



关于铜陵洁雅生物科技股份有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的
第二轮审核问询函的回复

保荐人（主承销商）



国融证券股份有限公司
GUORONG SECURITIES CO., LTD.

（内蒙古自治区呼和浩特市武川县腾飞大道1号四楼）

二〇二一年六月

深圳证券交易所：

贵所于 2020 年 12 月 7 日出具的关于《关于铜陵洁雅生物科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第二轮审核问询函》【审核函(2020)010905 号】（以下简称“《问询函》”）已收悉。国融证券股份有限公司（以下简称“保荐机构”）作为铜陵洁雅生物科技股份有限公司（以下简称“发行人”、“公司”或“洁雅股份”）首次公开发行股票并在创业板上市的保荐机构，已会同发行人、容诚会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”）、上海天衍禾律师事务所（以下简称“发行人律师”），就需要发行人及各相关中介机构做出书面说明和核查的有关问题逐项落实,并对招股说明书等申请文件进行了相应的修改、补充完善。现将问询函回复如下，请予以审核。

如无特别说明，本问询函回复中使用的简称或专有名词与《铜陵洁雅生物科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书（申报稿）》中的释义相同。

在本问询函回复中，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。

本问询函回复的字体：

问询函所列问题	黑体（加粗）
对问询函所列问题的回答	宋体（不加粗）
对招股说明书的修改、补充	楷体（加粗）

目 录

1. 关于金佰利集团	4
2. 关于 Woolworths	16
3. 关于销售价格	27
4. 关于产能利用率	32
5. 关于外销收入	38
6. 关于应收账款	48
7. 关于采购与供应商	53
8. 关于主营业务成本	66
9. 关于客户获取能力与稳定性	68
10. 关于生产工艺与技术的竞争优势	76
11. 创业板定位	83
12. 关于资质	91
13. 关于股权冻结事项	96

1. 关于金佰利集团

根据申报文件和首轮问询回复：

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

(2) 发行人将与金佰利集团和利洁时集团的交易采用总额法确认收入，将与恒安集团的交易采用净额法确认收入。

(3) 金佰利集团向诺邦股份采购无纺布原材料并销售给公司，该类原材料由诺邦股份直接发至公司仓库，经验收合格入库后，公司与金佰利集团结算采购款，金佰利集团与诺邦股份结算采购款。公司通过金佰利集团间接向诺邦股份采购，可以获取价格优惠及信用账期，且在无纺布市场供应紧缺时，能够保证及时供应，公司也可以更好的把控产品质量。此外，金佰利（中国）有限公司指定上海禾诗家化妆品有限公司、昆山市张浦彩印厂等为其所需要的溶液原料、包装物的供应商。

(4) 发行人从金佰利集团采购的无纺布均来自诺邦股份，主要用于金佰利集团订单生产。发行人回复称，“公司向金佰利集团采购无纺布的价格总体低于直接向诺邦股份的采购价格”。保荐人及申报会计师发表的核查意见称，“发行人向金佰利集团和诺邦股份采购的均为无纺布，价格不存在明显差异，具有合理性”。

请发行人：

(1) 补充披露发行人采用总额法和净额法确认收入的判断标准，是否符合中国证监会《首发业务若干问题解答（2020年6月修订）》问题32及《监管规则适用指引——会计类第1号》第15条的规定。

(2) 补充披露发行人向金佰利集团采购的无纺布是否为金佰利集团产品所特有、发行人是否有权按照自身意愿使用或处置该原材料、发行人向金佰利集团采购的无纺布与向金佰利集团销售产品之间是否存在对应关系、向金佰利集

团采购和销售协议是否同时签署、采购的无纺布是否与未来销售存在一一对应关系等；结合金佰利集团向发行人指定溶液原料、包装物的供应商这一情况，说明发行人与金佰利集团的交易实质为产品购销或受托加工，相应会计处理是否符合《企业会计准则》的规定。

(3) 进一步说明发行人向金佰利集团和诺邦股份采购的无纺布价格是否存在明显差异及合理性；结合发行人通过金佰利集团间接向诺邦股份采购，可以获取价格优惠及信用账期，且在无纺布市场供应紧缺时，能够保证及时供应发行人采购生产所需的无纺布等情况，补充披露发行人是否对金佰利集团存在渠道或价格等方面的依赖，发行人对金佰利集团的销售定价方法、销售及采购价格是否公允，与金佰利集团是否存在关联关系。

(4) 对比说明发行人将与金佰利集团和利洁时集团的交易采用总额法确认收入，同时将与恒安集团的交易采用净额法确认收入的原因及合理性，是否符合《企业会计准则》的规定。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、补充披露发行人采用总额法和净额法确认收入的判断标准，是否符合中国证监会《首发业务若干问题解答（2020年6月修订）》问题32及《监管规则适用指引——会计类第1号》第15条的规定

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“一、发行人主营业务、主要产品情况”之“（四）公司主要经营模式”中补充披露如下：

“5、公司采用总额法或净额法确认收入的判断标准

公司按照《企业会计准则》等相关规定，对于满足下列条件的交易，按照总额法确认收入：

- (1) 公司拥有原材料的控制权，并能够利用该原材料获得几乎全部的经济利益；
- (2) 公司承担原材料生产加工中的保管和灭失、价格波动等风险；
- (3) 公司具备对最终产品的完整销售定价权；

(4) 公司以其最终产品对客户承担主要责任；

(5) 公司承担了最终产品销售对应账款的信用风险。”

发行人与利洁时 ENA 的业务满足上述条件，采用总额法确认收入。

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“一、发行人主营业务、主要产品情况”之“(四)公司主要经营模式”之“5、公司采用总额法或净额法确认收入的判断标准”中补充披露如下：

“公司按照《企业会计准则》等相关规定，对于满足下列条件的交易，按照净额法进行核算：

(1) 公司按照客户要求，对客户控制的原材料进行加工生产，完工交付后根据加工数量收取加工费；

(2) 公司向客户采购主要原材料订单与向客户销售产品订单所需的货物品种、数量一一对应，公司不承担原材料价格波动的风险，客户销售的原材料质量问题所引起的产品质量问题由客户负责；

(3) 公司通过客户采购原材料获取一定程度的价格优惠或者客户主导确定原材料的采购价格，由此导致公司销售价格与市场价格存在一定差异，交易价格并非完全公允，公司未完全承担原材料价格波动风险，亦不具有最终产品的完整销售定价权，客户参与对相关存货的继续管理。”

发行人与金佰利集团、恒安集团的业务满足上述条件，采用净额法确认收入。

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“一、发行人主营业务、主要产品情况”之“(四)公司主要经营模式”之“5、公司采用总额法或净额法确认收入的判断标准”中补充披露如下：

“根据中国证监会《首发业务若干问题解答（2020年6月修订）》问题32中的相关规定，实务中，企业由客户提供或指定原材料供应，或向加工商提供原材料，加工后予以购回，应根据其交易业务实质区别于受托/委托加工业务进行会计处理。两者区别主要体现在以下方面：

(1) 双方签订合同的属性类别，合同中主要条款，如价款确定基础和定价方式、物料转移风险归属的具体规定；

(2) 生产加工方是否完全或主要承担了原材料生产加工中的保管和灭失、价格波动等风险；

(3) 生产加工方是否具备对最终产品的完整销售定价权；

(4) 生产加工方是否承担了最终产品销售对应账款的信用风险；

(5) 生产加工方对原材料加工的复杂程度，加工物料在形态、功能等方面变化程度等。

根据中国证监会《监管规则适用指引——会计类第 1 号》第 15 条中的相关规定，企业在将特定商品或服务转让给客户之前控制该商品或服务的，即企业能够主导该商品或服务的使用并从中获得几乎全部的经济利益，为主要责任人，否则为代理人。在判断是否为主要责任人时，企业应当综合考虑其是否对客户承担主要责任、是否承担存货风险、是否拥有定价权以及其他相关事实和情况进行判断。主要责任人应当按照已收或应收的对价总额确认收入，代理人应当按照预期有权收取的佣金或手续费（即净额）确认收入。

经与上述规定比对，公司采用总额法和净额法确认收入的判断标准符合中国证监会《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》问题 32 及《监管规则适用指引——会计类第 1 号》第 15 条的相关规定。”

二、补充披露发行人向金佰利集团采购的无纺布是否为金佰利集团产品所特有、发行人是否有权按照自身意愿使用或处置该原材料、发行人向金佰利集团采购的无纺布与向金佰利集团销售产品之间是否存在对应关系、向金佰利集团采购和销售协议是否同时签署、采购的无纺布是否与未来销售存在一一对应关系等；结合金佰利集团向发行人指定溶液原料、包装物的供应商这一情况，说明发行人与金佰利集团的交易实质为产品购销或受托加工，相应会计处理是否符合《企业会计准则》的规定

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、发行人主要产品销售情况和主要客户”之“（三）客户供应商重叠情况”之“1、报告期内客户供应商重叠情况”之“（1）金佰利集团”中补充披露如下：

“②公司向金佰利集团采购无纺布的业务背景

可冲散型无纺布具有可溶解性，是用于生产湿厕纸类产品的新型原材料，诺邦股份是国内最早生产可冲散型无纺布的生产商之一。自 2014 年起，诺邦股份成为金佰利集团湿厕纸产品的指定无纺布供应商。2014 年至 2015 年上半年期间，公司销售金佰利集团产品所用无纺布由公司直接向诺邦股份采购。

自 2015 年下半年开始，考虑到金佰利集团从诺邦股份可以获得价格优惠、信用账期以及优先供货权利，在与金佰利集团协商一致的情况下，公司通过金佰利集团采购主要原材料无纺布。

③公司向金佰利集团采购无纺布的业务情况

公司向金佰利集团采购无纺布的业务具体情况主要如下：

A、公司向金佰利集团采购的无纺布用于金佰利集团产品，但规格型号并非特有

公司向金佰利集团采购可冲散型无纺布的规格型号主要为 KCSN55g-119.25cm 和 KCSN55g-53cm。报告期内，公司亦直接向诺邦股份采购上述两种型号的无纺布，用于“北大荒”和“洁云”等其他客户品牌产品的生产，因此公司向金佰利集团采购的无纺布性质、规格及型号并非为金佰利集团产品所特有，该类无纺布属于通用型的无纺布原材料。

B、双方约定原材料的用途

在既是客户又是供应商的情况下，客户一般约定销售的原材料用于自身产品的生产，金佰利集团与公司亦约定了销售的无纺布用于金佰利集团产品生产。公司能够通过原材料备货计划、采购入库、仓储管理、生产排期、生产工艺以及质量管理体系等一整套独立完整的产供销体系，主导原材料采购和使用过程。

C、公司与金佰利集团之间的采购与销售过程分别独立进行，不存在一一对应关系

公司根据市场行情、自身生产计划、原材料安全库存等因素，自主独立决策无纺布的采购时点、采购品种、采购数量等，并承担了原材料的积压、毁损风险。公司采购与销售并非一一对应关系，采购流程无需经过金佰利集团审批。

D、公司与金佰利集团之间的采购和销售协议并非同时签署

公司根据自身生产计划、存货水平与原材料市场行情等因素，自主独立决策无纺布的采购计划，并在最佳时点向金佰利集团下达采购订单；金佰利集团根据

终端市场需求向公司下达销售订单。两者分别独立进行，公司与金佰利集团之间的采购协议与销售协议并非同时签署。

E、公司承担原材料生产加工中的保管和灭失风险

公司按照《存货管理办法》对生产金佰利集团产品所需的无纺布进行管理，主要包括如下方面：按照检验标准对无纺布的外观、数量、质量进行验收，验收合格后方可入库；建立和维护实物管理台账，登记、办理出入库手续，定期执行存货的盘点工作，以保证账实相符；做好保管及核算工作等。如在生产加工过程中出现无纺布毁损或灭失，公司仍应按照约定承担材料价款支付义务，因此，公司承担原材料生产加工中的保管和灭失风险。

.....

⑥金佰利集团业务中公司直接采购无纺布的情况

报告期内，2020年4月前，公司向金佰利集团采购诺邦股份生产的主要原材料无纺布用于金佰利集团成人功能型系列湿巾—湿厕纸产品和婴儿系列湿巾产品的加工生产。后因金佰利集团婴儿系列湿巾产品较为畅销，其所耗用的主要原材料无纺布需求量较大，自2020年4月起，金佰利集团婴儿系列湿巾产品所需无纺布改由公司向大连瑞光采购，具体采购流程如下：公司生产部根据金佰利集团下达的婴儿系列湿巾产品销售订单分解无纺布需求，并编制需求清单；金佰利集团主导确定无纺布的采购价格并邮件通知公司；公司根据上述需求清单和采购价格向大连瑞光下达采购订单；大连瑞光向公司发货，并与公司结算货款。

金佰利集团婴儿系列湿巾产品的无纺布供应商变更仅为供应商主体、发票开具单位等形式上的改变，并不影响公司与金佰利集团之间的业务实质，公司向大连瑞光采购无纺布实质上是公司向金佰利集团采购无纺布业务的延续。无论公司向金佰利集团间接采购诺邦股份生产的无纺布还是公司直接向大连瑞光采购无纺布，均由金佰利集团主导确定无纺布的采购价格，进而影响公司向金佰利集团销售产品的价格，公司未完全承担原材料价格的波动风险。因此，公司与金佰利集团之间的整体业务实质为**受托**加工，公司将金佰利集团之间的整体业务由总额法更正为净额法核算时，调减了公司向金佰利集团和大连瑞光采购用于金佰利集团产品的无纺布金额。

.....

⑧公司与金佰利集团之间交易实质为**受托加工业务**

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

通过对公司与金佰利集团之间交易价格公允性的进一步分析，对公司是否承担原材料采购价格波动风险、公司对金佰利集团产品定价完整性、金佰利集团参与对于其产品相关存货的继续管理情况、相关协议条款等的进一步论证，按照实质重于形式的原则，为恰当反映业务实质，公司将与金佰利集团之间的整体业务由总额法更正为净额法核算，具体原因如下：

A、公司未完全承担原材料价格波动风险

根据公司与金佰利集团签署的框架协议，其中2.5成本改进条款约定，公司与金佰利集团共同开展合作，对影响产品、材料等有关事项进行成本改进，不断寻求降低产品价格；2.6最优惠客户条款约定，任何情况下，公司向金佰利集团销售产品价格始终是公司就同等产品或服务向任何客户收取的最低价。实际业务开展过程中，由于金佰利集团具有较强的采购议价能力，公司通过金佰利集团采购主要原材料无纺布，可以获取一定程度的价格优惠，由此导致公司向金佰利集团销售价格整体上低于公司向第三方内销客户同类产品销售价格。因此，公司与金佰利集团之间的交易价格与市场价格存在一定差异，价格并不完全公允，公司未完全承担原材料价格波动的全部风险。

B、公司对金佰利集团最终产品的销售定价权并不完整

公司综合考虑原材料价格、人员薪酬、生产工艺复杂程度、市场供需状况以及合理利润等因素后向客户提出报价，双方通过商业谈判确定最终售价。但根据公司与金佰利集团签署的框架协议，其中2.6最优惠客户条款约定，任何情况下，公司向金佰利集团销售产品价格始终是公司就同等产品或服务向任何客户收取的最低价。实际业务开展过程中，由于公司通过金佰利集团采购主要原材料无纺

布,用该无纺布加工生产向金佰利集团销售的产品价格整体上低于向第三方内销客户同类产品销售价格,与市场价格存在一定差异,导致公司对最终产品的销售定价权并不完整。

C、金佰利集团参与对其产品相关存货的继续管理

根据公司与金佰利集团签署的框架协议,其中 E-3A.库存管理约定,公司和金佰利集团将共同合作管理在产品 and 产品的库存,在有效期内持续记录并维持关于这些库存的准确记录。实际业务开展过程中,为便于金佰利集团及时响应市场需求并制定市场计划和营销策略,公司每月向金佰利集团汇报其产品相关无纺布、在产品 and 产成品的库存情况。金佰利集团亦每半年参与公司对上述相关存货的存货盘点。因此,金佰利集团参与对其产品相关存货的继续管理。

D、公司直接采购无纺布的情况

自 2020 年 4 月起,公司继续向金佰利集团采购无纺布用于其湿厕纸产品生产的同时,由向金佰利集团采购转为向大连瑞光直接采购无纺布用于金佰利集团婴儿系列湿巾产品生产。虽然该类业务采购形式由公司向金佰利集团采购转为向大连瑞光直接采购,但金佰利集团主导确定公司向大连瑞光采购的无纺布价格,并在此原材料价格基础上商定对应产品的销售价格。基于上述情况,公司无论向金佰利集团采购还是向大连瑞光直接采购,无纺布的采购价格以及公司与金佰利集团之间的销售价格并不完全公允,公司未完全承担原材料价格波动的风险,亦不具备对最终产品的完整销售定价权。

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

三、进一步说明发行人向金佰利集团和诺邦股份采购的无纺布价格是否存在明显差异及合理性;结合发行人通过金佰利集团间接向诺邦股份采购,可以获取价格优惠及信用账期,且在无纺布市场供应紧缺时,能够保证及时供应发行人采购生产所需的无纺布等情况,补充披露发行人是否对金佰利集团存在渠道或价格等方面的依赖,发行人对金佰利集团的销售定价方法、销售及采购价

格是否公允，与金佰利集团是否存在关联关系

发行人向金佰利集团和诺邦股份采购的无纺布价格对比情况主要如下：

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

注：为使公司向金佰利集团的采购单价与向诺邦股份的采购单价具有可比性，上表中的采购金额、采购单价均为净额法调整之前的金额

报告期内，金佰利集团与诺邦股份深度合作多年，具有较强的采购议价能力，发行人通过金佰利集团间接向诺邦股份采购主要原材料无纺布，可以获取一定程度的价格优惠。因此，发行人向金佰利集团和诺邦股份采购的无纺布价格存在一定差异。基于该项业务实质，发行人在对金佰利集团的整体业务进行全面梳理和审慎分析评估后，为了更恰当地反映实际经营情况，将与金佰利集团之间的交易采用净额法核算。

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、发行人主要产品销售情况和主要客户”之“(三) 客户供应商重叠情况”之“1、报告期内客户供应商重叠情况”之“(1) 金佰利集团”中补充披露如下：

“④公司对金佰利集团不存在渠道或价格等方面的依赖

基于公司与金佰利集团之间的整体业务实质为**受托加工**，为了更加恰当地反映实际经营情况，公司将与金佰利集团之间的交易由总额法更正为净额法核算，因此，公司对金佰利集团不存在渠道或价格等方面的依赖。

⑤公司对金佰利集团最终产品的销售定价权并不完整

公司综合考虑原材料价格、人员薪酬、生产工艺复杂程度、市场供需状况以及合理利润等因素后向客户提出报价，双方通过商业谈判确定最终售价。但根据

公司与金佰利集团签署的框架协议,其中 2.6 最优惠客户条款约定,任何情况下,公司向金佰利集团销售产品价格始终是公司就同等产品或服务向任何客户收取的最低价。实际业务开展过程中,由于公司通过金佰利集团采购主要原材料无纺布,用该无纺布加工生产向金佰利集团销售的产品价格整体上低于向第三方内销客户同类产品销售价格,与市场价格存在一定差异,导致公司对最终产品的销售定价权并不完整。

.....

⑦公司与金佰利集团之间不存在关联关系

公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及主要关联方或持有公司 5%以上股份的股东未在金佰利集团中享有权益。公司无直接、间接股东及其亲属、员工或前员工在金佰利集团任职、拥有权益或能够影响客户的采购决策的情况,金佰利集团与公司、公司主要股东、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员、离职员工不存在关联关系或无商业实质的资金往来、共同投资、利益输送等情形。”

四、对比说明发行人将与金佰利集团和利洁时集团的交易采用总额法确认收入,同时将与恒安集团的交易采用净额法确认收入的原因及合理性,是否符合《企业会计准则》的规定

发行人采用总额法或净额法确认收入的判断标准具体如下:

判断标准	金佰利集团	利洁时 ENA	恒安集团
发行人是否拥有原材料的控制权以能够利用该原材料获得几乎全部的经济利益	除用途受限之外,发行人对于原材料其他主要权利均未受限	利洁时 ENA 代采原材料并非利洁时 ENA 特有,发行人可按照自身意愿使用及处置,发行人拥有原材料的控制权	采购合同与销售合同均一一对应,客户对于某一笔采购合同对应的原材料能够产出多少产成品是严格限定的,因此发行人在实质上未取得原材料的控制权,不能利用原材料获得经济利益
发行人是否承担原材料生产加工中的保管和灭失风险	是	是	是
发行人是否承担原材料生产加工中的价格波动风险	发行人不完全承担原材料价格波动风险	是	否。采购合同与销售合同一一对应,发行人不承担原材料价格波动风险

发行人是否具备对最终产品的完整销售定价权	发行人对金佰利集团的最终产品的销售定价权并不完整	是	否。发行人仅对加工费具有销售定价权，发行人不具备对最终产品的完整销售定价权
发行人是否以其最终产品对客户承担主要责任	是	是	否。恒安集团销售的原材料质量问题由恒安集团负责，发行人仅对除原材料问题外其他事项所引起的产品问题负责
发行人是否承担了最终产品销售对应账款的信用风险	是	是	是
会计核算方法	净额法	总额法	净额法

发行人根据是否实质上获取了原材料的控制权以能够利用该原材料获得几乎全部的经济利益来判断业务属于产品购销还是委托加工，并分别按照总额法或净额法确认收入。按照上述判断标准，发行人将与金佰利集团之间的交易由总额法更正为净额法核算；将与利洁时 ENA 的交易采用总额法确认收入；将与恒安集团的交易采用净额法确认收入，符合《企业会计准则》相关规定。

五、中介机构核查意见

（一）核查过程

保荐机构及申报会计师执行了以下核查程序：

（1）获取发行人总额法和净额法确认收入判断标准；访谈发行人采购部、营销部和财务部负责人，结合主要客户相关采购、销售情况及合同主要条款，了解原材料采购及产品销售情况；对照发行人总额法与净额法判断标准是否符合中国证监会《首发业务若干问题解答（2020年6月修订）》问题32及《监管规则适用指引——会计类第1号》第15条相关规定；

（2）访谈发行人营销部负责人、诺邦股份、金佰利集团，了解发行人通过金佰利集团采购无纺布的业务背景、金佰利集团指定供应商等情况；

（3）对比发行人向金佰利集团和诺邦股份采购的无纺布价格差异并分析其合理性；分析发行人对金佰利集团采购渠道和价格优惠的依赖性；访谈发行人营销部负责人，了解发行人对金佰利集团产品的销售定价方法；对比发行人向金佰利集团销售价格、采购价格与第三方价格的差异并分析原因；查询金佰利集团工商信息，并访谈了解发行人与金佰利集团之间是否存在关联关系；

(4) 访谈发行人营销部负责人，了解发行人与金佰利集团、利洁时ENA、恒安集团交易的具体情况、业务实质，对照发行人总额法与净额法判断标准梳理上述客户的业务特点，核查发行人相关处理是否符合《企业会计准则》相关规定。

(二) 核查意见

经核查，保荐机构及申报会计师认为：

1、发行人采用总额法和净额法确认收入的判断标准合理，符合中国证监会《首发业务若干问题解答（2020年6月修订）》问题32表述及《监管规则适用指引——会计类第1号》第15条的相关规定；

