

关于中仑新材料股份有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市申请文件
的第二轮审核问询函中有关财务会计问题
的专项说明

容诚专字[2022]361Z0576号

容诚会计师事务所（特殊普通合伙）
中国·北京

关于中仑新材料股份有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第二轮审核问询
函中有关财务会计问题的专项说明

容诚专字[2022]361Z0576 号

深圳证券交易所：

贵所于 2022 年 9 月 7 日出具的《关于中仑新材料股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第二轮审核问询函》（审核函（2022）010876 号）（以下简称“审核问询函”）已收悉。对审核问询函按照所提财务会计问题，容诚会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”、“我们”等）作为中仑新材料股份有限公司（以下简称“公司”或“发行人”）首次公开发行股票并在创业板上市的申报会计师，我们相关资料进行了核查，现做专项说明如下（除特别注明外，以下金额单位为人民币万元）：

除特别说明外，本问询函回复中所使用的释义、名称、缩略语与其在招股说明书中的含义相同。

本问询函回复的字体代表以下含义：

类别	字体
问询函所列问题	黑体（不加粗）
问询函问题回复、中介机构核查意见	宋体（不加粗）
招股说明书补充、修订披露内容	楷体（加粗）

1.关于 BOPA 薄膜行业

申请文件及首轮问询回复显示：

(1)功能性 BOPA 薄膜对其他传统塑料薄膜形成替代效应主要体现在食品、日化、医药及软包锂电池领域。首轮问询回复中，发行人未量化比较 BOPA 薄膜与传统膜材的价格。

(2) 由于 BOPA 薄膜等功能性膜材生产设备投资金额大，上游设备交货周期较长，导致产能扩张所需时间周期较长。

(3) 在薄膜生产的母料方面，母料作为生产过程中赋予膜材特定功能特征的重要原材料，其配方技术具有较高的技术门槛，早期严重依赖国外进口，导致我国膜材生产企业的母料成本长期处于较高水平。

(4) 塑料薄膜材料的加工工艺包括流延法、管膜法及平膜法等。发行人是全球极少数同时成熟掌握了分步拉伸、机械同步拉伸以及磁悬浮线性电机同步拉伸工艺的企业之一。

(5) BOPA 薄膜的价格主要锚定下游消费市场情况及原材料 PA6 价格，每周进行价格调整。2018-2019 年 BOPA 薄膜处于行业低谷的原因主要系市场供需关系失衡带来的价格剧烈波动，毛利空间缩小。但发行人认为，未来行业产能扩张预计对毛利率或其他经营业绩不会有较大影响，功能性膜材行业周期性不明显。

请发行人：

(1) 结合 BOPA 薄膜及 BOPLA 薄膜与传统膜材如 BOPP、BOPET 膜材的价格比较、替代成本情况，进一步说明 BOPA 薄膜、BOPLA 薄膜的产品竞争力。

(2) 结合 BOPA 薄膜生产对应主要机器设备及场地需求、发行人及同行业可比公司万吨产量固定资产（机器设备）投资额等，说明 BOPA 薄膜生产设备投资金额大的依据，结合上游设备交货周期、交货周期较长的原因进一步说明产

能扩张所需时间。

(3) 披露再造粒的释义，并说明发行人功能性母料的来源，关键母料或其他原材料、关键机器设备是否依赖境外生产厂商，相关供应商所在地贸易政策是否稳定。

(4) 说明同行业可比公司采用何种拉伸工艺加工 BOPA 薄膜，结合报告期采用不同拉伸工艺对应产品的应用场景、收入金额占比、毛利率的比较情况，进一步说明发行人掌握磁悬浮线性电机同步双向拉伸工艺的市场前景。

(5) 说明 BOPA 薄膜价格的关键驱动因素、较长一段时间内 BOPA 薄膜价格变动及与上游原材料的价差变动情况，结合前述情况、发行人及其子公司公开披露的经营数据等，说明发行人所处行业是否呈现周期性特征；采用定量分析的方式，说明相较于 2018-2019 年时期行业外部环境是否得到改善。

(6) 结合同行业可比公司关于 BOPA 薄膜产能的扩张计划、发行人 BOPA 薄膜产品中固定成本及变动成本结构、生产特点及其他有关情况，说明是否存在竞争加剧导致发行人产品价格、毛利率大幅下滑从而导致发行人生产经营存在重大不确定性风险。

请保荐人发表明确意见，请申报会计师对（5）发表明确意见。

【发行人说明】

(5) 说明 BOPA 薄膜价格的关键驱动因素、较长一段时间内 BOPA 薄膜价格变动及与上游原材料的价差变动情况，结合前述情况、发行人及其子公司公开披露的经营数据等，说明发行人所处行业是否呈现周期性特征；采用定量分析的方式，说明相较于 2018-2019 年时期行业外部环境是否得到改善。

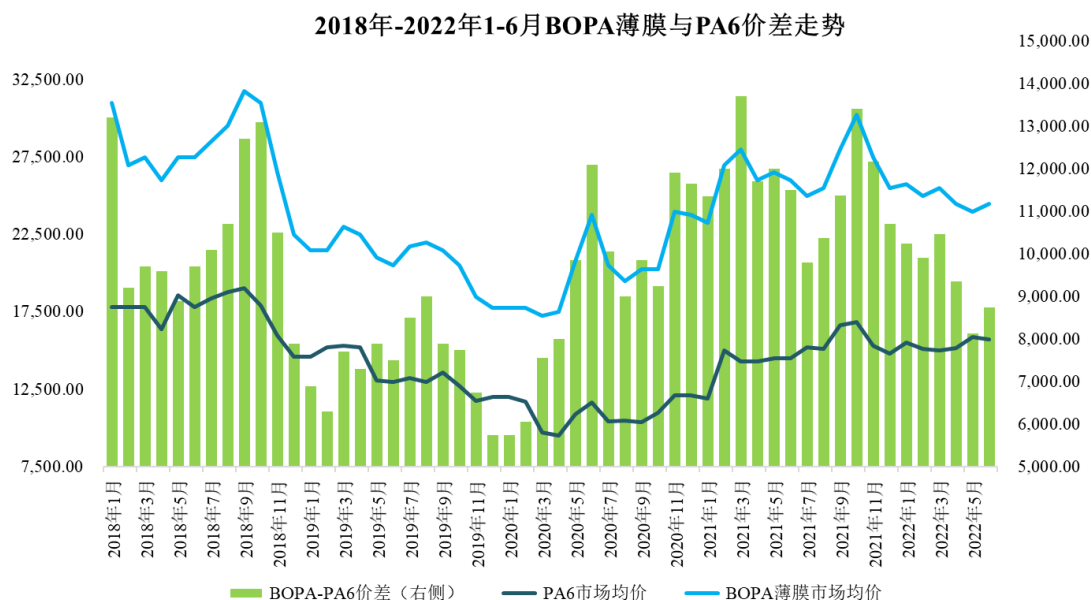
一、BOPA 薄膜价格的关键驱动因素、较长一段时间内 BOPA 薄膜价格变动与上游原材料的价差变动情况

BOPA 薄膜价格的关键驱动因素在于下游消费市场情况及原材料 PA6 价格。

BOPA 薄膜定价主要结合上游原材料价格变动情况、下游终端消费市场情况、内部订单饱和度、同行报价等情况综合确定对外销售价格，并每周进行价格调整；下游 BOPA 薄膜市场的供需关系、原材料 PA6 价格变化对 BOPA 薄膜价格起到较为关键的作用，PA6 的价格变化能一定程度上通过 BOPA 薄膜价格调整传导至下游消费市场。

2018 年-2022 年 1-6 月 BOPA 薄膜与 PA6 价差变动情况如下图所示：

单位：元/吨



数据来源：BOPA 薄膜市场价格取自卓创资讯印刷膜市场含税均价；PA6 价格取自华瑞资讯常规纺和高速纺市场含税均价。

整体来看，较长一段时间内，BOPA 薄膜价格变动及与上游原材料的价差变动均呈现先降后升的趋势，于 2019 年达到行业最低点。

2018 年，随着前期新增产能的逐步投产，市场对于 BOPA 薄膜短缺预期发生转变，较高的销售价格难以维持，BOPA 薄膜价格开始进入下降通道。受前期新增产能迅速释放的影响，BOPA 薄膜与 PA6 价差快速缩窄。整体来看，在下游消费市场供需关系结构性失衡的影响下，BOPA 薄膜与 PA6 价低于 2019 年达到较低位置。

前期的新进入者主要为中小型薄膜厂商，在工艺水平、产品质量、供应能力、产能规模等方面存在较大的竞争劣势，随着 BOPA 薄膜价格下降，逐步退出市场。2020 年以来，随着无法适应行业变化趋势的中小厂商不断淘汰，产能供给逐渐回归到与市场需求相适应的合理区间，BOPA 薄膜与 PA6 价差开始逐步回升，行业利润水平回归理性区间，企业盈利水平得以逐步改善。

二、相较于 2018-2019 年时期行业外部环境是否得到改善

从 2018 年-2022 年 1-6 月 BOPA 薄膜价格与 PA6 价差情况来看，相较于 2018 年-2019 年，目前行业外部环境已经得到显著改善。从数据来看，BOPA 薄膜价格与 PA6 价差经历了 2020 年一季度最低点 6,450 元/吨后，已经逐步回升并稳定在 1.0 万元/吨左右，BOPA 薄膜行业盈利状况得以改善。

BOPA 薄膜-PA6 价差的具体情况如下表所示：

单位：元/吨

	均价	BOPA 薄膜市场均价	PA6 均价	BOPA-PA6 价差
2018 年度	一季度	28,500.00	17,800.00	10,700.00
	二季度	27,000.00	17,600.00	9,400.00
	三季度	29,916.67	18,750.00	11,166.67
	四季度	26,666.67	16,166.67	10,500.00
2019 年度	一季度	22,000.00	15,033.33	6,966.67
	二季度	21,333.33	13,766.67	7,566.67
	三季度	21,750.00	13,283.33	8,466.67
	四季度	18,916.67	12,166.67	6,750.00
2020 年度	一季度	17,583.33	11,133.33	6,450.00
	二季度	20,666.67	10,683.33	9,983.33
	三季度	20,083.33	10,450.00	9,633.33
	四季度	22,666.67	11,733.33	10,933.33
2021 年度	一季度	26,083.33	13,733.33	12,350.00
	二季度	26,166.67	14,433.33	11,733.33
	三季度	26,166.67	15,650.00	10,516.67
	四季度	27,750.00	15,658.33	12,091.67

均价		BOPA 薄膜市场均价	PA6 均价	BOPA-PA6 价差
2022 年度	一季度	25,416.67	15,215.00	10,201.67
	二季度	24,333.33	15,591.67	8,741.67

数据来源：BOPA 薄膜市场价格取自卓创资讯印刷膜市场含税均价；PA6 价格取自华瑞资讯常规纺和高速纺市场含税均价。

进入 2018 年，由于 BOPA 薄膜价格持续处于高位，较高的产品价格也拉高了下游客户的使用成本，由于高价格带来的高成本下游客户无法转嫁，致使不少客户降低了采购量。随着前期新增产能的投产，行业竞争愈加激烈，BOPA 薄膜行业整体利润空间开始逐步收窄。

2018 年-2019 年行业处于低谷，主要在于受前期较高利润空间吸引而新增的产能迅速释放带来的短期行业竞争加剧。自 2016 年开始，在消费升级的利好趋势带动下，BOPA 薄膜凭借其更为优越的高阻隔性、高耐磨性、抗拉伸穿透性等性能优势，能够更好地满足人们对包装膜材高端化、轻量化、定制化、环保化等新需求，在下游食品、日化、医药等消费市场需求快速增长，带动其价格同步增长，丰厚的利润空间吸引了大量竞争者试图进入市场。其后，随着新增产能逐步投产，行业竞争加剧，BOPA 薄膜价格开始非理性下跌。

前期的新进入者主要为中小型薄膜厂商，在工艺水平、产品质量、供应能力、产能规模等方面存在较大的竞争劣势。2020 年后，随着 BOPA 薄膜价格下降，利润空间的缩窄迫使其逐步退出市场。凭借过硬的产品质量、稳定的供应能力、差异化产品的供应能力、与下游客户稳定的合作供应关系，头部 BOPA 薄膜厂商逐步扩产，市场份额不断提升，行业格局逐步稳定，进入稳步发展阶段。

BOPA 薄膜行业经过 2018 年-2019 年剧烈波动的市场行情，已经逐步进入稳步发展阶段，利润水平回归理性区间，企业盈利水平得以显著改善。无法适应行业变化趋势的中小厂商不断淘汰，而具备扩产实力的领先 BOPA 薄膜厂商，凭借其规模优势及差异化竞争策略打造的深厚护城河，均针对未来日益增长的下stream需求制定了稳健的产能部署及规划投产安排，2018-2019 年行业非理性波

动的外部环境已得以改善，行业逐步进入由技术发展及产品创新为重心的良性发展通道。相较于 2018-2019 年，BOPA 薄膜行业外部环境已显著改善。

三、结合前述情况、发行人及其子公司公开披露的经营数据等，说明发行人所处行业是否呈现周期性特征

从 BOPA 薄膜行业发展史、上游原材料价格波动、发行人价差情况来看，BOPA 薄膜行业的盈利水平主要取决于其供需关系。上游原材料价格波动一定程度上能够通过 BOPA 薄膜价格调整向下游传导，保持 BOPA 薄膜与原材料价格差的相对稳定，保障 BOPA 薄膜行业利润空间；但不排除因市场非理性波动导致价格传导机制减弱，从而对行业利润水平带来一定影响的可能性。

从上游原材料情况来看，由于 BOPA 薄膜上游端原材料主要为原油，其价格在一定程度上锚定原油价格波动情况。虽然 BOPA 薄膜处于产业链中下游位置，其价格受上游原材料价格波动影响程度较轻，但不可避免会一定程度上受到原油价格周期性波动的影响。

从发行人与同行业可比公司 BOPA 薄膜与上游原材料 PA6 价差情况来看，通常情况下，BOPA 薄膜行业能够通过将上游原材料价格波动向下游有效传导，保持与原材料价格变动趋势的相对稳定，保障 BOPA 薄膜行业利润空间。整体而言，BOPA 薄膜行业周期性特征相对较弱。报告期内，发行人与同行业可比公司 BOPA 薄膜单位售价、单位售价与 PA6 采购价差情况如下表所示：

单位：元/吨

公司	项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
沧州明珠	单位售价①	-	21,510.42	17,440.69	19,156.31
	单位价差②	-	8,311.05	7,633.30	7,120.01
	价差比③=②/①	-	38.64%	43.77%	37.17%
发行人	单位售价①	22,321.88	21,824.45	17,455.26	18,863.73
	单位价差②	8,405.86	8,558.18	7,567.54	6,710.11
	价差比③=②/①	37.66%	39.21%	43.35%	35.57%

注 1：数据口径：沧州明珠取自年报中 BOPA 薄膜塑料制品业务数据、发行人取自 BOPA 薄膜数据；

注 2: 为保证数据可比性, 沧州明珠 PA6 采购价格取自华瑞资讯公布的 PA6 市场不含税价格;

注 3: 此处仅比较能完整取得 BOPA 薄膜数据的同行业可比公司, 其他同行业可比公司由于其对应产品类别、竞争格局与发行人存在一定差异, 故此处不进行对比。

由上可知, 2019 年-2021 年期间, 发行人与同行业可比公司沧州明珠 BOPA 薄膜的销售价格呈先降后升趋势, 整体单位价差、价差比变动趋势与行业变动趋势一致。2019 年-2020 年, 在原材料 PA6 价格下降时, 发行人与沧州明珠均能积极随行就市调整定价, 保持 BOPA 薄膜与 PA6 的价差, 保障利润水平。2020 年至 2022 年 1-6 月, BOPA 薄膜价格亦能随着 PA6 价格的上涨而相应上涨, 其价差在行业供需关系回归理性的情况下, 得以逐步改善。整体来看, 发行人及同行业可比公司沧州明珠 BOPA 薄膜的销售价格能够随 PA6 价格变动而进行调整, 能够较好的化解上游原材料价格波动对 BOPA 薄膜利润空间带来的影响, 保证 BOPA 薄膜的盈利水平。

BOPA 薄膜行业利润空间主要受市场供需关系的影响。根据前述分析, BOPA 薄膜行业经过 2018 年-2019 年剧烈波动的市场行情, 已经逐步进入稳步发展阶段, 利润水平回归理性区间, 企业盈利水平得以显著改善。

从需求端来看, BOPA 薄膜主要满足下游人们日常消费的各类食品饮料、日化用品、医药品及软包锂电池包装材料需求, 与消费者的日常生活息息相关, 具有显著刚性消费特性, 受经济周期波动影响较小, 但不可避免地会受到整体宏观经济形势的影响。未来, 在消费升级的利好趋势下, 伴随下游终端市场不断发展, BOPA 薄膜需求量有望持续攀升, BOPA 薄膜仍具有良好的需求增长空间, 不存在显著的周期波动特点。发行人 BOPA 薄膜产品在各下游领域均拥有较强的市场竞争力, 亦将能够伴随下游应用领域的成长持续发展。

