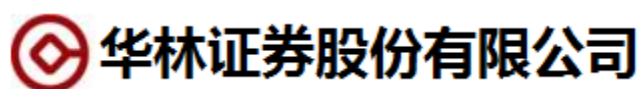




关于湖北祥源新材科技股份有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的
第二轮审核问询函回复

保荐人（主承销商）



（注册地址：拉萨市柳梧新区国际总部城3幢1单元5-5）

深圳证券交易所：

贵所于 2020 年 10 月 27 日出具的《关于湖北祥源新材科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第二轮审核问询函》（审核函〔2020〕010653 号，以下简称“第二轮审核问询函”）已收悉，华林证券股份有限公司作为保荐人（主承销商），与发行人、发行人律师及申报会计师对第二轮审核问询函所列问题认真进行了逐项落实，现回复如下，请予审核。

如无特别说明，本回复报告中的简称或名词的释义与招股说明书（申报稿）中的相同。

本回复报告的字体：

黑体	第二轮审核问询函所列问题
宋体	对第二轮审核问询函所列问题的回复

目录

1. 关于实际控制人.....	4
2. 关于深圳英孚.....	9
3. 关于员工持股平台.....	17
4. 关于关联方及关联交易.....	20
5. 关于核心技术.....	29
6. 关于产品质量责任.....	48
7. 关于销售.....	60
8. 关于主要客户.....	70
9. 关于产品价格和毛利率.....	94
10. 关于采购.....	116
11. 关于委托辐照.....	119
12. 关于产品运用领域.....	123

1. 关于实际控制人

首轮问询回复显示，魏志祥、魏琼为发行人的实际控制人。2008年4月至今，魏志祥和魏琼直接持有发行人股权比例分别不低于39%和25%，二人共同对公司股东大会、董事会的重大决策和公司经营活动产生重大影响，两人对公司重大事项上相互协商，在相关最终决策上均保持一致。

请发行人按照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题9的要求补充说明报告期是否存在控制权变动的情况，发行人的共同实际控制人魏志祥、魏琼发生意见分歧或纠纷时的解决机制，发行人公司治理结构是否健全且运行良好。

请保荐人、发行人律师发表明确意见，并说明发行人多人共同控制情形是否符合《〈首次公开发行股票并上市管理办法〉第十二条“实际控制人没有发生变更”的理解和适用——证券期货法律适用意见第1号》的规定。

【回复】

一、请发行人按照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题9的要求补充说明报告期是否存在控制权变动的情况，发行人的共同实际控制人魏志祥、魏琼发生意见分歧或纠纷时的解决机制，发行人公司治理结构是否健全且运行良好

（一）发行人报告期不存在控制权变动的情况

1、发行人股权及股东大会情况

2017年初（报告期初）至今，魏志祥和魏琼控制公司股份情况如下：

期间	魏志祥			魏琼	合计
	直接控制比例	间接控制比例	小计	直接控制比例	
2017年1月 -2017年12月	49.36%	5.23%	54.59%	32.42%	87.01%
2017年12月 -2018年4月	45.61%	5.23%	50.84%	32.42%	83.26%
2018年4月 -2019年6月	43.18%	5.23%	48.41%	28.37%	76.78%
2019年6月 -2019年12月	41.73%	5.05%	46.78%	27.42%	74.20%

2019年12月起	39.52%	4.78%	44.30%	25.96%	70.26%
-----------	--------	-------	--------	--------	---------------

魏志祥、魏琼分别为发行人第一大股东和第二大股东，其中魏志祥持股比例超过 30%，魏琼持股比例保持在 30%左右，二人直接持股合计比例一直在 65%以上，且二人之间的持股比例基本保持为 3：2 的关系。因此，虽然魏志祥、魏琼的合计持股比例在报告期内因增资、股权转让有所降低，但一直持有发行人较大比例的股份，且二者之间的持股比例保持基本稳定。

魏志祥、魏琼二人合计持有股份占出席股东持有的股份总数的比例均在 50%以上，二人对发行人的股东大会具有重大影响；根据发行人报告期内的股东大会文件，二人在历次股东大会的重大决策中行使表决权时均保持一致意见，未出现二人向股东大会提出内容冲突的提案之情形。

综上，魏志祥、魏琼二人自报告期初至今合计持有股份比例一直在 50%以上，对发行人股东大会具有重大影响，且二人在行使提案权及表决权时保持了一致行动。

2、发行人董事会的情况

发行人现任 9 名董事中，其中 6 名董事由魏志祥、魏琼二人共同提名推荐，二人提名推荐的董事人数占全体董事人数的半数以上。同时，魏志祥、魏琼二人在历次董事会的重大决策中行使表决权时均保持一致意见，且未出现二人向董事会提出内容冲突的提案之情形。

综上，魏志祥、魏琼二人对发行人董事会具有重大影响，且二人在行使提案权及表决权时保持了一致行动。

3、发行人的高级管理人员及经营决策情况

报告期初至今，发行人董事长一直由魏志祥担任，总经理一直由魏琼担任，未发生变化；二人在公司经营管理上分工明确且稳定，其中魏志祥主要负责公司的战略发展方向，魏琼全面负责公司经营管理，二人在公司重大事项上均相互协商并在相关决策上均保持一致。

综上，魏志祥、魏琼二人在发行人经营决策中均发挥了重要作用，且在重大经营决策上保持一致。

4、发行人及其股东的认定情况

公司及全体股东出具了相关声明确认，魏志祥和魏琼直接持有祥源新材股权比例均在 65% 以上，二人共同提名的董事占全体董事的半数以上，二人共同对公司股东大会、董事会的重大决策和公司经营活动产生重大影响，在相关最终决策上均保持一致；发行人及全体股东均认可魏志祥和魏琼对公司的共同控制地位。

因此，魏志祥、魏琼作为发行人的共同实际控制人符合发行人自身的认定情况，并经发行人全体股东予以确认，符合《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 9 关于“基本原则”的相关规定。

(二) 发行人的共同实际控制人魏志祥、魏琼发生意见分歧或纠纷时的解决机制

魏志祥、魏琼之间为兄妹关系，二人均为发行人的创始人股东，且参与发行人的经营决策。魏志祥、魏琼于 2020 年 11 月 3 日签署了《协议书》并确认：“2017 年 1 月 1 日至今，魏志祥和魏琼持股比例基本保持为 3: 2 的关系，两人共同对公司股东大会、董事会的重大决策和公司经营活动产生重大影响，两人在公司重大事项上相互协商，在相关决策上均保持一致”；同时，二人约定：在公司股东大会、董事会及其专门委员会作出决策前应充分协商后达成一致意见，并在行使提案权及表决权时保持一致行动；若双方在充分协商后未能达成一致意见的，则以魏志祥意见为准。因此魏志祥、魏琼二人在一致行动协议中明确了发生意见分歧或纠纷时的解决机制。

综上，魏志祥、魏琼作为发行人的共同实际控制人符合发行人的最近三年的客观事实情况，未发生变化；二人已经在一致行动协议中明确了发生意见分歧或纠纷时的解决机制；因此符合《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 9 关于“共同实际控制人”的相关规定。

(三) 发行人公司治理结构健全且运行良好

发行人于 2015 年 5 月股改时制定了“三会”议事规则及相关工作制度、工作细则，并参照上市公司治理规则于 2019 年 6 月及 2019 年 10 月设置了独立董事及专门委员会；发行人报告期内“三会”会议的召开、决议内容及签署符合有

关法律、行政法规、部门规章、规范性文件和发行人章程的规定；发行人报告期内股东大会和董事会的授权和重大决策合法、合规、真实、有效；因此，发行人公司治理结构健全且运行良好。

二、请保荐人、发行人律师发表明确意见，并说明发行人多人共同控制情形是否符合《〈首次公开发行股票并上市管理办法〉第十二条“实际控制人没有发生变更”的理解和适用——证券期货法律适用意见第1号》的规定

魏志祥、魏琼共同拥有发行人控制权符合《〈首次公开发行股票并上市管理办法〉第十二条“实际控制人没有发生变更”的理解和适用——证券期货法律适用意见第1号》的相关条件，具体情况如下：

（一）魏志祥、魏琼均直接持有发行人的股份和/或间接支配发行人股份的表决权

魏志祥目前直接持有发行人 39.52%的股份，且最近三年内均系发行人第一大股东；祥源众鑫直接持有发行人 4.78%的股份，魏志祥持有祥源众鑫的财产份额，系祥源众鑫执行事务合伙人，能够通过祥源众鑫控制发行人 4.78%的股份。魏琼目前直接持有发行人 25.96%的股份，系发行人第二大股东。因此，魏志祥、魏琼均直接持有发行人的股份和/或间接支配发行人股份的表决权，且魏志祥作为发行人第一大股东及持有公司股份表决权比例最高的人未发生变化。

（二）发行人公司治理结构健全、运行良好，多人共同拥有公司控制权的情况不影响发行人的规范运作

承前所述，发行人公司治理结构健全且运行良好，魏志祥、魏琼二人在公司重大事项上相互协商，在相关最终决策上均保持一致，因此魏志祥、魏琼共同拥有公司控制权的情况不影响发行人的规范运作。

（三）魏志祥、魏琼之间的协议安排情况

魏志祥、魏琼于 2020 年 11 月 3 日签署的关于共同控制相关安排的《协议书》合法有效、权利义务清晰、责任明确，且双方确认了报告期内共同控制的实际情况，并约定《协议书》在双方共同控制公司期间持续有效。因此，魏志祥、魏琼共同控制发行人的情况已经通过协议予以明确，该协议合法有效、权利义务清晰、

责任明确,该情况在最近3年内且在首发后的可预期期限内是稳定、有效存在的,共同拥有公司控制权的多人没有出现重大变更。

(四) 魏志祥、魏琼的股份锁定情况

魏志祥、魏琼均已经出具股份锁定承诺函:“自公司股票上市之日起36个月内,不转让或者委托他人管理其直接或间接持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份,也不由公司回购其所持有的该等股份;若所持公司股票在锁定期满后两年内减持的,该等股票的减持价格将不低于发行价(若发生除息、除权行为,则相应调整价格);公司上市后6个月内,如公司股票连续20个交易日的收盘价均低于发行价,或者上市后6个月期末收盘价低于发行价,其持有公司股票的锁定期限自动延长6个月。不因职务变更、离职等原因而放弃履行上述承诺。”

因此,上述股份锁定情况有利于发行人控制权稳定。

三、中介机构核查情况

(一) 中介机构的核查程序

1、查阅发行人的企业登记档案、报告期内的股东大会文件、历次增资的相关协议、发行人报告期内的董事会文件,了解发行人股权结构、股东大会和董事会情况;

2、访谈魏志祥、魏琼,了解发行人的高级管理人员及经营决策情况;

3、查阅发行人的企业登记档案、报告期内的“三会”文件、公司章程、三会议事规则及相关制度文件,了解发行人公司治理结构和运行情况;

4、查阅魏志祥和魏琼签署的关于共同控制相关安排的《协议书》,取得魏志祥、魏琼出具的股份锁定承诺函,分析是否符合《<首次公开发行股票并上市管理办法>第十二条“实际控制人没有发生变更”的理解和适用——证券期货法律适用意见第1号》的相关条件。

(二) 中介机构的核查意见

经核查,保荐机构、发行人律师认为:

1、报告期内,魏志祥、魏琼二人对发行人股东大会、董事会具有重大影响,

且二人在行使提案权及表决权时保持了一致行动，在发行人经营决策中均发挥了重要作用，为发行人的共同实际控制人，且报告期内不存在控制权变动的情况；魏志祥、魏琼作为发行人的共同实际控制人符合发行人自身的认定情况，并由发行人股东予以确认，符合《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 9 关于“基本原则”的相关规定；

2、魏志祥、魏琼作为发行人的共同实际控制人符合发行人的最近三年的客观事实情况，未发生变化；二人已经在一致行动协议中明确了发生意见分歧或纠纷时的解决机制，符合《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 9 关于“共同实际控制人”的相关规定；

3、发行人公司治理结构健全且运行良好；

4、魏志祥、魏琼共同拥有发行人控制权符合《<首次公开发行股票并上市管理办法>第十二条“实际控制人没有发生变更”的理解和适用——证券期货法律适用意见第 1 号》的相关条件。

2. 关于深圳英孚

首轮问询回复显示，在深圳英孚被收购之前，晏勇杰代魏志祥和魏琼名义持有深圳英孚 100%的股权。晏勇杰与魏志祥、魏琼之间为朋友关系，魏志祥、魏琼基于朋友之间的信任让晏勇杰代其持有深圳英孚股权；发行人原材料配方是公司的商业秘密，通过无股权关系的第三方采购能够减少原材料信息传播。发行人于 2019 年 12 月收购了深圳英孚 100%股权。晏勇杰未在发行人处任职。

请发行人：

(1) 补充说明报告期内晏勇杰的其他投资、持股、任职情况，其控制、持股或任职公司与发行人及其关联方、发行人客户、供应商是否存在业务或资金往来，是否存在为发行人代垫成本、费用情形。

(2) 结合发行人配方的取得来源、报告期内数量增长情况、未来储备情况，说明发行人原材料配方是否存在商业秘密泄露或知识产权侵权风险，发行人是否具备持续研发能力；说明发行人自主采购行为是否存在泄密风险，发行人采取何

种具体措施防止技术人员离职或恶意泄漏导致的配方失密风险；发行人申请豁免披露部分供应商信息是否具有合理性，发行人原材料配方是否存在技术门槛较低、易于被他人获取的情形。

请保荐人发表明确意见，请申报会计师对问题（1）发表明确意见，请发行人律师对问题（2）发表明确意见。

【回复】

一、补充说明报告期内晏勇杰的其他投资、持股、任职情况，其控制、持股或任职公司与发行人及其关联方、发行人客户、供应商是否存在业务或资金往来，是否存在为发行人代垫成本、费用情形

报告期内晏勇杰除代为持有深圳英孚股权外，不存在持有其他公司股权的情况。

晏勇杰在报告期内任职情况如下：

序号	公司名称	主营业务	担任职位	任职时间
1	湖北博天通讯有限责任公司	电子产品及配件的销售	市场部经理	2017年1月 2019年12月
2	汉川星火通信有限公司	电子产品及配件的销售	市场部经理	2020年1月 至今

根据晏勇杰出具的声明函及公开信息查询，报告期内晏勇杰除代为持有深圳英孚股权外，不存其他持有其他公司股权的情况；其任职的湖北博天通讯有限责任公司、汉川星火通信有限公司与发行人及其关联方、发行人客户及供应商不存在业务或资金往来，亦不存在为公司垫付成本、费用的情形。

二、结合发行人配方的取得来源、报告期内数量增长情况、未来储备情况，说明发行人原材料配方是否存在商业秘密泄露或知识产权侵权风险，发行人是否具备持续研发能力；说明发行人自主采购行为是否存在泄密风险，发行人采取何种具体措施防止技术人员离职或恶意泄漏导致的配方失密风险；发行人申请豁免披露部分供应商信息是否具有合理性，发行人原材料配方是否存在技术门槛较低、易于被他人获取的情形

（一）发行人配方的取得来源、报告期内数量增长情况、未来储备情况

1、发行人配方的取得来源

自公司生产聚烯烃发泡材料以来，公司聘用了较多研发人员，稳步提升自身的研发水平，自主研发了多个类别、数千个产品配方。公司通过对产品配方、工艺、生产设备的不断改进及积累，成为了聚烯烃发泡材料领域内知名企业，并依据材料的特性拓展了建筑装饰、消费电子、汽车内饰材料等多个应用领域。公司的主要产品为聚烯烃发泡材料，根据不同应用领域的要求，产品拥有不同的软硬程度、回弹性能、导电性能等。公司通过调整产品的原材料种类及配比，生产外观、性能不同的聚烯烃发泡材料以满足不同应用领域的不同要求。

2、公司配方报告期内数量增长情况

报告期各期末，公司所拥有并量产的配方数量如下：

单位：类、个

项目	2020年6月30日	2019年末	2018年末	2017年末
配方类别数目	27	25	20	19
配方数目	4,553	3,478	2,496	1,291

报告期内，公司根据客户需求定制化研发及生产产品，经过多年的发展，公司的产品种类越来越丰富，型号规格越来越齐全。截至2020年6月30日，公司拥有产品配方数目超过4,000个，通过不同配方及工艺生产的产品在密封、防水、缓冲、减震等方面拥有不同的性能，从而被广泛应用于建筑装饰材料、消费电子产品、汽车内饰材料等领域。

3、未来储备情况

报告期内，公司拥有并量产的产品配方稳步增长，并拥有十一大类别共四十余种尚未量产的产品配方，储备较为充足，能够满足客户对不同产品特性的研发需求。公司未来仍会持续根据市场需求研究新的产品配方，同时对目前的配方进行进一步改进优化。

(二) 发行人原材料配方是否存在商业秘密泄露或知识产权侵权风险，发行人是否具备持续研发能力

1、潜在的商业秘密泄露及知识产权侵权风险

聚烯烃发泡材料行业的企业需要紧跟客户需求及市场发展方向，及时研发符合各类规格要求的产品。公司作为行业内知名企业，非常重视新产品开发，在研发团队的培养、新配方研发、生产工艺改进、生产设备技改等方面均投入大量的人力物力。目前聚烯烃发泡材料企业之间存在一定竞争，公司核心生产配方或生产工艺等商业秘密存在被泄露的风险。发行人已经在招股说明书“第四节 风险因素”提示如下风险：

“知识产权、核心技术被侵犯或泄露的风险

公司是一家以研发、生产和销售聚烯烃发泡材料为核心业务的高新技术企业。经过多年的研发和技术积累，公司在聚烯烃发泡材料领域已具备较强的技术优势。公司核心技术主要体现在产品配方、生产工艺和生产设备等多个方面，其中产品配方是公司核心技术的重要组成部分。通过十余年的独立研发，公司自主研发了几十类、数千个产品配方，是公司技术优势的重要体现。

公司通过多种方式保护公司核心技术。一方面，公司通过申请专利对公司现有的产品技术和储备技术等知识产权加以保护，截至招股说明书签署日，公司已取得专利授权 33 项，其中发明专利 19 项；另一方面，公司通过与员工签署保密协议等多种技术保密措施，防止公司的专有技术及在研技术、产品配方及生产工艺等技术的泄露。

虽然公司已建立多种措施保护知识产权和核心技术，但仍不能确保公司的知识产权、核心技术不被侵犯和泄露。若公司不能有效保障知识产权、核心技术，公司的竞争优势可能会遭到削弱，并进而影响公司的经营业绩。”

2、公司为减少商业秘密泄露及知识产权侵权风险采取的措施

为防止商业秘密泄露，公司在生产、研发、ERP 系统等多个环节采取了保密措施，具体如下：

（1）生产环节

对于部分用于生产过程的重要原材料，公司在原材料入库前将产品的外包装进行更换，防止生产员工直接从物料包装获得原材料信息。

对于生产中原材料的配比，公司采取隔绝不同配料工序的措施，使得各个工序及其配料过程相互独立，各工序的配料员工各司其职，无法得知其他工序所需

的原材料配比。

（2）研发环节

公司对研发人员设置了较为严格的查看权限，研发人员仅掌握自身参与研发项目的原材料配方，无法查看其他研发项目所涉及的配方。此外，研发人员不直接参与产品的生产过程，无法知悉生产环节所需的其他工艺。

（3）ERP 系统

公司在 ERP 系统中对原材料名称以代码的形式进行加密，在领料、配料等生产过程的各个环节原材料均以物料代码的形式出现，使得无查阅权限的员工无法得知原材料的真实信息。

（4）原材料配方仅为公司商业秘密的组成部分之一

公司产品的生产技术较为复杂，其中原材料配方、生产工艺、生产设备参数为较为核心的环节，仅掌握原材料配方无法生产出相应产品。相同的原材料配方在不同的生产工艺及生产设备参数下，最终产成品的性能、形态均有较大的区别。因此，原材料配方需配合特定生产工艺及生产设备参数（如炉体温度、辐照剂量及时长）才可形成合格的最终产品。

3、发行人的持续研发能力

公司拥有较强的研发能力，具体体现在：①公司制定了完善的研发机制、高效的研发架构以满足不断变化的市场需求及客户的多样化需求；②公司规划了多项重点研发项目，以契合聚烯烃发泡材料的多个应用领域及其未来的发展趋势；③持续加大研发投入，公司报告期各期研发投入分别为 1,217.92 万元、1,368.65 万元、1,640.16 万元及 722.11 万元，当期营业收入的比例分别为 7.99%、6.35%、5.77%和 6.41%。持续稳定的研发投入是公司可持续研发能力的重要保障。

（三）说明发行人自主采购行为是否存在泄密风险，发行人采取何种具体措施防止技术人员离职或恶意泄漏导致的配方失密风险

1、公司自主采购行为泄密风险较小

通过孙公司深圳英孚采购是公司为了保护商业秘密所采取的众多措施之一，为公司重视商业秘密的体现。为规范公司经营管理，公司将深圳英孚股权收购并自

主采购，泄密风险较小，主要原因为：①公司产品应用领域较多，涉及建筑装饰材料、消费电子产品、汽车内饰材料等多个领域，公司产品配方包括 27 个系列类型，仅知晓原材料种类较难与公司的具体产品系列相对应；②公司产品的原材料配比较为复杂，包含多种基础及特殊化工原料，仅通过个别原材料种类较难得出产品所应用的所有原材料及配比。

2、技术人员离职或恶意泄漏配方的应对措施

公司采取了多种措施减少技术人员离职或恶意泄漏导致的配方失密风险，具体体现在：①权限隔离措施：研发人员仅掌握自身参与研发项目的原材料配方，无法查看对其他研发项目所涉及的配方。此外研发人员不直接参与产品的生产过程，无法知悉生产环节所需的其他工艺，仅知悉配方也无法生产出相应的产品；②公司与研发人员签订了较为严格的保密协议及竞业禁止协议；③公司设立了较为全面的奖励机制，如公司员工参与研发的项目获得量产，除给予适当奖励外，该员工将在后续几年分享该项目产生的收益。

综上所述，公司采取了较为缜密的保密措施以防止公司的商业机密被泄露。

（四）发行人申请豁免披露部分供应商信息是否具有合理性，发行人原材料配方是否存在技术门槛较低、易于被他人获取的情形。

1、公司申请豁免披露供应商信息的原因及合理性

公司申请豁免披露部分供应商信息的主要原因为：公司生产的聚烯烃发泡材料种类较多，部分产品为满足特定应用领域对性能的特定要求，在生产中需加入进口高性能原材料（如高回弹粒子、抗菌剂等），公司通过特定供应商采购进口原材料。因进口并销售特定原材料的供应商销售的产品较为独特，如披露该部分供应商名称，公司采购的关键原材料将有可能被暴露，虽然单一原材料不足以让竞争对手获知公司的产品配方、工艺参数，但是基于谨慎性和持续保持公司产品独特竞争力的需要，公司仍申请豁免披露特定关键供应商信息。

2、公司申请豁免披露的供应商信息符合豁免条件

《深圳证券交易所创业板股票发行上市审核规则》（以下简称“《审核规则》”）及《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》（以下简称“《审核问答》”）对发行人涉及商业秘密的豁免条件如下：

根据《审核规则》第四十四条：“发行人有充分依据证明本准则要求披露的某些信息涉及国家秘密、商业秘密及其他因披露可能导致其违反国家有关保密法律法规规定或严重损害公司利益的，发行人可申请豁免按本准则披露。”

根据《审核问答》第 21 条（三）涉及商业秘密的要求：发行人因涉及商业秘密提出豁免申请的，应当符合以下要求：1. 发行人应当建立相应的内部管理制度，并明确相关内部审核程序，审慎认定信息豁免披露事项；2. 发行人的董事长应当在豁免申请文件中签字确认；3. 豁免披露的信息应当尚未泄漏。

公司的特定原材料种类及相关配方为公司的商业秘密，若披露特定供应商名称将可能导致通过供应商采购的原材料名称及型号被泄露，从而损害公司利益。

公司已建立严格的内控管理制度，申请豁免披露的事项经过了公司实际控制人及相关高级管理人员的多次内部审核，董事长魏志祥已在豁免申请文件中签字确认。公司申请豁免披露的供应商名称及信息不会对投资者决策判断构成重大障碍，符合《审核规则》及《审核问答》规定的豁免条件。

3、公司原材料配方不存在技术门槛较低及易于被他人获取的情形

通过十余年在聚烯烃发泡材料行业的探索，公司对聚烯烃发泡材料的配方、生产工艺和生产设备形成自己独特的积累和经验。聚烯烃发泡材料中，根据材料物理、化学特性的不同，不同产品在所需要的原材料配方、生产工艺和生产设备上区别较大。总体而言具有特殊性能如超薄、高回弹、高防水性、高柔软度的产品原材料配方的技术门槛较高。除原材料配方外，生产过程中所涉及的工艺指标、设备参数等也对产成品的质量、特性有较大影响，原材料配方仅为本公司技术门槛的组成部分。综上，发行人原材料配方不存在技术门槛较低、易于被他人获取的情形。

4、发行人申请豁免披露的供应商信息符合相关规则

发行人申请豁免披露的供应商信息符合《审核规则》及《审核问答》的规则。

（1）发行人豁免披露的内容符合《审核问答》之“（一）豁免申请的内容”的相关要求

发行人申请豁免的披露的内容已在豁免申请中逐项说明①豁免披露的信息

的内容；②认定为商业秘密的依据和理由；③符合招股说明书准则及相关规定要求；④豁免披露后的信息未对投资者决策判断构成重大障碍。

综上，发行人豁免披露的内容符合“审核问答”之“（一）豁免申请的内容”的相关要求

（2）发行人豁免披露的内容符合“审核问答”之“（三）涉及商业秘密的要求”的相关要求

公司已建立严格的内控管理制度，申请豁免披露的事项经过了公司实际控制人及相关高级管理人员的多次内部审核，董事长魏志祥已在豁免申请文件中签字确认。

综上，发行人豁免披露的内容符合“审核问答”之“（三）涉及商业秘密的要求”的相关要求。

（3）发行人豁免披露的内容符合“审核问答”之“（四）中介机构核查要求”的相关要求

保荐机构、发行人律师已经出具专项报告，确认发行人申请的信息豁免披露符合相关规定、不影响投资者决策判断、不存在泄密风险。

申报会计师已经出具专项报告，确认发行人审计范围不存在受到限制的情况、审计证据充分、豁免披露相关信息不影响投资者的决策判断。

（4）发行人豁免披露的内容符合审核规则的要求

发行人申请豁免信息属于公司商业秘密，并已在豁免申请中充分说明理由，发行人豁免披露的内容符合《审核规则》第四十四条的要求。

三、中介机构核查情况

（一）中介机构的核查程序

1、对晏勇杰进行访谈，并通过公开信息查询，了解其是否存在其他投资、持股、任职情况；

2、取得晏勇杰关于其控制、持股或任职公司与公司及其关联方、公司的客

户、供应商是否存在业务或资金往来，是否存在为公司代垫成本、费用情形的说明；

3、访谈公司核心技术人员，了解公司配方的来源、数量增长情况、储备情况及公司对配方、工艺的保密措施，并了解公司的持续研发能力、自主采购行为的泄密风险、技术人员离职或恶意泄漏配方的应对措施、申请豁免披露部分供应商信息的合理性以及原材料配方是否存在技术门槛较低、易于被他人获取的情形。

（二）中介机构的核查意见

1、保荐机构及申报会计师的核查意见

晏勇杰除代为持有深圳英孚股权外，其投资、持股或任职的公司与公司及其公司的关联方、公司的客户及供应商不存在业务或资金往来，不存在为公司垫付成本、费用情形。

2、保荐机构和发行人律师的核查意见

（1）发行人已在招股说明书中作出知识产权、核心技术被侵犯或泄露的风险提示；

（2）发行人具备持续研发能力；

（3）发行人采取了较为缜密的保密措施以防止公司的商业机密被泄露，发行人自主采购行为及技术人员离职或恶意泄漏导致的失密风险较小；

（4）发行人出于原材料配方保密的理由申请豁免披露部分供应商信息具备合理性。

（5）发行人的原材料配方不存在技术门槛较低、易于被他人获取的情形。

3. 关于员工持股平台

首轮问询回复显示，发行人员工持股平台祥源众鑫员工方世敏、段旭东、刘国伟、李昌、郭可锐、蔡芳霞、张良、孙庆山等人离职，并转出所持祥源众鑫股权。

请发行人补充说明祥源众鑫的离职人员离职前在发行人处任职情况，离职后去向；前述离职人员所持祥源众鑫股权转让价格是否符合合伙协议约定，转让价款是否均已支付，与发行人及魏志祥、魏琼是否存在纠纷或潜在纠纷。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

【回复】

一、请发行人补充说明祥源众鑫的离职人员离职前在发行人处任职情况，离职后去向

根据发行人提供的说明及祥源众鑫的离职人员出具的声明及承诺函，祥源众鑫的离职人员离职前在发行人处任职情况以及离职后去向情况如下：

姓名	离职前在发行人处任职	离职后去向
方世敏	财务总监和副总经理	武汉清博数智信息技术有限公司（执行董事兼总经理）
段旭东	销售部组长	武汉慧来科技有限公司（应用技术工程师）
刘国伟	董事和副总经理	武汉佳仕德科技有限公司（执行董事兼总经理）
李昌	生产部操作工	武汉市江岸区兴源汽车装饰用品经营部（技师）
郭可锐	研发部工程师	潍坊云鼎新材料科技有限公司（研发部副总监）
蔡芳霞	财务部会计	湖北科利节能科技有限公司（财务部主管）
张良	生产部主管	平湖信达软木股份有限公司（储备干部）
孙庆山	生产部生产组长	个体经营（营业员）

二、前述离职人员所持祥源众鑫股权转让价格是否符合合伙协议约定，转让价款是否均已支付，与发行人及魏志祥、魏琼是否存在纠纷或潜在纠纷

（一）前述离职人员所持祥源众鑫股权转让价格是否符合合伙协议约定

祥源众鑫成立于 2015 年，初始出资人为发行人实际控制人魏志祥、魏琼，2015 年至今实际控制人通过转让祥源众鑫出资份额方式实施员工激励。实施股权激励时，实际控制人与被激励人员签署了出资份额转让协议书及其附件。上述离职人员在离职时的出资份额转让价格按照员工持股激励方案及授予时实际控制人与员工签署的合伙企业出资份额转让协议书附件执行。

未按照合伙协议的约定执行转让价格，原因是转让时的合伙协议的相关规定

为祥源众鑫 2015 年 1 月设立时（仅有魏志祥、魏琼二人）的约定，该等约定实际上已经被发行人公开披露的员工持股激励方案及授予（魏志祥、魏琼将财产份额转让给员工）时实际控制人与员工签署的合伙企业出资份额转让协议书附件所替代，但祥源众鑫未及时将合伙协议相关条款进行修订。2020 年 9 月 3 日，祥源众鑫对合伙协议进行修订并办理工商变更登记，将合伙协议中与员工持股激励方案及合伙企业出资份额转让协议书附件不一致的内容删除。

