关于广东高义包装科技股份有限公司
首次公开发行股票并在主板上市
申请文件问询函回复
信会师函字[2024]第 ZI010 号

关于广东高义包装科技股份有限公司
首次公开发行股票并在主板上市
申请文件的审核问询函之回复

信会师函字[2024]第 ZI010 号

深圳证券交易所：

根据贵所于 2023 年 7 月 26 日出具的《关于广东高义包装科技股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市申请文件的审核问询函》（审核〔2023〕110146 号）（以下简称“问询函”）的要求，立信会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“我们”、“我所”）对广东高义包装科技股份有限公司（以下简称“发行人”、“公司”或“高义包装”）问询函所列问题进行了审慎核查，现将核查情况回复如下，请予以审核。

如无特别说明，本回复报告中的简称或名词释义与招股说明书（申报稿）中的相同。本说明中如若明细项目金额加计之和与合计数存在尾差，系四舍五入所致。

问题 3.关于股东与子公司

申报材料显示：

（1）高儒合伙、高萍合伙系发行人的员工持股平台。高儒合伙持有发行人 500 万股股份，占发行人总股本的 4.59%；高萍合伙持有发行人 500 万股股份，占发行人总股本的 4.59%。

（2）发行人现有 20 家控股子公司，其中 6 家子公司（深圳高义、衡阳高义、东莞高义、马来高义、雅加达鸿达、泰国包装）目前暂未开展实际经营；共有 1 家分公司（东莞分公司），目前暂未开展实际经营。报告期初至招股说明书签署日，共注销 1 家未实际经营的子公司（鸿达印刷集团（泰国）有限公司）。

（3）发行人境外控股子公司中，印尼高义、Papertex/马来彩印、PT Global/环球包装、泰国包装、鸿达印刷集团（泰国）有限公司（已注销）存在当地的少数股东。

请发行人：

（1）说明员工持股平台的设立背景，合伙人选定依据，管理决策程序，出资额流转及退出机制，合伙人离职后的股份处理方式，存续期及期满后股份处置和损益分配办法，股份锁定期或等待期等内容，员工持股平台的股份锁定期是否符合监管要求。

（2）说明员工持股平台合伙人出资方式及出资来源，是否存在发行人及其控股股东、实际控制人或第三方为持股平台合伙人提供奖励、资助、补贴等安排，是否存在委托持股或其他未披露的利益安排。

（3）说明报告期内各子公司的财务数据情况，设立较多子公司却无实际经营业务的原因及合理性，相关子公司在发行人体系中的作用及定位，各无实际经营子公司的未来规划，子公司设置与发行人生产经营的匹配性；境外收益流入境内母公司的具体方式，区分采购和销售分别列示境内外主体之间各年内部交易内容、金额及价格情况、定价依据及公允性，相关交易外汇和税收合规性。

（4）说明注销子公司鸿达印刷集团（泰国）有限公司的原因，该公司主要资产、业务、人员、机器设备、核心技术，报告期主要财务数据情况，是否存在纠纷，相关资产、负债、人员及业务的具体处置情况；该公司报告期是否存

在重大违法违规行为，是否与发行人及控股股东、实际控制人存在交易或资金往来的情形，如有，请详细披露相关交易背景、定价依据及合理性，相关资金往来的原因及背景。

（5）说明境外子公司少数股东的基本情况，相关股东入股境外子公司的背景、定价依据及公允性，从发行人处获取分红或其他经济利益的具体情况；境外少数股东在发行人生产经营中发挥的具体作用，相关股东与境外客户、供应商是否存在关联关系，是否控制其他同类业务企业；各境外子公司对其少数股东是否存在重大依赖，少数股东对发行人境外经营稳定性的影响。

请保荐人、发行人律师发表明确意见，申报会计师对事项（3）发表明确意见。

回复：

一、发行人说明

（一）说明员工持股平台的设立背景，合伙人选定依据，管理决策程序，出资额流转及退出机制，合伙人离职后的股份处理方式，存续期及期满后股份处置和损益分配办法，股份锁定期或等待期等内容，员工持股平台的股份锁定期是否符合监管要求

1、说明员工持股平台的设立背景，合伙人选定依据，管理决策程序，出资额流转及退出机制，合伙人离职后的股份处理方式，存续期及期满后股份处置和损益分配办法，股份锁定期或等待期等内容

（1）员工持股平台的设立背景

2019 年 3 月 2 日，高义有限 2019 年临时股东会审议通过了《关于广东高义包装印刷有限公司实施股权激励的议案》，为表彰公司的管理人员和业务骨干对公司的贡献，同时进一步完善公司激励机制，提高团队的积极性、创造性，促进公司业绩持续增长，促进公司可持续发展，发行人通过设立员工持股平台对员工实施股权激励。

股权激励以高儒合伙、高萍合伙作为激励对象持股平台向公司增资的方式开展和实施，相关增资于 2019 年 8 月完成后，公司股本由 8,800.00 万元增资至 9,800.00 万元，其中高儒合伙认购公司新增注册资本 500.00 万元，高萍合伙认购公司新增注册资本 500.00 万元。

（2）合伙人选定依据

根据《广东高义包装印刷有限公司股权激励计划》，员工持股平台合伙人的选定依据为“公司董事、监事、高中层管理人员、核心技术人员和骨干员工。所有激励对象必须在公司或其关联公司工作，已签署劳动合同或聘用合同，高中层管理人员、核心技术人员及骨干员工应在公司或其关联公司领取薪酬。”

根据《上海高萍企业管理合伙企业（有限合伙）合伙协议》和《上海高儒企业管理合伙企业（有限合伙）合伙协议》第二十三的规定有限合伙人须满足以下条件：

“（一）系广东高义包装印刷有限公司现有在公司发展过程中做出特殊贡献的员工董事、监事、高中层管理人员、核心技术人员、骨干员工；

（二）系广东高义包装印刷有限公司未来发展亟需的人才且已成为公司员工；

（三）经广东高义包装印刷有限公司董事会审议通过成为《广东高义包装印刷有限公司股权激励计划》的激励对象，且承诺遵守《广东高义包装印刷有限公司股权激励计划》之规定。”

（3）管理决策程序

根据《上海高萍企业管理合伙企业（有限合伙）合伙协议》和《上海高儒企业管理合伙企业（有限合伙）合伙协议》的规定，持股平台的管理决策程序具体内容如下：

“第十三条 执行事务合伙人应具备的条件及选择程序。执行事务合伙人的条件符合本合伙企业的投资目标和经营特点及全体投资者的利益。经全体合伙人决定，委托任志生执行合伙事务。执行事务合伙人是负责企业日常事务和对外代表企业的合伙人。

第十四条 不执行合伙事务的合伙人有权监督执行事务合伙人执行合伙事务的情况。执行事务合伙人应当定期向其他合伙人报告事务执行情况以及合伙企业的经营和财务状况，其执行合伙事务所产生的收益归合伙企业，所产生的费用和亏损由合伙企业承担。

第十六条 合伙人对合伙企业有关事项作出决议，实行合伙人一人一票并经全体合伙人过半数通过的表决办法。

第十七条 合伙企业的下列事项应当经全体合伙人一致同意：

（一）改变合伙企业的名称；

（二）改变合伙企业的经营范围、主要经营场所的地点；

（三）处分合伙企业的不动产；

（四）转让或者处分合伙企业的知识产权和其他财产权利；

（五）以合伙企业名义为他人提供担保；

（六）聘任合伙人以外的人担任合伙企业的经营管理人员。

第二十条 有限合伙人不执行合伙事务，不得对外代表有限合伙企业，有《合伙企业法》第六十八条规定的行为，不视为执行合伙事务。”

（4）出资额流转

根据《广东高义包装印刷有限公司股权激励计划》，合伙企业的出资额流转方案具体内容如下：

“第十八条 非经持股平台普通合伙人同意，激励对象在前述锁定期内不得转让、赠与、质押或以其他形式予以处分其在持股平台的财产份额。在上述锁定期内，激励对象根据本计划获授的限制性股权被锁定，不得转让、用于担保或偿还债务。

第二十七条 锁定期满后，经持股平台普通合伙人审查并确认，激励对象可将其持有的、已经解锁的全部或部分持股平台财产份额及对应的公司股权（份）进行转让，转让所得在依法扣除相关税收及成本后，支付给激励对象。具体程序如下：

1.如公司上市前退伙：

（1）激励对象向持股平台普通合伙人提交书面退伙申请书及请求回购申请书或授权普通合伙人转让相应出资份额的授权委托书，请求回购申请书中或授权委托书应列明转让出资份额的数量、可接受的转让价格范围等；

（2）激励对象与持股平台普通合伙人协商确定最终回购或转让的价格和其他内容；

（3）普通合伙人按照最终协商确定的价格回购或转让激励对象持有的出资份额，按照《合伙企业法》、持股平台合伙协议及补充协议的规定办理激励对象在持股平台的退伙事宜，并应扣除因转让公司股票所获收益的相关税费、合伙企业运营成本等合理费用（如有）。

2.如公司上市后退伙：

（1）出售程序及优先购买权

①已解锁的股票将按月分批出售；

②从股票解锁之日所在月份的下一个月起，需出售公司股份的员工应在每月的 25 号前以书面方式向其所在持股平台的普通合伙人提出出售申请，该等出售申请应载明如下事项：（a）需出售的股票数量；（b）出售股票的最低价格要求；（c）员工同意出售价格可能随市场波动、由普通合伙人根据市场情况进行出售的承诺；（d）员工对其股票出售最终价格为同批股票出售的平均价格的确认；

……

⑥收到转让通知之后，公司指定的股东或公司持股平台届时具有优先购买权。

（2）出售价格

①普通合伙人将考虑需出售公司股票的员工提出的出售股票的最低价格要求，并有权根据市场情况最终决定出售股票的价格及时点；

②同批出售的股票的最终价格为该批出售的股票的平均价格。出售员工的最终收益亦以此为基础进行核算。

（3）分配

①普通合伙人出售公司股票之日起三十个工作日内，普通合伙人应按照中国法律允许的方式（如减资、分配利润等方式）将该等提出出售要求的公司员工的相应比例的股权份额按市场价进行返还；

②股票出售后，该等提出出售要求的公司员工持有的持股平台的份额应相应降低。

③在持股平台持有的公司股份的锁定期届满后，除届时法律法规规定限制抛售股份的情况外，各被授予人均可根据自己的意愿以及证券市场的行情向普通合伙人提出转让全部或部分其间接持有的公司股份的申请；各被授予人在开放期的每年度内提出转让申请的次数以一次为限。”

（5）退出机制及合伙人离职后的股份处理方式

根据《广东高义包装印刷有限公司股权激励计划》，持股平台的退出机制及合伙人离职后的股份处理方式如下：

序号	条款	情形	股份处理方式
1	第二十条 激励对象一般退伙	在锁定期内，激励对象若自动辞职、离职、协商解除劳动合同、劳动合同到期不继续签约的或者不再为公司提供服务的，公司实际控制人、持股平台普通合伙人或其指定的第三方有权回购其持有的激励股权或财产份额，激励对象须无条件配合办理相关回购手续并完成相应的工商变更。	一般退伙情形中，除持股平台普通合伙人另行决定，财产份额转让价格为：该持股人取得或受让该等财产份额时所支付的原价（如退出时仍未出资完毕，则按其实际缴付的出资计算回购价格）另加年息 8.00%（资金投入到持股平台之日起算，且以实缴缴付的出资计算年息，不计算复利）除去已分红金额。
2	第二十一条 激励对象无过错退出的情形	1.激励对象去世； 2.激励对象患重病导致无法继续任职； 3.激励对象全部或部分丧失劳动能力导致无法继续任职； 4.激励对象丧失或被限制民事行为能力导致无法继续任职； 5.激励对象有重大财务困难，经查证属实； 6.激励对象因达到国家或公司规定的退休年龄按法律法规及公司规章制度的规定正常离休、退休； 7.其他未明确规定的激励对象无过错但不适宜继续持有激励股权或不适合继续任职的情形，由公司酌情商讨确定或经双方协商确定。	在锁定期内，发生前述情形之一时，激励对象（激励对象去世后为其合法继承人、激励对象丧失劳动能力、丧失或被限制民事行为能力时为其监护人），可要求持股平台普通合伙人或持股平台普通合伙人指定的第三方收购激励对象持有的持股平台财产份额，公司、持股平台普通合伙人也可要求激励对象或上述人士向持股平台普通合伙人或持股平台普通合伙人指定的第三方转让其持有的持股平台财产份额。除持股平台普通合伙人另行决定，财产份额转让价格为：（1）该持股人取得或受让该等财产份额时所支付的原价（如退出时仍未出资完毕，则按其实际缴付的出资计算回购价格）另加年息 10.00%（资金投入到持股平台之日起算，且以实缴缴付的出资计算年息，不计算复利）；或者（2）该财产份额所对应的公司的净资产值（以该等财产份额转让时公司上一年度经审计的财务报表为准）；前述两个价格，以较高者为准（如退出时仍未出资完毕，则按其实际缴付的出资或该等出资对应的净资产值计算回购价格）。
3	第二十二条 激励对象过错退出的情形	1.激励对象违反法律、法规已不适合在公司或其关联公司任职； 2.激励对象违反《劳动法》、《劳动合同法》、与公司或其关联公司签订的劳动合同或聘用协议、向公司或其关联公司所作的承诺以及公司或其关联公司的规章制度，包括但不限于旷工、假造请假事由及病假手续、无正当理由不服从公司的工作分配等； 3.激励对象完全不能胜任所聘工作岗位或者在该岗位未能发挥其工作作	在锁定期内，发生前述情形之一时，公司、持股平台普通合伙人有权要求激励对象向持股平台普通合伙人或持股平台普通合伙人指定的第三方转让其所持有的持股平台的财产份额，激励对象应根据要求转让其持有的财产份额。财产份额转让价格为：（1）该持股人取得或受让该等财产份额时所支付的原价，或者（2）该财产份额所对应的公司的净资产值（以该等财产份额转让时公司上一年度经审计的财务报表为准）；前述两个

序号	条款	情形	股份处理方式
		用； 4.依据法律法规、《公司章程》或其他公司或其关联公司内部治理文件规定不得享受股权激励的情形； 5.私自开展与公司或其关联公司相同或相近业务，违反竞业禁止义务； 6.泄露公司的商业机密或其他保密信息：包括但不限于未经许可泄露公司（或其关联公司）产品及运营的保密数据以及涉密财务数据等，未经许可泄露公司（或其关联公司）的客户重要信息及用户隐私信息等，未经许可泄露公司（或其关联公司）的经营计划及预算等信息，未经许可泄露自己或他人薪资奖金信息等，未经许可泄露公司（或其关联公司）其他信息等； 7.恶意破坏公司或其关联公司文化及员工团结：包括但不限于谣言惑众、恶意诽谤、拉帮结派、仗势欺人，蛊惑他人违反公司或其关联公司规定、侵害公司或其关联公司及员工利益； 8.激励对象违反本股权激励计划的规定； 9.其他未明确规定的激励对象存在过错而不适宜继续持有激励股权或不适合继续任职的情形，由公司酌情商讨确定； 10.因激励对象违反职业道德、受贿索贿、贪污、盗窃、挪用公司（或其关联公司）资金、侵占公司（或其关联公司）资产、泄露公司（或其关联公司）机密、失职或渎职等行为损害公司（或其关联公司）利益或声誉而已不适合在公司（或其关联公司）任职的。	价格，以较低者为准（如退出时仍未出资完毕，则按其实际缴付的出资或该等出资对应的净资产值计算回购价格）。若激励对象存在前述情形给公司或关联公司或持股平台造成损害的，公司有权要求转让款的支付方（即受让该部分财产份额的持股平台普通合伙人或持股平台普通合伙人指定的第三方）在应付激励对象的转让款中直接扣除激励对象应付公司或其关联公司或持股平台的赔偿款。支付方在将该等赔偿款交付完毕后，公司及持股平台可协助其办理相关变更手续。
4	第二十三条 特殊限售期的安排	如激励对象发生上述第二十条、第二十一条、二十二条规定情形而退出时，根据相关法律、法规、行政规章的规定或基于相关主管部门的要求，处于持股平台财产份额无法转让的特殊限售期，需在该等特殊限售期结束后再进行财产份额转让及工商变更登记。但是，财产份额转让价款仍以该等情形发生、激励对象要求或被要求退出的时点计算。	

（6）存续期及期满后股份处置

根据《上海高萍企业管理合伙企业（有限合伙）合伙协议》和《上海高儒企业管理合伙企业（有限合伙）合伙协议》的规定，持股平台的存续期为长期，但出现以下情形之一的，合伙企业应当解散：（一）全体合伙人决定解散；（二）合伙人已不具备法定人数满三十天；（三）合伙协议约定的合伙目的已经实现或者无法实现；（四）依法被吊销营业执照、责令关闭或者被撤销。

期满后股份处置方案为，原则上合伙人可长期持有份额，锁定期满后，合伙人可按照《广东高义包装印刷有限公司股权激励计划》处置持股平台份额。

（7）损益分配办法

根据《上海高萍企业管理合伙企业（有限合伙）合伙协议》和《上海高儒企业管理合伙企业（有限合伙）合伙协议》的规定，持股平台的损益分配办法如下：

“第十二条 合伙企业的利润分配及亏损分担方法：

1、合伙企业的利润和亏损，由合伙人依照投资比例分配和分担。

2、合伙企业存续期间，合伙人依据合伙协议的约定或者经全体合伙人决定，可以增加对合伙企业的出资，用于扩大经营规模或者弥补亏损。

3、企业年度的或者一定时期的利润分配或亏损分担的具体方案，由全体合伙人协商决定或者按照合伙协议约定的办法决定。”

（8）股份锁定期或等待期

1）等待期

根据《广东高义包装印刷有限公司股权激励计划》第十八条的规定：“首期被授予激励对象通过持股平台认购本计划项下的限制性股权锁定期自激励计划通过公司内部决议之日起满 3 年（以下简称“首期授予锁定期”），非经持股平台普通合伙人同意，激励对象在前述锁定期内不得转让、赠与、质押或以其他形式予以处分其在持股平台的财产份额。

预留部分激励对象通过持股平台认购本计划项下的限制性股权锁定期自预留部分授予安排通过公司内部决议之日起至公司上市之日起满 3 年（以下简称“预留部分锁定期”），非经持股平台普通合伙人同意，激励对象在前述锁定期内不得转让、赠与、质押或以其他形式予以处分其在持股平台的财产份额。

在上述锁定期内，激励对象根据股权激励计划获授的限制性股权被锁定，不得转让、用于担保或偿还债务。”

在锁定期内，激励对象一旦离职，需以原始出资价格另加年息或参照公司净资产值定价转让所持持股平台份额，即实际执行过程中，退出价格显著低于同期公允价值，退出的被激励对象未能获得股份增值的市场化收益，在授予日不能确定获得相关利益。因此上述锁定期安排构成实质性的等待期。

综上，高儒合伙和高萍合伙第一期被授予激励对象的等待期为激励计划通过公司内部决议之日起满 3 年，高儒合伙和高萍合伙第二期被授予激励对象的等待期为股权激励安排通过公司内部决议之日起至公司上市之日起满 3 年。

2）股份锁定期

高儒合伙、高萍合伙均已出具承诺函，就股份锁定事项承诺如下：

“自发行人股票上市之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理本企业直接或间接持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购本企业所持有的该等股份。”

2、员工持股平台的股份锁定期是否符合监管要求

根据《公司法》第一百四十一条的规定，公司公开发行股份前已发行的股份自公司股票在证券交易所上市交易之日起 1 年内不得转让；根据《首次公开发行股票注册管理办法》第四十五条的规定，发行人控股股东和实际控制人及其亲属应当披露所持股份自发行人股票上市之日起 36 个月不得转让的锁定安排。

发行人控股股东和实际控制人任志生担任高儒合伙和高萍合伙的普通合伙人且实际控制高儒合伙和高萍合伙，高儒合伙和高萍合伙所持发行人的股份锁定期为发行人股票上市之日起 36 个月。高儒合伙、高萍合伙均已出具承诺函，承诺自发行人股票上市之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理本企业直接或间接持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购本企业所持有的该等股份。

综上，高儒合伙和高萍合伙的锁定期为发行人股票上市之日起 36 个月，符合监管规定。

（二）说明员工持股平台合伙人出资方式及出资来源，是否存在发行人及其控股股东、实际控制人或第三方为持股平台合伙人提供奖励、资助、补贴等安排，是否存在委托持股或其他未披露的利益安排

1、说明员工持股平台合伙人出资方式及出资来源

高儒合伙和高萍合伙全部合伙人均以货币出资，资金来源均为合伙人自有或自筹资金，并按约定及时足额缴纳出资款或支付份额转让款，出资来源合法合规。员工持股平台各出资人出资及资金来源情况具体如下：

（1）高儒合伙

序号	合伙人姓名	实缴金额（万元）	出资比例（%）	出资资金来源
1	任志生	346.00	25.40	自有或自筹资金
2	周亚群	155.00	12.00	自有或自筹资金
3	罗灼坤	105.00	8.00	自有或自筹资金
4	王启斌	80.00	7.00	自有或自筹资金
5	段彦军	75.00	6.00	自有或自筹资金
6	张艳丽	75.00	5.00	自有或自筹资金
7	李兴东	65.00	5.00	自有或自筹资金
8	黄勤伟	70.00	5.00	自有资金及向实际控制人控制的关联方借款
9	刘利军	50.00	4.00	自有或自筹资金
10	陈绪武	60.00	4.00	自有资金及向实际控制人控制的关联方借款
11	陈伯刚	50.00	4.00	自有或自筹资金
12	张颂	40.00	4.00	自有或自筹资金
13	宋意杰	60.00	4.00	自有或自筹资金
14	RELUCANO ABRAHAM EMMANUEL	45.00	3.00	代持还原，入股时系由代持人代垫支付股权认购款项，代持还原时 RELUCANO ABRAHAM EMMANUEL 已向代持人归还股权转让款，款项来自于自有或自筹资金
15	陈玉龙	15.00	1.00	自有或自筹资金
16	屠仕海	10.00	1.00	自有或自筹资金
17	肖迎九	6.00	0.40	自有或自筹资金
18	肖兴荣	6.00	0.40	自有或自筹资金
19	陈顺清	6.00	0.40	自有或自筹资金
20	梁琼	6.00	0.40	自有或自筹资金
合计		**1,325.00**	**100.00**	—

（2）高萍合伙

序号	合伙人姓名	实缴金额（万元）	出资比例（%）	出资资金来源
1	任志生	247.00	16.80	自有或自筹资金
2	周亚群	155.00	12.00	自有或自筹资金
3	王　东	120.00	10.00	自有或自筹资金
4	张艳丽	65.00	5.00	自有或自筹资金
5	王启斌	30.00	3.00	自有或自筹资金
6	林欢军	25.00	2.00	自有或自筹资金
7	刘冬青	25.00	2.00	自有或自筹资金
8	刘爱军	25.00	2.00	自有资金及向实际控制人控制的关联方借款
9	刘庆华	25.00	2.00	自有或自筹资金
10	李细生	25.00	2.00	自有或自筹资金
11	芦雯丽	25.00	2.00	自有或自筹资金
12	张利华	25.00	2.00	自有或自筹资金
13	刘建彬	25.00	2.00	自有或自筹资金
14	朱霞	25.00	2.00	自有或自筹资金
15	屠仕海	25.00	2.00	自有或自筹资金
16	闵伟男	25.00	2.00	自有或自筹资金
17	任贤忠	25.00	2.00	自有或自筹资金
18	王贵仁	25.00	2.00	自有或自筹资金
19	刘铁华	25.00	2.00	自有或自筹资金
20	李晓伟	25.00	2.00	自有或自筹资金
21	彭燕婷	30.00	2.00	自有或自筹资金
22	聂其胜	16.00	1.40	自有或自筹资金
23	张静华	16.00	1.40	自有或自筹资金
24	李存燕	15.00	1.20	自有或自筹资金
25	任贤喜	12.00	1.00	自有或自筹资金
26	文武	12.00	1.00	自有或自筹资金
27	李斌	15.00	1.00	自有资金及向实际控制人控制的关联方借款
28	周慧锦	12.00	1.00	自有或自筹资金
29	黄勤伟	10.00	1.00	自有或自筹资金
30	李榕	10.00	1.00	自有或自筹资金
31	彭冲	12.00	1.00	自有或自筹资金
32	刘江华	12.00	1.00	自有或自筹资金
33	何依国	12.00	1.00	自有或自筹资金
34	卢刚	15.00	1.00	自有或自筹资金
35	刘海洋	15.00	1.00	自有或自筹资金
36	陆君	15.00	1.00	自有或自筹资金

序号	合伙人姓名	实缴金额（万元）	出资比例（%）	出资资金来源
37	刘金明	15.00	1.00	自有或自筹资金
38	冯广辉	10.00	1.00	自有或自筹资金
39	连先锋	6.00	0.60	自有或自筹资金
40	刘建林	6.00	0.40	自有或自筹资金
41	姚茂津	6.00	0.40	自有或自筹资金
42	刘涛	6.00	0.40	自有或自筹资金
43	徐东波	6.00	0.40	自有或自筹资金
44	廖京	6.00	0.40	自有或自筹资金
45	李坤	6.00	0.40	自有或自筹资金
46	韦天华	3.00	0.20	自有或自筹资金
合计		**1,291.00**	**100.00**	—

2、是否存在发行人及其控股股东、实际控制人或第三方为持股平台合伙人提供奖励、资助、补贴等安排，是否存在委托持股或其他未披露的利益安排

（1）四名激励对象存在向实际控制人控制的关联方借款用于股权激励出资的情形

发行人于 2020 年 11 月实施第二期股权激励时，有四名激励对象因个人流动资金不足、短期内实缴出资的压力较大，存在向发行人实际控制人控制的关联方深圳市昇晖贸易有限公司借款以完成股权激励出资的情形。根据四名激励对象与深圳市昇晖贸易有限公司签署的相关借款协议，四名激励对象借款的具体情况如下：

序号	持股平台	借款方	出借方	借款时间	借款金额（万元）	借款期限、利息	还款情况
1	高儒合伙	黄勤伟	深圳市昇晖贸易有限公司	2020.11.15	60.00	5 年，无息	因资金紧张未偿还
2	高儒合伙	陈绪武		2020.12.15	20.00	2 年，无息	已全部还款
3	高萍合伙	李斌		2020.12.15	10.00	5 年，无息	因资金紧张未偿还
4	高萍合伙	刘爱军		2020.12.15	5.00	1 年，无息	已全部还款

注：深圳市昇晖贸易有限公司为任志生持股 81.02%并实际控制的公司，系发行人的关联方。

截至本回复报告出具日，陈绪武、刘爱军均已向深圳市昇晖贸易有限公司归还借款；黄勤伟、李斌的借款期限尚未届满，目前因资金紧张尚未偿还借款。上述四名激励对象均签署了声明确认函，确认其持有的股权激励份额系真实持有，不存在代持情形，亦不存在纠纷或潜在纠纷。

除上述情形外，不存在发行人及其控股股东、实际控制人或第三方为持股平台合伙人提供奖励、资助、补贴的情形。

（2）一名激励对象存在持股平台份额代持情形，目前已经彻底解除

发行人 2020 年 11 月实施第二期股权激励时，1 名员工曾存在代持情形，具体情况如下：

序号	持股平台	代持人姓名	被代持人姓名	代持金额（万元）	代持背景
1	高儒合伙	齐丹	RELUCANO ABRAHAM EMMANUEL	45.00	RELUCANO ABRAHAM EMMANUEL 为菲律宾公民，其误认为自己的身份不便于在菲律宾境外的公司持股，决定委托齐丹代为持有高儒合伙的股权

上述持股平台份额代持情形已解除，具体情况如下：齐丹与 RELUCANO ABRAHAM EMMANUEL 已于 2022 年 12 月 13 日签署财产份额转让协议，约定齐丹代 RELUCANO ABRAHAM EMMANUEL 持有的高儒合伙的持股平台份额转让给 RELUCANO ABRAHAM EMMANUEL 本人持有。上述份额转让已于 2023 年 4 月 19 日完成工商变更登记手续，相关份额已登记于 RELUCANO ABRAHAM EMMANUEL 名下；上述持股平台份额代持事宜已解除，上述份额转让无纠纷或潜在纠纷，亦不存在其他利益安排。

除上述情形外，发行人不存在委托持股或其他未披露的利益安排。

（三）说明报告期内各子公司的财务数据情况，设立较多子公司却无实际经营业务的原因及合理性，相关子公司在发行人体系中的作用及定位，各无实际经营子公司的未来规划，子公司设置与发行人生产经营的匹配性；境外收益流入境内母公司的具体方式，区分采购和销售分别列示境内外主体之间各年内部交易内容、金额及价格情况、定价依据及公允性，相关交易外汇和税收合规性。

1、说明报告期内各子公司的财务数据情况，设立较多子公司却无实际经营业务的原因及合理性，相关子公司在发行人体系中的作用及定位，各无实际经营子公司的未来规划，子公司设置与发行人生产经营的匹配性

（1）说明报告期内各子公司的财务数据情况

报告期各期，发行人各子公司的财务数据如下：

单位：万元

子公司	2020 年度/2020 年 12 月 31 日			
	营业收入	净利润	总资产	净资产
苏州高义	15,087.02	435.47	7,603.02	2,600.63
香港鸿达	16,002.76	1,237.33	13,986.93	1,781.25
马来鸿达	7,621.56	578.47	4,382.89	736.36
深圳高义	695.28	-156.53	448.46	-398.80
印尼高义	460.57	-56.90	603.52	420.02
越南鸿达	-	-2.01	63.36	63.33
马来高义	109.97	27.30	1,017.92	794.21
泰国鸿达	-	-0.39	0.27	-0.16
子公司	2021 年度/2021 年 12 月 31 日			
	营业收入	净利润	总资产	净资产
苏州高义	29,419.34	2,421.01	15,874.88	5,044.00
香港鸿达	15,472.05	948.25	12,172.61	2,678.23
马来鸿达	7,042.54	1,058.74	3,544.48	1,731.46
淮安高义	1,587.40	-22.44	1,888.74	472.56
无锡高义	-	-198.53	1,252.01	726.47
深圳高义	599.84	-186.52	568.42	414.68
高义精密	4.27	-212.73	1,462.33	1,387.27
印尼高义	810.25	121.47	1,011.89	524.43
越南鸿达	145.64	14.18	400.75	76.93
印尼鸿达	347.42	21.61	775.07	463.71
Papertex/马来彩印	31.17	-62.33	469.24	310.27
马来高义	-	-1.34	935.66	748.40
马来包装/Printpack	1,183.51	-187.23	4,410.55	2,670.62
泰国鸿达	-	-2.66	36.26	35.35
子公司	2022 年度/2022 年 12 月 31 日			
	营业收入	净利润	总资产	净资产
苏州高义	31,227.80	4,347.41	17,977.43	9,503.27
香港鸿达	12,956.22	645.04	19,454.16	3,590.44
马来鸿达	6,688.01	1,202.12	4,558.59	3,021.62
淮安高义	4,995.90	-36.88	3,593.02	1,885.68
无锡高义	788.76	-356.93	8,364.15	6,619.55
深圳高义	573.29	-262.95	1,693.53	151.73
高义精密	304.34	-550.09	1,784.31	1,137.18
衡阳高义	-	-	-	-
东莞高义	-	-	-	-

印尼高义	1,137.08	101.71	1,009.45	620.83
越南鸿达	1.67	-16.13	358.91	64.45
印尼鸿达	5,341.79	736.57	3,016.19	1,187.17
Papertex/马来彩印	374.41	-64.38	684.24	254.22
PT Global/环球包装	940.78	-121.67	5,546.21	3,281.03
海阳鸿达	109.20	-413.31	3,467.81	923.10
马来高义	-	-9.72	966.48	773.02
马来包装/Printpack	3,195.84	-539.03	5,627.08	2,206.32
同奈鸿达	-	-103.14	6,763.99	310.81
泰国鸿达	-	-	-	-
子公司	**2023 年 1-9 月/2023 年 9 月 30 日**			
	营业收入	**净利润**	**总资产**	**净资产**
苏州高义	20,638.91	2,995.96	19,834.34	12,565.34
香港鸿达	8,432.98	453.97	24,211.98	4,164.75
马来鸿达	9,314.46	1,191.35	7,459.91	4,087.15
淮安高义	7,322.81	838.64	8,425.43	3,654.32
无锡高义	115.59	-439.54	19,431.24	8,805.01
深圳高义	236.16	-191.61	237.83	-39.87
高义精密	164.99	-588.32	1,016.14	548.85
衡阳高义	-	-	-	-
东莞高义	567.02	22.26	833.23	22.26
印尼高义	728.83	-39.97	917.51	614.21
越南鸿达	10.56	1.59	369.31	66.22
印尼鸿达	3,034.25	104.98	2,944.86	1,355.68
Papertex/马来彩印	778.96	39.82	903.74	285.08
PT Global/环球包装	1,997.24	-166.39	5,473.22	3,288.18
海阳鸿达	593.05	-417.20	3,736.58	496.74
马来高义	-	-	935.54	748.27
马来包装/Printpack	5,691.65	606.47	8,229.45	2,729.88
同奈鸿达	985.02	-457.67	8,428.79	824.98
雅加达鸿达	359.82	49.27	418.25	261.10
泰国包装	-	-33.64	204.52	124.98

注：报告期内，泰国鸿达未实际开展经营，于 2022 年 12 月进行清算并于 2023 年 1 月完成注销，截至 2022 年末泰国鸿达总资产和净资产均为 0 元。

（2）设立较多子公司却无实际经营业务的原因及合理性，相关子公司在发行人体系中的作用及定位，各无实际经营子公司的未来规划，子公司设置与发

行人生产经营的匹配性

截至本回复报告出具日，发行人各存续的控股子公司的成立时间、主营业务、在发行人业务体系中的作用及定位、发行人生产经营的匹配性以及实际经营情况如下：

序号	子公司	成立时间	主营业务	在发行人业务体系中的作用及定位，与发行人生产经营的匹配性说明
1	苏州高义	2016-09-26	包装装潢印刷品和其他印刷品印刷、纸制品销售、食品用纸包装、容器制品生产	系公司在华东区域生产基地，主要生产和销售华东区域客户的彩盒、说明书等纸制包装产品
2	香港鸿达	2018-08-14	纸制品销售	系公司在海外区域的销售平台
3	淮安高义	2021-06-03	包装装潢印刷品印刷、纸制品制造与销售	系公司面向酒类客户的包装业务
4	无锡高义	2021-06-10	包装装潢印刷品印刷、纸制品制造与销售	主要负责公司华东区域客户的彩盒、说明书等纸制包装产品的生产和销售工作
5	深圳高义	2015-12-15	供应链管理、物流方案设计、货物或技术进出口、国内贸易	系公司在深圳区域的供应链管理公司
6	高义精密	2021-04-14	电子产品、工控产品、智能终端设备及其零配件的生产、研发、销售	智能终端外观件加工和销售
7	衡阳高义	2022-01-06	无实际经营	暂未开展实际经营
8	东莞高义	2022-05-13	纸制品销售	系公司销售平台之一
9	印尼高义	2019-09-25	纸制品生产（纸塑）	为公司在印度尼西亚区域的纸托生产基地
10	印尼鸿达	2021-10-28	纸制品销售	系公司在印度尼西亚区域的销售平台
11	PT Global/环球包装	2019-09-25	纸制品生产（彩印包装）	系公司在印度尼西亚区域的生产基地
12	马来鸿达	2019-07-16	纸制品销售	系公司在马来西亚区域的销售平台
13	Papertex/马来彩印	2020-09-14	纸制品生产（坑纸）	马来地区组件生产工厂
14	马来高义	2016-12-01	无实际经营	无实际经营
15	马来包装/Printpack	2019-12-09	纸制品生产	系公司在马来西亚的生产基地之一
16	越南鸿达	2019-12-02	纸制品销售	系公司在越南的销售平台
17	海阳鸿达	2022-06-14	纸制品生产	负责公司在越南北部地区

序号	子公司	成立时间	主营业务	在发行人业务体系中的作用及定位，与发行人生产经营的匹配性说明
				的生产和销售工作
18	同奈鸿达	2022-11-30	纸制品生产、销售	负责公司在越南南部地区的生产和销售工作
19	雅加达鸿达	2023-02-06	纸制品销售	系公司在印度尼西亚的贸易平台
20	泰国包装	2023-05-08	无实际经营	暂未实际开展经营
21	高义锦润	2023-11-24	无实际经营	暂未实际开展经营

由上表可知，截至本回复报告出具日，衡阳高义、马来高义、泰国包装和高义锦润尚未无实际经营业务。该类子公司尚无实际经营原因及发行人对该类子公司未来规划具体如下：

序号	子公司	无实际经营原因	未来规划
1	衡阳高义	原计划作为客户在衡阳当地的包材配套供应商，现客户未能实现布局，该子公司注册后尚未启动。	拟注销
2	马来高义	报告期内无经营，计划注销	拟注销
3	泰国包装	自 2023 年 5 月成立，尚未开始实际经营	随着中国大陆产业转移至东南亚地区，其将作为公司在泰国的产业布局的一部分，负责为泰国地区的企业提供包装一体化的生产和服务
4	高义锦润	自 2023 年 11 月成立，尚未开始实际经营	将作为公司酒类包装产品的设计及销售平台

由上表可知，截至本回复报告出具日，发行人尚无实际经营的子公司未来有明确的业务规划或注销安排。

2、境外收益流入境内母公司的具体方式

根据公司规划，未来境外收益主要以分红方式流入境内母公司。

3、区分采购和销售分别列示境内外主体之间各年内部交易内容、金额及价格情况、定价依据及公允性，相关交易外汇和税收合规性

（1）区分采购和销售分别列示境内外主体之间各年内部交易内容、金额

报告期各期公司内部交易的内容、金额如下所示：

单位：万元

销售方	采购方	主要交易内容	2023 年 1-9 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
高义包装	苏州高义	彩盒、说明书	336.52	1,922.71	1,119.45	639.83

销售方	采购方	主要交易内容	2023 年 1-9 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
	香港鸿达	彩盒、说明书	4,455.42	5,790.58	6,492.45	7,722.94
	印尼高义	组件	-	45.84	4.89	111.02
	马来鸿达	彩盒、说明书、组件	39.10	28.42	25.72	142.50
	深圳高义	彩盒	-	53.33	-	-
	PT Global	彩盒、组件	282.45	155.85	-	-
	Printpack	彩盒、说明书	375.14	249.17	240.98	8.91
	海阳鸿达	彩盒	-	55.80	-	-
	淮安高义	彩盒	174.90	-	-	-
	东莞高义	彩盒、说明书	366.06			
苏州高义	高义包装	彩盒、说明书	9,858.74	10,499.80	18,784.03	12,806.01
	淮安高义	彩盒	1,568.55	4,189.35	2,305.34	-
无锡高义	苏州高义	彩盒	97.28	787.14	-	-
深圳高义	高义包装	材料	105.00	287.58	365.02	411.34
	苏州高义	材料	130.85	230.95	227.71	283.93
	高义精密	材料	-	-	7.11	-
淮安高义	苏州高义	彩盒、彩纸	1,028.03	26.27	-	-
高义精密	高义包装	材料	42.00	0.47	-	-
PT Global	印尼鸿达	彩盒	1,454.05	762.10	-	-
	香港鸿达	彩盒	532.80	169.36	-	-
Printpack	马来鸿达	彩盒、纸托	5,083.47	2,636.30	1,172.61	-
	PT Global	彩盒	311.61	217.17	-	-
Papertex	Printpack	彩盒	778.96	374.41	31.17	-
马来鸿达	Printpack	彩盒、组件	2.09	15.02	9.36	-
	香港鸿达	说明书	-	0.45	3.32	-
印尼高义	香港鸿达	彩盒	121.32	58.81	745.04	394.15
	印尼鸿达	纸托	606.54	1,077.14	59.86	-
海阳鸿达	同奈鸿达	彩盒	89.34			
同奈鸿达	海阳鸿达	彩盒	1.90			
合计			**27,842.13**	**29,634.01**	**31,594.07**	**22,520.65**

（2）境内外主体之间各年内部交易价格情况、定价依据及公允性

报告期各期，公司各主体之间累计大于 3,000.00 万元的内部交易情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-9 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	交易金额	占内部交易总额比例	交易金额	占内部交易总额比例	交易金额	占内部交易总额比例	交易金额	占内部交易总额比例
公司与苏州高义内部交易	10,195.26	36.62%	12,422.51	41.92%	19,903.48	63.00%	13,445.85	59.73%
公司与香港鸿达内部交易	4,455.42	16.00%	5,790.58	19.54%	6,492.45	20.55%	7,722.94	34.31%
苏州高义与淮安高义内部交易	2,596.58	9.33%	4,215.61	14.23%	2,305.34	7.30%	-	-
Printpack 与马来鸿达内部交易	5,085.56	18.27%	2,651.31	8.95%	1,181.98	3.74%	-	-
合计	**22,332.82**	**80.21%**	**25,080.01**	**84.63%**	**29,883.24**	**94.58%**	**21,168.79**	**94.03%**

由上表可知，报告期内，发行人的主要内部交易为公司与苏州高义之间的交易、公司与香港鸿达之间的交易、苏州高义与淮安高义之间的交易、Printpack 与马来鸿达之间的交易，上述交易金额合计占报告期各期内部交易总额比例分别为 94.03%、94.58%、84.63%和 80.21%。

1）发行人与苏州高义内部交易

报告期各期，公司与苏州高义之间的内部交易占当期内部交易总额分别为 59.73%、63.00%、41.92%和 36.62%，占比较高。发行人与苏州高义之间的内部交易价格情况、定价依据及公允性如下：

① 发行人向苏州高义采购产品

A．交易内容

报告期内，苏州高义作为发行人华东区域生产基地，主要生产发行人华东区域客户所需的彩盒、说明书等纸制包装产品。发行人向苏州高义采购产品主要系发行人采购苏州高义生产的成品后销售至发行人覆盖的华东区域客户。

报告期各期，发行人向苏州高义采购产品情况如下：

单位：万元

序号	采购内容	2023 年 1-9 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1	彩盒	8,380.80	85.01%	9,118.20	86.84%	15,948.91	84.91%	11,187.30	87.36%
2	说明书	1,201.33	12.19%	1,279.06	12.18%	2,397.81	12.77%	1,615.23	12.61%
3	其他材料[1]	276.61	2.81%	102.54	0.98%	437.31	2.33%	3.49	0.03%
合计		**9,858.74**	**100.00%**	**10,499.80**	**100.00%**	**18,784.03**	**100.00%**	**12,806.01**	**100.00%**

注 1：其他材料包括纸箱、护角等外购组件。

B．交易价格、定价依据及公允性

报告期内，苏州高义主要向发行人销售彩盒和说明书成品，内部交易定价依据如下：

物品名称	定价依据
彩盒	参考对外销售报价和按照成本加成法预估的生产及运输成本确定
说明书	

由上表可知，苏州高义向发行人销售产品的定价依据具备公允性及合理性。

报告期各期，苏州高义向发行人销售彩盒和说明书成品的价格情况如下：

单位：元/个

时间	主要交易内容	平均销售价格
2020 年度	彩盒	2.21
	说明书	0.43
2021 年度	彩盒	2.10
	说明书	0.40
2022 年度	彩盒	2.59
	说明书	0.43
2023 年 1-9 月	彩盒	3.16
	说明书	0.43

报告期内，发行人各主体生产的彩盒、说明书产品型号众多，产品定制化程度较高，不同型号彩盒、说明书产品因单位材料耗用、加工工艺复杂程度不同致使单价有一定差异。

报告期内，发行人向苏州高义采购并对外销售的彩盒、说明书成品内部采购价格与对外出售价格之间整体不存在重大差异，内部交易价格具备公允性。报告

期各期发行人向苏州高义采购并对外销售的金额前五大的彩盒、说明书成品的价格情况如下：

a. 彩盒

报告期各期，发行人向苏州高义采购并对外销售的金额前五大的彩盒成品的内部采购价格与对外出售价格对比情况如下：

单位：元/个

2023 年 1-9 月			
序号	物料号	内部采购平均单价	对外出售平均单价
1	1219B.L.0285	1.52	1.60
2	1219B.L.0236	1.46	1.55
3	1048S.L.3052	15.25	16.96
4	1048S.B.1330	7.95	8.87
5	1048S.B.1322	7.09	7.85
2022 年度			
序号	物料号	内部采购平均单价	对外出售平均单价
1	1219B.L.0236	1.47	1.57
2	1048Y.L.0001	9.41	10.26
3	1048S.B.1206	7.66	8.55
4	1048S.B.1210	7.21	8.08
5	1048S.B.1279	4.97	5.56
2021 年度			
序号	物料号	内部采购平均单价	对外出售平均单价
1	1048S.L.1902	12.61	14.07
2	1048S.B.1079	6.75	7.62
3	1048S.B.1097	4.78	5.33
4	1048S.B.1088	4.82	5.34
5	1219B.L.0236	1.36	1.51
2020 年度			
序号	物料号	内部采购平均单价	对外出售平均单价
1	1048S.B.1037	6.96	7.94
2	1048S.L.0842	4.84	5.65
3	1048S.B.0625	5.44	6.45
4	1048S.B.0928	7.08	8.09
5	1048S.L.1902	12.96	14.56

b.说明书

报告期各期，发行人向苏州高义采购并对外销售的金额前五大的说明书成品

的内部采购价格与对外出售价格对比情况如下：

单位：元/个

2023 年 1-9 月			
序号	物料号	内部采购平均单价	对外出售平均单价
1	1045.M.2219	0.33	0.39
2	1219B.M.0112	0.08	0.08
3	1219B.M.0115	0.27	0.33
4	1045.M.3614	0.64	0.75
5	1045.M.2373	0.28	0.32
2022 年度			
序号	物料号	内部采购平均单价	对外出售平均单价
1	1045.M.2219	0.33	0.37
2	1048Y.M.0015	0.76	0.90
3	1219B.M.0115	0.27	0.30
4	1045.M.3249	2.31	2.69
5	1045.M.2989	0.28	0.31
2021 年度			
序号	物料号	内部采购平均单价	对外出售平均单价
1	1045.M.2230	0.63	0.70
2	1045.M.2219	0.32	0.35
3	1045.M.3249	2.26	2.53
4	1045.M.2989	0.26	0.30
5	1045.M.2574	0.98	1.11
2020 年度			
序号	物料号	内部采购平均单价	对外出售平均单价
1	1045.M.1851	0.87	1.00
2	0105M.M.0057	0.51	0.59
3	1045.M.1919	0.72	0.80
4	1045.M.2219	0.34	0.38
5	0105M.M.0059	0.19	0.21

2020 年度和 2023 年 1-9 月，部分彩盒、说明书产品内部采购平均单价与对外出售平均单价差异较 2021 年度和 2022 年度略大系汇率因素所致，无异常情况。

②发行人向苏州高义销售产品

A 交易内容

报告期内，苏州高义作为发行人华东区域生产基地，主要生产发行人华东区域客户所需的彩盒、说明书等纸制包装产品。随着业务的开展，苏州高义也逐步承担了客户开拓工作。报告期内，苏州高义为提高供应能力及效率，在自身产能受限等的情况下，存在将部分订单交由发行人负责生产并向发行人采购产品后销售至其覆盖的客户的情况。

报告期各期，发行人向苏州高义销售产品情况如下：

单位：万元

序号	采购内容	2023 年 1-9 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1	彩盒	179.61	53.37%	820.20	42.66%	447.99	40.02%	441.18	68.95%
2	说明书	146.99	43.68%	1,073.19	55.82%	487.54	43.55%	173.32	27.09%
3	其他	9.92	2.95%	29.31	1.52%	183.91	16.43%	25.33	3.96%
合计		**336.52**	**100.00%**	**1,922.71**	**100.00%**	**1,119.45**	**100.00%**	**639.83**	**100.00%**

B 交易价格、定价依据及公允性

报告期内，发行人主要向苏州高义销售彩盒和说明书成品，内部交易定价依据如下：

物品名称	定价依据
彩盒	参考对外销售报价和按照成本加成法预估的生产及运输成本确定
说明书	

由上表可知，发行人向苏州高义销售产品的定价依据具备公允性及合理性。

报告期各期，发行人向苏州高义销售彩盒和说明书成品的价格情况如下：

单位：元/个

时间	主要交易内容	平均销售价格
2020 年度	彩盒	2.62
	说明书	3.16
2021 年度	彩盒	1.63
	说明书	1.88
2022 年度	彩盒	1.44
	说明书	1.11
2023 年 1-9 月	彩盒	4.80

时间	主要交易内容	平均销售价格
	说明书	2.16

报告期内，发行人各主体生产的彩盒、说明书产品型号众多，产品定制化程度较高，不同型号彩盒、说明书产品因单位材料耗用、加工工艺复杂程度不同致使单价有一定差异。

报告期内，苏州高义向发行人采购并对外销售的彩盒、说明书成品内部采购价格与对外出售价格之间整体不存在重大差异，内部交易价格具备公允性。报告期各期苏州高义向发行人采购并对外销售的金额前五大的彩盒、说明书成品的价格情况如下：

a.彩盒

报告期各期，苏州高义向发行人采购并对外销售的金额前五大的彩盒成品的内部采购价格与对外出售价格对比情况如下：

单位：元/个

2023 年 1-9 月			
序号	**物料号**	**内部采购平均单价**	**对外出售平均单价**
1	1207A.B.0174	0.76	0.85
2	1207A.B.0247	2.29	2.55
3	1207A.B.0091	0.36	0.40
4	1207A.B.0175	2.04	2.27
5	1207A.B.0485	0.76	0.85
2022 年度			
序号	**物料号**	**内部采购平均单价**	**对外出售平均单价**
1	1207A.B.0174	0.76	0.85
2	1207A.B.0247	2.26	2.50
3	1207A.B.0091	0.36	0.40
4	1207A.B.0175	2.04	2.27
5	1207Z-11.L.0021	3.47	3.75
2021 年度			
序号	**物料号**	**内部采购平均单价**	**对外出售平均单价**
1	1207A.B.0174	0.72	0.81

2	1207A.B.0195	2.14	2.35
3	1207Z-11.L.0021	3.46	3.85
4	1207Z-11.L.0028	3.45	3.85
5	1207Z-11.L.0001	3.28	3.58
2020 年度			
序号	**物料号**	**内部采购平均单价**	**对外出售平均单价**
1	1207A.B.0091	0.32	0.35
2	1207A.B.0094	0.16	0.18
3	1207.B.0011	2.37	2.63
4	1207.B.0014	2.37	2.63
5	1207A.B.0093	0.65	0.73

b.说明书

报告期各期，苏州高义向发行人采购并对外销售的金额前五大的说明书成品的内部采购价格与对外出售价格对比情况如下：

单位：元/个

2023 年 1-9 月			
序号	**物料号**	**内部采购平均单价**	**对外出售平均单价**
1	1414.M.0001	2.24	2.42
2	0105M.M.0111	2.07	2.16
3	0105M.M.0113	1.64	1.64
4	0105M.M.0107	1.40	1.61
5	0105M.M.0106	0.32	0.37
2022 年度			
序号	**物料号**	**内部采购平均单价**	**对外出售平均单价**
1	1414.M.0001	1.99	2.46
2	0105M.M.0113	1.64	1.72
3	0105M.M.0107	1.40	1.50
4	0105M.M.0106	0.32	0.35
5	1207D.M.0089	6.79	7.25
2021 年度			
序号	**物料号**	**内部采购平均单价**	**对外出售平均单价**
1	0105M.M.0094	1.44	1.52
2	1207D.M.0071	4.86	5.39

3	1207D.M.0051	3.61	4.01
4	1207D.M.0062	3.61	4.01
5	1207D.M.0089	7.00	7.78
2020 年度			
序号	**物料号**	**内部采购平均单价**	**对外出售平均单价**
1	1207D.M.0015	3.70	4.04
2	1207D.M.0051	3.61	4.01
3	1278.M.0059	6.11	7.18
4	1207D.M.0005	3.15	3.50
5	1207D.M.0023	3.74	4.01

综上所述，报告期各期，发行人与苏州高义之间的内部交易定价合理，交易价格不存在异常情况。

报告期内，发行人与苏州高义内部交易定价模式未发生变化，内部交易价格具备公允性，且发行人与苏州高义所得税税率均为 15%，无税负差异，因此不存在利用内部转移定价进行税务筹划的情形。

2）发行人与香港鸿达内部交易

报告期各期，公司与香港鸿达之间的内部交易占当期内部交易总额分别为 34.31%、20.55%、19.54%和 16.00%，占比较高。发行人与香港鸿达之间的内部交易价格情况、定价依据及公允性如下：

①交易内容

报告期内，香港鸿达作为发行人公司境外销售平台，香港鸿达获取境外客户订单后，由发行人负责相关产品的生产及向境外客户配送。

报告期各期，香港鸿达向发行人采购产品情况如下：

单位：万元

序号	采购内容	2023 年 1-9 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比

序号	采购内容	2023 年 1-9 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1	彩盒	3,604.99	80.91%	4,632.44	80.00%	4,788.40	73.75%	6,969.30	90.24%
2	说明书	305.98	6.87%	349.81	6.04%	760.45	11.71%	706.56	9.15%
3	其他	544.46	12.22%	808.33	13.96%	943.60	14.53%	47.09	0.61%
合计		**4,455.42**	**100.00%**	**5,790.58**	**100.00%**	**6,492.45**	**100.00%**	**7,722.94**	**100.00%**

注：其他材料包括纸箱等产品配套组件。

②交易价格、定价依据及公允性

报告期内，发行人主要向香港鸿达销售彩盒和说明书成品，内部交易定价依据如下：

物品名称	定价依据
彩盒	参考对外销售报价和按照成本加成法预估的生产及运输成本确定
说明书	

由上表可知，发行人向香港鸿达销售产品的定价依据具备公允性及合理性。报告期各期，发行人向香港鸿达销售彩盒和说明书成品的价格情况如下：

单位：元/个

时间	主要交易内容	平均销售价格
2020 年度	彩盒	3.03
	说明书	0.75
2021 年度	彩盒	2.05
	说明书	1.04
2022 年度	彩盒	4.42
	说明书	1.43
2023 年 1-9 月	彩盒	4.29
	说明书	1.63

报告期内，发行人生产的彩盒、说明书产品型号众多，产品定制化程度较高，不同型号彩盒、说明书产品因单位材料耗用、加工工艺复杂程度等因素不同致使单价有一定差异。

报告期内，香港鸿达向发行人采购并对外销售的彩盒、说明书成品内部采购

价格与对外出售价格之间整体不存在重大差异，内部交易价格具备公允性。报告期各期香港鸿达向发行人采购并对外销售的金额前五大的彩盒、说明书成品的价格情况如下：

A.彩盒

报告期各期，香港鸿达向发行人采购并对外销售的金额前五大的彩盒内部采购价格与对外出售价格对比情况如下：

单位：元/个

2023 年 1-9 月			
序号	**物料号**	**内部采购平均单价**	**对外出售平均单价**
1	1177.L.0417	8.98	10.03
2	1177.L.0460	9.10	10.12
3	1177.L.0487	6.57	7.17
4	1177.L.0285	6.64	7.44
5	1177.L.0298	6.50	7.33
2022 年度			
序号	**物料号**	**内部采购平均单价**	**对外出售平均单价**
1	1177.L.0285	7.05	7.87
2	1177.L.0286	6.86	7.38
3	1177.L.0292	6.68	7.29
4	1177.L.0297	9.31	10.79
5	1177.L.0298	6.81	7.35
2021 年度			
序号	**物料号**	**内部采购平均单价**	**对外出售平均单价**
1	1177.L.0161	10.07	9.91
2	1177.L.0151	9.95	12.33
3	1177.L.0160	9.18	9.99
4	1102.B.0520	10.20	10.17
5	1177S.L.0004	0.29	0.32
2020 年度			
序号	**物料号**	**内部采购平均单价**	**对外出售平均单价**
1	1102.B.0543	7.26	7.33
2	1177.L.0155	14.84	16.14
3	1177.L.0161	16.31	18.60
4	1102.B.0591	10.30	10.22
5	1177.L.0151	16.74	19.77

B.说明书

报告期各期，香港鸿达向发行人采购并对外销售的金额前五大的说明书内部采购价格与对外出售价格对比情况如下：

单位：元/个

2023 年 1-9 月			
序号	物料号	内部采购平均单价	对外出售平均单价
1	1177.M.0095	2.31	2.55
2	1177.M.0104	1.58	1.73
3	1102.M.0157	2.14	2.15
4	1102A.M.0092	1.08	1.10
5	1177.M.0094	1.50	1.67
2022 年度			
序号	物料号	内部采购平均单价	对外出售平均单价
1	1102A.M.0088	1.04	1.03
2	1102.M.0152	1.41	1.41
3	1102.M.0155	1.73	1.71
4	1170D.M.0003	2.30	2.74
5	1170M.M.0004	2.51	2.79
2021 年度			
序号	物料号	内部采购平均单价	对外出售平均单价
1	1177.M.0032	2.35	2.56
2	1102.M.0126	1.33	1.33
3	1102.M.0123	0.99	0.99
4	1170D.M.0002	2.35	2.62
5	1102.M.0120	1.69	1.68
2020 年度			
序号	物料号	内部采购平均单价	对外出售平均单价
1	1102.M.0086	1.23	1.11
2	1102A.M.0058	1.19	1.11
3	1102.M.0103	1.02	1.28
4	1102.M.0101	1.77	1.75
5	1102A.M.0059	1.14	1.11

报告期内，部分彩盒、说明书产品内部采购平均单价略高于对外出售平均单

价主要系汇率因素所致，无异常情况。综上所述，报告期各期，发行人与香港鸿达之间的内部交易定价合理，交易价格不存在异常情况。

报告期内，发行人与香港鸿达内部交易系发行人向香港鸿达销售彩盒和说明书成品，发行人与香港鸿达内部交易定价模式未发生变化，内部交易价格具备公允性，且发行人所得税税率为 15%，香港鸿达所得税税率为 16.50%，发行人所得税税率低于香港鸿达所得税税率，因此不存在利用内部转移定价进行税务筹划的情形。

3）苏州高义与淮安高义内部交易

2021 年度、2022 年度及 2023 年 1-9 月，苏州高义与淮安高义之间的内部交易占当期内部交易总额分别为 7.30%、14.23%和 9.33%，占比较高。发行人与苏州高义之间的内部交易价格情况、定价依据及公允性如下：

①淮安高义向苏州高义采购产品

A 交易内容

报告期内，2021 年至 2023 年初，淮安高义系发行人面向酒类客户销售彩盒产品的贸易类子公司，苏州高义与淮安高义之间的内部交易主要为淮安高义引入生产线前与客户签署采购协议后，其委托苏州高义负责彩盒生产及配送。

2023 年度，淮安高义开始引入生产线并将部分生产设备由苏州高义搬迁至淮安高义，逐步形成彩盒生产能力，但由于淮安高义场地条件限制，印刷机等高精密设备尚不具备搬迁至淮安高义的条件。因此综合考虑最大化产能利用等因素后，彩纸印刷等前道工序由苏州高义完成，苏州高义完成彩纸印制后将彩纸运输至淮安高义，委托淮安高义进行彩盒后续工序生产，并向客户配送彩盒成品。

报告期各期，淮安高义向苏州高义采购产品情况如下：

单位：万元

序号	采购内容	2023 年 1-9 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1	彩盒	192.72	12.29%	4,178.33	99.74%	2,091.34	90.72%	-	-
2	彩纸	1,375.75	87.71%	-	-	-	-	-	-
3	其他	0.08	0.00%	11.02	0.26%	213.99	9.28%	-	-

序号	采购内容	2023 年 1-9 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
合计		1,568.55	100.00%	4,189.35	100.00%	2,305.34	100.00%	-	-

注：淮安高义于 2021 年设立，故 2020 年度相关内部交易金额为 0。

B 交易价格、定价依据及公允性

报告期内，苏州高义主要向淮安高义销售彩盒成品和彩纸，内部交易定价依据如下：

物品名称	定价依据
彩盒	参考对外销售报价和按照成本加成法预估的生产及运输成本确定
彩纸	按照成本加成法预估的生产及运输成本并留存适当利润后综合确定

苏州高义向淮安高义销售的彩纸系彩盒产品的组件，单价较低。2023 年 1-9 月，苏州高义向淮安高义销售彩纸的平均销售单价为 1.18 元/张。

2021 年度、2022 年度和 2023 年 1-9 月，苏州高义向淮安高义销售彩盒成品的价格情况如下：

单位：元/个

时间	主要交易内容	平均销售价格
2021 年度	彩盒	10.87
2022 年度	彩盒	8.73
2023 年 1-9 月	彩盒	6.71

报告期内，发行人各主体生产的彩盒产品型号众多，产品定制化程度较高，不同型号彩盒产品因单位材料耗用、加工工艺复杂程度等因素不同致使单价有一定差异。

报告期内，淮安高义向苏州高义采购并对外销售的彩盒成品内部采购价格与对外出售价格之间整体不存在重大差异，内部交易价格具备公允性。2021 年度、2022 年度和 2023 年 1-9 月，淮安高义向苏州高义采购并对外销售的各期金额前五大的彩盒成品，其内部采购价格与对外出售价格情况如下：

单位：元/个

2023 年 1-9 月			
序号	物料号	内部采购平均单价	对外出售平均单价
1	1304.L.0180	12.47	12.71
2	1304.L.0174	12.47	12.65
3	1304.L.0173	11.77	11.95
4	1304.L.0176	12.47	12.54
5	1304.B.0093	6.52	6.55
2022 年度			
序号	物料号	内部采购平均单价	对外出售平均单价
1	1304.L.0092	11.76	11.95
2	1304.L.0142	11.19	11.60
3	1304.L.0150	11.85	11.95
4	1304.L.0141	11.85	11.77
5	1304.L.0173	11.76	10.99
2021 年度			
序号	物料号	内部采购平均单价	对外出售平均单价
1	1304.L.0092	11.57	11.61
2	1304.L.0044	11.42	11.45
3	1304.L.0042	11.68	11.72
4	1304.L.0043	11.38	11.50
5	1304.L.0113	11.83	11.89

②苏州高义向淮安高义采购产品

A 交易内容

2023 年度，淮安高义开始引入生产线并将部分生产设备由苏州高义搬迁至淮安高义，逐步形成彩盒生产能力，但由于淮安高义场地条件限制，印刷机等高精密设备尚不具备搬迁至淮安高义的条件。因此综合考虑最大化产能利用等因素后，彩纸印刷等前道工序由苏州高义完成，苏州高义完成彩纸印制后将彩纸运输至淮安高义，委托淮安高义进行彩盒后续工序生产，并向客户配送彩盒成品。

报告期各期，苏州高义向淮安高义采购产品情况如下：

单位：万元

序号	采购内容	2023 年 1-9 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1	彩盒	1,028.03	100.00%	-	-	-	-	-	-
3	其他	-	-	26.27	100.00%	-	-	-	-
合计		**1,028.03**	**100.00%**	**26.27**	**100.00%**	-	-	-	-

注：淮安高义于 2021 年设立且 2021 年度苏州高义未向淮安高义采购产品，故 2020 年度和 2021 年度相关内部交易金额为 0。

B 交易价格、定价依据及公允性

2023 年 1-9 月，淮安高义主要向苏州高义销售彩盒成品，内部交易定价依据如下：

物品名称	定价依据
彩盒	参考对外销售报价和按照成本加成法预估的生产及运输成本确定

由上表可知，淮安高义向苏州高义销售产品的定价依据具备公允性及合理性。2023 年 1-9 月，淮安高义向苏州高义销售彩盒成品的价格情况如下：

单位：元/个

时间	主要交易内容	平均销售价格
2023 年 1-9 月	彩盒	8.64

2023 年 1-9 月，苏州高义向淮安高义采购并对外销售的彩盒成品内部采购价格与对外出售价格之间整体不存在重大差异，内部交易价格具备公允性。2023 年 1-9 月，苏州高义向淮安高义采购并对外销售的金额前五大的彩盒成品的内部采购价格与对外出售价格对比情况如下：

单位：元/个

序号	物料号	内部采购平均单价	对外出售平均单价
1	1304.L.0237	11.10	11.68
2	1304.L.0213	11.90	12.53
3	1304.L.1003	11.29	11.94
4	1304.L.0212	11.32	11.94
5	1304.L.0176	11.87	12.49

综上所述，报告期各期，苏州高义与淮安高义内部交易定价合理，交易价格不存在异常情况。

报告期内，苏州高义与淮安高义内部交易定价模式未发生变化，不存在利用

内部转移定价进行税务筹划的情形。苏州高义所得税税率为 15%，淮安高义所得税税率为 25%，苏州高义所得税税率低于淮安高义所得税税率，因此，苏州高义向淮安高义销售产品不存在利用内部转移定价进行税务筹划的情形；淮安高义向苏州高义销售产品，虽涉及高税率主体销售至低税率主体的情况，但相关交易金额较小，且具备合理的商业背景，交易定价合理，因此，不存在利用内部转移定价进行税务筹划的情形。此外，淮安高义目前正向主管机构申请国家高新技术企业资格，预计于 2024 年初通过审核，届时淮安高义所得税率将调整至 15%，所得税率与苏州高义不存在差异，届时双方交易将不再涉及高税率主体销售至低税率主体的情况。

4）马来包装与马来鸿达内部交易

2021 年度、2022 年度及 2023 年 1-9 月，马来包装与马来鸿达内部交易的销售额占发行人内部交易总额分别为 3.74%、8.95%和 18.27%，占比较高。马来包装与马来鸿达之间的内部交易价格情况、定价依据及公允性如下：

①交易内容

马来鸿达系发行人在马来西亚地区的产品销售平台，马来包装则系发行人在马来西亚地区的生产基地，主要生产各类纸品包装产品。马来包装与马来鸿达内部交主要为马来鸿达与客户签署采购协议后，其委托马来包装负责彩盒生产及配送。

报告期各期，马来鸿达向马来包装采购产品情况如下：

单位：万元

序号	采购内容	2023 年度 1-9 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1	彩盒	3,436.99	67.61%	1,523.35	57.78%	549.55	46.87%	-	-
2	纸托	1,642.97	32.32%	1,075.56	40.80%	620.82	52.94%	-	-
3	其他	3.51	0.07%	37.39	1.42%	2.24	0.19%	-	-
合计		**5,083.47**	**100.00%**	**2,636.30**	**100.00%**	**1,172.61**	**100.00%**	-	-

注: 发行人于 2021 年 1 月受让马来包装的 51%股权, 马来包装成为发行人控股子公司, 故 2020 年度相关内部交易金额为 0。

②交易价格、定价依据及公允性

报告期内，马来包装主要向马来鸿达销售彩盒、纸托产品，内部交易定价依据如下：

物品名称	定价依据
彩盒	参考对外销售报价和按照成本加成法预估的生产及运输成本确定
纸托	

由上表可知，马来包装向马来鸿达销售产品的定价依据具备公允性及合理性。2021 年度、2022 年度和 2023 年 1-9 月，马来包装向马来鸿达销售彩盒和纸托的价格情况如下：

单位：元/个

时间	主要交易内容	平均销售价格
2021 年度	彩盒	6.77
	纸托	2.20
2022 年度	彩盒	5.84
	纸托	2.29
2023 年 1-9 月	彩盒	9.57
	纸托	2.05

报告期内，发行人各主体生产的彩盒产品型号众多，产品定制化程度较高，不同型号彩盒产品因单位材料耗用、加工工艺复杂程度等因素不同致使单价有一定差异。

报告期内，马来鸿达向马来包装采购并对外销售的彩盒、纸托内部采购价格与对外出售价格之间整体不存在重大差异，内部交易价格具备公允性。2021 年度、2022 年度和 2023 年 1-9 月，马来鸿达向马来包装采购并对外销售的金额前五大的彩盒、纸托的价格情况如下：

A.彩盒

2021 年度、2022 年度及 2023 年 1-9 月，马来鸿达向马来包装采购并对外销售的金额前五大的彩盒内部采购价格与对外出售价格对比情况如下：

单位：元/个

2023 年 1-9 月			
序号	物料号	内部采购平均单价	对外出售平均单价
1	0001.B.0346	6.13	6.89
2	1364V.B.0109	7.53	7.99
3	0001.B.0381	13.34	14.57
4	1364V98.B.0009	8.86	9.29
5	1364V.B.0106	16.68	17.73
2022 年度			
序号	物料号	内部采购平均单价	对外出售平均单价
1	0001.B.0268	9.64	13.96
2	0001.B.0237	6.86	10.23
3	0001.B.0213	8.99	11.29
4	0001.B.0311	5.78	9.07
5	0001.B.0271	9.64	13.68
2021 年度			
序号	物料号	内部采购平均单价	对外出售平均单价
1	0001.B.0262	3.47	4.61
2	0001.B.0237	6.98	9.85
3	0001.B.0194	11.80	14.78
4	0006.B.0003	1.36	1.60
5	0006.B.0004	1.25	1.48

