

**关于安徽强邦新材料股份有限公司
首次公开发行股票并在主板上市申请文件的
审核问询函的专项核查意见**

容诚专字[2023]200Z0322 号

容诚会计师事务所(特殊普通合伙)
中国·北京

目 录

问题 2.....	2
问题 3.....	11
问题 4.....	20
问题 5.....	42
问题 6.....	58
问题 7.....	64

**关于安徽强邦新材料股份有限公司
首次公开发行股票并在主板上市申请文件的审核问询函中
有关财务会计问题的专项说明**

容诚专字[2023]200Z0322 号

深圳证券交易所：

贵所于 2023 年 3 月 27 日出具的审核函〔2023〕110047 号《关于安徽强邦新材料股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市申请文件的审核问询函》（以下简称“审核问询函”）收悉。对审核问询函所提财务会计问题，容诚会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“我们”）对安徽强邦新材料股份有限公司（以下简称“强邦新材”）相关资料进行了核查，现做专项说明如下，请予审核。

除特别说明外，本审核问询函回复使用的简称与《安徽强邦新材料股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市招股说明书（申报稿）》的含义相同。

本审核问询函回复中若出现合计数值与各分项数值之和尾数不符的情况，均为四舍五入原因造成。

问题 2. 关于收购上海强邦

申报材料显示：

（1）2020 年 12 月，强邦有限及其子公司上海甚龙与上海强邦签订《资产重组协议》。2020 年 12 月 31 日，强邦有限及上海甚龙已取得与版材业务相关的设备、存货、应收账款，并完成客户及供应商关系转移手续。发行人确定合并日为 2020 年 12 月 31 日，相关资产收购款与 2021 年支付完毕。

（2）上海强邦员工共有 56 人转移至强邦有限、上海分公司及上海甚龙，其中 1 人于 2020 年 12 月 31 日前重新入职，46 人于 2021 年 1 月 1 日重新入职，9 人于 2021 年 3 月 1 日重新入职。

（3）上海强邦版材业务存货于 2020 年 12 月 31 日办理了交接手续，自 2020 年 12 月至 2021 年 1 月陆续转移。

请发行人：

（1）说明对上海强邦业务收购对价支付的具体情况，包括交易时间、交易金额、交易方式、付款方、收款方等，分析合并日确定早于收购款支付是否符合《企业会计准则》要求。

（2）说明上海强邦版材业务相关人员在资产重组中的转移安排、相关合同约定等，大部分转移员工于 2021 年 1 月和 3 月重新入职的原因，发行人是否在 2020 年 12 月 31 日合并日即控制上海强邦相关业务人员。

（3）说明存货于 2020 年 12 月 31 日所办理交接手续的具体内容，来自上海强邦存货的实际入库情况，包括批次、类型、数量、金额及入库时间，结合上述情况论证是否与 2020 年 12 月 31 日对资产重组中来自上海强邦的存货取得实质控制权。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、公司说明事项

（一）说明对上海强邦业务收购对价支付的具体情况，包括交易时间、交易金额、交易方式、付款方、收款方等，分析合并日确定早于收购款支付是否符合《企业会计准则》要求

1、收购对价具体支付情况

2020 年 12 月 26 日，强邦有限及其子公司上海甚龙与上海强邦签订《业务重组协议》，其关于交易价款及付款期限的条款约定如下：

相关条款	协议约定内容
重组交易标的的交易价款	①按照 2020 年 12 月 31 日账面净值转让与版材业务相关的设备、存货、应收账款，并对前述资产进行评估以确认是否存在减值；②上海强邦拥有的版材业务相关知识产权无偿转让给强邦有限和上海甚龙。
付款期限	各方同意，于本协议签署之后且最迟不晚于 2021 年 12 月 31 日前，结清转让设备、应收账款、存货的交易价款

依据《业务重组协议》约定，公司与上海强邦业务重组的交易金额确定为 12,006.12 万元，具体支付情况如下：

单位：万元

收款方	付款方	付款日期	支付金额	备注
上海强邦	强邦新材	2021-10-22	1,493.52	-
		2021-12-02	1,500.00	
		2021-12-09	1,500.00	
		2021-12-10	1,600.00	
		2021-12-23	1,110.17	-
	上海甚龙	2021-02-02	3,230.14	-
		2021-03-19	413.70	-
		2021-08-30	-55.54	设备款计算错误，退回差额
		2021-11-05	1,893.44	-
		2021-12-23	-94.67	应收账款原系按账面余额购买，退回坏账准备金额
合 计			12,590.76	含增值税 584.63 万元

2、业务重组的合并日判断

（1）《企业会计准则》的相关规定

《企业会计准则第 20 号——企业合并》规定：“合并日或购买日是指合并方或购买方实际取得对被合并方或被购买方控制权的日期，即被合并方或被购买方的净资产或生产经营决策的控制权转移给合并方或购买方的日期。”

《企业会计准则第 20 号——企业合并》应用指南规定：“同时满足下列条件的，通常可认为实现了控制权的转移：

- ①企业合并合同或协议已获股东大会等通过。
- ②企业合并事项需要经过国家有关主管部门审批的，已获得批准。
- ③参与合并各方已办理了必要的财产权转移手续。
- ④合并方或购买方已支付了合并价款的大部分（一般应超过 50%），并且有

能力、有计划支付剩余款项。

⑤合并方或购买方实际上已经控制了被合并方或被购买方的财务和经营政策，并享有相应的利益、承担相应的风险。”

（2）本次业务重组控制权转移的判断

截至公司认定的业务合并日 2020 年 12 月 31 日，企业会计准则应用指南规定的上述 5 项条件中，本次业务重组符合第①、③、⑤项条件，第②项条件不适用，合并价款尚未支付，不满足第④项条件。

根据中国证券监督管理委员会会计部编制的《上市公司执行企业会计准则案例解析（2020）》（以下简称《案例解析（2020）》），其在“案例 3-02 购买日/合并日的判断”中做出如下解析：

“购买日/合并日是购买方/合并方获得对被购买方/被合并方控制权的日期。在实务操作中，应当结合企业合并合同或协议的约定及其他有关的影响因素，按照实质重于形式的原则进行判断。其认为，企业会计准则应用指南所提出的五项条件中，第①、②项条件是判断购买日的必要条件，第③、⑤项条件是围绕“控制”的定义来考虑的，这两项条件属于对实质控制权的判断，应该结合“控制”的定义进行判断，第④项条件在一定意义上是对“控制”转移的合理性判断。”

由上述解析可见，在判断控制权是否转移时，第④项条件可以提供一定的参考意义，但并非必要条件。根据《案例解析（2020）》中列举的案例，虽然在购买日，该案例交易的合并对价尚未支付，有关财产的权属过户手续尚未办理完毕，但相关交易已取得了必要的审批程序、签订了移交资产约定书、派驻了董事、总经理等高级管理人员，已构成对被购买方实质控制，因此案例交易的购买日确定符合企业会计准则的规定。即，在满足上述①、②、③、⑤项条件的情况下，即构成实质控制，即可确定购买日。

关于企业会计准则应用指南所提出第④项条件，即合并价款的支付情况，根据《案例解析（2020）》中的分析，在购买方尚未支付大部分价款或者在无法确定购买方有能力支付所有价款的情况下，出售方一般不会放弃自己所控制的资产，除非有其他特殊原因使得出售方愿意提前放弃控制权。基于这一逻辑，对价支付在一定意义上可以用来合理判断控制权是否已经实质转移，作为控制权转移合理性的一项辅助性判断条件，但并非实质性条件。截至 2020 年 12 月 31 日，安徽强

邦本次业务合并虽然尚未支付合并价款，但由于转让双方系受同一实际控制人控制，购买方有意愿、有能力、有计划支付相应对价，出售方对此亦明确知晓，因此对价的支付时间不会影响控制权的转移，并非构成控制权是否转移的实质性判断条件。

企业会计准则规定：“合并日或购买日是指被合并方或被购买方的净资产或生产经营决策的控制权转移给合并方或购买方的日期”。截至 2020 年 12 月 31 日，本次业务合并价款虽然尚未支付，但本次业务合并已履行了必要的审议程序，办理了必要的财产权转移手续，安徽强邦已控制了上海强邦人员、采购、生产、销售、研发等业务核心环节，上海强邦自 2020 年 12 月 31 日停止板材业务经营，此后未再从事任何与印刷板材相关的生产或销售业务，安徽强邦实际上已经控制了所收购业务的财务和经营政策，并享有相应的利益、承担相应的风险，于 2020 年 12 月 31 日取得所收购业务的控制权。因此，本次业务合并的合并日虽然早于合并价款支付日期，但其确定方式及依据符合《企业会计准则》的规定。

（3）近期过会 IPO 企业的业务重组案例

①万得凯科技创业板 IPO 项目

该项目于 2022 年 4 月 8 日通过创业板上市委审议会议，2022 年 6 月 13 日获得证监会同意注册。

根据创业板 IPO 企业浙江万得凯流体设备科技股份有限公司（以下简称“万得凯科技”）披露的招股说明书及历次问询回复，其存在同一控制下的业务合并。

2017 年 1 月 19 日，浙江万得凯铜业有限公司（以下简称“万得凯铜业”）与万得凯科技签订《资产及业务收购框架协议》，随后于 2017 年至 2019 年陆续签订了关于存货、生产设备、知识产权、土地和房产、运输工具的相关资产转让协议，并对相关资产履行了评估、过户等手续。万得凯科技业务重组相关资产转让、人员转移的具体情况如下：

项目	转移或支付情况
房产及土地	2017 年，由于万得凯铜业的部分建筑物尚未办理产权证，无法办理过户程序，因此未与其他资产同步转让至万得凯科技名下，万得凯科技在相关土地、房产转让前先以资产租赁的方式使用该等不动产。 2019 年 12 月，万得凯科技与万得凯铜业签订《资产转让协议》，约定由万得凯科技收购万得凯铜业拥有的土地及地上建筑物。前述土地使用权和建筑物的账面价值为 8,628.82 万元，相关款项已于 2020 年 6 月之前结清，2021 年 4 月，万得凯科技就本次房产、土地转让办理完成了相应的过户登记手续。

生 产 设 备	2017年6月8日，万得凯铜业与万得凯科技签署《资产转让协议》，约定由万得凯科技收购万得凯铜业的主要生产设备，前述设备分别于2017年6月、10月、12月分三批由公司购入，相关款项于2018年2月支付完毕。
运 输 工 具	2017年，由于希望继续保有原车牌号码，万得凯铜业的车辆未与其他资产同步转让至万得凯科技名下，万得凯科技先期以资产租赁的方式使用该等运输工具。2019年12月，万得凯科技与万得凯铜业签订资产转让协议，约定将万得凯铜业的运输工具7项全部转让予万得凯科技。
存 货	2017年1月至2018年2月，万得凯铜业与万得凯科技签署了13份《资产转让协议》，约定由万得凯科技分批收购万得凯铜业的存货，双方约定以账面价值作为资产转让价格。其中，账面价值6,982.07万元的存货在2017年末交割完毕，账面价值389.76万元的存货在2018年2月末交割完毕，相关款项已于2019年8月之前结清。
商 标	2017年2月和8月，万得凯科技与万得凯铜业先后签订了2份《商标权转让协议》，约定将7个商标权无偿转让至万得凯科技名下，截至2018年11月已完成前述商标权的变更手续。
专 利	2017年3月和11月，万得凯科技与万得凯铜业先后签订了2份《专利权转让协议》，约定将68项专利权无偿转让给万得凯科技，万得凯科技已于2018年4月办理完毕上述专利的变更手续。
资 产 收 购 款	截至2017年12月31日，万得凯科技已向万得凯铜业支付收购价款1,671.41万元，占全部购买资产价款的比例为7.13%，支付比例低于50%。
人 员	2017年，万得凯铜业陆续有370名员工转移至万得凯科技名下，2018年起，万得凯铜业已无实际生产经营，所有人员全部转移至万得凯科技，并重签劳动合同。

万得凯科技上述业务重组的合并日确定为2017年12月31日，其认为：“截至2017年12月31日，公司本次业务合并已经取得了必要的审批程序，办理了必要的财产权转移手续，公司已控制了万得凯铜业人员、采购、生产、销售、研发等业务核心环节，万得凯铜业已停止经营，因此公司实际上已经控制了所收购业务的财务和经营政策，并享有相应的利益、承担相应的风险，公司已于2017年12月31日取得所收购业务的控制权。因此将公司同一控制下业务合并万得凯铜业的合并日确定为2017年12月31日，合并日的确定方式及依据符合《企业会计准则》的规定。”

②明阳电气创业板 IPO 项目

该项目于2022年10月28日通过创业板上市委审议会议。

根据创业板 IPO 企业广东明阳电气股份有限公司（以下简称“明阳电气”）披露的招股说明书及历次问询回复，其存在同一控制下的业务合并，具体情况如下：

2019年12月1日，广东明阳电气有限公司（以下简称“明阳有限”，明阳电气前身）与控股股东中山明阳签署《业务重组框架协议》，约定以2019年11月30日为重组基准日，中山明阳将从事成套开关设备、箱式变电站业务及相关的资产、

人员和知识产权一并转移至明阳有限，明阳有限于 2019 年 12 月 31 日取得重组业务的控制权，并于当日完成业务重组。相关资产实际交割情况、人员和业务的转移情况如下：

A、资产实际交割情况

序号	协议名称	资产转让内容	约定交割时间	实际交割时间
1	固定资产采购合同	机器设备、运输设备及办公设备	2019.12.31	2019.12.31
		全自动套号码管端子压着机	2019.12.31	2019.12.31
2	材料采购合同	原材料	2020.01.04 前	2019.12.31
		在制品	2020.01.04 前	2019.12.31
		库存商品及发出商品	2019.12.31	2019.12.31
3	专利转让合同	专利	2019.12.31 交付全部资料，所有权利转移，手续办理不影响公司享有相关权利	2019.12.31（相关变更登记手续于 2021.1 之前分批完成）
4	软件著作权转让协议	软件著作权		2019.12.31（相关变更登记手续于 2020.8 之前分批完成）
5	商标转让协议	商标		2019.12.31（境内商标变更登记手续于 2020 年 8 月完成，境外商标变更登记手续于 2021 年 8 月之前完成）
6	域名转让协议	域名		2019.12.31（相关变更登记手续于 2020.9 之前分批完成）

B、人员的转移情况

中山明阳与重组业务相关员工已于 2019 年 12 月 31 日解除劳动合同，自 2020 年 1 月 1 日起，重组业务相关员工与明阳有限签订劳动合同，由明阳有限进行统一管理并由明阳有限发放薪酬。

C、业务的转移情况

按照业务重组框架协议，自重组基准日起，涉及重组业务的项目，原则上开始以公司为主体进行项目的投标、承接及合同的签署和履行。对中山明阳前期已签署或待签署的业务合同，中山明阳、公司和客户通过重新签署协议的方式，将原合同项下权利义务转移至明阳有限，公司按照新签协议约定直接销售给客户。对于部分大型国企和上市公司客户，重组基准日后无法及时变更的部分合同，公司通过中山明阳转售给客户，中山明阳平进平出，不获取利润。

D、合并对价支付情况

明阳有限按照《业务重组框架协议》的约定，于 2020 年 8 月支付完毕全部对

价。本次重组交易对价为 8,996.82 万元（不含税），税费 1,169.59 万元，合计 10,166.41 万元。由于本次重组系同一控制下的业务合并，公司根据自身资金调度情况，对款项的支付时间、相应的资金来源等进行具体安排。本次重组对价实际支付情况如下：

单位：万元

序号	付款时间	金额
1	2020/03/27	1,000.00
2	2020/06/01	550.00
3	2020/06/19	3,000.00
4	2020/08/12	5,616.41
合 计		10,166.41

明阳电气上述业务重组的合并日确定为 2019 年 12 月 31 日，其认为：“虽然截至 2019 年 12 月 31 日，本次重组业务相关的商标、专利、软件著作权、域名等无形资产的过户手续尚在办理中、本次交易的价款尚未完全支付，但相关资产权属的变更、价款的后续支付已作好安排，本次重组交易发生转回或撤销的可能性极低，合并价款支付不存在不确定性，公司已于 2019 年 12 月 31 日实质取得重组业务的控制权。根据《企业会计准则》、应用指南及相关案例的规则要求，将 2019 年 12 月 31 日作为本次重组业务的合并日，符合企业会计准则的相关规定。”

（二）说明上海强邦版材业务相关人员在资产重组中的转移安排、相关合同约定等，大部分转移员工于 2021 年 1 月和 3 月重新入职的原因，发行人是否在 2020 年 12 月 31 日合并日即控制上海强邦相关业务人员

2020 年 12 月 26 日，强邦有限及其子公司上海甚龙与上海强邦签订《业务重组协议》，约定：“在转让重组资产的同时，上海强邦同意将与版材业务相关的人员转移至强邦有限及其子公司上海甚龙，即相关人员与上海强邦解除劳动合同后与强邦有限及其子公司上海甚龙重新签署劳动合同”。

上海强邦胶印版材业务相关人员除个别愿意转移至安徽广德，大部分已解聘，并支付了相应经济补偿金，柔版业务相关人员除少量人员离职外，大部分已转移至子公司上海甚龙。上海强邦员工共有 56 人转移至公司、上海分公司及上海甚龙，其中 1 人重新签订的劳动合同日期为 2020 年 12 月 1 日，46 人重新签订的劳动合同日期为 2021 年 1 月 1 日，9 人重新签订的劳动合同日期为 2021 年 3 月 1 日。2021 年 3 月 1 日重新入职的 9 人系司机、清洁工、厨师、保安等辅助人员，业务

合并完成后未及时与其重新签订劳动合同，其他与生产经营密切相关的销售、采购、研发、生产、财务等部门的员工均已及时办理重新入职手续，合并日前后的销售、采购、研发、柔版生产及财务核算等各项工作均在持续进行，从事前述工作员工的工作内容、工作职责、工作状态未发生变化，仅为人事关系由上海强邦转移至公司及其子公司，与企业的隶属关系随着劳动合同的重新签订自然过渡至公司及其子公司，公司在合并日即可控制上海强邦相关业务人员。

（三）说明存货于 2020 年 12 月 31 日所办理交接手续的具体内容，来自上海强邦存货的实际入库情况，包括批次、类型、数量、金额及入库时间，结合上述情况论证是否与 2020 年 12 月 31 日对资产重组中来自上海强邦的存货取得实质控制权

上海强邦存货中胶印版材相关产成品及原材料出售给强邦新材，柔性版材相关产成品及原材料出售给上海甚龙，因上海甚龙租用上海强邦生产场地及仓库，截至 2020 年 12 月 31 日，大部分存货均已转运至强邦新材，其中有少量已有外销订单的胶印版材库存商品考虑后续就近报关出口的便利性，先由上海甚龙代为接收，后续于 2021 年 1 月运输发送至客户。相应存货由上海强邦向公司及子公司上海甚龙出具存货交接清单，双方对相应存货进行清点确认，双方约定自存货交接完毕后，相应存货控制权及处置权均交由接收方享有，双方分别办理出入库程序并签署《资产交接确认书》完成存货交接手续。

来自上海强邦存货的办理入库情况如下：

类 型	名 称	单 位	数 量	金 额	办理入库时间
产成品	印刷版材	万平方米、万元	68.03	1,418.23	2020/12/25-2020/12/31
原材料	化工材料	吨、万元	106.53	382.88	2020/12/27-2020/12/31
	聚脂薄膜	万平方米、万元	41.63	215.64	2020/12/31
	泡棉	万片、万元	8.99	64.36	2020/12/31
	铝卷	吨、万元	18.38	31.35	2020/12/21
	其他	万元	/	64.21	2020/12/24-2020/12/31
合计			-	2,176.67	-

注：其他系木箱、纸箱、衬纸、牛皮纸等包装材料

综上所述，强邦新材及上海甚龙接收的上海强邦存货已于 2020 年 12 月 31 日经各方办理完成出入库程序，对移交货物进行清点确认并办理完成存货交接手续，已获取相应货物的实质控制权。

二、核查程序及核查意见

（一）核查程序

针对上述事项，我们执行的核查程序如下：

- 1、查阅强邦有限、上海强邦关于业务重组的相关股东会决议，以及双方签订的《业务重组协议》；
- 2、查阅评估机构就业务重组相关资产出具的《资产评估报告》、上海强邦2020年末经审计的财务报表及相关资产明细表，确认交易价格适当；
- 3、核查公司及上海甚龙的资金流水，查阅业务收购款支付明细；
- 4、查阅公司及上海强邦通知客户业务转移的邮件或其他沟通记录，了解其沟通的具体内容及日期；
- 5、查阅双方签署的《资产交接确认书》，以及设备、存货转移的物流单据，确认资产交接的手续及日期；
- 6、现场检查上海强邦经营场地，观察是否继续从事板材相关业务的生产经营；
- 7、登录国家知识产权局网站、中国版权保护中心网站，查询业务重组相关专利、商标、软件著作权的权利人变更登记情况；
- 8、访谈公司行政人事负责人，了解上海强邦员工转移情况及其在合并日后的工作情况，并抽查相关人员与安徽强邦、上海分公司及上海甚龙签订的劳动合同；
- 9、查阅《企业会计准则》及《上市公司执行企业会计准则案例解析（2020）》关于业务重组合并日的规定及解析，判断公司业务重组完成时点的合理性；
- 10、查阅万得凯科技及明阳电气招股说明书及历次问询意见回复文件，了解其业务重组事项的相关情况；
- 11、获取上海强邦员工转移清单，了解转移人员的岗位职责及重新签订合同的日期；
- 12、获取并查看上海强邦存货出库单、强邦新材及上海甚龙存货入库单、存货移交清单、《资产交接确认书》等原始单据，并关注相关移交手续资料时

间适当性。

（二）核查意见

经核查，我们认为：

1、综合合并双方针对业务重组履行的决策程序、上海强邦版材业务相关的客户关系、各类资产及人员的转移过程、以及《企业会计准则》关于企业合并的相关规定进行判断，截至 2020 年 12 月 31 日安徽强邦已取得所收购业务的控制权，合并日确定早于收购款支付符合《企业会计准则》要求；

2、公司及子公司上海甚龙在 2020 年 12 月 26 日与上海强邦签订《业务重组协议》对人员转移做出安排，上海强邦大部分人员已在 2021 年 1 月 1 日前转移，少量辅助人员于 2021 年 3 月 1 日转移，对完成业务重组无实质影响，相关人员与企业的隶属关系随着劳动合同的重新签订自然过渡至公司及其子公司，公司在合并日即可控制上海强邦相关业务人员。

3、强邦新材及上海甚龙接收的上海强邦存货已于 2020 年 12 月 31 日经各方办理完成出入库程序，对移交货物进行清点确认并办理完成存货交接手续，已获取相应货物的实质控制权。

问题 3. 关于香港强邦、SPE 公司及 ABE 集团

申报材料显示：

（1）香港强邦是发行人实际控制人控制的其他企业，持有上海强邦 100% 的股权，曾为发行人的外销贸易平台，持有发行人版材经销商 SPE 公司 20% 的股权。

（2）因上海强邦与发行人业务重组后不再从事印刷版材业务，香港强邦拟将所持 SPE 股份转让给发行人。为加快境外投资审批流程，由香港强邦先将其持有的 SPE 股权全部转让给 ABE 集团，再由发行人自 ABE 集团处受让取得 SPE 公司 20% 的股权。

（3）2021 年 8 月 2 日，发行人取得 SPE 公司 20% 的股权；2021 年 11 月 30 日，取得安徽省商务厅的《企业境外投资证书》，2021 年 12 月 30 日，取得安徽省发展和改革委员会的《境外投资项目备案通知书》，对收购 SPE 公司 20% 股权项目予以备案。

(4) 报告期内，发行人向香港强邦的关联销售金额分别为 4254.50 万元、0 万元和 0 万元，香港强邦对外销售客户为 ABEZETA, S.A.及 SPE，二者亦从发行人处直接采购版材。2020 年 10 月起，发行人直接对外出口，未与香港强邦再发生关联销售。

