

**关于铜陵洁雅生物科技股份有限公司  
首次公开发行股票并在创业板上市申请文件  
审核问询中相关财务问题的核查意见**

---

**容诚专字[2021]230Z1778号**

**容诚会计师事务所(特殊普通合伙)**

**中国·北京**

容诚专字[2021]230Z1778号

容诚会计师事务所(特殊普通合伙)

关于《铜陵洁雅生物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审核问询函(审核函〔2020〕010276号)》中  
相关财务问题的核查意见

深圳证券交易所:

根据贵所于2020年8月06日出具的《铜陵洁雅生物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审核问询函(审核函〔2020〕010276号)》,以下简称“审核问询函”,我们对铜陵洁雅生物科技股份有限公司审核问询函中相关内容进行了修订,请予审核。

特别说明:敬请注意,本审核问询函回复中部分合计数与各加数直接相加之和在尾数上存在差异,这些差异是由于四舍五入所形成。

本问询函回复的字体:

问询函所列问题	黑体(加粗)
对问询函所列问题的回复	宋体(不加粗)
对问询函回复的修改、补充	楷体(加粗)

## 1. 关于销售模式

申报材料显示，公司销售模式以直销为主，采取 ODM/OEM 的模式为 Woolworths、金佰利集团、强生公司、欧莱雅集团、3M、贝亲等世界知名公司生产湿巾类产品。在 ODM/OEM 的模式下，产品的销售渠道和品牌都不在公司掌控下，公司对 ODM/OEM 的委托方产生一定的依赖，部分 ODM/OEM 客户存在要求公司向其指定的供应商采购原材料的情形。此外，公司自有品牌“喜擦擦”等部分产品通过经销商进行销售，报告期内公司还存在来料加工业务。

请发行人：

(1) 补充披露公司采取 ODM、OEM 两种模式在采购方式、成本构成、生产流程、产品类型、主要客户等方面的差异；各类型产品 ODM、OEM 模式的销售收入、利润及占比情况；

(2) 结合产品的销售渠道和品牌都不在公司掌控下，采购合同中下游客户对采购商的指定情况、相关原材料控制情况、采购及销售价款的结算情况等，补充披露 ODM、OEM 模式下发行人是采用总额法还是净额法核算，选择核算方法的依据、是否符合《企业会计准则》相关规定；

(3) 补充披露发行人自有品牌“喜擦擦”销售金额及比例，报告期内是否有除发行人自有品牌之外的业务采取经销模式销售；

(4) 补充披露发行人与客户之间是否存在关于发行人经营自有品牌的限制性约定，发行人从事自有品牌经营是否违反该等约定，是否存在违约或侵权风险；

(5) 补充披露 OEM、ODM 模式下发行人与客户的权利义务划分约定及发行人对客户的保密责任，是否存在泄密引起的诉讼风险，并补充风险提示；

(6) 补充披露来料加工业务模式下公司的业务处理流程、收入确认是采用总额法还是净额法核算，是否符合《企业会计准则》相关规定。如采用总额法的，模拟量化采用净额法核算对发行人经营业绩的影响；

(7) 结合前述问题完善发行人与经营模式有关的披露内容。

请保荐人、发行人律师、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、补充披露公司采取 ODM、OEM 两种模式在采购方式、成本构成、生产流程、产品类型、主要客户等方面的差异；各类型产品 ODM、OEM 模式的

## 销售收入、利润及占比情况

发行人是一家专注于湿巾类产品研发、生产与销售的专业制造商，主要通过 ODM/OEM 模式为世界知名品牌商生产湿巾类产品，并生产销售少量自主品牌产品。同时，为满足客户需求，发行人亦提供来料加工服务。

OEM 模式下，发行人主要按照客户要求的溶液配方和产品设计规格，进行产品生产，产品以客户品牌进行销售。

ODM 模式下，除了生产制造环节外，发行人根据客户需求，自主设计溶液配方或研发新产品。该类 ODM 模式需要发行人拥有一定的设计能力和工艺技术水平，以及对于行业和客户需求的深刻理解。

发行人采取 ODM、OEM 两种模式在采购方式、成本构成、生产流程、产品类型、主要客户等方面的差异对比主要如下：

项目	ODM 模式	OEM 模式
采购方式	主要由发行人自主筛选优质供应商，询价并通过商务洽谈采购原材料	部分 OEM 客户为从源头上把控产品质量，对部分原材料供应商进行指定。发行人与该等指定供应商独立约定具体采购品种、采购价格、采购数量、质量、交期等，并参照对一般供应商的管理制度对指定供应商进行评估、考核及管理
成本构成	产品成本主要由直接材料、人工费用和制造费用构成。产品研发阶段支出主要通过研发费用归集核算	产品成本主要由直接材料、人工费用和制造费用构成
生产流程	发行人自主开发、制定产品生产工艺流程	发行人自主开发、制定产品生产工艺流程，并通过客户验证后实施生产
产品类型	主要涉及湿巾与手足膜等产品	涉及所有产品类型
主要客户	Woolworths、强生公司、杭州贝咖实业有限公司、中山爱护日用品有限公司等	利洁时 ENA、强生公司、Nice-Pak Products Inc.等

报告期内，发行人各类型产品 ODM、OEM 模式的销售收入、利润及占比情况主要如下：

1、2020 年度

单位：万元

产品种类	ODM					OEM					自主品牌				
	收入	收入占比	毛利	毛利占比	毛利率	收入	收入占比	毛利	毛利占比	毛利率	收入	收入占比	毛利	毛利占比	毛利率
婴儿系列湿巾	<b>16,695.84</b>	<b>26.48%</b>	<b>5,911.59</b>	<b>26.43%</b>	<b>35.41%</b>	5,750.91	<b>9.12%</b>	1,866.72	<b>8.35%</b>	32.46%	-	-	-	-	-
成人功能型系列湿巾	1,707.03	<b>2.71%</b>	661.12	<b>2.96%</b>	38.73%	<b>2,099.42</b>	<b>3.33%</b>	<b>645.17</b>	<b>2.88%</b>	<b>30.73%</b>	9.05	0.01%	0.54	0.00%	5.97%
医用及抗菌消毒系列湿巾	4,999.92	<b>7.93%</b>	1,706.91	<b>7.63%</b>	34.14%	27,281.62	<b>43.27%</b>	9,272.81	<b>41.46%</b>	33.99%	-	-	-	-	-
其他系列湿巾	1,008.10	<b>1.60%</b>	266.33	<b>1.19%</b>	26.42%	40.42	<b>0.06%</b>	6.67	0.03%	16.50%	48.13	<b>0.08%</b>	9.15	0.04%	19.01%
面膜及手足膜	3,399.31	<b>5.39%</b>	2,015.86	<b>9.01%</b>	59.30%	14.57	0.02%	5.20	0.02%	35.69%	-	-	-	-	-
产品销售合计	<b>27,810.20</b>	<b>44.11%</b>	<b>10,561.81</b>	<b>47.22%</b>	<b>37.98%</b>	<b>35,186.94</b>	<b>55.80%</b>	<b>11,796.57</b>	<b>52.74%</b>	<b>33.53%</b>	57.18	<b>0.09%</b>	9.69	0.04%	16.95%

2、2019 年度

单位：万元

产品种类	ODM					OEM					自主品牌				
	收入	收入占比	毛利	毛利占比	毛利率	收入	收入占比	毛利	毛利占比	毛利率	收入	收入占比	毛利	毛利占比	毛利率
婴儿系列湿巾	<b>10,815.00</b>	<b>49.08%</b>	<b>4,116.57</b>	<b>54.28%</b>	<b>38.06%</b>	<b>3,927.24</b>	<b>17.82%</b>	<b>804.41</b>	<b>10.61%</b>	<b>20.48%</b>	1.22	<b>0.01%</b>	0.51	0.01%	41.80%
成人功能型系列湿巾	1,695.15	<b>7.69%</b>	582.24	<b>7.68%</b>	34.35%	<b>1,602.69</b>	<b>7.27%</b>	<b>367.45</b>	<b>4.85%</b>	<b>22.93%</b>	27.40	<b>0.12%</b>	4.54	<b>0.06%</b>	16.57%
医用及抗菌消毒系列湿巾	1,517.15	<b>6.88%</b>	534.56	<b>7.05%</b>	35.23%	412.31	<b>1.87%</b>	169.39	<b>2.23%</b>	41.08%	-	-	-	-	-
其他系列湿巾	354.67	<b>1.61%</b>	138.56	<b>1.83%</b>	39.07%	17.55	<b>0.08%</b>	8.39	<b>0.11%</b>	47.81%	141.12	<b>0.64%</b>	16.59	<b>0.22%</b>	11.76%
面膜及手足膜	1,491.87	<b>6.77%</b>	831.36	<b>10.96%</b>	55.73%	33.88	<b>0.15%</b>	9.39	<b>0.12%</b>	27.72%	-	-	-	-	-
产品销售合计	<b>15,873.84</b>	<b>72.03%</b>	<b>6,203.29</b>	<b>81.79%</b>	<b>39.08%</b>	<b>5,993.68</b>	<b>27.20%</b>	<b>1,359.04</b>	<b>17.92%</b>	<b>22.67%</b>	169.74	<b>0.77%</b>	21.65	<b>0.29%</b>	12.75%

### 3、2018 年度

单位：万元

产品种类	ODM					OEM					自主品牌				
	收入	收入占比	毛利	毛利占比	毛利率	收入	收入占比	毛利	毛利占比	毛利率	收入	收入占比	毛利	毛利占比	毛利率
婴儿系列湿巾	10,926.34	<b>51.52%</b>	3,084.65	<b>52.37%</b>	28.23%	<b>4,392.60</b>	<b>20.71%</b>	<b>746.54</b>	<b>12.68%</b>	<b>17.00%</b>	6.68	<b>0.03%</b>	2.52	<b>0.04%</b>	37.72%
成人功能型系列湿巾	1,259.17	<b>5.94%</b>	457.33	<b>7.76%</b>	36.32%	<b>808.55</b>	<b>3.81%</b>	<b>214.58</b>	<b>3.64%</b>	<b>26.54%</b>	57.49	<b>0.27%</b>	15.36	<b>0.26%</b>	26.72%
医用及抗菌消毒系列湿巾	1,219.16	<b>5.75%</b>	291.61	<b>4.95%</b>	23.92%	956.72	<b>4.51%</b>	347.14	<b>5.89%</b>	36.28%	-	-	-	-	-
其他系列湿巾	208.09	<b>0.98%</b>	58.39	<b>0.99%</b>	28.06%	26.21	<b>0.12%</b>	4.00	<b>0.07%</b>	15.26%	209.90	<b>0.99%</b>	42.41	<b>0.72%</b>	20.20%
面膜及手足膜	1,119.16	<b>5.28%</b>	625.20	<b>10.62%</b>	55.86%	18.83	<b>0.09%</b>	-0.05	0.00%	-0.27%	-	-	-	-	-
产品销售合计	14,731.92	<b>69.46%</b>	4,517.17	<b>76.70%</b>	30.66%	<b>6,202.92</b>	<b>29.25%</b>	<b>1,312.22</b>	<b>22.28%</b>	<b>21.15%</b>	274.07	<b>1.29%</b>	60.30	<b>1.02%</b>	22.00%

注：根据新收入准则及其应用指南，发行人在所销售商品控制权转移之前发生的运输活动、货运代理等属于为了履行合同而从事的必要活动，2020年相关成本已作为合同履约成本，在营业成本项目中列报。但为了保持报告期前后数据的可比性，毛利率、成本计算与分析中未包括运费、货运代理费等成本，下同。

报告期各期，ODM 产品毛利率分别为 30.66%、**39.08%**和 **37.98%**。其中，ODM 产品 2019 年毛利率较 2018 年上升 **8.42** 个百分点，其中婴儿系列湿巾 ODM 产品毛利率上升 **9.83** 个百分点，主要原因在于：婴儿系列湿巾 ODM 产品主要原材料无纺布 2019 年采购单价较上年下降，使得 2019 年该类产品单位成本较 2018 年下降约 8%；此外，受订单价格调整、以及美元升值等因素的影响，2019 年该类产品单价较 2018 年上升约 6%。ODM 产品 2020 年毛利率较 2019 年下降 **1.10** 个百分点，其中婴儿系列湿巾 ODM 产品毛利率下降 **2.65** 个百分点，主要原因在于：2020 年发行人向贝咖实业销售婴儿系列湿巾 ODM 产品合计约 **4,759.84** 万元，较 2019 年增长 **1099.74%**，该客户婴儿系列湿巾 ODM 产品毛利率均低于 **20%**，使得 2020 年婴儿系列湿巾 ODM 产品整体毛利率有所下降。

报告期各期，OEM 产品毛利率分别为 **21.15%**、**22.67%**和 **33.53%**。其中，OEM 产品 2020 年毛利率较 2019 年上升 **10.86** 个百分点，主要原因在于：（1）2020 年公司向新增客户利洁时 **ENA** 实现销售收入 2.61 亿元，使得 2020 年毛利率较高的医用及抗菌消毒系列湿巾 OEM 产品销售金额占 OEM 产品销售总额的比重较 2019 年上升 **70.65** 个百分点；（2）受出口退税政策等因素影响，外销产品价格较高，毛利率一般高于内销产品。2020 年，婴儿系列湿巾 OEM 产品开拓东南亚、香港、台湾等市场，外销收入 2,716.06 万元，较上年大幅增长 2,692.99 万元，外销占比较上年上升 **46.64** 个百分点，使得婴儿系列湿巾 OEM 产品 2020 年毛利率较 2019 年上升 **11.98** 个百分点；（3）2020 年成人功能型系列湿巾 OEM 产品 2020 年毛利率较 2019 年上升 **7.80** 个百分点，主要原因在于：（1）2020 年成人功能型系列湿巾 **OEM 产品销量同比增长 30.99%**，规模效应导致单位人工及单位制造费用有所下降；（2）**2019 年该类产品的无纺布原材料采购主要集中在第四季度降价之前，价格较高，2020 年初公司采购较多，并延续了 2019 年年末价格，使得 2020 年该类产品原材料价格较 2019 年有所下降。**

报告期各期，发行人主要集中生产资源服务于利洁时 **ENA**、Woolworths、金佰利集团、强生公司、欧莱雅集团等大客户，自主品牌产品销售金额极小，占产品销售总金额的比例分别为 **1.29%**、**0.77%**和 **0.09%**。

报告期各期，除医用及抗菌消毒系列湿巾之外，发行人 ODM 产品毛利率一般高于 OEM 产品，主要系 ODM 模式下，发行人根据客户需求自主设计溶液配方或研发新产品，提升了产品附加值，使得 ODM 产品毛利相对较高所致。2018

年及 2019 年发行人医用及抗菌消毒系列湿巾 ODM 产品毛利率低于 OEM 产品，主要原因在于：（1）该系列 OEM 产品主要用于医用护理领域，产品功能性较强，定价较高，ODM 产品则主要用于日常抗菌消毒，因此该系列 OEM 产品毛利率一般高于 ODM 产品；（2）与该系列 ODM 产品主要客户 Woolworths 相比，OEM 产品主要客户 Nice-Pak Products Inc.、Human Technologies (Aust) Pty Ltd.、明尼苏达矿业制造医用器材（上海）有限公司等采购量相对较小，因此发行人对该系列 OEM 产品报价相对较高，毛利率亦较高。2020 年，发行人医用及抗菌消毒系列湿巾 ODM 产品毛利率高于 OEM 产品，主要原因为发行人向新增 OEM 客户利洁时 ENA 实现销售收入 2.61 亿元，该客户毛利率相对较低，使得发行人 OEM 产品毛利率下降较多。

**二、结合产品的销售渠道和品牌都不在公司掌控下，采购合同中下游客户对采购商的指定情况、相关原材料控制情况、采购及销售价款的结算情况等，补充披露 ODM、OEM 模式下发行人是采用总额法还是净额法核算，选择核算方法的依据、是否符合《企业会计准则》相关规定**

（一）报告期内，ODM、OEM 模式下主要客户与发行人的合作情况分别如下：

项目	ODM 模式	OEM 模式
主要客户	Woolworths、强生公司、杭州贝咖实业有限公司、中山爱护日用品有限公司等	利洁时 ENA、强生公司、Nice-Pak Products Inc.等
下游客户对供应商的指定情况	主要由发行人自主筛选优质供应商，询价并通过商务洽谈采购原材料	部分客户为从源头把控产品质量，对部分原材料供应商进行了指定，主要目的是为了保证最终产品的质量，但不干预发行人与指定供应商的交易过程。发行人与指定供应商按照独立采购业务流程进行操作，并参照对一般供应商的管理制度对指定供应商进行评估、考核及管理。除此之外，由发行人自行选择供应商。
相关原材料控制情况	从原材料验收入库时起，发行人承担原材料的保管责任，对原材料的损坏或灭失负责，原材料自领用至生产环节，发行人对生产加工实施全过程控制，对产生的加工质量问题负责；发行人与客户通过商业谈判确定产品价格，该产品价格是包括原材料在内的完整价格，发行人因此承担了原材料价格波动风险	与 ODM 客户相同，发行人承担了质量、保管、灭失及价格波动等与原材料相关的主要风险，并对原材料实施了全过程控制。
采购及销售价款的结算情况	发行人与 ODM、OEM 客户独立结算销售价款、与指定供应商独立结算采购价款；采购付款与销售收款各自独立，互不影响，不存在将客户的销售款与指定供应商的采购款合并抵冲结算的情形	
会计核算方式	总额法	总额法

ODM、OEM 模式下，发行人与客户及供应商分别签订购销合同，并遵循独立交



易原则，独立履行对供应商、客户的合同权利和义务；发行人独立承担生产制造职能，从而使得从供应商采购的原材料在形态、功能上发生了实质性的改变；发行人在向客户转让商品前能够控制商品，处于独立的主要责任人地位。综上，发行人 ODM、OEM 模式下采用总额法确认收入。

## （二）ODM、OEM 模式下发行人采用的核算方式

发行人根据业务实质，将主营业务收入分为产品销售和来料加工两类。

在产品销售业务中，发行人与客户及供应商分别签订购销合同，并遵循独立交易原则，独立履行对供应商、客户的合同权利和义务；发行人独立承担生产制造职能，从而使得从供应商采购的原材料在形态、功能上发生了实质性的改变；发行人在向客户转让商品前能够控制商品，处于独立的主要责任人地位。因此，发行人产品销售业务采用总额法核算收入。

发行人根据是否自有品牌、是否自主研发溶液配方和产品设计等原则，将产品销售业务进一步分为 ODM、OEM 和自主品牌等三类模式。

在来料加工业务中，发行人实质上仅承担加工责任，不构成交易的主要责任人，因此，发行人来料加工业务采用净额法核算收入。

发行人在 ODM、OEM 模式下按照总额法确认收入，相关会计处理在所有重大方面符合《企业会计准则》相关规定，选择总额法的依据如下：

1、ODM、OEM 模式下发行人采用总额法确认收入符合中国证监会《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》问题 32 的要求

在 ODM、OEM 模式下，发行人与客户及供应商分别签订销售与采购合同，以完整产品价格作为销售价款结算的基础；发行人在原材料入库后，如发生因各种原因导致的损失，均由发行人承担，相关的价格风险以及保管和灭失风险已经转移至发行人；发行人在确定销售价格时，综合考虑原材料、人工、费用及合理的利润率等因素后向客户进行产品报价，经协商一致后确定产品的销售价格，发行人具备对最终产品的完整销售定价权；发行人根据销售合同与采购合同约定的结算方式和付款方式分别与客户及供应商进行结算，发行人承担了应从客户收取款项的信用风险；发行人在生产过程中通过原料切割、溶液配置、产品包装、质量管理等多道复杂工序将产品从无纺布加工为湿巾，产品从形态上、功能上均有较大程度的变化。因此，ODM、OEM 模式下发行人采用总额法确认收入符合中国证监会《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》问题 32 的要求。

## 2、会计准则相关规定

根据《企业会计准则第 14 号——收入》第三十四条的相关规定，企业应当根据其在向客户转让商品前是否拥有对该商品的控制权，来判断其从事交易时的身份是主要责任人还是代理人。企业在向客户转让商品前能够控制该商品的，该企业为主要责任人，应当按照已收或应收对价总额确认收入。否则，该企业为代理人。

企业向客户转让商品前能够控制该商品的情形包括：

(1)企业自第三方取得商品或其他资产控制权后，再转让给客户。

(2)企业能够主导第三方代表本企业向客户提供服务。

(3)企业自第三方取得商品控制权后，通过提供重大的服务将该商品与其他商品整合成某组合产出转让给客户。

在具体判断向客户转让商品前是否拥有对该商品的控制权时，企业不应仅局限于合同的法律形式，而应当综合考虑所有相关事实和情况，这些事实和情况包括：

(1)企业承担向客户转让商品的主要责任。

(2)企业在转让商品之前或之后承担了该商品的存货风险。

(3)企业有权自主决定所交易商品的价格。

(4)其他相关事实和情况。

对照企业会计准则的相关规定，发行人向客户销售产品满足以下特征：

(1)发行人承担向客户转让商品的主要责任

发行人独立承担生产制造职能，从而使得从供应商采购的原材料在形态、功能上发生了实质性改变；根据与客户签订的销售合同，发行人对交付的产品质量、售后服务、客户投诉、退换货等承担主要责任，因此发行人承担了向客户转让商品的主要风险。

虽然部分客户指定了供应商，但该部分客户并没有参与发行人的实际采购，不影响发行人与指定供应商合同签约的独立性，发行人从指定供应商采购原材料，经过生产制造形成产成品，承担了向客户转让商品的主要责任。

(2)发行人在转让商品之前承担了该商品的存货风险

发行人在转让商品之前承担了该商品质量、保管、灭失及价格波动风险，并能完全控制原材料流转的全过程，符合在转让商品之前承担了该商品的存货风险

的特征。

(3)发行人可以自主决定所交易的商品或服务的价格

发行人综合考虑原材料价格、人员薪酬、生产工艺复杂程度、市场供需情况等因素后向客户提出报价，双方通过商业谈判确定产品价格，发行人拥有对产品完整、自主的**销售**定价权，可以自主决定所交易的商品的价格，并从中获得几乎全部的经济利益。

综上，ODM、OEM 模式下发行人在向客户转让商品前能够控制商品，且为交易的主要责任人，因此发行人按照总额法确认销售收入，上述会计处理符合《企业会计准则》的相关规定。

### 三、补充披露发行人自有品牌“喜擦擦”销售金额及比例，报告期内是否有除发行人自有品牌之外的业务采取经销模式销售

报告期内，发行人自有品牌的规模及占比情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
“喜擦擦”品牌系列湿巾	57.18	154.67	237.88
“艾妮”品牌系列湿巾	-	15.07	36.19
自有品牌销售合计	57.18	169.74	274.07
当期主营业务收入	<b>73,772.55</b>	<b>27,612.75</b>	<b>28,101.10</b>
占比（%）	<b>0.08</b>	<b>0.61</b>	<b>0.98</b>

2018 年及 2019 年，发行人部分自有品牌产品通过经销模式进行销售，除自有品牌业务之外，发行人 ODM、OEM 以及来料加工业务模式下所有产品均使用客户品牌，并采用直销模式销售给客户，不存在经销模式。

### 四、补充披露发行人与客户之间是否存在关于发行人经营自有品牌的限制性约定，发行人从事自有品牌经营是否违反该等约定，是否存在违约或侵权风险

发行人与客户之间不存在关于经营自有品牌的限制性约定，发行人从事自有品牌经营不存在违约或侵权风险。

### 五、补充披露 OEM、ODM 模式下发行人与客户的权利义务划分约定及发行人对客户的保密责任，是否存在泄密引起的诉讼风险，并补充风险提示

(一)OEM、ODM 模式下发行人与客户的权利义务划分约定及发行人对客户

的保密责任

报告期内，ODM、OEM 模式下，发行人与客户的权利义务划分约定主要如下：

业务模式	对象	主要权利	主要义务
ODM	发行人	拥有产品溶液配方的自主设计、原材料自主采购和依约收取货款等权利	承担依约排期生产、保证产品质量、根据客户需求开发溶液配方和设计产品、不侵犯客户提供的知识产权等义务
	客户	有权对发行人设施、运营系统实地查验；对发行人所提供的产品和服务相关的各类认证、质量体系等文件执行质量审计；审查发行人安全、健康和环境标准的实施情况；要求发行人按约定的质量标准进行生产制造等	负有遵守合同并按订单约定的付款方式按时支付货款等义务
OEM	发行人	拥有除客户指定原材料以外其他原材料的自主采购和依约收取货款等权利，有权与客户指定的原材料供应商独立谈判并签订采购合同	承担依约排期生产、保证产品质量、不侵犯客户提供的知识产权等义务
	客户	有权对发行人设施、运营系统实地查验；对发行人所提供的产品和服务相关的各类认证、质量体系等文件执行质量审计；审查发行人安全、健康和环境标准的实施情况；要求发行人按约定的质量标准进行生产制造等	负有提供溶液配方和设计产品、遵守合同并按订单约定的付款方式按时支付货款等义务

发行人与客户签订的协议中约定了保密条款，发行人对客户的发明、创意等知识产权负有保密义务。

## (二)是否存在泄密引起的诉讼风险

发行人主要采取 ODM/OEM 模式为客户生产制造湿巾类产品，其中涉及使用客户商标情况。为防范商标侵权风险，发行人制定了《客户材料及成品报废管理制度》《报废记录表》《报废完成统计表》等制度，通过对打样试生产、生产、入库、订单完成等环节的管控，避免带有客户商标、客户名称的样品、原材料、半成品及成品未经客户授权流入市场，杜绝发生商标侵权事件。报告期内，发行人未出现过侵犯客户商标权情形。

发行人自主设计的溶液配方出于产品信息保密考虑，一般不申请专利，而是作为发行人的技术秘密。发行人基于市场开发调研和对行业新产品开发方向的判断，自主完成不同产品体系的溶液配方，该种配方称为基础配方，发行人独立完成基础配方开发过程包括原料安全性评估、毒理学评估、防腐挑战测试、以及配方稳定性测试等。基础配方所形成的产品设计或商业技术秘密不与客户有直接关联性。在基础配方的基础上，发行人基于不同客户对产品功能需求、成本控制及产品安全性评估、合规性等要求，进行个性化定制开发，所完成的定制化的完整

配方专用于该定制客户的产品，但该定制开发的配方的相关知识产权仍属于发行人。

为预防泄密引起的违约责任及诉讼风险，发行人制定了《知识产权外来文件控制程序》《知识产权保密控制程序》《商业秘密管理制度》《销售过程中知识产权管理规定》《客户材料及成品报废管理制度》《知识产权争议处理控制程序》等管理制度，对客户知识产权和往来商务函件规范管理，避免泄密事件的发生。上述制度规定发行人各部门分工协作，根据相关保密制度管理外来文件和商业秘密，具体措施如下：

知识产权管理办公室负责发行人日常保密工作的监督和管理；行政部负责专利、商业秘密等方面资料的收集和整理，并对外来文件进行分级归档，适时对外来文件管理工作进行内部评审和改进；营销部负责客户资料的接收与更新，并对重要文件做好分类保密管理；研发部负责识别、更新项目资料中技术性文件的管理；质量部负责客户往来审核、验证函件的管理；采购部负责原材料、设备等供方信息、进货渠道、竞价策略等信息的保密管理；生产部对 ODM/OEM 生产的过程中形成的不宜对外公开的文件记录，按知识产权保密的规定采取相应的保密措施；人事部负责对员工进行知识产权、信息保密的培训和奖惩；财务部对客户支付货款等形成的会计记录进行分级归档保存。同时，发行人与核心研发人员、高级管理人员签署了保密协议，有效地防控发行人外来文件和商业秘密泄密。报告期内，发行人未出现因信息泄密而与客户发生纠纷的情形。

## **六、补充披露来料加工业务模式下公司的业务处理流程、收入确认是采用总额法还是净额法核算，是否符合《企业会计准则》相关规定。如采用总额法的，模拟量化采用净额法核算对发行人经营业绩的影响**

### **(一)来料加工业务模式下发行人的业务处理流程**

来料加工业务模式下发行人业务处理流程为：发行人接受客户加工委托，按照其技术标准和质量要求，对客户提供的原材料进行生产加工成产成品后交付给客户，并向客户收取加工费等款项。

客户直接或通过其他供应商向发行人销售原材料，主导确定原材料采购价格并参与相关存货的继续管理，发行人按照其技术标准和质量要求进行产品加工，制成成品后交付客户，双方按全额结算购销款项，发行人基于业务实质按净额法确认收入。

(二)发行人来料加工业务模式收入确认是采用总额法还是净额法核算，是否符合《企业会计准则》相关规定

发行人对来料加工业务采用净额法确认收入，发行人来料加工业务包括面膜来料加工业务和湿巾来料加工业务。

面膜来料加工业务模式下，发行人所需的无纺布、溶液原料、部分包装材料等原材料均由客户直接提供。客户对原材料质量负责，并由此承担因原材料质量导致的其他所有责任。发行人只需按照客户要求，对客户提供的原材料进行加工生产，完工交付后根据加工数量收取加工费，因此根据《企业会计准则》相关规定，发行人对该类业务直接核算加工费，以净额法确认收入。

湿巾来料加工业务模式下，**该类业务的交易价格与市场价格存在差异，并不完全公允，发行人不完全承担原材料价格波动风险，出于谨慎性考虑，该项业务构成一项来料加工业务。**

此外，发行人接受客户加工委托，并就委托加工产品所需无纺布、包装材料等原材料同步与客户及其关联公司签订采购合同，所采购原材料与受托加工产品所需原材料在品种和数量上存在一一对应关系，约定因客户提供的原材料质量缺陷导致加工后产品出现质量缺陷的，发行人不承担责任。因此，上述业务的采购和销售实质上是同时谈判确定、互为前提和条件、旨在实现一项商业目的的一揽子交易，该项业务亦构成一项来料加工业务。**发行人在来料加工业务中主要承担加工责任**，因此根据《企业会计准则》相关规定，发行人采用净额法确认收入。

### 【核查程序及核查结论】

#### 1、核查程序

(1)访谈发行人研发部、营销部、采购部等部门负责人，了解并核实 ODM、OEM 业务模式的业务流程和主要特点、主要客户采取的业务模式、以及客户指定供应商等事项，分析对比两种业务模式在采购方式、成本构成、生产流程、产品类型、主要客户等各方面的差异情况；

(2)查阅发行人与主要客户、供应商之间签署的框架协议，核查发行人对原材料的控制情况；查阅发行人的原始凭证及银行流水，核实发行人采购与销售价款的结算情况；核实发行人 ODM、OEM 业务模式下采购与销售具体业务流程、对于存货的控制情况、购销的结算情况等事项，分析发行人 ODM、OEM 模式下采用总额法核算的原因及其合理性以及是否符合《企业会计准则》相关规定；

(3)获取并核查发行人自有品牌销售金额与占比变化；核查发行人除自有品牌以外业务的主要客户框架协议/合同，核实除自有品牌以外业务是否存在经销模式的情况；

(4)查阅发行人与主要客户之间签署的框架协议，核查框架协议中关于双方的权利义务的主要划分、发行人对客户的保密责任以及客户对于发行人经营自有品牌限制性约定情况等；

(5)查阅发行人与主要客户、供应商之间签署的框架协议，了解发行人来料加工业务模式的业务流程，分析发行人来料加工业务模式下采用净额法核算的原因及其合理性以及是否符合《企业会计准则》相关规定。

## 2、核查意见

经核查，申报会计师认为：ODM、OEM 模式下，发行人为交易的主要责任人，发行人向客户转让商品前能够控制商品，并且独立承担收款信用风险及付款义务，发行人按照总额法确认收入符合《企业会计准则》相关规定；报告期内，发行人除部分自有品牌采用经销模式销售外，发行人客户品牌不涉及经销模式销售；发行人与客户签订的框架协议中约定了保密条款，发行人对客户的发明、创意等知识产权负有保密义务，报告期内，发行人未出现因信息泄密而与客户发生纠纷的情形；来料加工业务模式下，发行人按照净额法确认来料加工业务收入符合《企业会计准则》相关规定。

## 2. 关于客户集中度

申报材料显示，发行人客户集中度较高，报告期内，公司向前五名客户的销售额合计占当期营业收入的比例分别为 85.69%、89.60%和 91.08%。其中，其中发行人向前两大客户 Woolworths 与金佰利（中国）有限公司的销售金额占营业收入的比重超过 50%。

请发行人：

(1) 按内销/外销补充披露报告期各期合并口径（并保留明细）前五名客户的基本情况、合作历史、销售内容、销售金额、数量、销售对应生产模式（OEM/ODM/来料加工）、占比情况，并分析主要客户变动情况及其原因；

(2) 补充披露报告期内客户集中且集中度越来越高的原因及合理性，是否符合行业特性，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 38 的要求分析并披露发行人是否对主要客户存在重大依赖，是否对发行条

件构成重大不利影响；

(3) 补充披露发行人获取主要客户的方式，主要客户是否建立合格供应商认证制度，公司或其产品是否取得该等认证，相关交易的定价原则，发行人与主要客户的合作是否具有稳定性与可持续性及其依据；

(4) 补充披露报告期内前两大客户 Woolworths、金佰利对发行人利润的贡献率占比；

(5) 申报材料显示，发行人对强生公司的销售额包括对强生（中国）有限公司、上海暖呵母婴用品国际贸易有限公司、Johnson & Johnson Consumer Inc. 和 Johnson & Johnson Pte. Ltd.的合并数，以上客户包括了内销、外销客户。请补充披露对于受同一实际控制人控制的内销、外销客户，发行人的收入确认政策、收付款政策、信用政策等的处理方法；

(6) 申报材料显示，杭州贝咖实业有限公司系发行人 2019 年新增前五大客户。请补充披露报告期各期前五大客户中成立时间较短或注册资本较小的客户具体情况，对其销售额是否与其经营规模相匹配；

(7) 补充披露报告期内 Nice-Pak Products Inc.不再是发行人前五大客户的原因及合理性；中山爱护日用品有限公司报告期内对发行人采购金额越来越小的原因及合理性；

(8) 补充披露报告期内是否存在大额退换货情形，如存在，披露退换货所涉及的具体事项、金额、占当期营业收入比例、客户名称、是否为关联方、会计处理方法，对发行人生产经营是否存在重大不利影响；

(9) 补充披露与既是客户又是供应商的相关主体交易的具体情况、业务实质，对比与独立第三方的交易定价情况，说明交易必要性及价格公允性；收入确认是采用总额法还是净额法核算，是否符合《企业会计准则》相关规定。如采用总额法的，模拟量化采用净额法核算对发行人经营业绩的影响；

(10) 补充披露发行人直接、间接股东及其亲属、员工或前员工是否在发行人主要客户处任职、拥有权益或能够影响客户的采购决策的情况，发行人主要客户与发行人、发行人主要股东、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员、离职员工是否存在关联关系或无商业实质的资金往来、共同投资、利益输送等情形。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。



**【回复】**

**一、按内销/外销补充披露报告期各期合并口径（并保留明细）前五名客户的基本情况、合作历史、销售内容、销售金额、数量、销售对应生产模式（OEM/ODM/来料加工）、占比情况，并分析主要客户变动情况及其原因**

**（一）报告期内发行人内、外销主要客户销售情况**

**1、报告期发行人内销前五名客户基本情况、合作历史及销售对应生产模式**

内销客户	基本情况	合作历史	对应的生产模式
金佰利（中国）有限公司	金佰利（中国）有限公司系金佰利集团全资子公司。金佰利集团成立于1872年，是全球健康卫生护理领域的领导者，已于纽约证券交易所上市（股票代码：KMB）。其三大核心业务分别为个人健康护理用品、家庭生活用纸和商用消费产品。金佰利集团在全球35个国家和地区设有生产设施，产品销往超过175个国家和地区，2020年销售额逾191亿美元。	双方自2012年开展合作，合作关系稳定	来料加工模式
强生公司	强生公司成立于1886年，是全球最具综合性、业务分布范围广泛的医疗健康企业之一，已于纽约证券交易所上市（股票代码：JNJ）。强生公司业务涉及制药、医疗器材及消费品三大领域，总部位于美国新泽西州新布仑兹维克市，在全球60个国家地区拥有260多家运营公司，全球员工约14万人。2020财年，强生公司营业收入约为826亿美元。报告期内，发行人与强生公司下属的强生（中国）有限公司、上海暖呵母婴用品国际贸易有限公司发生内销业务往来。	双方自2016年开展合作，合作关系稳定	强生公司内销产品均为OEM模式
杭州贝咖实业有限公司	杭州贝咖实业有限公司成立于2019年8月，主要致力于提供优质的母婴产品和专业的母婴护理指导，其实际控制人李阔控制的上海夕尔实业有限公司旗下拥有“Babycare”母婴用品品牌，该品牌曾荣获2017年双11天猫母婴用品-王者奖、2018年天猫金婴奖和京东超市-2018最具口碑奖等多个奖项。“Babycare”品牌2019年8月置入贝咖实业。	双方自2019年开展业务合作，合作关系稳定	ODM
欧莱雅集团	欧莱雅集团成立于1907年，是世界著名的化妆品生产厂商，已于泛欧交易所上市（股票代码：OREP）。欧莱雅集团主要从事各类化妆品的生产。旗下主要化妆品品牌包括兰蔻（Lancome）、乔治阿玛尼（Giorgio Armani）、薇姿（Vichy）、理肤泉（La Roche-Posay）等。2020财年，欧莱雅集团营业收入约为279.9亿欧元。报告期内，发行人与欧莱雅集团下属的苏州尚美国际化妆品有限公司、广州千研美化妆品有限公司和欧莱雅（中国）有限公司发生业务往来。	双方自2013年开展合作，合作关系稳定	主要为来料加工模式，少量面膜产品为OEM模式
贝亲母婴用品（常州）有限公司	贝亲母婴用品（常州）有限公司系贝亲（Pigeon Corporation）全资子公司。贝亲成立于1957年，是全球知名母婴产品制造商，已于东京证券交易所上市（股票代码：7956），其业务覆盖婴童哺育、母婴护理、家庭护理等多方面，自2002年进入中国市场以来，在母婴市场占有较高的市场地位。	双方自2019年开展合作，合作关系稳定	OEM
3M	3M创建于1902年，总部位于美国明尼苏达州的圣保罗市，是一家世界知名的多元化科技创新企业，已于纽约证券交易所上市（股票代码：MMM）。3M业务范围涵盖家庭用品、医疗产品、运输、建筑、教育、电子、通信等各个领域。截止目前，3M在中国建立了9个生产基地、27个办事处、4个技术中心和1个研发中心，员工近8,000人。报告期内，发行人与3M下属的3M中国有限公司和明尼苏达矿业制造医用器材（上海）有限公司发生业务往来。	双方自2017年开展合作，合作关系稳定	“3M 60片清洁”系列湿巾产品采用ODM模式，其余为OEM模式

内销客户	基本情况	合作历史	对应的生产模式
苏州冠洁生活制品有限公司	苏州冠洁生活制品有限公司成立于2007年2月,经营范围包括高档纸及制品、生活用纸、消毒湿巾、纸尿裤等。苏州冠洁生活制品有限公司隶属于斯米克集团,斯米克集团成立于1989年,业务范围涵盖生活用纸、大健康、教育培训、房地产等五大板块,旗下“洁云”系列生活用纸产品连续16年荣获上海畅销金品大奖及“上海市畅销快速消费品”的称号,拥有较高知名度。	双方自2016年开始合作	ODM
中山爱护日用品有限公司	中山爱护日用品有限公司成立于2011年6月,致力于提供优质的母婴产品和专业的母婴护理指导,旗下拥有“爱护”和“幼妙”两大品牌。2018年8月,上市公司康芝药业(证券代码:300086)收购中山爱护日用品有限公司100%股权。	双方自2015年开始合作	ODM

注:客户基本情况主要来源于企业信用信息公示系统、客户官方网站、年度报告等公开披露信息

## 2、报告期内发行人内销前五名客户销售情况

### (1)2020 年度

序号	客户名称	销售内容	销售数量 (万片)	销售金额 (万元)	销售 占比(%)
1	金佰利(中国)有限公司	来料加工	264,890.79	8,186.55	11.02
2	杭州贝咖实业有限公司	婴儿系列湿巾、成人功能型系列湿巾、其他系列湿巾	80,966.08	5,139.12	6.92
3	苏州尚美国际化妆品有限公司	来料加工、面膜、成人功能型系列湿巾	5,402.81	2,498.24	3.36
	欧莱雅(中国)有限公司	来料加工	-	1.35	0.00
	欧莱雅集团小计	——	5,402.81	2,499.59	3.36
4	强生(中国)有限公司	婴儿系列湿巾、成人功能型系列湿巾	39,435.88	1,739.28	2.34
	上海暖呵母婴用品国际贸易有限公司	婴儿系列湿巾	4,569.76	240.33	0.32
	强生公司内销小计	——	44,005.64	1,979.61	2.66
5	贝亲母婴用品(常州)有限公司	婴儿系列湿巾	19,347.05	1,205.46	1.62
合计			414,612.37	19,010.33	25.59

### (2)2019 年度

序号	客户名称	销售内容	销售数量 (万片)	销售金额 (万元)	销售 占比(%)
1	金佰利(中国)有限公司	来料加工	111,302.86	4,093.79	14.76
2	强生(中国)有限公司	婴儿系列湿巾、成人功能型系列湿巾	59,650.79	3,135.92	11.30
	上海暖呵母婴用品国际贸易有限公司	婴儿系列湿巾	12,167.62	655.06	2.36

序号	客户名称	销售内容	销售数量 (万片)	销售金额 (万元)	销售 占比(%)
	强生公司内销合计	——	71,818.41	3,790.98	13.66
3	苏州尚美国际化妆品有限公司	来料加工、成人功能型系列湿巾	4,220.74	1,570.26	5.66
	欧莱雅(中国)有限公司	来料加工	-	0.55	0.00
	欧莱雅合计	——	4,220.74	1,570.81	5.66
4	杭州贝咖实业有限公司	婴儿系列湿巾、成人功能型系列湿巾	10,003.52	742.61	2.68
5	苏州冠洁生活制品有限公司	婴儿系列湿巾、成人功能型系列湿巾	4,132.18	253.22	0.91
合计			201,477.71	10,451.41	37.67

(3)2018 年度

序号	客户名称	销售内容	销售数量 (万片)	销售金额 (万元)	销售 占比(%)
1	强生(中国)有限公司	婴儿系列湿巾、成人功能型系列湿巾	69,182.91	3,446.02	12.18
	上海暖呵母婴用品国际贸易有限公司	婴儿系列湿巾	16,615.74	956.06	3.38
	强生公司内销合计	——	85,798.66	4,402.08	15.55
2	金佰利(中国)有限公司	来料加工	103,103.91	4,065.49	14.36
3	广州千研美化妆品有限公司	来料加工	3,849.58	1,502.64	5.31
	苏州尚美国际化妆品有限公司	来料加工、面膜、成人功能型系列湿巾	4,212.90	1,494.14	5.28
	欧莱雅(中国)有限公司	来料加工	-	9.83	0.03
	欧莱雅合计	——	8,062.48	3,006.61	10.62
4	中山爱护日用品有限公司	婴儿系列湿巾	31,473.37	1,162.15	4.11
5	苏州冠洁生活制品有限公司	婴儿系列湿巾	8,141.28	487.34	1.72
合计			236,579.70	13,123.67	46.37

3、报告期内发行人外销前五名客户基本情况、合作历史及销售对应生产模式

外销客户	基本情况	合作历史	交易背景	销售对应的生产模式
利洁时 ENA	利洁时 ENA 系利洁时集团 (Reckitt Benckiser Group plc) 下属子公司。利洁时集团成立于 1823 年，是一家生产各种快速消费品而著称的全球性企业，在全球 60 多个国家设有办公室或工厂，旗下知名品牌包括滴露 (Dettol)、美赞臣 (Enfamil)、杜蕾斯 (Durex)、亮碟 (Finish) 等，产品远销全球近 200 多个国家。该公司已于伦敦证券交易所上市 (股票代码: RB)。2020	双方于 2020 年开展合作	因 Lysol 等品牌湿巾市场需求，采购公司产品	OEM

外销客户	基本情况	合作历史	交易背景	销售对应的生产模式
	财年，利洁时集团营业收入约为 139.93 亿英镑			
Woolworths	Woolworths 成立于 1924 年，是一家在澳大利亚和新西兰拥有超过 3,600 家门店的连锁超市集团，澳大利亚和新西兰最大的网上超市，全球第 15 大连锁超市，Woolworths 已于澳大利亚证券交易所上市（股票代码：WOW）。业务范围包括日用百货、食品超市、酒类超市、装潢建材超市、加油站和旅馆等多种零售业务。2020 财年，Woolworths 营业收入约为 637 亿澳元。	双方自 2009 年开展合作，合作关系稳定	因 Woolworths 旗下 Azure、Dymples、Little One's、Select、Strike、Woolworths、Voeu 等品牌湿巾和 Voeu 品牌面膜市场需求，采购发行人产品	ODM
强生公司	强生公司成立于 1886 年，是全球最具综合性、业务分布范围广的医疗健康企业之一，已于纽约证券交易所上市（股票代码：JNJ）。强生公司业务涉及制药、医疗器材及消费品三大领域。总部位于美国新泽西州新布仑兹维克市，在全球 60 个国家地区拥有 260 多家运营公司，全球员工约 14 万人。2020 财年，强生公司营业收入约为 826 亿美元 报告期内，发行人与强生公司下属的 Johnson & Johnson Pte. Ltd.和 Johnson & Johnson Consumer Inc.发生外销业务往来。	双方自 2016 年开展合作，合作关系稳定	因强生、露得清、艾维诺等品牌湿巾和手足膜市场需求，采购发行人产品	手足膜类产品采用 ODM 模式，其余为 OEM 模式
Human Technologies (Aust) Pty Ltd.	Human Technologies (Aust) Pty Ltd.成立于 1998 年，注册地位于澳大利亚昆士兰州，主营业务为个人护理用品的销售等，旗下 HiCare 品牌是澳大利亚知名个人护理品牌。	双方于 2006 年开展合作，合作关系稳定	因 HiCare 等品牌湿巾市场需求，采购发行人产品	OEM
Metcash Trading Ltd.	Metcash Trading Ltd.成立于 1927 年，旗下经营包括 IGA、Campbells 在内的 2000 多家超市，其中 IGA 是澳大利亚排名前三的大型连锁超市品牌。Metcash Trading Ltd.已于澳大利亚证券交易所上市（股票代码：MTS），业务范围包括食品杂货、新鲜农产品、酒类、硬件工具等多种日用快消品。2020 财年，Metcash Trading Ltd.营业收入约为 130 亿澳元	双方于 2017 年开展合作	因 Community Co 等品牌湿巾市场需求，采购公司产品	ODM
T.J. Morris Ltd.	T.J. Morris Ltd.成立于 1980 年，注册地位于英国利物浦，是一家英国连锁超市，主要销售产品包括办公文具、灯具灯饰、家用纺织品、礼品、厨具用品、日常卫生用品、体育及旅游休闲用品及玩具等。	双方于 2009 年开展合作，合作关系稳定	因 TJM 等品牌湿巾市场需求，采购发行人产品	ODM
e.l.f. Cosmetics, Inc.	e.l.f. Cosmetics, Inc.成立于 2004 年，是一个产品多样化、时尚个性的美国美妆公司，并以其亲民的定价、齐全的品类和快速的产品迭代，成为美国知名的化妆品公司之一，该公司已于纽约证券交易所上市（股票代码：ELF）。2019 财年，e.l.f. Cosmetics, Inc.营业收入约为 2.8 亿美元。	双方自 2016 年开展合作，合作关系稳定	因 e.l.f.等品牌湿巾市场需求，采购发行人产品	ODM
Nice-Pak Products Inc.	Nice-Pak Products Inc.成立于 1955 年，总部位于美国纽约州奥兰治堡，系一家致力于高品质湿巾产品研发、生产及销售的知名企业，主要产品包括可冲散系列湿巾、婴幼儿系列湿巾、家用系列湿巾及个人护理系列湿巾等，其主要客户包括 Walmart（沃尔玛）、Target（塔吉特）	双方自 2013 年开展合作，合作关系稳定	因 CVS、Staples 等品牌湿巾市场需求，采购发行人产品	OEM

外销客户	基本情况	合作历史	交易背景	销售对应的生产模式
	等大型连锁超市以及 CVS Pharmacy 连锁药店等。			

#### 4、报告期内发行人外销前五名客户销售情况

##### (1)2020 年度

序号	客户名称	销售内容	销售数量 (万片)	销售金额 (万元)	销售 占比 (%)
1	利洁时 ENA	医用及抗菌消毒系列湿巾	388,670.38	26,082.69	35.10
2	Woolworths Group Limited	婴儿系列湿巾、成人功能型系列湿巾、医用及抗菌消毒系列湿巾、面膜、其他系列湿巾	291,224.74	17,251.62	23.22
	Wow-General Distributors Limited	婴儿系列湿巾、成人功能型系列湿巾、医用及抗菌消毒系列湿巾、其他系列湿巾	9,893.18	533.70	0.72
	Woolworths 合计	——	301,117.92	17,785.32	23.94
3	Johnson & Johnson Pte. Ltd.	婴儿系列湿巾、成人功能型系列湿巾、手足膜	54,892.00	5,184.81	6.98
	Johnson & Johnson Consumer Inc.	手足膜	497.79	2,528.65	3.40
	强生公司外销合计	——	55,389.79	7,713.46	10.38
4	Human Technologies (Aust) Pty Ltd	婴儿系列湿巾、医用及抗菌消毒系列湿巾、其他系列湿巾	11,130.58	867.40	1.17
5	Metcash Trading Ltd.	成人功能型系列湿巾、其他系列湿巾	3,503.82	342.61	0.46
合计			759,812.49	52,791.48	71.05

##### (2)2019 年度

序号	客户名称	销售内容	销售数量 (万片)	销售金额 (万元)	销售 占比 (%)
1	Woolworths Group Limited	婴儿系列湿巾、成人功能型系列湿巾、医用及抗菌消毒系列湿巾、其他系列湿巾	191,046.84	11,136.25	40.14
	Wow-General Distributors Limited	婴儿系列湿巾、成人功能型系列湿巾、医用及抗菌消毒系列湿巾、其他系列湿巾	13,336.56	752.04	2.71
	Woolworths 合计	——	204,383.40	11,888.29	42.85
2	Johnson & Johnson Pte. Ltd.	成人功能型系列湿巾、手足膜	8,857.35	1,940.10	6.99
	Johnson & Johnson Consumer Inc.	手足膜	199.65	973.22	3.51
	强生公司外销合计	——	9,056.99	2,913.32	10.50
3	e.l.f. Cosmetics, Inc.	成人功能型系列湿巾	1,889.21	296.36	1.07
4	Human Technologies (Aust) Pty Ltd	婴儿系列湿巾、成人功能型系列湿巾、医用及抗菌消毒系列湿巾、其他系列湿巾	1,577.03	239.27	0.86
5	T.J. Morris Ltd.	成人功能型系列湿巾	3,213.02	222.35	0.80

序号	客户名称	销售内容	销售数量 (万片)	销售金额 (万元)	销售 占比 (%)
合计			220,119.66	15,559.59	<b>56.08</b>

(3)2018 年度

序号	客户名称	销售内容	销售数量 (万片)	销售金额 (万元)	销售 占比 (%)
1	Woolworths Group Limited	婴儿系列湿巾、成人功能型系列湿巾、医用及抗菌消毒系列湿巾、其他系列湿巾、面膜	111,610.00	6,546.69	<b>23.13</b>
	Woolworths Limited	婴儿系列湿巾、成人功能型系列湿巾、医用及抗菌消毒系列湿巾	61,120.17	3,364.65	<b>11.89</b>
	Wow-General Distributors Limited	婴儿系列湿巾、成人功能型系列湿巾、医用及抗菌消毒系列湿巾	12,636.57	696.55	<b>2.46</b>
	Food Company HK Procurement Pty. Ltd.	婴儿系列湿巾	-	0.08	<b>0.00</b>
	Woolworths 合计	——	185,366.73	10,607.97	<b>37.48</b>
2	Johnson & Johnson Consumer Inc.	手足膜	226.19	1,116.05	<b>3.94</b>
	Johnson & Johnson Pte. Ltd.	成人功能型系列湿巾	4,573.89	697.67	<b>2.47</b>
	强生公司外销合计	——	4,800.08	1,813.72	<b>6.41</b>
3	Nice-Pak Products Inc.	医用及抗菌消毒系列湿巾	8,661.05	729.70	<b>2.58</b>
4	e.l.f. Cosmetics, Inc.	成人功能型系列湿巾	1,869.77	298.28	<b>1.05</b>
5	Human Technologies (Aust) Pty Ltd	医用及抗菌消毒系列湿巾、其他系列湿巾	2,130.44	263.25	<b>0.93</b>
合计			202,828.08	13,712.92	<b>48.45</b>

