

关于对长虹塑料集团英派瑞塑料股份有限公司 年报问询函的回复

全国中小企业股份转让系统有限责任公司：

《关于对长虹塑料集团英派瑞塑料股份有限公司的年报问询函》（2023 第 184 号）奉悉。我们已对相关事项进行回复，现汇报说明如下。

一、关于营业收入

你公司 2022 年度、2021 年度营业收入分别为 56,107.86 万元、61,172.22 万元，其中外销收入占比分别为 60.38%、56.44%。公司前五大客户均为境外客户。你公司 2022 年度外销、内销收入分别为 33,879.17 万元、22,228.69 万元，2021 年度外销、内销收入分别为 34,526.73 万元、26,545.49 万元，外销收入下滑 1.88%，内销收入下滑 16.58%。

请你公司：

（1）详细列示报告期内境内、境外销售的基本情况，包括但不限于客户类型（直销或经销）、销售内容、金额及占比等；

（2）说明公司境外客户订单的获取来源、与主要客户的合作历史及合作过程等情况，说明国际环境、相关国家贸易政策等经营环境变化，其对公司和前五大境外客户的合作关系、交易方式、客户的生产经营的具体影响，并分析未来是否会发生重大不利变化，是否会对公司的境外收入构成重大影响。（问询函第 1 条）

（一）详细列示报告期内境内、境外销售的基本情况，包括但不限于客户类型（直销或经销）、销售内容、金额及占比等

1. 报告期内，公司营业收入境内、境外销售的基本情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度		2021 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
主营业务收入	55,535.26	98.98	60,938.86	99.62
其中：内销	21,656.09	38.60	26,412.13	43.18

外销	33,879.17	60.38	34,526.73	56.44
其他业务收入	572.60	1.02	233.36	0.38
其中：内销	572.60	1.02	233.36	0.38
合计	56,107.86	100.00	61,172.22	100.00

其他业务收入主要为废品废料的销售收入，均为内销。主营业务收入内外销具体情况如下。

2. 内销销售客户类型、销售内容、金额及占比情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度		2021 年度	
	收入	占比(%) [注]	收入	占比(%) [注]
直销模式	14,134.56	65.27	14,658.45	55.50
其中：尼龙扎带	6,847.17	31.62	7,594.74	28.75
电缆桥架	4,540.58	20.97	4,504.50	17.05
电表箱	1,343.96	6.21	567.67	2.16
钢钉线卡	243.54	1.12	385.83	1.46
接线端子	106.49	0.49	279.49	1.06
其他产品	1,052.82	4.86	1,326.22	5.02
经销模式	7,521.53	34.73	11,753.68	44.50
其中：尼龙扎带	6,863.45	31.69	10,899.50	41.27
钢钉线卡	14.33	0.07	38.07	0.14
接线端子	0.58	0.00	0.38	0.00
电缆桥架			0.17	0.00
其他产品	643.17	2.97	815.56	3.09
合计	21,656.09	100.00	26,412.13	100.00

[注] 占比指相关收入占境内主营业务收入比例

由上表可见，境内主营业务收入中，经销模式下，主要为尼龙扎带产品的销售；直销模式下，主要为尼龙扎带及电缆桥架等产品的销售。其他产品主要包括环保绝缘配线槽、安全型压线帽、自粘式定位片等。

3. 外销销售客户类型、销售内容、金额及占比情况如下：

项目	2022 年度		2021 年度	
	收入	占比(%) [注]	收入	占比(%) [注]
直销模式	33,879.17	100.00	34,526.73	100.00

其中：尼龙扎带	26,193.17	77.31	25,679.27	74.38
接线端子	2,112.76	6.24	2,927.61	8.48
钢钉线卡	1,599.71	4.72	1,907.43	5.52
其他产品	3,973.53	11.73	4,012.42	11.62
合计	33,879.17	100.00	34,526.73	100.00

[注]占比指相关收入占境外主营业务收入比例

由上表可见，境外销售均为直销模式，主要销售产品为尼龙扎带，接线端子、钢钉线卡等产品销售收入占比较低。

(二) 说明公司境外客户订单的获取来源、与主要客户的合作历史及合作过程等情况，说明国际环境、相关国家贸易政策等经营环境变化，其对公司和前五大境外客户的合作关系、交易方式、客户的生产经营的具体影响，并分析未来是否会发生重大不利变化，是否会对公司的境外收入构成重大影响

1. 公司境外客户订单的获取来源、与主要客户的合作历史及合作过程等情况

(1) 公司境外客户订单的获取来源

公司海外市场拓展主要以参加各类国内外展会及线上开拓等方式为主。2020年度以前，公司定期参加部分国内外展销会，如中国进出口商品交易会（即广交会）、德国科隆五金展、美国国际五金制品展览会、德国汉诺威工业展等，宣传公司品牌，推广公司产品，了解市场动态，接洽潜在客户。2020年后，因外部大环境影响，相关展会面临推迟或者取消的局面，公司海外市场开拓速度有所放缓，外销收入出现下滑。为缓解大环境对客户开拓的影响，公司海外市场拓展转为以线上开拓为主，包括环球资源网、中国制造网、线上广交会、社交媒体、国外搜索引擎网站关键词检索等，并取得了一定成效。

(2) 2021年度、2022年度外销前五大客户的合作历史及合作过程

序号	客户	客户开发模式	合作过程及历史
1	Harbor Freight Tools USA Inc	展会	公司控股股东与该客户于2008年在美国国际五金制品展览会建立联系，之后每年双方均在中国进出口商品交易会等展会进行面对面沟通，于2012年7月双方正式开始合作，报告期内该客户均为公司前五大客户，双方合作稳定。

