

关于对浙江锦盛新材料股份有限公司 年报问询函的回复说明

中汇会专【2023】8062号

深圳证券交易所：

根据贵局 2023 年 5 月 25 日下发的《关于对浙江锦盛新材料股份有限公司的年报问询函》(创业板年报问询函[2023]第 253 号)的要求，我们作为浙江锦盛新材料股份有限公司(以下简称公司或锦盛新材)的年报审计的会计师，对问询函中提及的问题进行了认真核查，现汇报说明如下：

问题 1

你公司于 2020 年 7 月上市，2020 年至 2022 年营业收入分别为 2.59 亿、2.93 亿、2.43 亿元，分别同比变动-24.30%、12.94%、-17.19%；归属于上市公司股东的净利润分别为 0.34 亿、0.11 亿、-0.22 亿元，分别同比变动-47.46%、-69.30%、-312.62%。

(1) 请你公司分产品类型说明上市后营业收入持续下滑的具体原因，上市前后行业趋势、竞争格局等是否发生显著变化，并结合主营业务的实际经营情况、行业发展形势、订单获取情况和 2023 年一季度经营情况等方面说明收入下滑是否具有持续性。

(2) 请你公司结合前述情况说明净利润持续大幅下滑并出现亏损的具体原因、合理性，主营业务盈利能力是否出现不利变化，结合 2023 年一季度净利润继续亏损的情况，说明你公司持续经营能力是否存在不确定，净利润亏损是否仍将持续，以及为改善盈利能力已采取和拟采取的具体措施。

(3) 请你公司结合行业情况、收入季节性、生产经营情况等说明报告期第四季度净利润下滑、显著低于前三季度的主要原因，拟采取的改善措施，并提示相关风险。(4) 请你公司结合同行业上市公司营业收入和净利润变动趋势，说明报告期内业绩表现与市场发展趋势是否一致，如否，请详细说明原因。

请保荐机构、年审会计师进行核查并发表明确意见。

【回复】

(一)分产品类型说明上市后营业收入持续下滑的具体原因，上市前后行业趋势、竞争格局等是否发生显著变化，并结合主营业务的实际经营情况、行业发展形势、订单获取情况和 2023 年一季度经营情况等方面说明收入下滑是否具有持续性

1、2020 年、2021 年、2022 年及 2023 年一季度营业收入的变化情况

公司于 2020 年 7 月上市，上市后第一年（2021 年）营业收入较上年有所增长，2022 年度营业收入有所下滑。下面分别从三个角度分析营业收入的具体下滑情况及原因：

(1) 从产品类型来看，营业收入下滑主要系化妆品包装瓶销售下滑所致

2020 年、2021 年、2022 年及 2023 年一季度，公司分产品类型的营业收入变化如下：

单位：万元

产品类型	2023 年一季度	2022 年度	2021 年度	2020 年度
化妆品包装瓶	5,031.10	23,885.45	29,110.65	25,579.70
模具	65.87	391.93	165.10	376.48
其他	-	-	40.20	-
合计	5,096.97	24,277.38	29,315.95	25,956.18

2022 年度及 2023 年 1-3 月公司营业收入有所下滑，其中 2022 年度较 2021 年度营业收入下滑 17.19%，2023 年一季度年化后营业收入较 2022 年度下滑 16.02%，主要原因系化妆品包装瓶的销售下滑。

(2) 从销售区域来看，外销收入下滑较多

2020 年、2021 年、2022 年及 2023 年一季度，公司分销售区域的营业收入构成情况如下：

单位：万元

销售区域	2023 年一季度	2022 年度	2021 年度	2020 年度
------	-----------	---------	---------	---------

内销	3,103.59	12,228.87	13,740.40	8,997.93
外销	1,993.38	12,048.51	15,575.55	16,958.25
合计	5,096.97	24,277.38	29,315.95	25,956.18

分销售区域的营业收入变动幅度如下：

单位：万元

销售区域	2023 年一季度(年化后)较上年变动		2022 年度较上年变动		2021 年度较上年变动	
	变动金额	变动幅度	变动金额	变动幅度	变动金额	变动幅度
内销	185.49	1.52%	-1,511.53	-11.00%	4,742.47	52.71%
外销	-4,074.99	-33.82%	-3,527.04	-22.64%	-1,382.70	-8.15%
合计	-3,889.50	-16.02%	-5,038.57	-17.19%	3,359.77	12.94%

由上表可知，公司外销收入的逐年下降为营业收入下滑的主要原因。外销收入持续下滑，而内销收入 2021 年度有较大幅度的增长、2022 年度有所下滑。2021 年度外销较 2020 年度下降 1,382.70 万元，2022 年度较 2021 年度下降 3,527.04 万元，2023 年一季度年化后外销收入较 2022 年度下降 4,074.99 万元。

(3) 从前十大客户看来，公司客户结构较为稳定，但销售额大部分有所下滑

2020 年、2021 年、2022 年，公司前十大客户的销售额如下：

单位：万元

期间	排名	客户名称	主要销售区域	收入金额
2022 年度	1	APR/APC[注 1]	外销	4,225.09
	2	雅诗兰黛[注 2]	外销	3,040.24
	3	FUSION PACKAGING	外销	1,392.99
	4	宁波丰环进出口有限公司	内销	1,357.81
	5	TricorBraun Hong Kong Corporation Limited	外销	1,052.47
	6	新生活[注 3]	内销	827.74
	7	上海林清轩生物科技有限公司	内销	802.85

期间	排名	客户名称	主要销售区域	收入金额
	8	MEIYUME(HONG KONG) LTD.	外销	723.02
	9	欧诗漫生物股份有限公司	内销	611.25
	10	广州市巧美化妆品有限公司	内销	607.06
		小计		14,640.52
2021 年度	1	APR/APC	外销	5,858.56
	2	雅诗兰黛	外销	3,209.80
	3	宁波丰环进出口有限公司	内销	2,117.79
	4	FUSION PACKAGING	外销	2,003.25
	5	新生活	内销	1,599.50
	6	TricorBraun Hong Kong Corporation Limited	外销	1,457.30
	7	广州市巧美化妆品有限公司	内销	948.72
	8	上海林清轩生物科技有限公司	内销	802.09
	9	上海汉森环宇进出口有限公司	内销	781.15
	10	百雀羚[注 4]	内销	778.34
		小计		19,556.51
2020 年度	1	APR/APC	外销	5,052.78
	2	FUSION PACKAGING	外销	3,689.30
	3	雅诗兰黛	外销	3,487.03
	4	TricorBraun Hong Kong Corporation Limited	外销	1,376.17
	5	广州市巧美化妆品有限公司	内销	1,330.82
	6	天津市康婷生物工程集团有限公司	内销	935.88
	7	百雀羚	内销	834.49
	8	MEIYUME(HONG KONG) LTD.	外销	800.22
	9	宁波丰环进出口有限公司	内销	725.61
	10	新生活	内销	669.89
		小计		18,902.19

注 1: APR/APC 包括: APC PACKAGING LLC、APR BEAUTY GROUP INC、APR PACKAGING INC、DESIGNWORX PACKAGINGINC;

注 2：雅诗兰黛包括：ESTEE LAUDER COMPANIES、雅诗兰黛（上海）商贸有限公司；

注 3：新生活包括：新生活集团（中国）有限公司旗下的上海新生活化妆品有限公司、上海如妍化妆品有限公司；

注 4：百雀羚包括上海百雀羚日用化学有限公司和上海百雀羚供应链管理有限公司。

近三年前十大客户基本保持稳定，未发生重大变化。

结合上述角度的数据，公司上市后营业收入下滑的原因主要系：

境外市场销售下滑：受宏观经济形势下行、消费不振的影响，北美及欧洲客户的需求减少或延后，同时特定大客户的采购策略进行了调整，使得公司向境外直接出口和通过进出口公司向境外间接出口的销售额下滑；

境内国货品牌销售下滑：受大客户百雀羚更换产品系列（注塑包装产品系列逐步更换为玻璃包装产品系列）及部分国内大客户在低迷的消费需求和激烈的市场竞争中销售下滑的影响，公司在境内市场的销售额有所下滑。

2、结合行业趋势、竞争格局、公司实际经营情况等，说明收入下滑是否具有持续性

从全球市场看，最近五年间化妆品市场规模总体上呈增长的趋势。根据前瞻产业研究院的数据，全球化妆品市场规模由 2017 年的 5,011 亿美元上升至 2022 年的 5,652 亿美元，尽管 2020 年受宏观经济波动影响有所下滑，但从总体上看，全球化妆品市场规模仍处于稳步扩大的进程中。随着我国居民人均可支配收入不断提高以及消费者对个人形象的重视程度的提升，我国的化妆品市场得到了极大的发展。2016 年至 2022 年，国内化妆品零售总额从 2,222 亿元增长至 3,936 亿元，年复合增长率约 10%。根据 Euromonitor 的统计数据，2021 年中国化妆品行业销售额位列全球第二，仅次于美国，2022-2026 年预计年均复合增长率为 7.8%。

随着化妆品市场需求不断增加，化妆品包装市场也随之增长。根据中国包装联合会的统计数据，全国规模以上企业的塑料包装箱及容器制造行业主营业务收入从 2011 年的 1,353.68 亿元增长至 2023 年的 1,811.05 亿元。同时，行业的利润总额由 2011 年的 92.79 亿元增长至 2023 年的 94.6 亿元。受宏观经济波动带来的终端消费需求不振及出口增长乏力等因素影响，2022 年全国规模以上企业的塑料包装箱及容器制造行业主营业务收入规模与利润总额都有所回落，其中主营业

务收入规模下降 5.3%，利润总额下降 16.7%，与公司 2022 年的营业收入及利润波动趋势基本一致。但随着化妆品消费市场的增长及市场环境的改善，未来化妆品包装行业规模依然有望保持增长趋势。

化妆品塑料包装行业参与者数量多，行业上下游市场化程度较高，同时行业下游主要为国内外化妆品知名品牌，大品牌占据化妆品市场份额较高，下游客户对化妆品塑料包装供应商在生产规模、产品质量、资质认证等方面要求较高，行业领先企业在竞争实力方面更有优势，但市场竞争整体而言较为充分，市场化程度较高，目前行业内并无绝对优势企业。

受宏观经济波动带来的终端消费需求不振及出口增长乏力等因素影响，2022 年度公司销售额有所下滑，并导致经营出现亏损。公司管理层一直在积极应对，主要的应对措施包括：

(1) 围绕现有重点客户持续开发新的需求，争取新产品订单

公司将围绕现有核心客户，深度参与其新产品包装容器的开发过程，在原有合作产品的基础上进一步深化合作，争取更多的新产品订单。

(2) 聚焦国内市场大型客户，并开拓国内新消费品牌市场

近年来公司一直在积极开拓国内大品牌新客户，并已取得较为明显的成效，开拓的新客户包括：上海家化、贝泰妮、华熙生物、诺斯贝尔、福瑞达、乾心生物（米加）、银谷玫瑰树、正喧品牌（摇滚动物园）、梵蓉生物（真珠美学）等。

(3) 开拓新的产品线，丰富产品结构，在提高盈利能力的同时提升综合竞争力和抗风险能力

公司将依托现有大客户资源和现有生产场地，将产品线延伸至吹塑瓶、彩妆类化妆品包装物，并积极开拓客户，实现营业收入和净利润的增长。

综上所述，公司上市后营业收入下滑主要是受到外部多重不利因素的影响所致，包括大客户采购策略调整、客户自身需求减少或延后等，公司已针对上述不利局面进行积极应对，采取了包括争取核心客户大额订单、积极开拓国货品牌大客户、延伸产品线至吹塑瓶和彩妆类包装等措施，预计在上述应对措施积极作

用下，公司收入下滑的趋势将逐步得到扭转。

(二) 结合前述情况说明净利润持续大幅下滑并出现亏损的具体原因、合理性，主营业务盈利能力是否出现不利变化，结合 2023 年一季度净利润继续亏损的情况，说明你公司持续经营能力是否存在不确定，净利润亏损是否仍将持续，以及为改善盈利能力已采取和拟采取的具体措施

1、净利润持续大幅下滑并出现亏损的具体原因、合理性，主营业务盈利能力是否出现不利变化

2020 年、2021 年、2022 年及 2023 年一季度，公司利润表主要项目情况如下：

单位：万元

项 目	2023 年一季度	2022 年度	2021 年度	2020 年度
营业收入	5,096.96	24,277.38	29,315.95	25,956.18
营业成本	4,736.52	22,157.93	22,532.43	16,718.09
销售费用	185.35	932.14	757.98	511.49
管理费用	891.00	3,942.73	3,980.43	3,142.80
财务费用	92.16	-1,298.59	184.85	764.37
资产减值损失	53.30	-522.39	-116.74	-97.00
利润总额	-838.81	-2,752.60	1,046.74	3,929.84
净利润	-696.08	-2,250.95	1,058.70	3,448.94
归属于母公司股东的净利润	-696.08	-2,250.95	1,058.70	3,448.94

由上表可知，公司业绩变化主要受以下因素影响：

单位：万元

项目	2022 年较上年变动额	2021 年较上年变动额
1、毛利变动对利润总额的影响	-4,664.07	-2,454.57
2、管理费用变动对利润总额的影响	37.70	-837.63
3、财务费用变动对利润总额的影响	1,483.44	579.52
4、资产减值损失变动对利润总额的影响	-405.65	-19.74
上述对利润总额的影响小计	-3,548.58	-2,732.42
上述因素对利润总额的影响占比	93.40%	94.77%

2020 年至 2022 年公司净利润持续大幅下滑并出现亏损的具体原因如下：

①受宏观经济波动带来的终端消费需求不振及出口增长乏力等因素影响，2022 年度公司销售额有所下滑，并导致经营出现亏损；

②募投项目投产后，公司折旧摊销增加较多，同时受销售下滑影响，单位产品分摊的固定成本进一步上升；

③原材料采购价格上涨，增加了营业成本；

④为应对招工难上调工人薪酬水平，增加了营业成本；

⑤存货周转放缓、长库龄库存增加，使得存货减值额上升。

上述业绩下滑的具体原因，大部分系外部多重不利因素叠加的影响，与当前宏观经济形势趋势一致，具有合理性，公司正在采取积极措施进行调整，预计未来能够得到改善。

2、持续经营能力是否存在不确定，净利润亏损是否仍将持续，以及为改善盈利能力已采取和拟采取的具体措施

公司为改善盈利能力已采取或拟采取的主要措施如下：

(1) 公司将继续加大营销力度，开发新的优质客户。

公司将通过完善的销售激励制度，通过外部招聘及内部培养营销人员扩大销售队伍，加强行业知识与销售技巧培训，提高营销队伍的素质。公司注重销售前的业务咨询、提供专业意见与售后服务，以提供最优质的个性化产品设计及成型