2、发行人通过金佰利集团采购的无纺布性质、规格及型号并非为金佰利集团产品所特有，该类无纺布属于通用型的无纺布原材料；发行人根据自主制定的采购和生产计划，按照自身意愿使用该原材料进行生产，但双方约定该类无纺布用于金佰利集团产品生产；综合考虑金佰利集团既是发行人的主要客户又是供应商以及发行人与金佰利集团之间的整体业务往来情况，出于谨慎性考虑，发行人与金佰利集团之间的整体业务实质上是**受托加工业务**，发行人将与金佰利集团之间的整体业务由总额法更正为净额法核算，更正后的会计处理符合《企业会计准则》相关规定；

3、金佰利集团与诺邦股份深度合作多年，具有较强的采购议价能力，发行人通过金佰利集团间接向诺邦股份采购，可以获取一定程度的价格优惠，因此发行人与金佰利集团之间的交易价格与市场价格存在一定差异，价格并不完全公允；发行人对金佰利集团最终产品的销售定价权并不完整；发行人与金佰利集团不存在关联关系；

4、发行人主要根据是否实质性取得原材料的控制权，以及能否利用该原材料获得几乎全部的经济利益，来判断业务实质属于产品购销还是委托加工，对于前者采用总额法确认收入，对于后者采用净额法确认收入。按照上述判断标准，发行人将与利洁时ENA的交易采用总额法确认收入，将与金佰利集团和恒安集团的交易采用净额法确认收入，符合《企业会计准则》相关规定。

2. 关于 Woolworths

根据申报文件和首轮问询回复：

(1) 报告期内，公司向前五名客户的销售额合计占当期营业收入的比例分别为 85.69%、89.60%、91.08%和 93.21%。其中，发行人第一大客户 Woolworths 主营业务收入占比分别为 40.68%、34.21%、38.84%和 37.30%，毛利贡献占比分别为 45.01%、32.54%、46.52%和 41.92%。

(2) 发行人称，近期关于“Woolworths 将撤出在中国的所有产品生产供应线”是媒体错误的解读与报道。对此，Woolworths 已向包括公司在内的亚洲供应商出具《Woolworths 持续与全球包括亚洲及中国供应商保持紧密合作来持续产出创新与高质量的产品》，对相关事实进行澄清。

请发行人：

(1) 结合《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 4 的要求，补充披露发行人第一大客户 Woolworths 是否为存在重大不确定性客户、其与发行人的合作是否发生重大不利变化，进而对发行人业务稳定性和持续性产生重大不利影响，发行人客户高度集中是否可能导致发行人持续经营能力存在重大不确定性，并结合上述情况完善相关重大风险提示。

(2) 补充说明 Woolworths 是否存在因采购政策、渠道发生变化更换代工厂商的可能性及依据，并结合在手订单情况、报告期内 Woolworths 对发行人收入以及利润的贡献情况，说明发行人拟采取的应对措施。

(3) 补充提供发行人与 Woolworths 的销售合同，以及《Woolworths 持续与全球包括亚洲及中国供应商保持紧密合作来持续产出创新与高质量的产品》文件。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、结合《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 4 的要求，补充披露发行人第一大客户 Woolworths 是否为存在重大不确定性客户、

其与发行人的合作是否发生重大不利变化，进而对发行人业务稳定性和持续性产生重大不利影响，发行人客户高度集中是否可能导致发行人持续经营能力存在重大不确定性，并结合上述情况完善相关重大风险提示。

保荐机构、申报会计师根据《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 4 中要求，重点关注是否存在发行人重要客户本身发生重大不利变化，进而对发行人业务的稳定性和持续性产生重大不利影响的情形，以及该情形是否影响发行人持续经营能力。经核查，发行人主要客户 Woolworths 不属于存在重大不确定性客户，亦不会对发行人业务稳定性和持续性产生重大不利影响。发行人已在招股说明书“重大事项提示”之“一、特别风险提示”之“（二）客户集中度较高的风险”中披露“公司客户较为集中，如果公司主要客户采购计划或生产经营状况发生重大不利变化，将会对公司收入和利润产生较大影响”，但发行人客户集中度较高的情形并不会导致发行人持续经营能力存在重大不确定性。

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、发行人主要产品销售情况和主要客户”之“（二）报告期内前五名客户情况”之“6、公司与 Woolworths 之间业务往来”中补充披露如下：

“……

6、公司与 Woolworths 之间业务往来

（1）主要客户 Woolworths 本身不存在重大不确定性

公司主要客户 Woolworths 成立于 1924 年，是一家在澳大利亚和新西兰拥有超过 3,600 家门店的连锁超市集团，澳大利亚和新西兰最大的网上超市，全球第 15 大连锁超市。Woolworths 已于澳大利亚证券交易所上市（股票代码：WOW），业务范围包括日用百货、食品超市、酒类超市、装潢建材超市、加油站和旅馆等多种零售业务。

Woolworths 资产规模大，经营情况良好，业绩稳定增长，采购规模相应增加。2020 财年 Woolworths 总资产约为 385 亿澳元，较 2019 财年增长约 146 亿澳元，同比增长约 61.09%。2020 财年 Woolworths 营业收入约为 637 亿澳元，

较 2019 财年增长约 37 亿澳元，同比增长约 6.17%。

（2）公司与 Woolworths 保持长期稳定合作关系

2009 年，公司与 Woolworths 发生业务联系。2009 年 8 月至 2010 年 6 月，公司通过 Woolworths 对于技术工艺、质量保证、劳工环境、管理制度等各方面资质的综合评估与考量，进入其合格供应商体系。2010 年 9 月，公司与 Woolworths 正式开展业务合作。截至目前，双方合作长达 12 年，并已形成了长期稳定的业务合作关系。

Woolworths 在选择供应商时，对产品的质量、性能、稳定性等具有较高的标准和要求，供应商在进入 Woolworths 合格供应商名录前需要经过较长时间的供应商考核，一经确定合格供应商，Woolworths 通常不会轻易更换供应商。长达 12 年的业务合作过程中，公司根据 Woolworths 提出的产品需求和概念，为其提供配方设计、产品开发与生产、质量控制等一体化服务。公司与 Woolworths 合作粘度较强，业务联系十分紧密，有利于公司持续获取新湿巾品种订单，合作具备可持续性。2018 年 8 月，Woolworths 与公司续签了为期 5 年的向公司采购湿巾产品的框架协议，该协议履行期限为 2019 年 6 月至 2024 年 6 月。

报告期内，公司向 Woolworths 销售金额分别为 10,607.97 万元、11,888.29 万元和 17,785.32 万元，销售金额持续稳定增长。目前，双方业务合作范围主要覆盖 Woolworths 旗下 Azure、Dymples、Little One's、Select、Strike、Woolworths、Voeu 等多个品牌。未来双方将进一步深化合作关系并扩大业务量。

近期，有部分网络自媒体报道 Woolworths 将全部产品改为澳洲本土生产。对此，经向客户 Woolworths 证实，Woolworths 并未计划将其与公司之间的湿巾业务迁回澳大利亚本土，关于“Woolworths 将撤出在中国的所有产品生产供应线”属于网络自媒体错误的解读与报道。对此，Woolworths 已向包括公司在内的亚洲供应商出具《Woolworths 持续与全球包括亚洲及中国供应商保持紧密合作来持续产出创新与高质量的产品》，对相关事实进行澄清，具体如下：

‘近期有网络媒体就关于 Woolworths 宣布将自有品牌尿布 Little One's 生产转向澳大利亚本地制造的新闻有错误的解读与报道，在此类文章中，我们被媒体曲解成 Woolworths 将撤出在中国的所有产品生产供应线，而事实是只有我们的

自有品牌尿布系列 Little One's 将会把部分产品线由中国转向澳大利亚制造。我们对此类错误信息为您造成的困扰深感抱歉。在此 Woolworths 想要与我们的商业伙伴及媒体进行澄清与沟通以达到清晰的共识与理解。

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

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

综上，公司主要客户 Woolworths 是一家在澳大利亚和新西兰知名的连锁超市集团，在当地具有一定的市场份额，经营情况良好，采购需求较大且稳定。公司通过 Woolworths 对于技术工艺、质量保证、劳工环境、管理制度等各方面资质的综合评估与考量，进入其合格供应商名录，并与其形成了长达 12 年的稳定业务合作关系。报告期内，公司向 Woolworths 销售金额持续稳定增加，且自 2019 年 6 月开始，公司与 Woolworths 新一期 5 年框架协议正在履行过程中。

虽然近期出现了一些曲解的报道，但经公司向 Woolworths 证实并取得客户出具的澄清函，Woolworths 仅将自有品牌 Little One's 部分尿布生产线转向本土制造，未来 Woolworths 将继续保持与中国供应商紧密合作，生产众多自有品牌系列产品。

因此，公司主要客户 Woolworths 不属于具有重大不确定性客户，公司与 Woolworths 之间的合作未发生重大不利变化，亦不会对公司业务稳定性和持续性产生重大不利影响。”

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、偿债能力、流动性与持续经营能力分析”之“（五）持续经营能力”中补充披露

如下：

“……

2、公司与主要客户合作长期稳定，业务具有持续性，同时公司具备独立面向市场获取业务的能力并主动开发新客户，公司未来持续经营能力不存在重大不确定性风险

公司凭借先进的技术工艺、优质的产品质量和良好的企业信誉，成功通过Woolworths、金佰利集团、强生公司、欧莱雅集团等世界知名企业对于技术工艺、质量保证、劳工环境、管理制度等各方面资质的综合评估与考量，进入上述主要客户的合格供应商体系，并与其形成了稳定的业务合作关系。上述客户在选择供应商时对产品质量、性能、稳定性的重视程度超过价格，并且需要较长时间的供应商考核，一经确定，轻易不愿更换。因此，公司一旦进入主要客户的供应商体系，将建立稳定的长期合作关系。

报告期内，Woolworths、强生公司、金佰利集团、欧莱雅集团等四家主要客户基本情况及与公司合作历史主要如下：

主要客户	基本情况	合作历史
Woolworths	Woolworths 成立于 1924 年，是一家在澳大利亚和新西兰拥有超过 3,600 家门店的连锁超市集团，澳大利亚和新西兰最大的网上超市，全球第 15 大连锁超市。Woolworths 已于澳大利亚证券交易所上市（股票代码：WOW），业务范围包括日用百货、食品超市、酒类超市、装潢建材超市、加油站和旅馆等多种零售业务。2020 财年，Woolworths 营业收入约为 637 亿澳元	双方自 2009 年开展合作，业务合作范围包括 Woolworths 旗下 Azure、Dymples、Little One's、Select、Strike、Woolworths 及 Voeu 等品牌湿巾类和面膜类产品，合作关系稳定且具有持续性
强生公司	强生公司成立于 1886 年，是全球最具综合性、业务分布范围广的医疗健康企业之一，已于纽约证券交易所上市（股票代码：JNJ）。强生公司业务涉及制药、医疗器材及消费品三大领域，总部位于美国新泽西州新布仑兹维克市，在全球 60 个国家地区拥有 260 多家运营公司，全球员工约 14 万人。2020 财年，强生公司营业收入约为 826 亿美元	双方自 2016 年开展合作，业务合作范围包括强生公司旗下“强生”、“暖呵”、“艾惟诺”及“露得清”等品牌湿巾类产品，合作关系稳定且具有持续性
金佰利（中国）有限公司	金佰利（中国）有限公司系金佰利集团全资子公司。金佰利集团成立于 1872 年，是全球健康卫生护理领域的领导者，已于纽约证券交易所上市（股票代码：KMB），其三大核心业务分	双方自 2012 年开展合作，业务合作范围包括金佰利集团旗下“舒洁”、“好奇”及“皇冠”等品牌湿巾类产品，合作关

主要客户	基本情况	合作历史
	别为个人健康护理用品、家庭生活用纸和商用消费产品。金佰利集团在全球 35 个国家和地区设有生产设施，产品销往超过 175 个国家和地区，2020 年销售额逾 191 亿美元	系稳定且具有持续性
欧莱雅集团	欧莱雅集团成立于 1907 年，是世界著名的化妆品生产厂商、已于泛欧交易所上市（股票代码：OREP）。欧莱雅集团主要从事各类化妆品的生产，旗下主要化妆品品牌包括兰蔻（Lancome）、乔治阿玛尼（Giorgio Armani）、薇姿（Vichy）、理肤泉（La Roche-Posay）等。2020 财年，欧莱雅集团营业收入约为 279.9 亿欧元	双方自 2013 年开展合作，业务合作范围包括欧莱雅集团旗下“美即”、“卡尼尔”及“理肤泉”等品牌面膜产品，合作关系稳定且具有持续性

报告期各期，公司对上述四家主要客户销售情况主要如下：

单位：万元

主要客户	2020 年销售收入	2019 年销售收入	2018 年销售收入
Woolworths	17,785.32	11,888.29	10,607.97
强生公司	9,693.07	6,704.30	6,215.80
金佰利（中国）有限公司	8,186.55	4,093.79	4,065.49
欧莱雅集团	2,498.30	1,570.81	3,006.61
合计	38,163.24	24,257.19	23,895.87
占当期营业收入的比例	51.36%	87.44%	84.43%

注：2020 年四家主要客户销售收入占当期营业收入比例较 2019 年下降，主要原因为：2020 年新增客户利洁时 ENA 需求量大、订单多，公司向其实现销售收入 2.61 亿元，从而导致公司向其他客户实现的销售收入占比下降

报告期内公司与主要客户合作时间较长，公司产品质量、研发能力、生产工艺等得到了客户的一致认可。除因欧莱雅集团内部品牌调整导致 2019 年对该客户销售金额较 2018 年有所下降之外，公司对主要客户的销售产品种类不断丰富，销售数量及金额保持持续稳定增长。因此，公司与主要客户之间合作长期稳定，业务具有持续性。

除与长期合作的客户保持稳定的业务往来之外，报告期内，公司亦凭借二十多年深耕湿巾行业积累的良好口碑与客户广泛认可，积极主动开发新客户。

2016 年，公司通过其他客户介绍，首次接触并拜访利洁时集团，初步开展

业务联系。2020 年上半年，公司通过利洁时集团的产品风险评估和现场审核，成为其合格供应商。2020 年 6 月，公司与利洁时集团下属子公司利洁时 ENA 签署意向书，公司开始试生产。2020 年 9 月，双方正式签署框架协议，协议期限为 2 年，期满如利洁时 ENA 未提前 3 个月终止协议，则自动延续 12 个月。2020 年，公司向利洁时 ENA 实现销售收入 26,082.69 万元，占当期营业收入比例约为 35.10%，利洁时 ENA 已成为公司第一大客户。

2019 年，公司主动与贝咖实业建立联系，经过多项检验和认证后，成为贝咖实业的合格供应商，并为其生产 Babycare 品牌湿巾。凭借技术研发、质量控制、产品种类等方面的核心竞争优势，公司能够在缩短新产品的研发周期的同时，保证产品的稳定性和可靠性，从而满足贝咖实业对产品种类和质量的要求。2020 年，公司向贝咖实业实现销售收入 5,139.12 万元，占当期营业收入比例约为 6.92%，贝咖实业已成为公司第五大客户。

此外，2020 年 5 月，公司通过了日用消费品企业宝洁公司的现场审核，并于 11 月与其下属的广州宝洁有限公司签署框架协议。同年 10 月，公司通过了美国知名湿巾制造商 Rockline Industries 的现场审核，并于 11 月与其下属子公司签署框架协议。2021 年上半年，公司通过了美国日用消费品企业 The Clorox Company 的现场审核，并于 3 月与其下属子公司签署意向书。

综上，公司与主要客户建立了长期稳定的业务合作关系，业务具有持续性。同时，公司具备独立面向市场获取业务的能力并积极主动开发新客户，报告期内部分新开发客户已成为公司主要客户。因此，公司未来持续经营能力不存在重大不确定性风险。”

发行人已在招股说明书“第四节 风险因素”之“二、经营风险”之“(七)产品出口国家进口政策变化风险”中补充披露如下：

“(七) 产品出口国家进口政策变化风险

自 2018 年 7 月以来，美国已先后多次对我国出口美国商品加征关税。报告期内，公司产品出口美国实现的销售收入分别为 2,137.64 万元、1,362.47 万元和 29,023.16 万元，占各期营业收入比例分别为 7.55%、4.91%和 39.06%。若中美贸易摩擦持续发酵，将可能降低公司对美国客户出口业务的收入或毛利率，进而影

响公司经营业绩。

此外,自 2020 年以来,澳大利亚的一系列涉华错误言行导致两国关系紧张,双边贸易合作受到影响。若中澳两国关系持续恶化并造成进一步的贸易摩擦,将可能降低公司对包括报告期内主要客户 Woolworths 在内的澳大利亚客户出口业务的收入或毛利率,进而影响公司经营业绩。

除上述情形外,目前公司其他主要产品出口国家或地区尚未出台针对我国湿巾类产品的贸易壁垒政策。但若未来公司其他主要客户所在国家或地区的进口政策发生重大不利变化,或我国与这些国家或地区之间发生重大贸易摩擦或争端,将可能会对公司出口业务造成不利影响,进而影响经营业绩。”

上述“产品出口国家进口政策变化风险”亦在招股说明书“重大事项提示”之“一、特别风险提示”中进行了补充披露。

二、补充说明 Woolworths 是否存在因采购政策、渠道发生变化更换代工厂商的可能性及依据,并结合在手订单情况、报告期内 Woolworths 对发行人收入以及利润的贡献情况,说明发行人拟采取的应对措施。

2020 年,发行人向 Woolworths 销售金额再创新高。截至本问询函回复出具日, Woolworths 并没有任何因采购政策、渠道发生变化更换供应商的计划或迹象。针对近期部分网络自媒体关于 Woolworths 将全部产品改为澳洲本土生产的报道, Woolworths 已向包括发行人在内的亚洲供应商出具《Woolworths 持续与全球包括亚洲及中国供应商保持紧密合作来持续产出创新与高质量的产品》,对相关事实进行澄清: Woolworths 仅将自有品牌 Little One's 的部分尿布生产线转向本土制造,并无将湿巾生产线转回本土的计划,未来 Woolworths 将继续保持与中国供应商紧密合作,生产众多自有品牌系列产品。

截至目前,发行人与 Woolworths 合作已长达 12 年,双方业务联系十分紧密。2018 年 8 月,发行人与 Woolworths 续签了为期 5 年的湿巾产品采购框架协议,该协议履行期限为 2019 年 6 月至 2024 年 6 月。

报告期各期, Woolworths 对发行人收入的贡献情况主要如下:

期间	销售金额 (万元)	毛利 (万元)	利润贡献占比 (%)
2020年	17,785.32	7,207.41	25.75
2019年	11,888.29	4,716.82	46.52
2018年	10,607.97	3,165.77	32.54

报告期内，发行人向 Woolworths 销售金额分别为 10,607.97 万元、11,888.29 万元和 17,785.32 万元，销售金额持续稳定增长。目前，双方业务合作范围主要覆盖 Woolworths 旗下 Azure、Dymples、Little One's、Select、Strike、Woolworths、Voecu 等多个品牌。未来双方将进一步深化合作关系并扩大业务量。

截至 2020 年 12 月 31 日，发行人持有 Woolworths 在手订单约 670.66 万美元。报告期内，发行人与 Woolworths 之间业务持续稳定增长。

此外，为预防和应对 Woolworths 或其他主要客户因采购政策、渠道发生变化更换供应商并对发行人业绩稳定性造成不利影响，发行人主要采取以下措施：

1、快速响应客户需求，深化与现有客户合作

经过二十多年湿巾行业内深耕发展，发行人积累了 Woolworths、金佰利集团、强生公司、欧莱雅集团等一大批全球优质客户资源。为深化与上述现有客户合作，发行人建立了快速有效的客户信息反馈机制。发行人销售人员与客户时刻保持密切沟通，收集分析产品反馈信息，及时了解客户需求变化。发行人营销部定期会同研发部、质量部等部门与客户开展交流研讨，快速响应客户需求变化，及时提供涵盖产品开发、配方设计、产品评估测试、质量控制等一体化的产品开发与生产服务，从而有效提升服务质量，深化与客户之间的合作。

2、不断加大研发投入，满足客户产品多样化需求

发行人始终将创新作为企业的灵魂，不断增加研发投入，引入和培养技术精湛经验丰富的研发与技术人员，为发行人进行新配方、新产品的研发提供持续有力的技术支撑和保障。凭借较强的技术研发能力，发行人能够为客户进行个性化定制，开发新的溶液配方，满足其多样化的产品需求。发行人产品种类不断丰富，产品竞争力持续提高。

3、积极拓展销售渠道，开发新客户

发行人主要采取参加展会、主动拓展、客户介绍等多种方式积极拓展销售渠道，不断开发新客户，具体如下：（1）参加展会：通过参加广交会等大型进出口展览会、交易会等方式积极尝试接触、拓展新客户；（2）主动拓展：发行人销售人员主动联系并接洽各大主流湿巾品牌商并持续尝试匹配其合作需求；（3）客户介绍：发行人在湿巾行业内深耕二十多年，积累了良好口碑，获得业内客户广泛认可，部分客户通过现有客户推荐，接洽发行人商谈合作。2019 年以来，发行人通过采取上述营销策略，陆续开发了利洁时 ENA、贝咖实业、宝洁公司、Rockline Industries 等知名客户。

三、补充提供发行人与 Woolworths 的销售合同，以及《Woolworths 持续与全球包括亚洲及中国供应商保持紧密合作来持续产出创新与高质量的产品》文件。

发行人已在首次申报申请文件“7-2-6 其他重要商务合同”之第 40 页至第 48 页提供了发行人与 Woolworths 之间签署的框架协议；发行人已在本次申报申请文件“7-8-11 Woolworths 出具的澄清函”提供了《Woolworths 持续与全球包括亚洲及中国供应商保持紧密合作来持续产出创新与高质量的产品》文件。

四、中介机构核查意见

（一）核查过程

保荐机构及申报会计师执行了以下核查程序：

1、查询 Woolworths 官方网站、年度报告等各类公开披露信息，并核实主要客户的基本情况、经营业绩、发展状况等事项；

2、访谈发行人营销部门负责人，了解并核实 Woolworths 是否存在因采购政策、渠道发生变化更换代工厂商的可能性以及相关应对措施，了解发行人持有 Woolworths 在手订单情况，了解发行人与其他主要客户之间的合作关系、交易可持续性等事项，分析主要客户集中度较高对发行人持续经营能力的影响；

3、获取主要客户销售统计表并对其进行访谈，核实主要客户基本情况、交易背景、交易金额等相关信息，分析发行人与客户合作关系的稳定性；

4、查阅发行人与主要客户之间签署的框架协议、Woolworths 出具的《Woolworths 持续与全球包括亚洲及中国供应商保持紧密合作来持续产出创新与高质量的产品》等资料，分析发行人与主要客户之间合作关系的可持续性。

（二）核查意见

经核查，保荐机构及申报会计师认为：

1、发行人主要客户 Woolworths 不属于存在重大不确定性客户，发行人与 Woolworths 之间的合作未发生重大不利变化，亦不会对发行人业务稳定性和持续性产生重大不利影响；发行人与主要客户建立了长期稳定的业务合作关系，发行人亦具备独立面向市场获取业务的能力并主动开发新客户，因此，发行人客户集中度较高不会导致发行人持续经营能力存在重大不确定性风险；

2、Woolworths 仅将自有品牌 Little One's 的部分尿布生产线转向本土制造，并无将湿巾生产线转回本土的迹象或计划；截至 2020 年 12 月 31 日，发行人持有 Woolworths 在手订单约 670.66 万美元，双方业务往来持续且稳定，未来 Woolworths 将进一步深化与发行人的合作关系并扩大业务量；

3、为预防和应对 Woolworths 因采购政策、渠道发生变化更换供应商并对发行人业绩造成突如其来的不利影响，发行人快速响应客户需求，持续深化与现有客户合作；不断加大研发投入，满足客户产品多样化需求；并通过参加展会、主动拓展、客户介绍等多种方式积极拓展销售渠道，开发新客户。

3. 关于销售价格

根据申报文件和首轮问询回复：

(1) 发行人补充披露了公司主要产品单价情况，以及与同行业可比公司的对比情况。报告期内，倍加洁的湿巾类产品单价远高于发行人。

(2) 发行人解释称，倍加洁的湿巾客户主要为国外专业医疗用品企业，而医用级湿巾产品成本相对较高。此外，发行人称部分同行业可比公司仅披露其湿巾类产品平均单价，未披露相关产品类别、物料规格、溶液配方等信息，因此无法与发行人湿巾类产品平均单价直接进行比较。

(3) 发行人医用及抗菌消毒系列湿巾的销售价格低于倍加洁湿巾类产品单价。

请发行人：

(1) 结合可比公司的选取标准，说明同行业可比公司披露的其湿巾类产品平均单价无法与发行人湿巾类产品平均单价直接进行比较的原因与合理性，是否存在较大差异。

(2) 结合发行人所在行业竞争格局、发行人行业地位、主要客户差异、终端产品售价情况等，补充披露发行人医用及抗菌消毒系列湿巾的销售价格低于倍加洁湿巾类产品单价的原因及合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、结合可比公司的选取标准，说明同行业可比公司披露的其湿巾类产品平均单价无法与发行人湿巾类产品平均单价直接进行比较的原因与合理性，是否存在较大差异

发行人在综合考虑了主要产品或主营业务相似度、行业知名度及行业地位、产品销售情况、信息披露透明度等因素，选取诺邦股份、倍加洁、维尼健康三家企业作为发行人湿巾类业务的可比公司进行比较分析。

报告期内，发行人湿巾类产品单价与同行业可比公司的对比情况如下：

单位：元/百片

公司简称	指标	2020 年度	2019 年度	2018 年度
发行人	内销	5.97	5.75	5.05
	外销	6.51	6.40	6.19
	平均	6.42	6.20	5.75
倍加洁	平均	8.66	9.43	8.25
诺邦股份	平均	-	-	-
维尼健康	平均	8.26	8.49	8.68

注：诺邦股份未公开披露相关数据；倍加洁湿巾类产品平均单价以其报告期各年度主要经营数据公告中湿巾类产品收入/湿巾类产品销量计算得出；维尼健康相关数据取自其招股说明书

由上表可知，发行人与可比公司湿巾类产品单价相比存在较大差异。

发行人与可比公司均主要采取 ODM/OEM 业务模式为客户定制化生产湿巾类产品，并非生产同质化的标准产品，在产品的种类、原材料无纺布的克重、粘胶和涤纶成分配比、溶液配方、包装方式（塑料桶装、包装膜袋装）、包装规格等方面均存在差异。因此，同行业可比公司的湿巾类产品平均单价无法与发行人直接进行比较存在客观原因，具有合理性。

二、结合发行人所在行业竞争格局、发行人行业地位、主要客户差异、终端产品售价情况等，补充披露发行人医用及抗菌消毒系列湿巾的销售价格低于倍加洁湿巾类产品单价的原因及合理性

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、发行人主要产品销售情况和主要客户”之“（一）主要产品销售情况”之“4、主要产品单价变动情况”补充披露如下：

“4、主要产品单价变动情况

.....