5、报告期内，发行人主要客户变动情况及其原因如下：

内销/ 外销	主要客户	2020 年 度排名	2019 年 度排名	2018 年 度排名	变动情况及原因
内销	金佰利（中国）有限公司	1	1	<b>2</b>	自 2012 年双方建立业务往来，与发行人合作关系稳定
	杭州贝咖实业有限公司	2	4	-	自 2019 年双方建立业务往来，与发行人合作关系稳定
	强生公司内销子公司	3	2	<b>1</b>	自 2016 年双方建立业务往来，与发行人合作关系稳定
	欧莱雅集团	4	3	3	自 2013 年双方建立业务往来，与发行人合作关系稳定
	贝亲母婴用品（常州）有限公司	5	10	-	报告期内，该客户旗下贝亲品牌婴儿系列湿巾市场需求增加，销售金额增长，内销排名相应上升
	苏州冠洁生活制品有限公司	-	5	5	2020 年上半年，因该客户回款周期较长，发行人停止与该客户的业务往来

内销/ 外销	主要客户	2020年 度排名	2019年 度排名	2018年 度排名	变动情况及原因
	中山爱护日用品有限公司	-	6	4	因发行人产能有限，为承接新客户订单，发行人自2019年起逐步减少与该客户的业务往来
外销	利洁时 ENA	1	-	-	公司于2016年首次接触该客户，2020年正式开展业务合作。该客户市场需求较大，主要采购医用及抗菌消毒系列湿巾
	Woolworths	2	1	1	自2009年双方建立业务往来，与发行人合作关系稳定
	强生公司外销子公司	3	2	2	自2017年双方建立业务往来，与发行人合作关系稳定
	Human Technologies (Aust) Pty Ltd.	4	4	5	该客户销售金额总体保持稳定，外销排名波动主要系其他客户销售额波动所致
	Metcash Trading Ltd.	5	6	11	报告期内，公司向该客户销售金额逐年上升，外销排名相应上升
	T.J. Morris Ltd.	6	5	6	该客户销售金额总体保持稳定，外销排名波动主要系其他客户销售金额波动所致
	e.l.f. Cosmetics, Inc.	8	3	4	该客户销售总体稳定，但受新冠疫情影响，该客户2020年上半年向发行人采购卸妆湿巾的订单减少
	Nice-Pak Products Inc.	7	8	3	因该客户订单生产切换频繁，生产效率不高，自2018年起，发行人逐渐减少该客户订单
内外销 汇总	利洁时 ENA	1	-	-	公司于2016年首次接触该客户，2020年正式开展业务合作。该客户市场需求较大，主要采购医用及抗菌消毒系列湿巾
	Woolworths	2	1	1	自2009年双方建立业务往来，与公司合作关系稳定
	强生公司	3	2	2	自2016年双方建立业务往来，与公司合作关系稳定
	金佰利（中国）有限公司	4	3	3	自2012年双方建立业务往来，与公司合作关系稳定
	欧莱雅集团	6	4	4	自2013年双方建立业务往来，与公司合作关系稳定
	杭州贝咖实业有限公司	5	5	-	自2019年双方建立业务往来，与公司合作关系稳定
	中山爱护日用品有限公司	-	8	5	因公司产能有限，为承接新客户订单，公司自2019年起逐步减少与该客户的业务往来

## 二、补充披露报告期内客户集中且集中度越来越高的原因及合理性，是否符合行业特性，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38的要求分析并披露发行人是否对主要客户存在重大依赖，是否对发行条件构成重大不利影响

### （一）报告期内客户集中且集中度越来越高的原因及合理性

报告期内，发行人向前五大客户的销售额合计占当期营业收入的比例分别为**88.54%、90.11%和90.02%**，占比较高。发行人客户集中度较高的主要原因如下：

1、发行人现阶段的发展战略和客户定位导致客户集中度较高。发行人在技术研发、质量控制、客户资源、产品种类等各方面形成了自身显著的核心竞争优势，赢得众多客户的青睐。在产能有限的情况下，发行人将生产资源优先集中于**利洁时 ENA、Woolworths、金佰利集团、强生公司、欧莱雅集团**等优质客户，以保证收益最大化。发行人主要客户经营状况良好，现金流充沛，有助于提升发行人盈利能力。因此发行人现阶段集中生产资源服务于上述优质客户，以获得最大的利润和稳定的现金流。

2、发行人主要客户多为世界知名企业，业务范围遍及全球。经过多年的合作与发展，发行人凭借良好的产品质量和服务赢得了客户的信赖，并依托该等世界知名企业全球市场资源，将发行人产品销售至全球市场，由此导致客户向发行人采购的产品品种及数量逐年增加，销售规模逐年增长。发行人逐步发展成为该等主要客户的全球供应商，使得发行人向前五名客户的销售额逐年上升。

3、世界知名企业客户在选择供应商时，对产品质量、性能、稳定性的重视程度超过价格，并且需要较长时间的供应商考核，一经确定，轻易不会更换。因此，发行人一旦进入该类客户的供应商体系，将建立稳定的长期合作关系。

发行人2018年和2019年第一大客户**Woolworths**主营业务收入占比分别为**37.74%和43.05%**，毛利贡献占比分别为32.54%和46.52%，收入及毛利贡献占比均低于50%。发行人2020年第一大客户**利洁时 ENA**主营业务收入占比**35.30%**，毛利贡献占比为31.58%，收入及毛利贡献占比均低于50%。因此发行人不存在中国证监会《首发业务若干问题解答（2020年6月修订）》问题38中“来自单一客户主营业务收入或毛利贡献占比超过50%以上的，表明发行人对该单一客户存在重大依赖”的情况。



(二)客户集中度较高具有行业普遍性，且符合行业经营特点

发行人主营业务产品均为日用消费品，下游湿巾市场主要包括全球知名日用消费品品牌运营商以及大型超市零售商等。在全球湿巾市场中，具有国际影响力的知名品牌诸如强生公司旗下的“强生婴儿”、金佰利集团旗下的“好奇”和“舒洁”、宝洁公司旗下的“帮宝适”、利洁时 ENA 旗下的“Lysol”、Gama Healthcare Ltd. 旗下的“Clinell”等受消费者认可程度较高、市场竞争力较强，产品销量较大。此外，以沃尔玛、家乐福、Woolworths 等为代表的大型超市零售商自有品牌湿巾凭借其价廉物美的特点，在北美、欧洲、大洋洲等区域性市场中亦拥有较高的品牌知名度和销量。

发行人主要客户利洁时 ENA、Woolworths、金佰利集团、强生公司、欧莱雅集团、利洁时 ENA 等均属于国际知名品牌商或大型超市零售商，该类客户业务范围较广，产品较为畅销，采购需求量较大，导致发行人对上述客户的销售金额和占比均较高。因此，发行人客户集中度高主要是其下游行业主要客户经营特点所导致的，具有合理性。

由于湿巾行业在我国属于新兴行业，目前处于发展初期阶段，国内 A 股市场上暂无以湿巾研发、生产及销售为主营业务的上市公司。同行业可比公司中，仅维尼健康主营业务与发行人完全相同，并公开披露了报告期各期湿巾业务前五大客户销售占比情况。倍加洁公开披露了 2017 年湿巾业务前五大客户销售占比情况。其他可比公司均未单独披露湿巾业务的前五大客户销售占比情况，因此不具有可比性。

发行人与维尼健康和倍加洁前五大客户销售占比对比情况如下：

公司名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度	2017 年度
维尼健康	96.92%	96.25%	96.61%	95.46%
倍加洁	-	未披露	未披露	76.13%
发行人	<b>90.02%</b>	<b>90.11%</b>	<b>88.54%</b>	<b>84.50%</b>

数据来源：可比公司相关财务指标来源于巨潮资讯等公开查询资料

注：倍加洁未披露湿巾业务前五大客户收入占比情况；维尼健康相关数据系根据其 2020 年 12 月 25 日披露的招股说明书、2021 年 3 月 17 日披露的 2020 年年度报告信息进行更新。报告期内，同行业可比公司湿巾业务前五大客户销售占比均较高，行业内客户集中度高具有普遍性，发行人客户集中度高与行业经营特点一致。

(三)主要客户不存在重大不确定性

发行人凭借多年的行业积累、深厚的研发能力、优质的产品质量与丰富的生产经验赢得了客户信赖，并与利洁时 ENA、Woolworths、金佰利集团、强生公司、欧莱雅集团等五家主要客户保持长期稳定的业务合作关系。报告期各期，发行人对上述五家主要客户销售金额持续增长，销售金额占比分别为 84.43%、87.44% 和 86.47%。上述五家客户基本经营情况主要如下：

主要公司名称	基本情况
利洁时 ENA	利洁时 ENA 系利洁时集团 (Reckitt Benckiser Group plc) 下属子公司。利洁时集团成立于 1823 年，是一家生产各种快速消费品而著称的全球性企业，在全球 60 多个国家设有办公室或工厂，旗下知名品牌包括滴露 (Dettol)、美赞臣 (Enfamil)、杜蕾斯 (Durex)、亮碟 (Finish) 等，产品远销全球近 200 多个国家。该公司已于伦敦证券交易所上市 (股票代码：RB)。2020 财年，利洁时集团营业收入约为 139.93 亿英镑
Woolworths	Woolworths 成立于 1924 年，是一家在澳大利亚和新西兰拥有超过 3,600 家门店的连锁超市集团，澳大利亚和新西兰最大的网上超市，全球第 15 大连锁超市。Woolworths 已于澳大利亚证券交易所上市 (股票代码：WOW)，业务范围包括日用百货、食品超市、酒类超市、装潢建材超市、加油站和旅馆等多种零售业务。2020 财年，Woolworths 营业收入约为 637 亿澳元
强生公司	强生公司成立于 1886 年，是全球最具综合性、业务分布范围广泛的医疗健康企业之一，已于纽约证券交易所上市 (股票代码：JNJ)。强生公司业务涉及制药、医疗器材及消费品三大领域。总部位于美国新泽西州新布仑兹维克市，在全球 60 个国家地区拥有 260 多家运营公司，全球员工约 14 万人。2020 财年，强生公司营业收入约为 826 亿美元
欧莱雅集团	欧莱雅集团成立于 1907 年，是世界著名的化妆品生产厂商、已于泛欧交易所上市 (股票代码：OREP)。欧莱雅集团主要从事各类化妆品的生产，旗下主要化妆品品牌包括兰蔻 (Lancome)、乔治阿玛尼 (Giorgio Armani)、薇姿 (Vichy)、理肤泉 (La Roche-Posay) 等。2020 财年，欧莱雅集团营业收入约为 279.9 亿欧元
金佰利 (中国) 有限公司	金佰利 (中国) 有限公司系金佰利集团全资子公司。金佰利集团成立于 1872 年，是全球健康卫生护理领域的领导者，已于纽约证券交易所上市 (股票代码：KMB)，其三大核心业务分别为个人健康护理用品、家庭生活用纸和商用消费产品。金佰利集团在全球 35 个国家和地区设有生产设施，产品销往超过 175 个国家和地区，2020 年销售额逾 191 亿美元

上述主要客户均为行业内龙头上市公司，经营状况良好，不存在重大不确定性风险。

(四)发行人与客户合作的历史、业务稳定性及可持续性，相关交易的定价原则及公允性

报告期内，发行人主要客户合作历史、是否取得合格供应商认证、业务稳定性和持续性、定价原则及公允情况主要如下：

主要客户	合作历史	发行人或其产品是否取得客户的合格供应商认证	业务稳定性及可持续性	相关交易定价原则	交易定价是否公允
利洁时 ENA	通过其他客户介绍建立初步联系，通过客户综合评审后确立业务关系	已取得该等认证	业务稳定且可持续	产品销售价格主要由发行人综合考虑原材料价格、人员薪酬、生产工艺复杂程度、市场供需状况等因素后向客户提出报价，双方通过商业谈判确定最终售价	定价公允合理
Woolworths	通过交易会建立初步联系，通过客户综合评审后确立业务关系。双方自 2009 年开展合作，合作关系稳定				
金佰利（中国）有限公司	主动拜访客户建立初步联系，通过客户综合评审后确立业务关系。双方自 2012 年开展合作，合作关系稳定				
强生公司	主动拜访客户建立初步联系，通过客户综合评审后确立业务关系。双方自 2016 年开展合作，合作关系稳定				
欧莱雅集团	主动拜访客户建立初步联系，通过客户综合评审后确立业务关系。双方自 2013 年开展合作，合作关系稳定				

发行人主要客户多为世界知名企业，对产品质量要求较高，因此其选择 ODM/OEM 供应商的标准较高，发行人主要客户筛选 ODM/OEM 供应商的标准主要为：供应商是否具备生产资质的法律风险评估；产品是否符合相关标准的产品风险评估；供应商是否建立环境、健康、安全等运行体系等。根据上述筛选标准，发行人主要客户均是从法律风险评估、产品风险评估、环境、健康和安全体系、生产研发能力、供应链管理方面对发行人进行审核。只有通过客户审核，发行人方能进入客户的合格供应商名录。由于上述供应商筛选标准较高且审核流程复杂，通常只有资质完备、产品开发能力强、生产规模大的湿巾生产商才能符合客户的供应商筛选标准。

发行人在通过客户合格供应商审核并正式合作后，客户为确保发行人能够持续稳定为其生产产品，会定期对发行人产品质量被投诉情况、交货及时性和准确率、产能、产品开发能力等方面进行分析及评估。同时，客户还会按照合格供应商标准对发行人生产管理提出改进建议，进而推进合作业务的持续稳定发展。

发行人凭借先进的技术工艺、优质的产品质量和良好的企业信誉，成功通过核心优质客户对于技术工艺、质量保证、劳工环境、管理制度等各方面资质的综

合评估与考量，进入众多世界知名企业的合格供应商体系，并与其形成了稳定的战略合作关系。上述客户在选择供应商时对产品质量、性能、稳定性的重视程度超过价格，并且需要较长时间的供应商考核，一经确定，轻易不愿更换。因此，发行人一旦进入该类客户的供应商体系，将建立稳定的长期合作关系。

发行人与该类客户的合作时间较长，其中与主要客户 Woolworths 合作时间长达 12 年。发行人生产工艺、产品质量、研发能力等均得到了客户的一致认可。随着双方合作不断深化，发行人与该类客户合作范围持续扩大，产品种类不断丰富，销售数量及金额保持增长趋势，与该类客户之间的业务稳定且具有可持续性。

(五)发行人与重大客户不存在关联关系，发行人的业务获取方式不会影响独立性，发行人具备独立面向市场获取业务的能力

发行人主要客户多为全球化跨国上市公司，内控制度健全完善，与发行人不存在关联关系。截至 2020 年 12 月 31 日，发行人主要客户覆盖区域包括亚洲、大洋洲、美洲、欧洲等全球主要地区，服务对象包括利洁时 ENA、Woolworths、金佰利集团、强生公司、欧莱雅集团等世界知名企业，客户总家数超过 40 家，报告期内新开发知名客户包括强生公司外销子公司、贝咖实业、利洁时 ENA 等。发行人凭借二十多年深耕湿巾行业积累的良好口碑与客户广泛认可，主动联系并开发新客户，具备独立面对市场获取业务的能力。

综上，发行人不存在对单一大客户重大依赖的情况。发行人主要客户集中度较高的情况具有行业普遍性，且符合行业经营特点。发行人主要客户不存在重大不确定性。发行人已与主要客户建立长期稳定的合作关系，发行人在客户稳定性与业务持续性方面不存在重大风险，相关交易的定价原则公允合理。发行人与重大客户不存在关联关系，发行人的业务获取方式不会影响独立性，发行人具备独立面向市场获取业务的能力。

### **三、补充披露发行人获取主要客户的方式，主要客户是否建立合格供应商认证制度，公司或其产品是否取得该等认证，相关交易的定价原则，发行人与主要客户的合作是否具有稳定性与可持续性依据**

(一)报告期内发行人前五名客户获取方式、认证情况、定价原则及合作情况列示如下：

主要客户	获取客户主要方式	客户是否建立合格供应商认证制度	发行人或其产品是否取得该等认证	相关交易定价原则	合作情况
利洁时 ENA	通过其他客户介绍建立初步联系，通过客户综合评审后确立业务关系	是	是	产品销售价格主要由发行人综合考虑原材料价格、人员薪酬、生产工艺复杂程度、市场供需状况等因素后向客户提出报价，双方通过商业谈判确定最终售价	双方于 2016 年首次接触，自 2020 年开展合作，合作关系稳定
Woolworths	通过交易会建立初步联系，通过客户综合评审后确立业务关系	是	是		双方自 2009 年开展合作，合作关系稳定
金佰利（中国）有限公司	主动拜访客户建立初步联系，通过客户综合评审后确立业务关系	是	是		双方自 2012 年开展合作，合作关系稳定
强生公司	主动拜访客户建立初步联系，通过客户综合评审后确立业务关系	是	是		双方自 2016 年开展合作，合作关系稳定
杭州贝咖实业有限公司	主动拜访客户建立初步联系，通过客户综合评审后确立业务关系	是	是		双方自 2019 年开展合作，合作关系稳定
欧莱雅集团	主动拜访客户建立初步联系，通过客户综合评审后确立业务关系	是	是		双方自 2013 年开展合作，合作关系稳定
Nice-Pak Products Inc.	通过交易会建立初步联系，通过客户综合评审后确立业务关系	是	是		双方自 2013 年开展合作，合作关系稳定
中山爱护日用品有限公司	主动拜访客户建立初步联系，通过客户综合评审后确立业务关系	是	是		双方自 2015 年开展合作

发行人凭借先进的技术工艺、优质的产品质量和良好的企业信誉，成功通过利洁时 ENA、Woolworths、金佰利集团、强生公司、欧莱雅集团等世界知名企业对于技术工艺、质量保证、劳工环境、管理制度等各方面资质的综合评估与考量，进入众多世界知名企业的合格供应商体系，并与其形成了稳定的战略合作关系。上述客户在选择供应商时对产品质量、性能、稳定性的重视程度超过价格，并且需要较长时间的供应商考核，一经确定，轻易不会更换。因此，发行人一旦进入该类客户的供应商体系，将建立稳定的长期合作关系。

报告期内发行人与主要客户合作时间较长，发行人生产工艺、产品质量、研发能力等均得到了客户的一致认可。随着双方合作不断深化，发行人对主要客户的销售产品种类不断丰富，销售数量及金额保持增长趋势，与主要客户之间的业务稳定且具有可持续性。

#### 四、补充披露报告期内前两大客户 Woolworths、金佰利对发行人利润的贡献率占比

报告期内，前两大客户 Woolworths 与金佰利（中国）有限公司对发行人利

润贡献主要情况如下：

期间	客户名称	销售金额 (万元)	毛利 (万元)	利润贡献 (%)	毛利率 (%)
2020 年	Woolworths	17,785.32	7,207.41	25.75	40.52
	金佰利（中国）有限公司	<b>8,186.55</b>	3,629.34	12.97	<b>44.33</b>
	小计	<b>25,971.87</b>	10,836.75	38.72	<b>41.72</b>
2019 年	Woolworths	11,888.29	4,716.82	46.52	39.68
	金佰利（中国）有限公司	<b>4,093.79</b>	1,431.82	14.12	<b>34.98</b>
	小计	<b>15,982.08</b>	6,148.64	60.64	<b>38.47</b>
2018 年	Woolworths	10,607.97	3,165.77	32.54	29.84
	金佰利（中国）有限公司	<b>4,065.49</b>	1,482.55	15.24	<b>36.47</b>
	小计	<b>14,673.46</b>	4,648.32	47.79	<b>31.68</b>

**五、申报材料显示，发行人对强生公司的销售额包括对强生（中国）有限公司、上海暖呵母婴用品国际贸易有限公司、Johnson & Johnson Consumer Inc. 和 Johnson & Johnson Pte. Ltd.的合并数，以上客户包括了内销、外销客户。请补充披露对于受同一实际控制人控制的内销、外销客户，发行人的收入确认政策、收付款政策、信用政策等的处理方法**

报告期内，发行人客户中，仅强生公司存在受同一实际控制人控制，且同时存在内销、外销业务的情况。强生公司下属内、外销客户适用不同的收付款政策和信用政策，分别按照内、外销不同模式确认收入，具体情况如下：

业务类型	客户名称	收入确认政策	收付款政策	信用政策
内销业务	强生（中国）有限公司	发行人产品发出并由客户签收后确认产品销售收入	发行人按协议/订单约定方式执行结算和收款。客户签收发行人产品后，双方进行对账确认并开具发票，开票后 90 天内客户付款	开票 90 天付款
	上海暖呵母婴用品国际贸易有限公司			
外销业务	Johnson & Johnson Consumer Inc.	发行人办妥货物出库手续，产品获得海关核准放行、报关出口时确认收入	发行人按协议/订单约定方式执行结算和收款。发行人出口产品获得海关核准放行、完成报关出口后，向客户开具发票，出港后 90 天内客户付款	出港 90 天付款
	Johnson & Johnson Pte. Ltd.			

发行人其他客户中，碧谛艾医疗器械（上海）有限公司系 Nice-Pak Products Inc. 下属子公司，两者适用不同的收付款政策和信用政策，分别按照内销、外销

不同模式确认收入，具体情况如下：

业务类型	客户名称	收入确认政策	收付款政策	信用政策
内销业务	碧谛艾医疗器械（上海）有限公司	发行人产品发出并由客户签收后确认产品销售收入	发行人按协议/订单约定方式执行结算和收款。客户签收产品后，双方进行对账确认并开具发票，开票后 60 天内客户付款	开票 60 天付款
外销业务	Nice-Pak Products Inc.	发行人办妥货物出库手续，产品获得海关核准放行、报关出口时确认收入	发行人按协议/订单约定方式执行结算和收款。发行人出口产品获得海关核准放行、完成报关出口后，向客户开具发票，出港后 45 天内客户付款	出港 45 天付款

**六、申报材料显示，杭州贝咖实业有限公司系发行人 2019 年新增前五大客户。请补充披露报告期各期前五大客户中成立时间较短或注册资本较小的客户具体情况，对其销售额是否与其经营规模相匹配**

报告期各期，发行人前五名客户中除贝咖实业成立时间较短之外，不存在其他成立时间较短或注册资本较小的客户。

杭州贝咖实业有限公司系发行人 2019 年新增前五大客户，于 2019 年 8 月成立，注册资本 2,258.4674 万元，其实际控制人李阔为上海夕尔实业有限公司实际控制人，旗下“Babycare”母婴用品品牌于 2016 年注册成功。经过多年经营，上海夕尔实业有限公司旗下 Babycare 产品主要涵盖婴儿腰凳、背带、童车、婴儿木床、玩具、湿巾等多个系列。Babycare 系列母婴产品是国内知名电商品牌，该品牌曾荣获 2017 年双 11 天猫母婴用品-王者奖、2018 年天猫金婴奖和京东超市-2018 最具口碑奖等多个奖项。因此，为满足 Babycare 品牌业务扩张需求，同时基于杭州市政府政策优惠以及电商人才集中等因素的考虑，李阔于 2019 年 8 月在杭州市注册成立贝咖实业，并通过业务整合，将 Babycare 母婴用品品牌置入贝咖实业中。

2019 年，发行人主动与贝咖实业建立联系，经过多项检验和认证后，成为贝咖实业的合格供应商，并为其生产 Babycare 品牌湿巾。凭借技术研发、质量控制、产品种类等方面的核心竞争优势，发行人能够在缩短新产品的研发周期的同时，保证产品的稳定性和可靠性，从而满足贝咖实业对产品种类和质量的要求。双方业务合作持续且稳定。

2019 年及 2020 年，贝咖实业向发行人采购产品金额分别为 742.61 万元和

5,139.12 万元，约占贝咖实业同类产品采购总额的比例分别为 5%和 15%。

## **七、补充披露报告期内 Nice-Pak Products Inc.不再是发行人前五大客户的原因及合理性；中山爱护日用品有限公司报告期内对发行人采购金额越来越小的原因及合理性**

### **(一) 报告期内不再是发行人前五大客户的原因及合理性**

报告期内，发行人对客户 Nice-Pak Products Inc. 的销售收入分别为 729.70 万元、97.02 万元和 216.69 万元，该客户不再是发行人前五大客户，主要原因如下：

1、Nice-Pak Products Inc.主要将其自身承接的 OEM/ODM 订单，告知并经其客户同意后转交给发行人进行 OEM 生产，其订单量取决于下游最终客户需求，因此存在波动；

2、该类 OEM 业务涉及数款湿巾产品，品种规格较多，单次订货量少，导致生产切换频繁，生产计划和管理沟通较为繁琐。此外，由于该客户订单涉及多个品种规格，产品生产涉及到多条生产线，因此会影响其他订单连续生产形成的规模优势；

3、该类 OEM 业务主要原材料无纺布应客户要求自海外进口，需达到最小订购量，但由于该客户单次订货量少，使得库存结余原材料较多，占用发行人运营资金。此外，进口原材料到货周期较长，影响订单交期。

综上，发行人综合评估 Nice-Pak Products Inc.业务的基本情况、管理效率以及对其他客户的影响等因素后，对该类业务进行筛选并减少订单承接，将更多的生产资源向利洁时 ENA、Woolworths 等客户的大批量规模化业务倾斜。Nice-Pak Products Inc.不再是发行人前五大客户并不是因为产品存在质量问题。

### **(二) 报告期内中山爱护日用品有限公司对发行人采购金额越来越小的原因及合理性**

报告期内，发行人对客户中山爱护日用品有限公司销售收入分别为 1,162.15 万元、242.13 万元和 0 万元。其中 2019 年销售规模大幅下降，主要系新客户贝咖实业订单量较大且稳定，发行人产能有限，为承接贝咖实业的订单，发行人自 2019 年起逐步减少与中山爱护日用品有限公司的业务往来。



**八、补充披露报告期内是否存在大额退换货情形，如存在，披露退换货所涉及的具体事项、金额、占当期营业收入比例、客户名称、是否为关联方、会计处理方法，对发行人生产经营是否存在重大不利影响**

报告期内，发行人不存在大额退换货情形，但因运输途中包装受损、产品存在瑕疵等原因，存在少量退换货，具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
退换货金额	60.16	19.36	56.64
收入总额	<b>74,301.05</b>	<b>27,743.03</b>	<b>28,302.91</b>
占比（%）	0.08	<b>0.07</b>	<b>0.20</b>

发行人退换货客户不属于发行人关联方，发行人按照扣除退换货金额确认收入，发行人退换货金额占当期营业收入比重极小，对发行人生产经营不存在重大不利影响。

**九、补充披露与既是客户又是供应商的相关主体交易的具体情况、业务实质，对比与独立第三方的交易定价情况，说明交易必要性及价格公允性；收入确认是采用总额法还是净额法核算，是否符合《企业会计准则》相关规定。如采用总额法的，模拟量化采用净额法核算对发行人经营业绩的影响**

**(一)既是发行人客户又是供应商的相关主体交易情况**

报告期内，既是发行人客户又是供应商的相关主体主要包括金佰利集团下属子公司金佰利（中国）有限公司、恒安集团下属子公司晋江恒安家庭生活用纸有限公司和芜湖恒安心相印纸制品有限公司、以及利洁时 ENA。

由于公开市场未找到可比同类产品交易价格信息，因此发行人将与向相关主体之外的客户销售同类产品的销售均价作为第三方销售价格，与向相关主体之外的供应商采购同类产品的采购均价作为第三方采购价格。

**1、金佰利（中国）有限公司（以下简称金佰利集团）**

(1)报告期各期，发行人向其采购、销售商品的主要内容、单价、数量、金额以及除金佰利集团以外的第三方交易均价情况如下：

年度	销售				
	产品名称	数量（万片）	金额（万元）	单价（元/百片）	向第三方内销销售均价（元/百片）
2020 年度	婴儿系列湿巾	100,085.13	3,464.31	3.46	5.78
	成人功能型系列湿巾—湿厕纸产品	164,805.66	10,349.07	6.28	5.57
2019 年度	婴儿系列湿巾	4,588.70	200.10	4.36	5.30
	成人功能型系列湿巾—湿厕纸产品	106,714.16	6,889.91	6.46	7.72
2018 年度	婴儿系列湿巾	496.51	26.41	5.32	4.86
	成人功能型系列湿巾—湿厕纸产品	102,607.40	6,938.84	6.76	6.89
年度	采购				
	产品名称	数量（千克）	金额（万元）	单价（元/千克）	向第三方采购均价（元/千克）
2020 年度	可冲散型水刺无纺布	2,506,333.40	4,494.15	17.93	18.38
	直铺型水刺无纺布	624,269.50	769.22	12.32	13.98
2019 年度	可冲散型水刺无纺布	1,706,780.84	3,068.52	17.98	19.05
	直铺型水刺无纺布	51,521.00	63.48	12.32	13.26
2018 年度	可冲散型水刺无纺布	1,491,003.80	2,760.52	18.51	16.65

注：为使发行人向金佰利集团销售单价以及采购单价与除金佰利集团之外第三方销售和采购均价具有可比性，上表中的销售金额、销售单价、采购金额、采购单价均为净额法调整之前的金额

## (2)交易必要性及价格公允性

金佰利集团是全球健康卫生护理领域的知名企业，其核心业务包括个人健康护理用品、家庭生活用纸和商用消费产品等。公司主要为其生产加工“舒洁”、“好奇”及“皇冠”等品牌湿巾类产品。

2014 年至 2015 年上半年期间，发行人销售金佰利集团产品所用无纺布由发行人直接向诺邦股份采购，自 2015 年下半年开始，发行人通过金佰利集团采购无纺布，导致金佰利集团既是发行人客户又是供应商。上述业务模式转变的主要原因为金佰利集团与诺邦股份深度合作多年，具有较强的采购议价能力，发行人通过金佰利集团间接向诺邦股份采购，可以获取价格优惠及信用账期，且在无纺布市场供应紧缺时，能够保证及时供应，发行人也可以更好的把控产品质量。由于“好奇”品牌婴儿系列湿巾产品较为畅销，其所耗用的主要原材料无纺布需求量较大，自 2020 年 4 月起，金佰利集团婴儿系列湿巾产品所需无纺布改由发行人向大连瑞光采购，该采购价格由金佰利集团主导确定。

报告期内，由于金佰利集团具有较强的采购议价能力，发行人通过金佰利集团采购主要原材料无纺布，可以获取一定程度的价格优惠，由此导致发行人向金佰利集团销售价格整体上低于公司向第三方内销客户同类产品销售价格。因此，发行人与金佰利集团之间的交易价格和市场价格存在一定差异，交易价格并不完全公允，发行人未完全承担原材料价格波动的风险。

根据发行人与金佰利集团签署的框架协议，其中 2.5 成本改进条款约定，发行人与金佰利集团共同开展合作，对影响产品、材料等有关事项进行成本改进，不断寻求降低产品价格；2.6 最优惠客户条款约定，任何情况下，发行人向金佰利集团销售产品价格始终是发行人就同等产品或服务向任何客户收取的最低价。实际业务开展过程中，由于金佰利集团具有较强的采购议价能力，发行人通过金佰利集团采购主要原材料无纺布，可以获取一定程度的价格优惠，由此导致发行人向金佰利集团销售价格整体上低于发行人向第三方内销客户同类产品销售价格。因此，发行人与金佰利集团之间的交易价格和市场价格存在一定差异，交易价格并不完全公允，发行人未完全承担原材料价格波动的风险；E-3A. 库存管理约定，发行人和金佰利集团将共同合作管理在产品 and 产品的库存，在有效期内持续记录并维持关于这些库存的准确记录。实际业务开展过程中，为便于金佰利集团及时响应市场需求并制定市场计划和营销策略，发行人每月向金佰利集团汇报其产品相关无纺布、在产品 and 产成品的库存情况。金佰利集团亦每半年参与发行人对上述相关存货的存货盘点。因此，金佰利集团参与对其产品相关存货的继续管理。

综上所述，结合金佰利集团既是发行人的主要客户又是供应商的情况，出于谨慎性考虑，发行人与金佰利集团之间的整体业务实质上为来料加工业务。按照实质重于形式的原则，为更恰当反映交易实质，发行人将与金佰利集团之间的整体业务由总额法更正为净额法核算，更正后的会计处理符合《企业会计准则》相关规定。

## 2、恒安集团

(1) 报告期各期，发行人向其采购、销售商品的具体内容、单价、数量、金额以及除恒安集团以外的第三方交易均价情况如下：

年度	销售				
	产品名称	数量 (万片)	金额 (万元)	单价 (元/百片)	向第三方内销销售 均价 (元/百片)
2020 年度	湿巾来料加工业务—成人功能型系列湿巾—湿厕纸产品	15,540.99	815.30	5.25	6.30
2019 年度	湿巾来料加工业务—成人功能型系列湿巾—湿厕纸产品	1,811.80	100.64	5.55	6.57
2018 年度	——	——	——	——	——
年度	采购				
	产品名称	数量 (千克)	金额 (万元)	单价 (元/千克)	向第三方采购均 价 (元/千克)
2020 年度	可冲散型水刺无纺布	175,129.46	317.35	18.12	17.96
	包装材料	——	110.96	——	——
2019 年度	可冲散型水刺无纺布	107,954.00	184.38	17.08	18.17
	包装材料	——	69.48	——	——
2018 年度	——	——	——	——	——

注 1: 恒安集团包括晋江恒安家庭生活用纸有限公司、芜湖恒安心相印纸制品有限公司

注 2: 为使发行人向恒安集团销售产品的单价与除恒安集团之外第三方内销客户的销售均价具有可比性, 上表中的销售金额和销售单价为净额法调整之前的金额

## (2)交易必要性及价格公允性

恒安集团是国内知名家庭生活用品企业, 经营领域涉及生活用纸和妇幼卫生用品等, 为拓展供应商渠道, 自 2019 年起将部分“心相印”品牌湿巾系列产品委托发行人进行加工生产。由于恒安集团自身亦从事湿巾产品生产制造, 备有充足的无纺布、包装材料等原材料, 因此发行人收到恒安集团销售订单后, 同步向恒安集团采购无纺布、包装材料等原材料, 上述业务模式具有商业合理性。

报告期内, 发行人向恒安集团销售的成人功能型系列湿巾均为湿厕纸, 该类湿巾销售单价低于向除恒安集团之外的第三方内销客户的销售均价, 主要原因系恒安集团是国内知名家庭生活用品企业, 自 2019 年开始发行人与其建立战略合作关系, 为取得与恒安集团长期稳定的合作, 发行人在合作期初采用优惠的产品定价策略以吸引客户, 故向其销售单价低于向除恒安集团之外的第三方内销客户的销售均价。

报告期内, 发行人向恒安集团采购产品单价与向除恒安集团以外第三方供应商同类产品的采购均价基本一致。

因此, 发行人与恒安集团之间的交易价格公允。

### (3)收入确认方法

发行人与恒安集团的销售业务采用净额法确认。发行人接受恒安集团加工委托，并就受托加工产品所需无纺布、包装材料等原材料同步与恒安集团签订采购合同。恒安集团在向发行人下达销售订单时，发行人同时生成对应产品的采购订单，采购订单与销售订单所需的货物品种、数量一一对应，且约定因恒安集团提供的原材料质量缺陷导致加工后产品出现质量缺陷的，发行人不承担责任。

发行人与恒安集团的采购和销售实质上是同时谈判确定、互为前提和条件、旨在实现一项商业目的的一揽子交易，该业务构成一项委托加工业务，发行人在该项业务中主要承担加工责任，不对原材料质量负责，不构成交易的主要责任人，根据《企业会计准则》相关规定，发行人采用净额法确认收入。

### 3、利洁时 ENA

(1)报告期各期，发行人向其采购、销售商品的具体内容、单价、数量、金额以及除利洁时 ENA 以外的第三方交易均价情况如下：

年度	销售				
	产品名称	数量(万片)	金额(万元)	单价(元/百片)	向第三方外销销售均价(元/百片)
2020 年度	医用及抗菌消毒系列湿巾	388,670.38	26,039.30	6.70	6.07
2019 年度	——	——	——	——	——
2018 年度	——	——	——	——	——
年度	采购				
	产品名称	数量(千克)	金额(万元)	单价(元/千克)	向第三方采购均价(元/千克)
2020 年度	苯扎氯铵 80%	30,311.50	198.80	65.59	——
	烷基多糖苷	37,806.00	78.44	20.75	——
2019 年度	——	——	——	——	——
2018 年度	——	——	——	——	——

注：上述溶液原料难以取得第三方可比采购价格

### (2)交易必要性价格公允性

利洁时集团是经营卫生护理类等消费品的全球知名企业，湿巾是其主要产品之一，发行人经过利洁时集团多年的考察于 2020 年成为其合格供应商。2020 年上半年受新冠疫情影响，消毒类溶液原料市场短缺，为保证生产，发行人从利洁时 ENA 采购了部分消毒类溶液原料，此为临时性采购，考虑当时市场供求状况，

交易具有合理性。

报告期内，发行人向利洁时 ENA 销售的医用及抗菌消毒系列湿巾单价高于向除利洁时 ENA 之外的第三方外销客户的销售均价，主要系向利洁时 ENA 销售的多数产品使用的是特殊桶型外包装，包装成本较高，导致发行人向利洁时 ENA 的销售单价高于向除利洁时 ENA 外的第三方外销客户的销售均价。

因此，发行人与利洁时 ENA 之间的交易价格公允。

### (3)收入确认方法

发行人对利洁时 ENA 的销售采用总额法确认。发行人向利洁时 ENA 采购主要系发行人根据自身生产计划和市场情况独立作出的采购决定，采购的溶液原料与客户销售订单无明显的对应关系，溶液原料采购入库后控制权即转移至发行人，因此发行人与利洁时 ENA 属于独立的购销业务，发行人对其销售采用总额法确认符合《企业会计准则》相关规定。

(二)如采用总额法的，模拟量化采用净额法核算对发行人经营业绩的影响；

对于上述采用总额法的，如采用净额法，需抵销的收入成本金额如下：

单位：万元

单位名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
利洁时 ENA	277.24	-	-
合计	277.24	-	-

模拟量化采用净额法核算对发行人经营业绩的影响如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
营业收入	74,301.05	27,743.03	28,302.91
模拟测算营业收入	74,023.81	27,743.03	28,302.91
营业收入影响金额	-277.24	-	-
营业收入影响比例	-0.37%	-	-
营业成本	47,709.46	17,603.44	18,575.49
模拟测算营业成本	47,432.22	17,603.44	18,575.49
营业成本影响金额	-277.24	-	-
营业成本影响比例	-0.58%	-	-
利润总额影响金额	-	-	-
净利润影响金额	-	-	-

根据模拟测算结果，若对报告期内发行人与所有既是客户又是供应商的主体往来交易按照净额法核算，则报告期各期营业收入和营业成本分别同步减少 0 万元、0 万元和 277.24 万元；模拟测算对于利润总额及净利润没有影响。

**十、补充披露发行人直接、间接股东及其亲属、员工或前员工是否在发行人主要客户处任职、拥有权益或能够影响客户的采购决策的情况，发行人主要客户与发行人、发行人主要股东、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员、离职员工是否存在关联关系或无商业实质的资金往来、共同投资、利益输送等情形**

发行人无直接、间接股东及其亲属、员工或前员工在发行人主要客户处任职、拥有权益或能够影响客户的采购决策的情况，发行人主要客户与发行人、发行人主要股东、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员、离职员工不存在关联关系或无商业实质的资金往来、共同投资、利益输送等情形。

**【核查程序及核查结论】**

1、核查过程

(1)获取客户销售统计表，检查报告期各期前五名客户成立时间或注册资本情况，关注发行人对其销售额是否与其经营规模相匹配；

(2)询问发行人营销部负责人，了解客户集中度较高的原因及合理性，分析发行人是否对主要客户存在重大依赖情形；

(3)了解发行人获取主要客户的方式、主要客户是否建立合格供应商认证制度、相关交易的定价原则，关注发行人与主要客户的合作是否具有稳定性与可持续性等事项；

(4)获取发行人报告期内退换货明细，并核查发行人报告期内退换货具体情况、金额、后续处理方式及会计处理方式等事项，分析对发行人生产经营的影响；

(5)实地走访或视频访谈主要客户，核实客户基本情况、交易背景、产品定价、交易金额、结算方式以及与发行人之间的关联关系等相关信息，了解并分析发行人部分客户与供应商重叠的原因及合理性；

(6)核查发行人客户与供应商重叠的具体情况、业务实质，对比与独立第三方的交易定价情况，分析该类交易必要性及价格公允性；检查发行人收入确认方法是否符合《企业会计准则》相关规定，并模拟量化采用净额法核算对发行人经

营业绩的影响；

(7)询问发行人主要股东、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员等，并由上述人员填写调查表，对其及其关系密切家庭成员与发行人主要客户不存在关联关系进行确认；获取并核查实际控制人、董事、监事、高级管理人员资金流水，核查是否与主要客户之间存在资金往来、共同投资、利益输送等情形。

## 2、核查意见

经核查，申报会计师认为：报告期内，发行人客户集中度较高原因合理，不存在对主要客户重大依赖情形，不存在对发行条件构成重大不利影响事项；发行人主要客户集中度较高的情况具有行业普遍性，且符合行业经营特点；发行人主要客户不存在重大不确定性；发行人已与主要客户建立长期稳定的合作关系，发行人在客户稳定性与业务持续性方面不存在重大风险，相关交易的定价原则公允合理；发行人与重大客户不存在关联关系，发行人的业务获取方式不会影响独立性，发行人具备独立面向市场获取业务的能力；发行人已与客户建立长期稳定的合作关系，交易具有可持续性；报告期各期，发行人前五名客户中除贝咖实业成立时间较短之外，不存在其他成立时间较短或注册资本较小的客户，发行人对其销售额与其经营规模相匹配；报告期内，Nice-Pak Products Inc.不再是发行人前五名客户具有合理性；中山爱护日用品有限公司报告期内对发行人采购金额越来越小具有合理性；报告期内，发行人不存在大额退换货情况，对发行人生产经营未产生重大不利影响；发行人存在同是客户又是供应商业务，既涉及购销业务也涉及来料加工业务，发行人根据不同的业务类型，对实质是购销业务的采用总额法确认收入、对实质是来料加工业务的采用净额法确认收入，对采用总额法确认收入的按照净额法模拟后，对发行人收入和成本会产生影响，但不影响发行人报告期各期利润总额和净利润；发行人不存在直接、间接股东及其亲属、员工或前员工在发行人主要客户处任职、拥有权益或能够影响客户的采购决策的情况，发行人主要客户与发行人、发行人主要股东、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员、离职员工不存在关联关系，未发生无商业实质的资金往来、共同投资、利益输送等情形。



### 3. 关于毛利率

申报材料显示，报告期内，公司主营业务毛利率分别为 25.87%、30.95%和 32.91%。其中，公司来料加工业务毛利率分别为 71.56%、78.62%和 71.38%。同时，报告期内发行人内外销产品的毛利率存在较大差异。此外，根据发行人列示的主营业务毛利率与可比上市公司对比情况，发行人毛利率较同行业主营业务相同的可比公司毛利率偏低，且变动趋势不一致。

请发行人：

(1) 补充披露报告期内发行人来料加工业务毛利率较高的原因及合理性，是否符合行业惯例；

(2) 补充披露发行人与同行业主营业务相同的可比公司如维尼健康、中顺洁柔相比毛利率偏低，且报告期内毛利率的变动趋势不一致的原因及合理性；

(3) 补充披露医用及抗菌消毒系列湿巾报告期内毛利率大幅波动的原因及合理性，2018 年度该类湿巾单位销售价格较 2017 年度下降 14.61%的具体背景及原因，是否客观、准确；

(4) 申报材料显示，面膜及手足膜产品毛利率分别为 24.33%、54.93%和 55.10%。主要原因系产品结构变化所致。请分别披露面膜产品、手足膜产品的毛利率情况；

(5) 补充披露发行人内销、外销分产品毛利率情况，如存在较大差异的，补充说明原因及合理性；

(6) 补充披露发行人手足膜产品毛利率较高的原因及合理性，该类产品前五大客户与发行人主要客户的重合情况；

(7) 补充披露不同销售模式下、主要客户之间毛利率是否存在较大差异，如存在，请进一步说明差异原因及合理性；

(8) 披露保荐人、申报会计师对发行人报告期内主营业务毛利率真实性、合理性的核查方法、核查结论。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、补充披露报告期内发行人来料加工业务毛利率较高的原因及合理性，是否符合行业惯例

报告期内发行人来料加工业务的金额、毛利率情况如下：

单位：万元

项 目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	销售收入	毛利率 (%)	销售收入	毛利率 (%)	销售收入	毛利率 (%)
面膜类-来料加工	2,407.85	70.62	1,461.95	72.42	2,826.91	78.62
湿巾类-来料加工	8,310.38	43.73	4,113.54	34.81	4,065.27	36.47
合计	10,718.23	49.77	5,575.49	44.67	6,892.19	53.76

由上表可见，发行人来料加工业务主要为湿巾产品及面膜产品的加工。

报告期内，湿巾加工业务毛利率分别为 36.47%、34.81%和 43.73%，发行人湿巾产品加工通过客户采购的材料成本占比为 50%左右，该类业务主要原材料由客户提供，发行人投入成本较少，双方根据加工交付的产品数量计算的加工收入与加工成本，使得加工业务毛利率较高。

湿巾加工毛利率还原总额法后与公司湿巾内销销售业务毛利率相比基本一致，不存在偏高的情况。发行人湿巾加工毛利率还原总额法后与发行人内销湿巾产品销售业务总体毛利率相比基本一致，不存在偏高的情况：

项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
湿巾加工业务按总额法模拟计算毛利率	24.85%	19.85%	21.29%
发行人湿巾内销销售业务总体毛利率	20.84%	20.17%	18.04%

发行人面膜加工毛利率较高，主要原因为：

① 面膜产品终端售价较高，客户欧莱雅集团对于价格的敏感度较低，因此面膜加工费单价较高，拉高了来料加工业务总体毛利率。

② 发行人面膜产品客户提供材料成本占比为 60%左右，发行人投入成本较少，双方根据加工交付的产品数量计算的加工收入与加工成本相对差额增大，导致加工业务毛利率较高。

福建青松股份有限公司（证券代码：300132）全资子公司诺斯贝尔化妆品股份有限公司（以下简称“诺斯贝尔”）是一家主要专注于面膜等化妆品 ODM/OEM 生产的企业。

报告期内，将诺斯贝尔面膜产品毛利率，扣除其直接材料成本模拟测算来料加工业务毛利率，并与发行人面膜加工业务毛利率进行比较，对比情况主要如下：

公司名称	2020 年	2019 年度	2018 年度	2017 年度
诺斯贝尔	未披露	未披露	50.49%	59.48%
发行人	<b>70.62%</b>	<b>72.42%</b>	78.62%	71.56%

数据来源：诺斯贝尔相关财务数据来源于巨潮资讯等公开查询资料。其中，诺斯贝尔 2018 年度来料加工业务毛利率的数据期间为 2018 年 1-7 月

报告期内，发行人来料加工业务的毛利率高于诺斯贝尔，主要系加工不同的品牌面膜报价存在差异，同时诺斯贝尔对部分重要客户采用了量大价优的经营策略。

③ 高端面膜对生产环境的要求较高，通常需要在 GMP 洁净车间进行生产，发行人利用现有的十万级 GMP 洁净车间建设高档面膜生产线，无需对生产车间投入额外的环境改造成本，因此毛利率相对较高。

④ 发行人地处安徽省铜陵市，劳动力资源丰富、人工成本较低，导致来料加工业务毛利率较高。

因此发行人来料加工业务毛利率具有合理性，符合行业惯例。

## 二、补充披露发行人与同行业主营业务相同的可比公司如维尼健康、中顺洁柔相比毛利率偏低，且报告期内毛利率的变动趋势不一致的原因及合理性

报告期内，发行人与同行业可比公司毛利率情况对比列示如下：

公司名称	可比毛利率	2020 年度	2019 年度	2018 年度
维尼健康	主营业务毛利率	33.60%	35.65%	36.87%
中顺洁柔	主营业务毛利率	<b>42.38%</b>	39.97%	34.56%
倍加洁	个人护理产品毛利率	<b>22.95%</b>	25.30%	24.88%
诺邦股份	湿巾毛利率	<b>36.03%</b>	27.87%	23.92%
欣龙控股	无纺深加工制品毛利率	<b>30.46%</b>	18.09%	20.99%
平均值	—	<b>33.08%</b>	29.38%	28.24%
发行人	产品销售毛利率	<b>35.47%</b>	<b>34.41%</b>	<b>27.77%</b>

数据来源：可比公司相关财务指标来源于巨潮资讯等公开查询资料

注：维尼健康相关数据系根据其 2020 年 12 月 25 日披露的招股说明书、2021 年 3 月 17 日披露的 2020 年年度报告信息进行更新；诺邦股份 2020 年年度报告信息中未单独披露湿巾产品毛利率，将干巾和湿巾合并为水刺非织造材料制品披露，取其水刺非织造材料制品毛利率替代

### 1、维尼健康

维尼健康主要从事湿巾类产品的研发、生产与销售，发行人与维尼健康虽都是湿巾类产品 ODM/OEM 制造商，但在产品结构、主要客户分布等方面存在较大差异。报告期内，维尼健康主要产品为婴儿类湿巾、医用及消毒类湿巾，其中婴儿类湿巾占主营业务收入的比例为 59.06%和 57.54%和 14.36%，医用及消毒类湿巾占主营业务收入的比例为 36.94%和 34.81%和 81.11%。产品主要销售给前二大客户，两大客户销售额占各期销售额的 90%左右。维尼健康集中力量在婴儿湿巾、医用及消毒湿巾这两个细分市场，为特定客户提供差异化的特色产品，有利于提高产品竞争力。因此，维尼健康毛利率总体高于发行人具有合理性。

报告期内，维尼健康毛利率逐年下降，主要系其毛利率较高的婴儿类湿巾销售占比逐年下降所致。而发行人毛利率上升，主要原因为：1、2018 年至 2019 年主要原材料无纺布采购均价下降，使得毛利率有所上升；2、报告期内发行人销售规模大幅增长，规模效应使得毛利率有所上升。综上，发行人与维尼健康毛利率变动趋势不一致具有合理性。

### 2、中顺洁柔

中顺洁柔主要从事高档生活用纸系列产品的生产、加工和销售，主要产品为自有品牌，通过传统经销商渠道、大型连锁卖场渠道、商用消费品渠道、电商渠道、新零售渠道、母婴渠道等渠道销售给终端消费者。发行人是湿巾类产品 ODM/OEM 制造商，产品主要销售给品牌商。通常情形下，与销售给品牌商的价格相比，同一产品通过渠道销售给终端消费者的定价高、毛利率高，但渠道建设维护、促销宣传等销售费用相对也高。2018 年及 2019 年，中顺洁柔的销售费用率分别为 17.84%和 20.64%，远高于发行人的 4.55%和 4.09%。2018 年及 2019 年，中顺洁柔主营业务毛利率、销售费用率均高于发行人，具有合理性。

2018 年及 2019 年，中顺洁柔的主营业务毛利率为 34.56%和 39.97%，整体呈上升趋势，与发行人趋势基本一致。

### 3、倍加洁

倍加洁主要从事口腔清洁护理用品以及一次性卫生用品等个人护理产品的研发、生产和销售，其公开披露资料中将口腔清洁护理用品与一次性卫生用品（主要为湿巾类产品）合并为个人护理产品进行披露，未单独披露一次性卫生用品毛利率。由于倍加洁核心业务为口腔清洁护理用品，其销售收入占个人护理产品收

