关于美新科技股份有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市
申请文件的第二轮审核问询函的
专项说明

致同会计师事务所（特殊普通合伙）

Grant Thornton
致同

致同会计师事务所（特殊普通合伙）
中国北京朝阳区建国门外大街 22 号
赛特广场 5 层邮编 100004
电话 +86 10 8566 5588
传真 +86 10 8566 5120
www.grantthornton.cn

关于美新科技股份有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市申请文件
的第二轮审核问询函的专项说明

致同专字（2022）第 441A015790 号

深圳证券交易所：

贵所于 2022 年 9 月 4 日出具的《关于美新科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第二轮审核问询函》（审核函〔2022〕010866 号）（以下简称"问询函"）已收悉，致同会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称"申报会计师"或"致同"或"我们"）等对问询函所列问题进行了逐项落实、核查，现回复如下，请予审核。

问题 4.关于关联方和独立性

申请文件及首轮问询回复显示：

（1）发行人实际控制人及其亲属控制的主要关联企业共计 47 家，其中从事生产经营的关联企业共计 23 家，包括 12 家企业从事塑料加工及贸易业务。此外，报告期内对外转让关联企业包括宝添有限公司、美化塑胶、愉龙物业有限公司，美化塑胶转让后，免除了发行人租金 2 年。

（2）发行人境外关联企业较多，且主要从事塑料加工及贸易业务，该类企业处于发行人的上游。发行人认为上述关联方和发行人不构成同业竞争，但分析论证不够充分。报告期内，发行人与塑料类关联企业的部分客户、供应商重合，存在业务资金往来。发行人认为不存在为发行人分担成本支出及费用的情况，但缺少分析论证；同时，发行人未能充分说明重合客户、供应商的相关交易情况。

（3）报告期内，发行人部分董事、高管郑小明、包明辉、邹小敏为发行人提供担保。此外，发行人存在较多关联方资金拆借和非关联方资金拆借。此外，

发行人实际控制人个人银行账户存在较多借款还款且差额较大情形，部分主体的资金流水金额较大。

请发行人：

（1）说明东福科技有限公司等塑料类生产型关联企业的主营业务和产品、与发行人的关系、主要客户和供应商等，上述企业最近1年销售规模较大但净利润为负或金额较小的原因；结合上述情况，说明是否存在为发行人分担成本支出及费用的情况。

（2）说明发行人与关联企业的重合客户供应商情况，包括报告期内交易内容、交易金额及合计占比情况，交易定价依据及是否公允，交易的必要性和合理性；除上述交易外，关联方与重合客户供应商的资金往来情况。

（3）说明郑小明、包明辉、邹小敏及非关联方为发行人提供担保或进行资金拆借的原因、合理性、是否持续；结合郑小明、包明辉、邹小敏及非关联方的基本情况，说明上述主体及其投资、控制的企业与发行人及其实际控制人、客户供应商是否存在关联关系、股权代持或其他利益安排。

（4）说明报告期各期的资金拆借金额、原因和资金流向，资金拆借频繁的原因及对发行人财务内控有效性的影响。

（5）说明发行人向美化塑胶支付租金、电费是否持续，交易价格的公允性；美化塑胶仍继续与发行人交易的原因及合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并按照中国证监会《首发业务若干问题解答（2020年6月修订）》问题54的要求提交专项核查报告，说明报告期各期发行人控股股东、实际控制人、发行人子公司美新美国、美新香港等主体的大额资金流水与其业务规模、实际用途是否匹配，包括实际控制人林东亮等在内的部分主体资金流水获取受限情况下如何确保核查结论准确，关联企业“不存在为发行人分担成本支出及费用的情况”的核查过程、证据，核查证据是否足以支撑核查结论。

请保荐人、发行人律师：

（1）按照本所《创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题5的规定逐项说明核查内容，并就发行人与实际控制人控制的企业是否存在重大不利影响的同业竞争发表明确意见。

（2）说明对宝添有限公司、美化塑胶、愉龙物业有限公司等关联企业对外转让真实性的核查内容、证据和结论。

回复：

一、说明东福科技有限公司等塑料类生产型关联企业的主营业务和产品、与发行人的关系、主要客户和供应商等，上述企业最近1年销售规模较大但净利润为负或金额较小的原因；结合上述情况，说明是否存在为发行人分担成本支出及费用的情况

公司实际控制人林氏三兄弟于二十世纪90年代开始合伙创业，至今已超过30年的时间，形成了以林东琦负责塑料贸易、林东亮负责塑料初级加工、林东融负责塑料深度改性应用业务（即发行人塑木复合型材业务）的业务格局，三人业务分工清晰，三个板块业务的发展历程具体如下：

业务		1990-2007	2008-2017	2018-2021
关联方	塑料贸易（林东琦负责经营）	1、发展期 （1）以“大大集团”名义开展贸易业务，积累了一定的原始资本	2、衰退期 （1）受2008年金融危机影响，存货大幅贬值，需求下降，形成了较大幅度的亏损； （2）受2013年国内“绿篱行动”以及国内塑料国产替代的长期影响，贸易成本上升，贸易规模逐步下降。	3、收缩调整期 （1）受国内通用塑料行业进口替代的影响，关联公司的塑料贸易业务规模进一步下降，逐步转变为以经营应用领域较窄但利润率较高的工程塑料业务为主； （2）由于塑料贸易行业竞争日益激烈，林东琦在此期间在中国香港投资了部分物业仓储业务。
	塑料初级加工（林东亮负责经营）	1、发展期 （1）早期主要以小型公司或工厂开展废旧塑料加工处理业务； （2）部分产能服务于塑料贸易公司客户，按客户需求加工处理； （3）2000年起，相继在境内购置土地并设立东成公司、东骏公司、美化塑胶等公司集中开展对外的塑料加工业务。	2、衰退期 （1）受2013年国内“绿篱行动”直至2017年“禁废令”全面禁止废旧塑料进口的影响，境内废旧塑料加工公司业务规模显著下降； （2）受政策和行业竞争影响，东成公司、东骏公司、美化塑胶等废旧塑料加工公司持续亏损，最终于2017年基本已无实质运营。	3、收缩调整期 （1）受境内“禁废令”政策的影响，林东亮于2019年处置了境内东成公司、东骏公司的主要资产，并于2020年一并转让了国内美化塑胶母公司宝添公司股权，退出了境内再生塑料加工行业； （2）林东亮于2018年-2019年相继在中国香港通过德福公司等4家公司开展工程再生塑料的生产及销售业务，但由于运营成本较高，截至2021年底，仅东福公司开展运营，其余三家均已停业。

业务		1990-2007	2008-2017	2018-2021
发行人	塑料深度改性应用（2011 年后林东融负责经营）	1、创立期 （1）2004 年探索塑料的下游深度改性应用，创立发行人前身美新塑木	2、投入及亏损期 （1）2014 年以前，发行人主要以 ODM 方式从事无包覆塑木复合材料业务，产品合格率低、市场竞争力弱，形成了累计约 1.4 亿元左右亏损； （2）2014-2017 年，发行人主要以自主品牌从事全包覆塑木复合材料业务，期间略有亏损。	3、盈利及增长期 （1）随着发行人技术改进带来产品质量的提升，公司 2018 年实现扭亏为盈； （2）随着发行人自主品牌在境外主要塑木市场影响力的提升，发行人 2020 年及 2021 年营业收入及净利润大幅上升，分别实现净利润 6,513.90 万元及 9,348.88 万元。

关联方的塑料贸易及再生塑料加工业务始于 1990 年，在 2008 年-2017 年期间受 2008 年金融危机、2013 年“绿篱行动”、2017 年“禁废令”等行业政策的影响，先后经历了发展期、衰退期，并于衰退期产生了大幅亏损，2018 年以来处于收缩调整期，经营规模及盈利能力显著下降；而发行人自 2004 年创立至 2017 年，与关联公司同样亦经历了大幅亏损期，但受益于发行人自主品牌的拓展、技术改进带来产品质量的提升等因素的影响，发行人最终于 2018 年实现扭亏为盈，并且 2020 年及 2021 年营业收入及净利润大幅上升，分别实现净利润 6,513.90 万元及 9,348.88 万元。

（一）塑料类生产型关联企业主营再生的工程塑料业务，其产品应用领域以及主要客户及供应商与公司均不同

报告期内，12 家塑料业务类关联公司其最近 1 年的营业收入、净利润情况具体如下表所示：

单位：万港元

关联关系	公司名称	主营业务	是否涉及生产	2021 年营业收入	2021 年净利润
林东亮亲属控制的公司	德福公司	再生塑料的生产及销售	是	483.09	-443.88
	东创公司			204.06	-343.99
	宜东公司			178.74	-113.86
	东福公司			862.96	-205.04
林东亮配偶的亲属承包经营的公司	东莞普能	再生塑料的生产及销售	是	2,470.07（人民币万元）	-33.22（人民币万元）
林氏三兄弟控制的公司	环冠澳门	塑料贸易	是	于 2020 年 9 月 16 日注销。	

关联关系	公司名称	主营业务	是否涉及生产	2021 年营业收入	2021 年净利润
林东琦控制的公司	环冠香港	塑料贸易	否	5,886.45	107.84
林东琦亲属控制的公司	浩龙公司	塑料贸易	否	3,126.40	33.37
	Golden Coast Plastics Inc	塑料贸易	否	24.80（万美元）	-6.44（万美元）
	嘉盛公司	再生塑料生产及销售	是	于 2020 年 10 月 31 日停止经营，无经营数据。	
	林宝物流	再生塑料生产、塑料贸易	是	542.27	167.11
	嘉宏公司	再生塑料生产及销售	是	507.28	-47.94

注：表中德福环保实业有限公司（Telford Environmental Industrial Limited）简称“德福公司”、东创集团有限公司（East Channel Holdings Limited）简称“东创公司”、东福科技有限公司（East Polytech Limited）简称“东福公司”、东莞普能塑料科技实业有限公司简称“东莞普能”、环冠有限公司 - 澳门离岸商业服务（Global Champion Limited - Macao Commercial Offshore）简称“环冠澳门”、浩龙贸易有限公司（Giant Dragon Enterprise Limited）简称“浩龙公司”、嘉盛回收有限公司（Kash Recycling Limited）简称“嘉盛公司”、林宝物流有限公司（Lam Bo Logistic Limited）简称“林宝物流”、嘉宏塑胶有限公司（Winplas Limited）简称“嘉宏公司”。

通过上表可知，关联公司中主营业务涉及塑料生产的包括 9 家公司，其中最近 1 年净利润为负或金额较小的生产型企业共 6 家，具体情况如下表所示：

公司名称	关联关系	主营业务及产品	与发行人关系	主要客户	主要供应商
德福公司	林东亮亲属控制的公司	再生塑料的生产及销售，产品以 ABS/HIPS 等工程塑料为主	与发行人使用的 PE 通用塑料分属不同的应用领域	中国广东省惠州市的家电配件生产厂商	比利时、荷兰及中国香港地区的废旧塑料回收公司
东创公司		2018-2019 年主要为德福公司提供废旧塑料分选服务，2020 年起基本无经营，以租赁厂房土地为主业	2020 年起以租赁厂房土地为主业，未再经营再生塑料业务，与发行人属于不同行业	德福公司	无
宜东公司		再生塑料的生产及销售，产品以 HIPS 工程塑料及 PP/PE 通用塑料为主	产品包括 PE 再生塑料，但最终主要应用于日用品、玩具、市政管道等的生产	中国广东省东莞市及肇庆市的再生塑料改性生产厂商	中国香港的贸易公司，最终来源于日本、欧美的废旧塑料回收公司
东福公司		再生塑料的生产及销售，产品以 PPS 特种塑料为主	与发行人生产所用的 PE 通用塑料分属不同的应用领域	中国广东省深圳市的高端电子配件生产厂商	中国香港的贸易公司及韩国的废旧塑料回收公司
东莞普能	林东亮配偶的亲属承包经营的公司	再生塑料的生产及销售，产品以 PP/PE 为主	产品包括 PE 再生塑料，但最终主要应用于日用品、玩具、市政管道等的生产	中国珠三角地区的日用品、家用电器生产厂商	中国珠三角地区的废旧塑料回收公司

公司名称	关联关系	主营业务及产品	与发行人关系	主要客户	主要供应商
嘉宏公司	林东琦亲属控制的公司	再生塑料的代加工，产品以ABS工程塑料、PS等通用塑料为主	与发行人生产所用的PE通用塑料分属不同的应用领域	主要为关联公司浩龙贸易有限公司提供废旧塑料的清洗、破碎、造粒服务	无

（二）受其所处的塑料初级加工行业毛利率较低市场竞争激烈以及中国香港地区工厂运营成本较高、中国境内客户下游需求下降等因素影响，再生塑料生产企业出现亏损或净利润较小的情形

最近1年，上述6家塑料类生产型关联企业的亏损原因具体如下表所示：

单位：万港元

公司名称	主营业务收入	净利润	亏损/盈利较小的背景及原因
德福公司	483.09	-443.88	1、在2017年国内禁废令政策影响下，林东亮及其亲属逐步退出了境内再生塑料业务，转而于2018年-2019年，先后通过中国香港的德福公司、东创公司、宜东公司、东福公司分别开展ABS、HIPS、PPS等不同再生塑料的生产及销售业务； 2、由于中国香港地区的土地租金、人工成本等运营成本相对较高，同时受电力供应紧张、环保要求较高等原因导致工厂开工率不足，4家再生塑料生产企业营业毛利难以完全覆盖固定支出，因而报告期内均呈现一定幅度的亏损； 3、为减小亏损幅度，宜东公司、德福公司已分别于2020年8月、2021年10月停止实质经营；东福公司由于主营的PPS特种塑料毛利较高且已与现有客户建立了深度的合作关系，因而继续经营，其2022年1-6月已实现盈利；东创公司部分厂房租赁给东福公司使用，部分厂房待租。
东创公司	204.06	-343.99	
宜东公司	178.74	-113.86	
东福公司	862.96	-205.04	
东莞普能	2,470.07（万元）	-33.22（万元）	2020年受“新冠疫情”影响，国内中小型的日用品生产厂商生产及销售均受到一定程度的影响，导致其对上游再生塑料的需求量下降，东莞普能的订单量减少，并于2021年由盈转亏。
嘉宏公司	507.28	-47.94	由于土地租金、人工成本等运营成本相对较高，嘉宏公司自2018年成立起每年均有不同程度的亏损。

注：主营业务收入、净利润为2021年数据。

由上表可知，关联公司的亏损主要体现在林东亮经营的再生塑料关联公司上，再生塑料行业由于仅涉及废旧塑料的清洗、分选、造粒等简单工艺，市场竞争激烈，同时受国内通用塑料国产替代的影响，自 2018 年起，境外的再生塑料关联公司将有限的规模主要经营毛利率相对较高的工程塑料行业，但受中国香港地区的土地租金、人工成本等运营成本相对较高，同时受电力供应紧张、环保要求较高等原因导致工厂开工率不足，4 家再生塑料生产企业营业毛利亦难以完全覆盖固定支出导致一定亏损，截至2021年末，4家关联公司中德福公司、宜东公司、东创公司均已关停，东福公司由于经营PPS等特种塑料业务，毛利率较高，2022年已实现盈利。

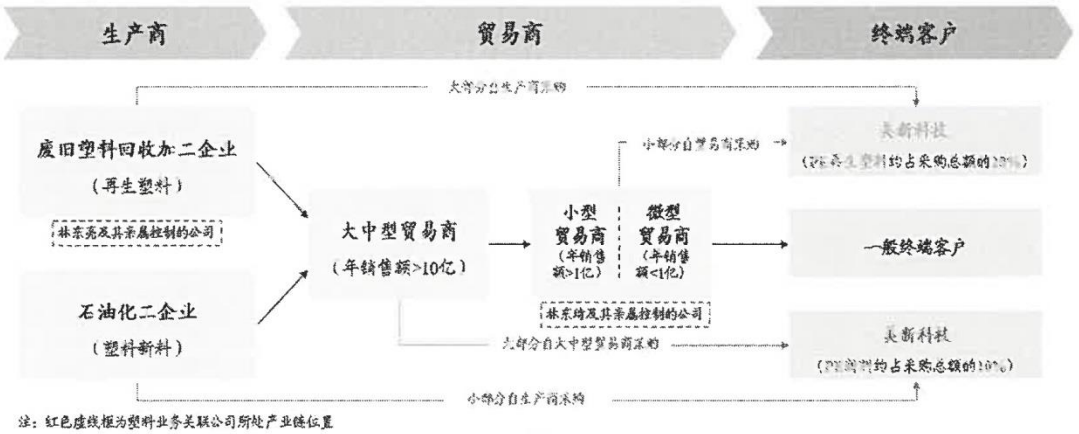
综上，再生塑料关联公司经营规模较小、最近 1 年亏损幅度合计不超过 1,000 万人民币，其亏损主要系其所处的塑料初级加工行业毛利率较低以及中国香港地区工厂运营成本较高等因素的影响，与其自身所处行业及内部经营管理相关，非因替发行人承担成本费用而产生。

二、说明发行人与关联企业的重合客户供应商情况，包括报告期内交易内容、交易金额及合计占比情况，交易定价依据及是否公允，交易的必要性和合理性；除上述交易外，关联方与重合客户供应商的资金往来情况

（一）发行人与重合供应商的交易情况、定价公允性、交易的必要性和合理性

报告期内，公司客户与塑料业务类关联企业的客户供应商不存在重合情形，但公司供应商与关联企业的客户供应商存在重合情形（以下统称“重合供应商”），主要系塑料产业链较长，塑料业务类关联企业基于自身业务，会与上游的废旧塑料回收企业、中游的大中型贸易商存在采购交易，与下游的小微型贸易商存在销售交易，同时由于塑料也是发行人主营产品塑木复合型材的主要原材料之一，因此发行人、塑料业务关联公司、塑料产业链上中游的生产商、贸易商，均有可能在塑料产业链条中遇到且发生偶发性交易。

塑料行业产业链概况具体如下图所示：



注：红色虚线框为塑料业务关联公司所处产业链位置

图：塑料行业产业链概况

受国内石油化工行业发展的影响，国内通用塑料整体呈逐渐成国产替代的趋势，塑料业务关联公司报告期内规模逐渐下降，且主营利润率相对较高的工程塑料业务，与发行人使用的 PE 通用塑料应用领域完全不同，同时根据与重合供应商的访谈及重合供应商出具的确认函，报告期内公司自重合供应商采购的塑料亦不存在间接来自于关联方的情形。

1、报告期内，发行人向重合供应商的采购金额占采购总额的比例最高不超过10%，且呈逐年下降趋势

根据塑料业务类关联公司提供的报告期内的前十大客户及供应商名单（已覆盖其销售及采购金额的 90%以上），将上述名单与报告期内发行人所有客户及供应商名单进行交叉匹配，经匹配，4 家塑料业务类关联公司的部分客户及供应商与发行人供应商存在重合的情形，主要如下表所示：

类别	重合供应商名称	所在地区
关联公司客户	①深圳市金枫塑料科技有限公司	中国大陆
	②鑫美新材料科技（东莞）有限公司	中国大陆
关联公司供应商	③SONATA GENERAL TRADING FZC	阿联酋
	④IBER RESINAS, S.L.	西班牙
	⑤IHL GROUP,LLC.	美国
	⑥NEW BRIGHT RECYCLING LIMITED	中国香港
	⑦SUNRISE PLASTIC ENT. INC.	美国
	⑧GENERAL INDUSTRIES	法国
	⑨Kras Recycling B.V	新西兰

报告期内，公司与重合供应商交易的总体情况如下表所示：

单位：万元

采购内容	重合供应商	2022 年 1-3 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
再生塑料	①②④⑤⑥⑧⑨	196.99	7.87%	1,370.12	17.07%	931.73	22.89%	1,278.79	35.04%
新料	③⑥⑦	-	-	-	-	487.27	20.21%	-	-
增塑剂	①	60.47	8.82%	377.19	16.38%	282.52	11.67%	226.27	9.92%
其他颗粒	⑦	44.70	7.22%	706.04	30.18%	12.59	1.27%	-	-
合计		**302.15**	**3.14%**	**2,453.35**	**7.02%**	**1,714.12**	**8.11%**	**1,505.06**	**9.87%**

注：采购金额占比为占同类原材料采购额的比例，合计占比为占公司采购总额的比例。

报告期内，公司向重合供应商的采购金额分别为 1,505.06 万元、1,714.12 万元、2,453.35 万元、302.15 万元，占采购总额的比例分别为 9.87%、8.11%、7.02%、3.14%，呈逐年下降趋势。

2、报告期内，公司向重合供应商的采购价格与同类非重合供应商采购价格基本一致，交易价格公允

报告期内，公司向重合供应商的采购价格主要通过询价比价经双方协商后确定，重合供应商的采购价格与同类非重合供应商的采购价格不存在较大差异，具

体如下表所示：

单位：万元

重合供应商采购价格差异率绝对值	2022年1-3月		2021年度		2020年度		2019年度		合计	占比
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比		
<10%	302.15	100.00%	1,995.04	81.32%	1,232.83	71.92%	1,505.06	100.00%	4,662.76	76.93%
其中：<5%	302.15	100.00%	1,622.72	66.14%	1,129.71	65.91%	1,290.85	85.77%	4,345.43	71.70%
≥5%	-	-	372.32	15.18%	103.12	6.02%	214.21	14.23%	775.65	12.80%
≥10%	-	-	458.31	18.68%	481.29	28.08%	-	-	939.60	15.50%
合计	**302.15**	**100.00%**	**2,453.35**	**100.00%**	**1,714.12**	**100.00%**	**1,505.06**	**100.00%**	**6,060.68**	**100.00%**

注：重合供应商采购价格差异率=（重合供应商采购单价-非重合供应商采购单价）/非重合供应商采购单价。

通过上表可知，报告期内，重合供应商采购价格差异率绝对值在10%以内的采购金额占重合供应商采购总额的比例分别为100.00%、71.92%、81.32%和100.00%，价格差异率绝对值在5%以内的占比分别为85.77%、65.91%、66.14%和100.00%，报告期内，发行人向重合供应商的采购价格与同类非重合供应商采购价格不存在较大差异。此外，重合供应商与非重合供应商采购价格差异率绝对值在10%以上的原因主要系交期较长导致的时间性差异及配方调整过程中的偶发性采购两个方面。

综上，报告期内，发行人向重合供应商的采购价格具备公允性。

3、公司与重合供应商交易的必要性及合理性

报告期内，公司与重合供应商交易的必要性及合理性具体如下表所示：

重合供应商名称	所在地区	成立日期	交易的必要性及合理性
①深圳市金枫塑料科技有限公司	中国大陆	2016年	该供应商成立于2016年，其在增塑剂等特种塑料贸易领域具有多年的经验和上游资源，公司已与其保持5年的合作关系。
②鑫美新材料科技（东莞）有限公司	中国大陆	2019年	2019年国外HDPE再生塑料供应紧张时，公司拟开拓一批工厂周边地区的同类原材料供应商，后由于该供应商无法持续供应，因此仅偶发性采购了一次。
③SONATA GENERAL TRADING FZC	阿联酋	2001年	该供应商位于中东地区，与大型石油化工企业建立了较为紧密的商业合作，具有新料副牌料（指性能指标未达到但接近合格标准的新料）的资源，副牌料的价格一般为新料的80%左右，公司通过搭配采购一定比例的副牌料来降低生产成本，后由于交期不稳定，因此仅偶发性采购了一次。
④IBER RESINAS, S.L.	西班牙	2001年	随着业务量增大，当时再生料的价格以及性能不能满足公司要求，公司于2018年开始重点开发境外渠道，该供应商价格相比国内供应商优势较为明显。

重合供应商名称	所在地区	成立日期	交易的必要性及合理性
⑤IHL GROUP,LLC.	美国	2007 年	经业内人士介绍，2020 年该供应商有一批颜色略带杂色的新料，价格相对较低，公司尝试利用自身对塑料改性的经验将之应用到产品上，仅偶发性采购了一次。
⑥NEW BRIGHT RECYCLING LIMITED	中国香港	2019 年	2020 年，受疫情影响，通过业内人士介绍增加中国香港供应渠道，以降低国外供应商因疫情原因无法如期供应原材料的风险。
⑦SUNRISE PLASTIC ENT. INC.	美国	1997 年	该供应商位于美国德克萨斯州，与陶氏、埃克森美孚等大型石油化工企业建立了较为紧密的商业合作，具有其他颗粒副牌料的资源，公司通过搭配采购一定比例的副牌料来降低生产成本。
⑧GENERAL INDUSTRIES	法国	1987 年	该供应商成立于 1987 年，自 2012 年起公司即与该供应商进行合作，其在欧洲有着非常丰富、不同质量的再生塑料资源。
⑨Kras Recycling B.V	新西兰	2018 年	公司 2018 年在国际橡塑展会上接触该供应商后开展合作，该供应商在欧洲经营废旧塑料的回收及再生塑料的生产业务。

（二）关联方与重合客户供应商资金往来情况

报告期内，存在重合供应商的塑料业务类关联公司包括宜东公司、德福公司、环冠澳门、环冠香港 4 家公司，上述 4 家关联公司与重合供应商的资金往来已在《首轮审核问询函的回复》之“问题 15.关于关联方和独立性”之“五、（一）、3”中进行说明。

报告期内，除上述 4 家关联公司外，其他关联公司与重合供应商的资金往来情况如下表所示：

单位：万港元

关联方名称	公司名称	交易类型	金额			
			2022 年 1-3 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
林宝物流有限公司	NEW BRIGHT RECYCLING LIMITED	收到代其股东支付的投资款用于公司运营	-	-	260.00	-
合计			-	-	**260.00**	-

注：上表通过录入报告期内关联方境内账户、香港账户和美国账户分别达到 50 万元、57 万港元和 8 万美元的大额资金流水以及存在异常的资金流水，将交易对方与重合供应商名单进行匹配得出。

NEW BRIGHT RECYCLING LIMITED（以下简称“新明再生”）全资股东何敏胜持有林宝物流有限公司（以下简称“林宝物流”）30%股权，林宝物流主营业务为小家电破碎清洗业务，成立之初何敏胜未缴足资本。2020 年 6 月，因林宝物流业务需要，何敏胜通过其控制的新明再生向林宝物流支付 260 万港元用于其本人

出资。

三、说明郑小明、包明辉、邹小敏及非关联方为发行人提供担保或进行资金拆借的原因、合理性、是否持续；结合郑小明、包明辉、邹小敏及非关联方的基本情况，说明上述主体及其投资、控制的企业与发行人及其实际控制人、客户供应商是否存在关联关系、股权代持或其他利益安排

（一）提供担保的相关情况

1、相关方提供担保系由于部分贷款银行要求，报告期内未持续

报告期内，郑小明、包明辉、邹小敏为发行人银行借款提供过担保，具体情况如下：

序号	担保合同	担保人人	担保方式	对应借款合同	授信/借款金额	授信/借款期限	是否履行完毕
1	《最高额保证合同》（惠东农商行公司业务部[2017]高保字第 K006-2 号）	郑小明、包明辉、邹小敏	连带责任保证	《最高额借款合同》（惠东农商行公司业务部（2017）高借字第 K006 号）	9,000.00 万元	2017.08.07 -2020.08.06	是
2	《保证合同》（惠东农商行公司银行部[2020]保字第 JJ01-2 号）	郑小明、包明辉	连带责任保证	《流动资金借款合同》（惠东农商行公司银行部（2020）借字第 JJ01 号）	9,000.00 万元	2020.07.25 -2023.07.24	是

注 1：郑小明、包明辉、邹小敏以其所占债务人（即美新塑木）股份比例为限各自对《最高额借款合同》（惠东农商行公司业务部（2017）高借字第 K006 号）项下最高额债务限额以下实际形成的债务按比例承担连带责任；

注 2：郑小明、包明辉以其所占债务人（即美新塑木）股份比例为限各自对《流动资金借款合同》（惠东农商行公司银行部（2020）借字第 JJ01 号）项下最高额债务限额以下实际形成的债务按比例承担连带责任。

2017 年 8 月 7 日、2020 年 7 月 25 日，惠东农商行分别与美新塑木签订银行授信合同，银行要求包括包明辉在内的时任董事、郑小明及邹小敏在内的时任高管为发行人授信合同提供担保。截至 2020 年 10 月 13 日，上述授信合同项目的贷款已全额清偿，上述担保已经履行完毕，不存在持续情形。

2、提供担保的相关方及其投资、控制的企业与发行人及其实际控制人、客户供应商的关联关系及其他利益安排

郑小明任发行人董事且系林东融、林东亮、林东琦妹妹的配偶，邹小敏任发行人副总经理及董事会秘书，包明辉为发行人其他核心人员且曾担任发行人董事职务，为发行人的关联方。

郑小明、邹小敏及包明辉投资、控制的企业与发行人的关联关系如下：

姓名	任职	对外投资企业	出资额/持股数量	出资比例	与发行人的关联关系
郑小明	董事、副总经理	无	不适用	不适用	不适用
邹小敏	董事会秘书、副总经理	天达投资	476.70 万元	97.84%	员工持股平台/原员工持股平台，发行人高级管理人员或原董事控制的企业，为发行人关联方
		本盛投资	173.70 万元	57.90%	
		鑫意诚投资	198.00 万元	99.00%	
		优源投资	99.00 万元	99.00%	
		牧天投资	198.00 万元	99.00%	
		信天达投资	2.00 万元	1.00%	
包明辉	核心技术人员	天演投资	234.36 万元	69.75%	
		本盛投资	30.00 万元	10.00%	
		信天达投资	198.00 万元	99.00%	
		鑫意诚投资	2.00 万元	1.00%	
		牧天投资	2.00 万元	1.00%	

综上，郑小明、邹小敏及包明辉为发行人的董事、高管或前董事，为发行人关联方，且郑小明系发行人实际控制人妹妹的配偶，除前述关联关系外，郑小明、邹小敏及包明辉与发行人及其实际控制人、主要客户供应商不存在其他关联关系，亦不存在股权代持或其他利益安排。

郑小明无对外投资。包明辉、邹小敏投资或控制的企业已在上表中列示，均属于发行人关联方，除前述关联关系外，包明辉、邹小敏投资及控制的企业与发行人及其实际控制人、主要客户供应商不存在其他关联关系，亦不存在股权代持或其他利益安排。

（二）发行人对外资金拆借的原因

报告期内，发行人向非关联方拆借资金主要发生于 2018 年-2019 年，其原因、合理性、是否持续情况具体如下：

借款情形	借款人	具体原因	是否持续及原因
用于缓解发行人日常资金周转压力	大冶资管、亨信生物、New Sharp Solution,Inc.、黄丽榕	因公司前期形成了较大的亏损，资金流紧张，故向第三方借款用于日常资金周转，支付货款及员工工资。	否。随着 2020 年起公司盈利能力的逐步提升，资金紧张状态得到有效缓解，2020 年 2 月以来未再与非关联方发生过资金拆借。
短期拆借资金借款，偿还银行贷款	惠州市国瑞通达贸易有限公司、惠州惠湖英辉贸易有限公司、惠州市澳湾霞飞贸易有限公司何少宏	因公司银行贷款到期，需与银行重新签署贷款协议，签署前需偿还到期贷款。故公司向第三方临时拆借资金以偿还银行，待与银行重新签署贷款协议获得贷款后，再偿还给第三方。	

截至本反馈回复出具日，提供资金拆借的非关联方基本情况如下：

借款人	股权结构		主要人员	投资、控制的企业		
	股东名称	持股比例		名称	投资金额	持股比例
大冶资管	大冶有色金属集团控股有限公司	100.00%	执行董事：张光明 经理：黄朝旭 监事：曹名杰	无	不适用	不适用
亨信生物	范晓巧	70.00%	执行董事：范晓巧 监事：蔡勇光	无	不适用	不适用
	范慈云	30.00%				
New Sharp Solution,Inc.	未取得相关信息					
黄丽榕	不适用			无	不适用	不适用
惠州市国瑞通达贸易有限公司（已于2020年2月24日被注销）	王国防	90.00%	执行董事、经理：魏剑全 监事：王国防	无	不适用	不适用
	魏剑全	10.00%				
惠州惠湖英辉贸易有限公司	马秀英	100.00%	执行董事、经理：马秀英 监事：王玉霞	无	不适用	不适用
惠州市澳湾霞飞贸易有限公司	张树德	98.00%	执行董事、经理：张树德 监事：张如锦	无	不适用	不适用
	张如锦	2.00%				
何少宏	不适用			东莞市栩桓贸易有限公司	50万元	50%
				东莞市宏容贸易有限公司	50万元	50%
				东莞市容凯贸易有限公司	50万元	50%
				深圳市宏海咨询有限公司	28万元	28%
				东莞市宏汇企业管理咨询有限公司	5万元	50%

综上，根据境内非关联法人工商查询资料、黄丽榕及何少宏出具的对外投资及控制企业的介绍函，向主要客户及供应商进行确认并取得的说明或邮件回复、与报告期内发行人所有客户及供应商名单进行交叉匹配结果分析，提供资金拆借的非关联方及其投资、控制的企业与发行人及其实际控制人、主要客户供应商不存在关联关系、股权代持或其他利益安排。

四、说明报告期各期的资金拆借金额、原因和资金流向，资金拆借频繁的原因及对发行人财务内控有效性的影响

报告期内，公司发生的资金拆借主要为资金拆入，且资金拆入集中在公司盈利能力尚未完全体现的 2018 年-2019 年发生。报告期初，公司处于产品配方升级和技术改造阶段，新产品的订单量尚未得到体现，公司日常经营资金周转较为紧张，且公司作为非上市公司，融资渠道有限，相关拆入的资金主要用于偿还银行借款和日常经营资金周转。报告期内，公司的资金拆出，主要系控股股东新兴亚洲的日常业务开支及其股东资金周转需要。

报告期内，发行人的资金拆借金额、原因及流向情况如下：

拆借方	金额（万元）	起始日	归还日	年利率	主要原因和资金流向
资金拆入					
林东亮	165.00	2018.10.24	2019.2.25	7%	用于发行日常生产经营资金周转，缓解发行人资金压力
	100.00	2018.10.24	2019.5.30	7%	
	128.75	2018.10.24	2019.7.1	7%	
郑小聪	100.00（万港元）	2018.12.27	2019.02.22	12%	
庄德慈	20.00（万美元）	2019.12.3	2020 年起等额本金	5%	
大冶资管	4,000.00（期初余额）	2018 年以前	2020.12.31（期间陆续还款）	12%（2018 年至 2019 年） 9%（2020 年）	
亨信生物	500.00	2018.01.09	2020.12.29	12%	
	500.00	2018.06.06	2020.12.29	12%	
New Sharp Solution,Inc.	30.00（万美元）	2018.11.30	2019.11.30	10%	
黄丽榕	100.00	2018.12.26	2019.04.30（期间分批还款）	日利率约 0.13%	
惠州市国瑞通达贸易有限公司	3,000.00	2019.7.29	2019.7.29	日利率约 0.16%	短期拆入过桥资金，用于偿还银行贷款
	1,500.00	2019.7.30	2019.7.30		
惠州惠湖英辉贸易有限公司	3,000.00	2019.7.29	2019.7.29	日利率约 0.16%	
	1,500.00	2019.7.30	2019.7.30		
惠州市澳湾霞飞贸易有限公司	2,500.00	2019.7.29	2019.7.29	日利率约 0.16%	
何少宏	300.00	2020.01.13	2020.1.16	日利率约 0.18%	

