

关于江苏箭鹿毛纺股份有限公司
向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市
申请文件第二轮审核问询函的回复



保荐机构（主承销商）



住所：陕西省西安市高新区锦业路1号都市之门B座5层

二〇二三年八月

北京证券交易所：

贵所于 2023 年 7 月 13 日出具的《关于江苏箭鹿毛纺股份有限公司公开发行股票并在北交所上市申请文件的第二轮审核问询函》（以下简称“问询函”）已收悉，开源证券股份有限公司（以下简称“保荐机构”）作为江苏箭鹿毛纺股份有限公司（以下简称“箭鹿股份”、“发行人”或“公司”）向不特定合格投资者公开发行股票并在北交所上市的保荐机构（主承销商），会同发行人及发行人律师江苏世纪同仁律师事务所（以下简称“发行人律师”）和申报会计师立信会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”）等相关各方，本着勤勉尽责、诚实守信的原则，就问询函所提问题逐项进行认真讨论、核查与落实，并逐项进行了回复说明。现回复如下，请予以审核。

如无特别说明，本回复中使用的简称或名词释义与《江苏箭鹿毛纺股份有限公司招股说明书（申报稿）》（以下简称“招股说明书”）一致。本回复中若出现总计数尾数与所列数值总和尾数不符的情况，均为四舍五入所致。

本回复报告中的字体代表以下含义：

问询函所列问题	黑体（加粗）
对问询函所列问题的回复	宋体
涉及招股说明书的修订或补充披露	楷体（加粗）

目 录

问题 1.各库龄存货跌价计提比例的确定依据及充分性	3
问题 2.境外及贸易商销售的真实性	15
问题 3.其他问题	60

问题 1. 各库龄存货跌价计提比例的确定依据及充分性

根据问询回复材料，（1）发行人各期存货余额分别为 30,871.33 万元、37,639.90 万元和 37,938.12 万元，主要为库存商品（占比超过 60%）。发行人库存商品的库龄较长，各期末一年期以上库存商品占比接近 50%，其中各期末 3 年期以上的长库龄库存商品占比接近 20%，库存商品的库龄明显长于可比公司。

（2）发行人目前按照库存商品的账龄相应计提跌价准备，经对比南山智尚、江苏阳光等主营业务与发行人相近的可比公司均按照成本与可变现净值孰低计量存货跌价准备，其中可变现净值一般考虑售价、折扣率、售罄率等因素确定，尚无可比公司采取库龄法计提跌价准备。发行人各期存货跌价准备的计提比例分别为 11.96%、11.97%、13.2%，与同行业可比公司差异较大，未说明各库龄存货的跌价准备计提比例的确定因素。

请发行人：（1）说明采用库龄分析作为存货可变现净值的简化估计方法的背景、起始时间；结合发行人的存货结构及特点、库龄法计提存货跌价准备的适用范围等，分析发行人目前的存货跌价计提政策是否符合《企业会计准则》的规定；进一步梳理说明同行业可比公司的存货跌价计提政策，并结合发行人与同行业可比公司在产品类型、生产销售模式等方面的差异，说明发行人目前存货跌价计提方法与可比公司差异较大的合理性。（2）说明发行人各库龄存货跌价计提比例的具体考量因素、确定依据，结合各库龄存货的实际售罄率、销售价格折扣率等，说明各库龄存货跌价的计提比例是否合理，跌价准备计提是否充分。（3）说明发行人 2020 年退回产品金额较大（303.97 万元）的原因，关于退货的会计处理，退货产品的处置及是否充分计提减值准备，相应处理是否符合《企业会计准则》的规定。

请保荐机构、申报会计师核查上述事项并发表明确意见。

回复：

一、发行人说明

（一）说明采用库龄分析作为存货可变现净值的简化估计方法的背景、起始时间；结合发行人的存货结构及特点、库龄法计提存货跌价准备的适用范围等，分析发行人目前的存货跌价计提政策是否符合《企业会计准则》的规定；进一步梳理说明同行业可比公司的存货跌价计提政策，并结合发行人与同行业

可比公司在产品类型、生产销售模式等方面的差异，说明发行人目前存货跌价计提方法与可比公司差异较大的合理性。

1、说明采用库龄分析作为存货可变现净值的简化估计方法的背景、起始时间；

(1) 发行人采用库龄分析作为存货可变现净值的简化估计方法的背景

纺织服装产业链覆盖羊毛初加工、改性处理、制条、纺纱、织造、染整、面料、服装等诸多生产环节，存在产品品种数量众多、客户大批量定制化生产等行业特征，也导致纺织服装行业中有关产品在市场上难以查到相同产品的可比定价。

发行人的库存商品主要是精纺呢绒、服装和毛精纺纱，存货随库龄增长变现能力变弱；同时，发行人有几千种存货品种，按单个存货成本与其可变现净值逐一比较，工作量大、过程复杂且数据缺乏准确性，因此，发行人根据历史管理经验及存货自身的特点，采用库龄分析法作为存货可变现净值的简化估计方法。

(2) 库龄分析作为存货可变现净值的简化估计方法的起始时间

发行人基于自身存货的特点，从 2014 年新三板挂牌以来一直采用库龄分析法作为存货可变现净值的简化估计方法，未发生变化。

2、结合发行人的存货结构及特点、库龄法计提存货跌价准备的适用范围等，分析发行人目前的存货跌价计提政策是否符合《企业会计准则》的规定

(1) 库龄法计提存货跌价准备的适用范围

根据查阅深交所、上交所及北交所等有关上市公司按库龄法计提存货跌价的适用情况得知，存货的可变现净值与库龄存在直接对应关系，采用库龄法计提存货跌价的主要特征如下：

- 1) 有严格保质期限限制的商品，如食品、药品等；
- 2) 技术、款式升级换代很快的商品，如电子产品、服装等；
- 3) 有较强季节性的商品等。

(2) 发行人的存货结构及特点

- 1) 发行人自身库存商品种类数量情况

单位：品种

库存商品类型	2022年12月31日	2021年12月31日	2020年12月31日
服装	2,045	1,997	2,261
精纺呢绒	775	831	520
毛精纺纱	245	344	565
合计	3,065	3,172	3,346

报告期各期末，发行人库存商品种类数量分别为 3,346 种、3,172 种和 3,065 种，数量众多，按各品种分析商品可变现净值，难度较大且数据准确性难以保证，不便于发行人存货跌价计提的管理，而采用库龄法，更便于操作管理，存货跌价计提的数据更具有准确性，因此发行人选取库龄法具有合理性。

2) 产品的季节性

发行人主要产品系精纺呢绒、毛精纺纱和服装。发行人精纺呢绒产品和毛精纺纱呈现一定的季节性特征，两类产品大多在秋冬季节销售，每年的秋冬季是需求的旺季；此外，发行人服装产品的季节性主要表现为季节差异导致对服装产品种类的需求不同，春夏季裤料衬衫订单较多，秋冬季职业服装订单较多，综上所述，发行人该类产品属于按库龄法计提的适用范围。

3) 自身库存商品可比定价情况

报告期各期末，一方面发行人库存商品存在少量备货情况，因此无在手订单对应，也无法获取近期的市场售价情况，另一方面由于部分为定制化产品，公开市场上难以查到相同产品的可比定价，加之发行人库存商品品种数量繁多的特征，导致市场上无相同产品定价与发行人进行比较。在采用库龄法下，发行人合理估计可变现净值的经验数值，数据更准确，因此，发行人按照库龄计提库存商品的存货跌价准备体现了可变现净值情况，发行人选取库龄法具有合理性。

综上所述，发行人采用库龄分析法作为存货可变现净值的简化估计方法，具有合理性，符合《企业会计准则》要求。

3、进一步梳理说明同行业可比公司的存货跌价计提政策，并结合发行人与同行业可比公司在产品类型、生产销售模式等方面的差异，说明发行人目前存货跌价计提方法与可比公司差异较大的合理性。

(1) 同行业可比公司的存货跌价计提政策情况

可比公司	存货跌价准备计提政策	具体方法
江苏阳光	资产负债表日，存货应当按照成本与可变现净值孰低计	未披露

(600220)	量。当存货成本高于其可变现净值的，应当计提存货跌价准备。	
南山智尚 (300918)	资产负债表日，公司存货按照成本与可变现净值孰低计量，并按可变现净值低于存货成本的差额计提存货跌价准备，计入当期损益。公司按照会计政策的要求并结合存货的实际状况对账龄较长的存货充分计提了存货跌价准备。	未披露
红豆股份 (600400)	期末，在对存货进行全面盘点的基础上，对于存货因遭受毁损、全部或部分陈旧过时或销售价格低于成本等原因，预计其成本不可收回的部分，提取存货跌价准备。	未披露
七匹狼 (002029)	期末存货按成本与可变现净值孰低计量，存货期末可变现净值低于账面成本的，按差额计提存货跌价准备。	库龄法
比音勒芬 (002832)	期末存货按成本与可变现净值孰低计量，存货期末可变现净值低于账面成本的，按差额计提存货跌价准备。	库龄法
海澜之家 (600398)	期末，按照单个存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备，计入当期损益；以前减记存货价值的影响因素已经消失的，减记的金额应当予以恢复，并在原已计提的存货跌价准备金额内转回，转回的金额计入当期损益。	库龄法
箭鹿股份 (430623)	资产负债表日，存货应当按照成本与可变现净值孰低计量。当存货成本高于其可变现净值的，应当计提存货跌价准备。公司结合在手合同订单情况，将无合同订单支持的存货按其库龄情况，对应计提跌价准备。	库龄法

注：以上内容来源于上市公司公开信息。

经查阅可比公司公开披露信息，同行业可比公司中江苏阳光、红豆股份、南山智尚没有公开披露存货跌价准备的具体计提方式，七匹狼、比音勒芬、海澜之家均采用库龄法计提存货跌价准备，与公司具体计提方式一致。

(2) 同行业可比公司的主要产品情况

名称	行业	主要产品	产品应用领域
江苏阳光 (600220)	纺织服装	主要生产呢绒面料，供应给国内外采购商用于高级西装、套装、时装和机关制服等的制作。	面料、服装
南山智尚 (300918)	纺织服装	集纺织服饰智能制造与品牌运营为一体，主营业务为精纺呢绒及正装职业装的研发、设计、生产与销售。	面料、服装
红豆股份 (600400)	纺织服装	主要从事男装的生产与销售。	服装

七匹狼 (002029)	纺织服装	公司主要从事“七匹狼”品牌男装及针纺类产品的设计、生产和销售，致力于满足男士在不同场景下的穿着需求。主要产品包括衬衫、西服、裤装、茄克衫、针织衫以及男士内衣、内裤、袜子及其它针纺产品等。	服装
比音勒芬 (002832)	纺织服装	公司以服饰研发设计、品牌运营及数字化运营、营销网络建设及供应链管理为主要业务，坚持高端时尚运动服饰品牌定位，深耕主业。	服装
海澜之家 (600398)	纺织服装	是一家拥有多个品牌的服饰生活零售集团。公司拥有男装、女装、童装、职业装及生活家居等品牌。	服装
箭鹿股份 (430623)	纺织服装	主要从事精仿呢绒、毛精纺纱和服装的生产销售。	面料、服装

注：以上内容来源于上市公司公开信息。

经查阅可比公司公开披露信息，同行业可比公司中江苏阳光与南山智尚主要产品为面料和服装，红豆股份、七匹狼、比音勒芬、海澜之家主要产品为服装。

(3) 同行业可比公司的生产销售模式情况

1) 同行业可比公司的生产模式情况

名称	生产模式
江苏阳光 (600220)	公司纺织业务主要采用订单式生产销售模式，主要原材料是进口澳大利亚羊毛，主要生产呢绒面料，供应给国内外采购商用于高级西装、套装、时装和机关制服等的制作。
南山智尚 (300918)	公司采用自主生产为主、委托加工为辅的生产模式。
红豆股份 (600400)	红豆职业装定制业务主要以客户团体定制生产为主；红豆职业装定制业务以自主生产为主。
七匹狼 (002029)	公司采取以自主生产和外包生产相结合的产品生产模式。
比音勒芬 (002832)	作为自主高端品牌运营商，公司采用“哑铃型”的业务模式，即专注于设计研发、品牌运营与销售渠道的开发管控等核心环节；而将处于生产、运输配送等低附加值的环节外包。
海澜之家 (600398)	公司主要经营模式为连锁经营模式，除公司旗下职业装团购定制品牌圣凯诺采用传统的自主生产经营模式外（公司拥有完整的职业装生产线，按照订单生产产品，根据生产需要确定面辅料名称、规格、数量，按制定的面辅料采购计划进行采购，并将原材料加工成成品以后销售给客户），其余品牌均采用连锁经营模式。
箭鹿股份 (430623)	公司生产以自主生产为主，外协生产为辅。公司根据自身产能、交货周期长短、生产工艺复杂程度等因素，选择自产或外协的方式生产。针对自主生产，公司安排生产计划，通知相关部门实施。针对外协生产，公司对现有产能不能满足的订单，公司采取外协加工的形式进行生产，主要外协加工环节包括毛条、毛纱加工、成衣加工及面料加工。

注：以上内容来源于上市公司公开信息。

经查阅可比公司公开披露信息，同行业可比公司中江苏阳光、南山智尚、红豆股份、海澜之家主要为自主生产，七匹狼以自主生产和外包生产相结合，比音勒芬主要为外包生产。

2) 同行业可比公司的销售模式情况

名称	销售模式
江苏阳光 (600220)	公司主要从事呢绒面料和电汽售，销售模式主要是直销。
南山智尚 (300918)	公司采用以直营为主、经销为辅的销售模式。
红豆股份 (600400)	顺应零售变革，红豆男装全渠道营销网络体系，注重线上线下的协同发展，现已形成“线下门店（联销、直营）+线上店铺（平台电商、社交电商）”的全渠道营销。
七匹狼 (002029)	公司采取直营与加盟相结合、线上线下互补的多元化全渠道营销模式。
比音勒芬 (002832)	公司线下渠道优势明显，主要采取直营和特许加盟相结合的销售模式。
海澜之家 (600398)	公司的销售渠道分线下销售和线上销售，线下销售采用直营、加盟和联营模式，渠道主要分布于全国县级及以上城市核心商圈的步行街、百货商场、购物中心等，并在马来西亚、新加坡、泰国、越南等国家开设了门店；线上主要在天猫、京东、唯品会、微信小程序以及抖音、快手等电商渠道实现销售。
箭鹿股份 (430623)	公司产品销售以终端销售为主（招投标获取订单、商务洽谈获取订单和零售销售获取订单），以贸易销售为辅（商务洽谈获取订单）。

注：以上内容来源于上市公司公开信息。

经查阅可比公司公开披露信息，同行业可比公司中江苏阳光、南山智尚主要以团体销售为主，红豆股份、七匹狼、比音勒芬、海澜之家以门店销售为主。

综上所述：同行业可比公司产品类型、生产销售模式存在较小差异，但均属于纺织服装行业，企业一般根据自身管理经验、产品种类、操作的难易程度、谨慎性等一系列等因素选择存货跌价准备的具体计提方法。箭鹿股份与七匹狼、比音勒芬、海澜之家均采用库龄法。

（二）说明发行人各库龄存货跌价计提比例的具体考量因素、确定依据，结合各库龄存货的实际售罄率、销售价格折扣率等，说明各库龄存货跌价的计提比例是否合理，跌价准备计提是否充分。

1、发行人各库龄存货跌价计提比例的具体考量因素、确定依据

发行人产品种类众多，按单个存货成本与其可变现净值逐一比较，存在复杂性；发行人库存商品无法获取近期的市场售价情况，公开市场上难以查到相同产品的可比定价，因此在估计预计售价时缺乏准确性。发行人根据历史管理经验及参考同行业按库龄法计提的比例，确定公司库龄法计提的固定比例。

库存商品中精纺呢绒、毛精纺纱、服装主要以公检法类制服及所需制服面料、毛纱为主。以上产品与传统时装存在较大差异，传统时装受过季及过时的影响，价值变化较大，公司产品受过季及过时的影响较小，因此3种产品在选择库龄法计提比例时，都采用相同比例。

(1) 按可变现净值测算的计提比例与库龄法固定计提比例之比较

库龄	按可变现净值测算的计提比例	库龄法固定计提比例
1年以内	14.93%	5.00%
1-2年	17.11%	20.00%
2-3年	34.91%	50.00%
3年以上	65.92%	80.00%、100.00%

注1：按可变现净值测算的计提比例=按可变现净值测算的应计提跌价准备/存货期末余额

注2：一年以内按库龄计提数为103.15万元，按可变现净值测算为307.99万元，按库龄计提总额为5,007.30万元。一年以内按库龄计提数与按可变现净值测算计提数差异占总体计提比例为4.09%，差异较小。

根据存货历史数据，按可变现净值计算方法推算出各库龄存货计提跌价准备的比例为：1年以内14.93%、1-2年17.11%、2-3年34.91%、3年以上65.92%。发行人考虑到存货管理、市场竞争等因素的影响，最终确定了库龄法计提的比例。

(2) 同行业按库龄法计提的比例

公司与其他按照“库龄法”计提存货跌价准备的可比公司的计提政策如下：

公司名称	库存商品库龄与年末存货跌价准备计提比例						
	1年以内		1-2年		2-3年		3年以上
七匹狼	0.5年内	1年内	1.5年内	2年内	2.5年内	3年内	90%
	0%	15%	30%	50%	70%	90%	
比音勒芬	0%		6%		15%		30%
海澜之家	0%		0%		70%		100%
平均值	5%		18.66%		58.33%		73.33%

箭鹿股份	5%	20%	50%	3年以上 80%，3年以上无合同订单的服装类存货 100%
------	----	-----	-----	-------------------------------

上述可比公司，库存商品中所有产品均按库龄采用相同计提比例，发行人与同行业一致。

同行业按库龄法计提的平均值为：一年以内 5%、1-2 年 18.66%、2-3 年 58.33%、3 年以上 73.33%。发行人参考同行业计提比例并结合自身存货结构及特点确定了库龄法的固定计提比例。

综上所述，库存商品中精纺呢绒、毛精纺纱、服装主要以公检法类制服及所需制服面料、毛纱为主。以上产品与传统时装存在较大差异，传统时装受过季及过时的影响，价值变化较大，公司产品受过季及过时的影响较小，因此 3 种产品在选择库龄法计提比例时，都采用相同比例。可比中七匹狼、比音勒芬及海澜之家库存商品中所有产品均按库龄采用相同计提比例，发行人与同行业一致。

发行人根据历史管理经验及参考同行业按库龄法计提的比例，确定公司库龄法计提的固定比例；根据历史数据，按可变现净值计算方法推算出各存货库龄计提的比例为：1 年以内 14.93%、1-2 年 17.11%、2-3 年 34.91%、3 年以上 65.92%；同行业按库龄法计提的平均值为：一年以内 5%、1-2 年 18.66%、2-3 年 58.33%、3 年以上 73.33%；发行人考虑到存货管理、市场竞争等因素最终确定库龄法计提比例为：一年以内 5%、1-2 年 20%、2-3 年 50%、3 年以上 80%，3 年以上无合同订单的服装类存货 100%。

2、结合各库龄存货的实际售罄率、销售价格折扣率等，说明各库龄存货跌价的计提比例是否合理，跌价准备计提是否充分

发行人根据纺织服装行业特征，结合自身相同产品或类似产品的期后实际销售价格，按存货可变现净值模拟测算最近一年存货跌价计提情况，论证选取库龄法的合理。

由于同行业可比上市公司未详细披露存货可变现净值具体计算方法，对此，发行人参照类似服装上市公司披露的存货可变现净值具体计算方法，确认发行人存货可变现净值具体计算方法如下：

$$\text{可变现净值} = (\text{平均售价} * \text{销售折扣率} * \text{实际售罄率} * (1 - \text{销售税费率})) / (1 +$$

增值税率)其中,平均售价*销售折扣率、销售税费率计算方式如下:

①平均售价*销售折扣率:测算时采用库存商品中相同款号产品或类似产品期后实际销售价格。

②实际售罄率:根据2019年年末期末库存商品历史销售情况进行计算,计算过程如下:

2019年12月31日存货期后售罄情况					
库龄	期后第一年 (2020年)销售 比率	期后第二年 (2021年)销售 比率	期后第三年 (2022年)销售 比率	期后第四年 (2023年1-6 月)销售比率	合计
1年以内 存货	67.69%	6.40%	3.05%	6.01%	83.15%
1-2年存 货	54.49%	6.67%	12.28%	5.76%	79.20%
2-3年存 货	30.00%	9.73%	6.80%	14.29%	60.82%
3年以上 存货	27.86%	5.29%	10.03%	9.50%	52.68%

由上表可知:1年以内存货期后4年累计售罄率为83.15%,1-2年存货期后4年累计售罄率为79.20%,2-3年存货期后4年累计售罄率为60.82%,3年以上存货期后4年累计售罄率为52.68%。

③销售税费率:销售税费率=(税金及附加+销售费用)/当期收入金额。

(1) 可变现净值计提存货跌价准备计算过程举例

假设库存商品2022年末存货余额为10,000.00万元,其库龄及销售价格情况如下:

库龄	存货余额(万元)			期后销售单价 (元)
	成本单价①	数量②	合计=①*②	
1年以内	50.00	100.00	5,000.00	70.00
1-2年	50.00	50.00	2,500.00	65.00
2-3年	50.00	30.00	1,500.00	60.00
3年以上	50.00	20.00	1,000.00	55.00
合计	50.00	200.00	10,000.00	

假设2022年库存商品分库龄预期售罄率如下:

库龄	预期售罄率
----	-------

1年以内	90%
1-2年	75%
2-3年	60%
3年以上	50%

同时假设发行人 2022 年销售费用率为 10%。

可变现净值及存货跌价准备具体计算过程如下：

单位：万元

库龄	可变现净值计算过程	可变现净值	存货余额	存货跌价准备
1年以内	$70.00 \times 100.00 \times 90\% \times (1-10\%) = 5,670.00$	5,670.00	5,000.00	0.00
1-2年	$65.00 \times 50.00 \times 75\% \times (1-10\%) = 2,193.75$	2,193.75	2,500.00	306.25
2-3年	$60.00 \times 30.00 \times 60\% \times (1-10\%) = 972.00$	972.00	1,500.00	528.00
3年以上	$55.00 \times 20.00 \times 50\% \times (1-10\%) = 495.00$	495.00	1,000.00	505.00
合计		9,330.75	10,000.00	1,339.25

(2) 发行人 2022 年末存货按可变现净值模拟测试计提跌价与按库龄计提跌价对比情况

2022 年末，发行人按存货可变现净值模拟测试计提跌价与按库龄计提跌价对比情况如下：

单位：万元

类型	按库龄计提跌价情况		按可变现净值计提跌价情况		库龄计提跌价与可变现净值计提跌价差异	
	金额	占比	金额	占比	差异额	差异率
精仿呢绒	2,337.87	15.87%	1,983.15	13.46%	354.72	17.89%
毛精纺纱	1,281.01	60.44%	979.96	46.23%	301.05	30.72%
服装	1,388.42	17.11%	1,275.11	13.99%	113.31	8.89%
合计	5,007.30	19.29%	4,238.22	16.32%	769.08	18.15%