入的比例约为**较高**，因此，倍加洁个人护理产品毛利率受口腔清洁护理用品影响**较大**，**报告期内**，**倍加洁**毛利率相对较为稳定，与发行人产品销售毛利率及其变动趋势并不一致。

#### 4、诺邦股份

诺邦股份主要从事差异化、个性化水刺非织造材料及其制品研发、生产和销售业务，其中水刺非织造材料制品主要为**干巾**和**湿巾**类产品。2018年及2019年，发行人产品销售毛利率略高于诺邦股份湿巾类产品毛利率，主要系客户及产品不同所致。2019年，诺邦股份湿巾类产品毛利率较2018年上升，其变动趋势与发行人基本一致。**2020年**，**诺邦股份水刺非织造材料制品毛利率为36.03%**，与**发行人湿巾类产品销售毛利率相比差异较小**，**毛利率变动趋势一致**。

#### 5、欣龙控股

欣龙控股主营业务为水刺卷材、熔纺无纺布和无纺深加工制品等，其中无纺深加工制品包括家居清洁擦布、一次性棉柔巾、湿巾、妇孕婴童护理用品等。由于无纺深加工制品产品种类较丰富，除湿巾外，还包含多种其他类型产品，从而拉低了整体毛利率，因此欣龙控股无纺深加工制品2018年至**2020年**毛利率均低于发行人湿巾类产品销售毛利率。欣龙控股无纺深加工制品2019年毛利率略低于2018年，主要系2019年欣龙控股推出“麻王棉后”、“洁之梦”等品牌多种新款产品所致。**2020年**，**欣龙控股无纺深加工制品销售收入由4,989.96万元大幅增长至7,855.10万元**，**毛利率上升至30.36%**，与**发行人产品销售毛利率变动趋势一致**。

**三、补充披露医用及抗菌消毒系列湿巾报告期内毛利率大幅波动的原因及合理性，2018年度该类湿巾单位销售价格较2017年度下降14.61%的具体背景及原因，是否客观、准确**

##### (一)医用及抗菌消毒系列湿巾报告期内毛利率波动的原因及合理性

报告期内，发行人医用及抗菌消毒系列湿巾毛利率分别为29.36%、36.48%和34.01%，毛利率波动幅度较大，其中2018年毛利率较2017年减少3.87个百分点，主要原因为产品结构变化，因发行人减少向客户Nice-Pak Products Inc.的销售，该客户产品因订单毛利率较高，减少的具体背景详见本问询函回复第2题之“七、补充披露报告期内Nice-Pak Products Inc.不再是发行人前五大客户的

原因及合理性”相关内容；其中 2019 年毛利率较 2018 年增加 7.12 个百分点，主要原因为原材料无纺布采购价格下降以及发行人优化生产线配置，提高生产效率，降低了单位制造费用及人工成本。

综上，医用及抗菌消毒系列湿巾各年度的毛利率波动原因合理。

(二)2018 年度该类湿巾单位销售价格较 2017 年度下降 14.61%的具体背景及原因，是否客观、准确

报告期内，发行人医用及抗菌消毒系列湿巾 2018 年度、2017 年度单位销售价格分别为 7.15 元/百片、8.37 元/百片，2018 年单位销售价格较 2017 年下降 14.61%。单价下降的主要原因为：该类产品客户 Nice-Pak Products Inc.订单涉及数款湿巾产品，品种规格较多，单次订货量少，导致生产切换频繁，生产计划和管理沟通较为繁琐。此外，由于该客户订单涉及的品种规格较多，产品生产穿插于多条生产线，因此会影响其他订单连续生产形成的规模优势。自 2018 年起，发行人为提升生产管理效率，减少该客户订单的承接，使得医用及抗菌消毒系列湿巾总体平均单价发生较大幅度的下降。

医用及抗菌消毒系列湿巾 2019 年毛利率较 2018 年上升 7.12 个百分点。其中，2019 年该类产品主要原材料无纺布采购价格同比下降 10.58%，导致单位材料成本降低，毛利率上升 4.95 个百分点；同时发行人通过进一步减少零星订单，优化生产线排产计划，导致单位产品制造费用降低，毛利率上升 3.25 个百分点。

**四、申报材料显示，面膜及手足膜产品毛利率分别为 24.33%、54.93%和 55.10%。主要原因系产品结构变化所致。请分别披露面膜产品、手足膜产品的毛利率情况**

报告期内，发行人面膜及手足膜产品构成情况如下：

单位：万元

项 目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入金额	毛利率	收入金额	毛利率	收入金额	毛利率
手足膜	3,379.08	59.31%	1,478.82	56.05%	1,090.01	56.01%
面膜	34.80	48.36%	46.92	25.28%	47.98	30.42%
合 计	3,413.88	59.20%	1,525.74	55.10%	1,137.99	54.93%

报告期内，面膜及手足膜产品毛利率分别为 54.93%、55.10%和 59.20%，其中发行人手足膜产品毛利率分别为 56.01%、56.05%和 59.31%，毛利率较高且稳

定，主要原因系手足膜产品为发行人自主设计开发，技术含量高，功能性强，市场需求旺盛，产品定价较高。报告期内，发行人手足膜产品仅销售给主要客户强生公司。

报告期内，面膜产品销售额为 47.98 万元、46.92 万元及 34.80 万元，面膜产品毛利率波动较大，主要系各年度销售面膜产品规格型号不同所导致的单价变动影响所致。其中，该类产品 2020 年毛利率大幅上升，主要系 2020 年 Woolworths 旗下 Voeu 保湿面膜产品销售收入 20.23 万元，占比约 58.13%，较 2019 年销售收入 0 万元增长 20.23 万元，该款面膜产品 2020 年毛利率高达 57.47%，销售占比上升使得面膜产品 2020 年毛利率大幅上升。

### 五、补充披露发行人内销、外销分产品毛利率情况，如存在较大差异的，补充说明原因及合理性

#### (一)发行人内销、外销分产品毛利率情况

单位：%

项 目		2020 年度	2019 年度	2018 年度
内销	产品销售			
	婴儿系列湿巾	20.13	20.02	17.65
	成人功能型系列湿巾	20.85	17.19	24.56
	医用及抗菌消毒系列湿巾	40.50	39.22	27.51
	其他系列湿巾	3.11	11.76	20.21
	面膜及手足膜	35.72	25.28	-0.26
	来料加工			
	来料加工	49.77	44.67	53.76
	小 计	36.18	32.01	35.93
外销	产品销售			
	婴儿系列湿巾	42.68	39.96	30.21
	成人功能型系列湿巾	36.54	31.84	33.29
	医用及抗菌消毒系列湿巾	33.89	36.14	29.40
	其他系列湿巾	36.08	39.48	26.63
	面膜及手足膜	59.30	56.05	55.86
	来料加工			
	来料加工	-	-	-
	小 计	38.07	39.70	32.44

由上表可见，除医用及抗菌消毒系列湿巾产品外，发行人其他系列产品外销毛利率高于内销毛利率，主要原因为相比于境内销售，外销产品定价时增加了境外目标市场供需状况、跨境贸易风险、以及境外同类产品可比价格等因素的考量，差异化的定价策略导致外销毛利率较高。2019年、2020年医用及抗菌消毒系列湿巾产品外销毛利率低于内销毛利率主要原因为2020年新增外销客户利洁时ENA抗菌消毒系列湿巾产品毛利率相对较低，其次，发行人医用系列产品毛利率一般高于抗菌消毒系列，2019年、2020年度内、外销医用系列和抗菌消毒系列占比的变动导致外销毛利率低于内销。

(二)内销各产品毛利结构占比及毛利率情况如下：

### 1、内销婴儿系列湿巾

报告期内，内销婴儿系列湿巾毛利率情况如下：

项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销售收入（万元）	7,995.04	4,863.99	6,338.70
单价(元/百片)	5.78	5.30	4.86
单位成本(元/百片)	4.62	4.24	4.00
毛利率（%）	20.13	20.02	17.65
毛利率变动	0.11	2.37	2.64
其中：单价影响（%）	6.68	6.81	1.42
其中：单位成本影响（%）	-6.57	-4.45	1.22

由上表可见，报告期各期内销婴儿系列湿巾毛利率稳步增长，其中2018年至2019年期间，内销婴儿系列湿巾毛利率增长主要原因在于：A、原材料无纺布采购价格有所下降；B、婴儿类新产品不断推出，如2018年推出的强生婴儿口手湿巾、2019年推出强生婴儿爽洁湿巾、Carefor婴儿卫生湿巾等新品，新品种报价增长幅度一般大于成本增长幅度，因此新产品增加导致整体毛利率有所提升。

### 2、内销成人功能型系列湿巾

报告期内，内销成人功能型系列湿巾毛利率情况如下：

项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销售收入（万元）	556.68	714.60	231.63
单价(元/百片)	9.18	9.14	8.90



项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
单位成本(元/百片)	7.27	7.56	6.71
毛利率 (%)	20.85	17.19	24.56
毛利率变动	3.65	-7.37	-4.52
其中：单价影响 (%)	0.43	1.94	1.64
其中：单位成本影响 (%)	3.22	-9.31	-6.16

内销成人功能型系列湿巾主要为湿厕纸、卸妆巾等产品，2019 年毛利率减少 7.37 个百分点，主要原因系 2019 年新增客户杭州贝咖实业有限公司，该客户 Babycare 品牌湿厕纸产品处于市场扩张期，并主打电商市场，客户对价格较为敏感，报价相对较低，导致毛利率较低。2020 年成人功能型系列湿巾内部产品结构的变动导致毛利率有所上升。

### 3、内销医用及抗菌消毒系列湿巾

报告期内，内销医用及抗菌消毒系列湿巾毛利率情况如下：

项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销售收入 (万元)	599.43	213.43	52.23
单价(元/百片)	7.88	8.34	7.08
单位成本(元/百片)	4.69	5.07	5.13
毛利率 (%)	40.50	39.22	27.51
毛利率变动	1.28	11.71	-2.12
其中：单价影响 (%)	-3.56	10.96	-37.72
其中：单位成本影响 (%)	4.84	0.75	35.60

由上表可见，2018 年内销医用及抗菌消毒系列湿巾销售规模较小，毛利率较低；2019 年毛利率增幅较大，主要原因系对客户 3M 销售的新产品“6 片 CHG 湿巾”及“56 片爱护佳物湿巾”销量增长，发行人对该类新产品的报价相对较高，整体毛利率上升。

### 4、内销其他系列湿巾

报告期内，其他系列湿巾内销毛利率情况如下：

项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销售收入 (万元)	344.24	141.12	209.90
单价(元/百片)	4.92	14.52	14.41
单位成本(元/百片)	4.76	12.81	11.50

项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
毛利率 (%)	3.11	11.76	20.21
毛利率变动	-8.65	-8.45	6.87
其中：单价影响 (%)	-172.46	0.62	6.36
其中：单位成本影响 (%)	163.81	-9.07	0.52

内销其他系列湿巾销售规模小，涉及种类多，包括家居清洁类系列、宠物清洁系列、棉柔巾等类别。2019 年受销售规模下降影响、2020 年受开发新产品棉柔巾的影响，使得内销其他系列湿巾整体毛利率降幅较大。

#### 5、内销面膜及手足膜

报告期内，内销面膜及手足膜毛利率情况如下：

项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销售收入 (万元)	14.57	46.92	18.83
单价(元/百片)	120.00	138.78	132.20
单位成本(元/百片)	77.14	103.69	132.54
毛利率 (%)	35.72	25.28	-0.26
毛利率变动	10.44	25.54	-24.60
其中：单价影响 (%)	-11.69	4.75	2.92
其中：单位成本影响 (%)	22.13	20.79	-27.52

内销面膜及手足膜毛利率波动主要系产品销售规模较小，产品种类不同，导致毛利率差别较大。

#### 6、来料加工

报告期内，来料加工业务均为内销，分为面膜类加工业务和湿巾类加工业务，毛利率情况如下：

表 1：

项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销售收入 (万元)	10,718.23	5,575.49	6,892.19
单价(元/百片)	3.76	6.76	7.15
单位成本(元/百片)	1.89	4.32	5.05
毛利率 (%)	49.77	44.67	53.76
毛利率变动	5.10	-9.09	13.23
其中：单价影响 (%)	-15.07	-13.96	16.64
其中：单位成本影响 (%)	20.17	4.87	-3.41

表 2:

项 目		2020 年度	2019 年度	2018 年度
面膜加工	销售收入(万元)	2,407.85	1,461.95	2,826.91
	单价(元/百片)	49.14	41.30	36.86
	单位成本(元/百片)	14.44	11.39	7.88
	毛利率(%)	70.62	72.42	78.62
	毛利率变动	-1.80	-6.20	7.05
	其中: 单价影响(%)	4.40	2.30	-1.09
	其中: 单位成本影响(%)	-6.20	-8.50	8.15
湿巾加工	销售收入(万元)	8,310.38	4,113.54	4,065.27
	单价(元/百片)	2.96	3.64	3.94
	单位成本(元/百片)	1.67	2.37	2.50
	毛利率(%)	43.73	34.81	36.47
	毛利率变动	8.93	-1.66	2.38
	其中: 单价影响(%)	-14.81	-5.35	2.60
	其中: 单位成本影响(%)	23.74	3.69	-0.22

由上表可见,面膜加工业务 2019 年毛利率较 2018 年减少 6.20 个百分点,主要系面膜类产品 2019 年加工规模较 2018 年有所回落,客户 2019 年品牌战略调整,减少了“美即”品牌产品订单,发行人在保留了“卡尼尔”品牌的同时新增了“理肤泉”品牌,上述两个品牌下包含多个系列产品,且系列产品加工量较小,影响了生产效率,从而导致毛利率有所下降。

湿巾加工业务 2020 年毛利率较 2019 年增加 8.93 个百分点,单价及单位成本变动幅度较大,单价变动主要系 2019 年下半年开始,金佰利集团为拓展婴儿系列湿巾市场,推出新产品“好奇”纯水、金装系列婴儿湿巾,该系列产品定位为适合大众消费的经济型产品,与其他婴儿系列产品相比,该系列产品加工单价及单位成本均较低,但加工毛利率较高。2020 年湿巾加工业务规模扩大,规模效应使得单位人工及单位制造费用均有所下降,使得单位成本对毛利率的影响较大。

### (三)外销分产品毛利率情况

#### 1、外销婴儿系列湿巾

报告期内,婴儿系列湿巾外销毛利率情况如下:

项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销售收入(万元)	14,451.71	9,879.47	8,986.92
单价(元/百片)	5.75	5.64	5.52
单位成本(元/百片)	3.30	3.39	3.85
毛利率(%)	42.68	39.96	30.21
毛利率变动	2.73	9.75	1.43
其中：单价影响(%)	1.13	1.51	-3.16
其中：单位成本影响(%)	1.59	8.24	4.58

由上表可见,2019 年外销婴儿系列湿巾毛利率较 2018 年增加 9.75 个百分点,主要系发行人外销婴儿类湿巾客户主要为 Woolworths, 旗下“Little One's”、“Dymples”等品牌婴儿湿巾所耗用的直铺型水刺无纺布在 2019 年采购价格下降幅度较大,较 2018 年下降 10%左右,导致单位材料成本大幅下降,毛利率上升。

2020 年毛利率较 2019 年增加 2.73 个百分点,主要原因为发行人业务规模扩大,2020 年外销婴儿系列湿巾销售额较 2019 年增长 46.28%,规模效应使得单位人工及单位制造费用均有所下降,毛利率上升。

## 2、外销成人功能型系列湿巾

报告期内,外销成人功能型系列湿巾毛利率情况如下:

项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销售收入(万元)	3,258.82	2,610.65	1,893.58
单价(元/百片)	11.34	11.42	10.49
单位成本(元/百片)	7.20	7.78	7.00
毛利率(%)	36.54	31.84	33.29
毛利率变动	4.70	-1.44	-2.80
其中：单价影响(%)	-0.49	5.47	1.72
其中：单位成本影响(%)	5.18	-6.91	-4.52

由上表可见,2019 年外销成人功能型系列湿巾毛利率有所下降,主要系新增客户导致的产品结构变化影响所致,2018 年发行人开始承接强生公司卸妆类湿巾订单,该部分订单毛利率较低,2019 年该部分低毛利率卸妆类湿巾订单占比不断提高,毛利率有所下降。

2020 年毛利率增加 4.70 个百分点,主要原因为:A、卸妆类湿巾耗用的无纺布原材料采购单价有所下降;B、发行人业务规模扩大,2020 年外销成人功能

型系列湿巾销售额较 2019 年增长 24.83%，规模效应使得单位人工及单位制造费用均有所下降，毛利率上升。

### 3、外销医用及抗菌消毒系列湿巾

报告期内，外销医用及抗菌消毒系列湿巾毛利率情况如下：

项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销售收入（万元）	31,682.11	1,716.04	2,123.65
单价(元/百片)	6.58	6.76	7.15
单位成本(元/百片)	4.35	4.32	5.05
毛利率（%）	33.89	36.14	29.40
毛利率变动	-2.25	6.74	-3.83
其中：单价影响（%）	-1.80	-4.03	-11.38
其中：单位成本影响（%）	-0.45	10.77	7.55

医用及抗菌消毒系列湿巾主要为外销，报告期内，外销收入占比分别为 97.60%、88.94%、98.14%，毛利率波动主要系客户变动导致的产品结构变化、原材料采购成本变动及生产效率提升等综合影响所致。2020 年新增客户利洁时 ENA 外销抗菌消毒系列湿巾产品毛利率相对较低，医用系列和抗菌消毒系列占比的变动使得 2020 年外销医用及抗菌消毒系列湿巾毛利率较 2019 年有所下降。

### 4、外销其他系列湿巾

报告期内，外销其他系列湿巾毛利率情况如下：

项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销售收入（万元）	752.41	372.22	234.31
单价(元/百片)	8.87	8.25	7.32
单位成本(元/百片)	5.67	4.99	5.37
毛利率（%）	36.08	39.48	26.63
毛利率变动	-3.40	12.85	3.64
其中：单价影响（%）	4.22	8.29	6.47
其中：单位成本影响（%）	-7.62	4.56	-2.83

由上表可见，外销其他系列湿巾销售规模小，涉及种类多，毛利率受产品结构影响较大。

### 5、外销面膜及手足膜

报告期内，外销面膜及手足膜产品毛利率情况如下：

项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销售收入(万元)	3,399.31	1,478.82	1,119.16
单价(元/百片)	499.73	479.06	472.96
单位成本(元/百片)	203.38	210.54	208.75
毛利率(%)	59.30	56.05	55.86
毛利率变动	3.25	0.19	——
其中：单价影响(%)	1.82	0.56	——
其中：单位成本影响(%)	1.43	-0.37	——

由上表可见，报告期内发行人外销面膜及手足膜产品毛利率较为稳定，2020年度毛利率提高主要系外销手足膜产品平均单价上升所致。

#### 六、补充披露发行人手足膜产品毛利率较高的原因及合理性，该类产品前五大客户与发行人主要客户的重合情况

报告期内发行人手足膜产品收入及毛利率情况列示如下：

项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销售收入(万元)	3,379.08	1,478.82	1,090.01
毛利率(%)	59.31	56.05	56.01

发行人手足膜产品系自主设计开发，技术含量高，功能性强，市场需求旺盛，产品定价较高，因此毛利率相对较高。手足膜产品仅向发行人主要客户强生公司销售，该类产品前五大客户与发行人主要客户存在重合情况。

#### 七、补充披露不同销售模式下、主要客户之间毛利率是否存在较大差异，如存在，请进一步说明差异原因及合理性

##### (一)直销、经销模式下毛利率

报告期内，发行人直销模式实现的销售收入分别为 28,051.13 万元、27,594.08 万元和 73,772.55 万元，占比分别为 99.82%、99.93%和 100.00%，经销模式销售规模很小，具体情况如下：

销售模式	2020 年度		2019 年		2018 年	
	主营业务占比(%)	毛利率(%)	主营业务占比(%)	毛利率(%)	主营业务占比(%)	毛利率(%)
直销	100.00	37.55	99.93	36.49	99.82	34.13
经销	-	-	0.07	33.03	0.18	41.10
合计	100.00	37.55	100.00	36.49	100.00	34.14

## (二)直销模式下主要客户主营业务的毛利率

报告期内，发行人直销模式主要客户主营业务毛利率情况如下：

主要客户	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	销售金额 (万元)	毛利率 (%)	销售金额 (万元)	毛利率 (%)	销售金额 (万元)	毛利率 (%)
利洁时 ENA	26,039.30	33.85	-	-	-	-
Woolworths	17,785.32	40.52	11,888.29	39.68	10,606.03	29.83
强生公司	9,591.23	42.99	6,634.48	28.76	6,187.03	25.06
金佰利（中国）有限公司	<b>8,087.00</b>	<b>43.67</b>	<b>4,092.02</b>	<b>34.99</b>	<b>4,065.27</b>	<b>36.47</b>
杭州贝咖实业有限公司	5,134.71	16.09	742.61	13.06	-	-
欧莱雅集团	2,475.21	69.43	1,566.51	68.38	2,886.49	77.16
中山爱护日用品有限公司	-	-	235.18	13.96	1,161.25	13.58
小计	<b>69,112.76</b>	<b>37.94</b>	<b>25,159.09</b>	<b>36.80</b>	<b>24,906.07</b>	<b>34.46</b>
主要客户主营业务收入占比 (%)		<b>93.68</b>		<b>91.11</b>		<b>88.63</b>
主营业务毛利率 (%)		<b>37.55</b>		<b>36.49</b>		<b>34.14</b>

### 1、Woolworths

该客户毛利率较高，主要原因为该客户为外销客户且为 ODM 模式生产，该客户对发行人产品的认可度较高，相较于产品质量，对于价格的敏感度较低，因此毛利率相对较高。2019 年毛利率增幅明显，主要原因为：(1)该客户产品具体规格型号变化，低毛利产品占比降低；(2)原材料无纺布采购价有所下降，以及发行人订单规模增加，导致单位成本下降，毛利率上升。

### 2、金佰利集团

该客户毛利率较高，主要系发行人与金佰利集团之间的业务属于来料加工模式，发行人采用净额法核算该客户的收入。

报告期内，发行人对金佰利集团的加工毛利率总体呈增长趋势，2018 年至 2019 年金佰利集团产品以成人功能型系列湿巾为主，加工毛利率相对稳定；2020 年毛利率增幅明显，主要系该客户为拓展婴儿湿巾市场，向市场投放适合于大众消费的经济型产品，该类产品加工毛利率较高。

### 3、强生公司

该客户毛利率受产品结构及内外销结构的影响，总体呈上升趋势。2019 年及 2020 年毛利率进一步提升，主要原因系高毛利率的手足膜产品、外销成人功

能型系列湿巾产品及外销婴儿系列湿巾产品销售收入增加所致。

#### 4、杭州贝咖实业有限公司

该客户毛利率较低，主要原因为该客户为内销客户，其 Babycare 品牌婴儿系列湿巾处于市场扩张期，并主打电商市场，客户对价格较为敏感，因此报价相对较低，从而毛利率较低。

#### 5、欧莱雅集团

该客户各年毛利率高于其他客户，主要原因为发行人与其合作的业务模式多为来料加工模式，来料加工业务毛利率较高，具体原因详见本问询函回复第 3 题之“一、补充披露报告期内发行人来料加工业务毛利率较高的原因及合理性，是否符合行业惯例”相关内容。

#### 6、中山爱护日用品有限公司

该客户毛利率较低，主要原因为该客户为内销客户，且对价格较为敏感，因此报价相对较低，从而毛利率较低。

#### 7、利洁时 ENA

该客户为 2020 年新开拓外销客户，销售量大，但和其他主要客户相比毛利率略低。

综上，发行人对不同客户毛利率的差异，主要受内外销售区域、产品类型、谈判能力、材料价格、销售规模等诸多因素的变动影响，主要客户的毛利率差异具有合理性。

### 八、披露保荐人、申报会计师对发行人报告期内主营业务毛利率真实性、合理性的核查方法、核查结论

#### (一)核查方法

1、取得发行人报告期内各期的营业收入构成明细表，比较分析各期各种收入的构成比例及毛利率情况；

2、询问发行人财务、生产、销售等相关人员，了解各产品销售模式及策略、单价变动、成本变动、毛利率变化的原因；

3、将毛利率的波动与产品销售价格波动进行验证匹配，并分析发行人产品的交易价格是否符合行业惯例，对发行人产品销售价格与行业相关产品的市场价格走势进行验证匹配等；

4、将毛利率的波动与原材料价格波动进行验证匹配，并分析发行人原材料



成本价格是否符合行业惯例，对发行人原材料采购价格与行业相关产品的市场价格走势进行验证匹配等；

5、查询具有相似业务的上市公司报告期内的毛利率情况，对比发行人产品毛利率与可比上市公司产品毛利率，分析发行人的毛利率走势与同行业上市公司毛利率走势是否一致，营收规模、行业地位、产品种类等方面分析发行人毛利率偏高或偏低的原因；

6、通过询问、函证、检查发行人销售合同、客户签收单、收款凭证、记账凭证等方式，核查收入真实性和准确性；

## (二)核查结论

发行人报告期内主营业务毛利率真实、合理。

### 【核查程序及核查结论】

#### 1、核查方法

(1) 检查发行人来料加工合同、送货单、发票、银行回单等原始凭证，核实来料加工业务的真实性及毛利率较高的合理性；

(2) 查阅同行业可比公司的公开数据，结合发行人与可比公司的业务模式，核实发行人与可比公司毛利率差异的原因；

(3) 分析对报告期内发行人医用及抗菌消毒类湿巾毛利率进行情况分析，核查毛利率波动的原因；

(4) 量化分析发行人内外销分产品毛利率情况，核实毛利率波动的具体原因；

(5) 分析不同销售模式下主要客户的毛利率情况，以及差异的原因，并查阅相关原始凭证，核实相关原因的真实性及合理性。

#### 2、核查结论

经核查，申报会计师认为：发行人来料加工业务毛利率较高具有合理性，且来料加工业务属于行业内常见的加工模式，毛利率较高符合行业惯例；发行人与同行业主营业务相同的可比公司毛利率变动趋势并不完全一致，主要受各公司披露方式、产品结构、业务模式的差异影响，具有合理性；发行人医用及抗菌消毒系列湿巾各年度的毛利率波动均具有合理性，2018 年度该类湿巾单位销售价格下降的具体背景及原因客观、准确；发行人报告期内面膜、手足膜产品的毛利率情况合理、准确；发行人内销、外销分产品毛利率情况变动合理，部分产品间存在差异均具有合理原因；发行人手足膜产品毛利率较高的原因合理，该类产品前

五大客户与发行人主要客户存在重合的情况；不同销售模式下、主要客户之间毛利率存在的差异均具有合理性。

#### 4. 关于营业收入与销售价格

申报材料显示：

(1) 公司湿巾产品涵盖婴儿系列、成人功能系列、抗菌消毒系列、家庭清洁系列、医用护理系列和宠物清洁系列等六大系列 60 多个品种。公司主营业务收入主要来自于婴儿系列湿巾、成人功能系列湿巾和医用及抗菌消毒系列湿巾。

(2) 报告期内，发行人婴儿系列湿巾、成人功能型系列湿巾、面膜及手足膜系列产品销售收入持续增长，医用及抗菌消毒系列湿巾销售收入逐年下降，来料加工业务收入波动较大。

(3) 面膜及手足膜产品中，2017 年该类品种均为公司自主采购原材料生产的面膜产品，2018 年、2019 年该类品种中手足膜系列产品销售占比均超过 95%，面膜与手足膜产品的毛利率、客户相差较大。

(4) 报告期内，医用及抗菌消毒系列湿巾销售收入逐年下降，主要系该产品主要客户 Nice-Pak Products Inc.销售收入逐年减少所致。

(5) 发行人 2018 年来料加工收入较 2017 年度大幅增长主要系欧莱雅集团“美即”“卡尼尔”及“理肤泉”等品牌面膜系列产品订单增加所致；2019 年来料加工收入较 2018 年度减少主要系欧莱雅集团内部品牌战略调整，“美即”品牌面膜逐渐退出市场所致。

(6) 发行人婴儿系列湿巾产品 2017、2018 年销售价格为 0.05 元/片、2019 年的销售价格为 0.06 元/片。发行人披露“2019 年婴儿系列湿巾产品单价较 2018 年上升约 5%”。

请发行人补充披露：

(1) 按产品构成的主营业务收入中，“医用及抗菌消毒系列湿巾”“其他系列湿巾”“面膜及手足膜”产品与发行人主营业务中相关内容的对应关系；

(2) 将面膜和手足膜合并披露的原因及合理性；

(3) 医用及抗菌消毒系列湿巾主要客户 Nice-Pak Products Inc.销售收入逐年减少的具体原因，是否因为发行人产品存在质量问题；

(4) 发行人来料加工收入报告期内波动的原因及合理性，该项业务收入减少是否因为发行人客户开发其他供应商，未来是否将持续开展该项业务，请结

合来料加工业务对应产品的市场销售情况及在手订单情况进行分析；

(5) 婴儿系列湿巾产品 2019 年价格上涨的原因，价格上升比例披露不一致的原因；

(6) 发行人主要产品的销售价格及与同行业可比公司销售价格差异情况及原因，请分内销、外销分别披露；

(7) 各主要产品的产能、产量和销量情况，2019 年发行人主要产品销量、产能利用率、产销率较 2018 年下滑的原因及合理性，是否会对发行人持续经营能力产生重大不利影响；

(8) 本次发行募投项目“多功能湿巾扩建项目”拟新增 45 亿片功能型湿巾的生产能力的必要性、合理性和可行性，发行人是否具备消化相关产能的能力，请结合报告期内产能利用率下降情况、行业发展趋势、政策导向、市场容量、竞争格局、期末在手订单情况等进行分析。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、按产品构成的主营业务收入中，“医用及抗菌消毒系列湿巾”“其他系列湿巾”“面膜及手足膜”产品与发行人主营业务中相关内容的对应关系

报告期内，发行人的主营业务收入构成情况如下：

单位：万元

产品类别	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)
婴儿系列湿巾	22,446.75	30.43	14,743.45	53.39	15,325.62	54.54
成人功能型系列湿巾	3,815.50	5.17	3,325.26	12.04	2,125.21	7.56
医用及抗菌消毒系列湿巾	32,281.54	43.76	1,929.46	6.99	2,175.88	7.74
其他系列湿巾	1,096.66	1.49	513.34	1.86	444.20	1.58
面膜及手足膜	3,413.88	4.63	1,525.75	5.53	1,137.99	4.05
产品销售小计	63,054.32	85.47	22,037.26	79.81	21,208.91	75.47
面膜	2,407.85	3.26	1,461.95	5.29	2,826.91	10.06
湿巾	8,310.38	11.27	4,113.54	14.90	4,065.27	14.47
来料加工小计	10,718.23	14.53	5,575.49	20.19	6,892.19	24.53
合计	73,772.55	100.00	27,612.75	100.00	28,101.10	100.00

上述按产品构成的主营业务收入中，“医用及抗菌消毒系列湿巾”对应的发行人主营业务中的具体系列产品为“医用护理系列湿巾”、“抗菌消毒系列湿巾”，“其他系列湿巾”对应的产品为“家庭清洁系列湿巾”、“宠物清洁系列湿巾”等，“面膜及手足膜”对应的产品为“面膜系列产品”，包含面膜、手足膜。

## 二、面膜和手足膜合并披露的原因及合理性

面膜与手足膜的生产工艺、产品功能相似，且发行人除来料加工以外的面膜销售金额较小，因此将面膜与手足膜进行了合并披露，相关情况具有合理性。

## 三、医用及抗菌消毒系列湿巾主要客户 Nice-Pak Products Inc. 销售收入逐年减少的具体原因，是否因为发行人产品存在质量问题

发行人对客户 Nice-Pak Products Inc. 销售收入逐年减少主要原因详见本问询函回复第 2 题之“补充披露报告期内 Nice-Pak Products Inc. 不再是发行人前五大客户的原因及合理性”相关内容。

综上，发行人综合考虑 Nice-Pak Products Inc. 业务的基本情况、管理效率以及对其他客户影响等因素后，对该类业务进行筛选并减少订单承接，将更多的生产资源向具有规模化大批量订单的客户倾斜。因此，发行人对 Nice-Pak Products Inc. 销售收入逐年减少并不是因为产品存在质量问题。

## 四、发行人来料加工收入报告期内波动的原因及合理性，该项业务收入减少是否因为发行人客户开发其他供应商，未来是否将持续开展该项业务，请结合来料加工业务对应产品的市场销售情况及在手订单情况进行分析

报告期内，来料加工业务收入波动较大，发行人来料加工业务主要分为湿巾来料加工和面膜来料加工，具体情况如下：

单位：万元

项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
湿巾来料加工	8,310.38	4,113.54	4,065.27
面膜来料加工	2,407.85	1,461.95	2,826.91
小计	10,718.23	5,575.49	6,892.19
主营业务占比	14.53%	20.19%	24.53%

### (一)湿巾来料加工业务

该业务类别主要核算与金佰利集团采用净额法结算的湿巾加工业务。报告

期内加工业务收入分别为 4,065.27 万元、4,113.54 万元、8,310.38 万元，2018 年、2019 年业务收入较为平稳，2020 年受婴儿系列湿巾、成人功能性系列湿巾加工业务规模的扩大，业务收入增幅较大。

金佰利集团成立于 1872 年，是全球健康卫生护理领域的领导者，已于纽约证券交易所上市（股票代码：KMB）。其三大核心业务分别为个人健康护理用品、家庭生活用纸和商用消费产品。发行人主要为其生产加工“好奇”品牌婴儿系列湿巾、“舒洁”、“皇冠”品牌湿厕纸。发行人自 2012 年开始与金佰利集团建立业务往来，合作时间长、合作关系稳定。截止 2020 年 12 月 31 日，金佰利集团来料加工业务在手订单金额为 1,965.85 万元，未来会持续开展与其湿巾加工业务。

## （二）面膜来料加工业务

自 2018 年起，发行人开始为欧莱雅集团子公司苏州尚美国际化妆品有限公司加工生产“理肤泉”、“卡尼尔”品牌面膜订单，同时由于企业经营战略调整，广州千研美化妆品有限公司筹备关闭，欧莱雅集团在发行人提高了“美即”品牌面膜的备货；2019 年起，发行人承接的面膜来料加工业务订单均来自于苏州尚美国际化妆品有限公司，主要为“理肤泉”、“卡尼尔”品牌面膜，发行人的面膜加工量回归到正常水平。

2018 年发行人面膜来料加工业务增长系欧莱雅集团业务临时性调整所致，2019 年该项业务收入减少并非因为发行人客户开发其他供应商，2020 年“理肤泉”品牌面膜销售订单增加，使得面膜来料加工业务量又进一步回升。

截至 2020 年 12 月 31 日，面膜来料加工业务在手订单金额为 238.83 万元，均为欧莱雅集团面膜来料加工业务。2020 财年，欧莱雅集团实现销售额 279.92 亿欧元，同比下降 4.1%，亚太地区销售额 98.00 亿欧元，同比增长 3.5%。2020 财年欧莱雅集团全球业务略有下滑，但亚太地区表现亮眼，是唯一实现正增长的区域，其中中国大陆地区增长 27%，对欧莱雅集团业绩做出了重要贡献。同时，欧莱雅集团在 2020 财年报告中提到，“理肤泉”品牌增长强劲，“卡尼尔”品牌在亚太地区表现良好。欧莱雅集团旗下知名品牌面膜较多，基于公司在产品质量方面的严格把控，欧莱雅集团对公司认可度较高。公司与欧莱雅集团的合作关系稳定，未来会持续开展面膜来料加工业务。

## 五、婴儿系列湿巾产品 2019 年价格上涨的原因，价格上升比例披露不一致的原因

### (一)婴儿系列湿巾产品 2019 年价格上涨的原因

发行人 2018 年度及 2019 年度婴儿系列湿巾产品单价分别为 5.23 元/百片、5.52 元/百片，价格上升比例为 5.70%，价格上涨的原因为：

1、产品规格型号不断更新。为适应消费者需求，客户在产品功能、配方、材质及外包装等方面持续推陈出新，2019 年部分新产品报价提高导致该系列产品价格上涨。

2、汇率波动导致外销单价上涨。发行人外销婴儿系列湿巾产品以美元定价，2019 年美元兑人民币汇率总体呈上升趋势，外销产品以人民币计算的单价上涨，导致 2019 年总体价格有所上涨。

(二)发行人 2019 年价格上升比例与采用招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、发行人主要产品销售情况和主要客户”之“(一)主要产品销售情况”之“4、主要产品单价变动情况”中披露单价直接计算的比例不一致的原因，主要系招股说明书中披露单价的单位为元/片且保留两位小数，受小数点四舍五入影响导致计算比例存在不一致。

## 六、发行人主要产品的销售价格及与同行业可比公司销售价格差异情况及原因，请分内销、外销分别披露

报告期内，发行人湿巾类产品单价与同行业可比公司的对比情况如下：

单位：元/百片

公司名称	指标	2020 年度	2019 年度	2018 年度
发行人	内销	5.97	5.75	5.05
	外销	6.51	6.40	6.19
	平均	6.42	6.20	5.75
倍加洁	平均	8.66	9.43	8.25
诺邦股份	平均	——	——	——
维尼健康	平均	——	8.49	8.68

注：诺邦股份未披露相关公开数据；倍加洁湿巾类产品平均单价以其报告期各年度主

要经营数据公告中湿巾类产品收入/湿巾类产品销量计算得出；维尼健康于 2020 年 12 月披露了招股说明书，其湿巾类产品平均单价以湿巾类产品收入/湿巾类产品销量计算得出

发行人根据市场及客户的需求进行不同种类湿巾产品的研发、生产与销售。部分同行业可比公司仅披露其湿巾类产品平均单价，未披露相关产品类别、物料规格、溶液配方等信息，因此无法与发行人湿巾类产品平均单价直接进行比较。

根据同行业可比公司倍加洁招股说明书披露的信息，倍加洁的湿巾客户主要为国外专业医疗用品企业，而医用级湿巾产品成本相对较高。2015 年至 2017 年，其湿巾类产品单价分别为 8.05 元/百片、8.33 元/百片、8.66 元/百片，单位成本为 6.86 元/百片、6.81 元/百片、7.56 元/百片，单价相对较高，单位成本亦相对较高。

我国湿巾行业市场化程度较高，湿巾生产企业数量众多，但产量较大、具备一定生产规模的企业不多。根据中国造纸协会生活用纸专业委员会统计数据，2015-2017 年，发行人位列全国湿巾出口量排名第 2 位、第 3 位、第 3 位。2017 年至 2019 年，发行人位列全国擦拭巾/湿巾生产商和品牌（主要按销售额综合排序）第 3 位、第 5 位、第 5 位，发行人在全国擦拭巾生产商和品牌中具有一定规模和竞争优势。

发行人主要客户为利洁时 ENA、Woolworths、金佰利集团、强生公司、欧莱雅集团等国内外知名健康护理品牌运营商、大型连锁超市，倍加洁湿巾客户主要为 Medline Industries, Inc、Cardinal Health Singapore 225 PTE LTD 等国外专业医疗用品企业，维尼健康的湿巾客户主要为 Gama Healthcare Ltd.、深圳全棉时代科技有限公司等，Gama Healthcare Ltd.为英国卫生消毒用品企业，深圳全棉时代科技有限公司是以全棉制品为主的日用消费品企业。

发行人与倍加洁、维尼健康湿巾类产品价格差异主要系发行人与可比公司均采用 ODM/OEM 业务模式为不同客户定制化生产湿巾类产品，并非生产同质化的标准产品，在产品的种类、原材料无纺布的克重、粘胶和涤纶成分配比、溶液配方、包装方式（塑料桶装、包装膜袋装）、包装规格等方面均存在差异所致。

报告期内，虽然发行人湿巾类产品平均单价低于同行业可比公司相关产品单价，但发行人湿巾类产品的定价综合考虑了产品成本、生产工艺复杂程度、市场供需状况等因素，保证了发行人湿巾类产品的合理毛利。

报告期内，发行人医用系列湿巾和抗菌消毒系列湿巾及倍加洁湿巾类产品的销售单价具体情况如下：

单价：元/百片

类别	2020 年度	2019 年度	2018 年度
医用及抗菌消毒系列湿巾	6.60	6.91	7.15
其中：医用系列湿巾	9.73	10.40	10.81
抗菌消毒系列湿巾	6.55	6.35	6.80
倍加洁湿巾类产品平均单价	<b>8.66</b>	<b>9.43</b>	<b>8.25</b>

发行人医用及抗菌消毒系列湿巾包括医用和抗菌消毒两类湿巾，主要销售给利洁时 ENA、Woolworths、Human 等客户。报告期内，发行人医用系列湿巾销售金额为 283.61 万元、400.85 万元、716.53 万元，抗菌消毒系列湿巾销售金额为 1,892.27 万元、1,528.61 万元、31,565.01 万元，医用系列湿巾占比相对较小。

由上表可知，虽然发行人在湿巾行业中具有一定的竞争优势，医用系列湿巾产品单价高于倍加洁湿巾类产品，但发行人医用系列湿巾在医用及抗菌消毒系列湿巾中的占比较低，且发行人与倍加洁在客户、产品规格等方面亦存在不同，由此导致发行人医用及抗菌消毒系列湿巾的销售价格低于倍加洁湿巾类产品单价，具有合理性。

2018 年，发行人医用系列湿巾单价相对较高主要系‘Human 4 片医用湿巾’、‘Human 8 片医用湿巾’等单价较高的品种占比较高所致。2018 年后，上述高价格品种占比下降导致医用系列湿巾单价下降。

**七、各主要产品的产能、产量和销量情况，2019 年发行人主要产品销量、产能利用率、产销率较 2018 年下滑的原因及合理性，是否会对发行人持续经营能力产生重大不利影响**

报告期内，发行人湿巾类产品和面膜类产品的产能、产量和销量情况如下：

主要产品	指标	2020 年度	2019 年度	2018 年度
湿巾类	产能（万片）	806,689.80	417,528.00	414,072.00
	产量（万片）	1,277,472.45	452,744.15	448,816.84
	销量（万片）	1,209,463.32	444,080.51	452,084.26
	产能利用率（%）	158.36	108.43	108.39



主要产品	指标	2020 年度	2019 年度	2018 年度
	产销率 (%)	94.68	98.09	100.73
面膜类	产能 (万片)	4,440.96	4,924.80	4,600.80
	产量 (万片)	5,604.97	3,744.04	7,866.24
	销量 (万片)	5,592.37	3,882.13	7,920.20
	产能利用率 (%)	126.21	76.02	170.98
	产销率 (%)	99.78	103.69	100.69
合计	产能 (万片)	811,130.76	422,452.80	418,672.80
	产量 (万片)	1,283,077.42	456,488.19	456,683.07
	销量 (万片)	1,215,055.69	447,962.65	460,004.46
	产能利用率 (%)	158.18	108.06	109.08
	产销率 (%)	94.70	98.13	100.73

注：发行人产能按一天 8 小时、一年 300 天计算

发行人按湿巾类、面膜类产品生产线分别统计产能，同一类产品生产线具有通用性，可以生产多品种同类产品，每一生产线产能无法与各具体品种一一对应，故按湿巾类、面膜类产品披露产能、产量和销量等相关情况。

报告期内，发行人根据市场需求及自身发展规划，陆续投入新的生产设备，湿巾、面膜产能逐年增加，主要产品总体产能利用率处于较高水平。

发行人湿巾类产品产能利用率在 100% 以上，一直处于较高水平，主要原因为湿巾市场需求旺盛，发行人采取一定程度的加班排产所致。2020 年，发行人湿巾产能利用率达 158.36%，系因公司订单增加，为了满足客户需求，通过增加员工、增加排班等措施来提高公司产品产量所致。发行人 2019 年湿巾产量较 2018 年略有上升，2019 年湿巾销量较 2018 年略有下降，主要系部分订单在年末未发货所致。发行人采用“以销定产”的生产模式，不存在产品生产后长期未销售的情况。

发行人面膜类产品产能利用率存在一定波动，主要原因为发行人专注于湿巾产品研发、生产与销售，为满足客户需求亦生产部分面膜产品，该类别产品的产能相对较小，产能利用率受客户订单变化的影响较大。发行人面膜类产品 2019 年销量较 2018 年下降较多，主要系 2018 年欧莱雅集团企业经营战略调整，提高了部分品牌面膜的备货，发行人相关订单临时性增加，2019 年订单量恢复正常水平所致。2020 年，“理肤泉”品牌面膜销售订单增加，使得面膜来料加工业务

量回升。报告期内，发行人面膜类产品产销率一直在 100%左右，产销状况良好。

截至 2020 年 12 月末，发行人拥有在手内销订单约 4,506 万元，在手外销订单约 7,775 万美元，发行人在手订单充足。报告期发行人主要产品的销量、产能利用率、产销率的合理波动不会对发行人持续经营能力产生重大不利影响。

**八、本次发行募投项目“多功能湿巾扩建项目”拟新增 45 亿片功能型湿巾的生产能力的必要性、合理性和可行性，发行人是否具备消化相关产能的能力，请结合报告期内产能利用率下降情况、行业发展趋势、政策导向、市场容量、竞争格局、期末在手订单情况等进行分析**

(一)项目建设的可行性与必要性分析

1、符合国家产业政策的要求

作为传统高能耗、重污染的纸巾替代品，湿巾的生产加工过程中污染少，能耗低，并通过循环水利用节约水资源，实现清洁生产，符合国家产业政策的要求。因此，多功能湿巾扩建项目的实施，能够有效贯彻落实国家全面加强环境保护，重点整治重污染行业的产业政策。

2、满足湿巾行业未来发展的需求

随着我国居民消费水平的提高以及个人卫生意识的加强，湿巾产品以其具有清洁消毒抗菌、携带方便等诸多优点，逐渐成为人们日常生活的必需品，市场前景广阔。因此，发行人把握当前湿巾行业快速发展的机遇，以客户需求为导向，在保证产品质量的前提下，自主研发多样化的溶液配方，适时推出多样化、适合不同消费群体的功能型湿巾产品，符合行业未来发展趋势。

3、提高生产效率，加强生产管理

发行人近年来发展较快，受限于目前的场地规模和生产条件，部分生产线无法实现自动化，不利于提高生产效率。本项目建成后，发行人将引进先进设备并提高生产的自动化水平，降低成本。另外，本项目在新建生产线中添加4级赋码及关联系统，增添产品的可追溯性，实施产品全生产周期中的精细化管理，以提高产品质量。

4、满足客户需求，扩大市场份额

报告期内，发行人对主要客户的销售呈稳步增长趋势。在此背景下，发行人抓住市场机遇，实施扩充产能，通过先进的自动化装备提高生产效率，满足现有客户订单日益增长的需求。同时，项目达产后有助于突破产能限制的瓶颈，不断

拓展新客户，增加发行人市场份额。

## (二)市场前景分析

国内湿巾市场起源于上世纪80年代末期，以其具有清洁消毒抗菌、携带方便等诸多优点，逐渐被人们所认知。目前，湿巾行业迎来了快速发展的良好机遇，具体表现在以下几个领域：

### 1、婴儿专用湿巾

婴儿湿巾以其优异的清洁效果和柔软度，有效保护婴儿肌肤，受到越来越多家长的喜爱。根据国家统计局的数据，2018年我国3岁以下婴幼儿人口数约为5,032万人，基数庞大。国家二孩政策的实施也为婴幼儿人口数量维持较大规模提供了一定支撑。未来，随着我国人均可支配收入的进一步增加以及消费、育儿观念的转变，婴儿专用湿巾产品消费量将进一步提高，从而带动市场规模进一步增长。

### 2、消毒抗菌湿巾市场

消毒抗菌类湿巾系采用独特的生产工艺研制而成的含有长效抗菌因子的产品，具有清洁、消毒与抑制病菌的作用，不仅可用于人体皮肤，还可对日常接触较多的物体表面，如金属、塑料、玻璃、橡胶、大理石、漆面等进行消毒与除菌，因此适用范围非常广泛。随着居民可支配收入的提高和对高品质生活的追求，人们卫生意识不断加强，卫生习惯也发生了巨大的变化，特别是突发性公共卫生事件的发生给人们敲响了警钟，促进抗菌消毒功能湿巾市场快速发展。

### 3、医用类湿巾市场

医用类湿巾具有清洁、抑菌等功能，在医疗卫生领域适合各类人群，特别是对于行动不便的患者擦拭身体具有不可替代的作用，目前在西方发达国家已广泛普及，近年来逐步传导入我国。随着我国医疗卫生水平不断提高、老龄化护理需求增加、居民健康意识日益增强，医用护理产品市场规模必将呈现快速增长趋势，为医用类湿巾打开广阔的市场。

## (三)新增产能的消化能力分析

### 1、国内外湿巾市场相关情况

根据中国造纸协会生活用纸专业委员会《生活用纸》（2019.8期）期刊相关数据，2018年全球湿巾零售市场规模达到136亿美元，婴儿湿巾占比最大，达58

亿美元，占全球湿巾零售市场总额的 43%，其次是家用清洁湿巾、化妆湿巾、通用湿巾等。2013-2018 年全球湿巾零售额复合年均增长率超过 6%，亚太地区是湿巾市场发展较快的地区。2018 年中国湿巾市场规模约达 7.3 亿美元，零售额增长率约 10%。从品类看，通用湿巾占比最大，其次是婴儿湿巾。

随着国内居民收入水平和消费能力的提升，以及对个人卫生、清洁护理的重视，国内消费者湿巾产品的消费习惯已初步养成，预计未来中国湿巾市场规模增速继续处于全球前列。在国内湿巾市场崛起的加持下，我国湿巾市场将继续保持快速稳健发展。

## 2、现有产能分析

报告期内，发行人湿巾类产品产能、产量和销量情况如下：

主要产品	指标	2020 年度	2019 年度	2018 年度
湿巾类	产能（万片）	806,689.80	417,528.00	414,072.00
	产量（万片）	1,277,472.45	452,744.15	448,816.84
	销量（万片）	1,209,463.32	444,080.51	452,084.26
	产能利用率（%）	158.36	108.43	108.39
	产销率（%）	94.68	98.09	100.73

发行人采用“以销定产”模式进行生产，报告期内，发行人产能利用率在 100% 以上，产销率处于较高水平。发行人实行了一定程度的加班排产，导致产能利用率大于 100%。

2018 年、2020 年，发行人进行了产能扩张，但仍未满足发行人订单需求。2020 年 1 月以来，新型冠状病毒肺炎在全球爆发，受市场需求增加、新客户开发等因素的影响，湿巾订单需求迅速增加，发行人迅速调整生产计划以满足相关市场需求，但发行人的人员、设备均已逼近正常生产状态下的极限，产能的不足已经成为制约发行人发展的瓶颈。“多功能湿巾扩建项目”募投项目投产后，新增 45 亿片湿巾的产能将大大缓解发行人现有产能不足的情形，有利于发行人把握市场机遇，进一步巩固和增强发行人在行业中的优势地位。

## 3、新增产能消化措施

### (1) 加大研发投入和技术创新，不断丰富产品种类和结构

随着国内居民消费能力不断提升、消费观念逐渐转变，国内市场对湿巾的需求持续增长。在湿巾市场的快速发展过程中，消费者差异化的个性选择越来越多，

现有的产品种类与结构已无法完全满足消费者多样化的产品需求。在此背景下，发行人加大研发投入和技术创新，不断丰富产品种类和结构，提供品种更丰富、更优质的产品，有助于发行人进一步拓展市场，吸引更多客户，从而消化募投项目新增产能。

#### (2)加大市场拓展力度，进一步挖掘优质客户

报告期内，发行人前五名客户收入占发行人全部营业收入的比例分别为**88.54%、90.11%和 90.02%**，前五大客户已占据发行人绝大多数产能。随着募投项目投产，凭借发行人高标准的质量控制体系、良好的行业口碑，发行人将加大市场拓展力度，进一步挖掘优质客户，充分发挥发行人在生产制造方面的能力，消化募投项目产能，实现经营业绩的稳健快速增长。

