

关于太仓展新胶粘材料股份有限公司 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中有关财务事项的说明

天健函〔2021〕1804号

深圳证券交易所：

由东吴证券股份有限公司转来的《关于太仓展新胶粘材料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〔2021〕011161号，以下简称审核问询函）奉悉。我们已对审核问询函所提及的太仓展新胶粘材料股份有限公司（以下简称展新股份公司或公司）财务事项进行了审慎核查，现汇报如下。

一、关于主要供应商 3M 集团与原材料采购

申请文件及首轮问询回复显示：

（1）报告期各期，发行人对第一大供应商 3M 集团的采购金额占各期采购金额比例分别为 74.80%、83.19%、85.81%和 80.83%。

（2）发行人与 3M 集团签订的原材料采购协议主要为《特约加工商协议》与《特约经销协议》，该协议约定发行人作为加工商与经销商向 3M 集团采购光学胶原材料。

（3）由于 OCA 光学胶属于胶膜材料的细分领域，是非标准化材料且属于小众的原材料，因此发行人与保荐人、申报会计师无法在公开市场或从第三方资料获取可参考的价格信息。

（4）保荐人、申报会计师通过访谈，了解到 3M 集团光学胶原材料的其他主要客户包括厦门三德信、深圳怡钛积等，3M 集团对其销售价格与发行人基本一致。厦门三德信、深圳怡钛积曾为新三板挂牌企业。

请发行人：

(1) 说明成为 3M 集团加工商与经销商的时间，成为 3M 集团加工商与经销商前后采购协议约定的主要差异；发行人在报告期内以加工商、经销商模式分别向 3M 集团采购原材料的金额，以两种模式向 3M 集团进行采购的原因及商业合理性。

(2) 说明《特约加工商协议》与《特约经销协议》对发行人作为加工商与经销商需遵守义务、所采购原材料的用途、使用范围等主要限制性规定，发行人在报告期内的履行情况；3M 集团与其光学胶原材料其他主要客户签订的协议类型，与发行人签订协议的主要差异。

(3) 结合报告期内可获知的 3M 集团对其他主要客户的销售单价、发行人向其他供应商的采购单价、公开信息显示厦门三德信与深圳怡钛积的采购单价进一步说明发行人采购光学胶原材料价格的公允性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。（审核问询函第一条）

(一) 说明成为 3M 集团加工商与经销商的时间，成为 3M 集团加工商与经销商前后采购协议约定的主要差异；发行人在报告期内以加工商、经销商模式分别向 3M 集团采购原材料的金额，以两种模式向 3M 集团进行采购的原因及商业合理性

1. 说明成为 3M 集团加工商与经销商的时间，成为 3M 集团加工商与经销商前后采购协议约定的主要差异

(1) 公司成为 3M 集团加工商与经销商的时间

公司与 3M 集团之间的合作主要从 2014 年开始，2015 年 1 月，公司与 3M 集团签订加工商协议并成为其授权加工商，2015 年至今加工商协议一年一签，到期续签；随着与 3M 集团加工商业务发展的稳定与深入，2017 年 6 月，公司与 3M 集团签订经销商协议并成为其经销商，2017 年至今经销商协议一年一签，到期续签。

(2) 成为 3M 集团加工商与经销商前后采购协议约定的主要差异

公司与 3M 集团签订的协议以 3M 集团提供的格式文本为主，与 3M 集团签订经销商协议前后加工商协议的条款未发生实质变化，主要条款情况如下：

主要条款	成为经销商前（2017 年版本）	成为经销商后（2018 年版本）
------	------------------	------------------

关于限制经销	“加工商仅销售经过加工后的指定产品制成品，未经 3M 集团事先许可，加工商不得将未经加工的指定产品销售给第三方”	“加工商仅销售经过加工后的指定产品制成品，未经 3M 集团事先许可，加工商不得将未经加工的指定产品销售给第三方”
关于采购价格	“特约加工商价格由 3M 集团确定，并可以不时修改，唯 3M 集团应在修改后的价格生效前向加工商发出书面通知。具体指定产品的特约加工商价格为双方另行约定的价格清单载明的价格，或加工商登陆 3M 集团电子订单系统后被授权的价格”	“特约加工商价格由 3M 集团确定，并可以不时修改，唯 3M 集团应在修改后的价格生效前向加工商发出书面通知。具体指定产品的特约加工商价格为双方另行约定的价格清单载明的价格，或加工商登陆 3M 集团电子订单系统后被授权的价格”
关于指定产品[注]	光学双面胶	光学透明胶膜
关于最低采购额	1,000,000 元	30,000 元
关于指定销售区域	北京、江苏、广东	江苏、上海、四川、安徽、福建、湖北、北京、广东

[注] 光学双面胶和光学透明胶膜为相同的产品，名称叫法不同

如上表，公司加工商协议的条款未发生实质变化。根据对 3M 集团的访谈，公司可以根据客户实际的需求进行拓展销售区域，可能会超出协议的约定范围，是经过 3M 集团认可和允许的。2020 年适用的版本，指定销售区域的范围已经根据实际情况调整为中国大陆地区。

公司与 3M 集团签订的加工商协议和经销商协议一年一签、到期续签，协议内容以 3M 集团提供的格式文本为主，各年度签订的协议内容基本未发生变化，加工商协议的主要条款在公司成为 3M 集团的经销商前后未发生实质变化。

2. 公司在报告期内以加工商、经销商模式分别向 3M 集团采购原材料的金额

(1) 公司以加工商和经销商模式采购的金额

公司经销模式下对外销售的产品包括 OCA 光学胶原材料片材及卷材，其中经销的片材主要是 OCA 光学胶膜新产品；经销的卷材主要是公司采购并用于直接出售的原材料卷材。

报告期内，公司在加工模式与经销模式下向 3M 集团采购金额如下：

单位：万元

销售模式		2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
加工模式		17,006.92	40,882.88	23,059.33	15,404.96
经销模式	片材	3,708.31	7,300.78	8,710.81	3,303.66
	卷材	1,058.42	1,675.38	1,678.00	1,675.36
	小计	4,766.74	8,976.16	10,388.81	4,979.02

合计	21,773.66	49,859.04	33,448.13	20,383.98
----	-----------	-----------	-----------	-----------

如上表，报告期内公司在经销模式下向 3M 集团采购原材料的金额分别为 4,979.02 万元、10,388.81 万元、8,976.16 万元和 4,766.74 万元。

(2) 经销模式下的收入及毛利率情况

公司经销的片材主要为 OLED 手机屏用 OCA 光学胶膜，与公司自身模切加工的产成品形态一致，因此计入主营业务收入；经销的卷材主要是公司采购并用于直接出售的原材料，产品形态为卷材，因此计入其他业务收入。

1) 经销的片材

报告期内，公司主营业务收入情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
OCA 光学胶膜	30,875.62	87.56%	71,985.82	95.40%	48,317.61	94.39%	34,174.88	93.44%
其中：经销部分	5,345.70[注]	15.16%	9,367.13	12.41%	11,329.59	22.13%	4,293.14	11.74%
半导体制造用胶膜	838.30	2.38%	1,632.72	2.16%	1,520.79	2.97%	937.01	2.56%
AMOLED 柔性显示器件	2,614.98	7.42%	348.79	0.46%	-	-	-	-
其它胶膜、胶带	933.58	2.65%	1,490.67	1.98%	1,350.76	2.64%	1,464.10	4.00%
合计	35,262.48	100.00%	75,457.99	100.00%	51,189.16	100.00%	36,575.99	100.00%

[注]经销的主要是 OCA 光学胶膜，剩余 10.09 万元为其他胶膜胶带等

报告期内，经销的片材毛利率如下：

单位：万元

经销片材	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
收入金额	5,345.70	9,367.13	11,329.59	4,293.14
毛利率	30.14%	21.53%	22.99%	21.36%

如上表，报告期内，公司经销片材实现的收入占主营业务收入的比例分别为 11.74%、22.13%、12.41%和 15.16%，毛利率分别为 21.36%、22.99%、21.53%和 30.14%。2021 年 1-6 月毛利率较高，主要原因是 2021 年上半年经销的片材包括部分折叠屏手机用的 OCA 光学胶膜，这部分产品技术含量较高，市场售价较高，因此实现了较高的毛利率。

2) 经销的卷材

报告期内，经销的卷材毛利率如下：

单位：万元

经销卷材	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
收入金额	1,211.12	1,998.39	1,948.35	2,006.82
占营业收入的比重	3.31%	2.57%	3.62%	5.05%
毛利率	12.61%	16.16%	13.88%	16.52%

注：公司经销卷材的供应商包括 3M、三菱化学等，上述表格只统计 3M 的部分

如上表，报告期内，公司经销 3M 卷材实现的收入占营业收入的比例较低，毛利率相对稳定。

3. 以两种模式向 3M 集团进行采购的原因及商业合理性

(1) 以两种模式向 3M 集团进行采购的原因

公司首先以加工商的形式与 3M 集团合作，加工商协议明确约定“加工商仅销售经过加工后的指定产品制成品，未经 3M 集团事先许可，加工商不得将未经加工的指定产品销售给第三方”，随着双方合作关系的稳定与深入，公司加工业务收入快速增长，凭借公司与 3M 集团既有的采购关系、较强的客户资源优势、快速的反应能力和良好的售后服务，基于客户的需求，公司与 3M 集团签订经销协议并成为其经销商，从事加工业务的同时也从事部分经销业务。

(2) 以两种模式向 3M 集团进行采购的商业合理性

公司与 3M 集团良好的加工商合作关系是开展经销商业务的基础，公司通过经销模式能够将 3M 集团的新产品更好的推向客户，充分发挥公司的客户资源优势，同时满足下游客户的需求，进一步加强与上下游的合作关系，巩固公司的市场地位。

公司采取经销模式的商业合理性如下：

1) 3M 集团对于新产品通常会通过经销商的销售推广进行市场验证

3M 集团在新产品推向市场进行验证时，出于材料研发改进和品质改善的考虑，通常会先自行模切加工后通过经销商对外销售片材成品。基于自身产业链分工布局和受限于自身的模切加工能力，3M 集团在材料品质趋于稳定且市场接受