2022 年末，发行人对库存商品按可变现净值模拟测算后应计提的跌价准备为 4,238.22 万元，按库龄法应计提的跌价准备为 5,007.30 万元，按存货库龄计提的跌价准备比按存货可变现净值计提的跌价准备多 769.08 万元，更具有谨慎性，因此发行人选取库龄法具有合理性。

(三) 说明发行人 2020 年退回产品金额较大 (303.97 万元) 的原因, 关于退货的会计处理, 退货产品的处置及是否充分计提减值准备, 相应处理是否符合《企业会计准则》的规定。

1、关于退货的明细及原因如下:

单位: 万元

客户名称	产品类别	退货金额	退货数量	单位	退货原因
北京市公安局	精纺呢绒	197.54	31,138.70	米	客户采购计划与实际需求存在小额差异
广东金盾服装公司	精纺呢绒	52.25	7,439.00	米	
四川省公安厅	精纺呢绒	48.61	6,677.30	米	
山西警察学院	服装	4.75	299.00	件/条	
国家税务总局响水县税务局	服装	0.82	82.00	件/条	
合计		303.97	-	-	-

报告期内, 公司退货金额分别为 303.97 万元、10.54 万元及 56.99 万元, 占当期营业成本的比例分别为 0.70%、0.03%和 0.10%, 报告期内退货金额以及占成本比例较小, 退回产品对营业成本影响较小。

报告期内, 公司销售退货情况相对较少, 各期退货金额占比不足 1%, 不存在大额销售退回的情形, 退货主要由于客户需求变更引起, 未出现因重大产品质量问题退回的情形, 不存在因质量问题与客户发生重大法律纠纷的情形。

2、关于退货的会计处理

发行人退货会计处理方式为:

冲减发出商品数, 调增库存数:

借: 发出商品 (负数)

贷: 库存商品 (负数)

根据《企业会计准则第 14 号—收入》企业已经确认销售商品收入的售出商品发生销售退回的, 应当在发生时冲减当期销售商品收入。销售退回属于资产负债表日后事项的, 应调整报告年度相关的收入、成本等。

发行人在报告期内发生的退换货金额较小且具有偶发性, 占当期主营业务成本比例极小, 上述退货均发生在确认收入之前, 因此发行人在实际发生退货时, 直接冲减发出商品数, 调增库存商品数, 不涉收入和成本的调整。发行人对于退货的会计处理符合《企业会计准则》的规定。

3、关于退货产品的处置及是否充分计提减值准备，相应处理是否符合《企业会计准则》的规定。

报告期内，发行人退货主要是基于客户订单需求变化导致，不存在因质量问题发生的退货情况。退货产品主要以精纺呢绒面料为主，同其他生产入库产品一样属于相同产品类型，不影响二次销售，退回的货已正常做入库处理，发行人在退货当年按存货相应库龄的比例计提跌价准备。因此，发行人退货产品的处置合理，已充分计提减值准备，相应处理符合《企业会计准则》的规定。

二、中介机构核查

（一）核查程序

针对上述事项，保荐机构和申报会计师主要履行了如下核查程序：

1、查阅发行人挂牌以来历年《年度报告》及《审计报告》，了解其采用库龄分析作为存货可变现净值的简化估计方法的背景和起始时间；

2、获取发行人报告期各期末存货明细表，了解其存货结构及特点、库龄法计提存货跌价准备的适用范围，核查发行人存货跌价计提政策是否符合《企业会计准则》的规定；

3、查阅同行业可比上市公司公开资料，结合其产品类型、生产销售模式等情况，核查发行人存货跌价准备计提政策是否符合行业惯例，是否与可比公司存在较大差异；

4、查阅同行业可比上市公司公开资料，获取发行人报告期各期销售明细表，了解发行人报告期内各库龄存货的实际售罄率及实际销售价格，核查发行人各库龄存货跌价的计提比例是否合理，与同行业相比是否偏低；

5、获取发行人 2020 年退货明细表及相关物流运输单据，了解 2020 年退回产品金额较大的原因；

6、查看发行人的进销存管理系统，了解发行人对于退货产品的处置及会计处理，核查其是否充分计提减值准备，是否符合《企业会计准则》的规定。

（二）核查结论

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

1、发行人因产品种类众多且存在定制化生产等特点自 2015 年挂牌新三板开始即采用库龄分析作为存货可变现净值的简化估计方法，库龄法计提存货跌价准

备主要适用于库存商品，符合《企业会计准则的规定》；发行人与同行业上市公司在产品类型与生产销售模式上不存在明显差异，存货跌价计提方法与同行业一致。

2、发行人产品种类众多且无法获取市场上同类产品的定价情况，根据历史管理经验及参考同行业按库龄法计提的比例，确定了各库龄存货跌价计提比例；结合各库龄存货的实际售罄率、销售价格折扣率等因素，按可变现净值模拟测算了最近一年存货跌价计提情况，存货库龄计提的跌价准备比按存货可变现净值计提的跌价准备多 769.08 万元，因此各库龄存货跌价的计提比例合理，跌价准备计提充分。

3、发行人 2020 年退货金额较大主要原因为当期客户采购计划与实际需求存在一定差异，不存在因重大产品质量问题退回的情形；发行人在报告期内发生的退换货金额较小且具有偶发性，占当期主营业务成本比例极小，上述退货均发生在确认收入之前，因此发行人在实际发生退货时，直接冲减发出商品数，调增库存商品数，不涉收入和成本的调整。发行人对于退货的会计处理符合《企业会计准则》的规定。

问题 2. 境外及贸易商销售的真实性

根据申请文件及问询回复，报告期各期发行人境外收入分别为 10,923.57 万元、5,512.16 万元、13,391.16 万元，占总收入的比例分别为 19.68%、10.12%、18.21%，2022 年境外销售规模大幅增长。

(1) 境外代理销售的具体模式及会计处理合规性。根据申请文件及问询回复，发行人各期通过代理商实现的境外销售规模分别为 4,402.17 万元、1,198.85 万元、8,126.15 万元，系境外获取订单的主要模式。各期代理费用分别为 104.27 万元、26.34 万元、195.77 万元，代理佣金支付对象大多为境内外自然人，不同代理商的佣金支付比例差异较大。请发行人：①说明通过代理商拓展境外业务的背景、具体业务模式及订单获取流程，在境外客户以贸易商为主且主要客户合作时间较长的情况下，发行人通过境外代理商获客的原因及合理性，目前的境外销售模式是否符合行业惯例。②说明报告期内主要代理商的基本情况、与发行人的合作历史、报告期内拓展的客户数量及销售规模、佣金计提及支付等情况，报告期内代理佣金支付对象多为境内外个人的原因，主要代理商是否

仅为发行人提供服务，是否存在代理商与贸易商重合、成立时间较短即与发行人合作的情形，是否存在发行人离职或在职员工在代理商任职或持股的情形，代理商及其相关人员与发行人及其相关人员是否存在关联关系或其他利益安排。

③说明代理费用的计提依据，报告期内不同代理商佣金支付比例较大的原因及合理性，部分代理商代理费用为负的原因及合理性；说明发行人目前将代理佣金费用列支为营业成本是否符合《企业会计准则》的规定，是否与实际合同约定相符。

④结合代理商提供的具体服务内容、服务效果等，说明各期代理佣金变动较大的原因及合理性，是否与对应收入匹配，发行人相关内控是否健全有效，是否存在通过境外代理商进行商业贿赂、不正当竞争的情形。

(2) 境外及贸易商销售收入大幅增长的真实合理性。根据申请文件及问询回复，发行人境外客户主要为贸易商。2022 年发行人境外贸易商销售规模大幅增长，新增第一大境外客户 LEADING FANCY (SINGAPORE) PTE. LTD，该客户成立于 2020 年，2022 年与发行人合作当年实现销售收入 1,714.07 万元，占境外销售的比例为 12.8%，且销售价格远低于境内同类产品的价格。请发行人：①说明 2022 年境外销售规模大幅增长的具体原因，2022 年境外终端客户采购规模变动较小的情况下贸易商客户采购规模大幅增长的原因及合理性，境外业绩变动趋势是否与呢绒布等主要产品的出口规模变动趋势相符。②说明报告期内主要境外客户增减变动情况及原因，报告期内主要客户变化较大的合理性，与主要客户合作是否稳定可持续；2022 年新增第一大境外贸易商客户 LEADING 与发行人的合作背景，成立短期内便和发行人合作且销售规模较大、价格较低的合理性，该客户的终端客户构成及终端销售实现情况；2020 年第一大境外客户 NASSER 的基本情况，该客户 2021 年及之后向发行人的采购规模大幅降低的原因及合理性。③说明主要贸易商的终端客户构成，发行人贸易商销售模式下关于产品定价、货物流转、资金结算、合同签订等的基本情况，相关产品是否直接发往终端客户，是否存在第三方回款等情况，主要贸易商客户期末库存回函余额均为 0 的合理性。④问询回复显示，各期境外运输费用占收入的比例分别为 2.25%、2.34%、1.62%，说明 2022 年海运价格上涨的情况下，运输费用占比较前期明显偏低的商业合理性，境外运输费用是否真实完整；说明各期海关出口统计数据与各期境外销售规模差异较大的原因及合理性；结合境外客户合作稳定性、资信情况、

回款情况、境外业务开拓风险等，说明发行人未就境外出口业务购买出口信用保险的原因。

请保荐机构、申报会计师核查上述事项并发表明确意见。（1）说明对境外客户访谈所采取的具体核查程序及有效性，视频访谈、实地走访、聘请第三方机构等的核查金额及比例，访谈的主要客户名单、形式、时间、访谈对象身份、所获取的核查证据等内容，是否获取盖章和签字文件。（2）说明针对境外客户的发函及回函数量、金额及比例，回函不符或未予以回函客户的具体情况，替代测试的执行情况及测试结论。（3）说明对贸易商终端销售真实性所采取的具体核查措施及比例，通过视频访谈或函证的具体程序及有效性，是否获取了主要贸易商的进销存数据及终端客户信息；结合贸易商销售模式下发行人的物流发货记录等，进一步核查发行人贸易商终端销售真实性。

回复：

一、发行人说明

（一）境外代理销售的具体模式及会计处理合规性

1、说明通过代理商拓展境外业务的背景、具体业务模式及订单获取流程，在境外客户以贸易商为主且主要客户合作时间较长的情况下，发行人通过境外代理商获客的原因及合理性，目前的境外销售模式是否符合行业惯例

（1）代理商拓展境外业务的背景、具体业务模式及订单获取流程

1) 代理商拓展境外业务的背景

客户期望有代理商能够对其需求做出快速反应，发行人也需要通过代理商对客户和市场的需求、变化、问题、趋势等情形做到及时了解，便于发行人及时做出相应调整和反馈，代理商有多年的行业工作经验，对纺织服装市场及下游客户需求非常熟悉，结合发行人产品特点，更加高效的寻找客户资源。

2) 代理商的具体业务模式

代理商与发行人合作的具体业务模式为：代理商为发行人寻找客户，发行人与客户签署销售合同，发行人收回款项后向代理商支付佣金服务费，佣金服务费系向代理商支付的与交易达成相关的服务费用。

3) 代理商的订单获取流程

代理商找到客户资源后将客户的需求传达给发行人，发行人根据客户要求的

产品指标打样交货给客户检验，报送产品价格，最后经代理商确认客户和发行人的合作关系。在已合作客户的后续订单中，代理商仍起到一个沟通媒介的作用，促成每一笔订单交易，佣金服务费会根据每笔订单支付。

(2) 在境外客户以贸易商为主且主要客户合作时间较长的情况下，发行人通过境外代理商获客的原因及合理性

代理商为发行人带来的客户包括终端客户和贸易商，两种客户类型均能给发行人带来收入。在现有销售资源有限的情况下，发行人需要借助代理商积累的客户资源及服务优势拓展海外市场，实现海外市场的产品推广和客户开拓。

下游客户基于对代理商的信任及合作的粘性，发行人不容易抛开代理商直接与客户签订合同，代理商在代理过程中会持续为发行人服务，并根据每一笔订单结算佣金，因此会形成客户合作时间较久并持续支付佣金的情况。

发行人在纺织服装领域深耕多年，凭借过硬的产品质量和已经取得了一定的市场地位，发行人拥有完整的销售体系和较强的市场拓展能力，即使不采用代理方式，发行人凭借优质的产品，丰富的市场推广经验以及不断加强的销售团队及市场开发力度，依旧具备获取订单的能力。报告期内，代理商带来的客户收入占营业收入的比例分别为 6.20%、3.37%和 11.81%，同行业可比公司南山智尚 2017 年-2019 年通过代理商实现的收入占营业收入的比例分别为 17.55%、26.53%和 24.73%，发行人代理收入占营业收入比例显著小于南山智尚，发行人具有直接对大客户开展销售的能力，对代理商不存在依赖，通过代理商获客销售不会对公司持续经营能力构成重大不利影响。

(3) 目前的境外销售模式是否符合行业惯例

同行业可比公司中南山智尚、新澳股份、如意集团和乔治白均存在代理商销售模式，具体情况如下表所示：

公司名称	销售模式	代理情况
南山智尚	公司采用直营为主、经销为辅的销售模式	公司境外收入涉及的代理商主要是为控制境外市场开发成本、缩短市场开发和产品推广周期，加快对境外客户需求的响应速度，选择由代理商配合开发和维护客户，公司与代理商签订协议，根据具体客户和产品情况，向代理商支付佣金
新澳股份	公司采取内销和外销并重的销售策略，其中境外所在地的客户包括生产商和贸易商	公司聘请毛纺行业境外知名代理机构及资深人士为公司提供销售服务，包括在中国境外获取价格信息、推销公司产品、发展新客户等，在中国

		境内负责部分与公司客户的居间服务，促成交易的达成，公司向其支付服务费
如意集团	公司总体经营原则为以销定产，内外销市场联动，设计-营销一体的营销模式	服装国内销售一般通过参与大中型企业招标以及代理商进行销售
乔治白	公司在职业装大规模定制市场采取以直营职业装营销中心为主、代理商销售为辅的销售模式，在零售专卖市场采取直营店和特许加盟店相结合的销售模式	公司与代理商签订销售合同、由代理商自行负责产品销售并承担销售风险和分享收益

因此，发行人目前的境外销售模式符合行业惯例。

2、说明报告期内主要代理商的基本情况、与发行人的合作历史、报告期内拓展的客户数量及销售规模、佣金计提及支付等情况，报告期内代理佣金支付对象多为境内外个人的原因，主要代理商是否仅为发行人提供服务，是否存在代理商与贸易商重合、成立时间较短即与发行人合作的情形，是否存在发行人离职或在职员工在代理商任职或持股的情形，代理商及其相关人员与发行人及其相关人员是否存在关联关系或其他利益安排

(1) 报告期内主要代理商的基本情况、与发行人的合作历史、报告期内拓展的客户数量及销售规模、佣金计提及支付等情况

1) 报告期内主要代理商的基本情况

①机构代理商

序号	代理商名称	注册时间	注册地	股权结构	与发行人是否存在关联关系
1	Echo International Industry SRL	2007年	布加勒斯特, 罗马尼亚	Sorin Pentelie (个人) 100%	否
2	BRAND S.R.L	2010年	意大利, 巴萨诺	Andrea Suffogrosso (个人) 100%	否

②自然人代理商

序号	代理商姓名	住所	与发行人是否存在关联关系
1	TRAN TUAN MINH	越南胡志明市	否

2	MS.FOTEINI LAMPROU	ATHENS GREECE	否
3	苏永霞	北京市朝阳区	否
4	葛惠新	江苏省张家港市	否
5	包信元	江苏省苏州市	否

注：上述主要代理商选取各年度佣金金额较大的代理商，且主要代理商的佣金费用占各年度代理商佣金费用总额在 70%以上。

2) 主要代理商与发行人的合作历史、报告期内拓展的客户数量及销售规模、佣金计提及支付等情况

单位：万元

主要代理商名称	与发行人合作开始时间	报告期内拓展的客户数量	2022 年度			2021 年度			2020 年度		
			发行人通过代理商实现的销售规模	佣金计提金额	2022 年及期后佣金支付金额	发行人通过代理商实现的销售规模	佣金计提金额	2021 年及期后佣金支付金额	发行人通过代理商实现的销售规模	佣金计提金额	2020 年及期后佣金支付金额
Echo International Industry S.R.L	2019 年	0	3,330.30	53.73	53.73				1,331.97	45.01	45.01
BRAND S.R.L	2012 年	0	148.95	4.33	4.33				374.55	5.70	5.70
TRAN TUAN MINH	2018 年	0	2,136.75	65.50	64.45	1,058.07	48.00	37.95	870.35	31.57	24.96
MS.FOTEINI LAMPROU	2019 年	0				249.66	12.00	11.35	215.67	10.00	10.00
苏永霞	2021 年	1				319.64	9.55	10.82			
葛惠新	2022 年	1	843.49	16.64	16.64						

包信元	2019年	0	406.99	22.78	22.78						
-----	-------	---	--------	-------	-------	--	--	--	--	--	--

注：发行人通过代理商实现的销售规模为实际销售金额，佣金计提金额为当年度预提的佣金，佣金支付金额为当年及年后支付预提佣金的实际金额。

发行人代理商包括机构代理商和自然人代理商，报告期内主要代理商拓展的新客户较少，发行人支付给主要代理商的佣金费用主要系代理商维护老客户关系的服务，佣金计提和实际支付不存在较大差异。

(2) 报告期内代理佣金支付对象多为境内外个人的原因

在纺织服装行业中，存在很多自然人代理商，他们凭借自己多年的行业工作经验，以及对纺织服装市场及下游客户需求非常熟悉，开展代理商业务，符合市场发展情况。自然人代理商与非自然人代理商的职能一致，具体作用和服务内容并无明显区别，发行人依照佣金协议约定向代理商支付一定金额的佣金费。

发行人选择合作的代理商不限于个人和公司，不存在一种偏好，最终显示代理商多为境内外个人是市场选择、渠道来源等综合因素影响后的结果。同行业中南山智尚在公开资料中也披露了个人代理商的情况，发行人代理佣金支付对象为个人符合行业惯例。

(3) 主要代理商是否仅为发行人提供服务，是否存在代理商与贸易商重合、成立时间较短即与发行人合作的情形

代理商拥有多年的行业工作经验以及较多下游客户资源，因此服务的客户较多，不存在仅为发行人提供服务的情况。

发行人代理商与贸易商独立运行，两者与发行人合作的内容有很大区别，代理商为发行人提供代理服务，由发行人支付佣金费用，代理商并不直接采购发行人的商品，报告期内不存在代理商与贸易商重合的情况。发行人主要代理商均在行业领域内有多年工作经验，将积累的客户资源推荐给发行人，报告期内不存在代理商成立时间较短即与发行人合作的情形。

(4) 是否存在发行人离职或在职员工在代理商任职或持股的情形，代理商及其相关人员与发行人及其相关人员是否存在关联关系或其他利益安排

报告期内发行人的代理商渠道来源于参加的国内外展会、网络平台以及代理商主动联系等，代理商为发行人带来客户资源，促成公司与客户达成订单交易，双方均为正常合作范围内的往来，不存在任何关联关系，即代理商及其相关人员与发行人及其相关人员不存在任何关联关系或其他利益安排，不存在发行人离职或在职员工在代理商任职或持股的情形。

3、说明代理费用的计提依据，报告期内不同代理商佣金支付比例较大的原因及合理性，部分代理商代理费用为负的原因及合理性；说明发行人目前将代理佣金费用列支为营业成本是否符合《企业会计准则》的规定，是否与实际合同约定相符

(1) 代理费用的计提依据，报告期内不同代理商佣金支付比例较大的原因及合理性

报告期内，发行人计提的佣金依据订单利润确定，主要考虑自身加工成本及合理利润空间，佣金比例根据产品种类的不同按照长度、重量确定，或按照合同金额、实际收入的一定比例计提，具体如面料每米 0.4 美元、毛纱每公斤 0.4 美元、合同价格的 5%等，由于不同订单的利润会受原材料价格、汇率、产品报价波动等因素的影响，发行人给到不同代理商的佣金最终换算为按收入金额的占比也会有所不同，定价遵循商业规则，具有合理性和公允性。

(2) 部分代理商代理费用为负的原因及合理性

发行人预提当年度应付未付的佣金，在之后年度实际支付时可能会与预提金额有一个差值，因此部分代理商代理费用显示为负，以计提及支付代理商 MS.FOTEINI LAMPROU 佣金为例，会计处理方式如下：

1) 2021 年预提代理商 MS.FOTEINI LAMPROU 佣金金额 12.00 万元

借：销售费用-客户佣金 120,000.00

贷：应付账款 120,000.00

2) 2022 年冲回预提该代理商 2021 年的佣金，由于实际销售数量与签订的合同数量有小部分出入，佣金支付金额也相应做了调整，销售回款后实际支付该代理商 11.35 万元的佣金

借：销售费用-客户佣金 -120,000.00

贷：应付账款 -120,000.00

借：销售费用-客户佣金 113,496.74

贷：银行存款 113,496.74

期末销售费用里的客户佣金将结转至主营业务成本。

(3) 发行人目前将代理佣金费用列支为营业成本是否符合《企业会计准则》的规定，是否与实际合同约定相符

报告期内，发行人的代理佣金费用属于与销售产品直接相关的费用，公司支付给代理商的相关费用为公司根据与代理商签订的佣金协议支付的销售佣金，该销售佣金属于合同履行成本，因此公司将销售佣金计入营业成本，该会计处理符合《企业会计准则》及应用指南的相关规定，发行人支付给代理商的费用为销售

合同执行后支付的费用，将代理佣金费用列支为营业成本与实际合同约定相符。

4、结合代理商提供的具体服务内容、服务效果等，说明各期代理佣金变动较大的原因及合理性，是否与对应收入匹配，发行人相关内控是否健全有效，是否存在通过境外代理商进行商业贿赂、不正当竞争的情形

(1) 结合代理商提供的具体服务内容、服务效果等，说明各期代理佣金变动较大的原因及合理性，是否与对应收入匹配

代理商的服务内容包括市场信息收集、客户沟通、报价、维护客户关系等工作。代理商在销售期间提供全过程服务，便于发行人及时有效地把握市场机会的同时可在整个销售期间快速回应客户需求、维护客户关系。代理商为发行人带来客户后，在客户与发行人的合作中持续提供代理服务，代理商的服务内容和服务效果未发生变化。报告期内发行人佣金金额分别为 104.27 万元、26.34 万元和 195.77 万元，各期代理佣金有所变动，2021 年较 2020 年佣金金额减少，主要系 2021 年受疫情影响导致境外客户订单减少，因此与订单挂钩的佣金费用相应减少，2022 年佣金金额较 2021 年和 2020 年均有所增加，主要系疫情恢复后订单增加，且发行人在原有客户的基础上拓展一些新客户，因此佣金金额增加。