上述情况已由离职人员出具的声明及承诺函进行确认：“本人已知悉由于未及时变更祥源众鑫合伙协议，财产份额转让协议及其补充协议约定内容与祥源众鑫合伙协议存在差异，本人对于按照财产份额转让协议及其补充协议约定价格进行财产份额转让无异议。”

（二）转让价款是否均已支付，与发行人及魏志祥、魏琼是否存在纠纷或潜在纠纷

根据受让人魏志祥、魏琼提供的银行流水、付款凭证及祥源众鑫的离职人员出具的声明及承诺函，祥源众鑫的离职人员离职时所持祥源众鑫财产份额转让价格按照授予时其与魏志祥、魏琼签署的财产份额转让协议及其补充协议、《湖北祥源新材科技股份有限公司员工持股激励方案》执行，离职人员已经足额收到转让价款，与发行人及魏志祥、魏琼不存在纠纷或潜在纠纷。

三、中介机构核查情况

（一）中介机构的核查程序

1、取得发行人提供的说明及祥源众鑫的离职人员出具的声明及承诺函，了解祥源众鑫的离职人员离职前在发行人处任职情况，离职后去向；

2、取得发行人说明文件、发行人员工持股激励方案及授予时实际控制人与员工签署的合伙企业出资份额转让协议书附件、祥源众鑫的合伙协议及祥源众鑫的离职人员出具的声明及承诺函，了解祥源众鑫离职人员所持祥源众鑫股权转让价格是否符合合伙协议约定；

3、查阅魏志祥、魏琼提供的银行流水、付款凭证及取得祥源众鑫的离职人员出具的声明及承诺函，了解转让价款是否均已支付，与发行人及魏志祥、魏琼

是否存在纠纷或潜在纠纷。

（二）中介机构的核查意见

经核查，保荐机构及发行人律师认为：

1、因未及时变更祥源众鑫合伙协议，离职人员财产份额转让协议及其补充协议约定的退出价格与祥源众鑫合伙协议存在差异，但祥源众鑫的离职人员离职时所持祥源众鑫财产份额转让价格按照授予时其与魏志祥、魏琼签署的财产份额转让协议及其补充协议、《湖北祥源新材科技股份有限公司员工持股激励方案》执行；

2、祥源众鑫的离职人员已经足额收到转让价款，与发行人及魏志祥、魏琼不存在纠纷或潜在纠纷。

4. 关于关联方及关联交易

首轮问询回复显示：

（1）报告期内，发行人实际控制人魏志祥及其亲属注销汉川市天恒工贸有限公司（公司实际控制人魏志祥配偶程娜曾持有 30%股权且担任其监事，已于 2018 年 3 月注销）、上海蜜弗包装材料有限公司（公司实际控制人魏志祥配偶之弟程实持有其 35%股权且担任其监事，已于 2020 年 4 月注销）等关联方。

（2）汉川中盛、苏州贝斯珂为发行人家用电器产品领域主要客户，与发行人存在经常性关联销售和关联采购，其中公司实际控制人魏志祥之女魏颀及配偶程娜之弟程实分别持有汉川中盛 40%和 60%的股权，公司实际控制人魏志祥配偶程娜、公司副总经理黄永红持有苏州贝斯珂 24%股权。

请发行人：

（1）请发行人补充说明汉川市天恒工贸有限公司、上海蜜弗包装材料有限公司的其他股东情况，报告期内该等股东控制、持股或任职公司与发行人及其关联方、发行人客户、供应商是否存在业务或资金往来。

（2）补充说明公司实际控制人魏志祥配偶程娜、公司副总经理黄永红共同投资苏州贝斯珂的背景，苏州贝斯珂的其他股东是否在发行人任职、是否与实际控制人及其关系密切人员存在关联关系或其他未披露的利益安排。

(3) 补充说明汉川中盛、苏州贝斯珂的经营规模与其和发行人的交易情况是否匹配，汉川中盛、苏州贝斯珂及其股东控制、持股或任职的公司与发行人客户、供应商是否存在业务或资金往来。

请保荐人、申报会计师对问题（1）、（3）发表明确意见，请保荐人、发行人律师对问题（2）发表明确意见。

【回复】

一、请发行人补充说明汉川市天恒工贸有限公司、上海蜜弗包装材料有限公司的其他股东情况，报告期内该等股东控制、持股或任职公司与发行人及其关联方、发行人客户、供应商是否存在业务或资金往来

（一）汉川市天恒工贸有限公司、上海蜜弗包装材料有限公司的基本情况

汉川市天恒工贸有限公司、上海蜜弗包装材料有限公司的基本情况如下：

1、汉川市天恒工贸有限公司注销前基本情况

公司名称	汉川市天恒工贸有限公司
注册资本	200 万人民币
法定代表人	段志勇
统一社会信用代码/注册号	91420984582473130F
成立日期	2011 年 10 月
注销日期	2018 年 3 月
住所	汉川市仙女山街道办事处华二村
经营范围	建筑材料生产销售。(涉及专项审批的凭有效许可证方可经营)
股权结构	甘翠萍 30.00%、程娜 30.00%、段志勇 30.00%、尹志祥 10.00%

2、上海蜜弗包装材料有限公司注销前基本情况

公司名称	上海蜜弗包装材料有限公司
注册资本	50 万元人民币
法定代表人	张勇
统一社会信用代码/注册号	913101160781379043
成立日期	2013 年 9 月

注销日期	2020年4月
住所	上海市金山区枫泾镇环东一路65弄5号3379室
经营范围	包装材料，电子材料，橡塑制品，化工原料及产品（除危险化学品、监控化学品、烟花爆竹、民用爆炸物品、易制毒化学品）销售。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】
股权结构	张勇 65.00%、程实 35.00%

(二) 报告期内汉川市天恒工贸有限公司、上海蜜弗包装材料有限公司的其他股东控制、持股或任职公司与公司及其关联方、公司客户、供应商的业务或资金往来情况

汉川市天恒工贸有限公司股东甘翠萍控制、持股或任职公司的情况如下：

公司名称	控制、持股或任职情况
武汉市创捷平安达物流有限公司	持有 36.64% 股权并担任法定代表人和执行董事
武汉鼎庚鼎商贸有限公司	持有 100.00% 股权并担任法定代表人和执行董事兼总经理
郑州浩润甘姐物流有限公司	持有 70.00% 股权并担任法定代表人和执行董事兼总经理
武汉众联达物流有限公司(已注销)	曾持有 12.50% 股权

汉川市天恒工贸有限公司股东段志勇控制、持股或任职公司的情况如下：

公司名称	控制、持股或任职情况
湖北省隆泉电子科技有限公司	持有 3.00% 股权并担任监事
湖北楚城建筑工程有限公司	持有 31.43% 股权
汉川乐途实业有限公司	持有 10.00% 股权并担任监事
汉川万鑫摩托车市场(普通合伙)	持有 55.00% 份额并任职
汉川靓泽洗涤有限公司	曾持有股权并曾担任高管

汉川市天恒工贸有限公司股东尹志祥控制、持股或任职公司的情况如下：

公司名称	控制、持股或任职情况
湖北省天翔光电有限责任公司	持有 10% 股权并担任监事
湖北挚爱儿童用品有限公司	持有 100% 股权并担任法定代表人和执行董事兼总经理

上海蜜弗包装材料有限公司股东张勇控制、持股或任职公司的情况如下：

公司名称	控制、持股或任职情况
苏州贝斯珂胶粘科技有限公司	持有 45.00% 股权并担任法定代表人和执行董事
苏州欣隆达包装材料有限公司 (已注销)	曾持有 33.00% 股权并曾担任监事

保荐机构、申报会计师核查了公司银行流水，取得了汉川市天恒工贸有限公司和上海蜜弗包装材料有限公司及其股东出具的声明函，确认除张勇和程娜持股的苏州贝斯珂、程实持股的汉川中盛以及程实于公司任职外，汉川市天恒工贸有限公司和上海蜜弗包装材料有限公司的股东控制、持股、任职的其他公司与公司及公司的关联方、公司的客户及供应商不存在业务或资金往来。

二、补充说明公司实际控制人魏志祥配偶程娜、公司副总经理黄永红共同投资苏州贝斯珂的背景，苏州贝斯珂的其他股东是否在发行人任职、是否与实际控制人及其关系密切人员存在关联关系或其他未披露的利益安排

(一) 公司实际控制人魏志祥配偶程娜、公司副总经理黄永红共同投资苏州贝斯珂的背景

根据程娜、黄永红的说明，基于对家用电器领域胶带市场的判断，程娜、黄永红认为上述业务领域具有一定的投资价值，因此共同投资了苏州贝斯珂。

(二) 苏州贝斯珂的其他股东是否在发行人任职、是否与实际控制人及其关系密切人员存在关联关系或其他未披露的利益安排

苏州贝斯珂的股东及股权结构为：张勇持股 45%，程娜持股 24%，黄永红持股 16%，涂红伟持股 15%。报告期内张勇、涂红伟均无在发行人处任职的情况。张勇为魏志祥配偶父亲的妹妹的儿子和已注销的上海蜜弗包装材料有限公司的股东，除此关系外，张勇及涂红伟与魏志祥、魏琼及其关系密切人员不存在其他关联关系，亦不存在利益安排。

三、补充说明汉川中盛、苏州贝斯珂的经营规模与其和发行人的交易情况是否匹配，汉川中盛、苏州贝斯珂及其股东控制、持股或任职的公司与发行人客户、供应商是否存在业务或资金往来

（一）汉川中盛、苏州贝斯珂的经营规模与其和公司的交易情况匹配

汉川中盛、苏州贝斯珂的经营规模与其和公司的交易情况如下：

1、汉川中盛的经营规模及与公司的交易情况

报告期内，汉川中盛的经营规模与其向公司采购聚烯烃发泡材料的交易情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
总采购额	914.87	1,517.39	1,539.65
向公司采购金额	130.45	173.70	159.93
占比	14.26%	11.45%	10.39%

注：2020 年起，公司不再与汉川中盛发生交易

2017 年-2019 年，汉川中盛向公司采购聚烯烃发泡材料的交易金额占汉川中盛的总采购额分别为 10.39%、11.45% 和 14.26%，与汉川中盛的经营规模相匹配。

2、苏州贝斯珂的经营规模及与公司的交易情况

报告期内，苏州贝斯珂的经营规模与其向公司采购聚烯烃发泡材料的交易情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
总采购额	919.05	760.14	903.70
向公司采购金额	335.42	291.04	271.90
占比	36.50%	38.29%	30.09%

注：2020 年起，公司不再与苏州贝斯珂发生交易

2017 年-2019 年，苏州贝斯珂向公司采购聚烯烃发泡材料的交易金额占苏州贝斯珂的总采购额比例分别为 30.09%、38.29% 和 36.50%，与苏州贝斯珂的经营规模相匹配。

(二) 汉川中盛、苏州贝斯珂及其股东控制、持股或任职的公司与公司的客户、供应商是否存在业务或资金往来

1、汉川中盛

除魏颀和程实于公司任职外，汉川中盛的股东控制、持股或任职的其他公司与公司的客户、供应商不存在业务或资金往来。

报告期内，汉川中盛与公司的客户不存在业务或资金往来，与公司的供应商存在业务往来，具体如下：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
总采购	914.87	1,517.39	1,539.65
重叠供应商采购	326.59	463.35	632.31
重叠供应商采购占总采购比例	35.70%	30.54%	41.07%
总收入	1,272.75	1,472.42	1,700.00
重叠客户销售	-	-	-
重叠客户销售占总收入比例	0.00%	0.00%	0.00%
净利润	17.52	100.05	57.69

报告期内，公司与汉川中盛存在重叠采购，重叠采购主要情况为向中国石油天然气股份有限公司、湖北齐鑫塑化有限公司等塑料粒子供应商采购 PE 粒子。重叠采购主要因为汉川中盛主营的空调保温管材也需要 PE 粒子作为原材料。

汉川中盛的粒子采购量与其经营规模基本一致，净利润情况基本合理，不存在为公司垫付成本和费用的情况。

2、苏州贝斯珂

除黄永红于公司任职外，苏州贝斯珂的股东张勇、程娜、黄永红和涂红伟控制、持股或任职的其他公司与公司的客户、供应商不存在业务或资金往来。

报告期内，苏州贝斯珂与公司的客户、供应商存在业务往来，具体如下：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
总采购	919.05	760.14	903.70
重叠供应商采购	1.58	3.99	3.35
重叠供应商采购占 总采购比例	0.17%	0.53%	0.37%
总收入	1,431.79	1,187.81	1,213.22
重叠客户销售	206.89	230.13	141.18
重叠客户销售占总 收入比例	14.45%	19.37%	11.64%
净利润	72.66	32.80	37.60

报告期内，公司与苏州贝斯珂存在向重叠客户销售的情况，主要是上海润梵橡塑制品有限公司、深圳市汇智工贸科技有限公司、昆山博瑞思特电子有限公司等公司客户向苏州贝斯珂采购胶带。报告期公司与苏州贝斯珂存在重叠客户的主要原因为：公司的客户需要胶带，而公司基本不具备该产品的供应能力，苏州贝斯珂从公司采购 IXPE 加工生产为胶带后销售给客户。

报告期内，公司与苏州贝斯珂存在向共同供应商苏州营创电子材料有限公司购买的情况，采购金额较小，均系包装用材料。

苏州贝斯珂的采购量与其经营规模基本一致，净利润情况基本合理，不存在为公司垫付成本和费用的情况。

四、发行人关联采购公允性情况分析

报告期内，发行人经常性关联采购情况如下表所示：

单位：万元

关联方名称	关联交易内容	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
		金额	占成本的比例	金额	占成本的比例	金额	占成本的比例	金额	占成本的比例

汉川中盛	采购原材料	-	-	-	-	-	-	151.52	1.80%
苏州贝斯珂	委托加工	-	-	1.12	0.01%	-	-	0.09	0.00%
王胜华	运输装卸服务	0.23	0.00%	49.05	0.31%	45.96	0.37%	35.13	0.42%

(1) 汉川中盛

2017 年上半年，随着公司业务规模扩大，订单量迅速增长，且该时段订单交期集中，导致公司部分型号的聚乙烯原材料库存不足。该时期，汉川中盛此类聚乙烯原材料库存充足，且均采购自大型石化供应商，质量可靠，汉川中盛与公司同处汉川，运输成本较低运输时间较短。因此，为了保证按时完成当期订单，公司短期内向汉川中盛采购部分聚乙烯材料弥补备货不足。通过优化自己的原材料管理，2017 年 8 月起公司未再发生向汉川中盛采购原材料的情形。

2017 年，公司向汉川中盛采购聚乙烯材料的单价为 0.98 万元/吨，与公司 2017 年聚乙烯的平均采购单价 0.96 万元/吨基本一致。公司按市场公允价格从汉川中盛采购部分型号的聚乙烯材料，交易持续时间较短，占同类交易比重较低，对公司主营业务不存在重大影响。

(2) 苏州贝斯珂

基于客户的特殊需求，公司存在极少数产品需要在发泡后增加涂胶工序。由于该工序适用的产品数量较小，新增涂胶设备性价比较低，公司委托具有涂胶设备的苏州贝斯珂代为实施。公司与苏州贝斯珂的交易综合考虑涂胶工序的生产成本和市场的公允报价确定交易价格。该交易金额极小，发生频率较低，对发行人的主营业务不构成重大影响。

(3) 王胜华

报告期内，公司委托王胜华提供短途零星物流运输及相关的装卸服务。主要是从租赁汉川中盛的备用仓库至公司厂区的短途运输，以及从物流公司的中转仓库至公司厂区的运输，由于备用仓库位于老城区，老城区道路相对狭窄，由小型运输车辆运输更为合适。王胜华熟悉当地路况，有多年丰富的零散货物运输经验，个体经营，灵活性较高，因此公司选择与其进行合作。

2017-2019 年，公司与王胜华发生的运输装卸交易金额分别为 35.13 万元、45.96 万元和 49.05 万元，双方按照市场公允价格结算，交易金额较小，对公司主营业务无重大影响。除 2020 年 1 月存在少量交易外，公司不再与王胜华合作。

综上所述，发行人报告期内的关联采购金额较小，主要为偶发性的原材料采购以及运输装卸服务采购。发行人按照市场价格与关联方确定采购价格，与关联方采购交易价格公允。

五、中介机构核查情况

（一）中介机构的核查程序

1、查阅汉川市天恒工贸有限公司、上海蜜弗包装材料有限公司的公开资料，取得汉川市天恒工贸有限公司、上海蜜弗包装材料有限公司的其他股东关于其控制、持股或任职公司与公司及其关联方、公司的客户、供应商是否存在业务或资金往来的说明；

2、访谈发行人及程娜、黄永红，了解程娜、黄永红共同投资苏州贝斯珂的背景；

3、查阅苏州贝斯珂的企业登记档案和公开资料，取得发行人报告期内的员工花名册、张勇及涂红伟出具的声明，并向发行人了解苏州贝斯珂的其他股东是否在发行人任职、是否与实际控制人及其关系密切人员存在关联关系或其他未披露的利益安排等情况；

4、取得汉川中盛、苏州贝斯珂 2017 年、2018 年和 2019 年的财务报表以及提供的各年采购总额，检查交易金额占各年采购总额的比例，判断其经营规模与交易金额是否匹配；

5、取得汉川中盛、苏州贝斯珂 2017 年、2018 年和 2019 年的采购和销售资料，检查与公司重叠客户和重叠供应商的情况；

6、取得汉川中盛、苏州贝斯珂及其股东与公司及其关联方、公司的客户、供应商是否存在业务或资金往来的说明；

7、取得发行人与汉川中盛等关联方的采购交易明细，并分析采购单价情况。

（二）中介机构的核查意见

1、保荐机构及申报会计师的核查意见

（1）除张勇和程娜持股的苏州贝斯珂、程实持股的汉川中盛以及程实于公司任职外，汉川市天恒工贸有限公司和上海蜜弗包装材料有限公司的股东控制、持股、任职的其他公司与公司及公司的关联方、公司的客户及供应商不存在业务或资金往来；

（2）汉川中盛、苏州贝斯珂的经营规模与公司的交易情况相匹配；汉川中盛与公司的客户不存在业务或资金往来，与公司的供应商存在合理的业务往来；苏州贝斯珂与公司的客户、供应商存在合理的业务往来；除魏颀、程实和黄永红于公司任职外，汉川中盛、苏州贝斯珂的股东控制、持股、任职的其他公司，与公司及公司的关联方、公司的客户及供应商不存在业务或资金往来。

2、保荐机构及发行人律师的核查意见

经核查，保荐机构和发行人律师认为：张勇为魏志祥配偶父亲的妹妹的儿子和已注销的上海蜜弗包装材料有限公司的股东，除此关系外，张勇及涂红伟与魏志祥、魏琼及其关系密切人员不存在其他关联关系，亦不存在其他未披露的利益安排。

3、保荐机构的核查意见

经核查，保荐机构认为：发行人报告期内的关联采购金额较小，主要为偶发性的原材料采购以及运输装卸服务采购。发行人按照市场价格与关联方确定采购价格，与关联方采购交易价格公允。

5. 关于核心技术

首轮问询回复显示：

（1）2008 年公司购置和租赁少量 IXPE 生产设备、引入具备相关经验的技术人员、并咨询部分专家，开始进入 IXPE 行业，生产最基础的 IXPE 产品。随着公司的发展，公司通过扩大招聘技术人员，投入研发费用，公司研发应用在电子行业等高门槛的 IXPE 产品。

（2）不同行业中使用 IXPE 对性能要求具有较大差异，例如电子行业关注厚

度、防水等性能较多，建筑装饰行业更关注隔音、抗菌等性能。

(3) 公司是国内少数可生产超薄 IXPE 材料及批量化生产 IXPP 材料的企业之一，公司用于消费电子产品的超薄 IXPE 材料在材料厚度、产品精度（厚度区间）等方面已达到行业较高水平。在消费电子产品领域，公司是国内少数具备规模化自主生产 0.06mm 超薄 IXPE 的企业之一。公司目前是国内少数能生产彩色超薄吸塑成型防静电 IXPE 材料的企业之一。

(4) 公司生产的消费电子领域的 IXPE 需要通过胶带生产商进入具体的电子产品的生产。公司的产品被应用在 OPPO、vivo 等知名品牌的电子产品中。通过与客户的访谈，公司已知公司产品具体用于 iPhone 的生产。

(5) 公司目前已能够批量化生产 IXPP 材料，目前已成功应用到福特、长安、长城等著名品牌的汽车中，打破了此前 IXPP 材料全部由境外企业供应的局面，成为国内少数能够批量化供应 IXPP 的企业之一。报告期内发行人 IXPP 的销售收入分别为 14.16 万元、18.85 万元、394.92 万元、195.77 万元。

(6) 行业主要技术壁垒主要体现在产品配方、生产工艺、机器设备配置等方面。

(7) 发行人与其他单位存在合作研发。

请发行人：

(1) 结合发行人早期研发人员的专业背景、从业经历，说明发行人进入聚烯烃发泡材料领域的研发历程，包括研发团队、研发场地、研发投入、购买和租赁 IXPE 生产设备、量产时间、市场开拓等具体情况。

(2) 补充说明发行人建筑装饰行业 IXPE 材料的主要技术参数、性能指标，发行人与润阳科技等同行可比公司 IXPE 材料在发泡倍率、隔音、抗菌、防静电、厚度、精度等性能方面的比较情况，以及相关性能指标对 IXPE 材料产品售价的影响情况。

(3) 补充说明发行人电子类 IXPE 材料的主要技术参数、性能指标，发行人与同行可比公司、竞争对手 IXPE 材料在材料厚度、产品精度、发泡倍率、防水、防静电等性能方面的量化比较情况；分别说明发行人 0.06mm 超薄 IXPE、彩色超薄吸塑成型防静电 IXPE 材料的产量、销量、主要客户及终端客户情况；补

充说明智能手机等消费电子产品使用 IXPE 材料的主流性能指标、高端性能指标以及技术发展方向，发行人是否具备相关技术储备、研发能力。

(4) 区分终端品牌，补充说明发行人产品应用于在 iPhone、OPPO、vivo 等知名品牌的电子产品中销售金额及占比，单个智能机应用发行人产品的数量/面积，是否存在智能手机以外的电子产品应用场景及该等产品销售情况；结合消费电子领域行业景气度，说明发行人电子消费领域产品价格是否存在持续下滑风险；报告期内，丙烯酸发泡材料价格变动趋势，是否存在替代 IXPE 的趋势及风险。

(5) 结合发行人的产品配方、生产工艺、辐照线及发泡炉等机器设备配置等，进一步比较并说明发行人与同行业可比公司、竞争对手的竞争优势，发行人的市场份额和市场地位情况。

(6) 结合发行人 IXPP 材料的毛利率和销售情况，补充披露发行人 IXPP 材料的主要竞争对手，提示市场开拓失败风险。

(7) 补充说明发行人的合作研发项目是否应用于生产及具体情况，是否涉及发行人核心技术，2014 年湖北省院士专家工作站项目、院士专家工作站项目的具体项目内容和研发投入，对于未约定保密措施的合作研发项目是否存在技术泄密风险。

请保荐人发表明确意见。

【回复】

一、结合发行人早期研发人员的专业背景、从业经历，说明发行人进入聚烯烃发泡材料领域的研发历程，包括研发团队、研发场地、研发投入、购买和租赁 IXPE 生产设备、量产时间、市场开拓等具体情况

1、公司进入 IXPE 行业具体过程

公司实际控制人曾经营过电缆业务，在电缆市场调研中发现一种经过辐照工艺加工后的电缆具备无毒、环保等优点，进而逐步接触到具有类似加工过程的 IXPE 产品。通过调研，发行人发现 IXPE 产品具有良好的产品特性及加工特点，在国外应用非常广泛。因看好 IXPE 产品的市场前景，发行人决定发展 IXPE 产业。

2008 年以前交城中核华康新材料有限公司(以下简称“交城中核”)经营 IXPE 业务, 公司早期技术人员主要来源于交城中核。2008 年基于业务调整的原因, 交城中核与公司签订协议, 将其位于江苏省吴江市 1,535 平米厂房及 3 台发泡炉等机器设备租赁给公司, 租赁期 2 年, 同时公司聘用了其部分技术人员。

2008 年公司 IXPE 材料开始量产, 生产技术难度不高、厚度为 1-3mm 的普通应用型 IXPE 的产品, 用于家用电器和建筑装饰材料领域。2008 年公司 IXPE 业务刚刚起步, 销售规模较小, 2008 年全年 IXPE 材料销售金额约为 200 万元。2008 年 IXPE 产品的主要客户为常州市永丰包装材料有限公司、广州佳诚新材料有限公司等家用电器和建筑装饰材料领域的企业。

2008 年-2009 年公司开始购买发泡炉等设备, 建设自己的生产线, 扩张产能, 并进一步增加研发人员。2010 年由于交城中核需要资产清算, 交城中核与公司签署协议, 终止上述租赁, 回收租赁资产。根据公开查询信息, 交城中核 2009 年底被吊销营业执照, 其母公司在 2011 年前后被注销。

2、2010 年以来公司主要技术发展情况

2010 年后公司逐步加大技术投入, 聘用更多的研发人员, 结合客户的需求开展研发活动, 稳步提升公司在配方、工艺和设备方面的技术水平。公司 2010 年后取得了丰富的技术成果, 具体如下:

(1) 2010 年至 2014 年期间, 根据市场需求针对性突破技术难点

2010 年至 2014 年公司针对性的突破技术难点, 取得了重大技术成果, 包括但不限于: ①针对消费电子领域轻薄化的需求, 开发出厚度更薄的发泡产品, 最薄可达到 0.06mm; ②针对消费电子屏幕保护和缓冲需求较高的特点, 开发出防水波纹的高缓冲、高层间内聚力的 IXPE 材料; ③针对汽车领域对耐热, 安全和环保等方面要求较高的特点, 开发出阻燃等级不同的 IXPE 材料, 以及全新 IXPP 材料。

该期间公司开拓了日东电工(上海松江)有限公司、德莎(苏州)胶带技术有限公司等知名客户, 收入规模增加至 6,000 万元左右。

(2) 2015 年至 2018 年期间, 丰富产品种类开发特殊功能聚烯烃发泡产品

2015 年至 2018 年期间公司研发重心在研发特殊功能聚烯烃发泡产品，具体包括：①在消费电子领域，开发了薄型防静电 IXPE 材料，以及用于曲面屏的超柔软 IXPE 产品；②在建筑装饰领域，开发了抗菌、防滑等多款功能性产品；③在汽车内饰材料领域，开发了低气味、环保型的 IXPE 产品。

该期间公司开拓了海象新材料、爱丽家居等知名客户，收入规模增加至 2 亿元左右。

（3）2019 年至今，预测未来发展储备前沿技术

2019 年至今，根据对未来消费电子产品、建筑装饰材料、汽车内饰材料等相关领域技术发展和应用潮流的预计，公司大力开发前沿技术，部分应用前沿技术的新产品进入样品试制阶段，如适用于 5G/6G 领域的电磁屏蔽发泡材料、适用于可折叠屏的超薄超柔软发泡材料、抗静载和抗蠕变的新型地垫类发泡材料、用于汽车仪表板的超软 IXPP 和阻燃型 IXPP。除了研发目前主流的辐照交联发泡技术外，公司也在开发诸如超临界聚烯烃发泡等新型技术，挖掘新型发泡技术和发泡材料在电子、建筑和汽车等领域的应用。

二、补充说明发行人建筑装饰行业 IXPE 材料的主要技术参数、性能指标，发行人与润阳科技等同行业可比公司 IXPE 材料在发泡倍率、隔音、抗菌、防静电、厚度、精度等性能方面的比较情况，以及相关性能指标对 IXPE 材料产品售价的影响情况

（一）发行人建筑装饰行业 IXPE 材料的主要技术参数、性能指标

公司 IXPE 材料应用于建筑装饰行业的技术参数如下：

1、发泡倍率：发泡倍率是指塑料原料粒子发泡形成成品后较发泡前体积增大的比率，根据公司了解的市场产品相关情况，目前 IXPE 材料在建筑装饰领域的主流发泡倍率为 5~25 倍，公司产品的发泡倍率在 5~40 倍之间，发泡倍率范围更广。

2、厚度：根据公司所了解的产品市场情况，目前 IXPE 材料在建筑装饰领域的主流厚度为 0.5~5mm，公司产品的厚度为 0.3~19mm 之间，厚度范围更广。

3、隔音性能：隔音性能是指通过某种物品把声音或噪音隔绝、隔断、分离

等能力，材料一侧的入射声能与另一侧的透射声能相关的分贝为该材料的隔音量。根据公司了解的产品市场情况，目前 IXPE 材料在建筑装饰领域的主流隔音性能为 21dB，公司产品能够达到的隔音性能为 23dB，优于主流参数。

4、抗菌性能：抗菌性能是指抑制或妨碍细菌生长繁殖的性能。根据公司了解的产品市场情况，目前 IXPE 材料在建筑装饰领域的主流抗菌性能为抗菌率 $\geq 90\%$ 、防霉性 ≥ 1 级，公司产品能够达到的抗菌性能为抗菌率 $\geq 90\%$ 、防霉性 ≥ 1 级，与主流参数一致。

5、硬度：硬度是指对外界物体入侵的局部抵抗能力，根据公司了解的产品市场情况，目前 IXPE 材料在建筑装饰领域的硬度为 $40^{\circ}\sim 82^{\circ}$ ，公司产品能够达到的硬度为 $40^{\circ}\sim 82^{\circ}$ ，与主流参数一致。

由于公司产品属于跨学科行业，目前尚不存在针对聚烯烃发泡材料设置的专有行业标准，公司选取市场上较为普及的 IXPE 材料测量其性能参数，并与公司主要产品进行性能对比。由于公司产品种类较多，客户要求产品性能各不相同，上述主要技术参数不代表公司产品同时具备所有性能指标。

（二）发行人与润阳科技等同行可比公司 IXPE 材料在发泡倍率、隔音、抗菌、防静电、厚度、精度等性能方面的比较情况

根据公司主要竞争对手润阳科技及浙江交联的招股说明书、公开转让说明书、年度报告等公开文件，主要竞争对手均未披露其产品的性能参数。

公司在本题“（一）发行人建筑装饰行业 IXPE 材料的主要技术参数、性能指标”对建筑装饰材料行业 IXPE 产品的主要参数进行了说明，并将公司产品技术参数、性能指标与行业主流情况进行了对比。

（三）相关性能指标对 IXPE 材料产品售价的影响情况

1、厚度、发泡倍率对 IXPE 材料产品售价的影响情况

公司产品主要按照平方米计价，同一平方米的产品在不同产品厚度和发泡倍率的情形下，原材料耗用存在较大差异。公司产品厚度主要在 0.1mm-2mm 之间，产品的发泡倍率在 3-30 倍之间。不同产品的单位平方米成本差异较大。

通常情况，相同的产品厚度，产成品的发泡倍率越高，原材料耗用越少，每

平方米单价越低；反之，发泡倍率越低，原材料耗用越多，每平方米单价越高；而相同的产品发泡倍率下，产品的厚度越高，原材料耗用越多，每平方米单价越高；反之，厚度越低，原材料耗用越低，每平方米单价越低。