2	KingFisher plc	展会	双方于 2010 年通过广交会建立联系, 进行交流后双方开始进一步商谈, 于 2012 年正式开始合作, 报告期内该客户均为公司前五大客户, 双方合作稳定。
3	SDS Group	展会	公司控股股东与该客户 2005 年在广交会建立联系并开展合作。
4	3SD Industries Inc.	展会	公司控股股东与该客户 2008 年在香港电子展建立联系, 之后组织该客户参观工厂, 客户对产品质量及服务认可后, 双方确定合作意向。
5	Adeo Services SAS	展会	公司与该客户于 2016 年广交会建立联系, 双方沟通后深入商谈并确定合作。

由上表可知, 公司 2021 年度外销前五大客户, 同为 2022 年度外销前五大客户, 外销主要客户持续、稳定。

2. 说明国际环境、相关国家贸易政策等经营环境变化, 其对公司和前五大境外客户的合作关系、交易方式、客户的生产经营的具体影响, 并分析未来是否会发生重大不利变化, 是否会对公司的境外收入构成重大影响

(1) 主要客户国家贸易政策情况及影响

报告期内, 公司前五大外销客户主要集中在北美洲及欧洲等地区, 公司主要外销区域的进口贸易政策情况如下:

国家或地区	进口政策
美国	公司对美国销售的主要产品为尼龙扎带和钢钉线卡。根据美国律师事务所 Barnes, Richardson & Colburn, LLP 于 2022 年 6 月出具的法律意见书, 尼龙扎带正常关税税率是 5.3%, 自 2019 年 9 月 1 日起, 受制于 301 调查, 额外加征 15% 的关税; 自 2020 年 2 月 14 日起, 该 15% 的加征关税降低为 7.5%; 钢钉线卡的正常关税税率是 5.3%, 自 2018 年 9 月 24 日起至该法律意见书出具之日, 受制于 301 调查, 额外加征 25% 的关税
俄罗斯	根据俄罗斯律师事务所 Gowling WLG (International) Inc. 于 2022 年 6 月出具的法律意见书, 俄罗斯不存在针对尼龙扎带、钢钉线卡、接线端子的贸易摩擦、进口限制或禁止政策。尼龙扎带、钢钉线卡的关税率为 6.5%, 接线端子的关税率为 0%, 进口手续主要由进口商承担, 而非货物的供应商或制造商, 关税由当地居民承担。
英国	根据英国律师事务所 Sherrards Solicitors LLP 于 2022 年 6 月出具的法律意见书, 英国不存在针对中国出口到英国的尼龙扎带、钢钉线卡、接线端子的政策限制
欧盟	根据法国律师事务所 Jeantet Associes 于 2022 年 6 月出具的法律意见书, 公司出口至欧盟的主要产品未被列入欧盟关于限制两用物品贸易的第 2021/821 号法规的附件一, 不在禁止进口的产品清单中, 没有关于该等产品进口的限制性贸易政策

除受制于“301 调查”, 公司对美国销售的主要产品被加征关税外, 其他主

要外销区域对进口公司主要产品无特别的限制性贸易政策。

报告期内，美国对公司的主要产品存在加征关税的情况。2021 年度、2022 年度公司对美国外销金额占公司主营业务收入比例分别为 7.64%、10.07%，占比相对较低，中美贸易环境的不稳定性预计不会对公司持续经营能力造成重大不利影响。

（2）俄乌战争等国际环境的影响

2022 年 2 月，俄乌战争爆发以来，公司对俄罗斯主要客户业务基本正常，多数俄罗斯客户仍要求正常出货。部分俄罗斯客户受卢布汇率波动较大影响，开始采用国际人民币结算。2021 年度及 2022 年度，公司对俄罗斯客户实现的销售收入占营业收入的比重分别为 3.64%及 4.87%，报告期呈增长趋势。俄乌战争对公司在乌克兰的业务的影响较大，但公司 2021 年度及 2022 年度对乌克兰客户实现的销售收入仅占营业收入的 0.36%及 0.32%，收入规模极小。因此，俄乌战争对公司并未造成重大不利影响。

前五大客户中 SDS Group 为俄罗斯客户，报告期公司对该客户的销售情况如下：

产品分类	2022 年度		2021 年度	
	销售收入（万元）	销售数量（吨）	销售收入（万元）	销售数量（吨）
尼龙扎带	1,337.53	364.41	900.38	305.74
钢钉线卡	23.24	11.01	17.77	8.67
其他产品	177.27	33.94	83.09	15.52
合计	1,538.04	409.36	1,001.24	329.93

公司 2021 年度分别实现对 SDS Group 销售收入 1,001.24 万元，为公司外销第五大客户，2022 年度实现销售收入 1,538.04 万元，为公司的外销收入第四大客户，报告期呈增长趋势。SDS Group 系公司长期稳定合作客户，俄乌战争对其销售未产生重大不利影响。

综上，公司 2021 年度外销前五大客户，同为 2022 年度前五大客户，外销主要客户持续、稳定，国际环境及贸易政策对公司主要客户的合作关系、交易方式及生产经营影响较小。根据行业研究机构 QYResearch 发布的《2022-2028 全

球与中国尼龙扎带市场现状与未来发展趋势》，公司主要客户所在国家或地区大多自身的扎带、线卡等配线器材的产量小于市场需求量，对该等产品的进口需求较大，主要客户所在国或地区对公司主要产品的进口环境及政策出现重大不利变化的可能性较小，预计不会对公司的境外收入构成重大影响。

