塑、“碳中和”大背景下，随着纸浆模塑制品行业的快速发展，也将带动纸浆模塑成型设备行业的快速发展，纸浆模塑成型设备具有较大市场空间。

随着纸浆模塑制品应用领域的不断增加，纸浆模塑成型设备也将成为公司未来发展的主要业绩增长点之一。未来，公司将凭借自身在自动化设备行业内的技术积累，不断加大新的产品型号、产品类型方面的研发投入，建立多型号、多类型的产品体系以满足不同客户的生产需求，为公司未来业绩提供更多的增长点。

二、结合发行人所处行业的发展趋势，发行人产品与国内外竞争对手相比，在技术水平、产品质量、业务规模、人才储备等方面的优劣势，进一步说明发行人的竞争力与成长性

（一）行业发展趋势

1.纸包装机械情况

近年来，在国家产业政策的扶持下，部分纸包装机械生产企业通过自主创新、引进吸收国外先进技术，技术水平大幅提高，不断缩小与国外先进技术的差距。目前，我国纸包装机械行业整体技术水平大幅提升，销售收入也保持了快速的增长，根据中国报告大厅的数据，我国纸包装机械销售收入由 2016 年的 49.97 亿元增长至 2021 年的 71.47 亿元，复合增长率为 7.42%，我国纸包装机械行业销售收入保持持续增长的发展趋势。

随着我国纸包装机械行业销售收入的持续增长，公司作为国内为数不多的已掌握相关核心技术且实现规模化生产的纸包装机械生产企业，已获得了裕同科技、PT.Satyamitra Kemas Lestari（印度尼西亚）等国内外印刷包装生产企业的认可，在行业内具有较高的知名度，是众多精品包装盒生产企业首选的合作伙伴之一，具有较强的竞争力和成长性。

2.终端市场情况

公司是一家集研发、生产和销售于一体的包装专用设备生产商，终端行业包括消费类电子、珠宝首饰、化妆品、餐饮外卖等行业。消费类电子行业方面，根据Statista发布的市场数据，全球消费类电子的收入规模由2017年的9,204亿美元增长至2020年为10,128亿美元，预计到2026年将达到11,357亿美元；珠宝首饰市场方面，据Euromonitor数据显示，2015年以来，我国珠宝首饰市场稳步增长，市场规模由2015年的6,073亿元增长至2020年的6,470亿元；化妆品市场方面，根据国家统计局数据，2015-2020年，我国化妆品零售额从2,049.40亿元增长至2020年的3,400.20亿元，复合增长率为10.66%；餐饮外卖市场方面，根据Euromonitor数据，我国餐饮外卖市场规模由2015年的1,606亿元增长至2020年的5,204亿元，复合增长为26.52%，美团等外卖平台已经开始使用环保纸塑产品，外卖市场的迅速增长将为餐具类环保纸塑产品提供广阔的市场空间。

消费类电子、珠宝首饰、化妆品、餐饮外卖行业在内的众多下游行业的快速发展直接拉动了对包装产品的需求，主要包装产品生产企业规划建设新工厂或新生产线以扩大产能，进而带动了对包装设备的需求。因此，随着终端市场的持续发展，包装专用设备行业也将保持持续发展趋势。

近年来，公司与裕同科技、美盈森、金箭印刷、重庆海派、新洲印刷、铭丰包装、Leser Gmbh（德国）、PT.Satyamitra Kemas Lestari（印度尼西亚）、Goldsun Packaging& Printing Joint Stock Company（越南）等国内外包装盒生产企业建立了长期合作关系，上述客户为华为、OPPO、VIVO、联想、三星、索尼等通信领域品牌的合格供应商。发行人通过高质量的订单交付及良好的售后服务能力帮助客户提升了产品竞争力，获得了客户的信任及认可，具有较强的市场竞争力。同时，随着终端市场的持续发展，也将直接带动精品包装盒生产企业对于包装盒生产设备的需求，进而促进公司的业绩持续增长。

（二）发行人产品与国内外竞争对手的优劣势

1. 技术水平

发行人与国内外竞争对手技术水平比较情况如下：

序号	公司名称	技术水平
1	中科包装	截至 2022 年 2 月 9 日，该公司共有专利 51 项，其中发明专利 10 项，实用新型专利 41 项，软件著作权 3 项。
2	正润机械	截至 2022 年 2 月 9 日，该公司共有专利 50 项，其中发明专利 3 项，实用新型专利 47 项，软件著作权 9 项。
3	鸿铭股份	截至目前，公司已取得专利264项，其中发明专利44项、实用新型专利218项、外观设计专利2项，软件著作权62项。

注1：上述信息来源于企查查、中国及多国专利审查信息查询系统等公开信息；

注2：艾迈奇、日本府中系境外非公众公司，无法从公开途径获取其专利信息。

在专利总数及发明专利方面，中科包装的专利总数为51项，其中发明专利10项，正润机械的专利总数为50项，其中发明专利3项，公司专利总数为264项，其中发明专利44项；在软件著作权方面，中科包装的软件著作权总数为3项，正润机械的软件著作权总数为9项。公司与中科包装、正润机械相比，在专利总数、发明专利及软件著作权总数方面具有明显的竞争优势。

此外，公司于2019年分别被广东知识产权保护协会、国家知识产权局评为“2019年广东省知识产权示范企业”“2019年度国家知识产权优势示范企业”，

获得广东省或东莞市首台（套）重大科技装备认定3项，公司产品具有较高的技术水平。

2.产品质量

公司与国内外竞争对手在包装设备产品领域的关键参数指标对比如下：

项目	艾迈奇	日本府中	中科包装	正润机械	鸿铭股份
定位精度	-	±0.2mm	±0.05mm	±0.1mm	±0.02mm
生产速度	≤28pcs/min	≤42pcs/min	≤35pcs/min	≤30pcs/min	≤48pcs/min
最大成型尺寸	L740*W460*H230mm	L600*W360*H130mm	L600*W400*H210mm	L600*W400*H185mm	L660*W450*H260mm
最小成型尺寸	L85*W40*H15mm	L100*W40*H12mm	L80*W40*H15mm	L100*W50*H12mm	L80*W50*H15mm
面纸高度	940mm	-	700mm	-	750mm
灰板高度	880mm	-	1,000mm	-	850mm
过胶方式	滚筒过胶	滚筒过胶	滚筒过胶	滚筒过胶	滚筒过胶/丝印涂胶

注1：包装设备所生产纸盒的最大成型尺寸和最小成型尺寸直接决定产品尺寸范围，尺寸范围越广，其可生产的产品种类就越多；

注2：定位精度越高，产品质量越高；

注3：生产速度越快，设备生产效率越高；

注4：面纸及灰板高度高，加料周期越长，连线生产更加流畅，自动化程度越高；

注5：相对于滚筒过胶，丝印过胶可实现面纸局部过胶，大幅提高了面纸过胶的定位精度，改善了纸盒的外观质量。

虽然公司在纸盒成型尺寸、面纸高度、灰板高度等方面，与国内外部分主要竞争对手相比，竞争优势不明显；但是，公司在定位精度、生产速度、过胶方式等关键参数指标上，与国内外主要竞争对手相比，具有明显的竞争优势。因此，公司产品具有较高的技术水平和较强的市场竞争力。

3.业务规模

公司与国内外竞争对手的业务规模对比情况如下：

单位：万元

公司名称	项目	2021年度（2021年12月31日）	2020年度（2020年12月31日）	2019年度（2019年12月31日）
艾迈奇	总资产	-	29,158.59	33,812.25
	净资产	-	11,057.37	12,070.63
	营业收入	-	12,125.06	18,534.19

公司名称	项目	2021 年度 (2021 年 12 月 31 日)	2020 年度 (2020 年 12 月 31 日)	2019 年度 (2019 年 12 月 31 日)
	净利润	-	-1,013.27	324.83
日本府中	总资产	-	-	-
	净资产	-	-	-
	营业收入	-	-	-
	净利润	-	-	-
中科包装	总资产	-	12,182.20	9,474.40
	净资产	-	8,686.00	8,263.20
	营业收入	-	10,297.80	7,581.90
	净利润	-	523.60	327.80
正润机械	总资产	-	13,297.40	13,694.10
	净资产	-	6,640.40	6,604.10
	营业收入	-	5,424.70	5,921.80
	净利润	-	80.10	53.00
鸿铭股份	总资产	59,792.84	51,703.98	41,692.32
	净资产	45,075.73	38,317.35	32,163.42
	营业收入	32,351.25	30,834.58	26,501.88
	净利润	6,699.23	6,065.72	5,890.11

注 1：国内外竞争对手相关数据均来源于中国出口信用保险公司出具的《中国企业资信评估标准报告》；

注 2：中国出口信用保险公司出具的关于日本府中的《中国企业资信评估标准报告》无日本府中的财务数据，从其他公开途径无法获取日本府中的财务数据；

注 3：中国出口信用保险公司出具的关于艾迈奇、中科包装、正润机械的《中国企业资信评估标准报告》未披露 2021 年度（2021 年 12 月 31 日）相关财务数据。

在总资产、净资产、营业收入、净利润等方面，公司经过多年发展经营规模不断扩大，业务规模大于艾迈奇、中科包装、正润机械；根据中国出口信用保险公司出具的关于日本府中的《中国企业资信评估标准报告》及日本府中官网公开的信息，日本府中注册资本为 1,200 万日元，员工人数为 35 人，业务规模小于公司。

综上，公司的经营规模已位居行业前列。

4. 人才储备

公司与国内外竞争对手的人员数量对比情况如下：

公司名称	艾迈奇	日本府中	中科包装	正润机械	鸿铭股份
员工情况	员工总数 87 人	员工总数 35 人	员工总数 200 人	员工总数 150 人，其中研发人员 18 人	员工总数 446 人，其中研发人员 49 人

注 1：艾迈奇、中科包装的人员数量来源于《中国企业资信评估标准报告》，截至日期均为 2021 年 8 月；日本府中、正润机械的人员数量来源于其官网；

注 2：艾迈奇、中科包装、日本府中未披露其研发人员数量。

由于艾迈奇、日本府中、中科包装未公开其研发人员数量，但公司研发人员数量已超过日本府中员工总数，也超过正润机械研发人员数量，公司在研发人员数量方面与日本府中、正润机械相比，具有一定的竞争优势。

公司重视人才的培养和储备，通过基层员工团队建设的不断加强，已培养一批具有持续创新能力、高度责任心、先进专业技能和执行力较强的专业人才，能够紧跟市场发展需要开发出符合需求的包装专用设备。

综上所述，随着我国纸包装机械行业销售收入持续增长，公司作为国内为数不多的已掌握相关核心技术且实现规模化生产的纸包装机械生产企业，已获得了多个国内外印刷包装生产企业的认可，在行业内具有较高的知名度，是众多精品包装盒生产企业首选的合作伙伴之一，具有较强的竞争力和成长性。同时，随着终端市场的持续发展，也将直接带动精品包装盒生产企业对于包装盒生产设备的需求，进而促进公司的业绩持续增长。与国内外竞争对手相比，公司在技术水平、产品质量、业务规模、人才储备等方面均具有较为明显的竞争优势，较强的竞争优势将为公司在激烈的市场竞争中获取订单提供保障，进而促进公司持续成长。

三、结合发行人产品市场空间、在手订单、下游行业分布特点等情形，说明发行人收入增长的稳定性和持续性，并做有针对性的风险提示，说明未来持续获取订单、保持市场份额及持续经营能力方面是否存在重大不确定性风险，发行人的具体应对措施及其有效性；发行人是否存在业绩大幅下滑的风险及其依据，相关风险的披露是否充分

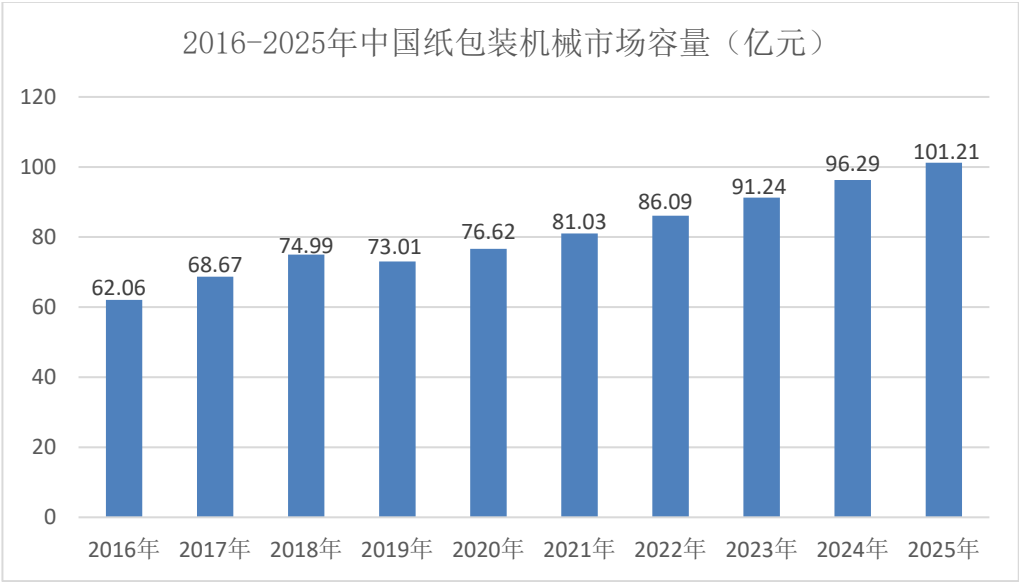
（一）市场空间

纸包装产品，与金属、塑料、玻璃、木材包装产品相比，废弃物较少、安全卫生、易于自行分解和回收再利用，是公认的“绿色包装产品”。从经济性的角度来看，产品采用的纸包装成本占产品总成本比重相对较低，原料来源也更为广

泛，便于物流搬运，具备良好的物理机械性。目前，纸包装已成为仓储、运输、消费必不可少的包装容器，是现代商业和贸易使用广泛的包装形式之一。作为绿色包装、经济包装，纸包装对其他包装产品有良好的替代效应，使用范围越来越广，环保性、经济性也将使得纸包装的需求更加旺盛，是未来包装产业的发展方向，纸包装产品具有较大的市场空间。

2020 年 1 月 19 日，国家发展改革委、生态环境部公布《关于进一步加强塑料污染治理的意见》（发改环资〔2020〕80 号）（以下简称《意见》），到 2020 年底，我国将率先在部分地区、部分领域禁止、限制部分塑料制品的生产、销售和使用，到 2022 年底，一次性塑料制品的消费量明显减少，替代产品得到推广。在商场、超市、药店、书店等场所，推广使用环保布袋、纸袋等非塑制品和可降解购物袋，鼓励设置自助式、智慧化投放装置，方便群众生活。伴随上述《意见》的逐步深入实施以及外卖、快递等新兴行业的快速发展，纸包装需求将快速增长，纸包装产品的市场空间不断扩大。

纸包装的快速发展将直接带动纸包装机械的快速发展，纸包装机械的市场空间将随着纸包装的市场空间不断扩大。根据中国报告大厅的数据，预计到 2025 年我国纸包装机械行业的市场容量将达到 101.21 亿元，包装专用设备行业具有较大的市场容量。



数据来源：中国报告大厅

（二）在手订单

报告期各期末，公司在手订单情况如下：

单位：万元

项目	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
在手待执行订单销售金额	8,012.84	5,492.61	6,509.82

注：在手待执行订单销售金额为含税金额。

公司凭借较强的市场竞争优势和订单获取能力，可快速获取新订单，报告期各期末，公司在手订单的金额分别为6,509.82万元、5,492.61万元、8,012.84万元，复合增长率为10.95%，公司在手订单金额存在一定波动，但仍保持增长趋势。

报告期内，公司新订单获取周期为2-3天，订单平均完成周期为2个月左右，订单平均完成周期较短，公司在手订单仍处于较为充足状态和增长趋势。

截至2022年4月20日，公司在手订单与上年同期对比情况如下：

单位：万元

项目	2022. 4. 20	变动幅度	2021. 4. 20
在手待执行订单销售金额	6, 867. 02	10. 68%	6, 204. 62

注：在手待执行订单销售金额为含税金额。

截至2022年4月20日，公司在手订单金额为6, 867. 02万元，较上年同期增长10. 68%。2022年1月以来，在国内外宏观经济环境面临多重压力、国内疫情多次反复的情况下，公司凭借较强的市场竞争力和市场开拓能力，在手订单仍保持增长趋势，较为充足的在手订单为公司持续经营提供了较为有力的保障。

（三）下游行业分布特点

公司产品主要应用于各类精品包装盒及纸浆模塑制品的生产。下游行业为包装印刷行业，经过 30 余年的发展，我国包装印刷工业已打破原来以大城市为中心的点状格局，在地域分布中形成了四大包装印刷产业带：一是以深圳、东莞、广州、汕头为中心的珠三角包装印刷产业带；二是以上海、浙江、江苏为中心的长三角包装印刷产业带、三是以京津冀为中心的环渤海地区包装印刷产业带；四是以四川、重庆、云南、陕西为中心的西部地区包装印刷产业带；此外，尚有以中原崛起为背景的中原包装印刷产业带和以振兴东北老工业基地为背景的东北包装印刷产业带。