B.纸托

2021 年度、2022 年度及 2023 年 1-9 月，马来鸿达向马来包装采购并对外销售的金额前五大的纸托内部采购价格与对外出售价格对比情况如下：

单位：元/个

2023 年 1-9 月			
序号	物料号	内部采购平均单价	对外出售平均单价
1	1364V98.Z.0006	3.33	3.77
2	1364V.Z.0022	1.72	1.91
3	1364V98.Z.0008	3.05	3.54
4	1364V.Z.0005	3.82	4.19
5	1364V.Z.0023	1.48	1.64
2022 年度			

序号	物料号	内部采购平均单价	对外出售平均单价
1	0001.Z.0263	2.69	3.40
2	0001.Z.0285	3.46	4.38
3	0001.Z.0242	1.65	1.94
4	0001.Z.0044	1.94	2.04
5	0001.Z.0038	0.80	1.00
2021 年度			
序号	**物料号**	**内部采购平均单价**	**对外出售平均单价**
1	0001.Z.0263	2.72	3.44
2	0001.Z.0285	3.52	4.21
3	0001.Z.0031	1.32	1.54
4	0001.Z.0242	1.68	1.88
5	0001.Z.0038	0.81	1.00

2023 年度，马来鸿达向马来包装采购并对外销售的彩盒、纸托产品内部采购价格与对外出售价格之间的差异低于 2021 至 2022 年度，主要原因系香港鸿达于 2020 年 10 月完成对马来包装少数股东持有的 49%股权的收购后，马来包装成为发行人全资子公司，发行人基于生产经营的安排，拟继续在马来包装扩大生产建设支出，遂考虑将更多利润留存于马来包装用于其扩大经营，因此，2023 年 1-9 月，对于马来包装生产的新型号彩盒、纸托产品，马来鸿达向马来包装内部采购的价格与对外销售价格的差异率较往年产品内部采购的价格与对外销售价格的差异率有所下降。

综上所述，报告期各期，马来包装与马来鸿达内部交易定价合理，交易价格不存在异常情况。

报告期内，马来包装与马来鸿达内部交易系马来包装向马来鸿达销售彩盒、纸托等产品，马来包装与马来鸿达内部交易定价模式未发生重大变化，内部交易价格具备公允性，且马来包装与马来鸿达所得税税率均为 24.00%，无税负差异，因此，发行人不存在利用内部转移定价进行税务筹划的情形。

（3）相关交易外汇合规性

发行人境内外主体之间的内部交易具有真实的交易背景，相关外销业务已经根据相关法律法规，依法办理了货物出口报关及收汇手续，符合《货物贸易外汇管理指引》等相关法律法规的规定。根据发行人所在地人民银行出具的《证明》

及境外律师出具的境外法律意见，发行人报告期内不存在外汇等方面违法违规及行政处罚记录。

（4）相关税收合规性

报告期内，发行人及其子公司中存在内部交易的纳税主体企业所得税税率情况如下表：

纳税主体名称	2023 年 1-9 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
高义包装、苏州高义	15.00%	15.00%	15.00%	15.00%
香港鸿达	16.50%	16.50%	16.50%	16.50%
印尼高义、Pt Global	22.00%、11.00%	22.00%、11.00%	22.00%、11.00%	22.00%、11.00%
印尼鸿达	22.00%、11.00%	22.00%、11.00%	22.00%、11.00%	-
马来鸿达、马来包装、Papertex	24.00%	24.00%	24.00%	24.00%
海阳鸿达、同奈鸿达	20.00%	20.00%	-	-
深圳高义、无锡高义、淮安高义、高义精密、东莞高义	25.00%	25.00%	25.00%	25.00%

注：印尼高义、印尼鸿达及 Pt Global 符合印度尼西亚的小型企业标准(年收入不超过 500 亿印尼卢比)，应税所得中不超过 48 亿印尼卢比的部分按标准税率即 22%的 50%核算，超过 48 亿印尼卢比的部分按标准税率 22%核算。

报告期各期，公司及其子公司中不同税率主体内部交易分类如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-9 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
税率相同的纳税主体之间的内部交易	18,211.62	65.41%	17,287.47	58.34%	21,183.61	67.05%	13,445.85	59.73%
低税率主体销售至高税率主体	7,261.62	26.08%	10,568.35	35.66%	9,069.38	28.71%	7,976.47	35.43%
高税率主体销售至低税率主体	2,368.88	8.51%	1,778.19	6.00%	1,341.09	4.24%	1,089.42	4.84%
合计	**27,842.13**	**100.00%**	**29,634.01**	**100.00%**	**31,594.07**	**100.00%**	**22,511.74**	**100.00%**

注：由于印尼高义、印尼鸿达及 Pt Global 以 11%的企业所得税税率涉及的收入金额远小于该三家公司的总营业收入，因此将该三家公司视为企业所得税税率为 22%的纳税主体以方便计算公司及其子公司中不同税率主体内部交易。

由上表所示，报告期各期，公司及其子公司的内部交易基本在税率相同的纳税主体之间以及低税率主体销售至高税率主体间进行，高税率主体销售至低税率主体的内部交易金额较小，占比低，不存在发行人利用合并范围内相关主体的税收优惠规避税收缴纳义务，实施大量的关联交易将利润从高税率主体转移至低税率主体的情形。2023 年 1-9 月，发行人内部涉及高税率主体销售至低税率主体的内部交易金额较其他年度有所上升主要原因系淮安高义向苏州高义销售彩盒金额增加，双方当期交易交易价格公允，且淮安高义现阶段正在申请国家高新技术企业资格，预计于 2024 年初通过审核，届时淮安高义所得税率将调整至 15%，所得税率与苏州高义不存在差异，届时双方交易将不再涉及高税率主体销售至低税率主体的情况。

公司及其子公司各主体之间独立核算，公司内部交易系各主体根据其在公司业务体系中的业务定位和职能基于合理的商业目的发生的真实交易，交易定价公允，公司内部交易并非以取得税收收益为目的，公司转移定价安排符合独立交易原则。

此外，公司及其子公司各年度向税务机关报送年度企业所得税纳税申报表时，就其与关联方之间的业务往来附送了《中华人民共和国企业年度关联业务往来报告表》，根据公司及其子公司税务主管部门出具的合规证明及境外律师出具的境外法律意见书，报告期内公司及其子公司不存在违反税收相关法律规定的相关情形。

（四）说明注销子公司鸿达印刷集团（泰国）有限公司的原因，该公司主要资产、业务、人员、机器设备、核心技术，报告期主要财务数据情况，是否存在纠纷，相关资产、负债、人员及业务的具体处置情况；该公司报告期是否存在重大违法违规行为，是否与发行人及控股股东、实际控制人存在交易或资金往来的情形，如有，请详细披露相关交易背景、定价依据及合理性，相关资金往来的原因及背景。

1、说明注销子公司鸿达印刷集团（泰国）有限公司的原因，该公司主要资产、业务、人员、机器设备、核心技术，报告期主要财务数据情况，是否存在纠纷，相关资产、负债、人员及业务的具体处置情况

鸿达印刷集团（泰国）有限公司（以下简称“泰国鸿达”）是发行人于泰国设立的贸易型子公司，其注销前的具体情况如下：

公司名称	HONDA INTERNATIONAL PACKING(THAILAND) CO., LTD.		
注册编号	0105563063754		
成立日期	2020.04.20		
注册资本	200.00 万泰铢		
注册地址	No. 1 Glasshouse Floor P, Room No. P01, Soi Sukhumvit 25, Sukhumvit Road, Klongtoey-Nua Sub-District, Wattana District, Bangkok		
股权结构	**股东姓名/名称**	**注册资本（万泰铢）**	**持股比例（%）**
	香港鸿达	98.00	49.00
	Mr. Tivakorn Kunto	52.00	26.00
	Mr. Soontorn Sae-Yang	50.00	25.00
	合计	**200.00**	**100.00**

泰国鸿达已于 2023 年 1 月 27 日清算完毕，注销原因主要系发行人基于业务安排，注销未实际经营的贸易型子公司，并于后续设立生产型子公司泰国包装。

报告期内，泰国鸿达未实际开展经营，无实体资产、业务、人员、机器设备、核心技术。2020-2022 年度，泰国鸿达主要财务数据情况如下：

单位：人民币/万元

项目	2022.12.31	2021.12.31	2020.12.31
资产总额	—	36.26	0.27
负债总额	—	0.90	0.43
所有者权益合计	—	35.35	-0.16
营业收入	—	—	—
净利润	-5.59	-2.66	-0.39

根据《泰国法律意见书》，泰国鸿达在存续期间依据泰国当地法律法规运营，不存在法庭诉讼、仲裁或行政处罚，相关资产及负债已经完成清算，不涉及人员及业务的安置或处置。

2、该公司报告期是否存在重大违法违规行为，是否与发行人及控股股东、实际控制人存在交易或资金往来的情形，如有，请详细披露相关交易背景、定价依据及合理性，相关资金往来的原因及背景

根据《泰国法律意见书》，泰国鸿达在存续期间依据泰国当地法律法规运营，不存在法庭诉讼、仲裁或行政处罚，不存在重大违法违规行为。

报告期内，泰国鸿达与发行人及控股股东、实际控制人不存在交易或资金往来。

（五）说明境外子公司少数股东的基本情况，相关股东入股境外子公司的背景、定价依据及公允性，从发行人处获取分红或其他经济利益的具体情况；境外少数股东在发行人生产经营中发挥的具体作用，相关股东与境外客户、供应商是否存在关联关系，是否控制其他同类业务企业；各境外子公司对其少数股东是否存在重大依赖，少数股东对发行人境外经营稳定性的影响。

1、说明境外子公司少数股东的基本情况，相关股东入股境外子公司的背景、定价依据及公允性，从发行人处获取分红或其他经济利益的具体情况

截至本回复报告出具日，发行人境外子公司存在少数股东入股的情况如下：

（1）印尼高义

截至本回复报告出具日，印尼高义的股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	注册资本（万印尼卢比）	持股比例（%）
1	香港鸿达	947,394.00	90.00
2	TONY	105,266.00	10.00
合计		**1,052,660.00**	**100.00**

1）少数股东的基本情况

TONY，男，1976 年 9 月出生，印度尼西亚籍，现任印尼高义、PT Global、PT.ACCORD MANDIRI BATAM 董事。

2）少数股东入股印尼高义的背景、定价依据及公允性

入股印尼高义前，TONY 在印度尼西亚常年从事印刷行业，熟悉印度尼西亚市场和相关法规。考虑到 TONY 可为发行人提供当地印刷业务运营经验，更好帮助发行人在印度尼西亚市场快速发展，发行人与 TONY 合资设立印尼高义，由 TONY 参与印尼高义的经营管理，以开拓发行人印度尼西亚业务并激励 TONY 长期为公司服务。

2019 年 9 月，TONY 与香港鸿达共同发起设立了印尼高义，双方按照注册资本价格出资，印尼高义设立时股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	注册资本（万印尼卢比）	持股比例（%）
1	香港鸿达	630,000.00	90.00
2	TONY	70,000.00	10.00
合计		**700,000.00**	**100.00**

2021 年 1 月，TONY 与香港鸿达按照原持股比例以相同价格向印尼高义增资，增资后的股权结构为：

序号	股东姓名/名称	注册资本（万印尼卢比）	持股比例（%）
1	香港鸿达	947,394.00	90.00
2	TONY	105,266.00	10.00
合计		**1,052,660.00**	**100.00**

综上，印尼高义的少数股东 TONY 入股印尼高义的原因均系从商业角度考虑，具备合理性，入股及历次增资价格公允。

3）从发行人处获取分红或其他经济利益的具体情况

报告期内，TONY 作为印尼高义的董事在印尼高义处领薪，未获取过分红或其他经济利益。

（2）PT Global

截至本回复报告出具日，PT Global 的股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	注册资本（万印尼卢比）	持股比例（%）
1	香港鸿达	7,479,000.00	90.00
2	PT.ACCORD MANDIRI BATAM	831,000.00	10.00
合计		**8,310,000.00**	**100.00**

1）少数股东的基本情况

截至本回复报告出具日，PT.ACCORD MANDIRI BATAM 的基本情况如下：

公司名称	PT.ACCORD MANDIRI BATAM		
注册编号	186475		
成立日期	2014.11.03		
注册资本	432,165.00 万印尼卢比		
注册地址	TUNAS BIZPARK INDUSTRIAL ESTATE TYPE 11A-11E, 11T,11W DAN 11X, Kota Batam, Kepulauan Riau		
股权结构	**股东姓名/名称**	**注册资本（万印尼卢比）**	**持股比例（%）**
	TAN IT HAN(CHEN YIHAN)	194,474.25	45.00
	TAN HEE HUAT	116,684.55	27.00
	TAN MENG HUAT	77,789.70	18.00
	TONY	43,216.50	10.00
	合计	**432,165.00**	**100.00**

2）少数股东入股 PT Global 的背景、定价依据及公允性

PT.ACCORD MANDIRI BATAM 系印度尼西亚主要生产纸托的企业，拥有多年在印度尼西亚经营印刷业务的经验，与其合作有利于 PT Global 业务的顺利开展，因而双方协商共同运营 PT Global。

2019 年 9 月，PT.ACCORD MANDIRI BATAM 与香港鸿达共同发起设立 PT Global，设立时股权结构如下：

股东姓名/名称	注册资本（万印尼卢比）	持股比例（%）
PT.ACCORD MANDIRI BATAM	269,500.00	55.00
香港鸿达	220,500.00	45.00
合计	**490,000.00**	**100.00**

2021 年 1 月，PT.ACCORD MANDIRI BATAM 与香港鸿达按照原持股比例以相同价格向 PT Global 增资，增资后的股权结构为：

股东姓名/名称	注册资本（万印尼卢比）	持股比例（%）
PT.ACCORD MANDIRI BATAM	371,250.00	55.00
香港鸿达	303,750.00	45.00
合计	**675,000.00**	**100.00**

2022 年 8 月，PT.ACCORD MANDIRI BATAM 与香港鸿达以相同价格向 PT Global 增资，增资后的股权结构为：

股东名称	注册资本（万印尼卢比）	持股比例（%）
香港鸿达	7,479,000.00	90.00
PT.ACCORD MANDIRI BATAM	831,000.00	10.00
合计	**8,310,000.00**	**100.00**

综上，PT.ACCORD MANDIRI BATAM 入股 PT Global 均为按照注册资本价格向 PT Global 增资，与香港鸿达的增资价格一致，定价公允。

3）从发行人处获取分红或其他经济利益的具体情况

截至本回复报告出具日，除 PT.ACCORD MANDIRI BATAM 的股东 TONY 作为 PT Global 的董事在 PT Global 领薪外，PT.ACCORD MANDIRI BATAM 及其股东未获取过分红或其他经济利益。

（3）Papertex

截至本回复报告出具日，Papertex 的股权结构情况如下：

	股东姓名/名称	注册资本（万马来令吉）	持股比例（%）
股权结构	香港鸿达	127.50	51.00
	C B EQUITIES SDN.BHD.	122.4998	48.99
	Kuan Hai Ngon	0.0001	0.005
	Tan Siew Kim	0.0001	**0.005**
	合计	**250.00**	**100.00**

1）少数股东的基本情况

①C B EQUITIES SDN.BHD.

截至本回复报告出具日，C B EQUITIES SDN.BHD.的基本情况如下：

公司名称	C B EQUITIES SDN.BHD.		
注册编号	200001006830 (509435-V)		
成立日期	2000.03.29		
注册资本	2.00 万马来令吉		
注册地址	SUITE 5.11 & 5.12, 5TH FLOOR,MENARA TJB, JALAN MOHD MUFTI,JOHOR BAHRU,JOHOR		
股权结构	股东姓名/名称	注册资本（万马来令吉）	持股比例（%）
	Tan Siew Kim	0.95	47.77
	Tan Sui Moi	0.38	18.85
	Tan Boon Leng	0.26	13.01
	Tan Seok Kim	0.16	8.15
	Kuan Hai Ngon	0.14	6.83
	Lua Wa Kho @ Lua Chong Koh	0.11	5.40
	合计	**2.00**	**100.00**

②Tan Siew Kim

Tan Siew Kim，男，马来西亚籍，现任 Papertex、Printpack、C B EQUITIES SDN.BHD.董事。

③Kuan Hai Ngon

Kuan Hai Ngon，男，马来西亚籍，现任 Papertex、C B EQUITIES SDN.BHD.董事，Printpack 运营总监。

2）少数股东入股 Papertex 的背景、定价依据及公允性

C B EQUITIES SDN.BHD.为 Tan Siew Kim 和 Kuan Hai Ngon 实际控制的马来西亚公司，Tan Siew Kim 和 Kuan Hai Ngon 拥有多年在马来西亚经营印刷业务的经验，熟悉马来西亚市场和相关法规，协助发行人对 Papertex 的管理。

2020 年 9 月，Tan Siew Kim 和 Kuan Hai Ngon 发起设立了 Papertex，设立时的股权结构如下：

股东姓名/名称	注册资本（万马来令吉）	持股比例（%）
Tan Siew Kim	0.0001	50.00
Kuan Hai Ngon	0.0001	50.00
合计	**0.0002**	**100.00**

2021 年 3 月，C B EQUITIES SDN.BHD.和香港鸿达以注册资本价格向 Papertex 增资，增资后的股权结构为：

股东姓名/名称	注册资本（万马来令吉）	持股比例（%）
香港鸿达	102.00	51.00
C B EQUITIES SDN.BHD.	97.9998	48.99
Kuan Hai Ngon	0.0001	0.005
Tan Siew Kim	0.0001	**0.005**
合计	**200.00**	**100.00**

2021 年 10 月，C B EQUITIES SDN.BHD.和香港鸿达以注册资本价格向 Papertex 增资，增资后的股权结构为：

股东姓名/名称	注册资本（万马来令吉）	持股比例（%）
香港鸿达	127.50	51.00
C B EQUITIES SDN.BHD.	122.4998	48.99
Kuan Hai Ngon	0.0001	0.005
Tan Siew Kim	0.0001	**0.005**
合计	**250.00**	**100.00**

综上，C B EQUITIES SDN.BHD.、Tan Siew Kim 和 Kuan Hai Ngon 入股 Papertex 均为按照注册资本价格向其增资，与香港鸿达的增资价格一致，定价公允。

3）从发行人处获取分红或其他经济利益的具体情况

截至本回复报告出具日，除 Tan Siew Kim 在 Papertex 处按月领取交通补贴外，C B EQUITIES SDN.BHD.、Tan Siew Kim 和 Kuan Hai Ngon 在 Papertex 处未获取过分红或其他经济利益。

（4）Printpack

截至本回复报告出具日，Printpack 的股权结构情况如下：

股权结构	**股东名称**	**注册资本（万马来令吉）**	**持股比例（%）**
	香港鸿达	2,000.00	100.00
	合计	**2,000.00**	**100.00**

1）少数股东的基本情况

Printpack 历史上曾存在少数股东，具体情况如下：

①C B EQUITIES SDN.BHD.

C B EQUITIES SDN.BHD.的基本情况详见本问之“3.Papertex”之“（1）少数股东的基本情况”之“①C B EQUITIES SDN.BHD.”。

②RESOLUSI KREATIF SDN. BHD.

公司名称	**RESOLUSI KREATIF SDN. BHD.**		
注册编号	201901020889 (1330218-X)		
成立日期	2019.06.14		
注册资本	0.0001 万马来令吉		
注册地址	UNIT 901, LEVEL 9, CITY PLAZA,NO. 21, JALAN TEBRAU,JOHOR BAHRU,JOHOR		
股权结构	**股东姓名/名称**	**注册资本（万马来令吉）**	**持股比例（%）**
	CHONG THEN LOI	0.0001	100.00
	合计	**0.0001**	**100.00**

2）少数股东入股及退出 Printpack 的背景、定价依据及公允性

2021 年 1 月，香港鸿达向香港博格达实业有限公司收购其持有的 Printpack51.00%的股权。本次转让后股权结构如下：

股东姓名/名称	**注册资本（万马来令吉）**	**持股比例（%）**
香港鸿达	306.00	51.00
Resolusi Kreatif Sdn Bhd	150.00	25.00
C B EQUITIES SDN.BHD.	144.00	24.00
合计	**600.00**	**100.00**

2021 年 10 月，香港鸿达、C B EQUITIES SDN.BHD.、RESOLUSI KREATIF SDN. BHD.按照注册资本价格分别向 Printpack 增资，增资后的股权结构如下：

股东姓名/名称	**注册资本（万马来令吉）**	**持股比例（%）**
香港鸿达	1,020.00	51.00
Resolusi Kreatif Sdn Bhd	500.00	25.00

股东姓名/名称	注册资本（万马来令吉）	持股比例（%）
C B EQUITIES SDN.BHD.	480.00	24.00
合计	**2,000.00**	**100.00**

2022 年 10 月，香港鸿达以 590.52 万马来令吉的价格从 Resolusi Kreatif Sdn Bhd 收购 Printpack25.00%的股权；以 528.00 万马来令吉的价格从 Resolusi Kreatif Sdn Bhd.收购 Printpack24.00%的股权；对应的股权转让单价分别为 1.18 马来令吉/注册资本、1.10 马来令吉/注册资本。其中，C B EQUITIES SDN.BHD.为 Tan Siew Kim 和 Kuan Hai Ngon 实际控制的马来西亚公司；Resolusi Kreatif Sdn Bhd.为 CHONG THEN LOI 实际控制的马来西亚公司。上述股权转让价格为香港鸿达与转让方在 Printpack 净资产价格的基础上个别协商定价，本次股权转让价格存在差异的原因为 Resolusi Kreatif Sdn Bhd.的全资控股股东 CHONG THEN LOI 在 Printpack 设立及运营过程中投入了较多精力及资源。本次股权转让后 Printpack 的股权结构如下：

股东姓名/名称	注册资本（万马来令吉）	持股比例（%）
香港鸿达	2,000.00	100.00
合计	**2,000.00**	**100.00**

3）从发行人处获取分红或其他经济利益的具体情况

截至本回复报告出具日，除 Kuan Hai Ngon 仍以运营总监身份参与 Printpack 的日常经营管理并领薪外，上述少数股东未曾从 Printpack 处获取分红或其他经济利益。

2、境外少数股东在发行人生产经营中发挥的具体作用，相关股东与境外客户、供应商是否存在关联关系，是否控制其他同类业务企业；各境外子公司对其少数股东是否存在重大依赖，少数股东对发行人境外经营稳定性的影响

（1）境外少数股东在发行人生产经营中发挥的具体作用

截至本回复报告出具日，境外少数股东在发行人生产经营中发挥的具体作用如下：

序号	少数股东姓名/名称	发行人子公司名称	担任职务	具体作用
1	TONY	印尼高义	董事	参与日常经营
		PT Global	董事	参与日常经营
2	PT.ACCORD MANDIRI BATAM	PT Global	由股东 TONY 担任董事	—

序号	少数股东姓名/名称	发行人子公司名称	担任职务	具体作用
3	C B EQUITIES SDN.BHD.	Papertex	由 C B EQUITIES SDN.BHD.股东 Tan Siew Kim 和 Kuan Hai Ngon 担任 Papertex 董事	—
4	Tan Siew Kim	Papertex	董事	顾问
		Printpack	董事	—
5	Kuan Hai Ngon	Papertex	董事	顾问
		Printpack	顾问	顾问

（2）相关股东与境外客户、供应商是否存在关联关系，是否控制其他同类业务企业

除 PT.ACCORD MANDIRI BATAM 为发行人的供应商、TONY 为 PT.ACCORD MANDIRI BATAM 的股东外，其他境外少数股东与发行人的境外客户、供应商不存在关联关系。

（3）各境外子公司对其少数股东是否存在重大依赖，少数股东对发行人境外经营稳定性的影响

各境外少数股东不控制其他同类业务企业。发行人对各境外子公司均能实现稳定控制，不存在对其少数股东的重大依赖，少数股东对发行人境外经营稳定性不存在重大影响。

二、会计师核查程序及核查意见

（一）核查程序

针对事项（3），我们主要履行了以下核查程序：

1、获取发行人报告期各期各子公司的财务报表，访谈发行人管理层，了解发行人各子公司的设立背景与原因，在发行人体系中的作用及定位，实际经营情况或无实际经营的原因以及各无实际经营子公司的未来规划的情况；

2、根据发行人资金流水情况，结合对发行人财务负责人的访谈，了解境外收益流入境内母公司的情况；

3、获取发行人报告期各期内部交易明细，了解内部交易的内容及交易价格情况；

4、访谈发行人财务负责人，并获取发行人内部交易的定价策略资料，结合子公司经营情况及内部交易价格变动情况，分析内部交易价格定价的合理性；

5、查阅发行人及子公司主管部门或机关出具的涉税合规证明或相关法律意见书，了解发行人及子公司报告期各期的外汇和税收合规性。

（二）核查意见

经核查，我们认为：

1、发行人子公司主要为配合发行人主营业务或业务拓展而设立，业务定位清晰，子公司设置与发行人生产经营匹配；

2、发行人报告期内不存在外汇等方面违法违规及行政处罚记录，报告期内，发行人不存在境外收益流入境内母公司的情况；

3、公司内部交易系各主体根据其在公司业务体系中的业务定位和职能以及合理的商业目的发生的真实交易，交易定价公允；

4、发行人境外销售符合《货物贸易外汇管理指引》等相关法律法规的规定，发行人报告期内不存在外汇等方面违法违规及行政处罚记录；

5、公司内部交易并非以取得税收收益为目的，公司及其子公司不存在用不同主体间的可弥补亏损来调整整体税负的情况，不存在转移定价安排及相关税务风险，报告期内不存在违反税法规定的相关情形。

问题 4.关于产能利用率、募投项目及现金分红

申报材料显示：

（1）报告期内，发行人的产能利用率分别为 81.74%、84.61%、79.27%。

（2)2020 年和 2022 年，发行人现金分红金额分别为 1,836.80 万元、2,157.40 万元。

（3）发行人本次募集资金拟投资项目包括：东莞智能包装生产建设项目、研发中心建设项目、信息化建设项目、补充营运资金，各项目募集资金投资金额分别为 56,460.89 万元、5,490.30 万元、2,426.97 万元、13,000.00 万元。

请发行人：

（1）结合产品订单、在产品、产成品、生产模式、生产周期，量化分析说明报告期内各类产品产量、产能利用率变化的原因及合理性，产能利用是否充分，是否存在产能利用率下滑的风险，如是，请披露相关风险。

（2）结合不同产品产能利用率、产销率、在手订单、已开发和拟开发客户情况，分析募投项目产能消化方式及其有效性，募投项目效益测算过程及其谨慎性，募投项目的合理性、必要性；模拟测算募投项目建成后资产折旧或摊销金额及对利润的影响，并充分揭示风险。

（3）结合现金分红政策及其执行标准、现金分红的背景和原因、报告期内发行人现金流量及资产负债状况，说明现金分红的必要性、合理性；说明历次现金分红履行的审议程序，是否符合发行人公司章程和《公司法》的规定，实施现金分红对发行人财务状况、生产运营的影响；说明历年现金分红的资金流向及用途，是否体外资金循环形成销售回款、承担成本费用的情形。

（4）说明募集资金补充流动资金的测算依据，结合持有的货币资金、财务状况、现金分红情况等，说明报告期内存在现金分红情况下利用募集资金补充流动资金的必要性、合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，发行人律师对事项（3）发表明确意见。

回复：

一、发行人说明

（一）结合产品订单、在产品、产成品、生产模式、生产周期，量化分析说明报告期内各类产品产量、产能利用率变化的原因及合理性，产能利用是否充分，是否存在产能利用率下滑的风险，如是，请披露相关风险。

1、产品订单、在产品、产成品、生产模式、生产周期等情况

报告期内，公司主要生产彩盒、说明书产品。公司遵循“以销定产”的生产模式，根据客户下达的订单进行日常生产。一般来说，在客户下达初次订单时，由技术服务部根据客户订单要求打样试产，样品经客户确认后开始批量生产。工程部门制作《生产工程单》，明确产品规格型号、数量、交货日期、领用原材料数量、工艺要求等信息。生产计划部门根据生产工程单和送货计划编制生产计划，进行订单排程，并领用物料。产品一般经切纸、印刷、表面处理、模切、组装等工序后，生产流程完成。

品管部门对产品进行质量检查并确认后，仓管即可办理产成品入库手续。公司将自身不生产的产品或工序及当客户订单较集中时部分生产工艺较为成熟的工序进行委托加工。

报告期内，公司上述生产模式未发生变化。公司主要产品中彩盒的生产周期根据客户需求复杂性一般在 7-14 天不等；公司主要产品中说明书的生产周期根据客户需求复杂性一般在 4-7 天不等。

2、报告期内各类产品产量、产能利用率变化的原因及合理性

报告期内，公司生产的主要产品为彩盒及说明书，均主要通过印刷机生产，因此，发行人印刷机设备的产能反映了发行人的彩盒及说明书整体产能。发行人根据客户交付要求，进行不同产品排单生产，由于单一印刷机设备无法同时生产多类产品，公司综合产能和产量根据核心生产设备印刷机的印刷次数进行统计，具体情况如下：

项目		2023 年 1-9 月/2023 年 9 月 30 日	2022 年度/2022 年 12 月 31 日	2021 年度/2021 年 12 月 31 日	2020 年度/2020 年 12 月 31 日
产能（万印次）		30,259.00	35,117.60	31,122.00	24,534.00
产量（万印次）		21,065.66	27,836.57	26,331.04	20,054.20
产能利用率		69.62%	79.27%	84.61%	81.74%
产量（万个）	彩盒	23,134.76	28,822.44	24,481.91	18,318.53
	说明书	13,476.79	31,167.50	24,373.45	21,455.06
	合计	36,611.55	59,989.94	48,855.36	39,773.59
销量（万个）	彩盒	21,397.27	28,834.42	24,475.68	17,487.49
	说明书	14,169.91	29,675.45	22,028.15	19,942.75
	合计	35,567.18	58,509.87	46,503.83	37,430.24
产销率	彩盒	92.49%	100.04%	99.97%	95.46%
	说明书	105.14%	95.21%	90.38%	92.95%
	合计	97.15%	97.53%	95.19%	94.11%

注：①产能利用率=所有生产用印刷机的实际印次合计数/所有生产用印刷机的理论印次；
②所有生产用印刷机的实际印次合计数：各台印刷机的电子系统记录的数据加总；
③所有生产用印刷机的理论印次：各台印刷机的理论转速*各台印刷机正常生产经营的理论运行时间，然后加总各台印刷机的理论印次；
④因各期所生产的产品具体型号的差异，产量（万印次）和产量（万个）直接未呈现严格的固定数量关系，但总体呈现正比关系。

2021 年度，得益于国内宏观经济环境向好，发行人下游的消费电子、小家电行业持续发展，叠加同期绿色环保包装政策出台的有利影响，下游客户对环保包装的市场需求明显提升。2021 年度，发行人彩盒及说明书的销量同比增长 24.24%。为应对下游客户对包装品需求的增长，保证对重点客户的交付，公司通

过增加工作时间、提高生产效率、调整生产工人排班等方式提高产量，发行人当期产销率及产能利用率处于较好水平。

2022 年度，随着公司业务规模的进一步扩大，公司产量同比大幅增长。公司积极加速境外业务战略布局，扩充境外产能，于 2022 年下半年陆续购置印刷机设备用于境外控股子公司 Printpack、海阳鸿达新增生产线建设。因新增产能效益释放尚需一定时间，致使公司 2022 年度在产量、销量较 2021 年均明显增长的情况下的产能利用率同比有所下降。

2023 年 1-9 月，公司说明书产品产销情况较 2022 年呈现明显下降趋势，主要系当期终端客户微软 Microsoft 产品产量下降，对公司说明书产品大幅减少了采购。2023 年 9 月末，公司的产能利用率较 2022 年末持续下滑，主要系：（1）公司持续扩充境外产能，购置了大型印刷设备用于境外子公司 PT Global、同奈鸿达新增生产线建设。因产线调试、产能爬坡需要一定时间，致使公司 2023 年 9 月末的产能利用率较 **2022 年**有所下降；（2）公司计划于 2023 年-2024 年，将苏州高义现有生产线陆续搬迁至无锡市锡山区鹅湖镇的公司自建工厂内，部分订单计划转移至无锡基地，苏州高义产量有一定程度的下降，导致 2023 年苏州印刷设备产能利用率呈下滑趋势。整体上，除境外子公司持续进行产能布局及苏州产线搬迁因素外，公司产能利用率较充足，主要生产基地东莞基地产能利用率达到 86.30%。

3、产能利用是否充分，是否存在产能利用率下滑的风险

（1）产能利用是否充分

1）公司境内产线产能利用率较为饱和

① 生产旺季产能利用率处于较高水平

报告期内，受下游客户的季节性需求影响，发行人收入的季节性波动较大，每年下半年收入显著高于上半年收入。为满足交付的及时性，发行人需根据客户订单情况合理安排生产，在产线建设和产能规划时需保障生产旺季，一般为每年第二季度或第三季度的产能条件。因此，公司生产旺季的产能利用率情况更能反映产能利用的充分性。

报告期各期，发行人分季度的产能利用率情况如下：

年度	境内产能利用率			
	一季度	二季度	三季度	四季度
2023 年 1-9 月	80.93%	87.67%	79.13%	-
2022 年度	77.88%	83.56%	85.80%	77.25%
2021 年度	81.71%	90.57%	80.08%	86.27%
2020 年度	71.19%	72.98%	91.62%	90.54%

由上表可知，报告期内，发行人的最高单季度境内产能利用率如下:

单位：万元

项目	2023 年 1-9 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
最高单季度产能利用率	87.67%	85.80%	90.57%	91.62%

公司报告期各期单季度产能利用率最高值已达 91.62%、90.57%、85.80%和87.67%，产能利用较为充分。

此外，实际生产过程中，由于不同类型产品需采用不同的生产方式，发行人在生产不同型号产品时存在需要调节生产模式、生产线，因此不同类型产品在生产效率方面也存在一定差异。因此，基于上述产品结构及柔性化生产模式的因素影响，公司现有生产线的实际生产效率低于其理论生产效率，对其产能利用率未达到满产水平具有一定影响。

公司产能利用率与同行业可比公司上市前后产能利用率水平较为一致

公司产能利用率与同行业可比公司综合产能利用率或可比产品的产能利用率的对比情况如下：

公司名称	年度产能利用率情况			
中荣股份	项目	报告期 T+2	报告期 T+1	报告期 T
	综合产能利用率	86.18%	86.52%	87.05%
裕同科技	项目	报告期 T+2	报告期 T+1	报告期 T
	彩盒产能利用率	78.44%	79.30%	85.26%
	说明书产能利用率	80.35%	80.84%	83.01%
劲嘉股份	项目	T+4	T+3	-
	综合产能利用率	87.59%	79.64%	-
发行人	项目	报告期 T+2	报告期 T+1	报告期 T
	综合产能利用率	79.27%	84.61%	81.74%

注 1：报告期列示为“报告期 T、T+1 和 T+2”，为各可比公司最新招股说明书报告期三个完整会计年度数据，裕同科技为 2013-2015 年度，中荣股份为 2019-2021 年度、劲嘉股份为 2004-2006 年度、发行人为 2020-2022 年度；

注 2：劲嘉股份于 2007 年在深圳证券交易所主板上市，仅对外披露其 2007、2008 年度的产能利用率数据，列式为“T+3、T+4”。

由上表可知，公司境内产能利用率与同行业可比公司上市前后产能利用率水平较为一致。

综上所述，受下游客户的季节性需求影响，公司有明显的生产淡旺季，而公司生产旺季的产能利用率情况更能反映产能利用的充分性。公司报告期各期的境内产线的生产旺季产能利用率已处于较高水，不存在产能闲置的情形。公司境内产能利用较为充分。

②境外处于产能爬坡阶段

报告期内，公司主要终端客户加大东南亚生产线建设，其中部分客户要求发行人在其生产线所在的东南亚地区当地完成产品交付，此外，公司积极开拓境外业务，报告期内新增境外业务规模增速较快。

报告期初，由于发行人境外产能水平较低，由境内生产，再通过海运或空运模式完成境外交付，又因发行人产品单价低，体积大的，而不具备运输成本经济性，并结合发行人境内产能利用率已较为饱和方面的考虑，针对部分产品的境外交付，发行人采用向东南亚当地供应商采购成品并向下游客户销售的模式，成品采购的生产模式下，产品生产成本较高，公司亦无法发挥多年以来形成的生产工艺积累的优势，且为增加客户粘性方便考虑，公司决定加速境外自有产线布局，独立在境外完成生产并向客户直接交付。

公司于 2022 年下半年陆续购置印刷机设备用于境外控股子公司 Printpack、海阳鸿达新增生产线建设。2023 年公司持续扩充境外产能，购置了大型印刷设备用于境外子公司 PT Global、同奈鸿达新增生产线建设。因产线建设需要逐步完成，相关供应链调整以及产线调试、产能爬坡需要一定的时间，尚未达到新增产能效益释放阶段，致使公司的境外产能利用率较低。

2）是否存在产能利用率下滑的风险

报告期各期，发行人产能利用率（以印次计）均在 80%以上或接近 80%。报告期内，发行人产品的销量增速明显，在手订单量持续增长且覆盖率良好。2022 年度，发行人积极布局境外子公司产能，于 2022 年下半年陆续于子公司 Printpack、海阳鸿达购置印刷机设备。因新增产能效益释放尚需一定时间，致使公司 2022 年末的产能利用率同比有所下降。2023 年 1-9 月，公司继续于境外子公司 PT

Global、同奈鸿达布局产能。因新增产能效益释放尚需一定时间，致使公司 2023 年 1-9 月的产能利用率同比有所下降；同时公司计划于 2023 年-2024 年，将苏州高义的部分产线及订单转移至无锡基地，苏州高义产量有一定程度的下降，导致 2023 年苏州印刷设备产能利用率呈下滑趋势。整体上，除境外子公司产能爬坡及苏州产线搬迁因素外，公司产能利用率较充足，东莞基地产能利用率达到 86.30%。未来，随着公司在马来西亚、越南、印尼等地的客户开拓的顺利推进及生产经验的不断积累，公司产能利用率有望进一步提升，未来产能利用率大幅下滑的风险较小。

若未来纸质包装的产业政策、市场需求发生重大不利变化或发行人业务拓展不及预期，导致彩盒、说明书的产量增速低于新增产能增速，发行人的产能利用率仍存在下滑风险。

综上，报告期内，发行人产能利用整体较为充分。2022 年度，由于发行人扩大境外产能规模，致使发行人 2022 年末的产能利用率同比出现一定下降。2023 年 1-9 月，因境外持续布局产能及苏州高义生产线搬迁影响，使得产能利用率下滑。未来，随着公司苏州高义生产线搬迁完成，以及在马来西亚、越南、印度尼西亚等地新增产能效益释放及生产经验的不断积累，公司产能利用率有望进一步提升，未来产能利用率大幅下滑的风险较小。

（二）结合不同产品产能利用率、产销率、在手订单、已开发和拟开发客户情况，分析募投项目产能消化方式及其有效性，募投项目效益测算过程及其谨慎性，募投项目的合理性、必要性；模拟测算募投项目建成后资产折旧或摊销金额及对利润的影响，并充分揭示风险

1、结合不同产品产能利用率、产销率、在手订单、已开发和拟开发客户情况，分析募投项目产能消化方式及其有效性，募投项目效益测算过程及其谨慎性，募投项目的合理性、必要性

（1）发行人的产能利用率、产销率处于较高水平，未来新增产能的消化有较好保障，具备进一步提高产能的条件

报告期内，公司生产的主要产品为彩盒及说明书，均主要通过印刷设备生产。因此，发行人印刷设备的产能反映了彩盒及说明书整体产能，由于难以从印刷设备印次上划分各产品的产能，基于上述情况，公司综合产能和产量根据印刷设备

的印刷次数进行产能利用率的统计。受下游客户的季节性需求影响，公司有明显的生产淡旺季，公司生产旺季的产能利用率情况更能反映产能利用的充分性。报告期内，发行人的最高单季度境内产能利用率如下:

项目	2023 年 1-9 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
最高单季度产能利用率	87.67%	85.80%	90.57%	91.62%

公司报告期各期单季度产能利用率最高值已达 91.62%、90.57%、85.80%和87.67%，产能利用较为充分。

报告期内，公司主要产品的生产、销售及产销率情况如下：

期间	项目	彩盒	说明书
2023 年 1-9 月	产量（万个）	23,134.76	13,476.79
	销量（万个）	21,397.27	14,169.91
	产销率	92.49%	105.14%
2022 年度	产量（万个）	28,822.44	31,167.50
	销量（万个）	28,834.42	29,675.45
	产销率	100.04%	95.21%
2021 年度	产量（万个）	24,481.91	24,373.45
	销量（万个）	24,475.68	22,028.15
	产销率	99.97%	90.38%
2020 年度	产量（万个）	18,318.53	21,455.06
	销量（万个）	17,487.49	19,942.75
	产销率	95.46%	92.95%
2020-2022 年销量复合年均增长率		**28.41%**	**21.98%**

报告期内，公司业务规模快速增长，主要产品的产销率良好，报告期内生产旺季产能利用率较为饱和，产品整体呈现供应紧张的局面。未来，随着市场规模的持续增长、发行人新工艺及新产品的推出，发行人现有生产能力将较难满足客户对产品持续增长的需求。在纸质包装行业高速发展和市场空间广阔的背景下，通过本次募投项目扩充优势领域的产能，将大幅提高发行人生产能力，有利于抢占市场发展先机，有效缓解公司现阶段饱和生产的状态，因此，现阶段发行人已具备进一步提高产能的条件。

公司报告期各期产能利用率保持较高水平，产能的消化能力较强，且报告期内销量增速明显，为公司新增产能的消化提供了较好的市场保障，具备进一步提高产能的条件。

（2）发行人产品的销量增速明显，在手订单量持续增长且覆盖率良好，优质客户资源丰富，为公司新增产能的消化提供了较好的市场保障

1）发行人报告期内产品的销量增速明显，在手订单量持续增长且覆盖率良好

报告期内，公司产品在手订单量持续快速增长，销售规模增速明显，具体情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-9 月/ 2023 年 9 月 30 日		2022 年度/ 2022 年 12 月 31 日		2021 年度/ 2021 年 12 月 31 日		2020 年度/ 2020 年 12 月 31 日
	金额	同比变化	金额	同比变化	金额	同比变化	金额
在手订单	22,782.77	-	22,414.39	25.82%	17,815.10	50.42%	11,843.39
销售额	79,824.40	-	93,448.34	7.28%	87,109.04	17.32%	74,248.44

注：在手订单金额为不含税金额。

报告期内，公司库存商品，发出商品订单覆盖情况如下：

单位：万元

存货类别	项目	2023 年 9 月 30 日	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
发出商品	期末余额	4,302.58	3,244.42	2,955.94	2,312.68
	有订单支持余额	4,302.58	3,244.42	2,955.94	2,312.68
	订单覆盖率	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
库存商品	期末余额	3,598.03	3,263.23	2,499.44	2,219.76
	有订单支持余额	3,404.65	3,054.85	2,365.75	2,131.84
	订单覆盖率	94.63%	93.61%	94.65%	96.04%

报告期各期末，公司发出商品余额均有订单支持，库存商品的订单覆盖率分别为 96.04%、94.65%、93.61%和 94.63%，订单覆盖率较好。

2）优质客户资源丰富

①已开发客户情况

通过多年的业务拓展，公司已开发包括微软、苹果、菲利普莫里斯、绿山咖啡、iRobot、必胜、Shark Ninja、小米、徕芬、今世缘等优质客户，涵盖消费电子、小家电、电子烟、酒类等领域。公司积极维护主要业务领域的优质客户，拓展已有客户的销售规模，同时不断加强新客户的开发力度，丰富自身客户资源储备，公司目前已开发的部分优质客户及客户业务发展情况如下：

序号	已开发客户名称	关于市场地位或业务规模的公开信息	主要合作的产品类型
1	微软	微软（Microsoft）是一家美国跨国科技企业，以研发、制造、授权和提供广泛的电脑软件服务业务为主，最为著名和畅销的产品为 Windows 操作系统和 Office 系列软件	彩盒、Value box 黑色翻盖盒、胶装说明书
2	KDP	绿山咖啡是 Keurig Dr pepper Inc.旗下知名的咖啡品牌，其生产的咖啡机主要在美国、加拿大等北美地区销售，并占据较大的市场份额，为北美地区的咖啡机领先企业	彩盒、说明书
3	戴森	戴森（Dyson），成立于 1993 年，是一家工程技术创新公司，是世界知名的电吹风、吸尘器制造商	纸托，未来业务预计拓展至彩盒，纸托，内卡，纸箱等品类
4	必胜	必胜公司，北美吸尘器知名品牌	彩盒、纸托、说明书
5	Beats	美国声乐设备品牌，主要产品有耳机和扬声器，于 2014 年被 Apple 公司收购	礼盒、耳套固定片、说明书
6	iRobot	iRobot 是一家设计并销售以扫地机器人为主要产品的全球领先的家用服务机器人公司。公司业务遍及包括中国、美国、欧洲、日本等全球主要市场，是全球公认的家用服务机器人领导品牌之一。	说明书
7	Shark Ninja	Shark Ninja Operating LLC，国际知名的创新型清洁及厨房小家电公司，总部位于美国马萨诸塞州	彩箱、外箱

行业头部优质客户业务发展良好，与供应商之间有更强的粘性，一旦形成合作，一般不会轻易更换，公司与优质客户的深度绑定为未来募投项目产能消化提供了坚实的基础。

②拟开发客户情况

此外，公司还积极开发其他新客户，多年以来，公司凭借着可靠的产品质量以及优质的服务收获了下游各行业内客户的高度评价，并通过自身积累的产业经验和业务优势不断开拓其他新客户。截至 2023 年 9 月，公司部分新开拓的重点客户情况如下：

序号	新客户名称	客户简介	产品应用领域	客户开发阶段
1	北京智米电子科技有限公司	为小米生态链企业	消费电子	试产
2	北京青禾小贝科技有限公司	为小米生态链企业，专注于为用户提供口腔护理类产品和服务，旗下有口腔护理品牌“贝医生”，主要产品包括电动牙刷、牙膏、漱口水等	消费电子	设计和报价

序号	新客户名称	客户简介	产品应用领域	客户开发阶段
3	云鲸智能科技（东莞）有限公司	知名扫地机器人生产厂商	消费电子	审厂已通过，进入试产阶段
4	爱奇迹（深圳）技术有限公司	是全球知名的一次性电子烟品牌商之一	电子烟	东莞工厂已通过审核，马来西亚工厂、印尼工厂待审核
5	Imperial Tobacco Limited（帝国烟草）	是全球四大烟草公司之一	电子烟	东莞工厂已通过审核，待签样
6	PT.WIK FAR EAST BATAM，WIK	是国际知名小型生活电器制造厂商，是 Nestle 咖啡机产品的一级供应商	小家电	试产
7	Samsung Electronics Co., Ltd.及其下属子公司	韩国证券交易所上市公司，业务涉及电子、金融、机械、化学等众多领域	小家电	客户询价
8	Techtronic Industries Co. Ltd	成立于 1985 年，为创科实业（TTI）旗下公司，TTI 设计、生产及销售电动工具、配件、手动工具、户外园艺电动工具及地板护理产品	小家电	已完成验厂，现处于报价和打样阶段

上述客户在其所属行业或领域拥有较强的影响力，产品线丰富，未来可进一步延伸合作的领域广阔，同时公司也将受益于其品牌效应，向更多客户及下游市场渗透。因此，公司与上述客户的合作为公司未来业绩的成长性提供了动力。

综上，公司报告期内销量增速明显，各期产能利用率保持较高水平且产能的消化能力较强，在手订单量持续增长且覆盖率良好，优质客户资源丰富，为公司新增产能的消化提供了较好的市场保障。

2、募投项目效益测算过程及其谨慎性

（1）募投项目效益测算过程

公司本次发行的募投项目为“东莞智能包装生产建设项目”“研发中心建设项目”“信息化建设项目”“补充营运资金”，其中仅“东莞智能包装生产建设项目”直接产生收入，而“研发中心建设项目”“信息化建设项目”“补充营运资金”本身不直接产生收入。

东莞智能包装生产建设项目完全达产后预计可实现年均销售收入约 8 亿元，毛利率为 27.37%，净利率为 11.06%。效益测算的主要计算过程如下：

单位：万元

项目	T3 年	T4 年	T5 年	T6 年	T7 年	T8 年	T9 年	T10 年	T11 年	T12 年
营业收入	48,178.80	64,238.40	80,298.00	80,298.00	80,298.00	80,298.00	80,298.00	80,298.00	80,298.00	80,298.00
营业成本	35,142.70	46,398.64	57,870.30	58,398.39	58,398.39	58,398.39	58,398.39	58,398.39	58,398.39	58,398.39
毛利率	27.06%	27.77%	27.93%	27.27%	27.27%	27.27%	27.27%	27.27%	27.27%	27.27%
销售税金及附加	298.66	398.21	497.77	497.77	497.77	497.77	497.77	497.77	497.77	497.77
销售费用	1,390.95	1,903.55	2,441.12	2,501.51	2,501.51	2,501.51	2,501.51	2,501.51	2,501.51	2,501.51
管理费用	3,164.81	4,321.74	5,519.08	5,648.38	5,648.38	5,648.38	5,648.38	5,648.38	5,648.38	5,648.38
研发费用	1,524.47	2,097.67	2,709.60	2,805.14	2,805.14	2,805.14	2,805.14	2,805.14	2,805.14	2,805.14
利润总额	6,657.22	9,118.58	11,260.13	10,446.81	10,446.81	10,446.81	10,446.81	10,446.81	10,446.81	10,446.81
所得税	998.58	1,367.79	1,689.02	1,567.02	1,567.02	1,567.02	1,567.02	1,567.02	1,567.02	1,567.02
净利润	5,658.63	7,750.79	9,571.11	8,879.79	8,879.79	8,879.79	8,879.79	8,879.79	8,879.79	8,879.79
净利润率	11.75%	12.07%	11.92%	11.06%	11.06%	11.06%	11.06%	11.06%	11.06%	11.06%

（2）募投项目效益谨慎性

1）募投项目达产后产品销售价格预估具备谨慎性

本次募投项目涉及的产品主要为彩盒及说明书。本次募投项目涉及产品与公司现有可比产品在相关产品型号、主要参数方面基本一致。

报告期各期，公司分产品的主营业务销售价格及募投项目达产后预测产品销售价格对比情况如下：

单位：元

项目	产品	2023 年 1-9 月	2022 年	2021 年	2020 年
销售价格	彩盒	2.37	2.13	2.42	2.69
	说明书	0.75	0.48	0.59	0.62
募投项目达产后销售价格预测	彩盒	1.80			
	说明书	0.45			

由上表可知，本次募投项目达产后预测产品销售价格基本低于公司报告期内彩盒、说明书产品销售价格的整体平均水平，因此，本次募投项目产品销售价格的预测较为谨慎。

（2）募投项目产品未来毛利率预估具备谨慎性与合理性

1）与公司报告期各期可比产品销售毛利率情况对比

根据本次募投项目的相关测算资料，本次募投项目涉及的产品为彩盒、说明书，达产后的预计收入构成与如下：

单位：万元

产品	预计销售金额	占比
彩盒	39,312.00	75.28%
说明书	12,906.00	24.72%

根据公司彩盒及说明书产品报告期各期的实际毛利率水平，测算以上表所示的募投项目达产后各产品收入比例的综合销售毛利率，其与现有募投项目产品未来毛利率预估的差异情况如下：

项目	产品	2023 年 1-9 月	2022 年	2021 年	2020 年
报告期各期的实际毛利率水平①	彩盒	23.46%	22.59%	23.75%	30.52%
	说明书	46.51%	48.46%	49.29%	52.82%
募投项目达产后产品的收入占比②	彩盒	75.28%			
	说明书	24.72%			

项目	产品	2023 年 1-9 月	2022 年	2021 年	2020 年
报告期各期毛利率贡献率③=①*②	彩盒	17.66%	17.01%	17.88%	22.98%
	说明书	11.50%	11.98%	12.18%	13.05%
以募投项目收入占比为基础的综合销售毛利率测算结果	**彩盒、说明书**	**29.16%**	**28.98%**	**30.06%**	**36.03%**
募投项目预测综合毛利率	**彩盒、说明书**				**27.37%**

注 1：毛利率贡献率=该类产品毛利率*收入贡献率（该类产品收入占主营业务收入的比重）；
注 2：综合毛利率为各产品毛利率贡献率之和。

由上表可知，募投项目预测综合毛利率低于以报告各期各产品实际毛利率及募投项目收入比例测算的综合毛利率水平，因此，募投项目效益测算具备合理性、谨慎性。

②与同行业可比公司近期披露的募投项目毛利率情况对比

报告期各期，同行业可比公司最近三年一期新增可比募投项目产品毛利率情况如下：

公司	项目内容	毛利率
裕同科技	宜宾裕同智能包装及竹浆环保纸塑项目	34.06%
	许昌裕同高端包装彩盒智能制造项目	30.57%
	越南裕同包装产业基地建设项目	26.15%
	印尼裕同包装产业基地建设项目	31.95%
美盈森	智能包装研发生产基地项目	33.32%
	美盈森集团股份有限公司战略性包装工业 4.0 项目	32.04%
	美盈森集团（越南）包装生产项目	31.68%
	美盈森习水精品包装智能制造项目	30.94%
平均值		31.34%
发行人	东莞智能包装生产建设项目	27.37%

由上表可知，同行业可比公司最近三年一期新增可比募投项目关于运营稳定期毛利率的预测在 26.15%-34.06%间，而公司本次募投项目达产期产品毛利率预测为 27.37%，整体低于同行业可比公司最近三年一期新增可比募投项目平均毛利率水平。因此，本次募投项目毛利率的预测较为谨慎，具有合理性。

综上，本次募投项目效益测算较为谨慎，具有合理性。

3、募投项目的合理性、必要性

（1）东莞智能包装生产建设项目

1）扩大生产规模，满足客户需要

当前纸包装产品已广泛应用于消费电子、小家电、烟酒、医药、日化产品等消费品领域，得益于下游行业的良好发展以及市场需求的持续增长，全球纸包装行业呈现逐年稳步上升的态势。在纸包装市场稳步发展的同时，产品技术路线的市场竞争也驱动企业不断加快创新步伐。在下游市场未来发展前景持续向好的背景下，随着纸包装产品在结构、功能、设计上持续升级迭代、应用范围逐步拓宽、产品应用场景进一步丰富，行业有望迎来新的增长驱动。

随着行业的稳步发展，公司当前的生产规模将难以匹配下游客户的需求扩张，目前公司各产线高速运转，在手订单饱和。未来随着新市场的开拓以及新客户的陆续开发，公司现有产能不足问题已成为制约公司进一步发展的掣肘。出于长远发展的考虑，公司迫切需要进一步扩大生产规模，在满足下游市场需要的同时，巩固并提升市场占有率。

2）提升运行效率，降低生产成本

近年来在国家政策扶持下，我国纸品包装行业迅速发展，众多企业凭借劳动成本、材料成本等优势快速扩大规模。随着人口红利逐步消退，劳动力成本快速上涨，部分企业面临着产能过剩、材料成本上涨等困境。通过推行智能制造，逐步实现自动化、提升生产效率及节约劳动力成本，成为实现产业转型升级的必由之路。

为加速推进公司长远发展战略规划，公司将引进先进自动化生产设备。一方面实现制造工艺优化以提高生产运行效率；另一方面通过引入自动化设备提高公司的生产水平，从而减少人力依赖，实现更好的成本管控目标。

3）扎根珠三角地区，更好服务下游客户

珠三角依靠毗邻港澳台的区位优势，聚集了大量的消费电子领域产品制造企业，已经形成了以消费类电子产品为重点的产业结构。在国家政策的鼓励与支持下，珠三角地区通过技术引进及资本注入的方式大力开展工业生产活动，随着自主创新战略的深入实施，消费电子、小家电等重要产业蓬勃发展。

目前珠三角地区拥有庞大的下游市场以及完善的产业配套设施，出于及时响应客户的需要，新的项目也将设立于珠三角地区的重要城市——东莞。东莞地区的制造业较为发达，制造业门类齐全，产业链条完整，配套产业完备，通过新工厂的设立，公司能够形成以东莞市场为基础，逐步对周边地区形成辐射效应，依托公司的技术优势、规模优势，建立稳定的产品供应和技术服务渠道，为下游客户提供更优质的服务。

（2）研发中心建设项目

1）及时跟踪市场变化，顺应行业发展大趋势

纸品包装行业呈现两大趋势：1）“限塑令”升级带动行业技术变革，绿色包装引领行业发展。当前，绿色包装已成为行业发展趋势，国家相关主管部门及行业协会颁布多项绿色包装政策，要求印刷包装企业从原料到包装的设计、制造、使用回收等各环节中做到节能、高效、无害，推动规模纸企向绿色可持续发展方向前进，在一定程度上要求企业加快产品结构调整。2）智能化、自动化成为企业升级转型的重要路径。随着人口红利的褪去，自动化等先进技术与包装领域加速融合，自动化程度高、可靠性好、技术含量高的包装设备成为行业的发展需要。未来，打造出新型智能化的包装机器并进行大规模应用是纸包装行业发展的大方向之一。

基于上述背景，各大包装企业需要进一步增强研发生产能力，持续进行自主创新，以丰富的技术储备应对当前市场变化，进一步扩大市场规模，增强公司盈利能力。

2）满足下游群体需要，提升企业竞争力

创新始终是企业发展的重要活力。下游客户的变化对企业研发创新提出了更深的要求。纸品包装的主要功能从储存、方便运输，基本信息传递等，逐渐过渡到展示品牌特点、广告宣传等方面，包装的功能也愈发多样。此外，消费者差异化、个性化的消费特征也使得标准化的包装产品无法满足当前需要。

多样化的消费者需求给企业的研发创新能力提出了更高的要求，对产品包装结构、外观的升级调整是企业具备竞争优势的源动力，在为客户提供整体包装配套解决方案的同时，也能进一步增厚企业营收规模，增强盈利能力。

3）创造良好的科研条件，吸引优质科研人员

公司自成立之初便一直专注于印刷包装领域，随着规模的壮大，公司目前已在业内形成了一定的品牌影响力和广泛的行业认同。多年来公司高度重视技术研发创新，目前已形成了丰富的研发技术储备和高端人才培养体系，并建立了专利创新设计激励机制、股权激励等奖励措施，充分调动员工的积极性、创造性，提升员工对企业的忠诚度。

未来，随着新生产基地的投产以及客户群体的逐步丰富，公司需要进一步扩大研发规模，建设新研发中心，为科研人员提供高标准、高质量的科研环境，促进研发工作高效开展，进一步增强公司的创新活力。

（3）信息化建设项目

1）顺应行业趋势，实现公司进一步发展的需要

包装印刷企业信息化建设已成为未来发展的必然趋势。目前，在智能制造、无人工厂、产业互联网等趋势的推动下，众多企业利用互联网打通产业上下游，形成协同效应，打造完整的生态链系统，积极探索智能制造模式升级。公司将顺应行业趋势，及时跟进市场的新变化。

目前，公司的 IT 技术能够支撑公司的基本业务运作，满足业务部门的基础性需求。未来随着公司规模的扩张和业务的拓展，在业务知识、技术、经验共享、数据分析、部门沟通、外部客户协调等方面需要更强大完整的信息系统来支撑，因此信息化建设项目具有必要性。

2）实现有效串联，达到精细化管理的目标

公司在行业内已形成一定的规模及品牌影响力。当前，公司下设多个职能部门以及事业部，下辖员工众多，业务覆盖海内外市场，服务群体多样，公司迫切需要通过先进的 IT 系统来支持日益复杂的管理环境，最大限度的提高公司的管理和决策效率。

通过本项目，公司将运用信息化手段，集成串联企业的设计、采购、生产制造、财务、营销、经营、管理等各个环节，打破传统的数据隔离状态，实现信息和资源的共享，从而有效支撑企业的决策系统，达到提高沟通效率、合理分配资源、降低库存、提高生产效率和质量的目标。

3）通过提升响应能力提升企业核心竞争力

响应能力是包装行业企业重要的核心竞争力。对于包装印刷企业来说，巩固专业优势、提升响应能力、快处理客户要求等是企业核心竞争力的体现，公司需要在巩固传统优势中培育新的竞争优势。通过本次信息化平台项目的建设，公司能够不断完善标准化建设、优化各业务流程、提升响应速度，进而提升核心竞争力。

（4）补充营运资金项目

公司所处行业属于资金密集型、技术密集型行业，公司需要持续在固定资产、技术研发、生产经营等方面投入资金，公司的流动资金需求会随着资产规模、营业收入规模增加而不断增加。随着投资项目的建设，预计公司未来几年内仍将保持规模扩张的趋势，公司对流动资金的需求较大，有必要通过募集资金补充流动资金，以满足业务发展的需要。

4、模拟测算募投项目建成后资产折旧或摊销金额及对利润的影响，并充分揭示风险

经测算，公司本次募投项目建成后资产折旧及摊销金额及对公司经营业绩的影响情况如下：

单位：万元

募投项目	项目	T3 年	T4 年	T5 年	T6 年	T7 年	T8 年	T9 年	T10 年	T11 年	T12 年
东莞智能包装生产建设项目	营业收入	48,178.80	64,238.40	80,298.00	80,298.00	80,298.00	80,298.00	80,298.00	80,298.00	80,298.00	80,298.00
	净利润	5,658.63	7,750.79	9,571.11	8,879.79	8,879.79	8,879.79	8,879.79	8,879.79	8,879.79	8,879.79
	折旧	2,532.80	2,532.80	2,532.80	2,532.80	2,532.80	2,532.80	2,532.80	2,532.80	2,532.80	2,532.80
研发中心项目	折旧	291.64	291.64	291.64	291.64	291.64	140.44	140.44	140.44	140.44	140.44
信息化项目	折旧	184.15	184.15	184.15	184.15	184.15	1.92	1.92	1.92	1.92	1.92
	摊销	203.00	203.00	203.00	203.00	203.00	-	-	-	-	-
合计	**募投项目营业收入合计**	**48,178.80**	**64,238.40**	**80,298.00**	**80,298.00**	**80,298.00**	**80,298.00**	**80,298.00**	**80,298.00**	**80,298.00**	**80,298.00**
	折旧摊销合计	**3,211.60**	**3,211.60**	**3,211.60**	**3,211.60**	**3,211.60**	**2,675.17**	**2,675.17**	**2,675.17**	**2,675.17**	**2,675.17**
	募投项目折旧摊销在营业收入中占比	**6.67%**	**5.00%**	**4.00%**	**4.00%**	**4.00%**	**3.33%**	**3.33%**	**3.33%**	**3.33%**	**3.33%**

注 1：T1 年为东莞智能包装生产建设项目建设第 1 年，建设期共 2 年，于 T2 年底全部建成，计算期第 3 年开始投产，至第 5 年全部达产；房屋建筑物折旧年限为 30 年，机器设备折旧年限为 10 年，残值率为 10%，按直线折旧法计提折旧；

注 2：“研发中心建设项目”“信息化建设项目”本身不直接产生收入，统计其固定资产及无形资产的折旧摊销费用。

由上表可知，本次募投项目建成后，公司每年预计新增的折旧摊销费用约 2,675.17 万元至 3,211.60 万元，占未来预计营业收入的比例约 3.33%至 6.67%之间，占比较低。由于本次募投项目与公司主营业务紧密相关新增产能带来的营业收入的增长可以消化本次募投项目新增的折旧摊销等费用支出，且有助于发行人提升研发能力和信息化水平，有利有公司进一步提高自身的市场竞争力。

由于募集资金投资项目的实施需要一定的时间，在项目尚未产生效益或因市场发生不利变化，且募集资金投资项目未达到预期效益，而同期新增的折旧摊销等成本增加时，公司可能存在短期内因新增资产折旧摊销对经营业绩增长产生不利影响的风险。

（三）结合现金分红政策及其执行标准、现金分红的背景和原因、报告期内发行人现金流量及资产负债状况，说明现金分红的必要性、合理性；说明历次现金分红履行的审议程序，是否符合发行人公司章程和《公司法》的规定，实施现金分红对发行人财务状况、生产运营的影响；说明历年现金分红的资金流向及用途，是否体外资金循环形成销售回款、承担成本费用的情形

1、结合现金分红政策及其执行标准、现金分红的背景和原因、报告期内发行人现金流量及资产负债状况，说明现金分红的必要性、合理性

（1）发行人现金分红政策及其执行标准

报告期内，发行人现金分红政策参照《公司法》第三十四条“股东按照实缴的出资比例分取红利”及《公司法》第一百六十六条“公司分配当年税后利润时，应当提取利润的百分之十列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的百分之五十以上的，可以不再提取。公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在依照前款规定提取法定公积金之前，应当先用当年利润弥补亏损”执行。

（2）现金分红的背景和原因

报告期内，公司分别于 2020 年 1 月和 2022 年 4 月实施了两次现金分红，具体情况如下：

分红年度	分红基准日	股利分配方式	股东大会决议时间	分红金额（万元、含税）	是否实施完成
2020 年度	2019/12/31	现金分红	2020 年 1 月 10 日	1,836.80	是
2022 年度	2021/12/31	现金分红	2022 年 3 月 28 日	2,157.40	是

报告期内发行人持续盈利，不存在未弥补亏损，具备现金分红的基础。发行人成立以来专注于公司发展扩大经营规模，实施的现金分红较少。2020 年以来，发行人营业收入及净利润增长较快，为积极回报股东并激励员工持股平台内的核心员工为公司创造更大价值，发行人结合公司财务状况，在报告期内实施了两次现金分红。

（3）报告期内发行人现金流量及资产负债状况

报告期各期末，发行人的资产负债状况（合并口径）如下：

单位：万元

项目	2023 年 9 月 30 日	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
流动资产	63,232.37	52,400.05	67,602.74	50,074.98
非流动资产	82,377.57	60,245.24	34,387.33	12,590.35
资产总额	145,609.94	112,645.29	101,990.08	62,665.33
流动负债	41,290.16	22,927.42	20,943.38	22,507.48
非流动负债	20,687.40	13,173.52	10,588.41	443.24
负债总额	61,977.55	36,100.94	31,531.79	22,950.72
净资产	83,632.39	76,544.34	70,458.28	39,714.61
未分配利润	20,378.57	13,801.87	8,024.87	23,573.77

报告期各期，发行人的现金流量（合并口径）如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-9 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
经营活动产生的现金流量净额	6,666.14	15,031.84	8,820.74	9,312.16

报告期各期，公司资产负债率分别为 36.62%、30.92%、32.05%和 42.56%，流动比率分别为 2.22、3.23、2.29 和 1.53。报告期内，公司偿债能力总体较好，具备分红条件。

报告期各期，发行人持续盈利，经营活动现金流量净额分别为 9,312.16 万元、8,820.74 万元、15,031.84 万元和 6,666.14 万元，经营活动现金流量净额保持持续流入，各期现金流量净额均可覆盖当期支付的现金分红款。

综上，公司经营状况良好、业绩稳步增长，资产负债率稳定，具备现金分红的客观条件。为积极回报股东以及激励员工持股平台内核心员工未来为公司创造更大价值，发行人结合自身的经营情况、财务状况，向全体股东进行现金分红具备必要性和合理性。

2、说明历次现金分红履行的审议程序，是否符合发行人公司章程和《公司法》的规定，实施现金分红对发行人财务状况、生产运营的影响

（1）说明历次现金分红履行的审议程序，是否符合发行人公司章程和《公司法》的规定

1）2020 年度分红

2020 年利润分配时，发行人召开股东会，审议通过了《关于公司 2019 年度利润分配预案》。2020 年度现金分红已按照发行人公司章程和《公司法》相关规定履行了必要的程序。

2）2022 年度分红

2022 年利润分配时，发行人召开股东大会，审议通过了《关于公司 2021 年度利润分配预案的议案》。2022 年度现金分红已按照发行人公司章程和《公司法》相关规定履行了必要的程序。

综上，发行人报告期内的历次现金分红均履行了审议程序，符合发行人公司章程和《公司法》的规定。

（2）实施现金分红对发行人财务状况、生产运营的影响

报告期内，公司分别于 2020 年 1 月和 2022 年 4 月实施两次现金分红，现金分红金额占分红年度归属于母公司股东净利润的比例分别为 22.98%和 23.72%。发行人现金分红金额占分红年度的归属于母公司股东净利润比例较小，与公司经营情况相适应，故现金分红对公司财务状况和正常生产运营不存在重大不利影响。