二、关于毛利率

你公司2022年度的毛利率为23.23%，较2021年毛利率增长5.97个百分点，你公司解释为原材料PA66市场价格同比下降导致。你公司2022年度、2021年度境内销售产品毛利率分别为26.47%、26.80%，境外销售产品毛利率分别为21.10%、9.91%。你公司主要产品如尼龙扎带、钢钉线卡、接线端子、电缆桥架2021年毛利率分别为13.41%、22.73%、19.08%、44.91%，2022年毛利率为21.30%、27.84%、25.12%、38.96%。

请你公司：

(1) 说明上游采购价格变化与产品销售价格变化之间的传导机制，量化分析主要原材料价格变动对公司成本、利润的影响；

(2) 结合产品类型变化、主要客户变化、订单执行周期和原材料价格变化等，分析说明境外销售毛利率变化较大的原因及合理性；

(3) 结合境内境外销售产品构成、客户差异、销售模式、毛利率的差异等情况，说明2022年、2021年境内产品毛利率高于境外的原因及合理性。（问询函第2条）

(一) 说明上游采购价格变化与产品销售价格变化之间的传导机制，量化分析主要原材料价格变动对公司成本、利润的影响

1. 说明上游采购价格变化与产品销售价格变化之间的传导机制

(1) 原材料价格变动对产品定价的传导机制

公司产品的定价机制主要以产品成本为基础，并参考市场因素为原则：在公司既定的产品价目表基础上，综合考虑原材料价格、客户性质、订单规模、市场竞争情况、与客户合作情况以及一定的利润率等因素后，确定不同产品、不同规格以及不同客户的折扣率，从而确定最终的销售价格。

公司尼龙扎带产品占公司销售额的70%以上，以主要产品尼龙扎带为例，2021年度及2022年度，材料成本占比分别为84.72%、79.79%，其中主要原材料PA66

占其材料成本的 81.45%、79.14%，占比最高，PA66 的价格变动直接影响产品成本，公司通过向经销商及时下达调价函或与直销客户协商确定订单价格，实现对产品定价的传导。

(2) 调价的滞后周期

一般而言，公司对境内经销客户和一般直销客户的调价较为及时，不存在明显的滞后周期，且调价幅度与原材料价格变动幅度的较为匹配。对于境内大型直销客户、核心知名客户和境外直销客户的调价存在一定的滞后性，在原材料价格上行周期内，产品价格涨幅一般低于原材料成本上涨幅度；反之，在原材料价格下行周期内，产品价格的下调幅度，也一般低于原材料成本下降幅度。境内直销，以大型客户、核心知名客户为主。

不同类型客户在调价的滞后周期与调价幅度的适配性上存在明显差异，主要原因与定价模式、订单执行周期、终端客户性质等相关，具体如下：

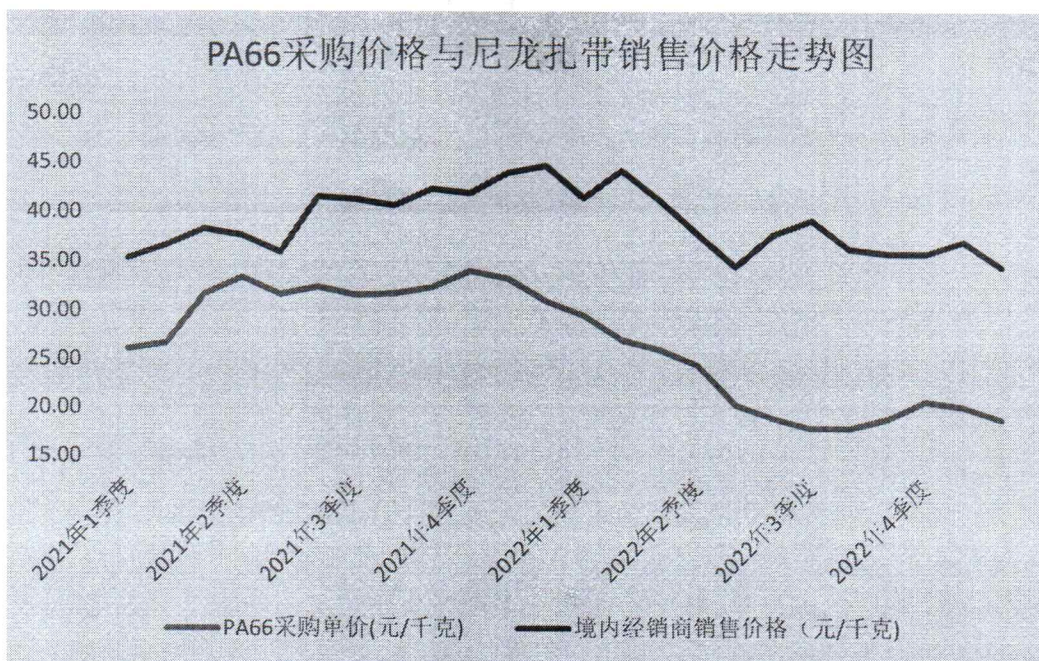
区域	客户类型	定价模式	订单执行周期	滞后周期	调价幅度
内销	经销客户	根据原材料价格变动，通过发调价函形式及时调价	基本均为标准化产品和包装，订单规模小，执行周期短	较短	正常
	大型直销客户、核心知名客户	招投标、框架协议方式预先锁定较长周期内的价格，难以调价	定制化产品和包装较多，订单规模大，执行周期短	较长	较小
	一般直销客户	一单一议，按照订单签署时的原材料价格直接谈判定价	标准化产品和包装为主，订单规模小，执行周期短	较短	正常
外销	直销客户	以阶段性定价为主，阶段内较难调价，下一阶段重新谈判定价	定制化产品和包装较多，订单规模大，执行周期长	较长	较小

