

**立信会计师事务所（特殊普通合伙）关于
浙江汇隆新材料股份有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的
审核问询函之回复**

信会师函字[2021]第 ZF121 号

深圳证券交易所：

贵所于 2020 年 8 月 10 日出具的审核函（2020）010301 号《关于浙江汇隆新材料股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核问询函》（以下简称“审核问询函”）已收悉。我们根据贵所要求，对审核问询函所列问题逐项核查，具体回复如下，请予审核。

在本审核问询函回复中，若合计数与各分项数值相加之和在尾数上存在差异，均为四舍五入所致。

问题 1、关于主营业务收入

招股说明书披露，报告期内，发行人主营业务收入分别为**45,480.62**万元、**58,867.70**万元和**65,116.99**万元。发行人主营业务收入按产品类别主要分为差别化有色涤纶长丝DTY、FDY和POY，其中差别化有色涤纶长丝DTY和FDY是主营业务收入的主要来源，公司差别化有色涤纶长丝POY为半成品，主要用于生产DTY，少量对外销售，报告期内销售金额较小。

请发行人：

（1）补充披露报告期各期差别化有色涤纶长丝DTY、FDY与POY产品与市场同类产品可比价格的差异情况，发行人主要产品价格波动与可比价格变动趋势是否一致；

（2）结合主要可比公司报告期收入增长情况，DTY、FDY、POY等产品市场销量数据情况，补充披露发行人报告期收入增长较快的原因及合理性；

（3）结合应用领域、主要客户合作情况及市场情况，补充披露DTY产品销售收入大幅增长、销售占比逐年提高的原因；

（4）结合DTY、POY单位毛利额情况，补充披露2019年发行人DTY具备剩余产能，但仍选择对外直接出售POY的原因及合理性；

（5）补充披露报告期POY产品自用量情况，考虑POY产品自用量后，发行人主要产品的产销率或自用率；

(6) 结合主要销售合同中的退换货业务情况，境外客户在验货后是否存在退换货的可能，说明发行人具体收入确认政策是否符合《企业会计准则》的规定；

(7) 进一步补充披露发行人主要产品季节性波动的影响。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【发行人回复】：

(一) 补充披露报告期各期差别化有色涤纶长丝 DTY、FDY 与 POY 产品与市场同类产品可比价格的差异情况，发行人主要产品价格波动与可比价格变动趋势；

报告期内，公司差别化有色涤纶长丝 DTY、FDY 与 POY 销售价格与同行业可比公司的销售价格对比情况如下：

单位：元/吨

产品类别	公司名称	2020 年度		2019 年度		2018 年度
		单价	变动	单价	变动	单价
DTY	苏州龙杰	11,418.06	-17.74%	13,880.94	-5.97%	14,762.37
	桐昆股份	6,839.30	-21.20%	8,679.29	-13.80%	10,069.25
	新凤鸣	7,293.69	-19.13%	9,019.24	-14.35%	10,530.73
	平均数	8,517.02	-19.09%	10,261.37	-11.68%	11,617.80
	汇隆新材	9,098.16	-16.70%	10,922.46	-4.70%	11,460.74
产品类别	公司名称	2020 年度		2019 年度		2018 年度
		单价	变动	单价	变动	单价
FDY	苏州龙杰	8,722.57	-28.37%	12,177.28	-7.20%	13,122.14
	桐昆股份	5,693.29	-24.19%	7,510.33	-15.21%	8,857.51
	新凤鸣	5,920.69	-23.31%	7,720.51	-14.33%	9,011.43
	平均数	6,778.85	-25.80%	8,923.53	-12.71%	10,222.34
	汇隆新材	8,404.75	-18.16%	10,269.37	-3.12%	10,599.72
产品类别	公司名称	2020 年度		2019 年度		2018 年度
		单价	变动	单价	变动	单价
POY	苏州龙杰	4,984.01	-43.52%	8,823.68	-2.95%	9,091.60
	桐昆股份	5,045.39	-28.55%	7,061.22	-16.39%	8,445.72
	新凤鸣	5,165.91	-27.76%	7,150.63	-15.64%	8,476.25
	平均数	5,065.10	-34.04%	7,731.90	-13.07%	8,894.10
	汇隆新材	8,140.33	-16.36%	9,733.03	-0.37%	9,769.19

注：同行业可比上市公司数据来源于其披露的年度主要经营数据。恒力石化和海利得报告期内未按 DTY、FDY 与 POY 披露产品数据，故未进行比较。同行业可比上市公司 2020 年度财务报告相关数据尚未披露，故仍引用其 2020 年半年度销售价格数据。

报告期各期，公司对外销售的主要产品为差别化有色涤纶长丝 FDY 和 DTY，销售占比均在 98% 以上，而公司生产的差别化涤纶长丝 POY 在加弹机上进行拉伸、经假捻器变形加工后形成公司对外销售的差别化涤纶长丝 DTY。公司仅在保证自身 DTY 产品生产和一定利润的前提下，根据部分客户的特殊需求，对外销售了少量的差别化有色涤纶长丝 POY，2018 年度、2019 年度和 2020 年度，销售金额为 420.29 万元、667.06 万元和 735.70 万元，占比分别为 0.71%、1.02% 和 1.37%。

上述公司的产品及下游应用情况具体如下：

公司名称	主要产品	下游应用情况	下游客户情况	产能或产量 (万吨)	产品价格情况
苏州龙杰	超仿真动物皮毛纤维等产品	仿真动物皮毛类纺织、服装面料	下游主要为布料织造企业，前五名客户有纺织品、服装、毛绒制品等企业	15.66	属于差别化涤纶长丝，价格高于常规丝
桐昆股份	民用涤纶长丝（主要为白丝）	大量应用于下游纺织、服装面料	直接客户群体主要为从事加弹、织造等的下游纺织加工行业企业及行业内贸易商	568.21	多为常规白色涤纶长丝，价格市场化程度高，议价空间低
新凤鸣	民用涤纶长丝（主要为白丝）	大量应用于下游纺织、服装面料	POY 客户以加弹企业为主，FDY 和 DTY 客户以下游织造企业为主	385.12	多为常规白色涤纶长丝，价格市场化程度高，议价空间低
汇隆新材	差别化有色涤纶长丝	多品种、小批量的应用在下游纺织面料	直销客户以及经销商终端客户以墙布、窗帘窗纱、沙发布、装饰材料等为主	8.36	属于差别化有色涤纶长丝，具有免印染、节能环保特点，价格高于常规白色涤纶长丝

注：上表的产能或产量数据为 2019 年度数据。

因上述各家公司产品具体细分类别、生产和销售规模以及应用特点的不同，公司产品价格及变动幅度与上述同行业可比上市公司存在一定的差异。

1、公司的主要产品差别化有色涤纶长丝 DTY 和 FDY 的价格对比情况

因同行业可比上市公司 2020 年度产品销售价格数据尚未披露，故以下分析同行业可比公司销售价格数据引用其 2020 年 1-6 月的相关数据。

①与桐昆股份和新凤鸣的比较情况

公司差别化有色涤纶长丝和可比上市公司桐昆股份、新凤鸣的常规白色涤纶长丝的产品均可用于下游纺织行业，产品价格的变动趋势均受原材料价格波动的影响，在产品价格的变动方向上基本一致。

但同时下游纺织业客户使用差别化有色涤纶长丝与常规白色涤纶长丝相比存在多品种广泛应用、单品种用量不大的特点，下游客户对该类产品更加注重品质和稳定性，使用公司产品具有免印染、节能环保的突出优势；常规白色涤纶长丝可以普遍大量应用于各类纺织面料，但颜色需要通过印染上色，印染及环保处理成本较高且该类成本并未随原材料价格下降而降低，而公司产品可以直接节省印染及环保处理的成本。所以在涤纶长丝价格处于下行区间时，由于公司产品的免印染、节能环保的突出优势以及客户使用公司产品的特点，公司的差别化有色涤纶长丝产品较常规白色涤纶长丝更具议价空间，且具有一定的抗跌价能力。因此，在产品价格的变动幅度上存在一定差异。

从前述所列表格数据显示的 2018 年度、2019 年度和 2020 年 1-6 月 DTY 和 FDY 产品价格变化趋势可知，桐昆股份和新凤鸣两家公司上述产品的价格变动差异在 4% 以内，上述两家公司产品价格变动趋势较为接近，且均保持下降的趋势。报告期内，公司主要产品 DTY 和 FDY 的价格均保持下降的趋势与桐昆股份和新凤鸣具有相似性，但公司产品价格下滑比例低于其平均比例。

桐昆股份和新凤鸣是国内白色涤纶长丝的主要生产厂家，主要采用熔体直纺的生产工艺，生产规模均在百万吨级别以上。常规白色涤纶长丝的生产工艺采用熔体直纺，一次产出规模大、产品品种较为单一，产品规模效应强；产品价格波动与上游原材料 PTA 以及原油价格波动的相关性高，原材料价格波动对该类产品的传导效应较为明显。同时，由于常规白色涤纶长丝的下游应用十分广泛，市场需求大，产品市场竞争较为充分，产品价格与原材料价格波动关联性紧密，且议价空间相对差别化涤纶长丝较小。

而公司生产的差别化有色涤纶长丝采用切片纺的生产工艺，原材料主要由 PTA 加工而来的聚酯切片（PET），同时在生产过程中需要根据产品特点加入不同性能的母粒材料，比如彩色母粒、功能性母粒等。该产品免去了后道印染上色程序，可以为客户节省印染及环保处理的成本。和常规白色涤纶长丝相比，差别化有色涤纶长丝市场供应量较小，在产品能够满足客户需求的情况下，产品议价空间较大。

综上，公司的差别化有色涤纶长丝产品更具议价空间，在涤纶长丝价格下行趋势下，公司产品具有一定的抗跌价能力，因此公司主要产品价格下滑比例低于同行业平均比例。

②与苏州龙杰的比较情况

A、2018 年度至 2019 年度

2019 年度较 2018 年度，苏州龙杰和公司 DTY 产品的价格变动分别-5.97%和-4.70%，FDY 产品的价格变动分别为-7.20%和-3.12%。2018 年度至 2019 年度，苏州龙杰和公司上述相似产品的价格变动趋势均保持下降的趋势，具有相似性。

B、2020 年度

苏州龙杰 2020 年度相关数尚未披露，因 2020 年度同行业可比公司产品价格普遍呈现下降趋势，以下分析引用苏州龙杰 2020 年 1-6 月的相关数据，具体如下：

2020 年上半年苏州龙杰生产的超仿真动物皮毛纤维价格受到季节性、新冠疫情及原材料价格下降等多种因素叠加影响，其产品销量及价格下降幅度较大，具体情况如下：

单位：万吨，元/吨

项目	2020 年 1-6 月	2019 年 1-6 月	变动
销售量	3.25	6.19	-47.50%
销售单价	9,578.40	12,887.56	-25.68%

根据苏州龙杰 2020 年半年度报告和经营数据，该公司 2020 年 1-6 月主要产品产量为 5.11 万吨，产能利用率约为 62%，整体产销量较上年同期下降较多。苏州龙杰主要产品为仿麂皮纤维、仿皮草纤维等，受到该类产品应用领域和时令等因素影响，一般上半年业绩会低于下半年。同时，受到新冠疫情以及原材料价格下降的影响，苏州龙杰 2020 年 1-6 月产销量和价格较上年同期有较大幅度下降。

2020 年度，公司 DTY 和 FDY 产品的价格分别较 2019 年度下降 16.70% 和 18.16%，该种趋势与苏州龙杰相关产品的下降趋势具有相似性，但公司差别化有色涤纶产品的下游应用领域广泛，主要包括墙布、窗帘窗纱、沙发布等家纺面料、阻燃遮光面料、汽车高铁内饰、装饰材料及户外用品等多个领域，根据颜色、旦数、单纤数、纤维截面形状、性能等不同，公司产品细分种类可达上千种，由于下游应用领域的广泛性特点，产品跌价风险有所分散，同时公司产品具有免印染、节能环保的突出优势，议价能力和抗风险能力更强，产品的价格下降幅度与苏州龙杰会有所差异。

2、公司少量对外销售的差别化有色涤纶长丝 POY 产品的价格对比情况

公司差别化有色涤纶长丝 POY 主要用于自身差别化有色涤纶长丝 DTY 的生产，公司仅在保证自身 DTY 生产和一定合理利润的情况下，根据部分客户的特定需求，少量对外销售 POY 产品。2018 年度、2019 年度和 2020 年度，公司 POY 销售金额为 420.29 万元、667.06 万元和 735.70 万元，占比分别为 0.71%、1.02% 和 1.37%，金额较小，且公司 POY 产品主要面向部分客户的特定需求，公司具有较强的议价能力，产品价格下降幅度低于同行业上市公司。

①与桐昆股份和新凤鸣的比较

同行业可比公司中桐昆股份和新凤鸣的 POY 系其常规对外销售产品，2019 年度，上述两家公司 POY 的销售额分别为 2,734,988.52 万元和 2,014,214.99 万

元，而公司的差别化涤纶长丝 POY 产品销售金额为 667.06 万元，远低于桐昆股份和新凤鸣，公司差别化有色涤纶长丝 POY 产品主要用于加工成对外销售的 DTY 产品，较少对外销售。

上述可比上市公司常规白色涤纶长丝的生产采用熔体直纺的生产工艺，生产规模均在百万吨级别以上，常规白色涤纶长丝在纺织过程中可作为纺织面料的基层材料，同时，因白色作为基础色，后续印染过程也具有多样可变性的特点，整体市场需求较差别化有色涤纶长丝更加广阔。从桐昆股份和新凤鸣 POY 产品百亿元级别的销售规模来看，常规涤纶长丝 POY 产品的市场需求量很大。桐昆股份和新凤鸣该类产品的销售规模超过 200 亿元，其客户对该类产品的价格敏感度更高，产品附加值与差别化有色涤纶长丝相比较低，价格也较低。

②与苏州龙杰的比较

2018 年度至 2020 年 1-6 月，同行业可比公司中苏州龙杰 POY 产品的销售金额分别为 1,348.13 万元、2,201.60 万元和 112.73 万元，苏州龙杰的 POY 产品主要为仿麂皮（POY）纤维产品，属于涤纶长丝的差别化细分品种。根据苏州龙杰招股说明书信息，该公司 POY 产品主要为自用，对外销售的为质量等级较低的产品，因此苏州龙杰 POY 产品价格普遍低于其 DTY 和 FDY 产品。

2020 年 1-6 月，苏州龙杰 POY 产品销售收入和销售数量远低于其他年度，且其销售价格较 2019 年度下降了 43.52%，下降幅度较大。结合苏州龙杰招股说明书披露的其 POY 产品对外销售的为质量等级较低的产品以及其 POY 产品的销售收入和销售数量大幅下降的情况可知，结合上述信息可知，2020 年 1-6 月苏州龙杰 POY 产品价格下降幅度较大有其自身特点。

综上所述，公司生产的差别化有色涤纶长丝具有免印染、节能环保的突出优势，下游客户对该类产品更加注重品质和稳定性，公司产品的定位为差别化、绿色环保，专注有色产品，在涤纶长丝的细分领域形成了一定的竞争力，公司产品更具议价空间，在涤纶长丝价格下行趋势下，具有一定的抗跌能力，与同行业可比公司产品价格变动幅度上有所差异。

（二）结合主要可比公司报告期收入增长情况，DTY、FDY、POY 等产品市场销量数据情况，补充披露发行人报告期收入增长较快的原因及合理性；

报告期内，公司主营业务收入分别为 58,867.70 万元、65,116.99 万元和 53,848.03 万元，主营业务收入存在一定的波动，主要原因如下：

1、2018 年度至 2019 年度主营业务收入增长原因

（1）国家环保政策趋严，公司产品下游替代需求增加

涤纶长丝下游为纺织品制造行业，常规白色涤纶长丝在纺织成面料后根据需求会进行印染程序，印染行业属于高能耗、高污染行业，2016 年以来，国家

深入开展环保核查，2017年8月，中央环保督察组进驻浙江进行核查，对环保不达标企业进行停产整顿。国家环保政策持续加码，各地环保督查日益趋严，受关停整治影响，印染企业数量有所减少，纺织企业印染成本上升。

公司主要从事符合国家环保战略方向的原液着色纤维的研发、生产及销售，主要产品为差别化有色涤纶长丝 DTY、FDY 和 POY 等，公司致力于通过原液着色技术提升涤纶长丝的色彩丰富性及生产过程的环保性。原液着色纤维加工成纺织品可省去染色工序，减少大量废水和二氧化碳排放，节能降耗，环境友好特征突出，能从源头上有效解决传统印染行业面临的高能耗、高水耗和高 COD 排放等突出问题。公司产品契合国家环保政策的要求，是国家鼓励的绿色纤维产品，环保政策趋严，进一步带动了下游市场对公司产品的需求。

(2) 下游市场稳步发展，公司业务规模进一步提升

公司的下游行业主要为纺织品制造行业，公司产品广泛应用于墙布、窗帘、沙发布及其他家纺面料等各种领域。随着人民生活水平的提高，人们对自身居住环境的健康、安全和环保的要求越来越高，墙布逐渐成为环保、品质、个性化生活家居方式新选择。2018年中国墙布的销量为7.28亿平方米，同比增长72.92%，预计2019年度、2020年度中国墙布销量将分别在9亿平方米和12亿平方米以上，墙布对于墙纸的替代效应明显，墙布的需求有较快的增长。

随着人们对于更高生活品质的追求，越来越重视家庭装修的投入，沙发的市场需求也日益增加，窗帘面料市场景气度也保持较好的水平。2018年度，我国沙发市场规模达545.74亿元，同比2017年增长了4.5%。根据山东省家具协会公开的数据，2019年我国沙发市场规模达到570.60亿元，与2018年同比将增长4.56%，预计2020年市场规模达到593.40亿元，与2019年同比增长4.00%。

公司区位优势明显，公司附近的海宁市许村镇作为全国知名的布艺名镇，截至2018年8月已拥有纺织企业1.2万余家，以量产窗帘布、沙发布、墙布等家纺面料而著名，是目前最大的家纺面料生产基地及输出地。桐乡大麻镇被命名为“中国家纺布艺名镇”和“中国沙发布生产基地”，2018年，家纺产业集群年产各类沙发布、窗帘布和真丝面料超3亿米，其中沙发布占到85%以上，是全国最大的沙发布生产基地。

公司下游市场稳步发展，同时公司又毗邻客户资源丰富的布艺名城、名镇和生产基地，这也促进了公司业务收入的进一步提升。

(3) 开拓国外市场，助力公司发展

近年来我国大力推进“一带一路”建设，公司有效把握机遇，积极开拓国际新兴市场业务，提升收入规模。公司外贸业务的主要出口国家为印度尼西亚、巴基斯坦、泰国、土耳其等国，多为“一带一路”沿线新兴市场。

报告期内，公司外销收入呈现增长趋势，国外市场的开拓助力公司收入规模的提升。

2、2020 年度主营业务收入下降原因

2020 年度，公司产品销量、销售价格及销售收入较上年同期的变动情况如下：

项目	2020 年度	2019 年度	变动幅度
销量（吨）	61,389.07	61,470.73	-0.13%
销售价格（元/吨）	8,771.60	10,593.17	-17.20%
主营业务收入（万元）	53,848.03	65,116.99	-17.31%

2020 年 1 月以来，受新冠疫情影响，公司复工时间有所延缓，开工率也呈现逐步提升状态。2020 年 3 月以来，公司生产、销售已逐步全面恢复，随着 2020 年 5 月以来下游行业市场订单需求增加，公司产品销量得到明显提升，2020 年度，公司产品销量与 2019 年度基本持平。同时，受到产品销售价格下降的影响，2020 年度，公司主营业务收入较 2019 年度下降 17.31%。

3、公司收入增长符合行业整体趋势

公司差别化有色涤纶长丝 DTY、FDY 与 POY 销售收入和销售数量与同行业可比公司的对比情况如下：

单位：万元，万吨

产品类别	项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	数量	金额	数量	金额	数量
DTY	苏州龙杰	-	-	52,987.59	3.82	49,570.43	3.36
	桐昆股份	-	-	655,953.82	75.58	650,036.38	64.56
	新凤鸣	-	-	268,454.15	29.76	228,059.10	21.66
	汇隆新材	29,862.44	3.28	33,902.66	3.10	27,669.52	2.41
FDY	苏州龙杰	-	-	104,785.28	8.60	120,526.13	9.18
	桐昆股份	-	-	834,692.94	111.14	695,648.64	78.54
	新凤鸣	-	-	574,114.46	74.36	569,016.22	63.14
	汇隆新材	23,249.90	2.77	30,547.26	2.97	30,777.89	2.90
POY	苏州龙杰	-	-	2,201.60	0.25	1,348.13	0.15
	桐昆股份	-	-	2,734,988.52	387.32	2,560,848.17	303.21
	新凤鸣	-	-	2,014,214.99	281.68	1,859,173.98	219.34
	汇隆新材	735.70	0.09	667.06	0.07	420.29	0.04

注：同行业可比上市公司数据来源其披露的年度主要经营数据。恒力石化和海利得报告期内未按 DTY、FDY 与 POY 披露产品数据，故未进行比较。同行业可比上市公司 2020 年度财务报告相关数据尚未披露。

①2018 年度至 2019 年度

结合上表可知，2018 年度至 2019 年度，可比公司相关产品收入总体上均呈现增长趋势，公司收入增长符合行业整体趋势。

2016 年 9 月，中国化学纤维工业协会发布《化纤工业“十三五”发展指导意见》，明确提出化学纤维十三五发展目标：

A、行业增长。到 2020 年，规模以上化纤企业增加值年均增速保持 7% 左右；

B、结构优化。到 2020 年，化纤差别化率提高到 65%；

C、科技创新。科技创新能力显著提高，涤纶、锦纶、再生纤维素纤维等常规纤维品种继续保持世界领先地位；

D、绿色发展。到 2020 年，单位增加值能耗、用水量、主要污染物排放等达到国家约束性指标和相关标准要求。

公司所处行业为涤纶纤维制造行业，涤纶纤维是应用范围最广、使用量最大的化学纤维品种，下游需求主要来自纺织业，具有刚性需求属性，终端需求增长较为平稳，市场广阔。十三五期间，我国涤纶纤维行业在市场需求拉动、技术进步推动和发展机制带动下，产业规模快速扩大，技术水平不断提升，行业整体处于发展上升趋势。

综上所述，2018 年度至 2019 年度，公司收入呈现增长趋势具有合理性。

②2020 年度

2020 年度，公司营业收入较 2019 年度下降-17.31%，主要系受到新冠疫情以及原材料价格下降引致的产品销售价格下降等因素影响所致，同行业可比上市公司 2020 年度的收入数据尚未披露，其 2020 年 1-6 月的收入变化情况可以说明上述因素影响具有一定的普遍性。

2020 年 1-6 月，同行业可比上市公司的营业收入情况如下：

单位：万元

名称	2020 年 1-6 月	2019 年 1-6 月	变动
苏州龙杰	31,381.65	81,427.34	-61.46%
桐昆股份	2,134,322.04	2,463,340.94	-13.36%
恒力石化	6,735,793.52	4,233,327.26	59.11%
新凤鸣	1,356,532.53	1,632,939.59	-16.93%
海利得	160,590.03	199,082.77	-19.34%
汇隆新材	21,765.42	30,061.61	-27.60%

2020年1-6月，受到新冠疫情以及原材料价格下降引致的产品销售价格下降等因素影响，同行业可比上市公司营业收入较上年同期普遍呈现下降趋势，其中恒力石化营业收入较上年同期有所增长，主要系该公司产业涉及炼化、石化和聚酯三大板块，根据恒力石化2020年半年度报告信息，其炼化业务板块在2020年1-6月始终保持着高负荷、低库存、经营灵活、产销顺畅的运行态势，成为该公司当前利润结构的主要来源与业绩增长的主要动力，另一方面随着恒力石化2020年1-6月新建的250万吨PTA-4号线新产能投产，技术实力与规模效益得到进一步巩固。

剔除恒力石化数据影响，同行业可比上市公司2020年1-6月营业收入较上年同期平均下降为27.77%，2020年1-6月，公司营业收入较上年同期下降符合行业的普遍趋势，具有合理性。2020年3月以来，公司生产、销售已逐步全面恢复，随着2020年5月以来下游行业市场订单需求增加，公司产品销量得到明显提升，2020年度，公司产品销量与2019年度基本持平，但受到产品销售价格下降的影响，2020年度，公司主营业务收入较2019年度有所下降具有合理性。

4、2020年度公司经营情况分析

(1) 2020年度主要财务状况与2019年同期比较情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020年度	2019年度	变动幅度
营业收入	54,105.49	65,592.94	-17.51%
利润总额	7,539.11	6,040.55	24.81%
净利润	6,685.42	5,476.72	22.07%
扣除非经常性损益后归属于母公司股东净利润	6,014.00	5,635.53	6.72%

2020年1月以来，受“新冠”疫情影响，公司复工时间有所延缓，开工率也呈现逐步提升状态，截至2020年末，公司已全面复工。

在政府部门的有序领导下，公司全力推进复工复产，2020年度实现营业收入54,105.49万元，较上年度同期下降17.51%；净利润为6,685.42万元，较上年同期上升22.07%；扣除非经常性损益后归属于母公司股东净利润为6,014.00万元，较上年度同期上升6.72%。

目前，公司积极采取疫情防控应对措施，同时积极做好与客户、供应商的沟通，及时了解客户需求。随着供应商、客户的有序复工复产，公司原材料采购及销售均有序开展，生产经营已恢复至正常水平。虽然疫情短期影响公司2020年上半年经营业绩，但未对公司2020年度生产经营和财务状况造成重大不利影响。

(2) 疫情对公司生产经营和财务状况的影响

①采购方面

公司生产所需主要原材料为聚酯切片等，该类原材料的主要供应商为上市公司体系内企业、大型国企或其他大型聚酯切片供应商，公司主要供应商综合实力较强，且未处于疫情重灾区，目前均已复工复产，公司原材料供应较充足，能够满足订单生产的需求。

②生产方面

公司经营场所所在地为湖州，上述地区不属于疫情爆发的重灾区。公司于2020年2月开始根据所在地政府统筹安排及自身经营情况陆续复工，截至2020年末，公司已全面复工。

③销售及订单需求方面

2020年度，公司销量和主营业务收入与2019年同期比较情况如下表所示：

项目	2020年1-3月	2019年1-3月	变动幅度
销量（吨）	7,445.92	12,204.32	-38.99%
主营业务收入（万元）	7,383.89	13,723.49	-46.20%
项目	2020年4-6月	2019年4-6月	变动幅度
销量（吨）	16,156.83	14,577.66	10.83%
主营业务收入（万元）	14,254.64	16,166.29	-11.82%
项目	2020年7-9月	2019年7-9月	变动幅度
销量（吨）	17,506.70	15,608.29	12.16%
主营业务收入（万元）	14,956.36	16,338.82	-8.46%
项目	2020年10-12月	2019年10-12月	变动幅度
销量（吨）	20,279.63	19,080.46	6.28%
主营业务收入（万元）	17,253.14	18,888.38	-8.66%

受疫情影响，2020年1-3月公司产品销量及主营业务收入较2019年同期有所减少，2020年4月以来，公司销量已呈现增长趋势，销售收入下降幅度进一步收窄，逐渐恢复至正常水平。

公司的主要客户集中在浙江、江苏、广东等地区，上述地区民营经济活跃，经济状况运行正常，且未处于疫情重灾区。目前公司主要客户订单下达情况正常，截至2020年末，公司在手订单数量为7,776.00吨，下游客户需求稳定。

疫情对公司上半年产品销售产生一定影响，但截至2020年末，公司销售及业务订单需求已恢复正常，疫情对公司的销售不存在重大不利影响。

(3) 疫情影响的时间预期

当前，我国疫情防控取得阶段性重要成效，经济社会秩序加快恢复，公司已全面复工复产，目前经营状况正常有序。在疫情不发生重大不利变化的情况下，不会对公司生产经营和财务状况造成重大不利影响。

(4) 订单履行情况

① 订单取消情况

公司按照“以销定产、安全库存、适度调整”的模式来组织生产，受疫情影响2020年度销售收入同比有所减少，目前已总体恢复正常，不存在主要客户因疫情影响取消订单的情况。

② 供应商延期交货情况

截至本问询回复日，主要材料供应商均不存在因疫情影响导致延期交货的情况。

(三) 结合应用领域、主要客户合作情况及市场情况，补充披露DTY产品销售收入大幅增长、销售占比逐年提高的原因；

报告期内，公司差别化有色涤纶长丝DTY销售收入分别为27,669.52万元、33,902.66万元和29,862.44万元，占主营业务收入的比重分别为47.00%、52.06%和55.46%，收入占比逐年上升。

公司差别化有色涤纶长丝DTY销售收入占比逐年上升的原因如下：

1、应用市场规模及客户需求增长

公司差别化有色涤纶长丝DTY主要应用领域为墙布等家纺产品，随着人民生活水平的提高，人们对自身居住环境的健康、安全和环保的要求越来越高，墙布逐渐成为环保、品质、个性化生活家居方式新选择。2018年中国墙布的销量为7.28亿平方米，同比增长72.92%，预计2019年度、2020年度中国墙布销量将分别在9亿平方米和12亿平方米以上，墙布对于墙纸的替代效应明显，墙布的需求有较快的增长。公司的下游客户主要集中在公司附近的海宁市许村镇和桐乡大麻镇，以及绍兴市杨汛桥镇和柯桥地区，上述地区是我国主要的墙布等家纺产品的生产地，差别化有色涤纶长丝DTY具有广泛的客户需求。因此差别化有色涤纶长丝DTY的市场需求呈现增长趋势。

2、产能持续提升保障销售规模扩大

报告期内，公司差别化有色涤纶长丝DTY的产能分别为20,000吨、32,000吨和33,000吨，公司注重机器设备的更新投入，报告期各年，公司DTY产品的产能持续提升，有效保障了DTY产品的产量与销量的增长。

3、公司持续加强DTY产品的研发，积极开拓应用市场

报告期内，公司推进DTY产品的技术研发，不断丰富产品色系，顺应市场需求，在墙布、窗帘、服饰、汽车内饰等多领域开拓业务市场，提升产品销售量。

4、符合同行业公司的增长趋势

2018年度和2019年度，公司同行业可比公司中苏州龙杰、桐昆股份和新凤鸣DTY产品的收入和销量呈现明显增长趋势，2018年度和2019年度，上述可比公司销量的平均增长率为14.29%和22.72%，公司差别化有色涤纶长丝DTY逐年增长，符合同行业可比公司发展趋势。

报告期内，公司在原有DTY产品种类的基础上，丰富产品色彩、提升产品性能以满足市场需求。随着市场需求的增加、公司持续有效的产品开发以及客户资源的开拓，产品销量也呈现增长趋势。

综上，公司差别化有色涤纶长丝DTY收入占比逐年上升具有合理性。

（四）结合 DTY、POY 单位毛利额情况，补充披露 2019 年发行人 DTY 具备剩余产能，但仍选择对外直接出售 POY 的原因及合理性；

报告期内，公司毛利构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
差别化有色涤纶长丝 DTY	6,439.89	50.87%	5,876.44	45.91%	4,392.82	45.63%
差别化有色涤纶长丝 FDY	5,744.16	45.38%	6,289.42	49.14%	4,923.85	51.15%
差别化有色涤纶长丝 POY	217.09	1.71%	156.90	1.23%	71.37	0.74%
主营业务毛利	12,401.14	97.97%	12,322.76	96.28%	9,388.05	97.52%
其他业务毛利	257.45	2.03%	475.96	3.72%	238.30	2.48%
合计	12,658.60	100.00%	12,798.71	100.00%	9,626.35	100.00%

报告期内，公司营业毛利呈增长态势，主营业务毛利占营业毛利的比重均在96%以上，公司毛利来源主要来自于差别化有色涤纶长丝DTY和差别化有色涤纶长丝FDY。

1、POY产品毛利率高于DTY产品，但公司将大多数POY产品用于生产DTY而非直接销售的原因及合理性

公司的下游客户对差别化有色涤纶长丝产品的主要需求为DTY产品而非中间产品POY、以及公司DTY产能布局较多是公司将大多数POY产品用于生产DTY而非直接销售的主要原因，具体分析如下：

2018年度、2019年度和2020年度，公司差别化有色涤纶长丝POY产品的销售金额为420.29万元、667.06万元和735.70万元，占比分别为0.71%、1.02%和1.37%；毛利金额分别为71.37万元、156.90万元和217.09万元，占比分别为0.74%、1.23%和1.71%，公司差别化有色涤纶长丝POY产品的销售金额及毛利额较小，该产品不是公司营业收入和利润的主要来源。

以2019年度为例，公司差别化有色涤纶长丝DTY和POY产品的单位毛利额和毛利率情况如下：

项目	单位毛利（元/吨）	毛利率
差别化有色涤纶长丝DTY	1,893.22	17.33%
差别化有色涤纶长丝POY	2,289.31	23.52%

2019年度，公司差别化有色涤纶长丝DTY的单位毛利为每吨1,893.22元，对外销售的差别化有色涤纶长丝POY的单位毛利为每吨2,289.31元，高于差别化有色涤纶长丝DTY产品，主要原因系公司客户资源较为丰富，部分内外销客户具有定制化或特定品种POY产品的需求，但总体上，客户采购差别化有色涤纶长丝POY产品的规模较小，公司在保证自身DTY产品生产和一定利润的前提下，根据部分客户的特定需求，对外销售了少量的差别化有色涤纶长丝POY。

公司差别化有色涤纶长丝POY产品单位毛利和毛利率高于DTY产品，但公司将大多数POY产品用于生产DTY而非直接销售的原因如下：

①主要原因是下游客户的需求量小

公司差别化有色涤纶长丝POY产品属于涤纶长丝的细分类别，下游客户需求量小是公司将大多数POY产品用于生产DTY而非直接销售的最主要原因。

差别化有色涤纶长丝POY属于预取向丝，适用于加工成不同弹性的DTY产品，公司主要将差别化有色涤纶长丝POY用于加工成DTY产品，少量对外销售，DTY属于拉伸变形丝，可以直接用于墙布、窗帘等家纺产品的织造，与POY产品相比无需进一步加工。DTY产品和POY产品的特性和主要用途如下：

类别	产品类别及特点
DTY	属于拉伸变形丝，由POY经加弹机连续或同时拉伸、经过假捻器变形加工后的成品丝，是针织（纬编、经编）或机织加工的理想原料
POY	属于预取向丝，具有较高取向度、较大断裂伸长、结构稳定、后加工性能好等特点，适用于加工成不同弹性的DTY

差别化涤纶长丝POY属于涤纶长丝的细分品种，无对应的公开市场数据。同行业可比公司中的苏州龙杰，主要生产销售超仿真动物皮毛纤维，该产品属于差别化涤纶长丝，虽然与公司的差别化有色涤纶长丝在性能和用途上存在一定差异，但均与常规涤纶长丝不同，属于涤纶长丝的细分品种。根据苏州龙杰的年度

报告和招股说明书显示，其POY差别化产品主要为自用，较少对外销售，2018年度和2019年度，该公司POY差别化产品的销售数量分别为0.15万吨、0.25万吨，销售占比分别为0.78%、1.37%，其POY差别化产品的销售规模同样很小。

以公司差别化有色涤纶长丝应用的墙布为例，墙布的种类分为提花墙布、印染墙布、印花墙布以及刺绣墙布等，墙布的生产工序一般分为底布、绣花(提花)、复合、成品等，其中提花墙布又可以分为染色提花布和色织提花布，染色提花布是指提花机器生产出的都是白色提花胚布，需要通过印染工艺使布料产生颜色；色织提花布是指生产过程中的经线或纬线使用有色丝直接编织，其中常规色织提花布的经线一般是大批量使用的白丝，而用于提花的纬线是小批量、多品种使用的有色丝。

总体而言，提花环节使用的有色涤纶长丝少于整体编织过程中使用的白色涤纶长丝，而作为半成品的差别化有色涤纶长丝POY，还需要经过加弹的工序而成，实际应用中，需求量更少。

DTY是由POY经加弹机连续或同时拉伸、经过假捻器变形加工后的成品丝，工艺难度不大，但差别化涤纶长丝POY产品价格高于常规涤纶长丝POY产品，下游客户采购少量的差别化有色涤纶长丝POY作为半成品进一步加工成DTY的规模效应与常规涤纶长丝POY相比并不明显。因此，公司的下游客户直接采购差别化有色涤纶长丝DTY的意愿更强，差别化有色涤纶长丝DTY的市场空间较差别化有色涤纶长丝POY更大。

公司差别化有色涤纶长丝具有小规模、多批次的特点，且主要面向下游直接纺织客户，如纺织客户直接购买差别化有色涤纶长丝POY，将根据不同纺织产品弹性等方面要求进一步加工，如购买差别化有色涤纶长丝DTY则直接可用于织造，更为便利，受到生产工艺和直接应用等方面的限制，公司下游纺织客户对差别化有色涤纶长丝POY产品的需求较小。

综上所述，公司差别化有色涤纶长丝POY产品的市场需求较小决定了公司没有大规模POY产品直接对外销售。

②DTY产能布局、设备配置及制造费用分摊变动情况

报告期各年度，公司差别化有色涤纶长丝DTY和POY产能逐年增加，以2019年度为例，公司差别化有色涤纶长丝DTY和POY产能分别为3.2万吨和2.9万吨，较2018年度分别增加了12,000吨和5,000吨。公司差别化有色涤纶长丝DTY的产能可以有效消化公司自产的差别化有色涤纶长丝POY产品。从产能布局的角度看，公司为差别化有色涤纶长丝DTY产品提供了较为充分的生产能力。根据市场需求和公司产品定位，公司的POY产能主要是为了给DTY产能提供原材料。

公司为差别化有色涤纶长丝DTY生产建设了加弹车间并购置了加弹设备,在下游客户需求有所保障的前提下,公司开展DTY产品的生产并销售,可以有效的覆盖机器设备的投入成本。

公司主要产品的制造费用根据实际发生时归集并按各类产品的完工定额和产出数量等进行分配。报告期各期,公司DTY产品的单位制造费用分别为1,007.78元/吨、1,057.97元/吨和1,162.29元/吨,随着公司DTY机器设备投入增加累计折旧也随之增加等因素影响,报告期内公司DTY产品的单位制造费用呈现增长趋势。

截至2020年末,公司差别化有色涤纶长丝DTY的加弹设备原值2,523.97万元,年折旧额为222.77万元,报告期内,公司差别化有色涤纶长丝DTY产品下游需求稳步增长,以2020年度为例,公司差别化有色涤纶长丝DTY产品销售额为29,862.44万元,销售毛利为6,439.89万元,可以有效覆盖机器设备投入与制造费用耗用,公司生产DTY产品进行销售具有经济性。

综上,尽管差别化有色涤纶长丝POY产品毛利率高于DTY产品,但公司的差别化有色涤纶长丝POY的市场需求较少,公司在已有设备产能布局差别化有色涤纶长丝DTY的基础上,为保证市场需求量大的DTY产品的生产需要,将大多数POY产品用于DTY的生产具有合理性。

2、2019年度公司DTY具备剩余产能,但仍选择对外直接出售POY的原因及合理性

公司按照“以销定产、安全库存、适度调整”的模式来组织生产,2019年度,公司差别化有色涤纶长丝DTY的产能利用率为93.67%,产能利用率较高。

2019年度,公司在差别化有色涤纶长丝DTY产品具有剩余产能情况下,对外销售少量差别化有色涤纶长丝POY产品,主要原因系公司客户资源较为丰富,部分客户具有定制化或特定品种POY产品的需求,但总体上,客户采购差别化有色涤纶长丝POY的需求较小,在保证自身DTY产品生产和一定利润的前提下,根据部分客户的特定需求,公司对外销售了少量的差别化有色涤纶长丝POY,2018年度、2019年度和2020年度,销售金额为420.29万元、667.06万元和735.70万元,占比分别为0.71%、1.02%和1.37%。

综上,公司在差别化有色涤纶长丝DTY具有剩余产能情况下,少量销售POY产品具有合理性。

(五) 补充披露报告期 POY 产品自用量情况,考虑 POY 产品自用量后,发行人主要产品的产销率或自用率;

公司FDY产品的产销率或自用率与POY产品不存在直接关系;公司POY产品主要用于生产DTY产品,DTY产品直接对外出售,其产销率的计算已考虑POY产品的自用量。报告期各期,公司FDY的产销率分别为104.48%、102.12%和103.62%,DTY产品的产销率分别为100.27%、93.93%和104.69%,上述产品的产销率较高。

