

成都翰林文化股份有限公司
和
华西证券股份有限公司
关于成都翰林文化股份有限公司
挂牌申请文件的第二次反馈意见回复

主办券商



二〇一六年十二月

关于成都翰林文化股份有限公司 挂牌申请文件的第二次反馈意见回复

全国中小企业股份转让系统有限责任公司：

根据贵公司《关于成都翰林文化股份有限公司挂牌申请文件的第二次反馈意见》的内容要求，华西证券股份有限公司作为主办券商组织拟挂牌公司、会计师事务所对反馈意见提出的问题进行了认真核查和进一步调查，逐条落实。现将反馈意见的落实情况逐条报告如下：

（如无特别说明，本回复中的简称与公开转让说明书中的简称与词语释义相同。）

1. 关于负面清单及持续经营能力。(1) 请公司结合负面清单及实际经营情况、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、期后收入及盈利情况等，评估公司在可预见的未来的持续经营能力。(2) 请主办券商和申报会计师对上述事项核查，并就公司符合“持续经营能力”的挂牌条件发表明确意见并详细说明判断依据。

项目组回复：

(1)【公司回复】

① 公司对持续经营能力的期后财务报表预测

公司成立以来，公司一直为从事设计、生产、销售明清古典、新中式等木质雕刻工艺品和相关摆件，以陶土为原料的荣经砂器、荣经砂瓶和以湘妃竹为主要原料的编竹工艺品，同时，可根据客户的需求，提供定制化的工艺产品，主营业务明确。2014年、2015年、2016年1-11月（未经审计），公司的营业收入分别为 2,845,072.63 元、5,189,562.34 元和 9,018,493.36 元，净利润分别为 835,686.94 元、1,515,634.24 元和 2,375,372.73 元。公司基于历史数据、营销计划、未来规划、对 2016 年、2017 年进行了谨慎的盈利预测，具体分析情况如下：

成都翰林文化股份有限公司

2016-2017 年度盈利预测编制说明

一、编制基础

本公司编制的 2016 年-2017 年度盈利预测是以 2015 年度和 2016 年 1-11 月财务报表为基础，依据历史数据、营销计划、未来规划等资料，并以下文第二部分所述基本假设为前提本着谨慎性原则而编制的。编制本盈利预测所依据的主要会计政策和会计估计与公司目前实际采用的主要会计政策和会计估计相一致。本报告遵循了国家现有法律法规以及《企业会计准则》及其补充规定。

二、基本假设

本公司盈利预测报告基于以下重要假设：

- 1、本公司所遵循的国家和地方现行法律、法规、政策以及当前社会政治、经济环境不发生重大变化；
- 2、本公司所遵循的税收政策不发生重大变化；
- 3、本公司适用的金融机构信贷利率以及外汇市场汇率相对稳定；
- 4、本公司所从事的行业及市场状况不发生重大变化；
- 5、本公司能够正常营运，组织结构不发生重大变化；
- 6、本公司经营所需的原材料、能源、劳务等能够取得且价格无重大变化；
- 7、本公司制定的生产计划、销售计划、投资计划、融资计划等能够顺利执行；
- 8、无其他人力不可抗拒因素和不可预见因素所造成重大不利影响。

