



关于宁波牦牛控股股份有限公司
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的
第二轮审核问询函的回复

保荐机构（主承销商）



(浙江省宁波市鄞州区海晏北路 565、577 号 8-11 层)

二〇二三年十月

北京证券交易所：

宁波牦牛控股股份有限公司（以下简称“公司”、“发行人”或“牦牛控股”）收到贵所于 2023 年 9 月 5 日下发的《关于宁波牦牛控股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”），公司已会同甬兴证券有限公司（以下简称“甬兴证券”、“保荐机构”）、浙江和义观达律师事务所（以下简称“发行人律师”）、立信会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”）进行了认真研究和落实，并按照问询函的要求对所涉及的事项进行了资料补充和问题回复，现提交贵所，请予以审核。

除非文义另有所指，本问询函回复中的简称与《宁波牦牛控股股份有限公司招股说明书（申报稿）》（以下简称“招股说明书”）中的释义具有相同涵义。

本问询函回复的字体说明如下：

问询函所列问题	黑体、加粗
对问询函所列问题的回复	宋体
对招股说明书的补充披露、修改	楷体、加粗

本问询函回复部分表格中单项数据加总数与表格合计数可能存在微小差异，均因计算过程中的四舍五入所形成。

目 录

问题 1.关于行业与业务的信息披露是否准确.....	3
问题 2.发行人产品品质是否依赖于日本旭化成提供的原材料与技术许可.....	17
问题 3.贸易商销售真实性及公允性.....	40
问题 4.境外销售收入及毛利率大幅增长的真实合理性.....	41
问题 5.其它问题.....	68
问题 6.其他重要事项.....	94

问题 1. 关于行业与业务的信息披露是否准确

根据首轮问询回复：（1）发行人主要产品属于服装辅料产品，目前无机构对该细分领域的行业规模进行统计，因此难以获取发行人及主要竞品的市场份额数据。中国服装协会出具证明，称发行人属于行业内的高端制造，“在市场份额、技术开发、客户认可度、行业地位等方面处于行业细分领域领先地位”。

（2）结合成衣制造需求，测算发行人市场占有率约为 3%，市场占有率较低主要系发行人宾霸里布、“牦牛牌”黑炭衬属于高端系列，通常应用于高端及奢侈品类西服生产，在西服市场中高端及奢侈品类西服所占销售量比重较小。其中，宾霸里布的原材料为日本旭化成公司生产的铜氨丝纤维，2000 年后随着全球其他厂商停止铜氨丝纤维的生产，日本旭化成成为铜氨丝纤维全球唯一厂商，并延续至今。（3）根据中国服装协会发布的《2022 年中国服装行业百强企业》，主营或覆盖男士西装业务的企业共 48 家，发行人直接客户 24 家、间接客户 12 家，合计占比 75.00%。前十名企业中除 4 家企业因未涉及西服业务或高端西服业务不属于公司产品目标客户外，其余 6 家企业均为公司客户，实现 100%全覆盖。

请发行人：（1）说明发行人关于在细分领域行业地位的信息披露内容是否矛盾；结合“细分领域”的界定范围，“领先地位”的具体指向，说明发行人在市场份额、行业地位等方面处于细分领域领先地位的依据及具体情况，前述信息披露是否真实、准确。（2）说明 2000 年后其他纤维厂商停止生产铜氨丝纤维的原因，关于“日本旭化成成为铜氨丝纤维全球唯一厂商”的信息披露是否准确；说明发行人所处细分行业内，高中低端产品的划分依据及划分情况；结合发行人的市场份额及铜氨丝纤维原材料供应情况，进一步说明发行人主要产品是否面临市场空间受限的风险，并作重大事项提示和风险揭示。（3）说明发行人与服装行业百强企业合作的主要模式、合作年限、报告期内的销售金额，上述客户是否为报告期内发行人的主要客户，发行人是否为上述客户里布、衬布产品的独家供应商，发行人在上述客户里布、衬布供应商中的采购金额占比，说明发行人与上述客户合作的稳定性。

请保荐机构对上述问题进行核查，并发表明确意见。

回复：

一、说明发行人关于在细分领域行业地位的信息披露内容是否矛盾；结合“细分领域”的界定范围，“领先地位”的具体指向，说明发行人在市场份额、行业地位等方面处于细分领域领先地位的依据及具体情况，前述信息披露是否真实、准确

（一）说明发行人关于在细分领域行业地位的信息披露内容是否矛盾

发行人产品质量上乘，品牌美誉度高，除高端西服选用外，能与名贵的皮草、礼服或其他高级衣料相配用，成为名牌服装广泛使用的服装辅料。高档及奢侈品服饰虽单价较高，但在全部西服成衣市场所占比重较低，因此按所有档次西服成衣制造所需里布和衬布消耗量测算出的发行人市场占有率为3%。在整个服装里布、衬布市场，行业集中度较低，无任何一家企业在全市场占据较高的市场份额。另一方面，发行人对《2022年中国服装行业百强企业》中覆盖男士西装业务的客户覆盖率高。发行人主要客户雅戈尔集团股份有限公司、海澜集团有限公司、江苏阳光集团有限公司、报喜鸟控股股份有限公司等通过确认函的形式确认：“经过服装辅料领域多年的深耕，牦牛控股积累了较强的综合技术实力及品牌美誉度，在国内高端里布和衬布市场具有很高的市场地位和市场份额，是本公司理想的合作方。除少数产品使用进口里布或衬布，本公司高端西装所用里布或衬布绝大部分由牦牛控股生产”，因此发行人在高端里布和衬布领域中市场份额领先。上述市场占有率差异主要系统口径不同造成，关于在细分领域行业地位的信息披露内容不存在矛盾。

（一）结合“细分领域”的界定范围，“领先地位”的具体指向，说明发行人在市场份额、行业地位等方面处于细分领域领先地位的依据及具体情况，前述信息披露是否真实、准确

发行人细分领域为高端服装里布及衬布领域，领先地位指发行人在国内高端服装里布衬布领域中市场份额高、工艺技术积累深厚、客户认可度和行业地位高。处于细分领域领先地位的依据及具体情况如下：

1、市场份额与客户认可度

发行人对国内服装行业中经营男士西装业务的百强客户覆盖率高，根据中国服装协会发布的《2022年中国服装行业百强企业》，主营或覆盖男士西装业务的企业共48家，发行人直接客户24家，占比50.00%；间接客户12家，占比25.00%；合计36家，占比为75.00%。前十名企业中除4家企业因未涉及西服业务或高端西服业务不属于公司产品目标客户外，其余6家企业均为公司客户，实现100%全覆盖。

发行人主要客户雅戈尔集团股份有限公司、海澜集团有限公司、江苏阳光集团有限公司、报喜鸟控股股份有限公司等通过访谈或者确认函的形式确认，发行人的产品在国内服装里布及衬布领域属于高端产品，其他竞争者很难达到相应品质，除少数使用进口产品外，高级西装所用里布、衬布绝大部分采用发行人产品；高端西服采用宾霸里布或“牦牛牌”黑炭衬进行制作已经形成行业共识，两者在高级服装里布及衬布领域具有很高的市场地位和市场份额。

2、产品性能指标优秀

发行人生产的宾霸里布技术指标全面优于国家优等品标准，在缩水率、撕裂强力以及疵裂程度方面优于日本生产的宾霸里布，例如：宾霸里布70N力下疵裂程度4.0mm，优于国家标准中最高要求的优等品标准（ $\leq 4.5\text{mm}$ ），且优于日本生产的宾霸里布（4.0-5.8mm）；宾霸里布径向和纬向收缩水率-2.0%和-2.3%，优于国家标准中最高要求的优等品标准（经向-3.5~+3.5%、纬向-3.0~+3.0%），优于日本生产宾霸里布（经向-2.7%、纬向-1.8%）。

发行人“牦牛牌”黑炭衬各项技术指标符合且部分优于行业优等品标准，例如：甲醛含量 $< 16\text{mg/kg}$ ，达到婴幼儿用品标准，优于行业标准中最高要求的优等品标准（ $\leq 300\text{mg/kg}$ ），且优于欧洲OEKO-TEX STANDARD 100标准（ $< 75\text{mg/kg}$ ）；衬布径向/纬向缩水率-0.4%，优于行业标准中最高要求的优等品标准（经向/纬向-1.5~+0.8%）。

上述所提及标准中，国家或行业优等品标准为国内最高标准。此外发行人两种主营产品均通过欧洲进口标准OEKO-TEX STANDARD 100认证，OEKO-TEX STANDARD 100为欧美厂商普遍信赖的生态认证，具有权威性和广泛影响力。

3、建立了较高的技术壁垒

经过多年对服装辅料行业的深耕，发行人在高端里布及衬布制造工艺和定制化生产设备方面均建立了较高的技术壁垒。里布及衬布的生产过程需交叉运用纺织学、材料学、染整、服装设计等工艺技术，同时其对吸湿性、顺滑性、挺括度以及与面料的适配性等功能性要求决定了生产商无法对外观进行简单创新，发行人具有按不同服装流行趋势和新款式迅速开发新品种以满足功能性需求的能力。

另一方面，高端服装里布的生产没有标准化生产设备，完全依靠生产企业根据积累的生产经验，自行在织造、印染、后整理定型设备中选择、配置改造，高端产品更要根据工艺特点自行设计开发并委托设备制造商定制专用设备。经过多年设备改造经验积累，发行人具有将产品创新迅速转化为生产能力，以应对即时变化的市场需求的能力。

4、产品定位高端

发行人是顶尖里布宾霸里布国内唯一的生产商，“牦牛牌”黑炭衬是行业公认的优质名牌产品，发行人凭借创新技术和卓越的产品品质，拥有较强的市场定价能力和较高的市场定位，仅极少数进口产品、真丝里布与之定位接近。

发行人宾霸里布市场定价在25-50元/米之间，高于粘胶里布、涤纶里布等其他品类里布产品2-20元/米的市场定价区间；“牦牛牌”黑炭衬市场定价在15-30元/米之间，高于其他黑炭衬4-15元/米之间的市场定价区间。详细数据参见本题回复之“二、（二）说明发行人所处细分行业内，高中低端产品的划分依据及划分情况”。尽管真丝里布类产品定价更高，但由于保养难度大，市场份额很低，宾霸里布为高端西服选用的主流里布。

5、中国服装协会证明

2023年4月26日，中国服装协会出具证明：“该公司是国家衬布及里布行业标准的主要制订者之一，参与撰写由我协会原辅料专业委员会组织编辑、中国纺织出版社出版的服装工业配套的工具书《中国服装辅料大全》，企业属于纺织行业内高端制造，其在绿色制造体系建设、绿色产品创新方面走在高档服装用里布、衬布领域前列，在市场份额、技术开发、客户认可度、行业地位等方面处于行业

细分领域领先地位”。

综上所述，发行人在市场份额、行业地位等方面处于细分领域领先地位的描述真实、准确。

二、说明 2000 年后其他纤维厂商停止生产铜氨丝纤维的原因，关于“日本旭化成成为铜氨丝纤维全球唯一厂商”的信息披露是否准确；说明发行人所处细分行业内，高中低端产品的划分依据及划分情况；结合发行人的市场份额及铜氨丝纤维原材料供应情况，进一步说明发行人主要产品是否面临市场空间受限的风险，并作重大事项提示和风险揭示

（一）说明 2000 年后其他纤维厂商停止生产铜氨丝纤维的原因，关于“日本旭化成成为铜氨丝纤维全球唯一厂商”的信息披露是否准确

自1897年铜氨丝纤维发明，到1928年日本旭化成从德国JP Bemberg引进生产技术与设备，并于1931年正式投产以来，铜氨丝纤维的发展应用已历经百年。2000年前存在铜氨丝纤维的其他生产厂商，但生产规模均不及日本旭化成。在后续的市场竞争中，其余厂商主动退出或逐渐被市场淘汰，因此日本旭化成成为铜氨丝纤维全球唯一厂商。主要原因如下：

铜氨丝纤维制备技术难度大，生产成本昂贵，需要经验积累和精细化操作。铜氨丝纤维在生产过程中制剂配比关系、浓氨水的用量、沉淀的处理方式及最终硫酸介质的量及温度等，对纤维的拉伸性能、耐疲劳性、耐磨性及热稳定性等质量指标都有关键影响。因此，铜氨丝纤维在实验室中制备的失败率已较高，工业化批量生产对技术稳定性的要求更高，大部分企业达不到相应技术门槛。日本旭化成依靠自身雄厚的化学工业基础，实现了对大规模批量化铜氨丝制备技术的垄断。另一方面，生产过程需要很高的环保投入，进一步增加了纤维的制备成本。

总体来看，生产技术难度大、良品率低、生产成本昂贵等问题对有意加入铜氨丝纤维生产的厂商形成了相当高的壁垒，没有深厚化工经验积累和资金实力的企业不会贸然投资生产，因此2000年前全球生产铜氨丝纤维的厂商并不多。另一方面，日本旭化成在后续的市场竞争中，产品质量和成本控制均优于其他竞争者，且随着“宾霸”品牌知名度不断提升，形成良性的可以持续发展态势，其他厂商出于战略调整选择关闭生产线。

综上所述，且根据公开市场新闻报道、日本旭化成官方宣传资料以及发行人保荐机构与日本旭化成相关负责人的访谈，“日本旭化成成为全球唯一的铜氨丝生产商”该信息准确无误。

（二）说明发行人所处细分行业内，高中低端产品的划分依据及划分情况

发行人所处细分行业内产品主要以价格对高中低端产品进行划分，具体划分情况如下：

服装里布档次分类	价格区间（元/米）	代表品种
高端产品	≥66	真丝里布
	25-50	铜氨丝里布
中端产品	15-20	粘胶里布
	14-18	醋酸里布
低端产品	5-15	涤粘里布
	2-8	涤纶里布

数据来源：其他品类里布产品市场价格来源于阿里巴巴网站 <https://p4psearch.1688.com/>、全球纺织网 <https://www.tnc.com.cn/>

其中真丝里布虽然价格更加昂贵，但由于产品性能和保养难度等因素，普及率远不及铜氨丝里布，在高端西服中宾霸里布是主流选择。

服装衬布档次分类	价格区间（元/米）	代表品种
高端产品	15-30	“牦牛牌”黑炭衬（全毛衬）
中端产品	11-15	中端黑炭衬
低端产品	4-8	低端黑炭衬

数据来源：其他品类衬布产品市场价格来源于阿里巴巴网站 <https://p4psearch.1688.com/>、全球纺织网 <https://www.tnc.com.cn/>

（三）结合发行人的市场份额及铜氨丝纤维原材料供应情况，进一步说明发行人主要产品是否面临市场空间受限的风险，并作重大事项提示和风险揭示

1、市场份额

发行人主营产品在高端及奢侈品服饰市场中市场份额较高。根据波士顿咨询对中国2020年至2027年服装市场不同价格带规模增速的预测，中高端服装年均增

速为4-6%，轻奢服装年均增速为7-9%，重奢服装年均增速为10%以上，远高于大众服装年均增速1-3%。发行人产品市场份额较高的高端及奢侈品服装市场未来增速可观，且高端及奢侈品消费受宏观经济波动影响低，因此未来市场空间广阔。

2、铜氨丝纤维原材料供应

(1) 发行人铜氨丝纤维依赖性逐步下降

发行人主营产品为高端服装里布、衬布和工业用布，里布产品又分为成品里布和里布坯布，其中仅成品里布原材料涉及铜氨丝纤维。报告期内，发行人各主营产品涉及主要原材料及销售收入情况如下：

单位：万元、%

主营产品		主要原材料	2023年1-6月		2022年度		2021年度		2020年度	
			销售收入	主营业务收入占比	销售收入	主营业务收入占比	销售收入	主营业务收入占比	销售收入	主营业务收入占比
里布	成品里布	铜氨丝纤维	8,672.89	56.40	16,165.54	58.39	15,180.19	69.26	11,295.39	60.64
	里布坯布	有光人丝、锦纶	3,669.27	23.86	5,642.45	20.38	2,529.76	11.54	3,139.72	16.86
衬布		山羊毛、粘胶短纤、棉纱	2,560.55	16.65	4,729.97	17.09	3,270.92	14.92	2,774.02	14.89
工业用布		涤纶	178.90	1.16	480.90	1.73	413.63	1.89	287.05	1.54

由上表可知，报告期内发行人铜氨丝纤维制品销售收入绝对值逐年增长的同时，占主营业务收入的比例呈下降趋势，其中2021年占比较高主要系受全球疫情影响发行人境外销售收入下降导致成品里布占比上升。未来随着发行人募投项目“年产1,200万米高端服装里布坯布完善产业链织造项目”投产，产能得到释放，非铜氨丝纤维制品产量将进一步增加。

(2) 日本旭化成将持续生产铜氨丝纤维

自1897年铜氨丝纤维发明，到1928年日本旭化成从德国JP Bemberg引进生产技术与设备，并于1931年正式投产以来，铜氨丝纤维的发展应用历经百年，已经发展到外衣面料、里布、无纺布、民族服装、针织服装、贴身内衣及家用纺织品等广泛领域，能够为日本旭化成带来持续稳定的盈利。另一方面，日本旭化成成立于1922年，铜氨丝纤维业务是日本旭化成的核心基石业务之一，已历时近百年，

生产工艺成熟，环保设施健全，具备持续生产铜氨丝纤维的能力。

因此，日本旭化成将持续生产铜氨丝纤维。

(3) 日本旭化成铜氨丝纤维产能充足

日本旭化成铜氨丝纤维各类规格型号的年总产量约为1万吨，宜阳宾霸年采购量占日本旭化成总产量的比例约为8%，现有采购量远未达到日本旭化成产能上限。因此，日本旭化成铜氨丝纤维产能充足，能够满足发行人铜氨丝纤维的需求。

(4) 日本旭化成将持续向发行人供应铜氨丝纤维

根据日本旭化成出具的证明，在宜阳宾霸合资期限内，不会停止对宜阳宾霸铜氨丝纤维的供给；未来若发行人的销售规模及需求量扩大，其有意愿且有能力扩大用于生产里布的铜氨丝纤维产能，以保障原材料供应充足。

综上，由于日本旭化成为全球唯一的铜氨丝纤维生产商，若其经营出现困难，无法及时足额供应原材料，将导致发行人无法满足市场需求，市场空间会因此受限。但基于日本旭化成充足的产能和良好的合作意愿，发行人因原材料供应而市场空间受限的风险较低。

发行人已在招股说明书“重大事项提示”之“三、特别风险提示”之“**(八) 市场空间受限风险**”进行重大风险提示，并在“第三节 风险因素”之“一、经营风险”之“**(七) 市场空间受限风险**”中补充披露如下：

“发行人产品主要应用于高端及奢侈品服饰，该市场消费受宏观经济波动影响较低。根据波士顿咨询的预测，高端及奢侈品服装市场未来增速将高于大众服装市场，但若出现整体经济衰退情形，所有市场将会出现不同程度的萧条。另一方面，发行人宾霸里布的主要原材料之一铜氨丝纤维由日本旭化成独家供应，日本旭化成的经营情况不受发行人的控制且可能受到全球宏观经济波动的影响。

若未来高端及奢侈品服饰市场增速不及预期或日本旭化成经营出现困难导致无法及时足额供应原材料，发行人将面临市场空间受限风险。”

三、说明发行人与服装行业百强企业合作的主要模式、合作年限、报告期内的销售金额，上述客户是否为报告期内发行人的主要客户，发行人是否为上述客户里布、衬布产品的独家供应商，发行人在上述客户里布、衬布供应商中的采购金额占比，说明发行人与上述客户合作的稳定性

(一) 说明发行人与服装行业百强企业合作的主要模式、合作年限、报告期内的销售金额

发行人与服装行业百强企业合作的主要模式分为直接销售和通过贸易商间接销售两类。根据中国服装协会发布的《2022年中国服装行业百强企业》，主营或覆盖男士西装业务的企业共48家，发行人直接客户24家、间接客户12家。

直接销售情况如下：

序号	企业名称	合作年限	报告期内直接销售金额（万元）				在百强企业中的排名
			2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度	
1	江苏阳光集团有限公司	10年以上	500.06	1,093.93	1,364.34	1,182.01	10
2	雅戈尔集团股份有限公司	10年以上	634.96	1,033.01	1,334.77	984.59	1
3	海澜集团有限公司	10年以上	482.03	1,011.92	827.59	892.65	2
4	山东南山智尚科技股份有限公司	10年以上	516.26	657.84	730.61	791.34	53
5	罗蒙集团股份有限公司	10年以上	287.44	320.87	494.69	482.04	14
6	报喜鸟控股股份有限公司	10年以上	254.00	328.85	406.31	494.58	24
7	浙江乔治白服饰股份有限公司	10年以上	337.35	532.76	291.50	198.90	36
8	浙江乔顿服饰股份有限公司	10年以上	133.84	413.68	364.90	3.28	98
9	才子服饰股份有限公司	10年以上	40.32	110.99	126.06	141.94	81
10	日禾戎美股份有限公司	5-10年	19.83	62.06	144.02	117.21	79
11	北京格雷时尚科技有限公司	10年以上	45.03	154.23	68.24	59.99	74
12	山东耶莉娅服装集团有限公司	10年以上	75.91	37.65	114.14	92.70	45
13	山东如意时尚投资控股有限公司	10年以上	1.20	55.31	108.92	113.25	7
14	山东傲饰集团有限公司	10年以上	64.61	154.84	-	-	90
15	福建柒牌时装科技股份有限公司	10年以上	28.16	54.41	45.18	37.91	56
16	宁波培罗成集团有限公司	10年以上	0.08	45.43	90.39	4.94	48

序号	企业名称	合作年限	报告期内直接销售金额（万元）				在百强企业中的排名
			2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度	
17	达利(中国)有限公司	5-10年	0.38	-	10.32	118.71	54
18	江苏卡思迪莱服饰有限公司	10年以上	-	29.89	11.10	3.22	52
19	富绅集团有限公司	10年以上	-	-	4.81	7.07	75
20	江苏虎豹集团有限公司	10年以上	-	0.01	1.13	7.56	15
21	山东仙霞服装有限公司	10年以上	-	0.73	3.87	-	50
22	际华三五零二职业装有限公司	10年以上	-	-	-	3.19	47
23	迪尚集团有限公司	5-10年	-	-	-	0.45	8
24	浙江达成凯悦纺织服装有限公司	小于5年	-	-	0.28	-	86
合计			3,421.46	6,098.42	6,543.17	5,737.53	/

注：合作年限自客户与发行人开始合作或与发行人子公司开始合作计算。

间接销售情况如下：

序号	企业名称	间接销售贸易商	合作年限	报告期内间接销售金额（万元）				在百强企业中的排名
				2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度	
1	江苏虎豹集团有限公司	宁波保税区富诚国际贸易有限公司/ 宁波港泰纺织品有限公司	10年以上	250.75	628.11	149.44	222.91	15
2	山东希努尔男装有限公司	宁波保税区富诚国际贸易有限公司	10年以上	108.13	233.52	294.78	335.14	28
3	红豆集团有限公司	海曙润德	10年以上	229.05	161.42	124.23	73.01	3
4	湖南东方时装有限公司	宁波云博纺织品有限公司	10年以上	70.43	143.22	127.19		58
5	山东岱银纺织集团股份有限公司	海曙润德	小于5年	318.53				23
6	法派服饰股份有限公司	温州信德孚纺织品有限公司	10年以上	120.54	27.64	73.93	90.83	31
7	浙江乔治白服饰股份有限公司	温州经纬川华纺织品有限公司	10年以上		102.26	86.60	54.70	36
8	四川琪达实业集团有限公司	宁波云博纺织品有限公司	10年以上	16.45	75.85	19.29		39