2、抗菌、防静电性能对 IXPE 材料产品售价的影响情况

在相同的产品厚度及发泡倍率下，拥有抗菌性能及防静电性能的产品添加了抗菌原材料及其他特殊物料，因此每平方米单价更高。

三、补充说明发行人电子类 IXPE 材料的主要技术参数、性能指标，发行人与同行业可比公司、竞争对手 IXPE 材料在材料厚度、产品精度、发泡倍率、防水、防静电等性能方面的量化比较情况；分别说明发行人 0.06mm 超薄 IXPE、彩色超薄吸塑成型防静电 IXPE 材料的产量、销量、主要客户及终端客户情况；补充说明智能手机等消费电子产品使用 IXPE 材料的主流性能指标、高端性能指标以及技术发展方向，发行人是否具备相关技术储备、研发能力

（一）电子类 IXPE 材料的主要技术参数、性能指标及发行人与同行业可比公司、竞争对手 IXPE 材料在材料厚度、产品精度、发泡倍率、防水、防静电等性能方面的量化比较情况

根据公司主要竞争对手润阳科技及浙江交联的招股说明书、公开转让说明书、年度报告等公开文件，主要竞争对手均未披露其产品的性能参数。

公司在本题“（三）智能手机等消费电子产品使用 IXPE 材料的主流性能指标、高端性能指标以及技术发展方向”对消费电子产品领域 IXPE 产品的主要参数进行了说明，并将公司产品技术参数、性能指标与行业主流情况进行了对比。

（二）分别说明发行人 0.06mm 超薄 IXPE、彩色超薄吸塑成型防静电 IXPE 材料的产量、销量、主要客户及终端客户情况

公司在招股说明书中将“超薄型 IXPE 材料”和“薄型防静电 IXPE 材料”作为公司在消费电子产品领域的重要技术成果。从生产技术难度的分类来看，“0.06mm 超薄 IXPE”是“超薄型 IXPE 材料”的突出性代表，“彩色 0.5mm 吸塑成型防静电 IXPE 材料”是“薄型防静电 IXPE 材料”的突出性代表，而具备上述产品生产能力的企业较少。由于上述产品的市场价格较高，目前市场规模有

限。公司上述相关产品的具体销售情况如下：

1、0.06mm 超薄 IXPE 材料

报告期公司 0.06mm 超薄 IXPE 材料，共计销售 26,406.25 平方米。由于产品具体规格型号的差异，0.06mm 超薄 IXPE 材料的销售价格在 40 元/平方米-60 元/平方米之间。相关产品的主要客户是深圳市成利富科技有限公司、昆山嘉栩电子科技有限公司、惠州海格泛泰科技有限公司等。上述客户的终端用户为京东方科技集团股份有限公司。

目前，公司产品用于高端智能手机中的超薄型 IXPE 材料厚度主要为 0.1mm，0.06mm 代表目前公司的最高生产技术能够量产的最薄厚度，能够满足折叠屏，曲面屏等高端智能手机的发展潮流，由于公司生产的 0.1mm 厚度 IXPE 材料已能满足主流智能手机对该材料性能的需求，因此目前 0.06mm 厚度 IXPE 材料销量有限。

2、超薄吸塑成型防静电 IXPE 材料

公司生产的彩色吸塑成型防静电 IXPE 材料共计销售 374,673.50 平方米，主要客户为郑州顶尖包装材料有限公司、郑州锦鸿塑胶制品有限公司，郑州飞凡塑胶制品有限公司，销售单价约 3 元平方米。公司无法获知该材料的终端客户信息。彩色超薄吸塑成型防静电 IXPE 材为公司能够量产的突出性技术成果，该材料主要用途为智能手机生产中转过程中的缓冲、防静电垫片，目前公司暂无销售。

公司生产的超薄吸塑成型防静电产品报告期内共计销售 39,743.50 平方米，主要客户为厦门市贝奇电子科技有限公司及苏州超今电子材料有限公司，由于产品具体规格型号的差异，相关产品的销售单价在 4 元/平方米-8 元/平方米之间。公司无法获知该材料的终端客户，该材料主要用途为电脑屏幕中过程中的缓冲、防静电垫片。

（三）智能手机等消费电子产品使用 IXPE 材料的主流性能指标、高端性能指标以及技术发展方向，发行人是否具备相关技术储备、研发能力

1、消费电子领域 IXPE 材料的主流性能指标及公司产品相应的性能指标

消费电子产品 IXPE 材料的在发泡倍率、厚度、精度等方面的主流技术指标

及公司产品相应性能指标对比如下：

(1) 发泡倍率：发泡倍率是指塑料原料粒子发泡形成成品后较发泡前材料体积增大的比率。根据公司了解的产品市场情况，目前主流手持式终端的发泡倍率为 2.5-20 倍，其他包装材料或防静电材料的发泡倍率为 5-30 倍；公司用于手持式终端产品的发泡倍率为 1.3-20 倍，其他包装材料或防静电材料的发泡倍率为 3-35 倍，发泡倍率范围更广。

(2) 厚度：根据公司了解的产品市场情况，目前主流手持式终端的厚度为 0.1-2.0 毫米，其他包装材料或防静电材料的厚度为 0.5 毫米以上；公司用于手持式终端产品的厚度为 0.06-2.0 毫米，其他包装材料或防静电材料的厚度为 0.5-8 毫米，厚度范围更广。

(3) 精度：精度指材料厚度观测值与真值的接近程度，目前根据公司了解的产品市场情况，市场主流 IXPE 材料的精度均为 10%以内，公司 IXPE 材料的精度均为 10%以内，与市场主流参数一致。

(4) 防静电程度：IXPE 材料的防静电程度以表面电阻值测量，具体指平行于通过材料表面上电流方向的电位梯度与表面单位宽度上的电流之比。根据公司了解的产品市场情况，市场主流 IXPE 材料的表面电阻率在 10^3 - 10^{13} 欧姆/平方米范围内，公司 IXPE 产品的表面电阻率在 10^3 - 10^{13} 欧姆/平方米范围内，与市场主流参数一致。

(5) 防水性能：应用于消费电子产品中的 IXPE 的防水性能以 IPX 防水标准测定。根据公司了解的产品市场情况，目前市场主流电子产品发泡材料的防水等级为 IPX 5(可抵抗泼溅及喷射水流)；公司 IXPE 材料的防水等级为 IPX 6-IPX 7(可抵抗猛烈喷水至连续浸水)，优于市场主流产品。

2、消费电子领域 IXPE 材料的高端性能指标及公司产品相应的性能指标

应用于消费电子产品的 IXPE 材料的高端性能指标为压缩性能、最薄厚度、环保性等特性，公司产品性能与市场主流产品的相关性能对比如下：

(1) 压缩性能：压缩性能是指泡沫塑料的压缩强度及其相对形变的性能。目前市场主流 IXPE 材料的压缩性能为压强范围 50-600Kpa 达到 25%压缩率；公

司 IXPE 材料的压缩性能为压强 $\leq 40\text{KPa}$ 即可达到 25% 压缩率，优于市场主流产品。

(2) 最薄厚度：最薄厚度指 IXPE 材料可达到的最薄厚度，在以轻薄为发展方向的电子产品中，材料厚度为较为重要的技术指标。目前市场主流超薄 IXPE 材料的厚度为 0.2 毫米；公司 IXPE 材料的最薄厚度为 0.06 毫米，优于市场主流产品。

(3) 环保性：IXPE 材料的环保性一般以通过主流环保标准界定，REACH 及 RoSH2.0 均为欧盟针对化学品有毒有害物质颁布的检测认证。目前市场主流 IXPE 材料及公司的 IXPE 产品均通过了 REACH 及 RoSH2.0 环保标准。

3、消费电子领域 IXPE 材料的技术发展方向及相关技术储备

消费电子领域 IXPE 材料的技术发展方向与消费电子产品的技术发展趋势一致，如轻薄化、高导热性能、高耐冲击性能等特性。公司在消费电子领域 IXPE 材料的技术储备较为充足，具体如下：

序号	项目名称	技术简介	进展情况
1	5G 电子产品用电磁屏蔽与缓冲性能一体化泡棉技术	在本行业率先采用磁控溅射方式在泡棉表面沉积具有较高电磁屏蔽性能的金属薄膜，实现电磁屏蔽与缓冲功能一体化的泡棉制备；应用于 5G 手机，信号发射器对电磁屏蔽，界面导热，表面低电阻的有需求的领域。	样品制备
2	超高耐冲击性发泡材料	致力于开发超高强度和层间内聚力的产品，使其具备极高的小球冲击性能，保证其胶水粘接力。该项目研发成功后，产品将可广泛应用在有高缓冲需求、窄边框的电子产品领域。	样品验证
3	彩色永久防静电电子产品	体积电阻和表面电阻范围可调，可自由调配颜色，可用自动化机械臂进行激光识别。可以为液晶面板、集成电路版和电子元器件提供极大的静电耗散保护。可用于永久防静电型电子元器件包装和转运保护衬垫等电子产品领域。	在研
4	极薄 IXPE 材料	厚度低于 0.06mm 的垫片产品，可应用于折叠屏，曲面屏等新兴市场和领域，可满足几十万次折叠，具有较高缓冲和密封性能	在研
5	导热电子产品	致力于突破传统发泡聚烯烃导热性能，为电子器件提供极佳的散热能力，具备定向导热、界面导热、缓解热冲击的功能。该项目研发成功后，产品将为电子产品热管理设计提供极大支持，同时兼具超薄发泡产品较好的缓冲、密封功能。	在研

公司充分预测了未来消费电子领域的发展趋势，如 5G 通讯、窄边框、折叠

屏设备、曲面屏等，并针对以上发展趋势开展了多个在研项目，以保证未来产品能够提供符合消费电子的技术迭代更新。

四、区分终端品牌，补充说明发行人产品应用于在 iPhone、OPPO、vivo 等知名品牌的电子产品中销售金额及占比，单个智能机应用发行人产品的数量/面积，是否存在智能手机以外的电子产品应用场景及该等产品销售情况；结合消费电子领域行业景气度，说明发行人电子消费领域产品价格是否存在持续下滑风险；报告期内，丙烯酸发泡材料价格变动趋势，是否存在替代 IXPE 的趋势及风险

(一) 分终端品牌，补充说明发行人产品应用于在 iPhone、OPPO、vivo 等知名品牌的电子产品中销售金额及占比

报告期内，公司在消费电子领域主要客户的情况如下：

期间	客户名称	消费电子产品领域销售金额（万元）	占当期营业收入比重
2020年 1-6月	德莎（苏州）胶带技术有限公司	717.66	6.37%
	深圳市汇智工贸科技有限公司	336.32	2.99%
	新纶科技（常州）有限公司	319.59	2.84%
	日东电工（上海松江）有限公司	278.46	2.47%
	上海瑾复科技有限责任公司	259.88	2.31%
2019 年度	德莎（苏州）胶带技术有限公司	1,936.43	6.81%
	深圳市汇智工贸科技有限公司	1,008.10	3.55%
	厦门名硕工贸有限公司	951.44	3.35%
	艾利（昆山）有限公司	446.03	1.57%
	罗曼胶带	347.00	1.22%
2018 年度	德莎（苏州）胶带技术有限公司	1,559.66	7.23%
	深圳市汇智工贸科技有限公司	686.91	3.19%
	厦门名硕工贸有限公司	668.27	3.10%
	上海瑾复科技有限责任公司	356.54	1.65%

	日东电工（上海松江）有限公司	342.88	1.59%
2017 年度	德莎（苏州）胶带技术有限公司	1,880.31	12.34%
	罗曼胶带	521.39	3.42%
	日东电工（上海松江）有限公司	441.43	2.90%
	艾利（昆山）有限公司	413.65	2.71%
	厦门名硕工贸有限公司	325.56	2.14%

上述客户有各自独立的销售渠道和市场体系。通过保荐机构、申报会计师、发行人律师对深圳市汇智工贸科技有限公司、新纶科技（常州）有限公司及厦门名硕工贸有限公司的访谈，公司取得了如下终端信息：

发行人销售给深圳市汇智工贸科技有限公司的产品主要终端品牌为 OPPO、vivo。报告期各期，发行人向深圳市汇智工贸科技有限公司的销售金额分别为 142.75 万元、686.91 万元、1,008.10 万元和 336.32 万元，占发行人的收入比例分别为 0.94%、3.19%、3.55%、2.99%；

发行人销售给客户 5 的产品主要应用于 iPhone 中，报告期各期，发行人向客户 5 的销售金额分别为 16.79 万元、26.00 万元、256.59 万元和 319.59 万元，占发行人的营业收入比例分别为 0.11%、0.12%、0.90%和 2.84%；

发行人销售给厦门名硕工贸有限公司的产品销售给深天马（000050）、友达光电（NYSE: AUO）等公司。报告期各期，发行人向厦门名硕工贸有限公司销售消费电子领域产品的金额分别为 325.56 万元、668.27 万元、951.44 万元和 112.22 万元，占发行人的营业收入比例分别为 2.14%、3.10%、3.35%和 1.00%。

（二）单个智能机应用发行人产品的数量/面积及智能手机以外的电子产品应用场景及该等产品销售情况

1、单个智能机应用发行人产品的数量/面积

根据公司测算，单个智能手机应用 IXPE 材料的面积约为 0.03 平方米。

2、智能手机以外的电子产品应用场景及该等产品销售情况

除智能手机外，公司的 IXPE 还应用在车载主机和笔记本上。根据公司从客

户方面获取的信息，公司产品在智能手机以外的电子产品包括如下应用场景：

产品	最终应用场景	客户名称
0.3 毫米以下超薄 IXPE	车载主机边框密封	艾利（昆山）有限公司
0.3 毫米以下超薄 IXPE	笔记本电脑边框	太仓金煜电子材料有限公司

报告期各期，公司对艾利（昆山）有限公司的销售额分别为 419.94 万元、139.25 万元、446.03 万元及 40.22 万元；对太仓金煜电子材料有限公司的销售额分别为 101.45 万元、56.31 万元、35.88 万元及 13.21 万元。由于公司客户采购的 0.3 毫米以下超薄 IXPE 材料被同时用于车载主机、笔记本电脑边框及智能手机设备中，公司无法区分用于各类别设备的销售数量及金额。

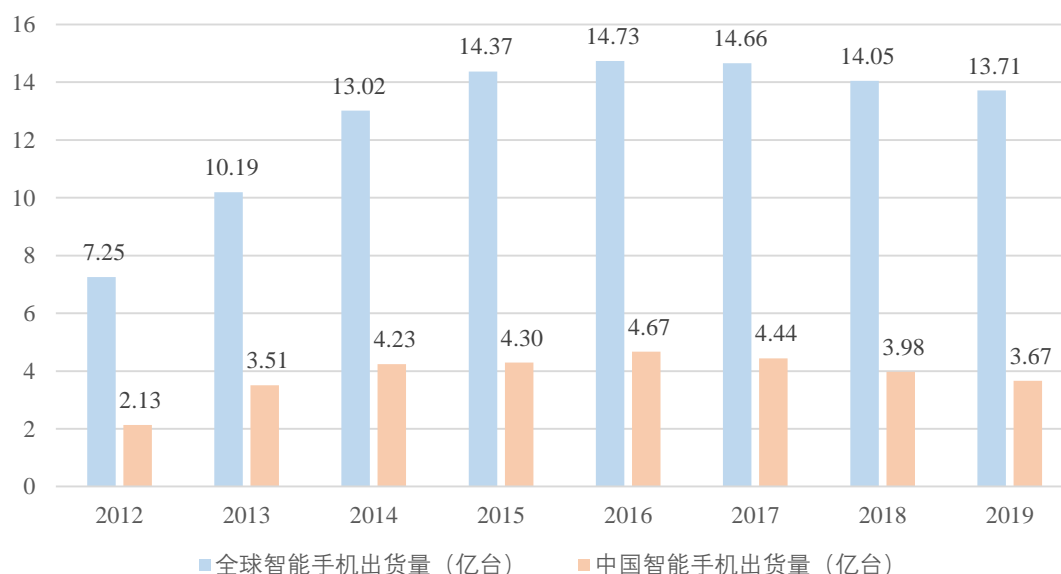
（三）结合消费电子领域行业景气度，说明发行人电子消费领域产品价格是否存在持续下滑风险

1、主要消费电子应用领域行业发展趋势

目前公司消费电子类 IXPE 产品主要应用领域为智能手机设备。

根据 IDC 和 Statista 的数据，2019 年全球和中国的智能手机出货量分别为 13.71 亿台、3.67 亿台，中国占全球手机出货量 26.77%。2012 年到 2019 年全球和中国智能手机出货量如下图所示：

2012 年-2019 年全球和中国智能手机出货量



数据来源：Statista、IDC

虽然近几年增长有所放缓，但随着 5G 网络在国内各大城市商用化，支持 5G 网络智能手机的上市将有效的推动全球智能手机市场的复苏。

2、报告期内公司消费电子领域 IXPE 材料的变动趋势

单位：元/平方米

应用领域	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	单价	收入占比	单价	收入占比	单价	收入占比	单价	收入占比
消费电子产品	12.39	25.30%	12.64	22.13%	12.86	20.78%	12.94	33.49%

报告期内，应用于消费电子领域的产品价格变动幅度较小。主要原因为公司在该领域的竞争对手较少，主要竞争对手为国际行业龙头企业，公司的产品性价比较高，能够满足日新月异的电子产品对防水、减震材料的需求。

因此，公司电子消费领域产品的价格持续下滑风险较低。

（四）报告期内，丙烯酸发泡材料价格变动趋势与其替代 IXPE 的趋势及相关风险

目前，丙烯酸发泡材料的制备工艺较为复杂，市场上销售消费电子产品用丙烯酸发泡材料的公司较少，主要供应商为日本岩谷株式会社。因此丙烯酸发泡材料的价格为非公开信息，日本岩谷株式会社仅对其客户提供。

丙烯酸发泡材料及 IXPE 材料在电子产品中均有应用：丙烯酸发泡材料缓冲性能极佳，主要被作为中高端电子产品的柔性 OLED 屏幕缓冲材料；IXPE 材料在拥有较好缓冲性能的同时防水性能更好，更多被用于消费电子产品的屏幕边框、扬声器等对密封程度要求较高的部位。两种材料因其特殊的物理、化学特性被应用于电子产品的不同部位，互不冲突。因此丙烯酸发泡材料替代 IXPE 的风险较小。

五、结合发行人的产品配方、生产工艺、辐照线及发泡炉等机器设备配置等，进一步比较并说明发行人与同行业可比公司、竞争对手的竞争优势，发行人的市场份额和市场地位情况

1、配方情况

发行人关于配方情况的说明请参见本问询函回复第二题之“（一）发行人配方的取得来源、报告期内数量增长情况、未来储备情况”相关内容。润阳科技、浙江交联等同行业公司未在公开文件中披露过其配方种类和数量的信息。

根据行业惯例，通常不同应用领域其对于 IXPE 等产品要求的性能具有较大差异，而性能差异也要求产品配方种类不同。公司产品广泛应用于建筑装饰材料、消费电子产品、汽车内饰材料、家用电器产品、医疗器械产品及其他领域，并且在上述主要领域均有可观的收入规模。同行业企业润阳科技 99% 以上的收入来源于建筑装饰材料领域，同行业企业浙江交联的产品在汽车工业、空调保温业、木地板复合、胶粘带基材以及体育休闲、水上运动、墙体装饰、医疗器械、箱包制作等领域有着广泛的应用（浙江交联未披露其主要收入领域）。

2、生产工艺

公司主要生产工序包括造粒、挤片、辐照和发泡，通过查阅润阳科技、浙江交联公开资料，润阳科技、浙江交联生产工序基本与公司一致，不存在差异。

虽然主要工序一致，但是包括公司在内的聚烯烃发泡材料生产企业在每一个具体生产工序上都有自身积累的生产经验。该种经验积累情况在一定程度上体现该行业企业技术水平，也是公司、润阳科技、浙江交联等行业知名企业与其他发展时间较短、生产规模较小的聚烯烃发泡企业在技术领先性方面的重要体现。例如在造粒环节，企业需要根据物料特性，选择在不同的温度、气压、使用不同型号的造粒设备实施造粒工序，以实现制作出稳定性、均匀性更优的粒子，不同聚烯烃发泡材料生产企业总结出经验可能各不相同。

3、辐照、发泡设备

（1）设备数量的比较

设备类型	祥源新材	润阳科技	浙江交联
发泡设备	27 台	32 台	16 条线
辐照设备	4 台	4 台	2 台

注 1：润阳科技数据来源《招股说明书（上会稿）》

注 2：浙江交联发泡设备数据来源浙江交联 2019 年年度报告，浙江交联辐照设备数据来源其公司官网

注 3：公司数据为截至 2020 年 6 月 30 日的的数据

(2) 设备性能比较

设备类型	祥源新材	润阳科技	浙江交联
发泡设备	发泡炉 27 台，整线功率 75KW-150KW，可生产厚度在 0.2mm-100mm，幅宽 1.9m 以内的产品，最大产能约 900 米/小时	普通发泡炉 22 台：整线功率 65KW 左右，可生产厚度 70mm 以内、幅宽 1.6 米以内的产品。	未披露
		高速发泡炉 10 台：整线功率 125KW 左右，可生产幅宽 1.6 米以内的产品，产能约 850 米/小时。	
辐照设备	正常运行功率 100kw，可辐照 1200mm 幅宽以内的产品，单台设备产能约 4-10 吨/天（视母卷的规格决定）	正常工作，平均每条生产线运行功率 70KW，目前可辐照 800mm 宽度以内的挤片母卷，产能约 8-10 吨/天（视母卷的规格决定）	俄罗斯引进两台 100kw、40mA、2.5Mev

注 1：润阳科技数据来源《招股说明书（上会稿）》

注 2：浙江交联发泡设备数据来源浙江交联 2019 年年度报告，浙江交联辐照设备数据来源其公司官网

注 3：公司数据为截至 2020 年 6 月 30 日的的数据

公司与润阳科技、浙江交联的主要产品在的产品种类、应用领域、生产工艺等方面存在较大差别，因此在生产设备性能上存在差异。

4、同行业可比公司、竞争对手的竞争优势

综上，与同行企业浙江交联和润阳科技比较，由于应用领域更为广泛，公司在配方种类方面具备一定优势。公司与浙江交联、润阳科技生产工序基本相同，具体细节生产工艺方面无法量化比较。在生产设备的生产能力方面，公司生产设备能力与润阳科技基本一致，均高于浙江交联，在单台生产设备的生产能力方面，浙江交联的辐照设备具备一定优势。

5、发行人的市场份额和市场地位情况

发行人无法提供市场份额占比的具体数据原因如下：①本行业无公开市场规模数据；②本行业产品应用领域和应用产品较为广泛，如消费电子产品领域智能手机、笔记本、智能手表等，家用电器领域的洗衣机、空调、打印机等，另外同一产品部位也存在既可用公司 IXPE 产品也可以用 EVA 等其他材料情况，因

此也较难合理测算整个市场应用 IXPE 的规模。

2019 年公司、润阳科技、浙江交联的营业收入分别为 2.84 亿元、3.65 亿元、0.94 亿元。润阳科技在建筑装饰材料领域收入规模最大、市场份额最大，公司在建筑装饰领域也具有较大规模，浙江交联在建筑装饰材料领域收入规模较小；2019 年，公司在消费电子领域年拥有约 7,600 万元的市场份额，根据公开信息润阳科技、浙江交联尚未进入消费电子产品领域；公司和浙江交联在家用电器等领域、汽车领域具有一定的市场份额，润阳科技在上述领域尚未形成规模。

六、结合发行人 IXPP 材料的毛利率和销售情况，补充披露发行人 IXPP 材料的主要竞争对手，提示市场开拓失败风险

1、发行人 IXPP 的销售和毛利情况

报告期发行人 IXPP 产品处于市场开拓阶段，收入规模较小毛利率较低，具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	毛利率	金额	毛利率	金额	毛利率	金额	毛利率
IXPP	195.77	-2.36%	394.92	-22.67%	18.85	-34.42%	14.16	-38.26%

2、IXPP 材料市场情况

根据发行人市场调查，目前国内 IXPP 材料主要由境外或外资企业供应，市场的主要参与者为积水化学工业株式会社和东丽株式会社，发行人已在招股说明书“第六节 四（二）行业中的主要企业”中披露如下内容：

积水化学工业株式会社（SEKISUI CHEMICAL CO., LTD.）

积水化学工业株式会社（东京证券交易所：4204）成立于 1947 年，主要业务为房屋业务、环境与管道业务、高性能塑料业务和其他业务。其生产的聚烯烃发泡材料（包含 IXPE 材料和 IXPP 材料等相关产品）在行业内享有较高的世界声誉。积水化学旗下拥有韩国映甫化学株式会社，为韩国专业生产交联聚烯烃发泡材料的企业。

东丽株式会社（Toray Industries, Inc.）

东丽株式会社（东京证券交易所：3402）成立于 1926 年，总部位于日本东京。东丽集团是世界著名的以有机合成、高分子化学、生物化学为核心技术的高科技跨国企业。其生产的产品包含 IXPE 材料和 IXPP 材料等聚烯烃发泡材料。

3、风险提示情况

发行人已在招股说明书“第四节 风险因素”中补充提示以下风险：

“IXPP 市场开拓失败风险

国内 IXPP 市场主要由境外企业或外资企业占据，公司看好 IXPP 的市场机会，报告期内公司成功研发并逐步拓展 IXPP 的市场。报告期各期公司 IXPP 的收入为 14.16 万元、18.85 万元、394.92 万元和 195.77 万元，毛利率分别为-38.26%、-34.42%、-22.67%和-2.36%。经过 2-3 年的发展，公司在 IXPP 领域取得成绩有限，市场规模尚未取得明显的突破，毛利率水平也较低，公司存在 IXPP 市场拓展失败风险。若在未来的发展过程中，公司不能成功的开拓 IXPP 市场，将不利于公司销售规模进一步增加。”

七、补充说明发行人的合作研发项目是否应用于生产及具体情况，是否涉及发行人核心技术，2014 年湖北省院士专家工作站项目、院士专家工作站项目的具体项目内容和研发投入，对于未约定保密措施的合作研发项目是否存在技术泄密风险

公司与华中科技大学、湖北大学的合作研发项目及院士专家工作站项目均不涉及发行人的核心技术，合作目的及成果均为对公司产品生产工艺的改进。

公司院士专家工作站合作方式为根据具体项目另行签订合作协议，在合作协议中均有约定双方具有保密责任，2014 年至今公司基于院士专家工作站签订项目合作协议如下：

2014 年公司与华中科技大学签署《技术开发合同书》，合作开发“无毒环保泡棉材料的研发”项目，开发期为 2014 年 6 月至 2016 年 6 月，项目开发经费为 80 万元，双方约定未经许可任何一方不得将技术成果转让或泄密。

2018 年公司与华中科技大学签署《技术开发合同书》，合作开发“辐照加速器实时在线检测技术对发泡材料不均匀性问题的发现”项目，开发期为 2018 年

11月至2020年11月，项目开发经费为60万元，双方约定各方对所有的技术情报和资料负有保密义务，不得向第三方泄密。

上述技术均不涉及公司的核心技术，其中“无毒环保泡棉材料的研发”为公司新产品研发提供技术帮助（该产品尚未形成收入），“辐照加速器实时在线检测技术对发泡材料不均匀性问题的发现”项目对公司生产工艺的改良提供一定的帮助。

八、中介机构核查情况

（一）中介机构的核查程序

1、访谈公司实际控制人，了解公司进入聚烯烃发泡材料领域的研发历程，包括研发团队、研发场地、研发投入、购买和租赁 IXPE 生产设备、量产时间、市场开拓等具体情况；

2、访谈公司研发负责人，了解建筑装饰材料领域、消费电子领域 IXPE 材料的相关参数及性能指标，了解公司的技术储备情况、行业未来技术发展方向及发行人与高校的合作研发项目；

3、访谈公司市场部门负责人，了解 IXPE 相关性能指标对销售价格的影响情况、公司电子消费领域产品价格持续下滑的风险、IXPE 材料应用于智能手机的面积、公司产品在其他电子设备上的应用情况、丙烯酸发泡材料的市场供应情况与其替代 IXPE 的趋势及相关风险、IXPP 材料的销售情况及公司 IXPP 材料的主要竞争对手并进一步了解公司的市场份额和市场地位；

4、获得发行人 0.06mm 超薄 IXPE、彩色超薄吸塑成型防静电 IXPE 材料的相关资料，向公司市场部负责人了解相关产品主要客户及终端客户情况；

5、查阅公司主要竞争对手润阳科技及浙江交联的公开资料，了解其产品相关参数、配方情况、生产工艺及生产设备等情况。

6、访谈生产和工艺相关负责人，了解公司产品配方、生产工艺、辐照线及发泡炉等机器设备配置情况；

7、查看公司合作研发项目的相关合同协议，并向公司研发负责人了解公司

合作研发项目的具体情况。

（二）中介机构的核查意见

经核查，保荐机构认为：

1、发行人转型进入聚烯烃发泡材料领域经过了充分的市场调研，进入该领域后经历了由中低端产品向高端、多应用领域产品线的技术升级，研发历程合理；

2、公司具备应用于消费电子产品领域 IXPE 材料的技术储备和研发能力；

3、公司产品存在智能手机以外的电子产品应用场景和产品销售情况，公司电子消费领域产品的价格持续下滑风险较低；

4、丙烯酸发泡材料价格无公开信息，丙烯酸发泡材料替代 IXPE 的风险较小；

5、公司产品应用领域广泛，在配方种类方面具备一定优势；公司在市场具有一定规模，但无市场份额占比的具体数据；

6、公司已在招股说明书中披露 IXPP 材料的主要竞争对手并提示了 IXPP 市场开拓失败的风险；

7、发行人的合作研发主要目的为公司生产工艺的改良提供一定的帮助，不涉及发行人核心技术，就合作研发的具体项目明确约定了保密措施，技术泄密风险较小。

九、补充披露情况

发行人已在招股说明书“第四节 风险因素”中提示发行人 IXPP 市场开拓失败风险。

6. 关于产品质量责任

首轮问询回复显示：

（1）报告期内，发行人存在一笔因产品质量问题发生的损害赔偿。发行人于 2018 年 12 月 21 日与德莎（苏州）胶带技术有限公司签署了《供应商索赔协议》，发行人因产品质量问题向德莎（苏州）胶带技术有限公司支付赔偿金 8.93

万元。德莎（苏州）胶带技术有限公司为发行人消费电子领域产品第一大客户。

(2) 2018 年由于与部分客户合作的少量项目未能落地，公司与部分客户的销售金额存在波动的情况，2018 年公司向德莎（苏州）胶带技术有限公司销售的消费电子领域产品金额由 2017 年的 1,880.31 万元下降至 2018 年的 1,627.60 万元，2019 年回升至 1,936.43 万元，向艾利（昆山）有限公司销售该领域产品的金额由 2017 年的 413.65 万元下降至 2018 年的 115.77 万元，2019 年回升至 446.03 万元。

