

关于江苏广信感光新材料股份有限公司
申请向特定对象发行股票的
审核问询函的回复
天职业字[2022] 31563号

目 录

关于江苏广信感光新材料股份有限公司申请向特定对象发行股票的审
核问询函的回复—————1

北京注册会计师协会

业务报告统一编码报备系统

业务报备统一编码：	110101502022624018804
报告名称：	审核问询函的回复
报告文号：	天职业字[2022]31563号
被审（验）单位名称：	江苏广信感光新材料股份有限公司
会计师事务所名称：	天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）
业务类型：	其他鉴证业务
报告日期：	2022年05月23日
报备日期：	2022年05月23日
签字人员：	李靖豪(110101504977)， 杨霖(110101500151)
	
(可通过扫描二维码或登录北京注协官网输入编码的方式查询信息)	

说明：本备案信息仅证明该报告已在北京注册会计师协会报备，不代表北京注册会计师协会在任何意义上对报告内容做出任何形式的保证。

关于江苏广信感光新材料股份有限公司

申请向特定对象发行股票的审核问询函的回复

天职业字[2022] 31563 号

深圳证券交易所：

贵所于 2022 年 4 月 29 日出具的《关于江苏广信感光新材料股份有限公司申请向特定对象发行股票的审核问询函》（审核函〔2022〕020088 号）（以下简称“审核问询函”）已收悉。江苏广信感光新材料股份有限公司（以下简称“广信材料”、“发行人”或“公司”）与金圆统一证券有限公司（以下简称“金圆统一”、“保荐机构”、“保荐人”）、湖南启元律师事务所（以下简称“湖南启元”、“发行人律师”）、天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“天职国际”、“会计师”）等相关方对审核问询函所列示问题进行了逐项落实、核查，同时按照审核问询函的要求对《江苏广信感光新材料股份有限公司向特定对象发行 A 股股票募集说明书》（以下简称“募集说明书”）进行了修订和补充，并将财务数据予以更新。现就审核问询函提出的问题书面回复如下，请予审核。

说明：

- 1、如无特别说明，本回复报告使用的术语、简称与募集说明书具有相同含义。
- 2、本回复报告中部分合计数与各加数直接相加之和在尾数上有差异，这些差异是四舍五入造成。
- 3、本回复报告中的字体代表以下含义：

审核问询函所列问题	黑体（加粗）
对问询函所列问题的回复	宋体
对募集说明书的修改、补充	楷体（加粗）

目 录

问题 1.....	3
问题 2.....	16
问题 4.....	29
问题 5.....	43
问题 6.....	92
问题 8.....	102

问题 1

发行人本次年产 5 万吨电子感光材料及配套材料项目（以下简称“5 万吨材料项目”）达产后将形成每年 1.6 万吨 PCB 油墨产品，1.5 万吨涂料及配套原材料，1.2 万吨树脂，及 0.7 万吨光刻胶产品及配套试剂的产能。2020 年，发行人专用油墨、专用涂料产能分别为 10,500 吨、10,350 吨，树脂采购量为 4,377 吨。申报材料称，由于安全环保限制，原年产 6,500 吨油墨产品的青阳基地于 2022 年上半年停产，子公司江苏宏泰高分子材料有限公司（以下简称“江苏宏泰”）宜兴基地于 2019 年 1 月起正式停产，现有涂料产能湖南宏泰新材料有限公司（以下简称“湖南宏泰”）、湖南阳光新材料有限公司（以下简称“湖南阳光”）的生产基地均未在化工园区内；公司拟于 2022 年年中将部分产能暂时转由湖南宏泰满足，并在募投项目建成后转入龙南基地。本次募投项目将由发行人子公司江西广臻感光材料有限公司（以下简称“江西广臻”）实施，实施地点为江西省龙南市富康工业园区，尚未取得土地使用权证。关于光刻胶产品，发行人委托台湾广至新材料有限公司合作研发的第一批次光刻胶产品已通过部分客户的验证并获得小批量订单。此外，发行人披露其于 2022 年 3 月 30 日召开董事会对募集资金投向及相关议案进行了修订。

请发行人补充说明：（1）本次募投项目是否涉及原有产能搬迁，如是，请说明搬迁的具体安排、预计搬迁的费用和时间等，并说明对发行人产能、业绩等的影响；如否，请说明停产基地对应厂区设备和相关人员的后续安排，对应资产是否存在减值风险，是否存在员工遣散和纠纷风险，是否存在大额员工费用支出相关风险等；（2）结合青阳基地和宜兴基地停产的原因、停产后原有产能转移的情况、现有实际产能，详细说明产能转移的具体含义、实现过程，现有产能及本次募投项目产能是否均在化工园区内，影响油墨及涂料生产基地停产的相关因素是否影响发行人其他业务，是否影响本次募投项目实施，是否对发行人持续经营产生重大不利影响；（3）结合报告期内发行人及子公司产品产能及产能利用率情况（如有）分产品说明行业竞争格局、发行人竞争优势，行业市场容量、行业产能扩张及下游客户扩产情况，在手订单、意向性合同、合作协议等签署情况等，并进一步说明本次募投项目产能规划的必要性、合理性，产能消化的具体措施，是否存在产能过剩的风险及发行人拟采取的应对措施；（4）结合本次募投项目与发行人其他可比项目单位投资成本的对比情况，并与同行业可比公司情况对比，说明是否存在明显差异，本次投资规模的测算依据、测算过程及其合理性；（5）结合报告期内主要原材料的价格波动、市场供给和竞争情况、同行业可比公司情况，量化对比分析对外采购和通过募投项目自产树脂、涂料原材料

产品的价格情况，说明通过本次募投项目向产业链上游延伸的必要性、合理性，相关产能是否超过自用所需，是否存在对外销售的情形，效益测算中是否考虑相关情形；(6) 关于光刻胶及配套原材料相关研发及生产情况，结合相关技术及产品迭代周期、行业发展和试产情况等，说明生产中主要涉及的技术情况、是否为业内通用技术、目前研发进度及预计进展、后续研发安排、采用子公司作为募投项目实施主体的技术来源，相关知识产权权属归属是否已明确约定，是否已签订相关技术授权或转让等协议及协议主要内容，是否存在侵权风险，是否存在技术落后、研发进度不及预期、研发结果不确定或研发失败的情形，客户的验证周期及订单取得情况，同行业中是否存在可比案例；(7) 结合项目实施主体江西广臻目前的具体经营情况、技术和人员储备、销售渠道，说明江西广臻是否具备实施本次募投项目所需的资质，是否具备大批量生产的能力；(8) 本次募投项目用地取得的最新进展，并说明募投项目用地落实的风险；(9) 董事会于 2022 年 3 月对募集资金投向及相关议案进行修订的内容及原因。

请发行人充分披露 (1) (2) (3) (6) (8) 涉及的风险。请保荐人核查并发表明确意见，请会计师核查 (1) (4) (5) 并发表明确意见，请发行人律师核查 (7) 并发表明确意见。

回复：

一、本次募投项目是否涉及原有产能搬迁，如是，请说明搬迁的具体安排、预计搬迁的费用和时间等，并说明对发行人产能、业绩等的影响；如否，请说明停产基地对应厂区设备和相关人员的后续安排，对应资产是否存在减值风险，是否存在员工遣散和纠纷风险，是否存在大额员工费用支出相关风险等。

(一) 本次募投项目是否涉及原有产能搬迁

本次募投项目不涉及原有产能搬迁至本次募投项目所在地。本次募投项目系发行人基于未来行业和环保发展趋势完善公司业务布局、贴近华南市场、快速响应下游客户需求的重要举措，是公司主动实施的战略部署。本次募投项目将在江西赣州市新建 PCB 油墨和涂料的龙南基地，龙南基地建成达产后将作为公司立足华南、辐射周边的重要生产基地，其产能将逐年释放，以承接华南区域及其周边地区现有及新开发的下游客户需求。龙南基地贴近华南区域市场，运输距离短，销售维护近，客户后续服务与维护的响应时间更及时。

(二) 停产基地对应厂区设备和相关人员的后续安排，对应资产是否存在减值风险，是否存在员工遣散和纠纷风险，是否存在大额员工费用支出相关风险等

截至本回复报告出具日，发行人已经停产的生产基地为青阳基地，其基本情况如下：

根据公司的业务规划，公司青阳基地工厂不再进行 PCB 阻焊油墨生产，将被打造为公司的总部及研发基地。青阳基地停产，青阳基地原生产设备将停止使用，后续将根据公司业务的实际情况予以出售或者转移到子公司江阴广豫继续使用。根据沃克森出具的《资产评估报告》（沃克森国际评报字(2022)第 0544 号），青阳基地原生产设备包括 102 项机器设备和 313 项电子设备，由于已经使用多年，账面价值较低，截至 2021 年 12 月 31 日的可收回金额为 438.17 万元，较账面价值减值 12.85 万元。具体情况如下：

单位：万元

账面价值	公允价值	处置费用	可收回金额	增减值
451.02	455.09	16.92	438.17	-12.85

青阳基地停产不需要进行大规模的员工遣散，其原因如下：青阳基地生产油墨产品为电子化学产品，并且青阳基地不在化工园区内。为持续符合当地的环保、安监及相关调峰限产要求，青阳基地近两年特别是 2021 年 4 季度以来处于常态化的限产、间歇性停产状态。随着青阳基地不饱和生产状态的持续，导致制造部员工的劳动需求量逐渐减少，在一定程度上影响了部分员工收入，其中有部分员工在此期间陆续选择主动离职。基于青阳基地的实际情况，公司调整工作安排，对收入受影响的员工作出转岗或者转至江阴广豫的工作安排，其中：有部分员工接受了上述工作安排；对于不接受上述工作安排的员工，公司与其协商解除劳动关系。以上制造部员工的离职变动在近两年中陆续出现，并不存在某个时点制造部员工大规模离职的情况，且除制造部员工外，青阳基地是公司总部所在地，常年保持较高数量的行使行政管理职能的员工，这部分员工每年都会存在正常的入离职变动。公司始终秉持以人为本的用工理念，充分尊重每一位员工的合法权益，截至本回复报告出具日，公司与这些离职员工不存在劳动纠纷。

综上，青阳基地原生产设备由于已经使用多年，账面价值较低，不存在大额减值的风险。青阳基地作为公司总部所在地，常年保持较高数量的行使行政管理职能的员工，这部分员工每年都会存在正常的入离职变动。制造部员工的入离职变动在过往一年中陆续出现，并不存在某个时点制造部员工大规模离职的情况，随着员工转岗或者转至江阴广豫工作，预计公司将不存在员工大规模离职的情况。公司始终秉持以人为本的用工理念，充分尊重每一位员工的合法权益，截至本回复报告出具日，公司与离职员工不存在劳动纠纷，不存在大额员工费用支出相关风险。

四、结合本次募投项目与发行人其他可比项目单位投资成本的对比情况，并与同行业可比公司情况对比，说明是否存在明显差异，本次投资规模的测算依据、测算过程及其合理性；

（一）本次募投项目与发行人其他可比项目单位投资成本的对比

将公司现有产能的厂房、设备等投资支出与本次募投项目对应支出进行对比分析，本次募投项目投入测算具有合理性，具体如下：

1、建筑工程支出的对比

项目	涉及产品	建筑工程支出 (万元)	建筑面积 (m ²)	单位建筑面积投资额 (万元/m ²)
本次募投项目	油墨、涂料、光刻胶及配套试剂、自制树脂	18,778.37	81,996.12	0.23
公司现有产线	油墨、涂料	13,085.83	59,807.90	0.22
其中：江阴广豫	油墨	8,435.75	41,369.10	0.20
湖南宏泰	涂料	4,650.08	18,438.80	0.25

注：发行人本次募投项目的《江西广臻感光材料有限公司年产5万吨电子感光材料及配套材料项目可行性研究报告》由拥有化工甲级工程设计资质的江西省化学工业设计院出具，募投项目的相关具体明细未进行拆分，下同。

由上表可以看出，本次募投项目单位面积建筑工程支出为0.23万元/m²，与公司现有产线对应的单位面积建筑工程支出差异不大，在合理范围内。因此，本次募投项目的建筑工程支出测算合理。

2、设备购置及安装投入的对比

项目	涉及产品	设备购置及安装投资额 (万元)	产能(吨/年)	单位产能投资额 (万元/吨)
本次募投项目	油墨、涂料、光刻胶及配套试剂、自制树脂	19,014.20	50,000.00	0.38
公司现有产线		12,231.12	18,000.00	0.68
其中：江阴广豫	油墨	9,901.91	8,000.00	1.24
湖南宏泰	涂料	2,329.21	10,000.00	0.23

本次募投项目单位产能设备购置及安装投资额为0.38万元/吨，低于公司现有产线的0.68万元/吨。与涂料业务相比，油墨业务生产工序较多，增加研磨、分散等工序，设备投入较大，导致其单位产能所需设备投入高于涂料业务。公司现有产线中油墨产能占比为

44.44%，本次募投项目中油墨产能占比为 32%，单位产能设备投入较大的油墨业务占比低于现有生产线，拉低了本次募投项目整体的单位产能设备购置及安装投入。因此，综合来看，本次募投项目的设备购置及安装投入测算具有合理性，不存在重大异常。

以上可以看出，通过与公司现有产线建筑工程支出和设备购置及安装支出等方面的对比分析，本次募投项目投入测算具有合理性，不存在重大异常。

（二）本次募投项目与同行业可比公司单位投资成本的对比

公司	类别	项目名称	投资额 (万元)	产能(吨 /年)	单位产能 投资额 (万元/ 吨)	建筑面积 (m ²)	单位建筑 面积投资 额(万元/ m ²)
松井股份	2020年首发上市募投项目	高性能水性涂料建设项目	15,994.36	5,000.00	3.2	7,004.00	2.28
		汽车部件用新型功能涂料改扩建项目	2,378.67	500.00	4.76	2,397.04	0.99
		特种油墨及环保型胶黏剂生产扩能项目	6,507.83	1,200.00	5.42	4,794.08	1.36
容大感光	2022年度向特定对象发行股票募投项目	光刻胶及其配套化学品新建项目	54,804.19	1.53万吨+1.20亿平方米	-	-	-
	2016年首发上市募投项目	印制电路板感光油墨	15,450.00	10,000.00	1.55	24,923.50	0.62
		光刻材料及其配套化学品	3,040.00	1,000.00	3.04	4,120.00	0.74
发行人本次募投项目		油墨、涂料、光刻胶及配套试剂、自制树脂	52,538.00	50,000.00	1.05	81,996.12	0.64

注：容大感光 2022 年度向特定对象发行股票项目目前仅处于预案披露阶段，募投相关公开信息有限。

发行人本次募投项目包括油墨、涂料、光刻胶及配套试剂、自制树脂等，本次募投项目的《江西广臻感光材料有限公司年产 5 万吨电子感光材料及配套材料项目可行性研究报告》由拥有化工甲级工程设计资质的江西省化学工业设计院出具。因为募投项目的相关具体明细未进行拆分，通过对比同行业公司，可以看出，发行人的单位产能投资额和单位建筑面积投资额与之存在差异，但整体低于同行业上市公司。

其中松井股份的募投项目单位产能投资额和和单位建筑面积投资额整体较高，主要是由于其募投项目集中在以 3C 行业中的高端消费类电子及乘用车等高端消费品领域的新

型功能涂层材料研发、生产，上述高端消费品领域具有科技创新能力强、产品定制化需求高且更新速度快等特点，因此配备了较为领先的 DCS 全自动生产过程控制系统，导致单位产能投资额和单位建筑面积投资额较高。容大感光的光刻材料及其配套化学品项目主要包括紫外线正胶、紫外线负胶两种产品以及稀释剂等配套化学品，主要应用于平板显示、半导体及集成电路等领域；印制电路板感光油墨项目的单位产能投资额略高于发行人本次募投项目，主要原因为容大感光的印制电路板感光油墨项目投资建设较早技术设备相较目前存在差异以及本次募投包含其他项目所致，但单位建筑面积投资额与发行人基本一致。

从整体看，以上同行业公司与发行人本次募投项目在具体项目上存在差异，导致单位产能投资额和单位建筑面积投资额有所差异，但整体低于同行业上市公司。

（三）本次投资规模的测算依据、测算过程及其合理性

本次募投项目总投资 52,538.00 万元，项目具体投资情况如下：

序号	工程或费用名称	投资额（万元）	比例
1	建筑工程支出	18,778.37	35.74%
2	设备购置及安装	19,014.20	36.19%
3	工程建设其他费用	3,504.49	6.67%
4	基本预备费	3,302.94	6.29%
5	铺底流动资金	7,938.00	15.11%
合计		52,538.00	100.00%

本次募集资金投资项目主要投资为建筑工程支出、设备购置及安装，占总投资额的比例分别为 35.74%、36.19%。

具体测算如下：

单位：万元

序号	工程及费用名称	建筑工程支出	设备购置	设备安装	工程建设其他费用	合计
一	工程费用					
1	主要生产工程	12,255.60	15,499.30	1,534.50	-	29,289.40
1.1	1#甲类仓库（1500 m ² ）	300.00	8.00	1.60	-	309.60
1.2	2#甲类仓库（1500 m ² ）	300.00	8.00	1.60	-	309.60
1.3	3#甲类仓库（1500 m ² ）	300.00	11.00	3.50	-	314.50
1.4	4#甲类仓库（1500 m ² ）	300.00	11.00	3.50	-	314.50
1.5	5#甲类仓库（1500 m ² ）	300.00	15.00	4.40	-	319.40

序号	工程及费用名称	建筑工程支出	设备购置	设备安装	工程建设其他费用	合计
1.6	6#甲类仓库 (1500 m ²)	300.00	15.00	4.40	-	319.40
1.7	7#甲类仓库 (1500 m ²)	300.00	9.00	2.10	-	311.10
1.8	8#甲类仓库 (1500 m ²)	300.00	9.00	2.10	-	311.10
1.9	甲类仓库 (危废减容处理区) (1285 m ²)	251.60	14.60	6.20	-	272.40
1.10	1#甲类车间 (4000 m ²)	980.00	7,150.50	865.60	-	8,996.10
1.11	2#甲类车间 (4000 m ²)	880.00	982.70	106.50	-	1,969.20
1.12	3#甲类车间 (4000 m ²)	1,080.00	3,256.50	149.60	-	4,486.10
1.13	4#甲类车间 (4000 m ²)	880.00	1,006.50	98.20	-	1,984.70
1.14	ROC 装置区	80.00	420.00	65.30	-	565.30
1.15	1#丙类仓库 (7200 m ²)	1,296.00	6.00	1.10	-	1,303.10
1.16	2#丙类仓库 (7200 m ²)	1,296.00	15.00	3.20	-	1,314.20
1.17	丙类车间 (15155 m ²)	3,112.00	2,561.50	215.60	-	5,889.10
2	辅助工程	5,718.19	1,502.20	478.20	-	7,698.59
2.1	辅助用房 (477.52 m ²)	95.50	62.60	13.50	-	171.60
2.2	综合办公楼 (22678.6 m ²)	4,989.30	76.60	14.20	-	5,080.10
2.3	污水处理池	105.00	68.50	6.70	-	180.20
2.4	初期雨水及事故应急池	324.45	6.55	1.20	-	332.20
2.5	消防水池	156.54	8.25	0.90	-	165.69
2.6	甲类罐区	36.50	40.00	8.20	-	84.70
2.7	管廊	6.90	25.50	4.80	-	37.20
2.8	泵区	3.20	42.00	8.00	-	53.20
2.9	地磅	0.80	15.00	1.20	-	17.00
2.10	给排水	-	202.80	88.80	-	291.60
2.11	电气	-	316.60	96.10	-	412.70
2.12	自控	-	637.80	234.60	-	872.40
3	总图工程	804.58	-	-	-	804.58
3.1	道路及路面硬化	189.50	-	-	-	189.50
3.2	围墙及大门	166.78	-	-	-	166.78
3.3	边坡处理	382.00	-	-	-	382.00
3.4	绿化	66.30	-	-	-	66.30
	工程费用合计	18,778.37	17,001.50	2,012.70	-	37,792.57
二	工程建设其他费用					
1	前期工作咨询费	-	-	-	36.00	36.00
2	勘察费	-	-	-	166.33	166.33
3	设计费	-	-	-	755.85	755.85
4	施工图审查费	-	-	-	41.58	41.58
5	安评和环评费	-	-	-	60.00	60.00
6	土地使用权费	-	-	-	960.93	960.93

序号	工程及费用名称	建筑工程支出	设备购置	设备安装	工程建设其他费用	合计
7	建设单位管理费	-	-	-	377.93	377.93
8	建设工程监理费	-	-	-	566.89	566.89
9	职工培训费	-	-	-	108.00	108.00
10	招标代理费	-	-	-	188.96	188.96
11	联合试运转费	-	-	-	170.02	170.02
12	办公家具购置费	-	-	-	72.00	72.00
	其他费用小计	-	-	-	3,504.49	3,504.49
三	预备费	-	-	-	3,302.94	3,302.94
	建设投资合计	18,778.37	17,001.50	2,012.70	6,807.43	44,600.00

项目投资构成中，建筑工程支出主要系生产厂房、办公楼建设等；设备购置及安装支出主要系产品生产线建设所需投入的相关设备及达到产品生产环境要求所需的装修等；工程建设其他费用主要包括工程咨询费、勘察设计费、安评环评费、工程建设监理费、联合试运转费、员工培训费、招标代理费等。上述费用均系为实现本项目如期完成建设、顺利投产运营所需的必要支出，具备合理性。

项目投资支出的测算依据主要包括：项目工程技术资料；建筑材料、设备的厂家报价或市场价格；项目拟建工程的建设内容及工程量；当地类似工程造价资料；国家及地方关于建设工程投资估算编制的有关规定等。

综上，本次投资规模与同行业公司因为具体募投项目的差异单位产能投资额和单位建筑面积投资额有所差异，但与发行人历史项目投资额基本一致，本次募投项目单位投资成本具备合理性。

五、结合报告期内主要原材料的价格波动、市场供给和竞争情况、同行业可比公司情况，量化对比分析对外采购和通过募投项目自产树脂、涂料原材料产品的价格情况，说明通过本次募投项目向产业链上游延伸的必要性、合理性，相关产能是否超过自用所需，是否存在对外销售的情形，效益测算中是否考虑相关情形

（一）报告期内主要原材料的价格波动、市场供给和竞争情况、同行业可比公司情况

1、报告期原材料采购价格变动

公司油墨、涂料的主要原材料包括树脂、单体、溶剂、光引发剂、各种助剂等基础化工材料。其中树脂为公司原材料中占比最大的部分。

原材料名称	原材料采购情况（不含税）	2022年1-3月	2021年度	2020年度	2019年度
树脂	数量（吨）	1,415.74	4,343.12	4,377.04	5,023.52
	金额（万元）	4,580.45	16,121.82	14,095.36	17,711.76
	平均单价（万元/吨）	3.24	3.71	3.22	3.53
	平均单价的变动率	-12.84%	15.27%	-8.66%	0.39%
溶剂	数量（吨）	1,007.87	5,227.11	5,357.76	7,293.27
	金额（万元）	1,215.54	7,173.67	5,411.71	6,245.88
	平均单价（万元/吨）	1.21	1.37	1.01	0.86
	平均单价的变动率	-12.12%	35.87%	17.95%	-6.33%
单体	数量（吨）	258.53	1,364.41	1,671.92	1,856.64
	金额（万元）	865.18	3,984.58	3,807.04	5,104.41
	平均单价（万元/吨）	3.35	2.92	2.28	2.75
	平均单价的变动率	14.59%	28.25%	-17.18%	-4.75%
光引发剂	数量（吨）	56.87	431.68	454.53	731.98
	金额（万元）	745.07	3,214.20	2,873.40	3,281.70
	平均单价（万元/吨）	13.10	7.45	6.32	4.48
	平均单价的变动率	75.95%	17.78%	41.00%	-8.62%

2019-2021 年度，受到市场供求关系及国际原油价格波动的影响树脂的单位平均采购价呈现不同程度的增长之势，尤其是近两年增长明显。其中树脂作为消耗量最大的原材料，平均采购单价依次为 3.53 万元/吨、3.22 万元/吨、3.71 万元/吨及 3.24 万元/吨，采购单价在 2021 年度达到最高，约为 3.71 万元/吨，同期上涨幅度为 15.27%。

2、市场供给及竞争情况

专用油墨、专用涂料属于精细化工类产品，油墨、涂料的生产需要单体、树脂、无机填料、光引发剂、溶剂、助剂等多种基础化工原料，公司上游供应商主要为一些大型化工企业或者代理商。现阶段，我国树脂行业市场集中度较低、处于充分竞争状态，尤其是中低端市场进入门槛较低，新进入企业较多，市场竞争日趋激烈。而发行人出于产品质量和终端客户的要求，需要从上游原材料供应商采购较为优质的树脂等原材料，而性能优异的合成树脂的中高端市场由于技术壁垒较高，新进入企业较少，维持供不应求的局面，因此，发行人在采购过程中处于相对弱势地位。

3、对比同行业可比公司原材料价格变动

单位：万元、吨、万元/吨

公司	产品类别	项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
松井股份	涂料产品	营业成本	25,076.98	21,225.82	20,523.55
		其中：直接材料	20,375.05	17,049.41	17,853.12
		销售量	6,591.52	6,004.30	6,152.12
		平均单位材料成本	3.09	2.84	2.90
容大感光	PCB 油墨产品	营业成本	54,184.34	36,149.40	29,463.15
		其中：直接材料	49,102.91	32,074.47	27,542.15
		销售量	20,568.44	15,197.19	13,484.75
		平均单位材料成本	2.39	2.11	2.04
发行人	油墨产品	营业成本	26,529.41	18,885.53	17,894.53
		其中：直接材料	23,029.03	15,244.00	16,007.93
		销售量	9,958.07	7,958.86	7,356.32
		平均单位材料成本	2.31	1.92	2.18
	涂料产品	营业成本	18,143.34	21,112.36	26,661.70
		其中：直接材料	16,217.55	18,612.69	25,089.64
		销售量	5,355.51	7,533.34	9,994.39
		平均单位材料成本	3.03	2.47	2.51

注：以上数据摘自同行业上市公司年报数据。

同行业公司中直接材料在营业成本中均占据绝大比例，2019-2021 年度，松井股份平均单位材料成本分别为 2.90 万元/吨、2.84 万元/吨及 3.09 万元/吨，变化率分别为-2.15%和 8.86%，发行人涂料产品平均单位材料成本分别为 2.51 万元/吨、2.47 万元/吨及 3.03 万元/吨，变化率分别为-1.58%和 22.56%，松井股份涂料业务的平均单位材料成本整体高于发行人的涂料业务，主要是因为松井股份涂料产品线比较丰富，拥有系列有机硅手感涂料产品、系列水性涂料产品及 3D 感光油墨技术产品等，而且还拥有诸如苹果、Beats、谷歌等国外高端消费类电子终端品牌客户，产品整体成本较高。报告期内发行人专用涂料产品平均单位材料成本变化趋势与同行业公司的变动趋势基本一致，呈现波动上涨之势，在 2021 年上涨明显。

容大感光平均单位材料成本分别为 2.04 万元/吨、2.11 万元/吨及 2.39 万元/吨，变化率分别为 3.33%和 13.11%，发行人油墨产品平均单位材料成本分别为 2.18 万元/吨、1.92 万

元/吨、2.31 万元/吨，变化率分别为-11.98%及 20.74%，发行人油墨产品的单位平均材料成本变化趋势除 2020 年有所下降外整体与同行业公司基本一致，其中在 2021 年上涨明显。

（二）量化对比分析对外采购和通过募投项目自产树脂、涂料原材料产品的价格情况

本次募投自产树脂和专用涂料配套材料的价格根据国内外市场供求和发展预测状况，结合国内目前生产技术条件、原材料供应保障和产品价格变化趋势综合确定。

单位：不含税，万元/吨

项目	本次募投	发行人过往历史采购价格			
	内外层油墨/涂料使用	2021 年平均采购成本	2020 年平均采购成本	2019 年平均采购成本	三年平均数
树脂	3.30	3.71	3.22	3.53	3.49
稀释剂	1.50	-	-	-	-
色漆	4.69	-	-	-	-
色浆	6.19	23.57	21.11	21.64	22.11
固化剂	7.08	15.69	16.36	6.48	12.84

注：报告期内公司不存在色漆和稀释剂的外部采购，其中：色漆由色浆按配方进一步添加其他材料（树脂、助剂、溶剂等）经过一定的混合搅拌调色后制成，稀释剂是溶剂及其他材料（助剂、填料、光引发剂、单体等）按配方经过一定的工序混合搅拌分散而成。

由上表可以看出，本次募投用于内外层油墨部分的自制树脂产品价格和色浆、固化剂等专用涂料配套材料的价格整体低于发行人过往历史对应材料的平均采购价，相比外部采购，内部自产具备价格优势，可以进一步降低公司的材料成本；同时还可以降低公司的运输费用，未来随着自产树脂和涂料配套材料募投项目的逐年达产后可凸显公司的成本优势，改善原材料价格波动对公司生产经营的不利局面。

