

**关于江苏嘉好热熔胶股份有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市申请
文件的审核问询函中
有关财务会计问题的专项说明**

致同会计师事务所（特殊普通合伙）

**关于江苏嘉好热熔胶股份有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的
审核问询函中有关财务会计问题的专项说明**

致同专字（2022）第 310A013097 号

深圳证券交易所：

贵所于 2021 年 7 月 26 日出具的《关于江苏嘉好热熔胶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审核问询函》（审核函[2021]010946 号）（以下简称“审核问询函”）收悉，对审核问询函所提问题，致同会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“我们”或“申报会计师”）对江苏嘉好热熔胶股份有限公司（以下简称“江苏嘉好”或“发行人”或“公司”）相关资料进行了核查，现回复如下：

审核问询函 1.关于主营业务收入

申报文件显示：

（1）报告期各期，发行人主营业务收入分别为 44,082.60 万元、50,590.94 万元、58,263.55 万元，主要来自于热熔压敏胶相关产品的生产和销售。

（2）报告期内，发行人热熔压敏胶产品销售价格整体稳中有降。

（3）发行人主营业务收入存在一定季节性波动，通常下半年销售收入占比整体相对较高。

（4）报告期各期，发行人第三方回款分别为 2,930.66 万元、3,132.71 万元、1,912.91 万元，金额较大。

请发行人：

（1）说明标签系列热熔胶、一次性卫生材料系列热熔胶等主营产品的行业市场情况，包括但不限于各领域高端、中端和低端市场的规模、主要企业、产品种类、应用场景、技术差异等情况，以及发行人目前的市场地位和产品定位。

（2）量化分析标签系列热熔胶、一次性卫生材料系列热熔胶等主营产品的细分市场供求状况及竞争格局，各细分市场容量及变化趋势，发行人及主要竞争对手产品在各细分市场占有率及变化趋势；结合行业地位、市场竞争、细分领域进入门槛和战略定位，说明上述主营产品结构变化、销售收入变动的原因，

是否与同行业可比公司可比业务收入的变动趋势一致，是否与下游行业或主要客户业绩或出货量的变动趋势一致。

(3) 说明标签系列热熔胶、一次性卫生材料系列热熔胶等主营产品价格传导机制，报告期内市场或行业变化对上述主营产品销售单价及对应原材料采购单价变动的的影响，各主营产品销售单价与公开市场报价或同行业可比公司类似产品价格是否存在较大差异。

(4) 说明发行人收入的季节性特征是否符合行业惯例，是否存在跨期确认收入的情形。

(5) 结合报告期内同行业可比公司第三方回款的规模，说明发行人第三方回款金额较大的合理性。

(6) 说明发行人销售返利政策及对应会计处理方式，报告期各期销售返利金额、主要支付对象情况等，并说明报告期内销售返利金额较大是否符合行业惯例。

(7) 说明报告期内退换货的金额及占比、数量、时间、产品种类、主要客户名称、退换货原因等，并结合销售合同条款补充披露退换货的处理流程和会计核算方式。

(8) 说明报告期内发行人税金及附加金额与营业收入的匹配性。

(9) 增加创业板在审企业聚胶新材料股份有限公司作为发行人同行业可比公司，并完善相关同行业比较分析。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明：

(1) 对主营业务收入的核查情况，包括但不限于核查程序、核查比例、核查证据和核查结论。

(2) 对收入截止性测试和第三方回款真实性采取的核查程序、核查比例、核查证据和核查结论。

【公司回复】

一、说明标签系列热熔胶、一次性卫生材料系列热熔胶等主营产品行业的市场情况，包括但不限于各领域高端、中端和低端市场的规模、主要企业、产品种类、应用场景、技术差异等情况，以及发行人目前的市场地位和产品定位。

1、热熔压敏胶的行业市场情况

热熔压敏胶兼有压敏和热熔两重特性，在熔融状态下涂布，冷却固化后施加轻度指压即能快速粘接。发行人热熔压敏胶主要包括标签系列热熔胶、一次性卫生材料系列、高分子防水材料系列等。因此招股说明书中主要补充披露主要系列产品的行业市场情况。

发行人在招股说明书“第六节业务和技术/二、发行人所处行业的基本情况/（三）行业的特点和发展趋势/2、热熔型胶粘剂行业发展趋势”补充披露如下：

“根据中国胶粘剂和胶粘带工业协会统计数据，我国热熔压敏胶销量由 2016 年的 25.12 万吨增长到 2020 年的 40.44 万吨，年复合增长率 12.64%。2016-2020 年我国热熔压敏胶销量及销售额情况如下：

年度	销量（万吨）	销售额（亿元）
2016	25.12	46.53
2017	28.72	51.57
2018	31.79	55.80
2019	34.52	62.10
2020	40.44	66.78

2018-2020 年我国热熔压敏胶按下游应用市场细分销售情况如下：

单位：吨

序号	行业类别	2020 年度	2019 年度	2018 年度
1	纸加工	1.0	0.9	0.8
2	包装与标签	15.5	13.1	12.0
3	纤维加工	18.5	15.5	13.7
4	交通运输	0.8	0.7	0.8
5	鞋与皮革	1.2	1.4	1.8
6	消费零售	0.5	0.4	0.4
7	建筑施工	2.3	2.0	1.8
8	木工制品	0.2	0.1	0.1
9	装配其他	0.44	0.42	0.39
合计		40.44	34.52	31.79

热熔压敏胶在包装与标签行业的应用主要包括快递及物流包装用热熔压敏胶，例如自粘快递袋、自粘快递盒、自粘快递信封等，以及包括标签类热熔压敏胶，例如快递面单、铜版纸标签、PP 合成纸标签、轮胎标签等。发行人标签系列热熔压敏胶主要应用于包装与标签市场。

热熔压敏胶在纤维加工行业的应用主要包括一次性卫生材料、医疗用品等。发行人一次性卫生材料系列热熔压敏胶主要应用于纤维加工市场。

热熔压敏胶在建筑施工行业的应用主要包括路面防水、隧道防水、屋顶防水等。发行人高分子防水材料系列热熔压敏胶主要应用于建筑施工市场。

由上表可知，2018-2020 年，包装与标签市场、纤维加工市场及建筑施工市场的热熔压敏胶销量占总热熔压敏胶销量的比重为 84.52%、88.64%和 89.76%，上述市场 2019 年度和 2020 年度合计销量增长率为 13.88%和 18.63%，是当前热熔压敏胶主要的应用领域。”

2、各领域高端、中端和低端市场的规模、主要企业、产品种类、应用场景、技术差异等情况

目前热熔压敏胶行业尚无普遍认可的高、中、低端市场的公开分类标准，公司根据从业经验和国内热熔压敏胶市场实际情况总结如下：

项目	低端市场	中高端市场
市场规模	下游市场对价格敏感度高，对质量要求一般，市场规模一般。	我国热熔压敏胶的主要市场，下游应用较为成熟，市场规模较大。
竞争趋势	市场基本无准入壁垒，市场竞争激烈，通常以品牌和价格竞争为主。	产品附加值相对较高，市场竞争较为激烈，国内生产厂商相对较少，多依赖于企业信誉、制造能力、服务水平等。
主要企业	同行业生产企业均具备供应能力。	国外主要参与企业为国际化的大型综合性化工企业，如富乐、汉高和波士胶，国内企业主要为发行人、聚胶新材、欣涛科技等。
产品种类	所有热熔压敏胶产品均涉及。	主要应用于下游中高端产品系列，包括低温环境下的标签用胶、高分子防水卷材用胶、低致敏性医疗用胶等。
应用场景	广泛应用于价格标签、空白标签、普通胶带、建筑材料、宠物卫生用品、吸水床垫等。	应用于食品标签、冷链标签、快递标签、女用卫生巾、婴儿纸尿裤、防疫防护服、屋顶防水材料等。
技术差异	低端产品基本无技术壁垒，主要满足低消费能力客户基本的使用需求，产品质量稳定性较差；中高端产品具有一定的技术壁垒，可满足客户更高层次或个性化的使用需求，质量管控严格，产品性能稳定。由于非公开专有技术具有保密性，相关技术的其他差异无法获取。	

3、发行人目前的市场地位和产品定位

(1) 发行人市场地位

发行人是国内生产热熔压敏胶的龙头企业之一。除发行人外，热熔压敏胶市场的主要企业还有德国汉高、美国富乐、法国波士胶等传统外资胶粘剂巨头企业以及聚胶新材、欣涛科技等国内热熔压敏胶行业的优秀企业。2018 年至 2020 年，发行人热熔压敏胶销量占国内热熔压敏胶总销量的比重为 10%-11%。

公司是中国胶粘剂和胶粘带工业协会热熔胶粘剂专业委员会主任委员单位。公司作为参编单位，参与 GB/T 23457-2017《预铺防水卷材》的国家标准的起草和制定。截至报告期末，公司拥有专利 75 项，其中发明专利 38 项。公司取得了 ISO9001:2015 环境管理体系认证、ISO9001:2015 质量管理体系认证、美国 FDA 认证、欧洲 REACH 认证、RoHS 认证等。

公司是江苏省高新技术企业，公司子公司上海嘉好是上海市高新技术企业。公司是如皋市科技局认定的如皋市工程技术研究中心之一；公司为江苏省“专精特新小巨人”；上海嘉好被上海市名牌推荐委员会推荐为 2017 年度上海名牌企业；上海嘉好被上海市合同信用促进会评为 2017-2018 年度上海市守合同重信用企业；上海嘉好曾被上海市嘉定区经济委员会评为嘉定区企业技术中心；上海嘉好为上海市“专精特新”企业。

(2) 发行人产品定位

嘉好股份专注于热熔压敏胶的研发、生产和销售，致力于成为“世界级热熔压敏胶供应商”。发行人产品定位于中高端主流标签不干胶市场和一次性卫生材料市场，以及为国内外大型防水材料企业提供新型优质防水材料解决方案。

二、量化分析标签系列热熔胶、一次性卫生材料系列热熔胶等主营产品细分市场供求状况及竞争格局，各细分市场容量及变化趋势，发行人及主要竞争对手产品在各细分市场占有率及变化趋势；结合行业地位、市场竞争、细分领域进入门槛和战略定位，说明上述主营产品结构变化、销售收入变动的原因，是否与同行业可比公司可比业务收入的变动趋势一致，是否与下游行业或主要客户业绩或出货量的变动趋势一致

1、细分市场的供求状况及竞争格局

根据中国胶粘剂和胶粘带工业协会统计数据，我国热熔压敏胶销量由 2016

年的 25.12 万吨增长到 2020 年的 40.44 万吨，年复合增长率 9.99%，随着我国国民经济的不断发展、环保政策不断趋严，预计热熔压敏胶市场还将持续增长。

发行人 2020 年度各细分市场领域的市场容量、主要竞争对手及市场占有率情况如下：

产品系列	2020 年度 中国全行业 销量 (万吨)	2019 年度 中国全行业 销量 (万吨)	2018 年度 中国全行业 销量 (万吨)	市场变动 趋势	主要竞争对手	竞争格局及市场占有率情况
标签系列热熔压敏胶	15.5	13.1	12	平稳增长	德国汉高、美国富乐	德国汉高、美国富乐以及发行人合计占据主要市场份额，其中发行人国内中端市场的份额较大
一次性卫生材料系列热熔压敏胶	18.5	15.5	13.07	平稳增长	德国汉高、美国富乐、法国波士胶、聚胶新材	德国汉高、美国富乐、法国波士胶主要占据跨国一线品牌一次性卫生材料市场；聚胶新材及发行人在低端、中端和高端市场均占有一定份额
高分子防水材料系列热熔压敏胶	2.3	0.42	0.39	快速增长	欣涛科技	欣涛科技占据国内市场主要份额

近几年来，以本公司为代表的部分国内企业经过多年发展，已经积累了一定的技术实力，形成了一定规模的中、高技术含量产品的生产能力，开始以技术、产品优势参与竞争，处于行业金字塔的中部。以本公司、聚胶新材等为代表的国内热熔压敏胶厂商的不断成长，在配方技术及生产工艺不断进步，服务专业度不断加强的背景下，越来越多的大型客户开始认可中国本土企业的热熔压敏胶产品，外资品牌的市场份额逐渐被内资厂商侵蚀。随着国内厂家对技术研发的持续投入、对生产工艺的不断改进、生产管理水平的提升，高品质热熔压敏胶的产能不断增加，将进一步挤占外资巨头的市场份额，并在国际市场上逐渐占据重要位置。

2、结合行业地位、市场竞争、细分领域进入门槛和战略定位，说明主营产品结构变化、销售收入变动的原因

发行人在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析/九、经营成果分

析/（二）营业收入构成变动分析/2、主营业务收入按产品系列分析”补充披露如下：

“2、主营业务收入按产品系列分析

报告期内，发行人主营产品的收入结构情况如下：

单位：万元

产品名称	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
标签系列	39,374.33	55.85%	30,147.47	51.77%	24,365.78	48.17%
一次性卫生材料系列	25,071.35	35.56%	24,879.33	42.73%	24,652.40	48.74%
高分子防水材料系列	4,493.25	6.37%	2,550.24	4.38%	1,021.62	2.02%
其他	1,559.25	2.21%	651.67	1.12%	539.97	1.07%
合计	70,498.18	100.00%	58,228.71	100.00%	50,579.77	100.00%

报告期内，发行人主营产品的收入结构增长情况如下：

单位：万元

产品名称	2021 年度		2020 年度		2019 年度
	主营业务收入	增长率	主营业务收入	增长率	主营业务收入
标签系列	39,374.33	30.61%	30,147.47	23.73%	24,365.78
一次性卫生材料系列	25,071.35	0.77%	24,879.33	0.92%	24,652.40
高分子防水材料系列	4,493.25	76.19%	2,550.24	149.63%	1,021.62
其他	1,559.25	139.27%	651.67	20.69%	539.97
合计	70,498.18	21.07%	58,228.71	15.12%	50,579.77

报告期内，发行人各系列产品齐头并进，其中标签系列及一次性卫生材料系列为公司的主力产品系列，分别占主营业务收入的比重为 96.91%、94.50%和 91.41%。发行人作为国内主要热熔压敏胶企业之一，在标签市场、一次性卫生材料市场有着较强的行业竞争力。

2020 年度，发行人标签系列产品的销售收入增长 5,781.69 万元，增长率为 23.73%，主要是因为发行人行业整体规模上升，公司品牌优势体现。发行人近些年来产品不断更新升级，在保障材料成本可控的情况下提升了产品性能，下游客户对发行人产品的需求不断增加。2021 年，受益于消费者对网购、外卖、

快速消费品等终端需求不断增加，发行人下游客户对标签系列产品需求不断增加，致使发行人标签系列产品收入同比增长 **30.61%**。

2019 年至 2021 年，发行人高分子防水材料系列热熔压敏胶增长较快，**2019 年至 2021 年**的年均复合增长率达 **109.72%**。近几年来，热熔压敏胶在高分子防水卷材中的应用技术逐渐成熟，推动相关产品从公路、铁路等应用领域不断向隧道、屋顶等应用领域拓展，应用范围不断加大。发行人该系列收入金额占主营业务收入比例由 **2019 年度**的 **2.02%**上升至 **2021 年**的 **6.37%**。**2021 年**收入大幅增长主要系加拿大客户 FT Synthetics Inc 需求持续增加所致。加拿大客户 FT Synthetics Inc 与发行人合作研发了一款以发行人热熔压敏胶为原材料的屋顶防水材料，该防水材料为 FT Synthetics Inc 主推的新产品，为快速扩大市场份额，**2021 年** FT Synthetics Inc 向发行人大量采购热熔压敏胶进行大规模市场推广。

发行人作为参编单位，参与 GB/T 23457-2017《预铺防水卷材》的国家标准的起草和制定，在新型高分子防水材料细分领域具备较强的竞争力。目前，发行人下游防水材料行业仍处于蓬勃发展期，公司预计未来高分子防水材料系列产品将持续增长。发行人将高分子防水材料系列热熔压敏胶作为未来业绩增长的重点方向之一，预计未来该系列产品销售收入占比将进一步提升。”

3、同行业及下游客户业绩情况

报告期内，发行人同行业公司收入变动比较情况如下：

单位：万元

公司	2021 年度		2020 年度		2019 年度
	收入	增长率	收入	增长率	收入
聚胶新材	105,379.78	19.95%	87,850.38	15.83%	75,842.16
嘉好股份	70,499.41	21.00%	58,263.55	15.17%	50,590.94

报告期内，发行人下游客户或下游行业公司的收入变动比较情况如下：

单位：万元

名称	主要产品	2021 年度		2020 年度		2019 年度
		收入	增长率	收入	增长率	收入
仙鹤股份有限公司	高性能纸、不干胶标签	601,696.91	24.24%	484,310.08	6.04%	456,703.68

上海永冠众诚新材料科技(集团)股份有限公司	胶带	384,004.81	59.07%	241,407.82	12.58%	214,425.74
河北北方大包装股份有限公司	背胶袋、可变信息标签等	36,262.44	21.91%	29,744.20	23.13%	24,156.57
杭州可靠护理用品股份有限公司	一次性卫生材料	118,640.38	-27.44%	163,513.16	39.31%	117,372.63
杭州豪悦护理用品股份有限公司	一次性卫生材料	246,205.11	-4.97%	259,095.21	32.64%	195,338.23
北京东方雨虹防水技术股份有限公司	防水材料	3,193,420.1	46.96%	2,173,037.30	19.70%	1,815,434.42
科顺防水科技股份有限公司	防水材料	777,072.42	24.57%	623,787.85	34.09%	465,195.70

随着我国国民经济的发展，发行人同行业公司下游行业整体呈现快速增长的趋势。报告期内，标签系列产品下游增长快速，尤其是 2021 年，受到外卖、快递等终端应用行业的快速发展影响，公司下游标签行业普遍呈现快速增长趋势，下游行业的快速发展带动了发行人标签系列产品收入快速增长。

一次性卫生材料行在 2019 年-2020 年间增长较快。2021 年，受新冠疫情影响，国际贸易海运费上升幅度较大，航运运输运力稀缺，终端品牌商采购一次性卫生材料的成本上升，致使一次性卫生材料生产商订单减少。发行人一次性卫生材料系列产品收入与行业整体变动情况相匹配。

防水材料行业在报告期内呈现爆发式增长态势，受下游行业影响，发行人高分子防水材料系列产品亦呈现快速增长态势。

综合来看，发行人下游行业整体发展良好，下游行业的快速增长是发行人销售收入增长的基石。

三、说明标签系列热熔胶、一次性卫生材料系列热熔胶等主营产品价格传导机制，报告期内市场或行业变化对上述主营产品销售单价及对应原材料采购单价变动的影响，各主营产品销售单价与公开市场报价或同行业可比公司类似产品价格是否存在较大差异。

公司在成本（包括材料成本、人工成本、制造费用等）的基础上加上适当

的毛利率作为对外定价基础，销售人员根据基础定价、客户采购量、市场竞争程度、运输距离等因素进行销售报价。

报告期内，发行人产品的平均单价情况如下：

单位：元/千克

产品	2021 年度		2020 年度		2019 年度
	平均单价	增长率	平均单价	增长率	平均单价
热熔压敏胶	13.36	-0.38%	13.41	-2.64%	13.77

报告期内，发行人销售单价总体保持平稳，2020 年度平均单价略有下降主要受到人民币汇率波动、原材料价格下降等原因所致。2021 年度，受到一次性卫生材料系列产品市场价格下降的影响，发行人一次性卫生材料产品价格下降 3.87%，致使发行人热熔压敏胶产品价格整体有所小幅下降。

报告期内发行人主要原材料采购价格及趋势情况如下：

单位：元/千克

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度
	平均单价	增长率	平均单价	增长率	平均单价
增粘树脂	10.12	-3.66%	10.50	5.56%	9.95
热塑性弹性体	13.21	18.68%	11.13	-11.84%	12.62
橡胶油	5.74	14.42%	5.02	-13.56%	5.80

报告期内，发行人主要原材料采购价格存在一定波动性。发行人报告期内产品平均单价与原材料的变动趋势整体呈现关联性。2021 年度，发行人标签系列产品价格随原材料价格上涨而上涨，但由于发行人一次性卫生材料系列产品的市场价格下降幅度较大，使得发行人产品整体平均单价下降 0.38%，与原材料价格整体上涨趋势呈现一定差异。

发行人产品与同行业公司聚胶新材的产品单价比较情况如下：

单位：元/千克

公司	2021 年度	2020 年度	2019 年度
聚胶新材	13.60	13.90	14.73
嘉好股份	13.36	13.41	13.77

由上可知，报告期内发行人主营产品与同行业可比公司产品价格不存在较大差异，且价格变动趋势一致。2020 年度和 2021 年度聚胶新材产品单价下降幅度大于发行人，主要是因为发行人客户结构与聚胶新材的客户结构不同，发行

人客户较为分散，对单个客户的依赖较小，因此可以通过开发新客户、减少低价客户销量等手段缓冲价格下降。

四、说明发行人收入的季节性特征是否符合行业惯例，是否存在跨期确认收入的情形。

1、公司分季度的销售金额及占比分析

报告期内，发行人热熔压敏胶收入季节性变动情况如下：

单位：万元

季度	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
一季度	17,307.68	24.55%	12,034.79	20.67%	11,478.75	22.69%
二季度	13,565.23	19.24%	13,133.60	22.56%	12,310.66	24.34%
三季度	17,061.66	24.20%	16,425.84	28.21%	12,598.18	24.91%
四季度	22,563.61	32.01%	16,634.48	28.57%	14,192.18	28.06%
总计	70,498.18	100.00%	58,228.71	100.00%	50,579.77	100.00%

报告期内，发行人主营业务收入存在一定季节性波动，主要受到下游应用领域的影响。对于标签系列产品，其下游主要应用领域是各类消费品标签、快递面单等，其季节性变动较为明显。不论是中国消费市场或是西方消费市场，通常而言第四季度的促销活动诸如双 11、双 12、黑色星期五、圣诞季等较为集中，是快递面单、商品标签、电子标签等需求较高的季节。对于一次性卫生材料系列产品，其季节性变动相对较小，但夏季由于天气炎热，部分家庭会减少婴儿纸尿裤等吸收性卫生用品的使用，因此亦存在一定的季节性。

发行人下游客户广东天元实业集团股份有限公司（003003）在其 2020 年 9 月发布的招股说明书中对季节性披露如下：“包装印刷行业的季节性通常与下游行业消费的季节性保持一致。一般来讲，每年四季度的节假日及促销活动较为集中，是电子商务企业的销售旺季，进而带动快递物流及相关包装印刷产品的需求。每年的一季度受到元旦、春节长假等因素影响，快递物流的业务量一般较低，对包装印刷产品的需求量也相对较小。”

发行人下游客户广州九恒条码股份有限公司在其 2020 年 5 月发布的招股说明书中对季节性披露如下：“快递行业的订单量呈现较强的季节性特征，节日消费高峰以及每年第四季度社会贸易和运输业务高峰，形成快递业务需求的旺

季，而春节期间企业生产经营活动不活跃，是快递行业业务的低谷。受下游快递行业客户业务的影响，公司会相应调整生产计划，存在一定的季节性。”

发行人下游客户杭州可靠护理用品股份有限公司（301009）在其 2021 年 6 月发布的招股说明书中披露如下：“公司主要产品如成人纸尿裤、成人拉拉裤、婴儿纸尿裤、婴儿拉拉裤等属于日常使用的快消品，存在一定的刚性需求，总体来说受季节的影响较小，分布较为稳定。但由于受各电商平台双 11、双 12 等促销活动的影响，报告期内公司各年第四季度收入贡献较高。”

2、与同行业可比公司对比分析

报告期内，同行业可比公司营业收入及占比季节性变动情况具体如下：

福斯特营业收入季节性变动情况如下：

单位：万元

季度	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
一季度	281,432.11	21.89%	150,897.50	17.98%	161,458.96	25.31%
二季度	290,132.83	22.56%	186,725.17	22.25%	136,401.14	21.39%
三季度	321,400.61	25.00%	209,309.16	24.94%	161,206.67	25.27%
四季度	392,823.83	30.55%	292,382.38	34.84%	178,748.37	28.03%
总计	1,285,789.38	100.00%	839,314.21	100.00%	637,815.14	100.00%

上海天洋营业收入季节性变动情况如下：

单位：万元

季度	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
一季度	22,495.47	21.07%	12,283.20	17.57%	13,742.75	20.85%
二季度	22,189.24	20.78%	13,535.59	19.36%	16,466.60	24.98%
三季度	29,159.76	27.31%	19,483.92	27.87%	17,680.35	26.83%
四季度	32,929.62	30.84%	24,602.92	35.19%	18,017.04	27.34%
总计	106,774.09	100.00%	69,905.63	100.00%	65,906.74	100.00%

晶华新材营业收入季节性变动情况如下：

单位：万元

季度	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
一季度	30,171.23	21.63%	15,537.49	14.96%	19,376.44	20.80%

二季度	34,646.60	24.84%	24,701.28	23.78%	23,668.31	25.41%
三季度	37,014.23	26.54%	29,611.48	28.51%	24,665.73	26.48%
四季度	37,639.64	26.99%	34,023.81	32.75%	25,428.23	27.30%
总计	139,471.70	100.00%	103,874.06	100.00%	93,138.71	100.00%

集泰股份营业收入季节性变动情况如下:

单位: 万元

季度	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
一季度	29,537.91	17.63%	12,473.30	9.91%	17,468.64	19.05%
二季度	51,015.57	30.45%	35,198.08	27.96%	25,759.18	28.09%
三季度	42,969.64	25.65%	35,347.26	28.08%	22,322.63	24.34%
四季度	44,030.87	26.28%	42,852.51	34.04%	26,155.46	28.52%
总计	167,553.99	100.00%	125,871.15	100.00%	91,705.91	100.00%

聚胶新材营业收入季节性变动情况如下:

单位: 万元

季度	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
一季度	26,699.41	25.36%	18,395.56	20.94%	18,311.98	24.14%
二季度	17,479.22	16.60%	22,309.43	25.39%	17,676.03	23.31%
三季度	26,694.65	25.35%	22,118.02	25.18%	19,976.15	26.34%
四季度	34,417.51	32.69%	25,027.37	28.49%	19,878.00	26.21%
总计	105,290.78	100.00%	87,850.38	100.00%	75,842.16	100.00%

从上表可见, 同行业上市公司营业收入均具有一定的季节性。因此, 公司营业收入季节性情况与同行业可比公司福斯特、上海天洋、晶华新材、集泰股份以及聚胶新材相比, 不存在重大差异。

3、公司不存在跨期确认收入的情形

报告期内, 发行人内销收入确认的具体方法为公司在产品运至客户指定收货点并取得客户签收单时确认收入。发行人出口业务贸易方式包括 CIF、FOB、CFR、DDP、DDU。采用 CIF、FOB、CFR 贸易方式交易的出口业务: 公司在已办理出口报关手续, 货物装船并取得货运提单时确认收入; 采用 DDP 及 DDU 贸易方式交易的销售: 公司在产品运达客户指定收货点签收确认时确认收入。

发行人收入确认的外部证据充分, 不存在跨期确认收入的情形。

五、结合报告期内同行业可比公司第三方回款的规模，说明发行人第三方回款金额较大的合理性。

1、发行人同行业可比公司第三方回款的规模

报告期内，发行人同行业上市公司福斯特、上海天洋、集泰股份及晶华新材均未披露其第三方回款情形。同行业可比在审公司聚胶新材披露了第三方回款情形。

发行人同行业可比公司第三方回款规模情况如下：

单位：万元

名称	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占营业收入比	金额	占营业收入比	金额	占营业收入比
聚胶新材	24,832.85	23.57%	19,887.07	22.62%	11,204.50	14.77%
公司	814.31	1.16%	1,912.91	3.28%	3,132.71	6.19%

2、发行人第三方回款金额较大的合理性

发行人部分客户由于集团资金管理需要、商业习惯及临时支付需要等，存在客户通过第三方向发行人付款的情形。

报告期内，发行人因报告期内发生的业务而产生的第三方回款金额的原因及占比情况如下：

单位：万元

第三方回款原因	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占营业收入比	金额	占营业收入比	金额	占营业收入比
1) 境外客户指定付款	635.76	0.90%	1,544.95	2.65%	2,723.82	5.38%
2) 实际控制人/法定代表人代付	15.11	0.02%	78.87	0.14%	71.92	0.14%
3) 关联公司代付	50.00	0.07%	3.80	0.01%	57.95	0.11%
4) 个体户直系亲属代付	-	0.00%	-	-	3.10	0.01%
5) 其他	113.44	0.16%	285.29	0.49%	275.93	0.55%
合计	814.31	1.16%	1,912.91	3.28%	3,132.71	6.19%

报告期内，发行人第三方回款主要为境外客户指定付款方付款的情形，以上情形占第三方回款金额的比重为 86.95%、80.76%和 78.07%。

发行人的第三方回款形成主要系境外客户指定付款所形成，发行人与客户主要采用美元和欧元进行结算，部分来自叙利亚、伊朗等地区的客户基于其外汇管理习惯指定第三方付款、部分公司因其自身经营模式通过指定其关联公司统一付款等原因与公司达成了通过第三方进行付款的合作模式，符合外销交易的经营特点，具有合理性。此外，发行人部分境内小客户因其自身的经营习惯以及较低的财务管理水平，采取了通过其实际控制人、法定代表人、关联公司、亲属、员工等方式进行付款，符合小客户的经营特点，具备合理性。

报告期内，发行人剔除“1）境外客户指定付款；2）实际控制人/法定代表人代付；3）关联公司代付；4）个体户直系亲属代付”情况之后的其他类第三方回款比例为 0.55%、0.49%和 0.16%。发行人其他类第三方回款主要包括客户员工代付、未能确认客户与付款方关系等情形，具体情况如下：

单位：万元

第三方回款原因	2021 年度	2020 年度	2019 年度
境外客户-未能确认客户与付款方关系	97.10	259.85	188.94
境内客户-未能确认客户与付款方关系	-	8.73	18.19
客户前实际控制人支付历史货款	16.34		
客户员工代付	-	8.25	63.28
业务员代收	-	8.46	4.35
客户股东代付	-	-	1.17
合计	113.44	285.29	275.93

报告期内，公司存在一些海外客户，其出于自身外汇管理的需要，通过指定第三方向发行人付款。但由于发行人客户较为分散，部分海外小客户与发行人联系较弱，除偶尔向发行人订货之外无更多联系，该部分客户不配合向发行人出具书面确认函以证明其与付款方的关系。上述客户主要来自欠发达国家和地区。经发行人评估，上述客户主要采用预付形式付款，坏账风险较小，部分客户目前仍在保持合作。

2019 年度和 2020 年度亦存在少量境内小微客户无法确认客户与付款方关系的情形，主要是客户规模较小且采购金额较小，发行人屡次沟通后依然无法取得付款方与其关系的书面确认函。截至目前，发行人已终止与上述客户的合作关系。

2021 年度，发行人追偿某一客户应收账款，由于该客户已变更实际控制

人，经协商后由其原实际控制人代替客户向发行人支付货款 **16.34 万元**。

报告期内，发行人第三方回款占营业收入的比重不断降低。针对报告期内第三方回款的问题，发行人已建立了较为严格的内控制度，具体如下：

A、事前控制：财务部应收会计对客户银行账户信息进行管理。发行人与客户建立业务合作关系后，签订相关合同。要求其提供营业执照、开票信息等相关资料，并核对客户提供的付款账户信息、开票信息及合同签署信息是否一致。

B、事中控制：收款时严格核实第三方付款方身份。若客户确有必要理由委托第三方回款的，需经过与发行人协商一致，并就委托付款事宜向发行人出具专项委托付款声明，经发行人内部审批通过后允许打款；财务部对第三方回款方的银行账户及其与客户的关系进行登记。

C、事后控制：发行人与客户定期对账。发行人及其子公司与客户定期进行对账，对账时将当期销售及回款的记录与客户进行确认。财务部定期对第三方回款比例进行测算和控制；内审部门不定期进行台账抽查，确保客户与业务部门、财务部三者之间能够保持必然的联系并且能够保证一致性。

报告期内，发行人第三方回款内控制度执行情况良好，涉及到的第三方回款占比不断降低。

六、说明发行人销售返利政策及对应会计处理方式，报告期各期销售返利金额、主要支付对象情况等，并说明报告期内销售返利金额较大是否符合行业惯例。

1、销售返利政策

报告期内，公司主要采取以下两种形式的销售返利政策：

①销量返利：为促进销售增加，公司与部分客户签订销售返利协议，规定在固定期间内客户向本公司采购热熔压敏胶产品达到一定数量后给予一定的产品返量，返量标准根据不同客户的销售价格和预计采购量综合考虑后给予不同的返量条件，只有在达到合同约定的采购量后才会给予返利，具体产品返利数量=实际销售数量*合同约定比例。

②回款返利：为鼓励客户采取电汇方式进行回款，公司与部分客户签订了销售返利协议，给予客户按电汇回款额的一定比例给予相应金额的返利，并将金额根据向该客户的销售均价折算为实际产品返利至客户。

2、返利具体会计处理

①对于销量返利：

在向客户进行日常销售时，财务部门根据当月的实际销售数量以及协议约定的返量标准确认应返利数量，同时根据当月实际向客户返利数量统计已返利数量，月末汇总应返未返数量并根据当月向该客户销售的平均单价确认期末销售返利结存余额，对期末与期初销售返利结存金额的差额确认为当期销售返利计提金额，并冲减主营业务收入。

具体计算方式如下：

当月应返利数量=实际销售数量*合同约定比例

当月应计提销售返利金额=（期初结存应返未返数量+当月返利数量-当月已返数量）*该客户的当月平均销售价格-期初销售返利结存金额

会计分录如下：

借：主营业务收入

贷：其他应付款-销售返利

②对于回款返利：

财务部门每月月末根据当月的实际电汇回款金额以及协议约定的返利标准确认当月应返利金额；按照当月实际向客户返利数量与向该客户的销售单价确认已经返利金额；根据当月应收账款余额估计未来电汇回款金额并按照协议约定的返利标准确认期末预计应返利金额；期末销售应返利结存余额等于期初销售返利结存余额+当月应返利金额-当月已返利金额+（期末预计应返利金额-期初预计应返利金额），对期末与期初销售返利结存金额的差额确认为当期销售返利计提金额，并冲减主营业务收入。

具体计算方式如下：

当月应返利金额=单月电汇回款金额*合同约定比例

当月已返利金额=实际返利数量*向该客户的销售单价

期末预计应返利金额=应收账款余额估计未来电汇回款金额*合同约定比例

期末销售返利结存余额=期初销售返利结存余额+当月应返利金额-当月已返利金额+（期末预计应返利金额-期初预计应返利金额）

当月应计提销售返利金额=期末销售返利结存余额-期初销售返利结存余额

会计分录如下：

借：主营业务收入

贷：其他应付款-销售返利

3、报告期销售返利及主要客户支付情况

客户名称	2021 年度	
	实际返利数量（吨）	实际返利金额（万元）
P & K LANCASTER TRADING LLP	13.50	17.45
上海景聘国际贸易有限公司	13.00	15.76
佛山市金德辉标签材料有限公司	10.55	13.81
PERMOSEAL (PTY) LTD	6.16	10.81
LLC SWIFT CHEMICAL	7.00	9.02
天津津亚包装材料有限公司	7.00	8.92
桐庐远鹏印务有限公司	6.00	7.27
新乡县优源包装材料有限公司	5.85	7.13
新乡市启力复合材料有限公司/新乡市汇鑫纸业有限责任公司	5.68	6.65
深圳市力科信实业有限公司	5.59	6.49
前十返利客户小计	80.33	103.32
实际返利总计	111.27	144.70
前十返利客户占总返利比例	72.19%	71.40%
销量/主营业务收入	52,781.68	70,498.18
实际返利占主营业务收入比例	0.21%	0.21%
客户名称	2020 年度	
	实际返利数量（吨）	实际返利金额（万元）
上悦（上海）印刷有限公司	35.64	43.77
深圳市力科信实业有限公司	28.88	34.31

P&K LANCASTER TRADING LLP	19.00	28.40
新乡县优源包装材料有限公司	15.45	19.57
ONEPACK COM IMPORT EXPORT LTDA	15.00	18.44
东阿阿华医疗科技有限公司	8.80	17.83
新乡市嘉诚复合材料有限公司	13.60	16.85
郑州中嘉元利纸制品有限公司	11.70	14.50
乌鲁木齐福来金纸业有限公司	11.10	14.24
仙桃市德兴塑料制品有限公司	8.40	13.12
前十返利客户小计	167.57	221.03
实际返利总计	280.39	326.18
前十返利客户占总返利比例	59.76%	67.76%
销量/主营业务收入	43,430.00	58,228.71
实际返利占主营业务收入比例	0.65%	0.56%
客户名称	2019 年度	
	实际返利数量（吨）	实际返利金额（万元）
新乡市汇鑫纸业有限责任公司	36.32	46.94
新乡县优源包装材料有限公司	35.23	45.52
浙江银证特种纸业有限公司	29.90	36.78
P&K LANCASTER TRADING LLP	15.00	24.03
新乡市嘉诚复合材料有限公司	14.70	19.01
东阿阿华医疗科技有限公司	9.60	18.95
桐庐远鹏印务有限公司	12.00	15.09
仙桃市德兴塑料制品有限公司	9.72	14.88
青岛海诺生物工程有限公司	7.13	14.62
江西一个苹果实业有限责任公司	8.20	12.86
前十返利客户小计	177.79	248.68
实际返利总计	263.59	361.98
前十返利客户占总返利比例	67.45%	68.70%
销量/主营业务收入	36,729.24	50,579.77
实际返利占主营业务收入比例	0.72%	0.72%

实际销售返利在执行时通常会跨年度执行，即本年度计提的销售返利在次年度完成向客户实际返利；公司对返利客户的返利条款和返利标准受向该客户的销售价格和销售数量相关，并随着销售价格和采购数量的变化进行不断的调整；近年来公司不断优化客户结构，更加注重对大客户的开发，销售返利标准不断提高，部分客户不再享有销售返利；2020 年下半年受化工原材料涨价的影响对部分客户的销售返利条款终止。受上述影响使得不同年度的实际销售返利

略有波动，但整体上报告期内向客户返利数量整体随着销售收入增长而增加。

报告期内，公司实际返利金额占主营业务收入比重分别为：0.72%、0.56%和 0.21%，对公司主营业务收入不构成重大影响。公司销售返利政策是根据本公司自身销售策略制定，与行业惯例关联度较小。

七、说明报告期内退换货的金额及占比、数量、时间、产品种类、主要客户名称、退换货原因等，并结合销售合同条款补充披露退换货的处理流程和会计核算方式。

1、报告期内退换货的金额及占比、数量、时间、产品种类、主要客户名称、退换货原因

报告期内，发行人退换货的数量、金额及占比情况如下：

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
退换货数量（吨）	156.40	302.89	316.93
退换货金额（万元）	212.41	399.64	419.29
主营业务收入（万元）	70,498.18	58,228.71	50,579.77
占比	0.30%	0.69%	0.83%

报告期内，公司退换货金额分别为 419.29 万元、399.64 万元和 212.41 万元，占比为 0.83%、0.69%和 0.30%，金额及占比较小。公司的退货时间较为分散，无规律性，不存在集中某一段时间段退货的情况。

报告期内退换货产品分类情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
标签系列	134.90	63.51%	285.59	71.46%	278.50	66.42%
一次性卫生材料系列	66.67	31.39%	93.07	23.29%	91.23	21.76%
高分子防水材料系列	-	-	2.74	0.69%	32.10	7.66%
其他系列	10.84	5.10%	18.24	4.56%	17.45	4.16%
总计	212.41	100.00%	399.64	100.00%	419.29	100.00%

报告期内，公司主要退换货产品为标签系列产品，占总退货金额比重 50%以上。

报告期内主要退换货客户及退换货原因如下：

单位：万元

年度	客户名称	退换货金额	占比	退货原因
2021年度	新乡县优源包装材料有限公司	26.73	12.59%	产品瑕疵
	浙江龙游道明光学有限公司	24.16	11.37%	客户自身原因
	永益集团股份有限公司	20.27	9.54%	客户自身原因、产品瑕疵
	泉州市恒毅卫生用品有限公司	16.06	7.56%	产品瑕疵
	齐河华建数码科技有限公司	7.81	3.67%	产品瑕疵
	合计	95.03	44.73%	-
2020年度	浙江冠豪新材料有限公司	72.40	18.12%	产品瑕疵
	深圳市冠辰达文化用品有限公司	27.61	6.91%	产品瑕疵
	上悦（上海）印刷有限公司	27.10	6.78%	产品瑕疵
	海宁市美迪康非织造新材料有限公司	25.61	6.41%	产品瑕疵
	深圳市聚力鑫化工有限公司	24.86	6.22%	产品瑕疵
	合计	177.58	44.43%	-
2019年度	浙江冠豪新材料有限公司	51.52	12.29%	产品瑕疵
	深圳市力科信实业有限公司	43.67	10.42%	产品瑕疵
	南京斯瑞奇医疗用品有限公司	28.99	6.91%	产品瑕疵
	岳阳东方雨虹防水技术有限责任公司	24.73	5.90%	产品瑕疵
	博多纸业彩印（长春）有限公司	23.58	5.62%	客户自身原因
	合计	172.49	41.14%	-

报告期内，公司主要退换货客户金额分别 172.49 万元、177.58 万元和 95.03 万元，占退换货总金额的比重约为 41.14%、44.43%和 44.73%。退换货主要原因为产品瑕疵和客户自身原因。

2、退换货的处理流程和会计核算方式

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术/一、发行人主营业务、主要产品、主要经营模式及其演变情况/（四）主要经营模式/2、销售模式”补充披露如下：

“发行人退换货的处理流程和会计核算方式如下：

根据公司销售合同条款的约定，乙方使用甲方提供的产品出现质量问题时，应及时通知甲方，并暂停该产品的使用。甲方应积极配合乙方查找原因。如双方确定是甲方产品的质量问题的，甲方应当积极组织退换货。因甲方产品品质不合格而造成乙方损失的，甲方应当配合乙方协商处理赔偿事宜并承担该部分损失。由于乙方未能按要求储存和使用产品，而产生的任何异常（包含但不

限于生产使用不当、超过质保期、存储不当的品质问题)的责任均由乙方承担,甲方均不负责。如果双方对产品品质问题存在争议,可以寻求有资质的第三方检测机构确认。

如发生退换货的情况,公司业务员与客户进行沟通了解所涉及产品的型号、数量以及具体问题,与客户沟通后协商解决方案。公司退换货解决方案一般包括:换货、退货等方式。销售部受理客户提出退货申请,由业务员将退货原因及明细填写《退货申请单》,经销售总监审批后由商务人员编制系统退货单。货物退回后由仓储部门清点货物、注明退回货物的品种和数量后填制退库单,办理退库手续。财会部门应对退货处理报告、退库单以及退货方出具的退货凭证等进行审核后办理相应的退款及客户退票事宜。

公司退换货涉及的会计核算方式如下:

A、客户采用换货的方式处理,公司确认换货货物收到后,根据退货单在退货当月冲减退货产品销售收入,同时冲减成本。公司发出换货产品后,根据销售一般流程在财务系统上进行处理。

B、客户采用退货的方式,公司确认退货货物收到后,根据退货单在退货当月按所退回货物金额冲减销售收入,同时冲减成本。

报告期内,由于单次退换货的量和金额较小,且退换货的时间较为分散,公司在收到退换货的当月冲减当月的销售收入和销售成本。公司上述会计处理符合《企业会计准则》的要求。”

八、说明报告期内发行人税金及附加金额与营业收入的匹配性。

报告期内发行人应交增值税销项税额与营业收入占比情况如下:

单位: 万元

项 目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
应交增值税-销项税额 (a)	8,553.47	6,463.16	5,246.40
应税收入 (b)	65,779.89	49,640.40	38,322.71
占比 (c=a/b)	13.00%	13.02%	13.69%

注 1: 以上应税收入为按各合并主体未抵消前的应税收入。

注 2: 适用税率: 自 2019 年 4 月 1 日起适用税率为 13%。

如上表所示,报告期内应交增值税-销项税额占应税收入下降主要为税率调

整所致，自 2019 年 4 月 1 日起，执行《关于深化增值税改革有关政策的公告》，增值税一般纳税人发生增值税应税销售行为或者进口货物，原适用 16% 税率的，税率调整为 13%。

报告期内，公司税金及附加主要包括城市维护建设税、教育费附加、地方教育费附加、印花税及土地使用税等，具体如下：

单位：万元

项 目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
城市维护建设税	60.71	72.21	53.40
教育费附加	27.30	32.17	23.90
地方教育费附加	18.20	21.45	14.98
小 计	106.21	125.83	92.28
印花税	43.31	17.57	12.65
房产税	63.79	10.49	10.49
土地使用税	26.89	14.36	14.79
车船税	0.58	0.58	0.53
环境保护税	7.27	0.37	-
合 计	248.05	169.19	130.74

公司税金及附加中车船税和环境保护税金额较小，房产税和土地使用税分别系公司及其子公司持有的房产、土地资产形成。

税金及附加主要项目为城市维护建设税、教育费附加、地方教育费附加，以公司应交增值税为基数缴纳，勾稽关系分析如下：

单位：万元

项 目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
应交增值税	909.87	1,072.28	796.66
适用税率	12%	12%	12%
测算数	109.18	128.67	95.60
税金及附加	106.21	125.83	92.28
差异金额	2.98	2.84	3.32
差异率	2.8%	2.3%	3.6%

注：适用税率按照母公司适用税率进行测算：城建税 7%、教育费附加 3%、地方教育费附加 2%，合计 12%。

报告期内，城市维护建设税、教育费附加、地方教育费附加测算数高于计提数，主要差异原因是由于子公司上海嘉好城建税税率为 5%导致的差异所致。

税金及附加与营业收入之间通过增值税销项税额建立匹配关系，总体保持相对稳定的匹配关系。如下表所示，报告期内公司税金及附加金额占比较小，与营业收入的比例较为稳定。

单位：万元

项 目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
税金及附加（a）	248.05	169.19	130.74
应税收入（b）	65,779.89	49,640.40	38,322.71
占比（c=a/b）	0.38%	0.34%	0.34%

注：以上应税收入为按各合并主体未抵消前的应税收入。

九、增加创业板在审企业聚胶新材料股份有限公司作为发行人同行业可比公司，并完善相关同行业比较分析。

根据聚胶新材披露的《招股说明书》，聚胶新材成立于 2012 年，是一家以研发生产吸收性卫生用品专用热熔胶为业务核心的专业供应商，产品主要用于卫生巾、纸尿裤等吸收性卫生用品面层、吸收层、底层等各组成材料的粘合。

聚胶新材与嘉好股份的经营情况对比如下：

公司名称	主要产品	下游应用行业	销售模式	经营情况
聚胶新材	吸收性卫生用品专用热熔胶	卫生用品	直销、贸易	2020 年营业收入 8.79 亿元、净利润 7,964.06 万元
嘉好股份	标签系列热熔压敏胶、一次性卫生用品系列热熔压敏胶、高分子防水材料系列热熔压敏胶以及其他热熔压敏胶	标签印刷、卫生用品、防水材料、PVC 地板、汽车内饰等	直销、贸易商、ODM、经销	2020 年营业收入 5.83 亿元、净利润 5,101.85 万元

嘉好股份所生产的一次性卫生材料系列热熔压敏胶与聚胶新材生产的吸收性卫生用品专用热熔胶为相同种类产品，下游客户类型一致、产品用途及功能一致。

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术/二、发行人所处行业的基本情况/（六）发行人与同行业可比公司的比较情况”补充披露如下：

“1、同行业可比公司的选择依据及基本情况

公司综合考虑产品情况、业务模式、业务规模等因素，选取福斯特、上海

天洋、集泰股份和晶华新材四家可比上市公司。上述可比公司并非生产或仅生产热熔压敏胶产品。以上企业均属于胶粘剂行业。此外，发行人选取聚胶新材料股份有限公司（以下简称“聚胶新材”）作为发行人可比公司。

与公司业务相近的企业如下所示：

（1）杭州福斯特光伏材料股份有限公司

福斯特成立于 2009 年，于 2014 年 9 月在上交所主板上市，股票代码 603806。福斯特主要从事 EVA 太阳能电池胶膜、太阳能电池背板、共聚酰胺丝网状热熔胶膜等产品的研发、生产和销售，是世界光伏行业中 EVA 胶膜的主要生产厂商之一。

（2）上海天洋热熔粘接材料股份有限公司

上海天洋成立于 2002 年，于 2017 年 2 月在上交所主板上市，股票代码 603330。上海天洋是环保粘接材料及其应用制品的专业供应商。主要产品包括各类热熔胶胶粉及胶粒、热熔胶网膜、太阳能电池封装用 EVA 胶膜和热熔胶胶膜。上海天洋产品具有无毒、无味、不含溶剂的环保特点，粘接迅速且适用于不同材料之间的粘接，广泛应用于服装鞋帽、汽车内饰、太阳能电池封装、家用纺织、电子电器、工业过滤、热熔胶制品、印刷包装、装饰材料、涂料等领域。

（3）广州集泰化工股份有限公司

集泰股份成立于 2006 年，于 2017 年 10 月在深交所中小板上市，股票代码 002909。集泰股份是一家致力于开发密封胶和涂料的国家火炬计划重点高新技术企业，主要产品包括有机硅密封胶、水性密封胶、其他密封胶、沥青漆和水性涂料等，产品主要运用于建筑工程、家庭装修、集装箱制造、钢结构制造、石油化工装备、船舶游艇装备等领域。

（4）上海晶华胶粘新材料股份有限公司

晶华新材成立于 2006 年，于 2017 年 10 月在上交所主板上市，股票代码 603683。晶华新材从事各类胶粘材料的研发、生产及销售，产品涵盖美纹纸胶粘带、电子胶粘带、布基胶粘带等各类产品，广泛应用于建筑装饰、汽车制造

及汽车美容、电子电气产品制造、家具制造、文具、包装、鞋材、航空、船舶、高铁等领域的喷漆遮蔽、粘接、固定、保护、导电和绝缘等方面，产品远销美洲、欧洲、中东、东南亚及非洲等五十多个国家及地区。

(5) 聚胶新材料股份有限公司

聚胶新材成立于 2012 年，于 2021 年 4 月向深圳证券交易所提交上市申请文件。聚胶新材是一家以研发生产吸收性卫生用品专用热熔胶为业务核心的专业供应商，专注于卫材热熔胶的研发、生产和销售，产品主要用于卫生巾、纸尿裤等吸收性卫生用品面层、吸收层、底层等各组成材料的粘合。在生产规模、品牌知名度、技术开发、生产工艺改进等方面树立起较高的市场地位，已发展成为国内少数进入国际和国内卫生用品龙头企业采购体系的厂商之一。

2、经营情况对比

公司名称	主要产品	下游应用行业	销售模式	经营情况
福斯特	EVA 太阳能电池胶膜	光伏行业	直销、经销	2021 年营业收入 128.58 亿元、净利润 219,773.96 万元
上海天洋	各类热熔胶胶粉及胶粒、热熔胶网膜等	服装鞋帽、汽车内饰、太阳能电池封装、家用纺织、电子电器等	直销、贸易商、经销	2021 年营业收入 10.68 亿元、净利润 10,558.94 万元
集泰股份	有机硅密封胶、水性密封胶等	建筑工程、家庭装修、集装箱制造、钢结构制造等	直销、经销	2021 年营业收入 16.76 亿元、净利润 5,069.50 万元
晶华新材	美纹纸胶粘带、电子胶粘带、布基胶粘带等	建筑装饰、汽车制造及汽车美容、电子电气产品制造、家具制造等	直销、经销、ODM	2021 年营业收入 13.95 亿元、净利润 3,253.03 万元
聚胶新材	吸收性卫生用品专用热熔胶	卫生用品	直销、贸易	2021 年营业收入 10.54 亿元、净利润 5,480.24 万元
嘉好股份	热熔压敏胶	标签印刷、卫生用品、防水材料等	直销、贸易商、ODM、经销	2021 年营业收入 7.05 亿元、净利润 3,866.75 万元

注：上述可比公司信息均摘自其公开披露的定期报告或招股说明书。

3、市场地位对比

公司名称	市场地位
------	------

福斯特	全球光伏封装材料行业的龙头企业，具备规模优势、品牌优势和客户资源优势，行业内知名度高、品牌影响力大。
上海天洋	国内最主要的热熔粘接材料生产企业，长期占据市场前列，具有较大的规模优势、品牌优势和客户资源优势，公司的“JCC”商标被评选为上海著名商标，在行业内享有较高的品牌影响力和美誉度。
集泰股份	具备优势地位的领域主要集中于进入时间较早的建筑工程和集装箱制造行业。
晶华新材	在国内市场具有较强竞争力。
聚胶新材	国内少数进入国际和国内卫生用品龙头企业采购体系的厂商之一。
嘉好股份	国内生产热熔压敏胶的龙头企业之一。

注：上述可比公司信息均摘自其公开披露的定期报告或招股说明书。

4、技术实力对比

截至 2021 年 12 月 31 日，发行人与可比公司的专利数量对比如下：

公司名称	总专利数量	发明专利数量
福斯特	231	161
上海天洋	129	111
集泰股份	109	74
晶华新材	76	18
聚胶新材	20	3
嘉好股份	75	38

注：上述可比公司信息均摘自其公开披露的定期报告或招股说明书。”

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析/九、经营成果分析/（三）公司营业成本情况/3、成本构成同行业比较”补充披露如下：

“2019 年至 2021 年，公司与胶粘剂同行业可比公司的成本构成情况如下：

产品	项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
福斯特胶膜	原材料	91.27%	89.95%	89.64%
	人工费用	1.99%	2.35%	2.35%
	制造费用	6.75%	7.70%	8.01%
上海天洋热熔胶粉胶粒	原材料	79.09%	77.61%	87.77%
	人工费用	4.87%	3.97%	4.48%
	制造费用	16.04%	18.42%	7.76%
集泰股份有机硅密封胶	原材料	94.06%	92.69%	91.72%
	人工费用	2.30%	2.38%	2.38%
	制造费用	3.64%	4.94%	5.91%
晶华新材工业胶粘材料、 美纹纸胶粘材料	原材料	76.75%	72.77%	75.89%
	人工费用	5.89%	9.05%	10.07%

	制造费用	17.36%	18.18%	14.05%
聚胶新材热熔压敏胶	原材料	95.24%	95.04%	94.59%
	人工费用	1.28%	1.46%	1.56%
	制造费用	3.48%	3.50%	3.85%
行业平均	原材料	87.28%	85.61%	87.92%
	人工费用	3.27%	3.84%	4.17%
	制造费用	9.45%	10.55%	7.92%
嘉好股份热熔压敏胶	原材料	90.40%	91.27%	91.12%
	人工费用	1.73%	1.60%	1.77%
	制造费用	7.87%	7.14%	7.11%

注：部分可比上市公司将运费计入制造费用，部分可比上市公司未说明运费是否包含在对外披露的成本构成中，聚胶新材披露成本构成未考虑运费因素。为实现报告期内数据可比，且与同行业公司聚胶新材披露数据可比，本表格成本构成不考虑运费。

由上表可知，原材料占成本的比重较高为胶粘剂行业的普遍情况，发行人与可比公司的主要产品的成本结构较为接近。”

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析/九、经营成果分析/（四）毛利率分析/4、与同行业可比公司毛利率的比较分析”补充披露如下：

“报告期内，发行人与可比上市公司主营业务毛利率对比情况如下：

名称	2021 年度	2020 年度 (已将运费调整计入营业成本)	2019 年度
福斯特	24.84%	27.32%	20.29%
上海天洋	24.37%	30.16%	28.21%
集泰股份	21.01%	29.06%	35.20%
晶华新材	16.14%	19.14%	14.97%
聚胶新材	13.63%	16.68%	22.40%
行业平均	21.44%	24.47%	24.21%
嘉好股份	13.19%	17.80%	20.02%

注：2020 年度，部分可比公司已将运费调入营业成本，部分可比公司依然单独核算运费。为增强可比性，此表格 2020 年度和 2021 年度统一采用将运费调整计入营业成本所计算得出的毛利率。

报告期内，发行人与同行业可比公司在产品的属性、用途、生产工艺、市场竞争、主要客户情况等的比较情况如下：

公司名称	产品属性	产品用途	生产工艺	市场竞争及主要客户
------	------	------	------	-----------

福斯特	EVA 太阳能电池胶膜	太阳能电池封装	配方型产品生产工艺	竞争激烈，以大客户为主
上海天洋	热熔胶胶粉及胶粒、热熔胶网膜等	服装鞋帽、汽车内饰、太阳能电池封装、家用纺织、电子电器等	配方型产品生产工艺	竞争激烈，客户较为分散
集泰股份	有机硅密封胶、水性密封胶等	建筑工程、家庭装修、集装箱制造、钢结构制造等	配方型产品生产工艺	竞争激烈，客户较为分散
晶华新材	美纹纸胶粘带、电子胶粘带、布基胶粘带等	建筑装饰、汽车制造及汽车美容、电子电气产品制造、家具制造等	加工型产品生产工艺	竞争激烈，客户较为分散
聚胶新材	卫材热熔胶	吸收性卫生用品	配方型产品生产工艺	竞争激烈，以大客户为主
嘉好股份	热熔压敏胶	标签印刷、卫生用品、防水材料等	配方型产品生产工艺	竞争激烈，客户较为分散

上述公司与发行人同属胶粘剂行业，产品均用于材料之间的粘结，但发行人与福斯特、上海天洋、晶华新材和集泰股份在产品的属性、应用方向、生产工艺、市场竞争、主要客户情况等方面均存在着差异。

福斯特产品的主要下游客户为光伏客户。近两年，我国大力提倡新能源行业的发展，提出了碳达峰和碳中和的目标，在此背景下，光伏行业需求旺盛。作为光伏胶膜的头部企业，福斯特在行业内具有较高的市场占有率，具备一定定价权，因此其产品毛利率相对较高。

上海天洋的主要产品包括热熔胶胶粉及胶粒、热熔胶网膜、太阳能封装膜、热熔墙布、反应型胶粘剂等，下游客户包括服装鞋帽、汽车、电子电器等。上海天洋于 2017 年 2 月在上交所主板上市。上市后上海天洋利用其优势地位通过收购兼并、自主研发等方式积极拓展高毛利率的热熔墙布、反应性胶粘剂等产品，使得其综合毛利率相对较高。

集泰股份的主要产品为有机硅密封胶，主要应用于建筑工程市场，其应收账款周转率较低，**2019 年至 2021 年集泰股份应收账款周转率为 4.14 次、4.03 次**

和 4.45 次，较发行人分别低 17.97%、29.70%和 28.46%。为应对其下游建筑行业客户的回款特点，集泰股份采用了较高毛利率的定价策略。

晶华新材主要产品包括各类工业胶粘带、电子胶粘带等。其产品应用较为广泛，下游客户较为分散。由于发行人的热熔压敏胶在原材料以及制作工艺上与晶华新材存在较大差别，因此发行人的毛利率变动趋势与晶华新材毛利率变动趋势存在一定差异。

目前 A 股上市公司中暂无主营热熔压敏胶产品的上市公司。聚胶新材与发行人同属热熔压敏胶行业，整体而言其毛利率水平与发行人较为接近。”

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析/九、经营成果分析/（五）期间费用/5、期间费用与同行业可比公司的比较”补充披露如下：

“报告期内，公司与同行业可比公司期间费用率比较情况如下：

财务指标	公司名称	2021 年度	2020 年度	2019 年度
销售费用率	福斯特	0.41%	1.44%	1.77%
	上海天洋	6.95%	5.66%	9.38%
	集泰股份	7.73%	8.91%	13.98%
	晶华新材	2.27%	2.26%	4.78%
	聚胶新材	1.88%	4.95%	4.83%
	行业平均	3.85%	4.64%	6.95%
	发行人	3.09%	3.26%	7.27%
管理费用率	福斯特	1.19%	1.71%	1.53%
	上海天洋	6.75%	7.98%	6.69%
	集泰股份	4.40%	4.97%	5.61%
	晶华新材	4.66%	5.33%	6.29%
	聚胶新材	1.39%	1.17%	0.99%
	行业平均	3.68%	4.23%	4.22%
	发行人	1.68%	1.71%	2.01%
财务费用率	福斯特	-0.37%	-0.23%	0.00%
	上海天洋	2.07%	2.86%	1.77%
	集泰股份	0.77%	0.89%	0.56%
	晶华新材	1.58%	1.92%	2.01%
	聚胶新材	0.91%	0.63%	-0.08%
	行业平均	0.99%	1.21%	0.85%
	发行人	0.72%	1.02%	0.23%

报告期内，公司期间费用同行业可比情况如下：①销售费用率与同行业可比公司基本相符；②管理费用率较同行业可比公司略低，主要是公司聚焦主业热熔压敏胶产品，且整体公司平均规模较上市公司偏小，精细化管理所致；③公司财务费用率基本与同行业可比公司相当，也与公司债务规模及变化相匹配。”

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析/十、资产质量分析/（三）非流动资产分析/1、固定资产”补充披露如下：

“公司主要固定资产折旧年限与同行业可比上市公司对比数据如下表所示：

单位：年

固定资产类别	福斯特	上海天洋	集泰股份	晶华新材	聚胶新材	嘉好股份
房屋建筑物	5-10	20	20	20-30	-	10-20
机器设备	10-20	10	5-10	5-10	3-10	3-10
运输设备	4-5	4	4	5	4-10	3-5
办公及电子设备及其他	3-5	3-5	3-5	3-5	3-5	3-5

从上表及公司固定资产实际折旧年限来看，公司房屋及建筑物、机器设备、运输设备、办公及电子设备的折旧年限与同行业可比公司相比均处在合理区间内，因此，公司固定资产预计使用年限相对合理。”

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析/十一、偿债能力、流动性与持续经营能力分析/（四）偿债能力分析/2、与可比公司主要偿债能力指标对比情况”补充披露如下：

“报告期各期末，国内可比公司偿债能力指标具体如下：

（1）流动比率

公司简称	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日
福斯特	7.37	8.24	7.83
上海天洋	1.94	1.33	1.43
集泰股份	1.21	1.47	1.64
晶华新材	1.36	1.52	1.25
聚胶新材	1.90	3.02	1.99
平均值	2.76	3.12	2.83

公司简称	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
嘉好股份	2.80	3.29	2.45

(2) 速动比率

公司简称	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
福斯特	5.69	5.62	6.54
上海天洋	1.39	0.86	0.93
集泰股份	1.10	1.32	1.42
晶华新材	0.92	0.95	0.73
聚胶新材	1.45	2.52	1.50
平均值	2.11	2.25	2.22
嘉好股份	1.85	1.99	1.56

(3) 资产负债率

公司简称	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
福斯特	10.94%	21.79%	21.38%
上海天洋	35.99%	49.38%	42.63%
集泰股份	55.28%	47.29%	47.21%
晶华新材	43.88%	41.73%	45.34%
聚胶新材	44.09%	31.39%	46.47%
平均值	38.04%	38.32%	40.61%
嘉好股份	25.21%	21.27%	33.64%

报告期内，公司流动比率、速动比率和资产负债率与同业相比不存在异常，与可比公司平均值水平接近。公司经营状况正常，盈利能力较强，偿债风险较小。”

【申报会计师回复】

一、针对事项（1）至（9）的核查

（一）主要核查程序

1、取得并查阅研究机构发布的研究报告、中国胶粘剂及胶带工业协会发布的报告以及统计数据，了解热熔压敏胶及发行人产品下游行业的情况；

2、对发行人生产、研发和销售负责人进行访谈，了解发行人的市场地位、产品定位、行业地位、市场竞争、战略定位以及生产工艺及应用领域、定价机制等情况；

3、执行分析性程序，将发行人收入变动趋势、销售价格等与同行业可比公司及上下游行业变动情况等公开信息进行比较分析，验证其收入变动趋势的合理性；

4、执行收入截止性测试，检查是否存在跨期确认收入的情形；

5、查阅其同行业可比公司的第三方回款情形，并履行第三方回款专项核查程序，判断其第三方回款的合理性；

6、了解发行人销售返利政策，获取销售返利合同及台账，评估了销售返利会计处理是否符合《企业会计准则》的规定，检查了销售返利合同并根据合同条款对主要客户的销售返利计提金额进行测试；同时函证报告期内主要客户的销售返利条款以及实际返利数量情况；

7、获取发行人报告期内退换货明细，访谈发行人销售负责人和财务负责人了解退换货的背景流程及会计核算方法，选取样本对报告期内的退换货情况进行检查了解其退货原因，以检查是否存在提前确认收入之后又退回的情形。

8、了解发行人涉税税种及税率情况，获取发行人报告期内的纳税申报表，包括增值税申报、其他税种纳税申报表，并与账面记录进行核对；将报告期内的营业收入与增值税申报表进行对比，并根据内销收入对增值税销项税额进行测算，对其测算差异部分检查原因，同时结合当期应缴纳增值税情况测算其他税种计提是否存在异常。

（二）核查结论

经核查，公司上述回复中与财务报告相关的信息与我们在审计过程中获取的相关资料在所有重大方面一致。我们认为：

1、发行人已补充披露说明标签系列热熔胶、一次性卫生材料系列热熔胶等主营产品的行业市场情况，包括但不限于各领域高端、中端和低端市场的规模、主要企业、产品种类、应用场景、技术差异等情况，以及发行人目前的市场地位和产品定位；

2、发行人主营产品结构稳定、销售收入增长存在合理性，与同行业可比公司可比业务收入的变动趋势一致，与下游行业或主要客户业绩或出货量的变动趋势一致；

3、发行人已补充说明主营产品价格传导机制及原材料价格下降对销售价格的影响，其主营产品销售单价与公开市场报价或同行业可比公司类似产品价格不存在较大差异；

4、发行人收入的季节性特征符合行业惯例，不存在跨期确认收入的情形；

5、报告期内发行人与同行业可比公司第三方回款规模相比较低，发行人第三方回款具有合理性；

6、报告期内发行人销售返利金额合理，返利政策依照自身业务情况制定，与行业惯例关联度较小；

7、发行人已说明退换货的相关情形，并结合销售合同条款补充披露了退换货的处理流程和会计核算方式；

8、报告期内发行人税金及附加金额与营业收入匹配，具有合理性；

9、发行人已在招股说明书“第六节业务和技术”以及“第八节财务会计信息与管理层分析”等多处中将在审企业聚胶新材料股份有限公司作为发行人同行业可比公司，并完善多处相关同行业比较分析。

二、对主营业务收入的核查情况，包括但不限于核查程序、核查比例、核查证据和核查结论

（一）核查程序、核查比例、核查证据

1、了解、评价了发行人管理层与主营业务收入确认相关的内部控制设计，并测试了关键控制运行的有效性；

2、通过抽样检查销售合同及与管理层的访谈，并对比同行业上市公司的会计政策，评价发行人收入确认的具体方法是否符合企业会计准则的要求，包括：对于 2020 年 1 月 1 日以前的销售业务，识别与商品所有权上的风险和报酬转移相关的合同条款与条件，并分析收入确认时点的合理性；对于 2020 年 1 月 1 日以后的销售业务，分析履约义务的识别、交易价格的分摊、相关商品的控制权转移时点的确定等是否符合行业惯例和发行人的经营模式；

3、执行了分析性程序，判断销售收入和毛利率变动情况的合理性；

4、对于内销收入，以抽样方式检查与收入确认相关的支持性文件，包括销售合同、订单、销售发票、出库单、物流单、货物签收单、销售回款等；对于出口收入，获取电子口岸信息并与账面记录核对，并以抽样方式检查销售合

同、订单、销售发票、出口报关单、货运提单、销售回款等支持性文件，以核查销售的真实性；

5、选择重大、新增客户对报告期内交易额和余额进行函证，核查发行人收入和销售往来款项的真实性和准确性；

报告期内收入函证情况如下：

单位：万元

项目	2021年度	2020年度	2019年度
发函金额	57,441.74	48,826.43	39,907.41
主营业务收入	70,498.18	58,228.71	50,579.77
发函比例	81.48%	83.85%	78.90%
回函金额	50,430.02	42,321.33	35,033.37
回函比例	87.79%	86.68%	87.79%

6、对重大或新增客户进行访谈，其中对境内客户展开实地走访，对境外客户进行视频访谈，以证实交易发生情况；

对发行人报告期内的主要境内客户实施实地走访，对交易的真实性及客户与发行人之间的业务合作情况，包括访谈人身份、客户的主营业务及经营规模，购销的产品和规模、购销业务的真实性、结算方式、是否存在商业纠纷、是否存在关联关系等事项进行了确认。

由于受到新冠肺炎疫情的影响，针对主要海外客户，采取了以视频或实地方式进行访谈。视频访谈由中介机构通过 Teams、WhatsApp、微信等聊天工具与客户进行视频访谈，访谈过程中全程录音录像，并就其与发行人之间的业务合作情况，包括访谈人身份、客户的主营业务及经营规模，购销的产品和规模、购销业务的真实性、结算方式、是否存在商业纠纷、是否存在关联关系等事项进行了确认。

报告期内客户访谈情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
境内客户：			
实地走访金额	31,026.26	29,190.89	20,391.32

销售金额	52,213.70	42,223.94	34,256.45
境内走访比例	59.42%	69.13%	59.53%
境外客户:			
视频访谈金额	8,662.02	9,083.49	8,521.23
实地+视频访谈金额	974.63	1,592.42	1,564.98
销售金额	18,284.48	16,004.77	16,323.33
境外访谈比例	52.70%	66.70%	61.79%
合计:			
走访及视频访谈金额	40,662.90	39,866.80	30,477.53
销售金额	70,498.18	58,228.71	50,579.78
走访及视频访谈比例	57.68%	68.47%	60.26%

注：境内客户均采用实地走访方式进行访谈。

7、对报告期内主要客户进行背景调查，对境内客户通过网络公开信息查询其法人代表、主要经营者、股权结构、主营业务、工商登记的注册地址等信息；对境外客户主要通过中国出口信用保险有限公司获取其信用报告，了解客户的背景信息资料。通过获取上述信息并与发行人的股东、实际控制人及其配偶、董监高人员名单进行匹配，关注是否存在关联关系。同时关注其工商登记的注册地址与审计过程中获取的地址信息（如询证函函证地址等）进行核对，确认客户真实存在；

8、针对资产负债表日前后确认的主营业务收入执行截止测试，双向选取样本，核对出库单、货物签收单、货运提单、记账凭证等支持性文件，以评估主营业务收入是否在恰当的期间确认。

9、评估了销售返利的会计处理是否符合企业会计准则的规定，获取报告期内发行人销售返利台账，检查了销售返利合同，并根据合同条款对主要客户的销售返利计提金额进行测试。

（二）核查结论

发行人报告期内各期收入真实、准确、完整，不存在重大异常情形。

三、对收入截止性测试和第三方回款真实性采取的核查程序、核查比例、核查证据和核查结论

（一）对收入截止性测试的核查程序、核查比例、核查证据

1、了解、评价了发行人管理层与主营业务收入测试与收入确认相关的内部控制设计，并测试了关键控制运行的有效性；

2、针对资产负债表日前后确认的主营业务收入执行截止测试，双向选取样本，核对出库单、货物签收单、货运提单、记账凭证等支持性文件，以评估主营业务收入是否在恰当的期间确认。

截止测试检查范围为：2019 年末和 2020 年末，对截止日前 10 天，截止日后 5 天进行截止测试核查。**2021 年末**，对于内销客户，对截止日前 10 天，截止日后 10 天进行截止测试核查，对于外销客户，对截止日前 15 天，截止日后 15 天进行截止测试核查。

截止性测试核查比例如下：

从出库单至记账凭证：

单位：万元

项目	2021年末		2020年末		2019年末	
	截止日前	截止日后	截止日前	截止日后	截止日前	截止日后
抽样检查金额	3,020.90	3,050.15	2,196.25	1,044.99	1,857.85	674.86
主营业务收入	8,889.44	6,832.35	5,292.55	7,820.19	4,974.42	4,024.89
比例	33.98%	44.64%	41.50%	13.36%	37.35%	16.77%

注：2019 年-2021 年的截止日前主营业务收入金额为 12 月合并抵消后的主营业务收入金额，截止日后主营业务收入金额为次年 1 月合并抵消后主营业务收入金额。

从记账凭证至原始单据：

单位：万元

	2021年末		2020年末		2019年末	
	截止日前	截止日后	截止日前	截止日后	截止日前	截止日后
抽样检查金额	4,618.43	3,729.23	2,234.78	961.70	2,053.49	739.93
主营业务收入	8,889.44	6,832.35	5,292.55	7,820.19	4,974.42	4,024.89
比例	51.95%	54.58%	42.23%	12.30%	41.28%	18.38%

注：2019 年-2021 年的截止日前主营业务收入金额为 12 月合并抵消后的主营业务收入金额，截止日后主营业务收入金额为次年 1 月合并抵消后主营业务收入金额。

3、检查了资产负债表日后的销售退回记录，以确认是否存在提前确认收入之后又退回的情况。

（二）对第三方回款真实性采取的核查程序、核查比例、核查证据

- 1、取得发行人第三方回款明细清单及待付款确认依据，包括授权委托书、亲属关系证明、受制裁国家的客户工商信息等；
- 2、从第三方回款明细中选取样本，并追查至记账凭证、银行回单、发货记录、业务合同等原始凭证。项目组追查第三方回款的业务记录对应的回款金额在报告期内占总第三方回款金额的比为 85.39%；
- 3、通过网络查询取得工商信息，将相关客户或经销商、第三方付款方名称与发行人及其关联方、员工名册进行比对，核查涉及第三方付款的客户或经销商、付款方是否与发行人及其关联方存在关联关系；
- 4、在进行客户访谈时，向客户进行确认是否存在通过第三方付款的情况。

（三）核查结论

经核查，我们认为：

- 1、报告期内发行人收入确认的时点准确，不存在跨期确认收入的情形；
- 2、报告期内，发行人合同签约方和付款方存在不一致情形主要系境外客户指定付款方、实际控制人/法定代表人代付、关联公司代付以及个体户直系亲属代付等方式或渠道完成付款，第三方回款与客户自身经营模式相关，符合行业经营特点，具有必要性和合理性；第三方回款的付款方不是发行人的关联方；第三方回款与相关销售收入勾稽一致，具有可验证性，不影响销售循环内部控制有效性的认定；能够合理区分不同类别的第三方回款，相关金额及比例处于合理可控范围。第三方回款人与发行人及其董事、监事、高级管理人员不存在关联关系或其他利益安排。发行人第三方回款的规模与同行业公司相比不存在重大异常。

审核问询函 2. 关于销售模式

申报文件显示，发行人销售模式包括直销模式、贸易模式、ODM 模式和经销模式。报告期各期，发行人直销模式下销售收入占比分别为 86.22%、83.15%、82.18%。

请发行人：

(1) 根据中国证监会《首发业务若干问题解答（2020年6月修订）》（以下简称《首发问答》）问题 32，说明发行人 ODM 业务的具体合作方式以及 ODM 业务收入确认方式是否符合《企业会计准则》要求。

(2) 说明直销模式、贸易模式、ODM 模式和经销模式下，发行人定价政策、折扣返利政策、销售任务、收入确认方法、结算方式、信用政策、退换货政策等方面的异同，是否符合行业惯例。

(3) 说明热熔压敏胶产品在不同销售模式下的销售单价、数量、金额和毛利率情况。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明对发行人向间接销售模式客户销售产品是否实现最终销售、发行人是否存在向该类客户压货的情形、该类客户库存是否合理、与发行人是否存在关联关系或异常资金往来等所采取的核查程序、核查比例、核查证据和核查结论。

【公司回复】

一、根据中国证监会《首发业务若干问题解答（2020年6月修订）》（以下简称《首发问答》）问题 32，说明发行人 ODM 业务的具体合作方式以及 ODM 业务收入确认方式是否符合《企业会计准则》要求。

《首发问答》问题 32 相关问题如下：“部分首发企业由客户提供或指定原材料供应，生产加工后向客户销售；部分首发企业向加工商提供原材料，加工后再予以购回。在实务中，前述业务是按照受托加工或委托加工业务，还是按照独立购销业务处理，如何区分？”

本公司 ODM 业务的具体合作方式为客户提出性能指标要求，由本公司根据客户要求完成产品的研发和生产环节，并销售给该客户，由该客户以自己品牌的名义进行对外销售。在整个合作过程中，不存在由客户提供或指定原材料的情况，其产品销售价格按照公司统一定价政策执行，公司在将产品交付至客户并由其签收确认后相关产品风险和报酬均由客户承担，公司不再保留与该产品相关的其他权利和义务。因此除使用客户品牌外，本公司的 ODM 业务与公司的直销模式下销售业务无明显区别。

公司收入确认方法按照如下统一政策执行：

A、境内销售收入

公司在产品运至客户指定收货点并取得客户签收单时确认收入。

B、境外销售收入

公司出口业务贸易方式包括 CIF、FOB、CFR、DDP、DDU。采用 CIF、FOB、CFR 贸易方式交易的出口业务：公司在已办理出口报关手续，货物装船并取得货运提单时确认收入；采用 DDP 及 DDU 方式交易的销售：公司在产品运达客户指定收货点签收确认时确认收入。

本公司收入确认政策符合《企业会计准则》的要求。

根据前述公司执行的销售收入确认具体政策，与《企业会计准则》有关收入确认的要求逐一对照说明，具体如下：

2020 年 1 月 1 日以前：

《企业会计准则》规定的收入确认一般原则	本公司具体收入确认政策	
	内销	外销
①将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；	公司在产品运至客户指定收货点并取得客户签收单，该项条款符合《企业会计准则》销售商品收入确认条件①、②的规定。	采用 CIF、FOB、CFR 贸易方式交易的出口业务：公司在已办理出口报关手续，货物装船并取得货运提单时；采用 DDP 及 DDU 方式交易的销售：公司在产品运达客户指定收货点签收确认。该项条款符合《企业会计准则》销售商品收入确认条件①、②的规定。
②不再保留通常与所有权相联系的继续管理权，对已售商品不再实施有效控制；		
③收入的金额能够可靠计量；	公司产品已交付并取得客户签收单或货运提单后，根据合同约定确认相关产品收入金额(采用总额法)，相关款项已收或预计可以收回，符合《企业会计准则》销售收入确认条件③、④的规定。	
④相关的经济利益很可能流入；		
⑤相关的已发生或将发生的能够可靠地计量。	根据公司制定的成本核算方法，在收入确认时，及时准确结转相应成本，符合《企业会计准则》销售收入确认条件⑤的规定。	

2020 年 1 月 1 日以后，公司执行新收入准则，新收入准则实施对本公司收入确认政策不产生影响。

综上，中国证监会《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》（以下简称《首发问答》）问题 32 中所描述情形不适用于发行人的 ODM 业务，ODM 业务的收入确认具体方法符合《企业会计准则》的要求。

二、说明直销模式、贸易模式、ODM 模式和经销模式下，发行人定价政策、折扣返利政策、销售任务、收入确认方法、结算方式、信用政策、退换货政策等方面的异同，是否符合行业惯例。

报告期内，发行人不同模式下的定价政策、折扣返利政策、销售任务、收入确认方法、结算方式、信用政策、退换货政策等情况如下：

项目	直销模式	间接销售模式		
		贸易商	ODM	经销商
定价政策	公司不同的销售模式下的定价政策保持一致，具体为：公司在成本（包括材料成本、人工成本、制造费用等）的基础上加上适当的毛利率作为对外定价基础，销售人员根据基础定价、客户采购量、市场竞争程度、运输距离等因素进行销售报价。			
折扣返利政策	报告期内，公司不同的销售模式下的折扣返利政策原则一致，具体见“问题 1/六、1 报告期内销售返利政策”。			
销售任务	无	无	部分客户有设定目标采购量	
收入确认方法	收入确认方式与销售模式无关，均按照如下统一政策执行。具体如下： 境内销售收入：公司在产品运至客户指定收货点并取得客户签收单时确认收入。 境外销售收入：公司出口业务贸易方式包括 CIF、FOB、CFR、DDP、DDU。采用 CIF、FOB、CFR 贸易方式交易的出口业务：公司在已办理出口报关手续，货物装船并取得货运提单时确认收入；采用 DDP 及 DDU 方式交易的销售：公司在产品运达客户指定收货点签收确认时确认收入。			
结算方法	内贸业务主要以电汇和银行承兑汇票为主，外贸业务主要以电汇和信用证为主。			
信用政策	公司根据对不同客户的规模、资质等不同给予不同的信用政策，境内销售客户主要为：款到发货、月结或货到 30-90 天；境外销售客户主要为：款到发货、提单日 30-90 天，最长为提单日 120 天。			
退换货政策	不同销售模式下的退换货政策一致，具体为：公司仅针对产品数量和外观包装以及存在质量问题的产品进行退换货，其中产品数量和外观包装存在异常的由销售人员核实后填写《退货申请单》经大区经理、销售总监审批后办理退换货，对涉及质量原因退货的应事先由质量部门对同批次留样产品进行复测检验，并根据检验结果确定是否同意退换货。			

报告期内，发行人销售模式以直销为主，以间接销售为辅。因发行人间接销售占比较小，故发行人除对部分经销商客户和极少数 ODM 客户约定有销售任务外，在其他方面发行人对直接销售客户和间接销售客户的销售政策上无实质性差异。

在间接客户销售政策方面，部分行业内公司可能会采取特殊销售政策以加深与间接客户的合作，但发行人以直销模式为主，故与行业惯例可能存在一定差异。虽然存在差异，但发行人的销售政策是依照自身的业务情况来制定的，符合商业合理性。

发行人与同行业可比公司的销售模式比较情况如下：

公司名称	销售模式
福斯特	直销、经销
上海天洋	直销、贸易商、经销
集泰股份	直销、经销
晶华新材	直销、经销、ODM
聚胶新材	直销、贸易商
嘉好股份	直销、贸易商、ODM、经销

如上表所示，本公司销售模式与同行业可比公司基本一致。

发行人与同行业可比公司的具体收入确认方法比较情况如下：

同行业公司	具体收入确认方法
福斯特	公司主要销售光伏胶膜、光伏背板、感光干膜、太阳能发电系统等产品。内销产品收入确认需满足以下条件：已根据合同约定将产品交付给购货方，且产品销售收入金额已确定，已经收回货款或取得了收款凭证且相关的经济利益很可能流入，产品相关的成本能够可靠地计量。外销产品收入确认需满足以下条件：已根据合同约定将产品报关，取得提单，且产品销售收入金额已确定，已经收回货款或取得了收款凭证且相关的经济利益很可能流入，产品相关的成本能够可靠地计量。
上海天洋	仅披露收入确认一般性原则，未披露具体收入确认政策
集泰股份	（1）内销收入合同 本公司根据国内市场的不同销售模式，将内销收入进一步细分为公司自营业务和经销商代销业务、与客户设立联合管理仓库（部分集装箱客户）实现的销售等，对各种不同类型的销售模式，收入确认条件如下：①公司直销业务和经销商代销业务，根据销售合同或协议的约定，由客户自提或公司负责将货物运输到约定的交货地点，合同属于在某一时刻履行的履约义务，取得客户的签收单时一次性确认收入。②与客户设立联合管理仓库的业务，根据双方签订的联合管理协议，按月定期结算，公司在取得经双方确认的实际货物耗用清单时一次性确认收入。 （2）外销出口收入合同 根据销售合同或协议约定，在货物已发出，公司开具出口销售发票及装箱单并取得出口报关单及收款或取得收款的权利时确认收入。
晶华新材	公司与客户之间的商品销售合同通常仅包含转让胶粘制品等单项履约义务。公司通常在综合考虑下列因素的基础上，以商品的控制权转移时点确认收入：取得商品的现时收款权利、商品所有权上的主要风险和报酬的转移、商品的法定所有权的转移、商品实物资产的转移、客户接受该商品。控制权转移的具体判断依据为：（1）内销收入，在商品交付并经对方确认后确认销售收入。（2）外销收入，在商品已经发出，根据签订的购销合同和出口发票办理完报关出口手续后确认销售收入。
聚胶新材	公司主要销售热熔胶等各式胶类化学制品。 内销收入有两类确认模式，一种是在公司将产品运送至合同约定交货

同行业公司	具体收入确认方法
	地点并由客户确认接受，取得客户签收单，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；一种是将产品运送至客户指定第三方仓库后，在客户实际领用确认后，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。外销收入公司目前主要有 FOB、CIF、CFR、FCA、DAP 五种交货方式，其中 FOB、CIF、CFR、FCA 方式下，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利且相关的经济利益很可能流入时确认；DAP 方式下，在货物报关出口、取得报关单且货物运抵合同约定地点交付给客户并取得物流签收货运单时确认。
嘉好股份	本公司主要从事热熔压敏胶的研发、生产和销售，收入确认的具体方法如下： A、境内销售收入 公司在产品运至客户指定收货点并取得客户签收单时确认收入。 B、境外销售收入 公司出口业务贸易方式包括 CIF、FOB、CFR、DDP、DDU。采用 CIF、FOB、CFR 贸易方式交易的出口业务：公司在已办理出口报关手续，货物装船并取得货运提单时确认收入；采用 DDP 及 DDU 方式交易的销售：公司在产品运达客户指定收货点签收确认时确认收入。

如上所示，本公司的收入确认方式与同行业可比公司基本一致。

三、说明热熔压敏胶产品在不同销售模式下的销售单价、数量、金额和毛利率情况。

报告期内，热熔压敏胶产品在不同销售模式下的销售单价、数量、金额和毛利率情况：

销售模式	2021 年度			
	销售数量 (吨)	销售单价 (吨/万元)	销售金额 (万元)	毛利率 (%)
直销模式	44,840.95	1.34	60,043.30	16.66
间接销售模式	7,940.72	1.32	10,454.88	16.84
其中：贸易商客户	4,666.36	1.26	5,866.48	14.39
ODM 客户	2,284.89	1.46	3,332.01	22.09
经销商客户	989.48	1.27	1,256.40	14.37
合计	52,781.68	1.34	70,498.18	16.66

注：为保证年度之间毛利率的可比性，2020 年度及 2021 年的毛利率计算过程中已将运费从营业成本中剔除，下同。

(续上表)

销售模式	2020 年度			
	销售数量 (吨)	销售单价 (吨/万元)	销售金额 (万元)	毛利率 (%)

直销模式	35,725.96	1.34	47,850.79	20.36
间接销售模式	7,704.08	1.35	10,377.92	21.37
其中：贸易商客户	3,590.70	1.32	4,731.63	19.12
ODM 客户	2,624.48	1.43	3,757.77	25.80
经销商客户	1,488.90	1.27	1,888.53	18.18
合计	43,430.04	1.34	58,228.71	20.54

(续上表)

销售模式	2019 年度			
	销售数量 (吨)	销售单价 (吨/万元)	销售金额 (万元)	毛利率 (%)
直销模式	30,503.44	1.38	42,056.83	19.87
间接销售模式	6,225.80	1.37	8,522.94	20.75
其中：贸易商客户	1,862.68	1.42	2,644.62	20.86
ODM 客户	2,972.36	1.38	4,113.95	22.22
经销商客户	1,390.75	1.27	1,764.37	17.15
合计	36,729.24	1.38	50,579.77	20.02