报告期内，发行人实际支付的佣金金额占通过代理商实现的销售规模比例分别为 2.91%、3.86%和 2.43%，发行人支付的佣金主要取决于订单利润，由于不同订单的利润会受原材料价格、汇率、产品报价波动等因素的影响，发行人给到不同代理商的佣金最终换算为按收入金额的占比也会有所不同，实际支付的佣金金额与通过代理商实现的销售规模整体相匹配。

(2) 发行人相关内控是否健全有效，是否存在通过境外代理商进行商业贿赂、不正当竞争的情形

发行人在日常经营过程中严格遵守《中华人民共和国反不正当竞争法》《关于禁止商业贿赂行为的暂行规定》等相关法律法规，报告期内，发行人与代理商合作情况良好，与客户及代理商之间不存在除开展正常业务所产生的资金往来以外的其他资金往来，发行人通过代理商拓展客户合法合规。发行人与代理商的合作严格遵守公司内部审批程序，合同执行过程中，发行人严格按照已经签订佣金协议的约定支付佣金费，发行人内部控制制度健全，执行有效。

发行人非常重视业务开展过程中的反商业贿赂和不正当竞争行为，高度认可反

商业贿赂和利益输送的必要性和重要性。报告期内，发行人严格执行禁止商业贿赂相关制度规定，发行人及其实际控制人、控股股东、董事、监事和高级管理人员、发行人销售人员在订单获取过程中不存在商业贿赂、不正当竞争等违法违规情况，不存在因商业贿赂、不正当竞争等违法违规行为涉及诉讼或遭受行政或刑事处罚的情形，不存在违法犯罪记录或因涉嫌商业贿赂或不正当竞争而被司法机关立案侦查或被立案调查的情形。

（二）境外及贸易商销售收入大幅增长的真实性合理性

1、说明 2022 年境外销售规模大幅增长的具体原因，2022 年境外终端客户采购规模变动较小的情况下贸易商客户采购规模大幅增长的原因及合理性，境外业绩变动趋势是否与呢绒布等主要产品的出口规模变动趋势相符。

（1）发行人 2022 年境外销售规模大幅增长的具体原因

2021 年和 2022 年发行人境外销售收入情况如下：

单位：万元

地区	2022 年度		2021 年度		2022 年较 2021 年	
	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)	增减额	增减率 (%)
亚洲地区	5,464.06	40.80	2,986.01	54.17	2,478.05	82.99
欧洲地区	5,065.53	37.83	1,825.78	33.12	3,239.75	177.44
南美洲地区	578.56	4.32	139.65	2.53	438.91	314.29
其他地区	2,283.00	17.05	560.73	10.17	1,722.27	307.15
合计	13,391.16	100.00	5,512.16	100.00	7,878.99	142.94

由上表可知，发行人境外销售地区主要集中于亚洲及欧洲地区。2021 年，受疫情因素影响，国内毛纺类制品出口大幅下降，进出口贸易类公司订单也随之减少，外销业务下降，2022 年上半年开始，全球经济开始复苏，出口业务收入上升，2022 年境外销售收入增长主要源于以下几方面：

1) 2022 年市场环境向好

根据《中国纺织工业发展报告》统计：①行业综合景气波动回升，根据《中国纺织工业发展报告》统计：随着国家政策因时因势调整、市场消费呈现季节性增长，纺织企业经营信心有所改善，带动行业景气指数回升至 47%；②毛织物出口创历史新高，根据中国海关统计，2022 年 1~11 月，毛纺原料及制品（不含地毯）累计出口额 96 亿美元，同比增长 7.1%，主要毛纺中间产品增长较快，1~11

月毛织物出口额 4.8 亿美元，同比增长 50%；2022 年 1-12 月我国服装累计出口 1,754.30 亿美元，同比增长 3.2%。我国服装出口自 2014 年达到 1,862.80 亿美元顶峰后逐年下滑的趋势，2022 年出口规模比 2019 年累计增长近 20%，充分体现 2020 年以来在全球供应链受到冲击、市场供需失衡的情况下，中国服装产业韧性大、潜力足、竞争力强的特点。

综上所述，行业综合景气度回升，出口总额再创新高为企业业绩增长提供了动力。因此，发行人 2022 年外销收入较同期增加 7,878.99 万元。

2) 2022 年行业综合景气度回升，发行人境外新增客户和原有客户带来的收入增长贡献

单位:万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度	2022 年较 2021 年		2021 年较 2020 年	
				增减额	增减率	增减额	增减率
新增客户收入①	4,741.79	1,471.46	4,424.84	3,270.33	222.25%	-2,953.38	-66.745%
原有客户收入②	8,649.37	4,040.71	6,498.73	4,608.66	114.06%	-2,458.02	-53.33%
境外收入合计③=①+②	13,391.16	5,512.16	10,923.57	7,879.99	142.94%	-5,411.41	-68.68%
新增客户收入占境外收入比④ =①/③	35.41%	26.69%	40.51%	-	-	-	-
原有客户收入占境外收入比⑤ =②/③	64.59%	73.31%	59.49%	-	-	-	-

2021 年受全球新冠疫情加重影响，发行人海外业务发展受阻，各类产品外销销售量均有所下降。2022 年度，一方面境内外市场环境变好，行业综合景气度回升，出口总额再创新高为企业业绩增长提供了动力，另一方面全球新冠疫情所带来的负面影响逐渐消退，境外市场经营情况好转，境外订单增加，发行人各类产品销量有所上升，逐渐恢复至疫情前水平，因此 2022 年境外原有客户及新增客户带来的收入均有所增长。

3) 2022 年发行人与同行业可比公司境外销售收入对比情况

单位：万元

境外销售收入	2022 年度	2021 年度	2022 年较 2021 年	
	金额	金额	增减额	增减率
江苏阳光 (600220)	56,631.89	38,991.62	17,640.27	45.24%
如意集团 (002193)	24,785.86	11,577.81	13,208.05	114.08%
新澳股份	134,422.41	101,833.12	32,589.29	32.00%

(603889)				
浙文影业 (601599)	89,702.53	72,272.89	17,429.64	24.12%
南山智尚 (300918)	39,500.31	26,904.29	12,596.02	46.82%
协新股份 (870233)	3,744.85	5,587.23	-1,842.38	-32.97%
红豆股份 (600400)	34,281.38	31,080.41	3,200.97	10.30%
乔治白 (002687)	未披露	未披露	未披露	未披露
箭鹿股份 (430623)	13,391.16	5,512.16	7,878.99	142.94%

注：数据来源于同行业可比公司年报。

由上表可知，除协新股份之外，2022年发行人境外收入增长趋势与同行业可比公司增长趋势一致，均呈现一定幅度增长。

综上所述，2022年度，一方面国内外市场环境变好，行业综合景气度回升，出口总额再创新高为企业业绩增长提供了动力，另一方面全球新冠疫情所带来的负面影响逐渐消退，境外市场经营情况好转，发行人出口贸易类订单增加，发行人境外存量客户和新增客户销售收入均有所上升，逐渐恢复至疫情前水平，境外收入增长趋势与同行业竞争对手也保持一致，均呈现一定幅度增长，因此，2022年境外收入出现大幅增长。

(2) 发行人 2022 年境外终端客户采购规模变动较小的情况下贸易商客户采购规模大幅增长的原因及合理性

报告期内，发行人境外贸易商客户和终端客户销售收入及占比情况如下：

单位：万元

类型	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
贸易商类客户	9,341.45	69.76%	2,417.31	43.85%	7,422.76	67.95%
终端类客户	4,049.71	30.24%	3,094.85	56.15%	3,500.81	32.05%
境外客户类合计	13,391.16	100.00%	5,512.16	100.00%	10,923.57	100.00%

历年以来，境外贸易商销售收入是发行人境外销售收入的主要来源，随着疫情缓解，发行人 2022 年境外销售恢复至 2020 年的水平，相应贸易商客户与终端客户的销售收入占比亦恢复至 2020 年的水平。

相较于终端类客户需要保持一定量的采购来维持生产而言,贸易商类客户受疫情影响较大,因此,在2021年国内外疫情均较为严重的情况下,终端类客户采购规模相较2020年下降较少而贸易商类客户采购规模大幅度下降,相应的2022年终端类客户采购规模相较2021年小幅度上涨时而贸易商类客户采购规模大幅度增长。如报告期内发行人主要境外终端类客户 LIEN PHUONG TEXTILE & GARMENT CORPORATION 对发行人采购金额分别为 1,425.12 万元、1,372.95 万元、1,696.52 万元,疫情对其采购规模无显著影响。

(3) 发行人境外业绩变动趋势是否与呢绒布等主要产品的出口规模变动趋势相符情况

发行人报告期内境外销售收入情况如下:

单位:万元

类型	2022 年度	2021 年度	2022 年较 2021 年	
	金额	金额	增减额	增长率
境外销售收入	13,391.16	5,512.16	7,878.99	142.94%
其中:精纺呢绒	7,175.53	2,934.36	4,241.17	144.53%
毛精纺纱	3,925.18	2,023.82	1,901.36	93.95%
服装	2,290.45	553.98	1,736.47	313.45%

根据中国海关统计,2022年1~11月,毛纺原料及制品(不含地毯)累计出口额96亿美元,同比增长7.1%,主要毛纺中间产品增长较快,1~11月呢绒布毛织物出口额4.8亿美元,同比增长50%;此外2022年1-12月我国服装累计出口1,754.30亿美元,同比增长3.2%。我国服装出口自2014年达到1,862.80亿美元顶峰后逐年下滑的趋势,2022年出口规模比2019年累计增长近20%。

由上表可知,2022年度,发行人境外销售收入较上年度增长142.94%,其中:境外销售精纺呢绒产品7,175.53万元,较上年度增长144.53%,境外销售毛精纺纱产品3,925.18万元,较上年度增长93.95%,境外销售服装产品2,290.45万元,较上年度增长313.45%。

综上所述,发行人境外业绩变动趋势与呢绒布等主要产品的出口规模变动趋势基本一致。

2、说明报告期内主要境外客户增减变动情况及原因,报告期内主要客户变化较大的合理性,与主要客户合作是否稳定可持续;2022年新增第一大境外贸

易商客户 LEADING 与发行人的合作背景，成立短期内便和发行人合作且销售规模较大、价格较低的合理性，该客户的终端客户构成及终端销售实现情况；2020 年第一大境外客户 NASSER 的基本情况，该客户 2021 年及之后向发行人的采购规模大幅降低的原因及合理性。

(1) 报告期内主要境外客户增减变动情况及原因，报告期内主要客户变化较大的合理性，与主要客户合作是否稳定可持续

1) 报告期内，发行人前五大境外客户收入占比及变动情况如下：

单位：万元

年度	序号	公司名称	金额	占境外销售比例
2022 年度	1	EFFE TRE S.R.L.	1,874.12	14.00%
	2	LEADING FANCY(SINGAPORE)PTE.LTD	1,714.07	12.80%
	3	LIEN PHUONG TEXTILE & GARMENT CORPORATION	1,696.52	12.67%
	4	HONGKONG SANTEX CO., LIMITED	1,615.27	12.06%
	5	COONEEN DEFENCE LIMITED	1,142.96	8.54%
	合计			8,042.94
2021 年度	1	LIEN PHUONG TEXTILE & GARMENT CORPORATION	1,372.95	24.91%
	2	ALI MELHEM & PARTNER CO	1,078.37	19.56%
	3	EFFE TRE S.R.L.	626.67	11.37%
	4	WENDROTH & CO.(GmbH & Co.)KG	352.59	6.40%
	5	COONEEN DEFENCE LIMITED	315.54	5.72%
	合计			3,746.12
2020 年度	1	NASSER HAMDAN AL-HAMDAN CO.	3,417.32	31.28%
	2	EFFE TRE S.R.L.	1,767.75	16.18%
	3	LIEN PHUONG TEXTILE & GARMENT CORPORATION	1,425.12	13.05%
	4	COONEEN DEFENCE LIMITED	849.80	7.78%
	5	HONGKONG SANTEX CO., LIMITED	633.35	5.80%
	合计			8,093.34

发行人深耕纺织服装行业已有三十年之久，与主要客户基于平等互惠的商业原则形成了良好的业务合作关系，在保持与老客户紧密合作的基础上，发行人也在不断开发新客户，保障发行人销售渠道畅通，力求稳固并提升发行人主营业务竞争力。

由上表可知，在 2021 年，客户 ALI MELHEM & PARTNER CO 和客户 WENDROTH & CO.(GmbH & Co.)KG 成为境外前五大客户行列，客户 NASSER HAMDAN AL-HAMDAN CO 和客户 HONGKONG SANTEX CO., LIMITED 退出前五大境外客户行列；在 2022 年，客户 LEADING FANCY(SINGAPORE)PTE.LTD 成为境外前五大客户行列，客户 ALI MELHEM & PARTNER CO 退出境外前五大客户行列，由此可知，发行人前五大境外客户存在变动情况，除此之外，报告期内发行人主要境外客户未发生变化情况。

2) 2022 年和 2021 年，客户 LEADING FANCY(SINGAPORE)PTE.LTD 、客户 HONGKONG SANTEX CO., LIMITED 和客户 ALI MELHEM & PARTNER CO、WENDROTH & CO.(GmbH & Co.)KG 成为境外前五大客户的原因及合理性

①在 2022 年，客户 LEADING FANCY（SINGAPORE）PTE.LTD 成为境外前五大客户的主要原因及合理性

在 2022 年，客户 LEADING FANCY（SINGAPORE）PTE.LTD 成为境外前五大客户的主要原因为：一方面发行人与客户 LEADING FANCY（HK）CO.,LTD 从 2018 年开始业务合作，2020 年和 2021 年，与该客户发生交易分别为 263.67 万元和 650.87 万元，另一方面新增主要客户 LEADING FANCY（SINGAPORE）PTE.LTD 与客户 LEADING FANCY（HK）CO.,LTD 均为同一自然人控制的境外企业，该客户与发行人基于良好的合作关系，对发行人产品认可度高，对此，该客户将新加坡的关联公司 LEADING FANCY（SINGAPORE）PTE.LTD 的相关业务推荐予发行人进行合作，上述两客户与发行人、实际控制人等均不存在关联关系，因此，2022 年客户 LEADING FANCY（SINGAPORE）PTE.LTD 成为境外前五大客户具有合理性。

②在 2022 年，客户 HONGKONG SANTEX CO., LIMITED 成为境外前五大客户的主要原因及合理性

在 2022 年，客户 HONGKONG SANTEX CO., LIMITED 成为境外前五大客

户的主要原因为部分境外客户退出发行人前五大客户行列，该客户排名上升所致，该客户与发行人合作在三年以上，报告期内，该客户与发行人均有交易，分别为 633.35 万元、161.75 万元和 1,615.27 万元，在 2020 年该客户也是发行人境外客户前五大行列，因此，2022 年客户 HONGKONG SANTEX CO., LIMITED 成为境外前五大客户行列具有合理性。

③在 2021 年，客户 ALI MELHEM & PARTNER CO 成为境外前五大客户的主要原因及合理性

在 2021 年，客户 ALI MELHEM & PARTNER CO 成为境外前五大客户的主要原因为 2021 年发行人通过参加广交会展会获得该意向客户，该客户于 2001 年在约旦安曼注册成立，成立时间较早，经营范围主要是纺织服装产品，与向发行人采购的产品相匹配。双方通过展会认识，经过深入了解，达成意向合作，发行人通过公平公正的方式与客户签订合同，产品的价格公允，新增客户与公司、实际控制人等不存在关联关系。在 2023 年上半年该客户获取新的下游客户订单，向发行人采购 210.83 万元，因此，2021 年客户 ALI MELHEM & PARTNER CO 成为境外前五大客户具有合理性。

④在 2021 年，客户 WENDROTH & CO.(GmbH & Co.)KG 成为境外前五大客户行列的主要原因及合理

在 2021 年，客户 WENDROTH & CO.(GmbH & Co.)KG 成为境外前五大客户行列的主要原因为发行人部分境外客户退出发行人前五大客户行列，该客户排名上移所致，该客户与发行人合作在 5 年以上，报告期内，该客户与发行人均有交易，分别为 458.66 万元、352.59 万元和 865.39 万元，因此，2021 年客户 WENDROTH & CO.(GmbH & Co.)KG 成为境外前五大客户行列具有合理性。

3) 2022 年和 2021 年，客户 ALI MELHEM & PARTNER CO、客户 WENDROTH & CO.(GmbH & Co.)KG 和客户 NASSER HAMDAN AL-HAMDAN CO、客户 HONGKONG SANTEX CO., LIMITED 退出境外前五大客户行列的原因及合理性

①在 2022 年客户 ALI MELHEM & PARTNER CO 退出境外前五大客户的主要原因及合理性

在 2022 年客户 ALI MELHEM & PARTNER CO 不再是境外前五大客户的主

要原因为该客户系境外贸易商客户，该客户基于风险考虑及自身贸易方式特点，主要采取订单式采购和订单式销售的模式与发行人进行业务合作。由于 2022 年该贸易商客户的下游需求减少，相应不再向发行人采购，在 2023 年上半年度该客户获取新的下游客户订单，向发行人采购 210.83 万元，因此，该客户退出发行人主要客户行列主要系排名下移所致，但仍是发行人的客户，发行人仍与其保有一定的业务规模，因此，2022 年 ALI MELHEM & PARTNER CO 退出境外前五大客户行列具有合理性。

②在 2022 年客户 WENDROTH & CO.(GmbH & Co.)KG 退出境外前五大客户的主要原因及合理性

在 2022 年客户 WENDROTH & CO.(GmbH & Co.)KG 退出境外前五大客户的主要原因为发行人部分境外客户成为发行人前五大客户行列，该客户排名下移所致，该客户与发行人合作在 5 年以上，报告期内，该客户与发行人均有交易，分别为 458.66 万元、352.59 万元和 865.39 万元，因此，2022 年客户 WENDROTH & CO.(GmbH & Co.)KG 退出境外前五大客户行列具有合理性。

③在 2021 年客户 NASSER HAMDAN AL-HAMDAN CO 退出境外前五大客户的主要原因及合理性

报告期内及之前，该贸易商客户与发行人交易情况如下：

单位：万元

序号	交易年度	交易内容	金额
1	2020 年	精纺呢绒	3,417.32
2	2017 年	精纺呢绒	540.32
3	2015 年	精纺呢绒	251.15
4	2014 年	精纺呢绒	96.06

由上表可知，发行人与客户 NASSER HAMDAN AL-HAMDAN CO 合作时间较早，与发行人在 2014 年、2015 年、2017 年和 2020 年交易分别为 96.06 万元、251.15 万元、540.32 万元和 3,417.32 万元。该客户系境外贸易商客户，主要向发行人采购精纺呢绒产品，由于该贸易商客户基于风险考虑及自身贸易方式特点，通常是订单式采购和订单式销售的模式与发行人进行业务合作，该贸易商客户在获取下游订单之后，再向发行人进行相应需求量的采购，而该贸易商的下游客户主要国家安全、国家能源及国家边防等政府部门，该部分政府部门的订单主要通

过招投标方式获取,该贸易商所在地系沙特阿拉伯,由于 2021 年、2022 年和 2023 年上半年该贸易商所在地政府部门未进行招标业务,相应发行人未能进行服装投标业务,因此该贸易商也未能获取订单,相应在 2021 年、2022 年和 2023 年上半年该贸易商 NASSER HAMDAN AL-HAMDAN CO 基于未获取订单风险及存货风险考虑,未向发行人采购,同时,该贸易商目前经营情况正常,发行人与该客户关系良好,一直保持密切的联系,因此,2021 年客户 NASSER HAMDAN AL-HAMDAN CO 退出境外前五大客户具有合理性。

④在 2021 年客户 HONGKONG SANTEX CO., LIMITED 退出境外前五大客户行列的主要原因及合理性

在 2021 年客户 HONGKONG SANTEX CO., LIMITED 退出境外前五大客户的主要原因为部分境外客户进入发行人前五大客户行列,该客户排名下移所致,该客户与发行人合作在三年以上,报告期内,该客户与发行人均有交易,分别为 633.35 万元、161.75 万元和 1,615.27 万元,在 2022 年该客户重新成为发行人境外客户前五大行列,因此,2021 年客户 HONGKONG SANTEX CO., LIMITED 退出境外前五大客户行列具有合理性。

综上所述,报告期内发行人与相关客户的合作关系较为稳定,部分客户退出发行人前五大客户行列主要系排名下移或客户下游订单变化所致,前述客户仍是发行人的主要境外客户,只要前述客户获取下游新的订单,发行人仍与其保有一定的业务规模,因此,报告期内,发行人境外主要客户变动具有合理性。

(2) 2022 年新增第一大境外贸易商客户 LEADING 与发行人的合作背景,成立短期内便和发行人合作且销售规模较大、价格较低的合理性,该客户的终端客户构成及终端销售实现情况

1) 2022 年新增第一大境外贸易商客户 LEADING 与发行人的合作背景

发行人与客户 LEADING FANCY (HK) CO.,LTD 从 2018 年开始业务合作,2020 年和 2021 年,与该客户发生交易分别为 263.67 万元和 650.87 万元,新增主要客户 LEADING FANCY (SINGAPORE) PTE.LTD 与客户 LEADING FANCY (HK) CO.,LTD 为受同一自然人控制的境外企业,对此,客户 LEADING FANCY (HK) CO.,LTD 与发行人基于良好的稳定关系,对发行人产品认可度高,2022 年该客户将新加坡的关联公司 LEADING FANCY (SINGAPORE) PTE.LTD 的相

关业务推荐予发行人进行合作。上述两客户与发行人、实际控制人等均不存在关联关系。

2) 客户 LEADING FANCY (SINGAPORE) PTE.LTD 成立短期内便和发行人合作且销售规模较大、价格较低的合理性

①客户 LEADING FANCY(SINGAPORE)PTE.LTD 成立短期内便和发行人合作且销售规模较大的合理性分析如下：

单位：元/米、万米、万元

公司名称	订单获取方式	2022 年度			2021 年度			2020 年度		
		单价	数量	销售额	单价	数量	销售额	单价	数量	销售额
LEADING FANCY (SINGAPORE) PTE.LTD	商务洽谈	46.27	37.04	1,714.07	-	-	-	-	-	-
LEADING FANCY (HK) CO.,LTD	商务洽谈	-	-	-	41.58	15.65	650.87	42.84	6.15	263.67
合计		46.27	37.04	1,714.07	41.58	15.65	650.87	42.84	6.15	263.67

近年来,客户 LEADING FANCY(HK)CO.,LTD 及 LEADING FANCY(HK) CO.,LTD 为同一实控人,其实控人基于自身经营业务的需要,相应进行经营规模的扩张,在新加坡开辟了新业务市场,对此,客户 LEADING FANCY (SINGAPORE) PTE.LTD 于 2020 年度在新加坡注册成立。由于实控人与发行人合作稳定且关系良好,对发行人产品认可度高,故该客户将新加坡新注册成立的关联公司的大量业务推荐给发行进行合作所致,因此,客户 LEADING FANCY (SINGAPORE) PTE.LTD 成立短期内便和发行人合作且销售规模较大具有合理性。