（三）本次募投项目向产业链上游延伸的必要性、合理性

报告期内，发行人原材料成本占营业成本比重超过 80%，与同行业公司基本一致，原材料的价格波动对公司的生产经营产生一定程度的负面影响，本次募投项目向产业链上游延伸，通过自产树脂相比外部采购更有价格优势，可以一定程度上改善公司向上游采购价格转移的弱势地位。

发行人在本次募投项目中规划上游材料（如自制树脂、色浆稀释剂等配套材料）产能，进行产业链上游纵深布局，可拓展公司产业链价值链，提高公司产品毛利率，增强公司核

心竞争力。另外，公司通过多年累计的配方研发、生产工艺及生产流程优化，具备在行业内进行更高层级产品研发以及深度绑定客户的实力，为此，发行人也有必要进一步加强对上游关键原材料自主研发，从而保证原材料品质。

综上，发行人通过本次募投项目向产业链上游延伸可以发挥成本优势、提升产品质量及增强公司核心竞争力，具有必要性、合理性。

（四）相关产能是否超过自用所需，是否存在对外销售的情形，效益测算中是否考虑相关情形

本次募投项目中相关自制树脂项目和专用涂料配套材料的投产及使用情况具体如下：

单位：吨

项目	第1年	第2年	第3年	第4年	第5年及以后
自制树脂					
投产后各年规划产能	6,300.00	8,350.00	10,750.00	11,550.00	12,000.00
投产后各年预测外销产量 (含拟销往发行人江阴广豫基地产量)	4,950.20	5,650.40	6,700.60	6,340.80	5,809.00
本次募投项目自用数量	1,349.80	2,699.60	4,049.40	5,209.20	6,191.00
专用涂料配套材料					
投产后各年规划产能	1,000.00	2,000.00	3,000.00	4,000.00	5,000.00

注：以上产能、产量数据来自《江西广臻感光材料有限公司年产5万吨电子感光材料及配套材料项目可行性研究报告》

根据本次募投项目产能释放规划，内外层油墨以及光刻胶的产能均为每年释放 20%，5 年后达产，本次募投项目实施主体江西广臻前期自用的自制树脂数量较少，随着油墨、光刻胶产能的逐步达产，自用数量渐渐增加。此外，发行人江阴广豫生产基地 8,000 吨/年 PCB 油墨产能已基本满产满销，2021 年 PCB 油墨板块使用的原材料树脂使用量超过 3,000 吨。本次募投项目中相关自制树脂项目产能主要以满足发行人自用为主，多余部分通过对外销售消化，相关效益测算时均已考虑。

根据本次募投项目产能释放规划，专用涂料配套材料产能为每年释放 20%，5 年后达产，与专用涂料配套使用。从工艺流程看，公司专用涂料配套材料（如色漆、色浆等）既可以作为生产 UV 固化涂料工艺流程中某个环节的投料，以生产 UV 固化涂料；也可以作为专用涂料的配套材料与专用涂料一体化使用，向下游客户提供表面处理的一揽子解决方

案。在本次募投项目进行收益测算时，发行人将配套材料与专用涂料一体化使用，以向下游客户提供表面处理的一揽子解决方案，配套材料的相关收益以全部对外销售的口径进行测算。

综上，本次募投项目中规划的自制树脂和专用涂料配套材料的相关效益已基于自用和对外销售两种情形进行测算。

中介机构核查程序及核查意见

（一）中介机构核查程序

针对以上事项，会计师执行了如下核查程序：

- 1、取得公司关于相关事项的说明、员工花名册，抽查部分离职员工的相关离职文件，访谈公司的负责人；
- 2、查阅行业研究报告、同行业上市公司的年报及其他公开披露文件；
- 3、查阅本次募投的可研报告；
- 4、取得公司其他固定资产投资项目的投资成本说明；
- 5、获取发行人主要原材料采购情况表。

（二）中介机构核查意见

经核查，会计师认为：

- （1）本次募投项目不涉及原有产能搬迁至本次募投项目所在地。

青阳基地原生产设备由于已经使用多年，账面价值较低，不存在大额减值的风险。随着员工转岗或者转至江阴广豫工作，预计公司将不存在员工大规模离职的情况。截至本回复报告出具日，公司与离职员工不存在劳动纠纷，不存在大额员工费用支出相关风险。

- （2）通过对比本次募投项目与发行人原有项目投资在建设工程支出、设备购置及安装等维度的单位投资成本，除本次募投配备的油墨产能占比有所降低拉低了本次募投项目的单位产能设备购置及在安装外，本次募投与发行人原有其他涂料、油墨项目的单位产能投资成本基本一致；发行人本次募投涉及新增内层油墨产品系列、配备自制树脂和增加了光刻胶业务等布局，与同行业上市公司在具体募投项目上存在较大差异，导致单位产能投资额有所差异，但与同行业扩产的趋势相符合。综上，本次募投项目的投资规模测算具有

合理性，不存在重大异常。

(3) 报告期内，发行人采购原材料的价格呈波动上涨之势，原材料的价格波动上涨对公司的生产经营产生一定程度的负面影响，与原材料价格波动对同行业公司的影响基本一致；本次募投自产树脂价格及专用涂料配套材料价格整体低于发行人报告期内通过外部采购的价格，本次募投项目向产业链上游延伸，可以一定程度上改善公司向上游采购价格转移的弱势地位，发行人通过本次募投项目向产业链上游延伸存在必要性、合理性。

根据本次募投项目产能释放规划，内外层油墨以及光刻胶的产能均为每年释放 20%，5 年后达产，本次募投项目实施主体江西广臻前期自用的自制树脂数量较少，随着油墨、光刻胶产能的逐步达产，自用数量渐渐增加。此外，发行人江阴广豫生产基地 8,000 吨/年 PCB 油墨产能已基本满产满销，2021 年 PCB 油墨板块使用的原材料树脂使用量超过 3,000 吨。本次募投项目中相关自制树脂项目产能主要以满足发行人自用为主，多余部分通过对外销售消化，相关效益测算时均已考虑；专用涂料配套材料产能为每年释放 20%，5 年后达产，与专用涂料配套使用。从工艺流程看，公司专用涂料配套材料（如色漆、色浆等）既可以作为生产 UV 固化涂料工艺流程中某个环节的投料，以生产 UV 固化涂料；也可以作为专用涂料的配套材料与专用涂料一体化使用，向下游客户提供表面处理的一揽子解决方案。在本次募投项目进行收益测算时，发行人将配套材料与专用涂料一体化使用，以向下游客户提供表面处理的一揽子解决方案，配套材料的相关收益以全部对外销售的口径进行测算。

综上，本次募投项目中规划的自制树脂和专用涂料配套材料的相关效益已基于自用和对外销售两种情形进行测算。

问题 2

发行人本次拟募集资金 5 亿元用于 5 万吨材料项目，其中建筑工程支出、设备购置及安装和工程建设其他费用分别为 18,778.37 万元、19,014.20 万元和 3,504.49 万元。本次募投项目建成达产后预计将实现年销售收入 175,700.22 万元，预计期间费用占比 24.02%，低于发行人报告期内期间费用占比；预计综合毛利率为 37.41%，高于最近一期综合毛利率 30.49%；涂料板块预计毛利率为 38.83%，高于现有涂料板块毛利率 37.60%；此外，光刻胶板块预计毛利率选择的可比公司毛利率数据年份均为 2019 年。

请发行人补充说明：（1）结合效益测算的数据明细、计算过程，报告期内毛利率持续下滑及期间费用占比上升情况，油墨和涂料行业竞争加剧情况等，详细说明效益测算中的收入构成情况，预测期间费用占比低于发行人报告期占比的原因及其合理性，预计毛利率高于现有水平的原因及合理性，选择可比公司 2019 年相关数据是否具有可比性，相关效益测算是否谨慎、合理；（2）结合本次募投项目的固定资产投资进度、折旧摊销政策等，量化分析本次募投项目折旧或摊销对发行人未来经营业绩的影响。

请发行人补充披露上述事项涉及的风险。请保荐人和会计师核查并发表明确意见。

回复：

一、结合效益测算的数据明细、计算过程，报告期内毛利率持续下滑及期间费用占比上升情况，油墨和涂料行业竞争加剧情况等，详细说明效益测算中的收入构成情况，预测期间费用占比低于发行人报告期占比的原因及其合理性，预计毛利率高于现有水平的原因及合理性，选择可比公司 2019 年相关数据是否具有可比性，相关效益测算是否谨慎、合理

（一）本次募投项目效益测算中的营业收入构成情况

本次募投项目的收入测算系根据预计销售产品分类测算，产品单价以国内外市场供求实际状况和发展趋势预测为基础，结合公司历史销售价格和未来市场行情走势设置。假设产量等于销量，项目计算期 12 年，其中：建设期 2 年，生产期 10 年。项目投产后，自制树脂 1~4 产能：第一年 60%，第二年 80%，第三年达产；自制树脂 5~8 产能：第一年 40%，第二年 50%，第三年 70%，第四年 90%，第五年达产。自制树脂 9、光刻胶及配套试剂、PCB 油墨和涂料产能每年递增 20%，至第五年达产。

本次募投项目建成达产后在满产满销的状态下预计将实现年销售收入 175,700.22 万元，营业收入的具体构成如下：

项目	价格（元/吨）	营业收入（万元）	占比
1	光刻胶及配套试剂	27,345.13	15.56%
2	自制树脂	22,195.80	12.63%
3	PCB 油墨	50,495.58	28.74%
4	涂料	75,663.72	43.06%
合计		175,700.22	100.00%

本次募投项目中 PCB 油墨、专用涂料、光刻胶产品的销售单价与发行人报告期内对应产品的销售单价对比情况如下：

单位：万元/吨

产品类别	2022年1-3月	2021年	2020年	2019年	平均	本次募投项目
PCB 油墨	4.34	3.56	3.50	3.88	3.82	3.16
专用涂料	5.02	4.87	4.49	4.78	4.79	5.04
光刻胶	8.44	7.86	——	——	8.15	5.31

注：①公司光刻胶产品于 2021 年开始小批量生产和销售，2019 年和 2020 年未产生销售收入；②公司报告期内光刻胶销售收入主要为平板显示光刻胶及少量配套试剂，为了增强可比性，本次募投项目光刻胶销售单价采用平板显示光刻胶的单价。

本次募投项目 PCB 油墨产品销售单价低于发行人报告期内平均销售单价，主要原因是本次募投项目包括内层油墨产能 7,000 吨/年和外层油墨产能 9,000 吨/年，而报告期内公司 PCB 油墨销售以外层油墨为主，内层油墨销售占比较低。与外层油墨相比，内层油墨因技术难度较低、竞争对手多、销售单价较低，使得本次募投项目 PCB 油墨整体销售单价低于报告期平均销售价格。

本次募投项目专用涂料产品销售单价高于公司报告期内销售单价，主要是因为：（1）报告期内随着上游原材料价格上涨，涂料产品的销售价格也随着有所上涨，本次募投项目专用涂料产品销售单价的预测考虑了以上原材料价格上涨的影响；（2）本次募投项目的实施系充分发挥公司多年研发技术储备，有利于公司研发的新型 UV 涂料产品的生产，新一代涂料产品的销售价格预计较公司现有产品或历史产品的单价更有优势。

本次募投项目光刻胶产品的销售单价低于发行人报告期内平均销售单价，主要是因为报告期内公司的光刻胶产品系为满足客户定制化研发和验证需求的小批量送样产品，是双方搭建供应链合作关系基础上进行的单独弹性议价，高于本次募投项目未来规模化批量生产的销售价格。

综上所述，本次募投项目中 PCB 油墨、专用涂料、光刻胶产品的预测单价与发行人报告期内平均单价无重大异常差异，本次募投项目预测单价具有合理性。

（二）营业成本构成情况

本次募投项目营业成本主要包括原材料成本、直接人工成本、制造费用，具体构成如下：

单位：万元

项目	T3	T4	T5	T6	T7-T12
直接材料	28,975.73	49,073.21	69,643.27	86,483.08	102,850.30
直接人工	1,620.00	1,620.00	1,620.00	1,620.00	1,620.00
制造费用	4,836.53	5,004.56	5,179.28	5,341.34	5,496.72
合计	35,432.26	55,697.77	76,442.55	93,444.42	109,967.02

注：表中“T1、T2”分别是指计算期第1、2年，下同。

本次募投项目运营期间成本结构与发行人历史成本结构对比如下：

项目	T3	T4	T5	T6	T7-T12	2019-2022年1-3月年平均
直接材料	81.78%	88.11%	91.11%	92.55%	93.53%	88.02%
直接人工	4.57%	2.91%	2.12%	1.73%	1.47%	1.98%
制造费用	13.65%	8.99%	6.78%	5.72%	5.00%	10.00%
合计	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

注：2019年、2020年发行人营业成本中包含新能源材料相关的成本，发行人已于2020年将新能源材料相关业务出售，为了与本次募投项目更加可比，上表中2019年、2020年营业成本已剔除新能源材料相关数据。

2019年、2020年、2021年及2022年1-3月，发行人直接材料、直接人工、制造费用占营业成本的比例平均值分别为88.02%、1.98%和10%。本次募投项目达产后，直接材料占营业成本的比例高于公司报告期平均值，直接人工占营业成本的比例低于公司报告期平均值，制造费用占营业成本的比例低于公司报告期平均值，主要原因是，报告期内，公司产品分散于不同生产基地，固定成本较高，加之设备老旧等原因导致生产效率较低，整体制造费用占比较高，本次募投项目涉及的相关产品全部集中于龙南基地生产，固定成本较低，同时设备较为先进，生产效率较高，制造费用占比较低，从而直接材料占比较高。

总体上看，本次募投项目直接材料、直接人工、制造费用的结构占比与发行人报告期整体平均占比无明显差异，不存在重大异常情形。

（三）预计毛利率高于现有水平的原因及合理

1、本次募投项目综合毛利率与发行人、同行业可比公司的比较

发行人本次募投项目综合毛利率与发行人报告期、同行业可比公司的比较如下：

项目	2022年1-3月	2021年	2020年	2019年	平均值
----	-----------	-------	-------	-------	-----

项目	2022年1-3月	2021年	2020年	2019年	平均值
容大感光	25.11%	27.82%	30.19%	32.10%	28.80%
松井股份	50.35%	48.78%	50.64%	54.43%	51.05%
飞凯材料	41.43%	39.92%	31.42%	36.25%	37.25%
可比公司平均值	38.96%	38.84%	37.42%	40.93%	39.04%
发行人	20.39%	27.22%	32.62%	39.78%	30.00%
本次募投项目	37.41%				

本次募投项目综合毛利率高于公司报告期内平均值，主要原因是：（1）本次募投项目中新增光刻胶及配套材料产品，该产品毛利率较高，提升了项目整体毛利率。（2）本次募投项目专用涂料产品相关的稀释剂、固化剂、色浆等配套材料通过自主生产供货，降低了产品成本，提高了专用涂料的毛利率。（3）报告期内，受新冠疫情持续反复、终端客户华为市场份额下滑及其供应链策略调整影响，公司专用涂料产品销售大幅下滑，单位固定成本增加，导致公司专用涂料业务毛利率下滑；而本次募投项目不受上述因素的影响，毛利率得到提高。（4）本次募投项目预计销售产品包含公司研发的新型UV固化涂料，与现有产品相比，新型涂料产品销售价格更具优势，毛利率较高。

本次募投项目综合毛利率高于可比公司容大感光，主要原因是容大感光主要产品为PCB油墨，且以内层油墨为主；本次募投项目除内层油墨外，包含毛利率更高的外层油墨、专用涂料产品及光刻胶产品。本次募投项目综合毛利率低于松井股份，主要原因是松井股份的涂料产品主要应用于高端消费电子产品，客户资源更加优质，毛利率更高。整体来看，本次募投项目综合毛利率与同行业可比公司平均值接近，具有合理性。

2、本次募投项目分产品类型毛利率与发行人、同行业可比公司的比较

（1）PCB油墨产品的毛利率比较

项目	2022年1-3月	2021年	2020年	2019年	平均值
容大感光	-	26.81%	28.34%	29.90%	28.35%
发行人	19.72%	25.24%	32.29%	37.25%	28.63%
本次募投项目	26.00%				

注：①数据来源于同行业可比公司年度报告；②飞凯材料无PCB油墨相关业务，故未列示其数据；③松井股份主营业务中包括油墨产品，但主要为高端消费类电子和乘用车等高端消费品领域的特种油墨，与发行人的PCB油墨产品不具有可比性，故未纳入比较范围；④容大感光未披露2022年1-3月PCB油墨相关的收入、成本及毛利率数据。

本次募投项目 PCB 油墨产品毛利率低于发行人报告期内平均水平，主要原因是公司报告期内 PCB 油墨产品以外层油墨为主，本次募投项目新增内层油墨产能 7,000 吨/年，与外层油墨相比，内层油墨毛利率较低，降低了本次募投项目 PCB 油墨产品总体毛利率。本次募投项目 PCB 油墨产品毛利率与发行人 2021 年 PCB 油墨毛利率基本一致，但高于 2022 年 1-3 月 PCB 油墨毛利率，主要原因是受青阳基地停产影响，公司 PCB 油墨所需合成树脂等原材料由自产变为委外加工，成本增加导致毛利率下降，但本次募投项目不受上述因素的影响。

本次募投项目 PCB 油墨产品毛利率与可比公司容大感光基本一致。

(2) 涂料产品的毛利率比较

项目	2022 年 1-3 月	2021 年	2020 年	2019 年	平均值
松井股份	-	48.20%	50.49%	54.26%	50.98%
飞凯材料	-	29.31%	31.42%	36.25%	32.33%
可比公司平均值	-	38.76%	40.96%	45.26%	41.66%
发行人	28.84%	30.37%	37.60%	44.17%	35.25%
本次募投项目	38.83%				

注：①数据来源于同行业可比公司年度报告及招股说明书；②容大感光无涂料相关业务，故未列示其数据；③松井股份、飞凯材料均未披露其 2022 年 1-3 月涂料产品收入、成本及毛利率数据。

本次募投项目涂料产品毛利率高于发行人报告期平均值，主要原因是：①报告期内原材料价格大幅上涨，导致公司专用涂料毛利率下降，本次募投项目专用涂料产品相关的稀释剂、固化剂、色浆等配套材料通过自主生产供货，降低了产品成本，提高了本次募投项目专用涂料产品的毛利率；②终端客户华为受美国制裁影响市场份额下滑及华为供应链管理策略变化导致公司未能及时获得其供应商认证，公司报告期内涂料产品销售收入大幅下滑，但仍然承担了较高的固定成本，导致专用涂料毛利率下滑；③本次募投项目预计销售产品包含公司研发的新型 UV 固化涂料，与现有产品相比，新型涂料产品销售价格更具优势，毛利率较高。

本次募投项目涂料产品毛利率低于松井股份，主要原因为：①本次募投项目涂料产品主要集中于系列 PVD 涂料产品及 UV 色漆涂料产品，松井股份涂料产品线比较丰富，除上述细分类型外，还拥有系列有机硅手感涂料产品、系列水性涂料产品及 3D 感光油墨技术产品等，相关产品毛利率相对更高；②松井股份除国内主要手机终端客户外，还拥有诸

如苹果、Beats、谷歌等国外高端消费类电子终端品牌客户，客户资源更加优质。相较于国内终端，国外终端指定性更强，松井股份在相关模厂的议价能力更高，相关产品毛利率更高。

本次募投项目涂料产品毛利率高于飞凯材料，主要原因为：飞凯材料的 UV 固化涂料主要应用于光纤光缆领域，公司本次募投项目的涂料主要应用于高端消费类电子行业。相较于光纤光缆领域，高端消费类电子领域产品定制化要求高、创新性强、迭代速度快，毛利率更高。

(3) 光刻胶产品的毛利率比较

项目	2022年1-3月	2021年	2020年	2019年	平均值
容大感光	-	43.69%	54.75%	59.91%	52.78%
晶瑞电材	-	43.52%	-	50.95%	47.24%
可比公司平均值	-	43.61%	54.75%	55.43%	50.01%
发行人	29.55%	21.29%	-	-	25.42%
本次募投项目	43.34%				

注：①数据来源于同行业可比公司年度报告；②松井股份无光刻胶相关业务，故未列示其数据；③经公开查询，上市公司晶瑞电材主营业务包含光刻胶产品，故将其纳入对比范围；④晶瑞电材未披露 2020 年光刻胶产品的收入、成本及毛利率数据；⑤可比公司均未披露 2022 年 1-3 月光刻胶产品的收入、成本及毛利率数据。

申报募集说明书中光刻胶产品预计毛利率选择的可比公司毛利率数据年份均为 2019 年，主要原因是可比公司晶瑞电材、容大感光未披露 2020 年光刻胶相关产品的收入、成本及毛利率数据，故选择其 2019 年相关数据进行对比分析。在本回复报告中，根据容大感光披露的其他数据推算出其 2020 年光刻胶产品的毛利率，但晶瑞电材与光刻胶产品毛利率相关的数据仍然无法获得，因此未予以列示；同时，根据可比公司公开披露的 2021 年年度报告，补充了可比公司 2021 年光刻胶产品的毛利率数据，更加具有可比性。

本次募投项目毛利率高于发行人报告期平均值，主要原因是公司光刻胶产品处于起步阶段，自 2021 年下半年开始小批量生产和销售，销售金额较小（2022 年 1-3 月、2021 年营业收入分别为 8.91 万元和 3.27 万元），生产成本较高，整体毛利率较低；本次募投项目系批量化规模生产，生产成本大幅降低，提高了产品毛利率。

从上表可以看出，本次募投项目光刻胶产品的毛利率与同行业可比公司最近一年基本一致，相关数据预测谨慎、合理。

综上所述，本次募投项目毛利率高于公司现有水平具有合理性。

（四）预测期间费用占比低于发行人报告期占比的原因及其合理性

本次募投项目期间费用包括销售费用、管理费用、研发费用、财务费用，其中销售费用、管理费用、研发费用参考公司历史财务数据进行测算，财务费用根据本次募投项目拟使用的流动资金借款进行测算。本次募投项目期间费用率（期间费用占营业收入的比例）与发行人报告期数据的对比如下：

项目	2022年1-3月	2021年	2020年	2019年	报告期平均	本次募投项目
销售费用	9.17%	9.93%	6.80%	9.64%	8.88%	8.16%
管理费用	13.08%	16.30%	13.49%	12.81%	13.92%	10.39%
研发费用	5.64%	7.45%	6.35%	4.90%	6.08%	5.00%
财务费用	1.15%	0.99%	0.85%	0.94%	0.98%	0.46%
期间费用	29.04%	34.67%	27.49%	28.28%	29.87%	24.02%

本次募投项目期间费用率低于公司报告期平均水平，主要原因是：①报告期内公司专用涂料板块业务收入大幅下滑，但折旧、摊销等固定期间费用不变，导致报告期内期间费用占营业收入的比例较高；②本次募投项目所在的龙南基地主要承担生产职能，配备的销售人员、管理人员较少，且大多数为级别较低的基层员工，不包含薪酬较高的高层级管理人员，销售人员、管理人员薪酬水平较低，导致销售费用、管理费用占营业收入的比例低于报告期平均水平。

因此，本次募投项目期间费用占比低于发行人报告期占比具有合理性。

二、结合本次募投项目的固定资产投资进度、折旧摊销政策等，量化分析本次募投项目折旧或摊销对发行人未来经营业绩的影响

（一）本次募投项目的固定资产投资进度

本次募投项目建设投资金额为 44,600.00 万元，项目建设期为 2 年，投资进度如下：

单位：万元

序号	项目	投资金额	计算期	
			T1	T2
1	建筑工程	18,778.37	11,267.02	7,511.35
2	设备购置	17,001.50	10,200.90	6,800.60

序号	项目	投资金额	计算期	
			T1	T2
3	安装工程	2,012.70	1,207.62	805.08
4	工程建设其他费用	3,504.49	2,102.69	1,401.80
5	预备费	3,302.94	1,981.77	1,321.17
合计		44,600.00	26,760.00	17,840.00

(二) 本次募投项目的折旧摊销政策

1、发行人现行折旧摊销政策

类别	折旧/摊销方法	折旧年限	残值率	年折旧/摊销率 (%)
房屋及建筑物	年限平均法	20	10	4.5
机器设备	年限平均法	10	10	9
运输设备	年限平均法	4-5	10	18.00-22.50
电子设备	年限平均法	3-5	10	18.00-30.00
其他设备	年限平均法	5	10	18
土地使用权	直线摊销法	法定剩余年限	0	——

2、本次募投项目的折旧摊销政策

类别	折旧/摊销方法	折旧年限	残值率	年折旧/摊销率 (%)
房屋及建筑物	年限平均法	20	10	4.5
机器设备	年限平均法	10	10	9
其他设备	年限平均法	5	10	18
土地使用权	直线摊销法	10	0	10

注：基于谨慎性考虑，土地使用权按照本次募投项目生产期 10 年计算。

本次募投项目的折旧摊销政策与发行人现行折旧摊销政策一致，无重大差异。

(三) 量化分析本次募投项目折旧或摊销对发行人未来经营业绩的影响

本次募投项目实施后，新增资产所增加的折旧摊销及其对发行人未来经营业绩的影响情况如下表所示：

单位：万元

项目	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11	T12
1、本次募投资项目 折旧摊销费合计 (a)	-	-	2,583.37	2,583.37	2,583.37	2,583.37	2,583.37	2,561.77	2,561.77	2,561.77	2,561.77	2,561.77
2、对营业收入的 影响												
现有营业收入-不含募投资项目 (b)	61,890.24	61,890.24	61,890.24	61,890.24	61,890.24	61,890.24	61,890.24	61,890.24	61,890.24	61,890.24	61,890.24	61,890.24
新增营业收入 (c)	-	-	47,861.73	81,888.81	116,683.19	146,126.38	175,700.22	175,700.22	175,700.22	175,700.22	175,700.22	175,700.22
预计营业收入-含募投资项目 (d=b+c)	61,890.24	61,890.24	109,751.98	143,779.05	178,573.43	208,016.63	237,590.46	237,590.46	237,590.46	237,590.46	237,590.46	237,590.46
折旧摊销占新增营业收入的比例 (a/c)	-	-	5.40%	3.15%	2.21%	1.77%	1.47%	1.46%	1.46%	1.46%	1.46%	1.46%
折旧摊销占预计营业收入的比例 (a/d)	0.00%	0.00%	2.35%	1.80%	1.45%	1.24%	1.09%	1.08%	1.08%	1.08%	1.08%	1.08%
3、对净利润的影响												
现有净利润-不含募投资项目 (e)	-6,529.11	-6,529.11	-6,529.11	-6,529.11	-6,529.11	-6,529.11	-6,529.11	-6,529.11	-6,529.11	-6,529.11	-6,529.11	-6,529.11
新增净利润 (f)	-	-	116.82	4,230.47	8,354.03	12,367.32	16,808.81	16,825.01	16,825.01	16,825.01	16,825.01	16,825.01
预计净利润-含募投资项目 (g=e+f)	-6,529.11	-6,529.11	-6,412.29	-2,298.64	1,824.92	5,838.21	10,279.70	10,295.90	10,295.90	10,295.90	10,295.90	10,295.90
新增折旧摊销占新增净利润的比例 (a/f)	—	—	2211.46%	61.07%	30.92%	20.89%	15.37%	15.23%	15.23%	15.23%	15.23%	15.23%
新增折旧摊销占预计净利润的比例 (a/g)	0.00%	0.00%	-40.29%	-112.39%	141.56%	44.25%	25.13%	24.88%	24.88%	24.88%	24.88%	24.88%

注：①现有营业收入等于发行人 2021 年营业收入，并假设未来保持不变；

②发行人于 2021 年计提商誉减值损失、固定资产减值损失等合计 35,011.30 万元，考虑到该因素在未来不会对公司产生持续性影响，现有净利润按照 2021 年公司净利润扣除计提商誉减值损失影响后的金额计算（现有净利润=-41,540.41+35,011.30=-6,529.11 万元），并假设未来保持不变；

③上述假设仅为测算本次募投项目相关折旧、摊销对公司未来经营业绩的影响，不代表公司对未来年度盈利情况的承诺，也不代表公司对未来年度经营情况及趋势的判断。投资者不应据此进行投资决策，投资者据此进行投资决策造成损失的，公司不承担赔偿责任。

从上表可以看出，本次募投项目实施后，公司固定资产折旧及无形资产摊销将有所增加。经测算，在本次募投项目达产后（T7 年），本次募投项目新增折旧摊销金额占预计营业收入的比例为 1.09%，占预计净利润的比例为 25.13%。新增折旧摊销金额占预计净利润的比例较高主要是因为公司现处于亏损状态。本次募投项目新增的折旧摊销将增加公司未来整体营业成本，但募投项目正式投产运营后，将同步产生销售收入，新增销售收入及净利润均超过新增折旧摊销金额。因此，在本次募投项目顺利达产运营的情况下，预计新增折旧摊销不会对公司未来经营业绩产生重大不利影响。