度初步形成后，销售原材料卷材给加工商，再由加工商进行加工后销售。

2) 公司拥有较强的客户资源优势

由于公司技术先进、质量可靠、规模较大，公司的主要客户包括京东方、华星光电、天马微电子、维信诺等，囊括了国内主要的触控显示企业。公司凭借多年的发展积累了丰富的客户资源，与行业内知名的触控显示企业建立了稳定的合作关系。公司通过经销模式，将 3M 集团的产品更好的推向客户，收集客户对产品的反馈意见并及时传达给 3M 集团，同时满足客户多样化的产品需求，有利于进一步加强与上下游的合作关系，巩固公司的市场地位。

3) 公司拥有快速的反应能力和良好的售后服务

公司的下游客户为知名面板显示企业，对服务能力和响应速度有较高的要求，公司拥有更快速、更全面的响应和服务能力，能够满足客户的要求。

4) 下游客户对于供应商信用期的要求较长

公司经销模式下的客户主要为知名显示面板企业，对于信用期的要求较长，3M 集团能够给其客户的信用期较短，普遍约为一个月，甚至款到发货，而公司能够给到下游客户的信用期一般为 3 个月。因此，基于下游客户对信用期的要求，下游客户更愿意与公司进行交易。

综上，公司以两种模式向 3M 集团进行采购具有商业合理性。

(二) 说明《特约加工商协议》与《特约经销协议》对发行人作为加工商与经销商需遵守义务、所采购原材料的用途、使用范围等主要限制性规定，发行人在报告期内的履行情况；3M 集团与其光学胶原材料其他主要客户签订的协议类型，与发行人签订协议的主要差异

1. 说明《特约加工商协议》与《特约经销协议》对公司作为加工商与经销商需遵守义务、所采购原材料的用途、使用范围等主要限制性规定，公司在报告期内的履行情况

(1) 《特约加工商协议》的主要限制性规定

1) 关于限制经销的条款

“加工商仅销售经过加工后的指定产品制成品，未经 3M 集团事先许可，加工商不得将未经加工的指定产品销售给第三方”。

2) 关于最低采购额的条款

2018、2019 年最低采购额为人民币 30,000 元，2020 年、2021 年为人民币 0

元。

3) 关于知识产权的条款

“本协议并未授予、许可或转让 3M 集团在知识产权方面的任何其他权利予加工商，加工商承认 3M 集团或其关联企业对其知识产权的独占的权利，加工商不得注册任何 3M 集团知识产权或与 3M 集团知识产权相关或近似以至于使他人混淆或产生误解的知识产权。”

4) 关于指定销售区域

“加工商知晓其指定区域已在附件二中明确规定，并且同意在本协议有效期间在指定区域（目前为中国大陆地区）内销售指定产品。如加工商希望变更指定区域或在指定区域外增加新的区域，加工商应书面通知 3M 集团并得到 3M 集团的事先书面许可，随着加工商的业务发展情况，3M 集团有权评估并决定是否扩大加工商的指定区域。”

(2) 《特约经销协议》的主要限制性规定

1) 关于限制经销转授权的条款

“经销商无权将本协议项下的 3M 集团对其的授权转授权或再授权给其他任何第三方。”

2) 关于最低采购额的条款

2018 年最低采购额为人民币 10 万元及美元 1.5 万元；2019 年最低采购额为人民币 3 万元；2020 年、2021 年最低采购额为 0 元。

3) 关于知识产权的条款

“经销商对于 3M 集团的注册商标和司标的使用应遵循在 3M 集团公司标识标准中明确规定的使用规范。建议经销商在使用 3M 集团商标和公司标识之前确认得到 3M 集团的书面批准。”

4) 关于指定销售区域

“经销商知晓其指定区域已在附件二中明确规定，并且同意在本协议有效期间在指定区域（中国大陆地区）内销售指定产品。如经销商希望变更指定区域或在指定区域外增加新的区域，加工商/经销商应书面通知 3M 集团并得到 3M 集团的事先书面许可，随着经销商的业务发展情况，3M 集团有权评估并决定是否扩大经销商的指定区域。”

5) 关于指定销售产品

“指定产品及具体业务内容为汽车及航空航天产品、显示材料产品、电气电力产品、工业胶粘剂及胶带产品等”。

报告期内，公司根据与 3M 集团签订的各项协议要求开展公司业务，按协议要求履行，未发生违约情况。

2. 3M 集团与其光学胶原材料其他主要客户签订的协议类型，与公司签订协议的主要差异

根据三德信科技股份有限公司 2019 年 4 月披露的新三板公开转让说明书，其 2017-2019 年每年与 3M 集团签订《特约加工商协议》，其在公开转让说明书中披露的合同内容与公司与 3M 集团签订的协议内容一致。

此外，根据我们与 3M 集团的访谈，由于 3M 集团与其客户签订的协议为 3M 集团统一的格式文本，故 3M 集团与其光学胶原材料其他主要客户签订的协议内容与公司签订的协议无明显差异。

(三) 结合报告期内可获知的 3M 集团对其他主要客户的销售单价、发行人向其他供应商的采购单价、公开信息显示厦门三德信与深圳怡钛积的采购单价进一步说明发行人采购光学胶原材料价格的公允性

1. 3M 集团对其他主要客户的销售单价

根据我们与 3M 集团的访谈，3M 集团对其他主要客户的销售单价属于商业秘密，故无法取得有效资料信息与公司向 3M 集团的采购价格进行比对，3M 集团在优先考虑自身的利润率水平的基础上确定与客户的交易价格。3M 集团对各客户的销售价格基本是一致的，根据客户的资质、采购规模、合作的情况等因素，3M 集团主要是在付款条件、新的合作机会等方面，给予不同的待遇。3M 集团光学胶原材料的其他主要客户包括厦门三德信、深圳怡钛积等，3M 集团对其销售价格与公司基本一致。

2. 公司向其他供应商的采购单价

(1) 公司向三菱化学采购单价的比较

报告期内，除 3M 集团外，公司主要还采购三菱化学的 LCD 用 OCA 光学胶原材料。公司三菱化学的 LCD 用 OCA 光学胶采购单价与向 3M 集团采购的同类产品价格对比如下：

单位：元/平方米

供应商名称	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
3M集团	67.46	78.59	74.88	65.18
三菱化学	88.50	93.99	99.66	94.27

如上表，报告期内，公司采购的三菱OCA光学胶单价与向3M集团采购的同类产品相比较高，主要原因为：

1) 公司向三菱化学采购量较小，采购价格的规模效应不显著

在消费电子供应链行业中，交易量是影响交易价格的重要因素之一，报告期内，公司主要从3M集团采购光学胶，向三菱化学采购量较小，因此，向3M集团的采购单价与三菱化学相比相对较低。

2) 公司主要向三菱化学OCA经销商采购，渠道成本较高

从采购方式来看，三菱化学采用的是经销商销售制度，公司采购三菱化学的光学胶原材料需要通过其经销商购买；而公司与3M集团是直接采购，中间环节较少，采购成本较低。

3) 不同品牌材料特性、规格型号等方面存在差异

尽管是同类产品的比较，但不同品牌的OCA光学胶在材料特性、规格、厚度等方面存在不同，也会造成采购单价的差异。

(2) 2021年1-6月公司从3M采购LCD用光学胶原材料单价下滑的原因

2021年1-6月，公司从3M采购LCD用OCA光学胶原材料的单价为67.46元/平方米，相比2020年的78.59元/平方米有所下滑。

1) OCA光学胶原材料的主要原材料丙烯酸呈现上涨趋势

OCA光学胶原材料的主要原材料是丙烯酸。报告期内，上游主要原材料市场价格情况如下：

上游原材料	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
丙烯酸（元/吨）	9,479.92	7,077.87	7,495.20	8,364.20

数据来源：东方财富Choice数据

由上表，上游主要原材料市场价格在2021年1-6月涨幅为33.94%，与大宗原料市场价格走势一致。

2) OCA光学胶原材料采购价格有所下滑的主要原因是市场竞争行情

3M集团作为世界知名的材料制造商，技术实力强，产品的附加值较高。3M

集团在优先考虑自身的利润率水平的基础上，会结合市场竞争行情最终确定与客户的交易价格。

LCD 显示技术作为传统的显示技术，技术成熟，LCD 用光学胶膜产品售价相对较低并呈下降趋势，作为原材料的光学胶卷材 2021 年也呈现价格下降的趋势。同时，三菱化学在 2021 年加大了市场开拓力度，价格也有所降低。

因此，LCD 产品作为成熟的产品，市场竞争激烈，作为原材料供应商的 3M 集团为保持自己的市场占有率，2021 年价格有所下调。

3) 公司根据产品定价机制与 3M 集团协商降低了价格

公司与客户签订的框架协议，一般未约定产品的销售价格及价格传导机制。通常情况下，如果原材料采购价格调整，公司会与客户协商调整产品售价；如果客户对相关产品降价，公司也会与供应商协商，要求供应商相应降低原材料的采购价格。

报告期内，公司 LCD 手机屏用产品单位售价分别为 152.35 元/平方米、138.86 元/平方米、143.48 元/平方米和 122.33 元/平方米，销售单价总体呈现下降的趋势；LCD 手机屏用产品毛利率分别为 21.32%、8.64%、9.91%和 4.46%，毛利率呈现下降的趋势。因此，公司与 3M 集团协商降低了光学胶卷材的采购价格。

4) 报告期内，丙烯酸价格、公司 LCD 用 OCA 光学胶原材料采购单价、对应产品的销售单价季度比较分析

报告期内，丙烯酸单价、公司 LCD 用 OCA 光学胶原材料采购单价、对应产品的销售单价走势情况如下：

时间	丙烯酸单价 (元/吨)	LCD 用 OCA 光学胶原材料 采购单价 (元/平方米)	对应产品[注 1]的销售单 价 (元/平方米)
2018 年第一季度	7,583.61	71.13	180.42
2018 年第二季度	7,758.06	63.56	164.65
2018 年第三季度	8,731.06	63.56	150.05
2018 年第四季度	9,363.93	66.57	136.17
2019 年第一季度	8,384.17	64.66	125.27
2019 年第二季度	7,633.87	78.03	152.31
2019 年第三季度	7,325.00	77.58	144.94
2019 年第四季度	6,677.42	74.15	136.02