②境外贸易商客户 LEADING FANCY(SINGAPORE)PTE.LTD 与发行人交易价格较低的合理性分析如下：

单位：元/米

公司名称	内容	2022 年度平均单价	2021 年度平均单价	2020 年度平均单价
LEADING FANCY(SINGAPORE)PTE.LTD	精纺呢绒	46.27	-	-
LEADING FANCY(HK)CO.,LTD	精纺呢绒	-	41.58	42.84

终端客户类似产品	精纺呢绒	53.08	54.01	50.51
境内客户类似产品	精纺呢绒	51.94	55.44	49.10
境外贸易商客户类似产品	精纺呢绒	49.06	46.70	43.86

报告期内，发行人在 2020 年度、2021 年度销售给 LEADING FANCY (HK) CO.,LTD 的单价分别为 42.84 元/米、41.58 元/米，与 2022 年度销售给客户 LEADING FANCY (SINGAPORE) PTE.LTD 的单价 46.27 元/米差异较小。

报告期内，发行人给终端客户类似产品的平均单价分别为 50.51 元/米、54.01 元/米和 53.08 元/米，销售给境内客户的类似产品的平均单价分别为 49.10 元/米、55.44 元/米和 51.94 元/米，均略微高于销售给贸易商客户 LEADING FANCY(HK) CO.,LTD 和 LEADING FANCY (SINGAPORE) PTE.LTD 的平均单价，主要原因为：一方面对该客户生产所用面料系普通材质面料，采购原材料价格相对较低；另一方面与该客户合作稳定且关系较好，客户认可度高，因此，发行人在保有一定利润的情况下，发行人会给与一定优惠，因此销售的平均价格相对较低。

报告期内，发行人销售给境外贸易客户类似产品的单价分别为 43.86 元/米、46.70 元/米和 49.06 元/米，与销售给贸易商客户 LEADING FANCY(HK)CO.,LTD 和 LEADING FANCY (SINGAPORE) PTE.LTD 的平均单价差异较小。

综上所述，发行销售给客户 LEADING FANCY(SINGAPORE)PTE.LTD 的价格较低具有合理性。

③客户 LEADING FANCY(SINGAPORE)PTE.LTD 终端客户构成及终端销售实现情况如下：

单位：万元

名称	2022 年			2021 年			2020 年		
	交易额	终端客户	终端销售实现情况	交易额	终端客户	终端销售实现情况	交易额	终端客户	终端销售实现情况
LEADING FANCY(SINGAPORE)PTE.LTD	1,714.07	加拿大及美国制衣公司	已经实现	-	-	-	-	-	-
LEADING FANCY(HK)CO.,LTD	-	-	-	650.87	制衣公司	已经实现	263.67	制衣公司	已经实现

报告期内，针对发行人与该客户的交易情况，保荐机构执行了函证程序及视频访谈程序，在执行程序的过程中，客户基于保密要求及自身客户流失风险考虑，未告知终端客户的具体名称，而是告知了终端客户所在行业领域情况。

报告期内，经函证程序及视频访谈程序，发行人主要贸易商客户各期末库存均无积压情况，贸易商客户向发行人采购的产品基本已实现了最终销售，不存在贸易商大量囤货虚增收入的情形。

(3) 2020 年第一大境外客户 NASSER 的基本情况，该客户 2021 年及之后向发行人的采购规模大幅降低的原因及合理性。

1) 2020 年第一大境外客户 NASSER HAMDAN AL-HAMDAN CO.的基本情况

NASSER HAMDAN AL-HAMDAN CO.的基本情况如下：

客户名称	NASSER HAMDAN AL-HAMDAN CO.
所在省市	利雅得
注册时间	1988 年
注册地址	Salah AL-Din Street
主要经营场所	Salah AL-Din Street
注册资本	500 万里亚尔
经营范围	纺织
主营业务-主要产品	制服，面料，靴子的进出口贸易
贸易商/工厂	贸易商
业务规模（年均销售额/收入规模）	1700 万美元
与箭鹿股份合作模式（招投标/商务谈判/零售）	商务谈判
与箭鹿股份开始合作时间	2018
是否为箭鹿关联方	否
法定代表人	Riyad Al-Hamdan
实际控制人	Riyad

2) 客户 NASSER HAMDAN AL-HAMDAN CO.在 2021 年及之后向发行人的采购规模大幅降低的原因及合理性

报告期内及之前，该贸易商客户与发行人交易情况如下：

单位：万元

序号	交易年度	交易内容	金额
1	2020 年	精纺呢绒	3,417.32
2	2017 年	精纺呢绒	540.32
3	2015 年	精纺呢绒	251.15

4	2014年	精纺呢绒	96.06
---	-------	------	-------

由上表可知,发行人与客户 NASSER HAMDAN AL-HAMDAN CO 合作时间较早,与发行人在 2014 年、2015 年、2017 年和 2020 年交易分别为 96.06 万元、251.15 万元、540.32 万元和 3,417.32 万元。该客户系境外贸易商客户,主要向发行人采购精纺呢绒产品,由于该贸易商客户基于风险考虑及自身贸易方式特点,通常是订单式采购和订单式销售的模式与发行人进行业务合作,该贸易商客户在获取下游订单之后,再向发行人进行相应需求量的采购,而该贸易商的下游客户主要国家安全、国家能源及国家边防等政府部门,该部分政府部门的订单主要通过招投标方式获取,该贸易商所在地系沙特阿拉伯,由于 2021 年、2022 年和 2023 年上半年该贸易商所在地政府部门未进行招标业务,相应发行人未能进行服装投标业务,因此该贸易商也未能获取订单,相应在 2021 年、2022 年和 2023 年上半年该贸易商 NASSER HAMDAN AL-HAMDAN CO 基于未获取订单风险及存货风险考虑,未向发行人采购,同时,该贸易商目前经营情况正常,发行人与该客户关系良好,一直保持密切的联系,因此,2021 年客户 NASSER HAMDAN AL-HAMDAN CO 退出境外前五大客户具有合理性。

3、说明主要贸易商的终端客户构成,发行人贸易商销售模式下关于产品定价、货物流转、资金结算、合同签订等的基本情况,相关产品是否直接发往终端客户,是否存在第三方回款等情况,主要贸易商客户期末库存回函余额均为 0 的合理性。

(1) 报告期内,发行人主要贸易商的终端客户构成情况

报告期内,发行人每年前五大境外贸易商的终端客户构成情况如下:

序号	名称	2022 年终端客户构成	2021 年终端客户构成	2020 年终端客户构成
1	COONEEN DEFENCE LIMITED	政府部门	政府部门	政府部门
2	ELVITEX SA EXPORT	-	军队及警察部门	军队及警察部门
3	HONGKONG SANTEX CO., LIMITED	纱线及面料厂商	纱线及面料厂商	纱线及面料厂商
4	INCOM S.P.A	政府部门及军队	-	政府部门及军队
5	LEADING FANCY(HK)CO.,LTD	-	制衣公司	制衣公司

6	LEADING FANCY(SINGAPORE)PTE.LTD	加拿大及美国制衣公司	-	-
7	NASSER HAMDAN AL-HAMDAN CO.	-	-	安全部门、能源部门及边防部门
8	SEYNTEX N V	英国政府部门	-	-
9	WENDROTH & CO.(GmbH & Co.)KG	政府部门及零售店	政府部门及零售店	政府部门及零售店
10	YAGI & CO.,LTD.	纺织厂商	纺织厂商	纺织厂商

报告期内，中介机构执行了函证程序，在执行程序的过程中，客户以商业机密为由、自身客户流失风险考虑，拒绝透露其终端客户的具体名称，而是告知了终端客户构成所在的相关部门或行业领域名称。

(2) 发行人贸易商销售模式下关于产品定价、货物流转、资金结算、合同签订等的基本情况，相关产品是否直接发往终端客户，是否存在第三方回款等情况

1) 关于产品定价情况

报告期内，发行人与贸易商客户的产品定价情况，主要基于以下几点考虑：①境外贸易商客户的议价能力；②境外出口商品所退的出口退税、汇率变动和原材料价格；③在保有利润点的情况下，基于合作时间长短、交易数量等，给予一定的折扣优惠。

2) 关于货物流转及相关产品是否直接发往终端客户情况

报告期内，发行人与境外贸易商客户进行产品交易时，对于货物流转，发行人将交易的产品在海关进行申报，清关审批之后，将货物送至客户指定的海运货轮或与发行人有合作关系的海运货轮，随之货物将送至境外贸易商提供的指定地点，由境外贸易商客户验收，相关产品不直接发往终端客户。

3) 关于资金结算情况

报告期内，发行人与境外贸易商客户直接进行货款结算及发票开具，与终端客户不存在资金结算情形。

4) 关于合同签订情况

报告期内，发行人与境外贸易商客户直接签订合同或协议，发行人、境外贸易商客户和终端客户三者之间不签订三方协议，发行人与终端客户之间也不签订

任何协议。

5) 关于交易后是否存在第三方回款情况

报告期内，发行人与贸易商客户交易后，与之对应的货款由贸易商客户直接支付给发行人，不存在终端客户向发行人支付的情形，不存在贸易商客户指定任何对象向发行人支付货款的情形，也不存在由发行人指定任何对象代收代付的情况。

(3) 报告期内，主要贸易商客户期末库存回函余额均为 0 的合理性

报告期内，境外贸易商客户基于风险考虑及贸易方式特点，通常是以订单形式采购和销售，境外贸易商在获取终端客户订单之后，再向发行人进行相应需求量的采购，以此减少库存风险，因此，发行人主要贸易商客户期末库存回函余额均为 0 具有合理性。

4、问询回复显示，各期境外运输费用占收入的比例分别为 2.25%、2.34%、1.62%，说明 2022 年海运价格上涨的情况下，运输费用占比较前期明显偏低的商业合理性，境外运输费用是否真实完整；说明各期海关出口统计数据与各期境外销售规模差异较大的原因及合理性；结合境外客户合作稳定性、资信情况、回款情况、境外业务开拓风险等，说明发行人未就境外出口业务购买出口信用保险的原因。

(1) 报告期各期境外运输费用占收入的比例分别为 2.25%、2.34%、1.62%，说明 2022 年海运价格上涨的情况下，运输费用占比较前期明显偏低的商业合理性，境外运输费用是否真实完整

报告期各期，发行人境外销售收入中不同贸易术语实现的销售金额及比例情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
到岸价 CIF	3,017.94	22.54%	2,397.73	43.50%	6,208.61	56.84%
离岸价 FOB	10,373.21	77.46%	3,114.43	56.50%	4,714.95	43.16%
境外销售合计	13,391.16	100.00%	5,512.16	100.00%	10,923.57	100.00%
境外运输费用	216.44	-	129.01	-	245.71	-
境外运输费用占到岸价 CIF 比例	7.17%	-	5.38%	-	3.96%	-
境外运输费用占境外销售收入比例	1.62%		2.34%		2.25%	

如上表所示,发行人2022年度以CIF贸易方式进行的交易占比大幅度下降,而以FOB贸易方式进行的交易占比大幅度上升,在FOB贸易模式下运费由买方承担,因此,发行人在2022年海运价格上涨的情况下运输费用占境外收入比重有所下降,占到岸价CIF收入比重有所上升,因此2022年境外运输费用占比较前期明显偏低具有商业合理性,境外运输费用真实完整。

(2) 报告期各期海关出口统计数据与各期境外销售规模差异较大的原因及合理性

发行人和上市公司及申报上市公司有关海关数据与各期境外销售收入差异率的对比情况如下:

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
奥特维上市公司差异率	1.75%	5.39%	0.92%
项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
祥生医疗上市公司差异率	-3.94%	-4.56%	-1.21%
项目	2019 年 1-9 月	2018 年度	2017 年度
燕麦科技上市公司差异率	8.50%	3.56%	4.95%
项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
清溢光电上市公司差异率	0.63%	3.69%	3.36%
项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
前进科技公司差异率	6.54%	6.90%	2.06%
优优绿能公司差异率	6.89%	9.79%	-0.80%
英思特公司差异率	4.63%	1.73%	1.09%
箭鹿股份差异率	4.44%	3.32%	1.07%

注:前进科技公司、优优绿能公司和英思特公司正处于上市申报阶段

报告期各期,发行人境外销售收入与海关出口统计金额存在一定差异,差异率分别为 1.07%、3.32%和 4.44%,整体上差异较小,形成差异原因主要为时间性差异,即海关出口数据统计按出口结关日期进行统计,而发行人境外销售收入以取得货物提单或按报关单记载的出口日期为收入确认时点。因此使得海关出口数据统计金额与境外销售收入金额存在较小差异,差异原因合理。总体而言,发行人境外销售收入与海关出口数据相匹配。

综上所述,发行人海关数据与境外销售收入存在一定的差异,经检索其他上市公司相关差异水平,发行人差异水平尚处于合理区间,主要原因均是基于海关

统计数据时间与境外收入确认的时间差异所致。

(3) 结合境外客户合作稳定性、资信情况、回款情况、境外业务开拓风险等，说明发行人未就境外出口业务购买出口信用保险的原因。

1) 结合境外客户合作稳定性，说明发行人未就境外出口业务购买出口信用保险的原因

单位：万元

公司名称	2022 年度	2021 年度	2020 年度	成立时间	注册资本	主要销售内容	主营业务	合作历史及稳定性
ALI MELHEM & PARTNER CO	-	1,078.37	-	2001 年	100 万第纳尔	精纺呢绒	男女纺织品、男女服装、时尚服装用品等。	与公司合作 2 年以上，采购公司精仿呢绒，客户是订单式采购，因客户的客户需求发生变化，导致向公司采购减少。
COONEEN DEFENCE LIMITED	1,142.96	315.54	849.80	1966 年	300 万美元	服装	军警制服；年营业额在 1500 万美元。	与公司合作 10 年以上，采购公司服装，合作比较稳定。
EFFE TRE S.R.L.	1,874.12	626.67	1,767.75	1998 年	1000 万欧元	精纺呢绒	服装的制造及销售；公司位于法国，是一家专注于正装与休闲装生产和销售公司，并拥有自主品牌。2021 年度营业收入为 2000 万美元。	与公司合作 5 年以上，采购公司面料生产正装，合作比较稳定。
HONGKONG SANTEX CO., LIMITED	1,615.27	161.75	633.35	2016 年	100 万美元	精纺呢绒	服装和纺织品的批发商和贸易商；2021 年营业收入为 1000 万美元。	与公司合作 3 年以上，采购公司面料销售至服装公司，合作比较稳定。

①LEADING FANCY(SINGAPORE)PTE.LTD ②LEADING FANCY(HK)CO.,LTD	1,714.07	650.87	263.67	①2020年 ②2012年	均是100万美元	精纺呢绒	①服装和纺织品的批发商和贸易商；2022年营业收入为1000万美元； ②服装和纺织品的批发商和贸易商；2021年营业收入：800万美元。	①2022年开始合作，经终端核查，均实现销售，合作比较稳定。 ②2018年开始合作，报告期各期均实现销售，合作比较稳定。
LIEN PHUONG TEXTILE & GARMENT CORPORATION	1,696.52	1,372.95	1,425.12	1960年	235485040000 越南盾	毛精纺纱	面料及服装的生产、销售；公司是越南领先的纺织和服装制造商之一。拥有从纱线、织造、染色、后整理、缝制等一条完整的精梳毛呢生产线，具有每年6,000,000平方米面料的生产能力。	与公司合作5年以上，采购公司纱线生产面料，合作比较稳定。
NASSER HAMDAN AL-HAMDAN CO.	-	-	3,417.32	1988年	500万里亚尔	精纺呢绒	制服，面料，靴子的进出口贸易。2021年营业收入为1700万美元。	与公司合作3年以上，采购公司面料销售至服装公司。合作比较稳定。
WENDROTH & CO.(GmbH & Co.)KG	865.39	352.59	458.66	1957年	1000万欧元	精纺呢绒	纺织品的进出口（服装、鞋子）；公司从亚洲进口纺织面料/布料，主要来自印度和中国，用于时尚（男装、女装和童装）以及公司服装、制服和服务服装到欧洲市场。	与公司合作5年以上，采购公司面料销售至时装公司。合作比较稳定。
主要境外客户收入合计①	8,908.33	4,558.74	8,815.66	-	-	-	-	-
境外收入总计②	13,391.16	5,512.16	10,923.57	-	-	-	-	-
占比③=①/②	66.52%	82.70%	80.70%	-	-	-	-	-

注：2022年度发行人与 LEADING FANCY(SINGAPORE)PTE.LTD 发生交易 1,714.07 万元，2021 年度和 2020 年度发行人与 LEADING FANCY(HK)CO.,LTD 发生交易分别为 650.87 万元和 263.67 万元，基于受同一自然人控制的原因，因此以合并口径列示。

报告期内，发行人与境外主要客户合作稳定，除报告期内新增客户之外，其余主要境外客户与发行人合作历史均在3年以上，因此发行人未就境外出口业务购买出口信用保险。

2) 结合境外客户资信及回款情况，说明发行人未就境外出口业务购买出口信用保险的原因

单位：万元

公司名称	2022 年度				2021 年度				2020 年度			
	交易额	当年度回款	期后回款	回款率	交易额	当年度回款	期后回款	回款率	交易额	当年度回款	期后回款	回款率
ALI MELHEM & PARTNER CO	-	-	-	-	1,078.37	1,078.37	0.00	100.00%	-	-	-	-
COONEEN DEFENCE LIMITED	1,142.96	1,142.96	0.00	100.00%	315.54	315.54	0.00	100.00%	849.80	849.80	0.00	100.00%
EFFE TRE S.R.L.	1,874.12	1,874.12	0.00	100.00%	626.67	626.67	0.00	100.00%	1,767.75	1,470.54	297.21	100.00%
HONGKONG SANTEX CO., LIMITED	1,615.27	1,615.27	0.00	100.00%	161.75	159.76	1.99	100.00%	633.35	630.31	3.04	100.00%
①LEADING FANCY(SINGAPORE)PTE.LTD	1,714.07	1,714.07	0.00	100.00%	650.87	650.87	0.00	100.00%	263.67	263.67	0.00	100.00%
②LEADING FANCY(HK)CO.,LTD												
LIEN PHUONG TEXTILE & GARMENT CORPORATION	1,696.52	1,337.65	358.87	100.00%	1,372.95	767.07	605.88	100.00%	1,425.12	550.91	874.21	100.00%
NASSER HAMDAN AL-HAMDAN CO.	-	-	-	-	-	-	-	-	3,417.32	3,417.32	0.00	100.00%

WENDROTH & CO.(GmbH & Co.)KG	865.39	747.89	117.50	100.00%	352.59	306.94	45.65	100.00%	458.66	439.87	18.78	100.00%
合计	8,908.33	8,431.96	476.37	100.00%	4,558.74	3,905.22	653.52	100.00%	8,815.66	7,622.42	1,193.24	100.00%

注：以 2023 年 7 月 18 日为期后回款的截止时间点。

报告期内，发行人境外客户当期回款金额及时且占比较大，期末应收货款在期后也得到及时回款，整体上回款质量较好，因此发行人境外主要客户资质信用情况良好，发行人与境外客户交易未购买出口信用保险。

3) 结合境外业务开拓风险，说明发行人未就境外出口业务购买出口信用保险的原因

①结合境外销售收入情况，分析外业务开拓风险情况

单位：万元

类型	2022 年度	2021 年度	2020 年度	2022 年较 2021 年		2021 年较 2020 年	
	金额	金额	金额	增减额	增长率	增减额	增长率
境外销售收入	13,391.16	5,512.16	10,923.57	7,878.99	142.94%	-5,411.40	-49.54%
其中：精纺呢绒	7,175.53	2,934.36	6,984.25	4,241.17	144.53%	-4,049.89	-57.99%
毛精纺纱	3,925.18	2,023.82	2,561.29	1,901.36	93.95%	-537.47	-20.98%
服装	2,290.45	553.98	1,378.03	1,736.47	313.45%	-824.05	-59.80%

报告期内，除 2021 年之外，其余年度境外销售收入保持稳定增长状态，2021 年境外收入下降幅度较大，主要原因受疫情影响所致，随之 2022 年疫情好转，行业综合景气度回升，出口总额再创新高为企业业绩增长提供了动力，对此，2022 年发行人境外收入明显呈现回升趋势，发行人外销收入增加至 1.33 亿元，外销收入恢复正常水平，因此，发行人境外业务不存在开拓风险，也未就境外出

口业务购买出口信用保险。

②结合新增境外客户收入情况，分析分析外业务开拓风险情况

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2021 年度
新增境外客户收入	4,741.79	1,471.46	4,424.84

报告期内，发行人新增境外客户收入分别为 4,424.84 万元、1,471.46 万元和 4,741.79 万元，由此可见，发行人境外市场业务开拓良好，发行人境外业务不存在开拓风险，因此也未就境外出口业务购买出口信用保险。

综上所述，报告期内，发行人未就境外出口业务购买出口信用保险具有合理性。

二、中介机构核查

（一）核查程序

针对上述事项，保荐机构和申报会计师主要履行了如下核查程序：

- 1、查阅发行人的主要代理商佣金协议，了解代理业务的模式、定价模式、结算模式，核查代理费支付凭证；
- 2、查阅同行业可比公司的公开披露信息，了解可比公司销售模式，分析发行人销售模式是否符合行业特性；
- 3、对发行人、董监高、发行人关联方与自然人代理商进行交叉比对，通过公开渠道查询主要代理商的基本信息，包含注册地址、注册资本、实际控制人、公司性质等，核查代理商是否与发行人存在关联关系；
- 4、获取并查阅董监高和主要销售人员个人银行资金流水；
- 5、通过中国裁判文书网、中国执行信息公开网、国家企业信用信息公示系统等网站对发行人是否涉及不正当竞争、贿赂、行贿、行政处罚等进行查询；
- 6、查阅《中国纺织工业发展报告》，分析发行人境外增长的合理性；
- 7、获取同行业可比公司年度报告等公开资料，并与发行人的境外销售情况进行对比分析；
- 8、获取发行人 2021 年及 2022 年销售收入明细表，分析各类主要产品的境外销售收入占比情况及境外客户增减变化情况；
- 9、对境外客户进行访谈、函证，获取其终端客户构成及期末库存情况，核查其对发行人采购金额变化的原因；
- 10、对境外客户进行访谈、函证，核查其对发行人采购规模变化的原因；
- 11、对发行人主要贸易商进行函证，获取其终端客户构成情况；
- 12、获取发行人境外销售合同，核查发行人境外销售货物流转、单据流转的详细情况；获取客户回款记录，核查发行人境外销售客户回款情况；
- 13、获取发行人境外销售收入明细、境外物流运输记录、发货验收单据及出口单证等资料，核查不同贸易术语实现的销售金额及比例，分析境外运输费用占比下降的合理性；
- 14、查询海关出口数据与境外销售规模存在差异的上市公司情况，分析发行人海关出口数据与境外销售规模存在差异的合理性；

