

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

容诚专字[2021]230Z1933 号

容诚会计师事务所(特殊普通合伙)

中国·北京

容诚专字[2021]230Z1933 号

容诚会计师事务所（特殊普通合伙）

关于《铜陵洁雅生物科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第二轮审核问询函（审核函（2020）010905 号）》
中相关财务问题的核查意见

深圳证券交易所：

根据贵所于 2020 年 12 月 07 日出具的《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“第二轮审核问询函”，我们对铜陵洁雅生物科技股份有限公司第二轮审核问询函中相关内容进行了修订，请予审核。

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

本问询函回复的字体：

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

1. 关于金佰利集团

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。

(一)判断标准

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

- 1、发行人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、发行人承担原材料生产加工中的保管和灭失、价格波动等风险；
- 3、发行人具备对最终产品的完整销售定价权；
- 4、发行人以其最终产品对客户承担主要责任；
- 5、发行人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。

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

- 1、发行人按照客户要求，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、发行人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、发行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了原材料采购定价，由此导致发行人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，发行人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。

(二)相关规定

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：实务中，发行人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。

《监管规则适用指引——会计类第1号》第15条表述：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。

综上，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表述及《监管规则适用指引——会计类第1号》第15条表述，发行人采用总额法和净额法确认收入的判断标准符合上述两条指引的规定。

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。

(一)发行人向客户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，发行人销售金佰利集团产品所用无纺布由发行人直接向诺邦股份采购。

自2015年下半年开始，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，发行人通过金佰利集团采购主要原材料无纺布。

(二)发行人与金佰利集团的业务细节

发行人向金佰利集团采购无纺布的业务具体情况主要如下：

1、发行人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

发行人向金佰利集团采购的可冲散型无纺布规格型号主要为KCSN55g-119.25cm和KCSN55g-53cm两种，报告期内，发行人亦直接向诺邦股份采购过这两种型号的无纺布，用于“北大荒”和“洁云”等其他客户品牌产品的生产，因此发行人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。

2、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，金佰利集团与发行人亦约定了销售的无纺布用于金佰利集团产品生产。发行人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。

3、发行人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

发行人根据市场行情、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、采购数量以及采购价格等，并承担了原材料的积压、毁损风险。发行人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。

4、发行人与金佰利集团的采购和销售协议并非同时签署

发行人根据自身生产计划、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发行人下达销售订单。两者分别独立进行，发行人与金佰利集团的采购协议与销售协议并非同时签署。

(三)发行人与金佰利集团的交易实质为**受托加工业务**，按净额法更正后的会计处理符合《企业会计准则》的相关规定

报告期内，2020年4月前，发行人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发行人向大连瑞光采购，具体采购流程如下：发行人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发行人；发行人根据上述需求清单和采购价格向大连瑞光下达采购订单；大连瑞光向发行人发货，并与发行人结算货款。

发行人对金佰利集团上述整体业务进行了全面梳理和审慎分析评估后，认为上述整体业务的实质为**受托加工业务**，为更恰当反映实际经营情况，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，具体原因如下：

1、发行人未完全承担原材料价格波动风险

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

2、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。但根据发行人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，发行人向金佰利集团销售产品价格始终是发行人就同等产品或服务向任何客户收取的最低价。实际业务开展过程中，由于发行人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，导致发行人对最终产品的销售定价权并不完整。

3、金佰利集团参与对其产品相关存货的继续管理

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

4、发行人直接采购原材料的情况

自 2020 年 4 月起，发行人直接向大连瑞光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发行人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了发行人与大连瑞光的采购定价，并在此原材料价格基础上确定对应产品的销售价格。基于上述情况，发行人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发行人与金佰利集团之间的销售价格并非完全公允，发行人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发行人的主要客户又是供应商的情况，出于谨慎性考虑，发行人与金佰利集团之间的整体业务实质上为**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，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。

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。

(一)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

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：为使发行人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，由于金佰利集团与诺邦股份深度合作多年，具有较强的采购议价能力，发行人通过金佰利集团间接向诺邦股份采购主要原材料无纺布，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，为了更加准确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。