公司位于珠三角印刷产业带，鸿禧科技位于长三角印刷产业带，地理位置优

势有助于公司熟悉行业发展趋势，能够及时开发出满足客户和市场需求的产
品。同时，公司将在重庆、昆山、义乌、温州、武汉、郑州等 6 地新建营销办
事处，有助于为客户提供更优质的服务，巩固和扩大自身的竞争优势。

在纸包装机械行业较大的市场空间及市场容量的背景下，公司凭借较强的
技术研发能力、规模化生产制造能力、较强的订单获取能力、快速的订单交付
能力、完善的售后服务能力，在国产自动化包装设备行业中确立了一定的竞争
优势和行业地位，保障了收入增长的稳定性和持续性；持续稳定的订单获取
能力保证了公司收入增长的稳定性和持续性；在下游行业分布特点方面，公
司可利用地理位置的优势为客户提供更优质的服务，巩固和扩大自身的竞争
优势，为公司收入增长的稳定性和持续性提供保障。

公司已在招股书说明书“第四节 风险因素”之“三、经营风险”补充披露
如下内容：

（十三）收入增长的稳定性和持续性风险

报告期内，公司扣除口罩机后的营业收入分别为 26,501.88 万元、27,279.84
万元、32,102.81 万元，变动幅度分别为 2.94%、17.68%。一方面，国内外疫
情反复对交通、供应链、物流、设备交付的负面影响较大，导致公司客户拜
访及业务开拓受限、设备交付及验收延迟等问题，从而对公司业绩有直接影
响；另一方面，2020 年以来，受国际海运能力大幅下降、出口集装箱订舱困
难，以及“限电”等因素的影响，下游包装行业需求降低、订单减少进而导
致对公司设备需求降低、订单减少。

未来，如果国内外疫情不断反复或各国仍采取较为严格的管控措施、国
际海运能力未逐步提升、出口集装箱订舱困难未得到有效缓解、工业动力能
源等使用继续受到限制，将对公司收入增长的稳定性和持续性产生重大不利
影响。

（十四）客户需求不足导致公司经营业绩下降的风险

公司的包装设备及配套设备用于各类包装盒及纸浆模塑制品的生产，面
向的客户为纸包装盒生产商，下游行业空间较大、集中度较低。同时，客
户对包装设备的采购需求主要受其新工厂或新生产线的规划建设、产品结
构调整进行的设备升级以及旧设备的改造更新等因素的影响，使得公司包
装设备的复购率

较低，报告期内，客户对包装设备的复购率分别为 27.52%、28.45%和 29.37%。报告期内，公司新增客户收入分别为 11,270.17 万元、14,365.67 万元和 13,992.21 万元，新增客户收入占主营业务收入的比重分别为 42.64%、46.63%和 43.39%。因此，公司收入具有客户集中度低、新增客户收入贡献大的特点。

未来，如果受宏观经济环境恶化、下游包装行业需求下降等因素影响，公司老客户复购率进一步降低，公司不能持续开发新客户或开发的新客户收入贡献大幅下降，将导致公司发生经营业绩下降的风险。

（四）说明未来持续获取订单、保持市场份额及持续经营能力方面是否存在重大不确定性风险，发行人的具体应对措施及其有效性

公司凭借自身的技术优势、产品优势、品牌优势、客户优势、制造加工优势以及较强的订单获取能力，能够快速获取新订单。公司与主要客户合作关系稳定，为公司持续提供订单支持，同时公司积极开发新客户，新增订单不断增长。报告期内，公司新开拓客户分别为 177 家、278 家和 272 家，新增客户当期实现收入分别为 11,270.17 万元、14,365.67 万元和 13,992.21 万元，占当期主营业务收入的比例分别为 42.64%、46.63%和 43.39%。公司凭借较强的客户开拓能力，实现了营业收入的稳定增长。

目前，公司现有厂房等已不能满足自身业务规模持续增长的需要。募投项目将新建生产中心、营销中心、研发中心，募投项目将新增产能、提高产品质量，巩固、提升公司技术创新能力，维护现有客户、开拓新客户，提高公司市场份额，增强公司整体竞争力，促进公司持续发展。

公司结合自身具体情况以及未来发展规划，制定了多种持续获取订单、保持市场份额、提升持续经营能力的措施，具体如下：

1. 加大市场开拓力度，完善销售网络

针对国内市场，公司在现有内销部门分别负责华南、华中、华东、西南、华北地区的基础之上，将在重庆等 6 地新建营销办事处，进一步加大对重点区域的市场开拓力度，加快公司对客户需求的响应能力，增强公司与客户的黏性。针对国际市场，公司继续采取内部培养与外部引进相结合的方式，进一步丰富营销团队数量，加强国外市场推广和客户跟踪服务，全面挖掘潜在国外客户，拓展国外

客户市场区域。

2. 充分利用现有客户资源持续获取订单

经过多年的发展，公司凭借在产品技术、产品质量、制造加工等方面的核心竞争力，与行业内如裕同科技、美盈森、PT.Satyamitra Kemas Lestari（印度尼西亚）、Goldsun Packaging & Printing Joint Stock Company（越南）等国内外印刷包装生产企业建立了长期稳定的合作关系。公司将全面提升市场服务能力，为客户提供全方位服务，利用现有客户资源持续获取订单。

3. 加大研发投入，不断推出满足客户需求的产品

一方面，公司将对现有产品的技术革新加大投入，不断改善产品性能、改进产品结构设计、优化产品功能，针对下游市场的需求，研发符合市场发展趋势的产品；另一方面，公司将在开发新的产品型号、产品类型方面增加研发投入，建立多型号、多类型的产品体系以满足不同客户的生产需求，不断提升公司的持续经营能力。

4. 通过产能规模化带来的稳定供应能力提高市场占有率

公司将通过规模化生产带来的规模经济和稳定供应能力，不断降低单位生产成本，增强产品竞争力，扩大产品销售规模，在保持现有市场份额的同时，不断提高市场占有率。

综上所述，公司所处行业仍有广阔的发展空间 and 市场需求，行业发展有力保障了收入增长的稳定性和持续性。公司凭借较强的市场竞争优势和订单获取能力，可快速获取新订单，持续稳定的订单获取能力保证了公司收入增长的稳定性和持续性。公司及鸿禧科技的地理位置优势有助于公司熟悉行业发展趋势，同时，公司将在重点区域新建营销办事处，有助于为客户提供更优质的服务，巩固和扩大自身的竞争优势，为公司收入增长的稳定性和持续性提供保障。此外，公司采取了多种持续获取订单、保持市场份额、提升持续经营能力的有效措施，公司未来持续获取订单、保持市场份额及持续经营能力方面不存在重大不确定性风险。

（五）发行人是否存在业绩大幅下滑的风险及其依据，相关风险的披露是否充分

报告期内，公司营业收入、净利润情况如下：

单位：万元

财务指标	2021 年度	变动幅度	2020 年度	变动幅度	2019 年度
营业收入	32,351.25	4.92%	30,834.58	16.35%	26,501.88
扣除非经常性损益后的净利润	6,175.79	51.75%	4,069.63	-29.76%	5,793.52

报告期内，公司营业收入的变动幅度分别为16.35%、4.92%，扣除非经常性损益后的净利润的变动幅度分别为-29.76%、51.75%，公司营业收入持续保持增长趋势，扣除非经常性损益后的净利润存在一定波动，但仍保持增长趋势。

2020年初受新冠疫情的影响，国内企业复工复产推迟，公司设备交期和客户需求受到一定的影响，且随着海外疫情的爆发，公司员工无法及时组织设备的验收工作，海外客户订单交期延长，海外市场的开拓受阻，导致公司海外市场销售收入有所下降，因此营业收入增速有所放缓。

2020 下半年以来，公司加大了市场开发力度。一方面，公司积极引进销售人员，2020 年末，公司销售人员为 85 人，较 2019 年末增加 8 人；另一方面，公司积极参加大型展会活动，如北京国际印刷技术展览会、中国国际彩盒展、华南国际印刷工业展览会、印刷包装设备专业展、中国印刷城(温州·龙港)印刷包装设备专业展览会、义乌包装世界博览会等展会，通过参与相关展会，公司的产品知名度得到了进一步提升，公司销售收入也随之增长。

2019年度、2020年度和2021年度，公司扣除非经常性损益后的净利润的复合增长率为3.25%。其中，2020年度，公司扣除非经常性损益后的净利润较2019年度减少1,723.90万元，主要原因如下：

1. 受新冠肺炎疫情影响、厂房折旧费用增加和具体产品销售结构变化等多因素的影响，公司自动化包装设备和配套设备销售毛利率较2019年度分别下降6.13%和4.82%，销售毛利随之较2019年度分别减少865.00万元和273.21万元；

2. 2020年度，公司将与提交科创板上市申请直接相关的中介费用合计959.90万元计入到管理费用中，导致2020年度中介服务费较2019年度增加757.38万元。

报告期内，公司营业收入、扣除非经常性损益后的净利润呈现较快增长的趋势，同时，公司下游市场需求较大、公司技术能力和市场开拓能力较强，公司主要产品收入保持增长趋势，公司不存在业绩大幅下滑的风险，具体分析如下：

1.下游市场需求较大

公司自主研发的包装设备主要应用于消费类电子包装盒、食品烟酒盒、医药保健品盒、化妆品盒、珠宝首饰盒、礼品盒、服装服饰盒等各类包装盒及纸浆模塑制品的生产。根据 Verified Market Research 发布的报告数据显示，2020 年，全球纸包装及纸板包装市场规模约为 2,024.60 亿美元，预计在 2028 年将达到 2,423.7 亿美元，全球纸包装市场规模较大且将持续保持增长趋势；根据中国包装联合会统计数据，2021 年全国纸包装行业规模以上企业累计完成主营业务收入 3,192.03 亿元，同比增长 13.56%。

同时，公司已成功研发纸浆模塑成型机、切边机等可适用于纸塑产品热压成型和切边工艺的生产设备，该设备主要应用于纸塑包装制品，未来几年，全球纸浆模塑包装市场价值将以较快的速度持续增长。

2.公司技术能力较强

公司从事包装专用设备的研发、制造和销售十余年，拥有丰富的研发生产经验。目前，公司已取得专利 264 项，其中发明专利 44 项、实用新型专利 218 项、外观设计专利 2 项。报告期内，公司研发费用投入分别为 1,293.06 万元、1,501.79 万元和 1,728.18 万元，持续的研发投入使得公司能够不断的进行技术创新，公司攻克多模式成型制盒技术、双工位抱盒成型技术、参数化智能调节技术、丝印局部涂胶技术等一批具有完全自主知识产权的关键技术。报告期内，公司包装设备不断进行产品技术升级，产品总体技术和品质达到了行业较高水平，公司品牌知名度日益提升，为公司业绩的增长奠定了良好的基础。

3.市场开拓能力不断增强

公司对新客户开发采用销售队伍数字化、区域负责制、渠道跟踪制、需求深开发的模式，通过这些模式，公司市场开拓能力不断增强，客户数量不断增加，众多的客户数量为公司业绩的持续稳定增长奠定了良好的基础。报告期内，公司新增客户数量及当期新增客户销售收入情况如下：

单位：家、万元

年份	2021 年度	2020 年度	2019 年度
新增客户数量	272	278	177
新增客户收入	13,992.21	14,365.67	11,270.17

4.2022 年公司业绩预测情况

在订单获取过程中,销售人员将其客户开发轨迹记录在公司的客户管理系统(CRM)中,包括客户的名称、地址、联系方式、生产需求(具体用途、设备类型、数量)、已购生产设备品牌及型号、新增固定资产投资进度、未来市场订单、需求阶段等,并结合上述客户情况,预测出客户向公司采购设备的金额(即在谈业务)。

根据公司客户管理系统记录的在谈业务情况,剔除系统中跟踪失败、洽谈不顺利的在谈业务,2022 年 1-6 月、2022 年度,公司因在谈业务对应的收入分别为 5,003.64 万元、20,987.05 万元,公司在谈业务所对应的收入构成情况如下:

单位:万元

产品系列	2022 年 1-6 月	2022 年度
HM-ZD350 系列	1,519.31	4,872.09
HM-ZD6418 系列	1,571.16	9,872.12
纸浆模塑成型设备	320.17	538.98
HM-ZD240 等系列自动化设备	536.58	1,274.25
制盒周边配套设备、零配件	1,056.42	4,429.61
合计	5,003.64	20,987.05

2022 年度,公司在谈业务主要客户对应的销售收入为 4,063.50 万元,各主要客户销售预测依据分析如下:

序号	客户名称	收入预计依据
1	广州市恒远彩印有限公司	根据客户访谈,该客户主要从事日化类和食品类的礼品包装盒的生产,主要客户包括宝洁、伊利等,结合客户的主营业务,新建厂房的投资规模及产线规划,拟采购设备数量、种类及设备购置金额。
2	东莞市德龙包装科技有限公司	根据客户访谈,该客户主要生产华为、OPPO、VIVO 等品牌精品包装盒,结合该客户的设备采购计划。
3	Letich Inc	根据客户访谈,结合该客户的终端客户的投资计划、设备购置金额。
4	NBG Printographic Machinery Co. Pvt Ltd	根据客户访谈,结合该客户的历史采购设备情况、后续采购计划。
5	广州市番禺铭郡纸制品厂	根据客户访谈,该客户主要从事电子产品包装盒、化妆品盒等的生产,主要客户包括欧莱雅等,结合客户的主营业务,新建厂房的进度及产线规划,拟采购设备数量及设备购置金额。
6	Hanshin machine	根据客户访谈,结合其终端客户的设备更新换代计划、更新换代数量及拟投入的设备投资金额。
7	永发印务(东莞)有限公司	根据客户访谈,该客户主要生产华为、OPPO、哈曼等品牌精品包装盒,结合该客户产线扩建计划及设备采购计划。

8	Pragati pack India pvt ltd	根据客户访谈, 客户生产线建设规划、设备采购预算金额。
9	Graphic Converting, Ltd	根据客户访谈, 结合客户投资项目的投资总额、设备采购数量和金额。
10	东莞新濠印务科技有限公司	根据客户访谈, 该客户主要从事手机盒等精品包装盒的生产, 结合客户投资项目的投资规模、设备采购种类及投入计划。

综上, 公司对在谈业务中主要客户销售预测主要基于客户的主营业务, 结合客户的新建厂房、新建产线、老设备更新换代和技术升级, 以及对新项目的投资规模、设备购置的预算等情况进行, 相关预测依据较为充分。

基于公司在谈业务对应的销售收入, 结合公司截至 2022 年 4 月 20 日的在手订单及 2022 年 1-3 月形成的销售收入, 对公司 2022 年上半年及 2022 年全年销售预测情况如下:

(1) 2022 年上半年销售预测情况

根据公司在谈业务对应的销售收入、在手订单对应的收入、销售收入情况, 2022 年上半销售预测情况如下:

单位: 万元

产品系列	在谈业务	在手订单对应的收入 (2022. 4. 20)	销售收入 (2022年 1-3月)	2021年上半 年销售金额	2022年上半 年销售预测	2022年上半 销售同比增长 率	2022年上半 销售预测覆盖 率
HM-ZD350系列	1, 519. 31	2, 143. 73	2, 742. 47	3, 990. 16	6, 405. 51	60. 53%	76. 28%
HM-ZD6418系列	1, 571. 16	863. 67	2, 302. 50	6, 179. 30	4, 737. 33	-23. 34%	66. 83%
纸浆模塑成型设备	320. 17	2, 652. 84	275. 13	2, 334. 05	3, 248. 14	39. 16%	90. 14%
HM-ZD240等系列自动化设备	536. 58	-	-	876. 59	536. 58	-38. 79%	0. 00%
制盒周边配套设备、零配件	1, 056. 42	573. 30	1, 943. 42	4, 585. 86	3, 573. 14	-22. 08%	70. 43%
合计	5, 003. 64	6, 233. 54	7, 263. 53	17, 965. 96	18, 500. 71	2. 98%	72. 95%

注 1: 在手订单对应的收入已转换为不含税金额;

注 2: 2022 年上半年销售预测覆盖率=(2022 年 1-3 月实际销售额+截至 2022 年 4 月 20 日在手订单对应的收入)/2022 年上半年销售预测;

注 3: 2022 年 1-3 月销售收入未经审计。

根据预测, 2022 年上半年, 公司销售收入为 18, 500. 71 万元, 较上年同期增长 2. 98%, 公司销售收入保持增长趋势。公司对上半年的销售预测覆盖率为 72. 95%, 覆盖率较高。因此公司预测的准确性较高, 预测的可实现性较强。

(2) 2022 年度销售预测情况

根据公司在谈业务对应的销售收入、在手订单、销售收入情况，2022 年度销售预测情况如下：

单位：万元

产品系列	在谈业务	在手订单对应的收入 (2022.4.20)	销售收入 (2022年1-3月)	2021年销售 金额	2022年销售 预测	2022年销 售同比增 长率	2022年 销售预 测覆盖 率
HM-ZD350系列	4,872.09	2,143.73	2,742.47	8,560.50	9,758.29	13.99%	50.07%
HM-ZD6418系列	9,872.12	863.67	2,302.50	11,019.30	13,038.29	18.32%	24.28%
纸浆模塑成型设备	538.98	2,652.84	275.13	2,506.61	3,466.95	38.31%	84.45%
HM-ZD240等系列自动化设备	1,274.25	-	-	911.98	1,274.25	39.72%	-
制盒周边配套设备、零配件	4,429.61	573.30	1,943.42	8,999.76	6,946.33	-22.82%	36.23%
合计	20,987.05	6,233.54	7,263.53	31,998.15	34,484.12	7.77%	39.14%