三、请发行人补充披露上述事项涉及的风险

（一）募集资金投资项目达不到预期效益风险

针对募集资金投资项目达不到预期效益的风险，公司已在募集说明书“重大事项提示”之“二、公司的相关风险”之“（四）募集资金投资项目风险”中补充披露如下：

“6、募集资金投资项目达不到预期效益风险

公司本次募集资金投资项目涉及新建产能，募投项目经过了充分的可行性研究论证，综合考虑了行业政策、市场环境、技术发展趋势及公司经营情况等因素，测算了项目预计效益。年产5万吨电子感光材料及配套材料项目建成达产后每年可实现新增销售收入为175,700.22万元，项目年平均利润总额16,800.33万元，项目毛利率为37.41%，净利率为9.57%。但在项目实施过程中，如果出现宏观政策和市场环境发生不利变动、行业竞争加剧、新技术的产业化进程不及预期等不可预见因素，或在项目建设过程中可能存在不可控事项影响项目建设进度，可能会影响募投项目的毛利率及净利率水平，进而对募投项目的预期效益造成不利影响。”

（二）募集资金投资项目新增折旧、摊销导致利润下滑的风险

针对募集资金投资项目新增折旧、摊销相关的风险，公司已在募集说明书“重大事项提示”之“二、公司的相关风险”之“（四）募集资金投资项目风险”中补充披露如下：

“7、募集资金投资项目新增折旧、摊销导致利润下滑的风险

本次募投项目资本性支出规模较大，主要包括建筑工程、设备购置、安装工程、工程建设其他费用等。本次募投项目建成达产后，预计新增年折旧摊销金额为2,583.37万元，占达产后预计营业收入的比例为1.09%，占达产后预计净利润的比例为25.13%。鉴于项目从开始建设到达产需一定时间才能产生效益，如果短期内公司不能快速消化项目产能，实现预计的效益规模，新增的折旧摊销短期内将增加公司的整体运营成本，对公司的经营业绩产生一定影响，从而导致存在利润下滑的风险。”

中介机构核查程序及核查意见

（一）中介机构执行的核查程序

会计师执行了以下核查程序：

1、查阅发行人本次募投项目可行性研究报告和效益测算资料，了解项目效益预测的计算基础及计算过程；

2、计算本次募投项目各类产品的销售单价，并与发行人报告期或同行业可比公司同类产品的销售单价进行比较，分析募投项目收入预测的合理性；

3、统计本次募投项目的成本构成情况，并与发行人报告期成本结构进行比较，分析募投项目成本结构的合理性；

4、计算本次募投项目综合毛利率、各类产品毛利率，与发行人报告期或同行业可比公司同类产品毛利率进行比较，分析本次募投项目毛利率测算的合理性；

5、计算本次募投项目的期间费用率，与发行人报告期内期间费用率进行比较，分析本次募投项目期间费用预测的合理性；

6、访谈发行人高级管理人员，了解本次募投项目效益预测的计算基础和计算过程，以及效益预测是否谨慎合理；

7、查阅本次募投项目可行性研究报告，了解本次募投项目的实施进度及相应金额等；

8、查阅发行人披露的年度报告，了解发行人固定资产和无形资产的折旧摊销政策，对比分析本次募投项目折旧摊销政策是否与发行人现行折旧摊销政策一致；

9、查阅本次募投项目可行性研究报告，了解本次募投项目新增折旧摊销金额，分析新增折旧摊销对发行人未来经营业绩的影响。

（二）中介机构核查意见

经核查，会计师认为：

1、本次募投项目毛利率高于公司现有水平，主要是因为：（1）本次募投项目中新增光刻胶及配套材料产品，该产品毛利率较高，提升了项目整体毛利率。（2）本次募投项目专用涂料产品相关的稀释剂、固化剂、色浆等配套材料通过自主生产供货，降低了产品成本，提高了专用涂料的毛利率。（3）报告期内，受新冠疫情持续反复、终端客户华为市场份额下滑及其供应链策略调整影响，公司专用涂料产品销售大幅下滑，单位固定成本增加，导致公司专用涂料业务毛利率下滑；而本次募投项目不受上述因素的影响，毛利率得到提高。（4）本次募投项目预计销售产品包含公司研发的新型 UV 固化涂料，与现有产品相比，

新型涂料产品销售价格更具优势，毛利率较高。

本次募投项目期间费用占比低于公司报告期占比，主要是因为：（1）报告期内公司专用涂料板块业务收入大幅下滑，但折旧、摊销等固定期间费用不变，导致报告期内期间费用占营业收入的比例较高；（2）本次募投项目所在的龙南基地主要承担生产职能，配备的销售人员、管理人员较少，且大多数为级别较低的基层员工，不包含薪酬较高的高层级管理人员，销售人员、管理人员薪酬水平较低，导致销售费用、管理费用占营业收入的比例低于报告期平均水平。

光刻胶产品毛利率的比较采用可比公司 2019 年数据的原因是可比公司 2020 年末单独披露光刻胶产品的收入、成本及毛利率数据，已在本反馈回复报告中补充 2021 年可比公司光刻胶产品的毛利率数据。经过对比，本次募投项目与同行业可比公司光刻胶产品的毛利率基本一致，具有合理性。

综上所述，本次募投项目毛利率高于公司现有水平、期间费用占比低于报告期占比具有合理性，相关效益测算谨慎、合理。

2、本次募投项目的折旧摊销政策与发行人现行折旧摊销政策一致，无重大差异。本次募投项目新增的折旧摊销将增加公司未来整体营业成本，但募投项目正式投产运营后，将同步产生销售收入，新增销售收入及净利润均超过新增折旧摊销金额。因此，在本次募投项目顺利达产运营的情况下，预计新增折旧摊销不会对公司未来经营业绩产生重大不利影响。

3、发行人已补充披露相关风险，详见本回复报告“问题 2”之“三、请发行人补充披露上述事项涉及的风险”。

问题 4

发行人披露 2021 年度业绩预告，称其 2021 年较去年同期亏损进一步扩大；业绩下滑的主要原因包括计提商誉减值，以及涂料板块受新冠疫情、华为事项、原材料价格上涨等影响。申报材料称，最近一期同行业可比公司营业收入变动率和净利润变动率分别为 33.98%和 7.14%，发行人营业收入变动率和净利润变动率分别为-6.95%和-296.20%。报告期各期，发行人综合毛利率分别为 37.29%、39.78%、32.62%和 30.49%。

请发行人补充说明：（1）结合原材料价格变动趋势、产品成本结构、定价模式及发行人议价能力等量化分析原材料价格波动对发行人主要毛利率的影响，说明原材料价格波动是否对发行人生产经营构成重大不利影响，发行人应对原材料价格波动风险的具体措施及有效性，是否存在毛利率持续下滑风险；原材料价格上涨对成本的影响与同行业可比公司是否一致，如否，说明不一致的原因；（2）结合报告期内发行人对华为等客户销售金额、占比及变动情况等，分析说明华为事项对发行人业务的具体影响情况，发行人拟采取的应对措施及有效性，相关影响因素是否已消除，是否会对本次募投项目产生不利影响。

请发行人补充披露（1）（2）涉及的风险。请保荐人和会计师核查并发表明确意见。

回复：

一、结合原材料价格变动趋势、产品成本结构、定价模式及发行人议价能力等量化分析原材料价格波动对发行人主要毛利率的影响，说明原材料价格波动是否对发行人生产经营构成重大不利影响，发行人应对原材料价格波动风险的具体措施及有效性，是否存在毛利率持续下滑风险；原材料价格上涨对成本的影响与同行业可比公司是否一致，如否，说明不一致的原因；

（一）结合原材料价格变动趋势、产品成本结构、定价模式及发行人议价能力等量化分析原材料价格波动对发行人主要毛利率的影响

1、报告期原材料采购价格变动

公司油墨、涂料的主要原材料包括树脂、单体、溶剂、光引发剂、各种助剂等基础化工材料。公司原材料采购主要面向国内供应商，公司建立了完善的合格供应商名录，所用原材料的供应商多为企业长期合作伙伴，原材料来源可以得到保障。

原材料名称	原材料采购情况（不含税）	2022年1-3月	2021年度	2020年度	2019年度
树脂	数量（吨）	1,415.74	4,343.12	4,377.04	5,023.52
	金额（万元）	4,580.45	16,121.82	14,095.36	17,711.76
	平均单价（万元/吨）	3.24	3.71	3.22	3.53
	平均单价的变动率	-12.84%	15.27%	-8.66%	0.39%
溶剂	数量（吨）	1,007.87	5,227.11	5,357.76	7,293.27
	金额（万元）	1,215.54	7,173.67	5,411.71	6,245.88
	平均单价（万元/吨）	1.21	1.37	1.01	0.86
	平均单价的变动率	-12.12%	35.87%	17.95%	-6.33%

原材料名称	原材料采购情况 (不含税)	2022年1-3月	2021年度	2020年度	2019年度
单体	数量 (吨)	258.53	1,364.41	1,671.92	1,856.64
	金额 (万元)	865.18	3,984.58	3,807.04	5,104.41
	平均单价 (万元/吨)	3.35	2.92	2.28	2.75
	平均单价的变动率	14.59%	28.25%	-17.18%	-4.75%
光引发剂	数量 (吨)	56.87	431.68	454.53	731.98
	金额 (万元)	745.07	3,214.20	2,873.40	3,281.70
	平均单价 (万元/吨)	13.10	7.45	6.32	4.48
	平均单价的变动率	75.95%	17.78%	41.00%	-8.62%

2019年至2021年度，公司树脂、单体、溶剂、光引发剂等四类主要石化原材料的单位采购价变化不一，受到市场供求关系及国际原油价格波动的影响都呈现不同程度的增长之势，尤其是近两年增长明显。其中树脂作为消耗量最大的原材料，采购单价在2021年度达到最高，约为3.71万元/吨，光引发剂用量虽少但作为单价最高的原材料，采购单价2020年以来增长明显。

2、主要产品的成本结构

(1) 油墨产品

单位：万元

成本类型	2022年1-3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
原材料	6,194.67	87.96%	23,029.03	86.81%	15,244.00	80.72%	16,007.93	89.46%
人工费用	28.17	0.40%	161.45	0.61%	650.36	3.44%	536.76	3.00%
制造费用	819.76	11.64%	3,338.93	12.59%	2,991.17	15.84%	1,349.84	7.54%
合计	7,042.60	100.00%	26,529.41	100.00%	18,885.53	100.00%	17,894.53	100.00%

公司专用油墨产品的主营业务成本由原材料、人工费用和制造费用构成。2019-2021年度及2022年1-3月，原材料占比分别为89.46%、80.72%、86.81%和87.96%，人工费用占比分别为3.00%、3.44%、0.61%和0.40%，2021年度人工费用为161.45万元，占营业成本的比重为0.61%，相比同期下降较大主要原因为发行人本部的青阳基地受当地的环保、安监及相关调峰限产的影响，处于常态化的限产、间歇性停产状态，一线生产人员离职变动导致。制造费用占比分别为7.54%、15.84%、12.59%和11.64%。由上表可以看出，原材料在营业成本中的比重均在80%以上。

报告期内，公司原材料占比总体保持稳定，其中 2019-2020 年度原材料金额呈逐年下降趋势，主要系期内产品结构略有变化，低成本产品占比有所上升；2021 年度，油墨产品的原材料金额较 2020 年同期有所上升，主要系由于 2021 年度油墨产品订单增长，销量上升。

（2）涂料产品

单位：万元

成本类型	2022年1-3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
原材料	2,653.86	85.96%	16,217.55	89.39%	18,612.69	88.16%	25,089.64	94.10%
人工费用	83.05	2.69%	465.52	2.57%	533.36	2.53%	562.39	2.11%
制造费用	350.41	11.35%	1,460.27	8.05%	1,966.31	9.31%	1,009.67	3.79%
合计	3,087.32	100.00%	18,143.34	100.00%	21,112.36	100.00%	26,661.70	100.00%

公司专用涂料产品的主营业务成本主要由原材料、人工费用和制造费用组成。2019-2021 年度及 2022 年 1-3 月，原材料占比分别为 94.10%、88.16%、89.39% 和 85.96%；人工费用占比分别为 2.11%、2.53%、2.57% 和 2.69%；制造费用占比分别为 3.79%、9.31%、8.05% 和 11.35%。由上表可以看出，原材料在营业成本中的比重均在 90% 左右。

报告期内，原材料占比总体保持稳定，其中 2020 年度和 2021 年度原材料金额和占比较 2019 年度有所下降，主要系受新冠肺炎疫情的影响，国内外手机销量呈现下降趋势，部分客户销售策略调整，使得公司未能进入其资源池，导致公司涂料业务销量有所下降，对应的成本相应下降。除此之外，因为 2020 年中江阴基地达到预定可使用状态建成投产，投产初期因为设备运转和生产工艺衔接的不稳定性导致制造费用较高，占营业成本比重相比同期有所上升。

3、定价模式及议价能力

发行人主要采用的定价机制为成本加成法，在产品成本基础上，结合市场情况，与客户协商确定产品价格。但鉴于目前 PCB 油墨及涂料产品市场竞争激烈，下游客户在议价方面能力更强，尤其是在主要生产原材料价格发生较大波动后，公司只能通过适当调整产品价格将部分原材料价格上涨压力传递给下游客户，以维持相对合理的毛利率水平。

4、原材料价格波动对发行人主要毛利率变化分析

(1) 油墨业务

项目	2021年度		2020年度		2019年度		2018年
	数额	增加额	数额	增加额	数额	增加额	数额
毛利率	25.24%	-7.05%	32.29%	-4.96%	37.25%	3.55%	33.71%
平均销售单价 (万元/吨)	3.56	0.06	3.50	-0.37	3.88	0.12	3.75
平均单位材料 (万元/吨)	2.31	0.40	1.92	-0.26	2.18	-0.07	2.25
平均单位人工 (万元/吨)	0.02	-0.07	0.08	0.01	0.07	-0.04	0.11
平均单位制造 费用(万元/ 吨)	0.34	-0.04	0.38	0.19	0.18	0.05	0.13
平均销售单价 变动影响	1.12%		-6.67%		2.12%		-
平均单位材料 变动影响	-11.15%		7.44%		1.83%		-
平均单位人工 变动影响	1.84%		-0.25%		0.96%		-
平均单位制造 费用变动影响	1.14%		-5.49%		-1.37%		-
合计影响	-7.05%		-4.96%		3.55%		-

注：采用连环替代因素法计算，下同。

2019年-2021年，公司的油墨产品毛利率分别为37.25%、32.29%及25.24%，其中营业成本中单位材料成本分别为2.18万元/吨、1.92万元/吨及2.31万元/吨，平均单位材料对毛利率的变动影响分别为1.83%、7.44%及-11.15%。可以看出，2019年-2020年平均单位材料成本有所下降，但2021年度油墨产品中因为平均材料成本上涨作为影响毛利率变动的最大因素，平均单位材料成本上涨了0.40万元/吨，相应对毛利率的贡献减少了11.15%。

(2) 涂料业务

项目	2021年度		2020年度		2019年度		2018年
	数额	增加额	数额	增加额	数额	增加额	数额
毛利率	30.37%	-7.23%	37.60%	-6.56%	44.17%	2.37%	41.79%
平均销售单价 (万元/吨)	4.87	0.37	4.49	-0.29	4.78	-1.37	6.15
平均单位材料 (万元/吨)	3.03	0.56	2.47	-0.04	2.51	-0.88	3.39

项目	2021年度		2020年度		2019年度		2018年
	数额	增加额	数额	增加额	数额	增加额	数额
平均单位人工 (万元/吨)	0.09	0.02	0.07	0.01	0.06	-0.03	0.08
平均单位制造 费用(万元/ 吨)	0.27	0.01	0.26	0.16	0.10	-0.00	0.11
平均销售单价 变动影响	4.80%		-3.56%		-16.71%		-
平均单位材料 变动影响	-11.46%		0.88%		18.44%		-
平均单位人工 变动影响	-0.33%		-0.32%		0.54%		-
平均单位制造 费用变动影响	-0.24%		-3.56%		0.10%		-
合计影响	-7.23%		-6.56%		2.37%		-

2019年-2021年，公司的油墨产品毛利率分别为44.17%、37.60%及30.37%，其中营业成本中单位材料成本分别为2.51万元/吨、2.47万元/吨及3.03万元/吨，平均单位材料对毛利率的变动影响分别为18.44%、0.88%及-11.46%。可以看出，2020年度相比2019年平均单位材料成本略有下降，基本持平。2021年度油墨产品中因为平均材料成本上涨作为影响毛利率变动的最大因素，平均单位材料成本上涨了0.56万元/吨，相应对毛利率的贡献减少了11.46%。

（二）原材料价格波动是否对发行人生产经营构成重大影响，是否存在毛利率持续下滑风险

发行人主要采用的定价机制为成本加成法，在产品成本基础上，结合市场情况，与客户协商确定产品价格。在主要生产原材料价格发生波动后，公司可通过产品定价调整将一部分原材料价格上涨压力传递给下游客户，以维持合理的毛利率水平。公司还根据市场行情进行预测，依据价格变化及时调整原材料储备，进行阶段性备货。短期来看，由于产品价格的调整需要一定的时间，具有一定的滞后性，原材料价格的波动会对公司的经营产生一定的冲击，但是长期来看，石油等大宗产品在主管部门相关政策的引导下，同时结合市场规律，原材料价格波动将趋于合理的稳定水平。因此，原材料价格波动对公司生产经营不构成持续性的重大不利影响。

报告期各期，公司综合毛利率分别为39.78%、32.62%、27.22%和20.39%，毛利率呈下降趋势，主要系近两年来，受大宗商品价格波动、市场需求紧张及新冠疫情等因素的影

响，公司部分原材料市场价格涨幅明显，加之公司部分生产基地限产停产影响，固定成本较高，导致公司的毛利率有所下降，未来若公司的原材料价格持续上涨，而公司不能通过有效调整价格、按计划实施本次募投项目扩大产能并实现规模效应等方式有效应对，公司的毛利率可能存在进一步下降的风险，进而对公司经营产生重大不利影响。

（三）应对原材料价格波动风险的具体措施及有效性

针对原材料价格波动，发行人主要应对措施有：

1、完善供应商管理，策略性储备原材料。公司制定了较为完善的供应商管理制度，并针对主要原材料进一步加强拓宽采购渠道，引入多家供应商竞争，在保证原材料质量和按时交付的前提下，选择具备价格优势的供应商，以降低原材料采购成本。同时，公司密切跟踪主要原材料的价格走势，根据市场行情进行预测，依据价格变化及时调整原材料储备。

2、优化工艺和提升自动化水平。公司将通过持续优化公司的生产工艺流程，提升生产流程的管理水平，充分利用发挥江阴基地、浏阳基地以及未来龙南基地的新厂优势，提高生产流程的自动化率，降低公司产品的不良率，减少原材料消耗，降低产品生产成本，从而降低主要原材料价格波动对公司经营业绩的风险。

3、合理利用价格传导机制。公司可以合理利用价格传导机制，将原材料价格上涨的压力向产业链下游传导，减轻原材料价格上涨带来的压力，降低原材料价格波动对公司经营业绩带来的风险。

综上，发行人采取的上述主要应对措施具有一定的有效性。

（四）原材料价格上涨对成本的影响与同行业可比公司是否一致，如否，说明不一致的原因

对比同行业可比公司原材料价格变动对成本的影响如下：

单位：万元/吨

公司	产品类别	项目	2021年度	2020年度	2019年度
松井股份	涂料产品	平均单位材料成本	3.09	2.84	2.9
		平均单位材料成本变动率	8.86%	-2.15%	-
容大感光	PCB 油墨	平均单位材料成本	2.39	2.11	2.04
		平均单位材料成本变动率	13.11%	3.33%	-

公司	产品类别	项目	2021年度	2020年度	2019年度
发行人	PCB 油墨	平均单位材料成本	2.31	1.92	2.18
		平均单位材料成本变动率	20.74%	-11.98%	-
	涂料产品	平均单位材料成本	3.03	2.47	2.51
		平均单位材料成本变动率	22.56%	-1.58%	-

注：以上数据摘自同行业上市公司年报数据。

同行业公司中直接材料在营业成本中均占据 80% 以上，2019-2021 年度，松井股份平均单位材料成本分别为 2.90 万元/吨、2.84 万元/吨及 3.09 万元/吨，变化率分别为-2.15%和 8.86%，发行人涂料产品平均单位材料成本分别为 2.51 万元/吨、2.47 万元/吨及 3.03 万元/吨，变化率分别为-1.58%和 22.56%，松井股份涂料业务的平均单位材料成本整体高于发行人的涂料业务，主要是因为松井股份涂料产品线比较丰富，拥有系列有机硅手感涂料产品、系列水性涂料产品及 3D 感光油墨技术产品等，而且还拥有诸如苹果、Beats、谷歌等国外高端消费类电子终端品牌客户，产品整体成本较高。报告期内发行人平均单位材料成本变化趋势与同行业公司的变动趋势基本一致，呈现波动上涨之势，在 2021 年上涨明显。

容大感光平均单位材料成本分别为 2.04 万元/吨、2.11 万元/吨及 2.39 万元/吨，变化率分别为 3.33%和 13.11%；发行人油墨产品平均单位材料成本分别为 2.18 万元/吨、1.92 万元/吨、2.31 万元/吨，变化率分别为-11.98%及 20.74%。除 2020 年产品结构调整、低成本产品占比有所上升导致单位平均材料成本有所下降外，发行人油墨产品的单位平均材料成本变化趋势整体与同行业公司基本一致，其中在 2021 年上涨明显。

二、结合报告期内发行人对华为等客户销售金额、占比及变动情况等，分析说明华为事项对发行人业务的具体影响情况，发行人拟采取的应对措施及有效性，相关影响因素是否已消除，是否会对本次募投项目产生不利影响。

（一）结合报告期内发行人对华为等客户销售金额、占比及变动情况等，分析说明华为事项对发行人业务的具体影响情况

报告期内，发行人涂料产品收入与华为终端产品相关的销售收入、占比及变动情况如下表所示：

项目	2021年	2020年	2019年
华为项目收入（万元）	923.24	8,171.62	16,352.40
江苏宏泰收入（万元）	24,018.06	34,022.16	47,920.76
华为项目收入占比	3.84%	24.02%	34.12%

项目	2021年	2020年	2019年
华为项目收入变动金额（万元）	-7,248.38	-8,180.78	-
华为项目收入占比变动	-20.17%	-10.11%	-

注 1：考虑到公司的业务板块有油墨和涂料业务板块，为统一比较口径，将油墨收入剔除。

注 2：江苏宏泰为公司涂料业务的合并报表主体，在计算收入占比的时候以江苏宏泰的收入基数。

报告期内，在发行人涂料产品实现的收入中，应用于华为终端产品的涂料产品销售收入和收入占比持续下滑，销售收入分别为 16,352.40 万元、8,171.62 万元、923.24 万元，收入占比分别为 34.12%、24.02%、3.84%，其中：2020 年同比下降 8,180.78 万元，2021 年同比下降 7,248.38 万元；2020 年收入占比同比下降-10.11%、2021 年同比下降-20.17%。

与 2019 年相比，公司 2021 年涂料收入下降了 2.3 亿元左右，其中华为项目收入就下降了 1.5 亿元。由此可见，受应用于华为终端产品的涂料产品收入下降的影响，公司报告期内的涂料业务收入大幅下降。公司涂料业务收入的下降与华为手机出货量直接相关。由于华为手机芯片的供应链受到限制，华为手机的出货量在 2020 年以来持续下滑，主要靠一些存量芯片维持新机型的迭代，手机出货量急剧下滑特别是剥离荣耀后体量已大不如前。公司目前涂料产品所应用的华为终端产品，系华为可穿戴设备，华为可穿戴设备虽基本上受芯片供应的影响，但是相对于手机产品而言对涂料的用量较小，对公司涂料业务收入的正向拉动效果有限。

假设公司涂料业务未受到华为事项的影响，应用于华为终端产品的涂料产品销售收入继续保持在 1.6 亿元以上的收入水平，则公司涂料业务收入在维持在 4 亿元左右的水平。华为事项对于公司涂料板块的收入水平有着显著的影响。

（二）发行人拟采取的应对措施及有效性，相关影响因素是否已消除，是否会对本次募投项目产生不利影响

1、发行人拟采取的应对措施及有效性

（1）巩固并加强公司油墨板块的业务收入

公司的主营业务为 PCB 油墨和专业涂料。报告期内，虽然 PCB 油墨板块和涂料板块在生产经营中都遇到了较大的困难，如青阳基地 PCB 油墨生产限产、停产，对公司业绩产生了负面影响，但是随着公司江阴广豫 8,000t/a 感光新材料项目的建成投产并满产运行，公司油墨板块长期以来有效产能不足及生产不连续的状况得到了一定程度的缓解。受江阴

广豫 8,000t/a 感光新材料项目投产的积极影响，公司油墨板块 2021 年的产量达到 9,958.07 吨，同比增长 25.12%；公司 2021 年的油墨收入实现了 35,486.13 万元，同比增长 27.23%。由于江阴广豫拥有更先进的生产工艺和自动化控制生产设备，随着生产设备调试优化，生产效率将会进一步提高，实际产量也会随之提升，从而有助于进一步巩固并加强公司油墨板块的业务收入。

但与同行业竞争对手容大感光相比，公司油墨业务的有效产能与 2016 年首发上市相比，基本上是原地踏步。容大感光的产能在 2019 年得到了大幅提升，产量也逐年上升。具体如下：

项目	2021 年	2020 年度	2019 年度	2018 年度
产能（吨）	18,000	18,000	18,000（19 年 6 月新增 1 万吨）	8,000
产量（吨）	20,568.44	15,197.19	13,484.75	12,033.12
收入（亿元）	74,036.24	50,446.29	42,031.76	39,258.59

从上表可以看出，随着新增产能投产后的量产爬坡，容大感光的油墨产量也在逐年增加，已经从 2018 年的 12,033.12 吨增加至 2021 年的 20,568.44 吨，收入也从 39,258.59 万元增至 74,036.24 万元，收入增长率达到 89%。

（2）积极开拓终端客户

公司的涂料产品应用领域广泛，具体如下：

产品类别	代表产品	主要功能	应用领域
消费电子涂料	高性能消费电子专用 UV 固化 PVD 涂料	不仅具有 UV 光固化涂料的优良特性，而且兼有绝佳的抗指纹、耐钢丝绒、疏水特点	消费电子专用
	抗指纹纳米保护涂料	可以有效避免操作中手机屏幕或者后盖手指纹	应用于与人体直接接触的玻璃、金属、陶瓷表面的抗指纹处理
	高流平抗污镜面涂料	具备高流平透亮镜面质感及抗污效果，增强用户体验感观	应用于复合板材、高强度注塑 PC 表面的抗污镜面处理
	AG 涂料	对光学板材进行防眩光处理，减少眩光和光泽度，增加材料的质感和抗脏污能力	应用于复合板材、高强度注塑 PC 表面的防眩光处理
汽车零部件涂料	特殊基材 PVD 涂料	耐 220℃ 高温、抗氧化、防腐蚀	应用于汽车的前大灯与后尾灯
	有机硅高硬质高耐候涂料	PC 表面硬化处理	应用于汽车的 PC 表面硬化处理
化妆品包装盒涂料	UV 固化 PVD 涂料	对化妆品包装盒起到保护作用	应用于化妆品包装盒

产品类别	代表产品	主要功能	应用领域
碳纤维运动器材涂料	UV 固化碳纤维保护涂料	对纤维运动器材起到装饰、保护作用，优异的耐开裂性能	应用于纤维运动器材
塑胶 UV 涂料	PVC 塑胶地板高耐磨涂料	对 PVC 塑胶地板起到保护作用	应用于 PVC 塑胶地板

在与华为终端产品的涂料用量减少后，公司持续加大对其他主要手机终端客户的开拓力度，积极参与其他手机终端客户的新机型涉及表面处理的项目的开发。截至目前，公司是多个手机厂商的涂料产品供应，如 OPPO、传音、小米、MOTO。此外，公司还在积极争取进入荣耀资源池，目前审核资料已经提交，正在等待疫情缓解后接受荣耀的现场考察。

公司汽车涂料产品陆续在吉利、比亚迪、武汉舜宇、敏实集团、长城、奇瑞等汽车厂商的相关零部件产品上实现量产或者参与前述厂商相关项目的开发。

公司将持续进行市场拓展，扩充并优化涂料的客群结构，提升公司涂料产品的市场占有率。

（3）继续保持高比例的研发投入

企业的研发能力是企业核心竞争力的保证，公司不断加大研发投入，开发、升级新产品。在最近三年涂料业务收入下滑的情况下，公司研发投入不仅没有下降，反而有一定幅度的增长，从 2019 年的 2,523.28 万元增至 2021 年的 2,991.91 万元，研发费用占相应业务收入的比重也从 5.27% 增至 12.46%。

项目	2021 年	2020 年	2019 年
研发费用（万元）	2,991.91	2,345.30	2,523.28
研发费用/收入	12.46%	6.89%	5.27%

注：江苏宏泰为公司涂料业务的合并报表主体，在计算占比的时候以江苏宏泰的收入基数。

未来，公司将在不断优化已有优势产品的基础上，将持续保持高比例的研发投入，不断推出新产品，在保证公司技术的领先水平、提升公司的整体竞争实力的同时，以期取得未来公司经营业绩有效改善。