3、说明历年现金分红的资金流向及用途，是否体外资金循环形成销售回款、承担成本费用的情形

报告期内历次分红，股东收取现金分红款后的资金流向及最终用途如下：

（1）2020 年度分红

单位：万元

股东名称	分红金额	主要资金流向及最终用途	是否存在体外资金循环形成销售回款、承担成本费用的情形
任志生	1,140.76	归还往来款，亲友间往来	否
李东红	211.20	亲友间往来，投资理财	否
王东	56.04	亲友间往来	否
高儒合伙	34.00	向合伙人分红	否
高萍合伙	42.80	向合伙人分红	否

（2）2022 年度分红

单位：万元

股东名称	分红金额	主要资金流向及最终用途	是否存在体外资金循环形成销售回款、承担成本费用的情形
任志生	756.76	归还往来款、支付股份回购款，亲友间往来	否
李东红	211.20	投资理财	否
王雪梅	171.50	投资理财	否
任柏宾	171.50	投资理财	否

股东名称	分红金额	主要资金流向及最终用途	是否存在体外资金循环形成销售回款、承担成本费用的情形
王东	56.04	亲友间往来	否
高儒合伙	100.00	向合伙人分红	否
高萍合伙	100.00	向合伙人分红	否
中证投资	73.50	向股东分红	否
博资同泽	36.75	向合伙人分红	否
创新投资	36.75	向合伙人分红	否
科创资本	36.75	向合伙人分红	否
阳光教育	33.85	向股东分红	否
高艺合伙	26.00	向合伙人分红	否

发行人报告期内现金分红的资金流向及用途主要为股东购买理财产品、投资、银行存款、家庭日常开支、亲友间往来及向合伙人分红，不存在大额且异常取现的情况，不存在无合理解释的大额资金往来，亦不存在直接或间接流向发行人客户、供应商及其关联方的情况，不存在体外资金循环形成销售回款、承担成本费用的情形。

（四）说明募集资金补充流动资金的测算依据，结合持有的货币资金、财务状况、现金分红情况等，说明报告期内存在现金分红情况下利用募集资金补充流动资金的必要性、合理性

1、募集资金补充流动资金的测算依据

（1）2020 年-2022 年流动资金占用情况

单位：万元

项目	2020 年度/2020 年 12 月 31 日	2021 年度/2021 年 12 月 31 日	2022 年度/2022 年 12 月 31 日	2023 年 1-9 月/2023 年 9 月 30 日	平均占收入比例
营业收入	**74,248.44**	**87,109.04**	**93,448.34**	**79,824.40**	**100.00%**
货币资金	15,676.04	28,664.32	14,461.41	9,683.15	20.41%
应收票据	-	-	238.98	654.53	0.27%
应收账款	25,784.71	26,771.39	23,504.92	34,290.46	33.39%
应收款项融资	-	259.72	403.95	518.39	0.34%
预付款项	476.64	454.19	766.57	480.31	0.65%
其他应收款	1,142.53	2,149.03	1,438.18	2,457.71	2.16%
存货	6,995.05	9,050.20	11,020.33	13,141.66	12.02%
经营性资产小计（A）	**50,074.97**	**67,348.85**	**51,834.34**	**61,226.21**	**69.23%**

项目	2020 年度/2020 年 12 月 31 日	2021 年度/2021 年 12 月 31 日	2022 年度/2022 年 12 月 31 日	2023 年 1-9 月/2023 年 9 月 30 日	平均占收入比例
应付票据	1,669.24	959.77	399.69	855.46	1.21%
应付账款	14,781.09	13,003.03	14,052.01	29,883.93	21.83%
预收款项及合同负债	-	21.33	11.07	8.35	0.01%
应付职工薪酬	2,478.05	2,353.29	2,613.22	2,117.13	2.87%
其他应付款	857.43	1,125.39	663.26	837.11	1.05%
经营性负债小计（B）	**19,785.81**	**17,462.81**	**17,739.25**	**33,701.98**	**26.97%**
流动资金占用额（A）-（B）	**30,289.16**	**49,886.04**	**34,095.09**	**27,524.23**	**42.26%**

注：平均占收入比例的计算方式为每年各项目占当年营业收入比例的平均值

（2）2023-2025 年流动资金估算情况

根据经营性流动资产（货币资金、应收票据、应收账款、预付账款、其他应收款、存货）和经营性流动负债（应付票据、应付账款、预收款项及合同负债、应付职工薪酬），预测公司未来期间生产经营对流动资金的需求量。

以 2020 年-2022 年实际财务数据为基础，预测 2023 年-2025 年营业收入增长对营运资金的需求，估算过程如下：

1）估算 2023 年-2025 年营业收入复合增长率

2020 年、2021 年和 2022 年，公司营业收入分别为 74,248.44 万元、87,109.04 万元和 93,448.34 万元，复合增长率为 12.19%。结合公司实际情况，假设公司 2023 年-2025 年复合增长率为 12.19%。

单位：万元

项目	2020 年度	2021 年度	2022 年度
营业收入（万元）	74,248.44	87,109.04	93,448.34
2020 年-2022 年复合增长率			12.19%
2023 年-2025 年复合增长率			12.19%

注：上述营业收入增长的假设及测算仅为测算本次发行用于补充流动资金的合理性，不代表公司对 2023-2025 年经营情况及趋势的判断，亦不构成盈利预测。

2）估算 2023 年-2025 年营业收入增长对营运资金的需求

根据未来三年营业收入预估值与经营性资产、经营性负债占营业收入的比例，预计未来三年末经营性资产负债余额及流动资金占用额。

单位：万元

项目	2022 年	2023 年（E）	2024 年（E）	2025 年（E）
营业收入	**93,448.34**	**104,836.79**	**117,613.14**	**131,946.53**
货币资金	14,461.41	24,285.27	27,244.89	30,565.20
应收票据	238.98	89.37	100.26	112.48
应收账款	23,504.92	31,665.48	35,524.52	39,853.86
应收款项融资	403.95	255.25	286.36	321.26
预付款项	766.57	693.21	777.69	872.47
其他应收款	1,438.18	1,937.68	2,173.83	2,438.75
存货	11,020.33	11,044.07	12,390.00	13,899.96
经营性资产小计（A）	**51,834.34**	**69,970.33**	**78,497.55**	**88,063.96**
应付票据	399.69	1,320.14	1,481.02	1,661.51
应付账款	14,052.01	17,428.11	19,552.05	21,934.84
预收款项及合同负债	11.07	12.70	14.24	15.98
应付职工薪酬	2,613.22	3,087.61	3,463.90	3,886.04
其他应付款	663.26	1,103.06	1,237.49	1,388.30
经营性负债小计（B）	**17,739.25**	**22,951.62**	**25,748.71**	**28,886.67**
流动资金占用额（A）-（B）	**34,095.09**	**47,018.72**	**52,748.84**	**59,177.29**

注：上述营业收入增长的假设及测算仅为测算本次公开发行股票募集资金用于补充流动资金的合理性，不代表公司对 2023-2025 年经营情况及趋势的判断，亦不构成盈利预测。

经测算，至 2025 年末，公司由营业收入增长导致的流动资金需求为 25,082.20 万元（2025 年末流动资金占用额 59,177.29 万元-2022 年末流动资金占用额 34,095.09 万元）。公司亟需根据业务发展需求及时补充流动资金，为未来经营和发展提供充足的资金支持。公司拟通过本次发行补充营运资金 13,000.00 万元，占上述测算的公司未来流动资金需求总额的比例为 51.83%，补充流动资金的金额在公司未来经营资金需求缺口范围内，具备合理性。

2、结合持有的货币资金、财务状况、现金分红情况等，说明报告期内存在现金分红情况下利用募集资金补充流动资金的必要性、合理性

（1）发行人货币资金情况

报告期各期末，公司货币资金余额分别为 15,676.04 万元、28,664.32 万元、14,461.41 万元和 9,683.15 万元，货币资金余额呈下降趋势，账面可利用货币资金减少。具体情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 9 月 30 日		2022 年 12 月 31 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
库存现金	30.17	0.31%	34.57	0.24%	4.29	0.01%	5.54	0.04%
银行存款	9,376.08	96.83%	14,306.94	98.93%	28,372.10	98.98%	15,169.73	96.77%
其他货币资金	276.90	2.86%	119.91	0.83%	287.93	1.00%	500.77	3.19%
合计	**9,683.15**	**100.00%**	**14,461.41**	**100.00%**	**28,664.32**	**100.00%**	**15,676.04**	**100.00%**

由于公司属于生产制造型企业，日常销售与采购的资金结算量较大，需保持一定数量的货币资金以维持正常业务经营和资金周转需求。截至报告期末，公司不存在资金长期闲置的情形。

（2）发行人财务状况

1）业务发展需要导致投资活动现金净流出较大

报告期各期，公司现金流量情况如下表所示：

单位：万元

项目	2023 年 1-9 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
经营活动产生的现金流量净额	6,666.14	15,031.84	8,820.74	9,312.16
投资活动产生的现金流量净额	-19,481.67	-24,692.80	-12,104.10	-3,320.44
筹资活动产生的现金流量净额	7,102.88	-6,269.71	17,085.23	-1,426.40
现金及现金等价物净增加额	-4,935.26	-14,034.88	13,201.12	3,650.86

报告期各期，公司现金及现金等价物净增加额分别为 3,650.86 万元、13,201.12 万元、-14,034.88 万元和-4,935.26 万元。公司现金及现金等价物净增加额为负主要系公司为业务发展的需要，购建机器设备等固定资产以及土地等无形资产导致投资活动现金净流出较大所致。随着公司业务规模的持续增长，日常经营中需要补充营运资金保持经营的灵活性，提高财务安全性，降低经营风险，为公司的稳定经营和长远发展提供必要的资金保障。

2）减轻债务负担，提高抗风险能力

报告期各期末，公司负债的构成情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 9 月 30 日		2022 年 12 月 31 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动负债	41,290.16	66.62%	22,927.42	63.51%	20,943.38	66.42%	22,507.48	98.07%
非流动负债	20,687.40	33.38%	13,173.52	36.49%	10,588.41	33.58%	443.24	1.93%
负债总额	**61,977.55**	**100.00%**	**36,100.94**	**100.00%**	**31,531.79**	**100.00%**	**22,950.72**	**100.00%**

报告期各期末，公司负债总额分别为 22,950.72 万元、31,531.79 万元、36,100.94 万元和61,977.55万元，以流动负债为主，流动负债占总负债比例分别为98.07%、66.42%、63.51%和 66.62%。2022 年末公司负债总额较 2021 年末增加 4,569.15 万元，同比上升 14.49%，主要系随着公司销售规模扩大，公司增加租赁厂房以扩大生产规模，租赁负债增加所致。2023 年 9 月末公司负债较上年末增加 25,876.61 万元，主要系公司业务规模扩张导致应付货款增加，以及产线扩张、加大工程、设备采购导致的应付工程及设备款增加。

本次发行前后，发行人资产负债结构及测算情况如下：

单位：万元

项目	本次发行后（预计）	2023 年 9 月末/本次发行前	2022 年末	2021 年末	2020 年末
资产总额	222,988.10	145,609.94	112,645.29	101,990.08	62,665.33
负债总额	61,977.55	61,977.55	36,100.94	31,531.79	22,950.72
股东权益	161,010.55	83,632.39	76,544.34	70,458.28	39,714.61
资产负债率（合并）	27.79%	42.56%	32.05%	30.92%	36.62%

注：本次发行后预计资产负债率系基于 2023 年 9 月末资产负债结构的基础上，仅考虑本次拟募集资金 77,378.16 万元所测算得出。

通过本次募集资金补充流动资金，将进一步降低资产负债率，改善财务结构，有助于为公司未来可持续发展。

（3）报告期内分红情况

报告期内，公司整体财务状况及盈利能力良好，具备分红的能力和条件，在充分考虑生产经营情况的基础上进行一定规模的现金分红，合计分配利润近 4,000.00 万元，占报告期内归属于母公司所有者的净利润合计比重仅为 12.79%。发行人在不影响自身财务状况及生产经营的前提下，与股东共享公司当期经营效益。截至 2023 年 9 月 30 日，发行人未分配利润为 20,378.57 万元，公司并未进行过度利润分配。

综上所述，随着公司业务规模扩大，资本性支不断增加以及募集资金投资项目的实施，预计未来业务规模将进一步扩大，使得日常营运资金需求不断增加。发行人报告期内的现金分红系在保证正常生产经营的前提下对股东的合理投资回报，并未进行过度利润分配。发行人以2022年度为基期，测算未来三年新增营运资金需求量25,082.20万元，发行人拟将本次发行募集资金 13,000.00 万元用于补充流动资金，有利于公司改善财务结构，缓解流动资金压力，更好地满足经营规模扩张而产生的营运资金和资本性支出需求，有助于为公司未来可持续发展，具有必要性及合理性。

二、会计师核查程序及核查意见

（一）核查程序

针对上述事项，我们主要执行了以下核查程序：

1、访谈发行人生产部门相关人员，了解发行人产品生产模式、生产周期等情况；

2、取得发行人报告期各期产能、产量及销量数据，访谈发行人生产及业务负责人，了解发行人报告期内产能、产量及销量的变动情况，并分析发行人各期产能利用率变动原因及其合理性；

3、结合公司境内旺季产能利用率情况及同行业可比公司上市申报阶段产能利用率情况，分析发行人现阶段产能利用的充分性，以及产能利用率未达到满产水平的原因；

4、结合发行人近期新增产能及业务开展情况，分析未来是否存在产能利用率下滑的风险；

5、获取发行人报告期内的收入明细，访谈发行人销售部门人员，了解发行人已开发和拟开发客户情况，结合发行人报告期各期的产能利用率、产销率、在手订单数据情况，分析募投项目产能消化方式及其有效性；

6、查阅募投项目可研报告，了解本次募投各项目效益测算依据及测算过程；结合募投项目达产后预测产品销售价格与公司报告期内的销售价格比较情况、募投项目达产后预测产品销售毛利率与公司报告期内的销售毛利率比较情况以及募投项目达产后预测产品销售毛利率与同行业可比公司最近三年一期新增可比募投项目产品毛利率比较情况，分析本次募投各项目效益测算的谨慎性；

7、查阅募投项目可研报告，了解募投项目的合理性、必要性的相关分析；查阅募投项目可研报告，了解募投项目折旧摊销情况，测算募投项目完工后新增折旧摊销对经营业绩的影响；

8、访谈了发行人财务部门负责人，审阅了发行人与分红相关的董事会、股东（大）会决议文件，了解发行人报告期内进行利润分配等事项的背景及原因、履行的相关程序及决议情况，并结合报告期内发行人现金流量及资产负债状况，分析发行人现金分红合理性；查阅了报告期内发行人及相关人员的资金流水记录，核查分红资金流向及用途；

9、查阅并复核了发行人补充营运资金规模的测算过程，结合发行人分红年度的货币资金、现金流量、资产负债结构及现金分红情况等，分析募集资金补充流动资金的必要性、合理性。

（二）核查意见

经核查，我们认为：

1、报告期内，发行人产能利用整体较为充分。2022 年度，由于发行人扩大境外产能规模，致使发行人 2022 年末的产能利用率同比出现一定下降。2023 年 1-9 月，因境外持续布局产能及苏州高义生产线搬迁影响，使得产能利用率下滑。未来，随着公司苏州高义生产线搬迁完成，以及在马来西亚、越南、印度尼西亚等地新增产能效益释放及生产经验的不断积累，公司产能利用率有望进一步提升，未来产能利用率大幅下滑的风险较小；

2、公司报告期内销量增速明显，各期产能利用率保持较高水平且产能的消化能力较强，在手订单量持续增长且覆盖率良好，优质客户资源丰富，为公司新增产能的消化提供了较好的市场保障；

3、本次募投项目效益测算较为谨慎；募投项目的建设具备合理性、必要性；

4、发行人募投项目达产后新增资产折旧或摊销金额占新增营业收入的比例较低，由于本次募投项目与公司主营业务紧密相关新增产能带来的营业收入的增长可以消化本次募投项目新增的折旧摊销等费用支出，且有助于发行人提升研发能力和信息化水平，有利有公司进一步提高自身的市场竞争力；

5、公司经营状况良好、业绩稳步增长，具备现金分红的客观条件。为积极回报股东以及激励员工持股平台内核心员工未来为公司创造更大价值，发行人结合自身的经营情况、财务状况，向全体股东进行现金分红具备必要性和合理性；

6、发行人报告期内现金分红的资金流向及用途主要为股东购买理财产品、投资、银行存款、家庭日常开支、亲友间往来及向合伙人分红，不存在大额且异常取现的情况，不存在无合理解释的大额资金往来，亦不存在直接或间接流向发行人客户、供应商及其关联方的情况，不存在体外资金循环形成销售回款、承担成本费用的情形。

7、发行人用于补充流动资金的募集资金测算依据合理；发行人报告期内并未进行过度利润分配，发行人报告期内存在现金分红情况下利用募集资金补充流动资金具有合理性和必要性；

问题 6.关于关联方与关联交易

申报材料显示：

（1）报告期内，发行人关联销售金额分别为 1,824.90 万元、2,013.57 万元、1,057.63 万元，关联采购金额分别为 4,325.67 万元、4,508.98 万元、2,697.55 万元。

（2）报告期初至今，关联方鸿达印刷集团有限公司 Honda Printing Holdings Limited 已于 2022 年 6 月注销，Century Packing&Printing Sdn Bhd 目前已发起注销，正在清算中；实际控制人曾经（通过张浩代持）持有香港博格达、东莞博格达 15%的股权，2023 年 3 月将其所有股权转让给第三方严卫国。

请发行人：

（1）说明关联方的认定是否完整、准确；发生经常性关联交易的关联方从事的具体业务内容，报告期内主要财务数据，主要客户、供应商情况；除已披露关联交易外，关联方与发行人及其实际控制人、发行人的主要客户、供应商是否存资金或业务往来；发行人与关联方的人员、资产、业务、经营场所等方面是否相互独立。

（2）说明关联交易的发生背景及原因，结合与同地区同类无关联第三方交易价格的对比情况，说明关联交易定价的公允性。

（3）说明关联方鸿达印刷集团有限公司 Honda Printing Holdings Limited 和 Century Packing&Printing Sdn Bhd 注销的原因及合理性；实际控制人转让香港博格达、东莞博格达股权的原因及合理性，交易对手背景情况，定价依据及价款支付情况，是否仍存在代持或其他利益安排；前述关联方注销或转让前的股权结构、业务范围、主要财务数据情况，与发行人及其实际控制人、发行人的主要客户供应商是否存资金或业务往来。

请保荐人、发行人律师、申报会计师核查并发表明确意见。

回复：

一、发行人说明

（一）说明关联方的认定是否完整、准确；发生经常性关联交易的关联方从事的具体业务内容，报告期内主要财务数据，主要客户、供应商情况；除已披露关联交易外，关联方与发行人及其实际控制人、发行人的主要客户、供应商是否存资金或业务往来；发行人与关联方的人员、资产、业务、经营场所等方面是否相互独立

1、说明关联方的认定是否完整、准确

发行人已经按照《公司法》、《企业会计准则第 36 号——关联方披露》和《深圳证券交易所股票上市规则》等法律法规、中国证监会、深圳证券交易所有关规定认定并披露了其他关联方和关联关系，发行人关联方的认定完整、准确。

2、发生经常性关联交易的关联方从事的具体业务内容，报告期内主要财务数据，主要客户、供应商情况

报告期内，与发行人发生经常性关联交易的关联方为 PT Global、CPP、东莞博格达、任贤喜及姚远远，该类关联方从事的具体业务内容、主要财务数据，以及主要客户和供应商情况如下：

（1）PT Global

截至本回复报告出具之日，PT Global 的基本情况如下：

公司名称	PT GLOBAL PACKAGING BATAM		
注册编号	NIB 9120100962053		
成立日期	2019.09.25		
已发行和缴足资本	8,310,000.00 万印尼卢比		
注册地址	Tunas Industrial Estate Type 1F-1G, Belian, Batam Kota, Batam, Riau Islands Province, Indonesia.		
股权结构	**股东名称**	**注册资本（万印尼卢比）**	**持股比例（%）**
	香港鸿达	7,479,000.00	90.00
	PT.ACCORD MANDIRI BATAM	831,000.00	10.00
	合计	**8,310,000.00**	**100.00**

报告期初至 2022 年 7 月 31 日，PT Global 的股权结构为 PT.ACCORD MANDIRI BATAM 持股 55.00%，香港鸿达持股 45.00%，系公司的参股二级公司；自 2022 年 8 月 1 日起，PT Global 的股权结构变更为香港鸿达持股 90.00%，PT.ACCORD MANDIRI BATAM 持股 10.00%，PT Global 成为发行人的控股子公司。

报告期各期，PT Global 的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-9 月/2021 年 9 月末	2022 年度/2022 年 12 月 31 日	2021 年度/2021 年 12 月 31 日	2020 年度/2020 年 12 月 31 日
资产总额	5,473.22	5,546.21	1,243.47	708.27
负债总额	2,185.04	2,265.17	1,078.59	489.47
所有者权益合计	3,288.18	3,281.03	164.88	218.81
营业收入	1,997.24	940.79	1,789.33	415.58
净利润	-166.39	-154.75	-45.98	-99.63

注：2020 年度及 2021 年度财务数据未经审计；2022 年度及 2023 年 1-9 月财务数据已经审计。

报告期内，并表前，PT Global 业务为向发行人采购彩盒组件，并采购其他原材料并对半成品进行进一步生产，制成成品后销售给向发行人。因此，发行人为 PT Global 单一客户及主要供应商，除发行人外，PT Global 还向其当地周边包括其原控股股东 PT.ACCORD MANDIRI BATAM 在内的印刷品供应商采购必要的原材料及生产配套物资。

（2）CPP

截至本回复报告出具之日，CPP 目前正在履行清算注销程序。截至 2023 年 9 月，CPP 的基本情况如下：

公司名称	CENTURY PACKING & PRINTING SDN. BHD.		
注册编号	199701008435 （423931-U）		
成立日期	1997.03.20		
注册资本	286.11 万马来令吉		
注册地址	ST 5.11 &5.12,5TH FLR MENARA TJB,NO.9 JALAN SYED_MOHD MUFTI,JOHOR BAHRU,JOHOR BAHRU,JOHOR		
股权结构	**股东名称**	**注册资本（万马来令吉）**	**持股比例（%）**
	PRO PULP PACKAGES SDN. BHD.	171.97	60.00
	HONDA PRINTING HOLDINGS LIMITED（已注销）	114.64	40.00
	合计	**286.11**	**100.00**

报告期内，CPP 从事的具体业务为发行人提供彩盒加工服务。CPP 履行清算程序前的主要财务数据如下：

单位：万元

关联方	**2022 年度/2022 年 9 月 30 日**			
	营业收入	**净利润**	**总资产**	**所有者权益合计**
CPP	677.64	-90.14	652.10	84.56

注：以上财务数据未经审计。

报告期内，CPP 业务为向发行人采购彩盒组件，并采购其他原材料并对半成品进行进一步生产，制成成品后销售给发行人。因此，发行人为 CPP 单一客户及主要供应商，除发行人外，CPP 还向其当地周边的印刷品供应商采购必要的原材料及生产配套物资，采购金额相对较小。

3、东莞博格达

截至本回复报告出具之日，东莞博格达基本情况如下：

公司名称	东莞市博格达塑胶五金制品有限公司
统一社会信用代码	91441900791211153A
法定代表人	严卫国
成立日期	2006.07.28
注册资本	2,000.00 万元
存续期限	2006.07.28 至无固定期限
登记机关	东莞市市场监督管理局

注册地址	东莞市东坑镇角社村新村路维智工业园 5 栋 4 楼		
经营范围	一般项目:塑料制品制造;五金产品零售;五金产品批发;橡胶制品制造;橡胶制品销售;新材料技术研发;电子元器件与机电组件设备制造;金属制品销售;合成材料销售;金属制品研发;电子元器件制造;锻件及粉末冶金制品制造;家用电器零配件销售;技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广;电工器材销售;汽车零部件及配件制造;电子产品销售;电工器材制造;其他电子器件制造。（除依法须经批准的项目外,凭营业执照依法自主开展经营活动）许可项目:包装装潢印刷品印刷。（依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动,具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）		
股权结构	**股东名称**	**认缴注册资本（万元）**	**持股比例（%）**
	严卫国	1,700.00	85.00
	景迪	300.00	15.00
	合计	**2,000.00**	**100.00**

报告期内，东莞博格达的主营业务为标签、商标等印刷产品的生产和销售。

报告期各期，东莞博格达的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-9 月/2023 年 9 月 30 日	2022 年度/2022 年 12 月 31 日	2021 年度/2021 年 12 月 31 日	2020 年度/2020 年 12 月 31 日
资产总额	4,698.91	4,760.17	4,705.12	1,134.19
负债总额	4,364.25	4,421.39	4,413.38	877.17
所有者权益合计	334.67	338.78	291.74	257.02
营业收入	1,492.26	3,631.29	2,771.99	2,317.88
净利润	1.60	47.56	33.47	21.66

注：以上财务数据未经审计。

报告期内，东莞市博格达塑胶五金制品有限公司的前五大客户为：捷普电子（广州）有限公司、宁德时代新能源科技股份有限公司、利盟信息技术（中国）有限公司、富士康科技集团有限公司、多摩川精密电机（苏州）有限公司；前五大供应商为：佛山市南海区亿鑫包装材料有限公司、深圳市诚田城科技有限公司、东莞市赛诺胶粘制品有限公司、中山金利宝新材料股份有限公司、东莞市灵美新材料有限公司。

（4）姚远远

姚远远为发行人监事李存燕的配偶，报告期内仅为发行人提供少量运输服务，该类服务为姚远远提供自有车辆并雇佣他人驾驶的方式进行。

（5）任贤喜

任贤喜为发行人实际控制人任志生兄弟的子女，报告期内仅为发行人提供少量运输服务，该类服务为任贤喜提供自有车辆并雇佣他人驾驶的方式进行。

3、除已披露关联交易外，关联方与发行人及其实际控制人、发行人的主要客户、供应商是否存在资金或业务往来；发行人与关联方的人员、资产、业务、经营场所等方面是否相互独立

（1）关联方与发行人及其实际控制人、发行人的主要客户、供应商的资金、业务往来

报告期内，除已披露关联交易外，发行人关联方与发行人及其实际控制人、发行人的主要客户、供应商的资金、业务往来情况如下：

1）发行人关联方与发行人及其实际控制人的资金、业务往来

报告期内，发行人关联方与发行人及其实际控制人之间主要存在以下类型的资金往来：

①发行人与发行人股东之间因增资、分红、费用报销形成的往来款项；

②发行人实际控制人与发行人员工持股平台高儒合伙、高萍合伙之间发生的分红、投资款项；

③发行人关联自然人与发行人实际控制人之间因亲属关系、私人关系发生的资金往来；

④发行人实际控制人与其控制的企业之间因投资关系发生的往来款。

2）发行人关联方与发行人主要客户、供应商的资金、业务往来

报告期内，发行人的关联方昇晖贸易、湖南亿豪从事酒类贸易业务，日常经营过程中曾与发行人客户、供应商发生少量资金、业务往来，具体情况如下：①昇晖贸易部分客户系发行人供应商，因此存在少量与发行人供应商之间的资金、业务往来，报告期内相关交易金额合计约 25.00 万元，总体金额较小；②湖南亿豪由于销售需要曾向发行人客户江苏今世缘采购白酒产品，相关金额约 200.00 万元。此外，发行人其他关联方与发行人主要客户、供应商不存在资金或业务往来。

（2）发行人与关联方的人员、资产、业务、经营场所等方面相互独立

除任贤喜为发行人的员工外，发行人与关联方的人员、资产、业务、经营场所等均相互独立。

（二）说明关联交易的发生背景及原因，结合与同地区同类无关联第三方交易价格的对比情况，说明关联交易定价的公允性

1、采购商品/接受劳务

报告期各期，发行人关联采购情况如下：

单位：万元

关联方名称	主要交易内容	2023 年 1-9 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
		金额	占营业成本比例	金额	占营业成本比例	金额	占营业成本比例	金额	占营业成本比例
PT Global	彩盒	-	-	1,596.92	2.32%	1,774.26	2.82%	426.61	0.86%
CPP	彩盒	-	-	705.28	1.03%	2,152.21	3.43%	3,285.68	6.62%
东莞博格达	贴纸等辅料	316.59	0.54%	290.50	0.42%	497.90	0.79%	503.21	1.01%
任贤喜	运输服务	102.03	0.17%	78.93	0.11%	61.35	0.10%	84.38	0.17%
姚远远	运输服务	23.82	0.04%	25.92	0.04%	23.26	0.04%	25.79	0.05%
深圳市昇晖贸易有限公司	红酒	188.86	0.32%	-	-	-	-	-	-

（1）发行人与 PT GLOBAL 关联交易

1）关联交易发生背景

PT Global 系发行人与印度尼西亚地区经营纸包装印刷业务的公司 PT.ACCORD MANDIRI BATAM 合资成立的纸包装加工企业。报告期内，2020 年至 2022 年 7 月，PT Global 由 PT.ACCORD MANDIRI BATAM.实际控制，系发行人的关联方。自 2022 年 8 月，PT Global 由发行人收购后，成为发行人子公司，纳入发行人合并范围内。

应主要客户供应链区域调整要求，发行人需要在印度尼西亚地区进行彩盒等产成品的交付。考虑到彩盒等产品的体积较大且单价较低，在国内生产后采用国际海运的形式进行交付的相关单位运输成本较高，发行人根据自身情况决定拆分产品的生产流程，具体为将彩纸等单位运输成本较低的小体积重要组装材料先由发行人在境内生产，后通过海运运输将该类材料销售给 PT Global，PT Global 采购其他原材料并对半成品进行进一步生产，制成成品后销售给发行人境外贸易类型子公司，并由该类子公司进行终端销售。

上述发行人与 PT Global 的合作模式中，发行人向 PT Global 采购彩盒成品等物资形成发行人的关联采购。

2）关联交易定价的公允性

报告期各期，发行人向 PT GLOBAL 关联采购情况如下：

单位：万元

物品名称	2023 年 1-9 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
彩盒	-	-	1,283.73	80.39%	1,529.02	86.18%	389.55	91.31%
其他	-	-	313.20	19.61%	245.25	13.82%	37.06	8.69%
总计	-	-	**1,596.92**	**100.00%**	**1,774.26**	**100.00%**	**426.61**	**100.00%**

注：2022 年 7 月 PT GLOBAL 成为发行人的全资子公司后，纳入发行人合并范围，双方交易不再构成关联交易。

由上表可知，2020 年度、2021 年度及 2022 年度，发行人主要向 PT Global 采购彩盒成品，采购占比分别为 91.31%、86.18%及 80.39%，其他物资包括包装袋、纸箱、纸板、护角等包装配套物资，各类物资采购金额相对较小。

①主要产品定价政策

发行人向 PT GLOBAL 采购的主要定价政策如下：

物品名称	定价政策
彩盒	基于终端销售价格，参考预估生产成本，以及为发行人留存适当利润后确定

由上表可知，发行人向 PT GLOBAL 采购彩盒的关联交易定价政策合理。发行人向 PT GLOBAL 关联采购成品并实现外销的彩盒成品相关比较情况如下：

单位：元/个

时间	主要交易内容	平均采购价格	平均外销价格
2020 年度	彩盒	6.57	7.06
2021 年度	彩盒	5.55	6.18
2022 年度	彩盒	5.87	6.69
2023 年 1-9 月	-	-	-

注：2022 年 7 月 PT GLOBAL 成为发行人的全资子公司后，纳入发行人合并范围，双方交易不再构成关联交易。

由上表可知，发行人向 PT Global 采购成品及成品外销价格差异区间处于合理范围，不存在异常情况。

②主要产品采购与同地区无关联第三方交易价格的对比情况

发行人向 PT Global 采购的彩盒产品系根据客户需求定制化产品，不属于大宗商品，故无公开市场报价。

2020 年度、2021 年度及 2022 年度，发行人向 PT Global 以及向 PT Global 所在的印度尼西亚地区的第三方供应商采购的彩盒产品关于采购型号数量、平均单价及单价区间比较情况如下：

单位：种、元/个

物品名称	供应商	2022 年度			2021 年度			2020 年度		
		型号数量	平均单价	单价区间	型号数量	平均单价	单价区间	型号数量	平均单价	单价区间
彩盒	PT GLOBAL	31	5.87	5.27-7.74	41	5.55	1.25-8.77	14	6.57	5.05-8.36
	PT.ACCORD MANDIRI BATAM	58	2.75	0.05-19.21	29	3.21	0.05-8.25	-	-	-
	PT.UTD CREATION PACKAGING SOLUTIONS BATAM	4	3.22	3.16-3.43	2	3.13	3.13	-	-	-

注：2022 年 7 月 PT GLOBAL 成为发行人的全资子公司后，纳入发行人合并范围，双方交易不再构成关联交易。

2020 年度、2021 年度及 2022 年度，发行人向 PT Global 及同地区第三方供应商关于采购彩盒的平均单价存在一定差异，主要系发行人向 PT Global 及同地区第三方供应商采购的彩盒产品型号不同且产品差异较大所致。发行人彩盒产品型号众多，产品定制化程度较高，不同型号彩盒产品因单位材料耗用、加工工艺复杂程度以及单批次采购规模不同致使单价有一定差异。

③同型号产品采购与无关联第三方交易价格的对比情况

报告期各期，发行人向 PT Global 采购的彩盒产品型号中不存在同时向同地区第三方供应商采购的情况。

④对 PT GLOBAL 并表前后的采购价格对比情况

2022 年 7 月末，发行人通过香港鸿达对 PT Global 增资，本次增资后，发行人对 PT Global 持股比例达到 90.00%，PT Global 纳入发行人合并范围内。在发行人对 PT Global 并表前后，发行人向 PT Global 采购彩盒类产品的平均单价分别为 5.87 元/个及 5.77 元/个，发行人向 PT Global 采购彩盒产品的价格无异常变化。

2022 年度，PT Global 并表前后，发行人对 PT Global 采购的前十大彩盒类产品的金额、单价变化情况如下：

单位：元/个

序号	物料名称	PT Global 并表前关联采购平均单价	PT Global 并表后采购平均单价
1	1102Y.B.0140	6.07	6.12
2	1102Y.B.0170	5.27	5.40
3	1102Y.B.0171	5.27	5.30
4	1102Y.B.0060	6.35	6.32
5	1102Y.B.0230	6.84	7.04
6	1102Y.B.0141	6.07	6.23
7	1102Y.B.0169	5.27	5.27
8	1102Y.B.0156	5.59	5.59
9	1102Y.B.0159	7.74	7.79
10	1102Y.B.0238	5.27	5.26

综上，2022 年度，PT Global 并表前后，发行人向 PT Global 采购主要彩盒产品的价格不存在重大差异。

⑤主要型号产品采购与第三方供应商询价的对比情况如下

发行人曾对部分主要产品通过向第三方供应商询价的形式评估定价合理性。报告期内总采购额前十大彩盒产品中，存在第三方供应商询价情况的产品型号的采购价格与询价结果比较情况如下：

单位：元/个

序号	物料名称	采购平均单价	第三方供应商 PT. DINASIRA SEMBADA 询价结果
1	1102Y.B.0140	6.05	6.53
2	1102Y.B.0001	0.49	0.51
3	1102Y.B.0089	5.01	5.71
4	1102Y.B.0088	4.91	5.71
5	1102Y.B.0156	5.55	6.45
6	1102Y.B.0170	5.27	5.71
7	1102Y.B.0141	6.05	6.53
8	1102Y.B.0107	5.09	5.71

注：第三方供应商以美元询价，此处按询价当月的平均汇率折算为人民币。

综合考虑到报告期内汇率变动影响，上表中询价结果与发行人实际采购单价差异相对较小，发行人对 PT Global 的采购定价合理，无异常情况。

综上，发行人向 PT Global 采购彩盒成品等物资的定价政策具备合理性，发行人向 PT Global 采购的彩盒成品等物资虽不存在其他供应商可比价格信息，但与第三方供应商询价结果相比，不存在重大差异。同时，发行人对 PT Global 并表前后的采购价格相比亦不存在重大差异。

（2）发行人与 CPP 关联交易

1）关联交易发生背景

CPP 系由实际控制人任志生控制的企业 Honda Printing Holdings Limited 以及马来西亚上市公司 KPS 的控股子公司 PRO PULP PACKAGES SDN.BHD.合资成立的纸包装加工企业，其由 PRO PULP PACKAGES SDN. BHD.实际控制，并系发行人的关联方。

应主要客户供应链区域调整要求，发行人需要在马来西亚地区进行彩盒等产成品的交付。考虑到彩盒等产品的体积较大且单价较低，在国内生产后采用国际海运的形式进行交付的相关单位运输成本较高，发行人根据自身情况决定拆分产品的生产流程，具体为将彩纸等单位运输成本较低的小体积重要组装材料先由发行人在境内生产，后通过海运运输将该类材料销售给 CPP，再由 CPP 采购其他原材料并对半成品进行进一步生产，制成成品后销售给发行人境外贸易类型子公司，并由该类子公司进行终端销售。

上述发行人与 CPP 的合作模式中，发行人向 CPP 采购彩盒形成发行人的关联采购。

2）关联交易定价的公允性

报告期各期，发行人向 CPP 关联采购情况如下：

单位：万元

物品名称	2023 年 1-9 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
彩盒	-	-	705.28	100.00%	2,152.21	100.00%	3,285.68	100.00%
总计	-	-	**705.28**	**100.00%**	**2,152.21**	**100.00%**	**3,285.68**	**100.00%**

注：2023 年 1-9 月双方未发生关联交易，故相关交易金额为 0。

由上表可知，2020 年度、2021 年度及 2022 年度，发行人主要向 CPP 采购彩盒，采购合计占比分别为 100.00%、100.00%及 100.00%，其他采购材料对应的采购金额相对较小。发行人向 CPP 关联采购金额呈现明显下降趋势主要系发行人调整供应链安排，逐步将相关业务由关联方 CPP 转于子公司马来包装完成。

① 要产品定价政策

发行人向 CPP 采购彩盒的定价政策如下：

物品名称	定价政策
彩盒	基于终端销售价格，参考预估生产成本，以及为发行人留存适当利润后确定

由上表可知，发行人向 CPP 采购彩盒的关联交易定价政策合理，发行人向 CPP 采购成品并实现关联外销的彩盒成品相关比较情况如下：

单位：元/个

时间	主要交易内容	平均采购价格	平均外销价格
2020 年度	彩盒	9.49	11.52
2021 年度	彩盒	8.79	11.67
2022 年度	彩盒	8.10	11.86
2023 年 1-9 月	-	-	-

注：2023 年 1-9 月双方未发生关联交易。

②主要产品采购与同地区无关联第三方交易价格的对比情况

发行人向 CPP 采购的彩盒产品系根据客户需求定制化生产的产品，不属于大宗商品，故无公开市场报价。发行人在马来西亚地区仅向 CPP 采购彩盒，无其他第三方彩盒供应商，因此，发行人向 CPP 采购的彩盒产品无公开市场价格，以及同地区无关联第三方交易价格可作为对比。

③同型号产品采购与无关联第三方交易价格的对比情况

报告期各期，发行人向 CPP 采购的彩盒产品型号中不存在也向同地区第三方供应商采购的情况。

④与马来包装的采购价格对比情况

报告期内，发行人逐步将与关联方 CPP 的业务转于子公司马来包装完成。关于同一产品，发行人对 CPP 关联采购单价与发行人向马来包装内部采购平均单价对比情况如下：

单位：元/个

序号	物料名称	2022 年度		2021 年度	
		向 CPP 关联采购平均单价	向马来包装内部采购平均单价	向 CPP 关联采购平均单价	向马来包装内部采购平均单价
1	0001.B.0194	-	-	12.96	11.80
2	0001.B.0211	8.34	8.33	8.94	-
3	0001.B.0213	9.00	8.99	9.62	9.16
4	0001.B.0230	7.13	7.12	7.48	7.23
5	0001.B.0237	6.87	6.86	7.22	6.98

序号	物料名称	2022 年度		2021 年度	
		向 CPP 关联采购平均单价	向马来包装内部采购平均单价	向 CPP 关联采购平均单价	向马来包装内部采购平均单价
6	0001.B.0241	5.79	5.78	6.12	-
7	0001.B.0255	9.00	8.99	9.82	9.12
8	0001.B.0265	5.79	5.78	5.87	5.87
9	0001.B.0268	9.65	9.64	10.14	9.80
10	0001.B.0271	9.65	9.64	9.79	-
11	0001.B.0303	5.79	5.78	5.87	-
12	0001.B.0311	5.79	5.78	-	-
13	0001.B.0313	5.79	5.78	-	-
14	0001.B.0314	9.00	8.99	-	-

综上，发行人对 CPP 关联采购单价与发行人向马来包装内部采购平均单价不存在重大差异。

⑤主要型号产品采购与第三方供应商询价的对比情况如下

发行人曾对部分主要产品通过向第三方供应商询价的形式评估定价合理性。报告期内总采购额前十大且存在第三方供应商询价的产品型号采购价格与询价结果比较情况如下：

单位：元/个

序号	物料名称	采购平均单价	第三方供应商 Profile Label (M) Sdn Bhd 询价结果	第三方供应商 Hyper Region Labels Sdn Bhd 询价结果
1	0001.B.0194	12.56	10.23	10.08
2	0001.B.0213	9.56	9.20	9.31
3	0001.B.0268	10.04	10.23	10.08
4	0001.B.0059	12.44	10.23	10.08
5	0001.B.0062	9.64	9.20	9.31
6	0001.B.0211	8.77	8.65	8.51

注：第三方供应商以马币询价，此处按询价当月的平均汇率折算为人民币。

综合考虑到报告期内汇率变动影响，上表中询价结果与发行人实际采购单价差异相对较小，发行人对 CPP 的采购定价无异常情况。

综上，发行人向 CPP 采购彩盒成品的定价政策具备合理性，发行人向 CPP 采购的彩盒成品虽不存在其他供应商可比价格信息，但与第三方供应商询价结果比较不存在重大差异。同时，发行人对 CPP 关联采购价格与内部采购价格相比亦不存在重大差异。

（3）发行人与东莞博格达的关联交易

1）关联交易发生背景

报告期内，东莞博格达曾是发行人的实际控制人持有 15.00%股份的企业。东莞博格达主要经营标签、商标等印刷产品的生产和销售，报告期内，发行人向东莞博格达采购贴纸和商标等产品用于产品的配套物资，形成发行人的关联采购。

2）关联交易定价的公允性

报告期各期，发行人向东莞博格达关联采购情况如下：

单位：万元

物品名称	2023 年 1-9 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
商标	54.54	17.23%	159.02	54.74%	259.78	52.18%	281.45	55.93%
纸箱	203.78	64.37%	-	-	-	-	-	-
注塑	3.01	0.95%	23.63	8.13%	55.31	11.11%	102.20	20.31%
双面胶	11.56	3.65%	42.17	14.52%	76.82	15.43%	34.52	6.86%
其他材料	43.71	13.81%	65.67	22.61%	105.99	21.29%	85.05	16.90%
总计	**316.59**	**100.00%**	**290.50**	**100.00%**	**497.90**	**100.00%**	**503.21**	**100.00%**

由上表可知，报告期各期发行人主要向东莞博格达采购商标、纸箱、注塑及双面胶产品，该四项物资采购合计占比分别为 83.10%、78.71%、77.39%及 86.19%，其他采购材料包括挂钩、不干胶贴纸、绑带等产品生产配套物资，对应的采购金额相对较小。

①主要产品定价政策

发行人向东莞博格达采购贴纸和商标的定价政策如下：

物品名称	定价政策
商标	东莞博格达参考自身生产成本向发行人报价，发行人结合对外销售成品价格与东莞博格达协商确定
纸箱	
注塑	
双面胶	

由上表可知，发行人向东莞博格达采购商标、纸箱、注塑和双面胶的定价政策公允，不存在异常情况。

②同类产品采购与同地区无关联第三方交易价格的对比情况

发行人向东莞博格达以及其他境内供应商外采购商标、纸箱、注塑及双面胶的价格比较情况如下：

单位：元/套（件）

物品名称	供应商		平均采购单价			
			2023年1-9月	2022年度	2021 年度	2020 年度
商标	东莞博格达		0.04	0.06	0.07	0.13
	第三方		0.07	0.08	0.10	0.08
纸箱	东莞博格达		4.09	-	-	-
	第三方		2.41	-	-	-
注塑	东莞博格达		0.27	0.26	0.26	0.26
	第三方		0.14	0.15	0.17	0.37
双面胶	东莞博格达	以卷作为计量单位	8.06	15.50	12.83	25.32
		以条（片）作为计量单位	0.03	0.03	0.03	0.03
	第三方	以卷作为计量单位	18.57	16.25	12.96	13.40
		以条（片）作为计量单位	0.16	0.13	0.11	0.12

由上表可知，报告期各期，部分同类产品发行人向东莞博格达及同地区第三方采购价格存在一定的差异。商标、纸箱、注塑和双面胶产品定制程度较高，不同型号产品之间差异较大致使单价不同。发行人向东莞博格达采购产品型号与其他第三方供应商差异较大，致使同类产品采购平均单价与第三方采购平均单价有一定差异。

③同型号产品采购与无关联第三方交易价格的对比情况

报告期各期，关于同型号产品且该型号产品发行人报告期内向东莞博格采购金额超过 5 万元，发行人向东莞博格达采购的平均单价与向同地区其他供应商采购的平均单价的比较情况如下：

单位：元/套（件）

物品名称		供应商	2023 年 1-9 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
商标	1105.S.0160	向东莞博格达采购平均单价	-	0.23	0.24	0.22
		向第三方采购平均单价	-	0.21	-	-
双面胶	4.02.000124	向东莞博格达采购平均单价	-	36.27	36.29	36.70
		向第三方采购平均单价	39.05	39.16	36.27	-
	4.02.000104	向东莞博格达采购平均单价	-	12.09	12.38	10.57
		向第三方采购平均单价	13.06	13.59	11.71	11.12

物品名称		供应商	2023 年 1-9 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
	4.02.000072	向东莞博格达采购平均单价	-	6.05	6.05	-
		向第三方采购平均单价	6.53	6.49	5.91	5.56
挂钩	0129.B.0802	向东莞博格达采购平均单价	-	0.24	0.24	0.24
		向第三方采购平均单价	-	-	0.20	-

由上表可知，关于同一型号产品，发行人向东莞博格达采购的平均价格与第三方供应商之间不存在重大差异。

④主要型号产品采购与第三方供应商询价的对比情况如下

发行人曾对部分主要产品通过向第三方供应商询价的形式评估定价合理性。报告期内总采购额前十大且存在第三方供应商询价的产品型号采购价格与询价结果比较情况如下：

单位：元/套（件）

序号	物料名称	采购平均单价	第三方供应商东莞市祥企印刷制品有限公司询价结果	第三方供应商深圳市旭荣兴科技有限公司询价结果
1	1233.S.0002	0.49	0.50	0.51
2	1105.S.0160	0.23	0.21	0.22
3	1105.S.0148	0.19	0.21	0.20
4	1105Y.S.0003	0.22	0.23	0.22

由上表可知，发行人向第三方供应商的询价结果与发行人实际采购单价差异相对较小，发行人对东莞博格达的采购定价无异常情况。

综上所述，发行人向东莞博格达采购彩盒成品的定价政策具备合理性，同一型号产品发行人向东莞博格达采购的平均价格与第三方供应商之间不存在重大差异，发行人向东莞博格达采购的平均单价与第三方供应商询价结果比较不存在重大差异。

（4）发行人与任贤喜、姚远远关联交易

1）关联交易发生背景

报告期内，公司境内货物运输服务主要由与公司历史合作时间较长的自然人运输服务商提供，主要原因系公司生产的产品规格较多，不同产品规格、体积差异较大，需合理安排货物装载以提高运输效率及控制成本，货物运抵客户处后的卸货需要配合客户的入库时间安排要求，具体卸货等待时间存在一定的不确定性。经过与发行人多年合作，

自然人运输服务商对公司产品装载、配送、卸货较为了解，因此，相对于第三方货运平台能更好地满足公司货物配送的需求，并具备较高的配送灵活性。此外，公司境内货物运输一般以中短途为主，而第三方货运平台对短途运输有一定的起步价要求，短距离运输采用第三方货运平台服务相较于自然人运输服务商的成本较高。

姚远远系发行人监事李存燕的配偶，任贤喜系发行人实际控制人任志生兄弟的子女，因此，发行人向任贤喜、姚远远采购运输服务形成关联采购。任贤喜、姚远远历史上曾从事运输工作并熟悉公司业务，发行人与任贤喜、姚远远自2014-2015年开始运输合作，关联交易具备合理性。

2）关联交易定价的公允性

报告期各期，发行人向任贤喜、姚远远采购运输服务的金额及占比情况如下：

单位：万元

项目	2023年1-9月	2022年度	2021年度	2020年度
任贤喜	102.03	78.93	61.35	84.38
姚远远	23.82	25.92	23.26	25.79
小计	**125.85**	**104.85**	**84.61**	**110.17**
发行人运输费总额	1,568.36	2,355.16	1,764.36	1,308.16
发行人向任贤喜、姚远远采购运输服务的金额占发行人运输费用的比例	8.02%	4.45%	4.80%	8.42%

由上表可知，报告期各期，发行人向任贤喜、姚远远采购运输服务的金额合计分别为110.17万元、84.61万元、104.85万元和125.85万元，占发行人运输费用的比例分别为8.42%、4.80%、4.45%和8.02%，占比较低。

①关联运输服务定价政策

发行人向任贤喜、姚远远采购运输服务的具体价格参考市场价格，以实际承运货物的里程及重量综合确定，运输服务定价政策具备合理性。

②关联运输服务价格与同地区非关联方价格及第三方货运平台报价的对比情况

报告期各期，发行人向任贤喜、姚远远采购运输服务的价格与向同地区非关联方采购运输服务的价格及第三方物流平台（货拉拉）的报价对比情况如下：

单位：元/公里

采购方	平均单位运价			
	2023年1-9月	2022年度	2021年度	2020年度
姚远远	9.95	9.14	8.79	7.89

采购方	平均单位运价			
	2023 年 1-9 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
任贤喜	9.46	8.97	8.72	7.43
非关联方	10.06	9.12	8.74	6.90
第三方物流平台（货拉拉）报价	10.66	8.92	7.97	6.84

注：姚远远、任贤喜提供运输服务主要以吨位为 5.5 吨的货车为主，上表平均单位运价均选取吨位 5.5 吨货车的运价进行比较；

由上表可知，公司向任贤喜、姚远远采购运输服务与向非关联方采购的平均单位运价、第三方物流平台（货拉拉）报价不存在重大差异。

报告期内，公司向任贤喜、姚远远及非关联方采购运输服务的平均单位运价略有波动主要系各期向发行人提供运输服务的主体运输的路线有所差异所致。一般情况下，单程运输距离越远则每公里平均运费越低，报告期各期发行人客户构成有所变化，同一客户各期采购量亦有所不同，因此向发行人提供运输服务的主体各期实际运输的路线、运输里程有所差异，致使平均单位运价亦略有波动。

2020 年度至 2022 年度第三方物流平台（货拉拉）报价略低于公司向任贤喜、姚远远及非关联方采购运输服务的平均单位运价，2023 年 1-9 月第三方物流平台（货拉拉）报价略高于公司向任贤喜、姚远远及非关联方采购运输服务的平均单位运价，主要系货拉拉平台对短距离运输有一定起步价要求，致使短距离运输的平均单位运价一般高于较长距离运输的平均单位运价，2020 年度至 2022 年度，上述主体向发行人提供较长距离运输服务的占比略高，而 2023 年 1-9 月，受部分客户运输需求变动的影响，上述主体向发行人提供短距离运输服务的占比有所上升，致使第三方物流平台（货拉拉）报价与上述主体采购运输服务的平均单位运价略有差异。总体而言，第三方物流平台（货拉拉）报价与公司向任贤喜、姚远远及非关联方采购运输服务不存在重大差异。

综上所述，公司向关联方任贤喜、姚远远采购运输服务交易价格具备公允性。

（5）发行人与深圳市昇晖贸易有限公司关联交易

报告期内，发行人的关联方深圳市昇晖贸易有限公司从事红酒贸易业务。2023 年 4 月，发行人向深圳市昇晖贸易有限公司采购红酒用于公司成立九周年庆典礼品赠送员工，采购金额为 188.86 万元，采购价格参考市场价格，具备公允性。

2、出售商品/提供劳务

报告期各期，发行人关联销售情况如下：

单位：万元

关联方名称	主要交易内容	2023 年 1-9 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
		金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例
PT Global	彩纸	-	-	808.33	0.87%	996.21	1.14%	374.50	0.50%
CPP	彩纸	-	-	176.56	0.19%	931.58	1.07%	1,430.23	1.93%
东莞博格达	代销服务、彩盒	13.34	0.02%	72.73	0.08%	85.78	0.10%	20.17	0.03%

（1）发行人与 PT GLOBAL 关联交易

1）关联交易发生背景

详见本问中“1、采购商品/接受劳务”“（1）发行人与 PT GLOBAL 关联交易”中的相关说明。

发行人与 PT Global 合作模式中，发行人向 PT Global 销售彩纸等彩盒生产的主要原辅料形成发行人的关联销售。

2）关联交易定价的公允性

报告期各期，发行人向 PT GLOBAL 关联销售情况如下：

单位：万元

物品名称	2023 年 1-9 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
彩纸	-	-	743.27	91.95%	866.29	86.96%	345.06	92.14%
其他	-	-	65.07	8.05%	129.92	13.04%	29.44	7.86%
总计	**-**	**-**	**808.33**	**100.00%**	**996.21**	**100.00%**	**374.50**	**100.00%**

注：2022 年 7 月 PT GLOBAL 成为发行人的全资子公司后，纳入发行人合并范围，双方交易不再构成关联交易。

由上表可知，2020 年度、2021 年度及 2022 年度，发行人主要向 PT GLOBAL 销售彩纸，销售占比分别为 92.14%、86.96%及 91.95%，其他销售物资包括说明书及一站式采购产品，对应的采购金额相对较小。

①主要产品定价政策

发行人向 PT GLOBAL 销售彩纸的定价政策如下：

物品名称	定价政策
彩纸	基于终端彩盒产品销售价格，参考预估生产成本，以及为发行人留存适当利润后确定

由上表可知，发行人向 PT GLOBAL 销售彩纸的定价政策合理。发行人向 PT GLOBAL 销售彩纸的关联交易价格及毛利率情况如下：

单位：元/pcs

时间	主要交易内容	平均销售价格
2020 年度	彩纸	3.72
2021 年度	彩纸	2.67
2022 年度	彩纸	2.99
2023 年 1-9 月	-	-

注：2022 年 7 月 PT GLOBAL 成为发行人的全资子公司后，纳入发行人合并范围，双方交易不再构成关联交易。

②同类产品销售与同地区无关联第三方交易价格的对比情况

发行人向 PT Global 销售的彩纸系根据终端客户需求定制化生产彩盒产品的相关组件，不属于大宗商品，故无公开市场报价。报告期各期，除 PT Global 以外，发行人不存在向同区域的第三方客户销售彩纸的情况，因此无第三方采购价格或市场价格可作比较。因此，发行人向 PT Global 销售的彩纸无公开市场价格，以及同地区无关联第三方交易价格可对比。

③对 PT GLOBAL 并表前后的销售价格对比情况

2022 年 7 月末，发行人通过香港鸿达对 PT Global 增资，本次增资后，发行人对 PT Global 持股比例达到 90.00%，PT Global 纳入发行人合并范围内。2022 年度，发行人对 PT Global 并表前后，发行人向 PT Global 销售彩纸的平均单价分别为 2.99 元/pcs 及 3.08 元/pcs，无异常变化。

综上，发行人向 PT Global 销售彩纸的定价政策具备合理性，发行人向 PT Global 销售彩纸不存在其他供应商可比价格信息，发行人对 PT Global 并表前后销售彩纸的价格相比亦不存在重大差异。

（2）发行人与 CPP 关联交易

1）关联交易发生背景

详见本问中“1、采购商品/接受劳务”“（2）发行人与 CPP 关联交易”中的相关说明。

发行人与 PT GLOBAL 合作模式中，发行人向 CPP 销售彩纸等彩盒生产的主要原辅料形成发行人的关联销售。

2）关联交易定价的公允性

报告期各期，发行人向 CPP 关联销售情况如下：

单位：万元

物品名称	2023 年 1-9 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
彩纸	-	-	176.56	100.00%	868.09	93.18%	1,212.63	84.79%
其他	-	-	-	-	63.50	6.82%	217.60	15.21%
总计	**-**	**-**	**176.56**	**100.00%**	**931.58**	**100.00%**	**1,430.23**	**100.00%**

注：2023 年 1-9 月双方未发生关联交易，故相关交易金额为 0。

由上表可知，2020 年度、2021 年度及 2022 年度，发行人主要向 CPP 销售彩纸，销售占比分别为 84.79%、93.18%及 100.00%，其他销售物资包括说明书及一站式采购产品等，对应的采购金额相对较小。

①主要产品定价政策

发行人向 CPP 销售彩纸的定价政策如下：

物品名称	定价政策
彩纸	基于终端彩盒产品销售价格，参考预估生产成本，以及为发行人留存适当利润后确定

由上表可知，发行人向 CPP 销售彩纸的定价政策公允。发行人向 CPP 销售彩纸的关联交易价格情况如下：

单位：元/pcs

时间	主要交易内容	平均销售价格
2020 年度	彩纸	4.11
2021 年度	彩纸	3.37
2022 年度	彩纸	3.15
2023 年 1-9 月	-	-

注：2023 年 1-9 月双方未发生关联交易。

②同类产品销售与同地区无关联第三方交易价格的对比情况

发行人向 CPP 销售的彩纸系根据终端客户需求定制化生产彩盒产品的相关组件，不属于大宗商品，故无公开市场报价。报告期各期，除 CPP 以外，发行人不存在向同区域的第三方客户销售彩纸，因此无第三方采购价格或市场价格可作比较。因此，发行人向 CPP 销售的彩纸无公开市场价格，以及同地区无关联第三方交易价格可作为对比。

③与 Printpack 的交易价格对比情况

报告期内，发行人逐步将生产加工业务与由 CPP 的相关业务转于子公司 Printpack。发行人向 CPP 销售彩纸与发行人向 Printpack 销售彩纸的平均单价分别为 3.69 元/pcs 及 3.54 元/pcs，发行人对 CPP 关联销售单价与发行人向 Printpack 内部销售平均单价相比不存在重大差异。

综上，发行人向 CPP 销售彩纸的定价政策具备合理性，发行人向 CPP 销售彩纸不存在其他供应商可比价格信息，发行人对 CPP 关联销售彩纸的价格与发行人内部销售彩纸价格相比亦不存在重大差异。

（3）发行人与东莞博格达的关联交易

1）关联交易发生背景

报告期内，东莞博格达是发行人的实际控制人持有 15.00%股份的企业。东莞博格达主要经营标签、商标等印刷产品的生产和销售，其所处系发行人行业的上游。标签、商标等印刷产品广泛用于各类商品的包装。

报告期内，发行人于 2021-2022 年期间向博格达销售少量彩盒产品，总金额仅为 70.66 万元。此外，发行人向自身下游客户推介东莞博格达的标签、商标等印刷产品，并基于东莞博格达对发行人下游客户的销售额收取一定的代销服务费，形成发行人的关联销售。

2）关联交易定价的公允性

报告期内，发行人向博格达销售的彩盒产品的价格参考市场价格确定，具备公允性；发行人向东莞博格达提供代销服务收取的代销服务费根据双方合同约定为销售额的 3.00%。报告期内，发行人取得东莞博格达代销服务费收入合计不超过 130.00 万元，占发行人收入比例极低。该类服务无第三方采购价格或市场价格，金额较小，对公司业绩无重大影响。

3、关联担保

（1）关联交易发生背景

报告期内，发行人关联方对发行人提供担保，主要系公司向银行申请授信借款时贷款方的要求，发行人关联担保情况如下：

单位：万元

担保方	被担保方	担保金额	担保起始日	担保到期日
任志生、王雪梅	发行人	7,000.00	2017/10/27	2027/10/26

担保方	被担保方	担保金额	担保起始日	担保到期日
李东红	发行人	7,000.00	2017/10/27	2027/10/26
王东、温玉	发行人	7,000.00	2017/10/27	2027/10/26
深圳市昇晖贸易有限公司	发行人	7,000.00	2017/10/27	2027/10/26
王雪梅	发行人	3,031.56	2017/10/27	2027/10/26
任志生、王雪梅	无锡高义	26,000.00	2023/7/18	2033/6/20

2、关联交易定价的公允性

报告期内，任志生、王雪梅、李东红、王东、温玉、深圳市昇晖贸易有限公司等关联方向公司无偿提供担保，主要系公司向银行申请授信借款时贷款方的要求。该担保有助于公司从银行获得借款，满足公司流动资金的需求，公司未向相关关联方支付费用。关联方提供担保系支持公司业务发展并协助公司取得银行借款的行为，具有合理性、必要性，不会对公司经营造成不利影响。

（四）管理人员薪酬

单位：万元

项目	2023 年 1-9 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
关键管理人员薪酬	374.37	731.28	671.79	662.03

报告期各期，发行人管理人员薪酬较为稳定。

5、其他关联交易

（1）受让马来包装股权

发行人于 2021 年 1 月 1 日向关联方香港博格达收购其持有的马来包装 51.00%的股权。

香港博格达曾于 2020 年 5 月向公司借款 306 万马来西亚林吉特用于向马来包装出资并获取了马来包装 51.00%的股权。因发行人计划在马来包装所在地马来西亚地区设厂，以提高对重要终端客户绿山咖啡在马来西亚地区代工厂的产品交付能力，马来包装业务较为匹配发行人业务战略布局需要，同时，马来包装原股东香港博格达由于公共卫生事件持续时间超过其预期，对马来包装经营产生了一定影响，计划对外转让其持有的马来包装股权，双方协商同意由发行人受让香港博格持有的马来包装 51.00%的股权，。香港博格达因获取的马来包装 51.00%的股权向公司借款形成的债权转为马来包装 51.00%股权，公司收购马来包装 51.00%股权支付对价为 0 元

由于香港博格达向发行人借款 306 万马来西亚林吉特全部用于对马来包装的出资，后香港博格达将获取的马来包装的股权用于偿还其对发行人的因上述出资借款形成的

债务，香港博格达对马来包装出资时间距本次股权转让时间较近，本次股权转让价格具备合理性。

（2）受让泰国鸿达股权

2020 年 4 月，发行人准备设立泰国鸿达时，为满足当时泰国关于公司设立的相关法律对有限公司发起人的相关规定，泰国鸿达由发行人当时的员工王涛、李兴东和张艳丽三人发起设立，公司注册资本为 200.00 万泰铢，共计 40.00 万股；其中，王涛认购 39.20 万股，张艳丽和李兴东分别认购 0.40 万股，三人均未实缴出资。2020 年 5 月王涛、张艳丽和李兴东分别将其持有的泰国鸿达股份中的 18.80 万股、0.40 万股和 0.40 万股以 0 元对价转让予香港鸿达。

由于王涛、李兴东和张艳丽未对泰国鸿达实缴出资，且发行人收购王涛、李兴东和张艳丽持有对泰国鸿达的出资额距王涛、李兴东和张艳丽决议设立泰国鸿达时间较近，本次股权转让价格具备合理性。

（三）说明关联方鸿达印刷集团有限公司 Honda Printing Holdings Limited 和 Century Packing&Printing Sdn Bhd 注销的原因及合理性；实际控制人转让香港博格达、东莞博格达股权的原因及合理性，交易对手背景情况，定价依据及价款支付情况，是否仍存在代持或其他利益安排；前述关联方注销或转让前的股权结构、业务范围、主要财务数据情况，与发行人及其实际控制人、发行人的主要客户供应商是否存资金或业务往来。

1、说明关联方鸿达印刷集团有限公司 Honda Printing Holdings Limited 和 Century Packing&Printing Sdn Bhd 注销的原因及合理性

（1）Honda Printing Holdings Limited

Honda Printing Holdings Limited 注销前为发行人的实际控制人任志生控制的企业，系公司关联方。虽报告期初已无实际经营，但考虑到该关联方历史上曾从事包装印刷品的贸易业务，与发行人处于同行业，为消除和避免同业竞争，发行人的实际控制人任志生决定对该企业进行清理。因此，该关联方注销的原因具有合理性。

（2）Century Packing&Printing Sdn Bhd

CPP 系由发行人实际控制人任志生控制的企业 Honda Printing Holdings Limited 以及马来西亚上市公司 KPS 的控股子公司 PRO PULP PACKAGES SDN.BHD.合资成立的纸包装加工企业。报告期内，发行人的实际控制人任志生和 CPP 其他股东关于 CPP 的经营理念出现分歧，叠加发行人从增强独立性角度考虑，已经逐步将发行人对 CPP 的

采购订单改由发行人全资子公司 Printpack 执行等因素，经双方商议，决定注销 CPP。因此，该关联方注销的原因具有合理性。

综上，发行人关联方鸿达印刷集团有限公司 Honda Printing Holdings Limited 和 CPP 注销具有合理性。

2、实际控制人转让香港博格达、东莞博格达股权的原因及合理性，交易对手背景情况，定价依据及价款支付情况，是否仍存在代持或其他利益安排

东莞博格达、香港博格达为发行人的实际控制人任志生报告期内曾持股的企业，持股比例均为 15.00%，系公司关联方。东莞博格达、香港博格达工商登记的经营范围与发行人经营范围有重合，为消除和避免潜在的同业竞争，发行人的实际控制人任志生决定转让对香港博格达、东莞博格达的持股。

本次股权转让的交易对手为自然人景迪，系香港博格达、东莞博格达实际控制人严卫国的商业合作伙伴。经双方协商同意，本次股权转让定价依据系以实缴资本价格平价转让，上述股权转让涉及对价合计 22.50 万元，已经全部支付完成。

本次股权转让完成后，发行人的实际控制人任志生在东莞博格达、香港博格达不存在代持或其他利益安排。

3、前述关联方注销或转让前的股权结构、业务范围、主要财务数据情况，与发行人及其实际控制人、发行人的主要客户供应商是否存在资金或业务往来

（1）Honda Printing Holdings Limited

Honda Printing Holdings Limited 注销前的股权结构如下：

公司名称	鸿达印刷集团有限公司		
公司英文名称	HONDA PRINTING HOLDINGS LIMITED		
股权结构	**股东姓名**	**出资额（港币）**	**持股比例（%）**
	李清江	10,000.00	100.00
	合计	**10,000.00**	**100.00**
备注	该公司为李清江代发行人的实际控制人任志生持有		

Honda Printing Holdings Limited 已于 2021 年 4 月清算完成，并于 2022 年 6 月注销完成。Honda Printing Holdings Limited 注销前已无实际业务经营，注销前的主要财务数据情况如下：

单位：万元

关联方	2021 年度/2021 年 12 月 31 日			
	营业收入	净利润	总资产	所有者权益合计
Honda Printing Holdings Limited	5.36	-65.55	364.09	-688.25

注：以上财务数据未经审计。

报告期内，Honda Printing Holdings Limited 与发行人以及发行人客户存在少量资金往来，往来原因主要系发行人出于便利性考虑，历史上曾通过设立于香港的关联方 Honda Printing Holdings Limited 收取境外客户外汇货款，发行人于 2018 年设立香港子公司香港鸿达对该情况进行逐步整改、规范。报告期初，因发行人部分客户系统中供应商交易代码切换尚未完成，在代码切换过渡期间，Honda Printing Holdings Limited 仍替发行人代收了少量货款，合计约为 45.75 万美元。截至 2021 年初，发行人与 Honda Printing Holdings Limited 已结清了全部代收款。

（2）Century Packing&Printing Sdn Bhd

截至本回复报告出具之日，CPP 目前正在履行注销程序。截至 2023 年 9 月，CPP 股权结构如下：

公司名称	CENTURY PACKING & PRINTING SDN. BHD.		
股权结构	股东名称	注册资本（万马来令吉）	持股比例（%）
	PRO PULP PACKAGES SDN. BHD.	171.97	60.00
	HONDA PRINTING HOLDINGS LIMITED（已注销）	114.64	40.00
	合计	**286.11**	**100.00**

报告期内，CPP 业务范围、主要财务数据情况详见本题“一、说明关联方的认定是否完整、准确；发生经常性关联交易的关联方从事的具体业务内容，报告期内主要财务数据，主要客户、供应商情况；除已披露关联交易外，关联方与发行人及其实际控制人、发行人的主要客户、供应商是否存资金或业务往来；发行人与关联方的人员、资产、业务、经营场所等方面是否相互独立。”之“（二）发生经常性关联交易的关联方从事的具体业务内容，报告期内主要财务数据，主要客户、供应商情况”之“2、CPP”的相关回复。