拆借方	金额（万元）	起始日	归还日	年利率	主要原因和资金流向
资金拆出					
新兴亚洲	累计 876.27（万港元）	2019.2.14 起分月拆出	2020.12.23、2020.12.28	7%	用于新兴亚洲日常业务开支、股东借款

报告期内，发行人所有的资金拆借行为已整改完毕，资金拆借的利率系参考同期贷款基准利率双方协商确定，且关联方资金拆借行为已履行了相应的决策程序，关联方支付的资金占用利息公允，未损害发行人及其他中小股东利益。发行人已经对财务内控不规范情形进行了有效整改，相关内控制度建立健全并有效执行，首次申报截止日后未再发生相关不规范情形，上述报告期内的资金拆借行为未对公司内部控制制度有效性造成重大不利影响。

五、说明发行人向美化塑胶支付租金、电费是否持续，交易价格的公允性；美化塑胶仍继续与发行人交易的原因及合理性

（一）发行人向美化塑胶支付租金、电费的持续性及交易价格的公允性

1、发行人向美化塑胶支付电费具有持续性、免租期内未向其支付租金

报告期内，发行人向美化塑胶支付租金及电费的情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-3 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
支付电费	236.41	725.26	457.39	335.70
支付租金	-	-	168.58	865.78
总计	**236.41**	**725.26**	**625.97**	**1,201.48**

报告期内，发行人按照租赁厂房用电量和当地工业电价先向美化塑胶支付电费，美化塑胶收到电费后转交给电力公司，报告期内具有持续性。

报告期内，在2020年4月-2022年3月的免租期内，发行人未向美化塑胶支付租金，支付租金不具有持续性。宝添公司转让后，基于《“宝添有限公司”股权转让协议书》中的约定，宝添公司子公司美化塑胶需继续出租土地和厂房给发行人使用，其中两年租赁期内不收取任何租金，两年期满后发行人有权选择继续承租上述厂房一年。该免除的租金实质为宝添公司转让对价的一部分。美化塑胶免除发行人2年厂房租金每年368.44万元。

发行人与实际控制人、新兴亚洲在《债权债务抵偿协议》中约定同意美化塑胶免除租金以用于抵扣新兴亚洲、林东亮应付给发行人的资金占用费，超过应付费用的部分亦无需发行人支付。发行人已按照公允价格逐月对租赁费用进行计提，超过应付费用部分视同股东捐赠直接计入资本公积。

2、发行人向美化塑胶支付租金、电费的价格公允

报告期内，公司按照当地政府工业电价、根据租赁厂房用电量先行向美化塑胶支付电费，由美化塑胶转付给电力公司，电费价格具有公允性。

报告期内，公司租赁美化塑胶厂房租金单价为12元/平方米/月，系根据当地工业厂房建筑面积（可用面积）、厂房结构、厂房新旧程度以及地理位置等综合确定，与美化塑胶厂房具有同等条件的工业厂房出租价格不存在较大差异，具体如下表所示：

位置	建筑面积（㎡）	厂房结构	出租价格（单位：元/平方米/月）
惠东县大岭区白花工业区附近	2,000	轻钢厂房	11.40
惠东县大岭镇桥新区永记生态园附近	2,200	轻钢厂房	13.00
惠城区平潭乌塘高速出口附近	10,000	轻钢厂房	14.00
惠东县大岭镇产业转移工业园附近	13,230	框架结构标准厂房	15.00
同等条件工业厂房平均价格	-	-	**13.35**
惠东县大岭镇十二托乌塘地段	25,586	钢筋混凝土结构	12.00

报告期内，公司的产品生产核心工序主要在自有厂房中进行，租赁房屋中仅使用部分美化塑胶厂房用于后处理工序（打磨、切割、包装）等对于厂房要求较低的工序，其余租赁房屋均用作仓库或办公，仓库或办公不直接参与公司生产过程，与产品工序不构成直接对应关系，对公司收入、净利润不产生直接影响。

报告期内，租赁房屋对生产的贡献度占比仅为10%左右，对发行人生产经营影响较小。具体情况详见本回复“问题10.关于其他事项”之“五、说明报告期各期发行人租赁房屋（包括厂房）情况……”。

（二）美化塑胶仍继续与发行人交易的原因及合理性

1、美化塑胶土地在转让前即由发行人租赁使用

发行人自 2014 年起开始向美化塑胶租赁房屋（包括厂房），发行人租赁房屋（包括厂房）用于仓库及后处理车间的需求一直存在；若重新寻找合适出租方并搬迁会产生一定的搬迁费用、造成一定损耗；且美化塑胶租赁价格与转让前一致，故发行人实际控制人转让美化塑胶后，发行人仍向美化塑胶租赁房屋（包括厂房）。

2、经买卖双方协商一致，转让后发行人仍可以继续租赁美化塑胶厂房使用

经买卖双方协商一致，转让后发行人仍可以继续租赁美化塑胶厂房，不会影响发行人正常生产经营。

六、请申报会计师发表明确意见

（一）核查程序

就上述事项，我们执行了以下核查程序：

1、关于塑料类生产型关联企业

（1）获取报告期内塑料类生产型关联企业的前十大供应商及前十大客户名单（已占其采购或销售额的90%以上）、采购或销售的塑料粒子类型、所在地区；

（2）获取报告期内塑料类生产型关联企业的财务报表，访谈了解其最近1年亏损的原因；

2、关于与重合供应商的交易

针对报告期内，关联方不存在通过重合供应商间接销售给发行人的情形，亦不存在通过重合供应商替发行人承担成本费用的情形，保荐机构及申报会计师履行了以下核查程序：

（1）分析关联公司主营业务：取得发行人控股股东、实际控制人及其近亲属控制的共47家企业的工商登记资料、主营业务说明、报告期内财务报表，分析各关联企业从事的主营业务，上述关联企业包括24家没有实际从事生产经营的企业，12家从事塑料加工及贸易业务的企业，及11家从事其他业务的企业；

（2）分析塑料业务类关联公司业务：对于12家从事塑料加工及贸易业务的关联企业（以下统称“塑料业务类关联公司”），分析是否与发行人存在同业竞争情形；与实际控制人中主营塑料相关业务的林东琦、林东亮进行访谈，了解塑料贸易产业链情况，结合报告期内财务报表，分析塑料业务类关联公司在塑料产业链中所处位置；

（3）识别重合供应商：获取12家塑料业务类关联公司报告期内前十大客户、前十大供应商名单，其均已覆盖报告期各期塑料业务类关联公司销售及采购金额的90%以上，将上述名单与报告期内发行人所有客户及供应商名单进行交叉匹配，识别出塑料业务类关联公司共有2家客户及7家供应商与发行人供应商存在重合情形（以下统称“重合供应商”），共计9家重合供应商；

（4）分析重合供应商重要性：结合塑料业务类关联公司前十大客户、前十大供应商名单、报告期内财务报表、访谈纪要，分析2家客户销售额占塑料业务

关联公司报告期内销售总额的比例仅为 2.72%，7 家供应商采购额占塑料业务关联公司报告期内采购总额的比例仅为 10.40%；结合发行人采购明细，分析上述 9 家重合供应商占发行人报告期采购总额的比例仅为 7.38%，重合供应商非关联公司也非发行人的主要购销渠道；

（5）分析是否存在关联方通过重合供应商间接向发行人销售的情形：获取关联公司与其 2 家客户深圳市金枫塑料科技有限公司、鑫美新材料科技（东莞）有限公司的销售明细，与深圳市金枫塑料科技有限公司、鑫美新材料科技（东莞）有限公司进行访谈并获取其对与关联公司交易的确认函，经核查，关联方向其销售的主要为 HIPS 等工程塑料，与发行人所使用的 PE 通用塑料应用领域完全不同，不存在间接向发行人销售的情形；

（6）分析发行人与重合供应商交易价格公允性：将报告期内发行人向 9 家重合供应商采购原材料的价格与同期同类非重合供应商采购价格进行对比分析，重合供应商采购价格差异率绝对值在 10%以内的采购金额占重合供应商采购总额的比例分别为 100.00%、71.92%、81.32%和 100.00%，差异率绝对值在 10%以上的原因主要系交期较长导致的时间性差异及配方调整过程中的偶发性采购等原因，发行人与重合供应商采购价格具备公允性；

（7）分析塑料业务类关联公司与重合供应商交易价格公允性：获取塑料业务类关联公司与 9 家重合供应商的销售采购明细情况，分析塑料业务类关联公司与 9 家重合供应商报告期内交易的毛利率情况，结合同行业可比公司英科再生、格林循环、同益股份同类业务毛利率，分析其与重合供应商交易价格的公允性；

（8）分析塑料业务类关联公司与重合供应商的资金往来：获取塑料业务类关联公司报告期内资金流水，结合与 9 家重合供应商的往来明细表，区分购销类资金往来与非购销类资金往来，购销类资金往来回款及付款比例基本在 90%-100%之间，与其交易匹配；非购销类资金往来仅 2020 年度存在一笔代付 80.76 万港元，规模较小；

（9）分析其他关联公司是否与重合供应商存在异常资金往来：获取关联公司报告期内资金流水，按照录入标准，将关联公司大额资金流水交易对方与 9 家重合供应商进行匹配，仅存在林宝物流有限公司于 2020 年收到 NEW BRIGHT RECYCLING LIMITED 代其股东何敏胜支付的投资款 260 万港元（何敏胜亦持有林宝物流有限公司 30%股权）一笔往来；

（10）分析关联公司是否与发行人主要客户、供应商及其关键人员存在资金

往来：获取关联公司报告期内资金流水，按照录入标准，将关联公司大额资金流水交易对方与覆盖公司销售及采购额70%以上主要客户、供应商及其股东、董监高等关系密切人员进行交叉匹配，经核查，关联公司与发行人主要客户、供应商及其关键人员不存在资金往来。

（11）与发行人采购部负责人访谈，结合报告期内采购明细表，分析发行人与重合供应商交易的必要性及合理性；

（12）对新明再生股东何敏胜进行了访谈，取得了访谈纪要，确认2020年与林宝物流交易流水的发生原因及合理性。

3、关于郑小明、包明辉、邹小敏为发行人提供担保、非关联方为发行人提供资金拆借

（1）取得发行人与惠东农商行签订的《最高额借款合同》（惠东农商行公司业务部（2017）高借字第K006号）、《流动资金借款合同》（惠东农商行公司银行部（2020）借字第JJ01号）及郑小明、包明辉、邹小敏与惠东农商行签订的《最高额保证合同》（惠东农商行公司业务部[2017]高保字第K006-2号）、《保证合同》（惠东农商行公司银行部[2020]保字第JJ01-2号）；

（2）获取了发行人非关联方资金拆借相关的资金流水；

（3）在网站查询为发行人提供资金拆借的境内非关联法人工商资料；取得黄丽榕、何少宏出具的关于本人对外投资及控制企业的介绍函，取得主要客户及供应商进行确认的说明或邮件回复，与报告期内发行人所有客户及供应商名单进行交叉匹配。

4、针对报告期内资金拆借情形的核查

（1）获取发行人与关联方、非关联方资金拆借相关的资金流水，核查拆借事项是否已于申报前清理完毕；

（2）对发行人财务负责人进行访谈，了解相关资金拆借情形的整改措施及整改后的内控运行情况，了解相关资金拆借的背景及原因；

（3）查阅发行人关于资金营运管理、筹资管理、关联交易管理等相关内部控制制度，核查制度设计是否存在缺陷，相关制度是否得到有效执行。

5、针对发行人向美化塑胶租赁房屋并支付租金、电费

（1）取得发行人与美化塑胶签订的租赁协议、宝添有限公司（含美化塑胶）相关股权转让协议及发行人与实际控制人、新兴亚洲签署的《债权债务抵偿协议》；

（2）取得发行人向美化塑胶支付租金及电费的银行流水；

（3）在网站上查询了美化塑胶附近厂房出租价格。

（二）核查结论

经核查，我们认为：

1、发行人塑料生产型关联企业主营再生的工程塑料，其主营的塑料类型应用领域与公司所使用的 PE 通用塑料不同。最近 1 年，受运营成本较高、开工率不足、下游需求减少等因素影响，再生塑料生产企业出现亏损或净利润较小的情形，符合关联公司实际经营情况，具有合理性，不存在为发行人分担成本支出及费用的情形；

2、报告期内，关联方不存在通过重合供应商间接销售给发行人的情形，亦不存在通过重合供应商替发行人承担成本费用的情形；报告期内，发行人向重合供应商的采购价格与同类非重合供应商价格基本一致，不存在较大差异，发行人向重合供应商的采购价格具备公允性；除 4 家存在重合供应商的关联方外，新明再生支付给林宝物流的款项为何敏胜个人出资款，具有合理性；

3、郑小明、包明辉、邹小敏为发行人提供担保、非关联方为发行人提供资金拆借的具有合理性，不具有持续性；郑小明、邹小敏及包明辉为发行人的董事、高管或前董事，为发行人关联方，且郑小明系发行人实际控制人妹妹的配偶，郑小明无对外投资，包明辉、邹小敏投资及控制的企业均属于发行人关联方，除前述关联关系外，郑小明、包明辉、邹小敏及包明辉、邹小敏投资及控制的企业与发行人及其实际控制人、主要客户供应商不存在其他关联关系，亦不存在股权代持或其他利益安排；

4、报告期内，发行人的资金拆借行为具有合理性、必要性，首次申报审计截止日前所有的资金拆借行为已整改完毕；发行人关于资金拆借的相关内控制度设计合理且有效执行，报告期内的资金拆借行为未对公司内部控制制度有效性造成重大不利影响；

5、发行人向美化塑胶支付电费具有持续性、免租期内未向其支付租金；发行人向美化塑胶支付租金、电费的价格公允；美化塑胶转让后仍继续与发行人交易主要是由于转让前即由发行人租赁使用，在转让时双方协商一致，转让后发行人仍可以继续租赁美化塑胶厂房使用，不会影响发行人正常生产经营。

七、请保荐人、申报会计师按照中国证监会《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》问题 54 的要求提交专项核查报告，说明报告期各期发行人控股股东、实际控制人、发行人子公司美新美国、美新香港等主体的大额资金流水与其业务规模、实际用途是否匹配，包括实际控制人林东亮等在内的部分主体资金流

水获取受限情况下如何确保核查结论准确，关联企业“不存在为发行人分担成本支出及费用的情况”的核查过程、证据，核查证据是否足以支撑核查结论

我们已提交发行人资金流水的专项核查报告，在专项核查报告中对上述事项予以说明，详见《关于美新科技股份有限公司资金流水的专项核查报告》。

问题 5.关于股权激励及股份支付

申请文件及首轮问询回复显示：

（1）发行人存在鑫意诚投资、信天达投资、天达投资、天演投资、牧天投资、本盛投资、优源投资等 7 个员工持股平台。激励对象包括部分供应商、关联企业员工，部分激励对象的资金来源为自筹资金。员工持股平台的股份流转机制披露不够清晰，未对人员离职后的股份处理、股份转让价格和服务期等进行约定。

（2）发行人历史上存在 3 次股权激励并计提了股份支付费用。报告期内，员工持股平台的合伙份额发生变动，但未说明合伙份额内部转让价格，发行人认为不涉及股份支付。

请发行人：

（1）结合合伙协议的主要内容，说明激励对象是否实质存在服务期或等待期；说明发行人员工持股平台的内部股份转让机制和管理决策机制等内容是否符合本所《创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 22 的要求；激励对象包括部分供应商、关联企业员工对交易价格的影响，激励对象的资金来源是否存在向实际控制人或其关联方借款的情形。

（2）说明报告期内员工持股平台合伙份额变动的价格是否公允，受让对象是否存在限制规定，执行事务合伙人回购合伙份额是否涉及换取其服务；结合股份支付的计算结果和过程，说明报告期内股份支付费用的确认金额是否准确。

请保荐人、发行人律师对问题（1）发表明确意见，请保荐人、申报会计师对问题（2）发表明确意见。

回复：

二、说明报告期内员工持股平台合伙份额变动的价格是否公允，受让对象是否存在限制规定，执行事务合伙人回购合伙份额是否涉及换取其服务；结合股份支付的计算结果和过程，说明报告期内股份支付费用的确认金额是否准确

报告期内，公司员工持股平台中天达投资、本盛投资 2 个持股平台合伙份额

发生过变动，上述员工持股平台内部份额转让对受让对象不存在限制性约定，且其份额变动价格系经转让双方协商确定，员工通过上述变动调整所持合伙企业财产份额间接调整所持发行人股份数，符合《合伙协议》、《合伙企业法》等相关规定。具体情况如下表所示：

企业名称	变动简况	对应公司出资额单价	定价依据及公允性	受让对象是否存在限制规定	执行事务合伙人回购是否涉及换取服务
天达投资	2020 年 3 月，赖茂丰、李青海退出，将财产份额转让给邹小敏。	5.00 元/注册资本	参考 2016 年取得股权时的价格 4.20 元/注册资本，经协商按 5%的利率加算持股期间利息确定，具备公允性。	不存在。	不涉及，邹小敏看好公司发展，经协商受让出资份额。
	2021 年 2 月，合伙企业新增出资额，由邹小敏认购。	4.20 元/注册资本	因优源投资、牧天投资合伙人包明辉、喻雪夫妻合计仅间接持有 1,000 元发行人股权且尚未实缴，同时包明辉拟通过本盛投资参与下一轮股权激励，为实现邹小敏将优源投资、牧天投资所持股权整合至天达投资持有的目的，经协商一致，天达投资以原价 4.2 元/注册资本先受让优源投资、牧天投资股权，后由邹小敏对天达投资以相同价格增资实现，价格具备公允性。	不存在，系邹小敏为优化股权管理结构，经与包明辉、喻雪夫妻协商后确定。	不涉及，主要系邹小敏为整合对所持股权的管理，经与包明辉、喻雪协商后进行变更。
本盛投资	1、2021 年 1 月，合伙企业新增出资额，部分由各激励对象认缴，部分由邹小敏追加认缴； 2、原合伙人阳琼琳为维持间接持股数不变，减少认缴出资额。	1、股权激励对象：按 6.00 元/注册资本认缴； 2、邹小敏：15 万元股权，按 8.75 元/注册资本认缴；	1、股权激励对象：参考吉源达投资 2016 年取得股权价格即 6.00 元/注册资本确定，与公允价 8.75 元/注册资本的差额部分已一次性计入股份支付，激励对象折价受让，具备公允性； 2、邹小敏：8.75 元/注册资本为其个人以同期外部投资者受让价格确定，不涉及股份支付	1、股权激励对象：经各激励对象协商一致，确定各自享有份额； 2、邹小敏：其看好公司未来发展，希望进一步追加投资，经与控股股东协商一致，通过本盛投资以外部投资者相同价格受让新兴亚洲持有发行人的 15 万元股权；	不适用。

根据上表，2020 年 12 月，本盛投资受让吉源达投资所持发行人 30 万元注册资本，并于同月通过签署《入伙协议》确定各合伙人享有的合伙份额，构成股份支付，股份支付的公允价值为同期即 2020 年 12 月外部投资者受让价格 8.75 元/注册资本确定，费用的计算过程及计算结果具体如下表所示：

项目		对应情况
授予情况	授予时间	2020 年 12 月
	授予价格	6.00 元/注册资本
	授予数量	30 万元
公允价值情况	公允价格参考依据	同期即 2020 年 12 月外部投资者受让股权价

项目		对应情况
		格
	公允价格	8.75 元/注册资本
	公允价格对应当年 PE	10.75 倍
	公允价格对应当年 PB	3.27 倍
股份支付费用	（公允价格-授予价格）*授予数量	82.50 万元

报告期内，公司仅 2020 年 12 月存在一次股份支付，其权益工具的公允价格参考同期即 2020 年 12 月外部投资者受让股权价格确定，公司共一次性计提股份支付费用 82.50 万元。2020 年 12 月公司股份支付公允价格对应当年的 PE 倍数为 10.75 倍，处于所处拟上市阶段企业的一般估值水平，对应当年的 PB 倍数为 3.27 倍，相对高于同行业可比公司森泰股份、南京聚隆同期 2-3 倍 PB 的估值水平，主要系公司报告期前盈利能力较弱，每股净资产相对较低所致。

综上，公司报告期内股份支付费用的确认金额准确，符合《企业会计准则》的规定。

四、请申报会计师发表明确意见

（一）核查程序

就上述事项，我们执行了以下核查程序：

1、获取发行人员工持股平台的工商登记资料，访谈各股权激励对象，取得访谈问卷及声明；

2、对照《企业会计准则第 11 号——股份支付》及中国证监会《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》、财政部会计司《股份支付准则应用案例——以首次公开募股成功为可行权条件》的规定，分析是否构成股份支付、股份支付相关权益工具公允价值的计量方法及结果是否合理、激励对象受让的股份是否约定服务期等限制条件，发行人相关会计处理是否符合上述规定。

（二）核查结论

经核查，我们认为：

1、报告期内员工持股平台合伙份额变动的价格系协商确定，具备公允性；

2、报告期内持股平台受让对象不存在限制性约定，执行事务合伙人回购合伙份额不涉及换取其服务；

3、报告期内股份支付费用的确认金额准确，符合《企业会计准则》的规定。

问题 6.关于收入与客户

申请文件及首轮问询回复显示：

（1）发行人主要通过北美子公司向美国客户进行直销，其承担了关税加征的主要风险。

（2）发行人外销占比较高，经销占比超过 85%；报告期内经销商数量呈下降趋势。发行人对部分经销商进行了穿透核查，包括获取了海外经销商的进销存数据、视频走访、实地考察等形式，部分经销商期末库存比例较高。

（3）发行人对大部分经销客户均约定销售返利政策，返利金额与销售数量等经营指标挂钩。

请发行人：

（1）说明美国子公司与主要客户的调价机制，包括是否在合同中明确约定、具体触发条件、调价方式、调价范围等，报告期内实际执行调价的主要产品、销售数量、金额及占比情况，并结合美国子公司自身经营业绩及财务状况，进一步分析说明中美贸易摩擦对其经营业绩的影响。

（2）结合《企业会计准则第 14 号——收入》第十六条关于“可变对价”的计量要求和发行人与下游客户签订的销售返利合同条款，说明各期销售返利的测算过程、对应财务报表相关科目（如其他应付款等）变动情况、相关会计处理是否符合《企业会计准则》规定。

（3）列示各期对主要客户的销售返利计提金额、实际返利金额，并结合对主要客户的销售收入分析销售返利与营业收入变动趋势的匹配性、返利计提是否谨慎合理。

（4）说明报告期内新增、减少经销商数量及其占比、对应收入金额及占比，结合经销商新增和退出原因、终端客户需求变动等因素，分析说明报告期内经销商数量逐期下滑的原因、经销商数量变动与对应经销收入的变动趋势是否匹配、经销商数量减少是否对发行人产品销售产生不利影响及发行人采取的应对措施。

（5）结合发行人产品生产周期、发货周期、经销商对应终端客户等，分析说明部分经销商期末存货结存比例超过 40%的合理性、是否存在为发行人囤货情形。

（6）结合原材料价格波动、出口海运费用以及境外订单情况，说明 2022 年上半年发行人主要生产经营及财务数据并分析变动原因。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明：

（1）对退出经销商最终实现销售实施核查的具体情况及其核查结论，包括核查方法、核查范围、占比、最终实现销售的比例等。

（2）对海外经销商执行穿透核查过程中就身份验证、控制视频走访效果、判断渠道存货的商业实质采取的相应措施。

（3）对经销商模式商业合理性、经销商模式内控制度、经销商收入确认、经销商体系稳定性等的核查程序、核查方法及核查结论，经销商模式下收入是否真实。

回复：

一、说明美国子公司与主要客户的调价机制，包括是否在合同中明确约定、具体触发条件、调价方式、调价范围等，报告期内实际执行调价的主要产品、销售数量、金额及占比情况，并结合美国子公司自身经营业绩及财务状况，进一步分析说明中美贸易摩擦对其经营业绩的影响

（一）说明美国子公司与主要客户的调价机制，包括是否在合同中明确约定、具体触发条件、调价方式、调价范围等，报告期内实际执行调价的主要产品、销售数量、金额及占比情况

美国子公司的调价机制主要为协商调整，即当原材料价格、海运费等成本变动金额达到一定程度时，由美国子公司与客户协商调整价格，但未在合同中明确约定价格调整的触发条件、调价方式及调价范围等价格调整的具体情形。

受中美贸易摩擦影响，2018 年 9 月公司的塑木型材产品出口美国的关税税率加征 10%，由于美国子公司本地化销售需承担关税成本，2018 年 9 月起美国子公司产品成本有所增加。为减轻加征关税所造成的损失，美国子公司于 2019 年 1 月对主要型材产品价格进行适当上调。

2021 年度受境外新冠疫情蔓延影响，主要港口的劳动力不足使得集装箱船舶运力受限，集装箱出现供不应求的局面，使得海运费大幅上涨，由于美国子公司本地化销售需承担海运费成本，产品成本有所增加。由于海运费上涨幅度较大，为减少海运费上涨所造成的损失，美国子公司分别于 2021 年 6 月和 2022 年 2 月进行两次价格调整，对主要型材产品价格进行适当上调。

报告期内，美国子公司实际执行调价的期间为 2019 年度、2021 年度和 2022 年 1-3 月，执行调价的主要产品以及调价后的产品销售数量、销售收入及占比情况如下：

调价期间	产品类型	调价后的产品销售数量（吨）	调价后的产品销售收入（万元）	占美国子公司销售收入比例
2022 年 1-3 月	户外地板	251.27	456.53	11.40%
	墙板	179.17	512.79	12.80%
	组合地板	174.59	525.13	13.11%
	合计	**605.03**	**1,494.45**	**37.31%**
2021 年度	户外地板	2,095.00	3,542.93	23.00%
	墙板	1,085.38	3,201.00	20.78%
	组合地板	921.44	2,460.68	15.98%
	合计	**4,101.82**	**9,204.61**	**59.76%**
2019 年度	户外地板	1,620.02	2,646.56	34.72%
	墙板	621.27	1,720.56	22.57%
	组合地板	943.83	2,229.72	29.25%
	合计	**3,185.12**	**6,596.84**	**86.53%**

由于美国子公司 2019 年 1 月即开始对价格进行调整，当期调价后的主要产品销售收入占当期美国子公司的销售收入比例较高。

（二）结合美国子公司自身经营业绩及财务状况，进一步分析说明中美贸易摩擦对其经营业绩的影响

1、美国子公司销售规模保持逐年增长趋势，净利润基本保持稳定，中美贸易摩擦对美国子公司的经营业绩未产生重大不利影响

2018年9月受中美贸易摩擦影响，公司产品关税税率有所增加。2018年以来，美国子公司的经营情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-3 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
营业收入	4,005.56	15,401.61	12,760.20	7,623.59	4,901.75
营业成本	3,293.14	12,450.07	9,183.71	5,629.55	4,403.89
营业毛利	712.42	2,951.54	3,576.49	1,994.04	497.86
综合毛利率	17.79%	19.16%	28.03%	26.16%	10.16%
营业利润	-178.39	-59.00	739.35	-318.36	-374.27
净利润	-178.33	-52.17	613.14	-336.86	-375.25

美国子公司本地化销售情况下加征关税的费用均由公司承担，2018 年 9 月中美贸易摩擦加征关税后，由于加征关税部分由公司承担，销售收入情况未受到重大不利影响，2018 年以来，美国子公司的营业收入分别为 4,901.75 万元、7,623.59

万元、12,760.20 万元、15,401.61 万元和 4,005.56 万元，呈现逐年增长的趋势。2018 年以来，美国子公司综合毛利率分别为 10.16%、26.16%、28.03%、19.16%和 17.79%，虽然 2018 年 9 月起关税成本有所增加，但 2019 年由于销售单价提升及主要原材料成本下降影响，当期综合毛利率显著提升；2021 年度有所下降，主要是由于 2021 年受海外新冠疫情影响，国际海运费上涨导致产品成本增加所致；2022 年 1-3 月略有下降，主要是由于当期塑料、纤维、助剂等主要原材料采购价格较 2021 年度均有所增长，导致产品的材料成本提高所致，关税成本增加的影响相对有限。2018 年以来，美国子公司的净利润分别为-375.25 万元、-336.86 万元、613.14 万元、-52.17 万元和-178.33 万元，2018 年 9 月中美贸易摩擦加征关税后，2019 年的净利润与 2018 年相比基本保持稳定，关税成本增加未对净利润产生重大影响；2020 年度由于销售规模的增长，当期经营业绩实现盈利；2021 年度和 2022 年 1-3 月，受产品成本增加导致毛利率下降的影响，净利润为负数。

整体来看，中美贸易摩擦加征关税后，2018 年以来美国子公司的销售收入逐年增长，2019 年毛利率显著提升且净利润基本保持稳定，中美贸易摩擦对美国子公司的经营业绩未产生重大不利影响。

2、若公司直接出口销往美国客户所加征的关税费用全部由公司承担，报告期内公司经营业绩将受到一定影响

报告期内，公司直接出口销往美国客户的销售金额分别为 2,344.87 万元、3,610.43 万元、5,204.28 万元和 1,873.15 万元，公司直接出口销往美国客户通过 FOB 和 CIF 两种贸易方式，两种贸易方式下公司均不需要承担关税费用，受中美贸易摩擦影响的关税加征部分均由客户承担，公司亦未采用降低售价的方式间接替客户承担加征关税的部分。假设公司承担全部加征关税带来的影响，即通过降低售价方式间接替客户承担全部加征关税费用，对公司报告期内经营业绩的影响如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-3 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
直接出口美国的销售收入（①）	1,873.15	5,204.28	3,610.43	2,344.87
加征关税后直接出口美国的销售收入（②）	1,498.52	4,163.42	2,888.34	1,976.16
加征关税对营业收入的影响（③=②-①）	-374.63	-1,040.86	-722.09	-368.71
营业收入（④）	19,312.35	69,471.18	49,688.61	34,965.26
加征关税后的营业收入（⑤=③+④）	18,937.72	68,430.32	48,966.52	34,596.55
加征关税对营业收入的影响比例（⑥=③/④）	-1.94%	-1.50%	-1.45%	-1.05%
归属于母公司所有者的净利润（⑦）	1,873.43	9,348.88	6,513.90	2,094.22

项目	2022 年 1-3 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
加征关税后的归属于母公司所有者的净利润（⑧=③+⑦）	1,498.80	8,308.02	5,791.81	1,725.51
加征关税对归属于母公司所有者的净利润的影响比例（⑨=③/⑦）	-20.00%	-11.13%	-11.09%	-17.61%

注 1：加征关税后直接出口美国的销售收入=直接出口美国的销售收入/(1+加征关税税率)；
注 2：2018 年 9 月 24 日至 2019 年 5 月 9 日美国对华加征 10%关税，2019 年 5 月 10 号起美国对华加征 25%关税，故公司 2019 年度根据销售时点分别按照加征 10%和 25%的关税税率测算加征关税对营业收入的影响，2020 年度起均按加征 25%关税税率测算加征关税对营业收入的影响；
注 3：基于谨慎性原则考虑，上表中测算加征关税后的归属于母公司所有者的净利润未考虑所得税的影响

若直接出口美国客户的关税加征部分均由公司全部承担，报告期内公司的营业收入和归属于母公司所有者的净利润将分别下降 368.71 万元、722.09 万元、1,040.86 万元和 374.63 万元，营业收入的下降比例分别为 1.05%、1.45%、1.50%和 1.94%，归属于母公司所有者的净利润的下降比例分别为 17.61%、11.09%、11.13%和 20.00%，对公司经营业绩具有一定影响。报告期内，公司均未采用降低售价的方式间接替客户承担加征关税的部分。

二、结合《企业会计准则第 14 号——收入》第十六条关于“可变对价”的计量要求和发行人与下游客户签订的销售返利合同条款，说明各期销售返利的测算过程、对应财务报表相关科目（如其他应付款等）变动情况、相关会计处理是否符合《企业会计准则》规定

（一）为支持经销商开拓市场，公司与部分经销商签订了返利协议

报告期内，为支持经销商开拓市场，公司与部分经销商签订了销售返利协议，约定根据经销商的销售达成情况给予一定的销售返利。公司与主要客户销售返利条款具体约定如下：

客户名称	返利政策
FIBERDECK	若全年出货量为 500-1,000 吨，返利比例为全年销售额的 3%； 若全年出货量为 1,000-2,000 吨，返利比例为全年销售额的 4%； 若全年出货量大于 2,000 吨，返利比例为全年销售额的 5%
Handelsonderneming Van Felix Clercx B.V.	若全年出货量为 500-1,000 吨，返利比例为全年销售额的 3%； 若全年出货量为 1,000-2,000 吨，返利比例为全年销售额的 4%； 若全年出货量为 2,000-3,000 吨，返利比例为全年销售额的 5%； 若全年出货量大于 3,000 吨，返利比例为全年销售额的 6%
Urban Direct Wholesale Pty Ltd	若全年出货量为 500-1,000 吨，返利比例为全年销售额的 3%； 若全年出货量为 1,000-2,000 吨，返利比例为全年销售额的 4%； 若全年出货量为 2,000-3,000 吨，返利比例为全年销售额的 5%； 若全年出货量大于 3,000 吨，返利比例为全年销售额的 6%

客户名称	返利政策
The Italian Decking Company	若全年出货量为 500-1,000 吨，返利比例为全年销售额的 3%； 若全年出货量为 1,000-2,000 吨，返利比例为全年销售额的 4%； 若全年出货量大于 2,000 吨，返利比例为全年销售额的 5%
Ecoscape UK Ltd	若全年出货量为 500-1,000 吨，返利比例为全年销售额的 3%； 若全年出货量为 1,000-2,000 吨，返利比例为全年销售额的 4%； 若全年出货量大于 2,000 吨，返利比例为全年销售额的 5%
WHITERIVER（WRG）LTD	若全年出货量为 500-1,000 吨，返利比例为全年销售额的 3%； 若全年出货量为 1,000-2,000 吨，返利比例为全年销售额的 4%； 若全年出货量大于 2,000 吨，返利比例为全年销售额的 5%

注：全年出货量为一个年度销售周期型材产品的出货量（如 2019 年 10 月-2020 年 9 月），不包含配件。

（二）公司已按照《企业会计准则》的相关规定，根据返利协议在销售的当期计提销售返利并冲减营业收入及应收账款，相关会计处理符合会计准则的规定

报告期内，公司与主要经销商的销售返利具体测算过程如下：

客户名称	期间	型材产品出货量（吨）	型材产品销售额（万元）	适用返利比例（%）	销售返利计提金额（万元）
FIBERDECK	2022 年 1-3 月	2,897.85	2,728.18	5.00	136.41
	2021 年度	8,592.11	7,953.56	5.00	397.68
	2020 年度	6,897.63	7,118.22	5.00	355.91
	2019 年度	3,144.95	3,403.04	5.00	170.15
Handelsonderneming Van Felix Clercx B.V.	2022 年 1-3 月	1,400.11	1,227.42	6.00	73.65
	2021 年度	4,738.13	4,097.21	6.00	245.83
	2020 年度	4,643.54	4,446.92	6.00	266.82
	2019 年度	2,381.32	2,437.90	5.00	121.90
Urban Direct Wholesale Pty Ltd	2022 年 1-3 月	1,332.31	1,196.43	6.00	71.79
	2021 年度	4,776.11	4,210.08	6.00	252.60
	2020 年度	3,519.16	3,478.58	6.00	208.71
	2019 年度	1,749.28	1,704.24	4.00	68.17
The Italian Decking Company	2022 年 1-3 月	656.34	648.79	5.00	32.44
	2021 年度	3,050.44	3,077.17	5.00	153.86
	2020 年度	1,200.51	1,366.18	4.00	54.65
	2019 年度	1,232.58	1,374.07	4.00	54.96
Ecoscape UK Ltd	2022 年 1-3 月	313.64	387.64	4.00	15.51
	2021 年度	1,594.53	2,051.39	4.00	82.06
	2020 年度	729.43	983.83	3.00	29.51
	2019 年度	-	-	-	-