#### 4、发行人在手订单情况

发行人与主要客户均签署了销售合同或合作框架协议，保持稳定的长期合作关系。截至2020年12月末，发行人拥有在手内销订单约4,506万元，在手外销订单约7,775万美元，发行人在手订单充足，产能不足已成为制约发行人进一步发展的重要原因。

### 【核查程序及核查结论】

#### 1、核查过程

(1)询问发行人业务部门、财务部门负责人，了解发行人主要产品种类以及面膜、手足膜的生产工艺、产品功能等情况；

(2)询问 Nice-Pak Products Inc.等客户、发行人营销部负责人、质量部门负责人，了解 Nice-Pak Products Inc 销售收入逐年减少的具体原因及发行人相关产品是否存在质量问题；

(3)询问发行人营销部负责人，了解并核实来料加工客户业务模式、获取方式、交易可持续性、变动的原因及合理性等情况；

(4)获取发行人销售明细表，根据销售明细表及产品分类，复核并分析发行人主要产品销售价格的变化情况；

(5)查询同行业可比公司官方网站、年度报告等各类公开披露信息，了解可比公司相关产品价格数据；

(6)获取发行人各类产品产能、产量、销量统计表，结合发行人产品采购、

生产、销售情况，复核并分析报告期内发行人销量、产能利用率、产销率变动情况；

(7)查阅相关行业研究资料、行业分析报告，结合行业发展状况分析“多功能湿巾扩建项目”募投项目新增产能的必要性、合理性和可行性，发行人是否具备新增产能消化能力。

## 2、核查意见

经核查，申报会计师认为：报告期内，按产品构成的主营业务收入中，“医用及抗菌消毒系列湿巾”、“其他系列湿巾”、“面膜及手足膜”产品与发行人主营业务中相关内容具有对应关系；报告期内，基于面膜产品与手足膜产品在生产工艺与产品功能相似，且发行人除来料加工外的面膜产品销售金额相对较低，将面膜和手足膜合并披露具有合理性；报告期内，发行人综合考虑 Nice-Pak Products Inc.业务的基本情况、管理效率以及对其他客户影响等因素后，对该类业务进行筛选并减少订单承接，将更多的生产资源向具有规模化大批量订单的客户倾斜，发行人对 Nice-Pak Products Inc.销售收入逐年减少并非因为产品存在质量问题；报告期内，发行人的来料加工业务分为**湿巾和面膜两个类别**。其中**面膜类** 2018年由于客户备货原因订单量突增，各年度发行人面膜加工业务稳步发展，业务量的波动存在合理性；**湿巾类加工业务 2020 年因市场需求旺盛，加工业务收入增幅较大**。来料加工业务收入减少并非因为发行人客户开发其他供应商，未来发行人将持续开展该项业务；**婴儿系列湿巾产品 2019 年价格上涨主要受部分新产品报价提高及汇率变动综合影响，价格上升比例披露不一致的原因主要系小数点四舍五入影响所致**；部分同行业可比公司仅披露其湿巾类产品平均单价，未披露相关产品类别、物料规格、溶液配方等信息，因此无法与发行人湿巾类产品平均单价直接进行比较；发行人在手订单充足，报告期发行人主要产品的销量、产能利用率、产销率的合理波动不会对发行人持续经营能力产生重大不利影响；本次发行募投项目“多功能湿巾扩建项目”拟新增 45 亿片功能型湿巾的生产能力具有必要性、合理性和可行性，发行人具备消化相关产能的能力。

## 7. 关于外销收入与国际贸易摩擦

**申报材料显示，报告期内，公司出口收入占主营业务收入的比例分别为 54.63%、46.31%和 52.46%。**

**请发行人补充披露：**

- (1) 境外销售不同区域销售的主要产品、金额及占比；**
- (2) 主要境外客户的开发历史、交易背景，大额合同订单的签订依据、执**

行过程，境外销售模式及流程，境外销售定价原则、信用政策等；

(3) 报告期内发行人外销收入金额及占比波动的原因及合理性；

(4) 美国对我国进口商品加征关税涉及的发行人产品具体情况、发行人与美国客户关于加征关税分担约定及执行的具体情况，并量化分析中美贸易摩擦影响金额占发行人销售收入的比重，对发行人出口金额、产品单价、订单数量、产品毛利率及客户数量等经营状况及财务状况的具体影响，完善相应风险提示的内容；

(5) 发行人境外销售的结算方式、跨境资金流动情况、结换汇情况，是否符合国家外汇及税务等相关法律法规的规定；说明报告期内汇兑损益的计算过程及会计处理，计算是否准确；

(6) 境外销售收入的真实性，请结合报告期发货验收单据、物流运输记录、报关数据、出口退税单证、资金划款凭证等的相互印证情况进行说明；

(7) 货款结算是否独立自主，是否存在通过关联方、第三方代收货款的情形，境外主要客户与发行人及其关联方是否存在关联关系及资金往来；

(8) 报告期各期出口退税金额及变化情况。

请保荐人和申报会计师对上述事项发表明确意见，并说明发行人物流运输记录、资金划款凭证、发货验收单据、出口单证与海关报关数据、中国出口信用保险公司数据、出口退税金额、汇兑损益等与发行人境外销售收入是否匹配；对境外客户销售收入的核查情况，包括实地走访客户名称、日期、核查人员、核查方法、核查内容、核查销售金额及占比等；以及报告期内境外销售模式下的销售真实性、最终销售情况、境外销售是否符合当地规定、产品出口是否符合海关和税务规定，并说明核查方法、过程、结论。

## 【回复】

### 一、境外销售不同区域销售的主要产品、金额及占比

报告期内，发行人按地区划分的主营业务收入情况如下：

单位：万元

地区	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入	占比(%)	收入	占比(%)	收入	占比(%)
外销						

大洋洲	21,240.58	28.79	13,815.69	50.03	11,810.03	42.03
婴儿系列湿巾	12,404.90	16.82	9,819.27	35.56	8,860.18	31.53
成人功能型系列湿巾	2,690.35	3.65	2,090.05	7.57	1,370.32	4.88
医用及抗菌消毒系列湿巾	5,405.45	7.33	1,621.84	5.87	1,404.56	5.00
其他系列湿巾	618.46	0.84	284.53	1.03	145.82	0.52
面膜及手足膜	121.41	0.16	-	-	29.15	0.10
美洲	29,241.53	39.64	1,505.65	5.45	2,248.76	8.00
婴儿系列湿巾	133.34	0.18	60.20	0.22	54.41	0.19
成人功能型系列湿巾	168.93	0.23	296.36	1.07	296.77	1.06
医用及抗菌消毒系列湿巾	26,276.66	35.62	94.20	0.34	719.09	2.56
其他系列湿巾	133.95	0.18	81.67	0.30	88.48	0.31
面膜及手足膜	2,528.65	3.43	973.22	3.52	1,090.01	3.88
欧洲	1,004.86	1.36	733.97	2.66	281.32	1.00
婴儿系列湿巾	-	-	-	-	54.82	0.20
成人功能型系列湿巾	255.61	0.35	222.35	0.81	226.50	0.80
其他系列湿巾	-	-	6.01	0.02	-	-
面膜及手足膜	749.25	1.02	505.60	1.83	-	-
其他地区	2,057.39	2.79	1.89	0.01	17.51	0.06
婴儿系列湿巾	1,913.46	2.59	-	-	17.51	0.06
成人功能型系列湿巾	143.93	0.20	1.89	0.01	-	-
外销合计	53,544.36	72.58	16,057.20	58.15	14,357.62	51.09
内销						
内销合计	20,228.19	27.42	11,555.55	41.85	13,743.48	48.91
合计	73,772.55	100.00	27,612.75	100.00	28,101.10	100.00

## 二、主要境外客户的开发历史、交易背景，大额合同订单的签订依据、执行过程，境外销售模式及流程，境外销售定价原则、信用政策等

报告期各期，发行人主要境外客户的开发历史及交易背景情况如下：

外销客户	基本情况	合作历史	交易背景	销售对应的生产模式
利洁时 ENA	利洁时 ENA 系利洁时集团 (Reckitt Benckiser Group plc) 下属子公司。利洁时集团成立于 1823 年，是一家生产各种快速消费品而著称的全球性企业，在全球 60 多个国家设有办公室或工厂，旗下知名品牌包括滴露 (Dettol)、美赞臣 (Enfamil)、杜蕾斯 (Durex)、亮碟 (Finish) 等，产品远销全球近 200 多个国家。该公司已于伦敦证券交易所上市 (股票代码: RB)。2020	双方于 2020 年开展合作	因 Lysol 等品牌湿巾市场需求，采购发行人产品	OEM



外销客户	基本情况	合作历史	交易背景	销售对应的生产模式
	财年，利洁时集团营业收入约为 139.93 亿英镑			
Woolworths	Woolworths 成立于 1924 年，是一家在澳大利亚和新西兰拥有超过 3,600 家门店的连锁超市集团，澳大利亚和新西兰最大的网上超市，全球第 15 大连锁超市，Woolworths 已于澳大利亚证券交易所上市（股票代码：WOW）。业务范围包括日用百货、食品超市、酒类超市、装潢建材超市、加油站和旅馆等多种零售业务。2020 财年，Woolworths 营业收入约为 637 亿澳元	双方自 2009 年开展合作，合作关系稳定	因 Little One's 等品牌湿巾和面膜市场需求，采购发行人产品	ODM
强生公司	强生公司成立于 1886 年，是全球最具综合性、业务分布范围广泛的医疗健康企业之一，已于纽约证券交易所上市（股票代码：JNJ）。强生公司业务涉及制药、医疗器材及消费品三大领域。总部位于美国新泽西州新布仑兹维克市，在全球 60 个国家地区拥有 260 多家运营公司，全球员工约 14 万人。2020 财年，强生公司营业收入约为 826 亿美元 报告期内，发行人与强生公司下属的 Johnson & Johnson Pte. Ltd. 和 Johnson & Johnson Consumer Inc. 发生外销业务往来	双方自 2016 年开展合作，合作关系稳定	因强生、露得清、艾维诺等品牌湿巾和手足膜市场需求，采购发行人产品	手足膜类产品采用 ODM 模式，其余为 OEM 模式
Human Technologies (Aust) Pty Ltd.	Human Technologies (Aust) Pty Ltd. 成立于 1998 年，注册地位于澳大利亚昆士兰州，主营业务为个人护理用品的销售等，旗下 HiCare 品牌是澳大利亚知名个人护理品牌	双方于 2006 年开展合作，合作关系稳定	因 HiCare 等品牌湿巾市场需求，采购发行人产品	OEM
Metcash Trading Ltd.	Metcash Trading Ltd. 成立于 1927 年，旗下经营包括 IGA、Campbells 在内的 2000 多家超市，其中 IGA 是澳大利亚排名前三的大型连锁超市品牌。Metcash Trading Ltd. 已于澳大利亚证券交易所上市（股票代码：MTS），业务范围包括食品杂货、新鲜农产品、酒类、硬件工具等多种日用快消品。2020 财年，Metcash Trading Ltd. 营业收入约为 130 亿澳元	双方于 2017 年开展合作	因 Community Co 等品牌湿巾市场需求，采购发行人产品	ODM
T.J. Morris Ltd.	T.J. Morris Ltd. 成立于 1980 年，注册地位于英国利物浦，是一家英国连锁超市，主要销售产品包括办公文具、灯具灯饰、家用纺织品、礼品、厨具用品、日常卫生用品、体育及旅游休闲用品及玩具等	双方于 2009 年开展合作，合作关系稳定	因 TJM 等品牌湿巾市场需求，采购发行人产品	ODM
e.l.f. Cosmetics, Inc.	e.l.f. Cosmetics, Inc. 成立于 2004 年，是一个产品多样化、时尚个性的美国美妆公司，并以其亲民的价格、齐全的品类和快速的产品迭代，成为美国知名的化妆品公司之一，该公司已于纽约证券交易所上市（股票代码：ELF）。2019 财	双方自 2016 年开展合作，合作关系稳定	因 e.l.f. 等品牌湿巾市场需求，采购发行人产品	ODM

外销客户	基本情况	合作历史	交易背景	销售对应的生产模式
	年, e.l.f. Cosmetics, Inc.营业收入约为 2.8 亿美元			
Nice-Pak Products Inc.	Nice-Pak Products Inc.成立于 1955 年,总部位于美国纽约州奥兰治堡,系一家致力于高品质湿巾产品研发、生产及销售的知名企业,主要产品包括可冲散系列湿巾、婴幼儿系列湿巾、家用系列湿巾及个人护理系列湿巾等,其主要客户包括 Walmart (沃尔玛)、Target (塔吉特) 等大型连锁超市以及 CVS Pharmacy 连锁药店等	双方自 2013 年开展合作,合作关系稳定	因 CVS、Staples 等品牌湿巾市场需求,采购发行人产品	OEM

报告期内,发行人主要境外客户的大额合同订单的签订均履行了发行人内部的审批与签署流程。大额合同订单的签订依据主要包括如下几点:(1)产品类型、规格、质量要求等主要基于客户的需求;(2)产品销售价格主要由发行人综合考虑原材料价格、市场供需状况、人员薪酬、生产工艺复杂程度、市场供需状况等因素后向客户提出报价,双方通过商业谈判确定最终售价;(3)信用政策与结算方式主要基于客户背景、双方合作情况、资信状况等因素,由双方商业谈判决定。

报告期内,发行人主要境外客户的大额合同订单执行过程主要为境外客户下达订单后,发行人按客户订单需求组织生产,按交期发货并完成出口报关装船手续。客户根据约定的付款条件支付货款。

报告期内,发行人对 2020 年新增客户利洁时 ENA 销售采取 FCA 模式,对其他主要境外客户销售采取 FOB 模式,具体销售流程如下:

#### (1) 订单签订与生产

发行人营销部与外销客户就产品的规格参数、技术要求、交货要求、结算方式等方面进行业务洽谈,并签订框架合同或协议,客户根据需求向发行人提交订单,订单中双方约定具体产品、数量、单价、交货期限和地点等信息。发行人根据订单安排生产。

#### (2) 订舱

一般订单完成前 1-3 周,营销部单证处将交货信息告知外销客户,由货运代理联系承运人安排订舱。

#### (3) 确定船期,编制单证

承运人完成舱位预订工作后,将预配信息和开船日期告知发行人。发行人编制报关所需资料,主要包括发票、装箱单、报关单等单证。

#### (4)安排物流发货

订单生产完成并通过质检后，发行人根据订单约定的贸易模式和交货地点安排货物运输。

#### (5)出口报关

发行人外销业务采用 FCA 模式和 FOB 模式。FCA 模式下，发行人将产品交付给利洁时 ENA 指定的承运人，并办理完毕出口清关手续后完成交易。FOB 模式下，货物运抵出口港码头后，发行人完成出口报关装船起运。货物在指定的装运港越过船舷，即完成交货。

#### (6)销售收款

客户收到发票、报关单、提单等单据后在约定的信用期向发行人支付款项。

报告期内，发行人境外销售定价方式与境内销售定价方式基本相同。发行人综合考虑原材料价格、市场供需状况、人员薪酬、生产工艺复杂程度、业务模式等因素后向客户提出报价，双方通过商业谈判确定最终售价。相比于境内销售，境外销售定价策略中增加了对于目标境外市场供需状况、跨境贸易风险、以及境外同类产品可比价格等因素的考量，因此境内外产品最终定价存在一定的差异。

境外客户销售信用政策主要为出港后 20 天至 90 天。

### 三、报告期内发行人外销收入金额及占比波动的原因及合理性

报告期内发行人外销收入金额及占比分别为 14,357.62 万元、16,057.20 万元和 53,544.36 万元和 51.09%、58.15%和 72.58%。境内销售收入分别为 13,743.48 万元、11,555.55 万元和 20,228.19 万元，占比分别为 48.91%、41.85%和 27.42%。内销收入主要系发行人向金佰利集团、强生（中国）投资有限公司、杭州贝咖实业有限公司、中山爱护日用品有限公司等客户销售取得的收入。外销收入主要系公司向利洁时 ENA、Woolworths、强生集团下属 Johnson & Johnson Asia Pacific 和 Johnson & Johnson Consumer Inc.等知名海外客户销售取得的收入。

发行人外销收入增长主要系发行人新增利洁时 ENA 大额销售及向 Woolworths、强生公司实现的销售持续增长所致。相关销售数据情况列示如下：

单位：万元

项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
利洁时 ENA	26,082.69	-	-
Woolworths	17,785.32	11,888.29	10,607.97

项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
强生公司	7,713.46	2,913.32	1,813.72
上述客户销售合计	51,581.47	14,801.61	12,421.69
占外销收入比例（%）	96.33	92.18	86.52

发行人新增**利洁时 ENA** 大额销售的主要原因在于：（1）发行人凭借其技术研发、质量控制、产品种类等核心竞争优势，经过利洁时集团多年的考察于 2020 年成为其合格供应商，该客户为全球知名快消品企业，产品远销全球近 200 多个国家，需求量较大；（2）受新冠疫情影响，发行人向**利洁时 ENA** 销售的抗菌消毒系列湿巾规模较大。

发行人对 Woolworths、强生公司等外销客户的销售收入增长的主要原因在于：（1）发行人凭借其技术研发、质量控制、产品种类等核心竞争优势，与 Woolworths、强生公司等外销客户建立了长期稳定的合作关系。随着该类客户产品市场需求增长，发行人出口产品品种不断丰富，销售订单不断增加，外销收入亦相应增长；（2）发行人为强生公司设计研发的手足膜类新产品出口销往北美等地区，广受消费者欢迎，报告期内销售收入分别为 1,090.01 万元、1,478.82 万元和 3,379.08 万元，保持了增长趋势。

#### 四、美国对我国进口商品加征关税涉及的发行人产品具体情况、发行人与美国客户关于加征关税分担约定及执行的具体情况，并量化分析中美贸易摩擦影响金额占发行人销售收入的比重，对发行人出口金额、产品单价、订单数量、产品毛利率及客户数量等经营状况及财务状况的具体影响，完善相应风险提示的内容

##### （一）中美贸易摩擦对外销业务的影响

近年来，国际贸易环境日趋复杂，中美贸易摩擦争端加剧。自 2018 年以来，美国已先后多次对我国出口美国商品加征关税。

2018 年 9 月 24 日，美国政府对 2,000 亿美元的中国商品（以下简称“2,000 亿美元关税商品清单”）加征 10% 的进口关税，并自 2019 年 5 月 10 日起对 2,000 亿美元关税商品清单产品加征关税税率提升至 25%。发行人客户 Johnson & Johnson Consumer Inc.、**利洁时 ENA**、e.l.f. Cosmetics, Inc. 和 Nice-Pak Products Inc. 出口美国产品的 HTS 编码主要包括 3304.99.50、3401.30.10 和 3808.94.50，均属

于该次加征关税商品清单范围之内。

2019年9月1日起，美国政府对3,000亿美元的中国商品（以下简称“3,000亿美元关税商品清单”）中的第一批商品加征15%的进口关税。2020年1月16日，中美双方签署第一阶段经贸协议，决定自2020年2月14日起，对已加征关税的3,000亿美元商品清单中的第一批商品所加征关税从15%降至7.5%。发行人向Petkin Inc. 和 Human 出口部分产品的美国海关商品编码（HTS Code）为3401.19.00，属于该次加征关税商品清单范围之内。

发行人对美国出口业务模式为FCA模式和FOB模式，美国政府加征关税后，客户未与发行人协商关于降低采购价格以分担进口关税等事项，因此本次进口加征关税全部由客户承担。

自2018年美国政府加征关税以来，中美贸易摩擦对发行人销售收入的影响主要情况如下：

期间	客户名称	销售内容	出口美国金额（万元）	产品单价（元/百片）	销售数量（万片）	毛利率（%）
2020年	利洁时 ENA	湿巾	26,039.30	6.70	388,670.38	33.85
	Johnson & Johnson Consumer Inc.	手足膜	2,416.08	509.13	474.55	59.89
	Nice-Pak Products Inc.	湿巾	217.69	11.83	1,840.74	33.13
	e.l.f. Cosmetics, Inc.	湿巾	165.10	16.03	1,029.74	44.85
	Petkin Inc.	湿巾	133.95	4.70	2,848.28	32.80
	Human	湿巾	51.04	10.40	490.74	28.34
	小计	——	29,023.16	7.34	395,354.43	36.06
2019年	Johnson & Johnson Consumer Inc.	手足膜	899.61	487.00	184.73	55.93
	e.l.f. Cosmetics, Inc.	湿巾	296.36	15.69	1,889.21	39.85
	Petkin Inc.	湿巾	72.30	4.84	1,493.89	29.34
	Nice-Pak Products Inc.	湿巾	94.20	11.62	810.80	33.74
	小计	——	1,362.47	31.12	4,378.63	49.49
2018年	Johnson & Johnson Consumer Inc.	手足膜	1,043.47	480.07	217.36	56.07
	e.l.f. Cosmetics, Inc.	湿巾	293.04	15.91	1,841.47	50.57
	Petkin Inc.	湿巾	82.05	4.71	1,743.48	25.54
	Nice-Pak Products Inc.	湿巾	719.09	8.33	8,632.25	34.37
	小计	——	2,137.64	17.19	12,434.56	46.85

报告期内，发行人产品出口美国实现的销售收入分别为 2,137.64 万元、1,362.47 万元和 29,023.16 万元，占各期营业收入比例分别为 **7.55%**、**4.91%**和 **39.06%**。2019 年出口金额较 2018 年下降的主要原因为 Nice-Pak Products Inc. 订单生产切换频繁，自 2019 年起，发行人逐渐减少承接该客户订单。

此外，发行人 2020 年上半年与全球知名快消品企业利洁时 ENA 建立业务往来，其产品主要出口美国。受新冠疫情影响，该客户采购医用及抗菌消毒系列湿巾较多，导致发行人 2020 年对美出口金额有较大幅度增长。

**利洁时 ENA** 与发行人之间的业务往来发生于美国加征关税之后。**利洁时 ENA** 签署框架协议并下达订单时，已充分知晓其产品已于 2019 年 5 月列入 2,000 亿美元关税商品清单，并被加征税率为 25% 的进口关税。在上述背景下，双方协商约定的贸易模式为 FCA 模式，即发行人在产品交付给**利洁时 ENA** 指定的承运人，并办理完毕出口清关手续后完成交易，因此后续产品入关美国时加征的关税由**利洁时 ENA** 承担。综上，发行人与**利洁时 ENA** 之间的业务往来是双方均已充分考虑中美贸易摩擦因素后作出的商业行为，中美贸易摩擦并未对发行人与**利洁时 ENA** 之间的业务往来造成重大不利影响。

如发行人通过降价完全承担（极端情况下）美国加征关税，模拟测算对发行人报告期内经营业绩的主要影响如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
营业收入	<b>74,301.05</b>	<b>27,743.03</b>	<b>28,302.91</b>
模拟测算加征关税	7,223.41	224.88	53.19
营业收入影响比例	<b>9.72%</b>	<b>0.81%</b>	<b>0.19%</b>
净利润	17,963.49	6,812.27	5,763.26
净利润影响金额	6,139.90	191.15	45.21
净利润影响比例	34.18%	2.81%	0.78%

根据模拟测算结果，若报告期内发行人通过降价完全承担美国加征的关税，则报告期各期营业收入分别减少 53.19 万元、224.88 万元和 7,223.41 万元，占比分别为 **0.19%**、**0.81%**和 **9.72%**，报告期各期净利润分别减少 45.21 万元、191.15 万元和 6,139.90 万元，占比分别为 0.78%、2.81%和 34.18%。因此，若报告期内

发行人完全承担美国加征的关税，将会使得发行人报告期各期营业收入及净利润下降。

上述模拟测算仅为测算发行人在极端假设条件下，完全承担美国加征关税对报告期内经营业绩的影响，因此该模拟测算既不是对历史情况的分析，亦不是对未来情况的预测。截至本问询函回复出具日，客户未要求发行人以降低采购价格等方式分担美国加征的进口关税，亦没有未来要求发行人分担关税的计划或迹象。

综上，2018 年美国加征进口关税后，受市场需求旺盛及新客户开发等因素影响，发行人出口美国产品 2020 年销售金额反而大幅上升。发行人对美出口业务主要为 FCA 模式和 FOB 模式，本次进口加征关税全部由客户承担。美国政府加征关税后，客户亦未要求发行人以降低采购价格等方式分担加征的进口关税。因此，中美贸易摩擦对发行人出口美国产品业务影响有限，未对发行人经营和财务状况产生重大不利影响。根据模拟测算结果，若报告期内发行人通过降价完全承担（极端情况下）美国加征的关税，将会使得发行人报告期营业收入及净利润下降。

## （二）中澳关系对发行人与 Woolworths 之间业务的影响

中国与澳大利亚自 1972 年 12 月建交以来，两国经贸合作一直是双边关系的重要组成部分。据澳大利亚统计局统计，2019 年中澳双边贸易额为 1,589.7 亿美元，同比增长 10.9%。其中，澳大利亚对中国出口 1,039.0 亿美元，占澳大利亚出口总额的 38.2%；澳大利亚自中国进口 550.7 亿美元，占澳大利亚进口总额的 25.8%。澳大利亚与中国的贸易顺差 488.3 亿美元，同比增长 51.1%。中国继续保持为澳大利亚第一大贸易伙伴、第一大出口目的地和第一大进口来源地。

但 2020 年新冠疫情爆发后，澳大利亚政府发起所谓“新冠疫情独立国际审议”，借疫情为由推责、抹黑中国，致使两国关系紧张。对此，中国外交部多次重申，中方始终坚持在相互尊重、平等相待的基础上，发展同其他国家的友好关系。中方也希望澳大利亚方面能够同中方相向而行，采取更多改善双边关系、深化两国互信的举措，为两国各领域务实合作提供良好条件和氛围。

尽管目前两国政治关系较为紧张，澳大利亚对中国的经济依赖程度仍高于大多数国家。中国是澳大利亚最大的贸易伙伴国家，是澳大利亚财政实现盈余的重

要因素。此外，中国近年来一直是澳大利亚最大的留学生和游客来源国。

2020年11月15日，中国、澳大利亚、日本、韩国、新西兰与东盟10国（印度尼西亚，马来西亚，菲律宾，新加坡，泰国，文莱，越南，老挝，缅甸和柬埔寨）正式签署《区域全面经济伙伴关系协定》（RCEP），标志着世界上人口数量最多、成员结构最多元、发展潜力最大的自贸区终于建成，是区域经济一体化的重要里程碑。该协定的签署旨在促进成员国降低关税、开放市场、减少标准壁垒，并有助于推动澳大利亚重新设定和中国的经济关系。

综上，在经济全球化发展的趋势下，中澳两国经贸合作相互联系、相互依存程度将不断加深。中澳两国短期内政治遇冷并不能改变双方长期形成的经贸合作基础。目前，澳大利亚政府并未出台通过提高关税税率等贸易保护手段降低或限制中国湿巾类产品出口的政策或计划。未来中澳两国经贸领域合作潜力巨大，进一步推动两国经贸关系继续稳定健康发展符合两国人民的根本利益，亦是两国国际关系发展的长期趋势。

在上述中澳两国经贸合作的背景下，Woolworths 未计划将其与发行人之间业务迁回澳大利亚本土。近期关于“Woolworths 将撤出在中国的所有产品生产供应线”是媒体错误的解读与报道。对此，Woolworths 已向包括发行人在内的亚洲供应商出具《Woolworths 持续与全球包括亚洲及中国供应商保持紧密合作来持续产出创新与高质量的产品》，对相关事实进行澄清，具体如下：

近期有网络媒体就关于 Woolworths 宣布将自有品牌尿布 Little One's 生产转向澳大利亚本地制造的新闻有错误的解读与报道，在此类文章中，我们被媒体曲解成 Woolworths 将撤出在中国的所有产品生产供应线，而事实是只有我们的自有品牌尿布系列 Little One's 将会把部分产品线由中国转向澳大利亚制造。我们对此类错误信息为您造成的困扰深感抱歉。在此 Woolworths 想要与我们的商业伙伴及媒体进行澄清与沟通以达到清晰的共识与理解。

Woolworths 在澳洲市场广受好评的尿布系列 Little One's 将部分产品线由中国转向澳大利亚制造，是由于在产品功能研发以及成本质量上能够满足澳洲本土市场的需求，因此将尿布系列的部分产品线转由在澳大利亚制造，并非将全部中国生产的产品线进行调整。

Woolworths 为了更好能为消费者创造更好的产品和客户体验，我们有着严



谨高质的供应链系统及提供优质供应商的服务来达到优质产品质量及满意度。目前，Woolworths 在全亚洲与超过 80 家供应商进行合作，共同在产品开发与生产上建立非常良好的关系，其中中国供应商就有 41 家。在中国，Woolworths 一直与供应商建立紧密合作，生产众多自有品牌系列产品，为中澳以及国际市场的消费者提供优质的产品与生活体验。

2018 年 8 月，发行人与 Woolworths 续签了为期 5 年的框架协议，该协议履行期限为 2019 年 6 月至 2024 年 6 月。报告期各期，发行人向 Woolworths 销售金额分别为 10,607.97 万元、11,888.29 万元和 17,785.32 万元，销售金额持续稳定增长。截至 2020 年 12 月 31 日，发行人持有 Woolworths 在手订单约 670.66 万美元，发行人与 Woolworths 之间业务往来稳定并持续增长。

### (三)产品出口国家进口政策变化风险

自 2018 年 7 月以来，美国已先后多次对我国出口美国商品加征关税。报告期内，发行人产品出口美国实现的销售收入分别为 2,137.64 万元、1,362.47 万元和 29,023.16 万元，占各期营业收入比例分别为 7.55%、4.91%和 39.06%。若中美贸易摩擦持续发酵，将可能降低发行人对美国客户出口业务的收入或毛利率，进而影响发行人经营业绩。除上述情形外，目前发行人其他主要产品进口国家或地区尚未出台针对我国湿巾类产品的贸易壁垒政策。但若未来发行人其他主要客户所在国家或地区的进口政策发生重大不利变化，或我国与这些国家或地区之间发生重大贸易摩擦或争端，将可能会对发行人出口业务造成不利影响，进而影响经营业绩。

## 五、发行人境外销售的结算方式、跨境资金流动情况、结换汇情况，是否符合国家外汇及税务等相关法律法规的规定；说明报告期内汇兑损益的计算过程及会计处理，计算是否准确

### (一)境外销售主要结算情况

发行人境外销售的结算方式为 T/T 电汇方式。报告期内，发行人跨境资金流动、结换汇主要情况如下：

时间	跨境资金流动金额	购换汇情况	结汇情况
2020 年	收汇 6,965.43 万美元， 付汇 49.11 万美元、 17,688.93 万日元、 129.60 万欧元	人民币购汇 7,136.93 万日元和 129.60 万欧元； 美元兑换 10,552.00 万日元用于购买生产设备	结汇 4,886.63 万美元

2019 年	收汇 2,412.97 万美元， 付汇 8.20 万美元、 4,599.69 万日元、92.38 万欧元	人民币购汇 1961.69 万日元和 72.82 万欧元； 美元兑换 11.82 万欧元和 2,638.00 万日元用 于购买生产设备，美元兑换 7.74 万欧元用 于购买溶液原料	结汇 2,362.17 万美元
2018 年	收汇 1,967.60 万美元， 付汇 4.49 万美元、 13,060.34 万日元、30.78 万欧元、1.56 万元港币	人民币购汇 13,060.34 万日元、8.93 万欧元 和 1.56 万元港币； 美元兑换 21.38 万欧元用于购买生产设备， 美元兑换 0.48 万欧元用于购买溶液原料	结汇 1,936.36 万美元

发行人取得了铜陵市商务局核发的《对外贸易经营者备案登记表》，拥有对外贸易经营权。发行人依据《中华人民共和国外汇管理条例》《货物贸易管理外汇指引》等规定，在国家外汇管理局安徽省分局铜陵市中心支局办理了贸易外汇收支企业名录登记并分类为 A 类企业，可依法在相关金融机构办理外汇收支业务。根据国家外汇管理局安徽省分局铜陵市中心支局出具的《证明》及国家外汇管理局安徽省分局外汇行政处罚信息查询，发行人自 2017 年 1 月 1 日以来，在外汇收支中，遵守外汇管理相关法律、法规的规定，没有因违反有关外汇管理相关法律、法规而受到行政处罚的情形。

发行人依据《出口货物退（免）税管理办法（试行）》，在主管税务机关办理了出口退（免）税资格认定，报告期内，依法向税务机关申报办理出口货物退（免）税。根据国家税务总局铜陵市铜官区税务局出具的《证明》，发行人自 2017 年 1 月 1 日以来，遵守国家有关税务方面的法律、法规和规范性文件，依法履行纳税义务，无拖欠、漏缴及偷逃税款的记录或其他相关违法行为或有关税务的争议，不存在违反税务方面的法律、法规和规范性文件而受到行政处罚的情况。

综上，报告期内，发行人境外销售的结算方式为国际通行方式，跨境资金流动为正常的经营往来，结换汇皆为结算货款、购买设备或原材料而发生，上述外汇流动和结换汇系在自身依法开立的银行账户进行，符合国家外汇及税务等相关法律法规的规定。

## （二）说明报告期内汇兑损益的计算过程及会计处理，计算是否准确

### 1、汇兑损益的会计处理

① 发行人汇兑损益的产生主要分为两个环节，一是进行外币交易所产生的汇兑损益；二是持有外币货币性项目期间，在资产负债表日对相关项目进行折算，因汇率变动产生的差额计入汇兑损益。

② 发行人的外币货币性项目在交易发生时采用交易发生日的即期汇率折算；外币货币性项目在资产负债表日按照资产负债表日的即期汇率折算，因资产

负债表日即期汇率和初始确认的汇率不同产生的汇兑差额，计入汇兑损益。

## 2、报告期内汇兑损益的计算过程及计算的准确性

报告期内发行人汇兑损益明细如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
货币资金兑换产生的汇兑损益	617.09	-54.11	76.93
应收、应付项目产生的汇兑损益	730.41	-42.40	-56.68
合计	1,347.50	-96.51	20.25

报告期内,发行人境外销售主要以美元计价,发行人 2020 年汇兑损失金额较大,主要系 2020 年下半年美元兑人民币汇率持续走低。汇兑损益的变动趋势与美元汇率走势一致,因此,发行人汇兑损益会计处理恰当,计算准确。

## 六、境外销售收入的真实性,请结合报告期发货验收单据、物流运输记录、报关数据、出口退税单证、资金划款凭证等的相互印证情况进行说明

(一)发行人境外销售业务以 FOB 及 FCA 模式报关出口,其中新增客户利洁时 ENA 为 FCA 模式,发行人将货物交利洁时 ENA 指定承运人(厂区交货),发行人无需承担运费;其他外销客户为 FOB 模式,发行人主要承担从仓库至出口港的运费。

报告期各期,发行人境外销售运输费情况如下:

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
整柜运费	544.30	331.69	308.38
散货运费	34.20	9.12	6.96
外销运费合计(A)	578.50	340.81	315.34
FOB 外销收入(B)	27,461.67	16,057.20	14,357.62
FCA 外销收入	26,082.69	-	-
外销收入合计	53,544.36	16,057.20	14,357.62
FOB 外销运费占比(C=A/B)	2.11%	2.12%	2.20%

由上表可见,发行人报告期内各期外销运费占 FOB 模式下销售收入的比例较为平稳。自 2019 年起,境外销售运费占比略有下降,原因系自 2019 年起,发行人外销运输方式由单一的陆运变更为陆运与支线水运相结合的方式,运输费用降低。

(二)发行人境外销售业务于发行人办妥货物出库手续、产品获得海关核准放行、报关出口时确认收入。报告期内，发行人境外销售与出口报关相关单据印证情况如下：

单位：万美元

项 目	2020年度	2019年度	2018年度
进出口证明出口收入金额	7,732.89	2,318.85	2,145.96
发行人账面出口收入金额	7,832.98	2,346.84	2,169.23
出口收入金额差异	-100.09	-27.99	-23.27
差异率	-1.29%	-1.21%	-1.08%

由上表可见，报告期各期，发行人外销收入与《进出口证明》出口金额差异较小，主要系《进出口证明》数据存在一定的时间性差异所致。对于各期出口金额差异，发行人均获取并依据报关单、提单等确认收入，不存在收入跨期情形。发行人境外销售收入与海关进出口证明相匹配。

单位：万元

项 目	2020年度	2019年度	2018年度
已申报出口退税的货物销售额（适用13%的退税率）（A1）	46,306.23	6,699.43	12,595.73
已申报出口退税的货物销售额（适用16%的退税率）（A2）	-	8,999.46	1,343.94
单证未收集全尚未申报出口退税的货物销售额（A3）	7,238.13	358.31	417.95
账面境外销售收入金额（B=A1+A2+A3）	53,544.36	16,057.20	14,357.62
出口退税率（C1）	13.00%	13.00%	13.00%
出口退税率（C2）	-	16.00%	16.00%
出口退税额测算数（D=A1*C1+A2*C2）	6,019.81	2,310.84	1,852.48
免抵退税申报表出口退（免）税额（E）	6,019.81	2,310.84	1,852.48
差异（F=D-E）	-	-	-

报告期内，发行人经测算的免抵退税金额与免抵退税申报表出口退（免）税额一致。2020年发行人境外销售收入金额与已申报出口退税的销售额存在差异的主要原因系发行人因部分出口业务单证尚未收集齐全，尚未申报出口退税所致。截至本问询函回复出具之日，对于上述境外销售业务，发行人已申报并收到出口退税税款。

发行人境外销售业务于办妥货物出库手续，产品获得海关核准放行、报关出口时确认收入，故无相应的境外发货验收单据。

(三)发行人境外销售主要客户收款金额与收入金额的匹配关系

境外销售客户名称	2020年度			2019年度			2018年度		
	销售收入金额	资金划转凭证金额	回款比例(%)	销售收入金额	资金划转凭证金额	回款比例(%)	销售收入金额	资金划转凭证金额	回款比例(%)
美元结算：（单位：万美元）									
利洁时ENA	3,877.48	3,244.24	83.67	-	-	-	-	-	-
Woolworths	2,524.93	2,592.00	102.66	1,728.23	1,744.24	100.93	1,598.02	1,633.70	102.23
强生公司	1,113.44	854.23	76.72	423.84	512.19	120.85	265.87	82.44	31.01
Human Technologies (Aust) Pty Ltd.	125.29	124.07	99.03	34.75	39.03	112.32	39.67	37.57	94.71
T.J. Morris Ltd.	36.07	36.07	100.00	32.29	32.26	99.91	33.35	33.38	100.09
Nice-Pak Products Inc.	31.32	1.58	5.04	14.43	18.86	130.70	112.91	110.58	97.94
主要客户小计	7,708.52	6,852.19	88.89	2,233.54	2,346.58	105.06	2,049.82	1,897.67	92.58
美元结算外销合计	7,808.03	6,965.43	89.21	2,303.53	2,412.97	104.75	2,123.05	1,967.60	92.68
占比(%)	98.73	98.37	99.64	96.97	97.25		96.55	96.45	
跨境人民币结算：（单位：万人民币）									
e.l.f. Cosmetics, Inc.	168.43	214.49	127.35	296.36	248.43	83.83	299.02	494.64	165.42
Johnson & Johnson	-	-	-	4.19	4.19	100.00	-	-	-
主要客户小计	168.43	214.49	127.35	300.55	252.62	84.05	299.02	494.64	165.42
跨境人民币结算外销合计	168.43	214.49	127.35	300.55	252.62	84.05	299.02	494.64	165.42
合计占境外销售收入的比例	100.00	100.00	——	100.00	100.00	——	100.00	100.00	——

由上表可见，发行人境外销售主要客户信誉度较高，回款状况良好。2020年客户回款比率有所下降，主要系收入销售规模增幅较大，从而导致未到收款期的应收账款增加较大所致。

综上，发行人境外销售收入与发货验收单据、物流运输记录、报关数据、出口退税单证、资金划款凭证等的是相互印证的，发行人境外销售收入真实。

**七、货款结算是否独立自主，是否存在通过关联方、第三方代收货款的情形，境外主要客户与发行人及其关联方是否存在关联关系及资金往来**

发行人货款结算独立自主，不存在通过关联方或第三方代收货款的情形，境外主要客户与发行人及其关联方不存在关联关系及资金往来。

**八、报告期各期出口退税金额及变化情况**

发行人报告期各期出口退税金额及变化情况如下：

单位：万元

项 目	2020年度	2019年度	2018年度
期初应收出口退税金额	44.64	136.63	92.81
本期应收出口退税金额	4,761.17	836.18	310.76
本期收到出口退税金额	3,922.26	928.16	266.94
期末应收出口退税金额	883.55	44.64	136.63

**九、请保荐人和申报会计师对上述事项发表明确意见，并说明发行人物流运输记录、资金划款凭证、发货验收单据、出口单证与海关报关数据、中国出口信用保险公司数据、出口退税金额、汇兑损益等与发行人境外销售收入是否匹配；对境外客户销售收入的核查情况，包括实地走访客户名称、日期、核查人员、核查方法、核查内容、核查销售金额及占比等；以及报告期内境外销售模式下的销售真实性、最终销售情况、境外销售是否符合当地规定、产品出口是否符合海关和税务规定，并说明核查方法、过程、结论。**

**【核查程序及核查结论】**

**1、核查程序**

(1) 了解并检查发行人销售相关内控制度，访谈营销部负责人及其他相关人员，评价其相关内部控制设计和执行的有效性；

(2) 获取发行人报告期各期外销销售收入明细表，检查主要客户发生额相关的销售合同/订单、销售发票、报关单、提单等资料，关注收入确认证据是否完整；

(3) 函证发行人主要境外销售客户的销售发生额、往来余额情况，关注收入发生的真实性和完整性；

(4) 获取发行人报告期各期海关进出口证明文件并与账面进行核对，核查收

入真实性、准确性和完整性；

(5) 访谈营销部负责人，了解境外主要客户的开发历史、交易背景、大额合同订单的签订依据、执行过程、境外销售模式及流程、境外销售定价原则、信用政策等事项；查询发行人出口美国产品的海关进口税率情况，了解并核实美国对我国进口商品加征关税涉及的发行人产品具体情况、发行人与美国客户关于加征关税分担约定及执行的具体情况；量化分析中美贸易摩擦影响金额占发行人销售收入的比重，对发行人出口金额、产品单价、订单数量、产品毛利率及客户数量等经营状况及财务状况的具体影响；

(6) 了解发行人外汇流转过程，核查发行人境外销售的结算方式、跨境资金流动情况、结换汇情况；核查发行人《对外贸易经营者备案登记表》、出口退税及纳税申报文件等资料；查询国家外汇管理局、国家税务总局、中国海关企业进出口信用信息公示平台等网站；核实发行人境外销售是否存在违反国家外汇、税务及海关管理等相关法律法规的规定；

(7) 访谈发行人主要境外销售客户，了解其与发行人的交易背景、采购产品类型、信用期等情况，确认其各期交易额及往来余额情况，核查的客户明细如下：

单位：万元

境外销售客户名称	销售金额					访谈方式	访谈日期	核查人员
	2020年度	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度			
利洁时 ENA	26,082.69	-	-	-	-	视频访谈	2021-1-26	刘元高、章付才、刘婷婷、张文苑
Woolworths	17,785.32	9,930.44	11,888.29	10,607.97	9,781.64	视频访谈	2021-2-4 2020-8-12 2020-4-17	刘元高、章付才、杨蕊婷、张文苑、汤浩俊、姚贝、刘婷婷
强生公司	7,713.46	3,687.00	2,913.32	1,813.72	54.96	视频访谈	2021-1-28 2020-8-6 2020-4-14	刘元高、章付才、杨蕊婷、张文苑、汤浩俊、姜利、姚贝、徐明亮
Human Technologies (Aust) Pty Ltd	867.63	213.66	239.27	263.25	218.11	视频访谈	2021-1-28 2020-7-30	刘元高、章付才、曾宿桐、杨蕊婷、张文苑、夏兰香、姜利
视频访谈核查金额合计	52,449.10	13,831.10	15,040.88	12,684.94	10,054.71			



境外销售客户名称	销售金额					访谈方式	访谈日期	核查人员
	2020年度	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度			
境外销售收入	53,544.36	14,511.09	16,057.20	14,357.62	13,134.44			
核查比例	97.95%	95.31%	93.67%	88.35%	76.55%			
利洁时ENA	-	180.26	-	-	-	实地走访利洁时中国子公司	2020-7-23	孙祖俊、薛旺、张文苑
现场访谈核查金额合计	-	180.26	-	-	-			
境外销售收入	53,544.36	14,511.09	16,057.20	14,357.62	13,134.44			
核查比例	-	1.24%	-	-	-			

根据现场及视频访谈，发行人主要境外客户报告期各期末基本没有库存或仅有少量库存，因此主要境外客户最终销售情况良好。

2020 年以来，受新冠疫情影响，出国签证办理停滞，绝大部分国际航班停航，发行人境外销售客户的现场访谈工作受到影响。因此，申报会计师根据中国证券业协会《关于疫情防控期间证券公司开展保荐承销业务有关事宜的通知》（中证协发【2020】27 号）的文件要求，充分利用互联网及其通信工具的优势，以视频访谈等有效的非现场核查手段替代现场核查，完成书面访谈笔录的记录和整理工作，并对重要的视频访谈录像和书面访谈笔录等资料予以留存，从而确保对境外销售客户核查工作可回溯可检验，以及核查结论真实、准确、完整。

(8)检查报告期各期主要境外销售客户销售回款情况，获取报告期内发行人银行流水、银行进账单与账面回款进行核对，检查回款单位与销售合同/订单中的客户名称是否一致，核查客户回款的真实性和回款金额的准确性；

(9)检查报告期内发行人汇兑损益的计算过程及会计处理，复核其计算是否准确；

(10) 查阅发行人主要境外销售地区澳大利亚、美国、欧盟等地对发行人产品的法律监管；访谈发行人主要境外客户，核查发行人与客户之间是否存在因出口产品违反当地规定收到处罚，而产生纠纷或诉讼的情况；

(11)核查发行人办理海关注册登记相关资料；核查发行人报告期内是否存在因走私罪、走私行为、违反海关监管规定的行为而被海关处罚的记录；核查发行人产品的境外销售是否符合海关规定；



(12)核查发行人出口退税相关资料；核查发行人是否依法履行纳税义务，是否存在拖欠、漏缴及偷逃税款的记录或其他相关违法行为或有关税务的争议，是否存在违反税务方面的法律、法规和规范性文件而受到行政处罚的情况；核查发行人产品的境外销售是否符合税务规定。

## 2、核查结论

经核查，申报会计师认为：报告期内，发行人外销收入波动是合理的；发行人境外销售的结算方式、跨境资金流动情况、结换汇情况符合国家外汇及税务等相关法律法规的规定，报告期内汇兑损益按照制定的会计政策进行会计处理，计算结果准确；发行人境外销售有物流运输记录、报关数据、出口退税单证、资金划款凭证，可以相互印证，发行人境外销售是真实的，并已实现最终销售，境外销售符合当地规定，产品出口符合海关和税务规定；发行人境外销售货款结算不存在通过关联方、第三方代收货款情形，境外主要客户与发行人及其关联方不存在关联关系及资金往来，发行人货款结算独立。

## 8. 关于应收账款

申报材料显示，报告期各期末，公司应收账款余额分别为 7,158.63 万元、9,279.86 万元和 7,659.69 万元，占营业收入比例分别为 29.45%、29.74%和 24.92%。

请发行人补充披露：

(1) 发行人对各销售模式下前五大客户的信用政策、不同客户之间是否存在差异，如存在，请说明原因及合理性；

(2) 报告期各期发行人信用政策是否发生变化、是否存在放宽信用政策提前确认收入的情形；

(3) 发行人内销、外销应收账款会计政策与同行业可比公司是否一致，是否符合《企业会计准则》的规定；

(4) 2018 年末发行人客户 Johnson & Johnson Consumer Inc.发生临时性付款延迟的具体情况、逾期天数、发行人坏账准备计提是否充分；

(5) 发行人 2019 年发生的信用减值损失为 222.78 万元的具体客户名称、销售内容、期后收款情况，发行人会计处理是否符合《企业会计准则》的规定。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

## 【回复】

### 一、发行人对各销售模式下前五大客户的信用政策、不同客户之间是否存在差异，如存在，请说明原因及合理性

各销售模式下前五大客户的信用政策主要如下：

销售模式	内销客户	信用政策
内销	金佰利（中国）有限公司	开票 90 天付款
	强生公司	开票 90 天付款
	杭州贝咖实业有限公司	开票 30 天付款
	欧莱雅集团	开票 60 天付款
	贝亲母婴用品（常州）有限公司	开票 45 天付款
	苏州冠洁生活制品有限公司	开票 30 天付款
	中山爱护日用品有限公司	开票 30 天付款
	上海沁雅生物科技有限公司	发货 45 天付款
外销	利洁时 ENA	出港 60 天付款
	Woolworths	出港 60 天至 90 天付款
	强生公司	出港 90 天付款
	Human Technologies (Aust) Pty Ltd.	出港 20 天付款
	Metcash Trading Ltd.	出港 45 天付款
	T.J. Morris Ltd	出港 20 天付款
	e.l.f. Cosmetics, Inc.	出港 75 天付款
	Nice-Pak Products Inc.	出港 45 天付款
	Mcphersons Consumer Products (HK) Ltd.	出港 45 天付款

报告期内，发行人主要客户多为资本实力雄厚、信誉良好的国际知名企业，并与发行人建立了长期、稳定的合作关系。发行人内销客户信用期一般为开票后 30 天至 90 天，外销客户信用期一般为出港后 20 天至 90 天。各主要客户信用政策差异主要系发行人根据不同客户背景、双方合作情况、资信状况等因素，与客户协商约定信用政策所致。

### 二、报告期各期发行人信用政策是否发生变化、是否存在放宽信用政策提前确认收入的情形

报告期内发行人与主要客户约定的信用政策未发生变化，不存在放宽信用政

策提前确认收入的情形。

### 三、发行人内销、外销应收账款会计政策与同行业可比公司是否一致，是否符合《企业会计准则》的规定

发行人根据客户行业地位、资信状况、双方合作背景及历史合作等情况，评估客户的信用风险特征差异，对不同信用风险水平的客户制定差异化的坏账计提比例。报告期内，发行人应收账款坏账计提比例如下：

账 龄		应收账款计提比例（%）	
		内销	外销
1 年以内	3 个月以内	5.00	不提
	4 至 6 个月		30.00
	7 至 12 个月		50.00
1 至 2 年	1 年以上	10.00	100.00
2 至 3 年		30.00	
3 至 4 年		50.00	
4 至 5 年		80.00	
5 年以上		100.00	

报告期各期末，发行人内外销业务的应收账款账龄如下：

单位：万元

业务类型	账龄	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
内销业务	1 年以内	7,620.45	4,664.01	5,639.49
	1 至 2 年	5.33	0.69	0.39
	小计	7,625.78	4,664.70	5,639.88
外销业务	3 个月以内	7,897.59	2,920.91	2,984.23
	4 至 6 个月	571.85	74.09	655.75
	7 至 12 个月	0.02	-	-
	1 年以上	0.53	-	-
	小计	8,469.99	2,995.00	3,639.98

由上表可见，发行人内销应收账款账龄集中在 1 年以内；发行人外销应收账款账龄集中在 6 个月以内，存在 6 个月以上的小额应收账款。

#### (一)内销业务

单位：%

账龄	政策执行期间	维尼健康	中顺洁柔	倍加洁	诺邦股份	欣龙控股	平均值	发行人
1 年以内	2019 年至 2020 年	2.00	5.00	5.00	5.00	0.60	3.52	5.00
	2018 年	2.00	5.00	5.00	5.00	1.00	4.25	5.00