请发行人：

(1) 补充说明发行人对德莎（苏州）胶带技术有限公司发生损害赔偿涉及的具体产品情况，包括产品名称、销售数量、销售金额、终端客户等，截至问询函回复日相应产品质量问题是否已有效整改并恢复销售。

(2) 补充说明 2018 年发行人与德莎（苏州）胶带技术有限公司、艾利（昆山）有限公司等的合作项目未能落地与上述产品质量问题是否存在关联，未能落地的合作项目具体情况及后续进展，发行人是否存在产品研发失败情形，是否存在技术或质量水平未能达到客户要求情形，发行人在消费电子领域是否具备持续经营能力。

(3) 补充说明报告期内发行人的主要产品良品率情况，发行人与主要客户的产品质量责任约定，因发行人产品质量对客户进行损害赔偿的金额确定依据。

(4) 补充说明报告期内发行人是否充分计提质量保证准备，与同行业可比公司是否存在重大差异，如是，请说明差异情况及原因，相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定。补充说明发行人是否存在产品质量不稳定风险，如是，请在招股说明书提示相关风险。

请保荐人发表明确意见，请发行人律师对问题（3）发表明确意见，请申报会计师对问题（4）发表明确意见。

【回复】

一、补充说明发行人对德莎（苏州）胶带技术有限公司发生损害赔偿涉及的具体产品情况，包括产品名称、销售数量、销售金额、终端客户等，截至问询函回复日相应产品质量问题是否已有效整改并恢复销售

（一）发行人对德莎（苏州）胶带技术有限公司发生损害赔偿涉及的具体产品情况

发行人于 2018 年 12 月 21 日与德莎（苏州）胶带技术有限公司签署了《供应商索赔协议》，发行人因产品外观较粗糙、不合规范，同意向德莎（苏州）胶带技术有限公司支付赔偿金 8.93 万元。发行人于 2018 年 12 月 26 日向德莎（苏州）胶带技术有限公司支付了前述款项。该笔损害赔偿涉及的具体产品情况如下：

产品代码	销售数量	销售金额	终端客户
C120003	9,800.00 平方米	15.10 万元	无法获知

公司对德莎（苏州）胶带技术有限公司发生损害赔偿涉及的产品销售数量和金额均较少，对公司销售收入影响较低。

（二）相应产品质量问题的整改和后续销售情况

相应产品质量问题仅涉及销售给德莎（苏州）胶带技术有限公司的该批次产品。公司收到德莎（苏州）胶带技术有限公司的产品投诉后，即迅速采取整改措施，防范相应产品质量问题的再次发生。截至问询函回复日，相应产品质量问题已有效整改，相应产品在报告期内一直持续销售，销售情况未受影响。

二、补充说明 2018 年发行人与德莎（苏州）胶带技术有限公司、艾利（昆山）有限公司等的合作项目未能落地与上述产品质量问题是否存在关联，未能落地的合作项目具体情况及后续进展，发行人是否存在产品研发失败情形，是否存在技术或质量水平未能达到客户要求情形，发行人在消费电子领域是否具备持续经营能力

（一）2018 年发行人与德莎（苏州）胶带技术有限公司、艾利（昆山）有限公司等的合作项目情况

对于公司消费电子产品领域的主要客户，如德莎（苏州）胶带技术有限公司、艾利（昆山）有限公司等，其下游客户主要是各品牌的手机厂商。当手机厂商推出新机型时，便有新的项目供手机厂商的上游供应商投标。投标项目一般会对手机所采用的 IXPE 等防水、缓冲材料提出具体的性能和规格等要求，而该部分材料仅是投标要求的一部分。公司消费电子产品领域的客户自主制作投标方案并自

主争取项目。根据项目需要，相关客户制作投标方案时会将祥源新材符合招标要求的产品纳入方案中。若项目中标，客户将向公司采购相关产品。

2018年，德莎（苏州）胶带技术有限公司、艾利（昆山）有限公司等公司消费电子产品领域客户所争取到的适合使用祥源新材产品的项目较少，故当年向公司采购额较2017年下降。

2018年发行人与德莎（苏州）胶带技术有限公司、艾利（昆山）有限公司等的合作项目未能落地是由于客户经营业务上的原因，与公司产品质量不存在关联。相关客户根据其项目情况，按需向公司进行采购。2019年，德莎（苏州）胶带技术有限公司、艾利（昆山）有限公司等客户争取到其他新项目，向公司的采购较2018年明显增加。2019年，公司消费电子产品领域的收入7,607.77万元，较2018年上升46.40%，增幅明显。

（二）发行人存在产品研发未及预期的情形

公司的产品研发活动主要分为需求导向型研发和行业前沿技术研发两种模式。报告期内，公司存在产品研发未及预期的情形，主要情况如下：

1、客户要求的研发周期较短

对于需求导向型研发，公司研发部门以客户订单为中心，根据终端产品应用场景、功能特点、技术参数等定制化需求进行深度研发，满足客户的定制化需求。此类项目一般需要满足客户多种技术参数指标，研发周期较短。公司现有的测试设备无法对所要求的全部技术参数进行测试，需要将样品交给客户或第三方机构测试。测试设备缺少使项目研发周期的时间更为紧张。若在具体的时间内，研发项目相关的产品性能指标未能达到客户要求或成本高于收益，公司便不再继续就相关研发项目投入资源。

2、研发活动不适应市场趋势或公司战略变化

对于行业前沿技术研发，公司基于所掌握的市场信息、对未来市场趋势的判断和公司战略需要进行相关研发项目的立项。然而，随着研发活动的开展，市场趋势和公司战略可能会发生变化。当研发项目明显不再适应市场或公司需要时，项目的继续推进便无法使公司获得预期收益，公司经过慎重讨论后可能会停止相

关项目。

（三）发行人不存在技术或质量水平未能达到客户要求的情况

公司与客户签订的销售合同中，部分客户基于谨慎起见约定了半年或 1 年的质保期，由于公司产品属于消耗性材料，如有质量问题客户会快速反馈。

报告期内，公司的退换货及质量赔偿情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
退换货金额	72.88	120.99	224.37	170.72
质量赔偿金额	-	-	8.93	-
营业收入	11,266.25	28,427.64	21,561.72	15,239.31
退换货及质量赔偿金额/营业收入	0.65%	0.43%	1.08%	1.12%

报告期内，公司的退换货及质量赔偿金额分别为 170.72 万元、233.30 万元、120.99 万元和 72.88 万元，占营业收入的比重分别为 1.12%、1.08%、0.43% 和 0.65%。退换货及质量赔偿的金额及占营业收入比重均较小，主要系部分客户因少量产品瑕疵等原因进行退换货，公司通常重新生产后再次发货给客户。

根据以往与客户的交易情况来看，公司货物退货及发生质量赔偿的可能性极小。公司自设立以来一直将提高技术研发能力作为提升公司核心竞争力的关键。经过多年的发展和经验的积累，公司形成较强的技术优势，不存在技术或质量水平未能达到客户要求的情况。

（四）发行人在消费电子领域的持续经营能力

1、公司在消费电子领域经验丰富，市场开拓情况良好

公司在消费电子领域深耕多年，有着近十年的产品研发经验。2010 年至 2014 年期间，公司便已围绕消费电子领域的需求，开发出厚度更薄的产品，并根据消费电子领域的产品特点，开发出多种性能增强型产品。

近年，受消费电子产品厂商控制成本和国际贸易环境等因素影响，主要消费电子产品厂商对使用性价比更高的国产 IXPE 产品持更开放态度，市场上对国内

IXPE 生产厂家的订单显著增长。公司在消费电子领域的市场开拓情况良好，收入增长快速。

报告期内，公司消费电子产品领域收入和占主营业务收入比例情况如下：

单位：万元

项目	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
消费电子产品领域	3,262.17	29.22%	7,607.77	27.00%	5,196.60	24.33%	5,665.83	37.77%
主营业务收入	11,165.58	100.00%	28,174.87	100.00%	21,362.31	100.00%	15,000.03	100.00%

公司消费电子领域收入由2017年的5,665.83万元增长至2019年的7,607.77万元，年均复合增长率15.88%。公司消费电子产品领域收入占主营业务收入比例在30%左右。2019年和2020年1-6月，公司消费电子产品领域收入占主营业务收入比例持续上升。2020年1-9月，公司消费电子领域收入为5,641.01万元（上述2020年1-9月数据未经审计）。

2、公司与消费电子领域主要客户合作时间较长

公司与消费电子领域的主要客户均已合作多年，具备稳定的合作关系。具体情况如下：

客户名称	开始合作时间	是否持续合作
德莎（苏州）胶带技术有限公司	2014年10月	是
深圳市汇智工贸科技有限公司	2017年2月	是
新纶科技（常州）有限公司	2014年5月	是
日东电工（上海松江）有限公司	2012年3月	是
上海瑾复科技有限责任公司	2018年1月	是
厦门名硕工贸有限公司	2014年7月	是
艾利（昆山）有限公司	2014年4月	是

罗曼胶带技术（天津）有限公司	2014 年 11 月	是
大洋兴产贸易（上海）有限公司	2014 年 8 月	是

3、公司在消费电子产品领域具有一定技术优势和研发项目储备

为紧跟消费电子行业智能化、轻薄化的发展趋势，公司成立了专门的研发小组。通过合理设计生产工艺和原材料搭配方式，公司在消费电子领域成功研发出了多项突出的技术成果，包括①超薄型 IXPE 材料：公司能够批量生产 0.06mm 厚度的 IXPE 材料，成为了 OPPO、vivo 智能手机的重要合作伙伴，打破了低于 0.2mm 厚度 IXPE 材料由境外企业垄断的局面；②薄型防静电 IXPE 材料：公司创新开发了彩色 0.5mm 吸塑成型防静电 IXPE 材料，是国内少数能生产彩色超薄吸塑成型防静电 IXPE 材料的企业之一。

另外，公司在消费电子产品领域具有一定研发项目储备，为技术成果的研发成功打下项目基础。公司在消费电子产品领域的在研项目主要包括现有产品技术改良项目及新产品研发项目，具体情况如下：

序号	项目名称	技术简介	进展情况
1	5G 电子产品用电磁屏蔽与缓冲性能一体化泡棉技术	在本行业率先采用磁控溅射方式在泡棉表面沉积具有较高电磁屏蔽性能的金属薄膜，实现电磁屏蔽与缓冲功能一体化的泡棉制备；应用于 5G 手机，信号发射器对电磁屏蔽，界面导热，表面低电阻的有需求的领域。	样品制备
2	超高耐冲击性发泡材料	致力于开发超高强度和层间内聚力的产品，使其具备极高的小球冲击性能，保证其胶水粘接力。该项目研发成功后，产品将可广泛应用在有高缓冲需求、窄边框的电子产品领域。	样品验证
3	彩色永久防静电电子产品	体积电阻和表面电阻范围可调，可自由调配颜色，可用自动化机械臂进行激光识别。可以为液晶面板、集成电路版和电子元器件提供极大的静电耗散保护。可用于永久防静电型电子元器件包装和转运保护衬垫等电子产品领域。	在研
4	极薄 IXPE 材料	厚度低于 0.06mm 的垫片产品，可应用于折叠屏，曲面屏等新兴市场和领域，可满足几十万次折叠，具有较高缓冲和密封性能	在研
5	导热电子产品	致力于突破传统发泡聚烯烃导热性能，为电子器件提供极佳的散热能力，具备定向导热、界面导热、缓解热冲击的功能。该项目研发成功后，产品将为电子产品热管理设计提供极大支持，同时兼具超薄发泡产品较好的缓冲、密封功能。	在研

综上，公司在消费电子领域经验丰富，市场开拓情况良好，与消费电子领域

主要客户合作时间较长，在消费电子产品领域具有一定技术优势和研发项目储备。公司在消费电子产品领域具备持续经营能力。

三、补充说明报告期内发行人的主要产品良品率情况，发行人与主要客户的产品质量责任约定，因发行人产品质量对客户进行损害赔偿的金额确定依据

(一) 报告期内发行人的主要产品良品率情况

公司与客户签订的大部分销售合同中，合同条款对产品质量的退货期限进行了明确约定。一般约定内容如下：客户收到产品后及时验收，到货后一定期限内如因质量问题可以要求退货，逾期公司不再对产品质量负责。通常合同约定的验收期限为 7 天至 30 天，个别客户基于谨慎起见约定了半年或 1 年的质保期，由于公司产品属于消耗性材料，如有质量问题客户会快速反馈。因此，公司与客户在合同中未就良品率进行约定，报告期内，公司的退换货率可反映公司的良品率情况。

报告期内，公司的退换货率情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
当期退换货金额	72.88	120.99	224.37	170.72
营业收入	11,266.25	28,427.64	21,561.72	15,239.31
当期退换货金额/营业收入	0.65%	0.43%	1.04%	1.12%

报告期内，公司的当期退换货金额分别为 170.72 万元、224.37 万元、120.99 万元和 72.88 万元，占当期营业收入的比重分别为 1.12%、1.04%、0.43% 和 0.65%。当期退换货的金额及占营业收入比重均较小。

由公司的退换货情况可知，公司因产品质量问题而发生退换货的情况较少，故公司主要产品的良品率较高，产品的技术和质量水平可达到客户要求。

(二) 发行人与主要客户的产品质量责任约定情况

公司与主要客户的产品质量责任约定情况如下：

客户名称	产品质量责任约定情况
------	------------

财纳福诺	<p>1、供方提供的货物中有任何一项未达到本条约定的标准、要求的，需方有权通知供方予以退换货，供方应在 3 个工作日内完成退换。供方未在 3 个工作日内完成退换货，每逾期一日，需方有权按退换货总价款的 1% 向供方收取违约金。退换货所产生的运输、装卸等全部费用均由供方承担；因退换货影响需方生产或者造成需方其他损失的，则由供方赔偿。供方需承担的费用、损失以服务办总经理批示同意的内联单为准。</p> <p>2、保质期内，非因需方违反正确使用方法而导致的损坏，供方有义务按需方的要求免费更换或上门修复。供方需在接到投诉电话后 24 小时内回复需方，且供方须在 3 日内完成更换或上门修复义务。如未遵守本项约定，每超过一天应向需方承担违约金按订购单 10% 计算。</p>
海象新材料	<p>1、2020 年 1 月 4 日前：一个月内需方在生产过程中，如发现片材质量问题，应及时停止生产，每批不超过 300 米，并于次日书面通知供方，供方应在 2 个工作日内对需方反馈的问题予以回复。是供方产品质量问题的，供方无条件给需方提供退换货，但不承担其他损失。</p> <p>2、2020 年 1 月 4 日后：由于供方产品质量问题造成的损失均供方承担。到货 7 日内未提出质量异议代表产品初检合格，30 日内未提出其他异议代表终检合格，如货物到达需方仓库后长时间未投入生产使用，或需方储存不当导致的品质问题，供方不再对产品质量负责。供方应对其所有不符合本合同质量要求或验收标准的货物所导致费用承担责任。这些费用包括但不限于①更换不合格货物的费用；②额外运输货物的风险和费用；③提供人员到买方的场地协助解决相关问题的费用。</p>
江苏正永	<p>需方收到产品后及时验收，到货 7 日内未提出质量异议代表产品初检合格，30 日内未提出其他异议代表终检合格，供方不再对产品质量负责。一个月内需方在生产过程中，如发现片材质量问题，应及时停止生产，每批不超过 300 米，并于次日书面通知供方，供方应在 2 个工作日内对需方反馈的问题予以回复。是供方产品质量问题的，供方无条件给需方提供退换货，但不承担其他损失。</p>
德莎（苏州）胶带技术有限公司	<p>如果供应商原因导致出现产品缺陷和/或如果供应商（根据索偿依据）应对缺陷负责，则供应商有义务在收到德莎提出的要求后立即向德莎支付违约金，并向德莎提供赔偿以防第三方索偿。如果索偿原因是供应商控制和组织范围内的原因，且供应商自身应向第三方承担责任，那么供应商必须这样做。对于共同过失或原因，供应商有权就共同过失或原因向德莎主张权利。</p>
爱丽家居	<p>若有质量异议，需方应在到货后 30 日内提出，并出具书面检验文件；逾期未提出的，视为质量符合要求。供方应在收到需方质量异议 10 日内负责安排调换。</p>
深圳市汇智工贸科技有限公司	<p>需方收到产品后及时验收，到货 7 日内未提出质量异议代表产品初检合格，30 日内未提出其他异议代表终检合格，供方不再</p>

	对产品质量负责。一个月内需方在生产过程中，如发现片材质量问题，应及时停止生产，每批不超过 300 米，并于次日书面通知供方，供方应在 2 个工作日内对需方反馈的问题予以回复。是供方产品质量问题的，供方无条件给需方提供退换货，但不承担其他损失。
罗曼胶带	需方对物料质量进行抽检，即使抽检合格，如需方在供方物料发货后保存期限一年内（储存环境 5℃-40℃）使用中发现质量问题，供方应承担原材料问题数量的两倍的货值作为赔偿。
中山皇冠	需方收到产品后及时验收，到货 7 日内未提出质量异议代表产品初检合格，30 日内未提出其他异议代表终检合格，供方不再对产品质量负责。一个月内需方在生产过程中，如发现片材质量问题，应及时停止生产，每批不超过 300 米，并于次日书面通知供方，供方应在 2 个工作日内对需方反馈的问题予以回复。是供方产品质量问题的，供方无条件给需方提供退换货，但不承担其他损失。
常州华航	一个月内需方在生产过程中，如发现片材质量问题，应及时停止生产，每批不超过 300 米，并于次日书面通知供方，供方应在 2 个工作日内对需方反馈的问题予以回复。是供方产品质量问题的，供方无条件给需方提供退换货，但不承担其他损失。

公司与客户签订的大部分销售合同中，合同条款对产品质量的退货期限进行了明确约定。一般约定内容如下：客户收到产品后及时验收，到货后一定期限内如因质量问题可以要求退货，逾期公司不再对产品质量负责。

（三）因发行人产品质量对客户进行损害赔偿的金额确定依据

如因公司产品质量对客户进行损害赔偿，公司与客户根据双方的产品质量责任约定进行后续处理协商，并最终确定损害赔偿的金额。

四、补充说明报告期内发行人是否充分计提质量保证准备，与同行业可比公司是否存在重大差异，如是，请说明差异情况及原因，相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定。补充说明发行人是否存在产品质量不稳定风险，如是，请在招股说明书提示相关风险

（一）公司报告期各期客户退换货及质量赔偿情况

公司与客户签订的销售合同中，部分客户基于谨慎起见约定了半年或 1 年的质保期，由于公司产品属于消耗性材料，如有质量问题客户会快速反馈。

报告期内，公司的退换货及质量赔偿情况如下：

单位：万元

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
退换货金额	72.88	120.99	224.37	170.72
质量赔偿金额			8.93	
营业收入	11,266.25	28,427.64	21,561.72	15,239.31
退换货及质量赔偿金额/营业收入	0.65%	0.43%	1.08%	1.12%

报告期内，公司的退换货及质量赔偿金额分别为 170.72 万元、233.30 万元、120.99 万元和 72.88 万元，占营业收入的比重分别为 1.12%、1.08%、0.43% 和 0.65%。退换货及质量赔偿的金额及占营业收入比重均较小，主要系部分客户因少量产品瑕疵等原因进行退换货，公司通常重新生产后再次发货给客户。公司根据实际退货的时间冲减当期营业收入，未计提质量保证准备。

（二）同行业可比公司质量保证准备计提情况

经查阅同行业可比公司的年度报告或招股说明书，同行业可比公司中润阳科技和浙江交联均未计提质量保证准备。

（三）公司不存在产品质量不稳定风险

根据以往与客户的交易情况来看，公司货物退货及发生质量赔偿的可能性极小。报告期内公司的退货及赔偿率分别是 1.12%、1.08%、0.43% 和 0.65%，退货原因主要系客户因少量产品瑕疵等原因对产品进行退换货，公司通常对产品重新生产后再次发货给客户，故不存在产品质量不稳定的风险。

综上，公司因质量问题发生退换货或赔偿的金额和占比均较小，未计提质量保证准备，与同行业可比公司不存在差异，相关会计处理符合《企业会计准则》的规定，不存在产品质量不稳定的风险。

五、中介机构核查情况

（一）中介机构的核查程序

1、获取德莎（苏州）胶带技术有限公司损害赔偿的相关资料，并向公司生产和销售部门相关负责人了解相关产品质量问题的整改和销售情况；

2、向公司销售部门相关负责人了解 2018 年公司与德莎（苏州）胶带技术有限公司、艾利（昆山）有限公司等的合作项目未能落地与产品质量问题的关系，未能落地的合作项目具体情况及后续进展；

3、向公司研发部门相关负责人了解公司是否存在产品研发失败情形，向公司销售部门相关负责人了解公司是否存在技术或质量水平未能达到客户要求情形；

4、获取公司销售统计明细表、公司与消费电子领域主要客户正在履行的框架协议，分析公司消费电子产品领域收入的情况；

5、向公司研发部门相关负责人了解公司在消费电子产品领域的技术优势和研发项目储备情况；

6、查阅公司关于退换货相关的制度文件，对销售负责人、财务负责人等相关人员进行访谈，了解退换货的具体流程；

7、获取报告期内公司与主要客户签订的销售合同，了解关于退换货、质量保证相关的主要合同条款；

8、获取报告期内公司退换货明细表，检查退换货原因是否合理，检查其相关会计处理是否符合《企业会计准则》规定；

9、抽取部分退换货样本，获取原始订单、退换货申请及审批流程相关文件、退货单、记账凭证等原始凭证，核查退换货的真实性；

10、向销售部门相关负责人了解因公司产品质量对客户进行损害赔偿的金额确定依据；

11、查询可比公司是否计提质量保证准备。

（二）中介机构的核查意见

1、保荐机构核查意见

（1）截至问询函回复日，发行人对德莎（苏州）胶带技术有限公司发生损害赔偿相应产品的质量问题已有效整改并恢复销售；

（2）2018 年发行人与德莎（苏州）胶带技术有限公司、艾利（昆山）有限

公司等的合作项目未能落地与产品质量问题不存在关联；发行人存在产品研发未及预期的情形，但不存在技术或质量水平未能达到客户要求的情况；发行人在消费电子领域具备持续经营能力；

(3) 发行人主要产品的良品率较高，产品的技术和质量水平可达到客户要求；如因公司产品质量对客户进行损害赔偿，公司与客户根据双方的产品质量责任约定进行后续处理协商，并最终确定损害赔偿的金额。

(4) 公司因质量问题发生退换货或赔偿的金额和占比均较小，未计提质量保证准备，与同行业可比公司不存在差异，相关会计处理符合《企业会计准则》的规定，不存在产品质量不稳定的风险。

2、申报会计师核查意见

经核查，发行人会计师认为：公司因质量问题发生退换货或赔偿的金额和占比均较小，未计提质量保证准备，与同行业可比公司不存在差异，相关会计处理符合《企业会计准则》的规定，不存在产品质量不稳定的风险。

3、发行人律师核查意见

经核查，发行人律师认为：发行人主要产品的良品率较高，产品的技术和质量水平可达到客户要求；如因公司产品质量对客户进行损害赔偿，公司与客户根据双方的产品质量责任约定进行后续处理协商，并最终确定损害赔偿的金额。

7. 关于销售

首轮问询回复显示：

(1) 2019 年由于原材料单价下降和国际贸易中关税增加，客户普遍有降价需求，发行人普通应用型产品平均售价较 2018 年下降 1.99%。2020 年 1-6 月由于原材料价格下降和市场客户的降价需求，发行人普通应用型产品平均售价下降 1.36%。

(2) 发行人和客户的销售合同通常约定的验收期限为 7 天至 30 天，个别客户基于谨慎起见约定了半年或 1 年的质保期。

(3) 在建筑装饰材料领域，根据公开信息，公司客户爱丽家居、海象新材销售渠道包括 Home Depot、Lowe's 等家装卖场；在消费电子领域，根据客户反

馈相关信息，公司销售给深圳市汇智工贸科技有限公司产品主要应用在 OPPO、vivo 等品牌的手机中。报告期各期，公司向其销售比重分别为 0.94%、3.19%、3.55%和 2.99%；在汽车内饰材料领域，根据客户反馈的相关信息，公司销售给北京嘉诚瑞鑫科技有限公司、重庆华博汽车饰件有限公司的产品，主要应用在福特、长城、长安等品牌的车辆中。报告期各期，公司向上述两个客户销售占比合计为 0、0、1.74%和 1.12%。发行人无法知悉下游客户销售给终端客户产品中发行人产品的比例，仅能知悉下游客户自身是否进入 Home Depot、Lowe's 体系或应用在品牌商产品中。

请发行人：

(1) 补充说明除了原材料价格下降因素，发行人对普通应用型产品是否存在通过降价刺激销售的情况，IXPE 地垫的市场竞争是否加剧，是否存在价格持续下滑的风险。

(2) 补充说明报告期内存在质保期的产品销售情况，包括销售金额、主要应用领域、对应的主要客户、收入确认时点、是否存在质保金等，发行人质保期内产品是否存在质量问题或质量纠纷，是否预提售后服务费，与同行业公司是否存在差异。

(3) 补充说明 OPPO、vivo、福特、长安、格力、美的等知名品牌商是否到公司验厂，发行人是否进入知名品牌商的合格供应商名录，知名品牌商和公司开展合作的方式，并结合发行人在产业链中所处的地位，补充说明招股说明书中“公司将通过与 OPPO、vivo、福特、长安、格力、美的等应用行业的龙头企业合作，及时把握下游行业发展动向以及客户对于新产品的需求，进行前瞻性研发”“公司成为了 OPPO、vivo 智能手机的重要合作伙伴”等类似表述是否准确；补充说明发行人产品作为基础原材料是否具有较强的可替代性，运用于上述知名品牌商的产品比例是否仍然较低，以及进一步拓展业务的措施及有效性。

请保荐人发表明确意见，请申报会计师对问题（2）发表明确意见。

【回复】

一、补充说明除了原材料价格下降因素，发行人对普通应用型产品是否存在通过降价刺激销售的情况，IXPE 地垫的市场竞争是否加剧，是否存在价格持续下滑的风险

1、发行人不存在通过降价刺激销售的情况

普通应用型产品单价变动情况请见招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“二、（一）营业收入分析”。除原材料价格下降因素外，发行人不存在主动降价刺激销售的情况。

除原材料价格下降因素外，导致 2019 年起公司普通应用型产品价格降低的原因还包括：

①国际贸易摩擦导致关税增加，PVC 地板全产业链共同降价承担关税上涨带来的压力。根据 PVC 地板行业上市公司爱丽家居的招股说明书：“PVC 塑料地板属于新兴的家装消费品，市场需求旺盛。终端销售商具有较强的议价能力，使得产业链各环节利润空间相对较高，并能够消化关税政策的调整影响。以公司为例，公司、客户及终端客户就加征 25% 关税部分每家公司的关税的承担比例已达成共识。”公司生产的 IXPE 地垫产品作为 PVC 地板产业链中的一环，承担了部分关税上涨带来的降价压力。

②公司客户主动提出价格调整的需求。依据行业惯例，客户采购新型号产品时，由于初期订单规模有限和新产品存在开发支出，公司销售价格相对较高，经过一定的周期，产品生产工艺逐步成熟或订单规模增加，客户将要求公司调低产品价格。

③竞争对手为拓展下游市场，通常会提出具有竞争力的价格，公司为保留及扩大市场份额，适度调整了特定产品的单价。

2、IXPE 地垫市场竞争情况是否存在竞争加剧的情况

（1）IXPE 材料市场需求持续增加

IXPE 地垫市场的需求由下游 PVC 地板的需求所决定，目前我国 PVC 地板以出口为主。根据中国海关数据，中国出口 PVC 地板（海关编码：39181090）的金额从 2015 年度的 21.75 亿美元增加到 2019 年度的 48.42 亿美元，2017 年至 2019 年的复合增长率高达 20.68%。境外对我国出口的 PVC 地板保持着较高需求。

2020 年，虽然受到疫情影响，PVC 地板出口仍保持较快的增加。根据中国海关数据，2020 年 1-9 月中国 PVC 地板出口（海关编码：39181090）金额为 35.46

亿美元，较 2019 年同期增长 9.98%。

因此，IXPE 材料市场需求持续增加。

（2）IXPE 地垫市场的供应情况

目前，境内规模较大的 IXPE 供应商以本公司、润阳科技、长园特发、浙江交联为主。鉴于国内 IXPE 材料发展时间较晚，加上本公司、润阳科技、长园特发、浙江交联已经积累了一定的技术优势和客户优势，因此当前 IXPE 行业规模较大的参与者数量相对较少。

建筑装饰材料行业对 IXPE 材料的市场需求持续增长及行业内规模较大的 IXPE 材料供应商相对有限，目前 IXPE 地垫的市场竞争不存在明显加剧的情况。

若未来下游行业需求发生较大不利变化或主要原材料价格持续下降，发行人产品存在持续下滑的风险。发行人已在招股说明书“第四节 风险因素”中充分提示：主要原材料价格波动风险、下游行业需求变化带来的业绩波动风险等相关风险。

二、补充说明报告期内存在质保期的产品销售情况，包括销售金额、主要应用领域、对应的主要客户、收入确认时点、是否存在质保金等，发行人质保期内产品是否存在质量问题或质量纠纷，是否预提售后服务费，与同行业公司是否存在差异

（一）报告期内存在质保期的产品销售情况

1、报告期内存在质保期的产品销售情况

公司部分客户基于谨慎起见，在与公司所签订的框架协议和原材料标准等协议文件中约定了半年或 1 年的质保期。根据约定，公司产品需要在质保期内符合相关质量要求或技术标准，否则将按产品质量责任约定进行退换货或赔偿。

报告期内，公司存在质保期的产品按应用领域划分的销售情况如下：

单位：万元

应用领域	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
建筑装饰材料	1,629.96	5,506.67	2,636.98	720.52

消费电子产品	2,145.21	4,375.27	3,085.50	3,912.20
其他领域	84.17	176.87	299.48	280.78
合计	3,859.34	10,058.81	6,021.96	4,913.50
占公司营业收入比例	34.26%	35.38%	27.93%	32.24%

报告期内，公司存在质保期的产品主要集中在建筑装饰材料和消费电子产品领域，存在质保期的产品销售收入占公司主营业务收入比例约 30%，占比较为稳定。

2、存在质保期的主要客户销售情况

报告期内，公司存在质保期的主要客户销售情况如下：

单位：万元

期间	客户名称	主要应用领域	销售金额	占存在质保期销售收入的比例	是否存在质保金
2020年 1-6月	财纳福诺木业(中国)有限公司	建筑装饰材料	960.28	24.88%	否
	德莎(苏州)胶带技术有限公司	消费电子产品	717.66	18.60%	否
	新纶科技(常州)有限公司	消费电子产品	319.76	8.29%	否
	日东电工(上海松江)有限公司	消费电子产品	278.46	7.22%	否
	上海瑾复科技有限责任公司	消费电子产品	259.88	6.73%	否
	小计		2,536.04	65.71%	
2019年 度	财纳福诺木业(中国)有限公司	建筑装饰材料	3,855.74	38.33%	否
	德莎(苏州)胶带技术有限公司	消费电子产品	1,936.43	19.25%	否
	安徽森泰木塑科技地板有限公司	建筑装饰材料	537.50	5.34%	否
	艾利(昆山)有限公司	消费电子产品	446.03	4.43%	否
	浙江巨美家科技有限公司	建筑装饰材料	439.16	4.37%	否