如上表所示，报告期内，热熔压敏胶产品主要以直销模式为主，间接销售模式为辅。2020 年度，受终止与 AAS Makina San. Tic. Ltd. Sti.合作的影响，ODM 客户销售数量和销售金额出现一定程度上的下降；除此外不同销售模式下的销售数量和金额均得到较大幅度的增长，不同销售模式下的销售结构相对稳定。

整体而言，直销模式与间接销售模式的毛利率较为接近。

同一销售模式在报告期内的毛利率波动主要受原材料成本价格波动和汇率变动的影响，发行人报告期销售毛利率及单位成本变动数据如下：

项目	2021 年	2020 年	2019 年	2021 年较 2020 年变动	2020 年较 2019 年变动	2019 年较 2018 年变动
销售毛利率	16.66%	20.54%	20.02%	-3.85%	0.52%	2.93%
单位成本 (万元/吨)	1.11	1.07	1.10	4.00%	-3.28%	-3.68%

如上表所示，发行人销售毛利率变动主要是受单位成本变动影响，由于材料占成本比重较大，单位成本变动主要受原材料成本价格波动影响。

其中：2019 年和 2021 年间接销售模式下的毛利率较直销模式波动更为明显，主要受汇率波动的影响，间接销售模式下的经销商客户、ODM 客户和贸易

商客户主要以外贸业务为主，受 2019 年全年人民币对美元汇率同比贬值 4.1%（数据来源：国家统计局）以及 2021 年人民币对美元汇率延续强势，较上年末分别升值 2.34%和 2.62%（数据来源：中国人民银行）的影响，该销售模式下的毛利率波动更为明显。

不同销售模式在报告期内的毛利率波动趋势基本相同。其中：间接销售模式下的 ODM 客户 2020 年度毛利率较其他模式下的毛利率增长较为明显，主要是受 2020 年不再与大客户 AAS Makina San. Tic. Ltd. Sti.合作的影响，该客户为公司 2018 年第 4 大客户和 2019 年第 2 大客户，公司对该客户采取的销售策略为以增加销量为目的而采取的低价销售，毛利率较低。

部分间接销售模式下的销售单价和毛利率较直销模式高，主要是由于间接销售模式下的客户主要以外贸客户为主或为以出口为目的的境内贸易商客户，而直销模式业务中境内销售业务占比较高，其销售定价或毛利率较境外销售业务低。

【申报会计师回复】

一、针对事项（1）至（3）的核查

（一）主要核查程序

1、了解、评价了发行人管理层与主营业务收入确认相关的内部控制设计，并测试了关键控制运行的有效性；

2、通过抽样检查销售合同及与管理层的访谈，并对比同行业上市公司的会计政策，评价发行人收入确认的具体方法是否符合企业会计准则的要求，包括：对于 2020 年 1 月 1 日以前的销售业务，识别与商品所有权上的风险和报酬转移相关的合同条款与条件，并分析收入确认时点的合理性；对于 2020 年 1 月 1 日以后的销售业务，分析履约义务的识别、交易价格的分摊、相关商品的控制权转移时点的确定等是否符合行业惯例和发行人的经营模式；

3、访谈公司高级管理人员、主要销售人员，了解发行人各种业务模式的发生背景、销售政策；

4、获取不同模式客户的销售合同，查看其销售条款；

5、执行分析程序对不同销售模式下的产品销售收入、销售单价毛利率等进行比较分析，检查是否存在异常情况。

（二）核查结论

经核查，公司上述回复中与财务报告相关的信息与我们在审计过程中获取的相关资料在所有重大方面一致。我们认为：

1、中国证监会《首发业务若干问题解答（2020年6月修订）》（以下简称《首发问答》）问题32中所描述情形不适用于发行人的ODM业务，ODM业务的收入确认具体方法符合《企业会计准则》的要求；

2、发行人不同销售模式下的销售定价政策、折扣返利政策、收入确认方法、结算方式、信用政策、退换货政策无实质性差异，发行人仅对部分经销商及ODM客户存在与销售任务相关的约定，符合商业合理性；

3、发行人热熔压敏胶产品在不同销售模式下的销售单价、数量、金额和毛利率情况变动情况合理。

二、对发行人向间接销售模式客户销售产品是否实现最终销售、发行人是否存在向该类客户压货的情形、该类客户库存是否合理、与发行人是否存在关联关系或异常资金往来所采取的核查程序、核查比例、核查证据和核查结论。

（一）核查程序、核查比例、核查证据

1、对包括间接销售模式下的销售收入进行了检查，其中对于内销收入，以抽样方式检查与收入确认相关的支持性文件，包括销售合同、订单、销售发票、出库单、物流单、货物签收单、销售回款等；对于出口收入，获取电子口岸信息并与账面记录核对，并以抽样方式检查销售合同、订单、销售发票、出口报关单、货运提单、销售回款等支持性文件，以核查销售的真实性；

2、对包括间接销售模式下的主要客户进行了函证程序，函证了报告期内的交易金额及其往来余额；

其中间接销售模式下的客户函证情况如下：

单位：万元

项目	2021年度	2020年度	2019年度
发函金额	9,632.28	9,676.82	6,768.61
间接销售模式主营业务收入金额	10,454.88	10,377.92	8,522.94

发函比例	92.13%	93.24%	79.42%
回函金额	8,189.91	7,192.32	5,060.21
回函比例	85.03%	74.33%	74.76%

3、对包括间接销售模式下的主要客户进行了访谈，其中对于境内客户进行了实地访谈，对境外客户进行了视频访谈；

间接销售模式访谈情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
境内客户：			
实地走访金额	3,554.69	3,284.91	1,465.25
境内间接销售模式收入金额	4,921.26	4,398.79	2,206.68
比例	72.23%	74.68%	66.40%
境外客户：			
视频+实地访谈金额	4,459.91	5,744.81	5,090.90
境外间接销售模式收入金额	5,533.62	5,979.13	6,316.26
比例	80.60%	96.08%	80.60%
合计：			
走访及视频访谈金额	8,014.60	9,029.72	6,556.15
间接销售金额	10,454.88	10,377.92	8,522.94
走访及视频访谈比例	76.66%	87.01%	76.92%

注：境内客户均采用实地走访方式进行访谈。

4、对第一大客户 Onepack 进行穿透核查

在互联网上查阅其终端客户的信息以证实终端客户是否属于发行人产品的下游应用行业。

视频访谈了 Onepack 的主要终端客户，访谈过程中全程录音录像，在访谈中核对了访谈人身份，并就其主营业务及经营规模、从何处采购发行人产品、是否与发行人存在关联关系等进行了确认。访谈的终端客户向 Onepack 的采购数量占其对外销售产品的数量的比重为 73.06%和 82.25%和 94.37%。

5、对报告期内包括间接销售模式下的主要客户进行背景调查，对境内客户通过网络公开信息查询其法人代表、主要经营者、股权结构、主营业务、工商登记的注册地址等信息；对境外客户主要通过中国出口信用保险有限公司获取其信用报告，了解客户的背景信息资料。通过获取上述信息并与发行人的股

东、实际控制人及其配偶、董监高人员名单进行匹配，关注是否存在关联关系；

6、向间接销售模式下的客户函证期末库存情况，并结合发行人对其销售情况分析其库存数量是否合理；

具体核查情况如下：

单位：吨

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
间接模式销售数量（a）	7,940.72	7,704.08	6,225.80
回函客户销售数量（b）	5,637.64	6,294.82	4,056.83
回函比例（c=b/a）	71.00%	81.71%	65.16%
回函客户期末库存数量（d）	361.99	393.85	335.84
期末库存占销售数量比重（e=d/b）	6.42%	6.26%	8.28%

注：间接客户报告期期末库存数量数据来自间接客户回函中由其填写的库存数量。

公司主要间接客户回函的期末库存情况如下：

单位：吨

客户名称	2021 年末	2020 年末	2019 年末
ONEPACK COM IMPORT EXPORT LTDA	60.48	108.48	115.38
P&K LANCASTER TRADING LLP	164.00	20.00	9.70
LLC SWIFT CHEMICAL	63.09	178.10	156.40
厦门来阳进出口有限公司	-	-	-
A.D. SYSTEM Limited SP.ZO.O. SP.K	54.00	-	-
上海希澜新材料科技有限公司	-	-	-
盐城鸿利多化工有限公司	--	-	-
合计	419.16	306.58	281.48

（二）核查结论

发行人向间接销售模式客户销售产品实现最终销售、发行人不存在向该类客户压货的情形、该类客户库存合理、与发行人不存在关联关系或异常资金往来。

审核问询函 3. 关于境外销售

申报文件显示，报告期各期，发行人主营业务境外销售占比分别为 26.86%、32.27%和 27.49%，占比较大。

请发行人：

(1) 说明境外销售业务的开展情况，包括但不限于主要国家和地区情况、主要客户情况、历史合作、销售内容、销售金额及占比、毛利率、境外销售模式及交货方式、境外销售定价原则、信用政策等。

(2) 说明境外客户的货款结算方式，是否存在通过关联方、第三方代收货款的情形，如有，请进一步说明相关情况。

(3) 说明境外销售的佣金支付情况，境外销售的主要客户及佣金支付对象与发行人及其关联方是否存在关联关系、异常资金往来或其他利益安排。

(4) 说明报告期内发货验收单据、物流运输记录、报关数据、出口退税单证、资金划款凭证、中国出口信用保险公司相关资料等的相互印证情况，以及发行人出口退税与境外销售规模的匹配情况。

(5) 说明报告期内汇兑损益对发行人的业绩影响情况，以及发行人所采取的应对外汇波动风险的具体措施。

(6)

请保荐人发表明确意见，请申报会计师对问题(1)-(5)发表明确意见，请发行人律师对问题(3)、(6)发表明确意见。

请保荐人、申报会计师详细说明对境外销售采取的核查程序、核查比例、核查证据和核查结论。

【公司回复】

一、说明境外销售业务的开展情况，包括但不限于主要国家和地区情况、主要客户情况、历史合作、销售内容、销售金额及占比、毛利率、境外销售模式及交货方式、境外销售定价原则、信用政策等。

1、报告期内境外销售按照区域分布情况

单位：万元

序号	地区	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
		销售额	占外销收入比重	销售额	占外销收入比重	销售额	占外销收入比重
1	亚洲	6,956.80	38.05%	7,098.75	44.35%	9,521.07	58.33%
2	欧洲	4,204.08	22.99%	4,373.84	27.33%	3,373.29	20.67%
3	南美洲	2,902.42	15.87%	2,612.11	16.32%	2,585.08	15.90%
4	非洲	1,400.78	7.66%	1,514.97	9.47%	738.81	4.53%
5	北美洲	2,819.29	15.42%	405.10	2.53%	95.07	0.58%
6	大洋洲	1.10	0.01%	-	0.00%	0.01	0.00%
	合计	18,284.48	100.00%	16,004.77	100.00%	16,323.33	100.00%

按出口地统计，报告期内，公司境外销售前五大出口国销售情况如下：

单位：吨、万元

序号	国家	2021 年度			
		销售数量	占外销销量比重	销售额	占外销收入比重
1	加拿大	1,419.60	11.33%	2,710.11	14.82%
2	巴西	1,295.17	10.34%	1,598.46	8.74%
3	俄罗斯	1,166.36	9.31%	1,550.65	8.48%
4	越南	1,046.69	8.35%	1,346.53	7.36%
5	印度尼西亚	1,023.00	8.17%	1,344.00	7.35%
	合计	5,950.82	47.50%	8,549.75	46.75%

续上表：

单位：吨、万元

序号	国家	2020 年度			
		销售数量	占外销销量比重	销售额	占外销收入比重
1	俄罗斯	1,503.20	13.37%	2,209.04	13.80%
2	印度尼西亚	1,356.05	12.06%	1,896.16	11.85%
3	巴西	1,392.70	12.39%	1,739.57	10.87%
4	波兰	580.31	5.16%	877.60	5.48%
5	土耳其	566.46	5.04%	816.47	5.10%
	合计	5,398.72	48.01%	7,538.84	47.10%

续上表：

单位：吨、万元

序号	国家	2019 年度			
		销售数量	占外销销量比重	销售额	占外销收入比重
1	土耳其	2,157.14	19.12%	2,787.57	17.08%
2	俄罗斯	1,060.78	9.40%	1,665.25	10.20%
3	印度尼西亚	1,034.45	9.17%	1,651.81	10.12%
4	巴西	1,248.95	11.07%	1,565.07	9.59%
5	印度	675.63	5.99%	937.22	5.74%
	合计	6,176.94	54.75%	8,606.91	52.73%

报告期内，公司积极开拓境外销售业务，主要销售区域和销售国家除 2020 年度土耳其业务出现大幅减少外，均保持一定程度的增长。

2020 年度土耳其业务收入为 816.47 万元较 2019 年度的 2,787.57 万元大幅下降，主要是由于 AAS Makina San. Tic. Ltd. Sti 和 ERUSLU SAGLIK URUNLERI SAN.VE

TIC.A.S.两家客户当年不再进行合作，其中 AAS Makina San. Tic. Ltd. Sti 为公司 ODM 客户，2019 年销售额为 1,141.39 万元，公司前期以相对较低的价格与对方进行合作，以寻求销量增长，但实际向该公司销售数量未达到预期，2020 年度不再进行合作；ERUSLU SAGLIK URUNLERI SAN.VE TIC.A.S.为 2019 年新增客户，当年度销售额为 1,009.54 万元，因受到土耳其本地企业的价格竞争以及 2020 年度土耳其对进口热熔压敏胶加征 36.5%的附加税和进口税，发行人 2020 年度未能持续与 ERUSLU SAGLIK URUNLERI SAN.VE TIC.A.S.开展大规模合作。

2021 年，发行人客户 FT Synthetics Inc 销量增长较快，促使加拿大成为发行人主要外销国家之一。此外，发行人 2021 年度新增多家越南客户，使得越南亦成为发行人主要外销国家之一。

报告期内，公司境外销售前五大出口国销售情况较为分散，公司不存在对单一出口国构成依赖的情形。

2、报告期内境外销售主要客户情况、历史合作、销售内容、销售金额及占比、毛利率情况

2021 年度					
序号	客户名称	开始合作时间	销售内容	销售金额 (万元)	占外销收入比重 (%)
1	FT Synthetics Inc	2020 年	高分子防水材料系列	2,685.16	14.69
2	ONEPACK COM IMPORT EXPORT LTDA	2013 年	一次性卫生材料系列	935.19	5.11
			其他	39.43	0.22
			小计	974.63	5.33
3	P & K LANCASTER TRADING LLP	2018 年	一次性卫生材料系列	919.48	5.03
4	FIBERWORLD, INC.	2016 年	一次性卫生材料系列	782.00	4.28
5	PAL ADHESIVE PRODUCTS LTD.	2010 年	标签系列	705.53	3.86
			其他	62.05	0.34
			小计	767.58	4.20
6	A.D. SYSTEM LIMITED SP. Z O.O. SP.K	2013 年	一次性卫生材料系列	578.92	3.17
			标签系列	185.08	1.01
			小计	764.00	2.78
7	PT.ANEKA MITRA GEMILANG	2016 年	一次性卫生材料系列	691.48	3.78
8	GAMA MPMAN IMP.E EXP.LTDA	2020 年	一次性卫生材料系列	623.84	3.41
9	ARTECOLA CHILE	2016 年	一次性卫生材料系列	465.76	2.54

	S.A.		标签系列	4.69	0.03
			其他	38.34	0.21
			小计	508.79	4.18
10	TAISUN VIETNAM CO.,LTD	2021 年	一次性卫生材料系列	489.99	2.68
合 计				9,206.95	50.35

(续上表)

2020 年度					
序号	客户名称	开始合作时间	销售内容	销售金额 (万元)	占外销收入比重 (%)
1	ONEPACK COM IMPORT EXPORT LTDA	2013 年	一次性卫生材料系列	1,563.95	9.77
			其他	28.48	0.18
			小计	1,592.43	9.95
2	LLC SWIFT CHEMICAL	2016 年	一次性卫生材料系列	599.47	3.75
			标签系列	410.27	2.56
			小计	1,009.74	6.31
3	PT.ANEKA MITRA GEMILANG	2016 年	一次性卫生材料系列	828.24	5.17
4	A.D. SYSTEM LIMITED SP. Z O.O. SP.K	2013 年	标签系列	431.36	2.70
			一次性卫生材料系列	371.32	2.32
			小计	802.68	5.02
5	P & K LANCASTER TRADING LLP	2018 年	一次性卫生材料系列	710.78	4.44
6	New Egyptian German for Paper Industries	2019 年	一次性卫生材料系列	679.10	4.24
7	FIBERWORLD, INC.	2016 年	一次性卫生材料系列	566.75	3.54
8	PAKTEN SAGLIK URUNLERI A.S.	2019 年	一次性卫生材料系列	482.46	3.01
9	PT. MULTI DUTA UTARI	2015 年	一次性卫生材料系列	444.63	2.78
10	PAL ADHESIVE PRODUCTS LTD.	2010 年	标签系列	348.09	2.17
			其他	53.30	0.33
			小计	401.39	2.50
合 计				7,518.20	46.96

(续上表)

2019 年度					
序号	客户名称	开始合作时间	销售内容	销售金额 (万元)	占外销收入比重 (%)
1	ONEPACK COM IMPORT EXPORT LTDA	2013 年	一次性卫生材料系列	1,564.98	9.59

2	AAS MAKINA SAN. TIC. LTD. STI.	2010 年	一次性卫生材料系列	1,122.83	6.88
			标签系列	18.55	0.11
			小计	1,141.38	6.99
3	ERUSLU SAGLIK URUNLERI SAN.VE TIC.A.S.	2019 年	一次性卫生材料系列	1,009.54	6.18
4	A.D. SYSTEM LIMITED SP. Z O.O. SP.K	2013 年	一次性卫生材料系列	487.58	2.99
			标签系列	208.11	1.27
			小计	695.69	4.26
5	FIBERWORLD, INC.	2016 年	一次性卫生材料系列	649.32	3.98
6	LLC SWIFT CHEMICAL	2016 年	标签系列	310.03	1.90
			一次性卫生材料系列	299.53	1.83
			小计	609.56	3.73
7	PT.ANEKA MITRA GEMILANG	2016 年	一次性卫生材料系列	525.42	3.22
8	PT. MULTI DUTA UTARI	2015 年	一次性卫生材料系列	486.72	2.98
9	P & K LANCASTER TRADING LLP	2018 年	一次性卫生材料系列	437.94	2.68
10	PAL ADHESIVE PRODUCTS LTD.	2010 年	标签系列	390.01	2.39
			其他	45.91	0.28
			小计	435.92	2.67
合 计				7,556.47	46.28

注：为保证年度之间毛利率的可比性，2020 年度及 2021 年度的毛利率计算过程中已将运费从营业成本中剔除。

报告期内公司前十大境外销售客户占境外销售收入 40%以上，境外收入前十大客户除 AAS Makina San. Tic. Ltd. Sti.（2018 年第四大客户、2019 年第 2 大客户）和 ERUSLU SAGLIK URUNLERI SAN.VE TIC.A.S（2019 年新增第 3 大客户）合作减少外，其余客户相对保持稳定。此外，公司与 FT Synthetics Inc 在历经数年的产品合作开发后，于 2015 年开始合作研发，2020 年开始大规模合作，使得 2021 年 FT Synthetics Inc 成为发行人**第一大客户**。

毛利率方面从单一客户来看，受报告期内各期原材料价格和外汇汇率波动的影响，单个客户毛利率在不同期间出现一定的波动。2020 年较 2019 年相对保持稳定；受 2021 年原材料价格上涨以及单位制造费用上升的影响，2021 年整体毛利率较 2020 年有所下降。

3、境外销售模式及交货方式、境外销售定价原则、信用政策

（1）销售模式

公司根据客户性质将其区分直销模式和间接销售模式（经销商、贸易商、ODM 客户）。

外销客户中，直销客户的销售占比较高。直接销售客户为热熔压敏胶下游生产型企业，包括标签生产商、一次性卫生材料生产商、防水材料生产商等。

发行人间接模式下的经销商客户均为外销客户，公司与其签订经销商协议，由该客户负责指定区域内的本公司产品销售，在该区域内发行人将不再进行其他销售。

发行人间接模式下的 ODM 客户以外销客户为主，仅有 1 家 ODM 客户为境内客户。ODM 客户是指公司根据客户提出的产品性能指标要求进行产品研发和生产，将产品销售至该客户后，由该客户以自己品牌的名义对外进行销售。因胶粘剂的种类较多，部分海外胶粘剂供应商不具备生产热熔压敏胶的能力，则会以 ODM 的形式委托发行人生产，并以其自身的胶粘剂品牌对外销售。

发行人间接模式下的贸易商客户是指除经销商和 ODM 客户外的其他非生产型客户，从本公司采购产品后独立对外进行销售。发行人报告期内海外贸易商客户主要为供应链管理公司，终端客户委托供应链管理公司进行原料全球采购，供应链管理公司作为发行人的直接客户不使用发行人产品进行生产。

（2）交货方式

公司境外销售主要以 CIF、FOB、CFR、DDP、DDU 等贸易方式进行产品交付。

定价原则：公司在成本的基础上加上适当的毛利率作为对外定价基础，境外销售根据交货方式的不同考虑保险费、海运费等，并根据与不同客户谈判结果确定最终销售价格。

信用政策：公司境外销售多以赊销为主，存在少量的预付款客户，公司在对客户进行赊销时根据具体客户的经营情况和资质并参考中国出口信用保险公司给予的保险额度，给予客户不同的信用额度和信用周期。现有赊销客户的信用周期通常在 30-90 天之间，最长不超过 120 天。

二、说明境外客户的货款结算方式，是否存在通过关联方、第三方代收货款的情形，如有，请进一步说明相关情况

本公司境外客户货款结算主要通过电汇和信用证方式进行结算，由客户或其指定的第三方将款项直接支付给本公司指定收款账户，本公司及其子公司不存在通过关联方、第三方代收货款的情况。

三、说明境外销售的佣金支付情况，境外销售的主要客户及佣金支付对象与发行人及其关联方是否存在关联关系、异常资金往来或其他利益安排。

公司目前仅针对境外销售支付佣金，由于公司未设立境外办事机构和销售网络，在进行境外销售时，除通过参加展会、广告等方式发展客户外，公司通过现有客户或其他第三方进行产品推介是公司获取境外客户的渠道之一，公司因此向此类居间方支付一定的佣金。报告期内合计计提佣金金额为 103.61 万元、104.96 万元和 101.14 万元，占外销金额的比重为 0.63%、0.66%和 0.55%。

报告期内，发行人主要客户的佣金计提情况如下：

单位：万元

境外销售客户	项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度	佣金协议条款
P & K LANCASTER TRADING LLP	佣金计提金额	45.03	32.53	17.90	固定居间费用比例：产品按实际销售数量乘以固定费用率 0.1USD/KG 结算。
	当年销售金额	919.48	710.78	437.94	
	佣金占收入比	4.90%	4.58%	4.09%	
AMHAQ HEALTH CARE PRIVATE LIMITED	佣金计提金额	16.78	17.62	11.54	固定居间费用比例：产品按实际销售数量乘以固定费用率 0.55USD/KG 结算。
	当年销售金额	81.29	78.97	53.31	
	佣金占收入比	20.65%	22.31%	21.65%	
JASMINE HYGIENE PRODUCTS	佣金计提金额	-	17.51	16.92	固定居间费用比例：产品按实际销售数量乘以固定费用率 0.3USD/KG 结算。经协商，2020 年 8 月起不再支付佣金。
	当年销售金额	-	266.16	130.87	
	佣金占收入比	-	6.58%	12.93%	
LEMASERA LIMITED	佣金计提金额	-	9.20	16.44	固定居间费比例：产品按实际销售数量乘以固定费用率 0.1USD/KG 结算。
	当年销售金额	-	176.97	272.88	

	佣金占收入比	-	5.20%	6.03%	
ARTECOLA PERU S.A.	佣金计提金额	8.92	4.93	10.75	固定居间费用率：产品按实际销售收入乘以固定费用率3%结算。为持续维护客户关系，2019年起发行人开始向居间方支付佣金以持续合作。
	当年销售金额	312.13	160.57	353.6	
	佣金占收入比	2.86%	3.07%	3.04%	

报告期内，发行人主要佣金支付对象及佣金支付情况如下：

单位：万元

佣金支付对象	佣金支付对象类型	2021 年度	2020 年度	2019 年度
L'ASSUREX INTERNATIONAL LOGISTICS LIMITED	公司	84.00	29.87	16.49
NISO (HK)INDUSTRY CO LIMITED	公司	-	23.84	-
WILDER PIZARRO CHUQUIZUTA	自然人	7.28	6.60	6.70
STE INTERNATIONAL POLYMERS	公司	4.15	6.25	5.51
FAZIL A R DALVI	自然人	-	6.14	-
PHAM QUOC DINH(MR)	自然人	3.28	3.79	2.94
CHITTARANJAN SAHA	自然人	-	2.11	6.88
OSSIAN AUGUSTO DE SOUZA NETO-REP ME	自然人	1.69	0.82	2.17
OCEAN FAME INTERNAIONAL HOLDING LIMITED	公司	-	-	10.17
JAL TRADING LTD	公司	-	-	9.26
SAMEERA ABDUL LATIF PIPI	自然人	-	-	-
KOORBEN LTD	公司	-	-	11.26
IYAD BAZERBASHI	自然人	-	-	8.15
小计		100.41	79.43	79.54
外贸佣金支付总金额		133.26	92.81	107.77
主要佣金支付对象占支付总金额比		75.35%	85.58%	73.81%

发行人境外销售的主要客户及佣金支付对象与发行人及其关联方不存在关联关系、异常资金往来或其他利益安排。

四、说明报告期内发货验收单据、物流运输记录、报关数据、出口退税单证、资金划款凭证、中国出口信用保险公司相关资料等的相互印证情况，以及发行人出口退税与境外销售规模的匹配情况。

报告期内发货验收单据、物流运输单据与境外销售数量匹配情况如下：

(1) 采用 CIF、CFR 和 FOB 交易模式的境外客户

对于交易模式为 CIF、CFR 和 FOB 的境外客户，公司根据提单确认收入。报告期内，出库单、物流运输记录、提单与境外销售数量的匹配情况如下：

单位：吨

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
出库单及物流运输单据数量 (a)	12,012.15	11,222.21	11,146.58
提单数量 (b)	12,024.13	10,891.73	10,901.98
差异 (c=a-b)	-11.98	330.48	244.60
差异原因 1: 当期发货出口，但未取得提单，未确认收入数量 (d)	458.02	473.00	253.52
差异原因 2: 前期发货出库，当期取得提单并确认收入 (e)	473.00	253.52	225.03
差异原因 3: 边境贸易 (f) (注 1)	-	111.00	215.75
调节后出库单数量与提单数量差异 (g=c-d+e-f) (注 2)	3.00	-	0.35
CIF、CFR 和 FOB 模式交易的境外销售收入数量 (h)	12,027.13	11,002.73	11,118.08
提单数量与销售收入数量差异 (i=h-b-f) (注 2)	3.00	-	0.35

注 1、边境贸易主要是指公司与越南客户进行的陆路出口业务，通过公路运输送至客户指定的交易地点，虽然公司与客户约定的交易模式为 CIF 或 FOB，但公司实际进行收入确认时按照客户签收的回单进行确认，该类型业务在报告期内交易规模较小未单独披露其收入政策。

注 2、差异的主要原因是公司给客户的样品、根据部分境外客户要求指定送至其境内合作方的产品以及拼箱出口时因其他货物违规导致公司产品被海关扣押，该部分出库无提单。

(2) 采用 DDU、DDP 交易模式的境外客户

对于交易模式为 DDU、DDP 的境外客户，公司根据客户签收单确认收入。报告期内，出库单、物流运输记录、签收单与境外销售数量的匹配情况如下：

单位：(吨)

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
出库单及物流运输单据数量 (a)	501.15	266.80	170.35
签收单数量 (b)	501.25	241.70	164.13
差异 (c=a-b)	-0.10	25.10	6.23
差异原因 1: 当期发货出口，但未取得签收单，未确认收入	57.30	57.40	32.30

数量 (d)			
差异原因 2: 前期发货出库, 当期取得签收单并确认收入 (e)	57.40	32.30	26.08
调节后出库单数量与签收单数量差异 (f=c-d+e)	-	-	-
DDU、DDP 模式交易的境外销售收入数量 (g)	501.25	241.70	164.13
提单数量与销售收入数量差异 (h=g-b)	-	-	-

报告期内, 公司发货验收单据与采用 DDU、DDP 模式交易确认的境外客户销售数量不存在差异; 采用 CIF、CFR 和 FOB 模式交易的境外客户销售数量按提单确认收入, 除边境贸易和样品以及境外客户指定送至境内合作方的因素外, 提单数量与收入确认数量不存在差异。

发行人报关数据与境外销售收入匹配情况如下:

单位: 万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
报关数据对应的外销收入 (a)	18,140.92	16,388.29	16,344.84
实际外销收入 (b)	18,354.32	16,119.29	16,526.08
差异 (c=a-b)	-213.40	269.00	-181.25

注 1: 报关数据来源于出口电子口岸数据

注 2: 上表的实际外销收入数据中包含划入境内销售业务的大连爱丽丝生活用品有限公司, 该公司位于保税区内, 报告期内的销售收入分别为 202.76 万元、114.53 万元及 69.84 万元。

报告期内, 报关数据对应的外销收入与实际外销收入的差异主要是由于报关时点与外销收入确认时点存在差异所致。

发行人出口退税单证及出口退税与境外销售收入匹配情况如下:

单位: 万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
申报免抵退出口货物销售额 (a)	17,306.52	16,524.60	15,820.98
实际外销收入 (b)	18,354.32	16,119.29	16,526.08
差异 (c=a-b)	-1,047.80	405.31	-705.10
出口免抵退税金额 (d)	2,249.85	2,148.20	2,288.40
当期实际退税率 (e=d/a)	13.00%	13.00%	14.46%
当期税法退税率	13.00%	13.00%	13%、16%

注 1: 上表的实际外销收入数据中包含划入境内销售业务的大连爱丽丝生活用品有限

公司，该公司位于保税区内，报告期内的销售收入分别为 202.76 万元、114.53 万元及 69.84 万元。

注 2：2019 年 1-6 月期间按照 16% 的出口退税进行计算。

申报免抵退出口货物销售额与实际外销收入金额存在下列差异：

a、申报免抵退出口货物销售额以 FOB 价格计算，不包含海运费、保险费和佣金，实际外销收入根据销售合同进行确认，包含了海运费、保险费。

b、申报免抵退出口货物销售额与外销收入确认存在时间性差异，申报免抵退出口时点与公司确认收入时点不完全一致（包括当期申报、前期确认收入以及前期申报、当期确认收入等）。

报告期内，公司实际退税率与税法规定的退税税率相符。出口退税单证及出口退税与境外销售收入规模相匹配。

资金划拨凭证与境外销售收入匹配情况如下：

报告期内，当期外销的收款金额与实际外销收入金额略有差异，主要原因系存在应收账款、预收款项、汇率及销售返利等因素变动的影响。

经调整后外销的收款金额与实际外销收入金额无差异，具体如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
当期外销的收款金额（a）	17,216.01	16,169.44	15,196.27
加：当期外销应收账款增加额（b1）	941.53	-298.68	1,033.81
减：当期外销预收款项增加额（b2）	31.32	69.06	-121.41
加：汇率差异（c）	158.25	185.45	-15.06
加：销售返利金额（d）	-29.77	17.62	-13.10
经调整后外销的收款金额（e=a+b1-b2+c+d）	18,284.48	16,004.77	16,323.33
实际外销收入（f）	18,284.48	16,004.77	16,323.33
差异（g=f-e）	0.00	0.00	0.00

五、说明报告期内汇兑损益对发行人的业绩影响情况，以及发行人所采取的应对外汇波动风险的具体措施。

报告期各期，公司境外产品销售金额分别为 16,323.33 万元、16,004.77 万元和 18,284.48 万元，占主营业务收入的比例分别为 32.27%、27.49%和 25.94%，外

销收入占比相对较高。报告期内，汇兑损益对发行人利润的影响如下：

项 目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
汇兑损益（万元）	263.40	460.85	-45.88
利润总额（万元）	4,431.21	5,887.15	4,648.75
汇兑损益占利润总额比例	5.94%	7.83%	-0.99%

注：汇兑损益：“负号”表示汇兑收益，“正数”表示汇兑损失。

报告期内，公司外销业务以美元、欧元作为主要结算货币。因结算货币汇率波动产生的汇兑损益分别为-45.88 万元、460.85 万元和 **263.40** 万元，占同期利润总额的比例分别为-0.99%、7.83%和 **5.94%**，汇率变动对公司利润总额的影响相对较小。

针对美元汇率波动，公司运用远期外汇工具等方式积极应对汇率波动造成的风险，2020 年度公司购买了 450 万美元的外汇远期合约取得了 59.11 万元的收益，**2021** 年公司出售及新购买的远期合约合计取得了 **153.30** 万元的收益，部分抵消了汇率波动给公司造成的影响。

为应对未来外汇波动风险，发行人采取了以下措施：

①加强外汇政策研究

公司配备专人收集汇率变动相关信息，密切关注汇率变动趋势，提升财务人员和业务人员汇率相关知识水平；与外部金融机构保持密切联系，加强有关国际贸易及汇率政策方面的研究，进而更加专业化、有针对性地制定贸易的和结算方式。

②适时调整结汇窗口期

根据汇率变动情况及资金支付需要，在专业机构建议下拟定结汇规则，严格执行，以合理规避汇率风险为主要目的，适时调整结汇窗口期，以降低汇率变动对公司的影响。

③研究并使用金融衍生工具

与金融机构保持长期密切合作，综合使用金融衍生工具，通过长、短期金融产品的综合使用（锁汇、期权），对未来一段时间之内的人民币支付义务对

应的汇兑成本进行固化。

综上，发行人持续关注汇兑损益对发行人的业绩影响情况，并采取措施积极应对外汇波动风险。

六、.....

【申报会计师回复】

一、针对事项（1）至（5）的核查

（一）主要核查程序

1、获取发行人报告期内境外销售明细表，并执行分析性程序，检查是否存在异常变动情况；

2、检查发行人与主要境外客户签订的合同，关注其交货方式、信用政策条款等信息；

3、对发行人主要境外客户进行视频访谈，了解客户信息、验证交易发生情况；

4、以抽样方式检查销售合同、订单、销售发票、出口报关单、货运提单、销售回款等支持性文件，以核查销售的真实性；同时关注是否存在关联方、第三方代收货款的情况；

5、查阅发行人佣金支付明细、佣金相关协议、记账凭证以及付款凭证等；依据佣金相关协议约定支付佣金比例与实际客户的销售情况测算账面佣金金额的准确性；同时对报告期内主要佣金支付对象进行视频访谈，了解交易背景，以及是否存在关联关系或其他利益安排等；核查发行人银行流水、发行人实际控制人以及董监高个人流水检查是否存在异常资金往来；

6、获取出口电子口岸数据，并与报告期内的账面外销收入、发货记录、货运提单等进行比较，将获取的出口免抵退申报表并与账面记录进行核对；

7、对主要境外客户通过中国出口信用保险有限公司获取其信用报告，了解客户的背景信息资料；

8、比较报告期内汇兑损益变动情况，对发行人签订的远期外汇合约进行了检查，关注其会计处理是否恰当。

（二）核查结论

经核查，公司上述回复中与财务报告相关的信息与我们在审计过程中获取的相关资料在所有重大方面一致。我们认为：

- 1、发行人境外销售前五大出口国销售情况较为分散，公司不存在对单一出口国构成依赖的情形；
- 2、发行人不存在通过关联方、第三方代收货款的情形；
- 3、发行人境外销售的主要客户及佣金支付对象与发行人及其关联方不存在关联关系、异常资金往来或其他利益安排；
- 4、报告期内，发行人境外销售物流数量、报关单数量及出口退税系统数量相匹配，发行人报关单金额和出口退税金额相匹配，发行人销售金额与回款金额相匹配，发行人出口退税金额与账面销售金额相匹配；
- 5、报告期内汇兑损益对发行人的业绩影响有限，发行人积极运用远期结汇、购买外汇期权等方式积极应对汇率波动造成的风险。

二、对境外销售采取的核查程序、核查比例、核查证据和核查结论。

（一）核查程序、核查比例、核查证据

- 1、了解、评价了发行人管理层与外销收入确认相关的内部控制设计，并测试了关键控制运行的有效性；
- 2、通过抽样检查销售合同及与管理层的访谈，并对比同行业上市公司的会计政策，评价发行人外销收入确认的具体方法是否符合企业会计准则的要求，包括：对于 2020 年 1 月 1 日以前的销售业务，识别与商品所有权上的风险和报酬转移相关的合同条款与条件，并分析收入确认时点的合理性；对于 2020 年 1 月 1 日以后的销售业务，分析履约义务的识别、交易价格的分摊、相关商品的控制权转移时点的确定等是否符合行业惯例和发行人的经营模式；
- 3、执行了分析性程序，判断境外销售收入和毛利率变动情况的合理性；
- 4、对境外销售收入，获取电子口岸信息并与账面记录核对，并以抽样方式检查销售合同、订单、销售发票、出口报关单、货运提单、销售回款等支持性文件，以核查销售的真实性；

5、选择重大、新增境外客户对报告期内交易额和余额进行函证，核查发行人收入和销售往来款项的真实性和准确性；

报告期内境外销售收入函证情况如下：

单位：万元

项目	2021年度	2020年度	2019年度
发函金额	16,055.72	14,752.30	13,561.45
境外主营业务收入账面金额	18,284.48	16,004.77	16,323.33
函证比例	87.81%	92.17%	83.08%
回函金额	9,498.61	8,826.57	9,489.13
发函金额	16,055.72	14,752.30	13,561.45
回函比例	59.16%	59.83%	69.97%

对未回函部分，均执行了替代测试，检查了包括记账凭证、销售发票、形式发票、出库单、报关单、装箱单、货运提单、银行收款单据等资料。

6、对重大或新增的境外客户进行视频或实地访谈，以证实交易发生情况；

报告期内境外客户访谈情况如下：

单位：万元

项目	2021年度	2020年度	2019年度
访谈客户金额	9,636.64	10,675.91	10,086.21
其中：视频访谈金额	8,662.02	9,083.49	8,521.23
实地+视频访谈金额	974.63	1,592.42	1,564.98
境外销售金额	18,284.48	16,004.77	16,323.33
访谈比例	52.70%	66.70%	61.79%

7、对报告期内境外销售主要客户，通过中国出口信用保险有限公司获取其信用报告，了解客户的背景信息资料；调查客户范围为报告各期境外销售前十大客户在内的总计 42 家客户；通过获取上述信息并与发行人的股东、实际控制人及其配偶、董监高人员名单进行匹配，关注是否存在关联关系；

8、针对资产负债表日前后确认的主营业务收入执行截止测试，双向选取样本，核对出库单、货物签收单、货运提单、记账凭证等支持性文件，以评估主营业务收入是否在恰当的期间确认。

9、评估了销售返利的会计处理是否符合企业会计准则的规定，获取报告期内发行人境外销售返利台账，检查了销售返利合同，并根据合同条款对主要境外客户的销售返利计提金额进行测试。

（二）核查结论

发行人境外销售真实、准确、完整，不存在重大异常的情形。

审核问询函 4. 关于主要客户

申报文件显示，报告期各期，发行人对前五名客户合计销售占比分别为 11.30%、13.60%、11.96%，客户集中度整体较低。

请发行人：

（1）说明报告期各期前五名直销客户、间接销售客户的基本情况，包括客户类型、股权结构、注册时间、合作历史、经营规模、订单获取方式、发行人对其销售内容、定价政策、销售金额及占比、毛利率、信用期限；分析不同客户之间毛利率差异较大的原因，同一客户不同年度内收入、毛利率变动的原因。

（2）说明报告期各期前五名直销客户、间接销售客户变化的原因，每年新增客户的合作背景、交易内容、交易金额及毛利率等，报告期各期均与发行人发生交易的客户数量、销售金额及占比，并结合上述情况进一步分析说明发行人客户的稳定性及对业务稳定性的影响。

（3）说明报告期各期前五名直销客户、间接销售客户是否存在注册成立当年或次年即成为发行人主要客户的情形，如存在，请详细分析原因及合理性。

（4）按照销售金额分层说明报告期内不同销售模式下主要客户及新增客户数量、收入金额、占比情况，并结合下游及终端行业集中度情况分析不同销售模式下客户集中度是否符合行业惯例。

（5）说明报告期各期前五名直销客户、间接销售客户与发行人、发行人实际控制人、董事、监事、高管、其他核心人员、主要股东、离职员工及上述关联方是否存在关联关系、异常资金往来或其他利益安排。

（6）详细说明发行人与 **ONEPACK COM IMPORT EXPORT LTDA**（以下简称 **ONEPACK**）的合作历史、交易过程，采购和销售发行人产品占 **ONEPACK** 贸易额的比重，**ONEPACK** 采购发行人产品后的具体销售情况，是否实现最终销售。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明对发行人主要客户核查的情况，包括但不限于核查程序、核查比例、核查证据和核查结论。

请发行人律师对问题（5）发表明确意见。

【公司回复】

一、说明报告期各期前五名直销客户、间接销售客户的基本情况，包括客户类型、股权结构、注册时间、合作历史、经营规模、订单获取方式、发行人对其销售内容、定价政策、销售金额及占比、毛利率、信用期限；分析不同客户之间毛利率差异较大的原因，同一客户不同年度内收入、毛利率变动的原因。

1、前五名直销客户情况

报告期内发行人前五大直销客户的情况如下：

(1) 2021 年度

序号	客户	客户类型	发行人对其销售内容	销售金额 (万元)	销售占比
1	FT Synthetics Inc	制造商	防水系列	2,685.16	3.81%
2	深圳市力科信实业有限公司	制造商	标签系列	2,317.65	3.29%
3	上悦（上海）印刷有限公司	制造商	标签系列	1,746.52	2.48%
4	河南仙鹤特种浆纸有限公司	制造商	标签系列	1,678.65	2.38%
5	江苏金大包装材料科技有限公司	制造商	标签系列	1,607.60	2.28%

(2) 2020 年度

序号	客户	客户类型	发行人对其销售内容	销售金额 (万元)	销售占比
1	上悦（上海）印刷有限公司	制造商	标签系列	1,435.02	2.46%
2	浙江冠豪新材料有限公司	制造商	标签系列	1,350.16	2.32%
	珠海冠豪条码科技有限公司	制造商			
3	深圳市力科信实业有限公司	制造商	标签系列	1,338.39	2.30%
4	广州九恒条码股份有限公司	制造商	标签系列	1,248.53	2.14%
	江华九恒数码科技有限公司	制造商			
5	PT.ANEKA MITRA GEMILANG	制造商	一次性卫生材料系列	828.24	1.42%

(3) 2019 年度

序号	客户	客户类型	发行人对其销售内容	销售金额 (万元)	销售占比
1	深圳市力科信实业有限公司	制造商	标签系列	1,578.92	3.12%
2	新乡市汇鑫纸业有限责任公司	制造商	标签系列	1,331.51	2.63%
	新乡市启力复合材料有限公司	制造商			

序号	客户	客户类型	发行人对其销售内容	销售金额 (万元)	销售占比
3	浙江冠豪新材料有限公司	制造商	标签系列	1,264.43	2.50%
	珠海冠豪条码科技有限公司	制造商			
4	ERUSLU SAGLIK URUNLER ISAN.VE TIC.A.S.	制造商	一次性卫生 材料系列	1,009.54	2.00%
5	新乡县优源包装材料有限公司	制造商	标签系列	691.06	1.37%
	新乡市欣盛纸业有限责任公司	制造商			