客户名称	期间	型材产品出货量（吨）	型材产品销售额（万元）	适用返利比例（%）	销售返利计提金额（万元）
WHITERIVER（WRG）LTD	2022 年 1-3 月	305.31	263.36	4.00	10.53
	2021 年度	1,379.07	1,158.02	4.00	46.32
	2020 年度	869.69	806.39	3.00	22.88
	2019 年度	-	-	-	-

注 1：由于 2022 年全年型材产品出货量尚未确定，2022 年 1-3 月的销售返利按照 2021 年度的返利比例进行计提；

注 2：公司 2020 年度开始与 WHITERIVER（WRG）LTD 签署返利协议计提销售返利，故未列示 2019 年度数据；2019 年度 Ecoscape UK Ltd 出货量未达标，故未列示 2019 年度数据。

根据《企业会计准则第 14 号—收入》（以下简称“新收入准则”）第十六条的规定：“合同中存在可变对价的，企业应当按照期望值或最可能发生金额确定可变对价的最佳估计数，但包含可变对价的交易价格，应当不超过在相关不确定性消除时累计已确认收入极可能不会发生重大转回的金额。企业在评估累计已确认收入是否极可能不会发生重大转回时，应当同时考虑收入转回的可能性及其比重”。经销商的销售返利实际上为销售收入的可变对价，当经销商的全年出货量达到计提销售返利的条件时，公司按照扣除销售返利后的对价作为最佳估计数确认收入，即公司对返利金额进行计提，同时冲减营业收入及应收账款，具体会计处理为借记营业收入，贷记应收账款，相关会计处理符合《企业会计准则》规定。

三、列示各期对主要客户的销售返利计提金额、实际返利金额，并结合对主要客户的销售收入分析销售返利与营业收入变动趋势的匹配性、返利计提是否谨慎合理

（一）列示各期对主要客户的销售返利计提金额、实际返利金额

报告期内，公司对主要客户的销售返利计提金额、实际返利金额具体如下表所示：

单位：万元

客户名称	2022 年 1-3 月				2021 年度			
	期初未返利金额	本期计提金额	本期返利金额	期末未返利金额	期初未返利金额	本期计提金额	本期返利金额	期末未返利金额
FIBERDECK	542.50	136.41	542.50	136.41	274.88	397.68	130.06	542.50
Handelsonderneming Van Felix Clercx B.V.	311.76	73.65	311.76	73.65	222.22	245.83	156.29	311.76
Urban Direct Wholesale Pty Ltd	262.70	71.79	262.70	71.79	197.43	252.60	187.33	262.70
The Italian Decking Company	163.87	32.44	163.87	32.44	54.27	153.86	44.26	163.87
Ecoscape UK Ltd.	28.50	15.51	28.50	15.51	7.24	82.06	60.79	28.50
WHITERIVER（WRG）LTD	48.18	10.53	48.18	10.53	22.88	46.32	21.02	48.18
合计	**1,357.51**	**340.33**	**1,357.51**	**340.33**	**778.92**	**1,178.35**	**599.75**	**1,357.51**

客户名称	2020 年度				2019 年度			
	期初未返利金额	本期计提金额	本期返利金额	期末未返利金额	期初未返利金额	本期计提金额	本期返利金额	期末未返利金额
FIBERDECK	19.79	355.91	100.82	274.88	138.54	170.15	288.90	19.79
Handelsonderneming Van Felix Clercx B.V.	132.90	266.82	177.50	222.22	121.02	121.90	110.02	132.90
Urban Direct Wholesale Pty Ltd	68.91	208.71	80.19	197.43	106.52	68.17	105.78	68.91
The Italian Decking Company	53.83	54.65	54.21	54.27	4.38	54.96	5.51	53.83
Ecoscape UK Ltd.	-	29.51	22.27	7.24	-	-	-	-
WHITERIVER(WRG)LTD	-	22.88	-	22.88	-	-	-	-
合计	**275.43**	**938.48**	**434.99**	**778.92**	**370.46**	**415.18**	**510.21**	**275.43**

注 1：表中返利金额对应的会计科目为应收账款；
注 2：部分客户如 FIBERDECK 的返利计算周期并非从 1 月 1 日至 12 月 31 日，因此导致其本期计提金额与次年实际返利金额存在时间性差异；
注 3：公司 2020 年度开始与 WHITERIVER（WRG）LTD 签署返利协议计提销售返利，故 2019 年未计提返利金额；2019 年度 Ecoscape UK Ltd 出货量未达标，故未计提销售返利。

公司在销售当期计提销售返利金额，并在下期向客户进行实际返利。报告期内，公司主要客户的销售返利计提金额分别为 415.18 万元、938.48 万元、1,178.35 万元和 340.33 万元，实际返利金额合计分别为 510.21 万元、434.99 万元、599.75 万元和 1,357.51 万元，本期计提金额会与次年实际返利金额存在差异，主要是由于销售返利计算周期的起始月份并非全部为 1 月，部分为 5 月或 10 月等，实际返利金额所对应的期间并非为完整的会计年度，因此本期计提金额会与次年实际返利金额存在时间性差异，具有合理性。

（二）结合对主要客户的销售收入分析销售返利与营业收入变动趋势的匹配性、返利计提是否谨慎合理

报告期内，公司主要客户销售返利计提金额与其销售收入的匹配关系具体如下表所示：

单位：万元

客户名称	项目	2022 年 1-3 月	2021 年度		2020 年度		2019 年度
		金额	金额	变动率	金额	变动率	金额
FIBERDECK	返利计提金额	136.41	397.68	11.74%	355.91	109.17%	170.15
	销售收入	2,507.81	7,884.57	13.90%	6,922.11	112.33%	3,260.08
	返利计提金额/销售收入	5.44%	5.04%	-	5.14%	-	5.22%
Handelsonderneming Van Felix Clercx B.V.	返利计提金额	73.65	245.83	-7.87%	266.82	118.88%	121.90
	销售收入	1,186.81	4,159.80	-6.06%	4,428.28	79.99%	2,460.33
	返利计提金额/销售收入	6.21%	5.91%	-	6.03%	-	4.95%

客户名称	项目	2022 年 1-3 月	2021 年度		2020 年度		2019 年度
		金额	金额	变动率	金额	变动率	金额
Urban Direct Wholesale Pty Ltd	返利计提金额	71.79	252.60	21.03%	208.71	206.16%	68.17
	销售收入	1,060.87	4,499.19	22.75%	3,665.26	102.75%	1,807.78
	返利计提金额/销售收入	6.77%	5.61%	-	5.69%	-	3.77%
The Italian Decking Company	返利计提金额	32.44	153.86	180.54%	54.65	-0.56%	54.96
	销售收入	724.16	3,589.77	142.50%	1,480.31	2.85%	1,439.33
	返利计提金额/销售收入	4.48%	4.29%	-	3.69%	-	3.82%
Ecoscape UK Ltd	返利计提金额	15.51	82.06	178.08%	29.51	-	-
	销售收入	468.76	2,328.70	86.17%	1,250.85	-	-
	返利计提金额/销售收入	3.31%	3.52%	-	2.36%	-	-
WHITERIVER（WRG）LTD	返利计提金额	10.53	46.32	102.45%	22.88	-	-
	销售收入	332.31	1,379.30	55.80%	885.29	-	-
	返利计提金额/销售收入	3.17%	3.36%	-	2.58%	-	-

注：公司 2020 年度开始与 WHITERIVER（WRG）LTD 签署返利协议计提销售返利，未计提销售返利，故未列示 2019 年度数据；2019 年度 Ecoscape UK Ltd 出货量未达标，未计提销售返利，故未列示 2019 年度数据。

报告期内，公司主要客户的返利计提金额随其销售收入的增长而增长，返利计提金额的变动率与销售收入的变动率不存在显著差异，返利计提金额/销售收入与适用返利比例不存在显著差异。其中，2020 年度 Urban Direct Wholesale Pty Ltd、Handelsonderneming Van Felix Clercx B.V.以及 2021 年度 The Italian Decking Company、Ecoscape UK Ltd 和 WHITERIVER(WRG)LTD 返利计提金额增长率高于销售收入增长率，主要系当期出货量增长，适用返利比例提升使得返利计提金额增长较多所致。2020 年度，The Italian Decking Company 返利计提金额的变动率与销售收入的变动率存在差异，主要是由于当期型材产品销售额同比略有下降，返利计提金额略有下降所致。

综上，公司对主要客户的销售返利计提金额与主要客户的销售收入变动趋势基本一致，公司销售返利计提谨慎合理。

四、说明报告期内新增、减少经销商数量及其占比、对应收入金额及占比，结合经销商新增和退出原因、终端客户需求变动等因素，分析说明报告期内经销商数量逐期下滑的原因、经销商数量变动与对应经销收入的变动趋势是否匹配、经销商数量减少是否对发行人产品销售产生不利影响及发行人采取的应对措施

（一）报告期内新增、减少经销商情况

报告期内，公司经销商数量分别为 110 家、100 家、90 家和 88 家，存在一定

数量的新增和退出情况，主要是公司综合考虑了经销商的规模、服务能力、市场状况等多种因素做出的调整以及客户基于自身业务考虑进行的合作调整。其中，退出经销商是指上一年度有销售收入，当期未有销售收入的经销商。报告期内，公司经销商的变动情况如下：

项目	2022 年 1-3 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
一、新增的经销商情况				
期末经销商数量（家）	88	90	100	110
本期新增经销商数量（家）	26	11	20	34
本期新增经销商数量/本期期末经销商数量	29.55%	12.22%	20.00%	30.91%
本期新增经销商销售收入（万元）	37.50	1,342.14	672.76	864.93
本期新增经销商销售收入/本期经销收入比例	0.23%	2.34%	1.72%	3.03%
二、退出的经销商情况				
本期退出经销商数量（家）	27	21	30	25
本期退出经销商数量/上期期末经销商数量	30.00%	21.00%	27.27%	24.75%
本期退出经销商上一年度销售收入（万元）	961.63	1,459.59	833.38	2,859.73
本期退出经销商上一年度销售收入/上一年度经销收入比例	1.67%	3.74%	2.92%	10.46%

注：退出经销商是指上一年度有销售收入，当期未有销售收入的经销商。

2019 年度，公司退出经销商销售收入较高，主要是由于此前经销商 LEADVISION INTERNATIONAL LIMITED 销售公司的产品时系用公司自有品牌 NewTechWood 进行销售，2018 年其要求公司未来均采用 ODM 方式为其提供产品，为维护公司自有品牌市场，公司未就该事项与其达成一致意见，并于 2019 年终止了与该经销商的业务合作，该经销商 2018 年实现收入 1,362.84 万元，占当年退出经销商销售收入的 47.66%。

2020 年度、2021 年度和 2022 年 1-3 月，公司存续的经销商较为稳定，新增经销商销售收入与退出经销商销售收入及占比均较低。

（二）结合经销商新增和退出原因、终端客户需求变动等因素，分析说明报告期内经销商数量逐期下滑的原因、经销商数量变动与对应经销收入的变动趋势是否匹配、经销商数量减少是否对发行人产品销售产生不利影响及发行人采取的应对措施

1、报告期内经销商数量逐期下滑主要是由于公司与经销商合作方式未达成一致、经销商合作主体变更、公司优化经销商体系管理及部分东南亚地区受疫

情影响终端客户客户需求下降等因素影响，退出经销商的数量大于新增经销商的数量所致

报告期内，随着业务规模的扩大，公司进一步拓宽公司的销售渠道，积极在全球各地寻找合作的经销商，报告期内分别新增经销商 34 家、20 家、11 家和 26 家。报告期内，公司退出经销商的数量分别为 25 家、30 家、21 家和 27 家，经销商退出的原因主要包括:（1）公司与经销商就未来的合作方式未达成一致意见，双方友好协商后不再继续合作；（2）经销商将业务转移至其他经营主体，由其他主体与公司进行合作；（3）公司出于优化经销商体系管理等考虑，不再与部分经销商客户进行合作；（4）部分经销商的当地市场需求有所波动，库存尚未消化完毕，经销商基于短期的市场状况未向公司下达订单。受上述原因影响，报告期内公司退出经销商的数量大于新增经销商的数量，经销商数量逐期有所下滑。

2、公司的经销收入主要来源于长期稳定合作的经销商，报告期内均与公司存在交易的经销商的销售金额逐年增加及收入占比较高，且退出经销商主要为收入规模较小的经销商，因此经销商数量变动与对应经销收入的变动趋势匹配，经销商数量减少未对发行人产品销售产生重大不利影响

报告期内，公司的经销收入主要来源于长期稳定合作的经销商，报告期内存在变动的经销商对经销收入的影响相对较小。报告期各期，均与公司存在交易的经销商为 54 家，销售收入分别为 25,737.33 万元、36,425.96 万元、52,958.24 万元和 15,420.42 万元，占当期经销收入比例分别为 90.22%、93.39%、92.20%和 94.28%，公司保持长期合作的经销商的销售收入金额逐年增加，对经销收入的贡献较为稳定，报告期内占比均超过 90%，占比较高。报告期各期均与公司存在交易的经销商情况如下:

项目	2022 年 1-3 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
报告期内均与公司存在交易的经销商数量（家）	54			
报告期内均与公司存在交易的经销商销售收入（万元）	15,420.42	52,958.24	36,425.96	25,737.33
当期经销收入（万元）	16,355.83	57,438.43	39,003.22	28,525.99
报告期内均与公司存在交易的经销商销售收入/当期经销收入	94.28%	92.20%	93.39%	90.22%

报告期各期，公司退出经销商的数量及收入分布情况如下:

单位：家

销售规模	2022 年 1-3 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
100 万元以上	3	2	1	4

销售规模	2022 年 1-3 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
50-100 万元	3	3	3	2
50 万元以下	21	16	26	19
合计	**27**	**21**	**30**	**25**

报告期各期，公司退出的经销商主要为收入规模在 50 万元以下的小规模经销商，对经销收入的影响相对较小。综上，经销商数量变动与对应经销收入的变动趋势匹配，经销商数量减少未对公司产品销售产生重大不利影响。

针对经销商数量减少的情形，公司采取的应对措施包括：（1）积极拓展新的区域市场并加大现有市场渗透力度，开发渠道资源较好及信誉度较高的经销商客户，拓宽公司的销售渠道网络；（2）维护与存续的长期合作的经销商的合作关系，通过为经销商提供技术服务支持、提供最新产品信息和行业资讯、提供产品宣传资料等方式，为经销商提供市场支持，加强合作力度，保持与存续的经销商的合作稳定性。

五、结合发行人产品生产周期、发货周期、经销商对应终端客户等，分析说明部分经销商期末存货结存比例超过 40%的合理性、是否存在为发行人囤货情形

公司主要产品的生产周期通常约为 15 天，产品从出货到客户指定目的地的发货周期一般约为 60-90 天，2021 年起受到海外疫情蔓延导致出口海运船舱紧张的影响，货物在港口滞留时间及海运时间均有所延长，发货周期会延迟 1-2 个月。因此，公司从生产到产品运输至客户指定目的地的整体时间一般约为 3-5 个月。

2019-2021 年末，期末存货结存比例超过 40%的经销商为 FULLHOUSE INTERNATIONAL TRADING、MEYER PARKETT GmbH、NewTechWood Korea Inc.、深圳市美新超越木建材有限公司和丰胜（广州）建材有限公司，上述经销商报告期内的合计收入占经销收入的比例分别为 7.13%、7.82%、8.39%和 7.64%，占比相对较低。上述经销商的下游客户及结存比例较高的原因具体如下：

序号	客户	时间	结存比例	下游客户类型	结存比例超过 40%的原因
1	FULLHOUSE INTERNATIONAL TRADING	2021.12.31	54.53%	经销商（40%）、工程商（10%）、零售客户（50%）	当期销售规模有所增加，客户基于预测的未来销售增长情况，适当增加库存备货量
		2020.12.31	30.97%	经销商（30%）、工程商（20%）、零售客户（50%）	未超过 40%
		2019.12.31	25.40%	经销商（20%）、工程商（20%）、零售客户（60%）	未超过 40%

序号	客户	时间	结存比例	下游客户类型	结存比例超过40%的原因
2	MEYER PARKETT GmbH	2021.12.31	48.30%	经销商（68%）、零售客户（32%）	基于业务需求，客户的库存备货周期一般为 6 个月左右
		2020.12.31	56.40%	经销商（48.42%）、家居建材超市（21.20%）、零售客户（30.38%）	
		2019.12.31	69.83%	经销商（55.65%）、家居建材超市（18.90%）、零售客户（25.46%）	
3	NewTechWood Korea Inc.	2021.12.31	50.31%	经销商（5%）、家居建材超市（3%）、工程商（79%）、零售客户（13%）	报告期内的采购规模逐年增加，且下游客户主要为工程商，该类客户对于塑木产品的需求量较大，且要求能快速供应，因此库存备货量相对较大
		2020.12.31	45.88%	经销商（5%）、家居建材超市（4%）、工程商（78%）、零售客户（13%）	
		2019.12.31	49.60%	经销商（3%）、家居建材超市（4%）、工程商（83%）、零售客户（10%）	
4	深圳市美新超越木建材有限公司	2021.12.31	59.17%	经销商（69.95%）、工程商（13.65%）、零售客户（16.40%）	下游客户包含市政工程等工程商，该类客户对于塑木产品的需求量较大，且要求能快速供应，因此库存备货量相对较大
		2020.12.31	60.30%	经销商（74.21%）、工程商（20.69%）、零售客户（5.10%）	
		2019.12.31	61.34%	经销商（59.21%）、工程商（29.50%）、零售客户（11.28%）	
5	丰胜（广州）建材有限公司	2021.12.31	49.10%	经销商（92%）、零售客户（8%）	在 2021 年 9 月开始与公司合作，合作时间较短，2021 年度采购金额仅为四个月的采购金额而非完整年度的采购金额
		2020.12.31	--		-
		2019.12.31	--		-

注：丰胜（广州）建材有限公司在 2021 年 9 月开始与公司合作，故 2019 年末、2020 年末未有结存比例。

2019-2021 年末，公司部分经销商期末存货结存比例超过 40%，主要是由于销售规模扩大增加库存备货量、经销商基于自身业务考虑保持较高的库存备货量、经销商基于下游客户中工程商对于供货数量及速度的要求保持较高的库存备货量等导致，均具有商业合理性。

截至 2022 年 8 月 31 日，期末存货结存比例超过 40%的经销商客户中，报告期内均与公司存在合作的 MEYER PARKETT GmbH、NewTechWood Korea Inc.、深圳市美新超越木建材有限公司和 FULLHOUSE INTERNATIONAL TRADING2019 年末、2020 年末和 2021 年末的应收账款期后回款比例均为 100%，相关货款收回情况良好。

综上，期末存货结存比例超过 40%的经销商均具有其商业合理性，且应收账款的期后回款情况良好，不存在为公司囤货的情形。

六、结合原材料价格波动、出口海运费用以及境外订单情况，说明2022年上半年发行人主要生产经营及财务数据并分析变动原因

2022年1-6月，公司主要经营业绩数据及变动情况具体如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年1-6月	变动率
营业收入	42,306.46	29,766.01	42.13%
营业成本	30,786.09	20,095.84	53.20%
营业毛利	11,520.38	9,670.18	19.13%
综合毛利率	27.23%	32.49%	-5.26个百分点
期间费用	4,901.98	5,485.88	-10.64%
其中：销售费用	1,374.11	1,575.33	-12.77%
管理费用	2,698.22	2,542.83	6.11%
研发费用	1,227.54	887.04	38.39%
财务费用	-397.89	480.69	-182.77%
营业利润	5,978.64	4,036.68	48.11%
净利润	5,152.78	3,422.24	50.57%

注：上述数据未经审计。

2022年1-6月，公司营业收入同比增长42.13%，主要是由于公司进一步加深与已有客户的合作力度，且公司品牌知名度进一步提升，产品得到下游消费者的广泛认可，主要客户当期出货量增加，2022年1-6月前五大客户的合计销售收入较2021年1-6月增长42.43%。其中北美地区的客户NewTechWood LATAM与American Lumber Co. Inc.由于当地终端消费市场需求强劲，订单量增长显著，因此2022年1-6月的收入较2021年1-6月增长率较高。2022年1-6月，公司前五大客户的销售金额与去年同期的对比如下：

单位：万元

序号	客户名称	2022年1-6月	2021年1-6月	变动率
1	FIBERDECK	3,685.09	3,389.66	8.72%
	Handelsonderneming van Felix Clercx B.V.	2,593.50	2,018.39	28.49%
	小计	**6,278.59**	**5,408.05**	**16.10%**
2	The Home Depot Inc.	5,689.84	4,147.88	37.17%
3	NewTechWood LATAM	4,223.10	2,262.32	86.67%
4	Urban Direct Wholesale Pty Ltd	2,701.86	1,745.09	54.83%
5	American Lumber Co. Inc.	1,985.42	1,096.13	81.13%
合计		**20,878.81**	**14,659.47**	**42.43%**

注：公司从接受客户订单到排产再到出货需要一定时间，2022年1-6月出货并确认收入的产品主要对应2021年下半年客户所下达的订单。

2022 年 1-6 月，公司综合毛利率较 2021 年 1-6 月下降 5.26 个百分点，主要是由于当期公司塑料、纤维、助剂等主要原材料采购价格同比有所增长，导致产品的材料成本提高所致。2022 年 1-6 月，公司主要原材料的采购单价与去年同期的对比如下：

单位：元/吨

项目	2022年1-6月	2021年1-6月	变动率
再生塑料	5,063.88	4,087.20	23.90%
新料	7,557.27	7,294.02	3.61%
纤维	1,050.82	987.87	6.37%
增塑剂	16,885.95	13,653.00	23.68%
润滑剂	13,818.23	12,371.68	11.69%

2022 年 1-6 月，公司研发费用同比增长 38.39%，主要是由于公司加大研发投入力度，当期新增研发项目数量较多所致。2022 年 1-6 月，公司财务费用同比下降 182.77%，主要是受美元兑人民币汇率升值影响，公司产生汇兑收益所致。

综上，受主要客户出货量的增加以及美元兑人民币汇率升值等因素综合影响，公司 2022 年 1-6 月实现营业收入 42,306.46 万元，同比增长 42.13%，净利润达到 5,152.78 万元，同比增长 50.57%，经营业绩表现情况良好。

七、请申报会计师发表明确意见

（一）核查程序

就上述事项，我们执行了以下核查程序：

1、获取发行人与主要客户签署的框架协议和销售合同，查阅协议与合同条款的具体约定；

2、获取发行人调整价格的主要产品明细、美国子公司的财务报表，分析中美贸易摩擦对美国子公司经营业绩的影响；

3、获取发行人与主要经销商签订的销售返利协议，查阅返利条件的具体规定；

4、获取发行人与主要经销商的销售返利计算明细表，核查销售返利计提金额、实际返利金额是否与返利协议约定相符；

5、查阅《企业会计准则》的相关规定，核查发行人销售返利的相关会计处理是否符合会计准则的规定；

6、获取发行人的销售明细表、经销商清单，核查报告期内经销商新增、退出及与发行人持续交易情况；

7、访谈发行人销售部门负责人，了解报告期内经销商退出的原因；

8、获取发行人与主要经销商的进销存明细表及主要经销商的客户构成结构表，结合经销商的期后回款情况，分析结存比例超过40%的经销商的商业合理性；

9、获取发行人2022年上半年和2021年上半年的未审财务报表，并取得采购明细表、销售明细表，对比分析财务数据的变动情况及原因。

（二）核查结论

经核查，我们认为：

1、中美贸易摩擦加征关税后，2018年以来发行人美国子公司的销售收入逐年增长，2019年毛利率显著提升且净利润基本保持稳定，中美贸易摩擦对发行人美国子公司的经营业绩未产生重大不利影响；

2、发行人已按照《企业会计准则》的相关规定，根据返利协议在销售的当期计提销售返利并冲减营业收入及应收账款，相关会计处理符合会计准则的规定；

3、发行人对主要客户的销售返利计提金额与主要客户的营业收入变动趋势基本一致，发行人销售返利计提谨慎合理；

4、发行人的经销收入主要来源于长期稳定合作的经销商，报告期内均与发行人存在交易的经销商的销售金额逐年增加及收入占比较高，且退出经销商主要为收入规模较小的经销商，因此经销商数量变动与对应经销收入的变动趋势匹配，经销商数量减少未对发行人产品销售产生重大不利影响；

5、期末存货结存比例超过40%的经销商均具有其商业合理性，且应收账款的期后回款情况良好，不存在为发行人囤货的情形；

6、受主要客户订单量的增加以及美元兑人民币汇率升值等因素综合影响，发行人2022年1-6月经营业绩表现情况良好。

八、申报会计师说明

（一）对退出经销商最终实现销售实施核查的具体情况及其核查结论，包括核查方法、核查范围、占比、最终实现销售的比例等

1、核查的具体情况

公司与经销商的合作模式均为买断式销售模式，经销商退出后由其自行负责销售货物。报告期内，公司部分退出经销商存在将业务转移至其他经营主体或仅在当期因自身业务考虑等未与公司开展合作，后续年度仍继续向公司下达订单。由于该部分经销商并未实际停止与公司的业务合作，剔除掉该部分经销商后，报

告期内公司退出经销商的销售收入占比较低，具体情况如下：

项目	2022 年 1-3 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
本期退出经销商数量（家）	18	14	26	21
本期退出经销商数量/上期期末经销商数量	20.22%	14.00%	23.64%	20.79%
本期退出经销商上一年度销售收入（万元）	217.19	413.33	654.88	2,089.70
本期退出经销商上一年度销售收入/上一年度经销收入比例	0.38%	1.06%	2.30%	7.65%

我们针对主要退出经销商最终实现销售实施的核查方式为邮件确认，确认其产品向下游客户的销售情况，具体核查过程为获取发行人与主要退出经销商历史业务往来的沟通邮箱，对沟通邮箱进行复核后，向主要退出经销商的沟通邮箱发送邮件，询问未再与发行人继续开展业务合作的原因以及向发行人采购的商品向下游客户的销售情况。报告期内，发行人退出经销商上一年度销售收入合计为 3,375.10 万元，经主要退出经销商邮件确认的销售收入合计为 2,029.84 万元，经主要退出经销商邮件确认的销售收入占比为 60.14%，具体如下：

单位：万元

项目	金额/占比
经主要退出经销商邮件确认的销售收入合计	2,029.84
报告期内出经销商上一年度销售收入合计	3,375.10
经主要退出经销商邮件确认的销售收入占比	**60.14%**

报告期内，经主要退出经销商邮件确认的销售收入中，最终实现销售比例为 97.74%，其中最终实现销售比例低于 100%的 Index Group Ltd.和 ElenSan Elektrik Enerji Insaat Sanayi Ticaret Ltd Sti 均为 2022 年 1-3 月的退出经销商，退出时间相对较短。整体来看，主要退出经销商的最终销售情况良好，具体如下：

单位：万元

公司名称	退出原因	退出前一年度销售收入	最终实现销售比例
LEADVISION INTERNATIONAL LIMITED	客户管理层基于业务考虑，不再继续与发行人进行合作。	1,362.84	100.00%
B Direct	发行人出于优化经销商体系管理等考虑，不再与部分经销商客户进行合作。	338.11	100.00%
JABO NORDIC AB	发行人出于优化经销商体系管理等考虑，不再与部分经销商客户进行合作。	145.83	100.00%

公司名称	退出原因	退出前一年度销售收入	最终实现销售比例
Supreme Lion Holding Pte Ltd	该客户存在部分货款尚未结清，发行人基于业务考虑，在其结清货款前尚未接受其新下达的订单。	56.29	100.00%
Limited Liability Company TEHHIT	因发行人产品价格调整，经销商选择与其他供应商进行合作。	45.33	100.00%
WCS Global Sdn. Bhd.	当期市场需求影响，库存尚未消化完毕。	32.36	50.00%
Index Group Ltd.	当期市场需求影响，库存尚未消化完毕。	25.17	20.00%
ElenSan Elektrik Enerji Insaat Sanayi Ticaret Ltd Sti	当期市场需求影响，库存尚未消化完毕。	23.91	60.00%
合计		**2,029.84**	**97.74%**

注：合计最终实现销售比例=（当期各个经销商的退出前一年度销售收入*最终实现销售比例）/合计退出前一年度销售收入。

综上，报告期内退出经销商的收入金额及收入占比相对较低，经销商退出的原因主要包括：（1）发行人出于优化经销商体系管理等考虑，不再与部分经销商客户进行合作；（2）经销商管理层基于业务考虑，不再继续与发行人进行合作；（3）经销商存在部分货款尚未结清，在其货款结清前发行人基于业务考虑尚未接受其新下达的订单；（4）当期市场需求影响库存尚未消化完毕，经销商基于短期的市场状况未向发行人下达订单。

2、核查结论

报告期内，主要退出经销商的最终销售情况良好，不存在替发行人囤积存货的情形。

（二）对海外经销商执行穿透核查过程中就身份验证、控制视频走访效果、判断渠道存货的商业实质采取的相应措施

受新冠疫情影响，海外经销商下游客户的实地走访受到限制，针对海外经销商下游客户的走访，通过国际所成员对经销商下游客户进行实地走访并拍照留痕，录制访谈过程。我们访谈的经销商下游客户包括家居建材超市、零售商、工程商、下游经销商等，国际成员所对访谈过程及控制走访效果的措施具体如下：

1、 由发行人经销商客户联系其下游客户预约访谈时间及访谈地点，访谈地点为经销商下游客户的办公场所或销售门店，确定访谈时间及访谈地点后，联系确认实地走访的国际所成员；

2、在约定的时间，经销商客户负责人陪同国际所成员到达经销商下游客户办公场所或销售门店，对经销商下游客户访谈对象进行访谈，访谈前国际所成员现场观察经销商下游客户办公场所的规模大小、是否销售发行人产品等情形，并通过获取名片、查看工服、查看办公室等方式确认被访谈对象的身份；

3、访谈开始时，国际所成员现场对被访谈对象进行访谈并填写访谈问卷，我们获取访谈问卷确认访谈内容的有效性；

4、访谈结束后，国际所成员与被访谈人、经销商客户负责人一同在现场拍照留痕，并拍摄经销商下游客户的仓库、经销商下游客户现场售卖发行人产品的视频或照片，并将照片及视频发送给我们，我们对相关资料进行复核查验；

5、国际所成员整理访谈相关的资料文件并出具访谈报告，详细记录访谈过程、经销商下游客户现场售卖发行人产品情况和确认访谈真实性，我们对访谈人名片、签字确认的访谈问卷、访谈报告等资料进行复核查验，并通过官网查询经销商下游客户的真实性及业务规模。

我们针对发行人海外经销商的下游客户进行访谈时的身份验证程序如下：

1、经销商客户的负责人陪同国际所成员到达经销商下游客户现场，国际所成员通过获取名片、查看工服、查看办公室等方式确认被访谈对象的身份；

2、国际所成员在访谈问卷及出具的访谈报告中记录被访谈人的身份，并签字确认；

我们判断经销商下游客户销售的产品是否为发行人产品采取的措施具体如下：由国际所成员现场拍摄经销商下游客户的仓库、经销商下游客户现场售卖发行人产品的视频或照片，我们通过检查视频或照片中经销商下游客户现场销售产品或仓库产品的喷码是否为发行人的产品喷码、产品展示架的品牌是否为“NewTechWood”、产品包装是否有“NewTechWood”的 LOGO 等确认经销商下游客户销售的产品是否为发行人产品。

（三）对经销商模式商业合理性、经销商模式内控制度、经销商收入确认、经销商体系稳定性等的核查程序、核查方法及核查结论，经销商模式下收入是否真实

我们对经销商模式相关事项的核查情况如下：

1、关于经销商模式商业合理性

（1）核查程序

①对发行人主要高级管理人员、销售部门负责人进行访谈，了解采取经销商模式的必要性；

②查询同行业可比公司披露的招股说明书、年度报告等公开资料，了解其是否采用经销商模式并与发行人进行对比，具体对比情况如下：

公司名称	销售模式
森泰股份	公司的销售模式包括 ODM、直销和经销三种，境外 ODM 销售均为买断式销售。
国风新材	公司产品的销售模式包括直销和经销，以直销为主。
南京聚隆	公司产品采取直接销售为主，内销外销兼顾的销售模式。
TREX	公司主要通过经销商网络、Home Depot 和 Lowe's 等建材超市进行销售。
FBHS	公司主要通过经销商网络、Home Depot 和 Lowe's 等建材超市以及电商渠道进行销售。
发行人	公司主营业务收入以经销模式为主，直销模式客户主要包括家居建材超市、电商平台和终端客户。

（2）核查结论

①发行人与经销商合作模式为买断式销售。由于发行人市场覆盖全球各大洲超过 50 个国家或地区，终端客户数量众多且分布于各个国家，在各个国家建立自己的销售网络所需渠道投入成本、运输成本、客户售后维护成本较高，采用直销模式的难度较大，因此发行人主要通过在目标市场寻找区域经销商合作，由经销商负责其经营区域市场的开拓，从而保障发行人产品覆盖市场的深度和广度，降低发行人的销售成本，采取经销商模式具有必要性和商业合理性；

②发行人同行业可比公司中森泰股份、TREX 和 FBHS 均采用经销商模式进行销售，与发行人销售模式一致。国风新材和南京聚隆以直销为主，主要是其全包覆塑木型材产品的收入占比较低，产品结构与发行人存在差异所致。整体来看，发行人采取经销商模式符合行业惯例，具有商业合理性。

2、关于经销商模式内控制度

（1）核查程序

①对发行人主要高级管理人员、销售部门负责人进行访谈，了解经销商管理相关的内控制度及经销商管理措施；

②获取发行人制定的《营销部控制程序》、《经销商管理制度》等内控制度，核查报告期内经销商模式相关内控制度是否设计合理并有效运行。发行人经销商主要内控制度情况如下：

项目	具体内容
经销商的选取标准	发行人主要考虑其经营规模、资金实力、仓储及分销网点及渠道客户流量、从业经验与品牌推广合作等，着重考察经销商的经营动机、管理能力与营销能力。拟选择的目标经销商对所在区域的整体市场运作应有清晰运作思路，且与发行人业务发展思路高度一致。