2020 年第一季度	6,729.63	80.60	141.19
2020 年第二季度	6,887.10	84.32	152.78
2020 年第三季度	6,847.76	78.78	142.88
2020 年第四季度	7,832.79	71.97	139.90
2021 年第一季度	9,357.50	69.23	123.37
2021 年第二季度	9,598.39	65.65	124.19
2021 年第三季度	13,890.91	63.91	112.80
2021 年第四季度[注 2]	16,261.54	57.79	108.51

数据来源：东方财富 Choice 数据

[注 1]对应产品主要为 LCD 手机屏用产品；LCD 用 OCA 光学胶原材料存在多种型号，同一型号的采购单价和销售单价一般呈持续下降趋势，季度价格存在上下波动的原因主要为各季度采购、销售的型号种类占比不同

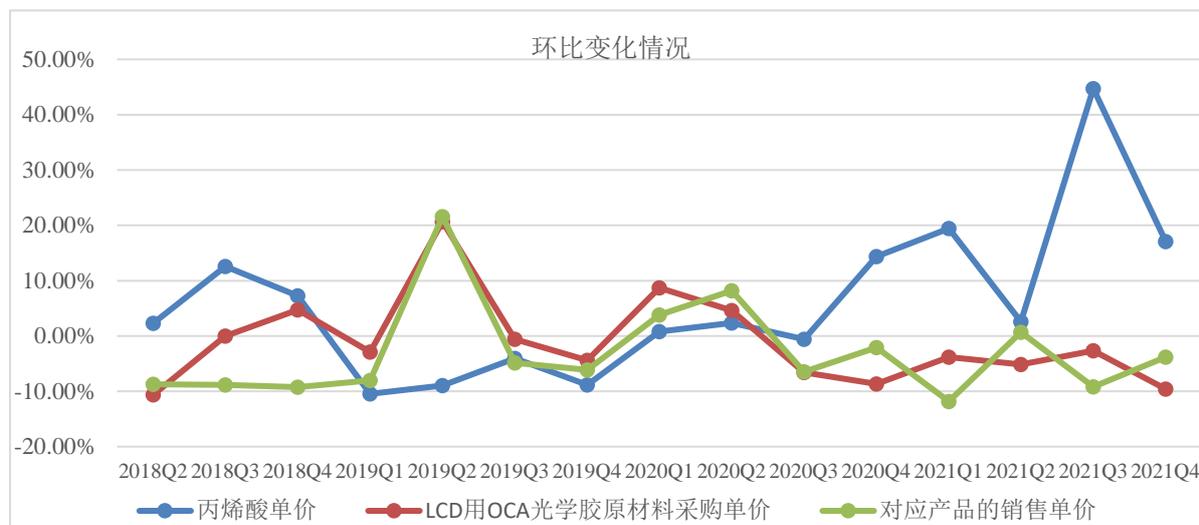
[注 2]2021 年第四季度未包括 12 月份

①三类价格环比变化情况

时间	丙烯酸单价	LCD 用 OCA 光学胶原材料 采购单价	对应产品的销售单价
2018 年第二季度	2.30%	-10.64%	-8.74%
2018 年第三季度	12.54%	0.00%	-8.87%
2018 年第四季度	7.25%	4.74%	-9.25%
2019 年第一季度	-10.46%	-2.87%	-8.00%
2019 年第二季度	-8.95%	20.68%	21.59%
2019 年第三季度	-4.05%	-0.58%	-4.84%
2019 年第四季度	-8.84%	-4.42%	-6.15%
2020 年第一季度	0.78%	8.70%	3.80%
2020 年第二季度	2.34%	4.62%	8.21%
2020 年第三季度	-0.57%	-6.57%	-6.48%
2020 年第四季度	14.38%	-8.64%	-2.09%
2021 年第一季度	19.47%	-3.81%	-11.82%
2021 年第二季度	2.57%	-5.17%	0.66%
2021 年第三季度	44.72%	-2.65%	-9.17%

2021 年第四季度	17.07%	-9.58%	-3.80%
------------	--------	--------	--------

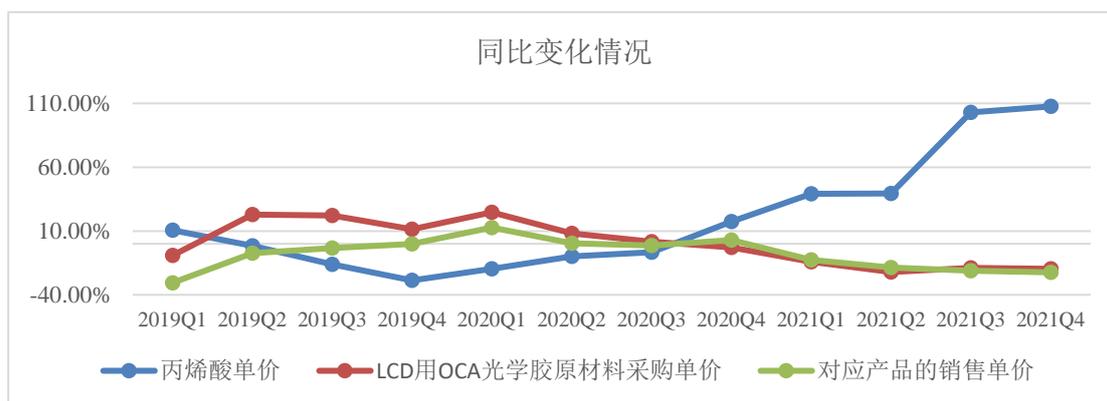
以图表所示：



②三类价格同比变化情况

时间	丙烯酸单价	LCD用OCA光学胶原材料采购单价	对应产品的销售单价
2019 年第一季度	10.56%	-9.10%	-30.57%
2019 年第二季度	-1.60%	22.77%	-7.49%
2019 年第三季度	-16.10%	22.06%	-3.41%
2019 年第四季度	-28.69%	11.39%	-0.11%
2020 年第一季度	-19.73%	24.65%	12.71%
2020 年第二季度	-9.78%	8.06%	0.31%
2020 年第三季度	-6.52%	1.55%	-1.42%
2020 年第四季度	17.30%	-2.94%	2.85%
2021 年第一季度	39.05%	-14.11%	-12.62%
2021 年第二季度	39.37%	-22.14%	-18.71%
2021 年第三季度	102.85%	-18.88%	-21.05%
2021 年第四季度	107.61%	-19.70%	-22.44%

以图表所示：



如上图，公司 LCD 用 OCA 光学胶原材料采购单价与 OCA 光学胶主要原材料丙烯酸的单价波动无明显关联关系。2018-2020 年，丙烯酸单价有所下降，采购单价基本稳定略有上升；2021 年下半年丙烯酸单价开始大幅上涨，而公司 LCD 用 OCA 光学胶原材料采购单价进一步小幅下滑。

公司的产品主要用于手机、平板电脑等消费电子产品，消费电子产品更新换代频率较高、价格一般呈下降趋势。因此，报告期内，公司的 LCD 用 OCA 光学胶膜产品的销售单价呈下滑趋势。2018-2020 年，采购单价基本稳定略有上升。2021 年 LCD 用 OCA 光学胶原材料采购单价与对应产品的销售单价均处于下降趋势，主要原因是随着 LCD 用 OCA 光学胶膜产品市场竞争的加剧，2021 年 1-11 月 LCD 用 OCA 光学胶膜产品的销售单价进一步下滑，公司为保证自身具有一定的盈利能力，与 3M 集团积极议价，采购单价也有所下降。

总之，报告期内，丙烯酸单价涨幅较大；LCD 用 OCA 光学胶原材料采购单价与对应产品的销售单价总体均处于下降趋势，且销售单价的下降幅度大于采购单价，导致公司的 LCD 手机屏用产品毛利率下滑较大。由于 3M 拥有较高的毛利率水平，因此公司的采购单价、销售单价主要由市场行情决定，与丙烯酸的价格关系不大。

5) 3M 集团销售 OCA 光学胶膜原材料毛利率的测算

2021 年 11 月公司采购的 LCD 用 OCA 光学胶原材料价格最低，丙烯酸的价格处于相对高位，出于谨慎性，现选取 2021 年 11 月的价格进行测算。

公司采购的 LCD 用 OCA 光学胶原材料的重量与面积换算关系如下：

单位	每卷	2021 年 11 月采购单价

面积（平方米，元/平方米）	600	52.90
重量（千克，元/吨）	267.50	118,654.21

如上，公司 2021 年 11 月采购的 LCD 用 OCA 光学胶原材料价格为 118,654.21 元/吨，OCA 光学胶原材料生产中耗用的主材丙烯酸 2021 年 11 月的单价为 14,727.27 元/吨。

现选取涂布上市公司使用丙烯酸的单价逐步测算 3M 集团 OCA 光学胶材料的单位销售成本，具体过程如下：

①涂布企业的材料成本占营业成本比重情况

公司名称	材料占营业成本比
莱尔科技	60.17%
世华新材	62.64%
长阳科技	74.46%
斯迪克	81.70%

因此假设 OCA 光学胶材料占营业成本比为 60%-80%。

②OCA 光学胶原材料成本中丙烯酸占比

丙烯酸是 OCA 光学胶生产过程中的主要原材料，目前公开资料中未查询到 OCA 光学胶材料成本中丙烯酸成本的占比。公司子公司太仓迪科力科技有限公司（以下简称太仓迪科力公司）同为涂布企业，主要产品之一是 UV 减粘胶带，其材料组成主要是丙烯酸、PO 膜、离型膜，根据测算，丙烯酸占材料的比重约 50%左右。因此假设 3M 的 OCA 光学胶材料成本中丙烯酸的占比为 50%。

③OCA 光学胶原材料生产中材料的损耗率

目前公开资料中未查询到涂布企业生产中材料的损耗率。由于太仓迪科力公司同为涂布企业，根据其生产经验，目前的损耗率约 10%-20%，因此假设 3M 生产中材料损耗率为 10%-20%。

3M 集团 OCA 光学胶材料的单位销售成本计算如下：

编号	项目	值
A	丙烯酸采购单价	14,727.27 元/吨
B	OCA 光学胶材料占营业成本比	60%-80%
C	OCA 光学胶原材料成本中丙烯酸占比	50%

D	OCA 光学胶原材料生产中材料的损耗率	10%-20%
$E = ((A/B)/C) / (1 - D)$	OCA 光学胶原材料单位成本	40,909.08 元/吨~61,363.63 元/吨