报告期内，CPP 与发行人除已披露的经常性关联交易外，不存在其他资金或业务往来；与发行人的实际控制人、客户及供应商不存在资金或业务往来。

（3）东莞博格达

发行人的实际控制人任志生转让股权前，东莞博格达的股权结构情况如下：

公司名称	东莞市博格达塑胶五金制品有限公司		
股权结构	**股东姓名**	**注册资本（万元）**	**持股比例（%）**
	严卫国	1,700.00	85.00
	张浩	300.00	15.00
	合计	**2,000.00**	**100.00**

东莞博格达主要经营标签、商标等印刷产品的生产和销售，主要财务数据情况详见本题之“（一）说明关联方的认定是否完整、准确；发生经常性关联交易的关联方从事的具体业务内容，报告期内主要财务数据，主要客户、供应商情况；除已披露关联交易外，关联方与发行人及其实际控制人、发行人的主要客户、供应商是否存资金或业务往来；发行人与关联方的人员、资产、业务、经营场所等方面是否相互独立。”之“2、发生经常性关联交易的关联方从事的具体业务内容，报告期内主要财务数据，主要客户、供应商情况”之“（3）东莞市博格达塑胶五金制品有限公司”。

报告期内，东莞博格达与发行人除已披露的经常性关联交易外，不存在其他资金或业务往来；与发行人的实际控制人、主要客户及供应商不存在资金或业务往来。

（4）香港博格达

发行人的实际控制人任志生转让股权前，香港博格达的股权结构情况如下：

公司名称	香港博格达实业有限公司		
公司英文名称	TOP-PEAKS INDUSTRIAL LIMITED		
股权结构	**股东姓名**	**出资额（港币）**	**持股比例（%）**
	严卫国	4,500.00	45.00
	景迪	4,000.00	40.00
	张浩	1,500.00	15.00
	合计	**10,000.00**	**100.00**

香港博格达的主要定位为从事与东莞博格达生产相关的纸包装产品的贸易业务。经与香港博格达的实际控制人严卫国确认，香港博格达在报告期内主要用于为东莞博格达进行境外采购，收入规模较小，未进行独立财务核算。

报告期内，除东莞博格达指令发行人向香港博格达支付东莞博格达与发行人交易产生的 80.92 万马币（折合 17.47 万美元）的货款及香港博格达因向 Printpack 出资而从发行人处借款 70.35 万美元外，香港博格达与发行人、发行人的实际控制人、主要客户及供应商不存在资金或业务往来。

二、会计师核查程序及核查意见

（一）核查程序

针对上述事项，我们主要履行了以下核查程序：

1、查阅《公司法》、《企业会计准则第 36 号——关联方披露》、《上市公司信息披露管理办法》和《深圳证券交易所股票上市规则》等相关法律法规；

2、查阅发行人关联方的工商档案，了解发行人关联企业的基本情况；

3、访谈与发行人发生经常性关联交易的关联方，并查阅其提供的相关资料，了解发行人发生经常性关联交易的关联方报告期内的财务数据及客户、供应商情况及与发行人及其实际控制人、发行人的主要客户、供应商的资金往来、业务往来及其独立性情况；

4、查阅发行人及发行人的实际控制人的银行流水记录，了解发行人及发行人的实际控制人与发行人关联方之间的资金、业务往来情况；

5、查阅报告期内的发行人交易往来明细表，取得相关人员访谈记录，了解关联交易的背景及定价依据，并结合发行人内部交易价格、与第三方交易价格及第三方供应商询价情况，分析发行人关联交易的公允性和定价的合理性；

6、访谈发行人的实际控制人，了解 Honda Printing Holdings Limited 及 CPP 的注销原因及其合理性；

7、取得 Honda Printing Holdings Limited 及 CPP 的工商资料、财务数据等，核查其与发行人及其实际控制人、发行人的主要客户供应商等是否存在资金或业务往来；

8、访谈东莞博格达、香港博格达的实际控制人，取得股权转让协议、东莞博格达和香港博格达关于本次股权转让的工商资料及价款支付凭证，了解发行人的实际控制人转让香港博格达、东莞博格达股权的原因及合理性，交易对手背景情况，定价依据及价款支付情况及是否存在代持或其他利益安排的情况。

（二）核查意见

经核查，我们认为：

1、发行人关联方的认定完整、准确；除已披露关联交易外，关联方与发行人及其实际控制人、发行人的主要客户、供应商不存在异常资金或业务往来；除任贤喜为发行人的员工外，发行人与关联方的人员、资产、业务、经营场所等均相互独立。

2、报告期内，发行人关联交易定价公允，关联交易价格不存在异常情况。

3、Honda Printing Holdings Limited 和 Century Packing&Printing Sdn Bhd 的注销具有合理性；实际控制人转让香港博格达、东莞博格达股权具有合理性，交易对手系香港

博格达、东莞博格达实际控制人的商业合作伙伴，定价依据为香港博格达、东莞博格达的实缴资本，价款已经全部支付完成，转让完成后不存在代持或其他利益安排；前述关联方与发行人及其实际控制人、发行人的主要客户供应商之间不存在异常资金或业务往来。

问题 8.关于主营业务收入

申报材料显示：

（1）报告期内，发行人主营业务收入分别为 73,391.74 万元、86,125.81 万元、92,376.88 万元。彩盒的销售收入占主营业务收入的比例均超过 60%，彩盒、说明书销售单价呈下降趋势；一站式采购产品主要是外购的纸箱、纸托、标签、泡棉等为客户提供一站式服务的包装材料等产品收入。

（2）发行人披露了 VMI 模式收入确认方法和服务收入确认方法。

（3）报告期各期，第四季度收入占比分别为 34.97%、27.89%、27.83%；招股说明书中未列示境内外销售区域具体分布。

（4）报告期内其他业务收入分别为 856.70 万元、983.23 万元、1,071.46 万元，主要为废料销售收入，其他业务成本为 246.42 万元、266.45 万元、331.51 万元。此外，报告期内主营业务收入中其他产品收入为 0、998.19 万元、1,919.07 万元。

（5）发行人未针对退换货情况计提预计负债。

请发行人：

（1）量化分析不同类型产品收入波动的原因，收入波动与客户需求变动的匹配性，与同行业可比公司的差异情况及合理性；说明报告期内彩盒、说明书销售单价呈下降趋势的原因；结合上述情况及在手订单变动情况，分析主营业务收入增长的可持续性。

（2）结合所处行业特点及同行业公司类似业务开展情况，说明一站式采购涉及的具体产品、业务模式、主要客户与供应商情况、交易金额及占比、交易单价及公允性，主要客户、供应商之间及与发行人是否存在关联关系；一站式采购业务是否存在异常大额交易，与其他业务是否存在客户、供应商重叠，相关原因及合理性；一站式采购业务是否违反与客户的合同约定，关于退换货是否存在特殊约定，发行人与外购产品供应商在产品质量方面的责任划分情况及执行情况，是否存在纠纷或潜在纠纷。

（3）结合下游客户是否存在指定源头供应商、发行人在相关业务中（如一站式采购业务）对货物的权属控制及风险承担情况、可比公司案例等，说明按总额法或净额法确认收入的依据，是否符合《企业会计准则》的规定。

（4）说明报告期内 VMI 模式和服务收入的金额及占比、对应客户情况，提供服务的具体内容，结合具体经营模式说明相关收入确认政策的合规性。

（5）说明 2021 年第四季度收入占比较 2020 年下滑的原因，按月度列示各期第四季度销售金额，结合订单周期、客户终端销售特点、同行业可比公司等说明月度收入变动趋势是否合理，是否存在年末集中确认收入、收入跨期调节的情形；披露报告期内主营业务收入具体地域分布情况，说明是否存在显著变化及合理性。

（6）列示报告期内其他业务收入明细构成情况，逐项分析相关收入波动原因；各期废料的销售数量、销售单价、废料率（产生的废料数量/投入的原材料数量）及其合理性，废料收入是否涉及现金销售或个人账户收付款，废料收入是否均已入账，废料销售及成本结转的会计处理是否符合《企业会计准则》的规定；主营业务收入——其他收入的具体内容，与其他业务收入区分列示的原因。

（7）说明各类产品退换货政策、是否存在“无理由退货”条款，退换货的会计处理是否符合《企业会计准则》的规定，报告期各期不同产品实际退换货金额及占比、退换货率、退换货原因，收入确认是否考虑退换货影响及其合规性；结合同行业可比公司会计处理政策，说明未计提预计负债的合理性及合规性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，说明针对收入真实性和截止性的核查方法、核查过程、核查比例、取得的核查证据及核查结论。

回复：

一、发行人说明

（一）量化分析不同类型产品收入波动的原因，收入波动与客户需求变动的匹配性，与同行业可比公司的差异情况及合理性；说明报告期内彩盒、说明书销售单价呈下降趋势的原因；结合上述情况及在手订单变动情况，分析主营业务收入增长的可持续性

1、量化分析不同类型产品收入波动的原因，收入波动与客户需求变动的匹配性，与同行业可比公司的差异情况及合理性

（1）不同类型产品收入波动的原因，收入波动与客户需求变动的匹配性

报告期内，公司产品包括为彩盒、说明书、一站式采购产品及其他产品，并以彩盒、说明书和一站式采购产品为主。报告期内，公司各类产品收入的具体情况如下：

单位：万元

产品类型	2023 年 1-9 月		2022 年		2021 年		2020 年
	金额	变动幅度	金额	变动幅度	金额	变动幅度	金额
彩盒	51,902.21	9.41%	63,253.19	3.86%	60,900.18	25.68%	48,458.01
说明书	8,724.02	-20.96%	14,717.36	7.78%	13,654.84	4.37%	13,082.92
一站式采购产品	13,702.54	46.31%	12,487.26	18.11%	10,572.60	-10.79%	11,850.81
其他产品	4,805.61	233.88%	1,919.07	92.25%	998.19	-	-
合计	**79,134.38**	**14.22%**	**92,376.88**	**7.26%**	**86,125.81**	**17.35%**	**73,391.74**

注：其他产品主要为纸托。公司各产品 2023 年 1-9 月变动幅度为本期收入简单年化后的变动幅度。

报告期各期，公司不同产品收入变动的具体情况如下：

1）彩盒产品

报告期各期，公司彩盒产品的销售收入、销售数量、平均单价变动情况如下：

单位：万元、万个、元/个

项目	2023 年 1-9 月	2022 年	2021 年	2020 年
销售收入①	51,902.21	63,253.19	60,900.18	48,458.01
销售数量②	21,743.47	29,691.36	25,166.43	17,997.41
平均单价③=①/②	2.39	2.13	2.42	2.69

如上表所示，2020 年至 2022 年，公司彩盒产品收入在平均单价出现逐年下降的情况仍保持增长，主要系销量增长所致；2023 年 1-9 月，公司彩盒产品收入呈现增长趋势主要系平均单价上涨所致。

报告期内，公司彩盒产品主要终端客户为微软、绿山、菲利普莫里斯、小米、今世缘和必胜，报告期各期，公司向主要终端客户销售彩盒产品占比合计分别为 81.91%、79.32%、80.55%和 75.77%。公司彩盒产品向主要终端客户的收入变动情况如下：

单位：万元

终端客户	2023 年 1-9 月			2022 年		
	金额	比例	变动额	金额	比例	变动额
微软	11,485.26	22.13%	-4,618.22	19,931.90	31.51%	-701.61
绿山	5,454.38	10.51%	-3,291.23	10,563.73	16.70%	-864.48
菲利普莫里斯	6,681.27	12.87%	880.60	8,027.76	12.69%	1,456.64
小米	4,678.49	9.01%	-422.56	6,660.54	10.53%	1,368.96
今世缘	7,326.83	14.12%	4,818.83	4,950.28	7.83%	639.88
必胜	3,697.82	7.12%	4,113.25	817.18	1.29%	748.56
合计	**39,324.05**	**75.77%**	**1,480.67**	**50,951.40**	**80.55%**	**2,647.95**

终端客户	2021 年			2020 年	
	金额	比例	变动额	金额	比例
微软	20,633.52	33.88%	2,129.72	18,503.79	38.19%
绿山	11,428.21	18.77%	737.33	10,690.88	22.06%
菲利普莫里斯	6,571.12	10.79%	-2,846.85	9,417.97	19.44%
小米	5,291.59	8.69%	4,210.76	1,080.82	2.23%
今世缘	4,310.40	7.08%	4,310.40	-	-
必胜	68.62	0.11%	68.62	-	-
合计	**48,303.45**	**79.32%**	**8,609.98**	**39,693.47**	**81.91%**

注：上表中比例系指占彩盒产品总收入的比例。公司彩盒产品各主要终端客户收入 2023 年 1-9 月变动额为本期收入年化后的年度变动额。

如上表所示，2021 年，公司彩盒产品收入同比呈现较大增长主要系对主要终端客户微软、小米及今世缘的收入增长所致；2022 年，公司彩盒产品收入同比呈现增长趋势主要系对主要终端客户菲利普莫里斯、小米及今世缘的收入增长所致；2023 年 1-9 月，公司彩盒产品收入同比呈现增长趋势主要系对主要终端客户必胜、今世缘及菲利普莫里斯的收入增长所致。公司对上述彩盒产品的主要终端客户收入变动情况及原因分析如下：

① 微软

2021 年，公司对微软销售彩盒产品的收入呈现增长趋势主要原因系微软于 2020 年底推出 Xbox 第四代游戏主机，该产品推出后市场反响较好，公司作为 Xbox 游戏机包装彩盒产品的主要供应商，2021 年向微软销售彩盒产品的收入金额增长明显。2022 年，公司对微软销售彩盒产品收入同比略有下滑，主要原因系微软的 Xbox 游戏手柄产品的彩盒包装品供应市场竞争加剧，公司订单份额有所下降，此外，公司部分竞争对手为获取更高的订单份额降低报价，公司为应对其他供应商的竞争，适当下调单价以稳定订单份额。2023 年 1-9 月，公司对微软销售彩盒产品收入同比下滑主要原因系微软于 2023 年停止生产和销售 Microsoft 品牌的电脑配件，公司 2023 年 1-9 月对微软 Microsoft 品牌的电脑配件的彩盒等包装产品的收入下滑。

②菲利普莫里斯

菲利普莫里斯系公司主要的电子烟包装产品终端客户。2021 年，公司对菲利普莫里斯销售彩盒产品的收入呈现下降趋势主要原因系菲利普莫里斯对其部分成熟产品引入了其他彩盒供应商，公司相应的订单份额减少，且为应对其他供应商的竞争，公司适当下调单价以稳定订单份额。2022 年，公司对菲利普莫里斯销售彩盒产品收入上升主

要系菲利普莫里斯增加新款 IQOS 电子烟产品，公司获得了该类产品的彩盒产品订单份额，因此收入同比增长明显。2023 年 1-9 月，公司对菲利普莫里斯销售彩盒产品收入上升主要系公司取得菲利普莫里斯专用于俄罗斯市场的电子烟产品的包装产品的订单份额大幅提升，公司 2023 年 1-9 月对菲利普莫里斯的彩盒产品的收入上升。

③小米

公司自 2018 年开始积极推动与消费电子市场龙头客户小米的合作，并于 2019 年开始进入小米供应链体系，向小米品牌企业提供各类产品的包装彩盒产品。近年来双方合作较好，业务规模逐步提高，公司对小米品牌企业的收入逐步增长。

④今世缘

公司自 2020 年开始积极推动与白酒客户今世缘的合作，并于 2021 年开始成为今世缘合格供应商，向今世缘提供酒类包装彩盒产品。近年来双方合作较好，业务规模逐步提高，公司对今世缘的收入呈现增长趋势。

⑤绿山

绿山系公司主要的咖啡机包装产品终端客户。2020 年至 2022 年，公司对绿山销售的彩盒产品的收入总体较为稳定。2023 年 1-9 月，公司对绿山销售的彩盒产品的收入下滑明显，主要原因系绿山的咖啡机产品销售量当期不及预期，减少了对公司彩盒等包装产品的采购。

⑥必胜

必胜系公司主要的小家电包装产品终端客户。公司自 2020 年开始积极推动与必胜的合作并成为必胜合格供应商，向必胜提供吸尘器等小家电的包装彩盒产品。2022 年下半年，公司对必胜的多款包装产品实现集中量产，因此，公司 2023 年 1-9 月对必胜的彩盒等包装产品的收入上升。

2）说明书产品

报告期各期，公司说明书产品的销售收入、销售数量、平均单价变动情况如下：

单位：万元、万个、元/个

项目	2023 年 1-9 月	2022 年	2021 年	2020 年
销售收入①	8,724.02	14,717.36	13,654.84	13,082.92
销售数量②	15,052.67	30,892.69	23,322.14	20,938.31
平均单价③=①/②	0.58	0.48	0.59	0.62

如上表所示，2020 年至 2022 年，公司说明书产品的收入在平均单价出现逐年下降的情况仍保持增长，主要系销量增长所致；2023 年 1-9 月，公司说明书产品收入同比下降明显主要系微软和绿山等终端客户的说明书产品订单减少所致。

报告期各期，公司说明书产品主要终端客户为微软、绿山、菲利普莫里斯、小米和纬创。报告期各期，公司向主要终端客户销售说明书产品占比合计分别为 89.20%、87.70%、87.71%和 85.85%。公司说明书产品主要终端客户的收入变动情况如下：

单位：万元

终端客户	2023 年 1-9 月			2022 年		
	金额	比例	变动额	金额	比例	变动额
微软	3,236.21	37.10%	-3,180.64	7,495.59	50.93%	1,020.75
菲利普莫里斯	2,592.57	29.72%	1,333.22	2,123.54	14.43%	677.42
绿山	793.15	9.09%	-554.78	1,612.32	10.96%	-30.74
纬创	399.15	4.58%	-519.28	1,051.48	7.14%	-815.66
小米	468.15	5.37%	-1.14	625.34	4.25%	80.75
合计	**7,489.23**	**85.85%**	**-2,922.63**	**12,908.27**	**87.71%**	**932.53**
终端客户	**2021 年**			**2020 年**		
	金额	**比例**	**变动额**	**金额**		**比例**
微软	6,474.84	47.42%	157.62	6,317.22		48.29%
菲利普莫里斯	1,446.12	10.59%	-764.68	2,210.80		16.90%
绿山	1,643.06	12.03%	-25.14	1,668.20		12.75%
纬创	1,867.13	13.67%	622.11	1,245.02		9.52%
小米	544.59	3.99%	315.77	228.82		1.75%
合计	**11,975.74**	**87.70%**	**305.68**	**11,670.06**		**89.20%**

注：上表中比例系指占说明书产品总收入的比例。公司说明书产品各主要客户收入 2023 年 1-9 月变动额为本期收入简单年化后的变动额。

如上表所示，2021 年，公司说明书产品收入同比呈现增长趋势主要系对主要终端客户微软、小米及纬创的收入增长所致；2022 年，公司说明书产品收入同比呈现增长趋势主要系对主要终端客户微软和菲利普莫里斯的收入增长所致；2023 年 1-9 月，公司说明书产品收入同比下滑明显主要系对主要终端客户微软、绿山和纬创的收入下降所致。公司对上述说明书产品的主要终端客户收入变动情况及原因分析如下：

①微软

2021 年，公司对微软说明书产品的销售金额同比变动较小。2022 年，说明书产品的销售金额有所上涨，主要系微软第四代 Xbox 游戏机产品的市场反响较好，Xbox 主机和 Xbox 手柄市场需求量有所增加，提高了向公司采购说明书的订单金额；虽然 Xbox 游戏手柄彩盒产品的市场竞争加剧，公司市场份额减少，导致公司彩盒收入减少，但公司相关说明书产品竞争度相对较低，保持了较高的订单份额，因此，对应 Xbox 主机及手柄说明书收入有所增加。虽然公司 2022 年对微软的彩盒销售有所下滑，但公司 2022 年对微软的说明书产品收入仍有增长。2023 年 1-9 月，公司对微软销售说明书产品收入同比下滑主要原因系微软于 2023 年停止生产和销售 Microsoft 品牌的电脑配件，公司 2023 年 1-9 月对微软 Microsoft 品牌的电脑配件的说明书产品的收入下滑。

②菲利普莫里斯

2021 年，公司对菲利普莫里斯销售说明书产品的收入同比减少 764.68 万元，减少 34.59%，主要原因系菲利普莫里斯对其部分成熟产品引入了其他说明书供应商，公司相应的订单份额减少，且为应对其他供应商的竞争，公司适当下调单价以稳定订单份额。2022 年，公司对菲利普莫里斯销售说明书产品收入上升主要系菲利普莫里斯增加新款 IQOS 电子烟产品，公司获得了该类产品的说明书产品订单，因此收入同比增长明显。2023 年 1-9 月，公司对菲利普莫里斯销售说明书产品收入上升主要系公司在俄罗斯的订单份额由部分份额大幅提升。

③纬创

纬创系全球知名的电脑产品原始设计制造公司，报告期内，公司向纬创销售的产品主要为电脑显示器的说明书。2021 年，受公共卫生事件等外部环境的影响，居家办公、在线教育、线上娱乐等需求增长，全球市场电脑显示器的出货量增加，纬创向公司采购的电脑显示器说明书产品增加。2022 年和 2023 年 1-9 月，因全球通货膨胀大幅增加基础商品支出而降低消费者购买或更换电脑的需求，纬创向公司采购的电脑显示器说明书产品出现明显下降。

④小米

公司自 2018 年开始积极推动与消费电子市场龙头客户小米的合作，并于 2019 年开始进入小米供应链体系，向小米品牌企业提供各类产品的包装说明书产品。近年来双方合作较好，业务规模逐年提高，公司对小米品牌企业公司的收入逐步增长。

⑤绿山

绿山系公司主要的咖啡机包装产品终端客户。2020 年至 2022 年，公司对绿山销售的说明书产品的收入总体较为稳定。2023 年 1-9 月，公司对绿山销售的说明书产品的收入下滑明显，主要原因系咖啡机的销售量出现明显下滑因而减少了向公司采购说明书等包装产品。

3）一站式采购产品

公司一站式采购产品主要包括纸箱、纸托、标签、泡棉等。报告期各期，公司一站式采购产品主要终端客户为绿山、华宝新能、小米、雷蛇、Irobot Corporation 和必胜。报告期各期，公司一站式采购业务向上述主要终端客户销占比合计分别为 92.46%、87.05%、82.74%和 73.29%。公司一站式采购产品的主要终端客户的收入变动情况如下：

单位：万元

终端客户	2023 年 1-9 月			2022 年		
	金额	比例	变动额	金额	比例	变动额
绿山	3,930.59	28.69%	-1,768.11	7,008.89	56.13%	-178.02
华宝新能	482.66	3.52%	-281.45	925.00	7.41%	911.79
小米	2,037.32	14.87%	1,935.63	780.80	6.25%	550.92
雷蛇	279.21	2.04%	-229.96	602.24	4.82%	-1,165.06
Irobot Corporation	969.13	7.07%	723.55	568.63	4.55%	568.63
必胜	2,343.72	17.10%	2,678.38	446.58	3.58%	440.39
合计	**10,042.64**	**73.29%**	**3,058.04**	**10,332.14**	**82.74%**	**1,128.64**
终端客户	**2021 年**			**2020 年**		
	金额	**比例**	**变动额**	**金额**	**比例**	
绿山	7,186.91	67.98%	-2,288.23	9,475.15	79.95%	
华宝新能	13.20	0.12%	13.20	-	-	
小米	229.89	2.17%	166.63	63.26	0.53%	
雷蛇	1,767.30	16.72%	347.95	1,419.35	11.98%	
Irobot Corporation	-	-	-	-	-	
必胜	6.19	0.06%	6.19	-	-	
合计	**9,203.50**	**87.05%**	**-1,754.25**	**10,957.75**	**92.46%**	

注：上表中比例系指占一站式采购产品收入总收入的比例。公司一站式采购产品各主要客户收入 2023 年 1-9 月变动额为本期收入年化后的变动额。

2021 年，公司一站式采购产品收入同比呈现下降趋势主要系对绿山的收入下降所致。为降低包装成本，绿山调整了部分咖啡机产品的包装方式，由“单个咖啡机的外包装包括一个彩盒和一个纸箱”调整为“单个咖啡机的外包装为一个彩盒”，因此，减少了向公司采购的一站式采购产品纸箱。

2022 年，公司一站式采购产品收入同比呈现增长趋势主要系对华宝新能、小米及 Irobot 的收入增长，超过雷蛇收入减少的部分所致。2022 年，雷蛇收入减少主要系彩盒产品的白卡纸等原材料价格上涨，公司根据原材料价格变动情况上调彩盒及一站式采购产品的价格，而雷蛇未接受相关上调价格后的报价，减少了对公司相关产品的采购。

2023 年 1-9 月，公司一站式采购产品收入同比呈现增长趋势主要系对必胜的收入大幅增长所致。2022 年下半年，必胜的多款包装产品集中量产且持续增长，因此向公司采购的纸箱等一站式采购产品增长较好。

4）其他产品

公司主营业务收入的其他产品主要是自产纸托，用于产品外包装或包装物配套物资，该类产品主要的终端客户为绿山和 Beats。为提供公司包装产品的整体交付能力，公司自 2021 年来，增加了数条纸托生产线，增加纸托产品产能，纸托产品收入明显增长。公司于 2023 年新增用于 Beats 耳机外包装的纸托产品且 Beats 采购的金额较高，因此，公司 2023 年 1-9 月纸托等其他产品收入增长较好。

综上所述，报告期内，公司不同类型产品收入波动的原因主要系客户需求变动及公司订单份额的变化，无异常情况。

（2）收入波动与同行业可比公司的差异情况及合理性

报告期各期，同行业可比公司营业收入波动情况如下：

公司名称	2023 年 1-9 月变动幅度	2022 年变动幅度	2021 年变动幅度
中荣股份	2.20%	-2.77%	18.44%
裕同包装	-10.22%	9.49%	26.76%
美盈森	-13.36%	14.55%	7.13%
劲嘉股份	-25.03%	2.40%	20.89%
平均数	-11.60%	7.62%	21.71%
公司	16.89%	7.28%	17.32%

2021 年和 2022 年，同行业可比公司中，除 2022 年，中荣股份收入略有下滑外，其他可比公司收入逐年上涨，公司收入变动与同行业可比公司整体增长情况一致。

2023 年 1-9 月，发行人同行业可比公司营业收入同比整体呈现下降趋势，而发行人 2023 年 1-9 月营业收入同比有所增长。发行人与同行业可比公司 2023 年 1-9 月的营业收入变动主要原因如下：

公司名称	2023 年 1-9 月营业收入同比变动原因
中荣股份	中荣股份的主要下游领域为日化和快销品，其营业收入同比增长主要系大客户的产品均为市场刚需，订单情况相对稳定
裕同科技	裕同科技的主要下游领域为手机等移动智能终端，其营业收入同比下降主要系下游消费终端需求不振所致
美盈森	美盈森的下游领域较为广泛，其营业收入同比下降主要系订单量受市场影响有所减少
劲嘉股份	劲嘉股份的主要下游领域为卷烟和白酒等领域，其营业收入同比下降主要系卷烟和白酒等包装领域竞争加剧
公司	公司的主要下游领域包括消费电子、小家电、电子烟和酒类，公司对终端客户微软和绿山的收入同比呈现下降趋势，公司收入同比增长主要系必胜、Beats、徕芬和今世缘等终端客户经过磨合期后实现产品量产或新增产品，销售金额同比增长加快

注：同行业可比公司 2023 年 1-9 月营业收入变动原因来源于上市公司公开披露信息。

综上所述，报告期内，公司收入变动与客户需求基本匹配。公司收入持续增长，公司同行业可比公司报告期内收入呈现整体增长趋势，无异常情况。

2、报告期内彩盒、说明书销售单价呈下降趋势的原因

报告期各期，公司彩盒、说明书平均单价变动情况如下：

单位：元/个

产品类型	2023 年 1-9 月	2022 年	2021 年	2020 年
彩盒	2.39	2.13	2.42	2.69
说明书	0.58	0.48	0.59	0.62

公司彩盒单价主要受产品物理大小影响，物理形态较小的产品平均单价较低；公司说明书产品销售单价主要受纸张页数和版面大小的影响，纸张页数少，版面小的产品平均单价较低。报告期各期，公司彩盒、说明书产品按销售价格区间分类，各价格区间收入占比情况如下：

单位：元/个

产品类型	价格区间	2023 年 1-9 月	2022 年	2021 年	2020 年
彩盒	大于等于 9	37.24%	37.49%	39.49%	45.53%
	介于 2-9 之间	47.57%	43.42%	43.69%	39.11%
	小于 2	15.18%	19.09%	16.82%	15.35%

产品类型	价格区间	2023 年 1-9 月	2022 年	2021 年	2020 年
说明书	小于 0.5	22.21%	28.73%	25.56%	21.31%
	大于等于 0.5	77.79%	71.27%	74.44%	78.69%

（1）彩盒销售单价呈下降趋势的原因

1）单价较低的销售数量占比变动

公司向菲利普莫里斯、悦刻、JUUL 等电子烟客户的销售数量持续上升，而公司向菲利普莫里斯、悦刻、JUUL 销售的彩盒产品主要用于小型电子产品、电子烟的包装，产品物理形态较小，因此平均单价较低。2020 年至 2022 年，公司向电子烟类客户销售产品的数量持续上升，因此平均销售单价较小的彩盒产品销售数量占比持续上升，导致彩盒产品整体的平均销售单价有所下降。

2023 年 1-9 月，公司向电子烟类客户销售产品的数量同比有所下降，平均销售单价较小的彩盒产品的销售量同比下降，导致彩盒产品整体的平均销售单价有所上升。具体情况如下：

单位：万个

项目	2023 年 1-9 月		2022 年		2021 年		2020 年	
	数量	比例	数量	比例	数量	比例	数量	比例
电子烟彩盒	6,477.30	29.79%	10,199.46	34.35%	5,373.29	21.35%	2,545.98	14.15%

注：上表中比例系指电子烟彩盒产品销售数量占彩盒产品销售总量的比例。

2）部分产品价格下降

公司为应对市场竞争，采取适当降价以稳定市场份额的策略，部分彩盒产品降价。报告期内，公司产品降价涉及的主要产品包括公司微软的游戏手柄彩盒和菲利普莫里斯的电子烟彩盒。

综上所述，公司彩盒销售单价呈下降趋势的主要原因系平均销售单价较小的彩盒产品销售数量占比上升以及部分产品价格下降。

（2）说明书销售单价呈下降趋势的原因

受环保政策的影响，公司纸张页数少，版面小的产品销售占比持续上升，低单价说明书产品的销售占比上升导致了说明书产品的平均销售单价持续下降。2023 年 1-9 月，公司说明书销售单价较 2022 年有所上涨主要原因系当期说明书产品的主要原材料书纸的市场价格上涨，公司与下游客户协商后提高了销售价格。

3、结合上述情况及在手订单变动情况，分析主营业务收入增长的可持续性

报告期各期，公司向主要终端客户收入的情况如下：

单位：万元

终端客户	2023 年 1-9 月		2022 年		2021 年		2020 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
微软	14,764.21	18.66%	27,545.06	29.82%	27,271.19	31.66%	25,007.54	34.07%
绿山	10,248.01	12.95%	20,417.10	22.10%	21,233.42	24.65%	21,834.23	29.75%
菲利普莫里斯	9,273.84	11.72%	10,151.30	10.99%	8,018.72	9.31%	11,629.99	15.85%
小米	7,183.95	9.08%	8,066.69	8.73%	6,083.29	7.06%	1,372.91	1.87%
今世缘	7,342.63	9.28%	4,964.88	5.37%	4,508.30	5.23%	-	-
必胜	7,429.95	9.39%	1,438.73	1.56%	104.07	0.12%	-	-
合计	**56,242.61**	**71.07%**	**72,583.75**	**78.57%**	**67,219.00**	**78.05%**	**59,844.66**	**81.54%**

注：上表中比例系指该终端客户的收入占主营业务收入的比例。

如上表所示，公司对终端客户必胜、小米和今世缘的收入持续上涨，公司对主要终端客户的收入整体呈现增长趋势。

（1）公司与主要客户保持稳定的合作关系

报告期内，公司与主要的终端客户保持较良好的合作关系，具体情况如下：

序号	终端客户	合作开始时间
1	微软	2014 年
2	绿山	2017 年
3	菲利普莫里斯	2018 年
4	小米	2018 年
5	今世缘	2021 年
6	必胜	2020 年

公司与上述主要客户建立合作关系以来，合作关系稳定，公司持续获取上述客户订单。报告期内，公司凭借研发设计能力、当地生产交付能力、品质控制能力、市场响应速度及社会责任等方面优势，与主要客户建立了长期稳定的合作关系。该类客户为满足产品质量和规模生产要求，对合作的包装产品供应商实行严格的筛选制度，对其在资金和销售规模、研发设计能力、当地生产交付能力、品质控制能力、市场响应速度及社会责任等方面进行综合考量。为了保持产品品质的一致性与稳定性，该类客户一般不会轻易更换合作关系稳定良好的供应商，合作黏性和稳定性较强，与主要客户建立了长期稳定的合作关系，因此公司与主要客户的合作具备稳定性。

（2）公司对主要的终端客户的销售额整体呈现较好增长趋势

发行人最近一期向上述主要的终端客户的销售额同比变动情况如下：

单位：万元

客户名称	2023 年 1-9 月		2022 年
	销售额	同比变动	销售额
微软	14,764.21	-23.61%	27,545.06
绿山	10,248.01	-41.20%	20,417.10
菲利普莫里斯	9,273.84	34.26%	10,151.30
小米	7,183.97	36.89%	8,066.69
今世缘	7,342.63	90.54%	4,964.88
必胜	7,429.95	1215.78%	1,438.73
合计	**56,242.61**	**5.46%**	**72,583.75**

注：由于公司的产品销售具有较为明显的季节性特点，在测算发行人 2023 年 1-9 月向上述主要终端客户销售额同比变动情况时，以对应客户 2022 年 1-9 月销售额占当年全年销售额的比例计算其的年化后的 2023 年的销售额，并比较 2022 年度销售额的变化。

由上表可知，2023 年 1-9 月，发行人对菲利普莫里斯、必胜、今世缘及小米的销售金额同比呈现较快增长。报告期各期，发行人对上述客户的销售额增长情况如下：

单位：万元

客户名称	2023 年 1-9 月	2022 年	2021 年	2020 年
菲利普莫里斯	9,273.84	10,151.30	8,018.72	11,629.99
必胜	7,429.95	1,438.73	104.07	-
今世缘	7,342.63	4,964.88	4,508.30	-
小米	7,183.97	8,066.69	6,083.29	1,372.91

注：发行人与必胜自 2020 年开始合作，并于 2021 年开始向其供货。

2023 年 1-9 月，公司对必胜、今世缘销售额同比呈现明显增长趋势，主要原因系公司与必胜、今世缘经历初期小批量试产阶段或试样阶段后，现阶段已进入订单量产阶段，业务规模迅速增长所致，而发行人对菲利普莫里斯、小米销售额呈现较好的增长趋势主要系发行人持续获取菲利普莫里斯、小米推出新产品的相关包装品采购订单。

2）战略布局东南亚地区将为公司收入增长奠定基础

公司主要终端客户的主要代工企业在东南亚地区设有生产基地，并不断在该区域增加产能，为满足下游客户对交付及时性的需求，公司已在东南亚地区逐步布局产能，提升了公司对主要终端客户服务能力，客户粘性进一步提高，为未来收入的持续增长奠定了基础。

3）在手订单的变动情况

报告期各期末，公司在手订单变动情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-9 月	2022 年末	2021 年末	2020 年末
在手订单金额	22,782.77	22,414.39	17,815.10	11,843.39

如上表所示，受终端需求增长和新客户开拓的影响，公司报告期各期末的在手订单金额持续增长。

报告期各期，公司库存商品和发出商品订单覆盖情况如下:

单位: 万元

存货类别	项目	2023 年 9 月末	2022 年末	2021 年末	2020 年末
发出商品	期末余额	4,302.58	3,244.42	2,955.94	2,312.68
	有订单支持余额	4,302.58	3,244.42	2,955.94	2,312.68
	订单覆盖率	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
库存商品	期末余额	3,598.03	3,263.23	2,499.44	2,219.76
	有订单支持余额	3,404.65	3,054.85	2,365.75	2,131.84
	订单覆盖率	94.63%	93.61%	94.65%	96.04%

综上所述，报告期各期末，公司报告期各期末在手订单金额持续增长，发出商品及库存商品均有良好的订单支撑，公司收入增长具有可持续性。

（二）结合所处行业特点及同行业公司类似业务开展情况，说明一站式采购涉及的具体产品、业务模式、主要客户与供应商情况、交易金额及占比、交易单价及公允性，主要客户、供应商之间及与发行人是否存在关联关系；一站式采购业务是否存在异常大额交易，与其他业务是否存在客户、供应商重叠，相关原因及合理性；一站式采购业务是否违反与客户的合同约定，关于退换货是否存在特殊约定，发行人与外购产品供应商在产品质量方面的责任划分情况及执行情况，是否存在纠纷或潜在纠纷。

1、结合所处行业特点及同行业公司类似业务开展情况，说明一站式采购涉及的具体产品、业务模式

（1）公司所处行业特点

公司服务于消费电子、小家电、白酒和电子烟行业的知名企业，该类客户产品种类较多，对应采购的包装产品及辅助材料品类众多。为提升采购管理效率，该类客户通常要求包材供应商为其提供涵盖包装产品设计、一站式采购业务在内的一体化服务。少批量、低用量的零星包装产品和辅助材料的采购通过包材供应商的一站式采购，可实现采购的规模化、保证产品的适配性并提高产品的供应效率。

（2）同行业可比公司类似业务开展情况

同行业可比公司存在开展类似业务情况如下：

公司名称	业务内容
美盈森	第三方采购产品：公司凭借专业的服务和广泛的采购渠道，根据客户需求采购客户所需的辅助包装产品。
裕同科技	其他：主要是基于为客户提供整体解决方案服务而产生的第三方采购业务收入，与自有产品相配套。
中荣股份	其他：公司其他类产品主要是满足大客户一站式采购需求，公司提供多样化产品种类，便于客户提高采购效率、保证各类包装产品的品质稳定性。

注：上述内容来自同行业可比公司的公开披露信息。

如上表所示，同行业可比公司存在开展类似业务的情况。

（3）一站式采购的具体产品、业务模式

1）一站式采购的具体产品

一站式采购业务是基于发行人向客户提供的整体包装方案，除彩盒产品和说明书产品外，由发行人向第三方供应商采购辅助包装产品并直接销售给客户。公司一站式采购业务的产品涵盖了纸托、纸箱、珍珠棉袋、PE 袋、纸卡、纸护角、卡板等包装产品，基本可覆盖客户全部所需的包装及配套物资。

上述发行人一站式采购产品中仅纸托产品涉及发行人除对外采购成品外，也进行自主生产的情况。发行人一站式采购产品中的纸托与自产纸托的具体区别如下：

产品类型	主要用途及采购特点	主要客户
一站式采购的纸托	用于下游客户包装及配套物资，单一客户采购金额相对较小，各类型号的产品采购金额相对分散	V.S.Plus Sdn.Bhd.、赫比
自产纸托	下游客户根据产品需要向公司大批量定制特定型号或保密的产品、用于公司自产流程中的彩盒产品的配套物资	富港电子、VS Industry Bhd.新玛德

2）业务模式

一站式采购业务是基于发行人向客户提供的整体包装方案，由发行人向供应商采购辅助包装产品并销售给客户，公司对该类物资不做进一步加工。公司与供应商及客户就采购、销售进行独立结算。

2、一站式采购的主要客户与供应商情况、交易金额及占比、交易单价及公允性，主要客户、供应商之间及与发行人是否存在关联关系

（1）一站式采购的主要客户、交易金额及占比、交易单价及公允性，主要客户、供应商之间及与发行人是否存在关联关系

报告期各期，公司一站式采购的前五大客户的情况如下：

单位：万元、元/件

2023 年 1-9 月						
排名	客户名称	主要产品	金额	比例	平均单价	毛利率
1	VS	珍珠棉袋(4.18%)、纸托(28.31%)、纸箱(62.46%)	3,246.03	23.69%	2.18	26.17%
2	赫比	珍珠棉袋(10.51%)、纸托(55.53%)、纸箱(22.70%)	1,159.76	8.46%	1.93	19.20%
3	徕芬科技	纸箱(60.05%)、薄膜(13.72%)	1,009.56	7.37%	0.45	2.22%
4	新玛德	珍珠棉袋(19.08%)、纸托(23.35%)、纸箱(54.73%)	941.03	6.87%	1.88	21.42%
5	东菱智慧	纸托(57.52%)、纸箱(29.77%)	641.29	4.68%	2.26	17.28%
合计			**6,997.66**	**51.07%**	**-**	**20.11%**
2022 年						
排名	**客户名称**	**主要产品**	**金额**	**比例**	**平均单价**	**毛利率**
1	赫比	珍珠棉袋(11.19%)、纸托(50.63%)、纸箱(33.34%)	3,028.38	24.25%	2.10	18.13%
2	新玛德	珍珠棉袋(14.16%)、纸托(23.54%)、纸箱(58.22%)	2,691.76	21.56%	1.89	16.25%
3	VS	珍珠棉袋(11.36%)、牛皮纸(6.82%)、纸箱(75.07%)	1,602.52	12.83%	1.74	31.40%
4	华宝新能	泡棉(56.13%)、贴纸(12.01%)、纸箱(14.38%)	891.01	7.14%	1.46	25.35%
5	易路达	商标(36.31%)、珍珠棉袋(23.38%)、纸箱(13.53%)	465.62	3.73%	0.17	23.99%
合计			**8,679.29**	**69.51%**	**-**	**21.05%**
2021 年						
排名	**客户名称**	**主要产品**	**金额**	**比例**	**平均单价**	**毛利率**
1	新玛德	珍珠棉袋(13.47%)、纸托(31.74%)、纸箱(50.32%)	3,129.50	29.60%	1.72	21.29%
2	VS	珍珠棉袋(12.14%)、纸托(20.14%)、纸箱(60.59%)	1,951.81	18.46%	1.75	22.74%
3	赫比	珍珠棉袋(8.55%)、纸托(53.38%)、纸箱(34.44%)	1,872.75	17.71%	2.59	21.01%
4	易路达	商标(27.24%)、纸托(12.90%)、珍珠棉袋(17.55%)、纸箱(22.33%)	1,163.05	11.00%	0.27	22.08%
5	豪恩声学	胶片盒(29.37%)、商标(25.00%)、珍珠棉袋(6.84%)、纸箱(15.68%)	721.16	6.82%	0.59	23.08%
合计			**8,838.27**	**83.60%**	**-**	**21.80%**

2020 年						
排名	客户名称	主要产品	金额	比例	平均单价	毛利率
1	新玛德	珍珠棉袋(8.54%)、纸托(39.51%)、纸箱(50.14%)	4,473.98	37.75%	1.89	20.44%
2	VS	珍珠棉袋(8.79%)、纸托(62.37%)、纸箱(28.84%)	2,833.84	23.91%	1.92	12.77%
3	赫比	珍珠棉袋(8.24%)、纸托(56.77%)、纸箱(34.72%)	1,736.02	14.65%	2.57	18.19%
4	易路达	商标(26.67%)、纸托(13.83%)、珍珠棉袋(10.38%)、纸箱(28.99%)	916.70	7.74%	0.31	29.86%
5	豪恩声学	胶片盒(38.61%)、商标(26.69%)、纸箱(22.81%)	436.01	3.68%	0.77	22.91%
合计			**10,396.55**	**87.73%**	**-**	**18.91%**

注：上表中比例系指占一站式采购产品收入总收入的比例。

如上表所示，报告期各期，公司对一站式采购业务前五大客户的毛利率分别为18.91%、21.80%、21.05%和 20.11%。公司对一站式采购业务的销售毛利率相对稳定。公司向一站式采购主要客户销售的相关产品定制化程度较高，因此，向不同主要客户销售的同类产品之间差异化较大，相关交易价格不可比，公司向一站式采购主要客户销售定价政策为参考采购成本，以及发行人留存适当利润后确定交易价格，定价依据具备公允性及合理性。

报告期内，发行人向一站式采购前五大客户主要销售的产品种类为纸箱、纸托和珍珠棉。部分一站式采购前五大客户之间毛利率之间差异较大的主要原因系发行人向前五大客户销售不同类型产品的收入占比、单一型号产品的采购规模不同以及部分客户订单市场竞争激烈程度不同。

报告期各期，公司一站式采购前五大客户中，公司对其销售毛利率较当期主要客户平均毛利率水平均差异较大的主要为徕芬科技、VS、东菱智慧和易路达。

（1）徕芬科技

2023 年 1-9 月，公司对徕芬科技一站式采购产品的销售毛利率较低的主要原因系徕芬科技当期新产品较多，而单一型号产品的采购规模相对较小，当期未体现规模化效益，致使公司向上游成品供应商采购相关产品的价格相对较高。

（2）VS

2022 年度和 2023 年 1-9 月，公司对 VS 一站式采购产品的销售毛利率相对较高，主要原因系 VS 当期向发行人采购的产品型号变动较小，单一型号的产品的采购量相对较大，上游成品供应商给予了公司相关订单较低的报价水平。公司对该客户一站式采购产品 2020 年的销售毛利率相对较低，主要原因系公司当期对 VS 销售的主要一站式采购产品产品为定制化的纸托，定制化的纸托产品的生产需要使用定制的模具且模具不可重复利用，因此，产品采购规模对产品采购价格影响较大。该客户当期向发行人采购规模相对较小，致使公司向上游成品供应商采购相关产品的价格相对较高。

（3）东菱智慧

2023 年 1-9 月，公司对东菱智慧一站式采购产品的销售毛利率相对较低，主要原因系公司对东菱智慧销售的主要产品为定制化的纸托，与其他重要客户的采购产品结构有一定的差异，而定制化的纸托产品的需要定制模具且模具不可重复利用，因此产品价格受交易量的影响较大，东菱智慧采购量相对较小，致使公司向供应商采购相关产品的价格相对较高。

（4）易路达

2020 年，公司对易路达一站式采购产的销售毛利率相对较高，主要原因系公司向易路达当期销售的主要产品为纸箱和商标，产品结构与其他主要客户有一定的差异，且单一型号的产品的采购量相对较大，上游成品供应商给予了公司相关订单较低的报价水平。

报告期各期，公司一站式采购的主要客户与主要供应商、公司不存在关联关系。

2、一站式采购的主要供应商、交易金额及占比、交易单价及公允性，主要客户、供应商之间及与发行人是否存在关联关系

报告期内，发行人一站式采购产品主要为珍珠棉袋、纸托、纸箱，发行人采购该类产品部分存在属于彩盒或礼盒产品当中附件的情况，故发行人采购该类产品未全部用于一站式产品销售。报告期各期，发行人一站式产品的前五大供应商及采购主要产品情况如下：

单位：万元、元/件

2023 年 1-9 月					
排名	**供应商名称**	**采购产品**	**金额**	**比例**	**平均单价**
1	厦门合兴包装印刷股份有限公司及其子公司	纸箱、纸托	2,001.80	13.67%	纸箱：2.53 纸托：1.36
2	广州市宏晓包装制品有限公司	纸托	873.40	5.96%	1.86
3	山鹰国际控股股份公司及其子公司	纸托、纸箱	710.64	4.85%	纸托：3.23 纸箱：3.64
4	江阴市环创包装科技有限公司	纸托	709.66	4.84%	0.47
5	江苏圭宝科技有限公司	纸托	684.57	4.67%	0.57
合计			**4,980.06**	**34.00%**	-
2022 年					
排名	**供应商名称**	**采购产品**	**金额**	**比例**	**平均单价**
1	厦门合兴包装印刷股份有限公司及其子公司	纸箱	1,618.85	11.43%	2.50
2	山鹰国际控股股份公司及其子公司	纸托、纸箱	1,489.32	10.51%	纸托：3.31 纸箱：3.48
3	惠州市金超人包装材料有限公司	纸托、纸箱	615.37	4.34%	纸托：1.99 纸箱：1.23
4	PT ACCORD MANDIRI BATAM 及其子公司	纸箱、珍珠棉	595.21	4.20%	纸箱：4.53 珍珠棉：0.45
5	斯默菲石东（亚洲）有限公司及其子公司	纸箱、纸托	558.83	3.94%	纸箱单价 3.01、纸托单价 0.83
合计			**4,877.59**	**34.43%**	-
2021 年					
排名	**供应商名称**	**采购产品**	**金额**	**比例**	**平均单价**
1	山鹰国际控股股份公司及其子公司	纸托、纸箱	1,588.21	11.79%	纸托：3.08 纸箱：3.96
2	惠州市金超人包装材料有限公司	纸托	865.12	6.42%	1.75
3	斯默菲石东（亚洲）有限公司及其子公司	纸箱	717.47	5.32%	2.66
4	Sarnti Green Pack Co.,Ltd.	纸托	639.41	4.74%	2.95
5	厦门合兴包装印刷股份有限公司及其子公司	纸箱	535.55	3.97%	2.90
合计			**4,345.77**	**32.25%**	-
2020 年					
排名	**供应商名称**	**采购产品**	**金额**	**比例**	**平均单价**
1	山鹰国际控股股份公司及其子公司	纸托	1,730.21	13.18%	2.41
2	惠州市金超人包装材料有限公司	纸托	1,397.82	10.65%	1.66

3	CENTURY BOND.BHD及其子公司	纸托、纸箱	1,043.24	7.95%	纸托：1.74 纸箱：2.98
4	斯默菲石东（亚洲）有限公司及其子公司	纸箱	842.69	6.42%	2.41
5	厦门合兴包装印刷股份有限公司及其子公司	纸箱	833.49	6.35%	2.80
合计			**5,847.46**	**44.54%**	**-**

注：上表中比例系指占当期发行人向供应商采购该类产品的总额的比例。

公司根据下游客户要求向一站式采购业务的主要供应商采购的相关产品定制化程度较高，因此，公司向不同主要供应商采购的同类产品之间差异化较大，相关交易价格不可比，公司向一站式采购主要供应商采购定价政策为成本加成法，并参考市场询价结果确定，定价政策合理，具备公允性。

公司一站式采购的主要供应商与主要客户、公司不存在关联关系。

3、一站式采购业务是否存在异常大额交易，与其他业务是否存在客户、供应商重叠，相关原因及合理性

（1）一站式采购业务是否存在异常大额交易

报告期内，公司一站式采购业务均是基于真实业务开展，具备商业背景及合理性，不存在异常大额交易。

（2）一站式采购业务与其他业务是否存在客户、供应商重叠，相关原因及合理性

1）一站式采购业务与其他业务关于存在客户重叠的原因及合理性

一站式采购业务是基于发行人向客户提供的整体包装方案，除彩盒产品和说明书产品外，由发行人向第三方公司采购辅助包装产品并销售给客户的业务。一站式采购业务的客户与其他业务的客户存在重叠，具有合理性。

2）一站式采购业务与其他业务关于存在供应商重叠的原因及合理性

根据下游客户的不同需求，公司部分彩盒产品系将彩盒和包装辅助材料（纸托、珍珠棉袋等）装配组合后销售给客户，该模式下的包装辅助材料的供应商为公司彩盒产品的供应商；部分彩盒产品将彩盒和包装辅助材料单独销售给客户，该模式下的包装辅助材料的供应商为一站式采购产品的供应商。因此，彩盒产品和一站式采购产品的纸托、珍珠棉袋等包装辅助材料的供应商存在重叠。一站式采购业务的供应商与公司其他业务的供应商存在重叠，该情形与一站式采购业务的业务模式匹配，具有合理性。

4、一站式采购业务是否违反与客户的合同约定，关于退换货是否存在特殊约定，发行人与外购产品供应商在产品质量方面的责任划分情况及执行情况，是否存在纠纷或潜在纠纷

（1）一站式采购业务是否违反与客户的合同约定

在开展一站式采购业务过程中，发行人告知客户其将通过向供应商采购符合客户质量要求的产品，在订单执行过程中，发行人按照自身质量管理体系的要求筛选合格的供应商，并与供应商约定产品质量执行标准、质量要求及相应的检测方法等，确保向客户交付的产品满足客户质量要求，不违反与客户的合同约定。报告期内，发行人与一站式采购业务产品客户不存在合同纠纷或潜在纠纷。

（2）一站式采购业务关于退换货是否存在特殊约定

报告期内，公司一站式采购业务与客户依据质量管理规则和相关协议执行产品的退换货，对存在质量问题的产品允许客户进行退换货，公司一站式采购业务关于退换货不存在特殊约定。

（3）发行人与外购产品供应商在产品质量方面的责任划分情况及执行情况，是否存在纠纷或潜在纠纷

发行人与供应商约定产品质量执行标准、质量要求及相应的检测方法等，确保向客户交付的产品满足客户质量需求。双方约定，如因供应商原因引起的货物质量等问题，将由供应商对发行人进行赔偿。发行人与外购产品供应商在产品质量方面的责任划分明确。

报告期内，发行人与一站式采购业务产品供应商不存在质量纠纷或潜在纠纷。

综上，发行人一站式采购业务不违反与客户的合同约定，相关客户未就该业务做出特殊的退换货约定，发行人与外购产品供应商在产品质量方面的责任划分明确，不存在纠纷或潜在纠纷。

（三）结合下游客户是否存在指定源头供应商、发行人在相关业务中（如一站式采购业务）对货物的权属控制及风险承担情况、可比公司案例等，说明按总额法或净额法确认收入的依据，是否符合《企业会计准则》的规定。

1、客户指定供应商情况

报告期内，公司存在部分业务的少量下游客户基于产品质量控制、定制化要求等方面的考量向公司指定原材料供应商的情形，具体情况如下：

序号	终端客户	涉及产品	指定材料	客户指定的供应商
1	菲利普莫里斯	彩盒	白卡纸	STORA ENSO EESTIAS
2	微软	一站式采购	纸托	珠海市森洋包装科技有限公司
3	微软	彩盒	纸托	东莞山联环保包装有限公司
4	苹果	纸托	特种纸	民丰特种纸股份有限公司
5	纬创	一站式采购	贴纸	赛维精密科技（广东）有限公司

2、发行人在相关业务中（如一站式采购业务）对货物的权属控制及风险承担情况

根据公司与客户的约定，公司对销售的商品负责，包括因公司产品问题引起的赔偿责任，客户退货后的商品属于公司，因此公司承担向客户转让商品的主要责任。

公司承担商品的主要存货风险，包括公允价值变动、滞销积压、品质瑕疵、实物毁损灭失等风险。公司有权自主决定商品销售价格，对于不同的客户，公司有权决定给予不同的报价，可以根据市场情况或自身意愿决定所交易商品或服务的价格，且公司无权就价格下跌的损失从供应商处获取补偿或无条件将商品退回供应商并取得补偿。公司承担该存货的价格变动风险。根据公司与供应商签订的合同，即使在客户无法支付货款时，公司仍需要向供应商支付采购款，表明公司承担了源自客户的信用风险。

综上所述，在发行人在相关业务中，公司承担向客户转让商品的主要责任，承担商品的主要存货风险，有权自主决定产品销售价格，是交易的主要责任人。部分客户在采购公司产品的同时规定公司在从指定供应商采购的交易模式下，公司为主要责任人。

3、同行业可比公司情况

部分同行业可比公司存在一站式采购或类似业务，且采用总额法核算，具体情况如下：

公司名称	业务内容	收入确认类型
美盈森	第三方采购产品：公司凭借专业的服务和广泛的采购渠道，根据客户需求采购客户所需的辅助包装产品。	总额法
裕同科技	其他：主要是基于为客户提供整体解决方案服务而产生的第三方采购业务收入，与自有产品相配套。	总额法
中荣股份	其他：公司其他类产品主要是满足大客户一站式采购需求，公司提供多样化产品种类，便于客户提高采购效率、保证各类包装产品的品质稳定性。	总额法

数据来源：同行业可比公司的公开披露信息

4、说明按总额法或净额法确认收入的依据，是否符合《企业会计准则》的规定

《企业会计准则第 14 号——收入》第三十四条规定：企业应当根据其在向客户转让商品前是否拥有对该商品的控制权，来判断其从事交易时的身份是主要责任人还是代

理人。企业在向客户转让商品前能够控制该商品的，该企业为主要责任人，应当按照已收或应收对价总额确认收入；否则，该企业为代理人，应当按照预期有权收取的佣金或手续费的金额确认收入，该金额应当按照已收或应收对价总额扣除应支付给其他相关方的价款后的净额，或者按照既定的佣金金额或比例等确定。在具体判断向客户转让商品前是否拥有对该商品的控制权时，企业不应仅局限于合同的法律形式，而应当综合考虑所有相关事实和情况，这些事实和情况包括：(1)企业承担向客户转让商品的主要责任；(2)企业在转让商品之前或之后承担了该商品的存货风险；(3)企业有权自主决定所交易商品的价格；(4)其他相关事实和情况。

公司在向客户转让商品前能够控制该商品，其符合企业会计准则中的主要责任人条件，采取总额法确认收入。具体判断情况如下：

会计准则的相关规定	具体情况
企业承担向客户转让商品的主要责任	公司与客户、供应商分别签订销售、采购合同，公司与客户、供应商三方之间的责任义务能够有效区分，对客户而言，公司需承担负责将商品转让至指定地点的主要责任。
企业在转让商品之前或之后承担货物的存货风险	销售合同和采购合同中的价格条款均已明确约定，不存在价格调整，公司无法将采购价格变动的风险动态转嫁给客户，承担价格变动风险。（1）在采购端：由公司供应商负责送货，运输途中的货物风险由供应商承担。（2）在销售端：主要由公司负责送货，运输途中的货物风险由公司承担。
企业有权自主决定所交易价格	商品售价由公司与客户根据产品规格、性能及市场价格等因素协商确定，具有完全的自主定价权并承担交易的价格风险
其他相关事实和情况	公司承担从客户收取款项的信用风险，不存在公司客户直接向公司供应商支付货款的情形

公司相关业务的采购与销售相互独立，公司与供应商、客户分别签订采购、销售合同，双方的权利义务通过采购、销售合同予以区分。公司承担向客户转让商品的主要责任，在转让商品之前承担了该商品的存货风险，有权自主决定所交易商品的价格。

综上所述，公司一站式采购业务属于买断式购销，并且属于独立购销业务，符合“企业向客户转让商品前能够控制该商品的情形”，收入适用总额法。公司在从指定供应商采购并销售至客户的业务中为主要责任人，收入适用总额法。公司按照应收对价总额确认收入符合《企业会计准则》规定，与同行业可比公司相比不存在差异。

（四）说明报告期内 VMI 模式和服务收入的金额及占比、对应客户情况，提供服务的具体内容，结合具体经营模式说明相关收入确认政策的合规性。

1、VMI 模式收入的金额及占比、对应客户情况，结合具体经营模式说明相关收入确认政策的合规性

（1）VMI 模式收入的金额及占比

报告期各期，公司 VMI 模式收入及占比情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-9 月		2022 年		2021 年		2020 年	
VMI 模式	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
	575.66	0.73%	1,241.58	1.33%	1,502.50	1.72%	1,569.05	2.11%

注：上表中比例系指 VMI 模式收入占主营业务收入的比例。

由上表可知，报告期内，公司 VMI 模式收占主营业务收入的比例较低。

（2）对应客户情况

VMI 模式下的客户具体情况如下：

客户名称	主营业务
旭丽电子（东莞）有限公司	生产、销售电脑主机及其配件
麦迪实电子科技（深圳）有限公司	生产经营与计算机软件技术相关的软件、电脑连接线、其他电脑周边产品及计算机零部件等

公司与旭丽电子（东莞）有限公司及麦迪实电子科技（深圳）有限公司采用 VMI 模式交易主要系应客户精益化管理和降低库存要求，通过在客户指定仓库进行供应商备货。

（3）结合具体经营模式说明相关收入确认政策的合规性

1）VMI 销售经营模式及收入确认方式

项目	收入确认方式	收入确认时点	收入确认凭据
VMI 模式	公司将货物运送至 VMI 仓，客户领用且双方核对确认无误后，商品所有权上的主要风险和报酬转移给客户，公司据此确认收入。	对账完成后	VMI 仓库物料调拨入客户内仓的系统流转记录、对账单

（2）相关收入确认政策的合规性

《企业会计准则第 14 号-收入》第四条规定：企业应当在履行了合同中的履约义务，即在客户取得相关商品控制权时确认收入。

结合取得控制权判定的三要素，公司根据合同约定将产品交付至客户指定的仓库，以公司与客户确认领用产品时点作为控制权发生转移时点，确认收入，收入确认政策符合《企业会计准则》的规定，具体分析如下：

取得控制权判定的三要素	公司 VMI 销售模式具体情况
①能力。企业只有在客户拥有现时权利，能够主导该商品的使用并从中获得几乎全部经济利益，才能确认收入；如果客户只能在未来的某一期间主导该商品的使用并从中获益，则表明其尚未取得该商品的控制权。	客户领用确认时点，双方就领用的商品数量和金额进行确认，确认后公司可对商品行使已享有的现时收款权。
②主导该商品的使用。客户有能力主导该商品的使用。即客户在其活动中有权使用该商品，或者允许或阻止其他人使用该商品。	在领用确认时点，双方已就过去一段期间内实际领用商品数量和金额进行确认，并就双方确认的金额进行结算，即表明客户已就对账的商品拥有法定所有权。
③能够获得几乎全部的经济利益。客户必须拥有获得商品几乎全部经济利益的能力，才能被视为获得了对该商品的控制。商品的经济利益指该商品的潜在现金流，既包括现金流入的增加，也包括现金流出的减少。	在领用确认时点，公司已能确定实际被领用的商品数量和金额，即表明实际被领用的商品的所有权上的主要风险和报酬已明确转移给客户。

对于公司 VMI 销售模式，寄售产品存放在客户仓库，在领用产品前，客户仅负责保管，此时客户未拥有寄售产品的法定所有权，未取得寄售产品所有权上的主要风险和报酬，无现时付款义务；客户自寄售仓库领用产品后，取得寄售产品所有权上的主要风险和报酬，产品控制权开始发生转移。双方核对确认无误后，公司开始享有收款权利，客户负有现时付款义务。

综上，公司 VMI 模式下收入确认，符合《企业会计准则》的规定。

2、说明报告期内服务收入的金额及占比、对应客户情况，提供服务的具体内容，结合具体经营模式说明相关收入确认政策的合规性

（1）服务收入及占比

报告期各期，公司服务收入及占比情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-9 月		2022 年		2021 年		2020 年	
服务收入	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
	13.34	0.02%	57.39	0.06%	30.47	0.03%	20.17	0.03%

注：上表中比例系指服务收入占主营业务收入的比例。

由上表可知，报告期各期，公司服务收占主营业务收入的比例较低。

（2）对应客户情况

报告期内，服务收入涉及的业务是为东莞博格达提供代销服务。

客户名称	主营业务
东莞博格达	塑料制品制造；五金产品零售；五金产品批发；橡胶制品制造；橡胶制品销售

由于博格达的经营规模相对较小、产品相对单一，公司为其代销产品，基于公司代销产品的总收入以双方约定的服务费率向博格达收取一定的代销服务费。

（3）结合具体经营模式说明相关收入确认政策的合规性

在代销交易过程中，相关产品由东莞博格达直接交付给下游客户，相关存货在交给下游客户前的保管，灭失、价格波动风险由东莞博格达承担，产品的最终定价由东莞博格达确定。公司根据东莞博格达向客户交付产品的情况定期与客户对账，确认相关收入，并在资产负债表日，将相关采购额与收入抵消按净额法列报，确认相关代销服务收入。

《企业会计准则第 14 号——收入》第三十四条规定：企业应当根据其在向客户转让商品前是否拥有对该商品的控制权，来判断其从事交易时的身份是主要责任人还是代理人。在具体判断向客户转让商品前是否拥有对该商品的控制权时，企业不应仅局限于合同的法律形式，而应当综合考虑所有相关事实和情况，这些事实和情况包括：企业承担向客户转让商品的主要责任；企业在转让商品之前或之后承担了该商品的存货风险；企业有权自主决定所交易商品的价格；其他相关事实和情况。

公司在向客户转让商品前无法控制该商品，其符合《企业会计准则》中的代理人条件，采取净额法确认收入。具体判断情况如下：

会计准则的相关规定	公司服务业务的具体情况
企业承担向客户转让商品的主要责任	仅向委托方提供代销服务，产品由委托方提供。
企业在转让商品之前或之后承担货物的存货风险	公司对代销是否满足合同约定承担责任，不承担产成品等存货风险；交付给客户前，其所有权属于委托方。
企业有权自主决定所交易价格	公司收取代销服务费，产品销售价格等属于委托方自身的经营决策，公司不参与其中。

因此，在上述代销服务中，公司为代理人而非主要责任人，公司用净额法并确认相关服务收入，符合《企业会计准则》的规定。

综上所述，公司 VMI 模式和服务的收入确认符合《企业会计准则》的规定。

（五）说明 2021 年第四季度收入占比较 2020 年下滑的原因，按月度列示各期第四季度销售金额，结合订单周期、客户终端销售特点、同行业可比公司等说明月度收入变动趋势是否合理，是否存在年末集中确认收入、收入跨期调节的情形；披露报告期内营业收入具体地域分布情况，说明是否存在显著变化及合理性。

1、2021 年第四季度收入占比较 2020 年下滑的原因

公司 2020 年和 2021 年第四季度的收入分别为 25,662.91 万元和 24,016.44 万元，公司 2021 年第四季度的收入较 2020 年第四季度减少 1,646.47 万元，同比减少 6.42%。公司 2020 年和 2021 年第四季度的收入占比分别为 34.97%和 27.89%，公司 2021 年第四

季度收入占比较 2020 年第四季度下滑主要系公司终端客户菲利普莫里斯和雷蛇的收入下降明显所致。2021 年第四季度，上述终端客户收入较 2020 年第四季度变化情况如下：

单位：万元

终端客户	2021 年第四季度收入	2020 年第四季度收入	收入减少金额
菲利普莫里斯	1,826.28	3,725.95	1,899.67
雷蛇	1,097.95	2,834.96	1,737.01
合计	**2,924.23**	**6,560.91**	**3,636.68**

（1）菲利普莫里斯

2021 年菲利普莫里斯对其部分成熟产品引入了其他包装产品供应商，公司相应的订单减少，且为应对其他供应商的竞争，公司适当下调单价以稳定订单份额；受上述相关因素的影响，公司对菲利普莫里斯 2021 年第四季度的收入减少。

（2）雷蛇

2021 年包装产品的白卡纸等原材料价格上涨，公司根据原材料价格变动情况上调彩盒及一站式采购产品的价格，而雷蛇未接受相关上调价格后的报价，减少了对公司相关产品的采购；受上述相关因素的影响，公司对雷蛇 2021 年第四季度的收入减少。

2、按月度列示各期第四季度销售金额，结合订单周期、客户终端销售特点、同行业可比公司等说明月度收入变动趋势是否合理，是否存在年末集中确认收入、收入跨期调节的情形

（1）按月度列示各期第四季度销售金额

报告期各期，发行人第四季度主营业务收入的月度分布情况如下：

单位：万元

月份	2022 年		2021 年		2020 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
10 月	8,499.71	33.06%	6,918.62	28.81%	7,872.29	30.68%
11 月	8,126.07	31.61%	9,136.27	38.04%	7,943.40	30.95%
12 月	9,080.93	35.33%	7,961.55	33.15%	9,847.21	38.37%
合计	**25,706.71**	**100.00%**	**24,016.44**	**100.00%**	**25,662.9**	**100.00%**

注：上表中比例系指该月收入占当年第四季度主营业务收入的比例。

由上表可知，公司第四季度各月度收入总体较为平稳。报告期各期，发行人 12 月份主营业务收入分别为 9,847.21 万元、7,961.55 万元和 9,080.93 万元，占当年第四季度主营业务收入比重分别为 38.37%、33.15%和 35.33%。2020 年 12 月的月度收入占比较

高的主要原因：一是微软在2020年第四季度发布Surface新品，为配合终端新品的备货，公司相关产品的订单增加、收入增长；二是公司新增客户汉今国际为文化创意类企业，该客户为元旦和春节等节假日的文创礼品增加备货。2021 年 11 月的月度收入占比较高的主要原因系终端客户微软为根据市场销售情况增加 Surface 产品的备货。

（2）订单周期及客户终端销售特点

公司的业务具有单笔订单规模较小、订单数量较多、交货周期较短的特点，主要客户的下单周期平均为数天一笔至每天多笔。公司订单执行周期根据备货、排期、生产工艺、客户需求等不同而存在差异，彩盒产品和说明书产品的交货周期分别为 7-14 天和 4-7 天。

纸制印刷包装行业部分细分子行业受到下游行业季节性需求的影响，具备较为明显的季节性特征。公司终端品牌客户以消费电子、小家电、电子烟、酒类等消费领域为主，下半年收入总体高于上半年，具有一定程度的季节性特征。下游客户的季节性需求主要集中在下半年，“双十一”购物节、“黑色星期五”购物节、圣诞节、元旦、春节等东西方节假日是消费品的黄金销售期。为迎接销售旺季的到来，消费品生产商在下半年增加采购订单，并带动纸制印刷包装行业订单和收入的增长。