注 1：中顺洁柔对 1 年以内且处于信用期内的应收账款按照 2%比例计提坏账准备

注 2：除维尼健康外，同行业可比公司 2020 年度报告尚未公告，2020 年度坏账准备计提比例取自 2020 年半年报公告数据

发行人报告期各期末内销应收账款集中在 1 年以内，内销 1 年以内的应收账款坏账计提比例高于同行业可比公司平均水平，坏账计提比例谨慎合理。

## (二)外销业务

同行业可比公司未区分内、外销，而是对应收账款整体制定坏账准备计提政策。发行人外销应收账款以 3 个月为主，占比分别为 81.98%、97.53%、93.24%，其中 2018 年末占比较低主要系强生公司发生临时性延迟付款所致，详见本问询函回复第 8 题之“四、2018 年末发行人客户 Johnson & Johnson Consumer Inc.发生临时性付款延迟的具体情况、逾期天数、发行人坏账准备计提是否充分”相关内容。

外销客户信用期一般为出港后 20 天至 90 天，三个月以内的应收账款尚未超过发行人给与外销客户的授信期，同时发行人外销客户多为世界知名企业，资信良好，支付能力强，客户质量较高，三个月以内的应收账款预期出现损失的可能性极低。另外，基于发行人历史回款情况来看，报告期内三个月以内的应收账款期后基本已回款，未出现坏账损失，因此三个月以内外销应收账款坏账准备计提比例为零。

针对个别超过三个月的外销应收账款，发行人采取了信用管理政策，有效控制回款风险，并根据谨慎性原则按相关坏账政策计提坏账准备。报告期内，发行人出现的超信用期款项期后基本已回款，发行人未发生坏账损失。

综上，发行人应收账款会计政策符合《企业会计准则》相关规定，应收账款坏账准备计提比例恰当，应收账款坏账准备已足额计提。

## **四、2018 年末发行人客户 Johnson & Johnson Consumer Inc.发生临时性付款延迟的具体情况、逾期天数、发行人坏账准备计提是否充分**

2018 年末，发行人客户 Johnson & Johnson Consumer Inc.发生临时性付款延

迟，金额为 655.75 万元，其中逾期 30 天以内金额为 294.43 万元、逾期 30 至 60 天金额为 361.32 万元。

(一)延迟付款背景

Johnson & Johnson Consumer Inc.总部位于美国新泽西州，发行人因国内 IP 地址限制，未能及时登陆该境外客户专用的发票上传系统，而该客户在发行人登陆该系统并成功上传发票后才开始计算账期并安排付款，故造成报告期内客户临时性付款延迟的情形。

(二)发行人坏账计提情况

2018 年末，针对客户 Johnson & Johnson Consumer Inc.货款逾期情况，发行人按照坏账准备计提政策，共计提坏账准备 196.72 万元。

(三)逾期款项回款情况

上述逾期货款 655.75 万元于 2019 年全部收回。

综上，客户出现临时性付款的原因有其特殊性，非客户信用问题所致，发行人未发生坏账损失，且资产负债表日已根据坏账政策计提坏账准备，发行人坏账准备计提充分。

**五、发行人 2019 年发生的信用减值损失为 222.78 万元的具体客户名称、销售内容、期后收款情况，发行人会计处理是否符合《企业会计准则》的规定**

报告期内，发行人 2019 年发生的信用减值损失为 222.78 万元，主要系发行人 2018 年末计提坏账准备的应收款项在 2019 年度收到回款而转回前期计提的坏账准备所致，相关具体情况如下：

单位：万元

具体客户名称	销售内容	2018 年末 坏账准备 (A)	2019 年 末坏账 准备(B)	信用减 值损失 发生额 (C=A-B)	2019 年 末余额	期后收款 情况	期后收 款比例 (%)
应收账款							
金佰利(中国)有限公司	来料加工	193.65	166.56	27.09	3,331.25	3,331.25	100.00
苏州尚美国际化妆品有限公司	成人功能型系列湿巾、面膜等	20.41	17.40	3.01	347.98	347.98	100.00
杭州贝咖实业有限公司	婴儿系列湿巾、成人功能型系列湿巾	-	16.96	-16.96	339.26	339.26	100.00
Johnson & Johnson Consumer Inc.	手足膜	196.72	22.23	174.49	313.41	313.41	100.00
苏州冠洁生活制品有限公司	婴儿系列湿巾、成人功能型系列湿巾	10.00	12.02	-2.02	240.44	240.44	100.00
强生(中国)有限公司	婴儿系列湿巾、成人功能型系列湿巾	34.53	8.84	25.69	176.78	176.78	100.00

具体客户名称	销售内容	2018 年末 坏账准备 (A)	2019 年 末坏账 准备(B)	信用减 值损失 发生额 (C=A-B)	2019 年 末余额	期后收款 情况	期后收 款比例 (%)
上海暖呵母婴用品国际贸易有限公司	婴儿系列湿巾	9.21	4.28	4.93	85.64	85.64	100.00
贝亲母婴用品(常州)有限公司	婴儿系列湿巾	-	2.12	-2.12	42.44	42.44	100.00
明尼苏达矿业制造医用器材(上海)有限公司	医用类湿巾、其他系列湿巾	-	1.75	-1.75	35.01	35.01	100.00
3M 中国有限公司	其他系列湿巾	0.71	1.25	-0.54	24.95	24.95	100.00
其他客户	婴儿系列湿巾、成人功能型系列湿巾等	13.51	2.09	11.42	40.95	33.21	81.10
小计	——	478.74	255.50	223.24	4,978.11	4,970.37	99.84
其他应收款	备用金等	0.07	0.54	-0.47	5.63	5.63	100.00
合计	——	478.81	256.04	222.78	4,983.74	4,976.00	99.84

注：期后收款金额统计截至 2021 年 3 月 17 日

综上，发行人坏账准备金额计提充分合理，符合《企业会计准则》相关规定。

### 【核查程序及核查结论】

#### 1、核查程序

(1)询问发行人财务部人员、营销部人员，检查发行人和主要客户签订的合同条款，了解发行人不同销售模式下的主要客户信用政策；

(2)查阅发行人各期末应收账款余额明细表，核查报告期各期发行人前十大客户的回款情况，核查银行流水中的回款金额，了解客户的付款情况与约定的结算方式、信用政策是否一致，检查报告期各期发行人客户信用期是否发生变化；

(3)查阅同行业可比公司应收账款坏账政策，与发行人应收账款坏账政策进行对比，分析发行人应收账款坏账政策是否符合《企业会计准则》相关规定；检查并分析应收账款账龄明细表，复核发行人坏账准备计提是否充分；

(4)视频访谈发行人主要客户 Johnson & Johnson Consumer Inc.，核实 2018 年末发生临时性付款延迟的具体情况，查阅该客户应收账款余额明细，核查该笔临时性付款延迟逾期天数及期后收款银行回单，复核 2018 年末该客户应收账款坏账准备是否计提充分；

(5)查阅 2019 年信用减值损失明细账，核查对应的客户名称、销售内容、期后收款等情况，分析发行人会计处理是否符合《企业会计准则》相关规定。

## 2、核查结论

经核查，申报会计师认为：发行人一般根据客户背景、双方合作情况、资信状况等因素，与客户协商约定信用政策和结算方式；报告期内发行人对主要客户的信用政策未发生变动，不存在放宽信用政策提前确认收入的情形；发行人主要客户资本实力雄厚、信誉良好，并与发行人建立了长期、稳定的合作关系，各期末应收账款的期后回款情况良好，不存在回收风险，通过与同行业可比公司的对比，发行人内销、外销应收账款坏账准备计提充分，计提依据合理，符合《企业会计准则》相关规定；个别客户应收账款逾期系临时性付款延迟，逾期应收账款期后基本已回款，发行人按照坏账计提政策计提的坏账准备充分合理；发行人2019年发生的信用减值损失222.78万元，主要系发行人2018年末计提坏账准备的应收款项在2019年度收到回款而转回前期计提的坏账准备，发行人会计处理符合《企业会计准则》相关规定。

### 9. 关于采购价格

申报材料显示，公司生产所需原材料主要包括无纺布和溶液原料。报告期内，发行人采购无纺布的价格波动较大。

请发行人补充披露：

(1) 报告期内各期无纺布和溶液原料采购金额和采购结构变动情况与主要产品生产、销售规模变化的匹配情况；

(2) 无纺布和溶液原料采购价格定价是否公允，与同行业公司采购价格等第三方可比价格是否存在明显差异；

(3) 各项成本和费用在不同生产环节和不同产品线之间的分配原则和过程，成本结转是否准确；

(4) 各类产品对主要原材料的消耗数量，结合各类业务的备料周期和生产周期，单位产品的原材料消耗情况，说明原材料的采购数量与生产与销售是否匹配。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

#### 【回复】

一、报告期内各期无纺布和溶液原料采购金额和采购结构变动情况与主要产品生产、销售规模变化的匹配情况；

报告期内，无纺布和溶液采购金额的变动与主要产品生产、销售规模变化的匹配情况列示如下：

单位：万元

项目	类别	2020 年度	2019 年度	2018 年度
无纺布	采购金额 A	25,520.73	7,887.34	8,200.15
溶液原料	采购金额 B	7,155.27	2,641.51	2,457.46
采购金额合计 C		32,676.00	10,528.85	10,657.61
婴儿系列湿巾	投产金额	14,869.21	10,026.23	11,581.27
	销售金额	22,446.75	14,743.45	15,325.62
成人功能型系列湿巾	投产金额	2,284.32	2,596.13	1,232.48
	销售金额	3,815.50	3,325.26	2,125.21
医用及抗菌消毒系列湿巾	投产金额	24,460.79	1,270.14	1,398.87
	销售金额	32,281.54	1,929.46	2,175.88
湿巾类-来料加工	投产金额	5,187.50	2,858.99	2,727.20
	销售金额	8,310.38	4,113.54	4,065.27
合计	投产金额 D	46,801.82	16,751.49	16,939.82
	销售金额 E	66,854.17	24,111.71	23,691.98
采购金额与生产匹配情况 $F=C/D$ (%)		69.82	62.85	62.91
采购金额与销售匹配情况 $G=C/E$ (%)		48.88	43.67	44.98
采购结构与生产匹配情况 (%)	无纺布 $H=A/D$	54.53	47.08	48.41
	溶液原料 $I=B/D$	15.29	15.77	14.51
采购结构与销售匹配情况 (%)	无纺布 $J=A/E$	38.17	32.71	34.61
	溶液原料 $K=B/E$	10.70	10.96	10.37

注：投产金额为生产投入总额，包括投入的直接材料、人工及制造费用，销售金额为销售收入金额。

由上表可见，2018 年至 2020 年发行人无纺布和溶液原料采购金额和采购结构变动情况与主要产品生产、销售规模变化总体匹配；2020 年，生产、销售规模、无纺布采购金额及采购结构比例有所增长，主要原因为无纺布原料采购备货增加。

## 二、无纺布和溶液原料采购价格定价是否公允，与同行业公司采购价格等第三方可比价格是否存在明显差异；

### (一)无纺布

报告期内，发行人采购的无纺布类型及金额情况列示如下：



单位：万元

主要无纺布类型	2020 年度	2019 年度	2018 年度
交叉型水刺无纺布	5,291.09	1,246.28	1,222.55
直铺型水刺无纺布	19,431.55	6,257.97	6,808.32
其他类型	798.09	383.10	169.28
合计	25,520.73	7,887.34	8,200.15

比较分析发行人报告期内采购的无纺布与安徽金春无纺布股份有限公司（以下简称金春股份）公开披露的同类型内销产品的销售价格，以此来分析无纺布采购价格的公允性：

单位：元/千克

主要无纺布类型	2020 年度	2019 年度	2018 年度
金春股份无纺布销售平均单价			
交叉型水刺无纺布	—	14.47	14.65
直铺型水刺无纺布	—	12.02	13.70
发行人无纺布采购平均单价			
交叉型水刺无纺布	16.45	15.63	16.06
直铺型水刺无纺布	14.15	13.26	14.88

注：金春股份未公布 2020 年销售平均单价

由上表可见，发行人同类型无纺布的采购价格与金春股份销售价格无明显差异。由于无纺布价格受粘胶和涤纶成分配比、克重、花纹、供货周期及市场供需关系等诸多因素的影响，平均采购、销售价格存在差异，但差异金额较小。

综上所述，发行人无纺布采购价格定价公允，与第三方可比价格不存在明显差异。

## (二)溶液原料

报告期内，发行人采购的溶液原料种类繁多，涉及 350 多个品种。溶液原料存在结构、性能和参数的差异，有较强的个性化特征，无公开市场报价，导致溶液原料难以进行可比价格分析。

## 三、各项成本和费用在不同生产环节和不同产品线之间的分配原则和过程，成本结转是否准确

发行人按订单组织生产，采用“品种法”归集成本。生产成本由直接材料、直接人工和制造费用三部分组成。发行人生产过程分为溶液配制和产品生产两个

环节，其中溶液配制为中间环节，其生产成本归集溶液配制发生的材料、人工及制造费用，生成自制溶液成本，自制溶液是产品生产环节的材料，经领用计入产品生产环节的材料成本中。

不同生产环节下各项成本和费用的归集与分配方法如下：

(一)溶液配制环节

按自制溶液品种进行归集，成本项目的归集及结转具体如下：

项目	核算内容及方法
直接材料	领用的溶液原料分别计入对应品种自制溶液的材料成本中，材料成本按领用的数量乘以对应品种的溶液原料月末一次加权平均单价计算得出
直接人工的归集和分配	溶液配制人员的工资薪酬归集后，月末按照配制人员所配制的各个品种溶液所消耗的人工工时分配计入各个品种溶液的人工成本中
制造费用归集与分配	将溶液配制部门发生的辅助人工、机物料消耗，水电费、折旧费等制造费用先进行归集，月末按照各个品种溶液配制消耗的工时进行分配，计入各个品种的制造费用成本中
生产成本结转	月末汇总各个品种的上述三项成本，对应结转至相应数量和品种的自制溶液中，为下一个产品生产环节领用

(二)产品生产环节

按产品品种归集，成本项目的归集及结转具体如下：

项目	核算内容及方法
直接材料	领用无纺布、自制溶液等主要原材料及各种其他材料分别计入材料成本中，材料成本按领用的材料数量乘以领用的材料月末一次加权平均单价计算得出
直接人工的归集和分配	生产人员工资汇总后，月末按照生产人员直接生产的各个产品品种所消耗的人工工时进行分配计入各个品种的人工成本中
制造费用的归集与分配	生产线的机器折旧费直接计入该生产线加工生产的产品品种中；生产部门发生的辅助人工费、机物料费、修理费、水电费、其他设备折旧费等制造费用先进行归集，月末按照各个产品品种生产消耗的工时进行分配，计入各个品种的制造费用中
生产成本结转	发行人在产品按完工产品成本计算法核算。月末，各个品种的上述三项成本汇总后，在该品种完工产品和在产品之间按数量加权平均分配，相应结转至该品种的产成品和在产品中

综上，发行人各项成本和费用在不同生产环节和不同产品线之间分配合理，成本结转准确。

**四、各类产品对主要原材料的消耗数量，结合各类业务的备料周期和生产周期，单位产品的原材料消耗情况，说明原材料的采购数量与生产与销售是否匹配**

(一)各类产品对主要原材料的消耗数量

报告期内各期各类产品对主要原材料的消耗数量情况列示如下：

单位：千克、万片

产品类别	项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
婴儿系列湿巾	无纺布消耗量（A）	6,403,538.19	4,250,897.92	4,446,114.91
	溶液原料消耗量（B）	292,512.80	238,203.92	257,275.70
	投产量（C）	393,252.43	272,913.87	298,614.93
	无纺布单位消耗量(A/C)	16.28	15.58	14.89
	溶液原料单位消耗量（B/C）	0.74	0.87	0.86
成人功能型系列湿巾	无纺布消耗量（A）	523,015.28	515,907.92	253,211.20
	溶液原料消耗量（B）	140,557.28	143,223.16	72,743.42
	投产量（C）	33,049.63	33,923.17	17,612.01
	无纺布单位消耗量(A/C)	15.83	15.21	14.38
	溶液原料单位消耗量（B/C）	4.25	4.22	4.13
医用及抗菌消毒系列湿巾	无纺布消耗量（A）	8,008,546.00	442,828.05	383,311.63
	溶液原料消耗量（B）	1,524,184.77	73,136.89	88,470.97
	投产量（C）	566,335.00	29,321.00	29,346.78
	无纺布单位消耗量(A/C)	14.14	15.10	13.06
	溶液原料单位消耗量（B/C）	2.69	2.49	3.01
其他湿巾产品	无纺布消耗量（A）	251,220.40	84,761.30	76,440.10
	溶液原料消耗量（B）	21,536.35	10,931.86	13,474.03
	投产量（C）	15,620.51	5,065.96	5,068.31
	无纺布单位消耗量(A/C)	16.08	16.73	15.08
	溶液原料单位消耗量（B/C）	1.38	2.16	2.66
手足膜	无纺布消耗量（A）	36,342.73	17,366.30	15,052.40
	溶液原料消耗量（B）	63,166.02	31,584.68	24,531.89
	投产量（C）	656.76	322.68	260.24
	无纺布单位消耗量(A/C)	55.34	53.82	57.84
	溶液原料单位消耗量（B/C）	96.18	97.88	94.27
面膜	无纺布消耗量（A）	396.37	956.09	624.34
	溶液原料消耗量（B）	7,171.00	11,274.00	7,680.00
	投产量（C）	16.62	38.68	24.10
	无纺布单位消耗量(A/C)	23.85	24.72	25.91
	溶液原料单位消耗量（B/C）	300.66	291.46	318.68

由上表可见，发行人报告期内各类产品对主要原材料的单位消耗量总体稳定，但受各类产品内部产品结构的不同，存在小幅波动，波动原因分析如下：

1、2020 年度，婴儿系列湿巾无纺布单位消耗量呈上升趋势，主要系客户杭州贝咖实业有限公司的婴儿系列湿巾无纺布用料克重较高，产销量增加使得无纺布单位消耗量呈上升趋势；2020 年度溶液单位消耗量较低，主要系溶液含量较低的婴儿湿巾产品本期占比增加所致。

2、报告期内，成人功能型系列湿巾无纺布及溶液原料单位消耗量较为稳定。

3、2019 年度，医用及抗菌消毒系列湿巾无纺布单位消耗量较高，主要原因为该年度医用类湿巾投产量占比较高使得无纺布单位消耗量较高。其次，2018 年 Nice-Pak Products Inc.的袋装产品销量较大，该产品因消毒溶液原料成分的不同使得原料溶液单耗上升。

4、其他湿巾类别报告期内无纺布单位消耗量较为稳定，溶液原料单位消耗量 2020 年下降较多，主要系新增棉柔巾产品，该产品无需耗用溶液原料。

5、手足膜类产品中，报告期各期该产品类别无纺布及溶液原料单位消耗较为稳定。

6、面膜类产品中，报告期 2018 年无纺布单位消耗量高，主要原因为发行人采购面膜无纺布后裁剪成脸型，损耗较大，2019 年及 2020 年面膜产量下降，发行人部分面膜直接采购上海即索实业有限公司裁剪后的脸型无纺布进行生产，因此无纺布单耗降低。

(二)结合各类业务的备料周期和生产周期，单位产品的原材料消耗情况，说明原材料的采购数量与生产与销售是否匹配

1、报告期内，发行人主要产品的原材料消耗总体较为稳定，详见本问询函回复第 9 题之“四、(一)各类产品对主要原材料的消耗数量”相关内容。

2、报告期各期发行人主要原材料采购数量与生产与销售的情况

项目		2020 年度	2019 年度	2018 年度
无纺布	采购数量（吨）	17,256.47	5,716.10	5,435.66
	消耗数量（吨）	16,207.88	5,533.41	5,591.20
	期末结存数量（吨）	1,663.11	614.52	431.83
	销售量(万片)	1,215,055.69	447,962.65	460,004.46
	采购数量/消耗数量	1.06	1.03	0.97
	采购数量/销售量 (千克/万片)	14.20	12.76	11.82

项目		2020 年度	2019 年度	2018 年度
	期末结存数量/ 日均消耗数量（天）	36.94	39.98	27.80
溶液原料	采购数量（吨）	2,471.12	706.00	656.37
	消耗数量（吨）	2,184.37	697.12	643.98
	期末结存数量（吨）	385.55	98.79	89.92
	销售量(万片)	1,215,055.69	447,962.65	460,004.46
	采购数量/消耗数量	1.13	1.01	1.02
	采购数量/销售量 （千克/万片）	2.03	1.58	1.43
	期末结存数量/ 日均消耗数量（天）	63.54	51.02	50.27

由上表可见，2018 年受市场供需等因素影响，期末无纺布数量相对较少，期末结存数量/日均消耗数量指标相对较低。2019 年、2020 年受无纺布备货影响，相关指标较高。

报告期内发行人无纺布平均备货周期约 1 个月、溶液原料平均备货周期约 2 个月，2018 年至 2019 年，发行人期末结存数量/日均消耗数量指标与上述备货周期不存在重大差异。2020 年，受整体业务规模增长及溶液原料最小单次采购量影响，期末结存数量/日均消耗数量指标有所增长。

综上，报告期内，各类别单位产品的原材料消耗情况较为稳定；报告期内发行人主要原材料的采购数量与生产与销售基本匹配，符合发行人实际经营情况。

### 【核查程序及核查结论】

#### 1、核查程序

(1) 获取发行人报告期内采购明细表，分析主要材料的采购数量和价格变动情况，分析原材料的采购金额、采购结构变动与主要产品生产、销售规模变化是否匹配；

(2) 查询公开信息，获取同类型原材料供应商对外销售平均单价，并与发行人采购平均单价进行比较，分析发行人采购价格的公允性；

(3) 了解发行人产品生产工艺流程、成本核算方法，检查并复核发行人编制的成本计算表，核查发行人成本费用归集是否完整，人工及制造费用分配是否准确，评价成本核算方法是否符合发行人实际经营情况，是否符合《企业会计准则》相关规定；

(4) 了解发行人采购、产品的备料周期和生产周期；并结合采购及收发存明细表，分析主要原材料采购数量与生产、销售匹配情况。

## 2、核查结论

经核查，申报会计师认为：发行人报告期内各期无纺布和溶液原料采购金额和采购结构变动情况与主要产品生产、销售规模变化相匹配；无纺布采购价格定价公允，与同行业公司采购价格等第三方可比价格不存在明显差异，溶液原料因有较强的个性化特征，无市场化报价；各项成本和费用在不同生产环节和不同产品线之间的归集、分配方法合理，成本结转准确；主要原材料的采购数量与生产、销售相匹配。

### 10. 关于供应商

#### 申报材料显示：

(1) 报告期各期发行人向前五大供应商采购金额分别为 9,520.18 万元、11,181.28 万元和 10,473.81 万元。

(2) 报告期内，发行人向主要供应商采购金额变动较大。如，MORITANI & CO.,LTD 2017 年是发行人前五大供应商，之后不再是发行人前五大供应商。

(3) 报告期内，发行人客户金佰利集团直接向诺邦股份采购无纺布后再销售给公司，导致金佰利集团既是公司客户又是供应商。

(4) 除通过金佰利集团向诺邦股份采购外，2019 年发行人还直接向诺邦股份进行采购 763.63 万元，诺邦股份为发行人同行业可比公司。

(5) 发行人部分客户存在要求向其指定的供应商采购原材料的情形。

#### 请发行人补充披露：

(1) 主要原材料无纺布和溶液原料的前五大供应商情况，包括但不限于供应商名称、股权结构、成立时间、注册资本、采购内容、采购数量、采购金额及占比、付款方式、定价依据及其公允性；

(2) 发行人向主要供应商采购金额变动的原因及合理性，各期新增或退出的供应商的原因及合理性；

(3) 发行人与金佰利集团的业务实质是否为来料加工，发行人与金佰利集团业务往来相关的会计处理是否符合《企业会计准则》相关规定；

(4) 发行人向金佰利集团和诺邦股份采购的内容是否相同，价格是否存在

明显差异，是否具有合理性；

(5) 发行人供应商与竞争对手重叠的具体情况、原因及合理性；

(6) 客户指定的供应商名称及采购金额、占比情况；

(7) 发行人与主要供应商的业务由来、合作情况及合作的稳定性，主要供应商与发行人及其控股股东、实际控制人、董监高其他核心人员以及本次发行中介机构及签字人员，是否存在关联关系或其他利益关系。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、主要原材料无纺布和溶液原料的前五大供应商情况，包括但不限于供应商名称、股权结构、成立时间、注册资本、采购内容、采购数量、采购金额及占比、付款方式、定价依据及其公允性

(一)报告期内无纺布前五大供应商情况

期间	供应商名称	采购数量 (吨)	采购金额 (万元)	占同期无纺布采购总额 比例 (%)	付款方式	定价依据及其 公允性
2020 年度	大连瑞光非织造布集团有限公司	5,747.27	7,740.63	30.33	承兑汇票	双方依据市场行情协商定价，定价公允
	安徽金春无纺布股份有限公司	3,789.68	5,727.46	22.44	承兑汇票 银行转账	双方依据市场行情协商定价，定价公允
	杭州诺邦无纺股份有限公司	1,877.61	2,989.20	11.71	银行转账	双方依据市场行情协商定价，定价公允
	赛得利（中国）纤维有限公司	2,043.29	2,838.96	11.12	银行转账	双方依据市场行情协商定价，定价公允
	福建福能南纺卫生材料有限公司	1,669.63	2,536.38	9.94	银行转账	双方依据市场行情协商定价，定价公允
	合计	15,127.48	21,832.62	85.55	——	——
2019 年度	大连瑞光非织造布集团有限公司	3,628.13	4,891.44	62.02	承兑汇票	双方依据市场行情协商定价，定价公允
	安徽金春无纺布股份有限公司	668.04	912.25	11.57	承兑汇票	双方依据市场行情协商定价，定价公允
	杭州诺邦无纺股份有限公司	539.36	763.63	9.68	银行转账	双方依据市场行情协商定价，定价公允
	绍兴舒洁雅无纺材料有限公司	370.35	577.40	7.32	承兑汇票	双方依据市场行情协商定价，定价公允

期间	供应商名称	采购数量 (吨)	采购金额 (万元)	占同期无纺布采购总额 比例 (%)	付款方式	定价依据及其 公允性
	浙江金三发卫生材料科技有限公司	270.08	383.47	4.86	承兑汇票	双方依据市场行情协商定价, 定价公允
	小计	5,475.95	7,528.19	95.45	---	---
2018 年度	安徽金春无纺布股份有限公司	2,664.07	3,661.67	44.65	承兑汇票	双方依据市场行情协商定价, 定价公允
	大连瑞光非织造布集团有限公司	1,630.23	2,760.40	33.66	承兑汇票	双方依据市场行情协商定价, 定价公允
	浙江金三发非织造布有限公司	701.08	1,030.97	12.57	承兑汇票	双方依据市场行情协商定价, 定价公允
	浙江明盛达医用材料科技有限公司、嘉兴南华无纺材料有限公司	247.14	404.18	4.93	承兑汇票	双方依据市场行情协商定价, 定价公允
	绍兴舒洁雅无纺材料有限公司	75.72	122.79	1.50	承兑汇票	双方依据市场行情协商定价, 定价公允
	小计	5,318.24	7,980.01	97.32	---	---

注 1: 浙江明盛达医用材料科技有限公司、嘉兴南华无纺材料有限公司实际控制人分别为章明发、章丹青, 二人系父女关系, 因此两家单位的采购额合并计算

注 2: 福建福能南纺新材料有限公司 2019 年更名为福建福能南纺卫生材料有限公司

报告期内, 无纺布主要供应商的基本情况如下:

① 大连瑞光非织造布集团有限公司

公司名称	大连瑞光非织造布集团有限公司
法定代表人	谷源明
成立时间	1991-10-04
注册资本	1,136.80 万元人民币
股权结构	谷源明(100%)
经营范围	非织造布及其制品、膜生产、加工及销售; 化工材料、包装物销售等

② 安徽金春无纺布股份有限公司

公司名称	安徽金春无纺布股份有限公司
法定代表人	曹松亭
成立时间	2011-07-21
注册资本	12,000.00 万元人民币



股权结构	(深交所创业板 A 股)控股股东：安徽金瑞化工投资有限公司(48.43%)； 实际控制人：杨迎春、杨乐(父子)
经营范围	水刺无纺布、热风布、超细纤维无纺布制造、销售；纺织材料销售；无纺布及其制品、机械设备、零配件、纺织原辅材料及技术进出口等

③ 杭州诺邦无纺股份有限公司

公司名称	杭州诺邦无纺股份有限公司
法定代表人	任建华
成立时间	2002-11-27
注册资本	12,000.00 万元人民币
股权结构	(上交所主板 A 股)控股股东：杭州老板实业集团有限公司(55.76%)； 际控制人：任建华
经营范围	无纺布生产、销售等

④ 赛得利（中国）纤维有限公司

公司名称	赛得利（中国）纤维有限公司
法定代表人	张文涛
成立时间	2017-06-02
注册资本	140,000.00 万元人民币
股权结构	赛得利国际（新加坡）私人有限公司 Sateri International（Singapore） Pte Ltd.（100%）
经营范围	纤维素纤维原料及纤维制造，产业用纺织制成品制造，热力生产和供应， 产业用纺织制成品销售等

⑤ 福建福能南纺卫生材料有限公司（曾用名：福建福能南纺新材料有限公司）

公司名称	福建福能南纺卫生材料有限公司
法定代表人	马信明
成立时间	2014-09-30
注册资本	50,000.00 万元人民币
股权结构	福建福能股份有限公司（100%）
经营范围	医用新材料、卫生新材料、护理新材料、美容新材料、车用新材料、过 滤新材料及其制品，纺织品，PU 革的制造和销售，纺织原辅料的批发、 零售等

⑥ 绍兴舒洁雅无纺材料有限公司

公司名称	绍兴舒洁雅无纺材料有限公司
法定代表人	王素娥
成立时间	2009-12-18

注册资本	1,780.00 万元人民币
股权结构	王素娥(40%)、戴永华(20%)、邵红卫(20%)、王国方(20%)
经营范围	生产、加工、销售：无纺布及制品；批发、零售：塑胶制品；货物进出口

⑦ 浙江金三发卫生材料科技有限公司(曾用名：浙江金三发非织造布有限公司)

公司名称	浙江金三发卫生材料科技有限公司
法定代表人	严华荣
成立时间	1998-03-08
注册资本	6,240.00 万元人民币
股权结构	浙江优全护理用品科技股份有限公司(100%)；实际控制人：严华荣
经营范围	卫生材料、非织造布及制品的研发、生产、加工、销售；货物进出口、技术进出口

⑧ 浙江明盛达医用材料科技有限公司

公司名称	浙江明盛达医用材料科技有限公司
法定代表人	沈权
成立时间	2016-04-11
注册资本	5,000.00 万元人民币
股权结构	上海南武贸易有限公司（60%）、浙江景兴纸业股份有限公司（20%）、上海恒卫贸易有限公司（20%）；实际控制人：章丹青
经营范围	生产、销售：第一类医用卫生材料、其他棉材料、棉制品；从事各类商品及技术的进出口业务

⑨ 嘉兴南华无纺材料股份有限公司（曾用名：嘉兴南华无纺材料有限公司）

公司名称	嘉兴南华无纺材料股份有限公司
法定代表人	章明发
成立时间	2009-10-19
注册资本	1,800.00 万元人民币
股权结构	章明发（90%）、胡娟华（10%）
经营范围	生产、销售：无纺布及制品；从事各类商品及技术的进出口业务

(二)溶液原料前五大供应商情况

期间	供应商名称	采购数量(吨)	采购金额(万元)	占同期溶液原料采购总额比例(%)	付款方式	定价依据及其公允性
2020年度	上海禾诗家化妆品有限公司	313.29	1,146.41	16.02	银行转账	双方依据市场行情协商定价，定价公允
	巴斯夫(中国)有限公司	309.17	1,044.69	14.60	银行转账	双方依据市场行情协商定价，定价公允

期间	供应商名称	采购数量(吨)	采购金额(万元)	占同期溶液原料采购总额比例(%)	付款方式	定价依据及其公允性
	上海乾一化学品有限公司	116.77	708.91	9.91	承兑汇票	双方依据市场行情协商定价, 定价公允
	布伦泰格(上海)企业管理有限公司	729.50	582.60	8.14	银行转账	双方依据市场行情协商定价, 定价公允
	国际香料(中国)有限公司	38.29	438.54	6.13	银行转账	双方依据市场行情协商定价, 定价公允
	小计	1,507.03	3,921.13	54.80	——	——
2019年度	上海禾诗家化妆品有限公司	164.60	695.87	26.34	银行转账	双方依据市场行情协商定价, 定价公允
	上海乾一化学品有限公司	68.22	275.14	10.42	承兑汇票	双方依据市场行情协商定价, 定价公允
	上海尧岚生物科技有限公司	53.53	227.47	8.61	承兑汇票	双方依据市场行情协商定价, 定价公允
	Stearinerie Dubois	56.84	205.65	7.79	银行转账	双方依据市场行情协商定价, 定价公允
	上海泛鹰商贸有限公司	19.26	194.89	7.38	银行转账	双方依据市场行情协商定价, 定价公允
	小计	362.45	1,599.01	60.53	——	——
2018年度	上海禾诗家化妆品有限公司	152.95	648.86	26.40	银行转账	双方依据市场行情协商定价, 定价公允
	上海乾一化学品有限公司	67.34	308.30	12.55	承兑汇票	双方依据市场行情协商定价, 定价公允
	上海泛鹰商贸有限公司	29.07	259.21	10.55	银行转账	双方依据市场行情协商定价, 定价公允
	上海尧岚生物科技有限公司	51.76	238.67	9.71	银行转账	双方依据市场行情协商定价, 定价公允
	Stearinerie Dubois	21.38	84.94	3.46	银行转账	双方依据市场行情协商定价, 定价公允
	小计	322.49	1,539.98	62.66	——	——

注 1: 上海家化进出口有限公司 2018 年更名为上海禾诗家化妆品有限公司。

报告期内, 溶液主要原料供应商的基本情况如下:

① 上海禾诗家化妆品有限公司(曾用名: 上海家化进出口有限公司)

公司名称	上海禾诗家化妆品有限公司
法定代表人	邱荣其
成立时间	2003-01-06
注册资本	1,400.00 万元人民币
股权结构	邱荣其(53.4%)、宋小虎(16.9%)、朱华(7.9%)、张国荣(7.9%)、刘国辉(7.9%)、汪钰(6%)
经营范围	自营和代理各类商品和技术的进出口, 商务咨询, 销售日用化学品, 服装及服饰, 日用百货, 钢材, 建筑材料

② 巴斯夫（中国）有限公司

公司名称	巴斯夫（中国）有限公司
法定代表人	郑大庆
成立时间	1996-01-23
注册资本	14,000.00 万美元
股权结构	巴斯夫欧洲公司（100%）
经营范围	许可项目：危险化学品经营（不带储存设施）；第三类医疗器械经营；食品经营。一般项目：在化学工业以及相关工业进行投资或再投资；从事商品（特定商品除外）、食品添加剂的批发、佣金代理（拍卖除外）及进出口和其他配套业务，化工产品、食品的进出口及其它相关配套业务；第一类医疗器械销售、第二类医疗器械销售，第一类医疗器械、第二类医疗器械、第三类医疗器械的进出口等

③ 上海乾一化学品有限公司

公司名称	上海乾一化学品有限公司
法定代表人	唐怀东
成立时间	2012-01-19
注册资本	500.00 万元人民币
股权结构	娄保安(95%)、唐怀东(5%)
经营范围	化工原料及产品、化妆品批发、零售，从事货物进出口及技术进出口业务，从事化工科技领域内的技术服务、技术开发、技术咨询、技术转让

④ 布伦泰格(上海)企业管理有限公司

公司名称	布伦泰格(上海)企业管理有限公司
法定代表人	刘骅
成立时间	2009-01-12
注册资本	610.00 万美元
股权结构	BRENNTAG (HOLDING) B.V.（100%）
经营范围	受 Brenntag 集团的委托，向其及其授权管理的企业提供投资经营决策、资金运作和财务管理、研究开发和技术支持、商品采购、销售及市场营销服务、供应链管理物流运作、集团内部的共享服务及服务外包、员工培训与管理方面提供咨询和支持服务；化学品（上述商品包括《危险化学品经营许可证》中核定的商品，其他危险化学品除外）等

⑤ 国际香料（中国）有限公司

公司名称	国际香料（中国）有限公司
法定代表人	蔡志强
成立时间	1990-03-19
注册资本	8,962.021 万美元

股权结构	AROMATICS HOLDINGS LIMITED (64.9119%)、荷兰普博雅公司 (35.0881%)
经营范围	食品添加剂批发;香料、香精制造;香精及香料批发;食品科学技术研究服务;材料科学研究、技术开发;化学工程研究服务;佣金代理;货物进出口等

⑥ 上海尧岚生物科技有限公司

公司名称	上海尧岚生物科技有限公司
法定代表人	王宝
成立时间	2013-06-05
注册资本	300.00 万元人民币
股权结构	王宝(90%)、钱俊华(10%)
经营范围	生物科技领域的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务, 医疗器械经营, 化工原料及产品、化妆品、药用辅料及包装材料、塑料制品、玻璃制品、食用农产品销售等

⑦ Stearinerie Dubois

公司名称	Stearinerie Dubois
成立时间	1820 年
注册资本	100.80 万欧元
经营范围	脂肪酸酯的制造与销售

⑧ 上海泛鹰商贸有限公司

公司名称	上海泛鹰商贸有限公司
法定代表人	徐思恩
成立时间	2006-08-14
注册资本	200.00 万元人民币
股权结构	徐思恩(70%)、俞黎明(30%)
经营范围	化工原料及产品(除危险化学品、监控化学品、烟花爆竹、民用爆炸物品、易制毒化学品), 危险化学品经营等

## 二、发行人向主要供应商采购金额变动的原因及合理性, 各期新增或退出的供应商的原因及合理性

报告期内, 主要供应商采购金额变动情况及新增或退出情况

单位: 万元

供应商名称	2020 年	2019 年	2018 年
大连瑞光非织造布集团有限公司	7,740.63	4,891.44	2,760.40
安徽金春无纺布股份有限公司	5,727.46	912.25	3,661.67
杭州诺邦无纺股份有限公司	2,989.20	763.63	45.56

供应商名称	2020年	2019年	2018年
贝里精英包装（嘉兴）有限公司 爱博斯塑料（合肥）有限公司	2,936.18	-	-
<b>赛得利（中国）纤维有限公司</b>	<b>2,838.96</b>	-	-
昆山市张浦彩印厂	1,262.71	774.49	967.72
<b>上海禾诗家化妆品有限公司</b>	<b>1,146.41</b>	<b>695.87</b>	<b>648.85</b>
浙江金三发卫生材料科技有限公司	989.50	383.47	1,030.97

（续上表）

供应商名称	2020年度排名	2019年度排名	2018年度排名	变动情况及原因
大连瑞光非织造布集团有限公司	1	1	2	双方自 2011 年开展合作，合作关系稳定；报告期内，发行人采购量保持在相对高水平，排名变动主要系受其他供应商采购量变化的影响
安徽金春无纺布股份有限公司	2	2	1	双方自 2017 年开展合作，合作关系稳定
杭州诺邦无纺股份有限公司	3	4	39	双方自 2011 年开展合作，2019 年起，公司采购诺邦股份直铺型水刺无纺布较多
贝里精英包装（嘉兴）有限公司 爱博斯塑料（合肥）有限公司	4	---	---	2020 年，发行人业务规模大幅增长，原材料需求大幅增加，为保证原材料的稳定供应，发行人开发新的供应商
<b>赛得利（中国）纤维有限公司</b>	5	---	---	<b>2020 年，发行人业务规模扩大，原材料需求大幅增加，为保证原材料的稳定供应，发行人新增的无纺布供应商</b>
昆山市张浦彩印厂	12	3	4	双方自 2013 年开展合作，合作关系稳定，2020 年排名下降，主要受其他供应商采购量变化的影响
<b>上海禾诗家化妆品有限公司</b>	13	5	5	<b>双方自 2013 年开展合作，合作关系稳定，2020 年排名下降，主要受其他供应商采购量变化的影响</b>
浙江金三发卫生材料科技有限公司	15	10	3	双方自 2011 年开展合作，合作关系稳定。2019 年起，因其产品结构调整，公司无纺布采购量下降

注：贝里精英包装（嘉兴）有限公司（曾用名爱博思包装（嘉兴）有限公司）、爱博斯塑料（合肥）有限公司均属于贝里国际集团，因而两家单位的采购额合并计算

报告期内，发行人与主要供应商大多已合作多年，总体较为稳定。报告期各期，主要供应商的采购金额的变动主要受发行人需求变动、产品结构变化、供应商供货周期、采购价格等因素综合影响。报告期内，无主要供应商退出供应的情况。

### 三、发行人与金佰利集团的业务实质是否为来料加工，发行人与金佰利集团业务往来相关的会计处理是否符合《企业会计准则》相关规定

报告期内，2020年4月前，发行人向金佰利集团采购无纺布原材料，并用于其产品生产，金佰利集团既是主要客户又是供应商；自2020年4月后，发行人继续向金佰利集团采购无纺布用于其湿厕纸产品生产的时，由向金佰利集团采购转为向大连瑞光直接采购无纺布用于金佰利集团婴儿系列湿巾产品生产。

通过对发行人与金佰利集团之间交易价格公允性的进一步分析，对发行人是否承担原材料采购价格波动风险、发行人对金佰利集团产品定价完整性、金佰利集团参与对于其产品相关存货的继续管理情况、相关协议条款等的进一步论证，按照实质重于形式的原则，为恰当反映业务实质，发行人将与金佰利集团之间的整体业务由总额法更正为净额法核算，更正后的会计处理符合《企业会计准则》相关规定。

#### 四、发行人向金佰利集团和诺邦股份采购的内容是否相同，价格是否存在明显差异，是否具有合理性

报告期内，发行人分别向金佰利集团和诺邦股份采购无纺布原材料，采购具体情况如下：

年度	类别	金佰利集团			诺邦股份		
		数量 (千克)	金额 (万元)	平均单价 (元/千克)	数量 (千克)	金额 (万元)	平均单价 (元/千克)
2020年	可冲散型水刺无纺布	2,506,333.40	4,494.15	17.93	15,342.50	34.58	22.54
	直铺型水刺无纺布	624,269.50	769.22	12.32	1,862,252.80	2,954.35	15.86
	其他类型	-	-	-	15.40	0.27	172.39
2019年	可冲散型水刺无纺布	1,706,780.84	3,068.52	17.98	131,422.90	272.82	20.76
	直铺型水刺无纺布	51,521.00	63.48	12.32	407,935.60	490.81	12.03
2018年	可冲散型水刺无纺布	1,491,003.80	2,760.52	18.51	25,877.70	45.56	17.60

注：为使发行人向金佰利集团采购单价与诺邦股份采购单价具有可比性，上表中的采购金额、采购单价均为净额法调整之前的金额。

报告期内，由于金佰利集团与诺邦股份深度合作多年，具有较强的采购议价能力，发行人通过金佰利集团间接向诺邦股份采购生产金佰利集团产品所需的主要材料无纺布，可以获取一定程度的价格优惠。因此，发行人与金佰利集团之间的交易价格和市场价格存在一定差异。基于该项业务实质，发行人在对金佰利集团的整体业务进行全面梳理和审慎分析评估后，为了更加准确反映实

际经营情况，将与金佰利集团之间的交易由总额法更正为净额法核算。

## 五、发行人供应商与竞争对手重叠的具体情况、原因及合理性

发行人向杭州诺邦无纺股份有限公司及浙江金三发集团有限公司（以下简称“金三发集团”）子公司浙江金三发卫生材料科技有限公司采购无纺布，同时上述两家供应商也生产湿巾类产品，是发行人的竞争对手。

诺邦股份 2002 年成立，主要从事水刺非织造材料的研发、生产和销售。2006 年成立杭州邦怡日用品科技有限公司，该公司主要从事非织造材料制品的研发和生产加工业务；2017 年诺邦股份收购杭州国光旅游用品有限公司，该公司主要从事湿巾等一次性卫生用品的研发、生产和销售。

金三发集团 1987 年成立，主要经营非织造布（无纺布）、高档服装粘合衬的生产、销售。2012 年，金三发集团成立了浙江优全护理用品科技有限公司，开始湿巾生产。

诺邦股份、金三发集团作为国内无纺布的主要制造商，是发行人、倍加洁、维尼健康等湿巾类生产企业生产用原材料无纺布的主要供应商之一。随着一体化战略的实施，金三发集团、诺邦股份积极开拓下游业务，已经成长为发行人的竞争对手。

综上，发行人供应商与竞争对手重叠主要系供应商基于自身发展战略开拓下游业务所致，具有合理性。

## 六、客户指定的供应商名称及采购金额、占比情况

报告期内发行人存在客户指定原材料供应商的情形，具体情况如下：

客户	供应商	采购类别	不含税采购额(单位：万元)		
			2020 年度	2019 年度	2018 年度
Nice-Pak Products Inc.	N.R.SpuntechIndustriesLtd.等	无纺布	-	9.86	60.33
	上海正伟印刷有限公司等	包装物	25.94	29.18	125.51
金佰利（中国）有限公司	上海禾诗家化妆品有限公司	溶液原料	1,146.41	695.87	648.86
	昆山市张浦彩印厂等	包装物	2,270.04	1,148.68	1,237.03
强生（中国）有限公司	大连瑞光非织造布集团有限公司	无纺布	1,496.54	1,139.69	2,372.17
	苏州雅利印刷有限公司等	包装物	384.04	762.64	740.31
	上海泛鹰商贸有限公司等	溶液原料	1,281.58	1,137.50	1,032.02
利洁时 ENA	巴斯夫（中国）有限公司	溶液原料	1,044.69	-	-
	国际香料（中国）有限公司	溶液原料	429.19	-	-
合计			<b>8,078.43</b>	<b>4,923.42</b>	<b>6,216.23</b>



客户	供应商	采购类别	不含税采购额(单位: 万元)		
			2020 年度	2019 年度	2018 年度
采购总额占比			13.80%	28.60%	36.76%

**七、发行人与主要供应商的业务由来、合作情况及合作的稳定性，主要供应商与发行人及其控股股东、实际控制人、董监高其他核心人员以及本次发行中介机构及签字人员，是否存在关联关系或其他利益关系**

报告期内，发行人主要从事湿巾类产品研发、生产与销售，供应商主要为无纺布、溶液原料等原材料供应商及生产设备供应商，发行人与主要供应商建立合作是基于供应商产品质量、产品价格、品牌影响力、供货及时性等方面因素。报告期内，发行人与主要供应商合作情况良好，未出现违反合同约定的情况，未出现因产品质量、材料款结算等方面产生纠纷或诉讼情况，合作稳定，具体情况如下：

供应商名称	业务由来	采购内容	合作情况及稳定性	关联关系
大连瑞光非织造布集团有限公司	供应商自荐，发行人考核筛选后建立合作关系	无纺布	双方自 2011 年开展合作，合作关系稳定	无
安徽金春无纺布股份有限公司	供应商自荐，发行人考核筛选合格后建立合作关系	无纺布	双方自 2017 年开展合作，合作关系稳定	无
杭州诺邦无纺股份有限公司	供应商自荐，发行人考核筛选后建立合作关系	无纺布	双方自 2011 年开展合作，合作关系稳定	无
贝里精英包装（嘉兴）有限公司 爱博斯塑料（合肥）有限公司	供应商自荐，发行人考核筛选后建立合作关系	包材	双方自 2020 年开展合作，合作关系稳定	无
赛得利（中国）纤维有限公司	供应商自荐，公司考核筛选后建立合作关系	无纺布	双方自 2020 年开展合作，合作关系稳定	无
昆山市张浦彩印厂	经客户介绍，发行人考核筛选合格后建立合作关系	标贴、包材	双方自 2013 年开展合作，合作关系稳定	无
上海禾诗家化妆品有限公司	供应商自荐，公司考核筛选后建立合作关系	溶液原料	双方自 2013 年开展合作，合作关系稳定	无
浙江金三发卫生材料科技有限公司	供应商自荐，发行人考核筛选后建立合作关系	无纺布	双方自 2011 年开展合作，合作关系稳定	无

报告期内，发行人主要供应商与发行人及发行人控股股东、实际控制人、董监高、其他核心人员以及本次发行中介机构及签字人员，不存在关联关系或其他利益关系。

**【核查程序及核查结论】**

**1、核查过程**

(1) 获取发行人采购明细表，检查发行人主要原材料无纺布和溶液原料的前五大供应商工商信息、财务核算情况、合同签订情况；询问发行人采购负责人，

了解采购定价依据，分析采购定价是否公允；

(2)分析报告期主要供应商变动情况，关注采购金额变动的合理性以及主要供应商新增或退出的原因及其合理性，是否符合发行人的业务发展情况；

(3)询问发行人财务负责人、采购负责人，并对金佰利集团和诺邦股份进行访谈，了解发行人与金佰利集团及诺邦股份的合作背景，双方业务往来情况等，分析发行人与金佰利集团的业务实质、会计处理是否正确、发行人与金佰利集团和诺邦股份的采购内容及价差的合理性；

(4)分析发行人供应商与竞争对手重叠的具体情况、原因及合理性；

(5)询问发行人营销部，检查合同签订信息，了解客户指定供应商信息；

(6)对主要供应商实地走访，查看经营场所，对供应商相关人员进行访谈，确认其工商信息是否属实，了解供应商注册资本、主营业务、双方合作时间，与发行人之间的主要业务往来真实性、定价方式、付款交货方式、结算周期，核查供应商与发行人之间是否存在关联方关系，与发行人之间是否存在利益输送；

(7)核查发行人股东、董事、监事和高级管理人员填写的调查表，了解股东、董事、监事和高级管理人员对外投资及任职情况，核查发行人与主要供应商之间是否存在关联关系；

(8)核查发行人董事、监事和高级管理人员的主要银行流水，核查其与主要供应商之间是否存在关联关系或其他利益关系。

## 2、核查意见

经核查，申报会计师认为：发行人无纺布主要供应商和溶液原料主要供应商相对稳定，采购金额的变动均具有合理性；发行人与供应商的付款方式为承兑汇票或者银行转账，依据市场价格定价、定价公允；**综合考虑金佰利集团既是发行人的主要客户又是供应商，以及发行人与金佰利集团之间交易价格并不完全公允的情况，按照谨慎性原则，发行人与金佰利集团的业务实质上属于来料加工，发行人采用净额法确认收入符合《企业会计准则》相关规定；**发行人部分供应商基于自身发展战略开拓下游业务导致成为发行人竞争对手，原因具有合理性；报告期内，发行人部分客户存在指定供应商情况，指定原因合理、数据完整；发行人与主要供应商合作情况良好，未出现违反合同约定的情况，未出现因产品质量、货款结算等方面产生纠纷或诉讼情况，合作稳定；主要供应商与发行人及发行人

控股股东、实际控制人、董监高、其他核心人员以及本次发行中介机构及签字人员，不存在关联关系或其他利益关系。

#### **11. 关于营业成本**

申报材料显示，报告期内，公司主营业务成本总额分别为 17,823.11 万元、21,406.35 万元和 20,536.23 万元。发行人产品销售的主营业务成本结构与来料加工业务的成本结构差异较大。

请发行人补充披露：

(1) 报告期内按成本结构细分的各产品主营业务成本的构成及金额占比情况，主要项目成本结构变动的原因及合理性，与项目营业收入、业务量变动的匹配情况，并说明各业务成本的归集与分类核算方法；

(2) 报告期各期发行人主要原材料的期初结存、本期生产、本期消耗、期末结存的数量金额，及主要产品报告期内原材料投入产出的匹配关系；

(3) 报告期各期主营业务成本结构中料、工、费占比的变动原因及合理性，请结合原材料价格及采购量、生产人员数量及平均薪资、产品工艺流程变化等进行分析；

(4) 产品成本的主要核算方法和核算过程、成本的归集对象，产品成本确认、计量、结转的完整性与合规性，请结合生产模式及业务流程进行分析；

(5) 发行人产品销售的主营业务成本结构与来料加工业务的成本结构差异较大的原因与合理性；发行人生产销售的面膜产品与来料加工的面膜产品成本结构对比情况；

(6) 发行人主要生产性固定资产的变动情况与各期产能的匹配关系。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