(3) 报告期原材料价格变动对产品定价的实际传导情况

以公司的主要产品尼龙扎带为例，报告期内，公司对境内外不同类型客户尼龙扎带各季度的单位售价和主要原材料 PA66 的采购价格变动情况如下：

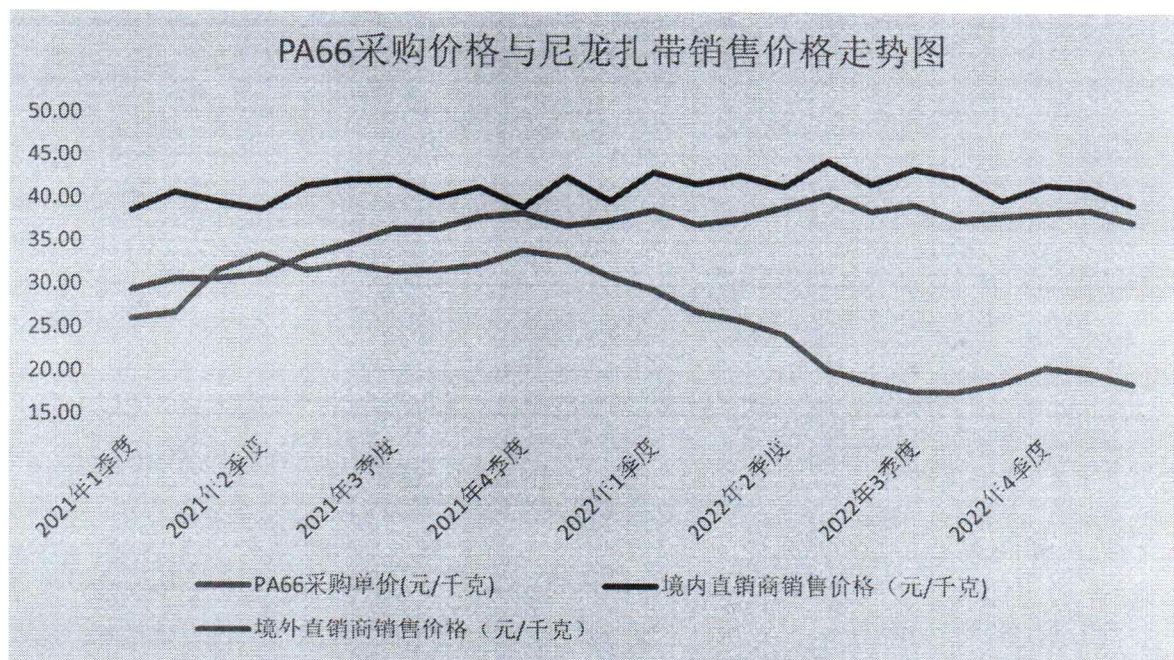
1) 经销客户

公司经销客户均为内销，销售单价与 PA66 采购价格变动情况如下：



由上图可知，报告期内，公司对境内经销商尼龙扎带的销售价格与 PA66 采购价格的变动趋势较为吻合，调价较为及时，不存在明显的滞后性，且调价幅度与 PA66 采购价涨幅较为接近，公司能够将原材料价格波动较为及时、充分地传导给经销商客户。

2) 直销客户



境内直销以大型客户或核心知名客户为主。由上图可知，2021 年上半年，原材料 PA66 采购价格快速上涨，下半年原材料 PA66 价格处于高处平稳上升趋势，从 2022 年度开始明显下降。公司主要通过招投标或签订框架协议的形式、在较

长期间内（一般按年）锁定产品价格，在合同锁价期内，难以及时调整价格。因此，虽然 2022 年度原材料 PA66 价格下降，但公司对境内直销商尼龙扎带的销售价格变动较为平稳。

对于境外直销客户，订单价格主要以阶段性定价为主，如采取季度定价或半年度定价等。在阶段性定价期间内，公司较难因原材料价格的波动对销售价格进行及时调整。2021 年上半年，原材料 PA66 采购价格大幅快速上涨期间，境外销售尼龙扎带盈利空间受到大幅压缩，导致外销尼龙扎带毛利率大幅下降。2021 年下半年，原材料价格虽处于高位但趋于平稳，公司对于外销客户新订单调价逐渐落实，将原材料价格逐步传导至下游客户，2022 年度 PA66 价格大幅下降，因调价存在一定滞后及美元汇率增长影响，综合导致 2022 年度外销毛利率上升。

查新同行业公司的传导机制与滞后周期情况如下：

可比公司	传导机制与滞后周期
顺威股份	由于拥有较强的产品自主设计能力、完善的产业链、稳定的产品质量和日益提升的规模优势，公司在市场上拥有一定的议价能力。原材料价格下降时，产品销售单价虽然有所下降，但其下降幅度小于单位成本的下降幅度；原材料价格上升时，公司会综合考虑成本波动与市场营销战略、与下游合作关系等因素，在保证公司获得合理的利润空间的前提下，适当上调产品销售单价。
普利特	在原材料价格上涨周期，在综合考虑原料涨价因素及客户承受能力的情况下，适当提高产品销售价格。
道恩股份	销售定价模式主要采用季度定价、半年度定价、年度定价等，但部分合同同时也约定在原材料价格波动到一定幅度时，双方协商调整价格。因此公司主要产品价格变化会滞后于主要原材料价格变化。
国恩股份	产品定价按照“销售价格=材料费+人工费+制造费用+包装运输费+税费+合理利润”原则制定，主要原材料采购价格上升时公司产品售价也相应进行提升，但价格调整有一定滞后性。