三、盈利预测表主要项目的说明

单位：元

项目	2015年已审实现数	2016年1-11月已实现数	2016年12月预测数	2016年度合计	2017年度预测数
一、营业收入	5,189,562.34	9,018,493.36	1,315,117.00	10,333,610.36	15,433,693.00
减：营业成本	2,534,826.08	4,388,948.78	644,407.33	5,033,356.11	7,551,183.43
营业税金及附加	22,315.11	32,694.71	5,178.00	37,872.71	86,021.67
销售费用	423,693.56	1,160,407.36	185,985.17	1,346,392.53	2,315,118.38
管理费用	196,662.22	1,050,172.28	757,349.16	1,807,521.44	625,067.73
财务费用	1,194.00	6,397.50	1,558.78	7,956.28	12,078.83
二、营业利润	2,010,871.37	2,379,872.73	-279,361.44	2,100,511.29	4,844,222.96
加：营业外收入	10,927.62				
三、利润总额	2,021,798.99	2,379,872.73	-279,361.44	2,100,511.29	4,844,222.96
减：所得税费用	506,164.75	593,843.18	-93,715.36	500,127.82	1,211,055.74
四、净利润	1,515,634.24	1,786,029.55	-185,646.08	1,600,383.47	3,633,167.22
毛利率	51.16%	51.33%	51.00%	51.29%	51.07%
销售费用率	8.16%	12.87%	14.14%	13.03%	15.00%
管理费用率	3.79%	11.64%	57.59%	17.49%	4.05%
财务费用率	0.02%	0.07%	0.12%	0.08%	0.08%
净利率	29.21%	19.80%	-14.12%	15.49%	23.54%

注：2016年12月预测数包含新三板后续中介机构费用70万元，2016年共发生新增新三板挂牌中介费用121.32万元，故导致2016年净利率偏低，该事项系偶发事项。

具体科目预测依据和明细如下：

1、营业收入

销售量是依据企业已经签订的销售合同以及公司未来发展规模和历史增长速度，结合预测期间公司产品产能增加情况、生产经营计划和行业发展情况，同时考虑到预测期间销售量的变动趋势进行的预测。

销售价格是依据企业 2015 年、2016 年已经签订的合同并依据以前实际销售价格等历史资料，结合市场价格水平、供求关系的变动趋势及公司的定价策略进行的预测。

公司在报告期后已经新开了一家直营店（都江堰点），2017 年预计在省内新开直营店 2 家。预计每家直营店将给公司带来 100 万左右的营业收入。同时公司考虑从 2018 年开始在全国选点开设经销店，通过经销商模式迅速提高公司的全国占有率和公司销售规模。同时公司将加大对以陶土为原料的荣经砂器、荣经砂瓶和以湘妃竹为主要原料的编竹工艺品的推广力度，上述新增产品将给公司带来额外的利润增长点。

综合考虑上述因素，公司 2016 年度营业收入预测数为 10,333,610.36 元，其中：2016 年 1-11 月已经实现报表数为 9,018,493.36 万元，2016 年 12 月预测数 1,315,117.00 元，2016 年全年预测数比 2015 年度增加 5,144,048.02 元，增幅为 99.12%。2017 年预测数 15,433,693.00 元，比 2016 年度增加 5,100,082.64 元，增幅为 49.35%。

2、营业成本

营业成本依据公司历史营业成本实际发生情况及预测期间内增长变化等因素进行预测。营业成本 2016 年度预测数为 5,033,356.11 元，其中：2016 年 1-11 月报表数为 4,388,948.78 元，2016 年 12 月预测数 644,407.33 元，比 2015 年度增加 2,498,530.03 元，增幅为 98.57%。2017 年预测数 7,551,183.43 元，比 2016 年度增加 2,517,827.32 元，增幅为 50.02%。

3、营业税金及附加

2016年12月、2017年营业税金及附加预测数是依据营业收入预测数及税法规定的相关税费率进行预测。

营业税金及附加 2016年度预测数为 37,872.71 元，其中：2016年1-11月报表数 32,694.71 元，2016年12月预测数 5,178.00 元，2016年度预测数比 2015年度增加 15,557.60 元，增幅为 69.72%。2017年度预测数为 86,021.67 元，比 2016年度增加 48,148.96 元，增幅为 127.13%。

4、销售费用

公司销售费用是依据企业近两年费用率水平及预测期间的销售趋势预测情况而预测的。其中销售人员工资及工资性费用根据人员编制和工资增长计划进行预测；差旅费、业务招待费、广告费、销售服务费、运输费、保险费等根据公司的近两年费用水平和营销计划进行预测。