根据上述假设，丙烯酸 2021 年 11 月的采购单价为 14,727.27 元，3M 使用丙烯酸作为主材生产的 OCA 光学胶原材料成本为 40,909.08 元/吨~61,363.63 元/吨，2021 年 11 月 3M 销售给公司的 LCD 用 OCA 光学胶原材料单价为 118,654.21 元/吨，3M 的毛利率为 48.28%-65.52%。

综上，虽然 2021 年上半年丙烯酸等原材料价格呈现上涨的趋势，但 3M 集团的产品售价有所降低，主要原因在于 3M 集团的产品附加值较高，3M 集团在优先考虑自身的利润率水平的基础上，会结合市场竞争行情最终确定与客户的交易价格。随着公司 LCD 用光学胶膜产品售价及毛利率的降低，公司与 3M 集团协商降低了采购价格，具备合理性。

3. 公开信息显示厦门三德信与深圳怡钛积的采购单价

(1) 厦门三德信科技股份有限公司成立于 2005 年，为客户提供光电显示行业专用的胶材、膜片材、专用吸塑包装及多工艺整体解决方案，主要产品包括 OCA 光学胶、偏光片、柔性盖板、吸塑托盘。2019 年完成新三板挂牌，2020 年已经摘牌。由于新三板公开转让说明书的信息披露准则与创业板有所差异，其 2019 年公开转让说明书及其他相关公开信息中未披露有关采购单价的信息。

(2) 深圳怡钛积科技股份有限公司成立于 2001 年，主要产品有 LCD-TFT 和 OLED 屏光学显示材料、氟化学材料、UV 树脂材料以及光学胶、偏光片等显示材料的精密成型，其在公司报告期内未披露过财务数据，其公开转让说明书及其他相关公开信息中也未披露有关采购单价的信息。

根据对 3M 集团的访谈，3M 集团在优先考虑自身的利润率水平的基础上确定与客户的交易价格。3M 集团对客户的销售价格基本是一致的，根据客户的资质、采购规模、合作的情况等因素，3M 集团主要是在付款条件、新的合作机会等方面，给予不同的待遇。3M 集团光学胶原材料的其他主要客户包括厦门三德信、深圳怡钛积等，3M 集团对其销售价格与公司基本一致。

综上，3M 集团与公司交易的价格定价公允，与 3M 集团销售给其他客户的价格不存在较大差异。

(四) 核查程序及结论

1. 核查程序

我们实施了以下核查程序：

- (1) 统计加工模式与经销模式下向 3M 集团的采购金额；
- (2) 查询了公司与 3M 集团在报告期内、报告期外签订的相关协议，了解约束性、限制性条款，并对各年度签订的协议进行比对；
- (3) 对 3M 集团进行访谈，了解双方的交易内容、合作模式、3M 集团对公司及其他客户的定价方式、采购单价的公允性等情况；
- (4) 统计公司向不同 OCA 光学胶供应商的采购单价，并进行比对；
- (5) 查阅厦门三德信与深圳怡钛积披露的公开信息，了解其与 3M 集团协议签订、采购情况。

2. 核查结论

经核查，我们认为：

- (1) 公司与 3M 集团签订的加工商协议和经销商协议一年一签、到期续签，协议内容以 3M 集团提供的格式文本为主，各年度签订的协议内容基本未发生变化，加工商协议的主要条款在公司成为 3M 集团的经销商前后未发生实质变化；3M 集团在新产品推向市场进行验证时，出于材料研发改进和品质改善的考虑，通常会先自行模切加工后通过经销商对外销售片材成品。由于公司在客户资源、服务能力、响应速度、给客户的信用期限等方面的优势，因此 3M 集团将部分产品交由公司进行经销，具有商业合理性；
- (2) 公司与 3M 集团签订的协议存在限制经销、最低采购额、知识产权、指定产品、指定区域等方面的规定，报告期内，公司根据与 3M 集团签订的各项协议要求开展业务，按协议要求履行，未发生违约情况；公司、3M 集团其他客户与 3M 集团签订的协议内容以 3M 集团提供的格式文本为主，协议内容无明显差异；
- (3) 经过与 3M 集团的访谈以及查阅同行业公司的公开披露信息，无法获取明确的采购单价信息与公司进行比较，但根据访谈中 3M 集团的回复，其对客户的销售价格基本是一致的，公司向 3M 集团的采购单价具有公允性；由于采购量、采购方式、品牌材料差异等方面的影响，报告期内，公司向三菱化学和 3M 集团采购的同类 OCA 产品采购单价存在一定差异，具有合理性。

二、关于 OCA 光学胶膜产品单价

申请文件及首轮问询回复显示：

(1) LCD 手机屏用产品与触控平板电脑屏用产品为发行人主要 OCA 光学胶膜产品。报告期各期，发行人 LCD 手机屏用产品单价分别为 152.35 元/平方米、138.86 元/平方米、143.48 元/平方米和 122.33 元/平方米，触控平板电脑屏用产品单价分别为 254.13 元/平方米、252.13 元/平方米、233.56 元/平方米和 200.45 元/平方米，两类产品销售单价呈逐步下降趋势。

(2) 发行人 LCD 手机屏用 OCA 光学胶膜销售单价逐年下降，主要原因是 LCD 显示技术为传统的显示技术且技术成熟。

(3) 发行人触控平板电脑屏用 OCA 光学胶膜产品主要应用于 iPad，报告期内主要向欧菲光、业成科技销售该类产品。

请发行人：

(1) 说明报告期各期 LCD 手机屏用产品与触控平板电脑屏用产品毛利率及变动情况，并量化分析变动原因。

(2) 结合 LCD 手机屏用产品技术方向、终端品牌 LCD 手机产品价格波动、发行人

对上下游的议价能力等说明 LCD 手机屏用产品销售单价、毛利率的未来趋势。

(3) 结合报告期内 iPad 出货量、终端产品销售单价变动、发行人对欧菲光与业成科技销售单价差异等说明发行人触控平板电脑屏用产品单价呈下降趋势的原因，并分析触控平板电脑屏用产品销售单价、毛利率的未来趋势。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。（审核问询函第二条）

(一) 说明报告期各期 LCD 手机屏用产品与触控平板电脑屏用产品毛利率及变动情况，并量化分析变动原因

报告期内，各期 LCD 手机屏用 OCA 光学胶膜与触控平板电脑屏用 OCA 光学胶膜毛利率及变动情况如下：

分类	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度
	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率
LCD 手机屏用	4.46%	-5.45%	9.91%	1.26%	8.64%	-12.68%	21.32%
触控平板电脑屏用	20.12%	-4.99%	25.12%	-5.62%	30.74%	1.09%	29.64%

报告期内，LCD 手机屏用产品毛利率分别为 21.32%、8.64%、9.91%和 4.46%，

触控平板电脑屏用产品毛利率分别为 29.64%、30.74%、25.12%和 20.12%。

1. LCD 手机屏用

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度
	金额	增长率	金额	增长率	金额	增长率	金额
单位售价（元/平方米）	122.33	-14.74%	143.48	3.33%	138.86	-8.85%	152.35
单位成本（元/平方米）	116.88	-9.58%	129.27	1.90%	126.86	5.83%	119.87
毛利率	4.46%	-	9.91%	-	8.64%	-	21.32%

LCD 手机屏用产品胶膜毛利率变动的单位售价和单位成本双因素分析如下：

项目	2021 年 1-6 月较 2020 年	2020 年较 2019 年	2019 年较 2018 年
单位售价因素	-15.58%	2.94%	-7.65%
单位成本因素	10.13%	-1.68%	-5.03%
合计	-5.45%	1.26%	-12.68%

如上表所示，公司 LCD 手机屏用产品毛利率呈下滑趋势，主要受单位售价下滑的影响，报告期内，LCD 手机屏用产品的成本基本保持稳定，但由于 LCD 手机屏用产品为成熟产品，市场竞争激烈，售价呈现下降趋势。

(1) LCD 手机屏用产品单位售价变动情况

报告期内，公司 LCD 手机屏用产品单位售价分别为 152.35 元/平方米、138.86 元/平方米、143.48 元/平方米和 122.33 元/平方米，销售单价较低且总体呈现下降的趋势，主要原因为 LCD 显示技术为传统的显示技术，技术成熟，产品售价相对较低并呈下降趋势。

其中 2020 年平均售价较 2019 年上升 3.33%，主要系公司 2020 年挖孔屏销量占 LCD 手机屏用产品的比例由 2019 年的 21.09%增加至 51.32%。挖孔屏单价相对较高，2020 年挖孔屏平均销售单价为 179.17 元/平方米，因此导致公司 LCD 手机屏用产品销售单价小幅上升。

(2) LCD 手机屏用产品单位成本变动情况

公司 LCD 手机屏用产品成本变动主要受原材料采购价格影响。报告期内，公司 LCD 手机屏用产品主要原材料采购情况及价格变动趋势如下：

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
采购量（万平方米）	126.93	271.32	248.31	139.12
采购金额（万元）	8,563.07	21,327.68	18,809.02	9,744.72

平均单价（元/平方米）	67.46	78.61	75.75	70.04
-------------	-------	-------	-------	-------

报告期内，公司材料采购价格总体保持稳定，2019年、2020年单位采购单价较2018年略有上升主要系采购结构发生了变化。公司单位成本变动趋势与材料采购价格变动趋势一致。

2. 触控平板电脑屏用

项目	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年
	金额	增长率	金额	增长率	金额	增长率	金额
单位售价（元/平方米）	200.45	-14.18%	233.56	-7.37%	252.13	-0.79%	254.13
单位成本（元/平方米）	160.12	-8.45%	174.90	0.15%	174.63	-2.33%	178.79
毛利率	20.12%	-	25.12%	-	30.74%	-	29.64%

触控平板电脑屏用产品毛利率变动的单位售价和单位成本双因素分析如下：

项目	2021年1-6月较2020年	2020年较2019年	2019年较2018年
单位售价因素	-12.37%	-5.51%	-0.56%
单位成本因素	7.38%	-0.12%	1.65%
合计	-4.99%	-5.62%	1.09%

如上表所示，报告期内，公司触控平板电脑用产品毛利率总体呈现下降的趋势，但维持在相对较高的水平，主要原因为单价的下降幅度大于成本的下降幅度。公司触控平板电脑用产品2019年毛利率基本稳定，2020年、2021年上半年毛利率分别下滑5.62%和4.99%，主要原因为平均售价下滑。