(二)发行人对金佰利集团不存在渠道或价格等方面的依赖

基于发行人与金佰利集团之间的业务实质为**受托加工业务**，为了更加恰当地反映实际经营情况，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，因此，发行人对金佰利集团不存在渠道或价格等方面的依赖。

(三)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。但由于发行人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，导致发行人对最终产品的销售定价权并不完整。

(四)发行人与金佰利集团不存在关联关系

发行人董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及主要关联方或持有发行人5%以上股份的股东未在金佰利集团中享有权益。发行人无直接、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，金佰利集团与发行人、发行人主要股东、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员、离职员工不存在关联关系或无商业实质的资金往来、共同投资、利益输送等情形。发行人与金佰利集团之间不存在关联关系。

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。

根据发行人采用总额法和净额法确认收入的判断标准说明分别采用总额法和净额法的原因及合理性：

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 代采的原材料并非利洁时 ENA 产品所特有，发行人能够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，发行人在实质上未取得原材料的控制权，不能够利用原材料获得几乎全部经济利益
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质量问题负责
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是产品购销业务还是委托加工业务，分别按照总额法、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。

【核查程序及核查结论】

1、核查程序

(1)获取发行人总额法和净额法确认收入标准，对照中国证监会《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，分析发行人总额法与净额法确认收入判断标准是否符合规定；

(2)获取相关客户的产品销售合同/订单、主要原材料的采购合同/订单，检查合同主要条款及相关产品销售情况、主要原材料采购情况；检查发行人相关业务对应凭证、出入库单据、发票等支撑材料；

(3)向发行人、金佰利集团了解金佰利集团指定供应商情况，向发行人、诺

邦股份、金佰利集团了解发行人通过金佰利集团间接采购无纺布的业务背景；

(4)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；向发行人销售部门业务人员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；检查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；

(5)访谈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，检查发行人相关处理是否符合《企业会计准则》相关规定。

2、核查意见

经核查，申报会计师认为：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表述及《监管规则适用指引——会计类第1号》第15条表述，发行人采用总额法和净额法确认收入的判断标准符合相关规定；发行人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，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仅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；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；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。

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。

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，如果发行人主要客户采购计划或生产经营状况发生重大不利变化，将会对发行人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。

(一) 发行人与 Woolworths 之间业务往来

1、发行人第一大客户 Woolworths 不存在重大不确定性

发行人主要客户 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、发行人与 Woolworths 的合作未发生重大不利变化

2009 年，发行人与 Woolworths 发生业务联系。2009 年 8 月至 2010 年 6 月，发行人通过 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，发行人与 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，发行人根据 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。发行人与 Woolworths

合作粘度较强，业务联系十分紧密，有利于发行人持续获取新湿巾品种订单，合作具备可持续性。2018年8月，发行人与 Woolworths 续签了为期5年的向发行人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，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、Voey 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 并未计划将其与发行人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 已向包括发行人在内的亚洲供应商出具《Woolworths 持续与全球包括亚洲及中国供应商保持紧密合作来持续产出创新与高质量的产品》，对相关事实进行澄清，具体如下：

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

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

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

综上，发行人主要客户 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。发行人通过 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，发行人向 Woolworths 销售金额持续稳定增加，且自 2019 年 6 月开始，发行人与 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，但经发行人向 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，发行人主要客户 Woolworths 不属于具有重大不确定性客户，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。

(二)发行人与主要客户合作长期稳定，业务具有持续性，同时发行人具备独立面向市场获取业务、并主动开发新客户的能力，发行人未来持续经营能力不存在重大不确定性风险

发行人凭借先进的技术工艺、优质的产品质量和良好的企业信誉，成功通过 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，发行人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、金佰利集团、强生公司、欧莱雅集团等四家主要客户基本情况及与发行人合作历史主要如下：

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	双方自 2009 年开展合作，

主要客户	基本情况	合作历史
	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	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
金佰利集团	金佰利（中国）有限公司系金佰利集团全资子公司。金佰利集团成立于 1872 年，是全球健康卫生护理领域的领导者，已于纽约证券交易所上市（股票代码：KMB），其三大核心业务分别为个人健康护理用品、家庭生活用纸和商用消费产品。金佰利集团在全球 35 个国家和地区设有生产设施，产品销往超过 175 个国家和地区，2020 年销售额逾 191 亿美元	双方自 2012 年开展合作，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，发行人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，发行人向其实现销售收入 2.61 亿元，从而导致发行人向其他客户实现的销售收入占比下降