销售费用 2016年度预测数为 1,346,392.53 元，其中：2016年1-11月报表数 1,16,0407.36 元，2016年12月预测数 185,985.17 元，比 2015年度增加 922,698.97 元，增幅为 217.78%。2017年度预测数为 2,315,118.37 元，比 2016年度增加 968,725.85 元，增幅为 71.95%。主要原因系随着产品销量及销售收入的增加，相关销售人员增加导致职工薪酬增加、差旅费和广告费也相应增加、新增门店房租费用增加。销售费用按明细列示如下：

项目	2015年度 已审数	2016年1月 至11月已实现数	2016年12 月预测数	2016年合 计	2017年预测数
----	---------------	---------------------	-----------------	-------------	----------

运费	13,136.00	89,443.50	18,685.17	108,128.67	185,204.32
广告费	5,848.80	17,515.05		17,515.05	163,597.15
职工工资	345,200.00	507,326.52	110,000.00	617,326.52	1,234,695.44
房租	500.00	194,241.79	17,000.00	211,241.79	231,505.40
维修费	39.00	3,855.00	1,000.00	4,855.00	18,520.43
装饰费	550.00	17,957.00	1,800.00	19,757.00	23,150.54
包装费	6,721.00	40,961.51	3,500.00	44,461.51	27,780.65
装修费		80,229.49	8,000.00	88,229.49	171,549.34
业务招待费	1,026.00	48,595.80	5,000.00	53,595.80	43,214.34
促销费	6,100.00	27,475.56	8,000.00	35,475.56	24,693.91
社保费	36,873.76	79,078.45	8,000.00	87,078.45	109,662.10
水电费	7,699.00	4,200.00	500.00	4,700.00	22,896.73
样品费				-	20,063.80
其他		49,527.69	4,500.00	54,027.69	38,584.23
合计	423,693.56	1,160,407.36	185,985.17	1,346,392.53	2,315,118.38

5、管理费用

公司管理费是依据公司近两年年费用水平及预测期间的经营变动趋势而预测的。其中管理人员工资根据人员编制和工资增长计划进行预测；工资性费用（主要系为职工缴纳的社保类费用）根据预计的工资支出和规定的计提标准进行预测；折旧费根据上年末固定资产的账面原值和预测期间增减固定资产价值以及采用的折旧政策等进行预测；其他各项费用依据公司近两年管理费用实际发生情况及预测期间内管理费用增长变化等因素进行预测。

管理费用 2016 年度预测数为 1,807,521.44 元，其中：2016 年 1-11 月报表数 1,050,172.28 元，2016 年 12 月预测数 757,349.16 元，比 2015 年度增加 1,610,859.22 元，增幅为 819.10%。2017 年度预测数为 625,067.73 元，比 2016 年度增加-1,182, 453.71 元，增幅为-65.42%。主要原因系业务规模扩大，人员工资及社保上涨，2016 年是因新三

版上市支出的费用增加较大。

管理费用按明细列示如下：

项目	2015 年度已 审数	2016 年 1 月至 11 月已实现数	2016 年 12 月 预测数	2016 年合计	2017 年预测数
职工工资	146,400.00	105,172.98	13,749.16	118,922.14	185,204.32
办公费	11,887.00	11,335.20	1,000.00	12,335.20	18,520.43
电话费及网 费	1,400.00	14,645.00	1,300.00	15,945.00	18,520.43
车辆费用	1,842.00	79,278.74	7,000.00	86,278.74	30,867.39
福利费	2,756.00	33,818.27	3,000.00	36,818.27	38,584.23
商业费	4,762.00		-	-	-
社保	17,331.41	23,872.53	2,000.00	25,872.53	47,844.45
差旅费	1,312.50	8,479.00	1,000.00	9,479.00	20,063.80
业务招待费	6,124.00	57,895.26	5,000.00	62,895.26	23,150.54
税费	1,722.32	19,213.02	1,800.00	21,013.02	42,202.22
维修费		10,080.00	1,000.00	11,080.00	25,554.86
低值易耗品 摊销			-	-	1,543.37
券商、审计 费等新三板 费用		513,249.93	700,000.00	1,213,249.93	49,387.82
折旧费		76,099.48	7,000.00	83,099.48	46,301.08
装修费及房 租		35,193.41	3,000.00	38,193.41	37,040.86
水电费		38,742.35	3,500.00	42,242.35	33,336.78
招聘费	784.00	10,218.11		10,218.11	6,945.16
交通费	231.00	12,879.00	2,000.00	14,879.00	-
广告费	99.99		-	-	-
其他	10.00		5,000.00	5,000.00	-
合计	196,662.22	1,050,172.28	757,349.16	1,807,521.44	625,067.73