解决方案。随着产能的增长，公司会拓宽产品线，加大与国内外一线品牌的合作关系，同时加大对国内外市场的开发力度，实现内销外销同时增长，降低全球贸易冲突对公司销售的影响。同时，公司将积极参与国内外化妆品包装展会进行品牌宣传、申请专利保护、建立防伪标识，大力推广公司品牌；积极参加国内外包装行业论坛、研讨会、展示会、洽谈会等，借此接触潜在客户、宣传公司品牌，扩大营销范围，提升企业形象。

(2) 公司将不断加强研发投入，提高现有产品品质并不断开发新产品，提升市场竞争优势

公司以积累的技术创新优势、设备及工艺优势、富有行业特点的精细化管理优势、人力资源与客户资源优势为基础，拟与国内外一流的科研院所合作，聘请行业专家进行技术指导；制定优越的薪酬体系，吸引并留住行业内的高端人才。公司将聘请高档的化妆品设计人才与国内外化妆品公司进行对接，设计出符合化妆品公司要求的新型包装产品，共同开拓市场，提升公司知名度，为更多的品牌公司提供产品设计服务，保障客户持续稳定增长。

(3) 公司将继续提高公司自动化信息化程度，优化人员结构合理配置人员，以减少人工成本上涨对公司的影响

公司通过募投项目“年产 4,500 万套化妆品包装容器新建项目”自动化车间的实施，逐步实现注塑、烫印、装配、仓储一体化。公司通过模外冷却工艺减少制造周期，通过注塑自动装箱机器人提升效率、降低成本，并在成型产品的高精密密度、精美外观、使用功能、环保材质、生产效率等方面进行提升。“年产 4500 万套化妆品包装容器新建项目”已经采用智能仓储物流系统及机器人自动装箱工作站，利用 SAP 作为数据中台，实现 MES（生产管理系统）、WCS（仓储控制系统软件）、CRM（客户关系管理系统）全生产销售流程打通，提高公司智能化数字化水平，优化排单效率，缩短交货周期，提高产品质量，降低人工成本，提升公司的综合竞争力。

(4) 公司将继续提升管理水平，优化业务流程、加强内控管理，不断提升公司整体运营盈利水平

公司将改进生产流程，提高生产效率，加强对采购、生产、库存、销售各环节的信息化管理，提高库存周转率，加强销售回款的催收力度，提高公司资产运营效率。同时，公司将完善并强化投资决策程序，合理运用各种融资工具和渠道，控制资金成本，节省公司的各项费用支出，全面有效地提升经营效率和盈利能力。

综上所述，公司利润下滑系受到境外及国内市场不利因素、材料价格上涨、固定成本及人工成本增加等多重因素影响，具有合理性。面对多重市场风险，公司已采取积极、有效的措施提升产品竞争力和盈利能力，预计 2023 年主营业务收入较 2022 年将有所增长，有望扭亏为盈。公司拥有模具优势、技术优势、客户优势、产品优势、设备优势等诸多优势，同时公司拥有优质的客户资源，目前在手订单情况良好，随着国内消费市场的回暖，公司经营业绩有望得到改善。长期来看，公司亏损不具有持续性，公司持续经营能力不存在不确定性。

（三）结合行业情况、收入季节性、生产经营情况等说明报告期第四季度净利润下滑、显著低于前三季度的主要原因，拟采取的改善措施，并提示相关风险

2022 年度公司分季度利润表主要数据如下：

单位：万元

序号	项目	一季度	二季度	三季度	四季度
1	营业收入	6,694.34	7,254.66	4,653.74	5,674.64
2	营业成本	5,404.67	6,512.01	4,716.63	5,524.62
3	期间费用	1,428.90	874.6	766.67	1,776.93
4	资产减值损失	-77.59	-20.49	68.23	-492.54
5	营业外收入	348.18	10.25	0.99	1.16
6	净利润	221.75	48.51	-687.59	-1,833.62

注：二季度总体收入较一季度有所增长，但外销收入下降 9.16%；因外销毛利率较内销毛利率高，销售结构变动使得毛利下降。

由上表可见，2022 年前两季度公司收入水平相对较高，故总体维持微利状态，第三、四季度收入下滑，故均产生亏损。第四季度收入比第三季度高，但亏损加剧，主要是因为：①第三季度在汇率高点结汇产生了较大（700 多万元）的汇兑收益，第四季度无此类收益；②第四季度的销售费用和管理费用相对较高，

影响额约 300 万元，主要系第四季度产生的业务推广费用、招待费、员工奖金、工会经费等较前三季度高；③第四季度计提了存货跌价准备约 400 多万元。

公司拟采取以下改善措施：

①在稳定和服务好现有市场的同时，加大新客户拓展力度，加深与近年来新开拓客户的合作以扩大销售额，提升产能利用率和毛利率；积极参与行业内各种展会活动，以挖掘商业机会、拓展销售渠道并推广公司品牌，参加各种美妆博览会、美妆创新展、国际包装创新大会等主题技术沙龙以寻求新客群、新增量；

②加强成本控制，通过节能降耗等有效措施降低生产成本；募投项目“年产 4,500 万套化妆品包装容器新建项目”已投产，该项目采用智能仓储物流系统及机器人自动装箱工作站，同时公司利用 SAP 作为数据中台，实现 MES（生产管理系统）、WCS（仓储控制系统软件）、CRM（客户关系管理系统）全生产销售流程打通，提高公司智能化数字化水平，优化排单效率，缩短交货周期，提高产品质量，降低成本；

③加强技术创新，控制产品研发费用，增强公司竞争力；公司将在现有产品的基础上，为满足当下消费者多方位的需求，加大新产品开发力度，通过与高校、3D 打印公司合作，打造零等待产品虚拟打样，该技术可有效解决公司在设计、调研、出样、生产等各个环节存在的痛点，优化工作模式、提升研发效能、从而大大降低产品开发成本和缩短制造周期。

公司已在《2022 年年度报告》“第三节管理层讨论与分析”之“十一、公司未来发展的展望”之“（四）可能面对的风险”之“1、宏观经济市场波动的风险”、“3、关于毛利率波动的风险”、“6、募投项目新增折旧及摊销对公司经营业绩带来的风险”和“8、中美贸易摩擦的风险”中对可能影响 2023 年度业绩的风险因素进行了提示。

2023 年第一季度公司营业收入较上年同期下降 23.86%，净利润为负。如果未来化妆品市场回暖未达预期、产品研发和市场开拓效果不佳、固定成本持续增高、毛利率继续下滑等情况发生，公司仍存在业绩大幅下滑或亏损的风险。公司提醒广大投资者认真阅读《2022 年年度报告》中关于风险提示的相关内容，注意

风险，审慎决策，理性投资。

(四) 结合同行业上市公司营业收入和净利润变动趋势，说明报告期内业绩表现与市场发展趋势是否一致，如否，请详细说明原因

2022 年度，公司与同行业上市公司力合科创（002243，原通产丽星）、裕同科技（002831）、帝欧家居（002798）、柏星龙（833075）、嘉亨家化（300955）的经营业绩比较情况如下：

单位：万元

项目	营业收入			扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润		
	2022 年度	2021 年度	同比变动	2022 年度	2021 年度	同比变动
力合科创	165,331.31	157,323.86	5.09%	14,878.42	43,920.93	-66.12%
裕同科技	1,636,209.83	1,494,361.72	9.49%	151,527.22	90,719.37	67.03%
帝欧家居	411,203.60	614,702.58	-33.11%	-150,857.28	7,250.16	-2,180.74%
柏星龙	48,745.45	42,634.73	14.33%	3,826.43	3,656.26	4.65%
嘉亨家化	40,728.11	40,996.44	-0.65%	6,748.27	9,427.64	-28.42%
算数平均值	460,443.66	470,003.87	-2.03%	5,224.61	30,994.87	-83.14%
锦盛新材	24,277.38	29,315.95	-17.19%	-2,828.88	234.20	-1,307.90%

注：力合科创营业收入取其 2022 年年度报告中新材料产业（主要系化妆品包装）数据；嘉亨家化营业收入取其 2022 年年度报告中塑料包装容器业务的数据。

2022 年度，公司营业收入、扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润同比变动趋势与同行业上市公司基本一致，符合行业变化情况，波动幅度与同行业上市公司存在一定差异，主要系不同公司的产品和业务结构有所不同所致，目前未有与公司主营产品完全一致的上市公司，选取的比较公司为包装行业企业或主要原材料之一（亚克力）与公司类似的企业。

1、力合科创

力合科创 2019 年 12 月重组后业务包括科技创新服务及化妆品包装等，化妆品包装主要产品分为软管、注塑、吹塑三类。软管产品主要指化妆品（如洗发露、护发素、眼霜、精华素、防晒霜、湿粉底液、清洁及润肤奶液等）的复合软管包

装；注塑产品主要指高档化妆品（如面霜、唇膏、粉饼等）的罐，此外软管和吹瓶产品的盖子亦为注塑品；吹塑产品主要是指日用化妆品、食品（如沐浴液、洗发露、口香糖等）的瓶。

2022 年度，力合科创新材料产业营业收入略有上升，主要系灌装业务销量有所上升所致，而包装销量下降 2.66%，与公司趋势一致。受客户自身拓展放缓、延期成交等因素影响，其科技创新服务收入同比有所下降；受业务结构及新材料板块业务成本上升等因素影响，其利润有所下滑。

2、裕同科技

裕同科技主要从事消费类电子产品纸质包装的研发、生产与销售，并积极拓展高档烟酒、化妆品及高端奢侈品等行业包装业务，主要产品为彩盒等，属于高端包装行业。

2022 年度，裕同科技营业收入及扣非归母净利润均有所增长，主要系新市场及新业务开发取得显著成效，其加快拓展环保业务和酒包、烟包业务布局，在全球经济和政治局势较为复杂、严峻的环境下，营收实现逆势增长。

3、帝欧家居

帝欧家居主要从事亚克力卫生洁具的研发、生产与销售，其产品主要原材料亚克力与公司类似。

2022 年度，帝欧家居营业收入及扣非归母净利润均有所下滑，主要系：1) 受下游房地产行业持续下行的压力影响，大客户需求萎靡；2) 根据对各房地产开发商客户的经营情况的判断，主动调整了与部分风险房地产开发商客户的业务合作节奏；3) 主要原材料成本上升，产品销售价格下降；4) 计提大额信用减值损失、商誉减值损失等。

4、柏星龙

柏星龙主要从事以酒类、化妆品、茶叶为代表的各类中高端创意包装印刷制品的生产和相应的工艺设计服务。

2022 年度，柏星龙营业收入及扣非归母净利润均有所增长，主要系 2022 年

在消费大环境相对低迷的情况下，其保持稳健经营，并对客户结构进行了优化和升级。

5、嘉亨家化

嘉亨家化主要从事日化产品 OEM/ODM 及塑料包装容器的研发设计、生产，其塑料包装容器业务所使用的主要原材料为合成树脂，与公司存在一定差异。

2022 年度，嘉亨家化营业收入及扣非归母净利润均有所下滑，主要系：1) 受宏观经济环境影响，2022 年化妆品消费需求受到抑制。同时，2022 年因人员流动及物流运输等阶段性受限，其子公司上海嘉亨的订单交付、生产安排等经营活动阶段性受到较大影响，其营业收入下降，叠加固定资产折旧及其他固定支出等因素导致其毛利率下降，净利润减少；2) 其全资子公司湖州嘉亨的化妆品生产线 2022 年 6 月份开始逐步投产，由于处在投产初期，产能利用率较低，其规模效应未充分发挥。同时，运营费用及折旧摊销等固定支出致其在 2022 年产生亏损。2022 年，嘉亨家化塑料包装容器业务收入下降 0.65%，与公司趋势一致。

2022 年度，公司营业收入及扣非归母净利润均下滑，且下滑幅度大于同行业上市公司，主要系：1) 公司所处的化妆品塑料包装领域与下游行业的发展状况及趋势密切相关，报告期内，受宏观经济形势不利的的影响，公司下游客户的需求减少或延后，叠加大客户采购策略调整，导致营业收入减少；2) “年产 4,500 万套化妆品包装容器新建项目”投产导致 2022 年固定成本较高，而产能利用率未有大幅提升，导致 2022 年单位成本进一步提升；3) 为应对招工难上调工人薪酬水平，增加了营业成本；4) 存货周转放缓、长库龄库存增加，使得存货减值额上升。

综上所述，2022 年度公司营业收入有所下降，主要系 2022 年受宏观经济形势影响下游化妆品消费行业相对低迷，与同行业可比公司帝欧家居、嘉亨家化包装业务的销售收入变动趋势一致。2022 年度，力合科创的包装业务销量下降 2.66%，亦与公司产品销量变动趋势一致；2022 年度公司扣非归母净利润下降幅度较大，主要系募投项目产能利用率较低而折旧摊销费用较大、工人薪酬上涨及存货周转放缓等因素所致。2022 年度，公司营业收入、扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润波动情况符合行业变化趋势，波动幅度与同行业上市公司

存在一定差异，主要系不同公司的产品和业务结构有所不同所致具有合理性。

（五）核查程序及核查结论

1、执行的核查程序

针对上述事项，年审会计师主要执行了以下核查程序：

（1）查阅公司 2020 年至 2022 年度报告以及 2023 年一季度报告，访谈公司财务负责人，了解公司最近三年及一期经营情况；

（2）查阅可比公司公开披露的招股说明书或定期报告，了解可比公司最近三年及一期经营情况；

（3）结合公司财务、经营情况，与管理层讨论和分析公司经营亏损的主要原因，识别可能导致对公司持续经营能力产生重大疑虑的事项或情况；

（4）访谈公司管理层，了解公司对业绩下降的具体应对措施；

（5）查阅公开资料、公司所处行业相关政策，了解公司所属行业的发展趋势，分析公司经营情况。

2、核查结论

经核查，年审会计师认为：

2022 年度公司财务业绩真实、准确，且业绩表现与市场发展趋势一致，具有合理性。2022 年度，公司营业收入、扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润同比变动趋势与同行业上市公司存在一定差异，主要系不同公司的产品和业务结构有所不同所致，具有合理性；公司 2022 年第四季度净利润下滑，受到偶发因素影响较大，不具有持续性；公司已采取一系列措施以提升营业收入和经营业绩，预计将收到正面效果，有望实现扭亏为盈，公司的持续经营能力不存在重大不确定性。

问题 2

2020 年至 2022 年，你公司综合毛利率分别为 35.59%、23.14%、8.73%，上

市以来毛利率持续下降，2022 年内销和外销毛利率分别为-0.73%、18.34%。请你公司结合产品销售价格、营业成本、产品结构变动、新建项目投产资产折旧费用摊销、同行业公司对比等量化说明综合毛利率持续下滑的原因及合理性，报告期内内外销毛利率差异较大的原因及合理性，内销毛利率为负的具体原因、是否具备商业实质，报告期营业成本归集是否完整、准确，毛利率与同行业公司是否存在重大差异，以及毛利率下滑趋势是否具有持续性，是否对你公司持续经营能力产生重大不利影响。