(5) ABEZETA, S.A.与 SPE 均为 ABE 集团子公司，报告期各期，发行人向 ABE 集团的销售金额合计（包括 ABEZETA, S.A.、SPE 和通过香港强邦销售给前两者的金额）分别为 15,255.62 万元、30,995.50 万元和 35,444.61 万元，2021 年大幅增长，主要系欧洲等境外市场需求增长。

请发行人：

(1) 结合相关法律法规比较境内企业收购境外公司股权时不同转让方所适用的审批流程差异，论证通过 ABE 集团获得 SPE 股权的合法合规性。

(2) 说明入股 SPE 各关键环节时点顺序（包括内外部审批、相关协议签署、对价支付、工商变更等），结合相关法律法规说明是否符合事前备案要求。

(3) 说明报告期内存在同时采用直接销售和通过香港强邦销售给 ABEZETA, S.A.及 SPE 的原因，比较对 ABEZETA, S.A.、SPE 和香港强邦的销售单价、毛利率，分析三者之间及与公司平均水平的差异并说明差异的合理性。

(4) 分析对 ABE 集团销售收入、销售数量变化与除 ABE 集团外的境外销售情况变化趋势的一致性，比较对 ABE 集团销售均价与除 ABE 集团外的境外销售均价差异并分析合理性，结合各区域终端需求情况量化分析 ABE 集团收入大幅增长的原因，说明 ABE 集团下游主要客户情况及终端销售实现情况。

请保荐人发表明确意见，发行人律师对问题（1）（2）发表明确意见，申报会计师对问题（3）（4）发表明确意见；请保荐人和申报会计师说明对 ABE 集团终端销售真实性核查的具体情况，包括核查方式、所取得证据、核查比例、核查结论及依据的充分性。

【回复】

一、公司说明事项

（一）说明报告期内存在同时采用直接销售和通过香港强邦销售给 ABEZETA, S.A.及 SPE 的原因，比较对 ABEZETA, S.A.、SPE 和香港强邦的销售单价、毛利率，分析三者之间及与公司平均水平的差异并说明差异的合理性

1、2020 年同时采用直接销售和通过香港强邦销售给 ABEZETA, S.A.及 SPE 的原因

香港强邦曾承担公司海外贸易业务的职能，ABEZETA, S.A.及 SPE 与公司已合作多年，系公司主要境外客户，2020 年 10 月前其采购公司生产的印刷版材时，根据采购人员过往合作的业务习惯选择从公司或香港强邦采购印刷版材，故导致 ABEZETA, S.A.及 SPE2020 年除直接从公司采购了大量的印刷版材产品外，还通过香港强邦采购公司的印刷版材。

为减少和规范关联交易，自 2020 年 10 月起公司与香港强邦之间未再发生关联销售，ABEZETA, S.A.及 SPE 采购的印刷版材均由公司直接对外出口，业务关系未转移到公司其他客户。

2、对 ABEZETA, S.A.、SPE 和香港强邦的销售单价、毛利率及差异的合理性分析

(1) 胶印版材

报告期内，公司对 ABEZETA, S.A.、SPE、香港强邦和其他境外客户销售胶印版材的销售单价、毛利率情况如下：

胶印版材	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	销售单价	毛利率	销售单价	毛利率	销售单价	毛利率
ABEZETA,S.A.	20.31	10.78%	18.07	8.71%	16.92	17.29%
SPE	20.86	10.37%	18.55	9.21%	17.29	19.18%
香港强邦	/	/	/	/	15.93	13.30%
其他境外客户	20.99	16.21%	17.64	9.70%	16.78	17.67%

单位：元/平方米

从技术水平及使用效果来看热敏 CTP 版优于 UV-CTP 版，因此一般在公司产品厚度等规格相同的情况下，热敏 CTP 版的销售单价和毛利率高于 UV-CTP 版；由于胶印版材的主要原材料为铝卷且其单位价值较高，因此一般在公司产品型号相同的情况下，厚版相较薄版铝卷用量多、成本高，故厚版销售单价较高，但其产品附加值未随铝卷用量增加同比例增加，因此毛利率相对较低。

2020 年度，发行人对 ABEZETA, S.A.、SPE、香港强邦和其他境外客户各类胶印版材的销售收入情况如下：

单位：万元			
公司名称	版材类型	金额	占比

ABEZETA, S.A.	热敏CTP版	4,490.87	60.64%
	UV-CTP版	2,715.35	36.66%
	PS版	199.71	2.70%
	合计	7,405.93	100.00%
SPE	热敏CTP版	2,833.92	81.44%
	UV-CTP版	622.00	17.88%
	PS版	23.76	0.68%
	合计	3,479.68	100.00%
香港强邦	热敏CTP版	1,856.45	43.63%
	UV-CTP版	2,193.10	51.55%
	PS版	204.96	4.82%
	合计	4,254.50	100.00%
其他境外客户	热敏CTP版	9,342.86	45.77%
	UV-CTP版	9,880.19	48.40%
	PS版	1,190.05	5.83%
	合计	20,413.10	100.00%

2020 年公司对香港强邦销售单价和毛利率略低，主要原因系：①产品结构存在差异，2020 年公司对香港强邦胶印版材销售收入中 UV-CTP 版占比为 51.55%，占比相对较高；②2020 年 1-9 月公司将香港强邦作为外销的贸易平台公司，部分出口销售先由强邦新材出售至香港强邦，再由香港强邦作为贸易平台留存合理毛利对外销售，故公司对香港强邦的售价相对较低。

报告期各期，公司对 ABEZETA, S.A.、SPE 销售单价与其他境外客户基本一致。

2020 年度，公司对 ABEZETA, S.A.毛利率与其他境外客户基本一致。公司对 SPE 毛利率略高，主要系产品结构存在差异，2020 年公司对 SPE 胶印版材销售收入中热敏 CTP 版占比为 81.44%，占比较高所致。

2021 年度，公司对 ABEZETA, S.A.、SPE 毛利率与其他境外客户基本一致。

2022 年度，公司对 ABEZETA, S.A.、SPE 与其他境外客户销售不同厚度的胶印版材情况如下：

单位：万元、元/平方米					
客户名称	厚度	销售金额	占比	单价	毛利率
ABEZETA, S.A.	不超过 0.27mm	19,606.62	89.89%	19.70	11.06%
	超过 0.27mm	2,205.35	10.11%	27.93	8.25%
	小计	21,811.97	100.00%	20.31	10.78%

SPE	不超过 0.27mm	11,327.08	83.58%	19.90	10.69%
	超过 0.27mm	2,225.59	16.42%	27.69	8.75%
	小计	13,552.67	100.00%	20.86	10.37%
其他境外客户	不超过 0.27mm	34,195.14	98.20%	20.87	16.22%
	超过 0.27mm	626.28	1.80%	29.83	15.47%
	小计	34,821.42	100.00%	20.99	16.21%

2022 年度，公司对 ABEZETA, S.A.、SPE 毛利率低于其他境外客户，主要原因系：①厚度等规格存在差异，ABEZETA, S.A.、SPE 和其他境外客户 2022 年采购的胶印版材中厚版（厚度超过 0.27mm）占比分别为 10.11%、16.42%和 1.80%，ABEZETA, S.A.和 SPE 采购的厚版比例高于其他境外客户；②采购需求量高的客户，销售价格相对较低，2022 年 ABE 集团系公司第一大客户，公司给予了一定的价格优惠，对其销售的产品毛利率相对较低。

（2）柔性版材

报告期内，公司对 ABEZETA, S.A.、SPE、香港强邦和其他境外客户销售柔性版材的销售单价、毛利率情况如下：

单位：元/平方米

柔性版材	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	销售单价	毛利率	销售单价	毛利率	销售单价	毛利率
ABEZETA, S.A.	231.55	44.60%	247.45	53.36%	262.03	61.16%
SPE	/	/	342.70	68.78%	253.54	59.32%
香港强邦	/	/	/	/	/	/
其他境外客户	234.67	42.74%	236.82	54.59%	267.88	60.87%

报告期内，公司对 SPE 柔性版材销售金额分别为 6.68 万元、1.39 万元和 0 万元，占当期柔性版材境外销售金额比例仅分别为 0.92%、0.10%和 0.00%，SPE 各期仅采购几十至数百平方米的柔性版材用于终端客户试样，故销售价格和毛利率与其他境外公司存在一定差异。

报告期内，公司对 ABEZETA, S.A.和其他境外客户柔性版材销售价格、毛利率基本一致，不存在重大差异。

（二）分析对 ABE 集团销售收入、销售数量变化与除 ABE 集团外的境外销售情况变化趋势的一致性，比较对 ABE 集团销售均价与除 ABE 集团外的境外销售均价差异并分析合理性，结合各区域终端需求情况量化分析 ABE 集团收入大幅增长的原因，说明 ABE 集团下游主要客户情况及终端销售实现情况

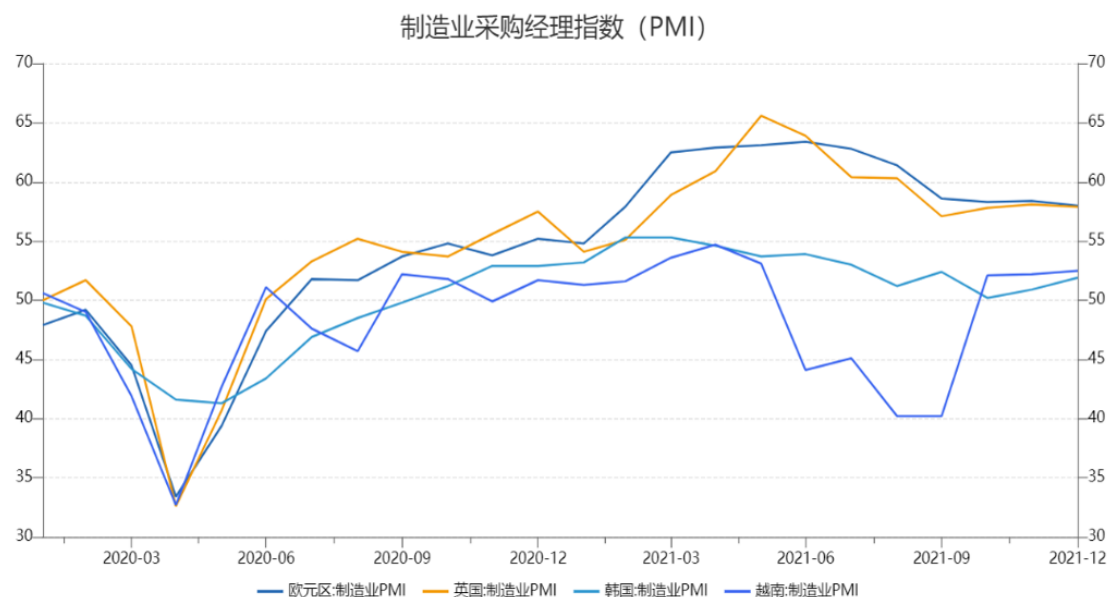
1、对 ABE 集团销售收入、销售数量变化与其他境外客户销售情况变化具有一致性

报告期内，公司境外销售收入主要来源于欧洲及亚洲地区，对 ABE 集团销售收入、销售数量变动与其他境外客户销售情况变动趋势对比如下：

单位：万元、万平方米

项 目		2022 年度		2021 年度		2020 年度
		金额/数量	变动率	金额/数量	变动率	金额/数量
销售收入	ABE 集团	35,444.61	14.35%	30,995.50	103.17%	15,255.62
	其他境外客户	36,624.42	25.28%	29,233.60	39.05%	21,023.97
	境外小计	72,069.04	19.66%	60,229.10	66.01%	36,279.59
销售数量	ABE 集团	1,724.02	2.22%	1,686.42	86.06%	906.37
	其他境外客户	1,667.03	4.46%	1,595.84	30.97%	1,218.46
	境外小计	3,391.05	3.31%	3,282.25	54.47%	2,124.83

注：2020 年香港强邦从公司采购的版材产品均销售给 ABEZETA, S.A.及 SPE，故将其采购金额、数量合并计入 ABE 集团，下同。



数据来源：Wind

由上表可见，报告期内公司对 ABE 集团的销售收入和销量变动趋势与其他境外客户销售情况变动趋势一致，2021 年度变动幅度明显高于其他境外客户变动情况，主要原因系：①欧洲属于印刷业较发达的地区，与亚洲地区相比 2020 年受经济下行影响更为严重，市场需求下滑程度更深，2021 年度公司对 ABE 集团和其他境外客户的销量较 2019 年度分别增长 18.55%和 1.78%，境外终端市场需求逐渐恢复至经济下行前水平；②2021 年 ABE 集团加大市场开拓力度，向德国、意大利、

东欧等市场规模较大的版材市场进行深度拓展，在市场需求恢复的背景下，且公司产品相较柯达公司、爱克发等境外竞争对手具有较强竞争力，ABE 集团客户数量较 2020 年增加约 30 家，根据 ABE 提供的销售情况，2021 年在西班牙、南美和东欧等传统区域销售额相较 2020 年约增长 526 万欧元，增幅约 30%，在新兴开拓的意大利和德国市场销售额相较 2020 年约增长 323 万欧元，增幅约 78%；③2021 年，ABE 集团所在的欧洲市场整体向好，且受国内海运船期紧张等因素影响 ABE 集团相应增加备货，2021 年末 ABEZETA, S.A.和 SPE 合并存货较 2020 年末大幅增加 1,115.20 万欧元，在 2022 年实现销售。综合影响，使得 ABE 集团销量增幅高于其他境外客户。

2、对 ABE 集团销售均价与其他境外客户销售均价差异及合理性

报告期内，公司对 ABE 集团销售均价与其他境外客户销售均价对比情况如下：

单位：元/平方米

项 目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	胶印版材	柔性版材	胶印版材	柔性版材	胶印版材	柔性版材
ABE 集团	20.52	231.55	18.27	247.93	16.71	261.53
其他境外客户	20.99	234.67	17.64	236.82	16.78	267.88
差异	-0.47	-3.12	0.62	11.11	-0.07	-6.35
差异率	-2.28%	-1.35%	3.42%	4.48%	-0.43%	-2.43%

公司对 ABE 集团销售均价与其他境外客户销售均价主要系受采购规模、产品结构、厚度等规格影响，差异率均在 5%以内，不存在重大差异，差异原因详见本问题回复之“（一）/2、对 ABEZETA, S.A.、SPE 和香港强邦的销售单价、毛利率及差异的合理性分析”。

3、对 ABE 集团收入大幅增长的原因

报告期内，公司对 ABE 集团收入大幅增长的量化分析具体如下：

单位：万元、万平方米、元/平方米

项 目	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	金额	增长率	金额	增长率	金额
销售收入	35,444.61	14.35%	30,995.50	103.17%	15,255.62
销售数量	1,724.02	2.22%	1,686.42	86.06%	906.37
胶印版材单价	20.52	12.31%	18.27	9.31%	16.71
柔性版材单价	231.55	-6.61%	247.93	-5.20%	261.53
销售数量变动对收入影响	578.01	/	13,128.60	/	/

项 目	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	金额	增长率	金额	增长率	金额
销售单价变动对收入影响	3,871.10	/	2,611.28	/	/
合计收入变动	4,449.11	/	15,739.88	/	/

注：销售数量变动对收入影响=Σ（本期销售数量-上期销售数量）*上期销售价格；销售单价变动对收入影响=Σ（本期销售价格-上期销售价格）*本期销售数量

报告期内，公司对 ABE 集团销售收入持续上升。报告期各期，公司对 ABE 集团销售的主要产品为胶印版材，胶印版材各期销售收入占比均超过 99%。

2021 年度，公司对 ABE 集团销售收入较 2020 年度增加 15,739.88 万元，大幅增长 103.17%，主要原因系 ABE 集团所在欧洲市场需求恢复至新冠疫情前水平及印刷版材价格上涨综合影响所致，具体来说：（1）2020 年终端市场需求受经济下行影响较 2019 年出现较大幅度下滑，尤其是 ABE 集团所在的欧洲市场下滑较为明显，随着欧洲市场疫情影响逐步消除，发行人 2021 年对 ABE 集团销量呈回升态势，较 2019 年增长 18.55%，因此，2021 年度公司对 ABE 集团销售收入增长主要系海外地区尤其 ABE 集团负责开拓的欧洲地区市场需求快速恢复所致；此外，2021 年度 ABE 集团加大对欧洲市场的开拓力度，凭借公司优异的产品质量和具有竞争力的价格，在法国、德国等原本比利时爱克发公司市场占有率较高的地区市场开拓取得较好效果，综合使得公司对 ABE 集团销售数量大幅增加 86.06%，该因素使销售收入增加 13,128.60 万元；（2）公司胶印版材产品主要原材料铝卷价格 2021 年处于单边快速上升趋势，公司相应调增对 ABE 集团胶印版材销售单价，该因素使销售收入增加 2,611.28 万元。

2022 年度，公司对 ABE 集团销售收入较 2021 年度增加 4,449.11 万元，增长 14.35%，主要原因：（1）2022 年度公司胶印版材产品主要原材料铝卷价格上半年持续高位波动，下半年适度回落，铝卷总采购单价较 2021 年度进一步上升，公司相应调增对 ABE 集团胶印版材销售单价，该因素使销售收入增加 3,871.10 万元；（2）ABE 集团的终端市场需求稳中有升，使得产品销量小幅增加 2.22%，该因素使销售收入增加 578.01 万元。

综上所述，报告期内公司对 ABE 集团收入大幅增长主要是受欧洲等海外地区终端市场需求恢复以及公司持续积极采取调价措施以应对铝卷价格上涨影响所致。

4、ABE 集团下游主要客户情况及终端销售实现情况

根据获取的 ABE 集团财务报表，报告期内其存货余额及存货周转情况如下：

单位：万欧元、天

项 目	2022 年度/2022.12.31	2021 年度/2021.12.31	2020 年度/2020.12.31
营业成本	6,569.82	4,244.27	2,567.64
期末存货	1,603.99	1,609.71	494.50
存货周转天数	88.05	89.24	78.08
期末存货/营业成本	24.41%	37.93%	19.26%

【注】：存货周转天数=360 天*存货平均余额/营业成本

ABE 集团下游主要客户系欧洲、南美洲等地区印刷企业。报告期内，ABE 集团销售发行人产品占其营业收入的比例约为 70%至 80%，存货余额一般维持 2-3 个月销量的库存水平。2021 年末 ABE 集团存货余额有所上升，主要系：①2021 年度欧洲等海外地区市场需求快速恢复，且 ABE 集团不断开拓新市场及新客户，业务规模增长使得 ABE 集团增加安全库存水平；②2021 年度海运行业集装箱短缺、船期延误等不确定性增加，为减少供应的不确定性，ABE 集团主动增加备货库存量。2022 年末 ABE 集团存货余额较高，主要系 2023 年春节时间较早，ABE 集团在扩大销售规模的同时增加备货所致。ABE 集团存货周转天数 2021 年度有所增加，2022 年度保持较高水平，主要系 2021 年末和 2022 年末 ABE 集团存货余额较高，综合使得 2021 年和 2022 年平均存货余额增加，进而使得存货周转率下降所致。报告期内，ABE 集团终端销售实现情况较好，除其因产品发货周期和合理备货产生的存货余额外，产品均已实现最终销售。

二、核查程序及核查意见

（一）核查程序

针对上述事项，我们执行的核查程序如下：

- 1、访谈公司销售负责人，了解公司直接销售和通过香港强邦销售给 ABEZETA, S.A.及 SPE 的原因；
- 2、获取公司报告期各期收入成本明细表，核查公司对 ABEZETA, S.A.、SPE、香港强邦和其他境外客户的销售单价、毛利率，分析差异的合理性；
- 3、访谈公司销售负责人和 ABE 集团业务负责人，了解和分析对 ABE 集团收入大幅增长的原因、下游主要客户情况及终端销售实现情况；
- 4、对 ABE 集团主要终端客户执行走访程序，了解主要终端客户的基本情况、

与 ABE 集团合作情况、各期交易情况等，并对 ABE 集团主要终端客户仓库进行查看，观察是否存放公司产品以核实 ABE 集团对其销售真实性；

5、获取 ABE 集团报告期各期财务报表，分析其终端销售实现情况。

（二）核查意见

经核查，我们认为：

1、公司对 ABEZETA, S.A.、SPE 和香港强邦的销售单价、毛利率的差异具有合理性；三者之间及与公司平均水平的差异具有合理性；

2、公司对 ABE 集团销售收入、销售数量变化与其他境外客户销售情况变化具有一致性；公司对 ABE 集团销售均价与其他境外客户销售均价的差异具有合理性；ABE 集团终端销售实现情况较好，除其因产品发货周期和合理备货产生的存货余额外，产品均实现最终销售。

三、ABE 集团终端销售真实性核查情况

请保荐人和申报会计师说明对 ABE 集团终端销售真实性核查的具体情况，包括核查方式、所取得证据、核查比例、核查结论及依据的充分性。

（一）核查程序

1、获取 ABE 集团报告期各期对主要终端客户销售情况表，结合 ABE 集团各期财务报表中营业收入情况、公司各期销售给 ABE 集团销售明细情况，综合判断 ABE 集团对主要终端客户销售明细表的真实合理性；

2、对 ABE 集团主要终端客户执行走访程序，了解主要终端客户的基本情况、与 ABE 集团合作情况、各期交易情况等，具体核查情况如下：

单位：家、万平方米			
项 目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
访谈终端客户家数	27	23	19
访谈终端客户销售数量	593.51	247.07	181.34
公司对 ABE 集团销售数量	1,724.02	1,686.42	906.37
占 比	34.43%	14.65%	20.01%

3、访谈过程中对 ABE 集团主要终端客户仓库进行查看，观察是否存放公司产品以核实 ABE 集团对其销售真实性；

4、获取 ABE 集团报告期各期财务报表，了解 ABE 集团各期销售实现情况及各期末存货情况，判断 ABE 集团期末存货合理性，核查情况如下：

项 目	单位	2022 年度	2021 年度	2020 年度
ABE 集团营业收入	万欧元	7,320.90	4,670.56	2,928.61
ABE 集团期末存货	万欧元	1,603.99	1,609.71	494.50
公司对 ABE 集团销售额	万元	35,444.61	30,995.50	15,255.62
ABE 集团期末存货占当期公司 对 ABE 集团销售额比例		33.59%	37.49%	26.01%

注：ABE 集团期末存货占当期公司对 ABE 集团销售额比例=ABE 集团期末存货*各期欧元兑换人民币期初期末平均汇率/公司对 ABE 集团销售额

由上表可知，ABE 集团采购额随同其对外实现的营业收入增加而增长，2021 年 ABE 集团期末存货金额占公司当期对其销售金额的比例较 2020 年有所增加，主要系 2021 年度 ABE 集团业务规模快速增长、海运行业集装箱短缺、船期延误等不确定性增加，ABE 集团主动增加备货库存量所致。

（二）核查结论

经核查，我们认为 ABE 集团终端销售具有真实性，相应核查依据充分。

问题 4. 关于收入波动

申报材料显示：

（1）报告期各期，公司主营业务收入分别为 107,898.54 万元、147,443.97 万元和 155,779.58 万元，胶印版材收入占比超 96%，柔性版材收入占比较小。

（2）报告期各期，公司境外销售收入占主营业务收入的比例分别为 33.62%、40.85%和 46.26%。

（3）公司其他业务收入主要为废铝销售收入，报告期各期金额分别为 1,202.46 万元、2,766.96 万元和 3,715.93 万元。

请发行人：

（1）说明报告期内胶印版材、柔性版材收入变动原因，分析销售数量、销售均价变化的合理性，比较与同行业可比公司收入波动趋势的一致性和同类产品销售价格的差异。

（2）说明报告期各期热敏 CTP 版、UV-CTP 版、免处理版、感光树脂柔性版、PS 版等细分产品的收入及占比、价格、数量、毛利率及变化情况，分析变化原因及合理性，是否符合下游需求变化及行业发展趋势。