6、财务费用

财务费用 2016 年度预测数为 7,956.28 元，其中：2016 年 1-11 月报表数 6,397.50 元，2016 年 11 月预测数 1,558.78 元，比 2015 年度增加 6,762.28 元，增幅为 566.36%。2017 年度预测数为 12,078.83 元，

比 2016 年度增加 4,122.55 元，增幅为 51.82%。主要因系随着公司的收支增加，相关的财务手续费用也增加。

7、营业外收入及营业外支出

由于营业外收入和营业外支出具有偶然性及不确定性，根据谨慎性原则，2016 年 12 月、2017 年按零预测。

综上所述，公司在可预见的未来收入能够持续增加，在保持较高毛利的情况下实现较高的净利率水平，具有较强的持续经营能力。

② 司具有较强的市场开发能力，并不断整合，加强推广。

一、生产技术开发能力

公司自成立以来，一直专注于工艺美术品制造业，致力于通过传承、创新技术工艺，从而传播中国传统文化。公司所拥有的专业人才组建了专业的技术团队对木质、编竹工艺品、荣经砂器、蜀绣等具有非物质文化遗产特色的文化艺术品进行深入研究，提高公司产品的艺术收藏价值和实用价值。公司将木质工艺品与编竹工艺品进行有机融合，不断扩充现有产品系列。公司在不断进行技术积累、加大研发力度的同时根据市场消费者对产品需求的反馈进行及时的改进，不断地开发出深受消费者喜爱且具有公司特色的产品。公司还将扩大产品线，深化企业文化传播，完善企业形象塑造，配合周边产业扩大影响。逐步完善专业化、模式化、流水线化的高效能生产和研发模式，同时加快扩张进度。加强与相关院校、博物馆等文化艺术研究机构的交流合作，不断开发出符合市场需求、公司利益的新型产品。

二、销售市场开发能力

公司逐步在木质工艺品、相关文化艺术产品市场中拓展原有商业模式，逐步改变客户消费习惯，使客户由被动消费向主动消费发展，最大化地提高客户对产品和品牌的认知、认可度。在稳固现有销售模式的基础上，快速做大市场份额，实现公司持续、稳定、增长的多重盈利模式。目前我国处于城市化快速建设、发展的过程中，大量新增的城市人口对文化艺术品的消费能力在逐步增强。而公司目前销售区域却主要集中于四川地区，从客户结构和消费习惯上与中、东部沿海经济发达地区相比还有一定差距。为了扩大销售规模，增强公司竞争力，公司依托四川市场，逐步建立辐射全国的销售渠道，并不断完善全国范围内的客户服务体系，深入挖掘省外区域对公司品牌产品的需求，开发相关经销商、潜在客户，提升现有产品销售推广和服务的市场空间。

公司不断扩大营销队伍建设，做好营销人员的培训工作，从企业文化、专业知识、市场行情、情商智商等多方位、多渠道、多形式进行培训与开发，并为营销人员设立阶段性成长目标，帮助其快速成长为专业的、训练有素的营销专才，为公司储备一批、沉淀一批专业的营销人才做准备。公司将完善全国范围内的售前售后服务，并通过布局省内外旅游风景区，开设专卖店，将具有独特传统文化特色、同时能涵盖大多数消费者的木质、编竹工艺品、荣经砂器、蜀绣等工艺品投放至景区、旅游礼品市场以扩大销量和市场知名度，最终提高客户的品牌粘黏度。公司将加强品牌标准化体系建设，完善能被消费者所认同的品牌形象。在不断完善自身品牌形象的过程中公司将加大广告宣