上述各期前五大直接销售客户基本情况如下:

客户名称	股权结构	主营业务	注册时间	起始合作年度	经营规模	订单获取方式	定价政策
FT Synthetics Inc	Lidhar, Tarsem 100% ¹	防水材料	2013-10-25	2015	年均销售额加拿大元 0.15 亿元	商务谈判	以原材料价格加成为基础加上适当的毛利率, 并参考市场价等确定
江苏金大包装材料科技有限公司	海安金通新材料科技有限公司 23.54%; 张道扬 17.64%; 陈彦会 11.76%; 陈健 11.76%; 董乃如 8.82%; 汤文华 7.46%; 其他股东 19.12%	商标印刷材料	2008-07-15	2019	年均销售额人民币 7.5 亿元	商务谈判	以原材料价格加成为基础加上适当的毛利率, 并参考市场价等确定
河南仙鹤特种浆纸有限公司	仙鹤股份有限公司 100%	热敏纸、不干胶纸	2006-06-16	2019	2020 年销售额人民币 11 亿元	商务谈判	以原材料价格加成为基础加上适当的毛利率, 并参考市场价等确定
上悦(上海)印刷有限公司	龙会伦 28.05%; 文辉 26.95%; 共青城上悦投资管理合伙企业(有限合伙) 25.00%; 共青城金龙昊投资管理合伙企业(有限合伙) 15.00%; 李婷婷 5%	印刷品、各类标价粘贴纸	2001-11-20	2019 年	年均销售额人民币 3.5 亿元	商务谈判	以原材料价格加成为基础加上适当的毛利率, 并参考市场价等确定
广东冠豪高新技术	中国纸业投资有	特种纸开	1993-07-15	2015 年	合并口径年均	商务谈判	以原材料价格加成为基

客户名称	股权结构	主营业务	注册时间	起始合作年度	经营规模	订单获取方式	定价政策
股份有限公司	限公司 26.1%； 广东粤财创业投 资有限公司 6.1%；广东冠豪 高新技术股份有 限公司回购专用 证券账户 2.26%；黄阳旭 1.1%；广州润华 置业有限公司 1.05%；广东粤 财实业发展有限 公司 0.97%	发，生产			销售额人民币 25 亿元		础加上适当的毛利率， 并参考市场价等确定
浙江冠豪新材料有 限公司	广东冠豪高新技 术股份有限公司 100%	纸塑基多层 复合新型包 装材料	2013-12-23	2016 年		商务谈判	以原材料价格加成为基 础加上适当的毛利率， 并参考市场价等确定
珠海冠豪条码科技 有限公司	广东冠豪高新技 术股份有限公司 82.4%；王天翔 16.27%；徐智 1.33%	印刷品、条 码	2008-10-8	2015 年		商务谈判	以原材料价格加成为基 础加上适当的毛利率， 并参考市场价等确定
深圳市力科信实业 有限公司	刘昌龙 90.00%； 江德娇 10.00%	纸制品包 装；进出口	2000-5-11	2018 年		商务谈判	以原材料价格加成为基 础加上适当的毛利率， 并参考市场价等确定
广州九恒条码股份 有限公司	沈云立 38.6273%；沈雁 8.9341%；刘斌 7.4327%；王力	印刷品、其 他纸制品	2002-9-30	2017 年	合并口径年均 销售额人民币 14 亿元	商务谈判	以原材料价格加成为基 础加上适当的毛利率， 并参考市场价等确定

客户名称	股权结构	主营业务	注册时间	起始合作年度	经营规模	订单获取方式	定价政策
	群 7.2298%; 桐庐三恒投资合伙企业（有限合伙） 5.4755%; 珠海广发信德今缘股权投资基金（有限合伙） 4.0228%						
江华九恒数码科技有限公司	广州九恒条码股份有限公司 100%	家用电器与电子产品的专门零售	2014-01-07	2017 年		商务谈判	以原材料价格加成为基础加上适当的毛利率，并参考市场价等确定
PT.ANEKA MITRA GEMILANG	P.T. WAHANA WINGS SURYA - 93.5%; P.T. MULTI DUTA UTARI - 5.9%; Mr. Hansen Cahyono - 0.6%	卫生用品（卫生巾、婴儿尿布、口罩）	2012-10-8	2016 年	实收资本 850 亿印尼盾（合约 3,839.45 万元人民币）	商务谈判	以原材料价格加成为基础加上适当的毛利率，并参考市场价等确定
ERUSLU SAGLIK URUNLER ISAN.VE TIC.A.S.	Mustafa Eruslu - 77%; Murat Eruslu - 10%; Nevin Eruslu - 7.34%	卫生用品（尿布、湿巾、成人尿布）	2004-3-24	2019 年	年均销售额 600 万美元	商务谈判	以原材料价格加成为基础加上适当的毛利率，并参考市场价等确定
新乡市汇鑫纸业有限责任公司	张存国 57.3333%; 张存卫 42.6667%	玻璃卡纸、不干胶纸；进出口	1997-11-20	2017 年	注册资本人民币 1,500 万元	商务谈判	以原材料价格加成为基础加上适当的毛利率，并参考市场价等确定
新乡市启力复合材料有限公司	冯向振 100%	化学纤维制造业	2018-07-20	2019 年	注册资本人民币 500 万元	商务谈判	以原材料价格加成为基础加上适当的毛利率，并参考市场价等确定

客户名称	股权结构	主营业务	注册时间	起始合作年度	经营规模	订单获取方式	定价政策
新乡县优源包装材料有限公司	冷万彩 100%	包装材料、不干胶纸及材料	2017-8-29	2017 年	注册资本 200 万元	商务谈判	以原材料价格加成为基础加上适当的毛利率，并参考市场价等确定
新乡市欣盛纸业有限责任公司	刘鹏程 100%	造纸和纸制品制造	2009-12-24	2016 年	注册资本 50 万元	商务谈判	以原材料价格加成为基础加上适当的毛利率，并参考市场价等确定
广东天元实业集团股份有限公司	周孝伟 33.10%; 罗素玲 7.09%; 罗耀东 4.24%; 苏州钟鼎四号创业投资中心（有限合伙）3.40%	纸制品、包装材料、印刷品	2010-1-28	2014 年	年均销售额人民币 10 亿元	商务谈判	以原材料价格加成为基础加上适当的毛利率，并参考市场价等确定
玖龙（杭州）纸制品有限公司	张铭 40.00%; 张露 10.00%; 刘晗 10.00%; 赵青芳 10.00%; 张炜 10.00%; 向阳 10.00%; 张之卿 10.00%	纸制品、印刷品	2017-11-7	2018 年	年均销售额人民币 1 亿	商务谈判	以原材料价格加成为基础加上适当的毛利率，并参考市场价等确定

注 1: 2021 年 9 月 7 日，北美最大的屋顶防水材料生产商 GAF Materials Corporation 官网公告，FT Synthetics Inc 已与其签订收购协议。目前上表中披露的 FT Synthetics Inc 被收购前的股权结构。出于保密原因，目前发行人尚未能知晓其最新的股权变动情况。发行人与 GAF Materials Corporation 亦不存在关联关系。

2、前五名间接销售客户情况

报告期内发行人前五大间接销售客户的情况如下：

(1) 2021 年度

序号	客户	客户类型	发行人对其销售内容	销售金额 (万元)	销售占比
1	ONEPACK COM IMPORT EXPORT LTDA	经销商	一次性卫生材料系列	974.63	1.38%
2	P & K LANCASTER TRADING LLP	贸易商	一次性卫生材料系列	919.48	1.30%
3	A.D. SYSTEM LIMITED SP. Z O.O. SP.K	ODM 商	标签系列、一次性卫生材料系列	764.00	1.08%
4	GAMA MPMAN IMP.E EXP.LTDA	贸易商	一次性卫生材料系列	623.84	0.88%
5	盐城鸿利多化工有限公司	ODM 商	标签系列、其他系列	598.10	0.85%

(2) 2020 年度

序号	客户	客户类型	发行人对其销售内容	销售金额 (万元)	销售占比
1	ONEPACK COM IMPORT EXPORT LTDA	经销商	一次性卫生材料系列、其他系列	1,592.42	2.73%
2	LLC SWIFT CHEMICAL	ODM 商	标签系列、一次性卫生材料系列	1,009.73	1.73%
3	A.D. SYSTEM LIMITED SP. Z O.O. SP.K	ODM 商	标签系列、一次性卫生材料系列	802.69	1.38%
4	P & K LANCASTER TRADING LLP	贸易商	一次性卫生材料系列	710.78	1.22%
5	安徽省肥东县进出口有限公司	贸易商	一次性卫生材料系列	549.35	0.94%

(3) 2019 年度

序号	客户	客户类型	发行人对其销售内容	销售金额 (万元)	销售占比
1	ONEPACK COM IMPORT EXPORT LTDA	经销商	一次性卫生材料系列	1,564.98	3.09%
2	AAS MAKINA SAN. TIC. LTD. STI.	ODM 商	标签系列、一次性卫生材料系列	1,141.39	2.26%
3	A.D. SYSTEM LIMITED SP. Z O.O. SP.K	ODM 商	一次性卫生材料系列	695.70	1.38%

4	LLC SWIFT CHEMICAL	ODM 商	标签系列、 一次性卫生 材料系列、 其他系列	609.56	1.21%
5	厦门来阳进出口有限公司	贸易商	一次性卫生 材料系列	457.18	0.90%

上述各期前五大间接销售客户基本情况如下:

客户名称	股权结构	主营业务	注册时间	起始合作年度	经营规模	订单获取方式	定价政策
ONEPACK COM IMPORT EXPORT LTDA	FRANCIVALDO ALVES DOS SANTOS - 99.99%	进出口贸易	2001-6-19	2013 年	年均销售额约 BL 37,500 mil (合约人民币 4,600 万元)	商务谈判	以原材料价格加成为基 础加上适当的毛利率， 并参考市场价等确定
GAMA MPMAN IMP.E EXP.LTDA	IVAN DOS SANTOS SARAIVA RODRIGUES – 33.33% ; EDELICIO BUESSO – 33.33%; EDUARDO EUGENIO PEREIRA ALVARES DE LIMA – 33.33%	一次性卫生 材料制造及 贸易	2004-1-12	2020 年	未知	商务谈判	以原材料价格加成为基 础加上适当的毛利率， 并参考市场价等确定
LLC SWIFT CHEMICAL	Slobodenyuk, Aleksandr Egorovich - 80%; Romanichev, Ivan Lvovich - 20%	工业胶粘剂 进出口贸易	2008-10-15	2014 年	年均销售额约 1,600 万美元	商务谈判	以原材料价格加成为基 础加上适当的毛利率， 并参考市场价等确定
P & K LANCASTER TRADING LLP	未知	卫生用品原 材料供应链	2016-11-29	2017 年	年均销售额约 3,500 GBP Thousand (合 约人民币 3,150 万元)	商务谈判	以原材料价格加成为基 础加上适当的毛利率， 并参考市场价等确定
A.D. SYSTEM LIMITED SP. Z O.O. SP.K	SLEDZIKOWSKI Artur Julian - 50%; ZEBROWSKI Tomasz - 50%	化工产品供 应链	2010-7-9	2013 年	年均销售额约 22,000 PLN Thousand (合 约人民币 3,700 万元)	商务谈判	以原材料价格加成为基 础加上适当的毛利率， 并参考市场价等确定
AAS MAKINA SAN. TIC. LTD. STI.	Altan Bayat - 95%;	胶粘剂供应	2006-9-1	2010 年	未知	商务谈判	以原材料价格加成为基

客户名称	股权结构	主营业务	注册时间	起始合作年度	经营规模	订单获取方式	定价政策
	Zerrin Bayat 5%	链					础加上适当的毛利率，并参考市场价等确定
IMELT KIMYA SAN TIC.A.S	Altan Bayat 100%	胶粘剂供应链	2016-12-20			商务谈判	以原材料价格加成为基础加上适当的毛利率，并参考市场价等确定
ARTECOLA CHILE S.A.	Artecola Quimica S.A. (Brazil)100%	各类胶粘剂的生产和销售	2000-7-7	2014 年	年均销售额约 63 亿智利比索 (合约人民币 5,000 万元)	商务谈判	以原材料价格加成为基础加上适当的毛利率，并参考市场价等确定
盐城鸿利多化工有限公司	李艮付 99%	热熔胶贸易	2018-1-10	2020 年	年均销售额约 2,000 万元人民币	商务谈判	以原材料价格加成为基础加上适当的毛利率，并参考市场价等确定
安徽省肥东县进出口有限公司	肥东县对外经济贸易局 91.8182%; 黄亚明 8.1818%	进出口	2000-6-20	2017 年	年均销售额约 5,000 万人民币	商务谈判	以原材料价格加成为基础加上适当的毛利率，并参考市场价等确定
厦门来阳进出口有限公司	王土生 95.00%; 王旭扬 5.00%	进出口	2012-8-1	2017 年	年均销售额约 2,000 万美元	商务谈判	以原材料价格加成为基础加上适当的毛利率，并参考市场价等确定

3、不同客户之间收入及毛利率情况

（1）直接销售客户

发行人虽主营热熔压敏胶一种产品，但因发行人下游客户的需求各不相同，发行人开发了 300 多个型号的产品。因不同下游客户的行业、细分行业、产品型号等均存在着差异，因此不同客户向发行人采购的产品型号亦不尽相同。

发行人单个客户的毛利率情况由其采购的具体产品型号、与发行人的商务条款、当地的产品市场价格等因素综合而形成，因此发行人不同客户之间的毛利率可比性较弱。整体而言，发行人外销客户的毛利率高于内销客户。

发行人客户 FT Synthetics Inc 的产品毛利率较高，主要是因为发行人自 2015 年起开始与该客户合作，发行人销售给该客户的产品为专项开发用于北美屋顶防水材料的热熔压敏胶。由于该产品是发行人为该客户专项开发的新产品，产品开发周期较长、目前市场竞争较小，发行人采用高定价销售策略，因此该客户的毛利率较高。

发行人对河南仙鹤特种浆纸有限公司、上悦（上海）印刷有限公司、深圳市力科信实业有限公司、广州九恒条码股份有限公司、新乡市汇鑫纸业有限责任公司、新乡市启力复合材料有限公司、新乡县优源包装材料有限公司、新乡市欣盛纸业有限责任公司、广东天元实业集团股份有限公司及玖龙（杭州）纸制品有限公司的毛利率较低，主要系上述客户为国内标签行业规模较大的客户，发行人对上述客户的价格较为优惠，因此发行人对上述客户的毛利率低于发行人标签系列产品的平均毛利率。

同一客户不同年度内收入变动的原因详见本问题回复之“二、说明报告期各期前五名直销客户、间接销售客户变化的原因，每年新增客户的合作背景、交易内容、交易金额及毛利率等，报告期各期均与发行人发生交易的客户数量、销售金额及占比，并结合上述情况进一步分析说明发行人客户的稳定性及对业务稳定性的影响。”之“1、报告期各期前五名直销客户、间接销售客户变化的原

因”。

（2）间接销售客户

发行人间接客户的终端客户主要为海外客户，销售产品以一次性卫生材料系列为主。发行人间接客户的毛利率相对稳定。2019 年度，间接客户的毛利率普遍出现大幅上涨的情形，主要是受到 2019 年度人民币汇率下降以及一次性卫生材料系列产品原材料价格大幅下降的因素。

发行人客户厦门来阳进出口有限公司的毛利率相对较高，主要是因为其主要采购的产品为定制型产品（该定制产品可满足终端使用客户的终端产品检测需求），产品销售单价较高。

发行人客户 A.D. SYSTEM LIMITED SP. Z O.O. SP.K 的毛利率较高，主要因为①该客户为欧洲客户，发行人标签系列产品在欧洲的销售单价较高；②该客户采购的发行人产品为特殊型号产品（主要为根据当地涂胶使用习惯开发的型号以及应用于特殊终端行业的特殊产品型号），销售单价较高。

发行人客户 P & K LANCASTER TRADING LLP 的毛利率较高，主要是因为该客户为 Hygiene Kinetics 委托的供应链管理公司，发行人对其销售的价格主要与 Hygiene Kinetics 协商确定，因此价格相对其他间接模式客户而言较高。

发行人客户 ARTECOLA CHILE S.A.的毛利率较高。该客户与发行人合作时间较长，为发行人 ODM 客户，主要从事胶粘剂的生产和销售。该客户委托发行人生产热熔压敏胶并使用其自身品牌在智利销售。由于该客户对发行人产品较为满意，其胶粘剂板块中热熔压敏胶仅与发行人合作，对发行人产品依赖度较高，因此发行人对其定价较高。

发行人客户 ONEPACK COM IMPORT EXPORT LTDA 的毛利率较低，主要因为该客户为发行人经销商，发行人对其销售价格予以了一定优惠。

同一客户不同年度内收入变动的原因详见本问题回复之“二、说明报告期各期前五名直销客户、间接销售客户变化的原因，每年新增客户的合作背景、交

易内容、交易金额及毛利率等，报告期各期均与发行人发生交易的客户数量、销售金额及占比，并结合上述情况进一步分析说明发行人客户的稳定性及对业务稳定性的影响。”之“1、报告期各期前五名直销客户、间接销售客户变化的原因”。

二、说明报告期各期前五名直销客户、间接销售客户变化的原因，每年新增客户的合作背景、交易内容、交易金额及毛利率等，报告期各期均与发行人发生交易的客户数量、销售金额及占比，并结合上述情况进一步分析说明发行人客户的稳定性及对业务稳定性的影响。

1、报告期各期前五名直销客户、间接销售客户变化的原因

报告期内，公司客户较为分散，向单一客户销售金额相比当期销售金额占比较小，略有变动便会导致其前五大客户发生变化。

（1）前五名直接销售客户变化及原因

2019 年度，发行人前五名直接销售客户新增 ERUSLU SAGLIK URUNLER ISAN.VE TIC.A.S.和深圳市力科信实业有限公司。

ERUSLU SAGLIK URUNLER ISAN.VE TIC.A.S.成立于 2004 年，位于土耳其，主要产品包括婴儿纸尿裤、成人纸尿裤等一次性卫生材料。2019 年之前，发行人产品通过 ODM 商 AAS MAKINA SAN. TIC. LTD. STI.以其公司品牌名义在土耳其销售。因发行人 2019 年下半年起不再与 AAS MAKINA SAN. TIC. LTD. STI.合作，发行人便直接开始与 ERUSLU SAGLIK URUNLER ISAN.VE TIC.A.S.展开合作，因产品实质未发生调整，ERUSLU SAGLIK URUNLER ISAN.VE TIC.A.S.未对发行人的产品做长期试验，直接下达了批量采购的订单。因受到土耳其本地企业的价格竞争以及 2020 年度土耳其对进口热熔压敏胶加征 36.5%的附加税和进口税，发行人 2020 年度未能持续与 ERUSLU SAGLIK URUNLER ISAN.VE TIC.A.S.开展大规模合作。

深圳市力科信实业有限公司成立于 2000 年，主要产品包括标签不干胶、收银热敏纸等。发行人与深圳市力科信实业有限公司合作时间较长。2019 年度，发行人向深圳市力科信实业有限公司推荐了新开发成功的新版产品，深圳市力

科信实业有限公司对新产品满意度较高，加大了对发行人产品的采购，使得发行人对其销售收入大幅增加。

广东天元实业集团股份有限公司和玖龙（杭州）纸制品有限公司因其自身原因减少了采购发行人产品，因此发行人 2019 年度对其销售金额有所下降。

2020 年度，发行人直接销售客户上悦（上海）印刷有限公司、广州九恒条码股份有限公司和 PT.ANEKA MITRA GEMILANG 成为发行人主要客户。

上悦（上海）印刷有限公司成立于 2001 年 11 月 20 日，为国内较大的标签印刷企业。2019 年初，公司向上悦（上海）印刷有限公司销售了少量产品用于试机。在经历了近一年的产品考核后，公司与上悦（上海）印刷有限公司在 2020 年正式开展合作。公司 2021 年与上悦（上海）印刷有限公司仍有合作，其订单具有连续性和持续性。

广州九恒条码股份有限公司成立于 2002 年，主要产品包括快递面单、标签不干胶等。发行人与广州九恒条码股份有限公司合作时间较长。2019 年度发行人向广州九恒条码股份有限公司推荐了新研制成功的标签系列热熔压敏胶产品，获得了其认可，便于 2020 年度增加了对发行人的采购。

PT.ANEKA MITRA GEMILANG 成立于 2012 年，主要产品包括婴儿纸尿裤、口罩等。发行人与 2016 年开始与之合作。随着合作时间不断增加，客户对发行人的产品依赖度增强，报告期内不断增加对发行人产品的采购，致使其成为发行人 2020 年度前五大直接销售客户。

2021 年，发行人直接销售客户 FT Synthetics Inc、河南仙鹤特种浆纸有限公司、江苏金大包装材料科技有限公司成为发行人主要客户。

发行人与 FT Synthetics Inc 的合作洽谈始于 2015 年。FT Synthetics Inc 为一家加拿大屋顶防水材料生产商，专注于开发行业领先的专用于陡坡屋面的新型屋顶材料。2015 年，为开发新产品打开新市场，FT Synthetics Inc 在中国找寻胶粘剂供应商以共同开发新款高分子自粘防水材料。历经数年的开发后，该客户成功以发行人产品作为原材料之一研制出了性能优异的屋顶防水材料，并于 2020 年开

始大量生产。为迅速向其下游经销商铺货，2021 年 FT Synthetics Inc 向发行人采购了较多的高分子防水材料系列热熔压敏胶。2021 年 9 月 7 日，北美最大的屋顶防水材料生产商 GAF Materials Corporation 官网公告，FT Synthetics Inc 已与其签订收购协议。收购后，GAF 拟持续对 FT Synthetics Inc 进行投资以扩大其规模并实现持续增长。发行人预期将与 FT Synthetics Inc 保持长期合作关系。

河南仙鹤特种浆纸有限公司为上市公司仙鹤股份有限公司下属公司。根据仙鹤股份有限公司公开资料披露，2019 年至 2020 年 6 月，河南仙鹤特种浆纸有限公司不断加大投资，陆续新建成 4 条纸机生产线，使得纸机生产线达到 7 条。截至 2021 年 6 月末，河南仙鹤特种浆纸有限公司已形成 5 万吨/年的制浆能力及 12.4 万吨的批复造纸产能。2020 年度，通过一系列测试后，河南仙鹤特种浆纸有限公司开始大批量使用发行人产品。随着该客户自身规模增长以及对发行人产品的需求不断增加，2021 年该客户成为了发行人主要客户。

江苏金大包装材料科技有限公司成立于 2008 年，主要从事各类标签的生产制造。发行人于 2017 年开始与上海金大包装材料有限公司开展合作，2019 年之后江苏金大包装材料科技有限公司新工厂建成，发行人开始与江苏金大包装材料科技有限公司合作。江苏金大包装材料科技有限公司为医药和价格标签行业的主要企业之一。2021 年度，江苏金大包装材料科技有限公司拟投资 1.8 亿元用于新增年产 50,000 吨新型包装材料及 22,000 吨热敏材料涂布项目。发行人预计在未来年度进一步增加对江苏金大包装材料科技有限公司的销售。

（2）前五名间接销售客户变化及原因

报告期内，发行人前五大间接销售客户相对较为稳定，其中 2020 年度发行人前五大客户新增安徽省肥东县进出口有限公司。2021 年前五大客户新增 GAMA MPMAN IMP.E EXP.LTDA 和盐城鸿利多化工有限公司。

安徽省肥东县进出口有限公司主要从事进出口贸易。发行人于 2017 年度开始与其合作。2020 年度，安徽省肥东县进出口有限公司自身业务扩张，增加了对发行人的采购。2021 年，由于海运费大幅上涨，该客户自身外贸业务需求下

降。2021 年度，公司主要与受同一实际控制人控制的合肥鑫罡进出口有限公司进行交易。

GAMA MPMAN IMP.E EXP.LTDA 主要从事一次性卫生材料制造及贸易。发行人于 2020 年度开始与其合作。因发行人经销商 **ONEPACK COM IMPORT EXPORT LTDA** 出现了应收账款逾期的情况，发行人不再授予其在巴西独家经销的待遇。为分散风险，发行人开始与一次性卫生材料贸易商 **GAMA MPMAN IMP.E EXP.LTDA** 进行交易，以确保发行人在巴西市场的市场占有率。

盐城鸿利多化工有限公司成立于 2018 年，为国内华东地区热熔胶行业的品牌商，拥有众多下游需要用胶的客户资源。其热熔压敏胶系列产品向发行人采购，并以其自身品牌对外销售。该客户于 2020 年开始与发行人合作，并且成为发行人当年度第 6 大间接销售客户，目前合作较为稳定。

2020 年度，发行人不再与 ODM 商 **AAS MAKINA SAN. TIC. LTD. STI.**及其关联公司 **IMELT KIMYA SAN TIC.A.S** 合作。**AAS MAKINA SAN. TIC. LTD. STI.**及其关联公司 **IMELT KIMYA SAN TIC.A.S** 主要从事在土耳其市场的胶粘剂贸易，为客户供应各类胶粘剂。发行人于 2010 年开始与其合作。2019 年，因价格原因，发行人主动终止了与该客户的合作。

2、每年新增客户的合作背景、交易内容、交易金额及毛利率等

2021 年及 2020 年度及 2019 年度，发行人每年新增的客户的交易情况如下：

	2021 年度新增	2020 年度新增	2019 年度新增
新增客户数量（家）	326	303	350
新增客户销售收入（万元）	8,684.25	6,976.72	7,784.65
新增客户销售收入占主营业务收入比重	12.32%	11.98%	15.39%
新增客户平均毛利率	17.80%	27.52%	24.33%

注：2020 年及 2021 年数据中毛利率计算不含运费。

报告期内，发行人产能及产量不断增加。2019 年度产量较 2018 年度增加 12.25%、2020 年度较 2019 年度增加 18.81%、2021 年度较 2020 年度增加 21.59%。

发行人产能及产量的增加致使发行人具备服务更多客户的能力，因此报告期内发行人不断开拓新客户。此外，发行人报告期内主动调整客户结构，淘汰要求通过第三方回款、现金回款等业务不规范的客户以及回款能力较弱、毛利率较低的客户。

3、报告期各期均与发行人发生交易的客户数量、销售金额及占比

报告期各期均与发行人发生交易的合计 **481** 家，其销售金额及占比情况如下：

	2021 年度	2020 年度	2019 年度
销售收入（万元）	44,842.91	43,723.50	36,857.98
销售收入占主营业务收入比重	63.61%	75.09%	72.87%

4、发行人客户的稳定性及对业务稳定性的影响

报告期各期均与发行人发生交易的客户的销售占比为 **72.87%、75.09%和 63.61%**，发行人报告期内主要收入来自于稳定的客户。报告期内发行人对稳定客户的销售收入不断增加。因发行人下游行业较为广阔，客户数量较多，故发行人不断主动开拓市场、主动开发新客户。发行人老客户总体较为稳定，对发行人业务起到了压舱石的作用。

三、说明报告期各期前五名直销客户、间接销售客户是否存在注册成立当年或次年即成为发行人主要客户的情形，如存在，请详细分析原因及合理性。

发行人客户玖龙（杭州）纸制品有限公司、P & K LANCASTER TRADING LLP 存在注册成立次年即成为公司主要客户的情形。

发行人客户玖龙（杭州）纸制品有限公司成立于 2017 年，主要产品为各类标签不干胶和纸制品。因发行人产品在标签领域具备一定市场地位，该客户创业初期便直接采用了发行人了标签系列热熔压敏胶。

发行人客户 P & K LANCASTER TRADING LLP 成立于 2017 年，主要从事卫生用品原材料的供应链管理。发行人销售给 P & K LANCASTER TRADING LLP 的终端客

户主要为俄罗斯一次性卫生材料生产商 Hygiene Kinetics，Hygiene Kinetics 成立于 2013 年，是俄罗斯主要的一次性卫生材料生产商之一。Hygiene Kinetics 向发行人指定了 P & K LANCASTER TRADING LLP 作为其供应链管理公司，故后续发行人业务与 P & K LANCASTER TRADING LLP 开展。

发行人主要客户中注册成立次年即成为公司主要客户的情形是基于正常的商业合作所形成的，不存在发行人通过关联方成立公司并产生关联交易的情形。

四、按照销售金额分层说明报告期内不同销售模式下主要客户及新增客户数量、收入金额、占比情况，并结合下游及终端行业集中度情况分析不同销售模式下客户集中度是否符合行业惯例。

报告期内，发行人将当年销售额 300 万元以上的客户作为大客户、100 万元至 300 万元之间的为中客户、100 万元以内的为小客户。

报告期内，发行人直接销售模式按照销售金额分层情况如下：

	2021 年度	2020 年度	2019 年度
大客户数量（家）	37.00	30.00	22.00
大客户收入金额（万元）	26,449.11	18,029.94	12,341.06
大客户收入金额占直销客户主营业务收入比重	44.05%	37.68%	29.34%
中客户数量（家）	98.00	88.00	83.00
中客户收入金额（万元）	16,649.99	14,551.11	14,378.26
中客户收入金额占直销客户主营业务收入比重	27.73%	30.41%	34.19%
小客户数量（家）	860.00	843.00	888.00
小客户收入金额（万元）	16,944.20	15,269.75	15,337.51
小客户收入金额占直销客户主营业务收入比重	28.22%	31.91%	36.47%

报告期内，发行人直接销售模式新增客户销售情况如下：

	2021 年度	2020 年度	2019 年度
新增客户数量（家）	310.00	292.00	333.00
新增客户收入金额（万元）	8,523.44	6,442.08	7,302.06

新增客户收入金额占直销客户主营业务收入比重	14.20%	13.46%	17.36%
-----------------------	--------	--------	--------

报告期内，发行人间接销售模式按照销售金额分层情况如下：

	2021 年度	2020 年度	2019 年度
大客户数量（家）	15.00	8.00	10.00
大客户收入金额（万元）	8,116.76	6,002.01	6,335.64
大客户收入金额占间接客户主营业务收入比重	77.64%	57.83%	74.34%
中客户数量（家）	9.00	16.00	6.00
中客户收入金额（万元）	1,600.24	3,379.68	975.29
中客户收入金额占间接客户主营业务收入比重	15.31%	32.57%	11.44%
小客户数量（家）	38.00	34.00	44.00
小客户收入金额（万元）	737.88	996.23	1,212.01
小客户收入金额占间接客户主营业务收入比重	7.06%	9.60%	14.22%

报告期内，发行人间接销售模式新增客户销售情况如下：

	2021 年度	2020 年度	2019 年度
新增客户数量（家）	16.00	14.00	22.00
新增客户收入金额（万元）	160.81	1,447.86	674.42
新增客户收入金额占间接客户主营业务收入比重	1.54%	13.95%	7.91%

由上表可知，报告期内发行人下游客户相对较为分散，发行人直接客户数量较多，报告期内直接客户数量分别为 993 家、961 家和 995 家。发行人直接销售模式下的客户集中度相对较低，间接模式下的客户集中度相对较高。

公司下游客户众多且分散。从标签行业来看，标签的终端应用范围较广，包括铜版纸标签、PP 合成纸标签、快递面单、轮胎标签、电子标签、食品饮料标签、日化标签等。根据学术期刊《标签数据》发布的 2021 年度行业调查，在我国从事标签印刷的企业中，89.55% 标签印刷业务营业收入不足 1 亿元，56.72% 标签印刷业务营业收入不足 3,000 万元。发行人标签系列产品下游应用广泛且客户整体规模偏小，致使发行人标签系列热熔压敏胶的下游客户较为分散。

从一次性卫生材料系列来看，其应用包括卫生巾、纸尿裤、成人尿垫、宠物尿垫、创口贴、输液贴、自粘敷料贴、防护服等。一次性卫生材料系列的应用相对集中，且头部品牌规模较大。由于头部品牌客户与汉高、富乐、波士胶等国际知名化工企业合作关系较深，发行人尚未能进入头部品牌客户的供应链体系。发行人一次性卫生材料系列产品主要客户为国内外中小一次性卫生材料生产商，因此发行人一次性卫生材料系列的客户也较为分散。

发行人高分子防水材料系列产品主要应用于国内外规模较大的防水材料企业，因此发行人该系列的客户较为集中，但由于发行人高分子防水材料系列产品当前收入占比较低，因此未能改变公司整体客户较为分散的特点。

从客户类型角度出发，通常而言行业内的贸易商、经销商以及 ODM 具备一定客户资源，因此发行人不排斥与间接销售客户开展合作。与间接客户开展合作有利于提高发行人客户集中度，降低管理客户的成本，可以达到互利共赢的状态。在化工行业中，间接销售模式较为普遍，发行人采用一定间接销售模式符合行业惯例。

五、说明报告期各期前五名直销客户、间接销售客户与发行人、发行人实际控制人、董事、监事、高管、其他核心人员、主要股东、离职员工及上述关联方是否存在关联关系、异常资金往来或其他利益安排。

发行人报告期各期前五名直销客户、间接销售客户与发行人、发行人实际控制人、董事、监事、高管、其他核心人员、主要股东、离职员工及上述关联方不存在关联关系、异常资金往来或其他利益安排。

六、详细说明发行人与 ONEPACK COM IMPORT EXPORT LTDA（以下简称 ONEPACK）的合作历史、交易过程，采购和销售发行人产品占 ONEPACK 贸易额的比重，ONEPACK 采购发行人产品后的具体销售情况，是否实现最终销售。

ONEPACK 成立于 2001 年，是一家在巴西从事铝箔经销、聚酯薄膜经销及热熔压敏胶经销业务的贸易公司。其主要股东为 Francivaldo Alves Santos，与嘉好股份不存在关联关系。发行人与 ONEPACK 于 2013 年在上海的展会中结识，在经

历了长达约三年左右的产品试验之后，ONEPACK 与发行人正式达成经销合作关系。ONEPACK 在巴西具备一定客户资源，其经销的发行人产品主要销售给当地一次性卫生材料用品生产商、床垫生产商等。ONEPACK 采购和销售发行人产品占 ONEPACK 贸易额的比重为 39%-42%。

在实际业务执行中，ONEPACK 通过邮件向发行人发送订单，包括订购产品的型号、数量。发行人与 ONEPACK 沟通确认好价格后与其签订业务合同，并开始发行人在发行人系统中下单排产。产品生产包装完成后，发行人向 ONEPACK 发货，在货物报关手续完成并装箱后确认收入。

报告期内，发行人对 ONEPACK 的销售的情况如下：

	2021 年度	2020 年度	2019 年度
销售数量（吨）	790.05	1,272.00	1,248.85
销售金额（万美元）	150.47	225.95	230.60

报告期内，ONEPACK 采购发行人产品后的具体销售情况如下：

	2021 年度	2020 年度	2019 年度
销售数量（吨）	598.05	1,018.13	1,141.50
销售金额（万美元）	154.97	262.83	312.03

注：数据来自由 ONEPACK 出具的终端销售情况明细。

发行人与 ONEPACK 采用 FOB 结算，发行人在货物装船并取得货运提单时确认收入，因此发行人确认产品实现销售与 ONEPACK 产品入库相差 2-3 个月左右时间。此外 ONEPACK 通常会预留一定安全库存。

报告期内，发行人合计向 ONEPACK 销售 3,310.90 吨产品，ONEPACK 对外销售 2,757.63 吨产品，合计 83.29% 的产品已实现销售。

【申报会计师回复】

一、针对事项（1）至（6）的核查

（一）主要核查程序

1、获取报告期内发行人按客户分类的销售明细表，对报告各期的主要客户进行抽样检查，包括销售订单、销售出库单、客户签收单、报关单、货运提单、销售发票、银行回款单等，检查销售合同了解发行人对其销售内容、信用期限、销售价格、数量等；

2、选择重大、新增客户对报告期内交易额和余额进行函证，核查发行人收入和销售往来款项的真实性和准确性；

3、对报告期内重大或新增客户进行访谈，其中对境内客户展开实地走访，对境外客户进行视频访谈，以证实交易发生情况；

4、对报告期内主要客户进行背景调查，对境内客户通过网络公开信息查询其法人代表、主要经营、股权结构、主营业务、工商登记的注册地址等信息；对境外客户主要通过中国出口信用保险有限公司获取其信用报告，了解客户的背景信息资料。通过获取上述信息并与发行人的股东、实际控制人及其配偶、董监高人员名单进行匹配，关注是否存在关联关系，对存在注册成立当年或次年即成为发行人主要客户的了解其合理性；

5、对销售负责人进行访谈，了解公司客户结构、主要客户变化原因、定价政策等；

6、对报告期内主要客户变动情况进行分析，了解主要客户销售收入及毛利率变动是否存在异常；

7、对发行人实际控制人、董事、监事、高管、其他核心人员、主要股东等进行访谈；核查发行人实际控制人、董事、监事、高管、其他核心人员、主要股东、以及存在密切关系的直系亲属、关键岗位离职人员等的个人流水，检查是否与发行人主要客户存在关联关系、异常资金往来或其他利益安排等；

8、对 ONEPACK 进行穿透核查，获取报告期销售和库存情况，访谈其主要终端客户，确认其销售的真实性以及是否存在发行人向其压货的情形。

（二）核查结论

经核查，公司上述回复中与财务报告相关的信息与我们在审计过程中获取的相关资料在所有重大方面一致。我们认为：

1、报告期内，发行人不同客户之间毛利率差异符合公司实际经营情况，同一客户不同年度内收入和毛利率的变动合理；

2、报告期内，发行人前五名直销客户和间接销售客户的变化符合公司实际经营情况，其合作背景、交易内容、交易金额和毛利率不存在异常情况，报告期各期均与发行人发生交易的客户数量、销售金额及占比情况较高，发行人客户相对稳定，其客户变动对业务稳定性不产生重大影响；

3、报告期内，发行人主要客户中注册成立次年即成为公司主要客户的情形是基于正常的商业合作所形成的，不存在发行人通过关联方成立公司并产生关联交易的情形；

4、报告期内，发行人客户集中度较低，系由产品下游应用领域广泛且下游客户数量众多所决定的，发行人不同销售模式下客户集中度符具有合理性；

5、报告期内，发行人报告期各期前五名直销客户、间接销售客户与发行人、发行人实际控制人、董事、监事、高管、其他核心人员、主要股东、离职员工及上述关联方不存在关联关系、异常资金往来或其他利益安排；

6、报告期内，发行人与 ONEPACK 的合作历史、交易过程，采购和销售不存在异常，ONEPACK 采购发行人产品已基本实现最终销售，不存在为发行人大量囤货的情形。

二、说明对发行人主要客户核查的情况，包括但不限于核查程序、核查比例、核查证据和核查结论。

（一）核查程序、核查比例、核查证据

1、获取报告期内发行人按客户分类的销售明细表，对报告各期的主要客户进行抽样检查，包括销售订单、销售出库单、客户签收单、报关单、货运提单、销售发票、银行回款单等，检查销售合同了解发行人对其销售内容、信用期限、销售价格、数量等；

2、选择重大、新增客户对报告期内交易额和余额进行函证，核查发行人收入和销售往来款项的真实性和准确性；

报告期对主要客户的函证情况如下：

单位：万元

项目	2021年度	2020年度	2019年度
发函金额	57,441.74	48,638.37	39,664.44
主营业务收入	70,498.18	58,228.71	50,579.77
发函比例	81.48%	83.53%	78.42%
回函金额	49,302.80	42,314.19	33,836.02
回函比例	85.83%	87.00%	85.31%

3、对报告期内重大或新增客户进行访谈，其中对境内客户展开实地走访，对境外客户进行视频访谈，以证实交易发生情况；

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
境内客户：			
实地走访金额	31,026.26	29,190.89	20,391.32
销售金额	52,213.70	42,223.94	34,256.45
境内走访比例	59.42%	69.13%	59.53%
境外客户：			
视频访谈金额	8,662.02	9,083.49	8,521.23
实地+视频访谈金额	974.63	1,592.42	1,564.98
销售金额	18,284.48	16,004.77	16,323.33
境外访谈比例	52.70%	66.70%	61.79%
合计：			
走访及视频访谈金额	40,662.90	39,866.80	30,477.53
销售金额	70,498.18	58,228.71	50,579.78
走访及视频访谈比例	57.68%	68.47%	60.26%

4、对报告期内主要客户进行背景调查，对境内客户通过网络公开信息查询其法人代表、主要经营者、股权结构、主营业务、工商登记的注册地址等信息；对境外客户主要通过中国出口信用保险有限公司获取其信用报告，了解客户的背景信息资料。通过获取上述信息并与发行人的股东、实际控制人及其配偶、董监高人员名单进行匹配，关注是否存在关联关系。

5、对报告期内包括收入排名前十在内的主要客户变动情况进行分析，了解其销售收入及毛利率变动是否存在异常；

6、对发行人实际控制人、董事、监事、高管、其他核心人员、主要股东等进行访谈；核查发行人实际控制人、董事、监事、高管、其他核心人员、主要股东等的个人流水，核查报告期各期主要客户与发行人、发行人实际控制人、董事、监事、高管、其他核心人员、主要股东是否存在异常资金往来或其他利益安排。

（二）核查结论

发行人主要客户不存在异常的情形。

审核问询函 5.关于生产和营业成本

申报文件显示：

（1）报告期各期，发行人主营业务成本分别为 45,668.80 万元、58,855.26 万元、70,122.45 万元。

（2）发行人人工费用占营业成本的比例显著低于同行业可比公司。

请发行人：

（1）说明发行人标签系列热熔胶、一次性卫生材料系列热熔胶、高分子防水材料系列热熔胶等主营产品生产的生产周期、生产线通用情况、主要原材料构成差异、制约产能的关键因素。

（2）说明标签系列热熔胶、一次性卫生材料系列热熔胶、高分子防水材料系列热熔胶等主营产品对应主要原材料的单位耗用情况；如报告期内主要原材料单位耗用存在显著变动，请说明原因及合理性。

（3）说明制造费用的构成及变动情况，是否与主营产品产量的变动相匹配。

（4）说明制造费用及人工费用的归集与分类核算方法，是否存在仅在完工产品间分摊制造费用及人工费用的情形；如存在，请说明分摊的合理性及是否符合《企业会计准则》相关要求。

（5）说明报告期内生产员工的平均数量和薪酬水平，结合同行业或同地区工资水平，分析报告期内人工费用占营业成本的比例显著低于同行业可比公司的原因。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【公司回复】

一、说明发行人标签系列热熔胶、一次性卫生材料系列热熔胶、高分子防水材料系列热熔胶等主营产品生产的生产周期、生产线通用情况、主要原材料构成差异、制约产能的关键因素。

1、主营产品生产的生产周期

公司生产热熔胶的设备主要是搅拌釜，搅拌釜在启动后处于连续运转、连续生产状态。公司产品的主要生产过程涉及投料、搅拌釜搅拌、抽真空、出料、冷却、包装等工序，每道工序及不同工序之间均为连续生产，产品生产周期较短。公司主营产品生产的生产周期约为：

产品类别	生产周期（注）
标签系列热熔胶	约 4 小时
一次性卫生材料系列热熔胶	约 3.5 小时
高分子防水材料系列热熔胶	约 5 小时

注 1：生产周期是指：从投料到出料的时间周期；

注 2：生产周期差异的原因：不同类别产品的原材料配比不同，需要在搅拌釜中搅拌的时间不同。

2、生产线通用情况

报告期内，公司不同类别产品通用同一生产线。

公司热熔胶产品的主要生产工序是搅拌釜搅拌。不同类别产品原材料配比有所不同，但生产工序相同。为保证产品质量，在使用同一生产线生产不同类别产品之前，生产人员会按计划对搅拌釜进行清洗。