(1) 触控平板电脑用产品单位售价变动情况

报告期内，公司触控平板电脑用产品单位售价分别为254.13元/平方米、252.13元/平方米、233.56元/平方米和200.45元/平方米，单位售价总体呈现下降的趋势，主要原因为消费电子产品上市后价格一般会逐渐下降，公司作为产业链上游供应商，客户一般会要求按季度调价或按累计出货量调价。

(2) 触控平板电脑用产品单位成本变动情况

公司触控平板电脑用产品成本变动主要受原材料采购价格影响。报告期内，公司触控平板电脑用产品主要原材料采购情况及价格变动趋势如下：

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
采购量（万平方米）	28.05	150.63	58.56	75.25
采购金额（万元）	2,731.52	16,307.52	6,588.13	8,566.36

平均单价（元/平方米）	97.37	108.26	112.51	113.83
-------------	-------	--------	--------	--------

如上表所示，报告期内，公司触控平板电脑用产品主要原材料采购价格总体呈现下降趋势。公司单位成本变动趋势与材料采购价格变动趋势基本一致。

（二）结合 LCD 手机屏用产品技术方向、终端品牌 LCD 手机产品价格波动、发行人对上下游的议价能力等说明 LCD 手机屏用产品销售单价、毛利率的未来趋势

1. LCD 手机屏用产品技术发展非常成熟

手机屏显示技术主要分为 LCD 和 OLED，LCD 是传统的显示技术，发展成熟，故 LCD 手机屏相应配套产品（如 OCA 光学胶膜）也较为成熟，附加值较低，市场竞争激烈。

随着 OLED 面板进一步普及，很多中高端机型逐步标配 OLED 屏，根据 DSCC 的统计，全球智能手机屏幕 OLED 面板出货量占比已经由 2016 年的 24% 上升至 2020 年的 44.6%，预计 2021 年全球智能手机 OLED 出货量将开始超过 LCD，2022 年占比将达到 57.1%。

随着近年来中高端手机逐渐采用 OLED 屏，OLED 显示技术在智能手机市场应用逐渐广泛，OLED 产品市场份额迅速增长。

2. 终端品牌 LCD 手机产品价格波动

部分市面主流 LCD 手机型号发售价格与目前价格比较情况：

单位：元

型号	发售时间	发售价格	京东目前价格
华为荣耀 Play3e	2019 年 9 月	899	798
OPPO A8	2019 年 12 月	1,199	869
小米 Redmi 8A	2019 年 10 月	699	578
小米 Redmi Note9 Pro	2020 年 11 月	1,599	1,399
OPPO K7x	2020 年 11 月	1,499	1,399

注：京东目前价格查询日期为 2021 年 10 月 13 日，下同

如上表，市面上 LCD 显示技术主要应用于中低端手机，多数售价在 2000 元以下，由于消费电子品的特性，在发售之后价格逐渐下降。

3. 公司对上下游的议价能力

（1）对上游的议价能力

公司的主要上游供应商为 3M 集团，3M 集团是世界知名的跨国公司，在新材料等领域技术全球领先，是市场上主要的 OCA 光学胶原材料供应商之一，在与公司的交易中拥有较大的议价权。公司在成本加成的基础上，考虑本身的毛利率水平及市场行情，保证自身具有一定的盈利能力，如果客户对相关产品降价，公司也会与供应商协商，要求供应商相应降低原材料的价格。

(2) 对下游的议价能力

公司的客户主要是京东方、华星光电、天马微电子、维信诺、业成科技等知名显示面板企业，拥有较强的议价能力。公司向客户报价时综合考虑产品种类、市场竞争行情等因素保证一定的毛利率。由于消费电子产品上市后价格一般会逐渐下降，公司作为产业链上游供应商，客户会定期与公司议价并调整价格，一般调价周期为按季度调价或按累计出货量调价，该价格调整机制为行业惯例。

4. LCD 手机屏用产品销售单价、毛利率的未来趋势

报告期内，公司 LCD 手机屏用产品销售单价、毛利率波动情况如下：

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
单价（元/平方米）	122.33	143.48	138.86	152.35
毛利率	4.46%	9.91%	8.64%	21.32%

由于 LCD 手机显示技术发展较为成熟，故 LCD 手机屏用产品附加值较低，市场竞争较为激烈。报告期内，LCD 手机屏用产品销售单价、毛利率总体呈现下降趋势，未来，随着 OLED 手机显示在中高端智能手机显示技术中逐渐成为主流，LCD 手机屏用产品竞争可能会进一步加剧，单价继续呈现下降趋势。

在 LCD 手机屏用产品单价持续走低的背景下，公司毛利率也呈现下滑的趋势。公司的定价原则为成本加成，公司与供应商积极议价，降低采购成本，确保毛利率保持在合理的区间内波动。

(三) 结合报告期内 iPad 出货量、终端产品销售单价变动、发行人对欧菲光与业成科技销售单价差异等说明发行人触控平板电脑屏用产品单价呈下降趋势的原因，并分析触控平板电脑屏用产品销售单价、毛利率的未来趋势

1. 结合报告期内 iPad 出货量、终端产品销售单价变动、公司对欧菲光与业成科技销售单价差异等说明公司触控平板电脑屏用产品单价呈下降趋势的原因

(1) 报告期内 iPad 的出货量

根据 IDC 的统计，报告期内 iPad 的出货量分别为 44.90 百万台、49.90 百

万台、53.20 百万台和 25.60 百万台，基本稳定，呈现略有增长的态势。

报告期内，公司 iPad 用 OCA 光学胶膜产品出货量分别为 15.07 百万片、12.03 百万片、31.46 百万片和 5.84 百万片。2020 年，公司 iPad 用 OCA 光学胶膜产品出货量增长较多，主要是 2020 年公司对业成科技的销售大幅增长；2021 年 1-6 月，由于欧菲光与境外特定客户终止交易，公司与欧菲光的交易大幅下降，因此产品出货量也随之下滑。

(2) 报告期内 iPad 的销售价格

经查询目前市场上主流的 iPad 出厂价和目前市场价对比如下：

单位：元

产品分类	代数	内存	上市时间	新品上市价格	京东目前价格
iPad	第八代	32G 无线局域网机型	2020 年	2,499	2,499
	第九代	64G 无线局域网机型	2021 年	2,499	2,499
iPad Pro	第五代	128G 无线局域网机型 11 寸	2021 年	6,199	5,799
		128G 无线局域网机型 12.9 寸	2021 年	8,499	8,499
iPad Air	第四代	64G 无线局域网机型	2020 年	4,799	4,399
iPad mini	第五代	64G 无线局域网机型	2019 年	2,999	2,688
	第六代	64G 无线局域网机型	2021 年	3,799	3,799

如上表所示，iPad 上市之后销售单价总体小幅下降，较为稳定。

(3) 报告期内，公司销售欧菲光和业成科技 iPad 用 OCA 光学胶膜销售价格如下：

单位：元/平方米

客户	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度
	平均单价	变动率	平均单价	变动率	平均单价	变动率	平均单价
欧菲光	214.02	-9.41%	236.26	-8.03%	256.88	-0.69%	258.68
业成科技	207.62	-10.14%	231.06	-10.63%	258.53	-	-

如上表所示，报告期内，公司销售给欧菲光 iPad 用 OCA 光学胶膜单位售价分别为 258.68 元/平方米、256.88 元/平方米、236.26 元/平方米和 214.02 元/平方米；2019 年至 2021 年上半年，销售给业成科技的单位售价分别为 258.53 元/平方米、231.06 元/平方米和 207.62 元/平方米，两家主要客户平均销售单价以及价格变动率相近，且总体均呈现下降的趋势。

公司触控平板电脑屏用产品价格呈现下降趋势的原因主要为，消费电子产品

上市后价格一般会逐渐下降，公司作为产业链上游供应商，客户一般会要求按季度调价或按累计出货量调价，及原材料的采购成本也呈现降低的趋势，因此公司触控平板电脑屏用产品价格会相应逐渐下降。同时，由于苹果为世界知名的消费电子企业，品牌保值能力较强，在平板电脑的市场占有率高，因此 iPad 的终端销售价格虽然有所下滑，但降幅较低。

综上所述，报告期内终端市场 iPad 出货量较为稳定，终端产品销售单价变动较小，公司对欧菲光与业成科技销售单价差异较小，上述因素对公司触控平板电脑屏用产品单价影响较小，公司单价呈下降趋势主要受市场行情导致的客户调价及原材料采购价格降低的影响。

2. 分析触控平板电脑屏用产品销售单价、毛利率的未来趋势

报告期内，公司触控平板电脑屏用产品平均销售单价分别为 254.13 元/平方米、252.13 元/平方米、233.56 元/平方米和 200.45 元/平方米，毛利率分别为 29.64%、30.74%、25.12%和 20.12%，均呈现下降趋势，但总体维持在相对较高的水平。由于触控平板电脑屏用产品的终端客户为苹果，产品附加值较高，因此触控平板电脑屏用产品的销售单价、毛利率仍会维持在相对较高的水平。

（四）核查程序及结论

1. 核查程序

我们实施了以下核查程序：

（1）计算各产品报告期内的单位售价、单位成本，分析变动原因，结合主要产品单位售价、单位成本变化情况量化分析各产品毛利率变动原因；

（2）查询 LCD 手机、iPad 平板电脑终端产品价格情况，并结合分析公司未来相关领域产品的单价、毛利率变化趋势；

（3）查询研究机构统计的数据，了解 LCD 手机显示技术的发展情况及未来趋势；

（4）访谈公司销售负责人，了解公司对客户的议价能力、定价政策、调价机制等情况。

2. 核查结论

经核查，我们认为：

（1）报告期内，公司 LCD 手机屏用产品毛利率呈下滑趋势，主要受单位售价下滑的影响；公司触控平板电脑用产品毛利率总体呈现下降的趋势，但维持在相

对较高的水平，主要原因为销售单价的下降幅度大于成本的下降幅度；

(2) 由于 LCD 手机屏用产品技术发展已经成熟，市面上 LCD 显示技术主要应用于中低端手机，LCD 手机屏用产品竞争可能会进一步加剧，未来随着 OLED 手机显示在中高端智能手机显示技术中逐渐成为主流，LCD 屏用产品单价可能继续呈现下降趋势；在 LCD 手机屏用产品单价持续走低的背景下，公司毛利率也呈现下滑的趋势，尽管公司上下游的议价能力较强，公司的定价原则为成本加成，公司将与供应商积极议价，降低采购成本，确保毛利率保持在合理的区间内波动；