（3）同行业可比公司报告期各期第四季度销售情况

报告期内，同行业可比公司均未披露月度收入波动情况，但均存在第四季度收入占比相对较高的情形，具体情况如下：

单位：万元

公司名称	2022 年第四季度		2021 年第四季度		2020 年第四季度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
劲嘉股份	124,704.07	24.03%	141,740.68	27.97%	118,057.30	28.17%
裕同科技	432,544.37	26.44%	479,493.93	32.29%	441,003.51	37.41%
中荣股份	67,605.89	27.33%	70,073.79	27.55%	62,262.29	28.61%
美盈森	112,157.76	27.16%	105,303.41	29.21%	110,311.59	32.78%
平均值	184,253.02	26.24%	199,152.95	29.26%	182,908.67	31.74%
发行人	25,706.71	27.83%	24,016.44	27.89%	25,662.91	34.97%

注：上表中比例系指该公司当年第四季度收入占当年收入的比例。因同行业可比公司定期报告未披露各季度主营业务收入数据，本表同行业可比公司收入数据为各期第四季度营业收入数据。发行人收入数据为各期第四季度主营业务收入数据。

由上表可知，公司第四季度收入占比较高的情况与同行业可比公司不存在重大差异。

综上，公司第四季度月度收入变动具有合理性，不存在年末集中确认收入的情形，不存在收入跨期调节的情形。

3、报告期内营业收入具体地域分布情况，是否存在显著变化及合理性

发行人产品境外销售主要集中于保税区和东南亚、境内销售主要集中于华南和华东，具体情况如下：

单位：万元

地域		2023 年 1-9 月			2022 年		
		金额	比例	变动金额	金额	比例	变动金额
外销	保税区	15,244.08	19.26%	-7,889.33	28,214.77	30.54%	-825.63
	东南亚	21,686.03	27.40%	5,159.39	23,755.32	25.72%	4,726.40
	其他	1,804.15	2.28%	381.58	2,023.95	2.19%	579.33
内销	华南	25,177.25	31.82%	9,500.58	24,069.09	26.06%	-1,586.99
	华东	15,127.89	19.12%	5,891.94	14,278.58	15.46%	3,611.31
	其他	94.97	0.12%	91.46	35.17	0.04%	-253.35
合计		**79,134.38**	**100.00%**	**13,135.63**	**92,376.88**	**100.00%**	**6,251.07**
地域		**2021 年**			**2020 年**		
		金额	**比例**	**变动金额**	**金额**	**比例**	
外销	保税区	29,040.40	33.72%	-1,892.35	30,932.75	42.15%	
	东南亚	19,028.92	22.09%	1,006.30	18,022.62	24.56%	
	其他	1,444.62	1.68%	568.84	875.78	1.19%	
内销	华南	25,656.08	29.79%	7,186.07	18,470.01	25.17%	
	华东	10,667.27	12.39%	5,589.63	5,077.64	6.92%	
	其他	288.52	0.33%	275.58	12.94	0.02%	
合计		**86,125.81**	**100.00%**	**12,734.07**	**73,391.74**	**100.00%**	

注：上表中比例系指该地区收入占当年主营业务收入的比例。公司各地区收入 2023 年 1-9 月变动金额为本期收入年化处理后的年度变动幅度。

由上表可知，发行人产品境外销售主要集中于保税区和东南亚、境内销售主要集中于华南和华东，其中发行人在保税区、东南亚、华南及华东地区的收入呈现了明显的变化，变动原因如下：

（1）保税区

报告期内，公司在保税区的销售金额呈现下降趋势。公司 2021 年在保税区的销售金额呈现下降趋势主要系菲利普莫里斯对其部分成熟产品引入了其他彩盒供应商，公司

相应的订单份额减少，且为应对其他供应商的竞争，公司适当下调单价以稳定订单份额，菲利普莫里斯的产品的主要交易地点在保税区。公司 2023 年 1-9 月在保税区的销售金额呈现下降趋势主要系微软于 2023 年停止生产和销售 Microsoft 品牌的电脑配件，公司 2023 年 1-9 月对微软 Microsoft 品牌的电脑配件的彩盒等包装产品的收入下滑，微软 Microsoft 品牌的产品的主要交易地点在保税区。

（2）东南亚

报告期内，公司在东南亚的销售金额持续增长，主要系终端客户微软和绿山将生产环节由中国境内代工厂转为交由东南亚的代工厂完成，公司部分产品的交付区域相应调整为东南亚所致。

（3）华南

报告期内，公司在华南地区的销售金额整体呈现增长趋势。公司 2021 年在华南地区的销售金额呈现增长趋势主要系公司终端客户微软的订单增加，微软的产品的主要交易地点在华南地区。公司 2023 年 1-9 月在华南地区的销售金额呈现增长趋势主要系公司 2023 年获得 Beats 耳机新产品的包装产品订单且订单金额较高，该产品的交付地点在华南。

（4）华东

报告期内，公司在华东地区的收入持续增长主要系公司自 2021 年来在华东地区新增今世缘客户，公司对今世缘的销售收入逐年增长，此外，公司华东地区消费电子领域的品牌小米订单增加且微软的部分业务由华南转至华东。

综上，由上表可知，发行人产品境外销售主要集中于保税区和东南亚、境内销售主要集中于华南和华东，其中发行人在东南亚、华南及华东地区的收入呈现了明显的变化，报告期内公司主营业务收入在地域分布上不存在显著变化，各地域收入变化具有合理性。

（六）列示报告期内其他业务收入明细构成情况，逐项分析相关收入波动原因；各期废料的销售数量、销售单价、废料率（产生的废料数量/投入的原材料数量）及其合理性，废料收入是否涉及现金销售或个人账户收付款，废料收入是否均已入账，废料销售及成本结转的会计处理是否符合《企业会计准则》的规定；主营业务收入——其他收入的具体内容，与其他业务收入区分列示的原因。

1、列示报告期内其他业务收入明细构成情况，逐项分析相关收入波动原因

报告期各期，公司其他业务收入构成具体明细如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-9 月		2022 年		2021 年		2020 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
废品收入	562.34	81.50%	899.75	83.97%	904.91	92.03%	784.40	91.56%
其中：废料收入	540.69	78.36%	871.15	81.30%	886.81	90.19%	777.31	90.73%
销售材料收入	13.47	1.95%	30.98	2.89%	21.14	2.15%	26.03	3.04%
服务收入	13.34	1.93%	57.39	5.36%	30.47	3.10%	20.17	2.35%
其他	100.86	14.62%	83.34	7.78%	26.71	2.72%	26.1	3.05%
合计	**690.02**	**100.00%**	**1,071.46**	**100.00%**	**983.23**	**100.00%**	**856.70**	**100.00%**

如上表所示，报告期各期，发行人其他业务收入主要为废品收入，相关收入变动相对稳定。报告期各期，公司服务收入为公司为东莞博格达提供代销服务的收入，服务收入增加系代销业务规模增长所致。发行人其他业务收入中的其他收入主要系模具收入及加工费收入，自 2022 年以来其他收入增长较快主要系子公司高义精密新增加工费收入。

2、各期废料的销售数量、销售单价、废料率（产生的废料数量/投入的原材料数量）及其合理性，废料收入是否涉及现金销售或个人账户收付款，废料收入是否均已入账，废料销售及成本结转的会计处理是否符合《企业会计准则》的规定

（1）各期废料的销售数量、销售单价、废料率（产生的废料数量/投入的原材料数量）及其合理性

公司废料主要为生产过程中因分切、模切等工序产生的边角料以及生产损耗产生的残次品无法对外销售而形成的废料，公司按重量对外销售，形成废料收入。

报告期各期，公司废料的销售重量、销售单价及废料率情况如下：

项目	单位	2023 年 1-9 月	2022 年	2021 年	2020 年
废料重量[1]①	吨	5,410.91	6,485.93	5,574.82	5,971.77
废料收入②	万元	540.69	871.15	886.81	777.31
废料销售单价③=②*10000/①	元/吨	999.25	1,343.14	1,590.74	1,301.64
原材料投入总重量[2]④	吨	31,203.66	34,357.98	30,831.59	30,963.94
废料率⑤=①/④	%	17.34	18.88	18.08	19.29

注 1：废料重量取自当期销售废纸重量

注 2：原材料投入总重量取自当期投入纸张总重量

报告期各期，公司废料销售单价分别为 1,301.64 元/吨、1,590.74 元/吨、1,343.14 元/吨和 999.25 元/吨。2021 年公司废料销售单价较高，主要系废料价格跟随原纸价格上涨；2023 年公司废料销售单价较低，主要系废料价格跟随原纸价格下跌。报告期各期，公司废料率分别为 19.29%、18.08%、18.88%和 17.34%，较为稳定，无异常变动。

报告期各期，公司废料收入占主营业务收入比例及单价与同行业可比公司对比情况如下：

公司名称	2023 年 1-9 月		2022 年		2021 年		2020 年	
	单价	比例	单价	比例	单价	比例	单价	比例
裕同科技	未披露	未披露	未披露	未披露	未披露	未披露	未披露	未披露
劲嘉股份	未披露	未披露	未披露	未披露	未披露	未披露	未披露	未披露
中荣股份	未披露	未披露	未披露	未披露	1,528.88	1.37%	1,271.10	1.08%
美盈森	未披露	未披露	未披露	未披露	未披露	未披露	未披露	未披露
公司	999.25	0.68%	1,343.14	0.94%	1,590.74	1.03%	1,301.64	1.06%

注：同行业可比公司裕同科技、劲嘉股份、美盈森报告期内均未披露废料销售单价，中荣股份 2022 年未披露废料销售单价；上表中比例系指废料收入占主营业务收入的比例。

2020 年及 2021 年，公司废料销售占主营业务收入的比例及单价与中荣股份较为接近，无异常情况。

（2）废料收入是否涉及现金销售或个人账户收付款，废料收入是否均已入账

报告期内，公司废料收入不涉及个人卡收款情况，其对应的收款情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-9 月	2022 年	2021 年	2020 年
废料收入金额	540.69	871.15	886.81	777.31
其中：现金收款金额	4.98	3.41	0.19	0.19
个人账户收款金额	-	-	-	-
废料收入中现金收款及个人账户收款比例	**0.92%**	**0.39%**	**0.02%**	**0.02%**

公司存在少量废料收入通过现金收款主要系国外子公司产生少量废料，出售给小型废品收购站，对方直接用现金付款。公司废料收入均已入账，公司废料收入不存在个人账户收付款。

（3）废料销售及成本结转的会计处理是否符合《企业会计准则》的规定

《企业会计准则第 1 号——存货》规定：在同一生产过程中，同时生产两种或两种以上的产品，并且每种产品的加工成本不能直接区分的，其加工成本应当按照合理的方法在各种产品之间进行分配。生产损耗产生的废料，是公司生产过程中的合理损耗，是

产品成本的组成部分，因此，公司在成本核算时将废料成本作为合理损耗分摊至产品成本中，未单独核算废料成本。存货呆滞形成废料，公司在报废时，将存货成本转至其他业务成本列报。

公司在废料销售时确认废料销售价格和销售数量，并据此确认收入，通过“其他业务收入”科目进行核算。同行业可比公司裕同科技、中荣股份的招股说明书中均披露将废料收入计入其他业务收入，与公司核算方法一致，公司的会计处理符合行业惯例，符合《企业会计准则》的规定。

综上，公司废料销售及成本结转的会计处理符合《企业会计准则》的规定。

3、主营业务收入之其他收入的具体内容，与其他业务收入区分列示的原因

报告期内，公司主营业务收入之其他收入的具体内容如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-9 月		2022 年		2021 年		2020 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
纸托	4,682.61	97.44%	1,567.67	81.69%	976.69	97.85%	-	-
其他	123.00	2.56%	351.39	18.31%	21.50	2.15%	-	-
合计	**4,805.61**	**100.00%**	**1,919.07**	**100.00%**	**998.19**	**100.00%**	-	-

注：上表中比例系指该类型收入占当年其他业务收入的比例。

公司主营业务收入的其他收入主要是公司自产自销的纸托产品，与公司的主营业务存在一定的关联性，但由于其销售规模较小，占收入比例较低，因此将其归类为“其他”类列示。公司的“其他业务收入”主要为废料收入，与公司的主营业务关联性不强，属于主营业务活动以外的其他经营活动实现的收入，因此将废料收入计入“其他业务收入”。

综上，公司主营业务收入之其他收入核算的内容与其他业务收入内容存在一定差异，公司根据主营业务活动的划分将纸托收入列入主营业务收入之其他收入，列报具备合理性。

（七）说明各类产品退换货政策、是否存在“无理由退货”条款，退换货的会计处理是否符合《企业会计准则》的规定，报告期各期不同产品实际退换货金额及占比、退换货率、退换货原因，收入确认是否考虑退换货影响及其合规性；结合同行业可比公司会计处理政策，说明未计提预计负债的合理性及合规性。

1、退换货政策、是否存在“无理由退货”条款

公司与客户签订的合同中，一般涉及的退换货条款为：买方收货后，如发现产品由于非买方原因有任何损坏、缺陷、短少或不符合合同文件中规定的质量标准和规范时，买方有权要求卖方修理、退货、换货或补发短缺部分，由此产生的费用和损失，均应由卖方负担，不存在无理由退换货的条款。

2、退换货的会计处理是否符合《企业会计准则》的规定

《企业会计准则第 14 号——收入》（2017 版）第三十二条规定：对于附有销售退回条款的销售，企业应当在客户取得相关商品控制权时，按照因向客户转让商品而预期有权收取的对价金额（即，不包含预期因销售退回将退还的金额）确认收入，按照预期因销售退回将退还的金额确认负债；同时，按照预期将退回商品转让时的账面价值，扣除收回该商品预计发生的成本（包括退回商品的价值减损）后的余额，确认为一项资产，按照所转让商品转让时的账面价值，扣除上述资产成本的净额结转成本。每一资产负债表日，企业应当重新估计未来销售退回情况，如有变化，应当作为会计估计变更进行会计处理。

对于退换货，客服人员接到客户退货需求时判断是否属于退货范围，如有品质问题需由品管人员判定，确需退货的由客户出具退货单，仓管人员根据客户退货单和客服人员指令生成红字销售出库单，经仓管主管审核后完成退货流程。如该退货需要补货，仓管人员根据客服人员指令安排出货并在系统生成销售出库单。对于退货，公司财务人员根据系统退货记录，冲减主营业务收入及营业成本。

报告期各期，公司退换货的会计处理，符合《企业会计准则》的规定

3、报告期各期不同产品实际退换货金额及占比、退换货率、退换货原因，收入确认是否考虑退换货影响及其合规性，同行业可比公司退换货的会计处理政策，未计提预计负债的合理性及合规性

（1）报告期各期不同产品实际退换货金额及占比、退换货率、退换货原因

报告期内，公司发生退换货的主要原因为客户因错订产品及因少量产品出现质量问题而退货。报告期各期，公司退换货金额情况如下：

单位：万元

产品类别	2023 年 1-9 月		2022 年		2021 年		2020 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
彩盒	258.57	0.33%	398.05	0.43%	389.54	0.45%	130.80	0.18%
说明书	42.91	0.05%	58.71	0.06%	21.28	0.02%	9.09	0.01%
一站式采购	62.33	0.08%	38.43	0.04%	45.40	0.05%	24.42	0.03%
其他	119.32	0.15%	34.58	0.04%	1.36	-	-	-
合计	**483.13**	**0.61%**	**529.77**	**0.57%**	**457.58**	**0.53%**	**164.31**	**0.22%**

注：上表中比例系指该类型产品退货金额占当年主营业务收入的比例。

由上表可知，报告期各期，公司退换货金额较小且占主营业务收入的比例相对较低，无异常情况。

（2）同行业可比公司退换货的会计处理政策

根据公开披露信息，发行人同行业可比公司均未对退换货计提预计负债。

（3）未计提预计负债的合理性及合规性，收入确认是否考虑退换货影响及其合规性

报告期各期，发行人产品退换货金额较小，占主营业务收入的比重极低，退换货率较低。公司预计发生销售退回可能性较小，且金额不能可靠计量，故综合考虑预计退回可能性及退回金额对财务报告的影响后不计提预计负债，会计处理符合《企业会计准则》相关规定。综上，公司判断退换货情况未达到预计负债的确认条件，公司未计提预计负债的会计处理具有合理性，公司在收入确认时已考虑退换货影响，会计处理符合《企业会计准则》相关规定。

二、说明针对收入真实性和截止性的核查方法、核查过程、核查比例、取得的核查证据及核查结论

（一）核查方法、核查过程、核查比例、取得的核查证据

1、管理层访谈

对公司管理人员进行访谈，了解公司订单获取方式、公司收入增长的主要来源等情况。

2、穿行测试

取得公司收入明细表，抽样检查与收入确认相关的支持性文件，抽取公司的合同或订单、销售出库单、销售发票、银行回单等原始单据，识别销售收入的确认时点是否准确和验证收入的真实性。

3、客户访谈

对报告期内各期主要客户进行走访，对业务开展背景、销售真实性及合理性进行确认，具体核查情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-9 月	2022 年	2021 年	2020 年
营业收入金额①	79,824.40	93,448.34	87,109.04	74,248.44
访谈核查金额②	63,078.63	74,212.78	72,821.29	64,594.36
访谈比例③=②/①	79.02%	79.42%	83.60%	87.00%

4、客户函证

对报告期内主要客户进行函证，具体的核查情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-9 月	2022 年	2021 年	2020 年
营业收入金额①	79,824.40	93,448.34	87,109.04	74,248.44
发函金额②	73,636.14	86,730.99	82,414.92	70,494.44
发函金额占比③=②/①	92.25%	92.81%	94.61%	94.94%
回函确认金额④	72,343.39	85,269.23	80,866.01	69,667.36
回函金额占发函金额比例⑤=④/②	98.24%	98.31%	98.12%	98.83%
执行替代测试金额⑥	1,292.88	1,461.76	1,548.91	827.08
执行替代测试金额占发函金额比例⑦=⑥/②	1.76%	1.69%	1.88%	1.17%
回函及执行替代测试合计比例⑧=⑤+⑦	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

注：回函确认金额指客户回函相符的金额和回函有差异经调节后确认的金额。

5、查询公开信息

通过获取公司主要外销客户的年度报告等公开信息披露信息、官方网站信息等资料，详细了解主要外销客户的公司背景资料。

6、查询主要客户工商信息资料

针对主要境内客户，通过全国企业信用信息公示系统（www.gsxt.gov.cn）、企查查（www.qcc.com）等公开网站查询、了解其企业工商信息，检查客户营业范围、主要股东、董监高、注册资本及经营状态等信息，了解并分析其主营业务及与发行人交易的背景，进一步核实交易真实性及准确性。

7、比对海关报关数据、出口退税数据与发行人自身数据的匹配性

报告期内，公司境外销售业务中境外就地产销的销售情况不涉及中国海关出口报关。报告期各期，发行人境外销售额与海关数据匹配情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-9 月	2022 年	2021 年	2020 年
海关出口数据（美元）①	2,846.71	5,187.37	5,106.52	4,810.79
平均汇率②	7.0341	6.7573	6.4474	6.8941
海关出口数据（人民币）③=①*②	20,024.17	35,052.61	32,923.77	33,166.05
出口销售收入（人民币）④	21,027.96	34,981.50	33,277.62	34,024.59

项目	2023 年 1-9 月	2022 年	2021 年	2020 年
差异金额（人民币）⑤=③-④	-1,003.80	71.11	-353.85	-858.54
差异率⑥=⑤/④	-4.77%	0.20%	-1.06%	-2.52%

报告期各期，公司境外销售业务中境外就地产销的销售情况不涉及出口退税。报告期各期，外销售额与出口退税金额匹配情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-9 月	2022 年	2021 年	2020 年
出口退税申报销售金额①	18,757.08	33,287.29	34,105.14	27,037.63
出口免税收入②	904.66	1,378.54	2,144.25	3,063.74
调回 2020 年 12 月免抵退收入于 2021 年 1 月进行退税申报的金额③	-	-	-3,530.44	3,530.44
调整后可以核对境外销售收入的出口退税申报金额④=①+②+③	19,661.74	34,665.83	32,718.95	33,631.81
账面境外销售收入⑤	21,027.96	34,981.50	33,277.62	34,024.59
其他差异⑥=④-⑤	-1,366.22	-315.67	-558.67	-392.78
差异比例⑦=⑥/⑤	-6.50%	-0.90%	-1.68%	-1.15%

8、收入截止性测试

结合公司收入确认周期，获取资产负债表日前后一个月的收入明细账，检查与收入相关的签收凭证、出口报关单、货代公司签收凭证等，复核收入确认时点，判断是否存在收入跨期的情况，具体核查情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-9 月	2022 年	2021 年	2020 年
截止日前一个月测试样本金额①	10,056.49	6,709.43	6,474.53	7,371.58
截止日前一个月收入金额②	12,148.00	9,080.93	7,961.55	9,847.21
核查比例③=①/②	82.78%	73.88%	81.32%	74.86%
截止日后一个月测试样本金额④	7,406.68	3,453.19	4,705.78	6,040.16
截止日后一个月收入金额⑤	9,195.90	4,729.89	5,309.05	7,224.84
核查比例⑥=④/⑤	80.54%	73.01%	88.64%	83.60%

（二）核查结论

经核查，我们认为：公司收入确认真实、准确，不存在跨期。

三、会计师核查程序及核查意见

（一）核查程序

针对上述事项，我们主要执行了包括但不限于以下核查程序：

1、获取公司收入明细表，了解公司主要产品收入波动情况并分析波动原因，查阅主要终端客户的公开披露的信息；

2、查阅同行业可比公司公开披露信息，分析公司收入波动与同行业可比公司是否存在重大差异；

3、获取公司收入明细表，分析彩盒、说明书销售单价呈下降趋势的原因；

4、获取公司报告期各期末在手订单统计表，结合在手订单情况，分析主营业务收入增长是否可持续；

5、查阅同行业可比公司公开披露信息，了解同行业可比公司开展类似发行人一站式采购业务的情况及原因；

6、访谈公司管理层，并获取公司与一站式采购业务相关主要客户及供应商的相关业务合同，以及报告期各期该业务采购和销售明细，了解公司一站式采购涉及的具体产品、业务模式；

7、通过全国企业信用信息公示系统（网站）、企查查（网站）等公开网站查询、了解公司开展一站式采购业务相关主要客户及供应商的基本情况，并核实是否与发行人存在关联关系；

8、查阅公司银行流水记录，核查一站式采购业务是否存在异常大额交易；

9、结合一站式采购业务的相关采购和销售产品情况进行分析；

10、查阅公司与一站式采购业务相关主要客户的相关业务合同，核查公司一站式采购业务的开展是否违反与客户的合同约定，是否存在关于退换货不存在特殊约定；

11、访谈公司管理层及主要客户及供应商，了解公司与一站式采购业务相关主要客户是否存在纠纷或潜在纠纷；

12、访谈公司管理层，了解公司下游客户指定供应商的情况及相关收入的确认方式，结合同行业可比公司类似业务的收入确认方式，分析公司相关业务的确认收入是否符合《企业会计准则》的规定；

13、访谈公司管理层，并获取公司 VMI 模式的相关合同和销售明细，了解公司开展 VMI 模式业务的背景及客户情况，分析相关收入确认是否符合《企业会计准则》的规定；

14、获取公司报告期各期的收入明细表，了解公司 2021 年第四季度的收入同比变动情况及主要客户收入同比变动情况；

16、访谈公司管理层，了解公司 2021 年第四季度的收入同比下滑的原因及分析其合理性；

17、了解公司报告期各期第四季度各月的收入情况，结合公司订单周期、客户终端销售特点及同行业可比公司报告期各期第四季度收入占比情况，分析公司报告期各期第四季度各月收入变动趋势是否合理，是否存在年末集中确认收入、收入跨期调节的情形；

18、获取公司报告期各期的收入明细表，了解公司报告期各期主营业务收入的地域分布情况，访谈公司管理层，了解及分析报告期内的各地域收入变化的原因及合理性；

19、获取公司报告期各期的其他业务收入明细表，了解其他业务收入其他业务收入明细构成情况，了解和分析报告期内其他业务收入收入波动的原因；

20、获取公司报告期各期废料的销售重量、销售单价及废料率情况，并结合同行业可比公司公开披露信息，分析相关变动的合理性；

21、访谈公司管理层，并进行相关穿行测试，了解及核查废料收入是否涉及现金销售或个人账户收付款、废料收入是否均已入账，以及分析废料销售及成本结转的会计处理是否符合《企业会计准则》的规定；

22、获取公司报告期各期的收入明细表，了解主营业务收入中其它收入的具体内容，分析该类收与其它业务收入区分列示的原因；

23、访谈公司管理层，并查阅报告期内公司与主要客户签署的销售合同，了解报告期内发行人退换货政策及是否存在“无理由退货”条款；结合报告期各期不同产品实际退换货金额及占比、退换货率、退换货原因，分析收入确认未考虑退换货影响及其合规性；

24、查阅同行业可比公司公开披露信息，了解公司退换货会计处理与同行业可比公司是否存在差异，分析未因退换货提预计负债的合理性及合规性；

25、了解、评价和测试发行人收入确认相关的关键内部控制设计的合理性及执行的有效性；

26、执行收入细节测试、选取样本检查收入确认相关的支持性文件，包括销售订单、发票、签收单等，以验证收入确认的真实性；

27、执行收入截止测试，检查报告期各期末 12 月和期后 1 月的主营业务收入确认凭证、销售订单、送货通知单、出库单等，以评价收入是否被记录于恰当的会计期间；

28、对主要客户进行函证及走访，确认报告期内各期的交易产品、交易金额、付款情况和期末余额，以验证发行人收入真实性。

（二）核查结论

经核查，我们认为：

1、报告期内，公司产品包括为彩盒、说明书、一站式采购产品及其他产品，公司不同类型产品收入波动的原因主要系客户需求变动及公司订单份额的变化，无异常情况；报告期内，公司收入变动与客户需求基本匹配。公司同行业可比公司报告期内收入呈现整体增长趋势，无异常情况；

2、报告期内，公司产品主要以彩盒、说明书产品为主，公司彩盒销售单价呈下降趋势的主要原因系平均销售单价较小的彩盒产品销售数量占比上升以及部分产品价格下降所致；说明书销售单价呈下降趋势的原因主要系受环保政策的影响，公司纸张页数少，版面小的产品销售占比持续上升，低单价说明书产品的销售占比上升所致；公司报告期各期末在手订单金额持续增长，发出商品及库存商品均有良好的订单支撑，公司收入增长具有可持续性；

3、报告期内，公司一站式采购业务主要客户、供应商之间及与发行人不存在关联关系；一站式采购业务不存在异常大额交易；公司向一站式采购主要客户销售的相关产品定制化程度较高，相关交易价格不可比，公司向一站式采购主要客户销售定价政策为参考采购成本，以及发行人留存适当利润后确定交易价格，定价依据具备公允性及合理性；公司向不同主要供应商采购的同类产品之间差异化较大，相关交易价格不可比，公司向一站式采购主要供应商采购定价政策为成本加成法，并参考市场询价结果确定，定价政策合理，具备公允性；公司一站式采购业务主要客户、供应商与其他业务存在客户、供应商重叠具有合理性；公司开展一站式采购业务未违反与客户的合同约定，关于退换货不存在特殊约定，不存在纠纷或潜在纠纷；

4、公司存在部分业务的少量下游客户基于产品质量控制、定制化要求等方面的考量向公司指定原材料供应商的情形；公司一站式采购业务属于买断式购销，并且属于独立购销业务，符合“企业向客户转让商品前能够控制该商品的情形”，收入适用总额法。公司在从指定供应商采购并销售至客户的业务中为主要责任人，收入适用总额法。公司按照应收对价总额确认收入，符合《企业会计准则》的规定，与同行业可比公司相比不存在差异；

5、报告期各期，公司 VMI 模式和服务收占主营业务收入的比例较低，公司 VMI 模式和服务收入确认，符合《企业会计准则》的规定；

6、公司 2021 年第四季度收入占比较 2020 年下滑的原因合理，公司第四季度月度收入变动具有合理性，不存在年末集中确认收入的情形，不存在收入跨期调节的情形；报告期内公司主营业务收入在地域分布上不存在显著变化，各地域收入变化具有合理性；

7、报告期各期，公司服务收入为公司为东莞博格达提供代销服务的收入，服务收入增加系代销业务规模增长所致。发行人其他业务收入中的其他收入主要系模具收入及加工费收入，自 2022 年以来其他收入增长较快主要系子公司高义精密新增加工费收入；报告期各期，公司废料率较为稳定，无异常变动；公司存在少量废料收入通过现金收款主要系国外子公司产生少量废料，出售给小型废品收购站，对方直接用现金付款。公司废料收入均已入账，公司废料收入不存在个人账户收付款；废料销售及成本结转的会计处理符合《企业会计准则》的规定；公司主营业务收入之其他收入核算的内容与其他业务收入内容存在一定差异，公司根据主营业务活动的划分将纸托收入列入主营业务收入之其他收入，列报具备合理性；

8、公司与客户签订的合同中，不存在“无理由退换货”条款；报告期各期，公司退换货的会计处理，符合《企业会计准则》的规定；报告期各期，公司退换货金额较小且占主营业务收入的比例相对较低，无异常情况；公司判断退换货情况未达到预计负债的确认条件，公司未计提预计负债的会计处理具有合理性，公司在收入确认时已考虑退换货影响，会计处理符合《企业会计准则》相关规定。

问题 9.关于客户

申报材料显示：

（1）报告期各期向前五大客户的销售占比分别为 60.63%、50.27%、49.37%。发行人直接客户为国内外大型代工厂商，终端客户群体主要为消费电子、小家电、电子烟和酒类行业中的国内外知名品牌商。

（2）发行人存在客户供应商重合的情况。

请发行人：

（1）说明客户集中度较高的原因，主要客户为代工厂商而非终端客户是否符合行业惯例；是否存在同一终端客户通过不同代工厂向发行人采购的情形，如是，请说明合理性。

（2）分产品列示前五大客户基本情况，包括但不限于名称、设立时间、合作时间、业务获取方式、注册资本、注册地及经营地、对应终端客户、主要销售产品、销售金额及占比、销售金额占其采购金额的比例，相关客户与发行人及相关方是否存在关联关系，不同客户定价、结算、信用政策等是否存在差异；报告期内各类产品前五大客户变化原因，与相关客户合作的稳定性。

（3）列示报告期内同为发行人客户和供应商的主体名称、各期采购及销售的具体内容、金额及占比、定价依据及公允性，相关主体同时向发行人采购与销售的合理性、必要性，是否符合行业惯例；相关客户收入确认采用总额法还是净额法，是否符合《企业会计准则》规定；发行人对相关主体的定价及结算方式与其他客户或供应商是否存在差异，是否存在收付款相抵情形，发行人与相关主体是否存在关联关系或其他利益安排。

请发行人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、发行人说明

（一）说明客户集中度较高的原因，主要客户为代工厂商而非终端客户是否符合行业惯例；是否存在同一终端客户通过不同代工厂向发行人采购的情形，如是，请说明合理性。

1、客户集中度较高的原因

报告期内，公司主要面向包括微软、苹果、菲利普莫里斯、绿山、小米、徕芬、iRobot、Shark Ninja、今世缘、必胜等国内外知名品牌公司提供纸质包装产品。公司选择主要服务该类战略客户、知名品牌客户的发展战略，根据客户要求进行定制化生产，致使当前客户集中度较高，因此，公司报告期内客户集中度较高具备合理性。

2、主要客户为代工厂商而非终端客户符合行业惯例

（1）主要客户为代工厂商而非终端客户的原因

公司产品的下游应用包括消费电子、小家电和电子烟等领域，在上述行业中，知名品牌商采用第三方代工生产模式较为常见。报告期内，公司在消费电子、小家电和电子烟领域的行业终端客户主要包括微软、苹果、菲利普莫里斯、绿山、小米等，该类品牌商均采用代工生产模式，将成品生产环节主要交由代工厂商完成。公司主要业务为根据下游客户要求，提供定制化的纸质包装产品，相关产品用于终端客户产品生产后期的包装环节，因此，公司向终端客户的代工厂商交付产品，具备合理性。

（2）主要客户为代工厂商而非终端客户符合行业惯例

根据公开披露信息，公司的同行业可比公司存在客户为知名品牌的代工厂商的情况如下：

公司名称	客户为代工厂商的情况	终端品牌客户
裕同科技	仁宝集团	华为
	富士康	苹果
美盈森	富士康	苹果
	纬创资通	华为、联想、惠普
中荣股份	诺兰特	英美烟草

由上表可知，公司同行业可比公司存在向终端客户的代工厂商而非直接向终端客户销售产品的情况，因此，公司主要客户为代工厂商而非终端客户符合行业惯例。

综上所述，公司主要客户为代工厂商而非终端客户具备合理性，符合行业惯例。

3、同一终端客户通过不同代工厂向发行人采购的情形及合理性

报告期内，发行人存在同一终端客户通过不同代工厂向发行人采购产品的情况，主要原因系发行人部分终端品牌客户有多个代工厂商。发行人作为终端客户指定的包装品供应商，向其多个代工商提供包装产品，用于终端客户产品生产后期的包装环节，具有合理性。

（二）分产品列示前五大客户基本情况，包括但不限于名称、设立时间、合作时间、业务获取方式、注册资本、注册地及经营地、对应终端客户、主要销售产品、销售金额及占比、销售金额占其采购金额的比例，相关客户与发行人及相关方是否存在关联关系，不同客户定价、结算、信用政策等是否存在差异；报告期内各类产品前五大客户变化原因，与相关客户合作的稳定性。

1、分产品前五大客户情况，包括但不限于名称、设立时间、合作时间、业务获取方式、注册资本、注册地及经营地、对应终端客户、主要销售产品、销售金额及占比、销售金额占其采购金额的比例，相关客户与发行人及相关方是否存在关联关系，不同客户定价、结算、信用政策等是否存在差异

报告期各期，公司主要产品包括彩盒、说明书、一站式采购产品。

（1）各产品前五大客户销售金额、占比情况

1）彩盒

报告期各期，发行人向彩盒产品的前五大客户的销售情况如下：

单位：万元

2023 年 1-9 月			
排名	**客户名称**	**彩盒销售收入**	**占彩盒总销售收入的比例**
1	和硕集团	9,231.55	17.79%
2	今世缘	7,326.83	14.12%
3	伟创力	3,914.94	7.54%
4	VS	3,737.93	7.20%
5	新玛德	2,656.31	5.12%
合计		**26,867.56**	**51.77%**
2022 年			
排名	**客户名称**	**彩盒销售收入**	**占彩盒总销售收入的比例**
1	和硕集团	15,092.17	23.86%
2	伟创力	5,120.61	8.10%
3	今世缘	4,950.28	7.83%
4	新玛德	4,886.05	7.72%
5	VS	2,858.43	4.52%
合计		**32,907.54**	**52.03%**
2021 年			
排名	**客户名称**	**彩盒销售收入**	**占彩盒总销售收入的比例**
1	和硕集团	14,454.74	23.74%
2	新玛德	4,601.34	7.56%
3	今世缘	4,310.40	7.08%
4	伟创力	4,306.33	7.07%
5	VS	3,538.85	5.81%
合计		**31,211.65**	**51.25%**
2020 年			
排名	**客户名称**	**彩盒销售收入**	**占彩盒总销售收入的比例**
1	和硕集团	11,772.94	24.30%
2	伟创力	6,198.76	12.79%
3	VS	4,052.66	8.36%
4	富港电子	3,545.16	7.32%
5	Technocom	3,385.95	6.99%
合计		**28,955.48**	**59.75%**

2）说明书

报告期各期，发行人向说明书的前五大客户的销售情况如下：

单位：万元

2023 年 1-9 月			
排名	**客户名称**	**说明书销售收入**	**占说明书总销售收入的比例**
1	富港电子	1,632.42	18.71%
2	和硕集团	1,409.49	16.16%
3	伟创力	1,305.98	14.97%
4	捷普	1,001.56	11.48%
5	纬创	399.15	4.58%
合计		**5,748.59**	**65.89%**
2022 年			
排名	**客户名称**	**说明书销售收入**	**占说明书总销售收入的比例**
1	富港电子	3,184.75	21.64%
2	和硕集团	2,775.64	18.86%
3	伟创力	1,620.92	11.01%
4	群光电子	1,058.02	7.19%
5	纬创	1,051.48	7.14%
合计		**9,690.81**	**65.85%**
2021 年			
排名	**客户名称**	**说明书销售收入**	**占说明书总销售收入的比例**
1	和硕集团	2,403.01	17.60%
2	富港电子	2,066.65	15.13%
3	纬创	1,867.13	13.67%
4	伟创力	1,338.42	9.80%
5	群光电子	1,296.54	9.50%
合计		**8,971.76**	**65.70%**
2020 年			
排名	**客户名称**	**说明书销售收入**	**占说明书总销售收入的比例**
1	富港电子	2,626.27	20.07%
2	伟创力	2,240.16	17.12%
3	和硕集团	1,910.16	14.60%
4	纬创	1,245.02	9.52%
5	群光电子	1,100.24	8.41%
合计		**9,121.85**	**69.72%**

3）一站式采购产品

报告期各期，发行人向一站式采购产品前五大客户的销售情况如下：

单位：万元

2023 年 1-9 月			
排名	**客户名称**	**一站式采购产品收入**	**占一站式采购产品总收入的比例**
1	VS	3,246.03	23.69%
2	赫比	1,159.76	8.46%
3	新玛德	941.03	6.87%
4	徕芬科技	1,009.56	7.37%
5	东菱智慧	641.29	4.68%
合计		**6,997.66**	**51.07%**
2022 年			
排名	**客户名称**	**一站式采购产品收入**	**占一站式采购产品总收入的比例**
1	赫比	3,028.38	24.25%
2	新玛德	2,691.76	21.56%
3	VS	1,602.52	12.83%
4	华宝新能	891.01	7.14%
5	易路达	465.62	3.73%
合计		**8,679.29**	**69.51%**
2021 年			
排名	**客户名称**	**一站式采购产品收入**	**占一站式采购产品总收入的比例**
1	新玛德	3,129.50	29.60%
2	VS	1,951.81	18.46%
3	赫比	1,872.75	17.71%
4	易路达	1,163.05	11.00%
5	豪恩声学	721.16	6.82%
合计		**8,838.27**	**83.60%**
2020 年			
排名	**客户名称**	**一站式采购产品收入**	**占一站式采购产品总收入的比例**
1	新玛德	4,473.98	37.75%
2	VS	2,833.84	23.91%
3	赫比	1,736.02	14.65%
4	易路达	916.70	7.74%
5	豪恩声学	436.01	3.68%
合计		**10,396.55**	**87.73%**

（2）分产品前五大客户情况，包括但不限于名称、设立时间、合作时间、业务获取方式、注册资本、注册地及经营地、对应终端客户、主要销售产品、销售金额占其采购金额的比例，相关客户与发行人及相关方是否存在关联关系，不同客户定价、结算、信用政策等是否存在差异

报告期各期，公司各主要产品前五大客户的基本情况如下：

客户名称	设立时间	合作时间	业务获取方式	注册资本	注册地	经营地	终端客户	定价政策	结算方式	信用政策	与发行人及相关方是否存在关联关系	销售金额占其同类采购金额比例			
												2023 年 1-9 月	2022 年	2021 年	2020 年
和硕联合科技股份有限公司	2007 年	7 年	商务谈判	300 亿新台币	中国台湾	中国台湾、苏州市	微软、JUUL	采用成本加成法定价，并综合考虑市场竞争情况、客户需求规模、客户行业地位等因素进行报价，并与客户协商确定最终价格	银行转账	【已申请豁免披露】	否	12%左右	10%左右	10%左右	8%左右
Flextronics Manufacturing（H.K.）Ltd	2001 年	5 年	商务谈判	1.2 亿美元	中国香港	珠海市	菲利普莫里斯		银行转账	【已申请豁免披露】		12%-16%	12%-14%	6%-9%	16%
今世缘	1997 年	3 年	商务谈判	1.25 亿人民币	中国大陆	淮安市	今世缘		银行转账、银行承兑汇票	【已申请豁免披露】		6%左右	4%左右	4%左右	0%
Sundairy Industrial Company Limited	2019 年	4 年	商务谈判	500 万美元	中国香港	印度尼西亚、广东省	绿山		银行转账	【已申请豁免披露】		12%左右	14~15%	12~13%	14~15%
V.S. Industry Bhd.	1982 年	3 年	商务谈判	5 千万令吉特	马来西亚	马来西亚	绿山、IROBOT、必胜		银行转账	【已申请豁免披露】		未取得	83%-85%	79%	75%
富港电子（东莞）有限公司	1997 年	7 年	商务谈判	5.79 亿港元	中国大陆	广东省	微软、Beats		银行转账	【已申请豁免披露】		未取得	35%-50%	35%-50%	35%-50%
Technocom Systems Sdn.Bhd.	1984 年	6 年	商务谈判	157 万令吉特	马来西亚	马来西亚	菲利普莫里斯		银行转账	【已申请豁免披露】		15%左右	15%左右	15%左右	15%左右
纬创	1998 年	7 年	商务谈判	2.34 亿美元	中国大陆	广东省	纬创		银行转账	【已申请豁免披露】		60%	70%	90%	100%
Hi-P Thailand Company Limited	2005 年	3 年	商务谈判	4.1 亿泰铢	泰国	泰国	绿山		银行转账	【已申请豁免披露】		7%左右	12%左右	12%左右	5%~8%

客户名称	设立时间	合作时间	业务获取方式	注册资本	注册地	经营地	终端客户	定价政策	结算方式	信用政策	与发行人及相关方是否存在关联关系	销售金额占其同类采购金额比例			
												2023 年 1-9 月	2022 年	2021 年	2020 年
华宝新能	2011 年	2 年	商务谈判	7,145.83 万人民币	中国大陆	深圳市	华宝新能		银行转账、银行承兑汇票	【已申请豁免披露】		90%	90%	30%	0%
易路达科技有限公司	2011 年	7 年	商务谈判	6,000 万港元	中国香港	广东省	Beats、雷蛇		银行转账	【已申请豁免披露】		未取得	未取得	未取得	未取得
深圳市豪恩声学股份有限公司	2001 年	5 年	商务谈判	5,743.6 万人民币	中国大陆	深圳市	雷蛇、微软		银行转账	【已申请豁免披露】		未取得	40%左右	50%-60%	50-60%
群光电子（东莞）有限公司	1998 年	6 年	商务谈判	976 万美元	中国大陆	广东省	微软		银行转账	【已申请豁免披露】		18%	26%	39%	36%
徕芬科技	2019	1 年	商务谈判	200 万人民币	中国大陆	广东省	徕芬科技		银行转账	【已申请豁免披露】		38%	26%	0%	0%
东菱智慧	2010	1 年	商务谈判	70,000 万人民币	中国大陆	广东省	必胜		银行转账	【已申请豁免披露】		未取得	未取得	未取得	未取得

注：销售金额占其同类采购金额比例的数据来源于客户确认函、客户访谈记录或客户邮件；公司各主要产品前五大客户已按同一实际控制下合并处理，因此对于公司与同一控制下多个客户合作的情况，选取其中一个主要的客户列示相关信息。

由上表可知，各产品前五大客户与发行人及相关方不存在关联关系；发行人对各产品前五大客户的交易定价方式均为采用成本加成法定价，并综合考虑市场竞争情况、客户需求规模、客户行业地位等因素进行报价，并与客户协商确定最终价格；发行人对各产品前五大客户的结算方式以银行转账为主，对少量客户采用银行转账及银行承兑汇票相结合的结算方式；发行人对各产品前五大客户的信用期为 60-120 日之间，不存在异常情况。

综上所述，报告期各期，发行人各产品前五大客户与发行人及相关方不存在关联关系，发行人对各产品前五大客户的交易定价、结算、信用政策基本一致，差异较小。

2、报告期内各类产品前五大客户变化原因及稳定性

（1）彩盒产品前五大客户变化情况及稳定性分析

1）2021 年相比 2020 年彩盒产品前五大客户变化情况

新进入公司前五大彩盒产品客户	退出公司前五大彩盒产品客户
今世缘	富港电子
新玛德	Technocom

①新进入前五大彩盒产品客户

2021 年前五大客户新增今世缘系公司 2021 年新开拓了今世缘白酒彩盒业务所致。

新玛德系公司终端客户绿山的代工厂，其是报告期内公司重要客户，除 2020 年外，其均为公司彩盒产品前五大客户之一。2021 年，新玛德取得了绿山较多的咖啡机的订单份额，相应的加大了对公司咖啡机包装产品的采购，公司向新玛德销售彩盒产品的收入同比出现一定幅度的增长，因此，新玛德于 2021 年由 2020 年彩盒产品第六大客户进入彩盒产品前五大客户。

②退出前五大彩盒产品客户

富港电子系公司终端客户微软的代工厂，其是报告期内公司重要客户，除 2021 年为公司彩盒产品第六大客户外，其均为公司彩盒产品前五大客户之一。2021 年，富港电子获得微软的订单份额减少，相应的降低了对公司游戏手柄包装产品的采购，公司向富港电子销售彩盒产品的收入同比出现一定幅度的下降，因此，富港电子退出公司 2021 年前五大彩盒产品客户，但其仍为公司当期第六大彩盒产品客户。

Technocom 系公司终端客户菲利普莫里斯的代工厂，其是报告期内公司重要客户，除 2022 年为公司彩盒产品第十大客户外，其均为公司彩盒产品前五大客户之一。2021

年，Technocom 获得菲利普莫里斯的订单份额减少，相应的降低了对公司电子烟包装产品的采购，公司向 Technocom 销售彩盒产品的收入同比出现一定幅度的下降，因此，Technocom 退出公司 2021 年前五大彩盒产品客户，但其仍为公司当期第十大彩盒产品客户。

2）2022 年相比 2021 年彩盒产品前五大客户变化情况

2022 年公司彩盒产品前五大客户未发生变化。

综上所述，报告期各期，发行人彩盒产品前五大客户较为稳定，不存在异常情况。

（2）说明书产品前五大客户变化情况及稳定性分析

报告期内各期公司说明书产品的前五大客户较为稳定，均未发生变化。

报告期内，公司说明书前五大客户较为稳定，不存在异常变动情况。

（3）一站式采购产品前五大客户变化情况及稳定性分析

1）2021 年相比 2020 年一站式采购前五大客户变化情况

2021 年公司一站式采购前五大客户未发生变化。

2）2022 年相比 2021 年一站式采购前五大客户变化情况

新进入公司前五大一站式采购产品客户	退出公司前五大一站式采购产品客户
华宝新能	豪恩声学

①新进入前五大一站式采购产品客户

华宝新能的主营便携储能产品，公司主要向其销售彩盒、纸箱等包装产品。得益于储能行业市场规模的高速增长，华宝新能 2022 年业务规模同比大幅度增长，因此，加大了对公司的采购，华宝新能遂于 2022 年进入一站式采购前五大客户。

②退出前五大一站式采购产品客户

豪恩声学系终端客户雷蛇的代工厂，其主营产品为耳机、音箱等产品，公司主要向其销售彩盒、纸箱等包装产品。由于原材料白卡纸价格持续上涨，公司根据原材料价格变动情况上调彩盒及一站式采购产品的价格，而雷蛇未接受相关上调价格后的报价，减少了对公司相关产品的采购，因此，公司 2022 年向豪恩声学销售彩盒产品的收入同比出现一定幅度的下降，豪恩声学于 2022 年退出公司前五大一站式采购客户。

综上所述，报告期内，公司一站式采购产品前五大客户较为稳定，不存在异常变动情况。

（三）列示报告期内同为发行人客户和供应商的主体名称、定价依据及公允性，相关主体同时向发行人采购与销售的合理性、必要性，是否符合行业惯例；相关客户收入确认采用总额法还是净额法，是否符合《企业会计准则》规定；发行人对相关主体的定价及结算方式与其他客户或供应商是否存在差异，是否存在收付款相抵情形，发行人与相关主体是否存在关联关系或其他利益安排。

1、列示报告期内同为发行人客户和供应商的主体名称、各期采购及销售的具体内容、金额及占比、定价依据及公允性，相关主体同时向发行人采购与销售的合理性、必要性，是否符合行业惯例；发行人对相关主体的定价及结算方式与其他客户或供应商是否存在差异，是否存在收付款相抵情形，发行人与相关主体是否存在关联关系或其他利益安排

报告期各期，对公司采购或销售金额各期均在 10 万元以上或单期在 50 万元以上的同为客户、供应商的交易的具体情况如下所示：

单位：万元

类型	公司名称	主要交易具体内容	2023 年 1-9 月		2022 年		2021 年		2020 年		关联关系	结算方式	是否存在收付款相抵情形	定价方式及其公允性	交易背景、必要性及合理性，是否符合行业惯例
			金额	采购/销售占比	金额	采购/销售占比	金额	采购/销售占比	金额	采购/销售占比					
向供应商销售	PRO PULP PACKAGES SDN.BHD.	产品组件	-	-	23.15	0.05%	-	-	603.35	1.67%	无	银行转账；与其他客户、供应商结算方式无差异	否	主要采用成本加成法进行产品定价，并最终通过商务谈判的方式确定具体产品价格，定价方式具备合理性	该公司系发行人一站式采购业务所需纸托产品的境外供应商，与发行人签订购销合同后，该公司按合同约定数量直接向发行人境外客户交付其生产的纸托。2020 年由于产能紧张，该公司无法完全满足合同约定的交付数量。由于其所处当地的纸托生产厂商较少，经协商后，发行人向境内供应商采购纸托后售于该公司，另有少量纸托由发行人境外子公司印尼高义向其销售，该公司收到纸托后再按照合同约定向发行人境外客户完成交付。综上，上述销售系为解决供应商产能问题而产生的偶发性交易，金额较小，具备合理性，同行业可比公司未采用类似的业务模式。
		销售纸托	-	-	-	-	-	-	184.85	0.25%				该公司向发行人采购的产品主要为发行人外购的纸托，发行人参考外购纸托单位采购成本进行定价，定价方式具备合理性	

类型	公司名称	主要交易具体内容	2023 年 1-9 月		2022 年		2021 年		2020 年		关联关系	结算方式	是否存在收付款相抵情形	定价方式及其公允性	交易背景、必要性及合理性，是否符合行业惯例
			金额	采购/销售占比	金额	采购/销售占比	金额	采购/销售占比	金额	采购/销售占比					
向供应商销售	东莞博格达	采购商标、用于一站采购业务	316.59	0.81%	290.50	0.63%	497.90	1.10%	503.21	1.39%	有	银行转账；与其他客户、供应商结算方式无差异	否	东莞博格达参考自身生产成本向发行人报价，发行人结合对外销售成品价格与东莞博格达协商确定，定价方式具备合理性	发行人与东莞博格达交易背景、必要性及合理性分析详见问题 6 之“二、说明关联交易的发生背景及原因，结合与同地区同类无关联第三方交易价格的对比情况，说明关联交易定价的公允性”之“（一）采购商品/接受劳务” 之“3、发行人与东莞博格达的关联交易”及“（二）出售商品/提供劳务” 之“3、发行人与东莞博格达的关联交易”的相关说明，同行业可比公司未采用类似的业务模式
		为其提供代销服务	13.34	0.02%	57.39	0.06%	30.47	0.04%	20.17	0.03%				代销服务费按东莞博格达对发行人下游客户的销售额 3%收取，定价方式具备合理性	
		销售彩盒等	-	-	15.35	0.02%	55.31	0.06%	-	-				参考市场价格确定，定价方式具备合理性	
向供应商销售	PT Global	采购彩盒成品	-	-	1,596.92	3.47%	1,774.26	3.92%	426.61	1.18%	有	银行转账；与其他客户、供应商结算方式无差异	否	基于终端销售价格，参考预估生产成本，以及为发行人留存适当利润后确定，定价方式具备合理性	发行人与东莞博格达交易背景、必要性及合理性分析详见问题 6 之“二、说明关联交易的发生背景及原因，结合与同地区同类无关联第三方交易价格的对比情况，说明关联交易定价的公允性”之“（一）采购商品
		销售彩纸等彩盒生产	-	-	808.33	0.88%	996.21	1.16%	374.50	0.51%				基于终端彩盒产品销售价格，参考预估生产成本，以及为发行	

类型	公司名称	主要交易具体内容	2023 年 1-9 月		2022 年		2021 年		2020 年		关联关系	结算方式	是否存在收付款相抵情形	定价方式及其公允性	交易背景、必要性及合理性，是否符合行业惯例
			金额	采购/销售占比	金额	采购/销售占比	金额	采购/销售占比	金额	采购/销售占比					
		的组件												人留存适当利润后确定，定价方式具备合理性	/接受劳务”之“1、发行人与 PT GLOBAL 关联交易”的相关说明，同行业可比公司未采用类似的生产模式
向供应商销售	CPP	采购彩盒成品	-	-	705.28	1.53%	2,152.21	4.75%	3,285.68	9.08%	有	银行转账；与其他客户、供应商结算方式无差异	否	基于终端销售价格，参考预估生产成本，以及为发行人留存适当利润后确定，定价方式具备合理性	发行人与东莞博格达交易背景、必要性及合理性分析详见问题 6 之“二、说明关联交易的发生背景及原因，结合与同地区同类无关联第三方交易价格的对比情况，说明关联交易定价的公允性”之“（一）采购商品/接受劳务”之“1、发行人与 CPP 关联交易”的相关说明，同行业可比公司未采用类似的生产模式
		销售彩纸等彩盒生产的组件	-	-	176.56	0.19%	931.58	1.08%	1,430.23	1.95%				基于终端彩盒产品销售价格，参考预估生产成本，以及为发行人留存适当利润后确定，定价方式具备合理性	

注：采购占比为向供应商采购金额占采购总金额的比例；销售占比为向客户采购金额占主营业务收入的比例。

由上表可知，报告期内，公司存在客户与供应商重叠的情况，其中部分交易对手系公司关联方。相关主体向发行人采购与销售涉及的相关交易类型、经营模式虽未被同行业可比公司采用，但相关交易形成具备合理的商业背景，交易定价方式公允，相关交易金额占比较小，不存在异常情况。

2、相关客户收入确认采用总额法还是净额法，是否符合《企业会计准则》规定

（1）企业会计准则及相关规定

序号	准则及规定名称	准则及相关规定的判断标准
1	《企业会计准则第14号——收入》	企业应当根据其在向客户转让商品前是否拥有对该商品的控制权，来判断其从事交易时的身份是主要责任人还是代理人。企业在向客户转让商品前能够控制该商品的，该企业为主要责任人，应当按照已收或应收对价总额确认收入；否则，该企业为代理人，应当按照预期有权收取的佣金或手续费的金额确认收入，该金额应当按照已收或应收对价总额扣除应支付给其他相关方的价款后的净额，或者按照既定的佣金金额或比例等确定。 企业向客户转让商品前能够控制该商品的情形包括： （一）企业自第三方取得商品或其他资产控制权后，再转让给客户。 （二）企业能够主导第三方代表本企业向客户提供服务。 （三）企业自第三方取得商品控制权后，通过提供重大的服务将该商品与其他商品整合成某组合产出转让给客户。 在具体判断向客户转让商品前是否拥有对该商品的控制权时，企业不应仅局限于合同的法律形式，而应当综合考虑所有相关事实和情况，这些事实和情况包括： （一）企业承担向客户转让商品的主要责任。 （二）企业在转让商品之前或之后承担了该商品的存货风险。 （三）企业有权自主决定所交易商品的价格。 （四）其他相关事实和情况。
2	《监管规则适用指引——会计类第1号》	公司（委托方）与无关联第三方公司（加工方）通过签订销售合同的形式将原材料“销售”给加工方并委托其进行加工，同时，与加工方签订商品采购合同将加工后的商品购回。在这种情况下，公司应根据合同条款和业务实质判断加工方是否已经取得待加工原材料的控制权，即加工方是否有权主导该原材料的使用并获得几乎全部经济利益，例如原材料的性质是否为委托方的产品所特有、加工方是否有权按照自身意愿使用或处置该原材料、是否承担除因其保管不善之外的原因导致的该原材料毁损灭失的风险、是否承担该原材料价格变动的风险、是否能够取得与该原材料所有权有关的报酬等。如果加工方并未取得待加工原材料的控制权，该原材料仍然属于委托方的存货，委托方不应确认销售原材料的收入，而应将整个业务作为购买委托加工服务进行处理；相应地，加工方实质是为委托方提供受托加工服务，应当按照净额确认受托加工服务费收入。

（2）相关客户收入确认采用总额法或净额法符合《企业会计准则》规定

报告期内，公司存在客户与供应商重叠的情况，除为供应商东莞博格达提供代销服务采用净额法外，其他相关客户收入确认均采用总额法。对于该类情况中主要交易的相关收入确认符合《企业会计准则》规定的具体分析如下：

1）向供应商 PRO PULP PACKAGES SDN.BHD.销售纸托

就相关采购和销售，PRO PULP PACKAGES SDN.BHD 和发行人签订的合同为产品购销合同，而非委托加工合同，且涉及相关采购和销售业务均为独立决策。交易主体均根据各自所需的用量、市场供需变化、产品订单及库存情况等因素决定向对方进行采购和销售的数量；合同双方根据合同约定，履行合同约定的权利义务，在交付产品之前拥有对相关产品的控制权，并就其工作成果向客户承担责任，作为主要责任人；根据产品购销合同，双方之间的定价方式以产品整体进行定价采购，采购与销售定价互相独立。

综上所述，发行人向 PRO PULP PACKAGES SDN.BHD 的销售纸托按照总额法确认收入符合《企业会计准则》的规定。

（2）向供应商东莞博格达销售彩盒及提供代销服务

1）向供应商东莞博格达销售彩盒

就相关采购和销售，东莞博格达与发行人签订的合同为产品购销合，涉及相关采购和销售业务均为独立决策。交易主体均根据各自所需的用量、市场供需变化、产品订单及库存情况等因素决定向对方进行采购和销售的数量；合同双方根据合同约定，履行合同约定的权利义务，在交付产品之前拥有对相关产品的控制权，并就其工作成果向客户承担责任，作为主要责任人；根据产品购销合同，双方之间的定价方式以产品整体进行定价采购，采购与销售定价互相独立。

综上所述，发行人向东莞博格达的销售彩盒按照总额法确认收入符合《企业会计准则》的规定。

2）为供应商东莞博格达提供代销服务

就相关采购和销售，东莞博格达与发行人签订的合同为产品采购合同及产品代销协议。关于向东莞博格达提供代销服务，采购与该类服务费用定价互相独立，发行人向自身下游客户推介东莞博格达的印刷产品，并基于东莞博格达对发行人下游客户的销售额收取一定的代销服务费，发行人对代销服务涉及的商品没有完整控制权、没有承担主要存货风险的商品销售，公司按净额法确认收入，具备合理性。

综上所述，发行人为供应商东莞博格达提供代销服务按照净额法确认收入符合《企业会计准则》的规定。

3）向供应商 PT Global、CPP 销售彩纸

就相关采购和销售，PT Global、CPP 与发行人签订的合同为产品购销合同，涉及相关采购和销售业务均为独立决策，符合总额法确认收入的标准，具体分析如下：

序号	判断条件	判断情况
1	合同的属性类别	发行人与 PT Global、CPP 均分别签署销售和采购合同，并分别约定具体的产品交付方式和货款交付方式
2	原材料的性质是否为委托方的产品所特有、加工方是否有权按照自身意愿使用或处置该原材料	发行人向 PT Global、CPP 销售彩纸均系买断式销售，PT Global、CPP 根据订单情况自主安排对彩纸的生产加工，并承担生产加工中的主要风险，发行人不存在对彩纸的管理权，发行人向 PT Global、CPP 销售的彩纸非发行人的产品所特有
3	加工方是否承担除因其保管不善之外的原因导致的该原材料毁损灭失的风险	发行人将彩纸交付至 PT Global、CPP 前，发行人承担彩纸损毁、灭失的风险；发行人将彩纸交付至 PT Global、CPP 后，PT Global、CPP 取得彩纸控制权，PT Global、CPP 承担彩纸后续生产加工过程产生的损毁、灭失风险
4	加工方是否有权自主决定所交易商品的价格、是否承担该原材料价格变动的风险、是否能够取得与该原材料所有权有关的报酬	①PT Global、CPP 向发行人销售彩盒产品均系自主定价，销售价格一般基于整体材料价格以及人工、费用等成本因素，并结合合理利润综合确定，PT Global、CPP 有权自主决定向发行人销售彩盒产品的价格，能够完全取得彩盒销售相关的报酬 ②发行人向 PT Global、CPP 销售的彩纸自交付后风险转移至 PT Global、CPP，相关价格变动风险完全由 PT Global、CPP 承担
5	加工方对原材料加工的复杂程度，加工物料在形态、功能等方面变化程度等	CPP、PT global 在生产制造过程中须对彩纸进行多道加工工序，加工后的彩盒成品与彩纸在形态、功能上有显著差异
6	加工方是否承担了最终产品销售对应账款的信用风险	CPP、PT global 向发行人收取的价款系涵盖主要材料、辅料、加工费、合理利润等在内的全额销售价格，并非仅收取固定加工费，CPP、PT global 销售彩盒形成的应收款需由 CPP、PT global 自行承担信用风险

由上表可知，发行人向 PT Global、CPP 销售彩纸后，发行人不再承担彩纸损毁、灭失和价格波动的风险，PT Global、CPP 取得彩纸的控制权，有权主导彩纸的使用并获得几乎全部经济利益，发行人向 PT Global、CPP 销售的彩纸按照总额法确认收入符合《企业会计准则》等相关规定。

综上所述，公司客户与供应商重叠的采购及销售业务采用总额法确认收入具有合理性，符合《企业会计准则》规定。

二、会计师核查程序及核查意见

（一）核查程序

针对上述事项，我们主要执行了以下核查程序：

1、访谈公司管理层，了解公司客户集中的原因；

2、查阅消费电子、小家电和电子烟领域的相关行业资料，了解该类行业主要生产模式，分析公司主要客户为代工厂商而非终端客户的合理性；

3、查阅同行业可比公司公开披露文件，了解同行业可比公司是否存在下游主要客户为代工厂商情况，分析主要客户为代工厂商而非终端客户是否符合行业惯例；

4、访谈公司主要客户的业务经理了解相关部分终端客户通过不同代工厂向发行人采购的情况的合理性；了解终端客户的上游代工商情况，分析部分终端客户通过不同代工厂向发行人采购的情况的合理性。

5、查阅实际控制人、主要股东、董事、监事、高级管理人员提供的调查表，结合网络检索及对各期前五大客户的访谈确认，了解发行人与各期前五大客户是否存在关联关系，并获取了主要客户盖章确认的关于是否与公司存在关联关系的声明书；

6、访谈公司管理层，了解主要客户的业务取得方式、交易内容、信用政策等情况；

7、获取发行人报告期各期的收入明细表，了解发行人报告期各期前五大客户变动情况，访谈公司相关业务人员，分析发行人报告期各期前五大客户变化的原因；

8、获取发行人报告期各期收入明细表和采购明细表，统计发行人报告期内交易金额较大的客户、供应商重叠的情况；

9、访谈公司管理层，了解公司向该类客户及供应商销售和采购的背景及相关收入确认方式，分析相关收入确认方式是否符合《企业会计准则》规定，并结合同行业可比公司的公开披露信息，分析发行人客户、供应商重叠的情况是否符合行业惯例。

（二）核查意见

经核查，我们认为：

1、公司客户集中度较高主要系公司选择主要服务战略客户、品牌客户的发展战略，根据客户要求进行定制化生产，致使当前客户集中度较高，具有合理性；

2、公司主要客户为代工厂商而非终端客户具备合理性，且符合行业惯例；

3、发行人存在同一终端客户通过不同代工厂向发行人采购的情况，主要系部分终端品牌客户有多个代工厂。公司作为终端客户指定的包装品供应商，向其多个代工商提供包装产品，用于终端客户产品生产后期的包装环节，具有合理性；

4、报告期各期，发行人各产品前五大客户与发行人及相关方不存在关联关系，发行人对各产品前五大客户的交易定价、结算、信用政策，差异较小，无异常情况；

5、报告期各期，发行人各类产品前五大客户变化原因合理，主要客户较为稳定，不存在异常变动情况；

6、报告期内，公司存在客户与供应商重叠的情况，其中部分交易对手系公司关联方；

7、相关主体向发行人采购与销售涉及的相关交易类型、经营模式虽未被同行业可比公司采用，但相关交易形成具备合理的商业背景，交易定价方式公允，相关交易金额占比较小，不存在异常情况；

8、公司存在客户与供应商重叠的情况中，发行人除为东莞博格达提供代销服务的相关收入确认采用净额法，对其他相关客户收入确认均采用总额法，符合《企业会计准则》的相关规定；9、发行人对相关主体的定价及结算方式与其他客户或供应商不存在差异，不存在收付款相抵情形。

问题 10.关于境外销售

申报材料显示：

（1）报告期内，发行人外销收入分别为 49,831.16 万元、49,513.94 万元、53,994.04 万元，占主营业务收入比例均超过 50%。

（2）发行人外销收入包括一般贸易出口、出口至保税区以及公司境外工厂就地产销。

（3）发行人产品销往马来西亚、印度尼西亚、越南、泰国等境外地区，结算币种以美元为主，报告期内汇兑损益分别为 1,679.99 万元、572.23 万元和-2,612.08 万元。

请发行人：

（1）说明境外销售业务开展情况，包括但不限于主要国家和地区情况、境外客户和订单的开发方式、境外销售模式及流程、交货方式及占比、定价原则、物流、资金流、单据流的流转情况等；对比同行业可比公司说明外销收入占比较高的合理性，区分一般贸易出口、出口至保税区、境外工厂就地产销说明外销收入构成情况，不同模式的产生原因及特点、适用情形、收入确认时点及依据、运费承担约定，报告期内主要境外客户的销售方式是否发生变更及具体情况；结合主要出口地区贸易政策、消费环境变化、在手订单等因素，说明外销收入未来变动趋势。

（2）列示各国家和地区销售收入、销售单价、毛利率的差异情况及原因；结合发行人内外销产品类型、定价机制、销售模式差异及运费承担情况等，说明内外销业务毛利率是否存在明显差异及合理性。

（3）说明各期境外销售额与海关数据、出口退税数据、物流运输记录、运输费用、境外销售回款的匹配性，是否存在通过关联方、第三方代收货款的情形；外销是否由中信保等保险机构承保及具体情况，报告期发行人从上述保险机构获赔情况，对应的主要客户和事项；海外销售数据与中信保数据的差异情况及差异原因；结合上述情况说明发行人境外销售收入的真实性。

（4）说明汇兑损益的计算过程，与出口收入、汇率变动的匹配性，发行人应对汇率波动风险的具体措施及有效性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，说明对境外收入的具体核查程序及充分性、有效性。

回复：

一、发行人说明

（一）说明境外销售业务开展情况，包括但不限于主要国家和地区情况、境外客户和订单的开发方式、境外销售模式及流程、交货方式及占比、定价原则、物流、资金流、单据流的流转情况等；对比同行业可比公司说明外销收入

占比较高的合理性，区分一般贸易出口、出口至保税区、境外工厂就地产销说明外销收入构成情况，不同模式的产生原因及特点、适用情形、收入确认时点及依据、运费承担约定，报告期内主要境外客户的销售方式是否发生变更及具体情况；结合主要出口地区贸易政策、消费环境变化、在手订单等因素，说明外销收入未来变动趋势。

1、境外销售业务开展情况，包括但不限于主要国家和地区情况、境外客户和订单的开发方式、境外销售模式及流程、交货方式及占比、定价原则、物流、资金流、单据流的流转情况等

（1）境外销售业务的主要国家和地区情况

报告期内，公司境外销售业务的主要国家和地区为中国保税区、马来西亚、印度尼西亚、泰国及越南。报告期各期，公司向该类地区销售收入合计占境外销售收入的比例分别为 98.24%、97.08%、96.26%和 95.32%，具体情况如下：

单位：万元

国家或地区	2023 年 1-9 月		2022 年		2021 年		2020 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
中国保税区	15,244.08	39.36%	28,214.77	52.26%	29,040.40	58.65%	30,932.75	62.08%
马来西亚	12,278.06	31.70%	9,676.42	17.92%	10,293.74	20.79%	12,563.65	25.21%
印度尼西亚	4,416.07	11.40%	6,629.84	12.28%	4,948.05	9.99%	2,136.85	4.29%
泰国	2,256.54	5.83%	4,998.43	9.26%	3,162.39	6.39%	3,120.42	6.26%
越南	2,725.52	7.04%	2,450.63	4.54%	624.74	1.26%	201.70	0.40%
其他境外地区	1,813.99	4.68%	2,023.95	3.75%	1,444.62	2.92%	875.78	1.76%
合计	**38,734.26**	**100.00%**	**53,994.04**	**100.00%**	**49,513.94**	**100.00%**	**49,831.16**	**100.00%**