从供给端来看, 为满足下游领域对 BOPA 薄膜日益增长的需求, 具备扩产实力的领先 BOPA 薄膜厂商均制定了稳健的产能部署及规划投产安排。根据发行人产能投产规划及行业内产能投产预期, 未来行业的产能扩张亦将呈现有序、逐年稳定递增的扩张节奏, 并非一次性投入市场; 循序渐进的产能扩张进程将

与行业需求量的增长相匹配,预计将使 BOPA 薄膜行业持续保持供需平衡状态。

综上所述,未来需求端预计将继续保持稳定增长态势,BOPA 薄膜厂商亦将根据自身计划,合理布局投产安排,通过有序扩张逐步满足市场容量扩大所带来的需求增长,合理消化价差的影响。BOPA 薄膜行业的盈利水平主要取决于其供需关系,周期性特征相对较弱。

(7) 请申报会计师对 (5) 发表明确意见

【申报会计师的核查程序和核查意见】

一、核查情况

针对问题 (5),我们履行了如下核查程序:

1、查阅了卓创资讯关于 BOPA 薄膜及 PA6 价格情况数据,汇总统计价差情况;

2、获取同行业可比公司定期报告,发行人经营数据,汇总统计 BOPA 薄膜相关价差数据,并将其变动情况与市场价差变动情况进行对比。

二、核查结论

经核查,针对问题 (5),我们认为:

1、BOPA 薄膜价格的关键驱动因素在于下游消费市场情况及原材料 PA6 价格;BOPA 薄膜行业经过 2018 年-2019 年剧烈波动的市场行情,已经逐步进入稳定发展阶段,利润水平回归理性区间,企业盈利水平得以显著改善;2018-2019 年行业非理性波动的外部环境已得以改善;

2、未来需求端预计将继续保持稳定增长态势,BOPA 薄膜厂商亦将根据自身计划,合理布局投产安排,通过有序扩张逐步满足市场容量扩大所带来的需求增长,合理消化价差的影响。BOPA 薄膜行业的盈利水平主要取决于其供需关系,周期性特征相对较弱。

2.关于收入

申请文件及首轮问询回复显示：

(1) 报告期各期，功能性 BOPA 薄膜的内销毛利率均低于外销毛利率，主要系进口保税料的己内酰胺和国内采购己内酰胺存在价差。

(2) 2019 年功能性 BOPA 薄膜的内销毛利率较外销毛利率低，原因之一系由于年末一般为国内经销商结算返利的月份，故该月发生较多以冲抵货款形式结算返利，故导致整体毛利率计算结果较低。

请发行人：

(1) 结合进口保税料与一般己内酰胺结转价格差异、境外销售 BOPA 产品成本结构差异等，进一步说明境内外 BOPA 产品毛利率差异的原因及合理性。

(2) 说明经销商返利的会计处理，是否符合《企业会计准则》规定。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【发行人说明】

(1) 结合进口保税料与一般己内酰胺结转价格差异、境外销售 BOPA 产品成本结构差异等，进一步说明境内外 BOPA 产品毛利率差异的原因及合理性。

一、境内外 BOPA 产品毛利对比及原因

报告期各期，发行人境内外 BOPA 产品的平均单位售价、平均单位成本和毛利率数据如下表所示：

单位：元/吨

项目		2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
毛利率	境内毛利率	23.22%	26.53%	24.02%	9.13%
	境外毛利率	33.35%	29.63%	33.20%	27.10%
	毛利率差异	-10.13 个百分点	-3.10 个百分点	-9.18 个百分点	-17.97 个百分点
平均单	境内平均单位售价	21,380.90	21,927.85	17,236.57	16,035.42

项目		2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
位 售价	境外平均单位售价	24,208.50	21,585.14	17,944.53	19,368.93
	平均单价差异	-2,827.60	342.71	-707.96	-3,333.51
平均单 位 成本	境内平均单位成本	16,415.98	16,109.80	13,097.01	14,571.41
	境外平均单位成本	16,135.17	15,188.68	11,986.44	14,119.67
	平均单位成本差异	280.81	921.12	1,110.57	451.74

注：2019年12月发行人非同一控制下合并长塑实业，2019年通用型BOPA薄膜收入仅包含长塑实业12月份数据。

报告期各期，功能性BOPA薄膜的内销毛利率均低于外销毛利率，主要系：

（一）价格差异因素

考虑境外交易获客及交易成本、跨境贸易的交易风险、地区消费水平、汇率波动风险等因素，外销价格一般高于内销价格。

（二）成本差异因素

①外销的产品部分采用进口保税料生产，进口保税料的己内酰胺和国内采购己内酰胺存在价差，因此，上游原材料价格的差异会直接体现在最终销售结转的单位成本差异；②从成本构成运费来看，对于境内销售，发行人通常将产品由发行人运送至客户指定地点；对于境外销售，发行人一般仅负责由发行人至港口的运输费用，由于发行人地处港口城市，距离出口港较近，故一般境外销售运输费用低于境内销售运输费用。

二、功能性BOPA产品价格差异因素具体分析

报告期各期，发行人功能性BOPA薄膜产品内外销平均单位售价差异分别为-3,333.51元/吨、-707.96元/吨、342.71元/吨和-2,827.60元/吨，2019-2020年境外平均单位售价高于境内平均单位售价，且2019年境内外销售价差相对较高。2021年境内平均单位售价高于境外平均单位售价，2022年1-6月份境外平均单位售价高于境内平均单位售价。

（一）境内外销售定价影响因素

1、境内外定价方式差异

发行人对外销产品定价时会综合考虑境外交易获客及交易成本、跨境贸易的交易风险、地区消费水平、汇率波动风险等因素，一般外销价格略高于内销的价格。

2、境内外销售周期差异

相较于内销，外销需要提前考虑生产准备、外销船期和海运包装等因素，境外客户从下单到发货报关的周期一般为 1-2 个月，而境内客户从下单到签收的周期一般为 2-3 周，境内外的销售周期差异较大。因此，在市场价格波动较大的情况下，于同一自然月份确认的内外销收入，单位售价差异受不同定价时点市场价格差异影响较大。

（二）2019 年价格差异因素分析

2019 年，BOPA 薄膜产品外销价格高于内销价格，且差异较大，主要是受境内外销售周期差异以及返利计提的影响。

1、境内外销售周期差异

2019 年第四季度，BOPA 产品的销售价格呈明显下降趋势，由于 2019 年发行人 BOPA 产品销售收入仅包含长塑实业 12 月的相关销售收入，因此境内外客户销售周期差异进一步加大了境内外销售平均单价差异。

2、返利计提

由于发行人返利支付对象均为境内客户，在 2019 年末对满足条件的经销商返利进行了计提和调整，拉低了 BOPA 产品内销毛利率。经销商返利的会计处理参见本问询回复第 2 题第（2）问“说明经销商返利的会计处理，是否符合《企业会计准则》规定”。

（三）2021 年价格差异因素分析

2021 年，BOPA 薄膜产品外销价格略低于内销价格，主要系境外销售定价

方法与疫情叠加影响。

发行人境外销售收入 85% 以上均采用 CIF 贸易模式，该贸易模式下，销售总价款由海运费、保险费及销售货款构成，发行人以合同签订时确定的销售总价款扣除实际结算时的海运费和保险费后剩余金额确认销售收入。受疫情影响，2021 年国际海运运力持续紧张，海运费持续大幅上涨，由于签订销售总价款时点与实际结算海运费、保险费时点存在一定延迟，实际支付的海运费和保险费较合同签订时点通常有一定幅度上涨，导致最终确认销售收入金额相应减少。故同一时期签订的外销及内销合同，于最终确认收入时，外销订单扣除实际运费后单位售价低于内销订单。

（四）2022 年 1-6 月价格差异因素分析

2022 年 1-6 月，BOPA 薄膜产品外销价格高于内销价格，且差异较大，主要是受市场供需环境以及境外销售定价方法因素的影响。

1、2022 年 1-6 月，受俄乌战争及国际宏观形势影响，国际原油价格大幅上涨，境外化工产业链受到一定冲击，部分境外 BOPA 生产商面临原材料断供风险，且能源价格的上涨造成企业生产成本增加，境外 PA6 及 BOPA 产品供给存在较大缺口，推高了 PA6 及 BOPA 产品境外销售价格。而我国宏观经济整体平稳运行，能源价格相对稳定，受到原油价格冲击相对较小。市场供需环境差异导致外销价格显著高于内销价格。

2、2022 年海运费持续有所回落，由于签订销售总价款时点与实际结算海运费、保险费时点存在一定延迟，实际支付的海运费和保险费较合同签订时点通常有一定幅度下降，导致最终确认销售收入金额相应增加。故同一时期签订的外销及内销合同，于最终确认收入时，外销订单扣除实际运费后单位售价高于内销订单。

三、功能性 BOPA 产品成本差异因素具体分析

报告期各期，发行人功能性 BOPA 薄膜产品内外销平均单位成本差异分别

为 451.74 元/吨、1,110.57 元/吨、921.12 元/吨和 280.81 元/吨，差异因素及影响金额如下表所示：

单位：元/吨

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
进口保税料与一般己内酰胺结转价格差异对单位成本影响	12.32	201.79	652.87	339.60
境内外单位运费差异对单位成本影响	281.76	206.30	197.75	-
销售时间及产品型号差异对单位成本影响	-13.27	513.03	259.95	112.14
平均单位成本差异	280.81	921.12	1,110.57	451.74

发行人采用月末一次加权平均法分配成本，除使用进口保税料加工生产产品外，境内外销售于同一自然月份结转的产品成本结构不存在明显差异。境内外单位成本差异主要系进口保税料与一般己内酰胺结转价格差异、境内外单位运费差异、销售时间及产品型号的差异。

（一）进口保税料与一般己内酰胺结转价格差异

发行人外销产品部分采用进口保税料生产，由于境外采购周期较长，与国际原油波动的相关性更强，发行人需要承担价格波动、汇率变动、跨境贸易的交易风险，因此发行人会充分考虑境内外采购价格差异、变化趋势，选择在进口保税料具有较明显价格优势的时候进行采购，其采购价通常低于国内采购的同期同规格己内酰胺的采购价格，上述差异直接体现在最终销售结转的内外销产品单位成本差异。进口保税料与一般己内酰胺结转价格差异对单位成本的影响如下：

单位：元/吨

进口保税料	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
进口保税料与一般己内酰胺结转价格差异影响	12.32	201.79	652.87	339.60

报告期各期，进口保税料与一般己内酰胺结转价格差异对单位成本的影响金额分别为 339.60 元/吨、652.87 元/吨、201.79 元/吨和 12.32 元/吨，各期之间波动主要受境内外原材料价差、采购数量变动影响，2022 年 1-6 月境外己内酰

胺价格无明显价格优势，发行人原采购订单执行完毕后未继续进口。

（二）境内外单位运费差异

对于境内销售，发行人通常将产品由发行人运送至客户指定地点，对于境外销售，发行人一般仅承担公司至港口的运输费用，其单位运输费用通常低于境内。2020年起，发行人执行新收入准则，将销售产品相关运费计入营业成本，境内外单位运费差异对单位成本的影响如下：

单位：元/吨

单位运费	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
境内外单位运费差异	281.76	206.30	197.75	-

（三）销售时间及产品型号差异

除进口保税料采购差价及运费影响外，其他差异主要系销售产品细分品种差异，以及在原材料价格波动的情况下销售时间差异导致的成本结转差异。

境内销售由于春节物流受限，下半年销售数量相对较高，2020年由于原材料及BOPA产品价格呈现先降后涨的走势，上半年平均单位成本与下半年平均单位成本差异不大；2021年原材料价格大幅上涨，下半年单位成本较上半年上涨明显，导致2021年境内外销售结转的单位成本差异相对较高。

项目	2021年度	2020年度
境内销售中下半年销售占比	59.10%	55.93%
境外销售中下半年销售占比	46.12%	42.68%
整体销售下半年与上半年成本差异（元/吨）	2,045.39	-371.80

综上所述，境内外销售价格差异主要受定价方式差异、境内外销售周期差异及返利计提原因共同影响；境内外销售成本差异主要系进口保税料与一般己内酰胺结转价格差异、境内外单位运费差异、销售时间及产品型号的差异所致；报告期内境内外销售毛利率差异具有合理性。

(2) 说明经销商返利的会计处理，是否符合《企业会计准则》规定。

一、报告期内发行人经销商返利会计处理

(一) 计提返利

发行人按权责发生制原则计提返利，日常根据合同约定的返利政策、实际发货情况、预计发货量等计提返利金额，期末再计算全年实际应返金额，与预计数差额部分进行调整。

计提返利的会计处理如下：

借：主营业务收入

贷：合同负债/预收款项/应收账款

(二) 兑现返利

实际兑现返利时，以票面折让或者开具红字发票的方式给付，具体会计处理如下：

1、票面折让方式

新销售货物按扣除返利后的金额确认收入，同时冲回上年/上期计提数。

(1) 冲回上年/上期返利计提数

借：合同负债/预收款项/应收账款（上年/上期返利计提数）

贷：主营业务收入（上年/上期返利计提数）

(2) 按扣除返利后的金额确认收入

借：合同负债/预收款项/应收账款

贷：主营业务收入（扣除返利后的金额）

应交税费—销项税

2、开具红字发票的方式

发行人开具红字发票，确认兑付返利金额，同时冲回上年/上期计提数。

(1) 冲回上年/上期返利计提数

借：合同负债/预收款项/应收账款（上年/上期返利计提数）

贷：主营业务收入（上年/上期返利计提数）

(2) 开具红字发票，确认兑付返利金额

借：主营业务收入（不含税返利金额）

 应交税费—销项税

贷：合同负债/预收款项/应收账款（含税返利金额）

二、会计处理符合《企业会计准则》相关规定

根据《企业会计准则第 14 号——收入（2017 年修订）》第十五条规定：“企业应当根据合同条款，并结合其以往的习惯做法确定交易价格。在确定交易价格时，企业应当考虑可变对价、合同中存在的重大融资成分、非现金对价、应付客户对价等因素的影响”；第十六条规定：“合同中存在可变对价的，企业应当按照期望值或最可能发生金额确定可变对价的最佳估计数，但包含可变对价的交易价格，应当不超过在相关不确定性消除时累计已确认收入极可能不会发生重大转回的金额。企业在评估累计已确认收入是否极可能不会发生重大转回时，应当同时考虑收入转回的可能性及其比例”。

在新收入准则下，公司应当合理估计返利金额，将其作为已收或应收客户对价而应向客户转让商品或服务的义务冲减当期销售收入。

综上所述，发行人经销商返利的会计处理，符合《企业会计准则》的规定。

(3) 请申报会计师发表明确意见。

【申报会计师的核查程序和核查意见】

一、核查情况

针对上述问题，我们履行了如下核查程序：

1、访谈发行人财务负责人、销售负责人等，了解发行人 BOPA 薄膜产品定价原则、销售周期，国内外市场环境差异以及毛利率差异原因等情况，并评估相关情况的合理性；

2、获取发行人收入成本明细表及进口保税料采购明细，结合进口保税料与一般己内酰胺结转价格差异、BOPA 产品成本结构差异，分析境内外同类产品销售价格、毛利率差异的原因及合理性；

3、获取报告期内发行人主要经销商销售合同、返利协议和返利计提明细表，对关键合同条款进行检查，检查返利协议约定与实际执行情况是否相符，分析返利会计处理是否符合《企业会计准则》的规定。

二、核查结论

经核查，我们认为：

1、BOPA 薄膜产品境外销售毛利率高于境内销售毛利率，境内外销售价格差异主要受定价方式差异、境内外销售周期差异共同影响；境内外销售成本差异主要来自于进口保税料与一般己内酰胺结转价格差异、境内外单位运费差异、销售时间及产品型号的差异；报告期内境内外销售毛利率差异具有合理性；

2、发行人经销商返利的会计处理符合《企业会计准则》规定。

3.关于主要客户

申请文件及首轮问询回复显示：

(1) 发行人功能性膜材下游客户主要为大型彩印厂，发行人与紫江企业、顶正印刷、安姆科等国内外彩印包装材料企业建立了直接业务关系。紫江企业不为发行人主要客户。

(2) 发行人进入中粮集团、益海嘉里、宁德时代（300750.SZ）、比亚迪（002594.SZ）、康师傅集团、联合利华、宝洁公司等国内外知名终端品牌厂商的供应体系。

(3) 报告期各期，发行人境外销售收入分别为 3,880.87 万元、46,395.96 万元、61,423.79 万元，各期占主营业务收入的 3.08%、29.30%、31.05%。但发行人直销、经销主要客户中境外客户较少。

(4) 部分主要经销客户的终端客户为塑料制品公司，厦门长凯终端客户包括 BASF AUSTRALIA LTD、Kao Industrial (Thailand) CO., Ltd。

请发行人：

(1) 结合报告期各期与紫江企业、顶正印刷、安姆科的销售收入金额、合作历史、客户行业地位说明发行人与其建立直接业务关系的依据；除大型彩印厂及经销商外，发行人是否存在其他类型客户，如是，请说明对应收入结构。

(2) 说明发行人进入题述知名终端客户供应链体系的时间或合作历史，对终端客户的收入是否可单独识别，如是，请说明对题述客户收入合计金额，如否，请说明其对应直接客户。