序号	企业名称	间接销售贸易商	合作年限	报告期内间接销售金额（万元）				在百强企业中的排名
				2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度	
9	湖南省忘不了服饰有限公司	宁波云博纺织品有限公司	10年以上	15.81	26.82	46.20		66
10	浙江乔顿服饰股份有限公司	温州信德孚纺织品有限公司	10年以上		7.50	15.03	9.62	98
11	迪尚集团有限公司	宁波港泰纺织品有限公司	5-10年		16.22			8
合计				1,129.69	1,422.57	936.68	786.21	/

注1：合作年限自客户与发行人开始合作或与发行人子公司开始合作计算；

注2：发行人与江苏虎豹集团有限公司、浙江乔治白服饰股份有限公司、浙江乔顿服饰股份有限公司和迪尚集团有限公司合作模式包括直接销售和通过贸易商间接销售两种。

上表间接销售数据来源于贸易商提供的终端客户销售数据。除上表客户存在通过贸易商实现间接销售外，福建七匹狼实业股份有限公司、大杨集团有限责任公司、国人服饰股份有限公司、浙江爱伊美服装有限公司、浙江爱伊美服装有限公司和湖南派意特服饰有限公司亦是发行人间接客户。由于无法获取全部贸易商的全部客户数据，因此间接销售金额数据存在不完整的情况。

（二）上述客户是否为报告期内发行人的主要客户，发行人是否为上述客户里布、衬布产品的独家供应商，发行人在上述客户里布、衬布供应商中的采购金额占比，说明发行人与上述客户合作的稳定性

1、上述客户是否为报告期内发行人的主要客户，说明发行人与上述客户合作的稳定性

发行人《2022年中国服装行业百强企业》客户中雅戈尔集团股份有限公司、海澜集团有限公司、江苏阳光集团有限公司、报喜鸟控股股份有限公司、罗蒙集团股份有限公司、浙江乔治白服饰股份有限公司、浙江乔顿服饰股份有限公司、山东南山智尚科技股份有限公司为发行人报告期内前二十大客户，发行人或发行人子公司与上述主要客户的合作期限均在10年以上。

发行人主营产品主要应用于高端及奢侈品类西服制造，上述主要客户为国内高端西服的主要知名生产商。2020年度至2023年1-6月，上述主要客户直接销售收入合计分别为5,029.39万元、5,814.71万元、5,392.86万元和3,145.93万元，占百强客户直接销售收入合计比例分别为87.66%、88.87%、88.43%和91.95%，销售

情况稳定。此外，百强客户中部分客户因其高端产品销售较少，向发行人采购金额较低，不属于发行人主要客户。

综上，发行人与《2022年中国服装行业百强企业》客户中主要客户合作稳定。

2、发行人是否为上述客户里布、衬布产品的独家供应商，发行人在上述客户里布、衬布供应商中的采购金额占比

发行人主营产品宾霸里布、“牦牛牌”黑炭衬均属于高端产品，主要应用于高端及奢侈品类西服制造。中国服装协会以营业收入、利润总额和营业收入利润率为指标评选中国服装行业百强企业，百强企业客户的西服产品覆盖多个价格区间及档次，因此，发行人不是上述客户里布、衬布产品的独家供应商。发行人在百强客户中的主要客户均为国内知名高端西服生产商，向发行人的采购金额较大；部分客户采购数量较少主要系其产品结构中高端西服产品占比较低。

由于原材料采购数据属于各企业商业秘密，通过公开数据无法准确获取上述客户里布、衬布采购金额，因此无法准确计算发行人在上述客户里布、衬布供应商中的采购金额占比。百强客户中主要客户雅戈尔集团股份有限公司、海澜集团有限公司、江苏阳光集团有限公司、报喜鸟控股股份有限公司、罗蒙集团股份有限公司、浙江乔治白服饰股份有限公司、浙江乔顿服饰股份有限公司、山东南山智尚科技股份有限公司均出具了《确认函》：“除少数产品使用进口里布或衬布，本公司高端西装所用里布或衬布绝大部分由牦牛控股生产”。根据上述主要客户提供的采购占比数据，发行人在上述客户高端里布、高端衬布供应商中的采购金额占比均在80%以上。

四、请保荐机构对上述问题进行核查，并发表明确意见

（一）核查程序

针对上述问题，保荐机构主要执行了以下核查程序：

1、查阅中国服装协会出具的证明和发布的《2022年中国服装行业百强企业》，核实发行人客户覆盖率情况；

2、获取并核查发行人生产工艺流程相关技术资料，现场查看了解各工艺流程环节技术情况；获取发行人生产线研发与改造相关合同，并通过现场查看核实

相关生产设备改造、定制情况；

3、网络查询其他品类里布、衬布产品市场价格，分析发行人产品价格定位；

4、查阅国家标准《里子绸》《国家纺织产品基本安全技术规范》，行业标准《机织黑炭衬》，OEKO-TEXSTANDARD100标准，获取发行人宾霸里布、“牦牛牌”黑炭衬以及日本产宾霸里布第三方检测报告，分析发行人产品技术指标；

5、对发行人的主要客户进行访谈或获取确认函，获取客户对发行人产品市场地位的认可；

6、访谈日本旭化成相关负责人，了解并核实旭化成铜氨丝纤维生产销售情况、与宜阳宾霸之间的合作情况、未来业务发展等，获取并核查旭化成贸易出具的证明文件；

7、网络查询铜氨丝制备技术的公开信息和具有技术难度的关键环节；

8、查阅波士顿咨询发布的《中国时尚行业下一个十年：高端化是否还能持续》行业研究报告，分析发行人市场空间；

9、获取并核查《2022年中国服装行业百强企业》中发行人客户情况，包括合作模式、合作年限、报告期内的销售金额等；

10、获取并核查《2022年中国服装行业百强企业》中发行人的主要客户出具的确认函，了解发行人在上述客户里布、衬布供应商中的采购占比情况。

（二）核查结论

经核查，保荐机构认为：

1、发行人关于在细分领域行业地位的信息披露内容不存在矛盾；“细分领域”指高级服装里布及衬布，“领先地位”指发行人在国内高端服装里布衬布领域中市场份额高、工艺技术积累深厚、客户认可度和行业地位高，该部分信息披露真实、准确。

2、2000年后其他纤维厂商在市场竞争中主动停止生产铜氨丝纤维，关于“日本旭化成成为铜氨丝纤维全球唯一厂商”的信息披露准确。

3、发行人所处细分行业内，高中低端产品的划分依据主要为产品价格，发行人所产宾霸里布和“牦牛牌”黑炭衬均属于高端产品。

4、发行人在高端服装里布及衬布领域市场份额较高且铜氨丝纤维原材料由日本旭化成独家供应，存在高端市场增速不及预期或日本旭化成经营困难从而面临市场空间受限的风险，已在重大事项提示和风险因素章节补充披露。

5、《2022年中国服装行业百强企业》中部分客户为发行人报告期内前二十大主要客户，与主要客户合作稳定；发行人不是《2022年中国服装行业百强企业》中客户的里布、衬布产品独家供应商；发行人在百强企业主要客户高端里布、高端衬布供应商中的采购金额占比均在80%以上。

问题 2. 发行人产品品质是否依赖于日本旭化成提供的原材料与技术许可

根据首轮问询回复：（1）发行人主要产品里布的原材料系自日本旭化成进口的铜氨丝纤维，2020 年、2021 年和 2022 年，公司向第一大供应商日本旭化成物料采购的金额占当期采购总额的比例分别为 41.04%、59.87%和 43.09%。（2）铜氨丝纤维下游纺织品应用范围广泛，日本旭化成对以铜氨丝纤维里布产品冠以“宾霸”品牌。（3）公司自主研发的“解决里布纴裂技术”，实现宾霸里布 70N 力下纴裂程度 4.0mm，优于国家标准中最高要求的优等品标准（ $\leq 4.5\text{mm}$ ），且优于日本生产的宾霸里布（4.0-5.8mm）。公司自主研发的“低甲醛衬布生产技术”，实现“牦牛牌”黑炭衬产品甲醛含量 $<16\text{mg/kg}$ ，达到婴幼儿用品标准，优于行业标准中最高要求的优等品标准（ $\leq 300\text{mg/kg}$ ），且优于欧洲 OEKO-TEXSTANDARD100 标准（ $<75\text{mg/kg}$ ）。公司自主研发的“里布、衬布缩水率控制技术”实现里布径向和纬向收缩水率-2.0%和-2.3%，优于国家标准中最高要求的优等品标准（经向-3.5~+3.5%、纬向-3.0~+3.0%），优于日本生产宾霸里布（经向-2.7%、纬向-1.8%）；实现衬布径向/纬向缩水率-0.4%，优于行业标准中最高要求的优等品标准（经向/纬向-1.5~+0.8%）。（4）发行人与日本旭化成《许可合同》约定的技术及商标使用有效期为宜阳宾霸的合资期限，即 2034 年 12 月 28 日。日本旭化成相关生产技术以及商标并非为发行人独家开发、独家许可，宜阳宾霸针对宾霸里布生产技术的改进归宜阳宾霸和日本旭化成共同所有。日本旭化成对发行人的技术许可涉及设备使用方法、操作流程、品质标准、检测方法等基础许可，涉及各生产流程的基础技术（准备、精练、染色、加工、检验）、批量生产时各道工序的操作条件（准备、精练、染色、加工、检验）和质量管理等多方面。（5）发行人宾霸里布生产工艺流程包括“织造—染色—后整理”，实现产品形态从“纱线—坯布—成品”的转换，除铜氨丝纤维、涤纶纤维等各类纱线生产由上游化工企业完成外。宾霸里布生产工艺与彩蝶实业涤纶面料生产工艺较为相似。彩蝶实业具有发明专利 12 项，实用新型 41 项。

请发行人：（1）说明日本旭化成提供的铜氨丝原材料与技术许可是否为保证发行人里布品质的重要前提，是否在产品性能指标中起到关键作用；说明报告期内日本旭化成出售给发行人的铜氨丝纤维占其主营业务收入比例；发行人

是否可以保证铜氨丝纤维、涤纶纤维等原材料供应充足，是否能够开拓除日本旭化成外的铜氨丝纤维供应商。（2）发行人在里布生产过程中，基础技术、核心技术的具体使用情况，是否已完全迭代日本旭化成许可使用的相关技术；发行人的核心技术“解决里布纴裂技术”“里布、衬布缩水率控制技术”是否是对日本旭化成宾霸里布生产技术的简单改进，结合《许可合同》关于生产技术改进的相关约定，说明发行人核心技术是否为发行人自主享有。（3）说明仅以访谈形式得出“就国内市场而言，与宾霸里布相关技术使用及商标授权实质上属于独家授权”依据是否充分。（4）结合日本旭化成生产技术以及商标并非为发行人独家开发、独家许可的背景，说明若日本旭化成若与发行人终止合作或在境内引入新的合作方，发行人是否会面临市场份额大幅下降的风险，是否具备应对措施，如有必要进行风险提示；对未来公司如未被继续授权使用“宾霸”商标及相关技术的风险作具体的分析，并进行重大事项提示和风险揭示。（5）结合发行人与日本旭化成关于宜阳宾霸经营的主要约定，相关经营期限到期后，发行人对主营业务的具体经营安排，是否具备保障双方合作稳定性的措施及其有效性。（6）进一步说明里布生产过程的技术门槛，发行人核心技术的具体应用，相关核心技术是否为行业通用技术、是否可以形成技术壁垒；说明纺线在里布、衬布生产环节的主要作用，发行人是否在里布生产技术方面缺失核心环节。

请保荐机构、发行人律师对上述问题进行核查，并对发行人是否符合北交所定位发表明确意见。

回复：

一、说明日本旭化成提供的铜氨丝原材料与技术许可是否为保证发行人里布品质的重要前提，是否在产品性能指标中起到关键作用；说明报告期内日本旭化成出售给发行人的铜氨丝纤维占其主营业务收入比例；发行人是否可以保证铜氨丝纤维、涤纶纤维等原材料供应充足，是否能够开拓除日本旭化成外的铜氨丝纤维供应商

（一）说明日本旭化成提供的铜氨丝原材料与技术许可是否为保证发行人里布品质的重要前提，是否在产品性能指标中起到关键作用

1、铜氨丝原材料

在纺织服装行业，原材料是高端纺织品的基石，领先的生产技术和卓越的质量控制水平是生产高端纺织品的关键。由于任何一种原材料都存在优点和缺点，滑爽艳丽和易纴裂即是铜氨丝纤维的一体两面，保留材料的优势特性，尽可能降低其缺陷带来的不利影响，是发行人通过对生产工艺技术创新探索所形成的“解决里布纴裂技术”的核心技术以及精细化的品质控制才能实现的。

综上，铜氨丝纤维作为宾霸里布的核心原材料，与发行人织造、染整环节核心技术均为保证宾霸里布品质的重要前提，在产品性能指标中起到关键作用。

2、技术许可

发行人宾霸里布生产工艺流程包括“织造—染色—后整理”，实现产品形态从“纱线—坯布—成品”的转换，其中坯布织造环节全部工艺技术由发行人自行开发，日本旭化成未提供相关技术支持。

合资公司宜阳宾霸成立于2004年，发行人在与日本旭化成合资之前，已经在行业中具有较高知名度，“牦牛”品牌在辅料行业具有较强影响力，已经掌握了织造工艺与印染、后整理工艺。日本旭化成基于发行人行业领先的加工制造能力，选择发行人作为国内合作伙伴。在与旭化成合资时，除签署合资协议外，同时签署了《技术使用许可合同》《品牌授权合同》，使宜阳宾霸在生产、销售宾霸产品时符合相应要求。在《技术使用许可合同》中约定日本旭化成提供包括生产设备选购、人员配置等非技术服务以及宾霸里布生产操作流程、设备操作方法等基础技术，从而搭建国内第一条宾霸里布染色及后整理生产线。该合同不包含宾霸里布的坯布织造等其他技术。至此，发行人具备了从坯布织造到染色后整理全套宾霸里布生产技术。

宾霸里布第一条染整生产线建成后，日常生产经营中，除向日本旭化成购买铜氨丝外，均由发行人管理并开展研发、生产、销售等日常活动。基于日本旭化成提供的原始生产工艺参数制成的宾霸里布产品，在纴裂、缩水率等产品性能方面无法匹配中国市场成衣制造商需求，市场拓展缓慢。发行人在生产流程各个关键技术节点以及工艺参数上进行长期的自主研发创新，逐步摸索掌握了符合国内成衣制造商标准的宾霸里布制造技术，于2012年前后完成市场培育，实现盈利。

日本旭化成作为一个综合性化工企业，其研发重心在于原材料铜氨丝纤维，国内市场的宾霸里布由宜阳宾霸独立研发、生产、销售。因此，宜阳宾霸独立对里布生产环节和工艺参数进行研发，并逐步应用在发行人的生产流程中，完成了技术的开发与迭代，具有独立的生产技术能力。宾霸里布第一条染整生产线建成至今已有近20年，市场对于里布产品的功能需求以及产品性能要求等方面已发生了较大变化，日本旭化成原有的基础技术已无法充分满足现有市场对产品品质、性能的要求。此外，当时日本旭化成技术许可时没有生产线信息化、数字化建设，发行人在生产工艺、关键技术节点不断创新的同时，应用了信息化管理系统，使产品在制造过程中得以实现全过程品质掌控，产品质量更加可靠稳定。

基于本土化的工艺创新、全方位的信息化的应用，发行人宾霸里布的工艺技术已经实现全面更新与迭代。详细分析参见本问题回复之“六、（一）进一步说明里布生产过程的技术门槛，发行人核心技术的具体应用，相关核心技术是否为行业通用技术、是否可以形成技术壁垒”。

综上，相关技术许可不是保证宾霸里布品质的重要前提，在发行人现有宾霸里布产品性能指标中无法起到关键作用。

（二）说明报告期内日本旭化成出售给发行人的铜氨丝纤维占其主营业务收入比例

报告期内，发行人向日本旭化成采购铜氨丝纤维占其主营业务收入情况如下：

项目	2023 会计年度 4-6 月	2022 会计年度	2021 会计年度	2020 会计年度
营业收入（亿日元）	6,507.39	27,264.85	24,613.17	21,060.51
换算成人民币金额的 营业收入（万元）	3,325,935.44	13,780,101.25	14,051,273.88	13,449,783.12
发行人的采购金额 （万元）	1,727.02	4,873.73	8,674.12	4,148.64
占比（%）	0.05	0.04	0.06	0.03

注 1：日本旭化成为东京证券交易所上市公司，其会计年度为当年 4 月 1 日至次年 3 月 31 日；

注 2：人民币兑日元汇率采用各会计年度及期间的汇率中间价平均值。

日本旭化成为全球知名化工类综合企业，是东京证券交易所上市公司（股票代码3407.T），业务范围涵盖纺织、化工、微电子、房地产、医疗等领域。铜氨

丝纤维业务虽然是日本旭化成创立的核心基石业务之一，已历时近百年，但在日本旭化成现有整体业务收入中占比有限，因此发行人向日本旭化成采购铜氨丝纤维占其主营业务收入较低。

（三）发行人是否可以保证铜氨丝纤维、涤纶纤维等原材料供应充足，是否能够开拓除日本旭化成外的铜氨丝纤维供应商

发行人主营产品为高端服装里布、衬布和工业用布，里布产品又分为成品里布和里布坯布，其中仅成品里布原材料涉及铜氨丝纤维。发行人各主营产品涉及主要原材料及销售收入情况如下：

单位：万元、%

主营产品		主要原材料	2023年1-6月		2022年度		2021年度		2020年度	
			销售收入	主营业务收入占比	销售收入	主营业务收入占比	销售收入	主营业务收入占比	销售收入	主营业务收入占比
里布	成品里布	铜氨丝纤维	8,672.89	56.40	16,165.54	58.39	15,180.19	69.26	11,295.39	60.64
	里布坯布	有光人丝、锦纶	3,669.27	23.86	5,642.45	20.38	2,529.76	11.54	3,139.72	16.86
衬布		山羊毛、粘胶短纤、棉纱	2,560.55	16.65	4,729.97	17.09	3,270.92	14.92	2,774.02	14.89
工业用布		涤纶	178.90	1.16	480.90	1.73	413.63	1.89	287.05	1.54

由上表可知，报告期内发行人铜氨丝纤维制品销售收入绝对值逐年增长的同时，占主营业务收入的比重呈下降趋势，其中2021年占比较高主要系受全球疫情影响发行人境外销售收入下降导致成品里布占比上升。未来随着发行人募投项目“年产1,200万米高端服装里布坯布完善产业链织造项目”投产，产能得到释放，非铜氨丝纤维制品产量将进一步增加。

发行人宾霸里布原材料铜氨丝纤维由日本旭化成全球独家供应。铜氨丝纤维业务是日本旭化成的核心基石业务之一，已历时近百年，拥有成熟的生产工艺，能够为其带来持续的盈利，因此日本旭化成预计会持续生产铜氨丝纤维。另一方面，日本旭化成铜氨丝纤维年产量为1万吨，宜阳宾霸年采购量占总产量的比例约为8%，发行人现有采购量远未达到日本旭化成产能上限。

根据旭化成贸易2023年7月14日出具的证明文件确认：“在合资公司宜阳宾霸经营期限内，中国国内里布生产用铜氨丝纤维，仅供给宜阳宾霸，不会停止铜

氨丝纤维的供应”。根据旭化成上海2023年9月8日出具的证明文件确认：“未来若宜阳宾霸的销售规模扩大，旭化成会相应扩大铜氨丝纤维的供应以保障宜阳宾霸原材料充足”。因此，发行人可以保证铜氨丝纤维原材料供应充足。

除铜氨丝纤维外，涤纶纤维等其他原材料属于纺织通用类原材料，供应商数量较多，市场供应较为充足。

综上，虽然发行人宾霸里布原材料铜氨丝纤维由日本旭化成全球独家供应，发行人无法开拓除日本旭化成外的铜氨丝纤维供应商，但发行人可以保证铜氨丝纤维、涤纶纤维等原材料供应充足。

二、发行人在里布生产过程中，基础技术、核心技术的具体使用情况，是否已完全迭代日本旭化成许可使用的相关技术；发行人的核心技术“解决里布纴裂技术”“里布、衬布缩水率控制技术”是否为对日本旭化成宾霸里布生产技术的简单改进，结合《许可合同》关于生产技术改进的相关约定，说明发行人核心技术是否为发行人自主享有

（一）发行人在里布生产过程中，基础技术、核心技术的具体使用情况，是否已完全迭代日本旭化成许可使用的相关技术

发行人在里布生产过程中，基础技术、核心技术的具体使用情况详见本题回复之“六、（一）进一步说明里布生产过程的技术门槛，发行人核心技术的具体应用，相关核心技术是否为行业通用技术、是否可以形成技术壁垒”。

《技术使用许可合同》中所涉及基础技术已无法充分满足现有市场对产品品质、性能的要求，发行人现有产品无法通过该等基础技术许可生产，发行人已完全迭代日本旭化成许可使用的相关技术。

（二）发行人的核心技术“解决里布纴裂技术”“里布、衬布缩水率控制技术”是否为对日本旭化成宾霸里布生产技术的简单改进

“解决里布纴裂技术”、“里布缩水率控制技术”为发行人基于提高产品质量、性能而自主研发的全新技术，均是推动下游成衣制造商宾霸里布应用关键技术难题的核心技术，不属于《技术使用许可合同》中基础技术范畴。

1、解决里布纰裂技术

里布领域中，清爽性是高档里布追求的目标，但是清爽性越高，里布越容易纰裂，因此宾霸里布的清爽性和易纰裂是其产品特性的一对矛盾点，而宾霸里布较大的纰裂程度影响了成衣制造商的生产效率和良品率。在宾霸里布进入中国市场的初期，日本旭化成通过向成衣制造商说明宾霸里布易纰裂的特点，并培训成衣制造商改善服装缝制工艺来解决这个问题的，没有解决里布产品生产自身性能的不足。发行人通过技术攻关和工艺创新，彻底解决了宾霸里布易纰裂的技术难题，极大推动了成衣制造商宾霸里布的应用，使得宾霸里布在国内高端成衣制造领域真正占领了市场。因此，该项技术具有较高的研发难度，是公司的核心技术之一。

2、里布缩水率控制技术

高端西服在国内市场的水洗需求高于国外市场，因此为保证西服成衣质量的稳定性，对于西服成衣核心材料之一里布的缩水率要求更高。在宾霸里布进入中国市场的初期，日本旭化成成为适应中国市场成衣制造商的要求，提供的技术方案为“预过水”，即里布成品制作完成后，在出厂前先过水收缩一次，从而达到更低的缩水率。然而，这种技术方案不仅在缩水率控制上无法准确把握，而且存在产品质量方面的弊端，例如相比“预过水”前更易褶皱。发行人通过改进生产工艺流程，实现对生产温度、湿度的稳定控制以及生产助剂的精准配比，不仅在无需“预过水”的情况下达成更低缩水率的标准，而且可以根据不同工艺配置精准实现不同缩水率产品的生产，极大提高了生产效率以及生产稳定性。

综上，发行人的核心技术“解决里布纰裂技术”“里布、衬布缩水率控制技术”为发行人基于提高产品质量、性能而自主研发的全新技术，是发行人多年来持续研发的结果，具有较高的技术壁垒，不是对日本旭化成宾霸里布生产技术的简单改进。

（三）结合《许可合同》关于生产技术改进的相关约定，说明发行人核心技术是否为发行人自主享有

日本旭化成作为全球知名化工企业，其业务重心为化学纤维等化工产品的研发、生产与销售。全球宾霸里布生产厂商一共三家，分别位于中国、意大利和日

本，发行人是国内唯一的宾霸里布生产商，负责中国市场宾霸里布的研发、生产与销售，意大利生产商负责欧洲市场，日本旭化成负责日本市场及全球其余市场。其中，日本旭化成不直接从事宾霸里布的织造、染色及后整理生产环节，其负责的销售区域内宾霸里布产品由位于日本的下游合作厂商生产，最终成品由日本旭化成销售。