15、查阅境外客户营业执照、工商登记资料及回款记录等资料，并对境外客户进行函证，分析发行人未就境外出口业务购买出口信用保险的合理性。

（二）核查意见

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

1、代理商根据自身多年的行业经验和客户资源为发行人推荐客户，发行人与客户签署销售合同，并在收回款项后向代理商支付佣金服务费，佣金服务费会根据每笔订单支付。发行人借助代理商积累的客户资源及服务优势能够拓展海外市场，实现海外市场的产品推广和客户开拓，下游客户基于对代理商的信任及合作的粘性，发行人不容易抛开代理商直接与客户签订合同，因此会形成客户合作时间较长并持续支付佣金的情况。同行业可比公司中南山智尚、新澳股份、如意集团和乔治白均存在代理商销售模式，发行人目前的境外销售模式符合行业惯例。

2、发行人代理商包括机构代理商和自然人代理商，报告期内主要代理商拓展的新客户较少，发行人支付给主要代理商的佣金费用主要系代理商维护老客户关系的服务，佣金计提和实际支付不存在较大差异。在纺织服装行业中，存在很多自然人代理商，他们凭借自己多年的行业工作经验，以及对纺织服装市场及下游客户需求非常熟悉，开展代理商业务，符合市场发展情况。同行业中南山智尚在公开资料中也披露了个人代理商的情况，发行人代理佣金支付对象为个人符合行业惯例。

代理商拥有多年的行业工作经验以及较多下游客户资源，因此服务的客户较多，不存在仅为发行人提供服务的情况。报告期内不存在代理商与贸易商重合、成立时间较短即与发行人合作的情形。代理商为发行人带来客户资源，促成公司与客户达成订单交易，双方均为正常合作范围内的往来，代理商及其相关人员与发行人及其相关人员不存在任何关联关系或其他利益安排，不存在发行人离职或在职员工在代理商任职或持股的情形。

3、报告期内，发行人计提的佣金依据订单利润确定，由于不同订单的利润会受原材料价格、汇率、产品报价波动等因素的影响，发行人给到不同代理商的佣金比例也会有所不同，定价遵循商业规则，具有合理性和公允性。发行人预提当年度应付未付的佣金，在之后年度实际支付时可能会与预提金额有一个差值，因此部分代理商代理费用显示为负。报告期内，发行人的代理佣金费用属于与销

售产品直接相关的费用，因此公司将销售佣金计入营业成本的会计处理符合《企业会计准则》及应用指南的相关规定，与实际合同约定相符。

4、代理商为发行人带来客户后，在客户与发行人的合作中持续提供代理服务，代理商的服务内容和服务效果未发生变化。各期代理佣金有所变动，2021年较2020年佣金金额减少，主要系2021年受疫情影响导致境外客户订单减少，因此与订单挂钩的佣金费用相应减少，2022年佣金金额较2021年和2020年均有所增加，主要系疫情恢复后订单增加，且发行人在原有客户的基础上拓展一些新客户，因此佣金金额增加。

报告期内，发行人实际支付的佣金金额占通过代理商实现的销售规模比例分别为2.91%、3.86%和2.43%，发行人支付的佣金主要取决于订单利润，由于不同订单的利润会受原材料价格、汇率、产品报价波动等因素的影响，发行人给到不同代理商的佣金最终换算为按收入金额的占比也会有所不同，实际支付的佣金金额与通过代理商实现的销售规模整体相匹配。

发行人与代理商的合作严格遵守公司内部审批程序，合同执行过程中，发行人严格按照已经签订佣金协议的约定支付佣金费，发行人内部控制制度健全，执行有效。发行人及发行人员工与代理商不存在任何关联关系，与代理商之间不存在除开展正常业务所产生的资金往来以外的其他资金往来，订单的获取合规合法，不存在通过境外代理商进行商业贿赂、不正当竞争的情形。

5、发行人2021年境外销售收入受疫情影响大幅度下降，随着疫情缓解，发行人2022年境外收入恢复至疫情前水平并小幅度增长，与市场及行业总体趋势一致，主要受益于疫情缓解所带来的行业复苏；发行人境外终端客户较为稳定，而贸易商客户受疫情影响较大，因此发行人2021年境外贸易商客户收入占比大幅度下降，发行人2022年境外贸易商收入恢复至疫情前水平，因此相较2021年有大幅度增长具有合理性；发行人境外收入增长趋势与主要产品精纺呢绒的境外销售趋势保持一致。

6、报告期内，发行人与相关客户的合作关系较为稳定，部分客户退出发行人前五大客户行列主要系排名下移或客户下游订单变化所致，前述客户仍是发行人的主要境外客户，只要前述客户获取下游新的订单，发行人仍与其保有一定的业务规模，因此，报告期内，发行人境外主要客户变动具有合理性。

7、发行人境外贸易商客户基于其贸易模式，均为获取终端客户订单后对发行人进行采购，因此其基本维持零库存的状态，报告期内发行人不存在产品直接发往终端客户之情形，亦不存在与终端客户资金结算之情形。

8、发行人 2022 年境外销售交易模式中 FOB 模式占比上升，因此境外运输费用占境外收入比重下降，而占 CIF 收入比重上升，发行人境外运输费用真实完整；海关出口的出口结关日期与发行人的收入确认时点存在差异，因此海关出口数据与发行人境外收入金额存在较小的差异；发行人与主要境外客户合作比较稳定，且对该部分客户的销售收入占境外销售收入比重较高，该部分客户的回款情况亦良好，因此发行人未就境外出口业务购买信用保险。

（三）境外客户及贸易商客户的核查情况。

1、说明对境外客户访谈所采取的具体核查程序及有效性，视频访谈、实地走访、聘请第三方机构等的核查金额及比例，访谈的主要客户名单、形式、时间、访谈对象身份、所获取的核查证据等内容，是否获取盖章和签字文件。

（1）对境外客户访谈所采取的具体核查程序及有效性

由于国内外新冠疫情的影响，根据国内外疫情防控及出入境管理要求，报告期各期末难以开展境外实地走访工作，中介机构通过视频访谈的形式开展了境外客户的核查工作。为确保视频访谈程序有效性，中介机构采取了如下措施：

1) 在访谈开始前，中介机构选取受访客户名单，由公司通过双方日常下达订单的邮箱、微信、电话等联系方式同受访客户约定访谈人员、访谈形式及访谈时间，中介机构检查访谈预约记录及日常往来记录，并进行比对；

2) 在访谈过程中，项目组全程录制视频，并向受访对象确认身份及担任职位等信息，主要对受访对象所在公司 logo、工牌名片、身份证明等进行查看，并时刻关注受访对象对双方业务的了解情况；

3) 在访谈结束后，中介机构根据访谈内容整理访谈记录，并将访谈记录发至确认后具有真实性的邮件地址或快递地址，访谈提纲要求受访对象签字和单位盖章，签字盖章之后由访谈对象自客户经营地寄出，寄回后确认访谈记录的寄出地址与受访对象提供的客户经营地址一致。同时，中介机构将上述文件中涉及的字迹印章等与公司日常往来的合同或文件进行比对。

经上述程序未发现异常后，中介机构认为视频访谈过程真实有效。

(2) 视频访谈、实地走访、聘请第三方机构等的核查金额及比例

报告期各期末中介机构均采用视频访谈的核查形式，未进行实地走访或聘请第三方机构核查。视频访谈境外客户的核查金额及比例如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
境外销售收入总额①	13,391.16	5,512.16	10,923.57
视频访谈境外客户收入②	9,593.82	4,196.34	8,923.79
占比③=②/①	71.64%	76.13%	81.69%

(3) 访谈的主要客户名单、形式、时间、访谈对象身份、所获取的核查证据等内容，是否获取盖章和签字文件

访谈的主要客户名单主要情况如下：

序号	客户名称	访谈形式	访谈日期	受访人名称	受访人职务	已获取的核查证据	是否获取盖章、签字文件
1	LEADING FANCY(SINGAPORE)PTE.LTD	视频访谈	2022/3/22 2023/5/18	李宏伟	总经理	中介机构、客户的视频访谈全程录屏；客户签字、盖章的纸质访谈文件；身份证复印件；营业执照	是
2	NISHIKAWA KEORI CO., LTD	视频访谈	2023/5/18	所祐介	海外生产部部长	中介机构、客户的视频访谈全程录屏；客户签字、盖章的纸质访谈文件；履历事项全部证明书	是
3	COONEEN DEFENCE LIMITED	视频访谈	2022/3/24 2023/5/19	张炬斌	高级业务代表	中介机构、客户的视频访谈全程录屏；客户签字、盖章的纸质访谈文件；客户名片；身份证复印件	是

4	Seyntex NV	视频访谈	2023/5/22	孔祥春	高级业务代表	中介机构、客户的视频访谈全程录屏；客户签字、盖章的纸质访谈文件	是
5	YAGI & CO.,LTD.	视频访谈	2022/7/27 2023/6/9	Takumi Nishimura	中国区采购负责人	中介机构、客户的视频访谈全程录屏；客户签字、盖章的纸质访谈文件；公司介绍；ID card	是
6	WENDROTH & CO.(GmbH & Co.)KG	视频访谈	2022/7/27 2023/6/10	TORY LI	中国区采购负责人	中介机构、客户的视频访谈全程录屏；客户签字、盖章的纸质访谈文件	是
7	LIEN PHUONG TEXTILE&GARMENT CORPORATION	视频访谈	2022/8/3 2023/6/13	Mike Tran	总经理	中介机构、客户的视频访谈全程录屏；客户签字、盖章的纸质访谈文件	是
8	EFFE TRE S.R.L.	视频访谈	2023/6/14	Monica	采购负责人	中介机构、客户的视频访谈全程录屏；客户签字、盖章的纸质访谈文件	是
9	ALI MELHEM & PARTNER CO	视频访谈	2022/7/26	Ali melhem	董事	中介机构、客户的视频访谈全程录屏；客户签字、盖章的纸质访谈文件；ID card	是
10	NASSER HAMDAN AL-HAMDAN CO.	视频访谈	2022/11/16	Ahmed Awad	执行董事	中介机构、客户的视频访谈全程录屏；客户签字、盖章的纸质访	是

						谈文件	
--	--	--	--	--	--	-----	--

2、说明针对境外客户的发函及回函数量、金额及比例，回函不符或未予以回函客户的具体情况，替代测试的执行情况及测试结论。

对境外客户的销售情况进行函证，函证情况如下；

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
境外客户的发函数量①	14	15	16
境外客户的回函数量②	14	15	16
境外销售收入总额③	13,391.16	5,512.16	10,923.57
函证境外销售收入④	12,461.16	5,069.65	10,198.96
函证占比⑤=④/③	93.06%	91.97%	93.37%
回函金额⑥	12,461.16	5,069.65	10,198.96
回函占比⑦=⑥/④	100.00%	100.00%	100.00%

报告期各期对境外客户发出的函证均收到回函，回函均相符，故无需执行替代测试。

3、说明对贸易商终端销售真实性所采取的具体核查措施及比例，通过视频访谈或函证的具体程序及有效性，是否获取了主要贸易商的进销存数据及终端客户信息；结合贸易商销售模式下发行人的物流发货记录等，进一步核查发行人贸易商终端销售真实性。

(1) 核查措施及比例

1)对发行人各业务负责人及公司财务总监进行了访谈，了解公司销售模式、终端客户与贸易商客户的判断依据，与主要贸易商的合作历史等信息；

2)获取贸易商名单及对应销售明细，分析其各自收入占比情况、客户数量，通过查阅其营业执照、工商登记资料及函证，核对记载的注册资本、地址、成立时间、经营范围、法定代表人、实际控制人、主营业务及规模、终端销售情况、期末存货结存情况、期后回款情况和与发行人合作开始时间等信息，分析销售价格与终端客户是否存在明显差异，核查发行人前员工、发行人及其关联方等相关主体是否设立或参与经营贸易商的情况；

3)对主要内销贸易商客户检查合同、出库单、物流单、签收单据、回款单等原始单据，对主要外销贸易商客户检查合同、出库单、境外物流运输单、报关

单及提单、回款单等原始单据；

4) 对主要贸易商客户进行走访或视频访谈，了解其总体盈亏情况，是否与发行人存在关联关系，最终销售及期末库存情况等信息，访谈核查情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
境内外贸易商收入总额①	11,559.86	3,528.31	8,363.31
访谈境内外贸易商收入②	7,261.82	1,844.77	5,686.83
占比③=②/①	62.82%	52.28%	68.00%

5) 对境内外主要贸易客户执行特定函证程序，核查其交易内容、交易数量、交易金额、期末库存情况、终端方名称、销售终端方数量及终端销售金额情况，确定交易的真实性，函证情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
境内外贸易商收入总额①	11,559.86	3,528.31	8,363.31
函证境内外贸易收入②	9,950.18	2,718.52	7,103.64
函证占比③=②/①	86.08%	77.05%	84.94%
回函金额④	9,950.18	2,718.52	7,103.64
回函占比⑤=④/②	100.00%	100.00%	100.00%

(2) 视频访谈或函证的具体程序及有效性

1) 为确保视频访谈程序的有效性，中介机构执行了以下措施：

①在访谈开始前，中介机构选取受访客户名单，由公司通过双方日常下达订单的邮箱、微信、电话等联系方式同受访客户约定访谈人员、访谈形式及访谈时间，中介机构检查访谈预约记录及日常往来记录，并进行比对；

②在访谈过程中，项目组全程录制视频，并向受访对象确认身份及担任职位等信息，主要对受访对象所在公司 logo、工牌名片、身份证明等进行查看，并时刻关注受访对象对双方业务的了解情况；

③在访谈结束后，中介机构根据访谈内容整理访谈记录，并将访谈记录发至确认后具有真实性的邮件地址或快递地址，访谈提纲要求受访对象签字和单位盖章，签字盖章之后由访谈对象自客户经营地寄出，寄回后确认访谈记录的寄出地址与受访对象提供的客户经营地址一致。同时，中介机构将上述文件中涉及的字

迹印章等与公司日常往来的合同或文件进行比对。

2) 为确保函证程序的有效性，中介机构执行了以下程序：

①通过企查查等查询客户工商注册地址，通过高德地图等查询客户实际经营地址，将客户发函地址与工商注册地址、实际经营地址等进行核对，并对地址不一致的情况进行核实；

②询函证由项目组直接以快递方式寄出，亲自交付给快递员。通过网络查询跟踪询证函快递轨迹，确认询证函由客户人员签收，快递轨迹与发函地址一致；

③询证函由客户直接寄回或以邮件的形式回函至保荐机构处，否则视为无效回函；

④核对回函内容与发函信息是否一致，回函件是否为发函原件，检查回函是否盖章，盖章类型是否为公章或财务章，对非公账或财务章，与合同和收入确认单签章进行比对；

⑤对客户函证回函相符的算作回函相符函证，不符的函证获取发行人编制的余额调节表，复核各项差异及支持性证据。

上述核查程序未发现异常，中介机构认为视频访谈与函证程序过程真实有效。

(3) 是否获取了主要贸易商的进销存数据及终端客户信息

中介机构通过发函的形式获取了部分海外贸易商期末库存的相关信息及产品最终销售的去向情况，基本情况如下：

序号	公司名称	核查方式	产品终端去向
1	SEYNTEX N V	函证	英国政府部门
2	RANIER PTY LTD	函证	学校
3	YAGI & CO.,LTD.	视频访谈+函证	纺织厂商
4	WENDROTH & CO. (GmbH & Co) KG	视频访谈+函证	政府部门及零售店
5	WANG LEE INDUSTRIAL CO., LTD	函证	沙特邮政部门
6	UNIFORMS FOR WORK LTD	函证	航空公司及零售店
7	STYLEM CO.,LTD.	函证	纺织厂
8	NISHIKAWA KEORI CO., LTD	视频访谈+函证	大型商超
9	NASSER HAMDAN AL-HAMDAN CO.	视频访谈+函证	安全部门、能源部门和边防部门
10	LEADING FANCY (SINGAPOR	视频访谈+函证	加大拿及美国制衣公司

	E) PTE.LTD		
11	INCOM S.P.A	函证	政府部门、军队和警察部门
12	HONGKONG SANTEX CO., LIMITED	视频访谈+函证	纱线及面料厂商
13	ELVITEX SA EXPORT	函证	军队及警察部门
14	COONEEN DEFENCE LIMITED	视频访谈+函证	政府部门
15	BELLAVISTA OVEJA TOME SPA	函证	零售店
16	18 INTERNATIONAL 1981 LTD	函证	加拿大超市

上述贸易商客户收入分别占发行人报告期各期贸易商收入比例为 90.24%、82.39%和 92.17%。

(4) 结合贸易商销售模式下发行人的物流发货记录等，进一步核查发行人贸易商终端销售真实性

贸易商出于自身商业秘密考虑，通常避免让发行人直接与其下游终端客户对接，因此发行人无法对贸易商终端客户进行对接，故中介机构无法对贸易商终端客户直接核查。中介机构在进行贸易商访谈时，向贸易商了解其终端客户情况，但贸易商一般出于保护自身商业秘密的考虑拒绝透露相关信息，中介机构访谈提纲记录了相关询问过程。

综上所述，虽然中介机构难以获取海外贸易商客户对其下游客户的物流记录，但中介机构已通过函证的形式获取部分贸易商期末库存及其终端客户的相关信息，确认发行人贸易商终端销售的真实性。

(四) 说明对国内客户核查情况

1、履行核查程序

(1) 了解发行人与销售收入相关的关键内部控制，确定其是否得到执行，并复核会计师测试相关内部控制的运行有效性；

(2) 访谈发行人总经理、销售主要负责人员，了解报告期内发行人主要产品的定价策略，结合行业发展趋势、各类型和具体型号产品的应用场景与销售情况，分析各类产品销售均价和毛利率变动的合理性；

(3) 获取发行人收入成本明细表，分析报告期内的境内客户与产品构成、各主要产品销售均价变动的合理性；结合交易习惯、定价策略、销售规模和产品类型等分析报告期内境内销售毛利率差异的原因；

(4) 获取境内主要客户的基本资料，并通过国家信用信息公示系统、企查查、客户官方网站、交易所网站等渠道查询其基本情况、成立时间、股权结构、主要人员、主营业务和年度报告（如为上市公司），确认与发行人不存在关联关系及发行人对境内收入划分的准确性；

(5) 获取发行人境内主要客户的销售合同、招标文件、发票、收货确认文件、回款凭证等原始凭证及会计凭证进行穿行测试查验，确认收入的真实性、准确性、完整性。报告期各期对发行人境内销售收入执行的穿行测试情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
境内收入穿行测试样本金额	45,046.96	23,577.68	23,449.26
境内营业收入	60,142.31	48,954.54	44,579.85
境内收入穿行测试比例	74.90%	48.16%	52.60%

(6) 通过实地和视频走访的方式，对境内客户的主要负责人或关键业务人员就客户的基本情况、经营规模、产品销售区域、主要销售渠道、产品市场认可度、与发行人的业务合作、产品质量以及报告期内销售规模等情况进行访谈。

截至本回复出具日，对报告期内境内主要客户的访谈执行情况如下：

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
现场走访家数（家）	16	12	12
视频访谈家数（家）	38	37	37
走访核查数量（家）	54	49	49
走访核查金额（万元）	28,217.22	16,898.33	16,729.69
境内营业收入（万元）	60,142.31	48,954.54	44,579.85
走访核查比例	46.92%	34.52%	37.53%

境内主要客户中党政机关类客户收入金额占比较大，该类客户有相关保密要求，配合访谈难度较高，故走访境内客户的核查比例较低。

报告期内对境内的非党政机关类客户的访谈执行情况如下：

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
境内非党政机关类客户销售总金额（万元）	30,110.64	18,772.15	19,032.60
走访境内非党政机关类客户销售金额（万元）	19,730.07	10,000.23	11,780.91

走访比例	65.53%	53.27%	61.90%
------	--------	--------	--------

(7) 向境内主要客户执行销售金额、应收账款期末余额函证程序，取得境内主要客户回函确认，对未回函客户实施替代性程序；对回函不符事项，通过查验明细账、原始凭证、会计凭证、与客户沟通等方式分析并了解回函金额差异的原因，并编制回函差异调节表。境内主要客户的函证执行情况如下：

项目		2022 年度	2021 年度	2020 年度
境内客户 发函数量	发函数量	116	200	172
	回函数量	53	108	92
	回函数量占比	45.69%	54.00%	53.49%
境内客户 发函金额	发函金额（万元）	49,369.22	45,036.10	41,384.63
	回函确认金额（万元）	23,724.29	22,454.64	21,933.22
	回函金额占比	48.05%	49.86%	53.00%
	回函确认占营业收入比例	39.45%	45.87%	49.20%
境内客户 替代程序	替代测试金额（万元）	22,972.87	10,997.56	5,708.45
	替代金额占营业收入比例	38.20%	22.46%	12.80%
函证+替代占营业收入比例		77.64%	68.33%	62.00%

主要客户中党政机关类客户收入金额占比较大，该类客户有相关保密要求，不受理函证，故回函数量与发函数量存在差异且回函确认金额占比较低。报告期内对境内非党政机关类客户的函证执行情况如下：

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
境内非党政机关类客户 销售总金额（万元）	30,110.64	18,772.15	19,032.60
境内非党政机关类客户 回函金额（万元）	18,418.32	12,864.15	16,488.44
回函比例	61.17%	68.53%	86.63%

(8) 对境内销售收入进行截止测试，追查至相应的签收记录，检查收入是否存在跨期情形。

2、核查结论

报告期各期发行人销售收入真实、准确、完整。

问题 3. 其他问题

(1) 发行人间接股东变动相关情况。根据申请材料及反馈回复：发行人间接股东由宿迁市宿城区国有资产管理中心变更为宿迁宿城国有资本控股（集团）有限公司，宿迁市宿城区国有资产管理中心持有宿迁宿城国有资本控股（集团）有限公司 100%的股权，为发行人的实际控制人。请发行人说明相关国有股权变动的程序、是否为无偿划转、是否已经转让完毕、股权权属是否已经确定。

(2) 部分房屋建筑物未办理产权证、消防等手续。根据申请材料及问询回复：①发行人及其子公司未办理房屋建筑物权证的房产建筑面积占比为 7.42%，且有 280.15 平米的压泥房涉及存放污染物，部分违规房产正在着手准备拆除。②发行人及其子公司未办消防验收及备案手续的房产占比为 83.55%，且因历史原因无法补办。③发行人染色程序涉及外购危险化学品，相关安全设施设计审查及验收手续已无法补办。请发行人：①说明涉及污染物存放的房产在搬迁后，发行人如何进行污染物存放，是否符合环保要求；说明房屋搬迁的具体时间进度安排及对生产经营的影响。②说明消防验收与备案的关系，发行人无法补办消防验收或备案的原因，发行人相关房产是否纳入消防监管；消防安全评估报告是否可以替代消防验收程序；未办理消防相关手续对消防安全管理的影响，发行人存在的合规风险；说明发行人是否存在消防安全相关的重大违法违规行为。③说明发行人安全设施设计审查及验收手续无法补办的原因、对发行人安全生产的影响及应对措施。④结合同行业上市公司类似情形的处理情况，说明风险控制措施，并对相关事项进行有针对性的风险提示。