	小 计		7,214.86	71.73%	
2018 年 度	财纳福诺木业(中国)有限公司	建筑装饰材料	2,136.66	35.48%	否
	德莎（苏州）胶带技术有限公司	消费电子产品	1,627.60	27.03%	否
	安徽森泰木塑科技地板有限公司	建筑装饰材料	376.10	6.25%	否
	上海瑾复科技有限责任公司	消费电子产品	356.54	5.92%	否
	衡山县佳诚新材料有限公司	消费电子产品、家用电器产品、汽车内饰材料	343.45	5.70%	否
	小 计		4,840.35	80.38%	
2017 年 度	德莎（苏州）胶带技术有限公司	消费电子产品	1,880.31	38.27%	否
	财纳福诺木业(中国)有限公司	建筑装饰材料	712.99	14.51%	否
	罗曼胶带技术（天津）有限公司	消费电子产品	521.39	10.61%	否
	日东电工（上海松江）有限公司	消费电子产品	441.43	8.98%	否
	艾利（昆山）有限公司	消费电子产品	419.94	8.55%	否
	小 计		3,976.06	80.92%	

3、存在质保期的产品收入确认时点

公司与客户签订的销售合同主要以签收作为商品所有权的风险转移时点和履行履约义务的时点。其中，公司内销收入以购买方签收商品后确认销售收入、外销收入以货物装船取得提货单后确认销售收入。

公司出厂质量检验非常严格，根据以往与客户的交易情况，货物退换货的可能性极小，故公司收入确认时点符合《企业会计准则》的规定。

4、存在质保期的产品质保金情况

公司存在质保期的产品不存在质保金。

（二）公司质保期内产品是否存在质量问题或质量纠纷，是否预提售后服务

费，与同行业公司是否存在差异

1、公司质保期内产品存在质量问题或质量纠纷的情况

公司质保期内存在一笔因产品质量问题发生的损害赔偿，具体为：公司于 2018 年 12 月 21 日与德莎（苏州）胶带技术有限公司签署了《供应商索赔协议》，公司因产品外观较粗糙、不合规范，同意向德莎（苏州）胶带技术有限公司支付赔偿金 8.93 万元。公司于 2018 年 12 月 26 日向德莎（苏州）胶带技术有限公司支付了前述款项。

公司发生损害赔偿涉及的产品销售金额 15.10 万元占 2018 年度营业收入的比例为 0.07%，对营业收入的影响很小。

2、公司预提售后服务费与同行业公司的差异

公司未预提售后服务费，而同行业公司润阳科技、浙江交联亦均未预提售后服务费，公司与同行业公司不存在差异。

三、补充说明 OPPO、vivo、福特、长安、格力、美的等知名品牌商是否到公司验厂，发行人是否进入知名品牌商的合格供应商名录，知名品牌商和公司开展合作的方式，并结合发行人在产业链中所处的地位，补充说明招股说明书中“公司将通过与 OPPO、vivo、福特、长安、格力、美的等应用行业的龙头企业合作，及时把握下游行业发展动向以及客户对于新产品的需求，进行前瞻性研发”“公司成为了 OPPO、vivo 智能手机的重要合作伙伴”等类似表述是否准确；补充说明发行人产品作为基础原材料是否具有较强的可替代性，运用于上述知名品牌商的产品比例是否仍然较低，以及进一步拓展业务的措施及有效性

（一）OPPO、vivo、福特、长安、格力、美的等知名品牌商是否到公司验厂，发行人是否进入知名品牌商的合格供应商名录，知名品牌商和公司开展合作的方式

目前到公司进行工厂审核的客户或品牌如下：

客户/品牌类别	客户/品牌名称
消费电子产品	OPPO、vivo
胶带加工行业	德莎（苏州）胶带技术有限公司、艾利（昆山）

	有限公司、罗曼胶带
汽车内饰材料	广东天安新材料股份有限公司、潍坊利安高新材料有限公司、苏州瑞高新材料有限公司

公司已进入上述知名品牌商的合格供应商名录。

上述企业中 OPPO、vivo 为知名的终端销售费品牌，基于销售模式的原因，公司不直接向其销售，公司与其合作模式主要为：公司将产品销售给直接下游客户，下游企业使用公司的 IXPE 产品作为多功能胶带基材并加工成多功能电子胶带。下游客户生产的多功能电子胶带作为组装消费电子设备的材料被最终用于 OPPO、vivo 等品牌的电子产品中。在有新规格 IXPE 材料需求的情形下，OPPO、vivo 相关采购人员会直接告知公司，让公司着手研发新产品。

德莎（苏州）胶带技术有限公司、艾利（昆山）有限公司、罗曼胶带为非终端的知名客户，上述客户为公司的直接客户。公司已进入上述知名品牌商的合格供应商名录。公司与上述客户开展合作方式参见招股说明书“第六节 一、（四）主要经营模式之（3）市场开拓方式、（4）客户合作流程”。

（二）补充说明招股说明书中“公司将通过与 OPPO、vivo、福特、长安、格力、美的等应用行业的龙头企业合作，及时把握下游行业发展动向以及客户对于新产品的需求，进行前瞻性研发”“公司成为了 OPPO、vivo 智能手机的重要合作伙伴”等类似表述是否准确

公司通过与 OPPO、vivo 等知名品牌合作，开发符合消费电子产品迭代趋势的 IXPE 材料；公司通过与福特、长安、格力、美的等企业的供应商合作，进行不同规格汽车内饰材料、家用电器胶带的开发。

公司已修改招股说明书的表述为“公司通过与行业知名企业或其供应商进行合作，及时把握下游行业发展动向以及客户对于新产品的需求，进行前瞻性研发”。

公司取得了拥有 OPPO、vivo 品牌的 OPPO 广东移动通信有限公司、维沃通信科技有限公司出具的文件，确认本公司为以上两家企业手机结构件的重要供应商。因此招股说明书中“公司成为了 OPPO、vivo 智能手机的重要合作伙伴”的相关表述较为准确。

(三) 补充说明发行人产品作为基础原材料是否具有较强的可替代性, 运用于上述知名品牌商的产品比例是否仍然较低, 以及进一步拓展业务的措施及有效性

1、IXPE 材料的可替代性

在建筑装饰材料应用领域, 公司的 IXPE 产品因其无毒、环保兼具缓冲、防水的特性主要应用于 PVC 地板地垫, 为替代传统 EVA、EPE 的新型材料; 在消费电子领域, 公司生产的电子类 IXPE 材料厚度薄、防水性能强, 符合现代消费电子设备的轻薄、防水的发展趋势。随着消费电子产品行业的发展, 主流产品将更多的采用 IXPE 产品作为防水隔绝材料, 市场潜力较大; 在汽车内饰材料领域, 公司生产的 IXPE、IXPP 材料耐热、强度、隔音性能良好, 可以起到车辆减重、降噪、减少冷暖空气的能量损失等作用, 符合目前汽车轻量化、环保化的趋势。

综上所述, 公司的产品为各应用领域传统材料的替代者, 符合应用领域的发展趋势, 可替代性较低。

2、公司拓展业务的措施及有效性

公司拥有充分发掘潜在市场的能力, 自 2008 年涉足聚烯烃发泡材料行业以来, 公司凭借敏锐的市场眼光充分挖掘市场机会, 将自身产品从家用电器和建筑装饰材料领域拓展至消费电子、医疗器械等多个应用领域。

公司采取的市场开拓措施主要有: ①积极参加行业展会及专题会议接触潜在客户; ②以点带面专攻单一市场, 尽力覆盖特定行业及产业集中地的客户; ③通过可靠的产品质量与客户建立良好关系, 通过客户转介绍以开拓新客户; ④不断探索聚烯烃发泡材料的自身特点, 寻找新的潜在应用点; ⑤参与行业标准及终端认证, 提升公司品牌的可靠性。

以上市场开拓措施有效帮助公司拓宽产品线, 丰富产品结构, 降低依靠少数行业的风险, 使公司拥有比同行业企业更广泛的优质客户, 未来能更好的应对产业升级的大趋势。

四、中介机构核查情况

(一) 中介机构的核查程序

1、向公司销售部门相关负责人了解公司对普通应用型产品是否存在通过降价刺激销售的情况、IXPE 地垫的市场竞争状态和是否存在价格持续下滑的风险；

2、获取公司报告期内销售统计明细表，对存在质保期的客户分产品性能、应用领域等维度进行分析；

3、获取报告期内公司与主要客户签订的销售合同，对比不同客户的质保期限、质保金、相关产品风险转移等条款；

4、对公司销售负责人进行访谈，了解存在质保期的产品质保金情况、有质保期的客户在质保期内的质量问题和纠纷情况，结合公司与客户的质保期及产品风险转移条款等，检查公司收入确认政策是否符合《企业会计准则》规定；

5、向公司销售部门相关负责人了解目前到公司进行工厂审核的客户和品牌以及公司与客户合作的情况、IXPE 材料的可替代性、公司拓展业务的措施及有效性。

（二）中介机构的核查意见

1、保荐机构核查意见

（1）发行人不存在通过降价刺激销售的情况，IXPE 材料市场需求持续增加，目前 IXPE 地垫的市场竞争不存在明显加剧的情况，价格持续下滑的风险较小；

（2）公司存在质保期的产品不存在质保金，公司质保期内存在一笔因产品质量问题发生的损害赔偿；

（3）公司未预提售后服务费，与同行业公司不存在差异；

（4）公司通过与行业知名企业或其供应商进行合作，及时把握下游行业发展动向以及客户对于新产品的需求，进行前瞻性研发；

（5）招股说明书中“公司成为了 OPPO、vivo 智能手机的重要合作伙伴”的相关表述较为准确；

（6）公司产品可替代性较低。

2、申报会计师核查意见

（1）公司存在质保期的产品不存在质保金，公司质保期内存在一笔因产品

质量问题发生的损害赔偿；

(2) 公司未预提售后服务费，与同行业公司不存在差异。

8. 关于主要客户

首轮问询回复显示：

(1) 财纳福诺为 2006 年组建的专营地板的外资企业，公司对其 2018 年和 2019 年的销售额分别增加 1,423.67 万元和 1,719.08 万元。由于新冠肺炎疫情和自身采购策略的影响，财纳福诺 2020 年上半年向公司采购量较低，仅 960.28 万元。

(2) 公司与大部分的主要客户签署了年度框架协议或长期合作协议，以保证合作的稳定性。常州华航为公司持续合作 11 年的客户，由于客户自身采购策略发生变化，2019 年减少了从公司的采购量，2020 年起未向公司采购。

(3) 发行人运用于家用电器和汽车内饰产品的单个客户销售金额较低，客户较为分散。2020 年 1 月，发行人不再向关联方苏州贝斯珂、汉川中盛销售产品，苏州贝斯珂、汉川中盛 2020 年前是发行人家用电器领域的产品主要客户。

(4) 发行人向厦门名硕工贸有限公司（以下简称名硕工贸）、深圳市汇智工贸科技有限公司等贸易类公司销售金额较高。

(5) 报告期内公司产品存在被美国加征关税的情形，从 2018 年 9 月起被加征 10%-25% 的关税。2019 年 11 月 7 日，PVC 塑料地板附加税率恢复至 10%；由于公司直接出口较小，中美贸易摩擦未对公司主要产品对美出口业务造成重大不利影响。2020 年 8 月 8 日起，美国对中国进口的 PVC 塑料地板附加税率恢复至 25%。

请发行人：

(1) 补充说明发行人和财纳福诺 2017 年开始合作当年即成为公司建筑装饰材料领域第一大客户的原因及合理性；截至目前与财纳福诺在手订单情况，是否存在订单减少、客户转向其他供应商采购的情形，是否存在大客户流失风险；补充说明发行人是否存在其他刚成立或刚合作即成为发行人主要客户的情况。

(2) 补充说明常州华航 2018 年销售额大幅增加，2019 年即大幅减少采购量并于 2020 年起未向公司采购的具体原因，是否转向发行人竞争对手采购，应

收账款是否全部收回，是否存在合作纠纷或潜在纠纷。

(3) 补充说明国内前五大 PVC 地板厂商名称，发行人、同行业可比公司润阳科技与前五大 PVC 地板厂商合作情况、合作模式，发行人和润阳科技重叠客户的情况、销售金额和变动趋势，主要 PVC 地板客户是否限制地垫厂商和其他客户合作，发行人和主要客户签订年度框架协议或长期合作协议的合同有效期，结合上述情况，进一步分析发行人和主要 PVC 地板客户合作的稳定性和可持续性。

(4) 补充说明发行人 2020 年不再向关联方苏州贝斯珂、汉川中盛销售后，向相应下游家电客户销售产品的途径，家电产品客户开拓情况；进一步分析 2017 年至 2019 年对苏州贝斯珂、汉川中盛销售单价和毛利率较低的原因及合理性，是否对关联方存在利益输送。

(5) 补充说明发行人贸易类客户的作用，报告期各期贸易商客户数量、销售金额及占比、毛利率水平及变化情况，发行人主要贸易商客户的终端客户情况。结合贸易商经营规模、产业链地位及其经营产品种类、客户资源、交易习惯、发行人向其销售产品的定制化程度等，进一步分析发行人向贸易商销售产品、未直接向对应终端客户销售的原因及合理性、是否符合行业惯例；补充说明名硕工贸销售的产品主要用于消费电子产品的包装但毛利率超过*%的合理性，是否符合行业水平；名硕工贸 2020 年 1-6 月退出前五大客户的原因，是否与发行人持续合作。

(6) 补充说明公司向建筑装饰领域被加征关税及未被加征关税客户销售比例，销售价格变动趋势是否存在不一致；2020 年 8 月 8 日起，美国对中国进口 PVC 塑料地板附加税率恢复至 25%，是否对下游客户出口业务产生影响，2020 年 8 月以来，建筑装饰下游客户是否减少对发行人的采购，如有必要，请进一步提示贸易摩擦相关风险。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、补充说明发行人和财纳福诺 2017 年开始合作当年即成为公司建筑装饰材料领域第一大客户的原因及合理性；截至目前与财纳福诺在手订单情况，是否存在订单减少、客户转向其他供应商采购的情形，是否存在大客户流失风险；补充说明发行人是否存在其他刚成立或刚合作即成为发行人主要客户的情况

(一) 公司和财纳福诺木业(中国)有限公司(以下简称财纳福诺公司)2017年开始合作当年即成为公司建筑装饰材料领域第一大客户的原因及合理性

1、公司用1年时间通过财纳福诺的供应商认证

公司于2016年2月开始与财纳福诺接触,通过1年的产品认证,2017年2月公司进入财纳福诺供应商系统并开始正式合作。公司不存在与财纳福诺接触起,财纳福诺即向公司大规模采购的情况。

2、财纳福诺自身的规模较大

财纳福诺自身规模较大是其向公司采购规模较大的重要原因。

根据公开信息,财纳福诺成立于2006年1月,注册资本为5,800万美元。财纳福诺木业(中国)有限公司是一家台湾-比利时合资企业,公司主要生产实木地板、复合地板以及强化地板产品。财纳福诺木业(中国)有限公司旗下的“乐迈地板”品牌,是2010年世博会比利时-欧盟馆的地板赞助商,在比利时、中国、俄罗斯、美国和英国都有销售和生机构,在全球拥有4,000家专卖店。

3、2017年PVC地板行业增速较快

随着环保和健康的理念和PVC地板行业技术的提升,中国逐步成为PVC地板的主要出口国,国内PVC地板市场迅速增长。根据海关数据的统计,中国2016年度和2017年度的PVC地板出口金额分别为177.73亿元和233.86亿元,增长率为31.58%。2017年行业规模快速增长,合理估计财纳福诺自身销售规模亦增长较快,其对IXPE产品的需求相应快速增长。

综上,基于公司花费1年时间通过财纳福诺的供应商认证、财纳福诺自身规模较大和2017年PVC地板市场规模快速增长等多方面原因,财纳福诺与公司2017年开始合作当年即成为公司建筑装饰材料领域第一大客户具备合理性。

(二) 截至目前与财纳福诺在手订单情况,是否存在订单减少、客户转向其他供应商采购的情形,是否存在大客户流失风险

2020年下半年起,基于客户要求变化采购主体,公司主要与财纳福诺的关联方湖南岳盛新型材料有限公司(以下简称“湖南岳盛”)发生交易。公司向湖

南岳盛销售的产品为向财纳福诺销售的相关产品。根据天眼查查询的信息，湖南岳盛的控股股东常璐为财纳福诺的监事。

截至本回复出具日，公司与湖南岳盛的未完成订单含税金额为 236.71 万元。通常客户提前 2-3 周向公司下订单，订单周期较短，因此在手订单金额相对较低。

2020 年 1-9 月公司向财纳福诺和湖南岳盛的销售额分别为 1,062.50 万元、899.90 万元，合计 1,962.40 万元，占主营业务收入比例为 9.62%（2020 年 1-9 月数据未经审计）。2019 年公司向财纳福诺和湖南岳盛的销售额分别为 3,855.74 万元、187.38 万元，合计 4,043.12 万元，占主营业务收入比例为 14.35%。2020 年 1-9 月相关整体销售额及销售占比较 2019 年有所下降，主要系新冠疫情影响下 2020 年上半年交易量较少所致。

2020 年 9 月，公司向财纳福诺关联方湖南岳盛的销售金额为 393.13 万元，仍保持较大交易规模，公司不存在流失该大客户的情形。基于公司技术水平和生产能力，预计短期内公司大客户流失的风险较小。但是，公司仍存在由于下游市场需求发生不利变化和市场竞争激烈等情形而与客户交易规模发生波动的风险。

（三）公司是否存在其他刚成立或刚合作即成为公司主要客户的情况

报告期内，发行人与主要客户的合作情况如下：

序号	客户名称	成立时间	正式合作开始时间	报告期内首次成为公司主要客户的时间
1	财纳福诺	2006 年	2017 年	2017 年
2	德莎（苏州）胶带技术有限公司	2004 年	2014 年	2017 年
3	海象新材料	2013 年	2016 年	2018 年
4	江苏正永	2014 年	2015 年	2017 年
5	深圳市汇智工贸科技有限公司	2014 年	2017 年	2019 年
6	常州华航	2009 年	2009 年	2018 年
7	罗曼胶带	2002 年	2014 年	2017 年
8	中山皇冠	2000 年	2009 年	2017 年

9	爱丽家居	1999 年	2018 年	2020 年 1-6 月
---	------	--------	--------	--------------

综上，公司不存在其他刚成立或刚合作即成为公司主要客户的情况。

二、补充说明常州华航 2018 年销售额大幅增加，2019 年即大幅减少采购量并于 2020 年起未向公司采购的具体原因，是否转向发行人竞争对手采购，应收账款是否全部收回，是否存在合作纠纷或潜在纠纷

(一)常州华航 2018 年销售额大幅增加，2019 年即大幅减少采购量并于 2020 年起未向公司采购的具体原因

随着 PVC 地板市场需求的迅速增长，常州华航自身销售增长，故公司 2018 年向常州华航销售额大幅增加。

常州华航采购的产品中普通应用型产品较多，各品种规格较杂，但采购量相对较少，因此公司的生产成本较高，效益有限。2019 年常州华航要求更优惠的价格，公司基于自身效益考虑，未能继续与常州华航达成进一步的合作。2020 年起公司与常州华航无交易。

(二)是否转向公司竞争对手采购，应收账款是否全部收回，是否存在合作纠纷或潜在纠纷

常州华航减少从公司的采购后，存在向公司同行业其他企业采购的情况。截至 2020 年 6 月 30 日，公司与常州华航的应收账款已全部收回。报告期内，公司与常州华航的合作不存在合作纠纷或潜在纠纷。

三、补充说明国内前五大 PVC 地板厂商名称，发行人、同行业可比公司润阳科技与前五大 PVC 地板厂商合作情况、合作模式，发行人和润阳科技重叠客户的情况、销售金额和变动趋势，主要 PVC 地板客户是否限制地垫厂商和其他客户合作，发行人和主要客户签订年度框架协议或长期合作协议的合同有效期，结合上述情况，进一步分析发行人和主要 PVC 地板客户合作的稳定性和可持续性

(一)国内主要 PVC 地板厂商情况

国内 PVC 地板厂商尚无公开排名信息。根据浙江海象新材料股份有限公司招股说明书信息，目前在华东、华南地区已形成一批具有一定产品开发能力以及

高效生产能力的大中型 PVC 地板制造企业，如泰州市华丽新材料有限公司、张家港市易华润东新材料有限公司、浙江天振科技股份有限公司、张家港爱丽家居科技股份有限公司以及浙江海象新材料股份有限公司，上述公司凭借渠道、质量、技术、规模等综合优势，取得了相对领先的行业地位。故本回复将泰州市华丽新材料有限公司、张家港市易华润东新材料有限公司、浙江天振科技股份有限公司、张家港爱丽家居科技股份有限公司以及浙江海象新材料股份有限公司认定为国内主要的 PVC 地板厂商。

（二）公司、同行业可比公司润阳科技与国内主要 PVC 地板厂商合作情况、合作模式

公司、同行业可比公司润阳科技与国内主要 PVC 地板厂商合作情况、合作模式如下：

国内主要 PVC 地板厂商	公司	润阳科技
泰州市华丽新材料有限公司	2017 年 5 月开始合作至今；公司为其直接供应商；合作模式：单笔订单+采购合同	为其直接供应商；合作期限、合作模式未披露
张家港市易华润东新材料有限公司	2017 年 12 月开始合作至今；直接供应商；合作模式：单笔订单+采购合同	为其直接供应商；合作期限、合作模式未披露
浙江天振科技股份有限公司	2020 年合作过一笔订单；公司为其直接供应商；合作模式：单笔订单	为其直接供应商；合作期限、合作模式未披露
张家港爱丽家居科技股份有限公司	2017 年 3 月开始合作至今；公司为其直接供应商；合作模式：单笔订单+框架合同	为其直接供应商；合作期限、合作模式未披露
浙江海象新材料股份有限公司	2016 年 1 月开始合作至今；公司为其直接供应商；合作模式：单笔订单+框架合同	合作期限、合作模式均未披露

（三）公司和润阳科技重叠客户的情况、销售金额和变动趋势

根据润阳科技招股说明书信息，报告期内公司与润阳科技存在重叠客户情况

单位：万元

公司名称	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	公司	润阳科技	公司	润阳科技	公司	润阳科技	公司	润阳科技
张家港爱丽家居科技股份有限公司	482.97	2,200.49	591.13	4,491.90	406.07	5,277.83	-	2,997.73
财纳福诺木业（中国）有限公司	960.28	未披露	3,855.74	未披露	2,136.66	1,189.65	712.99	470.00
张家港市易华润东新材料有限公司	204.26	8,346.98	732.14	14,441.06	326.80	12,699.66	13.13	6,255.06
江苏贝尔装饰材料有限公司	-	未披露	-	1,799.82	527.71	未披露	41.73	未披露
泰州市华丽新材料有限公司	49.96	629.66	444.32	1,588.54	337.84	1,326.97	409.34	866.17
浙江晶顺建材科技有限公司		1,171.01	60.13	310.17	-	未披露	-	未披露
浙江晶通塑胶有限公司	1.40	7.59	220.99	1,517.27	-	未披露	-	未披露

浙江天振科技股份有限公司	1.10	1,132.66	-	未披露	-	1,568.16	-	143.36
浙江海象新材料股份有限公司	243.90	未披露	1,215.57	未披露	1,402.82	未披露	790.86	未披露

注：浙江晶通塑胶有限公司和浙江晶顺建材科技有限公司为同一控制下企业

由上表可知，2017年-2019年公司与润阳科技对重叠客户的销售额均呈现逐年增加的趋势。

（四）主要 PVC 地板客户是否限制地垫厂商和其他客户合作

根据公司与主要 PVC 地板客户所签订的协议或订单，公司主要 PVC 地板客户未限制地垫厂商和其他客户合作。

（五）公司和建筑装饰材料领域主要客户签订年度框架协议或长期合作协议的合同有效期

公司和建筑装饰材料领域客户所签订的框架协议期限以 1-3 年为主，具体情况如下：

客户名称	开始合作时间	是否持续合作	框架协议期限	是否签订框架协议
财纳福诺木业（中国）有限公司	2017 年 2 月	是	2019.6.1-2021.12.31	是
浙江海象新材料股份有限公司	2016 年 1 月	是	2020.2.28-2020.12.31	是
江苏正永地面装饰材料有限公司	2015 年 4 月	是	2020.6.23-2021.6.23	是
浙江巨美家科技有限公司	2018 年 3 月	是	2020.1.1-2021.12.31	是
张家港市易华润东新材料有限公司	2017 年 12 月	是	未签订框架协议	否
泰州市华丽新材料有限公司	2017 年 5 月	是	未签订框架协议	否
张家港爱丽家居科技股份有限公司	2018 年 7 月	是	2020.3.9-2020.12.31	是
常州华航包装材料有限公司	2009 年 9 月	2020 年起未合作	未签订框架协议	否
江苏贝尔装饰材料有限公司	2017 年 8 月	2019 年起未合作	未签订框架协议	否
常州海辰装饰材料有限公司	2011 年 9 月	2020 年起未合作	未签订框架协议	否

（六）公司和主要 PVC 地板客户合作的稳定性和可持续性

公司与主要 PVC 地板客户的合作时间均较长，与主要 PVC 地板客户签署了年度框架协议或长期合作协议，以保证合作的稳定性。公司作为国内主要 IXPE 材料制造商之一，具有较强的研发设计能力、生产技术能力和品质管控能力，能够随时适应各应用领域终端市场的迭代更新速度，满足不同客户的专属性、及时性和高品质等定制化需求。报告期内公司产品结构较为丰富，产品覆盖多个应用

领域，依托突出的产品研发能力、品质保障能力、快速供货能力等优势，与主要 PVC 地板客户建立了长期稳定、可持续且紧密的业务合作关系，与主要 PVC 地板客户合作的稳定性及可持续性较强。

四、补充说明发行人 2020 年不再向关联方苏州贝斯珂、汉川中盛销售后，向相应下游家电客户销售产品的途径，家电产品客户开拓情况；进一步分析 2017 年至 2019 年对苏州贝斯珂、汉川中盛销售单价和毛利率较低的原因及合理性，是否对关联方存在利益输送

(一) 公司 2020 年不再向关联方苏州贝斯珂、汉川中盛销售后，向相应下游家电客户销售产品的途径，家电产品客户开拓情况

1、报告期公司向苏州贝斯珂、汉川中盛销售的情况

报告期内，公司向苏州贝斯珂、汉川中盛销售的金额和占比较小，具体情况如下表所示：

单位：万元

关联方名称	关联交易内容	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
		金额	占同类交易的比例	金额	占同类交易的比例	金额	占同类交易的比例	金额	占同类交易的比例
汉川中盛	销售聚烯烃发泡材料	-	-	130.45	0.46%	173.70	0.81%	159.93	1.07%
苏州贝斯珂		-	-	335.42	1.19%	291.04	1.36%	271.90	1.81%

注：2020 年 1 月起，公司不再向汉川中盛和苏州贝斯珂销售产品

2、公司向相应下游家电客户销售产品的途径，家电产品客户开拓情况

为规范关联交易和减少关联交易对公司影响，2020 年 1 月起公司终止了与汉川中盛和苏州贝斯珂的交易，汉川中盛和苏州贝斯珂转向浙江交联等其他 IXPE 供应商采购相关产品，即公司放弃汉川中盛和苏州贝斯珂对应的市场。

国内家电行业规模相对平稳、增长速度有限，2020 年 5 月以来建筑装饰材料领域和消费电子产品领域的市场情况较好，公司重点拓展上述领域的客户并取

得较好的成绩，2020年3季度营业收入较去年同期显著增长。

（二）苏州贝斯珂、汉川中盛销售单价和毛利率较低的原因及合理性

由于不同产品的厚度和倍率不同以及一平方米 IXPE 产品所耗用的原材料存在差异，IXPE 产品的销售价格随之有所不同。家用电器产品类型广泛，公司向汉川中盛、苏州贝斯珂、其他家用电器领域客户的销售价格有所差异。公司销售给家用电器领域的客户毛利率差异及原因情况如下：

毛利率	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
家用电器-汉川中盛	无销售	11.25%	18.52%	12.63%
家用电器-苏州贝斯珂	无销售	25.69%	19.19%	15.75%
家用电器所有客户	41.37%	34.22%	35.83%	29.13%

公司销售给汉川中盛产品毛利率较低的原因如下：①报告期公司销售给汉川中盛的产品主要用于空调管材的保温。在户外温度较低的地区，空调排水管容易结冰，进而影响空调正常运行。IXPE 具备一定保温作用，因此可用于空调管材的保温。此种产品对精度和性能要求较低，生产难度较低，销售毛利率也相对较低；②公司应用于家用电器领域的 IXPE 产品，主要用在家用电器内部如电视控制面板粘合材料、打印机盖板缓冲材料等，该种产品对性能要求相对较高，毛利率也相对较高。

公司销售给苏州贝斯珂产品毛利率较低的原因如下：①销售给苏州贝斯珂产品的性能相对较低。相比中山皇冠等知名家用电器领域客户，苏州贝斯珂年销售规模仅 1,500 万元左右，为非知名终端客户，其产品要求相对较低；②2019 年以前公司在苏州具有生产基地，部分销售给苏州贝斯珂产品从苏州工厂生产后运输至苏州贝斯珂，运输费用较低；③公司与苏州贝斯珂终止交易前，其 IXPE 基本全部由公司供应，与公司形成一定的战略协同性，价格有一定优惠。

综上，报告期公司向汉川中盛和苏州贝斯珂销售产品的毛利率较低具备合理性，不存在关联方利益输送。报告期公司向汉川中盛销售金额为 159.93 万元、173.70 万元、130.45 万元和 0.00 万元，向苏州贝斯珂销售金额为 271.90 万元、291.04 万元、335.42 万元和 0.00 万元，交易规模占比较小，对公司经营业绩无

重大影响。2020年起为规范关联交易，公司终止了与上述关联方的合作。

五、补充说明发行人贸易类客户的作用，报告期各期贸易商客户数量、销售金额及占比、毛利率水平及变化情况，发行人主要贸易商客户的终端客户情况。结合贸易商经营规模、产业链地位及其经营产品种类、客户资源、交易习惯、发行人向其销售产品的定制化程度等，进一步分析发行人向贸易商销售产品、未直接向对应终端客户销售的原因及合理性、是否符合行业惯例；补充说明名硕工贸销售的产品主要用于消费电子产品的包装但毛利率超过*%的合理性，是否符合行业水平；名硕工贸2020年1-6月退出前五大客户的原因，是否与发行人持续合作