（3）说明境外销售中 FOB、CIF 等不同贸易方式的收入金额及占比，不同

贸易方式下的收入确认原则、时点及依据，销售收入和运保费的会计处理是否符合《企业会计准则》要求，各期出口退税额、海运费收入与相关境外销售额与的匹配关系，投保金额与投保收入的匹配关系。

（4）说明各期废铝产生数量与版材产量的匹配性，是否与行业和生产工艺特点一致，废铝销售价格的公允性、是否与市场价格存在显著差异，废料成本核算、结转和销售的会计处理是否符合《企业会计准则》要求，成本核算是否真实准确、相关内部控制制度是否建立健全并有效执行，废铝销售毛利贡献及毛利率波动情况，废铝销售的主要客户基本情况、是否与发行人存在关联关系或其他利益安排。

（5）说明报告期内各季度收入金额及占比情况。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明：

（1）境外销售核查的具体情况，包括核查措施、所取得证据、核查比例、核查结论及依据的充分性。

（2）截止性测试的具体情况 & 核查结论，是否存在跨期确认收入的情形。

请发行人律师说明境外销售的结算方式、跨境资金流动及结换汇情况，是否符合国家外汇及税务等相关法律法规的规定。

【回复】

一、公司说明事项

（一）说明报告期内胶印版材、柔性版材收入变动原因，分析销售数量、销售均价变化的合理性，比较与同行业可比公司收入波动趋势的一致性和同类产品销售价格的差异

1、胶印版材、柔性版材销售收入、销售数量及销售单价变化的合理性

报告期内，公司胶印版材、柔性版材销售收入、销售数量和销售单价变动情况如下：

单位：万元、万平方米、元/平方米

版材类型	项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度
		金额	增幅	金额	增幅	金额
胶印版材	销售收入	150,029.27	5.79%	141,823.68	36.12%	104,189.35
	销售数量	7,376.86	-5.17%	7,779.18	21.30%	6,413.07
	销售单价	20.34	11.56%	18.23	12.22%	16.25

版材类型	项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度
		金额	增幅	金额	增幅	金额
柔性版材	销售收入	5,750.30	2.31%	5,620.28	51.52%	3,709.19
	销售数量	30.13	3.74%	29.04	47.85%	19.64
	销售单价	190.87	-1.37%	193.53	2.48%	188.84

(1) 胶印版材

报告期内，公司胶印版材销售收入系公司主营业务收入的主要来源，销售收入分别为 104,189.35 万元、141,823.68 万元和 150,029.27 万元，整体呈逐年上升趋势。

①2021 年度与 2020 年度销售收入变动分析

2021 年度，公司胶印版材销售收入较 2020 年度增长 36.12%，主要原因系：

A、销售数量

报告期内，公司胶印版材境内、境外销售数量具体情况如下：

单位：万平方米

区 域	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	销售数量	增幅	销售数量	增幅	销售数量
境内	3,993.84	-11.30%	4,502.66	4.93%	4,290.96
境外	3,383.02	3.25%	3,276.52	54.40%	2,122.10
合 计	7,376.86	-5.17%	7,779.18	21.30%	6,413.07

2020 年度全球经济总体下行导致胶印版材境内外终端市场需求减弱，尤其境外市场需求下滑程度较大。2021 年度，随着经济环境逐步稳定，欧洲等海外地区下游市场需求快速恢复，公司胶印版材境外销售数量相较 2020 年大幅上升 54.40%；境内终端市场需求稳定增长，公司胶印版材境内销售数量相较 2020 年增长 4.93%，综合使得公司胶印版材销售数量相较 2020 年上升 21.30%。

B、销售单价

2020 年全球经济出现下滑趋势，为刺激经济复苏，美欧等发达经济体实施宽松的财政货币政策，全球流动性较为宽裕，导致全球大宗商品价格上涨，公司胶印版材主要原材料铝卷采购单价由 2020 年的 1.70 万元/吨上涨至 2021 年的 2.18 万元/吨。2021 年针对原材料铝卷价格单边快速上升的趋势，公司积极与下游客户协商调整销售单价，使得胶印版材销售单价较 2020 年上升 12.22%。

②2022 年度与 2021 年度销售收入变动分析

2022 年度，公司胶印版材销售收入较 2021 年度增长 5.79%，主要原因系：

A、销售数量

2022 年由于国内经济增速放缓，国内胶印版材终端市场需求有所下滑，公司胶印版材境内销售数量相较 2021 年小幅下降 11.30%；境外胶印版材终端市场需求较为稳定，公司胶印版材境外销售数量相较 2021 年增长 3.25%，综合使得公司胶印版材销售数量相较小幅下降 5.17%。

B、销售单价

2022 年受国内经济增速放缓、俄乌冲突等国际复杂形势影响，铝材价格上半年持续高位波动，下半年适度回落，公司虽然积极与供应商锁定胶印版材主要原材料铝卷价格，但铝卷采购单价仍由 2021 年的 2.18 万元/吨上涨至 2022 年的 2.37 万元/吨。公司持续积极采取与下游客户协商调价以应对主要原材料价格波动，使得胶印版材销售单价较 2021 年度上升 11.56%。虽然公司 2022 年度胶印版材销售数量小幅下降，但同时胶印版材销售单价提升，销售收入相应有所增长。

(2) 柔性版材

报告期内，公司柔性版材销售收入分别为 3,709.19 万元、5,620.28 万元和 5,750.30 万元，柔性版材销售收入占比相对较低，但呈持续稳定增长态势。

柔版印刷是业界公认的较为绿色环保印刷方式之一，正处于蓬勃发展时期。未来，柔版印刷因其绿色环保，以及印刷质量与水平的持续提升，在食品、药品包装等印刷领域将越来越受到行业和下游客户的青睐，发展空间广阔，有助于柔性版材的广泛应用。随着公司积极推动柔性版材产品性能提升，柔性版材产品以其质量优势不断得到国内外市场认可和应用，未来发展潜力较大。

①2021 年度与 2020 年度销售收入变动分析

2021 年度，公司柔性版材销售收入较 2020 年度增长 51.52%，主要原因系：

A、销售数量

报告期内，公司柔性版材境内、境外销售数量具体情况如下：

单位：万平方米

区 域	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	销售数量	增幅	销售数量	增幅	销售数量
境内	22.10	-5.19%	23.31	37.75%	16.92
境外	8.03	40.03%	5.73	110.62%	2.72

合 计	30.13	3.74%	29.04	47.85%	19.64
-----	-------	-------	-------	--------	-------

公司柔性版材处于业绩快速增长阶段，2021 年度，随着经济环境逐步稳定，境内外柔性版材市场需求迅速增长，使得公司柔性版材销售数量相较 2020 年上升 47.85%。

B、销售单价

受原材料价格上涨、市场竞争影响，公司积极与下游客户协商调整柔性版材销售单价，但为保持公司柔性版材产品的市场竞争力，销售单价仅小幅上升 2.48%。

②2022 年度与 2021 年度销售收入变动分析

2022 年度，公司柔性版材销售收入较 2021 年度增长 2.31%，主要原因系：

A、销售数量

2022 年由于国内经济增速放缓，国内柔性版材终端市场需求有所下滑，公司柔性版材境内销售数量相较 2021 年小幅下降 5.19%；境外柔性版材终端市场需求旺盛，公司积极开拓境外市场，公司柔性版材境外销售数量相较 2021 年增长 40.03%，综合使得公司柔性版材销售数量相较增长 3.74%。

B、销售单价

受国内经济增速放缓影响，柔性版材市场需求受到一定抑制，为刺激柔性版材市场客户需求，公司适当调低柔性版材产品销售价格，较 2021 年下降 1.37%。

综上所述，公司报告期内胶印版材、柔性版材销售收入变动主要系受经济环境影响终端市场需求变动、公司持续积极调整销售单价以应对原材料价格波动等因素所致，销售数量、销售单价变化具有合理性。

2、与同行业可比公司收入波动趋势的一致性及同类产品销售价格的差异

报告期内，公司与同行业可比公司营业收入对比情况如下：

公司名称	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	营业收入	增幅	营业收入	增幅	营业收入
汇达印通	51,144.80	36.78%	37,391.70	35.14%	27,669.46
天成股份	17,085.35	0.84%	16,942.65	35.64%	12,490.51
新图新材	/	/	24,863.94	17.07%	21,237.85
公司	158,848.47	5.73%	150,252.24	37.52%	109,258.13

单位：万元

数据来源：可比公司公开披露的定期报告，新图新材自 2022 年 11 月起在全国中小企业

股份转让系统终止挂牌

从整体规模来看，近年来公司在印刷版材产品市场份额居于国内第二，收入仅次于乐凯华光，高于汇达印通、天成股份、新图新材等同行可比公司。从波动趋势来看，报告期内公司与前述同行业可比公司的营业收入波动趋势基本一致，均呈上涨趋势。2022 年度汇达印通营业收入增幅高于公司，主要系其调整营销战略，通过降低单价以增加公司销售业绩。

汇达印通、天成股份和新图新材报告期内均仅公开披露其各类细分产品营业收入，未披露其单位价格及销量信息，故无法对单位价格进行测算。公司产品销售价格系在生产成本、合理利润的基础上，综合考虑市场竞品价格情况、产品所处生命周期、客户采购规模等因素确定，与同行业可比公司同类产品定价模式基本一致。

（二）说明报告期各期热敏 CTP 版、UV-CTP 版、免处理版、感光树脂柔性版、PS 版等细分产品的收入及占比、价格、数量、毛利率及变化情况，分析变化原因及合理性，是否符合下游需求变化及行业发展趋势

报告期各期，公司各类细分产品的收入、价格、数量、毛利率等具体情况如下：

单位：万元、元/平方米、万平方米

版材类型	2022 年度					
	收入	占比	价格	数量	毛利率	毛利率变动
热敏 CTP 版	112,126.89	71.98%	20.58	5,449.19	12.34%	0.93%
UV-CTP 版	34,537.05	22.17%	19.70	1,753.35	11.71%	3.89%
PS 版	3,365.33	2.16%	19.31	174.32	9.30%	1.38%
感光树脂柔性版	5,750.30	3.69%	190.87	30.13	35.70%	-10.18%
合计	155,779.58	100.00%	/	7,406.99	12.99%	1.31%
版材类型	2021 年度					
	收入	占比	价格	数量	毛利率	毛利率变动
热敏 CTP 版	99,089.52	67.20%	18.55	5,341.01	11.41%	-4.30%
UV-CTP 版	39,233.13	26.61%	17.56	2,234.38	7.82%	-3.43%
PS 版	3,501.04	2.37%	17.18	203.79	7.92%	-1.65%
感光树脂柔性版	5,620.28	3.81%	193.53	29.04	45.88%	-2.73%
合计	147,443.97	100.00%	/	7,808.22	11.68%	-3.75%
版材类型	2020 年度					
	收入	占比	价格	数量	毛利率	毛利率变动

热敏 CTP 版	71,482.93	66.25%	16.51	4,330.48	15.71%	/
UV-CTP 版	29,169.30	27.03%	15.71	1,856.61	11.25%	/
PS 版	3,537.12	3.28%	15.65	225.97	9.57%	/
感光树脂柔性版	3,709.19	3.44%	188.84	19.64	48.61%	/
合计	107,898.54	100.00%	/	6,432.71	15.43%	/

1、热敏 CTP 版、UV-CTP 版和 PS 版等胶印版材

报告期内，公司热敏 CTP 版、UV-CTP 版和 PS 版毛利率整体呈先降后升趋势，各期变动原因分析如下：

（1）2021 年较 2020 年变动原因

2021 年度，公司热敏 CTP 版、UV-CTP 版和 PS 版毛利率较 2020 年度均有所下滑，主要原因系：

①热敏 CTP 版、UV-CTP 版和 PS 版均为胶印版材，其主要原材料铝卷价格大幅上涨。2020 年全球经济出现下滑趋势，为刺激经济复苏，美欧等发达经济体实施宽松的财政货币政策，全球流动性较为宽裕，导致全球大宗商品价格上涨，公司主要原材料铝卷采购单价由 2020 年的 1.70 万元/吨上涨至 2021 年的 2.18 万元/吨，材料成本上涨使得公司热敏 CTP 版、UV-CTP 版和 PS 版单位成本随之有所上升；

②2021 年针对原材料铝卷大幅上涨的趋势，公司积极与下游客户协商调整售价，但由于铝卷价格呈单边快速上升趋势，公司调价频率及幅度未能完全覆盖成本上涨的影响。

（2）2022 年较 2021 年变动原因

2022 年度，公司热敏 CTP 版、UV-CTP 版和 PS 版毛利率较 2021 年度均有所回升，主要原因系：

①2022 年受国内经济增速放缓、俄乌冲突等国际复杂形势影响，铝材价格上半年持续高位波动，下半年适度回落，公司虽然积极与供应商锁定主要原材料铝卷价格，主要原材料铝卷采购单价仍由 2021 年的 2.18 万元/吨上涨至 2022 年的 2.37 万元/吨，材料成本持续上涨使得公司热敏 CTP 版、UV-CTP 版和 PS 版单位成本随之上升；

②公司持续积极与下游客户协商调价以应对主要原材料价格波动，使得胶印版材各类细分产品单位销售价格较 2021 年度均有所上升。

（3）主要原材料上涨的应对措施

为了应对铝卷价格大幅上涨对公司盈利产生的不利影响，公司自 2020 年下半年以来积极采取以下措施：

①胶印版材产品主要原材料铝卷的市场价格在连续规定时间内价格变动超过某一金额，公司会及时与下游客户沟通调整销售价格。由于 2020 年下半年起国内铝卷市场价格受全球宽松的财政货币政策以及全球大宗商品价格影响大幅上升，公司积极提升与境内外主要客户调价频率，降低铝卷价格上涨的不利影响。

②公司部分外销订单执行周期相对较长，根据订单签订价格积极与铝卷等主要原材料供应商协商，尽量及时采购并在合理范围内锁定铝卷采购价格，保证产品成本的稳定性和毛利率处于合理区间。

③公司加强与现有铝卷供应商的战略合作，在铝卷价格波动趋势上进行综合研判，同时积极开拓新的铝卷供应商，加强采购价格比对，保证铝卷在合理价格范围内的稳定供应。

综上所述，报告期内热敏 CTP 版、UV-CTP 版和 PS 版等胶印版材毛利率波动主要是受 2021 年以来主要原材料铝卷价格大幅上涨，以及 2022 年公司持续积极采取调价等措施以应对铝卷价格上涨影响所致。

2、感光树脂柔性版

感光树脂柔性版生产工艺复杂、工序多、技术要求高，市场竞争力较强，因此其毛利率相对较高。报告期内，公司感光树脂柔性版产品毛利率呈逐年下降趋势。

（1）2021 年较 2020 年变动原因

2021 年度，感光树脂柔性版产品毛利率较 2020 年度小幅下降，主要原因系：

①2021 年公司感光树脂柔性版主要原材料热塑性弹性体采购单价由 2020 年的 1.64 万元/吨上涨至 1.86 万元/吨，材料成本上涨使得公司感光树脂柔性版单位成本随之有所上升；

②受原材料价格上涨、市场竞争影响，公司积极与下游客户协商调整售价，但为保持公司感光树脂柔性版产品的市场竞争力，销售价格仅小幅上升 2.48%，公司调价频率及幅度未能完全覆盖成本上涨的影响。

（2）2022 年较 2021 年变动原因

2022年度，感光树脂柔性版产品毛利率较2021年度有所下降，主要原因系：

①2022年度公司感光树脂柔性版主要原材料热塑性弹性体采购单价由2021年的1.86万元/吨上涨至2.07万元/吨，使得感光树脂柔性版单位直接材料成本上涨；此外，公司感光树脂柔性版产线位于上海市嘉定区，2022年上半年上海地区企业普遍停工停产，公司感光树脂柔性版产量下降较多，导致生产效率下降，单位制造费用上升，综合使得公司感光树脂柔性版单位成本有所上升；

②受国内经济增速放缓影响，柔性版材市场需求受到一定抑制，为刺激柔性版材市场客户需求，公司适当调低感光树脂柔性版产品销售价格，较2021年下降1.37%。

（3）毛利率下滑的应对措施

为了应对公司感光树脂柔性版毛利率持续下降的趋势，公司积极采取以下措施降低上述不利因素的影响：

①加大研发投入和技术创新，保持公司柔性版材产品核心竞争力并提升产品技术先进性，同时加大境内外高端印刷市场的开拓力度，逐渐实现国产替代；

②提升供应链渠道管理能力，开发其他优质供应商，积极寻找性价比更高的同类可替代原材料；

③持续优化生产工艺和改进包装方案，进而降低产品生产和包装成本。

综上所述，报告期内感光树脂柔性版毛利率波动主要是受2021年以来主要原材料热塑性弹性体价格上涨，以及2022年上半年上海工厂停工停产导致的感光树脂柔性版生产效率下降影响所致。

3、公司印刷版材销售情况符合下游需求变化及行业发展趋势

公司印刷版材销售情况符合下游需求变化，具体详见本问题回复之“（一）/1、胶印版材、柔性版材销售收入、销售数量及销售单价变化的合理性”。

在胶印版材领域，国产胶印版材主要有热敏CTP版材、UV-CTP版材、PS版材、光敏CTP版材等。热敏CTP版质量容易控制，出版质量稳定，网点再现性好，分辨率高与网点边缘锐利清晰，印刷时容易达到水墨平衡，具有良好的印刷适性，对可见光不敏感，可以在明室操作。根据中国印刷及设备器材工业协会数据，我国热敏CTP版材占据主要地位，2021年其销量占胶印版材销量的比重为73.26%，系现阶段胶印版材领域需求和应用最多的产品。报告期内，公司销售的

产品以热敏CTP版为主，其销量占公司胶印版材销量比例分别为67.53%、68.66%和73.87%，呈逐年上升趋势，符合胶印版材行业发展趋势。

此外，近年来，我国胶印版材产、销量稳步增长，2019年分别达到4.77亿平方米与4.99亿平方米。2020年受下游需求收缩影响，胶印版材产销量虽下降至4.61亿平方米与4.84亿平方米，但仍处于较高水平。2021年，我国胶印版材产销实现较快恢复，达到历史最高的4.87亿平方米与5.17亿平方米。报告期内，公司胶印版材销售收入分别为104,189.35万元、141,823.68万元和150,029.27万元，呈稳步上升趋势，亦符合胶印版材行业发展趋势。

在柔性版材领域，由于柔版印刷具有绿色环保、承印材料广泛、耐印力强、制版周期短、制版费用低等优良特性，近年来发展迅速，在包装印刷市场具备较强竞争优势，市场份额逐渐扩大。报告期内，公司柔性版材销售收入分别为3,709.19万元、5,620.28万元和5,750.30万元，呈持续稳定增长态势，符合柔性版材行业发展趋势。

（三）说明境外销售中 FOB、CIF 等不同贸易方式的收入金额及占比，不同贸易方式下的收入确认原则、时点及依据，销售收入和运保费的会计处理是否符合《企业会计准则》要求，各期出口退税额、海运费收入与相关境外销售额与的匹配关系，投保金额与投保收入的匹配关系

1、报告期各期境外销售中 FOB、CIF 等不同贸易方式的收入金额及占比

报告期内，公司境外销售中 FOB、CIF 等不同贸易方式的收入金额及占比如下：

贸易方式	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
FOB	50,979.37	70.74%	44,075.40	73.18%	20,282.33	55.91%
CIF	21,089.66	29.26%	16,153.70	26.82%	15,997.26	44.09%
合 计	72,069.04	100.00%	60,229.10	100.00%	36,279.59	100.00%

由上表可见，自 2021 年度以来，公司与境外客户交易多以 FOB 交易结算，公司外销收入主要以 FOB 贸易方式为主。

2、不同贸易方式下的收入确认原则、时点及依据，销售收入和运保费的会计处理是否符合《企业会计准则》要求

（1）不同贸易方式下的收入确认原则、时点及依据

公司与外销客户签订的合同根据《国际贸易术语解释通则》的通用规定执行，根据贸易术语通则，在 FOB、CIF 贸易方式下，与货物所有权相关的毁损、灭失风险自在装船时越过船舷后转移给买方。因此，在 FOB、CIF 贸易方式下，公司根据合同约定将产品运送至装运港报关，取得报关单、出口放行通知书及货运提单等收款凭证，将完成报关手续、产品装船并取得提单视为商品所有权上的主要风险和报酬已转移并作为客户取得产品控制权的时点确认收入。公司以合同/订单、出库单、报关单、货运提单等作为外销收入确认的依据。

(2) 销售收入和运保费的会计处理符合《企业会计准则》要求

报告期内，公司销售收入和运保费的会计处理符合《企业会计准则》的规定，具体分析如下：

① 销售收入的会计处理

报告期内，公司在境外销售的具体模式如下：

贸易方式	运保费承担
FOB	公司承担内陆运费，不承担运保费（运至目的地港口的海运费及保险费）
CIF	根据是否为客户垫付运保费，公司 CIF 分为两种方式： A、公司与客户按照 FOB 商定产品价，客户指定船运公司及保险公司，公司垫付海运保费，按照 CIF 方式进行报关出口产品，客户按照公司垫付海运保费金额及产品销售金额与公司分别进行结算； B、公司与客户按照 CIF 商定产品价，公司自主选择船运公司及保险公司，公司承担海运保费，按照 CIF 方式进行报关出口产品，客户按照合同金额与公司进行结算。

报告期内，公司不同贸易方式下销售收入的会计处理情况如下：

贸易方式	会计处理
FOB	根据双方确认的销售合同/订单金额计入营业收入-产品收入。
CIF	A、公司垫付运保费：根据双方确认的销售合同/订单金额扣减运保费后的金额计入营业收入-产品收入；公司垫付的运保费金额计入其他应收款-代垫海运保费；此种模式下，公司依据客户指定的船运公司，协助其报关并代垫海运保费款项，发行人的身份是代理人角色，因此采用净额法确认收入； B、公司承担运保费：根据双方确认的销售合同/订单金额扣减运保费后的金额计入营业收入-产品收入；离港后发生的运保费金额计入营业收入-海运保费收入。

在执行新收入准则的情况下，公司与客户签订的 FOB 贸易方式的销售合同/订单金额不涉及运保费，公司按照因向客户转让商品而预期有权收取的对价确认收入，计入营业收入-产品收入符合企业会计准则的规定。

CIF 方式下产生的海运保费（运至目的港口的海运费及保险费）分为以下两

种情况：

A、海运保费系客户委托订船，海运保费由公司垫付，公司向物流公司货代公司支付海运保费，并与客户结算。该种方式下公司以报关单总金额确认应收账款总额，以剔除运保费金额后的金额确认收入，代垫的海运保费部分不确认收入。公司对海运保费金额确认“其他应收款-代垫海运保费”，待客户回款代垫海运保费金额后冲回。

根据《〈企业会计准则第 14 号——收入〉应用指南》七（三）主要责任人和代理人：主要责任人或代理人的判断原则如下，企业在判断其是主要责任人还是代理人时，应当根据其承诺的性质，也就是履约义务的性质，确定企业在某项交易中的身份是主要责任人还是代理人。企业承诺自行向客户提供特定商品的，其身份是主要责任人；企业承诺安排他人提供特定商品的，即为他人提供协助的，其身份是代理人。主要责任人应当按照已收或应收的对价总额确认收入，代理人应当按照预期有权收取的佣金或手续费（即净额）确认收入。

海运保费系客户委托订船该类方式下，基于实质重于形式原则下，根据新收入准则及应用指南的相关规定，公司依据客户指定的船运公司，协助其报关并代垫海运保费款项，发行人的身份是代理人，因此采用净额法确认收入，发行人相关收入确认会计处理符合《企业会计准则》相关要求。