#### **【回复】**

一、报告期内按成本结构细分的各产品主营业务成本的构成及金额占比情况，主要项目成本结构变动的原因及合理性，与项目营业收入、业务量变动的匹配情况，并说明各业务成本的归集与分类核算方法

(一)报告期内按成本结构细分的各产品主营业务成本的构成及金额占比情况如下：

单位：万元

类别	项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	占比 (%)	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)
产品销售	直接材料	36,588.13	89.93	12,359.99	85.52	13,122.92	85.66
	直接人工	2,566.79	6.31	1,024.34	7.09	1,052.92	6.87
	制造费用	1,531.33	3.76	1,068.96	7.40	1,143.38	7.46
	小计	40,686.26	100.00	14,453.29	100.00	15,319.23	100.00
来料加工	直接材料	3,523.71	65.46	1,850.23	59.98	1,827.26	57.33
	直接人工	1,164.84	21.64	626.25	20.30	691.70	21.70
	制造费用	694.78	12.91	608.47	19.72	668.18	20.96
	小计	5,383.32	100.00	3,084.95	100.00	3,187.14	100.00
总计	直接材料	40,111.84	87.07	14,210.22	81.02	14,950.18	80.78
	直接人工	3,731.63	8.10	1,650.58	9.41	1,744.62	9.43
	制造费用	2,226.11	4.83	1,677.43	9.56	1,811.57	9.79
	合计	46,069.58	100.00	17,538.24	100.00	18,506.37	100.00

2018年至2019年，发行人产品销售主营业务成本结构较为稳定；2020年成本结构中直接材料占比有所提升、直接人工及制造费用占比有所下降，主要系发行人业务规模大幅增加，因规模效应降低了单位人工、制造费用，间接导致材料占比提高。

发行人以婴儿系列、成人功能型系列、医用及抗菌消毒系列湿巾产品销售和来料加工业务为主，报告期上述系列湿巾的主营业务成本占主营业务成本总额的比例分别为 95.39%、94.10%、92.40%。以下对这三个系列湿巾产品及来料加工产品的成本构成进行单独分析：

#### 1、婴儿系列湿巾产品

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)
直接材料	13,340.49	90.95	8,692.93	88.51	10,174.72	88.54
直接人工	721.00	4.92	492.22	5.01	595.41	5.18
制造费用	606.96	4.14	636.81	6.48	721.78	6.28
合计	14,668.44	100.00	9,821.96	100.00	11,491.90	100.00

2018年至2019年，婴儿系列湿巾产品主营业务成本结构较为稳定；2020年成本结构中直接材料占比有所提升，**直接人工**、制造费用占比有所下降，主要系该类湿巾业务规模增加，因规模效应降低了制造费用，间接导致材料占比提高。

## 2、成人功能型系列湿巾产品

单位：万元

项目	2020年度		2019年度		2018年度	
	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)
直接材料	2,101.13	83.75	1,914.64	80.75	1,130.84	78.64
直接人工	271.04	10.80	248.01	10.46	167.94	11.68
制造费用	136.50	5.44	208.38	8.79	139.17	9.68
合计	2,508.67	100.00	2,371.02	100.00	1,437.95	100.00

2018年至2019年，成人功能型系列湿巾产品主营业务成本结构相对稳定，2020年成本结构中制造费用占比有所下降，主要系湿巾类业务规模增加，因规模效应导致制造费用降低。

## 3、医用及抗菌消毒系列湿巾产品

单位：万元

项目	2020年度		2019年度		2018年度	
	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)
直接材料	19,336.70	90.77	1,039.93	84.86	1,237.39	80.50
直接人工	1,275.70	5.99	89.49	7.30	126.76	8.25
制造费用	689.42	3.24	96.09	7.84	172.99	11.25
合计	21,301.81	100.00	1,225.51	100.00	1,537.14	100.00

报告期各期，医用及抗菌消毒系列湿巾产品主营业务成本结构存在小幅变化，其中2018年至2019年变动主要系发行人产品结构调整，发行人为提升生产管理效率，减少部分品种较多、生产切换频繁的产品订单，导致成本结构发生变化；2020年成本结构中直接材料占比有所提升、直接人工及制造费用占比有所下降，主要系该类湿巾业务规模增加，因规模效应降低了单位人工、制造费用，间接导致材料占比提高。

## 4、来料加工业务

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)
直接材料	3,523.71	65.46	1,850.23	59.98	1,827.26	57.33
直接人工	1,164.84	21.64	626.25	20.30	691.70	21.70
制造费用	694.78	12.91	608.47	19.72	668.18	20.96
合计	5,383.32	100.00	3,084.95	100.00	3,187.14	100.00

2018 年至 2019 年，来料加工业务主营业务成本结构相对稳定，2020 年来料加工业务主营业务成本结构变化较大，主要原因为发行人 2020 年生产规模扩大，因规模效应降低了单位人工、制造费用，间接导致材料占比提高。同时发行人在 2020 年度提高面膜产线生产人员的绩效考核，使得直接人工占比有所提高。上述因素导致成本结构中直接材料占比上升，制造费用占比下降，直接人工占比略有上升。

(二)与项目营业收入、业务量变动的匹配情况

单位：万片、万元

主要产品	类别	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		数量/金额	变动 (%)	数量/金额	变动 (%)	数量/金额	变动 (%)
婴儿系列湿巾	销量	389,550.76	45.97	266,876.23	-8.99	293,224.12	14.81
	产量	394,943.18	45.53	271,377.94	-8.28	295,867.00	16.22
	营业收入	22,446.75	52.25	14,743.45	-3.80	15,325.62	12.02
	营业成本	14,668.44	49.34	9,821.96	-14.53	11,491.90	10.09
成人功能型系列湿巾	销量	34,798.11	13.43	30,679.05	48.49	20,660.91	32.05
	产量	33,792.62	0.24	33,711.97	99.23	16,920.72	3.39
	营业收入	3,815.50	14.74	3,325.26	56.47	2,125.21	36.48
	营业成本	2,508.67	5.81	2,371.02	64.89	1,437.95	42.23
医用及抗菌消毒系列湿巾	销量	489,195.97	1,651.65	27,927.80	-8.24	30,437.34	-13.71
	产量	550,719.79	1,859.20	28,109.49	-1.98	28,678.50	-20.38
	营业收入	32,281.54	1,573.09	1,929.46	-11.33	2,175.88	-26.32
	营业成本	21,301.81	1,638.20	1,225.51	-20.27	1,537.14	-22.05
来料加工	销量	285,331.79	144.60	116,654.33	5.31	110,773.23	58.88
	产量	287,718.20	144.07	117,883.29	7.27	109,890.51	52.74
	营业收入	10,718.23	92.24	5,575.49	-19.10	6,892.19	120.59
	营业成本	5,383.32	74.50	3,084.95	-3.21	3,187.14	71.53

由上表可见，除 2019 年单价较高的来料加工的面膜量减少，导致营业收入与营业成本变动趋势与产销量存在不一致以外，发行人其他产品在报告期营业成本的变动和营业收入、业务量的变动相匹配。

### (三)说明各业务成本的归集与分类核算方法

发行人按订单组织生产，按产品品种归集成本，各产品品种成本归集与分配方法详见本问询函回复第 9 题之“三、各项成本和费用在不同生产环节和不同产品线之间的分配原则和过程，成本结转是否准确”相关内容；发行人按照各产品成本月末一次加权平均于产品销售时计算结转当期销售成本。

综上，报告期内发行人主要项目成本金额构成及结构变动具有合理性，与项目营业收入、业务量变动总体上具有匹配关系，各业务成本的归集与分类核算方法符合规定。

## 二、报告期各期发行人主要原材料的期初结存、本期生产、本期消耗、期末结存的数量金额，及主要产品报告期内原材料投入产出的匹配关系

(一)报告期各期发行人主要原材料的期初结存、本期生产、本期消耗、期末结存的数量金额情况如下：

单位：吨、万元

期间	类型	期初结存		本期入库		本期消耗		期末结存	
		数量	金额	数量	金额	数量	金额	数量	金额
2020 年度	无纺布	614.52	923.03	17,256.47	25,520.73	16,207.88	23,835.37	1,663.11	2,608.39
	溶液原料	98.79	478.53	2,471.12	7,155.27	2,184.37	6,429.20	385.55	1,204.60
2019 年度	无纺布	431.83	766.14	5,716.10	7,887.34	5,533.41	7,730.45	614.52	923.03
	溶液原料	89.92	469.42	706.00	2,641.51	697.12	2,632.40	98.79	478.53
2018 年度	无纺布	587.37	975.61	5,435.66	8,200.15	5,591.20	8,409.62	431.83	766.14
	溶液原料	77.54	264.79	656.37	2,457.46	643.98	2,252.82	89.92	469.42

由上表可见，发行人 2018 年末、2019 年末无纺布及溶液原料结存数量及金额保持平稳；2020 年，因发行人业务规模快速增长、在手订单量增加较多，导致期末无纺布及溶液原料库存大幅增加。

### (二)主要产品报告期内原材料投入产出的匹配关系

发行人产品耗用的主要原材料无纺布、溶液原料以重量为计量单位，经加工生产出湿巾等产品以片为计量单位，发行人以投入主要原材料的重量与产出产品



的数量进行投入产出的匹配分析。报告期内，主要产品原材料投入产出相匹配，具体详见本问询函回复第 9 题之“四、各类产品对主要原材料的消耗数量，结合各类业务的备料周期和生产周期，单位产品的原材料消耗情况，说明原材料的采购数量与生产与销售是否匹配”相关内容。

**三、报告期各期主营业务成本结构中料、工、费占比的变动原因及合理性，请结合原材料价格及采购量、生产人员数量及平均薪资、产品工艺流程变化等进行分析**

(一) 报告期各期主营业务成本结构中料、工、费占比的变动情况详见本问询函回复第 11 题之“一、报告期内按成本结构细分的各产品主营业务成本的构成及金额占比情况，主要项目成本结构变动的原因及合理性，与项目营业收入、业务量变动的匹配情况，并说明各业务成本的归集与分类核算方法”相关内容。

(二) 报告期各期，发行人主要原材料采购价格及采购量如下：

类别	项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
无纺布	采购单价 (元/ KG)	14.79	13.80	15.09
	采购数量 (吨)	17,256.47	5,716.10	5,435.66
	采购金额 (万元)	25,520.73	7,887.34	8,200.15
溶液原料	采购单价 (元/ KG)	28.96	37.42	37.44
	采购数量 (吨)	2,471.12	706.00	656.37
	采购金额 (万元)	7,155.27	2,641.51	2,457.46

由上表可见，报告期内无纺布采购价格总体较为稳定，因受市场行情及原材料供需关系影响有所波动；其中 2020 年溶液原料采购单价较 2019 年、2018 年下降较多，主要系医用及抗菌消毒系列湿巾销量增加，抗菌消毒功能的溶液原料采购量增加，该类别溶液原料价格较低，使得溶液原料总体平均采购单价下降。

(三) 报告期各期，生产人员数量及平均薪资

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
生产薪酬总额 (万元)	3,585.52	1,672.48	1,753.24
人员数量 (人)	570.00	275.00	295.00
人员平均薪资 (元/人)	62,903.80	60,817.28	59,431.77

注：人员数量按照月度平均取整

由上表可见，报告期内发行人生产人员平均薪资呈小幅增长趋势，主要系发



行人生产效益提升、薪酬水平提高所致。

#### (四)产品工艺流程变化

报告期，发行人产品工艺流程未发生明显变化，因此发行人工艺流程情况对发行人报告期各期主营业务成本结构变动无影响。

综上，发行人报告期各期主营业务成本结构中料、工、费占比变动具有合理性，符合发行人实际情况。

### **四、产品成本的主要核算方法和核算过程、成本的归集对象，产品成本确认、计量、结转的完整性与合规性，请结合生产模式及业务流程进行分析**

#### (一)生产模式及业务流程

发行人主要采用“以销定产”的模式来组织生产，具体为：营销部取得订单后，采购部按照客户订单采购原材料，生产部按照产品质量控制的标准进行生产制造，产品经质量部完成质量检验后入库，发行人按照客户的要求组织发货和产品交付。

#### (二) 发行人主要成本核算方法和核算过程、成本的归集对象

发行人按订单组织生产，按产品品种归集成本，各产品品种成本归集与分配方法详见本问询函回复第9题之“三、各项成本和费用在不同生产环节和不同产品线之间的分配原则和过程，成本结转是否准确”相关内容；发行人按照各产品成本月末一次加权平均于产品销售时计算结转当期销售成本。

#### (三) 产品成本确认、计量、结转的完整性与合规性

发行人制定了相关内控制度，确保发行人各项成本计量准确、确认完整，各项成本确认、计量、结转和发行人的实际业务流程相匹配，符合发行人实际情况，符合《企业会计准则》相关规定。

### **五、发行人产品销售的主营业务成本结构与来料加工业务的成本结构差异较大的原因与合理性；发行人生产销售的面膜产品与来料加工的面膜产品成本结构对比情况**

(一)发行人产品销售的主营业务成本结构与来料加工业务的成本结构差异较大的原因与合理性

发行人产品销售的主营业务成本结构与来料加工业务的成本结构详见本问

询函回复第 11 题之“一、报告期内按成本结构细分的各产品主营业务成本的构成及金额占比情况，主要项目成本结构变动的原因及合理性，与项目营业收入、业务量变动的匹配情况”相关内容。

产品销售业务类型下：发行人产品生产所需的全部原材料均由发行人投入，因此产品成本结构中直接材料占比较高；来料加工业务类型下：客户提供产品生产所需的主要原材料，由发行人按照客户的要求进行加工，发行人投入的直接材料较少，产品加工成本主要由直接人工及分配的制造费用构成。

综上，发行人产品销售的主营业务成本结构与来料加工业务的成本结构存在较大差异，系因两种业务类型的成本构成不同所致，具有合理性。

(二)发行人生产销售的产品与来料加工的产品成本结构对比情况

1、自产湿巾产品与来料加工湿巾产品的成本结构对比

单位：万元

类别	项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	占比 (%)	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)
自产湿巾产品	直接材料	35,470.85	90.27	11,897.43	86.41	12,783.31	86.34
	直接人工	2,355.38	5.99	885.41	6.43	943.96	6.38
	制造费用	1,467.21	3.73	985.45	7.16	1,079.11	7.29
	合计	39,293.44	100.00	13,768.30	100.00	14,806.38	100.00
来料加工湿巾产品	直接材料	3,487.12	74.58	1,814.41	67.66	1,798.72	69.64
	直接人工	673.81	14.41	405.88	15.14	358.91	13.90
	制造费用	514.92	11.01	461.41	17.21	425.08	16.46
	合计	4,675.86	100.00	2,681.69	100.00	2,582.70	100.00

2、自产面膜产品与来料加工面膜产品的成本结构对比

单位：万元

类别	项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	占比 (%)	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)
自产面膜产品	直接材料	10.71	59.59	20.69	59.01	19.93	59.69
	直接人工	4.15	23.10	8.07	23.02	6.99	20.93
	制造费用	3.11	17.31	6.30	17.97	6.47	19.38
	合计	17.97	100.00	35.06	100.00	33.39	100.00

类别	项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	占比 (%)	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)
来料加工面膜产品	直接材料	37.53	5.31	35.83	8.89	28.57	4.73
	直接人工	492.49	69.61	220.36	54.64	332.81	55.06
	制造费用	177.44	25.08	147.06	36.47	243.06	40.21
	合计	707.46	100.00	403.25	100.00	604.44	100.00

由上表可见，发行人自产产品中原材料占比较高，来料加工的产品中原材料占比较低，自产产品与来料加工产品成本结构存在较大差异，主要系两种业务类型的成本构成不同所致，具有合理性。

## 六、发行人主要生产性固定资产的变动情况与各期产能的匹配关系

发行人建立了完善的固定资产维护体系，主要固定资产维护和运行状况良好，综合成新率较高，总体质量良好。

报告期内，发行人主要增加的生产性固定资产情况如下：

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
机械设备原值（万元）	20,608.98	13,439.91	12,002.39
变动幅度	53.34%	11.98%	6.49%
产能（万片）	811,130.76	422,452.80	418,672.80
变动幅度	92.01%	0.90%	26.20%

发行人增加的生产性固定资产对产能的提升与该固定资产是否是直接生产设备（辅助生产设备一般不直接增加产能）、投入生产的时间、设备的生产效率以及当年报废减少的产能相关。

报告期内，发行人机器设备原值与产能均呈现增长趋势，但变动幅度存在不一致，具体原因如下：

2019 年末，机械设备账面原值较 2018 年末增加 1,437.52 万元，同比上升 11.98%，主要为 2019 年 9 月采购包装机、折叠机等生产设备安装调试完成后，由在建工程转入固定资产，同时当年淘汰了个别生产线减少部分产能，导致当年产能仅略有上升。2020 年 12 月末，机械设备账面原值较 2019 年末增加 7,169.07 万元，上升 53.54%，主要为采购包装机、折叠机、粘盖机等生产设备安装调试完成后，由在建工程转入固定资产，加之 2019 年新增的生产性固定资产形成的产能，使得 2020 年产能有效提升。

综上，发行人生产性固定资产的变动情况与各期产能相匹配。

## 【核查程序及核查结论】

### 1、核查程序

(1)分析发行人报告期内各产品营业成本结构，了解主要项目成本结构变动及其合理性，结合原材料采购价格、应付职工薪酬、产能及制造费用的变动情况，分析成本结构的主要影响因素；

(2)实地观察发行人各类产品的生产场地及生产流程，结合对发行人财务负责人的访谈，了解发行人有关成本核算的具体方法和流程，以及日常成本管理的相关措施；获取发行人报告期各期产品成本计算分配表，并与领料记录、材料费用分配表、人工费用和制造费用分配表等原始记录进行核对，分析各项产品成本料工费构成及其变动原因的合理性，抽取部分月度成本计算分配表进行重新计算，核查发行人成本计算和分配的准确性；关注发行人成本费用归集和结转是否和实际生产流转一致；

(3)获取发行人报告期生产投料和生产产出的相关数据，访谈发行人生产和技术负责人了解主要产品生产工艺和技术工艺，核查主要原材料投入与主要产品产量是否匹配；

(4)检查合同签订情况，对发行人报告期内不同业务类型的成本结构进行分析，了解差异较大的原因及其合理性；

(5)检查固定资产卡片，实地查看发行人车间生产情况，结合发行人生产性固定资产变动情况、生产工人工资情况等，核查发行人报告期生产性固定资产投资和产能的变动是否匹配。

### 2、核查结论

经核查，申报会计师认为：报告期内发行人主要项目成本结构变动主要受产量及产品结构调整变动影响，主要项目成本结构变动合理，主要项目成本与项目营业收入、业务量相匹配；发行人报告期各期主要原材料的投入产出相匹配；发行人制定了科学合理的成本归集与分类方法、成本核算准确、结转完整合规；发行人产品销售的主营业务成本结构与来料加工业务的成本结构差异较大、发行人生产销售的产品与来料加工的产品成本结构差异较大主要系业务类型不同所致，差异具有合理性；发行人主要生产性固定资产的变动情况与各期产能相匹配。

## 12. 关于期间费用

申报材料显示：报告期内公司期间费用金额持续下降，分别为 3,442.69 万元、3,276.92 万元和 2,950.68 万元。其中，公司运输费分别为 550.73 万元、691.38 万元和 534.13 万元，2019 年运输费较 2018 年减少 157.25 万元，同比下降约 22%，主要原因为与客户销售方式或销售地点发生变化。

请发行人补充披露：

(1) 报告期内发行人 2018 年营业收入大幅上升的情况下，发行人 2018 年销售费用与 2017 年基本持平、管理费用大幅下降的原因及合理性；

(2) 报告期内运输费波动的原因及合理性，以及与不同类型客户关于运输方式的不同约定情况、占比、合理性，请结合报告期内内外销及不同销售模式下发行人的各产品运输量、运输半径、价格变动情况进行分析。

(3) 管理费用中职工薪酬的变动原因以及与同行业可比公司相比是否存在显著差异；

(4) 研发项目周期较长的原因及合理性，是否符合行业惯例，并说明报告期内的主要研发项目在各期取得的阶段性成果及具体运用情况；

(5) 发行人如何准确地划分和核算各项研发支出，是否存在应计入其他成本、费用项目的支出计入研发费用的情形；

(6) 研发费用率、财务费用率与同行业可比公司对比情况，是否存在重大差异及合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

### 【回复】

一、报告期内发行人 2018 年营业收入大幅上升的情况下，发行人 2018 年销售费用与 2017 年基本持平、管理费用大幅下降的原因及合理性

(一)2018 年营业收入大幅上升销售费用与 2017 年基本持平的原因及合理性  
发行人 2017 年和 2018 年的销售费用明细对比情况如下：

单位：万元

项目	2018 年度		2017 年度		变动额	变动比率 (%)
	金额	占营业收入比例 (%)	金额	占营业收入比例 (%)		
职工薪酬	208.16	0.74	182.94	0.82	25.22	13.79

项目	2018 年度		2017 年度		变动额	变动比率 (%)
	金额	占营业收入比例 (%)	金额	占营业收入比例 (%)		
运输费	691.38	2.44	550.73	2.45	140.65	25.54
货运代理费	238.72	0.84	241.49	1.08	-2.77	-1.15
办公差旅费	25.19	0.09	49.84	0.22	-24.65	-49.46
业务招待费	26.35	0.09	41.35	0.18	-15.00	-36.28
宣传及促销费	21.14	0.07	74.84	0.33	-53.70	-71.75
其他	78.08	0.28	80.03	0.36	-1.95	-2.44
合计	1,289.03	4.55	1,221.22	5.44	67.80	5.55

由上表可见，发行人 2018 年营业收入大幅上升，但销售费用总额与 2017 年基本持平，销售费用各明细占收入比例呈下降趋势，主要原因为销售费用的部分明细项目和销售收入变动不完全相关，具体分析如下：

#### 1、职工薪酬

发行人 2018 年职工薪酬较 2017 年增加 25.22 万元，占营业收入比例呈下降趋势，主要原因系：发行人客户较为集中，2018 年发行人向现有客户强生公司、金佰利集团的销售规模增加，相应增加了销售收入，但是发行人销售人员较为固定，无明显变化，同时发行人销售业务员薪酬为固定工资加提成，内勤人员为固定薪酬，销售人员薪酬变动幅度小于营业收入变动幅度。

#### 2、运输费

发行人 2018 年运输费较 2017 年增加 140.65 万元，占营业收入比例较稳定。

#### 3、货运代理费

发行人 2018 年货运代理费较 2017 年减少 2.77 万元，占营业收入比例呈下降趋势，主要原因系：①货运代理费系发行人委托货运代理商办理出口报关等发生的费用，仅与外销业务相关，发行人 2018 年较 2017 年增加的营业收入主要来自内销，外销收入增长幅度较小，其中：内销收入增长 51.99%、外销收入增长 9.31%；②发行人于 2018 年更换了部分货运代理商，收费标准下调，导致承担的货运代理费下降。

#### 4、办公差旅费、业务招待费、宣传及促销费

发行人 2018 年办公差旅费、业务招待费、宣传及促销费较 2017 年减少 93.35 万元，占营业收入比例呈下降趋势，主要系 2017 年发行人积极开发新客户，多

次赴美参加展会及发行人制作宣传片综合影响所致。

(二)2018 年营业收入大幅上升管理费用大幅下降的原因及合理性  
 发行人 2018 年和 2017 年的管理费用明细对比情况如下：

单位：万元

项目	2018 年度		2017 年度		变动额	变动比率 (%)
	金额	占营业收入比例 (%)	金额	占营业收入比例 (%)		
职工薪酬	510.87	1.8	455.42	2.03	55.45	12.18
股份支付	-	-	257.24	1.15	-257.24	-100.00
折旧及摊销费	188.43	0.67	192.39	0.86	-3.96	-2.06
办公差旅费	18.02	0.06	23.04	0.10	-5.02	-21.79
业务招待费	10.78	0.04	15.01	0.07	-4.23	-28.18
质量成本	29.04	0.10	23.11	0.10	5.93	25.66
中介机构费	22.02	0.08	103.75	0.46	-81.73	-78.78
修理费	76.91	0.27	45.09	0.20	31.82	70.57
其他	121.68	0.43	105.29	0.47	16.39	15.57
合计	977.75	3.45	1,220.34	5.44	-242.59	-19.88

由上表可见，发行人 2018 年营业收入大幅上升，但管理费用总额相比 2017 年大幅下降，主要系股份支付费用及中介机构费下降较多综合影响所致，其中：股份支付费用为非经常性损益，2018 年无此事项，中介机构费下降主要系发行人 2017 年筹划上市工作而支付的中介机构费用金额较大。

综上，报告期内发行人 2018 年营业收入大幅上升的情况下，发行人 2018 年销售费用与 2017 年基本持平、管理费用大幅下降具有合理性。

## 二、报告期内运输费波动的原因及合理性，以及与不同类型客户关于运输方式的不同约定情况、占比、合理性，请结合报告期内内外销及不同销售模式下发行人的各产品运输量、运输半径、价格变动情况进行分析

报告期内，2019 年至 2020 年发行人运输费占主营业务收入比例下降较多，主要系外销新增客户利洁时 ENA 为 FCA 模式，发行人将货物交利洁时 ENA 指定承运人（厂区交货），发行人无需承担运费，导致外销运输费占外销收入比率下降较多；内销运输费新增自提模式销售及部分客户运输地点发生变化，导致内销运输费占内销收入比例下降较多。

发行人总体运输费情况如下：

单位：万元

项 目		2020 年度	2019 年度	2018 年度
运输费	外销	578.50	340.81	315.33
	内销	351.42	193.31	376.05
	合计	929.92	534.12	691.38
主营业务收入	外销	53,544.36	16,057.20	14,357.62
	内销	<b>20,228.19</b>	<b>11,555.55</b>	<b>13,743.48</b>
	合计	<b>73,772.55</b>	<b>27,612.75</b>	<b>28,101.10</b>
运输费占比(%)	外销	1.08	2.12	2.20
	内销	<b>1.74</b>	<b>1.67</b>	<b>2.74</b>
	合计	<b>1.26</b>	<b>1.93</b>	<b>2.46</b>

### (一)外销运费情况

报告期内，发行人发生的外销运费主要系 FOB 模式下外销产品自厂区发往港口时所发生的运费，具体情况列示如下：

单位：万元

项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
外销运费(A)	578.50	340.81	315.34
外销收入	53,544.36	16,057.20	14,357.62
其中：FOB 模式外销收入(B)	27,461.67	16,057.20	14,357.62
FCA 模式外销收入	26,082.69	-	-
FOB 外销运费占比(C=A/B)	2.11%	2.12%	2.20%

单位：40GP/集装箱、万元/集装箱、万元

FOB 模式	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	件数	单价	运费	件数	单价	运费	件数	单价	运费
整柜运费	1,411.50	0.39	544.30	857.50	0.39	331.69	786.50	0.39	308.38
散货运费	---	---	34.20	---	---	9.12	---	---	6.96
运费合计	---	---	578.50	---	---	340.81	---	---	315.33

注：整柜运费为按 40GP/集装箱装配产品运至指定港口所发生的运费（20GP/集装箱按照 40GP 折算），散货运费为非集装箱方式零星发货所发生的运费

由上表可见，报告期内外销运费主要为整柜运费，金额分别为 308.38 万元、331.69 万元和 544.30 万元，占 FOB 外销收入比分别 2.20%、2.12%和 2.11%，报告期内，整柜运费单位运价稳定在 0.39 万元/集装箱，单价无明显波动。

### (二)内销运费情况



报告期内，发行人发生的内销运费主要系内销产品自厂区发往至客户指定地点时所发生的运费，因客户所在地不同，发往不同客户的产品运费也有所差异，对主要客户分不同结算方式发生的运费进行对比分析如下：

单位：吨、次、万元/吨、万元/次、万元

客 户	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	配送重量/次数	单价	运费	配送重量/次数	单价	运费	配送重量/次数	单价	运费
1、按重量结算情况									
金佰利（中国）有限公司	13,675.66	0.02	247.18	6,010.65	0.02	103.84	6,028.41	0.02	103.17
中山爱护日用品有限公司	-	-	-	325.92	0.05	16.72	1,329.82	0.05	65.00
强生（中国）有限公司	-	-	-	-	-	-	2,212.85	0.02	34.19
上海暖呵母婴用品国际贸易有限公司	-	-	-	-	-	-	372.25	0.02	6.51
其他零星客户合计	2,159.96	0.02	45.41	1,199.56	0.02	24.22	1,196.66	0.03	32.03
小 计	15,835.62	0.02	292.59	7,536.13	0.02	144.78	11,139.99	0.02	240.90
2、按次数结算情况									
苏州尚美国际化妆品有限公司	156.00	0.38	58.83	133.00	0.36	48.53	123.00	0.37	45.70
广州千研美化妆品有限公司	-	-	-	-	-	-	77.00	1.16	89.45
小 计	156.00	0.38	58.83	133.00	0.36	48.53	200.00	0.68	135.15
合 计	——	——	351.42	——	——	193.31	——	——	376.05

注：发行人向欧莱雅集团销售配送时根据配送车型按照配送次数结算

报告期内，发行人客户欧莱雅集团将其业务从下属公司广州千研美化妆品有限公司转移至苏州尚美国际化妆品有限公司，发行人产品从发往广州变更为发往苏州，距离缩短导致运费减少，欧莱雅集团单位运费受配送次数和配送车型不同年度之间存在一定差异。

由上表可见，报告期内发行人对主要客户各年度的运费单价基本保持一致，无明显波动。

自 2018 年 5 月起，强生（中国）有限公司和上海暖呵母婴用品国际贸易有限公司内销产品变更为自提模式，公司无需承担运费。自提模式下的销售收入实现情况如下：

单位：万元

项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
-----	---------	---------	---------

项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
自提模式销售收入	1,961.01	3,790.98	2,544.85
国内主营业务收入	<b>20,228.19</b>	<b>11,555.55</b>	<b>13,743.48</b>
占国内主营业务收入比例（%）	<b>9.69</b>	<b>32.81</b>	<b>18.52</b>

综上，报告期内发行人外销运费占 FOB 模式外销收入比例无明显波动，外销运费总额呈上升趋势主要系收入规模增加所致；内销单位运费无明显波动，内销运费总额存在波动主要因销售规模扩大及部分客户运输模式、运输地点发生变化，发行人运费变动具有合理性。

### 三、管理费用中职工薪酬的变动原因以及与同行业可比公司相比是否存在显著差异

报告期内，发行人管理费用中职工薪酬变动情况如下：

项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
职工薪酬（万元）	815.41	534.79	510.87
平均人数（人）	78.00	63.00	61.00
平均薪酬（万元/人）	10.45	8.49	8.37

注：平均人数为月度平均人数并取整

报告期内，发行人管理费用中的职工薪酬分别为 510.87 万元、534.79 万元和 815.41 万元，金额逐年提高，主要原因为适应发行人规模扩张的需要，发行人不断加强管理团队的建设及人才储备，管理人员数量稳中有增。

报告期内，发行人管理费用中人均职工薪酬总体保持平稳，其中 2020 年人均职工薪酬较 2019 年有所增长，主要系 2020 年发行人业绩较好，管理人员薪酬提高所致。

报告期内，发行人管理费用中职工薪酬金额及占比与同行业可比公司对比情况如下：

单位：万元

公司	项目	2020 年	2019 年	2018 年
倍加洁	管理费用	<b>4,320.12</b>	2,916.77	3,029.13
	其中：职工薪酬	<b>1,559.91</b>	1,239.09	1,003.07
	职工薪酬/管理费用	<b>36.11%</b>	42.48%	33.11%
诺邦股份	管理费用	<b>7,262.58</b>	5,196.17	4,278.52

公司	项目	2020年	2019年	2018年
	其中：职工薪酬	<b>3,287.38</b>	2,841.93	2,424.02
	职工薪酬/管理费用	<b>45.26%</b>	54.69%	56.66%
维尼健康	管理费用	596.88	507.04	395.02
	其中：职工薪酬	330.62	240.76	241.78
	职工薪酬/管理费用	55.39%	47.48%	61.21%
欣龙控股	管理费用	<b>9,892.65</b>	5,308.75	6,334.89
	其中：职工薪酬	<b>6,908.27</b>	2,682.37	2,703.53
	职工薪酬/管理费用	<b>69.83%</b>	50.53%	42.68%
中顺洁柔	管理费用	<b>36,491.43</b>	29,451.69	20,213.25
	其中：职工薪酬	<b>12,378.70</b>	12,251.82	9,429.65
	职工薪酬/管理费用	<b>33.92%</b>	41.60%	46.65%
行业平均	职工薪酬/管理费用	<b>48.10%</b>	47.36%	48.06%
发行人	管理费用	1,552.34	1,007.00	977.75
	其中：职工薪酬	815.41	534.79	510.87
	职工薪酬/管理费用	52.53%	53.11%	52.25%

注：维尼健康相关数据系根据其2020年12月25日披露的招股说明书、2021年3月17日披露的2020年年度报告信息进行更新

发行人管理费用中职工薪酬金额占比与同行业可比公司不存在显著差异。

#### 四、研发项目周期较长的原因及合理性，是否符合行业惯例，并说明报告期内的主要研发项目在各期取得的阶段性成果及具体运用情况

发行人研发项目研发的主要阶段如下：

1、项目前期调研阶段：该阶段一般需要1-3个月，主要开展市场数据收集、统计和汇总工作；

2、项目立项阶段：该阶段一般需要1-2个月，主要拟定立项报告，制定项目开发计划，并评估开发计划可行性。

3、配方测试阶段：该阶段时间一般需要5-12个月，时间跨度较长，不确定因素较多。这一阶段需要对配方组成的每一个化工原料进行筛选，对配方常规理化数据进行分析、配方功能性进行验证以及对基布材料、包装材料的兼容性进行评估；开展配方稳定性测试，同步开展配方防腐挑战测试，防腐挑战测试按照ISO 11930标准中的测试方法执行，配方稳定性以及防腐挑战测试周期分别为固定1

个月和 35 个工作日；结合产品基布材料、包装材料的信息，开展上机试生产，确定产线工艺可行性，同时为产品稳定性和包装材料兼容性测试提供测试样品；

4、产品稳定性测试阶段：该段时间一般在 3-4 个月，稳定性测试需要在一定试验条件下持续进行为期 3 个月的老化测试，测试过程中如有失败，则需分析原因，如果是配方因素，项目回到配方测试阶段，并重新搭建或选择不同种类的原料；

5、包装材料兼容性测试阶段：该段时间一般在 3 个月左右，这一阶段主要针对不同基布材料和包装材料的搭配，进行产品包装材料、配方兼容性的测试，如果测试失败，则需重新选择包装材料材质，并重新开展兼容性测试，直至最终确认；

6、产业化应用阶段：在产品稳定性以及包装材料兼容性测试顺利通过后，产品/配方才可以转入产线正式生产，一般正式生产的前三批次会同步作为产品/配方的验证批次，用以进一步验证、确认。

综上所述，结合发行人研发项目开发的各个阶段所需时间，平均每个项目至少需要 1.5-2 年的开发周期。考虑到部分项目开发过程中有测试失败的情况，如在防腐挑战测试或者产品稳定性测试失败，项目开发则重新回到配方测试阶段。发行人研发项目周期处于 2-3 年相对合理的范围内，符合发行人研发项目开发的实际情况。

报告期内的主要研发项目在各期取得的阶段性成果及具体运用情况如下：

序号	项目名称	阶段性成果			具体运用情况
		2018年	2019年	2020年	
1	零防腐添加婴儿湿巾项目	进行配方测试；完成产品稳定性测试；进行包装材料兼容性测试等相关测试	完成包装材料兼容性测试等相关测试；实现配方及相应产品产业化应用；完成产业化产品的市场销售所需的型式检验；完成项目结案工作		已应用于客户某款婴儿湿巾产品中，并实现量产销售
2	婴儿湿疹护理湿巾	进行相关配方测试；完成产品稳定性测试、包装材料兼容性测试等；完成敏感肌肤样本的反复性皮肤斑贴测试；完成产品产业化应用及项目结案工作			已应用于澳洲客户某款婴儿湿巾产品中，并实现量产销售；被客户评为5星级产品，授予荣誉证书
3	清凉舒爽湿巾项目	进行配方测试；完成产品稳定性测试、包装材料兼容性测试等；完成内部清凉效果评价测试及清洁效果测试；完成产品商业化所需的型式检验，完成项目结案工作			已应用于客户某款厕用湿巾产品，并实现量产销售
4	低VOC挥发硬表面清洁湿巾项目	进行配方测试；完成产品稳定性测试；进行包装材料兼容性测试等相关测试	完成包装材料兼容性测试等相关测试；实现配方及相应产品产业化应用；完成产业化产品的市场销售所需的型式检验；完成项目结案工作		已应用于客户某款卸妆巾，并实现量产销售
5	天然植物婴儿护肤湿巾项目	进行配方测试；完成产品稳定性测试；进行包装材料兼容性测试等；获取添加天然植物的第三方证明	完成包装材料兼容性测试等相关测试；实现配方及相应产品产业化应用；完成产业化产品的市场销售所需的型式检验；完成项目结案工作		已应用于客户某款婴儿湿巾，并实现量产销售
6	AQUAXYL 高效保湿湿巾项目	进行配方测试；在护湿功效上通过内部评价以及第三方功效测试；完成产品稳定性测试；进行包装材料兼容性测试等；实现配方及相应产品产业化应用；完成产业化产品的市场销售所			已应用于客户某款婴儿湿巾，并实现量产销售

序号	项目名称	阶段性成果			具体运用情况
		2018年	2019年	2020年	
		需的型式检验；完成项目结案工作			
7	壳寡糖海洋生物卫生清洁湿巾项目	进行配方测试；完成产品稳定性测试；进行包装材料兼容性测试等相关测试	完成包装材料兼容性测试等相关测试；实现配方及相应产品产业化应用；完成产业化产品的市场销售所需的型式检验；完成项目结案工作		已应用于客户某款卫生湿巾，并实现量产销售
8	乳液型清爽婴儿湿巾项目	进行配方测试；完成产品稳定性测试；进行包装材料兼容性测试等相关测试	完成包装材料兼容性测试、皮肤刺激性测试、无添加测试等相关测试；实现配方及相应产品产业化应用；完成产业化产品的市场销售所需的型式检验；完成项目结案工作		已应用于某客户婴儿湿巾产品，并实现量产销售
9	儿童低刺激擦鼻涕湿巾项目	进行配方测试；完成产品稳定性测试；进行包装材料兼容性测试等；实现配方及相应产品产业化应用；完成产业化产品的市场销售所需的型式检验；完成项目结案工作			已应用于某客户功能性湿巾产品，并实现量产销售
10	一种预防婴儿红臀的湿巾项目	进行配方测试；完成产品稳定性测试；进行包装材料兼容性测试等；实现配方及相应产品产业化应用；完成产业化产品的市场销售所需的型式检验；完成项目结案工作			已应用于客户某款功能性湿巾产品，并实现量产销售
11	免洗式手部消毒湿巾项目	进行配方测试；完成产品稳定性测试；进行包装材料兼容性测试等相关测试	完成包装材料兼容性测试、杀菌测试、皮肤刺激性测试以及免手洗功效测试等相关测试；实现配方及相应产品产业化应用；完成产业化产品的市场销售所需的型式检验；完成项目结案工作		已应用于某客户卫生系列湿巾产品，并实现量产销售
12	一种生物可降解的长效清洁除臭湿巾项目	进行配方测试；完成产品稳定性测试；进行包装材料兼容性测试等相关测试	完成包装材料兼容性测试、可被降解的第三方测试等相关测试；实现配方及相应产品产业化应用；完成产业化		已应用于自有品牌湿巾产品，并实现量产销售

序号	项目名称	阶段性成果			具体运用情况
		2018年	2019年	2020年	
			产品的市场销售所需的型式检验；完成项目结案工作		
13	可冲散型环保清洁如厕湿巾	进行配方测试；完成产品稳定性测试；进行包装材料兼容性测试等相关测试	完成包装材料兼容性测试、酒精/杀菌剂/荧光剂/色素4项不添加测试、无纺布可降解测试、杀菌测试等相关测试；实现配方及相应产品产业化应用；完成产业化产品的市场销售所需的型式检验；完成项目结案工作		已应用于客户湿厕纸产品，并实现量产上市，并正为某客户开发该种湿厕纸产品
14	可嚼式口手湿巾项目	进行配方测试；完成产品稳定性测试；进行包装材料兼容性测试等相关测试	完成包装材料兼容性测试、口腔粘膜刺激测试、皮肤刺激性测试等相关测试；实现配方及相应产品产业化应用；完成产业化产品的市场销售所需的型式检验；完成项目结案工作		已应用于某客户婴儿口手湿巾，并实现量产销售
15	洋甘菊湿巾项目		制定开发计划，选定植物提取物洋甘菊和配方功效提升方向；完成配方原料锁定及安全性信息搜集工作；进行配方测试	开展配方性能验证测试；完成产品稳定性测试；进行包装材料兼容性测试、阴道粘膜刺激测试，皮肤刺激性测试等相关测试；开展工艺验证及产品生产适应性改进	-
16	新型抗菌湿巾项目		制定开发计划，确定既能达到符合国标要求的杀菌效果，同时兼顾温和配方且与产线工艺适配的开发目标；完成配方原料锁定及安全性信息搜集工作；进行配方测试	进行配方测试；进一步开展生产工艺测试；完成产品稳定性测试；进行包装材料兼容性测试、杀菌测试、皮肤刺激性测试第三方测试；开展生产工艺优化和工艺参数调整	-
17	积雪草甘纯棉湿巾项目			制定开发计划，选定植物提取物积雪草和配方功效方向；完成配方原料锁定及安全性信息搜集工作；进行配方测试；同时针对纯棉基布特点，优化产线工艺，完成新品基布与产线工艺的适配；完成产品稳定性测试；进行包装材料兼容性测试等相关测试	-
18	99.9%纯水食品级添加温和婴儿湿			确定项目开发方向，制定开发计划；完成前期的配方原料锁定及相关原料的安全性信息搜集工作；进	-

序号	项目名称	阶段性成果			具体运用情况
		2018年	2019年	2020年	
	巾项目			行配方测试；完成产品稳定性测试；进行包装材料兼容性测试等相关测试	
19	新型安全低防腐湿巾项目			收集市场需求，确定项目开发方向，制定开发计划；完成项目立项工作以及初期三款备选配方的框架组建；完成配方原料锁定及安全性信息搜集工作；进行配方测试	-
20	基于道地药材风丹皮的零添加产品项目			收集市场需求，确定项目开发方向，制定开发计划；选定中药材风丹皮和配方功效方向；完成配方原料锁定及安全性信息搜集工作；进行配方测试；完成产品稳定性测试；进行包装材料兼容性测试等相关测试；开展工艺验证及产品生产适应性改进	-
21	新型有机婴儿湿巾项目			收集市场需求，确定项目开发方向，制定开发计划；进行配方原料锁定及安全性信息搜集工作；同时为满足配方中特定原料的乳化工艺，同步开展配方乳化工艺研究；进行配方测试；鉴于配方组分需要 ECOCERT 认证，目前正处于原料寻找和验证阶段	-
22	擦除 99% 细菌快干型湿巾项目			完成项目立项，与第三方测试机构 SGS 合作制定有关细菌擦除测试方法；针对擦除 99% 和 99.9% 细菌的两个开发方向进行配方搭建和配方测试；完成产品稳定性测试；进行包装材料兼容性测试等相关测试	-
23	新型植物保湿护肤湿巾项目			完成项目立项及配方核心组分稻米提取物的确认工作；围绕稻米提取物所具备的皮肤保湿和抗老化功效进行配方搭建；进行配方测试	-
24	新型医用消毒湿巾项目			确定项目开发方向，制定开发计划；完成前期的配方原料锁定及相关原料的安全性信息搜集工作；进行配方测试	-
25	新型女性安全护理湿巾项目			确定项目开发方向，制定开发计划；完成前期的配方原料锁定及相关原料的安全性信息搜集工作；进行配方测试	-



序号	项目名称	阶段性成果			具体运用情况
		2018年	2019年	2020年	
26	超柔抑菌干巾项目			收集市场抑菌产品功效需求，确定配方功效方向；完成相关原料的安全性信息搜集工作；进行配方测试	-
27	新型消毒湿巾项目			收集最新市场反馈，进行新型消毒类湿巾项目开发；完成相关原料的安全性信息搜集工作；进行配方测试；进行包装材料兼容性测试等相关测试	-
28	马齿苋抗炎湿巾项目			收集市场抗炎类产品需求，确定项目开发方向，制定开发计划，并确认消费者想法和实际需求；制定抗炎类项目转移到湿巾中的方案；完成相关原料的安全性信息搜集工；进行配方测试	-
29	桶装消毒湿巾项目			收集市场桶装消毒湿巾需求，选取减塑化高效桶装消毒湿巾等开发方向，制定开发计划；完成前期的配方原料锁定及相关原料的安全性信息搜集工作；进行配方测试	
30	新型消毒湿巾及其多场景应用项目			收集消毒湿巾多场景应用相关需求，选取消毒湿巾在环境硬表面、日常及医疗环境等多场景应用开发方向，制定开发计划；完成前期的配方原料锁定及相关原料的安全性信息搜集工作；进行配方测试	
31	强效清洁去污消毒湿巾项目			收集强效清洁去污消毒湿巾的市场需求，选取消毒湿巾配方中强效去污功效成分的构建方案，并整合前期相关技术储备，开展相关包装阻隔技术研究，制定相关开发计划；完成前期的配方原料锁定及相关原料的安全性信息搜集工作；进行配方测试	
32	消毒湿巾杀菌控制关键技术研究及其产品开发项目			收集湿巾产品杀菌防腐控制技术国内外研究进展，结合公司前期研究基础，选取湿巾生产工艺中杀菌控制技术的改进方向，制定开发计划；完成前期的配方原料锁定及相关原料的安全性信息搜集工作；进行配方测试	

## **五、发行人如何准确地划分和核算各项研发支出，是否存在应计入其他成本、费用项目的支出计入研发费用的情形**

发行人制定了《项目研发管理制度》、《技术创新管理办法》、《新产品开发管理制度》、《研发费用核算管理办法》等相关内部控制制度，明确了研发流程及审批、职责分工、研发计划及立项、研发人员管理、研发费用列支和审批等内容。发行人根据《企业会计准则》和《研发费用核算管理办法》的有关规定，明确了研发支出范围和标准。具体核算范围如下：

- 1、研发活动直接投入的材料；
- 2、研发人员的工资、奖金、职工教育经费、福利费、社保及公积金等职工薪酬；
- 3、用于研发活动的机器设备、房屋建筑物、电子设备等固定资产的折旧和装修的摊销；
- 4、与研发活动直接相关的各项费用，如检测费用等。

上述研发支出的具体归集及核算流程如下：

### 1、研发材料投入归集

研发人员根据各研发项目所需材料填写领料单，经项目负责人审核后到仓库领用研发材料。仓库人员根据领料单在财务系统中录入领料数量、领用部门名称等信息，并提交部门主管审核。月末，研发部门提交按研发项目归集材料明细表至财务部，财务部根据各研发项目实际发生的材料消耗进行归集。

### 2、研发薪酬归集

月末，发行人研发人员将研发人员清单及其从事的研发项目情况提交至财务部，财务部依据审核后的工资汇总表计算各研发项目薪酬。发行人财务部按照研发项目归集人员薪酬。

### 3、折旧与摊销费用归集

发行人研发部门与财务部将研发项目所使用的各类分析测量仪器、机器设备等在财务系统固定资产模块进行相应设置。财务部根据财务系统生成的固定资产折旧费用按照各项目已发生的金额占比分摊计入各研发项目。

### 4、其他费用归集

发行人按照研发人员具体从事的研发项目归集各项费用，无法归集的按照各

项目已发生的金额占比分摊计入各研发项目。

发行人财务部定期审核研发费用在各项目中分配及核算的准确性。

综上，报告期内，发行人在项目管理、财务核算等方面均建立内部控制，准确划分和核算各项研发支出，不存在应计入其他成本、费用项目的支出计入研发费用的情形。

## 六、研发费用率、财务费用率与同行业可比公司对比情况，是否存在重大差异及合理性

### (一)研发费用情况

报告期内，发行人研发费用主要包括研发人员薪酬和研发活动中领用的材料支出，研发费用具体构成如下：

单位：万元

项 目	2020年度	2019年度	2018年度
职工薪酬	548.60	222.61	219.39
材料费	2,121.97	789.14	839.84
折旧费	23.48	15.56	22.25
其 他	42.15	61.51	15.39
合 计	2,736.20	1,088.82	1,096.87
占营业收入比（%）	<b>3.68</b>	<b>3.92</b>	<b>3.88</b>

报告期内，发行人与同行业可比公司的研发费用率对比如下：

单位：%

可比公司	2020年度	2019年度	2018年度
维尼健康	3.57	5.26	4.24
倍加洁	<b>2.33</b>	1.63	0.92
诺邦股份	<b>3.40</b>	4.04	4.00
欣龙控股	<b>2.01</b>	1.92	1.59
中顺洁柔	<b>2.43</b>	2.66	1.89
平均值	<b>2.75</b>	3.10	2.53
发行人	<b>3.68</b>	<b>3.92</b>	<b>3.88</b>

注：维尼健康相关数据系根据其2020年12月25日披露的招股说明书、2021年3月17日披露的2020年年度报告信息进行更新

报告期内，发行人研发费用率与同行业可比公司相比，发行人研发费用率高于同行业平均值，但不存在重大差异，与同行业相比研发费用率较高主要系发行人高度重视研发、持续加大研发投入所致，具有合理性。

## (二)财务费用情况

报告期内，发行人财务费用主要包括利息净支出和汇兑净损失，财务费用具体构成如下：

单位：万元

项 目	2020年度	2019年度	2018年度
利息支出	61.32	0.34	-
减：利息收入	246.42	193.42	118.64
利息净支出	-185.10	-193.08	-118.64
汇兑损失	1,728.01	186.27	437.12
减：汇兑收益	380.51	282.78	416.87
汇兑净损失	1,347.50	-96.51	20.25
银行手续费及其他	13.59	8.70	11.66
合 计	1,175.98	-280.89	-86.73
占营业收入比（%）	<b>1.58</b>	<b>-1.01</b>	<b>-0.31</b>

随着经营进一步积累，发行人货币资金增加较多，由此产生的利息收入金额进一步增加；发行人在经营过程中，存在借入银行款项以解决发行人临时资金用款需求，发行人根据协议约定利率，按照借款占用天数计算利息支出金额；发行人外销收入占比较高，受人民币对美元汇率波动的影响，发行人报告期各期汇兑净损失变动较大。

报告期内，发行人与同行业可比公司的财务费用率对比如下：

单位：%

可比公司	2020年度	2019年度	2018年度
维尼健康	-0.01	-0.01	0.01
倍加洁	<b>0.81</b>	-0.32	-0.08
诺邦股份	<b>0.81</b>	-0.16	-0.45
欣龙控股	<b>1.55</b>	3.71	2.94
中顺洁柔	<b>-0.23</b>	0.32	0.98
平均值	<b>0.59</b>	0.71	0.68
发行人	<b>1.58</b>	<b>-1.01</b>	<b>-0.31</b>

注：维尼健康相关数据系根据其2020年12月25日披露的招股说明书、2021年3月17

日披露的 2020 年年度报告信息进行更新

报告期内，发行人财务费用率分别为-0.31%、-1.01%、1.58%，发行人财务费用率和同行业可比公司相比存在差异，主要受人民币对美元汇率波动、资金充裕程度等影响所致，具有合理性。

### 【核查程序及核查结论】

#### 1、核查程序

(1)分析发行人销售费用和管理费用总额变化及占营业收入比例变化原因及其合理性；

(2)获取发行人运输费登记台账，核对发行人运输费台账登记的准确性；结合运输费台账，发行人内外销收入结构变动等信息，检查发行人和物流公司的承运协议，分析发行人运费变动的合理性；

(3)检查发行人工资表，询问发行人人力资源部及财务部人员，了解发行人管理人员人数及薪酬水平情况，分析管理人员薪酬变动的合理性；结合同行业可比公司公开信息，分析发行人管理人员薪酬情况和同行业可比公司是否存在显著差异；