上述可比公司均为改性塑料行业的制造型公司，其定价模式、价格传导机制和滞后性与公司具有相似性，符合行业惯例。

2. 量化分析主要原材料价格变动对公司成本、利润的影响

2021 年度及 2022 年度，公司主要产品尼龙扎带销售收入分别为 44,173.51 万元、39,903.78 万元，占主营业务收入比例分别为 72.49%、71.85%，公司 PA66 采购额占全部材料采购额的 60%左右。PA66 材料主要用于生产尼龙扎带产品，因此分析 PA66 材料价格变动对公司成本、利润的影响，量化分析如下：

单位：万元、吨

项 目	2022 年度	2021 年度
产品成本中，PA66 材料成本 (A)	19,888.47	26,391.85
尼龙扎带销量(B)	10,300.37	12,016.95
单位尼龙扎带的 PA66 材料成本(B/A)	1.93	2.20
PA66 价格变动对营业成本的影响金额 (C)	-2,733.39	
2022 年度营业收入(D)	56,107.86	
影响毛利率变动数(C/D)	4.87%	

由上表可知，因 2022 年度原材料 PA66 价格下降，导致尼龙扎带单位成本下降 0.27 万元/吨，主营业务成本下降 2,733.39 万元，导致毛利率提高 4.87 个百分点。

(二) 结合产品类型变化、主要客户变化、订单执行周期和原材料价格变化等，分析说明境外销售毛利率变化较大的原因及合理性

1. 产品类型变化

报告期内，公司境外各类产品收入占比及其毛利率情况如下：

产 品	2022 年度			2021 年度		
	收入占比	毛利率	毛利率贡献率	收入占比	毛利率	毛利率贡献率
尼龙扎带	77.31%	19.24%	14.88%	74.38%	6.22%	4.63%
钢钉线卡	4.72%	28.57%	1.35%	5.52%	22.13%	1.22%
接线端子	6.24%	25.54%	1.59%	8.48%	18.97%	1.61%
其他产品	11.73%	27.99%	3.28%	11.62%	21.09%	2.45%
总 计	100.00%	21.10%		100.00%	9.91%	

如上表所示，2021 及 2022 年度，境外销售尼龙扎带占境外收入比重分别为 74.38%、77.31%，为最主要的销售产品，且占比较为稳定，公司销售产品类型未发生重大变化。

公司 2022 年度境外销售毛利率为 21.10%，较 2021 年度上升 11.19 个百分点；其中尼龙扎带本期毛利率分别为 19.24%，较上年同期上升 13.02 个百分点，2022 年度尼龙扎带毛利率贡献率较 2021 年度上升 10.25 个百分点，尼龙扎带毛利率的大幅上升是造成境外销售毛利率上升的主要原因。主要系 2022 年度 PA66

材料价格下降，但销售价格调整存在一定滞后性，以及 2022 年度美元汇率的增长较大导致，详见本回复二（一）之说明。

2. 主要客户变化

2021 年度及 2022 年度前 50 大外销客户变动情况如下：

类 型	单位：家、万元	
	2022 年度	2021 年度
变化客户数	15	
前 50 大客户销售收入合计	25,294.84	24,826.39
前 50 大客户销售收入占比	74.66%	71.90%
前 50 大客户平均毛利率	23.58%	7.97%

2022 年度公司前 50 大外销客户较 2021 年度变化了 15 家，其中前 20 大外销客户仅变化 1 家，前 5 大客户未发生变动。2021 年度、2022 年度外销前 50 大客户销售占外销收入比重分别为 71.90%、74.66%，占比较为稳定。前 50 大客户平均毛利率由 7.97%大幅上升至 23.58%。公司主要外销客户数量和销售占比较为稳定，未发生重大变化，主要客户毛利率的上升造成了外销毛利率变动。

3. 订单执行周期及原材料价格变动的影响

对于境外直销客户，订单价格主要以阶段性定价为主，在阶段性定价履行期间内，公司难以因原材料价格的大幅波动在短期内对价格进行调整。同时，境外客户订单主要以定制化产品包装为主，生产周期相对较长，平均执行周期在 3-4 个月，以上原因综合导致境外直销客户尼龙扎带调价较原材料滞后。订单执行周期及原材料价格变动对毛利率的影响，详见本回复二（一）之说明。

4. 汇率波动对毛利率的影响

公司外销收入主要以美元结算，因 2022 年度美元汇率增长较大，对公司外销毛利率有一定影响。2022 年度美元汇率波动对毛利率影响情况如下：

项 目	单位：万元/万美元	
	2022 年度	2021 年度
美元结算外销收入(A)	4,555.72	4,932.31
折合人民币外销收入(B)	30,540.32	31,873.14
平均折算汇率(B/A)	6.7037	6.4621
汇率波动对收入的影响金额(D)	1,100.80	
2022 年度外销收入(E)	33,879.17	

汇率波动占外销收入比(D/E)	3.25%
-----------------	-------

上述汇率波动对收入的影响金额，系指假定 2022 年度美元收入按照 2021 年度平均汇率测算，折合的人民币收入与实际收入的差额，正数表示当期汇率波动对外销收入的增加。如上表所述，因美元汇率波动影响，导致 2022 年度毛利率上升 3.25 个百分点。

综上，公司产品类型、主要客户及订单执行情况未发生重大变化，2022 年度 PA66 材料价格下降，因外销调价存在一定滞后及美元汇率增长影响，导致 2022 年度外销毛利率上升，具有合理性。