报告期各期，公司POY自用量及自用率情况如下：

单位：吨

年度	产量	自用量	自用率
2020 年度	28,677.11	27,348.35	95.37%
2019 年度	26,711.34	26,079.31	97.63%
2018 年度	19,585.49	19,169.32	97.88%

由上表可知，公司POY产品基本上用于自身DTY产品的生产，对外销售数量很少。

（六）结合主要销售合同中的退换货业务情况，境外客户在验货后是否存在退换货的可能，说明发行人具体收入确认政策是否符合《企业会计准则》的规定；

1、发行人具体收入确认政策

（1）自 2020 年 1 月 1 日起的会计政策（新收入准则）

财政部于 2017 年颁布了《企业会计准则第 14 号——收入（修订）》（以下简称“新收入准则”），按照相关规定，公司于 2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则并对会计政策相关内容进行调整。

公司主要从事符合国家节能环保战略方向的原液着色纤维的研发、生产及销售，主要产品为差别化有色涤纶长丝 DTY、FDY 和 POY 等。公司实行以直销为主、经销为辅的销售模式，公司现有的主营业务、业务模式和主要销售合同条款等未发生变化，不会因实施新收入准则而对收入确认的结果产生影响。

自 2020 年 1 月 1 日起，公司执行新收入准则的具体收入确认政策如下：

内销收入确认：公司已将产品交付给购货方，购货方取得相关商品的控制权，产品销售收入金额已确定，已经收回货款或取得了收款凭证且相关的经济利益很可能流入，产品相关的成本能够可靠计量时确认收入。

外销收入确认：公司已根据合同约定将产品报关、离港，取得提单，购货方取得相关商品的控制权，产品销售收入金额已确定，已经收回货款或取得了收款凭证且相关的经济利益很可能流入，产品相关的成本能够可靠计量时确认收入。

（2）2020 年 1 月 1 日前的会计政策

内销收入确认：公司已将产品交付给购货方，且产品销售收入金额已确定，已经收回货款或取得了收款凭证且相关的经济利益很可能流入，产品相关的成本能够可靠地计量。

外销收入确认：公司已根据合同约定将产品报关、离港，取得提单，且产品销售收入金额已确定，已经收回货款或取得了收款凭证且相关的经济利益很可能流入，产品相关的成本能够可靠地计量。

2、公司主要销售合同约定退换货情况

公司内销主要销售合同约定 7 天内允许客户在产品存在质量问题或规格、颜色不符的情形下进行退换货。公司外销主要销售合同约定如果买方发现货物存在质量问题，必须在到港后 20 天内，提出书面异议，并提供证明材料，否则视为所交货物符合合同约定。

公司产品出厂前会进行质检，产品质量稳定，报告期各期，公司内销业务未发生退货情况，部分客户因订单下达、发货颜色以及包装问题进行换货，但数量很小，报告期内累计换货比例约为 0.03%；报告期各期，境外客户在验货后未发生过退换货的情况。结合公司产品的质量情况以及历史退换货数据，公司境外客户在验货后退换货的可能性很小。

3、公司具体收入确认政策符合《企业会计准则》的规定

在内销模式下公司在将产品交付给购货方，且产品销售收入金额已确定，已经收回货款或取得了收款凭证时确认收入。在此时点下，公司已将与商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方，没有保留与商品所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的产品实施有效控制，收入的金额能够可靠地计量，相关的经济利益已流入或很可能流入企业，相关成本能够可靠地计量；按照新收入准则的规定，在此时点下，公司履行了合同中的履约义务，客户已取得相关商品的控制权。因此，公司内销收入确认政策符合《企业会计准则》的相关规定。

在外销模式下公司根据合同约定将产品报关、离港，取得提单，且产品销售收入金额已确定，已经收回货款或取得了收款凭证时确认收入。在此时点下，产品所有权上的主要风险和报酬已转移，产品销售金额已确定，已经收回货款或取得了收款凭证且相关的经济利益很可能流入，产品相关的成本能够可靠地计量；按照新收入准则的规定，在此时点下，公司履行了合同中的履约义务，客户已取得相关商品的控制权。因此，公司外销收入确认政策符合《企业会计准则》的相关规定。

综上，公司具体收入确认政策符合《企业会计准则》的规定。

(七) 进一步补充披露发行人主要产品季节性波动的影响。

报告期各期，公司主营业务分季度收入情况如下：

单位：万元

季 度	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
第一季度	7,383.89	13.71%	13,723.49	21.08%	9,766.26	16.59%
第二季度	14,254.64	26.47%	16,166.29	24.83%	14,729.69	25.02%
第三季度	14,956.36	27.78%	16,338.82	25.09%	16,702.67	28.37%
第四季度	17,253.13	32.04%	18,888.38	29.01%	17,669.08	30.01%
合 计	53,848.03	100.00%	65,116.99	100.00%	58,867.70	100.00%

由于受我国传统春节休假影响，一季度客户生产需求和采购量相对较小，从第二季度开始，下游需求逐步增加，通常情况下公司下半年的销售情况会优于上半年。公司第四季度主营业务收入占比略高，主要系下游客户考虑下一年度春节假期影响而提前进行适量采购备货生产所致。总体上，公司产品下游市场应用广泛，不存在特别明显的季节性波动。

同行业可比公司的收入季节性情况及原因如下：

公司名称	收入季节性情况及原因
苏州龙杰	受春节休假、下游纺织企业春节前消化库存、备货减少等因素的影响，通常情况下聚酯纤维长丝下半年的销售情况会优于上半年
桐昆股份	受一季度春节休假、纺织厂春节前消化库存、备货减少等因素影响，涤纶长丝行业一季度销量会略低于其他季度。除此之外，涤纶长丝行业无明显的季节性
恒力石化	根据年度报告数据，一季度收入占比较少
新凤鸣	受一季度春节休假、纺织厂春节前消化库存、备货减少等因素影响，涤纶长丝行业一季度销量会略低于其他季度。除此之外，涤纶长丝行业无明显的季节性
海利得	根据年度报告数据，一季度收入占比较少

数据来源：根据同行业可比公司公开信息整理。

以 2019 年度为例，公司收入的季节性分布与同行业可比公司对比情况如下：

期间	公司	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
2019 年度	苏州龙杰	22.66%	27.49%	26.53%	23.32%
	桐昆股份	23.09%	25.61%	24.92%	26.38%
	恒力石化	14.94%	27.07%	33.73%	24.26%
	新凤鸣	22.43%	25.39%	24.13%	28.05%
	海利得	23.64%	25.96%	24.94%	25.46%
	汇隆新材	21.08%	24.83%	25.09%	29.01%

数据来源：根据同行业可比公司年报数据整理

结合上述信息，同行业可比上市公司存在下半年的销售情况会优于上半年的情形，但总体上不存在明显的季节性特征，其中桐昆股份、新凤鸣第四季度的收入也存在略高于其他季度的情况。

总体上，公司收入的季节性分布原因及变动情况与同行业可比公司接近，不存在显著差异。

2020 年第一季度，受新冠疫情影响，公司销售收入较上年同期有所下降，2020 年第二季度，公司销售收入基本恢复正常水平。

【会计师核查情况及结论】：

针对上述事项，发行人会计师履行的核查程序：

- 1、对发行人销售负责人进行访谈，查阅同行业可比上市公司产品的价格，与发行人产品进行对比分析；
- 2、获取同行业可比上市公司产品的销售数量和销售金额，与发行人产品进行对比分析；
- 3、了解发行人差别化有色涤纶长丝 DTY 的应用领域、客户分布和市场销售情况；
- 4、了解发行人差别化有色涤纶长丝 POY 的应用领域和定价政策；
- 5、查阅发行人存货收发存明细；
- 6、查阅发行人的主要销售合同、退换货数据；
- 7、对营业收入实施分析程序。

发行人会计师的核查结论：

- 1、发行人主要产品价格与可比公司价格变动趋势基本一致，不存在重大差异；
- 2、发行人收入增长符合行业整体趋势，具有合理性；
- 3、近年来 DTY 产品应用市场规模及客户需求增长，发行人持续提升 DTY 产品产能、丰富产品色彩、提升产品性能以满足市场需求，且符合同行业公司 DTY 产品的增长趋势，发行人 DTY 产品销售呈现增长趋势具有合理性；
- 4、发行人客户资源较为丰富，部分内外销客户具有定制化或特定品种产品的需求，在保证自身 DTY 产品生产和一定利润的前提下，发行人对外销售了少量的差别化有色涤纶长丝 POY。发行人在差别化有色涤纶长丝 DTY 具有剩余产能情况下，少量销售 POY 产品具有合理性；
- 5、发行人 POY 产品基本上用于自身 DTY 产品的生产，对外销售数量很少，POY 的自用率或产销率符合自身实际生产经营情况；

6、报告期内，发行人退换货数量很小，境外客户未发生退货的情况，相关收入确认政策符合会计准则的规定；

7、受春节假期等因素影响，发行人第一季度实现的销售收入一般少于其他季度，但不存在明显的季节性波动。

问题 2、关于销售模式

招股说明书披露，报告期发行人产品销售模式以直销为主、经销为辅。发行人对经销商均为买断式销售，不存在代销的情形。发行人报告期外销比例逐年上升，2019年发行人外销金额11,507.48万元，占主营业务收入的17.67%。

请发行人：

(1) 结合主要客户情况、发行人销售区域交易习惯等因素，披露发行人采用经销方式销售产品，且销售比例逐年上升的原因，发行人销售模式与行业内多数公司存在差异的原因，结合公开信息说明与同采取经销模式销售的恒力股份业务方面的相似性与差异情况；

(2) 披露以发生交易作为统计口径，发行人报告期按销售金额分层的经销商数量、销售金额及对应占比情况；

(3) 披露发行人差别化有色涤纶长丝DTY、FDY和POY产品对经销客户与直销客户的价格差异情况，发行人对经销商的销售政策变动情况，是否存在返利或补贴；

(4) 披露发行人外销比例持续上升、外销客户销售金额较为分散的原因，是否符合行业惯例；

(5) 补充披露产品进口国的有关进口政策，是否存在贸易摩擦以及进口国同类产品的竞争格局情况；

(6) 披露是否存在专门销售发行人产品的经销商，经销商的终端销售及期末库存情况，经销商中个人等非法人实体占比情况。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【发行人回复】：

(一) 结合主要客户情况、发行人销售区域交易习惯等因素，披露发行人采用经销方式销售产品，且销售比例逐年上升的原因，发行人销售模式与行业内多数公司存在差异的原因，结合公开信息说明与同采取经销模式销售的恒力股份业务方面的相似性与差异情况；

1、结合主要客户情况、发行人销售区域交易习惯等因素，披露发行人采用经销方式销售产品，且销售比例逐年上升的原因

随着公司业务规模的不断扩大，公司客户数量不断增加，且部分小客户具有采购频率高、单次采购金额少的特点，公司以直销模式服务下游客户难度也有所增加，为了更好的集中精力维护优质客户，同时也为了减少现金收款，公司积极发展与经销商合作，并取得了良好的效果。

公司地处长三角经济带，民营经济活跃，纺织产业发达，周边家纺产业集聚，毗邻“中国布艺名城”杭州余杭区、“中国布艺名镇”海宁许村镇、“中国家纺布艺名镇”桐乡大麻镇、“中国窗帘窗纱名镇”绍兴杨汛桥镇和“亚洲最大的布匹集散中心——中国轻纺城”，上述地区纺织业发达，纺织生产厂家数量众多，客户资源丰富。2017年以来，公司在湖州、桐乡、海宁和绍兴等地选择与当地经销商进行合作，依托上述地区的纺织产业集群，利用经销商的本地资源和服务优势，进一步推广公司的产品，促进公司业务量的进一步提升。

2017年，公司推动与经销商合作，并在2018年度积极发展经销模式，2019年，公司经销收入有较大增长。2020年，受新冠疫情和产品销售价格下降影响，公司经销收入有所下降。

公司选择与具有涤纶长丝相关行业从业经验的意向合作者确定经销业务合作关系，要求合作方成立规范的公司制企业，开展公司产品的经销业务。公司推动与经销商合作，主要考虑以下几个方面：

①公司客户主要以纺织业客户为主，以各地的相关纺织市场为中心，分布在相关市场周围。公司经销业务的合作方多为各地纺织市场附近多年从事涤纶长丝相关行业的人员，了解当地市场的需求与客户资源，经销商可以利用自身区位优势与本地资源服务周边客户。推动与经销商的合作，可以更好的促进公司业务的发展。

②公司客户主要从事家纺行业，客户数量较多，且总体规模不大，部分客户存在上门提货现金付款的交易习惯，公司积极推动经销模式，集中精力维护优质客户，减少现金收款的现象，提升公司的管理效率。

③公司推动与经销商进行合作，可以提升公司产品在下游市场的品牌知名度，同时经销商可以快速响应客户的需求，有利于公司产品在中小微客户群体中的推广。

综上，公司产品销售模式以直销为主，并积极推动与经销商的合作，符合公司的实际情况和规范要求，具有合理性。2018年至2019年，随着公司与经销商进一步深入合作，经销收入逐年增加，销售占比逐年上升。2020年，受新冠疫情和产品销售价格下降影响，公司经销收入有所下降。

2、发行人销售模式与行业内多数公司存在差异的原因，结合公开信息说明与同采取经销模式销售的恒力股份业务方面的相似性与差异情况

① 公司销售模式与同行业可比公司的对比情况

报告期各期，公司的直销收入占比均在77%以上，公司长期以来一直采用直销为主的业务模式，与同行业可比公司基本一致。同时，公司根据自身实际情况，适度开展经销模式，并在报告期内取得了良好的效果。

报告期内，同行业上市公司中恒力股份披露了其部分销售采用经销模式；苏州龙杰、桐昆股份、新凤鸣和海利得采用直销的销售模式。

公司与部分同行业可比公司销售模式有所差异主要系产品不同所致。

桐昆股份和新凤鸣主要生产大批量、常规涤纶长丝，2019年度的产量分别为568.21万吨和385.12万吨，远大于公司差别化有色涤纶长丝的产量，常规涤纶长丝产量大，市场价格较为透明，客户对常规涤纶长丝的价格敏感性更高，因此该产品多采用直销模式。

海利得主要生产工业涤纶长丝，应用于汽车轮胎、安全带和车用安全气囊，客户主要为轮胎厂商和汽车安全总成厂商，产品需要通过考核才能成为合格供应商，因此采用直销模式。苏州龙杰主要生产超仿真动物皮毛纤维，与公司产品亦存在差异。

公司销售模式以直销为主、经销为辅，是综合考虑行业特点、行业发展趋势、公司实际经营特点、行业上下游的发展状况等因素而形成的，是符合当前阶段发展需求及公司规范管理，有利于提升公司的持续经营能力，保障公司未来的可持续发展。

② 公司与恒力石化的业务对比情况

恒力石化主营业务包括石油炼化、石化以及聚酯化纤全产业链上、中、下游业务领域涉及的PX、醋酸、PTA、聚酯切片、民用涤纶长丝、工业涤纶长丝、聚酯薄膜、工程塑料的生产、研发和销售。因此涤纶长丝只是恒力石化其中的一个产品，且报告期内涤纶长丝年销售额都在百亿元以上，规模远大于公司。

报告期内，公司与恒力石化涤纶长丝业务方面的对比情况如下：

项目	产品差异	规模差异	客户分散程度相似
恒力石化	采用熔体直纺工艺生产大批量、常规涤纶长丝	报告期内，恒力石化涤纶长丝的销售额均在百亿元以上	下游客户数量较多，2019年度，前五客户占比为17.23%，与公司接近
公司	通过原液着色技术生产多种规格的差别化有色涤纶长丝系列产品	相比恒力石化，公司业务规模较小	下游客户数量较多，且总体较为分散

(二) 披露以发生交易作为统计口径，发行人报告期按销售金额分层的经销商数量、销售金额及对应占比情况

报告期内，公司经销商数量和销售金额分布情况如下：

单位：家，万元

销售规模	2020 年度		
	数量	金额	比例
2,000 万元以上	2	5,036.42	41.03%
1,000 万元-2,000 万元	3	4,984.55	40.61%
1,000 万元以下	5	2,254.08	18.36%
合计	10	12,275.05	100.00%
销售规模	2019 年度		
	数量	金额	比例
2,000 万元以上	4	9,269.94	67.20%
1,000 万元-2,000 万元	2	2,564.83	18.59%
1,000 万元以下	4	1,959.90	14.21%
合计	10	13,794.68	100.00%
销售规模	2018 年度		
	数量	金额	比例
2,000 万元以上	-	-	-
1,000 万元-2,000 万元	1	1,685.62	31.48%
1,000 万元以下	9	3,668.90	68.52%
合计	10	5,354.51	100.00%

如上表所示，报告期内，公司经销商数量稳定，未发生变化。

(三) 披露发行人差别化有色涤纶长丝 DTY、FDY 和 POY 产品对经销客户与直销客户的价格差异情况，发行人对经销商的销售政策变动情况，是否存在返利或补贴

1、发行人差别化有色涤纶长丝 DTY、FDY 和 POY 产品对经销客户与直销客户的价格差异情况

报告期内，公司差别化有色涤纶长丝 DTY、FDY 和 POY 产品经销客户与直销客户的价格差异情况如下：

单位：元/吨

差别化有色涤纶长丝 DTY			
项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
直销	9,198.09	11,088.28	11,452.77
经销	8,840.64	10,422.72	11,550.94
差别化有色涤纶长丝 FDY			
项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
直销	8,440.50	10,355.53	10,597.59
经销	8,241.78	9,912.16	10,618.79
差别化有色涤纶长丝 POY			
项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
直销	8,172.26	9,747.98	9,769.23
经销	7,806.12	8,134.04	8,798.67

2018 年度，公司经销收入中差别化有色涤纶长丝 DTY、FDY 经销收入的销售单价略高于直销收入，主要系产品细分种类和各客户的采购时点存在差异所致，同时，经销商采购规模较小，公司尚未给予销售折扣。

2019 年度和 2020 年度，公司经销收入中差别化有色涤纶长丝 DTY、FDY 经销收入的销售单价略低于直销收入，主要系随着经销收入的增长，公司在结合经销商采购情况、回款情况及业务开拓等因素下给予了经销商一定的销售折扣，并在采购价格中直接予以了相应折让。

2018 年-2020 年，公司差别化有色涤纶长丝 POY 的经销收入金额分别为 0.01 万元、5.16 万元和 61.53 万元，主要系零星销售，因 POY 产品的规格、销售时点等因素影响，经销价格低于直销价格。

2、发行人对经销商的销售政策变动情况，是否存在返利或补贴

报告期内，公司针对直销和经销客户均以原材料成本和制造成本为基础，结合市场供求状况、订单规模、产品技术复杂程度等因素，综合考虑后制定销售价格。

公司对经销商的结算方式为月结，未给予返利或补贴。公司结合经销商采购规模和回款情况等要素下给予一定的销售折扣，2018 年度，因经销商的采购规模较小，公司未给予销售折扣，2019 年开始，随着经销业务增长，公司给予了经销商销售折扣，2019 年度和 2020 年度，公司给予经销商的销售折扣金额分别为 417.47 万元和 448.81 万元，折扣率为 3% 左右。

报告期内，公司上述对经销商的销售政策保持稳定。

(四)披露发行人外销比例持续上升、外销客户销售金额较为分散的原因，是否符合行业惯例

报告期各期，公司外销收入占比逐年增加，主要原因为近年来我国大力推进“一带一路”建设，公司有效把握机遇，开拓国际新兴市场业务，提升收入规模。公司外销产品的主要出口国家为印度尼西亚、巴基斯坦、泰国、土耳其等国，公司产品的主要进口国家对公司的差别化有色涤纶长丝产品未设置特殊的贸易障碍，报告期内未发生针对公司产品的反倾销措施或贸易摩擦，相关贸易政策未发生重大不利变化。

①公司外销收入的增长趋势符合行业整体趋势

报告期各期，公司与同行业可比公司外销收入比较情况如下：

单位：万元

公司名称	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	变动	金额	变动	金额	变动
桐昆股份	-	251,164.75	1.76%	246,828.27	27.85%	
恒力石化	-	853,617.10	17.34%	727,448.97	331.96%	
新凤鸣	-	257,506.56	44.71%	177,943.11	44.18%	
海利得	-	257,355.60	3.32%	249,085.57	9.70%	
汇隆新材	10,627.96	11,507.48	56.00%	7,376.63	57.46%	

注：苏州龙杰不存在外销收入。同行业可比公司外销收入为综合外销收入。公司主要同行业可比公司未披露 2020 年度外销收入数据。

如上表所示，2018 年度至 2019 年度，桐昆股份、恒力石化、新凤鸣和海利得外销收入均呈现不同程度增长趋势，公司外销收入的增长符合行业整体趋势。

②外销客户分布情况

报告期各期，公司外销出口主要国家地区情况如下：

单位：万元

国家/地区	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	销售收入	收入占比	销售收入	收入占比	销售收入	收入占比
印度尼西亚	1,317.74	12.40%	2,184.23	18.98%	1,807.30	24.50%
巴基斯坦	3,278.82	30.85%	2,705.02	23.51%	1,215.14	16.47%
摩洛哥	280.54	2.64%	594.82	5.17%	553.90	7.51%
韩国	1,225.28	11.53%	892.92	7.76%	292.07	3.96%
土耳其	689.29	6.49%	808.71	7.03%	378.01	5.12%
泰国	227.64	2.14%	420.22	3.65%	678.73	9.20%
墨西哥	431.54	4.06%	429.50	3.73%	259.49	3.52%
其他国家	3,177.12	29.89%	3,472.06	30.17%	2,191.99	29.72%
合计	10,627.96	100.00%	11,507.48	100.00%	7,376.63	100.00%

注：收入占比为客户销售收入占境外销售收入的百分比。

公司外销客户主要位于印度尼西亚、巴基斯坦、摩洛哥、泰国、土耳其和韩国等国，多集中在“一带一路”沿线国家。

报告期内，公司按国别分类的前五大外销国家销售收入分别为 4,633.08 万元、7,185.70 万元和 6,942.67 万元，占外销收入的比例分别为 62.81%、62.44%和 65.33%，较为稳定。

根据中国产业信息网数据，亚洲聚酯产能占全球总产能 77%，产量占据全球 88%。其中，中国大陆产能、产量分别占据全球 51%和 64%，我国是涤纶长丝的主要出口国。根据公开资料显示，2019 年上半年，我国涤纶长丝出口国前六大国家为土耳其、越南、韩国、巴基斯坦、巴西和印度尼西亚，合计占比达 58%。

近年来我国大力推进“一带一路”建设，公司有效把握机遇，开拓国际新兴市场业务，提升收入规模。公司外销业务出口国家与上述统计数据范围的国家具有较高的重合度。

③报告期内前五名外销客户销售情况

报告期内，公司外销客户均为直销客户，公司主要外销客户的销售情况与其生产规模或销售规模的匹配情况如下：

单位：万元

2020 年度							
序号	客户名称	销售收入	占外销收入比例	占主营业务 收入比例	销售内容	客户类型	生产/销售 规模（吨）
1	韩国 LNS GLOBAL CO., LTD	702.69	6.61%	1.30%	差别化有色涤 纶长丝	贸易型	4,500.00
2	印尼 PT.HARLI DUNIA INDAH	694.63	6.54%	1.29%	差别化有色涤 纶长丝	生产型	2,000.00
3	巴基斯坦 ASHRAF IMPEX	610.97	5.75%	1.13%	差别化有色涤 纶长丝	贸易型	26,000.00
4	土耳其 KUCUKLER TEKSTIL SANA VE TIC A S	421.78	3.97%	0.78%	差别化有色涤 纶长丝	生产型	16,000.00
5	印尼 PT SINAR CONTINENTAL	396.51	3.73%	0.74%	差别化有色涤 纶长丝	生产型	3,000.00
	合 计	2,826.58	26.60%	5.24%	-	-	-

2019 年度							
序号	客户名称	销售收入	占外销收入比例	占主营业务收入比例	销售内容	客户类型	生产/销售规模 (吨)
1	印度尼西亚 PT.HARLI DUNIA INDAH	999.20	8.68%	1.53%	差别化有色涤纶长丝	生产型	2,000.00
2	印度尼西亚 PT SINAR CONTINENTAL	672.91	5.85%	1.03%	差别化有色涤纶长丝	生产型	3,000.00
3	洪都拉斯 ZABCORD S.A	527.38	4.58%	0.81%	差别化有色涤纶长丝	生产型	8,500.00
4	韩国 LNS GLOBAL CO., LTD	515.06	4.48%	0.79%	差别化有色涤纶长丝	贸易型	4,500.00
5	巴基斯坦 S.S.INTERINTERNATIONAL	385.81	3.35%	0.59%	差别化有色涤纶长丝	贸易型	12,000.00
	合计	3,100.36	26.94%	4.76%	-	-	-
2018 年度							
序号	客户名称	销售收入	占外销收入比例	占主营业务收入比例	销售内容	客户类型	生产/销售规模 (吨)
1	印度尼西亚 PT SINAR CONTINENTAL	546.66	7.41%	0.93%	差别化有色涤纶长丝	生产型	3,000.00
2	巴基斯坦 SHARIF AND CO	457.18	6.20%	0.78%	差别化有色涤纶长丝	贸易型	2,900.00
3	泰国 BETA WEAVING FACTORY CO., LTD	449.10	6.09%	0.76%	差别化有色涤纶长丝	生产型	1,000.00
4	印度尼西亚 PT PANJIMAS TEXTILE	434.53	5.89%	0.74%	差别化有色涤纶长丝	生产型	600.00
5	巴基斯坦 SABA INTERNATIONAL	418.28	5.67%	0.71%	差别化有色涤纶长丝	贸易型	4,300.00
	合计	2,305.75	31.26%	3.92%	-	-	-

报告期内，公司向主要外销客户销售的差别化有色涤纶长丝数量在其生产需求或销售需求范围内。

报告期内，公司前五大外销客户收入占外销收入的比例在 30% 左右。报告期内，公司持续拓展外销业务，外销客户根据自身需求向公司进行采购，公司与多数外销客户的业务合作具有稳定性和持续性。

④外销贸易型客户情况

报告期内，公司主要外销客户中贸易型客户情况如下：

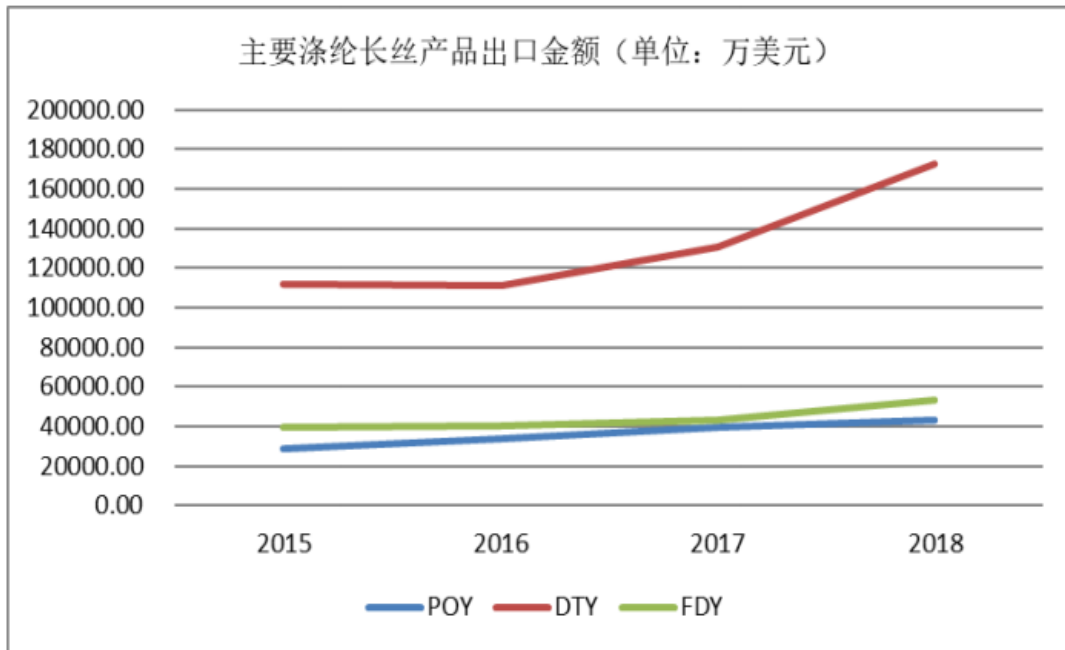
客户名称	成立时间	主要贸易业务对象	是否为关联方	是否存在纠纷
巴基斯坦 ASHRAF IMPEX	2004 年	窗帘布、沙发布	否	否
韩国 LNS GLOBAL CO., LTD	2010 年	窗帘	否	否
巴基斯坦 S.S.INTERATIONAL	2000 年	窗帘布、沙发布	否	否
巴基斯坦 SHARIF AND CO	2011 年	窗帘布、沙发布、装饰材料	否	否
巴基斯坦 SABA INTERNATIONAL	1995 年	窗帘布、沙发布	否	否
丹麦 WILL INDUSTRIAL GROUP INC	2011 年	床垫布	否	否

如上表所示，公司主要外销客户中的贸易型客户均具有相关纺织品业务的经营历史，与公司合作关系较为稳定，不存在关联关系。

⑤公司外销收入增长符合行业的整体出口趋势

涤纶长丝作为合成纤维中最主要的产品，近年来我国涤纶长丝出口量不断增长。根据中国化纤信息网的数据，2015 年我国主要涤纶长丝产品 POY、DTY 和 FDY 出口规模分别为 26.96 万吨、72.43 万吨和 28.91 万吨，到 2018 年 POY、DTY 和 FDY 出口规模已经达到 36.38 万吨、101.25 万吨和 33.98 万吨，年均复合增长率分别为 10.50%、11.81%和 5.53%。

在出口金额方面，2015 年主要涤纶长丝产品 POY、DTY 和 FDY 出口额分别为 21,987.53 万美元、111,670.67 万美元和 31,287.58 万美元，到 2018 年 POY、DTY 和 FDY 出口额则达到了 41,278.15 万美元、171,309.01 万美元和 51,043.03 万美元，年均复合增长率为 23.36%、15.33%和 17.72%。2015-2018 年主要涤纶长丝产品出口金额变化如下：



数据来源：中国化纤信息网

根据全球纺织网数据，2019 年国内涤纶长丝出口量较往年大幅增加，2019 年 1-10 月涤纶长丝出口量已超 222 万吨，较 2018 年同期涨幅达 19.04%。

近年来，南亚、东南亚等国纺织产品出口额近年来持续稳定增长，纺织行业生产者具有数量较多且较为分散的特点，南亚和东南亚国家人力成本相对较低，纺织业发展较快，纺织原材料需求量也较大。

公司外销客户多集中在“一带一路”沿线国家，涉及多个南亚或东南亚国家，外销客户较为分散符合行业特点，具有合理性。

报告期内，公司外销收入比例持续上升符合行业的整体出口趋势。

⑥公司积极拓展外销业务

公司主要通过以下途径获取境外客户订单和业务：A、“汇隆”牌有色涤纶长丝在差别化涤纶长丝行业中具有较高的知名度，部分客户主动寻求合作；B、通过相关展会推广产品，开拓客户；C、由销售人员进行客户跟踪和产品推广，主动营销；D、通过阿里巴巴等平台发布生产技术和产品信息进行网络推广和宣传。

综上，报告期内，同行业可比公司外销收入均呈现不同程度增长趋势，公司外销收入的增长趋势符合行业整体趋势。公司外销客户主要位于印度尼西亚、巴基斯坦、泰国、土耳其和韩国等国，多集中在“一带一路”沿线国家，涉及多个南亚或东南亚国家，上述国家纺织业发展较快，纺织原材料需求量也较大。同时，公司有效把握机遇，通过展会和网络平台等积极开拓上述国外市场业务，提升外销收入规模。公司外销收入比例持续上升具有合理性。

（五）补充披露产品进口国的有关进口政策，是否存在贸易摩擦以及进口国同类产品的竞争格局情况

1、报告期内，公司主要外销客户所在国进口政策、贸易摩擦情况

国家	进口政策	是否存在贸易摩擦
巴基斯坦	除了根据特定需要所实行的必要限制之外，巴基斯坦对进口没有过多的管制，绝大多数商品实行自由进口制度。中国是巴基斯坦的主要贸易伙伴，针对公司出口的产品没有特别的限制。	否
印度尼西亚	目前，印尼关税税目中近 20% 的产品涉及进口许可要求，涉及对其国内产业的保护，如大米、糖、盐、部分纺织品和服装产品、丁香、动物和动物产品以及园艺产品。中国是印尼的主要贸易伙伴，针对公司出口的产品没有特别的限制。	否
韩国	中国是韩国的主要贸易伙伴，针对公司出口的产品没有特别的限制。	否
土耳其	土耳其禁止以下产品的进口：毒品、化学武器、对身体有害的燃料、武器弹药、蚕种、自然肥、游戏机、水果机和水果产品，其商标有违国际公约的工业产权。针对公司出口的产品没有特别的限制。	否
摩洛哥	中国是摩洛哥纺织品及原料、家具玩具和光学钟表医疗设备的进口主要来源地，针对公司出口的产品没有特别的限制。	否
泰国	泰国对多数商品实行自由进口政策，任何开具信用证的进口商均可从事进口业务。泰国仅对部分产品实施禁止进口、关税配额和进口许可证等管理措施。禁止进口产品主要涉及公共安全和健康、国家安全等的产品。针对公司出口的产品没有特别的限制。	否
墨西哥	中国是墨西哥的主要贸易伙伴，针对公司出口的产品没有特别的限制。	否

报告期内，公司主要出口国家为印度尼西亚、巴基斯坦、泰国和土耳其等国家，公司外销客户所在国家多为世界贸易组织成员国，市场开放程度较高，对公司的差别化有色涤纶长丝产品未设置特殊的贸易障碍，报告期内未发生针对公司产品的贸易摩擦。

2、进口国同类产品的竞争格局情况

根据中国产业信息网数据，亚洲聚酯产能占全球总产能 77%，产量占据全球 88%。其中，中国大陆产能、产量分别占据全球 51% 和 64%，我国是涤纶长丝的主要出口国。根据公开资料显示，2019 年上半年，我国涤纶长丝出口国前六大国家为土耳其、越南、韩国、巴基斯坦、巴西和印度尼西亚，合计占比达 58%。

公司外销业务出口国家与上述统计数据范围的国家具有较高的重合度，公司外销收入稳定增长，由上述情况可知，进口国涤纶长丝产品进口量较大，其国内同类产品对公司业务的竞争压力较小。

(六) 披露是否存在专门销售发行人产品的经销商，经销商的终端销售及期末库存情况，经销商中个人等非法人实体占比情况

1、公司经销商销售公司产品情况

公司与经销商系买断式的销售，未约定独家销售事宜，公司经销商不存在专门销售公司产品的情况。公司主要经销商的业务范围涉及白色涤纶长丝和差别化有色涤纶长丝，但在差别化有色涤纶长丝同类产品中，主要经销商均以销售公司产品为主。

报告期内，公司经销商的销售情况如下：

序号	经销商名称	是否专门销售公司产品	是否是关联方	销售其他产品情况	同类有色丝产品中销售公司产品占比
1	湖州彩思汇纺织有限公司	否	否	白色涤纶长丝, 其他有色涤纶长丝	80%
2	湖州爱可丝化纤有限公司	否	否	白色涤纶长丝	100%
3	绍兴柯桥梁楠纺织品有限公司	否	否	白色涤纶长丝, 其他有色涤纶长丝	65%
4	海宁昌越纺织品有限公司	否	否	白色涤纶长丝	100%
5	绍兴齐陶轻纺原料有限公司	否	否	白色涤纶长丝, 其他有色涤纶长丝	60%
6	瑞安市华年贸易有限公司	否	否	白色涤纶长丝	100%
7	桐乡市吉美贸易有限公司	否	否	白色涤纶长丝	100%
8	海宁市后羿纺织有限公司	否	否	白色涤纶长丝	100%
9	深圳市鑫乔化纤有限公司	否	否	白色涤纶长丝	100%
10	苏州丝缘莱纺织有限公司	否	否	白色涤纶长丝	100%

如上表所示，公司经销商不存在专门销售公司产品的情况，与公司不存在关联关系，下游客户终端应用主要为包括墙布、窗帘窗纱、沙发布等纺织面料、装饰材料等多个应用领域。公司主要由经销商上门提货，运费均由经销商自己承担。公司不直接发货给终端客户，不直接与终端客户对接。

2、经销商不存在个人等非法人实体情况

公司选择与具有涤纶长丝相关行业从业经验的意向合作者确定经销业务合作关系，要求合作方成立规范的公司制企业，开展公司产品的经销业务。报告期内，公司经销商均为公司制企业，不存在个人等非法人实体情况。

3、经销商的终端销售及期末库存情况

公司所在的湖州市家用纺织品行业发达，周边家纺产业集聚，毗邻“中国布艺名城”杭州余杭区、“中国布艺名镇”海宁许村镇、“中国家纺布艺名镇”桐乡大麻镇、“中国窗帘窗纱名镇”绍兴杨汛桥镇和“亚洲最大的布匹集散中心——中国轻纺城”，上述地区纺织业发达，纺织生产厂家数量众多，客户资源丰富。2017年以来，公司在湖州、桐乡、海宁和绍兴等地选择与当地经销商进行合作，

依托上述地区的纺织产业集群，利用经销商的本地资源和服务优势，进一步推广公司的产品，促进公司业务量的进一步提升。

公司主要经销商在上述区域开展经销业务，具有广阔的市场空间和充足的客户需求，终端销售具有可实现性。

①经销商需求量及采购量匹配情况

报告期内，经销商向公司采购量和需求量的匹配情况如下：

客户名称	向公司采购量（吨）			年需求量（吨）	
	2020年度	2019年度	2018年度	2020年度	2019年度
湖州彩思汇纺织有限公司	2,898.37	2,523.39	531.58	3,000.00	2,500.00
湖州爱可丝化纤有限公司	2,806.08	2,369.19	439.68	3,000.00	2,400.00
绍兴柯桥梁楠纺织品有限公司	2,171.48	2,079.11	642.43	2,400.00	2,000.00
海宁昌越纺织品有限公司	2,185.11	1,925.76	1,560.24	2,000.00	1,500.00
瑞安市华年贸易有限公司	247.58	1,226.78	830.19	1,400.00	1,300.00
绍兴齐陶轻纺原料有限公司	1,385.74	1,351.06	426.68	1,500.00	1,300.00
桐乡市吉美贸易有限公司	772.52	735.54	126.16	800.00	700.00
海宁市后羿纺织有限公司	983.43	721.41	75.25	1,500.00	1,000.00
苏州丝缘莱纺织有限公司	568.68	313.02	16.50	800.00	500.00
深圳市鑫乔化纤有限公司	212.13	274.48	221.86	500.00	300.00

注：2018年度公司经销模式逐步推广，经销商需求量较小。上述需求量以2019年和2020年为基础，根据公司与经销商签订的年度销售框架协议取得。

公司经销商根据其自身销售需求量向公司进行采购，报告期内，公司向经销商的销售量总体上在其需求量范围之内，具有匹配性。

①经销商期末库存情况

经现场实地察看及访谈情况，公司经销商在2019年末和2020年末的库存情况如下：

序号	经销商名称	2020年末库存（吨）	2019年末库存（吨）
1	湖州彩思汇纺织有限公司	40.00	70.00
2	湖州爱可丝化纤有限公司	42.00	40.00
3	绍兴柯桥梁楠纺织品有限公司	26.00	25.00
4	海宁昌越纺织品有限公司	22.00	21.00
5	绍兴齐陶轻纺原料有限公司	60.00	42.00
6	瑞安市华年贸易有限公司	1.00	0.50
7	桐乡市吉美贸易有限公司	25.00	21.00

序号	经销商名称	2020 年末库存（吨）	2019 年末库存（吨）
8	海宁市后羿纺织有限公司	0.40	10.00
9	苏州丝缘莱纺织有限公司	14.00	13.00
10	深圳市鑫乔化纤有限公司	80.00	40.00
	合计	310.40	282.50

2019年度和2020年度，公司销售给经销商的产品为13,519.75吨和14,231.14吨，经销商期末库存数占公司销售给其产品数量的比重约为2.09%和2.18%，占比较低。