传力度，通过与互联网、电视台、报纸等相关媒体合作的形式宣传企业文化、品牌形象，扩大企业影响力。通过和海内外相关文化艺术场所的巡回活动、展览从而提高品牌知名度和形象，为下一步进入海外市场做好充分准备。

③公司市场前景广阔

几千年来，工艺美术始终伴随着人类一路前行。工艺美术品既是文化艺术品，又是与人民生活息息相关的日常生活用品，是我国消费需求的重要组成部分。随着我国经济的快速发展、国内扩大内需政策的实施以及居民收入增长带来的消费习惯和消费水平的提高，享受型消费模式日益显现，个性化、艺术化和多样化消费日益成为消费主流，人们对于具有浓郁艺术和文化特色，个性鲜明的工艺美术品的消费需求不断增加，对工艺美术产品的购买数量、频率会相应增加，这为工艺美术行业发展提供了无限的市场空间。

企业的生产积极性是产业持续稳定发展的基础和保障。近年来，从国家到地方都重视工艺美术产业的发展，不断出台相应的促进产业发展的实施意见和发展规划，同时，针对企业融资难和融资贵等问题，工业和信息化部《关于工艺美术行业发展的指导意见》提出，进一步落实国家有关小微企业的各项优惠政策，健全小微企业的公共服务体系。支持符合条件的小微企业发行中小企业私募债，或在全国股份转让系统和区域性股权转让市场挂牌融资等各项金融支持政策，激发了企业的创新和技术改造的积极性。“十二五”期间以及未来一段时间，随着国家经济结构战略调整力度的加大，相关的激励政策还

将持续，支持力度会进一步加大，工艺美术产业发展将进入一个新的发展机遇期。

④公司具有多种核心竞争优势

公司核心要素和核心竞争优势主要如下：

一、传统文化和技艺传承优势

公司是设计、生产、销售明清古典、新中式等木质工艺品和相关产品为主的雕塑艺术类企业，生产工艺环节大多为中国传统工艺的改进及衍生，生产的工艺品经过雕刻艺术和榫卯艺术的精妙融合，在搭配纹理精美的木料后，实现了作为艺术品的实用性、观赏性、收藏性的和谐统一，同时也是对中华传统文化艺术的传承、发扬。

目前公司产品全部采用传统的纯手工榫卯工艺和手工雕刻进行生产加工，榫卯工艺是中式古典工艺品的灵魂，也是中国传统木作工艺的精髓，雕刻工艺也是最具有人文色彩的工艺环节，这不仅让木质工艺品、雕刻工艺品美观大气，更增添了产品的艺术性及收藏价值。目前公司采用的漆面工艺为特有的土漆擦漆工艺。擦漆工艺是在属于“国家级非物质文化遗产”的成都漆艺的基础上发展而来。公司目前采用的土漆擦漆工艺中所用的漆水为土漆，土漆也是非物质文化遗产“成都漆器”的主要用漆。公司对该文化的传承在四川具有很强的影响力。

公司在雕刻工艺上，聘请了四川省自贡市市级非物质文化遗产“李氏竹木牙玉雕刻”第三代传人——李征宇先生作为公司的雕刻技术顾问，指导公司生产部门提高雕刻技艺，通过不断地技术提升与科

学创新，公司将以凿、雕、修、刮、磨等精妙的艺术手段，精雕细刻，创造出构图生动，形象鲜明、技艺精湛的文化艺术精品。

公司同成都著名山水画家、哲学硕士邱六言先生；中国美术家协会会员、四川省美术家协会理事、四川省美术家协会创作中心研究员、四川省巴蜀画派促进会理事吴浩先生，签订了长期顾问协议，由邱六言先生、吴浩先生对公司生产进行指导，将木、竹质工艺品与传统山水画派、巴蜀画派进行有机融合，增加产成品的艺术收藏价值。