(三) 结合境内境外销售产品构成、客户差异、销售模式、毛利率的差异等情况，说明 2022 年、2021 年境内产品毛利率高于境外的原因及合理性

1. 境内外产品构成对境内外毛利率差异的分析

(1) 2021 年度及 2022 年度境内外销售产品主营业务收入占比、毛利率以及毛利率贡献率情况如下：

年度	产品类型	内销			外销		
		占内销主营业务收入比	毛利率	毛利率贡献率	占外销主营业务收入比	毛利率	毛利率贡献率
2022 年度	尼龙扎带	63.31%	25.23%	15.97%	77.31%	19.24%	14.88%
	钢钉线卡	1.19%	23.30%	0.28%	4.72%	28.57%	1.35%
	接线端子	0.49%	16.99%	0.08%	6.24%	25.54%	1.59%
	高分子合金桥架	20.97%	38.96%	8.17%			
	其他产品	14.04%	19.39%	2.72%	11.73%	27.99%	3.28%
	总计	100.00%	27.23%	27.23%	100.00%	21.10%	21.10%
2021 年度	尼龙扎带	70.02%	23.39%	16.38%	74.38%	6.22%	4.63%
	钢钉线卡	1.60%	25.45%	0.41%	5.52%	22.13%	1.22%
	接线端子	1.06%	20.17%	0.21%	8.48%	18.97%	1.61%
	高分子合金桥架	17.06%	44.91%	7.66%			
	其他产品	10.26%	21.05%	2.16%	11.62%	21.09%	2.45%
	总计	100.00%	26.82%	26.82%	100.00%	9.91%	9.91%

注：上表中内销毛利率为主营业收入毛利率，毛利率贡献率=毛利率*主营业务收入占比

2021年度和2022年度，境外销售尼龙扎带金额占外销主营收入比重分别为74.38%、77.31%，境内销售尼龙扎带金额占内销主营收入比重在分别为70.02%、63.31%，系境内外最主要的销售产品，也是境内外毛利率贡献率最高的产品。

2021年度和2022年度，境内销售毛利率均高于境外毛利率，但2022年度差距有所缩小，具体情况如下。

(2) 内外销价格及毛利率情况对比

报告期内，公司主营业务按产品内外销毛利率及销售价格情况如下：

项 目		2022 年度		2021 年度	
		外销	内销	外销	内销
尼龙扎带	收入占比	65.64%	34.36%	58.13%	41.87%
	单位售价	38.32	39.58	34.56	40.33
	单位成本	30.94	29.59	32.41	30.89
	毛利率	19.24%	25.23%	6.22%	23.39%
钢钉线卡	收入占比	86.12%	13.88%	81.82%	18.18%
	单位售价	22.46	19.46	20.58	19.33
	单位成本	16.05	14.93	16.03	14.41
	毛利率	28.57%	23.30%	22.13%	25.45%
接线端子	收入占比	95.18%	4.82%	91.27%	8.73%
	单位售价	57.83	53.44	48.83	49.82
	单位成本	43.07	44.37	39.56	39.77
	毛利率	25.54%	16.99%	18.97%	20.17%
高分子合金电缆桥架	收入占比		100.00%		100.00%
	单位售价		18.59		17.25
	单位成本		11.35		9.50
	毛利率		38.96%		44.91%
其他产品	收入占比	56.66%	43.34%	59.69%	40.31%
	单位售价	47.89	28.19	35.26	20.28
	单位成本	34.48	22.73	27.82	16.01
	毛利率	27.99%	19.39%	21.09%	21.05%

注：上表中毛利率贡献率=毛利率*收入占比

2021-2022年度，除了高分子合金电缆桥架产品仅存在内销业务外，公司的尼龙扎带、钢钉线卡、接线端子以及其他产品均同时存在内外销业务，且各类产品的外销收入规模均大于内销。上述除高分子合金电缆桥架产品外的四类产品内外销的单位售价、单位成本及毛利率的差异情况及具体原因如下：

1) 尼龙扎带

① 单位售价差异

2021 年度，尼龙扎带的内销单位售价为 40.33 元/千克、外销单位售价为 34.56 元/千克；2022 年度，尼龙扎带的内销单位售价为 39.58 元/千克、外销单位售价为 38.32 元/千克。内销价格两年均略高于外销，主要原因如下：

A. 调价滞后性

公司尼龙扎带产品定价会根据原材料价格变动进行调整，但由于定价模式、订单执行周期不同，境内外客户的调价滞后性存在一定差异。其中，对于境内经销客户，公司采取“根据原材料价格变动，通过发调价函形式及时调价”的定价模式，其订单执行周期较短，因此可以根据原材料价格变动及时调整售价。而对于境外直销客户，公司以“阶段性定价”为主，履约期间内较难调价，且订单执行周期较长，通常在履约结束后公司拥有阶段性谈判的权利，因此，相较于原材料价格变动，销售价格调整存在一定的滞后性。

2020 年下半年以来，PA66 价格快速上涨，受境外客户调价滞后的影响，公司未能及时提高部分主要境外客户的销售价格，从而导致 2021 年度外销的销售单价整体上明显低于内销。

2022 年度，PA66 采购价格明显下降，境内经销商调价较为及时等原因，导致内销价格略有下降。而境外销售因 2021 年下半年，原材料价格处于高位而趋于平稳，公司对于外销客户新订单调价逐渐落实，将原材料价格逐步传导至下游客户。因此，虽然 2022 年 PA66 采购价格下降较大，但 2022 年度外销价格较 2021 年度有所上升，与内销价格差距缩小，但境内销售价格仍略高于境外销售价格。

B、汇率影响

2022 年度外销毛利率与内销毛利率差距缩小，内外销销售单价趋近，汇率的波动也存在一定的影响。美元汇率的波动对尼龙扎带外销单价影响情况如下：

单位：万元、万美元、千克、元/千克

项 目	2022 年度	2021 年度
美元结算外销收入(A)	3,556.16	3,729.12
折合人民币外销收入(B)	23,831.09	24,097.71
平均折算汇率(B/A)	6.7013	6.4620
汇率波动对收入的影响金额(D)	851.16	-1,745.56
销售重量(E)	6,232,502.50	7,021,126.75