综上，公司经销商根据下游客户需求向公司进行采购，主要由经销商上门提货，运费均由经销商自己承担。公司不直接发货给终端客户，不直接与终端客户对接。公司未向经销商压货，经销商不存在期末库存积压的情形。

保荐机构和会计师对主要经销商的期末库存和终端销售采取了以下核查程序：

（1）进行了实地走访并对其库存商品进行了现场察看，未发现经销商存在积压存货的现象；

（2）对主要经销商进行了实地访谈，向其确认了终端销售的真实性；

（3）对主要经销商的相关终端客户进行了访谈，访谈过程中，确认了相关终端客户均为生产型的厂家，查看了其实地经营场所、生产场景，核实了其股权关系，确认了终端客户与发行人不存在关联关系。

【会计师核查情况及结论】：

针对上述事项，发行人会计师履行的核查程序：

1、对发行人实际控制人和销售负责人进行访谈；查阅同行业可比公司的销售模式；

2、获取发行人销售明细，对经销商的数量和销售金额进行分析；

3、了解发行人对经销商的销售政策，对不同产品价格、毛利率等按照直销模式和经销模式进行对比分析；

4、了解发行人外销模式和外销客户情况，结合同行业可比公司情况，分析发行人外销收入增长、外销客户分散的原因；

5、查询了发行人外销客户所在国家的进口政策与竞争格局情况；

6、了解了发行人经销商的相关工商信息和产品情况，对主要经销商的期末库存进行现场察看；实地或电话访谈经销商终端客户。

发行人会计师的核查结论:

1、发行人产品销售模式以直销为主，并积极推动与经销商的合作，经销收入逐年增长，符合发行人的实际情况和规范要求，具有合理性；发行人长期以来一直采用直销为主的业务模式，与同行业可比公司基本一致。同时，发行人根据自身实际情况，适度开展经销模式，并在报告期内取得了良好的效果；

2、发行人经销商数量比较稳定，随着经销商采购规模的增长，经销收入逐年增加；

3、发行人主要产品对经销客户与直销客户的价格有所差异具有合理性，发行人对经销商的结算方式为月结，未给予返利或补贴，但会根据相关因素给予经销商销售折扣；

4、发行人外销业务呈现增长趋势与同行业可比公司基本一致；发行人外销客户销售较为分散符合行业特点，具有合理性。

5、发行人主要外销客户所在国对发行人的差别化有色涤纶长丝产品未设置特殊的贸易障碍，报告期内未发生针对发行人产品的贸易摩擦；

6、发行人与经销商系买断式的销售，未约定独家销售事宜，发行人主要经销业务涉及常规白色涤纶长丝和差别化有色涤纶长丝，但在差别化有色涤纶长丝同类产品中，主要经销商均以销售发行人产品为主。报告期内，发行人经销商均为公司制企业，不存在个人等非法人实体情况，发行人经销商终端销售具有可实现性，不存在期末库存积压的情形。

问题 3、关于主要客户

招股说明书披露，发行人直销与经销前五大客户收入占比较低，发行人下游客户对差别化有色涤纶长丝需求具有小批量、多品种、多批次的特征，总体上发行人的客户较为分散。报告期内，发行人不存在向单个客户销售比例超过销售总额50%或严重依赖于少数客户的情况。

请发行人：

(1) 披露发行人客户较为分散是否属于行业惯例，与主要可比公司是否存在重大差异；

(2) 披露报告期按销售收入金额分层的客户情况，包括但不限于收入范围、对应客户数量、客户数量占比、客户金额占比；

(3) 披露报告期发行人新增客户及退出客户情况、客户对应收入金额、占比情况，说明是否存在大量客户变动，是否影响发行人持续经营能力；

(4) 披露发行人客户拓展途径，按客户拓展途径披露报告期收入分类情况，发行人对客户开拓途径的管理方式；

(5) 进一步披露发行人获取境外客户的途径、境外客户的稳定性，主要境外客户的信用情况；

(6) 补充披露主要直销客户的生产规模（如有），发行人报告期各期向主要直销客户销售数量与其生产规模是否匹配。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，单独说明对境外客户核查方式、核查范围、核查比例。

【发行人回复】：

(一) 披露发行人客户较为分散是否属于行业惯例，与主要可比公司是否存在重大差异

公司下游客户对差别化有色涤纶长丝需求具有小批量、多品种、多批次的特征，总体上公司的客户较为分散。报告期内，公司不存在向单个客户销售比例超过销售总额50%或严重依赖于少数客户的情况。

同行业可比公司前五大主要客户的占比情况如下：

公司名称	前五大客户销售占比		
	2020 年度	2019 年度	2018 年度
苏州龙杰	-	19.87%	11.93%
桐昆股份	-	7.24%	4.06%
恒力石化	-	17.23%	26.03%
新凤鸣	-	5.11%	4.84%
海利得	-	14.65%	13.69%
汇隆新材	18.61%	16.44%	8.93%

注：同行业可比公司 2020 年度数据尚未披露。

如上表所示，公司主要客户占营业收入的比例与同行业可比公司不存在重大差异，客户较为分散属于行业惯例。

(二) 披露报告期按销售收入金额分层的客户情况，包括但不限于收入范围、对应客户数量、客户数量占比、客户金额占比；

报告期内，公司按客户销售收入金额统计的客户数量及对应收入的分层情况如下：

年度	交易规模	客户数量 (个)	数量占比 (%)	销售收入 (万元)	收入占比 (%)
2020 年度	1,000 万元以上	6	0.29	11,090.91	20.60
	500 万元-1,000 万元	8	0.39	5,148.13	9.56

年度	交易规模	客户数量 (个)	数量占比 (%)	销售收入 (万元)	收入占比 (%)
	100万元-500万元	85	4.16	16,520.53	30.68
	50万元-100万元	116	5.68	8,228.75	15.28
	50万元以下	1,829	89.48	12,859.72	23.88
	合计	2,044	100.00	53,848.03	100.00
2019年度	1,000万元以上	6	0.23	11,834.77	18.17
	500万元-1,000万元	11	0.42	7,526.43	11.56
	100万元-500万元	109	4.16	20,581.13	31.61
	50万元-100万元	126	4.81	8,724.66	13.40
	50万元以下	2,368	90.38	16,449.99	25.26
	合计	2,620	100.00	65,116.99	100.00
2018年度	1,000万元以上	1	0.04	1,685.62	2.86
	500万元-1,000万元	10	0.40	7,072.39	12.01
	100万元-500万元	116	4.62	21,451.61	36.44
	50万元-100万元	144	5.73	10,003.86	16.99
	50万元以下	2,242	89.22	18,654.22	31.69
	合计	2,513	100.00	58,867.70	100.00

由上表可见，公司销售金额50万元以下的客户数量多且分散，平均采购的规模不大，与公司客户对差别化有色涤纶长丝需求具有小批量、多品种、多批次的特征相匹配。报告期内，销售金额在50万元以下的客户销售收入占公司营业收入比重分别为31.69%、25.26%和23.88%，呈现逐年下降趋势，销售金额50万元以上的客户销售收入占公司营业收入比重分别为68.31%、74.74%和76.12%，公司大客户集中度有所提高。

公司在维持现有稳定客户资源的基础上，进一步优化客户结构，集中精力开拓并维护优质客户，因此大客户集中度有所提高；公司小规模客户多以主动到公司上门提货为主，因其自身产品变化或转型等导致对公司产品的需求变化，该类客户的变动属于公司经营过程中的自然现象。

公司客户分层情况具体如下：

(1) 公司销售收入金额在500万元以上客户情况

报告期内，公司销售收入金额在500万元以上客户数量分别为11家、17家、14家，销售收入金额合计分别为8,758.02万元、19,361.19万元、16,239.04万元，500万元以上客户收入占总收入比重分别为14.87%、29.73%、30.16%，平均销售收入分别为796.18万元、1,138.89万元、1,159.93万元。报告期各期平均销售收入占比逐年上升。

客户采购公司差别化有色涤纶长丝主要应用于下游的墙布、窗帘、沙发布等纺织、装饰材料等，由于纺织面料具有一定的相似性，部分下游客户会同时生产多种纺织面料，总体上，公司产品的下游应用主要为墙布、窗帘、沙发布等纺织面料、装饰材料等多个领域，部分也会用于服饰面料。

报告期内，公司销售收入金额在500万元以上客户以内销客户为主，同时由于经销业务模式推广，销售收入金额在500万元以上客户中经销商销售收入占比逐年提高。

①2018年度销售收入金额在500万元以上的客户具体列示如下：

单位：万元

序号	客户	内外销	模式	主要生产产品或下游 客户应用	销售收入	占比
1	海宁昌越纺织品有限公司	内销	经销	窗帘布、特种纱	1,685.62	19.25%
2	杭州强诺纺织有限公司	内销	直销	窗帘布、服装面料	901.30	10.29%
3	瑞安市华年贸易有限公司	内销	经销	装饰材料	897.56	10.25%
4	诸暨市葆元实业有限公司	内销	直销	墙布、窗帘布	796.79	9.10%
5	吴江市佳帆纺织有限公司	内销	直销	窗帘布	752.18	8.59%
6	诸暨市全发纺织厂	内销	直销	墙布	730.58	8.34%
7	绍兴柯桥梁楠纺织品有限公司	内销	经销	装饰材料	716.36	8.18%
8	湖州彩思汇纺织有限公司	内销	经销	墙布	611.63	6.98%
9	浙江嘿客纺织科技有限公司	内销	直销	墙布、窗帘布	586.82	6.70%
10	印尼 PT SINAR CONTINENTAL	外销	直销	沙发布	546.66	6.24%
11	浙江胜宇布艺有限公司	内销	直销	窗帘布	532.52	6.08%
	合计	-	-	-	8,758.02	100.00%

由上表可见，2018年度销售收入金额在500万以上客户以内销客户为主，内销客户销售金额为8,211.36万元，占比为93.76%；同时由于经销商收入规模的扩张，销售收入金额在500万以上的客户中，经销商共计4家，销售收入金额合计3,911.17万元，占比为44.66%；其余均为直销客户，销售收入金额合计为4,846.85万元，占比为55.34%。上述客户主要生产产品或下游应用主要以墙布、窗帘、沙发布等纺织、装饰材料为主。

②2019年度销售收入金额在500万元以上的客户具体列示如下：

单位：万元

序号	客户	内外销	模式	主要生产产品或下游 客户应用	销售收入	占比
1	湖州彩思汇纺织有限公司	内销	经销	墙布	2,603.32	13.45%

序号	客户	内外销	模式	主要生产产品或下游 客户应用	销售收入	占比
2	湖州爱可丝化纤有限公司	内销	经销	墙布	2,477.63	12.80%
3	绍兴柯桥梁楠纺织品有限公司	内销	经销	装饰材料	2,153.88	11.12%
4	海宁昌越纺织品有限公司	内销	经销	窗帘布、特种纱	2,035.11	10.51%
5	绍兴齐陶轻纺原料有限公司	内销	经销	装饰材料	1,382.87	7.14%
6	瑞安市华年贸易有限公司	内销	经销	装饰材料	1,181.96	6.10%
7	印尼 PT.HARLIDUNIAINDAH	外销	直销	床垫布、沙发布	999.20	5.16%
8	杭州强诺纺织有限公司	内销	直销	窗帘布、服装面料	882.26	4.56%
9	浙江菲摩斯纺织有限公司	内销	直销	窗帘布、沙发布	770.21	3.98%
10	桐乡市吉美贸易有限公司	内销	经销	沙发布、特种纱	752.92	3.89%
11	诸暨市葆元实业有限公司	内销	直销	墙布、窗帘布	722.93	3.73%
12	印尼 PT SINAR CONTINENTAL	外销	直销	沙发布	672.91	3.48%
13	海宁市后羿纺织有限公司	内销	经销	墙布、特种纱	630.31	3.26%
14	江苏腾盛纺织科技集团有限公司	内销	直销	墙布、窗帘布	545.64	2.82%
15	洪都拉斯 ZABCORDS.A	外销	直销	服饰面料	527.38	2.72%
16	韩国 LNSGLOBALCO.,LTD	外销	直销	窗帘布	515.06	2.66%
17	诸暨市烜恒纺织有限公司	内销	直销	窗帘布	507.60	2.62%
	合计	-	-	-	19,361.19	100.00%

由上表可见，2019年度销售收入金额在500万元以上客户以内销客户为主，内销客户销售金额为16,646.64万元，占比为85.98%；同时由于经销收入进一步增加，销售收入金额在500万以上的客户中，经销商共计8家，销售收入金额合计13,218.00万元，占比为68.27%；其余直销客户销售收入为6,143.19万元，占比为31.73%。

③2020年度销售收入金额在500万元以上的客户具体列示如下：

单位：万元

序号	客户	内外销	类型	主要生产产品或 下游客户应用	销售收入	占比
1	湖州彩思汇纺织有限公司	内销	经销	墙布	2,556.32	15.74%
2	湖州爱可丝化纤有限公司	内销	经销	墙布	2,480.10	15.27%
3	海宁昌越纺织品有限公司	内销	经销	窗帘布、特种纱	1,921.22	11.83%
4	绍兴柯桥梁楠纺织品有限公司	内销	经销	装饰材料	1,896.38	11.68%
5	绍兴齐陶轻纺原料有限公司	内销	经销	装饰材料	1,166.96	7.19%
6	绍兴智臻纺织有限公司	内销	直销	墙布	1,069.94	6.59%

序号	客户	内外销	类型	主要生产产品或下游客户应用	销售收入	占比
7	海宁市后羿纺织有限公司	内销	经销	墙布、特种纱	751.92	4.63%
8	韩国 LNS GLOBAL CO., LTD	外销	直销	窗帘	702.69	4.33%
9	印度尼西亚 PT.HARLI DUNIA INDAH	外销	直销	床垫布、沙发布	694.63	4.28%
10	桐乡市吉美贸易有限公司	内销	经销	沙发布、特种纱	672.95	4.14%
11	巴基斯坦 ASHRAF IMPEX	外销	直销	窗帘布、沙发布	610.97	3.76%
12	杭州强诺纺织有限公司	内销	直销	窗帘布、服装面料	590.23	3.63%
13	诸暨市葆元实业有限公司	内销	直销	墙布、窗帘布	576.89	3.55%
14	浙江菲摩斯纺织有限公司	内销	直销	窗帘布、沙发布	547.87	3.37%
	合计				16,239.04	100.00%

2020年度受疫情影响销量同比上年有所下滑；原材料聚酯切片价格走低，销售单价下降，本期销售较上年同期下降，销售收入金额在500万元以上的客户数量减少。

④销售收入金额在500万元以上主要内销直销模式客户基本情况如下：

序号	客户名称	成立时间	住所	注册资本 (万元)	股东及主要 负责人	年生产需求 规模(吨)
1	杭州强诺纺织有限公司	2003年6月10日	余杭区运河街道亭趾村	3,200	应强、应香富	2,100
2	诸暨市葆元实业有限公司	2002年5月21日	诸暨市应店街镇洪武路9号	2,500	应文艺、应文化	25,000
3	江苏腾盛纺织科技集团有限公司	2011年1月27日	沭阳县经济开发区桃园路南侧台北路西	22,000	滕召部、徐玉敏	6,309
4	吴江市佳帆纺织有限公司	2006年7月3日	七都镇庙港工业东区	50	钱传大、秦泉英	15,000
5	诸暨市全发纺织厂	2001年11月14日	诸暨市应店街镇诸阳村诸煌	-	应全灿	4,000
6	浙江嘿客纺织科技有限公司	2014年9月12日	绍兴市柯桥区滨海工业南区南新村	3,600	余师威、傅妙刚	5,000
7	浙江胜宇布艺有限公司	2001年6月21日	海宁市许村镇沈士工业区	1,170	王宇斌	15,000
8	浙江菲摩斯纺织有限公司	2005年12月22日	杭州市余杭区余杭经济开发区新纺路8号	5,800	戚国培、曹玉芬	5,000
9	诸暨市恒恒纺织有限公司	2012年7月11日	诸暨市应店街镇三应村119号	30	孟建华、应水萍	1,300

序号	客户名称	成立时间	住所	注册资本 (万元)	股东及主要 负责人	年生产需求 规模(吨)
10	绍兴智臻纺织有限公司	2019年6月17日	浙江省绍兴市诸暨市 应店街镇王家安村倪 家山脚	100	邓劲	3,500

⑤销售收入金额在500万元以上主要内销经销商客户基本情况如下:

序号	公司名称	合作 渊源	是否是公司 关联方	股权结构	主要人员	从业经验	主要经营范围
1	湖州彩思汇纺织有限公司	主动 联系	否	陈亮 50.00%、 王静 50.00%	执行董事兼总经理： 严玉华 监事：陈亮	该公司股东陈亮 家族从事涤纶 业务 20 年以上	纺织品的设计与 研发，棉麻制品、 化纤制品、丝绸 制品、针纺织品、 遮光布、墙布、 围巾、披巾、服 装及原料的批发 与零售（除棉花）
2	湖州爱可丝化纤有限公司	熟人 介绍	否	沈响华 60.00%、 潘文琴 40.00%	执行董事兼总经理： 沈响华 监事：潘文琴	该公司股东沈响 华夫妇从事涤纶 丝业务 5 年以上	纺织品、针织品 及原料的销售
3	绍兴柯桥梁楠纺织品有限公司	主动 联系	否	梁杰 80.00%、 许耐娟 20.00%	执行董事、经理： 许耐娟 监事：梁杰	该公司股东梁杰 家族从事涤纶丝 业务 10 年以上	批发、零售：轻 纺原料、针纺织 品、五金制品、 窗帘窗饰及配 件、服装及辅料
4	绍兴齐陶轻纺原料有限公司	主动 联系	否	朱福林 100%	执行董事兼总经理： 朱福林 监事：虞国芳	该公司法定代表 人朱福林家族从 事花边、绳带业 务 10 年以上	批发、零售：轻 纺原料、针纺织 品、服装辅料、 床上用品
5	瑞安市华年贸易有限公司	主动 联系	否	余一帆 70.00%、 余列德 30.00%	执行董事兼总经理： 余一帆 监事：余列德	该公司股东余一 帆、余列德家族 从事绳带生产与 销售 6 年以上	织带、松紧带、 松紧绳、针纺织 品、化纤制品、 化纤原料销售

序号	公司名称	合作渊源	是否是公司关联方	股权结构	主要人员	从业经验	主要经营范围
6	海宁昌越纺织品有限公司	主动联系	否	沈会林 100%	执行董事、经理： 沈会林 监事：孙金因	沈会林原在海宁许村经营涤纶长丝业务多年	涤纶丝及纺织原料（不含鲜茧和籽棉）批发、零售
7	海宁市后羿纺织有限公司	主动联系	否	陈兴娣 50%、姚水金 50%	执行董事、经理： 姚水金 监事：陈兴娣	该公司股东姚水金夫妇从事涤纶丝业务 5 年以上	装饰布、沙发布、窗帘布、针织品、纺织制成品制造、加工；绣花加工；纺织原料（不含鲜茧和籽棉）批发
8	桐乡市吉美贸易有限公司	主动联系	否	周建根 100%	执行董事、经理： 周建根 监事：苏新娟	周建根从事涤纶丝业务 7 年以上，其于 2013 年设立桐乡市大麻新建轻纺原料经营部	针纺织品及其原辅料（除棉花的收购）、轻纺原料（除棉花的收购）、家纺用品、床上用品的销售

⑥销售收入金额在500万元以上主要外销客户基本情况如下：

序号	客户名称	成立时间	主要业务	是否为关联方	是否存在纠纷
1	印尼 PT SINAR CONTINENTAL	1988 年	纺织制造业	否	否
2	印尼 PT.HARLI DUNIA INDAH	1984 年	纺织制造业	否	否
3	韩国 LNS GLOBAL CO., LTD	2010 年	纺纱纤维批发	否	否
4	洪都拉斯 ZABCORD S.A	2014 年	纺织纤维制造业；花边、弹性织带制造与销售	否	否
5	巴基斯坦 ASHRAF IMPEX	2004 年	窗帘布、沙发布贸易	否	否

(2) 公司销售收入金额在50万元-500万元客户情况

报告期内，销售收入金额在50万元-500万元客户数量分别为260家、235家、201家，销售收入金额合计分别为31,455.47万元、29,305.80万元、24,749.28万元，50万元-500万元客户收入占总收入比重分别为53.43 %、45.01%、45.96%，平均销售金额分别为120.98万元、124.71万元、123.13万元。

报告期内，销售收入金额在50万元-500万元客户中外销收入占比分别为17.12%、23.07%、24.67%，外销占比逐年提升，但总体仍以内销客户为主；销售收入金额在50万元-500万元客户中，主要以直销客户为主。

客户采购公司产品差异化有色涤纶长丝主要应用于下游的墙布、窗帘、沙发布等纺织面料、装饰材料等，由于纺织面料具有一定的相似性，部分下游客户会同时生产多种纺织面料。总体上，公司产品的下游应用以家纺、装饰材料为主。

①2018年度销售收入金额在50万元-500万元的客户具体列示如下：

单位：个，万元

分类	客户数量	数量占比	销售金额	金额占比	平均销售金额
内销	219.00	84.23%	26,071.32	82.88%	119.05
外销	41.00	15.77%	5,384.15	17.12%	131.32
销售区域小计	260.00	100.00%	31,455.47	100.00%	120.98
经销	5.00	1.92%	1,426.63	4.54%	285.33
直销	255.00	98.08%	30,028.84	95.46%	117.76
客户类型小计	260.00	100.00%	31,455.47	100.00%	120.98
家纺产品	170.00	65.38%	21,758.30	69.17%	127.99
装饰材料	69.00	26.54%	7,248.80	23.04%	105.06
服饰面料	14.00	5.38%	1,791.08	5.69%	127.93
其他	7.00	2.69%	657.29	2.09%	93.90
客户产品类型小计	260.00	100.00%	31,455.47	100.00%	120.98

2018年度销售收入金额在50万元-500万元的客户销售区域以内销为主，内销销售占比为82.88%，随着外销销售收入增长，外销收入占比较上年略有上升；销售模式以直销为主，直销销售占比达95.46%，随着经销模式销售增长，经销收入占比较上年略有上升；终端产品中家纺类终端产品占比最高，为69.17%，家纺产品主要涵盖墙布、窗帘布、沙发布、窗纱、床上用品等，装饰材料占比较上年略有上升，为23.04%。

②2019年度销售收入金额在50万元-500万元的客户具体列示如下：

单位：个，万元

分类	客户数量	数量占比	销售金额	金额占比	平均销售金额
内销	181.00	77.02%	22,544.14	76.93%	124.55
外销	54.00	22.98%	6,761.66	23.07%	125.22
销售区域小计	235.00	100.00%	29,305.80	100.00%	124.71
经销	2.00	0.85%	576.68	1.97%	288.34
直销	233.00	99.15%	28,729.12	98.03%	123.30
客户类型小计	235.00	100.00%	29,305.80	100.00%	124.71

分类	客户数量	数量占比	销售金额	金额占比	平均销售金额
家纺产品	147.00	62.55%	19,452.41	66.38%	132.33
装饰材料	66.00	28.09%	7,552.64	25.77%	114.43
服饰面料	14.00	5.96%	1,520.89	5.19%	108.63
其他	8.00	3.40%	779.87	2.66%	97.48
客户产品类型小计	235.00	100.00%	29,305.80	100.00%	124.71

2019年度销售收入金额在50万元-500万元的客户销售区域以内销为主，内销销售占比为76.93%，随着外销销售收入增长，外销收入占比较上年略有上升；销售模式以直销为主，直销销售占比达98.03%，经销销售模式收入占比与上年基本一致；终端产品中家纺类终端产品占比最高，占比为66.38%，家纺产品主要涵盖墙布、窗帘布、沙发布、窗纱、床上用品等，装饰材料占比为25.77%，较上年略有上升。

③2020年度销售收入金额在50万元-500万元的客户具体列示如下：

单位：个，万元

分类	客户数量	数量占比	销售金额	金额占比	平均销售金额
内销	147.00	73.13%	18,642.58	75.33%	126.82
外销	54.00	26.87%	6,106.70	24.67%	113.09
销售区域小计	201.00	100.00%	24,749.28	100.00%	123.13
经销	3.00	1.49%	829.21	3.35%	276.40
直销	198.00	98.51%	23,920.07	96.65%	120.81
客户类型小计	201.00	100.00%	24,749.28	100.00%	123.13
家纺产品	133.00	66.17%	17,310.98	69.95%	130.16
装饰材料	45.00	22.39%	4,874.96	19.70%	108.33
服饰面料	15.00	7.46%	1,836.39	7.42%	122.43
其他	8.00	3.98%	726.95	2.94%	90.87
客户产品类型小计	201.00	100.00%	24,749.28	100.00%	123.13

2020年度受新冠疫情影响，公司产品销量较上年同期有所下滑；同时，公司产品主要原材料聚酯切片价格呈现下降趋势，受原材料价格下降的影响公司产品销售单价也呈现下降趋势。2020年度，公司销售收入金额在50万元-500万元的客户数量较2019年度有所减少。

(3) 公司销售收入金额在50万元以下客户情况

报告期内，销售收入金额在50万元以下的客户数量分别为2,242家、2,368家、1,829家，销售收入金额合计分别为18,654.22万元、16,449.99万元、12,859.72万元，50万元以下客户收入占总收入比重分别为31.69%、25.26%、23.88%，平均销售金额分别为8.32万元、6.95万元、7.03万元。

客户采购公司产品差异化有色涤纶长丝主要应用于下游的墙布、窗帘、沙发布等纺织、装饰材料等，由于纺织面料具有一定的相似性，部分下游客户会同时生产多种纺织面料，总体上，公司产品的下游应用以家纺、装饰材料为主。公司销售收入金额在50万元以下客户平均采购规模较小，且呈现逐年下降趋势，具体情况如下：

年度	客户数量 (个)	数量占比 (%)	销售收入 (万元)	收入占比 (%)	平均销售额 (万元)
2020 年度	1,829	89.48	12,859.72	23.88	7.03
2019 年度	2,368	90.38	16,449.99	25.26	6.95
2018 年度	2,242	89.22	18,654.22	31.69	8.32

公司产品广泛用于纺织面料，比如窗帘、墙布、沙发布等。公司所在的湖州市家用纺织品行业发达，周边家纺产业集聚，毗邻“中国布艺名城”杭州余杭区、“中国布艺名镇”海宁许村镇、“中国家纺布艺名镇”桐乡大麻镇、“中国窗帘窗纱名镇”绍兴杨汛桥镇和“亚洲最大的布匹集散中心——中国轻纺城”，上述地区纺织业发达，纺织生产厂家数量众多，且多为中小民营企业，群体较为分散，数量众多。

综上所述，公司销售金额50万元以下的客户数量多且分散，平均采购的规模不大，与公司客户对差异化有色涤纶长丝需求具有小批量、多品种、多批次的特征相匹配。报告期内，销售金额在50万元以下的客户销售收入占公司营业收入比重分别为31.69%、25.26%和23.88%，呈现逐年下降趋势，销售金额50万元以上的客户销售收入占公司营业收入比重分别为68.31%、74.74%、76.12%，公司大客户集中度有所提高。

(三) 披露报告期发行人新增客户及退出客户情况、客户对应收入金额、占比情况，说明是否存在大量客户变动，是否影响发行人持续经营能力；

报告期内，公司新增、减少客户对应收入的金额及占比情况如下：

年度	交易规模	当期新增客户		当期减少客户	
		当期销售 收入 (万元)	当期收入 占比 (%)	上期销售 金额 (万元)	上期收入 占比 (%)
2020 年度	100 万元 (不含) 以上	2,042.30	3.79	2,507.27	3.85
	100 万元 (含) 以下	4,127.58	7.67	5,139.72	7.89
	合计	6,169.88	11.46	7,646.98	11.74
2019 年度	100 万元 (不含) 以上	1,945.75	2.99	1,993.23	3.39
	100 万元 (含) 以下	5,137.26	7.89	5,584.65	9.49
	合 计	7,083.01	10.88	7,577.88	12.87

年度	交易规模	当期新增客户		当期减少客户	
		当期销售收入 (万元)	当期收入占比 (%)	上期销售金额 (万元)	上期收入占比 (%)
2018年度	100万元(不含)以上	4,865.33	8.26	406.38	0.89
	100万元(含)以下	7,260.98	12.33	4,918.96	10.82
	合计	12,126.31	20.60	5,325.34	11.71

注1：当期新增的客户系与2016年和2017年客户相比，报告期内首次交易的客户。

注2：当期减少的客户系以上期客户为基数，当期及报告期内以后各期均未发生交易的客户。

报告期内，公司新增客户对应的收入占当期收入的比重分别为20.60%、10.88%和11.46%，减少客户对应的收入占上期收入的比重分别为11.71%、12.87%和11.74%，减少的客户主要为交易规模在100万元以下的小规模客户。

报告期内，公司客户较为分散，客户数量变动一方面是因为客户自身产品变化、转型等原因自动退出，另一方面公司在维持现有稳定客户资源的基础上，进一步优化客户结构，集中精力开拓并维护优质客户、同时积极培育经销客户。

报告期各期，公司减少客户的分层销售规模及对应的销售收入情况如下：

单位：家，万元

时间	交易规模	减少家数	对应其上期销售额	平均销售额	上期总销售额	减少客户上期金额占上期总销售额比重 (%)
2020年度	100万元(不含)以上	13	2,507.27	192.87	39,942.33	6.28
	100万元(含)以下	1,211	5,139.72	4.24	25,174.66	20.42
	合计	1,224	7,646.98	6.25	65,116.99	11.74
2019年度	100万元(不含)以上	11	1,993.23	181.20	30,209.62	6.60
	100万元(含)以下	876	5,584.65	6.38	28,658.08	19.49
	合计	887	7,577.88	8.54	58,867.70	12.87
2018年度	100万元(不含)以上	3	406.38	135.46	17,121.50	2.37
	100万元(含)以下	818	4,918.96	6.01	28,359.11	17.35
	合计	821	5,325.34	6.49	45,480.61	11.71

①公司减少的小规模客户情况

报告期内各期，交易规模100万元(含)以下减少客户对应的上期销售金额合计分别为4,918.96万元、5,584.65万元、5,139.72万元，减少客户中交易规模在100万元(含)以下的占比分别为92.37%、73.70%、67.21%，即减少客户主要系交易规模较小的客户。

公司减少的客户平均交易规模较小，其销售产品主要由下游客户订单需求决定，存在因产品结构快速调整转向其他产品市场、产品风格调整对差别化有色涤纶长丝需求减少等情况，因此，公司下游小规模的客户变动相对较多。

公司在维持现有稳定客户资源的基础上，进一步优化客户结构，集中精力开拓并维护优质客户，而小规模客户，多以主动到公司上门提货为主，因其自身产品变化或转型等导致对公司产品的需求变化，该类客户的变动属于公司经营过程中的自然现象。

②公司减少的交易规模100万元以上的客户情况

报告期各期，交易规模100万元以上减少客户对应的上期销售金额合计分别为406.38万元、1,993.23万元、2,507.27万元，根据访谈了解，该类客户多因自身产品调整或业务变化等原因减少对差别化有色涤纶长丝的采购，未对公司与主要客户合作的连续性和持续性产生较大影响。

③公司新增的交易规模100万元以上的客户情况

报告期内，公司新增交易规模100万元以上的客户数量分别为15家、10家和13家，该部分新增客户收入占营业收入比重分别为、8.26%、2.99%、3.79%。

公司地处长三角经济带，纺织业发达，具有明显的境内销售区位优势，拥有丰富的客户资源和稳定市场需求，“汇隆”牌有色涤纶长丝在差别化涤纶长丝行业中具有较高的知名度，下游客户对差别化有色涤纶长丝的品质及性能稳定性要求较高，公司注重自身品牌的维护，不断提升产品质量，也为公司带来了优质客户资源。

④公司交易规模100万元以上的客户持续性和稳定性情况

报告期各期，交易规模在100万元以上减少客户对应上期销售金额占该层客户上年度销售金额总额的比例分别为2.37%、6.60%、6.28%，即报告期内各期交易规模在100万元以上主要客户中持续合作客户占比为97.63%、93.40%、93.72%。报告期各期，持续合作的主要客户占比均在90%以上，公司与主要客户的合作具有持续性和稳定性。

⑤报告期内，公司与新增或退出客户不存在纠纷或潜在纠纷

报告期内，公司与新增或退出客户不存在诉讼纠纷事项或其他潜在纠纷。

综上所述，公司在维持现有稳定客户资源的基础上，进一步优化客户结构，集中精力开拓并维护优质客户，而小规模客户，多以主动到公司上门提货为主，因其自身产品变化或转型等导致对公司产品的需求变化，该类客户的变动属于公司经营过程中的自然现象。报告期各期，在交易规模100万元以上主要客户中，公司持续合作的主要客户占比均在90%以上，该类客户未出现大幅减少的情况，公司与主要客户的合作具有连续性和持续性。

(四) 披露发行人客户拓展途径，按客户拓展途径披露报告期收入分类情况，发行人对客户开拓途径的管理方式；

1、公司主要通过以下途径获取境内与境外客户订单和业务：

① “汇隆”牌有色涤纶长丝在差别化涤纶长丝行业中具有较高的知名度，部分客户主动寻求合作；

② 通过相关展会推广产品，开拓客户；

③ 由销售人员进行客户跟踪和产品推广，主动营销；

④ 通过阿里巴巴等平台发布生产技术和产品信息进行网络推广和宣传。

2、报告期内，公司客户按拓展途径分类销售收入情况如下：

年度	拓展途径	销售收入（万元）	收入占比（%）
2020 年度	品牌效应	13,796.46	25.62
	展会推广	3,317.25	6.16
	主动营销	28,361.68	52.67
	网络平台推广	8,372.63	15.55
	合计	53,848.03	100.00
2019 年度	品牌效应	12,341.02	18.96
	展会推广	5,091.02	7.81
	主动营销	37,437.32	57.49
	网络平台推广	10,247.64	15.73
	合计	65,116.99	100.00
2018 年度	品牌效应	9,558.14	16.24
	展会推广	4,054.15	6.89
	主动营销	36,060.12	61.26
	网络平台推广	9,195.30	15.62
	合计	58,867.70	100.00

3、公司对客户开拓途径的管理方式主要如下：

① 品牌效应。根据公司的经营方向与愿景，进行品牌规划与设计，统一品牌定位，确定品牌宗旨、品牌理念、品牌愿景、品牌结构等。

② 展会推广。公司制定年度计划积极参加行业协会、政府平台认可的国内和国外知名的纺织或纱线展会，不断提高产品知名度。

③ 主动营销。公司由销售部统一落实“多措并举”的客户开拓管理办法，充分利用地理上的区位优势，重点落实销售人员不定期在江浙长三角纺织业集聚地区走访市场并收集行业信息、产品信息、客户信息，做好服务老客户和开拓新客户的相关工作。

④ 网络平台推广。公司将持续加强与阿里巴巴等国际贸易资讯网站的合作，不定期更新公司产品与技术信息，增加国际潜在客户了解汇隆产品的可能性。

（五）进一步披露发行人获取境外客户的途径、境外客户的稳定性，主要境外客户的信用情况；

1、进一步披露发行人获取境外客户的途径

公司主要通过以下途径获取境内与境外客户订单和业务：

① “汇隆”牌有色涤纶长丝在差别化涤纶长丝行业中具有较高的知名度，部分客户主动寻求合作；

② 通过相关展会推广产品，开拓客户；

③ 由销售人员进行客户跟踪和产品推广，主动营销；

④ 通过阿里巴巴等平台发布生产技术和产品信息进行网络推广和宣传。

2、境外客户的稳定性

报告期内，公司主要境外客户的销售情况列示如下：

单位：万元

客户名称	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
印度尼西亚 PT SINAR CONTINENTAL	396.51	3.73	672.91	5.85	546.66	7.41
印度尼西亚 PT.HARLI DUNIA INDAH	694.63	6.54	999.20	8.68	123.73	1.68
泰国 BETA WEAVING FACTORY CO., LTD	144.43	1.36	281.45	2.45	449.10	6.09
巴基斯坦 SHARIF AND CO	66.94	0.63	268.26	2.33	457.18	6.20
韩国 LNS GLOBAL CO.,LTD	702.69	6.61	515.06	4.48	63.56	0.86
洪都拉斯 ZABCORD S.A	189.95	1.79	527.38	4.58	252.87	3.43
土耳其 KUCUKLER TEKSTIL SANA VE TIC A S	421.78	3.97	225.65	1.96	226.88	3.08
巴基斯坦 SABA INTERNATIONAL	-	-	226.50	1.97	418.28	5.67
摩洛哥 SINTEMA SARL	-	-	95.27	0.83	124.00	1.68
巴基斯坦 ASHRAF IMPEX	610.97	5.75	163.80	1.42	-	-
印度尼西亚 PT PANJIMAS TEXTILE	-	-	-	-	434.53	5.89
巴基斯坦 S.S.INTERINTERNATIONAL	-	-	385.81	3.35	92.07	1.25
摩洛哥 SIMTIS	-	-	90.57	0.79	61.98	0.84
合计	3,227.89	30.37	4,451.87	38.69	3,250.84	44.07

注：比例为客户销售收入占境外销售收入的百分比。

报告期内，外销客户根据自身需要向公司进行采购，公司与主要的外销客户保持着稳定的合作关系。报告期各期，公司主要境外客户的销售占比分别为44.07%、38.69%和30.37%，总体占比较为稳定，且公司与主要外销客户交易具有连续性，合作关系稳定。

3、境外客户的信用情况

公司与境外客户合作前会对其实力、信誉等情况进行评估，结合历史合作记录、采购规模、回款情况等综合判断是否与境外客户开展合作。报告期内，公司与境外客户合作情况良好，未发生质量及货款纠纷。截至2021年3月19日，公司2020年末的外销应收账款回款率为85.50%，公司主要境外客户回款情况正常，不存在货款支付违约等信用不良的情况。

报告期各期，公司前五名境外客户期末应收账款余额及期后回款情况列示如下：

单位：万元

项目	2020年12月31日	2019年12月31日	2018年12月31日
主要外销客户应收账款余额	482.40	69.49	396.13
主要外销客户应收账款余额期后回款金额	439.84	69.49	396.13
期后回款比例	91.18%	100.00%	100.00%

注：2020年12月31日的应收账款期后回款为2021年3月19日的回款情况。

(六) 补充披露主要直销客户的生产规模（如有），发行人报告期各期向主要直销客户销售数量与其生产规模是否匹配；

报告期内，公司主要直销客户的销售数量与其生产规模的匹配情况如下：

单位：吨

客户名称	销售数量			年生产规模
	2020年度	2019年度	2018年度	
绍兴智臻纺织有限公司	1,110.90	250.98	-	3,500.00
杭州强诺纺织有限公司	707.76	877.44	855.20	2,100.00
浙江菲摩斯纺织有限公司	656.17	795.17	422.89	5,000.00
诸暨市葆元实业有限公司	636.13	597.01	685.94	25,000.00
吴江市佳帆纺织有限公司	91.88	261.93	781.60	15,000.00
诸暨市全发纺织厂	417.14	337.36	656.03	4,000.00
浙江嘿客纺织科技有限公司	451.44	392.89	514.24	5,000.00

注：公司下游客户为纺织企业，生产的产品以“米”作为计量单位，为了可比性，将“米”按一定的折算比例折算成“吨”列示。

公司主要直销客户为纺织织造厂家，其产品的主要原材料为各种纤维材料，公司差别化有色涤纶长丝系其原材料之一，普遍应用于上述直销客户的相关纺织产品当中，公司向主要直销客户销售的差别化有色涤纶长丝数量在其生产需求范围内，与主要直销客户的生产规模具有匹配性。