根据多年的生产摸索，公司自行研究出对湿楠木干燥成型的独特技术处理，通过将木材放置于真空环境，由于低压使水的沸点降低，致使木料水分加快蒸发最终达到稳定水分率。在两次常规烘干、一次真空烘干后，木料成型。公司目前木料烘干技术已经处于本行业内领先水平。

公司组建了结构合理、专业的技术团队对木质、编竹工艺品、荣经砂器、蜀绣等非物质文化遗产特色的文化艺术品进行深入研究，不断地进行技术积累，截止到出具本反馈之日，公司目前已经申请到了12件外观设计专利，且均属于专利保护期内。同时公司与所属核心技术人员和生产技术工人均签订了劳动合同和竞业禁止协议。未来公司还将对上述人员进行股权激励以保障人员的稳定性。公司还对核心岗位实施主要技术人员人才储备，通过设置AB岗的形式达到即使主要技术人员离职或停工均不会导致公司生产遇到问题。公司在不断进行技术积累、加大研发力度的同时根据市场对产品需求的反馈进行及时的修正、自主研发，不断地开发出深受消费者喜爱且具有公司特色

的产品。

二、原材料进价优势

金丝楠木产于中国四川、云南等地。公司成立至今十分注重生产的可持续性，特别注重原材料的渠道建设，现已经通过长期的原材料市场供应开发，寻找了可靠、稳定、直接的原材料供应体系，在原材料进货价格和同行业相比有较大的优势，具有较强的市场竞争力。同时公司地处四川成都，相比国内其他地区的同类企业具有得天独厚的地理优势。

三、客户资源优势

公司通过不断发展和口碑营销，目前已积累了丰富的客户资源，这一类客户资源都是传统文化、工艺美术品的拥护者，不仅具有较强的消费能力，而且具有品牌粘黏度高的特点，对公司未来的发展起着良好的推动作用，公司目前的客户分布已经从四川地区走向全国各省市，在巩固扩大国内市场后公司将择机进军海外市场，最终实现中国传统文化走出去战略。中国通过三十年的改革开放，已经成为了全球第二大经济体，经济的发展促使今天的人们对中国传统文化表现出越来越浓厚的兴趣，人们更倾向于购买具有中国传统文化特点的艺术品。

四、行业优势

习近平主席提出：“中华民族伟大复兴，必须弘扬优秀传统文化”的号召。随着我国国内物质生活水平的提高，人们对工艺美术品的重视程度和购买能力也逐步提高，我国工艺美术品行业保持着加速增长

的态势，是未来的朝阳产业之一。现阶段，我国木质工艺品行业品牌集中度不高，行业集中度较为分散，产品质量参差不齐且多数企业较难实现规模化经营，高质量和做工精细的工艺品市场需求较大。而公司从规模上已经高于同行业平均水平并已实现品牌化、规模化经营，具备较强的市场竞争力。未来消费者对工艺品的需求会越来越高，市场前景广阔，竞争压力较小，公司发展潜力巨大。

⑤上下游资源优势及稳定性

目前公司采购的原材料产地主要产自四川本地，相对于同行业竞争者公司具有地理优势，运输成本较低。同时公司采购的主要原材料在市场上有较多的供应商，公司与主要供应商均签署了长期供货协议。公司对供应商并不存在依赖，亦不存在其他经营风险。

公司自报告期内便积极开展与各大美术馆、院校的展览、活动，同时通过活动不断地推广公司品牌，传播中国传统文化的，从而积累丰富的客户资源，形成了良好的口碑和客户依赖度。由于公司从工艺、技术上坚持在传统工艺的基础上创新、变革，所以使得产品具备高品牌识别度，能被大众市场所接受。