3、主要原材料构成差异

公司不同类别产品的主要原材料均为增粘树脂、热塑性弹性体和橡胶油。不同类别产品主要原材料的构成差异主要体现在原材料的配比上，具体如下：

产品类别	主要原材料	原材料构成差异
------	-------	---------

标签系列热熔胶	增粘树脂（石油树脂、松香树脂）； 热塑性弹性体（SIS 橡胶）； 橡胶油（环烷油、白矿油）	不同类别产品耗用的原材料大类相同，但细分类别及原材料配比有所不同
一次性卫生材料系列热熔胶	增粘树脂（石油树脂）； 热塑性弹性体（SBS 橡胶、SIS 橡胶、SEBS 橡胶）； 橡胶油（环烷油、白矿油）	
高分子防水材料系列热熔胶	增粘树脂（石油树脂）； 热塑性弹性体（SIS 橡胶）； 橡胶油（环烷油）	

4、制约产能的关键因素

生产线的设计产能是制约公司产能的关键因素。公司主要生产设备是搅拌釜，搅拌釜搅拌是产品生产的主要工序，搅拌釜的设计产能直接对产品产能形成制约。

二、说明标签系列热熔胶、一次性卫生材料系列热熔胶、高分子防水材料系列热熔胶等主营产品对应主要原材料的单位耗用情况；如报告期内主要原材料单位耗用存在显著变动，请说明原因及合理性。

公司各类主营产品消耗的主要原材料均为增粘树脂、热塑性弹性体和橡胶油，但不同类别产品消耗原材料的配比有所不同。报告期内，主营产品主要原材料实际单耗及变动情况如下：

单位：kg/kg

产品类别	主要原材料	2021 年度		2020 年度		2019 年度
		实际单耗	变动率	实际单耗	变动率	实际单耗
标签系列热熔胶	增粘树脂	0.4737	-0.32%	0.4752	1.76%	0.4670
	橡胶油	0.2113	0.37%	0.2105	-2.50%	0.2159
	热塑性弹性体	0.3129	0.53%	0.3112	-0.58%	0.3130
一次性卫生材料系列热熔胶	增粘树脂	0.5462	-0.64%	0.5497	0.83%	0.5452
	橡胶油	0.2593	1.24%	0.2561	-0.23%	0.2567
	热塑性弹性体	0.1878	-0.83%	0.1894	1.18%	0.1872
高分子防水材料系列热熔胶	增粘树脂	0.4576	-0.15%	0.4583	2.39%	0.4476
	橡胶油	0.2400	-2.37%	0.2458	3.67%	0.2371
	热塑性弹性体	0.2996	5.38%	0.2843	-4.88%	0.2989

公司各类主营产品分别包含众多细分产品型号，同类产品具有相似的配方，不同细分型号产品的配方存在差异。

标签系列和一次性卫生材料系列热熔胶是公司传统产品，配方成熟，其原材料单耗在报告期内基本稳定。

高分子防水材料系列热熔胶是公司创新型产品品类。2020 年，2072A、2072K 等高分子防水类细分产品占比逐步增加，导致每公斤高分子防水材料系列热熔胶消耗的热塑性弹性体进一步减少 4.88%、消耗的橡胶油和增粘树脂分别进一步增加 3.67%和 2.39%；2021 年度，公司客户 FT Synthetics Inc 采购特定型号的细分产品数量大幅增加，使得每公斤高分子防水材料系列热熔胶消耗的热塑性弹性体进一步增加 5.38%、消耗的橡胶油和增粘树脂分别减少 2.37%和 0.15%。

三、说明制造费用的构成及变动情况，是否与主营产品产量的变动相匹配。

报告期内，公司制造费用的具体构成如下：

单位：万元

项目	2021 年		2020 年		2019 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
间接材料	2,273.28	48.68%	1,673.68	50.19%	1,430.55	49.63%
能源消耗	788.99	16.89%	591.17	17.73%	487.43	16.91%
折旧摊销费	956.85	20.49%	368.22	11.04%	255.04	8.85%
职工薪酬	403.70	8.64%	317.94	9.53%	267.91	9.30%
租赁费	246.65	5.28%	254.88	7.64%	266.88	9.26%
其他	0.79	0.02%	128.84	3.86%	174.34	6.05%
合计	4,670.26	100.00%	3,334.73	100.00%	2,882.15	100.00%
产品产量 (吨)	53,472.89	-	43,978.99	-	37,015.09	-
每吨产品 耗费的制 造费用 (万元/ 吨)	0.0873	-	0.0758	-	0.0779	-

公司生产成本中的制造费用主要包括间接材料（包装材料、滤网滤袋、生产用离型纸等材料）、能源消耗、折旧费、职工薪酬、租赁费等。能源消耗主要为水费、电费及供热费，其他费用主要为修理费、办公费、劳动保护费等。

2019 年至 2021 年，公司制造费用分别为 2,882.15 万元、3,334.73 万元及 4,670.26 万元，公司主营产品产量分别为 37,015.09 吨、43,978.99 吨及 53,472.89 吨，制造费用金额随着主营产品产量的增加而逐年增加，产品消耗的制造费用金额分别为 0.0779 万元/吨、0.0758 万元/吨及 0.0873 万元/吨，其中 2021 年度单位制造费用提升主要系太仓嘉好新增厂房转固启用、太仓嘉好新增生产线转固启用以及江苏嘉好新增仓库及储油罐转固启用使得折旧摊销费用大幅上升所致。因太仓嘉好新增产能完全释放需要一定时间，故短期内发行人单位制造费用有所上升，随着发行人产量的增加，未来单位制造费用将逐步回落。整体而言，发行人制造费用的变动与主营产品产量的变动相匹配。

四、说明制造费用及人工费用的归集与分类核算方法，是否存在仅在完工产品间分摊制造费用及人工费用的情形；如存在，请说明分摊的合理性及是否符合《企业会计准则》相关要求。

公司热熔胶产品每个批次的生产周期约为 3.5-5 小时，产品从投料到出料的整个生产过程是连续不断的。公司不存在半成品和在产品。

制造费用主要归集为生产产品而发生的各项间接费用及间接材料，包括生产部门非直接生产人员（生产管理人员、仓储人员及设备维修人员）的工资薪金、生产用固定资产的折旧费、租赁费、能源消耗费用及间接材料等支出。财务部门每月核算、归集制造费用，并在月末将当月归集的制造费用按照当月产量进行平均分摊。

直接人工归集直接生产人员的工资薪金支出。财务部门每月核算、归集直接生产人员工资薪金费用，并在月末将当月归集的直接人工工资薪金金额按照当月产量进行平均分摊。

综上所述，由于不存在半成品和在产品，公司仅在完工产品间分摊制造费用及直接人工费用，分摊方式符合公司实际情况，具有合理性。公司制造费用及直接人工费用的分摊符合企业会计准则的规定。

五、说明报告期内生产员工的平均数量和薪酬水平，结合同行业或同地区工资水平，分析报告期内人工费用占营业成本的比例显著低于同行业可比公司的原因。

公司生产员工可以分为直接生产人员（生产工人）与非直接生产人员（生产管理人员、仓储人员及设备维修人员），直接生产人员的薪酬费用计入生产成本中的直接人工费用，非直接生产人员的薪酬费用计入制造费用。

1、直接生产人员薪酬分析

（1）报告期内直接生产人员的平均数量和薪酬水平

报告期各期，公司直接生产人员的平均数量和薪酬水平如下：

人员类别	项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
直接生产人员	职工薪酬 (万元)	1,025.32	746.74	715.40
	人数(人)	107.33	87.25	91.67
	人均年薪 (万元/年)	9.55	8.56	7.80

注：人数为各年度按照在职时间加权的平均人数；

报告期各年度公司直接生产人员平均数量分别为 91.67 人、87.25 和 107.33 人。公司生产规模扩大的同时直接生产人员数量未随着生产规模的增长而增加。

报告期内，公司直接生产人员人均薪酬（含社保、公积金）分别为 7.80 万元/年、8.56 万元/年及 9.55 万元/年。

2020 年直接生产人员人均薪酬较 2019 年增长 9.74%，主要是由于直接生产人员采用计件工资制，2020 年发行人直接生产人员人均产量较 2019 年高 24.83%，因此直接生产人员薪酬相应增加，由于 2020 年度公司享受社保优惠政

策，因此人均年薪增长速度缓于人均产量增长速度。2021 年度，公司享受的社保免征优惠政策到期，人均年薪有所上升。

(2) 生产人员平均薪资水平与同地区公司的对比情况

报告期内，公司与同地区人均薪酬情况如下：

单位：万元/年

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
上海市城镇私营单位就业人员平均工资（注 1）	尚未公布	8.01	6.42
江苏省城镇私营单位（制造业）就业人员年平均工资（注 2）	尚未公布	6.47	5.93
如皋上市公司梦百合[603313.SH]（生产人员薪资）	8.30	6.74	9.01
嘉定区上市公司上海天洋 [603330.SH]（生产人员薪资）	8.63	7.31	9.92
本公司生产人员平均薪酬	9.55	8.56	7.80

注 1：上海市城镇私营单位就业人员平均工资数据来源于上海市统计局（统计年鉴）；

注 2：江苏省城镇私营单位（制造业）就业人员年平均工资数据来源于江苏省统计局（统计新闻发布）。

由于公司直接生产人员实行计件工资制度，且报告期内公司产品产量逐年增加，公司直接生产人员平均薪酬高于上海市城镇私营单位就业人员平均工资及江苏省城镇私营单位（制造业）就业人员年平均工资。

(3) 报告期内人工费用占营业成本的比例显著低于同行业可比公司的原因

2019 年至 2021 年，公司与同行业可比公司类似产品的成本构成情况对比如下：

产品	项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
福斯特胶膜	原材料	91.27%	89.95%	89.64%
	人工费用	1.99%	2.35%	2.35%

	制造费用	6.75%	7.70%	8.01%
上海天洋热熔胶粉胶粒	原材料	79.09%	77.61%	87.77%
	人工费用	4.87%	3.97%	4.48%
	制造费用	16.04%	18.42%	7.76%
集泰股份有机硅密封胶	原材料	94.06%	92.69%	91.72%
	人工费用	2.30%	2.38%	2.38%
	制造费用	3.64%	4.94%	5.91%
晶华新材工业胶粘材料、 美纹纸胶粘材料	原材料	76.75%	72.77%	75.89%
	人工费用	5.89%	9.05%	10.07%
	制造费用	17.36%	18.18%	14.05%
聚胶新材热熔压敏胶	原材料	95.24%	95.04%	94.59%
	人工费用	1.28%	1.46%	1.56%
	制造费用	3.48%	3.50%	3.85%
行业平均	原材料	87.28%	85.61%	87.92%
	人工费用	3.27%	3.84%	4.17%
	制造费用	9.45%	10.55%	7.92%
嘉好股份热熔压敏胶	原材料	90.40%	91.27%	91.12%
	人工费用	1.73%	1.60%	1.77%
	制造费用	7.87%	7.14%	7.11%

注：部分可比上市公司将运费计入制造费用，部分可比上市公司未说明运费是否包含在对外披露的成本构成中，聚胶新材披露成本构成未考虑运费因素。为实现报告期内数据可比，且与同行业公司聚胶新材披露数据可比，本表格成本构成不考虑运费。

2019 年至 2021 年，公司人工费用占营业成本的比重分别为 1.77%及、1.60%及 1.73%，同行业可比公司相应指标平均值分别为 4.17%、3.84%及 3.27%，其中聚胶新材相应指标分别为 1.56%、1.46%及 1.28%。公司人工费用占营业成本的比例和聚胶新材基本持平但显著低于同行业可比公司平均值的主要原因为公司与可比公司（不含聚胶新材）的细分产品类型不同，具体如下：

公司名称	主要产品	与公司产品生产工艺是否相似
福斯特	EVA 太阳能电池胶膜	否
上海天洋	各类热熔胶胶粉及胶粒、热熔胶网膜等	否
集泰股份	有机硅密封胶、水性密封胶等	否
晶华新材	美纹纸胶粘带、电子胶粘带、布基胶粘带等	否
聚胶新材	热熔压敏胶	是
嘉好股份	热熔压敏胶	-

注：上述可比公司信息均摘自其公开披露的定期报告或招股说明书。

由上表可知，尽管可比公司（不含聚胶新材）属于胶粘剂行业，但其主要产品均非热熔压敏胶，产品的生产工艺均和公司不同，导致公司人工费用占营业成本的比重与其存在较大差异。公司主营产品与聚胶新材类似，人工费用占营业成本的比重与聚胶新材相比没有重大差异。

综上，由于细分产品类型存在差异，公司人工费用占营业成本的比例显著低于同行业可比公司平均水平，但与主营产品类似的聚胶新材持平，具有合理性。

【申报会计师回复】

一、针对事项（1）至（5）的核查

（一）主要核查程序

1、实地观察发行人的生产车间、生产线、仓库，查看生产流程。访谈发行人生产部门相关负责人，了解生产周期，生产线通用情况及制约产能的关键因素；

2、访谈发行人生产负责人、采购负责人，了解发行人的生产流程、生产工艺、生产过程所需的主要投入原材料、相应的原材料的采购情况。并获取生产成本明细表、生产领料明细表，比较前后各期的生产成本总额及单位生产成本，分析报告期主要原材料单位耗用情况及变动原因，并对原材料采购市场价波动趋势进行分析；

3、获取发行人报告期内制造费用明细表以及各年度产品产量，并进行对比分析；

4、了解制造费用及人工费用的归集核算方法与分摊原则，并结合生成流程判断其核算方法及分配原则政策的合理性。抽查报告期部分月份的成本计算单，对制造费用及直接人工进行重新分配并与发行人分配情况进行差异核对。

5、获取并查阅发行人与人员工资薪金有关的文件，包括员工花名册、职工

薪酬明细表等，抽查公司薪酬发放记录;统计发行人生产人员工资薪酬总额及生产人员人数，并进行对生产人员平均工资与同地区平均工资进行对比。

6、通过公开渠道查询同行业可比公司的具体产品类型，了解同行业可比公司具体产品的生产工艺，并与发行人具体产品及其生产工艺进行对比，分析发行人人工费用占营业成本的比例显著低于行业平均水平是否合理。

（二）核查结论

1、发行人主要生产设备是搅拌机，产品生产周期在 3.5-5 小时之间，不同类别产品的生产工序相同并通用生产线；公司各类主营产品的主要原材料均为增粘树脂、热塑性弹性体、橡胶油，但不同类别产品的原材料配比有所不同；制约公司产能的关键因素是生产线的设计产能；

2、报告期内，公司标签系列热熔压敏胶、一次性卫生材料系列热熔压敏胶的原材料单耗基本稳定。高分子防水材料系列热熔胶原材料单耗的变动主要是由于公司针对该类产品陆续开发了较多细分产品类型，新型产品的配方有所改进，导致高分子防水材料系列热熔胶整体的原材料单耗发生变动，具有合理性；

3、报告期内，公司制造费用变动与同期产品产量变动相匹配；

4、发行人存在仅在完工产品间分摊制造费用及人工费用的情形，其分摊方式合理，相关会计处理符合《企业会计准则》的规定；

5、报告期内，发行人人工费用占营业成本的比例显著低于同行业可比公司平均水平的主要原因是公司与可比公司（不含聚胶新材）的主营产品类型不同；由于公司直接生产人员实行计件工资制度，且报告期内公司产品产量逐年增加，公司直接生产人员平均薪酬高于同地区平均工资水平；发行人人工费用占营业成本比例较低的情形和具有类似主营产品同行业可比公司聚胶新材没有重大差异；报告期内，发行人人工费用占营业成本的比例显著低于同行业可比公司具有合理性。

审核问询函 6.关于采购和主要供应商

申报文件显示：

（1）发行人采购的主要原材料包括增粘树脂、热塑性弹性体、橡胶油等，报告期各期采购金额分别为 35,167.87 万元、39,615.40 万元、45,094.36 万元，报告期内采购价格整体呈下降趋势。

（2）报告期各期，发行人向前五名供应商合计采购占比分别为 75.53%、73.85%、72.07%。

请发行人：

（1）结合公开市场报价或同行业可比公司、上下游（拟）上市公司采购或销售相关产品的价格情况，进一步分析报告期内发行人主要原材料增粘树脂、热塑性弹性体、橡胶油采购单价的公允性。

（2）说明报告期内发行人主要供应商集中度较高的情形是否符合行业惯例，相关主要原材料的市场供应情况，发行人是否对主要供应商存在依赖。

（3）说明鲁华泓锦、金海晨光、科茂化工的基本情况，包括股权结构、成立时间、注册资本、合作历史、发行人对其采购金额及占比、采购价格公允性；对于贸易性质的供应商，说明最终供应商情况、发行人向其采购的原因。

（4）说明报告期内主要供应商中是否存在注册成立当年或次年即成为发行人主要供应商的情形，如存在，请说明原因及合理性。

（5）说明公司在生产过程中是否存在委托加工或外协采购的情形；如存在，请说明涉及的工序、主要供应商基本情况、采购金额及占比、采购定价公允性等。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明对供应商的核查情况，包括但不限于核查程序、核查比例、核查证据和核查结论。

【公司回复】

一、结合公开市场报价或同行业可比公司情况，进一步分析报告期内发行人主要原材料增粘树脂、热塑性弹性体、橡胶油采购单价的公允性。

1、公司主要原材料采购价格和公开市场报价的对比情况

公司选择原材料市场公开报价数据来自卓创资讯、隆众资讯、同花顺 iFind

以及鲁华泓锦招股说明书。公司选择了营规模大、品牌知名度高，且均为相关原材料市场的主要供应商的厂商报价作为比较价格，具有较强的市场代表性。

报告期内，公司主要原材料采购均价及同期市场公开报价如下：

单位：万元/吨

项目	子分类	2021 年度	2020 年度	2019 年度
增粘树脂	碳五树脂（不含税）	1.11	1.04	0.98
	碳五树脂（公司采购均价，不含税）	1.01	1.07	0.98
	价差（注）	-9.01%	2.88%	0.00%
	加氢树脂（不含税）	0.97	1.07	1.01
	DCPD 氢化石油树脂（公司采购均价，不含税）	0.91	1.09	1.01
	价差	-6.19%	1.87%	0.00%
热塑性弹性体	SIS 橡胶-华东市场价（巴陵石化，含税）	1.65	1.40	1.53
	SIS 橡胶-华东市场价（巴陵石化，换算为不含税）（注 2）	1.46	1.24	1.35
	SIS 橡胶（公司采购均价，不含税）	1.37	1.14	1.27
	价差	-6.18%	-8.06%	-5.93%
	SBS 橡胶出厂价（巴陵石化，含税）	1.21	1.07	1.36
	SBS 橡胶出厂价（巴陵石化，换算为不含税）	1.07	0.95	1.20
	SBS 橡胶（公司采购均价，不含税）	1.08	1.00	1.22
	价差	0.93%	5.26%	1.67%
橡胶油	基础油出厂价（盘锦北沥，含税）	0.65	0.53	0.63
	基础油出厂价（盘锦北沥，换算为不含税）	0.58	0.47	0.56
	公司采购均价（不含税）	0.57	0.50	0.58
	价差	-1.72%	6.38%	3.57%

注 1：价差=（公司采购均价-市场公开报价）/市场公开报价，下同；

注 2：为简化计算，2019 年、2020 年及 2021 年增值税率按 13% 执行；

注 3：2019 年至 2020 年增粘树脂公开报价来自鲁华泓锦公开披露资料；2021 年鲁华泓

锦碳五树脂公开报价来自卓创资讯；2021 年鲁华泓锦加氢树脂公开报价来自隆众咨询；SIS 橡胶公开报价来自卓创资讯；SBS 橡胶公开报价和橡胶油公开报价来自同花顺 iFinD。

报告期内，公司主要向生产型供应商采购增粘树脂，增粘树脂生产行业竞争充分，价格较为公开、透明。报告期内，增粘树脂的市场价格与公司的采购价格基本一致，小幅差异主要是受所采购的增粘树脂的品类、品质、采购量、采购时点等影响。2021 年度，公司采购的碳五树脂采购价格较市场均价低 9.01%、DCPD 氢化石油树脂的采购价格较市场均价低 6.19%，除受前述影响之外，还由于 2021 年增粘树脂的数据来源与 2019 年度和 2020 年度的数据来源不同所致。2019 年度和 2020 年度的碳五树脂的数据来源为鲁华泓锦公开披露资料，2021 年度碳五树脂的数据来源为第三方机构采集。不同统计方式对参考价格的波动存在一定影响。

公司采购的热塑性弹性体有 SIS 橡胶、SBS 橡胶及 SEBS 橡胶等。各类热塑性弹性体中，SIS 橡胶占比较高，主要供应商是中石化集团。作为中石化集团直供自用客户且采购量较大，公司从中石化集团直接采购 SIS 橡胶的价格低于中石化集团对其非直供客户的销售价格。此外，2021 年度，发行人向鲁华泓锦采购了大量 SIS，由于鲁华泓锦 SIS 产品为其新推出的产品，其为打开自身产品市场，对作为其主要长期客户之一的发行人的销售价格较为优惠。综上，报告期内公司 SIS 橡胶的采购均价较市场公开报价分别低 5.93%、8.06%和 6.18%。由于公司从中石化集团采购 SBS 橡胶的批量较小，同时也从其他供应商处采购 SBS 橡胶，导致 SBS 橡胶的采购均价高于市场公开报价，但价差在合理范围内。

报告期内，公司橡胶油的平均采购单价较市场价分别高 3.57%、6.38%和 1.70%，主要是由于报告期内公司采购的橡胶油品质较高，更符合公司产品的性能需求。

综上，报告期内公司主要原材料的采购价格与市场公开报价相比不存在重大差异，采购价格公允。

2、公司主要原材料采购价格和同行业可比公司的对比情况

可比公司中，聚胶新材主营产品与公司类似，和公司可比程度较高。报告期内，公司与聚胶新材主要原材料的采购单价对比情况如下：

单位：万元/吨

项目		2021 年度	2020 年度	2019 年度
增粘树脂类	聚胶新材（石油树脂）	1.00	1.11	1.11
	本公司（石油树脂）	0.95	1.07	1.01
	价差	-5.00%	-3.60%	-9.01%
热塑性弹性体类	聚胶新材（高聚物）	1.34	1.15	1.32
	本公司（SIS 橡胶）	1.37	1.14	1.27
	价差	2.24%	-0.87%	-3.79%
增塑剂类	聚胶新材（矿物油）	0.63	0.57	0.62
	本公司（橡胶油）	0.57	0.50	0.58
	价差	-9.52%	-12.28%	-6.45%

整体来看，报告期内公司主要原材料采购均价和聚胶新材差异不大，且价格趋势一致，公司与聚胶新材的主要原材料采购情况具有可比性。

报告期内，公司增粘树脂采购价格相比聚胶新材而言相对较低，主要由于发行人与聚胶新材的客户群体不同、主打产品不同以及配方技术不同所致。尤其是客户群体不同致使双方在原材料采购的具体型号方面存在一定差异，因此发行人与聚胶新材的增粘树脂采购价格存在一定差异。

报告期内，公司与聚胶新材的热塑性弹性体采购价格较为接近，存在一定价格主要受到采购的具体型号、采购的时间点等因素的影响。

报告期内，公司增塑剂类的采购价格较聚胶新材低，主要系聚胶新材主要从中石油集团的经销商深圳市克润力润滑油有限公司采购矿物油，而公司的橡胶油从中石油集团直接采购，因此具有一定价格优势。

综上，公司主要原材料采购均价和同行业可比公司聚胶新材具有可比性。

二、说明报告期内发行人主要供应商集中度较高的情形是否符合行业惯例，相关主要原材料的市场供应情况，发行人是否对主要供应商存在依赖。

1、报告期内发行人主要供应商集中度较高的情形是否符合行业惯例

报告期内，公司及同行业可比公司主要供应商集中度（对前五大供应商采购额占采购总额的比例）情况如下：

公司名称	向前五大供应商采购的主要原材料	前五大供应商采购占比（注）	数据口径
福斯特	EVA 树脂	66.50%-74.33%	原材料
上海天洋	EVA 粒子（KA-40）、癸二胺、十二酸等	45.78%-52.76%	原材料
晶华新材	-	23.30%-27.39%	-
集泰股份	二甲基硅氧烷、二甲基聚硅氧烷、二甲苯、溶剂油等	36.57%-39.09%	原材料、辅料
聚胶新材	石油树脂、高聚物、矿物油	51.61%-57.38%	原材料
本公司	增粘树脂、热塑性弹性体、橡胶油	72.07%-80.39%	原材料

注：根据同行业可比公司招股书公开披露的前五大供应商采购占比数据整理；晶华新材未披露向前五大供应商采购的主要原材料及数据口径；可比公司前五大供应商采购占比为其招股说明书所列报告期内前五大供应商采购占比的最小值和最大值。

注 2：上表可比公司数据主要采集自公开披露数据。

同行业可比公司中，上海天洋、晶华新材、集泰股份对前五大供应商的采购占比为 23.30%-52.76%，采购集中度低于本公司以及福斯特、聚胶新材，主要原因系其与本公司及福斯特、聚胶新材的主营产品不同，因而采购的主要原材料及原材料市场供应情况、主要供应商的集中度有所不同。聚胶新材与公司业务模式最为相似，均主要从事热熔压敏胶的生产与销售，因此与公司之间最具可比性，聚胶新材和公司的主要供应商集中度均较高。由于公司对中石化集团及中石油集团的采购量较大、采购占比较高，导致采购集中度高于聚胶新材。

报告期内，公司主要供应商集中度较高主要是由于公司与主要原材料厂商建立了稳定的合作关系，具体原因为：

（1）大型厂商产能稳定、产量较高，满足公司生产需求

基于产能规模与公司生产需求的匹配性以及产能稳定性、交货及时性等因素，公司通常选择规模较大、产能较高的中大型原材料厂商建立稳定的合作关系，以保证原材料供应的连续性和及时性。

(2) 大型厂商产品质量较高且质量稳定，有利于提高公司产品质量

原材料采购环节是公司产品质量控制关键环节。公司对主要原材料供应商实行严格的准入制度，需首先通过对原材料小批量实验，认证相关产品的质量及其稳定性后，再进行大批量采购。相比小型生产厂商，中大型厂商的产品质量较高且质量稳定，有利于提高公司的产品质量。

(3) 从大型厂商连续、稳定采购，有利于获得价格优惠

原材料采购关乎公司成本控制。相比小型生产厂商，中大型厂商产量较大，由于公司原材料需求量较大，和中大型厂商建立长期、稳定的采购关系，可以在保证产品质量的前提下享受大批量采购的价格优惠，有利于节约成本。

(4) 公司从中石化集团和中石油集团直接采购且采购量较大、采购占比较高

近年来，得益于公司在热熔胶领域较高的行业地位、未来成长性、付款及时性以及较大的用量，公司成为中石油集团和中石化集团直接自用客户。直接采购相比经过中间商采购具有一定价格优势，因而采购量较大、采购占比较高。

综上，为满足公司连续、及时的生产需求，并在获得较高质量原材料基础上获得一定价格优惠，公司与主要原材料的大型生产厂商建立了稳定的合作关系，供应商集中度较高的情形与公司经营情况相符，符合行业管理，具有合理性。

2、相关主要原材料的市场供应情况，发行人是否对主要供应商存在依赖

公司主要原材料增粘树脂、热塑性弹性体及橡胶油属于成熟石化产品，市场上有多家生产工艺成熟的生产厂商，市场竞争充分，市场供应充足，不存在单一厂商产能占市场供应量比例较高的情形。

报告期内，公司与主要原材料厂商建立了稳定合作关系，从主要供应商处采购量较大，是基于生产经营需要进行的主动选择。公司建立了完备的备选供应商制度。对于增粘树脂，公司可以向鲁华泓锦、科茂化工、金海晨光等大型厂商采购。对于热塑性弹性体，公司有中石化集团、金海晨光、鲁华泓锦等大型厂商可供选择。

综上，公司不存在对主要供应商的依赖。

三、说明鲁华泓锦、金海晨光、科茂化工的基本情况，包括股权结构、成立时间、注册资本、合作历史、发行人对其采购金额及占比、采购价格公允性；对于贸易性质的供应商，说明最终供应商情况、发行人向其采购的原因。

1、说明鲁华泓锦、金海晨光、科茂化工的基本情况，包括股权结构、成立时间、注册资本、合作历史、发行人对其采购金额及占比

报告期内，公司对鲁华泓锦、金海晨光、科茂化工的采购情况如下：

单位：万元

年度	序号	供应商名称	采购内容	采购金额	占总采购金额比
2021 年	1	鲁华泓锦	增粘树脂、热塑性弹性体	13,004.97	24.15%
	2	金海晨光	增粘树脂、热塑性弹性体	11,437.83	21.24%
	3	科茂化工	增粘树脂	2,175.96	4.04%
合计				26,618.75	49.42%
2020 年度	1	鲁华泓锦	增粘树脂、热塑性弹性体	12,706.16	28.13%
	2	金海晨光	增粘树脂、热塑性弹性体	3,604.80	7.98%
	3	科茂化工	增粘树脂	3,366.37	7.45%
合计				19,677.33	43.56%
2019 年度	1	鲁华泓锦	增粘树脂	10,193.32	25.71%
	2	科茂化工	增粘树脂	4,077.54	10.28%
	3	金海晨光	增粘树脂、热塑性弹性体	2,370.08	5.98%

年度	序号	供应商名称	采购内容	采购金额	占总采购金额比
合计				16,640.94	41.97%

注：同一控制下的供应商采购金额已合并披露。

主要供应商鲁华泓锦、金海晨光、科茂化工基本情况及与公司合作情况如下：

(1) 淄博鲁华泓锦新材料股份有限公司

公司名称	淄博鲁华泓锦新材料股份有限公司
统一社会信用代码	91370000164102839J
注册资本	44,540 万元人民币
企业类型	股份有限公司
法定代表人	郭强
设立日期	1989-04-03
开始合作时间	2011 年
营收规模	年平均营收约 24 亿元
股权结构	山东富丰泓锦投资股份有限公司：24.21%； GICC HOLDING PTY LTD：21.86%； 北京信聿投资中心（有限合伙）：11.42%； 中信产业投资基金（香港）投资有限公司：7.03%； 郭强：4.76%； 其他股东合计：30.72%

(2) 宁波金海晨光化学股份有限公司

公司名称	宁波金海晨光化学股份有限公司
统一社会信用代码	91330200671234019D
注册资本	42,000 万元人民币
企业类型	其他股份有限公司（非上市）
法定代表人	严光明
设立日期	2008-03-17
开始合作时间	2016 年
营收规模	年平均营收约 16 亿元
股权结构	宁波金海投资控股有限公司：73.11%； 台州谱润股权投资合伙企业（有限合伙）：10.24%； 宁波广盛投资有限公司：10.23%； 宁波宏泰股权投资合伙企业（有限合伙）：3.57%； 上海永强鸿坤资产经营中心（有限合伙）：2.62%；

尹锋：0.24%。

(3) 广州科茂化工有限公司

公司名称	广州科茂化工有限公司
统一社会信用代码	914401062312145408
注册资本	1,000 万元人民币
企业类型	有限责任公司（法人独资）
法定代表人	曾广建
设立日期	1994-12-06
开始合作时间	2007 年
营收规模	年平均营收约 8.5 亿元
股权结构	广东科茂林产化工股份有限公司：100%

2、对贸易性质的供应商，说明最终供应商情况、发行人向其采购的原因

报告期内公司存在向贸易性质供应商采购的情形，采购金额占原材料采购总额的比例分别为 2.01%、1.64% 及 1.58%。向贸易性供应商采购的主要原因包括：

(1) 相关原材料的最终厂商位于海外或最终厂商的直销渠道有限，从其贸易商处采购较为便利；

(2) 贸易性供应商在采购灵活性、送货及时性、售后服务方面具有优势；

(3) 最终厂商缺货，为满足紧急订单的生产需求，从贸易商处采购；

(4) 公司采购量较小，达不到直接从最终厂商采购的条件。

报告期内公司向主要贸易性供应商采购的具体情况如下：

单位：万元

贸易性供应商名称	采购内容	采购金额			最终厂商	合作原因/背景
		2021 年	2020 年	2019 年		
佛山市沅胜化工有限公司	抗氧剂 1010	27.26	271.24	287.42	山东省临沂市三丰化工有限公司	公司用量小，未达到与厂商直接合作的条件
广州市佳林化学科技有限公司	聚异丁烯 PB1300	215.70	230.77	206.12	DL Chemical Co.,Ltd	

上海润晖新能源科技有限公司	白油 150N、 500N	15.05	7.12	58.13	海南汉地阳光石油化工有限公司	
上海埃铂新能源科技有限公司	白油 150N	-	-	-		
瑞安市新龙化工原料有限公司	环烷油 4010 油	-	-	-	中国石油天然气股份有限公司克拉玛依润滑油厂	市场供应紧张，通过贸易商可以及时采购
广州市仁聚高分子材料有限公司	热塑性弹性体	158.99	12.83	-	广东众和高新科技有限公司	
上海翊润新材料科技有限公司	白矿油	131.58	--	-	中石化集团	少量采购特殊牌号白矿油，为简化采购流程直接从贸易商购买
小计	-	548.58	521.96	551.67	-	-
贸易性供应商采购总额	-	850.41	739.92	795.41	-	-
原材料采购金额	-	53,776.58	45,094.36	39,615.40	-	-
贸易性供应商采购占比	-	1.58%	1.64%	2.01%	-	-

报告期内，公司从贸易性供应商处采购的金额分别为 795.41 万元、739.92 万元及 850.41 万元，占公司同期原材料采购总额的比例分别为 2.01%、1.64%及 1.58%，采购金额较小，对发行人不构成重大影响。

四、说明报告期内主要供应商中是否存在注册成立当年或次年即成为发行人主要供应商的情形，如存在，请说明原因及合理性。

报告期内，发行人前十大供应商及对应采购情况如下：

单位：万元

年度	序号	供应商名称（注）	采购金额	采购占比
2021 年	1	淄博鲁华泓锦新材料股份有限公司	13,004.97	24.15%
	2	宁波金海晨光化学股份有限公司	11,437.83	21.24%
	3	中国石油化工集团有限公司	7,479.79	13.89%
	4	中国石油天然气集团有限公司	6,711.85	12.46%

	5	江西殷莱特化工有限公司	3,502.23	6.50%
	6	广州科茂化工有限公司	2,175.96	4.04%
	7	恒河材料科技股份有限公司	1,586.12	2.94%
	8	上海申纳包装材料有限公司	1,525.26	2.83%
	9	山东营强化工科技有限公司	1,391.24	2.58%
	10	广东众和化塑股份公司	442.57	0.82%
合计			49,257.80	91.45%
2020 年	1	淄博鲁华泓锦新材料股份有限公司	12,706.16	28.13%
	2	中国石油化工集团有限公司	6,844.18	15.15%
	3	中国石油天然气集团有限公司	6,028.17	13.35%
	4	宁波金海晨光化学股份有限公司	3,604.80	7.98%
	5	广州科茂化工有限公司	3,366.37	7.45%
	6	江西殷莱特化工有限公司	2,522.25	5.58%
	7	恒河材料科技股份有限公司	2,176.07	4.82%
	8	山东营强化工科技有限公司	1,600.13	3.54%
	9	上海申纳包装材料有限公司	1,072.25	2.37%
	10	广东众和化塑股份公司	757.67	1.68%
合计			40,678.04	90.07%
2019 年	1	淄博鲁华泓锦新材料股份有限公司	10,193.32	25.71%
	2	中国石油化工集团有限公司	7,337.63	18.51%
	3	中国石油天然气集团有限公司	5,303.42	13.38%
	4	广州科茂化工有限公司	4,077.54	10.28%
	5	宁波金海晨光化学股份有限公司	2,370.08	5.98%
	6	山东营强化工科技有限公司	1,924.56	4.85%
	7	江西殷莱特化工有限公司	1,487.18	3.75%
	8	上海申纳包装材料有限公司	1,032.37	2.60%
	9	恒河材料科技股份有限公司	976.97	2.46%
	10	广东众和化塑股份公司	924.17	2.33%
合计			35,627.23	89.86%

注：同一控制下的供应商采购金额已合并披露。

报告期内，公司前十大供应商采购金额占原材料采购总额的比例分别为 89.86%、90.07%及 91.45%，采购较为集中。上述前十大供应商（剔除年度间重复的供应商）与公司的合作情况如下：

序	前十大供应商	与发行人合作的主体	成立	最早合	报告期内是
---	--------	-----------	----	-----	-------

号			时间	作时间	否成立当年 或次年即成 为公司主要 供应商
1	淄博鲁华泓锦新材料股份有限公司	淄博鲁华泓锦新材料股份有限公司	1989 年	2011 年	否
		天津鲁华泓锦新材料科技有限公司	2008 年	2016 年	否
		武汉鲁华泓锦新材料有限公司	2011 年	2016 年	否
2	中国石油天然气集团有限公司	中国石油天然气股份有限公司兰州石化分公司	2000 年	2006 年	否
		中国石油天然气股份有限公司上海润滑油分公司	2001 年	2006 年	否
		中国石油天然气股份有限公司上海润滑油销售分公司	2001 年	2006 年	否
		中国石油天然气股份有限公司上海销售分公司	2000 年	2006 年	否
		霍尔果斯中石油国际事业有限公司	1998 年	2006 年	否
3	中国石油化工集团有限公司	中国石化化工销售有限公司华中分公司	2010 年	2010 年	否
		中国石化集团资产管理有限公司巴陵石化分公司	2007 年	2011 年	否
		中石化巴陵石油化工有限公司	2020 年	2020 年	否
4	宁波金海晨光化学股份有限公司	宁波金海晨光化学股份有限公司	2008 年	2016 年	否
5	广州科茂化工有限公司	广州科茂化工有限公司	1994 年	2007 年	否
6	江西殷莱特化工有限公司	江西殷莱特化工有限公司	2012 年	2013 年	否
7	恒河材料科技股份有限公司	恒河材料科技股份有限公司	2009 年	2014 年	否
8	山东营强化工科技有限公司	山东营强化工科技有限公司	2017 年	2019 年	否
		上海营强化工科技有限公司	2010 年	2012 年	否
9	上海申纳包装材料有限公司	上海申纳包装材料有限公司	2004 年	2008 年	否
10	广东众和化塑股份有限公司（曾用名：广东众和化塑有限公司）	广东众和化塑股份有限公司（曾用名：广东众和化塑有限公司）	2001 年	2013 年	否

		广东众和高新技术有限公司	2017 年	2019 年	否
11	UNITEDPERFORMANC EMATERIALSCORP	UNITEDPERFORMANCE MATERIALSCORP	1995 年	2014 年	否

由上表可知，按供应商合并口径，公司前十大供应商中不存在注册成立当年或次年即成为公司主要供应商的情形。

五、说明公司在生产过程中是否存在委托加工或外协采购的情形；如存在，请说明涉及的工序、主要供应商基本情况、采购金额及占比、采购定价公允性等。

公司产品的生产过程均在自有工厂完成，不涉及委托加工和外协采购。

【申报会计师回复】

一、针对事项（1）至（5）的核查

（一）主要核查程序

1、通过公开渠道查阅报告期内发行人主要原材料市场价格,与发行人主要原材料采购价格进行对比，分析发行人原材料采购均价与市场价格是否存在较大差异；

2、通过网络查询同行业可比公司公开披露信息，了解同行业可比公司的主要供应商集中度情况，并与发行人主要供应商集中度情况进行对比；

3、通过网络公开信息查询主要供应商的工商信息，访谈采购部门负责人了解主要供应商的合作情况，获取报告期内主要供应商采购明细表，抽样检查发行人与主要供应商签订的采购订单、采购发票、采购入库单等原始单据，确认采购真实性，比较发行人向供应商采购类似产品的单价，并与市场价格趋势对比；

4、访谈发行人研发及生产部门相关人员，了解发行人变更主要原材料供应商是否存在技术障碍，是否依赖于特定供应商的原材料，变更供应商是否面临较高的技术转换成本；

5、访谈生产部门负责人，了解发行人是否存在委托加工或外协采购情形。

（二）核查结论

1、报告期内，公司主要原材料增粘树脂、热塑性弹性体、橡胶油的平均采购价格与同类原材料市场公开报价不存在重大差异，采购价格是公允的；

2、报告期内，公司主要供应商集中度较高的情形符合行业惯例，不存在对单一供应商的重大依赖；

3、公司主要供应商鲁华泓锦、金海晨光、科茂化工均为具有一定经营规模及行业经验的生产厂商，报告期内公司对其采购原材料的价格公允，与同期市场均价不存在重大差异。报告期内，公司存在向贸易性供应商采购的情况，采购占比小，对发行人不构成重大影响；

4、报告期内，公司主要供应商中不存在注册成立当年或次年即成为公司主要供应商的情形。

5、公司产品的生产过程不涉及委托加工或外协采购。

二、对供应商的核查情况，包括但不限于核查程序、核查比例、核查证据和核查结论。

（一）核查程序、核查比例、核查证据

1、询问发行人采购部负责人和财务人员，了解报告期内采购政策、主要合作的供应商、采购价格等变动情况；

2、获取报告期内发行人采购明细表，对主要供应商的采购情况进行抽样检查，选取样本检查包括采购合同或订单、采购入库单、供应商送货单、采购发票、付款记录等，以确认其采购是否存在异常；

3、通过网络公开信息获取主要供应商信息，包括成立时间、注册地址、股权结构、经营规模等信息，并与发行人主要股东和董监高人员进行比对确认与其是否存在关联关系；同时了解主要供应商经营情况并与发行人采购内容进行核对确认其采购内容是否合理；

4、执行函证程序，对报告期内主要供应商进行函证

(1) 按采购额进行统计的函证情况如下:

单位: 万元

项目	2021 年	2020 年	2019 年
采购发函金额	51,246.22	42,260.43	37,648.47
采购总额	53,860.28	45,164.22	39,649.26
采购发函金额占采购总额比例	95.15%	93.57%	94.95%
采购回函金额	51,246.22	42,260.43	37,648.47
采购回函金额占发函金额比例	100.00%	100.00%	100.00%

(2) 按应付账款或预付款项余额进行统计的函证情况如下:

单位: 万元

项目	2021 年	2020 年	2019 年
应付账款发函余额	5,007.12	4,425.10	4,706.06
应付账款货款合计余额	5,674.76	4,630.10	4,938.04
应付账款发函占应付货款余额比例	88.23%	95.57%	95.30%
应付账款回函余额	5,007.12	4,425.10	4,706.06
应付账款回函占发函比例	100.00%	100.00%	100.00%
预付账款发函余额	888.93	1,605.18	1,379.63
预付账款货款合计余额	1,013.13	1,826.57	1,492.32
预付账款发函占预付货款余额比例	87.74%	87.88%	92.45%
预付账款回函余额	888.93	1,605.18	1,379.63
预付账款回函占发函比例	100.00%	100.00%	100.00%

5、对报告期内总计 15 家主要供应商进行了访谈, 确认其合作历史, 定价政策、结算方式等并对报告期内的发行人与其交易内容和金额进行确认, 具体访谈情况如下:

单位: 万元

项目	2021 年	2020 年	2019 年
核查采购金额	45,976.90	36,516.35	33,725.91
采购总额	53,860.28	45,164.22	39,649.26
核查比例	85.36%	80.85%	85.06%