(3) 报告期内终端市场 iPad 出货量较为稳定，终端产品销售单价变动较小，公司对欧菲光与业成科技销售单价差异较小，上述因素对公司触控平板电脑屏用产品单价影响相对较小，公司单价呈下降趋势主要受市场行情导致的客户调价及原材料采购价格降低的影响；由于触控平板电脑屏用产品的终端客户为苹果，产品附加值较高，因此触控平板电脑屏用产品的销售单价、毛利率仍会维持在相对较高的水平。

三、关于主要客户京东方、维信诺、欧菲光

申请文件及首轮问询回复显示：

(1) 报告期内，京东方主营业务收入分别为 9,462,954.79 万元、11,286,912.90 万元、13,183,905.12 万元和 10,557,994.13 万元。报告期内，发行人对京东方的销售金额分别为 14,487.47 万元、17,370.70 万元、18,166.86 万元和 8,745.60 万元。

(2) 2019 年、2020 年和 2021 年上半年，发行人对维信诺销售收入分别为 1,619.04 万元、1,993.96 万元和 1,970.75 万元；公开信息显示，维信诺 2019 年、2020 年扣非后净利润为负，2021 年上半年扣非前后净利润均为负。

(3) 欧菲光 2021 年 3 月公告与境外特定客户终止采购关系，发行人 2021 年上半年对欧菲光销售收入大幅减少；首轮问询回复显示，欧菲光仍然是发行人的重要客户。

请发行人：

(1) 结合京东方销售收入主要增长来源与向发行人主要采购产品类型情况，分析说明 2021 年上半年对京东方销售收入增长低于京东方主营业务收入增长规模的原因，未来对京东方销售的可持续性。

(2) 说明维信诺近年扣非净利润持续为负，但对其销售收入持续增长的原因。

(3) 说明未来对欧菲光的销售预计情况，结合欧菲光相关经营情况及其现金流情况说明对其是否存在回款风险，销售是否具有可持续性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。（审核问询函第三条）

(一) 结合京东方销售收入主要增长来源与向发行人主要采购产品类型情况，分析说明 2021 年上半年对京东方销售收入增长低于京东方主营业务收入增长规模的原因，未来对京东方销售的可持续性

1. 京东方销售收入主要增长来源与向公司主要采购产品类型情况

(1) 2021 年上半年京东方经营情况

根据京东方 2021 年半年度报告，其 2021 年上半年显示类产品实现营业收入 10,467,338.19 万元，占营业收入的比例为 97.57%，显示类产品销量同比增长 18%，销售面积同比增长 45%，销量增幅明显小于销售面积的增幅，京东方 2021 年上半年收入增长主要受益于中大尺寸显示产品的增长。根据京东方公众号、官方网站等公开披露信息，其 2021 年上半年显示类产品收入中，IT 类（平板电脑、笔记本电脑、显示器）占比约为 40%，TV 类占比约 30%，手机及其他创新类占比约 30%。

(2) 京东方公司主要采购产品类型情况

公司与京东方的交易主要为小尺寸智能手机用 OCA 产品，报告期内，公司对京东方的销售收入中应用于智能手机显示的占比分别为 96.59%、97.16%、87.58% 和 95.48%。

2. 分析说明 2021 年上半年对京东方销售收入增长低于京东方主营业务收入增长规模的原因，未来对京东方销售的可持续性

2020 年、2021 年 1-6 月京东方主营业务收入为 13,183,905.12 万元和 10,557,994.13 万元，公司对京东方的销售收入为 18,166.86 万元和 8,745.60 万元。2021 年上半年公司对京东方的销售收入低于其主营业务收入增长规模的原因为：(1) 公司与京东方的产品应用领域有所不同，双方收入变动趋势可能存在不一致性。公司销售给京东方的产品主要应用于智能手机，而 2021 年上半年京东方对外销售的产品中，手机及其他创新类占比仅占约 30%；(2) 2021 年上半年京东方显示类产品销量同比增长 18%，销售面积同比增长 45%，其中大尺寸显

示产品销量增长显著，对公司向京东方销售收入的提升作用较小。综上，2021年上半年对京东方销售收入增长低于京东方主营业务收入增长规模具有合理性。

报告期内，公司对京东方的销售金额较为稳定，分别为 14,487.47 万元、17,370.70 万元、18,166.86 万元和 8,745.60 万元，公司与京东方签订的框架协议每年自动延续，合作关系良好。因此，公司对京东方的销售具有持续性。

(二) 说明维信诺近年扣非净利润持续为负，但对其销售收入持续增长的原因

1. 维信诺近年扣非净利润持续为负的原因

维信诺 2019 年至 2021 年上半年收入、成本费用等情况如下所示：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度	
	金额	营收占比	金额	营收占比	金额	营收占比
营业收入	140,410.49	100%	343,433.11	100%	268,955.92	100%
营业成本	137,325.28	98%	250,449.99	73%	198,795.42	74%
销售费用	1,651.12	1%	3,621.69	1%	5,164.94	2%
管理费用	22,822.70	16%	48,257.53	14%	59,338.96	22%
研发费用	46,482.61	33%	65,858.66	19%	58,184.06	22%
财务费用	31,245.22	22%	61,986.40	18%	66,978.89	25%
各项费用（不含营业成本）占收入比	102,201.66	73%	179,724.27	52%	189,666.85	71%
经营活动产生的现金流量净额	141,495.09	-	75,538.95	-	120,948.30	-

通过查阅维信诺公开披露信息，2019 年至 2020 年，维信诺营业收入总额持续增长，其所处行业为 OLED 新型显示行业，是资本技术双密集型产业，其固安产线处于产线建设和爬坡期，产线日常运转发生的运营管理费用，以及为量产和技术储备进行的持续高额的研发投入，以及融资相关的成本费用，是导致近年来维信诺扣除非经常损益后净利润连续亏损的主要原因。

2. 公司对维信诺销售收入持续增长的原因

维信诺的主营业务为 OLED 新型显示产品的研发、生产、销售和技术服务，主要产品为中小尺寸 OLED 显示器件，应用领域涵盖智能手机、智能穿戴、车载显示等方面。公司对维信诺的销售收入主要为 OLED 用 OCA 光学胶膜产品，是维信诺用于生产的原材料之一。

2019 年至 2021 年上半年，公司对维信诺的销售收入与维信诺主营业务收入如下表所示：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度
公司对维信诺的销售收入	1,970.75	1,993.96	1,619.04
维信诺主营业务收入	259,804.51[注]	210,977.71	177,049.84

[注]根据维信诺 2021 年半年度报告，其 2021 年上半年确认的某终端公司、深圳市智信新信息技术有限公司和荣耀终端有限公司的销售收入中的试车收入 136,218.34 万元冲抵了在建工程，此部分加上后，维信诺 2021 年上半年主营业务收入由 123,586.17 万元调整为 259,804.51 万元后，与公司对其销售收入更具可比性

如上表所示，2019 年至 2021 年上半年，公司对维信诺的销售收入随着维信诺的主营业务收入增长而增加，具有合理性。

(三) 说明未来对欧菲光的销售预计情况，结合欧菲光相关经营情况及其现金流情况说明对其是否存在回款风险，销售是否具有可持续性

1. 未来对欧菲光的销售预计情况，销售是否具有可持续性

欧菲光于 2021 年 3 月 17 日公告与境外特定客户终止采购关系，公司与欧菲光的交易产品终端应用为苹果，随着欧菲光与苹果终止合作关系，公司向欧菲光交付前期订单之后，2021 年 4 月起不再与欧菲光发生苹果产品的交易。未来若欧菲光与苹果的合作关系持续终止，公司与欧菲光预计不会发生与苹果相关的产品交易，但后续不排除公司与欧菲光发生其他业务的可能。

2. 结合欧菲光相关经营情况及其现金流情况说明对其是否存在回款风险

(1) 2021 年欧菲光生产经营与财务状况

根据欧菲光于 2021 年 8 月 31 日披露的 2021 年半年度报告，其 2021 年上半年营业收入为 1,174,168.33 万元，同比减少 49.96%；2021 年上半年净利润为 3,389.70 万元，同比减少 93.25%；2021 年上半年经营活动产生的现金流量净额为 238,080.57 万元，同比增加 45.43%。欧菲光 2021 年半年度业绩大幅下滑的主要原因为苹果与其终止合作关系，经营活动现金流增加的主要原因为由于客商账期差的影响，采购付款的下降幅度大于销售回款的下降幅度。

(2) 公司是否存在对欧菲光的回款风险

截至本反馈意见回复出具之日，公司对欧菲光的应收账款余额为 0 万元，应收账款已全部收回，不存在回款风险。

(四) 核查程序及结论

1. 核查程序

我们实施了以下核查程序：

(1) 获取京东方公开披露信息，了解其 2021 年上半年收入增长原因，与公司对其销售情况进行比对；

(2) 获取维信诺公开披露信息，了解其主营业务、主要产品、财务数据、经营情况等信息，与公司对其销售情况进行比对；

(3) 查阅了欧菲光定期报告，了解其与苹果终止交易后的经营情况；

(4) 获取了欧菲光在 2021 年的回款单，核实回款的真实性和准确性。

2. 核查结论

经核查，我们认为：

(1) 公司与京东方的交易主要为小尺寸智能手机用 OCA 产品，京东方 2021 年上半年收入增长主要受益于中大尺寸显示产品的增长，产品类别有所不同，因此，2021 年上半年对京东方销售收入增长低于京东方主营业务收入增长规模具有合理性；报告期内，公司对京东方的销售金额较为稳定，公司与京东方签订的框架协议每年自动延续，合作关系良好，因此公司未来对京东方的销售具有可持续性；

(2) 公开资料显示，维信诺所处行业为 OLED 新型显示行业，是资本技术双密集型产业，其固安产线处于产线建设和爬坡期，产线日常运转发生的运营管理费用，以及为量产和技术储备进行的持续高额的研发投入，以及融资相关的成本费用，是导致近年来维信诺扣除非经常损益后净利润连续亏损的主要原因，具有合理性；公司对维信诺销售的产品与维信诺主要产品具有相关性，是其用于生产的原材料之一。2019 年-2021 年上半年，公司对维信诺的销售收入随着维信诺的主营业务收入增长而增加，具有合理性；