注 1：2022 年销售预测覆盖率=（2022 年 1-3 月实际销售额+截至 2022 年 4 月 20 日在手订单对应的收入）/2022 年销售预测；

注 2：在手订单对应的收入已转换为不含税金额；

注 3：2022 年 1-3 月销售收入未经审计。

综上，公司基于在谈业务对应的销售收入、销售收入实现情况、在手订单情况等，对 2022 年销售情况进行了预测。基于公司所处行业具有较大的市场空间，公司销售团队具有较强的市场开拓能力，结合公司目前已实现销售收入和在手订单情况，公司 2022 年销售收入预计为 34,484.12 万元。

公司对 2022 年度销售收入的预测主要基于截至 2022 年 4 月的在谈业务情况、在手订单情况进行，在谈业务尚未签署协议，存在业务洽谈失败、不能及时转化为订单的风险。同时，上述在谈业务未考虑未来 8 个月新增在谈业务情况，未来 8 个月，公司将凭借其较强的市场开拓能力，积极获取新的在谈业务。

上述预测不代表公司最终可实现的收入，亦不构成盈利承诺。若未来发生较大不利变化，则公司相关预测可能存在无法实现的风险。

综上，从公司下游市场需求、技术能力和市场开拓能力、公司 2022 年业绩预测等方面来看，公司业绩不存在大幅下滑的风险。

针对可能影响公司业绩的相关风险，公司已在招股说明书“第四节 风险因素”之“（三）经营风险”披露了如下风险：

（三）受宏观经济波动及下游行业集中影响的风险

公司主要产品为自动化包装设备、包装配套设备，下游行业为包装印刷行业，终端应用领域包括消费电子、医药保健品、化妆品、服装服饰、食品烟酒等。由于公司生产的包装设备产品属于下游客户生产性固定资产的组成部分，公司下游客户对包装机械设备的采购需求主要源于新工厂或新生产线的规划建设、为调整产品结构进行的设备更新升级、原有旧设备的改造更新等，因此公司产品销售、生产等经营模式受下游客户所处行业的行业特性及下游客户经营模式影响较大。

同时，由于包装专用设备是包装印刷行业的固定资产投资，包装印刷行业对国内外宏观经济、经济运行周期变动、终端消费者的消费喜好和消费习惯较为敏感。消费者对具有创新性设计的包装产品展现出更大关注度，消费购物的过程成为展现个人风格不断清晰化的过程。在竞争日趋激烈的市场环境下，产品包装之间的同质化现象较为严重。为迎合消费者的消费喜好、消费习惯，凸现创新化、个性化的包装产品需求不断增多。因此，如果国内外宏观经济发生重大变化、经济增长速度放缓或出现周期性波动，或者消费者对包装产品的喜好发生较大变化而公司未能及时对行业需求进行合理预期并调整公司的经营策略，可能对公司未来的发展产生一定的负面影响，导致业务增速放缓。

（六）主要原材料价格波动风险

公司主要原材料是标准件、非标准件、电气元器件、钢材等，其成本占主营业务成本的比例较高，报告期内，原材料成本占主营业务成本的比例分别为81.67%、79.99%和80.03%。公司直接材料中物料品种繁多，大多数物料有其各自的规格型号。报告期内，公司主要原材料采购价格情况如下：

单位：元/件、元/千克

主要原材料	2021 年度		2020 年度		2019 年度
	采购单价	单价变动率（%）	采购单价	单价变动率（%）	采购单价
电机类	479.12	-3.29	495.4	-7.88	537.77
板件类	34.47	-12.66	39.47	19.78	32.95
电器元件	63.40	-82.46	361.53	476.11	62.75
机器手类	40,207.52	-2.79	41,361.27	-5.6	43,815.38
直线导轨/滚珠丝杆类/滑块模组	149.73	-11.38	168.96	0.26	168.52

钣金类	30.37	-9.65	33.62	-16.83	40.42
减速机/真空泵/空压机类	868.31	1.91	852.06	-9.79	944.59
可编程控制器类	396.82	-21.80	507.44	7.92	470.22
钢材	6.21	28.57	4.83	3.21	4.68
气动元件/真空元件类	7.86	-14.51	9.19	1.72	9.03
半成品零件类	96.66	4.08	92.87	3.64	89.61
轴类	32.85	-16.97	39.56	21.21	32.64
视觉工控系统	4,262.93	19.33	3,572.49	-11.78	4,049.65
液压器件	39.69	-30.11	56.78	20.41	47.15
轮类	76.48	30.09	58.79	-14.58	68.83
触摸屏类	376.31	3.13	364.87	-18.71	448.87
轴承类	13.66	7.39	12.72	2.93	12.36
销类/套类/法兰	13.54	-6.42	14.47	19.22	12.14
滚筒类	150.53	-11.20	169.52	7.54	157.63
铸件压铸毛坯件类	78.30	17.48	66.65	12.64	59.17

公司原材料标准件中的机器手类、触摸屏类，电气元器件中的视觉工控系统、减速机/真空泵/空压机类等材料单价较高，其价格的波动将对公司产品生产成本产生一定的影响。公司所需主要原材料钢材、机械件价格通常会受到大宗商品钢材价格波动的影响，从而影响公司的原材料采购价格，对公司的盈利情况造成一定的影响。

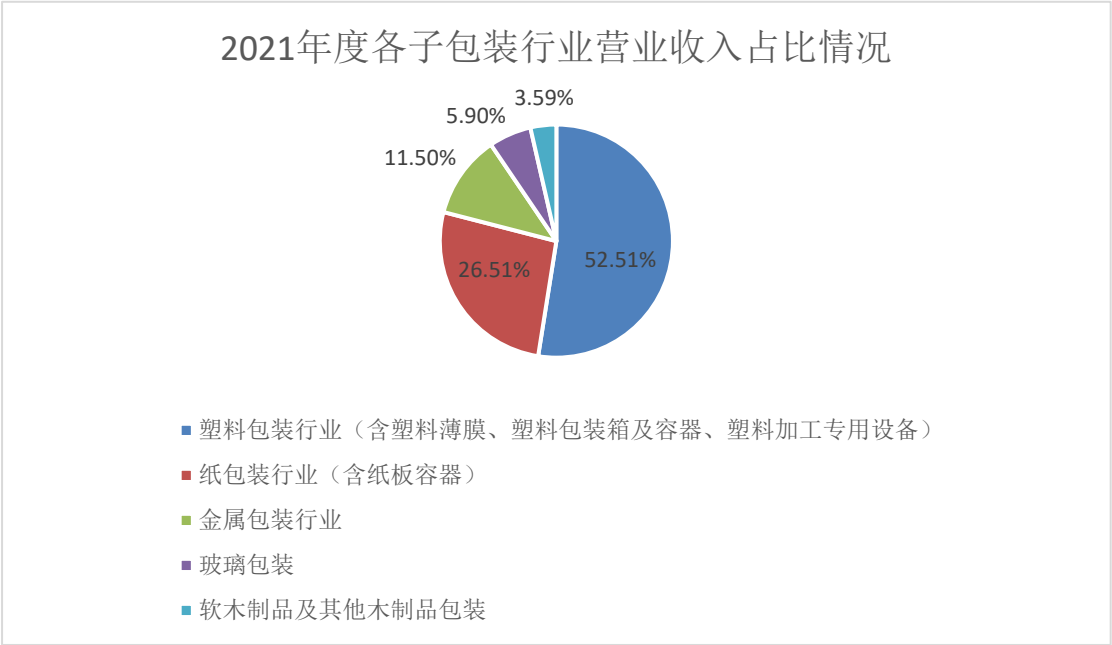
（八）人工成本上升的风险

报告期各期末，公司员工人数分别为 409 人、429 人和 446 人，呈快速增长趋势，随着员工数量的增长及工资水平的提高，公司职工薪酬支出呈上升趋势。报告期内，公司应付职工薪酬的金额分别为 4,992.81 万元、5,661.52 万元和 6,321.75 万元。未来，随着社会人均工资的逐步提高，以及公司为保持人员稳定并吸引优秀人才，公司员工薪酬待遇有可能进一步提高，从而增加人工成本，对公司盈利能力产生不利影响。

（九）包装行业整体市场竞争风险

根据 SmithersPira 公司发布的《包装的未来：到 2030 年的长期战略预测》报告显示，2020 年世界包装行业市场规模为 8,599 亿美元，预计未来该市场将逐渐回暖，至 2030 年市场规模将达到 1.13 万亿美元。根据中国包装联合会发布的

《2021 年全国包装行业运行概况》，2019 年-2021 年，我国包装行业规模以上企业主营业务收入分别为 10,032.53 亿元、10,064.58 亿元和 12,041.81 亿元，总体规模增长缓慢。同时塑料包装占据我国包装行业的主导地位，2021 年我国包装行业中的塑料包装行业、纸包装行业占比分别为 52.51%、26.51%。



数据来源：中国包装联合会

目前，纸包装营业收入占包装行业营业收入低于塑料包装行业，塑料包装依然占据主导地位。同时，随着环保政策的不断落实以及消费者环保意识的增强，无污染、无公害、可再生的“绿色包装”受到越来越广泛的关注与重视，纸塑包装产品得到了快速发展。未来如果公司不能快速适应包装行业的发展需求，局限于纸包装行业，则将面临行业竞争加剧，纸包装被其他包装产品代替，从而导致发行人盈利能力下降的风险。

（十）市场竞争加剧的风险

国内纸包装机械行业集中度较高，生产企业整体呈金字塔状。底部企业数量相对较多，主要生产技术含量较低的产品，设备品质不高，价格竞争激烈，利润率较低；中端产品的制造企业具有一定的经济实力及新产品开发能力，但设备仿制多、创新少、技术含量及附加值不高，难以进入高端市场；在高端市场方面，经过多年的发展，国内的纸包装机械行业逐步形成了一批具有较强研发能力、拥有自主知识产权、能够与国际企业展开竞争的包装设备制造商。

报告期内公司的主要竞争对手为 EMMECI S.P.A（艾迈奇）、府中纸工株式会社、温州中科包装机械有限公司、浙江正润机械有限公司，以及同行业上市公司竞争对手苏州赛腾精密电子股份有限公司、苏州斯莱克精密设备股份有限公司、江苏新美星包装机械股份有限公司、杭州中亚机械股份有限公司。由于国内市场竞争较为激烈，纸包装机械行业生产企业众多，市场占有率依然较低。如果公司未来不能在产品研发、技术创新、客户服务等方面继续保持竞争优势，则公司将面临国内外纸包装机械高端领域厂家的竞争，公司未来的经营业绩将受到不利影响。

（十一）国际政治及贸易变化的风险

报告期内，公司海外销售的金额分别为 5,147.86 万元、5,424.18 万元和 4,432.41 万元，占主营业务收入的比重分别为 19.29%、17.60%和 13.75%。进口国际贸易政策的变化，将对公司的业务开拓和盈利能力增长造成一定程度的影响。

2019 年至今，中美贸易摩擦不断。由于公司部分下游客户的终端产品销往美国，因此中美贸易摩擦直接影响到公司下游客户，继而可能沿产业链间接影响至公司。截至招股说明书签署日，公司对境内终端客户的销售暂未受到中美贸易摩擦影响。但若未来中美贸易摩擦持续升级，不排除公司下游客户经营状况会发生不利变化，进而影响公司产品的销售情况。

（十二）口罩机相关业务导致经营业绩下滑的风险

2020 年初，为应对新型冠状病毒肺炎重大传染性疫情，公司依托自身在专用设备领域的研发、生产优势，利用现有产线，用于口罩机的生产。2020 年度，公司口罩机相关业务的营业收入、净利润分别为 3,554.74 万元、268.11 万元，占公司主营业务收入、净利润的比例分别为 11.54%、4.42%，2021 年度口罩机业务收入为 248.44 万元，口罩机相关业务对公司的生产经营具有一定的影响。

口罩机相关业务系因新型冠状病毒肺炎爆发和蔓延而新增的业务，随着国内疫情逐步好转，以及口罩产能和供给的迅速增加，国内口罩市场逐步趋于饱和，口罩机的市场需求快速回落，该业务是否可持续存在不确定性，公司存在因口罩机相关业务无法持续而导致未来经营业绩下滑的风险。

（十三）收入增长的稳定性和持续性风险

报告期内,公司扣除口罩机后的营业收入分别为 26,501.88 万元、27,279.84 万元、32,102.81 万元,变动幅度分别为 2.94%、17.68%。一方面,国内外疫情反复对交通、供应链、物流、设备交付的负面影响较大,导致公司客户拜访及业务开拓受限、设备交付及验收延迟等问题,从而对公司业绩有直接影响;另一方面,2020 年以来,受国际海运能力大幅下降、出口集装箱订舱困难,以及“限电”等因素的影响,下游包装行业需求降低、订单减少进而导致对公司设备需求降低、订单减少。

未来,如果国内外疫情不断反复或各国仍采取较为严格的管控措施、国际海运能力未逐步提升、出口集装箱订舱困难未得到有效缓解、工业动力能源等使用继续受到限制,将对公司收入增长的稳定性和持续性产生重大不利影响。

(十四) 客户需求不足导致公司经营业绩下降的风险

公司的包装设备及配套设备用于各类包装盒及纸浆模塑制品的生产,面向的客户为纸包装盒生产商,下游行业空间较大、集中度较低。同时,客户对包装设备的采购需求主要受其新工厂或新生产线的规划建设、产品结构调整进行的设备升级以及旧设备的改造更新等因素的影响,使得公司包装设备的复购率较低,报告期内,客户对包装设备的复购率分别为 27.52%、28.45%和 29.37%。报告期内,公司新增客户收入分别为 11,270.17 万元、14,365.67 万元和 13,992.21 万元,新增客户收入占主营业务收入的比重分别为 42.64%、46.63%和 43.39%。因此,公司收入具有客户集中度低、新增客户收入贡献大的特点。

未来,如果受宏观经济环境恶化、下游包装行业需求下降等因素影响,公司老客户复购率进一步降低,公司不能持续开发新客户或开发的新客户收入贡献大幅下降,将导致公司发生经营业绩下降的风险。

(十五) 与裕同科技合作稳定性及持续性风险

报告期内,随着裕同科技的经营规模不断扩大,其对机器设备等固定资产的投资不断加大,因此,裕同科技向公司采购机器设备的金额不断增加,交易金额分别为 2,075.54 万元、3,248.36 万元、5,275.98 万元,占公司主营业务收入的比例分别为 7.85%、10.54%、16.36%。

未来,如果裕同科技业务扩张趋于平稳,投资计划因此发生重大调整,资

本开支逐步降低、机器设备等固定资产的投资逐渐减少，或其行业本身或其上下游的行业发生变化，导致其对公司产品的需求量降低，从而减少对公司的设备采购，公司对裕同科技的销售存在大幅下滑的风险；另一方面，如果未来公司技术水平、产品质量、管理水平以及持续创新能力不足，或未能持续保持相对于同行业竞争者的竞争优势，导致裕同科技减少甚至取消与公司的合作，可能会导致公司业绩增速放缓甚至下滑，将会对公司的经营业绩产生不利影响。

综上，公司已完整披露了业绩相关的风险，相关风险披露充分。

四、结合裕同科技的业务扩张和投资计划，分乐观和悲观情况对其采购发行人的设备情况进行预测，分析发行人与其合作的稳定性及持续性，并进行充分风险提示

（一）裕同科技的业务扩张和投资计划

1. 裕同科技的业务扩张计划

根据裕同科技 2020 年年度报告及 2021 年半年度报告，裕同科技的部分主要业务扩张的情况如下：

（1）强化环保品牌建设，构建销售网络体系

2021 年，环保包装的发展将以品牌建设为核心，研发创新为先导，市场拓展为驱动，支撑环保包装业务快速增长。在销售方面，将建立一体化销售网络体系，国内以华南、华中和西南地区为中心，海外以美国、澳洲为网点进行拓展，有力提升环保包装的全球交付能力。

（2）打造标杆数字化工厂，构建智能制造生态圈

2021 年年中，智能工厂将正式投入运营，相对于传统工厂，智能工厂将在生产效率、生产管控、生产质量和生产柔性等各方面展现出较大优势。在工厂投产后，裕同科技将继续对车间内所有生产设备进行数字化升级改造，使用前沿工业智能技术。未来，裕同科技还将把智能工厂打造为灯塔工厂和全国轻工行业智能制造示范性基地，通过技术输出等方式引领辐射上下游产业链，整合构建轻工行业智能制造生态圈。

（3）开启国际化发展战略，提供数字化包装解决方案

裕同科技的数字印刷事业部将进一步拓展业务范围和客户范围，开启国际化

发展战略，与更多品牌客户建立合作关系，洞察客户需求，为客户提供有前瞻性的数字化包装解决方案。同时，公司将针对小批量多批次产品加工需求，进一步提升数字化包装生产能力，助力品牌客户的业务持续增长。

