

穆力赛（上海）新材料科技股份有限公司  
及  
国海证券股份有限公司  
关于穆力赛（上海）新材料科技股份有限公司挂牌申请  
文件第二次反馈意见的回复报告

主办券商



二零一六年九月

**全国中小企业股份转让系统有限责任公司：**

公司于 2016 年 8 月 22 日提出了穆力赛（上海）新材料科技股份有限公司（以下简称“穆力赛”或“拟挂牌公司”或“公司”）股票在全国中小企业股份转让系统挂牌申请文件的第二次反馈意见（以下简称“反馈意见（二）”），穆力赛作为信息披露第一责任人，国海证券股份有限公司（以下简称“国海证券”或“主办券商”）作为主办券商，已组织中兴财光华会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“会计师”）与北京市中银（上海）律师事务所（以下简称“律师”）共同就反馈意见中所提问题进行了全面核查，并逐条落实后进行了书面说明，涉及需要相关中介机构核查及发表意见的部分，已由各中介机构分别出具了核查意见，涉及对《穆力赛（上海）新材料科技股份有限公司公开转让说明书》（以下简称“《公开转让说明书》”）进行修改或补充披露的部分，已按照《反馈意见（二）》要求进行了相应修改和补充，并已在《公开转让说明书》中以楷体加粗列示。

如无特别说明，本回复报告中的简称或名词释义与《公开转让说明书》中的相同。本反馈意见回复财务数据保留两位小数，若出现总数和各分项数值之和尾数不符的情况，均为四舍五入原因造成。

本回复报告中的字体代表以下含义：

<b>黑体（不加粗）：</b>	<b>反馈意见所列问题</b>
宋体（不加粗）：	对反馈意见所列问题的回复
<b>楷体（加粗）：</b>	<b>对公开转让说明书等申报文件的修改或补充披露部分</b>

现将《反馈意见》的落实情况逐条报告如下：

一、关于持续经营能力。请公司结合实际经营情况、市场开发能力、市场前景、公司核心竞争优势、上下游资源优势及稳定性、资金筹资能力、期后签订合同、期后收入及利润实现情况等，评估公司在可预见的未来的持续经营能力。请主办券商及会计师补充核查。

**【公司回复】：**

1、公司实际经营情况

公司在报告期内的主营业务收入分别为 454.03 万元、3443.75 万元、750.37 万元；净利润分别为-106.38 万元、180.26 万元、-119.83 万元。从上述数据可以看出，公司在报告期内的主营业务收入保持了较快的增长，2015 年度实现盈利。2016 年 1-3 月份亏损主要是由于上半年属于建材行业的淡季，公司的成本、费用相对固定，因此导致亏损。

从公司的销售区域来看，公司在 2014 年末的销售区域涵盖 12 个省级区域，2015 年末达到 22 个，基本涵盖了全部省、自治区、直辖市，公司客户在全国的覆盖率快速提升；公司的客户数量从 2014 年的 34 个发展到 2015 年的 150 个，公司销售团队从 2014 年的 4 人发展到目前的 6 人。因此，从公司的实际经营情况来看，公司的 OSB 业务保持了持续快速发展。

2、公司的市场开发能力

OSB 板材在中国尚处于发展初期，国内尚没有专门专注于 OSB 板材市场开发的成熟团队，穆力赛发起人股东率先发掘出 OSB 在中国的市场机遇，并从 2014 年开始在国内进口 OSB 板材的销售，培养起了针对 OSB 市场开发的专门团队，因此穆力赛的市场开发团队在国内具有较强的市场竞争力，针对 OSB 的市场开发能力较强。

3、OSB 的市场前景

OSB 板材是目前世界范围内发展最迅速的人造板品类，在北美洲、欧洲等发达国家已广泛应用于建筑、装饰、包装、家具等领域，是胶合板、细木工板的升级换代产品。同时，因为 OSB 板材所使用的 MDI 胶和生产工艺不含甲醛（木材本身都含有微量甲醛，可以忽略不计），所以可以与天然木材的环保性能相媲美。OSB 板材由于其特殊的内在结构，还具有抗压、耐腐蚀及握钉力强等良好的物理性能，在个别领域具