(二) 核查结论

发行人供应商交易真实、准确, 不存在重大异常。

审核问询函 7.关于毛利率

申报文件显示：

（1）报告期各期，发行人主营业务毛利率分别为 17.09%、20.02% 和 17.80%，保持相对稳定。

（2）报告期内，发行人主营业务毛利率低于同行业可比公司平均毛利率水平。

请发行人：

（1）结合上下游行业发展状况、主要原材料及产成品的市场供需、同行业公司的竞争态势、发行人的议价能力、主要原材料价格传导机制等，进一步说明报告期内标签系列热熔胶、一次性卫生材料系列热熔胶、高分子防水材料系列热熔胶等主营产品的毛利率波动情况及原因。

（2）说明报告期内不同销售模式下主营产品毛利率的波动情况及原因，是否符合行业惯例。

（3）结合内外销产品结构及同种产品内外销毛利率差异，说明外销毛利率显著高于内销的原因，是否符合行业惯例。

（4）结合同行业可比公司类似产品的属性、用途、生产工艺、市场竞争、主要客户情况等，说明发行人主营业务毛利率及变动趋势与同行业可比公司存在显著差异的原因。

（5）说明 2020 年下半年以来原油及相关化工原料持续涨价对发行人主营产品毛利率的影响，并进一步揭示相关风险。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【公司回复】

一、结合上下游行业发展状况、主要原材料及产成品的市场供需、同行业公司的竞争态势、发行人的议价能力、主要原材料价格传导机制等，进一步说明报告期内标签系列热熔胶、一次性卫生材料系列热熔胶、高分子防水材料系列热熔胶等主营产品的毛利率波动情况及原因。

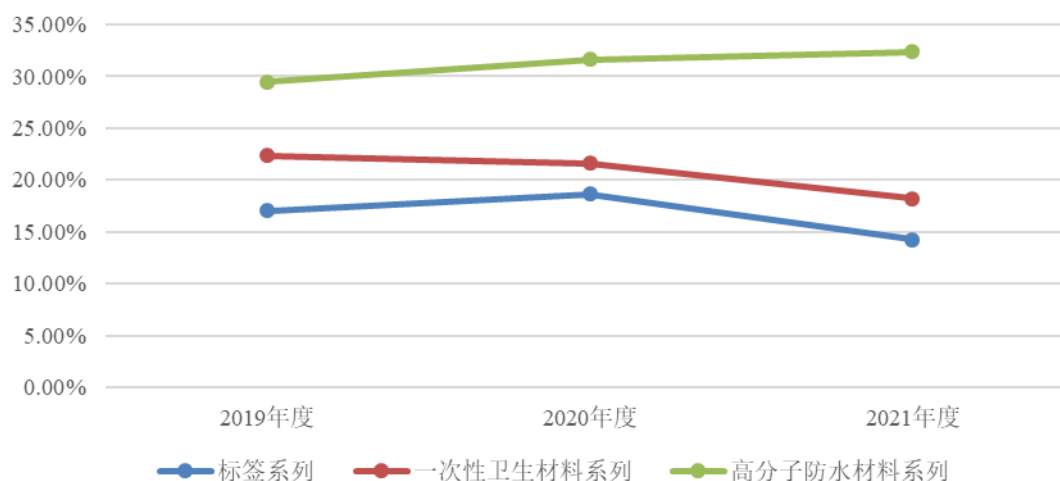
发行人在招股说明书“第八节财务会计信息与管理层分析/九、经营成果分析/（四）毛利率分析/2、按产品系列的主营业务毛利率分析”修改及补充披露如

下:

“报告期内，发行人运费剔除后分系列毛利率情况如下:

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度
	毛利率	变动情况	毛利率	变动情况	毛利率
标签系列	14.25%	-4.42%	18.67%	1.61%	17.06%
一次性卫生材料系列	18.24%	-3.37%	21.61%	-0.77%	22.38%
高分子防水材料系列	32.36%	0.73%	31.63%	2.14%	29.49%
其他	6.79%	-16.02%	22.82%	-4.65%	27.46%
合计	16.66%	-3.88%	20.54%	0.52%	20.02%

主要产品系列毛利率走势图



报告期内，公司主营业务毛利率分别为 20.02%、20.54%和 16.66%。2021 年，受到原材料价格因疫情普遍上涨以及部分产品市场价格下降的影响，发行人毛利率有所下降。

(1) 上下游行业发展状况、主要原材料及产成品的市场供需、同行业公司的竞争态势、发行人的议价能力、主要原材料价格传导机制等

①上游行业发展状况及市场供给情况

发行人产品的主要原材料包括增粘树脂、热塑性弹性体和橡胶油，上游原材料的供给主要来自于规模较大的化工企业，产品供应充足，但其价格一定程度上受到原油价格波动影响。

A、增粘树脂

增粘树脂是指能够提高橡胶材料粘性，尤其是表面粘性的小分子化合物。通常这些小分子物质的相对分子质量大约在几百到一万之间，具有较高的玻璃化温度。按其来源和合成路线，主要可以分为天然增粘树脂和合成增粘树脂两大类。

a. 合成增粘树脂

石油树脂于 1945 年由美国首先开发成功，后在美国、欧洲、日本等地发展。随着乙烯工业的发展，石油树脂的生产得到快速增长。随着中国石油化工产业的迅速增长，石油树脂全球格局出现了较大变化。从近年数据来看，欧洲、北美石油树脂产量持续下降，而亚洲石油树脂产量近三年稳步上升。亚洲对全球石油树脂供应地位继续加强。北美、西欧和日本是三大传统的石油树脂消费市场，近年其消费增长平缓，增长率分别为 6%-7%、6%、4%；东欧和中东的年增长率速度较高，约为 8.5% 以上；亚洲正处于从农业经济向工业经济的转型阶段，是消费增长最快的地区，年增幅基本在 10%。

上世纪 80 年代，随着我国乙烯工业的起步和发展，石油树脂行业亦随之起步。近 10 年中国石油化工产业迅速发展，为石油树脂行业提供了所需的原料，国内石油树脂行业进入快速发展通道。目前我国规模化的石油树脂生产企业约为 20 家，总生产能力在 80 万吨/年以上，可生产碳五树脂、碳九树脂、碳五碳九共聚树脂、加氢树脂等品种。从石油树脂进出口数据来看，中国石油树脂产业整体在全球产业中的影响力在逐步提升。

b. 天然增粘树脂

天然增粘树脂主要是指松香树脂。松香树脂是松香和改性松香为原料经过酯化等化学反应制成的树脂的总称。松香树脂具有优良的增粘功能，对胶粘剂、涂料、油墨等产品的性能及品质起着关键作用。

松香来自于可再生的松林资源——松树中的松脂。由松脂制得的松香是一种透明而硬脆的固体，折断面似贝壳状，且有玻璃光泽，颜色由原料的品质和加工工艺而定，一般为浅黄色至红棕色，是具有热塑性的透明玻璃体物质。

我国松脂资源丰富，是脂松香产量最大的国家。松香是国民经济各生产部门一种重要物资，是林产工业的主导产品之一，用途十分广阔，历来为世界各国所重视。我国主要采脂树种是马尾松、思茅松、云南松、南亚松等。上世纪70年代以来又引种湿地松、加勒比松等树种。我国是世界上最大的脂松香生产国，占世界脂松香总产量60%左右，其次依次为巴西、印尼、俄罗斯及越南等国，目前我国的脂松香生产已影响和左右了世界松香市场价格走向和发展趋势，为我国本土松香树脂企业提供了丰富的物质资源。

B、热塑性弹性体

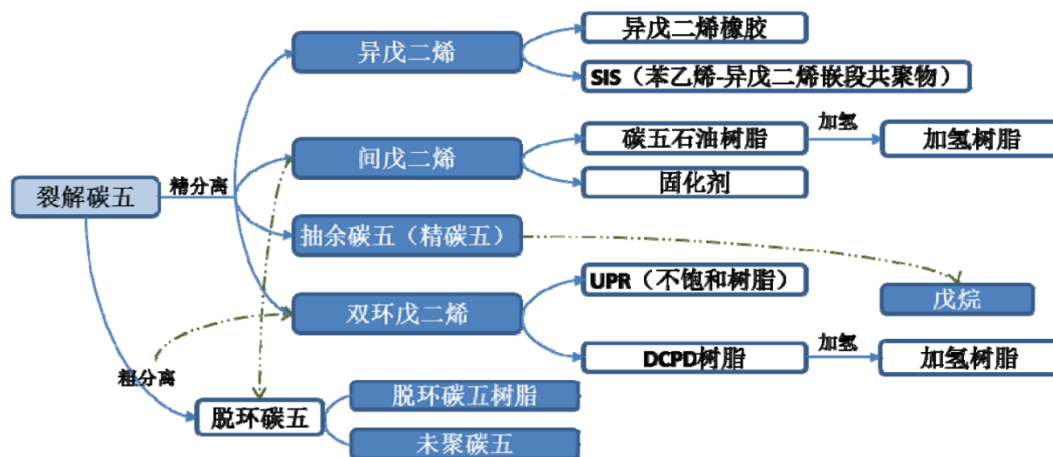
热塑性弹性体，又称人造橡胶或合成橡胶。其产品既具备传统交联硫化橡胶的高弹性、耐老化、耐油性各项优异性能，同时又具备普通塑料加工方便、加工方式广的特点。

嘉好股份主要采购的热塑性弹性体为 SIS，是苯乙烯-异戊二烯-苯乙烯热塑性嵌段共聚物，是一种热塑性弹性体高分子材料，其主要原料为异戊二烯和苯乙烯。主要用于生产胶粘剂、医药材料、涂料、塑料改性制品、防水材料、汽车材料、建筑材料等领域。

SIS 的主要原材料为苯乙烯和异戊二烯。其中苯乙烯属于较为成熟且广泛应用的基础化工产品，是由苯和乙烯烷基化生产制得，在全世界范围内供应充足。

异戊二烯是通过大型裂解乙烯装置副产的碳五混合物，经分离后制得。

碳五分离及整合利用产业链



异戊二烯在国内碳五组分中含量占到 15%-20%（质量占比）不等，异戊二烯是碳五分离过程中较为主要的产品，国内碳五分离装置的建设大部分是以生产异戊二烯为主要目的，异戊二烯的供需状况直接影响到碳五分离产业的整体运营情况。异戊二烯在我国主要用于生产异戊橡胶和 SIS，国内 SIS 对异戊二烯消耗占比由 2016 年的 45%增长到 2017 年的 46%，仍占主要消费市场。

2011 年至 2017 年，我国异戊二烯产能年均增长率达 13.8%，产量年均增长率在 10.5%左右，异戊二烯产能、产量增长相对平稳。

目前我国异戊二烯下游主要消费市场以 SIS 市场为主。2017 年巴陵石化、山东聚圣、金海晨光和广东众和等龙头企业累计共生产 10.4 万吨左右 SIS，较 2016 年的 9.3 万吨增长约 1.1 万吨，增速约为 11.51%。另外，我国异戊二烯表观消费量由 2011 年的 5.2 万吨增长到 2017 年的 19.9 万吨。

C、橡胶油

橡胶油有石油系橡胶油、松油系橡胶油、煤焦油系橡胶油、脂肪油系橡胶油四大类，石油系橡胶油是储存量最大、最容易加工的，而且增塑效果好，成本低。

国内以环烷基原料生产橡胶油的企业主要有三家：中海沥青股份有限公司、中石油辽河石化公司和中石油克拉玛依石化公司。

②下游行业发展状况及市场需求情况

A、标签系列产品

标签系列产品可用于快递袋、快递信封、快递标签、铜版纸标签、热敏纸标签、书写纸标签、合成纸标签、膜类标签等。快递行业、包装行业、零售行业、广告行业等行业为标签产品的主要终端使用方。

近年来，随着我国国民经济快速发展，经济活动变得愈加频繁，终端消费者对线上购物的需求大幅增加，使得零售行业、包装行业及快递行业飞速发展，带动了标签不干胶行业的快速增长。此外，随着打印及广告行业的快速发展，市场对各类可自粘的广告及海报的需求不断增加，推动了市场对热熔压敏胶的需求。

总体而言，国内标签不干胶市场竞争较为充分且较为分散，行业内产品质量参差不齐。分散的市场导致行业内的价格竞争趋于白热化，因此该系列产品的国内毛利率水平相对较低。在海外，尤其是欧洲市场，其标签不干胶市场相对集中，且热熔压敏胶供应商主要为传统跨国化工巨头，因此市场价格较高，毛利率水平较高。

B、一次性卫生材料系列产品

发行人一次性卫生及材料系列热熔压敏胶产品主要应用于婴儿纸尿裤/拉拉裤、女性卫生护理用品、老人失禁用品、手术衣、防护服等与人体密切接触的产品。

近年来，得益于庞大的人口规模以及观念普及，中国一次性卫生用品行业快速发展。一次性卫生用品包含婴儿纸尿裤、女性护理用品、成人失禁用品等。根据 CATIA 数据，2019 年全球一次性卫生用品市场规模约为 900 亿美元，年复合增长率 3%。其中，婴儿纸尿裤占 51%、女性护理用品占 34%、成人失禁用品占 10%。

随着全球经济的发展，欠发达国家和地区的一次性卫生材料需求还将不断释放，一次性卫生材料仍将保持一定速度的增长。因该市场客户对热熔压敏胶的产品稳定性要求较高，因此存在一定行业门槛，毛利率水平相对较高。

C、高分子防水材料系列产品

发行人高分子防水材料系列产品主要应用于各类防水材料中，终端应用场景包括隧道防水、屋顶防水、路面防水等。作为基础建设的重要配套，防水材料不论是在增量市场还是在存量市场均有着举足轻重的作用。在增量市场，新增基础设施需配套使用防水材料，在存量市场，随着时间流逝，原有建筑所采用的老旧防水材料逐渐失去功能，翻修市场的增量随着时间的推移不断增加。

热熔压敏胶在防水行业的应用时间较短，属于行业内的新技术和新材料，目前正处于快速发展期，毛利率水平较高。

③同行业公司的竞争态势

A、标签系列产品

目前，标签系列热熔压敏胶国内市场相对较为分散，其中德国汉高、美国富乐以及发行人在行业内市场份额较高。因标签不干胶的下游行业也较为广泛，因此发行人标签类产品的型号较多，针对下游不同的需求而开发。因国内市场相对较为分散，产品价格竞争较为激烈。

海外市场相对集中，价格变动趋势与德国汉高、美国富乐、法国波士胶等大型跨国公司的定价策略关联度较高。

B、一次性卫生材料系列产品

一次性卫生材料系列竞争格局相对集中，德国汉高、美国富乐、聚胶新材以及发行人占据了行业主要市场份额。

C、高分子防水材料系列产品

由于热熔压敏胶在防水材料行业的应用尚处于快速发展期，目前竞争相对较小。

④发行人的议价能力

整体而言，因国内市场竞争激烈，发行人境内销售的议价能力相对较弱；在国外市场，发行人凭借着个性化服务优势、研发优势等建立了良好的客户关系，议价能力相对较强。此外，在高分子防水材料系列产品下游市场，目前竞争较小，发行人议价能力较强。

⑤主要原材料价格传导机制

发行人产品的原材料占成本比重较高，原材料价格变动对毛利率影响较大。一般而言，原油价格公开透明，其走势一定程度上能影响发行人原材料价格，因此在原材料价格上行周期，发行人会提前开始与客户沟通。但由于客户的订单通常提前下达，因此价格传导存在一定时间间隔。

(2) 公司主要产品系列毛利率情况及分析如下：

①标签系列毛利率分析

项目	2021 年度	2020 年	2019 年度
标签系列收入（万元）	39,374.33	30,147.47	24,365.78
标签系列成本（万元）	33,764.13	24,518.35	20,209.59
标签系列毛利（万元）	5,610.19	5,629.13	4,156.19
标签系列毛利率	14.25%	18.67%	17.06%
销售数量（吨）	30,020.03	23,390.08	18,292.56
单位售价（元/KG）	13.12	12.89	13.32
单位成本（元/KG）	11.25	10.48	11.05

2019 年至 2021 年，发行人标签系列产品毛利率呈现波动态势，主要受到原材料采购成本不断波动所致。2019 年至 2020 年，国际原油价格不断下降，使得化工产品整体价格有所下降。发行人主要原材料均为化工产品，因此 2019 年至 2020 年期间公司采购成本不断下降。2020 年度，发行人产能提升，为扩大市场

份额，发行人降低了产品销售单价，但因原材料成本下降幅度大于销售单价的下降幅度，因此 2020 年度标签系列产品毛利率较 2019 年度有所上升。

2021 年度，受到国际原油价格大幅上涨的影响，标签系列热熔压敏胶主要原材料价格大幅上涨，发行人标签系列热熔压敏胶产品主要原材料 SIS 采购均价上涨 20.74%，橡胶油采购均价上涨 14.49%。发行人标签系列热熔压敏胶产品单位成本上升幅度较大，而单位售价上升幅度较低，致使毛利率下降。

②一次性卫生材料系列毛利率分析

	2021 年度	2020 年	2019 年度
一次性卫生材料系列收入（万元）	25,071.35	24,879.33	24,652.40
一次性卫生材料系列成本（万元）	20,497.12	19,502.67	19,134.27
一次性卫生材料系列毛利（万元）	4,574.23	5,376.65	5,518.13
一次性卫生材料系列毛利率	18.24%	21.61%	22.38%
销售数量（吨）	19,064.13	18,183.56	17,513.72
单位售价（元/KG）	13.15	13.68	14.08
单位成本（元/KG）	10.75	10.73	10.93

2020 年度，一次性卫生材料系列产品毛利率较 2019 年下降 0.77%，主要系 2020 年度一次性卫生材料系列产品平均售价下降幅度较大所致。

2021 年度，发行人一次性卫生材料系列产品毛利率下降 3.37%，主要受到一次性卫生材料系列产品平均售价下降幅度较大的影响。产品单价下降主要系①由于发行人主要竞争对手为巩固市场份额在部分客户和产品上采用较低价格与公司竞争，导致市场整体价格水平有所下调；②疫情导致国际贸易船运价格大幅上涨，发行人产品竞争力下降致使平均售价下降。

2019 年至 2021 年，发行人一次性卫生材料系列产品与聚胶新材的单价及毛利率对比情况如下：

单位：元/千克

公司	2021 年		2020 年度		2019 年度	
	单价	毛利率	单价	毛利率	单价	毛利率

聚胶新材	13.60	20.82%	13.90	20.18%	14.73	22.40%
嘉好股份	13.15	18.24%	13.68	21.61%	14.08	22.38%

注：2020 年度及 2021 年数据中毛利率计算不含运费。

2021 年，发行人毛利率同比下降，而聚胶新材毛利率同比上升。发行人一次性卫生材料系列产品与聚胶新材的产品单价均有所下降。

2021 年，受到一次性卫生材料系列产品原材料价格下降的因素，聚胶新材产品直接材料单位成本下降 0.29 元/千克，发行人一次性卫生材料系列产品直接材料单位成本下降 0.30 元/千克。但由于发行人太仓工厂于 2021 年新启用（主要生产一次性卫生材料系列产品），其实际产能尚未达到设计状态，使得发行人一次性卫生材料系列产品单位制造费用上升 0.29 元/千克，抵消了原材料价格下降对单位成本的影响因素。综上，由于发行人一次性卫生材料系列产品单价下降，而单位成本未同步下降，导致产品毛利率变动方向与聚胶新材产生偏差。

③ 高分子防水材料系列产品

报告期内，发行人高分子防水材料系列产品的单价及单位成本情况如下：

	2021 年度	2020 年	2019 年度
高分子防水材料系列收入（万元）	4,493.25	2,550.24	1,021.62
高分子防水材料系列成本（万元）	3,039.32	1,743.63	720.35
高分子防水材料系列毛利（万元）	1,453.93	806.61	301.27
高分子防水材料系列毛利率	32.36%	31.63%	29.49%
销售数量（吨）	2,508.97	1,426.71	590.59
单位售价（元/KG）	17.91	17.88	17.30
单位成本（元/KG）	12.11	12.22	12.20

报告期内，公司高分子防水材料系列毛利率相对较高，2019 年至 2021 年分别为：29.49%、31.63%和 32.36%，主要系热熔压敏胶在防水新材料领域的应用尚处于蓬勃发展期，无论是国内市场的高分子预铺防水卷材市场，或是海外建筑屋顶防水市场，热熔压敏胶的引入为防水行业打开了新的发展局面。目前防水

材料系列热熔压敏胶的生产企业较少，市场竞争激烈程度相对较低，因此毛利率水平较高。

报告期内发行人该系列产品毛利率不断上升，主要是发行人高毛利率的产品型号（主要应用于海外防水市场）销售收入不断增加所致。”

二、说明报告期内不同销售模式下主营产品毛利率的波动情况及原因，是否符合行业惯例。

报告期内，发行人直接、间接模式下的主营产品毛利率情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	销售额	毛利率	销售额	毛利率	销售额	毛利率
直接模式						
标签系列	39,374.33	14.25%	27,954.24	18.20%	23,358.62	16.62%
一次性卫生材料系列	25,071.35	18.24%	16,857.43	22.16%	17,175.78	23.49%
高分子防水材料系列	4,493.25	32.36%	2,547.14	31.65%	1,021.62	29.49%
间接模式						
标签系列	2,483.94	15.74%	2,193.24	24.74%	1,007.16	27.15%
一次性卫生材料系列	7,637.97	17.26%	8,021.90	20.46%	7,476.62	19.84%
高分子防水材料系列	-	-	3.11	15.98%	-	-

注：为保证年度之间毛利率的可比性，2020 年度及 **2021 年** 的毛利率计算过程中已将运费从营业成本中剔除。

由上可知，发行人间接销售以一次性卫生材料系列为主。间接销售模式下的一次性卫生材料系列的毛利率普遍低于直接销售模式，主要受到发行人客户 Onepack 和 AAS MAKINA SAN. TIC. LTD. STI. 两家客户毛利率较低的影响。上述两家客户均与发行人约定有销售任务，发行人给与了上述两家客户较为优惠的价格。上述两家客户报告期内的合计销售额为 2,706.37 万元、1,592.42 万元和 **974.63** 万元，毛利率为 13.83%、16.86%和 **12.42%**。

间接销售模式下的标签系列产品毛利率较高，主要是因为发行人间接销售模式下的标签系列的外销占比较高，发行人外销市场标签系列产品毛利率较高。

2021 年度，直接销售模式及间接销售模式下标签系列产品毛利率下降幅度均较大，主要系由于原材料价格上涨，标签系列产品单位成本上升 7.35%所致。2021 年度间接模式下标签系列产品的毛利率下降幅度较高，除单位成本上升因素外，还因为 2021 年度间接销售模式下的标签系列的外销占比较 2020 年度下降 15.76%。

2021 年度，直接销售模式及间接销售模式下一次性卫生材料系列产品毛利率分别下降 3.92%和 3.20%，主要受到一次性卫生材料系列产品单价下降 4.03%的影响。产品单价下降主要系①由于发行人主要竞争对手为巩固市场份额在部分客户和产品上采用较低价格与公司竞争，导致市场整体价格水平有所下调；②疫情导致国际贸易船运价格大幅上涨，发行人外销市场产品竞争力下降致使平均售价下降。

间接销售模式下高分子防水材料系列产品销售金额较低。

三、结合内外销产品结构及同种产品内外销毛利率差异，说明外销毛利率显著高于内销的原因，是否符合行业惯例。

报告期内，发行人内外销毛利率情况如下：

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度
	毛利率	变动情况	毛利率	变动情况	毛利率
内销	13.94%	-4.89%	18.83%	1.06%	17.77%
外销	24.41%	-0.64%	25.05%	0.33%	24.72%
合计	16.66%	-3.88%	20.54%	0.53%	20.02%

注：为保证年度之间毛利率的可比性，2020 年度及 2021 年度的毛利率计算过程中已将运费从营业成本中剔除。

报告期内，发行人内外销产品结构如下：

单位：万元

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	主营业务收入	占比	主营业务收入	占比	主营业务收入	占比
内销	52,213.70	74.06%	42,223.94	72.51%	34,256.45	67.73%
标签系列	34,560.32	49.02%	25,645.16	44.04%	20,761.00	41.05%
一次性卫生材料系列	14,621.83	20.74%	13,829.20	23.75%	12,014.45	23.75%
高分子防水材料系列	1,765.53	2.50%	2,268.27	3.90%	1,019.72	2.02%
其他	1,266.02	1.80%	481.31	0.83%	461.28	0.91%
外销	18,284.48	25.94%	16,004.77	27.49%	16,323.33	32.27%
标签系列	4,814.00	6.83%	4,502.31	7.73%	3,604.78	7.13%
一次性卫生材料系列	10,449.51	14.82%	11,050.12	18.98%	12,637.95	24.99%
高分子防水材料系列	2,727.73	3.87%	281.97	0.48%	1.90	0.00%
其他	293.23	0.42%	170.36	0.29%	78.69	0.16%

报告期内，发行人同种产品内外销毛利率情况如下：

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
标签系列	14.25%	18.67%	17.06%
内销	12.74%	16.53%	14.79%
外销	25.10%	30.87%	30.11%
一次性卫生材料系列	18.24%	21.61%	22.38%
内销	16.71%	21.23%	21.63%
外销	20.40%	22.09%	23.10%
高分子防水材料系列	32.36%	31.63%	29.49%
内销	23.13%	30.32%	29.47%
外销	38.33%	42.15%	40.84%

注：为保证年度之间毛利率的可比性，2020 年度及 2021 年的毛利率计算过程中已将运费从营业成本中剔除。

报告期内，发行人外销以一次性卫生材料系列为主，内销以标签系列为主。发行人对境内外不同客户的定价原则相同，均是在成本（包括材料成本、人工成本、制造费用等）的基础上加上适当的毛利率作为对外定价基础，销售人员根据基础定价、客户采购量、市场竞争程度、运输距离等因素进行销售报

价。报告期内发行人内外销产品毛利率差异原因如下：

1、标签系列产品

发行人标签系列产品在海内外所面临的市场竞争环境不同。标签系列热熔压敏胶的海外市场是以传统化工巨头为主的寡头垄断市场，传统化工巨头在海外的定价较高。发行人标签系列产品性能优异，在海外标签市场客户对发行人产品认可度较高，且发行人在海外面临的主要竞争对手为传统化工巨头，因此发行人海外标签系列产品的定价较高。报告期内，发行人境外标签系列产品的销售价格较境内标签系列产品的价格高 **24.20%**和 **21.97%**和 **21.84%**。

2019 年-2021 年，发行人标签系列产品下游行业上市公司上海永冠众诚新材料科技（集团）股份有限公司（以下简称“永冠新材”）内外销毛利率差异情况如下：

证券代码	证券名称	2021 年度			2020 年度			2019 年度		
		内销	外销	差异	内销	外销	差异	内销	外销	差异
603683.SH	永冠新材	10.78%	14.07%	3.29%	10.50%	16.46%	5.96%	9.32%	21.11%	11.79%

永冠新材主营业务为各类胶带产品的研发、生产和销售。公司的主要产品为民用型布基胶带、美纹纸胶带、PVC 胶带、清洁胶带、OPP 胶带、牛皮纸胶带等。永冠新材虽非发行人客户，但胶带是发行人标签系列产品的主要应用之一。

根据永冠新材的公开披露信息，其 **2019 年至 2021 年**外销销售收入的毛利率为 **21.11%**、**16.46%**和 **14.07%**，分别较内销毛利率高 **11.79%**、**5.96%**和 **3.29%**。

综上，发行人标签系列产品外销毛利率显著高于内销毛利率符合行业情况。

2、一次性卫生材料系列产品

发行人一次性卫生材料系列产品的内销和外销毛利率整体较为接近。发行人外销产品以一次性卫生材料系列为主。

发行人一次性卫生材料系列产品与聚胶新材的毛利率对比情况如下：

单位：元/千克

公司	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	单价	毛利率	单价	毛利率	单价	毛利率
聚胶新材	13.60	20.82%	13.90	20.18%	14.73	22.40%
嘉好股份	13.15	18.24%	13.68	21.61%	14.08	22.38%

注：2020 年度及 2021 年数据中毛利率计算不含运费。

发行人一次性卫生材料系列产品的毛利率与聚胶新材的产品毛利率较为接近。其中，2020 年度发行人一次性卫生材料系列产品毛利率下降幅度小于聚胶新材，主要是由于发行人产品单价下降幅度小于聚胶新材产品单价下降幅度所致。发行人客户结构与聚胶新材的客户结构不同，发行人客户较为分散，对单个客户的依赖较小，因此可以通过开发新客户、减少低价客户销量等手段缓冲价格下降。因此 2020 年度发行人单价下降幅度小于聚胶新材，毛利率高于聚胶新材。

2021 年，发行人毛利率同比下降，而聚胶新材毛利率同比上升。发行人一次性卫生材料系列产品与聚胶新材的产品单价均有所下降。

2021 年，受到一次性卫生材料系列产品原材料价格下降的因素，聚胶新材产品直接材料单位成本下降 0.29 元/千克，发行人一次性卫生材料系列产品直接材料单位成本下降 0.30 元/千克。但由于发行人太仓工厂于 2021 年新启用（主要生产一次性卫生材料系列产品），其实际产能尚未达到设计状态，使得发行人一次性卫生材料系列产品单位制造费用上升 0.29 元/千克，抵消了原材料价格下降对单位成本的影响因素。综上，由于发行人一次性卫生材料系列产品单价下降，而单位成本未同步下降，导致产品毛利率变动方向与聚胶新材产生偏差。

综上，发行人一次性卫生材料系列产品毛利率符合行业情况。

3、高分子防水材料系列

2020 年起，发行人高分子防水材料系列产品销售收入开始大幅增加，且发

行人外销高分子防水材料系列产品毛利率较高。

发行人高毛利率收入大幅增长，主要系由于发行人为海外客户专项开发了一款满足海外防水材料生产商客户性能要求的热熔压敏胶。由于该产品为个性化开发的新产品，目前面临的市场竞争较小，发行人议价能力相对较强，具备商业合理性。

四、结合同行业可比公司类似产品的属性、用途、生产工艺、市场竞争、主要客户情况等，说明发行人主营业务毛利率及变动趋势与同行业可比公司存在显著差异的原因。

发行人在招股说明书“第八节财务会计信息与管理层分析/九、经营成果分析/（四）毛利率分析/4、与同行业可比公司毛利率的比较分析”补充披露如下：

“报告期内，发行人与可比上市公司主营业务毛利率对比情况如下：

名称	2021 年度	2020 年度 (已将运费调整计入营业成本)	2019 年度
福斯特	24.84%	27.32%	20.29%
上海天洋	24.37%	30.16%	28.21%
集泰股份	21.01%	29.06%	35.20%
晶华新材	16.14%	19.14%	14.97%
聚胶新材	13.63%	16.68%	22.40%
行业平均	21.44%	24.47%	24.21%
嘉好股份	13.19%	17.80%	20.02%

注：2020 年度，部分可比公司已将运费调入营业成本，部分可比公司依然单独核算运费。为增强可比性，此表格 2020 年度和 2021 年度统一采用将运费调整计入营业成本所计算得出的毛利率。

报告期内，发行人与同行业可比公司在产品的属性、用途、生产工艺、市场竞争、主要客户情况等比较情况如下：

公司名称	产品属性	产品用途	生产工艺	市场竞争 及主要客户
福斯特	EVA 太阳能 电池胶膜	太阳能电 池封装	配方型产 品生产工艺	竞争激 烈，以大客户 为主

上海天洋	热熔胶胶粉及胶粒、热熔胶网膜等	服装鞋帽、汽车内饰、太阳能电池封装、家用纺织、电子电器等	配方型产品生产工艺	竞争激烈，客户较为分散
集泰股份	有机硅密封胶、水性密封胶等	建筑工程、家庭装修、集装箱制造、钢结构制造等	配方型产品生产工艺	竞争激烈，客户较为分散
晶华新材	美纹纸胶粘带、电子胶粘带、布基胶粘带等	建筑装饰、汽车制造及汽车美容、电子电气产品制造、家具制造等	加工型产品生产工艺	竞争激烈，客户较为分散
聚胶新材	卫材热熔胶	吸收性卫生用品	配方型产品生产工艺	竞争激烈，以大客户为主
嘉好股份	热熔压敏胶	标签印刷、卫生用品、防水材料等	配方型产品生产工艺	竞争激烈，客户较为分散

上述公司与发行人同属胶粘剂行业，产品均用于材料之间的粘结，但发行人与福斯特、上海天洋、晶华新材和集泰股份在产品的属性、应用方向、生产工艺、市场竞争、主要客户情况等方面均存在着差异。

福斯特产品的主要下游客户为光伏客户。近两年，我国大力提倡新能源行业的发展，提出了碳达峰和碳中和的目标，在此背景下，光伏行业需求旺盛。作为光伏胶膜的头部企业，福斯特在行业内具有较高的市场占有率，具备一定定价权，因此其产品毛利率相对较高。

上海天洋的主要产品包括热熔胶胶粉及胶粒、热熔胶网膜、太阳能封装膜、热熔墙布、反应型胶粘剂等，下游客户包括服装鞋帽、汽车、电子电器等。上海天洋于 2017 年 2 月在上交所主板上市。上市后上海天洋利用其优势地位通过收购兼并、自主研发等方式积极拓展高毛利率的热熔墙布、反应性胶粘

剂等产品，使得其综合毛利率相对较高。

集泰股份的主要产品为有机硅密封胶，主要应用于建筑工程市场，其应收账款周转率较低，**2019 年至 2021 年**集泰股份应收账款周转率为 4.14 次、4.03 次和 4.45 次，较发行人分别低 17.97%、29.70%和 **28.46%**。为应对其下游建筑行业客户的回款特点，集泰股份采用了较高毛利率的定价策略。

晶华新材主要产品包括各类工业胶粘带、电子胶粘带等。其产品应用较为广泛，下游客户较为分散。由于发行人的热熔压敏胶在原材料以及制作工艺上与晶华新材存在较大差别，因此发行人的毛利率变动趋势与晶华新材毛利率变动趋势存在一定差异。

目前 A 股上市公司中暂无主营热熔压敏胶产品的上市公司。聚胶新材与发行人同属热熔压敏胶行业，整体而言其毛利率水平与发行人较为接近。”

五、说明 2020 年下半年以来原油及相关化工原料持续涨价对发行人主营产品毛利率的影响，并进一步揭示相关风险。

2020 年 7 月-2021 年 3 月，受国际原油价格波动的影响，公司主要原材料采购价格持续上升，尤其是 2021 年 1-3 月原材料价格涨幅较大。公司材料成本占主营业务成本的比重分别为 91.12%、88.22%和 **86.79%**。原材料成本的上升对公司主要产品的单位成本上升影响较大，从而影响公司主营产品毛利率的波动。

发行人在招股说明书“重大事项提示/四、特别风险提示”修改并补充披露如下：

“（三）原材料价格上涨风险

报告期内，公司材料成本占主营业务成本的比重分别为 91.12%、88.22%和 **86.79%**，其中主要原材料为增粘树脂、热塑性弹性体和橡胶油等。基础原料价格受市场供需关系影响，呈现不同程度的波动。

2020 年下半年以来原油及相关化工原料持续涨价，推动发行人原材料采购价格不断上升，由于价格传导存在窗口期，故短期内已经造成公司毛利率下降

的情况。若未来原油及相关化工原料持续涨价，而公司未能通过合理的采购机制、库存管理等手段锁定原材料采购成本，或未能及时通过价格传导机制向客户转嫁原材料成本持续增加的压力，从而将可能会对公司的经营业绩进一步产生不利影响。”

发行人在招股说明书“**第四节** 风险因素/二、经营风险”修改并补充披露如下：

“（二）原材料价格上涨风险

报告期内，公司材料成本占主营业务成本的比重分别为 **91.12%、88.22%和 86.79%**，其中主要原材料为增粘树脂、热塑性弹性体和橡胶油等。基础原料价格受市场供需关系影响，呈现不同程度的波动。

2020 年下半年以来原油及相关化工原料持续涨价，推动发行人原材料采购价格不断上升，由于价格传导存在窗口期，故短期内已经造成公司毛利率下降的情况。若未来原油及相关化工原料持续涨价，而公司未能通过合理的采购机制、库存管理等手段锁定原材料采购成本，或未能及时通过价格传导机制向客户转嫁原材料成本持续增加的压力，从而将可能会对公司的经营业绩进一步产生不利影响。”

【申报会计师回复】

一、针对事项（1）至（5）的核查

（一）主要核查程序

1、访谈发行人财务负责人和销售负责人，了解影响发行人各类业务毛利率的因素以及报告期各期毛利率变化的原因，并结合行业上下游变动情况分析其合理性；

2、对发行人各类业务模式的单价和单位成本进行分析，了解其对毛利率变动的贡献，并结合发行人经营模式、外部环境的变化情况分析报告期内变动的合理性；

3、通过对发行人不同产品系列、销售区域等多个方面进行比较，以分析其毛利率差异的原因；

4、查阅同行业可比公司的年度报告等公开资料，了解同行业可比公司的主营业务以及业务特点，将发行人的毛利率与同行业可比公司的毛利率进行对比，并与同行业可比公司毛利率变化趋势进行比较，分析发行人各类业务毛利率变动的合理性；

5、查阅国际原油价格走势以及发行人原材料价格走势，分析原材料涨价对其产品毛利率的影响。

（二）核查结论

经核查，公司上述回复中与财务报告相关的信息与我们在审计过程中获取的相关资料在所有重大方面一致。我们认为：

1、发行人报告期内标签系列热熔胶、一次性卫生材料系列热熔胶、高分子防水材料系列热熔胶等主营产品的毛利率波动情况具备合理性，与其上下游发展状况、主要原材料及产成品的市场供需、同行业公司的竞争态势、发行人的议价能力、主要原材料价格传导机制等相匹配；

2、发行人不同销售模式下主营产品毛利率的波动情况无重大异常，符合行业惯例；

3、发行人外销毛利率显著高于内销存在其合理性，符合行业惯例；

4、发行人主营业务毛利率及变动趋势与同行业可比公司存在显著差异的原因合理，不存在重大异常；

5、发行人原油及相关化工原料持续涨价对发行人主营产品毛利率存在影响，发行人已在招股说明书中进一步揭示相关风险。

审核问询函 8.关于期间费用

申报文件显示：

(1) 报告期各期，发行人期间费用分别为 6,012.27 万元、5,680.94 万元和 4,274.56 万元，占当年营业收入的比例分别为 13.64%、11.23%和 7.34%，整体呈下降趋势。

(2) 报告期各期，发行人运输费分别为 1,275.65 万元、1,466.72 万元和 1,596.69 万，金额较大。

(3) 报告期内，发行人实施股权激励，在 2018 年、2019 年分别确认股份支付费用 750.70 万元、243.65 万元。

(4) 报告期各期，发行人研发费用率分别为 2.06%、1.71%和 1.35%。

(5) 报告期内，发行人管理费用率显著低于同行业可比公司。

请发行人：

(1) 结合销售过程中的运输费用承担方式、运输单价及与主要客户运输距离情况，说明报告期内发行人运输费用与销量的匹配情况，是否符合行业惯例。

(2) 结合 2018 年 6 月发行人股东全部权益的评估方法、评估过程、评估结论及 2019 年外部股东入股价格的确认依据，说明报告期内股份支付费用的准确性。

(3) 结合历史上控股股东嘉好实业持有发行人股权比例的变动过程及嘉好实业自身股权结构的变动过程，说明是否存在应确认股份支付而未确认的情形。

(4) 量化分析报告期内发行人管理费用率显著低于同行业可比公司的合理性。

(5) 说明报告期内销售人员、管理人员、研发人员人数和级别分布，平均薪资水平与同行业可比公司、同地区公司相比是否存在较大差异及差异原因。

(6) 说明研发活动的主要过程、研发活动与生产活动如何区分、研发活动是否与生产活动共用设备，发行人研发费用的归集、分摊与结转方式，相关方式是否符合《企业会计准则》的规定及行业惯例，研发费用是否混入生产成本或其他成本费用的情形。

(7) 说明发行人将部分研发投入计入营业成本的相关会计处理是否符合《企业会计准则》相关要求，是否符合行业惯例。

(8)

请保荐人、申报会计师对问题(1)-(7)发表明确意见,请保荐人、发行人律师对问题(8)发表明确意见。

【公司回复】

一、结合销售过程中的运输费用承担方式、运输单价及与主要客户运输距离情况,说明报告期内发行人运输费用与销量的匹配情况,是否符合行业惯例。

报告期内,公司运费单价及其与销售收入、销量的配比关系如下:

1、公司销售过程中运费承担方式

对于境内销售,发行人通常将产品由公司运送至客户指定地点,运输费用由公司承担,仅极少数客户存在自提货物情形。

对外境外销售,发行人同时存在 FOB、CIF、CFR、DDU、DDP 等贸易方式。其中,在 FOB 模式下,发行人仅负责由公司至港口的运输费用。

2、报告期内,公司运费单价及其与销售收入、销量的总体配比关系如下:

项目		2021 年	2020 年	2019 年
主营业务收入 (万元)	内销	52,213.70	42,223.94	34,256.45
	外销	18,284.48	16,004.77	16,323.33
	合计	70,498.18	58,228.71	50,579.77
销售数量(吨)	内销	40,253.29	32,087.40	25,271.03
	外销	12,528.38	11,343.43	11,458.21
	合计	52,781.68	43,430.83	36,729.24
运费(万元)	内销	1,150.47	976.34	893.70
	外销	1,292.25	620.36	573.01
	合计	2,442.72	1,596.70	1,466.72
每万元收入运费 (元)	内销	220.34	231.23	260.89
	外销	706.74	387.61	351.04
	总体	346.49	274.21	289.98

每吨销量运费 (元)	内销	285.81	304.28	353.65
	外销	1,031.46	546.89	500.09
	总体	462.80	367.64	399.33

2020 年发行人内销运费单价较 2019 年下降，外销运费单价较 2019 年有所上升，变动主要由以下原因导致：

2020 年，受到新冠疫情影响，原油价格及成品油价格大幅下降，境内各行业生产及需求均受到较大影响，运输需求亦大幅下降，运输市场价格随市场需求变化降低。

因国际航运货轮长时间封闭运行，2020 年受到新冠疫情影响，国际海运费用普遍上涨，公司外销运输主要依靠海运，导致 2020 年外销的单位运费上升明显。

2021 年，受新冠疫情的持续影响，国际海运费价格持续上升，致使 2021 年外销的单位运费大幅增加。

3、公司内销运费分析

报告期内，公司内销数量、区域及运费情况如下：

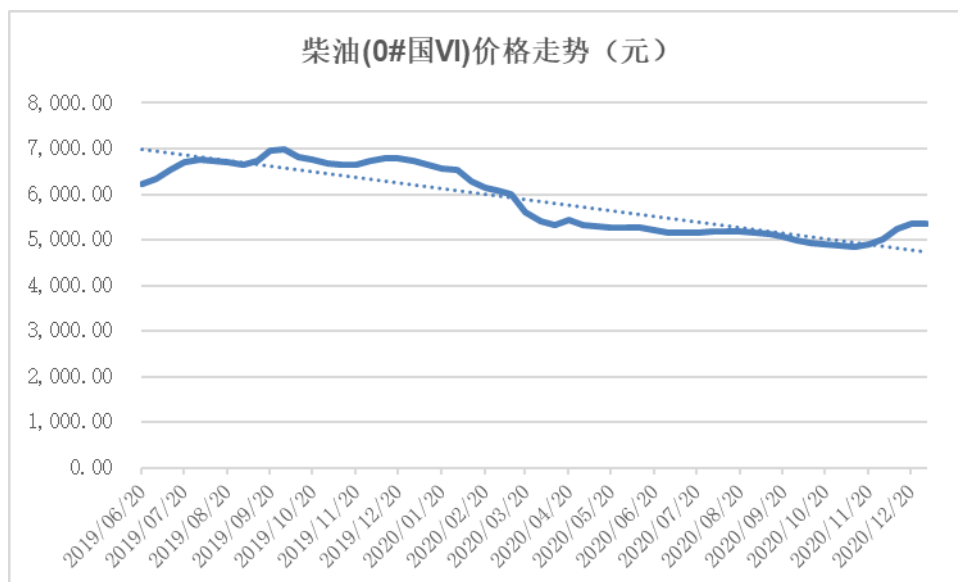
	地区	华东区	华中区	华南区	华北区	其他	合计
2021 年	销售数量 (吨)	23,617.35	5,165.42	7,185.37	3,450.99	834.18	40,253.29
	占比 (%)	58.67	12.83	17.85	8.57	2.07	100.00
	运费 (万元)	608.54	154.15	226.43	112.35	48.54	1,150.00
	单位运费 (元/吨)	257.67	298.43	315.12	325.56	581.86	285.69
2020 年	销售数量 (吨)	18,889.61	4,943.19	4,699.10	2,709.09	846.41	32,087.40
	占比 (%)	58.87	15.41	14.64	8.44	2.64	100.00
	运费 (万元)	483.58	158.01	192.44	94.05	48.25	976.34
	单位运费 (元/吨)	256.00	319.65	409.53	347.18	570.03	304.27