(3) 结合 BOPA 薄膜的差异化程度、发行人在主要直销/经销客户的供应份额等，进一步说明发行人与客户合作的稳定性、可持续性。

(4) 说明境外客户的基本情况，分析说明报告期各期对境外主要客户（前五大）收入金额与客户的经营规模、需求是否匹配。

(5) 说明主要经销客户下游客户群体，部分经销客户的终端客户为塑料制品公司的原因及合理性；收购长塑实业后，厦门长凯下游客户、终端客户是否继续向发行人采购。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【发行人说明】

(1) 结合报告期各期与紫江企业、顶正印刷、安姆科的销售收入金额、合作历史、客户行业地位说明发行人与其建立直接业务关系的依据；除大型彩印厂及经销商外，发行人是否存在其他类型客户，如是，请说明对应收入结构。

一、结合报告期各期与紫江企业、顶正印刷、安姆科的销售收入金额、合作历史、客户行业地位说明发行人与其建立直接业务关系的依据

报告期各期，发行人与紫江企业、顶正印刷、安姆科的销售收入金额、合作历史及该客户行业地位信息如下表所示：

单位：万元

客户	2022年 1-6月	2021年度	2020年度	2019年度	合作历史	行业地位
上海紫江新材料科技股份有限公司及其关联方	1,133.81	1,807.20	892.92	57.96	2010年起	紫江企业在我国铝塑膜行业处于领先地位。根据中国化学与物理电源行业协会数据显示，紫江企业2021年国内市场占有率达到11%。
重庆顶正包材有限公司及其关联方	2,771.47	6,140.42	4,837.55	381.24	2010年起	顶正印刷包材有限公司是康师傅顶正（开曼岛）控股有限公司投资成立的境外投资企业，已在国内投资建立天津、杭州、重庆、南京四大包装制品生产基地。
Amcor Group	816.33	1,821.47	1,679.22	183.28	2010年起	安姆科集团是全球的消费品包装行业巨头。

注 1：2019 年销售收入金额仅包含合并报表体现的 2019 年 12 月销售数据；

注 2：上海紫江新材料科技股份有限公司及其关联方包含上海紫江新材料科技股份有限公司、安徽紫江复合材料科技有限公司和上海紫江彩印包装有限公司；重庆顶正包材有限公司及其关联方包含杭州顶正包材有限公司、天津顶正印刷包材有限公司、重庆顶正包材有限公司和南京顶正包材有限公司；Amcor Group 包含 Amcor Flexibles Aus Pty Ltd、Amcor Flexibles、Amcor Flexibles India Private Limited、东莞奇妙包装有限公司、中山天彩包装有限公司、惠州宝柏包装有限公司、江阴宝柏包装有限公司、江阴申隆包装材料有限公司、成都清洋宝柏包装有限公司、河北奇特包装有限责任公司、佛山安姆科德泉薄膜有限公司和安姆科包装(上海)有限公司。

报告期内，上述客户由于生产各类包装材料，包括：酱料包、大米袋、宠

物食品袋、麻辣食品袋、企鹅袋、奶酪包装袋、压缩袋等产品需要，向发行人采购功能性 BOPA 薄膜用以生产包装用复合膜。发行人始终专注于功能性 BOPA 薄膜、生物降解 BOPLA 薄膜以及聚酰胺 6（PA6）等相关材料产品的研发、生产和销售，在产能规模、产品种类、生产设备、专利技术、品牌影响等方面均具有较强的市场竞争力，依托自身领先的技术和产能优势，与上述客户建立了稳定的业务关系。

二、除大型彩印厂及经销商外，发行人是否存在其他类型客户，如是，请说明对应收入结构

报告期内，除大型彩印厂及经销商外，发行人亦存在其他类型客户，包括铝塑膜生产商、食品生产商、真空包装材料生产商、覆膜材料生产商、玩具公司、日用化学品制造企业，上述类型客户对应收入及占营业收入比如下表所示：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
铝塑膜生产商	3,071.27	2.62%	5,010.93	2.51%	1,508.01	0.94%	2,602.29	2.06%
食品生产商	1,066.07	0.91%	2,028.76	1.02%	1,255.83	0.78%	35.75	0.03%
真空包装材料生产商	125.44	0.11%	479.05	0.24%	158.17	0.10%	29.98	0.02%
覆膜材料生产商	450.60	0.38%	315.43	0.16%	5.76	0.00%	-	-
玩具公司	197.61	0.17%	148.89	0.07%	23.48	0.01%	-	-
日用化学品制造企业	-	-	130.60	0.07%	73.10	0.05%	5.60	0.00%
合计	4,910.99	4.18%	8,113.68	4.07%	3,024.35	1.89%	2,673.62	2.11%

由上表知，除大型彩印厂及经销商外，其他上述类型客户整体销售金额及占比较小。

(2) 说明发行人进入题述知名终端客户供应链体系的时间或合作历史，对终端客户的收入是否可单独识别，如是，请说明对题述客户收入合计金额，如否，请说明其对应直接客户。

发行人进入题述知名终端客户供应链体系的时间如下表所示：

知名终端客户名称	进入对方供应链体系时间
中粮集团	2010 年
益海嘉里	2010 年
宁德时代	2021 年
比亚迪	2021 年
康师傅集团	2010 年
联合利华	2010 年
宝洁	2010 年

发行人通常与上述知名终端客户供应链体系内的包装材料生产商、彩印厂等建立合作，未直接与上述知名终端客户发生交易，故相关的收入无法单独识别。

发行人直接客户与知名终端客户对应关系如下表所示：

知名终端客户名称	发行人合作的直接客户（知名终端客户的供应商）
中粮集团	天津顶正印刷包材有限公司、安姆科包装（上海）有限公司、青岛日之容塑料制品有限公司、哈尔滨市金恒包装有限公司、无锡国泰彩印有限公司等
益海嘉里	天津顶正印刷包材有限公司、杭州顶正包材有限公司、福建凯达集团有限公司、哈尔滨市金恒包装有限公司、四川通国医药包装印刷有限公司等
宁德时代	溧阳卓越新材料科技有限公司
比亚迪	东莞市卓越新材料科技有限公司、惠州市广麟材耀科技有限公司、上海紫江新材料科技股份有限公司
康师傅集团	杭州顶正包材有限公司、天津顶正印刷包材有限公司、重庆永创包装材料有限公司、海宁市粤海彩印有限公司、邢台北人印刷有限公司等
联合利华	安姆科包装（上海）有限公司、江阴申隆包装材料有限公司
宝洁	安姆科包装（上海）有限公司、江阴申隆包装材料有限公司

（3）结合 BOPA 薄膜的差异化程度、发行人在主要直销/经销客户的供应份额等，进一步说明发行人与客户合作的稳定性、可持续性。

一、BOPA 薄膜的差异化程度

发行人 BOPA 薄膜包括通用型 BOPA 薄膜、新型 BOPA 薄膜，从整体 BOPA

薄膜产品线来看，发行人产品线较为丰富，具备多种差异化程度较高的 BOPA 薄膜产品。此外，相同类别的 BOPA 薄膜亦具有一定程度的差异。

发行人与同行业可比公司相比，具备较为丰富的 BOPA 薄膜产品线，在产品独特性、创新性方面具备一定优势，具体情况如下表所示：

公司名称	产品类别
沧州明珠	(1) 同步 BOPA 薄膜；(2) OA 印刷级分步 BOPA 薄膜；(3) OA1 复合级分步 BOPA 薄膜；(4) 高温蒸煮 BOPA 膜；(5) 软包锂电池专用尼龙膜；(6) 医药包装专用尼龙膜；(7) 直线易撕裂 BOPA 膜；(8) 哑光 BOPA 膜
运城塑业	(1) 规格 15mic*6000m；(2) 规格 25mic*4000m；(3) 15mic*12000m；(4) 15mic*18000m
佛塑科技	(1) 复合型 BOPA 薄膜；(2) 印刷型 BOPA 薄膜；(3) 镀铝与印刷型 BOPA 薄膜；(4) 高温蒸煮与多色印刷型 BOPA 薄膜
尤尼吉可 (UNITIKA)	(1) 同步拉伸 BOPA 薄膜 (EMBLEM)；(2) 高气体阻隔 BOPA 薄膜 (EMBLEM HG)；(3) 易直线切割 BOPA 薄膜 (EMBLEM NC)；(4) 多层共挤高阻隔 BOPA 薄膜 (EMBLON)；(5) 高耐热 BOPA 薄膜 (UNIAMIDE)
晓星 (HYOSUNG) 化学	(1) 普通型 BOPA 薄膜 (GT Type)；(2) 均衡性 BOPA 薄膜 (TR Type)；(3) 高粘度 BOPA 薄膜 (AT Type)；(4) 医药泡罩 BOPA 薄膜 (BC DT)；(5) 气球专用 BOPA 薄膜 (GT Type)
A.J.Plast	BOPA 薄膜
发行人	(1) OA1 印刷复合型 (2) OA2 复合型；(3) HOA1 均衡型；(4) LHA 线性同步型；(5) SHA 机械同步型；(6) PHA 锂电膜；(7) EHA 锁鲜型薄膜；(8) TSA 秒撕型薄膜；(9) MATT 消光型薄膜

数据来源：同行业可比公司官网

综上，发行人拥有更多不同类型 BOPA 薄膜，能够更为全面地满足客户多样化、个性化需求，具备较为显著的产品差异化特征。此外，对于同类型 BOPA 薄膜产品，发行人与同行业可比公司仍具有一定程度的差异，具体差异如下表所示：

差异化特征	具体体现
性能差异	拉伸强度、断裂伸长率、弹性模量、耐撕裂力、抗穿刺能力、热收缩率、摩擦系数、氧气透过率、表面张力、雾度、光泽度、耐蒸煮性、印刷性
规格差异	产品厚度、表面处理、宽幅、封边宽度
其他差异	不同批次产品稳定性及一致性

不同类型的加工工艺、操作方式、内部流程及质量管理模式、均会带来 BOPA 薄膜在产品品质方面细微的差异，主要体现在其性能方面，此外，不同的产品规格、不同批次产品的稳定性及一致性均会使发行人 BOPA 薄膜区别于其他厂商 BOPA 薄膜。整体而言，发行人与同行业可比公司的 BOPA 薄膜产品存在一定程度的差异。

二、发行人在主要直销/经销客户的供应份额

报告期各期，发行人在主要直销客户的供应份额如下表所示：

2022 年 1-6 月				
序号	客户名称	销售收入 (万元)	占该客户同类 产品采购比重	销售主要产品
1	Mac Carpet	2,012.12	NA	聚酰胺 6 (PA6)
2	潮州市潮安区恒升实业有限公司	1,132.68	约 50.00%	功能性 BOPA 薄膜、 其他
	潮州市恒升科技有限公司	826.90	约 50.00%	功能性 BOPA 薄膜
3	POLITEM PLASTIK VE TEKSTIL PAZ SAN DIS TIC A.S.	1,497.21	约 30%-50%	聚酰胺 6 (PA6)
4	EPSAN FZ KIMYA PLASTIK SAN. VE TIC. A.S.	1,396.50	NA	聚酰胺 6 (PA6)
5	PT. Supernova Flexible Packaging	1,139.94	NA	功能性 BOPA 薄膜
合计		8,005.35		
2021 年度				
序号	客户名称	销售收入 (万元)	占该客户同类 产品采购比重	销售主要产品
1	重庆顶正包材有限公司	1,797.02	约 90.00%	功能性 BOPA 薄膜
	天津顶正印刷包材有限公司	2,286.01	约 70.00%	
	杭州顶正包材有限公司	2,057.39	约 90.00%	
2	潮州市潮安区恒升实业有限公司	3,411.34	约 50.00%	功能性 BOPA 薄膜
3	Mac Carpet	2,590.47	NA	聚酰胺 6 (PA6)
4	四川省新都永志印务有限公司	2,376.97	约 98.00%	功能性 BOPA 薄膜
	四川德阳德昆包装有限责任公司	124.09		
5	厦门象屿兴泓特种材料有限公司	2,376.21	约 70.00%	聚酰胺 6 (PA6)
合计		17,019.50		

2020 年度				
序号	客户名称	销售收入 (万元)	占该客户同类 产品采购比重	销售主要产品
1	重庆顶正包材有限公司	1,790.00	约 90.00%	功能性 BOPA 薄膜
	天津顶正印刷包材有限公司	1,586.45	约 70.00%	
	杭州顶正包材有限公司	1,461.11	约 90.00%	
2	四川省新都永志印务有限公司	2,192.29	约 98.00%	功能性 BOPA 薄膜
	四川德阳德昆包装有限责任公司	151.21		
3	山东同大海岛新材料股份有限公司	2,017.52	约 45.00%	聚酰胺 6 (PA6)
4	天守(福建)超纤科技股份有限公司	1,967.01	50.00%以上	聚酰胺 6 (PA6)
5	潮州市潮安区恒升实业有限公司	1,791.45	约 50.00%	功能性 BOPA 薄膜、 镀铝膜
合计		12,957.04		
2019 年度				
序号	客户名称	销售收入 (万元)	占该客户同类 产品采购比重	销售主要产品
1	长塑实业	71,676.13	约 97.00%	聚酰胺 6 (PA6)
2	福建永荣锦江股份有限公司	8,085.04	约 20.00%	聚酰胺 6 (PA6)
3	江苏华峰超纤材料有限公司	2,366.07	约 10%	聚酰胺 6 (PA6)
	上海华峰超纤科技股份有限公司	839.48	约 10%	
4	沧州东鸿包装材料有限公司	1,214.46	约 20.00%	聚酰胺 6 (PA6)
	重庆明珠塑料有限公司	837.66	约 20.00%	
	沧州东鸿制膜科技有限公司	432.07	约 20.00%	
	德州东鸿制膜科技有限公司	41.38	约 20.00%	
5	山东同大海岛新材料股份有限公司	2,052.08	约 45.00%	聚酰胺 6 (PA6)
合计		87,544.37		

注：Mac Carpet、EPSAN FZ KIMYA PLASTIK SAN. VE TIC. A.S.和 PT. Supernova Flexible Packaging 由于商业机密考虑，未提供相关信息。

报告期内，发行人在主要经销客户的供应份额如下表所示：

2022 年 1-6 月				
序号	客户名称	销售收入 (万元)	占该客户同类 产品采购比重	销售主要产品
1	Transparent Paper Ltd	9,309.65	约 90.00%	功能性 BOPA 薄膜

2	汕头市合胜包装材料有限公司	3,895.05	约 90.00%-95.00%	功能性 BOPA 薄膜、其他
	潮州市潮安区存裕包装材料有限公司	562.53	约 90.00%-95.00%	
3	Now Plastics, Inc.	4,008.20	约 50.00%	功能性 BOPA 薄膜
	Now Plastics Uk.Inc	196.31		
4	烟台鸿锦包装材料有限公司	2,459.36	90.00%以上	功能性 BOPA 薄膜
	大连田庄贸易有限公司	1,046.28	90.00%以上	
5	东光县聚铭塑料经销处	1,780.69	约 70.00%-80.00%	功能性 BOPA 薄膜
	沧州升聚塑业有限公司	1,134.31	约 80.00%	
合计		24,392.38		
2021 年度				
序号	客户名称	销售收入 (万元)	占该客户同类产品采购比重	销售主要产品
1	Transparent Paper Ltd	13,619.83	约 90.00%	功能性 BOPA 薄膜
2	汕头市合胜包装材料有限公司	9,691.96	约 90.00%-95.00%	功能性 BOPA 薄膜、其他
	潮州市潮安区存裕包装材料有限公司	1,307.51	约 90.00%-95.00%	
3	烟台鸿锦包装材料有限公司	5,607.22	90.00%以上	功能性 BOPA 薄膜
	大连田庄贸易有限公司	2,665.05	90.00%以上	
4	沧州升聚塑业有限公司	5,515.45	约 70.00%-80.00%	功能性 BOPA 薄膜
	东光县聚铭塑料经销处	1,795.71	约 80.00%	
5	温州澜美包装材料有限公司	5,189.60	约 100.00%	功能性 BOPA 薄膜、其他
合计		45,392.33		
2020 年度				
序号	客户名称	销售收入 (万元)	占该客户同类产品采购比重	销售主要产品
1	Transparent Paper Ltd	12,754.11	约 90.00%	功能性 BOPA 薄膜
2	汕头市合胜包装材料有限公司	5,928.54	约 90.00%-95.00%	功能性 BOPA 薄膜、其他
	潮州市潮安区存裕包装材料有限公司	2,184.74	约 90.00%-95.00%	
3	烟台鸿锦包装材料有限公司	4,567.26	90.00%以上	功能性 BOPA 薄膜

	大连田庄贸易有限公司	1,838.13	90.00%以上	
4	沧州升聚塑业有限公司	4,043.44	约 70.00%-80.00%	功能性 BOPA 薄膜
	东光县聚铭塑料经销处	1,858.82	约 80.00%	
5	温州澜美包装材料有限公司	3,764.86	约 100.00%	功能性 BOPA 薄膜、其他
合计		36,939.90		
2019 年度				
序号	客户名称	销售收入 (万元)	占该客户同类产品采购比重	销售主要产品
1	厦门长凯	6,094.61	约 60.00%	聚酰胺 6 (PA6)
2	Transparent Paper Ltd	671.88	约 90.00%	功能性 BOPA 薄膜
3	烟台鸿锦包装材料有限公司	539.08	90.00%以上	功能性 BOPA 薄膜
	大连田庄贸易有限公司	199.95	90.00%以上	
4	汕头市合胜包装材料有限公司	457.37	约 90.00%-95.00%	功能性 BOPA 薄膜
	潮州市潮安区存裕包装材料有限公司	225.22	约 90.00%-95.00%	
5	温州澜美包装材料有限公司	345.90	约 100.00%	功能性 BOPA 薄膜、其他
合计		8,534.01		