报告期内，公司湿巾类产品单价与同行业可比公司的对比情况如下：

单位：元/百片

公司名称	指标	2020 年度	2019 年度	2018 年度
发行人	内销	5.97	5.75	5.05
	外销	6.51	6.40	6.19
	平均	6.42	6.20	5.75
倍加洁	平均	8.66	9.43	8.25
诺邦股份	平均	-	-	-
维尼健康	平均	8.26	8.49	8.68

注：诺邦股份未公开披露相关数据；倍加洁湿巾类产品平均单价以其报告期各年度主要经营数据公告中湿巾类产品收入/湿巾类产品销量计算得出；**维尼健康相关数据取自其招股说明书**

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

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

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

公司与倍加洁、维尼健康湿巾类产品价格差异主要系公司与可比公司均采取 ODM/OEM 业务模式为不同客户定制化生产湿巾类产品，并非生产同质化的标准

产品，在产品的种类、原材料无纺布的克重、粘胶和涤纶成分配比、溶液配方、包装方式（塑料桶装、包装膜袋装）、包装规格等方面均存在差异所致。

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

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

单价：元/百片

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

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

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

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

三、中介机构核查过程与核查意见

（一）核查过程

保荐机构及申报会计师执行了以下核查程序：

1、查阅相关行业研究资料、行业分析报告，了解发行人行业竞争格局、发行人行业地位等相关情况；

2、查询同行业可比公司官方网站、年度报告等各类公开披露信息，了解可比公司财务数据、主要客户等相关情况；

3、访谈发行人营销部负责人、采购部门负责人，了解发行人产品定价、原材料采购等相关情况；

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

（二）核查意见

经核查，保荐机构及申报会计师认为：

1、报告期内，发行人与可比公司湿巾类产品单价相比存在较大差异；发行人与可比公司均主要采取 ODM/OEM 业务模式为客户定制化生产湿巾类产品，并非生产同质化的标准产品，在产品的种类、原材料无纺布的克重、粘胶和涤纶成分配比、溶液配方、包装方式（塑料桶装、包装膜袋装）、包装规格等方面均存在差异。因此，同行业可比公司的湿巾类产品平均单价与发行人存在差异具有合理性；

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

4. 关于产能利用率

根据申报文件和首轮问询回复，报告期内，发行人产品产能利用率在 100% 以上。其中，2020 年 1-6 月，发行人产能利用率为 172.46%。

请发行人补充披露发行人产品产能利用率高于 100% 的具体产品生产情况、发行人三废排放是否存在超出主管部门审批范围的情形、是否获得相关主管部门的批准或备案、是否存在违规或被处罚的风险。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

【回复】

一、发行人产品产能利用率高于 100% 的具体产品生产情况

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、发行人主要产品销售情况和主要客户”之“（一）主要产品销售情况”之“3、主要产品产能、产量和销量情况”补充披露如下：

“报告期内，公司主要产品产能、产量和销量情况如下：

主要产品	指标	2020 年度	2019 年度	2018 年度
湿巾类	产能（万片）	806,689.80	417,528.00	414,072.00
	产量（万片）	1,277,472.45	452,744.15	448,816.84
	销量（万片）	1,209,463.32	444,080.51	452,084.26
	产能利用率（%）	158.36	108.43	108.39
	产销率（%）	94.68	98.09	100.73
面膜类	产能（万片）	4,440.96	4,924.80	4,600.80
	产量（万片）	5,604.97	3,744.04	7,866.24
	销量（万片）	5,592.37	3,882.13	7,920.20
	产能利用率（%）	126.21	76.02	170.98
	产销率（%）	99.78	103.69	100.69
合计	产能（万片）	811,130.76	422,452.80	418,672.80

主要产品	指标	2020 年度	2019 年度	2018 年度
	产量（万片）	1,283,077.42	456,488.19	456,683.07
	销量（万片）	1,215,055.69	447,962.65	460,004.46
	产能利用率（%）	158.18	108.06	109.08
	产销率（%）	94.70	98.13	100.73

注：1、公司产能按一天 8 小时，一年 300 天计算

2、发行人产能利用率=同类产品生产线合计产量/同类产品生产线合计产能

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

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

公司湿巾类产品产能利用率在 100% 以上，一直处于较高水平，主要原因为湿巾类产品市场需求旺盛，公司采取一定程度的加班排产所致。2020 年，公司产能利用率达 158.18%，系因公司订单增加，为了满足客户需求，通过增加员工、增加排班等措施来提高公司产品产量所致。公司 2019 年湿巾产量较 2018 年略有上升，2019 年湿巾销量较 2018 年略有下降，主要系部分订单在年末未发货所致。公司采用“以销定产”的生产模式，不存在产品生产后长期未销售的情况。

公司面膜类产品产能利用率存在一定波动，主要原因为公司专注于湿巾类产品研发、生产与销售，为满足客户需求亦生产部分面膜类产品，该类别产品的产能相对较小，产能利用率受客户订单变化的影响较大。公司面膜类产品 2019 年销量较 2018 年下降较多，主要系 2018 年欧莱雅集团企业经营战略调整，提高了部分品牌面膜的备货，公司相关订单临时性增加，2019 年订单量恢复正常水平所致。2020 年，“理肤泉”品牌面膜销售订单增加，使得面膜加工业务量回升。报告期内，公司面膜类产品产销率一直在 100% 左右，产销状况良好。

截至 2020 年 12 月末，公司拥有在手内销订单约 4,506 万元，在手外销订单约 7,775 万美元，公司在手订单充足。报告期公司主要产品的销量、产能利用率、

产销率的合理波动不会对公司持续经营能力产生重大不利影响。”

二、发行人三废排放是否存在超出主管部门审批范围的情形、是否获得相关主管部门的批准或备案、是否存在违规或被处罚的风险

（一）发行人三废排放是否存在超出主管部门审批范围的情形

发行人生产经营产生的污染物主要为边角料、包装物、反渗透膜、废弃滤芯、生活垃圾等固体废弃物及生活污水、自来水纯化后剩余的“浓水”等废水，无大气污染物。其中，发行人产生的固体废弃物，由生产厂家、有资质单位回收或委托环卫部门处理，不会对周边环境产生不利影响。发行人产生的污水通过管道进入铜陵市狮子山高新区污水处理厂处理，属于间接排放，其水污染排放总量纳入铜陵市狮子山高新区污水处理厂总量指标，不单独核定排放总量指标。2020年12月18日，铜陵市铜官区生态环境分局出具说明，认为：“洁雅股份污染防治设施能正常运行，各种污染物稳定达标排放，主要污染物排放量均满足总量控制指标要求。”

综上，发行人三废排放未超出主管部门的审批范围。

（二）是否获得相关主管部门的批准或备案，是否存在违规或被处罚的风险

发行人主要从事湿巾类产品的研发、生产和销售，生产工艺主要为对无纺布等原材料分切、折叠、注液以及包装等，环境影响较小，不属于重污染行业。根据《固定污染源排污许可分类管理名录（2019年版）》等相关规定，发行人无需办理排污许可证，发行人进行了固定污染源排污登记，登记编号为913407007139162382001X。

根据发行人持有的环评批复及环保验收合格文件等资料，并经本保荐机构及发行人律师走访铜陵市铜官区生态环境分局确认，发行人建设项目不存在未进行环境影响评价或未依法进行环境保护措施验收的情形。

综上，发行人的项目实施已经取得环境保护主管部门审批和备案，不存在违规或被处罚的风险。

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“一、发行人主营业务、主要产品情况”之“（七）生产经营中涉及的主要环境污染物、主要处理设施及

处理能力”补充披露如下：

1、发行人履行的环保相关手续

公司主要从事湿巾类产品的研发、生产和销售，生产工艺系对无纺布等原材料分切、折叠、注液以及包装，生产车间均为无尘车间。公司的生产经营活动对环境的影响较小，不属于重污染行业。根据《固定污染源排污许可分类管理名录（2019年版）》等相关规定，公司无需办理排污许可证，公司进行了固定污染源排污登记，登记编号为913407007139162382001X。

公司实施的新型多功能环保湿巾项目一期、二期工程均履行了相应的环保手续，做到了环境保护设施与主体工程同时设计、同时施工、同时投入使用，环境保护验收合格。

2、主要污染物处理情况

公司在生产经营过程中会产生少量废水、固体废弃物和废液，无大气污染物，具体处理情况如下：

废水主要为纯水制备过程中产生的“浓水”以及生活污水，“浓水”经收集后用于厂区绿化、厕所冲洗水，其余部分外排。生活污水经埋地式生化污水处理装置处理后外排。公司产生的废水经预处理后，排入铜陵市狮子山高新区污水处理厂处理，属于间接排放，其水污染排放总量纳入污水处理厂总量指标，不单独核定排放总量指标。铜陵市生态环境局或公司委托的第三方环境监测机构定期对公司废水排放进行监测，并出具《监测报告》或《检测报告》，报告显示公司排放的废水各项数值均符合《污水综合排放标准》（GB8978-1996）表4中一级标准要求，达到污水处理厂接收标准和要求。

固体废弃物主要为无纺布包装材料、无纺布加工过程中产生的边角料、包装过程产生的废弃包装材料以及纯水制备工序更换的反渗透膜和滤芯。固体废弃物中的包装材料、边角料公司收集后集中处理；纯水制备工序更换的反渗透膜和滤芯分类收集后，根据采购协议的约定交由原生产厂家山东潍坊精鹰医疗器械有限公司回收处理。

废液主要为过期的功能性化学添加剂和实验室废液，该等废液统一收集后交

由铜陵市正源环境工程科技有限公司进行无害化处理。铜陵市正源环境工程科技有限公司持有《危险废物经营许可证》，具备危险废物处置的有关资质。发行人与铜陵市正源环境工程科技有限公司签订了《危险废物委托处置合同书》，委托其对发行人产生的废液进行无害化处理。

报告期内，公司主要污染物排放不存在超出主管部门审批范围内的情形，生产过程中产生的废水、固体废弃物和废液均依照环境保护相关规定处理。

3、报告期内发行人环保合法合规情况

2020年4月14日，铜陵市铜官区生态环境分局出具《证明》：‘公司自2017年1月1日以来没有因违反环保方面法律、法规和规范性文件要求而受到行政处罚的情形。’

2020年8月3日，铜陵市铜官区生态环境分局出具《证明》：‘公司自2020年1月1日以来，在生产经营活动中遵守环境保护法律、法规和规范性文件的要求，不存在因违反环保方面法律、法规和规范性文件而受到我单位行政处罚的情形。’

2020年12月18日，铜陵市铜官区生态环境分局出具《证明》：‘公司污染防治设施能正常运行，各种污染物稳定达标排放，主要污染物排放量均满足总量控制指标要求。’

2021年2月20日，铜陵市铜官区生态环境分局出具《证明》：‘公司自2020年1月1日以来，在生产经营活动中遵守环境保护法律、法规和规范性文件的要求，未因违反环保方面法律、法规和规范性文件而受到我单位行政处罚。’

发行人在生产经营过程中严格遵守国家及地方有关环境保护的法律法规，未发生违反环境保护法律法规的行为，不存在被处罚的风险。”

三、中介机构核查过程与核查意见

（一）核查过程

保荐机构及发行人律师执行了以下核查程序：

1、获取发行人各类产品产能、产量统计表，复核并分析报告期内发行人产

能、产量、产能利用率等变动情况；

2、查阅发行人现有生产项目环保审批及环保验收等文件，了解发行人现有生产项目履行的环保手续情况；

3、查阅发行人的《固定污染源排污登记回执》，发行人与第三方机构签署的危废处置协议及受托处置企业有效的营业执照及危废处理等资质文件；

4、访谈发行人环保工作负责人，实地查看发行人环保设备运行情况，了解三废排放等环保工作的具体情况；

5、查阅所在地环境保护主管部门或发行人委托的第三方环境检测机构出具的《监测报告》或《检测报告》，了解发行人废水检测达标的具体情况；

6、检索发行人所在地生态环境保护主管部门、“信用中国”等网站的公示信息，了解发行人环保处罚相关情况；

7、走访发行人所在地生态环境保护主管部门，取得其对发行人出具的证明文件。

（二）核查意见

经核查，保荐机构及发行人律师认为：

1、发行人按湿巾类、面膜类产品生产线分别统计产能，同一类产品生产线具有通用性，可以生产多品种同类产品，每一生产线产能无法与各具体品种一一对应，故按湿巾类、面膜类产品披露产能、产量和销量等相关情况；报告期内，发行人产品产能利用率在 100% 以上，主要原因为市场需求旺盛，发行人通过增加员工、增加排班等措施提高公司产品产量所致；

2、发行人生产经营项目履行了相应的环保手续，符合相关环保要求；报告期内，发行人三废排放不存在超出主管部门审批的情形，获得了相关主管部门的批准或备案，不存在违规或被处罚的风险。

5. 关于外销收入

根据申报文件和首轮问询回复：

(1) 报告期内，公司产品中境外销售收入分别为 13,134.44 万元、14,357.62 万元、16,057.20 万元和 14,511.09 万元，占比分别为 54.63%、46.31%、52.46% 和 54.51%。保荐人和申报会计师视频访谈核查金额占外销金额比例分别为 76.55%、88.35%、93.67%、95.31%。现场访谈核查金额比例分别为 0%、0%、0%、1.24%。

(2) 保荐人和申报会计师称，“根据现场及视频访谈，发行人主要境外客户报告期各期末基本没有库存或仅有少量库存，因此主要境外客户最终销售情况良好”。

请保荐人和申报会计师说明：

(1) 对发行人境外销售收入的核查程序是否充分、获取的核查证据能否支持核查结论，视频访谈及现场访谈人员中保荐代表人的参与情况。

(2) 根据现场及视频访谈，认为“发行人主要境外客户报告期各期末基本没有库存或仅有少量库存，因此主要境外客户最终销售情况良好”是否具有充分依据、相关依据能否支持该结论。

(3) 对境外客户及贸易商客户收入核查采取的替代性程序，对外销业务的核查方式、核查标准、核查比例、核查证据等是否足以支持核查结论。

【回复】

一、对发行人境外销售收入的核查程序是否充分、获取的核查证据能否支持核查结论，视频访谈及现场访谈人员中保荐代表人的参与情况。

保荐机构及申报会计师对报告期内境外销售收入主要采用的核查程序及获取的核查证据主要如下：

序号	核查程序	核查证据
1	访谈了解内部控制，评估内控合理性和有效性，执行穿行测试及关键控制点有效性测试	访谈笔录、内控测试底稿

序号	核查程序	核查证据
2	获取合肥海关出具的《进出口证明》文件，比对核查境外销售收入	《进出口证明》文件
3	函证主要境外客户，对未回函客户实施替代测试	主要境外客户函证、替代测试底稿
4	对报告期各期主要境外销售客户执行期后回款情况核查	银行流水、期后回款核查底稿
5	对主要境外客户销售情况进行抽样测试，核查销售订单、船单、报关单、发票等收入原始凭证	销售订单、船单、报关单、发票等收入原始凭证
6	对资产负债表日前后销售收入确认的截止性测试	截止性测试底稿
7	访谈主要境外销售客户，了解并核实客户基本信息、交易背景、采购产品类型、采购金额、信用期、结算方式、产品质量、客户最终销售情况以及是否具有关联关系或其他利益输送等情况	访谈录像、访谈笔录
8	访谈发行人营销部负责人，了解境外主要客户的合作渊源及历史、交易背景、销售模式及流程等境外销售情况	访谈笔录
9	查阅境外主要客户的官方网站以及披露的年报等公开披露资料，了解境外主要客户基本信息、主营业务、经营业绩等情况，分析境外主要客户业务往来及销售金额波动的合理性	境外主要客户年报等公开披露资料
10	核查出口退税情况，并与报告期各期境外销售进行相互比对印证	出口退税与境外销售比对情况底稿
11	核查物流运输情况，并与报告期各期境外销售进行相互比对印证	运输费用与境外销售比对情况底稿

上述核查详细程序、核查标准、核查比例等详见本问询函回复“问题5”之“5、(3)对境外客户及贸易商客户收入核查采取的替代性程序，对外销业务的核查方式、核查标准、核查比例、核查证据等是否足以支持核查结论”中相关回复内容。

综上，保荐机构及申报会计师对报告期内境外销售业务采用的核查程序充分、有效，获取的核查证据充足，能够支持发行人境外销售收入真实、准确、完整的核查结论。

对发行人主要境外客户的视频及现场访谈中，保荐代表人的参与情况主要如下：

境外销售客户名称	销售金额（单位：万元）					访谈方式	访谈日期	参与核查的保荐代表人
	2020年度	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度			
利洁时ENA	26,082.69	-	-	-	-	视频访谈	2021-1-26	刘元高、章付才
Woolworths	17,785.32	9,930.44	11,888.29	10,607.97	9,781.64	视频访谈	2021-2-4 2020-8-12 2020-4-17	刘元高、章付才
强生公司	7,713.46	3,687.00	2,913.32	1,813.72	54.96	视频访谈	2021-1-28 2020-8-6 2020-4-14	刘元高、章付才
Human Technologies (Aust) Pty Ltd	867.63	213.66	239.27	263.25	218.11	视频访谈	2021-1-28 2020-7-30	刘元高、章付才
视频访谈核查金额合计	52,449.10	13,831.10	15,040.88	12,684.94	10,054.71			
境外销售收入	53,544.36	14,511.09	16,057.20	14,357.62	13,134.44			
核查比例	97.95%	95.31%	93.67%	88.35%	76.55%			
利洁时ENA	-	180.26	-	-	-	实地走访利洁时集团中国子公司	2020-7-23	项目组其他人员参与
现场访谈核查金额合计	-	180.26	-	-	-			
境外销售收入	53,544.36	14,511.09	16,057.20	14,357.62	13,134.44			
核查比例	-	1.24%	-	-	-			

保荐代表人刘元高、章付才积极参与了对主要境外客户的视频访谈，了解并核实境外客户交易背景、采购产品类型、采购金额、信用期、结算方式、产品质量、客户最终销售情况以及是否具有关联关系或其他利益输送等各项访谈内容。

二、根据现场及视频访谈，认为“发行人主要境外客户报告期各期末基本没有库存或仅有少量库存，因此主要境外客户最终销售情况良好”是否具有充分依据、相关依据能否支持该结论。

报告期内，发行人按照合同约定，以 FOB 模式、FCA 模式向主要境外客户生产销售湿巾类产品。相关产品均使用境外客户自有品牌，并在完成出口报关后控制权转移给境外客户。若非产品质量问题，发行人一般不接受客户退货。发行

人未保留对货物的继续管理权和控制权，亦不承担后续境外客户存货滞销、毁损、灭失的风险。因此，发行人境外销售均为直销模式，境外客户多为世界知名日用消费品品牌运营商及大型超市等，不存在从事经销赚取差价或佣金的贸易商客户，境外客户最终销售情况并不影响发行人收入确认。

2020 年以来，受新冠疫情影响，出国签证办理停滞，绝大部分国际航班停航，保荐机构及申报会计师无法出境前往客户现场查看实际库存情况，因此保荐机构及申报会计师只能通过视频访谈主要境外客户等方式，核实主要境外客户库存情况。在客户访谈中，保荐机构及申报会计师均明确向主要境外客户提问“贵公司年底及各报告期末是否还有库存”，主要境外客户回复“有少量库存或基本没有库存”。上述视频访谈均以录像方式保存，主要境外客户亦提供被访谈人确认并亲笔签字的客户访谈笔录。因此，根据上述访谈内容，主要境外客户库存较少或基本没有库存，最终销售情况良好。

发行人境外客户根据产品即时库存、交货周期、以及市场预期需求等因素，动态调整采购规模，并向发行人下达订单。由于湿巾作为日化用品，日常市场需求较为稳定，产品生产交货周期一般不会发生改变，因此即时库存是境外客户下达订单的主要参考依据。发行人主要境外客户采购稳定，一般每周均有订单下达，订单频率较高，单笔订单金额较小，侧面印证其期末库存量较低，最终销售情况良好。

此外，保荐机构及申报会计师查阅了主要境外客户利洁时 ENA、Woolworths、强生公司等官方网站及年报等公开披露资料。报告期内，发行人主要境外客户利洁时 ENA、Woolworths、强生公司等销售业绩良好，盈利能力较强，亦印证其产品最终销售情况良好。