为避免与宜阳宾霸在生产技术方面产生知识产权纠纷，合资双方在《技术使用许可合同》中约定生产技术改进由宜阳宾霸和日本旭化成共同所有，但宜阳宾霸使用改进技术无需获得日本旭化成同意且未限制改进技术使用范围。另根据旭化成上海2023年9月8日出具的证明文件确认：“旭化成不会主动要求获取宜阳宾霸的生产技术并将其授予其他宾霸里布生产商”。

从宜阳宾霸实际经营情况来看，与宾霸里布生产相关的关键核心技术均由发行人自主研发完成，日本旭化成仅从事铜氨丝纤维生产，不涉及织造、染色、后整理等铜氨丝制品生产工序，报告期内亦未派驻研发人员或其他管理人员参与宜阳宾霸研发活动。

综上，就宜阳宾霸改进迭代后的宾霸里布生产技术由宜阳宾霸和日本旭化成共同所有且宜阳宾霸享有自主的使用权。

三、说明仅以访谈形式得出“就国内市场而言，与宾霸里布相关技术使用及商标授权实质上属于独家授权”依据是否充分

宜阳宾霸2004年成立至今一直是日本旭化成全球唯一的宾霸里布的合资企业，合资双方基于对中国高端服装市场长期看好的共识，以及稳定铜氨丝纤维原料供应的需求设立。随着国内市场持续增长，逐年增加宜阳宾霸的生产、销售符合双方的共同利益。经过数十年的持续合作，双方已形成非常稳定的合作关系。宜阳宾霸在国内也形成了稳定的市场占有率、优质的客户群体和稳定的供应商。发行人持续的技术改进、研发投入、数字化发展，也形成了较强的技术壁垒。双方保持稳定合作是最优选择，国内市场方面，旭化成短时间内难以寻找其他理想的合作方。

用于宾霸里布生产的技术以及宾霸里布所用商标与面料等其他纺织品（指其他铜氨纤维纺织品）不同。根据旭化成上海2023年9月8日出具的证明文件确认：

“在中国大陆市场，与宾霸里布相关的技术使用许可及商标授权实质上属于独家授权”。另根据国家知识产权局中国商标网(<https://sbj.cnipa.gov.cn/sbj/index.html>)公开数据查询，截至本问询函回复出具之日“宾霸”及“BEMBERG”商标在中国境内仅授权给宜阳宾霸。因此，宜阳宾霸成立至本问询函回复出具之日，就国内市场而言，与宾霸里布相关技术使用及商标授权实质上属于独家授权。

根据发行人保荐机构与日本旭化成相关负责人的访谈确认：“日本旭化成与宜阳宾霸之间的技术许可及商标授权可持续，在里布领域是独家许可。在可预见的未来将继续保持与牦牛控股的合作关系，不会在中国市场增加新的合作伙伴，也不会将相关生产技术授权给第三方”。根据《商标使用许可合同》《技术使用许可合同》约定，相关技术使用及商标授权有效期与宜阳宾霸合资期限保持一致，目前宜阳宾霸合资期限已延长至2034年12月28日。因此，在可预见未来，就国内市场而言，与宾霸里布相关技术使用及商标授权在实质上将持续保持独家授权。

综上，就国内市场而言，与宾霸里布相关技术使用及商标授权实质上属于独家授权依据充分。

四、结合日本旭化成生产技术以及商标并非为发行人独家开发、独家许可的背景，说明若日本旭化成若与发行人终止合作或在境内引入新的合作方，发行人是否会面临市场份额大幅下降的风险，是否具备应对措施，如有必要进行风险提示；对未来公司如未被继续授权使用“宾霸”商标及相关技术的风险作具体的分析，并进行重大事项提示和风险揭示

（一）结合日本旭化成生产技术以及商标并非为发行人独家开发、独家许可的背景，说明若日本旭化成若与发行人终止合作或在境内引入新的合作方，发行人是否会面临市场份额大幅下降的风险，是否具备应对措施，如有必要进行风险提示

1、日本旭化成生产技术以及商标并非为发行人独家开发、独家许可的背景

自1897年铜氨丝纤维发明，到1928年日本旭化成从德国JP Bemberg引进生产技术与设备，并于1931年正式投产以来，铜氨丝纤维的发展应用历经百年，已经发展到外衣面料、里布、无纺布、民族服装、针织服装、贴身内衣及家用纺织品等广泛领域，日本旭化成对铜氨丝纤维冠以“宾霸”品牌。此外，全球宾霸里布生

产厂商一共三家，分别位于中国（宜阳宾霸2004年设立）、意大利（1987年开始向旭化成采购纤维）和日本，发行人是国内唯一的宾霸里布生产商，负责中国市场宾霸里布的研发、生产与销售，意大利生产商负责欧洲市场，日本旭化成负责日本市场及全球其余市场。其中，日本旭化成不直接从事宾霸里布的织造、染色及后整理生产环节，其负责的销售区域内宾霸里布产品由位于日本的下游合作厂商生产，最终成品由日本旭化成销售。因此，宾霸里布相关生产技术以及商标并非为发行人独家开发、独家许可。

2、说明若日本旭化成若与发行人终止合作或在境内引入新的合作方，发行人是否会面临市场份额大幅下降的风险，是否具备应对措施，如有必要进行风险提示

宜阳宾霸自成立以来不断改进优化，升级迭代了原有的宾霸里布生产技术，经过多年的发展，产品品质已在国内积累了良好的口碑，在中国高端服装里布市场中占据领先地位。发行人是日本旭化成在国内理想的合作方，若日本旭化成增加或更换合作方，将在生产线建设、产能爬坡、产品品质、技术磨合等方面付出巨大的调整成本，特别是发行人经过多年来对宾霸里布的技术研发和创新，已对技术装备及工艺参数进行了多项的升级，形成大量的“Know-How(技术诀窍)”，在缩水率控制、疵裂程度等关键产品质量方面已优于日本本土生产的宾霸里布，在国内具备了难以替代的优势。

宜阳宾霸2004年成立至今一直是日本旭化成全球唯一的宾霸里布的合资企业；另根据发行人保荐机构与日本旭化成相关负责人的访谈确认，在可预见未来日本旭化成不会在中国市场增加新的合作伙伴。发行人与日本旭化成作为合资公司共同股东，商业利益一致，已形成长期、稳定、深入的友好合作关系，宜阳宾霸合资期限已提前延长至2034年12月28日，以进一步巩固双方合作稳定性。

综上，日本旭化成维持与发行人现有的合作关系是最具商业合理性的选择，未来与发行人终止合作或在境内引入新的合作方的可能性较低。

对于日本旭化成与发行人终止合作或在境内引入新的合作方潜在可能性，发行人应对措施如下：

(1) 加大研发力度，提高技术壁垒

发行人所从事主营业务属于纺织行业，是一个成熟的完全竞争市场，产品品质、生产成本以及市场份额是成熟市场的核心竞争力。发行人经过多年来对宾霸里布的技术研发和创新，已对技术装备、工艺参数及工艺流程方面进行了大量的升级改造，已完全迭代日本旭化成原有的基础技术许可，产品质量已优于日本本土生产的宾霸里布，在国内具备了难以替代的优势。未来随着募投项目“研发中心建设项目”的投入，发行人将在技术研发、生产优化、产品品质提升、产品品类丰富等方面加大投入，进一步提升发行人的竞争优势与技术壁垒。

技术人才是传统制造业长远发展的关键因素，发行人深耕高端服装辅料行业多年，拥有一批具备丰富制造经验的技术人员和管理人员。未来发行人将不断完善人才引进机制，通过公开招聘、合作引进、兼职引进等方式柔性引进符合公司发展技术人才，特别是技术研发、智能制造方面的专业化人才。同时，积极开展产学研合作，推动产学研用深度融合，发挥高校科研院所资源优势，以期增加公司的人才储备。

综上，发行人将通过技术研发、人才引进等方式进一步巩固和提升现有的技术壁垒和比较优势，在宾霸里布生产技术方面加强日本旭化成在中国市场对发行人的依赖性。

(2) 增加客户粘性，控制销售渠道

发行人除生产高端里布产品外，生产的“牦牛牌”黑炭衬是行业公认的优质名牌产品。里布、衬布作为核心服装辅料，发行人同时具备生产高端里布、衬布的能力使得客户粘性更高。

黑炭衬应用到生产成衣时，首先需要加工成胸片衬，胸衬片通常由成衣制造商生产。目前产业链分工呈现由成衣制造商向上游辅料生产商转移的趋势，未来发行人将凭借在黑炭衬生产中积累的先进的辅料配伍技术、质量控制能力、及成熟的胸衬片加工技术，向成衣制造商提供更具性价比的配套服务，从而进一步增加客户粘性，为发行人里布、衬布的主营业务提升客户稳定性。

市场份额是成熟市场的核心竞争力之一，发行人作为顶尖里布宾霸里布国内

唯一的生产商，在国内高端里布市场中占据领先地位。宾霸里布现有销售渠道、销售客户均由发行人自行开发维护，日本旭化成未参与宾霸里布中国市场的销售活动，也未直接或间接向中国市场销售宾霸里布。另一方面，成衣制造商为保障产品质量的稳定性，对于服装里布、衬布等重要服装辅料的供应商更换频率很低。因此，发行人现有的销售渠道对日本旭化成而言具备难以替代的优势。

综上，发行人将通过提供更具性价比的配套服务等方式进一步增加客户粘性，巩固和开拓现有销售渠道，在服装辅料销售渠道方面加强日本旭化成在中国市场对发行人的依赖性。

(3) 丰富产品结构，降低宾霸里布销售占比

1) 现有技术储备支持其他品类里布产品开发

发行人现有技术储备能够满足其开发和推广新产品。发行人具备行业领先的粘胶里布坯布织造技术，自主研发的粘胶饼纱整经技术及并纱织造技术攻克了高端里布织造环节因张力不均匀导致的经柳、亮丝难题。发行人生产的粘胶里布坯布产品打破了以往国外生产商的技术垄断，产品品质优良，已经打入国外高端印染厂的供应链体系。此外，发行人现有的宾霸里布染色、后整理生产线通过生产工艺调整具备应用于粘胶里布生产的能力。

2) 优化里布产品结构，提升衬布销售

发行人募投项目“年产 1,200 万米高端服装里布坯布完善产业链织造项目”投产后将形成全宾霸里布、宾霸粘胶交织里布、涤霸里布、粘胶里布的产品矩阵，从而优化发行人里布产品结构，提高高端服装里布各梯度的产品覆盖率，开拓高端服装里布市场，降低对铜氨丝纤维原材料的依赖，进一步提升发行人在高端服装里布领域的市场话语权。

此外，发行人在衬布领域拥有深厚的技术沉淀，是黑炭衬行业标准的制定者，纺织业工具书《中国服装辅料大全》宾霸里布、衬布章节的主要撰写者，“牦牛牌”黑炭衬是行业公认的优质名牌产品。后续发行人将继续加大市场开拓力度，结合自身产品定位、竞争优势，通过参加展会、技术交流会、行业协会、客户拜访、区域经销商、配套服务能力提升等多种方式，有针对性地拓展衬布新客户，

从而提高衬布销售收入，优化现有收入结构。

3) 拥有充足时间进行市场需求培育

目前宜阳宾霸合资期限已提前延长至 2034 年 12 月 28 日，进一步巩固了宜阳宾霸经营稳定性。此外根据《技术使用许可合同》，日本旭化成在国内如果为了增加铜氨丝纤维的销量，认为有必要许可第三方使用高档宾霸织物技术时，应事先与宜阳宾霸进行协商。因此，发行人拥有充足的时间开发全新产品并培育市场需求。

综上，发行人将通过开发新产品来丰富高端里布产品矩阵从而降低对铜氨丝纤维的依赖；另一方面通过进一步开拓高端衬布市场从而优化现有收入结构，提供公司盈利能力。

综上所述，若日本旭化成与发行人终止合作或在境内引入新的合作方，虽然发行人将面临宾霸里布市场份额下降的风险，但是对此发行人在上述多个方面具备有效的应对措施。

发行人已在招股说明书“重大事项提示”之“三、特别风险提示”之“**(九) 日本旭化成终止合作或在境内引入新的合作方的风险**”以及“第三节 风险因素”之“一、经营风险”之“**(八) 日本旭化成终止合作或在境内引入新的合作方的风险**”中补充披露如下：

“公司子公司宜阳宾霸是日本旭化成在国内里布业务唯一的合作方与合资企业，截至本招股说明书签署之日，宜阳宾霸的合资期限为 2034 年 12 月 28 日。根据公司与日本旭化成签订的《加工高档“宾霸”织物技术使用许可合同》，日本旭化成在国内增加新的合作方时应事先与宜阳宾霸协商。

宜阳宾霸合资期限到期后，若日本旭化成终止合作，或未来日本旭化成在境内引入新的合作方，将对公司现有宾霸里布市场份额、客户稳定性产生不利影响。”

(二) 对未来公司如未被继续授权使用“宾霸”商标及相关技术的风险作具体的分析，并进行重大事项提示和风险揭示

发行人的宾霸里布产品属于服装辅料，下游客户为成衣制造商或为其服务的

贸易商，不属于终端消费品，产品性能及质量是下游客户的重要关注点。服装里布作为功能性产品，相较于服装面料，产品种类较少，占成衣整衣制造的成本较低，但对于成衣制造的最终效果影响较大，属于核心服装辅料。因此，成衣制造商更换服装辅料供应商的频率较低，选择供应商主要基于产品品质而非品牌。发行人现有客户群体的形成，主要基于发行人长期以来稳定的产品品质所形成的市场口碑，客户粘性较高，商标依赖性较低。

根据《技术使用许可合同》所列内容，其技术许可主要为设备使用方法、操作流程、品质标准、基础技术、检测方法等基础许可，从而搭建国内第一条宾霸里布染色及后整理生产线。该合同不包含宾霸里布的坯布织造等其他技术，亦不涉及发行人核心技术。其中，基础技术许可属于操作方法、操作流程类技术，已无法充分满足现有市场对产品品质、性能的要求，发行人现有产品无法通过该等基础技术许可生产，发行人已完全迭代日本旭化成许可使用的相关技术，对授权许可技术依赖性较低。详细分析参见本题回复之“六、（一）进一步说明里布生产过程的技术门槛，发行人核心技术的具体应用，相关核心技术是否为行业通用技术、是否可以形成技术壁垒”。

根据与日本旭化成签订的《商标使用许可合同》和《技术使用许可合同》，“宾霸”商标授权许可和相关技术授权使用许可的有效期至宜阳宾霸合资期限，若宜阳宾霸合资期限延长，以延长后期限为准。目前宜阳宾霸合资期限已提前延长至 2034 年 12 月 28 日，根据《合资基本合同》约定，经合资当事人一方或双方提议，董事会会议一致通过，可以在合资期满前六个月向中国政府有关部门申请延长合资期限。根据发行人保荐机构对日本旭化成相关负责人的访谈，在可预见的未来将继续保持与牦牛控股的合作关系。

综上，发行人未被继续授权使用“宾霸”商标和相关技术的风险较低，在铜氨丝纤维持续供应的情况下，若发行人仅未被继续授权使用“宾霸”商标或相关技术，发行人能够维持日常生产活动，不会对宾霸里布市场占有率和客户稳定性造成重大不利影响。

发行人已在招股说明书“重大事项提示”之“三、特别风险提示”之“**（五）商标及技术许可风险**”进行重大风险提示，并在“第三节风险因素”之“一、经营

风险”之“（五）商标及技术许可风险”中补充披露如下：

“公司与日本旭化成及其下属子公司签订的《商标使用许可合同》《加工高档“宾霸”织物技术使用许可合同》，授权公司使用“宾霸”商标以及宾霸里布基础生产技术，上述合同有效期与公司子公司宜阳宾霸经营期限保持一致。

如果未来公司未被继续授权使用“宾霸”商标及相关技术，可能对公司宾霸里布现有市场占有率、客户稳定性产生不利影响。”

五、结合发行人与日本旭化成关于宜阳宾霸经营的主要约定，相关经营期限到期后，发行人对主营业务的具体经营安排，是否具备保障双方合作稳定性的措施及其有效性

（一）发行人与日本旭化成关于宜阳宾霸经营的主要约定，相关经营期限到期后，发行人对主营业务的具体经营安排

根据《合资基本合同》约定，经合资当事人一方或双方提议，董事会会议一致通过，可以在合资期满前六个月向中国政府有关部门申请延长合资期限，目前宜阳宾霸合资期限已提前延长至 2034 年 12 月 28 日，在可预见的未来日本旭化成将继续保持与牦牛控股的合作关系。

合资期限到期前，发行人将提议延长合资期限以维持主营业务稳定。

（二）是否具备保障双方合作稳定性的措施及其有效性

宜阳宾霸设立于 2004 年，从初创到成熟，从引进到创新，已经历经 19 年的发展历程。发行人与日本旭化成作为合资公司共同股东，日本旭化成未直接或间接参与宜阳宾霸的日常生产经营活动，但合资双方商业利益一致，已形成长期、稳定、深入的友好合作关系。目前宜阳宾霸合资期限已提前延长至 2034 年 12 月 28 日，以巩固合资双方合作稳定性。

为保障合资双方合作的稳定性，发行人一方面通过技术研发、人才引进等方式进一步巩固和提升现有的技术壁垒和比较优势；另一方面，通过提供更具性价比的配套服务等方式进一步增加客户粘性，巩固和开拓现有销售渠道。从而，在宾霸里布生产技术、服装辅料销售渠道方面加强日本旭化成在中国市场对发行人的依赖性。发行人保障双方合作稳定性措施及其有效性详见本问题回复之“四、

（一）2、说明若日本旭化成若与发行人终止合作或在境内引入新的合作方，发行人是否会面临市场份额大幅下降的风险，是否具备应对措施，如有必要进行风险提示”。

综上，发行人具备保障双方合作稳定性的措施，且此类措施使得发行人在生产技术、销售渠道方面具备难以替代的优势，保障合资双方稳定性的措施具备有效性。

六、进一步说明里布生产过程的技术门槛，发行人核心技术的具体应用，相关核心技术是否为行业通用技术、是否可以形成技术壁垒；说明纺线在里布、衬布生产环节的主要作用，发行人是否在里布生产技术方面缺失核心环节

（一）进一步说明里布生产过程的技术门槛，发行人核心技术的具体应用，相关核心技术是否为行业通用技术、是否可以形成技术壁垒

1、进一步说明里布生产过程的技术门槛

服装里布生产过程的技术门槛主要体现在以下几个方面：

（1）综合性的生产技术。高端服装里布的生产技术相较于一般的纺织、印染企业涉及面较广，在生产过程中，除交叉应用了丝织、染整、纺织材料学等技术外，还涉及高分子化工及复合、表面整理技术。同时还必须了解服装设计，服装款式风格及流行趋势和服装的造型制作工艺，尤其对服装的风格变化要有敏锐的触觉以及对服装功能性需求有深入的理解，需要有综合知识和经验的复合型人才。

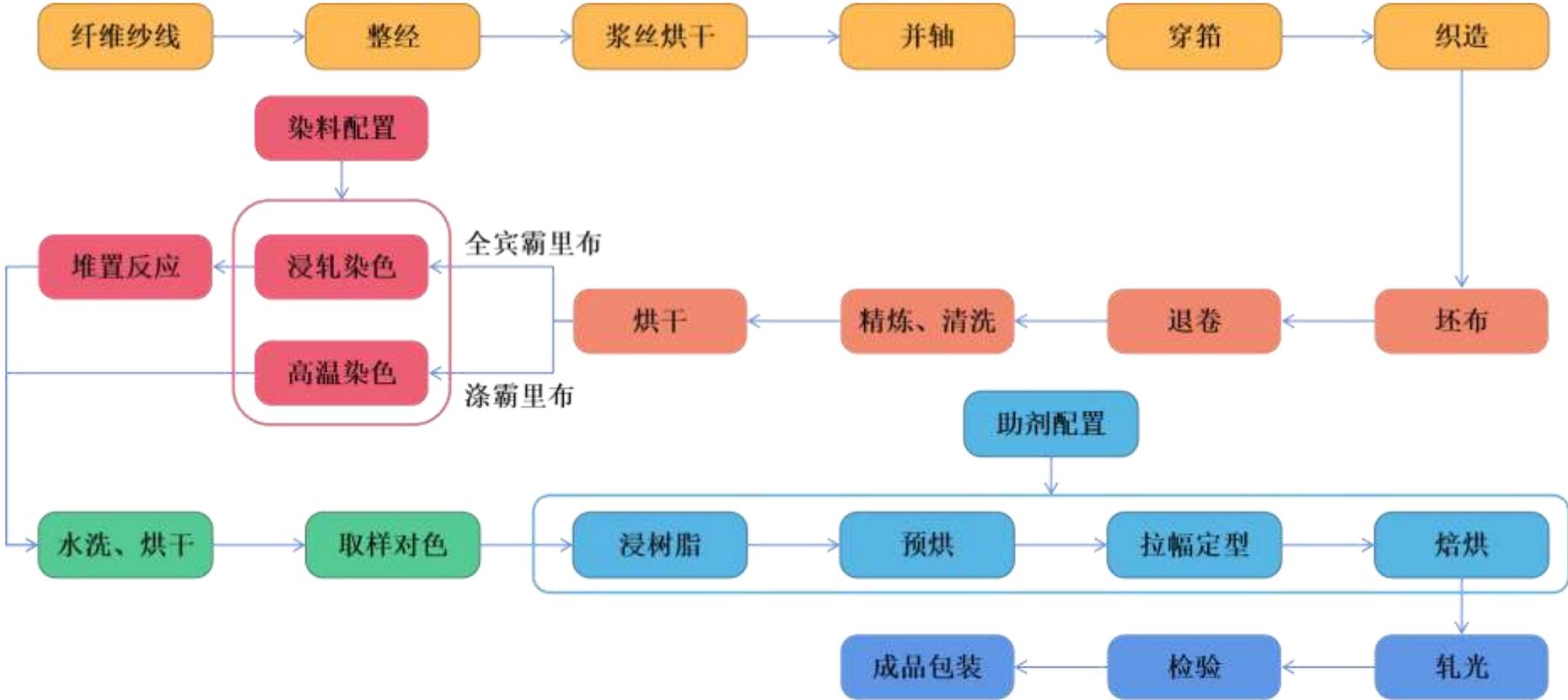
（2）与面料生产技术侧重点不同。里布生产与面料生产的技术侧重点不同，里布生产注重产品的内在功能，而面料多注重外观的质量。面料生产企业一般按照流行色推出面料新品种，服装设计师按照面料新品种和服装流行趋势设计服装新款式。而里布生产企业需要按照服装流行趋势和服装新款式开发新品种以满足服装新款式的功能需求，因此生产加工难度更大。正是这种对纺织品生产需求的差异，使面料生产企业很难进入服装里布行业。