（4）上述采取措施的有效性

从公司的业务结构看，随着油墨板块实际可使用产能的稳定增长，公司报告期内的油墨板块收入有所增加，报告期初油墨板块的收入占比从 33.02% 上涨至 56.74%，而公司涂料板块业绩由于受到华为项目相关收入减少的影响，最近两年连续大幅下降，涂料业务收

入在发行人总体业务占比也相应下降，从报告期初的 65.54% 下降至 41.04%，对于发行人的重要性也相应降低。巩固并加强公司油墨板块的业务收入的措施可以在一定程度上对冲涂料板块下滑的不利影响，随着未来公司募投项目中油墨业务的投产，公司油墨板块的收入将进一步增加，对公司的业绩起到较好的保障作用。

经过不断研发投入，公司取得了光刻胶新产品的研发成果，并已实现部分客户验证及小批量销售；此外，公司内层油墨产品已实现销售；公司还在涂料业务方面储备了多种新型涂料产品，部分已在下游客户送样验证。

公司持续进行市场拓展，扩充并优化涂料的客群结构，提升公司涂料产品的市场占有率，也将有助于降低华为项目相关收入下降带来的不利影响。而持续的高比例研发投入，为公司保持市场竞争力提供了技术保障。

综上，公司采取的上述措施均是有效措施。

3、相关影响因素是否已消除

公司涂料业务收入受华为事项影响，最近两年收入连续大幅下降，由此导致涂料业务收入的比重在公司总体收入中的比重持续下降。

	2022年1-3月	2021年	2020年	2019年
专用油墨	58.68%	57.34%	37.03%	35.25%
专用涂料	29.02%	42.10%	44.93%	59.03%
其他	12.30%	0.56%	18.04%	5.72%
合计	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

从上表看，公司油墨板块的收入结构在报告期内实现了逆转，从 2019 年的 35.25% 上 升至 2022 年 1 季度的 58.68%，涂料业务收入持续下滑，从 2019 年的 59.03% 下降到 2022 年 1 季度的 29.02%。公司 2021 年从华为项目实现的业务收入仅 923.24 万元，仅占涂料板 块业务收入的 3.84%。公司来自于华为项目的业务收入在公司整体收入中不具有重大影响。

综上，华为项目业务对公司涂料业务的不利影响已经基本消化吸收，与华为项目相关 收入在未来若继续下降，将不再会对公司涂料业务收入产生重大不利影响。

（三）是否会对本次募投项目产生不利影响

随着公司油墨板块收入的持续增长、加强涂料业务的市场开拓以及持续高比例的研发

投入，华为项目这一对公司涂料业务产生不利影响的因素已经充分释放。

鉴于公司在 UV 光固化涂料的细分行业内资企业龙头的优势，包括历史客户积累、研发能力、服务优势，公司通过进一步开发和维护涂料的下游客户，包括在消费电子、汽车、运动器材、首饰包装盒及 PVC 地板等行业实现更进一步的突破，并且本次募投项目所在地赣州龙南市靠近公司涂料下游客户所在的珠三角地区，可以更快速高效地服务客户，有利于客户的维护和开发，从而有助于公司涂料业务在未来几年逐步恢复。

综上，华为事项对发行人业务的不利影响已经充分释放，与华为项目相关收入下降将不再会对公司涂料业务收入产生重大不利影响，对本次募投项目不会产生重大不利影响。

三、补充披露涉及的风险

公司已在募集说明书“重大事项提示”之“二、公司的相关风险”之“（二）经营风险”中补充披露如下：

“1、原材料价格波动风险

报告期内，公司原材料成本占营业成本比重相对较高，2019年至报告期末，原材料成本占营业成本的比重分别为92.06%、85.72%、**87.13%**和**74.35%**。公司所需原材料主要为树脂、单体、光引发剂、溶剂、各种助剂等化工类产品。2020年以来，相关原材料价格普遍上涨，未来若原材料采购价格持续上涨，将会增加公司的经营成本，**对公司的生产经营构成重大不利影响。**

2、毛利率下滑的风险

报告期各期，公司综合毛利率分别为 39.78%、32.62%、27.22%和 20.39%，毛利率呈下降趋势，主要系近两年来，受大宗商品价格波动、市场需求紧张及新冠疫情等因素的影响，公司部分原材料市场价格涨幅明显，加之公司部分生产基地限产停产影响，固定成本较高，导致公司的毛利率有所下降，未来若公司的原材料价格持续上涨，而公司不能通过有效调整价格、按计划实施本次募投项目扩大产能并实现规模效应等方式有效应对，公司的毛利率可能存在进一步下降的风险，进而对公司经营产生重大不利影响。

3、华为事项及与华为事项类似事件的相关风险

随着华为手机芯片供应链自 2020 年以来受到的束缚越来越严重，华为手机芯片供应链受到限制。由于华为手机是江苏宏泰消费电子涂料的主要应用领域之一，华为手机业务

受制裁产生的后续影响逐渐显现。随着与华为项目相关的收入从 2019 年的 16,352.40 万元萎缩至 2021 年的 923.24 万元，涂料业务收入出现了较大幅度的下降：江苏宏泰的涂料业务收入从 2019 年的 47,920.76 万元下降到 2021 年的 24,018.06 万元。

报告期内，虽然公司通过巩固并加强油墨板块的收入，以及江苏宏泰继续加大研发投入，逐步向其他终端厂商、智能穿戴设备、汽车等市场转型，以此分散华为手机因素对公司未来经营带来的风险，已在三星/OPPO/小米/MOTO 等终端项目上已经取得市场上新的市场突破，并且汽车涂料已经进入吉利、比亚迪、武汉舜宇、敏实集团、长城、奇瑞等汽车厂商的相关零部件产品上实现量产或者参与前述厂商相关项目的开发。虽然进入前述客户供应链体系有助于提高公司涂料业务收入，但是由于实现收入的大幅提升尚需时日，短期内还无法完全弥补华为事项对公司涂料业务收入带来的缺口。

如果公司将来在经营中再次遇到类似华为事项的重大事件，并且公司其他业务实现的业绩不足以对冲相关事件的不利影响，则会对公司的经营产生极为不利的负面影响。”

中介机构核查程序及核查意见

（一）中介机构核查程序

针对以上事项，会计师执行了如下核查程序：

- 1、获取发行人主要原材料采购情况表、分产品成本结构表等资料，分析原材料价格波动及产品成本构成情况，复核发行人测算的原材料价格波动对毛利率和经营业绩的影响；
- 2、与发行人相关负责人和主要客户沟通询问，了解发行人产品的生产周期、产品定价模式和发行人在行业的议价能力情况、应对原材料价格波动的具体措施；
- 3、查阅同行上市公司历次年度报告、招股书等公开资料，对比分析原材料价格变动对公司的相关影响；
- 4、取得江苏宏泰 2020 年和 2021 年合并财务报表；
- 5、取得江苏宏泰与华为相关的收入、成本分析表；
- 6、取得公司本次募投项目的可研报告；
- 7、取得公司报告期内的收入结构说明；
- 8、IDC 和 Canalys 关于手机出货量的统计。

（二）中介机构核查意见

经核查，会计师认为：

1、报告期内，公司原材料价格波动对公司主要产品毛利率和业绩具有一定程度的负面影响，但公司通过完善供应商管理阶段性备货、利用新厂优势优化工艺和提升自动化水平以及一定程度价格传导等多种途径降低生产成本，应对原材料价格波动风险，未来随着公司自制树脂募投项目逐步达产，原材料价格波动对发行人的生产经营不存在持续性的重大不利影响。发行人已积极采取应对措施，相关不利因素正在逐步减弱，预计不会出现毛利率持续大幅下滑的情形。

2、公司涂料业务收入的下降与华为手机出货量直接相关。假设公司涂料业务未受到华为事项的影响，应用于华为终端产品的涂料产品销售收入继续保持在 1.6 亿元以上的收入水平，则公司涂料业务收入在维持在 4 亿元左右的水平。华为事项对于公司涂料板块的收入水平有着显著的影响。

3、巩固并加强公司油墨板块的业务收入的措施可以在一定程度上对冲涂料板块下滑的不利影响，随着未来公司募投项目中油墨业务的投产，公司油墨板块的收入将进一步增加，对公司的业绩起到较好的保障作用。此外，公司持续进行市场拓展，扩充并优化涂料的客群结构，提升公司涂料产品的市场占有率，也将有助于降低华为项目相关收入下降带来的不利影响。而持续的高比例研发投入，为公司保持市场竞争力提供了技术保障。综上，公司采取的上述措施均是有效措施。

4、华为项目业务对公司涂料业务的不利影响已经基本消化吸收，与华为项目相关收入在未来若继续下降，将不再会对公司涂料业务收入产生重大不利影响。

5、华为事项对发行人业务的不利影响已经充分释放，与华为项目相关收入下降将不再会对公司涂料业务收入产生重大不利影响，对本次募投项目不会产生重大不利影响。

6、发行人已补充披露相关风险，详见本回复报告“问题 4”之“三、补充披露涉及的风险”。

问题 5

申报文件称，发行人分别于 2017 年和 2018 年收购江苏宏泰和湖南阳光，分别形成商誉 5.3 亿元和 1.4 亿元，2020 年度分别计提商誉减值 2.3 亿元和 0.2 亿元。2021 年度，发行人预计湖南阳光商誉减值金额为 0.7 亿元至 1.2 亿元，江苏宏泰商誉减值金额为 2 亿元至 2.5 亿元，合计减值金额预计为 2.7 至 3.7 亿元。2017 至 2019 年，江苏宏泰业绩承诺期完成率分别为 117.96%、96.66%和 101.92%。2018 年至 2020 年，湖南阳光业绩承诺完成率分别为 101.77%、100.54%、83.07%。根据发行人 2018 年年报披露，江苏宏泰 2018 年合计业绩为 4,293.22 万元，承诺业绩为 5,500 万元。根据 2022 年 2 月 11 日公告称，湖南阳光商誉减值主要原因之一为中美贸易争端和美国疫情导致美国对 PVC 地板需求量减少。

请发行人补充说明：（1）江苏宏泰和湖南阳光业绩承诺期满即商誉大幅下降的原因及合理性，相关业绩变动是否与行业发展相符；（2）结合报告期内对商誉减值测试资产组的实际经营情况以及江苏宏泰宜兴基地 2019 年已停产的情况，说明江苏宏泰 2019 年不存在大额商誉减值的判断依据及合理性；（3）结合发行人报告期各期国外销售金额占比均小于 1%以及主要出口地为东南亚国家的情况，说明中美贸易争端和美国疫情对湖南阳光业绩下滑的影响以及持续经营能力的影响；（4）结合江苏宏泰和湖南阳光所属行业发展情况、行业市场容量、主要客户及供应商、行业市场地位、主要财务数据、在手订单及意向订单情况、2021 年商誉减值测试情况等，分主体说明相关减值测试较实际经营情况及前次测试参数的主要差异，相关参数设置是否合理，是否考虑其持续经营风险，是否符合会计准则相关规定（5）结合 2018 年年报披露江苏宏泰业绩完成情况与本次申报文件披露的江苏宏泰业绩完成率，说明申报材料与公开信息披露文件信息是否一致，如否，请说明原因。

请保荐人和会计师核查并发表明确意见。

回复：

一、江苏宏泰和湖南阳光业绩承诺期满即商誉大幅下降的原因及合理性，相关业绩变动是否与行业发展相符

（一）江苏宏泰和湖南阳光业绩变动原因

1、江苏宏泰业绩变动原因

（1）江苏宏泰经营情况

2017 年-2021 年，江苏宏泰经营情况如下：

单位：万元

项目	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年
营业收入	23,285.70	27,257.28	47,920.76	34,022.16	24,018.06
营业成本	10,756.16	14,766.11	26,495.12	20,504.40	16,884.63
利润总额	5,934.26	5,082.38	7,337.18	4,411.71	-16,004.56
净利润	5,193.49	4,029.95	6,257.92	3,489.31	-14,880.32

(2) 江苏宏泰业绩承诺期满即业绩大幅下降的原因及合理性

发行人于 2017 年 6 月完成对江苏宏泰的并购，纳入合并报表范围，业绩承诺期为 2017 年-2019 年。

在业绩承诺期内，江苏宏泰营业收入持续增长，由 2017 年的 23,285.70 万元增长至 2019 年的 47,920.76 万元。2018 年，重要客户广东龙昕科技有限公司因其实际控制人涉嫌违规担保及相关诉讼等原因，经营陷入困境，江苏宏泰对其应收账款计提坏账准备 3,693.18 万元，导致江苏宏泰净利润出现下滑而未达到业绩承诺要求。剔除该因素影响后，在业绩承诺期内，江苏宏泰净利润完成情况较好。

业绩承诺期满后，2020 年、2021 年，江苏宏泰营业收入及净利润均出现较大幅度的下滑，具体分析如下：

1) 2020 年江苏宏泰业绩下滑的主要原因

A. 受新冠疫情影响，下游终端客户订单下降

江苏宏泰主要从事紫外光（UV）固化涂料的研发、生产和销售，产品类别主要包括消费电子涂料、汽车零部件涂料、化妆品包装盒涂料和碳纤维运动器材涂料，其中消费电子涂料营业收入最近三年占营业收入总额的比例超过 70%，且毛利率较其他产品高，对利润贡献最大。

江苏宏泰消费电子涂料产品主要用于手机，下游终端客户主要是各大手机厂商。2017 年至 2021 年，全球主要手机厂商销售及市场份额情况如下：

单位：百万台

项目	2017年		2018年		2019年		2020年		2021年	
	销量	份额	销量	份额	销量	份额	销量	份额	销量	份额

项目	2017年		2018年		2019年		2020年		2021年	
	销量	份额	销量	份额	销量	份额	销量	份额	销量	份额
三星	317.30	21.6%	292.30	20.8%	296.50	20%	255.50	20%	274.50	20.0%
Apple	215.80	14.7%	208.80	14.9%	196.20	13%	207.20	16%	230.10	17.0%
Xiaomi	92.40	6.3%	122.60	8.7%	124.5	8%	149.60	12%	191.20	14.0%
Oppo	111.80	7.6%	113.10	8.1%	119.8	8%	119.40	9%	145.10	11.0%
Vivo	95.10	6.5%	102.00	7.00%	113.7	8%	112.60	9%	129.90	10.0%
Huawei	153.10	10.4%	206.00	14.7%	238.5	16%	188.0	15%	40.00	3.0%
Honor									33.00	2.4%
其他	476.50	32.90%	360.10	25.80%	396.90	27.00%	259.70	19.00%	306.20	22.60%
合计	1,462	100%	1,404.9	100%	1,486.1	100%	1,292	100%	1,350	100%

注：①2017-2018年数据来源 IDC，2019-2021年数据来源于葱略咨询整理与分析；②2020年下半年荣耀自华为分拆，以上 2019 年、2020 年华为销量数据含荣耀品牌销量。

由上表可见，在业绩承诺期内（2017 年-2019 年），全球手机销量较为稳定。2020 年，受新冠疫情影响，全球手机销量较 2019 年下降约 13.06%，江苏宏泰主要终端客户华为的手机销量较 2019 年下降约 21.17%。下游终端客户销量的大幅下降减少了其对江苏宏泰涂料产品的需求，导致江苏宏泰 2020 年营业收入出现大幅下降。

B.主要终端客户华为销售订单下降

报告期内，江苏宏泰与华为相关的营业收入情况如下：

单位：万元

项目	2022年 1-3月	2021年	2020年	2019年
江苏宏泰营业收入	3,801.65	24,018.06	34,022.16	47,920.76
与华为相关的营业收入	165.56	923.24	8,171.62	16,352.40
占比	4.36%	3.84%	24.02%	34.12%

2020 年，江苏宏泰与华为相关的营业收入为 8,171.62 万元，较 2019 年下降 8,180.78 万元，降幅 50.03%，下降的主要原因是：

第一，华为受到美国制裁导致其手机销售下滑，降低了对江苏宏泰涂料产品的需求。自 2019 年开始，华为受到美国多轮制裁。2019 年，由于华为备货充足，当年手机销量未受到影响。2020 年开始，随着美国制裁的持续及华为备货的下降，华为手机销量大幅下降，由 2019 年的 238.50 百万台下降至 2020 年的 188.00 百万台，降幅约为 21.17%。华为手机

销量的下滑导致其对江苏宏泰涂料产品的采购订单也大幅下降。

第二，华为基于强化供应链管理的考量，于 2019 年 12 月对供应商资源池进行了更新，并提出将 14001 环境管理体系认证纳入其考核范围的要求。因为全资子公司湖南宏泰 14001 环境管理体系认证尚在办理过程中，未能在本次华为供应商资源池更新时继续保留在华为第一批供应商 SOW 认证名单，无法参与华为新产品的开发，进而无法获得相关产品的销售订单。

2) 2021 年江苏宏泰业绩下滑的主要原因

A. 主要终端客户华为销售订单持续下降

2021 年，美国对华为的制裁持续进行，导致华为手机销售及市场份额持续下滑，2021 年华为手机销售量为 40.00 百万台，荣耀手机（2020 年 11 月自华为拆分）销售量为 33.00 百万台，二者合计 73.00 百万台，较 2020 年的 188.00 百万台下降 61.17%。

此外，虽然江苏宏泰管理层已积极向华为申请第二批供应商认证，但由于中美冲突对华为影响的持续加重，华为生产经营受到较大的影响，原计划于 2020 年底进行的供应商认证搁置。虽然江苏宏泰已于 2021 年 7 月重新进入华为供应商资源池，但由于江苏宏泰与华为相关的收入主要来源于荣耀手机，而荣耀已于 2020 年 11 月从华为分拆独立，分拆后的荣耀未延续华为的供应商资源池，江苏宏泰尚未取得分拆后荣耀的供应商认证。

以上两个因素的持续影响导致江苏宏泰与华为相关的销售收入大幅下降，2021 年与华为相关的营业收入为 923.24 元，较 2020 年下降 88.70%。

B. 原材料成本大幅上涨

2017 年-2021 年，江苏宏泰专用涂料产品主要原材料价格如下：

单位：元/Kg

材料名称	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年
溶剂	8.31	9.26	9.27	11.88	16.79
树脂	43.69	42.78	43.80	45.18	51.95
单体	29.05	30.94	35.66	27.71	36.47
光引发剂	74.76	88.65	103.29	73.95	75.85
颜料	235.41	275.31	519.23	545.64	259.68
助剂	81.46	105.01	98.31	107.32	173.54

在业绩承诺期内，相关原材料价格保持稳定，未出现大幅波动。受新冠疫情、通胀、美国德州断电等事项的综合影响，江苏宏泰专用涂料产品相关原材料价格自 2020 年末开始出现较大幅度的上涨。以主要原材料溶剂和树脂为例，2021 年平均单价分别为 16.79 元/Kg 和 51.95 元/Kg，较 2020 年平均单价分别上涨 41.33% 和 14.98%。原材料价格的大幅上涨导致江苏宏泰营业成本大幅上升。发行人专用涂料业务毛利率由 2020 年的 37.60% 下降至 2021 年的 30.37%。

2、湖南阳光业绩变动原因

(1) 湖南阳光经营情况

2018 年-2021 年，湖南阳光的经营情况如下：

单位：万元

项目	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年
营业收入	5,823.42	6,425.36	7,552.02	5,987.00
营业成本	3,560.69	3,574.56	4,258.62	4,589.12
利润总额	1,419.51	2,060.01	2,563.85	141.75
净利润	1,224.52	1,781.31	2,212.73	155.84

(2) 湖南阳光业绩承诺期满后净利润变动原因

湖南阳光业绩承诺期为 2018 年-2020 年。业绩承诺期满后，湖南阳光 2021 年营业收入 5,987.00 万元、净利润 155.84 万元，分别较 2020 年下降 20.72% 和 92.96%。

1) 湖南阳光主要产品销售数据

湖南阳光主要产品包括 PVC 塑胶涂料和真空镀膜涂料，其中 PVC 塑胶涂料主要应用于 PVC 地板，真空镀膜涂料主要应用于化妆品包装。2018 年-2021 年，湖南阳光 PVC 塑胶涂料和真空镀膜涂料销售情况如下：

单位：吨（销量）、元/kg（单价）、万元（金额）

产品种类	指标	2018 年度	2019 年度	2020 年度	2021 年度
PVC 塑胶涂料	销量	899.45	824.54	1,103.08	1,081.24
	单价	50.09	49.07	45.63	41.41
	金额	4,505.52	4,045.99	5,033.03	4,476.97
	毛利率	40.69%	45.39%	47.84%	28.16%

产品种类	指标	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度
真空镀膜涂料	销量	302.96	493.33	575.58	395.14
	单价	42.38	47.85	39.24	37.17
	金额	1,283.94	2,360.44	2,258.53	1,468.84
	毛利率	33.09%	42.59%	37.19%	20.90%

2) 湖南阳光原材料采购单价情况

2018年-2021年，湖南阳光主要原材料采购单价情况如下：

单位：元/Kg

项目	2018年	2019年	2020年	2021年
树脂	33.99	32.78	26.55	31.79
溶剂	9.19	9.22	6.03	8.52
单体	28.34	21.18	18.59	27.42
粉料	34.30	33.05	28.86	25.58
助剂及其他	95.39	88.42	36.97	47.10

注：湖南阳光所使用原材料在大类上与江苏宏泰基本一致，二者原材料采购价格的差异是由于具体材料种类、型号不同导致的。

从上表可以看出，2021年湖南阳光原材料采购价格出现大幅上涨，以主要原材料树脂和溶剂为例，2021年采购单价分别较2020年上涨19.74%和41.29%。

3) 湖南阳光业绩承诺期满后净利润变动原因

结合前述湖南阳光销售数据及原材料采购价格变动情况，就2021年湖南阳光业绩下滑的原因分析如下：

从PVC塑胶涂料来看，2021年湖南阳光PVC塑胶涂料销售额4,476.97万元，较2020年下降556.06万元，降幅11.05%；2021年湖南阳光PVC塑胶涂料销售毛利额为1,260.71万元，较2020年下降1,147.09万元，降幅47.64%。我国PVC地板主要出口美国，2020年8月7日，美国贸易代表办公室发布声明，自2020年8月7日开始对包括下游PVC地板在内的多个行业恢复加征25%关税。受到上述加征关税政策的影响，我国PVC地板2021年出口增速放缓。作为PVC地板的上游原材料，湖南阳光PVC塑胶涂料的销售也受到了较大影响，一方面PVC地板厂商降低了对PVC塑胶涂料的需求，另一方面，经营成本的增加使得下游PVC地板厂商不断向上游原材料供应商施压，导致PVC塑胶涂料的销售价格大幅下降，2021年平均销售单价较2020年下降约9.25%。此外，上游原材料价格

的上涨使得成本大幅上升，叠加前述销售单价下降影响，2021年湖南阳光PVC涂料毛利率大幅下滑，由2020年的47.84%下滑至2021年的28.16%。

从真空镀膜涂料来看，2021年湖南阳光真空镀膜涂料销售额1,468.84万元，较2020年下降789.69万元，降幅34.96%；2021年湖南阳光真空镀膜涂料销售毛利额306.99万元，较2020年下降532.96万元，降幅63.45%。主要原因是：一方面，受到上游原材料涨价的影响，2021年湖南阳光毛利率大幅下滑，由2020年的37.19%下降至2021年的20.90%；另一方面，湖南阳光真空镀膜涂料主要用于化妆品包装领域，该类涂料需专用化工运输车运输，运输成本较高，并且受原材料涨价影响毛利率大幅下降，盈利能力较弱，公司决定逐渐削减该类涂料产品的生产和销售，导致2021年真空镀膜涂料销量大幅下降。

综上所述，江苏宏泰及湖南阳光在业绩承诺期满后业绩下滑符合公司实际情况，与行业发展情况相符，相关业绩变动具有合理性。

（二）江苏宏泰和湖南阳光业绩承诺期满即商誉大幅下降的原因及合理性

1、江苏宏泰业绩承诺期满即商誉大幅下降的原因及合理性

最近三年，发行人对江苏宏泰涉及商誉计提减值准备情况如下：

单位：万元

公司	商誉原值	计提商誉减值准备		
		2019年	2020年	2021年
江苏宏泰	53,380.24	64.91	23,455.53	24,691.48

由前述分析可知，在业绩承诺期内（2017年-2019年），除2018年因个别主要客户经营困难计提大额应收账款坏账准备导致净利润下滑外，江苏宏泰整体经营情况稳定，未出现商誉减值迹象，经减值测试，未发生大额商誉减值。业绩承诺期满后，发行人在2020年、2021年分别对江苏宏泰计提商誉减值损失23,455.53万元、24,691.48万元。

（1）江苏宏泰2020年商誉减值原因

结合前述对江苏宏泰经营业绩变动的分析，江苏宏泰2020年商誉出现大额减值的原因主要包括：

①受新冠疫情影响，下游终端客户手机厂商的手机销量大幅下降，减少了其对江苏宏泰涂料产品的需求，导致江苏宏泰营业收入出现较大幅度的下降。

②江苏宏泰主要终端客户华为受到美国制裁导致其手机销售下滑，降低了对江苏宏泰涂料产品的需求，对江苏宏泰的经营业绩造成了不利影响。

③2019年12月，华为对其供应商资源池进行了更新，由于江苏宏泰全资子公司湖南宏泰未获得14001环境管理体系认证，导致江苏宏泰未能及时获得华为第一批二级供应商认证，无法参与华为新产品的开发，进而无法获得相关产品的销售订单；湖南宏泰于2020年1月获得14001环境管理体系认证，经江苏宏泰管理层积极沟通和申请，华为原定于2020年底进行第二批供应商的认证，但是，中美贸易冲突对华为的影响持续加重，华为生产经营受到较大的影响，原计划于2020年底进行的供应商认证搁置，截至2020年商誉减值测试时点，江苏宏泰尚未通过华为供应商认证，管理层预测短期内重新进入其供应商库的可能性较小。

④此外，2020年下半年，新冠疫情在全球范围内不断扩散，导致全球化工企业运输及生产受限；美国德州停电导致多家化工厂停产；美国拜登政府13万亿美元救助法案导致通胀持续加强。受到以上因素的综合影响，2020年末开始，化工原料价格持续上涨，使得江苏宏泰原材料成本大幅上升，毛利率下降，盈利能力减弱。

基于以上因素，公司管理层判断与江苏宏泰相关商誉于2020年发生明显减值迹象，并根据减值测试结果计提了商誉减值准备。

(2) 江苏宏泰2021年商誉减值原因

结合前述对江苏宏泰经营业绩变动的分析，江苏宏泰2021年商誉出现大额减值的原因主要包括：

①因华为2020年持续受到美国制裁的影响，以及江苏宏泰未能按期进行华为的供应商认证，公司管理层预测江苏宏泰短期内重新进入华为供应商库的可能性较小，在2020年度的商誉减值测试时考虑了上述情况。2020年11月，华为将其旗下手机品牌荣耀进行了剥离，江苏宏泰随即与荣耀展开了产品应用方面的谈判工作。考虑到江苏宏泰紫外光固化（UV）涂料过去在华为手机（包括荣耀）上有较大占比的应用基础，且当时江苏宏泰与荣耀方面的谈判工作推进顺利，公司管理层预计2021年下半年很可能得到荣耀的供应商认证并进入其供应商库。因此，在进行2020年商誉减值测试时，公司对江苏宏泰的未来盈利预测将对荣耀手机的销售收入考虑在内。而当时间进入2021年年底时，一方面，截至2021年12月31日，江苏宏泰仍未获得荣耀的供应商认证；另一方面，2021年度终

端市场上华为手机及荣耀手机市场占有率下滑严重，江苏宏泰受下游终端市场和此前华为供应商资源池认证的时间空档等因素影响对华为销售收入进一步大幅下降。综合来看，华为手机、荣耀手机未来的市场份额和销量能否得到恢复存在较大的不确定性。

②如前所述，自 2020 年末开始，原材料价格出现较大幅度的上涨，公司在进行 2020 年商誉减值测试时，结合市场情况，考虑到原材料价格在年内会有一定程度的回落，预测全年原材料平均单价涨幅为 5%-6%，并据此进行了商誉减值测试。2021 年原材料平均价格较 2020 年上涨幅度大幅超过上述预测涨幅，以主要原材料树脂和溶剂为例，2021 年全年平均价格较 2020 年分别上涨 14.98% 和 41.33%，导致江苏宏泰 2021 年经营业绩出现大幅下降。同时，虽然 2021 年全年原材料价格出现了回落情况，但下降趋势趋于减缓，公司管理层预计 2022 年原材料价格将继续维持 2021 年水平。