请保荐机构、年审会计师进行核查并发表明确意见。

【回复】

（一）结合产品销售价格、营业成本、产品结构变动、新建项目投产资产折旧费用摊销、同行业公司对比等量化说明综合毛利率持续下滑的原因及合理性，报告期内内外销毛利率差异较大的原因及合理性，内销毛利率为负的具体原因、是否具备商业实质，报告期营业成本归集是否完整、准确，毛利率与同行业公司是否存在重大差异，以及毛利率下滑趋势是否具有持续性，是否对你公司持续经营能力产生重大不利影响

1、综合毛利率持续下滑的原因及合理性、与同行业对比情况，营业成本归集是否完整、准确，毛利率下滑趋势是否有持续性、是否对公司持续经营能力产生重大不利影响

2020 年至 2022 年，公司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
营业收入	24,277.38	29,315.95	25,956.18
营业成本	22,157.93	22,532.43	16,718.09
毛利	2,119.45	6,783.52	9,238.09
毛利较上年变动	-4,664.07	-2,454.57	/
综合毛利率	8.73%	23.14%	35.59%
综合毛利率较上年变动	-14.41%	-12.45%	/

（1）2022 年综合毛利率较上年下滑的原因及合理性

2022 年度，公司的综合毛利率较上年下降 14.41%，毛利较上年减少 4,664.07 万元。毛利减少及毛利率下滑的原因量化分析如下：

因素	对毛利的影响	对毛利率的影响	具体说明
固定成本增加引起的毛利变动[注 1]	-1,608.04	-6.62%	本年及上年年中新增土地、厂房、设备、工业软件等长期资产约 1.8 亿元（主要系募投项目“年产 4,500 万套化妆品包装容器新建项目”及其配套设施转固），使得折旧摊销类固定成本显著上升。
收入下滑引起的毛利变动	-1,165.93	-	受化妆品市场需求疲软、海外订单竞争加剧等因素影响，主要客户销售收入较上年下滑。前十大客户中八家销售额下滑，平均降幅 29%，前十大客户收入较上年共减少 4,766 万元，占整体收入下降额的 95%。此项因素是在假设本年毛利率与上年持平的情况下，收入下滑对毛利的影响。
生产规模缩减导致单位成本增加，使得毛利变动	-1,160.39	-4.78%	本年产量只有上年的七成左右，使得单位产品分摊的固定成本上升，致使利润空间进一步减少。
电价上涨引起的毛利减少	-265.14	-1.09%	本年电费上涨，使得单位成本上升，导致毛利下降。
工人薪酬上升引起的毛利变动	-228.30	-0.94%	为增强招工竞争力以保障生产工人人手充足，2021 年 10 月起上调生产工人的薪酬水平，使得 2022 年生产人员成本上升。
销售结构变动（外销减少内销增加）引起的毛利变动	-141.14	-0.58%	外销收入减少，内销收入增加，由于外销毛利较高，内销毛利较低，收入结构的变动导致整体毛利下降。
其他[注 2]	-95.13	-0.40%	包括汇率变动、材料价格波动等因素的综合影响。
合计	-4,664.07	-14.41%	

注 1：固定成本增加引起的毛利变动，系本年及上年度长期资产增加引起的计入营业成本的折旧摊销额增长所致，2022 年此项因素集中于固定资产的折旧影响。其中本年新增的固定资产使得本年较上年增加了该项资产本年几个月的折旧额；上年新增的长期资产，在上一年只计提了次月至年末的折旧（不到 12 个月），而本年计提了 12 个月折旧，因此也使得本年的折旧额较上年增长。2022 年此因素主要受到新增固定资产影响，2022 年及 2021 年新增固定资产情况如下：

单位：万元

2022 年度	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度	合计
房屋及建筑物	-	-	-	4,347.64	4,347.64

机器设备	31.28	15.48	97.67	434.79	579.22
运输工具	33.52	-	-	-	33.52
电子及其他设备	6.23	11.12	12.12	7.22	36.69
合计	71.03	26.60	109.79	4,789.65	4,997.07

单位：万元

2021 年度	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度	合计
房屋及建筑物	192.08	886.07	-	-	1,078.15
机器设备	70.23	94.37	4,387.42	7,038.93	11,590.95
运输工具	-	100.36	100.30	-	200.66
电子及其他设备	31.17	59.42	246.03	170.42	507.04
合计	293.48	1,140.22	4,733.75	7,209.35	13,376.80

注 2：2022 年较 2021 年原材料采购价格有所下降，且材料用量随产量下降而减少，因此对毛利影响较小，此项量化因素已包含在“其他”中。

(2) 2021 年综合毛利率较上年下滑的原因及合理性

2021 年度，公司的综合毛利率较上年下降 12.45%，毛利较上年减少 2,454.57 万元。毛利减少及毛利率下滑的原因量化分析如下：

项目	对毛利的影响	对毛利率的影响	具体说明
原材料价格上升	-1,352.54	-5.21%	2021 年度由于化工类原材料整体上涨，材料采购价格上涨，导致毛利下降。
汇率下降引起的毛利减少	-944.81	-3.64%	2021 年度由于美元汇率下降导致人民币收入下降。
固定成本增加引起的毛利减少[注]	-523.95	-2.02%	本年新增厂房、设备、工业软件等长期资产约 1.3 亿元（主要系募投项目“年产 4,500 万套化妆品包装容器新建项目”及其配套设施转固），使得折旧摊销类固定成本显著上升。
销售结构变动（外销减少内销增加）引发的利润降低	-475.59	-1.83%	外销收入减少，内销收入增加，由于外销毛利较高，内销毛利较低，收入结构的变动导致整体毛利下降。
收入上升引起的毛利变动	777.45	-	2021 年度销售增长，增加了毛利。
其他	64.88	0.25%	包括生产规模增加、电费变动等因素的综合影响。
合计	-2,454.57	-12.45%	

注：固定成本增加引起的毛利变动，系本年及上年度长期资产增加引起的计入营业成本的折旧摊销额增长所致，2021 年此项因素集中于固定资产的折旧影响。其中本年新增的固定资产使得本年较上年增加了该项资产本年几个月的折旧额；上年新增的长期资产，在上一年只计提了次月至年末的折旧（不到 12 个月），而本年计提了 12 个月折旧，因此也使得本年的折旧额较上年增长。2022 年此因素主要受到新增固定资产影响，2022 年及 2021 年新增固定资产情况如下：

单位：万元

2021 年度	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度	合计
房屋及建筑物	192.08	886.07	-	-	1,078.15
机器设备	70.23	94.37	4,387.42	7,038.93	11,590.95
运输工具	-	100.36	100.30	-	200.66
电子及其他设备	31.17	59.42	246.03	170.42	507.04
合计	293.48	1,140.22	4,733.75	7,209.35	13,376.80

单位：万元

2020 年度	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度	合计
房屋及建筑物	28.86	-	-	-	28.86
机器设备	979.30	88.76	230.51	162.71	1,461.28
运输工具	-	1.55	-	-	1.55
电子及其他设备	105.95	5.93	26.42	1.73	140.03
合计	1,114.11	96.24	256.93	164.44	1,631.72

上述因素除个别因素对毛利率产生的正面影响外，绝大部分增加了产品的成本或压缩了利润空间，上述因素的叠加作用使得毛利和毛利率出现了较为明显的下降。

(3) 营业成本归集是否完整、准确

2020 年至 2022 年，公司营业成本及其构成如下：

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
直接材料	9,401.72	43.15%	11,736.10	52.54%	8,678.47	53.07%
直接人工	6,009.18	27.58%	5,764.75	25.81%	4,056.90	24.81%
制造费用	5,547.54	25.46%	3,655.21	16.36%	2,871.93	17.56%
其他费用	831.77	3.82%	1,181.64	5.29%	746.12	4.56%
合计	21,790.20	100.00%	22,337.70	100.00%	16,353.42	100.00%

2020 年至 2022 年，公司料工费占比与同行业可比公司对比情况如下：

2022 年度

项目	直接材料	直接人工	制造费用	其他费用	外协成本
力合科创	57.13%	18.70%	24.17%	-	-
裕同科技	61.66%	13.79%	21.98%	2.58%	-
帝欧家居	18.03%	7.53%	26.71%	6.61%	41.12%
柏星龙	未披露	未披露	未披露	未披露	未披露
嘉亨家化	67.22%	15.58%	14.85%	2.36%	-
算术平均值	51.01%	13.90%	21.93%	2.88%	10.28%
锦盛新材	43.15%	27.58%	25.46%	3.82%	-

2021 年度

项目	直接材料	直接人工	制造费用	其他费用	外协成本
力合科创	54.57%	20.19%	25.24%	-	-
裕同科技	61.55%	13.65%	22.03%	2.76%	-
帝欧家居	16.68%	6.71%	26.06%	9.23%	41.32%
柏星龙	未披露	未披露	未披露	未披露	未披露
嘉亨家化	72.45%	13.30%	12.32%	1.93%	-
算术平均值	51.31%	13.46%	21.41%	3.48%	10.33%
锦盛新材	52.54%	25.81%	16.36%	5.29%	-

2020 年度

项目	直接材料	直接人工	制造费用	其他费用
力合科创	53.38%	18.17%	28.44%	-
裕同科技	59.87%	14.30%	23.20%	2.63%
帝欧家居	未披露	未披露	未披露	未披露
柏星龙	未披露	未披露	未披露	未披露
嘉亨家化	68.35%	15.21%	13.63%	2.81%
算术平均值	60.54%	15.89%	21.76%	1.81%
锦盛新材	53.07%	24.81%	17.56%	4.56%

注 1：力合科创营业收入取其 2022 年年度报告中新材料产业（主要系化妆品包装）数据；

注 2：可比公司数据引自其定期报告

由上表可知，除 2022 年度收入下滑导致直接材料有所减少外，2021 年、2022 年公司直接人工、制造费用均逐年有所增加，且制造费用增幅明显，与同行业料工费占比比较中，2022 年度由于单位固定成本增长较大导致制造费用占比高于同行业平均水平，上述情况均符合公司的实际经营情况。公司的营业成本均已完整、准确地归集。

（4）与同行业可比公司毛利率对比分析，毛利率下滑趋势是否有持续性、是否对公司持续经营能力产生重大不利影响

报告期内，公司毛利率与同行业可比公司对比情况如下：

毛利率	2022 年度	2021 年度	2020 年度
力合科创	20.60%	22.76%	26.58%
裕同科技	9.09%	6.85%	9.50%
帝欧家居	-36.69%	1.12%	10.05%
柏星龙	33.79%	35.22%	40.18%
嘉亨家化	28.59%	27.21%	27.00%
算术平均值	11.08%	18.63%	22.66%
锦盛新材	8.73%	23.14%	35.59%

注 1：力合科创毛利率取其 2022 年年度报告中新材料产业（主要系化妆品包装）数据；嘉亨家化毛利率取其 2022 年年度报告中塑料包装容器业务的数据。

注 2：可比公司数据引自其定期报告

从上表可以看出，2020 年至 2022 年，公司毛利率变动趋势与同行业上市公司基本一致，均呈下降趋势。2020-2021 年度，公司毛利率高于同行业上市公司主要系不同公司的产品和业务结构有所不同所致，目前未有与公司主营产品完全一致的上市公司，选取的比较公司为包装行业企业或主要原材料之一（亚克力）与公司类似的企业。公司产品及业务结构与同行业上市公司的差异详见本公告“问题 1”之“（四）结合同行业上市公司营业收入和净利润变动趋势，说明报告期内业绩表现与市场发展趋势是否一致，如否，请详细说明原因”。

2020 年至 2022 年，公司毛利率下降幅度大于可比公司平均值，主要系：1）2020 年至 2022 年，公司外销毛利率分别为 39.31%、29.20%和 18.34%，显著高于当期内销毛利率水平。2022 年，公司外销收入较上一年下降 22.64%，大于当期内销收入 11.00%的下降幅度，从而引起公司销售结构变动，拉低了整体毛利率；2）受新建募投项目及其配套设施投产因素影响，折旧摊销类固定成本上升，叠加销售下滑引发的产量缩减使得产品单位成本进一步上升，综合毛利率进一步降低。

同行业上市公司嘉亨家化 2020-2022 年的毛利率整体保持稳定，与公司毛利率波动趋势存在一定差异，除其产品和业务结构与公司不同外，还存在以下两点主要原因：（1）2020-2022 年嘉亨家化的塑料包装容器产能均为 87,000 万个，不存在大幅扩大产能的情形；（2）2020-2022 年末，嘉亨家化的固定资产分别为 23,109.60 万元、24,070.88 万元和 53,928.59 万元，其固定资产的增加主要原因系 2022 年其子公司湖州嘉亨化妆品及塑料包装容器生产基地建设项目的生产厂房及设备完工验收自在建工程转入固定资产所致。其中，化妆品及塑料包装容器生产基地建设项目的化妆品生产线已于 2022 年 6 月开始逐步投入使用，塑料包装容器生产线截至 2022 年末仍在建设中，未达到预定可使用状态，故而未对其 2022 年塑料包装容器毛利率产生重大不利影响。

公司毛利率下滑既有宏观经济波动导致的下游化妆品市场疲软等市场因素，亦有募投项目投产后折旧摊销等固定费用上升、人员工资提升等自身特定原因。

2023 年以来，随着经济形势逐步改善及国际交流渠道恢复畅通，下游客户需求逐渐恢复，公司将积极参加各种展会开拓新客户、争取新订单，同时扩充产品线，销售额及产能利用率有望逐步提升，毛利率下滑趋势不会长期持续，不会对公司持续经营能力产生重大不利影响。

2、内外销毛利率差异较大的原因及合理性，内销毛利率为负的具体原因、是否具备商业实质

2020 年至 2023 年一季度，公司内外销收入、成本及毛利率情况如下：

单位：万元

项目	2023 年一季度			2022 年度		
	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率
内销	3,103.58	3,046.79	1.83%	12,228.87	12,318.69	-0.73%
外销	1,993.38	1,689.73	15.23%	12,048.51	9,839.24	18.34%

(续上表)

项目	2021 年度			2020 年度		
	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率
内销	13,740.40	11,505.70	16.26%	8,997.93	6,425.63	28.59%
外销	15,575.55	11,026.73	29.20%	16,958.25	10,292.46	39.31%