注：潮州市潮安区存裕包装材料有限公司已于 2022 年 9 月 19 日变更名称为广东合晟新材料有限公司，下同。

三、发行人与客户合作的稳定性、可持续性

(一) 直销客户

报告期各期，除部分聚酰胺 6 (PA6) 客户外，BOPA 薄膜客户采购量占其同类产品采购比重均保持较高水平，具体来看：

2019 年，发行人主要直销客户采购产品均为聚酰胺 6 (PA6)，其中部分客户占其同类采购比重较低：①沧州东鸿包装材料有限公司及其关联方主要向发行人采购 SM33 等级聚酰胺 6 (PA6)，由于该等级产品产量有限且优先供给长塑实业使用，故整体对外销售数量较低，导致占该客户整体采购比例较低；②江苏华峰超纤材料有限公司及其关联方主要向发行人采购聚酰胺 6 (PA6)，其

整体经营规模较大，同类产品需求量较高，出于供应链稳定性及成本控制等考虑，除发行人外同时存在较多同类供应商，故发行人占其同类产品采购比例较低；③福建永荣锦江股份有限公司主要向发行人采购聚酰胺 6（PA6），由于其自身经营规模较大，出于分散采购的考虑，向发行人采购的比例相对较少。

2020 年和 2021 年，发行人主要直销客户采购产品大多为 BOPA 薄膜且主要客户基本稳定。2021 年较 2020 年新增 PA6 客户 Mac Carpet、厦门象屿兴泓特种材料有限公司，主要系发行人品牌口碑日益增进，产品质量及服务认可度提升，新老优质客户合作量提升所致。发行人凭借领先的研发能力、先进的技术水平、强大的技术保障能力、严格的产品质量管控等优势，将与上述客户进一步保持稳定、持续的合作关系。

2022 年 1-6 月较 2021 年新增直销客户主要为境外客户，受俄乌战争及 2022 年上半年疫情叠加影响，欧洲能源危机进一步加剧，使得西方国家企业生产成本增加甚至关停，海外下游客户加速寻找新的材料供应商，发行人抓住机遇充分发现有及潜在客户。前五大直销客户中，EPSAN FZ KIMYA PLASTIK SAN. VE TIC. A.S.和 PT. Supernova Flexible Packaging 均为历史已有合作客户，基于供应稳定及产品质量等因素考虑，于 2022 年上半年扩大与发行人合作规模；POLITEM PLASTIK VE TEKSTIL PAZ SAN DIS TIC A.S.为完全新增客户，发行人与该客户于 2021 年开始接洽商谈，2022 年开始正式合作。

此外，报告期各期与发行人存在连续两年及以上（统计区间为 2019 年至 2022 年 6 月）合作的直销客户销售额分别为 78,778.58 万元、89,482.35 万元、109,760.31 万元和 61,692.58 万元，占直销收入比例分别为 78.57%、95.61%、95.81%和 88.23%，整体直销客户结构较为稳定；发行人与主要直销客户的合作具有稳定性、可持续性。

（二）经销客户

报告期各期，发行人主要经销客户较为稳定，采购公司产品占同类采购比重保持 70%以上，主要系①发行人凭借多年的行业积累、生产实践，以及良

好的品牌形象和市场口碑，于 BOPA 薄膜市场知名度及影响力日益增进，吸引经销商积极合作。②发行人不断完善经销商管理制度和体系，吸引当地市场占有率较高、具有市场影响力的优质经销商与公司建立长期的战略合作关系，进一步提升产品覆盖率。

此外，报告期各期与发行人存在连续两年及以上（统计区间为 2019 年至 2021 年）合作的经销客户销售额分别为 39,699.37 万元、65,469.56 万元、83,989.93 万元和 45,193.07 万元，占经销收入比例分别为 56.00%、98.29%、99.05% 和 95.18%，整体经销客户结构较为稳定。

综上，基于发行人良好的市场口碑、长期稳定的合作关系，发行人主要客户一般不会轻易终断与发行人的合作关系，发行人与主要客户的合作关系具有稳定性、可持续性。

(4) 说明境外客户的基本情况，分析说明报告期各期对境外主要客户（前五大）收入金额与客户的经营规模、需求是否匹配。

报告期各期，发行人境外前五大客户客户类型、收入金额、经营规模情况如下表所示：

2022 年 1-6 月					
序号	客户名称	客户类型	销售金额 (万元)	经营规模	销售主要产品
1	Transparent Paper Ltd	经销	9,309.65	年销售额约 15,000 万至 36,000 万人民币	功能性 BOPA 薄膜
2	Now Plastics, Inc.	经销	4,204.51	年销量约 10,000 吨，年销售额约 45,000 万人民币	功能性 BOPA 薄膜
3	Mac Carpet	直销	2,012.12	主要产品为地毯，年产量约 6,000 万平方米。	聚酰胺 6 (PA6)
4	POLITEM PLASTIK VE TEKSTIL PAZ SAN DIS TIC A.S.	直销	1,497.21	年销售额约 8,000 万人民币	聚酰胺 6 (PA6)
5	EPSAN FZ KIMYA PLASTIK SAN. VE TIC. A.S.	直销	1,396.50	年销售额约 4,500 万人民币	聚酰胺 6 (PA6)

	合计		18,419.99		
2021 年度					
序号	客户名称	客户类型	销售金额 (万元)	经营规模	销售主要产品
1	Transparent Paper Ltd	经销	13,619.83	年销售额约 15,000 万至 36,000 万人民币	功能性 BOPA 薄膜
2	Now Plastics, Inc.	经销	4,096.83	年销量约 10,000 吨, 年销售额约 45,000 万人民币	功能性 BOPA 薄膜
3	Mac Carpet	直销	2,590.47	主要产品为地毯, 年产量约 6,000 万平方米。	聚酰胺 6 (PA6)
4	PT. Plasindo Lestari	直销	2,004.75	主要产品为软包装, 销量约 50,000 万米, 年销售额约 104,000 万人民币	功能性 BOPA 薄膜
5	SVAM Toyal Packaging Industries Pvt. Ltd.	直销	1,926.74	年销量约 8,000 吨, 年销售额约 15,000 万人民币	功能性 BOPA 薄膜
	合计		24,238.62		
2020 年度					
序号	客户名称	客户类型	销售金额 (万元)	经营规模	销售主要产品
1	Transparent Paper Ltd	经销	12,754.11	年销售额约 15,000 万至 36,000 万人民币	功能性 BOPA 薄膜
2	Now Plastics, Inc.	经销	3,395.75	年销量约 10,000 吨, 年销售额约 45,000 万人民币	功能性 BOPA 薄膜
3	PT. Plasindo Lestari	直销	1,179.93	主要产品为软包装, 销量约 50,000 万米, 年销售额约 104,000 万人民币	功能性 BOPA 薄膜
4	Marubeni America Corporation	经销	1,111.44	年销售额约 4,000 万至 4,200 万人民币	功能性 BOPA 薄膜
5	Alutech Packaging Pvt. Ltd.	直销	1,033.94	年销售额约 18,000 万人民币	功能性 BOPA 薄膜
	合计		19,475.16		
2019 年度					
序号	客户名称	客户类型	销售金额 (万元)	经营规模	销售主要产品
1	Transparent Paper Ltd	经销	671.88	年销售额约 15,000 万至 36,000 万人民币	功能性 BOPA 薄膜
2	PT. Plasindo Lestari	直销	261.35	主要产品为软包装, 销量约 50,000 万米, 年销售额约 104,000 万人民币	功能性 BOPA 薄膜

3	Now Plastics,Inc.	经销	259.53	年销量约 10,000 吨, 年销售额约 45,000 万人民币	功能性 BOPA 薄膜
4	Marubeni America Corporation	经销	216.60	年销售额约 4,000 万至 4,200 万人民币	功能性 BOPA 薄膜
5	Crown Chemical Co.,Ltd	经销	139.42	年销量约 17,000 吨, 年销售额约 35,000 万人民币	功能性 BOPA 薄膜
	合计		1,548.79		

注：以上经营数据来源于相关公司中信保资信报告和访谈记录等

从上表可知，报告期内发行人境外客户以境外经销商为主。除 Transparent Paper Ltd 外，其余境外客户较为分散，单个境外客户的销售规模相对较小。整体来看，境外客户的经营规模与其向公司采购的金额相匹配。

(5) 说明主要经销客户下游客户群体，部分经销客户的终端客户为塑料制品公司的原因及合理性；收购长塑实业后，厦门长凯下游客户、终端客户是否继续向发行人采购。

一、说明主要经销客户下游客户群体，部分经销客户的终端客户为塑料制品公司的原因及合理性

报告期各期前五大经销商的终端客户如下表所示：

序号	经销客户名称	对应主要终端客户
1	Transparent Paper Ltd	Polymer Sourcing、Amcor Group、MONDI BANGKOK CO.,LTD、Mondi Korneuburg、Goglio S.P.A.等
2	汕头市合胜包装材料有限公司	广东丹青印务有限公司、潮州市潮安区庵埠外文彩印厂、潮州市潮安区庵埠三享包装厂、潮州市潮安区金溢利彩印实业有限公司、潮州市潮安区华智印务有限公司等
	潮州市潮安区存裕包装材料有限公司	广东丹青印务有限公司、广东飞鹅包装彩印有限公司、潮州市潮安区荣艺印务有限公司、潮州市潮安区庵埠外文彩印厂、潮州市潮安区庵埠三享包装厂等
3	烟台鸿锦包装材料有限公司	临沂兴大工程有限公司、临沂市国泰彩印包装有限公司、临沂毕昇包装有限公司、烟台海晶包装制品有限公司、青州市兴达板门有限公司等
	大连田庄贸易有限公司	大连盛云塑料制品有限公司、铁岭北鑫塑料包装有限公司、大连炜业塑料制品有限公司、大连维美彩印包装有限公司、东港市林鹰塑料制品有限公司等

序号	经销客户名称	对应主要终端客户
4	沧州升聚塑业有限公司	沧州三兆包装材料有限公司、沧州华良包装装潢有限公司、沧州众信塑业有限公司、东光县峰海彩印有限公司、东光县鑫鑫塑料有限公司等
	东光县聚铭塑料经销处	沧州三兆包装材料有限公司、东光县兴宇塑业有限公司、沧州华良包装装潢有限公司、沧州众信塑业有限公司、东光县峰海彩印有限公司等
5	温州澜美包装材料有限公司	浙江盼望包装印刷有限公司、苍南县祥达印业有限公司、温州苍凤印业有限公司、浙江正乾包装科技有限公司、温州大昌包装有限公司等
6	厦门长凯	Pt.Supernova Flexible Packaging、Pt. Plasindo Lestari、SVAM Toyal Packaging Industries Pvt. Ltd、BASF Australia Ltd、Kao Industrial(Thailand) CO., Ltd 等
7	Now Plastics, Inc.	Wipak Ltd、Ampcor Group、Aamerican Packaging、New Dimension 等

数据来源：经销商的主要终端客户来自于经销商访谈及经销商提供的下游终端明细。

由上表知，发行人经销商下游客户群体主要为彩印厂、包装厂等。部分经销客户的终端客户还包括塑料制品公司，如大连田庄贸易有限公司的下游客户包含一家东港市林鹰塑料制品有限公司，该塑料制品公司主要经营范围包括：塑料袋生产销售、包装装潢印刷业务等。上述业务中，各类塑料薄膜为其加工产品的重要原材料，由于该类塑料制品公司分布广泛，规模不一，为满足产品需求多样性、调配灵活性和供货及时性，通常向经销商渠道进行采购。

综上，部分塑料制品公司向发行人的经销商采购 BOPA 薄膜主要是基于自身的业务需求以及经营规模考虑，发行人部分经销商的终端客户为塑料制品公司具有合理性。

二、收购长塑实业后，厦门长凯下游客户、终端客户是否继续向发行人采购

厦门长凯下游直接客户主要包括 Pt.Supernova Flexible Packaging、Pt. Plasindo Lestari、SVAM Toyal Packaging Industries Pvt. Ltd、BASF Australia Ltd、Kao Industrial(Thailand) CO., Ltd 等经销及直销客户。发行人收购长塑实业后，为进一步完善业务体系，根据其发展规划，开始直接从事 BOPA 薄膜的外销业务，长塑实业直接对接外销客户进行收单、发货、收款，直接与外销客户进行

合作。因外销客户对长塑牌 BOPA 薄膜的认可度较高，长塑实业直接从事外销业务后，厦门长凯原有的下游客户、终端客户仍继续向长塑实业采购 BOPA 薄膜。

(6) 请申报会计师发表明确意见。

【申报会计师的核查程序和核查意见】

一、核查情况

针对上述事项，我们履行了如下核查程序：

1、对主要直销客户、经销商及其主要终端客户实地走访或视频访谈，确认报告期各期销售金额、了解其生产经营情况、工商信息、合作历史、交易规模、业务背景、交易规模占比、合同条款及未来合作意向等情况；

2、查阅行业研究报告、同行业可比公司官网、年报和其他公开披露信息，比较分析产品特性差异；

3、获取报告期内销售收入明细表，汇总报告期内境外客户销售金额收入金额、销售种类等情况，结合走访了解生产经营规模、业务发展、公司背景等情况分析销售规模的匹配性；

4、获取报告期内销售收入明细表，汇总报告期内经销商客户种类，结合发行人主营产品应用领域，分析下游客户群体类别的合理性；

5、获取收购日前厦门长凯主要下游客户、终端客户明细，比较收购日前后厦门长凯下游客户、终端客户与发行人下游客户、终端客户是否存在合作的连续性。

二、核查结论

经核查，我们认为：

1、发行人与紫江企业、顶正印刷、安姆科建立直接业务关系存在合理商业

依据；除大型彩印厂及经销商外，发行人还存在其他类型客户，但收入占比较小；

2、发行人进入中粮集团、益海嘉里、康师傅集团等知名终端客户供应链体系时间分布不一，对终端客户的收入无法单独识别；发行人通过下游包装彩印厂等直接客户与知名终端客户建立间接合作关系；

3、发行人与主要客户的合作关系具有稳定性、可持续性；

4、发行人对境外主要客户（前五大）收入金额与客户的经营规模、需求相匹配；

5、发行人经销客户下游客户群体一般为彩印包装厂，部分经销客户的终端客户为塑料制品公司主要受客户业务范围影响，具有合理性；收购长塑实业后，厦门长凯下游客户、终端客户继续向发行人采购。

4.关于毛利率

申请文件及首轮问询回复显示：

（1）2021 年发行人原材料采购价格上涨，而发行人主营业务毛利率上行，原因之一为 PA6 海外市场开拓的影响。

（2）发行人 BOPA 薄膜毛利率高于沧州明珠，原因之一在于发行人平均单条产线的产能高于沧州明珠，单条产线的产能提高，在一定程度上可以节约人工成本，降低单位生产成本；此外还有规模效应影响。

请发行人：

（1）模拟报告期初即合并长塑实业，结合 PA6 境外销售情况、定价方式差异，说明 PA6 毛利率变动的的原因。

（2）说明发行人单线产能与同行业可比公司的比较情况，高于沧州明珠的原因；结合发行人成本结构中固定成本、变动成本情况，同行业可比公司成本结构比较情况等，说明规模效应对毛利率的影响。

(3) 区分境内、境外说明直销、经销毛利率比较情况，如存在较大差异，请进一步分析原因。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【发行人说明】

(1) 模拟报告期初即合并长塑实业，结合 PA6 境外销售情况、定价方式差异，说明 PA6 毛利率变动的的原因。

模拟报告期初即合并长塑实业，报告期各期，发行人 PA6 的毛利率分别为 2.94%、5.84%、9.71%和 11.08%，呈逐年上升的趋势。

模拟报告期初即合并长塑实业，报告期各期，发行人 PA6 境内外销售收入、销售占比和毛利率变动如下表所示：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月			2021 年度			2020 年度			2019 年度		
	销售收入	销售占比	毛利率	销售收入	销售占比	毛利率	销售收入	销售占比	毛利率	销售收入	销售占比	毛利率
境内	4,291.02	25.36%	4.10%	9,661.66	55.66%	5.62%	13,392.33	95.16%	5.55%	41,515.18	99.12%	2.96%
境外	12,630.98	74.64%	13.45%	7,696.17	44.34%	14.86%	681.41	4.84%	11.66%	369.64	0.88%	0.81%
合计	16,922.00	100.00%	11.08%	17,357.83	100.00%	9.71%	14,073.74	100.00%	5.84%	41,884.81	100.00%	2.94%

整体来看，发行人 2019 年 PA6 销售收入较高，主要系发行人 2019 年 12 月收购长塑实业之前，生产的 PA6 有较大比例向外部第三方销售。发行人收购长塑实业后，生产的 PA6 优先供给内部使用，且随着长塑实业第十一条 BOPA 薄膜生产线投产带来的产能增加，对原材料 PA6 的需求大，对外销售的 PA6 金额下降。

2019 年、2020 年，发行人 PA6 产品以境内销售为主，2021 年开始境外销售占比上升。2019 年、2020 年 PA6 的毛利率变动主要受境内 PA6 毛利率变动的影 响，2021 年、2022 年 1-6 月 PA6 毛利率上升主要系境外销售占比增加的影响。