(4)询问发行人研发部人员，检查发行人研发项目台账、研发计划、研发项目立项结项等资料，了解研发项目持续周期，关注其合理性；结合已取得的研发成果，检查研发成果的具体运用情况；

(5)检查发行人和研发相关的各项内控制度，询问发行人研发部和财务部人员，检查发行人研发支出核算的准确性；

(6)结合同行业可比公司公开信息，分析发行人研发费用率、财务费用率和同行业可比公司是否存在重大差异。

#### 2、核查结论

经核查，申报会计师认为：发行人 2018 年销售费用与 2017 年持平主要系外销所发生的货运代理费下降以及 2017 年为了开发新客户而发生的各项差旅费用、宣传费用较大所致，管理费用大幅下降主要因 2017 年存在股份支付非经常性损益及支付的中介机构费较大，变动原因合理；报告期内，运输费变动主要受客户运输方式变更为自提、客户运输地点及外销收入模式发生变化所影响，运输费变动具有合理性；发行人因管理人员人数增加而导致管理费用职工薪酬金额逐

年提高，与同行业可比公司相比不存在显著差异；发行人按照研发计划组织研发人员实施各项研发活动，研发周期符合发行人实际情况，发行人将研发取得的阶段性成果运用至发行人产品开发及生产中；发行人制定各项内控制度，并按照规定准确划分和核算各项研发支出，不存在应计入其他成本、费用的支出计入研发费用的情形；发行人研发费用率和同行业可比公司相比不存在重大差异，财务费用率受人民币对美元汇率波动、资金充裕程度等影响所致，具有合理性。

### **13. 关于存货**

申报材料显示，报告期各期末，公司存货账面价值分别为 2,637.28 万元、2,937.57 万元和 3,633.81 万元。同时，报告期各期末发行人分别计提了存货跌价准备 129.47 万元、32.32 万元和 58.63 万元。

请发行人：

(1) 补充披露报告期各期末原材料、包装物、在产品、库存商品的主要构成情况，包括产品名称、金额、数量、库龄等，说明是否存在库龄较长、滞销等情形；

(2) 补充披露报告期各期末存货与主要订单的对应关系，报告期末未对应订单的存货金额、占比及形成原因；

(3) 结合采购周期、生产周期、销售模式、供货周期等，分析并披露报告期内存货周转率波动的原因及合理性；

(4) 结合各产品报告期内市场价格波动情况，说明存货跌价准备测试的主要过程及存货跌价准备计提是否充分，转回/转销存货跌价准备的依据及过程，是否符合《企业会计准则》的规定；

(5) 结合生产模式和销售方式，说明报告期内存货各项目的发生、计价、核算和结转情况，成本费用的归集和结转是否与实际生产流转一致；

(6) 补充披露报告期内是否存在产品退换货、质量纠纷情况；

(7) 说明所有类型库房的面积、实际使用面积、日常存货存放地、管理流程。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明对报告期存货实施的监盘程序、监盘比例及监盘结果。

**【回复】**

**一、补充披露报告期各期末原材料、包装物、在产品、库存商品的主要构成情况，包括产品名称、金额、数量、库龄等，说明是否存在库龄较长、滞销等情形**

(一)报告期各期末存货构成情况

报告期发行人原材料主要包括无纺布、溶液原料以及各类包装材料，在产品及库存商品包括各个系列的湿巾、面膜及手足膜，其中在产品处于已生产完毕待检验入库状态。具体构成情况如下：

1、原材料

单位:万元

存货类别	计量单位	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
		数量	金额	数量	金额	数量	金额
无纺布类	吨	1,663.11	2,608.39	614.52	923.03	431.83	766.14
溶液类	吨	385.55	1,204.60	98.79	478.53	89.92	469.42
包装膜类	万平方米	264.44	481.62	89.14	168.69	78.69	153.58
	吨	10.88	15.60	17.30	30.41	2.40	4.30
	万只	87.28	11.74	-	-	-	-
	小计	——	508.96	——	199.10	——	157.88
标贴类	万只	3,869.24	275.22	2,011.24	134.75	2,149.06	117.22
纸箱类	万只	101.29	153.18	41.42	65.88	59.04	96.65
塑料类	万只	660.30	207.28	234.17	58.83	198.22	55.33
袋类	万只	300.92	96.86	205.16	54.02	208.32	54.31
其他	万只\吨\万片	562.93	57.35	1,326.27	57.88	42.41	52.74
合计		——	5,111.84	——	1,972.02	——	1,769.69

2、在产品

单位:万元

存货类别	计量单位	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
		数量	金额	数量	金额	数量	金额
婴儿系列湿巾	万片	5,086.62	166.35	6,367.68	257.32	4,679.14	189.26
成人功能型系列湿巾	万片	3,536.63	170.80	1,466.63	124.78	767.33	66.91
医用及抗菌消毒系列湿巾	万片	17,493.56	687.43	1,879.79	74.43	668.28	31.16
其他系列湿巾	万片	437.16	18.73	40.85	3.48	18.72	2.81
面膜及手足膜	万片	1.21	2.45	7.27	16.14	15.16	19.38
来料加工	万片	30.88	6.29	-	-	67.44	9.01
合计		26,586.05	1,052.05	9,762.22	476.15	6,216.07	318.53

### 3、库存商品

单位:万元

存货类别	计量单位	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
		数量	金额	数量	金额	数量	金额
婴儿系列湿巾	万片	16,610.70	641.00	14,966.29	529.09	8,880.04	409.08
成人功能型系列湿巾	万片	4,075.97	258.57	2,863.86	200.53	792.26	85.94
医用及抗菌消毒系列湿巾	万片	15,215.03	677.28	835.35	36.85	2,334.77	18.62
其他系列湿巾	万片	176.27	21.39	296.55	25.65	390.30	14.73
面膜及手足膜	万片	23.57	49.49	34.66	72.61	25.65	54.82
来料加工	万片	25.08	5.07	152.02	9.02	178.59	20.73
合计		36,126.63	1,652.80	19,148.73	873.75	12,601.61	603.92

#### (二)报告期各期末存货库龄情况

##### 1.报告期各期末存货库龄结构

单位:万元

存货类别	库龄	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
原材料	1年以内	4,997.58	1,882.47	1,689.00
	1-2年	87.52	54.54	38.02
	2-3年	25.57	17.18	26.02
	3年以上	1.17	17.83	16.65
	小计	5,111.84	1,972.02	1,769.69
在产品	1年以内	1,052.05	476.15	318.53
	小计	1,052.05	476.15	318.53
库存商品	1年以内	1,652.80	865.77	602.56
	1-2年	-	7.48	1.36
	2-3年	-	0.50	-
	小计	1,652.80	873.75	603.92

##### 2.报告期各期末上述存货按库龄汇总

单位:万元

账龄	2020.12.31	占比(%)	2019.12.31	占比(%)	2018.12.31	占比(%)
1年以内	7,702.43	98.54	3,224.39	97.06	2,610.09	96.95
1年以上	114.26	1.46	97.53	2.94	82.05	3.05
合计	7,816.69	100.00	3,321.92	100.00	2,692.14	100.00



报告期各期末，发行人原材料及库存商品集中在1年以内，且1年以内存货占比逐年提高，发行人存货总体质量较高。报告期内，发行人存货周转率较高，不存在滞销及前期销售退回的情形。

## 二、补充披露报告期各期末存货与主要订单的对应关系，报告期末未对应订单的存货金额、占比及形成原因

报告期内，发行人各期末存货对应订单情况及订单占比如下：

单位：万元、%

存货类别	2020.12.31				
	存货账面余额 (A)	对应订单余额 (B)	占比 (C=B/A)	未对应订单 金额(D)	占比 (E=D/A)
原材料	5,111.84	4,700.25	91.95	411.59	8.05
库存商品	1,652.80	1,637.81	99.09	14.99	0.91
发出商品	2,213.64	2,213.64	100.00	-	-
周转材料	198.00	-	-	198.00	100.00
在产品	1,052.05	1,052.05	100.00	-	-
合计	10,228.33	9,603.75	93.89	624.58	6.11
存货类别	2019.12.31				
	存货账面余额 (A)	对应订单余额 (B)	占比 (C=B/A)	未对应订单 金额(D)	占比 (E=D/A)
原材料	1,972.02	1,771.28	89.82	200.74	10.18
库存商品	873.75	847.02	96.94	26.73	3.06
发出商品	214.89	214.89	100.00	-	-
周转材料	190.12	-	-	190.12	100.00
在产品	476.15	476.15	100.00	-	-
合计	3,726.93	3,309.34	88.80	417.59	11.20
存货类别	2018.12.31				
	存货账面余额 (A)	对应订单余额 (B)	占比 (C=B/A)	未对应订单 金额(D)	占比 (E=D/A)
原材料	1,769.69	1,599.33	90.37	170.36	9.63
库存商品	603.92	522.65	86.54	81.27	13.46
发出商品	197.79	197.79	100.00	-	-
周转材料	120.61	-	-	120.61	100.00
在产品	318.53	304.40	95.56	14.13	4.44
合计	3,010.54	2,624.17	87.17	386.37	12.83

报告期各期末，发出商品均有对应的订单支撑。发行人主要采用“以销定产”模式制定生产计划及采购计划，原材料、库存商品、在产品各期末余额与订单的匹配度较高。发行人对主要客户采取适量备货的方式满足安全库存管理需求，受此影响，少量存货无对应订单。

### 三、结合采购周期、生产周期、销售模式、供货周期等，分析并披露报告期内存货周转率波动的原因及合理性

报告期内，发行人存货周转率（天数）情况如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
周转率	6.84	5.23	6.37
周转天数	52.63	68.83	56.51

发行人主要采用“以销定产”模式来制定采购计划、生产计划，各期末存货变动受在手订单影响较大，发行人存货周转天数较为稳定，一般维持在 2 个月左右。2020 年存货周转率较高主要原因为新增客户利洁时 ENA 产品检验周期相对较短、发货速度快所致，2018 年存货周转率较高主要原因为期末存货备货金额较小所致。

报告期内，发行人销售模式主要为直销。发行人存货周转天数受采购周期、生产周期、供货周期等影响，具体如下：

#### (一)主要原材料的采购周期

原材料主要类别	采购周期	备货周期
无纺布	20 天左右	按照生产耗用情况常备 1 个月左右库存
溶液原料	1 个月左右	按照生产耗用情况常备 2 个月左右库存

溶液原料备货周期较长主要受溶液原料最小单次采购量影响，故备货周期较长。

#### (二)生产周期

原材料自领料到生产加工完成并经质检合格办理入库，整个生产周期 10 天左右。

#### (三)供货周期

内销产成品入库后自出库至交付客户的供货周期在 15 天左右，外销出口 FOB 模式产成品自出库至港口并完成报关出口的供货周期在 18 天左右，外销出

口 FCA 模式自出库至完成清关手续供货周期在 13 天左右。

报告期内，发行人存货周转天数与采购周期、生产周期、供货周期相匹配，存货周转率合理。

#### 四、结合各产品报告期内市场价格波动情况，说明存货跌价准备测试的主要过程及存货跌价准备计提是否充分，转回/转销存货跌价准备的依据及过程，是否符合《企业会计准则》的规定

(一)各产品报告期内市场价格波动情况

发行人各产品报告期内平均售价如下：

单价：元/百片

类别	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	单价	毛利率 (%)	单价	毛利率 (%)	单价	毛利率 (%)
婴儿系列湿巾	5.76	34.65	5.52	33.38	5.23	25.02
成人功能型系列湿巾	10.96	34.25	10.84	28.70	10.29	32.34
医用及抗菌消毒系列湿巾	6.60	34.01	6.91	36.48	7.15	29.36
其他系列湿巾	7.08	25.73	9.36	31.86	9.54	23.59
面膜及手足膜	493.07	59.20	445.47	55.10	453.61	54.93

由上表可见，报告期内发行人主要产品销售价格存在一定波动，主要系产品结构不同及主要原材料采购价格变动所致。报告期，发行人主要产品毛利率较高。

(二)存货跌价准备测试的主要过程

发行人根据《企业会计准则》相关规定，对资产负债表日的存货按照成本与可变现净值孰低的原则计量，可变现净值按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。对于成本高于可变现净值的存货，计提相应的存货跌价准备。

1、报告期各期末，发行人存货跌价准备计提情况如下：

单位：万元

项目	2020.12.31			2019.12.31			2018.12.31		
	账面余额	跌价准备	计提比例	账面余额	跌价准备	计提比例	账面余额	跌价准备	计提比例
原材料	5,111.84	97.22	1.90%	1,972.02	85.14	4.32%	1,769.69	71.61	4.05%
库存商品	1,652.80	-	-	873.75	7.98	0.91%	603.92	1.36	0.23%
发出商品	2,213.64	-	-	214.89	-	-	197.79	-	-

项目	2020.12.31			2019.12.31			2018.12.31		
	账面余额	跌价准备	计提比例	账面余额	跌价准备	计提比例	账面余额	跌价准备	计提比例
周转材料	198.00	-	-	190.12	-	-	120.61	-	-
在产品	1,052.05	-	-	476.15	-	-	318.53	-	-
合计	10,228.33	97.22	0.95%	3,726.93	93.12	2.50%	3,010.54	72.97	2.42%

发行人存货主要由原材料、库存商品和发出商品构成，存货整体周转速度较快，产品盈利能力较强，发行人存货减值风险小。报告期各期末发行人按照规定对存货进行减值测试，正常库存商品、发出商品按现时市场价格计算可变现净值，长库龄呆滞材料和库存商品按折扣后处理售价计算可变现净值，并根据可变现净值与存货账面价值差额计提存货跌价准备。

2、报告期各期末，发行人按库龄列示的各项存货跌价计提情况如下：

单位：万元

类别	项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
原材料	账面金额	5,111.84	1,972.02	1,769.69
	其中：一年以上账面余额	114.26	89.55	80.69
	跌价准备金额	97.22	85.14	71.61
	跌价准备金额占账面余额比例（%）	1.90	4.32	4.05
库存商品	账面金额	1,652.80	873.75	603.92
	其中：一年以上账面余额	-	7.98	1.36
	跌价准备金额	-	7.98	1.36
	跌价准备金额占账面余额比例（%）	-	0.91	0.23

库龄超过一年的原材料主要为生产订单完工后原材料结余，以及部分原材料品种日常使用量较小，但为达到供应商最小订单采购量而产生超额备货的情形，库龄超过一年的库存商品主要系少量产品备货超出订单需求所致。因该部分呆滞料无法使用、呆滞产品无法对外出售，因此无经济价值，发行人对此予以全额计提跌价准备，发行人存货跌价准备计提充分。

(三)转回/转销存货跌价准备的依据及过程

1、报告期内发行人存货跌价准备计提、转销情况如下：

单位:万元

项 目	2019.12.31	计提	转销	2020.12.31
原材料	85.14	74.54	62.46	97.22
库存商品	7.98	-	7.98	-
合 计	93.12	74.54	70.44	97.22
项 目	2018.12.31	计提	转销	2019.12.31
原材料	71.61	51.34	37.81	85.14
库存商品	1.36	7.29	0.67	7.98
合 计	72.97	58.63	38.48	93.12
项 目	2017.12.31	计提	转销	2018.12.31
原材料	157.11	30.97	116.47	71.61
库存商品	24.26	1.36	24.26	1.36
合 计	181.38	32.33	140.73	72.97

报告期内，发行人对计提存货跌价准备的存货进行报废处理后，将存货跌价准备予以转销；发行人无存货跌价准备转回情形。

综上，报告期内发行人存货跌价准备计提充分；发行人存货跌价准备计提及转销处理符合《企业会计准则》相关规定。

### **五、结合生产模式和销售方式，说明报告期末存货各项目的发生、计价、核算和结转情况，成本费用的归集和结转是否与实际生产流转一致**

#### **(一)发行人生产模式及销售方式**

发行人主要采用“以销定产”的模式来组织生产，具体为：营销部取得订单后，采购部按照客户订单采购原材料，生产部按照产品质量控制的标准进行生产制造，产品经质量部完成质量检验后入库，发行人按照客户的要求组织发货和产品交付。发行人的销售方式主要为直销。

#### **(二)报告期末存货各项目的发生、计价、核算和结转情况**

报告期发行人存货包括原材料、在产品、库存商品、发出商品、周转材料。根据实物流转节点进行财务核算，具体如下：

##### **1、原材料/周转材料**

原材料包括无纺布、溶液原料、包装材料及其他类材料，周转材料为五金配件、劳保用品等低值易耗品。原材料及周转材料采购入库根据实际成本入账，领用时，采用实际出库数量按照月末一次加权平均法计算当期领用金额，其中直接

用于生产的领用计入生产成本、车间领用计入制造费用、其他各部门领用根据具体情况计入对应的期间费用。

## 2、在产品

在产品核算已生产完工待质检后入库的产品成本。相关成本归集、结转方式详见本问询函回复第 11 题之“四、产品成本的主要核算方法和核算过程、成本的归集对象，产品成本确认、计量、结转的完整性与合规性，请结合生产模式及业务流程进行分析”相关内容。

## 3、库存商品

在产品质检合格后办理入库手续，发行人根据已检验合格的在产品成本结转至库存商品；发行人于库存商品发出实现销售时，根据库存商品各品种月末一次加权平均法计算结转主营业务成本。相关成本归集、结转方式详见本问询函回复第 11 题之“四、产品成本的主要核算方法和核算过程、成本的归集对象，产品成本确认、计量、结转的完整性与合规性，请结合生产模式及业务流程进行分析”相关内容。

## 4、发出商品

发出商品系已办理出库，尚不满足收入确认条件的存货。发行人于库存商品出库时，根据库存商品各品种月末一次加权平均法计算结转至发出商品；发行人于发出商品实现销售时，将发出商品成本结转至主营业务成本。

综上，发行人成本费用的归集和结转与各存货的实际生产流转一致。

## **六、补充披露报告期内是否存在产品退换货、质量纠纷情况**

报告期内，发行人不存在大额退换货情况，未与客户发生产品质量纠纷，但因运输途中包装受损、存在瑕疵等原因，存在少量退换货情形。具体详见本问询函回复第 2 题之“八、补充披露报告期内是否存在大额退换货情形，如存在，披露退换货所涉及的具体事项、金额、占当期营业收入比例、客户名称、是否为关联方、会计处理方法，对发行人生产经营是否存在重大不利影响”相关内容。

## **七、说明所有类型库房的面积、实际使用面积、日常存货存放地、管理流程**

报告期内，发行人所有类型库房情况如下：

单位：平方米

存货类型	仓库名称	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		仓库面积	实际使用面积	仓库面积	实际使用面积	仓库面积	实际使用面积
原材料	一期化工原料库	532.00	532.00	532.00	532.00	532.00	532.00
	一期内包材仓库	399.00	399.00	399.00	399.00	399.00	399.00
	一期外包材仓库	424.00	424.00	424.00	424.00	424.00	424.00
	一期无纺布仓库	2,020.00	2,020.00	2,020.00	2,020.00	2,020.00	2,020.00
	二期化工原料库	266.00	266.00	266.00	266.00	266.00	266.00
	二期内包材仓库	254.00	254.00	254.00	254.00	254.00	254.00
	二期外包材仓库	787.00	787.00	787.00	787.00	787.00	787.00
	二期无纺布仓库	4,633.00	4,633.00	4,633.00	4,633.00	4,633.00	4,633.00
	三期无纺布仓库	4,410.00	4,410.00	-	-	-	-
	三期化学原料库	1,655.00	1,655.00	-	-	-	-
	二厂无纺布仓库	3,002.80	3,002.80	-	-	-	-
	二厂纸箱仓库	1,270.00	1,270.00	-	-	-	-
	二厂塑料件仓库	2,720.00	2,720.00	-	-	-	-
周转材料	备品备件库	116.00	116.00	116.00	116.00	116.00	116.00
在产品 及 库存商品	一期成品库	4,500.00	4,500.00	4,500.00	4,500.00	4,500.00	4,500.00
	二期成品仓库	5,197.50	5,197.50	5,197.50	5,197.50	5,197.50	5,197.50
	二厂成品库	<b>6,895.20</b>	<b>6,895.20</b>	-	-	-	-
合计		<b>39,081.50</b>	<b>39,081.50</b>	19,128.50	19,128.50	19,128.50	19,128.50

注：二厂无纺布仓库、二厂纸箱仓库、二厂塑料件仓库、**二厂成品库**系租赁。

报告期内发行人仓库不存在闲置，使用率达 100%。发行人生产规模扩大，为满足新增存货的堆放需求，发行人主要采取如下方式：1、购入贯通货架来增加仓库的使用库容；2、新增租赁仓库及自有仓库来增加仓库的使用面积。

发行人建立存货保管制度，明确各项存货的出入库及保管流程，具体如下：

#### 1、入库管理

##### (1)外购物料入库

①物料到库后，仓管员安排卸货并根据采购订单、送货明细表、COA 等初检物料外观，同时按照一定比例抽验物资重量或数量。经初检合格后，仓管员在物料上附贴待检标识，并录入《请检单》，连带产品检验报告一起传递至质量部

进行物料质量检验，同时仓管员在物资收发卡上勾选待检。

②质量部质检员收到仓库的《请检单》及产品检验报告后，按照质量标准进行取样检验，依据检验结果判定结论为“合格”或“不合格”，并将填写完整的检验报告单提交质量部主管审核。

③质检合格物料，质量部质检员在系统中做合格放行处理，仓管员在系统中及时办理入库手续；同时质检员在《物资收发卡》合格处盖章，同时移除待检标志。对于质检不合格的物料，按规定移至不合格品区，仓储部代为保管，由相关部门裁定处置方案。

④验收中发现物资质量、数量有问题的，仓管员将物资移至不合格品区，质检员粘贴不合格品标签，并在《物资收发卡》不合格栏加盖红色 QC 章，相关部门按照《不合格品控制程序》规定执行处理，及时办理退换货或索赔。

⑤验收中对发现其他问题的待处理物料，不得办理入库手续，应单独存放做好标识，妥善代保管，防止混杂丢失、损坏。

## (2)产品入库

①生产完工产品，成品仓管员负责安排仓位作寄库处理，填写成品入库卡，并在成品状态栏勾选待检，同时在产品实物上附贴待检标志。生产车间人员与仓管员共同核对成品数量，核对无误后在成品寄库单上签字。生产车间填写《请检单》提请质量部进行检验，仓管员在《物资收发卡》上勾选待检。成品检验合格后质量部质检员在物资收发卡合格处盖章，仓管员移除待检标志。

②产品办理入库时，仓管员应清点所有成品清单及随机附件，保证产品完整无缺。

③产品入库单须记录入库日期、产品类别、产品名称及规格、数量等内容。

## 2、出库管理

### (1)原材料领用出库

①生产用原辅材料领用，仓管员须根据生产部门提供的领料单执行出库操作，进行物资收发卡出库登记和系统账务处理。

②仓管员依据领料单发料。

③领料人应保障生产工序用料充足。若发生现场余料不足时，生产部门填写情况说明，经生产计划部、财务部审核后提交仓储部进行领料，仓管员根据情况



说明中的数量、规格型号办理发料。其中，情况说明需明确超额领料的原因、生产批号、型号、领用数量等信息。

④其他用途物资领用，包括研发领料、设备调试领料、实验室领料等。需求人根据实际需要到仓管员办理领料，领料单经需求部门负责人审核，并明确领用部门、领用原因、领用数量规格等信息。仓管员在系统中执行其他领料单后，并提交仓库主管审核通过后执行。

⑤ 每月底，仓库管理员将纸质单据提供财务部，财务部审核领料单信息后，进行账务处理。

### (2)仓库调拨

存货在不同仓库、不同仓位间的调拨须统一填写调拨单，经仓储部负责人审核后执行。财务部按照调拨单调整存货明细账，确保业务账与财务账相符。

### (3)产品出库

①产品出库应按照先进先出原则。

②产品出库必须检查发料凭证是否正确无误，检查发出物资的编码、品名、规格、数量是否相符，检查应附技术证件和有关凭证是否齐全，并核对发料凭证与发出实物。

③销售出库内销产品由生产计划部填写《发货计划单》，仓储部根据《发货计划单》核实仓库实物，有异常的及时与营销部沟通。营销部单证专员通知物流公司，物流公司填写《装货通知单》对接仓储部，仓储部接到《装货通知单》与《发货计划单》核对，无异常的准备发货装运。仓管人员按照《装货通知单》核对出货商品并进行签字确认后开具放行单据，在金蝶 K3 系统中下推出库单。

对于出口商品，营销部签发《出运通知单》，仓库发货，具体报关流程参考《加工贸易管理制度》规定执行。

### 3、存货盘点

发行人存货盘点分月度、季度、半年度和年度盘点。发行人仓储部、财务部参与盘点工作，并编制盘点汇总表和盘点报告。

## 八、说明对报告期存货实施的监盘程序、监盘比例及监盘结果

报告期各期末，申报会计师对发行人的存货实施了监盘程序，具体情况如下：

### (一)监盘程序

## 1、监盘前

(1)了解发行人的盘存制度和相关内部控制，并进行控制测试，评价其有效性；

(2)获取发行人盘点计划，评估盘点计划是否合理、是否可操作；

(3)评价管理层用以记录和控制存货盘点结果的指令和程序，包括实施盘点和复盘程序、截止日前后期间出入库的控制等；

(4)在监盘前期向发行人下发存货盘点计划调查问卷，了解存货的内容、性质及存放地点等情况；

(5)编制存货监盘计划，评估参与监盘的项目组成员胜任能力，并将计划传达给项目组成员；

(6)合理安排监盘人员，对主要盘点小组的盘点过程进行监盘；

(7)观察盘点现场，在发行人盘点存货前，确定应纳入盘点范围的存货是否已经适当整理和排列，存货是否附有盘点标识，对未纳入盘点范围的存货，查明未纳入的原因。

## 2、监盘中

(1)实施存货监盘程序：确定发行人盘点人员是否遵守盘点计划；盘点过程是否有独立于存货实物保管责任的人员参与；关注实际盘点的存货是否包括在盘点范围内；关注所有应盘点的存货是否均已盘点等；

(2)执行抽盘程序：从存货盘点记录中选取项目追查至存货实物，以测试盘点记录的准确性；从存货实物中选取项目追查至存货盘点记录，以测试存货盘点记录的完整性；

(3)对盘点中存在的差异，进行适当处理：首先查明差异原因，并根据原因情况分别进行处理；如果差异较大，应当扩大检查范围或提请发行人重新盘点；

(4)特别关注存货的移动情况，防止遗漏或重复盘点。同时也需要关注存货的状况，观察发行人是否已经恰当区分所有毁损、陈旧、过时及残次的存货。

## 3、监盘后

(1)在发行人存货盘点结束前，再次观察存货盘点现场，以确定所有应纳入盘点范围的存货是否均已盘点；

(2)在发行人存货盘点结束前，取得并检查已填用的盘点表，查明已发放的

表单是否均已收回，并与存货盘点汇总记录表进行核对；

(3)取得并复核盘点结果汇总记录，评估其是否正确反映了存货盘点结果，完成存货监盘报告。

(二)监盘比例

报告期各期末，申报会计师按照监盘计划对主要存货实施了监盘程序，具体如下：

单位：万元

时点	存货类别	账面金额	监盘金额	监盘比例 (%)
2020 年末	原材料	5,111.84	4,620.79	90.39
	库存商品	1,652.80	1,652.57	99.99
	发出商品 <sup>注</sup>	2,213.64	247.20	11.17
	周转材料	198.00	5.69	2.87
	在产品	1,052.05	1,052.05	100.00
	合计	10,228.33	7,578.30	74.09
2019 年末	原材料	1,972.02	1,855.86	94.11
	库存商品	873.75	873.48	99.97
	发出商品	214.89	-	-
	周转材料	190.12	-	-
	在产品	476.15	476.15	100.00
	合计	3,726.93	3,205.49	86.01
2018 年末	原材料	1,769.69	981.29	55.45
	库存商品	603.92	517.77	85.73
	发出商品	197.79	-	-
	周转材料	120.61	-	-
	在产品	318.53	318.53	100.00
	合计	3,010.54	1,817.59	60.37

注：申报会计师对 2020 年期末存放于物流中转部的发出商品执行监盘程序，对已报关尚未完成清关手续的发出商品执行了检查出库单、报关单、期后签收单等替代测试

(三)监盘结果

经申报会计师监盘，发行人按照盘点计划执行各项盘点程序，盘点结果账实相符。

## 【核查程序及核查结论】

### 1、核查程序

(1) 获取并检查了发行人存货管理及存货核算内控制度，评价其相关内部控制设计和执行的有效性；

(2) 获取发行人报告期各期末存货明细表及其库龄情况，检查发行人是否存在长库龄、滞销存货及产生原因；结合存货监盘结果，关注存货库龄明细表中的长库龄、滞销存货信息是否准确；

(3) 了解发行人的生产及采购流程，获取发行人报告期各期末存货的主要订单信息，结合信息系统信息复核报告期各期末存货对应的订单金额是否准确；了解未对应订单的存货金额占比，及其原因，并分析其合理性；

(4) 询问发行人采购部、生产部、营销部人员，了解发行人主要材料采购周期、产品生产周期及产品供货周期情况，结合发行人实际存货周转率，分析是否合理；根据发行人报告期各期存货周转率情况，分析其波动原因；

(5) 检查发行人存货跌价准备计提政策，复核是否符合《企业会计准则》相关规定；获取发行人存货跌价准备计算过程，复核发行人存货跌价准备计提是否充分；检查发行人存货跌价准备转回/转销情况，关注存货跌价准备转回/转销依据是否充分、账务处理是否正确；

(6) 实地观察发行人各类产品的生产场地及生产流程，结合对发行人财务负责人的访谈，了解发行人有关成本核算的具体方法和流程，以及日常成本管理的相关措施；获取发行人报告期各期产品成本计算分配表，并与领料记录、材料费用分配表、人工费用和制造费用分配表等原始记录进行核对，分析各项产品成本料工费构成及其变动原因的合理性，抽取部分月度成本计算分配表进行重新计算，核查发行人成本计算和分配的准确性；关注发行人成本费用归集和结转是否和实际生产流转一致；

(7) 检查报告期发行人存货出入库记录，关注发行人是否存在产品退换货情况；询问发行人并结合主要客户访谈情况，关注发行人是否存在质量纠纷情况；

(8) 获取发行人仓库明细及其堆放存货明细，获取自有仓库的产权证；询问发行人日常存货的管理流程。

### 2、核查意见

经核查，申报会计师认为：报告期各期末发行人存在小额库龄较长、滞销存货，发行人已按照政策足额计提跌价准备，存货跌价准备计提充分，发行人无存货跌价准备转回情况，发行人存在因报废、领用等原因而发生存货跌价准备转销情况，发行人存货跌价准备政策及减值准备处理情况符合《企业会计准则》相关规定；报告期各期末原材料、在产品及库存商品和订单匹配度较高，发出商品均有订单支撑，符合发行人实际情况；报告期内，发行人存货周转天数一般维持在2个月左右，存货周转率未见异常波动；报告期内，发行人成本费用的归集和结转和实际生产流转一致；报告期内，发行人存在少量退换货情形，无质量纠纷情况；报告期内，发行人利用自有仓库和租赁仓库堆放存货，仓库使用率为100%，发行人已建立存货保管制度，对各项存货的出入库及保管流程予以规定。

#### **14. 关于固定资产与在建工程**

申报材料显示，报告期内公司固定资产主要为房屋及建筑物、机械设备。公司递延所得税负债主要系2018年度、2019年度确认固定资产加速折旧产生的应纳税时间性差异所致。

请发行人：

(1) 说明发行人主要机械设备的来源构成及入账时间，固定资产成新率统计是否准确；

(2) 对比同行业可比公司分析并披露发行人固定资产折旧方法、年限是否谨慎合理；

(3) 补充披露报告期内发行人计提固定资产减值准备对应资产的主要内容、计提原因及依据，可变现净值及减值金额的确定方法，是否符合《企业会计准则》的规定；

(4) 补充披露报告期各期末其他固定资产是否存在减值迹象，发行人对固定资产减值测试情况，减值准备计提是否充分；

(5) 补充披露报告期各期外购设备由在建工程转入固定资产所需周期，是否存在延迟转固情形，是否存在将应费用化的支出资本化的情形；

(6) 说明固定资产加速折旧有关情况以及相关会计处理是否符合《企业会计准则》的有关规定；

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

## 【回复】

### 一、说明发行人主要机械设备的来源构成及入账时间，固定资产成新率统计是否准确

发行人主要机械设备均来自于外部采购，在资产达到预定可使用状态时计入固定资产，固定资产成新率取自资产账面净值/资产账面原值的计算结果。个别固定资产的账面净值与按入账时间根据折旧政策计算的结果存在差异，主要系固定资产更新改造所致，发行人固定资产成新率统计准确。

截至 2020 年 12 月 31 日，发行人主要机械设备的具体使用情况如下：

单位:万元

序号	设备名称	数量 (台/套)	账面原值 (万元)	账面净值 (万元)	成新率 (%)	入账时间	取得方式
1	日本包装机	2	943.82	936.34	99.21	2020 年 11 月	购买
2	日本进口折叠机	1	882.42	128.67	14.58	2011 年 12 月	购买
3	日本进口折叠机	1	620.01	443.48	71.53	2017 年 12 月	购买
4	二期日本折叠机	1	609.37	298.03	48.91	2015 年 8 月	购买
5	二厂净化设备	1	605.01	591.04	97.69	2020 年 9 月	购买
6	日本进口包装机	1	540.84	78.49	14.51	2011 年 12 月	购买
7	二期日本包装机	1	515.07	254.10	49.33	2015 年 8 月	购买
8	美国爱思诺筒装打孔复卷机	1	372.89	189.87	50.92	2015 年 10 月	购买
9	土耳其折叠机	1	368.68	324.90	88.13	2019 年 9 月	购买
10	日本进口包装机	1	359.50	257.18	71.54	2017 年 12 月	购买
11	全自动棉柔巾生产线	1	343.36	343.36	100.00	2020 年 12 月	购买
12	美国爱思诺筒装打孔复卷机	1	312.04	121.83	39.04	2014 年 7 月	购买
13	意大利包装机	1	298.34	262.91	88.12	2019 年 9 月	购买
14	桶装线复卷机	9	246.90	241.04	97.63	2020 年 9 月	购买
15	全自动湿巾生产线	1	238.94	233.26	97.62	2020 年 9 月	购买
16	CB 全自动湿纸巾复合包装机	1	202.59	178.53	88.12	2019 年 9 月	购买
17	二合一折叠机	1	201.99	67.67	33.50	2013 年 12 月	购买
18	全自动湿纸巾复合包装机	1	200.85	162.69	81.00	2018 年 12 月	购买

序号	设备名称	数量 (台/套)	账面原值 (万元)	账面净值 (万元)	成新率 (%)	入账时间	取得方式
19	土耳其折叠机	1	196.59	196.59	100.00	2020年12月	购买
20	湿巾折叠机	1	192.31	100.96	52.50	2015年12月	购买
21	全自动筒装卷式抹布灌装机	1	191.31	76.20	39.83	2014年8月	购买
22	码垛机	3	181.50	177.19	97.63	2020年9月	购买
23	纯化水设备+EDI	1	172.57	168.47	97.62	2020年9月	购买
24	全自动纸卷装瓶机	6	169.91	169.91	100.00	2020年12月	购买
25	高速折叠机	1	154.87	148.74	96.04	2020年7月	购买
26	双并联机器人粘盖机	2	152.21	148.60	97.63	2020年9月	购买
27	双并联机器人加盖机	2	152.21	151.01	99.21	2020年11月	购买
28	纯化水设备+EDI	1	152.90	146.85	96.04	2020年7月	购买
29	二级反渗透纯化水设备+EDI	1	146.67	72.36	49.34	2015年8月	购买
30	二厂水电设备	1	144.29	140.86	97.62	2020年9月	购买
31	高速折叠机	1	138.73	131.04	94.46	2020年5月	购买
32	土耳其加盖机	1	122.08	107.58	88.12	2019年9月	购买
33	以色列进口筒装湿巾加液机	1	117.14	50.37	43.00	2014年12月	购买
34	自动装箱系统	1	114.53	89.14	77.83	2018年8月	购买
35	以色列进口桶装封口机	1	108.85	46.80	42.99	2014年12月	购买
36	棉柔巾包装机	2	106.19	106.19	100.00	2020年12月	购买
合计		55	10,577.48	7,342.25	69.41	——	

## 二、对比同行业可比公司分析并披露发行人固定资产折旧方法、年限是否谨慎合理

### (一)发行人固定资产折旧政策

发行人按单项固定资产计提折旧，在固定资产达到预定可使用状态的次月起采用年限平均法计提折旧，并按固定资产的类别、估计的经济使用年限和预计的净残值率确定折旧政策如下：

固定资产类别	折旧方法	折旧年限（年）	残值率（%）
房屋建筑物	年限平均法	20	5
机械设备	年限平均法	3-10	5
运输设备	年限平均法	4	5
其他设备	年限平均法	3-10	5

(二)发行人与同行业可比公司固定资产折旧政策对比

公司简称	项目	房屋建筑物	机械设备	运输设备	其他设备
维尼健康	折旧方法	/	年限平均法	年限平均法	年限平均法
	折旧年限（年）	/	5-10	5	5
	残值率（%）	/	5	5	5
中顺洁柔	折旧方法	年限平均法	年限平均法	年限平均法	年限平均法
	折旧年限（年）	20、30	10-20	5、8、14	1-5、8
	残值率（%）	5、10	5、10	5、10	5、10
倍加洁	折旧方法	年限平均法	年限平均法	年限平均法	年限平均法
	折旧年限（年）	20	10	4	3、5
	残值率（%）	5	5	5	5
诺邦股份	折旧方法	年限平均法	年限平均法	年限平均法	年限平均法
	折旧年限（年）	10-30	5-12	5	10
	残值率（%）	5	5	5	5
欣龙控股	折旧方法	年限平均法	年限平均法	年限平均法	年限平均法
	折旧年限（年）	20-40	10-13	8-10	5-8
	残值率（%）	5	5	5	5
发行人	折旧方法	年限平均法	年限平均法	年限平均法	年限平均法
	折旧年限（年）	20	3-10	4	3-10
	残值率（%）	5	5	5	5

综上，发行人与同行业可比公司固定资产折旧方法均为年限平均法，其同类固定资产使用的折旧年限、残值率不存在明显差异。发行人固定资产折旧政策符合发行人实际情况，折旧计提政策谨慎合理。

**三、补充披露报告期内发行人计提固定资产减值准备对应资产的主要内容、计提原因及依据，可变现净值及减值金额的确定方法，是否符合《企业会计准则》的规定**



截至 2020 年 12 月 31 日，发行人计提固定资产减值准备对应的资产明细如下：

单位：万元

序号	资产名称	资产原值	累计折旧金额	减值金额	资产账面价值	计提减值年度	减值原因及依据
1	日本进口面膜机	423.80	173.21	250.59	-	报告期前	注 1
2	日本进口面膜机	383.91	142.20	241.71	-	报告期前	
3	日本进口盒装面膜机	149.99	37.60	112.39	-	报告期前	
4	湿巾折叠机	129.91	108.96	20.95	-	2019 年	注 2
5	枕式包装机	102.31	64.57	37.74	-	2019 年	
6	枕式包装机	102.31	64.57	37.74	-	2019 年	
7	日本进口面膜机	381.17	301.31	79.86	-	2019 年	
合计		1,673.40	892.42	780.98	-	——	

注 1：发行人根据客户需求，积极开发面膜类业务，从国外进口了全自动面膜机，该设备自动化程度高，适用于批量生产，缺点是产品适应性较差，无法满足多样性产品需求，随着发行人产品迭代升级，该设备逐渐被适应性强的国产面膜机替代，造成该类设备最终闲置

注 2：发行人于 2019 年度对部分旧设备进行更新换代，该类设备因待报废或闲置存在减值

发行人计提减值准备的资产为专用机器设备，考虑其通用性较差，变现难度大，发行人基于谨慎性原则，按照账面净值全额计提减值准备，符合《企业会计准则》相关规定。

#### 四、补充披露报告期各期末其他固定资产是否存在减值迹象，发行人对固定资产减值测试情况，减值准备计提是否充分

发行人按照《企业会计准则》相关规定，制定了长期资产减值会计政策，发行人按照会计政策的规定于资产负债表日判断固定资产是否存在减值迹象，如存在减值迹象的，发行人将估计其可收回金额，进行减值测试。

##### (一)减值测试方法

存在以下迹象的，表明资产可能发生了减值：

1、资产的市价当期大幅度下跌，其跌幅明显高于因时间的推移或者正常使用而预计的下跌。

2、企业经营所处的经济、技术或者法律等环境以及资产所处的市场在当期或者将在近期发生重大变化，从而对企业产生不利影响。

3、市场利率或者其他市场投资报酬率在当期已经提高，从而影响企业计算资产预计未来现金流量现值的折现率，导致资产可收回金额大幅度降低。

4、有证据表明资产已经陈旧过时或者其实体已经损坏。

5、资产已经或者将被闲置、终止使用或者计划提前处置。

6、企业内部报告的证据表明资产的经济绩效已经低于或者将低于预期，如资产所创造的净现金流量或者实现的营业利润（或者亏损）远远低于（或者高于）预计金额等。

7、其他表明资产可能已经发生减值的迹象。

## (二)减值测试结果

报告期内发行人整体经营状况良好，未出现对经营发展产生影响的重大不利因素；结合报告期各期末资产盘点及各生产线产出情况，发行人对拟淘汰等闲置设备已足额计提减值准备，其他各类资产均在正常使用，不存在资产闲置或毁损待报废等减值迹象，发行人减值准备已充分计提。

## 五、补充披露报告期各期外购设备由在建工程转入固定资产所需周期，是否存在延迟转固情形，是否存在将应费用化的支出资本化的情形

报告期各期，发行人对需要安装、调试的设备，于设备到货时计入在建工程，经安装调试完成，从在建工程转入固定资产。安装调试时间长短取决于设备调试的复杂性和难易程度，部分进口成套设备因需要国外技术专家现场调试和指导，安装调试时间较长。发行人安装调试设备转固明细情况如下：

### (一)2020 年度

序号	设备名称	设备转固金额（万元）				到厂时间	转固时间
		不含税合同额	进口报关税费	安装时发生的其他费用	合计		
1	日本包装机 2 台	872.10	71.72	-	943.82	2020.07	2020.11
2	二厂净化设备	550.46	-	54.55	605.01	2020.08	2020.09
3	全自动棉柔巾生产线	343.36	-	-	343.36	2020.08	2020.12
4	桶装线复卷机 9 台	246.90	-	-	246.90	2020.08	2020.09
5	高速折叠包装机	238.94	-	-	238.94	2020.09	2020.09
6	土耳其折叠机	195.71	-	0.87	196.59	2020.11	2020.12
7	码垛机 3 台	181.50	-	-	181.50	2020.08	2020.09
8	纯化水设备及分配系统	172.57	-	-	172.57	2020.08	2020.09

序号	设备名称	设备转固金额（万元）				到厂时间	转固时间
		不含税合同额	进口报关税费	安装时发生的其他费用	合计		
9	全自动纸卷装瓶机 6 台	169.91	-	-	169.91	2020.12	2020.12
10	高速折叠机	154.87	-	-	154.87	2020.06	2020.07
11	双并联机器人加盖机 2 台	152.21	-	-	152.21	2020.09	2020.11
12	双并联机器人粘盖机 2 台	152.21	-	-	152.21	2020.08	2020.09
13	一期纯化水设备及分配系统	142.39	-	10.51	152.90	2020.07	2020.07
14	高速折叠机	137.17	-	1.56	138.73	2020.05	2020.05
15	棉柔巾包装机 2 台	106.19	-	-	106.19	2020.09	2020.12
16	全自动理瓶机 3 台	79.65	-	-	79.65	2020.08	2020.09
17	全自动装箱机 3 台	78.27	-	-	78.27	2020.08	2020.09
18	配料罐及称重系统	70.80	-	-	70.80	2020.08	2020.09
19	自动粘盖机械手	69.03	-	-	69.03	2020.04	2020.05
20	全自动灌装机 3 台	66.37	-	-	66.37	2020.08	2020.09
21	二厂水电设备	64.22	-	80.07	144.29	2020.08	2020.09
22	码垛机	63.72	-	-	63.72	2020.07	2020.07
23	配料系统	63.72	-	-	63.72	2020.08	2020.09
24	全伺服自动包装机	61.95	-	-	61.95	2020.06	2020.07
25	码垛机	60.93	-	-	60.93	2020.08	2020.09
26	中包装箱机 1	60.18	-	-	60.18	2019.09	2020.07
27	中包装箱机 2	60.18	-	-	60.18	2020.07	2020.07
28	棉柔巾包装机	53.10	-	0.21	53.31	2020.05	2020.05
29	全自动纸卷装瓶机 2 台	50.15	-	-	50.15	2020.09	2020.09
30	棉柔巾线净化系统	49.13	-	-	49.13	2020.08	2020.12
31	装箱机	47.39	-	-	47.39	2020.08	2020.09
32	二期空压机 1	35.34	-	-	35.34	2020.06	2020.07
33	二期空压机 2	34.34	-	-	34.34	2020.07	2020.08
34	二期纯化水设备及分配系统	33.63	-	-	33.63	2020.09	2020.12
35	绕膜机	31.31	-	-	31.31	2020.08	2020.09
36	棉柔巾折叠机	24.07	-	0.31	24.38	2020.05	2020.05
37	其他零星设备	1,377.73	-	-	1,377.73	陆续到货	陆续转固
合计		6,351.69	71.72	148.08	6,571.50	——	——

(二)2019 年度

序号	设备名称	设备转固金额（万元）				到厂时间	转固时间
		不含税合同额	进口报关税费	安装时发生的其他费用	合计		
1	土耳其折叠机	353.79	2.07	12.82	368.68	2019.07	2019.09
2	意大利包装机	263.63	23.63	11.08	298.34	2019.05	2019.09
3	CB 全自动湿纸巾复合包装机	202.59	-	-	202.59	2019.03	2019.09
4	土耳其加盖机	117.15	0.68	4.25	122.08	2019.07	2019.09
5	其他零星设备	69.29	-	8.37	77.66	陆续到货	陆续转固
合计		1,006.45	26.38	36.52	1,069.35	——	——

注：土耳其折叠机、意大利包装机、土耳其加盖机属于同一生产线；CB 全自动湿纸巾复合包装机为国外进口设备，安装调试过程复杂，持续周期较长

(三)2018 年度

序号	设备名称	设备转固金额（万元）				到厂时间	转固时间
		不含税合同额	进口报关税费	安装时发生的其他费用	合计		
1	全自动湿纸巾复合包装机	200.85	-	-	200.85	2017.11	2018.12
2	其他零星设备	0.94	3.03	-	3.97	——	——
合计		201.79	3.03	-	204.82	——	——

注 1：全自动湿纸巾复合包装机为国外进口设备，安装调试过程复杂，经历多次调试后才满足发行人的功能要求，发行人与调试合格当月转入固定资产

注 2：本期发生的进口报关税费为前期结算尾款于本期入账形成

发行人于设备安装调试完成达到预定可使用状态时，由在建工程转入固定资产，不存在延迟转固情形。发行人外购设备的转固成本，主要由设备价款、进口关税及安装调试费等构成，发行人不存在将应费用化的支出资本化的情形。

## 六、说明固定资产加速折旧有关情况以及相关会计处理是否符合《企业会计准则》的有关规定

### (一)固定资产加速折旧相关企业所得税政策

根据财政部和国家税务总局联合发布的《关于设备、器具扣除有关企业所得税政策的通知》（财税 2018〔54〕号）及国家税务总局发布的《关于设备、器具扣除有关企业所得税政策执行问题的公告》（国家税务总局公告 2018 年第 46 号），发行人在 2018 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日期间新购进的设备、器具，单位价值不超过 500 万元的，允许一次性计入当期成本费用在计算应纳税所得额时扣

除，不再分年度计算折旧；单位价值超过 500 万元的，仍按企业所得税法实施条例、《财政部、国家税务总局关于完善固定资产加速折旧企业所得税政策的通知》（财税〔2014〕75 号）、《财政部、国家税务总局关于进一步完善固定资产加速折旧企业所得税政策的通知》（财税〔2015〕106 号）等相关规定执行。

## （二）发行人相关会计处理

报告期内，发行人固定资产折旧计提均采用年限平均法，不涉及固定资产加速折旧情形。但发行人在计算各期应纳税所得额时，存在按照上述相关税法政策，将满足条件的设备、器具类资产价值选择享受一次性税前扣除政策，导致按照税法计算的可以扣除的折旧金额和按照会计政策计算的折旧金额存在差异，由此产生的应纳税暂时性差异，按照《企业会计准则第 18 号-所得税》的规定，确认递延所得税负债。

发行人对上述应纳税暂时性差异确认递延所得税负债的账务处理符合《企业会计准则》相关规定。

### 【核查程序及核查结论】

#### 1、核查程序

(1)获取发行人有关固定资产、在建工程的内部控制制度，评价其相关内部控制设计和执行的有效性；

(2)检查发行人主要机械设备的来源构成及入账时间，复核资产成新率统计是否准确；

(3)检查发行人披露的固定资产折旧政策，复核固定资产卡片中设置的折旧年限、残值率和披露的折旧政策是否一致，并对发行人的折旧予以重新计算；

(4)查阅同行业可比公司固定资产折旧方法、年限，与发行人固定资产折旧方法、年限进行对比，分析差异原因是否合理；

(5)询问设备部和财务人员，了解发行人固定资产减值准备计提政策，关注已计提减值准备资产计提原因、依据及减值金额的确定方法，评估是否合理；

(6)结合实地盘点及各产线产出情况，关注资产的使用状况，是否有其他闲置、报废等存在减值迹象资产未计提减值准备情形；

(7)检查发行人资产转固对应的转固依据，获取设备调试记录、验收报告，关注转固时点及转固金额的准确性，关注是否存在延迟转固情形及是否存在将应

费用化的支出资本化的情形；

(8)分析发行人固定资产加速折旧是否满足税法政策规定，复核因加速折旧确认的递延所得税负债会计处理是否符合《企业会计准则》相关规定。

## 2、核查结论

经核查，申报会计师认为：发行人主要机械设备来源于外购，固定资产成新率计算正确；发行人与同行业可比公司的固定资产折旧方法、年限不存在明显差异，发行人固定资产折旧政策谨慎合理；发行人对存在减值迹象的固定资产计提减值准备原因合理、依据充分，符合《企业会计准则》相关规定；报告期各期末发行人不存在其他有减值迹象的固定资产，发行人固定资产减值准备计提充分；发行人于相关资产达到预定可使用状态时转入固定资产，不存在延迟转固情形；发行人按照设备价款、进口关税及安装调试费等资产达到预定可使用状态前所发生的可归属于该项资产的必要支出金额进行转固，不存在将应费用化的支出资本化的情形；发行人固定资产均采用年限平均法计提折旧，税务处理上存在对满足条件的资产一次性纳税扣除的情形，发行人相关会计处理符合《企业会计准则》相关规定。

## 15. 关于应付票据和应付账款

申报材料显示，报告期各期末，公司应付票据余额分别为 5,388.71 万元、6,038.50 万元和 5,107.27 万元，公司应付账款余额分别为 5,308.13 万元、3,568.08 万元和 3,607.86 万元。

请发行人：

(1)补充披露报告期各期末应付票据、应付货款的前五名欠款对象、采购内容、金额、占比、欠款期限及期后支付情况；

(2)补充披露前五名应付票据、应付货款对象与报告期内主要供应商之间的匹配性，结合公司付款政策、供应商资金规模、市场地位、采购规模，说明前五大应付票据、应付账款对象与主要供应商是否存在差异，以及差异原因及合理性；

(3)补充披露发行人应付票据和应付账款的账龄情况，是否存在账龄超过 1 年的应付款项，款项长时间未结算的原因及合理性；

(4)说明应付工程设备款对应的工程设备名称，与发行人其他会计科目的勾

稽关系。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、补充披露报告期各期末应付票据、应付货款的前五名欠款对象、采购内容、金额、占比、欠款期限及期后支付情况