报告期内，公司外销客户均为直销客户，公司主要外销客户的销售情况与其生产规模或销售规模的匹配情况如下：

单位：万元

2020 年度							
序号	客户名称	销售收入	占外销收入比例	占主营业务收入比例	销售内容	客户类型	生产/销售规模（吨）
1	韩国 LNS GLOBAL CO., LTD	702.69	6.61%	1.30%	差别化有色涤纶长丝	贸易型	4,500.00
2	印尼 PT.HARLI DUNIA INDAH	694.63	6.54%	1.29%	差别化有色涤纶长丝	生产型	2,000.00
3	巴基斯坦 ASHRAF IMPEX	610.97	5.75%	1.13%	差别化有色涤纶长丝	贸易型	26,000.00
4	土耳其 KUCUKLER TEKSTIL SANAYI VE TICARET AS	421.78	3.97%	0.78%	差别化有色涤纶长丝	生产型	16,000.00
5	印尼 PT SINAR CONTINENTAL	396.51	3.73%	0.74%	差别化有色涤纶长丝	生产型	3,000.00
	合计	2,826.58	26.60%	5.24%	-	-	-
2019 年度							
序号	客户名称	销售收入	占外销收入比例	占主营业务收入比例	销售内容	客户类型	生产/销售规模（吨）
1	印度尼西亚 PT.HARLI DUNIA INDAH	999.20	8.68%	1.53%	差别化有色涤纶长丝	生产型	2,000.00
2	印度尼西亚 PT SINAR CONTINENTAL	672.91	5.85%	1.03%	差别化有色涤纶长丝	生产型	3,000.00
3	洪都拉斯 ZABCORD S.A	527.38	4.58%	0.81%	差别化有色涤纶长丝	生产型	8,500.00
4	韩国 LNS GLOBAL CO., LTD	515.06	4.48%	0.79%	差别化有色涤纶长丝	贸易型	4,500.00
5	巴基斯坦 S.S.INTERNATIONAL	385.81	3.35%	0.59%	差别化有色涤纶长丝	贸易型	12,000.00
	合计	3,100.36	26.94%	4.76%	-	-	-
2018 年度							
序号	客户名称	销售收入	占外销收入比例	占主营业务收入比例	销售内容	客户类型	生产/销售规模（吨）
1	印度尼西亚 PT SINAR CONTINENTAL	546.66	7.41%	0.93%	差别化有色涤纶长丝	生产型	3,000.00
2	巴基斯坦 SHARIF AND CO	457.18	6.20%	0.78%	差别化有色涤纶长丝	贸易型	2,900.00
3	泰国 BETA WEAVING FACTORY CO., LTD	449.10	6.09%	0.76%	差别化有色涤纶长丝	生产型	1,000.00
4	印度尼西亚 PT PANJIMAS TEXTILE	434.53	5.89%	0.74%	差别化有色涤纶长丝	生产型	600.00
5	巴基斯坦 SABA INTERNATIONAL	418.28	5.67%	0.71%	差别化有色涤纶长丝	贸易型	4,300.00
	合计	2,305.75	31.26%	3.92%	-	-	-

报告期内，公司向主要外销客户销售的差别化有色涤纶长丝数量在其生产需求或销售需求范围内。

报告期内，公司前五大外销客户收入占外销收入的比例在30%左右。报告期内，公司持续拓展外销业务，外销客户根据自身需求向公司进行采购，公司与多数外销客户的业务合作具有稳定性和持续性。

【会计师核查情况及结论】：

针对上述事项，发行人会计师履行的核查程序：

1、对发行人的管理层及销售相关人员进行访谈，了解发行人的行业状况和下游客户分布情况，查阅同行业可比公司客户分布情况；

2、获取发行人销售明细表，对客户情况进行分析；

3、了解发行人与主要客户的合作背景和合作历程，询问主要客户变动情况及原因；

4、了解发行人客户拓展途径、发行人对客户开拓途径的管理方式；

5、对报告期内的主要客户进行实地走访和视频访谈，了解客户的主营业务及生产规模情况；

6、针对境外客户核查方式、核查范围、核查比例情况如下：

（1）获取发行人销售与收款管理方面的内部控制制度，访谈相关负责人，了解境外销售业务的销售流程和收入确认原则、收入确认时点；

（2）查验销售合同、销售出库单、报关单、海运提单、销售发票、销售回款等收入确认原始单据，验证销售的真实性；

(3) 对境外客户的销售情况进行函证，对境外客户进行访谈并通过替代程序进行了补充确认，具体情况如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
函证回函确认外销收入比例	59.09%	62.03%	55.53%
访谈涉及外销客户占外销收入比例	54.51%	56.72%	42.87%
替代测试确认外销收入比例	31.72%	52.89%	61.24%
函证、访谈及替代测试确认外销收入比例（剔除重复计算部分）	81.28%	83.30%	84.02%

(4) 对境外客户的应收账款查验期后回款情况，确认回款的真实性与匹配性，回款情况良好，不可收回风险较小；

(5) 查阅相关境外客户的中国出口信用保险资信报告，核查客户基本信息；

(6) 走访海关等政府机构，了解发行人报告期内的商品出口规模，并与发行人账面外销收入进行核对，具体情况如下：

报告期内，发行人外销收入海关出口数据情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
海关出口金额	10,079.00	11,282.00	7,007.00
账面外销金额	10,627.96	11,507.48	7,376.63
差异	-548.96	-225.48	-369.63

报告期内，发行人外销收入略大于海关数据，主要系海关数据的统计时间和口径与发行人存在差异，总体上差异不大。

(7) 核查发行人控股股东、实际控制人，董监高及销售主管等人员的个人银行卡流水，确认不存在体外资金循环的情况。

发行人会计师的核查结论：

1、发行人主要客户占营业收入的比例与同行业可比公司不存在重大差异，客户较为分散属于行业惯例；

2、发行人报告期内按销售收入金额分层的客户情况与发行人实际经营情况相符；

3、发行人报告期新增客户及退出客户情况真实、合理，发行人与客户的合作普遍具有连续性和持续性，不存在大量客户变动，不影响发行人持续经营能力；

4、发行人报告期客户拓展途径及其管理方式具有合理性；

5、发行人报告期境外客户具有稳定性，主要境外客户的信用情况良好；

6、发行人报告期各期向主要直销客户销售数量与其生产规模具有匹配性。

问题 4、关于原材料采购

招股说明书披露，发行人产品为差别化有色涤纶长丝，其主要原材料为聚酯切片，主要辅料为色母粒和油剂，主要原材料聚酯切片的采购金额占总采购金额的80%以上。

请发行人：

(1) 披露发行人采购聚酯切片的价格形成机制，2019年发行人采购聚酯切片价格略高于市场单价的原因及合理性；

(2) 披露报告期发行人色母粒价格与可比市场价格的差异情况及差异合理性；

(3) 披露报告期内各类原材料及能源耗用量与主要产品产量之间的匹配性，各类原材料采购数量变动原因及合理性分析、与发行人实际经营情况是否匹配；

(4) 披露报告期向前五大供应商采购原材料的种类，向浙江古纤道绿色纤维有限公司采购金额波动较大的原因；

(5) 补充披露江苏恒力化纤与恒力石化之间的关系，说明发行人向同行业竞争对手关联方采购是否符合行业惯例，相关原材料是否存在替代供应商。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【发行人回复】：

(一) 披露发行人采购聚酯切片的价格形成机制，2019年发行人采购聚酯切片价格略高于市场单价的原因及合理性；

公司产品主要原材料聚酯切片为原油下游产品，其价格随着原油价格波动而有所波动，市场价格较为透明。公司采购聚酯切片的价格形成机制为根据自身生产需求量和聚酯切片的市场价格走势，结合不同供应商的报价以及供货的稳定性综合确定采购时机和采购价格。

报告期内，公司主要原材料采购价格变化情况如下：

单位：元/吨

材料	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	单价	变动比例	单价	变动比例	单价
聚酯切片	4,382.15	-29.40%	6,206.80	-13.94%	7,212.57

报告期内公司产品的原材料聚酯切片平均采购价格持续下降，聚酯切片属于石化产品，市场化程度较高，其价格主要受原油价格波动影响，2016年以来，国际原油价格处于上升趋势，并在2018年第三季度达到近年来的高位，2018年第三季度以后，国际原油价格开始出现震荡下行趋势。故2018年至2020年期间聚酯切片采购平均单价受国际原油价格下滑而相应下降。

报告期内，公司聚酯切片月均采购价格与国内聚酯切片月均价格及全球原油初级产品价格指数对比如下图：



数据来源：同花顺 IFIND 数据

如上图所示，报告期内，公司聚酯切片的月均采购价格与聚酯切片市场月均价及走势基本一致，并且与全球原油初级产品价格指数波动趋势基本一致。

1、2019年公司采购聚酯切片价格略高于市场单价的原因及合理性

2019年度，公司采购聚酯切片的价格与市场均价的比较情况如下：

单位：元/吨

市场均价	公司平均采购价格	差异	差异率
7,022.00	7,144.54	122.55	1.75%

注：上述价格为含税价格。

由上表可知，公司2019年聚酯切片平均采购价格与市场均价的差异率为1.75%，两者价格接近。

①2019年度，公司聚酯切片分月采购价格与市场均价比较情况如下：

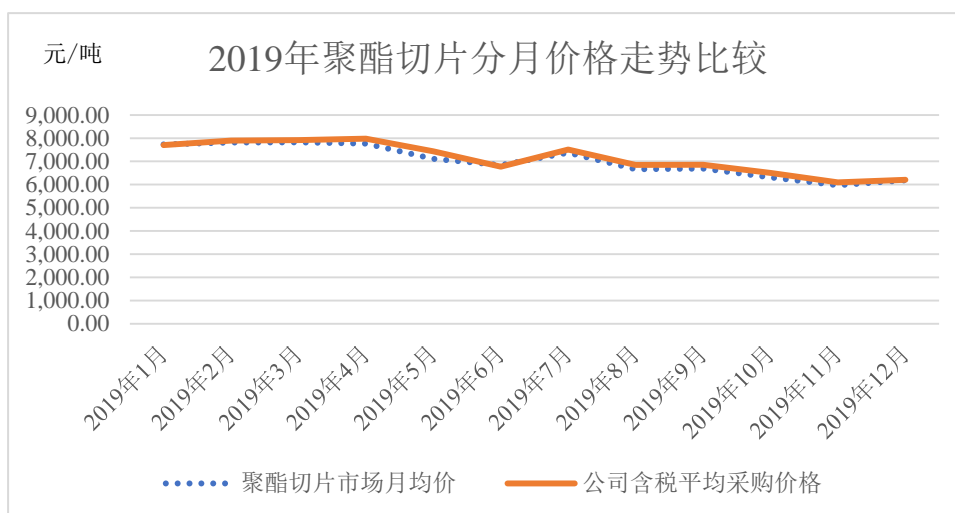
单位：元/吨

时间	市场每月报价次数	市场均价	公司平均采购价格	差异	差异率
2019年1月	22	7,730.68	7,705.49	-25.19	-0.33%
2019年2月	15	7,811.67	7,895.95	84.29	1.08%
2019年3月	21	7,823.81	7,918.75	94.94	1.21%
2019年4月	22	7,762.50	7,976.42	213.92	2.76%
2019年5月	20	7,108.75	7,432.35	323.60	4.55%
2019年6月	19	6,843.42	6,774.13	-69.29	-1.01%
2019年7月	22	7,369.32	7,513.31	144.00	1.95%
2019年8月	22	6,663.64	6,848.67	185.03	2.78%

时间	市场每月报价次数	市场均价	公司平均采购价格	差异	差异率
2019年9月	21	6,686.90	6,857.15	170.25	2.55%
2019年10月	19	6,307.89	6,505.90	198.00	3.14%
2019年11月	21	5,969.05	6,098.61	129.56	2.17%
2019年12月	22	6,186.36	6,207.80	21.44	0.35%
平均数	20.50	7,022.00	7,144.54	122.55	1.75%

注：上述价格为含税价格。

上述价格的分月比较图如下：



公司产品主要原材料聚酯切片为原油下游产品，其价格随着原油价格波动而有所波动，市场价格较为透明。公司采购聚酯切片的价格形成机制为根据自身生产需求量和聚酯切片的市场价格走势，结合不同供应商的报价以及供货的稳定性综合确定采购时机和采购价格。

公司采购聚酯切片采用现货价格与合约价格两种形式，现货价结算模式下，采购价格随行就市，采购价格跟当日聚酯切片市场价格直接相关；为锁定后续某一段时间的聚酯切片的采购价格，公司亦会采用合约价格结算模式，在该种结算模式下，采购价格按照合约价格结算，会导致聚酯切片采购入库价格高于或低于当时的市场平均报价。

公司聚酯切片的采购价格与市场均价有小幅差异的具体原因如下：

A、上述市场均价由各月的多次报价平均计算所得。2019年度，聚酯切片市场报价每月的平均次数为20.50次，即每月中20.50天均有报价数据。2019年度，公司聚酯切片每月的平均采购入库次数为11.25次，公司聚酯切片采购根据自身生产需求量和聚酯切片的市场价格走势，结合不同供应商的报价以及供货的稳定性综合确定采购时机和采购价格。公司聚酯切片的采购时点和市场每日报价时点

存在一定的时间差,因此,导致公司聚酯切片的采购价格与市场均价有小幅差异,但总体上不存在明显偏差。

B、为了保证聚酯切片供应的稳定性,公司选择了多家供应商采购,该类供应商多为上市公司体系内企业、大型国企或其他大型聚酯切片供应商,每家供应商根据客户合作情况、采购量及具体采购时点等因素报价也会有所差异,公司聚酯切片的采购价格系多家供应商的平均采购价格,因此与市场平均价格数据有小幅差异。

2、2019年5月、8月及10月公司聚酯切片采购价格与市场报价差异原因

2019年4月和2019年5月,公司聚酯切片平均采购价格分别比市场平均报价高2.76%和4.55%,2019年8月、9月、10月,公司平均采购价格比市场平均售价高2.78%、2.55%、3.14%,主要原因为2019年4月-5月、8月-10月,聚酯切片市场价格总体处于下行趋势区间,而公司会在月初或者上月末确定现货采购价格以及部分采用合约价格结算锁定原材料价格,在聚酯切片价格波动较大,但在月初采购结算或锁定价格的情况下,会出现聚酯切片采购价格与市场报价差异较大的情形。

例如,2019年4月1日,公司结合上月聚酯切片价格情况,以合约价格结算模式向国投国际贸易(北京)有限公司采购的1,200吨,该公司系大型央企国家开发投资集团有限公司的全资孙公司,该笔采购的合约锁定价格为8,169.90元/吨,但2019年4月聚酯切片平均市场报价为7,762.50元/吨,呈现下行趋势,从而导致公司当月的聚酯切片采购价格高于市场平均报价。

2019年5月、8月和10月,聚酯切片按日的市场报价数据如下:

单位:元/吨

序号	时间	5月市场报价	时间	8月市场报价	时间	10月市场报价
1	2019-05-05	7,575	2019-08-01	6,875	2019-10-08	6,575
2	2019-05-06	7,525	2019-08-02	6,825	2019-10-09	6,550
3	2019-05-07	7,525	2019-08-05	6,775	2019-10-10	6,550
4	2019-05-08	7,525	2019-08-06	6,675	2019-10-11	6,525
5	2019-05-09	7,525	2019-08-07	6,625	2019-10-12	6,525
6	2019-05-10	7,500	2019-08-08	6,575	2019-10-14	6,525
7	2019-05-13	7,475	2019-08-09	6,600	2019-10-15	6,500
8	2019-05-14	7,450	2019-08-12	6,600	2019-10-16	6,400
9	2019-05-15	7,350	2019-08-13	6,550	2019-10-17	6,350
10	2019-05-16	7,275	2019-08-14	6,725	2019-10-18	6,300
11	2019-05-17	7,150	2019-08-15	6,725	2019-10-21	6,200
12	2019-05-21	6,950	2019-08-16	6,725	2019-10-22	6,100

序号	时间	5月市场报价	时间	8月市场报价	时间	10月市场报价
13	2019-05-22	6,850	2019-08-19	6,750	2019-10-23	6,100
14	2019-05-23	6,800	2019-08-20	6,750	2019-10-24	6,100
15	2019-05-24	6,625	2019-08-21	6,700	2019-10-25	6,125
16	2019-05-27	6,600	2019-08-22	6,675	2019-10-28	6,125
17	2019-05-28	6,625	2019-08-23	6,625	2019-10-29	6,100
18	2019-05-29	6,625	2019-08-26	6,575	2019-10-30	6,100
19	2019-05-30	6,625	2019-08-27	6,550	2019-10-31	6,100
20	2019-05-31	6,600	2019-08-28	6,550	-	-
21	-	-	2019-08-29	6,550	-	-
22	-	-	2019-08-30	6,600	-	-
均价		7,108.75	-	6,663.64	-	6,307.89

数据来源：同花顺 IFIND 数据

由上表可知，聚酯切片每月的市场报价均价系当月多日的市场报价平均计算所得，而公司采购聚酯切片分为现货价格与合约价格两种形式，且公司采购并非按照聚酯切片每日的市场报价逐一对应采购，而是根据自身当月需求以及结合供应商供货的稳定性进行采购，且因不同供应商在不同时点的报价也存在差异，因此导致了2019年5月、8月、10月公司聚酯切片采购价格与市场月均报价有所差异。

上述月份中，公司向主要供应商采购的价格具体情况如下：

单位：元/吨

时间	供应商名称	采购单价 (含税)	价格类型（合约 价 OR 现货价格）	市场平均 报价区间	是否落在 区间
2019-5	国投国际贸易(北京)有限公司	8,000.00	合约价	6,600-7,575	否
2019-5	浙江物产化工集团有限公司	7,650.00	现货价	6,600-7,575	否
2019-5	浙江古纤道绿色纤维有限公司	7,374.22	现货价	6,600-7,575	是
2019-5	杭州逸曛化纤有限公司	6,769.00	现货价	6,600-7,575	是
2019-5	浙江佳宝新纤维集团有限公司	7,057.39	现货价	6,600-7,575	是
2019-8	国投国际贸易(北京)有限公司	6,985.33	合约价	6,600-6,875	否
2019-8	浙江古纤道绿色纤维有限公司	6,758.61	现货价	6,600-6,875	是
2019-8	浙江恒逸石化销售有限公司	6,727.12	现货价	6,600-6,875	是
2019-10	国投国际贸易(北京)有限公司	6,550.00	合约价	6,100-6,575	是
2019-10	浙江恒逸石化销售有限公司	6,512.90	现货价	6,100-6,575	是
2019-10	浙江古纤道绿色纤维有限公司	6,478.17	现货价	6,100-6,575	是
2019-10	浙江佳宝新纤维集团有限公司	6,180.00	现货价	6,100-6,575	是

结合上述信息可知，上述月份公司向主要供应商采购的聚酯切片次数少于每月市场报价的次数，聚酯切片的市场价格波动较为频繁，公司采购使用现货价格与合约价格结算两种模式，从现货价格看，公司向不同供应商采购的价格与临近日的市场报价较为接近。

2019年5月和8月，公司向大型央企国家开发投资集团有限公司的全资孙公司国投国际贸易（北京）有限公司采购价格超出当月市场平均报价区间，主要系公司为保障后续原材料的供货稳定性，通过合约价格结算模式提前锁定了结算价格，后续采购入库时聚酯切片市场价格处于下降下行区间内，从而导致公司向国投国际贸易（北京）有限公司采购价格超出当月市场平均报价区间。

2019年5月，公司向大型国企浙江物产化工集团有限公司采购聚酯切片的价格为7,650元/吨，该笔采购系在5月初开展，与2019年5月5日聚酯切片市场报价7,575元/吨相比高出0.99个百分点，较为接近。

综上所述，公司聚酯切片的采购价格与市场报价存在差异由上述多种因素影响所致。公司2019年聚酯切片平均采购价格与市场均价的差异率为1.75%，两者价格较为接近。从2019年全年来看，公司聚酯切片的采购价格在现货价格与合约价格的平衡下，整体上与2019年度聚酯切片市场平均报价接近，符合公司自身原材料的采购特点和实际采购情况。

（二）披露报告期发行人色母粒价格与可比市场价格的差异情况及差异合理性；

1、发行人色母粒采购价格情况

公司产品生产过程中的主要材料为聚酯切片，该类材料金额占公司主营业务成本中直接材料的比重在80%左右，而色母粒主要起到着色的作用，在公司产品生产过程中合理配比添加色母粒可以使差别化有色涤纶长丝色彩丰富、色牢度稳定，色母粒投入金额占公司主营业务成本中直接材料的比重在9%左右。

从原材料投入数量上看，报告期各期，公司差别化有色涤纶长丝生产过程中聚酯切片的投入占比在94%左右，色母粒的投入占比在1%左右，投入量占比较小。多年来，公司注重在产品研发方面的投入，不断通过设备改造、技术创新，开发并掌握了上千种多色系产品的配色方案，因此公司采购的色母粒颜色、规格也众多，存在数千种不同色系的色母粒细分类别，且各种色母粒因为颜色及深浅浓度等原因其价格也存在差异，同时色母粒不是大宗化工材料，无公开的市场报价数据，市场价格信息较少，该类材料价格比较难度较大。

上市公司苏州宝丽迪材料科技股份有限公司（以下简称“宝丽迪”）主要产品包括黑色母粒、彩色母粒、白色母粒等，该公司招股说明书披露了其彩色母粒

的整体价格数据，但未披露具体细分类别的价格情况，根据其招股说明书披露信息可知，宝丽迪彩色母粒也存在各种细分品种，且存在颜/染料含量较高的深色母粒价格较高，颜/染料含量较低的浅色母粒价格较低情况。报告期内，公司色母粒的平均采购价格高于宝丽迪披露的彩色母粒平均采购价格，并不存在显著低于市场价格的情况。

具体比较分析情况如下：

单位：元/千克

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	单价	变动比例	单价	变动比例	单价
宝丽迪彩色母粒平均销售价格	48.15	-6.25%	51.36	21.25%	42.36
公司色母粒平均采购价格	48.81	-23.35%	63.68	34.38%	47.39

注：宝丽迪数据来源于其招股说明书，宝丽迪尚未披露 2020 年度相关数据，故引用其 2020 年 1-6 月的相关数据。

如上表所示，2018年度至2019年度，宝丽迪彩色母粒平均销售价格呈现上升趋势，2020年以来，宝丽迪彩色母粒平均销售价格呈现下降趋势。

报告期各期，公司色母粒的平均采购价格分别为每千克47.39元、63.68元和48.81元，与宝丽迪彩色母粒平均销售价格同样呈先升后降的趋势，但公司色母粒平均采购价格高于宝丽迪披露的彩色母粒平均销售价格，价格变动趋势也大于宝丽迪，主要原因系公司采购的深色系色母粒较多，深色系色母粒中含颜/染料浓度较浅色系色母粒更高、价格更贵。

2018年至2019年，颜/染料价格出现较大幅度的涨价趋势，公司因采购的深色系色母粒较多，色母粒平均采购价格也较高，采购价格增长幅度也较为明显；2020年，由于颜/染料的市场售价恢复常态及公司采购深色系色母粒的比例下降，2020年度公司色母粒平均采购价格下降较多。

①宝丽迪彩色母粒价格变化的具体情况

2018年度、2019年度和2020年1-6月，宝丽迪彩色母粒的平均销售价格分别为每千克42.36元、51.36元和48.15元，呈现先增后降的趋势，根据该公司招股说明书披露，上述价格变化的原因如下：

宝丽迪2018年至2019年彩色母粒售价持续上涨，其披露的主要原因是由于原材料颜/染料采购价格的持续上涨，该公司相应提高了彩色母粒的售价，其中颜/染料采购价格的持续上涨受到2017年12月连云港化工厂和2019年3月响水染料化工厂两起爆炸事件影响。2020年1-6月，宝丽迪颜/染料平均采购价格较2019年度下降15.78%，切片价格也呈现下降趋势，综合导致2020年1-6月宝丽迪彩色母粒平均销售价格较2019年度有所下降。

根据宝丽迪招股说明书披露信息，2019年宝丽迪向某客户1销售的彩色母粒价格为6.27万元/吨，远高于2018年的1.85万元/吨，主要原因为：该客户2018年购买的彩色母粒，主要为颜/染料含量较低的浅色母粒，产品的售价和单位成本均较低。宝丽迪2019年向某客户2销售的彩色母粒价格为8.13万元/吨，较2018年的5.86万元/吨上涨较多，主要原因为：彩色母粒中存在多种型号产品，不同型号产品的价格存在差异。客户根据自身需求选择具体产品型号，由于各期销售结构不同，平均售价存在差异。

2018年度、2019年度和2020年1-6月，宝丽迪彩色母粒的价格呈现先增后降的趋势，彩色母粒中存在多种型号产品，不同型号产品的价格会存在差异，其2019年度销售存在颜/染料含量高的彩色母粒价格明显高于平均销售价格的情况。

结合宝丽迪的相关信息可知，彩色母粒的颜色越深、颜/染料含量越高，其价格相应越高，公司采购的深色系色母粒较多，因此平均采购价格较高、价格波动趋势较大具有合理性。

②公司色母粒的价格变化情况

报告期各期，公司色母粒的平均每千克的采购价格分别为47.39元、63.68元和48.81元，与宝丽迪彩色母粒平均销售价格同样呈先升后降的趋势，但公司采购的色母粒规格众多，不同规格色母粒的价格相差较大。

公司综合考虑色母粒颜色深浅和色粉浓度因素将色母粒分为深色系色母粒和浅色系色母粒。

报告期各期，公司深色系色母粒和浅色系色母粒的采购金额情况如下：

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
深色系色母粒	1,974.25	73.20%	3,016.10	78.45%	2,533.31	76.09%
浅色系色母粒	722.80	26.80%	828.74	21.55%	795.94	23.91%
合计	2,697.05	100.00%	3,844.84	100.00%	3,329.24	100.00%

如上表所示，报告期各期，公司采购的色母粒中，深色系色母粒占比较高，浅色系占比较低。由于公司产品色系丰富，开发并掌握了上千种多色系产品的配色方案，报告期各期，公司根据产品配色需要采购不同颜色的色母粒材料，因下游产品需求不同导致公司不同年度采购的深色系色母粒、浅色系色母粒的比例存在一定波动。

报告期各期，公司深色系色母粒和浅色系色母粒的采购单价及变动情况如下：

单位：元/千克

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	单价	变动	单价	变动	单价
深色系色母粒	51.80	-26.74%	70.70	35.86%	52.04
浅色系色母粒	42.17	-9.86%	46.78	26.79%	36.90
合计	48.81	-23.35%	63.68	34.38%	47.39

由上表可知，报告期各期，公司深色系色母粒的采购占比分别为76.09%、78.45%和73.20%，浅色系色母粒的采购占比分别为23.91%、21.55%和26.80%；深色系色母粒采购单价的变动分别为35.86%和-26.74%，浅色系色母粒采购单价的变动分别为26.79%和-9.86%。

公司深色系色母粒和浅色系色母粒的价格均存在先上升后下降的波动特征，主要受颜/染料的价格波动影响。其中，浅色系色母粒由于其原材料中颜/染料用量较少，其价格波动相对于深色系色母粒较小。

2019年度，主要由于颜/染料的价格上涨，深色系色母粒价格增长较快，而公司色母粒主要以深色系色母粒为主，从而导致公司色母粒平均采购价格较高，且价格增幅较大。2020年度，由于颜/染料的市场售价恢复常态及公司采购深色系色母粒的比例下降，2020年度公司色母粒平均采购价格下降较多。

综上所述，报告期各期，公司色母粒的平均采购价格与宝丽迪彩色母粒平均销售价格同样呈先升后降的趋势，但报告期各期公司色母粒平均采购价格高于宝丽迪披露的彩色母粒平均销售价格，价格变动趋势也大于宝丽迪，主要原因系公司采购的深色系色母粒较多，深色系色母粒中含颜/染料浓度较浅色系色母粒更高、价格更贵。2018年至2019年，颜/染料价格出现较大幅度的涨价趋势，公司因采购的深色系色母粒较多，色母粒平均采购价格也较高，采购价格增长幅度也较为明显；2020年度，由于颜/染料的市场售价恢复常态及公司采购深色系色母粒的比例下降，2020年度公司色母粒平均采购价格下降较多。

（三）披露报告期内各类原材料及能源耗用量与主要产品产量之间的匹配性，各类原材料采购数量变动原因及合理性分析、与发行人实际经营情况是否匹配；

公司产品的主要原材料均为聚酯切片和色母粒，生产过程中耗用的主要能源为电力。

1、各类原材料投入与主要产品产量之间的匹配性

单位：吨

种类	2020 年度	2019 年度	2018 年度
聚酯切片	53,370.04	52,183.70	44,636.49
色母粒	552.53	601.88	573.52
其他辅料	2,648.09	2,726.09	2,174.19
各类原材料合计	55,570.67	55,511.67	47,384.20
主要产品产量（FDY+POY）	53,725.38	53,668.46	45,954.51
投入产出率	96.68%	96.68%	96.98%

注：因DTY产品由POY加工而来，为避免重复计算，主要产品产量使用FDY和POY之和；投入产出率=主要产品产量/各类原材料合计,上述原材料系FDY和POY生产过程中使用的原材料。

从上表可知，报告期各期，聚酯切片占原材料的比重保持稳定，报告期内各期变动均未超过0.25%，未出现明显波动。

公司为满足产品生产及客户需求需要，采用不同颜色配方进行生产，报告期内，色母粒投入占比有小幅变动。

公司其他辅料主要包括不同类型的油剂及不同规格的纸管等，报告期各期公司其他辅料的投入分别为2,174.19吨、2,726.09吨和2,648.09吨，投入占比分别为4.59%、4.91%和4.33%，其他辅料占原材料投入比重较为稳定。

报告期内各期，各类原材料投入占比相对较为稳定，各类原材料投入与主要产品产出匹配，原材料占比波动具有合理性。

（1）差别化有色涤纶长丝FDY和POY的投入产出率

报告期各期，公司主要产品差别化有色涤纶长丝FDY和POY的投入产出率情况如下：

单位：吨

种类	FDY		
	2020 年度	2019 年度	2018 年度
聚酯切片	24,416.37	26,211.34	25,612.73
色母粒	257.61	302.32	329.09
其他辅料	1,283.61	1,390.43	1,272.22
各类原材料合计	25,957.59	27,904.09	27,214.04
FDY 产量	25,048.27	26,957.12	26,369.02
投入产出率	96.50%	96.61%	96.89%

种类	POY		
	2020 年度	2019 年度	2018 年度
聚酯切片	27,953.67	25,972.36	19,023.76
色母粒	294.93	299.56	244.43
其他辅料	1,364.48	1,335.65	901.97
各类原材料合计	29,613.07	27,607.58	20,170.16
POY 产量	28,677.11	26,711.34	19,585.49
投入产出率	96.84%	96.75%	97.10%

FDY产品与POY产品的投料与生产过程基本相同，均需要投入聚酯切片与色母粒，预结晶与干燥后，进行熔融挤压与熔体过滤，过滤后对聚合物熔体计量分配，从而进行纺丝、冷却、上油、卷绕等流程，FDY产品与POY产品投入产出率的差异仅为丝条上油时所需的油剂量不同，油剂所占整体原材料的比重较小，对投入产出率的影响较小，因此FDY产品与POY产品投入产出率基本相同。

生产过程中，产生损耗的环节如下：

(1) 在投料之前，对聚酯切片和色母粒进行筛选，将少量不能够用于生产的聚酯切片和色母粒淘汰；

(2) 对聚酯切片和色母粒进行预结晶与干燥，干燥的过程将聚酯切片和色母粒中的水分沥干，含水量从最初的0.4%干燥至25ppm；

(3) 在纺丝过程中，由于设备开机、关机的原因，导致炉内产生废丝，该部分废丝无法正常使用，不计入产成品数量中；

(4) 丝条在上油时，高温加热以及丝条快速转动导致油剂挥发、飞溅，产生一定的损耗。

各环节产生的损耗导致投入产出比无法达到100%，理论投入产出比与理论损耗率情况如下：

类别	2020 年度	2019 年度	2018 年度
理论损耗率	3.29%-3.36%		
理论投入产出率	96.64%-96.71%		
实际投入产出率	96.68%	96.68%	96.98%

从上表可知，报告期内各期理论投入产出率与实际投入产出率接近，未出现大幅波动。2018年度至2020年度的实际投入产出率保持稳定，未出现明显变动。

(2) 差别化有色涤纶长丝DTY的投入产出率

报告期各期，公司主要产品差别化有色涤纶长丝DTY的投入产出率情况如下：

单位：吨

种类	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	数量	占比	数量	占比	数量	占比
生产投入 POY	29,421.12	97.61%	29,572.53	97.12%	19,670.47	97.54%
其他辅料	720.34	2.39%	875.54	2.88%	495.55	2.46%
各类原材料合计	30,141.45	100.00%	30,448.07	100.00%	20,166.02	100.00%
DTY 产品产量	30,068.86		29,974.66	-	19,864.87	-
投入产出率	99.76%		98.45%	-	98.51%	-

报告期各期，公司差别化有色涤纶长丝DTY的投入产出率分别为98.51%、98.45%和99.76%，投入产出率较高。差别化有色涤纶长丝DTY产品主要以POY产品为原料，在加弹机上进行拉伸、经假捻器变形，进行上油、卷绕后形成，在此生产过程中主要添加的辅料为各类油剂等，上述DTY生产过程的损耗主要为加弹、假捻变形过程中的断丝、废丝以及油剂损耗等。

综上所述，报告期各期，公司主要生产的差别化有色涤纶长丝FDY、POY、DTY产品的投入产出率较高且具有匹配性，各类产品生产过程的损耗符合公司自身生产过程的特点。

2、能源耗用量与主要产品产量之间的匹配性

单位：万度，吨，度/吨

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
用电量	5,659.05	5,393.83	4,248.06
主要产品产量（FDY+POY+DTY）	83,794.24	83,643.12	65,819.38
单位用电量	675.35	644.86	645.41

注：因生产FDY、POY和DTY均使用电力，故上表主要产品产量为三类产品之和。

报告期各期，公司主要产品每吨单位用电量分别为645.41度、644.86度和675.35度，报告期各期间有所波动。

公司差别化有色涤纶长丝FDY、POY产品的投料与生产过程均需从投入聚酯切片与色母粒开始，经预结晶与干燥后，进行熔融挤压与熔体过滤，过滤后对聚合物熔体计量分配，从而进行纺丝、冷却、上油、卷绕等后续工序。两种产品在原材料投入、筛选、输送、预结晶、干燥、熔融等生产环节具有相似性，且相关机器设备存在共用的情形；差别化有色涤纶长丝DTY产品主要以POY产品为原料，在加弹机上进行拉伸、经假捻器变形，进行上油、卷绕后形成，公司上述产品的生产过程整体上较为连续。

2018年度至2019年度，随着公司产品产量增加、规模效应的提升，单位用电量呈现小幅下降趋势；2020年度公司主要产品的单位用电量较2019年度有所提高，主要原因为上半年公司受到疫情影响，在春节以后开工初期，机器设备并未高负荷运转，整体的开机率不足，在此种状态下，公司主要产品承担的单位用电量也有所提升。

综上所述，报告期各期，公司主要产品单位用电量波动符合自身生产工艺和实际生产情况。

3、各类原材料采购数量变动原因及合理性分析

报告期内，公司主要原材料采购及波动与公司主要产品产量的匹配情况如下表：

单位：吨

种类	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	数量	变动	数量	变动	数量
聚酯切片和色母粒的采购数量	55,423.89	-0.43%	55,665.85	17.03%	47,564.72
主要产品产量（FDY+POY）	53,725.38	0.11%	53,668.46	16.79%	45,954.51

从上表可知，发行人主要原材料聚酯切片和色母粒的采购数量与主要产品产量的变动幅度接近，主要原材料采购数量变动合理。

（四）披露报告期向前五大供应商采购原材料的种类，向浙江古纤道绿色纤维有限公司采购金额波动较大的原因；

报告期内，公司向前五名供应商采购的主要货物主要为原材料聚酯切片。公司向前五名供应商（同一控制的企业合并计算）采购的具体情况如下：

1、2020年度

单位：万元

序号	公司名称	金额	占比	主要采购内容
1	浙江恒逸石化销售有限公司	8,120.20	25.00%	聚酯切片
2	江苏恒科新材料有限公司	5,085.96	15.66%	聚酯切片
	江苏恒力化纤股份有限公司	2,056.53	6.33%	聚酯切片
	小 计	7,142.49	21.99%	
3	国投国际贸易（北京）有限公司	6,850.82	21.09%	聚酯切片
4	力金（苏州）贸易有限公司	1,650.23	5.08%	聚酯切片
5	广东彩艳股份有限公司	787.57	2.42%	色母粒
合 计		24,551.31	75.59%	

2、2019年度

单位：万元

序号	公司名称	金额	占比	主要采购内容
1	国投国际贸易（北京）有限公司	7,454.96	17.82%	聚酯切片
2	浙江古纤道绿色纤维有限公司	6,590.20	15.75%	聚酯切片
3	浙江恒逸石化销售有限公司	6,475.70	15.48%	聚酯切片
4	江苏恒力化纤股份有限公司	4,342.71	10.38%	聚酯切片
	江苏恒科新材料有限公司	1,072.74	2.56%	聚酯切片
	小计	5,415.45	12.94%	
5	浙江物产化工集团有限公司	3,272.77	7.82%	聚酯切片
合计		29,209.08	69.82%	

3、2018年度

单位：万元

序号	公司名称	金额	占比	主要采购货物
1	国投国际贸易（北京）有限公司	7,065.95	17.54%	聚酯切片
2	浙江物产化工集团有限公司	6,849.37	17.00%	聚酯切片
3	浙江恒逸石化销售有限公司	6,431.33	15.96%	聚酯切片
4	江苏恒力化纤股份有限公司	4,655.50	11.56%	聚酯切片
	江苏恒科新材料有限公司	698.78	1.73%	聚酯切片
	小计	5,354.28	13.29%	
5	浙江佳宝新纤维集团有限公司	4,399.69	10.92%	聚酯切片
合计		30,100.61	74.71%	

报告期内，公司采购的主要原材料为聚酯切片，聚酯切片为石油行业下游产品，市场供应充足。公司向单个供应商的采购比例均未超过各期采购总额的50%，不存在严重依赖少数供应商的情况。

报告期内，公司及其控股股东、实际控制人、持有公司5%以上股份的股东、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其关系密切的家庭成员未在上述供应商中拥有权益，公司与上述供应商不存在关联关系。

4、公司向浙江古纤道绿色纤维有限公司采购金额波动较大的原因

①浙江古纤道重组情况

根据上市公司金浦钛业（000545.SZ）2018年8月16日公告的《金浦钛业股份有限公司发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金暨关联交易预案》，2018年6月8日，浙江古纤道绿色纤维有限公司（以下简称“浙江古纤道”）股东浙江古纤道新材料股份有限公司决定，将其100%持股持有的浙江古纤道51%出资额

转让给南京金浦东部投资控股有限公司。2018年8月2日，浙江古纤道完成本次股权转让的工商变更登记。本次股权转让完成后，浙江古纤道的出资结构情况如下表所示：

序号	股东名称	持股比例
1	南京金浦东部投资控股有限公司	51%
2	浙江古纤道新材料股份有限公司	49%
合计		100%

上市公司金浦钛业（000545.SZ）与南京金浦东部投资控股有限公司同为自然人郭金东同一控制下的企业。

②浙江古纤道和公司原材料供应稳定性之间的关联性

公司根据自身生产需求量和聚酯切片的市场价格走势，结合不同供应商的报价以及供货的稳定性综合确定向供应商的采购量。报告期内，公司主要供应商为上市公司体系内企业、大型国企或其他大型聚酯切片供应商，聚酯切片市场供应较为充足。

公司向浙江古纤道采购的金额波动较大，主要原因系公司了解到2018年浙江古纤道正在进行重组，涉及控股股东、实际控制人变动的情况。在行业内，聚酯切片的采购主要采用先付款后拿货的采购付款模式，公司向浙江古纤道等供应商采购聚酯切片也多采用预付模式。

2018年度，浙江古纤道进行重组，公司考虑到在供应商控股股东、实际控制人存在变化的情况下，可能会出现支付预付款项后无法取得货物或无法回收的风险，为了避免交易风险、保障预付账款的安全性以及原材料供应稳定性，公司2018年未向浙江古纤道进行采购。