报告期内发行人与主要客户合作时间较长，发行人产品质量、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，发行人对主要客户的销售产品种类不断丰富，销售数量及金额保持持续稳定增长。因此，发行人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，发行人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，发行人通过其他客户介绍，首次接触并拜访利洁时 ENA，初步开展业务联系。2020 年上半年，发行人通过利洁时 ENA 的产品风险评估和现场审核，成为其合格供应商。2020 年 6 月，双方签署意向书，发行人开始试生产。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，发行人向利洁时 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 已成为发行人第一大客户。

2019 年，发行人主动与贝咖实业建立联系，经过多项检验和认证后，成为贝咖实业的合格供应商，并为其生产 Babycare 品牌湿巾。凭借技术研发、质量控制、产品种类等方面的核心竞争优势，发行人能够在缩短新产品的研发周期的同时，保证产品的稳定性和可靠性，从而满足贝咖实业对产品种类和质量的要求。2020 年，发行人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%，贝咖实业已成为发行人第五大客户。

此外，2020 年 5 月，发行人通过了全球日用消费品巨头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，发行人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，发行人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，发行人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，发行人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发行人主要客户。因此，发行人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“(六)产品出口国家进口政策变化风险”中补充披露如下：

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

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，双边贸易合作遭受挫折。若中澳两国关系持续恶化并造成进一步的贸易摩擦，将可能降低发行人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，进而影响发行人经营业绩。

除上述情形外，目前发行人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。但若未来发行人其他主要客户所在国家或地区的进口政策发生重大不利变化，或我国与这些国家或地区之间发生重大贸易摩擦或争端，将可能会对发行人出口业务造成不利影响，进而影响经营业绩。

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：

单位：万元

期间	销售金额	毛利	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，维护存续客户业务

经过二十多年湿巾行业内的深耕发展，发行人积累了利洁时ENA、Woolworths、金佰利集团、强生公司、欧莱雅集团等一大批优质全球客户资源。为维护上述存续客户业务，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、产品质量管控等一站式的产品开发与生产服务，从而有效提升服务质量，增进客户粘度。

2、提高研发能力，丰富产品种类

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。凭借其技术研发能力，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要求。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，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，积累了良好口碑与业内客户广泛认可，部分客户通过存续客户推荐，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，陆续开发了贝咖实业、利洁时 ENA、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。

发行人与 Woolworths 之间签署的框架协议，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》文件已在深交所网上业务平台之“发行上市审核业务专区”之“文件互传系统”中上传并提供。

【核查程序及核查结论】

1、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。

2、核查意见

经核查，申报会计师认为：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战略合作关系，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；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 进一步深化与发行人的合作关系并扩大业务量；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，发行人采用参加展会、主动拓展、客户介绍等多种方式积极拓展销售渠道，并陆续开发了贝咖实业、利洁时 ENA、宝洁公司、Rockline Industries 等知名客户。

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湿巾类产品平均单价相关数据；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。

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

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

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

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

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

单价：元/百片

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

发行人医用及抗菌消毒系列湿巾包括医用和抗菌消毒两类湿巾，主要销售给

利洁时 ENA、Woolworths、Human 等客户。报告期内，发行人医用系列湿巾销售金额为 283.61 万元、400.85 万元、716.53 万元，抗菌消毒系列湿巾销售金额为 1,892.27 万元、1,528.61 万元、31,565.01 万元，医用系列湿巾占比相对较小。

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

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

【核查程序及核查结论】

1、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。

2、核查意见

经核查，申报会计师认为：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；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。

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。

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

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
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
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
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
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

综上，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	53,544.36	14,511.09	16,057.20	14,357.62	13,134.44			

入								
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，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“贵发行人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，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，申报会计师主要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：

【核查程序及核查结论】

1、核查程序

(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、境外销售业务流程、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；检查测试发行人销售收入相关的内部控制有效性，进行针对发行人收入相关的内部控制执行穿行测试及关键控制点有效

性测试；

(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》数据与境外收入明细存在一定的时间性差异所致。对于各期出口金额差异，发行人均获取具体差异原因；