(一) 发行人向贸易商销售产品、未直接向对应终端客户销售的原因及合理性

1、发行人贸易类客户的作用

为进一步拓展市场和客户资源，提升公司产品市场覆盖率，公司建立和发展通过贸易类客户销售的模式。公司贸易类客户的作用主要包括：①公司产品占终端客户产品的原材料比重不高，借助贸易商的资金、交货和产业链资源优势更有利于公司维护与终端客户的关系；②公司终端客户直接指定供应链体系内的贸易商作为采购代理人，公司直接向贸易商销售；③贸易商掌握客户资源渠道，而公司不掌握相关信息，于是通过贸易商销售以拓宽销售范围。

报告期内，公司贸易类客户以消费电子产品领域客户为主。公司贸易类客户销售模式的建立和发展，对公司接触消费电子产业内重要企业以及相应的上游模切、粘胶等供应厂商和最终获得知名品牌认可起到了重要的积极作用。通过贸易类客户，公司已成功进入OPPO和vivo等知名品牌智能手机厂商的上游供应链体系，来源于消费电子产品领域的销售收入大幅增长。

因此，公司的贸易类客户销售模式对直销模式起到了有效的补充，有效扩大了公司产品的市场覆盖率和知名度。

2、报告期各期贸易商客户数量、销售金额及占比、毛利率水平及变化情况

报告期各期，公司贸易商客户数量、贸易商销售金额、贸易商销售金额占公

司主营业务收入比重、贸易商销售毛利率水平的情况如下：

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
贸易商客户数量（家）	20	27	28	29
贸易商销售金额（万元）	1,076.33	2,849.07	2,154.26	1,353.34
贸易商销售金额占主营业务收入比重	9.64%	10.11%	10.08%	9.02%
贸易商销售毛利率	67.83%	61.25%	64.59%	48.91%

报告期内，公司贸易商客户数量较少，不足 30 家。2020 年 1-6 月，贸易商客户数量较往年有所减少，主要因为部分交易量较少的贸易商客户订单减少。报告期内，公司贸易类客户销售较为集中。报告期各期，前五大贸易类客户销售占贸易类客户收入比重均接近 80%，其中各期前三大贸易类客户销售占比均已超过 60%。公司报告期各期的前五大贸易类客户相对稳定，其中 2018 年至 2020 年 1-6 月，公司前三大贸易类客户均为深圳市汇智工贸科技有限公司、上海瑾复科技有限责任公司和厦门名硕工贸有限公司。

2017 年-2019 年，公司贸易商销售金额显著增长，由 2017 年的 1,353.34 万元增加至 2019 年的 2,849.07 万元，主要因为消费电子产品领域的贸易商销售金额提升。2020 年 1-6 月，受新冠疫情影响和贸易商下游客户需求改变的影响，公司贸易商销售金额 1,076.33 万元，较往年有所下降。

报告期各期，公司对贸易商客户销售额占主营业务收入比重约 10%，占比较低且相对稳定。

报告期内，公司对贸易商销售的毛利率水平相对较高，主要因为公司贸易商客户主要是消费电子产品领域客户，该领域客户占贸易商客户的收入比例超过 60%，其中 2018 年至 2020 年 1-6 月均超过 80%，而消费电子产品领域客户的采购集中在毛利率相对较高的功能增加型和性能增强型产品。2017 年，公司对贸易商销售的毛利率水平较低，主要因为 2017 年贸易商客户中消费电子产品领域的销售收入占比低于报告期其他期间。

3、贸易商基本情况

报告期各期公司前五大贸易商客户的基本情况如下：

(1) 深圳市汇智工贸科技有限公司

公司名称	深圳市汇智工贸科技有限公司
注册资本	200 万元
法定代表人	赵旭
统一社会信用代码/ 注册号	91440300088414733K
成立日期	2014 年 2 月 27 日
住所	深圳市宝安区沙井街道新桥社区洋仔西六巷三号
经营范围	双面胶、保护膜，泡棉、离型膜、胶带、胶纸、泡棉胶的销售；塑胶产品、包装材料、五金产品、数码产品、电子产品的技术开发与销售；国内贸易，货物及技术进出口。(法律、行政法规、国务院决定规定在登记前须经批准的项目除外)
股权结构	赵旭 100.00%
经营规模	非公众公司，未公示经营规模
信用政策	月结 90 天以内
结算及收款方式	电汇+承兑
合同签订方式	长期供货协议+订单
销售价格的定价依据	按市场价格定价

(2) 上海瑾复科技有限责任公司

公司名称	上海瑾复科技有限责任公司
注册资本	200 万元
法定代表人	陈守玉
统一社会信用代码/ 注册号	91310115MA1K3PB52A
成立日期	2017 年 4 月 20 日
住所	中国（上海）自由贸易试验区富特西一路 139 号 1 号楼第四层 407 室
经营范围	从事新能源技术、化工技术、医疗技术、计算机技术领域内的技术开发、技术咨询、技术转让、技术服务，环保产品、化工原料及产品（除危险化学品、监控化学品、烟花爆竹、民用爆炸物品、易制毒化学品）、仪

	器仪表、机械设备、电子产品的销售，从事货物和技术的进出口业务。 【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】
股权结构	刘姝婧 51.00%、陈守玉 49.00%
经营规模	非公众公司，未公示经营规模
信用政策	月结 30 天以内
结算及收款方式	电汇
合同签订方式	单笔订单
销售价格的定价依据	按市场价格定价

(3) 厦门名硕工贸有限公司

公司名称	厦门名硕工贸有限公司
注册资本	600 万元
法定代表人	郑益芳
统一社会信用代码/ 注册号	913502066712649639
成立日期	2008 年 4 月 2 日
住所	厦门市湖里区枋湖工业小区 2#厂房 3 楼
经营范围	1、生产、销售：工业胶带、胶粘剂产品、化工产品（不含危险化学品及监控化学品）；2、批发、零售：五金交电、电子元器件、日用百货、计算机；3、软件开发、系统集成、网络布线
股权结构	郑茂焱 60.00%、郑益芳 40.00%
经营规模	非公众公司，未公示经营规模
信用政策	预付款+30 万信用额度
结算及收款方式	电汇+承兑
合同签订方式	年度框架协议+订单
销售价格的定价依据	按市场价格定价

(4) 温州金森印刷材料有限公司

公司名称	温州金森印刷材料有限公司
注册资本	100 万元
法定代表人	金荣脑
统一社会信用代码/ 注册号	91330327350135466H

成立日期	2015年7月30日
住所	浙江省温州市苍南县龙港镇金钗街241号（一层）
经营范围	印刷材料、环保水性压敏胶、不干胶、双面胶（以上不含危险化学品）、离型膜、离型纸、胶粘带、缠绕膜、塑料制品销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
股权结构	金荣脑 100.00%
经营规模	非公众公司，未公示经营规模
信用政策	月结 60 天
结算及收款方式	电汇+承兑
合同签订方式	框架协议（年度签订）+单笔订单
销售价格的定价依据	按市场价格定价

（5）上海好辰贸易有限公司

公司名称	上海好辰贸易有限公司
注册资本	50万人民币
法定代表人	张华江
统一社会信用代码/ 注册号	913101186873299365
成立日期	2009年4月1日
住所	青浦区重固镇新区东路518号1号楼303室
经营范围	销售电子产品、金属材料、胶带、化工产品及其原料（除危险化学品、监控化学品、易制毒化学品、民用爆炸物品）、建材、五金交电、通讯器材、计算机软硬件、工艺礼品（象牙及其制品除外）、文体用品、日用百货、汽摩配件、乐器、珠宝首饰、机械设备、机电设备、仪器仪表、服装服饰、化妆品、玻璃制品、包装材料。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】
股权结构	张华江 97.00%，许顺欢 3.00%
经营规模	非公众公司，未公示经营规模
信用政策	月结 30 天

结算及收款方式	电汇
合同签订方式	订单
销售价格的定价依据	按市场价格定价

(6) 普世缙（上海）贸易有限公司

公司名称	普世缙（上海）贸易有限公司
注册资本	100 万人民币
法定代表人	RILEY CHRISTOPHER BRAND
统一社会信用代码/ 注册号	91310115577406232M
成立日期	2011 年 6 月 29 日
住所	上海市浦东新区东方路 3601 号 2 号楼 3010 室
经营范围	泡沫制品、塑料制品、机械设备及零配件、建筑材料、钢材、金属制品、铝制品的批发、佣金代理（拍卖除外）、进出口及提供相关配套服务；商务信息咨询。（不涉及国营贸易、进出口配额许可证、出口配额招标、出口许可证等专项管理的商品；依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
股权结构	Meritorious Holdings Limited 100.00%
经营规模	非公众公司，未公示经营规模
信用政策	装柜后付款
结算及收款方式	电汇
合同签订方式	订单
销售价格的定价依据	按市场价格定价

(7) 大洋兴产贸易（上海）有限公司

公司名称	大洋兴产贸易（上海）有限公司
注册资本	40 万美元

法定代表人	佐藤耕平 (SATO KOHEI)
统一社会信用代码/ 注册号	91310115767242697K
成立日期	2004 年 10 月 15 日
住所	中国 (上海) 自由贸易试验区英伦路 38 号六层 628 室
经营范围	化工产品、塑料及其制品、金属制品、电子产品及材料、纸制品的批发、佣金代理 (拍卖除外)、进出口及其它相关的配套业务; 国际贸易、转口贸易、区内企业间的贸易及贸易代理; 区内商业性简单加工; 区内商务咨询服务。【依法须经批准的项目, 经相关部门批准后方可开展经营活动】
股权结构	大洋兴产株式会社 100.00%
经营规模	非公众公司, 未公示经营规模
信用政策	预付款
结算及收款方式	电汇
合同签订方式	年度框架协议+订单
销售价格的定价依据	按市场价格定价

(8) Advanced Cellular Technologies Inc.

Advanced Cellular Technologies Inc. 主要为美国本地经销商和生产商提供汽车、电器、建筑等领域的发泡材料, 所销售产品以 IXPE 胶带基材为主。(资料来源: <https://www.a-c-t.us/>)

贸易商经营范围多元化, 掌握一定区域市场、行业或客户资源。贸易商向公司采购的产品, 既有较通用的产品规格型号, 亦有定制化较高的产品。贸易商主要根据市场供求、下游客户要求和产品价格变化等情况, 随时向上游厂家进行采购。

4、发行人主要贸易商客户的下游客户情况

报告期内, 公司主要贸易商客户的下游客户情况如下:

主要贸易商客户名称	下游客户
深圳市汇智工贸科技有限公司	深圳市津田电子有限公司、东莞市兴瑞新能源有限公司等
上海瑾复科技有限责任公司	无法获知
厦门名硕工贸有限公司	深天马（000050）、友达光电（NYSE：AUO）等
上海好辰贸易有限公司	YOUNG WOO FINETECH CO., LTD.等
Advanced Cellular Technologies ,Inc.	无法获知
普世缙（上海）贸易有限公司	Jacobs & Thompson Inc.等
温州金森印刷材料有限公司	苍南县东辉实业有限公司等
大洋兴产贸易（上海）有限公司	日本寺冈制作所等

信息来源：贸易商客户的下游客户信息来源于保荐机构、申报会计师、发行人律师对该公司的现场访谈，为访谈时点信息

其中，报告期均为公司销售规模较大的贸易商客户的终端销售情况如下：深圳市汇智工贸科技有限公司的客户为深圳市津田电子有限公司、东莞市兴瑞新能源有限公司等，公司的产品最终主要运用于OPPO、vivo等品牌智能手机；厦门名硕工贸有限公司采购公司的产品销售给深天马（000050）、友达光电（NYSE：AUO）等公司。

YOUNG WOO FINETECH CO., LTD.为韩国的胶带供应商。

Jacobs & Thompson Inc.成立于1947年，为加拿大大型的发泡材料、黏合剂和纺织品供应商。（资料来源：<https://www.foamparts.com/>）

日本寺冈制作所成立于1921年，为日本领先的胶黏带供应商。（资料来源：<https://www.teraokatape.co.jp/>）

5、行业内通过贸易商客户销售的情况

根据证监会《上市公司行业分类指引（2012年修订）》，公司所属行业为“C29橡胶和塑料制品业”。在橡胶和塑料制品业，通过贸易商销售是普遍存在的销售方式。贸易商为橡胶和塑料制品产品流通提供便利的流通渠道，有效提高了市场

流通效率，扩大行业的销售规模。

根据公开资料，橡胶和塑料制品业企业通过贸易商客户销售的情况如下：

公司名称	行业分类	主营业务	经营模式
斯迪克（300806）	C29、橡胶和塑料制品业	从事功能性涂层复合材料研发、生产、销售。	以直销为主、经销商和贸易商为辅
海象新材（003011）	C29、橡胶和塑料制品业	从事 PVC 地板的研发、生产和销售	以直销为主、贸易商和经销商为辅
美联新材（300586）	C29、橡胶和塑料制品业	主要从事高分子复合着色材料的研发、生产、销售和技术服务，为客户提供塑料着色一体化解决方案。	向生产型企业和贸易商销售兼有
德冠新材	C29、橡胶和塑料制品业	主要从事功能薄膜、功能母料的研发、生产与销售，为客户提供功能性双向拉伸聚丙烯薄膜和双向拉伸聚乙烯薄膜基材、功能母料及加工应用的解决方案	直接销售和贸易商销售兼有
发行人	C29、橡胶和塑料制品业	专注于聚烯烃发泡材料的研发、生产和销售	以直销为主、贸易商为辅

综上所述，发行人向贸易商销售产品、未直接向对应终端客户销售具有合理性，符合行业惯例。

（二）名硕工贸销售的产品主要用于消费电子产品的包装但毛利率超过*%的合理性

1、公司销售给名硕工贸产品主要为毛利率较高的功能增加型产品

报告期内，公司向名硕工贸销售的产品主要作为消费电子产品屏幕的包装转运材料用在运输过程中，产品厚度较薄并具有防静电的特殊功能，属于公司功能增加型产品。

（1）功能增加型产品的毛利率本身就处于较高水平

公司功能增加型产品的毛利率相对较高,报告期内,分别为 38.22%、42.65%、46.30%和 47.77%。而报告期内,公司向名硕工贸销售产品的毛利率超过*%,与功能增加型产品的毛利率相比均为较高水平。

(2) 消费电子产品领域的功能增加型产品技术门槛更高

功能增加型产品中,约有 70%左右产品用于建筑装饰材料领域,销售给名硕工贸的功能增加型产品用在消费电子产品领域,而消费电子产品领域的 IXPE 产品技术门槛更高,毛利率也相对更好。

2、公司销售给名硕工贸产品的规格型号较单一

公司销售给名硕工贸产品的规格型号较为单一,2018 年至 2020 年 1-6 月所销售的产品厚度均为 0.65mm,而且定制化程度相对较高。公司销售给名硕工贸的产品具有一定的生产规模效应,产品毛利率相对较高。

因此,报告期内,公司向名硕工贸销售的毛利率超过*%具有合理性。

(三) 名硕工贸 2020 年 1-6 月退出前五大客户的原因和与发行人持续合作的情况

报告期内,公司向名硕工贸的销售金额分别为 332.50 万元、668.27 万元、951.44 万元和 112.22 万元,占营业收入比重分别为 2.18%、3.10%、3.35%和 1.00%。

2017 年-2019 年,名硕工贸为公司消费电子产品领域各期间的前五大客户,2020 年 1-6 月名硕工贸因为销售金额减少而退出前五大客户。名硕工贸于 2020 年 1-6 月退出公司消费电子产品领域前五大客户,主要因为名硕工贸的下游客户对公司产品的使用频率发生变化,下游客户将公司产品作为消费电子产品的运输包装材料使用,基于终端客户运输包装物由一次性使用变成多次重复使用,导致名硕工贸对公司产品的需求下降,从而销售额有所下降。

截至本回复出具之日,公司持续向名硕工贸销售产品,双方处于持续合作的状态,未发生影响双方持续合作的不利情况。

六、补充说明公司向建筑装饰领域被加征关税及未被加征关税客户销售比例,销售价格变动趋势是否存在不一致;2020 年 8 月 8 日起,美国对中国进口 PVC

塑料地板附加税率恢复至 25%，是否对下游客户出口业务产生影响，2020 年 8 月以来，建筑装饰下游客户是否减少对发行人的采购，如有必要，请进一步提示贸易摩擦相关风险

（一）公司向建筑装饰领域被加征关税及未被加征关税客户销售比例，销售价格变动趋势是否存在不一致

1、加征关税客户比例

目前，公司无法获知建筑装饰领域客户具体是否涉及加征关税，但是由于美国是国内 PVC 行业重要出口地，占出口比例 50%左右，因此合理预计公司主要建筑装饰领域客户普遍存在被加征关税的情况。2020 年 1-6 月，公司建筑装饰材料领域销售收入占比为 48.78%，预计该部分收入的客户普遍存在被加征关税的情况。

2、关税对公司及行业收入的影响

在 2018 年至今的中美贸易摩擦背景下，2019 年中国 PVC 地板出口仍有较大幅度增长，公司 2017-2019 年建筑装饰领域的收入仍保持增长，2019 年公司建筑装饰领域收入较 2018 年增长了 38.96%。

根据本行业客户的公开信息，2020 年 1-9 月，PVC 地板行业仍呈现增长趋势。本公司地板地垫应用领域下游客户海象新材料（003011）2020 年第三季度报告显示，2020 年 7-9 月营业收入较上年同期增加 50.67%；净利润较上年同期增加 25.59%。

3、销售价格变动趋势是否一致

基于公司所有建筑装饰应用领域客户普遍存在被加征关税的情况，因此无法比较被加征关税客户及未被加征关税客户的销售价格变动趋势。报告期内，由于原材料价格下降，公司向相同客户销售同型号产品的价格处于下降趋势。

（二）2020 年 8 月以来，建筑装饰下游客户对公司的采购情况，如有必要，请进一步提示贸易摩擦相关风险

根据公司未经审计的财务报表，2020 年 8 月至 9 月，公司建筑装饰领域收

入为 3,457.65 万元，相比 2019 年同期收入 2,464.44 万元上升了 40.30%。

公司已在招股说明书“第四节 风险因素”中补充披露贸易摩擦相关风险：

“中美贸易摩擦影响公司业绩的风险

2018 年以来，中美贸易摩擦加剧，美国对中国进口商品逐步加征 10%-25% 的关税，包括公司主要产品 IXPE 材料及其主要应用领域 PVC 地板目前均存在被加征 25% 关税的情形。

对于 IXPE 材料，报告期公司的境外销售收入分别为 499.72 万元、558.13 万元、1,040.55 万元和 316.98 万元，占主营业务收入比例分别为 3.33%、2.61%、3.69% 和 2.84%，占比较低。中美贸易摩擦对公司产品的直接出口业务影响较小。

对于主要应用领域 PVC 地板行业，公司建筑装饰材料领域主要下游客户为各大 PVC 地板生产厂商，最终产品以出口为主，美国是中国 PVC 地板主要出口地区之一。报告期各期公司建筑装饰材料领域收入为 3,589.88 万元、10,356.21 万元、14,390.78 万元和 5,446.89 万元，占主营业务收入比例为 23.93%、48.48%、51.08% 和 48.78%，占比较高，中美贸易摩擦对公司产品主要应用领域的影响较大。

若未来中美贸易摩擦延续，将对全球经济及中国出口带来冲击，进而影响公司产品及其下游产品的市场需求，对公司业绩构成不利影响。”

七、中介机构核查情况

（一）中介机构的核查程序

1、对公司总经理、销售负责人进行访谈，了解公司与财纳福诺 2017 年开始合作当年即成为公司建筑装饰材料领域第一大客户的原因；是否存在其他刚成立或刚合作即成为公司主要客户的情况；常州华航 2018 年销售额大幅增加的原因；2019 年常州华航大幅减少向公司的采购量而 2020 年其未向公司采购的具体原因、是否转向公司竞争对手采购、应收账款是否全部收回、是否存在合作纠纷或潜在纠纷；了解 2020 年公司不再向关联方苏州贝斯珂、汉川中盛销售后，向相应下游家电客户销售产品的途径和家电产品客户开拓情况，2017 年至 2019 年对苏州贝斯珂、汉川中盛销售单价和毛利率较低的原因及合理性；

2、取得截至本回复出具日公司与财纳福诺的在手订单情况，分析是否存在订单减少的情况；

3、查阅与主要 PVC 地板客户的框架协议和订单并访谈公司销售部门主要负责人，了解主要 PVC 地板客户是否限制地垫厂商和其他客户合作；

4、取得公司与主要客户签订的框架协议和查阅相关合同有效期，分析公司与主要 PVC 地板客户合作的稳定性和可持续性；

5、获取公司报告期内销售统计明细表，分产品性能、应用领域、主要客户等维度对销售数据进行分析，并通过季度和年度的销售金额、产品售价等维度与同行业可比公司进行对比和分析。

6、获取公司销售统计明细表并访谈公司销售部门主要负责人，对报告期各期贸易商客户数量、销售金额及占比、毛利率水平及变化情况进行分析；

7、对主要贸易商客户进行实地走访或视频访谈，取得主要贸易商客户的营业执照、公司章程等文件并通过网络查询其基本信息及下游客户情况等；

8、向公司销售部门主要负责人了解贸易商客户销售模式的原因、合理性以及行业惯例；

9、获取公司销售统计明细表并对公司销售部门主要负责人进行访谈，了解并分析名硕工贸毛利率超过*%的合理性、2020 年 1-6 月退出前五大客户的原因以及与公司持续合作的情况。

10、向公司销售部门主要负责人了解公司建筑装饰领域客户被加征关税的情况、被加征关税客户及未被加征关税客户的销售价格变动趋势、关税对公司及行业收入的影响。

（二）中介机构的核查意见

经核查，保荐机构及申报会计师认为：

1、公司和财纳福诺 2017 年开始合作当年即成为公司建筑装饰材料领域第一大客户的原因合理；公司与财纳福诺和湖南岳盛的整体销售仍保持较大交易规模，公司不存在大客户流失的风险；公司不存在其他刚成立或刚合作即成为公司主要

客户的情况：

2、常州华航 2018 年销售额大幅增加、2019 年开始逐步减少了从公司的采购量而 2020 年起未向公司采购的原因合理；常州华航减少从公司的采购后，存在向公司竞争对手采购的情况；截至 2020 年 6 月 30 日，公司与常州华航的应收账款已全部收回；报告期内，公司与常州华航的合作不存在合作纠纷或潜在纠纷；

3、公司主要 PVC 地板客户未限制地垫厂商和其他客户合作，公司与主要 PVC 地板客户合作的稳定性及可持续性较强；

4、报告期公司向汉川中盛和苏州贝斯珂销售产品的毛利率较低具备合理性，不存在关联方利益输送；

5、报告期公司向汉川中盛和苏州贝斯珂的销售交易规模占比较小，对公司经营业绩无重大影响，2020 年起为规范关联交易，公司终止了与上述关联方的合作；

6、发行人的贸易类客户销售模式对直销模式起到了有效的补充，有效扩大了公司产品的市场覆盖率和知名度；

7、发行人向贸易商销售产品、未直接向对应终端客户销售具有合理性并符合行业惯例；

8、发行人向名硕工贸销售的产品毛利率超过*%具有合理性，名硕工贸 2020 年 1-6 月退出前五大客户具有合理性，名硕工贸与发行人持续合作。

9、公司已在招股说明书中补充提示贸易摩擦相关风险。

八、补充披露情况

发行人已在招股说明书“第四节 风险因素”中补充提示贸易摩擦相关风险。

9. 关于产品价格和毛利率

首轮问询回复显示：

(1) 发行人运用于消费电子的产品毛利率超过 60%，发行人未与同行业公

司对比运用于消费电子、家用电器、汽车内饰材料产品的价格和毛利率。

(2) 用于建筑装饰领域的功能增加型产品价格逐年上升，主要系发泡倍率在 10 倍以下销售比重从 2017 年的 41.12%提高至 2020 年 1-6 月的 96.67%。发行人用于建筑装饰领域的普通应用型和功能增加型产品毛利率均低于润阳科技。

(3) 公司贸易类客户的销售单价和毛利率均高于直接客户，主要原因为产品类型和客户群体存在较大差异。公司直接客户主要是建筑装饰领域的地板地垫类客户，公司贸易类客户主要是消费电子产品领域客户。消费电子领域客户采购集中在功能增加型和性能增强型产品，这两类产品的销售单价和毛利率均高于普通应用型产品。

(4) 同样的普通应用型产品，运用于建筑装饰材料的产品价格高于运用于家用电器产品，运用于家用电器产品价格高于运用于汽车内饰材料的价格。

(5) 2020 年 1-6 月主营业务毛利率上升 6.07 个百分点，主要系公司通过加强员工管理、原材料采购和投料的管理、生产排产管理、生产工艺管理，提高了产品的良品率和生产效率。

请发行人：

(1) 补充披露发行人运用于消费电子、家用电器、汽车内饰材料产品的价格、毛利率和同类型或类似功能产品的同行业上市公司对比情况，是否存在较大差异，发行人运用于消费电子产品毛利率较高是否符合行业特征。

(2) 补充说明报告期内用于建筑装饰领域的功能增加型产品发泡倍率在 10 倍以下及发泡倍率在 30 倍以上的价格变化趋势，是否和原材料价格变动趋势一致，报告期内 10 倍以上 30 倍以下发泡倍率产品的销售占比均较低的原因，并量化分析各类型发泡倍率产品销售结构变动对报告期经营业绩的具体影响。

(3) 补充说明发行人报告期用于建筑装饰领域的产品价格均低于润阳科技的原因，发行人和润阳科技向共同客户销售同类产品价格是否存在较大差异，发行人产品和润阳科技相比是否存在竞争劣势。

(4) 补充说明发行人向贸易类客户和直接客户销售同类型产品价格和毛利率是否存在重大差异，如存在，请量化说明差异的原因及合理性。

(5) 补充说明运用于不同下游领域的同类普通应用型产品是否存在区别，

销售价格存在差异的原因及合理性。

(6) 补充说明是否存在下游客户与发行人约定产品售价调整机制的情形，是否存在主要产品未来价格逐年下滑的风险。

(7) 结合报告期各期主要产品损耗率、良品率等生产指标和单位成本变动情况，量化分析 2020 年 1-6 月主营业务毛利率上升 6.07 个百分点的原因及合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、补充披露发行人运用于消费电子、家用电器、汽车内饰材料产品的价格、毛利率和同类型或类似功能产品的同行业上市公司对比情况，是否存在较大差异，发行人运用于消费电子产品毛利率较高是否符合行业特征

(一) 报告期内公司分应用领域毛利率情况

公司主营业务是聚烯烃发泡材料的研发、生产和销售，所处行业为泡沫塑料制造行业。聚烯烃发泡材料是以聚烯烃材料（PP、PE 等高分子材料）为主要原材料，通过复杂的发泡工艺使材料中产生大量独立的细微泡孔，并均匀分散于固体材料中的一类高分子材料。公司产品主要应用于建筑装饰材料、消费电子产品、汽车内饰材料、家用电器产品等领域。

报告期各期，公司分应用领域的销售价格和毛利率如下：

单位：元/平方米

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	价格	毛利率	价格	毛利率	价格	毛利率	价格	毛利率
建筑装饰材料	3.41	42.05%	3.53	36.58%	3.41	34.17%	3.34	33.86%
消费电子产品	10.80	74.67%	9.20	68.35%	9.45	71.68%	10.28	70.51%
家用电器产品	2.79	41.37%	2.67	34.22%	3.07	35.83%	2.68	29.13%
汽车内饰材料	2.67	24.27%	2.56	18.44%	2.41	22.84%	2.36	20.71%
医疗器械产品及其他	3.11	44.63%	2.96	37.18%	5.02	38.44%	2.71	32.91%

合计	3.98	49.14%	3.88	43.07%	3.74	42.05%	3.83	44.29%
----	------	--------	------	--------	------	--------	------	--------

(二) 消费电子产品领域与同行业比较情况

1、消费电子产品领域同行业上市公司情况

选择同样专注于消费电子行业功能性材料生产的上市公司世华科技（688093.SH）、方邦股份（688020.SH）和斯迪克（300806.SZ）作为消费电子领域的同行业上市公司。世华科技、方邦股份、斯迪克与公司的行业分类、主营业务、主要产品、产品应用领域等情况如下：

可比公司	行业分类	主营业务	主要产品	产品应用领域
世华科技 (688093.SH)	计算机、通信和其他电子设备制造业	功能性材料的研发、生产及销售	精密制程应用材料、电子复合功能材料和光电显示模块组材料	广泛应用于苹果公司、三星公司等多家知名消费电子品牌
方邦股份 (688020.SH)	计算机、通信和其他电子设备制造业	高性能复合材料的研发、生产及销售	电磁屏蔽膜	应用于华为、小米、OPPO、VIVO、三星等知名重点消费电子品牌产品
斯迪克 (300806.SZ)	橡胶和塑料制品业	功能性涂层复合材料的研发、生产和销售	电子级胶粘材料、功能性薄膜材料、热管理复合材料、薄膜包装材料等	较多应用于智能手机、平板电脑、笔记本电脑等消费电子产品
公司	橡胶和塑料制品业	高分子泡沫塑料中的聚烯烃发泡材料	高分子泡沫塑料中的聚烯烃发泡材料	建筑装饰材料、消费电子产品、汽车内饰材料、电器产品及医疗器械等产品

2、公司运用于消费电子产品的价格、毛利率和同行业上市公司对比情况

同行业上市公司与公司所生产产品虽都应用于消费电子行业，但产品差异较大，价格不具可比性。公司运用于消费电子产品的毛利率与同行业上市公司对比情况如下：

可比公司	主营产品	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
世华科技	功能性材料	62.62%	59.32%	60.17%	61.82%
方邦股份	电磁屏蔽膜	64.84%	67.29%	71.67%	73.17%
斯迪克	电子级胶粘材料	-	64.34%	62.95%	52.34%
平均值		63.73%	63.65%	64.93%	62.44%

公司（消费电子产品领域）		74.67%	68.35%	71.68%	70.51%
--------------	--	--------	--------	--------	--------

注：世华科技和方邦股份产品类型较少，因此选取其综合毛利率；斯迪克选取的是其直销部分电子级胶粘材料毛利率，因斯迪克未单独披露 2019 年全年直销部分电子级胶粘材料毛利率，故选取其 2019 年 1-6 月数据进行比较

报告期内，公司消费电子领域毛利率与同行业上市公司相关产品毛利率均处于较高水平。同行业上市公司的产品主要应用于消费电子行业，公司消费电子领域毛利率较高符合行业特征。

（三）家用电器和汽车内饰材料领域与同行业比较情况

1、家用电器和汽车内饰材料领域同行业上市公司情况

根据浙江交联 2019 年年度报告信息，其产品在汽车工业、空调保温业、木地板复合、胶粘带基材以及体育休闲、水上运动、墙体装饰、医疗器械、箱包制作等领域有着广泛的应用。故选择浙江交联为公司家用电器和汽车内饰材料领域同行业上市公司。

2、公司运用于家用电器和汽车内饰材料领域的价格、毛利率和同行业上市公司对比情况

由于同行业公司浙江交联未披露分应用领域的单价及毛利率，故无法比较销售单价和分应用领域毛利率。以浙江交联的综合毛利率与公司家用电器和汽车内饰材料领域的毛利率比较如下：

可比公司	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
浙江交联	30.96%	39.75%	41.96%	37.83%
公司（家用电器和汽车内饰材料领域）	30.67%	26.76%	29.27%	24.66%