(3) 发行底价。根据申请文件：本次公开发行价格不低于 4.72 元/股。请发行人：说明本次发行底价的确定依据，发行底价与前期二级市场交易价格关系、本次发行前后市盈率水平与纺织行业可比公司的关系；结合企业的创新性、投资价值、纺织行业可比公司情况，说明现有发行规模、发行底价、稳价措施等对发行上市是否存在不利影响。

请保荐机构、发行人律师核查上述事项并发表明确意见。

请保荐机构核查上述事项并发表明确意见，请发行人律师核查问题(1)(2)并发表明确意见。

回复：

一、发行人说明

（一）发行人间接股东变动相关情况。根据申请材料及反馈回复：发行人间接股东由宿迁市宿城区国有资产管理中心变更为宿迁宿城国有资本控股（集团）有限公司，宿迁市宿城区国有资产管理中心持有宿迁宿城国有资本控股（集团）有限公司 100%的股权，为发行人的实际控制人。请发行人说明相关国有股权变动的程序、是否为无偿划转、是否已经转让完毕、股权权属是否已经确定。

2023 年 2 月 10 日，宿迁市宿城区国有资产管理中心下发《关于相关公司股权划转的通知》：为提高国有资本运营能力，突出区属国有企业转型发展，进一步优化区属国有企业资本布局，做大做强做优国有企业，经研究，并报区政府同意，决定将江苏宿城国有资产经营管理有限公司 100%股权、宿迁市城区开发投资有限公司 100%股权无偿划转至宿迁宿城国有资本控股（集团）有限公司，请相关单位于 2023 年 2 月 20 日前完成相关股权划转工作。

2023 年 2 月 13 日江苏宿城国有资产经营管理有限公司股东宿迁市宿城区国有资产管理中心做出决定：同意宿迁市宿城区国有资产管理中心将其在江苏宿城国有资产经营管理有限公司持有的 100%股权（计 100,574.50 万元）以人民币 0 万元转让给宿迁宿城国有资本控股（集团）有限公司。

同日，宿迁市宿城区国有资产管理中心与宿迁宿城国有资本控股（集团）有限公司签订《股权转让协议》：经双方协商一致，并经江苏宿城国有资产经营管理有限公司股东同意，宿迁市宿城区国有资产管理中心将其在江苏宿城国有资产经营管理有限公司持有的 100%股权（计 100,574.50 万元）以人民币 0 万元的价格转让给宿迁宿城国有资本控股（集团）有限公司，本协议自双方盖章之日起生效，自本协议生效之日起，出让方不再享有股东权利，不再履行股东义务；受让方开始享有股东权利、履行股东义务。

2023 年 2 月 17 日，上述股权转让事项完成工商变更登记。至此，本次股权变动手续已办理完毕。

本次股权转让为无偿划转，已经转让完毕，股权权属已经确定。

（二）部分房屋建筑物未办理产权证、消防等手续。根据申请材料及问询回复：①发行人及其子公司未办理房屋建筑物权证的房产建筑面积占比为 7.42%，且有 280.15 平米的压泥房涉及存放污染物，部分违规房产正在着手准

备拆除。②发行人及其子公司未办消防验收及备案手续的房产占比为 83.55%，且因历史原因无法补办。③发行人染色程序涉及外购危险化学品，相关安全设施设计审查及验收手续已无法补办。请发行人：①说明涉及污染物存放的房产在搬迁后，发行人如何进行污染物存放，是否符合环保要求；说明房屋搬迁的具体时间进度安排及对生产经营的影响。②说明消防验收与备案的关系，发行人无法补办消防验收或备案的原因，发行人相关房产是否纳入消防监管；消防安全评估报告是否可以替代消防验收程序；未办理消防相关手续对消防安全管理的影响，发行人存在的合规风险；说明发行人是否存在消防安全相关的重大违法违规行为。③说明发行人安全设施设计审查及验收手续无法补办的原因、对发行人安全生产的影响及应对措施。④结合同行业上市公司类似情形的处理情况，说明风险控制措施，并对相关事项进行有针对性的风险提示。

1、说明涉及污染物存放的房产在搬迁后，发行人如何进行污染物存放，是否符合环保要求；说明房屋搬迁的具体时间进度安排及对生产经营的影响。

(1) 说明涉及污染物存放的房产在搬迁后，发行人如何进行污染物存放，是否符合环保要求

截至目前，发行人未办理产权证书的房屋中，涉及污染物存放的房屋如下：

序号	主要用途	面积 (m ²)	目前存放物资	所涉土地使用权/房屋所有权权证编号
1	压泥房	280.15	带式压泥机 1 台、四类危废物、垃圾房	苏 (2019) 宿迁市不动产权第 0015571 号

发行人已委托第三方固体废物处置公司定期对上述污染物进行专业处置，上述房屋仅用于运输前的临时存放，建筑物面积较小。搬迁完成后，发行人拟将污染物存放于相近的已取得产权证书（苏（2019）宿迁市不动产权第 0015571 号）的空置房屋中，该房屋原为锅炉房，面积为 224.48 m²，目前空置，可用于存放污染物。

针对该房产，发行人将按照《一般工业固体废物贮存和填埋污染控制标准》（GB18599-2020）和《危险废物贮存污染控制标准》（GB18597-2023）要求进行整改，并将在搬迁前根据《中华人民共和国环境影响评价法》《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》等相关法规履行危险废物贮存场所的建设项目环评手续，确保污染物存储场所能够满足环保相关要求。

(2) 说明房屋搬迁的具体时间进度安排及对生产经营的影响

2023年7月12日，发行人出具了《关于违规房产拆除进度的承诺函》，发行人及其子公司宿迁市箭鹿制衣有限公司存在部分未办理产权证书的房产（以下简称“违规房产”），针对违规房产，发行人承诺，将于2023年12月31日前完成拆除工作。

上述违规房产主要用于员工食堂、仓库、车棚、展销厅及其他辅助性用房，未存放机器设备，不涉及生产过程，可替代性较高。发行人拟在厂区内履行报建等手续后另行建设房屋建筑物或搬迁至其他已办理产权证书房屋，预计不会对发行人生产经营造成重大影响。

2、说明消防验收与备案的关系，发行人无法补办消防验收或备案的原因，发行人相关房产是否纳入消防监管；消防安全评估报告是否可以替代消防验收程序；未办理消防相关手续对消防安全管理的影响，发行人存在的合规风险；说明发行人是否存在消防安全相关的重大违法违规行为。

(1) 说明消防验收与备案的关系，发行人无法补办消防验收或备案的原因，发行人相关房产是否纳入消防监管

1) 说明消防验收与备案的关系

根据《中华人民共和国消防法》第十三条：“国务院住房和城乡建设主管部门规定应当申请消防验收的建设工程竣工，建设单位应当向住房和城乡建设主管部门申请消防验收。

前款规定以外的其他建设工程，建设单位在验收后应当报住房和城乡建设主管部门备案，住房和城乡建设主管部门应当进行抽查。

依法应当进行消防验收的建设工程，未经消防验收或者消防验收不合格的，禁止投入使用；其他建设工程经依法抽查不合格的，应当停止使用。”

根据《建设工程消防设计审查验收管理暂行规定》第二十六条“对特殊建设工程实行消防验收制度。”；第三十三条“对其他建设工程实行备案抽查制度。”；第十四条“具有下列情形之一的建设工程是特殊建设工程：

(一) 总建筑面积大于二万平方米的体育场馆、会堂，公共展览馆、博物馆的展示厅；

(二) 总建筑面积大于一万五千平方米的民用机场航站楼、客运车站候车室、

客运码头候船厅；

(三) 总建筑面积大于一万平方米的宾馆、饭店、商场、市场；

(四) 总建筑面积大于二千五百平方米的影剧院，公共图书馆的阅览室，营业性室内健身、休闲场馆，医院的门诊楼，大学的教学楼、图书馆、食堂，劳动密集型企业的生产加工车间，寺庙、教堂；

(五) 总建筑面积大于一千平方米的托儿所、幼儿园的儿童用房，儿童游乐厅等室内儿童活动场所，养老院、福利院，医院、疗养院的病房楼，中小学校的教学楼、图书馆、食堂，学校的集体宿舍，劳动密集型企业的员工集体宿舍；

(六) 总建筑面积大于五百平方米的歌舞厅、录像厅、放映厅、卡拉 OK 厅、夜总会、游艺厅、桑拿浴室、网吧、酒吧，具有娱乐功能的餐馆、茶馆、咖啡厅；

(七) 国家工程建设消防技术标准规定的一类高层住宅建筑；

(八) 城市轨道交通、隧道工程，大型发电、变配电工程；

(九) 生产、储存、装卸易燃易爆危险物品的工厂、仓库和专用车站、码头，易燃易爆气体和液体的充装站、供应站、调压站；

(十) 国家机关办公楼、电力调度楼、电信楼、邮政楼、防灾指挥调度楼、广播电视楼、档案楼；

(十一) 设有本条第一项至第六项所列情形的建设工程；

(十二) 本条第十项、第十一项规定以外的单体建筑面积大于四万平方米或者建筑高度超过五十米的公共建筑。”

综上所述，消防验收与备案区别主要在于建设工程项目的特殊性，若属于法律规定的特殊建设工程项目则按照验收标准办理；若属于其他建设工程项目则按照备案标准处理。

2) 发行人无法补办消防验收或备案的原因

2007 年，箭鹿股份响应市委市政府关于运河沿岸企业搬迁的号召和区委区政府“退二进三”总体要求和部署，从运河北路搬迁至宿城经济开发区。为了加快厂房建设进度，力争快速投入生产减少企业损失，让全体员工生活有保障，经市政府同意厂房实行未批先建，至 2009 年底厂房基本建设完成。后期经市政府协调，箭鹿股份及箭鹿制衣通过绿色通道补办了土地使用证、房产证书。公司运营过程中，按照消防规范要求持续整改，配足配齐消防设施。

2022年11月25日，宿迁市宿城区住房和城乡建设局出具《证明》，对箭鹿股份及箭鹿制衣系因历史原因未办理部分建设工程消防验收及备案手续事项予以确认。

发行人消防手续欠缺系历史原因导致，且已取得主管部门确认。消防验收手续是建筑物投入使用前的前置审批流程，相关建筑物已实际投入使用，同时，消防验收和备案手续均需提供工程竣工验收报告、涉及消防的建设工程竣工图纸等相关资料，发行人因历史原因在厂房建设的过程中缺失了相关行政手续，导致目前补办验收或备案缺乏相应的历史资料。

3) 发行人相关房产是否纳入消防监管

发行人相关房产已纳入当地消防监管，报告期内，发行人消防监管情况如下：

期间	2022年	2021年	2020年
检查时间	2022年1月22日	2021年9月26日	2020年7月2日
检查次数	1	1	1
消防安全检查单位	宿迁市宿城区综合行政执法局	宿迁市宿城区综合行政执法局	宿迁市宿城区综合行政执法局
检查结果	反馈问题3个，已整改	反馈问题4个，已整改	反馈问题10个，已整改

发行人在日常监管中积极配合执法部门的整改，上述消防监管未导致公司受到相关行政处罚。

(2) 消防安全评估报告是否可以替代消防验收程序

2021年8月20日，江苏省自然资源厅、江苏省财政厅、江苏省住房和城乡建设厅、国家税务总局江苏省税务局及中国银保监会江苏监管局出具了《关于加快解决涉及群众办证的不动产历史遗留问题的通知》（苏自然资发（2021）128号）（以下简称“通知”），其中“五、关于无法提供竣工材料的问题：对于已经建成但无法提供房屋已竣工材料的项目，市、县（市、区）人民政府可明确由开发单位提供符合要求的房屋安全鉴定报告和消防安全评估报告等材料，作为房屋已竣工的材料。”

上述法则“自本通知印发之日起施行。本通知施行前，国有土地上已经出售的城镇住宅的历史遗留问题纳入本通知处理范围，国有土地上已经出售的商业、办公、工业等房屋涉及的历史遗留问题可参照本通知执行。”

根据《通知》，因历史遗留问题已建成但无法提供房屋竣工材料的项目，可

提供消防安全评估报告等作为房屋竣工验收的材料，认可了消防安全评估报告作为消防验收替代程序的效力。发行人因历史原因导致房屋竣工相关资料缺失，符合《通知》的适用条件，消防安全评估报告可以替代消防验收程序。

(3) 未办理消防相关手续对消防安全管理的影响，发行人存在的合规风险

发行人已聘请江苏鑫宇消防技术有限公司对生产厂区、办公区、生活区等进行消防安全评估，2023年7月19日，江苏鑫宇消防技术有限公司出具《单位消防安全评估报告》，评估结论为：江苏箭鹿毛纺股份有限公司现有生产厂区、办公区、生活区符合国家消防有关法律、法规、标准、规范要求，具有安全生产条件。该项目消防安全评估为I级，火灾风险性处于低水平。

发行人日常经营过程中重视消防安全，从制度建设及安全培训着手加大对员工消防意识管理：

1) 消防制度建设

为完善消防安全管理，发行人已建立较为健全的消防安全相关管理制度，主要包括：

序号	制度名称	内容
1	防火安全管理制度	各相关部门、班组对消防安全重点部位坚持每日检查，企业每月组织开展一次综合大检查，并对检查的情况记录备案。
2	消防安全管理制度	安全环保部负责对各部门消防安全工作进行监督检查；参与项目的消防设施审核验收；组织制定、修改、完善消防灭火应急反应计划，每年至少组织演练一次。消防管理工作贯彻“预防为主、防消结合”的方针，严格落实防火安全责任制。
3	应急救援管理制度	（1）新职工入厂，须进行消防安全的职前培训，培训内容包括：消防安全基本常识、灭火器及消火栓的操作使用等； （2）对每名员工每年至少进行一次消防安全培训教育，培训情况记录存档； （3）公司每个季度对全体职工进行疏散演习，对义务消防队员进行灭火演习专门培训，使每个队员都能熟练使用灭火器材。
4	动火作业管理制度	（1）动火作业必须办理动火安全作业证，进入设备内、高处等进行动火作业，还须执行相关规定； （2）动火作业应有专人监火，动火作业前应清除动火现场及周围的易燃物品，或采取其它有效的安全防火措施，配备足够适用的消防器材，满足作业现场应急需求；

序号	制度名称	内容
		(3) 动火点周围及其下方地面如有可燃物、空洞、窨井、地沟、水封等，应检查分析并采取清理和封盖等措施；对动火点周围有可能泄漏易燃、可燃物料的设备，应采取隔离措施。
5	防火巡查检查制度	(1) 公司安全部人员每日对公司进行防火检查。公司安全科每月对公司进行防火检查并复查追踪改善； (2) 检查中发现火灾隐患，检查人员应填写记录，并按照规定，要求有关人员在记录上签名； (3) 检查部门应将检查情况以书面形式及时通知受检部门，受检部门负责人应按通知要求及时整改火灾隐患。
6	火灾隐患整改制度	(1) 公司安全科管理职能部门每月一次对各部门进行防火检查，对所发现的问题以书面形式责令其限改，并督察整改到位； (2) 消防安全责任人或消防安全管理人应每月组织一次消防安全会议，讨论检查过程中发现的火灾隐患及相应的整改措施，确保安全生产； (3) 公司各部门收到火灾隐患整改同时后，应抓紧督促有关人员落实整改措施，一时无法整改的部门应落实防范措施，保障消防安全。

2) 消防设施及安全培训

发行人在生产经营场所配置了相关消防设施、器材、消防安全标志，加强防火安全工作，贯彻“预防为主，防消结合”的方针，成立防火安全领导小组，负责公司的防火安全工作。日常经营过程中，加强消防安全工作的培训、宣传，并组织公司员工定期进行岗位防火检查及巡查，包括疏散通道、安全出口是否畅通、灭火器材、消防设施是否在位、完好等。符合消防安全要求，无重大消防安全隐患。

综上所述，发行人通过建立消防安全管理制度、配置消防设施、加强消防安全培训及由第三方出具消防安全评估报告等进行消防安全管理，同时接受消防监管部门日常管理并按要求进行整改，发行人未办理消防相关手续对消防安全管理不构成重大不利影响；发行人未办理消防验收及备案相关手续存在程序瑕疵，已取得宿迁市宿城区消防救援大队出具的《证明》，相关事项未造成危害后果，不属于重大违法违规行为，不会因前述事项对箭鹿股份及箭鹿制衣给予行政处罚，亦不会责令其停产停业进行整顿。

(4) 说明发行人是否存在消防安全相关的重大违法违规行为

2019年1月1日至今，发行人及子公司未发生过消防事故，不存在受到消防部门行政处罚的情况，无重大消防安全隐患。发行人取得的消防主管部门出具的证明文件如下：

1) 2022年10月20日，宿迁市宿城区消防救援大队出具《证明》，箭鹿毛纺、箭鹿制衣、第一毛条厂、箭鹿进出口及铭洋天2019年1月1日至本证明出具日期间，能够遵守和执行国家有关消防安全的法律、法规及相关规范性文件得要求，不存在因违法、违规行为受到行政处罚的情形，也不存在涉嫌违法行为受到立案调查的情形。

2) 2022年10月26日，宿迁市宿城区消防救援大队出具《证明》，箭鹿股份及箭鹿制衣生产经营场所配置了相关消防设施、器材，消防安全标志，符合消防安全要求，无重大消防安全隐患。自有房产消防手续相关事项未造成危害后果，不属于重大违法违规行为，本单位不会因前述事项对箭鹿股份及箭鹿制衣给予行政处罚，亦不会责令其停产停业进行整顿。

3) 2022年11月25日，宿迁市宿城区住房和城乡建设局出具《证明》，箭鹿股份及子公司箭鹿制衣未办理消防手续不构成重大违法行为，不影响其正常经营。

4) 2023年3月14日，宿迁市宿城区消防救援大队出具《证明》，江苏箭鹿毛纺股份有限公司位于宿城区范围内，自2007年1月1日至今，该公司未发生过一般及以上生产安全事故，未受到我局行政处罚。

5) 2023年7月12日，宿迁市宿城区应急管理局出具《证明》，江苏箭鹿毛纺股份有限公司位于宿城区范围内，自2007年1月1日至今，该公司未发生生产安全事故，未受过生产安全相关行政处罚。

6) 2023年7月12日，宿迁市宿城区消防救援大队出具《证明》，2007年1月1日至今，经核查消防监督系统平台，箭鹿股份及其子公司没有因违法、违规行为受到行政处罚的情形，也无涉嫌违法行为受到立案调查的情形。

综上所述，发行人不存在消防安全相关的重大违法违规行为。

3、说明发行人安全设施设计审查及验收手续无法补办的原因、对发行人安全生产的影响及应对措施。

(1) 说明发行人安全设施设计审查及验收手续无法补办的原因

2007年，箭鹿股份响应市委市政府关于运河沿岸企业搬迁的号召和区委区政府“退二进三”总体要求和部署，从运河北路搬迁至宿城经济开发区。为了加快厂房建设进度，力争快速投入生产减少企业损失，让全体员工生活有保障，经市政府同意厂房实行未批先建，至2009年底厂房基本建设完成。后期经市政府协调，箭鹿股份及箭鹿制衣通过绿色通道补办了土地使用证、房产证书。

根据《建设项目安全设施“三同时”监督管理办法》，建设项目安全设施必须与主体工程同时设计、同时施工、同时投入生产和使用。安全设施设计审查及验收手续系前置程序，无法补办。

2023年2月，公司取得宿城区应急管理局出具的《关于江苏箭鹿毛纺股份有限公司安全验收手续的情况说明》：“自2019年1月1日至今，公司未发生过安全事故，未受过行政处罚，目前现状符合安全条件，安全设施设计审查及验收手续无法补办，不构成重大违法违规行为。”

综上所述，安全设施设计审查及验收手续是主体工程投入使用前的前置审批流程，相关建筑物及生产线已实际投入使用，发行人因历史原因在投入使用之前缺失了相关行政手续，导致目前补办安全设施设计审查及验收缺乏相应的历史资料。

(2) 对发行人安全生产的影响及应对措施

2021年6月，发行人委托第三方中介机构对危险化学品储存装置和设施实施专项安全评价，目前现状符合安全条件。2023年2月，发行人取得宿城区应急管理局出具的《关于江苏箭鹿毛纺股份有限公司安全验收手续的情况说明》：“自2019年1月1日至今，公司未发生过安全事故，未受过行政处罚，目前现状符合安全条件，安全设施设计审查及验收手续无法补办，不构成重大违法违规行为。”因此，安全设施设计审查及验收手续无法补办对发行人不构成重大不利影响。

发行人已制定了安全生产管理相关制度，具体规定包括：

1) 根据《国务院关于进一步强化安全生产工作的通知》（国发[2010]23号）要求，强化生产过程管理的领导责任。企业主要负责人和领导班子成员轮流现场带班。坚决贯彻执行管理生产必须管理安全的原则，各级领导和生产管理人员必须认真执行各级安全管理责任制，实现全面安全管理。建议对安全责任制实行定期考核。

2) 全面贯彻落实《企业安全生产标准化基本规范》(GBT3300-2016)、《易制爆危险化学品储存场所治安防范要求》(GA1511-2018)、《易制毒化学品管理条例》中华人民共和国国务院令(第445号),要通过开展岗位达标、专业达标,推进企业的安全生产标准化工作,不断提高企业安全管理水平。

3) 建立健全岗位安全生产职责和操作规程,明确从业人员作业时的具体做法和注意事项。从业人员要学习、掌握、落实标准,形成良好的作业习惯和规范的作业行为。

4) 深入开展安全文化建设。按照《企业安全文化建设导则》(AQ/T9004-2008)要求,充分考虑自身安全生产的特点和内、外部的文化特征,积极开展和加强安全文化建设,提高从业人员的安全意识和遵章守纪的自觉性,逐渐消除“三违”现象。主要负责人是企业安全文化的倡导者和企业安全文化建设的直接责任者。

5) 加强对职工安全法律法规知识和安全生产技能培训及教育工作,增强安全意识。对特种作业人员应定期进行安全培训、考核,并持证上岗。

6) 定期举行突发事故应急预案演练和消防演习,让职工掌握火灾爆炸突发事故处理方法及应急防护用品使用方法,熟悉使用消防器材,能够从容应付可能发生的事故。

7) 重铬酸钠、双氧水、硫酸、乙醚、盐酸储存、使用场所增设一些醒目的安全标志,库房内有醒目的相应告示牌,并标明物质名称、数量、危险特性、应急防范措施、注意事项等。

8) 生产区内道路车辆的行驶与装卸、对车辆驾驶的管理必须符合《工业企业内铁路、道路运输安全规程》(GB4387-2008)的要求,并设立安全标志(进出厂房、库房、生产现场等场所,机动车行驶速度不得超过5km/h;厂区主干道机动车行驶速度不得超过15km/h)。进入生产区域的车辆,应办理车辆进入许可手续,按规定的路线和速度行驶,按规定位置停放。厂内机动车辆驾驶人员应经有资质的单位培训,取得厂内车辆操作证。