一、2020年PA6毛利率变动分析

2020年发行人PA6毛利率较2019年上升2.90个百分点，主要系：2020年PA6单位售价为10,138.31元/吨，较上年减少16.67%，平均单位成本为9,546.05元/吨，较上年减少19.16%，平均销售单价下降幅度小于平均单位成本下降幅度，故单位毛利额扩大，毛利率上升。

2020年受上游原油价格波动影响，公司原材料己内酰胺采购价格下降，相应结转的单位成本下降。2020年随着长塑实业第十一条BOPA薄膜生产线投产带来的产能增加，对PA6的需求随之增加，发行人生产的PA6优先保证内部供给，对外销售数量下降，发行人择优保留了毛利较高的客户。因此2020年PA6单价下降幅度小于成本下降幅度，毛利率有所上升。

二、2021年至2022年1-6月PA6毛利率变动分析

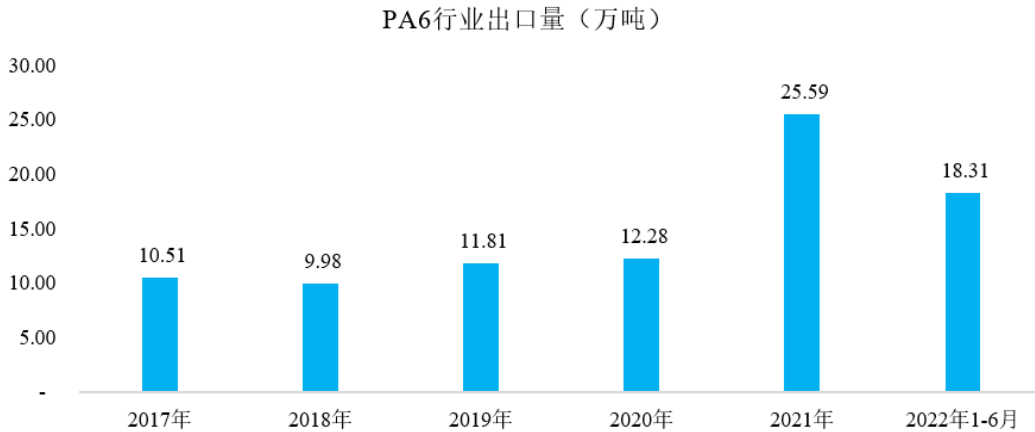
2021年、2022年1-6月，发行人PA6毛利率上升主要受境外销售占比增加的影响。报告期内，PA6境外客户的销售收入逐年增加，2021年境外销售收入占比由4.84%增长至44.34%，2022年1-6月境外销售收入占比达到74.64%，带动了发行人整体PA6的毛利率增长。

PA6一般根据上游原油价格变动、下游行业经营情况、内部订单饱和度和同行报价等情况综合确定对外销售价格，并每周进行价格调整。境内外PA6的销售定价模式差异不大，境外PA6一般在境内PA6价格的基础上，考虑订单获取的难度，境外业务面临的结算风险，汇率风险等因素综合定价。

受行业历史发展限制，我国PA6出口量绝对值较小，但增速明显。根据海关总署数据：2017-2022年6月，我国PA6出口量呈上升趋势，其中2017-2020年呈现缓慢增加态势，2021年-2022年6月增幅较为突出。主要系2021年-2022年6月海外PA6供应商开工受到新冠疫情及整体安全局势的影响，海外市场对PA6的供给相对不足，出口利润空间更高。依托完备的制造业体系和良好的疫情防控措施，我国保持了产业链供应链体系的稳定可靠，国内以PA6生产销售

为主的公司出口量呈现大幅上涨趋势。

2017-2022 年 6 月我国 PA6 出口情况如下图所示：



数据来源：中华人民共和国海关总署

借助于 PA6 行业外销快速发展的有利契机，发行人积极开拓海外市场，一方面和更多的优质海外客户保持合作关系，另一方面也通过技术积累和产品优化不断提升公司知名度和产品认可度，将产品打入海外客户体系中，发行人 PA6 外销销售占比从 2020 年的 4.84% 增加至 2022 年 1-6 月的 74.64%，客户结构优化，使得 2021 年至 2022 年 1-6 月聚酰胺 6（PA6）销售毛利率进一步上升。

综上所述，报告期内，PA6 的销售毛利率的变动具有合理性。

（2）说明发行人单线产能与同行业可比公司的比较情况，高于沧州明珠的原因；结合发行人成本结构中固定成本、变动成本情况，同行业可比公司成本结构比较情况等，说明规模效应对毛利率的影响。

一、发行人单线产能与同行业可比公司的比较情况

除沧州明珠外，其余同行业可比公司未公开披露 BOPA 薄膜产能信息，发行人与沧州明珠单线产能对比情况如下表所示：

项目	公司	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
产能（吨）	沧州明珠	28,500	28,500	28,500	28,500
	发行人	104,754	85,091	85,091	79,684

项目	公司	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
产线数量 (条)	沧州明珠	6	6	6	6
	发行人	12	11	11	10
单线产能 (吨/条)	沧州明珠	4,750	4,750	4,750	4,750
	发行人	8,730	7,736	7,736	7,968

数据来源：卓创资讯、沧州明珠定期报告

发行人设备单线产能高于沧州明珠，主要系随着生产技术的不断发展，近年来全球 BOPA 薄膜生产设备的幅宽不断提升，发行人的幅宽已经由 4.2 米提升至 7.4 米，单条产线的生产能力相应提升。沧州明珠 BOPA 薄膜生产线均为 2016 年之前建成投产，单线产能相对较低。发行人专注于 BOPA 薄膜领域，致力于成为全球领先的薄膜产品制造商，生产设备持续投入以保持竞争优势。截至报告期末，发行人共有 12 条 BOPA 薄膜生产线，其中 2016 年后投产了 4 条磁悬浮同步生产线，设计宽度为 5.1 米、6.6 米，单线平均设计产能超过了 1 万吨/年，提高了发行人整体的平均单线产能，使得发行人的平均单线产能高于沧州明珠。

二、发行人成本结构中固定成本、变动成本情况

发行人成本结构中，固定成本主要包括厂房与机器设备等的折旧摊销费用、生产管理人员对应的固定职工薪酬、厂房租金等；其余成本在一定程度上随着产量增减变动，属于变动成本。

报告期各期，发行人销售的产品主要为通用型 BOPA 薄膜，通用型 BOPA 薄膜产品成本结构中的固定成本、变动成本情况如下表所示：

单位：元/吨

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
单位变动成本	14,795.88	14,143.87	10,995.96	13,336.91
单位固定成本	1,435.39	1,590.41	1,692.60	2,029.84
单位成本合计	16,231.28	15,734.29	12,688.55	15,366.74
变动成本比例	91.16%	89.89%	86.66%	86.79%

固定成本比例	8.84%	10.11%	13.34%	13.21%
--------	-------	--------	--------	--------

注：2019 年数据为模拟合并数据。

报告期各期，发行人单位变动成本分别为 13,336.91 元/吨、10,995.96 元/吨、14,143.87 元/吨和 14,795.88 元/吨，呈先降后升趋势，主要系变动成本中直接材料占比较高，单位变动成本变动趋势与原材料己内酰胺变动趋势一致。发行人单位固定成本分别为 2,029.84 元/吨、1,692.60 元/吨、1,590.41 元/吨和 1,435.39 元/吨，呈逐年下降趋势，主要系随着发行人产量的增加，2021 年两条 BOPA 生产线折旧的计提完毕，固定成本被逐年摊薄，规模效应在一定程度上抵消了原材料成本上升影响，提升了产品毛利率。

三、同行业可比公司成本结构中固定成本、变动成本情况

报告期各期，同行业可比公司未公开披露相关产品固定成本及变动成本结构，由于发行人与同行业可比公司均为生产制造型企业，折旧摊销费用及职工薪酬为固定成本主要构成，故选取同行业可比公司产品成本结构中的折旧摊销费用及职工薪酬为固定成本。

发行人与同行业可比公司营业成本中固定成本及变动成本结构如下表所示：

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	固定成本	变动成本	固定成本	变动成本	固定成本	变动成本	固定成本	变动成本
沧州明珠	-	-	8.87%	91.13%	10.62%	89.38%	9.97%	90.03%
佛塑科技	-	-	10.51%	89.49%	12.05%	87.95%	11.32%	88.68%
平均值	-	-	9.69%	90.31%	11.34%	88.66%	10.65%	89.36%
发行人	8.84%	91.16%	10.11%	89.89%	13.34%	86.66%	13.21%	86.79%

注 1：沧州明珠、佛塑科技固定成本包含折旧摊销、职工薪酬，其余为变动成本；由于沧州明珠、佛塑科技披露的职工薪酬无法区分固定薪酬、变动薪酬，故此处统一在固定成本列示；

注 2：由于恩捷股份和国风新材在公开信息中未披露折旧摊销占比，故此处仅比较沧州明珠和佛塑科技；

注 3：沧州明珠取 BOPA 薄膜业务的料工费构成数据，佛塑科技取阻隔材料行业的料工费数据，发行人取自通用型 BOPA 薄膜业务数据，2019 年数据为模拟合并报表数据；

注 4：同行业可比公司 2022 年半年报未披露相关变动成本、固定成本数据。

由上表知，发行人和同行业可比公司产品成本结构中均以变动成本为主，固定成本占比相对较小。从占比来看，发行人固定成本占比略高于同行业可比公司，主要系单位折旧摊销成本高于同行业可比公司，具体原因如下：①发行人生产 BOPA 薄膜的原料聚酰胺 6（PA6）主要由子公司生产供应，合并报表中 BOPA 薄膜折旧摊销金额包含了聚酰胺 6（PA6）生产环节的折旧摊销费用；故相较于沧州明珠和佛塑科技均为外部采购原材料，发行人单位折旧摊销费用较高；②沧州明珠和佛塑科技薄膜生产线大多投产时间较早，部分已提完折旧，发行人设备整体购入时间较晚且设备造价较高，相应单位折旧摊销费用较高。

四、规模效应对毛利率的影响

发行人通过纵向一体化布局，构建了“聚酰胺 6-BOPA 薄膜”产业链，在获取 BOPA 薄膜销售环节毛利率的同时，同步获取了聚酰胺 6（PA6）环节的销售毛利率。报告期各期，产业链一体化优势对发行人通用型 BOPA 薄膜毛利率的贡献为 2%-3% 左右。

产业链一体化优势对发行人毛利率的影响较大，规模效应对发行人毛利率的影响相对较小，规模效应对毛利率的影响一般体现在单位产品的折旧和摊销、职工薪酬等单位固定成本费用。发行人产品成本中固定成本主要包括厂房与机器设备等的折旧摊销费用，生产管理人员对应的固定职工薪酬，厂房租金等。

报告期内，发行人通用型 BOPA 薄膜固定成本情况如下表所示：

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	金额/比例	变动	金额/比例	变动	金额/比例	变动	金额/比例
固定成本（万元）	6,123.97		12,676.18	-7.66%	13,728.19	8.33%	12,672.54
其中：折旧和摊销	4,587.55		9,702.81	-9.59%	10,731.47	10.38%	9,722.24
职工薪酬	1,507.96		2,916.46	1.68%	2,868.32	5.37%	2,722.08
租金	28.46		56.91	-55.67%	128.40	-43.74%	228.21
通用 BOPA 薄膜营业成本（万元）	69,249.15		125,408.05	21.86%	102,913.42	7.27%	95,936.63
固定成本占比	8.84%	-12.56%	10.11%	-24.21%	13.34%	0.99%	13.21%

项目	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度
	金额/比例	变动	金额/比例	变动	金额/比例	变动	金额/比例
通用型 BOPA 薄膜销量 (吨)	42,664.02		79,703.68	-1.73%	81,107.29	29.91%	62,431.33
单位固定成本(元/吨)	1,435.39	-9.75%	1,590.41	-6.04%	1,692.60	-16.61%	2,029.84
单位成本(元/吨)	16,231.28	3.16%	15,734.29	24.00%	12,688.55	-17.43%	15,366.74

报告期内,发行人通用型 BOPA 薄膜固定成本占比分别为 13.21%、13.34%、10.11%和 8.84%,各期变动系因发行人产销规模持续扩大,己内酰胺价格波动叠加所致。2020 年至 2022 年 6 月,固定成本占比较上年先增后降,主要系原材料己内酰胺价格在该期间内先降后升,由于原材料占营业成本比重较高,使得变动成本占比相应变动。

报告期内,发行人通用型 BOPA 薄膜单位固定成本分别为 2,029.84 元/吨、1,692.60 元/吨、1,590.41 元/吨和 1,435.39 元/吨,呈持续下降趋势,主要系发行人产能利用率不断提升,产线陆续投产,规模化效应提升;叠加 2021 年两条 BOPA 生产线提完折旧的综合影响。2020 年至 2022 年 6 月单位固定成本分别下降 16.61%、6.04%和 9.75%,对毛利率分别影响提升 1.95 个百分点、0.47 个百分点和 0.70 个百分点。

(一) 固定成本因素分析

规模效应对毛利率的影响一般体现在单位产品的折旧和摊销、职工薪酬等单位固定成本费用。除沧州明珠外,其他同行业可比公司由于其对应产品类别、竞争格局与发行人存在一定差异,故以下重点比较与沧州明珠的差异。

1、职工薪酬

随着近年来发行人设备单线产能的提高,除产品包装人员外,其余工序人员无明显增长,规模效应逐渐形成,单位人工成本有效降低,具体分析如下:

(1) 人工成本节约效果测算

选取发行人生产线 A 和生产线 B,其单线设计产能分别为 4,506.00 吨/年和

7,240.00 吨/年，分别与沧州明珠和发行人平均单线产能相近，同时假设发行人相关产线所需人员数即为行业一般水平；对比分析 2021 年人工成本节约情况，具体情况如下表所示：

项目	生产线 A	生产线 B
产量（吨）	4,551.46	7,488.83
产线所需人员（人）	43	48
单位人员平均工资（元/年）	95,367.44	
测算单位人工成本（元/吨）	900.99	611.26
单位人工成本节约（元/吨）	289.72	

发行人得益于规模化生产的优势，随着设备单线产量提高，产线所需人员数量未随产能同比例增长，单位人工成本明显摊薄。

（2）发行人通用型 BOPA 薄膜单位人工与沧州明珠对比情况

单位：元/吨

公司	成本项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
沧州明珠	单位直接人工	-	796.08	711.39	763.67
发行人	单位直接人工	659.78	651.76	613.93	708.57
	单位直接人工（剔除 PA6 生产环节人工）	610.26	604.76	565.02	639.75
单位人工成本节约		-	191.32	146.37	123.92
对毛利率的贡献		-	0.89%	0.85%	0.66%

数据来源：沧州明珠定期报告，2022 年半年报未披露单位人工相关数据。

发行人生产 BOPA 薄膜的原材料聚酰胺 6（PA6）大部分为自行生产，直接人工费用包含了聚酰胺 6 生产环节的人工费用，剔除该因素影响后，与沧州明珠相比，报告期各期发行人单位人工成本节约金额分别为 123.92 元/吨、146.37 元/吨、191.32 元/吨，随着 2020 年第十一条 BOPA 薄膜生产线投产带来的产能增加，规模效应进一步显现。

2、折旧摊销

近年来，由于发行人持续引进行业先进的设备，设备投资额较大且整体购置较晚，因此单位折旧摊销金额高于沧州明珠，具体数据如下表所示：

单位：元/吨

项目	公司	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
沧州明珠	平均单位折旧摊销费用	-	662.55	722.74	825.63
发行人	平均单位折旧摊销费用	1,075.27	1,217.36	1,323.12	1,557.27

发行人的平均单位折旧摊销金额高于沧州明珠，主要系：（1）发行人生产 BOPA 薄膜的原材料聚酰胺 6 (PA6) 主要由子公司生产供应，合并报表中 BOPA 薄膜折旧摊销金额包含了聚酰胺 6 (PA6) 生产环节的折旧摊销费用；故相较于沧州明珠从外部采购原材料，发行人单位折旧摊销费用较高；（2）沧州明珠的薄膜生产线大多投产时间较早，部分已提完折旧，发行人设备整体购入时间较晚且设备造价较高，相应使得单位折旧摊销费用较高。

（二）规模效应对发行人单位成本和毛利率的敏感性分析

规模效应对发行人单位成本和毛利率的敏感性分析如下表所示：

项目	变动率	变动对于单位成本的敏感性			
		2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
单位固定成本	-15.00%	-1.33%	-1.52%	-2.00%	-1.98%
	-10.00%	-0.88%	-1.01%	-1.33%	-1.32%
	-5.00%	-0.44%	-0.51%	-0.67%	-0.66%
	5.00%	0.44%	0.51%	0.67%	0.66%
	10.00%	0.88%	1.01%	1.33%	1.32%
	15.00%	1.33%	1.52%	2.00%	1.98%
项目	变动率	变动对于毛利率的敏感性			
		2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
单位固定成本	-15.00%	3.73%	4.12%	5.56%	9.05%
	-10.00%	2.48%	2.75%	3.71%	6.03%
	-5.00%	1.24%	1.37%	1.85%	3.02%
	5.00%	-1.24%	-1.37%	-1.85%	-3.02%
	10.00%	-2.48%	-2.75%	-3.71%	-6.03%