⑥资金筹资能力

目前公司的主要融资渠道来源于股东的权益投资，报告期内，公司拥有较为充足的现金支持公司业务的拓展，公司销售模式决定了公司很少存在应收账款，故公司能及时的回笼销售收款，保证公司流动资金充裕。同时公司在报告期内已经引入了机构投资者，并且已经在接洽一些大型战略投资者，计划在挂牌后进行定向股权融资。对于公司现有股东也考虑在公司登陆新三板后进行增资；其次，多家银行目

前都已经逐步开展新三板企业的股权质押融资业务，公司从银行等金融机构融资的能力也将会进一步得到提高。

(2) 主办券商对公司的持续经营能力发表意见如下：

① 尽调过程

主办券商获取审计报告核查公司实际经营情况，获取期后收入实现情况以了解公司市场开发能力，通过对行业调查了解公司市场前景，获取机构投资者的投资协议了解公司的筹资能力，从而综合评估公司在可预见的未来的持续经营能力。查阅盈利预测报告的编制基础和方法。通过和同行业可比公司进行对比，分析公司的持续经营能力。

② 事实依据

一、行业研究报告

二、公司核心竞争优势的分析

三、通过 Wind 数据库和东方财富等第三方软件查询同行业数据

③ 分析过程

一、公司未来收入持续增长，保持了较高的毛利率和净利率，具有较强的盈利能力，持续经营能力较强。

公司成立于 2013 年，成立时间较短，尚处于发展初期，具有广阔的市场空间和资源。报告期内公司保持了营业收入每年 80% 以上的增长，同时根据 2016 年 1-11 月已经实现销售预测 2016 年全年将实现 1000 左右的收入，公司在未来 2-3 年内将实现收入和规模的快速增长。同时公司销售模式决定了公司基本不存在应收账款，充足的现金流将保障公司业务的进一步拓展，公司的发展空间巨大，具有较强

的持续经营能力。

二、公司营业收入高于可比同行业财务平均水平

根据公司所属行业特点，考虑行业可比和细分市场情况等因素，我们选取新三板以及全国地方股权交易中心公开市场数据作为对标测算基础。主板市场未查询到有相关上市公司。

经查询，截止本回复出具之日，从属于细分行业“C2431 雕塑工艺品制造”的新三板公司只有一家，区域股权交易所中心有 7 家。

目前，新三板市场只有一家细分同行业公司挂牌，样本量较小，无法代表平均水平；根据百年巧匠的公开转让说明书披露，其主营业务主要是木绘拼花实用工艺品的研发设计、生产和销售。公司将雕刻、螺钿镶嵌、火烙和手工绘画等四种手工艺技法应用于木绘拼花工艺品中，形成木绘拼花地板、墙板、棚板等系列产品，而翰林文化的产品定位在设计、生产、销售明清古典、新中式等木质雕刻工艺品和相关摆件，以陶土为原料的荣经砂器、荣经砂瓶和以湘妃竹为主要原料的编竹工艺品。两者的主营业务、产品定位不相同，原则上不具备可比性。

按照 WIND 数据中全国区域性股权交易中心可查询同行业数据显示，公司最近一年 2015 年营业收入、最近两年累计营业收入均高于区域股权交易中心挂牌的同细分行业平均水平，在 7 个具备公开数据的同行业公司中，翰林文化的收入水平合计高于另外 6 家同行业公司，排名第二，超过平均水平。

同时公司最近一年 2015 年营业收入、最近两年累计营业收入均

高于新三板和区域股权交易中心挂牌的同细分行业平均收入水平。

综上所述，主办券商认为公司最近两年累计营业收入高于行业同期平均水平。

三、公司具有多种核心竞争优势

传统文化和技艺传承优势

公司是设计、生产、销售明清古典、新中式等木质工艺品和相关产品为主的雕塑艺术类企业，生产工艺环节大多为中国传统工艺的改进及衍生，生产的工艺品经过雕刻艺术和榫卯艺术的精妙融合，在搭配纹理精美的木料后，实现了作为艺术品的实用性、观赏性、收藏性的和谐统一，同时也是对中华传统文化艺术的传承。