2019年度，浙江古纤道上述股权变动已经完成，控股股东完成调整，且该公司属于浙江省制造业百强企业，综合实力较强，公司继续向其进行采购。

公司与浙江古纤道不存在关联关系和其他利益安排，采购价格系市场价格，不存在异常情况。

（五）补充披露江苏恒力化纤与恒力石化之间的关系，说明发行人向同行业竞争对手关联方采购是否符合行业惯例，相关原材料是否存在替代供应商。

1、江苏恒力化纤股份有限公司与上市公司恒力石化同为恒力集团有限公司（以下简称“恒力集团”）控制的企业，双方属于关联方。

2、恒力石化的主要业务情况及公司向其关联方采购原材料的合理性

恒力石化主营业务囊括石油炼化、石化以及聚酯化纤全产业链上、中、下游业务领域涉及PX、醋酸、PTA、聚酯切片、民用涤纶长丝、工业涤纶长丝、聚酯

薄膜、工程塑料的生产、研发和销售，其民用涤纶长丝以常规白色涤纶长丝为主，公司的差别化有色涤纶长丝与恒力石化生产工艺、产品特点均有所差异，不存在直接的竞争关系。该公司所属的恒力集团系大型集团性企业，旗下产业丰富，聚酯切片属于大宗原材料，恒力集团及下属公司系聚酯切片的大型供应商之一，公司向恒力石化的关联企业江苏恒力化纤股份有限公司采购聚酯切片具有合理性。

公司的同行业可比公司中的苏州龙杰向江苏恒力化纤采购聚酯切片。新凤鸣、桐昆股份存在向恒力石化（大连）有限公司采购精对苯二甲酸的情况，精对苯二甲酸为规模化生产常规涤纶长丝的主要原材料，恒力石化（大连）有限公司为恒力石化的控股子公司。

综上，公司向恒力石化的关联方采购原材料符合行业惯例，具有合理性。

3、公司主要供应商为上市公司体系内企业、大型国企或其他大型聚酯切片供应商，聚酯切片市场供应较为充足，该类原材料具有较为充裕的替代供应商。

【会计师核查情况及结论】：

针对上述事项，发行人会计师履行的核查程序：

- 1、获取了发行人原材料采购明细数据，了解发行人原材料价格形成机制；
- 2、对比了发行人主要原材料的采购与市场价格的差异；
- 3、分析了发行人主要原材料和能源与主要产品产量的匹配性；
- 4、查询了浙江古纤道、江苏恒力化纤和恒力石化的工商资料及官方网站信息；

发行人会计师的核查结论：

1、发行人根据自身生产需求量和聚酯切片的市场价格走势，结合不同供应商的报价以及供货的稳定性综合确定采购时机和采购价格；2019年，聚酯切片采购价格略高于市场单价属于正常的采购价格波动，不存在异常情况；

2、发行人色母粒的平均采购价格变动趋势与宝丽迪的彩色母粒的平均销售价格基本一致；

3、报告期内主要原材料及能源耗用量与主要产品产量具有匹配性，主要原材料采购数量变动合理、与发行人实际经营情况相匹配；

4、发行人向浙江古纤道绿色纤维有限公司采购金额波动具有合理性；

5、发行人向恒力石化的关联方采购原材料符合行业惯例，具有合理性；聚酯切片市场供应较为充足，该类原材料具有较为充裕的替代供应商。

问题 5、关于主营业务成本

招股说明书披露，报告期各期发行人主营业务成本直接材料占比分别为 85.76%、87.70%和85.49%。

请发行人：

(1) 补充披露主营业务成本中各类原材料的金额及占比情况，结合聚酯切片采购价格量化分析聚酯切片成本占比波动的原因；

(2) 结合工时变动情况及平均薪酬变动情况披露报告期发行人主要产品直接人工占比波动的原因及合理性；

(3) 说明报告期内制造费用的归集与分类核算方法。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【发行人回复】：

(一) 补充披露主营业务成本中各类原材料的金额及占比情况，结合聚酯切片采购价格量化分析聚酯切片成本占比波动的原因；

报告期内，公司主营业务成本主要由直接材料、直接人工和制造费用构成，具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
直接材料	33,037.07	79.71%	45,131.22	85.49%	43,393.63	87.70%
直接人工	2,445.66	5.90%	2,498.08	4.73%	1,739.15	3.51%
制造费用	5,964.16	14.39%	5,164.93	9.78%	4,346.87	8.79%
合计	41,446.89	100.00%	52,794.23	100.00%	49,479.65	100.00%

报告期各期，公司主营业务成本中直接材料、直接人工和制造费用的比例基本保持稳定，直接材料的占比为87.70%、85.49%和79.71%，系主营业务成本的主要组成部分。

①直接材料构成情况

报告期内，公司直接材料中各类原材料的金额及占比情况列示如下：

单位：万元

类别	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
聚酯切片	26,470.03	80.12%	37,573.05	83.25%	37,174.18	85.67%
色母粒	3,324.19	10.06%	3,942.10	8.73%	2,997.55	6.91%
其他	3,242.85	9.82%	3,616.07	8.01%	3,221.91	7.42%
合计	33,037.07	100.00%	45,131.22	100.00%	43,393.64	100.00%

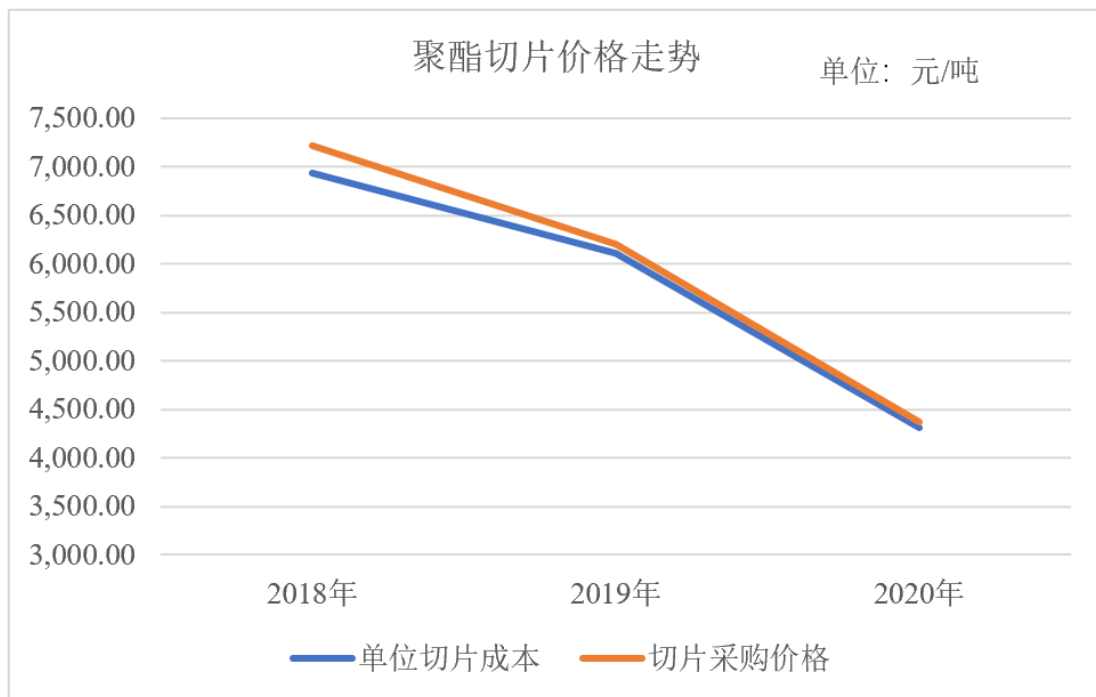
报告期内，公司直接材料中，聚酯切片占比分别为85.67%、83.25%和80.12%，系直接材料的主要组成部分，聚酯切片的价格变动会直接影响直接材料在主营业务成本的占比。

由于聚酯切片市场价格波动导致主营业务成本中聚酯切片的占比产生波动，具体分析列示如下：

单位：元/吨

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	单位成本	变动	单位成本	变动	单位成本
聚酯切片单位成本	4,311.85	-29.46%	6,112.35	-11.85%	6,934.24
单位主营业务成本	6,751.51	-21.39%	8,588.52	-6.95%	9,229.62
占比	63.86%	-7.31%	71.17%	-3.96%	75.13%
聚酯切片采购价格	4,382.15	-29.40%	6,206.80	-13.94%	7,212.57

公司主营业务成本中聚酯切片单位成本与采购价格的波动趋势如下图所示：



由上表可见，报告期各期，公司主营业务成本中聚酯切片单位成本与其采购价格匹配。2018年度、2019年度和2020年度，聚酯切片单位成本占单位主营业务成本的比例变动分别为-3.96%和-7.31%，直接材料占主营业务成本比例变动分别为-2.21%和-5.78%，两项比例变动情况基本一致，具有合理性。

(二) 结合工时变动情况及平均薪酬变动情况披露报告期发行人主要产品直接人工占比波动的原因及合理性;

报告期各期, 公司主要产品直接人工占比分别为3.51%、4.73%、5.90%, 呈现逐年上升的趋势, 主要系公司产品直接材料占比较大, 且直接材料中聚酯切片价格波动较大, 产品成本直接材料、直接人工及制造费用比例结构受材料价格波动影响。

报告期内受聚酯切片价格波动影响, 直接材料占比呈逐年下降的趋势, 报告期各期直接材料占比分别为87.70%、85.49%、79.71%, 间接导致直接人工占比呈逐年上升的趋势。

从直接人工总额变动可见, 2018-2019年逐年上升, 主要系随着公司业务规模、生产效率及盈利能力的提升, 公司生产人员平均薪酬和单位工时人工薪酬均处于增长趋势, 2020年度受疫情影响工时有所减少, 直接人工总额有所降低, 公司生产人员平均薪酬和单位工时人工薪酬比较稳定, 符合公司自身实际经营情况。

报告期各期, 公司生产人员平均薪酬变动情况如下:

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	金额	变动	金额	变动	金额
直接人工 (万元)	2,445.66	-2.10%	2,498.08	43.64%	1,739.15
员工人次	3,563	-1.47%	3,616	21.75%	2,970
平均薪酬 (万元/月)	0.69	0.00%	0.69	17.98%	0.59

由上表可见, 2019年度, 生产人员的平均薪酬变动为17.98%, 呈现上升趋势, 主要系公司生产规模、销售规模提升, 盈利能力增强, 生产人员整体工资水平也相应增长。

2020年度, 受疫情停工影响, 工时有所减少, 生产人员平均薪酬与上期持平。

根据报告期内生产人员累计工时和主要产品产量, 进一步分析单位产量人工工时和单位工时人工薪酬, 变动情况如下:

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	数量	变动	数量	变动	数量
直接人工 (万元)	2,445.66	-2.10%	2,498.08	43.64%	1,739.15
累计工时 (万小时)	99.03	-3.85%	103.00	21.56%	84.74
主要产品产量 (万吨)	8.38	0.24%	8.36	27.05%	6.58
单位产量人工工时 (小时/吨)	11.82	-4.00%	12.31	-4.35%	12.87
单位工时人工薪酬 (元/小时)	24.70	1.84%	24.25	18.18%	20.52

注: 单位产量人工工时=累计工时/主要产品产量; 单位工时人工薪酬=直接人工/累计工时。

由上表可见，2018年度、2019年度和2020年度，公司的单位产量人工工时分别为每吨12.87小时、12.31小时和11.82小时。报告期各年度，公司生产效率不断提高，主要产品产量规模呈现逐年增长趋势，因此单位工时人工薪酬也逐年提高。

报告期内，公司单位工时人工薪酬逐年提高，2020年度达到24.70元/小时，随着公司业务规模扩大、生产效率及盈利能力的提升，公司生产人员单位工时人工薪酬均处于增长趋势。报告期各年度，公司产品产量具体如下：

项目	2020 年度	变动	2019 年度	变动	2018 年度
产量（吨）	83,794.24	0.18%	83,643.13	27.08%	65,819.38

2020年度，公司生产工人平均薪酬与2019年度持平，单位工时人工薪酬较2019年度上升1.84%，上升幅度较小，主要原因系公司2020年上半年疫情影响，累计生产工时出现下降、产品产量上升幅度较小，以及上半年公司承担的相关社保费用减免所致。

公司所在地上市公司生产人员平均薪酬变动情况对比列示如下：

单位：万元/月

公司	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	平均数	变动比例	平均数	变动比例	平均数
三星新材（603578）			0.65	29.78%	0.50
浙江鼎力（603338）			0.68	4.79%	0.65
平均薪酬			0.66	15.66%	0.57
汇隆新材	0.69	0.00%	0.69	17.98%	0.59

注：公司所在地上市公司尚未披露 2020 年报数据。

2018-2019年，随着公司业务规模、生产效率及盈利能力的提升，公司生产人员平均薪酬和单位工时人工薪酬均处于增长趋势。2020年度，受疫情影响工时有所减少、产量上升幅度较小，直接人工总额有所降低，公司生产工人平均薪酬与2019年度持平，单位工时人工薪酬较上升幅度较小，符合公司自身实际经营情况；同时，直接人工占主营业务成本的比重受到直接材料成本占比波动影响而发生变化，具有合理性。

（三）说明报告期内制造费用的归集与分类核算方法；

制造费用为公司生产产品而发生的各项间接费用，主要包括燃料动力、机物料消耗、折旧费用等。

制造费用各项费用在实际发生时，归集至“制造费用”核算。

各项费用的分摊：燃料动力主要为生产用电费用，根据各类完工产品定额能耗的占比进行分摊；机物料消耗为生产配件及易耗品消耗，根据各类完工产品产出数量的占比进行分摊。

【会计师核查情况及结论】：

针对上述事项，发行人会计师履行的核查程序：

- 1、了解和评价发行人管理层与生产仓储循环相关的关键内部控制的设计和运行的有效性等；
- 2、访谈发行人生产及财务负责人，查阅生产流程文件，了解发行人的基本生产流程、成本核算方法及核算过程；
- 3、获取发行人存货收发存明细表，对存货入库单价的波动情况进行分析；
- 4、了解发行人产品成本构成情况，分析成本构成变动原因和合理性；
- 5、获取发行人报告期内主营业务收入、主营业务成本明细表，检查成本是否与收入配比。

发行人会计师的核查结论：

- 1、发行人主营业务成本中聚酯切片是直接材料的主要组成部分，聚酯切片采购价格的波动使得直接材料成本占比存在波动，具有合理性；
- 2、随着发行人业务规模及盈利能力的提升，发行人生产人员平均薪酬和单位工时人工薪酬均处于增长趋势，符合发行人自身实际经营情况；同时，直接人工占主营业务成本的比重受到直接材料成本占比波动影响而发生变化，具有合理性；
- 3、报告期内，发行人制造费用的归集完整、分类核算方法准确。

问题 6、关于毛利率

招股说明书披露，报告期各期，公司主营业务毛利率分别为**16.94%**、**15.95%**和**18.92%**，主营业务毛利率有小幅波动，主要受到原材料成本以及销售价格的影响所致。

请发行人：

(1) 披露按主要产品类别细分的销售模式（含直销与经销）、内外销毛利率情况，结合销售渠道差异情况、产品最终用途披露相同产品在不同销售模式下的毛利率差异原因；

(2) 补充披露报告期发行人经销毛利率呈下降趋势的原因，量化分析经销商促销政策对经销毛利率的影响；

(3) 披露报告期POY产品毛利率高于DTY产品，但发行人仍将大多数POY产品用于生产DTY而非直接销售的原因及合理性；

(4) 披露发行人2019年度毛利率偏高的原因，发行人2019年毛利率变动趋势与主要可比公司变动趋势不一致的原因；

(5) 结合境外销售质量要求、客户订单规模、报关费等出口费用情况，补充披露发行人外销毛利率显著高于内销的原因，量化披露报关费等出口费用对毛利率的影响；

(6) 结合原材料价格波动，补充说明主要产品毛利率是否存在周期性。请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【发行人回复】：

(一) 披露按主要产品类别细分的销售模式（含直销与经销）、内外销毛利率情况，结合销售渠道差异情况、产品最终用途披露相同产品在不同销售模式下的毛利率差异原因；

1、报告期内，主要产品按销售模式分类的毛利率及销售占比如下：

产品	销售模式	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		毛利率	销售占比	毛利率	销售占比	毛利率	销售占比
DTY	直销	22.15%	40.39%	18.31%	39.69%	15.85%	43.16%
	经销	19.99%	15.06%	14.19%	12.38%	16.20%	3.84%
FDY	直销	24.81%	35.56%	21.02%	38.11%	15.92%	47.03%
	经销	24.23%	7.62%	18.71%	8.80%	16.73%	5.25%
POY	直销	29.47%	1.25%	23.62%	1.02%	16.98%	0.71%
	经销	29.89%	0.11%	10.46%	0.01%	8.19%	0.00%
合计		23.03%	100.00%	18.92%	100.00%	15.95%	100.00%

公司的主要产品为差别化有色涤纶长丝，涵盖了差别化有色涤纶长丝DTY、FDY及POY等多个产品类别。DTY与FDY均可应用于下游的窗帘面料、沙发面料、墙布面料、汽车内饰面料等多个领域，产品特性有所不同，但产品最终用途无重大差异。相同产品的毛利率差异主要由销售模式、客户采购量和采购时点等不同引起，产品最终用途对其不产生重大影响。

2018年度，公司差别化有色涤纶长丝DTY和FDY经销收入的毛利率略高于直销收入，公司针对经销商尚未给予销售折扣，而且根据其采购品种和规模直接定价，与直销客户并无显著差异，直销和经销模式的毛利率差异主要系产品细分种类和各客户的采购时点存在差异所致。

2019年度和2020年度，公司差别化有色涤纶长丝DTY和FDY经销收入的毛利率略低于直销收入。2019年起，公司在结合各个经销商采购情况、回款情况及业务开拓等因素下给予了经销商一定的销售折扣，并在交易价格中直接予以了相应折让，2019年度和2020年度，销售折扣金额分别为417.47万元和448.81万元，对毛利率的影响分别为2.46个百分点和2.77个百分点，因此导致上述产品经销收入毛利率略低于直销收入。

2018年-2020年度，公司差别化有色涤纶长丝POY的经销收入毛利率低于直销收入，经销收入金额分别为0.01万元、5.16万元和61.53万元，主要系零星销售，因POY产品的规格、销售时点等因素影响，经销价格低于直销价格，因此毛利率也较低。

2、报告期内，主要产品按内外销分类的毛利率及销售占比如下：

产品	内外销	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		毛利率	销售占比	毛利率	销售占比	毛利率	销售占比
DTY	内销	20.02%	45.88%	15.61%	43.07%	14.83%	40.70%
	外销	28.95%	9.58%	25.57%	9.00%	22.62%	6.31%
FDY	内销	23.02%	34.02%	19.50%	38.95%	15.02%	46.15%
	外销	30.97%	9.16%	25.93%	7.96%	23.33%	6.14%
POY	内销	22.42%	0.37%	12.69%	0.31%	16.01%	0.63%
	外销	32.14%	1.00%	28.23%	0.71%	23.90%	0.09%
	合计	23.03%	100.00%	18.92%	100.00%	15.95%	100.00%

报告期各期，公司主要产品的的外销毛利率高于内销毛利率。相同产品的毛利率差异主要由境内外销售引起，产品最终用途对其不产生重大影响。由于在外销时，公司对于外销定价会考虑出口费用定价机制、订单规模和结算方式等因素，因此公司外销产品单价和毛利率会高于内销产品，符合公司实际经营情况。

报告期各期，公司外销出口费用分别为353.25万元、637.95万元和863.53万元，假设外销业务定价时不考虑出口费用，测算外销毛利率与内销毛利率的对比情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入	成本	收入	成本	收入	成本
内销	43,220.08	34,012.37	53,609.51	44,259.88	51,491.07	43,797.90
外销	10,627.96	7,434.52	11,507.48	8,534.35	7,376.63	5,681.75
出口费用	863.53	-	637.95	-	353.25	-
不考虑出口费用后的外销	9,764.43	7,434.52	10,869.53	8,534.35	7,023.38	5,681.75
合计	53,848.03	41,446.89	65,116.99	52,794.23	58,867.70	49,479.65

不考虑出口费用后的外销毛利率情况如下：

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	毛利率	销售占比	毛利率	销售占比	毛利率	销售占比
内销	21.30%	80.26%	17.44%	82.33%	14.94%	87.47%
外销	30.05%	19.74%	25.84%	17.67%	22.98%	12.53%
不考虑出口费用后的外销业务	23.86%	-	21.48%	-	19.10%	-
合计	23.03%	100.00%	18.92%	100.00%	15.95%	100.00%

报告期内，公司内外销单位售价与单位成本列示如下：

单位：元/吨

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	单位售价	单位成本	单位售价	单位成本	单位售价	单位成本
内销	8,545.61	6,725.04	10,362.82	8,555.52	10,824.49	9,207.22
外销	9,828.57	6,875.33	11,816.87	8,763.80	12,211.85	9,406.02
外销-出口费用	9,029.99	-	11,161.77	-	11,627.05	-
合计	8,771.60	6,751.51	10,593.17	8,588.52	10,980.81	9,229.62

报告期各期，外销产品单位售价高于内销产品，由于在外销时，公司对于外销定价会考虑报关费、保险费和运费等出口费用，出口费用对毛利率的影响在报告期各期分别为3.87%、4.35%和6.19%，在不考虑出口费用的情况下，外销毛利率与内销毛利率的差距进一步缩小。

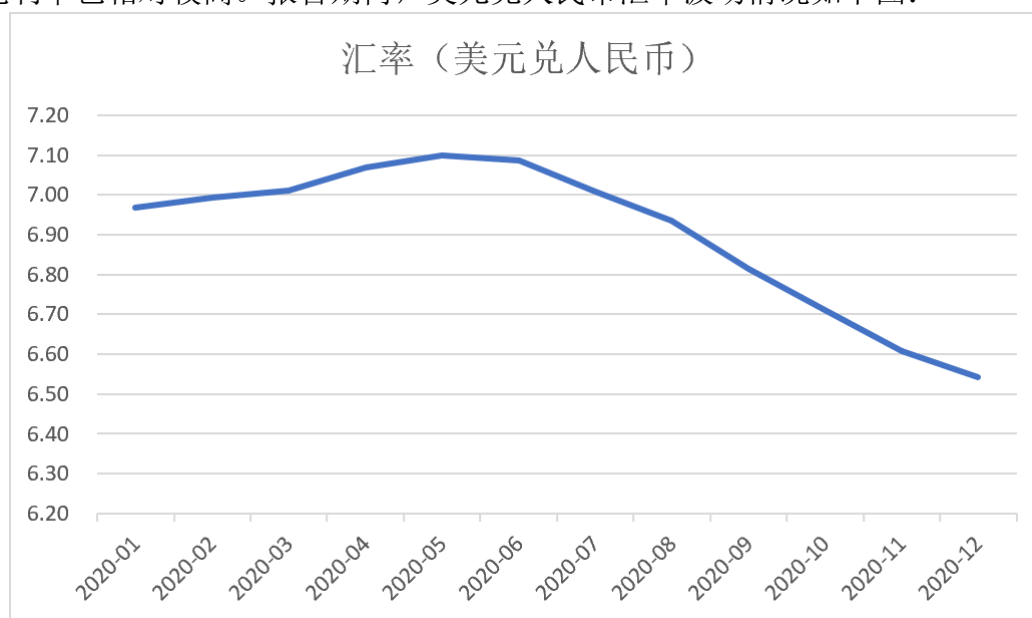
除出口费用的影响外，外销产品定价和毛利率较高的原因如下：

①外销业务的定价机制影响

报告期内，公司产品定价模式主要为成本加成，即以公司产品实际成本为基础追加一定的利润确定产品报价，通过与客户直接协商的方式确定最终的销售价格。外销业务中，由于交货周期较长，公司需要承担原材料价格变动、汇率波动等多种风险因素，因此同一时点的外销报价会高于内销报价。

A、以原材料价格为例，2018年2月至2018年9月，聚酯切片的价格从7,987.50元/吨震荡上涨至10,425.00元/吨，涨幅为27.91%，平均月度间涨幅为3.99%。2018年度，公司聚酯切片的价格总体呈现增长趋势，公司外销业务订单接单到交货一般在30天至45天左右，在此期间公司承担了原材料价格的涨价风险，公司外销产品定价时会考虑原材料的价格波动风险，因此公司2018年外销业务定价也相对较高。

B、以汇率波动风险为例，公司与外销业务客户结算货币主要为美元，2020年度，美元兑人民币汇率呈现下降趋势，全年的下降幅度为6.10%，从而会导致美元货款兑换的人民币相应减少。汇率波动风险影响公司外销产品的定价，特别是汇率下行区间，公司产品的定价也会相应提高，因此公司2020年外销业务定价和毛利率也相对较高。报告期内，美元兑人民币汇率波动情况如下图：



数据来源：同花顺IFIND数据

②外销客户的定制需求影响

公司外销客户主要位于印度尼西亚、巴基斯坦、泰国、土耳其等国，公司外销客户多集中在“一带一路”沿线国家，涉及多个南亚或东南亚国家。外销客户采购公司差别化有色涤纶长丝主要用于生产沙发布、窗帘、窗纱、服饰面料等。外销客户下游产品应用领域与内销客户基本一致，但由于内外销客户在宗教信仰、文化习俗、生活环境等方面存在较大差异，虽然应用领域相同，但对具体规格诸如颜色、旦数、单纤数、纤维截面形状、性能等方面存在不同差异。以颜色为例，外销客户较内销客户偏向更深、更艳丽的颜色。由于外销客户多为定制化订单，公司根据外销客户特定要求进行生产，定价会有所提高。

③外销客户的订单规模相对较小

以2019年度为例，公司前十大外销客户的平均采购规模为454.12万元，而公司前十大内销客户的平均采购规模为1,496.31万元，考虑到外销客户订单规模较小，定价相应较高，具体如下：

报告期各期，公司境外销售平均交易规模如下：

时间	交易笔数	销售数量（吨）	平均单次销售数量（吨/次）
2020年度	573.00	10,813.33	18.87
2019年度	555.00	9,738.18	17.55
2018年度	366.00	6,040.55	16.50

如上表所示，报告期内公司外销客户订单平均规模较小，公司针对外销业务的定价较高，因此销售毛利率较高。

④ 结算方式的影响

公司对境内客户采取月结或款到发货等形式的结算方式；公司对境外客户采取电汇或信用证等国际结算方式，存在如“30%电汇定金，70%电汇”、“不可撤销信用证”等销售回款情况，外销回款时间较长，销售定价时对回款因素予以考虑，故报价一定程度上高于内销。

⑤除出口费用外，外销业务需要配备专业的外贸销售人员，且业务流程的复杂程度也高于内销业务，公司外销业务定价亦会考虑该等因素。

公司持续加强与阿里巴巴等国际贸易资讯网站的合作，不定期更新公司产品与技术信息，增加国际潜在客户了解汇隆产品的可能性，报告期各期，公司外销业务逐年增长，公司外销客户主要位于印度尼西亚、巴基斯坦、摩洛哥、土耳其、泰国、韩国等国，多集中在“一带一路”沿线国家，公司与上述外销客户的日常沟通主要以远程沟通为主，公司销售团队配置了专门的外贸销售人员以及相关辅助助理人员，外贸销售人员主要落实外销客户跟踪与接洽、外贸单证管理等工作，报告期内，公司销售人员团队人员数量增加、外贸销售人员数量也有所增长，总体上，可以保障公司外贸业务的持续稳定开展。

报告期内，公司销售人员的平均工资和外贸人员的平均工资水平如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销售人员平均薪酬（万元/人）	9.96	10.34	8.49
外贸业务员平均薪酬（万元/人）	13.36	14.79	9.34

结合上述信息可知，公司外贸销售人员的平均薪酬水平高于整体销售人员的平均水平，公司外销业务定价亦会考虑该等因素。

综上，公司外销毛利率高于内销业务符合公司自身经营特点。

3、客户采购量对毛利率的影响情况

报告期内，各期根据客户交易规模分层统计的毛利率情况如下：

单位：个，吨，万元

交易规模	客户数量	销售数量	营业收入	毛利率	平均销售额
2020 年度					
100 万元以上	99.00	37,271.49	32,759.57	22.56%	330.90
100 万元以下	1,945.00	24,117.58	21,088.47	23.76%	10.84
合 计	2,044.00	61,389.07	53,848.03	23.03%	26.34
2019 年度					
100 万元以上	126.00	37,600.00	39,942.33	18.68%	317.00
100 万元以下	2,494.00	23,870.73	25,174.66	19.30%	10.09
合 计	2,620.00	61,470.73	65,116.99	18.92%	24.85

2018 年度					
100 万元以上	127.00	27,354.63	30,209.62	15.89%	237.87
100 万元以下	2,386.00	26,254.99	28,658.08	16.01%	12.01
合 计	2,513.00	53,609.62	58,867.70	15.95%	23.43

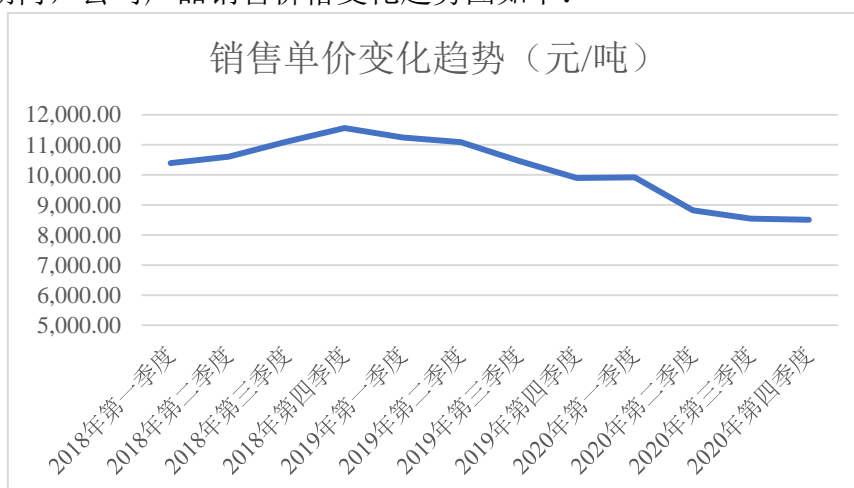
报告期内，各期交易规模100万元以上的客户毛利率分别为15.89%、18.68%和22.56%，各期交易规模100万元以下的客户毛利率分别为16.01%、19.30%和23.76%，各期交易规模100万以上的客户毛利率均低于交易规模100万以下的客户毛利率。交易规模100万以下的客户订单平均规模较小，公司销售定价较高，因此销售毛利率较高。

4、客户采购时点对毛利率的影响情况

报告期各期，公司产品分季度的销售价格情况如下：

时间	销售单价（元/吨）
2018 年第一季度	10,392.67
2018 年第二季度	10,606.93
2018 年第三季度	11,104.92
2018 年第四季度	11,559.97
2019 年第一季度	11,244.78
2019 年第二季度	11,089.77
2019 年第三季度	10,468.04
2019 年第四季度	9,899.33
2020 年第一季度	9,916.69
2020 年第二季度	8,822.67
2020 年第三季度	8,543.23
2020 年第四季度	8,507.62

报告期内，公司产品销售价格变化趋势图如下：



报告期内，公司产品的销售价格呈现先升后降的趋势，主要原因系受到原材料价格波动传导所致。

报告期各期，公司原材料价格呈现先升后降的趋势。公司产品的毛利率在不同的时点，会受到产品销售价格与原材料价格等多种因素的影响，客户在不同的采购时点向公司采购，其购货的价格会有所波动，且公司对应期间的生产成本也会变化，从而导致客户在不同的采购时点，公司的毛利率会存在一定差异。

（二）补充披露报告期发行人经销毛利率呈下降趋势的原因，量化分析经销商促销政策对经销毛利率的影响；

2018年度和2019年度，公司经销收入分别为5,354.51万元和13,794.68万元，毛利率分别为16.51%和16.07%，公司经销毛利率呈现下降趋势。

2018年度，公司针对经销商尚未给予销售折扣，而且根据其采购品种和规模直接定价，与直销客户并无显著差异。2018年度，因原材料价格上涨的原因，主要产品的毛利率出现下降趋势，同时，经销商采购规模也在增加，经销毛利率较2017年度有所下降。

2019年起，公司在结合各个经销商采购情况、回款情况及业务开拓等因素下给予了经销商一定的销售折扣，并在交易价格中直接予以了相应折让，2019年度和2020年度，销售折扣金额分别为417.47万元和448.81万元。

模拟测算将销售折扣还原后对经销毛利率的影响情况如下：

项目	2020年度		2019年度		2018年度	
	毛利率 (%)	收入占比 (%)	毛利率 (%)	收入占比 (%)	毛利率 (%)	收入占比 (%)
直销模式	23.50	77.20	19.69	78.82	15.89	90.90
经销模式	21.45	22.80	16.07	21.18	16.51	9.10
经销-销售折扣还原	24.22	-	18.53	-	16.51	-

由上表可见，2019年度和2020年度，经销模式下销售折扣还原后经销毛利率提高2.46个百分点和2.77个百分点，经销模式销售折扣还原后，经销毛利率与直销毛利率不存在重大差异。

(三) 披露报告期 POY 产品毛利率高于 DTY 产品，但发行人仍将大多数 POY 产品用于生产 DTY 而非直接销售的原因及合理性；

报告期内，公司毛利构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
差别化有色涤纶长丝 DTY	6,439.89	50.87%	5,876.44	45.91%	4,392.82	45.63%
差别化有色涤纶长丝 FDY	5,744.16	45.38%	6,289.42	49.14%	4,923.85	51.15%
差别化有色涤纶长丝 POY	217.09	1.71%	156.90	1.23%	71.37	0.74%
主营业务毛利	12,401.14	97.97%	12,322.76	96.28%	9,388.05	97.52%
其他业务毛利	257.45	2.03%	475.96	3.72%	238.30	2.48%
合计	12,658.60	100.00%	12,798.71	100.00%	9,626.35	100.00%

报告期内，公司营业毛利呈增长态势，主营业务毛利占营业毛利的比重均在 96% 以上，公司毛利来源主要来自于差别化有色涤纶长丝 DTY 和差别化有色涤纶长丝 FDY。

1、POY 产品毛利率高于 DTY 产品，但公司将大多数 POY 产品用于生产 DTY 而非直接销售的原因及合理性

公司的下游客户对差别化有色涤纶长丝产品的主要需求为 DTY 产品而非中间产品 POY、以及公司 DTY 产能布局较多是公司大多数 POY 产品用于生产 DTY 而非直接销售的主要原因，具体分析如下：

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，公司差别化有色涤纶长丝 POY 产品的销售金额为 420.29 万元、667.06 万元和 735.70 万元，占比分别为 0.71%、1.02% 和 1.37%；毛利金额分别为 71.37 万元、156.90 万元和 217.09 万元，占比分别为 0.74%、1.23% 和 1.71%，公司差别化有色涤纶长丝 POY 产品的销售金额及毛利额较小，该产品不是公司营业收入和利润的主要来源。

以 2019 年度为例，公司差别化有色涤纶长丝 DTY 和 POY 产品的单位毛利额和毛利率情况如下：

项目	单位毛利（元/吨）	毛利率
差别化有色涤纶长丝 DTY	1,893.22	17.33%
差别化有色涤纶长丝 POY	2,289.31	23.52%

2019 年度，公司差别化有色涤纶长丝 DTY 的单位毛利为每吨 1,893.22 元，对外销售的差别化有色涤纶长丝 POY 的单位毛利为每吨 2,289.31 元，高于差别化有色涤纶长丝 DTY 产品，主要原因系公司客户资源较为丰富，部分内外销客户具有定制化或特定品种 POY 产品的需求，但总体上，客户采购差别化有色涤

纶长丝 POY 产品的规模较小，公司在保证自身 DTY 产品生产和一定利润的前提下，根据部分客户的特定需求，对外销售了少量的差别化有色涤纶长丝 POY。

公司差别化有色涤纶长丝 POY 产品单位毛利和毛利率高于 DTY 产品，但公司将大多数 POY 产品用于生产 DTY 而非直接销售的原因如下：

①主要原因是下游客户的需求量小

公司差别化有色涤纶长丝 POY 产品属于涤纶长丝的细分类别，下游客户需求量小是公司将大多数 POY 产品用于生产 DTY 而非直接销售的最主要原因。

差别化有色涤纶长丝 POY 属于预取向丝，适用于加工成不同弹性的 DTY 产品，公司主要将差别化有色涤纶长丝 POY 用于加工成 DTY 产品，少量对外销售，DTY 属于拉伸变形丝，可以直接用于墙布、窗帘等家纺产品的织造，与 POY 产品相比无需进一步加工。DTY 产品和 POY 产品的特性和主要用途如下：

类别	产品类别及特点
DTY	属于拉伸变形丝，由POY经加弹机连续或同时拉伸、经过假捻器变形加工后的成品丝，是针织（纬编、经编）或机织加工的理想原料
POY	属于预取向丝，具有较高取向度、较大断裂伸长、结构稳定、后加工性能好等特点，适用于加工成不同弹性的DTY

差别化涤纶长丝 POY 属于涤纶长丝的细分品种，无对应的公开市场数据。同行业可比公司中的苏州龙杰，主要生产销售超仿真动物皮毛纤维，该产品属于差别化涤纶长丝，虽然与公司的差别化有色涤纶长丝在性能和用途上存在一定差异，但均与常规涤纶长丝不同，属于涤纶长丝的细分品种。根据苏州龙杰的年度报告和招股说明书显示，其 POY 差别化产品主要为自用，较少对外销售，2018 年度和 2019 年度，该公司 POY 差别化产品的销售数量分别为 0.15 万吨、0.25 万吨，销售占比分别为 0.78%、1.37%，其 POY 差别化产品的销售规模同样很小。

以公司差别化有色涤纶长丝应用的墙布为例，墙布的种类分为提花墙布、印染墙布、印花墙布以及刺绣墙布等，墙布的生产工序一般分为底布、绣花（提花）、复合、成品等，其中提花墙布又可以分为染色提花布和色织提花布，染色提花布是指提花机器生产出的都是白色提花胚布，需要通过印染工艺使布料产生颜色；色织提花布是指生产过程中的经线或纬线使用有色丝直接编织，其中常规色织提花布的经线一般是大批量使用的白丝，而用于提花的纬线是小批量、多品种使用的有色丝。

总体而言，提花环节使用的有色涤纶长丝少于整体编织过程中使用的白色涤纶长丝，而作为半成品的差别化有色涤纶长丝 POY，还需要经过加弹的工序而成，实际应用中，需求量更少。

DTY 是由 POY 经加弹机连续或同时拉伸、经过假捻器变形加工后的成品丝，工艺难度不大，但差别化涤纶长丝 POY 产品价格高于常规涤纶长丝 POY 产品，下游客户采购少量的差别化有色涤纶长丝 POY 作为半成品进一步加工成 DTY 的规模效应与常规涤纶长丝 POY 相比并不明显。因此，公司的下游客户直接采购差别化有色涤纶长丝 DTY 的意愿更强，差别化有色涤纶长丝 DTY 的市场空间较差别化有色涤纶长丝 POY 更大。

公司差别化有色涤纶长丝具有小规模、多批次的特点，且主要面向下游直接纺织客户，如纺织客户直接购买差别化有色涤纶长丝 POY，将根据不同纺织产品弹性等方面要求进一步加工，如购买差别化有色涤纶长丝 DTY 则直接可用于织造，更为便利，受到生产工艺和直接应用等方面的限制，公司下游纺织客户对差别化有色涤纶长丝 POY 产品的需求较小。

综上所述，公司差别化有色涤纶长丝 POY 产品的市场需求较小决定了公司没有大规模 POY 产品直接对外销售。

②DTY 产能布局、设备配置及制造费用分摊变动情况

报告期各年度，公司差别化有色涤纶长丝 DTY 和 POY 产能逐年增加，以 2019 年度为例，公司差别化有色涤纶长丝 DTY 和 POY 产能分别为 3.2 万吨和 2.9 万吨，较 2018 年度分别增加了 12,000 吨和 5,000 吨。公司差别化有色涤纶长丝 DTY 的产能可以有效消化公司自产的差别化有色涤纶长丝 POY 产品。从产能布局的角度看，公司为差别化有色涤纶长丝 DTY 产品提供了较为充分的生产能力。根据市场需求和公司产品定位，公司的 POY 产能主要是为了给 DTY 产能提供原材料。

公司为差别化有色涤纶长丝 DTY 生产建设了加弹车间并购置了加弹设备，在下游客户需求有所保障的前提下，公司开展 DTY 产品的生产并销售，可以有效覆盖机器设备的投入成本。

公司主要产品的制造费用根据实际发生时归集并按各类产品的完工定额和产出数量等进行分配。报告期各期，公司 DTY 产品的单位制造费用分别为 1,007.78 元/吨、1,057.97 元/吨和 1,162.29 元/吨，随着公司 DTY 机器设备投入增加累计折旧也随之增加等因素影响，报告期内公司 DTY 产品的单位制造费用呈现增长趋势。