	15.00%	-3.73%	-4.12%	-5.56%	-9.05%
--	--------	--------	--------	--------	--------

整体来看，发行人单位固定成本变动对单位成本和毛利率敏感性均较小。

综上所述，随着产量的增加，发行人单位固定成本逐年下降，在一定程度上提高了毛利率，发行人成本结构与同行业可比公司不存在重大差异，规模效应对发行人毛利率的影响主要体现在单位人工成本的节约。

(3) 区分境内、境外说明直销、经销毛利率比较情况，如存在较大差异，请进一步分析原因。

一、总体分析

模拟报告期初即合并长塑实业，报告期各期，境内、境外的直销、经销毛利率情况如下表所示：

区域	类别	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
境内	经销	20.43%	23.87%	20.86%	15.59%
	直销	23.07%	25.91%	22.34%	13.05%
境外	经销	34.29%	30.00%	34.62%	27.64%
	直销	23.07%	25.89%	30.44%	23.50%

如上表所示，除 2019 年外，境内销售的直销毛利率高于经销；2019-2022 年 1-6 月，境外销售的经销毛利率高于直销。

二、区分主要产品境内外直销、经销毛利率分析

报告期内，发行人的主要产品为通用型 BOPA 薄膜、新型 BOPA 薄膜、聚酰胺 6 (PA6) 和生物降解 BOPLA 薄膜，分产品的境内外毛利率分析如下：

(一) 通用型 BOPA 产品

模拟报告期初即合并长塑实业，通用型 BOPA 产品的主营业务收入分别为 116,949.29 万元、139,949.78 万元、171,574.39 万元和 93,907.17 万元，占主营业务收入的比例分别为 72.45%、88.39%、86.74%和 80.98%。

报告期各期，境内外通用型 BOPA 产品直销、经销毛利率对比情况如下表所示：

销售区域	项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
		销售占比	毛利率	销售占比	毛利率	销售占比	毛利率	销售占比	毛利率
境内	经销	27.34%	20.43%	32.84%	23.86%	28.14%	20.85%	45.12%	16.35%
	直销	35.43%	23.30%	36.50%	27.37%	39.75%	24.97%	50.65%	18.60%
境外	经销	22.72%	34.36%	15.69%	30.07%	18.99%	34.72%	2.44%	28.02%
	直销	14.51%	31.83%	14.98%	29.14%	13.12%	31.08%	1.79%	27.09%

1、境内销售

报告期各期，通用型 BOPA 产品境内销售直销毛利率高于经销，主要系发行人为激励经销商积极开拓市场，以及提高资金使用效率，发行人让利于经销商，给予客户价格优惠的政策，对经销商定价相对低于直销客户，以保证经销商合理的利润空间。

2、境外销售

境外销售中经销毛利率高于直销，主要受销售区域差异的影响。BOPA 薄膜境外销售的经销区域主要集中在欧美等发达国家，报告期各期欧美国家销售占比分别为 66.18%、67.70%、75.28%和 72.98%；客户在供应商选择上更加看重产品品质和供货能力的稳定性，倾向于选择国内实力较强的供应商建立长期合作关系，价格接受度更高。境外直销客户主要集中在东南亚地区，报告期各期东南亚国家销售占比分别为 60.45%、53.32%、47.19%和 44.69%；受经济发展水平差异的影响，东南亚国家对价格相对更敏感，故经销的毛利率相对较高。

（二）新型 BOPA 薄膜

模拟报告期初即合并长塑实业，新型 BOPA 产品的主营业务收入分别为 1,703.17 万元、3,945.25 万元、8,464.84 万元和 4,683.91 万元，占主营业务收入的比例分别为 1.06%、2.49%、4.28%和 4.04%。

报告期各期，境内外新型 BOPA 薄膜产品直销、经销毛利率对比情况如下表所示：

销售区域	项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
		销售占比	毛利率	销售占比	毛利率	销售占比	毛利率	销售占比	毛利率
境内	经销	1.03%	23.25%	1.60%	24.41%	1.23%	29.25%	23.40%	37.42%
	直销	85.73%	40.58%	85.25%	40.14%	79.81%	46.71%	75.88%	52.56%
境外	经销	9.14%	30.86%	10.77%	29.72%	14.49%	29.84%	0.72%	12.94%
	直销	4.11%	34.94%	2.38%	34.00%	4.47%	36.33%	-	-

1、境内销售

报告期各期，新型 BOPA 产品境内销售直销毛利率高于经销，主要系发行人让利于经销商，以激励其积极开拓市场并保证其合理利润空间。

2、境外销售

境外销售中，直销毛利率略高于经销，主要系新型 BOPA 薄膜进入市场时间较短，发行人对于新型 BOPA 薄膜境外销售主要采用经销渠道进行市场开拓及推广，2020 年、2021 年和 2022 年 1-6 月，经销渠道占新型 BOPA 薄膜境外销售占比为 76.43%、81.92%和 68.99%。同时，发行人为鼓励经销商开拓境外市场，让利于经销商，故经销整体毛利率低于直销毛利率。

（三）聚酰胺 6（PA6）

模拟报告期初即合并长塑实业，聚酰胺 6（PA6）产品的主营业务收入分别为 41,884.81 万元、14,073.74 万元、17,357.83 万元和 16,922.00 万元，占主营业务收入的比例分别为 25.95%、8.89%、8.78%和 14.59%。

报告期各期，境内外的聚酰胺 6（PA6）产品直销、经销毛利率对比情况如下表所示：

销售	项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
----	----	--------------	---------	---------	---------

		销售占比	毛利率	销售占比	毛利率	销售占比	毛利率	销售占比	毛利率
境内	经销	-	-	-	-	-	-	14.66%	7.58%
	直销	25.36%	4.10%	55.66%	5.62%	95.16%	5.55%	84.45%	2.15%
境外	经销	-	-	2.81%	26.52%	-	-	0.08%	0.38%
	直销	74.64%	13.45%	41.52%	14.07%	4.84%	11.66%	0.80%	0.85%

PA6 销售以直销为主，报告期各期经销占比分别为 14.74%、0.00%、2.81% 和 0.00%，占比较低。

2019 年 PA6 的境内销售中，经销毛利率高于直销，主要系本期发行人将 PA6 主要销售给了经销商厦门长凯，该部分 PA6 生产的原材料己内酰胺主要为进口保税料，进口保税料与一般己内酰胺采购价格存在差异，成本相对更低，相应毛利率较高；使得 2019 年境内 PA6 销售经销毛利率高于直销毛利率。

2019 年 PA6 境外销售处于市场开拓阶段，销售策略以市场培育和销售渠道拓展为主，销售占比较小，毛利率较低。2021 年度有少量经销，且毛利率较高，主要系当年度经销销售集中在 4 月份所致。2021 年海外 PA6 供应商开工受到疫情因素影响，海外市场对 PA6 的供给相对不足。依托完备的制造业体系和良好的疫情防控措施，我国保持了产业链供应链体系的稳定可靠，2021 年 PA6 出口量大幅增加；PA6 出口销售价格也大幅增长，4 月销售价格处于全年高位，导致当年毛利率相对较高。

2022 年 1-6 月，PA6 境内、境外销售均为直销，毛利率略有下降。主要系 2021 年初己内酰胺市场价格整体处于上行阶段，发行人基于对未来市场价格走势的判断，增加了 PA6 库存，2021 年初用于对外销售的 PA6 库存为 4,024.55 吨，单位成本为 9,939.79 元/吨，占 2021 年度全年对外销售 PA6 库存数量的 30.95%，受该因素影响，2021 年 PA6 单位成本较低。2022 年 1-6 月，PA6 境内、境外销售单位成本上涨幅度大于单价上涨幅度，使得毛利率均略有下降。

（四）生物降解 BOPLA 薄膜

模拟报告期初即合并长塑实业，生物降解 BOPLA 薄膜产品的主营业务收

入分别为 0.00 万元、0.00 万元、245.98 万元和 450.00 万元，占主营业务收入的
比例分别为 0.00%、0.00%、0.12%和 0.39%。

报告期各期，境内、境外的生物降解 BOPLA 薄膜产品的直销、经销毛利率对比情况如下表所示：

销售区域	项目	2022 年 1-6 月		2021 年度	
		销售占比	毛利率	销售占比	毛利率
内销	经销	-	-	3.72%	27.77%
	直销	92.56%	30.53%	94.12%	24.35%
外销	经销	0.67%	39.27%	0.80%	33.13%
	直销	6.77%	21.92%	1.36%	39.82%

生物降解 BOPLA 薄膜产品目前处于市场导入期，尚未形成稳定的客户群体，不同批次产品的毛利率受不同客户议价能力、产品排产周期等影响，差异较大，以境内直销为主，其余销售占比较低，直销与经销的毛利率未见重大差异。

(4) 请申报会计师发表明确意见。

【申报会计师的核查程序和核查意见】

一、核查情况

针对上述问题，我们履行了如下核查程序：

1、访谈发行人管理层及相关业务人员，获取发行人报告期内 PA6 各期境外销售收入、成本明细表，了解报告期内 PA6 销售价格的变动情况，结合产品的定价方式差异，分析毛利率变动的原因及合理性；

2、获取 PA6 销售成本明细，汇总统计境内外毛利率数据，对 PA6 境内外的毛利率变动进行分析；

3、访谈发行人财务部门负责人，了解发行人成本核算机制，获取发行人报告期内成本明细，结合制造费用固定成本、变动成本构成情况，分析规模效应

提升对单位成本、毛利率影响的合理性；

4、查阅同行业可比上市公司定期报告等相关资料，结合同行业可比公司单线产能、成本结构的比较情况，分析规模效应提升对发行人毛利率的影响；

5、获取发行人销售收入明细表，成本结构表，测算不同销售模式、不同产品类型和不同销售区域下的毛利率水平，分析境内外直销、经销的毛利率水平差异的原因及合理性。

二、核查结论

经核查，我们认为：

1、模拟报告期初即合并长塑实业，PA6 境内外的销售定价方式无明显差异，2021 年、2022 年 1-6 月 PA6 毛利率上升主要受境外 PA6 销售占比增加、境外毛利率提升的影响，报告期各期的 PA6 毛利率变动具有合理性；

2、随着产量增加，发行人单位固定逐年下降，发行人成本结构与同行业可比公司不存在重大差异，规模效应对毛利率的影响主要体现在单位人工成本的下降；

3、发行人境内、境外直销、经销毛利率差异具有合理性。

5.关于存货

申请文件及首轮问询回复显示：

(1) 报告期各期，降等产品中原材料的跌价准备分别为 0 万元、295.61 万元、996.53 万元。

(2) 2021 年末发行人根据国际原油价格走势及原材料价格走势，适当增加了期末的库存商品库存。

(3) 2021 年末，发行人库存商品账面余额较 2020 年末增长 82.49%，其中数量较 2020 年末增加 32.80%，2020 年末、2021 年末在手订单覆盖率分别为

113.05%、68.79%。发行人未说明 2021 年末存货的结转情况。

请发行人：

(1) 说明原材料降等产品形成的原因，期后转回转销情况，2021 年计提较大跌价准备的原因；发行人原材料是否合理储存，存货管理措施及内部控制是否科学完善，存货跌价准备计提是否充分。

(2) 说明发行人存货管理机制、备货策略，报告期及期后原油、己内酰胺、PA6 价格等原材料价格变动趋势，关于原材料备货的内部控制措施是否完善。

(3) 结合存货结转情况，说明 2021 年存货尤其是库存商品余额大幅上涨的原因及合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【发行人说明】

(1) 说明原材料降等产品形成的原因，期后转回转销情况，2021 年计提较大跌价准备的原因；发行人原材料是否合理储存，存货管理措施及内部控制是否科学完善，存货跌价准备计提是否充分。

一、说明原材料降等产品形成的原因，期后转回转销情况，2021 年计提较大跌价准备的原因

(一) 原材料降等产品形成的原因

发行人原材料降等产品系二次料，主要为开停机、清理、分切过程中产生的边角料、废膜等，该部分材料通过干燥后挤出重新造粒后成为二次料，其中，杂质含量较低的二次料一般被再次领用并投入生产；杂质含量较高不符合发行人生产要求的二次料，按废料市场价格直接处置。

(二) 期后转回转销情况

报告期各期，原材料降等产品期后一般用于继续生产或对外销售，同时对

计提的存货跌价准备予以转销，故不存在跌价转回的情况，期后跌价转销情况如下表所示：

单位：万元

项目	2022.6.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
二次料期末结存金额	2,000.24	1,814.41	904.83	1,225.87
二次料存货跌价准备金额	1,019.00	996.53	295.61	-
期后转回金额	-	-	-	-
期后转销金额	769.79	975.09	295.53	-
期后转销比例	75.54%	97.85%	99.97%	-

注：2021年12月31日、2022年6月30日的期后转销比例计算截止日期为2022年9月30日。

（三）2021年计提较大存货跌价的原因

发行人生产经营状况良好，存货周转率及产品综合毛利率均较高，正常产品、原材料经跌价测试不存在减值情况，存货跌价主要系对原材料中降等产品的跌价计提。报告期各期末，降等产品中原材料的跌价准备金额分别为0万元、295.61万元、996.53万元、1,019.00万元。其中，2019年12月，发行人非同一控制下合并了长塑实业，相关存货均以公允价值入账，至2019年末不存在进一步减值的迹象，故未计提存货跌价准备。2021年末及2022年6月末原材料降等产品，主要是二次料计提跌价的金额大幅上升，主要包括以下原因：

1、二次料结存数量增加

2021年末结存的二次料数量增加原因主要系2021年BOPA薄膜产量增加，相应在生产中产生的二次料数量增加，但当期自用数量、对外销售数量较上年有所减少，相应使得期末二次料结存数量增加，2022年6月末二次料结存数量与2021年末基本持平。

2、可变现净值下降

由于二次料产量增加，且受造粒机产能受限影响，废膜未及时造粒，2021

年末结存的二次料中未破碎膜比例从 2020 年的 20.45% 上升至 62.62%，2022 年 6 月末未破碎膜比例下降至 46.84%，但仍显著高于 2020 年水平，未破碎膜直接出售价格较低，期末二次料的可变现净值下降，相应使得 2021 年末二次料的存货跌价准备计提增加。

二次料计提跌价的方法如下：

在资产负债表日，存货按照成本与可变现净值孰低计量，对成本高于可变现净值的，计提存货跌价准备。对于直接用于出售的存货，在正常生产经营过程中以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值，需要经过加工的存货，在正常生产经营过程中以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值。

由于二次料既可以用于直接出售，也可以用于继续生产，发行人基于谨慎性原则，以二次料的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值，并根据可变现净值高于成本的金额确定跌价准备。

综上，发行人 2021 年末二次料的结存数量增加，同时二次料对外销售价格较低，可变现净值下降，使得发行人在 2021 年末计提了较大金额的二次料存货跌价准备，具有合理性。

二、发行人原材料是否合理储存，存货管理措施及内部控制是否科学完善，存货跌价准备计提是否充分

（一）发行人原材料存储条件

发行人主要原材料为液态己内酰胺，于密闭槽罐中储存，己内酰胺周转率高，生产厂商可做到每日送货到厂，故发行人可以设置较低的安全库存，己内酰胺在槽罐周转速度快，不存在积压呆滞的情况。

其他主要原材料包括聚酰胺 6（PA6）、二次料、母料、助剂等，均在原材料仓库中划分区域整齐排放，严格按照《5S 管理制度》及《仓库管理制度》执

行原材料的现场管理工作。原材料仓保持通风干燥，确保原材料保存于适宜环境中。

综上，发行人原材料合理存储。

（二）发行人存货管理措施及内部控制制度

发行人制定了《仓库管理制度》，并按照制度要求，对存货从采购入库环节到销售出库环节均作出相应的管理要求，具体如下：

1、存货验收与入库环节管控

（1）外购存货验收与入库：所有待检物料需单独存放并标识，待检验合格后方可办理入库，采购人员与库管员根据采购订单及送货单信息验收采购物料的外观、规格、数量，若来料信息与采购订单信息不符，采购人员与供应商协调补货、退货或扣款等事宜；验收合格后质检人员进行抽样检验，检验合格后，采购人员填制 ERP 采购入库单。

库管员根据采购人员 ERP 采购入库单与检验报告进行系统审核，并建立物料台账和标识卡。

（2）生产入库：生产人员按照生产作业指导书要求进行生产作业，每个生产环节都进行质量专检，经检验合格后，生产人员填制 ERP 入库单。

仓储人员根据生产人员 ERP 产成品入库单与检验报告进行系统审核，并建立物料台账和标识卡。

2、在库存货管理

（1）定期盘点

对于外销成品、立体库包材、主要原料每月月初进行一次全盘，对于内销成品、五金备件、普通仓包材每半年进行一次全盘，对于其他原材料，则采取每月抽盘的方式。盘点结束后，盘亏盘盈部分由财务发出《盘点报告》，储运主管负责说明原因，并反馈给财务、生产线负责人和总监、事业部总经理。

（2）定期监控库龄与存货质量

仓库通过供应链管理系统，定期监控在库存货的库龄情况。在安排领用及销售出库时严格执行先进先出的存货管理要求，优先发出库龄较长的存货。仓库每月提报库存品超期物料明细，并对实物外观检查是否产生变质，发现问题时须找质量、使用部门等相关人员再次检验，经确认存在变质的存货，需单独存放，等待进一步处理。发行人存货周转情况良好，报告期各期，发行人存货周转率高于同行业可比公司平均水平。