有不可替代性。目前我国 OSB 板材在建筑装饰等领域使用占比远远小于日本以及欧美国家，未来市场前景比较广泛。

#### 4、公司核心竞争优势

公司的核心竞争优势主要有以下几个方面：（1）经验丰富的销售团队：公司销售团队的主要成员均在建材行业拥有多年从业经验，并且是国内较早专注于 OSB 营销的团队，具有明显的营销专业优势；（2）客户网络优势：公司在发展初期即注重于建立覆盖全国的客户网络，经过两年多的发展，公司已经在全国范围内挑选了 200 余家客户，基本覆盖了全国主要省级区域，广泛的客户网络保证了公司能够持续开展 OSB 业务。

#### 5、上下游资源优势及稳定性

公司的上游是 OSB 板材生产商，公司目前以进口优质 OSB 板材的销售为主要业务，目前的供应商为克诺斯邦的罗马尼亚工厂，该工厂是世界排名前列的 OSB 生产公司，产品质量优异，供货能力雄厚。目前考虑到成本问题，公司尚未与其他海外供应商建立业务关系。目前，公司与克诺斯邦的合作关系稳定，克诺斯邦也非常重视中国市场，期望通过与穆力赛的合作拓展中国市场，同时公司在美洲、欧洲其他地方建立了采购信息，开展了供应商储备工作，为日后扩大业务规模、丰富产品品类提前做了准备。

公司的下游主要是全国各地的人造板材经销商，公司最近两年在全国开拓市场，取得了较好的成效，建立了稳定的客户资源，公司制定了客户维护管理制度，销售人员会定期对客户进行回访，了解客户需求和市场情况，公司客户的稳定性较好。

各区域客户数量统计表

单位：家

区域	2014 年	2015 年	2016 年第 1 季度
山东	5	18	4
四川	1	4	2
浙江	12	34	12
江苏	2	15	4
重庆	1	3	1
陕西		8	1

湖北	3	13	8
广东	1	6	2
上海	5	10	3
天津		2	2
湖南		3	2
河南		7	5
福建	1	4	2
北京	1	2	
山西	1	6	
云南		3	1
安徽		6	1
河北		1	1
江西		2	
黑龙江		1	
辽宁		1	1
宁夏		1	1
新疆	1		
广西			1
<b>合计</b>	<b>34</b>	<b>150</b>	<b>54</b>

从上表可以看出，公司的客户数量在报告期内出现了较快速的增长，下游业务稳定，具有可持续经营能力。

## 6、资金筹资能力

公司的 OSB 销售业务，采取的是先收款后发货的方式，经营性资金压力较小，但是为了拓展业务规模、丰富产品品类等，后续可能需要一定的资金投入。对于后续发展所需要的资金，公司考虑从以下几个方面筹集：（1）银行贷款：目前公司正在积极的与上海地区各银行沟通，以便需要资金时可以通过银行贷款解决；（2）股东增资：公司股东大力支持公司的发展，并且会根据公司的发展情况，适时通过增资的形式补充公司经营发展所需要的资金；（3）定向发行：如果公司可以在新三板挂牌，公司也考虑在挂牌后通过定向发行或者其他法律法规允许的形式进行融资。

## 7、期后经营情况

2016 年 4-6 月，公司仍然主要以进口 OSB 的销售为主，并且主要是向克诺斯邦罗马尼亚工厂采购，其他新增产品（中纤板）的采购尚在沟通之中。销售客户主要以

报告期内的已有客户为主，新增加的部分客户，主要为个体工商户。2016年4-6月新增客户销售情况如下：

排名	区域	客户名称	销售额（元）		
			4月	5月	6月
1	浙江	平阳县顺捷木材加工厂		98,360.00	
2	内蒙古	呼和浩特小朱木业经营部	78,989.00		
3	福建	福州凯豪装饰材料有限公司	72,776.00		
4	浙江	浙江新天装饰工程有限公司			60,180.00
5	浙江	湖州八都木制品有限公司			50,784.00
6	浙江	湖州西湖板材专卖店		50,380.00	
7	湖南	长沙森力专卖店			5,472.00
8	内蒙古	包头兔宝宝经营部		5,160.00	
9	山东	山东永乐板材经营部			5,160.00
10	江苏	徐州莫干山家装饰材专卖店	20,488.00		