9) 根据生产的特点,对安全生产状况进行经常性检查,安全检查分为日常检查和专项检查,安全检查的主要内容包括安全生产责任制、安全管理制度和岗位操作规程落实及执行情况,设备设施安全运行情况及电器、防雷防静电、机动车、固废的储运、防火防爆、压力容器和防护装置等设施安全运行、安全管理情

况。对检查中发现的安全问题要及时处理，并对检查及处理情况进行记录。

10) 按照编制的事故应急预案定期举行事故应急预案的演练，根据演练的情况及时对编制的事故应急预案进行完善。根据项目的实际情况对事故应急救援预案进行修改完善后，应重新报安全生产监督管理部门进行备案。

4、结合同行业上市公司类似情形的处理情况，说明风险控制措施，并对相关事项进行有针对性的风险提示。

(1) 结合同行业上市公司类似情形的处理情况，说明风险控制措施

经检索，未发现同行业上市公司存在类似情形，其他上市公司类似情形案例如下：

公司名称	问题	瑕疵房产用途	解决措施/处理情况
春光科技 (603657)	一处厂房未取得房屋所有权证,建筑面积为 11,197 平方米	软管生产车间、仓库以及员工食堂	1.苏州市吴中区人民政府出具证明,说明未办理权证原因,准许保留使用相关建筑,发行人建设和使用相关厂房不构成重大违法违规; 2.实控人出具承诺,承担因瑕疵房产导致的补足费用(在其他单位补偿不足的情况),确保公司不受到实际损失。
设研院 (300732)	22 处房产未能办理房产权属证书(19 处房产因房改遗留问题、2 处因建设手续未办齐)	除一处实验室外,其余房产未用于其主营业务经营	1.规划、住建等主管部门出具证明,无行政处罚; 2.控股股东及实控人出具承诺,努力督促发行人完善权属瑕疵,承担因瑕疵导致的任何损失。
奥迪威 (832491)	瑕疵房产面积合计 784 m ² ,占发行人主要生产经营性房产总面积的 1.10%	员工活动中心、门房、公共设施区、杂物工具间等生产经营配套设施	1.主管部门出具无行政处罚合规证明; 2.实控人出具承诺函,承担因自有物业权属瑕疵导致的任何行政处罚或遭受的任何损失。
青岛食品 (001219)	4 处抵账房产未办理产权转让,发行人未取得权属证书,占发行人总房产面积的 2.14%	未用于发行人的生产经营,目前仅用于出租	1.主管部门出具无行政处罚合规证明; 2.实控人出具承诺,全额承担发行人因瑕疵房产遭受的全部损失。
徐工机械 (000425)	未取得产权证书且未取得主管部门出具的办理产权证书不存在障碍及/或继续使用不存在障碍的生产经营用房面积合计为 1,454.62	生产经营用房	无特别措施,对占比情况进行了分析,占境内全部自有生产经营用房的比例为 0.2%。

	m ²		
鼎丰股份 (873459)	房屋建设完成时相关建设手续尚未办理完毕,无法进行消防验收,后因消防验收手续无法补办,故房屋竣工验收至今未能办理消防验收	厂房,具体用途未披露	1.生产经营场所配置消防安全设施; 2.第三方检测机构出具《建筑消防设施检验报告》; 3.主管消防大队出具证明,生产经营场所配置了相关消防设施、器材,消防安全标志,符合消防安全要求,无重大消防安全隐患,不存在重大违法违规行为。
金科环境 (688466)	发行人全资子公司原平中荷就膜滤系统设备生产线的厂房及相关附属设施,尚未办理消防验收、竣工验收、房屋产权证书等手续	生产经营用房	1.已搬迁至自有厂房从事膜滤成套设备生产; 2.原平市政府将协调下属行政机关尽快办理上述手续,原平中荷未来取得相关证书、验收或备案不存在实质障碍; 3.原平中荷不会因为上述情况在未来受到原平市政府及下属行政机关的任何行政处罚。

经检索上市公司类似情况,对于房屋产证瑕疵(春光科技 603657、设研院 300732、青岛食品 001219),由主管部门出具报告期内合规证明、发行人控股股东、实际控制人出具承担损失的兜底承诺等措施进行风险控制;对于消防手续瑕疵(鼎丰股份 873459、金科环境 688466),发行人通过配备消防安全设施、第三方检测机构出具《建筑消防设施检验报告》、主管部门出具无行政处罚证明或协助办理完善手续等措施进行风险控制。

发行人对于上述风险的主要控制措施如下:

1) 拆除违规房产

发行人已取得主管部门无行政处罚的合规证明,控股股东、实际控制人出具承担因瑕疵房产造成的一切损失的承诺函,同时发行人出具承诺,于 2023 年 12 月 31 日前完成违规房产的拆除。

2) 建立严格的消防及生产安全制度,并有效执行

发行人已建立了《防火安全管理制度》《消防安全管理制度》《应急救援管理制度》《动火作业管理制度》《防火巡查检查制度》《火灾隐患整改制度》等,亦建立了《安全生产目标管理制度》《安全生产奖惩管理制度》《安全生产责任管理制度》《安全检查和隐患整改管理制度》《安全教育培训管理制度》等,通过制度的建立并有效执行,从源头防范消防及生产安全事故。

3) 积极配合当地监管部门的审查,并及时进行整改

发行人消防及生产安全已纳入本地执法部门的日常监管,发行人积极配合监

管机构的核查，并做到“有错必改、有错必究”的原则，及时反馈监管部门提出的意见，并及时进行整改。

4) 每年年底聘请专业机构对消防及生产安全事项进行严格评估，并在年度报告中进行披露，并及时披露相关风险

发行人拟对消防及生产安全事项进行常规评估，通过专业第三方的建议，对风险进行主动管理，并及时进行披露，增加社会面的监管力度。

5) 积极承担相应法律责任，出具合规承诺函

发行人控股股东及实际控制人出具了责任承担承诺函，就消防或生产安全方面产生的风险或损失承担第一责任方，有效维护发行人的利益，对发行人生产经营不构成重大影响。

6) 加大消防及生产安全设施的投资力度，增强自身风险控制能力

本次募集资金将有效补充发行人流动资金，通过第三方评估或监管部门的反馈，及时增加消防及生产安全设施投入，从而增强自身风险控制能力。

(2) 并对相关事项进行有针对性的风险提示

发行人已在招股说明书“第三节风险因素”之“一、行业及经营风险”补充披露“消防验收及安全设施设计审查及验收无法正常办理的风险”如下：

“2007年，发行人响应市委市政府关于运河沿岸企业搬迁的号召和区委区政府“退二进三”总体要求和部署，从运河北路搬迁至宿城经济开发区。为了加快厂房建设进度，力争快速投入生产减少企业损失，让全体员工生活有保障，经市政府同意厂房实行未批先建，至2009年底厂房基本建设完成。后期经市政府协调，箭鹿股份及箭鹿制衣通过绿色通道补办了土地使用证、房产证书。公司运营过程中，按照消防规范要求持续整改，配足配齐消防设施。由于上述历史原因，发行人因无法提供当时建设资料导致无法办理消防验收及安全设施设计审查及验收。若发行人未严格按照验收标准对自身消防及生产安全事项进行随时整改，则存在发生火灾或生产安全事故的风险，从而对发行人生产经营产生不利影响。”

(三) 发行底价。根据申请文件：本次公开发行价格不低于4.72元/股。请发行人：说明本次发行底价的确定依据，发行底价与前期二级市场交易价格关系、本次发行前后市盈率水平与纺织行业可比公司的关系；结合企业的创新性、

投资价值、纺织行业可比公司情况，说明现有发行规模、发行底价、稳价措施等对发行上市是否存在不利影响。

1、本次发行底价的确定依据，发行底价与前期二级市场交易价格关系、本次发行前后市盈率水平与纺织行业可比公司的关系

(1) 发行底价的确定依据

本次发行底价主要依据公司所处行业、经营情况及北交所发行市盈率等综合因素确定本次发行底价为 4.72 元/股，具体如下：

公司按 2022 年归属于挂牌公司股东的扣除非经常性损益后的净利润 7,828.94 万元测算，本次发行底价 4.72 元/股对应的发行前的市盈率为 9.44 倍；本次拟发行股份数量为 4000 万股（不含超额配售选择权），本次发行底价 4.72 元/股对应的发行后的市盈率为 11.08 倍。充分考虑到目前市场情况，本次底价发行的市盈率低于同行业上市公司 23.57 倍的发行平均市盈率，亦低于 2022 年北交所 21.63 倍的发行平均市盈率。

根据发行人本次发行前后市盈率水平，结合停牌前一个交易日收盘价、申报前 6 个月内最近 20 个有成交的交易日的平均收盘价、北交所公司发行后的市盈率及近期市盈率、沪深可比公司上市公司发行后及近期平均市盈率等分析，最终确定本次发行底价。

(2) 发行底价与前期二级市场交易价格关系

停牌前一个交易日收盘价：4.72 元。

申报前 6 个月内最近 20 个有成交的交易日的平均收盘价：4.47 元，区间日均成交量 5,458.00 股。

从发行底价与停牌前交易量的关系来看，由于二级市场交易量较小，交易不活跃，不能完全反应公司股票价值，因此参考性较小，公司发行底价等于停牌前一个交易日的收盘价。

(3) 本次发行前后市盈率水平

本次发行前后市盈率情况如下：

项目	发行前	发行后	发行后（含超配）
发行底价（元/股）	4.72	4.72	4.72
对应市盈率	9.44	11.08	12.01
股本（发行前后）（股）	156,510,000	196,510,000	202,510,000
2022 年归属于挂牌公司股东的扣	78,289,435.05	78,289,435.05	78,289,435.05

除非经常性损益后的净利润(元)			
-----------------	--	--	--

(4) 纺织行业可比公司的关系

1) 北交所可比公司发行市盈率

北交所纺织类企业仅一家企业上市，该企业为太湖雪（838262.BJ），发行前市盈率为 17.36 倍。由于纺织业样本量较小，现统计北交所 2022 年发行市盈率情况如下：

代码	名称	发行前市盈率	发行后市盈率
839371.BJ	欧福蛋业	23.30	18.02
834950.BJ	迅安科技	10.91	8.39
872392.BJ	佳合科技	13.12	9.76
831195.BJ	三祥科技	18.71	15.99
838262.BJ	太湖雪	17.36	13.44
831855.BJ	浙江大农	14.48	10.86
872351.BJ	华光源海	19.41	14.56
838227.BJ	美登科技	21.59	17.15
873001.BJ	纬达光电	19.87	14.91
833781.BJ	瑞奇智造	23.06	17.29
872190.BJ	雷神科技	21.54	17.23
836247.BJ	华密新材	15.23	11.42
831526.BJ	凯华材料	16.65	12.91
430718.BJ	合肥高科	15.96	11.97
873305.BJ	九菱科技	17.35	13.01
830879.BJ	基康仪器	19.07	17.33
836807.BJ	奔朗新材	14.81	11.11
838810.BJ	春光药装	20.59	15.78
870508.BJ	丰安股份	20.26	15.19
834033.BJ	康普化学	27.11	22.56
833171.BJ	国航远洋	7.99	6.39
833429.BJ	康比特	20.71	17.30
836957.BJ	汉维科技	23.67	20.23
833075.BJ	柏星龙	20.92	16.73
870866.BJ	绿亨科技	25.50	19.77
836942.BJ	恒立钻具	18.93	14.61
834014.BJ	特瑞斯	24.13	18.90
831087.BJ	秋乐种业	29.38	23.51
430300.BJ	辰光医疗	24.29	19.93
833230.BJ	欧康医药	24.22	18.43
832110.BJ	雷特科技	19.68	16.65
836414.BJ	欧普泰	28.01	23.00

870199.BJ	倍益康	19.83	15.22
831641.BJ	格利尔	23.32	19.99
872374.BJ	云里物里	19.00	16.32
835237.BJ	力佳科技	21.70	17.48
871634.BJ	新威凌	21.48	17.60
832662.BJ	方盛股份	16.07	12.07
870357.BJ	雅葆轩	19.24	14.99
872808.BJ	曙光数创	25.63	23.05
873339.BJ	恒太照明	15.01	13.49
833914.BJ	远航精密	19.99	14.99
832876.BJ	慧为智能	18.63	13.97
871753.BJ	天纺标	23.84	20.04
873527.BJ	夜光明	21.56	16.72
835892.BJ	中科美菱	24.79	18.59
837046.BJ	亿能电力	13.13	10.32
430476.BJ	海能技术	24.98	21.91
430685.BJ	新芝生物	30.12	22.59
430139.BJ	华岭股份	54.36	46.21
838971.BJ	天马新材	24.99	18.74
835207.BJ	众诚科技	19.97	16.41
873122.BJ	中纺标	23.48	21.10
838402.BJ	硅烷科技	26.79	20.09
839790.BJ	联迪信息	24.26	19.45
831152.BJ	昆工科技	21.35	16.01
836270.BJ	天铭科技	24.24	18.68
836395.BJ	朗鸿科技	16.31	13.78
831834.BJ	三维股份	16.21	12.16
835985.BJ	海泰新能	24.58	20.19
836871.BJ	派特尔	13.63	10.22
839725.BJ	惠丰钻石	26.01	19.58
834062.BJ	科润智控	21.02	16.82
834639.BJ	晨光电缆	14.34	10.76
837821.BJ	则成电子	23.82	18.67
838670.BJ	恒进感应	25.22	18.82
833943.BJ	优机股份	16.48	14.01
831278.BJ	泰德股份	18.89	15.59
430564.BJ	天润科技	19.05	14.28
832491.BJ	奥迪威	28.53	22.20
870299.BJ	灿能电力	20.72	16.06
838171.BJ	邦德股份	24.14	20.00
873223.BJ	荣亿精密	23.89	17.92
831167.BJ	鑫汇科	25.28	21.74

833533.BJ	骏创科技	24.87	21.00
871970.BJ	大禹生物	19.59	14.34
833580.BJ	科创新材	15.26	11.58
873169.BJ	七丰精工	15.16	11.30
831689.BJ	克莱特	30.85	26.65
832419.BJ	路斯股份	21.00	18.36
835179.BJ	凯德石英	43.90	35.12
871857.BJ	泓禧科技	24.18	18.95
833346.BJ	威贸电子	27.17	19.99
平均值		21.63	17.23

2) 沪深可比公司发行市盈率

公司主营业务为精纺呢绒和职业服装的设计、研发、生产及销售。根据《上市公司行业分类指引》（2012年修订），公司所处行业为“C17 纺织业”。根据《国民经济行业分类》（GB/T 4754—2017），公司精纺呢绒业务所处行业归属于“C17 纺织业”中的“C172 毛纺织及染整精加工”，服装业务所处行业归属于“C18 纺织服装、服饰业”。

截至2022年10月11日（该日为公司董事会决议公告日前一个交易日），发行人的同行业可比上市公司估值具体情况如下：

可比公司	板块	2022年10月11日 市盈率	首发市盈率 (发行后)
江苏阳光（600220）	上海证券交易所	41.56	18.88
如意集团（002193）	深圳证券交易所	1,640.70	29.98
新澳股份（603889）	上海证券交易所	13.38	21.63
浙文影业（601599）	上海证券交易所	40.96	25.00
南山智尚（300918）	深圳证券交易所	18.73	16.40
红豆股份（600400）	上海证券交易所	152.89	28.35
乔治白（002687）	深圳证券交易所	11.54	24.73
平均值		274.25	23.57

2、结合企业的创新性、投资价值、纺织行业可比公司情况，说明现有发行规模、发行底价、稳价措施等对发行上市是否存在不利影响。

（1）结合企业的创新性、投资价值、纺织行业可比公司情况

1) 企业创新性

① 创新投入

报告期内，发行人研发费用分别为 2,061.58 万元、2,086.94 万元和 2,284.73

万元，分别占营业收入比例为 3.69%、3.76%和 3.08%，发行人报告期内研发投入逐年提升。

②研发人员

报告期内，发行人研发人员分别为 186 人、158 人和 151 人，分别占员工总人数的 8.93%、7.53%和 7.66%，发行人研发人员占比均超过 5%以上。

③创新成果情况

发行人始终重视科研给生产力带来的技术改革成果，先后参与制定了公安（参与单位仅4家）、消防（参与单位仅2家）及保安等11项面料的行业标准及1项毛精纺面料团体标准；先后承接了国家级科研项目7项，最近一期获得国家级科研项目为2014年星火计划（该计划系经我国政府批准实施的第一个依靠科学技术促进农村经济发展的计划，系中国国民经济和科技发展计划的重要组成部分）的“圆舞曲-导湿快干花呢面料的研发”项目；截至目前，公司拥有专利102项，其中发明专利14项、实用新型专利69项、外观设计专利19项；发行人拥有发明专利核心技术9项，其中“一种改善毛涤混纺织物干湿摩擦牢度的方法”（有效的提高毛涤混纺织物的色牢度）、“一种具有抗菌保健效果的面料的制备方法”（具有防辐射性能好，手感柔软、耐水洗透气、耐机洗、抗菌、保暖、抗静电、促进血液循环、除臭等功能）、“毛纺织物用纳米抗皱整理工艺”（绿色环保、抗皱效果优良的纳米抗皱整理剂）、“一种具有肌肤保养效果的面料的制备方法”（赋予纤维以较好的抗静电性，从而解决了混条工序中易出现的粘、缠、绕以及断条等问题）为发行人主要核心技术，上述技术在维持产品物理特性方面发挥着重要作用。

发行人拥有全国精纺毛纱与毛织物技术研发中心及中国毛纺织行业江苏箭鹿毛精纺技术研发中心，并与国内知名纺织类院校形成了紧密的产学研合作关系，例如东华大学（2022年度纺织类专业全国排名第一）、武汉纺织大学（2022年度纺织类专业全国排名第五）。发行人与武汉纺织大学联合开发了“常压分散可染聚酯及其复合纤维的面料制造技术研发及产业化”项目，并于2022年取得了“毛聚酯复合抗静电弹性面料”及“低毛比抗静电弹性夏裤面料”省级新产品的成果。

④核心技术收入情况

发行人参与了公安面料的行业标准及消防面料的行业标准的制定，其中报告期内符合上述标准的公安类面料收入分别为 15,035.28 万元、18,284.50 万元和

13,673.81 万元；消防类面料收入分别为 4,976.15 万元、4,526.65 万元和 4,293.16 万元，上述核心技术产品收入合计分别占发行人营业收入 35.83%、41.07%和 24.24%。

2) 企业投资价值

发行人筹建于 1985 年，深耕毛纺行业三十余年，现已成为国内知名精纺呢绒、职业服装企业，是公安、武警、人民解放军、消防、铁路、税务、法院、检察院等党政机关职业面料、制服的生产企业，先后被公安部装备财务局、人民解放军总后勤部、最高人民检察院计划财务装备局、最高人民法院司法行政装备管理局、司法部计财装备司、中国铁路建设投资公司、农业部渔政指挥中心等多家单位列入合格供应商名录。公司已取得国际多项知名认证，包括白名单资质证书、OEKO-TEX STANDARD 100、OEKO-TEX STeP、责任羊毛 RWS 认证标准等，公司产品远销海外，主要出口英国、德国、意大利、美国等十多个国家。

发行人连续多年入围纺织行业竞争力 500 强，拥有“箭鹿”、“新箭鹿”精纺呢绒及服装品牌商标，先后被国家工商总局认定为中国驰名商标、2020-2022 年度江苏省重点培育和发展的国际知名品牌。公司面料产品具有较高市场地位，近年来多次获得国内流行面料重大奖项，包括 2018 年第 41 届春夏中国流行面料优秀奖、2019 年第 38 届全国毛纺年会暨“唯尔佳”优秀新产品三等奖、2019 年第 42 届春夏中国流行面料优秀奖、2020 年第 39 届全国毛纺年会暨“唯尔佳”优秀新产品三等奖、2020 年第 44 届秋冬中国流行面料优秀奖、2020 年中国面料之星最佳市场价值奖、2021 年第 43 届春夏中国流行面料优秀奖、2022 年第 45 届春夏中国流行面料优秀奖及“红太阳杯”第十一届“金典奖”品质奖等。

3) 纺织行业可比公司情况

纺织行业可比公司情况如下：

可比公司	经营情况	市场地位	技术实力	经营业绩
江苏阳光	国家重点企业集团和国家重点扶持的行业排头兵，涉足毛纺、服装、生物医药、医疗器械、生态农林、房地产、金属制品等产业。	纺织业 500 强企业	共承担 56 项国家科研项目的攻关，并致力于研发自主核心技术，申请专利 2,108 件，获授权专利 1,065 件，其中发明专利 37 件，主持参与 51 项国际、国家和行业的标准制度修订。	2020 年、2021 年及 2022 年净利润分别为 1,591.50 万元、11,498.65 万元、11,725.77 万元。

如意集团	主导产品“如意”牌精纺呢绒有 2000 多个品种，近万种花色，40 多项产品填补国内空白，达到国际先进水平。	纺织企业 500 强	目前拥有各项专利 80 多项，如意产品 1984 年获国家银质奖，1989 年获国家金质奖，2001 年“赛络菲尔双组份纺纱技术及其系列产品”获国家科技进步二等奖。	2020 年、2021 年及 2022 年净利润分别为 509.32 万元、99.38 万元、-15,429.54 万元。
新澳股份	新澳股份是全球毛纺领先企业。从羊毛贸易，羊毛加工,毛条制条,改性处理,到纺纱,染色,后整理,形成毛精纺产业链优势。	纺织企业 500 强	行业内首家获得国家科技进步一等奖的企业。获得“2020 中国职业装设计大赛银奖”、“2019 年度十佳工业新技术”、“山东省纺织服装行业协会科学技术奖”、“中国纺织工业联合会科学技术奖”、“2020 年度十大类纺织创新产品”。	2020 年、2021 年及 2022 年净利润分别为 15,146.07 万元、29,827.46 万元、38,972.52 万元。
浙文影业	专注于精纺纱、半精纺纱、粗纺纱、花式纱等各类针织纱线、高档精纺呢绒面料以及职业装和高端商务服装的生产。	纺织企业 500 强	与中国纺织信息中心、国家纺织产品开发中心合作，进一步拓宽其信息渠道和提升公司的研发实力。共获得 31 项专利，其中包括 5 项发明专利、22 项实用新型专利和 4 项外观设计专利。	2020 年、2021 年及 2022 年净利润分别为-102,212.38 万元、8,528.46 万元、8,176.24 万元。
南山智尚	产业链涵盖了从澳洲优质羊毛采购、精梳毛条加工到纺、织、染、整的精纺体系；面料到高级成衣的完整产品研发、生产、营销、服务的服装体系以及完善的备纱备货、接单交货快速反应体系，为客户提供一站式的高效服务。	纺织企业 500 强	山东省科技进步一等奖，并多次获得中国纺织工业联合会科学技术奖、2018 年获得制造业单项冠军企业并入选国家工信部筛选的重点培养企业名单。	2020 年、2021 年及 2022 年净利润分别为 8,750.80 万元、15,241.36 万元、18,672.10 万元。
协新股份	产品 60%以上远销北美、欧洲、韩国、日本、香港等国家和地区。	纺织企业 500 强	公司是江苏省认定的企业技术中心，也是无锡市毛纺织工程技术研究中心单位。承担的《GA162 型高速分条整经机》项目获国家科技进步三等奖和纺织工业部科技进步二等奖；国家一期“双加工程”、《开发高支薄型精纺呢绒》被评为省级优秀项目；自主研发开发的《羊毛与绿色纤维混纺面料》项目被国家科技部列入国家级火炬计划项目；与江南大学联合开发的《生物酶在毛纺织品上的开发和应用》项目被列入国家科技重点研究项目，被专家评审认定为国家重点新产品。	2020 年、2021 年及 2022 年净利润分别为 198.09 万元、147.64 万元、467.92 万元。
红豆股份	以品牌运营及服装制造为优势，形成红豆男装全域零售、红豆职业装定制两大主营业务。红豆男装全域零售业务，以“男装更舒适，穿红豆”为品牌定位,专注打造舒适男装专家，为中高端男性消费者	中国民营企业 500 强	形成了专注舒适男装的研发体系。精选全球高品质舒适原料，将柔软、细腻的体验融于每一处细节。近年，与原 ARMANI 设计副总裁 Patrick Grandin、MONCLER 前设计总监 Fabio、ESMOD 北京服装院校等携手合作，组建国际化男装设计团队。至今，已获德国、英国、	2020 年、2021 年及 2022 年净利润分别为 14,502.68 万元、7,697.31 万元、1,503.94 万元。