(一)报告期各期末应付票据前五名欠款对象情况

单位：万元

2020.12.31						
序号	单位名称	采购内容	金额	占应付票据期末余额比例(%)	欠款期限	期后付款金额
1	大连瑞光非织造布集团有限公司	无纺布	5,600.00	30.33	6个月以内	2,150.00
2	安徽金春无纺布股份有限公司	无纺布	4,046.31	21.92		622.32
3	黄山永新股份有限公司	包材	1,030.56	5.58		258.59
4	上海市松江印刷厂有限公司	标贴、包材	868.65	4.70		330.65
5	浙江金三发卫生材料科技有限公司	无纺布	802.63	4.35		644.98
合计		——	12,348.15	66.88	——	4,006.54
2019.12.31						
序号	单位名称	采购内容	金额	占应付票据期末余额比例(%)	欠款期限	期后付款金额
1	大连瑞光非织造布集团有限公司	无纺布	2,042.10	39.98	6个月以内	2,042.10
2	安徽金春无纺布股份有限公司	无纺布	732.53	14.34		732.53
3	绍兴舒洁雅无纺材料有限公司	无纺布	433.91	8.50		433.91
4	上海市松江印刷厂有限公司	标贴、包材	322.48	6.31		322.48
5	黄山永新股份有限公司	包材	282.27	5.53		282.27
合计		——	3,813.29	74.66	——	3,813.29
2018.12.31						
序号	单位名称	采购内容	金额	占应付票据期末余额比例(%)	欠款期限	期后付款金额
1	安徽金春无纺布股份有限公司	无纺布	2,201.82	36.46	6个月以内	2,201.82
2	大连瑞光非织造布集团有限公司	无纺布	1,270.55	21.04		1,270.55
3	上海市松江印刷厂有限公司	标贴、包材	426.79	7.07		426.79
4	黄山永新股份有限公司	包材	290.36	4.81		290.36
5	浙江金三发非织造布有限公司	无纺布	251.66	4.17		251.66
合计		——	4,441.18	73.55	——	4,441.18

注1：浙江金三发非织造布有限公司2019年更名为浙江金三发卫生材料科技有限公司

注2：期后付款金额统计截至2021年3月17日

(二)报告期各期末应付货款前五名欠款对象情况

单位：万元

2020.12.31						
序号	单位名称	采购内容	金额	占应付货款期末余额比例 (%)	欠款期限	期后付款金额
1	金佰利(中国)有限公司	无纺布	1,624.68	15.52	1年以内	910.18
2	贝里精英包装(嘉兴)有限公司	包材	1,374.33	13.13	1年以内	1,277.02
3	爱博斯塑料(合肥)有限公司	包材	967.81	9.24	1年以内	936.37
4	上海市松江印刷厂有限公司	标贴、包材	726.40	6.94	1年以内	269.36
5	黄山永新股份有限公司	包材	577.57	5.52	1年以内	503.15
合计		——	5,270.79	50.35	——	3,896.08
2019.12.31						
序号	单位名称	采购内容	金额	占应付货款期末余额比例 (%)	欠款期限	期后付款金额
1	金佰利(中国)有限公司	无纺布	1,280.51	40.74	1年以内	1,280.51
2	上海市松江印刷厂有限公司	标贴、包材	262.19	8.34	1年以内	262.19
3	昆山市张浦彩印厂	标贴、包材	181.82	5.79	1年以内	181.82
4	上海禾诗家化妆品有限公司	溶液原料	176.01	5.60	1年以内	176.01
5	黄山永新股份有限公司	包材	119.53	3.80	1年以内	119.53
合计		——	2,020.06	64.27	——	2,020.06
2018.12.31						
序号	单位名称	采购内容	金额	占应付货款期末余额比例 (%)	欠款期限	期后付款金额
1	金佰利(中国)有限公司	无纺布	1,082.12	35.40	1年以内	1,082.12
2	昆山市张浦彩印厂	标贴、包材	358.74	11.74	1年以内	358.74
3	上海市松江印刷厂有限公司	标贴、包材	227.24	7.44	1年以内	227.24
4	上海禾诗家化妆品有限公司	溶液原料	167.36	5.48	1年以内	167.36
5	安徽金春无纺布股份有限公司	无纺布	144.27	4.72	1年以内	144.27
合计		——	1,979.73	64.78	——	1,979.73

**二、补充披露前五名应付票据、应付货款对象与报告期内主要供应商之间的匹配性，结合公司付款政策、供应商资金规模、市场地位、采购规模，说明前五大应付票据、应付账款对象与主要供应商是否存在差异，以及差异原因及合理性**

发行人根据原材料市场供需现状，上游货款供应商的议价能力，发行人与供应商协商确定信用期以及支付方式，如现款现货或给予一定信用期的付款政策，



承兑汇票或现汇方式付款，信用期一般在 1-3 个月。信用期及付款方式的不同，导致部分主要货款供应商非前五名应付票据或非前五名应付货款对象情形。

同时，因发行人月度采购金额不均衡，出现了主要供应商非前五名应付票据或非前五名应付货款对象情形。具体情况如下：

(一) 2020 年 12 月 31 日/2020 年度

1、前五名应付票据、前五名应付货款及前五户材料供应商匹配情况

单位：万元

序号	前五名应付票据	期末应付 票据余额	当期采购额	是否为前五大 材料供应商	原因
1	大连瑞光非织造布集团有限公司	5,600.00	<b>7,740.63</b>	是	---
2	安徽金春无纺布股份有限公司	4,046.31	5,727.46	是	---
3	黄山永新股份有限公司	1,030.56	1,801.86	否	包材供应商，采购额相对较小且采用承兑汇票结算
4	上海市松江印刷厂有限公司	868.65	1,634.44	否	标贴、包材供应商，采购额相对较小且采用承兑汇票结算
5	浙江金三发卫生材料科技有限公司	802.63	989.50	否	无纺布供应商，采购额相对较小且采用承兑汇票结算
序号	前五名应付货款	期末应付 账款余额	当期采购额	是否为前五大 材料供应商	原因
1	金佰利（中国）有限公司	1,624.68	-	否	详见注 3
2	贝里精英包装（嘉兴）有限公司	1,374.33	1,522.43	是	-
3	爱博斯塑料（合肥）有限公司	967.81	1,413.75	是	-
4	上海市松江印刷厂有限公司	726.40	1,634.44	否	标贴、包材供应商，采购额相对较小
5	黄山永新股份有限公司	577.57	1,801.86	否	包材供应商，采购额相对较小
序号	前五大材料供应商	当期 采购额	期末应付票 据余额	是否为应付票 据余额前五大	原因
1	大连瑞光非织造布集团有限公司	<b>7,740.63</b>	5,600.00	是	---
2	安徽金春无纺布股份有限公司	5,727.46	4,046.31	是	---
3	杭州诺邦无纺股份有限公司	2,989.20	-	否	无纺布供应商，采购额较大且采用现汇结算
4	贝里精英包装（嘉兴）有限公司、 爱博斯塑料（合肥）有限公司	2,936.18	-	否	包材供应商，采购额较大且采用现汇结算
5	赛得利（中国）纤维有限公司	<b>2,838.96</b>	-	否	无纺布供应商，采购额较大且采用现汇结算

序号	前五大材料供应商	当期采购额	期末应付货款余额	是否为应付货款余额前五大	原因
1	大连瑞光非织造布集团有限公司	7,740.63	-	否	现款现货结算
2	安徽金春无纺布股份有限公司	5,727.46	236.09	否	2020年11月起付款周期由票到1月内付款变更为票到1月内支付30%现汇支付70%承兑汇票且需当月付清,期末余额系临近期末采购额暂估款
3	杭州诺邦无纺股份有限公司	2,989.20	158.24	否	月度采购额差异,临近期末的采购额较小形成期末较小的应付账款余额
4	贝里精英包装(嘉兴)有限公司、爱博斯塑料(合肥)有限公司	2,936.18	2,342.14	是	票到2个月内付现汇,临近期末的采购额较大形成期末较大的应付账款余额
5	赛得利(中国)纤维有限公司	2,838.96	397.88	否	票到1月内付现汇,信用额度为900万,为保证供货稳定,货款支付较为及时,导致期末的应付账款余额较小

注3:发行人向金佰利集团采购无纺布用于产品生产,现根据业务实质,出于谨慎性原则采取净额法进行收入核算,同时将其当期采购额予以扣减,因此金佰利集团在前五名应付货款对象中,不在前五大材料供应商之中。

2、前五名应付票据、前五名应付货款及前五大应付材料款供应商资金规模、付款政策及市场地位情况

单位:万元

序号	单位名称	性质	资金规模(注册资本)	付款政策	市场地位
1	大连瑞光非织造布集团有限公司	前五名应付票据 前五大材料供应商	1,136.8万元	发货前承兑支付	行业知名企业
2	安徽金春无纺布股份有限公司	前五名应付票据 前五大材料供应商	12,000万元	票到1月内支付30%现汇 支付70%承兑汇票	行业知名企业
3	黄山永新股份有限公司	前五名应付票据 前五名应付货款	50,361.67万元	票到1月承兑支付	行业知名企业
4	上海市松江印刷厂有限公司	前五名应付票据 前五名应付货款	200万元	验收合格2月承兑支付	行业一般企业
5	贝里精英包装(嘉兴)有限公司	前五名应付货款 前五大材料供应商	3,760万美元	票到2月现汇支付	行业知名企业
6	金佰利(中国)有限公司	前五名应付货款	8,431.964 万美元	票到3月现汇支付	行业知名企业
7	杭州诺邦无纺股份有限公司	前五大材料供应商	12,000万元	票到1月现汇支付	行业知名企业
8	爱博斯塑料(合肥)有限公司	前五名应付货款 前五大材料供应商	1,514万欧元	票到2月现汇支付	行业知名企业
9	赛得利(中国)纤维有限公司	前五大材料供应商	140,000万元	票到1月内付现汇,信用 额度为900万	行业知名企业
10	浙江金三发卫生材料科技有限公司	前五名应付票据	6,240万元	票到1月承兑支付	行业知名企业

(二)2019年12月31日/2019年度

1、前五名应付票据、前五名应付货款及前五户材料供应商匹配情况

单位：万元

序号	前五名应付票据	期末应付票据余额	当期采购额	是否为前五大材料供应商	原因
1	大连瑞光非织造布集团有限公司	2,042.10	4,891.44	是	---
2	安徽金春无纺布股份有限公司	732.53	912.25	是	---
3	绍兴舒洁雅无纺材料有限公司	433.91	577.47	否	无纺布供应商，采购额相对较小且采用承兑汇票结算
4	上海市松江印刷厂有限公司	322.48	628.33	否	标贴、包材供应商，采购额相对较小且采用承兑汇票结算
5	黄山永新股份有限公司	282.27	504.12	否	包材供应商，采购额相对较小且采用承兑汇票结算
序号	前五名应付货款	期末应付账款余额	当期采购额	是否为前五大材料供应商	原因
1	金佰利（中国）有限公司	1,280.51	-	否	详见注3
2	上海市松江印刷厂有限公司	262.19	628.33	否	标贴、包材供应商，采购额相对较小
3	昆山市张浦彩印厂	181.82	774.49	是	---
4	上海禾诗家化妆品有限公司	176.01	695.87	是	---
5	黄山永新股份有限公司	119.53	504.12	否	包材供应商，采购额相对较小
序号	前五大材料供应商	当期采购额	期末应付票据余额	是否为应付票据余额前五大	原因
1	大连瑞光非织造布集团有限公司	4,891.44	2,042.10	是	---
2	安徽金春无纺布股份有限公司	912.25	732.53	是	---
3	昆山市张浦彩印厂	774.49	-	否	标贴、包材供应商，采购额相对较大且采用现汇结算
4	杭州诺邦无纺股份有限公司	763.63	-	否	无纺布供应商，采购额较大且采用现汇结算
5	上海禾诗家化妆品有限公司	695.87	-	否	溶液供应商，采购额较大且采用现汇结算
序号	前五大材料供应商	当期采购额	期末应付货款余额	是否为应付货款余额前五大	原因
1	大连瑞光非织造布集团有限公司	4,891.44	-	否	现款现货结算
2	安徽金春无纺布股份有限公司	912.25	33.64	否	期末采购款均于当月付款结清
3	昆山市张浦彩印厂	774.49	181.82	是	---
4	杭州诺邦无纺股份有限公司	763.63	71.13	否	月度采购额差异，临近期末的采购额较小形成期末较小的应付账款余额
5	上海禾诗家化妆品有限公司	695.87	176.01	是	---

2、前五名应付票据、前五名应付货款及前五大应付材料供应商资金规模、

付款政策及市场地位情况：

单位：万元

序号	单位名称	性质	资金规模 (注册资本)	付款政策	市场地位
1	大连瑞光非织造布集团有限公司	前五名应付票据 前五大材料供应商	1,136.8 万元	发货前承兑支付	行业知名企业
2	安徽金春无纺布股份有限公司	前五名应付票据 前五大材料供应商	9,000 万元	票到 1 月承兑支付	行业知名企业
3	绍兴舒洁雅无纺材料有限公司	前五名应付票据	1,780 万元	发货前承兑支付	行业知名企业
4	上海市松江印刷厂有限公司	前五名应付票据 前五名应付货款	200 万元	验收合格 2 月承兑支付	行业一般企业
5	黄山永新股份有限公司	前五名应付票据 前五名应付货款	50,361.67 万 元	票到 1 月承兑支付	行业知名企业
6	金佰利（中国）有限公司	前五名应付货款	8,431.964 万 美元	票到 3 月现汇支付	行业知名企业
7	杭州诺邦无纺股份有限公司	前五大材料供应商	12,000 万元	票到 1 月现汇支付	行业知名企业
8	昆山市张浦彩印厂	前五大材料供应商 前五名应付货款	25,016 万元	票到 2 月现汇支付	行业知名企业
9	上海禾诗家化妆品有限公司	前五名应付货款 前五大材料供应商	1,400 万元	票到 45 天现汇支付	行业知名企业

(三) 2018 年 12 月 31 日/2018 年度

1、前五名应付票据、前五名应付货款及前五户材料供应商匹配情况

单位：万元

序号	前五名应付票据	期末应付 票据余额	当期采购额	是否为前五大 材料供应商	原因
1	安徽金春无纺布股份有限公司	2,201.82	3,661.67	是	---
2	大连瑞光非织造布集团有限公司	1,270.55	2,760.40	是	---
3	上海市松江印刷厂有限公司	426.79	635.08	否	标贴、包材供应商，采购额相对较小且采用承兑汇票结算
4	黄山永新股份有限公司	290.36	302.63	否	包材供应商，采购额相对较小且采用承兑汇票结算
5	浙江金三发非织造布有限公司	251.66	1,030.97	是	---
序号	前五名应付货款	期末应付 账款余额	当期采购额	是否为前五大 材料供应商	原因
1	金佰利（中国）有限公司	1,082.12	-	否	详见注 3
2	昆山市张浦彩印厂	358.74	967.72	是	---
3	上海市松江印刷厂有限公司	227.24	635.08	否	标贴、包材供应商，采购额相对较小
4	上海禾诗家化妆品有限公司	167.36	648.85	是	---
5	安徽金春无纺布股份有限公司	144.27	3,661.67	是	---

序号	前五大材料供应商	当期采购额	期末应付票据余额	是否为应付票据余额前五大	原因
1	安徽金春无纺布股份有限公司	3,661.67	2,201.82	是	---
2	大连瑞光非织造布集团有限公司	2,760.40	1,270.55	是	---
3	浙江金三发非织造布有限公司	1,030.97	251.66	是	---
4	昆山市张浦彩印厂	967.72	-	否	标贴、包材供应商，采购额相对较大且采用现汇结算
5	上海禾诗家化妆品有限公司	648.85	-	否	溶液供应商，采用现汇结算
序号	前五大材料供应商	当期采购额	期末应付货款余额	是否为应付货款余额前五大	原因
1	安徽金春无纺布股份有限公司	3,661.67	144.27	是	---
2	大连瑞光非织造布集团有限公司	2,760.40	-	否	现款现货结算
3	浙江金三发非织造布有限公司	1,030.97	24.33	否	临近期末的采购额较小形成期末较小的应付账款余额
4	昆山市张浦彩印厂	967.72	358.74	是	---
5	上海禾诗家化妆品有限公司	648.85	167.36	是	---

2、前五名应付票据、前五名应付货款及前五大应付材料供应商资金规模、付款政策及市场地位情况：

单位：万元

序号	单位名称	性质	资金规模 (注册资本)	付款政策	市场地位
1	安徽金春无纺布股份有限公司	前五名应付票据 前五大材料供应商 前五名应付货款	9,000 万元	票到 1 月承兑支付	行业知名企业
2	大连瑞光非织造布集团有限公司	前五名应付票据 前五大材料供应商	1,136.8 万元	发货前承兑支付	行业知名企业
3	上海市松江印刷厂有限公司	前五名应付票据 前五名应付货款	200 万元	验收合格 2 月承兑支付	行业一般企业
4	黄山永新股份有限公司	前五名应付票据	50,361.67 万元	票到 1 月承兑支付	行业知名企业
5	浙江金三发非织造布有限公司	前五名应付票据 前五大材料供应商	6,240 万元	票到 1 月承兑支付	行业知名企业
6	金佰利（中国）有限公司	前五名应付货款	8,431.964 万美 元	票到 3 月现汇支付	行业知名企业
7	昆山市张浦彩印厂	前五大材料供应商 前五名应付货款	25,016 万元	票到 2 月现汇支付	行业知名企业
8	上海禾诗家化妆品有限公司	前五名应付货款 前五大材料供应商	1,400 万元	票到 45 天现汇支付	行业知名企业

### 三、补充披露发行人应付票据和应付账款的账龄情况，是否存在账龄超过 1 年的应付款项，款项长时间未结算的原因及合理性

(一)报告期各期末，发行人应付票据账龄情况

单位：万元

账龄	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
6个月以内	18,462.73	5,102.89	6,038.50
6个月-1年	-	4.38	-
合计	18,462.73	5,107.27	6,038.50

报告期内，发行人开具的票据期限以6个月为主，存在零星小额票据期限为1年的情况。报告期各期末发行人票据无逾期情况，无账龄超过1年的应付票据，发行人票据账龄结构合理。

#### (二) 报告期各期末，发行人应付账款账龄情况

单位：万元

账龄	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
1年以内	13,089.29	3,435.19	3,418.38
1-2年	7.11	136.54	59.28
2-3年	0.52	8.61	32.72
3年以上	29.11	27.52	57.70
合计	13,126.03	3,607.86	3,568.08

报告期各期末，发行人1年以上的应付款项按款项性质情况

单位：万元

款项性质	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
货款	5.25	3.51	5.94
工程设备款	31.49	169.16	143.76
其他	-	-	-
合计	36.74	172.67	149.70
占应付账款比例	0.28%	4.79%	4.20%

报告期各期末，发行人应付账款账龄主要集中在1年以内，占比在95%以上，账龄超过1年的应付账款主要系未到合同约定付款节点的工程设备款，发行人应付账款账龄结构合理。

#### 四、说明应付工程设备款对应的工程设备名称，与发行人其他会计科目的勾稽关系

##### (一) 报告期各期末发行人应付工程设备款情况

单位：万元

款项性质	2020年12月31日	2019年12月31日	2018年12月31日
工程设备款	2,168.09	220.85	286.51

其中 2020 年 12 月 31 日主要应付工程设备款明细

单位：万元

序号	供应商名称	应付工程设备款余额	占比 (%)	工程设备名称
1	无锡一净净化设备有限公司	529.82	24.44	净化车间工程
2	郑州润华智能设备有限公司	523.72	24.16	外包设备及成品输送线、桶装线用外包设备及自动装箱码垛生产线
3	实宜机械设备（佛山）有限公司	155.20	7.16	棉柔巾全自动生产线及涂布机
4	SunMakinaDisTicaretLid.Sti.	153.48	7.08	土耳其进口折叠机
5	安徽量度建设工程有限公司	145.50	6.71	厂房工程
合计		1,507.71	69.54	——

其中 2019 年 12 月 31 日主要应付工程设备款明细

单位：万元

序号	供应商名称	应付工程设备款余额	占比 (%)	工程设备名称
1	郑州智联机械设备有限公司	82.05	37.15	自动装箱机、高速贴盖机、输送台、自动粘盖机械手、自动装箱系统等
2	Sun Makina Dis Ticaret Lid.Sti.	23.56	10.67	加盖机
3	郎溪凯灵日化装备有限公司	20.73	9.39	内循环真空乳化机组、搅拌储罐
4	山东潍坊精鹰医疗器械有限公司	15.62	7.07	纯化水设备、配液系统、缓冲罐、配料系统等
5	楹勤（上海）贸易有限公司	11.75	5.32	包装机
合计		153.71	69.60	——

其中 2018 年 12 月 31 日主要应付工程设备款明细

单位：万元

序号	供应商名称	应付工程设备款余额	占比 (%)	工程设备名称
1	郑州智联机械设备有限公司	98.55	34.40	自动装箱机、高速贴盖机、输送台、自动粘盖机械手、自动装箱系统等
2	上海御流包装机械有限公司	36.03	12.58	自动包装机
3	山东潍坊精鹰医疗器械有限公司	27.29	9.52	纯化水设备、配液系统、缓冲罐、配料系统等
4	北京大森长空包装机械有限公司	21.65	7.55	枕式包装机
5	郎溪凯灵日化装备有限公司	20.73	7.24	内循环真空乳化机组、搅拌储罐
合计		204.25	71.29	——



## (二)应付工程设备款与发行人其他会计科目的勾稽关系

发行人于设备到厂后，区分其是否需要安装调试，分别计入固定资产或者在建工程，同时增加应付工程设备款；发行人在收到设备发票时，同时增加应交税费进项税及应付工程设备款；发行人以票据或者电汇方式支付货款时，减少应付工程设备款。报告期内发行人应付工程设备款与发行人其他会计科目的勾稽关系如下：

单位：万元

期间	期初	本期贷方(计入固定资产、在建工程、应交税费)	本期减少	期末
2020 年度	220.85	12,825.81	10,878.57	2,168.09
2019 年度	286.51	1,657.33	1,722.99	220.85
2018 年度	1,105.69	749.78	1,568.96	286.51

### 【核查程序及核查结论】

#### 1、核查程序

- (1)获取发行人应付账款对应的采购明细，关注主要供应商的采购情况；
- (2)检查主要供应商的合同签订与执行情况，了解主要供应商的付款方式、信用期等内容，并对采购部、财务部相关人员进行访谈确认；
- (3)查阅发行人主要供应商的公开信息，了解主要供应商的成立时间、注册资本、经营范围、市场地位等基本情况，核实供应商是否真实存在、与发行人发生业务交易是否具有商业合理性；
- (4)获取发行人应付票据明细表，结合应付账款情况及供应商约定的付款方式分析是否异常，检查期末有无逾期票据情况；
- (5)函证及访谈确认发行人主要供应商，核查主要供应商的采购内容、交易额及余额、付款期等；
- (6)获取发行人报告期各期前五大货款供应商、前五大应付票据的期后付款的银行回单，检查有无在付款期内及时付款；
- (7)统计发行人报告期各期前五大货款供应商、前五大应付货款供应商、前五大应付票据信息，分析相互之间的匹配性及差异原因；
- (8)复核报告期各期末应付账款账龄划分情况，分析期末账龄结构是否合理以及超 1 年的应付款项未结算的原因；



(9)结合应付工程设备款及其他会计科目的账务处理情况，分析是否勾稽。

## 2、核查意见

经核查，申报会计师认为：发行人前五大应付票据、应付账款对象与主要供应商不完全重合，主要因付款方式、信用期不同，差异原因合理；发行人无账龄超过1年的应付票据情况，账龄超过1年的应付账款主要为未到合同约定付款节点的工程设备款，1年期以上的应付账款未结算原因是合理的；发行人应付工程设备款主要为购买的机械设备款，与其他会计科目勾稽一致。

## 16. 关于递延收益

**申报材料显示，报告期各期末，公司递延收益余额分别为 3,016.84 万元、2,604.14 万元和 2,394.80 万元，为与资产相关的政府补助。**

**请发行人补充披露：**

**(1)报告期内各项政府补助的内容、依据和到账时间，政府补助计入当期损益或递延收益的划分标准、依据和金额，政府补助相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定；**

**(2)报告期内主要递延收益项目的项目进度、摊销的具体情况，是否符合《企业会计准则》的规定。**

**请保荐人、申报会计师发表明确意见。**

### **【回复】**

**一、报告期内各项政府补助的内容、依据和到账时间，政府补助计入当期损益或递延收益的划分标准、依据和金额，政府补助相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定**

报告期内，发行人政府补助包括与资产相关、与收益相关的各项补助。发行人按照《企业会计准则第16号——政府补助》相关规定，将取得的用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助划分为与资产相关的政府补助，自相关资产达到可使用状态时起，在相关资产使用寿命内平均分摊，计入当期损益；除此之外划分为与收益相关的政府补助，其中用于补偿以后期间的相关成本费用或损失的，确认为递延收益，并在确认相关成本费用或损失的期间计入当期损益；用于补偿已发生的相关成本费用或损失的直接计入当期损益；对于同时包含与资产相关部分和与收益相关部分的政府补助，区分不同部分分别进行会计处理，难以区分的，整体归类为与收益相关的政府补助。发行人政府补助相关会计处理符合《企

业会计准则》相关规定。

(一)报告期内，发行人计入递延收益的政府补助情况

报告期内，发行人计入递延收益的政府补助均为与资产相关的政府补助，属于和长期资产构建相关，具体如下：

单位：万元

项目	政府补助内容	依据	资金到账时间	金额	划分标准
老厂区土地拆迁补偿	购置设备及改建厂房	铜陵市人民政府办公室会议纪要第 89 期 铜土储收字(2010)12 号	2010.10.19 2012.10.19 2013.09.24	1,771.85	与资产相关
1 亿片酚类化合物多功能抗菌擦拭布技改项目补助	购置设备及改建厂房	皖发改产业[2011]1384 号 财建[2012]553 号	2012.06.18	115.00	与资产相关
新厂区及设备投资补助	购置设备及改建厂房	皖发改投资[2013]650 号 铜发改投资[2013]397 号	2013.09.13	120.00	与资产相关
固定资产投资奖励	购置设备	狮开发[2013]65 号 狮开发[2014]31 号	2013.10.12 2014.03.13	1,910.36	与资产相关
高新技术医用卫生无纺布产业化应用技改项目补助	土建施工及购置设备	皖发改投资[2013]522 号 铜发改工业[2013]354 号	2013.10.30	871.00	与资产相关
新型环境友好型多功能抗菌擦拭布技改项目补助	设备技术改造	铜经信行业[2015]152 号	2015.06.30 2015.09.30	110.00	与资产相关
工业转型升级专项资金补助	购置设备	铜经信[2016]198 号 铜陵市人民政府《铜陵市工业转型升级财政专项资金管理暂行办法（2016 年修订）》 铜经信产业[2017]286 号 铜陵市人民政府《关于 2017 年工业转型升级财政专项资金安排情况的公示》 区财[2018]154 号 铜陵市人民政府《铜陵市工业转型升级资金管理暂行办法（2018 年修订）》 区财函（2019）101 号 铜陵市经信局《关于 2019 年工业转型升级专项资金项目（第二批）安排情况的公示》 铜经信产业[2020]224 号	2016.12.19 2017.01.16 2017.12.13 2018.12.26 2019.12.31 2020.11.30	390.58	与资产相关
新型无纺布产业化应用技改项目补助	购置设备	皖经信财务[2016]74 号	2016.04.25	110.00	与资产相关
新型卫生护理湿巾技改项目设备补助	购置设备	财企[2017]1320 号	2017.10.24	275.00	与资产相关
企业科专户机器人产业补助	购置设备	皖财企（2019）392 号 皖财企[2020]1464 号	2019.05.20 2020.12.29	62.10	与资产相关
制造强省奖补资金	购置设备	皖经信财务函（2019）840 号	2019.12.27	230.00	与资产相关
其他	购置设备	---	---	28.34	与资产相关
合计	---	---	---	5,994.23	---

## (二)报告期内，发行人计入当期损益的政府补助情况

报告期内，发行人收到与收益相关的政府补助均用于补偿发行人已发生的相关成本费用，发行人于收到补助款时计入当期损益，具体如下：

### 1、2020 年

单位：万元

项目	政府补助内容	依据	资金到账时间	金额	列报项目
境外展补贴款	境外展补助	铜发改财贸[2019]465号、关于下拨2019年现代服务业资金的请示	2020.01.16	0.50	营业外收入
劳模创新工作室奖励	劳模创新工作室经费补助	铜工经[2019]12号	2020.03.02	1.00	营业外收入
失业保险返还	2020年失业保险返还补贴资金	铜人社秘[2020]17号	2020.03.04 2020.07.05	10.22	其他收益
省战略性新兴产业企业工作经费补助	企业工作经费补助	铜发改工业[2019]485号	2020.03.13	10.00	其他收益
省“三重一创”奖补资金	支持高新技术企业成长资金	铜发改工业函[2020]2号	2020.03.20	100.00	其他收益
创新创业专项资金补助	专利权人发明专利受让补助	区科技[2020]1号	2020.04.26	0.60	营业外收入
安徽省商标品牌示范企业奖励	安徽省商标品牌示范企业奖励	2019年安徽省商标品牌示范企业推介公告	2020.06.23	0.10	营业外收入
科技保险补助	高新技术企业科技保险补助	铜科[2020]35号 铜科[2020]59号 皖科资秘[2020]251号	2020.06.30 2020.08.26 2020.12.17 2020.12.25	8.05	其他收益
财政贴息	疫情防控重点保障企业贷款贴息	铜金[2020]5号	2020.07.03	40.90	财务费用
新录用人员岗前技能培训补贴款	员工岗前技能培训经费	铜人社秘[2020]27号	2020.11.30 2020.12.17	21.00	营业外收入
稳岗补贴款	稳岗补贴	铜人社秘[2020]52号	2020.09.27	33.40	营业外收入
国家两化融合管理体系标准评定通过奖补	国家两化融合管理体系标准评定通过补助款	铜经信产业[2020]224号	2020.11.30	20.00	营业外收入
2020年度现代服务业专项资金支持款	鼓励双向投资带动资金	铜发改财贸[2020]500号	2020.12.14	2.50	营业外收入
合计	---	---	---	248.27	---

### 2、2019 年度

单位：万元

项目	政府补助内容	依据	资金到账时间	金额	补助类型
科技创新资金补助	高新技术企业科技保险补助	铜科[2019]39号	2019.07.19 2019.12.31	2.90	其他收益
科学技术实用新型专利补助款	实用新型专利补助款	区科技[2019]4号	2019.07.26	0.60	营业外收入
高新技术企业奖励款	2017年第一批次高新技术企业奖励款	铜发[2016]32号 区科技[2019]4号	2019.07.26	10.00	营业外收入
失业保险返还	失业保险返还补贴款	皖人社[2019]166号 皖人社明电[2019]63号	2019.08.14	243.75	其他收益

项目	政府补助内容	依据	资金到账时间	金额	补助类型
境外展补贴款	中小企业国际市场开拓补助	财企[2019]516号	2019.09.16	2.71	营业外收入
新录用人员岗前技能培训补贴款	员工岗前技能培训经费	铜人社秘[2019]51号	2019.10.21	3.20	营业外收入
科技保险资金补助	高新技术企业科技保险补助	皖科资秘[2019]410号	2019.11.29	2.80	其他收益
创新创业专项资金补助	专利权人授权或受让发明专利补助	铜政办[2019]11号	2019.12.03	1.00	营业外收入
省级加工贸易项目资金补助	加工贸易企业创造就业岗位补助款	铜商函[2019]60号 铜陵市商务局、铜陵市财政局《铜陵市承接产业转移促进加工贸易创新发展专项资金管理使用实施细则》	2019.12.09	15.00	营业外收入
美国“FDA”认证补助资金	通过美国“FDA”认证奖励款	皖政[2018]58号	2019.12.24	100.00	营业外收入
企业招才引智补贴款	人才交流引进交通、食宿补助款	铜人社秘[2019]148号	2019.12.25	0.10	营业外收入
合计	——	——	——	382.06	——

### 3、2018年度

单位：万元

项目	政府补助内容	依据	资金到账时间	金额	补助类型
稳岗补贴款	稳岗补贴	铜人社[2017]37号	2018.02.02 2018.12.25	10.49	营业外收入
科技局补助资金	应用技术研究与开发项目补助	区科技[2016]13号 区科技2018[4]号	2018.02.06	15.59	营业外收入
铜陵市铜官区区长质量奖	2016年度区长质量获奖奖励款	区政秘[2018]8号	2018.02.13	10.00	营业外收入
土地使用税款返还	2017年度土地使用税返还	财企[2018]133号	2018.03.29	28.92	其他收益
境外展补贴款	境外展补助	财企[2018]247号	2018.05.17	4.42	营业外收入
应用研发资金补助	安徽省企业知识产权管理规范合格单位奖励款、高新技术企业奖励款	铜科[2018]85号	2018.10.19	25.00	营业外收入
工业转型专项资金	工业转型升级（认定类）补助款	区财[2018]125号 铜陵市政府《铜陵市工业转型升级资金管理暂行办法（2018年修订）》	2018.11.28	15.00	营业外收入
对外经贸扶持资金补助	对外经贸扶持奖金	区财函[2018]116号	2018.12.11	9.37	其他收益
合计	——	——	——	118.79	——

## 二、报告期内主要递延收益项目的项目进度、摊销的具体情况，是否符合《企业会计准则》的规定

发行人与资产相关的政府补助，对于已经达到预定可使用状态的相关资产，

于收到补助款项之日起在相关资产剩余使用寿命内平均分摊计入当期损益；对于尚未达到预定可使用状态的相关资产，收到补助款项之日起暂不摊销，待达到预定可使用状态之日起按照资产折旧年限平均分摊计入当期损益。相关资产在使用寿命结束前被出售、转让、报废或发生毁损的，发行人将尚未分配的相关递延收益余额转入资产处置当期损益。发行人在相关资产使用寿命内按照合理、系统的方法将与资产相关的政府补助分期计入当期损益，符合《企业会计准则》的相关规定。主要递延收益项目进度、摊销的具体情况如下：

单位：万元

项目	补助总额	当期摊销情况			项目进度
		2020年度	2019年度	2018年度	
老厂区土地拆迁补偿	1,771.85	177.30	177.30	177.29	资产已投入使用
1亿片酚类化合物多功能抗菌擦拭布技改项目补助	115.00	11.50	11.50	11.50	资产已投入使用
新厂区及设备投资补助	120.00	12.00	12.00	12.00	资产已投入使用
固定资产投资奖励	1,910.36	191.04	191.04	191.04	资产已投入使用
高新技术医用卫生无纺布产业化应用技改项目补助	871.00	87.10	87.10	87.10	资产已投入使用
新型环境友好型多功能抗菌擦拭布技改项目补助	110.00	10.13	10.13	10.13	资产已投入使用
工业转型升级专项资金补助	390.58	41.37	28.86	14.28	资产已投入使用
新型无纺布产业化应用技改项目补助	110.00	9.87	27.71	12.10	资产已投入使用 注 1
新型卫生护理湿巾技改项目设备补助	275.00	40.78	39.81	39.81	资产已投入使用
企业科专户机器人产业补助	62.10	5.12	3.30	-	资产已投入使用
制造强省奖补资金	230.00	25.46	2.32	-	注 2
安徽省创新型省份建设购置研发仪器设备补助资金	26.20	3.10	2.57	1.26	资产已投入使用
2020年度市现代服务业专项资金补助-机电设备进口补贴项目	2.14	0.02	-	-	资产已投入使用
合计	5,994.23	614.78	593.64	556.51	——

注 1：该项目部分资产于 2019 年报废，故当期摊销损益金额较大

注 2：资产陆续投入使用

## 【核查程序及核查结论】

### 1、核查程序

(1)获取并检查发行人政府补助明细账、政府补助文件、银行进账单及申报

资料，复核发行人政府补助确认依据、时间以及补助性质，判断发行人区分与资产相关、与收益相关的政府补助分类是否准确；

(2)检查发行人报告期内银行流水及其他报表项目核算情况，关注发行人核算的政府补助是否完整；

(3)结合与资产相关的政府补助申报文件，统计其对应的相关长期资产情况，检查相关资产达到预定可使用状态时点及其折旧计提情况；

(4)检查发行人与政府补助相关的会计政策是否符合《企业会计准则》相关规定，且得到一贯执行；

(5)获取发行人与资产相关的政府补助摊销计算表，复核政府补助摊销金额是否准确。

## 2、核查结论

经核查，申报会计师认为：报告期内发行人各项政府补助计入当期损益或递延收益的划分标准明确、依据充分，政府补助相关会计处理符合《企业会计准则》相关规定；报告期内发行人的主要递延收益项目均已投入使用，摊销情况符合《企业会计准则》相关规定。

## 17. 关于股利分配

申报材料显示，发行人募集资金中拟投入多功能湿巾扩建项目总投资26,092.11万元，其中流动资金6,665.34万元。同时发行人在2019年10月、2020年4月分别实施了现金股利分配。

请发行人：

(1)说明报告期内历次股利分配议案董事会表决情况、股东大会表决情况；

(2)结合发行人报告货币资金情况、现金流量情况、募投项目需使用流动资金等事项，说明现金股利分配资金来源，实施现金股利分配的合理性、是否与发行人当时财务状况及投资计划相匹配；

(3)补充披露股东之间是否就现金股利分配事项存在相关协议安排，若有，请说明具体情况。

请保荐人、申报会计师、发行人律师发表明确意见。

【回复】

一、说明报告期内历次股利分配议案董事会表决情况、股东大会表决情况

报告期内，发行人进行了 2 次利润分配，相关利润分配议案的董事会、股东大会表决情况如下：

(一)董事会表决情况

董事会（届次）	召开时间	表决情况
四届二次董事会	2019.07.05	同意 5 票；反对 0 票；弃权 0 票
四届六次董事会	2020.03.31	同意 9 票；反对 0 票；弃权 0 票

(二)股东大会表决情况

股东大会（届次）	召开时间	表决情况
2019年第三次临时股东大会	2019.07.20	同意 30,453,680 股；反对 0 股；弃权 0 股
2019年年度股东大会	2020.04.20	同意 30,453,680 股；反对 0 股；弃权 0 股

**二、结合发行人报告期货币资金情况、现金流量情况、募投项目需使用流动资金等事项，说明现金股利分配资金来源，实施现金股利分配的合理性、是否与发行人当时财务状况及投资计划相匹配**

报告期各期末，发行人货币资金余额分别为 11,312.50 万元、13,716.60 万元和 32,135.13 万元，累计未分配利润分别为 15,304.09 万元、18,389.77 万元和 33,414.90 万元，2018 至 2020 年度经营活动产生的现金流量净额分别为 3,709.29 万元、10,687.42 万元、18,756.13 万元，发行人货币资金余额和累计未分配利润稳步增长，发行人现金流较为充沛。

发行人首次公开发行股票募集资金投资项目包括多功能湿巾扩建项目、技术研发中心升级项目、仓储智能化改造项目。多功能湿巾扩建项目总投资 26,092.11 万元，项目建设投资 19,426.77 万元，流动资金 6,665.34 万元，上述流动资金已包含在募集资金中，无需使用发行人自有资金进行补充；技术研发中心升级项目、仓储智能化改造项目为非生产性项目，无需项目流动资金。

综上，基于报告期内发行人经营业绩持续向好，货币资金较为充裕，财务状况良好，未分配利润较多，为了兼顾企业经营发展和股东投资回报，兑现业绩增长红利，进一步提高核心人员的工作积极性，满足相关股东的资金需求，发行人在 2019 年 10 月、2020 年 4 月以自有资金实施了利润分配。发行人报告期内实施现金股利分配具有合理性，与发行人的财务状况和投资计划相匹配。

### **三、补充披露股东之间是否就现金股利分配事项存在相关协议安排，若有，请说明具体情况**

2008年11月，发行人股东蔡曙光以1元的价款从发行人实际控制人蔡英传处受让洁雅有限56.43万元股权，并办理了相关工商备案手续。自上述股权转让完成至2019年，发行人共进行了4次现金分红。因转让双方对上述股权的股利归属约定不明，该4次现金分红均由蔡英传领取。2020年4月27日，为进一步明晰蔡曙光所持公司股权对应分红款的分配，蔡英传与蔡曙光签订《关于洁雅生物股份分红归属的补充约定》，约定蔡曙光所持发行人股份2014年度以前的分红归蔡英传享有；双方各享受发行人2016年和2019年所涉股份税后分红款943,041.85元的50%，蔡英传在本协议签订后10日内向蔡曙光支付471,521元分红款；蔡曙光所持发行人股份未来的分红款归蔡曙光享有。蔡英传已按协议约定将前述分红款支付完毕，双方对协议的履行不存在争议。

除上述情况，发行人股东之间不存在现金股利分配协议安排情况。

#### **【核查程序及核查结论】**

##### **1、核查程序**

(1)查阅发行人利润分配有关的董事会、股东大会会议文件、利润分配的会计凭证；

(2)结合发行人银行日记账、各资产负债账簿记录情况，复核发行人现金流量表的编制正确性；

(3)对蔡英传进行了访谈，并查阅了蔡英传与蔡曙光签订的《关于洁雅生物股份分红归属的补充约定》、发行人工商登记文件等资料。

##### **2、核查结论**

经核查，申报会计师认为：报告期内，发行人进行的利润分配依法履行了董事会、股东大会审议表决程序，会议的内容和程序符合相关法律法规的规定；报告期内，发行人经营业绩持续向好，货币资金较为充裕，发行人现金股利分配的资金主要来源于发行人经营活动现金流净额的增加，发行人为回报股东进行现金分红具有合理性，与发行人的财务状况及投资计划相匹配；发行人实际控制人蔡英传与股东蔡曙光之间就现金股利分配事项存在相关协议安排，相关协议系双方真实意思表示，不存在纠纷或潜在纠纷；报告期内，发行人其他股东之间不存在



有关现金股利分配事项的协议安排。

#### **18. 关于关联交易**

申报材料显示，2019年，实际控制人蔡英传曾两次向发行人借款用于收购发行人股权，金额分别为1,054.73万元、302.94万元。

请发行人：

(1)补充披露实际控制人归还资金的来源，是否源于实际控制人自有或自筹资金；

(2)结合上述借款事项产生原因、履行程序等说明发行人的财务、资产是否独立于实际控制人；

(3)结合上述借款事项说明发行人财务内控制度与资金管理制度是否健全、完善、有效；

(4)补充披露是否存在其他财务内控不规范情形。

请保荐人、申报会计师及发行人律师发表明确意见。

#### **【回复】**

**一、补充披露实际控制人归还资金的来源，是否源于实际控制人自有或自筹资金**

实际控制人蔡英传归还发行人借款的资金来源于2019年10月发行人向其分配的1,717.84万元现金股利（税后），系其自有资金。

**二、结合上述借款事项产生原因、履行程序等说明发行人的财务、资产是否独立于实际控制人**

蔡英传本次向发行人拆借资金，系为收购俞伟华等股东转让的股权需要，其目的是为了增强对发行人的控制权。就本次借款事项，发行人履行了董事会、股东大会决策程序，签订了借款协议，独立董事发表了同意的意见。蔡英传及其关联董事、股东在董事会、股东大会审议本次借款事项时回避表决，相关决议由其他无关联董事、股东表决通过。因此，本次借款决策系由发行人独立做出，不属于实际控制人直接干预发行人资金使用安排或者与发行人资产混同的情形，发行人的财务、资产独立于实际控制人。

**三、结合上述借款事项说明发行人财务内控制度与资金管理制度是否健全、完善、有效**

蔡英传上述借款虽履行了董事会、股东大会等决策程序，并已按照借款协议的约定偿还了全部借款本金，但该借款事项存在不规范情形。申报会计师结合上述借款事项，对发行人实际控制人及董事、监事、高级管理人员进行了辅导培训。同时，实际控制人蔡英传、冯燕出具了避免资金占用的承诺。报告期内，除上述借款外，发行人未再发生关联方资金拆借情况。

发行人已制定《内部控制基本制度》、《关联交易决策制度》、《独立董事制度》、《营运资金管理辦法》等财务及资金管理制度，并得到有效执行，发行人财务内控制度与资金管理制度健全、完善、有效。

#### **四、补充披露是否存在其他财务内控不规范情形**

报告期内，除上述借款事项外，发行人不存在其他财务内控不规范情形。

##### **【核查程序及核查结论】**

##### 1、核查程序

(1) 获取并检查了发行人财务内控及资金管理各项制度，评价其相关内部控制设计和执行的有效性；

(2) 获取并查阅了有关资金拆借的董事会、股东大会会议文件、《借款协议》、还款会计凭证；

(3) 核查发行人报告期内银行资金流水，确认非经营性资金往来的资金流转情况；核查实际控制人蔡英传及其直系亲属的个人资金流水，并对实际控制人蔡英传进行访谈，了解关联方资金拆借背景、原因；

(4) 查阅了发行人与关联方之间交易或往来的交易凭证，核实关联方资金往来的真实性、准确性；查阅了发行人企业信用报告、报告期内借款合同，确认借款金额、期限、用途；检查借款明细账、银行资金流水，核查是否存在银行贷款资金周转的情况；查阅了发行人商业票据的台账，核查商业票据的开具、转让或背书、付款、贴现等是否存在真实的交易背景；

(5) 实地走访了发行人主要客户、供应商，访谈确认发行人日常资金往来是否存在第三方回款、账外付款或其他无真实业务背景的交易等情形。

##### 2、核查结论

经核查，申报会计师认为：报告期内，实际控制人蔡英传归还发行人借款的资金来源于 2019 年 10 月发行人向其分配的 1,717.84 万元现金股利，系其自有资

金；该借款事项履行了董事会、股东大会决策程序，签订了借款协议，独立董事发表了同意的意见。蔡英传及其关联方在董事会、股东大会审议表决时回避表决，相关决议由其他无关联董事、股东表决通过。因此，本次借款决策系由发行人独立做出，不属于实际控制人直接干预发行人资金使用安排或者与发行人资产混同的情形，发行人的财务、资产独立于实际控制人；发行人已建立各项财务内控制度及资金管理制度，各项制度健全、完善、有效；报告期内，除上述借款事项外，发行人不存在其他财务内控不规范的情形。

### **19.关于历史沿革**

申报材料显示，发行人 2009 年-2017 年期间多名股东间存在委托持股、代持、转代持情形。发行人实际控制人蔡英传存在两次实物出资瑕疵。发行人历史上还存在对赌及股份支付情形。

请发行人补充披露：

(1)相关股东的代持安排是否存在规避法律法规相关禁止性条款的情形，截至目前相关股份是否还原至实际持有人，代持还原过程中是否存在纠纷或潜在纠纷；

(2)发行人现有股东之间是否存在对赌协议，历史上存在的对赌协议是否解除；

(3)根据《创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 2 的要求，出资瑕疵事项是否构成重大违法违规；

(4)发行人股份支付的具体情况，确定权益工具公允价值的确认方法及相关计算过程，说明股份支付是否存在服务期限等条款，股份支付会计处理是否符合《企业会计准则》相关规定。

请保荐人、发行人律师就上述事项（1）-（3）发表明确意见，请保荐人、申报会计师就上述事项（4）发表明确意见。

**【回复】**

四、发行人股份支付的具体情况，确定权益工具公允价值的确认方法及相关计算过程，说明股份支付是否存在服务期限等条款，股份支付会计处理是否符合《企业会计准则》相关规定。

报告期内，发行人存在股份支付情况，具体如下：

### (一)具体情况

2017年1月，发行人股东大会通过决议，同意发行人注册资本由3,000万元增加至3,045.368万元，新增注册资本45.368万元均由发行人核心员工认缴，认缴价格为2元/股，此次合计出资90.736万元，其中45.368万元计入注册资本，45.368万元计入资本公积。华普天健会计师事务所（特殊普通合伙）（现更名为“容诚会计师事务所（特殊普通合伙）”）于2017年1月出具了“会验字[2017]0091号”《验资报告》对此次增资事项予以验证。

### (二)股份支付判断依据、公允价值确认方法及相关计算过程

根据《企业会计准则第11号——股份支付》及发行人会计政策的相关规定，本次增资系发行人为了充分调动核心员工的积极性，激励对象均为发行人高级管理人员及其他核心员工，属于“用于换取职工提供服务的权益结算的股份支付”情形。发行人以最近一次股份转让价格7.67元/股为公允价值计算确认股份支付金额。

计算过程如下：

项目	胡能华	王翠霞	叶英	戴建军	冯岩峰	朱怀河	华玲霞	合计
本次增资前持股数量	-	-	-	-	-	-	-	-
本次增资前持股比例	-	-	-	-	-	-	-	-
本次实际增资股份数量（万股）（A）	8.456	8.456	8.456	5.00	5.00	5.00	5.00	45.368
本次增资后的持股比例（%）	0.2777	0.2777	0.2777	0.1642	0.1642	0.1642	0.1642	1.4897
本次增资价格（元/股）（B）								2.00
2017年不考虑股份支付净利润（万元）								2,786.85
最近一次股权转让价格（元/股）（C）注								7.67
本次股份支付确认金额（万元）（C-B）*A								257.24

注：最近一次股权转让价格（2016年9月28日，发行人股东陈权与苏州工业园区中亿明源创业投资中心（有限合伙）签订《股权转让协议》，约定将所持发行人全部股份转让给苏州工业园区中亿明源创业投资中心（有限合伙），双方协商确定的股份转让价格为每股7.67元；此次转让价格为发行人历史沿革中股权转让的最高价格，按照2016年度发行人每股收

益 0.71 元测算，本次增资的 PE 倍数为 10.80 倍）为公允价值

### (三)股份支付的会计处理

本次股份支付发行人与激励对象未约定服务期限或其他限制性条件，属于《企业会计准则第 11 号——股份支付》规定之“授予后立即可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付”情形，发行人应在授予日以权益工具的公允价值计入相关成本或费用，相应增加资本公积。因此发行人将确认的股份支付金额 257.24 万元一次性计入当期损益符合《企业会计准则》相关规定。

#### 【核查程序及核查结论】

##### 1、核查程序

(1)获取并审阅股东大会、董事会和管理层会议记录等，了解发行人股权变动情况及其估值情况；

(2)检查发行人的工商登记资料，检查增资对象身份信息，检查股权转让相关的资金流水及增资款缴付的相关凭证；

(3)复核发行人确认股份支付费用的权益工具的公允价值的确定依据和计算过程，检查发行人确认股份支付费用的金额是否正确；

(4)复核发行人股份支付的相关会计处理是否符合《企业会计准则第 11 号——股份支付》等规定的要求。

##### 2、核查结论

经核查，申报会计师认为：发行人 2017 年股份支付公允价值取自最近一次股权转让价格，定价公允、合理；发行人与激励对象未约定服务期限或其他限制性条件，发行人将股份支付产生的费用一次性计入当期损益，符合《企业会计准则》相关规定。

#### 24.关于第三方回款

**请发行人补充披露报告期内是否存在第三方回款，如有，请按照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 26 的要求，结合所属行业经营特点，补充披露第三方回款发生的原因、金额、占当期营业收入的比例、交易的真实性、交易对方与发行人的关联关系。**

**请保荐人、申报会计师发表明确意见。**

## 【回复】

发行人报告期内不存在第三方回款的情况。

### 【核查程序及核查结论】

#### 1、核查程序

(1)询问发行人营销部人员、财务部人员，了解有无第三方回款情形；

(2)检查报告期各期银行存款日记账及网银流水情况，比对银行存款日记账对方账户与网银流水对方账户名称是否一致；

(3)检查报告期各期前十大客户的回款情况，关注实际回款名称和客户名称是否一致。

#### 2、核查结论

经核查，申报会计师认为：发行人报告期内不存在第三方回款。

（此页无正文，为容诚会计师事务所（特殊普通合伙）关于《铜陵洁雅生物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审核问询函（审核函（2020）010276号）》中相关财务问题的核查意见（容诚专字[2021]230Z1778号）之签字盖章页）



中国注册会计师:



中国注册会计师:



中国注册会计师:



2021年5月17日