（4）夯实消费电子市场，拓展新兴细分市场

2021 年上半年，裕同科技充分利用自身优势，夯实电子消费品市场，拓展新兴细分市场，实现营收稳定增长。其中，消费电子包装和白酒包装的增长尤为显著。当前国内经济环境下，消费升级成为主流趋势，裕同科技将紧握这一发展机遇，加快推进智能工厂建设和改造，不断强化工厂对大单品的交付稳定能力和小批量定制产品的快速响应能力，多方面满足市场和客户发展需求。

公司产品主要用于纸包装盒的生产，纸包装作为环保包装，公司产品可用于裕同科技纸包装等环保包装的生产。同时，公司总部位于华南地区，已设立负责华南、华中和西南的业务部门，并将在武汉、郑州、重庆等地新建营销办事处，契合裕同科技国内华南、华中和西南地区的地域布局。公司已掌握了多模式成型制盒技术、双工位抱盒成型技术、参数化智能调节技术、高速精密凸轮成型技术、多位置拉模折边技术等核心技术，公司设备可实现精品包装盒的自动化连线生产以及小批量多批次的加工生产，公司产品可用于裕同科技的智能工厂建设和数字化包装解决方案中。公司产品主要应用于消费类电子包装盒、食品烟酒盒、医药保健品盒、化妆品盒、珠宝首饰盒、礼品盒、服装服饰盒等各类精品包装盒的生产，公司产品可用于裕同科技在消费电子包装盒、白酒包装盒等精品包装盒的生产。因此，结合裕同科技的主要业务发展规划，公司可稳定、持续地为其提供各类包装专用设备，截至 2021 年 12 月 31 日，公司拥有裕同科技的在手订单 1,260.00 万元，公司与裕同科技的合作具有稳定性和持续性。

2. 裕同科技的业务投资计划

根据裕同科技公告的《公开发行可转换公司债券募集说明书》《深圳市裕同包装科技股份有限公司关于募集资金半年度存放与使用情况的专项报告》，截至 2021 年 6 月 30 日，裕同科技于 2020 年 4 月公开发行可转换公司债券募集资金投资项目的投资总额、设备及软件购置费用投资金额、项目投资进度情况如下：

单位：万元

项目	投资总额	其中：设备及软件	截至 2021 年 6
----	------	----------	-------------

		购置费用投资金额	月 30 日投资进度
宜宾裕同智能包装及竹浆环保纸塑项目	60,000.00	50,692.03	26.01%
许昌裕同高端包装彩盒智能制造项目	25,000.00	25,000.00	44.26%
裕同公司增资香港裕同印刷有限公司并在越南扩建电子产品包装盒生产线项目	12,650.00	4,500.00	73.81%
裕同公司增资香港裕同印刷有限公司并在印度尼西亚建设电子产品包装盒生产线项目	5,100.00	4,985.00	72.40%
合计	102,750.00	85,177.03	-

除上述与公开发行可转换公司债券募集资金投资项目直接的设备投资计划之外，裕同科技新设立或新收购的公司在公司设立初期一般会新建生产线，进而增加对设备采购计划。根据裕同科技 2020 年年度报告、2021 年半年度报告，2020 年度及 2021 年 1-6 月，裕同科技新设立或新收购的公司（已注销的除外）如下：

序号	公司名称	股权取得方式	股权取得时间	注册资本	出资比例
1	湖北奥嘉特新材料科技有限公司	收购	2021/1/14	3,000 万	51%
2	深圳裕创联合包装供应链有限公司	新设	2021/1/6	2,000 万	35%
3	云南裕同包装科技有限公司	新设	2021/3/22	3,000 万	100%
4	山东裕同科技有限公司	新设	2021/4/21	1,000 万美元	100%
5	乐山市裕祺福包装材料有限公司	新设	2021/4/28	1,000 万	51%
6	永修裕同印刷包装有限公司	新设	2021/4/29	1,000 万	100%
7	深圳市方氏华泰印刷有限公司	收购	2021/5/24	150 万	100%
8	越南裕华包装科技有限公司	新设	2020/1/13	200 万美元	100%
9	海口市裕同环保科技有限公司	新设	2020/4/30	3,000 万	100%
10	上海裕同包装科技有限公司	新设	2020/3/13	5,000 万	100%
11	中创文保科技发展（海南）有限公司	新设	2020/10/23	1,000 万	100%
12	金华市裕同印刷包装有限公司	新设	2020/12/31	500 万	100%

此外，裕同科技对产线进行升级或对旧设备进行更新换代，都会增加其对设备的投资计划。

随着裕同科技设备投资计划的不断增加，基于公司产品的市场竞争优势，公司可与其保持稳定、持续的合作关系。

（二）裕同科技对发行人采购设备的预测

报告期内，裕同科技机器设备投资保持稳步增长趋势，其中向公司采购设备占其当年新增设备的比例一般稳定在 3%-5%之内，平均值为 4.41%。乐观情况下，假设裕同科技未来三年因未完工的在建工程、许昌智能工厂建设项目、更新原设备、可转换公司债券募投项目以及因新设或收购子公司而向公司采购设备；悲观情况下，假设裕同科技未来三年向公司采购设备仅包括因可转换公司债券募投项目向公司采购设备和因更新 10 年前向公司采购的机器设备而向公司采购新设备。在乐观与悲观情况下，裕同科技向公司采购设备的预测计算过程如下：

1. 乐观情况

（1）在建工程

2019 年度、2020 年度，裕同科技设备增加金额及其向公司采购设备金额情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度
裕同科技机器设备增加金额 (A)	63,550.63	55,881.92
裕同科技向公司采购设备金额 (B)	3,248.36	2,075.54
占比 (B/A)	5.11%	3.71%
占比平均值	4.41%	

基于上述情况，根据裕同科技披露的 2021 年半年度报告，截至 2021 年 6 月 30 日，裕同科技以自有资金投资的尚未完工的在建工程如下：

单位：万元

序号	在建工程名称	投资总额 (A)	工程进度 (B)	在建工程未投入金额 (C=A*(1-B))	在建工程设备采购设备金额 D=C*63.29%	向公司采购设备金额 (D*4.41%)
1	山东裕同厂房装修改良在建工程项目	200.00	49.90%	100.20	63.42	2.80
2	昆迅二期厂房在建工程项目	7,849.34	17.95%	6,440.39	4,076.12	179.76
3	九江裕同厂房在建工程项目	1,150.00	98.00%	23.00	14.56	0.64
4	东莞君湖厂房在建工程项目	30,000.00	19.54%	24,138.00	15,276.94	673.71
5	裕同集团重庆高端环保包装项目-渝北厂房在建工程项目	20,000.00	12.21%	17,558.00	11,112.46	490.06

6	艾特投资厂房建设在建工程项目	4,800.00	99.43%	27.36	17.32	0.76
7	惠州裕同厂房在建工程项目	11,200.00	20.59%	8,893.92	5,628.96	248.24
8	海口裕同环保纸塑项目一期在建工程项目	32,000.00	24.76%	24,076.80	15,238.21	672.00
9	湖南裕同环保工程印刷设备及其他工程在建工程项目	80.00	89.79%	8.17	5.17	0.23
合计		107,279.34	-	81,265.83	51,433.15	2,268.20

注：根据裕同科技首次公开发行股票并上市募集资金投资项目以及公开发行可转换公司债券募集资金投资项目，其设备购置费用占项目投资总额的比例为 63.29%，本次测算参考该数据。

根据测算，截至 2021 年 6 月 30 日，裕同科技因在建工程向公司采购设备的金额为 2,268.20 万元，假定 2021 年下半年、2022 年度、2023 年度、2024 年度，裕同科技采购金额较为平均，则裕同科技因在建工程而向公司采购机器设备的金额如下：

单位：万元

项目	2021 年 7-12 月	2022 年度	2023 年度	2024 年度
因在建工程向公司采购设备金额	324.05	648.10	648.10	648.10

（2）许昌智能工厂建设项目

根据裕同科技 2021 年 11 月 4 日投资者关系活动记录表，裕同科技的许昌智能工厂规划投资总额为 12.50 亿，目前已投资金额约 6 亿，尚有 6.50 亿未投资。针对尚未投资的 6.5 亿元，其设备采购金额及向公司采购设备金额测算如下：

单位：万元

序号	在建工程名称	投资总额(a)	许昌智能工厂投资建设项目设备采购金额 $b=a*63.29\%$	向公司采购设备金额 $(b*4.41\%)$
1	许昌智能工厂投资建设项目	65,000.00	41,140.99	1,814.32
合计		65,000.00	41,140.99	1,814.32

注：根据裕同科技首次公开发行股票并上市募集资金投资项目以及公开发行可转换公司债券募集资金投资项目，其设备购置费用占项目投资总额的比例为 63.29%，本次测算参考该数据。

根据测算，许昌智能工厂投资建设项目向公司采购设备的金额为 1,814.32 万元，假定 2022 年度、2023 年度、2024 年度，裕同科技采购金额较为平均，则

裕同科技因许昌智能工厂投资建设项目而向公司采购机器设备的金额如下：

单位：万元

项目	2012 年度	2013 年度	2014 年度
许昌智能工厂投资建设项目向公司采购机器设备金额	604.77	604.77	604.77

(3) 更新原设备

根据裕同科技提供的说明进行测算，裕同科技自 2012 年至 2021 年采购与公司同类设备的金额如下：

单位：万元

2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度	2017 年度
6,250.42	3,625.40	2,397.25	2,858.34	3,182.24
2016 年度	2015 年度	2014 年度	2013 年度	2012 年度
402.13	338.00	625.64	2,232.48	1,075.30

裕同科技 2012 年至 2021 年采购与公司同类设备的金额合计 22,987.20 万元，每年平均采购金额为 2,298.72 万元。基于上述情况，在乐观情况下，假定裕同科技未来每年更新原设备的金额为过去 10 年采购采购设备的平均数，且均向公司采购。因此，2022-2024 年，裕同科技因更新原设备而向公司采购机器设备金额测算如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2023 年度	2024 年度
因更新原设备向公司采购	2,298.72	2,298.72	2,298.72

(4) 可转换公司债券募投项目采购设备

截至 2021 年 6 月 30 日，裕同科技于 2020 年 4 月公开发行可转换公司债券募集资金投资项目的投资余额测算如下：

单位：万元

项目	其中：设备及软件购置费用投资金额 (A)	截至 2021 年 6 月 30 日投资进度 (B)	设备及软件购置剩余金额 (C=A*(1-B))	向公司采购设备金额 (C*4.41%)
宜宾裕同智能包装及竹浆环保纸塑项目	50,692.03	26.01%	37,507.03	1,655.11
许昌裕同高端包装彩盒智能制造项目	25,000.00	44.26%	13,935.00	614.92
裕同公司增资香港裕同印刷有限公司并在越南扩建电子	4,500.00	73.81%	1,178.55	52.01

产品包装盒生产线项目				
裕同公司增资香港裕同印刷有限公司并在印度尼西亚建设电子产品包装盒生产线项目	4,985.00	72.40%	1,375.86	60.71
合计	85,177.03	-	53,996.44	2,382.76

根据测算，截至 2021 年 6 月 30 日，裕同科技因发行可转换公司债券而向公司采购设备的余额为 2,382.76 万元，假定 2021 年下半年、2022 年度、2023 年度、2024 年度，裕同科技采购金额较为平均，则裕同科技因可转换公司债券募投项目而向公司采购机器设备的金额如下：

单位：万元

项目	2021 年 7-12 月	2022 年度	2023 年度	2024 年度
因可转换公司债券募投项目向公司采购	340.39	680.79	680.79	680.79

（5）其他设备采购

除上述裕同科技已经较为明确的投资计划所涉及的设备投资外，裕同科技新设立或新收购的公司在公司设立初期一般会新建生产线，进而增加对设备采购计划。

综上，在乐观情况下，裕同科技向公司采购机器设备金额如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2023 年度	2024 年度
因在建工程向公司采购设备金额	648.10	648.10	648.10
许昌智能工厂投资建设项目向公司采购机器设备金额	604.77	604.77	604.77
因更新原设备向公司采购	2,298.72	2,298.72	2,298.72
因可转换公司债券募投项目向公司采购	680.79	680.79	680.79
合计	4,232.38	4,232.38	4,232.38

同时，考虑裕同科技新设立或新收购的公司等因素的其他设备采购，乐观情况下未来三年裕同科技向公司每年采购机器设备的金额在 4,232.38 万元以上。

2. 悲观情况

在悲观情况下，裕同科技向公司采购设备由可转换公司债券募投项目采购设备和更新使用满 10 年的原设备采购组成。

(1) 可转换公司债券募投项目采购设备

根据上文测算，裕同科技因可转换公司债券募投项目而向公司采购机器设备的金额如下：

单位：万元

项目	2021 年 7-12 月	2022 年度	2023 年度	2024 年度
因可转换公司债券募投项目向公司采购	340.39	680.79	680.79	680.79

(2) 更新原设备

根据裕同科技披露的年度报告，其机器设备使用寿命为 10 年，假定裕同科技目前的设备除募投项目外已满足其使用要求，将来的设备需求为将使用期满 10 年的设备进行更新，2012-2014 年，裕同科技向公司采购机器设备金额如下：

单位：万元

项目	2012 年度	2013 年度	2014 年度
向公司采购机器设备金额	924.76	1,384.14	344.1

2022-2024 年，裕同科技因更新原设备而向公司采购机器设备金额测算如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2023 年度	2024 年度
因更新原设备向公司采购	924.76	1,384.14	344.1

综上，裕同科技向公司采购机器设备金额如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2023 年度	2024 年度
因可转换公司债券募投项目向公司采购	680.79	680.79	680.79
因更新原设备向公司采购	924.76	1,384.14	344.10
合计	1,605.55	2,064.93	1,024.89

综上，公司产品可满足裕同科技业务扩张和投资计划的需求。在乐观情况下，未来三年，裕同科技每年向公司采购设备的金额将在 4,232.38 万元以上；在悲观情况下，未来三年，裕同科技向公司采购设备的金额分别为 1,605.55 万元、2,064.93 万元、1,024.89 万元。

2019 年度、2020 年度、2021 年 1-9 月，裕同科技的营业收入分别为

984,487.50 万元、1,178,893.71 万元 1,005,518.83 万元，呈快速增长趋势。随着裕同科技经营规模的快速扩大，其对机器设备等固定资产的投资不断加大，因此，报告期内，裕同科技向公司采购机器设备的金额不断增加。未来，如果裕同科技业务扩张趋于平稳，投资计划发生重大调整，资本开支逐步降低、机器设备等固定资产的投资逐渐减少，或其行业本身或其上下游的行业发生变化，导致其对公司产品的需求量降低，从而减少对公司的设备采购，将会对公司的经营业绩产生不利影响。因此，在悲观情况下，公司对裕同科技的销售存在大幅下滑的风险。针对上述情形，公司需要在不断加大研发投入、增强竞争优势的同时，积极开拓新的客户，减少因裕同科技向公司采购金额下降而对公司经营业绩产生的不利影响。

公司已在招股书说明书“第四节 风险因素”之“（三）经营风险”补充披露如下内容：

（十五）与裕同科技合作稳定性及持续性风险

报告期内，随着裕同科技的经营规模不断扩大，其对机器设备等固定资产的投资不断加大，因此，裕同科技向公司采购机器设备的金额不断增加，交易金额分别为 2,075.54 万元、3,248.36 万元、5,275.98 万元，占公司主营业务收入的比例分别为 7.85%、10.54%、16.36%。

未来，如果裕同科技业务扩张趋于平稳，投资计划因此发生重大调整，资本开支逐步降低、机器设备等固定资产的投资逐渐减少，或其行业本身或其上下游的行业发生变化，导致其对公司产品的需求量降低，从而减少对公司的设备采购，公司对裕同科技的销售存在大幅下滑的风险；另一方面，如果未来公司技术水平、产品质量、管理水平以及持续创新能力不足，或未能持续保持相对于同行业竞争者的竞争优势，导致裕同科技减少甚至取消与公司的合作，可能会导致公司业绩增速放缓甚至下滑，将会对公司的经营业绩产生不利影响。

〔中介机构核查意见〕

一、核查程序

保荐人、申报会计师履行了以下核查程序：

1. 查阅了公司产品手册，访谈了公司核心技术人员，了解纸浆模塑成型设备

的产品特点、技术优势；

2. 访谈公司高级管理人员，查阅了公司客户管理系统，了解公司纸浆模塑成型设备的销售策略及市场开拓等情况；

3. 查阅发行人在手订单明细及大额销售合同，了解发行人在手订单情况；

4. 查阅纸浆模塑制品及纸浆模塑成型设备的相关市场数据，查阅了从事纸浆模塑制品相关业务的上市公司的公告，了解纸浆模塑成型设备的市场空间；

5. 查阅纸包装机械及其终端市场的行业数据，了解纸包装、纸包装机械的行业情况；

6. 检索企查查、中国及多国专利审查信息查询系统、国内外竞争对手官网，查阅中国出口信用保险公司出具的《中国企业资信评估标准报告》，了解国内外竞争对手的技术水平、关键业务指标、业务规模、人才储备等情况；