截至 2020 年末，公司差别化有色涤纶长丝 DTY 的加弹设备原值 2,523.97 万元，年折旧额为 222.77 万元，报告期内，公司差别化有色涤纶长丝 DTY 产品下游需求稳步增长，以 2020 年度为例，公司差别化有色涤纶长丝 DTY 产品销售额为 29,862.44 万元，销售毛利为 6,439.89 万元，可以有效覆盖机器设备投入与制造费用耗用，公司生产 DTY 产品进行销售具有经济性。

综上，尽管差别化有色涤纶长丝POY产品毛利率高于DTY产品，但公司的差别化有色涤纶长丝POY的市场需求较少，公司在已有设备产能布局差别化有色涤纶长丝DTY的基础上，为保证市场需求量大的DTY产品的生产需要，将大多数POY产品用于DTY的生产具有合理性。

（四）披露发行人 2019 年度毛利率偏高的原因，发行人 2019 年毛利率变动趋势与主要可比公司变动趋势不一致的原因；

报告期内，公司与同行业可比上市公司毛利率比较情况如下：

公司名称	主要产品	生产工艺	2020 年度	2019 年度	2018 年度
苏州龙杰	民用涤纶长丝	切片纺	7.71%	17.52%	16.00%
桐昆股份	民用涤纶长丝	熔体直纺	-	13.15%	12.11%
恒力石化	民用涤纶长丝	熔体直纺	20.19%	21.77%	21.42%
新凤鸣	民用涤纶长丝	熔体直纺	-	9.45%	10.66%
海利得	工业涤纶长丝	切片纺	23.34%	23.89%	24.96%
平均数	-	-	17.08%	17.16%	17.03%
汇隆新材	民用涤纶长丝	切片纺	23.03%	18.92%	15.95%

注：同行业可比公司毛利率为其涤纶长丝相关产品的毛利率，根据其公告的年度报告或招股说明书整理。恒力石化 2019 年报未披露涤纶长丝销售金额，采用其石油化工行业产品毛利率数据。同行业可比上市公司 2020 年度财务报告相关数据尚未披露，故仍引用其 2020 年半年度毛利率数据。

同行业可比上市公司中桐昆股份和新凤鸣业务收入中包含常规白色涤纶长丝原材料PTA、聚酯切片及其他贸易业务收入，该等业务的毛利率与涤纶长丝差异较大，2020年1-6月，桐昆股份和新凤鸣未披露分产品或业务的毛利率数据，故未比较其毛利率情况。

2018年度至2019年度，公司的毛利率分别为15.95%和18.92%，呈现上升的趋势，该种趋势与同行业可比上市公司的苏州龙杰较为相似，苏州龙杰生产差别化涤纶长丝，该公司生产的产品细分品类与公司有所差异，但均属于差别化产品，具有一定的相似性，毛利率变化趋势具有相似性。2020年1-6月，苏州龙杰毛利率呈现大幅下降趋势，与公司毛利率走势呈现相反趋势，与其他同行业公司毛利率变动趋势也存在显著差异，主要与其产品细分类型及其应用领域影响等因素相关。

报告期内，同行业其他可比公司桐昆股份、恒力石化、新凤鸣和海利得毛利率波动各有差异，也并未完全呈现一致的走势，其中桐昆股份、恒力石化2019年度呈现小幅上升趋势，新凤鸣和海利得呈现小幅下降趋势。

公司主营业务毛利率处于同行业可比公司的中间水平，因与同行业可比上市公司主要产品品种、生产工艺、经营规模和产品差别化程度等方面存在一定差异，多种因素综合影响，导致公司产品毛利率及毛利率变动趋势与同业可比公司存在一定差异，具体情况如下：

名称	主营业务	产品品种	生产工艺	经营规模：产能或产量（万吨）	差别化程度	毛利率情况
苏州龙杰	产品为以仿麂皮纤维、仿皮革纤维、PTT纤维等为主的差别化、新型聚酯纤维产品	民用涤纶长丝（主要为仿皮毛纤维）	切片纺	15.66	仿皮毛面料，具有一定的差别化	主要用于服装及其他家纺面料，毛利率高于一般常规涤纶长丝产品
桐昆股份	主要从事各类民用涤纶长丝的生产、销售，以及涤纶长丝主要原料之一的PTA（精对苯二甲酸）的生产	民用涤纶长丝（主要为白丝）	熔体直纺	568.21	主要为大批量、常规涤纶长丝	大批量常规涤纶长丝产品的附加值与差别化涤纶长丝相比较低，客户对该类产品的价格敏感度较高，原材料价格波动对产品价格传导的密切程度更高，毛利率水平相对较低
恒力石化	囊括石油炼化、石化以及聚酯化纤全产业链上、中、下游业务领域涉及的PX、醋酸、PTA、聚酯切片、民用涤纶长丝、工业涤纶长丝、聚酯薄膜、工程塑料的生产、研发和销售	民用涤纶长丝（主要为白丝）	熔体直纺	266.42	新品率和差异化率高，可以生产超细规格产品	该公司不断向上游拓展产业链，上下游协同效应强，具有一定成本优势；不断提高产品新品率、差别化率，提高产品附加值，同类型的产品，该公司产品价格均高出市场均价500~1,000元/吨，产品毛利率较高
新凤鸣	民用涤纶长丝的研发、生产和销售，以及涤纶长丝主要原料之一的PTA（精对苯二甲酸）的生产	民用涤纶长丝（主要为白丝）	熔体直纺	385.12	主要为大批量、常规涤纶长丝	大批量常规涤纶长丝产品的附加值与差别化涤纶长丝相比较低，客户对该类产品的价格敏感度较高，原材料价格波动对产品价格传导的密切程度更高，毛利率水平相对较低
海利得	主要生产涤纶工业长丝、塑胶材料、涤纶帘子布三大产品	工业涤纶长丝（主要为高模低收缩丝、安全带丝、安全气囊丝）	切片纺	21	主要用于汽车安全气囊、安全带等，品质、性能高于一般民用丝	产品需要得到大型汽车领域客户认证，具有较高附加值，毛利率较高
汇隆新材	主要从事符合国家节能环保战略方向的原液着色纤维	民用涤纶长丝（主要为差别化有色丝）	切片纺	8.36	与常规白色涤纶长丝相比有免染、节能环保的优点，差别化率较高	主要用于家纺面料，毛利率高于一般常规涤纶长丝产品

注：上述信息来源于可比公司的年度报告、招股说明书或募集说明书，其中产能或产量数据为2019年度数据。

由上表可知，苏州龙杰主要生产超仿真动物皮毛纤维，该产品主要用于生产仿皮毛面料，主要应用于服装织物，产品毛利率相对一般常规涤纶长丝较高。

桐昆股份和新凤鸣采用熔体直纺生产工艺，主要生产大批量、常规涤纶长丝，上述两家公司2019年度涤纶长丝的经营规模分别为568.21万吨和385.12万吨，大批量常规涤纶长丝产品与差别化涤纶长丝相比附加值相对较低，客户对该类产品的价格敏感度较高，原材料价格波动对产品价格传导的密切程度更高，因此，常规涤纶长丝相对于差别化有色涤纶长丝毛利率较低。

恒力石化的产品毛利率高于公司和同行业可比上市公司平均值，主要原因为恒力石化不断推出细旦丝、超细旦丝、异型丝等高附加值产品，不断提升产品新品化率和差别化率，其不断向上游拓展产业链，上下游协同效应强，具有一定成本优势。

海利得的产品毛利率高于公司和同行业可比上市公司平均值，主要原因系该公司主要生产工业涤纶长丝，应用于汽车轮胎、安全带和车用安全气囊，客户主要为轮胎厂商和汽车安全总成厂商，产品需要通过考核才能成为合格供应商，在细分行业中具有技术领先地位，因此产品毛利率较高。

我国涤纶长丝的产能及产量主要集中于采取熔体直纺工艺路线的生产企业，该类企业生产的涤纶长丝主要以常规白色涤纶长丝为主。公司自设立以来，始终专注于差别化有色涤纶长丝领域，与上述大型熔体直纺生产企业错位竞争、多元并存，虽然在规模上与熔体直纺生产企业存在一定差距，但凭借在切片纺原液着色技术及客户资源等方面的多年积累，公司在差别化有色涤纶长丝细分市场具有一定优势，公司产品主要应用于墙布、窗帘、窗纱、沙发布和汽车装饰等多种产品，应用范围较广，销售领域较为广阔，且具有免染、环保节能的优点，与一般常规涤纶长丝相比差别化率和附加值更高，而与超细规格、汽车领域用涤纶长丝等差别化率更高的涤纶长丝相比，毛利率略低。

综上，与同行业可比上市公司相比，受到主要产品品种、生产工艺、经营规模和产品差别化程度等多方面因素的影响，公司主营业务毛利率与同行业可比公司有所差异。

（1）公司2020年度和2019年度毛利率上升的原因

2020年度和2019年度，主营业务毛利率高于2018年度，主要受到主要产品单位售价、单位成本的波动幅度影响，具体情况如下：

单位：元/吨

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	数据	变动	数据	变动	数据
单位售价	8,771.60	-17.20%	10,593.17	-3.53%	10,980.81
单位成本	6,751.51	-21.39%	8,588.52	-6.95%	9,229.62
单位毛利	2,020.09	0.77%	2,004.65	14.47%	1,751.19
毛利率	23.03%	4.11%	18.92%	2.97%	15.95%

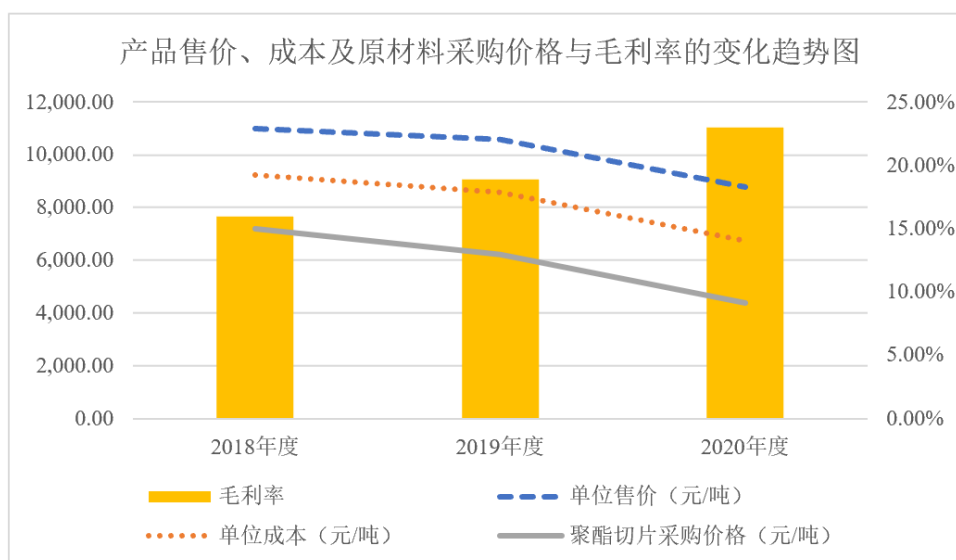
由上表可知，2020年度和2019年度，公司主营业务毛利率高于2018年度，主要系单位成本的下降幅度大于单位售价的下降幅度所致，而公司的单位成本主要受到原材料聚酯切片价格的影响，2018年三季度以来，聚酯切片的价格总体处于下行趋势，因此2019年度和2020年度，公司单位成本呈现下降趋势，而公司产品属于涤纶长丝的细分品种，与可比公司常规涤纶长丝百万吨级别的产量相比，公司差别化有色涤纶长丝具有小规模、多批次的特点，附加值相对较高，因此具有一定的议价能力，公司会根据原材料成本调整相应产品的价格，但调整幅度与常规涤纶长丝相比较低。2019年度和2020年度，产品单位毛利较为稳定，因此在产品价格下降的情况下，产品毛利率也会有所提升。

报告期各期，公司主要产品单位售价与单位成本受到主要原材料聚酯切片价格变动的具体影响如下：

单位：元/吨

项目	2020年度	2019年度	2018年度
单位售价	8,771.60	10,593.17	10,980.81
单位成本	6,751.51	8,588.52	9,229.62
聚酯切片采购价格	4,382.15	6,206.80	7,212.57
毛利率	23.03%	18.92%	15.95%

上表数据波动趋势对比如下图所示：



由上图可知，公司主要产品单位售价、单位成本与主要原材料聚酯切片的采购价格波动趋势基本一致，而毛利率受到单位售价与单位成本波动幅度的影响也有所变化。

2020年度和2019年度，聚酯切片采购价格低于2018年度，毛利率高于2018年度。由上述对比趋势可知，公司主营业务毛利率水平与主要原材料聚酯切片的采购价格呈现一定的反向变动趋势。

报告期内，公司主要原材料聚酯切片的采购价格与市场均价及原油价格变化具有一致性，具体如下图所示：



公司根据原材料成本调整相应产品的价格，原材料价格的波动可以有效的传导至产品价格上面，但因公司产品属于差别化有色涤纶长丝，附加值相对较高，且公司具有一定的议价能力，因此原材料价格的下降对公司单位成本的影响程度略高于单位售价的影响程度，因此2020年度和2019年度，公司主营业务毛利率略高于2018年度

(2) 毛利率变动趋势与可比公司对比情况

因同行业可比上市公司2020年度毛利率数据尚未披露，故以下分析同行业可比公司毛利率数据引用其2020年1-6月的相关数据。

2018年度至2019年度，公司的毛利率分别为15.95%和18.92%，呈现上升的趋势，苏州龙杰毛利率分别为16%和17.52%，公司毛利率变动趋势与苏州龙杰较为相似。苏州龙杰生产差别化涤纶长丝，该公司生产的产品细分品类与公司有所差异，但均属于差别化产品，具有一定的相似性。

2020年1-6月，苏州龙杰毛利率呈现大幅下降趋势，与公司毛利率走势呈现相反趋势，与其他同行业公司毛利率变动趋势也存在显著差异，主要与各自产品细分类型、应用领域、应用特点等因素相关。

报告期内，同行业其他可比公司桐昆股份、恒力石化、新凤鸣和海利得毛利率波动各有差异，也并未完全呈现一致的走势，其中桐昆股份、恒力石化各年度呈现小幅上升趋势，新凤鸣和海利得呈现小幅下降趋势。

2020年1-6月，可比公司中苏州龙杰毛利率较2019年度下降9.81%，恒力石化和海利得的毛利率较2019年分别小幅下降1.58%和0.55%；2020年1-6月，桐昆股

份和新凤鸣未披露其分产品或业务的毛利率数据，根据其2019年年度报告，上述公司主营业务收入结构中还有大额的原材料PTA、聚酯切片以及贸易等业务收入，因此未将桐昆股份和新凤鸣的毛利率进行比较。

2020年度，公司毛利率呈现上升趋势，而可比公司2020年1-6月毛利率下降的相关原因分析如下：

①苏州龙杰

报告期各期，公司与苏州龙杰毛利率情况如下：

公司名称	2020年1-6月	2019年度	2018年度
苏州龙杰	7.71%	17.52%	16.00%
汇隆新材	19.88%	18.92%	15.95%

由上表可知，2018年度至2019年度，公司毛利率水平以及毛利率变动趋势与苏州龙杰较为相似，2020年1-6月，苏州龙杰毛利率出现大幅下滑，而公司毛利率较2019年度有小幅提升。

苏州龙杰主要生产超仿真动物皮毛纤维，主要应用于仿真动物皮毛、仿麂皮面料、记忆面料等服饰、家纺面料的生产，苏州龙杰的产品属于涤纶长丝的差别化品种，该类产品是仿真动物皮毛等服饰、家纺面料的主体材料之一，苏州龙杰产品与公司产品的差别化特征存在不同，苏州龙杰侧重于材料的功能改性，赋予产品特定的性能；公司产品侧重于绿色环保，部分替代印染。因上述差异，公司与苏州龙杰的产品虽同属于差别化涤纶长丝，但具体产品用途及特征有所差异，产品价格相应存在差异。

2020年上半年苏州龙杰生产的超仿真动物皮毛纤维价格受到季节性、新冠疫情及原材料价格下降等多种因素叠加影响，其产品销量及价格下降幅度较大，具体情况如下：

单位：万吨，元/吨

项目	2020年1-6月	2019年1-6月	变动
销售量	3.25	6.19	-47.50%
销售单价	9,578.40	12,887.56	-25.68%

根据苏州龙杰2020年半年度报告和经营数据，该公司2020年1-6月主要产品产量为5.11万吨，产能利用率约为62%，整体产销量较上年同期下降较多。苏州龙杰主要产品为仿麂皮纤维、仿皮革纤维等，受到该类产品应用领域和时令等因素影响，一般上半年业绩会低于下半年。同时，受到新冠疫情以及原材料价格下降的影响，苏州龙杰2020年1-6月产销量和价格较上年同期有较大幅度下降，从而导致其毛利率出现大幅下降，苏州龙杰的毛利率下降幅度远大于同行业其他可比公司。

2020年度，公司的产品销量与价格变动情况如下：

单位：吨，元/吨

项目	2020 年度	2019 年度	变动
销售量	61,389.07	61,470.73	-0.13%
销售单价	8,771.60	10,593.17	-17.20%

2020年度，公司产品销量和销售单价分别较上年同期下降0.13%和17.20%，虽然公司与苏州龙杰销量与销售单价均呈现下降趋势，但公司的下降幅度明显低于苏州龙杰，主要原因系公司差别化有色涤纶产品的下游应用领域广泛，主要包括墙布、窗帘窗纱、沙发布等家纺面料、阻燃遮光面料、汽车高铁内饰、装饰材料及户外用品等多个领域，根据颜色、旦数、单纤数、纤维截面形状、性能等不同，公司产品细分种类可达上千种，下游应用领域广泛，同时，公司客户的分散度也高于苏州龙杰，总体上，产品跌价风险有所分散。2020年3月以来，公司生产、销售已逐步全面恢复，随着2020年5月以来下游行业市场订单需求增加，公司产品销量得到明显提升，2020年度，公司产品销量与2019年度基本持平。

公司产品具有免印染、节能环保的突出优势，在下游纺织面料生产过程中某些环节使用，比如会在墙布生产过程中的提花环节应用。下游客户使用公司产品时存在多品种广泛应用，但整体用量不大的特点，下游客户对该类产品更加注重品质和稳定性，公司产品性能稳定，且具有良好的质量，产品具有一定的议价空间，在整体市场价格下行趋势时也更具抗跌价能力。

结合上述分析，2018年度至2019年度，公司毛利率水平以及毛利率变动趋势与苏州龙杰较为相似，2020年1-6月，苏州龙杰毛利率出现大幅下滑，2020年度公司毛利率较2019年度有所提升，主要与各自产品细分类型、应用领域、应用特点等因素相关。

②恒力石化

2020年1-6月，可比公司中恒力石化的毛利率较2019年下降1.58%，自2019年度开始，恒力石化未单独披露其涤纶长丝产品的毛利率，而其主营业务收入中还包含成品油和其他化工品等，2020年以来，成品油价格出现下滑趋势，在一定程度上也影响了恒力石化的毛利率，因此，恒力石化2020年1-6月的毛利率小幅下降具有合理性。

③新凤鸣

2019年度，新凤鸣的毛利率有小幅下降，根据新凤鸣的公告信息，该公司2018年发行可转换债券募集资金净额21.31亿元，分别投入中维化纤锅炉超低排放节能改造项目中欣化纤年产28万吨改性纤维整合提升项目等，其中中维化纤锅炉超低排放节能改造项目原有热媒设备进行升级改造，于2018年7月达到可使用状态，该项目不直接产生经济效益；中欣化纤年产28万吨改性纤维整合提升项目纺

丝线直至2019年6月全部达产，该项目效益未达预计效益，上述原因在一定程度上会影响新凤鸣2019年度的主营业务毛利率，因此，新凤鸣2019年度毛利率较2018年度小幅下降具有合理性。

④海利得

2020年1-6月和2019年度，海利得的毛利率分别较上年度下降1.07%和0.55%，根据海利得的公告信息，该公司系中美贸易战前沿的出口型公司，其所在的涤纶工业丝行业受中美贸易战影响竞争加剧，同时涤纶工业丝中普通工业丝面临着产能大量过剩问题，因此竞争日趋激烈，该公司凭借自身车用差异化产品的优势，对内落实精细化管理以实现降本增效，对外拓展新的市场和客户，以替补部分失去的美国市场，尽可能减轻因中美贸易战对自身盈利的影响，因此，海利得2020年1-6月和2019年度的毛利率小幅下降具有合理性。

综上所述，公司主营业务毛利率处于同行业可比公司的中间水平，因与同行业可比上市公司主要产品品种、生产工艺、经营规模和产品差别化程度等方面存在一定差异，多种因素综合影响，导致公司产品毛利率及毛利率变动趋势与同业可比公司存在一定差异。

（五）结合境外销售质量要求、客户订单规模、报关费等出口费用情况，补充披露发行人外销毛利率显著高于内销的原因，量化披露报关费等出口费用对毛利率的影响；

报告期各期，公司外销出口费用分别为353.25万元、637.95万元和863.53万元，假设外销业务定价时不考虑出口费用，测算外销毛利率与内销毛利率的对比情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入	成本	收入	成本	收入	成本
内销	43,220.08	34,012.37	53,609.51	44,259.88	51,491.07	43,797.90
外销	10,627.96	7,434.52	11,507.48	8,534.35	7,376.63	5,681.75
出口费用	863.53	-	637.95	-	353.25	-
不考虑出口费用后的外销	9,764.43	7,434.52	10,869.53	8,534.35	7,023.38	5,681.75
合计	53,848.03	41,446.89	65,116.99	52,794.23	58,867.70	49,479.65

不考虑出口费用后的外销毛利率情况如下：

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	毛利率	销售占比	毛利率	销售占比	毛利率	销售占比
内销	21.30%	80.26%	17.44%	82.33%	14.94%	87.47%
外销	30.05%	19.74%	25.84%	17.67%	22.98%	12.53%
不考虑出口费用后的外销业务	23.86%	-	21.48%	-	19.10%	-
合计	23.03%	100.00%	18.92%	100.00%	15.95%	100.00%

报告期内，公司内外销单位售价与单位成本列示如下：

单位：元/吨

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	单位售价	单位成本	单位售价	单位成本	单位售价	单位成本
内销	8,545.61	6,725.04	10,362.82	8,555.52	10,824.49	9,207.22
外销	9,828.57	6,875.33	11,816.87	8,763.80	12,211.85	9,406.02
外销-出口费用	9,029.99	-	11,161.77	-	11,627.05	-
合计	8,771.60	6,751.51	10,593.17	8,588.52	10,980.81	9,229.62

报告期各期，外销产品单位售价高于内销产品，由于在外销时，公司对于外销定价会考虑报关费、保险费和运费等出口费用，出口费用对毛利率的影响在报告期各期分别为3.87%、4.35%和6.19%，在不考虑出口费用的情况下，外销毛利率与内销毛利率的差距进一步缩小。

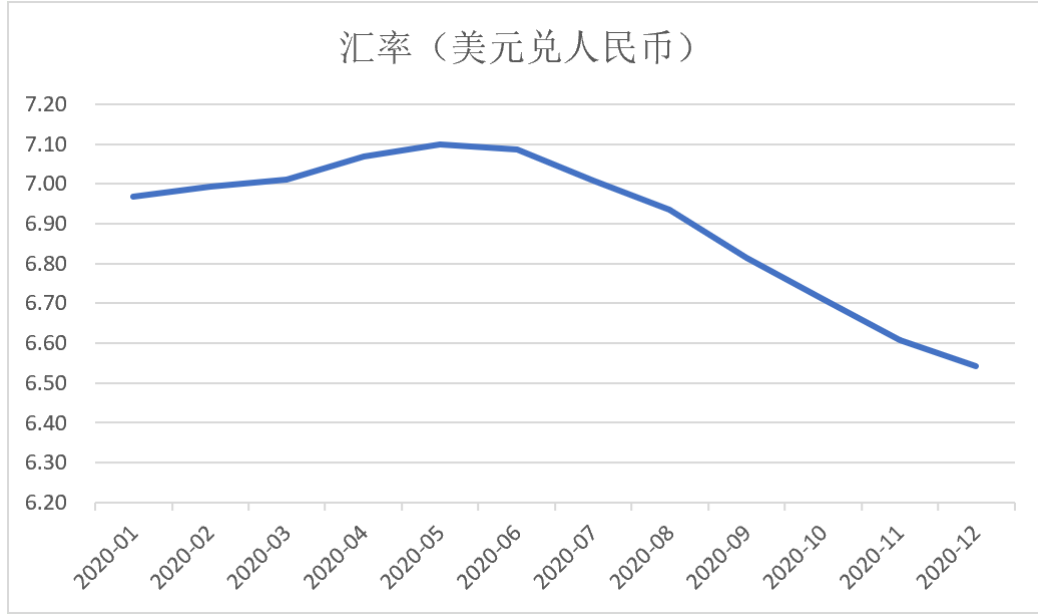
除出口费用的影响外，外销产品定价和毛利率较高的原因如下：

①外销业务的定价机制影响

报告期内，公司产品定价模式主要为成本加成，即以公司产品实际成本为基础追加一定的利润确定产品报价，通过与客户直接协商的方式确定最终的销售价格。外销业务中，由于交货周期较长，公司需要承担原材料价格变动、汇率波动等多种风险因素，因此同一时点的外销报价会高于内销报价。

A、以原材料价格为例，2018年2月至2018年9月，聚酯切片的价格从7,987.50元/吨震荡上涨至10,425.00元/吨，涨幅为27.91%，平均月度间涨幅为3.99%。2018年度，公司聚酯切片的价格总体呈现增长趋势，公司外销业务订单接单到交货一般在30天至45天左右，在此期间公司承担了原材料价格的涨价风险，公司外销产品定价时会考虑原材料的价格波动风险，因此公司2018年外销业务定价也相对较高。

B、以汇率波动风险为例，公司与外销业务客户结算货币主要为美元，2020年度，美元兑人民币汇率呈现下降趋势，全年的下降幅度为6.10%，从而会导致美元货款兑换的人民币相应减少。汇率波动风险影响公司外销产品的定价，特别是汇率下行区间，公司产品的定价也会相应提高，因此公司2020年外销业务定价和毛利率也相对较高。报告期内，美元兑人民币汇率波动情况如下图：



数据来源：同花顺IFIND数据

②外销客户的定制需求影响

公司外销客户主要位于印度尼西亚、巴基斯坦、泰国、土耳其等国，公司外销客户多集中在“一带一路”沿线国家，涉及多个南亚或东南亚国家。外销客户采购公司差别化有色涤纶长丝主要用于生产沙发布、窗帘、窗纱、服饰面料等。外销客户下游产品应用领域与内销客户基本一致，但由于内外销客户在宗教信仰、文化习俗、生活环境等方面存在较大差异，虽然应用领域相同，但对具体规格诸如颜色、旦数、单纤数、纤维截面形状、性能等方面存在不同差异。以颜色为例，外销客户较内销客户偏向更深、更艳丽的颜色。由于外销客户多为定制化订单，公司根据外销客户特定要求进行生产，定价会有所提高。

③外销客户的订单规模相对较小

以2019年度为例，公司前十大外销客户的平均采购规模为454.12万元,而公司前十大内销客户的平均采购规模为1,496.31万元，考虑到外销客户订单规模较小，定价相应较高，具体如下：

报告期各期，公司境外销售平均交易规模如下：

时间	交易笔数	销售数量（吨）	平均单次销售数量（吨/次）
2020年度	573.00	10,813.33	18.87
2019年度	555.00	9,738.18	17.55
2018年度	366.00	6,040.55	16.50

如上表所示，报告期内公司外销客户订单平均规模较小，公司针对外销业务的定价较高，因此销售毛利率较高。

④结算方式的影响

公司对境内客户采取月结或款到发货等形式的结算方式；公司对境外客户采取电汇或信用证等国际结算方式，存在如“30%电汇定金，70%电汇”、“不可撤销信用证”等销售回款情况，外销回款时间较长，销售定价时对回款因素予以考虑，故报价一定程度上高于内销。

⑤除出口费用外，外销业务需要配备专业的外贸销售人员，且业务流程的复杂程度也高于内销业务，公司外销业务定价亦会考虑该等因素。

公司持续加强与阿里巴巴等国际贸易资讯网站的合作，不定期更新公司产品与技术信息，增加国际潜在客户了解汇隆产品的可能性，报告期各期，公司外销业务逐年增长，公司外销客户主要位于印度尼西亚、巴基斯坦、摩洛哥、土耳其、泰国、韩国等国，多集中在“一带一路”沿线国家，公司与上述外销客户的日常沟通主要以远程沟通为主，公司销售团队配置了专门的外贸销售人员以及相关辅助助理人员，外贸销售人员主要落实外销客户跟踪与接洽、外贸单证管理等工作，报告期内，公司销售人员团队人员数量增加、外贸销售人员数量也有所增长，总体上，可以保障公司外贸业务的持续稳定开展。

报告期内，公司销售人员的平均工资和外贸人员的平均工资水平如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销售人员平均薪酬（万元/人）	9.96	10.34	8.49
外贸业务员平均薪酬（万元/人）	13.36	14.79	9.34

结合上述信息可知，公司外贸销售人员的平均薪酬水平高于整体销售人员的平均水平，公司外销业务定价亦会考虑该等因素。

综上，公司外销毛利率高于内销业务符合公司自身经营特点。

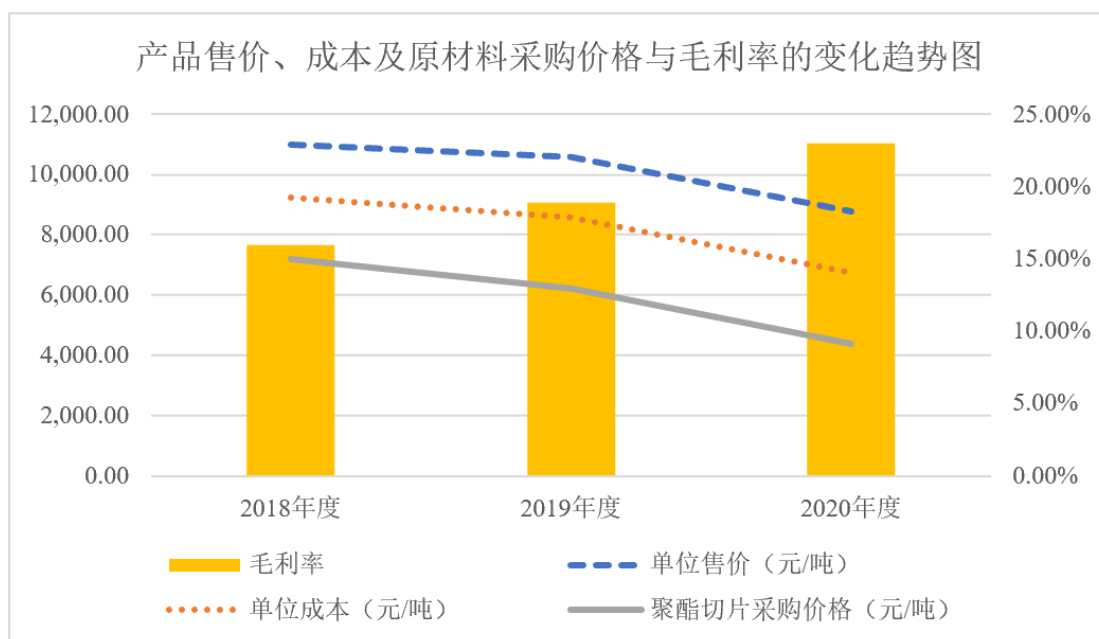
（六）结合原材料价格波动，补充说明主要产品毛利率是否存在周期性。

报告期各期，公司主要产品的单位售价、单位成本与主要原材料聚酯切片的采购价格以及毛利率情况如下：

单位：元/吨

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
单位售价	8,771.60	10,593.17	10,980.81
单位成本	6,751.51	8,588.52	9,229.62
聚酯切片采购价格	4,382.15	6,206.80	7,212.57
毛利率	23.03%	18.92%	15.95%

上表数据波动趋势对比如下图所示：



由上图可知，公司单位售价、单位成本与主要原材料聚酯切片的采购价格波动趋势基本一致，而毛利率受到单位售价与单位成本波动幅度的影响也有所变化。

2018年度，聚酯切片采购价格最高，相应毛利率最低；2020年度，聚酯切片采购价格在报告期内最低，相应毛利率水平最高。由上述对比趋势可知，公司主要产品的毛利率水平与主要原材料聚酯切片的采购价格成反向变动趋势。

因聚酯切片价格受到原油价格的波动而变化，原油价格呈现一定的周期性变动，因此聚酯切片价格也呈现一定周期性变动。公司主要产品的毛利率与聚酯切片的采购价格呈现反向变动，具有一定的周期性变动。公司根据产品成本调整相应产品的价格，原材料价格的波动可以有效的传导至产品价格上面，因此，总体上，公司主要产品的毛利率波动幅度不大。

【会计师核查情况及结论】：

针对上述事项，发行人会计师履行的核查程序：

- 1、了解发行人各类产品生产工艺流程、成本核算流程，对发行人财务负责人进行访谈，了解发行人与成本归集、成本核算等相关的内部控制制度；
- 2、了解成本核算方法，复核成本核算过程；
- 3、获取发行人采购明细核查原材料价格波动情况；
- 4、结合销售收入的核查，分析销售成本的结转情况；
- 5、获取发行人收入成本明细表，分析产品销售结构，结合行业特征识别和了解波动原因，分析营业收入与毛利率变动的合理性；
- 6、了解发行人产品销售定价策略；

- 7、了解发行人行业现在及未来的市场需求状态；
- 8、查询同行业可比上市公司的毛利率，对比发行人毛利率与同行业可比上市公司的差异。

发行人会计师的核查结论：

- 1、发行人相同产品在不同销售模式下的毛利率存在差异具有合理性；
- 2、发行人报告期经销毛利率呈下降的趋势主要系给予了经销商一定的销售折扣，并在交易价格中直接予以了相应折让，经销模式销售折扣还原后，经销毛利率与直销毛利率不存在重大差异；
- 3、发行人为保证市场需求量大的 DTY 产品的生产需要，将大多数 POY 产品用于 DTY 的生产具有合理性；
- 4、发行人主要产品的单位售价、单位成本与主要原材料的采购价格变动趋势基本一致，但发行人产品属于差别化涤纶长丝，具有小规模、多批次的特点，在产品议价能力上较常规白色涤纶长丝强，毛利率波动幅度也略大于常规产品，但总体上符合行业趋势；
- 5、受到出口费用、订单规模及人员配备等因素的影响，发行人报告期内外销毛利率高于内销，具有合理性；
- 6、发行人主要产品的毛利率与聚酯切片的采购价格呈现反向变动，具有一定的周期性变动。

问题 7、关于存货

招股说明书披露，报告期各期末，发行人的原材料金额分别为**798.78万元、1,844.19万元和2,394.45万元**，发行人存货跌价准备余额分别为**16.31万元、45.55万元和43.17万元**。

请发行人：

- (1) 披露原材料及库存商品项下细分分类金额、占比、库龄情况；
- (2) 披露各报告期末库存商品、在产品对应的在手订单情况，披露在手订单金额占各报告期末库存商品金额的比例、库存商品的期后销售实现和结转情况；
- (3) 披露非常规规格差别化有色涤纶长丝产品占报告期各期收入、期末库存商品的比例，说明对此类产品存货跌价准备计提是否充分；
- (4) 披露报告期各期末发行人原材料占存货期末余额比例逐期增加的原因，说明发行人备货策略。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【发行人回复】：

(一) 披露原材料及库存商品项下细分分类金额、占比、库龄情况；

1、原材料

报告期各期末，公司原材料主要包括聚酯切片、母粒和其他类原材料，原材料构成情况列示如下：

单位：万元

类别	2020年12月31日		2019年12月31日		2018年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
聚酯切片	1,144.95	58.97%	1,168.47	48.18%	770.24	41.21%
色母粒	591.36	30.46%	999.09	41.19%	881.61	47.16%
其他	205.36	10.58%	257.88	10.63%	217.41	11.63%
合计	1,941.68	100.00%	2,425.44	100.00%	1,869.26	100.00%

注：上表原材料金额为账面余额。

报告期各期末，公司库龄1年以内的原材料占比均在99%以上，不存在大额长库龄原材料的情况。

2、库存商品

报告期各期末，公司库存商品主要包括差别化有色涤纶长丝DTY、FDY和POY，库存商品构成情况列示如下：

单位：万元

类别	2020年12月31日		2019年12月31日		2018年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
差别化有色涤纶长丝 DTY	1,037.79	47.80%	2,848.85	61.50%	1,915.18	40.65%
差别化有色涤纶长丝 FDY	764.91	35.23%	1,610.54	34.77%	2,572.31	54.60%
差别化有色涤纶长丝 POY	368.44	16.97%	173.22	3.74%	223.77	4.75%
合计	2,171.13	100.00%	4,632.62	100.00%	4,711.26	100.00%

注：上表库存商品金额为账面余额。

由上表可见，公司库存商品主要是DTY和FDY。报告期各期末，公司库龄1年以内的库存商品占比均在99%以上，不存在大额长库龄库存商品的情况。

(二) 披露各报告期末库存商品、在产品对应的在手订单情况，披露在手订单金额占各报告期末库存商品金额的比例、库存商品的期后销售实现和结转情况；

1、期末库存商品、在产品对应的在手订单情况

报告期各期末，公司库存商品、在产品及在手订单数量及覆盖率情况如下：

单位：吨

项目	2020年12月31日	2019年12月31日	2018年12月31日
在手订单数量	7,776.00	19,562.07	16,321.93
库存商品数量	3,456.78	5,825.92	5,122.68
在产品数量	294.10	487.13	168.03
在手订单覆盖率	207.31%	309.87%	308.50%

注：在手订单覆盖率=在手订单数量/(库存商品数量+在产品数量)；2020年末在手订单系根据2021年1月销售及已签订订单情况统计。

由上表可见，报告期各期末，公司在手订单数量可以覆盖库存商品、在产品数量。

2、库存商品的期后销售实现和结转情况

单位：吨

项目	2020年第一季度	2019年第一季度	2018年第一季度
销量	7,445.92	12,204.32	9,397.26
上期末库存商品数量	5,825.92	5,122.68	6,958.75
上期末在产品数量	487.13	168.03	3.59
期后销售覆盖率	117.94%	230.67%	134.97%

注：期后销售覆盖率=销量/(上期末库存商品数量+上期末在产品数量)

由上表数据可知，公司报告期各年末库存商品和在产品期后销售覆盖率较高。报告期各期，公司存货周转天数保持在2个月左右，库存商品期后销售实现和结转情况良好。

(三) 披露非常规格差别化有色涤纶长丝产品占报告期各期收入、期末库存商品的比例，说明对此类产品存货跌价准备计提是否充分；

1、非常规格产品销售情况

报告期各期，公司常规规格、非常规格产品的销售收入金额、占比情况如下：

单位：万元

类别	2020年度		2019年度		2018年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
常规规格	48,707.85	90.45%	58,708.82	90.16%	54,042.37	91.80%
非常规格	5,140.18	9.55%	6,408.17	9.84%	4,825.33	8.20%
合计	53,848.03	100.00%	65,116.99	100.00%	58,867.70	100.00%

注：常规规格产品主要指年度销售量在1,000吨以上的DTY和FDY产品，以及部分销量较大的POY产品。

由上表可见，报告期内各期非常规规格产品销售收入占销售收入的比例分别为8.20%、9.84%、9.55%。非常规规格产品每年销售比例均在10%左右，销售比例较稳定，销售情况良好，未出现滞销的情况。

2、非常规规格产品库存结余情况

报告期各期末，公司常规规格、非常规规格产品的库存结存金额、占比情况如下：

单位：万元

类别	2020年12月31日		2019年12月31日		2018年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
常规规格	1,794.80	82.67%	4,136.51	89.29%	3,936.55	83.56%
非常规规格	376.33	17.33%	496.10	10.71%	774.71	16.44%
合计	2,171.13	100.00%	4,632.61	100.00%	4,711.26	100.00%

由上表可见，报告期各期末公司库存商品主要为常规规格产品，非常规规格产品占比较小。公司采取“以销定产、安全库存、适度调整”相结合的生产模式，在按订单组织生产的基础上，公司根据客户订单需求和产品的出货情况，对常规产品提前生产，保持适当的安全库存数量。