注：上表中比例系该国家或地区收入占境外收入的比例。

报告期内，公司在主要国家或地区的销售收入变动原因分析如下：

1）中国保税区

公司在中国保税区主要向微软、菲利普莫里斯和 JUUL 等终端客户的代工厂交付彩盒和说明书等包装产品。2021 年和 2022 年，公司在中国保税区的相关销售收入呈现下降趋势，主要原因系菲利普莫里斯对其部分市场成熟型号的产品引入了其他包装产品供应商，公司相应的订单份额减少，菲利普莫里斯的产品的收入出现明显下降，虽同期对微软及 JUUL 等客户的销售收入增长，但对菲利普莫里斯的销售收入下降的金额略高于同期其他客户的销售收入增加的金额。

2023 年 1-9 月，公司在保税区的收入较 2022 年呈现下降趋势，主要原因系对终端品牌客户微软的收入下降所致。2023 年 4 月，微软停止了 Microsoft 品牌的电脑配件的生产和销售，遂当期大幅减少对公司 Microsoft 品牌的电脑配件的彩盒等包装产品的采购。

2）马来西亚

2021 年和 2022 年，公司在马来西亚地区的销售收入逐年下降主要原因系公司主要终端客户菲利普莫里斯引入了新的包装材料供应商，为其在马来西亚地区的代工厂 Technocom Systems Sdn.Bhd.提供包装材料，公司对菲利普莫里斯在马来西亚地区的代工厂的订单份额明显减少。

2023 年 1-9 月，公司在马来西亚地区的收入较 2022 年呈现增长趋势，主要系对必胜在马来西亚地区的代工厂 V.S. INDUSTRY BERHAD 收入增长。公司于 2020 年成功开发新客户必胜，相关包装产品于 2022 年下半年集中量产并实现规模化销售，2023 年 1-9 月公司对必胜在马来西亚的代工厂 V.S. INDUSTRY BERHAD 的收入较 2022 年增长明显。

3）印度尼西亚

报告期内，公司在印度尼西亚销售收入呈现较大幅度增长，主要原因系公司重要客户新玛德将其生产加工环节业务由中国境内转移至印度尼西亚，公司随之增加了在印度尼西亚地区对新玛德的产品交付，公司在印度尼西亚的销售收入相应增加。此外，公司于 2020 年开发了新的终端品牌客户必胜并向其代工厂销售包装产品，自 2022 年以来，公司向必胜的代工厂销售的包装产品的销售收入增长良好。

4）泰国

2022 年，公司在泰国销售收入较 2021 年同比整体呈现增长趋势，主要原因系公司重要客户赫比将其生产加工环节业务由中国境内转移至泰国，公司随之增加了在泰国对赫比的交付，公司在泰国的销售收入相应增加。

2023 年 1-9 月，公司在泰国销售收入较 2020 年同比呈现下降趋势，主要系对终端品牌客户绿山的收入下降。绿山对其代工厂的订单同比明显下滑，遂对公司采购额出现下降。

5）越南

报告期内，公司在越南销售收入整体呈现增长趋势，主要原因系公司客户 Sanyo Vietnam Co.,Ltd 作为菲利普莫里斯的代工厂获得的份额增加，因此，增加对公司的采购。此外，公司重要客户和硕集团将其部分业务由中国转移至越南，公司向和硕集团在越南的公司销售的包装产品的销售收入增加。

（2）境外客户和订单的开发方式

公司境外客户和订单开发方式主要包括：1）通过参加行业展会推广公司产品；2）客户通过行业内部交流、了解公司情况后主动联系沟通；3）客户及上下游供应链客户的延伸开发；4）终端客户将生产环节由境内转移至境外完成，公司随着向终端客户境外主体或代工厂销售上产。公司主要通过以上方式与境外客户实现初步接触，在了解客户需求、初步达成合作意向后拜访客户，最终达成合作、签订合同、获取订单。

（3）境外销售模式及流程

报告期内，发行人境外销售模式为直销，主要销售流程如下:

序号	关键节点	业务流程
1	签订合同或订单	境外客户下单时，公司与其签订销售合同或订单，约定销售产品、数量、金额、交货时间、结算方式、付款期限等信息
2	安排生产	销售部门获取订单后，生产部门负责安排生产计划及组织生产工作
3	发货	销售部门根据交货日期填写发货指令单通知仓库部门准备发货，同时根据货物预计备好时间向船舶公司或者货运代理公司订舱，根据进仓时间委托第三方物流公司将货物运输到国内港口
4	收款	公司根据合同或订单约定向客户收取货款

（4）交货方式及占比

报告期各期，发行人境外销售业务根据客户交易习惯要求和协议条款约定，主要可分为出口至保税区、境外工厂就地产销、一般贸易出口（FOB、CIF、DAP 和 EXW）等交货方式，具体情况如下:

交货方式		具体情况
出口至保税区		公司将产品运输至保税区并完成卸货后完成交货。
境外工厂就地产销		公司的境外工厂将产品运输至客户指定地点并完成卸货后完成交货。
一般贸易出口	FOB	公司在指定的装运港将货物交至客户指定的船上即完成交货，公司负担货物越过船舷以前为止的一切费用和货物灭失或损坏的风险。

交货方式		具体情况
	CIF	按到岸价进行的交易，在装运港当货物越过船舷时公司完成交货，货物自装运港到目的港的运费、保险费等由公司支付，但交货后货物灭失或损坏的风险，以及由于各种事件造成的任何额外费用由客户承担
	DAP	公司在指定的目的地交货，只需做好卸货准备无需卸货即完成交货。
	EXW	公司在其所在地即车间、工厂、仓库等把备妥的货物交付给客户或客户指定的主体。

上述不同交货方式的销售额及占比情况如下:

单位: 万元

交货方式		2023 年 1-9 月		2022 年		2021 年		2020 年	
		金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
出口至保税区		15,244.08	39.36%	28,214.77	52.26%	29,040.40	58.65%	30,932.75	62.08%
境外工厂就地产销		17,045.03	44.01%	17,786.94	32.94%	14,029.23	28.33%	12,386.69	24.86%
一般贸易出口	DAP	4,279.34	11.05%	4,510.65	8.35%	2,717.13	5.49%	3,819.60	7.66%
	FOB	505.53	1.31%	1,483.75	2.75%	2,336.09	4.72%	1,297.97	2.60%
	CIF	1,068.95	2.76%	1,711.79	3.17%	933.83	1.89%	1,167.91	2.34%
	EXW	591.33	1.53%	286.15	0.53%	457.27	0.92%	226.48	0.45%
合计		**38,734.26**	**100.00%**	**53,994.04**	**100.00%**	**49,513.94**	**100.00%**	**49,831.16**	**100.00%**

注: 上表中比例系该交货方式下的收入占境外收入的比列。

（5）产品定价原则

公司产品的定价原则主要采用成本加成法的模式，基于材料成本、生产成本、运输成本及采购数量的基础上结合市场竞争情况向客户报价。

（6）境外销售物流、资金流、单据流的流转情况

1）境外销售物流

公司根据实际需求安排生产，生产完成后运输仓库实施入库，物流部将货物交付给物流公司或者运输机构，物流公司或运输机构根据销售订单将产品运输至客户或其指定的收货地点。境外销售主要包括出口至保税区、境外工厂就地产销、一般贸易出口（FOB、CIF、DAP 和 EXW）等模式，各模式的物流方式如下：

境外销售模式	物流方式
出口至保税区	发行人主要通过陆运方式将产品运送至客户指定的保税区，并承担运至保税区前的运费
境外工厂就地产销	发行人主要通过陆运方式将产品运送至客户指定的地点，并承担运至客户指定的地点前的运费

境外销售模式		物流方式
一般贸易出口	FOB	发行人主要通过陆运方式将产品运送至合同指定的装运港，并承担运至装运港前的运费
	CIF	发行人主要通过陆路汽运方式将产品运至国内装运港后，再通过海运方式运至指定目的地港，产品发出至运至指定目的地港前的全部运费由发行人承担
	DAP	发行人主要通过陆路汽运方式将产品运至国内装运港后，再通过海运方式运至指定目的地，发行人承担运至指定目的地前的全部运费
	EXW	发行人在仓库等处将把备妥的货物交付给客户或客户指定的主体

2）资金流

客户按照约定的结算方式通过银行转账向公司支付货款。

3）单据流

公司境外销售的单据主要包括出库、报关和运输三大类。出库环节的单据为出库单；报关环节的单据包括报关单、INVOICE、装箱单、提货单；运输环节的单据为运输单。

2、对比同行业可比公司说明外销收入占比较高的合理性

报告期各期，公司与同行业可比公司关于外销收入的比较情况如下：

单位：万元

2023 年 1-9 月		
公司名称	**外销收入**	**外销比例**
裕同科技	未披露	未披露
美盈森	未披露	未披露
中荣股份	未披露	未披露
发行人	38,734.26	48.95%
2022 年		
公司名称	**外销收入**	**外销比例**
裕同科技	323,005.26	19.74%
美盈森	109,452.27	26.50%
中荣股份	9,619.30	3.89%
发行人	53,994.04	58.45%
2021 年		
公司名称	**外销收入**	**外销比例**
裕同科技	234,529.24	15.64%
美盈森	90,490.37	25.10%
中荣股份	9,899.05	3.89%
发行人	49,513.94	57.49%

2020 年		
公司名称	外销收入	外销比例
裕同科技	186,175.85	15.79%
美盈森	91,046.21	27.05%
中荣股份	8,911.09	4.09%
发行人	49,831.16	67.90%

注: 同行业可比公司的季报未披露外销金额或比例, 因此未列示 2023 年 1-9 月的对比情况。

由上表可知，公司与同行业可比公司的外销占比有较大差异。公司外销比例明显高于较同行业可比公司主要系发行人与同行业可比公司的客户结构不同，公司主要下游客户位于保税区或者东南亚，客户地理分布与同行业可比公司存在一定差异，因此，公司外销收入占比较高具有合理性。

3、区分一般贸易出口、出口至保税区、境外工厂就地产销说明外销收入构成情况，不同模式的产生原因及特点、适用情形、收入确认时点及依据、运费承担约定，报告期内主要境外客户的销售方式是否发生变更及具体情况

（1）区分一般贸易出口、出口至保税区、境外工厂就地产销说明外销收入构成情况

报告期各期，根据交付地点的不同，公司外销收入可分为一般贸易出口、出口至保税区及境外工厂就地产销三种类型，具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-9 月		2022 年		2021 年		2020 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
出口至保税区	15,244.08	39.36%	28,214.77	52.26%	29,040.40	58.65%	30,932.75	62.08%
境外工厂就地产销	17,045.03	44.01%	17,786.94	32.94%	14,029.23	28.33%	12,386.69	24.86%
一般贸易出口	6,445.15	16.64%	7,992.33	14.80%	6,444.31	13.02%	6,511.71	13.07%
合计	**38,734.26**	**100.00%**	**53,994.04**	**100.00%**	**49,513.94**	**100.00%**	**49,831.16**	**100.00%**

注：上表中比例系该类型的收入占境外收入的比例。

（2）不同模式的产生原因及特点、适用情形

1）不同模式的产生的原因

公司在境内和境外均有生产及销售子公司，公司根据客户关于交货的具体需求，遵循就近服务客户、减少运输距离以节约成本等原则确定服务客户的生产和交付主体。

2）不同模式的适用情形及特点

模式	适用情形及特点
一般贸易出口	适用于生产基地在国内，交货地点根据客户选择的具体交货模式（FOB、CIF、EXW、DAP）确定，其中 DAP 为主要的模式，DAP 模式具有运费占成本比例相对较高、运输距离和时间较长等特点
出口至保税区	适用于生产基地在国内、交货地点在保税区的情形，该模式下公司承担从工厂至保税区的运费，该模式具有运输距离和时间相对较短、运费占成本比例相对较低等特点
境外工厂就地产销	适用于生产基地在国外，且交货地点在国外的情形，该模式下公司承担国外工厂至客户指定地点的运费，鉴于公司根据主要客户的经营地点确定境外工厂的地点，该模式具有运输距离和时间相对较短、运费占成本比例相对较低等特点

（3）不同模式收入确认时点及依据、运费承担约定

报告期内，发行人不同模式外销的收入确认时点及依据、运费承担约定情况如下：

模式		收入确认时点	依据	运费承担约定
出口至保税区		取得客户提供的凭据时	客户提供的凭据确认收入	公司承担货物交至客户指定地点的运费
境外工厂就地产销		取得客户提供的凭据时	客户提供的凭据确认收入	公司承担货物交至客户指定地点的运费
一般贸易出口	FOB	完成出口报关手续并取得报关单据时	报关单	发行人主要通过陆运方式将产品运送至合同指定的装运港，并承担运至装运港前的运费
	CIF	完成出口报关手续并取得报关单据时	报关单	发行人主要通过陆路汽运方式将产品运至国内装运港后，再通过海运方式运至指定目的地港，产品发出至运至指定目的地港前的全部运费由发行人承担
	DAP	取得客户提供的凭据时	客户提供的凭据	发行人主要通过陆路汽运方式将产品运至国内装运港后，再通过海运方式运至指定目的地，发行人承担运至指定目的地前的全部运费
	EXW	取得客户提供的凭据时	客户提供的凭据	发行人在仓库等处将把备妥的货物交付给客户或客户指定的主体

（4）报告期内主要境外客户的销售方式是否发生变更及具体情况

报告期各期，主要境外客户的销售方式情况如下：

客户名称	交易主体	外销方式
和硕集团	Pegatron Corporation	一般贸易出口、出口至保税区
新玛德	PT.Simatelex Manufactory Batam	境外工厂就地产销
	Simway Electrical Company International Limited	出口至保税区
	Sundairy Industrial Company Limited	出口至保税区
伟创力	Flextronics International Europe B.V.	一般贸易出口
	Flextronics Manufacturing (Singapore) Pte Ltd	境外工厂就地产销
	Flextronics Mechanical Marketing (L) ltd	出口至保税区
	Flextronics Manufacturing （H.K.）Ltd.	出口至保税区
	伟创力（Benchmark）	一般贸易出口
VS	VS Industry Berhad	境外工厂就地产销
	V.S. Plus Sdn. Bhd.	境外工厂就地产销
赫比	Hi-P Thailand Company Limited	境外工厂就地产销、一般贸易出口
	赫比（厦门）精密塑胶制品有限公司	出口至保税区

报告期内，公司对主要境外客户的销售方式未发生变更。

4、结合主要出口地区贸易政策、消费环境变化、在手订单等因素，说明外销收入未来变动趋势

（1）主要出口地区贸易政策、消费环境变化情况

公司主要出口国家马来西亚、印度尼西亚、泰国及越南对公司出口的产品没有设置特别的贸易障碍；此外，除中国保税区外，公司主要经营模式为就地产销，贸易政策对公司外销影响较小。公司终端客户的产品面向全球消费市场，全球消费环境随着公共卫生事件的改善而逐渐复苏。

（2）在手订单情况

报告期各期末，公司外销在手订单的具体情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 9 月末	2022 年末	2021 年末	2020 年末
外销在手订单金额	10,604.39	13,912.84	11,121.09	9,889.75

（3）外销收入未来变动趋势

报告期内，随着外销收入稳定增长，公司不断加快境外布局，进一步提高了对境外主要客户的交付能力及自身的行业竞争力。公司外销产品主要应用于消费电子、小家电和电子烟等行业，随着全球消费的复苏，公司境外产能的提高，预计外销收入将持续增长。

（二）列示各国家和地区销售收入、销售单价、毛利率的差异情况及原因；结合发行人内外销产品类型、定价机制、销售模式差异及运费承担情况等，说明内外销业务毛利率是否存在明显差异及合理性。

1、各国家和地区销售收入、销售单价、毛利率的差异情况及原因

报告期内，公司外销的国家和地区包括中国保税区、马来西亚、印度尼西亚、泰国、越南等主要国家和地区。报告期各期，公司外销的各国家和地区销售收入、销售单价和毛利率情况如下：

单位：万元、元/件

2023 年 1-9 月				
国家或地区	**金额**	**单价**	**毛利率**	**终端客户**
中国保税区	15,244.08	2.12	38.51%	微软、菲利普莫里斯、绿山
马来西亚	12,278.06	3.31	32.37%	绿山、必胜、菲利普莫里斯
印度尼西亚	4,416.07	2.61	10.56%	绿山、必胜
泰国	2,256.54	2.83	16.81%	绿山、伟创力、雷蛇
越南	2,725.52	1.01	11.82%	微软、SharkNinja、Beats
其他	1,813.99	3.76	53.21%	VERKADA、微软、菲利普莫里斯
合计	**38,734.26**	**2.33**	**30.92%**	-
2022 年				
国家或地区	**金额**	**单价**	**毛利率**	**终端客户**
中国保税区	28,214.77	1.95	34.47%	微软、菲利普莫里斯、绿山
马来西亚	9,676.42	3.45	25.79%	绿山、菲利普莫里斯、IROBOT
印度尼西亚	6,629.84	2.34	16.77%	绿山、必胜
泰国	4,998.43	3.11	18.22%	绿山、伟创力、雷蛇
越南	2,450.63	0.67	28.44%	微软、Beats、SharkNinja
其他	2,023.95	2.83	43.18%	VERKADA、微软、MEDTECH
合计	**53,994.04**	**2.07**	**29.29%**	-

2021 年				
国家或地区	**金额**	**单价**	**毛利率**	**终端客户**
中国保税区	29,040.40	1.63	32.61%	微软、菲利普莫里斯、绿山
马来西亚	10,293.74	3.48	26.39%	绿山、菲利普莫里斯
印度尼西亚	4,948.05	1.87	20.77%	绿山、必胜
泰国	3,162.39	3.34	21.29%	绿山、伟创力、雷蛇
越南	624.74	0.37	47.27%	菲利普莫里斯、雷蛇、Beats、微软
其他	1,444.62	1.98	34.41%	MEDTECH、微软、CHIPLOL
合计	**49,513.94**	**1.85**	**29.65%**	-
2020 年				
国家或地区	**金额**	**单价**	**毛利率**	**终端客户**
中国保税区	30,932.75	2.19	33.35%	微软、菲利普莫里斯、绿山
马来西亚	12,563.65	3.96	27.57%	绿山、菲利普莫里斯
印度尼西亚	2,136.85	1.70	11.28%	绿山
泰国	3,120.42	3.69	20.40%	绿山、伟创力、雷蛇
越南	201.70	0.35	41.77%	菲利普莫里斯、雷蛇
其他	875.78	2.02	70.26%	微软、CHIPLOL
合计	**49,831.16**	**2.44**	**30.82%**	-

由上表可知，报告期各期，公司对各主要外销国家和地区的产品销售单价及毛利率之间存在一定的差异。公司对各主要外销国家和地区的产品销售单价及毛利率之间存在一定的差异主要系向国家和地区销售产品的规格型号、各类型产品占比不同等因素造成。

发行人对于主要终端客户分布较为接近的国家和地区的销售毛利率存在一定的差异除向各主要终端客户销售比列不同所致以外，也受各主要终端客户在不同地区向发行人采购的产品，以及发行人采用的生产模式有所不同所影响。如发行人报告期内在中国保税区与马来西亚的终端客户分布较为接近，均包括菲利普莫里斯及绿山，而发行人在该两区域销售毛利率有一定的差异，主要原因系发行人在中国保税区销售收入主要源于微软，而在马来西亚报告期内的销售收入主要源于绿山；此外，终端客户中绿山在中国保税区向发行人采购的产品由发行人自主生产，而在马来西亚向发行人采购的产品则由发行人部分自主生产以及部分向马来西亚地区供应商定制化外购成品的形式完成生产，不同生产模式对销售毛利

率有一定影响，同时，两区域的产品亦有较大差异，不同产品生产复杂程度不同，致使公司向客户的报价有一定的差异，进而对毛利率产生一定的影响；菲利普莫里斯根据自身的供应链布局在该两地区向发行人采购的产品有较大差异，而不同产品生产复杂程度不同，公司对相关产品的报价有一定的差异，进而对销售毛利率产生一定的影响。

2、结合发行人内外销产品类型、定价机制、销售模式差异及运费承担情况等，说明内外销业务毛利率是否存在明显差异及合理性

（1）内外销毛利率情况

报告期各期，发行人内外销毛利率情况如下：

项目	2023 年 1-9 月	2022 年	2021 年	2020 年
内销毛利率	21.84%	21.19%	24.25%	36.76%
外销毛利率	30.92%	29.29%	29.65%	30.82%

由上表可知，报告期各期，公司内外销毛利率存在一定差异。

（2）内外销业务在产品类型、定价机制、销售模式差异及运费承担情况

内外销业务在产品类型、定价机制、销售模式差异及运费承担情况如下：

项目	境内销售	境外销售
产品类型	彩盒、说明书和一站式采购产品	彩盒、说明书和一站式采购产品
定价机制	主要采用成本加成法的模式，基于材料成本、生产成本、运输成本及采购数量的基础上结合市场竞争情况向客户报价	主要采用成本加成法的模式，基于材料成本、生产成本、运输成本及采购数量的基础上结合市场竞争情况向客户报价
销售模式	直销	直销
运费承担情况	公司承担运费	除 FOB 和 CIF 外，主要由公司承担运费

由上表可知，报告期各期，公司内外销的产品类型、定价机制、销售模式基本一致，而运费承担情况存有差异。由于运费占比成本的比重相对较小，该差异不构成内外销毛利率差异的主要因素。

（3）内外销业务毛利率是否存在明显差异及合理性

报告期内，公司内外销毛利率的差异主要是由内外销的客户结构有所差异导致，一般而言，国内客户毛利率普遍低于国外客户。报告期内，公司持续开拓国内业务，积极寻求与国内知名品牌的合作，于 2021 年正式成为国内知名白酒企

业今世缘的包装供应商，于 2019 年进入小米的供应商体系，并快速扩大与上述客户的业务合作规模，公司对上述国内客户的销售额占比呈现明显增长趋势，而在合作前期处于磨合期，良品率及生产效率不高导致合作前期的毛利率处于较低水平导致报告期末内销业务毛利率低于外销业务毛利率。

综上所述，报告期内公司内外销毛利率的差异主要是由于客户结构差异导致，具有合理性。

（三）说明各期境外销售额与海关数据、出口退税数据、物流运输记录、运输费用、境外销售回款的匹配性，是否存在通过关联方、第三方代收货款的情形；外销是否由中信保等保险机构承保及具体情况，报告期发行人从上述保险机构获赔情况，对应的主要客户和事项；海外销售数据与中信保数据的差异情况及差异原因；结合上述情况说明发行人境外销售收入的真实性。

1、各期境外销售额与海关数据、出口退税数据、物流运输记录、运输费用、境外销售回款的匹配性，是否存在通过关联方、第三方代收货款的情形

（1）境外销售与海关数据

报告期内，公司境外销售业务中境外就地产销的销售情况不涉及中国海关出口报关，报告期各期，发行人境外销售额与海关数据匹配情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-9 月	2022 年	2021 年	2020 年
海关出口数据（美元）①	2,846.71	5,187.37	5,106.52	4,810.79
平均汇率②	7.0341	6.7573	6.4474	6.8941
海关出口数据（人民币）③=①*②	20,024.17	35,052.61	32,923.77	33,166.05
出口销售收入（人民币）④	21,027.96	34,981.50	33,277.62	34,024.59
差异金额（人民币）⑤=③-④	-1,003.80	71.11	-353.85	-858.54
差异率⑥=⑤/④	-4.77%	0.20%	-1.06%	-2.52%

报告期各期，发行人两家子公司出口销售额和出口报关额差异率较低，相关差异产生的主要原因系公司外销收入计算取时点汇率而海关出口数据计算取年度平均汇率、公司外销收入确认的时点与海关报关日期存在差异，该类差异具有合理性。2023 年 1-9 月，公司海关出口数据与出口销售收入数据的差异主要原因系根据和硕集团的要求，公司对和硕集团的 1,181.79 万元收入的相关业务的出口报关手续于 2023 年 10 月完成，除上述差异外，公司调整后的海关出口数据与出口销售收入的差异率仅为 0.85%，差异较小。

综上所述，报告期各期，发行人外销海关出口数据与境外销售收入相匹配，无异常情况。

（2）境外销售与出口退税数据

报告期各期，公司境外销售业务中境外就地产销的销售情况不涉及出口退税，外销售额与出口退税金额匹配情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-9 月	2022 年	2021 年	2020 年
出口退税申报销售金额①	18,757.08	33,287.29	34,105.14	27,037.63
出口免税收入②	904.66	1,378.54	2,144.25	3,063.74
调回 2020 年 12 月免抵退收入于 2021 年 1 月进行退税申报的金额③	-	-	-3,530.44	3,530.44
调整后可以核对境外销售收入的出口退税申报金额④=①+②+③	19,661.74	34,665.83	32,718.95	33,631.81
出口销售收入⑤	21,027.96	34,981.50	33,277.62	34,024.59
其他差异⑥=④-⑤	-1,366.22	-315.67	-558.67	-392.78
差异比例⑦=⑥/⑤	-6.50%	-0.90%	-1.68%	-1.15%

报告期各期，公司境外销售收入与出口退税额数据差异主要系时间暂时性差异，该类差异具有合理性。2023 年 1-9 月，公司出口退税申报销售金额与出口销售收入数据的差异主要原因系根据和硕集团的要求，公司对和硕集团的 1,181.79 万元收入的相关业务的出口退税手续于 2023 年 10 月完成，除上述差异外，公司调整后的出口退税数据与出口销售收入的差异率仅为 0.88%，差异较小。

综上所述，报告期各期，发行人出口退税数据与境外销售收入相匹配，无异常情况。

（3）境外销售与物流运输记录及运费情况

报告期各期，公司外销运输费用和外销收入变动情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-9 月	2022 年	2021 年	2020 年
运输费用①	836.32	1,323.44	978.76	949.02
外销收入②	38,734.26	53,994.04	49,513.94	49,831.16
运输及出口费用占外销收入比例③=①/②	2.16%	2.45%	1.98%	1.90%

报告期各期，公司运输及出口费用占外销收入的比例略有增长，主要系报告期内公司为提高交付效率，提高了空运比例，导致运输及出口费用占比有所上涨。

报告期内，公司外销运输的主要单据包括物流单、装箱单、提货单等相关单据，外销收入与上述物流相关单据的记录相符。

综上所述，报告期各期，公司境外销售收入与物流运输记录及运费情况匹配。

（4）境外销售回款的匹配性

报告期各期，公司主营业务外销收入及实际回款情况如下：

单位：万元

期间	外销收入	实际收款	实际收款占外销收入比例
2023 年 1-9 月	38,734.26	34,794.56	89.83%
2022 年	53,994.04	59,707.50	110.58%
2021 年	49,513.94	47,338.75	95.61%
2020 年	49,831.16	48,050.59	96.43%
合计	**192,073.40**	**189,891.40**	**98.86%**

注：实际收款系指当年收款的金额。

上表中，发行人 2022 年的实际收款为 2022 年当年收到的款项，包括部分 2021 年外销收入对应的回款，并非对应 2022 年全年的外销收入，公司 2022 年度外销回款情况较好，因此当年实际收款比例高于外销收入 100%。报告期各期，发行人整体回款情况较好，境外销售回款与境外销售收入相匹配。

发行人出于便利性考虑，历史上曾通过设立于香港的关联方 Honda Printing Holdings Limited 收取境外客户外汇货款，发行人于 2018 年设立香港子公司香港鸿达对该情况进行逐步整改、规范。报告期初，因发行人部分客户系统中供应商交易代码切换尚未完成，在代码切换过渡期间，Honda Printing Holdings Limited 仍替发行人代收了少量货款，合计约为 45.75 万美元。截至 2021 年初，发行人与 Honda Printing Holdings Limited 已结清了全部代收款。除此以外，公司不存在通过关联方、第三方代收货款的情形。

Honda Printing Holdings Limited 为发行人的实际控制人任志生控制的企业，该企业报告期初已无实际经营，已于 2021 年 4 月清算完成，并于 2022 年 6 月注销完成。

2、外销是否由中信保等保险机构承保及具体情况，报告期发行人从上述保险机构获赔情况，对应的主要客户和事项；海外销售数据与中信保数据的差异情况及差异原因

报告期内，发行人主要外销客户为规模较大且信用状况良好的国际知名公司，出现信用风险的可能性较低，因此，相关业务未由中信保等保险机构承保，报告期内不存在从保险机构获赔的情况。

综上所述，发行人境外销售收入与海关出口数据和出口退税数据的差异具备合理性；公司境外销售收入与物流运输记录及运费情况匹配；发行人整体回款情况较好，境外销售回款与境外销售收入相匹配；除 HPHL 代收少量款项（已全部结清）外，公司不存在通过关联方、第三方代收货款的情形；发行人境外销售收入真实准确。

（四）说明汇兑损益的计算过程，与出口收入、汇率变动的匹配性，发行人应对汇率波动风险的具体措施及有效性

1、汇兑损益的计算过程，与出口收入、汇率变动的匹配性

（1）汇兑损益的计算过程

报告期内，公司汇兑损益包括已实现汇兑损益和未实现汇兑损益，汇兑损益的产生原因及计算过程如下：

类型	产生原因	计算过程
已实现汇兑损益	货币资金结汇产生：外币交易结汇产生汇兑损益	外币结汇时，外币金额按即期汇率折算为记账本位币入账；因结汇时即期汇率与交易发生日即期汇率近似的汇率不同而产生的汇兑差额，确认为汇兑损益。
未实现汇兑损益	外币货币性项目产生：期末持有的以外币计价的资产、负债因汇率变动产生汇兑损益	除结汇业务外的其他外币业务发生时，外币余额按交易发生日即期汇率近似的汇率折算为记账本位币入账；各月末，外币货币性项目的余额按月末汇率

（2）汇兑损益与出口收入、汇率变动的匹配性

报告期各期，人民币汇率变动趋势、进出口交易规模与公司汇兑损益的情况如下：

项目	2023 年 1-9 月			
	美元	越南盾	马币	印尼卢比
期初汇率（上期 12 月 31 日汇率）	6.9646	0.0002949	1.5772	0.000445
期末汇率（本期 9 月 30 日汇率）	7.1798	0.0002943	1.5267	0.000472
汇率波动率（期末汇率/期初汇率-1）	3.09%	-0.20%	-3.20%	6.07%
外销收入（万元）	33,299.70	1,197.51	4,225.02	12.03
财务费用汇兑损益（万元）	-884.06			
汇兑损益占外销收入的比例	-2.28%			

项目	2022 年			
	美元	越南盾	马币	印尼卢比
期初汇率（上期 12 月 31 日汇率）	6.3757	0.0002800	1.5266	0.000447
期末汇率（本期 12 月 31 日汇率）	6.9646	0.0002949	1.5660	0.000445
汇率波动率（期末汇率/期初汇率-1）	9.24%	5.32%	2.58%	-0.45%
外销收入（万元）	50,579.31	87.00	3,308.17	19.55
财务费用汇兑损益（万元）	-2,612.08			
汇兑损益占外销收入的比例	-4.84%			
项目	2021 年			
	美元	越南盾	马币	印度卢比
期初汇率（上期 12 月 31 日汇率）	6.5249	0.0002826	1.6173	0.000462
期末汇率（本期 12 月 31 日汇率）	6.3757	0.0002800	1.5266	0.000447
汇率波动率（期末汇率/期初汇率-1）	-2.29%	-0.92%	-5.61%	-3.25%
外销收入（万元）	42,333.04	145.64	7,035.25	-
财务费用汇兑损益（万元）	-572.23			
汇兑损益占外销收入的比例	-1.16%			
项目	2020 年			
	美元	越南盾	马币	印尼卢比
期初汇率（上期 12 月 31 日汇率）	6.9762	0.0003011	1.6986	0.000502
期末汇率（本期 12 月 31 日汇率）	6.5249	0.0002826	1.6173	0.000462
汇率波动率（期末汇率/期初汇率-1）	-6.47%	-6.14%	-4.79%	-7.97%
外销收入（万元）	42,041.98	-	7,731.53	57.65
财务费用汇兑损益（万元）	1,679.99			
汇兑损益占外销收入的比例	3.37%			

注：美元对人民币、马来西亚林吉特对人民币汇率取自国家外汇管理局；印尼卢比对人民币汇率取自中国银行外汇挂牌价；越南盾对人民币汇率取自中国外汇交易中心。

报告期内，公司的境外销售和采购主要通过美元进行结算，因此公司的汇兑损益与美元汇率变动有很强的相关性。2020 年上半年美元对人民币汇率小幅上升，下半年呈持续下降趋势，导致当期形成汇兑损失 1,679.99 万元；2021 年美元对人民币汇率升降交替，整体略有下降，导致当期形成汇兑收益 572.23 万元；2022 年美元对人民币汇率上升，当期形成汇兑收益 2,612.08 万元。2023 年 1-9 月美元兑人民币汇率上升，当期形成汇兑收益 884.06 万元。

报告期内，人民币中间价对美元情况如下：

注：数据来源于中国外汇管理局

公司进出口交易所产生的汇兑损益具体金额受到外销收入、采购的确认时点、外币款项结汇规模及结汇时点、不同时间段汇率变动幅度等多种因素影响，公司汇兑损益与公司外销收入、相关货币对人民币汇率变动趋势之间无严格匹配关系。

2、发行人应对汇率波动风险的具体措施及有效性

报告期内，为降低汇率波动给公司业绩带来的风险，公司主要采取了以下应对措施：

（1）针对外销应收款项，公司及时催促客户按期支付，减少期末外汇应收款项的余额；

（2）密切跟踪外汇波动情况，结合公司资金需求、客户回款情况等适时办理即期结汇，调整外币货币性资产的规模；

（3）设定外汇备用额度，在此基础上根据资金需求情况及时结汇、售汇，外汇头寸控制在合理范围内；

（4）不断健全、完善汇率波动价格传导机制，加强与客户的沟通协调，根据汇率波动情况及时调整产品售价。

综上所述，报告期内，针对汇率波动可能带来的不利影响，公司通过积极采取措施进行了有效应对。

二、说明对境外收入的具体核查程序及充分性、有效性

（一）核查程序

针对境外收入，我们主要执行以下核查程序：

1、对公司管理人员进行访谈，了解公司订单获取方式、公司收入增长的主要来源等情况。执行穿行测试，取得公司收入明细表，抽样检查与收入确认相关的支持性文件，抽取公司的合同或订单、销售出库单、销售发票、银行回单等原始单据，识别销售收入的确认时点是否准确和验证收入的真实性；

2、通过中国电子口岸报关系统取得的发行人报告期内的报关单明细，并与发行人境外销售收入进行比对，核查发行人境外收入与海关出口报关数据是否匹配性。

3、通过出口退税系统获取发行人出口退税明细，与发行人境外销售收入进行比对，境外销售收入与出口退税额数据差异主要系时间性差异所致。

4、报告期各期已函证外销收入金额、已函证外销收入金额占外销收入的比例情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-9 月	2022 年	2021 年	2020 年
外销收入金额①	38,734.26	53,994.04	49,513.94	49,831.16
发函金额②	35,345.51	51,143.05	46,855.72	47,342.90
发函金额占比③=②/①	91.25%	94.72%	94.63%	95.01%
回函确认金额④	34,562.55	49,796.93	45,939.50	47,100.10
回函金额占发函金额比例⑤=④/②	97.78%	97.37%	98.04%	99.49%
执行替代测试金额⑥	782.95	1,346.11	916.23	242.79
执行替代测试金额占发函金额比例⑦=⑥/②	2.22%	2.63%	1.96%	0.51%
回函及执行替代测试合计比例⑧=⑤+⑦	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

5、检查境外客户报告期各期末应收账款期后回款情况，具体情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 9 月 30 日	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
应收账款账面余额	19,457.77	12,667.80	17,093.77	15,279.69
期后回款	5,713.79	12,666.27	17,093.77	15,279.69
回款比例	**29.37%**	**99.99%**	**100.00%**	**100.00%**

注：上述应收账款期后回款的截止日为 2023 年 10 月 31 日。

6、执行外销客户访谈程序，对报告期内外销主要客户进行走访，对业务开展背景、销售真实性及合理性进行确认。具体核查情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-9 月	2022 年	2021 年	2020 年
外销收入金额①	38,734.26	53,994.04	49,513.94	49,831.16
访谈核查金额②	33,298.40	48,157.24	44,877.74	46,416.02
访谈比例③=②/①	85.97%	89.19%	90.64%	93.15%

7、针对主要境外客户，获取公司主要客户的年度报告等公开信息披露信息、官方网站信息等资料，详细了解主要外销客户的公司背景资料，了解并分析其主营业务及与发行人交易的背景，核实交易真实性。

（二）核查结论

经核查，我们认为，公司境外收入的核查程序充分、核查结论有效。

三、会计师核查程序及核查意见

（一）核查程序

针对上述事项，我们主要执行了以下核查程序：

1、获取发行人报告期各期的境外销售明细，了解各外销国家和地区的交易规模情况及主要外销客户情况；

2、访谈发行人销售部门及财务部门负责人，了解发行人报告期内的境外销售业务开展情况及主要外销模式；

3、查阅同行业可比公司公开披露信息，结合发行人下游客户结构，了解并分析发行人比同行业可比公司外销收入占比较高原因及合理性；

4、访谈发行人主要外销客户，并查阅发行人与主要外销客户的购销协议或订单，了解报告期内主要外销客户的销售方式是否发生变更；

5、获取发行人报告期各期末的外销订单情况，了解公司外销在手订单增长情况；

6、查阅公开市场资料、行业分析报告、国家相关产业政策等，并对公司管理层进行访谈，了解主要出口地区贸易政策、消费环境的变化及对发行人外销业务的影响，分析外销收入未来变动趋势；

7、查阅发行人报告期各期的境外销售明细，访谈发行人销售部门及财务部门负责人，了解发行人报告期各期向不同国家销售产品的型号、销售收入、销售单价、销售毛利率及主要终端客户等情况，分析相关差异的合理性；

8、查阅发行人报告期各期的销售明细，了解发行人报告期各期影响内外销业务毛利率的因素；

9、访谈发行人销售部门及财务部门负责人，了解内外销产品定价机制、销售模式差异及运费承担情况，了解并分析内外销业务毛利率差异及合理性；

10、登录发行人中国电子口岸系统账号，查阅报告期内海关报关出口数据及出口退税数据，结合发行人境外销售明细，分析境外销售收入与海关数据的匹配；通过中国电子口岸报关系统取得的发行人报告期所有报关单明细，与发行人境外销售收入进行比对；通过出口退税系统获取发行人出口退税明细，与发行人境外销售收入进行比对，了解发行人投保中信保情况；

11、核查境外销售业务与物流单、装箱单、提货单等相关单据的匹配情况，获取发行人外销回款明细，核查发行人是否通过关联方、第三方代收货款以及相关数据与外销收入的匹配性；

12、查询汇率波动情况，分析公司出口业务规模与汇率波动情况的匹配性；访谈发行人管理层，了解公司应对汇率波动的相关措施。

（二）核查结论

经核查，我们认为：

1、公司外销比例明显高于同行业可比公司主要系发行人与同行业可比公司的客户结构不同，公司主要下游客户位于保税区或者东南亚，客户地理分布与同行业可比公司存在一定差异，公司外销收入占比较高具有合理性；2、报告期内，公司对主要境外客户的销售方式未发生变更；

2、报告期内，随着外销收入稳定增长，公司不断加快境外布局，进一步提高了对境外主要客户的交付能力及自身的行业竞争力。公司外销产品主要应用于消费电子、小家电和电子烟等行业，随着全球消费的复苏，公司境外产能的提高，预计外销收入将持续增长；

3、报告期各期，公司对各主要外销国家和地区的产品销售单价及毛利率之间存在一定的差异。公司对各主要外销国家和地区的产品销售单价及毛利率之间

存在一定的差异主要系公司向不同国家和地区销售产品的规格型号、各类型产品占比不同等因素造成；报告期各期，公司内外销的产品类型、定价机制、销售模式基本一致，而运费承担情况存有差异。由于运费占比成本的比重相对较小，该差异不构成内外销毛利率差异的主要因素；报告期内公司内外销毛利率的差异主要是由于客户结构差异导致，具有合理性；

4、发行人境外销售收入与海关出口数据和出口退税数据的差异具备合理性；公司境外销售收入与物流运输记录及运费情况匹配；发行人整体回款情况较好，境外销售回款与境外销售收入相匹配；除 HPHL 代收少量款项（已全部结清）外，公司不存在通过关联方、第三方代收货款的情形；发行人境外销售收入真实准确；

5、公司进出口交易所产生的汇兑损益具体金额受到外销收入、采购的确认时点、外币款项结汇规模及结汇时点、不同时间段汇率变动幅度等多种因素影响，公司汇兑损益与公司外销收入、相关货币对人民币汇率变动趋势之间无严格匹配关系；针对汇率波动可能带来的不利影响，公司通过积极采取措施进行了有效应对。

问题 11.关于营业成本和供应商

申报材料显示：

（1）主要产品的成本结构中，彩盒的直接材料占比总体高于说明书，直接人工和制造费用占比总体低于说明书；主要原材料中白板纸、白卡纸、纸板采购单价波动较大。

（2）报告期各期采购内容中存在外购成品，采购成品主要为彩盒及说明书。

（3）报告期内发行人向前五大供应商采购占比分别为 30.66%、27.20%、23.43%，前五大供应商中存在贸易商。

（4）报告期内，发行人委托加工费占营业成本的比例为 3.08%、2.76%、2.19%。

（5）报告期内，发行人存在对供应商的境内采购在境外支付的情形。

请发行人：

（1）结合生产工序差异、对原材料消耗配比等说明彩盒与说明书成本构成差异较大的原因及合理性，制造费用的分摊依据及准确性。

（2）结合公开市场报价、向不同供应商采购同类原材料的价格等，说明报告期主要原材料采购单价变动的原因，采购价格的公允性。

（3）说明报告期内采购彩盒及说明书并销售的金额及占比，相关资金流、货物流情况，客户未直接向上游供应商采购的原因及合理性，发行人对相关收入成本的会计处理过程及依据。

（4）说明各期前十大供应商的基本情况、选择标准及程序、合作历史、定价政策、采购价格公允性等，相关供应商变动的原因及合理性，发行人采购占其销售规模的比例，是否存在成立时间较短或规模较小即成为主要供应商的情形，相关供应商及其关联方与发行人及其关联方是否存在关联关系或潜在关联关系、其他利益安排；如为贸易商的，说明终端供应商基本情况，通过贸易商采购的原因及必要性。

（5）说明主要外协厂商的基本情况、是否具备生产经营必备资质，发行人采购占其同类业务规模比例；各期外协加工工序的平均采购单价及波动原因，结合市场报价、同一工序不同外协厂商的采购单价分析采购价格的公允性；外协加工的质量控制措施，是否存在将核心工序或关键工序交由外协厂商完成的情形。

（6）说明对供应商的境内采购在境外支付的具体情况、背景和原因、是否符合外汇管理相关规定、是否与相关方存在利益安排。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，说明对营业成本真实性、准确性和完整性的核查方法、核查过程、核查比例及核查结论，是否存在第三方为发行人承担成本费用情形；对供应商及相应采购采取的核查方式、核查比例和核查结论。请发行人律师对事项（6）发表明确意见。

回复：

一、发行人说明

（一）结合生产工序差异、对原材料消耗配比等说明彩盒与说明书成本构成差异较大的原因及合理性，制造费用的分摊依据及准确性。

1、主要产品的成本结构、工序情况、原材料消耗配比情况

（1）主要产品的成本结构

报告期内，公司彩盒、说明书的成本结构如下

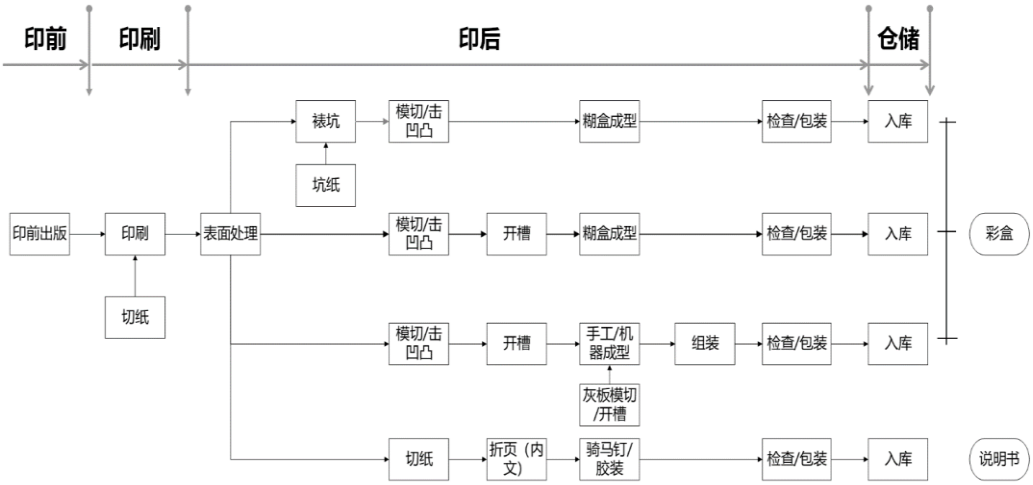
单位：万元

产品	成本类别	2023 年 1-9 月		2022 年		2021 年		2020 年	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
彩盒	直接材料	24,304.92	61.24%	31,608.88	64.56%	31,665.26	68.19%	23,157.06	68.78%
	直接人工	5,836.43	14.70%	7,087.57	14.48%	6,400.43	13.78%	3,663.42	10.88%
	制造费用	9,549.06	24.06%	10,266.52	20.97%	8,372.39	18.03%	6,848.48	20.34%
	小计	**39,690.41**	**100.00%**	**48,962.97**	**100.00%**	**46,438.07**	**100.00%**	**33,668.95**	**100.00%**
说明书	直接材料	2,464.88	52.80%	3,861.34	50.90%	3,612.46	52.17%	3,305.68	53.56%
	直接人工	806.90	17.28%	1,436.33	18.93%	1,247.45	18.02%	1,089.37	17.65%
	制造费用	1,396.66	29.92%	2,288.28	30.16%	2,063.92	29.81%	1,777.30	28.79%
	小计	**4,668.45**	**100.00%**	**7,585.94**	**100.00%**	**6,923.83**	**100.00%**	**6,172.35**	**100.00%**

报告期各期，公司主营业务成本主要包括直接材料、直接人工和制造费用，公司报告期各期同类产品营业成本中，直接材料、直接人工和制造费用的占比变动幅度较小。受到不同产品的原材料消耗配比不同等影响，不同产品的营业成本构成略有差异。

（2）生产工序差异

公司彩盒及说明书的主要生产工序如下；



如上图所示，彩盒和说明书的生产工艺差异主要体现在印后工序上，彩盒、说明书经过印刷后，彩盒需要经过模切、开槽、成型等工序，而说明书则需要切纸、折页、胶装等工序；上述印后工序尽管存在差异，但总体工序的难易程度相当。

（3）彩盒、说明书对原材料的消耗比

公司彩盒生产主要消耗白板纸、白卡纸、坑纸等，而说明书生产主要使用书纸等，报告期内彩盒、说明书对上述主要原材料的消耗比情况如下：

单位：g/个

项目	主要原材料	2023 年 1-9 月	2022 年	2021 年	2020 年
		单耗	单耗	单耗	单耗
彩盒	白板纸、白卡纸、坑纸	124.81	105.01	111.45	113.75
说明书	书纸	14.07	11.94	15.93	16.69
平均合计		**83.54**	**56.66**	**63.80**	**61.39**

注：单耗=实际领用的材料数量/对应产品完工产量。

由上表可知，报告期各期，彩盒的生产过程中对主要纸品的单耗明显高于说明书，报告期各期，彩盒、说明书生产单耗有波动主要原因系发行人各期产品销售结构不同，发行人向下游客户提供定制化产品，不同型号产品之间单耗差异较大。

由上述可知，彩盒、说明书的生产工艺不存在再重大差异，在生产工艺、工序耗时基本相当的前提下，由于彩盒的生产过程中对主要纸品的单耗较高，导致彩盒成本结构中，直接材料占比相对较高，彩盒、说明书对主要原材料的消耗比差异导致其成本结构存在一定的差异。

综上所述，彩盒与说明书成本结构存在一定的差异具有合理性。

2、制造费用的分摊依据及准确性

公司按主要产品品种划分成本中心，对于辅助生产车间产生的制造费用，以其为各成本中心服务的工时占比为基础，将辅助车间产生的制造费用分摊至各成本中心。各成本中心发生制造费用按照成本中心进行归集。每月末公司根据成本中心各类产成品当月生产实际工时占该成本中心实际总工时的比例分配相应的制造费用。

综上所述，公司根据各类产成品生产工时分摊制造费用，分摊依据具有准确性及合理性。

（二）结合公开市场报价、向不同供应商采购同类原材料的价格等，说明报告期主要原材料采购单价变动的原因，采购价格的公允性。

报告期各期，公司原材料的采购额情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-9 月		2022 年		2021 年		2020 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
纸板	4,523.75	28.54%	5,206.62	26.37%	4,221.14	21.14%	2,502.32	19.07%

项目	2023 年 1-9 月		2022 年		2021 年		2020 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
白卡纸	3,191.81	20.14%	4,741.91	24.02%	5,845.49	29.28%	4,148.00	31.62%
白板纸	2,738.62	17.28%	3,581.64	18.14%	3,253.77	16.30%	2,082.99	15.88%
书纸	669.67	4.23%	1,744.68	8.84%	1,930.46	9.67%	682.51	5.20%
特种纸	1,995.65	12.59%	1,113.42	5.64%	1,543.02	7.73%	1,127.02	8.59%
其他纸张	2,729.70	17.22%	3,355.29	16.99%	3,171.63	15.89%	2,575.98	19.64%
合 计	**15,849.20**	**100.00%**	**19,743.57**	**100.00%**	**19,965.51**	**100.00%**	**13,118.81**	**100.00%**

由上表可知，报告期内公司所采购的主要原材料为各类纸张，并以白卡纸、白板纸、纸板为主，报告期各期，公司白卡纸、白板纸、纸板采购金额合计占公司原材料的采购总额的比例分别为 66.57%、66.72%、68.53%和 65.96%。

1、白卡纸

（1）采购单价变动情况及与市场公开报价的比较情况

报告期各期，公司白卡纸采购单价情况如下所示：

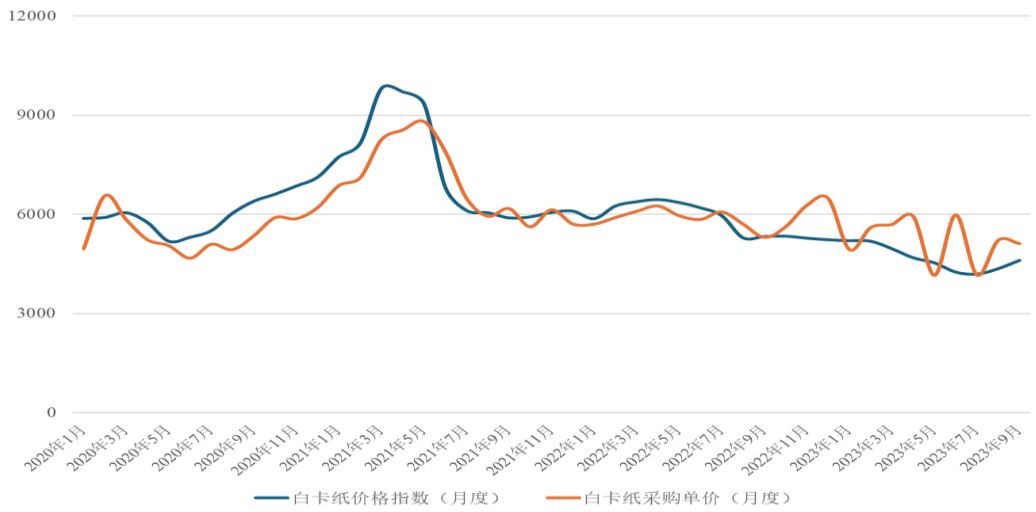
单位：元/吨

物料名称	2023 年 1-9 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度
	单价	变动	单价	变动	单价	变动	单价
白卡纸	5,290.91	-10.76%	5,929.12	-15.41%	7,009.65	28.77%	5,443.53

白卡纸系大宗原材料，公司白卡纸采购价格主要受采购规模以及白卡纸市场行情波动影响，而白卡纸市场价格受到其原材料木浆价格、白卡纸下游需求变化影响。报告期内，发行人采购的白卡纸可分为高档白卡纸和中低档白卡纸，其中，高档白卡纸的表面平滑度较好，耐折度、挺度、强度较高，色相稳定，印刷效果较优，其所需的工艺和原材料要求高于中低档白卡纸，市场价格相对较高。

报告期内，公司白卡纸采购单价与市场价格指数走势比较如下图所示：

单位：元/吨



注 1：白卡纸商品参考价，取自白卡纸商品国内主流市场（或企业）的平均价格或代表价格，用以参考国内市场主流价格趋势；取自规格牌号：250-400g；取自市场：河南市场、天津市场、广东市场、山东市场、江浙沪市场； 卓创运算数据生成时间为日内 13：00~18：00，以 18:00 生成的数据为准。更新周期：国家法定工作日；

注 2：数据来源：卓创资讯。

上图中的白卡纸市场价格指数因其本身系多种规格白卡纸合并而成，其价格指数与发行人实际采购的价格存在一定差异。由上图可知，报告期内，发行人白卡纸采购价格与行业价格指数基本可比，且波动趋势基本一致，无异常情况。2023 年 1-9 月，公司根据客户需求在 3 月、4 月、6 月、8 月等月份向供应商 STORA ENSO OYJ （以下简称“Enso”）采购了一定规模的高端白卡纸，该类高端白卡纸价格显著高于境内同类产品，致使 2023 年 1-9 月公司采购白卡纸的价格较行业价格指数在上述月份存在一定差异。

（2）向不同供应商采购价格的比较情况

报告期各期，发行人向前五大白卡纸供应商采购白卡纸的金额、采购占比及平均采购单价情况如下：

单位：万元、元/吨

2023 年 1-9 月					
序号	**供应商**	**采购金额**	**采购占比**	**平均单价**	**差异率**
1	Enso	802.50	25.14%	8,889.01	68.01%
2	东莞市海华纸业有限公司及其关联方	563.81	17.66%	4,094.82	-22.61%
3	上海合和纸业有限公司	450.44	14.11%	6,386.75	20.71%
4	昆山市百木林纸业有限公司	430.29	13.48%	4,241.75	-19.83%
5	苏州鑫爱纸业有限公司	321.12	10.06%	4,208.57	-20.46%
合计		**2,568.16**	**80.46%**	-	-
2022 年度					
序号	**供应商**	**采购金额**	**采购占比**	**平均单价**	**差异率**
1	东莞市海华纸业有限公司及其关联方	878.81	18.53%	5,239.29	-11.63%
2	上海合和纸业有限公司	670.43	14.14%	6,478.76	9.27%
3	昆山市百木林纸业有限公司	639.01	13.48%	5,330.13	-10.10%
4	Enso	606.96	12.80%	8,491.69	43.22%
5	苏州鑫爱纸业有限公司	469.67	9.90%	5,359.92	-9.60%
合计		**3,264.88**	**68.85%**	-	-

2021 年度					
序号	供应商	采购金额	采购占比	平均单价	差异率
1	东莞市海华纸业有限公司及其关联方	1,252.78	21.43%	6,694.59	-4.49%
2	昆山市百木林纸业有限公司	968.46	16.57%	6,612.60	-5.66%
3	上海合和纸业有限公司	930.95	15.93%	7,729.96	10.28%
4	Enso	678.29	11.60%	7,920.80	13.00%
5	苏州鑫爱纸业有限公司	352.54	6.03%	7,046.94	0.53%
合计		**4,183.02**	**71.56%**	-	-
2020 年度					
序号	供应商	采购金额	采购占比	平均单价	差异率
1	无锡市亿发纸业有限公司	615.97	14.85%	5,313.58	-2.39%
2	东莞市海华纸业有限公司及其关联方	495.90	11.96%	5,237.55	-3.78%
3	东莞市诚昌纸业有限公司	443.61	10.69%	5,166.01	-5.10%
4	苏州鑫爱纸业有限公司	443.49	10.69%	5,347.32	-1.77%
5	昆山市百木林纸业有限公司	350.54	8.45%	5,456.07	0.23%
合计		**2,349.50**	**56.64%**	-	-

注 1：差异率=（平均采购单价—发行人同期白卡纸采购总体平均单价）/ 发行人同期白卡纸采购总体平均单价；

注 2：同一控制下公司已按合并口径披露。

注 3：东莞市海华纸业有限公司及其关联方包括东莞市海华纸业有限公司、罗定市华信纸业有限公司，下同。

报告期内，发行人向不同主要供应商采购白卡纸的价格存在差异主要系采购的白卡纸产品型号有所差异所致。

1）发行人向 Enso 及上海合和纸业有限公司采购白卡纸价格较高的原因

由上表可知，自 2021 年以来，发行人向 Enso 采购的白卡纸的价格明显高于其他主要供应商及行人同期白卡纸采购总体平均单价，其主要原因系发行人向 Enso 采购的产品为 Ensocoat 恩索涂布白卡纸，系高档白卡纸型号，市场价格较高；2023 年 1-9 月，发行人向上海合和纸业有限公司采购的白卡纸的价格明显高于发行人同期白卡纸采购总体平均单价，其主要原因系为发行人向上海合和纸业有限公司当期采购的主要系德旺系列白卡纸，系高档白卡纸，市场价格较高。

报告期各期，发行人向 Enso 采购 Ensocoat 恩索涂布白卡纸以及向上海合和纸业有限公司采购德旺系列白卡纸的用途、金额和平均采购单价情况如下：

单位：万元、元/吨

时间	供应商	白卡纸品类	用途	采购金额	采购占比	平均采购单价	差异率
2020 年度	Enso	Ensocoat 恩索涂布白卡纸	MP 系列产品	347.25	8.37%	8,500.36	56.16%
2021 年度				678.29	11.60%	7,920.80	13.00%
2022 年度				606.96	12.80%	8,491.69	43.22%
2023 年 1-9 月				802.50	25.14%	8,889.01	68.01%
2020 年度	上海合和纸业有限公司	德旺系列白卡纸	小米系列产品	84.15	2.03%	6,017.70	10.55%
2021 年度				930.95	15.93%	7,729.96	10.28%
2022 年度				670.43	14.14%	6,478.76	9.27%
2023 年 1-9 月				450.44	14.11%	6,386.75	20.71%

注：差异率=（平均采购单价—发行人同期白卡纸采购总体平均单价）/发行人同期白卡纸采购总体平均单价。

由上表可知，发行人向 Enso 和上海合和纸业有限公司各期采购高端型号白卡纸的比例较高，且采购价格明显高于发行人同期白卡纸采购总体平均单价。

2）发行人向其他各期五大白卡纸供应商采购价格公允性分析

2020 年度及 2021 年度，除 Enso 和上海合和纸业有限公司外，发行人向其他前五大供应商昆山市百木林纸业有限公司、东莞市海华纸业有限公司及其关联方、苏州鑫爱纸业有限公司等公司平均采购单价与发行人同期白卡纸采购总体平均单价不存在重大差异。

2022 年度及 2023 年 1-9 月，除 Enso 和上海合和纸业有限公司外，发行人对其他前五大供应商昆山市百木林纸业有限公司，苏州鑫爱纸业有限公司及东莞市海华纸业有限公司及其关联方白卡纸的平均采购单价之间不存在重大差异，但明显低于与发行人同期白卡纸采购总体平均单价，其主要原因系发行人于 2022 年度及 2023 年 1-9 月向前五大白卡纸供应商中 Enso 和上海合和纸业有限公司采购了较大规模的高端 Ensocoat 恩索涂布白卡纸及德旺系列白卡纸，对当期发行人白卡纸采购总体平均单价水平影响较大所致，具体情况如下：

单位：元/吨

时间	发行人白卡纸总体平均采购单价①	发行人白卡纸总体平均采购单价（不含向 Enso 和上海合和纸业有限公司的白卡纸采购）②
2022 年度	5,929.12	5,544.93
2023 年 1-9 月	5,290.91	4,382.06

剔除发行人向 Enso 和上海合和纸业有限公司采购的高端白卡纸的影响，发行人对其他前五大供应商昆山市百木林纸业有限公司，苏州鑫爱纸业有限公司及东莞市海华纸业有限公司及其关联方采购白卡纸的价格与发行人同期白卡纸采购总体平均价格相比，不存在较大差异，具体分析如下：

单位：元/吨

时间	项目	东莞市海华纸业有限公司及其关联方	昆山市百木林纸业有限公司	苏州鑫爱纸业有限公司
2022 年度	白卡纸平均采购单价①	5,239.29	5,330.13	5,359.92
	发行人白卡纸总体平均采购单价（不含向 Enso 和上海合和纸业有限公司的白卡纸采购）②	5,544.93		
	差异率③=（①-②）/②	-5.51%	-3.87%	-3.34%
2023 年 1-9 月	白卡纸平均采购单价①	4,094.82	4,241.75	4,208.57
	发行人白卡纸总体平均采购单价（不含向 Enso 和上海合和纸业有限公司的白卡纸采购）②	4,382.06		
	差异率③=（①-②）/②	**-6.55%**	**-3.20%**	**-3.96%**

综上所述，报告期内，发行人白卡纸采购价格总体波动趋势与行业价格指数基本可比，且波动趋势基本一致。报告期各期，除少数供应商由于部分型号产品类型采购单价较高外，发行人向不同主要供应商采购白卡纸的价格不存在重大差异，因此，发行人白卡纸采购价格具备公允性。

2、纸板

（1）采购单价变动情况及与市场公开报价的比较情况

报告期各期，公司纸板采购单价情况如下所示：

单位：元/张

物料名称	2023 年 1-9 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度
	单价	变动	单价	变动	单价	变动	单价
纸板	1.44	4.35%	1.38	11.54%	1.24	17.01%	1.06

公司采购的纸板产品属于定制化产品，非大宗原材料。报告期内，发行人根据产品生产的需求向纸板采购供应商定制化的相关型号纸板。不同型号的纸板因其所用原纸克重、原纸品牌、原纸等级、层数、坑型等因素的影响，价格有较为明显的差异，不具有可比公开的市场价格。发行人结合需定制的纸板预估的生产成本，与供应商协商后确定采购价格。

报告期内，发行人采购的纸板平均单价呈上升趋势，主要原因系纸板原料价格波动和发行人采购的纸板产品规格变动所致。2021 年度，受原材料市场价格大幅上涨的影响，发行人纸板采购价格同比亦出现较大幅度的增长；2022 年度及 2023 年 1-9 月，发行人纸板采购价格持续增长，主要原因系发行人根据下游客户对产品性能的需求，提高了对原纸克重较高、等级较优的单价较高的高性能纸板的采购比例，致使总体纸板采购平均价格有所上升。

（2）向不同供应商采购价格的比较情况

报告期各期，发行人向前五大纸板供应商采购纸板产品的金额、采购占比及平均采购单价情况如下：

单位：万元、元/张

2023 年 1-9 月				
序号	**供应商**	**采购金额**	**采购占比**	**采购单价**
1	苏州华佳纸制品有限公司	822.31	18.18%	1.42
2	PT.ACCORD MANDIRI BATAM 及其子公司	606.37	13.40%	2.70
3	Far East Packaging Industrial (Johor) Sdn Bhd	392.38	8.67%	2.77
4	昆山力鸣纸业有限公司	346.79	7.67%	1.52
5	东莞市横通纸品有限公司	289.83	6.41%	1.76
合计		**2,457.67**	**54.33%**	-
2022 年度				
序号	**供应商**	**采购金额**	**采购占比**	**采购单价**
1	昆山万晟威纸业包装有限公司	838.77	16.11%	1.40
2	山鹰国际控股股份公司及其子公司	682.21	13.10%	2.02
3	昆山力鸣纸业有限公司	594.44	11.42%	1.38
4	东莞市全泰纸品有限公司	387.76	7.45%	0.88
5	苏州市恒顺纸塑有限公司	320.73	6.16%	1.77
合计		**2,823.90**	**54.24%**	-
2021 年度				
序号	**供应商**	**采购金额**	**采购占比**	**采购单价**
1	昆山万晟威纸业包装有限公司	1,299.48	31.00%	1.45
2	昆山力鸣纸业有限公司	853.77	20.37%	1.34
3	东莞市全泰纸品有限公司	651.37	15.54%	0.88
4	苏州市恒顺纸塑有限公司	310.55	7.41%	1.12
5	东莞华冠纸业有限公司	303.64	7.24%	1.09
合计		**3,418.81**	**81.56%**	-

2020 年度				
序号	供应商	采购金额	采购占比	采购单价
1	昆山万晟威纸业包装有限公司	846.25	33.82%	1.18
2	东莞市全泰纸品有限公司	428.61	17.13%	1.02
3	东莞华冠纸业有限公司	408.43	16.32%	1.14
4	东莞市顺丰纸品制造有限公司	278.04	11.11%	0.86
5	苏州市恒顺纸塑有限公司	177.72	7.10%	0.73
合计		**2,139.04**	**85.48%**	-

注：同一控制下公司已按合并口径披露。

如前所述，发行人通常根据产品生产的需求不同向供应商定制不同型号的纸板，各纸板供应商的平均采购单价会受到向其采购的纸板型号差异的影响，故不同供应商之间平均采购单价有所差异。

报告期各期，发行人存在对同一型号纸板向多家供应商采购中金额前十大型号纸板的平均采购单价对比情况如下：

单位：元/张

序号	物料号	供应商	平均采购单价			
			2023 年 1-9 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
1	3.01.000199.050	昆山万晟威纸业包装有限公司	-	2.16	2.11	1.92
		昆山力鸣纸业有限公司	-	2.13	2.09	-
		无锡亚光印刷有限公司	-	2.23	-	-
		苏州华佳纸制品有限公司	-	2.20	-	-
		苏州市隆祥纸业包装有限公司	-	2.11	-	-
2	3.01.000199.051	昆山万晟威纸业包装有限公司	-	1.40	1.38	1.24
		昆山力鸣纸业有限公司	-	1.41	1.36	-
		无锡亚光印刷有限公司	-	1.40	-	-
		上海秦大纸制品有限公司	-	-	-	1.24
		苏州华佳纸制品有限公司	-	1.46	-	-
		苏州市隆祥纸业包装有限公司	-	1.38	-	-
3	3.01.000199.061	昆山力鸣纸业有限公司	1.80	1.95	-	-
		苏州华佳纸制品有限公司	1.79	2.01	-	-
		苏州市隆祥纸业包装有限公司	1.89	1.99	-	-
		昆山万晟威纸业包装有限公司	1.79	1.95	-	-
		昆山鸣朋纸业有限公司	1.76	-	-	-

序号	物料号	供应商	平均采购单价			
			2023 年 1-9 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
4	3.01.000199.062	昆山万晟威纸业包装有限公司	1.21	1.28	-	-
		昆山力鸣纸业有限公司	1.23	1.30	-	-
		苏州华佳纸制品有限公司	1.14	1.36	-	-
		苏州市隆祥纸业包装有限公司	1.19	1.30	-	-
5	3.01.000242.015	东莞华冠纸业有限公司	1.15	1.37	1.37	1.18
		东莞市全泰纸品有限公司	1.36	-	-	-
6	3.01.000205.125	东莞市全泰纸品有限公司	0.59	0.72	0.72	0.66
		东莞市协泰纸品有限公司	0.66	0.66	-	-
		东莞市顺丰纸品制造有限公司	0.60	-	-	0.66
		东莞华冠纸业有限公司	-	-	-	0.76
		东莞市横通纸品有限公司	-	-	-	0.77
7	3.01.000279.021	东莞市全泰纸品有限公司	-	1.99	2.01	1.86
		东莞华冠纸业有限公司	-	-	-	1.92
		东莞市佳宽纸制品有限公司	-	-	-	1.76
		东莞市顺丰纸品制造有限公司	-	-	-	1.97
8	3.01.000267.002	苏州市恒顺纸塑有限公司	-	1.28	1.49	1.45
		山鹰国际控股股份公司及其子公司	-	1.34	1.42	-
		昆山鸣朋纸业有限公司	-	1.24	-	-
9	3.01.000267.010	山鹰国际控股股份公司及其子公司	-	3.31	3.54	-
		昆山鸣朋纸业有限公司	-	3.07	-	-
		昆山万晟威纸业包装有限公司	-	4.10	-	-
		苏州市恒顺纸塑有限公司	-	3.28	3.24	-
10	3.01.000131	Far East Packaging Industrial (Johor) Sdn Bhd	3.32	3.57	-	-
		UNITED KOTAK BERHAD	-	-	3.50	-