B、海运保费系公司自主订船，为外销客户提供运保服务过程中，公司通过询价方式自主选择确定运输代理，独立支付运费及保险费并承担运费及保险费价格变动风险。

2020 年 1 月 1 日起，公司执行《企业会计准则第 14 号收入》（2017 年修订）的相关规定：“企业应当按照分摊至各单项履约义务的交易价格计量收入，交易价格，是指企业因向客户转让商品而预期有权收取的对价金额。”“控制权转移给客户之前发生的运输活动不构成单项履约义务，而只是企业为了履行合同而从事的活动，相关成本应当作为合同履约成本。控制权转移给客户之后发生的运输活动则可能表明企业向客户提供了一项运输服务，企业应当考虑该项服务是否构成单项履约义务。”

海运保费系发行人自主订船该类方式下，公司与客户签订的合同/订单交易金额中包含由发行人承担的海运保费，其中货物离港后发生的运输保险服务系控制

权转移之后发生，构成单项履约义务。公司按照因向客户提供运保活动而有权收取的海运费单独确认海运保费收入，按照合同/订单金额扣除单项履约义务对价后的金额确认产品销售收入，发行人相关收入确认会计处理符合《企业会计准则》相关要求。

②海运保费的会计处理

报告期内，不同贸易方式下海运保费的会计处理情况如下：

贸易方式	离港后海运保费会计处理
FOB	客户承担，公司不做账务处理。
CIF	A、公司代垫，公司不做损益科目的账务处理。将海运保费金额计入其他应收款-代垫海运保费科目，待客户回款代垫海运保费金额后冲回。
	B、公司承担，公司计入营业成本-海运保费。

A、对于代垫的 CIF 海运保费金额由客户承担，公司不做账务处理，基于实质重于形式原则下，根据新收入准则及应用指南的相关规定，代理人身份采用净额法确认收入，公司相关海运保费会计处理符合《企业会计准则》相关要求；

B、根据新收入准则及应用指南的相关规定，公司将 CIF 贸易方式下离港后发生的运保费作为单项履约义务，在实际发生时单独确认营业成本-海运保费成本，公司相关海运保费会计处理符合《企业会计准则》相关要求。

综上所述，公司销售收入和运保费的会计处理方式符合《企业会计准则》的规定。

3、各期出口退税额与境外销售额匹配关系

报告期内，公司境外销售收入与出口退税金额的匹配情况如下：

单位：万元			
项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
公司出口收入（A）	72,069.04	60,229.10	36,279.59
本期出口尚未申报退税销售额（B）	14,339.64	11,846.65	6,182.32
上期出口本期申报退税销售额（C）	11,846.65	6,182.32	14,091.18
可申报出口退税销售额（D=A-B+C）	69,576.04	54,564.77	44,188.46
免抵退税额（E）	9,044.89	7,093.42	5,744.50
免抵退税额/可申报出口退税销售额（F=E/D）	13%	13%	13%
适用退税率	13%	13%	13%

报告期内，出口退税额与境外销售收入匹配，出口退税额占境外销售收入的比例与适用退税率匹配。

4、各期海运保费金额与相关境外销售额的匹配关系

单位：万元

项 目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
CIF 境外销售收入（A）	21,089.66	16,153.70	15,997.26
CIF 相应海运保费金额（B）	705.10	450.18	75.48
CIF 相应海运保费金额占 CIF 境外销售收入比重（C=B/A）	3.34%	2.79%	0.47%

注：CIF 相应海运保费金额包括买方委托订船后卖方垫付离港后发生的运保费金额及卖方自主订船并独立承担离港后发生的运保费金额。

报告期内，CIF 贸易方式下海运保费金额占收入的比重分别为 0.47%、2.79% 和 3.34%，呈现逐年上涨趋势，主要系 2020 年末以来，受国际船运公司集装箱海运运力紧张、订舱困难，相应国际海运费上涨幅度较大所致。各期海运保费金额与相关境外销售额匹配，不存在重大异常。



数据来源：Wind

5、各期投保金额与投保收入的匹配关系

报告期内，为避免境外客户的回款风险，公司与中国出口信用保险公司（以下简称“中信保”）签订了短期出口信用保险合同，对公司出口业务的部分货款进行投保。公司主要针对非即期付款、非信用证结算的客户进行出口信用保险投保。

报告期各期投保金额与投保收入的匹配关系如下：

单位：万元

项 目	序号	2022 年度	2021 年度	2020 年度
投保金额（万美元）	A=（B+C）	2,173.47	3,358.67	1,219.67
其中：保单约定投保金额（万美元）	B	2,000.00	2,500.00	500.00
其中：追加投保金额（万美元）	C	173.47	858.67	719.67
美元平均汇率	D	6.7208	6.4512	6.8996
投保金额	E=A*D	14,607.45	21,667.46	8,415.23
投保收入	F	14,607.45	21,667.46	8,415.23
投保金额与投保收入配比关系	G=E/F	100.00%	100.00%	100.00%
境外销售收入	H	72,069.04	60,229.10	36,279.59
投保金额与境外收入配比关系	I=E/H	20.27%	35.98%	23.20%

由上表可知，报告期各期，投保金额与外销投保收入匹配，公司中信保投保收入占总体外销收入的比例（即投保金额占境外收入比例）分别为 23.20%、35.98%和 20.27%。2022 年度中信投保金额较 2021 年度有所下降，主要原因系合同《短期出口信用保险综合保险保险单》约定投保方式不同，2021 年度为无须申报方式（即默认全额投保），2022 年度变更为发行人自主选择申报方式（即被保险人应按照《保险单明细表》列明的申报方式，将符合本保单适保范围或约定保险范围的全部出口在责任生效日后 15 个工作日内向保险人申报）。2022 年度，发行人对部分收款风险较低的客户不再进行投保，减少投保金额，使得投保比例下降。

综上，报告期各期投保金额与投保收入匹配，具有匹配性。

（四）说明各期废铝产生数量与版材产量的匹配性，是否与行业和生产工艺特点一致，废铝销售价格的公允性、是否与市场价格存在显著差异，废料成本核算、结转和销售的会计处理是否符合《企业会计准则》要求,成本核算是否真实准确、相关内部控制制度是否建立健全并有效执行，废铝销售毛利贡献及毛利率波动情况，废铝销售的主要客户基本情况、是否与发行人存在关联关系或其他利益安排

1、各期废铝产生数量与版材产量的匹配性

公司报告期各期废铝主要为产品生产加工及研发试制过程中产生的裁切边角料和不良品，报告期各期废铝产生数量与胶印版材产量及铝卷领用量匹配关系如下：

项 目	序 号	单 位	2022 年度	2021 年度	2020 年度
废铝产生数量	A	吨	2,393.13	1,976.22	1,537.04
胶印版材产量	B	万平方米	7,314.08	7,863.44	6,350.70
单位胶印版材产量产生废铝量	C=A/B	吨/万平方米	0.33	0.25	0.24

由上表可知，2020 年度及 2021 年度单位胶印板材产量产生废铝量较为平稳，2022 年度有所上升，主要系：①2022 年新能源动力电池产量较上年成倍增长，电池铝箔需求随之上升，由于电池铝箔加工费相对较高，铝材加工企业将部分产能转向生产电池铝箔，造成铝卷供应非常紧张，为保障正常生产经营，公司放宽了铝卷采购的质量要求，导致胶版产品的良品率有所下降，相应生产废铝数量增加；②公司胶版第一生产线已投产十余年，2022 年公司将其停产改造升级，试生产过程中产生一定数量的废铝。报告期内公司废铝产生数量整体与胶印板材生产数量具有匹配性并与公司工艺生产特点一致。

2、废铝销售价格的公允性

报告期内，公司废铝销售定价主要为在大宗商品铝锭价格基础上进行一定折价并结合市场行情商业谈判而来，公司各期废铝销售价格与大宗商品铝锭平均价格对比情况如下：

单位：万元/吨				
项 目	序 号	2022 年度	2021 年度	2020 年度
废铝销售单价	A	1.56	1.48	1.00
铝锭平均价格	B	1.99	1.89	1.40
差异额	C=B-A	0.43	0.42	0.40

数据来源：Wind，铝锭平均价格=Σ上海期货交易所铝每工作日收盘价/工作日天数

由上表可知，报告期内公司废铝销售价格基本与大宗商品铝锭平均价格波动一致，废铝销售价格具有公允性，与市场价格不存在显著差异。

3、废料成本核算

公司废料成本核算方法如下：生产废料为产品生产加工过程中产生的裁切边角料和不良品，公司每月月末根据当月废铝的平均销售单价，确定废铝当月的入库单位成本，结合当月入库废料数量确定入库废料成本。

销售废料时，公司依据过磅记录确认销售重量，并根据相关废料的当月加权平均出库单位成本以及当月销售废料数量结转营业成本。

对此，公司制定了完善的废料管理内部控制制度，对废料的归集、入库、

存储、处置及财务核算等全流程进行了规范管理，关键控制节点以及岗位人员设置合理，实施过程中，通过生产部门、仓管部门及财务部门的相互监督和交叉复核，确保废料数量、成本核算的准确性和完整性，公司对废料管理相关的关键内部控制得到了有效执行。

综上可知，公司废料成本核算、结转和销售的会计处理符合《企业会计准则》要求，成本核算真实准确、相关内部控制制度建立健全并有效执行。

4、废铝销售毛利贡献及毛利率波动情况

报告期各期公司废铝销售毛利及毛利率情况如下：

单位：万元			
项 目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
销售毛利	-35.39	27.09	24.75
销售毛利贡献率	-0.18%	0.16%	0.15%
毛利率	-1.15%	0.96%	1.82%

由上表可知，公司废铝销售毛利贡献率极小，对公司经营不产生重大影响，报告期各期毛利率逐年下滑，主要系 2021 年四季度及 2022 年 3-6 月大宗商品铝锭价格急剧下降，公司废铝销售存在月度延迟，按照当月平均废铝销售价格核算当月废铝入库成本，次月实现销售时废铝价格下跌形成亏损所致。



数据来源：Wind

5、废铝销售主要客户情况

公司废铝销售主要客户基本情况如下：

单位：万元

公司名称	成立时间	注册资本	注册地址	股权结构	经营范围
长葛市贵源金属炉料有限公司	2009/3/10	5,000	长葛市大周镇大周村	张小荣持股 60%， 韩俊涛持股 40%	铝杆、铝棒、铝锭、铝粒、铝线、铝块、铝合金制品、铜合金制品、不锈钢制品加工销售；炉料销售。
长葛市硕通金属有限公司	2016/1/13	100	长葛市大周镇庞庄村	薛皓文持股 100%	铝合金制品、铜合金制品、不锈钢制品加工销售；金属材料、矿产品、炉料销售。
长葛市嘉兴合金有限公司	2016/12/5	500	长葛市大周镇赵明寰村	赵世兴持股 100%	锡合金、铅合金、炉料销售；金属制品加工销售；废旧金属收购销售
枞阳金程商贸有限公司	2021/4/21	1,000	安徽省铜陵市枞阳县连城工业园区	吴胜国持股 60%， 钱坤持股 40%	再生资源回收；生产性废旧金属回收；再生资源加工；再生资源销售；金属矿石销售。
河北中耐冶金炉料有限公司	2008/8/21	1,000	邯郸冀南新区台城乡东郝村村北	章晓奇持股 28%， 张竹英持股 26%， 张保强持股 23%， 程子刚持股 18%， 周永军持股 5%	复合脱氧剂(硅铝钡合金)制造；有色金属（不含稀有贵重金属）、耐火材料、机电设备及配件、钢材、建材（不含木材）、铁精粉、焦炭、五金产品的销售。

报告期各期，公司前五大废铝销售客户占比超过 80%，主要为废旧金属回收单位，与公司不存在关联关系或其他利益安排，其中三家废铝销售客户在河南省长葛市大周镇，主要系长葛市大周产业集聚区以废旧金属的回收、加工、销售为主导产业，形成了再生铝、再生镁合金、再生不锈钢三大产业基地，该地区为废旧金属回收产业集中地。

（五）说明报告期内各季度收入金额及占比情况

报告期内，公司各季度收入金额及占比情况如下：

单位：万元

项 目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
第一季度	36,822.00	23.18%	29,573.56	19.68%	21,106.97	19.32%
第二季度	44,444.18	27.98%	37,151.40	24.73%	27,308.89	24.99%
第三季度	39,574.39	24.91%	38,934.15	25.91%	29,516.15	27.02%
第四季度	38,007.90	23.93%	44,593.13	29.68%	31,326.12	28.67%
合 计	158,848.47	100.00%	150,252.24	100.00%	109,258.13	100.00%

由上表可知，公司各个季度的收入占比相对均衡，不存在明显季节性波动，公司收入集中性较低，不存在集中确认收入的情况。

二、核查程序及核查意见

（一）核查程序

针对上述事项，我们执行的核查程序如下：

- 1、访谈公司管理层、销售业务负责人，了解公司产品销售收入、销售数量和销售单价变化原因以及公司产品定价策略；
- 2、获取公司报告期各期销售收入明细，核查公司各类产品的销售情况；
- 3、查阅同行业可比公司公开披露的定期报告，获取主要竞争对手的销售收入、经营策略等信息；
- 4、获取公司报告期各期收入成本明细表，核查各细分产品的收入及占比、价格、数量、毛利率及变化情况，分析变化的合理性；
- 5、访谈公司销售负责人和研发负责人，了解下游市场需求变化及行业发展趋势；
- 6、检查公司销售合同/订单，了解公司收入确认方法、时点；统计公司外销收入中 FOB、CIF 等不同贸易方式下的收入金额及占比，检查不同贸易方式下收入确认时点、运保费会计处理是否合理；
- 7、获取运保费用明细，了解中国出口集装箱运价指数（CCFI），了解报告期各期国际航运公司集装箱海运运力紧张、订舱困难变动趋势，分析海运费单价波动的合理性，分析 CIF 相应海运保费金额与 CIF 境外销售额的匹配关系；
- 8、获取外贸企业出口退税明细申报表，与账面外销收入记录进行分析核对；
- 9、获取出口信用保险合同，查阅公司出口信用保险投保的相关记录、凭证，比对分析出口信用保险与外销投保收入规模的匹配性；
- 10、获取并查阅公司《公司废品废料管理制度》，了解废料相关内部控制制度建立情况；
- 11、访谈公司管理层及相应部门人员，了解公司内部控制制度实际执行情况，并抽取样本执行控制测试；
- 12、获取并查阅公司各期废铝产生、胶印版材、铝卷生产投入等生产数据资料，访谈公司生产负责人了解公司生产工艺特点，对比分析公司相应生产数据配比合理性；

13、查询报告期内大宗商品铝锭销售价格并与公司报告期各期废铝销售价格对比分析，核查公司废料销售定价公允性情况；

14、访谈公司财务部相关人员，了解公司废料成本核算、结转和销售的会计处理方法；

15、获取并查阅公司废铝销售毛利及毛利率变动情况；

16、访谈公司销售负责人并查询国家企业信用信息公示系统、天眼查、企查查等网站，了解公司废料销售的定价方法及公司主要废料客户背景情况，核查是否与公司存在关联关系或其他利益安排；

17、获取并查阅公司报告期内各季度销售收入金额及占比情况，分析是否存在销售季节性特点。

（二）核查意见

经核查，我们认为：

1、公司报告期内胶印版材、柔性版材销售收入变动主要系受经济环境影响终端市场需求变动、公司持续积极调整销售单价以应对原材料价格波动等因素所致，销售数量、销售单价变化具有合理性，公司与同行业可比公司收入变动趋势一致，同行业可比公司未披露细分产品单价，公司与其同类产品定价模式基本一致；

2、报告期内公司细分产品的收入及占比、价格、数量、毛利率存在一定程度波动，具有合理的原因，公司印刷版材销售情况符合下游需求变化及行业发展趋势；

3、报告期内，公司外销业务中 FOB、CIF 等贸易方式下的收入确认原则、时点、依据恰当，销售收入和运保费的会计处理符合《企业会计准则》的规定，海运费金额与 CIF 境外销售额相匹配，出口退税额与出口销售收入相匹配，出口退税额占出口销售收入的比例与适用退税率相匹配，投保金额与投保收入相匹配；

4、各期废铝产生数量与胶印版材产量相匹配，与公司生产工艺特点一致，废铝销售价格公允、与市场价格不存在显著差异，废料成本核算、结转和销售的会计处理符合《企业会计准则》要求，成本核算真实准确、相关内部控制制度建立健全并有效执行，废铝销售毛利贡献极小对公司业务不产生重大影响，

毛利率波动受铝价波动影响有所变动，废铝销售的主要客户为废旧金属回收加工企业，与公司不存在关联关系或其他利益安排；

5、公司报告期内各季度收入金额及占比相对平均，不存在明显季度性波动情况。

三、对公司境外销售的核查情况

（一）境外销售核查的具体情况，包括核查措施、所取得证据、核查比例、核查结论及依据的充分性。

1、报告期各期境外销售核查的具体情况，包括核查措施、所取得证据、核查比例

（1）境外客户访谈

我们对境外客户执行实地及视频访谈程序，了解主要经销商的基本情况、与公司合作背景情况、各期交易情况等，核查比例如下：：

单位：家、万元

项 目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
境外客户访谈数量	15	16	17
访谈客户销售金额	56,720.73	51,426.53	29,815.70
占境外收入比例	78.70%	85.38%	82.18%
其中：实地走访比例	54.42%	56.15%	48.03%
视频访谈比例	24.29%	29.24%	34.15%

（2）函证

我们对境外客户实施了函证程序，根据回函信息确认各期销售交易发生额及往来款余额。境外客户函证的具体情况如下：

单位：万元

项 目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
境外收入	72,069.04	60,229.10	36,279.59
境外客户发函金额	57,206.92	48,432.89	27,391.33
境外客户发函比例	79.38%	80.41%	75.50%
境外客户回函确认金额	57,206.92	43,868.31	24,213.23
境外客户回函差异金额	-	-	-
境外客户回函确认金额 占总额比例	79.38%	72.84%	66.74%

项 目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
境外客户未回函替代测试确认金额	-	4,564.59	3,178.10
境外客户未回函替代测试金额占总额比例	-	7.58%	8.76%
境外客户回函与替代测试确认金额占总额比例	79.38%	80.41%	75.50%
发函方式	邮寄	邮寄	邮寄

(3) 细节测试

针对客户销售收入执行了细节测试，抽取销售合同或订单、出库单、报关单、提单等原始单据，核查收入的真实性和准确性。

报告期内，收入细节测试具体情况如下：

单位：万元

项 目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
境外收入	72,069.04	60,229.10	36,279.59
细节测试确认金额	61,340.43	52,693.30	29,677.14
细节测试确认比例	85.11%	87.49%	81.80%

(4) 访谈管理层及查阅公司销售合同

访谈公司管理层和销售负责人，了解销售业务的开展、主要境外客户向公司采购产品的原因、合理性；了解公司对于境外客户的定价策略和结算方式；获取并查阅了与主要客户签署的年度框架合同、销售合同或订单等合同文件，了解公司与主要境外客户的合作背景，核查结算方式、主要合同条款等。

2、核查结论

经核查，公司报告期各期境外销售收入真实、准确、完整。

(二) 截止性测试的具体情况 & 核查结论，是否存在跨期确认收入的情形

1、截止性测试的具体情况

(1) 获取公司报告期各期末前后一个月的销售收入明细表，从中选取记账凭证，从收入记账凭证出发，追查至相应的销售合同或订单、销售出库单、签收单、内销客户对账单、报关单、提单、发票等单据，关注相关单据的日期，查看是否存在跨期确认收入现象。

(2) 从收入确认单据出发，抽样获取公司报告期各期末前后一个月的收入确认单据销售合同或订单、销售出库单、签收单、内销客户对账单、报关单、提单、发票等单据，追查至记账凭证，检查收入的完整性，确认收入是否记录于正

确的期间。

(3) 报告期各期选取的样本及测试情况如下：

单位：万元			
项 目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
资产负债表日前一个月及资产负债表日后一个月的收入金额	20,301.13	30,613.08	22,755.19
截止性测试金额	18,752.52	29,165.49	20,685.79
核查比例	92.37%	95.27%	90.91%
是否存在跨期	否	否	否

2、核查结论

报告期内，公司不存在跨期确认收入的情况。

问题 5. 关于主要经销客户

申报材料显示：

(1) 报告期各期，公司经销收入分别为 106,191.68 万元、145,451.99 万元和 153,211.43 万元，占主营业务收入的比例超 98%，同行业可比公司汇达印通、天成股份、新图新材以直销为主。

(2) 报告期内，公司向前五名客户合计销售额占当期销售总额的比例分别为 34.93%、43.02%和 42.50%，前十大客户主要位于珠三角、长三角及西班牙、韩国、土耳其等，与公司合作时间较长。

(3) 报告期内，公司对 JEIL P&P INDUSTRY CO.,LTD 销售金额分别为 2,255.79 万元、3,384.19 万元和 5,376.70 万元，对 RENDA INTERNATIONAL TRADING (HK) LIMITED 销售金额分别为 1,508.17 万元、2,011.24 万元和 3,006.79 万元，销售增长较快。

(4) 广东强邦印刷器材股份有限公司成立于 2014 年，成立当年即与公司开始合作，与公司无关联关系，报告期内为公司主要客户，销售金额分别为 5,581.41 万元、6,182.78 万元和 5,203.51 万元。

(5) 报告期内，公司关联方经销商销售收入占营业收入的比例分别为 11.35%、12.53%和 12.00%，2021 年胶印版材外销的关联方销售价格高于非关联方销售价格 3.99%。

请发行人：

(1) 结合印刷版材下游客户类型、终端需求分布特征、公司规模及经营策略等角度分析以经销模式为主的商业合理性，是否符合行业特征。

(2) 说明与前十大经销商客户的合作情况，包括但不限于客户名称、实际控制人、主要经营地、经销发行人产品去向、采购发行人产品占其同类产品采购的比例、销售发行人产品占其营业收入的比例。

(3) 结合终端客户需求变化及销售实现情况说明对 JEIL P&P INDUSTRY CO.,LTD、RENDA INTERNATIONAL TRADING (HK) LIMITED 的销售金额快速增长的原因及合理性。

(4) 说明与广东强邦的具体合作背景，2014 年至 2022 年各年销售金额及变化原因，对广东强邦的销售价格、销售毛利与发行人平均水平的差异，终端销售实现情况；广东强邦的实际控制人、股东、董监高、员工等是否与发行人及其实际控制人、股东、董监高、员工及前员工存在关联关系、委托持股或其他利益安排，发行人与广东强邦及其关联方是否存在非经营性资金往来、业务往来，是否共用“强邦”字号、是否存在纠纷或影响发行人生产经营的独立性。

(5) 说明 2021 年度外销胶印版材关联方销售价格与非关联方销售价格差异的原因，区分内、外销比较关联方和非关联方销售毛利率的差异并分析合理性。

(6) 说明主要客户与发行人、实际控制人、董监高及前述人员关系密切的家庭成员、关联方及前关联方、股东及前股东、员工及前员工等是否存在关联关系或其他利益安排。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并区分内销、外销说明对主要经销客户终端销售是否实现的核查情况，包括核查措施、所取得证据、总体及分区域核查比例、核查结论及依据的充分性。

【回复】

一、公司说明事项

(一) 结合印刷版材下游客户类型、终端需求分布特征、公司规模及经营策略等角度分析以经销模式为主的商业合理性，是否符合行业特征

1、印刷版材下游客户类型、终端需求分布特征和行业特征

公司主要从事印刷版材的研发、生产与销售，属于印刷版材生产商，下游应

用行业为印刷业，公司产品广泛应用于印刷书籍报刊、画册说明书、瓦楞纸箱、食品包装盒（袋）、药品包装物、不干胶标签、RFID 电子标签等多种印刷品。公司主要产品的境内和境外销售均以经销模式为主，因此下游客户主要为经销商，终端客户为印刷厂商和制版企业，公司产品销往国内 28 个省、自治区和直辖市以及境外 60 余个国家和地区，终端客户具有数量众多、集中度较低、区域分布广泛的特点。