公司与下游客户的业务活动，主要通过订单的形式进行，因此与新增客户并没有签订书面合同。2016年4-6月，公司合计实现营业收入646.86万元，净利润-108.63万元，主要是由于每年上半年属于建材销售淡季造成的。公司的业务发展规划是以进口OSB产品为切入点，建立全国性的营销网络，并逐步丰富产品品类，延伸产业链，以“百库千店”为依托，将自身打造成家居建材综合服务商。随着公司全国性营销网络的逐渐完善，产品品种不断丰富，业务模式的日渐成熟，公司的持续经营能力和盈利能力将会不断增强。

## 8、补充披露

公司已在《公开转让说明书》中“第四节 公司财务会计信息”之“三、报告期内主要财务指标”中进行了补充披露，并做相应修订，具体如下：

### “（五）可持续经营能力分析

#### 1、公司实际经营情况

公司在报告期内的主营业务收入分别为454.03万元、3443.75万元、750.37万元；净利润分别为-106.38万元、180.26万元、-119.83万元。从上述数据可以看出，公司

在报告期内的主营业务收入保持了较快的增长，2015 年度实现盈利。2016 年 1-3 月份亏损主要是由于上半年属于建材行业的淡季，公司的成本、费用相对固定，因此导致亏损。

从公司的销售区域来看，公司在 2014 年末的销售区域涵盖 12 个省级区域，2015 年末达到 22 个，基本涵盖了全部省、自治区、直辖市，公司客户在全国的覆盖率快速提升；公司的客户数量从 2014 年的 34 个发展到 2015 年的 150 个，公司销售团队从 2014 年的 4 人发展到目前的 6 人。因此，从公司的实际经营情况来看，公司的 OSB 业务保持了持续快速发展。

## 2、公司的市场开发能力

OSB 板材在中国尚处于发展初期，国内尚没有专门专注于 OSB 板材市场开发的成熟团队，穆力赛发起人股东率先发掘出 OSB 在中国的市场机遇，并从 2014 年开始在国内进口 OSB 板材的销售，培养起了针对 OSB 市场开发的专门团队，因此穆力赛的市场开发团队在国内具有较强的市场竞争力，针对 OSB 的市场开发能力较强。

## 3、OSB 的市场前景

OSB 板材是目前世界范围内发展最迅速的人造板品类，在北美洲、欧洲等发达国家已广泛应用于建筑、装饰、包装、家具等领域，是胶合板、细木工板的升级换代产品。同时，因为 OSB 板材所使用的 MDI 胶和生产工艺不含甲醛（木材本身都含有微量甲醛，可以忽略不计），所以可以与天然木材的环保性能相媲美。OSB 板材由于其特殊的内在结构，还具有抗压、耐腐蚀及握钉力强等良好的物理性能，在个别领域具有不可替代性。目前我国 OSB 板材在建筑装饰等领域使用占比远远小于日本以及欧美国家，未来市场前景比较广泛。

## 4、公司核心竞争优势

公司的核心竞争优势主要有以下几个方面：（1）经验丰富的销售团队：公司销售团队的主要成员均在建材行业拥有多年从业经验，并且是国内较早专注于 OSB 营销的团队，具有明显的营销专业优势；（2）客户网络优势：公司在发展初期即注重于建立覆盖全国的客户网络，经过两年多的发展，公司已经在全国范围内挑选了 200 余家客户，基本覆盖了全国主要省级区域，广泛的客户网络保证了公司能够持续开展 OSB 业