项目	具体内容
经销商层级	发行人经销层级仅一级，未构建多级经销商体系。
定价机制	发行人结合经销商的采购规模、合作历史、市场行情及结算条件等因素，向经销商进行报价；经销商采购发行人产品后，自行负责在其经营区域对客户进行市场推广和销售，并向其下游客户独立提供产品报价，经销商拥有自主定价权。
物流方式	对于境内的经销商，由经销商自行上门取货，经销商承担相关运输费用；对于境外的经销商，发行人以 FOB 方式为主，少部分采用 CIF 的方式。FOB 方式下，发行人负责出口报关，由经销商承担报关后海运费。CIF 方式下，发行人负责出口报关，并承担报关后的海运费和保险费。送货地址为经销商指定地点，通常为经销商处，少数情况下直接发货至终端客户处。
退换货机制	除因发行人的产品质量原因而退换外，发行人与经销商不存在其它退换货条款。
销售存货信息系统	经销商终端销售均为独立销售，发行人未针对经销商建立销售库存信息系统，未拥有经销商的库存信息。
信用政策	发行人根据经销商的合作情况、经营规模、信用状况、中信保审批信用情况等制定信用政策，对于部分销售金额较小或者与发行人合作时间较短的经销商，采用“款到发货”的方式；对于合作时间较长、经营规模较大、信用状况较好、中信保审批信用情况较好的经销商，发行人给予一定的信用期限或信用额度。
结算方式	发行人与经销商之间的款项结算方式均为银行汇款。
返利政策	发行人与部分经销商签署了返利协议，根据经销商年度采购量给予对应一定比例的销售返利，在销售当期计提销售返利金额并冲减营业收入。

（2）核查结论

报告期内，发行人经销商管理相关制度健全并得到有效执行。

3、关于经销商收入确认

（1）核查程序

①访谈了发行人销售部门负责人以及财务负责人，了解发行人经销商模式下产品控制权转移时点及具体的收入确认政策；

②获取发行人与主要经销商签订的框架协议、销售合同（或销售订单），将发行人销售收入确认时点与销售合同约定的控制权转移时点进行比对，确认经销商模式下收入确认是否符合企业会计准则的规定；

③对发行人经销收入执行了穿行测试，获取销售合同、出库单、签收单、报关单、提单、销售收入记账凭证、销售发票、收款记账凭证、银行回单等单据，核查收入确认的时点、金额、数量是否准确，评价其收入确认政策是否符合会计准则的规定；

④获取同行业可比公司的公开资料，将发行人经销收入确认政策与同行业可比公司进行对比，确认是否与同行业可比公司存在较大差异，具体对比情况如下：

公司名称	内外销	收入确认政策
森泰股份	内销	以客户收到产品并完成产品交付作为收入确认时点，在取得经客户签收的送货单后确认收入
	外销	产品完成报关出口离岸作为收入确认时点，在取得经海关审验的产品出口报关单和货代公司出具的货运提单后确认收入
国风新材	内销	销售货物提货地点在厂区内的以出库确认收入； 将货物运输至客户指定地点的以货物移交客户签收后确认收入
	外销	以出口办理完报关手续且离岸确认收入
南京聚隆	内销	发货单已开出，按合同（或订单）约定货物发出并运送到客户指定地点，取得客户确认，已收款或取得索取货款凭据
	外销	将产品报关离境，已收款或取得索取货款凭据
发行人	内销	工厂交货给客户验收后，取得经客户签字盖章的提货签收单后确认收入
	外销	出口货物完成海关报关程序，取得报关单和货运提单后确认产品销售收入

注：森泰股份内销指不需安装的产品销售。

（2）核查结论

发行人经销商模式下收入确认准确，符合发行人实际经营情况，与主要销售合同条款及实际执行情况一致，符合会计准则的规定，与同行业可比公司不存在较大差异。

4、关于经销商体系稳定性

（1）核查程序

①对报告期内主要经销商进行访谈，了解经销商与发行人的合作开始时间、长期合作意愿等情形，核查经销商合作的稳定性；

②获取发行人的销售收入成本明细表，统计报告期各期经销商的变动情况以及均与发行人存在交易的经销商数量及销售收入，报告期各期均与发行人存在交易的经销商情况如下：

项目	2022 年 1-3 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
报告期内均与公司存在交易的经销商数量（家）	54			
报告期内均与公司存在交易的经销商销售收入（万元）	15,420.42	52,958.24	36,425.96	25,737.33
当期经销收入（万元）	16,355.83	57,438.43	39,003.22	28,525.99
报告期内均与公司存在交易的经销商销售收入/当期经销收入	94.28%	92.20%	93.39%	90.22%

（2）核查结论

发行人保持长期合作的经销商对经销收入的贡献较为稳定，报告期内占比均超过90%，不存在较多新增或退出经销商的情形，与主要经销商的合作情况较为稳定。

5、关于经销商模式收入真实性

（1）核查程序

①内控有效性核查

获取发行人与主要经销商签订的框架协议，并通过返利、应收账款、销售退回明细等科目，核查发行人与经销商的交易是否按照合同及发行人管理制度执行。同时，结合发行人资金流水及关联自然人资金流水核查，核实是否存在第三方回款、经销商通过体外资金回流的情形；

②经销商访谈

我们对报告期各期销售金额较大的经销商、新增/减少销售金额较大的经销商，通过访谈了解主要经销商的基本情况、主要业务、交易背景、交易流程和是否存在关联关系，确认其与发行人的合作情况、对外销售情况、期末库存情况等。针对境内经销商，我们均进行实地走访；针对境外经销商，受疫情影响，无法实地走访，主要通过视频访谈方式进行，视频访谈过程中，我们通过在线视频软件接入对经销商进行访谈，并对访谈过程进行录屏。报告期内，我们访谈发行人经销商的具体情况如下：

项目	2022年1-3月	2021年度	2020年度	2019年度
实地走访数量（家）	3	3	2	2
视频访谈数量（家）	20	21	22	21
实地走访/视频访谈数量合计（家）	23	24	24	23
实地走访覆盖收入（万元）	844.40	2,876.25	1,861.29	1,099.93
视频访谈覆盖收入（万元）	12,271.75	42,943.92	29,096.36	21,245.94
实地走访/视频访谈收入合计（万元）	**13,116.16**	**45,820.18**	**30,957.65**	**22,345.88**
经销收入（万元）	16,355.83	57,438.43	39,003.22	28,525.99
实地走访收入占经销收入比例	5.16%	5.01%	4.77%	3.86%
视频访谈收入占经销收入比例	75.03%	74.77%	74.60%	74.48%
实地走访/视频访谈收入合计占经销收入比例	**80.19%**	**79.77%**	**79.37%**	**78.34%**

③经销商下游客户访谈

选取了发行人主要经销商的2-3家下游客户进行了访谈，报告期各期，经访谈的下游客户所对应的经销商收入占营业收入的比重均达到50%以上。通过访谈了解经销商客户产品的终端销售情况，包括经销商下游客户是否向经销商客户购买产品，所购买产品是否为发行人产品，发行人产品的销售情况是否良好等，并确认经销商下游客户是否与发行人存在关联关系。

针对国内的2家经销商的4家下游客户，我们进行实地走访并拍照留痕，针对海外的12家经销商的25家下游客户，通过国际所成员对经销商下游客户进行实地走访并拍照留痕，同时拍摄经销商下游客户的仓库、经销商下游客户现场售卖发行人产品的视频或照片，由于网络等问题无法接入录屏的，由国际所成员录制访谈过程，同时通过官网查询经销商下游客户的真实性及业务规模，通过上述方式访谈经销商下游客户覆盖收入合计占经销收入比例分别为 60.89%、66.48%、66.13%和68.43%。

报告期内，我们访谈发行人经销商下游客户的具体情况如下：

项目	2022年1-3月	2021年度	2020年度	2019年度
访谈经销商下游客户数量（家）	29	29	29	26
访谈经销商下游客户覆盖收入（万元）	11,192.80	37,985.68	25,927.70	17,368.93
经销收入（万元）	16,355.83	57,438.43	39,003.22	28,525.99
访谈经销商下游客户覆盖收入合计占经销收入比例	**68.43%**	**66.13%**	**66.48%**	**60.89%**

注：经销商下游客户覆盖收入计算口径为经销商下游客户对应经销商的收入。

④函证

选取报告期各期销售金额较大的经销商、新增/减少销售金额较大的经销商以及随机筛选的销售金额较小的经销商进行函证，函证内容主要包括报告期内的交易额及应收账款余额，发函确认的交易额、应收账款余额占相应项目的比例为80%以上，报告期各期，我们对经销商的具体发函和回函情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-3月	2021年度	2020年度	2019年度
经销收入金额（①）	16,355.83	57,438.43	39,003.22	28,525.99
经销发函金额（②）	15,026.99	55,200.59	38,494.30	27,693.96
发函比例（③=②/①）	**91.88%**	**96.10%**	**98.70%**	**97.08%**
回函金额（④）	14,551.35	53,393.02	33,600.27	23,045.65
函证回函比例（⑤=④/①）	**88.97%**	**92.96%**	**86.15%**	**80.79%**

⑤进销存数据获取及核对

获取了发行人 16 家经销商的进销存数据，覆盖的销售收入金额分别为15,006.61 万元、21,739.26 万元、33,277.09 万元和 9,686.05 万元，覆盖的销售收入占当期经销收入的比例分别 52.61%、55.74%、57.94%和 59.22%;

⑥穿行测试

对发行人报告期内前十大经销商进行销售穿行测试，获取发行人与经销商签订的框架协议、销售订单、出库单、提货签收单、报关单、提单、银行回单等记录整个销售链条的原始单据，核查关键内部控制运行的有效性;

⑦获取收入相关原始凭证进行核查

获取发行人报告期内前十大经销商的销售订单、发行人报告期内的出口报关单及货运提单，核查收入相关原始凭证是否真实有效;

⑧销售回款测试

对报告期内经销商的销售收入进行销售回款抽凭测试，从银行流水出发，通过抽查回款对应的订单、出库记录、签收单、报关单、提单、银行回款等记录整个销售链条的原始单据，确认发行人销售的真实性;

⑨收入截止性测试

对发行人报告期各期执行收入截止性测试，抽查发行人报告期各期资产负债表日前后一个月内销售的凭证，检查后附凭证是否计入恰当的会计期间，有无提前或延后确认收入的情况，以核查发行人收入是否存在跨期情形;

⑩运输费用与经销收入匹配性核查

获取发行人与主要运输公司的运输合同、物流结算明细表和物流结算单据，将发行人报告期内运输费用与经销收入进行匹配核查，具体情况如下:

单位：万元

项目	2022 年 1-3 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
运输费用	585.47	1,817.15	1,042.86	685.40
经销收入	16,355.83	57,438.43	39,003.22	28,525.99
运输费用/经销收入	3.58%	3.16%	2.67%	2.40%

⑪中信保核查

获取中信保保单、中信保信贷审批单以及中信保提供的境外经销商资信报告，核查主要经销商是否均通过中信保对其的主体资格及资信能力审查，验证境外经销商是否具备相应的销售规模及实力，进一步验证境外经销收入的真实性;

⑫关联关系核查

获取发行人主要经销商的工商资料，并通过企查查、S&P CAPITAL IQ PLATFORM、Factset 等公开渠道，查询主要经销商的工商信息，核查主要经销商与发行人及发行人的利益相关方是否存在关联关系。获取报告期内发行人主要经销商的书面承诺，确认其与发行人不存在除正常业务往来之外的资金、业务往来以及信托持股、委托持股等权益关系；

⑬经销商规模核查

查询主要经销商的官方网站、新闻报道等，了解其主营业务、主要产品、经营规模、市场地位等，分析其销售能力和市场影响力，核查其主营业务是否与发行人产品匹配，经营规模与其向发行人的采购量是否匹配，验证经销商的销售真实性；

⑭销售订单真实性核查

获取发行人与主要经销商关于销售订单的邮件往来沟通确认记录，包括经销商下达订单的邮件、经销商对订单确认的邮件及最终确认的订单，核查销售订单的真实性。

（2）核查结论

报告期内，发行人经销商模式下实现的收入具有真实性。

问题 7. 关于采购和供应商

申请文件及首轮问询回复显示：

（1）报告期内，发行人与主要供应商合作时间较短，且报告期内前五大供应商采购金额变动较大；主要原材料之一的再生塑料主要通过 Honsox International Corporation 和 Duales System Deutschland Gmbh 等境外供应商采购。

（2）发行人存在将增塑剂加工和配件加工委托外协供应商的情形。

请发行人：

（1）结合主要产品耗用原材料种类、供应商采购单价变动、发行人技术改进等因素，说明报告期内对主要供应商采购金额变动的原因、主要供应商变动较大且合作时间较短的合理性、供应商体系是否稳定。

（2）区分主要原材料列示境外供应商、国内供应商采购金额及占比情况；结合境外供应商与国内供应商生产的主要原材料在性能方面的差异、对产品质量及良品率的影响，说明在国际贸易摩擦背景下发行人是否存在国内同类替代供应商，主要原材料供应是否稳定。

（3）说明主要外协供应商的基本情况，包括成立时间、注册资本、与发行人开始合作时间、关联关系等；区分外协工序说明外协金额及占比，与营业收入、产品结构、产品产量的匹配情况。

（4）结合公开市场价格、向不同外协供应商采购同一工序的价格，分析说明报告期内外协金额快速增长的原因及合理性、外协采购是否公允。

请申报会计师发表明确意见。

回复:

一、结合主要产品耗用原材料种类、供应商采购单价变动、发行人技术改进等因素，说明报告期内对主要供应商采购金额变动的原因、主要供应商变动较大且合作时间较短的合理性、供应商体系是否稳定

（一）结合主要产品耗用原材料种类、供应商采购单价变动、发行人技术改进等因素，说明报告期内对主要供应商采购金额变动的原因

报告期内，发行人主要供应商的采购内容、采购金额及变动原因具体如下:

单位：万元

供应商	主要采购的原材料	2022 年 1-3 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度	变动原因
Honsox International Corporation	HDPE 再生塑料	485.70	2,523.48	1,092.57	350.39	双方自 2018 年起开始合作，因其提供的原材料品质稳定、性价比高，且该供应商的生产地为中国台湾，交货周期相对欧洲地区供应商较短，故报告期内公司向其采购额逐年增加。
IBERRESINAS,S.L.	HDPE 再生塑料	未采购	458.31	712.41	709.05	该供应商位于西班牙，受欧洲疫情反复、能源危机不断升级、通胀加剧和俄乌冲突等多方面影响，2021 年起，该供应商因成本大幅上升，对公司的报价过高，故公司向其采购减少，2022 年 1-3 月未向其采购。
东莞市正睿塑胶科技有限公司	LDPE 再生塑料	1,379.52	1,260.69	53.66	205.81	混合再生塑料包含 LDPE 再生塑料和 HDPE 再生塑料，是以 LDPE 再生塑料为主的混合物，公司可以采购混合再生塑料替代纯 LDPE 再生塑料。报告期初，因境外混合再生塑料价格低于纯 LDPE 再生塑料，故发行人向境外采购混合再生塑料。MONTELLO SPA 位于意大利，Duales System Deutschland Gmbh 位于德国，2021 年受欧洲疫情反复、能源危机不断升级、通胀加剧和俄乌冲突等多方面影响，该等供应商因成本大幅上升，对公司的报价过高，故公司向转向正睿科技采购纯 LDPE 再生塑料。
MONTELLO SPA	混合再生塑料	175.60	1,808.84	706.81	234.09	
Duales System Deutschland Gmbh	混合再生塑料	未采购	486.65	972.31	659.54	
广州市润辉新材料有限公司	新料	673.69	3,053.56	369.87	692.47	双方自 2019 年开始合作，合作关系较为稳定，该公司主要通过其关联方 Splendors International Industrial Co.,Ltd 从境外进口陶氏公司、埃克森公司等大型石油厂生产的新料，2020 年公司向其采购金额较少，主要因 2020 年新冠疫情爆发对境外采购的稳定性、及时性产生不利影响，公司增加了对其他供应商的采购。

供应商	主要采购的原材料	2022 年 1-3 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度	变动原因
上海虎会贸易有限公司	其他塑料	447.64	1,280.03	568.38	402.62	双方自 2018 年开展合作，合作关系较为稳定，因其终端采购来源于中石油、中石化，原材料供应及时且品质稳定，各期对该供应商的采购金额逐年增加。
科艾斯化学有限公司	增塑剂	368.58	1,236.59	1,667.75	1,870.27	双方自 2017 年开展合作，合作关系较为稳定，2021 年公司向其采购的增塑剂金额较少，主要因公司经营业绩不断提升，资金压力得到缓解，部分增塑剂通过外协加工的方式进行采购，故直接向科艾斯采购增塑剂的金额减少。
南昌森宝木质粉有限公司	纤维	316.04	1,178.28	857.33	819.96	双方自 2017 年开展合作，因该供应商提供的纤维质量稳定、性价比高，双方合作关系较为稳定，各期采购金额稳定提升。
东莞市汉维科技股份有限公司	润滑剂	719.13	2,041.22	1,407.72	352.45	发行人向汉维科技采购的润滑剂为其自主研发并生产的产品，而向上海壮景采购的润滑剂为其进口产品，公司向汉维科技采购的润滑剂价格较低于上海壮景。近年来，随着汉维科技自主研发的润滑剂产品性能提升，已能替代进口产品，公司向汉维科技采购润滑剂金额逐年增加。
上海壮景化工有限公司	润滑剂等助剂	未采购	221.59	336.75	754.45	
合计		4,565.89	15,549.24	8,745.56	7,051.10	-

注：上述统计已将同一控制下的供应商及采购金额进行合并披露。其中，1、Honsox International Corporation 包含 Honsox International Corporation 和 World Max Limited；2、广州市润辉新材料有限公司包括广州市润辉新材料有限公司和 Splendors International Industrial Co.,Ltd；3、Duales System Deutschland Gmbh 包括 Duales System Deutschland Gmbh 和 Systec Plastics Eisfeld Gmbh;4、上海壮景化工有限公司包括上海壮景化工有限公司和 Brightfield Trading Co.,Limited；5、东莞市正睿塑胶科技有限公司包括东莞市正睿塑胶科技有限公司、广东鑫正裕环保材料有限公司、HONG KONG FARSIGHT LIMITED 和东莞市鑫正裕新材料科技有限公司。

报告期各期，公司主要供应商的采购金额的变动主要受采购价格差异、公司需求变动、原材料进口替代、供应商供货周期等因素综合影响，报告期内公司对主要供应商采购金额的变动具有商业合理性。

（二）主要供应商变动较大且合作时间较短的合理性、供应商体系是否稳定

1、公司主要供应商主要基于采购成本、交货周期、供应稳定性综合确定，再生塑料、新料和润滑剂等主要供应商变动具有商业合理性

报告期内，公司主要供应商的成立时间及开始合作时间情况如下：

序号	供应商名称	注册地址	成立时间	开始合作时间
1	Honsox International Corporation	萨摩亚	2006 年	2018 年
	World Max Limited	塞舌尔	2020 年	2021 年
2	广州市润辉新材料有限公司	中国	2017 年	2019 年
	Splendors International Industrial Co.,Ltd	中国香港	2012 年	2019 年
3	东莞市汉维科技股份有限公司	中国	2008 年	2009 年
4	Montello SPA	意大利	1989 年	2019 年
5	科艾斯化学有限公司	中国	2013 年	2017 年
6	Duales System Deutschland Gmbh	德国	1990 年	2019 年
	Systec Plastics Eisfeld Gmbh	德国	2010 年	2018 年
7	南昌森宝木质粉有限公司	中国	2015 年	2017 年
8	上海壮景化工有限公司	中国	2006 年	2007 年
	Brightfield Trading Co.,Limited	美国	2006 年	2007 年
9	Iber Resinas, S.L.	西班牙	2002 年	2018 年
10	东莞市正睿塑胶科技有限公司	中国	2018 年	2019 年
	HONG KONG FARSIGHT LIMITED	中国香港	2018 年	2018 年
	东莞市鑫正裕新材料科技有限公司	中国	2018 年	2018 年
	广东鑫正裕环保材料有限公司	中国	2021 年	2022 年
11	上海虎会贸易有限公司	中国	2017 年	2018 年

注：开始合作时间为公司与供应商第一笔采购业务发生的时间。

公司向变动较大的主要供应商采购的原材料为再生塑料、新料和润滑剂。再生塑料和新料的供应商集中度不高，受新冠疫情、欧洲能源价格上涨等因素的影响，境外价格波动较大，公司基于采购成本及交货周期的考虑向多家供应商采购以保证供应品质及供应稳定性。润滑剂的供应商变动，主要因境内供应商的润滑剂实现了进口替代所致。综上，公司的主要供应商变动具有商业合理性。

公司于 2017 年-2019 年对主要产品进行配方升级，在该期间内开拓了较多的新供应商，并向其采购了较多不同性能、不同规格的原材料用于配方试验。随着公司产品配方升级的完成，公司合格供应商体系的构建已基本完善，主要供应商大都成立时间较长，其所提供的原材料品质较为稳定。因此，公司与主要供应商合作时间较短具有合理性。

2、供应商体系具有稳定性

报告期内，与公司均发生交易的供应商（指按照合并口径统计）合计采购金额分别为 8,449.30 万元、13,916.15 万元、24,362.82 元和 7,088.39 万元，占当期采购总额的比例分别为 55.41%、65.86%、69.74%和 73.56%，报告期各期均发生交易的供应商合计交易金额及占当期采购总额比重逐步提高。公司依据供应商产品的质量、供应量的稳定程度等标准建立了供应商准入体系，对符合公司要求的供应商，经公司采购部审查后，形成合格供应商名单。

公司对供应商采购额发生一定变动，主要系公司采购的原材料种类繁多，且大多属于市场供应相对充足、竞争较为充分的通用型材料，公司在采购时选择的余地较大，一般情况下，公司同类原材料具有多家备选供应商，使得公司供应商相对分散；同时公司基于原材料的质量、成本、交付能力等方面的综合考虑，选择当期更具优势的合格供应商进行业务往来，以降低自身采购成本并保证生产需求。

综上所述，公司的供应商体系具有稳定性。

二、区分主要原材料列示境外供应商、国内供应商采购金额及占比情况；结合境外供应商与国内供应商生产的主要原材料在性能方面的差异、对产品质量及良品率的影响，说明在国际贸易摩擦背景下发行人是否存在国内同类替代供应商，主要原材料供应是否稳定

（一）区分主要原材料列示境外供应商、国内供应商采购金额及占比情况

报告期内，公司采购的主要原材料包括再生塑料、新料、纤维、包装物、增塑剂和润滑剂，其中再生塑料、新料和润滑剂同时向境内外供应商采购，上述原材料境内外供应商的采购金额及占比情况如下：

单位：万元

原材料	地区	2022 年 1-3 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
再生塑料	境内	1,516.84	60.59%	1,590.53	19.82%	182.35	4.48%	329.13	9.02%
	境外	986.68	39.41%	6,434.26	80.18%	3,887.40	95.52%	3,320.77	90.98%
	合计	**2,503.52**	**100.00%**	**8,024.79**	**100.00%**	**4,069.75**	**100.00%**	**3,649.91**	**100.00%**
新料	境内	321.11	24.73%	1,114.72	23.86%	769.69	31.92%	76.39	7.49%
	境外	977.42	75.27%	3,556.99	76.14%	1,641.70	68.08%	942.83	92.51%
	合计	**1,298.53**	**100.00%**	**4,671.70**	**100.00%**	**2,411.39**	**100.00%**	**1,019.22**	**100.00%**
润滑剂	境内	719.13	100.00%	2,040.74	100.00%	1,407.25	100.00%	408.90	46.24%
	境外	-	-	-	-	-	-	475.44	53.76%
	合计	**719.13**	**100.00%**	**2,040.74**	**100.00%**	**1,407.25**	**100.00%**	**884.34**	**100.00%**

整体而言，公司报告期内再生塑料、新料及润滑剂的境外进口规模逐年降低，主要因境内生产润滑剂实现了进口替代，且受欧洲地区能源价格大幅上涨，欧洲地区再生塑料生产成本上升，公司转而向境内再生塑料供应商采购。

报告期内，公司采购的新料最终来源主要是陶氏公司、埃克森公司等石油大厂，公司向境内贸易商采购新料价格包含进口关税，而通过“进料加工”方式直接向境外采购可以免交关税，故公司直接通过境外采购新料的到岸价格整体低于境内采购价格，公司主要通过进口的方式采购新料。报告期内，公司境内外新料采购价格对比情况具体如下表所示：

单位：元/吨

新料采购来源	2022 年 1-3 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
境内采购价格	7,899.29	8,034.02	6,787.53	6,622.52
境外采购价格	7,313.30	7,327.95	5,627.01	6,802.53

整体而言，报告期内，公司新料的境外采购到岸价格低于境内采购价格，其中，2019 年，公司境内新料采购平均价格较低，主要因当年公司从境内采购了一批新料副牌料（指性能指标未达到但接近合格标准的新料），副牌料的价格较低于正牌新料价格拉低了整体采购价格所致。

（二）结合境外供应商与国内供应商生产的主要原材料在性能方面的差异、对产品质量及良品率的影响，说明在国际贸易摩擦背景下发行人是否存在国内同类替代供应商，主要原材料供应是否稳定

报告期内，公司同时在境内外采购的主要原材料为再生塑料、新料和润滑剂，上述原材料存在国内同类替代供应商，主要原材料市场供应充分，具有稳定性。

1、再生塑料

近年来，社会责任和环保理念的增强，国内强制实施垃圾分类，国外出台相关法令强制提高再生料的使用比例，我国可再生塑料综合利用业迎来发展机遇，大中型企业将借助该机遇，行业集中度和技术水平不断提高，境内供应商生产的再生塑料品质也不断提高。同时，随着境内垃圾回收系统的构建不断完善，境内再生塑料原料的供应量及质量逐渐得以提升，境内再生塑料生产商受 2017 年禁废令的影响逐渐降低。目前，境内外再生塑料的生产商均可以提供符合公司制造要求的再生塑料。2021 年起，欧洲再生塑料价格飙涨，为降低采购成本，公司已转向境内供应商采购再生塑料而减少向欧洲供应商采购。

2、新料

公司目前采购的新料主要为陶氏公司和埃克森公司等石油大厂所生产的产品，境内如中石油、中石化等大型石油厂商可生产同性能的新料产品，境内外新料生产商均可以提供符合公司要求的原材料，目前公司主要基于性价比的考虑通过境外进口新料。

3、润滑剂

自 2020 年起，公司的润滑剂均通过境内供应商汉维科技进行采购。汉维科技开发

的木塑专用润滑剂具备高流动性、耐析出、粒径均匀、分散性能好、内分散偶联作用和外脱模作用协同效应好的优点，和境外供应商生产木塑润滑剂相比性价比高，已能实现进口替代。

综上所述，公司境外采购的主要原材料有多家合作的供应商，目前贸易摩擦对主要原材料采购未造成影响，公司均可以正常采购。未来若因贸易摩擦等事项导致无法从境外采购该等原材料，公司可从国内厂商寻找替代的供应商，公司的主要原材料供应具有稳定性。

三、说明主要外协供应商的基本情况，包括成立时间、注册资本、与发行人开始合作时间、关联关系等；区分外协工序说明外协金额及占比，与营业收入、产品结构、产品产量的匹配情况

（一）主要外协供应商的基本情况

报告期内，公司存在将部分非核心的生产工序通过外协加工的方式进行，外协内容主要为增塑剂加工和配件加工，公司主要外协供应商的基本情况如下：

外协供应商	外协工序	成立时间	注册资本（万元）	与发行人开始合作时间	是否与发行人存在关联关系
科艾斯化学有限公司	增塑剂外协	2013 年 6 月 1 日	6,280.00	2017 年	否
惠州市新辉盛模具塑胶有限公司	配件外协	2016 年 7 月 8 日	500.00	2016 年[注1]	否
东莞市欣华精密技术有限公司	配件加工	2016 年 12 月 23 日	120.00	2016 年[注2]	否
惠东县华隆五金塑胶制品有限公司	配件加工	2002 年 1 月 30 日	200.00	2009 年	否
东莞市石排亨利塑胶厂	塑胶垫加工	1997 年 11 月 04 日	30.00	2014 年	否

注：1、公司 2008 年起与惠州市新辉盛模具塑胶有限公司（以下简称“新辉盛模具”）的关联公司惠州市新辉盛模具塑胶有限公司开始合作，2016 年新辉盛模具成立后，开始与新辉盛模具进行合作；2、公司 2012 年起与东莞市欣华精密技术有限公司（以下简称“东莞欣华”）的关联公司东莞市石排欣华五金制品厂开始合作，2016 年东莞欣华成立后，开始与东莞欣华进行合作。

（二）区分外协工序说明外协金额及占比，与营业收入、产品结构、产品产量的匹配情况

1、外协内容的金额及占比情况

报告期内，发行人主要外协内容为增塑剂加工和配件加工，不同外协工序的外协费用金额及占当期所有外协费用总金额的比例情况如下：

单位：万元

外协内容	2022年1-3月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
增塑剂加工	195.40	67.43%	784.19	53.83%	271.15	37.24%	-	-
配件加工	72.06	24.87%	549.85	37.74%	438.40	60.21%	177.49	99.77%
总计	**267.46**	**92.30%**	**1,334.04**	**91.57%**	**709.55**	**97.45%**	**177.49**	**99.77%**

2019年度，公司无增塑剂外协加工，主要因当年公司资金紧张，未先采购增塑剂原料让外协厂商进行外协加工，而直接购买了外协厂商自行采购原料并加工后的产品，缓解了公司需要先支付外协原料的资金压力。随着公司业务规模的扩大、资金周转情况的改善，公司为降低成本增加了外协加工业务，而减少了直接采购增塑剂。

2、报告期内外协金额与营业收入、产品结构、产品产量的匹配

（1）增塑剂加工

报告期内，公司外协采购的增塑剂主要为PEMA系列增塑剂，其用于塑木型材产品，各期生产使用的PEMA系列增塑剂包括直接采购和外协采购的PEMA系列增塑剂。报告期内，公司PEMA系列增塑剂的投入产出比无重大变化，公司对增塑剂的外协生产和向供应商直接采购同型号增塑剂的数量及金额、与塑木型材产品收入匹配情况具体如下：

项目	2022年1-3月		2021年度		2020年度		2019年度	
	数量（吨）[注]	采购金额（万元）	数量（吨）	采购金额（万元）	数量（吨）	采购金额（万元）	数量（吨）	采购金额（万元）
外协采购	596.75	658.00	2,368.16	2,519.94	766.01	708.11	-	-
直接采购	-	-	30	32.79	905	969.96	1,006.50	1,132.13
总计	**596.75**	**658.00**	**2,398.16**	**2,552.73**	**1,671.01**	**1,678.06**	**1,006.50**	**1,132.13**
塑木型材产品收入（万元）	18,186.98		65,439.15		46,804.98		32,829.99	
采购金额/塑木产品收入	3.62%		3.90%		3.59%		3.45%	
产量（吨）	16,341.56		60,236.15		41,037.74		26,430.64	
采购数量/产量	3.65%		3.98%		4.07%		3.81%	

注：外协采购的金额包括了外协加工费用和材料费。

报告期内，公司PEMA增塑剂的生产投入比例约为3%左右，采购数量占产量的比例各期有所差异主要系各期PEMA增塑剂库存量存在差异所致；PEMA增塑剂的采购金额与塑木产品收入占比在3.45%—3.90%之间，受各期PEMA增塑剂的采购单价及塑木产品的销售单价波动而略有差异。综上，报告期内，公司PEMA系列增塑剂外协采购和直接采购的金额及数量与公司塑木型材产品的收入及产量具有匹配性。

（2）配件加工

公司采购配件包括金属卡件、塑料卡件、底托和封边等十几种类别，为了与不同型

号塑木产品进行适配，不同类别配件细分为不同形状、大小、颜色和材质的型号。公司配件的型号繁多、大小重量差异较大，难以统计其重量，且部分配件为通用型配件，客户可选择自行购买配件，故与公司产品产量不具有匹配性。

公司不同型号的配件形状、大小、材质差异巨大，导致每种配件的外协加工费差异亦较大，此外，公司每年配件产品的收入构成具有差异且难以拆分归类，故报告期内配件外协加工金额与营业收入及配件产品收入的匹配性较弱，符合公司实际经营情况。

四、结合公开市场价格、向不同外协供应商采购同一工序的价格，分析说明报告期内外协金额快速增长的原因及合理性、外协采购是否公允

公司增塑剂的外协加工涉及到塑料改性，外协厂商根据公司要求的规格参数进行改性加工；公司的配件工序加工涉及到注塑、装配、包装等工序，不同大小、规格、材质的配件导致其对应的外协工序耗时、复杂程度差异较大。因此，公司外协产品大多为非标准化产品，不存在公开可比市场价格。

公司外协采购和直接采购 PEMA 系列增塑剂的供应商均为科艾斯化学有限公司（以下简称“科艾斯”）。在直接采购模式下，科艾斯需要先行垫付一定的资金采购增塑剂的原料，加工生产成增塑剂后销售给公司，因此相比外协加工模式下，科艾斯需承担一定的资金成本，故同期直接采购模式下的价格相对较高。报告期内，公司 PEMA 系列增塑剂直接采购价格与外协加工方式的入库价格对比如下：

单位：元/吨

项目	2022 年 1-3 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
外协采购单价	11,026.47	10,640.90	9,244.11	-
直接采购单价	-	10,929.20	10,717.74	11,248.20

公司增塑剂加工的外协供应商为科艾斯化学有限公司，系公司综合考虑价格、加工质量、服务、地理位置等多种因素后确定，交易价格考虑了加工过程中添加的助剂成本、人工成本及制造费用、运输费用等因素后协商所确定，双方定价具有商业合理性。

外协厂商按照公司提供的技术指标、质量要求进行生产供货，相关参数及技术要求非标准化，具有唯一性。公司与主要外协厂商合作时间均在 5 年以上，增塑剂加工或同一型号配件加工一般情况下仅与一家特定的外协厂商进行。公司在报告期内业务规模迅速扩大，稳定、集中的外协厂商能够满足公司对交期的要求，并有助于公司规模经济效益的进一步体现，有效降低了采购成本。同时，公司与该等主要外协厂商合作默契不断增加，进一步提高了经营效率。

报告期各期，公司外协加工采购金额 177.91 万元、728.16 万元、1,456.93 万元和 289.76 万元，金额逐年增长，主要因公司业绩规模扩大、盈利水平的提高，公司资金周转情况得到改善，为降低采购成本，提高了外协采购 PEMA 系列增塑剂的规模。报告期内，

公司生产耗用的增塑剂数量与当期产量之比分别为 3.81%、4.07%、3.98%和 3.65%，整体稳定在 4%左右，外协加工采购金额快速增长提高符合公司实际经营情况，具有商业合理性。

外协厂商的报价主要是加工成本加上一定的利润，公司依据历史报价、加工内容、行业惯例等因素进行综合评估，最后经由双方在合作中自愿、平等协商确定，外协价格具有公允性。

五、请申报会计师发表明确意见

（一）核查程序

就上述事项，我们执行了以下核查程序：

1、访谈发行人采购负责人，了解发行人报告期内对主要供应商采购金额变动且合作时间较短的原因、并结合公司实际经营情况分析变动的合理性；了解境内外供应商提供的主要原材料在性能方面的差异、以及对产品质量及良品率的影响，了解国内是否存在主要原材料的同类替代供应商，分析主要原材料供应的稳定性；了解报告期内外协金额快速增长的原因并分析其合理性，外协采购定价的过程；

2、获取发行人采购明细表，分析主要原材料境内外供应商采购金额及占比情况；

3、获取发行人外协采购明细表，查看主要外协厂商的名单、发行人向其采购外协内容、采购金额、数量等，网络查询主要外协加工厂商的工商信息；

4、实地走访公司主要外协供应商，了解双方合作情况、合作历史等，了解供应商主营业务、经营规模、定价方式等，核查供应商的真实性、与发行人业务合作的真实性以及双方是否具有关联关系。