三、对境外客户及贸易商客户收入核查采取的替代性程序，对外销业务的核查方式、核查标准、核查比例、核查证据等是否足以支持核查结论。

报告期内，发行人按照合同约定，以 FOB 模式、FCA 模式向主要境外客户生产销售湿巾类产品。相关产品均使用境外客户自有品牌，并在完成出口报关后控制权转移给境外客户。若非产品质量问题，发行人一般不接受客户退货。发行人未保留对货物的继续管理权和控制权，亦不承担后续境外客户存货滞销、毁损、

灭失的风险。因此，发行人境外销售均为直销模式，境外客户多为世界知名日用消费品品牌运营商及大型超市等，不存在从事经销赚取差价或佣金的贸易商客户，境外客户最终销售情况并不影响发行人收入确认。

对于因疫情影响，无法采取现场访谈方式进行核查的主要境外客户，发行人保荐机构和申报会计师通过实施替代性核查程序对其境外销售收入的真实性进行核查，相关核查方式、核查标准、核查比例、核查证据具体如下：

1、访谈发行人营销部和财务部经理，了解发行人控制环境及境外销售相关的销售模式、业务流程、内部控制制度及主要控制环节等情况；评价销售与收款相关的内部控制设计的合理性；执行穿行测试及关键控制点有效性测试，检查测试发行人境外销售业务相关的内部控制的有效性。经核查，发行人境外销售业务相关的内部控制设计与执行有效。

2、获取发行人报告期各期由合肥海关出具的《进出口证明》文件，并与发行人境外销售收入明细进行核对，核查境外销售收入真实性、准确性和完整性，并对差异原因进行复核。

报告期内，海关《进出口证明》与外销出口金额对比核查情况如下表所示：

单位：万美元

项 目	2020年度	2019年度	2018年度
《进出口证明》出口金额	7,732.89	2,318.85	2,145.96
发行人外销出口金额	7,832.98	2,346.84	2,169.23
金额差异	-100.09	-27.99	-23.27
差异率	-1.29%	-1.21%	-1.08%

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

3、根据境外客户销售金额及集中度较高等特征筛选函证范围主要为报告期内前十大客户中的境外客户；函证发行人主要境外客户报告期内销售发生额、往

来余额等情况,并对回函差异进行核查;对于未回函境外客户均实施了替代程序,获取并核查销售订单、船单、报关单、发票等收入确认原始凭证。

报告期内,对发行人主要外销客户函证具体情况如下:

项 目	2020年度	2019年度	2018年度
外销收入(万元)	53,544.36	16,057.20	14,357.62
外销发函金额(万元)	52,908.71	15,582.19	13,893.45
外销发函比例(%)	98.81	97.04	96.77
外销回函金额(万元)	52,313.83	15,063.48	13,373.91
外销回函比例(%)	97.70	93.81	93.15
替代程序核查金额(万元)	594.89	518.71	519.53
替代程序核查比例(%)	1.11	3.23	3.62

注:部分外销客户销售金额相对较小,回函意愿低,经多次沟通仍未回函,保荐机构及申报会计师实施替代程序,获取并核查销售订单、船单、报关单、发票等收入确认原始凭证

4、获取发行人银行账户流水,对发行人报告期各期主要境外销售客户执行期后回款核查,通过应收账款贷方科目明细与银行账户流水回款情况核对,检查回款单位与销售合同/订单中的客户名称是否一致,核查客户回款的真实性和回款金额的准确性。报告期内,发行人主要境外销售客户均具有较高的商业信誉,应收账款期后均已回款,回款情况良好。

5、对发行人主要境外客户销售情况进行抽样测试,查阅销售明细账并核查销售订单、船单、报关单、发票等收入原始凭证,核查外销收入内容和金额真实、准确。

6、对发行人资产负债表日前后销售收入确认的截止性测试,核对收入确认相关单据的时间节点,以评估销售收入是否在恰当的期间确认。

7、对发行人主要境外销售客户进行访谈,了解并核实客户基本信息,其与发行人业务往来相关的交易背景、采购产品类型、采购金额、信用期,结算方式,产品质量、客户最终销售情况,以及是否具有关联关系或其他利益输送等情况;对视频访谈的过程进行录像,并取得签字确认的访谈笔录以及被访谈人身份证明

等资料。上述访谈核查涉及的客户名称、核查日期、核查人员、核查方法、核查内容、核查销售金额及占比等情况主要如下：

境外销售客户名称	销售金额（单位：万元）					访谈方式	访谈日期	核查人员
	2020年度	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度			
利洁时ENA	26,082.69	-	-	-	-	视频访谈	2021-1-26	刘元高、章付才、刘婷婷、张文苑
Woolworths	17,785.32	9,930.44	11,888.29	10,607.97	9,781.64	视频访谈	2021-2-4 2020-8-12 2020-4-17	刘元高、章付才、杨蕊婷、张文苑、汤浩俊、姚贝、刘婷婷
强生公司	7,713.46	3,687.00	2,913.32	1,813.72	54.96	视频访谈	2021-1-28 2020-8-6 2020-4-14	刘元高、章付才、杨蕊婷、张文苑、汤浩俊、姜利、姚贝、徐明亮
Human Technologies (Aust) Pty Ltd	867.63	213.66	239.27	263.25	218.11	视频访谈	2021-1-28 2020-7-30	刘元高、章付才、曾宿桐、杨蕊婷、张文苑、夏兰香、姜利
视频访谈核查金额合计	52,449.10	13,831.10	15,040.88	12,684.94	10,054.71			
境外销售收入	53,544.36	14,511.09	16,057.20	14,357.62	13,134.44			
核查比例	97.95%	95.31%	93.67%	88.35%	76.55%			
利洁时ENA	-	180.26	-	-	-	实地走访利洁时集团中国子公司	2020-7-23	孙祖俊、薛旺、张文苑
现场访谈核查金额合计	-	180.26	-	-	-			
境外销售收入	53,544.36	14,511.09	16,057.20	14,357.62	13,134.44			
核查比例	-	1.24%	-	-	-			

2020 年以来，受新冠疫情影响，出国签证办理停滞，绝大部分国际航班停

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

8、访谈发行人营销部负责人，了解境外主要客户的合作渊源及历史、交易背景、大额合同订单的签订依据、执行过程、境外销售模式及流程、境外销售定价原则、信用政策等事项。

9、查阅境外主要客户的官方网站以及披露的年报等公开披露资料，了解境外主要客户基本信息、主营业务、报告期内经营业绩波动情况，了解外销国家和地区相关的贸易政策等，并分析发行人境外主要客户业务往来及销售金额波动的合理性。

10、核查发行人出口退税单证，并与报告期各期境外销售情况进行相互比对印证。报告期各期，发行人出口退税与境外销售比对情况主要如下：

单位：万元

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

项 目	2020年度	2019年度	2018年度
差异 (F=D-E)	-	-	-

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

11、核查发行人境外销售相关物流运输情况，并与报告期各期境外销售情况进行相互比对印证。报告期各期，发行人境外销售业务主要采用 FCA 模式和 FOB 模式。其中新增客户利洁时 ENA 为 FCA 模式，发行人将货物交利洁时 ENA 指定承运人（厂区交货），发行人无需承担运费；其他外销客户为 FOB 模式，发行人主要承担从仓库至出口港的运费。

报告期各期，公司境外销售运输费情况与境外销售印证情况主要如下：

单位：万元

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

报告期内，发行人境外销售运费对 FOB 境外销售收入的占比总体保持平稳，自 2019 年起，境外销售运费占比略有下降，主要系自 2019 年起，发行人境外销售运输方式由单一的陆运变更为陆运与支线水运相结合的方式，使得运输费用降低所致。

综上，保荐机构及申报会计师采用多项核查程序和较高的核查标准对报告期内境外销售业务实施了核查，报告期内境外销售收入核查占比超过 90%，核查证据充足，能够支持发行人境外销售收入真实、准确、完整的核查结论。

四、中介机构核查意见

经核查，保荐机构及申报会计师认为：

1、保荐机构及申报会计师对报告期内境外销售业务采用的核查程序充分、有效，获取的核查证据充足，能够支持发行人境外销售收入真实、准确、完整的核查结论；保荐代表人刘元高、章付才积极参与了对主要境外客户的视频访谈，了解并核实境外客户交易背景、采购产品类型、采购金额、信用期、结算方式、产品质量、客户最终销售情况以及是否具有关联关系或其他利益输送等各项访谈内容；

2、“发行人主要境外客户报告期各期末基本没有库存或仅有少量库存，因此主要境外客户最终销售情况良好”具有充分依据、相关依据能够支持该结论；

3、保荐机构及申报会计师采用多项核查程序和较高的核查标准对报告期内境外销售业务实施了核查，报告期内境外销售收入核查占比超过 90%，核查证据充足，能够支持发行人境外销售收入真实、准确、完整的核查结论。

6. 关于应收账款

根据申报文件和首轮问询回复，报告期各期末，公司应收账款账面价值分别为 6,933.74 万元、8,801.12 万元、7,404.20 万元和 16,849.93 万元，占各期末流动资产的比例分别为 38.38%、37.20%、29.31%和 38.83%。其中公司 2020 年 6 月末应收账款账面价值较 2019 年末大幅增长，2018 年末应收账款账面价值较 2017 年末大幅增长。

请发行人：

(1) 补充披露发行人 2020 年 6 月末应收账款账面价值较 2019 年末大幅增长的原因及合理性。

(2) 补充披露报告期各期末应收账款期后回款情况、超出合同约定付款时点的应收账款金额及期后回款情况，各期逾期客户情况、逾期原因、是否存在回款风险、坏账准备计提是否充分。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、补充披露发行人 2020 年 6 月末应收账款账面价值较 2019 年末大幅增长的原因及合理性。

发行人 2020 年 6 月末应收账款账面价值 16,849.93 万元，较 2019 年末 7,404.20 万元增加 9,445.73 万元，同比增长 127.57%，应收账款账面价值大幅增长主要系 2020 年主营业务收入增幅较大、以及产品发货和收入确认主要集中在第二季度综合影响所致。

2020 年 1-6 月主营业务收入较上年同期增长 74.62%，业务规模的扩大使得应收账款账面价值相应增加。受新冠疫情影响，2020 年第一季度物流运输受到限制，发行人产品发货及收入确认主要集中在第二季度，2020 年第二季度主营业务收入约为 1.51 亿元，较第一季度增长 74.32%。截至 2020 年 6 月 30 日，发行人应收款项尚在信用期内，未到付款期，因此应收账款账面价值增加。

综上所述，发行人 2020 年 6 月末应收账款账面价值较 2019 年末大幅增长具

有合理性。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、财务状况分析”之“(一) 资产质量分析”之“2、流动资产构成及其变化分析”之“(2) 应收账款”中补充披露如下：

“⑥2020 年末应收账款账面价值较 2019 年末大幅增长的原因及合理性

公司 2020 年末应收账款账面价值 15,542.12 万元，较 2019 年末 7,404.20 万元增加 8,137.92 万元，同比增长 109.91%，应收账款账面价值大幅增长主要系 2020 年主营业务收入增幅较大、以及新增第一大客户利洁时 ENA 产品发货和收入确认主要集中在下半年综合影响所致。

2020 年主营业务收入较上年同比增长 167.17%，业务规模的扩大使得应收账款账面价值相应增加。此外，2020 年 6 月，公司与新增第一大客户利洁时 ENA 开展业务往来，下半年随着产能扩张逐步落实到位，公司承接利洁时 ENA 的订单持续大幅增长，使得公司销售收入持续增长并主要集中在下半年，2020 年下半年主营业务收入约为 5.00 亿元，较上半年增长 109.88%。截至 2020 年 12 月 31 日，公司主要应收款项尚在信用期内，未到付款期。

综上所述，公司 2020 年末应收账款账面价值较 2019 年末大幅增长具有合理性。”

二、补充披露报告期各期末应收账款期后回款情况、超出合同约定付款时点的应收账款金额及期后回款情况，各期逾期客户情况、逾期原因、是否存在回款风险、坏账准备计提是否充分。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、财务状况分析”之“(一) 资产质量分析”之“2、流动资产构成及其变化分析”之“(2) 应收账款”中补充披露如下：

“⑦报告期各期末应收账款期后回款以及逾期情况

报告期各期末，公司应收账款期后回款情况主要如下：

单位：万元

项 目	2020年12月31日	2019年12月31日	2018年12月31日
应收账款余额	16,095.77	7,659.69	9,279.86
期后回款金额	11,490.73	7,654.36	9,279.86
期后未回款金额	4,605.04	5.33	-
期后回款比例	71.39%	99.93%	100.00%

截至 2021 年 3 月 17 日，公司应收账款期后回款金额分别为 9,279.86 万元、7,654.36 万元及 11,490.73 万元，占各期末应收账款余额的比重分别为 100.00%、99.93% 及 71.39%，各期末应收账款期后基本已回款，不能收回的风险较低。

报告期各期末，公司超出合同约定付款时点的应收账款金额及期后回款情况主要如下：

单位：万元

项 目	2020年12月31日	2019年12月31日	2018年12月31日
应收账款余额	16,095.77	7,659.69	9,279.86
逾期应收账款金额	776.22	298.84	1,734.54
逾期应收账款金额占比	4.82%	3.90%	18.69%
逾期应收账款期后回款金额	643.47	294.02	1,734.54
逾期应收账款期后回款比例	82.90%	98.39%	100.00%

报告期各期末，公司主要逾期应收账款情况如下：

A、2020 年 12 月 31 日

单位：万元

序号	逾期客户名称	逾期金额	已计提坏账准备金额	期后回款	是否存在回款风险	逾期原因
1	Johnson & Johnson Consumer Inc.	321.65	96.50	321.65	否	客户总部位于美国新泽西州，发行人因国内 IP 地址限制，导致发票上传滞后，造成期末应收账款逾期，期后已回款
2	Johnson & Johnson Asia Pacific	145.02	43.50	145.02	否	
3	Nice-Pak Products Inc.	105.18	31.55	105.18	否	客户付款流程影响所致
4	碧谛艾医疗器械（上海）有限公司	104.39	5.54	-	否	客户付款流程影响所致

序号	逾期客户名称	逾期金额	已计提坏账准备金额	期后回款	是否存在回款风险	逾期原因
5	强生（中国）有限公司	40.09	13.15	40.09	否	客户付款流程影响所致
合计		716.33	190.24	611.94		

B、2019年12月31日

单位：万元

序号	逾期客户名称	逾期金额	已计提坏账准备金额	期后回款	是否存在回款风险	逾期原因
1	苏州冠洁生活制品有限公司	214.36	10.72	214.36	否	客户资金安排所致，期后已回款
2	Johnson & Johnson Consumer Inc.	74.09	22.23	74.09	否	客户总部位于美国新泽西州，发行人因国内IP地址限制，导致发票上传滞后，造成期末应收账款逾期，期后已回款
合计		288.45	32.95	288.45		

C、2018年12月31日

单位：万元

序号	逾期客户名称	逾期金额	已计提坏账准备金额	期后回款	是否存在回款风险	逾期原因
1	金佰利（中国）有限公司	721.00	36.05	721.00	否	2018年年中，客户更换管理层人员，延迟付款造成期末应收账款逾期，期后已回款
2	Johnson & Johnson Consumer Inc.	655.75	196.72	655.75	否	客户总部位于美国新泽西州，发行人因国内IP地址限制，导致发票上传滞后，造成期末应收账款逾期，期后已回款
3	Woolworths Group Limited	146.22	-	146.22	否	该订单因对账延迟导致发票上传滞后，造成期末应收账款逾期，期后已回款
4	苏州冠洁生活制品有限公司	128.48	6.42	128.48	否	客户资金安排所致，期后已回款
5	中山爱护日用品有限公司	58.18	2.91	58.18	否	客户临时资金周转困难，期后已回款
合计		1,709.63	242.10	1,709.63		

报告期各期末，公司逾期应收账款金额分别为 1,734.54 万元、298.84 万元和 776.22 万元，占各期末应收账款余额的比例分别为 18.69%、3.90%和 4.82%，造成逾期的主要原因系发票上传滞后、客户更换管理层人员延迟付款、客户临时资金周转困难等，各期末逾期应收账款已按照坏账准备计提政策足额计提坏账准备，相关款项期后基本已回款，回款风险较低。”

三、中介机构核查意见

（一）核查过程

保荐机构及申报会计师执行了以下核查程序：

1、访谈发行人营销部及财务部负责人，了解发行人 2020 年 6 月末应收账款账面价值较 2019 年末大幅增长的原因；

2、获取发行人主要客户销售情况，复核并分析发行人 2020 年 6 月末应收账款账面价值较 2019 年末大幅增长的原因及合理性；

3、结合银行流水情况，检查各期末应收账款期后回款情况；

4、获取发行人报告期各期末的应收账款逾期客户明细，访谈发行人营销部门负责人了解逾期原因，核查逾期款项期末回款情况；

5、索取发行人坏账准备计提政策，判断是否合理；复核各期末逾期客户应收账款坏账准备是否按照既定政策计提。

（二）核查意见

经核查，保荐机构及申报会计师认为：

1、发行人 2020 年 6 月末应收账款账面价值较 2019 年末大幅增长主要系 2020 年上半年主营业务收入增幅较大、以及产品发货和收入确认主要集中在第二季度综合影响所致，具有合理性；

2、除 2019 年末、2020 年末零星款项未回款外，各期末应收账款期后基本已回款；报告期各期末应收账款逾期主要原因包括发票上传滞后、客户更换管理层人员、客户临时资金周转困难等，各期末逾期应收账款已按照坏账准备计提政策足额计提坏账准备，发行人应收账款回款风险较低。

7. 关于采购与供应商

根据申报文件和首轮问询回复：

(1) 报告期各期，主要供应商的采购金额的变动主要受公司需求变动、产品结构变化、供应商供货周期、采购价格等因素综合影响。

(2) 报告期内，对于采购的交叉型水刺无纺布、直铺型水刺无纺布，公司选取无纺布供应商安徽金春无纺布股份有限公司（以下简称金春股份）公开披露的该类型无纺布内销价格作为参照进行比较，以分析公司同类型无纺布采购价格的公允性。发行人称，报告期内，公司同类型无纺布的采购平均单价与金春股份销售平均单价无明显差异。且发行人称，由于金春股份未公布 2020 年 1-6 月销售平均单价，故未说明 2020 年 1-6 月采购价格的公允性。

(3) 报告期内，对于采购的可冲散型水刺无纺布，因金春股份无该类产品销售，公司选取诺邦股份相关产品市场报价作为参照进行比较，以分析该类型无纺布采购价格的公允性。

请发行人：

(1) 补充披露发行人向无纺布前五大供应商采购的无纺布的具体类型、采购数量、采购金额及占比，报告期各期无纺布前五大供应商排名变化的具体原因，与发行人产品结构的匹配关系。

(2) 补充披露发行人向不同供应商采购同类无纺布的原因及合理性，采购价格是否存在明显差异。

(3) 补充披露发行人各主要产品与具体类型的无纺布之间是否存在对应关系，如是，请进一步完善相关披露内容。

(4) 结合前述问题补充披露 2020 年上半年发行人无纺布的采购价格是否公允，并按照细分类型说明与同行业公司采购价格等第三方可比价格是否存在明显差异。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、补充披露发行人向无纺布前五大供应商采购的无纺布的具体类型、采购数量、采购金额及占比，报告期各期无纺布前五大供应商排名变化的具体原因，与发行人产品结构的匹配关系。

发行人已在招股说明书“第六节 业务及技术”之“四、主要原材料、能源采购情况和主要供应商”之“(三) 报告期内主要原材料无纺布和溶液原料的前五大供应商情况”中补充披露如下：

“1、报告期内无纺布前五大供应商情况

期间	供应商名称	无纺布型号	无纺布类型	采购数量(吨)	采购金额(万元)	占同期无纺布采购比例(%)	对应主要产品名称
2020年	大连瑞光非织造布集团有限公司	ZPV30L55g-145cm	直铺型水刺无纺布	1,399.90	1,733.53	6.79	Little One's 品牌婴儿系列湿巾
		ZPV30L42g-20cm	直铺型水刺无纺布	1,282.17	1,688.35	6.62	Lysol 品牌抗菌消毒系列湿巾
		ZPV30L42g-151cm	直铺型水刺无纺布	541.19	689.02	2.70	强生、暖呵品牌婴儿系列湿巾
		ZZWJPV60L80g-20cm	交叉型水刺无纺布	358.97	613.03	2.40	Babycare 品牌婴儿系列湿巾
		ZPV30L50g-145cm	直铺型水刺无纺布	457.23	573.58	2.25	Dymples 品牌婴儿系列湿巾
		ZPV30L42g-160cm	直铺型水刺无纺布	326.27	441.77	1.73	Lysol 品牌抗菌消毒系列湿巾
		ZPF40L45g-145cm	直铺型水刺无纺布	271.32	425.57	1.67	强生、暖呵品牌婴儿系列湿巾
		其他	-	1,110.22	1,575.78	6.17	-
	小计			5,747.27	7,740.63	30.33	
	安徽金春无纺布股份有限公司	ZZWJPV60L80g-20cm	交叉型水刺无纺布	1,053.81	1,712.45	6.71	Babycare 品牌婴儿系列湿巾
		ZPV30L42g-160cm	直铺型水刺无纺布	771.22	1,126.12	4.41	Lysol 品牌抗菌消毒系列湿巾
		ZPV30L55g-145cm	直铺型水刺无纺布	610.91	882.39	3.46	Little One's 品牌婴儿系列湿巾
		ZPV30L42g-106.2cm	直铺型水刺无纺布	540.25	787.32	3.09	Lysol 品牌抗菌消毒系列湿巾
		ZZWJPV60L65g-19cm	交叉型水刺无纺布	279.36	464.99	1.82	Babycare 品牌婴儿系列湿巾
		其他	-	534.13	754.19	2.96	-
	小计			3,789.68	5,727.46	22.44	
	杭州诺邦无纺股份有限公司	ZPV30L42g-20cm	直铺型水刺无纺布	916.36	1,485.39	5.82	Lysol 品牌抗菌消毒系列湿巾
ZPV30L55g-145cm		直铺型水刺无纺布	558.13	727.07	2.85	Little One's 品牌婴儿系列湿巾	