务。

#### 5、上下游资源优势及稳定性

公司的上游是 OSB 板材生产商，公司目前以进口优质 OSB 板材的销售为主要业务，目前的供应商为克诺斯邦的罗马尼亚工厂，该工厂是世界排名前列的 OSB 生产公司，产品质量优异，供货能力雄厚。目前考虑到成本问题，公司尚未与其他海外供应商建立业务关系。目前，公司与克诺斯邦的合作关系稳定，克诺斯邦也非常重视中国市场，期望通过与穆力赛的合作拓展中国市场，同时公司在美洲、欧洲其他地方建立了采购信息，开展了供应商储备工作，为日后扩大业务规模、丰富产品品类提前做了准备。

公司的下游主要是全国各地的人造板材经销商，公司最近两年在全国开拓市场，取得了较好的成效，建立了稳定的客户资源，公司制定了客户维护管理制度，销售人员会定期对客户进行回访，了解客户需求和市场情况，公司客户的稳定性较好。

各区域客户数量统计表

单位：家

区域	2014 年	2015 年	2016 年 1 季度
山东	5	18	4
四川	1	4	2
浙江	12	34	12
江苏	2	15	4
重庆	1	3	1
陕西		8	1
湖北	3	13	8
广东	1	6	2
上海	5	10	3
天津		2	2
湖南		3	2
河南		7	5
福建	1	4	2
北京	1	2	
山西	1	6	
云南		3	1
安徽		6	1

河北		1	1
江西		2	
黑龙江		1	
辽宁		1	1
宁夏		1	1
新疆	1		
广西			1
合计	34	150	54

从上表可以看出，公司的客户数量在报告期内出现了较快速的增长，下游业务稳定，具有可持续经营能力。

## 6、资金筹资能力

公司的 OSB 销售业务，采取的是先收款后发货的方式，经营性资金压力较小，但是为了拓展业务规模、丰富产品品类等，后续可能需要一定的资金投入。对于后续发展所需要的资金，公司考虑从以下几个方面筹集：（1）银行贷款：目前公司正在积极的与上海地区各银行沟通，以便需要资金时可以通过银行贷款解决；（2）股东增资：公司股东大力支持公司的发展，并且会根据公司的发展情况，适时通过增资的形式补充公司经营发展所需要的资金；（3）定向发行：如果公司可以在新三板挂牌，公司也考虑在挂牌后通过定向发行或者其他法律法规允许的形式进行融资。

## 7、期后经营情况

2016 年 4-6 月，公司仍然主要以进口 OSB 的销售为主，并且主要是向克诺斯邦罗马尼亚工厂采购，其他新增产品（中纤板）的采购尚在沟通之中。销售客户主要以报告期内的已有客户为主，新增加的部分客户，主要为个体工商户。2016 年 4-6 月新增客户销售情况如下：

排名	区域	客户名称	销售额（元）		
			4 月	5 月	6 月
1	浙江	平阳县顺捷木材加工厂		98,360.00	
2	内蒙古	呼和浩特小朱木业经营部	78,989.00		
3	福建	福州凯豪装饰材料有限公司	72,776.00		
4	浙江	浙江新天装饰工程有限公司			60,180.00
5	浙江	湖州八都木制品有限公司			50,784.00

6	浙江	湖州西湖板材专卖店		50,380.00	
7	湖南	长沙森力专卖店			5,472.00
8	内蒙古	包头兔宝宝经营部		5,160.00	
9	山东	山东永乐板材经营部			5,160.00
10	江苏	徐州莫干山家装饰材专卖店	20,488.00		

公司与下游客户的业务活动，主要通过订单的形式进行，因此与新增客户并没有签订书面合同。2016年4-6月，公司合计实现营业收入646.86万元，净利润-108.63万元，主要是由于每年上半年属于建材销售淡季造成的。公司的业务发展规划是以进口OSB产品为切入点，建立全国性的营销网络，并逐步丰富产品品类，延伸产业链，以“百库千店”为依托，将自身打造成家居建材综合服务商。随着公司全国性营销网络的逐渐完善，产品品种不断丰富，业务模式的日渐成熟，公司的持续经营能力和盈利能力将会不断增强。”