内外销毛利率存在较大差异的原因主要系公司内外销客户的议价能力、价格敏感程度不同，以及不同客户产品规格、材质、工艺等存在差异所致。公司的外销客户主要系国际知名品牌或其合作的供应链管理公司，此类客户的预算较为充足，对包装容器的价格较不敏感，因此利润空间相对较高。

其中 2022 年度内销毛利率为负数，主要原因系：1) 受新建募投项目及其配套设施投产因素影响，折旧摊销类固定成本上升，叠加销售下滑引发的产量缩减使得产品单位成本显著上升，毛利率显著下降；2) 当年开拓了一批内销新客户，尚处于前期合作阶段，价格较低且订单批量较小，小批量加工的生产成本较高，进一步拉低了毛利率。

在毛利率为负数的情况下仍承接内销客户订单，是公司基于现状所做的合理

商业选择，主要系：1) 对于前期合作客户适当让利，以吸引后续大批量订单；2) 产品成本中较多系折旧摊销类无现金支出的成本，尽管毛利率为负，但仍能获得正向的经营现金流（2022 年度内销产品营业成本中折旧与摊销类的非付现成本为 2,545.45 万元，占比 20.66%，若只考虑付现成本，则内销的毛利率空间约为 20.08%）。因此，内销客户毛利率微亏，具备商业实质。

（二）核查程序及核查结论

1、执行的核查程序

针对上述事项，年审会计师主要执行了以下核查程序：

（1）对公司主要产品进行毛利率分析，分别针对内销、外销分析典型产品的价格、成本变化趋势，确认公司产品价格符合其定价政策，不存在异常价格波动；

（2）了解公司与营业成本相关的内部控制，分析公司营业成本的构成，检查是否存在异常或变动幅度较大的情况，分析其合理性；对营业成本中的材料成本、折旧与摊销、人工成本实施实质性分析程序，对除人工、折旧与摊销外的营业成本进行抽样细节测试，在抽样的基础上，检查领料单、发票、入库单等支持性文件以评价接近资产负债表日前后的营业成本是否已记录于恰当的会计期间；

（3）对公司成本核算的过程、成本核算控制的关键节点设计及其执行情况进行了复核，并通过随机抽查复算公司报告期的生产成本归集、分配过程，检查成本归集、分配方法的合理性，成本核算的规范性、准确性；查阅同行业可比公司年度报告等公开信息，分析公司毛利率指标与同行业可比公司比较情况；

（4）核查公司原材料采购情况，检查采购合同及订单、采购发票、入库单和付款凭证等资料；

（5）查询主要原材料市场采购价格，并与账面采购价格进行比对分析。

2、核查结论

经核查，年审会计师认为：

（1）公司披露的综合毛利率下滑原因真实合理；

(2) 公司披露的内外销毛利率差异原因、内销毛利率为负的具体原因真实合理且具备商业实质；

(3) 报告期营业成本归集完整、准确；

(4) 公司毛利率与同行业公司不存在重大差异；

(5) 毛利率下滑趋势不具有长期持续性，对公司持续经营能力无重大不利影响。

问题 3

年报披露，2020 年至 2022 年你公司外销收入分别为 1.70 亿元、1.56 亿元和 1.20 亿元，占公司主营业务收入的比重分别为 66.30%、53.50%和 50.44%，出口美国的销售收入占主营业务收入的比例分别为 38.85%、29.20%和 27.21%，美国市场对公司的影响较大。2018 年以来，中美贸易摩擦不断升级，美国对原产于中国的进口商品加征关税，公司出口美国的产品也在上述清单中，上述加征关税事项直接影响到公司的对美出口业务。公司外销主要采用美元进行结算，汇率的变动对公司以外币结算的销售业务存在一定的影响，报告期内公司确认汇兑收益 0.13 亿元。

(1) 请你公司补充披露境外不同国家或地区的收入、毛利率情况，说明主要出口国家（地区）的政治经济形势与贸易政策是否对你公司出口业务产生不利影响，如是请说明具体的政策和限制的产品等是否与公司主营业务存在关联，结合上述情况说明公司海外收入下降的原因及合理性，对比同行业公司是否存在差异。

(2) 请你公司说明汇兑损失或收益对你公司盈利能力的影响，扣除汇兑损失或收益之后盈利能力的变动情况，结合你公司与外销客户的销售模式、结算模式等说明汇率波动对你公司盈利能力的影响，并说明你公司为应对汇率波动风险已采取和拟采取的措施。

请保荐机构、年审会计师进行核查并发表明确意见，以及说明针对境外销售收入真实性实施的审计程序、覆盖范围及比例、审计结论。

【回复】

(一) 补充披露境外不同国家或地区的收入、毛利率情况, 说明主要出口国家(地区)的政治经济形势与贸易政策是否对你公司出口业务产生不利影响, 如是请说明具体的政策和限制的产品等是否与公司主营业务存在关联, 结合上述情况说明公司海外收入下降的原因及合理性, 对比同行业公司是否存在差异

1、境外收入下降的具体情况、原因及合理性

2020年至2022年, 公司对各个国家或地区的境外收入及毛利率情况如下:

单位: 万元

国家或地区	2022年度		2021年度		2020年度	
	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率
美国	6,171.41	23.86%	8,499.10	32.16%	9,938.24	44.86%
加拿大	2,285.39	13.86%	2,846.26	26.70%	2,632.05	39.92%
中国香港	1,777.78	15.33%	2,179.55	26.81%	2,194.96	39.07%
西班牙	516.55	11.75%	482.91	21.88%	536.46	37.78%
意大利	370.22	0.64%	466.71	20.56%	329.61	33.23%
日本	174.03	20.54%	95.35	30.57%	120.60	53.45%
德国	163.97	22.71%	394.63	24.31%	562.33	46.30%
以色列	152.22	11.48%	216.61	29.12%	96.13	46.22%
澳大利亚[注1]	126.35	31.59%	96.39	24.22%	68.01	46.66%
中国台湾[注2]	47.08	16.59%	102.66	16.51%	146.99	43.58%
马来西亚	-	-	-	-	152.93	50.17%
其他境外地区	263.51	0.36%	195.38	25.27%	179.94	38.91%
合计	12,048.51	18.79%	15,575.55	29.23%	16,958.25	42.99%

注1: 澳大利亚的上升趋势主要由 Nature's Care Manufacture Pty. Ltd.的收入增长引起, 其销售在2020-2022年中分别为: 10.55万元、79.43万元、102.99万元;

注2: 中国台湾地区在三年中呈现下降的趋势, 其2022年较2021年下降的趋势主要由 TARGET PLUS LIMITED 的收入下降引起, 其收入从2021年的102.72万元下降至2022年的40.05万元; 中国台湾地区2021年较2020年收入下降的主要原因为 Unitu International Co.,Ltd.暂停合作, 其在2020年的收入为45.25万元, 2021年末对其进行销售。

2020-2022年间公司外销的主要出口地为美国、加拿大和中国香港, 其中美

国销售 2020 年、2021 年、2022 年均占全年外销收入的 50%以上。

2022 年公司外销收入较上年下降 3,527.04 万元，其中对美国、加拿大大客户销售收入分别下降 2,327.69 和 560.87 万元，占下降金额的比重分别为 66.00% 和 15.90%，主要是由于公司位于北美的主要客户 APR 受经济形势影响自身业务量有所缩减。

2021 年公司外销收入较上年下降 1,382.70 万元，其中对美国客户销售收入下降 1,439.14 万元，占下降金额的比重为 104.08%。2020-2022 年间公司境外销售收入的下降主要是由于公司位于美国的主要客户 ESTEE LAUDER COMPANIES 的采购需求短期内有所下降。

公司产品的主要出口地为美国、中国香港和欧洲等，相关地区政治经济局势较为稳定，自 2020 年起其对华贸易政策未发生重大不利变化，公司产品并未在其限制进口产品之列；自 2020 年起主要出口国家和地区公司产品对应的进口关税亦未发生重大变化。2020-2022 年间公司境外销售收入的下降主要系受宏观经济形势下行、消费不振的影响，北美及欧洲客户的需求减少或延后，以及特定大客户的采购策略调整所致。

2、境外收入下降与同行业公司是否存在差异

2022 年度，公司外销收入与同行业可比公司的比较情况如下：

单位：万元

公司名称	2022 年度	2021 年度	同比增减
力合科创	45,835.21	42,648.14	7.47%
裕同科技	323,005.26	234,529.24	37.72%
帝欧家居	280.41	1,423.41	-80.30%
柏星龙	5,052.42	9,570.99	-47.21%
嘉亨家化	9,133.70	7,765.49	17.62%
行业平均值	383,307.00	295,937.27	29.52%
锦盛新材	12,048.51	15,575.55	-22.64%

2022 年度，公司境外收入变动趋势与同行业上市公司存在一定差异，主要

系不同公司的产品和业务结构有所不同所致，目前未有与公司主营产品完全一致的上市公司，选取的比较公司为包装行业企业或主要原材料之一（亚克力）与公司类似的企业。

力合科创 2019 年 12 月重组后业务包括科技创新服务及化妆品包装等，化妆品包装主要产品分为软管、注塑、吹塑三类。软管产品主要指化妆品（如洗发露、护发素、眼霜、精华素、防晒霜、湿粉底液、清洁及润肤奶液等）的复合软管包装；注塑产品主要指高档化妆品（如面霜、唇膏、粉饼等）的罐，此外软管和吹瓶产品的盖子亦为注塑品；吹塑产品主要是指日用化妆品、食品（如沐浴液、洗发露、口香糖等）的瓶；裕同科技主要从事消费类电子产品纸质包装的研发、生产与销售，并积极拓展高档烟酒、化妆品及高端奢侈品等行业包装业务，主要产品为彩盒等，属于高端包装行业；帝欧家居主要从事亚克力卫生洁具的研发、生产与销售，其产品主要原材料亚克力与公司类似；柏星龙主要从事以酒类、化妆品、茶叶为代表的各类中高端创意包装印刷制品的生产和相应的工艺设计服务；嘉亨家化主要从事日化产品 OEM/ODM 及塑料包装容器的研发设计、生产，其塑料包装容器业务 2022 年的营业收入占当期营业收入的 38.73%，且所使用的主要原材料为合成树脂，与公司在产品结构和主要原材料方面存在一定差异。

同行业上市公司境外收入变动趋势分析如下：

2022 年度，力合科创境外收入略有上升，但其未披露新材料产业业务（包装业务）境外收入的相关数据及变动原因。根据力合科创 2022 年年报披露的相关数据，其新材料板块业务受成本上升等因素影响，毛利率有所下滑。

2022 年度，裕同科技境外收入有所增长，主要系新市场及新业务开发取得显著成效，其加快拓展环保业务和酒包、烟包业务布局，在全球经济和政治局势较为复杂、严峻的环境下，营收实现逆势增长。

2022 年度，帝欧家居和柏星龙境外收入均有较大幅度下滑，整体变动趋势与公司基本一致。

2022 年度，嘉亨家化境外收入有所上升，但其未披露塑料包装容器业务境外收入的相关数据及变动原因。根据嘉亨家化 2022 年年报，其塑料包装容器业

务 2022 年的营业收入为 40,728.11 万元，较 2021 年下降 0.65%，整体变动趋势与公司基本一致。

综上所述，2022 年公司境外收入下降的主要原因系受宏观经济形势下行、消费不振的影响，北美及欧洲客户的需求减少或延后，以及特定大客户的采购策略调整所致，具有合理性。公司境外收入变动趋势与同行业上市公司存在一定差异，主要系不同公司的产品和业务结构有所不同所致，具有合理性。

(二) 说明汇兑损失或收益对你公司盈利能力的影响，扣除汇兑损失或收益之后盈利能力的变动情况，结合你公司与外销客户的销售模式、结算模式等说明汇率波动对你公司盈利能力的影响，并说明你公司为应对汇率波动风险已采取和拟采取的措施

1、汇兑损益的具体情况

2022 年，公司财务费用—汇兑损益的具体构成如下：

单位：万元

性质	内容	金额
已最终实现的汇兑损益 (收益以“-”号填列)	美元货币资金结售汇实现的汇兑损益	-1,279.10
未最终实现的汇兑损益 (收益以“-”号填列)	外币资产负债项目汇率波动引起的汇兑损益	-11.11
合计		-1,290.21

公司持有的外币资产、负债主要系美元货币资金及美元应收账款，另外偶有小额的美元合同负债及美元借款。2022 年度产生了大额汇兑净收益，原因系：1) 本年在美元汇率高点时进行了大额结汇，其中在汇率大于 7 时结汇了 1,000 万美元；2) 本年美元汇率水平整体较上年高，使得未结算/结汇的美元资产折合本位币增加，产生了汇兑净收益。

2、汇兑损益对公司盈利能力的影响

扣除汇兑损益前后，公司 2022 年度的净利润、归属于母公司所有者的净利润、扣除非经常性损益后的归属于公司普通股股东的净利润如下：

单位：万元

项目名称	2022 年度
扣除汇兑损益前：	
净利润(净亏损以“-”号填列)	-2,250.95
归属于母公司所有者的净利润	-2,250.95
扣除非经常性损益后的归属于公司普通股股东的净利润	-2,828.88
扣除汇兑损益后：	
净利润(净亏损以“-”号填列)	-3,541.17
归属于母公司所有者的净利润	-3,541.17
扣除非经常性损益后的归属于公司普通股股东的净利润	-4,119.09

2022 年度在扣除汇兑净收益后会使净利润、归属于母公司所有者的净利润、扣除非经常性损益后的归属于公司普通股股东的净利润减少。2022 年汇兑损益对公司的盈利能力产生了较为重大的有利影响。

近三年，公司外销收入分别为 16,958.25 万元、15,575.55 万元和 12,048.51 万元，占公司主营业务收入的比重分别为 66.30%、53.50%和 50.44%。公司外销主要采用美元进行结算，汇率的变动对公司以外币结算的销售业务存在一定的影响。公司存在汇率大幅波动对公司经营业绩产生影响的风险。

3、为应对汇率波动风险已采取和拟采取的措施

针对上述风险，公司业务部门与客户进行谈判时，一般会对汇率出现大幅波动的情况下的结算方式进行约定，保护双方利益；同时，财务部门负责对汇率进行实时监控，适时采取包括远期结售汇合约在内的必要措施，尽量降低汇率波动给公司业绩带来的风险。

（三）核查程序及核查结论

1、执行的核查程序

针对上述事项，年审会计师主要执行了以下核查程序：

（1）通过收入细节测试、截止测试查了境外客户的合同、订单、发票、提单、报关单、回款凭证等原始凭证，判断报告期内公司境外销售收入是否真实、完整、准确。

(2) 对公司境外主要客户和大额应收账款单位独立进行函证，确认回函情况与公司账面记录无实质性差异。对于未回函的客户执行了检查合同或订单、凭证、发票、发货与签收记录、期后回款等替代测试；