③根据公司实际情况及发展需要，2022 年 1 月起，发行人任命公司副董事长朱民先生统管包括江苏宏泰、湖南宏泰、湖南阳光在内的涂料事业部，并由原江苏宏泰销售总监杨长和先生出任涂料事业部总经理负责具体事务，江苏宏泰原董事长陈朝岚不再主管包括江苏宏泰、湖南宏泰、湖南阳光在内的涂料事业部的具体事务。优化后的经营管理层为公司涂料事业的发展开创了更年轻、创新的经营环境，但陈朝岚作为江苏宏泰的主要创始人之一对江苏宏泰客户网络的建立、维护仍有重要作用，在团队自我革新的过程中可能对江苏宏泰的市场份额恢复和增长产生中短期的不利影响，并可能增加江苏宏泰的长期影响的不确定性。

④2020 年以前，江苏宏泰营业收入逐渐提升，基于对未来乐观的预期，公司配置了较多的管理、销售及研发人员，期间费用较高，固定成本较高。自 2020 年起，江苏宏泰业绩下滑，尤其进入 2021 年下半年业绩下滑较大。短期内江苏宏泰营收状况不佳，但仍需承担较重的期间费用，对未来一定期间的经营情况带来不利影响，整体收入规模和利润水平不及盈亏平衡点时可能会产生一定程度亏损。

基于以上因素，公司管理层判断江苏宏泰涉及商誉于 2021 年进一步发生减值迹象，并根据减值测试结果计提了商誉减值准备。

2、湖南阳光业绩承诺期满即商誉大幅下降的原因及合理性

最近三年，发行人对湖南阳光涉及商誉计提减值准备情况如下：

单位：万元

公司	商誉原值	计提商誉减值准备金额		
		2019年	2020年	2021年
湖南阳光	13,688.56	13.97	1,653.84	9,220.57

湖南阳光的业绩承诺期为 2018 年-2020 年，如前述分析，湖南阳光 2018 年及 2019 年经营情况较为稳定，业绩承诺完成情况良好，未出现商誉减值迹象，经减值测试，未发生大额商誉减值。2020 年（即业绩承诺期最后一年），受到上游原材料价格上涨等因素的影响，湖南阳光未能完成业绩承诺，发行人对其涉及商誉计提减值准备 1,653.84 万元。业绩承诺期满后，发行人于 2021 年对湖南阳光涉及商誉计提减值准备 9,220.57 万元。

（1）湖南阳光2020年商誉减值原因

结合前述对湖南阳光经营业绩变动的分析，湖南阳光 2020 年商誉出现大额减值的原因主要包括：

①2020 年下半年，境外（尤其是美国）新冠疫情愈发严峻，境外疫情的持续时间以及是否可以得到有效控制存在不确定性，对湖南阳光 PVC 塑胶涂料的销售产生了不确定的影响。

②如前所述，2020 年末开始，上游原材料价格出现大幅上涨，湖南阳光的利润空间进一步压缩，短期内未见原材料价格回归正常水平的迹象，湖南阳光盈利能力走弱。

基于以上因素，公司管理层判断湖南阳光涉及商誉于 2020 年发生明显减值迹象，并根据减值测试结果计提了商誉减值准备。

（2）湖南阳光2021年商誉减值原因

结合前述对湖南阳光经营业绩变动的分析，湖南阳光 2021 年商誉出现大额减值的原因主要包括：

①受美国加征关税的持续影响，下游 PVC 地板出口价格下降，通过产业链向上游传导后，导致湖南阳光 PVC 塑胶涂料销售单价下降，整体销售收入出现较大幅度的下滑；2021 年湖南阳光实现销售收入 5,987.00 万元，仅完成预测收入的 67.54%，商誉减值迹象较为明显。

②自 2020 年末开始，原材料价格上涨幅度较大，公司在 2020 年商誉减值测试时，已考虑该事项的影响，并预测 2021 年全年原材料单位成本涨幅 5%-6%。但 2021 年实际原材料单位成本涨幅超过 2020 年商誉减值测试时的预期，以主要原材料树脂和溶剂为例，2021 年采购单价分别较 2020 年上涨 19.74% 和 41.29%。导致湖南阳光 2021 年净利润出现大幅下降。

基于以上因素，公司管理层判断湖南阳光涉及商誉于 2021 年发生明显减值迹象，并根据减值测试结果计提了商誉减值准备。

（三）同行业情况对比

江苏宏泰及湖南阳光主营业务均为专用涂料的生产和销售，从国内上市公司中选择主营业务为专用涂料的松井股份进行对比分析如下：

单位：万元

公司	项目	2019 年	2020 年	2021 年
江苏宏泰	营业收入	47,920.76	34,022.16	24,018.06
	营业收入增长率	——	-29.00%	-29.40%
	净利润	6,257.92	3,489.31	-14,880.32
	净利润增长率	——	-44.24%	-526.45%
	毛利率	44.71%	39.73%	29.70%
松井股份	营业收入	45,513.83	43,492.63	50,823.20
	营业收入增长率	——	-4.44%	16.85%
	净利润	9,147.58	8,676.88	9,636.35
	净利润增长率	——	-5.15%	11.06%
	毛利率	54.36%	50.50%	48.78%

注：上表江苏宏泰数据为包含湖南阳光的合并数据；松井股份数据来源于其年度报告、招股说明书。

1、营业收入

2020 年江苏宏泰营业收入较 2019 年下降 29%，一方面是因为受新冠疫情等外部环境的影响，下游终端客户手机销售出现下滑；另一方面是因为主要终端客户华为受到美国制裁以及华为供应链策略调整使得江苏宏泰未能重新获得其供应商认证，导致江苏宏泰与华为相关的营业收入大幅下滑。松井股份 2020 年营业收入较 2019 年减少 4.44%，主要原因是受到新冠疫情、华为受制裁等外部环境的影响，其消费类电子领域中手机及相关配件涂料、智能家电涂料产品销量短期承压，销售出现下降。二者营业收入变动的的原因基本一致，

变动幅度的差异主要是因为江苏宏泰与华为相关营业收入占比较高且未重新获得其供应商认证，受到的影响更大。

2021年江苏宏泰营业收入较2020年下降29.40%，主要原因是受前述终端客户华为的影响，江苏宏泰与华为相关的营业收入持续下滑。2021年松井股份营业收入较2020年增长16.85%，主要原因是：①北美消费电子大客户、小米、荣耀、VIVO、OPPO、传音、亚马逊、华硕、罗技、谷歌等终端客户的销量取得不同程度增长，有效对冲了华为缺芯及外部环境变化造成的不利影响，确保了手机及配件、笔记本电脑及配件领域收入的平稳增长；②与北美消费电子大客户、小米、华为、卡西欧等终端客户的合作力度不断加强，可穿戴设备领域销售收入较上年增长51.47%；③通过并购方式实现了乘用车领域营业收入的增长。二者变动趋势不一致，一方面是因为江苏宏泰受到未获得华为（包括拆分后的荣耀）供应商认证的影响较大，而松井股份不受该因素影响；另一方面是因为松井股份在其他客户开拓方面进展较好，降低了华为销售下滑的影响。

2、净利润

2020年江苏宏泰净利润较2019年下滑44.24%，主要是受前述2020年营业收入下滑的影响。松井股份2020年净利润较2019年下滑5.15%，主要原因与其消费类电子领域中手机及相关配件涂料、智能家电涂料产品销量下降有关。二者变动趋势一致，但江苏宏泰受到终端客户华为的影响更大，使得净利润下滑幅度更大。

2021年江苏宏泰净利润较2020年下滑526.45%，一方面是因为与华为相关的营业收入持续下滑；另一方面是因为自2020年末开始原材料价格大幅上涨导致营业成本大幅上升。松井股份2021年净利润较2020年增长11.06%，增长趋势与江苏宏泰不一致，主要原因是虽然原材料价格大幅上涨导致其毛利率出现下降，但松井股份通过北美消费电子大客户、小米等消费电子领域客户以及智能穿戴、乘用车领域客户实现的销售增长抵消了原材料价格上涨的影响，从而实现了净利润的增加。

3、毛利率

2020年江苏宏泰毛利率较2019年下降4.98个百分点。2020年松井股份毛利率较2019年下降3.86个百分点。二者变动趋势基本一致，一方面是因为根据收入准则将运输费用调整至营业成本，另一方面是因为销售收入的下降导致单位固定成本上升。

2021年江苏宏泰毛利率较2020年下降10.03个百分点。2021年松井股份毛利率较2020年下降1.72个百分点。二者都受到原材料价格上涨的影响导致毛利率下降，但江苏宏泰毛利率下降幅度更大，主要原因是江苏宏泰受到终端客户华为销售下滑的持续影响，而松井股份通过在其他客户及其他领域的销售增长，抵消了华为销售收入下降的影响。

整体来看，最近两年江苏宏泰与可比公司松井股份经营情况的变动符合行业发展趋势及各自差异化经营情况，不存在异常情况。综上所述，江苏宏泰和湖南阳光在业绩承诺满即商誉大幅下降的主要原因是下游终端应用市场在业绩承诺期后出现下滑以及原材料价格大幅上涨，导致江苏宏泰及湖南阳光的经营业绩出现了较大幅度的下滑，符合公司实际情况及行业发展情况，具有合理性。

二、结合报告期内对商誉减值测试资产组的实际经营情况以及江苏宏泰宜兴基地2019年已停产的情况，说明江苏宏泰2019年不存在大额商誉减值的判断依据及合理性

（一）报告期内对商誉减值测试资产组的实际经营情况

2018年-2021年，江苏宏泰包含商誉资产组的实际经营情况如下：

单位：万元

项目	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度
营业收入	25,549.15	41,846.95	26,820.36	18,317.63
营业成本	13,490.59	23,273.21	16,595.52	12,582.17
税金及附加	237.95	302.32	203.12	116.91
销售费用	1,258.60	3,452.98	1,830.39	2,829.56
管理费用	3,356.63	5,680.32	4,506.17	4,556.06
研发费用	1,648.47	2,279.81	2,045.55	2,676.01
财务费用	271.35	483.40	414.12	474.16
营业利润	4,795.72	5,363.29	2,339.01	-13,689.24
净利润	3,975.49	4,509.89	3,010.77	-12,576.27

注：以上财务数据不含湖南阳光。

（二）江苏宏泰宜兴基地停产的背景

根据《宜兴市“两减六治三提升”专项行动方案》、《宜兴市减少落后化工产能专项行动工作方案》的通知，太湖一级保护区内化工生产企业将逐步关停，江苏宏泰的宜兴工厂属于太湖一级保护区内化工生产企业。为响应政府关于保护太湖的政策，为保护太湖作出

带头示范效应，切实履行上市公司环境保护的责任，充分享受宜兴市相关奖补政策，充分整合上市公司内部生产资源，公司及江苏宏泰决定在宜兴实施总部经济，主动申请关停宜兴工厂生产。

2018年11月，江苏宏泰与地方政府签订《化工生产企业关停协议书》。2018年12月1日，江苏宏泰宜兴基地正式关停，不再进行生产。2018年12月26日，江苏宏泰通过由宜兴市经济和信息化委员会、宜兴市环境保护局、宜兴市安全生产监督管理局、宜兴市万石镇人民政府等组成的联合验收组关于宜兴市化工生产企业关停情况验收。

（三）江苏宏泰 2019 年不存在大额商誉减值的判断依据及合理性

1、公司已对宜兴基地停产后的产能整合作出统一安排，宜兴基地的产能主要由江苏宏泰全资子公司湖南宏泰承接，湖南宏泰产能 10,000 吨/年，是宜兴基地产能的 5 倍，湖南宏泰生产基地 2018 年底投产后逐步量产爬坡，能够满足原宜兴基地的生产任务，因此，宜兴基地的停产不会对江苏宏泰的整体生产产生不利影响。

2、从产能整合当年及次年江苏宏泰的实际经营情况来看，宜兴基地的停产未对江苏宏泰的经营业绩产生不利影响。2019 年江苏宏泰实现销售收入较产能整合前的 2018 年增长 63.79%，净利润较产能整合前的 2018 年增长 13.44%。2020 年，江苏宏泰营业收入、净利润分别较 2019 年下降 35.91% 和 33.24%，但下降原因主要是下游终端客户销售下滑导致其产品销售下滑，与宜兴基地的停产无关。

3、宜兴基地受土地面积及当地环保政策限制，产能已无提升空间，湖南宏泰产能释放完全可以覆盖宜兴基地生产任务，产能整合有利于江苏宏泰生产管理水平及生产效率的提升，降低生产管理成本。

4、宜兴基地的生产任务部分转移至湖南宏泰，有利于提高产品品质，湖南宏泰的工艺及设备水平优于宜兴基地；湖南宏泰位于湖南长沙市浏阳经济技术开发区，能够覆盖华南、华中地区，进一步缩短为华南、华中地区客户服务的响应时间，降低运输成本。

5、宜兴基地生产关停，地方政府给予了奖励补助，奖补金额能够覆盖工厂生产转移产生的费用，不会对江苏宏泰产生不利影响。江苏宏泰已收到与宜兴基地停产相关的政府奖补资金 5,191.8960 万元，其中 2018 年 12 月 29 日收到 5,000 万元，2020 年 5 月 22 日收到 191.8960 万元。

综上所述，宜兴基地停产未对江苏宏泰的生产经营产生不利影响，江苏宏泰 2019 年不存在大额商誉减值具有合理性。

三、结合发行人报告期各期国外销售金额占比均小于 1%以及主要出口地为东南亚国家的情况，说明中美贸易争端和美国疫情对湖南阳光业绩下滑的影响以及持续经营能力的影响

（一）报告期内公司国外销售情况

报告期内，公司营业收入按照境内、境外划分情况如下：

单位：万元

销售区域	2022年1-3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
境内	14,944.88	99.96%	61,531.19	99.42%	74,939.60	99.50%	80,469.57	99.47%
境外	6.09	0.04%	359.05	0.58%	374.47	0.50%	426.37	0.53%
合计	14,950.97	100.00%	61,890.24	100%	75,314.07	100%	80,895.94	100%

报告期内，公司实现境外销售的产品主要是 PCB 油墨，销售金额较少，主要销往东南亚部分国家。

湖南阳光主要产品包括 PVC 塑胶涂料、真空镀膜涂料及其他水性涂料。其中真空镀膜涂料和其他水性涂料均直接销售给国内终端用户或其指定的供应商，不涉及出口。PVC 塑胶涂料作为 PVC 地板生产的原材料，下游客户主要为我国的 PVC 地板生产企业。我国是最主要的 PVC 地板生产国，从事 PVC 地板生产的企业较多。国内的 PVC 地板生产企业主要以 OEM、ODM 模式为国际地板品牌商和建材零售商代工为主，业务基本以出口为主。因此，湖南阳光的 PVC 塑胶涂料产品并不直接销售至境外客户，而是作为原材料销售给国内的 PVC 地板生产商，PVC 地板生产商加工成产品后再出口销售。

虽然湖南阳光所生产的产品不直接出口销售，但由于其 PVC 塑胶涂料的下游客户主要以出口销售为主，且出口地以美国和欧洲为主，中美贸易争端及美国疫情影响了下游 PVC 地板的出口，间接影响了湖南阳光 PVC 塑胶涂料产品的销售，从而对湖南阳光的经营业绩及持续经营产生了影响。

（二）中美贸易争端和美国疫情对湖南阳光业绩下滑以及持续经营能力的影响

1、下游 PVC 地板出口情况

湖南阳光主营产品包括 PVC 塑胶涂料、真空镀膜涂料及其他水性涂料，其中 PVC 塑胶涂料是其重要的收入来源。2019 年-2021 年，湖南阳光 PVC 塑胶涂料营业收入占其全部营业收入的比例分别为 62.97%、66.64% 和 74.78%。

PVC 塑胶涂料主要应用于 PVC 地板。PVC 地板由高分子材料聚氯乙烯（PVC）加工制成，与传统木地板、瓷砖等地面装饰材料相比，PVC 地板具有环保、可回收利用、安装简便、耐磨、防潮、防滑和防火阻燃等优点，深受欧美市场欢迎，广泛应用于商场、酒店、写字楼、医院、学校、体育场馆等公共建筑以及住宅。基于以上优异特点，PVC 地板在美国和欧洲等地区逐步替代实木地板和地毯等其他地面装饰材料，因此，美国和欧洲是全球最大的 PVC 地板消费市场。但是，由于美国和欧洲等地区产能有限，其所需要的 PVC 地板严重依赖进口。

由于 PVC 地板进入中国市场较晚，特别是在家庭装修领域尚未普及，整体来看，PVC 地板在我国地面装饰材料市场规模占比较低，PVC 地板产品仍以出口为主。

根据观研报告网发布的《中国 PVC 地板市场现状深度研究与投资前景分析报告（2022-2029 年）》，2021 年中国 PVC 地板出口前五目的地分别为美国、加拿大、德国、荷兰、澳大利亚，具体情况如下：

排名	出口目的地	出口数量（万吨）	占比（%）
1	美国	305.50	53.30
2	加拿大	41.40	7.20
3	德国	26.00	4.50
4	荷兰	22.50	3.90
5	澳大利亚	14.50	2.50

由上表可知，美国是我国 PVC 地板出口最大的国家，占我国全部 PVC 地板出口量的 53.30%。

2、中美贸易争端对湖南阳光的影响

（1）中美贸易争端对下游 PVC 地板生产商的影响

近年来，全球贸易保护主义有所抬头，尤其美国贸易保护主义政策倾向逐渐增大。2018 年 6 月 15 日，美国公布对华征税清单，从 2018 年 7 月开始，对从中国进口的约 500

亿美元商品加征 25% 的关税。2018 年 9 月 24 日，中美贸易摩擦进一步升级，美国对大约 2,000 亿美元的中国进口商品加征 10% 关税，PVC 地板属于这次加征关税产品清单之列；2019 年 5 月 10 日，美国对包括 PVC 地板在内的约 2,000 亿美元中国进口商品由原先加征 10% 关税提高到加征 25% 关税，即关税税率的绝对值增加 15%。2019 年 11 月 13 日，美国贸易代表办公室发布声明，追溯自 2018 年 9 月 24 日起，对包括 PVC 地板在内的多个行业的部分产品排除加征关税。2020 年 8 月 7 日，美国贸易代表办公室发布声明，自 2020 年 8 月 7 日开始对包括 PVC 在内的多个行业恢复加征 25% 关税。

PVC 地板被加征关税后，因加征关税给美国地板品牌商和建材零售商带来的成本增加最终大部分以我国 PVC 地板出口商下调产品销售价格的方式转嫁到我国 PVC 地板生产商，对我国 PVC 地板生产商的经营业绩产生了较大影响。上市公司海象新材（003011）、爱丽家居（603221）主营业务为 PVC 地板的生产和销售，超过 50% 的产品销往美国或北美洲。最近三年，海象新材、爱丽家居的主要经营数据如下：

项目	海象新材			爱丽家居		
	2021 年	2020 年	2019 年	2021 年	2020 年	2019 年
营业收入（万元）	179,756.78	122,394.32	85,877.31	107,846.88	107,756.12	114,578.79
营业成本（万元）	149,656.23	85,984.98	57,491.97	99,460.78	88,562.35	87,401.54
归属于母公司股东净利润（万元）	9,697.15	18,828.75	13,832.26	587.98	7,930.05	14,202.97
毛利率	16.75%	29.75%	33.05%	7.78%	17.81%	23.72%

注：我国 PVC 地板行业生产企业较多，行业集中度低，大部分企业均未非上市公司，目前公开查询到的以 PVC 地板为主营业务的上市公司仅海象新材、爱丽家居两家。

由上表可知，自美国对 PVC 地板恢复加征关税以来，海象新材、爱丽家居的毛利率均在持续下降，归属于母公司股东的净利润也大幅下滑。

（2）中美贸易争端对湖南阳光的影响

如前所述，美国加征关税对下游 PVC 地板生产商的经营业绩产生了较大不利影响。为了降低加征关税带来的经营压力，下游 PVC 地板生产商向包括湖南阳光在内的上游原材料供应商施压，导致湖南阳光 PVC 塑胶涂料销售价格出现较大幅度的下降，进而毛利率大幅下降。最近三年，湖南阳光 PVC 塑胶涂料产品相关销售数据如下：

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
销售金额（万元）	4,476.97	5,033.03	4,045.99

项目	2021年度	2020年度	2019年度
销量（吨）	1,081.24	1,103.08	824.54
单价（元/Kg）	41.41	45.63	49.07
毛利率	28.16%	47.84%	45.39%

由上表可知，受下游 PVC 地板被美国加征关税影响，湖南阳光 2021 年 PVC 塑胶涂料的销售单价出现较大幅度的下滑，毛利率由 2020 年的 47.84% 下降至 2021 年的 28.16%，造成湖南阳光 2021 年业绩大幅下滑。

此外，截至 2021 年商誉减值测试时，美国对我国 PVC 地板加征关税的政策未有松动迹象，公司管理层预计该事项将给湖南阳光的持续经营带来一定的不利影响。

（三）美国疫情对湖南阳光的影响

自 2020 年下半年起，新冠疫情在美国持续蔓延。一方面，受新冠疫情影响，美国失业率维持高位。另一方面，疫情之下美国政府采取了超宽松的货币政策，促使资产价格暴涨，进一步导致美国贫富差距加剧，居民消费能力下降，从而使得 PVC 地板的消费出现下滑。根据中国海关公布数据，2021 年 1-11 月出口至美国的 PVC 铺地制品数量占整体出口量的 53.17%，较 2020 年的 59.52% 下降 6.35 个百分点，下降趋势较为明显。从出口数量的绝对金额来看，2021 年出口至美国的 PVC 铺地制品数量对比 2020 年同期也有所减少，减幅为 5.96%。

受我国 PVC 地板对美国出口量下滑影响，作为 PVC 地板的上游原材料供应商，湖南阳光 2021 年 PVC 地板销量也出现了一定程度的下滑，销售数量由 2020 年的 1,103.08 吨下降至 2021 年的 1,081.24 吨，降幅 1.99%。销售数量下降导致 PVC 塑胶涂料销售收入出现下滑，是湖南阳光 2021 年业绩出现下滑的重要原因之一。同时，目前美国新冠疫情仍在不断蔓延，公司管理层预计短期内仍将对湖南阳光的产品销售带来不确定性，从而对其持续经营产生一定影响。

综上所述，公司披露的对外销售口径为直接销售产生的收入，主要为 PCB 油墨的销售收入，每年的实现的销售收入占总的销售收入的比重大致在 0.5% 左右。虽然湖南阳光所生产的产品不直接出口销售，但由于其主要产品 PVC 塑胶涂料的下游客户 PVC 地板生产商主要以出口销售为主，下游 PVC 地板生产商采购湖南阳光 PVC 塑胶涂料后加工成 PVC 地板成品后再出口销售，并且以为美国为主要目的地市场，中美贸易争端及美国疫情

影响了下游 PVC 地板的出口，间接导致了湖南阳光 PVC 塑胶涂料产品的销售下滑，从而造成湖南阳光的业绩出现较大幅度的下滑，对湖南阳光的持续经营能力产生了负面影响。

四、结合江苏宏泰和湖南阳光所属行业发展情况、行业市场容量、主要客户及供应商、行业市场地位、主要财务数据、在手订单及意向订单情况、2021 年商誉减值测试情况等，分主体说明相关减值测试较实际经营情况及前次测试参数的主要差异，相关参数设置是否合理，是否考虑其持续经营风险，是否符合会计准则相关规定

（一）所属行业发展情况

1、江苏宏泰所属行业发展情况

江苏宏泰主要从事紫外光（UV）固化涂料的研发、生产和销售，主要产品类别包括消费电子涂料、汽车零部件涂料、化妆品包装盒涂料和碳纤维运动器材涂料等，用于消费电子、汽车车灯、汽车轻量化、高端化妆品包装等领域，下游行业包括智能手机行业、汽车行业、化妆品行业等。因此，UV 固化涂料的行业发展与下游智能手机行业、汽车行业、化妆品行业等行业的发展密切相关。

（1）智能手机行业

报告期内，江苏宏泰销量最大的产品为消费电子涂料产品，且主要应用方向为智能手机。2019 年至 2022 年 2 月，我国智能手机出货量情况如下：

月份	出货量（万部）			
	2019 年度	2020 年度	2021 年度	2022 年度
1 月	3,404.80	2,081.30	4,012.00	3,302.20
2 月	1,451.10	638.40	2,175.90	1,486.40
3 月	2,837.30	2,175.60	3,609.40	——
4 月	3,653.00	4,172.80	2,748.60	——
5 月	3,829.40	3,375.90	2,296.80	——
6 月	3,431.00	2,863.00	2,566.40	——
7 月	3,419.90	2,230.10	2,867.60	——
8 月	3,087.50	2,690.70	2,430.60	——
9 月	3,623.60	2,333.40	2,144.00	——
10 月	3,596.90	2,615.30	3,357.50	——
11 月	3,484.20	2,958.40	3,525.20	——

月份	出货量（万部）			
	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度
12月	3,044.40	2,659.60	3,340.10	——
合计	38,863.10	30,794.50	35,074.10	——

数据来源：信通院、中商产业研究院

由上表可知，2020年我国手机出货量出现了较大幅度的下滑，主要是受到新冠疫情的影响。随着疫情防控形势好转，2021年我国手机出货量得到较大幅度的提升，但仍未能恢复到疫情以前的水平。

（2）汽车行业

汽车零部件涂料作为乘用车零部件的装饰或保护材料，主要用于乘用车门把手、座椅、车灯、中控台、后视镜等乘用车内外饰件领域，其市场需求与乘用车整车及汽车零部件市场的发展具有相关性。目前，江苏宏泰的汽车零部件涂料产品主要应用在“通用五菱”、“长安”、“吉利”等国内汽车品牌的车灯制造。

2019年-2021年我国汽车产销数据分别如下：

项目	2019年	2020年	2021年
产量（万辆）	2572.10	2518.70	2608.20
销量（万辆）	2576.90	2528.20	2627.50

数据来源：汽车工业协会

由上表可知，我国汽车产销量在2020年出现了一定程度的下滑，主要是受到新冠疫情的影响。2021年，随着疫情防控形势好转，我国汽车产销量得到了恢复，并较疫情以前实现了小幅增长。

（3）化妆品行业

江苏宏泰化妆品包装盒涂料主要用于化妆品包装盒的外层保护，兼有美观功能，如粉底盒和口红外管涂料等。目前，江苏宏泰的主要化妆品包装盒涂料最终用于迪奥、雅诗兰黛、玉兰油等国际知名化妆品的包装物。

2019年-2021年，我国化妆品零售额数据如下：

项目	2019年	2020年	2021年
零售额（亿元）	2,992	3,400	4,026

数据来源：统计局、中商产业研究院整理

由上表可知，最近三年，我国化妆品零售额呈逐年上涨趋势。

2、湖南阳光所属行业发展情况

湖南阳光的主要产品为 PVC 塑胶涂料和真空镀膜涂料，主要应用于 PVC 地板及化妆品包装。湖南阳光的产品销售受到 PVC 地板行业及化妆品行业的影响，其行业发展与 PVC 地板及化妆品行业密切相关。

（1）PVC地板行业

报告期内，PVC 塑胶涂料占湖南阳光销售额的比例在 60%以上，是湖南阳光的主要收入来源，该产品应用于 PVC 地板的生产。2021 年 1-11 月，虽然美国依然是我国 PVC 地板出口主要目的地，但相比去年同期有明显的下滑。根据卓创资讯《2021 年 PVC 铺地制品出口数据前瞻分析》，2021 年 1-11 月我国出口至美国的 PVC 铺地制品量占整体出口量的 53.17%，但这个比重相较 2020 年的 59.52%有较为明显的缩减，整体下降 6.35 个百分点。在出口量占比下降的同时，流向美国的 PVC 铺地制品出口量对比去年同期也有所减少，减幅为 5.96%。

（2）化妆品行业

化妆品行业最近三年的发展情况见本回复报告“问题 5”之“四、结合江苏宏泰和湖南阳光所属行业发展情况、行业市场容量、主要客户及供应商、行业市场地位、主要财务数据、在手订单及意向订单情况、2021 年商誉减值测试情况等，分主体说明相关减值测试较实际经营情况及前次测试参数的主要差异，相关参数设置是否合理，是否考虑其持续经营风险，是否符合会计准则相关规定”之“（一）所属行业发展情况”之“1、江苏宏泰所属行业发展情况”之“（3）化妆品行业”。

受上游原材料价格上涨影响，加之化妆品涂料需要专用化工运输车运输导致运输成本较高，公司决定削减该类产品的生产和销售。

（二）行业市场容量

根据松井股份招股说明书披露，预计至 2023 年专用涂料市场规模为 440 亿元至 621 亿元，年复合增长率约为 1.00%，保持稳定上升态势。2023 年高端消费电子及汽车零部件领域的专用涂料市场规模预计情况如下：

单位：吨、亿元

应用领域	2023年	
	涂料理论需求量	预计涂料市场规模
手机及相关配件	45,600-91,200	46-91
笔记本电脑及相关配件	15,390-30,780	15-31
可穿戴设备	9,640-14,460	10-14
智能家电	62,280-93,420	62-93
高端消费类电子领域合计	132,910-229,860	133-230
汽车内饰件	56,725-74,504	40-52
汽车外饰件	267,539-338,657	268-339
汽车零部件领域合计	324,264-413,161	307-391