由上表数据可知，公司主要产品中90%左右为常规规格产品，且常规规格和非常规规格产品销售占比较为稳定，其中常规规格产品是公司主营业务毛利率的主要贡献产品。公司非常规规格产品主要为定制化产品，且客户采购规模一般低于常规规格产品，毛利率也高于常规规格产品。

综上，公司非常规规格产品保持着良好的毛利率水平，不存在明显的跌价迹象。

公司非常规规格库存商品期末结存主要系已有定制订单尚未发货的产成品，不存在积压迹象，且99%以上的非常规规格库存商品库龄均在1年以内。根据成本与可变现净值孰低原则，公司对报告期末非常规规格库存商品计提的存货跌价准备充分。

（四）披露报告期各期末发行人原材料占存货期末余额比例逐期增加的原因，说明发行人备货策略。

公司根据生产计划并结合库存情况采购原材料。报告期各期末，公司的原材料金额分别为1,844.19万元、2,394.45万元和1,921.96万元。公司产品的主要原材料

料为聚酯切片，报告期各期末，公司原材料占存货期末余额的比例逐年增加，主要原因如下：

1、为了保证后续生产经营的稳定性，公司一般会在年末或半年末根据生产销售规模趋势，进行适当的原材料备货，报告期各期，公司业务规模逐年增长，原材料备货金额有所增加。

2、公司产品的原材料聚酯切片的市场价格受原油价格波动而有所变化，2018年三季度以来，聚酯切片的价格总体处于下行趋势，为避免期后原材料价格出现大幅逆向波动，公司根据实际需求，在报告期各期末适当增加了原材料备货，但总体上原材料库存备货量控制在一个月以内。

综上，报告期内，公司原材料备货策略以实际需求为基础，结合原材料市场价格波动情况进行适当库存备货，总体上原材料备货量控制在一个月以内。

【会计师核查情况及结论】：

针对上述事项，发行人会计师履行的核查程序：

- 1、获取发行人存货库龄明细表以及分规格清单；
- 2、对发行人相关人员进行访谈，了解发行人存货管理情况；
- 3、获取发行人在手订单信息，分析发行人期末存货订单覆盖率和期后销售情况；
- 4、了解发行人存货减值的测试方法及存货跌价准备计提政策，检查存货跌价计提依据和方法是否合理，复核存货跌价准备计提金额是否充分、正确；
- 5、对发行人期末存货进行了监盘程序。

发行人会计师的核查结论：

- 1、报告期各期末，发行人存货库龄基本在1年以内，不存在积压滞销情况；
- 2、报告期各期末，发行人在手订单数量可以覆盖库存商品、在产品数量，库存商品期后销售实现和结转情况良好；
- 3、非常规规格产品期末占比较小，且销售情况良好，发行人存货跌价准备计提充分；
- 4、发行人报告期内原材料备货策略以实际需求为基础，结合原材料市场价格波动情况进行适当库存备货。

问题 8、关于应收账款

招股说明书披露，报告期各期末，发行人应收账款净额分别为1,906.26万元、2,913.32万元和3,111.11万元，占总资产的比例分别为5.96%、9.16%和7.69%。

请发行人：

(1) 披露对不同客户的信用政策情况，发行人报告期各期应收账款周转天数与发行人信用期政策是否相符；

(2) 披露报告期内发行人对海外应收账款是否购买保险，购买保险覆盖发行人境外应收账款的比例；

(3) 披露发行人3-4年应收账款账龄减值准备计提低于苏州龙杰、海利得的原因，对发行人的影响；

(4) 结合报告期发行人销售收入增长较快，请发行人说明报告期各期信用政策是否发生变化、是否存在放宽信用政策的情形。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【发行人回复】：

(一) 披露对不同客户的信用政策情况，发行人报告期各期应收账款周转天数与发行人信用期政策是否相符；

公司制定了《客户信用管理实施细则》，以规范客户管理，同时加强对销售业务的管控。一般情况下，公司对客户采取月结或款到发货的结算方式。

对于老客户（发生业务往来超过三个月且业务往来款正常）、优质客户（如生产、经营正常，无失信记录，具有一定的资产实力，不存在重大诉讼等纠纷事项），可采用月结方式。发行人按照《客户信用管理实施细则》，对照客户条件，区分是否符合赊销条件，规范客户赊销准入。报告期内，公司信用政策未发生变化。

报告期各期发行人应收账款周转天数列示如下：

单位：万元

项目	2020年12月31日	2019年12月31日	2018年12月31日
期初应收账款	3,324.73	3,115.70	2,040.91
期末应收账款	2,844.55	3,324.73	3,115.70
营业收入	54,105.49	65,592.94	59,107.33
期末应收账款余额占营业收入比重	5.26%	5.07%	5.27%
应收账款周转率（次）	17.54	20.37	22.92
应收账款周转天数（天）	20.52	17.67	15.70

报告期各期，发行人应收账款周转天数为半个月左右，符合公司月结和款到发货相结合的信用政策。

(二) 披露报告期内发行人对海外应收账款是否购买保险，购买保险覆盖发行人境外应收账款的比例；

报告期内，公司均与中国出口信用保险公司签订了短期出口信用保险，购买的保险对应覆盖公司报告期各期末境外应收账款的比例为100%。

(三) 披露发行人 3-4 年应收账款账龄减值准备计提低于苏州龙杰、海利得的原因，对发行人的影响；

公司与同行业可比公司的坏账准备计提比例如下：

账龄	苏州龙杰	桐昆股份	恒力石化	新凤鸣	海利得	公司
1 年以内	5%	5%	5%	5%	5%	5%
1-2 年	10%	20%	20%	10%	15%	10%
2-3 年	30%	50%	40%	20%	30%	30%
3-4 年	100%	100%	80%	30%	100%	60%
4-5 年	100%	100%	80%	50%	100%	60%
5 年以上	100%	100%	100%	100%	100%	100%

由上表可知，公司坏账准备计提政策与同行业可比公司相比不存在显著差异。

公司应收账款3-5年的坏账计提比例为60%，高于新凤鸣应收账款3-5年的坏账计提比例，低于苏州龙杰、海利得等应收账款3-5年的坏账计提比例。

报告期各期末，按组合计提坏账准备的应收账款中，公司3-5年账龄的应收账款余额为57.24万元、20万元和0.15万元。若按100%计提坏账，则与按60%计提坏账的差异为22.90万元、8万元和0.06万元，影响较小。

报告期各期，公司应收账款按账龄坏账计提比例保持一致，不存在通过变更坏账计提政策调节利润的情况。

综上，公司应收账款坏账准备计提比例合理、谨慎，且具有一贯性。

(四) 结合报告期发行人销售收入增长较快，请发行人说明报告期各期信用政策是否发生变化、是否存在放宽信用政策的情形；

报告期各期末，发行人应收账款余额占收入比重如下：

项目	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日
应收账款余额（万元）	2,844.55	3,324.73	3,115.70
营业收入（万元）	54,105.49	65,592.94	59,107.33
应收账款余额占营业收入的比重（%）	5.26	5.07	5.27

由上表可见，报告期各年度，公司应收账款占收入的比重保持在5%左右，较为稳定。报告期各期，公司应收账款周转率保持在半个月左右，不存在放宽信用政策的情形。

一般情况下，公司对客户采取月结或款到发货等结算方式，公司根据客户历史的交易记录以及回款情况，给予部分客户一定的账期，但总体账期较短，应收账款周转速度较快。公司各期末应收账款余额与其信用政策基本相符，信用政策执行情况良好。

针对上述事项，发行人会计师履行的核查程序：

- 1、获取了发行人销售及应收账款清单、坏账计提政策；
- 2、对发行人财务负责人进行了访谈，获取了出口信用保险的相关资料；
- 3、与同行业可比公司应收账款坏账计提政策进行了比对，对相关影响进行了测算；
- 4、对发行人应收账款规模与销售规模进行了匹配分析。

【会计师核查情况及结论】：

发行人会计师的核查结论：

- 1、报告期各期，发行人应收账款周转天数为半个月左右，符合发行人月结和款到发货相结合的信用政策；
- 2、报告期内，发行人均与中国出口信用保险公司签订了短期出口信用保险，购买的保险对应覆盖发行人报告期各期末境外应收账款的比例为 100%；
- 3、发行人应收账款坏账准备计提比例合理、谨慎，且具有一贯性；
- 4、报告期各期，发行人不存在放宽信用政策的情形。

问题 9、关于第三方回款

招股说明书披露，发行人报告期第三方回款的情形由外贸业务产生，公司外销出口国家主要为印度尼西亚、巴基斯坦、泰国和土耳其等，部分外贸客户由于其资金安排或交易习惯原因由其指定第三方进行付款；部分外贸客户所在国家存在外汇管制或限制，其在外汇支付方面存在一定障碍，从而指定第三方进行支付；部分客户存在通过同一集团内其他公司代付的情况。

请发行人：

- (1) 披露是否存在境内客户通过第三方回款的情形，如存在，请进一步披露境内第三方回款占境内收入比例情况；
- (2) 说明境外第三方回款的合规性，发行人与境外客户合同中是否明确约定通过第三方回款，相关安排是否具备商业合理性；
- (3) 说明回款方与发行人及实际控制人、董监高或其他关联方是否存在关联关系或其他利益安排；
- (4) 说明报告期内是否存在因第三方回款导致的纠纷。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【发行人回复】:

(一) 披露是否存在境内客户通过第三方回款的情形，如存在，请进一步披露境内第三方回款占境内收入比例情况

公司不存在境内客户通过第三方回款的情形，公司第三方回款的情形由外贸业务产生，公司外销出口国家主要为印度尼西亚、巴基斯坦、泰国和土耳其等，部分外贸客户由于其资金安排或交易习惯原因由其指定第三方进行付款；部分外贸客户所在国家存在外汇管制或限制，其在外汇支付方面存在一定障碍，从而指定第三方进行支付；部分客户存在通过同一集团内其他公司代付的情况。

(二) 说明境外第三方回款的合规性，发行人与境外客户合同中是否明确约定通过第三方回款，相关安排是否具备商业合理性

报告期内，公司存在第三方回款的情况，具体如下：

单位：万元

代付原因	2020 年度	2019 年度	2018 年度
资金安排或交易习惯	786.18	1,030.84	489.30
外汇管制	463.07	424.73	208.44
同一集团内其他公司代付	213.11	328.65	515.36
第三方支付金额合计	1,462.35	1,784.22	1,213.10
营业收入	54,105.49	65,592.94	59,107.33
占 比	2.70%	2.72%	2.05%

公司第三方回款的情形由外销业务产生，公司外销出口国家主要为印度尼西亚、巴基斯坦、泰国和土耳其等，部分外销客户由于其资金安排或交易习惯原因由其指定第三方进行付款；部分外贸客户所在国家存在外汇管制或限制，其在外汇支付方面存在一定障碍，从而指定第三方进行支付；部分客户存在通过同一集团内其他公司代付的情况。根据国家外汇管理局的公开查询信息，公司最近三年不存在外汇违规行政处罚记录。

公司与境外客户的销售合同或订单中主要约定交易内容、金额等信息，未明确约定第三方付款情况，但境外客户指定第三方付款时会及时以书面或者邮件等方式通知公司，公司在确认第三方付款信息准确后方能接受该种收款方式。报告期内，公司与境外客户及对应第三方付款方未发生纠纷。

报告期内，公司外销业务涉及的国家较多，外销客户较为分散且单个客户的交易金额均不大。报告期内，公司外销收入分别为7,376.63万元、11,507.48万元和10,627.96万元，外销收入占比逐年增加，因外销业务产生的第三方回款金额也有所增加，但占营业收入的比重较小，外销业务存在第三方回款情况系受外国客户客观原因引起，符合外贸业务的行业经营特点，具有一定的必要性和商业合理性。

公司严格要求禁止无正当理由的第三方回款行为，针对因客户交易习惯、受外汇管制或同一集团内其他公司代付等合理原因产生的第三方回款行为，公司要求履行相关的内部审批程序，保证销售回款的安全性和合规性。

（三）说明回款方与发行人及实际控制人、董监高或其他关联方是否存在关联关系或其他利益安排；

报告期内，公司境外第三方回款金额分别为1,213.10万元、1,784.22万元和1,462.35万元，占营业收入的比重分别为2.05%、2.72%和2.70%，第三方回款方均为境外客户指定的第三方，公司及公司实际控制人、董监高或其他关联方与境外客户及第三方回款方不存在关联关系或其他利益安排。

（四）说明报告期内是否存在因第三方回款导致的纠纷

公司与境外客户的销售合同或订单中主要约定交易内容、金额等信息，未明确约定第三方付款情况，但境外客户指定第三方付款时会及时以书面或者邮件等方式通知公司，公司在确认第三方付款信息准确后方能接受该种收款方式。报告期内，公司与境外客户及对应第三方付款方未发生纠纷。

【会计师核查情况及结论】：

针对上述事项，发行人会计师履行的核查程序：

- 1、从涉及第三方回款的明细中选取大额销售原始订单，与销售发票、出库记录单、报关单据等进行核对；
- 2、获取并核对发行人银行对账单流水；
- 3、通过实地走访或视频访谈、函证等方式确认销售的真实性；
- 4、抽查大额第三方回款记录，核对相关第三方回款确认函；
- 5、通过中国出口信用保险公司获取涉及第三方付款方相关信息，确认第三方付款方与发行人不存在关联关系；
- 6、通过国家外汇管理局查询发行人外汇合规情况；
- 7、访谈了发行人相关负责人和主要外贸客户，查询了发行人的涉诉情况。

发行人会计师的核查结论:

1、发行人不存在境内客户通过第三方回款的情形，发行人第三方回款的情形均由外销业务产生；

2、外销业务存在第三方回款情况系受外国客户客观原因引起，符合外销业务的行业经营特点，具有一定的必要性和商业合理性；对于第三方回款行为，发行人要求履行相关的内部审批程序，保证销售回款的安全性和合规性；发行人与境外客户的销售合同或订单中主要约定交易内容、金额等信息，未明确约定第三方付款情况，但境外客户指定第三方付款时会及时以书面或者邮件等方式通知发行人，发行人在确认第三方付款信息准确后方能接受该种收款方式；

3、发行人及发行人实际控制人、董监高或其他关联方与第三方回款方不存在关联关系或其他利益安排；

4、报告期内，发行人外销业务回款情况正常，未出现因第三方回款导致纠纷的情形。

问题 10、关于期间费用

招股说明书披露，报告期内，公司期间费用随着公司业务规模扩大而逐年增加，占营业收入的比例分别为9.37%、8.93%和9.98%。

请发行人：

(1) 结合销售人员平均薪酬、人员变动数量、负责区域情况，补充披露期内发行人销售费用中职工薪酬上涨的原因及合理性；

(2) 补充说明运杂费在销售费用的分类情况，说明运杂费与发行人报告期内发货数量是否匹配；

(3) 补充说明出口费用与发行人出口收入的匹配情况；

(4) 除已披露的股份支付外，发行人报告期内历次股权变化情况是否存在股份支付的情形，发行人报告期外历次股权变动应当做股份支付处理而未处理的情形是否对发行人报告期初未分配利润有重大影响；

(5) 说明报告期内管理人员人数、人均薪酬与当地平均水平的差异情况；

(6) 披露报告内汇率变化对发行人盈利能力的影响及相关敏感度分析。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【发行人回复】:

(一) 结合销售人员平均薪酬、人员变动数量、负责区域情况，补充披露期内发行人销售费用中职工薪酬上涨的原因及合理性

报告期内，公司销售人员数量及平均薪酬具体如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
薪酬总额（万元）	438.07	454.91	271.63
销售人员（人）	44	44	32
平均薪酬（万元/人）	9.96	10.34	8.49
销售收入（万元）	54,105.49	65,116.99	58,867.70

注：销售人员人数为全年平均数

2018年度和2019年度，公司销售费用中职工薪酬逐年增长，主要系公司销售规模逐年扩大，销售人员数量以及平均工资水平均呈现增长趋势所致；2020年度，由于公司销售业务规模受到疫情影响较上年同期有所下降，销售人员工资有所下降，导致销售费用薪酬总额小幅下降。

报告期内，公司销售人员考核机制，客户构成、获取模式及管理方式情况如下：

A、销售人员考核机制

公司销售人员根据岗位职责的不同分为销售业务员及销售辅助人员等，销售部门根据公司总体战略目标建立部门工作计划，对一定时期内业务目标完成情况及其员工的工作业绩、工作态度和工作能力进行绩效考核，并根据销售业绩完成情况、销售人员工作出勤、日常工作任务完成情况、年终整体考评等因素综合确定销售人员工资。

B、客户构成、获取模式及管理方式

公司所在地为浙江湖州，由于公司下游纺织行业的特点，公司客户数量较多，且公司业务收入主要集中在长三角和珠三角等经济发达地区，受下游纺织行业产业集群特征影响，公司客户销售区域具有集中的特点，其中浙江省的销售收入占公司国内销售的73%以上，且多遍布于公司辐射半径在3小时以内的车程范围内，是公司最主要的销售区域。由于销售区域的集中度较高，客户资源丰富，公司配备的销售团队以适应自身销售业务规模为基础，销售团队整体协作开展销售业务。

总体上，公司销售人员不存在长期大范围、长距离出差推广业务的情形，而是通过品牌效应的吸引、展会推广的宣传洽谈、主动营销服务新老客户以及网络平台推广宣传来维护与拓展业务。报告期内，公司配置的销售人员随着业务规模的扩大逐年增加，公司的销售团队可以适应公司的业务规模增长与销售区域分布特点。

(二) 补充说明运杂费在销售费用的分类情况，说明运杂费与发行人报告期内发货数量是否匹配；

公司与主要客户签订的货物交付合同条款明确约定“交货地点为供方仓库，买方（客户）需自行承担运输费用及所有责任”，即公司不承担运费。针对部分近距离周边客户，公司会结合合作情况以及客户距离使用自备运输车辆送货，该种情况下发生的运杂费主要系公司自备运输车辆的油费及过路费等，在销售费用中汽车费用明细核算，具体情况如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
汽车费用（万元）	78.33	96.97	82.42
自备车数量（辆）	9	7	6
自备车运输数量（吨）	12,934.37	10,275.36	8,707.00
销售数量（吨）	61,389.07	61,470.73	53,609.62
汽车费用/销售数量	0.13%	0.16%	0.15%

2018年度至2019年度，随着公司自备车数量以及自备车运输数量的增加，公司汽车费用也呈现增长趋势，具有一定的匹配性；2020年度，公司汽车费用较上年有所减少，主要系上半年疫情期间高速公路过路费减免，同时，汽车柴油价格也出现较大幅度的下降所致，根据公开查询信息，2020年0号柴油价格较2019年下降了22.88%

(三) 补充说明出口费用与发行人出口收入的匹配情况。

报告期各期，公司出口费用与出口收入的匹配情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
出口费用	863.53	637.95	353.25
出口收入	10,627.96	11,507.48	7,376.63
出口数量（吨）	10,813.33	9,738.18	6,040.55
出口费用/出口收入（%）	8.13	5.54	4.79
出口费用/出口数量（万元/吨）	0.08	0.07	0.06

出口费用包含外销运保费用、货运代理费用等，与外销客户国家距离、货物价值、货物重量、出口集装箱大小等因素相关。随着公司出口规模的扩大，出口费用也逐年增加。报告期各期，出口费用与出口收入、出口数量基本匹配。2020年度，受疫情影响，出口海运费有较大幅度上涨，导致出口费用较2019年度有较大幅度增加。

(四) 除已披露的股份支付外, 发行人报告期内历次股权变化情况是否存在股份支付的情形, 发行人报告期外历次股权变动应当做股份支付处理而未处理的情形是否对发行人报告期初未分配利润有重大影响;

1、发行人报告期内, 除已披露的2017年5月股权转让、2019年2月股权转让及2019年5月股权转让合计构成3次股份支付外, 其他股权变动均不构成股份支付。具体情况列示如下:

(1) 报告期内, 汇隆新材股权变动情况如下:

序号	时间	股权变动摘要	是否适用 股份支付	备注
1	2018年10月	汇隆新材股东沈顺华通过全国中小企业股份转让系统集合竞价、盘后协议转让向华英汇转让了1,313.82万股, 每股价格3.3元	不适用	家族内部财产分割、继承、赠与等非交易行为导致股权变动, 不作为股份支付处理
2	2019年3月	汇隆新材股东徐福娣与其配偶徐建国签订了《股权转让协议》, 协议约定徐福娣将其持有的公司60万元(占公司注册资本的0.83%)以0元的价格转让给徐建国	不适用	家族内部财产分割、继承、赠与等非交易行为导致股权变动, 不作为股份支付处理
3	2019年12月	汇隆新材增加注册资本930万元, 由德清德锐股权投资基金有限公司、杨敏、彭涛、钱海平共4名投资者以每股7.16元的价格认购, 以货币形式增资	不适用	本次增资系外部投资者对汇隆新材增资, 增资价格由各股东友好协商, 增资价格公允, 不作为股份支付处理
4	2020年1月	汇隆新材股东朱子香与其女儿朱国英签订《股权转让协议》, 协议约定朱子香将其持有的公司583.92万股(占公司注册资本的7.13%)以0元的价格转让给朱国英	不适用	家族内部财产分割、继承、赠与等非交易行为导致股权变动, 不作为股份支付处理

(2) 报告期内, 汇隆投资合伙份额变动情况如下:

序号	时间	合伙份额变动摘要	是否适用 股份支付	备注
1	2017年5月	徐敏娜因个人原因从汇隆新材离职, 将其持有的汇隆投资3万元出资额转让给邓高忠; 沈顺华将其持有的汇隆投资50万元出资额, 分别转让给邓高忠30万元、张井东20万元	是	已确认股份支付

序号	时间	合伙份额变动摘要	是否适用 股份支付	备注
2	2019年2月	沈顺华将其持有的汇隆投资 141.50 万元分别转让给沈永华等 36 名员工，其中原合伙人 19 名，新合伙人 17 名；江菊芳因个人原因从汇隆新材离职，江菊芳将其持有的汇隆投资 6.5 万元出资额转让给邓高忠	是	已确认股份支付
3	2019年2月	曹云龙因个人原因从汇隆新材离职，将其持有的汇隆投资 15 万元出资额转让给沈顺华	不适用	按照约定沈顺华有权收回
4	2019年5月	沈顺华将其持有的汇隆投资 15 万元出资额，转让给吕永渠	是	已确认股份支付
5	2019年8月	李东因个人原因从汇隆新材离职，将其持有的汇隆投资 5 万元出资额转让给沈顺华	不适用	按照约定沈顺华有权收回
6	2019年10月	俞丽丽、吕永渠因个人原因从汇隆新材离职以及魏亚伟因个人意愿退出汇隆投资，三人分别将其持有的汇隆投资 5 万元、15 万元、5 万元出资额转让给沈顺华	不适用	按照约定沈顺华有权收回
7	2020年3月	李中林因个人原因从汇隆新材离职，将其持有的汇隆投资 2 万元出资额转让给沈顺华	不适用	按照约定沈顺华有权收回

2、发行人报告期外变动情况

（1）2014年4月30日以前

2014年4月30日（股改基准日），发行人的股东沈顺华、朱子香和汇隆投资，其中汇隆投资的合伙人为沈顺华和朱国英夫妇，在公司股改基准日以前的股权变动不涉及股份支付的情况。

（2）2014年4月30日至2016年12月31日

①汇隆新材的股权变动

2015年9月（新三板挂牌期间），汇隆新材向冯涛、顾高良、郎敏华、吴炜、徐福娣定向发行772万股，每股发行价格3.10元，募集资金2,393.20万元，发行结束后，汇隆有限注册资本增加至7,260万元，该次定向发行对象为外部投资者，不涉及股份支付。

②汇隆投资的合伙份额变动

序号	时间	合伙份额变动摘要	转让价格	定价依据	是否确认股份支付
1	2014年7月	沈顺华将其持有的汇隆投资209.30万元出资额转让给邓高忠等6名公司员工	每份合伙企业份额1元	以每股净资产作为定价依据并参考公司未来发展	以2014年每股收益计算,对应市盈率倍数为26.57,不确认股份支付
2	2015年9月	沈顺华将其持有的汇隆投资303.54万元出资额转让给邓高忠等33名公司员工	每份合伙份额1.3元~2.0元	以每股净资产作为定价依据并参考公司未来发展	以2015年每股收益计算,对应市盈率倍数为23.19,不确认股份支付

除已披露的股份支付外,发行人报告期内历次股权变化情况不存在股份支付的情形,发行人报告期外历次股权变动不存在应当做股份支付处理而未处理的情形,不会对发行人报告期初未分配利润有重大影响。

(五) 说明报告期内管理人员人数、人均薪酬与当地平均水平的差异情况

报告期内,管理费用中薪酬费用分别为345.72万元、507.03万元和504.89万元。2019年度薪酬费用有较大幅度增长,主要系管理人员人数和工资水平有所增加。

报告期内,公司管理人员数量及平均薪酬情况具体如下:

单位:万元

项目	2020年度	2019年度	2018年度
薪酬总额	504.89	507.03	345.72
管理人员	33	30	23
平均薪酬	15.30	16.90	15.03
湖州地区平均工资	-	6.74	5.96

注:管理人员人数为全年平均数。湖州地区工资平均数据来源于湖州市统计局年平均工资统计公报。2020年度数据尚未披露。

如上表所示,2018年度至2019年度,随着公司管理人员的增加和平均工资的提高,管理人员工资薪酬逐年增加;2020年度,由于公司业务收入较上年有所下降,管理人员平均工资有所下降。公司管理人员平均薪酬高于当地平均工资水平,具有合理性。

(六) 披露报告期内汇率变化对发行人盈利能力的影响及相关敏感度分析

1、汇率波动的敏感性分析及对公司盈利能力的影响

报告期各期,公司产品外销收入占公司主营业务收入的比例分别为12.53%、17.67%和19.74%,汇兑损益分别为89.42万元、-28.58万元和86.53万元,对净利润的影响很小。

以2019年度为例，假定人民币收入、外币收入、生产成本及其他因素保持不变，人民币的汇率变动对公司经营业绩的影响测算如下：

单位：万元

项目	汇率波动假设			
	-5%	-1%	1%	5%
营业收入变动	-575.37	-115.07	115.07	575.37
财务费用变动	-94.49	-18.90	18.90	94.49
利润总额变动小计	-669.86	-133.97	133.97	669.86
当期利润总额	6,040.55	6,040.55	6,040.55	6,040.55
汇率变动影响占比	-11.09%	-2.22%	2.22%	11.09%

注：财务费用影响系根据期末货币资金及应收账款外币余额测算。

由上表可知，以2019年度为例，在其他因素不变的情况下，若外币对人民币汇率贬值1%，公司利润总额降幅为2.22%，人民币汇率的波动将对公司的经营业绩产生一定的影响。

【会计师核查情况及结论】：

针对上述事项，发行人会计师履行的核查程序：

- 1、对发行人销售负责人进行访谈，了解发行人主要销售政策、销售人员的薪酬政策和人员变动情况；
- 2、查看了发行人的销售合同条款和销售费用明细账，并对相关销售费用项目分析比对；
- 3、查看了发行人出口费用明细，分析了出口收入与出口费用的匹配性；
- 4、对发行人的股权变动情况等进行了梳理，分析了历次股权变动是否涉及股份支付；
- 5、对相关行政负责人进行访谈，了解发行人管理人员的薪酬政策和人员变动情况，从公开渠道获取当地平均工资水平；
- 6、查看了发行人汇兑损益明细账，对汇率变动对发行人盈利能力的影响进行了敏感性分析。

发行人会计师的核查结论：

- 1、销售人员数量以及平均工资水平均总体上呈现增长趋势，销售费用职工薪酬增长具有合理性；
- 2、发行人运杂费在销售费用中的汽车费用核算，与销售数量匹配；

3、随着发行人出口规模的扩大，出口费用也逐年增加。报告期各期，发行人出口费用与出口收入、出口数量基本匹配；

4、除已披露的股份支付外，发行人报告期内历次股权变化情况不存在股份支付的情形，发行人报告期外历次股权变动不存在应当做股份支付处理而未处理的情形，不会对发行人报告期初未分配利润有重大影响；

5、报告期内，随着发行人管理人员的增加和平均工资的提高，管理人員工资薪酬总体上呈现增长趋势，发行人管理人员平均薪酬高于当地平均工资水平，具有合理性；

6、发行人经营业绩对人民币汇率的变动具有一定的敏感性，如果未来人民币汇率发生大幅波动，将在一定程度上影响发行人的经营业绩。

问题 11、关于固定资产

招股说明书披露，报告期各期末，发行人固定资产主要由房屋及建筑物和机器设备等构成。报告期各期末，公司固定资产原值分别为18,743.15万元、20,205.11万元和26,857.17万元。报告期内，因多条涤纶纺纱生产线投入使用以及新厂区建设工程二期项目完工结转，公司固定资产规模呈现逐年增长趋势。

请发行人披露：

(1) 发行人固定资产的规模与产能是否匹配；

(2) 发行人的生产设备是否能够适应产品更新换代的需求，是否存在闲置的设备以及闲置的设备是否按准则规定计提减值准备；

(3) 补充说明2019年发行人机器设备的单位产量下降，而可比公司苏州龙杰大幅上升的原因及合理性；

(4) 说明固定资产和在建工程的费用归集是否合规、在建工程是否在达到可使用状态以后及时转入固定资产。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【发行人回复】：

(一) 发行人固定资产的规模与产能是否匹配；

报告期各期，公司机器设备与产能的匹配情况如下：

项目	2020年12月31日		2019年12月31日		2018年12月31日
	/2020年度		/2019年度		/2018年度
	数量	增幅	数量	增幅	数量
机器设备原值（万元）	13,492.44	0.19%	13,466.76	39.58%	9,647.89

项目	2020年12月31日 /2020年度		2019年12月31日 /2019年度		2018年12月31日 /2018年度
	数量	增幅	数量	增幅	数量
机器设备净值（万元）	8,451.01	-2.04%	8,626.76	50.35%	5,737.89
产能（吨）	93,000	-1.06%	94,000	23.68%	76,000
产能/机器设备原值 （吨/万元）	6.89	-	6.98	-	7.88
产能/机器设备净值 （吨/万元）	11.00	-	10.90	-	13.25

由上表数据可知，报告期各期，公司机器设备原值对应的产能分别为7.88吨/万元、6.98吨/万元和6.89吨/万元。报告期各期，公司机器设备原值的增长幅度分别为39.58%和0.19%，产能的增长幅度分别为23.68%和-1.06%，2019年度，公司机器设备原值和产能均保持增长趋势；2020年度，公司机器设备原值和产能与上年相比较为稳定。

①2019年度

2019年度，公司机器设备原值与产能配比数据为6.98吨/万元，较2018年度下降了0.9吨/万元；机器设备净值与产能配比数据为10.90吨/万元，较2018年度下降了2.35吨/万元，主要原因系公司机器设备增加但产能未完全释放所致。

2019年末公司机器设备原值较2018年末增加3,818.86万元，机器设备净值较2018年末增加2,888.87万元，2019年度公司新机器设备投入较大，其中2019年4、5月，公司价值909.59万元的加弹生产线陆续投入使用；2019年10月开始，公司价值2,427.77万元的多条POY和FDY的生产线陆续试车。2019年度公司新设备投入较多，因新设备测试、磨合以及投入生产时长等因素影响，2019年度公司新增的机器设备产能没有完全释放，导致公司产能的增加幅度（23.58%）低于了机器设备原值增加的幅度（39.58%），从而使公司2019年度机器设备与产能配比数据较2018年度有所下降。

②2020年度

2020年度，公司机器设备原值与产能配比数据为6.89吨/万元，机器设备净值与产能配比数据为11吨/万元，与2019年度相比，较为稳定。

2020年末，公司机器设备原值为13,492.44万元、净值为8,451.01万元，公司机器设备原值和净值较2019年末分别增加0.19%和减少2.04%，变动幅度较小。

综上所述，报告期各期，公司机器设备原值与产能数据有所波动，但具有一定的匹配性，符合公司自身实际生产经营情况。

（二）发行人的生产设备是否能够适应产品更新换代的需求，是否存在闲置的设备以及闲置的设备是否按准则规定计提减值准备；

公司重视对机器设备的更新与投入，报告期各期，公司购建的机器设备金额分别为1,527.03万元、3,818.86万元、1,160.32万元，截至2020年末，公司机器设备的成新率为62.64%。公司生产设备能够适应产品的更新换代需求。

公司会定期或不定期对固定资产进行检查、维修和保养，并组织相关部门对公司固定资产进行盘点。截至2020年末，公司不存在未处置的闲置设备。

（三）补充说明2019年发行人机器设备的单位产量下降，而可比公司苏州龙杰大幅上升的原因及合理性；

报告期内，公司与苏州龙杰的机器设备成新率、产量及单位机器设备的产量对比如下表：

项目	公司	2019 年度	2018 年度
成新率	苏州龙杰	18.69%	23.61%
	汇隆新材	64.06%	59.47%
产量（吨）	苏州龙杰	156,600.81	160,129.51
	汇隆新材	83,643.13	65,819.37
机器设备（万元）	苏州龙杰	10,306.40	13,118.59
	汇隆新材	8,626.76	5,737.89
单位机器设备的产量 （吨/万元）	苏州龙杰	15.19	12.21
	汇隆新材	9.70	11.47

2019年度，苏州龙杰新增机器设备380.53万元，新增机器设备累计折旧3,153.02万元,该公司机器设备净值与成新率均有所降低，因此，在产量保持总体稳定的基础上，苏州龙杰机器设备的单位产量呈现上升趋势。

公司重视对机器设备的更新与投入，2019年度公司新增机器设备净值增加3,818.86万元，产能也随之增加，但因新设备投入时间以及生产磨合等因素影响，机器设备的单位产量较2018年度有小幅下降。

综上，2019年度，公司机器设备单位产量与苏州龙杰相比有所下降具有合理性。

(四) 说明固定资产和在建工程的费用归集是否合规、在建工程是否在达到可使用状态以后及时转入固定资产

报告期内，公司主要在建工程的具体变动情况如下：

单位：万元

2020年项目	期初余额	本期增加	本期 转入固定资产	本期 其他减少	期末余额	结转情况
年产3万吨原液着色加弹丝技改项目	-	854.51	-	-	854.51	2020年末处于施工建设阶段，未达到预定可使用状态
高速加弹机安装工程	-	480.47	480.47	-	-	已安装调试完成
涤纶纺丝生产线	-	1,488.29	-	-	1,488.29	2020年末完成主体设备搭建，处于安装调试阶段，未达到预定可使用状态
设备安装工程	146.73	601.14	639.79	-	108.07	小额设备尚在安装调试阶段
零星工程	-	216.84	216.84	-	-	已完工结转
合计	146.73	3,641.25	1,337.11		2,450.87	
2019年项目	期初余额	本期增加	本期 转入固定资产	本期 其他减少	期末余额	结转情况
新厂区建设工程二期	1,577.92	827.25	2,405.17	-	-	2019年12月底基本完成装修工程，并申请竣工验收并结转固定资产
涤纶纺丝生产线	-	2,427.77	2,427.77	-	-	2019年10月完成主体设备搭建，经过安装调试及试运行后达到可使用状态结转固定资产
设备安装工程	-	1,510.08	1,363.36	-	146.73	已基本结转，小额设备因尚在安装调试阶段
合计	1,577.92	4,765.10	6,196.30	-	146.73	
2018年项目	期初余额	本期增加	本期 转入固定资产	本期 其他减少	期末余额	结转情况
新厂区建设工程二期	1,313.15	264.77	-	-	1,577.92	2018年12月开始装修，未达到使用状态
涤纶纺丝生产线	354.29	-	354.29	-	-	2018年1月达到使用状态，结转固定资产
合计	1,667.44	264.77	354.29	-	1,577.92	

报告期各期，公司固定资产和在建工程归集的费用主要系建设工程与设备相关投入，费用归集合理。

报告期内，公司已完工的在建工程项目主要系设备安装工程与新厂区建设工程二期项目，其中设备安装工程施工时间较短，在安装调试达到可使用状态时结转至固定资产；新厂区建设工程二期项目主要系新厂区办公楼建设与装修工程，累计投入2,405.17万元，于2019年12月完成装修并达到可使用状态结转固定资产。

截至2020年末，公司主要在建工程项目为涤纶纺丝生产线和年产3万吨原液着色加弹丝技改项目，上述项目尚在安装、调试或建设过程中。公司在建工程不存在达到可使用状态以后未及时转入固定资产的情况。

【会计师核查情况及结论】：

针对上述事项，发行人会计师履行的核查程序：

- 1、获取发行人固定资产明细及产能数据进行匹配分析；
- 2、查看了发行人机器设备的新增情况，并实地走访了生产厂区；
- 3、查阅了苏州龙杰等公司的公开资料，分析了可比公司机器设备单位产量变化的原因；
- 4、了解发行人固定资产相关的内部控制制度，通过访谈、测试等程序了解发行人相关内部控制制度的设计和执行的有效性；
- 5、查看了固定资产、在建工程明细账及相关入账凭证；
- 6、对固定资产实施监盘程序，检查各项资产的使用状态；对在建工程实施实地查验，了解在建工程施工进度；
- 7、查阅发行人在建工程和固定资产验收及决算文件等。

发行人会计师的核查结论：

- 1、报告期各期，发行人机器设备原值与产能数据有所波动，但具有一定的匹配性，符合公司自身实际生产经营情况；
- 2、发行人生产设备能够适应产品的更新换代需求。截至2020年末，发行人不存在未处置的闲置设备；
- 3、2019年度，苏州龙杰机器设备净值与成新率均有所降低，其机器设备单位产量呈现增长趋势，而发行人机器设备更新投入较多，单位产量受新设备投入时间以及生产磨合等因素影响，单位产量有小幅下降，具有合理性；
- 4、报告期各期，发行人固定资产和在建工程归集的费用主要系建设工程与设备相关投入，费用归集合理；发行人在建工程不存在达到可使用状态以后未及时转入固定资产的情况。

问题 12、关于发行人前期债权增资及历次股权转让合规性

2010年5月，沈顺华对发行人出资3,600万元，其中以债权方式出资1,745万元；朱子香以债权方式对发行人出资400万元。2010年5月，湖州德信联合会计师事务所对上述增资事项进行了审验，出具了《验资报告》（湖德会验〔2010〕第106号）。2020年4月，立信会计师事务所（以下简称申报会计师）出具了《新增注册资本实收情况的复核报告》（信会师报字〔2010〕第ZF10548号），对湖州德信联合会计师事务所出具的《验资报告》（湖德会验〔2010〕第106号）进行了验资复核。

请发行人补充披露：

（1）2010年5月沈顺华、朱子香以债权出资对应债权的形成原因及过程、对应的具体事项、债权金额确定依据、所履行的审议程序、债权利息及偿还情况；

（2）上述股东采用债转股形式出资是否符合《公司法》《公司债权转股权登记管理办法》《公司登记管理条例》等相关规定，发行人及各股东是否对上述债转股事项是否存在争议或法律纠纷；

（3）申报会计师对上述债权增资事项和《验资报告》（湖德会验〔2010〕第106号）所执行的验资复核程序；

（4）出资资产是否办理完毕权属转移手续，是否存在股东未全面履行出资义务等法律瑕疵；

（5）历次股权变动中是否存在代持或者其他协议安排等情形；

（6）历次股权转让、增资、分红、整体变更等过程中是否存在违反税收法律法规的情形。

请保荐人、申报会计师、发行人律师对上述问题发表明确意见。

【发行人回复】：

（一）2010年5月沈顺华、朱子香以债权出资对应债权的形成原因及过程、对应的具体事项、债权金额确定依据、所履行的审议程序、债权利息及偿还情况

2010年5月15日，汇隆有限召开股东会，会议审议通过：（1）同意汇隆有限增资至5,800万元，增资4,000万元中，货币出资1,855万元，债权转股权出资2,145万元，其中，沈顺华出资3,600万元（以货币方式出资1,855万元，以债权方式出资1,745万元），朱子香以债权方式出资400万元；（2）同意修改公司章程相关条款等相关议案。

2010年5月16日，沈顺华、朱子香与汇隆有限签订了《债权转股权协议》，其中运用债权出资2,145万元，其中沈顺华以其对汇隆有限享有的1,745万元债权转为1,745万元股权，朱子香以其对汇隆有限享有的400万元债权转为400万元股权。