7. 查阅发行人客户管理系统，访谈发行人主要客户，了解发行人 2022 年业绩情况；

8. 查阅裕同科技相关公告，了解裕同科技的业务扩张计划、投资计划、新设公司、设备采购等情况。

二、核查结论

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1. 公司纸浆模塑成型设备具有二段式成型结构、热压成型采用多工位结构、制浆及正负压系统模块化等特点，具有一定的技术优势；在销售策略上，公司在与老客户保持良好合作关系的同时，大力开拓新的客户；报告期各期末，纸浆模塑成型设备的在手订单不断增加，纸浆模塑成型设备具有较大市场空间，纸浆模塑成型设备将成为公司未来发展的主要业绩增长点之一。

2. 包装专用设备行业的持续发展趋势将促进公司业绩的持续增长；与国内外竞争对手相比，公司在技术水平、产品质量、业务规模、人才储备等方面均具有较为明显的竞争优势，较强的竞争优势将为公司在激烈的市场竞争中获取订单提供保障，进而促进公司持续成长。

3. 在纸包装机械行业较大的市场空间及市场容量的背景下，公司凭借持续稳定的订单获取能力保证了公司收入增长的稳定性和持续性；在下游行业分布特点

方面，公司可利用地理位置的优势为客户提供更优质的服务，为公司收入增长的稳定性和持续性提供保障；公司已在招股书说明书补充披露了“收入增长的稳定性和持续性风险”；公司采取了多种持续获取订单、保持市场份额、提升持续经营能力的有效措施，公司未来持续获取订单、保持市场份额及持续经营能力方面不存在重大不确定性风险；公司业绩不存在大幅下滑的风险，相关依据较为充分；针对可能影响公司业绩的相关风险，公司已充分披露可能影响公司业绩的相关风险。

4. 公司已结合裕同科技的业务扩张和投资计划，分乐观和悲观情况对其采购发行人的设备情况进行预测；发行人与裕同科技的合作具有稳定性及持续性；公司已在招股书说明书补充披露了“与裕同科技合作稳定性及持续性风险”。

2. 关于毛利率

申报材料及审核问询回复显示：

报告期内公司毛利率呈下降趋势，随着市场竞争的加剧，公司可能调整产品的定价策略和价格水平，从而导致公司产品售价降低及毛利率的进一步降低的风险。

请发行人结合新旧机型市场需求、竞争环境、发行人的销售策略和定价策略、原材料价格变动等因素，说明发行人新机型产品的市场竞争力、旧机型产品销售价格是否存在进一步下滑的风险，是否存在毛利率继续下滑的风险。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

[回复]

一、发行人结合新旧机型市场需求、竞争环境、发行人的销售策略和定价策略、原材料价格变动等因素，说明发行人新机型产品的市场竞争力、旧机型产品销售价格是否存在进一步下滑的风险，是否存在毛利率继续下滑的风险

报告期内，公司自动化包装设备新旧机型的销售情况如下：

单位：套、万元

项目	2021 年度			2020 年度			2019 年度		
	毛利率	销售收入	销售均价	毛利率	销售收入	销售均价	毛利率	销售收入	销售均价

新机型	HM-ZD350 系列	47.08%	492.69	98.54	47.43%	962.83	106.98	52.80%	896.96	99.66
	HM-ZD6418 系列	47.18%	2,461.49	102.56	47.82%	2,369.05	103.00	50.61%	2,767.74	106.45
	纸浆模塑成型机	51.22%	2,506.61	100.26	53.83%	1,216.81	110.62	-	-	-
	其他	-	-	-	-	-	-	59.60%	333.52	111.17
	小计	49.03%	5,460.79	101.13	49.34%	4,548.70	105.78	51.85%	3,998.21	105.22
旧机型	HM-ZD350 系列	51.46%	8,067.82	97.20	49.76%	8,082.62	101.03	53.62%	8,017.80	97.78
	HM-ZD6418 系列	43.97%	8,557.81	77.80	34.25%	5,795.06	73.36	48.08%	5,623.95	87.87
	其他	40.76%	911.98	38.00	53.63%	1,294.74	68.14	51.99%	1,413.85	56.55
	小计	47.25%	17,537.61	80.82	44.17%	15,172.42	85.24	51.39%	15,055.60	88.04
合计		47.67%	22,998.40	84.86	45.36%	19,721.12	89.24	51.49%	19,053.81	91.17

注：新机型为公司 2018 年以后推出市场实现销售的机型，2018 年及以前年度推出市场实现销售的机型为旧机型。

报告期内，公司自动化包装设备新机型包括：（1）根据市场需求和公司积累的技术，新开发的纸浆模塑成型机，主要应用于纸浆模塑制品的生产；（2）对旧机型产品的更新换代，在生产速度等方面得到了快速的提升，比如 2019 年实现销售的新机型 HM-ZD6418D 和 HM-ZD6418K，则是对旧机型 HM-ZD6418G 的升级；（3）根据客户特定要求对现有设备部件进行改造形成的新设备，以丰富公司产品线，满足客户特定的生产需求，比如 2019 年实现销售的新机型 HM-ZD350KBNHAB、HM-ZD350D-X 则是根据客户特定需求对 HM-ZD350D 某些部件进行改造形成的。

报告期内，公司自动化包装设备新机型的销售收入分别为 3,998.21 万元、4,548.70 万元和 5,460.79 万元，呈增长趋势，新机型销售收入主要为 HM-ZD6418 系列和纸浆模塑成型机，其中 HM-ZD6418 系列新机型以更新换代的新机型 HM-ZD6418D 和 HM-ZD6418K 为主。报告期内公司 HM-ZD350 系列新机型主要为根据特定客户要求对现有设备部件进行改造形成的新设备，该系列新机型收入的变化受特定客户需求变化的影响。

报告期内，公司自动化包装设备旧机型的销售收入分别为 15,055.60 万元、15,172.42 万元和 17,537.61 万元，销售均价分别为 88.04 万元、85.24 万元和 80.82 万元，呈下降趋势，其中 HM-ZD350 系列旧机型的价格较为稳定，HM-ZD6418 系列旧机型的销售均价先降后升。

1.新旧机型市场需求

近年来,在国家产业政策的扶持下,部分纸包装机械生产企业通过自主创新、引进吸收国外先进技术,技术水平大幅提高,不断缩小与国外先进技术的差距。目前,我国纸包装机械行业整体技术水平大幅提升,销售收入也保持了快速增长,根据中国报告大厅的数据,我国纸包装机械销售收入由 2016 年的 49.97 亿元增长至 2021 年的 71.47 亿元,复合增长率为 7.42%,我国纸包装机械行业销售收入保持持续增长的发展趋势。

在全球禁塑、“碳中和”大背景下,纸塑包装制品作为纸包装行业的新兴包装产品,随着其生产工艺的不断完善、应用领域的不断拓展,将具有较大的成长性及持续发展空间。根据 Grand View Research 数据显示,2020 年全球纸浆模塑包装市场价值为 38.11 亿美元,预计到 2028 年将达到 61.21 亿美元,2021-2028 年的复合年增长率将达到 6.1%。随着纸浆模塑制品行业的快速发展,也将带动纸浆模塑成型设备行业的快速发展,根据 LP INFORMATION 数据显示,2021 年全球纸浆模塑成型设备的市场价值为 7.15 亿美元,预计到 2028 年将达到 10.26 亿美元,2021-2028 年的复合年增长率将达到 5.3%。

截至 2021 年 12 月 31 日,公司自动化包装设备在手订单金额 7,029.29 万元,新机型在手订单金额为 4,443.46 万元,占比 63.21%,占比较高,新机型订单较充裕。

因此,公司新旧机型下游需求较大,新机型产品具有较强的市场竞争力;较大的市场需求对旧机型产品销售价格下降的影响较小。

2.竞争环境

目前,公司主要面临国内竞争对手中科包装、正润机械和国外对手艾迈奇和府中纸工株式会社的竞争。随着国外精品包装盒生产设备购买单价高、运维成本高等竞争劣势愈发凸显,国内精品包装盒生产设备关键技术指标、性价比等竞争优势愈发明显,国内市场的主导地位已经由我国企业所占据,越来越多的纸包装生产企业也因此选择国产包装设备,国内包装企业购买国产设备已成为市场主流趋势。目前,与国内竞争对手相比,公司在纸盒最大成型尺寸、定位精度、生产速度、面纸高度、过胶方式方面与正润机械、中科包装相比具有一定的竞争优势。

因此,从竞争环境来看,随着下游行业对国产包装设备需求增加和公司新机型设备技术指标竞争优势来看,公司新机型的竞争力将进一步加强、市场占有率

有望增加。但受同行业竞争对手推出与公司机型性能类似的产品等因素影响，旧机型的销售价格可能存在下降的风险，进而使毛利率下滑。

3.发行人的销售策略和定价策略

(1) 销售策略

①在老客户维护方面

公司销售人员与老客户保持持续联系，不定期对老客户进行拜访，交流客户的业务发展情况及设备需求情况，并及时将公司自主研发的新机型反馈给客户，当客户有新的设备需求时，公司可及时调配技术研发中心、生产制造中心、市场营销中心等相关部门，快速响应，及时提供令客户满意的产品和服务。

②在新客户开拓方面

公司对新客户开发采用销售队伍数字化、区域负责制、渠道跟踪制、需求深开发的模式。

A.销售队伍数字化

销售人员将其客户开发轨迹记录在公司的客户管理系统（CRM）中记录，包括其电话（微信、邮件）、客户的名称、地址、拜访客户的名称、地址、拜访客户的时间、客户的需求等。通过上述方式，公司可挖掘潜在客户、跟踪客户需求、查看客户反馈，提升销售团队的开发能力、协作能力，以更好地开拓新客户。

B.区域负责制

公司的销售部门分为内销部及外销部，内销分为5个业务部门分别负责华南、华中、华东、西南、华北地区，外销分为亚洲事业部、欧美事业部。各部门通过展会、互联网、电话（微信、邮件）、上门拜访等方式，了解客户信息，并汇总成潜在客户清单，由销售内勤记录于客户管理系统（CRM）中。

C.渠道跟踪制

各销售部门对潜在客户安排专人跟踪，要求业务人员对潜在客户逐个沟通、逐个拜访。同时要求业务人员在对潜在客户沟通、拜访过程中，要实地参观客户的生产线、了解客户生产需求、目前的生产设备品牌及型号、新增固定资产投资进度、未来市场订单情况，并将客户各类信息汇总记录于客户管理系统（CRM）

中。

D.需求深开发

在新客户开拓过程中，公司通过先销售零配件、配套设备，后销售自动化设备等方式逐步获取客户的信任。公司业务人员在介绍公司产品时，会提出自动化生产的综合解决方案，邀请客户来公司参观设备的运行情况，但部分新客户受限于资金、场地、订单或者对金额较大的自动化包装设备接受程度有限的因素的影响，公司一般先销售零配件、配套设备等价格较低的产品，基于公司较好的产品质量、业内较高的知名度和业务人员的定期跟踪及服务，不断跟踪了解客户的需求，陪伴客户成长，较多前期采购零配件、配套设备的客户逐渐成为采购自动化包装设备的客户。

(2) 定价策略

报告期内，公司定价策略上坚持以成本加成为基础、综合考虑市场价格水平以及客户订单量等因素的影响。公司目标市场对高效的设备需求较高，设备功能在不断的优化创新后将拥有更高的经济附加值。在供需关系下，越早进行技术创新并推出新型高效设备的厂商将拥有越大的市场定价权。报告期内，公司坚持产品研发投入，不断推出新型包装设备，新型设备推出后市场价格较高。同时，受市场竞争加剧、同行业竞争对手产品性能的提升、价格的逐步公开透明化、客户议价能力、国内外宏观经济环境等因素影响，同一型号的设备通常价格逐渐下降，最后趋于稳定。

因此，从销售策略和定价策略来看，公司为了争取高效设备的市场定价权，将持续推出新型包装设备，有利于加强新机型的市场竞争力。受销售策略和定价策略的影响，旧机型产品销售价格存在下降的风险，进而使得毛利率下滑。

4.原材料价格变动

公司主要原材料是标准件、非标准件、电气元器件、钢材等，其成本占主营业务成本的比例较高，报告期内，原材料成本占主营业务成本的比例分别为81.67%、79.99%和80.03%。公司原材料物料品种繁多，且大多数物料有其各自的规格型号，原材料价格波动主要影响公司设备的生产成本，进而影响毛利率，如果原材料采购价格整体上升，公司毛利率存在下滑的风险。原材料价格变动对

公司新机型产品的市场竞争力、旧机型产品销售价格的波动影响较小。

综上所述，结合新旧机型市场需求、竞争环境、发行人的销售策略和定价策略、原材料价格变动等因素，公司新机型产品的市场竞争力较强、旧机型产品销售价格存在下滑的风险，毛利率存在下滑的风险。

公司已积累了一批业务关系稳定的优质客户。近年来，公司与行业内如裕同科技、美盈森、PT.Satyamitra Kemas Lestari（印度尼西亚）、Goldsun Packaging & Printing Joint Stock Company（越南）等国内外印刷包装生产企业建立了长期稳定的合作关系，公司能够充分、快速了解市场未来需求、产品需求和技术需求，未来公司将不断加大研发投入，完善生产工艺、积极推出适应市场需求及客户特定要求的新机型，加强与优质供应商的合作，应对产品销售价格下降和毛利率下滑的风险，具体情况如下：

（1）公司凭借自身在包装设备领域的行业经验和技术积累，并在与优质客户提供服务的过程中，深挖客户需求，不断加大新设备的投入和研发，推出符合市场需求的、技术含量和附加值更高的机型，提高产品的售价。报告期内，自动化包装设备新机型的销售均价分别为 105.22 万元、105.78 万元和 101.13 万元，毛利率分别为 51.85%、49.34%和 49.03%，旧机型销售均价分别为 88.04 万元、85.24 万元和 80.82 万元，毛利率分别为 51.39%、44.17%和 47.25%，新机型的销售均价和毛利率高于旧机型，新机型的推出和销售能有效提高产品的销售价格和毛利率。

（2）公司将持续加强与海外客户的合作，通过加强同韩国、印度、东南亚、欧洲等海外经销商的合作以及利用展会、互联网营销等方式拓展海外客户。随着新冠疫情对海外地区和国家影响的减弱，海外市场的需求有望恢复，同时，公司设备在关键技术指标方面与海外竞争对手的差异较小，公司未来在海外市场具有较大的市场拓展空间。因境外客户价格敏感性较低、境外同类产品市场价格高等因素的影响，相比内销产品而言，公司外销产品的销售价格和毛利率较高，以 HM-ZD350 系列为例，报告期内，HM-ZD350 系列外销销售均价分别为 127.76 万元、134.69 万元和 135.10 万元，外销毛利率分别为 63.02%、61.77%和 64.70%，内销销售均价分别为 93.44 万元、96.48 万元和 91.31 万元，内销毛利率分别为

51.57%、46.85%和 48.05%。因此，海外市场的回暖和客户的开拓有利于巩固公司产品的销售价格，提高产品的毛利率。

（3）通过与主要材料供应商建立战略合作关系，保持相对稳定的主要原材料供应商体系，随着公司业务规模的扩大，公司规模采购的优势将愈发凸显，规模采购能有效提高议价能力，争取采购价格上的优惠，降低原材料采购成本，从而提升产品的毛利率。

（4）公司地处以东莞为中心的珠三角包装印刷产业带，东莞地区聚集了大量本行业的原材料配套供应商。公司设有专门的采购部门，公司招聘的采购人员熟悉本行业的材料情况，拥有丰富的采购经验，通过加强采购环节管理，在保证产品质量的基础上，公司积极开发新的合格供应商并引入供应商竞争机制，扩大采购来源，以有效降低采购成本。

（5）在不影响产品品质的前提下，通过寻求低价优质可替代物料，以达到降低成本的目的。比如：公司通过增加对施耐德、西门子、英伟通等品牌传感器的使用，替代穆勒、菲尼克斯、欧姆龙等品牌，以实现降本增效的目标，2021年度控制系统电气元件采购单价较 2020 年度有所下降。

（6）通过对纸包装设备行业的经验积累，不断改善设备的生产工艺，提高生产效率，减少生产环节不必要的成本，降低生产成本，比如 2021 年度公司改善 HM-ZD350D 的生产工艺，将原来对设备部件的检测改为在设备完成组装后进行检测，提高设备的生产效率。

（7）根据历史交易情况，积极预测市场需求，利用公司产能合理安排生产，进行适当的计划批量生产，凭借规模优势，降低设备的单位生产成本。

针对产品销售价格下滑的风险，公司已在招股说明书“重大事项提示”之“一、主要风险因素特别提示”之“（一）产品销售价格下降的风险”和“第四节风险因素”之“三、经营风险”之“（一）产品销售价格下降的风险”披露如下内容：

报告期内，公司包装设备的销售均价分别为 91.17 万元/套和 89.24 万元/套和 84.86 万元/套，其中主要机型 HM-ZD350 系列的销售均价为 97.96 万元/套、101.63 万元/套和 97.28 万元/套，机型 HM-ZD6418 系列的销售均价为 93.24 万元/套、