数据来源：松井股份招股说明书

（三）主要客户及供应商

1、江苏宏泰主要客户及供应商

（1）江苏宏泰主要客户情况

报告期内，江苏宏泰主要客户情况如下：

单位：万元

年度	客户名称	销售金额 (不含税)	占销售总额的比例
2022年1-3月	闻泰通讯股份有限公司	204.93	7.16%
	东莞市恒晟科技有限公司	187.18	6.54%
	东莞市金世尊电子科技有限公司	155.76	5.44%
	东莞捷荣技术股份有限公司（同一集团合并列示）	150.00	5.24%
	深圳市新世纪新材料实业有限公司	132.44	4.63%
	前五名小计	830.31	29.02%
2021年度	东莞市恒晟科技有限公司	2,176.67	11.88%
	东莞捷荣技术股份有限公司（同一集团合并列示）	1,363.91	7.45%
	闻泰通讯股份有限公司	986.56	5.39%
	广东正和诚信塑胶制品有限公司	967.67	5.28%
	东莞市质品塑胶科技有限公司	934.48	5.10%
	前五名小计	6,429.29	35.10%

年度	客户名称	销售金额 (不含税)	占销售总额的比例
2020 年度	闻泰通讯股份有限公司	2,444.35	9.11%
	维达力实业（深圳）有限公司（同一集团合并列示）	1,998.86	7.45%
	东莞市质品塑胶科技有限公司	1,412.63	5.27%
	深圳市比亚迪供应链管理有限公司	1,313.68	4.90%
	东莞捷荣技术股份有限公司（同一集团合并列示）	1,071.71	4.00%
	前五名小计	8,241.23	30.73%
2019 年度	蓝思科技股份有限公司（同一集团合并列示）	3,475.19	8.30%
	深圳市比亚迪供应链管理有限公司	3,465.96	8.28%
	闻泰通讯股份有限公司	3,156.88	7.54%
	广东劲胜智能集团股份科技有限公司（同一集团合并列示）	3,076.08	7.35%
	东莞市澳科尔镀膜科技有限公司	2,168.92	5.18%
	前五名小计	15,343.03	36.65%

（2）江苏宏泰主要供应商情况

报告期内，江苏宏泰主要供应商情况如下：

单位：万元

年度	供应商名称	采购金额 (不含税)	占采购总额的比例
2022 年 1-3 月	东莞市胜阳贸易有限公司	564.38	32.79%
	昆山市九维化工有限公司	118.95	6.91%
	新丰博兴聚合材料有限公司	90.18	5.24%
	广东城首新材料有限公司	89.97	5.23%
	湖南普瑞迪新材料有限公司	52.89	3.07%
	前五名小计	916.37	53.24%
2021 年度	东莞市胜阳贸易有限公司	3340.82	26.70%
	广东城首新材料有限公司（同一控制人合并列示）	828.95	6.62%
	无锡市亚盛化工有限公司	576.91	4.61%
	杭州欧工涂料制品有限公司	519.99	4.16%
	昆山市九维化工有限公司	461.46	3.69%
	前五名小计	5728.13	45.77%

年度	供应商名称	采购金额 (不含税)	占采购总额的 比例
2020 年度	东莞市胜阳贸易有限公司	2161.62	14.95%
	杭州欧工涂料制品有限公司	1410.19	9.76%
	无锡市亚盛化工有限公司	758.22	5.25%
	广州市九维商贸有限公司	705.5	4.88%
	威雅利电子（上海）有限公司	675.44	4.67%
	前五名小计	5710.97	39.51%
2019 年度	东莞市胜阳贸易有限公司	3021.41	11.80%
	广州市城首贸易有限公司	2026.18	7.91%
	南京景思辰工贸有限公司	1720.27	6.72%
	威雅利电子（上海）有限公司	1584.96	6.19%
	广东博兴新材料科技有限公司	1233.04	4.82%
	前五名小计	9585.86	37.43%

2、湖南阳光主要客户及供应商

（1）湖南阳光主要客户情况

报告期内，湖南阳光主要客户情况如下：

单位：万元

年度	客户名称	销售金额 (不含税)	占销售总额的比 例
2022 年	东莞美哲塑胶制品有限公司	148.33	15.77%
	南京虎渔进出口贸易有限公司	76.30	8.11%
	东莞市润通电子有限公司	66.92	7.12%
	东莞普隆塑胶制品有限公司	63.98	6.80%
	茌平县嘉华塑胶有限公司	50.97	5.42%
	前五名小计	406.50	43.23%
2021 年度	上海尚弋化工有限公司	787.44	13.15%
	东莞美哲塑胶制品有限公司	537.29	8.97%
	常州市瑞智优光新材料有限公司	370.23	6.18%
	深圳市杰尔泰科技有限公司	241.14	4.03%
	东莞市千行新材料有限公司	239.68	4.00%
	前五名小计	2,175.79	36.34%
2020 年度	东莞美哲塑胶制品有限公司	451.76	5.98%

年度	客户名称	销售金额 (不含税)	占销售总额的比例
	浙江欧耐力新材料有限公司	430.29	5.70%
	江苏东正新型装饰材料有限公司	390.32	5.17%
	东莞市嘉星塑胶五金有限公司	341.69	4.52%
	上海尚弋化工有限公司	246.98	3.27%
	前五名小计	1,861.04	24.64%
2019 年度	东莞美哲塑胶制品有限公司	526.20	8.19%
	东莞市兆来电子科技有限公司	504.67	7.85%
	浙江欧耐力新材料有限公司	272.00	4.23%
	浙江晶通塑胶有限公司	268.46	4.18%
	东莞市嘉星塑胶五金有限公司	261.40	4.07%
	前五名小计	1,832.73	28.52%

(2) 湖南阳光主要供应商情况

报告期内，湖南阳光主要供应商情况如下：

单位：万元

年度	供应商名称	采购金额 (不含税)	占采购总额的比例
2022 年 1-3 月	江苏利田科技股份有限公司	115.04	15.89%
	江苏三木化工股份有限公司	104.86	14.48%
	长沙市太亚化工科技有限公司	66.35	9.16%
	广州成聚新材料科技有限公司	38.21	5.28%
	广州岩索新材料有限公司	36.19	5.00%
	前五名小计	360.66	49.81%
2021 年度	江苏三木化工股份有限公司	854.54	19.89%
	长沙市太亚化工科技有限公司	287.06	6.68%
	广州岩索化工有限公司	248.77	5.79%
	湖南恒隆石油化工有限公司	168.42	3.92%
	广州成聚新材料科技有限公司	164.02	3.82%
	前五名小计	1,722.81	40.09%
2020 年度	江苏三木化工股份有限公司	583.47	14.42%
	长沙市太亚化工科技有限公司	419.66	10.37%
	江苏利田科技股份有限公司	203.50	5.03%

年度	供应商名称	采购金额 (不含税)	占采购总额的 比例
	长沙鹏翼化工科技发展有限公司	186.17	4.60%
	广州成聚新材料科技有限公司	172.69	4.27%
	前五名小计	1,565.49	38.70%
2019 年度	江苏三木化工股份有限公司	516.95	15.18%
	长沙市太亚化工科技有限公司	436.94	12.83%
	长沙鹏翼化工科技发展有限公司	286.66	8.42%
	湖南润江化工有限公司	164.14	4.82%
	长沙天鑫化工经贸有限公司	140.11	4.12%
	前五名小计	1,544.80	45.38%

(四) 行业市场地位

1、江苏宏泰

江苏宏泰在专用涂料领域的竞争对手基本为国外涂料巨头或知名企业，例如消费电子领域主要为阿克苏诺贝尔、PPG、卡秀、贝格等国外企业，国内企业主要为松井股份；汽车部件领域为迈图、藤仓、KCC 等。

报告期内，江苏宏泰与松井股份消费电子涂料销售额对比如下：

单位：万元

公司简称	2019 年	2020 年	2021 年
江苏宏泰	30,703.16	20,033.98	12,873.90
松井股份	35,448.42	25,701.03	28,571.43

注：①松井股份的数据来源于其招股说明书及年度报告；②以上江苏宏泰数据不含湖南阳光。

从上表可以看出，2019、2020 年江苏宏泰消费电子涂料销售收入发展趋势与松井股份基本一致。2021 年江苏宏泰销售收入大幅下滑主要原因是江苏宏泰主要终端客户华为受美国制裁影响及华为供应商策略调整，销售订单大幅下滑所致。

综合来看，虽然江苏宏泰最近两年销售收入有较大下滑，但仍处于国内专用涂料厂商前列，具有较强的市场竞争力。

2、湖南阳光

湖南阳光所处行业为细分小众行业，行业主要竞争对手包括美国 PPG、湖南恒兴、河北唐山米乐、常州美美、湖南邦弗特等。由于没有公开披露的行业市场销售数据，无法对

湖南阳光的市场份额情况进行精确估计。

（五）主要财务数据

1、江苏宏泰主要财务数据

报告期内，江苏宏泰主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2019年度	2020年度	2021年度	2022年1-3月
营业收入	41,846.95	26,820.36	18,317.63	2,861.33
营业成本	23,273.21	16,595.52	12,582.17	2,001.46
税金及附加	302.32	203.12	116.91	28.52
销售费用	3,452.98	1,830.39	2,829.56	460.61
管理费用	5,680.32	4,506.17	4,556.06	815.23
研发费用	2,279.81	2,045.55	2,676.01	539.08
财务费用	483.40	414.12	474.16	124.65
营业利润	5,363.29	2,339.01	-13,689.24	-863.05
净利润	4,509.89	3,010.77	-12,576.27	-877.45

注：表中数据不含湖南阳光；2022年1-3月数据未经审计。

2、湖南阳光主要财务数据

报告期内，湖南阳光主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2019年度	2020年度	2021年度	2022年1-3月
营业收入	6,425.36	7,552.02	5,987.00	940.31
营业成本	3,574.56	4,258.62	4,589.12	743.39
税金及附加	41.12	49.49	33.95	5.87
销售费用	190.73	226.79	414.80	98.90
管理费用	157.43	146.03	308.70	120.14
研发费用	273.21	305.12	315.89	59.82
财务费用	48.75	10.50	-6.72	0.00
营业利润	2,058.01	2,563.85	153.96	-74.62
净利润	1,781.31	2,212.73	155.84	-77.82

注：2022年1-3月数据未经审计。

（六）在手订单及意向订单情况

在手订单及意向订单情况见本回复报告“问题 1”之“三、结合报告期内发行人及子公司产品产能及产能利用率情况（如有），分产品说明行业竞争格局、发行人竞争优势，行业市场容量、行业产能扩张及下游客户扩产情况，在手订单、意向性合同、合作协议等签署情况等，并进一步说明本次募投项目产能规划的必要性、合理性，产能消化的具体措施，是否存在产能过剩的风险及发行人拟采取的应对措施”之“（六）在手订单、意向性合同、合作协议等签署情况”。

（七）2021 年商誉减值测试情况

1、2021 年江苏宏泰商誉减值测试情况

（1）减值测试过程

项目	备注	金额（万元）
商誉原值	1	53,380.24
商誉减值准备	2	23,520.45
商誉账面价值	3=1-2	29,859.79
江苏宏泰资产组账面价值	4	8,494.42
包含商誉的资产组账面价值	5=3+4	38,354.21
资产组（含商誉）可收回金额	6	13,662.73
资产组（含商誉）减值	7=5-6	24,691.48

（2）资产组（含商誉）可收回金额测算过程

单位：万元

项目	2022 年度	2023 年度	2024 年度	2025 年度	2026 年度	永续期
营业收入	16,776.46	19,010.13	22,711.52	25,215.65	26,670.93	26,670.93
营业成本	11,110.15	12,094.52	14,136.04	15,454.06	16,302.43	16,302.43
税金及附加	121.43	145.95	168.92	185.38	193.95	193.95
销售费用	2,245.20	2,169.78	2,211.49	2,254.87	2,299.98	2,299.98
管理费用	4,931.34	4,529.69	4,293.34	4,366.58	4,439.29	4,439.29
财务费用-手续费	2.93	3.31	3.96	4.40	4.65	4.65
其他收益	-	-	-	-	-	-
息税前利润 EBIT	-1,634.58	66.88	1,897.77	2,950.37	3,430.63	3,430.63
折旧摊销	1,230.01	1,029.37	1,029.37	1,029.37	1,029.37	1,029.37
EBITDA	-404.56	1,096.24	2,927.14	3,979.73	4,460.00	4,460.00

项目	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度	2026年度	永续期
资本性支出	955.32	466.10	466.10	466.10	466.10	466.10
营运资金增加	782.42	1,211.89	2,058.21	1,390.79	819.65	-
经营期末收回	-	-	-	-	-	-
税前现金流量	-2,142.29	-581.75	402.83	2,122.85	3,174.25	3,993.90
税前折现率	11.40%	11.40%	11.40%	11.40%	11.40%	11.40%
折现期	0.50	1.50	2.50	3.50	4.50	-
折现系数	0.95	0.85	0.76	0.69	0.62	5.40
税前现金流量折现	-2,029.72	-494.77	307.55	1,454.86	1,952.80	21,553.07
预计未来现金流量现值						22,743.78
减：基准日营运资金						9,081.05
资产组回收价值						13,662.73

(3) 关键参数设置及其合理性

项目	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度	2026年度	永续期
营业收入（万元）	16,776.46	19,010.13	22,711.52	25,215.65	26,670.93	26,670.93
收入增长率	-8.41%	13.31%	19.47%	11.03%	5.77%	0.00%
毛利率	33.78%	36.38%	37.76%	38.71%	38.88%	38.88%
期间费用率（不含财务费用）	42.78%	35.24%	28.64%	26.26%	25.27%	25.27%
折现率	11.40%	11.40%	11.40%	11.40%	11.40%	11.40%

1) 营业收入的预测及合理性

根据江苏宏泰历史年度经营情况及管理层对未来年度宏观经济、行业发展趋势的判断，结合资产组业务现状及经营规划，江苏宏泰管理层对各个产品未来的单价、销量进行预测，从而得到未来年度收入预测。预测年度的营业收入明细数据如下：

单位：万元

项目	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
消费电子专用涂料	11,610.00	13,700.00	17,151.50	19,477.78	20,853.17
化妆品包装涂料	1,140.09	1,026.08	995.30	995.30	995.30
汽车专用涂料	883.77	927.96	1,020.75	1,071.79	1,071.79
运动器材专用涂料	810.30	810.30	810.30	810.30	810.30
抗指纹类涂料	2,134.93	2,348.42	2,536.29	2,663.11	2,743.00
其他	197.38	197.38	197.38	197.38	197.38

项目	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
合计	16,776.46	19,010.13	22,711.52	25,215.65	26,670.93

消费电子类涂料：管理层考虑虽然 2021 年 7 月重新进入华为供应商库，且目前正在与荣耀进行入库洽谈，但 2022 年初受疫情影响，经济环境较差，且 2022 年第一季度全球及国内手机销量下滑严重，考虑 2022 年第一季度的实际经营情况，预测 2022 年较 2021 年度仍有一定幅度的下滑，之后年度会有一些的好转，并逐渐恢复至 2 亿元左右的收入。

化妆品包装涂料：化妆品包装涂料行业竞争较为严重，且毛利率较低，公司出于整体规划考虑，计划降低在化妆品包装涂料的投入，削减相关人员，逐渐降低与毛利率低、回款慢的客户的合作，预计未来年度销量有一定幅度的下滑，而后趋于稳定。

汽车专用涂料：公司管理层考虑汽车行业发展空间较大，同时设立了汽车涂料事业部，但考虑汽车涂料行业占用资金较大、整车厂供应链准入门槛较高，客户开发和实际订单的获取需要一定周期，之后有所增长。

运动器材涂料：公司运动器材涂料客户及历史年度收入相对稳定，预计之后年度保持稳定。

抗指纹类涂料：抗指纹涂料客户及收入相对稳定，预计未来年度相对稳定。

其他类涂料：其他类涂料收入占比较小，毛利较低，品类较多，按照 2020 年和 2021 年平均收入数据进行预测。

2) 毛利率的预测及合理性

本次商誉减值测试，对 2022 年-2026 年度毛利率预测情况如下：

项目	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
毛利率	33.78%	36.38%	37.76%	38.71%	38.88%

报告期内，由于下游终端客户手机市场份额下滑以及未能及时重新进入华为供应商库，江苏宏泰销售收入大幅下滑，导致毛利率也持续下降。

本次商誉减值测试预计 2022 年毛利率较 2021 年度有所上升，并在预测期内保持稳定的上升趋势，主要原因是：

①目前终端客户华为的影响已经得到消化，公司管理层预计未来销售情况将逐渐好转，营业收入将维持一定的增长趋势，随着销售收入的增加，单位固定成本下降，毛利率将逐

年上升。

②公司根据经营规划，2021年10月停止委托杭州欧工涂料制品有限公司加工部分涂料产品，并计划于2022年年中停止与东莞嘉卓成的委托加工合作。以上委托加工业务合作停止后，相关产品的生产任务统一转移至公司湖南基地，在节省加工费用的同时，对生产人员也有一定的削减和优化，降低了产品生产成本。

③2021年度原材料价格上涨幅度较大，但进入2021年下半年，原材料有趋稳迹象，2022年第一季度，树脂和溶剂等原材料均有一定幅度的下降，同时考虑2022年初俄乌局势对国际油价及化工原料价格的影响，管理层谨慎考虑2022年度原材料将继续维持2021年的水平，以后年度相对稳定并会有小幅回落。

综合来看，预测期内毛利率逐年上升具有合理性。

3) 期间费用的预测及合理性

本次商誉减值测试，对2022-2026年度期间费用（不含财务费用）预测数据如下：

单位：万元

项目	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
期间费用（不含财务费用）	7,176.54	6,699.47	6,504.82	6,621.45	6,739.26
占营业收入的比例	42.78%	35.24%	28.64%	26.26%	25.27%

注：由于财务费用金额较小，本小题回复中期间费用均不含财务费用，下同。

2020年开始，受到新冠疫情以及终端客户华为销售收入下滑的影响，江苏宏泰营业收入出现大幅下滑，导致期间费用占营业收入的比例也大幅上升，由2019年的27.27%上升到2021年的54.90%。

本次商誉减值测试，预测期内期间费用占营业收入的比例低于2021年水平，并呈逐年下降趋势，主要原因如下：

①随着华为事件影响的逐步消化，预测期内公司销售情况维持好转局势，营业收入逐年增加，使得期间费用占比逐年下降。

②2021年，手机市场及与之相关的涂料市场呈现一定的下滑趋势，2022年第一季度，全球及国内手机销量锐减，公司管理层考虑行业发展环境和经济效应，对人员进行了一定的精简和优化，截至2022年第一季度末，江苏宏泰现有人员249人，较2021年末和2020年末人员数量（分别为276人和336人）出现较大幅度下滑。此外，公司涂料业务将集中

于湖南基地统一生产，集中生产将导致期间费用中人员薪酬、办公费等费用出现一定程度的下降。

综合来看，预测期内期间费用占营业收入的比例随着营业收入的增加逐年下降，至永续期，期间费用占营业收入的比例与受新冠疫情及终端客户华为销售下滑影响前的 2019 年占比基本一致，无重大差异，具有合理性。

4) 折现率的预测及合理性

A. 折现率的确定原则

根据《企业会计准则第 8 号——资产减值》的规定，包含商誉资产组预计未来现金流量现值计算中，“折现率是反映当前市场货币时间价值和资产特定风险的税前利率。该折现率是企业在购置或者投资资产时所要求的必要报酬率”，“折现率的确定应与未来现金流量税前口径一致采用税前折现率”。

根据《企业会计准则第 8 号——资产减值》应用指南的规定，“折现率的确定通常应当以该资产的市场利率为依据。无法从市场获得的，可以使用替代利率估计折现率。替代利率可以根据加权平均资金成本、增量借款利率或者其他相关市场借款利率作适当调整后确定。”

根据 IAS36BCZ85 的列示，“理论上，只要税前折现率是以税后折现率为基础加以调整得出，以反映未来纳税现金流量的时间和特定金额，采用税后折现率折现税后现金流量的结果与采用税前折现率折现税前现金流量的结果应当是相同的。税前折现率并不总是等于以标准所得税率调整税后折现率所得出的利率。”

因此，商誉减值测试评估税前折现率的计算先计算税后现金流量折现值，再采用割差法计算税前折现率指标值。

B. 折现率的确定过程

本次商誉减值测试过程中，计算税后折现率，加权平均资本成本（WACC），具体计算公式如下：

$$WACC = K_e \times W_e + K_d \times (1 - T) \times W_d$$

其中：Ke：权益资本成本；

Kd: 债务资本成本;

T: 所得税率

We: 权益资本结构比例

Wd: 付息债务资本结构比例

加权平均资本成本的计算需要确定如下指标: 权益资本成本、付息债务资本成本和付息债务与权益价值比例。

采用资本资产定价模型 (CAPM) 计算权益资本成本, 计算公式如下:

即: $KE=RF+\beta(RM-RF)+\alpha$

其中: **KE**—权益资本成本;

RF—无风险收益率;

RM-RF—市场风险溢价;

β —Beta 系数;

α —企业特有风险。

①无风险收益率 (RF) 的确定

国债收益率通常被认为是无风险的, 因持有该债权到期不能兑付的风险很小。根据中国资产评估协会发布的《资产评估专家指引第 12 号——收益法评估企业价值中折现率的测算》、证监会发布的《监管规则适用指引——评估类第 1 号》, 本项目采用剩余到期年限 10 年以上国债的到期收益率平均值作为无风险报酬率。

本次减值测试, 计算无风险报酬率指标值为 3.35%。

②市场风险溢价的计算

市场风险溢价是预期未来较长期间市场证券组合收益率与无风险利率之间的差额。市场风险溢价的确定既可以依靠历史数据, 也可以基于事前估算。

根据中国资产评估协会发布的《资产评估专家指引第 12 号——收益法评估企业价值中折现率的测算》、证监会发布的《监管规则适用指引——评估类第 1 号》, 本项目市场风险溢价采用上证综指和深证成指月收益率几何平均值换算成年收益率后的算数平均值减去

无风险报酬率指标值计算，取值时间跨度为自指数设立至今。

本次减值测试，计算的市场风险溢价指标值为 6.75%。

③β 的计算

β 反映一种股票与市场同向变动的幅度，β 指标计算模型为市场模型：

$$R_i = \alpha + \beta R_m + \varepsilon$$

在市场模型中，以市场回报率对股票回报率做回归求得 β 指标值，本说明中样本 β 指标的取值来源于同花顺金融终端。

β 指标值的确定以选取的样本，自同花顺金融终端取得的考虑财务杠杆的 β 指标值为基础，计算商誉所在资产组所处行业业务板块的不考虑财务杠杆的 β 指标值，以所处行业平均资本结构为基础，计算商誉所在资产组考虑财务杠杆的 β 指标值。

考虑财务杠杆的 β 指标值与不考财务杠杆的 β 指标值换算公式如下：

$$\beta_U = \beta_L / [1 + (1 - T) \times D/E]$$

式中：

β_L：考虑财务杠杆的 Beta；

β_U：不考虑财务杠杆的 Beta；

T：所得税率；

通过计算，包含商誉资产组的 β 指标值为 0.8256。

④特有风险的调整

由于选取样本与包含商誉资产组经营环境不同，同时考虑包含商誉资产组个别经营风险，特有风险调整为 2%。

⑤股权资本成本的计算

通过以上计算，依据 $KE = RF + \beta (RM - RF) + \alpha$ ，计算股权资本成本为 11.39%。

⑥债务资本成本

债务资本成本的计算以中国人民银行公布的 5 年以上贷款基准利率为基础，即 4.60%。

⑦税后折现率的计算

通过以上计算，依据 $WACC = K_e \times W_e + K_d \times (1 - T) \times W_d$ ，计算税后折现率为 10.72%。

依据税后现金流量、税后折现率计算得出现金流量现值，以此为基础，采用割差法计算税前折现率为 11.40%。

综上所述，本次商誉减值测试的折现率根据企业会计准则的相关规定确定，具有合理性。

2、2021 年湖南阳光商誉减值测试情况

(1) 减值测试过程

项目	备注	金额（万元）
商誉原值	1	13,688.56
商誉减值准备	2	1,667.82
商誉账面价值	3=1-2	12,020.74
湖南阳光资产组账面价值	4	1,188.73
包含商誉的资产组账面价值	5=3+4	13,209.47
资产组（含商誉）可收回金额	6	3,988.90
资产组（含商誉）减值	7=5-6	9,220.57

(2) 资产组（含商誉）可收回金额测算过程

单位：万元

项目	2022 年度	2023 年度	2024 年度	2025 年度	2026 年度	永续期
营业收入	4,501.92	4,879.32	5,364.62	5,655.84	5,810.31	5,810.31
营业成本	3,354.79	3,487.60	3,755.15	3,918.23	4,023.28	4,023.28
税金及附加	27.59	31.13	34.18	36.00	36.75	36.75
销售费用	341.87	344.51	320.12	335.03	345.84	345.84
管理费用	624.32	499.67	507.94	522.09	536.35	536.35
财务费用-手续费	0.59	0.63	0.70	0.74	0.76	0.76
其他收益	-	-	-	-	-	-
息税前利润 EBIT	152.76	515.77	746.52	843.76	867.33	867.33
折旧摊销	153.08	87.56	81.60	81.60	81.60	81.60

项目	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度	2026年度	永续期
EBITDA	305.84	603.33	828.12	925.36	948.94	948.94
资本性支出	44.58	44.58	44.58	44.58	44.58	44.58
营运资金增加	-1,940.19	-260.97	-308.57	144.61	75.97	-
经营期末收回	-	-	-	-	-	-
税前现金流量	2,201.44	819.72	1,092.11	736.17	828.38	904.36
税前折现率	11.95%	11.95%	11.95%	11.95%	11.95%	11.95%
折现期	0.50	1.50	2.50	3.50	4.50	-
折现系数	0.95	0.84	0.75	0.67	0.60	5.04
税前现金流量折现	2,080.58	692.00	823.56	495.88	498.44	4,553.52
预计未来现金流量现值						9,144.00
减：基准日营运资金						5,155.09
资产组回收价值						3,988.90

(3) 关键参数设置及其合理性

项目	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度	2026年度	永续期
营业收入（万元）	4,501.92	4,879.32	5,364.62	5,655.84	5,810.31	5,810.31
收入增长率	-24.81%	8.38%	9.95%	5.43%	2.73%	0.00%
毛利率	25.48%	28.52%	30.00%	30.72%	30.76%	30.76%
期间费用率（不含财务费用）	21.46%	17.30%	15.44%	15.15%	15.18%	15.18%
折现率	11.95%	11.95%	11.95%	11.95%	11.95%	11.95%

1) 营业收入的预测及合理性

湖南阳光主要产品包括 PVC 塑胶涂料和真空镀膜涂料，其中 PVC 塑胶涂料主要应用于 PVC 地板，真空镀膜涂料主要应用于化妆品包装。本次商誉减值测试，对未来年度销售情况预测如下：

单位：万元

产品种类	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
PVC 塑胶涂料	3,725.51	4,369.89	4,855.02	5,146.33	5,300.71
真空镀膜涂料	735.21	468.24	468.40	468.32	468.40
其他	41.19	41.19	41.19	41.19	41.19
合计	4,501.92	4,879.32	5,364.62	5,655.84	5,810.31

PVC 塑胶涂料：管理层结合市场调研情况，考虑中美贸易争端的持续影响，结合

2021年第四季度及2022年第一季度销售数据，预计2022年销量较2021年会有大幅下降，随着2022年新开拓客户逐渐通过验证，预计之后年度会呈现一定比例的增加。

真空镀膜涂料：湖南阳光历史年度（2019-2021年）真空镀膜涂料主要包含自产的化妆品包装盒涂料和自江苏宏泰采购而后对外销售的消费电子类涂料。受原材料价格上涨影响，化妆品包装盒涂料毛利率大幅下降，且运输费用较高，湖南阳光已于2021年度开始逐渐降低该类产品的生产经营，预计2022年仍有少量销售，2023年起不再生产和销售；自江苏宏泰采购的消费电子类涂料销售将维持相对稳定。

2) 毛利率的预测及合理性

本次商誉减值测试，对2022年-2026年度毛利率预测情况如下：

项目	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
毛利率	25.48%	28.52%	30.00%	30.72%	30.76%

2022-2026年，预测毛利率较2021年小幅逐渐增加，一方面是因为公司取消了毛利率较低的化妆品涂料的生产经营，另一方面是因为随着产量的逐年增加，单位固定成本下降，使得毛利率上升。

3) 期间费用的预测及合理性

本次商誉减值测试，对2022-2026年度期间费用（不含财务费用）预测数据如下：

单位：万元

项目	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
期间费用（不含财务费用）	966.19	844.18	828.06	857.12	882.19
占营业收入的比例	21.46%	17.30%	15.44%	15.15%	15.18%

预测期内，期间费用占营业收入的比例逐年下降，主要原因是：

①公司决定取消化妆品包装涂料的生产经营，逐步削减相关人员，导致相关的管理、销售人员成本下降。

②2022年受下游PVC地板被美国加征关税影响，公司预测销售收入仍然呈现下滑趋势，导致2022年期间费用占营业收入的比例较2021年有所上升；随着新增客户的逐年开拓，预计之后年度营业收入将出现增长趋势，使得期间费用占比逐年下降。