公司采取经销模式为主的销售模式一方面可以充分利用经销商本地化、专业化、靠近终端客户的渠道优势，整合该区域分散的终端客户，更好地满足终端客户的需求，提升公司在当地市场的品牌知名度，维护公司良好的品牌形象，从而促进销售收入的增长；另一方面，印刷厂商常用耗材包括印刷版材、橡皮布、油墨等，该类耗材成本在印刷厂商的生产成本中占比较低，通常由经销商统一对接、销售，因此采用经销模式方便印刷厂商统一采购耗材，提升效率。

因此，就印刷版材下游客户类型、终端需求分布特征和行业特征而言，公司采用以经销模式为主的销售模式具有商业合理性。

2、公司规模及经营策略

公司自成立以来始终专注于感光材料的研发及其在印刷版材方面的应用，逐步建立了覆盖面较广的销售网络和完善的经销商管理体系，以满足业务规模增长的需要。经历近 20 年的发展，公司以经销为主的经营策略已经较为成熟和稳定，为公司的产品销售提供了广阔的市场空间，公司进而发展成为国内规模最大的印刷版材制造商之一，市场份额国内排名第二、全球排名前五，因此，采用经销模式为主的销售模式适用于公司现有的发展水平和业务规模。公司若采取直销模式并自建销售团队进行客户开拓及客户维护成本较高，不具备经济效益。

因此，从公司规模和经营策略来看，公司采用以经销模式为主的销售模式具有商业合理性。

3、同行业可比公司经销情况

公司与同行业可比公司的销售模式对比如下：

单位：亿元		
公司名称	销售模式	最近三年平均销售收入
汇达印通	公司采取直接销售的方式	3.87

天成股份	在客户较为集中的地区设立办事处直接以点对点的方式为区域内客户提供长期的配套销售服务，对于客户不集中或新开拓的市场，公司通过寻找当地代理商负责销售	1.55
新图新材	公司主要产品的国内销售以直接销售模式为主、以经销商销售模式为辅的模式；公司主要产品的国外销售均采取经销商销售	2.31
公司	公司主要产品的境内和境外销售均以经销模式为主	13.95

注：可比公司公开披露的定期报告仅披露销售政策，未披露经销商模式的销售比例和毛利。新图新材自 2022 年 11 月起在全国中小企业股份转让系统终止挂牌，其最近三年平均销售收入系 2020 年度和 2021 年度平均营业收入

报告期内，公司主要产品的境内和境外销售均以经销模式为主，公司主营业务中来自经销模式的销售收入占主营业务收入的比例分别为 98.42%、98.65%和 98.35%，同行业可比公司披露的销售模式并非以经销模式为主，未披露经销商模式的销售比例。

公司通过经销商模式实现的销售比例大于同行业可比公司，具有合理性，主要原因如下：公司终端客户包括印刷厂商和制版企业，具有地域分布广、较为分散的特点。公司营业收入规模远高于同行业可比公司，采取经销模式可以降低沟通成本，集中精力和资源加强对产品的创新和研发，从而不断提高产品的市场竞争力；同时经销商具有较为丰富的客户资源及市场需求的快速响应能力，可以更好地满足终端客户的需求，提升公司产品的品牌知名度以及扩大产品的市场影响力和销售规模。

综上所述，公司采取以经销模式为主的销售模式具有商业合理性，符合行业特征。

（二）说明与前十大经销商客户的合作情况，包括但不限于客户名称、实际控制人、主要经营地、经销发行人产品去向、采购发行人产品占其同类产品采购的比例、销售发行人产品占其营业收入的比例

1、报告期内，公司与前十大经销商的合作情况如下：

单位：万元

序号	经销商名称	开始合作年份	销售金额			实际控制人	主要经营地	采购公司产品占其同类产品采购的比例	销售公司产品占其营业收入的比例
			2022 年度	2021 年度	2020 年度				
1	ABEZETA ,S.A.	2007 年	21,891.94	17,948.71	7,514.76	ABEZETA GROUP,S.L	西班牙及拉美地区	约 80%	约 70%
	SPE	2016 年	13,552.67	13,046.79	3,486.36		除西班牙外的其他欧洲国家	约 90%	约 80%
	小计		35,444.61	30,995.50	11,001.12				
2	深圳市克伦特印刷设备有限公司	2009 年	5,670.07	10,179.00	8,782.14	杨继光、虞红夫妻	中国广东省	约 50%	约 30%
	深圳市临泉印刷器材有限公司	2017 年	4,301.76	3,953.69	2,423.76	杨继光、虞红夫妻		约 50%	约 30%
	深圳市孟佳沅电脑制版有限公司	2022 年	1,480.89	-	-	虞岩（系虞红近亲属）		约 50%	约 50%
	东莞市四维印刷器材有限公司	2022 年	801.06	-	-	杨继光、虞红夫妻		约 50%	约 50%
	上海克伦特印刷器材有限公司	2020 年	-	-	5.15	杨继光、虞红夫妻		约 1%	约 1%
	小计		12,253.78	14,132.69	11,211.05				
3	广州冠宇印刷材料有限公司	2019 年	4,579.21	4,459.26	3,644.09	沈庆峰、陈明英夫妻	中国广东省	约 80%	约 75%
	广州玺康贸易有限公司	2009 年	3,651.37	3,391.14	2,476.38			约 75%	约 75%
	广州市启盛印刷科技有限公司	2021 年	994.87	588.81	-			约 80%	约 80%
	小计		9,225.45	8,439.21	6,120.47				

4	JEIL P&P INDUSTRY CO.,LTD	2015 年	5,376.70	3,384.19	2,255.79	SHIM, JAE-HOON	亚洲韩国	约 90%	约 85%
5	广东强邦印刷器材有限公司	2014 年	5,203.51	6,182.78	5,581.41	肖基福	中国广东省	约 80%	约 50%
6	山东隆耀印刷材料有限公司	2010 年	4,846.79	4,458.61	3,878.65	高凡	中国山东省	约 80%	约 80%
7	上海众鹤国际贸易有限公司	2005 年	3,728.68	3,168.78	2,320.32	黄伟	亚洲印度尼西亚	约 80%	约 20%
8	SCREEN HD KOREA CO.,LTD.	2012 年	3,718.11	4,887.95	3,313.45	SCREEN HOLDINGS CO.,LTD.	亚洲韩国	约 60%	约 10%
9	杭州蓉光印刷器材有限公司	2009 年	3,205.68	3,091.32	2,560.44	林金虎	中国浙江省	约 80%	约 80%
10	RENDA INTERNATIONAL TRADING (HK) LIMITED	2017 年	3,006.79	2,011.24	1,508.17	申军	亚洲越南	约 90%	约 80%
11	HEIDELBERG GRAFIK TICARET SERVIS LTD STL.	2014 年	1,794.80	2,816.82	1,438.20	Heidelberger Druckmaschinen Aktiengesellschaft	亚洲土耳其	约 50%	约 10%
12	香港强邦	2013 年	-	-	4,254.50	郭良春家族	中国香港	约 100%	约 100%
合计			87,804.90	83,569.09	55,443.57				

由上表可知，公司前十大经销商均为与公司合作时间较久，经销商采购产品去向为销售给印刷厂和制版企业，公司在前十大经销商同类产品采购比例较高，因经销商经营业务范围不同，版材业务收入占各经销商营业收入比例存在一定差异。

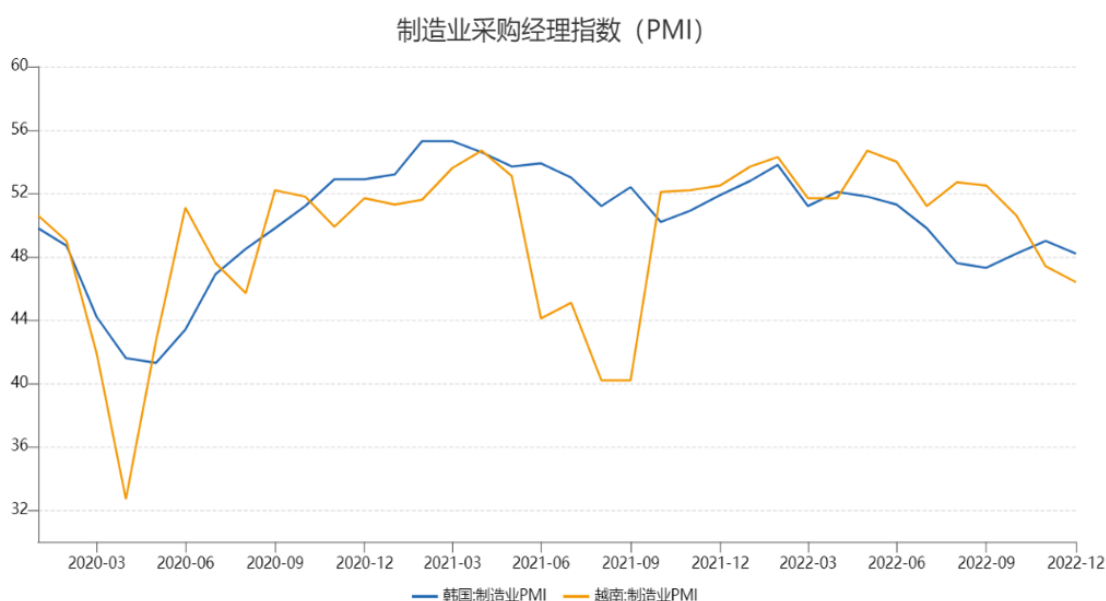
（三）结合终端客户需求变化及销售实现情况说明对 JEIL P&P INDUSTRY CO.,LTD 、RENDA INTERNATIONAL TRADING（HK）LIMITED 的销售金额快速增长的原因及合理性

1、对 JEIL P&P INDUSTRY CO.,LTD 销售金额快速增长的原因及合理性

报告期内，公司对 JEIL P&P INDUSTRY CO.,LTD（以下简称“JEIL P&P”）的销售情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	营业收入	增幅	营业收入	增幅	营业收入
销售收入	5,376.70	58.88%	3,384.19	50.02%	2,255.79



数据来源：Wind

报告期内，公司对 JEIL P&P 销售金额分别为 2,255.79 万元、3,384.19 万元和 5,376.70 万元，销售增长较快，主要原因系：①报告期内受主要原材料铝卷价格上涨影响，公司产品销售单价持续上涨；②JEIL P&P 系主营业务在韩国的印刷行业经销商，终端客户主要系韩国的印刷厂、制版企业，报告期内韩国制造业采购经理指数（PMI）和经济呈明显复苏态势，GDP 分别为 1,940.73 万亿韩元、2,071.66 万亿韩元和 2,150.58 万亿韩元，韩国印刷版材市场需求亦较为旺盛；③2021 年 JEIL P&P 开始配套销售印刷设备和印刷版材，使新客户采购印刷设备的同时搭配使用公司的印刷版材，进而增加公司印刷版材使用量；④JEIL P&P 能及时响应客户需求，与客户保持良好的合作关系，且其实际控制人具有近 30 年印刷

行业从业经验，具有较强的客户拓展能力。报告期内其致力于挖掘优质客户，销售策略的重心逐渐向产品需求量较大的客户转移，报告期内开拓 JMPRINT 等韩国当地印刷厂，销售规模持续扩大。

2、对 RENDA INTERNATIONAL TRADING (HK) LIMITED 销售金额快速增长的原因及合理性

报告期内，公司对 RENDA INTERNATIONAL TRADING (HK) LIMITED（以下简称“REND A”）的销售情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	营业收入	增幅	营业收入	增幅	营业收入
销售收入	3,006.79	49.50%	2,011.24	33.36%	1,508.17

报告期内，公司对 RENDA 销售金额分别为 1,508.17 万元、2,011.24 万元和 3,006.79 万元，销售增长较快，主要原因系：①报告期内受主要原材料铝卷价格上涨影响，公司产品销售单价持续上涨；②REND A 系主营业务在越南的印刷行业经销商，终端客户主要系越南的印刷厂、制版企业，报告期内越南制造业采购经理指数（PMI）整体呈复苏态势，此外越南经济呈快速增长趋势，GDP 分别为 8,044.38 万亿越南盾、8,479.67 万亿越南盾和 9,513.33 万亿越南盾，越南印刷版材市场需求亦持续增加；③越南当地的一家印刷版材厂商 2020 年因市场竞争和行业布局调整等因素从印刷行业转移至化工行业，REND A 积极争取到该印刷版材厂商原部分客户；④REND A 长期配套销售印刷设备和印刷版材，使客户采购印刷设备的同时搭配使用公司的印刷版材，进而增加公司印刷版材使用量；⑤REND A 拥有以客户需求为中心的售前售后服务体系，最近三年积极参加印刷展会和进行广告宣传，在维系老客户的同时积极开拓新客户，扩大现有销售规模。

3、对 JEIL P&P 及 RENDA 的收入核查情况

针对公司对 JEIL P&P 及 RENDA 的销售收入，我们主要执行了以下核查程序：

- （1）执行实地走访程序，了解其基本情况、与公司合作背景情况、各期交易情况等；
- （2）实施了函证程序，根据回函信息确认各期销售交易发生额及往来款余额；
- （3）执行细节测试，抽取销售合同或订单、出库单、报关单、提单等原始

单据，核查收入的真实性和准确性；

（4）对 JEIL P&P 的部分下游客户进行实地走访，了解 JEIL P&P 与交易情况、销售强邦新材的版材情况等；

（5）访谈发行人管理层和销售负责人，了解销售业务的开展、主要境外客户向发行人采购产品的原因、合理性，了解发行人对于境外客户的定价策略和结算方式；

（6）获取并查阅了与主要客户签署的年度框架合同、销售合同或订单等合同文件，了解发行人与主要境外客户的合作背景，核查结算方式、主要合同条款等。

经核查，我们认为报告期各期公司对 JEIL P&P 及 RENDA 的销售收入真实、准确、完整。

（四）说明与广东强邦的具体合作背景，2014 年至 2022 年各年销售金额及变化原因，对广东强邦的销售价格、销售毛利与发行人平均水平的差异，终端销售实现情况；广东强邦的实际控制人、股东、董监高、员工等是否与发行人及其实际控制人、股东、董监高、员工及前员工存在关联关系、委托持股或其他利益安排，发行人与广东强邦及其关联方是否存在非经营性资金往来、业务往来，是否共用“强邦”字号、是否存在纠纷或影响发行人生产经营的独立性

1、与广东强邦具体的合作背景

除广东强邦外，其实际控制人肖基福控制的佛山市锦印纸业有限公司（以下简称“佛山锦印”）还曾与公司发生交易，广东强邦和佛山锦印的基本情况如下：

公司名称	广东强邦印刷器材有限公司（曾用名：佛山市强邦印刷器材有限公司）	佛山市锦印纸业有限公司（曾用名：佛山市南海锦印物资贸易有限公司）
注册地址	佛山市南海区大沥镇盐步南方工业区 20 号	佛山市南海区大沥镇盐步南方工业区 19 号
注册资本	1,000 万元人民币	500 万元人民币
成立日期	2014 年 6 月 23 日	2009 年 3 月 18 日
企业类型	有限责任公司（自然人独资）	有限责任公司（自然人投资或控股）
股权结构	肖基福持有其 100% 的股权	肖基福、何伟峰分别持有其 98%、2% 的股权
执行董事	肖基福	何伟峰
实际经营业务	从事印刷设备、印刷版材的贸易	目前主要从事包装纸制品的贸易
实际控制人	肖基福	肖基福

广东强邦和佛山锦印的实际控制人肖基福具有丰富的印刷行业从业经验，2011 年从公司其他客户了解到公司印刷版材性能较好、性价比较高，故经其朋友介绍与公司建立业务联系。2011 年广东强邦尚未成立，肖基福通过佛山锦印与公司开展业务合作。随着公司印刷版材的品牌知名度逐步提升，佛山锦印为扩大其在当地的市场份额，加深与公司的业务合作关系，其实际控制人于 2014 年成立广东强邦，经营印刷版材贸易业务。肖基福在广东强邦成立后仍通过佛山锦印与公司进行业务合作，2018 年由于其业务发展规划和调整，佛山锦印的经营业务以包装纸制品的贸易为主，印刷版材业务转为仅由广东强邦与公司进行业务合作。

2、对广东强邦 2014 年至 2022 年各年销售金额及变化原因，对广东强邦的销售价格、销售毛利与发行人平均水平的差异，终端销售实现情况

(1) 对广东强邦的销售金额及变化原因

公司对广东强邦和佛山锦印合计 2014 年至 2022 年各年的销售金额如下：

单位：万元					
项 目	2014 年度	2015 年度	2016 年度	2017 年度	2018 年度
销售金额	1,565.03	2,149.33	2,709.39	3,201.72	4,137.82
项 目	2019 年度	2020 年度	2021 年度	2022 年度	
销售金额	5,859.01	5,581.41	6,182.78	5,203.52	

2014 年度至 2019 年度，公司对广东强邦和佛山锦印合计的销售金额呈逐年上升趋势，主要原因系：公司 2014 年度至 2019 年度业务规模呈整体上升趋势，随着公司印刷版材市场知名度的提升及广东强邦和佛山锦印对终端市场的开拓力度加大，公司对其销售金额亦随之上升。2020 年度公司对广东强邦销售金额较上年小幅下降 277.60 万元，主要系受全球经济下行影响，产品销售数量下降所致。2021 年度公司对广东强邦销售金额较上年增长 601.37 万元，主要系国内经济运行保持稳定恢复态势，印刷版材市场需求逐渐复苏，广东强邦凭借公司产品竞争力扩大终端客户数量及产品市场份额所致。2022 年度公司对广东强邦销售金额下降 979.26 万元，主要系 2022 年受国内经济增速放缓影响，其产品销售数量下降所致。

(2) 对广东强邦的销售价格、销售毛利与发行人平均水平的差异及终端销售实现情况

报告期内，公司仅向广东强邦销售胶印版材产品，公司对广东强邦和境内公司胶印版材的销售价格、销售毛利情况如下：

单位：元/平方米

公司名称	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	销售单价	毛利率	销售单价	毛利率	销售单价	毛利率
广东强邦	20.07	10.63%	18.36	9.69%	15.64	8.87%
境内公司	19.99	11.01%	18.42	11.07%	16.00	12.71%
差异	0.08	-0.38%	-0.07	-1.38%	-0.36	-3.84%

报告期内，公司对广东强邦销售单价和毛利率整体低于对境内公司平均水平，主要原因系广东强邦报告期各期均为公司前五大客户，采购需求量高的客户，销售价格及毛利率相对较低。

2022 年度公司对广东强邦销售单价略高于境内公司平均水平，主要原因系产品结构存在差异，一般在公司产品厚度等规格相同的情况下，热敏 CTP 版的销售单价和毛利率高于 UV-CTP 版，2022 年公司对广东强邦胶印版材销售收入中热敏 CTP 版占比较高，而 2021 年和 2020 年该比例相对较低。

报告期内，广东强邦存货余额一般维持 15-20 天销量的库存水平，终端销售实现情况较好，除其因产品发货周期和合理备货产生的存货余额外，产品均实现最终销售。

3、发行人与广东强邦的独立性

广东强邦的实际控制人、股东、董监高、员工等与公司及其实际控制人、股东、董监高、员工及前员工不存在关联关系、委托持股或其他利益安排，公司与广东强邦及其关联方不存在非经营性资金往来、业务往来。

公司与广东强邦共用“强邦”字号，不存在纠纷或影响公司生产经营的独立性的不利影响，具体如下：

（1）公司与广东强邦主营业务不同

公司自成立至今一直使用“强邦”字号，经过工商行政管理部门核准后合法登记使用“强邦”字号，使用“强邦”字号受到法律保护。公司的主营业务为印刷版材的研发、生产与销售，产品销售以经销模式为主，而广东强邦系公司的经销商，主营业务为印刷设备、印刷版材的贸易，并不涉及印刷版材的研发、生产。公司面向的客户主要系印刷行业的经销商，广东强邦面向的客户主要系印刷厂、制版企业等终端客户，在共同使用相同字号时由于客户群体差异较大，未造成市场混淆，不影响公司生产经营的独立性。

（2）公司与广东强邦不存在纠纷或潜在纠纷

根据中国裁判文书网、中国执行信息公开网等公开网站查询及公司和广东强邦实际控制人确认，公司与广东强邦共用“强邦”字号不存在纠纷或潜在纠纷。

（五）说明 2021 年度外销胶印版材关联方销售价格与非关联方销售价格差异的原因，区分内、外销比较关联方和非关联方销售毛利率的差异并分析合理性

1、2021 年度外销胶印版材关联方销售价格与非关联方销售价格差异的原因

2021 年度，外销胶印版材关联方销售价格与非关联方销售价格情况如下：

单位：万元、元/平方米

项目	类型	厚度	销售金额	销售占比	销售价格
关联方	热敏 CTP 版	不超过 0.27mm	7,232.91	55.44%	18.43
		超过 0.27mm	206.97	1.59%	26.22
		小计	7,439.88	57.03%	18.58
	UV-CTP 版	不超过 0.27mm	4,641.34	35.58%	17.54
		超过 0.27mm	926.74	7.10%	25.74
		小计	5,568.08	42.68%	18.52
	PS 版	不超过 0.27mm	37.44	0.29%	15.42
		超过 0.27mm	-	-	/
		小计	37.44	0.29%	15.42
	胶印版材合计	不超过 0.27mm	11,911.69	91.31%	18.06
		超过 0.27mm	1,133.71	8.69%	25.83
		小计	13,045.40	100.00%	18.55
非关联方	热敏 CTP 版	不超过 0.27mm	24,045.43	52.48%	18.16
		超过 0.27mm	775.36	1.69%	25.88
		小计	24,820.79	54.17%	18.33
	UV-CTP 版	不超过 0.27mm	18,140.98	39.59%	16.98
		超过 0.27mm	1,184.51	2.59%	25.46
		小计	19,325.49	42.18%	17.33
	PS 版	不超过 0.27mm	1,587.88	3.47%	15.72
		超过 0.27mm	82.75	0.18%	25.70
		小计	1,670.63	3.65%	16.03
	胶印版材合计	不超过 0.27mm	43,774.28	95.54%	17.56
		超过 0.27mm	2,042.62	4.46%	25.63
		小计	45,816.91	100.00%	17.81

整体来说，由于关联方中 SPE 销量较大，价格相对优惠。公司 2021 年外销胶印版材关联方销售价格略高于非关联方，主要原因系：①公司对境外关联方胶印

版材销售收入中热敏 CTP 版和 UV-CTP 版占比高于非关联方，热敏 CTP 版和 UV-CTP 版的销售单价高于 PS 版；②公司 2021 年对境外关联方客户销售的胶印版材中厚版占比高于境外非关联方客户，厚版相较薄版销售单价相对较高。

2、关联方和非关联方销售毛利率的差异及合理性

报告期内，公司对关联方客户销售的主要产品为胶印版材，对关联方客户柔性版材销售金额分别为 6.68 万元、5.42 万元和 0 万元，占当期柔性版材销售金额比例仅分别为 0.18%、0.10%和 0.00%，关联方客户各期仅采购几十至数百平方米的柔性版材用于终端客户试样。报告期内，公司与关联方及非关联方客户胶印版材销售毛利率情况如下：

项 目	性质	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
		内销	外销	内销	外销	内销	外销
胶印版材	关联方	10.71%	10.37%	11.18%	9.21%	12.15%	15.95%
	非关联方	11.03%	14.12%	11.06%	9.31%	12.75%	17.57%
	差异	-0.32%	-3.74%	0.13%	-0.10%	-0.60%	-1.62%

（1）境内毛利率差异合理性

报告期内，公司对境内关联方客户胶印版材销售毛利率与境内非关联方客户基本一致。

（2）境外毛利率差异合理性

2020 年度，公司对境外关联方客户胶印版材销售毛利率低于境外非关联方客户 1.62%，主要原因系 2020 年度境外关联方客户采购金额相较其他单家境外客户相对较大，采购需求量高的客户，毛利率相对较低。

2021 年度，公司对境外关联方客户胶印版材销售毛利率与境外非关联方客户基本一致，主要原因系 2021 年度胶印版材主要原材料铝卷价格持续上涨，境外毛利率整体较低，当年公司对境外采购需求量高的客户销售价格优惠力度较小。。