80.04 万元/套和 82.23 万元/套。

包装设备新款机型推出市场时通常价格较高、毛利率较高，但受市场竞争加剧、同行业竞争对手产品性能的提升、价格的逐步公开透明化、客户议价能力、国内外宏观经济环境等因素影响，同一型号的设备通常价格逐渐下降，最后趋于稳定，因此公司的包装设备存在销售价格下降的风险。

针对毛利率下滑的风险，公司已在招股说明书“重大事项提示”之“一、主要风险因素特别提示”之“（二）毛利率下降风险”和“第四节风险因素”之“五、财务风险”之“（一）毛利率下降风险”披露如下内容：

公司的主营业务产品自动化包装设备、包装配套设备是公司营业收入的主要来源。公司产品在技术水平、可靠性、产品适用范围、生产速度、产品精度等方面均有较强的核心竞争力，因而一直以来保持较高的主营业务毛利率，报告期内分别为 44.64%、43.26%和 42.84%，剔除口罩机业务后的主营业务毛利率分别为 44.64%、39.08%和 42.58%，盈利能力较强，符合公司所处行业技术壁垒较高的特点，也与公司的市场地位相匹配。但报告期内公司毛利率呈下降趋势，且随着市场竞争的加剧，公司可能调整产品的定价策略和价格水平，从而导致公司产品售价降低及毛利率的进一步降低的风险。同时，公司原材料采购价格的变动将对公司的生产成本产生影响，如果原材料采购价格整体上升，公司毛利率存在下滑的风险。

[中介机构核查意见]

一、核查程序

保荐机构和申报会计师执行了以下核查程序：

1.获取发行人各期收入成本明细表，对不同自动化包装设备系列型号新旧机型的数量、收入、销售均价等数据进行统计分析；

2.查阅行业研究报告，访谈发行人管理层，了解发行人新旧机型市场需求、竞争环境、发行人销售策略和定价策略、原材料价格变动情况，分析发行人新机型市场竞争力、旧机型产品销售价格是否存在下降的风险，毛利率是否存在下滑的风险；了解发行人为应对设备销售价格下滑和毛利率下降的风险采取的措施；

3.获取发行人各期原材料采购明细，分析发行人原材料采购价格变动情况，分析发行人原材料采购价格对毛利率的传导机制，判断发行人毛利率是否存在下滑的风险。

二、核查结论

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

1.结合新旧机型市场需求、竞争环境、发行人的销售策略和定价策略、原材料价格变动等因素，公司新机型产品的市场竞争力较强、旧机型产品销售价格存在下滑的风险，毛利率存在下滑的风险。

2.发行人已在招股说明书中准确披露产品销售价格下降的风险和毛利率下降的风险。

3. 关于存货

申报材料及审核问询回复显示：

报告期内发行人库存商品余额逐年增加，其中主要为包装机配套设备，系由于发行人子公司鸿禧科技产量大幅增长。

请发行人结合发行人产品与产能利用率变化情况，进一步说明相关订单与库存商品的匹配情况。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

[回复]

报告期各期，公司期末在手订单与库存商品和发出商品匹配情况列示如下：

单位：万元

项目	分类	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
在手订单收入金额	自动化包装设备	7,029.29	4,198.15	5,652.09
	包装配套设备	973.52	1,093.02	837.99
	口罩机及配套设备	-	171.00	-
	零配件及其他	10.04	30.44	19.73
	合计	8,012.84	5,492.61	6,509.82
库存商品和发出商品余额	自动化包装设备	907.16	638.67	1,288.69
	包装配套设备	2,816.05	1,166.65	1,165.62

	口罩机及配套设备	38.09	70.12	-
	库存商品小计	3,761.29	1,875.43	2,454.31
	发出商品	835.51	1,702.84	2,171.50
	合计	4,596.80	3,578.27	4,625.81
期末库存商品和发出商品在手订单覆盖率		103.62%	76.12%	71.26%
产能利用率		110.47%	114.43%	106.38%

注：期末库存商品和发出商品在手订单覆盖率=在手订单对应的成本金额/期末库存商品及发出商品金额；产能利用率=装配调试人员实际工时/装配调试人员定额工时

公司根据历史销售记录、对未来市场的判断及手持订单并结合库存情况制定生产计划，组织产品生产、检验和交货，并保持合理的存货仓储量。因此公司的库存商品期末余额包含两部分，一部分为根据历史销售记录及对未来市场的判断的计划生产，一部分为订单生产。

公司的自动化包装设备是由多个部装组合而成，部分相同的部装可适用于不同型号的设备，公司根据产能情况、销售预测和生产计划安排生产通用部装，生产计划部根据在手订单的情况快速组装自动化包装设备，期末在手订单成本金额占库存商品及发出商品期末余额的覆盖率达 71.26%、76.12%和 103.62%，2021 年末客户订单增加，使得期末在手订单成本金额占库存商品及发出商品期末余额相比往年增加，库存商品及发出商品与在手订单金额相匹配。

公司的包装配套设备构造相对简单，功能单一，通用性较高，为了加快交货速度，公司会进行适当计划生产。2021 年末库存商品中包装配套设备金额为 2,816.05 万元，主要系上糊定位机、压泡机，上糊定位机、压泡机 2021 年末库存金额分别为 1,428.14 万元、506.94 万元，该等机型 2021 年度市场销售行情较好，销售金额为 3,858.08 万元、1,808.64 万元，公司充分利用产能情况，提高该等设备的产量。同时，该等设备批量化生产备货后，可为后续其他设备的生产留足产能。

公司根据制定的生产计划合理安排生产，报告期内公司的产能利用率为 110.47%、114.43%、106.38%，公司积极利用公司产能合理安排生产，公司产能利用率变化与库存商品余额及在手订单金额相吻合。

[中介机构核查意见]

一、核查程序

保荐机构、申报会计师执行了以下核查程序：

1.了解公司采购、生产的主要流程、成本核算管理方法、内部控制制度等，并相应执行穿行测试及控制测试；

2.对发行人采购部门、生产部门、销售部门负责人进行访谈，了解发行人的备货及生产周期、库存商品产销配比情况；

3.获取报告期各期末发行人存货余额明细分析存货各主要项目占比是否符合发行人生产经营情况；

4.获取报告期各期末发行人在手订单明细和产能利用率数据，计算各期末存货订单覆盖率，分析公司产能利用率变化与库存商品余额及在手订单金额的匹配情况。

二、核查结论

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

结合发行人产品与产能利用率变化情况，报告期内，发行人在手订单与库存商品余额变动相匹配。公司自动化包装设备各期末在手订单金额与期末余额匹配率高符合公司的销售、生产模式；包装配套设备各期末在手订单金额与期末余额匹配率较低主要系公司基于各期销售情况进行备货，公司为了充分利用产能进行批量生产，包装配套设备批量化生产备货后，可为后续其他设备的生产留足产能，在手订单与库存商品匹配具有合理性。

4. 关于融资租赁与坏账准备

申报材料及审核问询回复显示：

(1) 发行人与平安融资租赁及终端客户签订的《三方购买合同》约定，如果租赁合同被解除或被确认无效的，则平安租赁有权解除本合同，发行人应返还平安租赁已支付的全部款项，并由终端客户赔偿由此给平安租赁及公司造成的全部损失；发行人按照终端客户应付平安租赁本金余额的 2%计提预计损失；

(2) 发行人对于国内客户与国外客户应收账款坏账准备计提比例不同。

请发行人：

(1) 结合平安租赁有权解除购买合同的约定，说明发行人收入确认时点，是否符合《企业会计准则》的规定；结合业务实质，进一步说明按 2%计提预计损失的依据、计提比例是否充分；

(2) 结合自身经营特点及行业特征，说明对于国内客户与国外客户坏账计提比例不同的原因、依据，是否符合《企业会计准则》的规定。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

[回复]

一、结合平安租赁有权解除购买合同的约定，说明发行人收入确认时点，是否符合《企业会计准则》的规定；结合业务实质，进一步说明按 2%计提预计损失的依据、计提比例是否充分

(一) 结合平安租赁有权解除购买合同的约定，说明发行人收入确认时点，是否符合《企业会计准则》的规定

1. 公司与平安租赁合作的基本情况

(1) 报告期内，融租租赁模式下，公司与平安租赁的交易情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度 /2021 年末	2020 年度 /2020 年末	2019 年度 /2019 年末
公司与平安租赁交易金额	57.96	3,279.29	2,886.46
平安租赁对应的终端客户剩余还款余额	1,427.82	3,704.46	2,731.70

(2) 报告期内，公司与平安国际融资租赁有限公司未发生纠纷或诉讼。

(3) 2021 年起公司改变与平安租赁的合作方式，具体为：公司不再与平安租赁、客户签订三方协议，由公司直接与终端客户签订购买合同并收取部分货款，客户单独与平安租赁签订融资租赁合同获得融资，并由平安租赁向公司支付剩余货款，公司不再增加融资租赁模式下新的风险敞口。

2. 公司与平安租赁合作的收入确认时点符合《企业会计准则》的规定

报告期内，终端客户通过引入平安租赁向公司采购设备的相关主要安排、具体交易模式及合同约定的主要条款如下：

终端客户确定购买需求及融资需求后，与公司签订《设备销售合同》，确定与平安租赁合作后，公司与终端客户、平安租赁三方签署《购买合同》，各合同主要内容及条款如下：

（1）《设备销售合同》中买方为终端客户，卖方为公司；公司按照《设备销售合同》中约定的价格将对应设备销售给终端客户，约定以融资租赁的形式进行付款；公司在收取合同约定的定金及预付款项后，有义务在合同约定时间内将产品设备运送到客户指定场所，公司根据合同约定需要安装调试的设备在安装调试完成后与终端客户进行验收确认，无须安装的配套设备由终端客户在送货单上签收确认。

（2）《购买合同》中的买方为平安租赁、卖方为公司、使用方为终端客户；公司按照《购买合同》中约定的价格将该设备销售给平安租赁，该模式下，平安租赁根据终端客户的资质，与终端客户约定各自承担的设备款项支付比例，双方的付款比例均在合同中明确，平安租赁、终端客户根据《购买合同》约定的付款条件向公司支付货款。达到合同约定的货款支付要求后，公司按照终端客户要求将设备发往指定的地点并进行安装调试，由终端客户进行验收确认。

公司作为设备卖方，在设备取得客户验收后，有权向平安租赁申请剩余款项的支付，平安租赁作为客户的融资方，在满足《购买合同》约定的情况下有义务向公司支付剩余设备货款。

（3）公司根据设备销售总金额向平安租赁开具全额发票。

（4）终端客户根据与平安租赁的约定，向平安租赁分期支付融资租赁款项。

从上述合同主要条款可见，在通过融资租赁方式销售产品的模式中，公司实质上属于设备出售方，平安租赁既是设备的名义购买方又是融资租赁业务的出租方，终端客户既是设备的实际使用者又是融资租赁业务的承租方，该模式为融资租赁公司与存在设备采购需求的中小型企业较为普遍的合作模式，按照《企业会计准则第 21 号-租赁》准则的规定，融资租赁业务对出租方及承租方的具体会计处理进行了规定，而公司属于设备出售方，不适用于租赁准则。根据合同的约定，设备交付前的毁损灭失风险及其他风险由公司承担，自设备验收交付之日起，设备毁损灭失风险及其他风险全部转移至终端客户。由此可见，根据原收入准则的规定，设备所有权上的主要风险和报酬在公司取得签收单或者验收单时已转移给

购货方，既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的设备实施有效控制，收入的金额、相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量，相关的经济利益很可能流入时，确认销售商品收入是符合收入准则中“商品所有权上的主要风险和报酬转移”、“经济利益很可能流入”等的判断标准和依据。根据新收入准则的规定，企业在其履行履约义务，即将商品或服务的控制权转移给客户的时点确认收入。公司按照合同约定，将设备交付给客户，客户对设备进行验收或签收后，能够主导设备的使用，并能够从中获得几乎全部的经济利益，设备相关控制权转移。公司于商品交付时完成履约义务，商品控制权转移给客户，符合新收入准则中收入确认相关规定。

3.平安租赁有权解除购买合同的约定不影响公司收入确认时点

报告期内，公司与平安国际融资租赁有限公司签订的购买合同约定“6.6 如租赁合同被解除或被确认无效的，则甲方（指“平安国际融资租赁有限公司”）有权解除本合同，乙方（指“发行人”）应返还甲方已支付的全部款项，并由丙方（指“终端客户”）赔偿由此给甲方及乙方造成的全部损失”；同时平安国际融资租赁有限公司和终端客户签订的融资租赁合同中约定，乙方（指“终端客户”）或/和担保人所有合同项下出现未清偿到期应付债务，或发生重大事件且甲方认为这些事件对债权实现产生实质、不利影响等事项，乙方构成违约，甲方有权解除租赁合同、购买合同等。

报告期内，公司未在融资租赁合同中为终端客户付款承担担保责任，也不承担回购义务。公司与平安国际融资租赁有限公司合作以来，未曾与其发生纠纷或诉讼。

2020 年底，公司在与平安租赁沟通未来合作协议中删除上述条款的过程中，平安租赁回应该条款为平安租赁内部为自身风险控制而制定、使用的统一的格式条款，与其他机器设备厂商开展的融资租赁业务中也有同样的条款，因此，该格式条款不能在合同中删除，为此，2021 年起公司改变与平安租赁的合作方式，公司不再与平安租赁、客户签订三方协议，由公司直接与终端客户签订购买合同并收取部分货款，客户单独与平安租赁签订融资租赁合同获得融资，并由平安租赁向公司支付剩余货款，公司不再增加融资租赁模式下新的风险敞口。

中介机构在对平安租赁相关人员的访谈中对该条款是否为平安租赁与其他机器设备厂商开展融资租赁业务的通用性条款进行了确认，经确认：平安租赁与其他机器设备厂商开展的融资租赁业务中都有该条款，该合同为平安租赁法务部为自身风险控制统一拟定的格式模板。

同时，中介机构查看了平安租赁与其他合作的设备出售方、购买方签订的三方购买协议，协议中亦包含条款“6.6 如租赁合同被解除或被确认无效的，则甲方（指“平安国际融资租赁有限公司”）有权解除本合同，乙方（指“卖方”）应返还甲方已支付的全部款项，并由丙方（指“最终用户”）赔偿由此给甲方及乙方造成的全部损失”。

因此，上述约定是对客户未来不能按时履约进行的约定，该约定是对融资租赁公司的保护性条款，为平安租赁与机器设备厂商融资租赁业务合作的通用性条款，该条款不会使企业承担现时义务，不影响公司收入确认时点。

4.其他设备类上市公司类似业务收入确认情况

选取与平安国际融资租赁有限公司合作进行设备销售的上市公司，其相关收入确认政策如下：

公司名称	类似业务情况	收入确认政策
新 益 昌 (688383)	在业务开展过程中，部分终端客户出于资金安排考虑，难以按公司一贯的信用政策要求支付货款，该类客户与公司确定设备的型号、价格等关键参数后，选择与融资租赁公司合作，在该模式下，公司与终端客户（即设备使用方）签署《销售合同》，约定公司销售设备的具体型号、产品数量、价格等；终端客户确定合作的融资租赁公司后，公司与终端客户、融资租赁公司三方签署《购买合同》。	与非融资租赁模式收入确认一致。公司设备类产品销售，境内销售分为验收和签收两类收入确认方式。境外销售需要安装的以验收作为收入确认方式，不需要安装的以取得报关单，且货物实际放行确认收入。
国 盛 智 科 (688558)	国盛智科主要从事高档数控机床以及智能自动化生产线的销售，其直销模式中存在通过向融资租赁公司销售设备给终端客户的情形，主要合作的融资租赁公司包括平安国际融资租赁有限公司、欧力士融资租赁（中国）有限公司等。	与非融资租赁模式收入确认一致。对于承担安装义务的数控机床，在货物已交付且安装调试合格后，取得客户确认的安装验收报告后确认收入。对于不承担安装义务的数控机床，内销收入在公司将产品送至合同约定交货地点并由客户确认接受确认收入。外销收入在公司已根据合同约定将产品报关、取得提单，已收取货款或取得了收款权力且相关的经济利益很可能流入时确认。

浙海德曼 (688577)	浙海德曼主要从事数控车床的销售，其存在通过融资租赁模式销售数控车床的情形，在该模式下，由公司、最终使用客户和融资租赁公司三方签订《购买合同》，其中公司作为卖方，融资租赁公司作为买方/出租方，最终使用客户作为承租方。	与非融资租赁模式收入确认一致。外销根据合同约定报关，产品离港并取得提单，已收取货款或取得了收款权力且相关的经济利益很可能流入时确认。内销根据合同约定，其中对于普及型数控车床按照合同约定无需验收的，以完成交付并经客户签收、已收取价款或取得收款权利且相关的经济利益很可能流入时确认；对于高端型数控车床、自动化生产线以及合同约定需要验收的普及型数控车床组成的多机组合，以安装验收合格并经客户确认取得相应终验验收单、已收取价款或取得收款权利且相关的经济利益很可能流入时确认。
明志科技 (688355)	在产品销售过程中，存在客户、公司、融资租赁公司三方签署销售合同的情况，在该模式下，最终客户为设备的使用方，融资租赁公司提供融资服务，并与最终客户签订《融资租赁合同》。	与非融资租赁模式收入确认一致。境内外装备业务收入确认原则为经客户验收合格后确认收入。内销铸件业务收入确认原则如下：①未设中间仓的：公司将产品送至指定地点，交付客户后确认收入；②设有中间仓的：公司将产品运送至指定的中间仓，客户领用产品出具领用清单后公司确认收入。外销铸件业务收入确认原则如下：①采用 DAP 条款的，公司将产品运送至指定收货地点，交付客户后确认收入；②采用 FOB/CIF 条款的，产品报关离境后，公司确认收入；③采用 EXW 条款的，客户指定承运人上门提货后，公司确认收入。