（二）核查结论

经核查，我们认为：

1、报告期内，发行人对主要供应商采购金额变动符合公司实际经营情况，主要供应商变动较大且合作时间较短具有商业合理性，供应商体系目前较为稳定；

2、境外供应商与国内供应商生产的主要原材料在性能方面的差异、对产品质量及良品率的影响上无明显差异，在国际贸易摩擦背景下发行人存在国内同类替代供应商，目前主要原材料供应较为稳定；

3、主要外协供应商与发行人合作时间均有 5 年以上，合作时间较长，且与发行人不存在关联关系；配件加工与公司收入匹配性较弱主要因不同型号的配件形状、大小、

材质差异巨大，导致每种配件的外协加工费差异亦较大，公司配件产品的收入构成每年具有差异且难以拆分归类；综合考虑增塑剂外协采购和直接采购情况，增塑剂外协金额及占比，与营业收入、产品结构、产品产量的匹配情况符合公司实际经营情况，具有商业合理性；

4、发行人外协产品大多为非标准化产品，不存在公开可比市场价格；发行人与外协厂商合作时间较长，合作默契不断增加，一般情况下同一型号原材料的同一工序仅向一家外协供应商采购；报告期内，公司外协加工采购金额快速增长提高符合公司实际经营情况，具有商业合理性；交易定价系双方在合作中自愿、平等协商确定，外协价格具有公允性。

问题 8.关于毛利率

申请文件及首轮问询回复显示：

（1）发行人以外销为主，关税及汇率变动对其影响较大；报告期内，发行人毛利率与可比公司森泰股份存在一定差异。

（2）发行人主营业务成本中直接材料占比约 60%。2022 年 1-3 月，再生塑料和增塑剂以及纤维等原材料价格均有不同程度上涨。

（3）报告期内，发行人主要产品户外地板和墙板的销售单价持续下滑，毛利率呈现先增后减趋势；2022 年 1-3 月外销毛利率降幅明显。

请发行人：

（1）区分主要产品分别列示各期直销模式、经销模式的毛利率，并结合原材料价格变动、定价机制等因素分析不同销售模式下主要产品毛利率的变动趋势及差异原因。

（2）分别测算原材料价格变动、汇率变动、关税承担比例变动对发行人毛利率的敏感性分析。

（3）剔除北美子公司销售退回的影响，测算 2021 年发行人直销毛利率，并结合直销客户定价、生产成本等因素进一步分析 2021 年直销毛利率大幅下降的原因及合理性；说明 2022 年 1-3 月外销毛利率大幅下降的原因。

（4）区分自有品牌和 ODM 产品列示各期毛利率情况；结合与可比公司森泰股份在同类产品的单价、原材料采购、成本构成（料工费占比）、销售模式等方面的差异，进一步分析说明细产品毛利率变动趋势的合理性。

请申报会计师发表明确意见。

回复：

一、区分主要产品分别列示各期直销模式、经销模式的毛利率，并结合原材料价格变动、定价机制等因素分析不同销售模式下主要产品毛利率的变动趋势及差异原因

报告期内，公司主要产品为户外地板、墙板和组合地板，上述产品在经销和直销模式下的销售金额、毛利率情况如下：

单位：万元

项目		2022年1-3月		2021年度		2020年度		2019年度	
		销售金额	毛利率	销售金额	毛利率	销售金额	毛利率	销售金额	毛利率
户外地板	经销	10,132.62	21.19%	36,797.66	27.80%	27,228.01	30.77%	21,295.49	23.77%
	直销	745.65	12.22%	4,169.34	19.54%	3,778.35	28.84%	2,304.30	25.85%
墙板	经销	4,901.97	33.99%	14,207.10	40.92%	7,362.36	44.01%	4,307.26	39.43%
	直销	621.66	40.33%	2,638.19	46.48%	1,633.26	52.71%	910.26	53.06%
组合地板	经销	193.90	31.68%	1,043.97	34.67%	774.74	39.88%	465.15	36.45%
	直销	1,045.69	27.20%	4,205.54	28.45%	4,185.31	38.04%	2,242.15	28.90%
合计	经销	**15,228.49**	**25.44%**	**52,048.72**	**31.52%**	**35,365.11**	**33.72%**	**26,067.90**	**26.59%**
	直销	**2,412.99**	**25.95%**	**11,013.06**	**29.39%**	**9,596.92**	**36.92%**	**5,456.71**	**31.64%**

（一）主要原材料价格变动、定价机制及海运费波动情况

1、主要原材料价格波动情况

报告期内，在公司主要原材料的采购中，再生塑料、新料、纤维、增塑剂和润滑剂的采购占比较大，其平均采购单价（不含税）变化情况如下：

单位：元/吨

序号	项目	2022年1-3月		2021年度		2020年度		2019年度
		采购单价	变动率	采购单价	变动率	采购单价	变动率	采购单价
1	再生塑料	4,842.70	12.61%	4,300.40	18.15%	3,639.93	-22.44%	4,692.82
2	新料	7,449.96	-0.47%	7,484.91	25.76%	5,951.83	-12.33%	6,788.70
3	纤维	1,087.70	7.42%	1,012.53	-2.14%	1,034.70	-1.05%	1,045.66
4	增塑剂	16,880.70	14.86%	14,696.64	23.09%	11,940.10	-2.89%	12,295.68
5	润滑剂	13,178.12	6.52%	12,371.68	1.46%	12,193.46	-11.82%	13,827.55

报告期内，纤维的采购价格相对稳定。2020年度，公司的主要原材料采购单价均有不同程度的下降。2021年度，受海外疫情反复、能源危机不断升级、通胀加剧等多方面影响，海外塑料颗粒及增塑剂的市场价格呈上升趋势，公司境外塑料颗粒的采购比例较高，因此再生塑料、新料和增塑剂的采购单价有所上涨。2022年1-3月，受俄乌冲突影

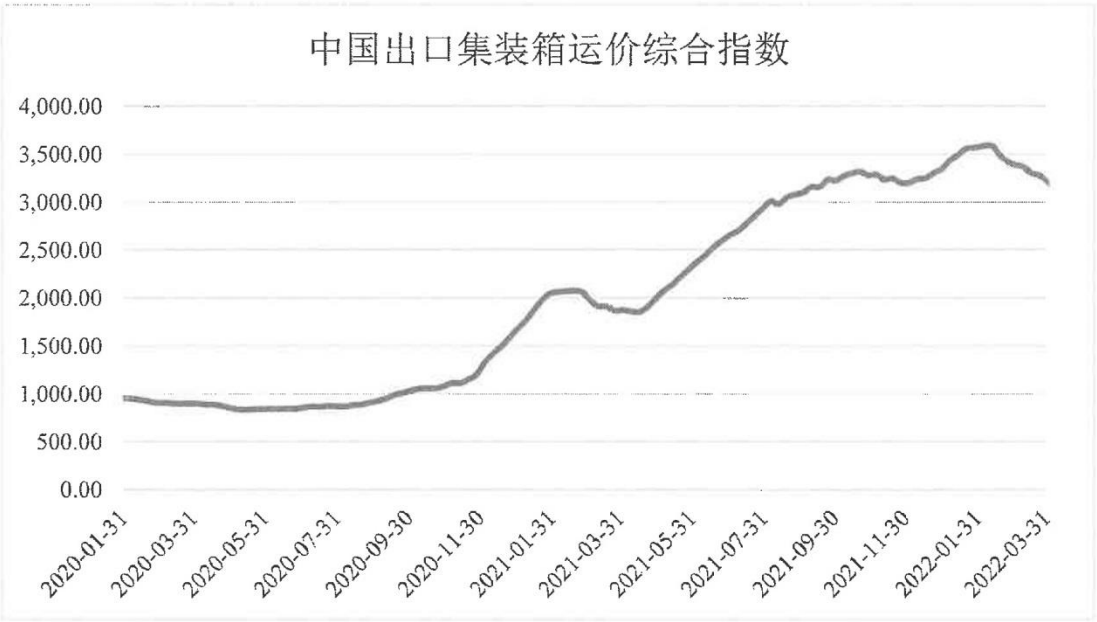
响，再生塑料、增塑剂的采购单价有所上涨；由于 2022 年 1-3 月入库的新料的下达订单时间主要为 2021 年，订单价格已锁定，故 2022 年 1-3 月新料的采购单价保持稳定。

2、定价机制

公司会综合考虑产品的成本、产品在各地区的市场竞争等情况，并结合客户的采购规模、合作历史、市场行情及结算条件等因素，向客户进行产品报价并协商定价。

3、海运费波动情况

受境外新冠疫情蔓延影响，主要港口的劳动力不足使得集装箱船舶运力受限，集装箱出现供不应求的局面，海运费大幅上涨，中国出口集装箱运价综合指数从 2020 年 1 月 3 日 897.53 点上升至 2022 年 3 月 25 日 3,274.90 点，海运费价格呈现上升趋势。



数据来源：Wind 数据库

4、北美子公司直销和经销模式的主要产品构成

报告期内，北美子公司直销和经销模式的主要产品构成及占比情况具体如下：

单位：万元

销售模式	产品类别	2022 年 1-3 月			2021 年度		
		销售金额	占北美子公司直销/经销收入比例	占公司直销/经销收入比例	销售金额	占北美子公司直销/经销收入比例	占公司直销/经销收入比例
直销	户外地板	690.52	26.44%	24.34%	3,942.33	35.50%	34.06%
	墙板	621.63	23.80%	21.91%	2,591.10	23.33%	22.39%

	组合地板	1,045.69	40.04%	36.85%	4,169.15	37.55%	36.02%
	合计	**2,357.84**	**90.28%**	**83.10%**	**10,702.58**	**96.38%**	**92.47%**
经销	户外地板	319.13	22.90%	1.95%	1,540.14	35.84%	2.68%
	墙板	865.09	62.07%	5.29%	2,084.73	48.51%	3.63%
	组合地板	78.32	5.62%	0.48%	310.50	7.23%	0.54%
	合计	**1,262.54**	**90.59%**	**7.72%**	**3,935.37**	**91.58%**	**6.85%**

销售模式	产品类别	2020 年度			2019 年度		
		销售金额	占北美子公司直销/经销收入比例	占公司直销/经销收入比例	销售金额	占北美子公司直销/经销收入比例	占公司直销/经销收入比例
直销	户外地板	3,630.48	35.39%	34.12%	2,242.56	38.30%	37.26%
	墙板	1,632.01	15.91%	15.34%	896.16	15.30%	14.89%
	组合地板	4,168.74	40.64%	39.18%	2,231.75	38.11%	37.08%
	合计	**9,431.23**	**91.94%**	**88.64%**	**5,370.47**	**91.71%**	**89.23%**
经销	户外地板	860.39	34.38%	2.21%	510.52	28.88%	1.79%
	墙板	1,248.22	49.87%	3.20%	909.35	51.44%	3.19%
	组合地板	167.00	6.67%	0.43%	159.67	9.03%	0.56%
	合计	**2,275.61**	**90.92%**	**5.84%**	**1,579.54**	**89.35%**	**5.54%**

报告期内，北美子公司直销和经销模式下的主要产品为户外地板、墙板和组合地板，其中公司直销模式主要通过北美子公司进行销售，北美子公司直销模式下主要产品的合计销售收入占公司直销收入比例分别为 89.23%、88.64%、92.47%和 83.10%，公司经销收入中北美子公司的收入占比相对较低。

（二）不同销售模式下主要产品毛利率的变动趋势及差异原因

报告期内，公司主要产品在经销和直销模式下的销售单价、单位成本和毛利率情况具体如下：

单位：元/吨

项目	2022 年 1-3 月	2021 年度

		销售单价	单位成本	毛利率	销售单价	单位成本	毛利率
户外地板	经销	9,281.81	7,315.06	21.19%	9,144.65	6,602.54	27.80%
	直销	17,931.94	15,740.11	12.22%	16,302.05	13,117.04	19.54%
墙板	经销	13,691.58	9,038.45	33.99%	13,281.87	7,847.59	40.92%
	直销	32,312.73	19,281.46	40.33%	31,158.07	16,675.65	46.48%
组合地板	经销	20,436.00	13,962.85	31.68%	18,447.11	12,051.32	34.67%
	直销	28,410.32	20,683.95	27.20%	25,722.55	18,405.66	28.45%
合计	经销	**10,436.33**	**7,781.14**	**25.44%**	**10,106.14**	**6,921.00**	**31.52%**
	直销	**24,716.33**	**18,301.86**	**25.95%**	**21,854.67**	**15,430.85**	**29.39%**

项目		2020 年度			2019 年度		
		销售单价	单位成本	毛利率	销售单价	单位成本	毛利率
户外地板	经销	9,614.24	6,656.30	30.77%	10,327.32	7,872.22	23.77%
	直销	17,386.53	12,371.40	28.84%	16,537.67	12,262.27	25.85%
墙板	经销	13,866.41	7,764.19	44.01%	14,620.39	8,855.36	39.43%
	直销	31,676.88	14,979.91	52.71%	29,807.63	13,991.16	53.06%
组合地板	经销	18,829.30	11,320.20	39.88%	20,788.21	13,211.60	36.45%
	直销	26,316.34	16,305.98	38.04%	23,419.85	16,650.81	28.90%
合计	经销	**10,388.84**	**6,885.47**	**33.72%**	**10,957.34**	**8,044.18**	**26.59%**
	直销	**22,427.25**	**14,148.03**	**36.92%**	**20,543.95**	**14,042.85**	**31.64%**

注：直销模式主要通过北美子公司销售，北美子公司本地化销售需承担海运费、关税、陆运仓储等成本，为覆盖该部分成本北美子公司本地化销售的销售单价较高，故直销模式销售单价较高。

1、不同销售模式下主要产品毛利率的变动趋势分析

报告期内，公司主要产品户外地板、墙板和组合地板在经销、直销模式下的毛利率变动趋势基本一致，毛利率变动原因主要包括原材料价格波动、产能利用率变动、美元兑人民币汇率贬值及海运费上涨等，具体如下：

2020 年度，受益于产品生产工艺和生产稳定性的提升，产品生产合格率和生产效率提升，同时原材料采购成本有所下降，综合导致产品生产成本有所下降，主要产品的毛利率有所提升。

2021 年度，受美元兑人民币平均汇率贬值影响，以人民币计价的销售单价略有下降，使得主要产品的毛利率有所下降。其中，主要产品直销毛利率的下降幅度相比经销毛利率较大，主要是由于直销模式下产品主要通过北美子公司销售，北美子公司本地化销售需承担海运费成本，当期受海外疫情影响，主要港口的劳动力不足使得集装箱船舶运力受限，集装箱出现供不应求的局面，使得海运费大幅上涨，产品成本有所增加，使得主要产品直销毛利率下降幅度较大。

2022 年 1-3 月，主要产品的毛利率有所下降，主要是由于：（1）公司塑料、纤维、

助剂等主要原材料采购价格较 2021 年度均有所增长，导致产品的材料成本提高；（2）受春节假期影响，开工率相对较低，产能利用率相比 2021 年度有所下降，且电费大幅上涨，使得单位制造费用有所增加，整体使得单位成本有所上升。

2、不同销售模式下主要产品毛利率的差异原因分析

2019 年度和 2020 年度，户外地板的经销毛利率和直销毛利率基本一致。2021 年度和 2022 年 1-3 月，户外地板的直销毛利率低于经销毛利率，主要是由于直销模式下户外地板主要通过北美子公司销售，而北美子公司本地化销售需承担海运费成本，2021 年起受海外疫情影响海运费大幅上涨，直销模式下户外地板的产品成本增加金额较高，使得 2021 年和 2022 年 1-3 月户外地板的直销毛利率低于经销毛利率。

报告期内，墙板的直销毛利率高于经销毛利率，主要是由于：（1）墙板的直销客户主要为美国客户，经销商主要为欧洲、大洋洲、亚洲等地区的客户，美国市场较为成熟，当地消费者对于高端的墙板产品认可度较高，公司的墙板产品在美国市场具有一定的竞争优势，市场定价相对其他地区较高，产品毛利率相对较高；（2）公司对经销商的墙板销售收入相对较高，公司根据经销商的销售情况给予一定的价格优惠和销售返利，因此经销毛利率低于直销毛利率。

报告期内，组合地板的经销毛利率高于直销毛利率，主要是由于经销商主要为欧洲、亚洲地区的客户，组合地板由于体积较小、可供客户自由 DIY 拼接等产品优势，在欧洲、亚洲地区等市场属于较为新兴的高端产品，且产品配套配件较多，产品溢价相对较高，毛利率相对较高。

二、分别测算原材料价格变动、汇率变动、关税承担比例变动对发行人毛利率的敏感性分析

（一）原材料价格对发行人毛利率的敏感性分析

报告期内，公司塑木产品的主要原材料包括再生塑料、新料、纤维、增塑剂和润滑剂，合计占报告期各期采购金额比例分别为 63.86%、62.10%、59.93%和 65.78%。报告期各期，主要原材料价格变动对公司产品毛利率的敏感性分析情况如下：

时间	项目	原材料价格变动幅度/毛利率影响			
		上涨 20%	上涨 10%	下降 10%	下降 20%
2022 年 1-3 月	再生塑料	-2.44%	-1.22%	1.22%	2.44%
	新料	-0.75%	-0.37%	0.37%	0.75%
	纤维	-1.21%	-0.60%	0.60%	1.21%
2022 年 1-3 月	增塑剂	-1.77%	-0.89%	0.89%	1.77%
	润滑剂	-0.65%	-0.33%	0.33%	0.65%
	合计	**-6.82%**	**-3.41%**	**3.41%**	**6.82%**

时间	项目	原材料价格变动幅度/毛利率影响			
		上涨 20%	上涨 10%	下降 10%	下降 20%
2021 年度	再生塑料	-2.15%	-1.08%	1.08%	2.15%
	新料	-0.86%	-0.43%	0.43%	0.86%
	纤维	-1.13%	-0.57%	0.57%	1.13%
2021 年度	增塑剂	-1.56%	-0.78%	0.78%	1.56%
	润滑剂	-0.59%	-0.29%	0.29%	0.59%
	合计	**-6.30%**	**-3.15%**	**3.15%**	**6.30%**
2020 年度	再生塑料	-1.55%	-0.78%	0.78%	1.55%
	新料	-0.65%	-0.32%	0.32%	0.65%
	纤维	-1.09%	-0.54%	0.54%	1.09%
	增塑剂	-1.26%	-0.63%	0.63%	1.26%
	润滑剂	-0.53%	-0.27%	0.27%	0.53%
	合计	**-5.08%**	**-2.54%**	**2.54%**	**5.08%**
2019 年度	再生塑料	-1.74%	-0.87%	0.87%	1.74%
	新料	-0.68%	-0.34%	0.34%	0.68%
	纤维	-1.02%	-0.51%	0.51%	1.02%
	增塑剂	-1.33%	-0.66%	0.66%	1.33%
	润滑剂	-0.61%	-0.31%	0.31%	0.61%
	合计	**-5.37%**	**-2.69%**	**2.69%**	**5.37%**

注：原材料价格变动对毛利率影响=原材料耗用量*原材料价格*原材料价格变动比例/营业收入。

报告期内，当公司的主要原材料采购价格均上涨 10%时，将使得报告期内的毛利率分别下降 2.69%、2.54%、3.15%和 3.41%；当公司的主要原材料采购价格均上涨 20%时，将使得报告期内的毛利率分别下降 5.37%、5.08%、6.30%和 6.82%。

（二）汇率变动对发行人毛利率的敏感性分析

报告期内，公司主营业务收入以外销为主，境外销售收入分别为 33,412.51 万元、47,742.04 万元、65,938.76 万元和 18,345.55 万元，占比分别为 96.72%、96.17%、95.55%和 95.58%，外销收入结算货币均为美元。报告期内，公司再生塑料、新料等主要原材料存在境外采购情形，以美元结算的境外原材料采购金额分别为 2,629.43 万元、3,048.19 万元、8,442.65 万元和 1,957.98 万元。报告期内，美元汇率波动对公司毛利率的敏感性分析情况如下：

单位：万元

美元兑人民币汇率波动	项目	2022 年 1-3 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度

美元兑人民币汇率波动	项目	2022 年 1-3 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
升值 5%	营业收入影响	917.28	3,296.94	2,387.10	1,670.63
	营业成本影响	97.90	422.13	152.41	131.47
	毛利率影响	4.05%	3.95%	4.29%	4.20%
升值 3%	营业收入影响	550.37	1,978.16	1,432.26	1,002.38
	营业成本影响	58.74	253.28	91.45	78.88
	毛利率影响	2.48%	2.41%	2.62%	2.57%
升值 1%	营业收入影响	183.46	659.39	477.42	334.13
	营业成本影响	19.58	84.43	30.48	26.29
	毛利率影响	0.84%	0.82%	0.89%	0.87%
贬值 1%	营业收入影响	-183.46	-659.39	-477.42	-334.13
	营业成本影响	-19.58	-84.43	-30.48	-26.29
	毛利率影响	-0.86%	-0.84%	-0.91%	-0.89%
贬值 3%	营业收入影响	-550.37	-1,978.16	-1,432.26	-1,002.38
	营业成本影响	-58.74	-253.28	-91.45	-78.88
	毛利率影响	-2.62%	-2.56%	-2.78%	-2.72%
贬值 5%	营业收入影响	-917.28	-3,296.94	-2,387.10	-1,670.63
	营业成本影响	-97.90	-422.13	-152.41	-131.47
	毛利率影响	-4.45%	-4.34%	-4.72%	-4.62%

注 1：营业收入影响=外销收入*美元兑人民币汇率波动比例；
注 2：营业成本影响=以美元结算的原材料采购金额*美元兑人民币汇率波动比例；
注 3：毛利率影响=（营业收入影响-营业成本影响）/（营业收入影响+营业收入）

报告期内，汇率变动对公司毛利率的影响相对较大。若其他因素保持不变，美元兑人民币汇率升值区间为 1%-5%时，报告期内公司毛利率提高的幅度区间为 0.82%-4.29%；美元兑人民币汇率贬值区间为 1%-5%，报告期内公司毛利率下降的幅度区间为 0.84%-4.72%。

（三）关税承担比例变动对发行人毛利率的敏感性分析

报告期内，公司的北美子公司本地化销售均由北美子公司 100%承担关税，加征关税的影响已完全由公司承担，故不对北美子公司本地化销售的关税承担比例进行敏感性分析。

报告期内，公司直接出口销往美国客户的销售金额分别为 2,344.87 万元、3,610.43 万元、5,204.28 万元和 1,873.15 万元，公司直接出口销往美国客户通过 FOB 和 CIF 两种贸易方式，两种贸易方式下公司均不需要承担关税费用，受中美贸易摩擦影响的关税加征部分均由客户承担。假设公司承担加征关税带来的影响，即通过降低售价方式间接替客户承担部分关税，关税承担比例变动对公司毛利率的敏感性分析情况如下：

单位：万元

年度	项目	发行人承担加征关税税率				
		5%	10%	15%	20%	25%
2022 年 1-3 月	加征关税后的美国销售收入	1,783.95	1,702.86	1,628.83	1,560.96	1,498.52
	加征关税对整体毛利率影响	-0.46%	-0.88%	-1.27%	-1.62%	-1.94%
2021 年度	加征关税后的美国销售收入	4,956.46	4,731.16	4,525.46	4,336.90	4,163.42
	加征关税对整体毛利率影响	-0.36%	-0.68%	-0.98%	-1.25%	-1.50%
2020 年度	加征关税后的美国销售收入	3,438.50	3,282.21	3,139.50	3,008.69	2,888.34
	加征关税对整体毛利率影响	-0.35%	-0.66%	-0.95%	-1.21%	-1.45%

注 1：加征关税后的美国销售收入=直接出口销往美国的销售收入/(1+发行人承担加征关税税率)；
注 2：加征关税对整体毛利率影响=(直接出口销往美国的销售收入-加征关税后的美国销售收入)/营业收入；
注 3：2019 年 5 月 10 号起美国对华加征 25%关税，故公司自 2020 年开始测算关税承担比例变动对发行人毛利率的敏感性分析。

2020 年度、2021 年度和 2022 年 1-3 月，当公司承担加征关税税率在 5%-25%区间时，公司的毛利率下降的区间为 0.35%-1.94%。

三、剔除北美子公司销售退回的影响，测算 2021 年发行人直销毛利率，并结合直销客户定价、生产成本等因素进一步分析 2021 年直销毛利率大幅下降的原因及合理性；说明 2022 年 1-3 月外销毛利率大幅下降的原因

（一）剔除北美子公司销售退回的影响，测算 2021 年发行人直销毛利率，并结合直销客户定价、生产成本等因素进一步分析 2021 年直销毛利率大幅下降的原因及合理性

2021 年度，北美子公司的销售退回金额为 398.75 万元，剔除当期北美子公司销售退回的影响，公司直销毛利率的测算情况如下：

单位：万元

项目	金额
销售退回金额	398.75
直销收入	11,574.83
毛利率影响	3.44%
剔除销售退回影响前的直销毛利率	27.58%
剔除销售退回影响后的直销毛利率	31.02%

直销模式下产品主要通过北美子公司销售，北美子公司本地化销售需承担海运费成本，2021 年度受海外疫情影响，主要港口的劳动力不足使得集装箱船舶运力受限，集装箱出现供不应求的局面，使得海运费大幅上涨，北美子公司的单位其他成本同比增长 28.53%，整体使得单位成本较 2020 年度增长 7.21%，当期直销毛利率下降幅度较大。2021 年度直销模式下的单位成本构成及变动情况如下：

单位：元/吨

项目	2021 年度	2020 年度	变动金额	变动幅度
单位直接材料	5,320.32	5,675.18	-354.87	-6.25%
单位直接人工	809.32	850.40	-41.08	-4.83%
单位制造费用	1,548.38	1,846.03	-297.65	-16.12%
单位其他成本	7,818.90	6,083.32	1,735.58	28.53%
合计	**15,496.92**	**14,454.94**	**1,041.98**	**7.21%**

（二）2022 年 1-3 月外销毛利率大幅下降的原因

2022 年 1-3 月，公司外销的毛利率及变动情况如下：

单位：元/吨

项目	2022 年 1-3 月	2021 年度	变动金额	变动幅度
销售单价	11,910.00	11,821.19	88.81	0.75%
单位成本	8,784.37	8,136.07	648.30	7.97%
其中：单位直接材料	5,005.44	4,688.52	316.92	6.76%
单位直接人工	759.54	722.80	36.74	5.08%
单位制造费用	1,646.41	1,382.85	263.56	19.06%
单位其他成本	1,372.98	1,341.90	31.08	2.32%
毛利率	26.24%	31.17%	-4.93 个百分点	

2022 年 1-3 月，公司外销的毛利率有所下降，主要是由于：1、公司塑料、纤维、助剂等主要原材料采购价格较 2021 年度均有所增长，导致产品的单位直接材料成本较 2021 年上升 6.76%；2、受春节假期影响，开工率相对较低，产能利用率相比 2021 年度有所下降，且电费大幅上涨，使得单位制造费用较 2021 年度上升 19.06%，整体使得单位成本有所上升。

2022 年 1-3 月，公司内销的毛利率有所上升，与外销毛利率趋势有所差异，主要是由于公司向内销客户销售的产品结构有所变化，当期销售的平均销售单价较高的产品型号占比较高，使得平均销售单价较 2021 年度提升 17.94%。2022 年 1-3 月，公司内销毛利率及变动情况如下：

单位：元/吨

项目	2022 年 1-3 月	2021 年度	变动金额	变动幅度
销售单价	13,400.97	11,362.19	2,038.78	17.94%
单位成本	7,565.62	7,065.34	500.28	7.08%
其中：单位直接材料	5,145.90	4,869.44	276.46	5.68%
单位直接人工	785.21	760.32	24.88	3.27%
单位制造费用	1,702.04	1,454.64	247.40	17.01%
单位其他成本	-67.53	-19.07	-48.46	254.12%

项目	2022 年 1-3 月	2021 年度	变动金额	变动幅度
毛利率	43.54%	37.82%		5.72 个百分点

四、区分自有品牌和 ODM 产品列示各期毛利率情况；结合与可比公司森泰股份在同类产品的单价、原材料采购、成本构成（料工费占比）、销售模式等方面的差异，进一步分析说明细产品毛利率变动趋势的合理性

（一）区分自有品牌和 ODM 产品列示各期毛利率情况

报告期内，公司自有品牌和ODM的产品毛利率情况如下：

单位：万元

销售模式	2022 年 1-3 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	销售金额	毛利率	销售金额	毛利率	销售金额	毛利率	销售金额	毛利率
自有品牌	14,021.47	27.74%	49,721.55	30.98%	33,614.80	35.05%	24,667.62	28.61%
ODM	5,171.90	25.02%	19,291.71	32.74%	16,029.15	34.89%	9,876.66	28.19%
合计	**19,193.37**	**27.01%**	**69,013.26**	**31.47%**	**49,643.95**	**35.00%**	**34,544.28**	**28.49%**

公司产品的定价策略为综合考虑产品的成本、产品在各地区的市场竞争等情况，并结合客户的采购规模、合作历史、市场行情及结算条件等因素，向客户进行产品报价并协商定价。对于不同销售地区的客户，销售产品是否为自有品牌或 ODM 对于公司产品的定价影响较小。因此，报告期内，公司自有品牌和 ODM 的产品毛利率基本一致，不存在明显差异。

（二）结合与可比公司森泰股份在同类产品的单价、原材料采购、成本构成（料工费占比）、销售模式等方面的差异，进一步分析说明细产品毛利率变动趋势的合理性

可比公司森泰股份的同类产品为其招股说明书披露的高性能木塑复合材料，报告期内，公司塑木产品与森泰股份同类产品的毛利率变动趋势一致，均呈现出先上升后下降的变化趋势，毛利率的对比情况如下：

公司名称	2022 年 1-3 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
森泰股份	-	24.63%	32.94%	30.84%
发行人	27.01%	31.47%	35.00%	28.49%

注 1：森泰股份的毛利率为高性能木塑复合材料毛利率；
注 2：森泰股份未披露 2022 年 1-3 月数据，下同。

1、销售模式

由于欧美市场塑木行业的发展较早，在市场成熟度、塑木应用广度和消费者认知度等方面的水平相对较高，公司营业收入以境外销售为主。同时，由于在各个国家建立自

已的销售网络，需要投入的渠道建立成本、运输成本和客户售后维护成本较高，公司营业收入以经销模式为主。森泰股份营业收入以境外销售为主，亦采用经销模式进行销售，具体对比情况如下：

公司名称	销售区域	销售模式
森泰股份	公司营业收入以境外销售为主，2019 年度、2020 年度和 2021 年度的外销收入占当期营业收入的比例分别为 91.55%、93.76%和 90.17%。	公司的销售模式包括 ODM、直销和经销三种，境外 ODM 销售均为买断式销售。2019 年度、2020 年度和 2021 年度，经销收入占比分别为 90.23%、93.34%和 91.17%。
发行人	公司营业收入以境外销售为主，2019 年度、2020 年度、2021 年度和 2022 年 1-3 月的外销收入占当期营业收入的比例分别为 95.56%、96.08%、94.92%和 94.99%。	公司主营业务收入以经销模式为主，直销模式客户主要包括家居建材超市、电商平台和终端客户。2019 年度、2020 年度、2021 年度和 2022 年 1-3 月，经销收入占比分别为 82.58%、78.57%、83.23%和 85.22%。

注：森泰股份的经销收入占比=1-直销收入占比。

2、产品单价

报告期内，公司的销售单价与森泰股份高性能木塑复合材料的单价对比情况如下：

单位：元/吨

公司名称	2022 年 1-3 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
森泰股份	未披露	8,150.86	8,261.10	7,817.33
发行人	11,968.82	11,799.95	12,513.30	12,716.09
其中：北美子公司本地化销售	26,495.83	22,263.86	23,629.17	22,006.56
母公司和香港子公司销售	10,456.77	10,396.24	10,761.83	11,359.48

报告期各期，公司的销售单价高于森泰股份，主要是由于：（1）公司的北美子公司本地化销售需承担海运费、关税、陆运仓储等成本，该部分成本金额较大，为覆盖该部分成本北美子公司本地化销售的销售单价较高，整体拉高公司的销售单价所致；（2）公司产品种类较为丰富，其中墙板和组合地板的销售收入占比较高，墙板和组合地板产品的销售单价相对较高，整体使得公司的产品销售单价较高。

3、原材料采购

报告期内，在公司主要原材料的采购中，再生塑料、新料、纤维、增塑剂和润滑剂的采购占比较大，其平均采购单价（不含税）变化情况如下：

单位：元/吨

序号	项目	2022 年 1-3 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
		采购单价	变动率	采购单价	变动率	采购单价	变动率	采购单价
1	再生塑料	4,842.70	12.61%	4,300.40	18.15%	3,639.93	-22.44%	4,692.82

序号	项目	2022 年 1-3 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
		采购单价	变动率	采购单价	变动率	采购单价	变动率	采购单价
2	新料	7,449.96	-0.47%	7,484.91	25.76%	5,951.83	-12.33%	6,788.70
3	纤维	1,087.70	7.42%	1,012.53	-2.14%	1,034.70	-1.05%	1,045.66
4	增塑剂	16,880.70	14.86%	14,696.64	23.09%	11,940.10	-2.89%	12,295.68
5	润滑剂	13,178.12	6.52%	12,371.68	1.46%	12,193.46	-11.82%	13,827.55

2019-2021 年度，森泰股份采购的主要原材料中，再生塑料粒子、PVC 粉、功能助剂、锯末、透明片、彩膜占比较大，其平均采购价格（不含税）变化情况如下：

序号	项目	单位	2021 年度		2020 年度		2019 年度
			采购单价	变动率	采购单价	变动率	采购单价
1	再生塑料粒子	元/吨	4,987.58	0.58%	4,958.99	-13.87%	5,757.74
2	PVC 粉	元/吨	8,251.98	43.95%	5,732.66	-4.82%	6,022.80
3	锯末	元/吨	857.92	6.28%	807.20	-3.47%	836.24
4	透明片	元/吨	10,876.91	35.67%	8,017.35	-5.84%	8,514.86
5	相容剂	元/吨	8,553.43	-0.08%	8,560.05	-11.09%	9,627.38
6	彩膜	元/米	3.20	-4.76%	3.36	-2.33%	3.44
7	润滑剂	元/吨	11,555.28	-0.66%	11,631.88	-2.00%	11,869.45
8	共挤表层助剂	元/吨	30,230.85	-41.44%	51,625.84	-19.60%	64,213.72

由于森泰股份主营业务产品不仅包含高性能木塑复合材料，还包括新型石木塑复合材料和装配式建筑，产品构成与公司存在部分差异，其主要原材料包含 PVC 粉、透明片等，主要原材料类型与构成与公司存在一定差异。

4、成本构成

报告期内，公司与森泰股份高性能木塑复合材料的产品成本构成对比情况如下：

时间	项目	森泰股份	发行人
2022 年 1-3 月	直接材料	-	57.36%
	直接人工	-	8.71%
	制造费用	-	18.87%
	其他	-	15.07%
2021 年度	直接材料	65.72%	58.08%
	直接人工	10.35%	8.96%
	制造费用	16.00%	17.14%
	其他	7.93%	15.82%
2020 年度	直接材料	68.64%	58.58%
	直接人工	9.12%	8.84%
	制造费用	16.81%	19.18%