4) 折现率的预测及合理性

A.折现率的确定原则

根据《企业会计准则第 8 号——资产减值》的规定，包含商誉资产组预计未来现金流量现值计算中，“折现率是反映当前市场货币时间价值和资产特定风险的税前利率。该折现率是企业在购置或者投资资产时所要求的必要报酬率”，“折现率的确定应与未来现金流量税前口径一致采用税前折现率”。

根据《企业会计准则第 8 号——资产减值》应用指南的规定，“折现率的确定通常应当以该资产的市场利率为依据。无法从市场获得的，可以使用替代利率估计折现率。替代利率可以根据加权平均资金成本、增量借款利率或者其他相关市场借款利率作适当调整后确定。”

根据 IAS36BCZ85 的列示，“理论上，只要税前折现率是以税后折现率为基础加以调整得出，以反映未来纳税现金流量的时间和特定金额，采用税后折现率折现税后现金流量的结果与采用税前折现率折现税前现金流量的结果应当是相同的。税前折现率并不总是等于以标准所得税率调整税后折现率所得出的利率。”

因此，商誉减值测试评估税前折现率的计算先计算税后现金流量折现值，再采用割差法计算税前折现率指标值。

B.折现率的确定过程

本次商誉减值测试过程中，计算税后折现率，加权平均资本成本（WACC），具体计算公式如下：

$$WACC = K_e \times W_e + K_d \times (1 - T) \times W_d$$

其中：Ke：权益资本成本；

Kd：债务资本成本；

T：所得税率

We：权益资本结构比例

Wd：付息债务资本结构比例

加权平均资本成本的计算需要确定如下指标：权益资本成本、付息债务资本成本和付息债务与权益价值比例。

采用资本资产定价模型（CAPM）计算权益资本成本，计算公式如下：

$$\text{即： } KE=RF+\beta (RM-RF) +\alpha$$

其中：KE—权益资本成本；

RF—无风险收益率；

RM-RF—市场风险溢价；

β —Beta 系数；

α —企业特有风险。

①无风险收益率（RF）的确定

国债收益率通常被认为是无风险的，因持有该债权到期不能兑付的风险很小。根据中国资产评估协会发布的《资产评估专家指引第 12 号——收益法评估企业价值中折现率的测算》、证监会发布的《监管规则适用指引——评估类第 1 号》，本项目采用剩余到期年限 10 年以上国债的到期收益率平均值作为无风险报酬率。

本次减值测试，计算无风险报酬率指标值为 3.35%。

②市场风险溢价的计算

市场风险溢价是预期未来较长期间市场证券组合收益率与无风险利率之间的差额。市场风险溢价的确定既可以依靠历史数据，也可以基于事前估算。

根据中国资产评估协会发布的《资产评估专家指引第 12 号——收益法评估企业价值中折现率的测算》、证监会发布的《监管规则适用指引——评估类第 1 号》，本项目市场风险溢价采用上证综指和深证成指月收益率几何平均值换算成年收益率后的算数平均值减去无风险报酬率指标值计算，取值时间跨度为自指数设立至今。

本次减值测试，计算的市场风险溢价指标值为 6.75%。

③ β 的计算

β 反映一种股票与市场同向变动的幅度， β 指标计算模型为市场模型： $R_i=\alpha+\beta R_m+\epsilon$

在市场模型中，以市场回报率对股票回报率做回归求得 β 指标值，本说明中样本 β 指标的取值来源于同花顺金融终端。

β 指标值的确定以选取的样本，自同花顺金融终端取得的考虑财务杠杆的 β 指标值为基础，计算商誉所在资产组所处行业业务板块的不考虑财务杠杆的 β 指标值，以所处行业平均资本结构为基础，计算商誉所在资产组考虑财务杠杆的 β 指标值。

考虑财务杠杆的 β 指标值与不考财务杠杆的 β 指标值换算公式如下：

$$\beta_U = \beta_L / [1 + (1 - T) \times D/E]$$

式中：

β_L：考虑财务杠杆的 Beta；

β_U：不考虑财务杠杆的 Beta；

T：所得税率；

通过计算，包含商誉资产组的 β 指标值为 0.8256。

④特有风险的调整

由于选取样本与包含商誉资产组经营环境不同，同时考虑包含商誉资产组个别经营风险，特有风险调整为 2%。

⑤股权资本成本的计算

通过以上计算，依据 $KE = RF + \beta (RM - RF) + \alpha$ ，计算股权资本成本为 11.39%。

⑥债务资本成本

债务资本成本的计算以中国人民银行公布的 5 年以上贷款基准利率为基础，即 4.60%。

⑦税后折现率的计算

通过以上计算，依据 $WACC = K_e \times W_e + K_d \times (1 - T) \times W_d$ ，计算税后折现率为 10.72%。

依据税后现金流量、税后折现率计算得出现金流量现值，以此为基础，采用割差法计算税前折现率为 11.95%。

综上所述，本次商誉减值测试的折现率根据企业会计准则的相关规定确定，具有合理性。

(八) 分主体说明相关减值测试较实际经营情况及前次测试参数的主要差异, 相关参数设置是否合理, 是否考虑其持续经营风险, 是否符合会计准则相关规定

1、江苏宏泰

2021 年商誉减值测试与 2020 年商誉减值测试主要参数对比如下:

单位: 万元

项目	减值测试年度	2021 年度	2022 年度	2023 年度	2024 年度	2025 年度	2026 年度
营业收入	2020 年	35,920.99	43,238.90	47,989.44	51,722.85	54,680.22	54,680.22
	2021 年	18,317.63	16,776.46	19,010.13	22,711.52	25,215.65	26,670.93
营业成本	2020 年	22,276.11	26,424.98	29,634.53	32,269.76	34,493.38	34,493.38
	2021 年	12,582.17	11,110.15	12,094.52	14,136.04	15,454.06	16,302.43
毛利率	2020 年	37.99%	38.89%	38.25%	37.61%	36.92%	36.92%
	2021 年	31.31%	33.78%	36.38%	37.76%	38.71%	38.88%
期间费用	2020 年	7,981.41	8,794.78	9,474.21	10,099.85	10,706.54	10,706.51
	2021 年	10,061.63	7,176.54	6,699.47	6,504.82	6,621.45	6,739.26
折现率	2020 年	13.71%	13.71%	13.71%	13.71%	13.71%	13.71%
	2021 年	——	11.40%	11.40%	11.40%	11.40%	11.40%

注: 上表中 2021 年减值测试中 2021 年度数据为实际发生数。

(1) 营业收入

2020 年商誉减值测试时, 预测 2021 年收入 35,920.99 万元, 实际实现 18,317.63 万元, 完成预测的 50.99%。差异较大的主要原因为:

2020 年预测时, 基于以下几方面原因, 公司预计未来营业收入能够保持较高增长: ①考虑了 2021 年初手机销量较 2020 年同比有较大幅度上升, 且随着 5G 技术的逐渐成熟, 会迎来新的一波换机潮; ②2021 年初, 江苏宏泰与荣耀谈判进展顺利, 预计公司 6 月左右可以进入荣耀手机供应商库, 考虑了对荣耀的销售收入; ③2021 年初公司着手与小米等客户进行洽谈合作, 考虑了对小米及其他智能穿戴产品的收入。

从全年实际情况来看, 2021 年全年手机销量较 2020 年增长较少, 未延续年初大幅增长趋势; 且公司未如期进入荣耀供应商库, 2021 年未对荣耀有销售收入; 同时智能穿戴行业用涂料量较少, 未对公司销售收入有较大的贡献。综合以上原因, 公司未能完成 2021 年预测。

2020 年商誉减值测试时，预测永续期营业收入 54,680.22 万元，本次商誉减值测试时预测永续期营业收入 26,670.93 万元，为 2020 年预测的 48.78%。差异较大的主要原因为：

考虑到以下因素，公司在 2021 年预测时降低了收入增长预期：①参考 2021 年全年手机销量情况，同时考虑 2022 年第一季度全球手机销量的锐减，公司管理层判断以后手机销量将逐渐趋缓，不会再出现 2017-2019 年手机销量大幅增加的情况；②公司所合作终端客户华为手机销量持续下滑，且因芯片等因素影响，华为手机销量将难以恢复以前水平。且公司另一主要客户 OPPO 在 2022 年第一季度也出现了一定幅度的销量下滑。

（2）毛利率

2020 年商誉减值测试时，预测 2021 年毛利率为 37.99%，2021 年实际毛利率为 31.31%。二者差异的主要原因是：①2021 年原材料大幅上涨，超出了 2020 年商誉减值测试时的预测；②公司销量的大幅下滑，导致单位固定成本的增加。

2020 年商誉减值测试时，预测永续期毛利率为 36.92%，本次商誉减值测试时预测永续期毛利率为 38.88%。本次商誉减值测试预测永续期毛利率较 2020 年商誉减值测试预测值高的原因主要为公司考虑成本因素，2021 年 10 月停止委托杭州欧工涂料制品有限公司加工部分涂料产品，并计划于 2022 年 6 月停止与东莞嘉卓成的委托加工合作，停止委托加工后，能够节省相关的加工费。

（3）期间费用

2020 年商誉减值测试时，预测 2021 年期间费用合计为 7,981.41 万元，2021 年实际产生销售费用、管理费用和研发费用合计为 10,061.63 万元。差异较大的主要原因为：①2021 年公司重新进入华为供应商库，对相关人员进行奖励；②考虑 2021 年市场环境的恶化，公司转型终端客户，加强了对客户的拜访与沟通，由此导致销售费用一定程度的上升；③公司 2021 年对人员薪资构成进行调整，由以前年度“低固定+高奖金”模式调整为“高固定+低奖金”模式，导致人员薪酬较 2020 年预测高。

2020 年商誉减值测试时，预测永续期间费用合计为 10,706.51 万元，2021 年商誉减值测试时预测永续期销售费用、管理费用和研发费用合计为 6,739.26 万元，费用大幅下滑的主要原因为公司考虑对未来年度收入的预测，对人员团队进行精简，人员薪酬降低。

(4) 折现率

根据《企业会计准则第 8 号——资产减值》的规定，商誉减值测试中现金流现值计算中所采用折现率为税前折现率，根据 IAS36BCZ85 的列示，商誉减值测试评估税前折现率的计算先计算税后现金流量折现值，再采用割差法计算税前折现率指标值。2020 年和 2021 年商誉减值测试折现率计算参数主要如下：

项目	2020 年	2021 年
可比公司 1	渝三峡 A	渝三峡 A
可比公司 2	神剑股份	神剑股份
可比公司 3	兴业股份	兴业股份
可比公司 1beta	1.2619	0.7427
可比公司 2beta	0.9242	0.6192
可比公司 3beta	0.9973	1.1150
被评估单位 beta	1.0613	0.8943
无风险报酬率	4.03%	3.35%
市场风险溢价	6.69%	6.75%
企业特定风险	2.00%	2.00%
税后折现率	12.28%	10.72%
税前折现率	13.71%	11.40%

由上表可知，2020 年和 2021 年税后折现率分别为 12.28% 和 10.72%，税后折现率差异较大，主要系因无风险报酬率差异较大所致，2020 年和 2021 年无风险报酬率均根据中国资产评估协会发布的《资产评估专家指引第 12 号——收益法评估企业价值中折现率的测算》、证监会发布的《监管规则适用指引——评估类第 1 号》，以国债剩余到期期限 10 年以上样本到期收益率平均值作为无风险报酬率。

在由税后折现率计算税前折现率过程中，2021 年商誉减值测试时，由于江苏宏泰 2022 年及 2023 年亏损，2022-2025 年均不需缴纳所得税，使得税前折现率与税后折现率差异较小，导致与 2020 年商誉减值测试时税前折现率的较大差异。

综上所述，江苏宏泰 2021 年商誉减值测试中主要参数系依据公司实际情况及未来发展趋势进行的预测，与前次测试的差异具有合理性，相关差数设置合理，已经考虑其持续经营风险，符合会计准则相关规定。

2、湖南阳光

2021年商誉减值测试与2020年商誉减值测试主要参数对比如下：

单位：万元

项目	减值测试年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
营业收入	2020年	8,864.92	9,717.92	10,269.58	10,715.06	10,949.61	10,949.61
	2021年	5,987.00	4,501.92	4,879.32	5,364.62	5,655.84	5,810.31
营业成本	2020年	5,084.51	5,699.57	6,121.57	6,502.55	6,778.30	6,778.30
	2021年	4,589.12	3,354.79	3,487.60	3,755.15	3,918.23	4,023.28
毛利率	2020年	42.64%	41.35%	40.39%	39.31%	38.10%	38.10%
	2021年	23.35%	25.48%	28.52%	30.00%	30.72%	30.76%
期间费用	2020年	1,294.86	1,410.90	1,495.76	1,573.89	1,635.96	1,635.96
	2021年	1,039.40	966.19	844.18	828.06	857.12	882.19
折现率	2020年	14.07%	14.07%	14.07%	14.07%	14.07%	14.07%
	2021年	——	11.95%	11.95%	11.95%	11.95%	11.95%

注：上表中2021年减值测试中2021年度数据为实际发生数。

(1) 营业收入

2020年商誉减值测试时，预测2021年营业收入为8,864.92万元，2021年实际实现营业收入5,987.00万元，完成预测的67.54%，与预测金额差异较大的主要原因是：①下游客户受美国加征关税影响，湖南阳光对其销售单价下降；②受PVC地板对美国出口销量下滑，湖南阳光PVC塑胶涂料销量下滑；③2020年末开始原材料价格大幅上涨，公司化妆品包装盒涂料产品的毛利率持续下滑，且运输费持续的增加导致其利润下滑严重，湖南阳光管理层逐渐停止了相关产品的生产和销售，并计划于2022年彻底停止化妆品包装盒涂料的生产经营。

2020年商誉减值测试时，预测永续期实现营业收入10,949.61万元，2021年商誉减值测试时预测永续期营业收入为5,810.31万元，为2020年预测金额的53.06%，差异较大的主要原因为：①受对美国PVC地板销量的下滑、下游PVC地板生产企业海外建厂的影响，公司管理层预计未来年度PVC塑胶涂料销量虽较2021年有所升高，但较2020年预测仍有较大幅度差距；②公司停止了化妆品包装盒涂料的生产经营。

（2）毛利率

2020 年商誉减值测试时，预测 2021 年毛利率为 42.64%，2021 年实际毛利率为 23.35%，差异较大的原因为：①2021 年原材料大幅涨价；②下游客户 PVC 地板厂商受美国加征关税影响，湖南阳光对其售价有一定下滑；③销售收入下降导致单位固定成本增加。

2020 年商誉减值测试时，预测永续期毛利率为 38.10%，2021 年商誉减值测试时预测永续期毛利率为 30.76%，二者差异的主要原因是 2021 年预测时考虑到前述三项因素的影响。

（3）期间费用

2020 年商誉减值测试时，预测 2021 年期间费用合计为 1,294.86 万元，2021 年实际发生期间费用金额为 1,039.39 万元，二者差异的主要原因为公司营业收入及利润较预测下滑严重，相关人员薪资及奖金有一定差距。

2020 年商誉减值测试时，预测永续期间费用合计为 1,635.96 万元，2021 年商誉减值测试时预测永续期间费用金额为 882.19 万元，二者差异的主要原因为：①湖南阳光停止化妆品包装盒涂料的生产经营，相关人员减少降低了人员薪酬支出；②公司经营业绩的下滑，公司管理层考虑人均工资较 2020 年预测低。

（4）折现率

2021 年商誉减值测试所使用折现率与 2020 年预测折现率的差异原因同本回复报告“问题 5”之“（八）分主体说明相关减值测试较实际经营情况及前次测试参数的主要差异，相关参数设置是否合理，是否考虑其持续经营风险，是否符合会计准则相关规定”之“1、江苏宏泰”之“（4）折现率”。

综上所述，湖南阳光 2021 年商誉减值测试中主要参数系依据公司实际情况及未来发展趋势进行的预测，与前次测试的差异具有合理性，相关参数设置合理，已经考虑其持续经营风险，符合会计准则相关规定。

五、结合 2018 年年报披露江苏宏泰业绩完成情况与本次申报文件披露的江苏宏泰业绩完成率，说明申报材料与公开信息披露文件信息是否一致，如否，请说明原因

募集说明书“第四节 董事会关于本次募集资金使用的可行性分析”之“一、关于发行人历次募集资金使用情况”之“（四）前次募集资金投资项目产生的经济效益情况”之

“2、发行股份购买资产并募集配套资金”披露的江苏宏泰 2018 年业绩完成率为 96.66% 为截至 2018 年的累计业绩完成率，系根据 2017 年、2018 年累计完成净利润和累计承诺净利润计算得出。2019 年 4 月 25 日公司披露的《关于业绩承诺实现情况的专项审核报告》中列示的江苏宏泰 2018 年业绩完成率为 78.06% 为 2018 年当年业绩完成率，系根据 2018 年完成净利润和 2018 年承诺净利润计算得出。二者产生差异的原因系计算口径不一致。

为了便于理解和保持计算口径统一，发行人已按照 2018 年当年业绩完成率对募集说明书的披露信息进行修改，具体如下：

2、发行股份购买资产并募集配套资金

单位：万元

实际投资项目		截止日投资项目累计产能利用率	承诺效益	最近三年及一期实际效益				截止 2021 年 6 月 30 日累计实现效益	是否达到预计效益
序号	项目名称			2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度		
1	收购江苏宏泰 100% 股权	不适用	16,500.00	-1,148.94	3,489.31	6,257.92	4,029.95	12,628.24	是

注：项目预计效益由交易对手陈朝岚等人签署《盈利预测补偿协议》承诺 2017 年度、2018 年度及 2019 年度实现净利润分别不低于 4,800 万元、5,500 万元及 6,200 万元；项目实际收益情况经天职国际会计师事务所审计，业绩承诺完成率分别为 117.97%、**78.06%**及 101.92%。截止 2019 年 7 月 12 日补偿义务人已足额向公司支付现金补偿款，补偿义务人 2018 年度未完成业绩承诺而实现现金补偿事宜已全部完结。

中介机构核查程序及核查意见

（一）中介机构核查程序

会计师执行了以下核查程序：

1、访谈公司高管及财务人员，了解江苏宏泰、湖南阳光业绩承诺期满后业绩变动的的原因；

2、获取下游终端用户的市场销售数据，结合下游行业发展情况，分析江苏宏泰、湖南阳光的业绩变动是否与行业发展情况相符；

3、获取发行人与华为相关营业收入的明细数据，分析与华为相关营业收入的变动对公司的具体影响；

4、获取原材料采购单价明细表，分析报告期内江苏宏泰、湖南阳光的原材料采购价格变动情况及其对公司的影响；

5、访谈公司高管及财务人员，了解江苏宏泰、湖南阳光业绩承诺期满后计提大额商

誉减值准备的原因；

6、结合江苏宏泰、湖南阳光业绩变动情况，分析公司计提大额商誉减值准备的合理性；

7、获取报告期内江苏宏泰主要经营财务数据，结合江苏宏泰的实际经营情况，分析宜兴基地停产前后江苏宏泰的经营情况变化，分析宜兴基地停产对江苏宏泰是否产生不利影响，是否存在商誉减值迹象；

8、访谈公司高管及财务人员，查阅公司信息披露文件，了解宜兴基地停产的背景以及停产后原宜兴基地产能转移情况，分析宜兴基地停产对公司是否产生不利影响；

9、访谈公司主要财务人员，了解公司报告期内境外销售的主要内容；

10、访谈公司高管及财务人员，了解中美贸易争端及美国疫情对湖南阳光经营业绩如何产生影响；

11、通过访谈、公开网络检索，了解中美贸易争端的背景以及对湖南阳光下游客户PVC地板商的影响；

12、结合我国PVC地板的出口情况，分析中美贸易争端对PVC地板商的影响；

13、结合湖南阳光报告期内产品销售单价、毛利率的变动情况，分析中美贸易争端对湖南阳光产生的影响及其合理性；

14、通过访谈、公开查询等方式，分析江苏宏泰、湖南阳光所属行业发展情况、市场容量及行业市场地位等信息；

15、获取江苏宏泰、湖南阳光主要财务数据，了解报告期内江苏宏泰、湖南阳光的经营情况；

16、了解公司在手订单及意向订单情况；

17、获取报告期内江苏宏泰、湖南阳光主要客户、供应商名单，了解主要客户、供应商的情况；

18、获取资产评估机构出具的江苏宏泰、湖南阳光2021年商誉减值测试评估报告，了解商誉减值测试过程及关键参数的设置情况，分析关键参数设置的合理性；

19、结合江苏宏泰、湖南阳光实际经营情况及2020年商誉减值测试情况，分析关键

参数是否存在差异以及差异产生的原因以及相关参数设置是否合理；

20、查阅 2018 年年报关于江苏宏泰业绩完成情况的公告文件，与本次申报文件进行对比，分析是否存在差异以及产生差异的原因。

（二）中介机构核查意见

经核查，会计师认为：

1、江苏宏泰及湖南阳光在业绩承诺期满后业绩下滑符合公司实际情况，与行业发展情况相符，相关业绩变动具有合理性；江苏宏泰和湖南阳光在业绩承诺满即商誉大幅下降的主要原因是下游终端应用市场在业绩承诺期后出现下滑以及原材料价格大幅上涨，导致江苏宏泰及湖南阳光的经营业绩出现了较大幅度的下滑，符合公司实际情况及行业发展情况，具有合理性。

2、公司已提前对江苏宏泰宜兴基地的停产作出安排，宜兴基地的原有产能主要由江苏宏泰全资子公司湖南宏泰承接，未对江苏宏泰的生产经营产生不利影响，在宜兴基地停产后的 2019 年，江苏宏泰营业收入、净利润均实现较好增长，江苏宏泰未出现商誉减值迹象，江苏宏泰 2019 年不存在大额商誉减值具有合理性。

3、公司披露的对外销售口径为直接销售产生的收入，主要为 PCB 油墨的销售收入，每年的实现的销售收入占总的销售收入的比重大致在 0.5%左右。虽然湖南阳光所生产的产品不直接出口销售，但由于其主要产品 PVC 塑胶涂料的下游客户 PVC 地板生产商主要以出口销售为主，下游 PVC 地板生产商采购湖南阳光 PVC 塑胶涂料后加工成 PVC 地板成品后再出口销售，并且以为美国为主要目的地市场，中美贸易争端及美国疫情影响了下游 PVC 地板的出口，间接导致了湖南阳光 PVC 塑胶涂料产品的销售下滑，从而造成湖南阳光的业绩出现较大幅度的下滑，对湖南阳光的持续经营能力产生了负面影响。

4、江苏宏泰、湖南阳光 2021 年商誉减值测试中主要参数系依据公司实际情况及未来发展趋势进行的预测，与前次测试的差异具有合理性，相关差数设置合理，已经考虑其持续经营风险，符合会计准则相关规定。

5、募集说明书“第四节 董事会关于本次募集资金使用的可行性分析”之“一、关于发行人历次募集资金使用情况”之“（四）前次募集资金投资项目产生的经济效益情况”之“2、发行股份购买资产并募集配套资金”披露的江苏宏泰 2018 年业绩完成率为 96.66%为截至

2018 年的累计业绩完成率，系根据 2017 年、2018 年累计完成净利润和累计承诺净利润计算得出。2019 年 4 月 25 日公司披露的《关于业绩承诺实现情况的专项审核报告》中列示的江苏宏泰 2018 年业绩完成率为 78.06%为 2018 年当年业绩完成率，系根据 2018 年完成净利润和 2018 年承诺净利润计算得出。二者产生差异的原因系计算口径不一致。为了便于理解和保持计算口径统一，发行人已按照 2018 年当年业绩完成率对募集说明书的披露信息进行修改。

问题 6

报告期各期，发行人应收账款账面价值占营业收入的比重分别为 60.07%、53.39%、47.89%和 51.54%；报告期各期末，公司应收账款周转率分别为 1.47、1.50、1.42 和 1.41，均低于同行业可比上市公司水平。申报材料称主要原因为涂料业务下游客户对终端大型知名厂商应收账款催收存在难度，对部分破产、涉及诉讼的客户应收账款计提坏账但暂未核销导致应收账款余额较大。

请发行人补充说明：（1）结合发行人涂料板块业务模式，说明应收账款占营业收入较高的情形是否符合行业惯例，与同行业可比公司情况是否一致，如否，说明存在差异的原因及合理性；（2）按不同业务列示前五大客户，并说明报告期内主要客户是否变动较大，如是，说明原因及合理性，是否符合行业惯例，客户选取的内部标准和流程，开拓新客户的情况以及未来回款的风险；（3）报告期各期末应收账款逾期情况及回款情况，并结合主要客户类型、经营情况、信用政策、回款及账龄情况、同行业可比公司情况等，说明公司对下游客户应收账款催款难的改进措施是否有效、应收账款坏账准备计提是否充分。

请发行人补充披露（2）（3）涉及的风险。请保荐人和会计师核查并发表明确意见。

回复：

一、结合发行人涂料板块业务模式，说明应收账款占营业收入较高的情形是否符合行业惯例，与同行业可比公司情况是否一致，如否，说明存在差异的原因及合理性；

（一）涂料板块业务模式

公司的涂料业务板块主要由江苏宏泰（含湖南宏泰）负责生产运营，通过向客户提供高技术含量的紫外光固化涂料产品及配套服务来实现盈利。针对国内销售，江苏宏泰将货

物送至客户指定地点，按客户要求将涂料产品交付客户，同时在约定期限内经客户对产品数量与质量无异议确认后确认收入，江苏宏泰将客户确认验收的时间作为收入确认的时点，在实务操作中以取得经客户确认的对账单为收入确认时点。公司通常给予客户一定的信用额度，并在与客户对账确认收入后给予客户 30 天至 120 天不等的信用账期。

（二）应收账款账面价值变化及占营业收入较高的原因及合理性

2019-2021 年末及 2022 年 3 月末，公司应收账款变动情况如下所示：

单位：万元

项目	2022 年 3 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
应收账款账面价值	27,257.16	28,700.10	36,071.54	43,192.29
应收账款账面价值同比增幅	-5.03%	-20.44%	-16.49%	12.45%
项目	2022 年 1-3 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
营业收入	14,950.97	61,890.24	75,314.07	80,895.94
营业收入同比增幅	-2.82%	-17.82%	-6.90%	26.52%
应收账款账面价值占营业收入比例	45.58%	46.37%	47.89%	53.39%

注：为确保数据可比性，2022 年 1-3 月应收账款账面价值占营业收入比例已年化处理。

2019-2021 年末及 2022 年 3 月末，公司应收账款账面价值占营业收入的比重整体保持不断下降趋势，一方面是因为报告期内公司加强了应收账款的催收管理，另一方面是因为报告期内公司根据涉及诉讼纠纷及破产的进度对广东龙昕科技有限公司（以下简称“龙昕科技”）、星星精密科技（东莞）有限公司等重要客户单独计提大额坏账准备所致。综上，应收账款账面价值的变化与营业收入变化整体相一致，应收账款账面价值占营业收入的比重不断下降。

2019-2021 年末应收账款账面价值占营业收入比例及应收账款周转率同行业对比情况如下：

项目	年度	容大感光	松井股份	行业算术平均	广信材料
应收账款账面价值占营业收入比例	2021 年度	42.43%	44.36%	43.40%	46.37%
	2020 年度	52.70%	46.53%	49.61%	47.89%
	2019 年度	43.14%	40.56%	41.85%	53.39%
应收账款周转率	2021 年度	2.32	2.23	2.28	1.42
	2020 年度	2.04	2.12	2.08	1.42

项目	年度	容大感光	松井股份	行业算术平均	广信材料
	2019 年度	2.19	2.67	2.43	1.50

注：应收账款周转率=营业收入/应收账款平均余额

由上表可以看出，应收账款账面价值占营业收入比例在 2020 年度及 2021 年度与同行业情况基本一致，2019 年度高于同行业水平，主要原因为公司 2019 年营业收入较去年同期实现增长完成了业绩承诺，同时放宽了部分优质客户的信用期，导致应收账款相应增加。

2019-2021 年末，公司应收账款周转率各年均低于行业平均水平，主要是因为历史遗留及滚动产生等原因，针对一些无法回款不良客户计提坏账，但公司尚未对已经全额计提坏账的应收账款进行核销所致，扣除以上影响后如下：

单位：万元

项目	2021 年	2020 年	2019 年
应收账款余额	40,688.59	46,542.81	59,162.42
其中：龙昕科技	3,412.79	3,412.79	3,617.80
江西西佳沃新能源有限公司	-	-	4,048.52
星星精密科技（东莞）有限公司	800.78	-	-
其他长期挂账客户	3,435.92	2,048.88	2,559.77
扣除上述后应收账款余额	33,039.10	41,081.14	48,936.33
营业收入	61,890.24	75,314.07	80,895.94
应收账款周转率	1.67	1.67	1.85