2022 年度，公司对境外关联方客户胶印版材销售毛利率低于境外非关联方客户 3.74%，主要原因系：①厚度等规格存在差异，公司 2022 年对境外关联方客户和境外非关联方客户销售的胶印版材中厚版（厚度超过 0.27mm）占比分别为 16.42%和 5.00%，对关联方客户销售的厚版占比高于境外非关联方客户，厚版与薄版相比销售毛利率相对较低；②2022 年度境外关联方客户采购金额相较其他单家境外客户相对较大，采购需求量高的客户，毛利率相对较低。

综上所述，公司关联方和非关联方客户销售毛利率存在一定差异，具有合理性。

（六）说明主要客户与发行人、实际控制人、董监高及前述人员关系密切的家庭成员、关联方及前关联方、股东及前股东、员工及前员工等是否存在关联关系或其他利益安排

公司客户较为集中，报告期内，公司前十大客户销售收入占比分别为 48.05%、54.28%和 54.14%。报告期各期公司前十大客户中，关联方或比照关联方披露的公司如下：

序 号	公司名称	性质	关系
1	SPE	关联方	公司参股公司
2	香港强邦	关联方	实际控制人控制的其他公司
3	杭州蓉光印刷器材有限公司	比照关联方披露的公司	实际控制人家族成员王玉兰之姐的儿子控制的公司

公司在定价时以市场化价格为基础确定，定价公允，不存在对公司或关联方的利益输送。

除上述关联方或比照关联方披露的公司外，报告期各期公司前十大客户与公司、实际控制人、董监高及前述人员关系密切的家庭成员、关联方及前关联方、股东及前股东、员工及前员工等不存在关联关系或其他利益安排。

二、核查程序及核查意见

（一）核查程序

针对上述事项，我们执行的核查程序如下：

1、访谈公司销售负责人，了解公司下游客户类型，终端客户分布情况，公司规模和经营策略；

2、查询同行业可比公司采用经销模式的情况，分析公司采用以经销模式为主的商业合理性；

3、访谈公司前十大经销商及公司管理层、销售人员，了解公司与前十大经销商的经营情况及与公司合作情况，包括但不限于经销商实际控制人、主要经营地、经销公司产品去向、采购公司产品占其同类产品采购的比例、销售公司产品占其营业收入的比例；

4、通过国家企业信用信息公示系统、企查查、天眼查等网站查询前十大客

户工商资料，核查客户实际控制人、所在地等基本情况；

5、获取报告期内公司销售收入明细表，核查公司前十大经销商销售金额；

6、访谈公司管理层、外销负责人，取得 JEIL P&P INDUSTRY CO.,LTD、RENDA INTERNATIONAL TRADING (HK) LIMITED 销量变动说明，了解并分析其销售金额快速增长的原因；

7、查阅韩国和越南报告期内 GDP 数据，了解韩国和越南经济发展趋势；

8、访谈公司销售负责人、广东强邦实际控制人，了解公司与广东强邦的合作背景、销售收入变化原因、终端销售实现情况、是否存在纠纷或潜在纠纷等情况；

9、访谈公司管理层、广东强邦实际控制人，获取广东强邦员工花名册，了解广东强邦的实际控制人、股东、董监高、员工等是否与公司及其实际控制人、股东、董监高、员工及前员工存在关联关系、委托持股或其他利益安排；

10、登录中国裁判文书网、中国执行信息公开网等公开网站，查询公司与广东强邦共用“强邦”字号是否存在纠纷或潜在纠纷；

11、获取公司报告期各期收入成本明细表，核查关联方和非关联方客户销售价格、毛利率，分析差异的原因及合理性；

12、查阅公司实际控制人、董事、监事和高级管理人员填写的调查表，获取关联自然人控制的或担任董事、高级管理人员的企业名单，核查关联方界定的完整性；

13、查阅《公司法》、《企业会计准则》、《上市公司信息披露管理办法》及《深圳证券交易所股票上市规则（2023 年修订）》关于关联方的相关规定，登录国家企业信用信息公示系统查询公司的关联方并核查关联方界定的完整性；

14、获取公司员工花名册，结合关联方信息，与前述客户公开信息进行比对，确认是否存在关联关系或其他利益安排；

15、获取公司实际控制人、董监高、关键岗位人员、控股股东、持股 5%以上股东的银行账户流水，核查其与公司主要客户是否存在资金往来的情形；

16、访谈公司主要客户，确认其与公司及其关联方是否存在关联关系或其他利益安排。

（二）核查意见

经核查，我们认为：

1、综合考虑印刷版材下游客户类型、终端需求分布特征、公司规模及经营策略，公司采取以经销模式为主的销售模式具有商业合理性，符合行业特征；

2、公司前十大经销商均为与公司合作时间较久，经销商采购产品去向为销售给印刷厂和制版企业，公司在前十大经销商同类产品采购比例较高，因经销商经营业务范围不同，版材业务收入占各经销商营业收入比例存在一定差异；

3、公司对 JEIL P&P INDUSTRY CO.,LTD、RENDA INTERNATIONAL TRADING (HK) LIMITED 的销售金额快速增长具有合理性；

4、公司对广东强邦的销售价格、销售毛利与公司平均水平的差异具有合理性；终端销售实现情况较好，除其因产品发货周期和合理备货产生的存货余额外，产品均实现最终销售；广东强邦的实际控制人、股东、董监高、员工等与公司及其实际控制人、股东、董监高、员工及前员工不存在关联关系、委托持股或其他利益安排；公司与广东强邦及其关联方不存在非经营性资金往来、业务往来；公司与广东强邦共用“强邦”字号，不存在纠纷或影响公司生产经营的独立性；

5、公司关联方和非关联方客户销售毛利率存在一定差异，具有合理性

6、报告期各期公司前十大客户中，SPE 和香港强邦系公司关联方，杭州蓉光印刷器材有限公司系比照关联方披露的公司，公司定价公允，不存在对公司或关联方的利益输送；除前述关联方或比照关联方披露的公司外，报告期各期公司前十大客户与公司、实际控制人、董监高及前述人员关系密切的家庭成员、关联方及前关联方、股东及前股东、员工及前员工等不存在关联关系或其他利益安排。

三、主要经销客户终端销售核查情况

请保荐人、申报会计师发表明确意见，区分内销、外销说明对主要经销客户终端销售是否实现的核查情况，包括核查措施、所取得证据、总体及分区域核查比例、核查结论及依据的充分性

（一）核查程序

1、获取并查阅了由公司直发终端客户的销售明细，抽样检查相关送货单据、

物流单据，并通过企查查、天眼查、百度地图等网站核查终端客户地址与送货地址一致性。报告期各期，公司直发终端客户情况及核查比例情况如下：

单位：万平方米

项 目	区 域	2022 年度	2021 年度	2020 年度
内销销售数量	华东地区	1,799.40	1,934.58	1,799.28
	华南地区	1,565.66	1,884.52	1,862.04
	其他	650.88	706.87	646.56
	小 计	4,015.94	4,525.97	4,307.88
内销直发终端数量	华东地区	1,316.16	1,012.75	1,045.03
	华南地区	846.49	884.64	904.86
	其他	382.14	266.15	284.79
	小 计	2,544.78	2,163.55	2,234.68
内销直发终端占内销数量比例	华东地区	73.14%	52.35%	58.08%
	华南地区	54.07%	46.94%	48.59%
	其他	58.71%	37.65%	44.05%
	小 计	63.37%	47.80%	51.87%
核查数量占内销直发终端数量比例	华东地区	26.71%	35.29%	30.49%
	华南地区	55.40%	65.98%	66.18%
	其他	28.44%	35.72%	24.42%
	小 计	36.52%	47.89%	44.17%
核查数量占公司销售数量比例	-	12.55%	13.27%	15.34%

注：1、公司不存在直发外销终端客户情况；

2、抽样方法说明：公司直发终端销售笔数较多，但在交易模式、公司性质等特征上整体差异较小，样本间的主要差异特征为直发终端销售数量。保荐机构、申报会计师将公司直发终端客户交易数量近似等效于直发终端客户的规模特征，基于直发各终端客户年度销售量并结合主要销售区域，将直发终端销售的终端客户明细进行分层抽样，分层抽样主要目的为提高核查效率，分层的目标是减少每一层中项目的变异性，从而在不增加抽样风险的情况下减少样本规模。具体分层抽样方法为：将直发到终端的销售明细作为总体样本，以终端收货单位为主体将总体样本销售数量进行汇总，终端收货单位分为各年度直发终端的销售面积大于 10 万平米、5 万到 10 万平米、1 万到 5 万平米和 1 万平米以下四类，针对各年度直发到终端的销售面积大于 10 万平的收货单位全部作为抽中的样本进行核查，针对其他三类收货单位，随机抽取直发到终端的收货单位作为抽中的样本进行核查，对被选取为样本的收货单位，核查单笔发货面积 3,000 平以上的订单，并保证每类样本抽查的直发到终端的销售面积不低于各类样本销售面积的 20%。经核查抽中样本的物流单、送货单据和物流地址，如均无差异，则认为该样本相关直发到终端整体的销售数量真实、准确。

3、直发终端客户的认定标准：公司与经销商签订销售合同并向经销商开具发票收取货款，相应合同产品由公司直接发货至经销商指定的终端客户现场，认定为公司产品直发终端客户。

2、获取并查阅了报告期各期境内外主要经销商对其主要终端客户销售情况表，随机抽取 1-2 笔经销商与主要终端客户交易相关合同、送货签收单、发票、

银行回单等进行穿行检查，并结合公司各期销售给经销商销售明细情况，综合判断经销商对主要终端客户销售明细表真实合理性。

3、根据主要经销商提供的其主要终端客户情况表，对主要终端客户进行访谈，了解其基本情况、与经销商合作及各期交易情况，核查情况如下：

(1) 总体情况

单位：万平方米

项 目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
访谈的终端客户家数	200	202	195
访谈的终端客户销售数量	1,514.23	1,371.25	1,112.11
访谈的终端客户销售数量占公司当期销售数量比例	20.44%	17.56%	17.29%
其中：实地走访比例	19.67%	16.39%	16.30%
视频访谈比例	0.77%	1.17%	0.99%

(2) 内销

单位：家、万平方米

项 目	区 域	2022 年度	2021 年度	2020 年度
访谈的内销终端客户家数	华东地区	100	99	101
	华南地区	26	30	28
	其他	26	29	29
	小 计	152	158	158
访谈的内销终端客户销售数量	华东地区	390.61	439.95	417.34
	华南地区	245.49	345.85	267.95
	其他	60.60	125.26	73.69
	小 计	696.69	911.06	758.97
访谈的内销终端客户销售数量占公司当期内销销售数量比例	华东地区	21.71%	22.74%	23.19%
	华南地区	15.68%	18.35%	14.39%
	其他	9.31%	17.72%	11.40%
	小 计	17.35%	20.13%	17.62%
其中：实地走访比例	-	15.93%	18.11%	16.14%
视频访谈比例	-	1.42%	2.02%	1.47%
访谈的内销终端客户销售数量占公司当期销售数量比例	-	9.41%	11.67%	11.80%
其中：实地走访比例	-	8.64%	10.50%	10.81%
视频访谈比例	-	0.77%	1.17%	0.99%

(3) 外销

单位：家、万平方米

项 目	区 域	2022 年度	2021 年度	2020 年度
访谈的外销终端客户家数	欧洲	27	23	19
	亚洲	21	21	18
	其他	-	-	-
	小 计	48	44	37
访谈的外销终端客户销售数量	欧洲	593.51	247.07	181.34
	亚洲	224.03	213.13	171.80
	其他	-	-	-
	小 计	817.54	460.20	353.14
访谈的外销终端客户销售数量占公司当期外销销售数量比例	欧洲	33.83%	14.61%	19.97%
	亚洲	14.48%	14.25%	15.21%
	其他	-	-	-
	小 计	24.11%	14.02%	16.62%
其中：实地走访比例	-	24.11%	14.02%	16.62%
视频访谈比例	-	-	-	-
访谈的外销终端客户销售数量占公司当期销售数量比例	-	11.04%	5.89%	5.49%
其中：实地走访比例	-	11.04%	5.89%	5.49%
视频访谈比例	-	-	-	-

4、根据主要经销商提供的其主要终端客户情况表，对报告期各期主要终端客户与经销商交易情况进行了函证，以确认经销商对终端客户销售的真实性，函证确认情况如下：

（1）内销

单位：家、万平方米

项 目	区 域	2022 年度	2021 年度	2020 年度
函证的内销终端客户家数	华东地区	117	125	134
	华南地区	49	57	61
	其他	36	39	39
	小 计	202	221	234
函证的内销终端客户销售数量	华东地区	408.05	487.00	505.35
	华南地区	318.61	462.44	413.95
	其他	69.13	139.43	79.32
	小 计	795.79	1,088.87	998.61
函证的内销终端客户销售数量占公司当期内销销售数量比例	华东地区	22.68%	25.17%	28.09%
	华南地区	20.35%	24.54%	22.23%
	其他	10.62%	19.72%	12.27%

	小 计	19.82%	24.06%	23.18%
函证的内销终端客户销售数量占公司当期销售数量比例	-	10.74%	13.95%	15.52%

（2）外销

因已对外销主要终端客户均进行访谈，故未对外销主要终端客户进行发函询证。

5、根据主要经销商提供的报告期各期收发存记录，核查其产品出入库情况及期末库存情况，并对比分析主要经销商期末存货是否合理及是否存在压货情况，报告期各期主要经销商期末库存情况分析如下：

（1）总体情况

单位：万平方米

项 目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
公司对提供收发存记录的经销商销售数量	5,711.07	6,216.05	4,750.58
公司对提供收发存记录的经销商销售数量占当期销售数量比例	77.10%	79.61%	73.85%
提供收发存记录的经销商期末存货数量	524.64	429.22	309.85
提供收发存记录的经销商期末存货数量占其当期采购量比例	9.19%	6.91%	6.52%

由上表可知，2020 年度及 2021 年度公司主要经销商期末库存数量占当期采购量比例相对稳定，2022 年度公司主要经销商期末库存数量占当期采购量比例有所上升，主要系 2023 年春节时间较早，外销主要经销商在扩大销售规模的同时增加备货所致。整体而言，公司经销商基于自身安排进行的合理备货外，公司产品已实现最终销售。

（2）内销

单位：万平方米

项 目	区 域	2022 年度	2021 年度	2020 年度
公司对提供收发存记录的经销商销售数量	华东地区	1,239.23	1,336.78	1,267.15
	华南地区	1,421.23	1,802.22	1,753.24
	其他	267.70	275.87	249.66
	小 计	2,928.16	3,414.88	3,270.06
公司对提供收发存记录的经销商销售数量占当期内销数量比例		72.91%	75.45%	75.91%

公司对提供收发存记录的经销商销售数量占当期销售数量比例	-	39.53%	43.73%	50.83%
提供收发存记录的经销商期末存货数量	华东地区	30.56	41.31	40.47
	华南地区	38.92	55.17	67.00
	其他	15.67	16.81	13.32
	小 计	85.14	113.29	120.79
提供收发存记录的经销商期末存货数量占其当期采购量比例	华东地区	2.47%	3.09%	3.19%
	华南地区	2.74%	3.06%	3.82%
	其他	5.85%	6.09%	5.34%
	小 计	2.91%	3.32%	3.69%

由上表可知，公司主要经销商期末库存数量占当期采购量比例较小，除基于自身安排进行的合理备货外，其采购的公司产品已实现最终销售。

（3）外销

单位：万平方米

项 目	区 域	2022 年度	2021 年度	2020 年度
公司对提供收发存记录的经销商销售数量	欧洲	1,757.09	1,686.50	639.37
	亚洲	972.18	1,042.21	781.52
	其他	53.65	72.47	59.63
	小 计	2,782.92	2,801.17	1,480.52
公司对提供收发存记录的经销商销售数量占当期外销数量比例	-	82.07%	85.34%	69.68%
公司对提供收发存记录的经销商销售数量占当期销售数量比例	-	37.57%	35.87%	23.02%
提供收发存记录的经销商期末存货数量	欧洲	303.14	188.47	76.77
	亚洲	129.17	125.50	111.87
	其他	7.18	1.97	0.41
	小 计	439.50	315.94	189.06
提供收发存记录的经销商期末存货数量占其当期采购量比例	欧洲	17.25%	11.17%	12.01%
	亚洲	13.29%	12.04%	14.31%
	其他	13.39%	2.72%	0.69%
	小 计	15.79%	11.28%	12.77%

相比于内销经销商，鉴于外销出口销售需要报关出口、预定船运及运输时间较长，公司外销经销商通常需要比内销经销商预备更多安全库存，故而外销经销商期末库存数量占其当期采购量比例较高，除基于自身安排进行的合理备

货外，境外经销商采购的公司产品已实现最终销售。

6、访谈过程中对主要终端客户仓库进行查看，观察是否存放公司产品以核实经销商对其销售真实性。

综合上述核查程序，保荐机构、申报会计师对经销商终端销售核查的总体结果如下：

单位：万平方米			
项 目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
核查的终端客户销售数量	2,602.37	2,611.09	2,291.01
核查的终端客户销售数量占公司当期销售数量比例	35.13%	33.44%	35.62%

（二）核查意见

经核查，我们认为主要经销客户终端销售具有真实性，相关核查依据充分。

问题 6. 关于毛利率

申报材料显示：

（1）报告期各期，公司胶印版材毛利率分别 14.25%、10.33%和 12.12%，高于可比公司汇达印通和天成股份、低于新图新材。

（2）报告期各期，公司柔性版材毛利率分别为 51.10%、47.91%和 38.36%，持续下降。

请发行人：

（1）从单位价格、单位成本角度量化分析报告期内发行人胶印版材毛利率高于汇达印通和天成股份的原因，考虑销售费用后比较发行人胶印版材与新图新材毛利率的差异并分析合理性。

（2）结合柔性版材产品主要客户调价机制、产品竞争力等分析毛利率持续下降的原因，与可比公司同类产品毛利率变化的差异，导致柔性版材毛利率下降的不利因素是否将持续。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、公司说明事项

（一）从单位价格、单位成本角度量化分析报告期内发行人胶印版材毛利率高于汇达印通和天成股份的原因，考虑销售费用后比较发行人胶印版材与新

图新材毛利率的差异并分析合理性

汇达印通、天成股份和新图新材报告期内均仅公开披露其各类产品营业收入及营业成本，未披露其单位价格、单位成本及销量信息，故无法对单位价格、单位成本进行测算。

1、公司与汇达印通和天成股份胶印版材毛利率差异及合理性

报告期内，公司与汇达印通、天成股份各类胶印版材销售收入及毛利率情况如下：

单位：万元

2022 年度									
版材类型	汇达印通			天成股份			公司		
	金额	占比	毛利率	金额	占比	毛利率	金额	占比	毛利率
PS 版	-	-	/	435.88	2.55%	4.57%	3,365.33	2.24%	9.30%
UV-CTP 版	17,048.77	35.14%	7.74%	5,013.88	29.35%	10.30%	34,537.05	23.02%	11.71%
热敏 CTP 版	31,461.54	64.86%	7.54%	11,635.60	68.10%	9.86%	112,126.89	74.74%	12.34%
胶印版材合计	48,510.31	100.00%	7.61%	17,085.35	100.00%	9.85%	150,029.27	100.00%	12.12%
2021 年度									
版材类型	汇达印通			天成股份			公司		
	金额	占比	毛利率	金额	占比	毛利率	金额	占比	毛利率
PS 版	-	-	/	300.80	1.78%	4.40%	3,501.04	2.47%	7.92%
UV-CTP 版	11,620.10	32.97%	7.55%	5,492.73	32.52%	9.11%	39,233.13	27.66%	7.82%
热敏 CTP 版	23,622.33	67.03%	9.02%	11,099.33	65.70%	10.08%	99,089.52	69.87%	11.41%
胶印版材合计	35,242.43	100.00%	8.54%	16,892.86	100.00%	9.67%	141,823.68	100.00%	10.33%
2020 年度									
版材类型	汇达印通			天成股份			公司		
	金额	占比	毛利率	金额	占比	毛利率	金额	占比	毛利率
PS 版	-	-	/	462.70	3.73%	9.74%	3,537.12	3.39%	9.57%
UV-CTP 版	7,746.26	30.76%	9.12%	5,462.60	44.00%	11.37%	29,169.30	28.00%	11.25%
热敏 CTP 版	17,440.37	69.24%	10.70%	6,489.87	52.27%	11.06%	71,482.93	68.61%	15.71%
胶印版材合计	25,186.63	100.00%	10.22%	12,415.17	100.00%	11.15%	104,189.35	100.00%	14.25%

数据来源：根据可比公司公开披露的定期报告计算得出；新图新材自 2022 年 11 月起在全国中小企业股份转让系统终止挂牌，下同。

报告期内，公司、汇达印通和天成股份均以销售热敏 CTP 版、UV-CTP 版为主。一般在公司产品厚度等规格相同的情况下，热敏 CTP 版的毛利率高于 UV-CTP 版。

汇达印通胶印版材毛利率低于公司，且处于行业较低水平，主要原因系：

（1）根据汇达印通年度报告披露“公司调整营销战略，以降低利润促进公司销售，增加公司产品在市场中的占有份额”，汇达印通降低胶印版材产品销售单价以扩大市场占有率；（2）其采用不同的定价及回款策略。同行业公司对国内客户通常采取先货后款，给予一定信用期的销售模式，汇达印通对国内客户采用先款后货、国外客户采用预付款 60%发货的销售模式，以较低的销售价格保证较高的回款要求。

天成股份胶印版材毛利率略低于公司，主要原因系：（1）公司与天成股份的产品结构存在一定差异，热敏 CTP 版毛利率高于 UV-CTP 版，公司报告期各期热敏 CTP 版销售收入占比高于天成股份；（2）根据天成股份 2021 年度报告披露“本年度公司合理优化市场布局，调整销售结构，加大现款销售”，天成股份降低胶印版材销售单价以提升回款要求和扩大市场占有率；（3）发行人不断优化产品性能，公司产品受到印刷行业下游众多企业的广泛认可，具有较高的市场地位，胶印版材产品定价亦具有一定优势；（4）发行人业务规模远高于天成股份，相对具备规模效应和供应商议价优势。

2、公司与新图新材胶印版材毛利率差异及合理性

新图新材执行新收入准则后 2020 年仍将运输费计入销售费用核算，未计入营业成本核算；报告期内新图新材将产品包装费计入销售费用核算，公司及其他同行业可比公司将产品包装费计入营业成本核算。考虑销售费用中的运输费及包装费后，新图新材胶印版材毛利率情况如下：

单位：万元

版材类型	2022 年度			2021 年度			2020 年度		
	金额	占比	毛利率	金额	占比	毛利率	金额	占比	毛利率
PS 版	/	/	/	1.66	0.01%	-37.31%	6.43	0.03%	-0.60%
UV-CTP 版	/	/	/	-	-	-	-	-	-
热敏 CTP 版	/	/	/	23,075.07	99.99%	16.19%	19,920.15	99.97%	22.11%
胶印版材合计	/	/	/	23,076.73	100.00%	16.19%	19,926.58	100.00%	22.11%

数据来源：根据可比公司公开披露的定期报告计算得出，销售费用按各类版材收入占比分摊。

新图新材境内销售以直接销售为主，产生的销售费用较多，保持较高的毛利率。考虑将全部销售费用计入主营业务成本，模拟计算公司与新图新材胶印版材的毛利率情况如下：

版材类型	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	新图新材	公司	新图新材	公司	新图新材	公司
PS 版	/	8.52%	-40.43%	7.02%	-4.81%	8.63%
UV-CTP 版	/	10.93%	-	6.92%	-	10.31%
热敏 CTP 版	/	11.55%	13.08%	10.51%	17.91%	14.77%
胶印版材合计	/	11.34%	13.07%	9.43%	17.90%	13.31%