上述机械设备行业的上市公司未披露其与平安国际融资租赁有限公司签署合同的具体条款。根据该等机械设备行业上市公司披露的文件，该等上市公司融资租赁模式下的收入确认政策与非融资租赁模式收入确认一致。

综上，公司于获得客户签收单或验收单时确认收入，符合《企业会计准则》的规定。

（二）结合业务实质，进一步说明按2%计提预计损失的依据、计提比例是否充分

在通过融资租赁方式销售产品的模式中，公司实质上属于设备出售方，平安租赁既是设备的名义购买方又是融资租赁业务的出租方，终端客户既是设备的实际使用者又是融资租赁业务的承租方。

报告期内，公司与平安国际融资租赁有限公司的合作未发生终端客户逾期还

款或违约的情形，未与其发生纠纷或诉讼。公司根据过往违约情况并参考其他公司同类业务风险计提比例，按照终端客户应付平安国际融资租赁有限公司本金余额的 2%计提预计融资租赁信用风险损失。

公司融资租赁模式下预计负债计提情况和销售相关会计处理与设备行业上市公司类似业务会计处理对比情况如下：

公司名称	预付负债计提情况
新美星（300509）	未计提预计负债
泰坦股份（003036）	按照账龄分析法对期末担保余额计提风险准备金，未逾期的计提 2%、逾期 1-3 月的计提 5.00%、逾期 4-6 月的计提 20.00%、逾期 7-12 月的计提 50.00%、逾期 12 月以上的计提 100.00%。
捷佳伟创（300724）	在“卖方担保买方融资”业务中，公司根据信贷担保余额计提一定的买方信贷损失准备金，作为预计负债核算。
海天精工（601882）	买方信贷采用账龄分析法计提风险准备，对逾期的买方信贷单独进行风险测试，预计未来可能承担的担保损失，经单独测试不需个别计提风险准备的与未逾期的销售担保贷款一起按信用风险特征划分若干组合，采用账龄分析法计提风险准备。计提比例如下：未逾期的计提 2%、逾期 1-3 月的计提 5.00%、逾期 4-6 月的计提 20.00%、逾期 7-12 月的计提 50.00%、逾期 12 月以上的计提 100.00%。
明志科技（688355）	未计提预计负债
新益昌（688383）	未计提预计负债
国盛智科（688558）	未计提预计负债
浙海德曼（688577）	未计提预计负债

注：上述数据来源于上市公司公开披露的年度报告和招股说明书等。

根据上表，上述公司中，泰坦股份（003036）、捷佳伟创（300724）、海天精工（601882）对融资租赁模式或类似业务计提了预计负债。报告期内，公司与平安国际融资租赁有限公司的合作未发生终端客户逾期还款或违约的情形，公司按照终端客户未逾期还款本金余额的 2%计提预计损失符合行业惯例。

综上，公司按照 2%计提预计损失符合公司的业务实质和行业惯例，计提比例充分。

二、结合自身经营特点及行业特征，说明对于国内客户与国外客户坏账计提比例不同的原因、依据，是否符合《企业会计准则》的规定

（一）公司将应收账款分为国内客户与国外客户的原因分析

报告期内，公司国内客户与国外客户坏账计提政策情况如下：

账龄	2021 年度	2020 年度	2019 年度
----	---------	---------	---------

	应收国内 客户账龄 组合计提 比例 (%)	应收国外 客户账龄 组合计提 比例 (%)	应收国内 客户账龄 组合计提 比例 (%)	应收国外 客户账龄 组合计提 比例 (%)	应收国内 客户账龄 组合计提 比例 (%)	应收国外 客户账龄 组合计提 比例 (%)
1 年以内	3.06	2.42	2.87	3.04	3.65	3.05
1-2 年	19.38	7.59	20.50	10.64	24.24	16.47
2 年以上	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

根据《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》应用指南“十一、关于金融工具的减值”有关规定，如果企业的历史经验表明不同细分客户群体发生损失的情况存在显著差异，那么企业应当对客户群体进行恰当的分组，在分组基础上运用上述简便方法。企业可能采用的共同信用风险特征包括：①金融工具类型；②信用风险评级；③担保物类型；④初始确认日期；⑤剩余合同期限；⑥借款人所处行业；⑦借款人所处地理位置；⑧贷款抵押率.....企业可用于对资产进行分组的标准可能包括：地理区域、产品类型、客户评级、担保物以及客户类型（如批发和零售客户）。鉴于上述规定，“地理区域”系可能被采用的分组标准。根据历史经验，发行人发现其国内客户及国外客户的信用风险特征存在差异，具体体现在信用政策、周转率等方面，上述差异主要原因是国内外客户的业务发展阶段、交易习惯等存在区别。因此，就计量预期信用损失的目的而言，公司将应收账款分为国内客户和国外客户两个组合，其组合划分具有合理性，符合《企业会计准则》的规定。

1.地理分布不同

报告期内，发行人部分客户位于国外，如马来西亚(Percetakan Tenaga SdnBhd 等)、泰国 (United Creation Packaging Solutions(Chonburi) Co., Ltd 等) 等地区。国内主要客户包括深圳市裕同包装科技股份有限公司及其子公司、重庆凯成科技有限公司及其子公司、中山市为创包装有限公司、美盈森集团股份有限公司及其子公司、佛山市德启首饰包装有限公司等。

2.信用政策不同

从信用政策来看，国内外客户与发行人约定的信用期存在一定差异。公司国内主要客户及其海外关联公司信用政策为合同签订后要求支付一定比例定金，发货前或者安装调试合格后在一定信用期内支付一部分货款，调试合格后或者使用一定期间后付剩余尾款；外销客户要求装船发货前支付全额货款。

3.应收账款周转速度不同

报告期内，发行人按国内国外客户计算应收账款周转率如下：

单位：次/年

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
国内客户应收账款周转率	3.22	2.76	2.29
国外客户应收账款周转率	25.19	12.51	10.10

从上表可见，国内客户应收账款的周转率在 2.29 次至 3.22 次之间，国外客户周转率在 10.10 次至 25.19 次之间，国外客户应收账款周转率远高于国内客户。

综上所述，由于国内外客户在地理分布、信用政策、周转率等方面均存在差异，故发行人将应收账款分为国内客户组合、国外客户组合。

（二）公司国内客户、国外客户坏账计提比例不同的原因分析

公司参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，通过迁徙模型测算出历史损失率，并在此基础上进行前瞻性因素的调整计算出预期损失准备率。

1.外销组合历史坏账率具体过程

第一步：计算平均迁徙率

近四年的应收款项迁徙率计算如下：

账龄	2018 年迁徙至 2019 年（%）	2019 年迁徙至 2020 年（%）	2020 年迁徙至 2021 年（%）	平均迁徙率 （%）
1 年以内	53.37	40.57	2.76	32.23
1-2 年	-	-	6.23	2.08
2-3 年	-	-	-	33.33
3 年以上	100.00	100.00	100.00	100.00

第二步：根据平均迁徙率来计算历史损失率

账龄	注释	迁徙率 （%）	使用本时间段及 后续时间段的迁 徙率计算历史损 失率计算过程	历史损失 率（%）	公司坏账准 备计提比例
1 年以内	A	32.23	$A*B*C*D$	0.22	2.42
1-2 年	B	2.08	$B*C*D$	0.69	7.59
2-3 年	C	33.33	$C*D$	33.33	100.00

3 年以上	D	100.00	D	100.00	100.00
-------	---	--------	---	--------	--------

2.内销组合历史坏账率具体过程

第一步：计算平均迁徙率

近四年的应收款项迁徙率计算如下：

账龄	2018 年迁徙至 2019 年 (%)	2019 年迁徙至 2020 年 (%)	2020 年迁徙至 2021 年 (%)	平均迁徙率 (%)
1 年以内	10.69	15.99	21.80	16.16
1-2 年	2.54	11.77	12.51	8.94
2-3 年	17.92	-	2.06	6.66
3 年以上	99.92	90.32	-	63.41

第二步：根据平均迁徙率来计算历史损失率

账龄	注释	迁徙率 (%)	使用本时间段及 后续时间段的迁 徙率计算历史损 失率计算过程	历史损失 率 (%)	公司坏账准 备计提比例
1 年以内	A	16.16	$A*B*C*D$	0.09	3.06
1-2 年	B	8.94	$B*C*D$	0.57	19.38
2-3 年	C	6.66	$C*D$	6.33	100.00
3 年以上	D	63.41	D	95.12	100.00

综上分析，公司国内客户和国外客户应收账款的迁徙率不同，使得坏账准备计提比例不同。国内客户与国外客户坏账准备计提比例不同的原因合理，符合《企业会计准则》的相关规定。

[中介机构核查意见]

一、核查程序

保荐机构和申报会计师执行了以下核查程序：

1.访谈发行人高级管理人员，了解发行人融资租赁业务的具体情况；

2.获取并查阅融资租赁模式下发行人与客户的销售合同、公司与客户、融资租赁公司三方签署《买卖合同》以及发货记录、送货单、验收单等相关资料，了解该合作模式下资金流转、货物流转和单据流转的详细情况；

3.查阅了发行人报告期内所有与平安国际融资租赁有限公司及相关终端客户签订的设备购买合同、发行人和终端客户签订设备销售合同、以及融资租赁公司与终端客户之间签订的融资租赁合同文件，查看是否存在回购、担保条款以及关于合同解除权的约定，检查融资租赁销售模式下所有订单的销售合同、买卖合同、签收单、验收报告、收款单，具体情况如下：

融资租赁公司名称	核查比例			
	设备销售合同	买卖合同	签收单\验收报告	收款单
平安国际融资租赁有限公司	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

4.实地查看平安融资租赁公司的业务系统，包括业务环节审批、相关担保审批、客户的信用状况审批等，计算获取平安融资租赁公司报告期各期末主要客户还款余额明细；

5.对平安国际融资租赁有限公司的业务经办人员进行了视频访谈，详细了解融资租赁模式、发行人在此模式下是否承担担保或潜在担保义务，是否与发行人签订战略合作协议，是否与发行人及其关联方、实际控制人及其近亲属、最终用户签署与融资租赁事务相关的任何其他协议（包括但不限于设备回购协议、履约保证担保协议、设备购买款项或者租金支付的财务性支持安排协议、其他补充协议等）或者是否存在承担任何设备回购担保、租金支付连带保证责任等担保责任、设备购买款项或者租金支付的财务性支持的口头安排等事项；公司与平安租赁、终端客户签署的三方购买合同中涉及平安租赁有权解除购买合同的约定是否为平安租赁与其他机器设备厂商开展融资租赁业务的通用性条款；

6.获取平安租赁与其他合作的设备出售方、购买方签订的三方购买协议，检查协议是否存在涉及平安租赁有权解除购买合同的约定；

7.对平安国际融资租赁有限公司进行函证和网络查询，以确认发行人及关联方、实际控制人及其近亲属等利益相关方是否为报告期内的融资租赁交易提供了相关担保、保证，终端客户是否存在逾期情况；

8.查看新美星（300509）、泰坦股份（003036）、捷佳伟创（300724）、海天精工（601882）、明志科技（688355）、新益昌（688383）、国盛智科（688558）、浙海德曼（688577）等机械设备行业公司的年报和招股说明书等公告，了解其融

融资租赁模式或类似业务的销售情况及会计处理方式，与发行人会计处理方式进行比对，分析是否存在重大差异；

9.根据《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》相关规定，结合发行人国内外客户的信用政策、周转率等情况，分析应收账款分为国内客户组合、国外客户组合的原因和依据的合理性；

10.根据新金融工具准则，评估管理层对于预期信用损失率的确定是否合理，分析国内客户与国外客户坏账计提比例不同的原因及依据。

二、核查结论

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

1.结合平安租赁有权解除购买合同的约定，发行人于获得客户签收单或验收单时确认收入，符合《企业会计准则》的规定；

2.报告期内，发行人与平安国际融资租赁有限公司的合作未发生终端客户逾期还款或违约的情形，未与其发生纠纷或诉讼。公司根据过往违约情况并参考其他公司同类业务风险计提比例，按照终端客户应付平安国际融资租赁有限公司本金余额的 2%计提预计融资租赁信用风险损失，计提比例充分；

3.由于国内外客户在地理分布、信用政策、周转速度等方面均存在较大差异，因此发行人将应收账款分为国内客户组合、国外客户组合，公司国内客户和国外客户应收账款的迁徙率不同，使得坏账准备计提比例不同。国内客户与国外客户坏账准备计提比例不同的原因合理，符合《企业会计准则》的相关规定。

5. 关于媒体质疑核查

请你公司持续关注有关该项目的媒体报道等情况，就媒体等对该项目信息披露真实性、准确性、完整性提出的质疑进行核查，并于答复本意见落实函时一并提交。若无媒体质疑情况，也请予以书面说明。

[回复]

自 2021 年 6 月 25 日深圳证券交易所受理发行人首次公开发行股票并在创业板上市的申请文件起，保荐机构及发行人通过公开网络检索、舆情监控等方式，自查与发行人本次公开发行相关的媒体报道情况；查阅相关媒体质疑报道的全文；

复核招股说明书信息披露内容等方式,持续关注与发行人本次公开发行相关的媒体报道情况。经统计,截至本回复出具日,剔除简讯及相关公告消息,公司自创业板 IPO 申报受理以来共有 IPO 相关报道 5 篇,具体情况如下:

序号	时间	媒体名称	报道标题	主要关注点
1	2022/4/1	投资者网	鸿铭智能拟募资近 3 亿扩充产,能销售费用率因何高于同行一倍	①发行人 2020 年度营业收入增速放缓。 ②发行人销售费用率高于同行业可比上市公司。 ③发行人募集资金用途。
2	2022/3/23	中华网财经	鸿铭智能 IPO: 实控人 12 位亲属在公司任职或曾任职,第一大客户为股东遭深交所追问	①实控人 12 位亲属在公司任职或曾任职,董秘为实控人亲属。 ②16 名董监高及核心技术人员薪酬情况。 ③裕同科技既是公司第一大客户又是股东。 ④公司租赁的厂房未办理房产证,产权存在瑕疵。
3	2022/3/3	和讯网	鸿铭智能再战 IPO: 从科创板转战创业板,厂房竟未办理房产证?	①缺乏技术壁垒,核心部件易被“卡脖子”。 ②实际控制人金健、蔡铁辉为夫妇,合计控制公司 89.50%的股权;报告期内,实控人 13 位亲属在公司任职或曾经任职。 ③公司租赁的厂房未办理房产证,产权存在瑕疵。
4	2021/8/17	时代投研	鸿铭智能重启 IPO: 技术壁垒不坚固毛利率逐年下滑,关联交易多违规空间大	①专利多但技术优势不明显。 ②毛利率逐年下滑。 ③存在较多关联交易。
5	2021/6/28	北京商报	裕同科技仍担任双面角色,鸿铭股份带着老问题转战创业板	①裕同科技既是公司第一大客户又是股东。 ②主营业务毛利率逐年下滑。

上述媒体报道仅对发行人披露信息进行客观摘录及评价,未对发行人信息披露的真实性、准确性、完整性进行质疑。

[中介机构核查意见]

截至本回复出具日,相关媒体仅对发行人披露信息进行客观摘录及评价,未对发行人信息披露的真实性、准确性、完整性进行质疑,具体如下:

序号	分类情况	对应媒体及其关注点	质疑情况
1	发行人营业收入及毛利率情况	《投资者网》: ①发行人 2020 年度营业收入增速放缓。 《时代投研》: ②毛利率逐年下滑。	仅客观摘录并评论,未对发行人信

		《北京商报》：②主营业务毛利率逐年下滑。	信息披露的真实性、准确性、完整性进行质疑
2	销售费用率高于同行业可比上市公司	《投资者网》：②发行人销售费用率高于同行业可比上市公司。	
3	募集资金用途	《投资者网》：③发行人募集资金用途。	
4	实控人持股比例及亲属在公司任职情况	《中华网财经》：①实控人 12 位亲属在公司任职或曾任职，董秘为实控人亲属。 《和讯网》：②实际控制人金健、蔡铁辉为夫妇，合计控制公司 89.50%的股权；报告期内，实控人 13 位亲属在公司任职或曾经任职。	
5	董监高及核心技术人员薪酬	《中华网财经》：②16 名董监高及核心技术人员薪酬情况。	
6	裕同科技既是公司第一大客户又是股东	《中华网财经》：③裕同科技既是公司第一大客户又是股东。 《北京商报》：①裕同科技既是公司第一大客户又是股东。	
7	历史遗留问题	《中华网财经》：④公司租赁的厂房未办理房产证，产权存在瑕疵。 《和讯网》：③公司租赁的厂房未办理房产证，产权存在瑕疵。	
8	发行人的技术优势及核心零部件采购情况	《和讯网》：①缺乏技术壁垒，核心部件易被“卡脖子”。 《时代投研》：①专利多但技术优势不明显。	
9	关联交易较多	《时代投研》：③存在较多关联交易。	