(3) 获取海关盖章证明、查阅了海关进出口数据（商务百事通），对公司的境外收入进行了分月核查。

(4) 获取近三年汇率的变动，对比分析汇率波动对财务报表产生的影响。

(5) 对境外收入客户核查客户的信用期以及其期后回款情况。

(6) 执行分析性复核程序，分析境外销售收入及毛利率的合理性。

(7) 与公司管理层沟通了解公司行业发展变化情况，报告期内境外收入下降、净利润等主要财务数据变化的原因。

2、覆盖范围及比例

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
境外收入核查金额	11,774.59	14,905.40	16,751.42
境外收入金额	12,048.51	15,575.55	16,958.25
境外收入核查比例	97.73%	95.70%	98.78%

3、核查结论

经核查，年审会计师认为：

(1) 公司披露的境外收入下降原因真实、合理。公司境外收入变动趋势与同行业上市公司存在一定差异，主要系不同公司的产品和业务结构有所不同所致，具有合理性；

(2) 2022 年汇兑损益对公司的盈利能力产生了较为重大的有利影响，公司为应对汇率风险已采取和拟采取的措施真实、合理；

(3) 公司的境外销售收入真实、准确。

问题 4

年报披露，报告期末你公司货币资金余额 0.95 亿元，交易性金融资产中理财产品余额 1.05 亿元、权益工具投资 1,000 万元。请你公司说明权益工具投资的具体内容及确认依据，结合日常营运资金需求说明你公司是否存在流动性风险、购买理财产品的合理性，理财产品底层资产情况以及相关资金是否存在最终流向控股股东、实际控制人、高级管理人员及其关联方的情形。

请年审会计师核查并发表明确意见。

【回复】

（一）说明权益工具投资的具体内容及确认依据

2022 年末，公司交易性金融资产中权益性工具投资的具体内容详见下表：

单位：万元

序号	项目	期末余额
1	共青城当康股权投资合伙企业（有限合伙）	700.00
2	广东芭薇生物科技股份有限公司	300.00
合计		1,000.00

共青城当康股权投资合伙企业（有限合伙）系专业投资基金，由北京方圆金鼎投资管理有限公司（简称“金鼎资本”）组建并担任执行事务合伙人。金鼎资本长期深耕消费、医疗、科技行业的产业投资公司，拥有 100 多名专业投资和运营人员，在北京、上海、杭州和广州开设办公室，累计设立基金近百亿。公司投资共青城当康股权投资合伙企业（有限合伙），是将闲置资金投资于专业机构运营的基金，以实现资产的保值增值。

广东芭薇生物科技股份有限公司是在全国中小企业股份转让系统公开挂牌的公众公司，股票代码为 837023，是一家具备全品类化妆品生产能力，拥有功效类化妆品独立检测资质，集专业策划、研发、生产、检测和销售于一体的化妆品供应链平台型生产商，致力于为化妆品品牌商提供一站式产品定制化解决方案，涵盖产品策划、配方研发、功效检测、材料采购、定制生产等全业务链条。公司持有的该公司股票，可通过全国中小企业股份转让系统公开出售，收回资金并获

取投资收益。

公司进行上述投资是为了利用暂时闲置的资金进行获取差价的中短期投资，后续在价格合适时将进行出售，因此符合《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》及其应用指南中对于交易性金融资产—权益工具投资的界定。公司在投资协议生效时将上述投资确认为交易性金融资产—权益工具投资。

(二) 结合日常营运资金需求说明你公司是否存在流动性风险、购买理财产品的合理性，理财产品底层资产情况以及相关资金是否存在最终流向控股股东、实际控制人、高级管理人员及其关联方的情形

1、是否存在流动性风险、购买理财产品的合理性

2022 年末，公司流动比率为 2.41 和速动比率为 1.93，均处于较好水平，不存在较为明显的资金压力和流动性风险。一方面目前现金储备充足，2022 年末公司货币资金及理财产品余额约 2 亿元；另一方面，公司的经营性现金流量良好，2022 年经营活动产生的现金流量净额为 4,504.39 万元。

2022 年，公司在满足日常资金营运需求的情况下，将部分闲置资金用于购买理财产品，投资年化收益率为 3%-5%，而中国银行理财市场年度报告（2022 年）显示 2022 年各月度理财产品平均收益率为 2.09%。公司购买的理财产品收益率较高、赎回限制时间短，且不会使得日常营运资金变得紧张，购买理财产品具有合理性。

2、理财产品底层资产情况，相关资金是否存在最终流向控股股东、实际控制人、高级管理人员及其关联方的情形

2022 年末，公司购买的理财产品的具体情况见下表：

序号	资产管理人	资产托管人	产品名称	投资范围	产品起息日	产品到期日	本金(万元)
1	华安证券股份有限公司	中国光大银行股份有限公司	华安证券恒赢 13 号集合资产管理计划	国内依法发行的国债、各类金融债（含次级债、混合资本债）、中央银行票据、企业债券、公司债券（含非公开发行公司债）、可转债、可交换债、债券型基金、分级基金优先级、资产证券化产品、现金、债券正回购、债券逆回购、银行存款、同业存单、超	2022/8/30	90 个自然日后每周可赎回	2,000.00

序号	资产管理人	资产托管人	产品名称	投资范围	产品起息日	产品到期日	本金(万元)
				短期融资券、中期票据、非公开定向债务融资工具、货币市场基金及中国证监会允许投资的其他固定收益类产品。			
2	华安证券股份有限公司	徽商银行股份有限公司	华安证券尊享月月赢3号集合资产管理计划	国内依法发行的国债、中央银行票据、地方政府债、各类金融债（含次级债、混合资本债等）、企业债券、公司债券（含非公开发行公司债）、债券型公募基金、资产支持证券（票据）、现金、债券正回购、债券逆回购、银行存款、同业存单、超短期融资券、短期融资券、中期票据、非公开定向债务融资工具、货币市场基金及中国证监会允许投资的其他固定收益类资产。	2022/10/25	一个月后每周可赎回	1,500.00
3	华安证券股份有限公司	徽商银行股份有限公司	华安证券尊享季季赢8号集合资产管理计划	国内依法发行的国债、中央银行票据、地方政府债、各类金融债（含次级债、混合资本债等）、企业债券、公司债券（含非公开发行公司债）、永续债、可转债、可交换债、债券型公募基金、固定收益类公募银行理财、资产支持证券（票据）、现金、债券正回购、债券逆回购、银行存款、同业存单、超短期融资券、短期融资券、中期票据、非公开定向债务融资工具、货币市场基金、定向增发（仅包括在主板、中小板、创业板上市的股票）及中国证监会允许投资的其他固定收益类资产。	2022/10/25	90个自然日后每周可赎回	3,000.00
4	华安证券股份有限公司	中国光大银行股份有限公司	华安证券季季赢1号集合资产管理计划	国内依法发行的国债、各类金融债（含次级债、混合资本债）、中央银行票据、企业债券、公司债券（含非公开发行公司债）、可转债、可交换债、债券型基金、分级基金优先级、资产证券化产品、现金、债券逆回购、银行存款、同业存单、超短期融资券、短期融资券、中期票据、非公开定向债务融资工具、货币市场基金及中国证监会允许投资的其他固定收益类产品。	2022/10/26	90个自然日后每周可赎回	4,000.00
合计							10,500.00

公司购买的理财产品为各银行或证券公司的总行、总部及省行发行的理财产品，各款理财产品资金直接汇入总行、总部及省行的各款产品在银行所设的托管户中，均系通过银行或证券公司账户购买，每只资管产品资金独立运营，由银行进行托管和监督。报告期内购买且已到期的理财产品，均已按照合同约定收回本息。

公司用于购买理财产品的资金不存在最终流向控股股东、实际控制人、高级管理人员及其关联方的情形。

（三）核查程序及核查结论

1、执行的核查程序

针对上述事项，年审会计师主要执行了以下核查程序：

（1）查阅理财产品协议或合同、委托书、确认书、产品说明书，与财务总监进行访谈，了解理财产品情况，了解到公司办理理财产品的目的为利用闲置资金、闲置募集资金获取利息收入及理财收益，了解并测试与投资理财、资金收付相关内部控制的设计和运行的有效性；

（2）通过网络查询理财产品的基本情况，同时核查其与被审计单位是否存在关联关系；

（3）获取公司银行对账单，对公司购买、赎回银行理财产品的资金流水进行核对。

（4）对公司的银行账户、证券账户进行函证，对账户中包含的理财产品作为单独事项列示函证，对回函结果中理财产品事项与公司账面记录进行核对；将回函信息与公司披露的信息进行核对。

2、核查结论

经核查，年审会计师认为：

（1）公司披露的权益工具投资的具体内容准确，确认依据合理；

（2）公司不存在重大流动性风险，购买理财产品具有合理性；

(3) 公司不存在购买理财产品资金最终流向控股股东、实际控制人、高级管理人员及其关联方的情形。

问题 5

年报披露，报告期末你公司固定资产账面价值 2.62 亿元，同比下降 4.98%，在建工程账面价值 1.13 亿元，同比增长 993.80%。公司报告期末存在“年产 6,000 万套化妆品包装容器建设项目”项目在建产能。年报披露 2021 年“年产 4,500 万套化妆品包装容器新建项目”投产导致 2022 年固定成本较高，而产能利用率未有大幅提升，导致 2022 年单位成本进一步提升。

(1) 请你公司补充披露主要产品的产能利用率，产能利用率对比同行业是否较低，前期规划与实际订单是否存在较大差异，产生差异的主要原因，公司相关生产线是否仍符合客户的质量及性能要求，你公司为改善产能利用率已采取及拟采取的措施。

(2) 请你公司结合在建产能的技术领先性、行业市场空间、竞争格局、订单储备情况以及现有产品的产能利用率说明在建产能的合理性和必要性，是否存在产能过剩风险，结合产能利用率、内销产品毛利率为负值等情况说明在建工程是否存在减值迹象，减值准备计提是否充分。

(3) 请你公司结合主要产线产能利用率情况、设备成新率、内销产品毛利率为负值等情况说明你公司固定资产是否已存在减值迹象，减值准备计提是否充分，以及 2023 年度是否存在进一步减值风险；结合在建工程建设进展、设备及厂房验收等情况说明你公司在建工程是否及时结转固定资产，预计结转时间，是否与公司主营发展规划相匹配。

请保荐机构、年审会计师对事项（3）进行核查并发表明确意见。

【回复】

(一) 补充披露主要产品的产能利用率，产能利用率对比同行业是否较低，前期规划与实际订单是否存在较大差异，产生差异的主要原因，公司相关生产线是否仍符合客户的质量及性能要求，你公司为改善产能利用率已采取及拟采取的措施

1、主要产品的产能利用率

2022 年度，公司主要产品为化妆品包装容器，其产能、产销量情况如下：

期间	产能（万套）	产量（万套）	销量（万套）	产能利用率	产销率
2022 年度	10,000.00	5,128.67	5,237.69	51.29%	102.12%

2、产能利用率与同行业上市公司对比情况

力合科创 2022 年度软管、吹塑、注塑产品的产能利用率分别为 80.00%、85.00%和 88.00%，该类产品的产能水平与 2021 年度持平，不存在新增产能情形；柏星龙 2022 年 1-6 月产能利用率为 88.54%，2022 年度产能利用率未披露。柏星龙主要从事以酒类、化妆品、茶叶为代表的各类中高端创意包装印刷产品的生产和相应的工艺设计服务，其产品及业务结构与公司存在较大差异；嘉亨家化 2022 年塑料包装容器产品的产能利用率为 84.00%，该类产品的产能水平与 2021 年度持平，不存在新增产能情形；裕同科技、帝欧家居未披露产能利用率数据。与同行业上市公司相比，公司产能利用率相对较低，主要系 IPO 募投项目之一“年产 4,500 万套化妆品包装容器新建项目”投产后新增产能 4,500 万套，而受宏观经济波动带来的下游化妆品消费增长乏力等原因，公司产销量未能在上述项目投产后短期内迅速增长，导致公司 2022 年度产能利用率有所下降。

综上，2022 年公司产能利用率低于行业同行业公司，具有合理性。

3、前期规划与实际订单是否存在较大差异，产生差异的主要原因

“年产 4,500 万套化妆品包装容器新建项目”系公司 IPO 募投项目之一，该项目规划时间为 2018 年，目前实际订单情况与前期规划存在一定差异，主要原因系：2020 年以来，受到宏观经济波动带来的下游化妆品消费增长乏力、部分大客户自身需求减少或延后及采购策略调整、新客户拓展不及预期等多重不利因素影响，公司的外销收入有所下滑，尤其是欧美市场外销收入下滑，上述因素在前期

规划时难以合理预见，故前期规划与实际订单存在差异。

公司已针对上述不利局面进行积极应对，采取了包括争取核心客户新产品订单、积极开拓国货品牌大客户、延伸产品线至吹塑瓶和彩妆类包装产品等措施，预计在上述应对措施的作用下，公司收入下滑的趋势将逐步得到扭转。

4、公司相关生产线是否仍符合客户的质量及性能要求，你公司为改善产能利用率已采取及拟采取的措施

2022 年度，公司收入下滑主要系上述多重因素带来的订单下降所致，公司产品生产能力及产品质量一直保持在较高水平，公司相关生产线仍符合客户的质量及性能要求。

为改善产能利用率，公司重点提升销售量和产量，已采取及拟采取的措施包括：

①全面拓展深化与现有核心客户的合作，获取其新产品系列的包装瓶订单；

②积极开拓国内大品牌新客户，并已取得较为明显的成效，开拓的新客户包括：上海家化、贝泰妮、华熙生物、诺斯贝尔、福瑞达、乾心生物（米加）、银谷玫瑰树、正喧品牌（摇滚动物园）、梵蓉生物（真珠美学）等；

③拓展深化与国内大品牌新客户合作，以实现销售订单的放量增长。截至 2023 年 3 月末，公司在手国内订单金额超过 5,000 万元，相比去年同期增长了 15.55%；

④依托现有大客户资源和生产设施，将产品线从注塑类产品延伸至吹塑瓶、彩妆类化妆品的塑料包装，提升营业收入和整体盈利能力。

（二）结合在建产能的技术领先性、行业市场空间、竞争格局、订单储备情况以及现有产品的产能利用率说明在建产能的合理性和必要性，是否存在产能过剩风险，结合产能利用率、内销产品毛利率为负值等情况说明在建工程是否存在减值迹象，减值准备计提是否充分