**【主办券商回复】：**

1、核查程序

主办券商项目组执行了如下核查程序：①访谈公司实际控制人、相关高级管理人员、财务总监和销售等相关人员；②访谈公司下游客户；③查阅公司持续的营运记录、历年纳税申报表、历年审计报告及税收缴纳凭证等原始资料；④获取公司与客户签订的销售合同、销售订单及销售框架协议等。

2、分析过程

(1) 公司实际经营情况

单位：元

项目	2016年1-3月	2015年	2014年
	金额	金额	金额
主营业务收入	4,540,287.98	34,437,490.81	7,503,698.35
净利润	-1,063,810.68	1,802,612.57	-1,198,279.85
所有者权益	38,223,636.88	39,287,447.56	32,125,650.99

报告期期末净资产额为38,223,636.88元。报告期内，公司2015年主营业务收入增长358.94%，并实现盈利，不存在连续亏损的情况。2016年1-3月公司受行业淡季

影响导致亏损，但该影响因素不具持续性。

## （2）市场前景

主办券商通过 OSB 板材上市公司报告、市场调研、行业研究报告佐证，进口 OSB 板材近年在我国市场销量快速增长。OSB 板材的低甲醛可媲美自然生长木材的特点是其在板材市场的核心竞争力。其在我国属于朝阳产业，处于发展初期。OSB 板材所具备的环保特性，属于国家政策支持产品，其特殊的内在结构，抗压、耐腐蚀及握钉力强等良好的物理性能，使 OSB 板材在个别领域具有不可替代性。进口 OSB 板材于 2014 年在我国市场逐渐打开，放量效应明显。消费者健康需求强烈，进口 OSB 板材一定时期内在板材行业具备非常强的行业竞争力。

## （3）公司具备持续经营所需的必备资源要素

①销售渠道网络。经核查报告期销售合同及客户回访报告，确认公司下游分销区范围，覆盖了全国 22 个省级区域，广泛的客户网络保证了公司能够持续开展 OSB 业务。

②上下游厂商关系。查验公司采购合同、销售合同、相关内部文件及会计凭证，确认公司的上游供应商为克诺斯邦的罗马尼亚工厂，下游为人造板材经销商。报告期内公司连续合作两年以上的稳定客户分别为 15 家、60 家、31 家，对营业收入总额占比分别为 75.31%、82.05%、94.68%，占比逐年增加。

③产品市场扩张趋势。报告期内，公司的销售区域从 12 个省级区域扩展至 22 个省、自治区、直辖市，公司客户在全国的覆盖率快速提升，下游业务稳定，具备业务稳定增长性。

④核心团队。公司具有富有建材行业经验的管理团队和针对 OSB 市场销售的专业核心团队，团队的主要成员均在建材行业拥有多年从业经验，具有明显的营销专业优势，报告期内为公司开拓了 200 余家客户，基本覆盖了全国主要省级区域。

## 3、核查结论

经核查，主办券商认为：公司的业务具有连续性。目前公司的亏损受行业淡季影响，该影响因素不具备持续性，且不存在影响其持续经营能力的相关事项，故在可预见的未来具备持续经营能力，符合“持续经营能力”的挂牌条件。

经核查，会计师认为：公司不存在影响其持续经营能力的相关事项，亦不存在解散、重整、和解或者破产申请的情况，在可预见的未来具备持续经营能力，符合“持续经营能力”的挂牌条件。

二、报告期存在向个人销售的情形。请公司补充披露：（1）向个人客户的销售收入金额及占比。（2）向个人客户销售的必要性。（3）针对个人客户的合同签订、发票开具与取得、款项结算方式等。请主办券商及会计师说明针对个人客户的收入采取了哪些尽调措施确认收入的真实性及完整性。