2010年5月16日，湖州德信资产评估事务所出具了《资产评估报告》（湖德资评报字[2010]第060号），对本次增资的债权出资进行了评估，在评估基准日2010年5月15日的评估结果为：委托评估资产评估价值为2,145万元，其中沈顺华债权评估价值为1,745万元，朱子香债权评估价值为400万元。

2010年5月18日，湖州德信联合会计师事务所对上述增资事项进行了审验，出具了《验资报告》（湖德会验[2010]第106号）。

2010年5月19日，德清县工商行政管理局核准通过了上述工商变更登记事项。此次增资后，汇隆有限股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	沈顺华	5,220.00	90.00
2	朱子香	580.00	10.00
合计		5,800.00	100.00

2020年4月10日，我所出具了《新增注册资本实收情况的复核报告》（信会师报字[2020]第ZF10548号），对湖州德信联合会计师事务所出具的《验资报告》（湖德会验[2010]第106号）进行了验资复核，经复核，汇隆有限新增实收资本已全部到位。

具体债权的形成过程、债权金额及利息等情况列示如下：

因扩大生产经营需求，汇隆有限向时任股东沈顺华、朱子香借款以缓解短期流动资金压力，具体债权的形成过程、债权金额及利息等情况如下表所示：

债权人	债权金额（万元）	发生时间	利息	偿还情况	对应事项	债权金额确定依据
沈顺华	128.00	2009.10.26	无	截至2010年5月债权转股权时，尚未偿还	补充流动资金，购买原材料	借款协议及历次银行缴款单
	400.00	2009.11.6	无			
	65.00	2009.11.20	无			
	310.00	2009.11.25	无			
	152.00	2010.2.23	无			
	100.00	2010.2.24	无			
	75.00	2010.3.8	无			
	296.00	2010.3.9	无			

债权人	债权金额 (万元)	发生时间	利息	偿还情况	对应事项	债权金额确定 依据
	109.00	2010.3.19	无			
	110.00	2010.4.2	无			
合计	1,745.00	-	-	-	-	-
朱子香	50.00	2009.9.30	无	截至2010年5月债 权转股时，尚未 偿还	补充流动资 金，购买原材 料	借款协议及历 次银行缴款单
	300.00	2009.10.15	无			
	50.00	2009.11.9	无			
合计	400.00	-	-	-	-	-

上述债权发生期间，汇隆有限规模较小，只有两名股东，即沈顺华、朱子香，两名股东于2009年9月分别与汇隆有限签署了相应的《借款合同》，约定自2009年10月至2010年4月期间，沈顺华向汇隆有限提供借款最高额不超过2,000万元，朱子香向汇隆有限提供借款最高额不超过500万，上述借款用于汇隆有限生产经营，未对利息收取情况进行约定。

2010年5月15日，汇隆有限召开股东会，确认沈顺华以其对汇隆有限享有的1,745万元债权转为1,745万元股权，朱子香以其对汇隆有限享有的400万元债权转为400万元股权。发行人已对上述债权金额及债权转股权行为进行了确认，履行了相应的审议程序并在德清县工商行政管理局进行了登记。

(二) 上述股东采用债转股形式出资是否符合《公司法》《公司债权转股权登记管理办法》《公司登记管理条例》等相关规定，发行人及各股东对上述债转股事项是否存在争议或法律纠纷

2010年适用的《公司法》第二十七条规定：“股东可以用货币出资，也可以用实物、知识产权、土地使用权等可以用货币估价并可以依法转让的非货币财产作价出资；但是，法律、行政法规规定不得作为出资的财产除外。对作为出资的非货币财产应当评估作价，核实财产，不得高估或者低估作价。”

《公司债权转股权登记管理办法》于2011年11月23日由国家工商行政管理总局公布，本次债转股出资发生于2010年5月，因此，发行人上述债转股出资不适用《公司债权转股权登记管理办法》。

2010年4月27日生效的《浙江省公司债权转股权登记管理暂行办法》（浙工商企[2010]4号）明确规定，允许境内债权人以其对浙江省工商行政管理部门登记管辖的内资公司享有的债权向被投资公司增加注册资本，将持有的对被投资公司的债权转换为被投资公司的股权，且用作出资的债权应当经评估机构评估并由验资机构出具相应的《验资报告》。

2010年适用的《公司登记管理条例》第十四条规定：“股东的出资方式应当符合《公司法》第二十七条的规定。股东以货币、实物、知识产权、土地使用权以外的其他财产出资的，其登记办法由国家工商行政管理总局会同国务院有关部门规定。股东不得以劳务、信用、自然人姓名、商誉、特许经营权或者设定担保的财产等作价出资。”

汇隆有限本次债转股已经其股东会审议通过，并按照上述文件的规定，经湖州德信资产评估事务所进行评估并出具《资产评估报告》（湖德资评报字[2010]第060号），经湖州德信联合会计师事务所验资并出具《验资报告》（湖德会验[2010]第106号），且德清县工商行政管理局已对本次出资登记予以核准。因此，汇隆有限股东沈顺华、朱子香采取债转股形式出资符合当时《公司法》、《公司登记管理条例》及《浙江省公司债权转股权登记管理暂行办法》的相关规定。

汇隆有限时任股东沈顺华、朱子香以及发行人所有现任股东均对上述债转股出资事项不存在争议或法律纠纷。

（三）申报会计师对上述债权增资事项和《验资报告》（湖德会验〔2010〕第106号）所执行的验资复核程序

申报会计师对上述债权增资事项和《验资报告》（湖德会验[2010]第106号）履行了以下验资复核程序：

- （1）查阅上述债权增资事项的股东会决议、修改后的公司章程、变更登记申请书、变更后的工商资料及营业执照；
- （2）查阅汇隆有限债转股以前及债转股对应的验资报告和评估报告；
- （3）获取股东沈顺华及朱子香与汇隆有限签订的借款合同、银行单据及相关出资凭证；检查相应银行对账单流水；
- （4）实施银行函证程序并获取回函；
- （5）查阅股东沈顺华、朱子香与汇隆有限签订的债权转股权协议文件；
- （6）查阅汇隆有限财务报表及往来款项明细。

（四）出资资产是否办理完毕权属转移手续，是否存在股东未全面履行出资义务等法律瑕疵

发行人历次股东出资资产均已办理完毕权属转移手续，不存在股东未全面履行出资义务的事项

发行人自2004年6月14日成立以来，涉及股东出资事项、出资方式及实际出资的具体情况如下：

序号	事项	出资方式	出资资产权属转移情况
1	2004年6月成立，注册资本为280万元	货币出资	已出资到位，履行了验资程序并办理了工商登记手续
2	2005年11月第一次增资，注册资本增加至500万元	货币出资	已出资到位，履行了验资程序并办理了工商登记手续
3	2005年12月第二次增资，注册资本增加至1,000万元	货币出资	已出资到位，履行了验资程序并办理了工商登记手续
4	2007年9月第三次增资，注册资本增加至1,800万元	货币出资	已出资到位，履行了验资程序并办理了工商登记手续
5	2010年5月第四次增资，注册资本增加至5,800万元	债权转股权及货币形式出资	已出资到位，履行了验资程序并办理了工商登记手续
6	2014年4月第五次增资，注册资本增加至6,444.4444万元	货币出资	已出资到位，履行了验资程序并办理了工商登记手续
7	2014年7月整体变更设立为股份有限公司	净资产折股	已出资到位，履行了验资程序并办理了工商登记手续
8	2015年9月第六次增资（定向发行），股本增加至7,260万元	货币出资	已出资到位，履行了验资程序并办理了工商登记手续
9	2019年12月第七次增资，股本增加至8,190万元	货币出资	已出资到位，履行了验资程序并办理了工商登记手续

发行人自成立以来历次出资均按期足额缴纳出资，出资资产均已办理完毕权属转移手续并进行了工商登记，上述出资时间及出资方式均符合相关法律、法规及规范性文件的规定，发行人不存在股东未全面履行出资义务等法律瑕疵的情况。

(五) 历次股权变动中是否存在代持或者其他协议安排等情形

发行人自成立以来历次股权变动情况如下：

序号	时间	事项	股权变动主要内容	是否存在代持或其他协议安排等情形
1	2005年11月	增资	汇隆有限注册资本由280万元增加至500万元，新增220万元全部由沈顺华以货币形式出资	原股东增资，不存在代持或者其他协议安排的情形
2	2005年12月	增资	汇隆有限注册资本由500万元增加至1,000万元，新增500万元全部由沈顺华以货币形式出资	原股东增资，不存在代持或其他协议安排的情形
3	2007年9月	股权转让、增资	(1) 吴顺根将其持有汇隆有限的股权转让给朱子香，发行人股东吴顺根变更为朱子香；(2) 汇隆有限注册资本增加800万元，由沈顺华、朱子香以货币形式出资	本次股权转让系双方真实意思表示，不存在代持或其他协议安排等情形
4	2010年5月	增资	汇隆有限注册资本由1,800万元增加至5,800万元，沈顺华以债转股形式及货币形式出资，朱子香以债转股形式出资	原股东增资，不存在代持或其他协议安排的情形
5	2014年4月	增资	汇隆有限注册资本由5,800万元增加至6,444.4444万元，汇隆投资以货币形式出资644.4444万元，发行人新增股东汇隆投资	本次增资的新增股东系员工持股平台，不存在代持或其他协议安排等情形
6	2015年9月	定向发行股票	发行人向冯涛、顾高良、郎敏华、吴炜、徐福娣共计5名自然人投资者发行股票，发行人新增冯涛等5名自然人股东	本次新增5名自然人股东所持公司股份，系其本人自有资金出资，真实且已足额缴纳，不存在私下接受任何其他人委托并以自己的名义代替或代表他人投资公司股份的情形，亦不存在信托或者类似安排
7	2018年10月	股权转让	沈顺华通过全国中小企业股份转让系统向华英汇转让1,313.82万股，发行人新增法人股东华英汇	华英汇系发行人控股股东、实际控制人沈顺华、朱国英夫妇控制的企业，本次股权转让不涉及代持或其他协议安排等情形
8	2019年3月	股权转让	徐福娣将其持有发行人0.83%的股份零对价转让给其配偶徐建国，发行人股东徐福娣变更为徐建国	本次股权转让系双方真实意思表示，不存在代持或其他协议安排等情形

序号	时间	事项	股权变动主要内容	是否存在代持或其他协议安排等情形
9	2019年12月	增资	发行人注册资本由7,260万元增加至8,190万元，德清德锐、杨敏、彭涛、钱海平共计4名股东以货币形式出资，发行人新增德清德锐、杨敏等4名自然人股东	本次新增4名股东所持公司股份，系其自有资金出资，真实且已足额缴纳，不存在私下接受任何其他人委托并以自己的名义代替或代表他人投资公司股份的情形，亦不存在信托或者类似安排
10	2020年1月	股权转让	朱子香将其持有发行人7.13%的股份零对价转让给其女儿朱国英，发行人股东朱子香变更为朱国英	本次股权转让系双方真实意思表示，不存在代持或其他协议安排等情形

如上表所示，发行人自成立以来历次股权变动中均不存在代持或者其他协议安排等情形。

(六) 历次股权转让、增资、分红、整体变更等过程中是否存在违反税收法律法规的情形

1、有限公司阶段的历次股权转让、增资过程中涉及到的股东缴纳所得税、发行人代扣代缴情况

发行人有限公司阶段的股权转让、增资及纳税情况如下表所示：

序号	时间	事项	纳税情况
1	2005年11月	汇隆有限注册资本由280万元增加至500万元，新增220万元全部由沈顺华以货币形式出资	无需缴纳个人所得税
2	2005年12月	汇隆有限注册资本由500万元增加至1,000万元，新增500万元全部由沈顺华以货币形式出资	无需缴纳个人所得税
3	2007年9月	(1) 吴顺根将其持有汇隆有限的股权以1元/股的价格转让给朱子香；(2) 汇隆有限注册资本增加800万元，以货币形式出资	平价转让股权未产生溢价，无需缴纳个人所得税
4	2010年5月	沈顺华、朱子香债权转股权，同时沈顺华以货币形式出资3,600万元	无需缴纳个人所得税
5	2014年4月	汇隆有限注册资本由5,800万元增加至6,444.4444万元，新增644.4444万元由新股东汇隆投资以货币形式出资	无需缴纳个人所得税

发行人有限公司阶段，其股东的股权转让价格均为1元/单位出资额，股权转让未产生溢价，增资系股东以货币方式或债转股形式出资，不存在应缴未缴的税费。

2、整体变更为股份公司过程中涉及到的股东缴纳所得税、发行人代扣代缴情况

发行人于2014年7月整体变更为股份有限公司，我所对此次整体变更出具了《审计报告》（信会师报[2014]第610310号）。发行人全体股东以截至2014年4月30日经审计的账面净资产71,444,553.67元，按1: 0.9081168076 的比例折合股份总额6,488万股，每股面值1元，将剩余部分656.46万元计入资本公积。发行人整体变更涉及到的股东已按相关规定缴纳相应税款。

3、股份公司阶段的历次股权转让、增资过程中涉及到的股东缴纳所得税、发行人代扣代缴情况

股份公司阶段的股权转让、增资情况如下：

序号	时间	事项	纳税情况
1	2015年9月	发行人向冯涛、顾高良、郎敏华、吴炜、徐福娣五名股东定向发行股票，每股价格3.10元	定向发行，无需缴纳个人所得税

序号	时间	事项	纳税情况
2	2018年10月	控股股东、实际控制人沈顺华通过全国中小企业股份转让系统向华英汇转让了1,313.82万股，每股价格3.30元	新三板挂牌期间，通过股转系统进行的股权转让，无需缴纳个人所得税
3	2019年3月	徐福娣将其持有发行人0.83%的股份（合计60万股）零对价转让给其配偶徐建国	夫妻间零对价转让，无需缴纳个人所得税
4	2019年12月	德清德锐、杨敏、彭涛、钱海平四名股东以每股7.16元的价格认购930万股	无需缴纳个人所得税
5	2020年1月	朱子香将其持有发行人7.13%的股份（合计583.92万股）零对价转让给其女儿朱国英	父女间零对价转让，无需缴纳个人所得税

国家税务总局德清县税务局于2020年8月31日出具《证明》，确认发行人在历次股权转让、增资过程中，不涉及相关股东应缴纳个人所得税未缴情形，不存在违反税收法律法规的情形。

4、历次分红过程中涉及到的所得税缴纳情况、发行人代扣代缴情况

发行人自成立以来具体分红情况如下：

序号	分红时间	分红金额（元）
1	2016年11月30日	5,808,000.00
2	2018年9月30日	7,260,000.00

根据《关于上市公司股息红利差别化个人所得税政策有关问题的通知》（财税[2015]101号）的规定：“二、上市公司派发股息红利时，对个人持股1年以内（含1年）的，上市公司暂不扣缴个人所得税；待个人转让股票时，证券登记结算公司根据其持股期限计算应纳税额，由证券公司等股份托管机构从个人资金账户中扣收并划付证券登记结算公司，证券登记结算公司应于次月5个工作日内划付上市公司，上市公司在收到税款当月的法定申报期内向主管税务机关申报缴纳。……四、全国中小企业股份转让系统挂牌公司股息红利差别化个人所得税政策，按照本通知规定执行。其他有关操作事项，按照《财政部国家税务总局证监会关于实施全国中小企业股份转让系统挂牌公司股息红利差别化个人所得税政策有关问题的通知》（财税[2014]48号）的相关规定执行。”

根据上述规定，发行人系全国中小企业股份转让系统挂牌公司，其股东暂不需对2016年度、2018年度派发的股息红利缴纳个人所得税，待股东个人转让股票时，再依据上述规定向主管税务机关申报缴纳。

综上所述，发行人的历次股权转让、增资、分红、整体变更过程中不存在违反税收法律法规的情形。

【会计师核查情况及结论】:

针对上述事项，发行人会计师履行的核查程序:

- 1、查阅了发行人的工商档案、债转股的相关协议、评估报告、验资报告;
- 2、核查了历次债权明细及资金缴款凭证;
- 3、对沈顺华、朱子香进行了访谈;
- 4、查阅了《公司法》、《公司债权转股权登记管理办法》、《公司登记管理条例》等相关规定;
- 5、取得了发行人历次出资时股东的出资凭证、相关协议和相关文件，对发行人股东进行了访谈;
- 6、查阅了发行人三会文件及新三板的公告文件;
- 7、取得了税务机关出具的证明文件等。

发行人会计师的核查结论:

1、发行人债转股对应的债权债务形成过程真实，债转股的出资形式及程序符合《公司法》、《公司登记管理条例》及《浙江省公司债权转股权登记管理暂行办法》的相关规定，发行人及各股东对上述债转股事项不存在争议或法律纠纷，申报会计师已对汇隆有限的债转股事项进行了验资复核程序。

2、发行人历次股东出资资产均已办理完毕权属转移手续，不存在股东未全面履行出资义务等法律瑕疵；发行人历次股权变动中不存在代持或者其他协议安排等情形，历次股权转让、增资、分红、整体变更等过程中不存在违反税收法律法规的情形。

问题 17、关于预付款项

招股说明书披露，报告期内发行人的预付款项主要为聚酯切片采购款项。报告期各期末，发行人预付款项金额分别为573.85万元、349.53万元和2,211.85万元。

请发行人补充披露预付账款各期末波动较大的原因；补充披露账龄超过一年以上的预付账款的预付对象、金额、账龄及未结算原因，是否存在无法回收风险。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【发行人回复】:

报告期内公司的预付款项主要为聚酯切片采购款项。报告期各期末，公司预付款项金额分别为349.53万元、2,211.85万元和2,737.42万元，公司预付款项账龄主要在1年以内。

1、报告期各期末预付款项变化的原因

报告期各期末，公司预付款项对象主要为上市公司体系内企业、大型国企或大型聚酯切片供应商。

2019年末，公司预付款项金额较2018年末增加1,862.31万元，主要系2019年度公司产品销量稳步提升，同时受原油价格波动的影响，2019年四季度聚酯切片价格保持在近两年来的低位且有小幅涨价的趋势，公司结合自身生产备货需求，在2019年末进行了原材料的预订，2020年1-3月，公司上述预付聚酯切片采购款项对应的原材料已到货并陆续投入使用。

2020年末，公司预付款项金额较2019年末增加525.58万元，主要原因系受原油价格波动的影响，2020年一季度聚酯切片价格呈现下降趋势，二季度逐渐震荡反弹，但仍处于历史低位，公司结合自身生产备货需求进行了原材料的预订，2021年1月以来，公司上述预付聚酯切片采购款项对应的原材料陆续到货并投入使用。

2、预付账款分账龄情况

报告期各期末，公司预付款项按账龄分类情况如下：

单位：万元

账龄	2020年12月31日	2019年12月31日	2018年12月31日
1年以内（含1年）	2,733.92	2,204.45	349.53
1至2年（含2年）	3.50	7.40	-
合计	2,737.42	2,211.85	349.53

由上表可知，截至2020年末，公司主要预付款项的账龄均为1年以内，其中1-2年的预付款项3.5万元系预付展会款项，金额较小，受到疫情影响相关展会延期，因此上述展会款项尚未结算。

截至2019年末，公司预付款项1年以上的金额为7.40万元，其中主要款项如下：

预付对象名称	金额 (万元)	账龄	未结算原因	是否存在无法收回风险
浙江东都建筑设计研究院有限公司	7.27	1-2年	预付设计费定金，尚未达到结算时点	该公司系国企，具有建筑工程设计甲级资质，不存在无法回收的风险

【会计师核查情况及结论】：

针对上述事项，发行人会计师履行的核查程序：

- 1、查看了发行人预付款项的明细情况、款项用途和大额预付款项对应的合同；
- 2、对主要供应商进行了实地走访及函证；

- 3、查看了主要原材料的价格变动趋势；
- 4、查阅了主要供应商的工商资料及长账龄预付款项对应供应商的工商资料；
- 5、检查了期末预付款项的结转情况及原材料的耗用情况。

发行人会计师的核查结论：

经核查，保荐机构和会计师认为：报告期各期末，发行人预付款项波动较大主要系发行人根据聚酯切片价格变化趋势及生产备货需要支付原材料预付款项所致。截至2020年末，发行人无1年以上的大额预付款项，不存在无法回收的风险。

问题 18、关于汇率波动

招股说明书披露，2017年末，发行人为了锁定外汇存款汇率曾与银行开展的汇率互换。

请发行人补充披露汇率波动风险的敏感性分析；报告期各期发行人签订的外汇远期合约产品的规模、当期实际交割和期末未交割的合约金额，占营业利润的比重。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【发行人回复】：

1、汇率波动的敏感性分析及对公司盈利能力的影响

报告期各期，公司产品外销收入占公司主营业务收入的比例分别为12.53%、17.67%和19.74%，汇兑损益分别为89.42万元、-28.58万元和86.53万元，对净利润的影响很小。

以2019年度为例，假定人民币收入、外币收入、生产成本及其他因素保持不变，人民币的汇率变动对公司经营业绩的影响测算如下：

单位：万元

项 目	汇率波动假设			
	-5%	-1%	1%	5%
营业收入变动	-575.37	-115.07	115.07	575.37
财务费用变动	-94.49	-18.90	18.90	94.49
利润总额变动小计	-669.86	-133.97	133.97	669.86
当期利润总额	6,040.55	6,040.55	6,040.55	6,040.55
汇率变动影响占比	-11.09%	-2.22%	2.22%	11.09%

注：财务费用影响系根据期末货币资金及应收账款外币余额测算。

由上表可知，以2019年度为例，在其他因素不变的情况下，若外币对人民币汇率贬值1%，公司利润总额降幅为2.22%，人民币汇率的波动将对公司的经营业绩产生一定的影响。

2、公司开展外汇远期合约的相关情况

报告期内，公司针对外销收入产生的外币与银行签订了外汇远期合约，以锁定外汇波动风险。报告期各期，公司签订的外汇远期合约产品的规模及交割情况具体如下：

单位：万美元

项 目	2020年度		2019年度		2018年度	
	购买 金额	交割 金额	购买 金额	交割 金额	购买 金额	交割 金额
外汇远期合约（一年期）	-	-	-	-	200	300
外汇远期合约（7-30天）	-	-	-	130	2,060	2,230
合 计	-	-	-	130	2,260	2,530

公司外汇远期合约（7天-30天）期限较短，系滚动发生累计金额，2018年度及2019年度公司日均持有该类远期合约的金额为62.03万美元和1.42万美元。

2018年末，公司未交割的外汇远期合约金额为130万美元，2019年末和2020年末，公司无未交割远期外汇合约。

报告期各期，公司购买外汇远期合约对当期损益影响金额分别为46.82万元、0.94万元和0万元，占当期营业利润比重分别为1.15%、0.02%和0.00%，外汇远期合约交易对营业利润影响很小。

2019年以来，公司积极关注外汇市场的行情变化，采用即期结算模式，2019年度和2020年末，公司外币汇兑收益为28.58万元和86.53万元。

【会计师核查情况及结论】：

针对上述事项，发行人会计师履行的核查程序：

- 1、了解了发行人的外销收入以及外汇远期合约开展情况；
- 2、测算了汇率波动对发行人利润总额的影响程度；
- 3、查看了外汇远期合约的合同及结算单据；
- 4、对外汇远期合约产品执行了银行函证程序。

发行人会计师的核查结论：

人民币汇率波动对发行人经营业绩会有一定的影响。报告期内，发行人通过开展外汇远期合约业务锁定外汇波动风险或结合外汇市场行情变化情况即期结售汇，相关业务产生的汇兑损益占各期营业利润的比重较小，对发行人经营业绩不存在重大不利影响。

问题 19、关于其他权益工具

招股说明书补充披露，发行人持有浙江德清湖商村镇银行股份有限公司3%股权。请发行人披露该笔投资的背景，公允价值确认依据，当前的确认和计量的会计处理方法及是否符合《企业会计准则》的规定，是否存在减值迹象，发行人是否在浙江德清湖商村镇银行存有存款，如是，请保荐人说明对此类存款的核查手段、核查方式及核查结论。

请保荐人和申报会计师发表明确意见。

【发行人回复】：

1、投资湖商村镇银行的背景

2013年，浙江德清湖商村镇银行股份有限公司（以下简称“湖商村镇银行”）筹建期间，拟吸收德清当地的优质企业入股，公司作为德清本土优质企业，经营状况良好，具备成为村镇银行股东的条件，并通过洽谈、协商入股湖商村镇银行。

2013年2月22日，中国银监会浙江监管局出具了《关于筹建浙江德清湖商村镇银行股份有限公司的批复》（浙银监复[2013]105号）：同意筹建浙江德清湖商村镇银行股份有限公司；同意浙江汇隆化纤有限公司等20家企业作为浙江德清湖商村镇银行股份有限公司的发起人，合计出资20,000万元。

公司持有湖商村镇银行股权比例为3%，持股比例较小，未向其派遣董事或高级管理人员，系公司报告期前的权益性投资。

2、公允价值确认依据、会计处理以及减值情况

财政部于2017年度修订了《企业会计准则第22号——金融工具确认和计量》、《企业会计准则第23号——金融资产转移》、《企业会计准则第24号——套期会计》和《企业会计准则第37号——金融工具列报》（以下简称“新金融工具准则”）。2019年1月1日起，公司首次执行上述新金融工具准则，将对湖商村镇银行的投资由可供出售金融资产调整至其他权益工具投资。

由于湖商村镇银行并非上市公司，股权无公开市场报价，且公司未参与其实际运营，对其经营决策无重大影响。按照新金融工具准则的相关要求，在初始确认时，公司可以将非交易性权益工具投资指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产。公司依据已上市地方性商业银行估值情况并结合市净率等因素确定该项投资的公允价值。

公司对湖商村镇银行的投资计入其他权益工具投资核算，并以公允价值进行计量，变动计入其他综合收益符合会计政策的相关规定。

湖商村镇银行地处长三角经济带，周边经营环境稳定，其银行金融业务资质有效，报告期内，公司稳定取得该银行的投资分红，公司对该项投资不存在减值迹象。

3、公司在湖商村镇银行的存款情况

公司在湖商村镇银行开了一个一般存款账户，主要用于收取湖商村镇银行分红款，不存在定期存款、借款等其他业务往来，截至2020年末，该账户余额为0.11万元。

【会计师核查情况及结论】：

针对上述事项，发行人会计师履行的核查程序：

- 1、查阅发行人入股被投资单位的相关文件，了解初始投资背景及其变动情况；
- 2、查阅了湖商村镇银行的审计报告、公司章程、营业执照、工商信息等资料；
- 3、拉取了发行人的银行账户清单和发行人在湖商村镇银行的账户银行流水；
- 4、对发行人投资湖商村镇银行的持股金额、持股比例、报告期内收到分红情况进行函证确认；
- 5、取得了发行人的企业信用报告；
- 6、针对发行人在湖商村镇银行的银行账户进行了函证程序；
- 7、获取发行人管理层将非交易性权益工具投资指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产的文件，复核发行人对其他权益工具投资期末公允价值的测算。

发行人会计师的核查结论：

发行人在报告期前投资湖商村镇银行具有合理的投资背景；该项投资的公允价值确定依据合理，当前确认和计量方法符合会计准则的相关规定，该项投资不存在明显的减值迹象。

发行人在湖商村镇银行开设的账户主要用于接收分红款项，未用于定期存款、借款等其他业务往来，不存在异常情况。

问题 20、关于资金拆借及现金收款

报告期内，发行人与关联方之间的关联交易主要为大额资金拆借。同时2017-2019年度，发行人以现金方式收取货款金额分别为8,157.59万元、1,072.60万元、417.82万元，占报告期各期营业收入比重分别为17.87%、1.81%和0.64%。

请发行人：

(1) 补充披露报告期内与关联方所进行的关联交易是否履行了相应的审议程序及信息披露义务；拆借资金是否主要用于发行人日常生产经营，如否，请说明具体使用用途；

(2) 补充披露报告期内主要现金交易中货物发出、收到货款及款项入账的具体间隔时间，是否存在货款长期未入账的情况；

(3) 补充披露保荐人、申报会计师对上述现金交易收入的真实性和完整性所执行的检查程序；

(4) 补充披露针对上述关联方资金拆借和保证现金收款完整性等方面的整改措施、相关财务内控制度及运行情况；相关制定建立后是否发生过新的不合规资金往来行为。

请保荐人和申报会计师发表明确意见。

【发行人回复】：

(一) 补充披露报告期内与关联方所进行的关联交易是否履行了相应的审议程序及信息披露义务；拆借资金是否主要用于发行人日常生产经营，如否，请说明具体使用用途；

1、关于关联资金拆借所履行的审议程序及信息披露义务

A、从沈顺华、朱国英处拆借的资金

单位：万元

时间	借款人	本期借款增加 (含当期利息 支出)	期末余额	审议程序	股转系统披露情况
2018 年度	沈顺华、朱国英 夫妇	1,020.24	-	1、2018 年 6 月 25 日，公司第二届董事会第三次会议审议通过了《关于继续向控股股东借款的议案》，同意公司向沈顺华、朱国英借款不超过 10,000 万元用于补充公司流动资金。	2018 年 6 月 25 日，《浙江汇隆新材料股份有限公司关于继续向控股股东借款的公告》（公告编号：2018-013）
				2、2018 年 7 月 16 日，2017 年年度股东大会审议通过上述董事会决议。	2018 年 7 月 18 日，《浙江汇隆新材料股份有限公司 2017 年年度股东大会决议公告》（公告编号：2018-020）

B、独立董事对报告期内关联交易公允性发表的意见以及公司对报告期内关联交易的确认

2020年4月16日，公司第二届董事会第十四次会议，发行人全体独立董事对发行人报告期内的关联交易进行了审核，并发表以下意见：

董事会审议的《关于确认公司2017年至2019年内关联交易的议案》的表决程序符合《公司法》、《证券法》等相关法律、法规、规章、规范性文件和《公司章程》的相关规定，公司在进行上述关联交易时，均系基于公司业务需要而开展，具有必要性。该等关联交易均定价公允，不存在影响公司独立性的情形。

2020年5月6日，公司2019年年度股东大会审议通过了《关于确认2017年至2019年内关联交易的议案》，对公司2017年至2019年内的关联交易做出了确认。

2021年3月2日，公司第三届董事会第三次会议，发行人全体独立董事对发行人2020年内的关联交易进行了审核，并发表以下意见：

董事会审议的《关于确认公司2020年度关联交易事项的议案》的表决程序符合《公司法》、《证券法》等相关法律、法规、规章、规范性文件和《公司章程》的相关规定，公司在进行上述关联交易时，均系基于公司业务需要而开展，具有必要性。该等关联交易均定价公允，不存在影响公司独立性的情形。

2、拆借资金的具体用途

上述公司向实际控制人沈顺华、朱国英以及公司关联自然人朱芳英拆借的资金均为补充公司流动资金，用于公司日常生产经营。

(二) 补充披露报告期内主要现金交易中货物发出、收到货款及款项入账的具体间隔时间，是否存在货款长期未入账的情况；

一般情况下，发行人对客户采取月结或款到发货的结算方式，而针对上门提货的零散客户，发行人要求款到发货，以保证货款的安全性，因该类客户上门提货数量具有一定的不确定性，该类客户存在到厂现金付款的情况，故当天钱货两清、先收款后发货的情况具有商业合理性。发行人收取现金时由出纳填写收款收据，并登记现金日记账，货款当天收到当天入账。

报告期各期，发行人现金交易以当天发货当天收款的情况为主，各期占比分别为70.93%、85.39%和88.66%。针对先发货后收款的情况，主要系交易过程中客户结算已发生的销售剩余赊销货款所致，货款当天收到均当天入账，不存在货款长期未入账的情形。

(三) 补充披露保荐人、申报会计师对上述现金交易收入的真实性和完整性所执行的检查程序；

针对现金交易收入的真实性和完整性，保荐机构、会计师实施了以下核查程序：

①通过对客户实地走访、取得现金收款确认单及电话访谈等程序查验发行人现金收款情况；

②针对报告期各期现金收款进行了凭证测试，查看了现金日记账、记账凭证、销售发票、收款收据、出库单据的一致性；查看了增值税申报表、所得税申报表，确认报税收入的真实性；

③调取并核对了发行人实际控制人及其相关直系亲属、董事（不含独立董事）、监事、高级管理人员、财务负责人、出纳、销售负责人与销售经理等个人银行卡流水，确认不存在大额现金支付；

④查看了发行人关于现金收款的内部控制制度，并对现金收款涉及的记账凭证、收款收据、发票、销售出库单等进行了抽查验证。对客户现金付款明细进行了分析，不存在单个客户集中大额现金付款的情况；

⑤了解发行人现金收款的原因，对比同行业公司的情况及下游客户情况。

经核查，保荐机构和会计师认为：发行人现金交易收入真实、完整，符合其行业经营特点及经营模式，具有合理性和必要性。

（四）补充披露针对上述关联方资金拆借和保证现金收款完整性等方面的整改措施、相关财务内控制度及运行情况；相关制度建立后是否发生过新的不合规资金往来行为；

1、关于关联资金拆借的规范措施、相关财务内控制度及运行情况

2018年度，发行人与关联方的资金拆借已签订了相关协议，并履行了信息披露的义务。

发行人已建立健全关联交易管理制度，对于必要的关联交易，确保关联交易按照公允价格交易，平等保护发行人及非关联方股东的利益，相关制度明确规定了关联交易的决策权限、程序等事项，相关制度运行情况良好。发行人控股股东、实际控制人出具了《关于减少和规范关联交易的承诺函》，明确声明承诺不利用其股东、实际控制人或董事、监事、高级管理人员的地位，占用发行人的资金，并将尽量减少与发行人的关联交易。

2018年度，公司已全部偿还关联方的拆借款项。2019年度和2020年度，公司无关联资金拆借情况发生，未发生过不合规的资金往来行为。

2、现金交易的规范措施、相关内部控制制度及运行情况

报告期各期，公司直接以现金方式收取货款的金额占各期回款总额的比重分别为1.60%、0.58%和0.03%。2017年以来，公司严格控制现金收款比例，减少现金收款。报告期内，公司现金收款金额及比例逐年降低，2020年度，公司现金收款金额为20.17万元，主要零星小额货款，公司已严格控制现金规模，避免不必要现金收款情形的发生。

为保证公司资金安全，公司制定了《财务管理制度》、《销售业务管理制度》、《货币现金管理办法》、《零散客户销售管理细则》等规定，对现金收取范围、现金库存限额、出纳人员工作职责、现金流过程等方面进行了进一步规范，严格控制销售现金收款规模，公司现金收款单据、现金日记账等相关单据齐备。

公司针对款到发货的客户要求交清货款方可出厂门，现金交易的客户会将相关现金货款交至公司财务收款柜台，公司开具相应的收款收据。

收款过程中，公司收款柜台配备了点钞机进行点钞，防止接收到假币、伪币。公司出纳及时清点现金货款金额，核对收款金额的一致性，并及时登记现金日记账，每天必须将库存现金与日记账余额核对相符。

出纳核对无误后，提供现金收款资料给会计，由会计做好现金凭证记账工作，做到账实相符、客户往来余额准确。

根据公司的现金管理制度，公司配备专人按时前往银行柜台缴存现金，并根据缴存单据及时登记入账。

综上所述，公司现金管理制度与现金收款的业务模式匹配并且执行有效。

【会计师核查情况及结论】：

针对上述事项，发行人会计师履行的核查程序：

1、查看了发行人往来款明细账、关联借款协议、相关会议决议文件、信息披露公告文件等；

2、查看了关联交易的相关制度、发行人控股股东、实际控制人的相关承诺；

3、通过对客户实地走访、取得现金收款确认单及电话访谈等程序查验发行人现金收款情况；

4、针对报告期各期现金收款进行了凭证测试，查看了现金日记账、记账凭证、销售发票、收款收据、出库单据的一致性；查看了增值税申报表、所得税申报表，确认报税收入的真实性；

5、调取并核对了发行人实际控制人及其相关直系亲属、董事（不含独立董事）、监事、高级管理人员、财务负责人、出纳、销售负责人与销售经理等的个人银行卡流水，确认不存在大额现金支付；

6、查看了发行人关于现金收款的内部控制制度，并对现金收款涉及的记账凭证、收款收据、发票、销售出库单等进行了抽查验证。对客户现金付款明细进行了分析，不存在单个客户集中大额现金付款的情况；

7、了解发行人现金收款的原因，对比同行业公司情况及下游客户情况。

发行人会计师的核查结论：

报告期内发行人与关联方的关联交易已履行了相关的审议程序及信息披露义务，拆借资金主要用于发行人日常生产经营。报告期内发行人主要现金交易中收到货款和款项入账时间同步，与货物发出时间间隔较短，不存在货款长期未入账的情形。报告期内发行人现金交易收入真实、完整，关联方资金拆借和现金收款完整性等方面的规范措施、内控制度运行正常，相关制度建立后未发生不合规资金往来行为。



（本页无正文，为立信会计师事务所（特殊普通合伙）关于《浙江汇隆新材料股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核问询函之回复》之签章页）

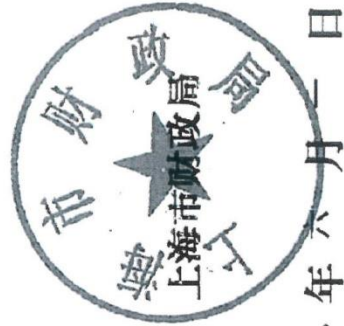
立信会计师事务所（特殊普通合伙）
2021年3月19日

证书序号: 0001247

说明

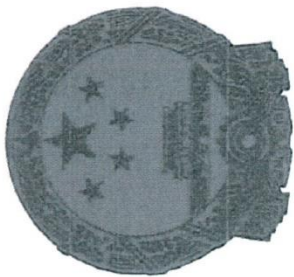
- 1、《会计师事务所执业证书》是证明持有人经财政部门依法审批，准予执行注册会计师法定业务的凭证。
- 2、《会计师事务所执业证书》记载事项发生变动的，应当向财政部门申请换发。
- 3、《会计师事务所执业证书》不得伪造、涂改、出租、出借、转让。
- 4、会计师事务所终止或执业许可注销的，应当向财政部门交回《会计师事务所执业证书》。

发证机关:



二〇一八年六月一日

中华人民共和国财政部制



会计师事务所

执业证书



名称: 立信会计师事务所 (特殊普通合伙)

首席合伙人: 朱建弟

主任会计师:

经营场所: 上海市黄浦区南京东路61号四楼

组织形式: 特殊普通合伙企业

执业证书编号: 310000006

批准执业文号: 沪财会〔2000〕26号 (转制批文 沪财会[2010]82号)

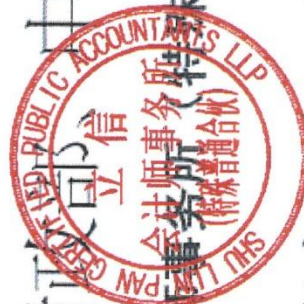
批准执业日期: 2000年6月13日 (转制日期 2010年12月31日)



证书序号：000396

会计师事务所 证券、期货相关业务许可证

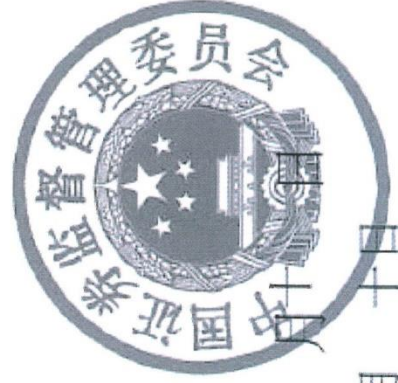
经财政部 中国证券监督管理委员会审查，批准



立信会计师事务所(普通合伙)

执行证券、期货相关业务。

首席合伙人：朱建弟



证书号：34 发证时间：二〇二一年七月十日

证书有效期至：二〇二一年七月十日



营业执照

(副本)

统一社会信用代码

91310101568093764U

证照编号: 0100000202009170032

扫描二维码
“国家企业信用信息公示系统”
了解更多登记、备案、许可、监管信息。



名称 立信会计师事务所(普通合伙)

类型 特殊普通合伙

执行事务合伙人 朱建弟, 杨志国

经营范围 审查企业会计报表,出具审计报告;验证企业资本,出具验资报告;办理企业合并、分立、清算事宜中的审计业务,出具有关报告;基本建设年度财务决算审计;代理记账;会计咨询、税务咨询、管理咨询、会计培训;信息系统集成服务;法律、法规规定的其他业务。
【依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动】

成立日期 2011年01月24日

合伙期限 2011年01月24日至不约定期限

主要经营场所 上海市黄浦区南京东路61号四楼

登记机关

2020年09月17日