注：同一控制下公司已按合并口径披露。

如上表所示，对同一型号的纸板产品，发行人向不同供应商之间的采购价格不存在重大差异。

综上所述，发行人采购的纸板属于定制化产品，不具有可比公开的市场价格。发行人结合需定制的纸板预估的生产成本，与供应商协商后确定采购价格，定价政策具备合理性；不同型号纸板因其所用原纸克重、原纸品牌、原纸等级、层数、

坑型的不同，市场价格有较明显差异。对同一型号的纸板，发行人向不同供应商之间的采购价格不存在重大差异，具备合理性。因此，发行人纸板采购价格具备公允性。

3、白板纸

（1）采购单价变动情况及与市场公开报价的比较情况

报告期各期，公司白板纸采购单价情况如下所示：

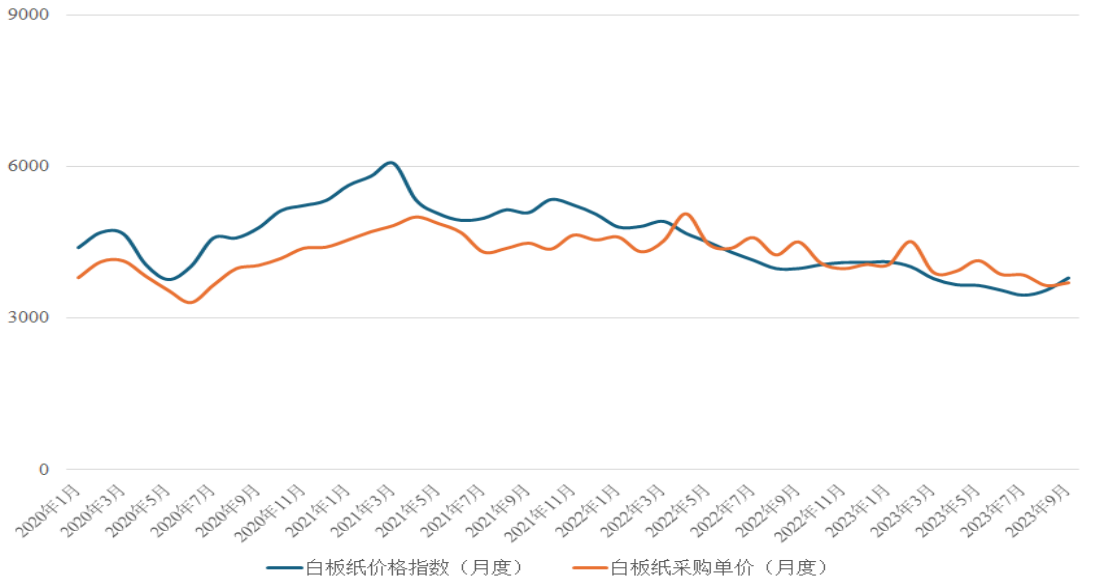
单位：元/吨

物料名称	2023 年 1-9 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度
	单价	变动	单价	变动	单价	变动	单价
白板纸	3,899.26	-12.56%	4,459.43	-3.04%	4,599.16	17.68%	3,908.27

白板纸系大宗原材料，公司白板纸采购单价主要受采购规模以及白板纸市场行情波动影响，而白板纸市场价格受到其原材料木浆价格、白板纸下游需求变化影响。

报告期内，公司白板纸采购单价与市场价格指数走势比较如下图所示：

单位：元/吨



注 1：白板纸商品参考价，取自白板纸商品国内主流市场（或企业）的平均价格或代表价格，用以参考国内市场主流价格趋势；取自规格牌号：A 级 250g；取自市场：华北市场、西南市场、华南市场、华东市场；卓创运算数据生成时间为日内 13：00-18：00，以 18：00 生成的数据为准。更新周期：国家法定工作日；

注 2：数据来源：卓创资讯。

由上图可知，报告期内，发行人白板纸采购价格与行业价格指数基本可比，且波动趋势基本一致，无异常情况。

（2）向不同供应商采购价格的比较情况

报告期各期，发行人向前五大白板纸供应商采购纸板产品的金额、采购占比及平均采购单价情况如下：

单位：万元、元/吨

2023 年 1-9 月					
排名	**供应商**	**采购金额**	**采购占比**	**平均单价**	**差异率**
1	东莞市宗兴纸业有限公司	1,250.32	45.66%	3,499.85	-10.24%
2	Evergreen Paper (M) Sdn Bhd	915.01	33.41%	4,490.21	15.16%
3	东莞市海华纸业有限公司及其关联方	187.02	6.83%	3,955.92	1.45%
4	Fong Yee Printers Sdn Bhd	88.17	3.22%	4,395.43	12.72%
5	苏州鑫爱纸业有限公司	77.37	2.83%	3,454.52	-11.41%
合计		**2,517.90**	**91.94%**	-	-
2022 年度					
排名	**供应商**	**采购金额**	**采购占比**	**平均单价**	**差异率**
1	东莞市宗兴纸业有限公司	1,991.29	55.60%	4,063.06	-8.89%
2	Evergreen Paper (M) Sdn Bhd	862.11	24.07%	5,592.63	25.41%
3	东莞市海华纸业有限公司及其关联方	440.31	12.29%	4,697.64	5.34%
4	苏州鑫爱纸业有限公司	87.43	2.44%	4,053.72	-9.10%
5	Fong Yee Printers Sdn Bhd	60.51	1.69%	5,100.58	14.38%
合计		**3,441.65**	**96.09%**	-	-
2021 年度					
排名	**供应商**	**采购金额**	**采购占比**	**平均单价**	**差异率**
1	联盛纸业（龙海）有限公司	2,572.44	79.06%	4,524.71	-1.62%
2	东莞市海华纸业有限公司及其关联方	492.59	15.14%	5,040.89	9.60%
3	东莞市诚昌纸业有限公司	88.77	2.73%	4,583.38	-0.34%
4	江阴华博纸业有限公司	44.56	1.37%	4,808.65	4.55%
5	成昌纸业（深圳）有限公司	22.24	0.68%	5,180.12	12.63%
合计		**3,220.61**	**98.98%**	-	-
2020 年度					
排名	**供应商**	**采购金额**	**采购占比**	**平均单价**	**差异率**
1	联盛纸业（龙海）有限公司	1,579.54	75.83%	3,839.06	-1.77%
2	东莞市海华纸业有限公司及其关联方	407.30	19.55%	4,150.49	6.20%
3	成昌纸业（深圳）有限公司	55.42	2.66%	4,311.48	10.32%
4	东莞市荣兴纸业有限公司	12.52	0.60%	3,674.45	-5.98%
5	东莞市宗兴纸业有限公司	11.46	0.55%	3,881.73	-0.68%
合计		**2,066.23**	**99.20%**	-	-

注：差异率=（平均采购单价—发行人同期白板纸采购总体平均单价）/ 发行人同期白板纸采购总体平均单价。

（1）发行人向 Evergreen Paper (M) Sdn Bhd 和 Fong Yee Printers SdnBhd 采购白卡纸价格较高的原因

由上表可知，2022 年度及 2023 年 1-9 月，发行人向 Evergreen Paper (M) Sdn Bhd 和 Fong Yee Printers SdnBhd 采购白板纸平均单价明显高于白板纸采购总体平均单价，主要原因系发行人马来西亚控股子公司 Printpack 所在当地未有符合条件的白卡纸生产厂商，Printpack 选择通过当地贸易商 Evergreen Paper (M) Sdn Bhd 和 Fong Yee Printers Sdn Bhd 采购马来西亚以外地区生产的白板纸，由于进口关税、运费等因素导致相关白板纸采购单价高于发行人白板纸采购总体平均单价，具备合理性。

2022 年度及 2023 年 1-9 月，Printpack 向贸易商 Evergreen Paper (M) Sdn Bhd 和 Fong Yee Printers SdnBhd 采购白板纸的金额和平均采购单价对比情况如下：

单位：万元、元/吨

时间	供应商	采购产品	采购金额	平均采购单价
2023 年 1-9 月	Evergreen Paper (M) Sdn Bhd	白板纸	915.01	4,490.21
	Fong Yee Printers SdnBhd		88.17	4,395.43
2022 年度	Evergreen Paper (M) Sdn Bhd		862.11	5,592.63
	Fong Yee Printers SdnBhd		60.51	5,100.58

如上表所示，2022 年度及 2023 年 1-9 月，Printpack 向 Evergreen Paper (M) Sdn Bhd 和 Fong Yee Printers Sdn Bhd 同期采购白板纸的平均单价不存在重大差异，无异常情况。

（2）发行人向其他各期五大白卡纸供应商采购价格公允性分析

2020 年度、2021 年度及 2022 年度，除 Evergreen Paper (M) Sdn Bhd 和 Fong Yee Printers Sdn Bhd 外，发行人向其他白板纸前五大供应商东莞市宗兴纸业有限公司、东莞市海华纸业有限公司及其关联方和联盛纸业（龙海）有限公司等公司平均采购单价与发行人同期白板纸采购总体平均单价不存在重大差异。

2023 年 1-9 月，受发行人向 Evergreen Paper (M) Sdn Bhd 和 Fong Yee Printers Sdn Bhd 采购白板纸单价较高对发行人当期白板纸采购总体平均单价的影响，发行人向其他主要供应商东莞市宗兴纸业有限公司、苏州鑫爱纸业有限公司和东莞

市海华纸业有限公司及其关联方平均采购单价低于发行人白板纸采购整体平均单价。剔除发行人向 Evergreen Paper (M) Sdn Bhd 和 Fong Yee Printers Sdn Bhd 采购白板纸的影响，2023 年 1-9 月，发行人对当期其他前五大白卡纸供应商的采购价格与发行人同期白卡纸采购总体平均价格相比，不存在较大差异，具体分析如下：

单位：元/吨

项目	东莞市宗兴纸业有限公司	苏州鑫爱纸业有限公司	东莞市海华纸业有限公司及其关联方
2023 年 1-9 月白卡纸平均采购单价①	3,499.85	3,454.52	3,955.92
2023 年 1-9 月发行人白卡纸总体平均采购单价（不含向 Evergreen Paper (M) Sdn Bhd 和 Fong Yee Printers Sdn Bhd 的白板纸采购）②			3,626.80
差异率③=（①-②）/②	**-3.50%**	**-4.75%**	**9.07%**

综上所述，报告期内，发行人白板纸采购价格总体波动趋势与行业价格指数基本可比，且波动趋势基本一致，除少数供应商外，发行人向不同供应商采购白板纸的价格不存在重大差异，发行人白板纸采购价格具备公允性。

三）说明报告期内采购彩盒及说明书并销售的金额及占比，相关资金流、货物流情况，客户未直接向上游供应商采购的原因及合理性，发行人对相关收入成本的会计处理过程及依据。

1、说明报告期内采购彩盒及说明书并销售的金额及占比，相关资金流、货物流情况

（1）销售外购彩盒及说明书金额及占比的情况

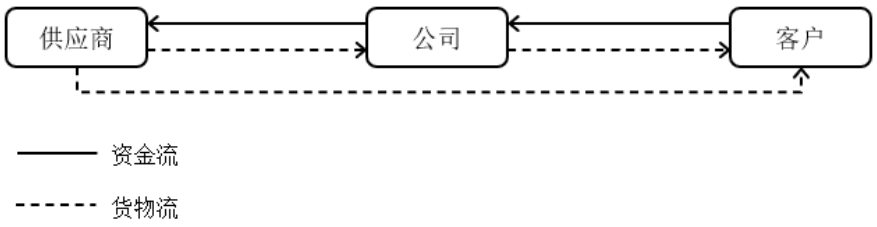
报告期各期，公司销售彩盒及说明书的金额及占比的情况如下所示：

单位：万元

项目	2023 年 1-9 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	销售金额	占收入总额比例	销售金额	占收入总额比例	销售金额	占收入总额比例	销售金额	占收入总额比例
彩盒	2,231.14	2.80%	5,017.33	5.37%	5,581.89	6.41%	4,992.61	6.72%
说明书	939.51	1.18%	1,365.51	1.46%	1,191.16	1.37%	934.41	1.26%
合计	**3,170.65**	**3.97%**	**6,382.84**	**6.83%**	**6,773.05**	**7.78%**	**5,927.02**	**7.98%**

（2）资金流、货物流情况

报告期内，发行人销售外购彩盒及说明书相关资金流、货物流具体情况如下：



序号	项目	资金流或货物流内容
1	资金流	供应商按合同约定将相关产品交付至指定地点后，完成合同履约义务，公司根据约定向供应商支付采购款； 公司按合同约定将相关产品交付至指定地点后，完成合同履约义务，客户根据约定向公司支付销售款
2	货物流	供应商按公司要求，将相关产品交付至公司并由公司向下游客户完成交付；或供应商按公司要求直接交付至指定地点，向客户完成交付

2、客户未直接向上游供应商采购的原因及合理性

报告期内，发行人主要向 PT.ACCORD MANDIRI BATAM、PT GLOBAL、CPP 及 SMILE KYOSHIN PROPRINT CO., LTD 采购彩盒和说明书成品，并对外销售。报告期内，发行人向上述公司采购彩盒和说明书合计金额占发行人外购彩盒和说明书金额的比例为 82.25%。

（1）向 PT Global、CPP 采购

发行人向 PT GLOBAL 和 CPP 采购彩盒和说明书的原因及合理性详见本回复报告“问题 6.关于关联方与关联交易”之“（二）、说明关联交易的发生背景及原因，结合与同地区同类无关联第三方交易价格的对比情况，说明关联交易定价的公允性”之“（1）、发行人与 PT GLOBAL 关联交易”及“（2）、发行人与 CPP 关联交易”。

（2）向 SMILE KYOSHIN PROPRINT CO., LTD 采购

发行人向 SMILE KYOSHIN PROPRINT CO., LTD.采购成品的交易背景主要系发行人主要终端客户绿山基于生产经营安排，要求发行人在泰国、印度尼西亚等地区进行彩盒、说明书产品的交付。其中，应终端客户绿山要求，部分彩盒产品需由发行人在泰国完成交付，由于彩盒等产品的体积较大且单价较低，在国内

生产后采用国际海运的形式进行交付的相关单位运输成本较高，发行人在泰国当地亦无彩盒生产产能，综合考虑成本因素后，发行人向泰国当地彩盒生产厂商SMILE KYOSHIN PROPRINT CO., LTD.采购彩盒，再向下游客户完成交付。

（3）向 PT.ACCORD MANDIRI BATAM 采购

发行人向 PT.ACCORD MANDIRI BATAM 采购成品的交易背景主要系发行人主要终端客户绿山、必胜基于生产经营安排，要求发行人在印度尼西亚、泰国地区进行彩盒、说明书产品的交付。其中，应终端客户绿山、必胜要求，部分彩盒、说明书产品需由发行人在印度尼西亚完成交付，由于彩盒等产品的体积较大且单价较低，在国内生产后采用国际海运的形式进行交付的相关单位运输成本较高，且发行人在印度尼西亚当地无说明书成品生产产能，彩盒成品生产产能亦相对有限，综合考虑成本因素后，发行人向印度尼西亚当地彩盒生产厂商PT.ACCORD MANDIRI BATAM 采购部分彩盒、说明书成品，再向下游客户完成交付。

综上所述，客户未直接向上游供应商采购具备合理性。

3、发行人对相关收入成本的会计处理过程及依据

针对公司采购彩盒及说明书并销售的情况，相关收入成本的会计处理过程如下：

（1）采购阶段

供应商根据公司下达的采购订单，将相关产品运输至公司指定地点，并经客户确认时，公司确认相关采购，具体分录如下：

借：库存商品

借：应交税费-增值税-进项税（如有）

贷：应付账款

同时，确认发出商品

借：发出商品

贷：库存商品

（2）付款阶段

公司根据与供应商协议的信用期进行付款

借：应付账款

贷：银行存款

（3）销售阶段

公司与下游客户对账，确认收入时

借：应收账款

贷：主营业务收入

贷：应交税费-增值税-销项税

同时结转相关成本

借：主营业务成本

贷：发出商品

在上述交易的过程中，公司需承担向客户转让商品的主要责任。因产品问题引起的赔偿责任由公司承担，包括不限于律师费、诉讼费、赔偿款、违约金，当客户退货时，该商品所有权仍属于企业。因此公司承担向客户转让商品的主要责任。

公司承担商品的主要存货风险。商品的存货风险主要包括公允价值变动、滞销积压、品质瑕疵、实物毁损灭失等风险。在对外销售的过程中，因公司产品问题引起的赔偿责任由公司承担，包括不限于律师费、诉讼费、赔偿款、违约金，公司承担商品的公允价值变动、滞销积压、品质瑕疵风险。

公司有权自主决定商品销售价格，对于不同的客户，公司有权决定给予不同的报价，可以根据市场情况或自身意愿决定所交易商品或服务的价格，且公司无权就价格下跌的损失从供应商处获取补偿或无条件将商品退回供应商并取得补偿。公司承担了该存货的价格变动风险。

根据企业与供应商签订的合同，即使在客户无法支付货款时，企业仍需要向供应商支付采购款，表明企业承担了源自客户的信用风险。

综上所述，在向供应商采购产品并对外销售业务中，公司承担向客户转让商品的主要责任，承担商品的主要存货风险，有权自主决定产品销售价格，是交易的主要责任人，因此采用总额法核算相关交易。

综上所述，公司采购彩盒及说明书并销售的会计处理符合会计准则的相关规定。

（四）说明各期前十大供应商的基本情况、选择标准及程序、合作历史、定价政策、采购价格公允性等，相关供应商变动的原因及合理性，发行人采购占其销售规模的比例，是否存在成立时间较短或规模较小即成为主要供应商的情形，相关供应商及其关联方与发行人及其关联方是否存在关联关系或潜在关联关系、其他利益安排；如为贸易商的，说明终端供应商基本情况，通过贸易商采购的原因及必要性。

1、各期前十大供应商的基本情况、选择标准及程序、合作历史、定价政策、采购价格公允性

报告期各期，发行人向前十大供应商采购的产品及金额情况如下：

单位：万元

2023 年 1-9 月				
序号	**供应商**	**主要采购产品**	**采购金额**	**占比**
1	厦门合兴包装印刷股份有限公司及其子公司	外购组件（纸托、纸箱）	2,106.06	5.38%
2	东莞市宗兴纸业有限公司	纸张	1,574.57	4.02%
3	东莞市海华纸业有限公司及其关联方	纸张	1,276.45	3.26%
4	PT ACCORD MANDIRI BATAM 及其子公司	纸张、外购成品	1,255.24	3.21%
5	Evergreen Paper (M) SDN.BHD.	纸张	916.42	2.34%
6	山鹰国际控股股份公司及其子公司	外购组件、坑纸	907.15	2.32%
7	SMILE KYOSHIN PROPRINT CO., LTD.	外购成品	885.03	2.26%
8	广州市宏晓包装制品有限公司	外购组件	882.29	2.25%
9	苏州华佳纸制品有限公司	纸张	822.31	2.10%
10	Enso	纸张	802.50	2.05%
合计		**-**	**11,428.02**	**29.20%**
2022 年度				
序号	**供应商**	**主要采购产品**	**采购金额**	**占比**
1	PT ACCORD MANDIRI BATAM 及其子公司	外购成品、外购组件	2,889.75	6.28%
2	东莞市宗兴纸业有限公司	纸张	2,431.93	5.29%
3	东莞市海华纸业有限公司及其关联方	纸张	2,343.88	5.09%
4	山鹰国际控股股份公司及其子公司	外购组件、坑纸	2,217.25	4.82%
5	厦门合兴包装印刷股份有限公司及其子公司	外购组件（纸托、纸箱）	1,713.17	3.72%
6	SMILE KYOSHIN PROPRINT CO., LTD.	外购成品	1,691.67	3.68%
7	SARNTI GREEN PACK CO.,LTD.	外购组件	1,131.23	2.46%
8	CENTURY BOND.BHD 及其子公司	外购成品、外购组件	1,101.11	2.39%
9	Evergreen Paper(M) SDN.BHD.	纸张	862.11	1.87%
10	昆山万晟威纸业包装有限公司及其关联方	纸张	838.77	1.82%
合计		**-**	**17,220.87**	**37.43%**

2021 年度				
序号	供应商	采购产品	采购金额	占比
1	CENTURY BOND.BHD 及其子公司	外购成品、外购组件	2,907.88	6.42%
2	东莞市海华纸业有限公司及其关联方	纸张	2,792.85	6.17%
3	联盛纸业（龙海）有限公司	纸张	2,572.44	5.68%
4	PT ACCORD MANDIRI BATAM 及其子公司	外购成品、外购组件	2,550.47	5.63%
5	山鹰国际控股股份公司及其子公司	外购组件、坑纸	1,785.28	3.94%
6	昆山万晟威纸业包装有限公司	纸张	1,311.25	2.90%
7	SMILE KYOSHIN PROPRINT CO., LTD.	外购成品	975.78	2.15%
8	昆山市百木林纸业有限公司	纸张	969.91	2.14%
9	上海合和纸业有限公司	纸张	931.95	2.06%
10	惠州市金超人包装材料有限公司	外购组件	865.12	1.91%
合计		**-**	**17,662.93**	**39.01%**
2020 年度				
序号	**供应商**	**采购产品**	**采购金额**	**占比**
1	CENTURY BOND.BHD 及其子公司	外购成品、外购组件	4,608.65	12.74%
2	珠海市森洋包装科技有限公司	外购组件	1,800.68	4.98%
3	联盛纸业（龙海）有限公司	纸张	1,579.54	4.37%
4	东莞市海华纸业有限公司	纸张	1,554.79	4.30%
5	惠州市金超人包装材料有限公司	外购组件	1,397.82	3.86%
6	SMILE KYOSHIN PROPRINT CO., LTD.	外购成品	1,053.80	2.91%
7	昆山万晟威纸业包装有限公司	纸张	898.29	2.48%
8	厦门合兴包装印刷股份有限公司及其子公司	外购组件	863.42	2.39%
9	斯默菲石东包装（亚洲）有限公司及其子公司	外购组件	850.65	2.35%
10	东莞华冠纸业有限公司	纸张、外购组件	764.32	2.11%
合计		**-**	**15,371.96**	**42.49%**

注：同一控制下公司已按合并口径披露，下同。

上述发行人各期前十大供应商的基本情况、选择标准及程序、合作历史、定价政策具体等情况具体如下。

（1）PT.ACCORD MANDIRI BATAM 及其子公司

1）PT.ACCORD MANDIRI BATAM

成立时间	2008-05-14
注册资本	432,165.00 万印尼卢比
主要业务	纸托及各类纸制品的生产、销售
主要股东/控股股东或实际控制人	TAN IT HAN(CHEN YIHAN)
合作历史	2019 年开始合作
是否存在成立时间较短或规模较小即成为主要供应商的情形	否
选择标准及程序	经考察后入选公司合格供应商名录并进行合作
定价政策	基于终端彩盒产品销售价格，参考预估生产成本，以及为发行人留存适当利润后确定
发行人采购占其销售规模的比例	各期均在 20%以内
是否存在关联关系或其他利益安排	否
是否贸易商	否

2）PT GLOBAL PACKAGING BATAM

成立时间	2019-9-25
注册资本	831 亿印尼卢比
主要业务	主要负责东南亚区域客户的彩盒后段工序的加工制造、纸托的生产与销售
主要股东/控股股东或实际控制人	自 2022 年 8 月起成为发行人子公司 2020 年至 2022 年 7 月，实际控制人为 TAN IT HAN(CHEN YIHAN)
合作历史	2019 年开始合作
是否存在成立时间较短或规模较小即成为主要供应商的情形	是，此公司系公司为服务东南亚地区客户所参股设立之公司，故具备合理性
选择标准及程序	该供应商蹭为公司参股子公司，合作背景详见本回复报告之“第三题、五、（一）、PT Global
定价政策	发行人与 PT GLOBAL 交易定价政策具备合理性，详见本反馈回复之“第六题、二、（一）、1、发行人与 PT GLOBAL 关联交易”
发行人采购占其销售规模的比例	各期在 90%以上
是否存在关联关系或其他利益安排	存在关联关系，原为发行人参股公司，现为发行人子公司；不存在其他利益安排
是否贸易商	否

（2）东莞市宗兴纸业有限公司

成立时间	2015-12-03
注册资本	200 万元人民币
主要业务	销售:纸制品、坑纸;货物进出口、技术进出口。
主要股东/控股股东或实际控制人	蒋明祺
合作历史	2016 年开始合作
是否存在成立时间较短或规模较小即成为主要供应商的情形	否
选择标准及程序	经考察后入选公司合格供应商名录并进行合作
定价政策	采用市场化定价的方法，供应商向发行人报价，发行人择优选择供应商并下单，定价政策具备合理性
发行人采购占其销售规模的比例	各期均在 10%以内
是否存在关联关系或其他利益安排	不存在
是否贸易商	是
终端供应商情况	联盛纸业、晨鸣纸业为主
向贸易商采购的原因	（1）原厂商直销对每次采购规模要求较高，公司某些品类纸品采购量达不到直接向生产厂商采购的标准，故公司会从经销商中选择合适的供应商进行采购； （2）某些品类用纸采购量较小，且规格较多，而贸易商交货灵活、快速反应更具优势，公司则会向贸易商进行采购； （3）贸易商在商务条款上相较原厂商具备优势，如账期、预付要求等等。

（3）山鹰国际控股股份公司及其子公司

1）珠海市森洋包装科技有限公司

成立时间	2017-04-18
注册资本	3,500 万元人民币
主要业务	一般项目：技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；纸和纸板容器制造；纸制品制造；纸制品销售；包装材料及制品销售；模具制造；模具销售；塑料包装箱及容器制造；塑料制品销售；木制容器制造；木制容器销售；包装服务；专业设计服务；专用化学产品销售（不含危险化学品）；货物进出口。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）许可项目：特定印刷品印刷。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）
主要股东/控股股东或实际控制人	山鹰国际控股股份公司
合作历史	2015 年开始合作
是否存在成立时间较短或规模较小即成为主要供应商的情形	否

选择标准及程序	经考察后入选公司合格供应商名录并进行合作
定价政策	采用市场化定价的方法，供应商向发行人报价，发行人择优选择供应商并下单，定价政策具备合理性
发行人采购占其销售规模的比例	各期均在 5%以内
是否存在关联关系或其他利益安排	否
是否贸易商	否

2）苏州山鹰纸业纸品有限公司

成立时间	2001-12-11
注册资本	6,000 万元人民币
主要业务	包装装潢印刷品印刷。生产、销售：纸板、瓦楞箱板、纸箱、纸制品；自营和代理各类商品及技术的进出口业务；道路普通货物运输。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）一般项目：包装材料及制品销售；生态环境材料销售；农、林、牧、副、渔业专业机械的销售；建筑用木料及木材组件加工；塑料制品制造；塑料制品销售（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）
主要股东/控股股东或实际控制人	山鹰国际控股股份公司
合作历史	2019 年
是否存在成立时间较短或规模较小即成为主要供应商的情形	否
选择标准及程序	经考察后入选公司合格供应商名录并进行合作
定价政策	采用市场化定价的方法，供应商向发行人报价，发行人择优选择供应商并下单，定价政策具备合理性
发行人采购占其销售规模的比例	各期均在 1%以内
是否存在关联关系或其他利益安排	否
是否贸易商	否

（3）苏州兴华印刷科技有限公司

成立时间	1999-09-22
注册资本	4,000 万元人民币
主要业务	许可项目：包装装潢印刷品印刷；文件、资料等其他印刷品印刷；进出口代理；货物进出口（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准） 一般项目：技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；纸制品制造；纸和纸板容器制造；纸制品销售；塑料制品制造；木制容器销售；金属制品销售（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）
主要股东/控股股东或实际控制人	山鹰国际控股股份公司

合作历史	2022 年开始合作
是否存在成立时间较短或规模较小即成为主要供应商的情形	否
选择标准及程序	经考察后入选公司合格供应商名录并进行合作
定价政策	采用市场化定价的方法，供应商向发行人报价，发行人择优选择供应商并下单，定价政策具备合理性
发行人采购占其销售规模的比例	各期均在 3%以内
是否存在关联关系或其他利益安排	否
是否贸易商	否

（4）厦门合兴包装印刷股份有限公司及其子公司

1）厦门合兴包装印刷股份有限公司

成立时间	1993-05-17
注册资本	123,863.35 万元人民币
主要业务	生产中高档瓦楞纸箱及纸、塑等各种包装印刷制品,研究和开发新型彩色印刷产品。纸制品、包装制品、机械设备的批发、进出口及相关配套业务
主要股东/控股股东或实际控制人	吕秀英,许天津,许晓光,许晓荣
合作历史	2018 年开始合作
是否存在成立时间较短或规模较小即成为主要供应商的情形	否
选择标准及程序	经考察后入选公司合格供应商名录并进行合作
定价政策	采用市场化定价的方法，供应商向发行人报价，发行人择优选择供应商并下单，定价政策具备合理性
发行人采购占其销售规模的比例	各期均在 1%以内
是否存在关联关系或其他利益安排	否
是否贸易商	否

2）United Creation Packaging Solutions（Thailand） CO., LTD.

成立时间	2000-01-31
注册资本	20,000 万泰铢
主要业务	纸箱、纸板等的生产与销售
主要股东/控股股东或实际控制人	合兴包装
合作历史	2019 年起开始合作
是否存在成立时间较短或规模较小即成为主要供应商的情形	否
选择标准及程序	经考察后入选公司合格供应商名录并进行合作

定价政策及价格公允性	采用市场化定价的方法，供应商向发行人报价，发行人择优选择供应商并下单，定价政策具备合理性
发行人采购占其销售规模的比例	各期均在 5%以内
是否存在关联关系或其他利益安排	否
是否贸易商	否

3）United Creation Packaging Solutions （CHONBURI） CO., LTD.

成立时间	2020-03-25
注册资本	36,999.90 万泰铢
主要业务	卡纸盒，瓦楞箱，纸塑，精装盒，说明书等的生产与销售
主要股东/控股股东或实际控制人	合兴包装
合作历史	2022 年起开始合作
是否存在成立时间较短或规模较小即成为主要供应商的情形	否
选择标准及程序	经考察后入选公司合格供应商名录并进行合作
定价政策及价格公允性	采用市场化定价的方法，供应商向发行人报价，发行人择优选择供应商并下单，定价政策具备合理性
发行人采购占其销售规模的比例	各期均在 2%以内
是否存在关联关系或其他利益安排	否
是否贸易商	否

4）United Creation Packaging Solutions(JH) CO., LTD.

成立时间	1985-01-08
注册资本	1,600 万马来西亚令吉
主要业务	纸箱、纸板等的生产与销售
主要股东/控股股东或实际控制人	合兴包装
合作历史	2021 年
是否存在成立时间较短或规模较小即成为主要供应商的情形	否
选择标准及程序	经考察后入选公司合格供应商名录并进行合作
定价政策及价格公允性	采用市场化定价的方法，供应商向发行人报价，发行人择优选择供应商并下单，定价政策具备合理性
发行人采购占其销售规模的比例	各期均在 10%以内
是否存在关联关系或其他利益安排	否

是否贸易商	否

5）PT UTD CREATION PACKAGING SOLUTIONS BATAM

成立时间	2016-10-01
注册资本	20.79 亿印尼盾
主要业务	纸箱、纸板等的生产与销售
主要股东/控股股东或实际控制人	合兴包装
合作历史	2019 年起开始合作
是否存在成立时间较短或规模较小即成为主要供应商的情形	否
选择标准及程序	经考察后入选公司合格供应商名录并进行合作
定价政策及价格公允性	采用市场化定价的方法，供应商向发行人报价，发行人择优选择供应商并下单，定价政策具备合理性
发行人采购占其销售规模的比例	各期均在 5%以内
是否存在关联关系或其他利益安排	否
是否贸易商	否

6）厦门合兴实业有限公司

成立时间	2006-10-16
注册资本	1,000 万元人民币
主要业务	包装装潢及其他印刷；纸和纸板容器制造；其他纸制品制造；其他仓储业（不含需经许可审批的项目）；国内货运代理；包装服务。
主要股东/控股股东或实际控制人	合兴包装
合作历史	2018 年起开始合作
是否存在成立时间较短或规模较小即成为主要供应商的情形	否
选择标准及程序	经考察后入选公司合格供应商名录并进行合作
定价政策及价格公允性	采用市场化定价的方法，供应商向发行人报价，发行人择优选择供应商并下单，定价政策具备合理性
发行人采购占其销售规模的比例	各期均在 1%以内
是否存在关联关系或其他利益安排	否
是否贸易商	否

7）安徽省豪森合兴包装科技有限公司

成立时间	2016-12-19
注册资本	1,000 万元人民币
主要业务	纸板、纸箱及其他纸制品设计、制造、销售（含网上销售）；供应链管理；机械与设备租赁；货物装卸搬运、包装服务；仓储（不含危险品）服务；自营或代理各类商品和技术的进出口业务，但国家限定或禁止的商品和技术除外。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
主要股东/控股股东或实际控制人	合兴包装
合作历史	2023 年起开始合作
是否存在成立时间较短或规模较小即成为主要供应商的情形	否
选择标准及程序	经考察后入选公司合格供应商名录并进行合作
定价政策及价格公允性	采用市场化定价的方法，供应商向发行人报价，发行人择优选择供应商并下单，定价政策具备合理性
发行人采购占其销售规模的比例	各期均在 1%以内
是否存在关联关系或其他利益安排	否
是否贸易商	否

（5）SMILE KYOSHIN PROPRINT CO., LTD.

成立时间	2003-08-18
注册资本	22,500.00 万泰铢
主要业务	各类彩盒、纸箱等的生产与销售
主要股东/控股股东或实际控制人	Smile Container Industry Co., Ltd.
合作历史	2020 年开始合作
是否存在成立时间较短或规模较小即成为主要供应商的情形	否
选择标准及程序	经考察后入选公司合格供应商名录并进行合作
定价政策	采用市场化定价的方法，供应商向发行人报价，发行人择优选择供应商并下单，定价政策具备合理性
发行人采购占其销售规模的比例	各期均在 10%以内
是否存在关联关系或其他利益安排	否
是否贸易商	否

（6）东莞市海华纸业有限公司及其关联方

1）东莞市海华纸业有限公司

成立时间	2011-01-11
注册资本	1,000 万元人民币
主要业务	销售:纸张、纸制品、包装材料、办公用品。（依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动）
主要股东/控股股东或实际控制人	李强标
合作历史	2015 年开始合作
是否存在成立时间较短或规模较小即成为主要供应商的情形	否
选择标准及程序	经考察后入选公司合格供应商名录并进行合作
定价政策	采用市场化定价的方法，供应商向发行人报价，发行人择优选择供应商并下单，定价政策具备合理性
发行人采购占其销售规模的比例	各期在 10%左右
是否存在关联关系或其他利益安排	否
是否贸易商	是
终端供应商情况	玖龙纸业、晨鸣纸业、APP 纸业为主
向贸易商采购的原因	（1）原厂商直销对每次采购规模要求较高，公司某些品类纸品采购量达不到直接向生产厂商采购的标准，故公司会从经销商中选择合适的供应商进行采购； （2）某些品类用纸采购量较小，且规格较多，而贸易商交货灵活、快速反应更具优势，公司则会向贸易商进行采购； （3）贸易商在商务条款上相较原厂商具备优势，如账期、预付要求等等。

2）罗定市华信纸业有限公司

成立时间	2017-01-23
注册资本	1000 万元人民币
主要业务	销售:纸、教学用品、办公用品、印刷专用设备及零配件、日用杂品、包装材料、五金、电子产品、家用电器、装饰材料（不含危险化学品）;普通货物运输,水上货物运输,运输代理,货物装卸服务,货物仓储（限经消防验收合格、不含危险化学品的仓库）。（依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动）
主要股东/控股股东或实际控制人	李强标
合作历史	2021 年开始合作
是否存在成立时间较短或规模较小即成为主要供应商的情形	否
选择标准及程序	经考察后入选公司合格供应商名录并进行合作

定价政策	采用市场化定价的方法，供应商向发行人报价，发行人择优选择供应商并下单，定价政策具备合理性
发行人采购占其销售规模的比例	各期在 10%左右
是否存在关联关系或其他利益安排	否
是否贸易商	是
终端供应商情况	联盛纸业、晨鸣纸业为主
向贸易商采购的原因	（1）原厂商直销对每次采购规模要求较高，公司某些品类纸品采购量达不到直接向生产厂商采购的标准，故公司会从经销商中选择合适的供应商进行采购； （2）某些品类用纸采购量较小，且规格较多，而贸易商交货灵活、快速反应更具优势，公司则会向贸易商进行采购； （3）贸易商在商务条款上相较原厂商具备优势，如账期、预付要求等等。

（7）SARNTI GREEN PACK CO., LTD.

成立时间	1994-10-25
注册资本	6,500.00 万泰铢
主要业务	泰国最大的纸托生产商
主要股东/控股股东或实际控制人	Anuttra Taveerojkulsri
合作历史	2019 年开始合作
是否存在成立时间较短或规模较小即成为主要供应商的情形	否
选择标准及程序	经考察后入选公司合格供应商名录并进行合作
定价政策	采用市场化定价的方法，供应商向发行人报价，发行人择优选择供应商并下单，定价政策具备合理性
发行人采购占其销售规模的比例	各期在 12%以内
是否存在关联关系或其他利益安排	否
是否贸易商	否

（8）CENTURY BOND.BHD.及其子公司

1）CPP

成立时间	1997-03-20
注册资本	286.61 万马来西亚令吉
主要业务	彩盒等产品的生产加工
主要股东/控股股东或实际控制人	PRO PULP PACKAGES SDN.BHD.

合作历史	2018 年开始合作
是否存在成立时间较短或规模较小即成为主要供应商的情形	否
选择标准及程序	系主要为承接发行人后段加工工序所设立的公司
定价政策	详见本反馈回复之“第六题、二、（一）、2、发行人与 Century Packing&Printing Sdn Bhd 关联交易”
发行人采购占其销售规模的比例	各期在 90%以上
是否存在关联关系或其他利益安排	存在关联关系，不存在其他利益安排
是否贸易商	否

2）POLY PLUS PACKAGES （JB） SDN.BHD.

成立时间	1994-06-15
注册资本	450 万马来西亚令吉
主要业务	纸箱的生产与销售
主要股东/控股股东或实际控制人	CENTURY BOND.BHD
合作历史	2018 年开始合作
是否存在成立时间较短或规模较小即成为主要供应商的情形	否
选择标准及程序	经考察后入选公司合格供应商名录并进行合作
定价政策	采用市场化定价的方法，供应商向发行人报价，发行人择优选择供应商并下单，定价政策具备合理性
发行人采购占其销售规模的比例	各期在 10%以内
是否存在关联关系或其他利益安排	否
是否贸易商	否

3）PRO PULP PACKAGES SDN.BHD.

成立时间	2003-09-08
注册资本	50 万马来西亚令吉
主要业务	纸托的生产与销售
主要股东/控股股东或实际控制人	CENTURY BOND.BHD
合作历史	2018 年开始合作
是否存在成立时间较短或规模较小即成为主要供应商的情形	否
选择标准及程序	经考察后入选公司合格供应商名录并进行合作
定价政策	采用市场化定价的方法，供应商向发行人报价，发行人择优选择供应商并下单，定价政策具备合理性

发行人采购占其销售规模的比例	各期在 10%以内
是否存在关联关系或其他利益安排	否
是否贸易商	否

4）TASPACK INDUSTRIAL SDN.BHD.

成立时间	1997-07-25
注册资本	35 万马来西亚令吉
主要业务	纸制品的生产加工
主要股东/控股股东或实际控制人	CENTURY BOND.BHD
合作历史	2018 年开始合作
是否存在成立时间较短或规模较小即成为主要供应商的情形	否
选择标准及程序	经考察后入选公司合格供应商名录并进行合作
定价政策	采用市场化定价的方法，供应商向发行人报价，发行人择优选择供应商并下单，定价政策具备合理性
发行人采购占其销售规模的比例	各期在 4%以内
是否存在关联关系或其他利益安排	否
是否贸易商	否

（9）Evergreen Paper (M) SDN.BHD.

成立时间	1993-06-10
注册资本	240 万马来西亚令吉
主要业务	纸张经销业务；系联盛纸业在马来西亚最大的经销商
主要股东/控股股东或实际控制人	ETAMAX SDN.BHD.
合作历史	2021 年开始合作
是否存在成立时间较短或规模较小即成为主要供应商的情形	否
选择标准及程序	经考察后入选公司合格供应商名录并进行合作
定价政策	采用市场化定价的方法，供应商向发行人报价，发行人择优选择供应商并下单，定价政策具备合理性
发行人采购占其销售规模的比例	各期在 10%左右
是否存在关联关系或其他利益安排	否
是否贸易商	是

终端供应商情况	联盛纸业
向贸易商采购的原因	为保障供货一致性，发行人在境外仍使用与境内一致的纸张品牌；自行向境内原厂商采购再运输至马来西亚成本较高，向贸易商采购能在价格、采购量、付款条件等方面获得一定优势

（10）联盛纸业（龙海）有限公司

成立时间	2010-07-15
注册资本	56,062.99 万元人民币
主要业务	纸制品、粉煤灰加工、销售;废纸购销。（依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动）
主要股东/控股股东或实际控制人	陈加育
合作历史	2018 年开始合作
是否存在成立时间较短或规模较小即成为主要供应商的情形	否
选择标准及程序	经考察后入选公司合格供应商名录并进行合作
定价政策	采用市场化定价的方法，供应商向发行人报价，发行人择优选择供应商并下单，定价政策具备合理性
发行人采购占其销售规模的比例	各期均小于 1%
是否存在关联关系或其他利益安排	否
是否贸易商	否

（11）昆山万晟威纸业包装有限公司

成立时间	2000-11-27
注册资本	800 万元人民币
主要业务	瓦楞坑纸、瓦楞纸箱、纸制品、木制品的生产、加工、销售；包装材料、原纸的销售；道路普通货物运输；货物及技术的进出口业务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
主要股东/控股股东或实际控制人	何振良
合作历史	2017 年开始合作
是否存在成立时间较短或规模较小即成为主要供应商的情形	否
选择标准及程序	经考察后入选公司合格供应商名录并进行合作
定价政策	采用市场化定价的方法，供应商向发行人报价，发行人择优选择供应商并下单，定价政策具备合理性
发行人采购占其销售规模	各期均在 10%以内

的比例	
是否存在关联关系或其他利益安排	否
是否贸易商	否

（12）昆山市百木林纸业有限公司

成立时间	2017-05-03
注册资本	300 万元人民币
主要业务	纸制品的销售；货物及技术的进出口业务；仓储服务（不含危险品）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）一般项目：纸制品制造（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）
主要股东/控股股东或实际控制人	林奕翔
合作历史	2017 年开始合作
是否存在成立时间较短或规模较小即成为主要供应商的情形	否
选择标准及程序	经考察后入选公司合格供应商名录并进行合作
定价政策	采用市场化定价的方法，供应商向发行人报价，发行人择优选择供应商并下单，定价政策具备合理性
发行人采购占其销售规模的比例	各期均在 10%以内
是否存在关联关系或其他利益安排	否
是否贸易商	是
终端供应商情况	晨鸣纸业、金光纸业为主
向贸易商采购的原因	（1）原厂商直销对每次采购规模要求较高，公司某些品类纸品采购量达不到直接向生产厂商采购的标准，故公司会从经销商中选择合适的供应商进行采购； （2）某些品类用纸采购量较小，且规格较多，而贸易商交货灵活、快速反应更具优势，公司则会向贸易商进行采购； （3）贸易商在商务条款上相较原厂商具备优势，如账期、预付要求等等。

（13）上海合和纸业有限公司

成立时间	2001-11-28
注册资本	6,000 万元人民币
主要业务	一般项目:纸制品制造;普通货物仓储服务（不含危险化学品等需许可审批的项目）;国内货物运输代理;货物进出口;技术进出口。（除依法须经批准的项目外,凭营业执照依法自主开展经营活动）许可项目:道路货物运输（不含危险货物）。（依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动,具体

	经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）
主要股东/控股股东或实际控制人	钟文国
合作历史	2017 年开始合作
是否存在成立时间较短或规模较小即成为主要供应商的情形	否
选择标准及程序	经考察后入选公司合格供应商名录并进行合作
定价政策	采用市场化定价的方法，供应商向发行人报价，发行人择优选择供应商并下单，定价政策具备合理性
发行人采购占其销售规模的比例	各期均在 10%以内
是否存在关联关系或其他利益安排	否
是否贸易商	是
终端供应商情况	亚太森博纸业为主
向贸易商采购的原因	（1）原厂商直销对每次采购规模要求较高，公司某些品类纸品采购量达不到直接向生产厂商采购的标准，故公司会从经销商中选择合适的供应商进行采购； （2）某些品类用纸采购量较小，且规格较多，而贸易商交货灵活、快速反应更具优势，公司则会向贸易商进行采购； （3）贸易商在商务条款上相较原厂商具备优势，如账期、预付要求等等。

（14）惠州市金超人包装材料有限公司

成立时间	2015-06-09
注册资本	200 万元人民币
主要业务	一般项目：包装材料及制品销售；塑料包装箱及容器制造；纸制品制造；纸制品销售；货物进出口；技术进出口；模具制造；模具销售；五金产品制造；五金产品批发。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）
主要股东/控股股东或实际控制人	贺永超
合作历史	2017 年开始合作
是否存在成立时间较短或规模较小即成为主要供应商的情形	否
选择标准及程序	经考察后入选公司合格供应商名录并进行合作
定价政策	采用市场化定价的方法，供应商向发行人报价，发行人择优选择供应商并下单，定价政策具备合理性
发行人采购占其销售规模的比例	各期均在 10%以内
是否存在关联关系或其他	否

利益安排	
是否贸易商	否

（15）斯默菲石东包装（亚洲）有限公司及其子公司

1）斯默菲石东包装（亚洲）有限公司

成立时间	1997-03-26
注册资本	10,000 港币
主要业务	瓦楞坑纸及纸箱的生产和销售
主要股东/控股股东或实际控制人	李始峰
合作历史	2018 年开始合作
是否存在成立时间较短或规模较小即成为主要供应商的情形	否
选择标准及程序	经考察后入选公司合格供应商名录并进行合作
定价政策	采用市场化定价的方法，供应商向发行人报价，发行人择优选择供应商并下单，定价政策具备合理性
发行人采购占其销售规模的比例	各期均在 10%以内
是否存在关联关系或其他利益安排	否
是否贸易商	否

2）斯默菲石东包装（东莞）有限公司

成立时间	1995-08-15
注册资本	1,120 万美元
主要业务	生产和销售瓦楞芯纸及工业用包装纸,工业用包装纸箱及彩印纸品（印刷内容必须符合我国政府有关规定）。自有厂房出租（涉限除外,涉及国家专项规定的按有关规定办理）。（依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动）
主要股东/控股股东或实际控制人	李始峰
合作历史	2018 年开始合作
是否存在成立时间较短或规模较小即成为主要供应商的情形	否
选择标准及程序	经考察后入选公司合格供应商名录并进行合作
定价政策	采用市场化定价的方法，供应商向发行人报价，发行人择优选择供应商并下单，定价政策具备合理性
发行人采购占其销售规模的比例	各期均在 10%以内
是否存在关联关系或其他利益安排	否

是否贸易商	否

（16）东莞华冠纸业有限公司

成立时间	2012-09-12
注册资本	100 万元人民币
主要业务	销售:纸制品、包装材料、五金制品、塑胶制品。（依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动）
主要股东/控股股东或实际控制人	黄德良
合作历史	2016 年开始合作
是否存在成立时间较短或规模较小即成为主要供应商的情形	否
选择标准及程序	经考察后入选公司合格供应商名录并进行合作
定价政策	采用市场化定价的方法，供应商向发行人报价，发行人择优选择供应商并下单，定价政策具备合理性
发行人采购占其销售规模的比例	约在 30%左右
是否存在关联关系或其他利益安排	无
是否贸易商	否

（17）苏州华佳纸制品有限公司

成立时间	1993-07-16
注册资本	620 万美元
主要业务	生产各类瓦楞纸和裱背纸板等纸制品及新型包装材料（不含印刷）；销售公司自产产品。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
主要股东/控股股东或实际控制人	颜永勋
合作历史	2023 年开始合作
是否存在成立时间较短或规模较小即成为主要供应商的情形	否
选择标准及程序	经考察后入选公司合格供应商名录并进行合作
定价政策	采用市场化定价的方法，供应商向发行人报价，发行人择优选择供应商并下单，定价政策具备合理性
发行人采购占其销售规模的比例	各期均在 15%以内
是否存在关联关系或其他利益安排	无
是否贸易商	否

18、Stora Enso Oyj

成立时间	1998-12
注册资本	1,342 百万欧元
主要业务	各类木材、木制品、纸制品的研发、生产及销售
主要股东/控股股东或实际控制人	多家欧洲机构投资者系其主要股东
合作历史	2018 年开始合作
是否存在成立时间较短或规模较小即成为主要供应商的情形	否
选择标准及程序	经考察后入选公司合格供应商名录并进行合作
定价政策	采用市场化定价的方法，供应商向发行人报价，发行人择优选择供应商并下单，定价政策具备合理性
发行人采购占其销售规模的比例	各期均低于 1%
是否存在关联关系或其他利益安排	否
是否贸易商	否

2、各期前十大供应商变动的原因及合理性

（1）2021 年相比 2020 年度供应商的变动情况

2021 年较 2020 年度新增及退出前十大供应商的情况如下表所示：

新进入公司前十大供应商	退出公司前十大供应商
上海合和纸业有限公司	厦门合兴包装印刷股份有限公司
PT.ACCORD MANDIRI BATAM	东莞华冠纸业有限公司
昆山市百木林纸业有限公司	斯默菲石东包装（亚洲）有限公司

1）新进入前十大供应商

①上海合和纸业有限公司

上海合和纸业有限公司为国内德旺系列白卡纸供应商之一，公司向其采购的德旺系列白卡纸主要用于公司重要终端客户小米对公司采购的定制化包装产品的生产。2021 年度，上海合和纸业有限公司新进入前十大供应商之列，主要原因系 2021 年度公司对小米销售规模同比增长明显，公司相应的对上海合和纸业有限公司增加了德旺系列白卡纸的采购。

②PT.ACCORD MANDIRI BATAM 及其子公司

PT.ACCORD MANDIRI BATAM 系印度尼西亚地区经营纸包装印刷业务的公司，其与发行人于 2019 年 9 月共同发起设立 PT Global。报告期内，PT.ACCORD MANDIRI BATAM 主要通过其子公司 PT Global 向发行人在印度尼西亚地区提供彩盒产品。2021 年度，发行人在印度尼西亚地区业务规模同比呈现大幅度增长趋势，发行人相应的增加了对 PT Global 的采购。

③昆山市百木林纸业有限公司

报告期内，昆山市百木林纸业有限公司是公司白卡纸供应商，公司向其采购晨鸣白杨、博汇丹顶鹤系列白卡纸主要用于生产公司重要终端客户微软的天地盒系列包装产品。2021 年度，公司与微软的业务规模同比增长明显，公司相应的对昆山市百木林纸业有限公司增加了白卡纸的采购。

（2）退出前十大供应商

①厦门合兴包装印刷股份有限公司及其子公司

报告期内，厦门合兴包装印刷股份有限公司及其子公司系公司在马来西亚、印度尼西亚地区的纸箱的重要供应商，其供应纸箱主要用于绿山咖啡家用咖啡机系列包装产品。报告期各期，除 2021 年外，该供应商均为发行人前十大供应商。2021 年度，受终端客户绿山咖啡对纸箱类产品需求变动的影响，发行人向该供应商的采购同比有所下降，退出前十大供应商，但仍位于公司前二十大供应商之列。2022 年度，终端客户绿山咖啡对纸箱类产品需求回升，此供应商再次进入前十大供应商之列。

②东莞华冠纸业有限公司

报告期内，东莞华冠纸业有限公司主要向发行人提供坑纸、纸箱等物资。2021 年度，发行人向东莞华冠纸业有限公司的采购规模同比基本一致，无重大变化，而由于发行人对其他主要供应商加大了采购规模，致使其于 2021 年度退出前十大供应商，但仍位于公司前二十大供应商之列。

③斯默菲石东包装（亚洲）有限公司及其子公司

斯默菲石东包装（亚洲）有限公司及其子公司主要向发行人供应纸箱，其供应纸箱主要用于绿山咖啡家用咖啡机系列包装产品。2021 年，受下游客户绿山咖啡需求调整影响，其采购金额同比小幅下降 14.94%，但仍位于公司前二十大供应商之列。

（2）2022 年相比 2021 年度供应商的变动情况

2022 年较 2021 年度新增及退出前十大供应商的情况如下表所示：

新进入公司前十大供应商	退出公司前十大供应商
Evergreen Paper (M) Sdn Bhd.	上海合和纸业有限公司
SARNTI GREEN PACK CO., LTD.	昆山市百木林纸业有限公司
东莞市宗兴纸业有限公司	联盛纸业（龙海）有限公司
厦门合兴包装印刷股份有限公司及其子公司	惠州市金超人包装材料有限公司

1）新进入前十大供应商

①Evergreen Paper (M) Sdn Bhd.

白板纸生产商联盛纸业（龙海）有限公司（以下简称“联盛纸业”）所生产的白板纸是发行人生产经营中主要使用的白板纸品牌之一。Evergreen Paper (M) Sdn Bhd.系马来西亚境内规模较大的联盛纸业白板纸贸易商。发行人综合考虑交付周期、结算周期、价格等因素后选择 Evergreen Paper (M) Sdn Bhd.作为其马来西亚境内主要的联盛纸业白板纸合作贸易商。

2022 年度，Evergreen Paper (M) Sdn Bhd.首次进入发行人前十大供应商之列，主要系：公司持续布局马来西亚产能，在马来西亚的生产经营规模呈增长趋势，随之在马来西亚的联盛纸业白板纸采购规模亦呈增长趋势。

②SARNTI GREEN PACK CO., LTD.

SARNTI GREEN PACK CO., LTD. 是一家位于泰国的纸制品生产商，主要向发行人供应纸托，用于绿山咖啡家用咖啡机系列包装产品。2022 年，发行人向终端客户绿山咖啡在泰国的代工厂的出货规模有所增长，发行人随之增加了向泰国当地供应商采购配套一站式采购物料的规模，使得其向 SARNTI GREEN PACK CO., LTD.的采购金额有所增长，由前二十大供应商再次进入前十大供应商之列。

③东莞市宗兴纸业有限公司

白板纸生产商联盛纸业（龙海）有限公司（以下简称“联盛纸业”）所生产的白板纸是发行人生产经营中主要使用的白板纸品牌之一。东莞市宗兴纸业有限公司系华南地区经营规模较大的联盛纸业白板纸贸易商。

报告期内，发行人于 2022 年前向联盛纸业直接采购其白板纸产品，联盛纸业系发行人 2021 年第二大供应商。2022 年初，联盛纸业上调采购起订量的要求，公司预计当期白板纸采购规模不能达到联盛纸业相关起订量要求。公司综合考虑

价格、付款条件、运输便利性等因素后选择当期改由通过联盛纸业的贸易商东莞市宗兴纸业有限公司采购联盛纸业白板纸产品，东莞市宗兴纸业有限公司于2022年度首次进入发行人前十大供应商之列。

④厦门合兴包装印刷股份有限公司及其子公司

厦门合兴包装印刷股份有限公司及其子公司2022年度进入发行人前十大供应商的原因见上文之“2、（1）、2）退出前十大供应商”。

2）退出前十大供应商

①上海合和纸业有限公司

上海合和纸业有限公司为国内德旺系列白卡纸供应商之一，公司向其采购的德旺系列白卡纸主要用于公司重要终端客户小米对公司采购的定制化包装产品的生产。2022 年度，上海合和纸业有限公司退出前十大供应商之列，主要系：2022 年度，公司供应小米产品规模同比小幅下降，采购德旺白卡金额亦同步有所下降。2022年度，上海合和纸业有限公司仍位于公司前二十大供应商之列。

②昆山市百木林纸业有限公司

昆山市百木林纸业有限公司主要向公司供应白卡纸，2022 年度其采购金额同比下降34.12%，主要系：当年内公司收到微软天地盒需求同比存在小幅下滑，对应物料采购需求下降。2022 年度，昆山市百木林纸业有限公司仍位于公司前二十大供应商之列。

② 联盛纸业（龙海）有限公司

联盛纸业（龙海）有限公司向公司供应白卡纸。2022 年度，联盛纸业（龙海）有限公司退出前十大供应商之列，主要系：联盛纸业（龙海）有限公司自2022 年一季度起，进一步上调采购起订量的要求，发行人通常情况下的白卡纸采购规模未达到其起订量要求。故后续发行人主要与贸易商交易采购联盛纸业（龙海）有限公司的相关产品，与联盛纸业（龙海）有限公司交易规模下降较大。

④惠州市金超人包装材料有限公司

惠州市金超人包装材料有限公司主要向公司供应纸托。2022 年度，惠州市金超人包装材料有限公司退出前十大供应商之列，主要系：发行人下游客户绿山

咖啡订单逐步向马来西亚集中，发行人转为在马来西亚配套采购纸托，减少了境内向惠州市金超人包装材料有限公司的采购量。

3、各期前十大供应商采购的公允性情况

报告期各期，发行人向前述各期前十大供应商采购的产品主要为纸张、外购组件及外购成品，上述三项采购金额合计占前述供应商采购总金额的比例分别为98.86%、98.94%、99.02%和 99.25%，占比较高，因此以下选取纸张、外购组件及外购成品，分析发行人向前述供应商采购的公允性。

（1）纸张

报告期内，前述供应商中，发行人主要向东莞市宗兴纸业有限公司、东莞市海华纸业有限公司及其关联方等公司采购纸张材料，采购的主要纸张类型为白板纸、白卡纸、书纸、纸板。

报告期内，就各期纸张采购金额超过 50 万元的前述供应商，发行人向其采购的主要纸张类型、采购金额、平均采购单价、与发行人同类型纸张材料总体采购单价的差异情况如下：

单位：万元、元/吨、元/张

2023 年 1-9 月				
供应商	**主要采购类型**	**采购金额**	**平均采购单价**	**差异率**
东莞市宗兴纸业有限公司	白板纸	1,250.32	3,499.85	-10.24%
东莞市海华纸业有限公司及其关联方	白卡纸	563.81	4,094.82	-22.61%
	书纸	472.65	6,254.11	-4.64%
	白板纸	187.02	3,955.92	1.45%
Evergreen Paper (M) SDN.BHD.	白板纸	915.01	4,490.21	15.16%
苏州华佳纸制品有限公司	纸板	822.31	1.42	纸板系定制化产品，不同型号产品价不可比，差异较大
Enso	白卡纸	802.50	8,889.01	68.01%
PT ACCORD MANDIRI BATAM 及其子公司	纸板	606.37	2.70	纸板系定制化产品，不同型号产品价不可比，差异较大
上海合和纸业有限公司	白卡纸	450.44	6,386.75	20.71%
昆山市百木林纸业有限公司	白卡纸	430.29	4,241.75	-19.83%
山鹰国际控股股份公司及其子公司	纸板	153.58	1.53	纸板系定制化产品，不同型号产品价不可比，差异较大

东莞华冠纸业有限公司	纸板	89.17	0.79	纸板系定制化产品，不同型号产品价不可比，差异较大
昆山万晟威纸业包装有限公司	纸板	70.17	1.15	纸板系定制化产品，不同型号产品价不可比，差异较大
合计	-	**6,813.65**	-	-
2022 年度				
供应商	**主要采购类型**	**采购金额**	**平均采购单价**	**差异率**
东莞市宗兴纸业有限公司	白板纸	1,991.29	4,063.06	-8.89%
东莞市海华纸业有限公司及其关联方	书纸	960.80	6,072.73	0.09%
	白卡纸	878.81	5,239.29	-11.63%
	白板纸	440.31	4,697.64	5.34%
Evergreen Paper(M) SDN.BHD.	白板纸	862.11	5,592.63	25.41%
昆山万晟威纸业包装有限公司及其关联方	纸板	838.77	1.40	纸板系定制化产品，不同型号产品价不可比，差异较大
山鹰国际控股股份公司及其子公司	纸板	682.21	2.02	纸板系定制化产品，不同型号产品价不可比，差异较大
上海合和纸业有限公司	白卡纸	670.43	6,478.76	9.27%
昆山市百木林纸业有限公司	白卡纸	639.01	5,330.13	-10.10%
Enso	白卡纸	606.96	8,491.69	43.22%
PT ACCORD MANDIRI BATAM 及其子公司	纸板	255.57	2.21	纸板系定制化产品，不同型号产品价不可比，差异较大
苏州华佳纸制品有限公司	纸板	198.91	1.79	纸板系定制化产品，不同型号产品价不可比，差异较大
东莞华冠纸业有限公司	纸板	110.63	0.78	纸板系定制化产品，不同型号产品价不可比，差异较大
合计	-	**9,135.80**	-	-
2021 年度				
供应商	**主要采购类型**	**采购金额**	**平均采购单价**	**差异率**
东莞市海华纸业有限公司及其关联方	白卡纸	1,252.78	6,694.59	-4.49%
	书纸	929.22	5,850.09	-5.15%

	白板纸	492.59	5,040.89	9.60%
联盛纸业（龙海）有限公司	白板纸	2,572.44	4,524.71	-1.62%
昆山万晟威纸业包装有限公司及其关联方	纸板	1,299.48	1.45	纸板系定制化产品，不同型号产品价不可比，差异较大
昆山市百木林纸业有限公司	白卡纸	968.46	6,612.60	-5.66%
上海合和纸业有限公司	白卡纸	930.95	7,729.96	10.28%
Enso	白卡纸	678.29	7,920.80	13.00%
东莞华冠纸业有限公司	纸板	303.64	1.09	纸板系定制化产品，不同型号产品价不可比，差异较大
山鹰国际控股股份公司及其子公司	纸板	146.56	1.54	纸板系定制化产品，不同型号产品价不可比，差异较大
合计	-	**9,574.42**	-	-
2020 年度				
供应商	**主要采购类型**	**采购金额**	**平均采购单价**	**差异率**
联盛纸业（龙海）有限公司	白板纸	1,579.54	3,839.06	-1.77%
东莞市海华纸业有限公司及其关联方	书纸	595.29	4,791.45	-8.16%
	白卡纸	495.90	5,237.55	-3.78%
	白板纸	407.30	4,150.49	6.20%
昆山万晟威纸业包装有限公司及其关联方	纸板	846.25	1.18	纸板系定制化产品，不同型号产品价不可比，差异较大
东莞华冠纸业有限公司	纸板	408.43	1.14	纸板系定制化产品，不同型号产品价不可比，差异较大
昆山市百木林纸业有限公司	白卡纸	350.54	5,456.07	0.23%
Enso	白卡纸	347.25	8,500.36	56.16%
上海合和纸业有限公司	白卡纸	84.15	6,017.70	10.55%
合计	-	**5,114.64**	-	-

注 1：差异率=（平均采购单价—发行人同期同类纸张采购总体平均单价）/ 发行人同期同类纸张采购总体平均单价；

注 2：纸板系定制化产品，不同供应商纸板采购平均单价差异较大，故未列示相关差异率。

报告期各期，发行人向 Enso 和上海合和纸业有限公司采购白卡纸的平均采购单价均高于发行人白卡纸总体采购单价，具体原因详见本题回复之“（二）结合公开市场报价、向不同供应商采购同类原材料的价格等，说明报告期主要原材

料采购单价变动的原因，采购价格的公允性”之 “1、白卡纸”。

2022 年度及 2023 年 1-9 月，发行人对昆山市百木林纸业有限公司及东莞市海华纸业有限公司及其关联方白卡纸的平均采购单价之间不存在重大差异，但明显低于与发行人同期白卡纸采购总体平均单价，其主要原因系发行人于 2022 年度及 2023 年 1-9 月向前五大白卡纸供应商中 Enso 和上海合和纸业有限公司采购了较大规模的高端 Ensocoat 恩索涂布白卡纸及德旺系列白卡纸，对当期发行人白卡纸采购总体平均单价水平影响较大所致，具体分析详见本题回复之“（二）结合公开市场报价、向不同供应商采购同类原材料的价格等，说明报告期主要原材料采购单价变动的原因，采购价格的公允性”之 “1、白卡纸”。

2022 年度和 2023 年 1-9 月，发行人向 Evergreen Paper(M) Sdn Bhd 采购白板纸的平均采购单价均高于发行人白板纸总体采购单价，具体原因详见本题回复之“（二）结合公开市场报价、向不同供应商采购同类原材料的价格等，说明报告期主要原材料采购单价变动的原因，采购价格的公允性”之 “3、白板纸”。

2023 年 1-9 月，发行人对东莞市宗兴纸业有限公司白板纸的平均采购单价明显低于与发行人同期白卡纸采购总体平均单价，其主要原因系发行人于 2023 年 1-9 月向前五大白板纸供应商中向 Evergreen Paper (M) Sdn Bhd 和 Fong Yee Printers Sdn Bhd 采购了较大规模的白板纸，对当期发行人白板纸采购总体平均单价水平影响较大所致，具体分析详见本题回复之“（二）结合公开市场报价、向不同供应商采购同类原材料的价格等，说明报告期主要原材料采购单价变动的原因，采购价格的公允性”之“3、白板纸”。

除上述情况外，发行人向其他供应商采购的白卡纸、白板纸、书纸平均单价与发行人同类型纸张总体采购单价不存在重大差异。

如前所述，不同型号的纸板因其所用原纸克重、原纸质量、层数、坑型的不同，价格差异较大，不同供应商因向其采购的纸板型号不同，平均采购单价有所差异，具备合理性，相关具体分析详见本题回复之“（二）结合公开市场报价、向不同供应商采购同类原材料的价格等，说明报告期主要原材料采购单价变动的原因，采购价格的公允性”之“2、纸板”。

综上所述，公司向前述供应商采购纸张的价格具备公允性。

（2）外购组件

公司采购的外购组件主要包括纸箱、纸托等产品，属于定制产品，采购单价因其产品型号、产品规格、材质、采购规模等不同而有所差异。报告期内，前述供应商中，发行人主要向厦门合兴包装印刷股份有限公司及其子公司、山鹰国际控股股份公司及其子公司、SARNTI GREEN PACK CO., LTD.、惠州市金超人包装材料有限公司等公司外购组件。

报告期内，就各期外购组件采购金额超过 50 万元的前述供应商，发行人向其采购的主要项目、采购金额、采购单价情况如下：

单位：万元、元/个

2023 年 1-9 月			
供应商	**采购项目**	**采购金额**	**平均采购单价**
厦门合兴包装印刷股份有限公司及其子公司	纸箱	1,895.45	2.53
广州市宏晓包装制品有限公司	纸托	868.41	1.86
山鹰国际控股股份公司及其子公司	纸托	540.01	3.23
SARNTI GREEN PACK CO., LTD.	纸托	411.03	3.24
斯默菲石东包装（亚洲）有限公司及其子公司	纸箱	347.97	4.32
惠州市金超人包装材料有限公司	纸托	207.29	2.23
东莞华冠纸业有限公司	纸箱	46.17	4.13
合计	**-**	**4,316.33**	**-**
2022 年度			
供应商	**采购项目**	**采购金额**	**平均采购单价**
厦门合兴包装印刷股份有限公司及其子公司	纸箱	1,612.37	2.50
山鹰国际控股股份公司及其子公司	纸托	1,305.90	3.31
SARNTI GREEN PACK CO., LTD.	纸托	1,131.23	2.96
惠州市金超人包装材料有限公司	纸托	604.32	1.99
PT ACCORD MANDIRI BATAM 及其子公司	纸箱	434.35	4.53
	EPE 袋	115.77	0.45
斯默菲石东包装（亚洲）有限公司及其子公司	纸箱	473.39	2.95
广州市宏晓包装制品有限公司	纸托	268.78	1.89
CENTURY BOND.BHD 及其子	纸箱	175.92	3.20

公司			
东莞华冠纸业有限公司	纸箱	92.20	4.26
合计	**-**	**6,214.23**	**-**
2021 年度			
供应商	**采购项目**	**采购金额**	**平均采购单价**
山鹰国际控股股份公司及其子公司	纸托	1,581.95	3.08
惠州市金超人包装材料有限公司	纸托	865.12	1.75
斯默菲石东包装（亚洲）有限公司及其子公司	纸箱	695.16	2.66
SARNTI GREEN PACK CO., LTD.	纸托	639.41	2.95
厦门合兴包装印刷股份有限公司及其子公司	纸箱	532.25	2.90
CENTURY BOND.BHD 及其子公司	纸箱	375.17	2.72
	纸托	129.68	1.73
PT ACCORD MANDIRI BATAM 及其子公司	纸箱	150.88	1.23
	EPE 袋	137.17	0.48
东莞华冠纸业有限公司	纸箱	277.44	4.92
合计	**-**	**5,384.23**	**-**
2020 年度			
供应商	**采购项目**	**采购金额**	**平均采购单价**
珠海市森洋包装科技有限公司	纸托	1,725.76	2.41
惠州市金超人包装材料有限公司	纸托	1,397.82	1.66
CENTURY BOND.BHD 及其子公司	纸托	609.39	1.74
	纸箱	433.86	2.98
斯默菲石东包装（亚洲）有限公司及其子公司	纸箱	842.17	2.41
厦门合兴包装印刷股份有限公司及其子公司	纸箱	833.49	2.80
SARNTI GREEN PACK CO., LTD.	纸托	702.80	3.24
东莞华冠纸业有限公司	纸箱	243.03	4.39
PT ACCORD MANDIRI BATAM 及其子公司	纸箱	107.96	1.22
	EPE 袋	24.81	0.52
合计	**-**	**6,921.08**	**-**