（3）仓库分区进行管理，并进行标识

发行人对仓库按存货类别划出不同的分区，例如成品仓分合格品区、不合格品区、退货区管理，同时按规格、指定客户等进一步划分分区；原料仓分待检区、合格品区、不合格品区，同时按物料大类、主原料不同供应商、不同生产批次等进一步划分分区。发行人按照分区有序排放存货，添加标识、标示，并安排专员定期巡查仓库标识、标示，检查是否完整、清晰，发现有破损、脱落、模糊将及时进行更换。

3、存货出库环节管控

（1）生产领用

生产部门编制 ERP 生产任务单下发至各生产车间，车间领料员根据生产任务单生成的物料清单填写材料出库单，库管员审核材料出库单后，按照先进先出原则发放物料至车间领料员，并在物料发放后更新标识台账。

（2）销售出库

生产部门完成产品入库后通知销售部门，销售部门根据销售订单在 ERP 系统编制发货单，销售部门负责人审批后自动生成出库单，经库管员审核后安排实物出库，并更新物料标识台账。

综上，发行人的存货管理措施及内部控制制度科学完善。

（三）发行人的存货跌价准备计提是否充分

报告期各期末，发行人 1 年以上库龄的存货占各期末存货余额比例较低；主营业务毛利率保持在相对合理水平，生产经营的安全边际较高；主要采用“以销定产、标准产品适当库存”的生产经营模式，并根据在手订单（含订单预测）进行适当的备货，报告期各期末订单支持率较高。由于发行人的产品毛利率较高，在产品市场价格未发生重大波动的情况下，正常存货未发生减值。

发行人建立了良好的存货管理及评审机制，存货管控情况良好，通过盘点及供应链管理系统的辅助，可有效识别出呆滞、毁损、过时、老化、品质降等的存货。对于识别出的呆滞、毁损、过时、老化、品质降等的存货，发行人采取较为谨慎的跌价计提比例计提存货跌价准备。

报告期各期末，发行人计提的存货跌价准备金额分别为 0 万元、733.37 万元、1,552.25 万元和 1,403.45 万元，主要是对长库龄的周转材料以及期末结存的二次料计提了较大金额的跌价准备，2021 年存货跌价金额计提较多，主要系 2021 年末原材料中的二次料结存金额较大，发行人根据二次料的预计未来可变现净值对二次料计提了较多的跌价准备。

综上，发行人存货跌价准备计提政策合理，计提方法符合《企业会计准则》的规定，存货跌价准备计提充分。

（2）说明发行人存货管理机制、备货策略，报告期及期后原油、己内酰胺、PA6 价格等原材料价格变动趋势，关于原材料备货的内部控制措施是否完善。

一、发行人的存货管理机制、备货策略

生产方面，发行人主要采取“以销定产、标准产品适当库存”的库存管理方式，采购方面，发行人主要采取“以产定采、设置安全库存”的备货策略。

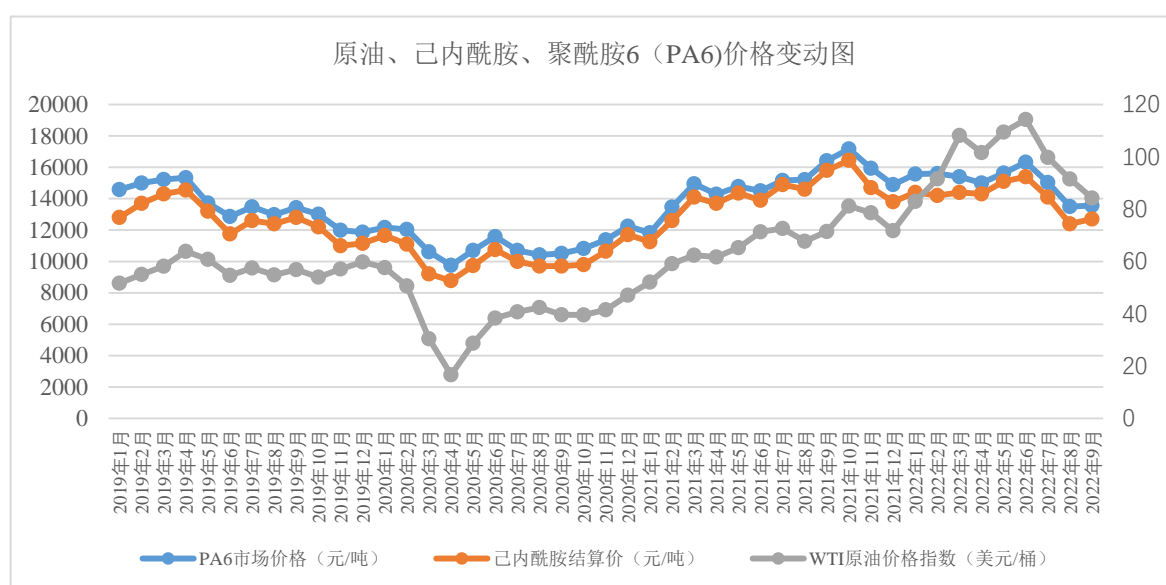
发行人最主要的原材料为己内酰胺及聚酰胺 6（PA6），对于己内酰胺，发行人与己内酰胺厂家每年签订年度采购框架协议，保证己内酰胺基础供应，对于超出合同约定数量的采购需求，则采取一单一谈的采购方式进行采购；聚酰

胺 6（PA6）主要为自产，少部分从外部厂商采购。

由于己内酰胺及聚酰胺 6（PA6）均为整车运送，可做到每日运送，故发行人设置的己内酰胺及聚酰胺 6（PA6）的安全库存量较低，约 3-5 天用量。各期末结存数量均属于正常库存水平，备货周期与期末结存数量具有匹配性。

二、报告期及期后原油、己内酰胺、PA6 价格等原材料价格变动趋势

报告期及期后原油、己内酰胺、PA6 价格等原材料价格变动趋势如下图：



注：WTI 原油价格指数数据来源于 Wind 数据，己内酰胺结算价数据来源于卓创资讯网，聚酰胺 6（PA6）2019 年至 2021 年市场价格数据来源于中纤网，2022 年数据来源于隆众资讯

2019 年至 2020 年 2 月，受欧佩克限产、地区冲突等不确定性因素影响，国际原油价格在 50-70 美元/桶之间震荡波动。2020 年 2 月后，由于全球爆发新冠疫情，交通出行、货运物流与航空业均受到严重影响，疫情爆发后原油市场出现较为明显的下跌反应，国际原油需求大幅滑坡，以及石油输出国组织及其盟国未能达成减产协议，需求侧持续低迷与供给侧价格战的双重叠加，国际原油价格短期大幅下探。2020 年 4 月，石油输出国组织及其盟国达成减产协议，原油供给减少，进一步改善了原油市场供需平衡。2020 年下半年，随着疫情的缓解，原油需求持续改善，库存缓慢持续去化，国际油价逐渐企稳回升。由于

欧佩克减产政策的推进，加之新冠疫苗在各国推动接种，多国推行经济刺激计划，2021年油价持续走高。2022年以来，受俄乌冲突影响，油价在高位剧烈波动，布伦特原油期货价格最高突破每桶135美元。

己内酰胺价格受原油价格影响波动较大，己内酰胺是聚合生成PA6最主要的原材料，成本约占PA6生产成本的90%以上，因此PA6的价格与己内酰胺的价格呈现高度相关，2021年以来，己内酰胺、PA6价格持续走高，与国际原油价格指数走势一致。2022年，受俄乌战争影响，国际原油价格指数上涨。由于国内原油进口来源主要为俄罗斯及中东地区，有一定的价格优惠，国内受到的原油价格冲击相对较小，2022年出现了国际原油价格变动趋势大于己内酰胺、聚酰胺6（PA6）变动趋势的情况。

综上，报告期及期后，己内酰胺、PA6价格与原油价格指数变动趋势整体匹配。

三、发行人关于原材料备货的内部控制措施是否完善

发行人主要采取“以产定采、设置安全库存”的备货策略，并根据在手订单（含订单预测）、市场行情进行适当的调整，建立了完善的关于原材料备货的内控制度，对生产备货各阶段进行职责分工、过程控制。

在备货数量预测层面，发行人明确了物料需求预测的审批、管理流程，提高需求预测准确性，生产部门根据营销中心提供的预测订单与实际订单等相关资料定期编制《生产主计划表》，并根据《生产主计划表》生成《物料需求计划》，生产计划员根据拟定的《物料需求计划》核查实际原辅料情况是否能满足计划表执行。对物料不足的，根据公司内部采购管理制度执行相关物料申购，并根据采购部门回复的物料交期信息修正《生产主计划表》《物料需求计划》；在备货管理层面，发行人加强仓储管理力度，要求仓库管理人员统计各类存货库存数量与状态，提高备货种类及备货量准确性。

综上，发行人关于原材料备货的内部控制措施完善。

(3) 结合存货结转情况，说明 2021 年存货尤其是库存商品余额大幅上涨的原因及合理性。

一、存货结转情况

报告期内，各期末结存存货期后结转情况如下表所示：

单位：万元

项目	2022.6.30			
	结存金额	期后 3 个月结转金额	截至 2022.9.30 结转金额	截至 2022.9.30 期后结转比例
原材料	5,883.42	4,590.55	4,590.55	78.03%
在产品	1,950.15	1,950.15	1,950.15	100.00%
库存商品	16,492.23	15,437.80	15,437.80	93.61%
周转材料	1,567.35	251.95	251.95	16.08%
半成品	889.52	889.52	889.52	100.00%
发出商品	2,554.80	2,554.80	2,554.80	100.00%
在途物资	302.84	302.84	302.84	100.00%
委托加工物资	0.20	0.20	0.20	100.00%
项目	2021.12.31			
	结存金额	期后 9 个月结转金额	截至 2022.9.30 结转金额	截至 2022.9.30 期后结转比例
原材料	6,305.05	6,125.96	6,125.96	97.16%
在产品	1,800.42	1,800.42	1,800.42	100.00%
库存商品	14,143.94	14,122.51	14,122.51	99.85%
周转材料	1,591.24	452.48	452.48	28.44%
半成品	686.36	686.36	686.36	100.00%
发出商品	3,002.50	3,002.50	3,002.50	100.00%
项目	2020.12.31			
	结存金额	期后 1 年结转金额	截至 2022.9.30 结转金额	截至 2022.9.30 结转比例
原材料	4,420.88	4,240.65	4,384.26	99.17%
在产品	1,482.84	1,482.84	1,482.84	100.00%
库存商品	7,750.66	7,749.26	7,749.26	99.98%
周转材料	1,566.23	500.11	624.91	39.90%

半成品	399.44	399.44	399.44	100.00%
发出商品	2,524.25	2,524.25	2,524.25	100.00%
项目	2019.12.31			
	结存金额	期后 1 年结转金额	截至 2022.9.30 结转金额	截至 2022.9.30 结转比例
原材料	4,197.58	4,187.10	4,192.08	99.87%
在产品	1,286.48	1,286.48	1,286.48	100.00%
库存商品	3,977.88	3,976.95	3,977.88	100.00%
周转材料	1,417.05	400.03	643.05	45.38%
半成品	223.59	223.59	223.59	100.00%
发出商品	3,560.60	3,560.60	3,560.60	100.00%
委托加工物资	7.91	7.91	7.91	100.00%

发行人库龄在 1 年以上的存货主要为周转材料，除此之外主要为特殊型号的原材料和非常规产品的零星结存，整体金额较小。

发行人存货期后结转情况良好，不存在存货滞销、积压风险。

二、2021 年存货尤其是库存商品余额大幅上涨的原因及合理性

2021 年末存货余额较 2020 年末增加 9,385.20 万元，其中原材料结存金额较上年末增加 1,884.17 万元，库存商品结存金额较上年末增加 6,393.28 万元，库存商品余额增长幅度较大。2022 年 6 月末存货账面余额较上年末增加 2,110.98 万元，主要系库存商品余额增加。

报告期各期末，库存商品各明细数量、单位成本及余额情况如下表所示：

单位：吨、元/吨、万元

项目	2022 年 1-6 月			2021 年度		
	数量	单位成本	余额	数量	单位成本	余额
通用型 BOPA 薄膜	6,103.79	15,962.85	9,743.39	5,144.72	16,564.01	8,521.72
新型 BOPA 薄膜	287.45	21,606.54	621.08	335.06	23,856.92	799.35
BOPLA	49.65	27,798.59	138.02	51.5	33,011.65	170.01
PA6	4,424.46	13,537.77	5,989.73	3,414.25	13,625.39	4,652.05

其他	-	-	-	0.22	-	0.81
小计	10,865.34	15,178.74	16,492.23	8,945.74	15,810.81	14,143.94
项目	2020 年度			2019 年度		
	数量	单位成本	余额	数量	单位成本	余额
通用型 BOPA 薄膜	2,521.45	13,285.29	3,349.82	1,713.07	14,891.63	2,551.04
新型 BOPA 薄膜	190.28	21,040.57	400.36	32.04	20,770.91	66.55
BOPLA	-	-	-	-	-	-
PA6	4,024.55	9,939.79	4,000.32	1,271.98	10,291.28	1,309.03
其他	0.08	-	0.16	23.95	-	51.26
小计	6,736.36	11,505.71	7,750.66	3,041.04	13,080.66	3,977.88

报告期各期末，库存商品各明细数量、单位成本变动情况如下：

项目	2022 年 1-6 月			2021 年度			2020 年度		
	数量变动比例	单位成本变动比例	余额变动比例	数量变动比例	单位成本变动比例	余额变动比例	数量变动比例	单位成本变动比例	余额变动比例
通用型 BOPA 薄膜	18.64%	-3.63%	14.34%	104.04%	24.68%	154.39%	47.19%	-10.79%	31.31%
新型 BOPA 薄膜	-14.21%	-9.43%	-22.30%	76.09%	13.39%	99.66%	493.88%	1.30%	501.59%
BOPLA	-3.59%	-15.79%	-18.82%	-	-	-	-	-	-
PA6	29.59%	-0.64%	28.75%	-15.16%	37.08%	16.29%	216.40%	-3.42%	205.59%
其他	-	-	-	175.00%	-	406.25%	-99.67%	-	-99.69%
小计	21.46%	-4.00%	16.60%	32.80%	37.42%	82.49%	121.52%	-12.04%	94.84%

2021 年末，发行人库存商品余额较上年末增加 6,393.28 万元，增长 82.49%，主要系通用型 BOPA 薄膜余额增加。通用型 BOPA 薄膜库存数量较上年末增加 2,623.27 吨，余额增加 5,171.90 万元。

国际原油期货价格在 2021 年 10 月达到高位后有所下降，年底处于相对低位，发行人根据国际原油价格走势及原材料价格走势对后续的市场行情做了一定的判断，适当增加了库存，期后国际原油价格大幅上涨，发行人库存商品期后销售情况良好，期末结存数量合理。

2022年6月末库存商品增加主要系12号生产线建成投产，伴随新建产能的释放，通用型BOPA薄膜产品库存相应增加。同时，随着PA6外部销售收入和订单的增加，发行人适当增加了备货量，使PA6库存商品存货数量有较大增长。由于2021年第四季度原材料价格处于相对高位，期末库存商品单位成本较高，2022年6月末库存商品单位成本有所下降。

综上，2021年末存货尤其是库存商品期末余额大幅上涨主要系通用型BOPA薄膜期末结存数量增加及单位成本上涨所致，发行人根据市场行情判断适当增加了库存。2022年6月末库存商品期末余额进一步上涨主要系BOPA产能及PA6外部订单的增加所致。期后结转情况良好，库存商品期末余额大幅上涨具有合理性。

(4) 请申报会计师发表明确意见。

【申报会计师的核查程序和核查意见】

一、核查情况

针对上述事项，我们履行了如下核查程序：

1、访谈发行人生产负责人与财务负责人，了解发行人生产用料及工艺、降等产品形成原因；

2、了解存货跌价准备计提政策，获取发行人存货库龄分析表、产销量数据、存货跌价测试表，并结合细分产品毛利率、销售价格变动趋势，复核存货跌价计提的准确性和充分性；

3、获取发行人计提存货跌价准备的存货明细表以及期后出库明细表，检查期后销售/领用情况，复核转回转销金额的准确性；

4、实施监盘程序，检查存货的数量是否真实完整、有无毁损、陈旧、过时、残次和短缺等状况；

5、访谈发行人管理层，了解存货管理机制、备货政策、采购生产周期，结

合发行人原材料和库存商品明细、在手订单明细，分析报告期各期末发行人原材料和库存商品构成及其变动原因；

6、获取原油、己内酰胺、聚酰胺 6（PA6）的公开市场价格数据，分析原材料价格的变动趋势，结合存货结转情况，2021 年存货尤其是库存商品余额大幅上涨的原因及合理性。

二、核查结论

针对上述事项，我们认为：

1、发行人原材料降等产品主要为二次料，期后用于继续生产或对外销售，同时对计提的存货跌价准备予以转销，不存在跌价转回的情况。发行人 2021 年末、2022 年 6 月末二次料的结存数量和金额增加，同时二次料对外销售价格较低，可变现净值下降，计提较大金额的存货跌价准备具有合理性，发行人原材料合理存储，存货管理措施及内部控制制度科学完善，存货跌价准备计提充分；