期间	供应商名称	无纺布型号	无纺布类型	采购数量(吨)	采购金额(万元)	占同期无纺布采购比例(%)	对应主要产品名称
2019年度		ZPEFWV50L60g-143cm	直铺型水刺无纺布	197.37	412.00	1.61	贝亲品牌婴儿系列湿巾
		ZPZZWV50L50g-143cm	直铺型水刺无纺布	59.70	123.87	0.49	贝亲品牌婴儿系列湿巾
		ZPV30L42g-160cm	直铺型水刺无纺布	77.69	116.88	0.46	Lysol 品牌抗菌消毒系列湿巾
		其他	-	68.36	123.99	0.49	-
		小计		1,877.61	2,989.20	11.71	
	赛得利(中国)纤维有限公司	ZPV30L42g-20cm	直铺型水刺无纺布	1,254.72	1,747.03	6.85	Lysol 品牌抗菌消毒系列湿巾
		ZPV30L40g-20.1cm	直铺型水刺无纺布	456.71	628.84	2.46	Essentials 品牌抗菌消毒系列湿巾
		ZPV30L42g-160cm	直铺型水刺无纺布	331.50	462.59	1.81	Lysol 品牌抗菌消毒系列湿巾
		其他	-	0.36	0.49	0.00	-
		小计		2,043.29	2,838.96	11.12	
	福建福能南纺卫生材料有限公司	ZPV30L42g-20cm	直铺型水刺无纺布	544.02	852.95	3.34	Lysol 抗菌消毒系列湿巾
		ZPV30L42g-64cm	直铺型水刺无纺布	245.64	380.48	1.49	Lysol 抗菌消毒系列湿巾
		ZPV30L42g-106.2cm	直铺型水刺无纺布	319.70	503.97	1.97	Lysol 抗菌消毒系列湿巾
		ZPV30L42g-160cm	直铺型水刺无纺布	273.87	419.41	1.64	Lysol 抗菌消毒系列湿巾
		其他	-	286.40	379.57	1.49	-
		小计		1,669.63	2,536.38	9.94	
	大连瑞光非织造布集团有限公司	ZPV30L55g-145cm	直铺型水刺无纺布	2,182.18	2,673.20	33.89	Little One's 品牌婴儿系列湿巾
		ZPF40L42g-145cm	直铺型水刺无纺布	353.45	664.38	8.42	强生、唛呵品牌婴儿系列湿巾
		ZPV30L42g-151cm	直铺型水刺无纺布	240.21	305.99	3.88	强生、唛呵品牌婴儿系列湿巾
		ZPF40L45g-145cm	直铺型水刺无纺布	162.73	300.08	3.80	强生、唛呵品牌婴儿系列湿巾
ZPV30L50g-20.1cm(双卷)		直铺型水刺无纺布	223.19	281.98	3.58	Little One's 品牌婴儿系列湿巾	
ZPV40L50g-75cm		直铺型水刺无纺布	132.64	205.47	2.61	强生品牌成人功能型系列湿巾	
其他		-	333.74	460.34	5.84	-	
小计			3,628.13	4,891.44	62.02		
安徽金春无纺		ZZWJPV60L80g-20cm	交叉型水刺无纺布	248.30	384.95	4.88	Babycare 品牌婴儿系列湿巾

期间	供应商名称	无纺布型号	无纺布类型	采购数量(吨)	采购金额(万元)	占同期无纺布采购比例(%)	对应主要产品名称
2018年度	布股份有限公司	ZPV30L55g-145cm	直铺型水刺无纺布	117.02	148.02	1.88	Little One's 品牌婴儿系列湿巾
		ZPV30L50g-20.1cm(双卷)	直铺型水刺无纺布	78.26	91.41	1.16	Little One's 品牌婴儿系列湿巾
		ZPV50L55g-28.4cm	直铺型水刺无纺布	43.94	59.33	0.75	Voecu 品牌成人功能型系列湿巾
		其他	-	180.53	228.53	2.90	-
		小计		668.04	912.25	11.57	
	杭州诺邦无纺股份有限公司	ZPV30L55g-145cm	直铺型水刺无纺布	393.19	466.02	5.91	Little One's 品牌婴儿系列湿巾
		KCSN60g-20.5cm	可冲散型水刺无纺布	80.68	167.65	2.13	Babycare 品牌成人功能型系列湿巾
		其他	-	65.49	129.96	1.65	-
		小计		539.36	763.63	9.68	
	绍兴舒洁雅无纺材料有限公司	THJPV30L45g-20.5cm	交叉型水刺无纺布	298.39	466.59	5.92	Select 品牌医用及抗菌消毒系列湿巾
		THJPV30L45g-102.5cm	交叉型水刺无纺布	71.96	110.81	1.40	Select 品牌医用及抗菌消毒系列湿巾
		小计		370.35	577.40	7.32	
	浙江金三发卫生材料科技有限公司	JPV50L48g网眼-100.5cm	交叉型水刺无纺布	47.09	74.88	0.95	Strike 玻璃湿巾
		JPV50L50g-20cm(双卷)	交叉型水刺无纺布	35.08	55.28	0.70	洁云么么哒婴儿系列湿巾
		JPV80L55g-20*2cm	交叉型水刺无纺布	20.02	33.66	0.43	洁云么么哒婴儿系列湿巾
		ZPV50L55g-28.4cm	直铺型水刺无纺布	23.48	31.58	0.40	oeu 卸妆巾成人功能性系列湿巾
		其他类型	-	144.41	188.06	2.38	-
		小计		270.08	383.47	4.86	
	安徽金春无纺布股份有限公司	ZPV30L55g-145cm	直铺型水刺无纺布	2,005.49	2,723.70	33.22	Little One's 品牌婴儿系列湿巾
		JPV20L45g-18cm	交叉型水刺无纺布	230.79	346.66	4.23	无香绵柔婴儿系列湿巾
ZPV30L50g-20.1cm*2		直铺型水刺无纺布	252.81	337.12	4.11	Little One's 品牌婴儿系列湿巾	
其他		-	174.98	254.18	3.10	-	
小计			2,664.07	3,661.67	44.65		
大连瑞光非织	ZPF40L42g-145cm	直铺型水刺无纺布	770.59	1,338.52	16.32	强生、暖呵品牌婴儿系列湿巾	

期间	供应商名称	无纺布型号	无纺布类型	采购数量(吨)	采购金额(万元)	占同期无纺布采购比例(%)	对应主要产品名称
造布集团有限公司		ZPF40L45g-145cm	直铺型水刺无纺布	444.38	762.22	9.30	强生、暖呵品牌婴儿系列湿巾
		ZPV30L55g-145cm	直铺型水刺无纺布	115.70	153.48	1.87	Little One's 品牌婴儿系列湿巾
		ZPF40L42g-30cm	直铺型水刺无纺布	84.25	142.61	1.74	强生、暖呵品牌婴儿系列湿巾
		ZPV40L50g-75cm	直铺型水刺无纺布	65.06	108.88	1.33	强生品牌成人功能型系列湿巾
		其他	-	150.25	254.68	3.11	-
		小计			1,630.23	2,760.40	33.66
浙江金三发卫生材料科技有限公司		ZPV30L55g-145cm	直铺型水刺无纺布	225.76	308.88	3.77	Little One's 品牌婴儿系列湿巾
		JPV50L50g-20cm	交叉型水刺无纺布	89.32	149.27	1.82	洁云么么哒品牌婴儿系列湿巾
		ZPV30L50g-20.1cm	直铺型水刺无纺布	66.41	90.81	1.11	Little One's 品牌婴儿系列湿巾
		JPV80L55g-20*2cm	交叉型水刺无纺布	38.35	69.75	0.85	洁云么么哒品牌婴儿系列湿巾
		ZPV50L40g-60cm	直铺型水刺无纺布	40.76	60.11	0.73	T.J. Morris 捆条系列湿巾
		其他	-	240.47	352.15	4.29	-
	小计			701.08	1,030.97	12.57	
浙江明盛达医用材料科技有限公司、嘉兴南华无纺材料有限公司		THJVPV30L45g-20.5cm	交叉型水刺无纺布	232.80	379.05	4.62	Select 品牌医用及抗菌消毒系列湿巾
		其他	-	14.34	25.13	0.31	-
		小计			247.14	404.18	4.93
绍兴舒洁雅无纺材料有限公司		THJVPV30L45g-20.5cm	交叉型水刺无纺布	75.72	122.79	1.50	Select 抗菌消毒系列湿巾
		小计			75.72	122.79	1.50

注 1: 浙江明盛达医用材料科技有限公司、嘉兴南华无纺材料有限公司的实际控制人分别为章明发、章丹青, 二人系父女关系, 因而两家单位的采购额合并计算

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

报告期内, 公司无纺布前五大供应商排名变化情况及具体原因列示如下:

供应商名称	2020 年度排名	2019 年度排名	2018 年度排名	变动情况及原因
大连瑞光非织造布集团有限公司	1	1	2	无纺布主要供应商, 受其他供应商采购量变化影响, 导致排名变化

供应商名称	2020年度排名	2019年度排名	2018年度排名	变动情况及原因
安徽金春无纺布股份有限公司	2	2	1	无纺布主要供应商，受其他供应商采购量变化影响，导致排名变化
杭州诺邦无纺股份有限公司	3	3	7	2019年、2020年排名上升的主要原因是公司综合考虑生产订单、无纺布供货周期等因素，增加了采购量
赛得利（中国）纤维有限公司	4	-	-	2020年度新增供应商，主要供应生产抗菌消毒系列湿巾的无纺布
福建福能南纺卫生材料有限公司	5	17	-	2019年度新增供应商，主要供应生产抗菌消毒系列湿巾无纺布
浙江金三发卫生材料科技有限公司	6	5	3	无纺布主要供应商之一，2019年、2020年排名下降主要受其他供应商采购量增加的影响
浙江明盛达医用材料科技有限公司、嘉兴南华无纺材料有限公司	7	8	4	无纺布主要供应商之一，2019年、2020年排名下降主要受其他供应商采购量增加的影响
绍兴舒洁雅无纺材料有限公司	8	4	5	无纺布主要供应商之一，排名波动主要受其他供应商采购量增加的影响

报告期内，公司向无纺布前五大供应商采购的无纺布具体类型、采购数量、采购金额及占比与公司产品结构具有对应关系，公司无纺布前五大供应商排名变化较为正常，与公司产品结构相匹配。”

二、补充披露发行人向不同供应商采购同类无纺布的原因及合理性，采购价格是否存在明显差异。

发行人已在招股说明书“第六节 业务及技术”之“四、主要原材料、能源采购情况和主要供应商”之“（三）报告期内主要原材料无纺布和溶液原料的前五大供应商情况”中补充披露如下：

“2、公司向不同供应商采购同类无纺布情况

报告期内，由于部分类型无纺布采购需求较大，单一供应商产能分配有限，无法满足公司采购需求，因此为保证生产稳定，公司主要根据无纺布供货周期、质量稳定情况、市场价格等因素向不同供应商采购同类无纺布。

2020年医用及抗菌消毒系列湿巾产品订单较多，单一供应商产能分配有限，公司向多家供应商采购规格型号为 ZPV30L42g-20cm 的直铺型水刺无纺布用于生产该产品。其中，诺邦股份采购价格较高，因此公司自 2020 年 10 月开始向新增供应商赛得利（中国）纤维有限公司采购 ZPV30L42g-20cm 直铺型水刺无纺布，并逐渐减少诺邦股份该款无纺布的采购量。除此之外，公司向不同供应商采

购同类无纺布的采购价格不存在明显差异。

报告期内公司向不同供应商采购同类无纺布主要情况如下：

期间	无纺布型号	供应商名称	采购金额 (万元)	采购数量 (吨)	采购单价 (元/千克)
2020年	ZPV30L42g- 20cm	赛得利（中国）纤维有限公司	1,747.03	1,254.72	13.92
		大连瑞光非织造布集团有限公司	1,688.35	1,282.17	13.17
		杭州诺邦无纺股份有限公司	1,485.39	916.36	16.21
		福建福能南纺卫生材料有限公司	852.95	544.02	15.68
		安徽金春无纺布股份有限公司	87.52	60.69	14.42
		小计	5,861.24	4,057.95	14.44
	ZPV30L55g- 145cm	大连瑞光非织造布集团有限公司	1,733.53	1,399.90	12.38
		安徽金春无纺布股份有限公司	882.39	610.91	14.44
		浙江金三发卫生材料科技有限公司	857.78	577.00	14.87
		杭州诺邦无纺股份有限公司	727.07	558.13	13.03
		亚太森博（广东）纸业有限公司	3.86	3.13	12.34
		赛得利（中国）纤维有限公司	0.48	0.35	13.72
		小计	4,205.12	3,149.42	13.35
	ZPV30L42g- 160cm	安徽金春无纺布股份有限公司	1,126.12	771.22	14.60
		赛得利（中国）纤维有限公司	462.59	331.50	13.95
		大连瑞光非织造布集团有限公司	441.77	326.27	13.54
		福建福能南纺卫生材料有限公司	419.41	273.87	15.31
		杭州诺邦无纺股份有限公司	116.88	77.69	15.04
		小计	2,566.77	1,780.55	14.42
	THJPV30L45g- 20.5cm THJPV30L45g- 102.5cm	嘉兴南华无纺材料有限公司	888.39	545.72	16.28
		绍兴舒洁雅无纺材料有限公司	669.77	422.24	15.86
		杭州萧山凤凰纺织有限公司	166.28	95.43	17.42
		小计	1,724.44	1,063.39	16.22
	ZPV30L50g- 145cm	大连瑞光非织造布集团有限公司	573.58	457.23	12.54
		安徽金春无纺布股份有限公司	50.61	34.66	14.60

期间	无纺布型号	供应商名称	采购金额 (万元)	采购数量 (吨)	采购单价 (元/千克)
		小计	624.19	491.89	12.69
	ZZWJVPV60L65 g -19cm (双卷, 40 设备用)	安徽金春无纺布股份有限公司	464.99	279.36	16.64
		大连瑞光非织造布集团有限公司	115.24	74.41	15.49
		小计	580.23	353.78	16.40
2019 年 度	ZPV30L55g- 145cm	大连瑞光非织造布集团有限公司	2,673.20	2,182.18	12.25
		杭州诺邦无纺股份有限公司	466.02	393.19	11.85
		安徽金春无纺布股份有限公司	148.02	117.02	12.65
		小计	3,287.24	2,692.39	12.21
	THJVPV30L45g- 20.5cm THJVPV30L45g- 102.5cm	绍兴舒洁雅无纺材料有限公司	577.40	370.35	15.59
		嘉兴南华无纺材料有限公司	44.95	29.88	15.04
		小计	622.35	400.23	15.55
	ZPV30L50g- 20.1cm	大连瑞光非织造布集团有限公司	104.08	90.69	11.48
		安徽金春无纺布股份有限公司	10.39	8.69	11.95
		杭州萧山航民非织造布有限公司	1.34	1.07	12.50
		小计	115.81	100.45	11.53
	2018 年 度	ZPV30L55g- 145cm	安徽金春无纺布股份有限公司	2,723.70	2,005.49
浙江金三发卫生材料科技有限公 司			308.88	225.76	13.68
大连瑞光非织造布集团有限公司			153.48	115.70	13.27
小计			3,186.06	2,346.95	13.58
THJVPV30L45g- 20.5cm THJVPV30L45g- 102.5cm		浙江明盛达医用材料科技有限公 司	277.82	170.46	16.30
		绍兴舒洁雅无纺材料有限公司	122.79	75.72	16.22
		嘉兴南华无纺材料有限公司	101.22	62.33	16.24
		小计	501.83	308.51	16.27
JVPV20L45g- 18cm		安徽金春无纺布股份有限公司	346.66	230.79	15.02
		浙江金三发卫生材料科技有限公 司	45.06	30.12	14.96
		小计	391.72	260.91	15.01

”

三、补充披露发行人各主要产品与具体类型的无纺布之间是否存在对应关

系，如是，请进一步完善相关披露内容。

发行人已在招股说明书“第六节 业务及技术”之“四、主要原材料、能源采购情况和主要供应商”之“(三) 报告期内主要原材料无纺布和溶液原料的前五大供应商情况”中补充披露发行人各主要产品与具体类型的无纺布之间存在的对应关系，具体内容参见本问询函回复“问题 7”之“7、(1) 补充披露发行人向无纺布前五大供应商采购的无纺布的具体类型、采购数量、采购金额及占比，报告期各期无纺布前五大供应商排名变化的具体原因，与发行人产品结构的匹配关系。”相关回复内容。

四、结合前述问题补充披露 2020 年上半年发行人无纺布的采购价格是否公允，并按照细分类型说明与同行业公司采购价格等第三方可比价格是否存在明显差异。

2017 年至 2020 年上半年，发行人采购的无纺布类型及金额情况如下：

单位：万元

主要无纺布类型	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
交叉型水刺无纺布	2,871.17	1,246.28	1,222.55	1,008.93
直铺型水刺无纺布	5,287.18	6,257.97	6,808.32	6,599.66
其他类型	407.67	383.10	169.28	89.39
合计	8,566.02	7,887.34	8,200.15	7,697.99

2017 年至 2020 年上半年，对于采购的交叉型和直铺型水刺无纺布，发行人选取无纺布供应商浙江优全护理用品科技股份有限公司（以下简称“优全护理”）公开披露的水刺非织造材料的销售价格，以此来分析无纺布采购价格的公允性。

单位：元/千克

主要无纺布类型	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
优全护理无纺布销售单价				
水刺非织造材料	14.30	13.30	15.00	15.63
发行人无纺布采购平均单价				
直铺、交叉型水刺无纺布	14.33	13.60	15.05	15.33

注：根据优全护理招股说明书披露内容，优全护理主要从事非织造材料和护理用品的研发、生产和销售，其水刺非织造材料产品主要为直铺型水刺无纺布和交叉型水刺无纺布，因此发行人将直铺、交叉型水刺无纺布采购平均单价与优全护理的水刺非织造材料销售单价进行比较。此外，优全护理招股说明书中披露，2020年1-6月，受疫情影响，消费者防护意识改变，对清洁湿巾、消毒湿巾的需求大幅上升，优全护理水刺非织造材料作为湿干巾的基材，也在一定程度上供不应求，销售价格有所上涨

2017年至2020年上半年，发行人直铺型和交叉型水刺无纺布的采购价格与优全护理销售价格无明显差异。2020年上半年，受无纺布市场供需关系影响，发行人直铺、交叉型水刺无纺布平均采购单价较2019年有所上升，与第三方可比价格的变动趋势一致，采购价格不存在明显差异。

发行人同时选取无纺布供应商安徽金春无纺布股份有限公司（以下简称“金春股份”）公开披露的直铺型和交叉型水刺无纺布内销价格作为参照进行比较，以分析发行人同类型无纺布采购价格的公允性。

单位：元/千克

主要无纺布类型	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
金春股份无纺布销售平均单价				
交叉型水刺无纺布	-	14.47	14.65	14.40
直铺型水刺无纺布	-	12.02	13.70	14.44
发行人无纺布采购平均单价				
交叉型水刺无纺布	16.68	15.63	16.06	16.63
直铺型水刺无纺布	13.31	13.26	14.88	15.15

注：金春股份未公布2020年1-6月销售平均单价

2017年至2020年上半年，发行人同类型无纺布的采购平均单价与金春股份销售平均单价存在差异，主要原因为：无纺布具体规格型号较多，采购单价受无纺布粘胶和涤纶成分配比、克重、幅宽、供货周期及市场供需关系等因素影响较大。对于同一规格型号的无纺布，发行人向金春股份采购单价与向其他供应商采购单价基本相同。但由于发行人向除金春股份之外的其他供应商采购了部分单价较高的其他规格型号无纺布，由此导致发行人无纺布采购的平均单价略高于金春股份无纺布销售的平均单价，两者差异金额较小。

综上，发行人无纺布采购价格定价公允，与第三方可比价格不存在明显差异。

发行人已在招股说明书“第六节 业务及技术”之“四、主要原材料、能源采购情况和主要供应商”之“(一)主要原材料、能源采购情况”之“2、主要原材料采购单价变动情况”中补充披露如下：

“(1) 无纺布

报告期内，公司采购的无纺布类型及金额情况如下：

单位：万元

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

报告期内，对于采购的交叉型和直铺型水刺无纺布，公司选取无纺布供应商浙江优全护理用品科技股份有限公司（以下简称“优全护理”）公开披露的水刺非织造材料的销售价格，以此来分析无纺布采购价格的公允性。

单位：元/千克

主要无纺布类型	2020 年度	2019 年度	2018 年度
优全护理无纺布销售单价			
水刺非织造材料	14.72	13.30	15.00
公司无纺布采购平均单价			
直铺、交叉型水刺无纺布	14.59	13.60	15.05

注：根据优全护理招股说明书披露内容，优全护理主要从事非织造材料和护理用品的研发、生产和销售，其水刺非织造材料产品主要为直铺型水刺无纺布和交叉型水刺无纺布，因此公司将直铺、交叉型水刺无纺布采购平均单价与优全护理的水刺非织造材料销售单价进行比较。此外，优全护理招股说明书中披露，2020 年，受疫情影响，消费者防护意识改变，对清洁湿巾、消毒湿巾的需求大幅上升，优全护理水刺非织造材料作为湿干巾的基材，也在一定程度上供不应求，销售价格有所上涨

报告期内，公司直铺型和交叉型水刺无纺布的采购价格与优全护理销售价格无明显差异。2020 年，受无纺布市场供需关系影响，公司直铺、交叉型水刺无纺布平均采购单价较 2019 年有所上升，与第三方可比价格的变动趋势一致，采

购价格不存在明显差异。

公司同时选取无纺布供应商安徽金春无纺布股份有限公司（以下简称“金春股份”）公开披露的直铺型和交叉型水刺无纺布内销价格作为参照进行比较，以分析公司同类型无纺布采购价格的公允性。

单位：元/千克

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

注：金春股份未公布 2020 年度销售平均单价

报告期内，公司同类型无纺布的采购平均单价与金春股份销售平均单价存在差异，主要原因为：无纺布具体规格型号较多，采购单价受无纺布粘胶和涤纶成分配比、克重、幅宽、供货周期及市场供需关系等因素影响较大。对于同一规格型号的无纺布，公司向金春股份采购单价与向其他供应商采购单价基本相同。但由于公司向除金春股份之外的其他供应商采购了部分单价较高的其他规格型号无纺布，导致公司无纺布采购的平均单价略高于金春股份无纺布销售的平均单价，两者差异金额较小。

综上，公司无纺布采购价格定价公允，与第三方可比价格不存在明显差异。”

五、中介机构核查意见

（一）核查过程

保荐机构及申报会计师执行了以下核查程序：

1、获取发行人报告期内无纺布采购明细，统计无纺布前五大供应商采购的无纺布具体类型、采购数量、采购金额及占比情况，分析前五大无纺布供应商排名变化的原因及其合理性；并分析是否与产品结构相匹配；

2、访谈发行人采购部和生产部负责人，检查生产订单的领料情况，了解无纺布主要类型的生产领用情况，分析无纺布具体类型与发行人产品结构是否匹配；

3、访谈发行人采购部负责人，了解发行人向不同供应商采购同类无纺布的原因，并分析其合理性；对同类无纺布的采购单价进行比较，分析同类无纺布的采购单价是否存在明显差异；

4、访谈发行人采购部负责人，了解无纺布采购定价方式，判断是否合理；查询公开市场信息，对比发行人各类型无纺布的采购单价与第三方可比价格是否存在明显差异。

（二）核查意见

经核查，保荐机构及申报会计师认为：

1、报告期各期无纺布前五大供应商排名变化较为正常，发行人各主要产品与具体类型的无纺布之间存在对应关系，各类型的无纺布采购金额与发行人产品结构相匹配；

2、报告期内，发行人为保证生产稳定，主要根据无纺布供货周期、价格等因素向不同供应商采购同类无纺布，原因具有合理性，同类无纺布的采购价格无明显差异；

3、2020年上半年发行人无纺布的采购价格公允，与第三方可比价格不存在明显差异。

8. 关于主营业务成本

根据申报文件和审核问询回复，发行人自 2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则。发行人称，公司执行新收入准则对于业务模式、合同条款、收入确认等方面将不会产生重大影响。

请发行人补充披露执行新收入准则后将当期发生的运输费等继续计入销售费用而未转入营业成本中核算的依据及合理性，是否符合《企业会计准则》的规定。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、请发行人补充披露执行新收入准则后将当期发生的运输费等继续计入销售费用而未转入营业成本中核算的依据及合理性，是否符合《企业会计准则》的规定。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“六、主要会计政策和会计估计”之“(二十一) 执行新收入准则对公司的影响分析”中补充披露如下：

“3、实施新收入准则对公司销售费用和营业成本等方面的影响

根据新收入准则规定，合同履行成本核算企业为履行当前合同或者预期取得合同所发生的应当确认为一项资产的成本，具体包括与合同直接相关的成本包括直接人工、直接材料、制造费用或类似费用，涉及履行合同中发生的各种支出。