(3)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替代程序；

报告期内，对发行人主要外销客户进行函证，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，经多次沟通后仍未回函，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外销客户执行期后

回款核查，通过应收账款贷方科目明细与银行对账单回款情况核对，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；

(5)抽样查阅发行人主要外销客户的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的真实准确性；

(6)对发行人资产负债表日前后销售收入确认执行截止性测试，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%			

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	-	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开发历史、交易背景、大额合同订单的签订依据、执行过程、境外销售模式及流程、境外销售定价原则、信用政策等事项；

(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

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

报告期内，发行人经测算的免抵退税金额与免抵退税申报表出口退（免）税额一致。其中，2020 年度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为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，发行人境外销售运输费情况如下：

单位：万元

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

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

综上，申报会计师采用多项替代性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。

2、核查意见

经核查，申报会计师认为：申报会计师对发行人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、章付才均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；“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；申报会计师采用多项替代性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，增长 127.57%，应收账款账面价值大幅增长的主要原因为 2020 年上半年发行人主营业务收入增幅较大、发货及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%，主营业务收入的增加使得应收账款同步增加；其次，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较第一季度增长 74.32%，使得 2020 年 6 月末尚处于信用期的应收账款增加较多。

发行人 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。其次，2020 年 6 月，发行人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，发行人承接利洁时 ENA 的订单持续大幅增长，使得发行人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，发行人主要应收款项尚在信用期内，未到付款期。

综上所述，发行人 2020 年末、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。

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。

(一)报告期各期末应收账款期后回款情况如下：

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%

注：期后回款金额统计截至 2021 年 3 月 17 日

报告期内，发行人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%，各期末信用期内应收账款期后基本已回款，发行人应收账款回款风险较低。

(二)超出合同约定付款时点的应收账款金额及期后回款情况具体如下：

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，发行人主要逾期应收账款情况如下：

1、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	客户付款流程影响所致
3	NICE-PAK PRODUCTS INC	105.18	31.55	105.18	否	客户付款流程影响所致
4	碧蒂艾医疗器械（上海）有限公司	104.39	5.54	-	否	客户付款流程影响所致
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	——	——

2、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	客户付款时间安排所致，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，导致发票上传滞后而形成期末应收账款逾期，期后已回款
合计	——	288.45	32.95	288.45	——	——

3、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	客户更换管理层人员导致的延迟付款而形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，导致发票上传滞后而形成期末应收账款逾期，期后已回款
3	Woolworths Group Limited	146.22	-	146.22	否	对账延迟导致发票上传滞后而形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，发行人逾期应收账款金额分别为 1,734.54 万元、298.84 万元及 776.22 万元，占各期末应收账款余额的比例分别为 18.69%、3.90% 及 4.82%，形成逾期的主要原因为发票上传滞后、客户更换管理人员、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，相关款项期后基本已回款，发行人应收账款回款风险较低。

【核查程序及核查结论】

1、核查程序

(1) 询问发行人销售部门、财务部门负责人，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)获取发行人销售明细表，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，结合客户合同主要条款分析逾期客户信息的准确性；

(5)询问发行人销售部门及主要客户了解逾期原因，检查逾期款项期后回款情况；

(6)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。

2、核查意见

经核查，申报会计师认为：发行人2020年6月末应收账款账面价值较2019年末大幅增长主要原因为2020年上半年发行人主营业务收入增幅较大、发货及收入确认主要集中在第二季度综合影响所致，具有合理性；除2019年末、2020年末存在零星款项未回款外，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为发票上传滞后、客户更换管理人员、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。