汇率波动对单价的影响金额(D/E)	1.37	-2.49
-------------------	------	-------

2021 年度及 2022 年度美元汇率对尼龙扎带外销单价的影响分别为-2.49 元/千克、和 1.37 元/千克。

C. 品牌地位

公司深耕尼龙扎带行业多年，已在境内市场树立了较高的品牌知名度，议价能力较强，定价主动权较大。而对于市场竞争更为激烈的外销业务，公司定价需更多地参考境外同行业水平，定价主动权较小；且境外以 OEM 客户为主，公司无法获得较多的品牌溢价。

② 单位成本差异

2021 年度、2022 年度尼龙扎带的内外销单位成本分别为 30.89 元/千克和 32.41 元/千克、29.59 元/千克和 30.94 元/千克。两期外销单位成本略高于内销，主要原因如下：

A. 定制化水平差异

公司内销业务主要通过自有品牌销售，以标准化产品和标准化包装为主，而外销业务存在大量 OEM 客户，其对于包装等方面的定制化需求会增加成本，从而导致外销单位成本略高于内销。

B. 产品结构

高端产品相较于中、低端产品生产成本更高，而尼龙扎带高端产品中，外销业务占比较高，从而导致外销单位成本略高于内销。

2021 年度、2022 年度，尼龙扎带的内外销毛利率分别为 23.39%和 6.22%、25.23%和 19.24%，外销毛利率低于内销是由单位售价和单位成本共同决定的。

2) 高分子合金电缆桥架作为公司大力发展的新业务，产品得到了较好的市场认可，应用项目不断增加，收入增长较快。其全部收入均来自于境内，2021 年度其占境内主营收入比重为 17.06%，2022 年度上升至 20.97%，较高的产品附加值也使得该产品两年毛利率分别为 44.91%和 38.96%，毛利率贡献率也由 7.66% 上升至 8.17%。

3) 钢钉线卡，接线端子和其他产品的毛利率贡献率较为有限，内外销差异较小。

2. 境内外客户差异、销售模式差异等对境内外毛利率差异的分析

报告期内，公司的毛利率主要受原材料价格波动的影响，对于境内外不同客

户类型，公司对于原材料价格波动的传导各有不同，详见本回复二（一）之说明。

总体上，公司对于内销客户销售价格的调整较外销客户更为及时，对于经销客户销售价格的调整较直销客户更为及时。因此，2022年度主要原材料PA66价格下降时，公司尼龙扎带产品外销毛利率的有所提高，但仍低于内销毛利率。另外，境内销售存在毛利率较高的高分子合金桥架产品，且销售占比增长，也导致了内销客户毛利率高于外销客户毛利率。

综上所述，公司2021年度、2022年度境内产品毛利率高于境外具有合理性。

三、关于其他权益工具投资

根据你公司2022年报，你公司子公司浙江东和投资管理有限公司（以下简称“东和投资”）向上海汉声教育科技有限公司（以下简称“汉声教育”）投资1,000.00万元，持股为5.4468%。你公司管理层判断，认为该公司持续亏损，可持续性存疑，公司基于谨慎性判断该项投资公允价值为0元，确认其他综合收益-1,000.00万元。

请你公司说明：

（1）设立东和投资的原因及背景，报告期内东和投资业务的开展情况，参投汉声教育的原因和背景，你公司与汉声教育主要股东、客户或供应商是否存在隐性关联关系，是否存在资金占用情形；

（2）结合上海汉声的主营业务及具体业务模式、公司对其投资的目的、公司对上海汉声的经营决策的影响，说明公司将上海汉声的投资作为其他权益工具投资列报的依据，并结合上海汉声历年经营情况、财务情况、涉诉情况，说明自2019年执行新金融工具准则以来，公司持续以成本核算的合理性，是否符合《企业会计准则》的要求；

（3）说明公司对其子公司东和投资的长期股权投资，是否进行了必要的减值测试。

（一）设立东和投资的原因及背景，报告期内东和投资业务的开展情况，参投汉声教育的原因和背景，你公司与汉声教育主要股东、客户或供应商是否存在隐性关联关系，是否存在资金占用情形

2015年公司货币资金相对充裕，根据公司经营发展需要，进一步优化资金配置，培育新的利润增长点，提高企业的竞争力，公司于2015年8月设立了东和

投资，作为公司的对外投资平台，其主要有针对性地寻找对公司有产业协同的行业或有市场潜力的业务，并进行投资，实现与公司主营业务的协同发展或取得投资回报。东和投资设立后，因看好上海汉声的业务和团队，经过慎重决策，于2016 年对上海汉声进行投资。东和投资成立至今，除投资上海汉声外，未开展其他新增投资业务，仅就投资上海汉声开展投后管理业务。公司投资上海汉声主要为寻求一定的投资回报，上海汉声的主要从事留学中国预科教育服务，与公司的主营业务无实际联系。

根据公司通过国家企业信用信息公示系统查询的公开信息，除公司外，上海汉声持股5%以上的主要股东为上海印象教育科技合伙企业(有限合伙)、王大勇、兰溪宏鹰创新股权投资合伙企业（有限合伙）、上海象昱管理咨询合伙企业（有限合伙）、徐晗笑、兰溪宏鹰新能源股权投资合伙企业（有限合伙）、兰溪元润雅信瀚昇投资合伙企业（有限合伙）。