时间	项目	森泰股份	发行人
	其他	5.42%	13.40%
2019 年度	直接材料	69.36%	62.14%
	直接人工	9.58%	8.83%
	制造费用	21.06%	21.30%
	其他	-	7.73%

注：由于公司的制造费用包含能源费用，为增强可比性，上表中森泰股份的制造费用为其公开披露资料中"制造费用"与"能源费用"之和。

报告期内，公司直接人工和制造费用的成本占比与森泰股份不存在较大差异；直接材料的成本占比低于森泰股份，主要是由于产品材料构成存在差异，公司的主要原材料再生塑料采购单价低于森泰股份的主要原材料 PVC 粉；其他的成本占比高于森泰股份，主要是由于公司的其他成本中除 2020 年起，因执行新收入准则，将执行合同所发生的运输费、报关费计入营业成本的部分以及免抵退税不得免征和抵扣税额外，还包含北美子公司本地化销售所承担的海运费、关税、陆运仓储等成本。

5、公司产品毛利率变动情况符合公司的业务实质情况，毛利率变动趋势与森泰股份一致，具有合理性

报告期内，公司主要产品户外地板、墙板和组合地板的毛利率与森泰股份高性能木塑复合材料的毛利率对比情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-3 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	销售金额	毛利率	销售金额	毛利率	销售金额	毛利率	销售金额	毛利率
户外地板	10,878.27	20.57%	40,966.99	26.96%	31,006.36	30.53%	23,599.80	23.98%
墙板	5,523.62	34.70%	16,845.28	41.79%	8,995.62	45.59%	5,217.52	41.81%
组合地板	1,239.59	27.90%	5,249.51	29.68%	4,960.05	38.33%	2,707.30	30.20%
主营业务合计	**19,193.37**	**27.01%**	**69,013.26**	**31.47%**	**49,643.95**	**35.00%**	**34,544.28**	**28.49%**
森泰股份	-	-	**54,354.31**	**24.63%**	**36,475.01**	**32.94%**	**33,551.52**	**30.84%**

报告期内，公司各主要产品的毛利率变动趋势一致。2020 年度，公司主要产品的毛利率均有所提升，主要原因系：（1）受上游大宗商品原油市场价格下降等因素影响，公司塑料、助剂等主要原材料 2020 年采购价格较 2019 年有较大幅度的下降，使得当期单位直接材料成本较 2019 年下降 15.68%；（2）2020 年产能利用率达到 80.15%，较 2019 年的 61.18%大幅提升，产品规模效应提升，此外 2020 年经过技术改造后的机器设备生产稳定，生产效率及良品率均有所提高，整体使得当期单位直接人工及制造费用分别较 2019 年下降 10.52%和 19.42%。2020 年度公司主营业务毛利率的具体数据及对比情况如下：

单位：元/吨

项目	2020 年度	2019 年度	变动金额	变动幅度

项目	2020 年度	2019 年度	变动金额	变动幅度
销售单价	12,513.30	12,716.09	-202.79	-1.59%
单位成本	8,134.26	9,093.67	-959.41	-10.55%
其中：单位直接材料	4,764.87	5,651.21	-886.34	-15.68%
单位直接人工	718.88	803.42	-84.54	-10.52%
单位制造费用	1,560.53	1,936.54	-376.01	-19.42%
单位其他成本	1,089.97	702.50	387.47	55.16%
毛利率	35.00%	28.49%		6.51 个百分点

2020 年度，公司主要产品的毛利率变动趋势与森泰股份一致，毛利率变动幅度大于森泰股份，根据森泰股份公开披露的信息，主要是由于公司单位直接材料成本下降幅度较大，具体原因为：（1）公司采购的再生塑料以进口的 HDPE 再生塑料和混合再生塑料为主，而森泰股份采购的再生塑料粒子主要为境内的 HDPE 和 LDPE 再生塑料，采购的再生塑料构成及采购的渠道均存在差异，导致公司 2020 年再生塑料的采购价格同比下降幅度为 22.44%，大于森泰股份 13.87%的下降幅度；（2）森泰股份的高性能木塑复合材料的主要原材料包含 PVC 粉，PVC 粉 2020 年的采购价格同比下降幅度为 4.82%，小于公司再生塑料采购价格的下降幅度，因此其单位直接材料成本下降幅度小于公司。

2021 年度，公司主要产品的毛利率均有所下降，主要原因系：（1）当期美元兑人民币平均汇率较 2020 年贬值 6.47%，使得以人民币计价的销售单价略有下降，2021 年度销售单价较 2020 年下降 5.70%；（2）2021 年受境外新冠疫情蔓延影响，主要港口的劳动力不足使得集装箱船舶运力受限，集装箱出现供不应求的局面，使得海运费大幅上涨，2021 年度单位其他成本较 2020 年上涨 17.34%。2021 年度公司主营业务毛利率的具体数据及对比情况如下：

单位：元/吨

项目	2021 年度	2020 年度	变动金额	变动幅度
销售单价	11,799.95	12,513.30	-713.35	-5.70%
单位成本	8,086.53	8,134.26	-47.73	-0.59%
其中：单位直接材料	4,696.89	4,764.87	-67.98	-1.43%
单位直接人工	724.54	718.88	5.66	0.79%
单位制造费用	1,386.17	1,560.53	-174.36	-11.17%
单位其他成本	1,278.93	1,089.97	188.96	17.34%
毛利率	31.47%	35.00%		-3.53 个百分点

2021 年度，公司主要产品的毛利率变动趋势与森泰股份一致，毛利率变动幅度小于森泰股份，主要是由于：（1）由于再生塑料各批次的水分、纯度等存在差异，公司在生产时会根据再生塑料的水分、纯度等情况对各类型再生塑料的投入比例进行调整，受该影响 2021 年公司各类型再生塑料的耗用结构有所变化，其中采购单价较高的 HDPE

再生塑料的耗用比例下降，采购单价较低的 LDPE 再生塑料和混合再生塑料的耗用比例上升，因此虽然 2021 年各类型再生塑料的采购单价有所上升，但再生塑料的内部耗用结构变化使得公司当期单位直接材料成本基本保持稳定；而森泰股份的主要原材料 PVC 粉的采购单价较 2020 年上涨 43.95%，上涨幅度较高，且其成本结构中直接材料占比较高，而公司主要原材料不包含 PVC 粉，因此森泰股份毛利率下降幅度较高；（2）森泰股份 2021 年因不再享受因新冠疫情导致的社保费用的减免，单位直接人工成本有所提高；而公司 2021 年的产能利用率为 86.27%，较 2020 年的 80.15%进一步提升，产品规模效应提升抵消了当期社保费用无法减免所造成的影响，单位直接人工基本保持稳定。

2022 年 1-3 月，公司主要产品的毛利率均有所下降，主要原因系：（1）公司塑料、纤维、助剂等主要原材料采购价格较 2021 年度均有所增长，导致产品的单位直接材料成本提高；（2）受春节假期影响，开工率相对较低，产能利用率相比 2021 年度有所下降，使得单位直接人工和单位制造费用有所增加，整体使得单位成本有所上升。2022 年 1-3 月公司主营业务毛利率的具体数据及对比情况如下：

单位：元/吨

项目	2022 年 1-3 月	2021 年度	变动金额	变动幅度
销售单价	11,968.78	11,799.95	168.83	1.43%
单位成本	8,736.28	8,086.53	649.75	8.03%
其中：单位直接材料	5,010.98	4,696.89	314.09	6.69%
单位直接人工	760.55	724.54	36.01	4.97%
单位制造费用	1,648.60	1,386.17	262.43	18.93%
单位其他成本	1,316.15	1,278.93	37.22	2.91%
毛利率	27.01%	31.47%	-4.46 个百分点	

综上，公司产品毛利率变动情况符合公司的业务实质情况，毛利率变动趋势与森泰股份一致，具有合理性。

五、请申报会计师发表明确意见

（一）核查程序

就上述事项，我们执行了以下核查程序：

1、访谈发行人主要销售负责人，了解发行人的产品定价机制及定价策略；

2、获取发行人的收入成本明细表、采购明细表，并取得中国出口集装箱运价综合指数，分析发行人不同销售模式下主要产品毛利率的变动趋势及差异原因；

3、获取发行人主要产品的耗用量明细，查阅报告期内原材料价格变动情况、美元兑人民币汇率变动情况及美国销售收入的关税承担情况，测算原材料价格变动、汇率变动、关税承担比例变动对发行人毛利率的敏感性分析；

4、获取北美子公司的销售退回明细，测算销售退回对2021年发行人直销毛利率的影响；

5、获取发行人的成本构成明细表，结合各明细成本的变动情况分析2021年直销毛利率大幅下降的原因及合理性以及2022年1-3月外销毛利率大幅下降的原因；

6、获取发行人的销售明细表，分析自有品牌和ODM产品的销售收入及毛利率毛利率情况；

7、查阅森泰股份的招股说明书、问询回复等公开资料，了解其同类产品的销售单价、原材料采购占比情况、单位材料、单位直接人工及单位制造费用在成本中的占比情况及销售模式等信息。

（二）核查结论

经核查，我们认为：

1、发行人主要产品户外地板、墙板和组合地板在经销、直销模式下的毛利率变动趋势一致，毛利率变动原因主要包括原材料价格波动、产能利用率变动、美元兑人民币汇率贬值及海运费上涨等因素；部分产品的直销毛利率与经销毛利率存在差异，主要是由于产品销售市场的产品定位、产品竞争力、消费者认可程度、产品返利政策等导致；

2、原材料价格变动、汇率变动、关税承担比例变动对发行人毛利率均具有一定影响；

3、除销售退回的影响外，发行人2021年直销毛利率大幅下降的原因还包括当期受海外疫情影响导致的海运费大幅上涨；2022年1-3月，发行人外销的毛利率有所下降主要是由于主要原材料价格上涨及春节假期影响、电费上涨导致的单位制造费用上升；

4、发行人产品毛利率变动情况符合发行人的业务实质情况，毛利率变动趋势与森泰股份一致，具有合理性。

问题9.关于期间费用

申请文件及首轮问询回复显示

（1）发行人研发费用率低于同行业可比公司；研发费用中直接材料费分别为491.01万元、622.82万元、1,296.69万元和249.56万元，波动较大；研发人员2021年增长较多，平均薪酬约为销售人员的1/2且低于同行业可比公司均值。

（2）发行人对自有品牌约定质保期，计入销售费用的质保费逐期下滑；发行人销售给墨西哥客户 LATAM 的部分批次产品因出现发白起泡产生 811.59 万元的产品退款。

（3）发行人支付佣金的对象包括居间商和经销商。

请发行人：

（1）结合研发费用中直接材料投入与研发项目的匹配关系、研发投入产出、废料归集和处理等，进一步分析说明报告期内直接材料费增长较快的原因、是否存在研发领料和生产领料混用的情形、发行人相关的内控措施及执行有效性。

（2）结合研发人员认定标准说明报告期内研发人员增长较快的原因，与研发项目的对应关系；结合发行人对研发人员的激励机制、工资及奖金构成情况及与同行业可比公司的对比情况，分析说明研发人员与销售人员薪酬差异较大且低于行业均值的原因。

（3）结合上述问题、发行人研发费用具体构成及占比与可比公司的对比情况，进一步分析说明各期研发费用率的变动合理性及低于可比公司均值的原因，发行人是否具备持续的研发创新能力。

（4）区分居间商和经销商说明各期支付佣金、计提标准及结算方式、对应实现收入，相应会计处理及是否符合《企业会计准则》规定。

（5）说明向墨西哥销售产品出现问题的产生背景、所涉及的具体核心生产技术、后续解决措施，并结合市场反馈说明发行人核心技术目前的成熟度。

（6）说明发行人销售产品的质保条款与同行业可比公司的对比情况及差异原因，并结合质保费用计提标准、报告期内实际支出情况，进一步分析说明报告期内计入销售费用的质保费逐期下降的合理性、发行人质保费用计提是否充分。

请申报会计师发表明确意见。

回复：

一、结合研发费用中直接材料投入与研发项目的匹配关系、研发投入产出、废料归集和处理等，进一步分析说明报告期内直接材料费增长较快的原因、是否存在研发领料和生产领料混用的情形、发行人相关的内控措施及执行有效性

（一）结合研发费用中直接材料投入与研发项目的匹配关系、研发投入产出、废料归集和处理等，进一步分析说明报告期内直接材料费增长较快的原因

报告期内，公司研发内容主要包括配方升级及开发、设备及生产工艺开发、截面/配件开发三大类别。其中，配方升级及开发主要为新配方的研发及现有配方的改进；设备及生产工艺开发主要为新机械、新工艺的研发；截面/配件开发主要为新模具、新产品型号的研发。

1、公司报告期各期研发费用中直接材料投入与研发项目匹配关系如下所示

单位：万元

序号	项目名称	直接材料投入金额				报告期内研发投入合计	主要成果
		2022年1-3月	2021年度	2020年度	2019年度		
1	一种可释放负离子的塑木复合型材的研究开发	14.67	-	-	-	28.32	提升塑木产品应用功能，改善室内空气质量
2	一种可吸附VOCs的塑木复合材料的研究和开发	14.39	-	-	-	27.59	提升塑木产品应用功能，改善室内空气质量
3	共挤塑木自动化包装设备的研发和产业化	40.49	-	-	-	70.80	提升生产工艺自动化程度，提升产品包装效率
4	高耐磨耐腐蚀共挤塑木模具的研究与开发	26.60	-	-	-	60.07	提升模具使用寿命，提高产品质量
5	共挤塑木成型生产线自动计量全自动供料系统的研发及产业化	36.39	-	-	-	69.28	提高生产速度，降低生产成本
6	室内/室外家具应用类塑木复合材料的研究与开发	9.23	-	-	-	21.20	开发新型室内家具应用类塑木复合材料
7	室内装饰用塑木材料的研究与开发	7.29	-	-	-	16.90	开发新型室内装饰用塑木材料
8	塑木材料与玻璃材料组合栏杆系统的研究与开发	6.73	-	-	-	17.11	创新的设计思维，把不同领域的材料进行结合，使其具有优良的耐气候性能
9	易组装石头地板的研究与开发	7.85	-	-	-	18.39	石材与塑料底托无分离和脱落现象；防滑性能高，可以达到R11级
10	铝共挤复合材料栏杆结构的开发与应用	3.65	-	-	-	7.57	开发铝共挤产品应用范围
11	铝共挤复合材料葡萄架结构的开发与应用	6.77	-	-	-	13.87	开发铝共挤产品应用范围
12	轻质发泡防火塑木材料的研究与开发	20.99	158.17	56.31	-	453.77	提升产品的防火性能和防火等级（B1级EN13501/GB8624）
13	新型低吸热共挤塑木复合材料的研究与开发	9.24	161.15	-	-	328.22	降低地板的吸热性，减少在高温天气下地板表面问题
14	新型降噪隔音共挤塑木复合材料性能及结构的研究与开发	10.45	126.58	-	-	248.13	提升墙板的隔音性能（过滤50分贝环境噪音）
15	共挤塑木表面处理工艺自动化设备的研发和产业化	34.83	112.47	-	-	281.59	提升表面处理工序效率
16	新型三层共挤复合型材地暖功能的研究与开发	-	101.68	-	-	186.69	能省力甚至自动把霜雪除去，提高用户冬天的生活体验
17	铝共挤复合材料新截面及结构的研究与开发	-	231.07	-	-	330.56	开发不同截面的塑木产品
18	塑木共挤复合材料新截面	-	152.00	-	-	246.49	开发不同截面的塑木产

序号	项目名称	直接材料投入金额				报告期内研发投入合计	主要成果
		2022年1-3月	2021年度	2020年度	2019年度		
	及结构的研究与开发						品
19	高强度、结构型三层铝共挤制备工艺的研究与开发	-	186.78	263.89	-	804.79	提升产品的强度和应用范围（结构件，格栅，葡萄架）
20	三层铝共挤复合材料防火阻燃性能的研究与开发	-	24.02	72.94	-	225.69	提升产品的防火性能和防火等级（B1级EN13501/GB8624）
21	方块地板产品及配套系统的研究与开发	-	19.30	33.19	-	96.69	简化组合地板组装流程，提升组装效率
22	高强度、防滑塑木复合材料性能及制备工艺的研究与开发	-	23.48	74.58	-	230.05	提升地板的防滑等级（R10-R11、DIN51130）
23	塑木复合材料新截面及结构应用的研究与开发	-	-	48.70	-	116.43	适用方槽式塑木墙板，可阻挡雨水溅入墙板坑槽内
24	新型高耐候抗静电双层复合高分子型材的制备方法研发及产业化	-	-	73.21	135.71	446.35	提升产品的抗静电能力（人体行走电压小于1KV）
25	一种壳聚糖改性的PE基质塑木型材的制备方法	-	-	-	8.14	19.83	提升产品整体强度
26	一种PE基质发泡塑木型材的制备方法	-	-	-	14.95	39.67	提升产品尺寸稳定性
27	草坪、石头方块地板及配套系统的研发	-	-	-	23.23	45.33	组合地板不同材制的配套和拼接系统
28	塑木共挤成型工艺与设备、后处理自动化设备的研究与开发	-	-	-	308.98	615.38	提升整个流程的效率（成型到后处理工艺优化，提升产能）
合计		**249.56**	**1,296.69**	**622.82**	**491.01**	**5,066.76**	

2、研发废料的归集和处理

研发废料为研发过程中产生的不符合预期性能标准的废弃物，由于其不符合预期性能标准，无法对外送样或销售，公司对其进行报废处理。报告期内，公司研发废料报废的具体过程和账务处理情况如下：

项目	具体情况
入库管理	质检部门对研发产品质检确认后区分产品为样品或报废料，其中报废料经称重后由质检部门填写报废单，移送至报废料仓验收入库，仓管员根据报废料的重量填写入库单，并同步形成研发报废料台账。
出库管理	公司每季度将报废料在破碎车间进行重新破碎，后由第三方进行承包处理，出库前公司根据报废料重量开具处置单，并收取第三方开具的单据。
账务处理	研发报废料变卖价值较低，仅可简单加工形成包装填充物等低价值材料，由第三方无偿进行托运处理。由于公司研发报废料不存在形成产品销售和投入再生产情形，因此账面不进行会计处理。

报告期内，公司研发领用形成的报废料直接委托第三方处理，未对外形成销售或投入再生产，主要原因系研发领用的原材料以新配方研制和技术改进为主，研发创新难度较大，研发部门在研发过程中为达到预定的参数、性能等研发目标，需要对产品进行功能、稳定性、寿命等大量重复实验，因此在反复修正过程中，形成一些未达到预期研发目标而报废的材料，废料形态主要为型材等。报废料受新配方、改进技术及投入助剂成分复杂等因素的影响，如投入再生产将对现有类型产品的良品率造成不利影响，因此，公司基于一贯性原则及成本效益原则，直接对废料进行报废处置，由第三方无偿转运进行处理。

目前同行业可比公司未披露研发废料的具体处理方式，根据中国证监会发布的《上市公司行业分类指引》（2012 年修订）及《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017），公司主营业务属于 C29 橡胶与塑料制品业，橡胶与塑料制品业相关上市公司或拟上市公司关于研发形成的废料处理方式具体如下表所示：

公司	公司业务简介	研发废料处置方式	账务处理
上海海优威新材料股份有限公司	科创板上市公司，是一家从事特种高分子薄膜研发、生产和销售的高新技术企业。	研发新品除留做展示和推广的样品，其余均直接报废；研发废料无偿交由废品回收公司进行处置。	研发领料后形成的废料、赠品或样品由于无对应的销售收入，账面不进行会计处理。
深圳市骏鼎达新材料股份有限公司	创业板拟上市公司，其主营业务为高分子改性保护材料的设计、研发、生产与销售。	相关废弃料可用性和再利用价值较低，无法满足继续研发及生产所需合格原材料的标准，也无法用于对外销售。	未进行披露

综上，公司研发形成的废料直接进行报废，不存在形成产品销售和投入再生产情形，账面不进行会计处理，橡胶与塑料制品业同行业公司上海海优威新材料股份有限公司、深圳市骏鼎达新材料股份有限公司亦采用直接报废的处理方式。

3、报告期内直接材料费增长较快原因

报告期内，公司直接材料投入与研发项目个数及产出的主要情况如下：

项目	2022 年 1-3 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
在研项目数量（个）	15	11	7	5
其中：当期新增研发项目数量（个）	11	6	6	3
直接材料投入（万元）	249.56	1,296.69	622.82	491.01
当期研发费用总额（万元）	528.04	2,185.14	1,361.67	991.91

项目	2022 年 1-3 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
当期申请境内专利数量（个）	-	12	40	4

报告期内，公司直接材料投入逐年上升，2020 年较 2019 年增加 26.84%、2021 年较 2020 年增加 108.20%，主要是因为公司不断加大在配方及工艺开发、设备及工艺开发、截面/配件开发上的研发投入，研发项目不断增加所致。报告期各期，公司新增研发项目数量分别为 3 个、6 个、6 个和 11 个。此外，公司在研发项目的过程管理阶段需要领用大量的材料进行试验生产和测试，以检验相关产品的性能，并根据产品合格率、性能参数变化等情况改善工艺流程或确定各类材料的投料占比，从而提高产品的应用范围和附加值。报告期内，直接材料投入大于 150 万元的研发项目情况具体分析如下：

（1）“轻质发泡防火塑木材料的研究与开发”旨在研究一款应用于有严格防火等级要求场景的新型发泡阻燃复合型材，最终使产品达到 B 级防火水平，发泡材料密度达到 0.6-0.7g/cm³。由于为新产品研发，技术难度大、产品标准要求高，公司于 2020 年和 2021 年分别投入了 56.31 万元、158.17 万元的材料进行测试研发。

（2）塑木复合材料受太阳直射的影响，吸热和升温较快。鉴于此，“新型低吸热共挤塑木复合材料的研究与开发”通过研发一种表面低温共挤塑木复合材料，降低吸收太阳直射的热量。公司在 2021 年投入了 161.15 万元材料，通过对芯层料进行改性，使之具有轻质微发泡的特点，达到优良的低吸热效果；通过对面层料进行改性，使其太阳反射指数达到 90 以上，从而降低热量的吸收。由于技术标准较为严格，企业需要反复进行测试验证，因此消耗物料较多。

（3）公司于 2021 年投入 231.07 万元材料进行“铝共挤复合材料新截面及结构的研究与开发”，该项目为公司研发的第三代产品，利用铝合金材料轻质量的特性，制作出轻重量的铝共挤复合材料户外型材，从而大幅提高安装工程的效率；同时，凭借铝合金材料的金属物理强度特性，开发出新扣合结构，使型材拼装后具有高防漏水功能及减省钉装施工。由于该项目为企业新型研发并将运用于实际产品销售的技术，需要不断进行测试验证，因此消耗物料较多。

（4）公司于 2021 年投入 152.00 万元材料进行“塑木共挤复合材料新截面及结构的研究与开发”，通过开发不同截面的塑木产品，以弧形设计改善墙板外观，提升视觉效果。由于新截面及结构开发为创新性项目，难度大，技术要求高，因此消耗物料较多。

（5）“高强度、结构型三层铝共挤制备工艺的研究与开发”重点研发新的高强度结构型三层共挤铝型材，使铝型材表面具有和第二代塑木相同的木质感，同时能够达到结构强度要求，扩充其应用范围。为实现铝塑共挤产品的稳定挤出生产，且能够根据市场需求开发出覆盖墙板、栏杆、围栏和地板等丰富的产品类别，公司于 2020 年、2021 年分别投入 263.89 万元、186.78 万元材料用于研究开发。

综上，报告期内公司研发费用直接材料的变动主要受研发项目数量、性质、技术要求等影响呈上升趋势，具有合理性。

（二）公司不存在研发领料和生产领料混用的情形

为了规范研发流程，及时、准确核算研发支出，公司建立了研发费用相关的管理制度审批管理研发投入，并严格按照相关制度执行。研发部门、财务部门及其他相关部门逐级对研发费用的相关性、合理性和准确性进行审核，对审批通过的研发项目支出由财务部门按项目进行账务处理，研发费用与其他费用和生产成本能明确区分。

公司研发领料与生产领料流程区别明显，控制活动对比如下：

研发领料与生产领料控制流程的主要区别		
领料类型	领用环节控制	财务核算环节控制
研发领料	由研发部门领料； 领料单据主要为《研发领料单》； 单据记录信息：领料单号、领用部门等信息	主要根据《研发领料单》关联的研发项目对象和领用人员，将耗用的材料归集至费用科目“研发费用”科目。
生产领料	由生产部门领料； 领料单据主要为《生产领料单》； 单据记录信息：任务单号、领用部门等信息	主要根据《生产领料单》对应的成本对象和领用部门，将耗用的材料归集至“生产成本”科目。

在每月末，仓管员应将本月研发领料单与生产领料单分别归集交予财务，财务将每月的研发用料在“研发支出-直接投入”科目下按照项目进行归集核算。公司研发领料和生产领料的相关内部控制制度完善，均有严格的审批流程，且研发领料和生产领料过程中相关单据保存完整，记录的领料部门及人员、审批流程等方面均存在差异。因此，报告期内，公司不存在研发领料和生产领料混同的情形。

（三）公司相关的内控措施及执行有效性

报告期内，公司研发活动支出包括材料费用、燃料动力、人工费用和折旧费等。为了规范研发流程，并进行准确的核算，公司建立了《研究开发经费核算管理制度》《研究开发项目管理制度》和《研究中心管理章程》等多种研发项目管理制度。对于已审核通过的研发支出，财务部按照项目、性质进行账务处理。针对材料领用及核算方面，公司具体相关控制措施如下：

1、项目组根据研发项目的具体要求，确定研发计划和技术设计方案，采购部门按照研发计划进行材料、设备等采购。

2、相关人员领用研发材料需按照要求在 SFM 系统中填写研发领料单，列明领用材料的名称、规格数量等内容并由部门领导审核。

3、仓库管理员根据已审核的领料单进行物料配发和出库，并由领用人签名确认。

4、研发领料单一式三份，领用部门、仓库、财务各一份，以便统计、核对、进行账务处理。

5、在每月末，仓管员应将本月研发领料单归集交予财务，财务应将每月的研发用料作为研发费用在账上单独列明，并按项目做好归集。

综上，公司研发材料根据研发项目实际需求领用，研发领料后续流转、形成的成果符合公司实际经营情况，公司研发领料相关内部控制制度完善，并得到有效执行。

二、结合研发人员认定标准说明报告期内研发人员增长较快的原因，与研发项目的对应关系；结合发行人对研发人员的激励机制、工资及奖金构成情况及与同行业可比公司的对比情况，分析说明研发人员与销售人员薪酬差异较大且低于行业均值的原因

（一）结合研发人员认定标准说明报告期内研发人员增长较快的原因，与研发项目的对应关系

1、结合研发人员认定标准说明报告期内研发人员增长较快的原因

公司研发人员的认定标准系根据员工所属部门及具体工作职责确定，公司将研发部门中直接参与各已批准的研发项目的人员以及研发部门管理人员认定为研发人员。公司上述部门人员均具备相关专业背景及行业工作经验，能对公司研发项目起到支持作用，研发人员划分标准明确。

报告期各期末，公司研发人员数量分别为 46 人、53 人、73 人和 79 人，人员规模与公司现有业务的研发需求相匹配。报告期内研发人员增长较快，主要原因为：（1）报告期各期研发项目数量分别为 5 个、7 个、11 个和 15 个，其中各期新增研发项目数量分别为 3 个、6 个、6 个和 11 个，为满足研发项目数量增长，公司相应增加研发人员；（2）公司新增研发项目综合了配方升级开发、设备及生产工艺开发和截面/配件开发三大研发方向，项目涉及的领域广、细分类别多，因此对项目的专注程度和时间投入方面也提出较高要求。公司在充分考虑项目研发周期、研发难度、现有研发人员的专业结构和项目经验基础上，结合研发项目的开发特点，合理配置了各期研发项目所需人员。因此，报告期内研发人员增加具有合理性及必要性。

2、研发人员与研发项目的对应关系

报告期内，公司根据研发项目涉及的领域和部门，选定研究人员，成立项目组。研发部门根据项目组人员情况，编制《研发项目与人员对应表》，由部门负责人审核批准。财务部门根据《研发项目与人员对应表》，按研发项目归集研发活动中的人工成本。

对于参与研发活动的员工薪酬，公司在“研发费用-职工薪酬”科目下统计归集。研发部门每月对参与项目的研发人员工时进行记录，经研发中心等各部门负责人签字确认。人力部门根据研发部门的考勤情况计算研发人员的工资薪金。财务部门根据每个研发人员参与项目的实际工时，编制《研发费用工时统计表》并合理分摊至各研发项目的人员人工成本。

综上，研发人员按其参与研发项目的实际工时情况与研发项目进行对应。

（二）结合发行人对研发人员的激励机制、工资及奖金构成情况及与同行业可比公司的对比情况，分析说明研发人员与销售人员薪酬差异较大且低于行业均值的原因

公司主要根据研发项目成果转换情况对研发人员进行激励。报告期内，2020 年度公司奖金占比较高，主要系 2017-2019 年，公司进行产品配方改良、设备自动化更新等多个研发项目，其研发成果经过实践后在 2020 年实现较高的收入，2020 年收入较 2019 年实现 42.11%的增长。因此，公司于 2020 年对相关研发人员给予较高奖金激励。报告期内，公司研发人员基本工资和奖金的构成情况如下：

单位：万元

科目	类别	2022 年 1-3 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
研发费用	基本工资	225.21	99.58%	684.00	96.40%	475.63	87.85%	411.11	100.00%
	奖金	0.96	0.42%	25.52	3.60%	65.80	12.15%	-	-
	合计	**226.17**	**100.00%**	**709.52**	**100.00%**	**541.44**	**100.00%**	**411.11**	**100.00%**

注：同行业可比公司未披露研发费用基本工资与奖金的构成数据。

报告期内，公司研发人员薪酬分别为 0.74 万元/人/月、0.85 万元/人/月、0.81 万元/人/月和 0.95 万元/人/月，销售人员薪酬分别为 0.86 万元/人/月、0.86 万元/人/月、1.20 万元/人/月和 0.95 万元/人/月，研发人员与销售人员薪酬整体差异较小。其中，2019 年和 2021 年两者薪酬具有一定差异，主要系 2019 年未产生研发人员奖金激励，故 2019 年研发人员人均薪酬低于销售人员人均薪酬；2021 年下半年新增了 16 名研发人员，公司月薪数以 12 个月为基准，先以当年研发费用薪酬总额与年末研发人员人数的比值计算人均年度薪酬，再以人均年度薪酬与 12 个月的比值计算人均月薪，故下半年新增的研发人员拉低了研发人员全年的平均月薪数，导致 2021 年研发人员月薪大幅低于销售人员月薪。

同行业可比公司未公开披露研发人员的激励机制、工资及奖金构成情况，故主要以研发人员构成情况分析公司研发人员的人均薪酬低于行业均值的原因。公司的研发人员中管理人员学历和薪酬相对较高，主要从事新技术、新工艺和新产品开发计划的制定、实施及验收，负责领导开发研发项目，但占比较低；一般职员学历和薪酬相对较低，主要从事项目下放后细分领域的具体实施、执行主要技术人员的研发安排，其占比较高。公司的研发人员工资与森泰股份、国风新材的较为接近，但低于南京聚隆的研发人员工资，主要原因为南京聚隆的研发人员中，本科及硕士学历的研发人员占比超过 50%，故其研发人员的平均薪酬较高。

综上，公司研发人员与销售人员薪酬差异且低于行业均值具有合理性。

三、结合上述问题、发行人研发费用具体构成及占比与可比公司的对比情况，进一步分析说明各期研发费用率的变动合理性及低于可比公司均值的原因，发行人是否具备持续的研发创新能力

（一）发行人研发费用具体构成及占比与可比公司的对比情况

报告期内，公司研发费用具体构成及占比与可比公司的对比情况具体如下：

单位：万元

科目	类别	2022年1-3月		2021年度		2020年度		2019年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
森泰股份	直接投入	-	-	1,500.27	44.00%	1,280.70	42.81%	1,031.17	47.60%
	人员人工	-	-	1,668.85	48.95%	1,235.51	41.30%	991.45	45.76%
	折旧与摊销	-	-	121.39	3.56%	137.6	4.60%	96.64	4.46%
	其他费用	-	-	118.9	3.49%	337.77	11.29%	47.24	2.18%
	合计	-	-	**3,409.41**	**100.00%**	**2,991.58**	**100.00%**	**2,166.50**	**100.00%**
美新科技	直接投入	249.56	47.26%	1,296.69	59.34%	622.82	45.74%	491.01	49.50%
	人员人工	226.17	42.83%	709.52	32.47%	541.44	39.76%	411.11	41.45%
	折旧与摊销	18.36	3.48%	55.32	2.53%	35.53	2.61%	24.28	2.45%
	其他费用	33.94	6.43%	123.61	5.66%	161.89	11.89%	65.51	6.60%
	合计	**528.04**	**100.00%**	**2,185.14**	**100.00%**	**1,361.67**	**100.00%**	**991.91**	**100.00%**

注：国风新材、南京聚隆未披露研发投入的具体构成、森泰股份未披露2022年1-3月数据，故此处未列示。

报告期内，森泰股份直接投入占研发费用比重为42.81%至47.60%，人员人工占研发费用比重为41.30%至48.95%。公司直接投入占研发费用比重为45.74%至59.34%，人员人工占研发费用比重为32.47%至42.83%。因此，森泰股份与公司在研发费用构成占比上整体趋同，均以直接投入及人员人工为主，主要是同受塑木行业研发特点，即需要通过领用大量的材料进行试验生产和测试的影响。

报告期内，公司的研发支出总额分别为991.91万元、1,361.67万元、2,185.14万元和528.04万元，占营业收入的比例分别为2.84%、2.74%、3.15%和2.73%。报告期内，公司与可比公司研发费用率情况如下：

公司名称	2022年1-3月	2021年度	2020年度	2019年度
森泰股份	-	3.73%	4.73%	4.06%
其中：直接投入	-	1.64%	2.03%	1.93%
人员人工	-	1.82%	1.95%	1.86%
折旧与摊销	-	0.13%	0.22%	0.18%

公司名称	2022 年 1-3 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
其他费用	-	0.13%	0.53%	0.09%
国风新材	2.18%	4.15%	3.53%	3.62%
南京聚隆	3.56%	3.49%	4.09%	3.87%
行业平均值	**2.87%**	**3.79%**	**4.12%**	**3.85%**
美新科技	2.73%	3.15%	2.74%	2.84%
其中：直接投入	1.29%	1.87%	1.25%	1.40%
人员人工	1.17%	1.02%	1.09%	1.18%
折旧与摊销	0.10%	0.08%	0.07%	0.07%
其他费用	0.18%	0.18%	0.33%	0.19%

注 1：国风新材、南京聚隆未披露研发投入的具体构成；
注 2：森泰股份未披露 2022 年 1-3 月数据，故此处未列示。

公司各期研发费用率低于可比公司均值，具体原因分析如下：

1、直接投入相对较低：公司基于长期的研发积累，掌握了塑木产品配方尤其是包覆层面料配方的核心技术，配方所需的核心原材料不依赖特定供应商进行供应，而是直接基于新料、增塑剂和其他颗粒等调配制成的粘合剂为基础进行研发，上述原材料为塑木行业或其他行业通用原材料，原材料数量多，来源广，价格相对较低，因此导致研发所需的直接材料投入较低。