2、生产方面，发行人主要采取“以销定产、标准产品适当库存”的库存管理方式，采购方面，发行人主要采取“以产定采、设置安全库存”的备货策略；报告期及期后，己内酰胺、PA6 价格与原油价格指数变动趋势整体匹配；发行人关于原材料备货的内部控制措施完善；

3、发行人存货期后结转情况良好，不存在存货滞销、积压风险；2021 年末存货尤其是库存商品期末余额大幅上涨主要系通用型 BOPA 薄膜期末结存数量增加，结存单位成本上涨所致，发行人根据市场行情判断适当增加了库存；2022 年 6 月末库存商品期末余额进一步上涨主要系 BOPA 产能及 PA6 外部订单的增加所致，期后结转情况良好，库存商品期末余额大幅上涨具有合理性。

7.关于股份支付

申请文件及首轮问询回复显示，发行人员工持股平台约定有股份锁定期，包括自取得财产份额之日起三年内不得转让，离职人员离职后六个月内不得转

让且六个月后仅可在普通合伙人指定时间内转让等。发行人 2019 年一次性确认股份支付费用 6,138.00 万元。

请发行人说明员工持股平台人员份额转让价格是否存在限制，员工离职后是否必须转让相关份额、离职人员转让价格约定情况，员工持股平台是否实际存在服务期要求，发行人 2019 年股份支付费用一次性确认的合理性，会计处理是否符合《企业会计准则》相关规定。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【发行人说明】

(1) 说明员工持股平台人员份额转让价格是否存在限制，员工离职后是否必须转让相关份额、离职人员转让价格约定情况，员工持股平台是否实际存在服务期要求，发行人 2019 年股份支付费用一次性确认的合理性，会计处理是否符合《企业会计准则》相关规定

一、说明员工持股平台人员份额转让价格是否存在限制，员工离职后是否必须转让相关份额、离职人员转让价格约定情况，员工持股平台是否实际存在服务期要求

2019 年 12 月 17 日，中仑海杰各合伙人签署《厦门中仑海杰股权投资合伙企业（有限合伙）之权益约定书》（以下简称“《权益约定书》”），对股权激励对象财产份额的转让价格、股份锁定期等进行了约定，其主要条款如下：

条款	具体内容
<p>第二条 强制转让财产份额的情形</p>	<p>2.1 除非经普通合伙人书面作出相反认定，在满足以下条件之一的，应被视为强制转让财产份额的情形已成就，有限合伙人应当自条件成就之日起 30 日内（如相关法律对此期限另有规定的，则自法律规定的期限届满之日前），按本约定书中所确定的价格向普通合伙人或普通合伙人指定的合伙人或指定的第三方转让其所持有的全部财产份额：</p> <p>（1）有限合伙人将财产份额质押、担保、偿还债务，或在其所持财产份额上设置其他任何优先性权利或限制性权利的；</p> <p>（2）有限合伙人因触犯国家法律被判以任何刑事责任的；</p> <p>（3）有限合伙人因故意或重大过失给中仑新材料有限公司（含合并报表范围内的子公司，下同）造成重大损失的；</p> <p>（4）有限合伙人自营或者同他人合作经营与本合伙企业及本合伙企业所投资</p>

条款	具体内容
	<p>的企业相同、相近似或相竞争的业务，或者加入中仑新材料有限公司的竞争对手；</p> <p>(5) 有限合伙人违反《厦门中仑海杰股权投资合伙企业（有限合伙）之合伙协议书》约定义务的；</p> <p>(6) 有限合伙人受到相关监管部门、行政部门重大行政处罚；</p> <p>(7) 普通合伙人认定的有限合伙人存在严重损害中仑新材料有限公司利益而需要强制转让其所持财产份额的其他情形。</p>
<p>第三条 转让财产份额时的价格确定方式</p>	<p>3.1 强制转让财产份额的价格确定方式</p> <p>强制转让财产份额的价格为该有限合伙人为取得所持有财产份额所支付的全部对价。</p>
	<p>3.2 除强制转让财产份额外，有限合伙人在取得财产份额后，经普通合伙人同意，可以向普通合伙人或者普通合伙人同意的第三方（原则上受让方需为中仑新材料有限公司及其合并报表范围内的子公司的员工）转让其所持有的财产份额：</p> <p>(1) 向第三方转让财产份额的（受让财产份额的第三方资格须经普通合伙人认可，原则上受让方需为中仑新材料有限公司及其合并报表范围内的子公司的员工），由转让方与受让方自行协商确定转让价格。普通合伙人在同等条件下具有优先购买权。</p> <p>(2) 无其他第三方愿意受让财产份额的，有限合伙人可以向普通合伙人转让财产份额，转让价格由普通合伙人和有限合伙人协商确定。</p> <p>(3) 第三方及普通合伙人均不愿意受让的，经普通合伙人同意，有限合伙企业可以将该有限合伙人所要求转让的财产份额所对应的有限合伙企业所持有被投资企业的股权/股份转让予第三方，转让所得（扣除相应税费）全额支付给该有限合伙人，并对所对应的财产份额做减资/退伙处理。</p> <p>(4) 第三方及普通合伙人均不愿意受让的，且普通合伙人亦不同意有限合伙企业转让所持有的被投资企业股权/股份的，有限合伙人应当继续持有该财产份额。</p>
	<p>3.3 有限合伙人依照本约定书第 3.2 条的约定转让其所持有的财产份额，需遵守下述锁定安排及转让比例的限制：</p> <p>(1) 有限合伙人自取得财产份额之日起，三年内不得转让其所持有的财产份额或要求合伙企业转让其所有持有合伙企业财产份额所对应的有限合伙企业所持有被投资企业的股权/股份。</p> <p>(2) 有限合伙企业所投资企业在股份公司成立后一年内，有限合伙人不得申请转让其所持有的财产份额或要求合伙企业转让其所有持有合伙企业财产份额所对应的有限合伙企业所持有被投资企业的股权/股份；有限合伙企业所投资企业完成首次公开发行股票后，自被投资企业公司股票在证券交易所上市交易之日起一年内，有限合伙人不得申请转让其所持有的财产份额或要求合伙企业转让其所持有合伙企业财产份额所对应的有限合伙企业所持有被投资企业的股权/股份。</p> <p>(3) 有限合伙人在有限合伙企业所投资企业任职期间，除经普通合伙人书面同意外，有限合伙人需在普通合伙人指定的时间内申请转让其所持有的财产份额或申请退伙，且每一年度申请转让或退伙所对应的财产份额不得超过该有限合伙人上一年度持有合伙企业全部财产份额的 25%。当有限合伙人所持合伙企业份额不足 1 万元时，方可一次性向普通合伙人申请转让其所持有的财产份额或退伙。</p> <p>有限合伙人自有限合伙企业所投资企业离职后六个月内，不得申请转让其所持有的财产份额或申请退伙。离职后六个月后，除经普通合伙人书面同意外，</p>

条款	具体内容
	<p>仅可在普通合伙人指定的时间内申请转让其所持有的财产份额或申请退伙，且每一年度申请转让或退伙所对应的财产份额不得超过该有限合伙人离职时所持有合伙企业全部财产份额的 25%，该比例可以累积使用，并仍需遵守本约定书第 3.2 条之相关约定。</p>

根据前述相关条款可知：

1、根据《权益约定书》第三条之 3.2 款的规定，本次股权激励对象份额转让价格由交易双方协商确定，不存在对于转让价格方面的限制性条款。

2、中仑海杰《权益约定书》中未对离职后是否必须转让相关份额及离职人员转让价格进行相关约定，即便合伙人入伙后从公司处离职，在未触发退伙条款的情况下，均可继续持有合伙企业份额。

3、中仑海杰《权益约定书》中未约定激励对象的具体服务期，不存在实际服务期的要求，不存在关于任职期限、服务期限或业绩条件、离职后须转让股权的约定或其他安排。

4、本次股权激励对象仅因出现质押、担保、偿还债务、构成刑事犯罪、故意或重大过失导致公司遭受重大损失、同业竞争、受到重大行政处罚等特殊情形才需按照《权益约定书》的约定将其所持持股平台份额由普通合伙人按照激励对象取得价格收回，该约定均为保护性条款，不构成实质上的转让价格限制。

5、根据中仑海杰《权益约定书》的规定，仅对有限合伙人持有合伙份额的锁定期进行了约定，而未对有限合伙人是否需要服务至锁定期满方可离职以及离职时是否必须退伙及退伙时价格是否为非公允价格等进行任何约定；有限合伙人即使锁定期内离职仍可从股权激励计划中获益，设置锁定期的目的在于确保员工持股平台人员结构的稳定性，避免入伙后突击退伙或频繁入伙、退伙，而与合伙人是否在公司处任职、离职或服务期限长短均无关，因此，中仑海杰有限合伙人合伙份额锁定期与其服务期限之间不构成必然的逻辑关系。

综上所述，中仑海杰对于员工离职后股份减持的价格未作限制，员工离职后不存在强制转让相关份额的约定，亦未对离职人员转让价格进行约定，本次

股权激励设定的锁定期不属于服务期，员工持股平台不存在实际的服务期要求。

二、发行人 2019 年股份支付费用一次性确认的合理性，会计处理是否符合《企业会计准则》相关规定

根据《企业会计准则第 11 号—股份支付》规定，以权益结算的股份支付换取职工提供服务的，应当以授予职工权益工具的公允价值计量。权益工具的公允价值，应当按照《企业会计准则第 22 号—金融工具确认和计量》确定。授予后立即可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，应当在授予日按照权益工具的公允价值计入相关成本或费用，相应增加资本公积。

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 26 的相关规定，确认股份支付费用时，对增资或受让的股份立即授予或转让完成且没有明确约定服务期等限制条件的，原则上应当一次性计入发生当期，并作为偶发事项计入非经常性损益。对设定服务期限等限制条件的股份支付，股份支付费用应采用恰当的方法在服务期内进行分摊，并计入经常性损益。

根据中仑海杰《权益约定书》的约定，公司股权激励对象未签订约定服务期或业绩条件的协议，属于授予后立即可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付。

因此，公司对股份支付费用按照授予日转让价格低于权益工具公允价值的差额在授予日一次性确认具有合理性，相关会计处理符合《企业会计准则》和《首发业务若干问题解答》（2020 年 6 月修订）的规定。

（2）请申报会计师发表明确意见

【申报会计师的核查程序和核查意见】

一、核查情况

针对上述事项，我们履行了如下核查程序：

1、查阅了中仑海杰的工商登记资料，查阅了合伙人签署的《入伙协议》、

相关股权转让涉及的《厦门中仑海杰股权投资合伙企业（有限合伙）之变更决定书》等决议文件；

2、查阅了中仑海杰合伙人共同签署的《合伙协议书》和《权益约定书》，确定是否存在与股权所有权或收益权相关限制性条款以及服务期的具体约定；

3、查阅了《企业会计准则》《首发业务若干问题解答》（2020年6月修订）中对股份支付的规定，判断公司股份支付的类型，核实股份支付的授予日，确认条件等；

4、对股权激励对象进行了访谈，了解是否存在关于转让价格限制、离职后必须转让相关份额、离职人员转让价格约定情况和服务期的具体约定等。

二、核查结论

经核查，我们认为：

根据中仑海杰《合伙协议书》《权益约定书》的约定及对股权激励对象访谈了解，中仑海杰对于离职后股份减持的价格未作限制，员工离职后不存在强制转让相关份额的约定，亦未对离职人员转让价格进行约定；本次股权激励设定的锁定期不属于服务期，员工持股平台不存在实际的服务期要求；发行人2019年股份支付费用一次性确认具备合理性，相关会计处理符合《企业会计准则》和《首发业务若干问题解答》（2020年6月修订）的规定。


(此页无正文，为中仑新材料股份有限公司容诚专字[2022]361Z0576 号
报告之签字盖章页。)



中国·北京

中国注册会计师: 熊建益 
熊建益

中国注册会计师: 许瑞生 
许瑞生

中国注册会计师: 郑伟平 
郑伟平

2022年11月4日

证书序号: 0011869

说明

- 1、《会计师事务所执业证书》是证明持有人经财政部门依法审批，准予执行注册会计师法定业务的凭证。
- 2、《会计师事务所执业证书》记载事项发生变动的，应当向财政部门申请换发。
- 3、《会计师事务所执业证书》不得伪造、涂改、出租、出借、转让。
- 4、会计师事务所终止或执业许可注销的，应当向财政部门交回《会计师事务所执业证书》。



发证机关: 北京市财政局

二〇一九年六月十日

中华人民共和国财政部制



会计师事务所

执业证书

容诚会计师事务所(特殊普通合伙)

名称:

首席合伙人: 肖厚发

主任会计师:

经营场所: 北京市西城区阜成门外大街22号1幢外经贸大厦901-22至901-26

组织形式: 特殊普通合伙

执业证书编号: 11010032

批准执业文号: 京财会许可[2013]0067号

批准执业日期: 2013年10月25日

容诚会计师事务所(特殊普通合伙)
业务报告附件专用

证书编号: 350200020142
No. of Certificate

批准注册协会: CPAS福建注册会计师协会
Authorized Institute of CPAs福建注册会计师协会
发证日期: 1996年09月30日
Date of Issuance



年度检验登记
Annual Renewal Registration

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



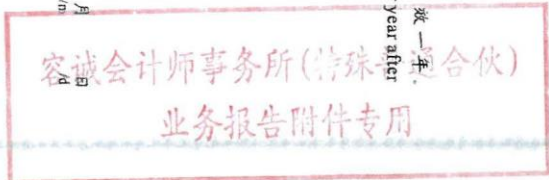
2018年3月15日

姓名
Full name
性别
Sex
出生日期
Date of birth
工作单位
Working unit
身份证号
Identity card No.



年度检验登记
Annual Renewal Registration

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



年 月 日

验证证书真实有效
姓名: 陈建杰
注册编号: 350200020142



年 月 日



注册会计师工作单位变更事项登记
Registration of the Change of Working Unit by a CPA

同意调出
Agree the holder to be transferred from
转出协会盖章
2021年7月5日
转出协会盖章
CPAs

同意调入
Agree the holder to be transferred to
转入协会盖章
2021年7月5日
转入协会盖章
CPAs



年度检验登记
Annual Renewal Registration

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

年度检验登记
Annual Renewal Registration

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



年 月 日

年度检验登记
Annual Renewal Registration

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



证书编号:
No. of Certificate

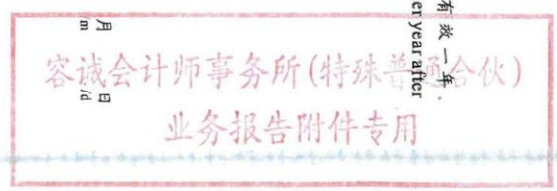
批准注册协会:
Authorized Institute of CPAs

发证日期:
Date of Issuance

2019年3月15日

年度检验登记
Annual Renewal Registration

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



2019年3月15日

注册会计师工作单位变更事项登记
Registration of the Change of Working Unit by a CPA

同意调出
Agree the holder to be transferred from

容诚会计师事务所
CPAs

转出协会盖章
Stamp of the transfer-out Institute of CPAs

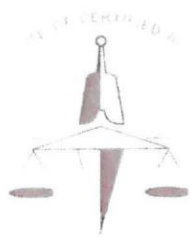
2019年11月8日

同意调入
Agree the holder to be transferred to

容诚厦门分所
CPAs

转入协会盖章
Stamp of the transfer-in Institute of CPAs

2019年11月8日



姓名
Full name

性别
Sex

出生日期
Date of birth

工作单位
Working unit

身份证号码
Identity card No.



年度检验登记
Annual Renewal Registration

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



验证证书真实有效
姓名: 洪瑞生
注册号: 350200011518

年度检验登记
Annual Renewal Registration

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



月 日

注册会计师工作单位变更事项登记
Registration of the Change of Working Unit by a CPA

同意调出
Agree the holder to be transferred from

蔡同臣

事务所
CPAs

转出协会盖章
Stamp of the transfer-out Institute of CPAs
2013年6月19日

同意调入
Agree the holder to be transferred to

蔡文健

事务所
CPAs

转入协会盖章
Stamp of the transfer-in Institute of CPAs
2013年6月19日

48



注册会计师工作单位变更事项登记
Registration of the Change of Working Unit by a CPA

同意调出
Agree the holder to be transferred from

事务所
CPAs

转出协会盖章
Stamp of the transfer-out Institute of CPAs
年 月 日

同意调入
Agree the holder to be transferred to

事务所
CPAs

转入协会盖章
Stamp of the transfer-in Institute of CPAs
年 月 日

11

姓名 郑伟平
Full name 郑伟平
性别 男
Sex 男
出生日期 1988-12-29
Date of birth 1988-12-29
工作单位 致同会计师事务所(特殊普通合伙)
Working unit 致同会计师事务所(特殊普通合伙)
身份证号码 350625198812290514
Identity card no. 350625198812290514



容诚会计师事务所(特殊普通合伙)
业务报告附件专用

年度检验登记
Annual Renewal Registration

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



证书编号: 110101580052
No of Certificate 110101580052
批准注册协会: 福建省注册会计师协会
Authorized Institute of CPAs 福建省注册会计师协会
发证日期: 2013 年 06 月 15 日
Date of Issuance 2013 y 06 m 15 d



2013.3.15