数据来源：根据可比公司公开披露的定期报告计算得出，销售费用按各类版材收入占比分摊。

考虑将全部销售费用计入主营业务成本后，新图新材胶印版材毛利率仍高于公司，主要原因系：（1）虽然新图新材是国内较早进入印刷版材市场的厂商之一，但其主要依赖与已有客户群体的长期合作关系，在其营收规模远低于公司的情况下，其采取直销模式可采取较高的产品定价；（2）公司与新图新材的产品结构存在一定差异，热敏 CTP 版毛利率高于 UV-CTP 版，新图新材以销售热敏 CTP 版为主，报告期各期其销售热敏 CTP 版收入占其胶印版材营业收入均超过 99%，该比例远高于公司；（3）2020 年和 2021 年，发行人固定资产综合折旧率分别为 7.88%和 7.83%，新图新材固定资产综合折旧率分别为 3.42%和 3.34%，新图新材机器设备购买时间较久，多数机器设备已足额计提累计折旧，计入营业成本的折旧费相对较小。

综上所述，公司与同行业可比公司毛利率差异主要系销售模式、回款模式和产品性能导致的销售定价差异及产品结构等因素所致，具有合理性。

（二）结合柔性版材产品主要客户调价机制、产品竞争力等分析毛利率持续下降的原因，与可比公司同类产品毛利率变化的差异，导致柔性版材毛利率下降的不利因素是否将持续

柔性版材产品生产工艺较为复杂，精细程度要求较高。公司作为国内少数具备柔性版材生产能力的企业之一，突破了外资在柔性版材方面的垄断。公司通过持续研发创新，有效掌握了柔性版材生产的关键材料与核心技术工艺，产品性能、新品研发及生产能力等方面显著提升。公司柔性版材于 2018 年实现规模化生产，现已开发出十多种规格产品，在厚度、硬度、制版性能等多方面较好满足了不同领域客户的应用需求，并已出口至亚洲、非洲、欧洲等多个地区，销售规模快速扩大，市场地位显著提升。

1、报告期内柔性版材毛利率变动分析

由于公司于 2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则，根据新准则公司将计入销售费用的属于合同履约成本的运输费用调整至营业成本，剔除运输费用影响后，报告期内，公司柔性版材毛利率变化情况如下：

单位：元/平方米

项 目	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	金额	变动率/变动额	金额	变动率/变动额	金额
单位价格	190.87	-1.37%	193.53	2.48%	188.84
单位成本	117.66	16.71%	100.81	9.17%	92.34
毛利率	38.36%	-9.55%	47.91%	-3.19%	51.10%

汇达印通、天成股份和新图新材均仅生产和销售胶印版材，产品不涉及柔性版材；柔性版材国外同行业公司美国杜邦、富林特、旭化成及国内同行业公司乐凯华光均未公开披露柔性版材产品毛利率，故无法对比公司与可比公司同类产品毛利率变化的差异。

（1）2021 年度与 2020 年度柔性版材毛利率变动分析

2021 年度，柔性版材产品毛利率较 2020 年度下降 3.19 个百分点，主要原因系：

①2021 年公司柔性版材主要原材料热塑性弹性体采购单价由 2020 年的 1.64 万元/吨上涨至 1.86 万元/吨，公司柔性版材单位直接材料成本随之上升，使得公司柔性版材单位成本较 2020 年上升 9.17%；

②公司在柔性版材生产成本、合理利润的基础上，综合考虑市场竞品价格情况、产品所处生命周期、客户采购规模等因素，制定较为完整的价格体系。柔性版材产品主要原材料热塑性弹性体等市场价格发生剧烈波动，或市场竞争环境发生剧烈变化时，公司会及时与下游客户沟通调整销售价格。2021 年受原材料价格上涨影响，公司积极与下游客户协商调整售价，但为保持公司柔性版材产品的市场竞争力，销售价格仅小幅上升 2.48%，公司调价幅度未能完全覆盖成本上涨的影响。

（2）2022 年度与 2021 年度柔性版材毛利率变动分析

2022 年度，柔性版材产品毛利率较 2021 年度下降 9.55 个百分点，主要原因系：

①2022 年度公司柔性版材主要原材料热塑性弹性体采购单价由 2021 年的 1.86

万元/吨上涨至 2.07 万元/吨，公司柔性版材单位直接材料成本随之上升；此外，公司柔性版材产线位于上海市嘉定区，2022 年上半年上海地区企业普遍停工停产，公司柔性版材产量下降较多，导致生产效率下降，单位制造费用亦有所增加，综合使得公司柔性版材单位成本较 2021 年上升 16.71%；

②受国内经济增速放缓影响，国内柔性版材市场需求受到一定抑制，为刺激国内柔性版材市场客户需求，以及逐步推进柔性版材国产化进程，扩大国外柔性版材市场份额，公司 2022 年适当调低柔性版材产品销售价格，较 2021 年下降 1.37%。在前述调价措施的积极影响下，公司 2022 年柔性版材销售数量稳中有升，较 2021 年增加 3.74%。

综上所述，报告期内柔性版材毛利率持续下降主要是受 2021 年以来主要原材料热塑性弹性体价格上涨以及为应对原材料价格上涨、刺激市场需求和扩大市场份额采取的调价措施影响等因素所致。

2、导致柔性版材毛利率下降的不利因素是否将持续

（1）原材料成本上升的不利因素

报告期内公司柔性版材原材料价格逐年上升，进而对柔性版材毛利率产生负面影响。公司柔性版材原材料价格的波动主要系受原材料供求关系等因素影响，该价格未来短期内仍可能呈上升趋势。

（2）销售价格下降的不利因素

公司柔性版材销售价格受产品成本、市场竞品价格情况、产品所处生命周期、客户采购规模等因素综合影响。一般情况下，公司产品在新上市时市场竞争力较强，定价相对较高；采购需求量高的客户，销售价格相对较低。公司作为国内少数具备柔性版材生产能力的企业之一，柔性版材产品正处于快速发展阶段，公司不断开拓境内外市场，市场地位显著提升。随着柔性版材市场逐渐进入成熟期，或公司未来进一步开拓柔性版材市场，若客户采购量增加，柔性版材销售价格短期内仍可能下降。

上述导致柔性版材毛利率下降的不利因素未来短期内可能仍会存在，但长期来看柔性版材毛利率将趋于稳定，不利因素不会对公司柔性版材的毛利率持续产生负面影响。

为了应对公司柔性版材毛利率持续下降的趋势，公司积极采取以下措施降低

上述不利因素的影响：

①加大研发投入和技术创新，保持公司柔性版材产品核心竞争力并提升产品技术先进性，同时加大境内外高端印刷市场的开拓力度，逐渐实现国产替代；

②提升供应链渠道管理能力，开发其他优质供应商，积极寻找性价比更高的同类可替代原材料；

③持续优化生产工艺和改进包装方案，进而降低产品生产和包装成本。

二、核查程序及核查意见

（一）核查程序

针对上述事项，我们执行的核查程序如下：

1、访谈公司管理层和销售负责人，了解胶印版材毛利率与同行业可比公司差异原因及合理性，了解柔性版材毛利率变动的原因及合理性；

2、获取公司报告期各期收入成本明细表，对胶印版材各类产品毛利率进行分析，核查柔性版材毛利率变动情况、原因及合理性；

3、复核成本计算过程，检查单位成本中直接材料、直接人工及制造费用的计算和分配合理性及准确性；

4、获取报告期内公司主营业务成本明细，分析原材料价格变动对毛利率的影响情况；

5、访谈公司管理层、销售负责人和研发负责人，了解柔性版材产品调价机制、产品竞争力，以及公司针对柔性版材毛利率下降的不利因素应对措施；

6、查阅同行业可比公司公开披露的定期报告、公开转让说明书，获取其业务种类、销售模式、主要经营业绩等信息，计算和分析其胶印版材各类产品毛利率。

（二）核查意见

经核查，我们认为：

1、公司与同行业可比公司毛利率差异主要系销售模式、回款模式和产品性能导致的销售定价差异及产品结构等因素所致，具有合理性；

2、报告期内柔性版材毛利率持续下降主要是受 2021 年以来主要原材料热塑性弹性体价格上涨以及为应对原材料价格上涨、刺激市场需求和扩大市场份额

采取的调价措施影响等因素所致；导致柔性版材毛利率下降的不利因素未来短期内可能仍会存在，但长期来看柔性版材毛利率将趋于稳定。

问题 7. 关于其他财务问题

申报材料显示：

（1）报告期各期，发行人前五大供应商采购总额占当期材料采购总额的 72.07%、73.63%和 77.05%，所采购原材料均为铝卷；对共建新材料（苏州）有限公司的铝卷采购金额从 2020 年的 1,672.81 万元增长至 2021 年的 11,988.44 万元，2021 年采购单价 1.99 万元/吨，当年铝卷总体采购均价为 1.93 万元/吨。

（2）发行人生产经营过程中的主要污染物为废水、废气和固体废弃物，报告期各期环保费用支出分别为 333.36 万元、406.22 万元和 582.98 万元。

（3）报告期各期，公司胶印版材存货周转率分别为 8.43、10.42 和 8.64，2020 年和 2021 年可比公司平均值分别为 2.81 和 4.24，发行人解释主要系采用“经销为主，直销为辅”的销售模式提高销售效率、采用“订单导向和销售预测”的采购生产模式减少存货周转时间，同行业可比公司主要采用直销等销售模式和“以销定产、以产定采”的采购生产模式。

（4）2020 年和 2021 年公司现金分红分别为 3,375 万元和 500 万元，本次募集 14,000 万元用于偿还银行贷款及补充流动资金。

请发行人：

（1）说明前五大供应商销售的主要产品、业务规模、发行人采购占其业务规模的比例、发行人采购占其同类产品销售规模的比例，2021 年对共建新材料（苏州）有限公司铝卷采购大幅增长且采购单价高于总体均价的原因及合理性。

（2）结合数据说明报告期内主要污染物排放量与产能产量的匹配关系，工业废水排放量持续下降的原因，环保费用支出与污染物排放量的匹配关系。

（3）说明经销为主的销售模式如何提高销售效率、优于直销为主的同行业公司，采购生产以“订单导向和销售预测”如何使存货周转率高于“以销定产、以产定采”的商业合理性，充分分析胶印版材存货周转率远高于同行业可比公司的原因及合理性。

（4）结合公司财务状况、现金流及资金需求等情况，说明发行人进行大额

分红的合理性,相关股东收到分红款后的实际用途,发行人是否存在通过现金分红调节利润、支付员工薪酬、体外资金循环的情形;上市前进行大额分红后利用募集资金还贷补流的合理性,是否损害新股东的权益。

请保荐人、申报会计师发表明确意见,并结合中国证监会《监管规则适用指引——发行类第5号》“5-15 资金流水核查”的要求说明资金流水核查情况,并提供专项核查报告。

【回复】

一、公司说明事项

(一)说明前五大供应商销售的主要产品、业务规模、发行人采购占其业务规模的比例、发行人采购占其同类产品销售规模的比例,2021 年对共建新材料(苏州)有限公司铝卷采购大幅增长且采购单价高于总体均价的原因及合理性

1、公司向前五大供应商采购情况

报告期内,公司前五大供应商均为铝卷供应商,其经营情况如下:

单位:亿元

序号	供应商名称	主要产品	经营情况			
			项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
1	栋梁铝业有限公司	铝合金型材、印刷版用铝板基、铝合金模板、铝单板等	业务规模	11.10	9.10	5.40
			采购占比 ¹	28.06%	35.62%	26.21%
			采购占比 ²	39.88%	46.18%	36.14%
2	镇江源龙铝业有限责任公司	铝箔、铝带、铝板、铝锭、铝棒、铝管等	业务规模	18.90	15.20	/
			采购占比 ¹	16.30%	13.89%	/
			采购占比 ²	55.96%	46.91%	/
3	威海海鑫新材料有限公司	铝板、铝带、铝箔等	业务规模	24.40	23.00	17.60
			采购占比 ¹	6.79%	8.19%	6.40%
			采购占比 ²	9.07%	10.92%	8.53%
4	共建新材料(苏州)有限公司	铝板	业务规模	2.30	2.20	0.70
			采购占比 ¹	60.29%	54.95%	25.09%
			采购占比 ²	62.41%	56.42%	28.79%
5	江苏鼎胜新能源材料股份有限公司	空调铝箔、单零箔、双零箔、铝板带、新能源电池铝箔等	业务规模	156.50	181.68	124.27
			采购占比 ¹	0.59%	0.62%	0.94%
			采购占比 ²	11.24%	10.76%	12.07%
6		铝箔、铝板、铝卷	业务规模	/	/	9.40

	江阴博威合金材料有限公司		采购占比 ¹	/	/	14.81%
			采购占比 ²	/	/	44.99%
7	安徽金誉材料股份有限公司	铝合金锭坯、铝板、铝箔、压花铝板等	业务规模	31.80	22.52	18.33
			采购占比 ¹	2.73%	2.57%	4.42%
			采购占比 ²	95.60%	37.83%	49.71%

注：采购占比¹系公司采购金额占供应商业务规模的比例，采购占比²系公司采购金额占供应商同类产品销售规模的比例

2、2021 年对共建新材料（苏州）有限公司采购变动分析

2021 年，公司向共建新材料（苏州）有限公司（以下简称“共建新材”）分季度采购情况及铝卷总体采购情况如下：

项 目		一季度	二季度	三季度	四季度	合计
对共建新材	采购量（吨）	361.89	1,757.06	1,856.36	2,033.95	6,009.25
	采购量占比	6.02%	29.24%	30.89%	33.85%	100.00%
	采购单价（万元/吨）	1.67	1.89	2.06	2.09	1.99
全部铝卷	采购量（吨）	13,207.62	15,718.54	13,930.70	14,044.67	56,901.53
	采购量占比	23.21%	27.62%	24.48%	24.68%	100.00%
	采购单价（万元/吨）	1.69	1.87	2.07	2.08	1.93
对共建新材采购量占全部铝卷采购量的比例		2.74%	11.18%	13.33%	14.48%	10.56%

2021 年前三季度铝材市场价呈持续上升趋势，第四季度初达到年内高点后有所下降，公司各季度向共建新材的采购均价与铝材市场价走势基本一致。2021 年，受限电对电解铝产能影响以及新能源动力电池产量大幅增长，电池铝箔需求随之上升，使得印刷用铝卷供应十分紧张，在共建新材产品品质符合要求且产能有保证情况下，发行人加大了对共建新材的采购量。公司不断增加对共建新材的采购量，2021 年公司对共建新材的采购均价为 1.99 万元/吨，高于公司采购铝卷的总体均价，主要系公司在铝价较高的三、四季度对共建新材的采购量占比较高所致。



数据来源：Wind

（二）结合数据说明报告期内主要污染物排放量与产能产量的匹配关系，工业废水排放量持续下降的原因，环保费用支出与污染物排放量的匹配关系

1、污染物排放情况分析

报告期各期，主要污染物排放量与产品产量的配比情况如下：

单位：万平方米、吨、吨/万平方米

项目		2022 年度	2021 年度	2020 年度
产量	胶印版材	7,314.08	7,863.44	6,350.70
	柔性版材	26.02	35.78	20.34
	合计	7,340.10	7,899.22	6,371.04
工业废水	排放总量	535,178.00	569,581.00	621,104.00
	单位产出	72.91	72.11	97.49
工业废气	排放总量	34.13	36.47	29.46
	单位产出（kg/万平方米）	4.65	4.62	4.62
边角料、残次品	产出总量	1,969.39	1,976.22	1,537.04
	单位产出	0.27	0.25	0.24

（1）工业废水产出量分析

报告期各期，工业废水排放量分别为 621,104.00 吨、569,581.00 吨和 535,178.00 吨，单位产出量分别为 97.49 吨/万平方米、72.11 吨/万平方米和 72.91 吨/万平方米，2020 年排放量和单位产出量均较高，主要受上海强邦生产线的影响所致，具体分析如下：

胶印版材的生产包含多道水洗工艺及车间、设备冲洗，对水的耗用量较大，其生产线呈直线排布，铝基板从产线一端进入生产设备构成的密闭空间后，各工

序连续不断进行，版材从产线另一端输出，经裁切、检验、包装后入库。因此，产线只要处于开机状态就会持续耗水，生产用水与产线开机时长密切相关，但版材产量除了与开机时长有关，还受出卷速度影响，根据不同版材的生产要求，公司产线的出卷速度可控制在 10-30 米/分钟不等。

2020 年，公司开机的胶印版材生产线包含上海强邦的 1 条，上海强邦的产线建设时间较长、相对落后，出卷速度较慢、耗水量较高，生产效率相对较低，因此导致工业废水的排放量和单位产出量均较高。2021 年之后，上海强邦不再从事印刷版材生产，公司还通过工艺改进增加循环用水量、加强生产用水管理等措施来降低了产线耗水量，因此废水单位产出量下降较多。

2021 年和 2022 年，工业废水单位产量基本保持稳定，2022 年工业废水排放量较 2021 年进一步下降，主要系产品产量下降所致。

（2）其他污染物产出量分析

报告期各期，工业废气单位产出量基本保持稳定。

报告期各期，边角料、残次品单位产出量分别为 0.24 吨/万平方米、0.25 吨/万平方米和 0.27 吨/万平方米，2022 年单位产出量相对较高，主要系胶印版材良品率下降及胶版第一生产线停产改造影响，具体情况为：①2022 年新能源动力电池产量较上年成倍增长，电池铝箔需求随之上升，由于电池铝箔加工费相对较高，铝材加工企业将部分产能转向生产电池铝箔，造成铝卷供应非常紧张，为保障正常生产经营，公司放宽了铝卷采购的质量要求，导致胶版产品的良品率有所下降；③公司胶版第一生产线已投产十余年，2022 年公司将其停产改造升级，试生产过程中耗用了一定数量的原材料，并产生了较多的废品。

2、环保费用支出分析

报告期内，公司环保费用支出具体构成情况如下：

单位：万元

项 目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
固废处置费用	201.89	185.98	118.45
物料费用	287.39	156.04	155.62
人工费用	51.59	51.44	44.61
其他费用	42.11	12.76	14.68
合计	582.98	406.22	333.36

公司环保费用支出一方面与污染物排放量相关，另一方面也受各地环保治理

要求变化的影响，近年来无论从政策层面还是实际执行力度上，各地政府对环保治理的要求愈发严格，因此公司报告期内的环保费用支出金额持续增加，2022 年物料费用增加较多，主要系用于处理污染物的物料用量增加及采购价格有所上涨所致。

（三）说明经销为主的销售模式如何提高销售效率、优于直销为主的同行业公司，采购生产以“订单导向和销售预测”如何使存货周转率高于“以销定产、以产定采”的商业合理性，充分分析胶印版材存货周转率远高于同行业可比公司的原因及合理性

1、公司及同行业公司存货及经营规模

报告期各期，公司及同行业公司期末存货及经营规模情况如下：

单位：万元				
公司名称	项 目	2022 年度/2022 年末	2021 年度/2021 年末	2020 年度/2020 年末
汇达印通	营业成本	47,257.18	34,198.43	24,935.57
	存货平均余额	4,802.86	4,424.61	6,357.72
	存货周转率	9.84	7.73	3.92
天成股份	营业成本	15,428.76	15,296.52	11,096.13
	存货平均余额	8,983.13	7,695.17	5,725.73
	存货周转率	1.72	1.99	1.94
新图新材	营业成本	/	20,573.85	15,517.41
	存货平均余额	/	6,875.96	6,031.74
	存货周转率	/	2.99	2.57
行业平均	营业成本	31,342.97	23,356.27	17,183.04
	存货平均余额	6,892.99	6,331.91	6,038.40
	存货周转率	4.55	4.24	2.81
公司	营业成本-胶印版材	131,840.90	127,174.57	89,342.87
	存货平均余额-胶印版材	15,262.41	12,209.44	10,597.47
	存货周转率-胶印版材	8.64	10.42	8.43
公司胶印版材营业成本对比行业平均水平倍数		4.21	5.44	5.20
公司胶印版材存货余额对比行业平均水平倍数		2.21	1.93	1.76

数据来源：根据可比公司公开披露的定期报告计算得出；新图新材自 2022 年 11 月起在全国中小企业股份转让系统终止挂牌

公司主要采用经销模式，经营规模远高于直销为主的同行业公司，主要系终端客户包括印刷厂、制版企业，具有地域分布广、较为分散的特点，公司采

取经销模式可以降低沟通成本，同时充分利用经销商本地化、专业化、靠近终端客户的渠道优势，更好地满足终端客户的需求，以扩大产品的市场影响力及销售规模，提高销售效率。

公司采购生产采用“订单导向和销售预测”相结合，系公司客户群稳定，主要客户均合作多年，公司根据预测客户需求、未来订单判断和公司生产周期等因素制定符合自身经营特点的备货周期，经过多年的生产经营，公司已形成一套高效、成熟的存货采购及储备模式和运营机制，在公司经营规模为同行业可比公司 4 倍多的情况下，公司期末平均存货库存规模未同比例高于同行业可比公司，从而提高了公司存货周转率。

2022 年度，汇达印通存货周转率略高于公司，主要系其 2022 年度调整营销战略，通过降低利润、扩大市场销售区域方式增加销售规模，存货周转率加快所致。

公司与同行业可比公司产品产量对比情况如下：

公司名称	产品产量
汇达印通	年产量可达 2,400 万平方米
天成股份	年生产各种印刷版材 2,000 万平方米
新图新材	2 条高速全自动印刷版材生产线，年生产能力达到 1,500 万平方米
公司	报告期内，公司胶印版材产量分别为 6,350.70 万平方米、7,863.44 万平方米和 7,314.08 万平方米

数据来源：可比公司官网、公开披露的定期报告、公开转让说明书、企业社会责任报告等

公司已拥有 7 条胶印版材生产线、1 条柔性版材生产线，胶印版材年产能达 8,000 万平方米，对于各类型产品进行专线专做，能够快速响应对客户各产品的销售需求，并且长期合作的主要原材料铝卷供应商距离公司较近，公司主要原材料采购周期较短，故而不需要对主要原材料及各类型产品进行大量备货，而对于产能较低的同行业可比公司，其生产线较少，为及时满足客户销售需求需要对不同种类产品进行一定备货，因此同行业可比公司存货周转率低于公司。

综上所述，公司通过经销模式降低沟通成本，同时充分利用经销商本地化、专业化、靠近终端客户的渠道优势，更好地满足终端客户的需求，以扩大产品的市场影响力及销售规模，提高销售效率；公司采购生产采用“订单导向和销售预测”相结合，经过多年的生产经营，公司已形成一套高效、成熟的存货采购及

储备模式和运营机制，并拥有 7 条胶印版材生产线、1 条柔性版材生产线，对于各类型产品进行专线专做，能够快速响应客户各产品的销售需求，及长期合作的主要原材料铝卷供应商距离公司较近，公司主要原材料采购周期较短，故而在经营规模远高于同行业可比公司的情况下，公司期末平均存货规模未同比例高于同行业可比公司，从而提高了公司存货周转率。

（四）结合公司财务状况、现金流及资金需求等情况,说明发行人进行大额分红的合理性,相关股东收到分红款后的实际用途，发行人是否存在通过现金分红调节利润、支付员工薪酬、体外资金循环的情形；上市前进行大额分红后利用募集资金还贷补流的合理性,是否损害新股东的权益

1、公司历次分红情况

公司自成立以来，共进行了三次分红，历次分红款的实际用途情况如下：

单位：万元

序号	分红情况	分红款使用情况	
		用途	金额
1	2020 年 5 月，公司分红 875 万元（含税），扣税后股东实得分红款 700 万元	冲抵郭良春从强邦新材的借款	700.0
2	2020 年 11 月，公司分红 2,500 万元（含税），扣税后股东实得分红款 2,000 万元	（1）借款给公司员工，用于缴纳员工持股平台出资款	600.00
		（2）转账给实际控制人家族成员郭俊成、郭俊毅，用于缴纳员工持股平台出资款	400.00
		（3）支付安徽弘圣投资款	300.00
		（4）支付元邦合伙投资款	200.00
		（5）郭良春归还上海强邦的借款	100.00
		（6）冲抵郭良春从强邦新材的借款	10.00
		（7）购买理财产品及个人其他零星支出	390.00
3	2021 年 12 月，公司分红 500 万元（含税），扣税后股东实得分红款 400 万元	公司股改时注册资本由 10,000 万元增至 12,000 万元，分红款用于缴纳由此产生的个人所得税	400.00