**【公司回复】：**

1、2014 年公司没有向个人客户销售的销售收入，2015 年向个人客户销售收入 99.23 万元，占到 2015 年全年销售收入的 2.88%。2016 年第一季度个人客户销售收入 4.23 万元，占到第一季度销售收入的 0.56%。具体情况如下：

2015 年度				
序号	客户名称	区域	不含税收入（元）	占当期销售收入比例
1	李杰	陕西	215,435.90	0.63%
2	黄在春	浙江	88,082.05	0.26%
3	白明杰	河南	10,598.29	0.03%
4	陈俊雄	河南	10,598.29	0.03%
5	叶兰富	山西	6,605.13	0.02%
6	杨明远	浙江	76,136.75	0.22%
7	张星财	浙江	52,666.67	0.15%
8	马贵福	山西	5,230.77	0.02%
9	江小枫	浙江	96,107.69	0.28%
10	黄献光	浙江	171,952.99	0.50%
11	王思春	安徽	7,991.45	0.02%
12	零售客户	湖北	26,571.79	0.08%
13	邓刚	陕西	219,401.71	0.64%
14	李成均	山东	4,871.79	0.01%
	合计		<b>992,251.28</b>	<b>2.88%</b>
2016 年第一季度				
序号	客户名称	区域	不含税收入（元）	占当期销售收入比例
1	钟锐	湖北	8,964.10	0.12%
2	黄献光	浙江	33,384.62	0.44%
	合计		<b>42,348.72</b>	<b>0.56%</b>

公司的客户以下游建材经销商为主，目前全国仍存在大量的以个体工商户形式存在的建材经销商，其中部分优质经销商对于公司的 OSB 业务市场拓展能起到一定的积极作用，公司通过严格的经销商考察和筛选，选择优质的个体经销商开展业务。

个人经销商内部经营管理的规范性程度较低，没有与供应商签订书面合同的经营习惯，因此公司未与个人客户签订书面合同，主要通过订单形式进行销售。公司为了降低与个人客户开展业务活动的风险，一方面在选择供应商时会进行严格的考察和筛选，尽量选择规模较大、回款能力较强的客户；另一方面公司与客户的销售活动采取先付款后发货的方式，没有应收账款的问题。

## 2、补充披露

公司已在《公开转让说明书》中“第四节 公司财务会计信息”之“四、报告期利润形成的有关情况”之“（一）主营业务收入的主要构成、变动趋势及原因”中进行了补充披露，并做相应修订，具体如下：

### “6、个人客户销售收入分析

2014 年公司没有向个人客户销售的销售收入，2015 年向个人客户销售收入 99.23 万元，占到 2015 年全年销售收入的 2.88%。2016 年第一季度个人客户销售收入 4.23 万元，占到第一季度销售收入的 0.56%。具体情况如下：

2015 年度				
序号	客户名称	区域	不含税收入（元）	占当期销售收入比例
1	李杰	陕西	215,435.90	0.63%
2	黄在春	浙江	88,082.05	0.26%
3	白明杰	河南	10,598.29	0.03%
4	陈俊雄	河南	10,598.29	0.03%
5	叶兰富	山西	6,605.13	0.02%
6	杨明远	浙江	76,136.75	0.22%
7	张星财	浙江	52,666.67	0.15%
8	马贵福	山西	5,230.77	0.02%
9	江小枫	浙江	96,107.69	0.28%
10	黄献光	浙江	171,952.99	0.50%
11	王思春	安徽	7,991.45	0.02%
12	零售客户	湖北	26,571.79	0.08%
13	邓刚	陕西	219,401.71	0.64%

14	李成均	山东	4,871.79	0.01%
	合计		992,251.28	2.88%
<b>2016 年第一季度</b>				
序号	客户名称	区域	不含税收入（元）	占当期销售收入比例
1	钟锐	湖北	8,964.10	0.12%
2	黄献光	浙江	33,384.62	0.44%
	合计		42,348.72	0.56%