由上可以看出，扣除上述影响后，公司各年应收账款周转率有所提升，略低于同行业平均水平，且变动趋势与同行业一致。低于同行业水平主要系公司近些年业绩逐年下滑，尤其是涂料业务板块下降明显，为了保证一定的业绩收入以及行业竞争力，公司根据行业惯例、客户资质、采购规模、历史合作情况对客户进行分类管理，不同客户的信用额度和信用期不同，对于资质好、规模大、历史合作情况较好的客户给予较高的信用额度和较长的信用期。

除此之外，公司属于电子化学品行业，是电子产品制造业中的中游行业，我国电子产品产业链的账期普遍较长，再加上近年来由于环保政策趋紧等因素导致上游化工原材料供应受到一定影响，对客户账期一直保持在较高水平，导致应收账款账面价值占营业收入的占比增加。

二、按不同业务列示前五大客户，并说明报告期内主要客户是否变动较大，如是，说明原因及合理性，是否符合行业惯例，客户选取的内部标准和流程，开拓新客户的情况以及未来回款的风险；

(一) 2019年-2021年油墨业务前五大客户

单位：万元

时间	序号	客户名称	销售金额(不含税)	应收账款余额	占应收账款余额比例	账龄
2021年	1	深圳市深乐健化工有限公司	1,094.22	659.19	1.62%	1年内
	2	广东依顿电子科技股份有限公司	864.23	247.33	0.61%	1年内
	3	浙江欧珑电气有限公司	654.45	451.81	1.11%	1年内
	4	河南海乐电子科技有限公司	554.18	294.74	0.72%	1年内
	5	苏州腾田妍怡电子科技有限公司	506.16	265.66	0.65%	1年内
	合计			3,673.24	1,918.72	4.72%
2020年	1	广东依顿电子科技股份有限公司	781.49	252.08	0.54%	1年内
	2	深圳市深乐健化工有限公司	577.01	-	-	1年内
	3	河南海乐电子科技有限公司	515.23	311.19	0.67%	1年内
	4	浙江欧珑电气有限公司	467.97	186.48	0.40%	1年内
	5	苏州腾田妍怡电子科技有限公司	390.05	268.38	0.58%	1年内
	合计			2,731.76	1,018.14	2.19%
2019年	1	广东依顿电子科技股份有限公司	847.92	397.07	0.67%	1年内
	2	浙江欧珑电气有限公司	487.56	264.41	0.45%	1年内
	3	苏州腾田妍怡电子科技有限公司	467.61	221.13	0.37%	1年内
	4	河南海乐电子科技有限公司	417.59	261.08	0.44%	1年内
	5	恩达电路(深圳)有限公司	283.80	69.40	0.12%	1年内
	合计			2,504.48	1,213.08	2.05%

发行人油墨业务客户整体较为稳定，2019年-2021年前五大客户基本未发生变化，只是排名先后略有变化，像广东依顿电子科技股份有限公司、深圳市深乐健化工有限公司等一直是公司重要客户，报告期内持续与其稳定合作。另外，报告期末油墨业务主要客户应收账款账龄较短，期后回款良好，不存在重大逾期或者违约的情况。

公司除了主要参加国际电子电路(深圳)展览会和上海国际电子电路展览会等各种展览会宣传公司产品开拓新客户外,还利用公司是江西、湖南、珠海等地的电路板协会会员身份,通过参与协会采访、录制公司相关视频、在协会报纸期刊上发表文件等方式进一步推广企业。在展会及协会的宣传下会有客户主动联系公司询问产品,同时当业务员了解到有潜在客户,也会积极跟进接洽。除此之外,主要客户重复购买率一般也比较高。报告期内,恩达电路(深圳)有限公司在2019年进入前五大,但在其他年度依然持续合作,其他客户基本稳定在前五大中。

综上,报告期内发行人客户整体保持稳定,不存在重大变化。

(二) 2019年-2021年涂料业务前五大客户

单位:万元

时间	序号	客户名称	销售金额 (不含税)	应收账款余 额	占应收账款 余额比例	账龄
2021 年	1	东莞市恒晟科技有限公司	2,176.67	1,044.54	2.57%	1年以内
	2	东莞捷荣技术股份有限公司(同一集团合并列示)	1,363.91	377.85	0.93%	1年以内
	3	闻泰通讯股份有限公司	986.56	342.69	0.84%	1年以内
	4	广东正和诚信塑胶制品有限公司	967.67	236.05	0.58%	1年以内
	5	东莞市质品塑胶科技有限公司	934.48	151.49	0.37%	1年以内
	合计			6,429.29	2,152.61	5.29%
2020 年	1	闻泰通讯股份有限公司	2,444.35	565.73	1.22%	1年以内
	2	维达力实业(深圳)有限公司(同一集团合并列示)	1,998.86	713.43	1.53%	1年以内
	3	东莞市质品塑胶科技有限公司	1,412.63	1,133.72	2.44%	1年以内
	4	深圳市比亚迪供应链管理有限公司	1,313.68	8.22	0.02%	1年以内
	5	东莞捷荣技术股份有限公司(同一集团合并列示)	1,071.71	593.34	1.27%	1年以内
	合计			8,241.22	3,014.44	6.48%
2019 年	1	蓝思科技股份有限公司(同一集团合并列示)	3,475.19	1,941.12	3.28%	1年以内
	2	深圳市比亚迪供应链管理有限公司	3,465.96	2,053.09	3.47%	1年以内
	3	闻泰通讯股份有限公司	3,156.88	1,222.98	2.07%	1年以内
	4	广东劲胜智能集团股份有限公司(同一集团合并列示)	3,076.08	1,853.81	3.13%	1年以内
	5	东莞市澳科尔镀膜科技有限公司	2,168.92	1,154.52	1.95%	1年以内
	合计			15,343.03	8,225.51	13.90%

广东劲胜智能集团股份有限公司(以下简称“劲胜智能”)及其关联方因为拖欠货款,

双方处于诉讼纠纷中，目前已经不再继续合作。对于蓝思科技股份有限公司，因为调整产品结构，从 2020 年起暂时不再与蓝思科技合作。东莞市澳科尔镀膜科技有限公司 2019-2020 年一直有业务关系，由于受到终端华为业务的影响，2021 年之后暂停合作。

除此之外，公司主要客户保持相对稳定，应收账款期末余额较大的客户均为经营正常、信誉良好、综合实力较强、回款情况良好的行业知名企业，在报告期各年均持续合作，因为各年贸易额不同排名有所变化。例如：东莞捷荣技术股份有限公司于 2017 年 3 月首次公开发行股票并上市，股票代码：002855.SZ，主要业务是为手机、平板电脑、无线网卡等消费电子产品提供精密模具的开发制造与精密结构件产品的生产，主要客户包括三星、华为、TCL 等品牌手机厂商；闻泰通讯股份有限公司是中国 A 股上市公司，股票代码 600745，主营业务包括半导体 IDM、光学影像、通讯产品集成三大业务板块，入选 2020 中国民营企业 500 强；维达力公司隶属中南创发集团的子公司，为国内大型企业，在真空镀膜、玻璃深加工方面居于行业领先地位，与苹果、三星、谷歌、华为等多个世界一流企业有着良好的合作关系。深圳市比亚迪供应链管理公司为比亚迪股份有限公司下属从事供应链管理及其配套相关业务的全资企业。

东莞市恒晟科技有限公司与东莞市质品塑胶科技有限公司，两家均为终端客户 OPPO 指定公司供货合作。虽仅在部分年度进入前五大客户，但在报告期各年均有所合作，因为各年贸易额不同排名有所变化。

广东正和诚信塑胶制品有限公司从 2019 年开始与公司合作，报告期内持续与公司合作，在 2021 年进入公司前五大客户。

综上，报告期内，前五大客户除劲胜智能及其关联方以及蓝思科技股份有限公司外，公司涂料业务板块报告期内的前五大客户持续发生业务合作，公司前五大客户相对稳定。

三、报告期各期末应收账款逾期情况及回款情况，并结合主要客户类型、经营情况、信用政策、回款及账龄情况、同行业可比公司情况等，说明公司对下游客户应收账款催款的改进措施是否有效、应收账款坏账准备计提是否充分。

（一）应收账款期后整体回款情况

单位：万元

项目	2021 年末	2020 年末	2019 年末
应收账款余额	40,688.59	46,542.81	59,162.42

项目	2021 年末	2020 年末	2019 年末
期后四个月内回款情况	19,839.23	25,067.47	30,022.27
回款占比	48.76%	53.86%	50.75%

注：基于公司通常给予客户 30 天至 120 天不等的信用账期，各年末期后回款情况统计截至次年 4 月末。

2019-2021 年末，应收账款回款分别为 30,022.27 万元、25,067.47 万元及 19,839.23 万元，回款占比分别为 50.75%、53.86% 及 48.76%。各期末应收账款回款占比整体保持在 50% 左右，期后回款率保持稳定。

（二）各期末主要逾期应收账款客户类型、经营情况、信用政策、回款及账龄情况

截至 2021 年末，前十大逾期客户情况：

单位：万元

单位	超期末回款金额	客户类型 (销售涂料/油墨)	给予的信用政策	账龄	计提坏账准备金额	款项未收回的原因	期 4 个月内回款金额/回款安排
广东龙昕科技有限公司	3,412.79	销售涂料	90	3 年以上	3,412.79	破产清算	-
星星精密科技（东莞）有限公司	800.78	销售涂料	120	2-3 年	656.64	破产清算	-
东莞市恒晟科技有限公司	651.70	销售涂料	90	1 年以内	52.23	逾期支付	200.00
惠州市硕贝德精工技术有限公司	534.78	销售涂料	90	1 年以内	30.09	逾期支付	160.83
惠州市惠尔明电子科技有限公司	428.42	销售涂料	90	1-2 年	43.67	逾期支付	160.18
重庆捷荣汇盈精密制造有限公司	428.19	销售涂料	120	1 年以内	18.89	逾期支付	312.59
东莞市金世尊电子科技有限公司	384.11	销售涂料	90	1-2 年	36.57	逾期支付	384.11
闻泰通讯股份有限公司	381.48	销售涂料	90	1 年以内	17.13	逾期支付	381.48
殷昌（苏州）包装有限公司	288.12	销售涂料	90	3 年以上	259.31	逾期支付	39.65
深圳市康铨机电有限公司	284.77	销售涂料	90	2-3 年	256.29	逾期支付	0.82

截至 2020 年末，前十大逾期客户情况：

单位：万元

单位	超期末回款金额	客户类型 (销售涂料/油墨)	给予的信用政策	账龄	计提坏账准备金额	款项未收回的原因	期后 4 个月内回款金额/回款安排
广东龙昕科技有限公司	3,412.79	销售涂料	90	3 年以上	3,412.79	破产清算	-
广东劲胜智能集团股份有限公司 (同一控制合并列示)	1,687.12	销售涂料	120	1-2 年	1,269.63	逾期支付	-
东莞市澳科尔镀膜科技有限公司	1,070.96	销售涂料	150	1-2 年	124.06	逾期支付	105.00

单位	超期末回款金额	客户类型 (销售涂料/油墨)	给予的信用政策	账龄	计提坏账准备金额	款项未收回的原因	期后4个月内回款金额/回款安排
星星精密科技(东莞)有限公司 (同一控制合并列示)	868.06	销售涂料	120	1-2年	32.82	逾期支付	409.12
东莞市金世尊电子科技有限公司	684.10	销售涂料	90	1-2年	75.73	逾期支付	50.00
东莞市旺鑫精密工业有限公司	501.55	销售涂料	90	1-2年	47.98	逾期支付	118.22
东莞市锦宇科技有限公司	445.63	销售涂料	120	1-2年	44.65	逾期支付	26.62
惠州市惠尔明电子科技有限公司	414.06	销售涂料	90	1-2年	33.02	逾期支付	75.93
东莞市恒晟科技有限公司	411.62	销售涂料	90	1-2年	38.33	逾期支付	411.62
东莞市质品塑胶科技有限公司	280.07	销售涂料	90	1-2年	32.82	逾期支付	277.58

截至2019年末,前十大逾期客户情况:

单位:万元

单位	超期末回款金额	客户类型 (销售涂料/油墨)	给予的信用政策	账龄	计提坏账准备金额	款项未收回的原因	期后4个月内回款金额/回款安排
江西佳沃新能源有限公司	4,048.52	销售电解液	90	2-3年	4,048.52	诉讼未执行,客户所对应的下属东莞航盛公司已从上市公司剥离	-
广东龙昕科技有限公司	3,617.80	销售涂料	90	2-3年	3,617.80	破产清算	-
广东劲胜智能集团股份有限公司 (同一控制合并列示)	1,003.54	销售涂料	120	1年以内	70.33	逾期支付	-
深圳市比亚迪供应链管理有限公司	827.25	销售涂料	90	1年以内	102.65	逾期支付	827.25
深圳市福昌电子技术有限公司	508.63	销售涂料	90	3年以上	508.63	已破产	-
东莞市金世尊电子科技有限公司	472.87	销售涂料	90	1年以内	23.64	逾期支付	-
东莞市质品塑胶科技有限公司	260.02	销售涂料	90	1年以内	16.30	逾期支付	70.00
苏州曼柯精密部件有限公司	256.13	销售涂料	90	1年以内	25.81	逾期支付	256.13
殷昌(苏州)包装有限公司	237.19	销售涂料	90	1-2年	22.13	逾期支付	30.00
东莞市澳科尔镀膜科技有限公司	236.96	销售涂料	150	1年以内	57.73	逾期支付	236.96

报告期各期末,逾期应收账款主要为龙昕科技、劲胜智能、星星精密和江西佳沃新能源有限公司等,上述客户主要为因为自身经营原因出现资金困难拖欠公司部分应收账款造成逾期,公司已根据案件进展计提相应坏账准备,其中龙昕科技、江西佳沃新能源有限公

公司等已经全额计提坏账。截至 2021 年末，公司根据破产债权申报预计偿还比例对星星精密计提坏账，按照 82%的比例予以计提坏账。东莞市澳科尔镀膜科技有限公司为公司终端客户华为的合作供应商，因为华为受到制裁和中美贸易争端影响，造成 2020 年末对其应收账款逾期较多，2021 年之后暂停合作，款项已陆续收回。

（三）公司采取的收款措施

针对逾期客户，公司已积极对长账龄的应收账款进行分类管理，增加应收账款专项会议召开的频率，多部门积极配合，将应收账款的催收落实到责任人员。持续关注客户的经济状况，采用诉讼保全，冻结客户的可执行资产、对客户提起诉讼等方式加强对应收账款的风险管理，从而最大限度的保护公司的利益。除此之外，公司进一步加强对新增客户的信用审批，优化信用风险管控的体系，对销售回款不及时的客户停止合作，降低信用风险管理带来的应收账款风险，通过积极沟通应对，公司对下游客户应收账款回款可控。

（四）应收账款坏账准备计提政策

公司通常给予客户一定的信用额度，并在与客户对账确认收入后给予客户 30 天至 120 天不等的信用账期。公司根据行业惯例、客户资质、采购规模、历史合作情况对客户进行分类管理，不同客户的信用额度和信用期不同，对于资质好、规模大、历史合作情况较好的客户给予较高的信用额度和较长的信用期。报告期内，公司对主要客户的信用政策基本维持稳定。

公司应收账款坏账准备计提政策与同行业上市公司比较如下：

账龄	广信材料	容大感光	松井股份
1 年以内（含 1 年）	5%	3%（6 个月以内） 10%（7 个月至 1 年）	5.16%
1 至 2 年（含 2 年）	10%	40%（1 至 1.5 年） 80%（1.5 至 2 年）	22.94%
2 至 3 年（含 3 年）	50%	100%	36.74%
3 年以上	100%	100%	100%

公司应收账款坏账准备计提政策系基于多年实际经营情况和管理经验确定，报告期内未发生变更，与松井股份、容大感光可比公司因为账龄划分标准和坏账计提会计政策适用上存在部分差异。另外，与客户群体及产品结构差异也有关，但总体不存在重大差异。

综上，报告期内，公司应收账款整体期后四个月内回款率为 50.75%、53.86% 和

48.76%，回款占比整体稳定在 50%左右。应收账款逾期金额较大的主要为曾经的主要客户如龙昕科技、星星精密、劲胜智能和江西佳沃新能源有限公司等，因为存在诉讼纠纷/对方破产清算等原因造成逾期，公司已根据诉讼进度相应计提坏账准备。公司针对应收账款回收建立了完善的催收机制，坏账准备计提政策与同行业公司总体上不存在重大差异。

四、请发行人补充披露（2）（3）涉及的风险

发行人已在募集说明书“重大事项提示”之“二、公司的相关风险”之“（二）经营风险”中补充披露如下：

“11、部分主要客户流失的风险

报告期内，公司曾经的重要客户如劲胜智能等因为自身原因，拖欠公司货款，与公司产生诉讼纠纷，目前已不再合作。而蓝思科技，公司因为调整产品结构的原因，从2020年起暂时不再与蓝思科技合作。以上主要客户已发生变化，除此之外，公司其他客户基本保持稳定，但不排除未来由于市场环境或者生产经营变化的主要客户存在进一步变化的可能。

12、应收账款存在部分逾期及回款不良的风险

报告期内，公司应收账款整体期后四个月内回款率为50.75%、53.86%和48.76%，回款占比整体稳定在50%左右。除此之外，公司存在部分金额较大的逾期应收账款，主要为是龙昕科技和星星精密等与公司存在诉讼纠纷而逾期，公司已相应计提大部分坏账准备。公司针对应收账款回收建立了完善的催收机制，但不排除未来因为客户自身原因导致应收款逾期和无法回款的风险。”

中介机构查程序及核查意见

（一）中介机构核查程序

1、了解发行人应收款项管理、坏账准备计提相关的内部控制设计合理性及运行有效性进行评价和测试；

2、查阅发行人报告期内披露的历次年度报告，计算复核分析应收账款占营业收入的比例及应收账款周转率变化趋势；

3、查阅同行业上市公司松井股份、容大感光等公司披露的年度报告数据，并与发行

人就应收账款变化情况对比分析差异的原因；

4、获取报告期内发行人油墨、涂料业务前五大客户明细，并与发行人沟通了解其变化的主要原因，并通过公开网络信息予以验证；

5、获取发行人前十大逾期应收账款明细，了解其逾期原因、账龄分布并查看期后回款情况；

6、统计分析报告期内发行人应收账款期后整体回款情况，了解公司应收账款的回款情况；

7、了解和评估应收款项坏账准备政策，分析应收款项预期信用损失计提的准确性并与同行业公司对比分析。

（二）中介机构核查意见

经核查，会计师认为：

1、扣除部分长期挂账未核销的客户外，公司应收账款账面价值占营业收入比例与行业平均水平基本一致，并呈不断降低的趋势；除劲胜智能、蓝思科技等个别客户外，公司涂料业务板块前五大客户保持相对稳定，受各年贸易额排名有所变化，但报告期内持续保持合作关系，客户整体保持相对稳定；除个别客户外，应收账款期后回款良好且采取了有效的保障措施，应收账款坏账准备计提充分。

2、发行人已补充披露相关风险，详见本回复报告“问题6”之“四、补充披露（2）（3）涉及的风险”。

问题 8

最近一期末，发行人交易性金融资产为 4,996 万元，其他应收款为 1,027.68 万元，其他流动资产为 452.95 万元。

请发行人补充说明：（1）结合相关财务报表科目的具体情况，说明发行人最近一期末是否持有金额较大的财务性投资（包括类金融业务），是否符合《审核问答》问答 10 的相关要求；（2）自本次发行董事会决议日前六个月至今，发行人新投入或拟投入的财务性投资及类金融业务的具体情况；（3）发行人及其子公司、参股公司经营范围是否涉及房地产

开发、经营、销售等房地产业务，是否具有房地产开发资质等及后续处置计划；发行人及其子公司、参股公司是否持有住宅用地、商业、办公楼、其他商务金融用地等，如是，请说明具体情况，取得上述用地及相关房产的方式和背景，相关土地的开发、使用计划和处置安排。

请保荐人核查并发表明确意见，请会计师核查（1）（2）并发表明确意见，请发行人律师核查（3）并发表明确意见。

回复：

一、结合相关财务报表科目的具体情况，说明发行人最近一期末是否持有金额较大的财务性投资（包括类金融业务），是否符合《审核问答》问答 10 的相关要求

根据《深圳证券交易所创业板上市公司证券发行上市审核问答》问答 10 的规定，财务性投资的类型包括不限于：类金融；投资产业基金、并购基金；拆借资金；委托贷款；以超过集团持股比例向集团财务公司出资或增资；购买收益波动大且风险较高的金融产品；非金融企业投资金融业务等。

截至 2022 年 3 月 31 日、2021 年 12 月 31 日、2021 年 9 月 30 日，公司合并报表中可能与财务性投资有关的科目情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 3 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2021 年 9 月 30 日
交易性金融资产	4,980.60	2,000.00	4,996.00
其他应收款	648.72	499.19	1,027.68
其他流动资产	889.35	662.88	452.95
其他非流动资产	47.70	57.20	0.00
合计	6,566.38	3,219.27	6,476.63

（一）交易性金融资产

截至 2022 年 3 月 31 日，公司交易性金融资产账面价值为 4,980.60 万元，主要为风险较低的短期理财产品，具体明细如下：

序号	发行机构	理财产品名称	起息日	到期日	预期年化收益率	投资金额（万元）	产品风险类型
1	广发证券	平安信托周周添利（广发尊享 2 号	2022/1/11	——	3.50%	2,980.60	中低风险

序号	发行机构	理财产品名称	起息日	到期日	预期年化收益率	投资金额(万元)	产品风险类型
		号) 债券投资集合资金信托计划					
2	国泰君安	国泰君安证券睿博系列结睿 22001 号收益凭证	2022/1/10	2022/4/11	2.55%	2,000.00	低风险

截至 2021 年 12 月 31 日, 公司交易性金融资产账面价值为 2,000.00 万元, 主要为风险较低的短期理财产品, 具体明细如下:

序号	发行机构	理财产品名称	起息日	到期日	预期年化收益率	投资金额(万元)	产品风险类型
1	广发证券	粤财信托·随鑫益 1 号集合资金信托计划	2021/12/29	2022/3/22	4.10%	2,000.00	不属于高风险投资产品

注: 上表所列产品对应的信托财产用于投资信托业保障基金、现金类资产、债券或债券型基金等固定收益资产、底层资产为标准化债权资产的固定收益型理财计划/资产管理计划或其他法律法规或政策许可投资的标准化债权产品, 因此, 不属于高风险投资产品。

截至 2021 年 9 月 30 日, 公司交易性金融资产账面价值为 4,996.00 万元, 主要为风险较低的短期理财产品, 具体明细如下:

序号	发行机构	理财产品名称	起息日	到期日	预期年化收益率	投资金额(万元)	产品风险类型
1	银河证券	银河水星 6 号集合资产管理计划	2021/6/29	2021/12/27	4.66%	3,000.00	中低风险
2	银河证券	银河水星中短债 1 号集合资产管理计划	2021/9/2	2021/10/11	4.35%	1,896.00	中低风险
3	银河证券	银河水星中短债 1 号集合资产管理计划	2021/9/7	2021/10/11	4.35%	100.00	中低风险

公司购买上述理财产品的目的仅为在满足流动性的前提下进行现金管理, 购买的理财产品安全性高、流动性好、风险较低, 不属于收益波动大且风险较高的金融产品, 不属于《审核问答》问答 10 所规定的财务性投资。

(二) 其他应收款

截至 2022 年 3 月 31 日, 公司其他应收款账面价值为 648.72 万元, 账面余额为 1,973.74 万元; 截至 2021 年 12 月 31 日, 公司其他应收款账面价值为 499.19 万元, 账面余额为 1,823.82 万元; 截至 2021 年 9 月 30 日, 公司其他应收款账面价值为 1,027.68 万元, 账面余额为 2,224.76 万元。上述其他应收款主要为保证金、员工借款、押金、备用金、代扣代缴款、往来款等, 不属于财务性投资, 具体构成如下:

单位：万元

款项性质	2022年3月31日	2021年12月31日	2021年9月30日
往来款	1,669.24	1,294.27	1,577.82
保证金	129.11	319.31	369.61
押金	44.66	91.64	42.28
备用金	89.79	65.38	180.32
代扣代缴款	0.00	33.24	10.27
员工借款	0.00	0.00	43.13
其他	40.94	19.98	1.33
其他应收款账面余额	1,973.74	1,823.82	2,224.76
坏账准备	1,325.01	1,324.63	1,197.08
其他应收款账面价值	648.72	499.19	1,027.68

（三）其他流动资产

截至 2022 年 3 月 31 日、2021 年 12 月 31 日和 2021 年 9 月 30 日，公司其他流动资产账面价值分别为 889.35 万元、662.88 万元和 452.95 万元，为预缴所得税、待抵扣增值税，不属于财务性投资，具体构成如下：

单位：万元

项目	2022年3月31日	2021年12月31日	2021年9月30日
预缴所得税	207.49	210.02	0.00
待抵扣增值税	681.87	452.86	452.95
合计	889.35	662.88	452.95

（四）其他非流动资产

截至 2022 年 3 月 31 日、2021 年 12 月 31 日和 2021 年 9 月 30 日，公司其他非流动资产账面价值分别为 47.70 万元、57.20 万元和 0.00 万元，为预付设备款、工程款，不属于财务性投资，具体构成如下：

单位：万元

项目	2022年3月31日	2021年12月31日	2021年9月30日
预付设备款	47.70	47.70	0.00
工程款	0.00	9.50	0.00
合计	47.70	57.20	0.00

综上所述，公司最近一期末不存在持有金额较大的财务性投资（包括类金融业务）的

情况，符合《审核问答》问答 10 的相关要求。

二、自本次发行董事会决议日前六个月至今，发行人新投入或拟投入的财务性投资及类金融业务的具体情况

2021 年 9 月 1 日，公司召开第四届董事会第十次会议，审议通过了本次发行的相关议案。2022 年 3 月 30 日，公司第四届董事会第十四次会议在股东大会的授权范围内审议通过了《关于修订公司 2021 年度向特定对象发行 A 股股票预案的议案》《关于修订公司 2021 年度向特定对象发行 A 股股票方案论证分析报告的议案》《关于修订公司 2021 年度向特定对象发行 A 股股票募集资金使用可行性分析报告的议案》，对本次发行相关议案进行了修订。本次董事会前六个月（2021 年 3 月 1 日）至本回复报告出具日，公司不存在新投入或拟投入财务性投资及类金融业务的情况，具体如下：

（一）设立或投资产业基金、并购基金

自本次发行相关董事会决议日前六个月起至本回复报告出具日，公司不存在实施或拟实施产业基金、并购基金以及其他类似基金或产品情形。

（二）拆借资金

自本次发行相关董事会决议日前六个月起至本回复出具日，除正常业务开展中员工备用金等往来款项外，公司不存在实施或拟实施拆借资金的情形。

（三）委托贷款

自本次发行相关董事会决议日前六个月起至本回复报告出具日，公司不存在实施或拟实施委托贷款的情形。

（四）以超过集团持股比例向集团财务公司出资或增资

自本次发行相关董事会决议日前六个月起至本回复报告出具日，公司未设立集团财务公司，不存在实施或拟实施以超过集团持股比例向集团财务公司出资或增资的情况。

（五）购买收益波动大且风险较高的金融产品

自本次发行相关董事会决议日前六个月起至本回复报告出具日，公司不存在购买或拟购买收益波动大且风险较高金融产品的情形。

（六）非金融企业投资金融业务

自本次发行相关董事会决议日前六个月起至本回复报告出具日，公司不存在实施或拟实施投资金融业务的情形。

（七）类金融业务

自本次发行相关董事会决议日前六个月起至本回复报告出具日，公司未从事类金融业务。

综上所述，本次发行董事会决议日前六个月至本回复报告出具日，公司不存在新投入或拟投入的财务性投资及类金融业务情况。

中介机构核查程序及核查意见

（一）中介机构执行的核查程序

针对以上事项，会计师执行了如下核查程序：

（1）查阅《创业板上市公司证券发行上市审核问答》关于财务性投资及类金融业务的相关规定及问答；

（2）对发行人本次发行相关董事会决议日前六个月至今是否存在新投入或拟投入的财务性投资及类金融业务的具体情况逐项对比分析；

（3）获取发行人报告期内的定期报告，获取交易性金融资产、其他应收款、其他流动资产、其他非流动资产等科目明细表，判断是否存在财务性投资；

（4）与发行人相关负责人进行访谈，了解发行人购买理财产品的情况，获取发行人购买理财产品的产品说明书，了解其购买日期、赎回日期、产品风险类型等信息；

（二）中介机构的核查意见

经核查，会计师认为：

（1）最近一期末，发行人不存在持有金额较大的财务性投资（包括类金融业务）的情况，符合《创业板上市公司证券发行上市审核问答》问答 10 的相关要求。

（2）本次发行董事会决议日前六个月至今，发行人不存在新投入或拟投入的财务性投资及类金融业务情况；

(以下无正文)

（本页无正文，为天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）关于《关于江苏广信感光新材料股份有限公司申请向特定对象发行股票的审核问询函的回复》之盖章页）

中国·北京

二〇二二年五月二十三日

中国注册会计师：

（项目合伙人）

中国注册会计师：