2020 年 1-6 月，公司为使报告期会计处理具有一致性及财务数据具有可比性，暂未按新收入准则调整销售费用和营业成本；2020 年度，公司将与合同履行相关的运输费、货运代理费等支出计入营业成本核算，符合企业会计准则的规定。”

二、中介机构核查意见

(一) 核查过程

保荐机构及申报会计师执行了以下核查程序：

1、对比新收入准则实施前后收入确认会计政策的主要差异，分析实施新收入准则对发行人成本归集、结转等方面产生的影响；

2、检查公司 2020 年度是否将运输费、货运代理费等与合同履行相关的支出计入营业成本核算。

(二) 核查意见

经核查，保荐机构及申报会计师认为：

2020年1-6月，发行人为使报告期会计处理具有一致性及财务数据具有可比性，发行人暂未按新收入准则调整销售费用和营业成本；2020年度，发行人将与合同履行相关的运输费、货运代理费等支出计入营业成本核算，符合企业会计准则的规定。

9. 关于客户获取能力与稳定性

根据申报文件和审核问询回复，发行人在客户资源上具备优势，凭借良好的产品质量和服务赢得了客户的信赖，与世界知名企业建立了多年的长期合作关系。

请发行人：

(1) 补充披露发行人相较可比公司在获取优质客户、维护客户稳定性方面所具备具体竞争力与优势。

(2) 补充披露发行人与主要客户的合作渊源、历史及稳定性，发行人历史上是否存在特定产品或系列被客户取消或剔除供应商名录的情形或相关处罚。

(3) 结合 ODM/OEM 模式特点以及发行人与主要客户的合作模式，披露发行人在品牌、营销、渠道等方面对客户是否存在依赖，客户终端销售情况对发行人持续经营能力的影响。

请保荐人发表明确意见。

【回复】

一、补充披露发行人相较可比公司在获取优质客户、维护客户稳定性方面所具备具体竞争力与优势。

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“二、发行人所处行业基本情况及竞争状况”之“(十二)发行人与同行业可比公司的比较情况”之“5、客户资源竞争优势”中补充披露如下：

“……

5、客户资源竞争优势

相较可比公司，公司在获取优质客户、维护客户稳定性方面具有以下竞争优势：

(1) 稳定的产品质量

湿巾类产品主要用于个人清洁及健康护理等领域，对于产品质量与稳定性要

求较高。公司主要依据国际公认的 ISO 质量管理体系、英国零售商协会 BRC 全球消费品标准认证体系、GMPC 化妆品良好生产规范体系等，并结合公司自身情况，建立了一整套完善的质量管理体系，通过了多项国际认证，为深入拓展与国际大型品牌零售商客户的合作关系建立了坚实的基础。公司质量部每年对质量管理体系实行内部审查，并定期对质量管理体系的适宜性、有效性作出评审与持续改善，从而有效保证产品质量的一贯性和稳定性。

多年业务合作中，公司以稳定的产品质量获取客户信任，赢得了良好的市场口碑和行业地位，并成为公司获取客户、拓展市场的核心竞争优势之一。

（2）先进的技术研发实力

经过二十余年的技术研发与积累，公司在溶液配方定制开发方面积累了较强的技术实力。公司自主完成多个产品体系的溶液基础配方，并在其基础上，根据不同客户需求，进行个性化定制开发溶液配方，从而满足客户对不同规格、不同功效的多样化湿巾类产品需求。公司的溶液配方定制开发技术已经得到包括 Woolworths 等世界知名企业在内的众多客户的认可和信赖，为其定制开发溶液配方，以 ODM 的模式为其制造湿巾类产品。公司的溶液配方定制开发技术，以及由此衍生出的产品种类丰富优势有利于深化与客户之间的合作，建立长期稳定的合作关系。

（3）快速响应客户需求并提供一站式服务

为实现对客户需求的快速响应，公司建立了有效的客户信息反馈机制。公司销售人员与客户时刻保持密切沟通，收集分析产品反馈信息，及时了解客户需求变化，并定期会同公司研发部、质量部等部门与客户开展交流研讨。公司研发部亦积极参与到前端销售环节，紧跟市场，及时了解并获取客户潜在需求，改进产品质量并开发迎合市场热点的新产品。

公司能够快速根据客户提出的需求反馈信息，为客户提供涵盖产品规格制定、配方设计、原材料筛选、产品安全性评估、稳定性测试、毒理学评估、防腐挑战测试、产品质量管控等全流程产品开发和生产方案。公司快速响应客户需求并为其提供一站式服务，使得公司产品与客户需求保持了较高的契合度，从而提高了客户粘性。

主要客户在与公司长期稳定的合作过程中，逐步成为公司宣传品牌、扩大知

名度的良好载体。公司良好的口碑通过世界知名企业客户在行业内广泛传播，从而吸引到更多潜在优质客户，因此公司在维护客户稳定性的同时，不断获取更多优质客户青睐，从而形成良性循环。”

二、补充披露发行人与主要客户的合作渊源、历史及稳定性，发行人历史上是否存在特定产品或系列被客户取消或剔除供应商名录的情形或相关处罚。

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、发行人主要产品销售情况和主要客户”之“(二) 报告期内前五名客户情况”中补充披露如下：

“(2) 报告期内公司前五名客户获取方式、认证情况、定价原则、合作稳定性及合作渊源

报告期内，公司前五名客户的获取方式、认证情况、定价原则、合作稳定性主要如下：

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

主要客户	获取客户主要方式	客户是否建立合格供应商认证制度	公司或其产品是否取得该等认证	相关交易定价原则	合作稳定性
司	评审后确立业务关系				

报告期内，公司与前五名客户合作渊源及历史主要如下：

主要客户	合作渊源及历史
利洁时 ENA	2016 年，公司通过其他客户介绍，首次接触并拜访利洁时集团，初步开展业务联系。2020 年上半年，公司通过利洁时集团的产品风险评估和现场审核，成为其合格供应商。2020 年 6 月，公司与利洁时集团下属子公司利洁时 ENA 签署意向书，公司开始试生产。2020 年 9 月，双方正式签署框架协议，协议期限为 2 年，期满如利洁时 ENA 未提前 3 个月终止协议，则自动延续 12 个月
Woolworths	2008 年 5 月，公司通过交易会与 Woolworths 初步接触。2009 年 7 月，Woolworths 澳洲团队来访，双方建立初步业务关系，公司通过 Woolworths 法律风险审核。2009 年 8 月至 2010 年 6 月期间，Woolworths 对公司开展产品风险评估，同时就质量控制体系、产能水平、研发能力、供应链管理、环境、健康和安体系等各方面先后实施了 2 轮现场审核。2010 年 8 月，公司通过 Woolworths 合格供应商审核。同年 9 月，双方签署框架协议，并正式开展业务合作。经过多年业务合作，双方形成了长期稳定的合作关系
金佰利（中国）有限公司	2011 年，公司主动拜访并与金佰利集团初步接触。2012 年，金佰利集团对公司就质量控制体系、产能水平、研发能力、供应链管理、环境、健康和安体系等各方面开展现场审核。同年，公司顺利通过金佰利集团供应商审核，双方正式开展业务合作。合作初期，公司主要为金佰利集团生产“舒洁”系列湿厕纸产品。凭借公司的制造能力和产品质量，金佰利集团于 2015 年将其婴儿系列湿巾产品交由公司生产。经过多年业务合作，双方形成了长期稳定的合作关系
强生公司	2013 年，双方首次接触。公司经过强生公司为期近三年的合格供应商评估及审核，最终于 2016 年通过合格供应商审核并正式开展业务合作。凭借公司的制造能力和产品质量，强生公司逐步将其海外市场产品交由公司生产，双方合作范围持续扩大。2018 年，公司为强生公司研发艾惟诺手足膜系列产品，相关产品在欧美市场较为畅销。2020 年，强生公司将东南亚地区的婴儿系列湿巾产品交由公司生产。经过多年业务合作，双方形成了长期稳定的合作关系
贝咖实业	2019 年，公司主动与贝咖实业建立联系，经过多项检验和认证后成为贝咖实业的合格供应商，并为其生产 Babycare 品牌湿巾。凭借技术研发、质量控制、产品种类等方面的核心竞争优势，公司能够在缩短新产品的研发周期的同时，保证产品的稳定性和可靠性，从而满足贝咖实业对产品种类和质量的要求
欧莱雅集团	2012 年，公司主动拜访并与欧莱雅集团初步接触。2013 年，公司通过欧莱雅集团开展的关于质量、道德、社会责任等方面审核，双方正式开展业务合作。2018 年之前，公司主要与欧莱雅集团下属子公司广州千研美化妆品有限公司开展合作。自 2018 年起，公司开始为欧莱雅集团另一家子公司苏州尚美国际化妆品有限公司加工生产“理肤泉”、“卡尼尔”等品牌面膜。经过多

主要客户	合作渊源及历史
	年业务合作，双方形成了长期稳定的合作关系
中山爱护日用品有限公司	2015 年，公司主动拜访并与中山爱护日用品有限公司初步接触。同年，公司顺利通过中山爱护日用品有限公司开展的供应商现场审核，双方正式开展业务合作，合作关系保持稳定。自 2019 年下半年起，公司新开发客户贝咖实业采购量迅速增长。因公司产能有限，为承接贝咖实业订单,公司自 2019 年起逐步减少与中山爱护日用品有限公司的业务往来

公司凭借先进的技术工艺、优质的产品质量和良好的企业信誉，成功通过利洁时集团、Woolworths、金佰利集团、强生公司、欧莱雅集团等世界知名企业对于技术工艺、质量保证、劳工环境、管理制度等各方面资质的综合评估与考量，进入众多世界知名企业的合格供应商体系，并与其形成了稳定的业务合作关系。上述客户在选择供应商时对产品质量、性能、稳定性的重视程度超过价格，并且需要较长时间的供应商考核，一经确定，轻易不愿更换。因此，公司一旦进入该类客户的供应商体系，将建立稳定的长期合作关系。

报告期内，公司与主要客户合作时间较长，公司生产工艺、产品质量、研发能力等均得到了客户的一致认可。随着双方合作不断深化，公司对主要客户的销售产品种类不断丰富，销售数量及金额保持增长趋势，与主要客户之间的业务稳定且具有可持续性。公司历史上不存在特定产品或系列被客户取消或剔除供应商名录的情形或相关处罚。”

三、结合 ODM/OEM 模式特点以及发行人与主要客户的合作模式，披露发行人在品牌、营销、渠道等方面对客户是否存在依赖，客户终端销售情况对发行人持续经营能力的影响。

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、发行人主要产品销售情况和主要客户”中补充披露如下：

“……

（四）公司与主要客户的合作模式及其对公司持续经营能力的影响

1、公司与主要客户合作模式

公司主要采取 ODM/OEM 模式为利洁时 ENA、Woolworths、强生公司、欧莱雅集团、3M、贝亲等世界知名公司生产湿巾类产品。产品的销售渠道和品牌都不在公司掌控下，不利于公司自有品牌和营销网络的建设，使得公司对 ODM/OEM 的委托方产生一定的依赖。但另一方面，相较于客户采购原材料自行加工生产的传统生产模式，ODM/OEM 客户向专业制造商采购产品后直接投放市场，产品质量以及各项的性能指标等均取决于专业制造商为其研发设计的溶液配方，生产工艺流程以及产品质量管理体系。因此，ODM/OEM 客户对专业制造商的研发技术实力、生产制造技术、产品质量控制体系以及产能分配具有一定的依赖性。

ODM/OEM 模式下，公司作为专业制造商为客户研发设计溶液配方，按时批量规模化生产产品，并保证产品质量的一贯性和稳定性，下游客户则专注于产品品牌的推广运营以及市场销售。双方凭借在自身领域的核心竞争优势，进行专业化分工，发挥各自所长并协同打造契合市场需求的产品。上述业务分工模式下，公司与客户之间构成了一种相互依赖、互利共赢的长期协作关系。

2、客户终端销售情况对公司持续经营能力的影响

公司主要采取 ODM/OEM 的模式为世界知名企业生产湿巾类产品。公司与上述客户之间销售模式均为买断式直销，公司将产品交付并经客户签收后即将产品的控制权转移给客户，并确认收入。若非产品质量问题，一般不接受客户退货。ODM/OEM 业务模式下，公司产品均使用客户品牌，相关产品向最终消费者销售的营销策略、产品定价、客户维护等均由客户独立自主负责。因此，公司 ODM/OEM 业务不存在产品经销或分销等情形，ODM/OEM 客户均为直销客户，该类客户终端销售情况一般不会影响公司收入确认。

根据中国造纸协会生活用纸专业委员会《生活用纸》（2019.8 期）期刊相关数据，2013-2018 年全球湿巾零售额复合年均增长率超过 6%，其中亚太是湿巾发展较快的地区，2018 年中国湿巾市场规模约达 7.3 亿美元，零售额增长率约 10%。随着国内居民收入水平和消费能力的提升，以及对个人卫生、清洁护理的重视，国内消费者湿巾产品的消费习惯已初步养成，预计未来中国湿巾市场规模增速继续处于全球前列。在此湿巾市场需求快速增长的宏观背景下，公司与主要客户利洁时 ENA、Woolworths、金佰利集团、强生公司、欧莱雅集团等众多世

界知名企业形成了稳定的业务合作关系，双方合作不断深化。报告期内，公司主要客户市场需求较为旺盛，业绩情况良好，采购需求较大。公司向其销售产品的种类不断丰富，销售数量及金额保持增长趋势，与主要客户之间的业务稳定且具有可持续性。

综上，在湿巾市场整体需求快速增长的宏观背景下，公司主要客户销售情况良好，其终端销售情况不会对公司持续经营能力构成重大不利影响。”

四、中介机构核查意见

（一）核查过程

保荐机构执行了以下核查程序：

1、访谈发行人营销部、研发部、生产部、质量部等部门负责人，了解发行人在获取优质客户、维护客户稳定性方面所具备的竞争力与优势；

2、访谈发行人营销部负责人，了解并核实与主要客户之间合作的稳定性、相关合作渊源及历史，以及是否存在特定产品或系列被客户取消或剔除供应商名录的情形或相关处罚的情况；

3、结合 ODM/OEM 模式特点以及发行人与主要客户的合作模式，分析发行人与客户之间的合作关系；

4、查阅中国造纸协会生活用纸专业委员会《生活用纸》等公开资料，关注湿巾市场整体需求的宏观背景；查询主要客户官方网站、年度报告等各类公开披露信息，了解主要客户销售业绩和发展状况；分析客户终端销售情况对发行人持续经营能力的影响。

（二）核查意见

经核查，保荐机构认为：

1、发行人连续多年为 Woolworths、强生公司、欧莱雅集团、3M、贝亲等世界知名企业 ODM/OEM 生产制造各类湿巾产品，并凭借一贯稳定的产品质量、技术实力和良好服务赢得了客户的信赖。在与前述客户建立长期稳定的合作关系过程中，前述世界知名企业客户逐步成为发行人宣传品牌、扩大知名度的良好载

体。发行人良好的口碑通过世界知名企业客户在行业内广泛传播，从而吸引到更多潜在优质客户，因此发行人在维护客户稳定性的同时，不断获取更多优质客户青睐，从而形成良性循环；

2、发行人历史上不存在特定产品或系列被客户取消或剔除供应商名录的情形或相关处罚；

3、ODM/OEM 模式下，发行人作为专业制造商为客户研发设计溶液配方、按时批量规模化生产产品，并保证产品质量的一贯性和稳定性，下游客户专注于产品品牌的推广运营以及市场化销售。双方凭借其在自身领域的核心竞争优势，进行专业化分工，发挥各自所长并协同打造契合市场需求的产品。上述业务模式分工中，发行人与客户之间构成了一种相互依赖、互利共赢的长期协作关系；

4、在湿巾市场整体需求快速增长的宏观背景下，主要客户经营业绩较好，终端销售情况不会对发行人持续经营能力构成重大不利影响。

10. 关于生产工艺与技术的竞争优势

根据申报文件和首轮问询回复，发行人建立了标准的 GMP 生产车间并从外国引进先进的产品生产线。发行人的“零防腐”溶液配方技术和“纯水”溶液配方属于行业通用技术的进一步改进、升级，具有一定的先进性。

请发行人：

(1) 补充披露发行人客户在进行合格供应商认证、发行人在建立标准 GMP 生产车间过程中的主要准入门槛与标准，国内符合相关标准厂商的基本情况，相应资质是否具有一定的资质壁垒。

(2) 补充披露发行人建设相应符合供应商及 GMP 标准的生产线是否主要为外国进口，是否存在生产设备的进口依赖。

(3) 结合可比公司同类竞品所应用的溶液配方技术与制造工艺，补充披露市场上是否存在与发行人“零防腐”与“纯水”溶液配方技术等主要工艺、技术效果相同或类似的技术与产品。

请保荐人发表明确意见。

【回复】

一、补充披露发行人客户在进行合格供应商认证、发行人在建立标准 GMP 生产车间过程中的主要准入门槛与标准，国内符合相关标准厂商的基本情况，相应资质是否具有一定的资质壁垒

发行人客户在进行合格供应商认证、发行人在建立标准 GMP 生产车间过程中并无特定的门槛与标准。合格供应商认证主要是从法律风险评估、产品风险评估、环境、健康和安全体系、生产研发能力、供应链管理等方面对公司进行全面审核和评估（审核和评估的各个主要方面有若干细分项，实行百分制评分）。发行人建立标准 GMP 车间是基于更高的生产环境标准，并非客户的特定要求。

发行人主要客户多为世界知名企业，对产品质量要求较高，普遍建立了合格供应商认证体系，相关认证时间长、维度广、标准高、过程复杂。合格供应商认证主要是从法律风险评估、产品风险评估、环境、健康和安全体系、生产研发能

力、供应链管理等方面对公司进行全面审核和评估。通常情况下，只有资质完备、产品开发能力强、生产规模大、具备一定资金实力的厂商才能符合相关合格供应商筛选标准。发行人主要客户对通过认证的供应商一般不会轻易更换，因此合格供应商认证会形成一定程度上的客户资源壁垒。

发行人建立标准 GMP 生产车间是指按照 GMP 标准和要求来建设洁净车间和设施，并不是需要通过 GMP 认证。与普通生产车间相比，GMP 生产车间对温度、湿度、换气次数、悬浮粒子颗粒数、沉降菌等方面均有一定标准，且前期建设时需要一定的资金投入，日常使用 GMP 车间亦会增加额外的运行成本，因此建立标准 GMP 生产车间对公司资金实力、生产规模均会提出一定要求。发行人建立标准 GMP 车间是基于更高的生产环境标准，并非客户的特定要求。

发行人已将招股说明书“第二节 概览”之“五、发行人创新、创造、创意特征，科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况”之“(二) 发行人科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况”中的内容修改如下：

“.....

公司通过了世界知名企业客户的合格供应商认证，并建立了标准的 GMP 生产车间。同时，公司从日本、意大利、美国、以色列、土耳其等国家引进先进的产品生产线。

.....”

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“二、发行人所处行业基本情况及竞争状况”之“(八) 发行人竞争优势与劣势”之“1、核心竞争优势”中补充披露如下：

“.....

(3) 客户资源优势

公司连续多年为 Woolworths、金佰利集团、强生公司、欧莱雅集团、3M、贝亲等世界知名企业生产制造各类湿巾产品，凭借良好的产品质量和服务赢得了客户的信赖，并与前述客户建立了长期稳定的合作关系，相互间形成了良性互动。客户持续为公司提供订单需求并及时回款，充分保障了公司研发与生产的投入，

也成为公司宣传品牌、扩大知名度的良好载体。同时，公司不断通过研发投入和质量控制来提升产品附加值，为客户提供更具有竞争力的产品，双方业务量持续增长，合作产品品类也逐步拓宽。

公司主要客户多为世界知名企业，对产品质量要求较高，普遍建立了合格供应商认证体系，相关认证时间长、维度广、标准高、过程复杂。合格供应商认证主要是从法律风险评估、产品风险评估、环境、健康和安全体系、生产研发能力、供应链管理等面对公司进行全面审核和评估。通常情况下，只有资质完备、产品开发能力强、生产规模大、具备一定资金实力的厂商才能符合相关合格供应商筛选标准。公司主要客户对通过认证的供应商一般不会轻易更换，因此合格供应商认证会形成一定程度上的客户资源壁垒。”

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“二、发行人所处行业基本情况及竞争状况”之“(八) 发行人竞争优势与劣势”之“1、核心竞争优势”中修改并补充披露如下：

“.....

(5) 生产工艺优势

公司通过了世界知名企业客户的合格供应商认证，并建立了标准的 GMP 生产车间，从日本、意大利、美国、以色列、土耳其等国家引进先进的产品生产线。同时，公司依靠二十多年湿巾类产品研发、生产的经验和技術积累，结合公司生产实际情况，对生产流程和工艺进行改进和优化，在提升产品质量同时，极大地提高了公司的生产效能。近年来，公司顺应行业技术发展趋势，对生产线进行信息化、智能化改造，引进了自动检测、自动装箱、自动码垛、自动扫码等一系列智能设备，满足公司业务快速发展的需求，并确保产品质量稳定。公司在生产工艺方面的优势成为发行人核心竞争优势之一。

公司建立标准 GMP 生产车间是指按照 GMP 标准和要求来建设洁净车间和设施，并不是需要通过 GMP 认证。与普通生产车间相比，GMP 生产车间对温度、湿度、换气次数、悬浮粒子颗粒数、沉降菌等方面均有一定标准，且前期建设时需要一定的资金投入，日常使用 GMP 车间亦会增加额外的运行成本，因此建立标准 GMP 生产车间对公司资金实力、生产规模均会提出一定要求。公司建立标

准 GMP 车间是基于更高的生产环境标准，并非客户的特定要求。

.....”

二、补充披露发行人建设相应符合供应商及 GMP 标准的生产线是否主要为外国进口，是否存在生产设备的进口依赖

发行人标准 GMP 生产车间是指按照 GMP 标准和要求来建设洁净车间和设施，并不是需要通过 GMP 认证，发行人产品生产线无需符合 GMP 标准。

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“六、对主要业务有重大影响的主要固定资产、无形资产等资源要素情况”之“(一) 主要固定资产”之“2、公司的主要生产设备”补充披露如下：

“.....