（3）无标准化生产设备。高端服装里布的生产没有标准化生产设备，完全依靠生产企业根据积累的生产经验，自行在织造、印染、后整理定型设备中选择、

配置改造，高端产品更要根据工艺特点自行设计开发并委托设备制造商定制专用设备。因此在生产线建设过程中，没有相关生产技术积累的企业实施难度极大。

2、发行人核心技术的具体应用，相关核心技术是否为行业通用技术、是否可以形成技术壁垒

发行人全宾霸里布/涤霸里布具体生产工艺如下：



 ：步骤一
 ：步骤二
 ：步骤三
 ：步骤四
 ：步骤五
 ：步骤六

发行人全宾霸里布/涤霸里布各生产步骤具体技术创新、核心技术的具体应用如下：

序号	生产环节	基础技术及问题	技术创新	核心技术应用	是否为行业通用技术	是否可以形成技术壁垒
步骤一	织造	不涉及日本旭化成提供技术，完全为发行人自主开发	1、通过自主研发的整经技术以及创新的坯布织造结构，提高了坯布张力均匀度，为后道工序提高手感、降低缩水率、降低疵裂程度等产品性能奠定物理结构基础。 2、通过织造装备的定制升级，同时通过对经纱工艺处理，提高涤霸里布爽滑性，改变原产品硬板粗糙手感。	1、铜氨丝织造技术 2、里布缩水率控制技术 3、解决里布疵裂技术	否	是
步骤二	染色	日本旭化成许可的基础技术流程为“退卷—精炼、清洗—轧光—烘干”，多一道轧光工序对产品质量稳定性具有负面影响。此外，日本旭化成许可的基础技术采用的水洗烘干工艺，水资源和能源消耗较大，污水排放较大。	1、该步骤作为染色前期准备步骤，其中轧光环节起到提高布面平整度的作用。基于织造环节坯布产品质量的提升，发行人优化原有生产流程，在保障产品品质的同时减少轧光工序。 2、发行人通过自主研发设计的定制精炼退浆机实现： （1）通过增加工艺装置，增加化学反应时间，减少化学品用量，降低污染，提高了生产效率及精准控制能力；（2）通过减少水槽数量，增加单槽容布量，改变加热方式，实现温度精准控制，降低了能耗，提高了品控；（3）通过增加自动化装置，提高布面张力稳定性。	里布水洗效率提升技术	否	是
步骤三	染色	日本旭化成许可的基础技术及问题为： 1、染料采用成品液体染料。 2、全宾霸里布采用冷轧堆染色技术，存有由于温差导致的染色不均匀问题。	1、通过染料配置工艺改进创新，实现国产粉末活性染料溶解后长时间存储，保质时间由 10 小时延长为 2,000 小时，解决染制品批次间色差问题，实现进口替代。此外，通过自主设计开发的定制配色机，实现	1、液体染料配置技术 2、自动混色技术	除冷轧堆技术为行业通用技术改进	是

序号	生产环节	基础技术及问题	技术创新	核心技术应用	是否为行业通用技术	是否可以形成技术壁垒
		3、涤霸里布采用高温两浴法染色技术，染色效率低，能耗大，铜氨丝面与涤纶面需分别染色，单面染色速度仅 100 米/小时左右。高温两浴法染色技术工艺流程为“高温染色—水洗烘干—拉幅—冷堆染色—水洗—拉幅”。4、铜氨丝纤维在生产过程中因使用了硫酸铜溶液会导致纱线上有残留的铜离子，这些残留的铜离子在染色的过程中会导致染料分子结构的破坏而发色不良，原有染色技术未提供解决方案	活性粉末染料自动化配置。 2、全宾霸里布染色环节通过自主研发的里布槽料温度左中右控制技术，优化原有冷轧堆染色工艺，实现染料温度的均匀控制，提高了染色均匀度。 3、涤霸里布染色环节采用自主研发的里布用高温一浴染色技术，实现涤霸里布铜氨丝面与涤纶面同步染色，极大提高了染色效率，减少了污水排放量，双面染色速度达 200 米/小时左右。 4、通过优化染色环节技术工艺，实现残铜率由 0.1347% 下降至 0.1034%，满足现有产品质量需求。	3、冷轧堆技术 4、里布槽料温度左中右控制技术 5、高温一浴法染色技术	外，其余均为专有技术	
步骤四	后整理	日本旭化成许可的基础技术采用 6 水洗槽 20 烘筒的水洗烘干工艺，水资源和能源消耗较大，污水排放较大。	通过自主研发的里布水洗效率提升技术、里布烘干系统控制技术以及自主设计开发的水洗、烘干机，创新了水洗槽烘筒的工作方式，减少水洗槽烘筒数量，实现 1 水洗槽 8 烘筒的水洗烘干工艺，提高了效率和品质控制效果的同时，极大降低了水资源和能源消耗，降低排放。	1、里布水洗效率提升技术 2、里布烘干系统控制技术	否	是
步骤五	后整理	1、日本旭化成许可的基础技术存在疵裂程度高、缩水率高的问题，无法满足中国市场需求及国家优等品标准。其中，针对缩水率问题，日本旭化成提供的技术方案为“预过水”，即里布成品制作完成后，在出厂前先过水收缩一次，从而达到更低的缩水率。然而，这	1、基于织造环节自主设计的织造结构，在本步骤中通过对生产过程中温度、湿度、助剂配方等精准调控，以及定制化生产设备，极大改善了宾霸里布易疵裂的缺陷。实现宾霸里布 70N 力下疵裂程度 4.0mm，满足了成衣制造需求。该技术是推动下游成衣制造商宾霸里布应用的关键技术难题。	1、里布缩水率控制技术 2、解决里布疵裂技术	否	是

序号	生产环节	基础技术及问题	技术创新	核心技术应用	是否为行业通用技术	是否可以形成技术壁垒
		种技术方案不仅在缩水率控制上无法准确把握，而且存在产品质量方面的弊端，例如相比“预过水”前更易褶皱未提供解决方案。 2、原有拉幅定型机存在助剂反应不均的问题，导致产品疵裂程度、缩水率等性能指标均匀度较低。	2、基于织造环节自主设计的织造结构，在本步骤中通过生产设备改造、生产工艺创新以及优化助剂配方，在保证产品服用性能的同时，实现低缩水率。 3、优化设计改造的定制全自动定型机助剂制备系统，提高配置精准度，实现误差控制 3%以内，同时优化整合了配浆、输送、清洗环节，实现零污水排放，提高了配置效率。			
步骤六	后整理	日本旭化成提供的基础技术为高低温两次轧光技术，光泽均匀度较低。	通过自主研发的低温一次轧光技术，提高了光泽均匀度。	低温一次轧光技术	否	是

综上，发行人在宾霸里布生产的各道工序均更新迭代了日本旭化成原有技术，拥有自主研发的核心技术，除冷轧堆技术为行业通用技术改进外，其余均为专有技术，可以形成技术壁垒。

（二）说明纺线在里布、衬布生产环节的主要作用，发行人是否在里布生产技术方面缺失核心环节

发行人里布生产所涉及的铜氨丝纤维等化学纤维属于化学长纤维，由化学纤维制造企业生产，其产品初始形态即为可织造的纱线，无需进一步纺纱；发行人衬布产品涉及的山羊毛等动物粗毛属于短纤维，其产品初始形态无法直接用于织造，需要通过纺纱工序形成可织造的纱线。

发行人成品里布产品为全宾霸里布/涤霸里布，涉及的原材料主要为铜氨丝长纤维和涤纶长纤维；发行人对外销售的里布坯布产品主要为粘胶里布坯布，涉及的原材料主要为粘胶长丝。其中，铜氨丝长纤维、粘胶长丝以天然纤维素棉短绒、木浆等为原材料，其初始产品形态均可直接用于织造工序。此类产品由日本旭化成、新乡化纤股份有限公司等化学纤维制造企业生产，从行业分工角度不属于纺织行业企业业务范畴。涤纶又称聚酯纤维，是从石油中提炼加工形成的化学合成纤维，属于成熟的大宗商品，市场供应充足。

发行人黑炭衬产品的原材料主要为山羊毛等动物粗毛、粘胶短纤和棉纱，除经纱用的棉纱为常规纺织原料外，黑炭衬作为功能性纺织品的第一步是要通过专业的纺纱工序，生产出不同成分组合、不同品种的专用毛纱来实现。发行人自主研发的黑炭衬用动物粗毛毛纱纺纱技术，为黑炭衬坯布织造及后整理环节提供了专业可靠、品质稳定、品种多样的纱线来源。

综上，铜氨丝纤维原材料的特性决定了宾霸里布生产无需纺纱工序。根据产业链分工，铜氨丝纤维由上游化学纤维制造企业完成生产。发行人在里布生产技术方面不存在缺失核心环节。

七、请保荐机构、发行人律师对上述问题进行核查，并对发行人是否符合北交所定位发表明确意见

（一）核查程序

保荐机构、发行人律师履行了以下核查程序：

1、查阅发行人与日本旭化成及其下属子公司签订的《合资基本合同》及补充合同、《技术使用许可合同》《商标使用许可合同》，分析技术许可、技术所有权、商

标授权等情况；

2、公开数据查询日本旭化成财务数据，分析发行人采购的铜氨丝纤维占日本旭化成主营业务收入的情况；

3、访谈日本旭化成相关负责人，了解并核实旭化成铜氨丝纤维生产销售情况、与宜阳宾霸之间的合作情况、向宜阳宾霸供应铜氨丝纤维情况，商标授权与技术许可情况等；

4、获取并核查日本旭化成就铜氨丝纤维供应、商标授权与技术许可等方面出具的证明函。

5、公开数据查询“宾霸”商标授权许可情况。

（二）核查结论

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

1、铜氨丝纤维作为宾霸里布的核心原材料，与发行人织造、染整环节核心技术均为保证宾霸里布品质的重要前提，在产品性能指标中起到关键作用；技术许可不是保证宾霸里布品质的重要前提，在发行人现有宾霸里布产品性能指标中无法起到关键作用；发行人可以保证铜氨丝纤维、涤纶纤维等原材料供应充足；铜氨丝纤维由日本旭化成全球独家供应，发行人无法开拓除日本旭化成外的铜氨丝纤维供应商。

2、发行人已完全迭代日本旭化成许可使用的相关技术；发行人的核心技术“解决里布纴裂技术”“里布、衬布缩水率控制技术”为发行人基于提高产品质量、性能而自主研发的全新技术，是发行人多年来持续研发的结果，具有较高的技术壁垒，不是对日本旭化成宾霸里布生产技术的简单改进；就宜阳宾霸改进迭代后的宾霸里布生产技术由宜阳宾霸和日本旭化成共同所有且宜阳宾霸享有自主的使用权。

3、通过发行人保荐机构与日本旭化成相关负责人的访谈、旭化成贸易和旭化成上海出具的证明文件以及国家知识产权局中国商标网（<https://sbj.cnipa.gov.cn/sbj/index.html>）公开数据查询，就国内市场而言，与宾霸里布相关技术使用及商标授权实质上属于独家授权依据充分。

4、若日本旭化成与发行人终止合作或在境内引入新的合作方，发行人短期内将

面临宾霸里布市场份额下降的风险，对此发行人在技术、市场、人员及客户多方面具备应对措施。发行人未被继续授权使用“宾霸”商标和相关技术的风险较低，在铜氨丝纤维持续供应的情况下，若发行人仅未被继续授权使用“宾霸”商标或相关技术，发行人能够维持日常生产活动，不会对宾霸里布市场占有率和客户稳定性造成重大不利影响。

5、目前宜阳宾霸合资期限已延长至 2034 年 12 月 28 日，合资期限到期前发行人将提议延长合资期限以维持主营业务稳定；发行人具备保障双方合作稳定性的措施，且此类措施使得发行人在生产技术、销售渠道方面具备难以替代的优势，保障合资双方稳定性的措施具备有效性。

6、除冷轧堆技术为行业通用技术改进外，发行人其余与里布生产相关核心技术均不是行业通用技术，可以形成技术壁垒；铜氨丝纤维原材料的特性决定了宾霸里布生产无需纺纱工序；根据产业链分工，铜氨丝纤维由上游化学纤维制造企业完成生产；发行人在里布生产技术方面不存在缺失核心环节。

（三）发行人符合北交所定位的明确意见

保荐机构、发行人律师经审慎核查认为：发行人作为宁波市“专精特新”中小企业、宁波市创新型中小企业、宁波市科技型中小企业、“绿色工厂”，通过持续研发积累形成核心技术并应用于主营业务中，形成了经验推动创新、技术吸引客户的良性循环。发行人具备较强的科技创新能力及市场竞争力，符合北交所定位。

问题 3. 贸易商销售真实性及公允性

根据申请文件及问询回复,报告期各期发行人向贸易商销售收入分别为 6,737.83 万元、9,668.76 万元、13,276.55 万元,占总收入的比例分别为 36.18%、44.11%、47.96%,贸易商销售收入增长幅度远高于成衣生产厂商。发行人各期贸易商客户数量分别为 180 家、214 家和 166 家,年销售额在 50 万元以下的贸易商数量占比较高。

(1) 向关联贸易商新星销售/新星织造销售毛利明显偏低真实合理性。根据问询回复,新星织造/新星销售为发行人子公司宜新织造的少数股东(持股 40%),主要销售发行人的产品,各期向发行人的采购金额分别为 599.95 万元、671.28 万元、1,881.23 万元。各期发行人向该贸易商的销售毛利率分别为 22.04%、20.63%、13.16%,低于发行人整体毛利率水平(各期分别为 27.41%、27.48%和 30.12%),发行人认为主要系产品结构差异所致,但经对比 2022 年发行人向新星织造/新星销售销售的细分产品毛利率均低于其他非关联方。新星织造/新星销售的下游客户多为小型服装生产商,各期末的库存均为 0,但其他贸易商均存在部分期末库存。请发行人:①结合新星织造/新星销售与其他贸易商客户在采购的产品、终端客户等方面的差异等,说明 2022 年发行人向新星织造/新星销售的销售增长幅度远高于其他贸易商的合理性,在其他贸易商均存在部分库存的情况下,新星织造/新星销售各期末库存均为 0 的商业合理性,相关产品是否已实现终端销售。②根据问询回复,产品 1 至产品 5 里布坯布产品均主要销售给新星织造/新星销售,其他贸易商采购量较小、定价较高,因此其他贸易商毛利率较高。请说明里布坯布产品的主要细分类型、收入结构及毛利率等情况,并结合销售给新星织造/新星销售的里布坯布产品(如产品 1 至产品 5 等)相较于其他里布坯布产品的具体差异(如生产流程、产品质量、客户结构等),说明报告期内销售给新星织造/新星销售里布坯布的产品毛利率较低的商业合理性。③根据问询回复,发行人 2022 年销售给新星织造/新星销售的产品 1 销量及毛利率均大幅增加,同期销售给其他非关联方的销售大幅增加,但毛利率大幅下滑。请说明:2022 年产品 1 销量大幅增加的背景下,销售给新星织造/新星销售及其他非关联方毛利率变动趋势相反的合理性。

(2) 向小规模贸易商终端销售的真实性。根据问询回复,发行人各期前五大贸易商多呈现经营规模较小、注册地址与发行人相近、仅销售发行人产品、成立时间后

短期内与发行人建立合作的特点，主要贸易商的终端客户多为小型服装生产企业。请发行人：①说明贸易商客户中是否存在非法人客户的情况，如存在，请说明各期客户数量、销售金额及占比，发行人与非法人客户交易相关的内控措施是否健全有效。②按与贸易商合作年限分层，说明不同合作期限的贸易商销售收入情况，报告期内是否存在仅合作一年，新增大额贸易商的情况；结合贸易商合作情况、市场需求变化等，进一步说明报告期内贸易商销售收入增长幅度远大于成衣生产商的合理性。③结合贸易商资质及其实际控制人从业背景等，说明相关贸易商主要销售发行人产品的原因，以及成立时间较短即与发行人建立合作的原因及合理性。

请保荐机构、申报会计师核查上述事项并发表明确意见。根据问询回复，（1）中介机构核查了各期前五大贸易商的期末库存情况，其中各期的第一大贸易商客户宁波董海纺织品有限公司并未向发行人提供期末库存数据，关联方新星织造/新星销售的期末库存均为0，其他贸易商客户均存在部分期末库存。（2）发行人主要贸易商终端客户较小且较为分散，中介机构各期对贸易商终端客户走访核查金额分别为2,988.25万元、4,507.41万元、6,064.34万元，认为对贸易商终端客户的穿透核查能够有效支撑终端销售真实性的核查结论。请保荐机构、申报会计师：（1）说明关于贸易商期末库存情况所获取的具体证据及有效性，是否获取主要贸易商的进销存数据，第一大贸易商客户未提供期末库存情况下的替代核查措施，关联贸易商新星织造/新星销售各期末库存均为0是否真实合理。（2）说明对不同交易层级的贸易商销售及终端销售真实性的具体核查方式，包括样本选取、核查措施、所获取的证据及有效性等，不同交易规模层级的贸易商销售是否真实。（3）说明对于终端客户走访的具体情况，如样本选取的方法、比例等，在终端客户较为分散且规模较小的情况下，目前关于贸易商终端客户的穿透核查能够有效支撑终端销售真实性的核查结论是否谨慎合理。（4）结合资金流水核查范围及充分性，说明发行人及其控股股东、实际控制人、关键岗位人员与贸易商及实际控制人、主要销售人员之间是否存在异常资金流水。

回复：

一、向关联贸易商新星销售/新星织造销售毛利明显偏低真实合理性

（一）结合新星织造/新星销售与其他贸易商客户在采购的产品、终端客户等方面

的差异等，说明 2022 年发行人向新星织造/新星销售的销售增长幅度远高于其他贸易商的合理性，在其他贸易商均存在部分库存的情况下，新星织造/新星销售各期末库存均为 0 的商业合理性，相关产品是否已实现终端销售。

1、结合新星织造/新星销售与其他贸易商客户在采购的产品、终端客户等方面的差异等，说明2022年发行人向新星织造/新星销售的销售增长幅度远高于其他贸易商的合理性

报告期各期，发行人前五大贸易商客户销售情况如下：

单位：万元

客户名称	销售内容	2023年1-6月金额	2022年度金额	2021年度金额	2020年度金额
董海纺织	成品里布、衬布	963.94	3,195.02	2,228.38	1,374.96
新星织造/新星销售	里布坯布	888.11	1,881.23	671.29	599.95
海曙润德	成品里布、衬布、配套及其他	949.72	1,471.41	1,347.47	923.78
宁波港泰纺织品有限公司	成品里布、衬布、配套及其他	596.55	976.07	527.65	206.25
宁波保税区富诚国际贸易有限公司	成品里布、衬布	348.47	582.87	427.38	459.97
温州川华经贸有限公司	成品里布、衬布、配套及其他	270.69	508.82	448.77	308.52
温州信德孚纺织品有限公司	成品里布	148.72	135.92	310.32	406.79
合计		4,166.20	8,751.34	5,961.26	4,280.22
当期贸易商销售收入金额		6,823.17	13,276.55	9,668.76	6,737.83
前五大贸易商客户占贸易商销售收入占比		61.06%	65.92%	61.65%	63.53%

如上表所示，新星织造/新星销售向发行人采购内容为里布坯布，其他主要贸易商客户向发行人采购的内容为成品里布、衬布、配套及其他。

里布坯布与成品里布、衬布等，从主要原材料、产品所处工序段、贸易商目标客户等存在差异，详见下表：

产品类别	主要材料构成	所处工序段	贸易商目标客户
成品里布	铜氨丝纤维	成品，可直接用于成衣生产	成衣生产商
衬布	动物纤维、粘胶短纤、棉纱		
里布坯布	有光人丝、锦纶等	半成品，需经印染整理后方可用于成衣生产	印染厂

具体分析如下：

（1）从主要材料构成角度

发行人向新星织造/新星销售出售的里布坯布所使用的主要材料为有光人丝、锦纶等，发行人向其他主要贸易商销售的成品里布所使用的主要材料为铜氨丝纤维，销售的衬布所使用的主要材料为动物纤维、粘胶短纤、棉纱；

成品里布与里布坯布虽同属于里布类产品，但由于主要原材料不同，其最终成品也不相同。向新星织造/新星销售出售的里布坯布经印染后，形成的里布成品为粘胶里布；向其他主要贸易商销售的成品里布为宾霸里布。

（2）从产品所处工序段角度

发行人目前仅对宾霸里布进行染整并以成品里布的形式对外出售。

发行人向新星织造/新星销售出售的里布坯布系服装辅料半成品，需经印染整理后方可提供给成衣生产商制衣；发行人向其他主要贸易商销售的成品里布、衬布等系服装辅料成品，可直接供成衣生产商制衣。

（3）从目标客户类别角度

发行人向新星织造/新星销售出售的里布坯布下游目标客户为印染厂。印染厂在完成里布坯布的染整后，通过其自有销售渠道，向其下游成衣制造客户或服装辅料贸易商出售里布成品。根据发行人保荐机构对新星织造/新星销售主要印染厂客户的访谈，其向新星织造/新星销售采购里布坯布经印染加工后主要用于销往欧洲市场，采购量系根据下游外销客户订单影响，库存均为正常经营所需。

发行人向其他主要贸易商销售的成品里布、衬布目标客户为大型成衣生产商。由于大型成衣生产商的整体销售规模基数较大，因此其销售增长幅度相对稳定。并且，

由于发行人的成品里布均为内销的宾霸里布，因此向其他主要贸易商销售的产品最终均以内销为主。

综上所述，2022年度，新星织造/新星销售向发行人采购的里布坯布数量增长较多，主要系受新星织造/新星销售下游印染厂客户外销订单增加所致。2022年随着海外疫情管控政策的放宽，国外市场的恢复速度远高于国内市场。2022年发行人自身外销金额较2021年增长134.89%，远高于内销金额增长幅度14.64%，与向新星织造/新星销售和其他主要贸易商销售金额增长幅度差异吻合。因此，2022年发行人向新星织造/新星销售的销售增长幅度远高于其他贸易商的原因具备合理性。

2、在其他贸易商均存在部分库存的情况下，新星织造/新星销售各期末库存均为0的商业合理性，相关产品是否已实现终端销售

发行人其他贸易商的下游客户主要为成衣生产商。在服装制造行业中，成衣生产商生产服装需要购买较多品类的服装辅料，如里布、衬布、拉链、纽扣等。发行人仅销售服装里布、衬布，因此，客户为成衣生产商的贸易商需要先向不同服装辅料生产商分别采购服装辅料，然后按成衣生产商的订单内容完成交付，故期末可能存在部分库存。

新星织造/新星销售的客户主要为印染厂，并且采用以销定采的方式开展业务。由于印染厂向新星织造/新星销售采购的内容仅为发行人所产里布坯布，因此当发行人完成订单所需里布坯布的生产后，新星织造/新星销售无需准备其他商品，即可直接向印染厂交付订单产品以实现销售，故新星织造/新星销售各期末均无库存。

综上，新星织造/新星销售各期末库存均为0具备商业合理性，相关产品已实现终端销售。

(二) 根据问询回复，产品1至产品5里布坯布产品均主要销售给新星织造/新星销售，其他贸易商采购量较小、定价较高，因此其他贸易商毛利率较高。请说明里布坯布产品的主要细分类型、收入结构及毛利率等情况，并结合销售给新星织造/新星销售的里布坯布产品（如产品1至产品5等）相较于其他里布坯布产品的具体差异（如生产流程、产品质量、客户结构等），说明报告期内销售给新星织造/新星销售里布坯布的产品毛利率较低的商业合理性。

报告期各期，成品里布及里布坯布的毛利率如下：

项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
发行人内销毛利率	34.18%	31.51%	29.42%	29.71%
成品里布毛利率	38.60%	35.91%	31.98%	32.16%
里布坯布毛利率	26.99%	22.00%	13.14%	15.45%
其中：内销里布坯布毛利率	16.13%	15.34%	16.24%	18.98%
新星织造/新星销售销售毛利率	14.86%	13.16%	20.63%	22.04%

发行人向新星织造/新星销售出售的产品为里布坯布。

由于里布坯布所属工序阶段、使用的主要材料、目标客户存在较大差异，并且由于里布坯布属于服装辅料产业链中端的产品，因此，相较于处于产业链后端的成品里布产品，里布坯布产品的毛利率整体低于成品里布的毛利率。从上表可知，报告期内销售给新星织造/新星销售里布坯布产品的毛利率与内销里布坯布毛利率总体较为接近。