目前公司产品全部采用传统的纯手工榫卯工艺和手工雕刻进行生产加工。目前公司采用的漆面工艺为特有的土漆擦漆工艺。擦漆工艺是在属于“国家级非物质文化遗产”的成都漆艺的基础上发展而来。公司目前采用的土漆擦漆工艺中所用的漆水为土漆，土漆也是非物质文化遗产“成都漆器”的主要用漆。公司对该文化的传承在四川具有很强的影响力。

公司在雕刻工艺上，聘请了四川省自贡市市级非物质文化遗产“李氏竹木牙玉雕刻”第三代传人——李征宇先生作为公司的雕刻技术顾问，指导公司生产部门提高雕刻技艺，通过不断地技术提升与科学创新，公司将以凿、雕、修、刮、磨等精妙的艺术手段，精雕细刻，创造出构图生动，形象鲜明、技艺精湛的文化艺术精品。

公司同成都著名山水画家、哲学硕士邱六言先生；中国美术家协

会会员、四川省美术家协会理事、四川省美术家协会创作中心研究员、四川省巴蜀画派促进会理事吴浩先生，签订了长期顾问协议，由邱六言先生、吴浩先生对公司生产进行指导，将木、竹质工艺品与传统山水画派、巴蜀画派进行有机融合，增加产成品的艺术收藏价值。

生产技术优势

根据多年的生产摸索，公司自行研究出对湿楠木烘干的独特技术处理，通过将木材放置于真空环境，由于低压使水的沸点降低，致使木料水分加快蒸发最终达到稳定水分率。在两次常规烘干、一次真空烘干后，木料成型。公司目前木料烘干技术已经属于行业内领先水平。

原材料进价优势

金丝楠木产于中国四川、云南等地。公司成立至今十分注重生产的可持续性，特别注重原材料的渠道建设，现已经通过长期的原材料市场供应开发，寻找了可靠、稳定、直接的原材料供应体系，在原材料进货价格和同行业相比有较大的优势，具有较强的市场竞争力。同时公司地处四川成都，相比国内其他地区的同类企业具有得天独厚的地理优势。

行业优势

习近平主席提出：“中华民族伟大复兴，必须弘扬优秀传统文化”的号召。随着我国国内物质生活水平的提高，人们对工艺美术品的重视程度和购买能力也逐步提高，我国工艺美术品行业保持着加速增长的态势，是未来的朝阳产业之一。现阶段，我国木质工艺品行业品牌集中度不高，行业集中度较为分散，产品质量参差不齐且多数企业较

难实现规模化经营，高质量和做工精细的工艺品市场需求较大。而公司从规模上已经高于同行业平均水平并已实现品牌化、规模化经营，具备较强的市场竞争力。未来消费者对工艺品的需求会越来越高，市场前景广阔，竞争压力较小，公司发展潜力巨大。

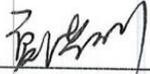
④结论性意见：

综上所述，主办券商认为，公司满足《全国中小企业股份转让系统挂牌条件适用基本标准指引(试行)》中关于持续经营能力的要求。不属于负面清单影响的企业。

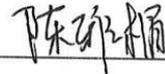
以下无正文

(以下无正文，为《关于成都翰林文化股份有限公司挂牌申请文件的第二次反馈意见的回复》项目负责人、项目组成员签字页)

项目小组各成员签字：

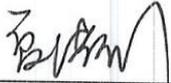


夏洪剑



陈雅楣

项目小组负责人签字：



夏洪剑

2016年12月14日

(以下无正文，为《关于成都翰林文化股份有限公司挂牌申请文件的第二次反馈意见的回复》内核专员签字页)

内核专员签字：



秦超

2016年12月16日

(以下无正文,为《关于成都翰林文化股份有限公司挂牌申请文件的第二次反馈意见的回复》主办券商盖章页)



2016年12月14日