公司的客户以下游建材经销商为主，目前全国仍存在大量的以个体工商户形式存在的建材经销商，其中部分优质经销商对于公司的 OSB 业务市场拓展能起到一定的积极作用，公司通过严格的经销商考察和筛选，选择优质的个体经销商开展业务。

个人经销商内部经营管理的规范性程度较低，没有与供应商签订书面合同的经营习惯，因此公司未与个人客户签订书面合同，主要通过订单形式进行销售。公司为了降低与个人客户开展业务活动的风险，一方面在选择供应商时会进行严格的考察和筛选，尽量选择规模较大、回款能力较强的客户；另一方面公司与客户的销售活动采取先付款后发货的方式，没有应收账款的问题。”

#### 【主办券商回复】：

##### 1、核查程序

主办券商项目组执行了如下核查程序：①访谈公司实际控制人、财务和销售等相关人员，了解针对个人客户的筛选制度及其执行情况，核实与个人客户的款项往来方式；②对公司向个人客户的销售收入进行追踪，确认收入的发生、处理与记录过程具备连续性和完整性；③核查公司与个人客户销售往来的销售订单、有关内部文件、收款凭证及销售发票等收入确认相关单据；④访谈公司个人客户，了解与公司交易的商业理由，查验发票、协议及入库和运输单据等证实交易的支持性文件，确认金额及收入确认时间的一致性。

##### 2、分析过程

###### (1) 关于公司向个人客户销售情形

2014 年公司无向个人客户销售的销售收入，2015 年向个人客户销售收入 99.23 万元，占 2015 年全年销售收入的 2.88%。2016 年第一季度个人客户销售收入 4.23 万元，占第一季度销售收入的 0.56%。

期间	向个人客户销售收入（元）	占当期销售收入比例（%）
2014 年	-	-
2015 年	992,251.28	2.88
2016 年 1-3 月	42,348.72	0.56

公司与个人客户的销售收入占当期销售收入比例均低于 3%，对公司流动资产产生不利影响的较小。

## （2）关于向个人销售的必要性

公司向个人销售可以增加公司营业收入，改善公司现金流，对于公司的 OSB 业务市场拓展能够起到一定的积极作用，有其必要性。

## （3）关于个人客户收入的真实性及完整性

① 合同签订：由于个人客户业务管理的规范性较低，未与公司签订书面销售合同，公司与个人客户通过订单形式确认销售活动。所查证的向个人客户销售的销售订单、出库单、银行对帐单、销货发票及相关内部文件等销售活动凭证齐备、金额一致、数量相符。

② 发票开具：经查证，公司收到个人客户销售款项并发货后开具销售发票，即使个人客户不需要开具发票，公司也会开具相应的发票留存；同时，从访谈客户中取得证实交易的文件（如发票等相关文件），表明公司发票开具活动规范。

③ 款项结算：公司与个人客户的销售活动采取先付款后发货的方式，不产生应收帐款，有效规避了个人客户付款能力给公司业务活动带来的风险。

## 3、核查结论

经核查，主办券商认为：公司有向个人客户销售的必要性，公司对向个人客户销售采取了有效降低风险的管控措施。公司对个人客户的销售收入是真实的、完整的。

经核查，会计师认为：个人客户收入确认符合公司经营实际情况，公司对个人客户收入核算是真实的、完整的。

（本页无正文，为《穆力赛（上海）新材料科技股份有限公司关于穆力赛（上海）新材料科技股份有限公司挂牌申请文件第二次反馈意见的回复报告》之盖章页）

穆力赛（上海）新材料科技股份有限公司



(本页无正文，为《国海证券股份有限公司关于穆力赛（上海）新材料科技股份有限公司挂牌申请文件第二次反馈意见的回复报告》之签字盖章页)

项目负责人: 杨占军

杨占军

项目小组成员: 袁辉      陈优谋

袁辉

陈优谋

内核专员: 王克强

王克强