1、里布坯布产品的主要细分类型、收入结构及毛利率等情况

根据里布坯布织造过程中使用主要材料的不同，发行人里布坯布可细分为含再生纤维里布坯布和合成纤维里布坯布两类，含再生纤维里布坯布可进一步细分为含有光人丝里布坯布和醋酸丝里布坯布。具体情况如下：

细分类别	细分规格	主要材料	收入结构
含再生纤维里布坯布	含有光人丝里布坯布	有光人丝、涤纶丝	内外销兼有
	醋酸丝里布坯布	醋酸丝纤维	仅内销
合成纤维里布坯布		锦纶纤维	仅内销

报告期各期，里布坯布细分规格、收入结构及毛利率情况如下：

(1) 2023年1-6月

单位：万元

收入结构/细分类别	细分规格	营业收入	占比	毛利率	其中：销售给新星织造/新星销售		
					营业收入	占本规格收入比	毛利率
一、内销							
含再生纤维里布坯布	含有光人丝里布坯布	979.17	26.69%	15.43%	770.94	78.73%	14.35%
合成纤维里布坯布	合成纤维里布坯布	151.30	4.12%	20.59%	117.17	77.44%	18.22%
内销合计		1,130.47	30.81%	16.13%	888.11	78.56%	14.86%
二、外销							
含再生纤维里布坯布	含有光人丝里布坯布	2,538.80	69.19%	31.82%			
内外销合计		3,669.27	100.00%	26.99%	888.11	24.20%	14.86%

(2) 2022年度

单位：万元

收入结构/细分类别	细分规格	营业收入	占比	毛利率	其中：销售给新星织造/新星销售		
					营业收入	占本规格收入比	毛利率
一、内销							
含再生纤维里布坯布	含有光人丝里布坯布	2,117.87	37.53%	14.76%	1,590.03	75.08%	11.99%
合成纤维里布坯布	合成纤维里布坯布	291.20	5.16%	19.53%	291.20	100.00%	19.53%

内销合计		2,409.08	42.70%	15.34%	1,881.23	78.09%	13.16%
二、外销							
含再生纤维里布坯布	含有光人丝里布坯布	3,233.37	57.30%	26.97%			
内外销合计		5,642.45	100.00%	22.00%	1,881.23	33.34%	13.16%

(3) 2021年度

单位：万元

收入结构/细分类别	细分规格	营业收入	占比	毛利率	其中：销售给新星织造/新星销售		
					营业收入	占本规格收入比	毛利率
一、内销							
含再生纤维里布坯布	含有光人丝里布坯布	593.95	23.48%	22.51%	320.44	53.95%	20.72%
	醋酸丝里布坯布	274.00	10.83%	-3.05%	-	-	-
合成纤维里布坯布	合成纤维里布坯布	393.64	15.56%	20.21%	350.85	89.13%	20.55%
内销合计		1,261.59	49.87%	16.24%	671.29	53.21%	20.63%
二、外销							
含再生纤维里布坯布	含有光人丝里布坯布	1,268.17	50.13%	10.05%			
内外销合计		2,529.76	100.00%	13.14%	671.29	26.54%	20.63%

(4) 2020年度

单位：万元

收入结构/细分类别	细分规格	营业收入	占比	毛利率	其中：销售给新星织造/新星销售		
					营业收入	占本规格收入比	毛利率
一、内销							
含再生纤维里布坯布	含有光人丝里布坯布	569.75	18.15%	22.92%	302.39	53.07%	17.86%
	醋酸丝里布坯布	270.63	8.62%	2.27%	-	-	-
合成纤维里布坯布	合成纤维里布坯布	299.15	9.53%	26.58%	297.56	99.47%	26.29%
内销合计		1,139.53	36.29%	18.98%	599.95	52.65%	22.04%
二、外销							
含再生纤维里布坯布	含有光人丝里布坯布	2,000.19	63.71%	13.44%			
内外销合计		3,139.72	100.00%	15.45%	599.95	19.11%	22.04%

如上表所示，发行人内销产品细分规格有含有光人丝里布坯布、醋酸丝里布坯布和合成纤维里布坯布，其中向新星织造/新星销售的产品为含有光人丝里布坯布和合成纤维里布坯布，醋酸丝里布坯布均销售给非关联方客户。

醋酸丝里布坯布所使用的主要材料醋酸丝需进口采购，并且采购价格较高，因此醋酸丝里布坯布产品成本较高，2020年、2021年该类产品的毛利率接近于0，不具备经济效益，故发行人于2021年末暂停了该类产品的生产与销售。

2、结合销售给新星织造/新星销售的里布坯布产品（如产品1至产品5等）相较于其他里布坯布产品的具体差异（如生产流程、产品质量、客户结构等），说明报告期内销售给新星织造/新星销售里布坯布的产品毛利率较低的商业合理性

销售给新星织造/新星销售的里布坯布产品可分为含有光人丝里布坯布和合成纤维里布坯布两类，不同类别里布坯布除主要原材料不同外，其生产流程、产品质量、客户结构等不存在较大差异。

含有光人丝里布坯布的主要材料为有光人丝、涤纶丝。报告期内，发行人出售给新星织造/新星销售含有光人丝里布坯布型号共有18种，产品型号以产品1、产品2和产品3三种型号为主；合成纤维里布坯布的主要材料为锦纶纤维。报告期内，发行人出售给新星织造/新星销售合成纤维里布坯布型号共有11种，产品型号以产品4和产品5为主。

报告期各期，发行人内销含有光人丝里布坯布及合成纤维里布坯布销售数量及毛利率情况如下：

(1) 2023年1-6月

单位：万米、元/米

项目	当期销售数量	占本细分规格比	销售均价	毛利率	其中：销售给新星织造/新星销售			
					销售数量	占同产品销售数量比	销售单价	毛利率
含有光人丝里布坯布	139.12	100.00%	-	15.43%	108.40	77.91%	-	14.35%
其中：产品1	80.68	57.99%	6.98	13.10%	67.38	83.51%	6.97	13.32%
产品2	2.85	2.05%	7.48	11.67%	2.85	100.00%	7.48	11.67%
产品3	-	-	-	-	-	-	-	-
合成纤维里布坯布	11.68	100.00%	-	20.59%	9.27	79.36%	-	18.21%
其中：产品4	6.21	53.17%	13.44	19.31%	6.21	100.00%	13.44	19.31%
产品5	-	-	-	-	-	-	-	-
合计	150.80			16.13%	117.67	78.03%		14.86%

(2) 2022年度

单位：万米、元/米

项目	当期销售数量	占本细分规格比	销售均价	毛利率	其中：销售给新星织造/新星销售			
					销售数量	占同产品销售数量比	销售单价	毛利率
含有光人丝里布坯布	304.82	100.00%	-	14.76%	227.03	74.48%	-	11.99%
其中：产品 1	196.16	64.35%	6.91	12.24%	165.95	84.60%	6.89	11.94%
产品 2	34.12	11.19%	7.34	11.71%	33.15	97.16%	7.30	11.23%
产品 3	19.96	6.55%	6.69	11.65%	19.87	99.51%	6.68	11.58%
合成纤维里布坯布	19.46	100.00%	-	19.53%	19.46	100.00%	-	19.53%
其中：产品 4	8.38	43.07%	14.42	15.97%	8.38	100.00%	14.42	15.97%
产品 5	5.74	29.49%	18.58	18.22%	5.74	100.00%	18.57	18.22%
合计	324.28			15.34%	246.49	76.01%		13.16%

(3) 2021年度

单位：万米、元/米

项目	当期销售数量	占本细分规格比	销售均价	毛利率	其中：销售给新星织造/新星销售			
					销售数量	占同产品销售数量比	销售单价	毛利率
含有光人丝里布坯布	80.15	100.00%	-	22.51%	41.30	51.51%	-	20.71%
其中：产品 1	8.82	11.00%	7.17	11.40%	6.77	76.75%	6.99	8.08%
产品 2	23.03	28.74%	7.46	12.92%	22.82	99.07%	7.45	12.78%
产品 3	1.73	2.16%	7.35	19.31%	1.43	82.23%	7.24	18.28%
合成纤维里布坯布	28.93	100.00%	-	20.21%	25.87	89.42%	-	20.55%
其中：产品 4	11.71	40.48%	14.42	18.24%	11.71	100.00%	14.43	18.24%
产品 5	3.11	10.74%	15.93	19.22%	3.11	100.00%	15.92	19.22%
合计	109.08			21.59%	67.17	61.57%		20.63%

(4) 2020年度

单位：万米、元/米

项目	当期销售数量	占本细分规格比	销售均价	毛利率	其中：销售给新星织造/新星销售			
					销售数量	占同产品销售数量比	销售单价	毛利率
含有光人丝里布坯布	75.61	100.00%	-	22.92%	40.83	54.00%	-	17.85%
其中：产品 1	10.74	14.20%	7.14	15.67%	8.84	82.31%	6.99	14.34%

项目	当期销售数量	占本细分规格比	销售均价	毛利率	其中：销售给新星织造/新星销售			
					销售数量	占同产品销售数量比	销售单价	毛利率
产品 2	7.11	9.41%	7.58	15.21%	6.97	98.06%	7.56	15.00%
产品 3	2.11	2.79%	6.99	14.82%	1.88	89.15%	6.90	13.56%
合成纤维里布坯布	21.08	100.00%	-	26.58%	20.97	99.45%	-	26.29%
其中：产品 4	7.81	37.05%	14.42	24.68%	7.81	100.00%	14.43	24.68%
产品 5	7.20	34.13%	15.93	29.00%	7.20	100.00%	15.92	29.00%
合计	96.69			24.18%	61.80	63.91%		22.04%

报告期各期，新星织造/新星销售向发行人采购含有光人丝里布坯布数量占各期含有光人丝里布坯布内销总数比分别为54.00%、51.51%、74.48%和77.91%，同期，向发行人采购含有光人丝里布坯布的非关联方客户数分别为10家、8家、7家和5家。报告期各期，发行人的合成纤维里布坯布基本全部出售给新星织造/新星销售。

发行人的销售定价模式，系根据产品的生产成本、工艺难度等因素，与客户协商谈判后确定销售价格。对于零散销售订单，由于采购量小，在出售前需要重新进行开卷、裁剪和包装，导致存在产品、物料损耗，因此在价格协商谈判过程中，该类订单的销售价格高于批量采购订单的销售价格。

报告期各期，新星织造/新星销售向发行人采购的产品数量较多且规格较为集中，因此其销售单价略低于产品的销售均价（如同时存在向非关联方销售的情况）。

各细分规格产品报告期内毛利率波动情况分析如下：

（1）含有光人丝里布坯布

报告期内，含有光人丝里布坯布毛利率分别为22.92%、22.51%、14.76%和15.43%，同期出售给新星织造/新星销售的毛利率分别为17.85%、20.71%、11.99%和14.35%。

2020年度及2021年度，含有光人丝里布坯布毛利率基本稳定；2022年度含有光人丝里布坯布的整体毛利率和销售给新星织造/新星销售的毛利率分别下降7.75%和8.72%，主要原因系2022年度新星织造/新星销售向发行人采购的低毛利产品1占比增加，从而拉低了整体毛利率，产品1系发行人早期开发产品，由于生产工艺较为成熟，因此毛利率较低；2023年1-6月含有光人丝里布坯布毛利率略有上升，原因主要系当期销

售单价较2022年度有所上涨所致。

(2) 合成纤维里布坯布

合成纤维里布坯布基本全部出售给新星织造/新星销售。报告期各期，合成纤维里布坯布出售给新星织造/新星销售的毛利率分别为26.29%、20.55%、19.53%和18.21%。

2021年度，合成纤维里布坯布的毛利率下降，主要原因系受2021年度制造费用较2020年度增长所致，发行人生产里布坯布的子公司宜新织造于2020年6月迁址租入的新厂房从事生产活动，新租入厂房中有一批新购入的生产设备于2020年7月达到预定可使用状态转固；受疫情影响，厂房出租方免去了宜新织造2020年第四季度的租金费用。2022年度毛利率进一步下降的主要原因系主要原材料锦纶纤维的平均采购单价由2021年的21.47元/千克上升至2022年的24.42元/千克。

由于发行人里布坯布产品与其他产品的主要原材料、产品所处工序段、目标客户等均不相同，因此里布坯布产品的毛利率低于发行人整体毛利率；由于新星织造/新星销售向发行人采购的里布坯布订单数量较多且规格集中，因此销售单价略低于平均销售单价，导致发行人销售给新星织造/新星销售里布坯布的产品毛利率略低于发行人同期销售给其他非关联方同类产品的毛利率。

综上，报告期内发行人销售给新星织造/新星销售里布坯布的产品毛利率较低具备合理性。

(三) 根据问询回复，发行人2022年销售给新星织造/新星销售的产品1销量及毛利率均大幅增加，同期销售给其他非关联方的销售大幅增加，但毛利率大幅下滑。请说明：2022年产品1销量大幅增加的背景，销售给新星织造/新星销售及其他非关联方毛利率变动趋势相反的合理性。

2022年，发行人销售给新星织造/新星销售的产品1销量大幅上升的原因系受其下游印染厂客户外销订单增加所致。

2021年、2022年发行人销售给新星织造/新星销售以及其他非关联方产品1的具体情况如下：

单位：万米、元/米

年份	新星织造/新星销售	内销非关联方
----	-----------	--------

	销售数量	销售单价	毛利率	销售数量	销售单价	毛利率
2022 年度	165.95	6.89	11.94%	30.21	7.04	13.81%
2021 年度	6.77	6.99	8.08%	2.05	7.76	21.26%

如上表所示，2021年，发行人向内销非关联方销售的产品1的订单具有小批量多频次的特点，因此销售单价较高，2022年，由于订单规模大幅增长且订单较为集中，因此销售单价下降0.72元/米；另一方面，受下游印染厂外销订单增长影响，新星织造/新星销售向发行人采购产品1的数量大幅增加，由于产品1原先的定价已处于低位，经协商后，销售单价仅下降0.1元/米。

由于里布坯布产量上升影响，2022年度里布坯布的单位人工和制造费用下降，因此产品1的单位成本由2021年度的6.43元/米，下降至2022年度的6.06元/米。

综上，2022年，发行人销售给新星织造/新星销售的毛利率上升的原因，主要系2022年度产品1的单位成本下降且下降幅度大于售价降幅所致；发行人销售给内销非关联方毛利率下降的原因，主要系内销非关联方采购订单集中导致销售单价下降且降幅大于单位成本降幅所致。因此，发行人销售给新星织造/新星销售及其他非关联方毛利率变动趋势相反具备合理性。

二、向小规模贸易商终端销售的真实性

（一）说明贸易商客户中是否存在非法人客户的情况，如存在，请说明各期客户数量、销售金额及占比，发行人与非法人客户交易相关的内控措施是否健全有效。

由于行业特性，发行人贸易商客户中存在非法人客户的情况，该类客户向发行人采购产品后，通过淘宝等第三方电商平台对外零售或用于高端西服私人定制，因此具备合理性。

报告期各期，发行人非法人贸易商客户数量、销售金额及占比情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
非法人贸易商数量（家）	11	36	58	38
非法人贸易商收入金额	14.89	86.72	47.56	29.85
贸易商收入总额	6,823.17	13,276.55	9,668.76	6,737.83

项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
占比	0.22%	0.65%	0.49%	0.44%

报告期各期，发行人非法人客户收入金额较小，占比分别为0.44%、0.49%、0.65%和0.22%，占比较低。

报告期内，发行人针对非法人客户采取了与法人客户完全一致的业务控制政策，发行人与非法人客户的交易各项支持性证据（订单、发货通知单、物流签收信息、发票）均与法人客户保持一致。

发行人与非法人客户在交易各环节形成的支持性证据充分、客观、可验证，内控措施健全有效。

（二）按与贸易商合作年限分层，说明不同合作期限的贸易商销售收入情况，报告期内是否存在仅合作一年，新增大额贸易商的情况；结合贸易商合作情况、市场需求变化等，进一步说明报告期内贸易商销售收入增长幅度远大于成衣生产商的合理性

1、按与贸易商合作年限分层，说明不同合作期限的贸易商销售收入情况，报告期内是否存在仅合作一年，新增大额贸易商的情况

发行人各期贸易商数量分别为180家、214家、166家和115家，其中年销售额50万元以上的贸易商分别为23家、27家、28家和25家，分别占全部贸易商销售金额的89.36%、91.68%、93.59%和91.19%，具体情况如下：

年度	贸易商	数量（家）	销售金额（万元）	占比（%）
2023年1-6月	年销售额50万元以上	25	6,222.22	91.19
	年销售额50万元以下	90	600.95	8.81
	合计	115	6,823.17	100.00
2022年度	年销售额50万元以上	28	12,425.17	93.59
	年销售额50万元以下	138	851.38	6.41
	合计	166	13,276.55	100.00
2021年度	年销售额50万元以上	27	8,864.48	91.68
	年销售额50万元以下	187	804.29	8.32
	合计	214	9,668.76	100.00

年度	贸易商	数量（家）	销售金额（万元）	占比（%）
2020 年度	年销售额 50 万元以上	23	6,020.77	89.36
	年销售额 50 万元以下	157	717.06	10.64
	合计	180	6,737.83	100.00

如上表所示，年销售金额在50万元以下的贸易商客户占当期贸易商客户销售占比
较低并且客户较为分散。因此对年销售额50万元以上的贸易商客户的合作情况展开分
析，具体如下：

单位：家、万元

合作期限	2023 年 1-6 月			2022 年度		
	客户数量	销售收入	占贸易商收入	客户数量	销售收入	占贸易商收入
1 年以内	1	60.67	0.89%	0	-	0.00%
1-2 年	0	-	0.00%	2	440.75	3.32%
2-3 年	2	281.62	4.13%	2	286.74	2.16%
3-5 年	2	312.00	4.57%	3	288.39	2.17%
5 年以上	20	5,567.92	81.60%	21	11,409.30	85.94%
合计	25	6,222.22	91.19%	28	12,425.17	93.59%
合作期限	2021 年度			2020 年度		
	客户数量	销售收入	占贸易商收入	客户数量	销售收入	占贸易商收入
1 年以内	1	167.91	1.74%	1	71.64	1.06%
1-2 年	0	-	0.00%	0	-	0.00%
2-3 年	1	53.14	0.55%	0	-	0.00%
3-5 年	3	483.48	5.00%	2	220.00	3.27%
5 年以上	22	8,159.95	84.39%	20	5,729.12	85.03%
合计	27	8,864.48	91.68%	23	6,020.77	89.36%

如上表所示，报告期内，发行人合作期限在5年以上的贸易商客户销售金额占同
期贸易商客户收入比较高且较为稳定，体现了发行人较高的客户粘性，主要客户群体
较为稳定，不存在仅合作一年的新增大额贸易商的情况。

2、结合贸易商合作情况、市场需求变化等，进一步说明报告期内贸易商销售收入增长幅度远大于成衣生产商的合理性

报告期内发行人销售收入结构以及增长幅度如下：

单位：万元、%

项目	2023年1-6月		2022年度		2021年度		2020年度
	金额	同期增幅	金额	增幅	金额	增幅	金额
成衣生产商	8,553.34	39.09	14,407.44	17.62	12,248.90	3.04	11,887.69
贸易商	6,823.17	9.37	13,276.55	37.31	9,668.76	43.50	6,737.83
合计	15,376.51		27,683.99		21,917.66		18,625.52

报告期内发行人销售收入结构以及增长幅度区分内外销情况如下：

单位：万元、%

项目	2023年1-6月		2022年度		2021年度		2020年度
	金额	同期增幅	金额	增幅	金额	增幅	金额
内销收入	11,546.21	9.79	22,687.60	14.64	19,790.50	29.10	15,329.28
其中：成衣生产商	5,254.38	10.36	9,998.41	-3.39	10,349.07	14.98	9,000.83
贸易商	6,291.83	9.32	12,689.19	34.40	9,441.43	49.19	6,328.45
外销收入	3,830.31	129.38	4,996.39	134.89	2,127.16	-35.47	3,296.24
其中：成衣生产商	3,298.96	137.64	4,409.03	132.07	1,899.83	-34.19	2,886.86
贸易商	531.35	88.65	587.36	158.37	227.33	-44.47	409.38

由上表可知，报告期内发行人外销收入大幅增加，增加的原因详见本问询函回复之“问题4.境外销售收入及毛利率大幅增长的真正合理性”。

报告期内，发行人内销贸易商销售收入增长幅度大于成衣生产商的原因为：

相较于成衣生产商需要保持一定量的采购来维持生产而言，贸易商客户受疫情影响较大，因此，在2020年疫情较为严重的情况下，贸易商客户销售规模大幅下降；随着疫情逐步缓解，相应的2021年、2022年贸易商客户的销售规模增长幅度较大，2023年1-6月趋于稳定。

根据同行业可比公司披露的公开信息，彩蝶实业、箭鹿股份存在贸易商合作模式，南山智尚存在经销商合作模式，具体情况如下：

单位：万元

可比公司		2023年1-6月		2022年度		2021年度		2020年度	2022年较2020年增幅
		收入	同期增幅	收入	增幅	收入	增幅	收入	
彩蝶实业	直接客户	未披露	/	43,691.60	-18.63%	53,697.70	35.01%	39,772.02	9.86%
	贸易客户			28,801.21	1.86%	28,274.38	27.62%	22,154.81	30.00%
南山智尚	直营	63,260.15	-9.12%	143,648.61	8.48%	132,414.18	8.37%	122,181.85	17.57%
	经销	9,387.30	11.55%	19,726.23	17.52%	16,785.42	23.45%	13,596.90	45.08%
箭鹿股份	终端销售模式	未披露	/	61,973.60	21.66%	50,938.39	8.06%	47,140.11	31.47%
	贸易商销售模式			11,559.86	227.63%	3,528.31	-57.81%	8,363.31	38.22%

由于疫情对同行业可比公司的影响存在时间性差异，2022年度相较于2020年度，同行业可比公司报告期内贸易客户/经销/贸易商销售收入增长幅度均大于直接客户/直营/终端销售模式收入的增长幅度。发行人与同行业可比公司增长趋势一致。

综上所述，贸易商销售收入增长幅度大于成衣生产商具备合理性。

(三) 结合贸易商资质及其实际控制人从业背景等，说明相关贸易商主要销售发行人产品的原因，以及成立时间较短即与发行人建立合作的原因及合理性。

1、贸易商资质及其实际控制人从业背景

(1) 贸易商资质情况

发行人下游贸易商不存在特许经营许可，均具有正常履约能力及良好信用情况即可。

(2) 贸易商实际控制人从业背景

发行人报告期内前五大贸易商基本情况以及实控人从业背景情况如下：

贸易商客户名称	成立时间	成立时间较短的原因	实际控制人	从业背景	是否主要销售发行人的产品
宁波堇海纺织品有限公司	2018年10月	不适用	郑新之	在纺织行业从业多年，曾任职鄞县供销社东钱湖分社，现担任宁波堇海纺织品有限公司法人	向发行人采购额为总采购额的60%-70%
苏州新星织造产品研发销售有限公司	2002年12月	不适用	严一新	在纺织行业从业多年，任职苏州宜新织造有限公司，历任苏州新星织造有限公司法人、汉帛（苏	主要销售发行人的产品