2、人员薪酬总额相对较低：公司的研发人员中管理人员人数较少，其学历和薪酬相对较高；一般职员人数多，学历和薪酬相对较低。因此，公司的一般职员占多数，导致研发人员的整体平均薪酬较低。

3、2019-2021 年，森泰股份、国风新材及南京聚隆的营业收入复合增长率分别为 30.92%、18.48%、31.94%，而公司的营业收入复合增长率为 40.96%，远高于同行业可比公司。因此，由于公司各期营业收入的增长幅度较大，虽然公司持续加大研发投入，但收入增长幅度总体高于研发支出的增长幅度，导致公司各期研发费用率相比可比公司较低。

综上，公司报告期内的研发费用占营业收入比例较低，符合公司生产经营情况，与公司经营规模相匹配，具有合理性。

（二）报告期内公司研发支出成果转换显著，具有持续研发能力

1、不断加强和完善持续创新、持续研发体系建设

公司组建了专门的塑木复合材料研发中心，经过多年的深耕积累，已建立了分工明确的研发组织结构，制定了完善的技术创新机制与制度安排。

截至报告期末，已建立起一支 79 名研发人员的技术攻坚团队，涉及高分子、机械设备、电气工程、设计等专业性人才，占公司员工总数的比例为 9.01%，形成了多层次

多维度的研发团队，为公司具备持续创新、持续研发能力提供了人员保障。

2、公司在技术优势领域持续保持创新能力，研发成果显著

公司凭借在塑木复合材料领域的长期技术积累，全面掌握了包括全包覆塑木型材的全工艺流程，并形成包括包覆层面料配方、内加型抗静电技术、高速共挤一体成型生产技术、后处理自动化生产及数字化颜色纹理调控技术在内的关键核心技术。

在技术优势领域内，公司持续深化、延展和保持创新能力。截至报告期末，公司在研项目 15 个，涉及轻质发泡防火阻燃、低吸热、降噪、共挤塑木表面处理工艺自动化、共挤塑木成型生产线自动计量全自动供料等研发。上述在研项目项目均与公司主营产品高度相关，预计未来将继续带动公司营业收入保持高速增长。

3、募投项目中的研发中心建设

公司首次公开发行募集资金拟投入研发中心建设项目 4,353.11 万元，在公司已有优势的基础上，将进一步促进研发能力提升以提高设备自动化水平、拓宽塑木型材在室内场景等应用领域以满足未来行业技术和市场产品需求，保持公司核心技术的领先地位。

综上所述，公司组建资深研发团队，结合核心技术优势及研发中心，形成高效的成果转化体系。未来随着募投项目研发中心的建成，公司研发能力将进一步增强，公司具有持续研发能力。

四、区分居间商和经销商说明各期支付佣金、计提标准及结算方式、对应实现收入，相应会计处理及是否符合《企业会计准则》规定

报告期内，公司在部分国家通过利用专业的居间商或经销商的销售渠道，达到快速地与当地客户建立业务合作关系的目标，以较低的成本快速拓展自身的渠道资源，提高产品的市场覆盖广度和渗透深度。公司根据居间商及经销商推介客户的出货量或收入实现情况，向居间商及经销商支付佣金。报告期内，公司主要居间商和经销商的佣金计提标准及结算方式如下：

类型	公司名称	佣金计提标准	结算方式
居间商	Top Timber S.L.	按照“基础佣金+浮动业绩佣金”计提佣金。 基础佣金比例为 5%；浮动业绩佣金比例根据推介客户的出货量变动，当推介客户全年出货量总量为 500-1,000 吨，按全年出货量对应收入的 3%的比例计提；推介客户全年出货总量为 1,001-2,000 吨，按全年出货量对应收入的 4%的比例计提；推介客户全年出货总量大于 2,000 吨，按全年出货量对应收入的 5%的比例计提	产品出货并收到推介客户货款时进行结算

类型	公司名称	佣金计提标准	结算方式
	WPS Sales LLC	按照推介客户所在区域的不同，按 2%-5%计提佣金	
	Showcase Marketing Associates Inc.	按照实现收入的 7%计提佣金	
经销商	Newtechwood Distribution UK Ltd	按照实现收入的 10%计提佣金	
	Shawfield Timber Limited	按照实现收入的 10%计提佣金	

报告期内，公司主要居间商和经销商计提佣金及对应实现收入等情况如下表所示：

单位：万美元

期间	类型	公司名称	佣金计提金额	支付佣金金额	对应实现收入	佣金计提比例
2022 年 1-3 月	居间商	Top Timber S.L.	10.37	4.79	111.33	9.31%
		WPS Sales LLC	7.93	7.93	249.95	3.17%
		Showcase Marketing Associates Inc.	1.06	1.06	15.14	7.00%
2021 年度	居间商	Top Timber S.L.	41.53	41.53	435.55	9.54%
		WPS Sales LLC	55.40	55.40	1,456.65	3.80%
		Showcase Marketing Associates Inc.	13.47	13.47	192.43	7.00%
	经销商	Newtechwood Distribution UK Ltd	5.10	5.10	51.53	9.90%
2020 年度	居间商	Top Timber S.L.	22.49	22.49	235.56	9.55%
		WPS Sales LLC	44.90	44.90	1,199.36	3.74%
	经销商	Shawfield Timber Limited	7.20	7.20	72.74	9.90%
2019 年度	居间商	Top Timber S.L.	16.73	16.73	206.62	8.10%
		WPS Sales LLC	26.27	26.27	695.98	3.77%
	经销商	Shawfield Timber Limited	4.50	4.50	46.28	9.72%

注 1：佣金计提金额按照对应实现收入扣除不满足佣金计提条件的样品、包装费等支出后进行计提；

注 2：由于 2022 年全年出货量尚未确定，2022 年 1-3 月 Top Timber S.L.的浮动业绩佣金按照 2021 年度的计提比例进行计提。

报告期内，公司销售佣金以居间商为主，居间商及经销商的计提佣金与其推介客户对应实现收入相匹配。部分居间商或经销商的佣金计提比例与计提标准存在小额差异，主要是由于佣金计提时会在对应实现收入的基础上扣除不满足佣金计提条件的样品、包装费等支出后进行计算所致。Top Timber S.L.与公司合作时间较长，其佣金计提方式为“基础佣金+浮动业绩佣金”模式，报告期内其佣金计提比例随公司对其推介客户出货量而有所波动。

Top Timber S.L.推介的客户为西班牙当地的经销商，主要协助撮合公司与推介客户的交易以及开展推介客户的售后服务，推介的客户资源来源于 Top Timber S.L.；而对于其他

主要居间商而言，由于 Home Depot、Lowe’s、Wayfair 等家居建材超市在美国拥有的门店数量较多，美国子公司难以覆盖其全部门店的销售业务及对应的售后维护工作，因此主要通过美国本土提供专业零售渠道支持的居间商 WPS Sales LLC、Showcase Marketing Associates Inc.对美国各地的家居建材超市进行市场开拓及售后维护等工作，Home Depot、Lowe’s、Wayfair 等家居建材超市客户为公司的已有客户，客户资源来源于公司而并非依赖于上述居间商，WPS Sales LLC、Showcase Marketing Associates Inc.的工作为开拓并维护公司已有家居建材超市客户在美国各地区的更多门店，可替代性相对较高，因此其佣金计提比例与 Top Timber S.L.相比较低。Top Timber S.L.的佣金计提比例与同样推介经销商客户并掌握客户资源的 Newtechwood Distribution UK Ltd、Shawfield Timber Limited 相比不存在显著差异。

Top Timber S.L.仅与发行人存在佣金结算的资金往来，与发行人控股股东、实际控制人及其直系亲属、董事、监事、高级管理人员不存在资金往来。

公司根据与居间商及经销商的约定，在推介客户实现收入的当期计提佣金，具体会计处理为借记销售费用，贷记其他应付款，在产品出货并收到推介客户货款时，根据推介客户支付货款的比例冲减其他应付款，同时向居间商及经销商支付销售佣金，具体会计处理为借记其他应付款，贷记银行存款。

根据《企业会计准则第 14 号—收入》第二十八条规定：“企业为取得合同发生的增量成本预期能够收回的，应当作为合同取得成本确认为一项资产；但是，该资产摊销期限不超过一年的，可以在发生时计入当期损益。增量成本，是指企业不取得合同就不会发生的成本（如销售佣金等）”。公司的销售佣金是根据居间商或经销商促成的交易金额乘以佣金费率计算，属于增量成本，且佣金对应期限不超过一年，因此应当计入销售费用，公司销售佣金的会计处理符合《企业会计准则》的相关规定。

五、说明向墨西哥销售产品出现问题的产生背景、所涉及的具体核心生产技术、后续解决措施，并结合市场反馈说明发行人核心技术目前的成熟度

公司生产全包覆塑木复合型材的核心技术在于研发并生产高耐候性能的面层料配方，面层料配方的核心一方面在于强化产品的耐候、抗划、耐磨等性能，另一方面在于加强面层料与芯层料的粘结强度，防止使用过程中面层料与芯层料出现脱落现象。2017 年，为打破高耐候性能全包覆产品面层料核心配方材料对于国外公司的技术依赖、降低公司生产成本，公司决定开展实验自主研发高耐候性能的面层料配方，在历经 600 多次实验后，最终于 2017 年底研制成功并达到可量产状态。

2017 年底至 2018 年上半年，公司自主研发的高耐候性能的面层料配方虽然达到量产状态，生产的产品达到出厂标准，但量产初期生产的部分批次产品质量仍存在一定的不稳定性，表现在部分批次产品在墨西哥炎热的气候环境下长期使用时，出

现了面层料与芯层料脱落的现象，从而引起产品出现了发白、起泡等问题，经与墨西哥经销商 NewTechWood LATAM（以下简称“LATAM”）协商一致，公司于 2020 年确认合计 811.59 万元的产品退款。2021 年度、2022 年 1-3 月该墨西哥经销商均未发生产品退款情形。

综上，公司向墨西哥销售产品出现问题主要系高耐候性能的面层料配方量产初期时生产的部分批次产品质量不稳定导致，且已与客户协商一致对出现问题的产品统一做了退款处理。2018 年下半年起，经过公司的调整优化，公司的核心技术即高耐候性能的面层料配方已实现稳定量产，生产产品的稳定性较强。2021 年度和 2022 年 1-3 月，公司退货金额分别为 772.48 万元和 70.19 万元，占营业收入的比例分别为 1.11%和 0.36%，退货比例相对较小，2021 年以来未发生大额产品退款情形，且 2021 年度、2022 年 1-3 月该墨西哥经销商不存在产品退款情形，公司的核心技术即高耐候性能的面层料配方已较为成熟。

六、说明发行人销售产品的质保条款与同行业可比公司的对比情况及差异原因，并结合质保费用计提标准、报告期内实际支出情况，进一步分析说明报告期内计入销售费用的质保费逐期下降的合理性、发行人质保费用计提是否充分

（一）发行人销售产品的质保条款与同行业可比公司的对比情况及差异原因

1、发行人销售产品的质保条款

报告期内，公司销售给所有客户的产品均按统一的质量保证条款执行，条款主要约定如下：

公司向购买方保证为符合下述条件的“NewTechWood”产品提供保修，在指定保修期内，此类产品应：（1）处于正常且合理的使用情况下；（2）按照公司提供的书面说明书进行安装；（3）在地面应用的使用和保养过程中，免受于可能对其造成缺陷的其他材料的影响，不会出现因摩擦产生白痕、碎裂、分层、腐烂或因真菌腐烂而遭受结构性损害的情况。具体各类产品质保期限如下：

产品品牌	产品类别	质保期限
“NewTechWood”家用品牌	NewTechWood Ultrashield户外地板、NewTechWood Naturale户外地板、NewTechWood Ultrashield墙板、NewTechWood Ultrashield格栅、NewTechWood Ultrashield复合栏杆	25年
	NewTechWood金属配件	20年
	NewTechWood Vintage户外地板、NewTechWood塑料配件	15年
	NewTechWood Ultrashield组合地板	10年
	NewTechWood石砖、NewTechWood草皮、NewTechWood花箱	5年
“NewTechWood”商用	NewTechWood金属配件	20年

产品品牌	产品类别	质保期限
品牌	NewTechWood塑料配件	15年
	NewTechWood Ultrashield户外地板、NewTechWood Naturale户外地板、NewTechWood Ultrashield墙板、NewTechWood Ultrashield格栅、NewTechWood Ultrashield复合栏杆	10年
	NewTechWood Vintage户外地板	7年
	NewTechWood Ultrashield组合地板、NewTechWood石砖、NewTechWood草皮、NewTechWood花箱	5年

公司产品主要销往海外市场，与TREX、FIBERON等国际领先的塑木企业竞争，为保持产品市场竞争力，公司产品的质保期限参考TREX、FIBERON等企业制定，产品质保期根据产品类别分别为5-25年，户外地板及墙板产品的质保期限最长可达25年。

就产品退款比例来说，公司根据产品使用时长的不同给予不同的退款比例，各质保期限的具体情况如下：

产品品牌	退款比例	5年家用质保	10年家用质保	15年家用质保	20年家用质保	25年家用质保
		使用时长	使用时长	使用时长	使用时长	使用时长
"NewTechWood"家用品牌	100%	0-1年	0-5年	0-7年	0-10年	0-10年
	80%	2年	6年	8-9年	11-12年	11-13年
"NewTechWood"家用品牌	60%	3年	7年	10-11年	13-14年	14-16年
	40%	4年	8年	12-13年	15-16年	17-19年
	20%	5年	9年	14年	17-18年	20-22年
	10%	-	10年	15年	19-20年	23-25年

产品品牌	退款比例	5年商用质保	7年商用质保	10年商用质保	15年商用质保	20年商用质保
		使用时长	使用时长	使用时长	使用时长	使用时长
"NewTechWood"商用品牌	100%	0-1年	0-2年	0-5年	0-7年	0-10年
	80%	2年	3年	6年	8-9年	11-12年
	60%	3年	4年	7年	10-11年	13-14年
	40%	4年	5年	8年	12-13年	15-16年
	20%	5年	6年	9年	14年	17-18年
	10%	-	7年	10年	15年	19-20年

2、质保条款与同行业可比公司 TREX、FIBERON 相比基本一致，不存在显著差异

根据TREX和FIBERON官网披露的售后政策，其户外地板的质保期限与公司的对比情况如下：

产品类型	公司名称	质保期限
家用户外地板	TREX	25年
	FIBERON	25年-50年

	发行人	**15年、25年**
商用户外地板	TREX	10年
	FIBERON	10年
	发行人	**7年、10年**

注：TREX、FIBERON未披露墙板、组合地板产品的质保期限。

公司的家用户外地板根据产品系列的不同分别为 15 年、25 年，商用户外地板根据产品系列的不同分别为 7 年、10 年。公司主要销售户外地板的系列为 NewTechWood Ultrashield、NewTechWood Naturale 系列，其家用和商用的质保期分别为 25 年和 10 年，与同行业可比公司 TREX、FIBERON 不存在显著差异。

就产品退款比例来说，TREX、FIBERON与公司相同质保期限的户外地板的对比情况如下：

产品类型	使用时长	退款比例		
		TREX	**FIBERON**	发行人
25 年质保期限家用户外地板	0-10 年	100%	100%	**100%**
	11-13 年	80%	80%	**80%**
	14-16 年	60%	60%	**60%**
	17-19 年	40%	40%	**40%**
	20-22 年	20%	20%	**20%**
	23-25 年	10%	10%	**10%**
产品类型	使用时长	退款比例		
		TREX	**FIBERON**	发行人
10 年质保期限商用户外地板	0-5 年	-	100%	**100%**
	6 年	-	80%	**80%**
	7 年	-	60%	**60%**
	8 年	-	40%	**40%**
	9 年	-	20%	**20%**
	10 年	-	10%	**10%**

注：Trex未披露商用户外地板质保期限内的退款比例情况。

公司 25 年质保期限的家用户外地板和 10 年质保期限的商用户外地板在质保期限内的退款比例与同行业可比公司 TREX、FIBERON 一致，不存在差异。

综上，公司销售产品的质保条款与同行业可比公司 TREX、FIBERON 相比基本一致，不存在显著差异。

（二）结合质保费用计提标准、报告期内实际支出情况，进一步分析说明报告期内计入销售费用的质保费逐期下降的合理性、发行人质保费用计提是否充分

公司质保费用为因产品质量瑕疵而向客户支付的售后退款金额，公司根据前两年的实际质保费用占比的平均值，确定当期的质保费用比例，乘以当期收入后得出当期所销售产品所需计提的预计负债，在质保费实际发生时冲减已预提的预计负债，若当期实际发生的质保费超过预计负债期初余额，则差额部分直接计入当期销售费用。报告期内，公司质保费用计提及实际支出情况具体如下表所示：

单位：万元

项目	2022.3.31/ 2022 年 1-3 月	2021.12.31/ 2021 年度	2020.12.31/ 2020 年度	2019.12.31/ 2019 年度
预计负债-产品质量保证期初余额	308.80	269.39	124.93	83.79
加：本期计提金额	39.88	244.00	373.94	411.49
减：本期实际发生金额	28.71	204.59	229.48	370.35
预计负债-产品质量保证期末余额	319.97	308.80	269.39	124.93
当期主营业务收入	19,193.37	69,013.26	49,643.95	34,544.28
当期计提的质保费用占主营业务收入比例	0.21%	0.35%	0.75%	1.19%

报告期内，公司计提的质保费用分别为 411.49 万元、373.94 万元、244.00 万元和 39.88 万元，占主营业务收入比例为 1.19%、0.75%、0.35%和 0.21%，计提的质保费用逐期下降，主要系由于公司的质保费用系根据历史实际发生情况进行测算并计提，报告期内实际发生的质保费用逐年减少，导致质保费用计提比例相应下降。报告期各期，公司计提的质保费用均超过当期实际发生的质保费用支出金额，质保费用的计提与公司的实际运营情况相符，质保费用计提充分。

七、请申报会计师发表明确意见

（一）核查程序

就上述事项，我们执行了以下核查程序：

1、获取发行人研发费用明细账、研发废料台账及其单据、与第三方签订的研发废料处理协议，核查发行人研发费用的记账、归集及匹配情况，了解报告期各期材料费用变化的原因及研发费用具体构成及占比情况，核查发行人的研发废料的归集和处理是否合理；

2、抽查了发行人研发领料单及研发活动相关的内控制度等文件，访谈发行人相关财务人员、审批人员，了解并核查研发制度及相关内控程序的执行落实情况；

3、获取员工花名册及员工薪酬明细账，了解销售和研发部门的员工工作实质，检查薪酬划分为各费用的依据；

4、查询公开资料，获取同行业可比公司的薪酬及研发投入数据，分析了发行人研

发人员与销售人员薪酬差异较大且低于行业均值的原因；

5、获取发行人与主要居间商和经销商签署的佣金协议、发行人的佣金计算明细表，核查佣金是否按照协议约定计提，查阅《企业会计准则》，核查佣金计提是否符合《企业会计准则》的规定；

6、结合发行人的资金流水、发行人控股股东、实际控制人、实际控制人的直系亲属、董事、监事、高级管理人员的资金流水，核查发行人实际控制人及其直系亲属、发行人董监高与居间商 Top Timber S.L.是否存在资金往来；

7、访谈发行人主要管理人员，了解墨西哥销售产品出现问题的产生背景、所涉及的具体核心生产技术、后续解决措施；

8、获取墨西哥客户 LATAM 全套退货的材料及关于退货的沟通记录，核查销售退回的具体原因及是否存在异常情形；

9、获取发行人退货明细表、客户沟通记录、客户投诉处理单，统计报告期内退货金额及占比情况，查阅销售合同、销售部门对销售退回的处理意见，核查报告期内是否存在其他大额产品退货情形；

10、获取发行人的产品质保条款，查阅同行业可比公司 TREX、FIBERON 的质保条款，对比分析是否存在差异及差异原因；

11、查阅发行人质保费用的计提方法及计提明细表，分析报告期内计入销售费用的质保费逐期下降的合理性及质保费用的计提充分性。

（二）核查结论

经核查，我们认为：

1、报告期内发行人直接材料费增长较快具有合理性、不存在研发领料和生产领料混用的情形、研发废料的归集和处理具有合理性，发行人相关的内控措施执行有效；

2、报告期内发行人研发人员增长较快、研发人员与销售人员薪酬的差异性及低于行业均值具有合理性；

3、发行人报告期各期研发费用率的变动及低于可比公司均值具有合理性，发行人具备持续的研发创新能力；

4、发行人销售佣金的会计处理符合《企业会计准则》的相关规定；

5、发行人向墨西哥经销商销售产品出现问题主要系高耐候性能的面层料配方量产初期时生产的部分批次产品质量不稳定导致，且已与客户协商一致对出现问题的产品统一做了退款处理，2021 年起该客户均未发生产品退款情形。2018 年下半年起，经过发行人的调整优化，发行人的核心技术即高耐候性能的面层料配方已实现稳定量产，生产产品的稳定性较强，发行人的核心技术已较为成熟；

6、发行人产品质保条款与同行业可比公司 TREX、FIBERON 相比基本一致，不存在显著差异；发行人质保费用的计提与公司的实际运营情况相符，质保费用计提充分。

问题 10.关于其他事项

申请文件及首轮问询回复显示：

（1）发行人存在 1 年以上库龄的库存商品，主要产品的生产周期通常约为 15 天，美国子公司销售周期通常在一周内，母公司一般约为 60 至 90 天。

（2）发行人不存在对外销售的废料，生产过程中的不合格半成品和产成品可作为回收料循环投入再生产。

（3）发行人拟将募集资金用于国内营销网络建设，包括建设 72 家旗舰店展厅，募投项目建成后将逐步实现年产约 7 万吨的设计产能。发行人募投项目的环评手续正在办理过程中。

（4）发行人租赁办公厂房的面积较大，发行人仍租赁美化塑胶生产厂房，对应净利润规模较大；转让后美化塑胶免除发行人租金 2 年。厂房租赁的持续性、合法合规性、定价公允性分析论证不够充分。

请发行人：

（1）区分母公司和美国子公司列示各期末库存商品金额、对应库龄、存货跌价准备计提金额及比例；结合产品生产周期及销售周期、下游客户经营情况及备货政策等，进一步分析说明各期末均存在库龄较长的库存商品的原因及合理性。

（2）结合上述问题、发行人存货跌价准备计提政策与可比公司对比情况，进一步分析说明库存商品计提的跌价准备金额是否充分。

（3）简要说明对生产过程中产生废料回收的基本情况，包括出入库管理流程、成本归集与结转、各期末盘点情况、存货跌价准备测试方法等，将废料回收再生产是否符合行业惯例，发行人建立的废料管理制度及执行有效性。

（4）结合募投项目新增产能、在手订单、客户开拓及国内消费习惯等，进一步分析说明国内市场销售是否存在重大不确定性；说明募投项目的环评手续办理进展情况，预计办理完毕时间及对募投项目进展的影响。

（5）说明报告期各期发行人租赁房屋（包括厂房）情况，自有房屋和租赁房屋对应的收入、净利润情况，发行人厂房紧张情况下仍对外出让美化塑胶生产厂房且继续租赁厂房的原因及合理性。

（6）分析说明厂房租赁的持续性、合法合规性、定价公允性，以及对发行人生产经营和业绩的影响。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，请发行人律师对问题（4）-（6）发表明确意见。

回复：

一、区分母公司和美国子公司列示各期末库存商品金额、对应库龄、存货跌价准备计提金额及比例；结合产品生产周期及销售周期、下游客户经营情况及备货政策等，进一步分析说明各期末均存在库龄较长的库存商品的原因及合理性

（一）母公司各期末库存商品情况

2019年，公司生产工艺升级的影响主要体现在：提高了产品生产的稳定性，在降低产品生产成本的同时提高了公司产品的良品率。报告期各期末，公司的存货均为符合生产标准的合格产品，期后可继续对外销售。

报告期各期末，母公司库存商品库龄、跌价情况及库龄一年以上的存货期后销售情况如下：

单位：万元

截止日	库存商品分类	账面余额	库龄									
			1年以内				1年以上					
			账面余额		跌价准备		账面余额		跌价准备		期后实现销售金额	占比
			金额	占比	金额	计提比例	金额	占比	金额	计提比例		
2022.3.31	户外地板	1,680.38	1,650.11	98.20%	1.60	0.10%	30.28	1.80%	16.18	53.43%	1.68	5.55%
	墙板	1,088.90	1,083.70	99.52%	0.83	0.08%	5.20	0.48%	3.16	60.77%	0.99	19.13%
	组合地板	139.10	130.16	93.57%	-	-	8.94	6.43%	8.20	91.72%	4.84	54.10%
	其他型材	140.73	138.17	98.18%	11.60	8.40%	2.56	1.82%	1.76	68.75%	0.61	23.95%
	配件	921.83	727.88	78.96%	0.49	0.07%	193.95	21.04%	130.05	67.05%	144.67	74.59%
	合计	**3,970.95**	**3,730.02**	**93.93%**	**14.51**	**0.39%**	**240.92**	**6.07%**	**159.35**	**66.14%**	**152.80**	**63.42%**
2021.12.31	户外地板	1,974.75	1,945.23	98.51%	1.03	0.05%	29.52	1.49%	15.03	50.91%	1.75	5.91%
	墙板	653.70	648.82	99.25%	1.03	0.16%	4.88	0.75%	2.81	57.58%	0.99	20.20%
	组合地板	435.33	425.64	97.77%	0.32	0.08%	9.69	2.23%	7.13	73.58%	5.27	54.34%
	其他型材	192.80	190.34	98.72%	4.97	2.61%	2.46	1.28%	1.43	58.13%	0.61	24.87%
	配件	830.63	624.61	75.20%	1.70	0.27%	206.02	24.80%	131.71	63.93%	157.83	76.61%
	合计	**4,087.20**	**3,834.63**	**93.82%**	**9.04**	**0.24%**	**252.57**	**6.18%**	**158.12**	**62.60%**	**166.43**	**65.90%**
2020.12.31	户外地板	1,184.50	1,149.10	97.01%	54.65	4.76%	35.41	2.99%	18.09	51.09%	20.55	58.03%
	墙板	424.61	419.51	98.80%	0.35	0.08%	5.10	1.20%	2.95	57.84%	4.39	86.05%
	组合地板	382.27	379.62	99.31%	0.63	0.17%	2.65	0.69%	1.96	73.96%	0.26	9.95%
	其他型材	77.23	76.98	99.68%	0.26	0.34%	0.26	0.34%	0.24	92.31%	0.26	98.60%
2020.12.31	配件	568.93	402.78	70.80%	44.15	10.96%	166.14	29.20%	139.01	83.67%	152.54	91.81%

截止日	库存商品分类	账面余额	库龄									
			1年以内				1年以上					
			账面余额		跌价准备		账面余额		跌价准备		期后实现销售金额	占比
			金额	占比	金额	计提比例	金额	占比	金额	计提比例		
	合计	**2,637.53**	**2,427.99**	**92.06%**	**100.05**	**4.12%**	**209.54**	**7.94%**	**162.26**	**77.44%**	**178.00**	**84.95%**
2019.12.31	户外地板	1,280.55	1,005.24	78.50%	10.76	1.07%	275.32	21.50%	49.68	18.04%	275.31	100.00%
	墙板	222.37	119.93	53.93%	0.75	0.63%	102.44	46.07%	5.06	4.94%	102.44	100.00%
	组合地板	279.64	114.13	40.81%	0.99	0.87%	165.52	59.19%	24.69	14.92%	162.63	98.26%
	其他型材	133.56	116.26	87.05%	1.05	0.90%	17.30	12.95%	0.52	3.01%	17.30	100.00%
	配件	453.60	267.85	59.05%	5.23	1.95%	185.76	40.95%	53.41	28.75%	175.84	94.66%
	合计	**2,369.73**	**1,623.41**	**68.51%**	**18.78**	**1.16%**	**746.33**	**31.49%**	**133.36**	**17.87%**	**733.53**	**98.29%**

注：期后实现销售的金额为截至 2022 年 9 月 30 日实现的销售金额；占比为期末库龄 1 年以上存货截至 2022 年 9 月 30 日实现销售的金额÷期末账面余额。

报告期各期末，母公司库存商品库龄主要在1年以内，库龄超过1年的金额分别为746.33万元、209.54万元、252.57万元和240.92万元，占各期末存货余额的比例分别为31.49%、7.94%、6.18%和6.07%，1年以上库存商品占比逐年降低。

2019年末，母公司库龄1年以上的库存商品占比较高，主要系2019年销售未达预期，部分2018年生产的库存商品留存至2019年末导致其库龄超过1年。

2020年末、2021年末和2022年3月末，母公司库龄1年以上的库存商品主要为配件，用于与组合地板、墙板等组装产品搭配出售。公司销售的配件产品种类繁多，配件主要为通用型产品，可替代性较高，客户可选择从其他配件商购买，各类配件的销售状况存在差异，导致部分配件在库时间较长。

报告期各期末，母公司库龄一年以上的存货期后实现销售的比例分别为98.29%、84.95%、65.90%和65.90%，实现销售情况良好，且各期末该部分存货的跌价计提比例分别为17.87%、77.44%、62.60%和66.14%，相关跌价准备计提较为充分。

（二）美国子公司各期末库存商品情况

报告期各期末，美国子公司库存商品库龄及跌价情况如下：

单位：万元

截止日	库存商品分类	账面余额	库龄									
			1年以内				1年以上					
			账面余额		跌价准备		账面余额		跌价准备		期后实现销售金额	占比
			金额	占比	金额	计提比例	金额	占比	金额	计提比例		
2022.3.31	户外地板	1,682.36	1,638.81	97.41%	40.48	2.47%	43.55	2.59%	43.55	100.00%	0.61	1.39%
	墙板	939.52	932.24	99.23%	17.01	1.83%	7.29	0.78%	7.29	100.00%	3.66	50.25%
	组合地板	964.56	930.53	96.47%	11.49	1.24%	34.03	3.53%	34.03	100.00%	7.84	23.05%
	其他型材	241.97	229.95	95.03%	2.04	0.89%	12.03	4.97%	12.03	100.00%	1.39	11.59%
	配件	431.26	408.38	94.69%	-	-	22.88	5.31%	-	-	2.90	12.69%
	合计	**4,259.67**	**4,139.91**	**97.19%**	**71.03**	**1.72%**	**119.76**	**2.81%**	**96.88**	**80.90%**	**16.41**	**13.70%**
2021.12.31	户外地板	1,230.52	1,184.39	96.25%	13.52	1.14%	46.13	3.75%	46.13	100.00%	0.83	1.80%
	墙板	891.24	880.86	98.84%	13.31	1.51%	10.38	1.16%	10.38	100.00%	7.49	72.12%
	组合地板	868.83	826.49	95.13%	9.78	1.18%	42.34	4.87%	42.34	100.00%	12.53	29.60%
	其他型材	162.61	147.21	90.53%	1.63	1.11%	15.39	9.46%	15.39	100.00%	3.38	21.95%
	配件	431.26	408.03	94.61%	-	-	23.24	5.39%	-	-	3.31	14.25%
	合计	**3,584.46**	**3,446.99**	**96.16%**	**38.24**	**1.11%**	**137.47**	**3.84%**	**114.25**	**83.11%**	**27.54**	**20.03%**
2020.12.31	户外地板	1,423.88	1,304.17	91.59%	8.87	0.68%	119.72	8.41%	119.72	100.00%	80.73	67.43%
	墙板	458.60	427.28	93.17%	3.66	0.86%	31.32	6.83%	31.32	100.00%	29.14	93.04%
	组合地板	889.43	839.17	94.35%	9.77	1.16%	50.26	5.65%	43.61	86.77%	38.08	75.77%
	其他型材	68.33	55.28	80.90%	-	-	13.05	19.10%	12.04	92.26%	8.10	62.06%
2020.12.31	配件	217.46	202.54	93.14%	3.42	1.69%	14.93	6.87%	3.85	25.79%	10.63	71.20%

截止日	库存商品分类	账面余额	库龄									
			1年以内				1年以上					
			账面余额		跌价准备		账面余额		跌价准备		期后实现销售金额	占比
			金额	占比	金额	计提比例	金额	占比	金额	计提比例		
	合计	**3,057.71**	**2,828.44**	**92.50%**	**25.73**	**0.91%**	**229.27**	**7.50%**	**210.52**	**91.82%**	**166.68**	**72.70%**
2019.12.31	户外地板	1,481.18	1,301.88	87.89%	12.00	0.92%	179.29	12.10%	179.29	100.00%	138.85	77.45%
	墙板	281.60	264.00	93.75%	4.11	1.56%	17.60	6.25%	17.60	100.00%	16.02	91.05%
	组合地板	576.45	473.37	82.12%	7.80	1.65%	103.08	17.88%	94.96	92.12%	96.19	93.32%
	其他型材	104.70	91.78	87.66%	-	-	12.92	12.34%	11.90	92.11%	7.64	59.13%
	配件	94.88	67.72	71.37%	11.59	17.12%	27.16	28.63%	13.70	50.44%	27.14	99.93%
	合计	**2,538.80**	**2,198.75**	**86.61%**	**35.51**	**1.62%**	**340.05**	**13.39%**	**317.46**	**93.36%**	**285.85**	**84.06%**

注：期后实现销售的金额为截至 2022 年 9 月 30 日实现的销售金额；占比为期末库龄 1 年以上存货截至 2022 年 9 月 30 日实现销售的金额÷期末账面余额。

美国子公司库存商品库龄主要在1年以内，库龄超过1年的金额分别为340.05万元、229.27万元、137.47万元和119.76万元，占各期末存货余额的比例分别为13.39%、7.50%、3.84%和2.81%，库龄1年以上的库存商品占比逐年降低。报告期各期末，美国子公司库龄一年以上的存货期后实现销售的比例为84.06%、72.70%、20.03%和13.70%，最近一年一期的实现销售比例较低，但公司对美国子公司库龄超过1年的库存商品跌价计提比例分别为93.36%、91.82%、83.11%和80.90%，最近一年一期除配件外的其他库龄一年以上的存货均已100%计提跌价，相关跌价准备计提较为充分。

美国子公司作为北美地区的销售主体，主要销往Home Depot、Lowe’s等大型家居建材超市。建材超市在终端消费者向其下单后，再向公司下单，其销售周期较短通常在一周内，为能及时响应该地区的终端消费者需求，美国子公司进行了适当备货。报告期各期末，存在库龄较长的库存商品的原因主要系受公司备货政策影响，为了满足销售需要，对非热销产品亦需适当备货，但此类存货周转速度较慢，导致部分商品库龄超过1年。

综上所述，发行人各期末均存在库龄较长的库存商品，与产品生产周期及销售周期、下游客户经营情况无明显直接关系，主要因以下两个方面原因：一方面，因发行人美国子公司为了满足当地终端消费者下单的及时性，对塑木型材产品进行了适当的备货；另一方面，发行人库存商品中存在部分通用型配件，非专用于塑木型材产品使用，发行人会批量生产一定数量配件，因各期配件销售存在差异，导致期末存在部分配件库龄较长。