根据上海汉声提供的说明，上海汉声的业务主要是为全球来华留学生提供预科教育及相关来华留学配套服务，包括大学入学申请、签证办理及其他支持服务。因此，主要客户为个体消费者，而非机构客户。学生客户主要来自于俄罗斯、马来西亚、印度尼西亚、泰国、越南等一带一路国家。上海汉声主要委托中国大学作为来华留学生预科教育的培训基地，因此主要供应商为各个经公司授权的预科中心大学，其中前三大供应商为天津大学国际教育学院、西安交通大学国际教育学院、江苏大学国际教育学院。

经核查公司及公司控股股东、实际控制人、董监高及其关系密切家庭成员的投资任职情况、公司 2022 年度资金流水情况，公司与上海汉声上述主要股东、主要客户及主要供应商不存在隐形关联关系及资金占用情形。

(二) 结合上海汉声的主营业务及具体业务模式、公司对其投资的目的、公司对上海汉声的经营决策的影响，说明公司将上海汉声的投资作为其他权益工具投资列报的依据，并结合上海汉声历年经营情况、财务情况、涉诉情况，说明自 2019 年执行新金融工具准则以来，公司持续以成本核算的合理性，是否符合《企业会计准则》的要求

上海汉声主要从事留学教育服务，主要经营业务为国外学生来华留学预科教育培训及考试。上海汉声与国内多所大学合作，为国外来华大学生提供留学预科

教育课程培训，以及组织预科考试，作为留学生获取奖学金等资助的依据之一，上海汉声向留学生收取培训及考试相关费用。2016 年度，子公司东和投资向上海汉声出资 1,000 万元，认缴该公司注册资本 85.48 万元，截至 2022 年末持股该公司 5.4468%。

东和投资自 2019 年 1 月 1 日起执行财政部修订后的《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》等相关准则。根据准则规定：“在初始确认时，企业可以将非交易性权益工具投资指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产，并按照本准则第六十五条规定确认股利收入。该指定一经做出，不得撤销。”因东和投资对上海汉声持股比例较低，且未参与该公司生产经营管理，公司出于战略目的而计划长期持有，为非交易性权益工具投资，因此公司将其指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的权益工具投资，财务报表列报为其他权益工具投资。

根据金融工具确认和计量准则规定：“企业对权益工具的投资和与此类投资相联系的合同应当以公允价值计量。但在有限情况下，如果用以确定公允价值的近期信息不足，或者公允价值的可能估计金额分布范围很广，而成本代表了该范围内对公允价值的最佳估计的，该成本可代表其在该分布范围内对公允价值的恰当估计。”

随着中国国际影响力增强，国外了解和学习中国的热情持续增长，上海汉声经营情况良好，业务发展较快，该公司 2018 年度营业收入为 1,905.97 万元（如下数据均来源于上海汉声提供的财务报表（未审数））。2019 年底开始，因外部大环境的影响，国内外人员流动及沟通大幅减少，对上海汉声留学生服务业务影响较大，导致销售经营业务萎缩。

根据上海汉声公司提供的近三年财务报表（未经审计）主要情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度/年末	2021 年度/年末	2020 年度/年末
营业收入	466.56	611.39	270.35
净利润	-166.96	-438.09	-647.47
资产总额	2,598.07	2,353.36	2,263.81
净资产	-1,225.07	-1,058.11	-645.66

公司通过中国裁判文书网 (<http://wenshu.court.gov.cn>)、中国执行信息

公开网全国法院被执行人信息查询平台 (<http://zxgk.court.gov.cn/zhzxgk>)、全国法院失信被执行人名单信息公布与查询平台 (<http://zxgk.court.gov.cn/shixin>) 的公开信息，并通过上海汉声提供的涉诉情况说明，截至本回复出具日，上海汉声不存在对其产生较大影响的重大诉讼案件，不存在尚未了结的或可预见的重大诉讼案件。

2020 年度及 2021 年度，因特殊外部环境对上海汉声影响较大，东和投资判断该影响为暂时性影响；在此期间，上海汉声积极拓展新的业务聚道，例如与阿里巴巴合作，针对海外高校拓展线上数字经济教育培训业务等，导致 2021 年度较 2020 年度业务收入增长较大。同时，因上海汉声近期没有外部融资公允价值参考，用以确定该投资公允价值的信息不足，而成本代表了该公允价值的最佳估计，因此东和投资持续以投资成本作为公允价值的恰当估计。

2022 年度，上海汉声营业收入 466.56 万元，较 2021 年度下降较大，新的业务聚道未能持续有效增加公司业务收入；截至 2022 年末，累计亏损金额为 9,365.07 万元，净资产金额为-1,225.07 万元，已资不抵债；同时，因三年来业绩总体规模较小，公司人员离职较多导致管理团队薄弱，后续经营尚无明确的解决方案，经营持续性存在疑虑。基于以上情况，东和投资基于谨慎考虑，对上海汉声公司的其他权益工具投资公允价值减计至 0，同时确认其他综合收益 -1,000.00 万元。

综上所述，公司认为，东和投资将对上海汉声投资作为其他权益工具投资列报，以及对其的后续会计计量，符合《企业会计准则》的要求。

(三) 说明公司对其子公司东和投资的长期股权投资，是否进行了必要的减值测试

公司对东和投资的长期股权投资额为 1,000.00 万元。子公司东和投资的主要资产为对上海汉声的投资，基于谨慎性判断，东和投资将对上海汉声公司的其他权益工具投资公允价值减计至 0，同时确认其他综合收益-1,000.00 万元，2022 年末东和投资净资产为-101.93 万元。公司进行减值测试，东和投资已资不抵债，故对其全额计提减值准备 1,000 万元。

长虹塑料集团英派瑞塑料股份有限公司