贸易商客户名称	成立时间	成立时间较短的原因	实际控制人	从业背景	是否主要销售发行人的产品
苏州新星织造有限公司	1982年6月			州)纺织发展有限公司法人、苏州新星织造产品研发销售有限公司法人，经营纺织产品的生产、销售等相关业务	
宁波海曙润德纺织品有限公司	2011年6月	不适用	徐介福	在服装辅料行业从业多年，曾任职金蝶软件公司、宁波霞日宜科纺织品商贸有限公司；设立了宁波润德纺织品有限公司、宁波润合纺织品有限公司，经营服装辅料销售，服装服饰批发等相关业务	向发行人采购额占总采购额的70%
宁波润合纺织品有限公司	2020年7月	与宁波海曙润德纺织品有限公司为同一实控人控制的企业			
宁波港泰纺织品有限公司	2012年11月	不适用	胡斌、赵海燕（两人系夫妻关系）	胡斌：曾任职宁波霞日宜科纺织品商贸有限公司，设立深圳市希望运通科技有限公司、宁波港泰纺织品有限公司、宁波怀枫纺织品有限公司、苏州均泰纺织品有限公司、深圳市希尔曼纺织科技有限公司，主营纺织品的购销、计算机软件、电子设备等 赵海燕：曾任职珠海宝昌灯饰店、珠海华一进出口公司，现设立深圳市希望运通科技有限公司、深圳市希尔曼纺织科技有限公司，主营纺织品的购销、计算机软件、电子设备等	该司未从除发行人以外的其他厂商采购同类产品，无具体采购比例
深圳市希望运通科技有限公司	2017年5月				
深圳市希尔曼纺织科技有限公司	2020年9月				
宁波保税区富诚国际贸易有限公司	2000年7月	不适用	郭芮莎	在服装行业从业多年，曾参股希努尔男装股份有限公司、宁波富莱尔纺织科技有限公司，主营服装面料、辅料、成衣及相关产品的进出口等业务	该司从发行人处采购宾霸里布和黑炭衬两种产品，其中宾霸里布未从除发行人以外的其他厂商采购同类产品，报告期内黑炭衬占同类产品采购额比例为5%。
温州川华经贸有限公司	2002年8月	不适用	王一华	在服装行业从业多年，设立温州川华经贸有限公司、温州经纬川华纺织品有限公司，主营针纺织品、服饰、服装辅料销售等业务	该司未从除发行人以外的其他厂商采购同类产品，无具体采购比例
温州经纬川华纺织品有限公司	2019年5月	与温州川华经贸有限公司为同一实控人控制的企业			
温州信德孚纺织品有限公司	2006年1月	不适用	张红旗	在服装行业从业多年，设立温州信德孚纺织品有限公司，主营销售服装辅料、纺织品等	该司未从除发行人以外的其他厂商采购同类产品，无具体采购比例

发行人主要贸易商的实际控制人均从事纺织行业多年，与行业内成衣生产商较早建立合作关系，具备优质的客户资源。

2、说明相关贸易商主要销售发行人产品的原因，以及成立时间较短即与发行人

建立合作的原因及合理性。

相关贸易商主要销售发行人产品的原因主要体现在以下几方面：

(1) 发行人产品特性：宾霸里布是服装里布行业公认的顶尖里布产品，发行人是国内宾霸里布的唯一生产商；“牦牛牌”黑炭衬是行业公认的优质名牌产品，客户粘性较强。

(2) 长期稳定的合作关系：相关贸易商与发行人建立了长期稳定的合作关系，报告期各期，发行人合作期限在5年以上的主要贸易商客户销售金额占比分别为87.59%、86.43%、88.05%和84.57%，占比较高且较为稳定；相关贸易商对发行人产品及使用发行人产品的终端客户更为了解；相关贸易商集中有限的资金，形成规模效应。

(3) 贸易商产品结构：相关贸易商主要从事服装辅料销售业务，根据服装生产商生产所需的服装辅料（里布、衬布、填料、缝纫线、拉链、纽扣等）进行配套销售，配套产品中里布、衬布成本占比较高。

由上表可知，宁波润合纺织品有限公司、深圳市希尔曼纺织科技有限公司、温州经纬川华纺织品有限公司虽成立时间较短，但其实控人控制的其他贸易商均与发行人合作5年以上。

因此，发行人主要贸易商成立时间较短即与发行人建立合作具备合理性。

三、请保荐机构、申报会计师核查上述事项并发表明确意见。根据问询回复，(1) 中介机构核查了各期前五大贸易商的期末库存情况，其中各期的第一大贸易商客户宁波董海纺织品有限公司并未向发行人提供期末库存数据，关联方新星织造/新星销售的期末库存均为0，其他贸易商客户均存在部分期末库存。(2) 发行人主要贸易商终端客户较小且较为分散，中介机构各期对贸易商终端客户走访核查金额分别为2,988.25万元、4,507.41万元、6,064.34万元，认为对贸易商终端客户的穿透核查能够有效支撑终端销售真实性的核查结论。请保荐机构、申报会计师：(1) 说明关于贸易商期末库存情况所获取的具体证据及有效性，是否获取主要贸易商的进销存数据，第一大贸易商客户未提供期末库存情况下的替代核查措施，关联贸易商新星织造/新星销售各期末库存均为0是否真实合理。(2) 说明对不同交易层级的贸易商销售及终端销售真实性的具体核查方式，包括样本选取、核查措施、所获取的证据及有效

性等，不同交易规模层级的贸易商销售是否真实。（3）说明对于终端客户走访的具体情况，如样本选取的方法、比例等，在终端客户较为分散且规模较小的情况下，目前关于贸易商终端客户的穿透核查能够有效支撑终端销售真实性的核查结论是否谨慎合理。（4）结合资金流水核查范围及充分性，说明发行人及其控股股东、实际控制人、关键岗位人员与贸易商及实际控制人、主要销售人员之间是否存在异常资金流水

（一）请保荐机构、申报会计师核查上述事项并发表明确意见

1、核查程序

（1）针对“向关联贸易商新星销售/新星织造销售毛利明显偏低的真实合理性”，保荐机构、申报会计师主要执行了以下核查程序：

1) 获取并查阅发行人的销售收入成本明细表；分析发行人向新星销售/新星织造的主要销售品类、客户结构等；

2) 了解里布坯布产品销售价格的确认方式，分析对比同一产品向不同客户的销售价格的差异及原因；获取并复核关联交易金额明细，向发行人高级管理人员了解关联方交易的原因以及合理性、定价机制以及结算周期，分析交易定价的公允性；

3) 访谈新星织造/新星销售，了解发行人与新星织造/新星销售的合作背景及合作历史情况，了解发行人向其销售产品的毛利率与其主营业务毛利率差异形成的原因，分析其合理性；

4) 对新星织造/新星销售的主要客户进行实地走访，了解其经营规模，查看其经营场所，了解其对外销售情况、库存情况，了解其自发行人处采购产品占其同类产品整体采购额的比例情况；

5) 了解发行人向新星织造/新星销售出售产品的主要原材料构成、生产工艺流程等，了解发行人成本核算方法，获取生产成本计算表、营业成本明细表与成本费用的归集、分摊及营业成本结转相关资料，检查并复核成本核算的准确性，判断相关会计处理是否符合会计准则的规定，是否满足准确性、及时性和完整性的要求，对发行人报告期内里布坯布业务营业成本实施分析程序，对比分析报告期内各产品成本中的料、工、费金额及占比的变动原因及合理性。

(2) 针对“向小规模贸易商终端销售的真实性”，保荐机构、申报会计师主要执行了以下核查程序：

1) 统计非法人贸易商客户数量、销售金额，了解发行人关于非法人贸易商的相关内控制度，评价内控设计的合理性和控制执行的有效性；

2) 了解贸易商的合作年限，分析报告期内贸易商销售收入增长幅度远大于成衣生产商的原因；

3) 了解贸易商资质及其实际控制人从业背景。

2、核查意见

(1) 针对问题“向关联贸易商新星销售/新星织造销售毛利明显偏低真实合理性”，基于以上核查程序，保荐机构、申报会计师认为：

1) 2022年发行人向新星织造/新星销售的销售增长幅度远高于其他贸易商，在其他贸易商均存在部分库存的情况下，新星织造/新星销售各期末库存均为0具备商业合理性，相关产品已实现终端销售；

2) 报告期内销售给新星织造/新星销售里布坯布的产品毛利率较低具备商业合理性；

3) 2022年产品1销售大幅增加系由于终端客户需求增加所致，销售给新星织造/新星销售及其他非关联方毛利率变动趋势相反具备合理性。

(2) 针对问题“向小规模贸易商终端销售的真实性”，基于以上核查程序，保荐机构、申报会计师认为：

1) 报告期各期，公司非法人客户占比较低，发行人与非法人客户交易相关的内控措施健全有效；

2) 报告期内不存在仅合作一年，新增大额贸易商的情况；报告期内贸易商销售收入增长幅度远大于成衣生产商具备合理性；

3) 相关贸易商主要销售发行人产品具备合理性；除同一实际控制人控制的贸易商外，不存在成立时间较短即与发行人建立合作的贸易商。

(二) 说明关于贸易商期末库存情况所获取的具体证据及有效性，是否获取主要贸易商的进销存数据，第一大贸易商客户未提供期末库存情况下的替代核查措施，关联贸易商新星织造/新星销售各期末库存均为 0 是否真实合理

关于贸易商期末库存情况所获取的具体证据为主要贸易商的进销存报表或者盖章确认的期末库存统计数据。第一大贸易商客户董海纺织的期末库存情况已补充获取，并且中介机构在实地走访时对该客户仓库进行现场查看，仅余少量库存，未发现大量囤货的情形。

结合对终端客户的销售真实性的核查，报告期各期末，贸易商客户向发行人采购的产品已基本实现最终销售，发行人主要贸易商客户各期末库存均无积压情况，获取的证据有效。

关联贸易商新星织造/新星销售各期末库存均为0的合理性分析详见本问询函回复之“问题3.一、（一）2、在其他贸易商均存在部分库存的情况下，新星织造/新星销售各期末库存均为0的商业合理性，相关产品是否已实现终端销售”，新星织造/新星销售各期末库存均为0真实、合理。

(三) 说明对不同交易层级的贸易商销售及终端销售真实性的具体核查方式，包括样本选取、核查措施、所获取的证据及有效性等，不同交易规模层级的贸易商销售是否真实

贸易商收入核查真实性的具体核查方式如下：

核查程序	具体核查措施	获取的证据	样本的选取以及核查结论
细节测试	抽查主要客户的销售合同（订单）、销售发票、签收单和银行回款等	销售合同（订单）、销售发票、签收单和银行回单等	根据重要性与随机性相结合的样本选取方式执行细节测试，报告期内贸易商收入细节测试占比分别为 59.51%、64.67%、81.57%和 78.70%。
函证程序	对报告期内主要贸易商各期交易额及往来余额执行函证程序；对于全部未回函函证，执行替代测试，具体为：获取并检查未回函客户签订的销售合同、出库单、销售发票、签收单等资料，并确认期后回款情况，确定发行人销售收入确认时点、金额、记录是否准确恰当	回函	根据重要性与随机性相结合的样本选取方式执行发函程序；发函金额占贸易商收入的比例分别为 73.76%、78.00%、84.98%和 81.59%，回函可确认金额占发函金额的比例分别为 97.51%、97.21%、97.29%和 98.19%。

核查程序	具体核查措施	获取的证据	样本的选取以及核查结论
现场走访程序	对贸易商客户进行访谈，向贸易商了解其自身的运营情况，如成立时间、实际控制人、主营业务及规模等；询问其与发行人的合作情况，如合作历史、是否主要销售发行人的产品，主要终端客户的构成、发行人及其关联方与贸易商之间是否存在关联关系或其他利益安排等，同时询问每年向发行人的采购金额	经贸易商客户盖章、被访谈人签字确认的访谈记录；营业执照复印件；与被访谈人现场合影	访谈程序样本选取标准：根据发行人报告期内贸易商的销售规模，按照不同交易层级进行分层抽样，对其业务开展实质及真实性进行确认；报告期内，访谈比例分别为81.88%、83.36%、85.54%和77.51%。
期后回款查验	获取发行人应收账款期后回款的明细，查看贸易商的期后回款情况，核查回款是否及时	期后回款明细	主要贸易商的期后回款率正常，期后回款及时，回款质量较好。
库存情况查验	获取主要贸易商的进销存报表或者盖章确认的期末库存统计数据；现场查看主要贸易商的库存情况	获取主要贸易商的进销存报表或者盖章确认的期末库存统计数据	报告期各期末，贸易商客户向发行人采购的产品已基本实现最终销售，发行人主要贸易商客户各期末库存均无积压情况。

对于不同交易层级的贸易商，访谈核查情况具体如下：

方式	项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
年销售额500万元以上	现场走访数量（家）	4	6	3	3
	现场走访贸易商收入合计（万元）	3,317.84	8,493.98	4,247.15	2,898.68
	占贸易商收入总额比例	48.63%	63.98%	43.93%	43.02%
年销售额100-500万元	数量（家）	9	11	14	11
	收入（万元）	1,733.77	2,673.31	3,697.66	2,388.01
	占贸易商收入比例	25.41%	20.14%	38.24%	35.44%
年销售额50-100万元	数量（家）	2	2	-	3
	收入（万元）	141.73	117.27	-	206.42
	占贸易商收入比例	2.08%	0.88%	0.00%	3.06%
年销售额50万元以下	数量（家）	5	2	5	3
	收入（万元）	95.16	72.82	115.45	23.67
	占贸易商收入比例	1.39%	0.55%	1.19%	0.35%
合计	数量（家）	20	21	22	20
	收入（万元）	5,288.50	11,357.38	8,060.26	5,516.77
	占贸易商收入比例	77.51%	85.54%	83.36%	81.88%

注：中介机构补充选取了7家贸易商客户进行访谈，并更新了相应的访谈数据。

贸易商终端销售真实性的具体核查方式如下：

核查程序	具体核查措施	获取的证据	样本的选取以及核查结论
------	--------	-------	-------------

核查程序	具体核查措施	获取的证据	样本的选取以及核查结论
终端客户基本情况查验	取得贸易商客户提供的主要终端客户名单，查询相关终端客户的基本情况；登录国家企业信用信息公示系统、企查查等查询主要终端客户的工商信息，了解终端客户的成立时间、注册资本、经营范围、主要股东、企业性质等信息，分析终端客户业务与发行人产品的匹配性；	贸易商盖章确认的销售数据	主要终端客户成立时间较长，经营范围与发行人产品匹配。
访谈程序	获取下游终端客户名单，并抽取部分贸易商主要终端客户进行访谈	经终端客户盖章、被访谈人签字确认的访谈记录；营业执照复印件；与被访谈人现场合影	报告期内，贸易商终端客户走访核查金额占贸易商销售金额的比例分别 46.11%、49.15%、50.89%和 39.71%。
贸易商终端客户替代测试	取得贸易商客户对终端客户的业务往来单据；根据自主要贸易商客户收到的银行承兑汇票，核实其前手是否为终端客户	发票、银行承兑汇票	报告期内，贸易商终端客户替代测试核查金额占贸易商销售金额的比例分别 66.21%、67.02%、70.72%和 62.35%。

上述核查方式样本选取标准合理，覆盖不同的交易层级，获取的证据充分有效，不同交易规模层级的贸易商销售真实。

（四）说明对于终端客户走访的具体情况，如样本选取的方法、比例等，在终端客户较为分散且规模较小的情况下，目前关于贸易商终端客户的穿透核查能够有效支撑终端销售真实性的核查结论是否谨慎合理

终端客户的走访程序样本选取标准如下：

根据获取的贸易商下游终端客户名单，根据重要性与随机性相结合的样本选取方式选择1-4家终端客户纳入走访范围，对其业务开展实质及真实性进行确认。

报告期内，终端客户走访的具体情况以及覆盖比例如下：

单位：家、万元

项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
执行终端访谈程序的贸易商客户数量	10			
执行终端访谈程序的终端客户数量	18			
执行终端访谈程序的贸易商客户收入金额	4,334.75	9,510.34	6,586.82	4,506.97

项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
占贸易商销售金额	63.53%	71.63%	68.12%	66.89%
执行终端访谈程序的终端客户向贸易商的采购金额	3,046.23	7,965.28	5,683.16	3,819.53
执行终端访谈程序的终端客户向贸易商的采购金额对应的发行人向贸易商的采购金额	2,709.46	6,757.81	4,752.13	3,107.02
贸易商终端客户替代测试核查金额	4,254.28	9,388.89	6,479.84	4,461.39
合计核查金额	4,254.28	9,388.89	6,479.84	4,461.39
穿透核查比例	62.35%	70.72%	67.02%	66.21%

结合贸易商客户库存情况查验、贸易商终端客户穿透核查替代程序，贸易商终端客户核查比例分别为66.21%、67.02%、70.72%和62.35%，能够有效支撑终端销售真实性。

(五)结合资金流水核查范围及充分性,说明发行人及其控股股东、实际控制人、关键岗位人员与贸易商及实际控制人、主要销售人员之间是否存在异常资金流水

保荐机构、申报会计师对发行人资金流水的范围如下：

发行人及其子公司，实际控制人及其控制的其他主体，实际控制人近亲属，发行人董事（不含独立董事）、监事、高级管理人员，发行人关键岗位人员（出纳、关键销售人员等）。

针对发行人及其子公司等法人机构，陪同前往基本户开户行获取已开立账户清单，根据开立户情况现场打印银行流水。

针对实际控制人及近亲属、董事（独立董事除外）、监事、高级管理人员、关键岗位人员，陪同前往工商银行、农业银行、中国银行、建设银行、交通银行、邮政储蓄银行、招商银行、宁波银行等银行和上述人员其他已开立账户的银行，查询该自然人账户开立情况，现场打印获取报告期内借记卡银行流水。

保荐机构和申报会计师对个人账户间转账记录进行交叉核对，核查账户的完整性，并通过云闪付APP一键查卡功能查询了其在工商银行、农业银行、中国银行、建设银行、交通银行、邮储银行、中信银行、光大银行、招商银行、浦发银行、民生银行、华夏银行、平安银行、兴业银行等主要银行的开立账户情况，进一步核查账户完整性

情况。

针对核查范围内的法人机构及自然人，均取得了《关于名下银行卡及银行流水情况的承诺与声明》。

另外，保荐机构和申报会计师获取了报告期内各贸易商实际控制人、股东、董监高及主要采购人员名单，将人员姓名在上述流水范围内检索并筛选出全部交易往来进行逐笔核查。

经核查，发行人及其控股股东、实际控制人、关键岗位人员与贸易商及实际控制人、主要采购人员之间不存在异常资金往来。

问题 4. 境外销售收入及毛利率大幅增长的真实性

根据申请文件及问询回复，（1）报告期各期发行人境外销售金额分别为 3,296.24 万元、2,127.16 万元和 4,996.39 万元，占当期主营业务收入的比重分别为 17.70%、9.71%和 18.05%，2022 年境外收入增长幅度较大。（2）发行人外销产品主要为里布坯布和衬布产品，其中各期发行人外销里布坯布产品的毛利率分别为 13.44%、10.05%、26.97%，同期境内里布坯布产品毛利率分别为 18.98%、16.24%、15.34%，在境内毛利率有所下滑的情况下，境外销售毛利率大幅增长。发行人认为主要系本期境外市场供需关系发生变化，外销业务单价上涨，推动了外销毛利率所致。（3）针对境外客户访谈程序，中介机构均采用视频访谈的方式，各期访谈占比分别为 28.51%、26.06%、28.9%。

请发行人：（1）说明境外客户中成衣生产商、贸易商的客户数量及收入占比，不同类型客户的境外销售规模变动趋势是否一致。（2）说明 2022 年 CERVOTESSILES. P. A、UAB“LININGAS”、霞日集团（法国比加利）等主要客户采购规模大幅增加的原因及合理性，发行人是否为相关客户同类产品的唯一或主要供应商，相关客户向发行人的采购规模变动趋势是否与其相关产品的销售规模变动趋势相符。（3）结合境内、境外销售的里布坯布产品类型差异、客户结构差异、市场需求及竞争环境差异等，说明报告期各期境内外里布坯布产品毛利率波动趋势不一致的原因及合理性，2022 年“境外市场供需关系发生变化，外销业务单价上涨，推动了外销毛利率上涨”的具体背景，2022 年境外里布坯布毛利率大幅上升是否真实合理。

请保荐机构、申报会计师核查上述事项并发表明确意见。针对境外销售真实性，请说明对境外客户函证、访谈、细节测试、收入截止性测试等核查程序的具体过程、获取的证据及有效性，报告期各期境外客户视频访谈比例均较低的原因，替代性核查措施的充分性及有效性，现有核查程序能否支撑境外销售真实性的核查结论。

回复：

一、说明境外客户中成衣生产商、贸易商的客户数量及收入占比，不同类型客户的境外销售规模变动趋势是否一致

境外客户中成衣生产商、贸易商的客户数量及收入占比如下：

单位：家、万元

项目	2023年1-6月				2022年度			
	数量	金额	比例（%）	增幅（%）	数量	金额	比例（%）	增幅（%）
成衣生产商	12	3,298.96	86.13	137.64	12	4,409.03	88.24	132.07
贸易商	4	531.35	13.87	88.65	4	587.36	11.76	158.37
合计	16	3,830.31	100.00	141.14	16	4,996.39	100.00	134.88

（续上表）

项目	2021年度				2020年度		
	数量	金额	比例（%）	增幅（%）	数量	金额	比例（%）
成衣生产商	12	1,899.83	89.31	-34.19	11	2,886.86	87.58
贸易商	3	227.33	10.69	-44.47	5	409.38	12.42
合计	15	2,127.16	100.00	-35.47	16	3,296.24	100.00

综上，不同类型客户的境外销售规模变动趋势一致。

二、说明2022年CERVOTESSILES.P.A、UAB“LININGAS”、霞日集团（法国比加利）等主要客户采购规模大幅增加的原因及合理性，发行人是否为相关客户同类产品的唯一或主要供应商，相关客户向发行人的采购规模变动趋势是否与其相关产品的销售规模变动趋势相符

（一）说明2022年CERVOTESSILES.P.A、UAB“LININGAS”、霞日集团（法国比加利）等主要客户采购规模大幅增加的原因及合理性

报告期各期主要客户采购规模情况如下：

单位：万元

客户	国家	主要出口产品	2022年度		2021年度		2020年度	
			销售额	占境外销售比重	销售额	占境外销售比重	销售额	占境外销售比重
CERVOTESSILE S.P.A	意大利	里布坯布	1,145.29	22.92%	448.56	21.09%	974.38	29.56%
UAB“LININGAS”	立陶宛	里布坯布	1,082.34	21.66%	149.81	7.04%	381.03	11.56%
霞日集团（法国比加利）	法国	衬布	604.79	12.10%	210.02	9.87%	627.62	19.04%

客户	国家	主要出口产品	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
			销售额	占境外销售比重	销售额	占境外销售比重	销售额	占境外销售比重
PLOUCQUET G MBH	德国	里布坯布	417.43	8.35%	58.04	2.73%	254.14	7.71%
合计			3,249.85	65.03%	866.43	40.73%	2,237.17	67.87%

报告期内，上述外销客户2022年采购规模大幅增加，主要原因系：

1、疫情管控政策变化。2021年，欧洲地区持续的疫情管控政策导致下游服装市场需求进一步下滑，发行人外销金额随之大幅下降。2022年以来，欧洲各国基本逐步放宽了疫情管控政策，市场快速回暖，外销客户的订单量大幅增长。

2、欧洲能源供应情况变化。2022年以来，受欧洲地缘政治等因素影响，欧洲天然气等生产能源供应紧张，欧洲厂商里布坯布等产品生产成本大幅上升、产量减少，市场供应紧张，部分主要客户向发行人的采购需求增加。