二、结合上述问题、发行人存货跌价准备计提政策与可比公司对比情况，进一步分析说明库存商品计提的跌价准备金额是否充分

报告期内，公司与同行业可比公司的对比情况如下：

公司简称	存货跌价准备计提政策
森泰股份	资产负债表日按成本与可变现净值孰低计量，存货成本高于其可变现净值的，计提存货跌价准备，计入当期损益；在确定存货的可变现净值时，以取得的可靠证据为基础，并且考虑持有存货的目的、资产负债表日后事项的影响等因素。
国风新材	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。

公司简称	存货跌价准备计提政策
南京聚隆	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，按照单个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恢复，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。
发行人	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。

由上表可见，公司存货跌价准备计提政策与同行业可比公司不存在重大差异。

母公司库龄超过一年的库存商品主要为配件，配件大都为通用型配件，对定制类且库龄时间较长的配件，公司已于期末充分计提跌价准备，各期期末库龄1年以上配件跌价计提比例分别为28.75%、83.67%、63.93%和67.05%。

报告期各期末，美国子公司库龄超过1年的库存商品跌价计提比例分别为93.36%、91.82%、83.11%和80.90%。2021年末和2022年3月末，美国子公司库龄超过1年的库存商品跌价计提比例相对较低，主要因期末配件多为通用型配件，最终实现销售的概率较大，该部分存货未计提跌价准备。报告期各期末，塑木型材产品已充分计提跌价准备。

报告期内，公司库存商品的跌价准备计提情况与同行业可比公司对比如下：

公司名称	2022.3.31	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
森泰股份	-	5.54%	10.47%	7.51%
国风新材	-	4.42%	22.11%	20.09%
南京聚隆	-	3.15%	4.11%	2.84%
平均值	-	**4.37%**	**12.23%**	**10.14%**
美新科技	4.15%	4.17%	8.75%	10.29%

注1：数据来源于同行业可比公司招股说明书、年度报告等公开披露文件。
注2：可比公司未披露2022年第一季度存货跌价的明细数据。

公司与国风新材、南京聚隆的库存商品跌价准备计提比例差异较大，主要因公司与国风新材、南京聚隆的产品结构存在较大差异，公司90%以上的收入来源于塑木型材，而国风新材和南京聚隆塑木型材收入不超过10%。公司与森泰股份库存商品的跌价准备计提比例不存在重大差异，2020年森泰股份库存商品跌价准备计提比例上升，主要因森泰股份以前年度生产备货暂未实现销售，导致其期末库龄1年以上的存货余额大幅增加所致。

综上所述，发行人与同行业可比公司存货跌价准备计提政策一致，报告期内，发行人存货跌价准备计提比例与同行业可比公司存在差异具有合理性，公司库存商品已足额计提跌价准备。

三、简要说明对生产过程中产生废料回收的基本情况，包括出入库管理流程、成本归集与结转、各期末盘点情况、存货跌价准备测试方法等，将废料回收再生产是否符合行业惯例，发行人建立的废料管理制度及执行有效性

（一）报废料回收的基本情况

报告期内，公司生产过程中产生废料回收的基本情况如下：

项目	企业情况说明
出入库管理	1、入库管理：生产车间每日将车间产生的报废料称重并做记录，移送至报废料仓验收入库，仓管员根据报废料的重量填写入库单并在系统入库。 2、出库管理：报废料需经过破碎车间重新破碎加工才可作为原材料循环使用，生产车间根据生产需求开具领料单，到仓库领取物料。领料单上列明领用材料的名称、数量及领用部门等内容，仓库以经审核的领料申请单为依据，进行物料配发。
成本归集与结转	报废料由废料仓统一进行归集管理，报废料以上月备料车间领用的直接材料的平均单价作为本月报废料入库的单价，发出时采用加权平均法计价。
各期末盘点情况	公司各期末对废料仓进行实地清查和盘点，及时发现并掌握存货的灭失、损坏、变质和长期积压等情况。
存货跌价测试方法	报废料的存货跌价测试方法与原材料一致。存货跌价测试方法按照成本与可变现净值孰低计量，其可变现净值的确认方法如下：预计售价按照已签订销售合同/订单的价格或者同类产品产成品的预计售价或者市场售价，减去至完工时尚需投入的成本和估计的销售费用和相关税费后的金额确定。

（二）将废料回收再生产符合行业惯例，发行人已建立完善的废料管理制度并有效执行

根据森泰股份公开资料披露，“可再生利用废料主要系生产过程中产生的废料及边角料，公司通过破碎系统回收再利用”。公司处理与森泰股份相同，废料回收再生产符合行业惯例。

为了充分、及时、有效合理处理废料，节省公司空间资源及加强对报废料处理工作的管控，公司制定了废料管理相关制度。公司对废料从产生到销售的内部控制流程进行管控，通过生产部门、仓管部门的相互监督和交叉复核，确保废料数量、成本核算的准确性。报告期内，公司报废料相关的制度健全且已按照上述要求执行，相关内部控制制度已有效执行。

四、结合募投项目新增产能、在手订单、客户开拓及国内消费习惯等，进一步分析说明国内市场销售是否存在重大不确定性；说明募投项目的环评手续办理进展情况，预计办理完毕时间及对募投项目进展的影响

（一）结合募投项目新增产能、在手订单、客户开拓及国内消费习惯等，进一步分析说明国内市场销售是否存在重大不确定性

1、募投项目新增产能约 7 万吨，将进一步增强公司盈利能力

报告期内，公司销量分别为 27,165.81 吨、39,672.94 吨、58,486.06 吨和 16,036.14 吨。2019-2021 年度，销量复合增长率达到 46.73%。募投项目“美新科技新型环保塑木型材产业化项目（一期）”建设期 3 年，预计 2023 年启动，产线预期在 2028 年达成满产，预计募投项目“美新科技新型环保塑木型材产业化项目（一期）”的产能规模较 2021 年增加约 7 万吨。上述募投项目是公司现有主营业务的延伸，其产能新增对应产品类别如下：

单位：吨

序号	产品名称	达产年生产规模
1	塑木型材	63,000
2	DIY 组合地板	5,250
3	塑木栅栏	1,120
4	塑木栏杆	140
5	卡件	490

2、公司根据市场消费习惯，积极开拓客户，报告期末在手订单较为充足

单位：吨、万元

客户名称	国家/地区	截至 2022 年 3 月 31 日在手订单重量	截至 2022 年 3 月 31 日在手订单金额
NewTechWood LATAM	墨西哥	2,856.58	3,187.72
Ecoscape UK Ltd.	英国	1,464.62	2,105.54
The Italian Decking Company SPA	意大利	1,290.61	1,506.42
Handelsondernemingvan Felix Clercx B.V.	荷兰	1,322.85	1,410.31
Urban Direct Wholesale Pty Ltd	澳大利亚	1,126.40	1,189.66
FIBERDECK	法国	1,141.75	1,184.13
其他	/	7,642.36	9,126.44
合计	/	**16,845.17**	**19,710.21**

截至 2022 年 3 月末，公司在手订单总额约 1.97 亿元，在手订单重量达 1.68 万吨。报告期内，公司主要客户稳定，在手订单较为充裕，为业务发展提供了充

足保障。报告期内，公司在维系原有客户的基础上，继续大力拓展业务市场，其中，2021 年国内新开拓了包括丰胜（广州）建材有限公司、圣象集团有限公司在内的中国多家较为知名的企业，国外开拓了 Kelleher Corporation、SCELTO INTERIOR & EXTERIOR SOLUTIONS LTD 等企业。

Ecoscape UK Ltd.的基本情况如下：

公司名称	Ecoscape UK Ltd.
成立时间	2013 年
注册地址	Unit 1 Higher Broadfield Farm, Pilsworth Road, Heywood, Lancashire, England, OL10 2TA
股权结构	Gary Farrell（49.75%）, Elizabeth Nuttall（49.75%）, Ewa Sikora（0.50%）
主营业务	Ecoscape UK Ltd.是一家英国公司，其主营业务包括地板、栅栏、栏杆等塑木复合型材的销售。
销售公司产品	户外地板、墙板、配件
网站	https://ecoscape.co.uk
开始合作时间	2016 年
合作背景	该客户经其他客户介绍公司产品后，主动联系公司的销售总监并进行深入交流，认为公司的产品质量较好，在当地具有较好的市场前景，因此寻求与公司的合作。
是否存在关联关系	否

Ecoscape UK Ltd.是公司合作较长的经销商，2019 年-2021 年销售收入分别为 1,093.85 万元、1,250.85 万元和 2,328.70 万元，均为前十大经销商。2021 年该客户下达订单总量约 3,132.05 万元，受公司产能排产影响，截至 2022 年 3 月末仍有约 1,000 万元 2021 年的订单未能完成生产并出货，因此综合 2022 年 1-3 月新增订单量及部分 2021 年未完成订单的影响使得 2022 年 3 月末的在手订单金额较大。

木塑复合材料近年来逐渐发展成为国家战略性新兴产业。目前中国已成为全球第一大木塑制品生产国，随着我国优质木材的供需矛盾逐渐突出，以资源丰富的农林三剩物（包括木材加工剩余物、采伐剩余物及农作物秸秆等）为主要原料的木塑复合材料，作为木质材料的升级替代品是木材工业结构调整和产业升级的重要途径，同时也是发展节能环保绿色建材的重要方向，因此，相对于欧美发达国家，发展木塑复合材料对于我国具有更加突出的重要性。在我国产业结构转型升级及国家大力支持节能环保新材料发展的产业政策背景下，以及人民群众对健康环保的美好生活的不断追求，预计未来国内市场也将迎来快速增长。根据 StrategyR 统计，中国塑木复合材料市场规模预计从 2021 年的 6.65 亿美元增长至 2027 年的 15.82 亿美元，复合增长率达到 15.55%。

综上，公司将通过募投项目解决产能不足问题，通过“营销网络建设项目”，积极布局国内市场，提高国内市场品牌影响力和市场占有率，解决后续影响营销网点、仓储中心、品牌影响力等影响未来国内市场销售的关键问题，因此公司在国内市场销售不存在重大不确定性。

（二）说明募投项目的环评手续办理进展情况，预计办理完毕时间及对募投项目进展的影响

1、募投项目的环评手续正常推进中，预计于2023年4月前办理完成相关环评审批手续

本次发行募集资金投资项目中，仅“美新科技新型环保塑木型材产业化项目（一期）”属于生产性项目，需要履行环评手续，根据发行人的设计、环评报告书编制安排，预计将于2023年1月完成《环境影响报告书》编制后提交主管部门进行审批，拟于2023年4月前办理完成相关环评审批手续。具体进展及预计办理完毕时间如下：

事项	日期/预计日期	进展情况
取得不动产权证书	2022年4月21日	已取得
完成建设工程勘察工作，完成《审查报告书（勘察工程）》	2022年6月22日	已完成
完成募投项目用地总平面图设计	2022年10月	正常推进中
开展环境影响评价文件的编制工作	2022年11月-2023年1月	正常推进中
提交环境主管部门审批	2023年1月前	待前述程序完成后尽快推进
取得环评批复	2023年4月前	待前述程序完成后尽快推进

2、募投项目环评手续办理对发行人募投项目进展不会产生重大不利影响

募投项目正式施工前需取得环评批复，发行人环评手续正在办理中，预计2023年4月前可以取得环评批复，预计时间与募投项目进展情况相匹配，环评手续办理对发行人募投项目进展不会产生重大不利影响。具体进展及预计办理完毕时间如下：

事项	预计日期	进展情况
完成募投项目用地总平面图设计	2022年10月	正常推进中
开展能源影响评价文件的编制工作	2022年11月-12月	正常推进中
取得规划许可证	2023年2月	取得审图合格证后办理
取得施工许可证	2023年3月	取得规划许可证后办理
正式施工	2023年4月前	取得能评、环评批复、规划许可证、施工许可证后即可施工

五、说明报告期各期发行人租赁房屋（包括厂房）情况，自有房屋和租赁房屋对应的收入、净利润情况，发行人厂房紧张情况下仍对外出让美化塑胶生产厂房且继续租赁厂房的原因及合理性

（一）说明报告期各期发行人租赁房屋（包括厂房）情况及自有房屋和租赁房屋对应的收入、净利润情况

发行人各报告期末租赁房屋（包括厂房）情况如下：

单位：平方米

项目		用途	对应生产工序	公式	各报告期末房屋（包括厂房）面积			
					2022.3.31	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
境内	向美化塑胶租赁	厂房	后处理工序（打磨、切割、包装）	A	15,273.00	15,273.00	12,228.00	12,228.00
		仓库	不涉及生产	B	8,793.00	8,793.00	11,838.00	11,838.00
		办公	不涉及生产		762.00	762.00	762.00	762.00
境内	向京兰公司租赁	仓库	不涉及生产	C	5,816.16	5,816.16	-	-
	其他	办公	不涉及生产		482.57	-	-	-
境外	香港	办公	不涉及生产	D	63.92	63.92	-	-
	美国	仓库	不涉及生产		3,753.00	3,753.00	3,753.00	3,753.00
租赁房屋合计				**E=A+B+C+D**	**34,181.65**	**33,699.08**	**27,819.00**	**28,161.00**
自有房屋		厂房	芯层料生产工序、面料生产工序、挤出工序	F	20,940.90	20,940.90	18,730.90	18,730.90
自有及租赁房屋合计				**G=E+F**	**55,122.55**	**54,639.98**	**46,549.90**	**46,891.90**
租赁面积占比				**H=E/G**	62.01%	61.67%	59.76%	60.06%
生产厂房中，租赁面积占比				**I=A/（A+F）**	42.17%	42.17%	39.50%	39.50%

报告期内，公司的产品生产核心工序主要在自有厂房中进行，租赁房屋中仅使用部分美化塑胶厂房用于后处理工序（打磨、切割、包装）等对于厂房要求较低的工序，其余租赁房屋均用作仓库或办公，仓库或办公不直接参与公司生产过程，与产品工序不构成直接对应关系，对公司收入、净利润不产生直接影响。

涉及到发行人生产工序的，生产厂房中各工序对于公司产品的贡献度无法直接使用收入进行衡量，但公司每道工序的附加价值与该工序所需要的设备价值具有正相关性，故使用各工序所使用的设备原值比例衡量各工序对于公司产品的贡献度。各期末发行人租赁房屋（包括厂房）对应收入、净利润情况如下：

单位：万元

项目	公式	2022.3.31	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
发行人总设备原值	**A=B+C**	**20,583.84**	**18,463.81**	**9,685.72**	**8,980.46**
其中：存放在美化生产厂房中的设备原值	B	2,487.83	2,193.66	883.53	678.95
存放在自有生产厂房中的设备原值	C	18,096.01	16,270.15	8,802.19	8,301.51
租赁房屋对生产的贡献度	**D=A/C**	**12.09%**	**11.88%**	**9.12%**	**7.56%**
营业收入	**E**	**19,312.35**	**69,471.18**	**49,688.61**	**34,965.26**
其中：租赁美化厂房对收入的影响	F=D*E	2,334.15	8,253.78	4,532.59	2,643.48
自有厂房对收入的影响	G=E-F	16,978.20	61,217.40	45,156.02	32,321.78
净利润	**H**	**1,873.43**	**9,348.88**	**6,513.90**	**2,094.22**
其中：租赁美化厂房对净利润的影响	I=D*H	226.50	1,110.65	594.07	158.32
自有厂房对净利润的影响	J=H-I	1,646.93	8,238.23	5,919.83	1,935.90

（二）说明发行人厂房紧张情况下仍对外出让美化塑胶生产厂房且继续租赁厂房的原因及合理性

1、发行人实际控制人转让美化塑胶的原因在于美化塑胶连年亏损，且发行人实际控制人需要资金偿还境外关联公司采购货款及欠款；

2、发行人自 2014 年起开始向美化塑胶租赁房屋（包括厂房），发行人租赁房屋（包括厂房）用于仓库及后处理车间的需求一直存在；若重新寻找合适出租方并搬迁会产生一定的搬迁费用、造成一定损耗；且美化塑胶租赁价格与转让前一致，故发行人实际控制人转让美化塑胶后，发行人仍向美化塑胶租赁房屋（包括厂房）。

六、分析说明厂房租赁的持续性、合法合规性、定价公允性，以及对发行人生产经营和业绩的影响

（一）持续性、合法合规性及定价公允性

发行人租赁的持续性、合法合规性、定价公允性情况如下：

租赁场所	持续性	合法合规性	定价公允性
美化厂房	1、租赁合同于2023年3月到期，到期前发行人会根据实际需求确认是否续租，目前正初步接洽续租事宜。 2、若后续无法续租，发行人周围有充足可替代厂房，对发行人正常生产经营不会造成重大影响。	1、美化塑胶拥有厂房和土地产权； 2、发行人租赁美化厂房未进行租赁备案；未履行备案程序的法律瑕疵不会影响合同效力，不会对发行人使用美化塑胶厂房造成重大不利影响； 3、控股股东及实际控制人已出具承诺确保发行人不会因此受到损失。	报告期内租赁价格为12元/㎡/月； 与附近相似结构的厂房价格不存在重大差异，定价公允。

租赁场所	持续性	合法合规性	定价公允性
京兰公司	发行人已向当地政府储备地协调管理部门惠东县产业转移工业园管理委员会（以下简称“管委会”）租赁该场地，租赁期至2024年9月，到期后会根据双方情况确定是否续租，该租赁具有可持续性。	1、发行人报告期内租赁的土地为管委会租赁给京兰公司关联方的土地，发行人未取得管委会同意向发行人转租的证明文件，该等租赁存在无法受到法律保护及不具有强制执行效力的可能；租赁期内管委会未因转租事宜未经其同意而要求解除与深圳京兰的租赁关系，也未要求发行人搬迁，未对转租事宜提出异议；发行人未因租赁事宜受到行政处罚； 2、控股股东及实际控制人已出具承诺确保发行人不会因此受到损失； 3、发行人已向管委会直接续租，保证了后续租赁的合法合规性。	报告期内租赁价格为8元/㎡/月； 向京兰租赁的场地仅为搭建的简易棚，与附近待租仓库价格不存在重大差异，定价公允。
境外仓库	1、租赁合同于2023年9月到期，到期前发行人会根据实际需求和自有仓库建设进展情况确认是否续租； 2、若后续无法续租，发行人周围有充足可替代仓库，对发行人正常生产经营不会造成重大不利影响。	美新美国在美国租赁的仓库已取得相关权属证明，因其非境内房产，无需履行备案程序。根据君合律师事务所出具的法律意见书，美新美国依法对租赁的不动产享有有效的租赁权益。该项租赁合法合规。	报告期内租赁价格为0.47-0.51美元/平方英尺/月；与附近仓库价格不存在重大差异，定价公允。

1、美化塑胶厂房

（1）租赁美化塑胶厂房的持续性

发行人自2014年起即向美化塑胶租赁土地。发行人与美化塑胶的租赁合同到期日为2023年3月，发行人将根据实际需求确认是否续租。截至本问询函出具之日，发行人正在与美化塑胶初步接洽期满之后的续租事宜。

发行人租赁美化房产、土地主要用于办公、厂房，厂房主要用途为仓库和非核心工序的后处理工序（打磨、切割、包装）等对于厂房要求较低的工序，若后续不再续租，发行人周围有充足可替代厂房，对发行人正常生产经营不会造成重大不利影响。

（2）租赁美化塑胶厂房的合法合规性

美化塑胶合法取得租赁厂房的权属证书，但未履行租赁备案手续，根据《民法典》第七百零六条，当事人未依照法律、行政法规规定办理租赁合同登记备案手续的，不影响合同的效力。

根据惠东县自然资源局于2022年1月10日出具的《关于<关于商请提供美新科技股份有限公司证明材料的函>的复函》，确认2014年12月1日起，发行人租用美化塑胶名下部分土地及地上建筑物。根据发行人取得的《企业信用报告（无违法违规证明版）》并经核查，发行人未因租赁事宜受到行政处罚。

控股股东及实际控制人已出具承诺确保发行人不会因此受到损失，详见本问询回复“问题 10.关于其他事项”之“六、分析说明厂房租赁的持续性、合法合规性、定价公允性，以及对发行人生产经营和业绩的影响”之“（二）对发行人生产经营和业绩的影响”。

综上，未办理备案手续的法律瑕疵不会对发行人租赁美化塑胶所在地块造成重大不利影响。

（3）租赁美化塑胶厂房的公允性

发行人向美化塑胶租赁的厂房租赁单价为 12 元/月/平方米。影响厂房租赁价格的因素主要为建筑面积（可用面积）、厂房结构、厂房新旧程度以及地理位置等，发行人附近相似结构的厂房价格对比如下：

位置	建筑面积（㎡）	厂房结构	出租价格（单位：元/月/平方米）
惠东县大岭区白花工业区附近	2,000	轻钢厂房	11.40
惠东县大岭镇桥新区永记生态园附近	2,200	轻钢厂房	13.00
惠城区平潭乌塘高速出口附近	10,000	轻钢厂房	14.00
惠东县大岭镇产业转移工业园附近	13,230	框架结构标准厂房	15.00
同等条件工业厂房平均价格	**-**	**-**	**13.35**
发行人租赁情况	**25,586**	**钢筋混凝土结构**	**12.00**

根据上述比价，发行人与美化塑胶的租赁价格适中，未偏离市场价格，在合理的价格区间内。

2、京兰公司

（1）向京兰公司租赁闲置空地的持续性

因经营规模扩大，发行人租赁其自有厂房旁边的闲置空地用于临时堆放原材料和产成品。发行人与政府储备地协调管理部门惠东县产业转移工业园管理委员会签署《场地租赁协议书》，租赁期至 2024 年 9 月，到期后会根据双方情况确定是否续租，该租赁具有可持续性。

（2）租赁京兰闲置空地的合法合规性

发行人租赁京兰闲置空地主要是作为临时堆放原材料及产成品使用，该土地系政府储备地协调管理部门惠东县产业转移工业园管理委员（以下简称“管委会”）会向深圳京兰投资有限公司租赁的土地，发行人未取得政府储备地协调管理部门同意向发行人转租的证明文件。

管委会出具《情况说明》书面确认了与深圳京兰的租赁关系，截至发行人与管委会另行签订租赁协议时，管委会未就转租事宜未经其同意而要求解除与深圳京兰的租赁关系，也未向发行人主张要求搬迁，与京兰公司租赁期间管委会未就转租事宜提出异议。发行人与京兰公司之间的租赁关系已解除，管委会已就该地块与发行人签署租赁协议。

发行人未取得政府储备地协调管理部门同意向发行人转租的证明文件，出租人是否享有出租该等物业的权利未得到有效确认，发行人依据相关租赁协议取得其对租赁物业使用权的合法性也无法得到有效确认，该等租赁存在无法受到法律保护及不具有强制执行效力的可能，发行人控股股东及实际控制人已出具承诺确保发行人不会因此受到损失，详见本问询回复“问题 10.关于其他事项”之“六、分析说明厂房租赁的持续性、合法合规性、定价公允性，以及对发行人生产经营和业绩的影响”之“（二）对发行人生产经营和业绩的影响”。

根据发行人取得的《企业信用报告（无违法违规证明版）》并经查询主管部门官方网站，发行人未因该租赁事宜受到行政处罚。

综上，租赁京兰公司所在场地存在租赁关系未取得政府储备地协调管理部门同意向发行人转租证明文件的法律瑕疵不会对发行人的生产经营造成重大不利影响，该项租赁不属于重大违法违规行为。

发行人与政府储备地协调管理部门惠东县产业转移工业园管理委员会签署《场地租赁协议书》，向其直接租赁土地，保证了后续租赁的合法合规性。

（3）租赁京兰闲置空地的公允性

发行人向京兰公司租赁闲置空地，其中有盖、铁棚部分租赁价格为 8 元/月/平方米。公司向京兰租赁的场地仅为搭建的简易棚，仅作临时堆放物资用。发行人附近待租赁土地或简易仓库报价对比如下：

位置	建筑面积（㎡）	租赁类型	出租价格（单位：元/月/平方米）
惠东县多祝	30,000	简易仓库	9.90
惠东县距离潮莞高速公平山出口3公里处	3,500	简易仓库	6.30
惠东县梁化镇	4,200	简易仓库	7.20
惠东县吉隆广汕公路边	4,000	空地	6.00
同等条件简易仓库/空地平均价格	-	-	**7.35**
发行人租赁情况	5,816	空地（有简易棚）	**8.00**

根据上述比价，发行人与京兰公司的租赁价格适中，未偏离市场价格，在合理的价格区间内。

3、境外仓库

（1）租赁境外仓库的可持续性

美新美国在美国租赁仓库用于其销售备货，租赁合同有效期至2023年9月。因北美销售进一步扩张，美新美国在美国德州购置一土地建设厂房用于放置存货，建成后美新美国会将存货转移至该仓库，租赁的仓库后续将视需求决定是否进行续租。截至本问询函回复出具之日，美新美国已取得土地权属证明，根据公司资金情况择机启动厂房建设。

若新仓库建设完成前无法续租，发行人周围有充足可替代仓库，对发行人正常生产经营不会造成重大影响。

（2）租赁境外仓库的合法合规性和公允性

美新美国在美国租赁的仓库已取得相关权属证明，因其非境内房产，无需履行备案程序。根据君合律师事务所出具的法律意见书，美新美国依法对租赁的不动产享有有效的租赁权益。该项租赁合法合规。

美新美国租赁的仓库价格为0.47-0.51美元/平方英尺/月，同城价格对比如下：

位置	建筑面积（平方英尺）	出租价格
461 W 38th street, Houston, Texas 77018	19,950.00	0.51美元/平方英尺/月
6529 Cunningham Rd Building 20, Houston, Texas, 77018	18,174.00	0.50美元/平方英尺/月
9500 W Sam Houston Pky S, Houston, Texas 77099	249,000.00	0.52美元/平方英尺/月
8610 Telephone Rd, Houston, Texas 77061	12,000.00	0.55美元/平方英尺/月
14200 McNair St, Houston, Texas 77015	1,650.00	0.48美元/平方英尺/月
平均价格	-	**0.51美元/平方英尺/月**
发行人租赁情况	**40,397.00**	**0.47-0.51美元/平方英尺/月**

根据上述比价，美新美国在美国租赁的仓库价格适中，未偏离市场价格，在合理的价格区间内。

（二）对发行人生产经营和业绩的影响

发行人租赁厂房仅用于仓库、非核心工序的后处理工序（打磨、切割、包装），报告期内，发行人租赁房屋对生产的贡献度较低。租赁到期后，发行人根据自身需求决定是否继续租赁，若无法继续租赁周围亦有足够租赁资源供发行人选择，不会对发行人生产经营产生重大不利影响。

为避免承租房产的瑕疵给公司造成经济损失，公司控股股东、实际控制人已作出承诺：如发行人及其控股子公司因其租赁房产无房产证或未办理房屋租赁备

案/登记的法律瑕疵或受到行政处罚而导致该等租赁房产出现任何纠纷，致使发行人及其控股子公司、分公司承担经济损失或其他负担（包括但不限于：搬迁的成本与费用等直接损失，搬迁期间因此造成的经营损失，被有权部门罚款或者被有关当事人追索而支付的赔偿等），发行人实际控制人/控股股东承诺在毋需发行人支付任何对价的情况下承担上述损失，对发行人及其控股子公司因此产生的经济损失或支出的费用予以全额补偿并对此承担连带责任，以保证发行人及其控股子公司免于遭受损失。

综上，公司租赁上述房产不会对公司生产经营产生重大不利影响，不会对本次发行上市构成法律障碍。

七、请申报会计师发表明确意见

（一）核查程序

我们执行了以下核查程序：

1、获取发行人存货跌价计提情况表，区分母公司和美国子公司分析各期末存在库龄较长的库存商品原因及合理性；查询可比公司的存货跌价准备计提政策，分析与发行人存货跌价准备计提政策是否一致；

2、访谈发行人财务总监，询问生产过程中产生废料回收的基本情况，了解发行人废料管理制度的建立及执行；

3、查询同行业上市公司公开披露资料，了解废料回收再生产是否符合行业惯例，发行人建立的废料管理制度及执行有效性；

4、获取发行人报告期末的在手订单明细、了解了发行人募投项目新增产能、客户开拓及国内消费习惯等情况，分析说明了发行人国内市场销售是否存在重大不确定性。

（二）核查结论

经核查，我们认为：

1、发行人各期末存在库龄较长的库存商品，与产品生产周期及销售周期、下游客户经营情况无明显直接关系，主要系期末存在部分通用型配件，各期配件销售存在差异，导致期末存在部分配件库龄较长；以及美国子公司为及时响应当地终端消费者的需求，进行了适当备货，其具有商业合理性；

2、发行人存货跌价准备计提政策与可比公司对比无明显差异，各期末库存商品已充分计提了跌价准备；

3、发行人报废料回收再生产行为与可比公司森泰股份一致，发行人已建立

了完善的废料管理制度并有效执行。

八、请申报会计师发表明确意见

（一）核查程序

我们执行了以下核查程序：

1、获取发行人报告期末的在手订单明细、了解了发行人募投项目新增产能、客户开拓及国内消费习惯等情况，分析说明了发行人国内市场销售是否存在重大不确定性。

2、访谈发行人的管理人员，了解了发行人募投项目的环评手续办理进展情况，分析说明了环评手续预计办理完毕时间及对募投项目进展的影响；查阅募投项目相关《可行性研究报告》；查阅募集资金投资项目用地所涉产权证书；查阅发行人就募投用地勘察工作签署的相关协议及取得的《审查报告书（勘察工程）》；查阅发行人就募投项目总平图设计签署的相关协议；查阅发行人出具的书面说明；查阅美新建瓯签署的《入园企业投资建设合同》；查阅惠州市生态环境局惠东分局出具的《关于美新科技股份有限公司环境违法行为行政处罚情况的说明》；

3、取得了报告期内发行人签署的租赁协议；取得了发行人厂房总体规划的说明；取得了发行人生产过程中每道工序所需设备原值以及贡献测算过程表；在网站上查询了附近厂房、仓库出租价格；对美化塑胶、京兰的租赁厂房进行了实地走访；取得了发行人实际控制人就租赁房产事项出具的承诺函；取得了惠东县产业转移工业园管理委员会出具的《情况说明》；取得了发行人与惠东县产业转移工业园管理委员会签署的《场地租赁协议书》。

（二）核查结论

经核查，我们认为：

1、发行人国内市场销售不存在重大不确定性；募投项目的环评手续正常推进中，预计 2023 年 4 月前办理完毕，募投项目环评手续办理对发行人募投项目进展不会产生重大不利影响；

2、发行人租赁房屋对应的收入、净利润占比较小；发行人租赁美化塑胶厂房具有合理性；

3、关于租赁厂房的持续性、合法合规性和公允性

（1）发行人租赁美化塑胶厂房租赁期至 2023 年 3 月，发行人租赁京兰公司土地闲置土地租赁期至 2024 年 9 月，美新美国在美国租赁仓库租赁期至 2023 年 9 月，上述租赁到期后发行人将根据自身需求决定是否继续租赁，若无法继续租

赁周围亦有足够租赁资源供发行人选择；

（2）发行人租赁美化塑胶厂房未进行备案的法律瑕疵不会影响合同效力，不会对发行人使用美化塑胶厂房造成重大不利影响；发行人向京兰公司租赁闲置空地未取得政府储备地协调管理部门同意向发行人转租的证明文件，该租赁存在无法受到法律保护及不具有强制执行效力的可能，租赁期内管委会未因转租事宜未经其同意而要求解除与深圳京兰的租赁关系，也未要求发行人搬迁，未对转租事宜提出异议，发行人已向管委会直接续租以保证后续租赁的合法合规性；美新美国在美国租赁的仓库已取得相关权属证明，根据君合律师事务所出具的法律意见书，美新美国依法对租赁的不动产享有有效的租赁权益，该租赁合法合规。

（3）发行人租赁价格公允；

（4）发行人控股股东、实际控制人已出具承诺确保发行人不会因前述租赁瑕疵受到损失；公司租赁上述房产不会对公司生产经营产生重大不利影响，不会对本次发行上市构成法律障碍。

Grant Thornton
致同

（本页无正文，系《关于美新科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第二轮审核问询函的专项说明》之签章页）

致同会计师事务所（特殊普通合伙）　　中国注册会计师：

中国·北京　　中国注册会计师：

二〇二二年十月十九日

此件仅供业务报告使用，复印无效

统一社会信用代码

91110105592343655N

营业执照

(副本) (20-1)

名　　称　致同会计师事务所（特殊普通合伙）

类　　型　特殊普通合伙企业

执行事务合伙人　李惠琦

经营范围　审计企业会计报表，出具审计报告；验证企业资本，出具验资报告；办理企业合并、分立、清算事宜中的审计业务，出具有关报告；基本建设年度财务决算审计；代理记账；会计咨询、税务咨询、管理咨询、会计培训；法律、法规规定的其他业务。（市场主体依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事国家和本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）

成立日期　2011年12月22日

合伙期限　2011年12月22日至 长期

主要经营场所　北京市朝阳区建国门外大街22号赛特广场五层

登记机关　北京市朝阳区市场监督管理局

2022 年 03 月 10 日

证书序号：0014469

此件仅用于业务报告使用，复印无效

会计师事务所

执业证书

名　　称：[illegible]会计师事务所（特殊普通合伙）

首席合伙人：[illegible]惠琦

主任会计师：

经营场所：北京市朝阳区建国门外大街22号赛特广场5层

组织形式：特殊普通合伙

执业证书编号：11010156

批准执业文号：京财会许可[2011]0130号

批准执业日期：2011年12月13日

说　明

1、《会计师事务所执业证书》是证明持有人经财政部门依法审批，准予执行注册会计师法定业务的凭证。

2、《会计师事务所执业证书》记载事项发生变动的，应当向财政部门申请换发。

3、《会计师事务所执业证书》不得伪造、涂改、出租、出借、转让。

4、会计师事务所终止或执业许可注销的，应当向财政部门交回《会计师事务所执业证书》。

发证机关：北京市财政局

二〇二〇年十一月十一日

中华人民共和国财政部制

此件仅用于业务报告使用，复印无效



姓 Full name
性别 Sex 女
出生日期 Date of birth 1978-11-25
工作单位 Working unit 立信会计师事务所（特殊普通合伙）合伙人-深圳分所
身份证号码 Identity card No. 210204197811250525





高虹

440300141136

深圳市注册会计师协会

证书编号：No. of Certificate 440300141136

批准注册协会：Authorized Institute of CPAs 深圳市注册会计师协会

发证日期：Date of Issuance 2001 年/y 04 月/m 28日/d

4

年度检验登记
Annual Renewal Registration

本证书经检验合格，继续有效一年。
This certificate is valid for another year after this renewal.

2014.7.29

2015 年/y 7 月/m 30 日/d

5

此件仅用于业务报告使用，复印无效



姓名 Full name 何华博
性别 Sex 男
出生日期 Date of birth 1982-08-24
工作单位 Working unit 致同会计师事务所（特殊普通合伙）深圳分所
身份证号码 Identity card No. 362[illegible]





何华博
110101560641
深圳市注册会计师协会

证书编号：
No. of Certificate
110101560641

批准注册协会：
Authorized Institute of CPAs
深圳市注册会计师协会

发证日期：
Date of Issuance
年 y 2018 月 m 06 日 d 25

年度检验登记
Annual Renewal Registration

本证书经过检验合格，继续有效一年。
This certificate is valid for another year after this renewal

年 y 月 m 日 d