公司大额分红主要发生在 2021 年之前，2019 年和 2020 年强邦有限单体报表中经营活动产生的现金流量净额分别为 4,469.66 万元和 2,167.31 万元，资金状况良好，足够支付 2020 年 3,375 万元的分红款。

从上表可见，历次分红款主要用于偿还实际控制人从公司的借款、缴纳员工持股平台部分出资款、缴纳股改产生的个人所得税以及实际控制人对外投资等，分红目的系服务于 IPO 申报前规范内控、员工股权激励及股份制改造等常规事项，

不存在通过现金分红调节利润、支付员工薪酬、体外资金循环的情形。

2、大额分红后利用募集资金还贷补流的合理性

2021 年，公司主要原材料铝卷的市场价格呈单边快速上升趋势，且上游铝卷市场供应紧张，供应商对付款期限收紧，为确保铝卷能够及时稳定供应，公司合理增加备货并预付一定铝卷采购款项，营运资金需求大幅增加，因此公司通过银行借款来满足增长的资金需求，2021 年末银行借款余额由 2020 年末的 1,001.08 万元增至 15,608.21 万元。2021 年四季度以来铝卷市场价格总体保持高位震荡运行，因此公司原材料采购的资金需求及银行借款余额亦维持在较大规模，随着业务规模继续扩大，公司偿还银行借款及补充流动资金的需求较为急迫，因此拟实施“偿还银行贷款及补充流动资金”的募投项目，相关募投项目的实施可以优化公司资金结构、降低财务成本、增强公司资金实力，不存在损害新股东权益的情形。

二、核查程序及核查意见

（一）核查程序

针对上述事项，我们执行的核查程序如下：

- 1、查询主要供应商工商登记信息及其官网介绍，了解其经营范围及主要经营产品；
- 2、获取主要供应商关于其主要产品及经营规模的说明文件；
- 3、访谈公司采购负责人，了解 2021 年公司对共建新材料（苏州）有限公司的铝卷采购大幅增长的原因；
- 4、获取公司对共建新材料（苏州）有限公司 2021 年度的采购明细，分析采购价格变动情况与市场价是否一致；
- 5、对比报告期主要污染物的单位产量产出情况，分析其变动的合理性；
- 6、获取公司环保费用支出明细，分析其与污染物排放量的匹配性；
- 7、访谈公司管理层及销售人员，了解公司产品销售的行业特性，公司采取经销为主的原因及经销模式对比同行业可比公司直销模式的优势；
- 8、访谈采购部门负责人、生产部门负责人、销售部门负责人，了解公司各产品的生产工艺及工序，了解采购周期、生产周期、销售周期、安全库存的情况；并查阅同行业公司公开披露的年度报告，对比分析可比公司与公司存货周

转率差异情况及原因；

9、核查公司股东银行流水，了解历次大额分红的具体用途并分析是否合理；

10、访谈公司管理层及财务负责人，了解公司资金需求及银行借款余额大幅增加的原因。

（二）核查意见

经核查，我们认为：

1、公司前五大供应商均系规模较大的铝材加工企业，公司采购金额占其业务规模的比例大部分在 30%以下，占其同类产品销售规模的比例相对较高，2021 年公司对共建新材料（苏州）有限公司的铝卷采购大幅增长主要系双方合作加深公司加大采购量，采购单价高于总体均价主要系铝材价格总体呈上升趋势，而公司 2021 年下半年对其采购占比较高所致；

2、报告期内主要污染物排放量与主要产量基本匹配，工业废水排放量持续下降主要系老旧产线淘汰、工艺改进、加强用水管理带来的单位耗水量下降以及 2022 年产量下降所致，公司环保费用支出与污染物排放量基本匹配；

3、公司通过经销模式降低沟通成本，同时充分利用经销商本地化、专业化、靠近终端客户的渠道优势，更好地满足终端客户的需求，以扩大产品的市场影响力及销售规模，提高销售效率；公司采购生产采用“订单导向和销售预测”相结合，经过多年的生产经营，公司已形成一套高效、成熟的存货采购及储备模式和运营机制，且公司拥有 8 条印刷版材生产线，对于各类型产品进行专线专做，能够快速响应客户各产品的销售需求，故而在经营规模远高于同行业可比公司的情况下，报告期各期末存货规模未同比例高于同行业可比公司，从而提高了公司存货周转率；

4、公司实施大额分红前的资金状况良好，分红目的系服务于 IPO 申报前规范内控、员工股权激励及股份制改造等常规事项，不存在通过现金分红调节利润、支付员工薪酬、体外资金循环的情形；铝价上涨及供应紧张导致公司资金需求大幅增加，利用募集资金还贷补流可以优化公司资金结构、降低财务成本、增强公司资金实力，不存在损害新股东权益情形。

三、资金流水核查情况

请保荐人、申报会计师结合中国证监会《监管规则适用指引——发行类第5号》“5-15 资金流水核查”的要求说明资金流水核查情况，并提供专项核查报告。

（一）资金流水的整体核查情况

1、资金流水的核查范围

保荐机构及申报会计师按照中国证监会《监管规则适用指引——发行类第5号》“5-15 资金流水核查”的要求，结合发行人所处的经营环境、行业类型、业务流程、规范运作水平、主要财务数据水平及变动趋势等，确定发行人及相关法人、自然人资金流水核查的具体程序和异常标准。

保荐机构、申报会计师选取的相关法人、自然人范围主要包括公司合并范围内主体、控股股东、持股5%以上股东、其他关联公司及比照关联方披露的公司、实际控制人、董事（独立董事除外）、监事、高级管理人员和关键岗位人员，关键岗位人员包括财务经理、出纳、核心技术人员等。

此外，保荐机构、申报会计师综合判断发行人是否存在以下情形，决定是否扩大核查范围，具体情况如下：

序 号	核查事项	公司是否存在相关情形	是否扩大核查范围
1	发行人备用金、对外付款等资金管理存在重大不规范情形	否	否
2	发行人毛利率、期间费用率、销售净利率等指标各期存在较大异常变化，或者与同行业公司存在重大不一致	否	否
3	发行人经销模式占比较高或大幅高于同行业公司，且经销毛利率存在较大异常	发行人经销模式占比较高，但报告期内主要产品经销毛利率波动具有合理性，不存在异常	否
4	发行人将部分生产环节委托其他方进行加工的，且委托加工费用大幅变动，或者单位成本、毛利率大幅异于同行业	否	否
5	发行人采购总额中进口占比较高或者销售总额中出口占比较高，且对应的采购单价、销售单价、境外供应商或客户资质存在较大异常	报告期各期，发行人外销收入占比分别为33.62%、40.85%和46.26%，但对应的销售单价、境外客户资质不存在异常	否
6	发行人重大购销交易、对外投资或大额收付款，在商业合理性方面存在疑问	否	否

序 号	核查事项	公司是否存在相关情形	是否扩大核查范围
7	董事、监事、高管、关键岗位人员薪酬水平发生重大变化	否	否
8	其他异常情况	否	否

综合考虑上述因素，我们确定的资金流水核查范围具体如下：

类别	核查主体名称/姓名	核查账户数量 (个)
公司合并范围内主体	强邦新材、安徽中邦、上海甚龙、上海强邦	66
控股股东、实际控制人	元邦合伙、郭良春、王玉兰、郭俊成、郭俊毅	60
持股 5%以上股东	昱龙合伙、强邦合伙	2
其他关联公司及比照关联方披露的公司	安徽弘圣、邑兆实业、主爵贸易、香港强邦、乔科投资、ABLE、申瓿压缩机、龙港强邦、南京江南雨印刷设备有限公司、武汉市哥德堡印刷器材有限公司、东莞市锦晟印刷器材有限公司、东莞市彩度印刷器材有限公司、中山市联日旺印刷材料商行、中山市锵邦印刷器材有限公司、杭州蓉光印刷器材有限公司、永康市强邦贸易有限公司	23
董事（独立董事除外）、监事、高级管理人员	李长华、林文丰、何敬生、JUN YANG（杨俊）、胡文、娄立斌、孙媛媛、刘庆	77
关键岗位人员（财务经理、出纳、核心技术人员）	孙长义、陈凤兰、诸建芳、范丽琴、谢延婷	56
合计		284

2、资金流水的获取方式

（1）对于公司合并范围内主体、控股股东、持股 5%以上股东、其他关联公司及比照关联方披露的公司等法人主体的银行账户（以下简称“法人账户”），对于境内法人账户，我们陪同企业经办人员前往开户银行现场打印报告期内的银行账户开立清单及银行流水；对于境外法人账户，我们受签证办理影响无法前往实地打印，在我们全程监督下公司经办人员登录银行官方网站下载并当场发送取得。

（2）对于公司实际控制人、董事（独立董事除外）、监事、高级管理人员、关键岗位人员等自然人的银行账户（以下简称“自然人账户”），对于境内自然人账户，我们陪同相关人员前往境内主要银行（包括主要国有银行、股份制银行和地方性银行），现场打印获取报告期内借记卡的银行流水。对于前述人员境外银行账户的资金流水，我们受签证办理影响无法前往实地打印，在我们全程监督下由前述人员登录官网下载报告期内借记卡的银行对账单并当场发送给中介机构。

此外，我们通过前述人员云闪付 APP 查询其相关银行账户的开立情况。

3、核查金额重要性水平确定方法和依据

（1）法人账户：单笔资金收支 20 万元以上的银行流水，以及与同一交易对手连续多笔资金收支累计 20 万元以上的银行流水；

（2）自然人账户：单笔资金收支 5 万元以上的银行流水，以及与同一交易对手连续多笔资金收支累计 5 万元以上的银行流水。

（二）资金流水的主要核查程序及证据

1、公司合并范围内主体

（1）查阅公司资金管理相关制度，了解公司财务部门设置及资金相关的授权、审批、支付等情况，执行资金循环穿行测试，分析制度的设计和执行是否存在缺陷；

（2）获取公司合并范围内主体企业信用报告、已开立银行账户清单、报告期内银行账户日记账，以及报告期内存续及注销的所有银行账户的资金流水；

（3）对公司合并范围内主体报告期各期末的银行账户余额、银行借款、注销账户、担保情况等信息进行函证，并对函证收发过程进行控制；检查银行函证回函所列信息是否相符、对回函信息差异进行核查；

（4）获取公司合并范围内主体报告期内的银行日记账，将其与取得的已开立银行结算账户清单、银行账户对账单、银行函证信息进行核对，以确认账户信息的完整性；

（5）对超过重要性水平或存在异常情形的交易进行核查，了解相关交易背景及合理性，确认相关交易的准确性与完整性，并查看包括会计记账凭证、审批单、合同文件等相关资料；

（6）核查公司合并范围内主体是否与公司合并范围外其他关联方、主要客户、供应商之间存在异常资金往来、是否存在体外资金循环的情形；

（7）取得公司合并范围内主体出具的已完整提供银行账户流水的承诺。

2、控股股东、持股 5%以上股东、其他关联公司及比照关联方披露的公司（以下简称“公司相关其他主体”）

（1）获取公司相关其他主体报告期内存续及注销的所有银行账户的资金流水；

（2）核查报告期内公司相关其他主体与公司合并范围内主体之间的资金流水往来记录，反向确认与验证关联交易的准确性与完整性；

（3）对超过重要性水平或异常的交易逐笔进行核查，核查交易对手方的身份、交易背景、发生的真实性等，重点关注是否与公司主要客户、供应商、其他关联方之间存在异常资金往来；

（4）交叉核对公司相关其他主体彼此之间及各银行账户间银行流水以确认是否遗漏名下的其他银行账户，并取得上述公司出具的已完整提供银行账户流水的承诺。

3、实际控制人、董事（独立董事除外）、监事、高级管理人员、关键岗位人员（以下简称“公司相关自然人”）

（1）获取公司相关自然人的个人信用报告、云闪付一键查卡个人银行卡报告、账户注销证明、报告期内存续及注销的银行账户的资金流水；

（2）核查上述银行流水，反向核查通过公司的银行账户与上述自然人个人账户之间的资金往来，以及对上述自然人账户之间的资金往来进行交叉核对，确认提供的银行账户是否齐备；

（3）对于超过重要性水平或存在异常情形的交易，访谈及核查交易对手方的身份、交易背景、发生的真实性等，重点关注是否与公司主要客户、供应商、其他关联方之间存在异常资金往来；

（4）对于公司相关自然人与其配偶、成年子女、兄弟姐妹等关系亲密成员之间的大额资金流水记录，访谈了解相关资金往来的发生背景，并获取相关资金流水最终用途的消费依据或书面文件等；

（5）核查报告期内公司与董事（独立董事除外）、监事、高级管理人员、关键岗位人员之间的资金流水往来记录，确认相关员工薪酬记录的完整性与准确性；

（6）前往国内大型银行和公司所在地当地银行现场查询银行开户情况，对报告期内公司相关自然人各自名下银行互转情况和相互之间的银行转账记录进行了交叉核对，以确认银行账户的完整性，并获取了云闪付一键查卡个人银行卡报告、相关自然人出具的已提供全部银行账户资金流水的承诺函。

（三）主要核查事项

1、发行人资金管理相关内部控制制度是否存在较大缺陷

我们查阅公司《货币资金管理制度》、《销售与收款管理制度》、《采购与付款管理制度》、《备用金管理制度》、《防范控股股东及其关联方资金占用制度》等相关资金管理制度，了解公司财务部门设置及资金相关的授权、审批、支付等情况；针对公司报告期内的大额资金流水记录进行专项核查，并抽取大额收款与付款记录进行测试，评价公司资金管理相关内部控制的有效性。

经核查，公司于 2022 年 12 月 31 日按照《企业内部控制基本规范》和相关规定建立的针对资金管理的相关内部控制，资金管理相关内部控制制度不存在较大缺陷。

2、是否存在银行账户不受发行人控制或未在发行人财务核算中全面反映的情况，是否存在发行人银行开户数量等与业务需要不符的情况

我们前往境内相关开户银行现场取得公司报告期内的银行账户清单及相关资金流水，对银行账户执行函证程序，并将获取的已开立账户清单、企业信用报告与公司账面的银行账户、公司主要关联方的资金流水记录等进行交叉核对；结合公司报告期内经营情况、相关银行账户资金流水记录及资金用途情况，确认银行开户数量的合理性。

经核查，报告期内，公司不存在银行账户不受公司控制或未在公司财务核算中全面反映的情况，亦不存在公司银行开户数量等与业务需要不符的情况。

3、发行人大额资金往来是否存在重大异常，是否与公司经营活动、资产购置、对外投资等不相匹配

我们查阅公司合并范围内主体报告期内全部银行账户的资金流水，对单笔 20 万元（或等值外币）及以上的资金往来记录进行专项核查，了解相关资金往来的交易背景及其合理性，并抽查相关合同、审批单、银行回单等原始单据，确认核查是否与公司经营活动、资产购置、对外投资等相匹配。

报告期内，公司大额资金流入主要来源于公司收到的货款、银行借款、增资款、关联方资金拆入等，大额资金流出主要包括支付采购货款、采购服务款、采购长期资产、职工薪酬、偿还银行借款、缴纳税款、偿还关联方资金拆入款等。

公司于 2020 年度向关联方上海强邦拆入资金 7,078.26 万元，归还资金 5,000 万元；于 2021 年度向关联方上海强邦拆入资金 6,070.12 万元，归还资金 8,148.38

万元，截至 2021 年 12 月 31 日已全部归还。保荐机构与申报会计师查阅了相关明细账及银行交易凭证。

上述资金拆借，公司参考金融机构人民币贷款基准利率及贷款市场报价利率（LPR）按天计息，具有公允性，未损害公司或公司其他股东的利益。

经核查，报告期内，公司大额资金往来不存在重大异常的情形，亦不存在与公司经营活动、资产购置、对外投资等不相匹配的情形。

4、发行人与控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员等是否存在异常大额资金往来

我们取得公司合并范围内主体报告期内全部银行账户的资金流水，对核查标准以内的资金往来记录进行专项核查；同时，获取公司员工花名册及相关人员工资明细表，与主要关联方及相关自然人报告期内的资金流水进行双向核对，重点了解除薪酬发放以外其他大额资金往来的发生背景及合理性。

报告期内，公司与控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员之间大额资金往来主要包括增资款、支付薪酬、报销款、备用金等。

公司于 2020 年度期初存在与实控人郭良春之间的拆出资金 810 万元，于当年度全部收回，其中 710 万元系以郭良春当年度应收公司分红款进行冲抵，其余 100 万以现金收回。

上述资金拆借，公司参考金融机构人民币贷款基准利率及贷款市场报价利率（LPR）按天计息，具有公允性，未损害公司或公司其他股东的利益。

经核查，报告期内，公司与控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员等不存在异常大额资金往来。

5、发行人是否存在大额或频繁取现的情形，是否无合理解释；发行人同一账户或不同账户之间，是否存在金额、日期相近的异常大额资金进出的情形，是否无合理解释

我们取得公司合并范围内主体报告期内全部银行账户的资金流水，重点关注是否存在大额或频繁取现；对报告期内借贷方大额资金往来进行专项核查，查看公司银行账户大额资金进出对应的交易对方、交易原因、交易凭证等信息及其匹配性，重点关注是否存在金额、日期相近的异常大额资金进出的情形。抽查取现资金使用的相关凭证，访谈财务人员确认取现资金用途。

经核查，报告期内，公司不存在大额或频繁取现的情形，亦不存在同一账户或不同账户之间金额、日期相近的异常大额资金进出的情形。

6、发行人是否存在大额购买无实物形态资产或服务（如商标、专利技术、咨询服务等）的情形；如存在，相关交易的商业合理性是否存在疑问

我们对报告期内公司借贷方大额资金往来进行专项核查，关注大额资金往来的背景及合理性，并结合无形资产清单、商标专利证书、管理费用明细账等核查公司是否存在大额购买商标、专利技术、咨询服务等无实物形态资产或服务等形式。

经核查，除正常采购中介机构（包括审计服务、法律顾问等）等咨询服务外，报告期内，公司不存在大额购买无实物形态资产或其他咨询服务的情形。

7、发行人实际控制人个人账户大额资金往来较多且无合理解释，或者频繁出现大额存现、取现情形

我们查阅公司实际控制人报告期内的银行账户资金流水，对于报告期内单笔超过 5 万元或当日存取现超过 5 万元以上的资金往来进行逐笔核查，通过访谈相关自然人、取得交易对手方书面确认、取得资金用途的相关证明文件、原始单据等对款项用途、性质、交易合理性进行确认。

报告期内，公司实际控制人个人账户大额资金往来主要为公司分红、薪酬发放、租金收入、理财投资、出资款、房屋购置装修、个人借款、家庭内部往来等资金往来，不存在异常且无合理解释的情形，亦不存在频繁出现大额存现、取现的情形。

经核查，报告期内，公司实际控制人个人账户不存在大额资金往来较多且无合理解释，或者频繁出现大额存现、取现情形。

8、发行人实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员是否从发行人获得大额现金分红款、薪酬或资产转让款、转让发行人股权获得大额股权转让款，主要资金流向或用途存在重大异常

我们获取公司报告期内的未分配利润科目明细表，分红股东会决议，公司花名册及工资表；查阅公司、实际控制人、董事（独立董事除外）、监事、高管、关键岗位人员等报告期内的银行账户资金流水，核查与识别是否从公司获得大额现金分红款、薪酬或资产转让款、转让公司股权获得大额股权转让款，了解相关

交易发生的背景原因，并确认主要资金流向或用途是否存在重大异常的情形。

报告期内，公司与实际控制人之间分红款主要用于偿还从公司合并范围内主体的借款、借款给公司员工用于缴纳员工持股平台出资款、投资款、购买理财产品等；在公司处任职的实际控制人、董事（独立董事除外）、监事、高级管理人员、关键岗位人员的领取薪酬情况与公司业务发展情况相匹配，相关薪酬资金流向或用途不存在重大异常。

经核查，除上述情形外，报告期内公司实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员不存在从公司获得其他大额薪酬或资产转让款、转让公司股权获得大额股权转让款的情形。

9、控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员与发行人关联方、客户、供应商是否存在异常大额资金往来

（1）我们查阅公司控股股东、实际控制人、董事（独立董事除外）、监事、高管、关键岗位人员等报告期内的银行账户资金流水，针对大额流水与公司关联方、客户、供应商，报告期各期前十大客户及供应商法定代表人、股东、董监高清单进行比对，核查是否存在与前述主体的大额资金往来，了解与分析相关资金往来发生的背景，并与相关方取得相关合同、资金支付凭证等依据。

（2）走访报告期内公司的主要客户、供应商，通过访谈确认公司的主要客户、供应商与公司的控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员不存在资金往来或其他利益安排；

（3）查阅报告期内公司主要关联方的银行账户流水，检查是否与公司控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员存在资金往来。

经核查，公司控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员与公司关联方、客户、供应商不存在异常大额资金往来。

10、是否存在关联方代发行人收取客户款项或支付供应商款项的情形

我们查阅公司主要关联方、实际控制人、董事（独立董事除外）、监事、高管、关键岗位人员等报告期内的银行账户资金流水，对于前述关联方与公司客户、供应商之间的资金流水记录进行逐笔核查，对款项性质、发生背景和原因、交易对手方的合理性等进行分析，重点关注是否存在与公司主要关联方、客户、供应商之间的异常大额资金往来或其他利益安排，并通过走访主要客户或供应商的方

式了解与公司是否存在关联方代收代付等情形。

经核查，公司不存在关联方代公司收取客户款项或支付供应商款项的情形。

（四）中介机构核查意见

经核查，我们认为：

1、公司于 2022 年 12 月 31 日按照《企业内部控制基本规范》和相关规定建立的针对资金管理的相关内部控制，资金管理相关内部控制制度不存在较大缺陷。不存在资金闭环回流、体外资金循环形成销售回款或承担成本费用。

2、报告期内，公司不存在银行账户不受公司控制或未在公司财务核算中全面反映的情况，亦不存在公司银行开户数量等与业务需要不符的情况。

3、报告期内，公司大额资金往来不存在重大异常的情形，亦不存在与公司经营活动、资产购置、对外投资等不相匹配的情形。

4、报告期内，公司与控股股东、实际控制人、董事（独立董事除外）、监事、高管、关键岗位人员等不存在异常大额资金往来。

5、报告期内，公司不存在大额或频繁取现的情形，亦不存在同一账户或不同账户之间金额、日期相近的异常大额资金进出的情形。

6、报告期内，除正常采购中介机构（包括审计服务、法律顾问等）等咨询服务外，不存在大额购买无实物形态资产或其他咨询服务的情形。

7、报告期内，公司实际控制人个人账户不存在大额资金往来较多且无合理解释，或者频繁出现大额存现、取现情形。

8、报告期内，除分红用于偿还从公司合并范围内主体的借款、借款给公司员工用于缴纳员工持股平台出资款、投资款、购买理财产品外，公司实际控制人、董事（独立董事除外）、监事、高管、关键岗位人员不存在从公司其他大额薪酬或资产转让款、转让公司股权获得大额股权转让款的情形。

9、报告期内，公司控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员与公司关联方、客户、供应商不存在异常大额资金往来。

10、报告期内，公司不存在关联方代公司收取客户款项或支付供应商款项的情形。

(此页无正文，为安徽强邦新材料股份有限公司容诚专字[2023]200Z0322 号
报告之签字盖章页。)



中国·北京

中国注册会计师：

胡新荣



中国注册会计师：

朱鑫炎



中国注册会计师：

晋永杰



2023 年 4 月 28 日