(3) 截至本反馈意见回复出具之日，公司对欧菲光的应收账款余额为 0 万元，应收账款已全部收回，不存在回款风险；未来若欧菲光与苹果的合作关系持续终止，公司与欧菲光预计不会发生与苹果相关的产品交易，但后续不排除公司

与欧菲光发生其他业务的可能。

四、关于股份支付

申请文件及首轮问询回复显示：

(1) 2020 年 4 月发行人股权激励计提股份支付时对应公允价值 3,598.39 万元，对应 2019 年、2020 年市盈率分别为 10 倍、5.63 倍。

(2) 发行人离职员工的股份处理原则是需要将其持有的合伙企业份额转让给持股平台的普通合伙人或者普通合伙人的指定内部人员，转让价格为原始价格加上同期银行存款利息；发行人与股权激励认购对象签署的《股权激励计划书》约定了不少于 3 年的服务期，并以服务期 3 年进行股份支付摊销。

请发行人：

(1) 结合 2020 年第一季度营业收入、净利润及同比变动情况，进一步分析 2020 年 4 月股份支付公允价值确定的合理性，并结合前述情况测算若 2020 年 4 月股权激励公允价格以 2020 年当年净利润作为测算依据，对发行人的业绩影响情况。

(2) 说明员工是否在 IPO 成功前、后离职均需按原始价格加上同期银行存款利息转让其持有的股份；并结合《企业会计准则》等相关规则说明服务期是否构成可行权条件及股份支付分摊的合理性。

(3) 按照本所《创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 22 的信息披露要求，在招股说明书中补充披露员工持股计划员工离职后股份处理相关内容。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。（审核问询函第四条）

(一) 结合 2020 年第一季度营业收入、净利润及同比变动情况，进一步分析 2020 年 4 月股份支付公允价值确定的合理性，并结合前述情况测算若 2020 年 4 月股权激励公允价格以 2020 年当年净利润作为测算依据，对发行人的业绩影响情况

1. 公司 2020 年第一季度营业收入、净利润及同比变动情况

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		变动金额		变动率	
	营业收入	净利润	营业收入	净利润	营业收入	净利润	营业收入	净利润

第一季度	11,864.80	943.99	10,006.26	739.95	1,858.54	204.04	18.57%	27.57%
------	-----------	--------	-----------	--------	----------	--------	--------	--------

公司 2020 年第一季度的营业收入和净利润较上年同期分别增长 18.57%和 27.57%，未出现大幅增长的情况。

2. 2020 年 4 月股份支付公允价值确定的合理性

公司在 2019 年末开始筹划股权激励事项，并由实际控制人之一瞿清在 2019 年 12 月 25 日与陈剑等 32 名企业员工签订《合伙份额转让协议》，相关股权激励方案于 2020 年 4 月 18 日经 2020 年第一次临时股东大会审议通过。

由于公司在 2019 年末即开始筹划相关股权激励事项并在 2020 年 4 月股东大会审议通过后实施相关股权激励方案，同时 2020 年一季度净利润未出现大幅增长，公司实施相关股权激励方案时考虑到疫情等因素的影响，2020 年经营情况也存在较大的不确定性，故公司以实施相关股权激励方案时最近的 2019 年度审定净利润及 10 倍市盈率确定 2020 年 4 月股份支付公允价值具有合理性。

3. 若 2020 年 4 月股权激励公允价格以 2020 年当年净利润作为测算依据的业绩影响情况

(1) 股权激励授予价格

类别	时间	激励股份数 (万股)	总股数 (万股)	所占比例	每股授予 价格 (元)	总授予成 本(万 元)
首次授予	2020 年 4 月	694.80	8,700	7.9862%	2.09	1,449.82

(2) 以 2020 年当年净利润作为测算依据股份支付公允价值及股份支付费用

单位：万元

类别	对应年度净利润	市盈率倍 数	股权激励占比	公允价值	股份支付费用
首次授予（重 新计算）	8,004.28	10	7.9862%	6,392.39	4,942.57

(3) 上述股份支付费用对报告期各期净利润的影响情况

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度
2020 年 4 月涉及的股份支付费用在报告期各期按照 2020 年净利润测算的股份支付费用	823.76	1,235.64
2020 年 4 月涉及的股份支付费用在报告期各期按照 2019 年净利润列支股份支付费用	358.10	537.14
对净利润的影响	-465.67	-698.50

对当期扣除非经常性损益后净利润的影响	-465.67	-698.50
占当期扣除非经常性损益后净利润的比例	16.80%	8.93%

如上表，若 2020 年 4 月股权激励公允价格以 2020 年当年净利润作为测算依据，不会对公司的业绩产生重大不利影响。

(二) 说明员工是否在 IPO 成功前、后离职均需按原始价格加上同期银行存款利息转让其持有的股份；并结合《企业会计准则》等相关规则说明服务期是否构成可行权条件及股份支付分摊的合理性

1. 员工离职时股权转让价格的规定

根据公司与认购对象签署的《股权激励计划书》中“第九条激励对象个人情况发生变化的处理办法”，对员工离职相关的股份回购进行了约定，主要退出情形及处理办法如下：

《股权激励计划书》中约定的服务期为激励份额自被授予之日起 36 个月。

(1) 上市前

无论服务期内还是服务期外：须转让给持股平台普通合伙人或其指定人员，转让价格参照公司上一年度经审计的净资产（该价格至少为原始价格加上同期银行存款利息，实际离职时按照原始价格加上同期银行存款利息）；

(1) 上市后

服务期内：须转让给持股平台普通合伙人或其指定人员，转让价格为激励对象取得激励份额的原始价格加上同期银行存款利息；

服务期外：持股平台普通合伙人或其指定人员，有权按照“退出情形”发生日前 120 个交易日公司股票均价计算确定的价格受让激励份额（该价格至少不得低于激励对象取得出资份额的原始价格加上同期银行存款利息）；如普通合伙人或其指定人员不同意受让的，则持股平台须按照市价出售该部分激励份额对应的公司股份，并将转让所得在依法扣除相关税收及成本后支付给激励对象（由于太仓道合、太仓联为的全体合伙人已经承诺自上市之日起锁定 36 个月，因此，员工在 IPO 成功后在锁定期内离职的，待锁定期到期时再办理相关的合伙企业份额转让手续并支付相应对价）。

综上，员工在 IPO 成功前离职的，需按原始价格加上同期银行存款利息转让其持有的股份。员工在 IPO 成功后在服务期内离职的，需按原始价格加上同期银

行存款利息转让其持有的股份；IPO 成功后在服务期外离职的，可以按照市场价（120 个交易日均价或者当天市价）转让。

2. 结合《企业会计准则》等相关规则说明服务期是否构成可行权条件及股份支付分摊的合理性

根据《企业会计准则第 11 号——股份支付》，股份支付是指企业为获取职工和其他方提供服务而授予权益工具或者承担以权益工具为基础确定的负债的交易。以权益结算的股份支付换取职工提供服务的，应当以授予职工权益工具的公允价值计量。可行权条件是指能够确定企业是否得到职工或其他方提供的服务、且该服务使职工或其他方具有获取股份支付协议规定的权益工具或现金等权利的条件。股份支付的可行权条件包括期限条件和业绩条件。服务期限条件是指职工或其他方完成规定服务期限才可行权的条件。

同时根据《企业会计准则第 11 号——股份支付》第六条的规定：完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，在等待期内的每个资产负债表日，应当以对可行权权益工具数量的最佳估计为基础，按照权益工具授予日的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用和资本公积。对于可行权条件为规定服务期间的股份支付，等待期为授予日至可行权日的期间。

根据公司与认购对象签署的《股权激励计划书》，公司与激励对象之间约定：激励对象自授予之日起，应持续在公司或子公司任职不少于 3 年。因此，服务期构成可行权条件，且公司的股份支付费用应当在服务期内进行分期摊销，公司报告期内股份支付相关会计处理符合《企业会计准则》相关规定。

（三）按照本所《创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 22 的信息披露要求，在招股说明书中补充披露员工持股计划员工离职后股份处理相关内容

公司已在招股说明书中“第五节 公司基本情况/十四、公司本次申报前已经制定或实施的股权激励及相关安排/（四）员工离职后股份处理”补充披露如下内容：

根据公司股权激励计划书的约定，如果公司员工离职，离职员工需要将其持有的合伙企业份额转让给持股平台的普通合伙人或者普通合伙人的指定内部人员。员工在 IPO 成功前离职的，需按原始价格加上同期银行存款利息转让其持有的股份。员工在 IPO 成功后在服务期内离职的，需按原始价格加上同期银行存款

利息转让其持有的股份；IPO 成功后在服务期外离职的，可以按照市场价（120 个交易日均价或者当天市价）转让。

由于太仓道合、太仓联为的全体合伙人已经承诺自上市之日起锁定 36 个月，因此，员工在 IPO 成功后在锁定期内离职的，待锁定期到期时再办理相关的合伙企业份额转让手续并支付相应对价。

（四）核查程序及结论

1. 核查程序

我们实施了以下核查程序：

（1）查阅了公司报告期各期各季度财务报表，与股份支付公允价值计算过程进行比对；

（2）查阅了公司与激励对象签署的股权激励计划书，了解股权激励计划的服务期、锁定期、退出机制等规定；

（3）获取了激励对象出具的关于上市后股份锁定的承诺。

2. 核查结论

经核查，我们认为：

（1）由于公司在 2019 年末即开始筹划相关股权激励事项并在 2020 年 4 月股东大会审议通过后实施相关股权激励方案，同时 2020 年一季度净利润未出现大幅增长，公司实施相关股权激励方案时考虑到疫情等因素的影响，2020 年经营情况存在较大的不确定性，故公司以实施相关股权激励方案时最近的 2019 年度审定净利润及 10 倍市盈率确定 2020 年 4 月股份支付公允价值具有合理性；若 2020 年 4 月股权激励公允价格以 2020 年当年净利润作为测算依据，不会对公司的业绩产生重大不利影响。