（二）发行人是否为相关客户同类产品的唯一或主要供应商，相关客户向发行人的采购规模变动趋势是否与其相关产品的销售规模变动趋势相符。

2022年外销主要客户基本信息、经营范围以及收入规模情况如下：

单位：万欧元

客户	成立日期	注册资本	经营范围	业务情况、地位	2021 年度营业收入	同类产品采购规模占比
CERVOTESSILES.P.A	1992.8.25	910.00	纺织品的染整	欧洲为数不多的对里布和衬布进行 100%垂直管理和生产的公司之一	3,870.37	未获取
UAB"LININGAS"	2001.5.24	190.61	纺织品的染整、纺织品的织造	是欧洲最大的粘胶纤维和醋酸纤维织物制造商之一	1,353.53	未获取
霞日集团（法国比加利）	1994.12.22	632.87	纺织品的织造	欧洲纺织巨头霞日集团成员	4,094.74	2022 年占黑炭衬全球采购额的 40%-50%。2020 年和 2021 因疫情影响，比例无法参考

客户	成立日期	注册资本	经营范围	业务情况、地位	2021年度营业收入	同类产品采购规模占比
PLOUCQUETG MBH	1999.12.10	50.00	纺织品的染整	欧洲时尚化西装腰里和口袋布生产厂商之一	1,413.04	未获取

注：注册资本、经营范围、营业收入情况摘自中国信用保险公司出具的信用报告，2022年收入数据未披露。

如上表所示，主要客户成立时间悠久，注册资本较高，具有一定经营规模和行业知名度，销售规模远超其向发行人的采购规模，发行人并非其唯一或主要供应商，相关客户向发行人的采购规模变动趋势与其相关产品的销售规模变动趋势不具备可比性。

三、结合境内、境外销售的里布坯布产品类型差异、客户结构差异、市场需求及竞争环境差异等，说明报告期各期境内外里布坯布产品毛利率波动趋势不一致的原因及合理性，2022年“境外市场供需关系发生变化，外销业务单价上涨，推动了外销毛利率上涨”的具体背景，2022年境外里布坯布毛利率大幅上升是否真实合理

（一）境内、境外销售的里布坯布产品类型差异、客户结构差异、市场需求及竞争环境差异如下：

项目	产品类型	客户结构差异	市场需求及竞争环境差异
境内销售	主要为含再生纤维里布坯布，产品类型无较大差异	境内纺织行业生厂商和贸易商	欧洲高端市场对产品品质要求较高，发行人议价能力强； 2022年以来，欧洲各国基本逐步放宽了疫情管控政策，市场快速回暖，外销客户的订单量大幅增长； 2022年以来，受欧洲地缘政治等因素影响，欧洲天然气等生产能源供应紧张，里布坯布等产品生产成本大幅上升、产量减少，市场供应紧张，部分主要客户向发行人的采购需求增加。
境外销售		主要为欧洲具有一定经营规模和行业知名度的纺织企业	

（二）说明报告期各期境内外里布坯布产品毛利率波动趋势不一致的原因及合理性，2022年“境外市场供需关系发生变化，外销业务单价上涨，推动了外销毛利率上涨”的具体背景，2022年境外里布坯布毛利率大幅上升是否真实合理。

1、剔除年度间汇率因素影响

假定美元兑人民币中间价固定为2020年初金额（即：6.9614），报告期内里布坯布产品分产品外销业务测算毛利率及与境内产品毛利率的比较情况如下：

年度	原币金额（万美元）	汇率固定情况下		内销毛利率	差异率
		外销收入(万元)	毛利率		
2023年1-6月	371.80	2,588.27	33.13%	16.13%	17.00%
2022年度	488.67	3,401.83	30.59%	15.34%	15.25%
2021年度	205.73	1,432.15	20.35%	16.24%	4.11%
2020年度	311.77	2,170.37	20.23%	18.98%	1.25%

如上表所示，剔除年度间汇率因素影响后，2020年度和2021年度境内外里布坯布产品毛利率差异较小，2022年以及2023年1-6月毛利率差异较大。

2、单位成本分析

报告期各期，发行人境内外主要销售含再生纤维里布坯布，其单位成本对比如下：

单位：元/米

销售类型	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
内销	5.95	5.92	5.74	5.81
外销	6.02	5.92	6.44	6.11

如上表所示，发行人报告期各期含再生纤维里布坯布单位成本基本一致。

3、单位售价分析

针对境外销售里布坯布主要产品，报告期内原币的单位售价比较情况如下：

单位：美元/米

项目	2022年里布坯布收入占比	2020年度原币单价	2021年度原币单价	2022年度原币单价	2022年度增幅	2023年1-6月原币单价	2023年1-6月增幅
产品A	9.21%	1.08		1.27	17.59%	1.27	0.00%
产品B	24.13%	1.10	1.14	1.29	13.16%	1.29	0.00%
产品C	5.93%	1.18		1.44	22.03%	1.46	1.39%
产品D	5.91%		1.25	1.48	18.10%	1.46	-1.34%
产品E	25.43%	1.27	1.16	1.35	16.36%	1.40	3.72%
产品F	2.23%	1.35	1.35	1.53	13.33%	1.53	0.00%
产品G	9.26%	0.65	0.64	0.74	15.34%	0.76	2.72%
产品H	1.65%		0.61	0.67	9.84%	0.73	8.96%

项目	2022年里布坯布收入占比	2020年度原币单价	2021年度原币单价	2022年度原币单价	2022年度增幅	2023年1-6月原币单价	2023年1-6月增幅
合计	83.75%						

注：2022年度单位售价增幅系根据2021年度单位售价比较得出，若2021年度未发生销售业务，取2020年度单位售价数据。

由上表可知，2022年度发行人里布坯布原币的单位售价存在不同幅度的增长，区间在9.84%-22.03%之间。2023年1-6月，发行人里布坯布原币的单位售价与2022年度基本保持一致。

4、2022年“境外市场供需关系发生变化，外销业务单价上涨，推动了外销毛利率上涨”的具体背景

由于下列原因，导致2022年度境外市场供需发生变化：

（1）疫情管控政策变化。2021年，欧洲地区持续的疫情管控政策导致下游服装市场需求进一步下滑，发行人外销金额随之大幅下降。2022年以来，欧洲各国基本逐步放宽了疫情管控政策，市场快速回暖，外销客户的订单量大幅增长。

（2）欧洲能源供应情况变化。2022年以来，受欧洲地缘政治等因素影响，欧洲天然气等生产能源供应紧张，欧洲厂商里布坯布等产品生产成本大幅上升、产量减少，市场供应紧张，部分主要客户向发行人的采购需求增加。

在上述背景下，发行人境外销售议价能力进一步提升，单位售价存在不同程度的上涨，进而导致毛利率上升，与境内销售毛利率波动趋势不一致。

综上，发行人报告期各期境内外里布坯布产品毛利率波动趋势不一致具备合理性，2022年境外里布坯布毛利率大幅上升真实合理。

四、请保荐机构、申报会计师核查上述事项并发表明确意见。针对境外销售真实性，请说明对境外客户函证、访谈、细节测试、收入截止性测试等核查程序的具体过程、获取的证据及有效性，报告期各期境外客户视频访谈比例均较低的原因，替代性核查措施的充分性及有效性，现有核查程序能否支撑境外销售真实性的核查结论。

（一）请保荐机构、申报会计师核查上述事项并发表明确意见

1、核查程序

(1) 查阅主要境外客户的中国信用保险公司出具的信用报告，了解客户基本情况、成立时间、注册资本、销售规模等；

(2) 分析不同类型客户的境外销售规模变动趋势、2022年ERVOTESSILES.P.A、UAB"LININGAS"、霞日集团（法国比加利）等主要客户采购规模大幅增加的原因及合理性；

(3) 分析报告期各期境内外里布坯布产品毛利率波动趋势不一致的原因及合理性。

2、核查意见

(1) 境外客户中成衣生产商、贸易商境外销售规模变动趋势一致；

(2) 由于疫情管控政策变化以及欧洲能源供应情况变化，2022年CERVOTESSILE S.P.A、UAB "LININGAS"、霞日集团（法国比加利）等主要客户采购规模大幅增加；发行人并非其唯一或主要供应商，相关客户向发行人的采购规模变动趋势与其相关产品的销售规模变动趋势不具备可比性；

(3) 2022年以来，由于疫情管控政策变化以及欧洲能源供应情况变化，公司境外销售议价能力进一步提升，单位售价存在不同程度的上涨，进而导致毛利率上升，与境内销售毛利率波动趋势不一致。2022年境外里布坯布毛利率大幅上升真实合理。

(二) 针对境外销售真实性，请说明对境外客户函证、访谈、细节测试、收入截止性测试等核查程序的具体过程、获取的证据及有效性

1、境外客户函证情况

为确保函证程序的有效性，保荐机构、申报会计师在进行境外客户函证时执行了以下程序：

(1) 通过Whois及客户官网进行邮箱域名的核查，确认函证对象真实性；

(2) 询证函由审计人员以邮件方式直接发出给通过域名查验的客户邮箱；

(3) 询证函由客户直接以邮件的形式回函至审计人员；

(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，盖章是否有效；

(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；

(6) 对未回函的函证，执行了检查销售原始单据（记账凭证、出库单据、报关单、提单等）以及检查期后回款情况等替代程序，并与相关收入及应收账款余额进行对比分析。

上述核查程序未发现异常，保荐机构、申报会计师认为函证程序真实有效。境外主要客户函证具体情况如下：

单位：家、万元

项目		2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
发函数量情况	发函数量	11	12	12	12
	回函数量	9	10	10	10
	回函数量占发函数量	81.82%	83.33%	83.33%	83.33%
发函与回函情况	发函金额	3,283.31	4,806.01	1,581.79	2,811.12
	发函金额占境外营业收入比例	85.72%	96.19%	74.36%	85.28%
	回函可确认金额	2,793.48	4,395.20	1,494.94	2,727.62
	回函可确认金额占发函金额的比例	85.08%	91.45%	94.51%	97.03%
	未回函收入金额	489.84	410.81	86.85	83.5
替代程序情况	替代程序金额	489.84	410.81	86.85	83.5
	替代程序确认金额占发函金额的比例	14.92%	8.55%	5.49%	2.97%
回函及替代情况	回函及替代程序确认比例	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

2、境外客户访谈情况

(1) 在访谈开始前，保荐机构、申报会计师选取受访客户名单，由发行人通过双方日常下达订单的邮箱、微信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，保荐机构、申报会计师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，全程录制视频，并向受访对象确认身份及担任职位等信息；

(3) 在访谈结束后，保荐机构、申报会计师根据访谈内容整理访谈记录，并将访谈记录发至通过域名查验的客户邮箱，访谈提纲要求受访对象签字和单位盖章并要求客户提供公司营业执照等资料，以上资料由客户直接以邮件的形式回函至保荐机构、申报会计师的邮箱。同时，保荐机构、申报会计师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。

上述核查程序未发现异常，保荐机构、申报会计师认为视频访谈程序真实有效。境外主要客户访谈情况具体如下：

单位：万元

项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
境外销售收入	3,830.31	4,996.39	2,127.16	3,296.24
访谈境外客户家数	5	5	5	5
访谈境外客户的销售收入	1,723.83	2,764.09	956.18	1,487.39
访谈占比	45.00%	55.32%	44.95%	45.12%

3、境外客户细节测试

为确保细节测试的有效性，保荐机构、申报会计师执行了以下措施：

(1) 主要按照大额标准并辅以随机抽样，对境外销售进行细节测试样本选取；

(2) 获取相应的销售合同或订单，核对至报关单、提单、销售发票及银行回单等出口单据资料，核对客户名称、报关单和提单的编号、内容及日期等信息，以确认发行人外销收入的真实性和准确性。

上述核查程序未发现异常，保荐机构、申报会计师认为细节测试程序真实有效。另外，保荐机构、申报会计师会拉取各年海关的电子口岸数据进行比对，核查外销收入确认金额与海关报关数据的一致性，补充确认收入真实性。境外主要客户销售收入细节测试的核查比例具体如下：

单位：万元

项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
境外细节测试金额	2,346.51	2,587.42	1,722.64	1,397.00
境外收入金额	3,830.31	4,996.39	2,127.16	3,296.24
境外细节测试金额占比	61.26%	51.79%	80.98%	42.38%

4、境外客户截止性测试

发行人外销的具体交易方式以FOB为主，CIF等为辅，均在货物装运完毕并办理完成相关报关手续、取得报关单和提单后确认收入。对报告期各期末最后一月和次年首月的营业收入，获取出口的电子口岸数据、报关单、提单，将外销收入与提单、报关单进行比对，核实是否存在跨期确认收入的情形。从中国电子口岸系统导出资产负债表日前后1个月的货物出口明细，与账面确认收入、出口单据资料等进行核对，以确认销售收入是否记录于正确的会计期间。

经核查，保荐机构、申报会计师认为，发行人报告期内收入确认归属期间正确，不存在收入跨期确认情况。

（三）报告期各期境外客户视频访谈比例均较低的原因，替代性核查措施的充分性及有效性

报告期各期境外客户视频访谈比例均较低的原因以及合理性主要体现为：①部分境外客户以访谈内容涉及其商业机密为由未接受访谈；②部分境外客户自身经营规模较大，与发行人的合作规模占其总体规模的比重较低，接受访谈意愿较低。

自收到第二轮审核问询函以来，经进一步与客户协调沟通，保荐机构、申报会计师补充访谈了2家境外客户，报告期各期合计销售收入分别为392.77万元、215.08万元、1,177.93万元和620.00万元，占当期外销收入的比例分别为11.92%、10.11%、23.58%和16.19%。

未接受访谈的境外客户中，销售金额较大的主要为CERVOTESSILE S.P.A和PLOUCQUET GMBH，销售收入合计为1,228.51万元、506.61万元、1,562.72万元和1,122.62万元，占境外客户销售收入比例分别为37.27%、23.82%、31.28%和29.31%。对于未接受访谈的境外客户，保荐机构、申报会计师对其进行了函证，同时查阅了其中信保报告及其企业官网。经查阅，上述2家境外客户均为成立时间较长，具有一定经营规模和行业知名度的企业，具体情况如下：

单位:万欧元

客户	成立日期	注册资本	经营范围	业务情况、地位	2021年度营业收入
----	------	------	------	---------	------------

客户	成立日期	注册资本	经营范围	业务情况、地位	2021 年度营业收入
CERVOTESSILE S.P.A	1992.8.25	910.00	纺织品的染整	欧洲为数不多的对里布和衬布进行 100%垂直管理和生产的公司之一	3,870.37
PLOUCQUET GMBH	1999.12.10	50.00	纺织品的染整	欧洲时尚化西装腰里和口袋布生产厂商之一	1,413.04

注：注册资本、经营范围、营业收入情况摘自中国信用保险公司出具的信用报告，2022年收入数据未披露。

对未接受访谈客户的替代核查措施：

1、了解发行人与境外销售相关的内部控制，评价内部控制的设计，并且实施控制测试确定发行人内部控制运行的有效性，对发行人的销售循环执行循环测试；

2、对发行人管理层、业务人员、财务人员等进行访谈，了解确认发行人与客户的合作开始时间，交易合作背景、交易规模情况、信用政策等，判断相关信息的商业合理性；

3、取得客户的中信保资料，核查客户注册资本、经营范围、收入规模，核查客户的真实性；

4、对客户执行细节测试程序，检查销售原始单据（记账凭证、出库单据、报关单、提单等）以及检查期后回款情况等，并与相关收入及应收账款余额进行对比分析，核查收入的真实性；

5、对客户发函，并确认客户回函情况。

综上所述，替代性核查措施充分有效，现有核查程序能够支撑境外销售真实性。

问题 5. 其它问题

(1) 研发活动相关信息披露是否真实准确。根据招股说明书，公司一直将研发活动作为公司生产经营的一部分，独立设置了研发部门，指定专人负责研发活动。2020年、2021年因研发活动的管理及财务核算尚不完善，将相应研发费用在“管理费用-研究开发费”中列式。2022年发行人成立研发部门，将前期9名生产及管理人员调入研发部，进行了氨基硅油负氧离子抑菌里布的研发等5个研发项目，产生500.97万元研发费用。请发行人：①结合《审核适用指引1号》1-4关于研发投入指标的相关规定，说明2020年、2021年发行人是否实质开展了研发活动，如无研发活动及相应内控规范，请修改招股书中“公司一直将研发活动作为公司生产经营的一部分”等相关表述，2020年、2021年相应费用支出列式为“管理费用-研究开发费”是否准确合理。②说明2022年进行研究的5个研发项目的具体背景，是否形成相应研究成果，是否存在拼凑研发费用的情况，并结合《审核适用指引1号》1-4的相关规定说明相关费用核算是否真实准确。

(2) 向日本旭化成直接采购里布成品销售的具体情况。根据问询回复，日本旭化成仅生产铜氨丝纤维及其纱线制品，不生产铜氨丝纤维制造的成品，不直接或间接向中国市场销售宾霸里布产品，与发行人不存在竞争关系。但报告期各期发行人向日本旭化成采购的里布成品金额分别为289.92万元、230.28万元、526.38万元，问询回复中前后结论相矛盾。请发行人：①说明向日本旭化成直接采购成品里布销售的具体背景及合作模式，主要客户构成及毛利率情况，并结合具体业务模式，说明该业务收入确认为总额法是否符合《企业会计准则》的规定。②说明日本旭化成仅生产铜氨丝纤维及其纱线制品，不生产铜氨丝纤维制造的成品的情况下，发行人仍向其采购成品里布的合理性，相关信息披露是否真实准确。并进一步说明日本旭化成是否存在向国内其他客户销售里布成品的情况，发行人宾霸成品里布产品在国内是否面临其他竞争对手的威胁。

(3) 资金占用的背景及规范整改情况。根据问询回复，2017年至2019年发行人存在向实控人控制的企业宜科控股拆出资金177万元、向重要子公司宜新织造少数股东新星织造拆出1,600万元的情况，相关款项于报告期内偿还，构成资金占用。请发行人：逐笔说明发行人向宜科控股、新星织造拆出资金的具体背景、资金流向、利息

约定及实际偿还情况。结合资金流水核查情况，说明相关资金是否实质流向实际控制人或其控制的企业，是否存在流向发行人客户或供应商、形成体外资金循环等情形。发行人目前关于资金占用情况的规范整改措施及有效性，是否存在其他资金占用的行为。

(4) 关于公司实际控制人。结合王瑶琴参与公司经营决策情况，说明其是否可以是否能够胜任公司经营的工作强度，是否可以实际控制公司；核查报告期内是否存在实际控制人减持的情形，是否存在股权代持行为；说明公司是否存在控制权不稳定风险，发行人是否具有保持控制权稳定的中期或长期安排。

请保荐机构核查上述问题并发表明确意见，请保荐机构、申报会计师核查问题(1) - (3) 并发表明确意见，发行人律师核查问题(4) 并发表明确意见。

回复：

一、研发活动相关信息披露是否真实准确

(一) 结合《审核适用指引1号》1-4关于研发投入指标的相关规定，说明2020年、2021年发行人是否实质开展了研发活动，如无研发活动及相应内控规范，请修改招股书中“公司一直将研发活动作为公司生产经营的一部分”等相关表述，2020年、2021年相应费用支出列式为“管理费用-研究开发费”是否准确合理

《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第1号》（以下简称《审核适用指引1号》）1-4：发行人应制定并严格执行研发相关内控制度，明确研发支出的开支范围、标准、审批程序以及研发支出资本化的起始时点、依据、内部控制流程。同时，应按照研发项目设立台账归集核算研发支出。发行人应审慎制定研发支出资本化的标准，并在报告期内保持一致。

2020年、2021年发行人开展了与生产紧密相关的技术创新、工艺提升、产品质量改善等方面的研发活动，但由于：1) 对研发活动的管理及财务核算尚不完善，未对研发活动单独立项、设立台账归集核算研发费用；2) 研发活动与生产活动密不可分，发行人未单独统计研发工时，不符合《审核适用指引1号》1-4中的相关规定，2020年、2021年相应费用支出列式为“管理费用-研究开发费”准确合理。 发行人已在招股说明书中“第五节业务和技术”之“四、关键资源要素”之“（二）技术及研发情况”之“3、

研发投入情况”、“第八节管理层讨论与分析”之“三、盈利情况分析”之“（四）主要费用情况分析”之“3.研发费用分析”、“第八节管理层讨论与分析”之“三、盈利情况分析”之“（六）研发投入分析”修改披露如下：

“2020年、2021年公司开展了与生产紧密相关的技术创新、工艺提升、产品质量改善等方面的研发活动，但由于：1) 对研发活动的管理及财务核算尚不完善，未对研发活动单独立项、设立台账归集核算研发费用；2) 研发活动与生产活动密不可分，公司未单独统计研发工时，不符合《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第1号》1-4中的相关规定。因此发行人报告期前两年未单独在利润表的“研发费用”项目对当期发生的研发费用进行列报，仅在财务报表附注中列示管理费用项下的研究开发费用。”

（二）说明 2022 年进行研究开发的 5 个研发项目的具体背景，是否形成相应研究成果，是否存在拼凑研发费用的情况，并结合《审核适用指引 1 号》1-4 的相关规定说明相关费用核算是否真实准确。

1、说明2022年进行研究开发的5个研发项目的具体背景，是否形成相应研究成果，是否存在拼凑研发费用的情况

发行人2022年研发项目的具体背景以及研究成果如下：

序号	研发项目	具体背景	研究成果
RD01	氨基硅油负氧离子抑菌里布的研发	里布在加工过程中使用碱剂上色，后整理加工须使用树脂及柔软剂才能改善。因此，开发更环保、功能性强的助剂，并通过创新整理工艺实现产品功能性，是高端市场的需求。氨基硅油型的柔软剂可使里布亲水性增强，复合开发后可形成新型工艺助剂，适合本项目研发方向。	通过氨基硅油及其他助剂的复合添加使用，配合创新工艺处理，赋予里布柔软光泽的同时达到零静电及抗菌抗过敏的功能。
RD02	环形弹力平纹里布的研发	目前市场高档服装所选用的里布依次为宾霸里布、粘胶里布，但现有的里布均不具备弹性效果，穿着久了关节部位的里布易拔丝。另外，最新服装流行趋势表明，柔软舒适的弹性面料被更多品牌服装选用，因此弹性里布的开发市场前景广阔。我司开发的环形弹力平纹里布，是基于 100%铜氨纤维的基础上研制，不添加弹性纤维，因此在保持宾霸里布的特性的同时可以满足高端市场的需求。	通过织造过程中经纱加捻及其他前处理工艺，处理赋予里布柔软舒适修身的穿着体验，同时达到弹性率在 10% 以上的功能里布效果。
RD03	经纱纤维复合宾霸	铜氨纤维与涤纶交织的宾霸里布，也称为涤霸里布，是近年市场销量增长较快的品种，纬纱采用铜氨纤	通过纤维成分的改变及组织结构调整，达到

序号	研发项目	具体背景	研究成果
	里布的研发	维，经纱采用 75D 涤纶纱，涤纶在缝制的过程中经常会出现抽丝的问题导致服装质量受到影响，同时该交织产品布面光泽度较弱，手感不及全宾霸产品，且风格比较单调。故立项进行经纱纤维复合宾霸里布的研发，满足市场的需求。	涤霸防抽丝的同时又不失抗皱、爽滑，使涤霸里布具备足够强力，改善了产品风格，更加接近宾霸的风格效果。
RD04	抗皱提型里布的研发	大多数面料易在长时间折叠使用后产生褶皱，无法自身恢复，美观度不佳，且影响穿着的舒适度。宾霸里布因吸湿性能极佳，在穿着时可迅速吸收空气中的水分而使纤维膨胀，具备此优点的同时也产生了非常容易起褶皱的问题，导致服装使用过程中不美观，失去原有的挺廓有型的风格。因此，公司立项开发抗皱提型里布，是通过物理方法和其他环保助剂的和化学作用，最终改善使里布起皱问题，满足市场的需求。	通过在里布后整理过程中试验多种环保抗皱功能的助剂，并创新相关进布、走布装置，调整了工艺，使产品在生产环节就开始控制起皱问题，最终实现里布柔软舒适、改善了易起皱问题，达到塑型效果。
RD05	可砂洗里布的研发	随着服装风格多样化的市场需求，砂洗面料更多应用到高端服装中，由于铜氨纤维湿强低的缺陷，造成里布遇水后强度降低，无法采用常用规砂洗方法对产品进行做旧处理。为满足市场需求，宾霸里布的砂洗项目进行了立项开发。	采用特殊工艺，使得织物表面产生微小的起毛，穿着起来既不失铜氨纤维的原有特性又具备软糯不易起皱的做旧效果。