(一)报告期内，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、占比情况及主要对应产品名称列示如下：

1、2020 年度

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 (%)	主要对应产品 名称
2020 年度	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 Ones 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 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、暖呵婴 儿系列湿巾
		ZZWJPV60L 80g-20cm	交叉型水刺 无纺布	358.97	613.03	2.40	babycare 婴儿 系列湿巾
		ZPV30L50g- 145cm	直铺型水刺 无纺布	457.23	573.58	2.25	Dymples 婴儿 系列湿巾
		ZPV30L42g- 160cm	直铺型水刺 无纺布	326.27	441.77	1.73	Lysol 抗菌消毒 系列湿巾
		ZPF40L45g-1 45cm	直铺型水刺 无纺布	271.32	425.57	1.67	强生、暖呵婴 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列(%)	主要对应产品名称
		其他类型	——	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 婴儿系列湿巾
		ZPV30L42g-160cm	直铺型水刺无纺布	771.22	1,126.12	4.41	Lysol 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 Ones 婴儿系列湿巾
		ZPV30L42g-106.2cm	直铺型水刺无纺布	540.25	787.32	3.09	Lysol 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 婴儿系列湿巾
		其他类型	——	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 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 Ones 婴儿系列湿巾
		ZPEFWV50L60g-143cm	直铺型水刺无纺布	197.37	412.00	1.61	贝亲婴儿系列湿巾
		ZPZZWV50L50g-143cm	直铺型水刺无纺布	59.70	123.87	0.49	贝亲婴儿系列湿巾
		ZPV30L42g-160cm	直铺型水刺无纺布	77.69	116.88	0.46	Lysol 抗菌消毒系列湿巾
		其他类型	——	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 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 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 抗菌消毒系列湿巾
		其他类型	——	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
		其他类型	——	286.40	379.57	1.49	——
		小计	——	1,669.63	2,536.38	9.94	——

2、2019 年度

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)	占无纺布采购比例(%)	主要对应产品名称
2019年度	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 Ones 婴儿系列湿巾
		ZPF40L42g-145cm	直铺型水刺无纺布	353.45	664.38	8.42	强生、暖呵婴儿系列湿巾
		ZPV30L42g-151cm	直铺型水刺无纺布	240.21	305.99	3.88	强生、暖呵婴儿系列湿巾
		ZPF40L45g-145cm	直铺型水刺无纺布	162.73	300.08	3.80	强生、暖呵婴儿系列湿巾
		ZPV30L50g-20.1cm(双卷)	直铺型水刺无纺布	223.19	281.98	3.58	Little Ones 婴儿系列湿巾
		ZPV40L50g-75cm	直铺型水刺无纺布	132.64	205.47	2.61	强生卸妆巾成人功能性系列湿巾
		其他类型	——	333.74	460.34	5.84	——
		小计	——	3,628.13	4,891.44	62.02	——
	安徽金春无纺布股份有限公司	ZZWJPV60L80g-20cm	交叉型水刺无纺布	248.30	384.95	4.88	babycare 婴儿系列湿巾
		ZPV30L55g-145cm	直铺型水刺无纺布	117.02	148.02	1.88	Little Ones 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 Ones 婴儿系列湿巾
		ZPV50L55g-28.4cm	直铺型水刺无纺布	43.94	59.33	0.75	Voer 卸妆巾成人功能性系列湿巾
		其他类型	——	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 Ones 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 湿厕纸
		其他类型	——	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 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 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

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)	占无纺布采购比列(%)	主要对应产品名称
		其他类型	——	144.41	188.06	2.38	——
		小计	——	270.08	383.47	4.86	——

3、2018 年度

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)	占无纺布采购比列(%)	主要对应产品名称
2018 年度	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 Ones 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 Ones 婴儿系列湿巾
		其他类型	——	174.98	254.18	3.10	——
		小计	——	2,664.07	3,661.67	44.65	——
	大连瑞光非织造布集团有限公司	ZPF40L42g-145cm	直铺型水刺无纺布	770.59	1,338.52	16.32	强生、暖呵婴儿系列湿巾
		ZPF40L45g-145cm	直铺型水刺无纺布	444.38	762.22	9.30	强生、暖呵婴儿系列湿巾
		ZPV30L55g-145cm	直铺型水刺无纺布	115.70	153.48	1.87	Little Ones 婴儿系列湿巾
		ZPF40L42g-30cm	直铺型水刺无纺布	84.25	142.61	1.74	强生、暖呵婴儿系列湿巾
		ZPV40L50g-75cm	直铺型水刺无纺布	65.06	108.88	1.33	强生卸妆巾成人功能性系列湿巾
		其他类型	——	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 Ones 婴儿系列湿巾
		JPV50L50g-20cm	交叉型水刺无纺布	89.32	149.27	1.82	洁云么么哒婴儿系列湿巾
		ZPV30L50g-20.1cm	直铺型水刺无纺布	66.41	90.81	1.11	Little Ones 婴儿系列湿巾
		JPV80L55g-20*2cm	交叉型水刺无纺布	38.35	69.75	0.85	洁云么么哒婴儿系列湿巾
		ZPV50L40g-60cm	直铺型水刺无纺布	40.76	60.11	0.73	捆条系列湿巾
		其他类型	——	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注	THJPV30L45g-20.5cm	交叉型水刺无纺布	232.80	379.05	4.62	Select 抗菌消毒系列湿巾
		其他类型	——	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	THJPV30L45g-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	——