保荐机构对上述 5 篇媒体报道核查情况及核查意见如下：

（一）关注点：发行人营业收入及毛利率情况

媒体主要关注点	相关主要内容摘录
《投资者网》：①发行人 2020 年度营业收入增速放缓。	“...鸿铭智能的自动化包装设备和包装配套设备 2020 年营收增速放缓，也引起了深交所的关注，要求其解释这两类产品 2020 年营收增速放缓的原因，并说明“未来营收是否存在进一步下滑的可能性。 鸿铭智能称，“受市场竞争影响，公司在 2020 年下降了主要机型的售价，对销售收入产生影响；另一方面，新冠肺炎疫情对国内外客户的设备交货期和需求造成一定影响，市场开拓受阻。”
《时代投研》：②毛利率逐年下滑。	“...2018-2020 年，该公司毛利率分别为 54.22%、51.49%、45.36%，毛利率逐年下降也从侧面表明，该公司的竞争压力的确逐年增大。”
《北京商报》：②主营业务毛利率逐年下滑。	“...2018-2020 年，鸿铭股份的自动化包装设备和包装配套设备占主营业务收入的比例分别为 97.48%、96.82%和 85.95%。而报告期内，鸿铭股份主营业务毛利率分别为 49.34%、44.64%和 43.26%，呈逐年下降趋势。 主营业务毛利率为何逐年下滑？鸿铭股份证券部相关人士在回复北京商报记者采访函中表示，由于包装专用设备技术含量高、产品附加值高、国内有生产能力的企业较少，因此毛利率水平整体较高。主营业务毛利率下滑主要原因系高毛利率的包

	装设备销售毛利率和收入贡献率逐年下降，促使其毛利率贡献率逐年下降。数据显示，鸿铭股份 2018-2020 年的包装设备毛利率贡献率分别为 41.81%、37.12%和 29.03%。”
--	--

经保荐机构比对核查，上述媒体仅对发行人披露信息进行客观摘录及评价，未对发行人信息披露的真实性、准确性、完整性进行质疑。

发行人已在招股说明书之“重大事项提示”之“一、主要风险因素特别提示”就公司毛利率下降可能会引发的相关风险进行了充分披露。

发行人已在回复意见中就公司2020年收入增速放缓的原因及未来营收是否存在进一步下滑的可能性进行了充分说明。

（二）关注点：销售费用率高于同行业可比上市公司

媒体主要关注点	相关主要内容摘录
《投资者网》：②发行人销售费用率高于同行业可比上市公司。	“... 鸿铭智能报告期内的销售费用分别为 3004 万元、3274 万元和 3269 万元，在主营业务收入中的占比分别为 11.3%、10.5%和 10.1%。为同行业可比上市公司的 2 倍。对此，深交所要求鸿铭智能说明销售费用率高于同行业可比公司的合理性。... 与上述公司相比，鸿铭智能报告期内前五大客户的销售占比只有 23%左右，故鸿铭智能认为，其业务拓展及维护费用较同行业上市公司较多，销售费用率相对较高具有商业合理性。 此外，鸿铭智能还表示，目前公司正处于快速扩张期，对销售人员的需求较大，人员数量逐年增加，同时销售人员薪酬与销量总体变动呈正相关，具有匹配关系。财务数据显示，鸿铭智能销售人员数量从 2019 年的 68 人增至 2021 年的 87 人，同期人均年薪从 20.8 万元增至 23.2 万元。”

经保荐机构比对核查，上述媒体仅对发行人披露信息进行客观摘录及评价，未对发行人信息披露的真实性、准确性、完整性进行质疑。

发行人已在回复意见中就公司销售费用率高于同行业可比上市公司的合理性进行了充分说明。

（三）关注点：募集资金用途

媒体主要关注点	相关主要内容摘录
《投资者网》：③发行人募集资金用途。	“... 生产中心建设项目达成后，将新增自动化包装设备 250 套/年、包装配套设备 1200 台/年的产能，较 2021 年自动化包装设备（251 套）、包装配套设备（1063 台）的产能增加一倍。鸿铭智能预计，该项目投产后，将新增年均收入 2.24 亿元，年均利润约 6344 万元，扣除所得税后的内部收益率为 19%，静态投资回收期 7 年。 对此，深交所要求鸿铭智能说明募投效益预测的合理性。鸿铭智能表示，由于本次募投项目属于新建项目，厂房基建和设

	备购置等资本性投入增加，导致募投项目的内部收益率 19%，接近且略高于报告期内加权平均净资产收益率 18%，并认为项目内部收益率的预测合理、谨慎。”
--	--

经保荐机构比对核查，上述媒体仅对发行人披露信息进行客观摘录及评价，未对发行人信息披露的真实性、准确性、完整性进行质疑。

发行人已在招股说明书之“第二节 概览”之“八、本次募集资金用途”就公司本次募集资金用途进行了充分披露，并在回复意见中就公司募投效益预测的合理性进行了充分说明。

（四）关注点：实控人持股比例及亲属在公司任职情况

媒体主要关注点	相关主要内容摘录
《中华网财经》：①实控人 12 位亲属在公司任职或曾任职，董秘为实控人亲属。	“中华网财经查阅招股书发现，报告期内，鸿铭智能实际控制人的 12 位亲属在公司任职或曾任职，其中曾晴担任副总经理、董事会秘书，其他 11 位亲属分别在技术研发中心、行政部、证券部、生产制造中心等部门任职。鸿铭智能自述存在实际控制人亲属持续在公司任职并领取薪酬的情况，从而存在治理风险和经济利益被实际控制人亲属侵占的风险。”
《和讯网》：②实际控制人金健、蔡铁辉为夫妇，合计控制公司 89.50%的股权；报告期内，实控人 13 位亲属在公司任职或曾任职。	“... 其实际控制人金健、蔡铁辉为夫妇，合计控制公司 89.50%的股权。金健担任公司的董事长、总经理且为公司核心技术人员，蔡铁辉担任公司董事、国外销售部经理。 在 A 股市场中，上市公司实控人持股过于集中，从而利用控制地位通过行使表决权及其他直接或间接方式对公司重大事项进行控制的个案屡见不鲜，引发投资者的关注。 ... 招股书显示，报告期内，实控人的 13 位亲属在发行人处任职或曾任职，其中曾晴担任副总经理、董事会秘书，其他 12 位亲属分别在技术研发中心、行政部、证券部、生产制造中心等部门任职。”

经保荐机构比对核查，2018年度，有13位实际控制人的亲属在发行人处任职或曾任职；2019至2021年度，有12位实际控制人的亲属在发行人处任职或曾任职，其中曾晴担任副总经理、董事会秘书，其他11位亲属分别在技术研发中心、行政部、证券部、生产制造中心等部门任职。上述媒体仅对发行人披露信息进行客观摘录及评价，未对发行人信息披露的真实性、准确性、完整性进行质疑。

发行人已在招股说明书之“重大事项提示”之“一、主要风险因素特别提示”以及“第四节 风险因素”之“四、内控风险”就公司实际控制人不当控制的风险进行了充分披露，并在回复意见中就较多实控人亲属在发行人处任职对发行人内部治理的影响，是否存在经济利益被实际控制人亲属侵占的风险以及发行人的应对措施进行了充分说明。

（五）关注点：董监高及核心技术人员薪酬

媒体主要关注点	相关主要内容摘录
《中华网财经》：②16名董监高及核心技术人员薪酬情况。	“招股书显示，2021年鸿铭智能董事、监事、高级管理人员及其他核心人员在公司领取薪酬。据统计，在鸿铭智能领取薪酬的董事、监事及高管等共计16人，2021年累计领取薪酬共计718.78万元，其中薪酬高于100万元的有2人。”

经保荐机构比对核查，上述媒体仅对发行人披露信息进行客观摘录及评价，未对发行人信息披露的真实性、准确性、完整性进行质疑。

发行人已在招股说明书之“第五节 发行人基本情况”之“十、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员情况”就公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的薪酬情况进行了充分披露。

（六）关注点：裕同科技既是公司第一大客户又是股东

媒体主要关注点	相关主要内容摘录
《中华网财经》：③裕同科技既是公司第一大客户又是股东。	“招股书显示，裕同科技持续三年为鸿铭智能第一大客户，2019-2021年占比分别为7.85%、10.54%、16.36%。裕同科技以18,899,972.70元的价格于2016年12月受让代飞翔持有的鸿铭有限4.50%的股权，每1元注册资本对应的价格为35.70元。 裕同科技既是客户又是股东，在问询中，深交所要求鸿铭智能说明裕同科技的出资背景，入股后与裕同科技的订单是否明显增加，是否存在影响公司独立性的因素或潜在安排，是否存在变相利益输送。”
《北京商报》：①裕同科技既是公司第一大客户又是股东。	“在前五名客户中，裕同科技及其子公司是不得不提及的重要客户。据招股书，鸿铭股份在2018-2020年向裕同科技及其子公司实现的销售额分别为2540.78万元、2075.54万元、3248.36万元，分别占各期主营业务收入的比例为11.8%、7.85%、10.54%。在报告期内，裕同科技及其子公司一直是鸿铭股份的第一大客户。 事实上，裕同科技与鸿铭股份关系匪浅。招股书显示，鸿铭股份与裕同科技合作始于2010年，2016年双方进行了深度“捆绑”。裕同科技入股鸿铭股份的时间为2016年12月。彼时，裕同科技以约1890万元的价格受让代飞翔持有的鸿铭有限（鸿铭股份前身）4.5%的股权，每1元注册资本对应的价格为35.7元。”

经保荐机构比对核查，上述媒体仅对发行人披露信息进行客观摘录及评价，未对发行人信息披露的真实性、准确性、完整性进行质疑。

发行人已在招股说明书之“第七节 公司治理与独立性”之“十、与股东之间的交易”就公司与裕同科技的交易情况进行了充分披露，并在回复意见中就裕同科技的出资背景，入股后发行人与裕同科技的订单是否明显增加，是否存在影

响发行人独立性的因素或潜在安排，是否存在变相利益输送进行了充分说明。

（七）关注点：历史遗留问题

媒体主要关注点	相关主要内容摘录
《中华网财经》：④公司租赁的厂房未办理房产证，产权存在瑕疵。	“值得注意的是，鸿铭智能存在厂房租赁及搬迁风险，截至招股说明书签署日，鸿铭智能租赁的经营场所产权存在瑕疵。鸿铭智能向汇景实业租赁的 15,975 m² 厂房未办理房产证，土地性质为工业用途的国有土地；鸿铭智能向坤庆泡绵租赁的七处合计 20,271.00 m² 厂房未办理房产证，土地性质为工业用途的集体土地。鸿铭智能租赁的上述厂产权存在瑕疵，存在受产权瑕疵影响不能继续使用的风险，从而导致搬迁或另行租赁其他房产替代现有厂房，最终会带来经营损失和搬迁损失，根据测算，搬迁租赁厂房所造成的费用和损失主要包括人工和运输费用、现有厂房装修费损失、误工损失，可能产生的费用为 129.96 万元至 173.93 万元，占鸿铭智能 2021 年利润总额的比例为 1.69%至 2.26%。 关于厂产权存在瑕疵，在问询中，深交所要求鸿铭智能说明租赁存在法律瑕疵的房屋或土地、使用集体用地的合法合规性及存在的风险，是否有解决措施、替代方案。 鸿铭智能本次拟募集资金 2.83 亿元，用于东城广东鸿铭智能股份有限公司总部项目一生产中心、东城广东鸿铭智能股份有限公司总部项目一营销中心、东城广东鸿铭智能股份有限公司总部项目一研发中心。”
《和讯网》：③公司租赁的厂房未办理房产证，产权存在瑕疵。	“...截至鸿铭智能上交申报材料时，该公司租赁的厂房竟然未办理房产证...如果受此影响导致公司需要搬迁，或将对其短期经营造成一定损失。”

经保荐机构比对核查，上述媒体仅对发行人披露信息进行客观摘录及评价，未对发行人信息披露的真实性、准确性、完整性进行质疑。

发行人已在招股说明书之“重大事项提示”之“主要风险因素特别提示”就公司厂房租赁及搬迁风险进行了充分披露，并在回复意见中就租赁存在法律瑕疵的房屋或土地、使用集体用地的合法合规性及存在的风险以及相关解决措施和替代方案进行了充分说明。

（八）关注点：发行人的技术优势及核心零部件采购情况

媒体主要关注点	相关主要内容摘录
《和讯网》：①缺乏技术壁垒，核心部件易被“卡脖子”。	“虽然该公司研发投入、创新能力尚佳，但在核心技术方面并没有建立优势或壁垒。其产品的主要技术指标与竞争对手相比并无显著优势可言，例如：鸿铭智能主要竞争对手之一的艾迈奇，所生产纸盒最大成型尺寸可达 L740*W460*H230mm、最小成型尺寸可达 L85*W40*H15mm、面纸高度可达 940mm、灰板高度可达 880mm。；对比之下，鸿铭智能所产纸盒最大成型尺寸为 L660*W450*H260mm、最小成型尺寸为 L80*W50*H15mm、面纸高度为 750mm、灰板高度为 850mm。

	另外，值得关注的是，鸿铭智能产品的核心部件主要依赖于向海外厂商采购，在关键元器件、关键零部件的供应方面，少数几家供应商便占据了主导地位。 ...由此看来，如果宏观环境出现变化，在上述供应商无法供货的情况下，鸿铭智能面临的核心部件被“卡脖子”的尴尬就会浮现，这或将对公司的生产经营造成重大影响。”
《时代投研》：①专利多但技术优势不明显。	“...公司业务是生产线的设计与组装，所使用的零件大部分为现成部件，例如工业机器人、液压站、可编程控制器。因此，该公司要解决的技术困难不是如何设计出效果更好的零件，而仅仅是更好地拼装零件。由此看来，纸质包装设备的技术难度并不是非常大，行业技术壁垒可能并不深厚。 其次，该公司所申报的专利，大部分是技术改进方案中的技术细节，不会对企业竞争实力造成重大影响。例如，27项专利组成了该公司的核心技术“多模式成型制盒技术”，20项专利组成了该公司的核心技术“双工位抱盒成型技术”。专利数量并不能直接反映企业的技术实力。该公司技术实力如何，尚待考证。”

经保荐机构比对核查，上述媒体仅对发行人披露信息进行客观摘录及评价，未对发行人信息披露的真实性、准确性、完整性进行质疑。

发行人已在招股说明书之“重大事项提示”之“一、主要风险因素特别提示”就公司关键元器件、关键零部件被国外厂商把持的风险进行了充分披露。

发行人已在招股说明书之“第六节 业务与技术”之“七、发行人技术开发和研究情况”就公司核心技术与研发能力进行了充分披露，并在回复意见中就公司的技术难度与技术壁垒进行了充分说明。

（九）关注点：关联交易较多

媒体主要关注点	相关主要内容摘录
《时代投研》：③存在较多关联交易。	“...有三家为鸿铭智能提供服务的物流公司，由公司实控人之亲属控制，另有1家物流公司，公司实控人亲属持股50%。2020年，鸿铭智能向这4家公司采购服务626万元，占营业成本的3.58%。 东莞市富隆机械有限公司由实际控制人金健姑姑之子王辉持有，主要业务也是包装设备的生产、销售。然而，该公司还是鸿铭智能2019年第四大供应商，采购金额443万元，占采购总额的3.3%。该公司同时还是鸿铭智能的客户，2019年鸿铭智能向其销售16万元。 该公司存在如此多的关联交易，其中是否有利益输送、违法违规的行为？”

经保荐机构比对核查，上述媒体对发行人披露信息摘录有误，2018年1月1日至2021年12月31日，共有4家发行人实控人控制之亲属可控制或持有其股权的公司与发行人之间存在交易，其中东莞市博诺物流有限公司和东莞市丰豪物流有

限公司为物流公司，东莞市富隆机械有限公司和东莞市德高机械科技有限公司为生产制造企业。上述媒体未对发行人信息披露的真实性、准确性、完整性进行质疑。

发行人已在招股说明书之“第七节 公司治理与独立性”之“九、关联方与关联交易”就公司关联交易进行了充分披露，并在回复意见中就发行人实际控制人亲属控制的企业是否存在为发行人承担成本费用、利益输送等进行了充分说明。

（本页无正文，为《<关于广东鸿铭智能股份有限公司申请首次公开发行股票并在创业板上市的审核中心意见落实函>之回复报告》之盖章页）

广东鸿铭智能股份有限公司



发行人董事长声明

本人已认真阅读广东鸿铭智能股份有限公司本次落实函回复报告的全部内容，确认本次落实函回复报告不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

董事长：



金 健

广东鸿铭智能股份有限公司

2022 年 4 月 20 日



（本页无正文，为《<关于广东鸿铭智能股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的审核中心意见落实函>之回复报告》之签字盖章页）

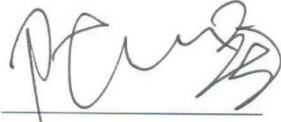
保荐代表人： 郑伟 郭天顺
 郑伟 郭天顺



保荐机构（主承销商）董事长声明

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

董事长：


陈照星