上述研发项目系发行人根据市场需求进行技术攻关，相关技术研发围绕业务应用精准展开，解决产品痛点和难点，不存在拼凑研发费用的情况。

2、结合《审核适用指引1号》1-4的相关规定说明相关费用核算是否真实准确

(1) 关于研发投入认定

根据《审核适用指引1号》1-4中的相关规定，“研发投入为企业研究开发活动形成的总支出。研发投入通常包括研发人员工资费用、直接投入费用、折旧费用与长期待摊费用、设计费用、装备调试费、无形资产摊销费用、委托外部研究开发费用、其他费用等。本期研发投入为本期费用化的研发费用与本期资本化的开发支出之和。”

2022年研发费用中的人员人工为专职研发人员的工资、社保、福利费等；直接投入为研发项目相关的材料投入，均已立项并通过项目进行归集；折旧与摊销主要系与研发专用设备折旧费以及厂房折旧费；委外研发主要系委托外部高校研发的相关费用。报告期内发行人研发投入均作费用化处理，无研发投入资本化情形。发行人研发投入的归集、核算符合《审核适用指引1号》1-4的规定。

(2) 研发相关内控要求

根据《审核适用指引1号》1-4中的相关规定，“发行人应制定并严格执行研发相关内控制度，明确研发支出的开支范围、标准、审批程序以及研发支出资本化的起始时点、依据、内部控制流程。同时，应按照研发项目设立台账归集核算研发支出。”

2022年度以来，发行人制定并严格执行《研发工作管理办法》，从研发计划管理、项目立项、研发费用核算、研发后评估和验收等方面进行了规范。在立项环节，发行人研发项目启动前需正式立项，并报送发行人技术委员会进行审议和批准，其中研发项目立项需明确项目研发预算。在项目执行期间，每个研发项目均会单独设置进度记录，对与项目相关的资料及时收集归档；在项目完结时，研发项目结项经评审后验收，并最终形成结题报告。研发部门及相关责任部门严格按照研发相关内控要求执行，确保研发程序规范、资料真实、完整，研发费用归集真实、合理、准确。发行人按照研发项目设立研发台账，按照研发项目归集核算研发费用。报告期内，发行人的研发投入中不存在研发支出资本化的情况。

综上所述，发行人2022年度研发费用真实准确，符合《审核适用指引1号》1-4的相关规定，发行人的研发项目系根据市场需求进行技术攻关，相关技术研发围绕业务应用精准展开，解决产品痛点和难点，不存在拼凑研发费用的情况。

二、向日本旭化成直接采购里布成品销售的具体情况

(一) 说明向日本旭化成直接采购成品里布销售的具体背景及合作模式，主要客户构成及毛利率情况，并结合具体业务模式，说明该业务收入确认为总额法是否符合《企业会计准则》的规定。

1、说明向日本旭化成直接采购成品里布销售的具体背景及合作模式

发行人按照订单需求排期组织生产，由于客户要求产品交货时间紧迫，出现临时性产能缺口，发行人为更好的服务客户，满足客户时间上的需求，偶发性地向日本旭化成采购里布产品。发行人向日本旭化成采购里布产品基于整个排产计划，并非对应单个订单。报告期各期，发行人向日本旭化成直接采购成品里布销售的数量占比分别为2.70%、1.60%、3.58%和0.09%，占比较低，具体情况如下：

项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
向日本旭化成直接采购成品里布数量(万米)	0.34	25.27	10.81	13.48
成品里布销售数量(万米)	365.26	705.88	674.24	498.43
占比	0.09%	3.58%	1.60%	2.70%

发行人在向日本旭化成买断产品验收入库后取得相关商品的控制权，外购的产成品与自产成品由发行人统一管理和核算。发行人独立开展销售业务，自行进行销售决策，日本旭化成未指定具体的特定客户。发行人自主决定外购产品销售价格，日本旭化成未参与销售价格的制定。

2、主要客户构成及毛利率情况

对于向日本旭化成采购的里布成品，由于发行人独立开展销售业务，自行进行销售决策，日本旭化成未指定具体的特定客户，客户亦不会指定采购发行人自产成品或日本旭化成产品。发行人对于自产成品和外购成品统一管理、合并发货，因此外购里布成品的客户结构与自产成品客户结构一致。

报告期各期发行人向日本旭化成采购的里布成品情况如下：

单位：万米、万元、元/米

项目	2023年1-6月			2022年度		
	数量	金额	单位成本	数量	金额	单位成本
宾霸里布-X				24.90	512.95	20.60
宾霸里布-其他	0.34	11.70	34.41	0.37	13.43	36.06
合计	0.34	11.70		25.27	526.38	

(续上表)

项目	2021年度			2020年度		
	数量	金额	单位成本	数量	金额	单位成本
宾霸里布-X	9.90	192.52	19.45	13.15	278.14	21.16
宾霸里布-其他	0.91	37.76	41.40	0.33	11.79	35.56
合计	10.81	230.28		13.48	289.92	

报告期各期发行人向日本旭化成采购的里布成品主要系宾霸里布-X，报告期各期

占向日本旭化成采购的里布成品金额的比例分别为95.93%、83.60%、97.45%和0.00%。报告期各期发行人向日本旭化成采购的里布成品宾霸里布-X原币采购价格保持不变，折算成人民币后单位成本基本稳定。

发行人向日本旭化成采购的里布成品对外销售价格与自产成品一致，宾霸里布-X的毛利率情况如下：

单位：万米、元/米

项目	销售数量	单位平均售价	单位平均成本	毛利率	其中：向日本旭化成采购的里布成品		
					外购数量	单位平均成本	毛利率
2022 年度	293.62	25.68	16.62	35.26%	24.90	20.60	19.76%
2021 年度	312.87	25.35	17.30	31.76%	9.90	19.45	23.26%
2020 年度	225.08	25.42	17.52	31.09%	13.15	21.16	16.78%

如上表所示，因发行人向日本旭化成采购的里布成品单位成本高于自产成品，故对外销售的毛利率低于自产成品对外销售的毛利率。

3、结合具体业务模式，说明该业务收入确认为总额法是否符合《企业会计准则》的规定

报告期内，发行人对于向日本旭化成直接采购成品里布销售采取总额法确认收入，符合《企业会计准则》的规定，主要有以下原因：

(1) 发行人在转让商品之前取得了该商品的控制。发行人独立开展采购业务，自行进行采购决策，在向日本旭化成买断产品验收入库后取得相关商品的控制权，商品的毁损灭失风险也将转移至发行人，存货风险由发行人自行承担，不存在将外购的产成品由日本旭化成直接发货至客户的情况。外购的产成品与自产成品由发行人统一管理和核算。

(2) 发行人承担向客户转让商品的主要责任。发行人独立开展销售业务，自行进行销售决策，日本旭化成未指定具体的特定客户，根据发行人与客户的合同约定，发行人承担向客户转让商品的主要责任，是首要的义务人。若产品在质保期内出现的质量问题，由发行人承担产品质量保证责任。

(3) 发行人自主决定外购产品销售价格。发行人独立和客户签订销售合同，并

独立与客户协商销售价格，承担了与产品销售相关的主要风险，承担最终产品销售对应的应收账款的信用风险，日本旭化成未参与销售价格的制定。如客户无法及时支付货款，发行人仍必须按照合同约定向日本旭化成按期支付采购款。

综上，对于向日本旭化成直接采购成品里布销售业务，发行人采购和销售业务相对独立，发行人与日本旭化成和下游客户均明确约定了产品的所有权转移条款，发行人负责对存货进行后续管理和核算。发行人向客户转让商品前拥有对该商品的控制权，转让商品后向客户承担该商品的质量保证义务，提供售后服务，同时，发行人自主决定销售价格，故发行人为主要责任人，而不是代理人，因此以总额法确认收入符合《企业会计准则》的规定。

（二）说明日本旭化成仅生产铜氨丝纤维及其纱线制品，不生产铜氨丝纤维制造的成品的情况下，发行人仍向其采购成品里布的合理性，相关信息披露是否真实准确。并进一步说明日本旭化成是否存在向国内其他客户销售里布成品的情况，发行人宾霸成品里布产品在国内是否面临其他竞争对手的威胁

1、说明日本旭化成仅生产铜氨丝纤维及其纱线制品，不生产铜氨丝纤维制造的成品的情况下，发行人仍向其采购成品里布的合理性，相关信息披露是否真实准确

全球宾霸里布生产厂商一共三家，分别位于中国、意大利和日本，发行人是国内唯一的宾霸里布生产商，负责中国市场宾霸里布的研发、生产与销售，意大利生产商负责欧洲市场，日本旭化成负责日本及全球其余市场。日本旭化成作为综合性集团，在其负责销售区域内，仅自行生产铜氨丝纤维，宾霸里布成品由位于日本的下游合作厂商生产，成品最终由日本旭化成及其下属子公司对外销售。

报告期内，由于客户要求产品交货时间紧迫，出现临时性产能缺口，发行人为更好的服务客户，满足客户时间上的需求，偶发性的向日本旭化成采购成品里布产品。

综上，发行人向日本旭化成采购成品里布具备合理性，相关信息披露真实准确。

2、并进一步说明日本旭化成是否存在向国内其他客户销售里布成品的情况，发行人宾霸成品里布产品在国内是否面临其他竞争对手的威胁

截至本问询函回复出具之日，发行人一直是国内唯一的宾霸里布生产商，负责中国市场宾霸里布的研发、生产与销售。根据发行人保荐机构对日本旭化成的相关负责

人访谈确认：“日本旭化成不直接或间接向中国市场销售宾霸里布，中国市场全部由宜阳宾霸负责”。

在可预见的未来，日本旭化成不会在中国市场增加新的合作伙伴，也不会将相关生产技术授权给第三方，发行人将继续保持唯一生产商的身份。根据《技术使用许可合同》约定，日本旭化成在国内增加新的合作方时应事先与宜阳宾霸协商。根据旭化成上海2023年9月8日出具的证明文件确认：“在中国大陆市场，与宾霸里布相关的技术使用许可实质上属于独家授权，旭化成不会主动要求获取宜阳宾霸的生产技术并将其授予其他宾霸里布生产商”。

综上，日本旭化成不存在向国内其他客户销售成品里布的情况，发行人宾霸成品里布产品在国内未面临其他竞争对手的威胁。

三、资金占用的背景及规范整改情况

(一) 逐笔说明发行人向宜科控股、新星织造拆出资金的具体背景、资金流向、利息约定及实际偿还情况。结合资金流水核查情况，说明相关资金是否实质流向实际控制人或其控制的企业，是否存在流向发行人客户或供应商、形成体外资金循环等情形

1、逐笔说明发行人向宜科控股、新星织造拆出资金的具体背景、资金流向、利息约定及实际偿还情况。

报告期内，发行人向宜科控股、新星织造拆出资金的具体情况如下：

企业名称	关联关系	拆借金额 (万元)	拆借时间	归还时间	是否签订合同	利息约定情况	资金流向
宜科控股	实控人控制的企业	177.00	2017.12	2020.7	否	未约定	支付债权人借款利息
新星织造	重要子公司 宜新织造少数股东	600.00	2018.11	2020.10	是	未约定	企业自用
		1,000.00	2019.2		是	未约定	

宜科控股于2017年1月向宜阳宾霸拆借177万元用于支付其他债权人的借款利息；2017年12月宜科控股向牦牛控股拆借177万元偿还向宜阳宾霸的借款，2020年7月宜科控股向牦牛控股归还177万元借款。

新星织造向宜新织造拆借1,600万元主要系：发行人因自身资金周转需求，向子公

司宜新织造拆借资金2,400万元；为保障宜新织造小股东利益，发行人与新星织造协商一致，新星织造亦于2018年11月和2019年2月合计按照股权比例向宜新织造拆借1,600万元。对上述借款，发行人与新星织造均未计提利息，双方于2020年10月宜新织造分红时归还了上述借款。

2、结合资金流水核查情况，说明相关资金是否实质流向实际控制人或其控制的企业，是否存在流向发行人客户或供应商、形成体外资金循环等情形

经核查实际控制人、宜科控股的资金流水，2017年1月宜科控股向宜阳宾霸拆借177万元当日即用于支付其他债权人借款利息；2017年12月向牦牛控股拆借177万元当日即用于偿还宜阳宾霸借款；2020年7月牦牛控股收到宜科控股177万元还款。上述资金流水，不存在实际控制人及其控制企业与发行人客户、供应商存在相关资金往来的情况。综上，上述占用资金不存在最终流向实际控制人的情况，也不存在流向发行人客户或供应商、形成体外资金循环等情形。

经核查发行人实际控制人及其控制企业的资金流水，报告期内新星织造与发行人实际控制人及其控制企业（除宜新织造与新星织造因正常采购销售业务产生货款外）未发生任何资金往来；经发行人保荐机构、申报会计师与发行人主要客户、供应商访谈确认，不存在与发行人实际控制人及其控制企业之间存在相关资金往来。综上，上述占用资金不存在最终流向实际控制人的情况，也不存在流向发行人客户或供应商、形成体外资金循环等情形。

（二）发行人目前关于资金占用情况的规范整改措施及有效性，是否存在其他资金占用的行为。

发行人在2020年度已完成资金占用整改，并建立了《关联交易管理制度》等制度规范关联方资金拆借事项，上述整改措施有效，后续未再发生关联方占用发行人资金的情况，不存在其他资金占用的行为。

四、关于公司实际控制人

（一）结合王瑶琴参与公司经营决策情况，说明其是否可以是否能够胜任公司经营的工作强度，是否可以实际控制公司

王瑶琴未在公司任职，其对于公司经营决策的参与主要通过其持有的公司股份相

应表决权的行使。

报告期初至本补充法律意见书出具之日，发行人总计召开15次股东会或股东大会，王瑶琴在上述期间内参与了14次股东会或股东大会，有1次因需回避表决而未参加。

从王瑶琴参与公司治理的情况来看，其虽然年龄偏大，但身体健康，能够胜任作为股东及实际控制人参与公司治理的工作强度，可以与其他共同实际控制人一起共同实际控制公司。

（二）核查报告期内是否存在实际控制人减持的情形，是否存在股权代持行为

根据发行人的工商登记资料并经核查公司在股转系统挂牌后的历次《证券持有人名册》，报告期内不存在实际控制人减持的情形。

根据发行人的工商登记资料和历次《验资报告》，对实际控制人的访谈，并经核查实际控制人填写及出具的《调查表》《关于所持有股份无权利限制的承诺》、发行人出具的《关于股东信息披露的承诺》，实际控制人各自持有的公司股份不存在股权代持。

（三）说明公司是否存在控制权不稳定风险，发行人是否具有保持控制权稳定的中期或长期安排

关于发行人控制权稳定的中长期安排，发行人实际控制人已在《一致行动人协议》中约定：协议各方在作为公司股东及/或董事（高级管理人员）期间，对牦牛控股作出重大决策事项行使表决权时（包括但不限于牦牛控股股东大会和董事会及其他行使表决权的形式），将采取事先协商的方式先行统一表决意见，再根据协商确认的表决意见行使表决权。《一致行动人协议》还约定：有效期满，各方如无异议，自动延长三年。此外，在与《一致行动人协议》同日出具的《关于不与其他股东一致行动的承诺函》中，实际控制人分别承诺，在作为牦牛控股股东期限，不与公司其他股东签署任何一致行动协议或作出类似安排，也不会作出影响牦牛控股控制权稳定性的其他行为。

根据实际控制人签署的《关于所持股份的限售安排及股份自愿锁定的承诺函》《持股意向及减持意向的承诺函》，实际控制人持有或控制的发行人股票，自公司股票在北京证券交易所上市日起十二个月内，不转让或委托他人代为管理，也不要求或提议由公司回购该部分股票；限售期满后拟减持股票的，将遵守中国证券监督管理委员会、

北京证券交易所届时有效的减持要求及相关规定，并将严格依据中国证券监督管理委员会、北京证券交易所的相关规定及时通知公司，并履行信息披露义务。

为保证上市后发行人实际控制权的稳定，发行人实际控制人已出具《关于保证公司实际控制权稳定的承诺函》，作出如下不可变更及撤销的承诺与保证：自公司股票在北京证券交易所上市之日起36个月内，不实施导致公司实际控制人发生变更的行为。

为进一步保障一致行动协议安排的稳定性和持续性，2023年9月6日，王瑶琴、张帅君、张国君、张国赛四人共同签署了《一致行动人协议之补充协议》，补充协议中：各方承诺在其作为公司的股东期间（无论持股数量多少），确保其（包括其代理人）全面履行原协议的义务；任何一方不得通过协议、授权或其他约定委托他人代为持有公司股权；一致行动关系不得为任何一方单方解除或撤销，原协议所述与一致行动关系相关的所有条款均为不可撤销条款；若各方股权发生被动变化的，如发生继承或财产分割等导致股权发生变动的事由，原协议约定的权利义务及于股权继受方。

综上，发行人形成了保持控制权稳定的中期或长期安排，上述安排切实可行，能够有效维持发行人控制权的稳定，公司不存在控制权不稳定风险。

五、请保荐机构核查上述问题并发表明确意见，请保荐机构、申报会计师核查问题（1）-（3）并发表明确意见，发行人律师核查问题（4）并发表明确意见

（一）核查程序

1、针对“研发活动相关信息披露是否真实准确”，保荐机构、申报会计师主要执行了以下核查程序：

（1）查阅发行人关于研发的相关内控制度，访谈研发部门相关人员和管理层，评价内控设计的合理性和控制执行的有效性；

（2）获取发行人报告期内所有研发项目的立项计划、结项等相关文件，查阅研发项目的具体内容；获取发行人研发费用的总账、明细账，核查研发费用列支的真实性、完整性及记录期间的适当性；

（3）获取发行人的员工名册、工资明细表，访谈研发部门负责人，了解研发部门人员构成与研发人员工资归集情况；获取并检查研发领料明细清单，抽查研发领料

单；取得研发设备清单，并进行实地盘点，确认研发设备使用情况、与生产设备区分情况；

(4) 获取发行人委托外部研发单位的技术开发（委托）合同，确认委托研发项目内容，访谈研发部门负责人，了解委外研发原因及成功项目最终成果归属、委外研发项目与自主研发项目的关系和发行人自主研发能力，核查委外研发项目的实施进度及成果交付情况，确认委外研发费用的真实性。

2、针对“向日本旭化成直接采购里布成品销售的具体情况”，保荐机构、申报会计师主要执行了以下核查程序：

(1) 了解向日本旭化成直接采购成品里布销售的具体背景及合作模式，比对《企业会计准则》判断公司是否为主要责任人，采用总额法确认收入的合理性；

(2) 访谈日本旭化成相关负责人，了解并核实旭化成铜氨丝纤维生产销售情况、全球范围内宾霸里布的市场分工情况等。

3、针对“资金占用的背景及规范整改情况”，保荐机构、申报会计师主要执行了以下核查程序：

(1) 获取并核查发行人实际控制人及其控制企业的资金流水，分析报告期内发行人关联方资金拆借及整改情况；

(2) 获取并核查资金拆借的借款协议、拆借与归还的银行回单；

(3) 了解资金拆借的背景、原因以及整改等情况，核查会计处理及财务核算情况。

4、针对“关于公司实际控制人”，保荐机构、发行人律师主要执行了以下核查程序：

(1) 查阅报告期内公司历次股东会或股东大会会议资料；

(2) 查阅公司工商登记资料；

(3) 立信会计师事务所出具的信会师报字[2020]第ZA16091号、信会师报字[2020]第ZA16111号、信会师报字[2020]第ZA16112号、信会师报字[2021]第ZA15900号及信

会师报字[2022]第ZA14969号《验资报告》；

(4) 访谈实际控制人；

(5) 查阅公司在股转系统挂牌后的历次《证券持有人名册》；

(6) 查阅实际控制人填写及出具的《调查表》《关于所持有股份无权利限制的承诺》；

(7) 查阅发行人出具的《关于股东信息披露的承诺》；

(8) 查阅实际控制人签署的《一致行动人协议》《一致行动人协议之补充协议》；

(9) 查阅实际控制人签署的《关于所持股份的限售安排及股份自愿锁定的承诺函》《持股意向及减持意向的承诺函》；

(10) 查阅实际控制人出具的《关于保证公司实际控制权稳定的承诺函》。

(二) 核查意见

1、针对“研发活动相关信息披露是否真实准确”，基于以上核查程序，保荐机构、申报会计师认为：

2020年、2021年相应费用支出列示为“管理费用-研究开发费”准确合理；2022年发行人研发费用真实准确，符合《审核适用指引1号》1-4的相关规定，不存在拼凑研发费用的情况。

2、针对“向日本旭化成直接采购里布成品销售的具体情况”，基于以上核查程序，保荐机构、申报会计师认为：

(1) 发行人对于向日本旭化成直接采购成品里布销售采取总额法确认收入，符合《企业会计准则》的规定；

(2) 发行人向日本旭化成采购成品里布具备合理性，相关信息披露真实准确；日本旭化成不存在向国内其他客户销售成品里布的情况，发行人宾霸成品里布产品在国内未面临其他竞争对手的威胁。

3、针对“资金占用的背景及规范整改情况”，基于以上核查程序，保荐机构、申报会计师认为：

发行人向宜科控股、新星织造拆出资金不存在最终实质流向实际控制人或其控制企业的情形，也不存在流向发行人客户或供应商、形成体外资金循环等情形；发行人在2020年度已完成资金占用整改，并建立了《关联交易管理制度》等制度规范关联方资金拆借事项，上述整改措施有效，后续未再发生关联方占用发行人资金的情况，不存在其他资金占用的行为。

4、针对“关于公司实际控制人”，基于以上核查程序，保荐机构、发行人律师认为：

（1）王瑶琴能够胜任作为股东及实际控制人参与公司治理的工作强度，可以与其他共同实际控制人一起共同实际控制公司。

（2）报告期内不存在实际控制人减持的情形，实际控制人不存在股权代持行为。

（3）公司不存在控制权不稳定风险，具有保持控制权稳定的中期或长期安排。

问题 6. 其他重要事项

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、发行人律师已对照《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）》等规定进行审慎核查。经核查，发行人、保荐机构和申报会计师、发行人律师认为：发行人不存在涉及公开发行股票并在北京证券交易所上市要求、信息披露要求以及影响投资者判断决策的其他重要事项。

（以下无正文）

（本页无正文，为宁波牦牛控股股份有限公司《关于宁波牦牛控股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的第二轮审核问询函的回复》之签字盖章页）



宁波牦牛控股股份有限公司

法定代表人： 张帅君

张帅君

2023年10月18日

发行人董事长声明

本人已认真阅读《关于宁波牦牛控股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的第二轮审核问询函的回复》的全部内容，确认回复的全部内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性承担相应法律责任。

发行人法定代表人： 张帅君

张帅君

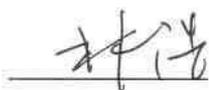
宁波牦牛控股股份有限公司

2023年10月18日



（本页无正文，为甬兴证券有限公司《关于宁波牦牛控股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的第二轮审核问询函的回复》之签字盖章页）

保荐代表人：



林浩



樊友彪



保荐机构董事长声明

本人已认真阅读宁波犄牛控股股份有限公司本次问询意见回复报告的全部内容，了解报告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，问询意见回复报告不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

保荐机构法定代表人、董事长：



李抱