(二)报告期各期无纺布前五大供应商排名变化的具体原因

报告期内，发行人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
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为发行人综合考虑生产订单、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。

注 1：金佰利集团既是公司客户又是供应商，发行人通过金佰利集团采购主要材料无纺布，基于该项业务实质，出于谨慎性原则，发行人对金佰利集团采取净额法进行收入核算，因此发行人在披露相关供应商信息时不再将金佰利集团纳入。下同

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

注 3：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 4：浙江金三发非织造布有限公司 2019 年更名为浙江金三发卫生材料科技有限公司

(三)报告期内，发行人销售的产品结构如下：

单位：万元

产品类别	2020年度		2019年度		2018年度	
	金额	占比（%）	金额	占比（%）	金额	占比（%）
婴儿系列湿巾	22,446.75	30.43	14,743.45	53.39	15,325.62	54.54
成人功能型系列湿巾	3,815.50	5.17	3,325.26	12.04	2,125.21	7.56
医用及抗菌消毒系列湿巾	32,281.54	43.76	1,929.46	6.99	2,175.88	7.74
其他系列湿巾	1,096.66	1.49	513.34	1.86	444.20	1.58
面膜及手足膜	3,413.88	4.63	1,525.75	5.53	1,137.99	4.05
产品销售小计	63,054.32	85.47	22,037.26	79.81	21,208.91	75.47
面膜	2,407.85	3.26	1,461.95	5.29	2,826.91	10.06

产品类别	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)
湿巾	8,310.38	11.26	4,113.54	14.90	4,065.27	14.47
加工业务小计	10,718.23	14.53	5,575.49	20.19	6,892.19	24.53
合计	73,772.55	100.00	27,612.75	100.00	28,101.10	100.00

报告期内,发行人向无纺布前五大供应商采购的无纺布具体类型、采购数量、采购金额及占比与发行人产品结构具有对应关系,发行人无纺布前五大供应商排名变化较为正常,各类型的无纺布采购金额与发行人产品结构相匹配。

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。

报告期内发行人向不同供应商采购同类无纺布情况列示如下:

1、2020 年度

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)	原因及合理性
2020 年度	ZPV30L42g- 20cm	赛得利(中国)纤维有限公司	1,747.03	1,254.72	13.92	该类型无纺布主要用于抗菌消毒系列湿巾,为保证生产稳定,发行人选择多家供应商进行供货,采购价格受市场价格波动及付款账期的影响,存在差异,其中从诺邦股份采购单价较高,发行人新增价格较低的供应商赛得利予以替代
		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	该类型无纺布采购量较大,为保证生产稳定,发行人选择多家供应商进行供货,采购价格受市场价格波动及付款账期的影响,存在差异
		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	该类型无纺布采购量较大,为保证生产稳定,发行人选择多家供应商进行供货,
		赛得利(中国)纤维有限公司	462.59	331.50	13.95	

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)	原因及合理性
		大连瑞光非织造布集团有限公司	441.77	326.27	13.54	采购价格受市场价格波动及付款账期的影响, 存在差异
		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	
	THJVPV30L45 g-20.5cm THJVPV30L45 g-102.5cm	嘉兴南华无纺材料有限公司	888.39	545.72	16.28	该类型无纺布主要用于抗菌消毒系列湿巾, 为保证生产稳定, 发行人选择多家供应商进行供货, 采购价格不存在明显差异
		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	采购价格受市场价格波动、付款账期、供货及时性等因素的影响, 存在差异
		安徽金春无纺布股份有限公司	50.61	34.66	14.60	
		小计	624.19	491.89	12.69	
	ZZWJVPV60L 65g-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	采购价格受市场价格波动、付款账期、供货及时性等因素的影响, 存在差异
		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		