2019 年	销售数量 (吨)	14,359.55	3,926.38	3,323.85	2,232.69	1428.56	25,271.03
	占比 (%)	56.82	15.54	13.15	8.83	5.65	100.00
	运费 (万元)	416.12	152.26	161.63	79.99	83.70	893.70
	单位运费 (元/吨)	289.79	387.79	486.28	358.25	585.89	353.65

注：其他区包括东北、西北和西南

报告期内，公司境内销售区域主要集中于华东、华中、华南及华北区域，其中华东区域占比在 55%-60%之间，对公司整体销售规模、销售收入及运费支出影响较大。2020 年受到新冠疫情影响，境内柴油价格及公路运输价格大幅下降，导致公司境内销售商品的单位运费下降。

根据国家统计局数据，2019 年 6 月至 2020 年 12 月，境内柴油价格由 2019 年 9 月 30 日最高价格 6,972 元/吨，下降至 2020 年 11 月 10 日最低价 4,837.5 元/吨，降幅为 30.62%，公司华东、华中、华南地区 2020 年每吨销售单位运费较 2019 年分别下降 11.66%、17.57%和 15.78%，具有合理性。



数据来源：国家统计局、同花顺咨询

2021 年，发行人华南区运费下降较快，主要系发行人增加了对华南客户海上运输的比重。

报告期内，发行人不断优化物流体系，通过减少内部调拨、优化运输路线、增加单次发货量等方式不断降低运输成本。

4、公司外销运费分析

报告期内，公司外销运费情况如下：

	交易方式	FOB	非 FOB	合计
2021 年	销售数量（吨）	5,298.92	7,229.46	12,528.38
	占比（%）	42.30	57.70	100.00
	运费（万元）	196.73	1,095.51	1,292.25
	单位运费（元/吨）	371.27	1,515.34	1,031.45
2020 年	销售数量（吨）	4,908.50	6,434.93	11,343.43
	占比（%）	43.27	56.73	100.00
	运费（万元）	124.59	495.77	620.36
	单位运费（元/吨）	253.82	770.44	546.89
2019 年	销售数量（吨）	4,798.67	6,659.54	11,458.21
	占比（%）	41.88	58.12	100.00
	运费（万元）	132.79	440.22	573.01
	单位运费（元/吨）	276.73	661.04	500.09

报告期内，发行人外销运费中非 FOB 的外销运费占比较高。2020 年度，受到疫情的影响，发行人非 FOB 交易方式的外销运费上涨较快，推动发行人外销运费单价上涨。

2021 年，因国际海运费大涨，非 FOB 交易方式外销运费大幅上涨。国际海运费的上涨推动了订舱费、港口操作费等费用，因此 FOB 单位运费也出现了一定幅度的增长。

综上，公司在报告期内的运费与销量相匹配，境内运费主要受客户距离、公司议价能力等影响，境外运费主要受国际航运市场影响，具有合理性。

二、结合 2018 年 6 月发行人股东全部权益的评估方法、评估过程、评估结论及 2019 年外部股东入股价格的确认依据，说明报告期内股份支付费用的准确性。

1、2018 年 6 月发行人股东全部权益的评估报告情况

沃克森于 2018 年 6 月 5 日出具《江苏嘉好热熔胶股份有限公司拟进行股权激励涉及江苏嘉好热熔胶股份有限公司股东全部权益资产评估报告》（沃克森评报字（2018）第 1621 号），公司依据评估报告确认每股评估价值 4.9014 元，其评估方法、评估过程和评估结论情况如下：

评估方法	1、资产基础法：考虑委托评估的各类资产负债能够履行现场勘查程序、并满足评定估算的资料要求，因此，选用资产基础法对评估对象进行评估。资产基础法下公司总资产账面价值 22,574.04 万元，评估值 25,408.52 万元，增值 2,834.48 万元，增值率 12.56%；负债账面价值 10,870.08 万元，评估值 10,870.08 万元，无增减值；所有者权益账面价值 11,703.96 万元，保持现有用途持续经营的前提下评估值 14,538.44 万元，增值 2,834.48 万元，增值率 24.22%。 2、收益法：考虑嘉好股份成立时间较长、历史年度业绩比较稳定，未来预期收益可以预测并可以用货币衡量、获得未来预期收益所承担的风险可以衡量，因此，选用收益法对评估对象进行评估。收益法下通过调查、研究、分析企业资产经营情况及提供的各项历史财务资料，结合企业的现状，考虑国家宏观经济政策的影响和企业所处的内外部环境状况，分析相关经营风险，会同企业管理人员和财务、技术人员，在持续经营和评估假设成立的前提下合理预测未来年度的预测收益、折现率、收益期等指标，计算股东全部权益的评估价值为人民币 22,056.29 万元。
评估过程	评估机构主要的评估程序如下： （一）编制评估计划 根据资产评估工作的要求，编制评估工作计划，包括确定评估的具体步骤、时间进度、人员安排，拟定资产评估技术方案等，报公司相关负责人审核、批准。 （二）现场调查 1、根据评估对象的具体情形，通过询问、核对、监盘、勘查、检查等方式进行调查，了解评估对象现状，关注评估对象法律权属；对不宜进行逐项调查的，根据重要程度采用抽样等方式进行调查。 2、对被评估单位收益状况进行调查：评估人员主要通过收集分析嘉好股份历史经营情况和未来经营规划以及与管理层访谈对企业的经营业务进行调查。 （三）收集评估资料 收集直接从市场等渠道独立获取的资料，从委托人、被评估单位等相关当事方获取的资料，以及从政府部门、各类专业机构和其他相关部门获取的资料；对资产评估活动中使用的资料采取适合的方式进行核查和验证，核查验

	证的方式包括观察、询问、实地调查、查询、函证等。 (四) 评定估算 1、根据评估对象、价值类型、评估资料收集情况等相关条件，分析市场法、收益法和资产基础法等资产评估方法的适用性，恰当选择评估方法； 2、根据所采用的评估方法，选取相应的公式和参数进行分析、计算和判断，形成初步评估结论； 3、对形成的初步评估结论进行综合分析，形成最终评估结论。
评估结论	采用资产基础法形成的评估值为 14,538.44 万元，采用收益法形成的评估值为 22,056.29 万元，两种评估方法的评估结果差异较大。两种方法评估结果差异的主要原因是两种评估方法考虑的角度不同：资产基础法是从资产的再取得途径考虑的，反映的是企业现有资产的重置价值；收益法是从企业的未来获利能力角度考虑的，反映了企业各项资产的综合获利能力。我们分析形成差异的主要原因为： 江苏嘉好热熔胶股份有限公司目前盈利状况良好，其在区域内具有较强的竞争优势，收益法评估结果能够更合理的反映企业评估基准日的价值。综合分析两种评估方法、评估结果及评估目的，收益法评估结果能较客观反映被评估单位股东全部权益在评估基准日所表现的市场价值。 综上，评估专业人员认为收益法评估结论更能够比较完整、合理的体现江苏嘉好热熔胶股份有限公司蕴含的股东全部权益的市场价值，因此本次评估以收益法的初步评估结论作为最终评估结论。 截至评估基准日 2018 年 2 月 28 日，江苏嘉好热熔胶股份有限公司纳入评估范围内的所有者权益账面值为 11,703.96 万元，在保持现有用途持续经营前提下股东全部权益的评估价值为 22,056.29 万元，增值额为 10,352.34 万元，增值率为 88.45 %。

2、2019 年、2020 年，外部股东入股情况、入股价格及定价依据情况

股东名称	入股方式	入股时间	入股价格	定价依据	特殊考虑因素
嘉乐一期、嘉乐产投	增资	2019 年 5 月	5.50 元/股	参考评估报告的评估价值，依据 2018 年营业收入及净利润情况，协商确定。	1、嘉乐一期、嘉乐产投为专业财务投资机构，与公司协同作用有限； 2、嘉乐一期、嘉乐产投对公司投资时，与控股股东及实际控制人约定了对赌条款及股份回购条款（截至本回复出具日，上述条款已经完全取消）。
王凡	受让实控人股份	2019 年 9 月	6.00 元/股	参考 2019 年 5 月增资价格，协商确定。	1、与 2019 年 5 月增资比较，王凡受让的股份数较少，共计 75 万股； 2、王凡为财务投资，不参与公司经营管理。
嘉盛瑞康、毅达创投、深创投、红土伟达	增资	2020 年 8 月	7.00 元/股	依据 2018 年、2019 年营业收入、净利	1、增资方均为专业财务投资机构，与公司协同作用有限；

				润及业绩增长情况，协商确定。	2、投资者增资时，与控股股东及实际控制人约定了对赌条款及股份回购条款（截至本回复出具日，上述条款已经完全取消）。
--	--	--	--	----------------	--

3、报告期内股份支付的计提情况

时间	股权激励事项	股份支付作价依据	股份支付计提金额
2019年 12月	史云霓以 4.25 元/股的价格将其持有的嘉好股份 0.149% 股份（10 万股）转让给嘉博投资；以 4.25 元/股的价格将其持有的嘉好股份 0.036% 股份（2.4 万股）转让给嘉盛投资。上述股权转让完成后，按照每股 4.25 元的价格，根据嘉博投资、嘉盛投资持有的公司股权及合伙企业份额总数，折算成每 1 元合伙份额 1.25 元，由参与 2019 年股权激励的员工认购嘉博投资、嘉盛投资新增合伙份额或受让原合伙人的合伙份额，对应公司 88.6 万股。	参考 2020 年 8 月增资至 7,578 万元的价格，确定每股价值 7.00 元。	作价依据 7.00 元与每股价格 4.25 元的差额计提资本公积，合计计提 243.65 万元。
2018年 8月	嘉博投资和嘉盛投资以 3.40 元/股的价格分别认购公司股份 250 万股。	根据《江苏嘉好热熔胶股份有限公司拟进行股权激励涉及江苏嘉好热熔胶股份有限公司股东全部权益资产评估报告》（沃克森评报字（2018）第 1621 号），确定每股股价 4.9014 元。	作价依据每股 4.9014 元与每股价格 3.40 元的差额计提资本公积，合计计提 750.70 万元。

4、报告期内，公司股份支付费用计提准确

2018 年，公司为实施股权激励，聘请沃克森出具了公司股东全部权益的评估报告，并依据评估报告计算并计提了股份支付费用。

2019 年，公司实施股权激励，以本次激励后公司第一次接受外部投资机构的入股价格为依据，计算并计提了股份支付费用。

综上，公司在报告期内股份支付费用的计算及计提准确，符合会计准则的要求。

三、结合历史上控股股东嘉好实业持有发行人股权比例的变动过程及嘉好实业自身股权结构的变动过程，说明是否存在应确认股份支付而未确认的情形。

1、嘉好实业自成立以来股权变动情况

嘉好实业于 2016 年 3 月 8 日成立，成立时史云霓持股 95%，侯思静持股 5%，截至本回复出具日未发生过股权变动。

2、嘉好实业持有发行人股权比例变动情况

股权变更事项	变更前持股比例	变更后持股比例	备注
2017 年向公司增资	0.00%	55.56%	公司原股东通过嘉好实业同比例向公司增资，无新增直接或间接股东，不涉及股份支付。
2018 年参与公司增资	55.56%	58.14%	嘉好实业参与本次增资后，虽持股比例有所上升，但穿透至自然人股东即嘉好实业股东史云霓、侯思静，其通过直接和间接方式向发行人增资，原股东属于同比例增资，不属于股份支付。
2019 年未参与公司增资	58.14%	55.79%	嘉好实业未参与增资，不涉及股份支付。
2020 年未参与公司增资	55.79%	49.49%	嘉好实业未参与增资，不涉及股份支付。

综上，结合控股股东股权变动情况及其持有发行人股权比例的变动情况，发行人不存在应当确认股份支付而未确认的情形。

四、量化分析报告期内发行人管理费用率显著低于同行业可比公司的合理性。

报告期内，公司与同行业可比公司管理费用率比较情况如下：

公司名称	2021 年度	2020 年度	2019 年度
福斯特	1.19%	1.71%	1.53%
上海天洋	6.75%	7.98%	6.69%
集泰股份	4.40%	4.97%	5.61%
晶华新材	4.66%	5.33%	6.29%
聚胶新材	1.39%	1.17%	0.99%

公司名称	2021 年度	2020 年度	2019 年度
行业平均	3.68%	4.23%	4.22%
发行人	1.68%	1.71%	2.01%

报告期内，公司管理费用各明细科目占报告期营业收入的比重情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占销售收入比重	金额	占销售收入比重	金额	占销售收入比重
股权激励款	-	-	-	-	89.10	0.18%
职工薪酬	671.52	0.95%	641.69	1.10%	629.61	1.24%
咨询服务费	218.74	0.31%	97.67	0.17%	92.61	0.18%
租赁费	50.28	0.07%	62.35	0.11%	49.81	0.10%
差旅费	20.05	0.03%	16.38	0.03%	38.03	0.08%
折旧费	101.21	0.14%	57.98	0.10%	9.15	0.02%
业务招待费	10.83	0.02%	8.75	0.02%	19.39	0.04%
办公费	25.17	0.04%	33.24	0.06%	28.55	0.06%
摊销费	52.46	0.07%	33.63	0.06%	33.63	0.07%
其他	31.07	0.04%	43.81	0.08%	28.40	0.06%
合计	1,181.33	1.68%	995.5	1.71%	1,018.27	2.01%

报告期内，公司及可比公司管理费用主要由职工薪酬、折旧与摊销、办公费用、业务招待费等构成。其中，职工薪酬、折旧与摊销占比较高，与可比公司的比较情况如下：

1、职工薪酬比较情况

	公司名称	发行人	聚胶新材	福斯特	上海天洋	集泰股份	晶华新材
2021 年度	管理费用	1,181.33	724.21	7,486.02	3,283.33	3,621.80	3,177.10
	其中：职工薪酬	671.52	406.27	3,360.96	1,668.34	1,526.21	1,436.19
	职工薪酬占比	56.84%	56.10%	44.90%	50.81%	42.14%	45.20%
2020 年度	管理费用	995.50	1,024.43	14,361.20	5,578.78	6,253.73	5,538.55
	其中：职工薪酬	641.69	627.46	9,132.89	2,420.19	2,773.49	2,660.40
	职工薪酬占比	64.46%	61.25%	63.59%	43.38%	44.35%	48.03%
2019	管理费用	1,018.27	750.65	9,754.93	4,534.61	5,698.25	5,854.53

年度	其中：职工薪酬	629.61	557.83	4,383.25	2,292.15	2,181.82	3,110.44
	职工薪酬占比	61.83%	74.31%	44.93%	50.55%	38.29%	53.13%

报告期内，公司职工薪酬占管理费用的比例与聚胶新材接近，高于其他可比公司，主要系公司在差旅、业务招待、管理用固定资产等方面减少支出导致，与新冠疫情下出行减少、公司通过经销商或贸易商进行部分进外销售的情况相符，具有合理性。

2、折旧与摊销比较情况：

公司名称		发行人	聚胶新材	福斯特	上海天洋	集泰股份	晶华新材
2021年度	管理费用	1,181.33	724.21	7,486.02	3,283.33	3,621.80	3,177.10
	其中：折旧与摊销	153.66	33.07	1,200.04	693.36	753.58	640.49
	折旧与摊销占比	13.01%	4.57%	16.03%	21.12%	20.81%	20.16%
2020年度	管理费用	995.50	1,024.43	14,361.20	5,578.78	6,253.73	5,538.55
	其中：折旧与摊销	91.61	40.73	2,008.67	1,161.41	1,026.53	1,514.78
	折旧与摊销占比	9.20%	3.98%	13.99%	20.82%	16.41%	27.35%
2019年度	管理费用	1,018.27	750.65	9,754.93	4,534.61	5,698.25	5,854.53
	其中：折旧与摊销	42.78	37.39	1,738.37	1,030.35	992.18	878.55
	折旧与摊销占比	4.20%	4.98%	17.82%	22.72%	17.41%	15.01%

公司折旧与摊销占管理费用的比例低于其他可比公司，与聚胶新材接近，主要系管理所使用的固定资产及长期待摊资产较少，与公司主要办公地点为租赁的情况相符合，具有合理性。

2020年及2021年，公司位于如皋和太仓的办公楼陆续建成并转为固定资产，导致2020年及2021年管理费用中折旧与摊销较2019年增加。

报告期内，公司管理费用主要由职工薪酬、股权激励费用构成，公司平均薪酬与同行业公司平均水平不存在重大差异，参见本题回复之“五、说明报告期内销售人员、管理人员、研发人员人数和级别分布，平均薪资水平与同行业可

比公司、同地区公司相比是否存在较大差异及差异原因。”

报告期内，公司产品及业务与聚胶新材较为接近，管理费用率亦与聚胶新材较为接近，具备合理性。

五、说明报告期内销售人员、管理人员、研发人员人数和级别分布，平均薪资水平与同行业可比公司、同地区公司相比是否存在较大差异及差异原因。

1、报告期内公司销售人员、管理人员、研发人员的人数及级别分布

报告期各期销售人员人数和级别分布情况如下：

截止日期	在册人数	级别分布	
		高层	基层
2021年12月31日	47	9	38
2020年12月31日	47	9	38
2019年12月31日	51	9	42

报告期各期管理人员人数和级别分布情况如下：

截止日期	在册人数	级别分布	
		高层	基层
2021年12月31日	51	10	41
2020年12月31日	46	10	36
2019年12月31日	40	9	31

报告期各期研发人员人数和级别分布情况如下：

截止日期	在册人数	级别分布	
		高层	基层
2021年12月31日	34	5	29
2020年12月31日	32	5	27
2019年12月31日	31	5	26

2、公司员工平均薪资水平及与可比公司比较情况

(1) 报告期内，公司销售人员平均工资与可比公司对比情况

单位：万元

同行业公司	2021 年度	2020 年度	2019 年度
聚胶新材	34.34	41.08	43.81
福斯特	16.65	10.79	10.37
上海天洋	29.07	19.90	26.31
集泰股份	27.09	26.61	27.25
晶华新材	16.79	14.54	13.45
同行业可比公司平均	24.79	22.58	24.24
发行人	35.37	29.64	27.25

2019 年和 2020 年，公司销售人员平均工资整体接近同行业平均水平，低于聚胶新材，主要原因系公司与聚胶新材在客户规模、客户集中度上存在较大差异，公司客户集中度低于聚胶新材，单位销售收入需要更多销售人员。2021 年度，发行人产能增加，为鼓励销售人员持续开发市场，提升了销售人员的薪酬水平。

报告期内，公司与聚胶新材在前五客户占营业收入比重的对比情况如下：

项目	2021 年		2020 年		2019 年	
	聚胶新材	发行人	聚胶新材	发行人	聚胶新材	发行人
前五客户占比	49.54%	14.24%	45.26%	11.96%	45.49%	13.60%
年末销售人员	26	47	16	47	-	-

综上，公司销售人员整体工资水平与同行业可比公司平均水平不存在重大差异。

(2) 报告期内，公司管理人员平均工资与可比公司对比情况：

单位：万元

同行业公司	2021 年度	2020 年度	2019 年度
聚胶新材	25.21	26.14	23.24
福斯特	21.34	31.17	15.33
上海天洋	22.29	14.32	15.49
集泰股份	18.47	14.01	12.40
晶华新材	14.34	9.40	18.40
同行业可比公司平均	20.33	19.01	16.97
发行人	19.75	22.13	24.22

报告期内，公司管理人员平均工资整体高于同行业其他可比公司，与聚胶新材较为接近，主要原因系公司精简管理架构、公司管理人员数量较少导致。上述可比公司中，聚胶新材与公司在主营业务、主要产品、生产及销售模式方面最为接近，均从事热熔压敏胶的生产与销售，因此，公司管理人员平均工资水平合理，与同行业公司不存在重大差异。

(3) 报告期内，公司研发人员平均工资与可比公司对比情况：

单位：万元

同行业公司	2021 年度	2020 年度	2019 年度
聚胶新材	41.39	46.15	53.84
福斯特	15.91	19.69	11.58
上海天洋	21.83	17.77	14.47
集泰股份	14.13	11.92	12.07
晶华新材	10.43	9.71	5.74
同行业可比公司平均	20.74	21.05	19.54
发行人	19.37	20.03	20.43

报告期内，公司研发人员平均工资与同行业可比公司平均水平接近，低于聚胶新材平均水平，主要原因系公司与聚胶新材在主要客户所处行业、客户需求等方面存在较大差异。

报告期内，公司主要客户为标签行业企业，标签系列产品占比分别为 48.17%、51.77%及 55.85%；聚胶新材前五大客户中，金佰利、恒安等客户均为个人卫材等行业龙头企业，且前五大客户占比较高，参见本题回复之“(1) 报告期内，公司销售人员平均工资与可比公司对比情况”。由于个人卫材行业与标签行业在产品性能要求、供应商原材料的研发方向等方面具有不同要求，公司研发部门设置、研发人员储备、研发项目方向等方面与聚胶新材存在差异，导致公司研发人员平均工资与聚胶新材存在较大差异。

综上，公司研发人员平均工资与同行业可比公司平均水平接近，与聚胶新材存在一定差异但具有合理性。

(4) 报告期内，公司所在地区平均工资情况

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
上海市城镇私营单位就业人员平均工资	尚未公布	8.01	6.42
江苏省城镇私营单位（制造业）就业人员年平均工资	尚未公布	6.47	5.93
如皋上市公司梦百合 [603313.SH]	14.53	12.08	8.55
嘉定区上市公司上海天洋 [603330.SH]	14.68	12.55	15.18
嘉好股份	17.26	15.64	16.63

注 1：上海市城镇私营单位就业人员平均工资数据来源于上海市统计局（统计年鉴）；

注 2：江苏省城镇私营单位（制造业）就业人员年平均工资数据来源于江苏省统计局（统计新闻发布）。

报告期内，公司员工的平均工资高于当地平均工资水平，与嘉定区同行业可比公司上海天洋接近，不存在重大差异，公司员工工资处于合理水平。

六、说明研发活动的主要过程、研发活动与生产活动如何区分、研发活动是否与生产活动共用设备，发行人研发费用的归集、分摊与结转方式，相关方式是否符合《企业会计准则》的规定及行业惯例，研发费用是否混入生产成本或其他成本费用的情形。

1、研发活动的主要过程

公司制定了严格的研发业务流程制度文件并得到有效执行，具体流程如下：

（1）公司根据市场上对产品的潜在需求，经业务与研发部门共同讨论是否进行产品开发；

（2）确定设计目标、开发方向和初始配方，并测试小样；

（3）进行试生产，并再次进行物性数据和性能数据验证；

（4）通过研发订单生产并经客户持续使用合格后，研发完成。

2、研发活动与生产活动如何区分

公司研发活动均按项目进行管理，由销售人员提交《产品开发申请表》，并经销售总监、技术总监及行业工程师审核通过，进入研发实施阶段。研发项目实施通过《产品开发表》、《生产工艺指导书》、《技术说明书》、《技术服务流程》客户反馈等过程记录与验证研发成果，并经过研发生产订单及新产品客户试用合格后，研发过程结束，后续订单转为生产订单。

生产活动系公司根据生产计划或销售订单进行的日常生产经营活动，生产活动均由生产车间的生产人员进行。

3、研发活动是否与生产活动共用设备

因公司研发需求，存在研发活动短时间借助部分生产设备用于工艺及产品开发的情况。公司研发项目的最终目的在于研发的产品能够投入生产并实现销售，由于研发项目涉及到生产环境、生产配方、工艺及流程对产品性能的影响，需要通过投料试验和产品试生产对研发成果进行检验，因此公司的研发活动除实验室试验和检测活动外，仍需借助现有生产线进行批量投料试生产、对试生产产品的性能进行检验，优化产品配方及工艺，获得符合生产标准的配方比例，从而达到产品的质量目标，最终实现研发产品的工业化生产。

公司研发活动过程中只存在临时借助部分生产设备进行投料试生产的情况，每年发生次数很少且时间较短，不会影响生产设备的正常运转，因此生产设备的折旧费用仍按照设备的归属部门计入生产成本中。

综上所述，公司存在研发活动中临时借用生产设备的情况，符合公司实际经营情况，具有合理性。

4、研发费用的归集、分摊与结转方式，是否符合《企业会计准则》的规定和行业惯例

(1) 研发费用的归集与分摊，

报告期内，公司根据《企业会计准则》的有关规定，明确了研发支出范围和标准，仅包括与研发活动直接相关的材料费用、人工费用、折旧费用及其他

费用等支出可以计入研发支出。研发费用具体归集、分摊与结转方式如下：

1) 研发费用的归集、分摊

报告期内，发行人以研发项目为基础开展研发工作，研发项目领用的材料、研发人员的工资薪酬、相关设备发生的折旧费等均按照研发项目归集与分摊：

项目	研发费用归集、分摊方式
材料费用	用于研发活动的材料费，按照研发项目实际领用直接计入对应研发项目。
人工费用	研发人员的工资奖金、职工福利、职工教育经费、社保公积金等薪酬费用，按照实际支出的金额直接计入该研发人员主要从事的研发项目。
折旧费用	直接与研发项目相关的机器设备、试验的仪器的折旧费，按照各研发项目实际领用原材料数量比例合理分配。由于共用生产设备进行中试研发的产量较小，因此将此部分折旧全部计入制造费用，未分摊至研发费用。
其他费用	其他实际发生的差旅费、办公费、研发咨询服务费直接计入对应研发项目。

2) 研发费用的结转

月末，公司将各项目归集、分摊的直接研发支出结转计入当期研发费用。

3) 同行业公司研发费用的归集与分摊

证券代码	证券简称	研发费用主要核算内容
603806.SH	福斯特	材料、职工薪酬、折旧及摊销、燃料及动力、检测试验、其他
603330.SZ	上海天洋	职工薪酬、实验耗材、服务费、折旧费、其他
002909.SH	集泰股份	直接投入、职工薪酬、试验费、折旧与摊销、差旅费、办公费、技术转让费、专利费、中介费、外部研发费
603683.SH	晶华新材	职工薪酬、折旧及摊销、直接材料、股份支付、其他
-	聚胶新材	职工薪酬、直接投入、技术咨询费、折旧摊销、差旅办公、其他

通过查阅同行业可比公司的公开披露信息，公司与同行业可比公司的研发费用归集内容基本一致，公司研发费用的归集方式符合行业惯例。

综上，公司研发费用的核算过程真实、准确、完整，研发费用的归集、分摊与结转方式均符合《企业会计准则》的规定及行业惯例。

5、研发费用有无混入生产成本或其他成本费用的情形说明

报告期内，公司研发费用的主要内容包括职工薪酬、材料费用、折旧费用、研发实验费及其他费用等，各项费用的入账依据如下：

- （1）职工薪酬：依据研发人员工时记录及各月工资表入账；
- （2）材料费用：依据研发领料单入账；
- （3）折旧费用：依据固定资产清单及折旧摊销表入账；
- （4）其他费用：依据合同、发票、费用报销单或付款申请单入账。

上述相关费用均与研发项目本身直接相关，研发费用不存在混入生产成本或其他成本费用的情况。

七、说明发行人将部分研发投入计入营业成本的相关会计处理是否符合《企业会计准则》相关要求，是否符合行业惯例。

报告期内，公司将部分研发投入计入营业成本，主要系公司所处行业及公司的生产模式导致，公司的研发及生产过程主要系通过不同原材料的配比进行混合与搅拌，拟研发产品与已有产品主要系原材料配比不同。在研发过程中，研发失败的产品可以作为原材料继续投入生产过程进行混合与搅拌，不产生消耗，形成产成品后实现销售；研发成功的新产品通过向客户销售取得客户实际使用情况的反馈。综上，公司在上述产品实现销售后将对应原材料确认至“营业成本”科目。

该部分投入属于为研发活动发生的直接材料投入，故属于“研发投入”，但在会计核算上，由于该部分产品最终对外销售，根据“收入成本配比”原则，需确认为“营业成本”，而不在“研发费用”科目列示，从而导致公司将部分研发投入计入营业成本的情形。

通过查阅同行业可比公司的公开披露信息，因同行业可比公司主要产品、应用领域等与公司不同，未发现可比同行业公司存在将部分研发投入计入营业成本的情形。

公司查阅了存在将部分研发产品对外出售情形的其他上市公司的公开披露

信息，其研发费用与研发投入的差额及原因如下：

单位：万元

序号	公司名称	上市时间	是否高新技术企业	招股书最近一年研发投入金额	招股书最近一年研发费用金额	招股书中关于“研发投入与研发费用差异原因”的说明
1	中红医疗 300981.SZ	2021/04/27	是	4,030.84	930.89	在中试过程中，公司形成可以对外出售的产品，该部分产品销售收入作为营业收入，相应在该过程中耗用的原材料、能源、辅助研发人员薪酬及分摊的各项费用等研发投入作为成本在会计核算时计入存货并按照收入成本匹配原则结转对应的营业成本。
2	天合光能 688599.SH	2020/06/10	是	133,162.31	29,843.53	报告期内，公司的研发投入和研发费用的差异系计入了相关中试线试制产品的成本所形成。
3	豪尔赛 002963.SZ	2019/10/28	是	3,746.10	995.20	公司 2018 年度发生的研发支出合计 3,746.10 万元（占营业收入的比例为 4.06%），公司根据收入成本匹配原则，将研发支出中的 995.20 万元计入管理费用-研发费用，占收入的比例为 1.08%。

4	德恩精工 300780.SZ	2019/05/31	是	1,598.47	166.87	上述研发投入包括计入生产成本的研发投入和计入管理费用的研发投入。其中计入生产成本的研发投入系公司根据客户具体要求在生产线上进行试制、试样、试生产并最终交付客户，发生的相关人员工资、直接材料、生产用电、耗材投入、折旧摊销等费用直接计入当期生产成本。计入管理费用的研发投入系不参与生产、从事研发的相关人员工资及直接材料投入等费用。
---	-------------------	------------	---	----------	--------	---

除上述公司外，上市公司隆华新材（301149.SZ）于 2021 年 8 月 18 日在其《招股说明书》中针对研发投入和研发费用存在差异的情况进行了专项说明，其公开披露的研发投入口径如下：

“4、公司研发投入统计口径

公司研发投入统计口径是公司研发项目取得研发数据、得出试验结论和形成研发成果所投入的全部人工成本、试验成本和与研发有关的费用，研发支出具体归集包括：（1）支付研发项目参与人员与研发活动有关的职工薪酬；（2）进行实验室实验、中试试验和生产线上技术性验证所消耗的原材料；（3）研发实验所使用仪器设备的折旧；（4）为研发活动提供必要支持所必须支付的水电费、办公费、差旅费和信息资料费等。

公司与研发投入相关的会计处理如下：

（1）按研发项目归集研发所发生的各项费用

借：研发支出（物料、人工、水电、办公、折旧等）

贷：原材料

应付职工薪酬

累计折旧

应付账款（预提的水电费用）

（2）形成可供出售产品的研发支出

借：生产成本

贷：研发支出

形成的可供出售产品销售后将生产成本转入到“营业成本”科目。

（3）未形成可供出售产品的研发支出

借：研发费用（物料、人工、水电、办公、折旧等）

贷：研发支出

报告期内，公司为研发活动所承担的研发支出均按照研发项目进行归集，且研发支出不满足资本化条件，研发支出最终均归集到损益中，符合《企业会计准则第6号——无形资产》中对研发支出的规定。”

综上，公司将部分研发投入计入营业成本符合《企业会计准则》相关要求，与存在相近研发模式上市公司的会计处理相同。

八.....

【申报会计师回复】

一、针对事项（1）至（7）的核查

（一）主要核查程序

1、核查了公司销售台账、销售合同、运输合同、报关单、运费支付记录、运输发票，重点关注运输与送达相关条款，按照不同区域对公司销售情况及运费支付情况进行统计，将运费与销售数量逐年比较分析；

2、查阅了公司股权激励文件、评估报告、增资协议、股东（大）会决议、审计报告、工商档案，结合公司评估价值、利润水平、外部股东入股时间、增资协议具体条款等情况，分析了公司股份支付的计提情况及定价依据；

3、查阅了嘉好实业的股权结构变动情况，比较分析了发行人历次增资过程中嘉好实业以及最终持股自然人的股权变动情况，判断是否存在属于股份支付的情况；

4、通过公开信息查阅报告期内同行业可比公司管理费用率变动情况，并与发行人管理费用率进行比较分析，检查是否存在异常情况；

5、访谈行政人事部门负责薪酬的人员，检查发行人薪酬内部控制文件，评估执行有效性；取得员工花名册、劳务合同、工资表、工资汇总表等，并进行核对已确认相关人员划分是否准确，分析各期各部门薪酬变动的原因；检查工资发放记录与计提数据是否一致；获取工资及奖金发放的银行回单，与计提数据核对是否一致；检查报告期内社保、公积金缴纳情况，分析报告期各期缴纳人数、缴存比例及缴纳金额是否符合国家和地方劳动保障法律法规的有关规定；计算人均工资薪酬，与同地区、同行业上市公司平均工资水平进行对比分析。

6、获取并查阅发行人研发管理制度、研发立项资料，访谈发行人研发活动相关负责人、生产相关负责人，详细了解发行人的研发流程及具体内容、了解发行人的研发活动与生产活动的主要区别；对研发费用的支持性文件进行抽样测试，包括：合同、发票、付款凭证、研发领料单、生产工艺指导书、研发项目验收报告等，确认研发活动与生产活动能准确区分；确认相关费用支出的真实性及列报的准确性；

7、获取并查阅发行人研发项目的立项资料、立项审批文件、验收报告等资料，了解报告期内各研发项目投入情况、研发进展、成果等；获取各报告期发行人的研发费用明细表、研发人员花名册及工资表明细表、研发相关的资产折

旧及摊销台账，分析研发活动相关费用归集、分摊、结转的准确性与合规性；

(二) 核查结论

- 1、发行人报告期内运输费用与销量的匹配情况，符合行业惯例；
- 2、发行人 2018 年 6 月评估结果合理，2019 年外部股东入股价格合理，报告期内股份支付费用计提准确；
- 3、发行人不存在应确认股份支付而未确认的情形。
- 4、发行人管理费用率与同行业可比公司的差异存在合理性，与主要产品及主营业务相似的聚胶新材接近；
- 5、报告期内，公司销售人员、管理人员、研发人员人数和级别分布情况合理，平均薪资水平与同行业可比公司、同地区公司相比不存在较大差异；
- 6、发行人研发费用的归集、分摊与结转方式，相关方式符合《企业会计准则》的规定及行业惯例，研发费用不存在混入生产成本或其他成本费用的情形；
- 7、发行人将部分研发投入计入营业成本的相关会计处理符合《企业会计准则》相关要求，符合行业惯例。

审核问询函 9.关于应收票据、应收账款和应收款项融资

申报文件显示：

(1) 报告期各期末，发行人应收票据和应收款项融资的合计金额合计分别为 **3,478.34 万元、2,900.58 万元和 3,569.84 万元**。

(2) 报告期各期末，发行人应收账款账面价值分别为 **9,057.68 万元、10,099.46 万元、9,404.27 万元**，占主营业务收入比例分别为 **20.55%、19.97%、16.15%**。

请发行人：

(1) 说明报告期各期末发行人已背书或贴现且尚未到期银行承兑汇票的终止确认情况，并结合承兑人的信用情况，说明发行人对上述银行承兑汇票终止确认的相关处理是否符合《企业会计准则》及行业惯例。

(2) 说明报告期各期末应收票据、应收款项融资和应收账款账面余额占当期营业收入的比例是否与同行业可比公司存在较大差异及原因。

(3) 说明报告期内不同销售模式下主要客户信用政策、信用期和结算方式是否发生变化，对发行人财务和经营状况的影响情况。

(4) 结合发行人应收账款坏账计提政策与同行业可比公司的差异，说明发行人应收账款坏账计提的充分性。

(5) 说明报告期内发行人逾期应收账款的相关情况，包括主要逾期客户名称、客户类型、逾期金额、逾期原因、账龄、坏账准备计提情况、未来收回可能性等，并说明应收账款整体期后回款情况。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明对发行人应收账款的函证情况，包括发函率、回函率、回函金额占各期应收账款余额比例、各期函证选取的标准。

【公司回复】

一、说明报告期各期末发行人已背书或贴现且尚未到期银行承兑汇票的终止确认情况，并结合承兑人的信用情况，说明发行人对上述银行承兑汇票终止确认的相关处理是否符合《企业会计准则》及行业惯例。

报告期各期末发行人已背书或贴现且尚未到期银行承兑汇票的终止确认情况如下：

单位：万元

种 类	2021.12.31		2020.12.31		2019.12.31	
	期末终止确认金额	期末未终止确认金额	期末终止确认金额	期末未终止确认金额	期末终止确认金额	期末未终止确认金额
银行承兑票据	2,165.18	2,750.21	1,055.47	1,512.68	1,938.44	1,747.21
合 计	2,165.18	2,750.21	1,055.47	1,512.68	1,938.44	1,747.21

根据《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》及其应用指南的规定，公

公司已背书或贴现且资产负债表日尚未到期的应收票据和应收款项融资的终止确认情况如下：

A.对于由信用等级较高的银行承兑的银行承兑汇票，信用风险和延期付款风险很小，并且票据相关的利率风险已转移给银行，可以判断票据所有权上的主要风险和报酬已经转移，故终止确认；

B.对于由信用等级不高的银行承兑的银行承兑汇票，背书或贴现不影响追索权，票据相关的信用风险和延期付款风险仍没有转移，故未终止确认；

公司根据近期公开信息披露的票据违约情况、《中国银保监会办公厅关于进一步加强企业集团财务公司票据业务监管的通知》（银保监办发〔2019〕133号），并参考《上市公司执行企业会计准则案例解析（2020）》等，遵照谨慎性原则对银行承兑汇票承兑人的信用等级进行划分。具体划分标准如下：

6 大国有银行（工商银行、农业银行、中国银行、建设银行、交通银行、邮政储蓄银行）和 9 大股份制银行（招商银行、浦发银行、中信银行、中国光大银行、华夏银行、中国民生银行、平安银行、兴业银行、浙商银行）。

除上述银行外的其他银行均作为信用等级不高的银行。

发行人银行承兑汇票终止确认的相关处理符合《企业会计准则》及行业惯例。

二、说明报告期各期末应收票据、应收款项融资和应收账款账面余额占当期营业收入的比例是否与同行业可比公司存在较大差异及原因。

报告期内，公司应收账款、应收票据及应收款项融资合计金额占营业收入比重情况如下：

单位：万元

单位名称	2021 年末	2020 年末	2019 年末
应收票据	1,937.46	2,443.53	2,242.35
应收款项融资	702.48	1,126.31	658.24
应收账款账面余额	12,055.78	9,868.78	10,465.16

合计	14,695.73	13,438.62	13,365.74
营业收入	70,499.41	58,263.55	50,590.94
合计金额占营业收入比例	20.85%	23.07%	26.42%

报告期内，同行业可比公司应收账款、应收票据及应收款项融资合计占营业收入比例情况如下：

单位名称	2021 年末	2020 年末	2019 年末
福斯特	38.58%	53.35%	51.73%
上海天洋	38.90%	43.50%	42.09%
集泰股份	37.75%	35.72%	33.03%
晶华新材	15.41%	18.75%	17.05%
聚胶新材	25.25%	23.07%	25.74%
行业平均	31.18%	34.88%	33.93%
本公司	20.85%	23.07%	26.42%

综上可知，报告期各期，公司营业收入总体回款状况良好，公司应收账款、应收票据及应收款项融资合计占营业收入比重分别为 26.42%、23.07%和 20.85%，略低于同行业公司平均水平，但与行业细分领域可比公司聚胶新材基本保持一致。

三、说明报告期内不同销售模式下主要客户信用政策、信用期和结算方式是否发生变化，对发行人财务和经营状况的影响情况。

报告期内部分客户会根据其历史采购量以及付款情况等综合因素适当调整信用期，如 ARTECOLA CHILE S.A、LLC SWIFT CHEMICAL、P & K LANCASTER TRADING LLP 等公司由于客户信用良好，对其放宽信用政策。ONEPACK COM IMPORT EXPORT LTDA 由于逾期货款较多，对其收紧信用政策。

公司主要客户信用政策、信用期以及结算方式整体变化较小，对公司财务和经营状况不构成重大影响。

四、结合发行人应收账款坏账计提政策与同行业可比公司的差异，说明发行人应收账款坏账计提的充分性。

报告期内，同行业可比公司坏账计提比例如下：

单位名称	账龄	2021 年	2020 年	2019 年
福斯特	6 个月以内	5.00%	5.00%	5.00%
	6 个月至 1 年	5.00%	5.00%	5.00%
	1 至 2 年	20.00%	20.00%	20.00%
	2 至 3 年	50.00%	50.00%	50.00%
	3 年以上	100.00%	100.00%	100.00%
上海天洋	6 个月以内	5.00%	5.00%	5.00%
	6 个月至 1 年	5.00%	5.00%	5.00%
	1 至 2 年	10.00%	10.00%	10.00%
	2 至 3 年	20.00%	20.00%	20.00%
	3 至 4 年	30.00%	30.00%	30.00%
	4 至 5 年	50.00%	50.00%	50.00%
	5 年以上	100.00%	100.00%	100.00%
集泰股份	6 个月以内	2.18%	1.92%	0.97%
	6 个月至 1 年	2.18%	1.92%	0.97%
	1 至 2 年	25.68%	28.03%	16.29%
	2 至 3 年	72.13%	69.74%	73.23%
	3 年以上	100.00%	100.00%	100.00%
晶华新材	6 个月以内	5.00%	5.00%	5.00%
	6 个月至 1 年	5.00%	5.00%	5.00%
	1 至 2 年	10.00%	10.00%	10.00%
	2 至 3 年	30.00%	30.00%	30.00%
	3 至 4 年	50.00%	50.00%	50.00%
	4 至 5 年	80.00%	80.00%	80.00%
	5 年以上	100.00%	100.00%	100.00%
聚胶新材	6 个月以内	5.00%	5.00%	5.00%
	6 个月至 1 年	5.00%	5.00%	5.00%
	1 至 2 年	20.00%	20.00%	20.00%
	2 至 3 年	50.00%	50.00%	50.00%
	3 年以上	100.00%	100.00%	100.00%
行业平均	6 个月以内	4.44%	4.38%	4.19%
	6 个月至 1 年	4.44%	4.38%	4.19%
	1 至 2 年	17.14%	17.61%	15.26%
	2 至 3 年	44.43%	43.95%	44.65%
	3 至 4 年	76.00%	76.00%	76.00%
	4 至 5 年	86.00%	86.00%	86.00%