报告期内，公司家用电器和汽车内饰材料领域毛利率低于同行业公司浙江交联，主要由于：①浙江交联相对于公司相关领域的收入规模较大、客户集中度较高；②浙江交联产品的应用领域相对单一，而公司产品的应用领域较多。

（1）浙江交联收入规模较大，客户集中度较高

报告期内，浙江交联主营业务收入分别为 8,770.74 万元、11,374.47 万元、9,374.31 万元和 4,368.84 万元，而公司家用电器和汽车内饰材料领域收入分别为

5,546.01 万元、5,592.14 万元、6,014.64 万元和 2,407.07 万元。浙江交联的收入较大。

报告期内，公司家用电器和汽车内饰材料领域前五大客户占相关领域收入比例和浙江交联前五大主要客户的收入占比情况如下：

可比公司	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
浙江交联	未披露	46.35%	45.32%	36.58%
公司(家用电器和汽车内饰材料领域)	35.60%	36.94%	31.94%	32.11%

报告期内，浙江交联客户集中度较高，其前五大主要客户收入占比均高于公司家用电器和汽车内饰材料领域前五大客户占相关领域收入的比例，而公司相关客户集中度较低。

收入规模较大、客户集中度越高，平均订单规模就越大，越利于公司组织生产资源，提高生产效率控制生产成本。

(2) 浙江交联产品的应用领域相对单一，而公司产品的应用领域较多

浙江交联产品的应用领域相对单一；而公司除了家用电器和汽车内饰材料领域外，更专注于建筑装饰材料和消费电子产品领域市场的开拓和深化。

不同应用领域客户对产品发泡倍率、厚度、性能等要求偏好存在差异。应用领域较多，企业需要投放更多资源在设备调试、生产环境管控、生产过程控制等方面。而应用领域相对单一，企业可以提升生产管控效率并获得更显著的生产规模化效应，有助于减低产品成本，提高产品毛利率。

二、补充说明报告期内用于建筑装饰领域的功能增加型产品发泡倍率在 10 倍以下及发泡倍率在 30 倍以上的价格变化趋势，是否和原材料价格变动趋势一致，报告期内 10 倍以上 30 倍以下发泡倍率产品的销售占比均较低的原因，并量化分析各类型发泡倍率产品销售结构变动对报告期经营业绩的具体影响

(一) 报告期内用于建筑装饰领域的功能增加型产品发泡倍率在 10 倍以下及发泡倍率在 30 倍以上的价格变化趋势

报告期内，公司用于建筑装饰材料领域的功能增加型产品发泡倍率在 10 倍

以下及发泡倍率在 30 倍以上的价格情况如下：

单位：元/平方米

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	单价	变动率	单价	变动率	单价	变动率	单价
10 倍以下	5.63	4.26%	5.40	7.36%	5.03	25.12%	4.02
30 倍以上	2.19	7.35%	2.04	-13.56%	2.36	-4.45%	2.47
主要原材料采购 平均价格（元 /KG）	8.30	-9.98%	9.22	-5.14%	9.72	-8.13%	10.58

1、发泡倍率在 10 倍以下产品销售单价处于上升趋势的原因

报告期内，公司用于建筑装饰材料领域的功能增加型产品中发泡倍率在 10 倍以下的产品包括 7.5 倍和 10 倍。而由于通常在相同厚度的情况下，产成品的发泡倍率越高，材料耗用越少，平方米单价越低；发泡倍率越低，材料耗用越多，平方米单价越高。因而，发泡倍率为 7.5 倍的产品销售单价普遍高于 10 倍的产品。

报告期内，公司用于建筑装饰材料领域的功能增加型产品中发泡倍率在 10 倍以下的产品销售单价上升，是因为单价较高的 7.5 倍产品的收入占比持续提升。具体如下：①报告期内，7.5 倍产品占公司用于建筑装饰材料领域的功能增加型产品中发泡倍率 10 倍以下产品的收入比例分别为 13.84%、71.64%、79.78%和 89.34%，持续提高；②报告期内，7.5 倍产品平均售价分别为 5.23 元/平方米、6.10 元/平方米、6.07 元/平方米和 5.92 元/平方米。2017 年，发泡倍率为 7.5 倍的产品售价处于较低水平的主要原因为 2017 年该产品属于新产品开发阶段，收入规模少，销售单价相对较低。2018 年至 2020 年 1-6 月，7.5 倍产品的售价总体呈下降趋势，与主要原材料价格变动趋势一致。

2、发泡倍率在 30 倍以上产品销售单价波动的原因

2018 年-2019 年，公司用于建筑装饰材料领域的功能增加型产品中发泡倍率在 30 倍以上的产品平均售价随着主要原材料价格下降，单价呈下降趋势。2019 年和 2020 年 1-6 月，发泡倍率在 30 倍以上产品的平均售价分别为 2.04 元/平方

米和 2.19 元/平方米，平均价格增加了 0.15 元/平方米。2020 年 1-6 月，因客户需求增加，单价略高的 C150054 型号产品销量增加，其销售占比由 2019 年的 15.22% 增加至 2020 年 1-6 月的 49.90%，带动发泡倍率在 30 倍以上产品的平均售价有所上升。而报告期内，C150054 型号产品单价呈下降趋势，与主要原材料价格变动趋势一致。

(二) 报告期内 10 倍以上 30 倍以下发泡倍率产品的销售占比均较低的原因

公司用于建筑装饰材料领域的功能增加型产品主要客户为 PVC 地板客户，其主要需求的是低发泡倍率产品；而部分建筑装饰材料领域客户需要高发泡倍率的功能增加型产品用于实木地板中。因此，用于建筑装饰材料领域的功能增加型产品主要集中在 7.5 倍、10 倍、30 倍发泡倍率的产品，报告期内 10 倍以上（不含 10 倍）30 倍以下（不含 30 倍）发泡倍率产品的销售占比均较低。

(三) 各类型发泡倍率产品销售结构变动对报告期经营业绩的具体影响

建筑装饰材料领域功能增加型产品销售结构变动对报告期经营业绩的影响如下：

单位：万元

发泡倍率	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
10 倍以下收入占比	96.67%	94.06%	76.79%	41.12%
10-30 倍收入占比	1.15%	2.93%	3.00%	4.42%
30 倍以上收入占比	2.18%	3.01%	20.22%	54.46%
合计	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
本期毛利额	642.63	1,843.07	791.41	450.18
假设结构不变本期毛利额	642.68	1,362.53	694.38	
结构变化对毛利影响额	-0.05	480.54	97.03	

注：假设结构不变本期毛利额=Σ各发泡倍率本期收入额*各发泡倍率上期收入占比*各发泡倍率本期毛利率；结构变化对毛利影响额=本期毛利额-假设结构不变本期毛利额

由上表可知，2018年、2019年公司建筑装饰材料领域的功能增加型产品中低发泡倍率产品的收入占比较上年提高，对本期毛利额的影响金额分别为97.03万元和480.54万元，对毛利额上升有显著的正面影响。

三、补充说明发行人报告期用于建筑装饰领域的产品价格均低于润阳科技的原因，发行人和润阳科技向共同客户销售同类产品价格是否存在较大差异，发行人产品和润阳科技相比是否存在竞争劣势

(一) 公司报告期用于建筑装饰领域的产品价格均低于润阳科技的原因

报告期公司应用于建筑装饰材料领域的产品价格与润阳科技对比情况如下：

单位：元/平方米

公司名称	产品类型	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
润阳科技	普及系列	3.44	3.63	4.11	4.26
	抗菌增强系列	5.57	5.66	5.82	5.89
公司（建筑装饰材料领域）	普通应用型产品	3.03	3.23	3.26	3.53
	功能增加型产品	5.42	5.17	4.17	3.03

公司普通应用型产品和功能增加型产品的销售价格分别低于润阳科技的普及系列和抗菌增强系列。公司和润阳科技的销售价格均以平方米计算，同一平方米的产品在不同产品厚度、发泡的倍率情形下，产品价格差异较大。因此，公司与润阳科技产品销售价格差异的主要原因系产品规格中厚度和发泡倍率存在差异。润阳科技未披露分规格的产品单价，无法进行更详细比较。

(二) 公司和润阳科技向共同客户销售同类产品价格是否存在较大差异

由于润阳科技招股说明书未披露分客户的销售价格，无法获知其向与公司共同客户销售同类产品的价格情况，故无法比较。

(三) 公司产品和润阳科技相比是否存在竞争劣势

公司具有较强的研发设计能力、生产技术能力和品质管控能力，公司产品与润阳科技相比不存在竞争劣势。公司仅仅在建筑装饰材料领域的销售规模小于润阳科技。公司与润阳科技在技术实力、应用领域、市场地位和销售规模的比较如下：

项目	公司	润阳科技
技术实力	行业知名,可以批量生产 0.06mm 厚度的 IXPE 及 IXPP,在建筑装饰材料、消费电子产品等领域均有技术积累	行业领先,自主设计并定制的 RY-2400 型高速发泡炉的运转速率是通用发泡炉的 3 倍左右,以建筑装饰材料的领域技术积累为主
应用领域	建筑装饰材料、消费电子产品、汽车内饰材料、电器产品及医疗器械等产品	家居建筑装饰领域为主,少量应用在汽车内饰领域
市场地位	公司是国内知名的聚烯烃发泡材料制造商与供应商,是国内少数可生产超薄 IXPE 材料及批量化生产 IXPP 材料的企业之一	家居建筑装饰领域品牌知名度高的领军企业
销售规模	报告期内的营业收入分别为 15,239.31 万元、21,561.72 万元、28,427.64 万元和 11,266.25 万元	报告期内营业收入分别为 16,836.53 万元、32,482.06 万元、36,496.80 万元和 18,577.26 万元

四、补充说明发行人向贸易类客户和直接客户销售同类型产品价格和毛利率是否存在重大差异,如存在,请量化说明差异的原因及合理性

(一) 贸易类销售模式分产品类型的销售情况

报告期公司的贸易类销售主要为家用电器产品领域的普通应用型产品、汽车内饰材料领域的普通应用型产品、消费电子产品领域的功能增加型产品和消费电子产品领域的性能增强型产品。上述各产品销售占贸易类销售总额的比例分别为 97.33%、87.41%、88.98% 和 75.42%。具体情况如下:

单位:万元

应用领域	产品类别	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
家用电器产品	普通应用型	53.06	4.93%	308.75	10.84%	175.28	8.14%	319.01	23.57%
汽车内饰材料	普通应用型	114.81	10.67%	9.93	0.35%	131.96	6.13%	208.15	15.38%
消费电子产品	功能增加型	112.22	10.43%	951.44	33.39%	669.89	31.10%	329.40	24.34%
消费电子产品	性能增强型	531.73	49.40%	1,264.91	44.40%	906.01	42.06%	460.59	34.03%
其他		264.51	24.58%	314.03	11.02%	271.11	12.58%	36.18	2.67%
合计		1,076.33	100.00%	2,849.07	100.00%	2,154.26	100.00%	1,353.34	100.00%

（二）公司向贸易类客户和直接客户销售同类型产品的价格比较

公司向贸易类客户和直接客户销售同类型产品的价格比较如下：

单位：元/平方米

应用领域	产品类别	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度	
		贸易类	直销	贸易类	直销	贸易类	直销	贸易类	直销
家用电器产品	普通应用型	2.66	2.79	2.52	2.68	2.14	2.88	2.23	2.71
汽车内饰材料	普通应用型	2.88	2.22	3.36	2.14	3.23	2.32	3.80	2.25
消费电子产品	功能增加型	2.98	5.84	3.33	8.62	3.47	7.40	3.44	6.56
消费电子产品	性能增强型	12.58	12.35	13.37	12.46	13.69	12.66	13.15	12.92
其他		11.59	3.52	12.01	3.61	11.78	3.45	10.07	3.33
合计		6.63	3.82	5.35	3.76	5.49	3.62	4.07	3.80

报告期内，公司家用电器领域的普通应用型产品和消费电子产品领域的性能增强型产品按销售模式划分的价格差异总体较小。其他类型产品在不同销售模式下价格差异较大，其中：①贸易类模式下汽车内饰材料领域的普通应用型产品的价格较高，主要原因为贸易类客户所需要的产品厚度较厚；②贸易类模式下消费电子产品领域的功能增加型产品的价格较低，主要原因为贸易类客户的产品厚度比直接客户的产品低或发泡倍率比直接客户的产品高。具体原因如下：

1、汽车内饰材料领域的普通应用型产品

报告期内，公司汽车内饰材料领域的普通应用型产品中，贸易类客户的销售单价均高于直接客户的销售单价，主要原因为公司销售给贸易类客户的产品厚度相对更厚。贸易类客户中的 Advanced Cellular Technologies Inc.和普世缙（上海）贸易有限公司等客户倾向于采购厚度为 3 毫米以上的产品。报告期内，公司贸易类客户产品中厚度为 3 毫米以上的产品收入占比为 66.70%、55.06%、71.21%和 60.05%，相对较高；而直销类客户产品中厚度为 1 毫米以下的产品收入占比为 65.24%、60.35%、72.73%和 64.66%，相对较高。在其他条件相同的情况下，厚

度更厚的 IXPE 产品所耗用的原材料更多，价格也就更高。

2、消费电子产品领域的功能增加型产品

报告期内，公司消费电子产品领域的功能增加型产品中，贸易类客户销售单价均低于直接客户的销售单价，主要因为贸易类客户所需要产品的倍率和厚度与直接客户存在差异。

报告期内，公司消费电子产品领域的功能增加型产品的贸易类客户主要为厦门名硕工贸有限公司，公司向厦门名硕工贸有限公司销售消费电子产品领域中功能增加型产品的收入占消费电子产品领域功能增加型产品收入的比重分别为 75.60%、88.75%、97.36%和 82.73%。厦门名硕工贸有限公司需求的产品规格型号较为单一，主要是 12 倍发泡倍率和 0.65mm 的产品，而且采购量较大。而 2017 年-2018 年，直接客户采购的主要是厚度为 2mm 的产品，公司向直接客户相关产品的收入占公司消费电子产品领域的功能增加型产品收入比例分别为 17.75%和 7.83%；2019 年，直接客户采购的主要是厚度为 4.3mm 的产品，公司向直接客户相关产品的收入占公司消费电子产品领域的功能增加型产品收入比例为 2.20%；2020 年 1-6 月，直接客户采购的主要是发泡倍率为 8 倍的产品，公司向直接客户相关产品的收入占公司消费电子产品领域的功能增加型产品收入比例为 15.75%。发泡倍率越低或厚度越厚，公司销售价格越高。所以贸易类客户的售价相比直接客户的售价低。

（三）公司向贸易类客户和直接客户销售主要同类型产品毛利率比较

公司向贸易类客户和直接客户销售同类型产品毛利率比较如下：

应用领域	产品类别	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
		贸易类	直销	贸易类	直销	贸易类	直销	贸易类	直销
家用电器产品	普通应用型	39.72%	41.68%	33.18%	34.35%	22.73%	31.78%	22.31%	31.61%
汽车内饰材料	普通应用型	28.62%	26.07%	17.99%	24.41%	28.23%	22.97%	23.95%	20.67%
消费电子产品	功能增加型	54.66%	67.81%	57.86%	47.09%	58.55%	57.80%	54.83%	52.31%
消费电	性能增	76.23%	75.14%	71.85%	70.54%	77.00%	73.12%	72.22%	72.51%

子产品	强型								
	其他	79.19%	40.77%	57.84%	35.05%	82.85%	33.99%	76.31%	33.26%

报告期内，公司消费电子产品领域的性能增强型产品按销售模式划分的毛利率差异总体较小。其他类型产品在不同销售模式下毛利率差异较大，其中：①贸易类模式下家用电器产品领域的普通应用型产品较直接客户的毛利率低，原因为公司需要通过贸易类客户拓展下游客户，因此给予贸易类客户一定的价格优惠，且贸易类客户所需产品较为通用，其价格和毛利率偏低；②贸易类模式下汽车内饰材料领域的普通应用型产品和消费电子产品领域的功能增加型产品毛利率与直接客户的毛利率差异较大，主要原因为发泡倍率结构变化导致。

1、家用电器产品领域的普通应用型产品

2017 年度和 2018 年度，公司普通应用型产品中家用电器领域的贸易类客户毛利率低于直接客户毛利率，主要系 2017 年-2018 年，因通过贸易商客户拓展下游客户的需要，公司对于相同规格产品的价格给予贸易类客户约 9% 的优惠，且销售的产品主要为通用型号，产品差异化程度较低，市场竞争力较弱，价格和毛利率相对偏低，2019 年和 2020 年 1-6 月由于产品市场价格的压力，利润空间缩减，公司减少了这部分产品的销售，毛利率有所回升。

2、汽车内饰材料领域的普通应用型产品

2018 年度和 2019 年度，公司汽车内饰材料领域的普通应用型产品中贸易类客户毛利率和直接客户毛利率的差异与其他期间相比较，主要因为贸易类客户需要的产品发泡倍率发生变化。

2018 年度，发泡倍率为 20 倍的产品收入占汽车内饰材料领域的普通应用型产品中贸易类客户收入的 26.15%，较 2017 年度的 17.93% 提高较多；而发泡倍率为 20 倍的产品毛利率相对较高，导致 2018 年贸易类客户毛利率较高。

2019 年度，发泡倍率为 30 倍的产品收入占汽车内饰材料领域的普通应用型产品中贸易类客户收入的 52.48%，较 2018 年度的 23.19% 提高较多；而发泡倍率为 30 倍的产品毛利率相对较低，导致 2019 年的贸易类客户毛利率较低。

3、消费电子产品领域的功能增加型产品

2019年度和2020年1-6月，公司消费电子产品领域的功能增加型产品中贸易类客户毛利率和直接客户毛利率差异较大，主要系2019年和2020年1-6月贸易类客户和直接客户各自需求的产品发泡倍率差异较大所致。2019年贸易类客户采购的产品发泡倍率主要为12倍，直接类客户采购的产品发泡倍率主要为25倍，直接类客户相对贸易类客户采购的产品发泡倍率偏高，导致公司消费电子产品领域的功能增加型产品中直接客户毛利率偏低。2020年1-6月贸易类客户采购的产品发泡倍率主要为12倍，直接类客户采购的产品发泡倍率主要为8倍，相对贸易类客户采购的产品发泡倍率偏低，导致毛利率偏高。

4、消费电子产品领域的性能增强型产品

报告期内，公司消费电子产品领域的性能增强型产品中贸易类客户毛利率和直接客户毛利率差异较小。

(四) 公司向主要贸易类客户的销售情况

报告期内，公司向主要贸易类客户的销售情况如下：

单位：万元

期间	客户名称	主要应用领域	销售金额	占贸易类客户销售模式收入比重	毛利率	相关应用领域毛利率
2020年 1-6月	深圳市汇智工贸科技有限公司	消费电子产品	336.32	31.25%	*%	74.67%
	上海瑾复科技有限责任公司	消费电子产品	259.88	24.15%	*%	74.67%
	厦门名硕工贸有限公司	消费电子产品	112.22	10.43%	*%	74.67%
	上海好辰贸易有限公司	消费电子产品	69.60	6.47%	*%	74.67%
	Advanced Cellular Technologies, Inc.	汽车内饰材料	67.23	6.25%	*%	24.27%
	合计		845.26	78.53%		
2019年度	深圳市汇智工贸科技有限公司	消费电子产品	1,008.10	35.38%	*%	68.35%

期间	客户名称	主要应用领域	销售金额	占贸易类客户销售模式收入比重	毛利率	相关应用领域毛利率
	厦门名硕工贸有限公司	消费电子产品	951.44	33.39%	*%	68.35%
	上海瑾复科技有限责任公司	消费电子产品	311.93	10.95%	*%	68.35%
	上海好辰贸易有限公司	消费电子产品	126.16	4.43%	*%	68.35%
	普世缙（上海）贸易有限公司	家用电器产品	89.98	3.16%	*%	34.22%
	合计		2,487.60	87.31%		
2018 年度	深圳市汇智工贸科技有限公司	消费电子产品	686.91	31.89%	*%	71.68%
	厦门名硕工贸有限公司	消费电子产品	668.27	31.02%	*%	71.68%
	上海瑾复科技有限责任公司	消费电子产品	356.54	16.55%	*%	71.68%
	温州金森印刷材料有限公司	家用电器产品	119.71	5.56%	*%	35.83%
	Advanced Cellular Technologies, Inc.	汽车内饰材料	58.97	2.74%	*%	22.84%
	合计		1,890.40	87.75%		
2017 年度	厦门名硕工贸有限公司	消费电子产品	332.50	24.57%	*%	70.51%
	温州金森印刷材料有限公司	家用电器产品	265.98	19.65%	*%	29.13%
	大洋兴产贸易（上海）有限公司	消费电子产品	228.43	16.88%	*%	70.51%
	深圳市汇智工贸科技有限公司	消费电子产品	142.75	10.55%	*%	70.51%
	Advanced Cellular Technologies, Inc.	汽车内饰材料	103.63	7.66%	*%	20.71%
	合计		1,073.28	79.31%		

注：同一控制下的客户已合并计算销售金额

根据上表，报告期内，公司贸易类客户的毛利率水平与相关应用领域的毛利率水平整体差异较小，部分差异较大的情况和原因如下：①对厦门名硕工贸有限

公司的毛利率与相关应用领域的毛利率水平相比较低，主要因为该公司所需求的产品主要用于消费电子产品的包装和转运，其突出功能主要为抗静电，产品技术含量相对不高；而其他消费电子产品领域的产品一般被直接用于电子产品内，对材料的密封性、防水性、缓冲性有更高的要求；②对温州金森印刷材料有限公司的毛利率与相关应用领域的毛利率水平相比较低，主要因为出于通过其拓展下游客户的需要，公司对于相同规格产品的价格给予其一定优惠，且销售的产品主要为通用型号，产品差异化程度较低，市场竞争力较弱，价格和毛利率相对偏低；③Advanced Cellular Technologies ,Inc.的毛利率与相关应用领域的毛利率水平相比较低，主要原因为 Advanced Cellular Technologies ,Inc.是外销客户，国外市场的产品销售价格相对较高，而且客户所需产品的数量不多，因此公司对其的销售价格相对较高。

综上所述，公司向贸易类客户和直接客户销售同类型产品价格和毛利率存在差异，主要原因包括：①如发泡倍率、厚度和功能等的产品结构存在差异，不同结构产品由于生产难度和市场需求不一样，相关产品毛利率存在差异；②出于销售策略考虑，公司给予部分贸易商价格优惠。公司向贸易类客户和直接客户销售同类型产品价格和毛利率的差异具有合理性。

五、补充说明运用于不同下游领域的同类普通应用型产品是否存在区别，销售价格存在差异的原因及合理性

（一）运用于不同下游领域的同类普通应用型产品的区别

公司普通应用型 IXPE 材料应用在建筑装饰材料、汽车内饰材料和家用电器材料等领域时所表现的特性各有不同，如用于建筑装饰领域的材料更注重隔音、减震等特性；用于家用电器产品领域的材料更注重帖服性、防水性；用于汽车内饰材料领域的材料更注重防水性、隔热性及阻燃性。

（二）销售价格存在差异的原因及合理性

报告期内公司运用于不同下游领域的同类普通应用型产品的销售单价情况如下：

单位：元/平方米

普通应用型	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
建筑装饰材料	3.03	3.23	3.26	3.53
家用电器产品	2.78	2.66	2.81	2.64
汽车内饰材料	2.27	2.14	2.38	2.32

公司的普通应用型产品中,运用于建筑装饰材料的产品价格高于运用于家用电器产品的产品价格,运用于家用电器产品的产品价格高于运用于汽车内饰材料的产品价格。这主要因为各应用领域产品的发泡倍率存在差异。通常情况下,相同的产品厚度,产成品的发泡倍率越高,原材料耗用越少,每平方米单价越低;反之,发泡倍率越低,原材料耗用越多,每平方米单价越高。

报告期内,公司应用于不同领域的普通应用型产品的主要发泡倍率产品单价及占各自领域总收入比重情况如下:

单位:元/平方米

应用领域	发泡倍率	均价	2020年1-6月占比	2019年度占比	2018年度占比	2017年度占比
建筑装饰材料	7.5倍以下	4.17-5.26	23.39%	30.08%	23.63%	28.63%
	7.5-10倍	3.61-4.11	0.00%	0.61%	0.12%	0.30%
	10倍以上	2.80-3.12	76.61%	69.30%	76.25%	71.08%
家用电器产品	7.5倍以下	5.19-5.53	12.53%	8.09%	9.83%	9.38%
	7.5-10倍	2.63-2.78	36.11%	25.40%	29.09%	35.81%
	10倍以上	2.38-2.61	51.35%	66.51%	61.08%	54.81%
汽车内饰材料	7.5倍以下	11.53-19.90	1.18%	0.47%	0.47%	1.64%
	7.5-10倍	3.59-4.10	0.21%	0.01%	0.00%	0.00%
	10倍以上	2.13-2.37	98.61%	99.52%	99.53%	98.36%

如上表所示,报告期内,公司普通应用型产品中发泡倍率在7.5倍以上的产品应用于建筑装饰材料领域的收入占比分别为71.38%、76.37%、69.91%和76.61%,低于应用于家用电器领域的收入占比90.62%、90.17%、91.91%和87.46%,导致应用于建筑装饰材料领域的产品价格高于应用于家用电器领域的产品价格。公司普通应用型产品中发泡倍率在10倍以上的产品应用于家用电器领域的收入占比分别为54.81%、61.08%、66.51%、51.35%,低于应用于汽车内饰材料领域的收

入占比 98.36%、99.53%、99.52% 和 98.61%，导致应用于家用电器领域的产品价格高于应用于汽车内饰材料领域的产品价格。

六、补充说明是否存在下游客户与发行人约定产品售价调整机制的情形，是否存在主要产品未来价格逐年下滑的风险

公司与下游客户未在框架合同中约定产品售价调整机制，通常基于原材料价格、订单规模等情况发生变化，公司与客户不定期调整产品售价。由于聚烯烃发泡材料产品应用范围较广、市场需求较为旺盛，境内同行业规模较大的企业数量有限，因此公司拥有较强的议价能力。

目前，公司的产品主要被应用于建筑装饰材料、消费电子产品、汽车内饰材料、家用电器产品、医疗器械产品五大下游行业。中国作为世界制造业大国，在以上几大行业的生产规模处于世界领先水平。随着高端聚烯烃发泡材料在国内市场普及率提高，各行业对国产聚烯烃发泡材料的需求预计将保持较高的增长率。

然而，公司产品的主要原材料为 PE、EVA、发泡剂等石油化工产品，而石油化工产品价格主要随国际原油价格波动而变化。若未来国际原油价格发生重大波动，如发生持续下降，公司主要原材料 PE、EVA、发泡剂等价格将随之变化，因此主要产品未来价格可能存在逐年下滑的风险。

七、结合报告期各期主要产品损耗率、良品率等生产指标和单位成本变动情况，量化分析 2020 年 1-6 月主营业务毛利率上升 6.07 个百分点的原因及合理性

2020 年 1-6 月公司主营业务毛利率上升 6.07 个百分点，主要影响因素如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	变动率
单位售价（元/平方米）	3.98	3.88	2.58%
单位成本（元/平方米）	2.03	2.21	-8.14%
单位直接材料成本（元/平方米）	1.12	1.26	-11.11%
单位直接人工成本（元/平方米）	0.25	0.24	4.17%
单位制造费用成本（元/平方米）	0.66	0.71	-7.04%

2020 年 1-6 月单位成本较 2019 年度下降 8.14%，主要受单位直接材料成本和单位制造费用降低所致。具体情况如下：

（一）单位直接材料成本下降原因

2020年1-6月单位直接材料成本较2019年度下降11.11%，主要原因如下：

1、主要原材料平均采购价格下降

报告期内，公司主营业务成本中以重量计算的单位直接材料成本和主要原材料平均采购价格情况如下：

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
主要原材料平均采购价格(元/KG)	8.30	9.22	9.72	10.58
主要原材料平均采购价格变动率	-9.98%	-5.14%	-8.13%	

注：主要原材料包括PE、EVA、PP、发泡剂和色母，占总采购比重超过90%

2020年1-6月公司主要原材料平均采购价格较2019年度下降9.98%，下降幅度较大。

2、产出率提高

（1）关键生产人员中在公司任职时间长的员工人数占比上升

报告期内，公司关键生产人员在公司任职年限占比如下：

类别	2020年6月30日	2019年末	2018年末	2017年末
3年以内	61.32%	65.81%	66.06%	69.79%
3年以上	38.68%	34.19%	33.94%	30.21%
合计	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

注：关键生产人员指发泡炉等重要机器设备的操作员工

2020年1-6月与2019年度相比，公司关键生产人员中工龄3年以上的人员占比上升4.49%，生产员工熟练度整体提高。员工熟练度提高有效降低了生产中的不当损耗。

（2）生产集中度提高

报告期内，公司主要应用领域分工厂的销售数量占同应用领域销售数量比例如下：

应用领域	工厂类别	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
建筑装饰材料领域	汉川工厂	3.05%	7.89%	28.81%	23.86%
	广德工厂	96.95%	81.48%	37.01%	0.01%
	其他工厂	0.00%	10.63%	34.18%	76.13%
其他领域	汉川工厂	96.01%	92.33%	70.15%	70.26%
	广德工厂	3.79%	3.16%	0.31%	0.00%
	其他工厂	0.20%	4.51%	29.54%	29.74%

作为公司建筑装饰材料领域产品生产中心的广德工厂于2018年逐步投入运营。由于2018年和2019年公司订单增速较快，2018年和2019年上半年汉川工厂仍承担着较多建筑装饰材料领域产品的生产。2020年1-6月，疫情期间公司的产能饱和度下降，公司广德和汉川两个工厂的生产集中度提高，广德工厂所生产的建筑装饰材料领域产品销售数量占公司相应领域总销售数量的比例由2019年的81.48%提高至96.95%，有效提高了生产效率。

(3) 设备生产效率和原材料管理能力提高

2020年1-6月，疫情期间公司的产能饱和度下降，公司对部分设备进行了一定量改进，提高了设备生产效率。例如经过发泡工序后的产品边缘会存在一定宽度范围内厚度不均匀等问题，公司需要裁剪一定宽度的产品边缘作为切边料。2020年1-6月，公司通过设备改进，提高发泡环节产品辐宽宽度的生产能力，可生产幅宽更宽的产品。随着产品幅宽的提高，产品面积增加，所需要裁剪的一定宽度的切边料相对产成品的比率降低，生产效率提升。

除改进生产设备外，公司同时加强原材料采购和领料的管理，提高材料与产品的匹配性，如对生产难度高的消费电子产品领域产品，挑选与产品性能更匹配的原材料进行生产。

(4) 投入产出率提高、损耗率下降

基于上述因素的综合影响，2020年1-6月公司投入产出率提高、损耗率下降，具体情况如下：

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
----	-----------	--------	--------	--------

原材料投入数量（吨）	3,555.84	9,612.04	7,526.35	4,996.72
产出数量（吨）	2,577.15	6,481.88	4,978.49	3,119.50
投入产出率	72.48%	67.44%	66.15%	62.43%