2、2019 年度

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)	原因及合理性
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	该类型无纺布采购量较大, 为保证生产稳定, 发行人选择多家供应商进行供货, 采购价格不存在明显差异
		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	
	THJVPV30L45 g-20.5cm THJVPV30L45 g-102.5cm	绍兴舒洁雅无纺材料有限公司	577.40	370.35	15.59	该类型无纺布主要用于抗菌消毒系列湿巾, 为保证生产稳定, 发行人选择多家供应商进行供货, 采购价格不存在明显差异
		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	该类型无纺布主要用于婴儿系列湿巾, 为保证生产稳定, 发行人选择多家供应商进行供货, 采购价格不存在明显差异
		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	

3、2018 年度

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)	原因及合理性
2018 年度	ZPV30L55g- 145cm	安徽金春无纺布股份有限公司	2,723.70	2,005.49	13.58	该类型无纺布采购量较大，为保证生产稳定，发行人选择多家供应商进行供货，采购价格不存在明显差异
		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	
	THJPV30L45 g-20.5cm THJPV30L45 g-102.5cm	浙江明盛达医用材料科技有限公司	277.82	170.46	16.30	该类型无纺布主要用于抗菌消毒系列湿巾，为保证生产稳定，发行人选择多家供应商进行供货，采购价格不存在明显差异
		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	
	JPV20L45g-1 8cm	安徽金春无纺布股份有限公司	346.66	230.79	15.02	该类型无纺布主要用于婴儿系列湿巾，为保证生产稳定，发行人选择多家供应商进行供货，采购价格不存在明显差异
		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	

报告期内发行人为保证生产稳定，主要根据供货周期、价格等因素向不同供应商采购无纺布，对发行人向不同供应商采购同类无纺布的价格进行对比分析，采购价格不存在明显差异。

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。

发行人各主要产品与具体类型的无纺布之间存在对应关系，具体对应关系详见本问询回复“7、一、报告期内，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、占比情况及主要对应产品名称”。

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。

报告期内，发行人采购的无纺布类型及金额情况列示如下：

单位：万元

主要无纺布类型	2020 年度	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度
交叉型水刺无纺布	5,291.09	2,871.17	1,246.28	1,222.55
直铺型水刺无纺布	19,431.55	5,287.18	6,257.97	6,808.32
其他类型	798.09	407.67	383.10	169.28
合计	25,520.73	8,566.02	7,887.34	8,200.15

(一)直铺、交叉型水刺无纺布

比较分析发行人报告期内采购的直铺、交叉型水刺无纺布与浙江优全护理用品科技股份有限公司（以下简称优全护理）公开披露的无纺布的销售价格，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	2020 年 1-6 月	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	14.30	13.30	15.00
发行人无纺布采购平均单价				
直铺、交叉型水刺无纺布	14.59	14.33	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，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。

由上表可见，发行人同类型无纺布的采购价格与优全护理销售价格无明显差异。2020 年及 2020 年 1-6 月，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。

综上所述，2020 年及 2020 年 1-6 月发行人无纺布的采购价格公允，采购价格与第三方可比价格不存在明显差异。

【核查程序及核查结论】

1、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) 询问发行人采购部门、生产部门负责人，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) 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) 询问发行人采购部门负责人，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。

2、核查意见

经核查，申报会计师认为：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；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；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。

发行人于 2020 年 1 月 1 日执行新收入准则，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，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》相关规定。

【核查程序及核查结论】

1、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；

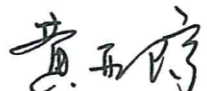





(2) 检查发行人2020年度财务报表数据是否将运输费、货运代理费等与合同履行相关的支出计入营业成本核算。

2、核查意见

经核查，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》相关规定。

(此页无正文，为容诚会计师事务所（特殊普通合伙）关于《铜陵洁雅生物科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第二轮审核问询函（审核函〔2020〕010905号）》中相关财务问题的核查意见（容诚专字[2021]230Z1933号）之签字盖章页）



中国注册会计师:  
中国注册会计师:  
中国注册会计师:  

2021年6月10日