1、在建产能的合理性和必要性，是否存在产能过剩风险

公司目前主要的在建产能为“年产 6,000 万套化妆品包装容器建设项目”，

该项目系 IPO 募投项目“年增产 1,500 万套化妆品包装容器技改项目”变更并扩充而来，在建设前已经过充分论证其可行性。在建产能拟扩充产品种类，包括吹塑瓶、乳液泵、泡沫泵等洗护包装和彩妆包装，不断拓展新市场和新客户。关于本次募投项目变更情况及其必要性、合理性，具体详见公司披露于巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）的公告《关于变更募集资金投资项目及实施地点的公告》（2021-042）。该在建项目预计 2025 年 9 月投产，目前尚未形成有效产能，与前期产能规划方案基本一致。

公司目前产品以膏霜瓶、乳液瓶等护肤类产品包装为主，公司的下游客户包括雅诗兰黛（EstéeLauder）、欧莱雅（L'ORÉAL）、上海家化、华熙生物、福瑞达、温碧泉、卡姿兰、林清轩、摇滚动物园等国内外知名化妆品企业，公司下游客户产品中包括护肤类、洗护类、彩妆等多类别化妆品。公司目前已有部分设备和模具可以生产洗护类及彩妆产品包装，并具备洗护类及彩妆产品包装的销售渠道，公司从事洗护类及彩妆产品包装可与现有护肤类产品，在产品线和客户群体上形成协同效应，有利于提高公司的综合竞争力。

全球化妆品产品结构中，护肤品所占比例最大，其次是彩妆、护发用品、香水等。亚洲消费者对于护肤品类需求更为显著，尤其是美白、防晒和保湿类产品。根据 Euromonitor 数据显示，从各地区化妆品市场规模来看，亚太市场是目前全球最大的化妆品消费市场，西欧、北美、拉美地区分列其后。预计到 2025 年，中国、日本、印度、巴西、美国将是全球化妆品行业前五大需求市场。受严峻的外部环境及经济波动影响，2022 年国内经济复苏节奏显著放缓，2022 年我国化妆品零售总额为 3,936.00 亿元，同比下滑 2.24%。随着政策放开，我国消费需求景气度有望回暖；随着国内年轻消费者占比提升、电商持续高增并渗透、短视频直播等有利因素将继续作用推动化妆品高速增长的长期趋势不变。化妆品市场的长期向好趋势，将有效带动化妆品包装需求的增长。

公司在建的“年产 6,000 万套化妆品包装容器建设项目”预计 2025 年 9 月投产，目前尚未形成有效产能，“年产 4,500 万套化妆品包装容器新建项目”于 2021 年 7 月开始陆续投产，目前产能利用率正在爬坡上升阶段。随着国内外化妆品消费需求逐渐恢复，预计未来一段时间产能利用率有望逐步提高，若未来需求不达

预期，公司可能存在产能过剩的风险。

为应对在建产能项目投产后可能带来的产能过剩风险，公司已积极采取措施进行市场开拓，具体措施详见本题“（一）补充披露主要产品的产能利用率，产能利用率对比同行业是否较低，前期规划与实际订单是否存在较大差异，产生差异的主要原因，公司相关生产线是否仍符合客户的质量及性能要求，你公司为改善产能利用率已采取及拟采取的措施”之“4、公司相关生产线是否仍符合客户的质量及性能要求，你公司为改善产能利用率已采取及拟采取的措施”。

2、结合产能利用率、内销产品毛利率为负值等情况说明在建工程是否存在减值迹象，减值准备计提是否充分

2022 年末在建工程账面价值为 11,322.69 万元，其中“年产 6000 万套化妆品包装容器建设项目”账面价值 11,260.35 万元，均系在建房产，尚无机器设备。

尽管公司 2022 年度产能利用率为 51.29%、内销毛利率为-0.73%，但公司整体毛利率为 8.73%，现有产品仍具有盈利能力，且公司预计产能利用率将逐步得到提升，盈利能力有望持续改善，因此在建工程不存在明显减值迹象。

此外，根据《企业会计准则第 8 号——资产减值》，判断减值迹象或进行减值测试时，估计资产的可收回金额应当根据资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。公司在建工程几乎均系在新购置土地上建造的房产，从公允价值的角度来看，整体有升值，不存在减值迹象。

“年产 6000 万套化妆品包装容器建设项目”对应的土地购入价为 1,740.70 万元，预计厂房造价为 1.5 亿元，建筑面积 66,246.00 平方米，预计厂房完工后的平均单方造价（含土地价值）为 2,527.05 元/平方米。从公开信息查询得知，绍兴市近期厂房及土地拍卖成交价格约为 3,048.26 元/平方米，显著高于预计账面造价，因此在建工程不存在减值迹象。

绍兴市近期厂房及土地拍卖成交价格明细如下：

序号	标的物	成交日期	拍卖价格 (元)	建筑面积 (平方米)	成交单价 (元/平方米)
----	-----	------	-------------	---------------	-----------------

1	绍兴蓝德磁力科技有限公司位于柯桥区平水镇会稽村 5 幢 6 幢的房产	2023-2-22	21,350,000.00	7,471.69	2,857.45
2	诸暨市大唐街道小屋工业区的国有土地使用权一宗及地上建筑物	2023-3-30	8,400,000.00	2,819.54	2,979.21
3	绍兴柯桥胜奥轻纺有限公司所属坐落于绍兴市柯桥区钱清镇联兴村墅后自然村 3 幢工业房产、附属物及相应的土地使用权	2023-4-5	24,100,000.00	7,285.08	3,308.13
平均成交价格					3,048.26

综上，从现时市场价格的角度来看，在建工程的总体价值有升值，从未来生产所能带来的持续现金流的角度来看，亦有一定的利润空间，因此在建工程无明显减值迹象。

(三) 结合主要产线产能利用率情况、设备成新率、内销产品毛利率为负值等情况说明你公司固定资产是否已存在减值迹象，减值准备计提是否充分，以及 2023 年度是否存在进一步减值风险；结合在建工程建设进展、设备及厂房验收等情况说明你公司在建工程是否及时结转固定资产，预计结转时间，是否与公司主营发展规划相匹配

1、公司固定资产是否已存在减值迹象，减值准备计提是否充分，以及 2023 年度是否存在进一步减值风险

2020 年、2021 年及 2022 年，公司主要产线产能利用率情况如下所示：

年度	产能（万套）	产量（万套）	产能利用率
2020 年	6,900.00	4,636.50	67.20%
2021 年	8,025.00	6,623.26	82.53%
2022 年	10,000.00	5,128.67	51.29%

尽管公司 2022 年度产能利用率为 51.29%、内销毛利率为-0.73%，但公司整体毛利率为 8.73%，现有产线生产的产品仍具有盈利能力，且公司预计产能利用率将逐步得到提升，盈利能力有望持续改善，公司现有产线不存在明显减值迹象。

此外，根据《企业会计准则第 8 号——资产减值》，判断减值迹象或进行减值测试时，估计资产的可收回金额应当根据资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。公司现有产线，绝大部

分系通用设备（以注塑机为典型代表），可广泛应用于塑料制品行业，未来即便对外出售，也能收回不低于账面价值的现金流；也就是说，从资产公允价值（扣除处置费用后）的角度来看，公司现有产线亦不存在明显减值迹象。

截至 2022 年 12 月 31 日，主要设备的账面价值、成新率情况如下所示：

单位：万元

资产名称	品牌	数量	开始使用日期	资产原值	资产净值	成新率(%)
全自动注塑成型机	东洋	10	2017-9-11	435.90	218.49	47.50
全自动注塑成型机	东洋	4	2017-9-20	232.48	116.53	47.50
全电动注塑机	住友	7	2017-10-30	688.03	350.32	48.33
全电动注塑机	住友	6	2017-11-1	589.74	304.95	49.17
全电动注塑成型机	东洋	4	2018-3-21	133.33	73.17	52.50
全电动注塑成型机	东洋	4	2018-7-31	249.57	144.86	55.83
全电动注塑机	住友	7	2021-9-30	773.35	681.51	87.50
全电动注塑机	住友	32	2021-10-31	3,474.44	3,144.38	90.00

其中，通过市场询价确认，主要型号注塑机全新设备重置价值如下表所示：

资产名称	规格型号	全新市场价格 (万元)	账面原值 (万元)
注塑机	SI-180IV G300B	61.95	59.83
注塑机	280/630-2300C	82.12	78.63
注塑机	350/2300C	90.78	85.47
东洋全自动注塑成型机	ST-180 VCS F200HC	48.67	43.59
机械手	ES-800SII	8.08	7.69
全电动注塑机	SE250EV-A-C1100HD	106.19	98.29
东洋全电动注塑成型机	CS230 H370C(DIA55)	70.80	65.81
*机床*数据立式加工中心	F3	113.27	94.83
*塑料加工设备*ASB 一步法注拉吹塑成型机	ASB-70DPH V4	212.39	207.96
全电动注塑机	SE250EV-A-C1100HD	113.27	104.42

全电动注塑机	SE280EV-A-C2200HD	122.12	121.04
塑料注射成型机	ZE2300III-1100H-B	57.08	58.41
全电动注塑机	SE280EV-A-C1600HD	110.62	109.29
*印刷设备*全自动伺服两印一烫	SF-MP310(35KW)	67.26	60.18
*印刷设备*全自动伺服三色丝印	SF-MP310(45KW)	67.26	60.18
塑料注射成型机	ZE1900III/830H	47.17	47.79

由上表可见，相对于采购时点的价格，上述注塑机大部分有不同程度的升值。同时，这些设备的实际使用寿命高于账面用于折旧的预计寿命（10年），因此实际成新率高于账面成新率。处置费用通常只有附加税费和少量运输费用。因此，从公允价值减去处置费用后的净额的角度来衡量其可收回金额，公司现有固定资产的可收回金额高于其账面价值，无需计提减值准备。

2、结合在建工程建设进展、设备及厂房验收等情况说明你公司在建工程是否及时结转固定资产，预计结转时间，是否与公司主营发展规划相匹配

截至2022年12月31日，“年产6,000万套化妆品包装容器建设项目”完工进度约为37.57%，尚未达到预计可使用状态，不应结转固定资产，账面处理无误。“年产6,000万套化妆品包装容器建设项目”预计于2025年9月正式投入生产使用。该项目整体规划与公司主营发展规划相匹配。

（四）核查程序及核查结论

1、执行的核查程序

针对本题事项（3），年审会计师主要执行了以下核查程序：

（1）了解公司与在建工程、固定资产相关内部控制，评价相关内部控制制度合理性并测试相关内部控制运行有效性；

（2）获取公司固定资产明细表，检查公司固定资产构成、使用年限、固定资产减值计提情况；

（3）与公司管理层沟通，了解公司固定资产用途、产能利用情况以及是否

存在闲置固定资产等；

(4) 执行在建工程、固定资产盘点程序，检查在建工程、固定资产是否存在、资产状态是否良好；

(5) 同时结合公司产品毛利率及产能利用率情况，获取了主要资产的重置价值，判断相关资产是否存在减值迹象；

2、核查结论

经核查，年审会计师认为：公司固定资产不存在明显减值迹象，减值准备计提充分，2023 年度预计不存在重大减值风险；公司在建工程转固时点和披露的预计结转时间准确，在建工程与公司主营发展规划相匹配。

问题 6

年报披露，报告期末你公司存货账面价值为 0.66 亿元，较期初下降 17.79%，本期计提存货跌价损失 522.39 万元，转回或转销存货跌价损失 43.97 万元。请你公司结合存货的类别、库龄、成新率、市场需求、主要产品市场价格、存货跌价准备的计提方法和测试过程、可变现净值等情况说明存货跌价准备的计提是否谨慎、充分，与同行业公司是否存在重大差异。

请年审会计师核查并发表明确意见。

【回复】

(一) 结合存货的类别、库龄、成新率、市场需求、主要产品市场价格、存货跌价准备的计提方法和测试过程、可变现净值等情况说明存货跌价准备的计提是否谨慎、充分，与同行业公司是否存在重大差异

1、存货跌价的计提情况

截至 2022 年 12 月 31 日，公司存货余额按类别列示如下：

单位：万元

存货类别	库龄					期末计提跌价金额	成新率
	1年内	1-2年	2-3年	3年以上	小计		
原材料	1,747.15	377.05	11.86	22.29	2,158.36	-	80.95%
库存商品	1,093.66	95.35	192.74	12.98	1,394.73	245.80	78.41%
发出商品	463.66	-	-	-	463.66	9.37	100.00%
生产成本	2,591.35	496.36	84.58	45.37	3,217.66	397.17	80.54%
合计	5,895.82	968.76	289.18	80.64	7,234.41	652.34	81.50%

公司的存货主要由原材料、库存商品和生产成本等组成，各类存货跌价准备的计提方法和测试过程如下：

（1）原材料跌价测试

公司原材料主要为生产所需主要原料及辅料等，通用性很强，用于后续产品的生产，且公司不存在因产品更新换代、原有库存原材料已不适应新产品的需要的情况，产成品销售价格较为稳定，在进行跌价测试时考虑了后续加工成本及估计的销售费用和相关税费，经测试，可变现净值高于成本，不存在减值。

（2）库存商品及发出商品跌价测试

公司产品面向化妆品生产企业及供应链管理公司，系根据客户订单要求定制化生产的产品，同一具体规格型号的产品价格较为稳定。

库存商品和发出商品的跌价测试系以该产品的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值，对比成本与可变现净值孰低，按照可变现净值低于成本的金额计提跌价准备。对于库龄超过诉讼时效（3年）的产品，因未来执行订单价格的不确定性较大，故全额计提跌价；对于库龄尚在诉讼时效（3年）内的产品，执行订单价格的不确定性较小，以订单价格作为该产品的估计售价。

（3）生产成本跌价测试

生产成本主要为塑料件部件等半成品，跌价测试系以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确

定其可变现净值，对比成本与可变现净值孰低，按照可变现净值低于成本的金额计提跌价准备。为执行销售订单而持有的半成品，其可变现净值以订单价格为基础计算，若持有半成品的数量多于销售订单数量的，超出部分的存货的可变现净值以对外处置的市场价格为基础计算。