单位名称	账龄	2021 年	2020 年	2019 年
	5 年以上	100.00%	100.00%	100.00%
嘉好股份	6 个月以内	1.41%	1.61%	1.73%
	6 个月至 1 年	8.79%	18.11%	11.35%
	1 至 2 年	28.02%	29.26%	27.60%
	2 至 3 年	88.00%	88.00%	88.00%
	3 至 4 年	100.00%	100.00%	100.00%
	4 至 5 年	100.00%	100.00%	100.00%
	5 年以上	100.00%	100.00%	100.00%

从上表来看，本公司在 6 个月以内的坏账计提比例低于同行业可比公司，其他期间的坏账计提比例均高于同行业可比公司。

报告期各期末，公司与同行业可比公司应收账款坏账准备占应收账款余额比例的对比情况如下：

单位名称	2021 年末	2020 年末	2019 年末
福斯特	6.61%	6.76%	9.78%
上海天洋	6.53%	7.94%	15.68%
集泰股份	8.27%	7.34%	6.16%
晶华新材	5.45%	5.38%	5.20%
聚胶新材	5.00%	5.00%	5.00%
行业平均	6.37%	6.48%	8.36%
嘉好股份	5.90%	4.71%	3.49%

从报告各期来看，公司整体坏账计提比例略低于同行业可比公司，这主要是受公司应收账款回款情况较好的影响，如下表所示，公司的应收账款周转率基本高于同行业平均周转率。因此公司坏账准备计提比例低于同行业可比公司具有合理性。

同行业应收账款周转率比较情况如下：

单位名称	2021 年末	2020 年末	2019 年末
福斯特	4.56	3.83	4.05
上海天洋	4.46	3.33	3.59
集泰股份	4.45	4.22	4.51

单位名称	2021 年末	2020 年末	2019 年末
晶华新材	7.43	6.22	6.42
聚胶新材	5.17	5.07	4.32
行业平均	5.21	4.53	4.58
嘉好股份	6.22	5.73	5.05

如采用同行业坏账计提比例进行模拟测算，对各期间应收账款坏账损失的影响测算如下：

经测算，具体影响如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
模拟测算应收账款坏账准备金额 (按照应收账款余额*行业平均坏账 计提比例测算)	572.93	563.41	546.61
申报报表应收账款坏账准备金额	756.44	464.51	365.70
差异	-183.51	98.90	180.91
利润总额	4,431.21	5,887.15	4,648.75
占利润总额比重	-4.14%	1.68%	3.89%

假设按同行业平均坏账计提比例计算，本公司报告期各年度应补提金额分别占报告各期利润总额的 3.89%、1.68%和-4.14%。对报表整体不存在重大影响。

五、说明报告期内发行人逾期应收账款的相关情况，包括主要逾期客户名称、客户类型、逾期金额、逾期原因、账龄、坏账准备计提情况、未来收回可能性等，并说明应收账款整体期后回款情况。

报告期内主要逾期排名前十的客户情况如下：

单位：万元

年度	客户名称	客户类型	逾期金额	逾期原因	账龄	坏账准备
2021 年度	ONEPACK COM IMPORT EXPORT LTDA	经销商	697.46	客户拖欠	2 年以内	412.78
	上悦（上海）印刷有限公司	直销	363.40	客户拖欠	1 年以内	6.16
	上海立生泵阀有限公司	直销	84.60	客户拖欠	半年以内	1.13
	浙江天之元物流科技有限公司	直销	81.00	客户	半年	1.32

年度	客户名称	客户类型	逾期金额	逾期原因	账龄	坏账准备
				拖欠	以内	
	河南舒莱卫生用品有限公司	直销	77.84	客户拖欠	半年以内	1.76
	东莞市金隆纸塑制品有限公司	直销	75.50	客户拖欠	半年以内	1.32
	桐庐远鹏印务有限公司	直销	54.26	客户拖欠	1年以内	1.80
	LLC SWIFT CHEMICAL	ODM	53.66	客户拖欠	半年以内	4.77
	PAL ADHESIVE PRODUCTS LTD.	直销	45.61	客户拖欠	半年以内	5.47
	安徽玖邦智能科技有限公司	直销	45.70	客户拖欠	半年以内	0.77
2020年度	ONEPACK COM IMPORT EXPORT LTDA	经销商	672.63	客户拖欠	1年以内	138.68
	P & K LANCASTER TRADING LLP	贸易商	164.88	客户拖欠	半年以内	5.36
	LLC SWIFT CHEMICAL	ODM	145.93	客户拖欠	半年以内	13.30
	天津虹致新材料有限公司	直销	114.60	客户拖欠	半年以内	2.63
	桐庐远鹏印务有限公司	直销	106.37	客户拖欠	1年以内	5.51
	深圳市力科信实业有限公司	直销	97.44	客户拖欠	半年以内	3.98
	江苏艾科智创新材料有限公司	直销	76.10	客户拖欠	半年以内	0.87
	浙江冠豪新材料有限公司	直销	72.92	客户拖欠	半年以内	2.55
	浙江银证特种纸业有限公司	直销	65.41	客户拖欠	半年以内	0.75
	山东辰星医疗科技有限公司	直销	54.50	客户拖欠	半年以内	1.01
2019年度	浙江冠豪新材料有限公司	直销	215.86	客户拖欠	半年以内	4.66
	ONEPACK COM IMPORT EXPORT LTDA	经销商	196.15	客户拖欠	半年以内	24.18
	深圳市力科信实业有限公司	直销	151.95	客户拖欠	半年以内	9.67
	桐庐远鹏印务有限公司	直销	80.71	客户拖欠	1年以内	6.04
	苍南众乐不干胶制品有限公司	直销	72.89	客户拖欠	半年以内	0.95

年度	客户名称	客户类型	逾期金额	逾期原因	账龄	坏账准备
	东莞广伦实业有限公司	直销	68.54	客户拖欠	半年以内	2.26
	永益集团股份有限公司	直销	58.00	客户拖欠	半年以内	0.76
	常州美杰医疗用品有限公司	直销	53.57	客户拖欠	半年以内	0.70
	基仕伯化学材料（中国）有限公司鄂州分公司	直销	51.14	客户拖欠	半年以内	1.44
	江苏欧西建材科技发展有限公司	直销	49.03	客户拖欠	1年以内	3.57

如上表所示，报告期内逾期金额排名前十的客户中，主要逾期金额均在半年以内，存在少量客户存在超过半年及以上的情况。其中逾期金额最大的客户 ONEPACK COM IMPORT EXPORT LTDA 在报告期内的逾期金额较大，2020 年末逾期金额较以前年度显著增加，主要是受新冠疫情和巴西货币雷亚尔贬值的影响，回款出现一定的困难。本公司已经针对该客户制定了相应的款项回收计划，目前该客户回款正常，尚未出现停止付款的情形，未来可回收性相对较高。发行人逾期客户的整体未来可回收性较高，部分逾期金额超过 1 年以上的客户，本公司已经对其充分计提坏账准备。

公司期后回款情况如下：

单位：万元

项目	应收账款原值	截至 2020 年 12 月 31 日回款金额	截至 2021 年 12 月 31 日回款金额	截至 2022 年 4 月 30 日回款金额	期后回款比例
2019 年 12 月 31 日	10,465.16	10,104.59			96.55%
2020 年 12 月 31 日	9,868.78		9,370.27		94.95%
2021 年 12 月 31 日	12,812.23			10,954.25	85.50%

如上表所示，报告期各期末应收账款期后整体回款情况良好。

【申报会计师回复】

一、针对事项（1）至（5）的核查

（一）主要核查程序

1、询问财务部负责人了解了发行人关于票据终止确认相关的会计政策，并复核其会计处理是否符合企业会计准则的规定，取得了发行人报告期内的应收票据台账，并对各期末已经背书或贴现情况结合其承兑方进行检查；

2、执行分析程序，将报告期内应收账款周转率变动情况进行比较，并与同行业可比公司进行对比，检查其是否存在异常；

3、对报告期内主要客户、主要应收账款单位执行函证、走访程序。检查主要客户、主要应收账款单位的合同、发票及银行回单等资料，核查相关交易的真实性以及应收账款的完整性、准确性；

4、查阅并复核发行人应收账款明细表及账龄明细表，复核坏账计提明细表；比较分析发行人坏账计提政策与同行业公司是否存在显著差异；

5、查阅发行人逾期应收账款明细，访谈了解逾期及催收款项情况；复核相关坏账计提准确性；复核发行人应收账款期后回款情况，取得相关银行回单等资料。

（二）核查结论

经核查，公司上述回复中与财务报告相关的信息与我们在审计过程中获取的相关资料在所有重大方面一致。我们认为：

1、发行人银行承兑汇票终止确认的相关处理符合《企业会计准则》及行业惯例；

2、发行人报告期各期末应收票据、应收款项融资和应收账款账面余额占当期营业收入的比例略低于同行业公司平均水平，但与行业细分领域可比公司聚胶新材基本保持一致，不存在较大差异；

3、报告期内发行人不同模式下主要客户的信用政策、信用期和结算方式未发生重大变化，对发行人财务和经营状况影响较小；

4、发行人应收账款计提比例低于同行业平均，主要受到发行人应收账款回款情况较好的影响，发行人的应收账款周转率基本高于同行业平均周转率，发行人应收账款坏账计提充分；

5、发行人客户逾期情况主要由于客户拖欠所致，发行人坏账准备计提充分、期后回款情况良好。

二、对发行人应收账款的函证情况，包括发函率、回函率、回函金额占各期应收账款余额比例、各期函证选取的标准。

1、各期函证选取标准

选样标准为对销售额在 100 万以上的客户进行全部函证，销售额在 100 万以下的客户随机抽取。

2、函证情况统计表

	2021 年度	2020 年度	2019 年度
应收账款余额	12,812.23	9,868.78	10,465.16
发函金额	11,101.30	8,922.22	9,184.21
发函比例	86.65%	90.41%	87.76%
回函金额	9,859.05	7,717.53	7,983.10
回函比例	88.81%	86.50%	86.92%

3、对函证收发的控制

在整个函证过程中，申报会计师保持了应有的谨慎，包括在函证前通过公开信息等渠道查询函证地址是否为被函证客户真实地址；由审计人员取得客户盖章函证文件后亲自函证；对收到的回函核查发件人地址是否为客户地址等。

审核问询函 10.关于存货

申报文件显示，报告期各期末，发行人存货余额分别为 5,605.33 万元、7,262.24 万元、8,879.26 万元。

请发行人：

（1）结合主要原材料和库存商品的保质期要求，说明发行人存货跌价计提政策是否设置了针对原材料和库存商品保质期的相关要求，是否符合行业惯例。

（2）结合发货验收周期，说明报告期内发行人发出商品金额较大的合理性，各期末发出商品的期后结转情况，是否存在通过发出商品虚增资产的情形。

(3) 结合报告期内同行业可比公司的存货跌价准备计提情况，说明发行人存货跌价准备的计提是否符合行业惯例。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明对存货的监盘程序、监盘比例及监盘结果，是否存在虚构资产的情况。

【公司回复】

一、结合主要原材料和库存商品的保质期要求，说明发行人存货跌价计提政策是否设置了针对原材料和库存商品保质期的相关要求，是否符合行业惯例。

本公司主要原材料和库存商品的保质期情况如下：

类型		保质期	保质期说明
主要原材料	增粘树脂	1年	本产品应储存在通风、阴凉、干燥、清洁并保持有良好消防设施的仓库内。储存时产品要离地、离墙（10cm-20cm），码垛高度小于3M；垛与垛之间应有适当间隔，以保证物料干燥，防止受潮、防止阳光直接照射，仓库内物料在常温不大于35℃，相对湿度不大于85%的环境中存储。存储期为1年，超过存储期，可按企业标准进行复检，若复检结果符合企业标准要求，仍可使用。
	橡胶油	2年	油类产品与一般的食品和药品不同，因其将抗氧、防锈、减磨和清洁作为其基本产品性能，所以没有严格意义上的储存保质期。只要保管得当，三年以内产品各项指标没有发生变化，一般都不会影响使用。到目前为止国内润滑油行业或国家标准对润滑油、脂类产品没有明确规定其保质期。
	热塑性弹性体	2年	常温下贮存在干燥、通风、清洁的仓库中，远离热源，防止日光直接照射。产品应成行成垛整齐码放并保持一定距离，垛高不高于20层。在规定的贮存条件下，自生产之日起贮存期为24个月。
库存商品	热熔压敏胶	2年	在干燥阴凉5-35℃的储存环境下，完整包装的产品保质期为生产日期起算24个月。储存时，需避免阳光直射及高温高热的环境。

公司在制定存货跌价计提政策时考虑了原材料和库存商品相关的保质期。

对于原材料，公司在每个报告期期末结合实物盘点评估是否存在超出质保期和因产品型号更新不再使用的原材料，以判断是否存在减值迹象，对于存在减值迹象的原材料进行减值测试。

对于库存商品，公司在每个报告期期末进行存货减值测试，将存货成本高于存货可变现净值的部分确认存货跌价准备。同时公司产品型号较多，且会针对客户的特殊需求开发差异化的产品，可能存在因客户需求变化导致产品无法在短期内（3个月）找到其他合适买家，公司会采取降价销售等手段进行处理，对此公司根据历史销售折价的情况针对3个月以上的库存商品单独设置了存货跌价计提政策，具体如下：

库龄	计提比例
3-6个月	10.00%
6-12个月	20.00%
1-2年	50.00%
2年以上	100.00%

报告期内，发行人存货有产品保质期要求，发行人实际计提存货减值准备时考虑了产品保质期要求。按产品保质期计提存货跌价准备符合行业惯例。

二、结合发货验收周期，说明报告期内发行人发出商品金额较大的合理性，各期末发出商品的期后结转情况，是否存在通过发出商品虚增资产的情形。

本公司的发出商品是指，公司已经销售出库，但尚未达到收入确认条件的商品，均为销售在途。

其中境内销售业务，除少量客户自提外，主要由本公司负责将商品运输至客户指定的交货地点，取得客户签收单时确认收入。

境外销售业务，主要贸易方式包括 CIF、FOB、CFR、DDP、DDU。采用 CIF、FOB、CFR 贸易方式交易的出口业务：公司在已办理出口报关手续，货物装船并取得货运提单时确认收入；采用 DDP 及 DDU 方式交易的销售：公司在产品运达客户指定收货点签收确认时确认收入。

境内销售业务的发货验收周期主要与客户距离远近以及运输方式相关，按客户所在区域划分的平均发货验收周期情况为：

区域	发货验收周期
华东	1-3 天
华南	5-6 天
华中	2-4 天
华北	3-5 天
其他	4-5 天

公司进行产品运输主要通过公路运输和水路运输两种方式，除华南地区存在部分水路运输外，其余地区主要采用公路运输方式，水路运输较公路运输慢，使得华南地区的发货验收平均周期较其他地区更长。

境外销售业务，对于 CIF、FOB、CFR 贸易模式下的发货周期主要与报关时间和船运安排时间快慢相关。报告期内公司出口业务在销售出库后至取得货运提单之间的平均周期约为 7 天，其中 2020 年 12 月受疫情影响国际航运集装箱紧张，产品销售出库后至取得提单周期显著增加，12 月份平均周期约 10 至 15 天；对于 DDU、DDP 业务，由于需要运送至境外客户指定交货地点，周期较长，目前现有采用 DDU、DDP 模式交易的客户其发货验收期通常为 40 至 60 天。

各报告期末发出商品余额情况如下：

单位：万元

项目	2021 年末	2021 年末占比	2020 年末	2020 年末占比	2019 年末	2019 年末占比
内销	121.80	17.79%	72.86	11.44%	263.31	44.88%
外销	562.68	82.21%	564.24	88.56%	323.40	55.12%
合计	684.48	100.00%	637.10	100.00%	586.72	100.00%

外销业务受报关和船运安排，使得其发货签收周期大大高于内销业务。报告期内，除 2019 年外，其余年度内销和外销业务发出商品占比相对稳定。

2019 年末内销业务发出商品余额较其他年度大，主要是受期末盘点时点不同所致，2018 年期末盘点时间为 2018 年 12 月 31 日，2019 年期末盘点时间为 2020 年 1 月 1 日，2020 年期末盘点时间为 2020 年 12 月 30 日至 31 日。在盘点过程中公司不再进行存货的收发活动。由此使得 2019 年末内销发出商品的金额较大，2019 年期末发出商品中属于 2019 年 12 月 30 日至 31 日期间内销业务对外发

货的金额为 187.45 万元，剔除上述影响后报告期内的内销业务发出商品余额整体无较大差异。

外销业务发出商品按签收方式进行划分情况如下：

单位：万元

项目	2021 年末	2020 年末	2019 年末
DDU、DDP 业务	65.43	61.36	36.12
其他外贸业务	497.25	502.89	287.29
合计	562.68	564.24	323.40

2020 年在外销业务收入整体略有下降的情况下，2020 年末外销业务发出商品较 2019 年度出现大幅增长，主要是由于受疫情影响 2020 年度全球航运市场运力下降，集装箱出现短缺，导致公司在进行外销出口时船运安排周期大幅增加。

各报告期期末发出商品余额占最后一个月销售出库的比例情况如下：

单位：万元

项目		2021 年末	2020 年末	2019 年末
内销	发出商品余额 (a)	121.80	72.86	263.31
	各报告期最后 1 个月销售出库金额 (b)	5,200.82	3,416.20	3,251.61
	占比 (c=a/b)	2.34%	2.13%	8.10%
	换算为发货验收天数 (d=发货天数*c+盘点天数)	2.68	2.62	2.51
外销	发出商品余额 (a)	562.68	502.89	287.29
	各报告期最后 1 个月销售出库金额 (b)	1,623.37	1,252.39	1,310.58
	占比 (c=a/b)	34.66%	40.15%	21.92%
	换算为发货验收天数 (d=发货天数*c+盘点天数)	12.05	13.64	6.80

注：在盘点期间不进行产品发货，上表中的发货验收天数包含盘点时间；外贸数据中不含 DDU\DDP 发出商品金额。

报告期各年末，本公司发出商品期后结转情况如下：

单位：万元

项目	2021 年末	2020 年末	2019 年末
----	---------	---------	---------

发出商品余额	566.25	637.10	586.72
期后结转金额	566.25	637.10	586.72
期后结转比例	100.00%	100.00%	100.00%

截至 2022 年 4 月 30 日，报告期各期末发出商品结转比例均为 100%，结转进度正常。

综合上述情况，本公司的发出商品与发货验收周期相符，发出商品金额较大具有合理性，同时发出商品在期后均已结转，不存在通过虚构发出商品增加资产的情况。

三、结合报告期内同行业可比公司的存货跌价准备计提情况，说明发行人存货跌价准备的计提是否符合行业惯例。

公司存货跌价准备计提政策与同行业可比公司比较情况如下：

公司简称	存货跌价准备计提政策
福斯特	资产负债表日，存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照存货类别成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。直接用于出售的存货，在正常生产经营过程中以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；需要经过加工的存货，在正常生产经营过程中以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；资产负债表日，同一项存货中一部分有合同价格约定、其他部分不存在合同价格的，分别确定其可变现净值，并与其对应的成本进行比较，分别确定存货跌价准备的计提或转回的金额。
上海天洋	产成品、库存商品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，在正常生产经营过程中，以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；需要经过加工的材料存货，在正常生产经营过程中，以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，其可变现净值以合同价格为基础计算，若持有存货的数量多于销售合同订购数量的，超出部分的存货的可变现净值以一般销售价格为基础计算。 期末按照单个存货项目计提存货跌价准备；但对于数量繁多、单价较低的存货，按照存货类别计提存货跌价准备；与在同一地区生产和销售的产品系列相关、具有相同或类似最终用途或目的，且难以与其他项目分开计量的存货，则合并计提存货跌价准备。除有明确证据表明资产负债表日市场价格异常外，存货项目的可变现净值以资产负债表日市场价格为基础确定。本期期末存货项目的可变现净值以资产负债表日市场价格为基础确

公司简称	存货跌价准备计提政策
	定。
集泰股份	资产负债表日，存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照存货类别成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。直接用于出售的存货，在正常生产经营过程中以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；需要经过加工的存货，在正常生产经营过程中以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；资产负债表日，同一项存货中一部分有合同价格约定、其他部分不存在合同价格的，分别确定其可变现净值，并与其对应的成本进行比较，分别确定存货跌价准备的计提或转回的金额。
晶华新材	存货可变现净值按存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额确定。 期末，按照孰低原则确定存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备，计入当期损益；以前减记存货价值的影响因素已经消失的，减记的金额应当予以回复，并在原已计提的存货跌价准备金额内转回，转回的金额计入当期损益。对于数量繁多、单价较低的存货，按存货类别计提存货跌价准备。
聚胶新材	资产负债表日，存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照单个存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。直接用于出售的存货，在正常生产经营过程中以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；需要经过加工的存货，在正常生产经营过程中以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；资产负债表日，同一项存货中一部分有合同价格约定、其他部分不存在合同价格的，分别确定其可变现净值，并与其对应的成本进行比较，分别确定存货跌价准备的计提或转回的金额。
嘉好股份	存货可变现净值是按存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额。在确定存货的可变现净值时，以取得的确凿证据为基础，同时考虑持有存货的目的以及资产负债表日后事项的影响。 资产负债表日，存货成本高于其可变现净值的，计提存货跌价准备。本公司通常按照单个存货项目计提存货跌价准备，资产负债表日，以前减记存货价值的影响因素已经消失的，存货跌价准备在原已计提的金额内转回。

如上所示，同行业可比公司亦根据其预计可变现净值与账面成本之间的差额确认存货跌价准备，公司存货跌价准备计提政策与同行业上市公司不存在明显差异，符合行业惯例。

公司与可比公司存货跌价准备占存货余额比例如下：

单位：万元

项目	2021 年度/2021 年末					
	福斯特	上海天洋	集泰股份	晶华新材	聚焦新材	嘉好股份

存货跌价准备金额	107.65	186.34	43.09	247.32	-	46.22
存货余额	150,425.24	25,325.18	12,156.39	25,289.90	8,922.33	7,843.14
存货跌价准备占存货余额比例	0.07%	0.74%	0.35%	0.98%	0.00%	0.59%

(续上表)

单位：万元

项目	2020 年度/2020 年末					
	福斯特	上海天洋	集泰股份	晶华新材	聚焦新材	嘉好股份
存货跌价准备金额	266.32	89.01	185.07	213.68	-	110.86
存货余额	97,638.98	18,223.04	9,566.20	21,210.24	7,002.08	8,879.26
存货跌价准备占存货余额比例	0.27%	0.49%	1.93%	1.01%	0.00%	1.25%

(续上表)

单位：万元

项目	2019 年度/2019 年末					
	福斯特	上海天洋	集泰股份	晶华新材	聚焦新材	嘉好股份
存货跌价准备金额	462.79	63.50	253.38	42.37	-	103.04
存货余额	91,380.64	15,108.49	6,824.15	18,444.52	8,184.66	7,262.24
存货跌价准备占存货余额比例	0.51%	0.42%	3.71%	0.23%	-	1.42%

如上表所示，公司存货跌价准备占存货余额比例处于可比公司行业平均水平。

【申报会计师回复】

一、针对事项（1）至（3）的核查

（一）主要核查程序

1、访谈仓库主管及生产经理和采购负责人，了解原材料备货周期与产品生产周期及发行人主要原材料的保质期相关情况，对存货进行实地盘点程序，了

解原材料与产成品保质期，检查是否存在呆滞变质存货；复核发行人关于长库龄的存货跌价准备计提政策是否符合企业会计准则的要求；

2、获取原材料收发存与发出商品期末明细表，了解期末原材料、产成品、发出商品余额结存情况，了解发行人发货验收周期，并执行存货截止测试，检查截止日前后的出库单、货物签收单、货运提单、记账凭证等以确认期末存货是否存在跨期情况，执行存货监盘程序确认期末存货数量的存在性，执行计价测试检查存货金额是否准确；对发出商品执行期后检查，检查期后客户签收情况以及是否存在已发出商品期后退回的情形；

3、获取发行人报告期各期的存货跌价准备测试表，重新对存货减值测试进行复核并计算跌价准备，确认计提存货跌价准备的准确性；查看同行业上市公司公开披露信息获取同行业可比公司的存货跌价准备计提政策及存货跌价准备计提比例情况，与发行人存货跌价准备计提比例进行对比分析。

（二）核查结论

经核查，公司上述回复中与财务报告相关的信息与我们在审计过程中获取的相关资料在所有重大方面一致。我们认为：

1、发行人存货跌价计提政策符合原材料和产成品保质期相关要求，符合发行人生产经营情况。因同行业可比公司未披露产品保质期的相关信息，无法判断就产品保质期计提存货跌价准备是否符合行业惯例；

2、报告期各期末，发行人发出商品主要系已在各期末发出在途客户尚未签收的产品，并于期后签收实现销售，发行人不存在通过发出商品调节资产的情形。发行人报告期发出商品未见异常，且在期后按签收单、提单结转相应结转至主营业务成本；

3、发行人计提存货跌价准备的依据充分，计提充分，与同行业可比公司相比无重大差异。

二、对存货的监盘程序，监盘比例及监盘结果

（一）核查程序、核查比例、核查证据

1、了解发行人备货政策，生产周期及销售周期，比较分析报告期各期末存货余额构成情况及变动情况，分析存货水平的合理性。

2、了解存货内容、性质并取得发行人完整的仓库清单、盘点计划及报告期各期末存货清单，复核存货存放地点并与盘点表进行核对并实施下列复核程序：

(1) 检查起草和批准盘点计划人员姓名。

(2) 检查确认盘点的日期和时间、负责管理盘点过程的人员以及执行盘点的主要人员姓名；

(3) 检查确认盘点期间对存货收发的控制，发行人于盘点日实现完全停产，并不再进行存货移动；

(4) 检查存货盘点的范围、各盘点人员负责盘点的区域，是否均能满足存货盘点的目的。

3、结合期末存货明细表，申报会计师参与发行人报告期期末存货盘点工作，监盘人员、时间及地点如下：

报表截止日	监盘日	监盘人员	监盘地点
2021/12/31	2021 年 12 月 30 日至 31 日	保荐人、申报会计师	太仓嘉好、江苏嘉好及上海嘉好
2021/6/30	2021 年 6 月 29 日至 30 日	保荐人、申报会计师	太仓嘉好、江苏嘉好及上海嘉好
2020/12/31	2020 年 12 月 29 日至 31 日	保荐人、申报会计师	太仓嘉好、江苏嘉好及上海嘉好
2019/12/31	2020 年 1 月 1 日	申报会计师	江苏嘉好及上海嘉好

2020 年年末及 2021 年 6 月末及 **2021 年年末**对于原材料及产成品，采取全盘方式。2019 年年末采取抽盘方式进行盘点。故 2019 年盘点确认比例较小。在监盘过程中，分别采用了从盘点表中选取项目追查至实物的“顺盘”，及从存货实物中选取项目追查至盘点表的“逆盘”，分别用于核查存货的真实性和完整性，同时重点关注是否存在库龄较长、长期呆滞物料等。对于已销售在途发出商品，采取检查期后签收凭证执行替代程序。

盘点结束离场前，再次观察盘点现场，以确定所有应纳入盘点范围的存货均已盘点，检查期末存货数量是否存在差异。将存货监盘数量与账面情况进行核对，将监盘日数量推至资产负债表日数量。

报告期内存货总体分类情况如下：

单位：万元

类别	2021 年末		2020 年末		2019 年末	
	账面余额	占比	账面余额	占比	账面余额	占比
原材料	4,290.83	54.71%	5,871.59	66.13%	4,749.53	65.40%
库存商品	2,856.86	36.42%	2,358.97	26.57%	1,914.26	26.36%
周转材料	10.98	0.14%	11.60	0.13%	11.73	0.16%
发出商品	684.48	8.73%	637.10	7.18%	586.72	8.08%
合计	7,843.14	100.00%	8,879.26	100.00%	7,262.24	100.00%

公司存货种类较多，申报会计师选择了期末结存数量及金额较大的原材料及库存商品进行监盘，对于发出商品，申报会计师通过检查期后签收单或提单等资料执行替代程序。

报告期内，监盘确认金额及比例如下：

单位：万元

类别	2021 年末		2020 年末		2019 年末	
	盘点确认金额	占期末余额比例	盘点确认金额	占期末余额比例	盘点确认金额	占期末余额比例
原材料	4,222.32	98.40%	5,815.88	99.05%	3,293.39	69.34%
库存商品	2,856.88	100.00%	2,358.87	100.00%	1,216.74	63.56%
合计	7,079.20	99.04%	8,174.74	99.32%	4,510.13	67.68%

对于报告期内发出商品，我们检查期后验收单/提单，检查比例金额及比例如下：

单位：万元

类别	2021 年末	2020 年	2019 年
	账面余额	账面余额	账面余额
发出商品	684.48	637.10	586.72
核查金额	642.50	637.10	586.72
核查比例	93.87%	100.00%	100.00%

（二）核查结论

经过执行监盘程序，申报会计师认为：发行人存货盘点程序基本合理，存货管理内部控制制度设计有效，存货管理执行情况基本可以信赖，不存在重大风险，发行人存货盘点结果可靠，盘点差异较小，原材料盘点差异主要系：橡胶油类产品由于为液态物料，计量受气温影响，气温变化，密度发生会变化，导致计量产生微小误差。热塑性弹性体及增粘树脂盘点差异主要系领用时称重计量会导致有部分尾差。产成品差异主要系称重计量导致的尾差；发行人不存在虚构资产的情形。

审核问询函 11.关于固定资产和在建工程

申报文件显示：

（1）报告期各期末，发行人固定资产净额分别为 2,123.81 万元、1,974.54 万元和 10,131.17 万元。

（2）报告期各期末，发行人建工程金额分别为 1,650.99 万元、5,627.92 万元和 2,918.93 万元，2020 年在建工程转固金额较大。

请发行人：

（1）说明报告期内发行人机器设备规模与产能、产量的比例是否与同行业可比公司存在显著差异及原因。

（2）说明报告期内主要在建工程的建设情况、与募投项目之间的关系、工程进度是否与形象进度相符、是否存在提前或推迟转入固定资产的情形、是否存在其他无关成本费用混入在建工程的情形。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明对固定资产、在建工程的监盘程序、监盘比例及监盘结果，是否存在虚构资产的情况。

【公司回复】

一、说明报告期内发行人机器设备规模与产能、产量的比例是否与同行业可比公司存在显著差异及原因。

报告期内公司机器设备规模与产能、产量的比例情况如下：

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
----	---------	---------	---------

机器设备原值（万元）（a）	6,776.56	4,140.96	1,819.50
期末理论年产能（吨）（b）	80,000.00	60,000.00	40,000.00
产能/设备原值（吨/万元） （c=b/a）	11.81	14.49	21.98
实际产量（吨）（d）	53,472.89	43,978.99	37,015.09
产量/设备原值（吨/万元） （e=d/a）	7.89	10.62	20.34

注 1：2019 年度-2020 年度机器设备原值仅为本公司及其子公司上海嘉好数据，未包含当时尚在建设中的太仓嘉好。

报告期各期末，公司机器设备账面原值整体呈上升趋势，主要原因系为提升产能，报告期内发行人持续增加各类设备所致。

报告期各期末，公司每万元单位产能和产量逐渐下降，主要是因为发行人新增生产线的自动化水平高于原有生产线，其投入金额较高所致。

2021 年度发行人太仓工厂建成，由于太仓工厂的自动化水平较高，且太仓工厂目前仅完成两万吨产能的生产线安装，其余生产线正在建设安装过程中，但工厂整体配套设备均已转固，因此太仓工厂能的产能与设备原值的比例较低。

与同行业可比公司聚胶新材比较情况如下：

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
机器设备原值（万元）（a）	3,233.52	2,704.84	2,620.19
期末理论年产能（吨）（b）	80,000.00	80,000.00	66,666.67
产能/设备原值（吨/万元） （c=b/a）	24.74	29.58	25.44
实际产量（吨）（d）	79,951.50	63,215.83	53,161.72
产量/设备原值（吨/万元） （e=d/a）	24.73	23.37	20.29

与同行业可比公司聚胶新材对比来看，2020 年度和 2021 年度公司每万元产量低于聚胶新材。2020 年度，发行人每万元产能和产量大幅下降，主要系①发行人 2020 年度转固的两条自动化生产线造价较高；②发行人于 2020 年建成转固了一项储油罐（原值 255.66 万元），该设备解决了原材料储存瓶颈，不直接增

加生产线产能统计。2021 年度发行人太仓工厂建成进一步降低了产能与设备原值的比例。发行人产能与设备原值的比例低于聚胶新材主要系发行人生产线自动化水平较高所致。

二、说明报告期内主要在建工程的建设情况、与募投项目之间的关系、工程进度是否与形象进度相符、是否存在提前或推迟转入固定资产的情形、是否存在其他无关成本费用混入在建工程的情形。

发行人报告期内主要在建工程的建设情况、与募投项目之间的关系、工程进度是否与形象进度相符的情况如下：

单位：万元

2021 年度 /2021.12.31							
工程名称	建设情况	期初余额	本期增加	本期转入固定资产	期末余额	是否与募投项目有关	建设进度与形象进度是否相符
江苏嘉好自动化包装 1 号线	已达预计可使用状态，并进行转固	176.42	37.70	214.11	-	否	是
江苏嘉好 3 号自动化包装线	已达预计可使用状态，并进行转固	-	69.73	69.73	-	否	是
江苏嘉好一号线仪表控制技改工程	已达预计可使用状态，并进行转固	-	147.42	147.42	-	否	是
江苏自动化包装线 4 号线、5 号线	设备安装，工程进度约为 100%	-	426.09	-	426.09		
江苏嘉好研发及仓储土建工程	已达预计可使用状态，并进行转固	191.54	297.30	488.84	-	否	是
嘉好（太仓）土建工程	已达预计可使用状态，并进行转固	446.58	626.34	1,072.92	-	否	是
太仓研发中心	设备安装，工程	99.03	40.75	73.41	66.37	否	是

	进度约为 46.59%						
太仓新增 自动化生 产线	设备安 装，工程 进度约为 77.13%	1,787.62	171.41	1,862.69	96.34	否	是
太仓公用 工程	已达预计 可使用状 态，并进 行转固	174.30	89.72	264.02	-	否	是

2020 年度/2020.12.31

工程名称	建设情况	期初 余额	本期 增加	本期转 入固定 资产	期末 余额	是否与 募投项 目有关	建设进度与 形象进度是 否相符
江苏嘉好 自动化包 装 1 号线	设备安 装，工程 进度约为 82.82%	152.90	23.52	-	176.42	否	是
江苏自动 化生产线 4 号线、5 号线	已达预计 可使用状 态，并进 行转固	1,009.76	67.54	1,077.30	-	否	是
江苏嘉好 研发及仓 储土建工 程	基础土建 施工，工 程进度约 为 63.79%	1,085.35	876.31	1,770.12	191.54	否	是
江苏储油 罐及配套 工程	已达预计 可使用状 态，并进 行转固	-	255.66	255.66	-	否	是
嘉好（太 仓）土建 工程	基础土建 施工，工 程进度约 为 79.89%	2,895.43	1,957.79	4,406.64	446.58	否	是
太仓研发 中心	设备安 装，工程 进度约 33.01%	-	99.03	-	99.03	否	是
太仓新增 自动化生 产线	设备安 装，工程 进度约 70.38%	124.69	1,662.94	-	1,787.62	否	是
太仓储油 罐及配套 工程	已达预计 可使用状 态，并进 行转固	27.31	85.33	112.64	-	否	是

立库系统	已达预计可使用状态, 并进行转固	310.60	452.63	763.24	-	否	是
太仓公用工程	设备安装, 工程进度约 54.47%	21.88	152.42	-	174.30	否	是

2019 年度/2019.12.31

工程名称	建设情况	期初余额	本期增加	本期转入固定资产	期末余额	是否与募投项目有关	建设进度与形象进度是否相符
江苏嘉好电力增容工程	已达预计可使用状态, 并进行转固	1.46	91.74	93.20	-	否	是
江苏嘉好废弃处理工程	已达预计可使用状态, 并进行转固	25.00	-	25.00	-	否	是
江苏嘉好自动化包装 1 号线	设备安装, 工程进度约为 71.78%	146.90	6.00	-	152.90	否	是
江苏自动化生产线 4 号线、5 号线	设备安装, 工程进度约为 98.03%	887.61	122.15	-	1,009.76	否	是
江苏嘉好研发及仓储土建工程	基础土建施工, 工程进度约为 35.30%	-	1,085.35	-	1,085.35	否	是
嘉好(太仓)土建工程	基础土建施工, 工程进度约为 47.66%	584.43	2,311.01	-	2,895.43	否	是
太仓新增自动化生产线	设备安装, 工程进度约 4.91%	5.60	119.08	-	124.69	否	是
太仓储油罐及配套工程	设备安装, 工程进度约 21.01%	-	27.31	-	27.31	否	是
立库系统	设备安	-	310.60	-	310.60	否	是

	装, 工 36.01%						
太仓公用 工程	设备安 装, 工程 进度约 6.84%	-	21.88	-	21.88	否	是

根据会计准则的要求, 公司对在建工程项目转固时点的判断标准为在建工程在达到预定可使用状态时转入固定资产。已达到预定可使用状态但尚未办理竣工决算的, 按照估计价值确定其成本, 并计提折旧, 待办理竣工决算后, 再按实际成本调整原来的暂估价值, 但不需要调整原已计提的折旧额。

报告期内, 公司主要的在建工程项目包括: “江苏自动化生产线 4 号线、5 号线”工程, 于 2020 年 5 月达到预定可使用状态并投产, 同时结转至固定资产。“太仓储油罐及配套工程”工程于 2020 年 8 月部分项目达到预定可使用状态并投入使用, 暂估结转至固定资产。“嘉好(太仓)土建工程”工程于 2020 年 9 月部分项目达到预定可使用状态并投入使用, 暂估结转至固定资产。“江苏储油罐及配套工程”工程、“江苏嘉好研发及仓储土建工程”及“立库系统”, 于 2020 年 12 月部分项目达到预定可使用状态并投入使用, 暂估结转至固定资产。

综合以上, 公司不存在已完工尚未验收转固的情形, 也不存在提前或推迟转固的情形。

报告各期期末在建工程情况如下表所示:

单位: 万元

项 目	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
在建工程	588.79	2,875.49	5,627.92
工程物资	146.91	43.44	-
合 计	735.70	2,918.93	5,627.92

具体明细情况如下:

单位: 万元

支出类别	主要内容	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
在建工程-工费	桩基、土建工程、水机电工程安装、消防系统内	396.63	295.17	3,833.28

	安装			
在建工程-物资	生产设备、零部件购置等	251.15	2,131.40	284.23
在建工程-其他相关费用	设计费、评估费、监理费、检测费等	87.92	412.63	1,462.81
在建工程-资本化利息	专项借款发生的利息	-	79.73	47.60
合 计		735.70	2,918.93	5,627.92

公司在建工程在进行成本费用归集时，根据具体建设项目进行成本费用的归集，不存在与在建项目无关的费用计入在建工程的情况。

【申报会计师回复】

一、针对事项（1）至（2）的核查

（一）主要核查程序

1、对发行人管理层、在建工程项目主要负责人进行访谈，详细了解报告期内主要在建工程的建设情况、与募投项目之间的关系；

2、了解发行人管理层对在建工程确认相关的关键内部控制，评价这些控制的设计，确定其是否得到执行，并测试相关内部控制的运行有效性；

3、执行资产监盘程序，实地查看工程实体建造及生产设备安装的完工进度，了解新增在建工程的用途是否为生产经营所需，实地查看在建工程的工程进展情况；

4、对报告期新增在建工程投入进行抽样检查，检查项目的建设许可、可行性研究报告、预算、合同、发票、验收单据、支付凭证等支持性文件；检查主要工程施工和设备采购合同，属于土建工程的，取得工程施工合同、工程预决算书，结合监盘、函证、第三方监理报告等获悉工程进度，复核在建工程台账中工程列示情况；属于设备及安装工程的，取得设备采购合同、安装合同，结合监盘、函证获悉设备到货或安装进度，复核在建工程台账中设备列示情况；

5、在抽样的基础上，综合上述监盘、函证、访谈程序，关注调试、生产记录，结合工程项目资料复核项目施工进展情况、生产运行情况，以确认工程实际进度并核对会计处理的恰当性；复核由在建工程转为固定资产与折旧相关的会计估计是否合理；

6、获取并查阅《固定资产借款合同》，复核借款金额、借款期限、借款用途、借款利率及相关的担保情况；结合在建工程投入情况，检查可直接归属于符合资本化条件的借款利息费用，评估利息资本化时点和金额的准确性和完整性；

7、查阅由造价咨询公司出具的报告期内新增重大固定资产《结算审核报告》，核查其造价是否合理。

（二）核查结论：

经核查，公司上述回复中与财务报告相关的信息与我们在审计过程中获取的相关资料在所有重大方面一致。我们认为：

1、发行人报告期内机器设备规模与产能、产量的比例与同行业可比公司存在一定差异，差异原因符合公司实际情况；

2、发行人报告期内主要在建工程项目工程进度与形象进度相符、不存在已完工尚未验收转固的情形、不存在提前或推迟转固的情形、不存在其他无关成本费用混入在建工程的情形。

二、对固定资产、在建工程的监盘程序、监盘比例及监盘结果，是否存在虚构资产的情况

（一）核查程序、核查比例、核查证据

1、获取了期末发行人固定资产明细表和在建工程台账；

2、获取发现人管理层关于期末资产盘点计划，并复核盘点计划是否合理；

3、结合资产分布情况以及企业盘点计划，制定相应的监盘计划；

4、现场实地参与长期资产盘点工作，保荐人及申报会计师参与发行人 2020 年年末、2021 年 6 月末及 **2021 年年末**长期资产盘点工作，监盘人员、时间及地点如下：

报表截止日	监盘日	监盘人员	监盘地点
2021年12月31日	2021年12月30日至31日	保荐人、申报会计师	太仓嘉好、江苏嘉好及上海嘉好
2021年6月30日	2021年6月29日至30日	保荐人、申报会计师	太仓嘉好、江苏嘉好及上海嘉好
2020年12月31日	2020年12月29日至31日	保荐人、申报会计师	江苏嘉好及上海嘉好

对期末主要的固定资产包括：机器设备、房屋建筑物、在建项目进行全盘，对其他办公设备等进行抽盘，在监盘过程中，分别采用了从盘点表中选取项目追查至实物的“顺盘”，及从实物中选取项目追查至盘点表的“逆盘”，分别用于核查长期资产的真实性和完整性；

盘点结束离场前，再次观察盘点现场，以确定所有应纳入盘点范围的长期资产均已盘点，检查期末长期资产的数量是否存在差异；

期末长期资产，监盘抽样检查比例情况如下：

在建工程：

单位：万元

项目	2021.12.31	2021.06.30	2020.12.31
在建工程资产原值金额	735.70	424.72	2,918.93
中介机构监盘金额	735.70	424.72	2,918.93
中介机构监盘比例	100.00%	100.00%	100.00%

固定资产：

单位：万元

项目	2021.12.31	2021.06.30	2020.12.31
固定资产资产原值金额	16,298.35	15,669.10	11,993.41
中介机构监盘金额	16,253.90	15,635.27	11,831.85
中介机构监盘比例	99.73%	99.78%	98.65%

(二) 核查结论

发行人的固定资产与在建工程的资产数量与资产状态均与账面相符，不存在虚构资产的情况。



中国·北京

中国注册会计师:



中国注册会计师:



二〇二二年六月二十三日