2020年1-6月与2019年度相比，公司投入产出率上升5.04%。

（二）单位制造费用下降原因

2020年1-6月，公司单位制造费用较2019年度下降7.04%，主要系受新冠疫情影响，公司开工时间较上年减少，制造费用有所下降。2020年1-6月，公司制造费用金额为2019年全年的35.74%，销售数量为2019年全年的38.61%。

由于设备生产效率提高以及辐照工序中的外协占比减少等原因，公司制造费用下降幅度略高于销售数量下降幅度。报告期各期，公司辐照外协占比情况如下：

单位：吨

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
委托辐照加工量（A）	1,337.51	4,366.41	3,167.78	1,320.05
自主辐照生产量（B）	2,048.66	4,764.19	3,842.09	3,044.62
委托辐照占比 A/（A+B）	39.50%	47.82%	45.19%	30.24%

八、中介机构核查情况

（一）中介机构的核查程序

1、获取公司报告期内销售统计明细表，分产品性能、应用领域、主要客户等维度对销售数据进行分析；

2、对公司总经理、销售负责人进行访谈，了解公司产品价格变化趋势和公司下游客户约定产品售价调整机制的情形；了解消费电子、家用电器、汽车内饰领域同行业上市公司情况；

3、对公司研发负责人进行访谈，了解公司产品的行业技术发展情况、下游行业发展状况等；

4、取得报告期内公司存货收发存明细表，分析报告期内原材料投入与产出、

各工厂生产集中度的变动情况；

5、取得报告期内公司关键生产员工人数，分析各阶段工龄人员变动情况。

（二）中介机构的核查意见

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

1、公司消费电子领域产品毛利率与同行业公司相比不存在较大差异，且符合行业特征；消费电子领域产品销售价格无同行业公司可以对比；家用电器和汽车内饰领域产品的销售价格和毛利率无同行业公司可以对比；

2、报告期内公司用于建筑装饰材料领域的功能增加型产品中，发泡倍率在10倍以下的产品价格呈上升趋势，发泡倍率在30倍以上的产品价格呈波动趋势，同型号产品价格波动和原材料价格变动趋势基本一致，报告期内10倍以上30倍以下发泡倍率产品的销售占比均较低的原因主要是市场需求较少；

3、公司报告期用于建筑装饰材料领域的产品价格均低于润阳科技的原因主要是产品规格中厚度和发泡倍率存在差异，公司产品和润阳科技相比不存在竞争优势；

4、公司向贸易类客户和直接客户销售的同类型产品在部分类型上的价格和毛利率存在差异，差异原因合理；

5、公司运用于不同下游领域的同类普通应用型产品存在区别，销售价格存在差异的主要原因为不同应用领域产品中不同发泡倍率产品的收入占比不同，价格差异具有合理性；

6、公司与下游客户未约定产品售价调整机制，存在主要产品未来价格逐年下滑的风险；

7、2020年1-6月公司主营业务毛利率较2019年上升6.07%具有合理性。

九、补充披露情况

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“二、（三）毛利及毛利率分析”中补充披露发行人运用于消费电子、家用电器、汽车内饰材料产品的价格、毛利率和同类型或类似功能产品的同行业上市公司对比情况的相

关内容。

10. 关于采购

首轮问询回复显示：

(1) 公司向金发科技（600143）平均采购价格较高主要因为公司主要向其采购部分进口特殊 PE 原材料，采购价格高于国内的 PE 价格。

(2) 公司采购 PE 价格高于润阳科技，主要系公司 PE 价格包括 LDPE、UHMWPE 和 LLDPE，润阳科技披露的价格为 LDPE 采购单价，发行人未和润阳科技对比采购 EVA 的价格。

(3) 为保证产品质量以及综合考虑市场价格情况，发行人主要向江苏索普（600746）采购发泡剂。发行人采购发泡剂价格高于润阳科技主要系公司产品的特性和应用领域较多，对发泡剂粒径、发泡性能、分散性能等特性均有较高要求。

请发行人：

(1) 补充说明向金发科技采购特殊 PE 原材料的类型和金额、占比，报告期内公司 LDPE、EVA 的采购价格和润阳科技对比情况，是否存在较大差异。

(2) 补充说明发行人是否对江苏索普存在供应商依赖，其他供应商能否提供满足公司产品特性的发泡剂。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、补充说明向金发科技采购特殊 PE 原材料的类型和金额、占比，报告期内公司 LDPE、EVA 的采购价格和润阳科技对比情况，是否存在较大差异

(一) 公司向金发科技采购特殊 PE 原材料的类型和金额、占比

报告期内，公司向金发科技采购特殊 PE 原材料主要是为了增强产品的弹性和韧性，具体情况如下：

单位：万元

类别	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
----	-----------	--------	--------	--------

增强弹性类的特殊 PE 采购金额	18.85	260.07	137.64	191.57
增强韧性类的特殊 PE 采购金额	111.05	291.52	134.89	52.19
小计	129.90	551.59	272.53	243.76
报告期 PE 采购总金额	1,908.23	6,061.53	5,000.85	3,661.17
向金发科技采购特殊 PE 占 PE 采购总金额的比例	6.81%	9.10%	5.45%	6.66%

报告期内，公司向金发科技采购特殊 PE 原材料的金额占 PE 采购总金额的比例较小。

（二）公司 LDPE、EVA 的采购价格和润阳科技对比情况

1、公司 LDPE 的采购价格和润阳科技对比情况

报告期内，公司 PE 采购金额超过原材料采购金额的 60%，公司采购的 PE 主要是 LDPE（低密度聚乙烯），还包括 UHMWPE（超高分子量聚乙烯）和 LLDPE（线性低密度聚乙烯）等 PE 类型。而润阳科技 LDPE 采购金额基本超过其原材料采购金额的 50%。公司与润阳科技采购 LDPE 的价格对比情况如下：

单位：万元/吨

分类	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
公司采购 LDPE 平均价格	0.70	0.80	0.86	0.93
润阳科技采购的 LDPE 平均价格	0.68	0.78	0.84	0.87
价格差异率	2.94%	2.56%	2.38%	6.90%

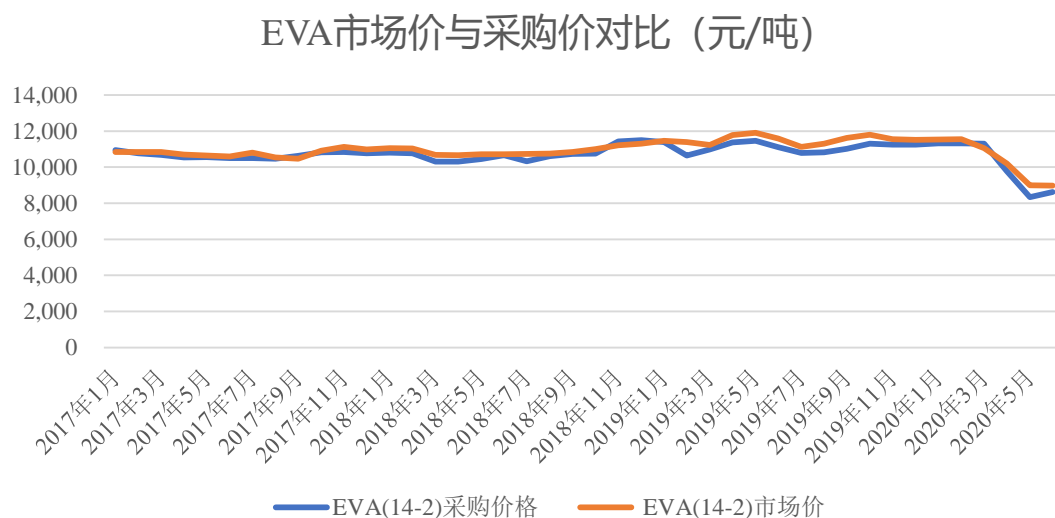
注：数据来源于浙江润阳新材料科技股份有限公司招股说明书

因 PE 类型、牌号、生产厂家、销售渠道等多方面原因，公司和润阳科技的 LDPE 采购价格存在差异。由上表可知，报告期内公司 LDPE 的采购价格与润阳科技相比不存在较大差异，且均呈现逐年下降的趋势，与 LDPE 市场价格变动趋势一致。

2、公司 EVA 的采购价格和润阳科技对比情况

润阳科技招股说明书没有披露 EVA 的采购价格情况，故无法就公司 EVA 采购价格与润阳科技进行对比。报告期内，公司 EVA 采购价格与市场价格接近，

趋势基本一致，具体如下：



注：数据来源于 Wind

二、补充说明发行人是否对江苏索普存在供应商依赖，其他供应商能否提供满足公司产品特性的发泡剂

报告期内，出于产品稳定性、售后服务满意度及采购便利度的考虑，公司主要向江苏索普化工股份有限公司采购发泡剂。

目前，可以满足公司各项生产要求的国内发泡剂供应商主要有宁夏日盛实业有限公司、江苏索普化工股份有限公司和福建榕昌化工有限公司。

宁夏日盛实业有限公司是全球最大的发泡剂生产厂家，现有年产 20 万吨的 ADC 发泡剂生产线，其 ADC 发泡剂占国内市场份额的 80%以上；江苏索普化工股份有限公司为主板上市公司，拥有年产 4 万吨 ADC 发泡剂的生产能力，其 ADC 发泡剂产品品质在国内名列前茅；福建榕昌化工有限公司的主要产品为包括 ADC 发泡剂在内的二十余种化工产品，为福建省规模较大的化工重点企业（信息来源：各公司网站的公司简介）。上述供应商所生产的发泡剂可以满足公司产品特性的需要，公司可以向上述供应商进行采购，因此公司对江苏索普不存在供应商依赖。

三、中介机构核查情况

（一）中介机构的核查程序

1、取得润阳科技披露的招股说明书，查阅有关 LDPE 和 EVA 采购价格的披露情况，并与公司 LDPE 和 EVA 的采购价格进行比较分析；

2、对公司采购人员进行访谈，了解公司向金发科技采购特殊 PE 的用途和普通 PE 的区别，了解公司向江苏索普采购发泡剂的用途、发泡剂市场供应商情况以及除江苏索普外的其他发泡剂供应商是否能够提供满足公司产品特性的发泡剂。

（二）中介机构的核查意见

经核查，保荐机构及申报会计师认为：

1、报告期内公司 LDPE 的采购价格和润阳科技相比不存在较大差异；润阳科技招股说明书中未披露 EVA 的采购价格，故无法就公司 EVA 采购价格与润阳科技进行对比，公司 EVA 采购价格与市场价格接近，趋势基本一致；

2、行业内多家供应商均能提供满足公司产品特性的发泡剂，公司对江苏索普不存在供应商依赖。

11. 关于委托辐照

首轮问询回复显示：

（1）辐照为公司主要生产工序之一，为发行人的核心生产环节。公司采用自主生产与委托加工相结合的生产模式；公司的委托辐照业务并不依赖委托辐照供应商的辐照技术。报告期内，发行人委托辐照金额分别为 287.13 万元、655.14 万元、850.97 万元和 263.32 万元。委托辐照成本高于自主辐照成本。

（2）公司增加购置的 2 条辐照生产线于 2019 年底正式投产，随着前述辐照生产线的投产，公司辐照产能缺口已大幅减少。

请发行人：

（1）补充披露报告期内自主辐照和委托辐照的产量比例，委托辐照比例是否明显高于自主辐照，发行人的生产环节不依赖于辐照厂商的表述是否准确；结合报告期内自有辐照设备产能利用率情况，补充说明是否存在产能利用率不高但

委托辐照的情况，如存在，请解释原因及合理性；补充披露截至 2020 年 6 月 30 日，发行人辐照产能缺口情况。

(2) 补充说明润阳科技委托辐照的情况，以及发行人与其对比的主要差异情况，委托辐照是否属于行业惯例。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、补充披露报告期内自主辐照和委托辐照的产量比例，委托辐照比例是否明显高于自主辐照，发行人的生产环节不依赖于辐照厂商的表述是否准确；结合报告期内自有辐照设备产能利用率情况，补充说明是否存在产能利用率不高但委托辐照的情况，如存在，请解释原因及合理性；补充披露截至 2020 年 6 月 30 日，发行人辐照产能缺口情况

(一) 补充披露报告期内自主辐照和委托辐照的产量比例，委托辐照比例是否明显高于自主辐照，发行人的生产环节不依赖于辐照厂商的表述是否准确

1、委托辐照和自主辐照数量和比例情况

报告期内，公司委托辐照和自主辐照的数量和比例情况如下：

单位：吨

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
委托辐照加工量 (A)	1,337.51	4,366.41	3,167.78	1,320.05
自主辐照生产量 (B)	2,048.66	4,764.19	3,842.09	3,044.62
委托辐照占比 A/(A+B)	39.50%	47.82%	45.19%	30.24%
辐照产能	2,640.00	4,620.00	3,720.00	3,720.00
辐照产能利用率	77.60%	103.12%	103.28%	81.84%

注：计算辐照产能时考虑了 2020 年 1-6 月公司因新冠疫情停产一段时间的影响

2017年-2019年，由于公司业务规模迅速增长而公司辐照产能保持基本稳定，公司辐照产能缺口逐渐上升，导致委托辐照加工量占比逐渐提高，但委托辐照占比均低于自主辐照占比。2019 年底，公司购置 2 条辐照生产线并投产，辐照生

产线达到 4 条,辐照产能大幅提高,公司 2020 年上半年的委托辐照占比已较 2018 年和 2019 年明显降低。

2、发行人的生产环节不依赖于辐照厂商的表述是否准确

发行人的生产环节不依赖于辐照厂商,主要原因系:①发行人具有自己的辐照线,报告期内委托辐照比例在 30%-50%之间,不存在完全依赖外部辐照厂商的情形;②公司存在多个委托辐照供应商,公司与主要的委托辐照供应商已经形成了较为稳定的合作关系,而且公司主要生产基地所处的华中区域和华东区域还存在其他可以提供辐照生产的厂商,公司不会因与个别委托辐照供应商的合作中断而出现对公司造成重大不利影响的情况;③同行业公司中通过委托辐照进行生产系普遍现象,如润阳科技亦存在委托辐照的情况。

(二) 公司自主辐照产能利用率较高

报告期内,公司辐照产能利用率分别为 81.84%、103.28%、103.12%和 77.60%,均处于较高的水平。公司 2017 年和 2020 年上半年在辐照产能利用率相对较低的情况下采用委托辐照的主要原因为:①2017 年,公司部分时间段的辐照产能不足,为提高生产效率并及时交货,部分辐照生产采用委托辐照的形式;②2020 年上半年,由于新冠肺炎疫情的影响,公司位于湖北的汉川工厂停工时间较长,广德工厂生产量占比提高,而广德工厂未配置辐照生产线,为及时交货,公司将广德工厂于挤片工序生产的半成品均委托华东地区的辐照供应商进行辐照生产。

综上所述,公司不存在产能利用率不高但委托辐照的情形。

(三) 产能缺口情况

截至 2020 年 6 月 30 日,公司共有 4 条辐照生产线投产并稳定运行。按照现有产品规格测算,公司辐照工序的月产能约为 660 吨,但公司辐照设备均位于汉川工厂,基本可以满足汉川工厂的辐照需求量;广德工厂未配置辐照生产线,其挤片工序生产出的基片通常需要委托辐照,广德工厂 2020 年 6 月基片的生产量和委托辐照量分别为 162.30 吨和 175.98 吨。

二、补充说明润阳科技委托辐照的情况,以及发行人与其对比的主要差异情况,委托辐照是否属于行业惯例

（一）润阳科技委托辐照情况

根据润阳科技的招股说明书：2018年8月前，润阳科技无辐照生产线投产，辐照生产全部采用委托加工；2018年8月，润阳科技辐照生产线投产，截至2020年6月30日，润阳科技已投产4条辐照生产线；随着辐照生产线的投产，润阳科技辐照工序采用委托加工的比例逐渐降低，已从2017年的100.00%下降至2020年上半年的13.57%。

（二）润阳科技委托辐照与公司对比情况

报告期内，润阳科技委托辐照占比与公司对比情况如下：

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
润阳科技委托辐照占比	13.57%	28.51%	52.53%	100.00%
公司委托辐照占比	39.50%	47.82%	45.19%	30.24%

如上文所述，报告期内，润阳科技委托辐照占比呈下降趋势，而发行人委托辐照占比呈先上升再下降的趋势。

公司与润阳科技委托辐照供应商的对比情况如下：①润阳科技生产基地位于浙江，其主要委托辐照供应商为位于华东地区的中广核达胜加速器技术有限公司和嘉兴市宏润辐照技术有限公司；②公司主要生产基地位于华东和华中2个区域，前述2个厂商亦为公司报告期内的主要委托辐照供应商。公司其他主要的委托辐照供应商还包括位于华东地区的上海长园电子材料有限公司和位于华中区域的咸宁湖科资产经营有限责任公司。

（三）委托辐照在行业内属于普遍情况

电子辐照交联聚烯烃发泡材料主要包括造粒、挤片、辐照和发泡等四个工序。通常情况下，辐照工序单套生产设备的价格显著高于其他工序的单套生产设备，而且辐照生产线的行政审批难度和运营难度亦相应高于其他工序。

由于上述原因，在资金投入规模和业务规模有限的情况下，电子辐照交联聚烯烃发泡材料企业通常会采用委托辐照的模式；在具备较强资金实力和较大业务规模且掌握电子辐照交联技术的情况下，则通常会自建辐照生产线以提高生产效

率和经济效益。

综上所述，委托辐照在电子辐照交联聚烯烃发泡材料行业具有一定的普遍性。

三、中介机构核查情况

（一）中介机构的核查程序

1、获取公司各生产工序的产能和产量数据及委托辐照数据，对委托辐照情况进行分析；

2、查阅同行业可比公司的公开披露信息，对其委托辐照数据与公司进行对比分析；

3、对公司实际控制人就公司是否对委托辐照供应商存在技术依赖或业务依赖进行访谈；

4、对公司生产负责人、销售负责人、总经理等进行访谈，了解电子辐照交联聚烯烃发泡材料行业中辐照生产的相关情况。

（二）中介机构的核查意见

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

1、发行人的生产环节不依赖于辐照厂商的表述准确；

2、发行人不存在产能利用率不高但委托辐照的情况；

3、委托辐照在电子辐照交联聚烯烃发泡材料行业具有一定的普遍性。

四、补充披露情况

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“一、（四）主要经营模式”中补充披露发行人自主辐照和委托辐照的产量情况以及截至2020年6月30日发行人辐照产能缺口的情况。

12. 关于产品运用领域

首轮问询回复显示：

(1) 2017 年至 2019 年，发行人运用于家用电器和汽车内饰材料的产品销售收入维持在每年 3,000 万元左右。2020 年 1-6 月，家用电器产品销售金额为 901.00 万元。

(2) 2017 年和 2018 年公司家用电器领域产品所处市场处于需求大于供给状态，公司对于单价低的家电产品领域订单积极性降低，通过调整家用电器产品领域订单结构，该领域毛利率有所上升。

请发行人补充说明产品运用于家电或汽车产品的大致用量范围，相关产品销售收入规模报告期末未有明显增长的原因，补充说明调整电器产品领域订单结构的具体情况，下游家用电器供大于求、更新换代快对该业务的影响，发行人家用电器领域产品收入 2020 年全年是否存在下滑趋势，对发行人持续经营是否存在不利影响。

【回复】

一、请发行人补充说明产品运用于家电或汽车产品的大致用量范围，相关产品销售收入规模报告期末未有明显增长的原因，补充说明调整电器产品领域订单结构的具体情况，下游家用电器供大于求、更新换代快对该业务的影响，发行人家用电器领域产品收入 2020 年全年是否存在下滑趋势，对发行人持续经营是否存在不利影响

(一) 产品运用于家电或汽车产品的大致用量范围

公司产品在家电领域和汽车内饰材料领域应用范围广泛。

在家电领域，IXPE 材料可用于面板固定、电器组件粘贴、家用电器防水密封等，由于家用电器的种类繁多，产品在相关领域的应用范围较多且分散，因此难以估计产品的大致用量范围。

在汽车内饰材料领域方面，IXPP 材料一般与皮革贴合后应用在仪表板、门板等对强度、耐高温性要求较高的部位；IXPE 材料一般经过直接成型后被用于汽车门板内部夹层等对防水性能要求较高的部位。此外，IXPE 材料还以胶带基材的形式被作为贴合材料应用在汽车中。

IXPP 材料在汽车中的用量约为 5.5 平方米/辆；IXPE 材料在汽车中的直接用

量约为 2.5 平方米/辆；IXPE 材料在汽车中作为胶带基材的间接使用量约为 0.5 平方米/辆。

(二) 运用于家用电器和汽车内饰材料的产品销售收入规模报告期未有明显增长的原因

报告期内，公司按应用领域划分的收入构成情况如下：

单位：万元

项目	2020年1-6月		2019年度			2018年度			2017年度	
	金额	占比	金额	占比	变动	金额	占比	变动	金额	占比
建筑装饰材料	5,446.89	48.78%	14,390.78	51.08%	38.96%	10,356.21	48.48%	188.48%	3,589.88	23.93%
消费电子产品	3,262.17	29.22%	7,607.77	27.00%	46.40%	5,196.60	24.33%	-8.28%	5,665.83	37.77%
家用电器产品	901.00	8.07%	3,171.37	11.26%	14.53%	2,769.14	12.96%	6.31%	2,604.66	17.36%
汽车内饰材料	1,506.07	13.49%	2,843.27	10.09%	0.72%	2,823.00	13.21%	-4.02%	2,941.35	19.61%
医疗器械产品及其他	49.45	0.44%	161.68	0.57%	-25.62%	217.37	1.02%	9.62%	198.30	1.32%
合计	11,165.58	100.00%	28,174.87	100.00%	31.89%	21,362.31	100.00%	42.42%	15,000.03	100.00%

报告期内，应用于家用电器和汽车内饰材料的产品销售收入占主营业务收入比例分别为 36.97%、26.17%、21.35%和 21.56%，占比有所下降。其中，应用于家用电器领域的产品销售收入 2018 年较 2017 年增长 6.31%，2019 年较 2018 年增长 14.53%；应用于汽车

内饰材料领域的产品销售收入 2018 年较 2017 下降 4.02%，2019 年较 2018 年略微增长 0.72%。应用于家用电器和汽车内饰材料的产品销售收入规模未有明显增长，主要因为：①基于家用电器市场整体规模平稳的现状，公司预计短期内家用电器领域 IXPE 产品市场增长空间有限，公司在该领域的市场拓展力度较小，市场拓展重心主要集中在建筑装饰材料领域和消费电子产品领域；②汽车内饰材料领域方面，目前该领域客户大部分使用的是 XPE 产品，对 IXPE 产品的接受和认可程度尚待提高，另外汽车内饰材料领域中产品生产难度较大的 IXPP 产品，公司尚处于拓展客户阶段，销售规模有限。

报告期内，建筑装饰材料领域的收入占主营业务收入比例分别为 23.93%、48.48%、51.08%和 48.78%，其收入 2018 年较 2017 年上升 188.48%，2019 年较 2018 年上升 38.96%；消费电子产品领域的收入占主营业务收入分别为 37.77%、24.33%、27.00%和 29.22%，其收入 2018 年较 2017 年下降 8.28%，2019 年较 2018 年上升 46.40%。

由于建筑装饰材料领域的市场拓展和消费电子产品领域的市场深化，公司主营业务收入 2018 年较 2017 年增长 42.42%，2019 年较 2018 年增长 31.89%，公司销售收入和经营利润获得大幅提高。

因此，公司运用于家用电器和汽车内饰材料的产品销售收入规模报告期未有明显增长具有合理性。

（三）调整电器产品领域订单结构的具体情况

由于建筑装饰材料领域的市场需求快速增加，2017 年和 2018 年公司 IXPE 产品市场处于需求大于供给的状态。而公司产能有限，公司对于单价低的家用电器的产品领域订单积极性降低，积极调整家用电器产品领域的订单结构。

家用电器产品领域订单结构的调整，主要包括两个方面：①销售模式的调整，减少部分单价较低、毛利率较低的贸易商销售。2017 年，家用电器领域的第一大客户为贸易商，毛利率较低；2017 年后，该贸易商已退出家用电器领域的前三大客户。②产品结构的调整，如部分产品规格型号需要覆膜、压花和分切，单价和毛利率相对较高，公司增加了相关产品在家用电器领域的销售，另外减少部分毛利率较低的产品规格型号的销售。

（四）下游家用电器供大于求、更新换代快对该业务的影响，发行人家用电器领域产品收入 2020 年全年的趋势和对发行人持续经营的不利影响

1、下游家用电器供大于求、更新换代快对家用电器领域业务的影响

（1）家用电器领域供求相对平衡

根据中国家用电器研究院和全国家用电器工业信息中心发布的报告，2017-2019 年，中国家电市场规模分别为 7,853 亿元、8,104 亿元和 8,032 亿元，中国家电市场规模位居全球第一，近几年家用电器市场规模的变化保持相对稳定。

因此，家用电器领域供求相对平衡，不存在大幅萎缩的情况。

（2）家用电器领域更新换代对该领域业务影响较小

家用电器领域产品更新换代较快，其更新主要是产品功能应用等的优化、升级和创新。而公司产品与家用电器的功能应用关系不大。更新换代后，家用电器依然需要聚烯烃发泡材料用于面板固定、电器组件粘贴、家用电器防水密封等。

因此，家用电器领域更新换代对公司该领域业务影响较小。

2、发行人家用电器领域产品收入 2020 年全年的趋势和对发行人持续经营的

不利影响

(1) 2020年1-6月公司家用电器领域收入下降的原因

2020年1-6月,公司家用电器领域的收入为901.00万元,较2019年的3,171.37万元存在一定程度的下降。公司家用电器领域收入下降的主要原因为:①因规范关联交易,公司主动放弃家用电器领域的关联方销售收入;②因新冠疫情影响,家用电器领域订单有所减少;③家用电器领域市场增量空间有限,公司将业务发展重点放在建筑装饰材料和消费电子产品领域。

(2) 公司家用电器领域产品收入2020年全年的趋势

随着新冠疫情影响的降低和公司业务持续发展,公司家用电器领域产品收入有所回升。2020年的1-9月公司该领域产品收入为1,709.71万元(上述2020年1-9月数据未经审计)。预计2020年全年公司家用电器领域产品收入将较2019年有所下滑。

(3) 公司家用电器领域产品收入对公司持续经营的影响

①公司经营情况良好,家用电器领域产品收入占主营业务收入比重较低

公司经营情况良好。2020年1-6月,受新冠疫情影响,公司主营业务收入11,165.58万元。随着新冠疫情影响的降低和公司业务持续发展,2020年1-9月,公司实现主营业务收入20,392.07万元,已占2019年主营业务收入28,174.85万元的72.38%(上述2020年1-9月数据未经审计)。

而公司家用电器领域产品收入占主营业务收入比重较低,对公司经营影响较小。2017年,公司应用于家用电器领域的产品销售收入占主营业务收入17.36%,比重低于建筑装饰材料、消费电子产品和汽车内饰材料领域,仅为公司第四大应用领域。2018年至2020年6月30日,随着应用于建筑装饰材料领域的产品销售收入占比迅速提升,公司应用于家用电器领域的产品销售收入占比持续下降并维持在10%左右,分别为12.96%、11.26%和8.07%。而2020年1-9月,公司家用电器领域产品收入为1,709.71万元,占主营业务收入约8.38%(上述2020年1-9月数据未经审计)。

因此,公司经营情况良好,具备持续经营能力;而公司家用电器领域产品收

入占主营业务收入比重较低，对公司持续经营能力不构成重大不利影响。

②家用电器领域产品收入并非拉动公司主营业务收入增长的主要因素

公司主营业务收入的增长主要受到建筑装饰材料和消费电子领域收入的带动，而非家用电器领域产品收入。

报告期内，建筑装饰材料领域的收入占主营业务收入比例分别为 23.93%、48.48%、51.08%和 48.78%，其收入 2018 年较 2017 年上升 188.48%，2019 年较 2018 年上升 38.96%；消费电子产品领域的收入占主营业务收入分别为 37.77%、24.33%、27.00%和 29.22%，其收入 2018 年较 2017 年下降 8.28%，2019 年较 2018 年上升 46.40%。随着建筑装饰材料领域的市场拓展和消费电子产品领域的市场深化，公司主营业务收入 2018 年较 2017 年增长 42.42%，2019 年较 2018 年增长 31.89%，公司销售收入和经营利润获得大幅提高。

而家用电器领域产品收入规模未有明显增长，占主营业务收入比例较低，并非拉动公司主营业务收入增长的主要因素，对公司持续经营不构成重大不利影响。

因此，公司经营情况良好，具备持续经营能力；而公司家用电器领域产品收入占主营业务收入比重较低，并非拉动公司主营业务收入增长的主要因素，对公司持续经营能力不构成重大不利影响。

二、中介机构核查情况

（一）中介机构的核查程序

1、向公司生产部门和销售部门主要负责人了解公司产品运用于家电或汽车产品的大致用量范围；

2、获取公司报告期内销售统计明细表，向公司销售部门主要负责人进行访谈，了解并分析公司产品运用于家电或汽车的销售收入规模报告期未有明显增长的原因以及调整电器产品领域订单结构的具体情况；

3、查阅公开研究资料，获取公司报告期内销售统计明细表，向公司生产部门和销售部门主要负责人进行访谈，了解并分析下游家用电器的供需情况、家用电器更新换代快对公司该业务的影响、公司家用电器领域产品收入 2020 年的全

年趋势以及家用电器领域收入对公司持续经营的影响。

（二）中介机构的核查意见


经核查，保荐机构认为：

1、公司运用于家电或汽车产品的相关产品销售收入规模报告期未有明显增长具有合理性；

2、下游家用电器领域供求相对平衡，家用电器领域更新换代快对公司该领域业务影响较小；

3、公司家用电器领域产品收入 2020 年全年预计将有所下滑，但不会对公司持续经营造成重大不利影响。

【本页无正文，为《关于湖北祥源新材科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第二轮审核问询函回复》之签章页】

董事长（签名）：
魏志祥

湖北祥源新材科技股份有限公司

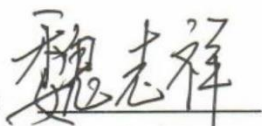


2020年 11月 21日

发行人董事长声明

本人已认真阅读关于湖北祥源新材科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第二轮审核问询函回复的全部内容，确认第二轮审核问询函回复内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担法律责任。

董事长（签名）：


魏志祥

湖北祥源新材科技股份有限公司



2020年 11月 21日

【本页无正文，为《关于湖北祥源新材科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第二轮审核问询函回复》之签章页】

保荐代表人（签名）：张敏涛
张敏涛

谢胜军
谢胜军

华林证券股份有限公司（盖章）



2020年 11月 21日

保荐机构董事长声明

本人已认真阅读湖北祥源新材科技股份有限公司第二轮审核问询函回复的全部内容，了解第二轮审核问询函回复涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，第二轮审核问询函回复不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

董事长（法定代表人）：_____

林立

华林证券股份有限公司



2020年 11月 21日