综上所述，公司严格按照企业会计准则的规定执行了存货跌价测试并计提了跌价准备，存货跌价准备计提充分、谨慎。

2、与同行业可比公司跌价计提情况比较

同行业公司存货跌价计提政策情况如下：

公司名称	存货跌价政策
力合科创	<p>期末对存货进行全面清查后，按存货的成本与可变现净值孰低提取或调整存货跌价准备。产成品、库存商品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，在正常生产经营过程中，以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；需要经过加工的材料存货，在正常生产经营过程中，以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，其可变现净值以合同价格为基础计算，若持有存货的数量多于销售合同订购数量的，超出部分的存货的可变现净值以一般销售价格为基础计算。</p> <p>期末按照单个存货项目计提存货跌价准备；但对于数量繁多、单价较低的存货，按照存货类别计提存货跌价准备；与在同一地区生产和销售的产品系列相关、具有相同或类似最终用途或目的，且难以与其他项目分开计量的存货，则合并计提存货跌价准备。</p> <p>以前减记存货价值的影响因素已经消失的，减记的金额予以恢复，并在原已计提的存货跌价准备金额内转回，转回的金额计入当期损益。</p>
裕同科技	<p>资产负债表日，存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照单个存货或存货类别成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。直接用于出售的存货，在正常生产经营过程中以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；需要经过加工的存货，在正常生产经营过程中以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；资产负债表日，同一项存货中一部分有合同价格约定、其他部分不存在合同价格的，分别确定其可变现净值，并与其对应的成本进行比较，分别确定存货跌价准备的计提或转回的金额。</p>
帝欧家居	<p>资产负债表日，存货应当按照成本与可变现净值孰低计量。当存货成本高于其可变现净值的，应当计提存货跌价准备。可变现净值，是指在日常活动中，存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额。</p> <p>产成品、库存商品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，在正常生产经营过程中，以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；需要经过加工的材料存货，在正常生产经营过程中，以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，其可变现净值以合同价格为基础计算，若持有存货的数量多于销售合同订购数量的，超出部分的存货的可变现净值以一般销售价格为基础计算。</p> <p>计提存货跌价准备后，如果以前减记存货价值的影响因素已经消失，导致存货的可变现净值高于其账面价值的，在原已计提的存货跌价准备金额内予以转回，转回的金额计入当期损益。</p>

柏星龙	<p>公司的产品、商品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，在正常生产经营过程中，以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值。</p> <p>公司需要加工的材料存货，在正常生产经营过程中，以所生产的产成品的估计售价减去至完工时将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值。</p> <p>公司在资产负债表日，同一项存货中一部分有合同约定价格、其他部分不存在合同约定价格的，分别确定其可变现净值，并与其相对应的成本进行比较，分别确定存货跌价准备的计提和转回的金额。存货跌价准备的计提方法：本公司于每年中期期末及年度终了在对存货进行全面盘点的基础上，对遭受损失，全部或部分陈旧过时或销售价格低于成本的存货，根据存货成本与可变现净值孰低计量，按单个存货项目对同类存货项目的可变现净值低于存货成本的差额计提存货跌价准备，并计入当期损益。确定可变现净值时，除考虑持有目的和资产负债表日该存货的价格与成本波动外，还需要考虑日后事项的影响。</p>
嘉亨家化	<p>资产负债表日按成本与可变现净值孰低计量，存货成本高于其可变现净值的，计提存货跌价准备，计入当期损益。在确定存货的可变现净值时，以取得的可靠证据为基础，并且考虑持有存货的目的、资产负债表日后事项的影响等因素。</p> <p>①库存商品和用于出售的材料等直接用于出售的存货，在正常生产经营过程中，以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值。为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，以合同价格作为其可变现净值的计量基础；如果持有存货的数量多于销售合同订购数量，超出部分的存货可变现净值以一般销售价格为计量基础。用于出售的材料等，以市场价格作为其可变现净值的计量基础。</p> <p>②需要经过加工的材料存货，在正常生产经营过程中，以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值。如果用其生产的产成品的可变现净值高于成本，则该材料按成本计量；如果材料价格的下降表明产成品的可变现净值低于成本，则该材料按可变现净值计量，按其差额计提存货跌价准备。</p> <p>③存货跌价准备一般按单个存货项目计提；对于数量繁多、单价较低的存货，按存货类别计提。</p> <p>④资产负债表日如果以前减记存货价值的影响因素已经消失，则减记的金额予以恢复，并在原已计提的存货跌价准备的金额内转回，转回的金额计入当期损益。</p>

锦盛新材	<p>资产负债表日，存货采用成本与可变现净值孰低计量。存货可变现净值是按存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额。在确定存货的可变现净值时，以取得的确凿证据为基础，同时考虑持有存货的目的以及资产负债表日后事项的影响，除有明确证据表明资产负债表日市场价格异常外，本期期末存货项目的可变现净值以资产负债表日市场价格为基础确定，其中：</p> <p>（1）产成品、商品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，在正常生产经营过程中以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；</p> <p>（2）需要经过加工的材料存货，在正常生产经营过程中以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；资产负债表日，同一项存货中一部分有合同价格约定、其他部分不存在合同价格的，分别确定其可变现净值，并与其对应的成本进行比较，分别确定存货跌价准备的计提或转回的金额。</p> <p>期末按照单个存货项目计提存货跌价准备；但对于数量繁多、单价较低的存货，按照存货类别计提存货跌价准备；与在同一地区生产和销售的产品系列相关、具有相同或者类似最终用途或目的，且难以与其他项目分开计量的存货，则合并计提存货跌价准备。</p> <p>计提存货跌价准备后，如果以前减记存货价值的影响因素已经消失，导致存货的可变现净值高于其账面价值的，在原已计提的存货跌价准备金额内予以转回，转回的金额计入当期损益。</p>
------	--

注：力合科创数据已剔除开发成本、开发产品影响。

从上表可以看出，公司存货跌价计提政策与同行业公司不存在显著差异。

2022年度，公司与同行业公司存货跌价计提对比情况如下：

单位：万元

公司名称	存货余额	存货跌价准备 余额	存货跌价准备占存货 余额比例
力合科创	28,211.67	659.89	2.34%
裕同科技	182,605.35	5,961.80	3.26%
帝欧家居	82,072.34	4,754.53	5.79%
柏星龙	4,263.17	398.21	9.34%
嘉亨家化	16,130.74	0.00	0.00%
算术平均值	62,656.65	2,354.89	3.76%
锦盛新材	7,234.41	652.34	9.02%

从上表可以看出，公司存货跌价计提比例高于力合科创、裕同科技、帝欧家居、嘉亨家化，与柏星龙基本持平，公司存货跌价计提谨慎，与同行业公司不存在重大差异。

公司计提存货跌价比例高于同行业平均水平，主要是因为：报告期化妆品市

场需求疲软、海外订单竞争加剧，导致本期存货周转较慢，存货库龄变长所致；报告期主要产品单价整体较稳定，但是单位固定成本大幅上涨因而导致本期存货入库成本增加，毛利降低，产品盈利能力下降所致。

综上所述，存货跌价计提方法符合企业的实际情况，存货跌价计提充分。

（二）核查程序及核查结论

1、执行的核查程序

针对上述事项，年审会计师主要执行了以下核查程序：

（1）取得各期末存货明细表，并根据公司的政策核查存货跌价情况；

（2）检查分析存货是否存在减值迹象以判断公司计提存货跌价准备的合理性；

（3）根据成本与可变现净值孰低的计价方法，评价存货跌价准备所依据的资料、假设及计提方法，考虑是否有确凿证据为基础计算确定存货的可变现净值，检查其合理性；

（4）比较当年及以前年度存货跌价准备占存货余额的比例，并查明异常情况原因；

（5）结合存货监盘，对存货的外观形态进行检视，以判断存货是否存在减值迹象；

（6）对存货跌价准备的计算过程进行检查并复算。

2、核查结论

经核查，年审会计师认为：公司存货跌价准备计提谨慎、充分，与同行业不存在重大差异。

问题 7

年报披露，报告期你公司发生研发费用 0.13 亿元，同比下降 12.55%，研发费用率 5.23%，研发费用率同比上升 0.27 个百分点。报告期研发人员数量 81 人，

同比下降 19.80%。

(1) 请你公司结合研发人员岗位分工、新业务研发进展等详细说明研发人数减少的原因，是否对公司研发能力、核心产品研发进度构成影响。

(2) 请你公司进一步列示上述研发费用投入的研发项目具体情况，包括项目名称、研发目的、项目开始时间、预计完成时间、投资预算、研发进度等，相关费用归集是否符合《企业会计准则》的规定。

请年审会计师核查并发表明确意见。

【回复】

(一) 结合研发人员岗位分工、新业务研发进展等详细说明研发人数减少的原因，是否对公司研发能力、核心产品研发进度构成影响

公司 2022 年末研发人员数量为 81 人，同比 2021 年末 101 人，同比下降 19.8%。公司研发人员包括研究人员、技术人员和辅助人员。研究人员和技术人员为主要参与或管理企业研究开发项目的专业人员，辅助人员为参加研究开发项目，协助核心研发人员的有关人员。公司研发人员减少一方面主要是辅助人员及非核心技术人员有减少；另一方面公司为应对招工难并提升整体运营效率，对部分非核心研发人员的岗位进行了调整。

综上所述，2022 年公司研发人员有所减少，但研发能力、核心产品研发进度没有受到影响。此外，公司通过开展校企合作等方式，为未来战略核心竞争力做了合理布局。

(二) 进一步列示上述研发费用投入的研发项目具体情况，包括项目名称、研发目的、项目开始时间、预计完成时间、投资预算、研发进度等，相关费用归集是否符合《企业会计准则》的规定

截至本公告披露日，2022 年度，公司研发费用投入的研发项目具体情况如下表所示：

单位：万元

项目名称	项目大类	研发目的	项目开始时间	项目完成时间	研发决算	研发进度	2022 年度研发费用
------	------	------	--------	--------	------	------	-------------

钻石顶片霜瓶的研发	外观创新设计系列开发	吸引消费者眼球，在以往的产品设计环节更加突出其功能性	2021.10	2022.01	65.55	已完成	16.23
XS 十二边乳液瓶的研发			2021.10	2022.01	70.18	已完成	15.10
竖条纹霜瓶的竖条纹造型研发			2022.01	2022.04	62.32	已完成	62.32
圆霜瓶的切面研发			2022.01	2022.04	68.56	已完成	68.56
白金精华瓶的外观凹凸菱形造型的研发			2022.05	2022.08	49.90	已完成	49.90
水滴霜瓶的水滴形盖子造型研发			2022.05	2022.08	51.44	已完成	51.44
水滴水瓶的水滴形上罩造型研发			2022.05	2022.08	45.63	已完成	45.63
收腰瓶盖子的收腰造型的研发			2022.07	2022.08	8.08	已完成	8.08
玫瑰霜瓶的 LOLG 顶片研发			2022.01	2022.04	72.50	已完成	72.50
滴管瓶的自吸式定量滴管研发	新式滴管类包装系列开发	便携使用，满足消费者使用需求	2022.01	2022.04	68.54	已完成	68.54
氨基酸精研净透洁颜蜜瓶的 PET 注吹研发	环保可回收产品开发	使用可再生材料列如 PP 、 PET 等进行包装设计，在满足消费者需求同时也达到产品的美观	2022.02	2022.05	31.25	已完成	31.25
益生菌精研平衡修护水瓶的 PET 注吹研发			2022.02	2022.05	51.49	已完成	51.49
注吹瓶的 PP 高透料研发			2022.01	2022.04	73.98	已完成	73.98
挤吹瓶的大广口印刷研发			2022.09	2022.12	63.48	已完成	63.48
上罩泵 PET 注塑成型研发			2022.10	2022.11	40.52	已完成	40.52
大金碗的薄壁注吹烫金印刷研发			2022.09	2022.12	59.20	已完成	59.20
台灯的透光性的研发			2022.06	2022.09	40.43	已完成	40.43
小胖瓶的大按钮研发	真空压泵包装系列开发	完善精细密封	2022.05	2022.08	52.13	已完成	52.13

眼霜真空瓶的双层按压式研发		性，延长消费者使用时长	2022.05	2022.08	56.89	已完成	56.89
安蒂加 50g 霜瓶的四方定位研发	产品新结构系列开发	开发新结构产品，产品设计初期缩短设计时间，节约设计成本	2022.02	2022.05	44.03	已完成	44.03
滚珠盖的滚珠的研发			2022.06	2022.09	57.80	已完成	57.80
华韵精华瓶的新式焊接的研发			2022.07	2022.08	7.63	已完成	7.63
粉底液瓶的无肩套研发			2022.09	2022.12	65.56	已完成	65.56
针管瓶的针管造型研发			2022.09	2022.12	57.46	已完成	57.47
发油瓶盖的研发			2022.10	2023.1	43.06	已完成	16.65
两件式翻盖的两件式配合结构研发			2022.10	2023.1	51.38	已完成	24.56
螺纹按钮盖的外观研发			2022.10	2023.1	46.55	已完成	20.93
蒙砂 PP 盖的砂面效果的研发			注塑砂面开发	满足环保需求回收利用，功能上面可以替代喷砂盖子	2022.06	2022.09	48.52
合计	-	-	-	-	-	-	1,270.82

由上表所示，公司 2022 年研发费用合计金额为 1,270.82 万元。公司严格规范研发业务的项目立项、研发过程管理、成果保护等关键环节控制，按照《企业会计制度》和《企业会计准则》的要求建立完整的会计核算政策和科目体系。对研发费用核算和归集严格把关，满足真实性、相关性和合理性的要求。

2022 年度，公司所有的研发投入均不满足资本化的条件，公司在研发活动开始时，根据研发项目设立台账核算，研发投入发生的费用按照研发项目归集，资产负债表日转入利润表研发费用科目。综上所述，公司研发相关费用归集核算方法符合《企业会计准则》的规定。

（三）核查程序及核查结论

1、执行的核查程序

针对上述事项，年审会计师主要执行了以下核查程序：

- （1）了解并查看公司研发费用的管理制度建立及执行情况；
- （2）获取公司研发项目清单及研发费用明细，了解研发项目的研发进度情况；
- （3）执行分析性程序，分析研发费用的构成，检查是否存在异常或变动幅度较大的情况，分析其合理性；
- （4）获取公司员工花名册，了解研发人员部门构成、人数等信息；
- （5）对研发费用进行查验，复核研发费用归集是否符合《企业会计准则》的规定：
 - ①取得公司工资表，分月核对研发人员薪酬与账面记录是否一致；
 - ②抽查公司研发领用材料记录，核对与账面记录是否一致；
 - ③对于折旧等间接费用，复核分配是否准确；
 - ④对计入研发费用中的其他费用进行查验，检查归集是否有误。

2、核查结论

经核查，年审会计师认为：公司研发人数减少系具有合理原因，对公司研发能力、核心产品研发进度不构成重大影响，研发费用的归集符合《企业会计准则》的规定。

问题 8

年报披露，报告期你公司向前五大客户的销售额为 1.11 亿元，占销售总额的 45.59%，较上年同期下降 4.86 个百分点，公司向前五大供应商采购额为 0.29 亿元，占比 26.36%，较上年同期下降 11.31 个百分点。报告期末，你公司应收账款账面余额 0.70 亿元，其中期末余额前五名应收账款合计 0.39 亿元，占应收账

款余额的 55.19%。

(1) 请你公司补充说明报告期前五名客户/供应商的名称、销售/采购涉及的具体业务和产品、定价方式、合作年限、业务模式、销售回款情况，并说明与你公司以及你公司董事、监事、高级管理人员、持股 5%以上股东以及上述客户、供应商之间是否存在关联关系或其他业务往来，相关业务是否具备商业实质，并报备相关销售、采购合同。