公司生产线设备主要为国外进口，系公司对生产线设备标准要求较高所致。国外进口生产设备并非公司成为相关客户的合格供应商、建设 GMP 生产车间的前置条件，国内生产设备亦可以替代目前公司生产线上的国外进口设备，生产出符合要求的产品。

公司进口的国外生产设备具有精度高、速度快、性能稳定、使用寿命长等特点，相比国内生产设备更有利于提高生产效率，加强产品质量控制。客户对公司进行合格供应商审核时未指定要求相关进口设备，购置国外进口生产设备是基于公司对产品更高的质量要求，公司对国外生产设备不存在依赖性。”

三、结合可比公司同类竞品所应用的溶液配方技术与制造工艺，补充披露市场上是否存在与发行人“零防腐”与“纯水”溶液配方技术等主要工艺、技术效果相同或类似的技术与产品

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“八、发行人核心技术及研发情况”之“(二) 发行人核心技术先进性及具体表征”之“2、核心技术先进性的具体表征”补充披露如下：

“2、核心技术先进性的具体表征

发行人核心技术先进性的具体表征情况如下：

技术名称	技术特点	先进性具体表征
“零防腐”溶液配方技术	该配方以长碳链邻二多元醇为突破口，利用两亲 1,2-烷烃二醇能破坏微生物的细胞膜的抑菌机理，不添加传统防腐剂。该配方具有广谱抗菌活性，低 MIC 值，温和抑菌防腐的同时还能滋润肌肤等优点	该配方不含有《化妆品安全技术规范（2015 年版）》中所列举的防腐剂成分，通过对溶液配方组分的调整，进而组合搭配成新型防腐体系，以替代传统防腐剂的防腐体系，使得配方更加安全温和，避免了传统防腐剂对少数敏感人群可能造成的接触性过敏和皮肤刺激风险
“纯水”溶液配方技术	该溶液配方中绝大部分是纯化水，化学物质的添加只占极小的比例，同时不影响湿巾产品功效	先进性体现在公司“纯水”溶液配方的纯水比例处于较高水平，根据第三方检测机构通用公证行（Societe Generale de Surveillance S.A. 简称“SGS”）的检测报告，公司“纯水”溶液配方的“纯水”比例已经达到 99.84%
新型乳液配方混料工艺技术	该技术通过配方中表面活性剂的增溶性提高有效活性成分的稳定性及效力，同时对公司混料车间均质乳化设备系统进行工艺改进。新的工艺在满足湿巾功能性的同时，确保湿巾使用起来清爽不粘腻	部分湿巾产品为达到特定功能，通过添加增稠剂或采用适当乳化工工艺实现乳液型配方，但此类产品往往过于粘腻且不清爽，消费者实际使用的体验不佳，不符合消费者的使用习惯。为突破这一技术局限性，公司对混料车间均质乳化设备系统进行工艺改进，制备出乳化粒子直径更小的微乳液，以利于婴儿皮肤的吸收。同时，提高配方中表面活性剂的增溶性，进而提高有效活性成分的稳定性及效力。通过上述工艺创新，公司开发了新型乳液清爽型湿巾配方混料工艺，新的工艺在满足湿巾功能性的同时，并能确保湿巾使用清爽不粘腻
溶液灌装技术	传统湿巾折叠机在湿巾加液过程中由于加液装置的不稳定，导致湿巾加液不稳定，不均匀，滴漏较多，损耗大且使用手感差。公司通过技术改造，将加液嘴改成连续多个扇形喷嘴，使溶液成雾状均匀稳定喷洒在每片湿巾中，从而使每包湿巾重量相同，每片加液均匀，手感舒适，且无滴漏，更环保	该技术的先进性体现在公司溶液灌装技术解决了传统加液的两大难题，即基材因加液不均而出现的白条和加液过程中的滴漏。该技术使每片湿巾液体喷洒均匀，每包湿巾重量相同，同时解决了加液过程中溶液滴漏难题，在降低加液成本的同时，也有效保护了环境

‘零防腐’溶液配方技术和‘纯水’溶液配方技术属于行业通用技术，但该技术实施过程中，需要从生产流程整体上对生产工艺、环境控制、基材组分、溶液配方与基材的兼容性等生产环节进行协同匹配，才能实现预期效果。公司基于多年的行业经验积累和长期的技术研发，掌握了‘零防腐’溶液配方技术和‘纯水’溶液配方技术相关的产品设计、生产工艺流程。因此，公司的‘零防腐’溶液配方技术和‘纯水’溶液配方属于行业通用技术的进一步改进、升级，具有一

定的先进性。

公司在溶液配方和生产工艺方面取得的核心技术对于行业新进入者来说构成一定的技术壁垒。该技术壁垒主要体现在：溶液配方开发涉及精细化工、微生物、医学、毒理学等专业，加之湿巾、面膜产品与人体皮肤直接接触，为确保产品质量的安全性，溶液配方开发需要通过严格的原料安全性评估、毒理学评估、防腐挑战测试、以及配方稳定性测试等。前述评估和测试需要较长的时间周期，需耗费大量人力和时间成本。通常只有行业经验丰富、研发实力雄厚的湿巾类产品制造商才具备溶液配方开发的技术能力。生产工艺的核心技术更是需要长期的经验积累和反复实践，以及持续的研发投入和人才的培养。

公司与可比公司的具体溶液配方技术出于保密考虑，一般不公开披露，而是作为技术秘密予以保护。同行业可比公司未公开其湿巾类产品的制造工艺标准，为充分说明公司核心竞争力，公司已在本招股说明书‘第六节 业务与技术’之‘二、发行人所处行业基本情况及竞争状况’之‘（十二）发行人与同行业可比公司的比较情况’之‘4、衡量核心竞争力的关键业务数据、指标等方面对比’选取湿巾的国家标准《湿巾（GB/T27728-2011）》作为参照进行比较。公司产品制造标准高于国家标准相关要求，对国家标准未涉及到的指标，公司内部亦做了详细规定。公司严格执行高于国家标准的内部质量控制标准，有效保证了产品的生产质量，增强了公司产品竞争力。

目前，市场上（电商平台淘宝、京东等）存在主打‘零防腐’或‘纯水’功效的类似产品，如：清风 EDI 纯水湿巾（‘纯水’溶液配方）、洁云纯水湿巾（‘纯水’溶液配方）、全棉时代纯水清洁湿巾（‘纯水’溶液配方、‘零防腐’）等，但上述产品均未公开披露其所应用的溶液配方技术与制造工艺具体情况。”

四、中介机构核查过程与核查意见

（一）核查过程

保荐机构执行了以下核查程序：

1、访谈发行人营销、质量部门负责人，了解发行人客户进行合格供应商认证的相关情况；

2、查阅 GMP 车间工程建设相关资料，了解 GMP 车间建设等相关情况；

3、查询同行业可比公司官方网站、年度报告、招股说明书等各类公开披露信息，了解可比公司湿巾类产品溶液配方技术与制造工艺等相关情况；

4、通过互联网查询在终端零售市场上与发行人“零防腐”与“纯水”溶液配方技术等主要工艺、技术效果相同或类似的产品相关情况。

（二）核查意见

经核查，保荐机构认为：

1、公司客户合格供应商认证主要是从法律风险评估、产品风险评估、环境、健康和安全体系、生产研发能力、供应链管理等方面对公司进行全面审核和评估。通常情况下，只有资质完备、产品开发能力强、生产规模大、具备一定资金实力的厂商才能符合相关合格供应商筛选标准；发行人建立标准 GMP 生产车间是指按照 GMP 标准和要求来建设洁净车间和设施，并不是需要通过 GMP 认证。发行人建立标准 GMP 车间是基于更高的生产环境标准，并非客户的特定要求；

2、发行人生产线设备主要为国外进口，系发行人对生产线设备标准要求较高所致，国内生产设备亦可以替代目前发行人生产线上的国外进口设备，发行人对国外生产设备不存在依赖性；

3、发行人与可比公司基于保密考虑，一般不公开披露其具体溶液配方技术与制造工艺标准；目前，市场上存在主打“零防腐”或“纯水”功效的产品，如：清风 EDI 纯水湿巾（“纯水”溶液配方）、洁云纯水湿巾（“纯水”溶液配方）、全棉时代纯水清洁湿巾（“纯水”溶液配方、“零防腐”）等。

11. 创业板定位

根据申报文件和首轮问询回复，发行人的创新能力体现在溶液配方、生产工艺及质量控制等方面。

请发行人：

(1) 补充披露发行人在溶液配方、产品设计、生产工艺及质量控制等方面竞争力及技术先进性的具体体现与壁垒。

(2) 结合《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定》的要求、发行人主营业务、产品及生产技术的先进性水平、未来发展方向等，详细分析并披露发行人是否符合创业板定位。

请保荐人发表明确意见。

【回复】

一、补充披露发行人在溶液配方、产品设计、生产工艺及质量控制等方面竞争力及技术先进性的具体体现与壁垒

发行人已在招股说明书“第二节 概览”之“五、发行人创新、创造、创意特征，科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况”之“(一) 发行人创新、创造、创意特征”中补充披露如下：

“经过多年的技术积累，公司具有较强的创新、创意能力，主要体现在溶液配方、产品设计、生产工艺及质量控制等方面。

(1) 在溶液配方方面，公司能够根据行业发展的前沿趋势及客户的需求，为客户开发多个系列产品的溶液配方。公司基于市场开发调研和对行业新产品开发方向的判断，自主完成不同产品体系的溶液基础配方。在基础配方的基础上，公司根据不同客户对产品功能需求、成本控制及产品安全性评估、合规性等要求，为客户进行个性化定制开发溶液配方，满足客户多样化的溶液配方要求。

(2) 在产品外观设计方面，公司能够把握行业发展的最新潮流及市场需求，在产品开发过程中进行创意设计，从原材料的材质及规格型号、包装设计到产品配方等方面为客户提供整体解决方案。公司参与了中华人民共和国国家标准——

《湿巾 GB/T 27728-2011》的制定及该标准的后续修订。公司独立承担了安徽省地方标准《抗菌擦拭布（DB 34/T 1294-2010）》的起草工作。公司湿巾类产品种类齐全，涵盖婴儿系列、成人功能型系列、抗菌消毒系列、家庭清洁系列、医用护理系列和宠物清洁系列等六大系列湿巾 60 多个品种，可以满足客户对各种不同规格、不同功效的湿巾类产品需求。截至本招股说明书签署日，公司拥有 4 项发明专利、22 项实用新型专利和 2 项外观设计专利。公司研发的“酚类化合物多功能抗菌擦拭布”荣获安徽省人民政府颁发的“安徽省科学技术奖”。公司为澳大利亚客户 Woolworths 生产的 Little One's 品牌湿巾，于 2017 年、2018 年连续 2 年被澳大利亚知名评级机构 Canstar Blue 评为“消费者最满意奖”，2020 年被澳大利亚知名网站 Finder 评为 2020/2021 年度“最佳婴儿湿巾品牌”。

(3) 在生产工艺及质量控制方面，公司通过技术改造及工艺创新，使得公司在连续高效生产的情况下，确保产品质量稳定，符合世界知名企业的质量标准。公司通过了世界知名企业客户的合格供应商认证，并建立了标准的 GMP 生产车间，从国外引进先进的产品生产线。同时，公司依靠二十多年湿巾类产品研发、生产的经验和技術积累，结合公司生产实际情况，对生产流程和工艺进行改进和优化，在提升产品质量同时，极大地提高了公司的生产效能。近年来，公司顺应行业技术发展趋势，对生产线进行信息化、智能化改造，引进了自动检测、自动装箱、自动码垛、自动扫码等一系列智能设备，满足公司业务快速发展的需求，并确保产品质量稳定。2020 年 12 月，公司抗菌湿巾生产数字化车间被安徽省经济和信息化厅评为“2020 年安徽省数字化车间”。

公司自主开发了多项核心工艺技术。其中，新型乳液配方混料工艺技术是对混料车间均质乳化设备系统进行工艺改进，制备出乳化粒子直径更小的微乳液，以利于婴儿皮肤的吸收。同时，提高配方中表面活性剂的增溶性，进而提高有效活性成分的稳定性及效力。在满足湿巾功能性的同时，确保湿巾使用起来清爽不粘腻；溶液灌装技术解决了传统加液的两大难题，即基材因加液不均而出现的白条和加液过程中的滴漏。公司通过技术改造，将加液嘴改成连续多个扇形喷嘴，使溶液成雾状均匀稳定喷洒在每片湿巾中，从而使每包湿巾重量相同，每片加液均匀，手感舒适，且无滴漏，在降低加液成本的同时，也有效保护了环境。

发行人在溶液配方、产品设计、生产工艺及质量控制等方面具有较强的竞争

力及技术先进性,对行业新进入者构成一定的技术壁垒。该技术壁垒主要体现在:溶液配方开发涉及精细化工、微生物、医学、毒理学等专业,加之湿巾、面膜产品与人体皮肤直接接触,为确保产品质量的安全性,溶液配方开发需要通过严格的原料安全性评估、毒理学评估、防腐挑战测试以及配方稳定性测试等。前述评估和测试需要较长的时间周期,需耗费大量人力和时间成本。通常只有行业经验丰富、研发实力雄厚的湿巾类产品制造商才具备溶液配方开发的技术能力。产品设计、生产工艺及质量控制的核心技术更是需要长期的经验积累和反复实践,以及持续的研发投入和人才的培养。”

二、结合《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定》的要求、发行人主营业务、产品及生产技术的先进性水平、未来发展方向等,详细分析并披露发行人是否符合创业板定位

发行人已在招股说明书“第二节 概览”之“五、发行人创新、创造、创意特征,科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况”中补充披露如下:

“(一) 发行人创新、创造、创意特征

公司秉承“诚信、和谐、创新、卓越”的企业经营理念,以创新为本源、规模为基础、质量为本、效益为导向,致力于为客户及消费者提供优质的湿巾系列产品,从而回报股东,贡献社会。公司以技术创新为核心竞争力,持续不断改进产品的质量、性能及开发新的产品;以提高生产自动化、信息化和智能化水平为目标,不断提高先进制造能力。2012年12月,公司被安徽省科学技术厅等8部门联合认定为“安徽省创新型企业”。

经过多年的技术积累,公司具有较强的创新、创意能力,主要体现在溶液配方、产品设计、生产工艺及质量控制等方面。

(1) 在溶液配方方面,公司能够根据行业发展的前沿趋势及客户的需求,为客户开发多个系列产品的溶液配方。公司基于市场开发调研和对行业新产品开发方向的判断,自主完成不同产品体系的溶液基础配方。在基础配方的基础上,公司根据不同客户对产品功能需求、成本控制及产品安全性评估、合规性等要求,为客户进行个性化定制开发溶液配方,满足客户多样化的溶液配方要求。

(2) 在产品设计方面，公司能够把握行业发展的最新潮流及市场需求，在产品开发过程中进行创意设计，从原材料的材质及规格型号、包装设计到产品配方等方面为客户提供整体解决方案。公司参与了中华人民共和国国家标准——《湿巾 GB/T 27728-2011》的制定及该标准的后续修订。公司独立承担了安徽省地方标准《抗菌擦拭布 (DB 34/T 1294-2010)》的起草工作。公司湿巾类产品种类齐全，涵盖婴儿系列、成人功能型系列、抗菌消毒系列、家庭清洁系列、医用护理系列和宠物清洁系列等六大系列湿巾 60 多个品种，可以满足客户对各种不同规格、不同功效的湿巾类产品需求。截至本招股说明书签署日，公司拥有 4 项发明专利、22 项实用新型专利和 2 项外观设计专利。公司研发的“酚类化合物多功能抗菌擦拭布”荣获安徽省人民政府颁发的“安徽省科学技术奖”。公司为澳大利亚客户 Woolworths 生产的 Little One's 品牌湿巾，于 2017 年、2018 年连续 2 年被澳大利亚知名评级机构 Canstar Blue 评为“消费者最满意奖”，2020 年被澳大利亚知名网站 Finder 评为 2020/2021 年度“最佳婴儿湿巾品牌”。

(3) 在生产工艺及质量控制方面，公司通过技术改造及工艺创新，使得公司在连续高效生产的情况下，确保产品质量稳定，符合世界知名企业的质量标准。公司通过了世界知名企业客户的合格供应商认证，并建立了标准的 GMP 生产车间，从国外引进先进的产品生产线。同时，公司依靠二十多年湿巾类产品研发、生产的经验和技術积累，结合公司生产实际情况，对生产流程和工艺进行改进和优化，在提升产品质量同时，极大地提高了公司的生产效能。近年来，公司顺应行业技术发展趋势，对生产线进行信息化、智能化改造，引进了自动检测、自动装箱、自动码垛、自动扫码等一系列智能设备，满足公司业务快速发展的需求，并确保产品质量稳定。2020 年 12 月，公司抗菌湿巾生产数字化车间被安徽省经济和信息化厅评为“2020 年安徽省数字化车间”。

公司自主开发了多项核心工艺技术。其中，新型乳液配方混料工艺技术是对混料车间均质乳化设备系统进行工艺改进，制备出乳化粒子直径更小的微乳液，以利于婴儿皮肤的吸收。同时，提高配方中表面活性剂的增溶性，进而提高有效活性成分的稳定性及效力。在满足湿巾功能性的同时，确保湿巾使用起来清爽不粘腻；溶液灌装技术解决了传统加液的两大难题，即基材因加液不均而出现的白条和加液过程中的滴漏。公司通过技术改造，将加液嘴改成连续多个扇形喷嘴，

使溶液成雾状均匀稳定喷洒在每片湿巾中，从而使每包湿巾重量相同，每片加液均匀，手感舒适，且无滴漏，在降低加液成本的同时，也有效保护了环境。

发行人在溶液配方、产品设计、生产工艺及质量控制等方面具有较强的竞争力及技术先进性，对行业新进入者构成一定的技术壁垒。该技术壁垒主要体现在：溶液配方开发涉及精细化工、微生物、医学、毒理学等专业，加之湿巾、面膜产品与人体皮肤直接接触，为确保产品质量的安全性，溶液配方开发需要通过严格的原料安全性评估、毒理学评估、防腐挑战测试以及配方稳定性测试等。前述评估和测试需要较长的时间周期，需耗费大量人力和时间成本。通常只有行业经验丰富、研发实力雄厚的湿巾类产品制造商才具备溶液配方开发的技术能力。产品设计、生产工艺及质量控制的核心技术更是需要长期的经验积累和反复实践，以及持续的研发投入和人才的培养。

公司的创新、创意以市场及客户的需求为导向，创新、创意形成的专利、技术秘密以及实用技术应用于公司产品的研发、生产过程，将公司的创新、创意能力转化为创造能力，实现经济效益。

基于公司在溶液配方、产品设计、生产工艺及质量控制等方面的优势，公司与 Woolworths、金佰利集团、强生公司、欧莱雅集团、3M、贝亲等世界知名企业建立了多年的长期合作关系，公司的产品赢得了前述客户的认可和信任。并且，随着合作关系的深入发展，公司与上述客户的业务量呈持续增长趋势。

（二）发行人科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况

公司作为专业的湿巾类产品制造商，充分利用自身在湿巾类产品研发、设计及生产制造领域积累的丰富经验与技术实力，顺应行业发展趋势，与利洁时 ENA、Woolworths、金佰利集团、强生公司、欧莱雅集团、3M、贝亲等世界知名企业进行分工合作。公司专注于湿巾类产品的研发、设计与生产制造，以 ODM/OEM 的方式为客户生产制造湿巾类产品。利洁时 ENA、Woolworths、金佰利集团、强生公司、欧莱雅集团、3M、贝亲等世界知名企业利用其品牌、营销、渠道等方面的优势，专注于产品的品牌维护和市场推广，双方实现互利共赢。

公司通过了世界知名企业客户的合格供应商认证，并建立了标准的 GMP 生产车间。同时，公司从日本、意大利、美国、以色列、土耳其等国家引进先进的

产品生产线。近年来，信息化、智能化技术在世界范围推广，德国政府开始推行“工业 4.0”战略。2015 年 5 月，我国发布《中国制造 2025》战略规划，全面实施制造强国战略，加快推动新一代信息技术与制造技术融合发展，把智能制造作为两化深度融合的主攻方向，推进生产过程智能化，培育新型生产方式，全面提升企业研发、生产、管理和服务的智能化水平。公司顺应行业发展潮流，对生产线进行信息化、智能化改造，引进了自动检测、自动装箱、自动码垛、自动扫码等一系列智能制造设备，极大地提高了公司生产效能。2019 年 11 月，公司取得了上海质量管理科学研究院颁发的《两化融合管理体系评定证书》，公司的管理体系符合《信息化和工业化融合管理体系要求》（GB/T 23001-2017）。未来，公司仍将密切关注行业技术发展的最前沿，持续推进公司生产制造的信息化、智能化，实现由“中国制造”跨入“中国智造”的发展目标。

（三）发行人具有成长性

发行人专注于湿巾类产品的研发、生产与销售。随着消费者生活质量的提高和卫生习惯的养成，湿巾行业具有广阔的市场前景与成长空间。

近年来，发行人产品的销售规模和出口排名在同行业公司中位居前列。根据中国造纸业协会生活用纸专业委员会的统计数据，2015 至 2017 年，发行人位列全国湿巾出口量排名第 2 位、第 3 位、第 3 位。2017 年至 2019 年，发行人位列全国擦拭巾/湿巾生产商和品牌（主要按销售额综合排序）第 3 位、第 5 位、第 5 位。报告期内，发行人营业收入分别为 28,302.91 万元、27,743.03 万元和 74,301.05 万元，最近 3 年营业收入复合增长率为 62.02%；发行人净利润分别为 5,763.26 万元、6,812.27 万元和 17,963.49 万元，最近 3 年净利润复合增长率为 76.55%，整体增长趋势较为明显，发行人具有较强的成长性。

（四）发行人不属于创业板上市推荐行业负面清单

根据中国证监会颁布的《上市公司行业分类指引（2012 年修订）》，发行人行业分类为“C26 化学原料和化学制品制造业”；根据国家统计局发布的《国民经济行业分类（GB/T 4754-2011）》，发行人行业分类为“C26 化学原料和化学制品制造业”范畴下的“C268 日用化学产品制造”，具体细分行业类别为“C2689 其他日用化学产品制造”。

发行人所处行业不属于《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定》中设置的上市推荐行业负面清单，符合创业板上市的行业要求。

（五）发行人未来发展方向

未来，公司将进一步扩大产能、延伸公司的产品线，继续深化以湿巾类产品为核心业务的专业化布局。公司将根据行业发展趋势，以用户和市场需求为导向，加大研发投入和技术创新，持续改进现有产品，研发和扩大高端产品系列，不断丰富产品种类和结构，满足客户对更高品质、更多功能的产品需求，巩固并持续提升公司在溶液配方、产品设计、生产工艺、质量控制和客户资源等方面的优势及行业地位，力争将公司打造成具有国际竞争力的知名湿巾类产品研发与生产制造企业。

综上，发行人专注于湿巾类产品的研发、生产与销售，拥有核心技术，具备持续创新能力，属于利用创新驱动的成长型创新企业，发行人符合《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定》关于创业板定位的要求。”

三、中介机构核查意见

（一）核查过程

保荐机构执行了以下核查程序：

- 1、访谈发行人主要管理层和核心技术人员，了解发行人产品及生产技术的先进性；
- 2、访谈发行人董事长，了解公司未来发展战略规划；
- 3、查阅相关行业研究资料、行业分析报告，了解行业技术水平；
- 4、查阅发行人专利证书、资质证书、奖项证书及参与国家、地方标准制订的相关文件资料，了解发行人的竞争力及技术先进性；
- 5、查阅《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定》，核查发行人是否符合创业板定位要求；
- 6、现场查看发行人生产车间及生产过程，了解发行人生产工艺流程。

（二）核查意见

经核查，保荐机构认为：

1、发行人在溶液配方、产品设计、生产工艺及质量控制等方面具有较强的竞争力及技术先进性，对行业新进入者构成一定的技术壁垒；

2、发行人专注于湿巾类产品的研发、生产与销售，拥有核心技术，具备持续创新能力，属于利用创新驱动的成长型创新企业，发行人符合《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定》关于创业板定位的要求。

12. 关于资质

根据申报文件及首轮问询回复：

(1) 美国食品药品监督管理局 FDA 注册证明、美国环境保护署 EPA 注册认证、HALAL 认证等认证、BRC 全球消费品标准认证、化妆品良好生产规范 ISO 22716，获取难度较大，是发行人进入美国市场、欧盟市场、穆斯林国家的重要认证与必备条件。

(2) 发行人取得的美国食品药品监督管理局 FDA 注册证明、美国环境保护署 EPA 注册认证 (TL2009010JY)、BRC 全球消费品标准认证 (CN15/21521)、化妆品良好生产规范 ISO 22716 (CN14/30774)、化妆品良好生产规范 US FDA CFSAN (CN14/30775) 临近有效期。