	提供商务正装、休闲、运动等风格的优质时尚服饰产品，满足其在不同场合的一站式着装需求。		瑞士等全球 9 国权威产品品质认证，并参与制定 1 项国家标准、4 项行业标准、3 项团体标准。	
乔治白	一家集商务职业装、校服、休闲服等系列服装的研发、设计、生产、销售为一体的服饰公司，以 B2B 定制模式为主，服务于各企事业单位。	中国职业装十大领军企业	先后荣获中国名牌产品、中国驰名商标、质量卓越企业、中国职业装十大领军企业、中国十大职业装品牌、全国售后服务行业十佳单位、全国守合同重信用单位等荣誉称号。也是行业内唯一一家同时参与 9 项国家标准、1 项行业标准、多项团体标准起草的单位。	2020 年、2021 年及 2022 年净利润分别为 14,385.78 万元、18,683.55 万元、12,146.38 万元。
公司	发行人主营业务为精纺呢绒和职业服装的设计、研发、生产及销售。具有年产精纺呢绒 800 万米，具有各类制服、西服、休闲服 130 万件的生产能力。	纺织企业 500 强	先后参与制定了公安、消防及保安等 11 项面料的行业标准及 1 项毛精纺面料团体标准；先后承接了国家级科研项目 7 项、省级科研项目 3 项、市级科研项目 4 项以及区级科研项目 3 项；截至目前，拥有专利 102 项，其中发明专利 14 项、实用新型专利 69 项、外观设计专利 19 项；省级新产品 19 项。	2020 年、2021 年及 2022 年净利润分别为 5,610.51 万元、6,419.97 万元、8,841.43 万元。

(2) 说明现有发行规模、发行底价、稳价措施等对发行上市是否存在不利影响。

①发行规模

公司发行前股本总额为 15,651.00 万股，公司本次拟申请公开发行不超过 4,000 万股（未考虑超额配售选择权的情况下），占本次发行后股本总数的 20.36%。本次发行后公众股东（包含发行前的公众股）持股比例不低于公司发行后股本总数的 25.00%。

公司及主承销商可以根据具体发行情况择机采用超额配售选择权，采用超额配售选择权发行的股票数量不得超过本次发行股票数量的 15.00%（即不超过 600 万股），全额行使本次股票发行的超额配售选择权的情况下，发行股票数量不超过 4,600 万股。

公司发行规模符合《北京证券交易所股票上市规则（试行）》第 2.1.2 条第一款第（六）项之规定，发行股份的数量较为合理。

②发行底价

本次发行底价综合考虑了公司发行前后市盈率、同行业及可比公司市盈率、二级市场交易价格及交易情况、行业发展及公司未来成长性等多种因素，兼顾发行人及现有股东的利益诉求确定，具有合理性。

③稳价措施

公司已按照相关法律法规的规定制定了稳定股价预案，明确了启动稳定股价措施的具体条件、具体措施及实施程序，并经公司董事会、股东大会审议通过；公司、控股股东、实际控制人、董事（独立董事除外）、高级管理人员已出具稳定股价的承诺，明确了约束措施。

具体内容如下：

“一、启动股价稳定措施的具体条件

（一）启动条件：

1.北京证券交易所上市后1个月内，如非因不可抗力因素所致，一旦出现公司股票连续10个交易日的收盘价（若因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，须按照北交所的有关规定作相应调整，下同）均低于本次发行价格时；

2.北京证券交易所上市后2个月至3年内，如非因不可抗力因素所致，一旦出现公司股票连续20个交易日的收盘价均低于最近一期经审计的每股净资产（若公司最近一期审计基准日后有资本公积转增股本、派送股票或现金红利、股份拆细、增发、配股或缩股等事项导致公司净资产或股份总数发生变化的，每股净资产相应进行调整，下同）时；出现以上情况之一的，应当按照本预案启动股价稳定措施。

（二）停止条件：公司达到下列条件之一的，则停止实施股价稳定措施：

1.自公司股票在北京证券交易所上市之日起1个月内，公司启动稳定股价具体方案的实施期间内，公司股票收盘价连续3个交易日高于本次发行价格；

2.自公司股票在北京证券交易所上市之日起第2个月至3年内，公司启动稳定股价具体方案的实施期间内，公司股票连续5个交易日收盘价高于最近一期经审计的每股净资产；

3.继续实施股价稳定措施将导致股权分布不符合北京证券交易所上市条件；

4.各相关主体在连续12个月内购买股份的数量或用于购买股份的金量的金额已达到上限；

5.继续增持股票将导致需要履行要约收购义务。上述稳定股价具体方案实施完毕或停止实施后，如再次发生上述启动条件，则再次启动稳定股价措施。

二、稳定股价的具体措施

（一）稳定股价的具体措施包括：

- （1）控股股东增持公司股票；
- （2）公司董事（不含独立董事，下同）及高级管理人员增持公司股票；
- （3）公司回购股票；

（二）稳定股价措施的实施顺序

当公司股票收盘价触发稳定股价预案的启动条件时，公司将在 2 个交易日内发布提示公告，并根据当时有效的法律法规和本股价稳定预案，与控股股东、董事、高级管理人员协商一致，提出稳定公司股价的具体方案，履行相应的审批程序和信息披露义务，并按如下优先顺序采取部分或全部股价稳定措施，直至触发稳定股价预案的条件消除：

1. 控股股东增持公司股票

公司控股股东应在符合《公司法》及《北京证券交易所股票上市规则（试行）》等法律法规的条件和要求的前提下，对公司股票进行增持；

单次增持股份的金额不超过最近一次从公司所获得的税后现金分红金额的 10%；公司股票在北京证券交易所上市之日起 1 个月内，增持股份的价格不高于本次发行价，公司股票在北京证券交易所上市第 2 个月至 3 年内，增持股份的价格不超过公司最近一期经审计的每股净资产。

如单次增持股份后，仍不能达到稳定股价措施的停止条件，则继续进行增持，单一年度用以稳定股价的增持资金不超过其最近一次从公司所获得税后现金分红金额的 30%。

2. 公司董事及高级管理人员增持公司股票

当公司根据稳定股价措施完成控股股东增持股票后，仍符合稳定股价预案触发条件时，则启动公司董事、高级管理人员增持：

在公司任职并领取薪酬的公司董事、高级管理人员应在公司符合《公司法》《北京证券交易所股票上市规则（试行）》等法律法规的条件和要求的前提下，对公司股票进行增持；

有增持义务的公司董事、高级管理人员承诺，其单次用于增持公司股份的货币资金不超过该董事、高级管理人员在担任董事或高级管理人员职务期间上一会

计年度从公司处领取的税后薪酬的 20%，如单次增持股份后，仍不能达到稳定股价措施的停止条件，则该等人员继续进行增持，单一年度用以稳定股价所动用的资金应不超过其在担任董事或高级管理人员职务期间上一会计年度从公司处领取的税后薪酬的 40%；

公司股票在北京证券交易所上市之日起 1 个月内，增持股份的价格不高于本次发行价，公司股票在北京证券交易所上市第 2 个月至 3 年内，增持股份的价格不超过公司最近一期经审计的每股净资产。

3.公司回购股票

当公司根据稳定股价措施完成控股股东、董事及高级管理人员增持股票后，仍符合稳定股价预案触发条件时，则公司可自愿采取回购股票的措施以稳定公司股价，公司回购股份的资金为自有资金。

公司为稳定股价之目的回购股份，应符合《公司法》《北京证券交易所股票上市规则（试行）》等相关法律、法规的规定，且不应导致公司股权分布不符合北京证券交易所上市条件；

公司董事会对回购股份做出决议，须经三分之二以上董事出席，并经全体董事的过半数通过；

公司为稳定股价之目的进行股份回购的，除应符合相关法律法规之要求外，还应符合下列各项：（1）公司股票在北京证券交易所上市之日起 1 个月内，回购股份的价格不高于本次发行价，公司股票在北京证券交易所上市第 2 个月至 3 年内，回购股份的价格不超过公司最近一期经审计的每股净资产；（2）公司用于回购股份的资金总额累计不超过公司首次公开发行新股所募集资金扣除发行费用后的净额；（3）公司单次用于回购股份数量最大限额为公司股本总额的 1%；

（4）如公司单次回购股份后，仍不能达到稳定股价措施的停止条件，则公司继续进行回购，12 个月内回购股份数量最大限额为公司股本总额的 2%。

三、稳定股价措施的启动程序

（一）控股股东增持

1.公司控股股东应在稳定股价预案的启动条件触发之日起 5 个交易日内，将其拟增持股票的具体计划（内容包括但不限于增持股数区间、计划的增持价格上限、完成时效等）以书面方式通知公司，并由公司予以公告；

2.控股股东应在增持公告披露后、启动增持符合监管机构相应规则之日起开始启动增持，并在履行相关法定手续后的3个月内实施完毕（如该期间存在限制其买卖股票的情形或该股份增持计划需经相关部门审批，则完成时间相应顺延）。

（二）董事、高级管理人员增持

1.当公司根据稳定股价措施完成控股股东增持股票后，仍符合稳定股价预案触发条件时，董事、高级管理人员应在控股股东增持股票实施方案完成之日起10个交易日内，将其拟增持股票的具体计划（包括但不限于增持股数区间、计划的增持价格上限、完成时效等）以书面方式通知公司，并由公司予以公告；

2.董事、高级管理人员应在增持公告披露后、启动增持符合监管机构相应规则之日起开始启动增持，并应在履行相关法定手续后的3个月内实施完毕（如该期间存在限制其买卖股票的情形或该股份增持计划需经相关部门审批，则完成时间相应顺延）。

（三）公司回购

1.当公司根据稳定股价措施完成控股股东、董事及高级管理人员增持股票后，仍符合稳定股价预案触发条件时，公司董事会应当在控股股东、董事及高级管理人员增持股票方案实施完成之日起10个交易日内召开董事会审议稳定股价的具体方案，并在决议做出后2个交易日内公告董事会决议、回购股份预案（如不回购需公告理由）、发布召开股东大会（如需）的通知，公司将依法通知债权人，并向证券监督管理部门、北京证券交易所等主管部门报送相关材料，办理审批或备案手续；

2.公司回购应在公司履行完审议程序后、启动回购符合监管机构相应规则之日起开始启动回购，并应在履行相关法定手续后，3个月内实施完毕（如股份回购计划需经相关部门审批，则完成时间相应顺延）；

3.公司回购方案实施完毕后，应在2个交易日内公告公司股份变动报告，并在公司章程规定期限内转让或注销所回购的股份。

四、约束措施和相关承诺

（一）在触发公司控股股东增持公司股票的条件时，如控股股东未按照上述预案采取稳定股价的具体措施，将在公司股东大会及中国证监会、北京证券交易所指定的信息披露平台上公开说明未采取稳定股价措施的具体原因并向公司股

东和社会公众投资者道歉，同时在限期内继续履行稳定股价的具体措施；自控股股东违反上述预案之日起，公司将延期发放其全部股东分红，同时其持有的公司股份将不得转让，直至其按上述预案的规定采取相应的稳定股价措施并实施完毕时为止。

（二）在触发公司董事、高级管理人员增持公司股票的条件时，如董事、高级管理人员未按照上述预案采取稳定股价的具体措施，将在公司股东大会及中国证监会、北京证券交易所指定的信息披露平台上公开说明未采取稳定股价措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉，同时在限期内继续履行稳定股价的具体措施；并自公司董事、高级管理人员违反上述预案之日起，公司将延期发放公司董事、高级管理人员 50%的薪酬及其全部股东分红（如有），同时其持有的公司股份（如有）不得转让，直至其按上述预案的规定采取相应的稳定股价措施并实施完毕时为止。

（三）在触发公司回购股票的条件成就时，如公司未采取上述稳定股价的具体措施，公司将在股东大会及中国证监会、北京证券交易所指定的信息披露平台上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉。如非因不可抗力导致，给投资者造成损失的，公司将向投资者依法承担赔偿责任，并按照法律、法规及相关监管机构的要求承担相应的责任；如因不可抗力导致，应尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，并提交股东大会审议，尽可能地保护公司投资者利益。

（四）公司承诺，对于公司上市后三年内新聘的在公司任职并领取薪酬的公司董事、高级管理人员，将要求其根据稳定公司股价预案和相关措施的规定，作出相关承诺。”

综上所述，公司经营情况稳定，业绩稳步增长，具有投资价值，且公司发行规模可满足北交所股票上市条件，预计发行底价对公司发行并在北交所上市不存在不利影响，公司股价稳定预案具有可行性，有利于公司未来的发行和股价稳定。因此，本次发行规模、发行底价、稳价措施等事项不会对发行人本次公开发行并在北交所上市产生不利影响。

二、中介机构核查程序及核查意见

（一）核查程序

1、针对问题“发行人间接股东变动相关情况”，保荐机构及发行人律师执行了以下核查程序：

- (1) 查阅宿城国资公司本次股权变动工商档案、营业执照等文件；
- (2) 查阅宿城国资中心下发的《关于相关公司股权划转的通知》；
- (3) 通过国家企业信用信息公示系统网站查询宿城国资公司股东情况。

2、针对问题“部分房屋建筑物未办理产权证、消防等手续”，保荐机构及发行人律师执行了以下核查程序：

(1) 查阅《一般工业固体废物贮存和填埋污染控制标准》（GB18599-2020）和《危险废物贮存污染控制标准》（GB18597-2023），了解污染物储存场所相关环保要求；

(2) 查阅发行人出具的《关于违规房产拆除进度的承诺函》，了解发行人房屋搬迁的相关计划及对生产经营的影响；

(3) 查阅《中华人民共和国消防法》《建设工程消防设计审查验收管理暂行规定》，了解消防验收与备案的关系；

(4) 查阅宿迁市宿城区消防救援大队出具的《证明》，并访谈发行人高管，了解发行人无法办理消防验收的原因及背景；

(4) 查阅当地监管部门对发行人日常监管情况，核查相关房产纳入消防监管情况；

(5) 查阅江苏省自然资源厅、江苏省财政厅、江苏省住房和城乡建设厅、国家税务总局江苏省税务局及中国银保监会江苏监管局出具的《关于加快解决涉及群众办证的不动产历史遗留问题的通知》，了解消防安全评估报告替代消防验收程序的法律依据；

(6) 查阅发行人消防防范相关制度，结合《关于加快解决涉及群众办证的不动产历史遗留问题的通知》核查相关合规风险；

(7) 查阅监管部门出具的消防事项相关的《证明》，核查发行人是否存在重大违法违规行为；

(8) 查阅宿城区应急管理局出具的《证明》，并访谈发行人高管了解发行人无法办发行人安全设施设计审查及验收的原因及背景，发行人就安全生产的应对措施；

(9) 查阅上市公司无证房产、消防及生产安全合规存在瑕疵的案例；

(10) 查阅发行人补充披露的消防及生产安全相关风险提示，核查风险事项披露充分性。

3、针对问题“发行底价”，保荐机构执行了以下核查程序：

(1) 查阅发行人的发行底价方案的董事会决议、股东大会决议，核查发行底价确定的依据；

(2) 查询和分析发行人二级市场的股票交易情况、可比公司发行市盈率信息、行业市盈率等数据；

(3) 核查了发行人有关稳定股价措施预案，发行人及相关当事人作出的关于实施稳定股价预案的承诺；

(4) 取得发行人的说明文件，了解发行人的主营业务、竞争优势、行业机遇情况；

(5) 查阅发行人报告期内的审计报告、定期报告等文件。

(二) 核查意见

1、针对问题“发行人间接股东变动相关情况”，保荐机构及发行人律师认为：

宿城国资公司本次国有股权变动已履行管理部门同意、内部决议、工商变更登记等手续，本次转让为无偿划转，已经转让完毕，股权权属已经确定。

2、针对问题“部分房屋建筑物未办理产权证、消防等手续”，保荐机构及发行人律师认为：

(1) 存放污染物的房屋搬迁后，发行人将严格按照《一般工业固体废物贮存和填埋污染控制标准》（GB18599-2020）和《危险废物贮存污染控制标准》（GB18597-2023）整改新的污染物存储场所，确保能够符合环保相关要求。

无证房产的搬迁预计于 2023 年 12 月 31 日前完成，上述安排不会对发行人生产经营造成重大影响。

(2) 消防验收与备案区别主要在于建设工程项目的特殊性，若属于法律规定的特殊建设工程项目则按照验收标准办理；若属于其他建设工程项目则按照备案标准处理。

发行人无法补办消防验收或备案主要系历史原因导致，发行人在厂房建设的

过程中缺失了相关行政手续，导致目前补办验收或备案缺乏相应的历史资料。

发行人已纳入消防相关部门的日常监管，且积极配合执法部门的整改，并达到了消防验收或备案的合格标准。

由于发行人建设期手续不齐全，《通知》已明确了解决方案，消防安全评估报告可以替代消防验收程序。

发行人通过建立消防安全管理制度、配置消防设施、加强消防安全培训及由第三方出具消防安全评估报告等进行消防安全管理，同时接受消防监管部门日常管理并按要求进行整改，发行人未办理消防相关手续对消防安全管理不构成重大不利影响；发行人未办理消防验收及备案相关手续存在程序瑕疵，已取得宿迁市宿城区消防救援大队出具的《证明》，相关事项未造成危害后果，不属于重大违法违规行为，不会因前述事项对箭鹿股份及箭鹿制衣给予行政处罚，亦不会责令其停产停业进行整顿。

发行人不存在消防安全相关的重大违法违规行为。

(3) 发行人无法补办安全设施设计审查及验收手续主要系历史原因导致，公司在构建厂房的过程中缺乏相应的行政手续，导致现行补办验收手续缺乏相应的历史资料。

虽然发行人无法补办安全设施设计审查及验收手续，但发行人已建立了有效的应对措施，并通过了安全生产评价。因此，无法补办安全设施设计审查及验收手续对发行人安全生产不构成重大影响。

发行人已采取了应对措施，主要包括构建严格生产安全制度、增加演习及安全生产意识培训；严格规范库区内生产安全事项、加强生产区与存储区的危险管理、加强自身生产安全检查及编制生产安全事故预案等。

(4) 结合上市公司类似情况，发行人已制定对于无证房产、消防手续、安全生产等风险的控制措施。

发行人已在招股说明书“第三节风险因素”之“一、行业及经营风险”补充披露“消防验收及安全设施设计审查及验收无法正常办理的风险”。

3、针对问题“发行底价”，保荐机构认为：

(1) 公司按 2022 年归属于挂牌公司股东的扣除非经常性损益后的净利润 7,828.94 万元测算，本次发行底价 4.72 元/股对应的发行前的市盈率为 9.44 倍；

本次拟发行股份数量为 4000 万股（不含超额配售选择权），本次发行底价 4.72 元/股对应的发行后的市盈率为 11.08 倍。充分考虑到目前市场情况，本次底价发行的市盈率低于同行业上市公司 23.57 倍的发行平均市盈率，亦低于 2022 年北交所 21.63 倍的发行平均市盈率。

根据发行人本次发行前后市盈率水平，结合停牌前一个交易日收盘价、申报前 6 个月内最近 20 个有成交的交易日的平均收盘价、北交所公司发行后的市盈率及近期市盈率、沪深可比公司上市公司发行后及近期平均市盈率等分析，最终确定本次发行底价，该价格具有合理性。

（2）公司经营情况稳定，业绩稳步增长，具有投资价值，且公司发行规模可满足北交所股票上市条件，预计发行底价对公司发行并在北交所上市不存在不利影响，公司股价稳定预案具有可行性，有利于公司未来的发行和股价稳定。因此，本次发行规模、发行底价、稳价措施等事项不会对发行人本次公开发行并在北交所上市产生不利影响。

除上述问题外，请发行人、保荐机构、申报会计师、发行人律师对照《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票注册管理办法》《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 46 号——北京证券交易所公司招股说明书》《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 47 号——向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市申请文件》《北京证券交易所股票上市规则（试行）》等规定，如存在涉及股票公开发行并在北交所上市要求、信息披露要求以及影响投资者判断决策的其他重要事项，请予以补充说明。

回复：

发行人、保荐机构、申报会计师、发行人律师认真对照《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票注册管理办法》《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 46 号——北京证券交易所公司招股说明书》《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 47 号——向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市申请文件》《北京证券交易所股票上市规则（试行）》等规定，仔细核对了相应的文件，认为不存在涉及股票公开发行并在北交所上市条件、信息披露要求以及影响投资者判断决策的其他重要事项。

（以下无正文，为签字页）

（本页无正文，为江苏箭鹿毛纺股份有限公司《关于江苏箭鹿毛纺股份有限公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市申请文件第二轮审核问询函的回复》之签章页）

法定代表人：



刘伟

江苏箭鹿毛纺股份有限公司

2023年8月4日

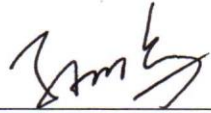


(本页无正文，为开源证券股份有限公司《关于江苏箭鹿毛纺股份有限公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市申请文件第二轮审核问询函的回复》之签章页)

保荐代表人：



向明明



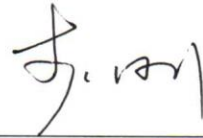
孙鹏



保荐机构（主承销商）董事长、总经理声明

本人已认真阅读《关于江苏箭鹿毛纺股份有限公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市申请文件第二轮审核问询函的回复》的全部内容，了解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，本审核问询函回复不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对本审核问询函回复的真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

保荐机构法定代表人、董事长、总经理：



李刚