(2) 请你公司说明前五名应收账款对象的具体情况，包括交易对方名称、交易内容、是否存在商业实质、应收账款金额、账龄、坏账准备计提金额、履约能力及信用风险、期后回款情况、与你公司是否存在关联关系，与主要客户是否匹配、是否存在放宽信用政策促进销售情形。

(3) 请你公司说明报告期前五名客户、供应商是否发生变化，如有，请说明变化原因，并请结合公司所处行业特点、经营情况、销售及采购模式等说明公司是否存在对主要客户及供应商的依赖、是否存在客户流失风险，并提示相关风险。

请年审会计师核查并发表明确意见。

【回复】

(一) 补充说明报告期前五名客户/供应商的名称、销售/采购涉及的具体业务和产品、定价方式、合作年限、业务模式、销售回款情况，并说明与你公司以及你公司董事、监事、高级管理人员、持股 5%以上股东以及上述客户、供应商之间是否存在关联关系或其他业务往来，相关业务是否具备商业实质，并报备相关销售、采购合同

1、前五名客户的相关情况

2022 年，公司前五名客户的具体情况如下：

单位：万元

客户集团名称	客户法人名称	销售金额	具体业务	定价方式	合作年限	业务模式	期后回款金额	期后回款比例
APR/APC	APC PACKAGING LLC	1,953.08	化妆品包装瓶	成本加成	15	供应链管理公司采购	343.85	41.30%
	APR BEAUTY GROUP INC	6.60			4	供应链管理公司采购	2.92	6.90%

	APR PACKAGING INC	2,265.41	并参考同类产品市场价格	20	供应链管理公司采购	435.87	64.23%
雅诗兰黛	ESTEELAUDER COMPANIES	2,610.20		8	化妆品品牌企业直采	389.40	24.22%
	雅诗兰黛（上海）商贸有限公司	430.03		3	化妆品品牌企业直采	120.35	100.00%
FUSION PACKAGING	FUSION PACKAGING	1,392.99		16	供应链管理公司采购	203.42	100.00%
宁波丰环进出口有限公司	宁波丰环进出口有限公司	1,357.81		14	供应链管理公司采购	257.89	100.00%
TRICORBRAUN HONG KONG CORPORATION LIMITED	TricorBraun Hong Kong Corporation Limited	1,052.47		15以上	供应链管理公司采购	399.84	100.00%

注：期后回款比例系根据截至 2023 年 3 月 31 日的回款数据统计。

2022 年销售前五大客户中有四家外销客户，一家内销客户，且均与公司为长期合作关系。APR/APC、雅诗兰黛的信用期均为 180 天，截止至 2023 年 3 月 31 日，其信用期未满足，故回款比例相对较低。

公司以及公司董事、监事、高级管理人员、持股 5%以上股东与上述客户之间不存在关联关系或其他业务往来。

综上所述，2022 年销售收入前五大客户均系长期合作客户，与公司的交易具备商业实质、回款情况正常，不涉及关联交易。

2、前五名供应商的相关情况

2022 年，公司前五名供应商的具体情况如下：

单位：万元

供应商名称	采购金额	采购占比	采购内容	定价方式	合作年限	业务模式	期后付款比例
浙江新长城高分子材料有限公司	1,212.88	11.00%	塑料原料	出厂价	23年	直采	100%
浙江晶圆材料科技有限公司	489.41	4.44%	塑料原料	竞价(以市场价基础)	13年	贸易商采购	100%
绍兴市怡合塑料包装有限公司	486.68	4.41%	电化铝	竞价(以市场价基础)	16年	直采	100%
上海懋懿化工有限公司	380.59	3.45%	塑料原料	竞价(以市场价基础)	4年	贸易商采购	100%
宁波美庄塑业有限公司	338.16	3.07%	涂装加工	竞价(以市场价基础)	3年	直采	100%
合计	2,907.72	26.36%	-	-	-	-	-

注：期后付款比例系根据截至2023年3月31日的付款数据统计。

如上表所示，公司前五名供应商均系长期合作供应商，与公司的交易真实、合理且具备商业实质，期后均付款完毕。公司以及公司董事、监事、高级管理人员、持股5%以上股东与供应商之间不存在关联关系或其他业务往来。

(二)说明前五名应收账款对象的具体情况，包括交易对方名称、交易内容、是否存在商业实质、应收账款金额、账龄、坏账准备计提金额、履约能力及信用风险、期后回款情况、与你公司是否存在关联关系，与主要客户是否匹配、是否存在放宽信用政策促进销售情形

2022年末应收账款前五名的具体情况如下：

单位：万元

客户名称	交易内容	应收账款余额	账龄	坏账准备计提金额	信用期政策	期后回款金额	期后回款比例
ESTEE LAUDER COMPANIES	化妆品包装瓶	1,607.77	1年以内	80.39	无定金，开票后180天付清	389.40	24.22%
APC PACKAGING LLC	化妆品包装瓶	832.61	1年以内	41.63	无定金，开票后180天付清	343.85	41.30%
APR PACKAGING INC	化妆品包装瓶	678.56	1年以内	33.93	无定金，开票后180天付清	435.87	64.23%

上海林清轩生物科技有限公司	化妆品包装瓶	388.08	1年以内	19.40	无定金，22年5.1前开票后60天，5.1后开票后90天付清	231.56	59.67%
天芮（中国）化妆品有限公司	化妆品包装瓶	370.12	1年以内	18.51	无定金，开票后30天付清	245.10	66.22%
小计		3,877.13		193.86		1,645.78	42.45%

注：期后回款比例系根据截至2023年3月31日的回款数据统计。

2022年度的应收账款前五名均系大型化妆品生产品牌企业或专业的化妆品供应链管理公司，均系与公司合作多年的主要客户，与公司的交易内容均为化妆品包装瓶，均具有商业实质，应收账款的账龄均在1年以内，无明显的信用风险。ESTEE LAUDER COMPANIES、APC PACKAGING LLC、APR PACKAGING INC 期后回款的比例较低的主要因为其信用期为开票后180天，截至2023年3月31日，尚未到达信用期截止时间。

应收账款前五名与公司不存在关联关系。公司对APC PACKAGING LLC、APR PACKAGING INC的信用期存在放宽的情况，但并非运用放宽信用政策促进销售情形。公司对APR/APC放宽信用期主要处于该客户为公司长期合作的客户，由于客户自身资金回流速度较以前年度放缓，公司基于与客户长期、稳定、互相信任的合作关系，适当放宽了信用期，具有合理性。

（三）说明报告期前五名客户、供应商是否发生变化，如有，请说明变化原因，并结合公司所处行业特点、经营情况、销售及采购模式等说明公司是否存在对主要客户及供应商的依赖、是否存在客户流失风险，并提示相关风险

1、前五名客户的变化情况

2022年公司前五大客户较上年的变动情况如下：

单位：万元

年份	客户名称	收入金额	占比(%)	排名
2022年度	APR/APC[注1]	4,225.09	17.40	1
	雅诗兰黛[注2]	3,040.24	12.52	2

	FUSIONPACKAGING	1,392.99	5.74	3
	宁波丰环进出口有限公司	1,357.81	5.59	4
	TricorBraun Hong Kong Corporation Limited	1,052.47	4.34	5
2021 年度	APR/APC	5,858.56	19.98	1
	雅诗兰黛	3,479.91	10.95	2
	宁波丰环进出口有限公司	2,117.79	7.22	3
	FUSIONPACKAGING	2,003.25	6.83	4
	新生活[注 4]	1,828.45	5.46	5

注 1：APR/APC 包括：APCPACKAGINGLLC、APRBEAUTYGROUPINC、APRPACKAGINGINC、DESIGNWORXPACKAGINGINC；

注 2：雅诗兰黛包括：ESTEELAUDERCOMPANIES、雅诗兰黛（上海）商贸有限公司；

注 3：新生活包括：新生活集团（中国）有限公司旗下的上海新生活化妆品有限公司，以及上海如妍化妆品有限公司；

2022 年前五大客户较 2021 年度新增 TricorBraun Hong Kong Corporation Limited，该客户为 2021 年的第 6 大客户、2020 年的第 4 大客户，2022 年上升至前五大系正常的年度间销售波动。公司对单一客户的销售占营业收入的比例较低，不存在依赖特定客户的情形。

化妆品包装行业具有一定的客户与品牌壁垒。客户资源的开发和产品销售网络的建立是化妆品包装制造企业生存和发展的关键因素。为保持其自身产品品质的安全性与稳定性，下游客户不会轻易更换其包装服务商，这对新进入者设置了障碍。经过二十多年的积累，公司凭借优良的产品品质、规范的管理体系、全面的综合配套能力以及快速的市场响应能力赢得了国内外知名化妆品企业的青睐，形成了以知名化妆品企业为主体的稳定、高端客户群，并与上述客户建立了良好的长期稳定合作关系。由于国内外化妆品品牌企业对供应链管理模式的区别，国内市场一般是由化妆品品牌企业直接向公司进行采购，海外市场的国际大品牌企业一般通过专业的供应链管理公司采购化妆品包装材料。

公司虽不存在对单一客户重大依赖的情况，但若主要客户流失或主要客户因各种原因大幅减少对公司采购量，将对公司收入及盈利水平构成不利影响。

对此，公司已在《2022 年年度报告》“第三节管理层讨论与分析”之“十一、

公司未来发展的展望”之“（四）可能面对的风险”之“4、客户集中度较高的风险”中进行了提示，具体如下：

“公司专注于为全球知名的化妆品品牌提供化妆品塑料包装容器。由于知名的终端化妆品品牌制造商相对集中，且均有较为严格的供应商认定体系，公司在通过客户的供应商资质认定后，双方的交易量会逐步增大，这已经成为该行业内较为常见的情况。近三年，公司对前五名客户的销售收入占当期营业收入的比例分别为 57.54%、50.45%和 45.59%，客户集中度较高。公司与核心客户之间系长期、稳定的战略合作关系，对市场竞争对手已形成了较强的客户资源壁垒，但是如果公司的核心客户在经营上出现较大风险或其终止与公司的合作关系，短期内公司将面临销售收入减少以及需要重新开发、培育新核心客户的风险。

针对上述风险，公司在不断满足现有客户需求的同时，持续拓展新的市场和客户，努力扩大客户规模、提升自身的技术实力，为客户创造长期价值。”

综上所述，2022 年前五名的客户较上年度未发生明显变化，目前公司与客户的合作关系稳定，不存在主要客户流失的重大风险。

2、前五名供应商的变化情况

2022 年前五大供应商较上年的变化情况如下表所示：

单位：万元

供应商名称	2022 年采购情况			2021 年采购情况		
	排名	采购金额	占比	排名	采购金额	占比
浙江新长城高分子材料有限公司	1	1,212.88	11.00%	1	2,948.68	19.22%
浙江晶圆材料科技有限公司	2	489.41	4.44%	2	1,255.34	8.18%
绍兴市怡合塑料包装有限公司	3	486.68	4.41%	3	728.29	4.75%
上海懋懿化工有限公司	4	380.59	3.45%	4	433.93	2.83%
宁波美庄塑业有限公司	5	338.16	3.07%	10	306.65	2.00%
合计	-	2,907.72	26.36%	-	5,672.89	36.97%

公司所产化妆品塑料包装容器使用的塑料原料主要包括 PMMA、PETG、

ABS、AS、PP 等，主要的塑料原料均采用国际知名厂商日本三菱、韩国 SK、韩国 LG、台湾奇美等，塑料原料公司一般通过长三角地区原料代理商购买；公司所采购的包装配件包括泵芯、电化铝、垫片以及纸箱等材料，主要由公司周边配套供应商生产，公司可以及时掌握配件的产品质量和交货周期，提高采购效率。公司采购的生产设备主要包括机加工设备、注塑机、丝印机、烫印机、涂装设备、组装设备等，采购国外品牌设备包括 SUMITOMO（住友注塑机）、DEMAG(德马格注塑机)、MAKINO（牧野机床）等通过国内代理，采购国内注塑机、烫印机、丝印机等直接向厂家采购。

2022 年，除宁波美庄塑业有限公司外，其余四个供应商均为公司 2021 年前五大供应商。宁波美庄塑业有限公司与公司的业务合作开始于 2020 年，在 2021 年排名第 10。除浙江新长城高分子材料有限公司的采购额占公司年度采购总额比例超过 10%外，其余四家供应商的占比相对较低。公司生产过程中使用的 PMMA 较多，浙江新长城高分子材料有限公司系三菱公司指定的国内代理商，故公司对其采购占比相对较高，具有合理性。综上，公司不存在对单一供应商重大依赖的情况。

（四）核查程序及核查结论

1、执行的核查程序

针对上述事项，年审会计师主要执行了以下核查程序：

（1）通过收入细节测试、截止测试（覆盖前十大客户）核查了客户的合同、订单、发票、提单、报关单、发货记录、签收记录、回款凭证等原始凭证。判断报告期内公司销售收入是否真实、完整、准确。

（2）对公司主要客户/供应商和大额应收账款/供应商单位进行函证，确认回函情况与公司账面记录无实质性差异。对于未回函的客户/供应商执行了检查合同或订单、凭证、发票、发货记录、签收记录、期后回款/期后付款等替代测试。

（3）对境外收入客户核查客户的信用期以及其期后回款情况。

（4）执行分析性复核程序，分析销售收入及毛利率的合理性。

(5) 通过公开信息平台的途径对新增客户的背景、综合实力进行查验，判断公司对其销售是否与客户的业务相匹配，业务具有实质。

(6) 对应收账款坏账政策进行了复核，明确年度间坏账计提政策是否发生改变。

(7) 与同行业客户进行对比，核查应收账款周转率、整体毛利率、内外销毛利率出现异常趋势及状况。

(8) 与公司管理层沟通了解公司行业发展变化情况，报告期内收入、净利润等主要财务数据变化的原因。

(9) 通过第三方网站、国家工商信息网等公开网站、查询前五大客户/供应商的公司信息，以查验前五大客户/供应商与公司董事、监事、高级管理人员、持股 5%以上股东是否存在关联关系。

(10) 获取公司报告期内主要供应商及采购明细表，复核公司主要供应商变动情况。

(11) 核查公司原材料采购情况，检查采购合同及订单、采购发票、入库单和付款凭证等资料。

(12) 查询主要原材料市场采购价格，并与账面采购价格进行比对分析。

2、核查结论

经核查，年审会计师认为：公司披露的关于前五名客户、前五名供应商、前五名应收账款对象的具体情况真实准确；不存在对单一客户及供应商的重大依赖，不存在主要客户流失的重大风险。

(此页无正文)

中汇会计师事务所(特殊普通合伙)

中国 杭州

中国注册会计师：

中国注册会计师：

报告日期：2023年6月16日