（2）员工在 IPO 成功前离职的，需按原始价格加上同期银行存款利息转让其持有的股份。员工在 IPO 成功后在服务期内离职的，需按原始价格加上同期银行存款利息转让其持有的股份；IPO 成功后在服务期外离职的，可以按照市场价（120 个交易日均价或者当天市价）转让，由于太仓道合、太仓联为的全体合伙人已经承诺自上市之日起锁定 36 个月，因此，员工在 IPO 成功后在锁定期内离职的，待锁定期到期时再办理相关的合伙企业份额转让手续并支付相应对价；服务期构成可行权条件，且公司的股份支付费用应当在服务期内进行分期摊销，公司报告期内股份支付相关会计处理符合《企业会计准则》相关规定。

五、关于现金分红

申请文件及首轮问询回复显示, 2018年至2020年各年发行人现金分红金额为870.00万元、696.00万元及1,087.50万元。

请发行人说明现金分红是否与发行人财务状况相匹配, 是否可能对财务状况和新老股东利益产生重大影响。

请保荐人对发行人进行现金分红的必要性、合理性、合规性及款项用途进行核查, 就实施现金分红对发行人财务状况、生产经营的影响发表明确意见。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。(审核问询函第五条)

(一) 说明现金分红是否与发行人财务状况相匹配, 是否可能对财务状况和新老股东利益产生重大影响

1. 公司现金分红的基本情况

2019年4月22日, 公司第一届董事会第十一次会议、第一届监事会第六次会议分别审议通过《2018年年度利润分配方案》议案; 2019年5月16日, 公司2018年年度股东大会审议通过《2018年年度利润分配方案》议案。公司2018年年度权益分派方案以公司58,000,000股为基数, 向公司全体股东每10股派1.5元人民币现金, 合计派发870.00万元。

2020年4月29日, 公司第二届董事会第五次会议、第二届监事会第三次会议分别审议通过《2019年年度利润分配方案》议案; 2020年5月20日, 公司2019年年度股东大会审议通过《2019年年度利润分配方案》议案。公司2019年年度权益分派方案以公司58,000,000股为基数, 向公司全体股东每10股送红股5股, 每10股派1.2元人民币现金, 合计派发696.00万元。

2021年4月6日, 公司第二届董事会第十四次会议、第二届监事会第七次会议分别审议通过《关于公司2020年度利润分配的议案》; 2021年4月27日, 公司2020年年度股东大会审议通过《关于公司2020年度利润分配的议案》。公司2020年年度权益分派方案以公司87,000,000股为基数, 向公司全体股东每10股派1.25元人民币现金, 合计派发1,087.50万元。

以上现金分红均依法履行了公司董事会、股东大会审议程序, 截至本问询回复出具之日, 上述现金分红已实施完毕。

2. 现金分红各期公司的财务状况

单位：万元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
货币资金	6,901.59	2,701.45	1,645.20
未分配利润	14,248.48	10,484.88	7,295.16
净利润	7,984.31	4,505.75	5,008.27
现金分红金额	1,087.50	696.00	870.00
现金分红金额占未分配利润的比例	7.63%	6.64%	11.93%
现金分红金额占净利润的比例	13.62%	15.45%	17.37%

2018年至2020年各年，公司经营状况良好，业绩稳步增长，盈利能力较好，资产负债率较低。三年内，公司累计净利润17,498.34万元，且各年留存收益的余额较高，可满足未来公司的发展需求。因此，为回报股东支持，与全体股东共享公司的经营成果，依据公司《公司章程》所规定的股利分配政策，公司结合每年经营情况和财务状况，并经董事会、股东大会审议通过后向全体股东进行现金分红。

3. 现金分红对公司财务状况和新老股东利益的影响

2018年至2020年各年，公司历次现金分红金额的比例占公司未分配利润的比例较低，占公司净利润的比例均未超过20%且逐年下降。公司完成现金分红后，截至2021年6月30日，公司货币资金5,317.62万元，未分配利润15,966.10万元，公司仍持有符合周转需要的货币资金用于开展生产经营，报告期内公司的现金分红对公司财务状况未产生不利影响。同时经公司2021年第二次临时股东大会审议并通过，本次首次公开发行股票前形成的历年滚存的未分配利润由本次发行及上市完成后的新老股东按持股比例共享。

综上所述，2018年至2020年各年，公司历次现金分红均履行了必要的董事会、股东大会审议程序且已完成向股东派发，分红金额与公司财务状况相匹配，不会对财务状况和新老股东利益产生重大影响。

(四) 核查程序及结论

1. 核查程序

我们实施了以下核查程序：

(1) 查阅了公司的《公司章程》，了解与现金分红相关的规定；

(2) 查阅了与公司现金分红相关的董事会、监事会、股东大会会议资料，核实其合法合规性；

(3) 分析现金分红与公司财务状况的匹配性。

2. 核查结论

经核查，我们认为：2018年至2020年各年，公司历次分红金额与公司财务状况相匹配，不会对公司的财务状况和新老股东利益产生重大影响。

六、关于劳务外包

申请文件及首轮问询回复显示，报告期各期发行人劳务外包人员为109人、142人、250人及188人；劳务外包费用为586.93万元、945.80万元、1,339.60万元及870.90万元。

请发行人结合单位工时工资等进一步说明劳务外包费用公允性，说明在相同工时情况下，若按照劳动合同员工工资发放薪酬，对发行人报告期各期利润总额的影响情况。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。（审核问询函第六条）

（一）结合单位工时工资等进一步说明劳务外包费用公允性，说明在相同工时情况下，若按照劳动合同员工工资发放薪酬，对发行人报告期各期利润总额的影响情况

1. 劳务外包费用公允性

（1）公司对主要劳务外包公司支付的单位工时工资

报告期内，公司对主要劳务外包公司各工种支付的单位工时工资对比情况如下：

单位：元/小时

年度	劳务公司	包装检验员	接片员	仓库管理员	品质检验员
2021年1-6月	太仓捷久人力资源有限公司淮安分公司	29.07	28.05	26.40	28.02
	太仓市华裕人力资源服务有限公司	30.60	29.10	-	30.57
	太仓长乐人力资源有限公司	29.78	27.40	27.92	28.83
2020年度	苏州美诚劳务派遣有限公司	26.60	25.47	-	24.48
	太仓捷久人力资源有限公司淮安分公司	25.22	24.56	23.60	25.18

	太仓市华裕人力资源服务有限公司	26.38	24.75	-	25.94
	太仓长乐人力资源有限公司	24.87	23.70	23.26	24.99
2019 年度	苏州美诚劳务派遣有限公司	23.50	22.39	20.52	21.28
	苏州君威人力资源有限公司	23.59	22.79	21.79	22.38
	太仓捷久人力资源有限公司淮安分公司	23.01	22.29	22.39	21.84
	太仓市华裕人力资源服务有限公司	23.92	22.22	19.32	22.92
2018 年度	苏州美诚劳务派遣有限公司	20.94	20.89	20.70	20.03
	苏州君威人力资源有限公司	21.01	21.15	21.30	21.19
	太仓捷久人力资源有限公司淮安分公司	20.17	20.24	19.32	20.99
	太仓市华裕人力资源服务有限公司	20.44	20.19	-	17.63

公司与劳务外包单位不存在任何关联关系。如上表，报告期内，公司对主要劳务外包公司支付的单位工时工资差异较小。近年来随着人工成本的上升，单位工时工资逐年增加。

(2) 政府公布的非全日制小时工资

经查询，无法获取专门的劳务外包单位工时工资第三方数据，因此以当地政府公布的非全日制小时最低工资进行比较。报告期内，根据苏州市人力资源和社会保障局的数据，太仓市最低小时工资标准分别为 17 元/小时、18.5 元/小时、18.5 元/小时和 18.5 元/小时，公司支付给劳务外包公司的单位工时工资均高于最低小时工资标准，结合当地的经济发展程度和工资水平，劳务外包单位定价公允。

综上，报告期内，公司与劳务外包单位不存在任何关联关系。公司对主要劳务外包公司支付的单位工时工资差异较小，均高于最低小时工资标准，公司劳务外包定价公允。

2. 报告期内，主要单位工时工资对比情况及对报告期公司各期利润总额的影响情况如下：

单位：万元、万小时、元/小时

	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
劳务外包总费用(A)	870.90	1,339.60	945.80	586.93

劳务外包总工时(B)	30.79	52.53	39.92	25.76
单位劳务外包工时工资(C)=(A)/(B)	28.28	25.50	23.69	22.79
单位合同员工工时工资(D)	32.45	30.38	32.09	34.52
按单位合同员工工时工资测算的劳务外包费用(E)=(B)*(D)	999.13	1,595.69	1,280.85	889.19
报告期利润总额的影响(F)=(E)-(A)	128.23	256.09	335.05	302.26
占当期利润总额的比例	4.25%	2.81%	6.60%	5.34%

由上表，在相同工时情况下，劳务外包人员若按照劳动合同员工工资发放薪酬，对公司报告期各期利润总额的影响分别为 302.26 万元、335.05 万元、256.09 万元和 128.23 万元，占利润总额比例分别为 5.34%、6.60%、2.81%和 4.25%，影响较小。

综上，报告期内，公司劳务外包费用定价公允；在相同工时情况下，劳务外包人员若按照劳动合同员工工资发放薪酬，对公司报告期各期利润总额的影响较小。

(二) 核查程序及结论

1. 核查程序

我们实施了以下核查程序：

- (1) 取得并核查报告期内为公司提供劳务服务的劳务公司的劳务外包合同；
- (2) 对报告期内公司劳务人员及同类岗位劳动合同员工的工时、费用进行统计并进行比较；
- (3) 抽查劳务外包费用结算单据及发票；
- (4) 取得公司人员工薪酬政策、员工花名册、工资表；
- (5) 访谈人事部门负责人；
- (6) 查阅相关政府主管部门公布的最低小时工资标准。

2. 核查结论

经核查，我们认为：报告期内，公司与劳务外包单位不存在任何关联关系。公司对主要劳务外包公司支付的单位工时工资差异较小，均高于最低小时工资标准，劳务外包定价公允；在相同工时情况下，劳务外包人员若按照劳动合同员工工资发放薪酬，对公司报告期各期利润总额的影响分别为 302.26 万元、335.05 万元、256.09 万元和 128.23 万元，占利润总额比例分别为 5.34%、6.60%、2.81%

和 4.25%，影响较小。

专此说明，请予察核。



中国注册会计师：沈维华
中国注册会计师：汪兢



二〇二一年十二月三十一日