请发行人补充披露：

(1) 临近期满的资质与认证的续期进展，是否存在续期障碍，相关资质对发行人主营业务开展的影响。

(2) 发行人作为 ODM/OEM 生产厂商，与客户在产品质量责任方面的划分是否清晰，发行人与主要客户、终端消费者历史上是否存在产品质量纠纷或投诉。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

【回复】

一、临近期满的资质与认证的续期进展，是否存在续期障碍，相关资质对发行人主营业务开展的影响。

截至本审核问询函回复出具日，发行人临近期满的资质与认证的续期情况如下：

序号	证书名称/编号	到期日	续期情况
1	美国食品药品监督管理局 FDA 注册证明	2020.12	已经换发新证，有效期至 2021 年 12 月 31 日
2	BRC 全球消费品标准认证(CN15/21521)	2020.11	已经换发新证，有效期至 2021 年 11 月 5 日

序号	证书名称/编号	到期日	续期情况
3	化妆品良好生产规范 ISO 22716 (CN14/30774)	2020.12	已经换发新证,有效期至 2023年6月26日
4	化妆品良好生产规范 US FDA CFSAN (CN14/30775)	2020.12	已经换发新证,有效期至 2023年6月26日
5	美国环境保护署 EPA 注册认证	2021.01	已经换发新证,有效期至 2022年1月1日

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“七、特许经营权情况及发行人取得的主要资质、认证情况”之“(二) 发行人取得的主要资质、认证情况”修改并补充披露如下:

“公司已取得经营活动所需的全部资质、认证,具体情况如下:

序号	证书名称/编号	发证部门	持证单位	发证日期	有效日期
1	消毒产品生产企业卫生许可证 (皖卫消证字[2003]第 0010 号)	安徽省卫生健康委员会	发行人	2020.05	2023.07
2	化妆品生产许可证(皖妆 20160008)	安徽省药品监督管理局	发行人	2020.11	2021.11
3	对外贸易经营者备案登记表 (04455617)	铜陵市商务局	发行人	2020.08	长期
4	中华人民共和国海关报关单位注 册登记证书	铜陵海关	发行人	2016.07	长期
5	食品经营许可证 (JY33407020047983)	铜陵市铜官区食品 药品监督管理局	发行人	2018.03	2023.03
6	两化融合管理体系评定证书 (AIIITRE-00819IIIMS0043101)	上海质量管理科学 研究院	发行人	2019.11	2022.11
7	美国食品药品监督管理局 FDA 注册证明	Manton Business and Technology Services	发行人	2020.12	2021.12
8	美国环境保护署 EPA 注册认证 (TL2009011JY)	America A9 Enterprise Ltd.	发行人	2021.01	2022.01
9	BRC 全球消费品标准认证 (CN15/21521)	SGS United Kingdom Ltd.	发行人	2020.11	2021.11
10	化妆品良好生产规范 ISO 22716 (CN14/30774)	SGS CSTC Standards Technical Services Co., Ltd.	发行人	2020.06	2023.06
11	化妆品良好生产规范 US FDA CFSAN (CN14/30775)	SGS CSTC Standards Technical Services Co., Ltd.	发行人	2020.06	2023.06
12	FSC 森林管理体系认证证书 (GFA-COC-003614)	GFA Certification GmbH	发行人	2019.01	2024.01

序号	证书名称/编号	发证部门	持证单位	发证日期	有效日期
13	HALAL 认证 (00150087590218)	Majelis Ulama Indonesia	发行人	2020.03	2022.03
14	质量管理体系 ISO9001: 2015 认证证书 (U006618Q0374R1M)	华夏认证中心有限公司	发行人	2020.08	2021.08
15	环境管理体系 ISO14001: 2015 认证证书 (U006618E0197R1M)	华夏认证中心有限公司	发行人	2020.08	2021.08
16	职业健康安全管理体系 GB/T 45001-2020/ISO 45001: 2018 认证证书 (02120S10560R3M)	华夏认证中心有限公司	发行人	2020.08	2023.08
17	固定污染源排污登记回执 (登记编号: 913407007139162382001X)	全国排污许可证管理信息平台	发行人	2021.03	2025.03
18	消毒产品生产企业卫生许可证 (皖卫消证字[2020]第 G001 号)	安徽省卫生健康委员会	发行人	2020.09	2024.09
19	海关进出口货物收发货人备案回执	铜陵海关	发行人	2020.09	长期
20	美国环境保护署 EPA 注册认证 (TL2021022JY)	America A9 Enterprise Ltd.	发行人	2021.01	2022.01

为了保证各项证书的有效性,公司配有专职人员并按照各项认证体系要求进行内审,及时办理认证续期手续,确保认证的有效性。报告期内,公司不存在认证超过有效期或者认证失效的情况,亦不存在认证到期后无法续期的情形。

.....”

二、发行人作为 ODM/OEM 生产厂商,与客户在产品质量责任方面的划分是否清晰,发行人与主要客户、终端消费者历史上是否存在产品质量纠纷或投诉。

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“五、发行人主要产品的质量控制情况”之“(三)产品质量纠纷情况”修改并补充披露如下:

“公司质量管理控制体系对于客户退货或投诉、以及不合格品处理等相关内容均制定了严格的规范和指引。生产过程中发现不合格品,立即停止生产,由质量部协同其他部门查明原因后、重新返工或直接销毁报废。收到客户退货或投诉后,由信息接收部门将投诉信息转交质量部进行调查处理,质量部组织职能部门进行核查,确认原因,根据原因制定对应的纠正和预防措施,满足客户需求。

作为 ODM/OEM 生产厂商，公司与主要客户签订销售合同、质量协议，对产品质量责任的划分进行约定。公司应按照客户提出的质量标准要求进行生产，因公司生产加工导致的产品质量问题由公司承担，若为客户自身原因造成，公司可以免责，具体情况如下：

序号	客户名称	产品质量责任划分
1	利洁时 ENA	洁雅股份应根据约定的规格、质量标准、全球制造质量手册和相关技术协议生产和供应产品，若出现不符合上述规定或可以合理预见产品可能对任何第三方产生责任，则立即书面通知买方，使买方能够自行决定是否需要召回；洁雅股份提供与召回有关的所有必要支持和帮助。买方自行决定对不符合规格的产品是否需要召回
2	WOOLWORTHS GROUP LIMITED	洁雅股份应按照样品的标准、质量、规格进行生产，以适合客户销售；当货物交付后，如客户发现货物不符合要求，客户有权将货物退回，并要求洁雅股份更换或修理，费用由洁雅股份承担
3	JOHNSON&JOHNSON PTE.LTD.	洁雅股份应在提供产品和服务时持续满足客户的需求，确保产品和服务的预期使用具有安全性，并且按预期执行并安全地用于预期用途。洁雅股份必须满足特定的最低质量要求，遵守产品销售地的法规。如因洁雅股份出售不符合规定的产品或有缺陷的产品，导致强生公司遭受损失的，应对强生公司进行赔偿，但因强生公司故意、重大过失或违约导致的，赔偿金额应适当减少
4	碧谛艾医疗器械(上海)有限公司	洁雅股份应根据双方议定的产品规格要求进行生产，并按批次提供产品质量测试证书，负责任何不合格产品的退货。由于产品未能达到规格或包装和货运规格引起的人身损害或财产损失，碧谛艾及其子公司、关联公司、高级职员、董事、员工和代理免于承担因上述行为导致的任何及全部损失。 因碧谛艾的疏忽作为、不作为或错误行为或洁雅股份遵守碧谛艾有关产品及制造的规格仍产生的索赔，由碧谛艾做出赔偿
5	杭州贝咖实业有限公司	洁雅股份产品需符合国家和行业颁布的最新质量标准、双方约定的质量标准以及样品的质量标准，提供相应的检测报告和评估报告。 如洁雅股份提供的产品存在质量问题，除因杭州贝咖提供的设计方案自身存在严重技术缺陷或可归于第三人外，洁雅股份应自行返工、进行赔偿并承担杭州贝咖所遭受的损失
6	苏州尚美国际化妆品有限公司	根据尚美提供的质量规格书和料体检测标准进行生产制造与检测

完善的质量控制体系对产品品质提供了有力的支持与保证，除去一些因外包装破损等问题造成的少量返工外，公司报告期内从未发生过重大质量事件，与主要客户、终端消费者亦不存在产品质量纠纷或投诉。

公司严格遵守国家有关产品质量、质量技术监督方面的法律、法规，产品符

合相关国家标准和行业标准，不存在因违反产品质量和技术监督方面的法律、法规而受到行政处罚的情形，公司报告期内未发生产品质量纠纷或潜在纠纷。”

三、中介机构核查意见

（一）核查过程

保荐机构和发行人律师执行了以下核查程序：

1、查阅了发行人的资质与认证相关文件，了解资质与认证的到期与续期情况；

2、查阅了发行人报告期内与主要客户签订的销售合同、质量协议资料，了解发行人与客户在产品质量责任方面的划分情况；

3、对发行人产品质量部门负责人及主要客户进行访谈；查阅了发行人出具的有关产品质量情况的说明、铜陵市市场监督管理局出具的发行人不存在违反质量技术监督管理有关法律法规的证明文件，核查发行人是否存在产品质量纠纷或投诉等相关情况；

4、通过中国裁判文书网（<http://wenshu.court.gov.cn/>）、中国执行信息公开网（<http://zxgk.court.gov.cn/>）等公开网站进行检索，了解发行人是否存在产品质量纠纷或投诉等相关情况。

（二）核查意见

经核查，保荐机构和发行人律师认为：

1、发行人临近期满的资质与认证均已办理续期手续；

2、发行人作为 ODM/OEM 生产厂商，与客户在产品质量责任方面的划分清晰，与主要客户、终端消费者不存在产品质量纠纷或投诉。

13. 关于股权冻结事项

根据申报文件和首轮问询回复：

(1) 铜陵市市场监督管理局核查了公司工商登记备案的公司章程修正案等资料后发现，2016年5月，东方汇富即退出洁雅股份，在协助执行的时点，东方汇富已不再持有洁雅股份任何股权，国家企业信用信息公示系统中公示的东方汇富为洁雅股份股东的信息存在错误。

(2) 铜陵市市场监督管理局于2020年3月5日向深圳市中级人民法院、上海金融法院提出执行异议。2020年10月28日，经铜陵市市场监督管理局异议、复议，广东省高级人民法院出具《执行裁定书》（〔2020〕粤执复778号），撤销深圳市中级人民法院作出的《协助执行通知书》《协助公示通知书》。上海金融法院执行异议案件正在审理中。

请发行人：

(1) 补充披露上海金融法院执行异议案件的最新进展，针对该事项发行人及相关方已采取或拟采取的措施。

(2) 补充披露东方汇富所持股份的代持及解除、股权转让的具体情况，相关股份历次代持、解除代持、转让过程是否清晰、是否存在纠纷或瑕疵。

(3) 结合涉及纠纷股权的数量、比例、金额等因素和《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》第十二条第二款的规定，分析股权冻结及纠纷事项对发行人控制权稳定、股权清晰的影响。

请保荐人、发行人律师发表明确意见，并说明核查方式、过程和依据。

【回复】

一、补充披露上海金融法院执行异议案件的最新进展，针对该事项发行人及相关方已采取或拟采取的措施。

发行人已在招股说明书“第十一节 其他重要事项”之“四、其他说明事项”补充披露如下：

“……

2020年2月，公司知悉该等股权冻结公示信息，向铜陵市市场监督管理局提出异议。铜陵市市场监督管理局核查了公司工商登记备案的公司章程修正案等资料后发现，2016年5月，东方汇富即退出洁雅股份，在协助执行的时点，东方汇富已不再持有公司任何股份，国家企业信用信息公示系统中公示的东方汇富为发行人股东的信息存在错误。

为此，铜陵市市场监督管理局于2020年3月5日向深圳市中级人民法院、上海金融法院提出执行异议，并于2020年3月15日向安徽省市场监督管理局发函，要求更正国家企业信用信息公示系统中洁雅股份股东登记错误。

安徽省市场监督管理局在核实情况后已经对国家企业信用信息公示系统中的登记错误予以了更正。2020年10月28日，经铜陵市市场监督管理局异议、复议，广东省高级人民法院出具（2020）粤执复778号《执行裁定书》，撤销深圳市中级人民法院作出的《协助执行通知书》《协助公示通知书》。广东省高级人民法院在其作出的《执行裁定书》中明确认定，在深圳市中级人民法院协助冻结通知书送达前，东方汇富已不再持有发行人股份。目前，铜陵市市场监督管理局已经撤销了为深圳市中级人民法院办理的协助冻结公示。

2021年2月7日，上海金融法院出具（2021）沪74执异18号《执行裁定书》，裁定撤销铜陵市市场监督管理局协助公示冻结东方汇富持有发行人股权数额2,292,099元的执行行为。上海金融法院在其作出的《执行裁定书》中明确认定，东方汇富并非发行人的发起人，且在上海金融法院协助公示通知书送达铜陵市市场监督管理局前，东方汇富已不再持有发行人股权。目前，铜陵市市场监督管理局已经撤销了为上海金融法院办理的协助冻结公示。

截至本招股说明书签署日，发行人股权清晰，股东所持发行人股份不存在诉讼、仲裁、纠纷、冻结情况。

……”

本次股权冻结的协助执行方铜陵市市场监督管理局为纠正本次协助执行错误，采取了以下措施：

商请安徽省市场监督管理局注册局更正国家企业信用信息公示系统中洁雅股份发起人一栏的公示错误，并由安徽省市场监督管理局注册局更正完成；向上海金融法院出具公函，告知上海金融法院本次协助执行存在错误，请求上海金融法院进行更正；依照法定程序向上海金融法院提出执行异议；根据上海金融法院裁定，依法申请撤销了国家企业信用信息公示系统公示的股份冻结信息。

二、补充披露东方汇富所持股份的代持及解除、股权转让的具体情况，相关股份历次代持、解除代持、转让过程是否清晰、是否存在纠纷或瑕疵。

发行人已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“六、发行人股本情况”之“（十）发行人历史沿革中委托持股情况”之“1、委托持股的形成、还原及转让情况”补充披露如下：

“1、委托持股的形成、还原及转让情况

（1）2009年9月，公司召开2009年度第一次股东大会，同意公司新增股本520万股，并由徽商基金认购其中的2,047,619股。同月，为实现专业管理，徽商基金与富尔迅、支上投资、阚晓敏、徐霄和杨德林等5名实际出资人分别签订《委托持股（代持股）协议》，约定徽商基金代富尔迅、支上投资、阚晓敏、徐霄和杨德林持有公司238,095股、1,190,476股、238,095股、95,238股、285,714股股份；其中支上投资委托徽商基金持有的公司股份的实际出资人为陶宏，2009年12月，支上投资与陶宏签订《委托持股（代持股）协议书》，约定支上投资代陶宏持有发行人1,190,476股股份。

（2）2010年8月，因东方汇富退出徽商基金，为方便投资项目后续管理，徽商基金与东方汇富签订《股权转让协议书》及《股权转让协议书补充协议》，将徽商基金代上述实际出资人持有的发行人的股份转让给东方汇富代持。徽商基金本次向东方汇富转让公司股份实际系代持人的变更，就此代持人变更，支上投资、富尔迅、阚晓敏、徐霄、杨德林已在2010年8-9月期间分别出具《同意转持确认函》予以同意，并与东方汇富分别签订了《委托持股（代持股）协议》。

（3）2011年5月，公司召开2010年年度股东大会，决定以资本公积转增股本320万股，本次转增后，东方汇富代持的股份变更为2,292,099股。

(4) 2014年6月,富尔迅、阚晓敏、徐霄、杨德林将东方汇富代持的发行人股份转让给东方汇富,转让价款分别为70万元、70万元、28万元、84万元,并分别出具《投资终止确认函》。东方汇富向富尔迅、阚晓敏、徐霄、杨德林支付了股份转让价款。富尔迅、阚晓敏、徐霄、杨德林与东方汇富之间的股份代持关系因此解除,上述被代持的公司股份转由东方汇富实际持有。

(5) 2014年8月,东方汇富分别与苏州银创、前海银创签订《股权转让协议》,约定将其从富尔迅、阚晓敏、徐霄、杨德林处受让的公司股份全部转让给苏州银创和前海银创,其中向苏州银创转让685,345股,向前海银创转让274,142股,转让价款分别为180万元、54万元。苏州银创、前海银创按约定支付了股份转让价款。同时,为便于东方汇富对主导投资的项目进行集中管理,苏州银创、前海银创与东方汇富签订《委托持有协议书》,约定苏州银创、前海银创从东方汇富受让的公司股份,仍由东方汇富继续代持。

(6) 2016年5月,东方汇富分别与前海银创、苏州银创签署《解除股份代持协议》,约定东方汇富将受托持有的发行人股份分别还原给前海银创、苏州银创直接持有。至此,东方汇富与苏州银创、前海银创之间委托持股关系解除。

2016年5月,东方汇富、前海银创、支上投资签订《转代持协议》,约定原东方汇富代支上投资持有的公司股份转由前海银创代为持有。

2016年6月,公司就本次代持还原及代持人变更在铜陵市工商行政管理局办理了章程修正案的备案手续。

(7) 2017年6月,陶宏、支上投资与前海银创签订《解除股份代持协议》,约定前海银创代支上投资持有的发行人1,332,624股的股份还原给陶宏,由陶宏直接持有。同月,陶宏、支上投资与前海银创签订《股份转让协议》,约定陶宏将所持133,262股公司股份转让给前海银创。至此,发行人历史上存在的股份代持情形通过股份转让和股份还原全部解除。

2017年7月,公司就本次代持还原、股份转让在铜陵市工商行政管理局办理了章程修正案的备案手续。

(8) 2018年12月,陶宏与徐玉林签订《股份转让合同》,约定陶宏将所持

公司股份 219,360 股转让给徐玉林，股份转让价款为 88.84 万元。同月，陶宏与明源基金签订《股份转让合同》，约定陶宏将所持公司股份 980,000 股转让给明源基金，股份转让价款为 396.90 万元。此后，陶宏与徐玉林、明源基金就上述《股份转让合同》分别签订了补充合同，将股份转让价款分别增加 9.78 万元、43.70 万元，作为本次股份转让需缴纳的税费。

(9) 2019 年 7 月，苏州银创、前海银创与蔡英传签订《股权转让协议》，约定苏州银创、前海银创将所持公司股份 685,345 股、407,406 股转让给蔡英传，转让价款分别为 189.997 万元、112.9444 万元。

保荐机构及发行人律师经核查后认为，东方汇富所持股份历次代持、解除代持、转让过程清晰、明确，不存在纠纷或瑕疵。

.....”

三、结合涉及纠纷股权的数量、比例、金额等因素和《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》第十二条第二款的规定，分析股权冻结及纠纷事项对发行人控制权稳定、股权清晰的影响。

根据铜陵市市场监督管理局出具的说明、发行人工商资料、《解除股份代持协议》《转代持协议》、国家企业信用信息公示系统公示信息、广东省高级人民法院出具的《执行裁定书》（（2020）粤执复 778 号）、上海金融法院出具的《执行裁定书》（（2021）沪 74 执异 18 号）等资料，本次股权冻结及纠纷事项对发行人控制权稳定、股权清晰不会构成影响，具体如下：

1、本次股权冻结，其本质是事实认定错误导致的执行偏差，与发行人现有股东持有的公司股份无关。广东省高级人民法院、上海金融法院作出的已生效《执行裁定书》对上述事实已明确认定。

2、铜陵市市场监督管理局已出具说明，确认本次股权冻结事项未对发行人的股份造成任何限制；且，截至目前本次股份冻结公示已经被撤销。因此，本次股份冻结公示不会对发行人此后发生的股份转让及发行人控制权稳定、股权清晰产生影响。

3、东方汇富曾经持有的发行人 229.2099 万股股份，经代持还原及数次转让

后，由发行人实际控制人受让 109.2751 万股（占发行人股份比例为 3.59%），目前，发行人实际控制人持有公司股份比例为 74.06%，即便扣除该等受让的股份，也不影响发行人控制权稳定。

四、中介机构核查意见

（一）核查过程

保荐机构及发行人律师执行了以下核查程序：

1、查阅了《上海金融法院民事裁定书》（（2018）沪 74 民初 1375 号）、《广东省深圳市中级人民法院执行裁定书》（（2018）粤 03 执 2620 号）、广东省高级人民法院出具的《执行裁定书》（（2020）粤执复 778 号）、上海金融法院出具的《执行裁定书》（（2021）沪 74 执异 18 号）、铜陵市市场监督管理局出具的《关于铜陵洁雅公司相关股东股权情况的说明》及《关于铜陵洁雅公司相关股东股权情况的补充说明》；查阅了铜陵市市场监督管理局申请执行异议的有关资料；登录国家企业信用信息公示系统查询发行人相关情况；查阅了发行人工商资料及《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》的相关规定；

2、获取并查阅了股份代持相关的《股权转让协议》、《委托持股（代持股）协议书》、《投资终止确认函》、《税收完税证明》、《解除股份代持协议》、《转代持协议》、价款支付凭证等书面文件；获取并查阅了支上投资股东会决议、支上投资股东出具的《声明及承诺函》；对股份代持相关人员进行了访谈并制作了访谈笔录。

（二）核查意见

经核查，保荐机构及发行人律师认为：

1、2021 年 2 月 7 日，上海金融法院出具（2021）沪 74 执异 18 号《执行裁定书》，裁定撤销铜陵市市场监督管理局协助公示冻结东方汇富持有发行人股权数额 2,292,099 元的执行行为。上海金融法院在其作出的《执行裁定书》中明确认定，东方汇富并非发行人的发起人，且在上海金融法院协助公示通知书送达铜陵市市场监督管理局前，东方汇富已不再持有发行人股权。目前，铜陵市市场监督管理局已经撤销了为上海金融法院办理的协助冻结公示。

本次股权冻结的协助执行方铜陵市市场监督管理局为纠正本次协助执行错误，采取了以下措施：

商请安徽省市场监督管理局注册局更正国家企业信用信息公示系统中洁雅股份发起人一栏的公示错误，并由安徽省市场监督管理局注册局更正完成；向上海金融法院出具公函，告知上海金融法院本次协助执行存在错误，请求上海金融法院进行更正；依照法定程序向上海金融法院提出执行异议；根据上海金融法院裁定，依法申请撤销了国家企业信用信息公示系统公示的股份冻结信息；

2、东方汇富所持股份的历次代持、解除代持及转让过程清晰、明确，不存在纠纷或瑕疵；

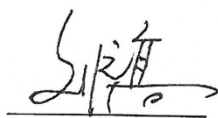
3、东方汇富曾经持有的发行人股份 229.2099 万股，经代持还原及数次转让后，由发行人实际控制人受让了其中的 109.2751 万股，占发行人股份比例为 3.59%。目前，发行人实际控制人持有公司股份比例为 74.06%，即便扣除该等受让的股份，也不影响发行人控制权稳定。

（此页无正文，为铜陵洁雅生物科技股份有限公司《关于铜陵洁雅生物科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第二轮审核问询函的回复》之签章页）

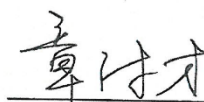


（此页无正文，为国融证券股份有限公司《关于铜陵洁雅生物科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第二轮审核问询函的回复》之签章页）

保荐代表人：



刘元高



章付才



保荐机构董事长声明

本人已认真阅读铜陵洁雅生物科技股份有限公司本次审核问询函回复报告的全部内容，了解报告涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，本次审核问询函回复报告内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

保荐机构董事长签名：


侯守法



保荐机构总裁声明

本人已认真阅读铜陵洁雅生物科技股份有限公司本次审核问询函回复报告的全部内容，了解报告涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，本次审核问询函回复报告内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

保荐机构总裁签名：



张智河