由上表可知，纸箱、纸托系发行人向前述供应商外购的主要组件。报告期内，公司向前述供应商采购的纸托、纸箱产品单价有所差异，主要系纸托、纸箱产品系定制化产品，发行人采购的纸托、纸箱产品型号较多，不同型号的产品规格、

材质差异较大，发行人向各个供应商采购的纸托、纸箱产品型号不同，故平均采购单价有所差异。

报告期内，存在同一型号向多家供应商采购，且供应商中包含上表中的供应商的金额前十大的纸箱、纸托产品的平均采购单价比较情况如下：

单位：元/个

项目	物料号	供应商	平均采购单价			
			2023 年 1-9 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
纸箱	0001.B.0104	UNITED KOTAK BERHAD	5.15	4.98	5.12	4.36
		CENTURY BOND.BHD.及其子公司	-	5.19	5.29	5.09
		厦门合兴包装印刷股份有限公司及其子公司	4.95	4.88	-	-
	1102.B.0390	东莞新森奇纸品有限公司	5.46	5.60	5.15	5.10
		斯默菲石东包装（亚洲）有限公司	-	5.60	-	-
	1102.B.0519	斯默菲石东包装（亚洲）有限公司	-	7.88	7.14	6.89
		东莞新森奇纸品有限公司	7.03	-	-	-
	0001.B.0050	UNITED KOTAK BERHAD	5.26	5.18	5.33	4.53
		CENTURY BOND.BHD.及其子公司	-	5.16	5.24	5.06
		厦门合兴包装印刷股份有限公司及其子公司	5.13	5.06	-	-
	0001.B.0041	UNITED KOTAK BERHAD	1.15	1.12	1.13	1.01
		CENTURY BOND.BHD.及其子公司	1.14	1.10	1.14	1.08
		厦门合兴包装印刷股份有限公司及其子公司	1.11	1.10	-	-
	0001.B.0027	CENTURY BOND.BHD.及其子公司	3.87	3.78	3.77	3.71
		UNITED KOTAK BERHAD	4.03	3.94	4.07	3.74
		厦门合兴包装印刷股份有限公司及其子公司	3.90	3.85	-	-
	0001.B.0107	CENTURY BOND.BHD.及其子公司	-	6.20	6.28	6.07
		UNITED KOTAK BERHAD	-	6.15	6.25	7.31
	0001.B.0246	UNITED KOTAK BERHAD	5.15	5.05	5.25	-
		CENTURY BOND.BHD.及其子公司	-	5.09	5.51	-
		厦门合兴包装印刷股份有限公司及其子公司	5.16	-	-	-
	1102.B.0505	斯默菲石东包装（亚洲）有限公司	7.60	7.88	7.21	6.89
		东莞新森奇纸品有限公司	6.27	-	-	-
	0001.B.0236	UNITED KOTAK BERHAD	-	1.26	1.27	-
		CENTURY BOND.BHD.及其子公司	1.26	1.24	1.30	-
纸托	0001.B.0072	Dynapac(M)SDN.BHD.	-	-	3.93	3.79
		CENTURY BOND.BHD.及其子公司	-	-	-	3.51

项目	物料号	供应商	平均采购单价			
			2023 年 1-9 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
	0001.B.0071	Dynapac(M)SDN.BHD.	-	-	3.58	3.46
		CENTURY BOND.BHD.及其子公司	-	-	-	2.73
		ERIPULPMOLDING(JOHOR)SDN.BHD.	-	-	-	2.77
	5.05.000156	东莞宏扬工艺制品有限公司	-	-	-	1.12
		珠海市森洋包装科技有限公司（后并入山鹰国际控股及其子公司）	-	-	1.09	1.11
	0001.B.0029	CENTURY BOND.BHD.及其子公司	-	-	-	1.72
		ERIPULPMOLDING(JOHOR)SDN.BHD.	-	-	-	1.72
		ECOFRIENDLYPULPSDN.BHD.	-	-	-	1.64
	1102T.B.0034	SARNTIGREENPACKCOLTD.	2.37	2.28	2.12	-
		E.MOLDING INTERNATIONAL CO.,LTD.	2.07	1.99	-	-
	5.05.000158	东莞宏扬工艺制品有限公司	-	-	-	0.87
		珠海市森洋包装科技有限公司（后并入山鹰国际控股及其子公司）	-	-	0.66	0.77
	5.05.000232	东莞宏扬工艺制品有限公司	-	-	-	0.70
		珠海市森洋包装科技有限公司（后并入山鹰国际控股及其子公司）	-	-	0.55	0.64
	1102T.B.0035	SARNTIGREENPACKCOLTD.	1.90	1.82	1.70	-
		E.MOLDING INTERNATIONAL CO.,LTD.	1.65	1.58	-	-
	0001.B.0031	CENTURY BOND.BHD.及其子公司	-	-	-	1.25
		ERIPULPMOLDING(JOHOR)SDN.BHD.	-	-	-	1.28
		ECOFRIENDLYPULPSDN.BHD.	-	-	-	1.18
	0001.B.0044	ECOFRIENDLYPULPSDNBHD	-	-	-	1.86
		CENTURY BOND.BHD.及其子公司	-	-	-	1.81

由上表可知，报告期内，对于同一型号的纸箱及纸托产品，公司向各家供应商采购的价格差异较小。

综上，受产品规格、材质等因素的影响，公司向不同供应商采购纸箱、纸托产品的价格存在一定差异；公司采购的同型号的纸箱、纸托产品之间，价格不存在重大差异。因此，公司向前述供应商外购组件的价格具备公允性。

（3）外购成品

报告期内，前述供应商中，发行人主要向 CENTURY BOND.BHD 及其子公

司、PT.ACCORD MANDIRI BATAM 及其子公司，以及 SMILE KYOSHIN PROPRINT CO., LTD.外购成品。其中，发行人向 CENTURY BOND.BHD 及其子公司外购成品主要为发行人向 CENTURY BOND.BHD 子公司 CPP 采购彩盒和说明书产品，向 PT.ACCORD MANDIRI BATAM 及其子公司外购成品主要为发行人向 PT.ACCORD MANDIRI BATAM 子公 PT Global 和 PT.ACCORD MANDIRI BATAM 采购彩盒和说明书产品。

1）发行人向 PT Global 和 CPP 外购成品的公允性分析

发行人向 PT Global 和 CPP 外购成品的公允性分析详见本反馈回复报告“问题 6.关于关联方与关联交易”之“二、说明关联交易的发生背景及原因，结合与同地区同类无关联第三方交易价格的对比情况，说明关联交易定价的公允性”之“1、发行人与 PT GLOBAL 关联交易”及“2、发行人与 CPP 关联交易”。

2）发行人向 SMILE KYOSHIN PROPRINT CO., LTD.和 PT.ACCORD MANDIRI BATAM 外购成品的公允性分析

①交易背景

报告内，发行人向 SMILE KYOSHIN PROPRINT CO., LTD.采购彩盒成品，向 PT.ACCORD MANDIRI BATAM 采购彩盒及说明书产品，相关交易背景详见本题“（三）说明报告期内采购彩盒及说明书并销售的金额及占比，相关资金流、货物流情况，客户未直接向上游供应商采购的原因及合理性，发行人对相关收入成本的会计处理过程及依据”之“2、客户未直接向上游供应商采购的原因及合理性”。

②交易定价及公允性分析

发行人向下游客户销售外购彩盒、说明书产品主要基于成本加成的模式，参考外购彩盒的成本和合理利润空间进行定价。

报告期各期，发行人向 SMILE KYOSHIN PROPRINT CO., LTD.和 PT.ACCORD MANDIRI BATAM 外购彩盒、说明书的单价与发行人同类产品采购总体平均单价比较情况如下：

A 发行人向 SMILE KYOSHIN PROPRINT CO., LTD.外购成品

报告期各期，发行人向 SMILE KYOSHIN PROPRINT CO., LTD.采购彩盒的

平均单价与采购彩盒后对外销售的平均单价相关比较情况如下：

单位：元/个

时间	主要交易内容	平均采购价格	平均外销价格
2020 年度	彩盒	8.64	10.03
2021 年度	彩盒	8.49	10.97
2022 年度	彩盒	7.41	9.44
2023 年 1-9 月	彩盒	7.97	9.82

由上表可知，发行人向 SMILE KYOSHIN PROPRINT CO., LTD.采购彩盒的平均价格与采购彩盒后对外销售的平均单价之间的差异较为稳定，不存在异常情况。

B 发行人向 PT.ACCORD MANDIRI BATAM 外购成品

报告期各期，发行人向 PT.ACCORD MANDIRI BATAM 采购彩盒和说明书的平均单价与采购彩盒、说明书后对外销售的平均单价相关比较情况如下：

单位：元/个

时间	主要交易内容	平均采购价格	平均外销价格
2020 年度	彩盒	-	-
	说明书	0.66	0.76
2021 年度	彩盒	3.48	3.87
	说明书	0.67	0.89
2022 年度	彩盒	3.45	4.08
	说明书	0.76	1.00
2023 年 1-9 月	彩盒	3.77	4.11
	说明书	0.74	1.01

由上表可知，发行人向 PT.ACCORD MANDIRI BATAM 采购彩盒的平均价格与采购彩盒后对外销售的平均单价之间的差异较为稳定，不存在异常情况。

综上所述，发行人向各期前十大供应商采购的价格具备公允性，不存在异常情况。

（五）说明主要外协厂商的基本情况、是否具备生产经营必备资质，发行人采购占其同类业务规模比例；各期外协加工工序的平均采购单价及波动原因，结合市场报价、同一工序不同外协厂商的采购单价分析采购价格的公允性；外协加工的质量控制措施，是否存在将核心工序或关键工序交由外协厂商完成的情形。

1、主要外协厂商的基本情况及交易情况

报告期内，公司向前五名外协厂商采购额的基本情况如下所示：

单位：万元

2023 年 1-9 月						
序号	**供应商全称**	**采购金额**	**占外协采购的比例**	**主要外协厂商采购内容**	**是否需要特定生产经营资质**	**发行人采购占其同类业务规模比例**
1	东莞市东坑环亚包装制品厂及其关联方	357.57	22.33%	手工	无需特定资质	35%以内
2	淮安轩明人力资源有限公司	269.10	16.80%	手工	无需特定资质	27%以内
3	涟水美盈森智谷科技有限公司	202.36	12.64%	印刷	具备印刷经营许可证	10%以内
4	东莞喜印门新型印刷有限公司	122.35	7.64%	印刷	具备印刷经营许可证	5%以内
5	东莞市祥企印刷制品有限公司	86.00	5.37%	印刷	具备印刷经营许可证	5%以内
合计		**1,037.38**	**67.78%**	-	-	-
2022 年度						
序号	**供应商全称**	**采购金额**	**占外协采购的比例**	**主要外协厂商采购内容**	**是否需要特定生产经营资质**	**发行人采购占其同类业务规模比例**
1	东莞市东坑环亚包装制品厂及其关联方	662.37	44.08%	手工	无需特定资质	35%以内
2	东莞市祥企印刷制品有限公司	254.24	16.92%	印刷	具备印刷经营许可证	5%以内
3	WENTAR INDUSTRIES SDN BHD	119.04	7.92%	表面处理	无需特定资质	10%以内
4	苏州市咏佳包装科技有限公司	76.88	5.12%	表面处理	无需特定资质	32%以内
5	苏州市奥尔兰智能科技有限公司	60.25	4.01%	印刷	印刷经营许可证	1%以内
合计		**1,172.78**	**78.05%**	-	-	-
2021 年度						
序号	**供应商全称**	**采购金额**	**占外协采购的比例**	**主要外协厂商采购内容**	**是否需要特定生产经营资质**	**发行人采购占其同类业务规模比例**
1	东莞市东坑环亚包装制品厂及其关联方	950.12	54.78%	手工	无需特定资质	35%以内
2	东莞市祥企印刷制品有限公司	256.29	14.78%	印刷	印刷经营许可证	5%以内
3	东莞喜印门新型印刷有限公司	126.25	7.28%	印刷	印刷经营许可证	5%以内
4	东莞市时泰包装科技有限公司	60.28	3.48%	手工	无需特定资质	5%以内
5	东莞市文彩纸品有限	54.17	3.12%	表面处理	无需特定	20%以内

	公司				资质	
合计		**1,447.11**	**83.43%**	-	-	-
2020 年度						
序号	**供应商全称**	**采购金额**	**占外协采购的比例**	**主要外协厂商采购内容**	**是否需要特定生产经营资质**	**发行人采购占其同类业务规模比例**
1	东莞市东坑环亚包装制品厂及其关联方	460.29	30.10%	手工	无需特定资质	35%以内
2	东莞市祥企印刷制品有限公司	275.38	18.01%	印刷	印刷经营许可证	5%以内
3	东莞喜印门新型印刷有限公司	116.85	7.64%	印刷	印刷经营许可证	10%以内
4	东莞市盈华纸品有限公司	104.62	6.84%	表面处理	无需特定资质	40%以内
5	东莞市捷诚达包装有限公司	70.61	4.62%	表面处理	无需特定资质	25%以内
合计		**1,027.75**	**66.77%**	-	-	-

注：东莞市东坑环亚包装制品厂、东莞市志旺包装制品有限公司、东莞市东坑禾悦包装制品厂、吴江经济技术开发区志旺包装制品加工厂、东莞市东坑禾创包装材料制品厂、东莞市东坑康太纸品包装制品厂系同一控制下个体工商户，采购金额已合并披露。

报告期内，上述公司各期前五大外协厂商基本情况如下所示：

序号	**供应商全称**	**实际控制人/主要股东**	**注册资本**	**注册地址**	**设立时间**	**合作开始时间**	**关联关系或其他利益关系**
1	东莞市祥企印刷制品有限公司	黄忠	2000 万元人民币	广东省东莞市东城街道水岭路 2 号	2011-06-08	2018 年	无
2	苏州咏佳包装科技有限公司	陈聪	200 万元人民币	吴江区黎里镇金家坝金贤路	2020-04-16	2021 年	无
3	东莞市东坑环亚包装制品厂	王淑惠	-	广东省东莞市东坑镇黄屋大塘坑三街 13 号 102 室	2018-12-28	2020 年	无
	东莞市志旺包装制品有限公司	麻汗旺	500 万元人民币	广东省东莞市东坑镇寮东路东坑段 3 号 1 号楼 1001 室	2018-08-13	2018 年	无
	东莞市东坑禾悦包装制品厂（已注销）	王广亚	-	广东省东莞市东坑镇寮东路东坑段 3 号 1 号楼 1002 室	2018-12-28	2019 年	无
	吴江经济技术开发区志旺包装制品加工厂	麻汗旺	10 万元人民币	苏州市吴江区同里镇渡船桥花苑北区 144 号	2021-01-20	2021 年	无
	东莞市东坑康太纸品包装制品厂	王淑惠	5 万元人民币	广东省东莞市东坑镇寮东路东坑段 3 号 1 号楼 1003	2022-10-27	2023 年	无

序号	供应商全称	实际控制人/主要股东	注册资本	注册地址	设立时间	合作开始时间	关联关系或其他利益关系
				室			
4	东莞喜印门新型印刷有限公司	郭海勤、谢茂华	700 万元人民币	东莞市寮步镇岭厦社区振业街 11 号 A 区	2017-03-15	2017 年	无
5	东莞市盈华纸品有限公司（已注销）	杨代秀	20 万元人民币	东莞市东坑镇角社村角社七队上联二路 74 号	2015-09-06	2015 年	无
6	东莞市捷诚达包装有限公司	詹云	100 万元人民币	广东省东莞市大岭山镇纵队路 193 号之一 3 栋 201 室	2019-11-11	2019 年	无
7	东莞市时泰包装科技有限公司	汪相风	500 万元人民币	广东省东莞市高埗镇三塘东路 8 号 1 号楼	2017-11-09	2018 年	无
8	苏州市奥尔兰智能科技有限公司	陈家俊	1,500 万元人民币	苏州市相城区渭塘镇爱格豪路 42 号 1 号楼一、二层	2014-10-09	2021 年	无
9	淮安轩明人力资源有限公司	刘树冬	200 万元人民币	淮安市涟水县高沟镇今世缘商城一号 6 幢 106 室	2021-12-06	2023 年	无
10	涟水美盈森智谷科技有限公司	美盈森集团股份有限公司	10,000 万元人民币	淮安市涟水县经济开发区兴旺路北侧、科创路西侧	2020-05-06	2023 年	无
11	WENTAR INDUSTRIES SDN BHD	LIM CHONG HUN	100 万马来西亚令吉	273A, JALAN SUTERA,TAMAN SENTOSA, JOHOR BAHRU JOHOR	1994-11-10	2022 年	无
12	东莞市文彩纸品有限公司	陈小静	50 万元人民币	东莞市寮步镇凫山村寮湖路亿美康科技园 B 栋 1 楼 BC 栋后面 6 格	2008-11-19	2014 年	无

注：东莞市东坑环亚包装制品厂、东莞市志旺包装制品有限公司、东莞市东坑禾悦包装制品厂、吴江经济技术开发区志旺包装制品加工厂、东莞市东坑禾创包装材料制品厂、东莞市东坑康太纸品包装制品厂系同一控制下个体工商户。

2、各期外协加工工序的平均采购单价及波动原因

报告期内，公司外协加工主要涉及的工序包括手工、印刷、表面处理三类工序。报告期内，发行人向外协供应商采购手工加工、印刷及表面处理服务的定价政策如下：

序号	采购内容	定价政策
1	手工加工	供应商结合手工加工涉及的具体产品种类、单个产品加工时长、手工加工难度等因素进行报价，公司与供应商经协商后确定价格

序号	采购内容	定价政策
2	印刷	供应商结合印刷涉及的具体产品种类、产品需印制的颜色数量、印刷工艺复杂程度、单次印刷数量等因素进行报价，公司与供应商经协商后确定价格
3	表面处理	供应商结合表面处理涉及的具体产品种类、具体表面处理工艺复杂度等因素进行报价，公司与供应商经协商后确定价格

报告期各期，上述外协加工工序的平均采购单价如下所示：

单位：元/pcs

工序名称	2023 年 1-9 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
手工加工	0.27	0.32	0.32	0.41
印刷	0.57	0.30	0.38	0.45
表面处理	0.24	0.25	0.18	0.19

报告期内，上述加工工序平均采购单价有所波动，主要系公司生产的彩盒、说明书产品定制化程度较高，外协加工价格也因相关产品的尺寸、材质、加工工艺要求等多种因素的不同而存在一定差异，报告期各期公司生产的彩盒、说明书产品型号存在一定变化，致使上述外协加工工序的平均采购单价有所波动。

3、同一工序的市场报价及不同外协厂商的采购单价情况及其公允性

公司生产的彩盒、说明书产品定制化程度较高，外协加工采购价格也因具体产品加工时长，加工工艺要求等多种因素的不同而存在一定差异，公司外协加工主要涉及的工序不存在公开报价。

（1）手工加工

报告期各期，发行人向各期采购金额超过 30 万元的主要手工加工服务外协供应商采购的主要工序及单价情况如下所示：

单位：元/pcs

2023 年 1-9 月			
序号	供应商	主要工序	采购单价
1	淮安轩明人力资源有限公司	手工加工处理	0.18
2	东莞市东坑环亚包装制品厂及其关联方	手工加工处理	0.33
3	东莞市虎昌纸制品有限公司	手工加工处理	2.31
4	东莞市得美智能包装有限公司	手工加工处理	2.31
2022 年度			
序号	供应商	主要工序	采购单价
1	东莞市东坑环亚包装制品厂及其关联方	手工加工处理	0.30
2	东莞市时泰包装科技有限公司	手工加工处理	7.29
2021 年度			
序号	供应商	主要工序	采购单价

1	东莞市东坑环亚包装制品厂及其关联方	手工加工处理	0.32
2020 年度			
序号	**供应商**	**主要工序**	**采购单价**
1	东莞市东坑环亚包装制品厂及其关联方	手工加工处理	0.43
2	东莞市华莱纸品包装厂	手工加工处理	0.36

如上表所示，发行人不同主要协供应商采购手工加工处理的单价有一定的差异，发行人生产的彩盒、说明书产品型号众多，且相关产品定制化程度较高，不同型号的产品所需的手工加工时长、加工难度存在差异，相关加工服务不存在公开市场报价体系。发行人向不同外协供应商采购手工加工服务涉及的产品种类不同，故向不同供应商之间平均采购单价有所差异。

报告期内，发行人存在对同一型号成品向多家供应商采购手工加工服务的金额前十大的成品型号的手工加工服务平均采购单价比较情况如下：

单位：元/pcs

物料号	**供应商**	**平均采购单价**				**是否存在显著差异**
		2023 年 1-9 月	**2022 年度**	**2021 年度**	**2020 年度**	
7777.L.0028	东莞市东坑环亚包装制品厂及其关联方	-	-	0.33	0.30	无显著差异
	东莞市华莱纸品包装厂	-	-	-	0.30	
1105.L.0227	东莞市东坑环亚包装制品厂及其关联方	-	0.14	0.15	0.15	无显著差异
	东莞市华莱纸品包装厂	-	-	-	0.15	
0129.L.0530	东莞市东坑环亚包装制品厂及其关联方	-	-	2.74	2.80	无显著差异
	东莞市华莱纸品包装厂	-	-	-	2.80	
7777.L.0029	东莞市东坑环亚包装制品厂及其关联方厂	-	-	0.30	0.30	无显著差异
	东莞市华莱纸品包装厂	-	-	-	0.30	
7777.L.0026	东莞市东坑环亚包装制品厂及其关联方	-	0.29	0.31	0.30	无显著差异
	东莞市华莱纸品包装厂	-	-	-	0.30	
0129D.L.0026	东莞市东坑环亚包装制品厂及其	-	1.12	1.10	1.12	无显著差异

物料号	供应商	平均采购单价				是否存在显著差异
		2023 年 1-9 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度	
	关联方厂					
	东莞市华莱纸品包装厂	-	-	-	1.12	
0129D.L.0024	东莞市东坑环亚包装制品厂及其关联方	-	1.09	1.09	1.12	无显著差异
	东莞市华莱纸品包装厂	-	-	-	1.12	
1097A.B.0010	东莞市东坑环亚包装制品厂及其关联方	0.20	0.19	0.21	0.20	无显著差异
	东莞市华莱纸品包装厂	-	-	-	0.20	
0105M.L.0002	东莞市东坑环亚包装制品厂及其关联方	-	-	0.90	0.96	无显著差异
	东莞市华莱纸品包装厂	-	-	-	0.92	
7777.L.0027	东莞市东坑环亚包装制品厂及其关联方	-	0.29	0.32	0.30	无显著差异
	东莞市华莱纸品包装厂	-	-	-	0.30	

如上表所示，对同一型号成品的手工加工服务，发行人向不同供应商之间的采购价格不存在重大差异，报告期内，同一型号成品的手工加工服务采购价格亦不存在重大变动，无异常情况。

综上所述，发行人向外协供应商采购手工加工服务的定价政策公允，不存在异常情况；受不同型号产品所需手工加工时长、加工难度等因素的影响，发行人向不同供应商采购手工加工服务的平均单价存在一定差异；对同一型号成品，发行人向不同外协供应商采购手工加工服务的平均采购单价不存在重大差异，且报告期内，同一型号成品的手工加工服务采购价格亦不存在重大变动。因此，发行人采购手工加工服务的价格具备公允性。

（2）印刷

报告期各期，发行人向采购金额超过 30 万元的主要印刷服务外协供应商采购的主要工序及单价情况如下所示：

单位：元/pcs

2023 年 1-9 月			
序号	**供应商**	**主要工序**	**采购单价**
1	涟水美盈森智谷科技有限公司	UV 印刷	0.81
2	东莞喜印门新型印刷有限公司	UV 印刷、普通印刷	0.68
3	东莞市祥企印刷制品有限公司	普通印刷	0.34
2022 年度			
序号	**供应商**	**主要工序**	**采购单价**
1	东莞市祥企印刷制品有限公司	普通印刷	0.36
2	苏州市奥尔兰智能科技有限公司	普通印刷	0.44
3	东莞喜印门新型印刷有限公司	UV 印刷、普通印刷	0.46
2021 年度			
序号	**供应商**	**主要工序**	**采购单价**
1	东莞市祥企印刷制品有限公司	普通印刷	0.46
2	东莞喜印门新型印刷有限公司	UV 印刷、普通印刷	0.62
2020 年度			
序号	**供应商**	**主要工序**	**采购单价**
1	东莞市祥企印刷制品有限公司	普通印刷	0.45
2	东莞喜印门新型印刷有限公司	UV 印刷、普通印刷	0.58
3	东莞市浩扬印刷厂	普通印刷	0.39

如上表所示，发行人不同主要外协供应商采购印刷服务的单价有一定的差异。印刷服务价格主要受印制的颜色数量、印刷工艺复杂程度、印刷数量的影响，不存在公开市场报价体系。产品印制颜色数量越多、印刷工艺复杂程度越高，印刷价格越高；此外，由于印刷过程中存在较为固定的制版费用、开机费用，因此单次印刷数量越多，印刷单位价格越低。报告期内，发行人生产的彩盒、说明书产品型号众多，且相关产品定制化程度较高，不同型号产品的印刷样式存在差异，由于发行人向不同外协供应商采购印刷服务涉及的产品种类、采购印刷服务的数量不同，因此向不同供应商之间的平均采购单价有所差异。

报告期内，存在同一型号成品向多家供应商同时采购印刷服务的金额排名前十大的成品型号的印刷服务平均采购单价比较情况如下：

单位：元/pcs

物料号	供应商	平均采购单价				是否存在显著差异
		2023 年 1-9 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度	
1097A.L.0082	东莞喜印门新型印刷有限公司	0.53	-	-	-	东莞喜印门新型印刷有限公司（以下简称喜印门）提供的系 UV 印刷服务，由于其所需油墨、设备等要求高于普通印刷，故单价相对高于东莞市祥企印刷制品有限公司（以下简称祥企）提供的普通印刷服务
	东莞市祥企印刷制品有限公司	0.24	-	-	-	
7777.L.0029	东莞喜印门新型印刷有限公司	-	-	0.67	0.55	2020 年初，应客户要求，该类产品工艺发生变更，需印制的颜色数量增加，如前所述，产品印制颜色数量越多，印刷价格越高，故喜印门相应提高对该产品印刷服务的价格，而东莞市生彩印刷包装有限公司（以下简称生彩印刷）于工艺变更后未向公司继续提供印刷服务，因此 2020 年度喜印门提供印刷服务的平均单价高于生彩印刷的平均单价。亦基于上述因素，2021 年度喜印门提供印刷服务的平均单价较 2020 年度有所上升。此外，2020 年度，工艺变更前，喜印门与生彩印刷提供印刷服务的价格不存在重大差异
	东莞市生彩印刷包装有限公司	-	-	-	0.30	
7777.L.0028	东莞喜印门新型印刷有限公司	-	-	0.72	0.45	
	东莞市生彩印刷包装有限公司	-	-	-	0.28	
7777.L.0027	东莞喜印门新型印刷有限公司	-	-	0.62	0.52	
	东莞市生彩印刷包装有限公司	-	-	-	0.28	
7777.L.0026	东莞喜印门新型印刷有限公司	-	-	0.54	0.30	
	东莞市生彩印刷包装有限公司	-	-	-	0.28	
0105M.M.0106	苏州昱丰印务有限公司	0.04	0.06	0.07	-	2021 至 2022 年度，应发行人要求，苏州昱丰印务有限公司对部分说明书产品印刷后进行折页与装订，因此平均采购单价高于另外两家外协供应商
	苏州德胜彩色印刷有限公司	0.04	0.04	-	-	
	苏州迅彩包装制品有限公司	-	-	0.04	-	
1199V.M.0003	东莞市祥企印刷制品有限公司	-	-	0.42	0.30	①2020 年度祥企提供印刷服务的数量多于永嘉兴纸业（深圳）有限公司，因此采购
	永嘉兴纸业(深圳)有限公司	-	-	-	0.39	

物料号	供应商	平均采购单价				是否存在显著差异
		2023 年 1-9 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度	
	东莞市浩扬印刷厂	-	-	0.47	-	单价相对较低；②2021 年度祥企提供印刷服务的数量同比下降，因此采购单价有所上升
1177F.M.0228	东莞市祥企印刷制品有限公司	-	-	-	0.35	该料号成品由若干组件组成，祥企和东莞市浩扬印刷厂提供印刷服务所涉及的组件不同，不同组件所需印刷的颜色数量有所差异，因此平均采购单价存在差异
	东莞市浩扬印刷厂	-	-	-	0.49	
1097A.L.0024	东莞市浩扬印刷厂	-	-	0.45	0.41	无显著差异
	东莞喜印门新型印刷有限公司	-	-	0.39	0.39	
	永嘉兴纸业(深圳)有限公司	-	-	-	0.45	
1105.L.0231	东莞喜印门新型印刷有限公司	-	-	0.42	0.44	无显著差异
	东莞市广嘉彩印有限公司	-	-	-	0.43	
	东莞市浩扬印刷厂	-	-	-	0.49	

如上表所示，部分型号成品不同供应商提供印刷服务的单位价格有所差异，主要系向各供应商采购印刷服务数量不同、同一成品不同组件印刷颜色数量不同等因素等所致，具备合理性。除此之外，对同一型号成品的印刷服务，发行人向不同供应商之间的采购价格不存在异常情况。

综上所述，发行人向外协供应商采购印刷服务的定价政策公允，不存在异常情况；受不同型号产品所需印制颜色数量、印刷工艺复杂程度、单个供应商印刷服务采购量等因素的影响，发行人向不同供应商采购印刷服务的平均单价存在一定差异；对同一型号成品，发行人向不同外协供应商采购印刷服务的平均采购单价不存在异常情况。

（3）表面处理

报告期各期，发行人向采购金额超过 30 万元的主要表面处理服务外协供应商采购的主要工序及单价情况如下所示：

单位：元/pcs

2023 年 1-9 月

序号	供应商	主要工序	采购单价
1	苏州市咏佳包装科技有限公司	哑膜	0.27
2022 年度			
序号	**供应商**	**主要工序**	**采购单价**
1	Wentar Industries Sdn Bhd	UV	0.35
2	东莞市捷诚达包装有限公司	烫金、哑胶	0.16
3	东莞市祥企印刷制品有限公司	哑油	0.51
4	苏州市咏佳包装科技有限公司	覆膜、哑膜	0.32
2021 年度			
序号	**供应商**	**主要工序**	**采购单价**
1	东莞市文彩纸品有限公司	烫银	0.23
2	东莞市捷诚达包装有限公司	烫金	0.16
3	深圳市广艺兴纸品有限公司	UV	0.25
2020 年度			
序号	**供应商**	**主要工序**	**采购单价**
1	东莞市捷诚达包装有限公司	烫金	0.16
2	深圳市广艺兴纸品有限公司	UV	0.49
3	东莞市文彩纸品有限公司	烫金、烫银	0.31
4	东莞市盈华纸品有限公司	烫银	0.15
5	东莞市德福纸品有限公司	油性防爆 UV	0.23

如上表所示，发行人不同主要外协供应商采购表面处理服务的单价有一定的差异。发行人生产的彩盒、说明书产品型号众多，且相关产品定制化程度较高，不同型号的产品所需的表面处理具体工序存在差异，相关表面处理服务不存在公开市场报价体系。发行人向不同外协供应商采购表面处理服务涉及的产品种类、具体工序不同，故向不同供应商之间平均采购单价有所差异。

报告期内，发行人存在同一型号成品向多家供应商同时采购表面处理服务的金额排名前十大的成品型号的表面处理服务平均采购单价比较情况如下：

单位：元/pcs

物料号	供应商	平均采购单价				是否存在显著差异
		2023 年 1-9 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度	
1245.B.0033	深圳市广艺兴纸品有限公司	-	-	0.64	0.65	无显著差异
	东莞市德福纸品有限公司	-	-	-	0.58	
1207K.B.0014	东莞市捷诚达包装有限公司	0.32	0.17	-	-	该料号成品需经过多种表面处理工序，相较于东莞市捷诚达包装有限公司、东莞市东坑
	东莞市文彩纸品有限公司	-	0.28	-	-	

物料号	供应商	平均采购单价				是否存在显著差异
		2023 年 1-9 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度	
	东莞市东坑环亚包装制品厂及其关联方	-	0.17	-	-	环亚包装制品厂及其关联方，东莞市文彩纸品有限公司还提供烫银服务，故采购单价较高
1199V.B.0035	东莞市捷诚达包装有限公司	-	-	0.14	0.17	无显著差异
	东莞市盈华纸品有限公司	-	-	-	0.18	
	东莞市大岭山捷诚达纸品厂	-	-	-	0.16	
	东莞市文彩纸品有限公司	-	-	-	0.19	
1048S.B.1210	苏州市咏佳包装科技有限公司	-	0.50	-	-	该料号成品需经过多种表面处理工序，苏州市美多包装材料有限公司系提供丝印服务，苏州市咏佳包装科技有限公司和苏州市奥尔兰智能科技有限公司系提供哑膜服务，故单价有所差异
	苏州市奥尔兰智能科技有限公司	-	0.40	-	-	
	苏州市美多包装材料有限公司	-	0.18	-	-	
1207D.B.0194	苏州市咏佳包装科技有限公司	-	0.56	0.55	-	无显著差异
	苏州浩发纸制品有限公司	-	-	0.66	-	
1199V.B.0037	东莞市捷诚达包装有限公司	-	-	-	0.21	无显著差异
	东莞市大岭山捷诚达纸品厂	-	-	-	0.16	
	东莞市文彩纸品有限公司	-	-	0.17	-	
	东莞市盈华纸品有限公司	-	-	-	0.18	
1199V.B.0014	东莞市盈华纸品有限公司	-	-	-	0.18	无显著差异
	东莞市大岭山捷诚达纸品厂	-	-	-	0.16	
	东莞市捷诚达包装有限公司	-	-	0.16	0.16	
	东莞市文彩纸品有限公司	-	-	-	0.17	
1245.B.0074	深圳市广艺兴纸品有限公司	-	-	0.41	0.53	无显著差异
	东莞市德福纸品有限公司	-	-	-	0.55	

物料号	供应商	平均采购单价				是否存在显著差异
		2023 年 1-9 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度	
1199V.B.0036	东莞市捷诚达包装有限公司	-	-	-	0.18	无显著差异
	东莞市大岭山捷诚达纸品厂	-	-	-	0.16	
	东莞市盈华纸品有限公司	-	-	-	0.18	
	东莞市文彩纸品有限公司	-	-	-	0.18	
1207T.L.0001	东莞市汇彩纸品有限公司	-	-	0.05	-	该料号成品需经过多种表面处理工序，东莞市汇彩纸品有限公司系提供 V 槽服务，东莞市文彩纸品有限公司系提供防刮花哑胶服务，故单价有所差异
	东莞市文彩纸品有限公司	-	-	-	0.13	

如上表所示，除部分型号成品因不同供应商提供不同种表面处理服务致使平均采购单价有所差异外，对同一型号成品的表面处理服务，发行人向不同供应商之间的采购价格不存在重大差异。

综上所述，发行人向外协供应商采购表面处理服务的定价政策公允，不存在异常情况；受不同供应商提供表面服务涉及的具体产品型号、提供的具体表面处理工序不同，发行人向不同供应商采购表面处理服务的平均单价存在一定差异；对同一型号成品，发行人向不同外协供应商采购表面处理服务的平均采购单价不存在异常情况。因此，发行人采购表面处理服务的价格具备公允性。

4、是否存在将核心工序或关键工序交由外协厂商完成的情形

手工、表面处理二项工序非公司核心工序。公司根据产品的具体类型设计生产彩盒、说明书等包装产品，在产能不足或生产设备投资效率偏低的情况下，将部分产品所涉及的手工、表面处理等非核心工序进行外协加工，外协厂商根据公司设计图纸的有关工艺要求进行加工。外协加工工序的加工难度低，技术含量相对较低，对生产工艺、生产设备的要求较低。针对手工、表面处理两项工序，公司不存在将核心工序外包的情况。

印刷主要系公司在订单紧急但自身产能不足的情况下，将部分少量印刷委托外协加工厂进行印刷的情况。一般而言，公司在产能不足时，对在手订单进行评估，将一些除了印刷，在其他生产工序上仍存在较强门槛的产品（如后期的手工程序较为复杂、或表面处理技术门槛较高）进行印刷工序外协加工。报告期内各

期印刷外协采购的金额占公司营业成本的比例均不足 1%。印刷系公司核心工序，公司存在将核心工序外包的情况，但该等外协生产的情况主要具备临时性、辅助性，公司仍掌握其他核心工序的生产，且各期占营业成本的比例极低，未对公司生产经营构成重大不利影响，公司亦不存在对印刷外协厂商的重大依赖。

5、外协加工的质量控制措施

公司重视外协加工的质量控制，建立了严格的供应商管理体系，制订了《合格供应商清单》《外协加工管理制度》等制度文件并有效执行，对外协厂商进行严格的技术规范管理，并定期或不定期对外协加工商从经营资质、生产设备、生产工艺、人员配备等多个角度进行考察。公司对外协厂商的产品质量、交期、价格等进行综合评估，评审合格后纳入合格供应商清单，并根据品质部提供的相关报告，对合格供应商进行动态调整；发行人从合格供应商清单中优先选择资信可靠、持续供应力强、交单及时、售后服务保障能力强的供应商。

外协厂商严格按照发行人的技术规范进行生产。在合作过程中，发行人将在产品生产技术上对外协厂商进行技术支持，将产品生产过程中的质量控制经验进行分享，以协助供应商提升其良品率，防止产品出现质量问题。发行人对外协厂商所提供的产品严格按照检验标准进行质量检查，对不合格的产品不予验收。

报告期内，公司外协厂商管理制度健全，质量控制措施严格，外协加工对发行人产品质量未产生重大不利影响，报告期内不存在与外协加工有关的违法违规情形。

（六）说明对供应商的境内采购在境外支付的具体情况、背景和原因、是否符合外汇管理相关规定、是否与相关方存在利益安排

1、说明对供应商的境内采购在境外支付的具体情况、背景和原因、是否符合外汇管理相关规定

报告期内，发行人存在一笔境内采购而实际在境外支付的交易，交易金额为 80.92 万马币，折合 17.47 万美元。

该笔付款安排具有真实、合理的交易背景。发行人长期向东莞博格达采购商标、贴纸等生产配套物资，东莞博格达给予发行人一定账期，部分未支付完毕的货款形成了发行人对东莞博格达的应付账款。东莞博格达要求发行人在境外支付部分境内货款系因东莞博格达的关联方香港博格达具有境外资金使用需求，考虑

到支付便利性等因素，东莞博格达请求发行人通过境外子公司马来高义以其自有的境外资金向香港博格达支付并相应抵减发行人对东莞博格达的应付账款。因此，上述付款安排具备合理性且金额较小，无异常情况。

由于该笔付款不涉及货物进出口，不涉及资金跨境流通，未导致外汇资金流出，因此发行人未违反《中华人民共和国外汇管理条例》等法律法规的相关规定。发行人及其境内子公司已取得外汇主管机关针对其报告期内无因违反外汇管理相关规定而受到处罚的合规证明。经网络检索并由东莞博格达及香港博格达的实际控制人确认，东莞博格达及香港博格达亦无因违反外汇管理相关规定而受到处罚的情形。

发行人的实际控制人已对上述事项出具专项承诺，承诺承担一切由上述事项对发行人可能造成的经济损失。

2、是否与相关方存在利益安排

发行人与东莞博格达之间具有多年的合作背景。报告期内，发行人主要向东莞博格达采购商标、注塑及贴纸产品等物资，采购定价公允；发行人及发行人的实际控制人、董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员及重要关联方与东莞博格达之间不存在异常资金往来。上述付款安排亦具有真实、合理的交易背景且金额较小，不存在与相关方之间的利益安排。

二、请保荐人、申报会计师发表明确意见，说明对营业成本真实性、准确性和完整性的核查方法、核查过程、核查比例及核查结论，是否存在第三方为发行人承担成本费用情形；对供应商及相应采购采取的核查方式、核查比例和核查结论

（一）对营业成本真实性、准确性和完整性的核查方法、核查过程、核查比例及核查结论，是否存在第三方为发行人承担成本费用情形

1、核查程序

针对上述问题，我们主要执行了以下核查程序：

（1）获取发行人关于成本核算的内部控制制度，访谈发行人财务负责人，了解发行人有关成本核算的具体方法和流程以及日常成本管理的相关措施；

（2）获取报告期内公司营业成本明细表，检查公司项目成本归集及核算过程，并对公司项目成本归集及核算中的关键控制点进行了测试；访谈生产负责人

关于各类产品成本构成及原材料单耗情况、变动原因及合理性，检查发行人主要项目毛利及成本情况；

（3）对报告期内公司营业成本进行复核计算，核对报告期内公司营业成本中的直接材料与领料记录；获取主要的材料采购合同，结合定价政策、合同获取方式、同行业可比公司的采购价格，分析发行人主要原材料采购价格的公允性，以及发行人材料采购成本变动的原因和合理性；取得制造费用的明细，与账面进行核对；对报告期内的制造费用实施复核程序，分析制造费用与产量及收入的匹配关系；获取人员工时表及人工分配表，复核人工分配的准确性及合理性；查阅同行业可比公司的年度报告、招股说明书，取得各公司关于薪酬及人员数量的数据；登录统计局网站获取发行人经营所在地的人均可支配收入中工资性收入的数据；综合分析发行人与同行业可比公司所在地工资差异的原因；

（4）查阅同行业上市公司营业成本构成情况，与发行人营业成本结构进行对比分析；

（5）取得发行人采购明细表，结合期初期末存货变动、采购与领用情况，分析成本与采购的勾稽关系；

（6）执行细节测试，通过检查原材料采购的业务凭证，包括采购发票、采购订单、外购入库单、供应商送货单等，对发行人报告期内主要原材料的采购内容、数量、单价、金额的真实性进行核实；

（7）取得发行人实际控制人及其近亲属、实际控制人控制的其他企业、内部董事、监事、高级管理人员及其他关键岗位人员报告期内的所有银行账户流水，核查上述人员是否与发行人所有客户、供应商存在资金往来，是否存在为发行人承担成本、费用的情形；

（8）通过国家企业信用信息公示系统、企查查（www.qcc.com）等网络公开信息渠道查询主要供应商的基本信息，确认供应商及其关联方与发行人是否存在关联关系；

（9）对主要供应商执行函证程序，具体核查情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-9 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度

发函金额①	29,808.43	40,641.64	38,388.45	30,345.42
采购金额②	39,137.73	46,003.74	45,280.97	36,181.26
发函比例=①/②	76.16%	88.34%	84.78%	83.87%
回函金额③	28.874.83	40,168.66	37,561.79	29,769.15
回函比例=③/①	96.87%	98.84%	97.85%	98.10%

针对未回函的情况，实施了替代程序，包括：检查与交易有关的原始凭证，采购合同、送货单、入库单、采购发票以及付款回单等；经核查，未回函交易额及余额真实、准确；

（10）对发行人报告期各期原材料及外协厂商进行了走访。报告期内的供应商走访比例如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-9 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
走访确认金额①	27,625.31	32,575.79	34,009.01	28,519.47
采购金额②	39,137.73	46,003.74	45,280.97	36,181.26
走访确认比例=①/②	70.58%	70.81%	75.11%	78.82%

走访供应商获取的主要内容如下：

1）了解供应商的基本信息、基本经营情况，包括其所处行业、主要产品、对公司产品的评价、报告期内的主要生产情况及销售经营情况；

2）了解供应商与公司交易的背景情况，包括供应商的主要客户及产品、供应商销售给公司的产品种类、供应商销售给公司的收入占其总收入比重、与公司的合作背景、业务合作流程、采购季节性、退换货情况、质量控制体系、未来合作前景、是否与公司存在诉讼、纠纷等；

3）与供应商确认与公司交易的真实性，了解双方合同的执行情况、了解货物交付方式、运费承担方式、支付方式、账期、是否存在返利政策及执行情况；

4）了解供应商及其实际控制人是否与公司及公司董事、监事、高级管理人员及股东存在关联关系或为公司前员工、是否与公司存在特殊利益安排。

在执行完上述程序后，走访人员与接受访谈人员进行合影，获取相关走访文件，走访获取的文件清单主要有：

序号	获得的证据	盖章签字情况
1	访谈记录	盖章、签字
2	受访者名片、工牌或身份证等其他身份信息复印件	盖章

序号	获得的证据	盖章签字情况
3	走访人员与被访者合影	-
4	供应商营业执照、公司章程、国家企业信用信息公示系统报告	盖章
5	经营资质证明	盖章
6	供应商关于无利益输送、无成本及费用代垫、无关联关系的承诺函	盖章
7	抽取报告期内部分供应商销售订单、出库单、供应商与发行人对账、供应商向发行人开具的发票、供应商收到货款的银行回款单等交易凭证的复印件	盖章

2、核查结论

经核查，申报会计师认为发行人营业成本真实、准确、完整，不存在第三方为发行人承担成本、费用的情况。

（二）对供应商及相应采购采取的核查方式、核查比例和核查结论及对本题中其他问题的核查程序及核查结论

1、核查程序

针对上述问题，我们主要执行了以下核查程序：

（1）获取并分析报告期内发行人采购入库明细表，统计各期前十大原材料供应商、各期前五大外协厂商的交易情况；通过国家企业信用信息公示系统（https://www.gsxt.gov.cn/）、企查查（www.qcc.com）等网络公开信息渠道查询各期前十大原材料供应商、各期前五大外协厂商的股权结构、实际控制人、注册时间、注册资本、经营范围、合作历史等信息，通过走访供应商、向发行人采购负责人访谈、查阅合格供应商名录的方式，了解与各期前十大原材料供应商、各期前五大外协厂商的合作历史；

（2）对发行人管理人员进行访谈，了解公司的采购内控流程，选取采购流程的关键性节点单据，如供应商评鉴表、采购框架合同及订单、入库单、供应商对账单、采购发票、银行回单/承兑汇票、入账凭证等业务单据，执行穿行测试及控制测试，测试发行人采购与付款循环内部控制制度是否设计合理并得到有效执行；

（3）执行采购端细节测试，相关情况见本题“（七）、1、（1）、6）”；

（4）对主要供应商执行函证程序，相关情况见本题“（七）、1、（1）8）”；

（5）对报告期各期原材料及外协厂商执行走访程序。相关情况见本题“（七）、1、（1）、9）”；

（6）执行流水核查程序，相关情况见本题“（七）、1、（1）7）”；分析

公司及其关联方是否与供应商及其董监高是否存在资金往来、成本费用代垫等情况；

（7）查阅公开市场原材料价格信息、查阅原材料及外协厂商提供的报告期内各类采购报价单，与公司采购单价进行对比，分析报告期内公司向主要原材料供应商、外协厂商采购主要物料的采购单价的合理性、公允性；

（8）了解公司生产工序、各类产品生产过程中消耗的主要要原材料及对应的消耗配比，分析各类产品成本构成差异较大的原因及合理性；

2、核查结论

经核查，公司与供应商交易真实、交易价格公允，不存在利益输送行为，不存在第三方为发行人承担成本费用情形。

三、会计师核查程序及核查意见

（一）核查程序

针对上述情况，我们主要执行了包括但不限于以下核查程序：

（1）获取发行人关于成本核算的内部控制制度，访谈发行人财务负责人，了解发行人有关成本核算的具体方法和流程以及日常成本管理的相关措施；

（2）获取报告期内公司营业成本明细表，检查公司项目成本归集及核算过程，并对公司项目成本归集及核算中的关键控制点进行了测试；

（3）访谈生产负责人关于各类产品成本构成及原材料单耗情况、变动原因及合理性，检查发行人各类主要产品的成本及毛利情况；

（4）取得制造费用的明细，与账面进行核对；对报告期内的制造费用实施复核程序，分析制造费用与产量及收入的匹配关系；

（5）结合公开市场价格，分析报告期内公司采购主要原材料的价格波动情况及发行人采购单价的公允性；结合向不同供应商采购同一物料的单价比较情况、同一物料不同供应商的报价情况，分析公司采购主要物料的单价公允性；

（6）获取公司采购明细表、销售明细表，统计报告期内公司采购彩盒及说明书并销售的金额及占比，了解交易过程中相关资金流和实物流的情况以及相关会计处理的过程；分析公司采购成品并销售的原因及合理性；

（7）获取并分析报告期内发行人采购入库明细表，统计各期前十大原材料

供应商的交易情况；通过国家企业信用信息公示系统、企查查（www.qcc.com）等网络公开信息渠道查询各期前十大原材料供应商的股权结构、实际控制人、注册时间、注册资本、经营范围、合作历史等信息；

（8）通过走访供应商、向发行人采购负责人访谈、查阅合格供应商名录、获取主要供应商出具的说明文件等方式，了解与各期前十大原材料供应商合作历史，分析供应商存在成立时间较短或规模较小即成为主要供应商的情形；了解各期前十大原材料供应商与发行人是否存在关联关系、其他利益安排、主要供应商向发行人销售的规模占其销售规模的比例、主要供应商是否存在贸易商的情形及相关交易的必要性、合理性等；

（9）分析报告期内向各期前十大原材料供应商采购主要物料的单价情况，并结合公开市场价格数据、同一物料不同其他供应商报价情况，分析公司向前述主要供应商采购的单价公允性情况；

（10）获取并分析报告期内公司外协采购明细表；结合公开市场查询信息通过国家企业信用信息公示系统、企查查（www.qcc.com）等网络公开信息渠道查询各期前五大外协厂商的股权结构、实际控制人、注册时间、注册资本、经营范围等信息；

（11） 通过走访外协厂商、向发行人采购负责人访谈、查阅合格供应商名录、获取外协厂商出具的说明等方式，了解与各期前五大外协厂商的合作历史、前五大外协厂商的经营资质合规性、前五大外协厂商与发行人是否存在关联关系、其他利益安排、外协厂商向发行人销售规模占其总体销售规模的比例等；

（12）分析报告期内各期前五大外协厂商采购外协加工服务的单价情况，并结合其他供应商对同一物料加工工序的报价情况，分析公司向前述主要外协厂商采购的单价公允性情况；

（13）向发行人相关业务负责人了解公司委外加工业务过程中发生情况，取得并复核了公司报告期内的委外加工台账，检查了相关业务合同和结算单据；向发行人财务负责人了解委外加工服务费会计处理，判断相关会计处理是否合规；获取并查阅了《合格供应商清单》《外协加工管理制度》等制度文件，了解发行人对外协厂商的管理及相关外协产品的质量控制情况；

（14）查阅相关交易合同，访谈发行人及东莞博格达相关人员了解双方业务

合作情况，发行人境内采购而实际在境外完成支付事宜的背景，分析合理性；

（15）查阅《中华人民共和国外汇管理条例》等法律法规的相关规定，核查发行人境内采购而实际在境外支付的交易事宜的合规性；

（16）查阅发行人及发行人的实际控制人、董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员及重要关联方的资金流水，核查其是否与东莞博格达存在异常资金往来，结合交易背景及金额、双方业务往来定价的公允性情况，分析该笔付款安排是否涉及利益输送嫌疑。

（二）核查意见

经核查，我们认为：

1、公司向供应商采购原材料交易及外协采购价格真实、公允，不存在利益输送行为，不存在第三方为发行人承担成本费用情形。

2、彩盒、说明书生产工艺不存在显著的差异，由于说明书对原材料的消耗比远低于彩盒，且说明书的生产使用书纸、双胶纸的采购单价低于彩盒生产使用的白板纸、白卡纸、坑纸；受上述因素的综合影响，公司彩盒、说明书的成本结构存在一定的差异，具有合理性。

3、公司根据各类产成品生产工时分摊制造费用，分摊依据具有准确性及合理性。

4、报告期内，公司向不同供应商采购同款原材料价格差异较小，存在采购单价同期差异超过 10%的个别情形均具备合理商业背景；公司采购单价公允。

5、报告期内公司采购彩盒及说明书并销售的交易中，客户未直接向上游供应商采购具有合理性，公司采购彩盒及说明书并销售的会计处理符合会计准则的相关规定。

6、报告期内各期，公司前十大供应商均系公司依照内部管理制度筛选入库后进行合作，不存在成立时间较短、规模较小即成为主要供应商的情形。除 PT ACCORD MANDIRI BATAM 及其子公司、CENTURY BOND.BHD 及其子公司外，各期前十大供应商与发行人不存在关联关系或其他利益安排。公司存在少量贸易商为前十大供应商的情形，符合造纸行业本身的经营特点，具备商业合理性。公司向前十大供应商采购的单价具备公允性。

7、报告期内各期，公司主要外协厂商具备必要的生产资质，各期外协加工

工序的平均采购单价及波动情况主要受各期委托加工产品结构的影响，具备合理性；公司向主要外协厂商的采购单价具备合理性。报告期内，公司建立了供应商管理体系，实现了对外协加工的质量控制。

8、印刷系公司核心工序，公司存在将核心工序外包的情况，但该等外协生产的情况主要具备临时性、辅助性，公司仍掌握其他核心工序的生产，且各期占营业成本的比例极低，未对公司生产经营构成重大不利影响，公司亦不存在对辅助性印刷外协厂商的重大依赖。

9、发行人存在一笔境内采购而实际在境外支付的交易，该笔付款安排基于交具有真实的商业背景，且该笔付款不涉及货物进出口，不涉及资金跨境流通，未导致外汇资金流出，未违反《中华人民共和国外汇管理条例》等法律法规的相关规定，不存在利益安排。

问题 12.关于毛利率

申报材料显示：

（1）报告期内发行人综合毛利率分别为 33.17%、27.87%和 26.42%，呈现逐年下降趋势，高于可比公司平均毛利率。

（2）根据保荐工作报告，报告期内运费占营业收入的比重逐年上升。

（3）报告期内彩盒毛利率分别为 30.52%、23.75%、22.59%，说明书毛利率分别为 52.82%、49.29%、48.46%；一站式采购毛利率总体不存在明显变化。

（4）发行人产品存在应用于电子烟和酒类情形，其中部分年份酒类产品毛利率为负数。

请发行人：

（1）结合具体业务结构、销售区域、客户构成等，说明同行业可比公司的选取标准，选取的完整性、准确性；选取同行业可比公司的可比产品毛利率进行对比，分析毛利率差异原因及合理性。

（2）披露报告期各期运输费金额及核算方式，占主营业务收入比例与同行业可比公司是否存在明显差异；结合销售区域、运输方式、运费承担方式等，说明各期运输费与销售数量的匹配性。

（3）结合技术工艺难度、细分产品构成、客户结构及特征等，进一步说明综合毛利率总体高于可比公司毛利率的原因。

（4）按终端客户说明各类产品毛利率差异情况及合理性，结合同行业可比

公司同类产品，分析说明书毛利率水平显著高于彩盒的原因及可持续性，其他产品毛利率大幅变动的原因；说明报告期内前五大客户不同产品的毛利率情况、波动原因及合理性，向不同客户销售同类产品的毛利率差异情况及原因。

（5）结合下游应用领域政策变化及对主要客户经营情况的影响、产品定价机制及调价空间、原材料采购价格等，分析主要产品毛利率变动的原因及期后变动趋势，结合一站式采购产品的客户粘性、市场竞争情况、发行人议价能力等，分析毛利率是否面临下滑风险。

（6）说明报告期内电子烟和酒类包装产品主要客户及对应收入、毛利率波动情况、原因及合理性，酒类产品毛利率为负的原因及商业合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、发行人说明

（一）结合具体业务结构、销售区域、客户构成等，说明同行业可比公司的选取标准，选取的完整性、准确性；选取同行业可比公司的可比产品毛利率进行对比，分析毛利率差异原因及合理性

1、结合具体业务结构、销售区域、客户构成等，说明同行业可比公司的选取标准，选取的完整性、准确性

公司综合考虑业务结构及主营业务产品、销售区域、客户构成、应用领域等因素，在同行业上市公司中从事纸质印刷包装行业的公司选取同行业可比公司。

（1）业务结构

纸质包装行业有两大主流业务类型，一类以裕同科技为代表，主要从事印刷包装业务、主要产品为彩盒产品；一类以合兴包装为代表，主要产品为纸箱产品。彩盒产品以智能手机、平板电脑、游戏机、白酒等单位价格较高的产品为包装对象，具有装饰和树立品牌形象的作用，而纸箱产品则更多作以仓储运输所用。纸箱产品与彩盒产品相比，纸箱制作工艺简单、原材料占成本比例更高，因此，纸箱产品的毛利率低于彩盒产品。

公司的行业定位为印刷包装，主要的产品为彩盒产品，因此，选取在纸质印刷包装行业中主要产品包括彩盒产品的可比公司。

（2）销售区域

公司及同行业可比公司的销售区域情况如下:

公司名称	销售区域
劲嘉股份	主要销售区域在国内，主要包括华南、华东、华中、西南和东北等地区。
裕同科技	主要销售区域包括国内和国外，国内在全国多个城市建立了生产基地并就近服务客户，国外的销售区域主要包括越南、印度、印度尼西亚、泰国和马来西亚。
中荣股份	主要销售区域在国内，国内的销售区域主要包括华南、华北、华东和东北等地区。
美盈森	主要销售区域包括国内和国外，国内的销售区域主要包括粤港澳大湾区、长三角经济圈、成渝经济区、长株潭经济圈等地区，国外的销售区域主要包括东南亚和墨西哥。
发行人	主要销售区域包括国内和国外，国内的销售区域主要包括华东地区和华南地区，国外的销售区域主要包括马来西亚、印度尼西亚和泰国。

3、客户构成

公司及同行业可比公司的客户构成情况如下:

公司名称	客户构成
劲嘉股份	主要覆盖中高端烟酒、电子烟、消费电子等细分市场，主要客户包括 vivo、悦刻、茅台和五粮液等。
裕同科技	主要覆盖移动智能终端、计算机、游戏机、通信终端产品等领域，主要客户包括苹果、华为、小米、三星和纬创等。
中荣股份	主要覆盖个人及家庭护理、电子电器及玩具、化妆品、食品及药品、酒类、纸制品等六大领域印刷包装业务，主要客户包括飞利浦、宝洁和伊利等。
美盈森	主要覆盖 IT 电子和酒类等行业客户，主要客户包括富士康、IBM、今世缘和三星等。
发行人	主要覆盖消费电子、小家电、电子烟、酒类等领域，主要客户包括微软、绿山、菲利普莫里斯、小米、纬创、今世缘等知名品牌客户。

同行业公司中还包括当纳利、凯成科技、斯道拉恩索等未上市的公司，因未能获取公开的可比数据，因此未选为公司的同行业可比公司。此外，同行业公司中合兴包装、南王科技、柏星龙、新巨丰、上海艾录等公司在主营产品和主要应用领域方面存在较大差异，因此未选为公司的可比公司。

综上，公司已充分结合所属行业、主要产品、业务结构、应用领域等因素筛选出与公司较为接近的可比公司：裕同科技、劲嘉股份、中荣股份、美盈森。可比公司的筛选完整、准确。

2、选取同行业可比公司的可比产品毛利率进行对比，分析毛利率差异原因及合理性

报告期内，公司的主要产品为彩盒产品、说明书产品。报告期各期，同行业可比公司未披露说明书产品毛利率情况，公司与同行业可比公司关于彩盒产品的毛利率比较情况如下:

公司名称	2023 年 1-9 月	2022 年	2021 年	2020 年
劲嘉股份	未披露	37.35%	40.18%	38.52%
裕同科技	未披露	23.99%	21.22%	27.19%
中荣股份	未披露	20.89%	22.96%	23.00%
美盈森	未披露	17.87%	21.35%	22.66%
毛利率区间	-	**17.87%-37.35%**	**21.22%-40.18%**	**22.66%-38.52%**
发行人	23.53%	22.59%	23.75%	30.52%

公司报告期内的彩盒产品的毛利率处于行业毛利率范围内，公司与同行业可比上市公司毛利率存在一定差异，主要系应用领域、细分市场及客户特征等方面的差异造成，具有合理性。

（二）披露报告期各期运输费金额及核算方式，占主营业务收入比例与同行业可比公司是否存在明显差异；结合销售区域、运输方式、运费承担方式等，说明各期运输费与销售数量的匹配性

1、披露报告期各期运输费金额及核算方式，占主营业务收入比例与同行业可比公司是否存在明显差异

（1）报告期各期运输费金额及核算方式

报告期各期，公司运输费金额情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-9 月	2022 年	2021 年	2020 年
运输费金额	1,568.36	2,355.16	1,764.36	1,308.16

报告期内，公司运输费主要为公司按业务合同或订单的相关约定及贸易方式，承担的陆路运输费用、海运费等，公司根据《企业会计准则第 14 号——收入》（财会〔2017〕22 号）相关规定，将上述运输成本计入营业成本。

（2）运费金额占主营业务收入比例与同行业可比公司的比较情况

1）公司运费金额占主营业务收入比例情况

报告期各期，公司运费金额占营业收入比的情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-9 月	2022 年	2021 年	2020 年

运费金额	1,568.36	2,355.16	1,764.36	1,308.16
主营业务收入	79,134.38	92,376.88	86,125.81	73,391.74
运费金额占主营业务收入比例	**1.98%**	**2.55%**	**2.05%**	**1.78%**

由上表可知，报告期内，公司运费金额随着业务规模上涨逐步上涨。2020 年至 2022 年，公司运费金额占主营业务收入比例整体呈现增长趋主要系受出口业务规模扩大，采用海运、空运等运输成本较高的运输方式比例增长，以及国际海运费率变动所致；2023 年 1-9 月，公司运费金额占主营业务收入比例同比下降主要系国际海运费率下调及公司通过将服务今世缘的工厂转移至今世缘的周边地区，缩短运输距离从而降低了运费。

2）与同行业可比公司的比较情况

根据公开披露信息，报告期各期，公司运输费金额占营业收入比例与同行业可比公司对比情况如下：

公司名称	2023 年 1-9 月	2022 年	2021 年	2020 年
裕同科技	未披露	1.93%	2.15%	1.89%
劲嘉股份	未披露	未披露	未披露	未披露
中荣股份	未披露	2.06%	2.08%	2.09%
美盈森	未披露	未披露	未披露	3.26%
同行业平均数	未披露	**1.99%**	**2.11%**	**2.41%**
公司	1.98%	2.55%	2.05%	1.78%

注：同行业可比公司均未披露 2023 年 1-9 月运费金额情况，劲嘉股份未披露 2020 年-2022 年运费金额情况、美盈森未披露 2021 年及 2022 年运费金额情况。

由上表可知，报告期各期，公司运输费金额占营业收入比例与同行业可比公司相比较为接近，不存在明显的差异。2022 年，公司运输费金额占营业收入比例高于同行业可比公司主要系公司外销业务比例高于同行业可比公司，采用海运、空运等运输成本较高的运输方式比例较高所致，具备合理性。

2、结合销售区域、运输方式、运费承担方式等，说明各期运输费与销售数量的匹配性

（1）公司销售区域、运输方式、运费承担方式

报告期内，公司销售区域包括境内和境外。公司境内销售主要采用陆运方式，主要由物流公司承运，运费由公司承担；公司境外销售中根据客户和交期要求采用海运、空运等运输方式。

报告期内，对于不同的贸易模式，公司运费承担情况如下：

客户类型	主要运输方式	运费承担情况
境内客户	运输至买方所在地或买方指定送货地	公司承担
境外客户（保税区）	运输至买方所在地或买方指定送货地	公司承担
境外客户（一般出口贸易）	CIF	货物自公司仓库运至指定境外港口的运费由公司承担
	DAP	公司承担
	EXW	货物自工厂交给客户或客户指定的货运代理机构，公司不涉及承担运费
	FOB	货物自公司仓库运至指定境内港口的运费由公司承担
境外客户（订单由公司境外工厂直接生产及交付）	运输至买方所在地或买方指定送货地	公司承担

2、说明各期运输费与销售数量的匹配性

公司境内运输费主要为公司将货物运输至客户指定收货地点的物流费用；境外运输费用主要包括货物运输至海关报关港口、目的地港口或目的地发生的海运费、空运费、保险费以及集装箱费用、码头费、报关费等。

报告期各期，公司运输费、销售数量及单位运费情况如下：

单位：万元、万个、元/个

项目	2023 年 1-9 月	2022 年	2021 年	2020 年
运输费	1,568.36	2,355.16	1,764.36	1,308.16
销售数量	55,636.50	77,006.71	63,050.79	49,979.24
单位运费	0.03	0.03	0.03	0.03

如上表所示，报告期内，随着公司销售规模的增长，销售运费同步上涨，单位运费稳定，公司各期运输费与销售数量较为匹配，无异常情况。

（三）结合技术工艺难度、细分产品构成、客户结构及特征等，进一步说明综合毛利率总体高于可比公司毛利率的原因

报告期各期，公司与同行业可比公司关于综合毛利率对比情况如下：

公司名称	主要产品	2023 年 1-9 月	2022 年	2021 年	2020 年
劲嘉股份	彩盒、烟标	29.02%	27.75%	32.21%	34.80%
裕同科技	彩盒、纸箱	25.45%	23.75%	21.54%	26.83%
中荣股份	彩盒、礼盒	21.82%	22.41%	22.10%	23.20%
美盈森	瓦楞包装、	23.68%	18.71%	22.89%	23.73%

公司名称	主要产品	2023 年 1-9 月	2022 年	2021 年	2020 年
	彩盒				
毛利率区间	-	**21.82%-29.02%**	**18.71%-27.75%**	**21.54%-32.21%**	**23.20%-34.80%**
公司	彩盒、说明书	26.50%	26.42%	27.87%	33.17%

由上表可知，公司报告期内的毛利率处于同行业可比公司毛利率的区间内。

公司与同行业可比公司关于生产技术工艺难度、细分产品构成、客户结构及特征等方面的比较情况如下：

1、技术工艺

彩盒及说明书以游戏机、平板电脑、小家电等单位价格较高的产品为包装对象，具有装饰和树立品牌形象的作用，具备较高的产品附加价值，而瓦楞包装产品则更多作为仓储运输或包装体积较大的产品且制作工艺相对简单，因此，彩盒产品毛利率水平高于瓦楞包装产品。

公司主要产品为彩盒及说明书，毛利率水平明显高于以瓦楞包装产品为主要产品的美盈森具备合理性。同行业可比公司中劲嘉股份主要产品是对工艺技术要求较高的香烟彩盒、中高端知名消费品牌的彩盒，镭射纸/膜、烟膜等包装新材料，相关产品具备较好的毛利率水平，高于公司综合毛利率具备合理性。

2、客户结构及特征

（1）劲嘉股份

劲嘉股份产品主要定位于中高端市场，面向烟酒、电子烟、消费电子等细分市场的龙头企业，主要客户包括茅台、五粮液、悦刻、vivo 等品牌。其下游客户品牌的产品市场价格较高，对包装产品的价格敏感度较低，并且对包装产品的工艺、结构设计和材料等方面有较高，其上游包装供应商通常有较好的议价空间。

（2）裕同科技

裕同科技的彩盒产品主要应用于消费电子领域，面向移动智能终端、计算机、游戏机、通信终端产品等细分市场的龙头企业，主要客户包括华为、小米、三星、联想、纬创等品牌。报告期内，公司产品与裕同科技产品主要应用行业领域较为接近，因此，公司与裕同科技综合毛利率水平较为接近，具备合理性。

（3）中荣股份

中荣股份的彩盒产品主要应用于个人及家庭护理、电子电器及玩具、化妆品、食品及药品、酒类包装、纸制品等六大领域包装印刷业务。报告期内，公司产品与中荣股份产品主要应用行业领域较为接近，因此，报告期内，公司与中荣股份综合毛利率水平较为接近，具备合理性。

（4）美盈森

美盈森的包装产品主要应用于电子通讯、智能终端、食品饮料等领域，主要客户包括富士康、IBM、今世缘和三星等。美盈森主要产品包括轻型包装和重型包装产品，其中轻型包装包括彩盒产品和纸箱产品，并以纸箱产品为主，纸箱产品工艺相对简单，毛利率相对较低，因此，报告期内，公司毛利率高于美盈森综合毛利率，具备合理性。

（四）按终端客户说明各类产品毛利率差异情况及合理性，结合同行业可比公司同类产品，分析说明书毛利率水平显著高于彩盒的原因及可持续性，其他产品毛利率大幅变动的原因；说明报告期内前五大客户不同产品的毛利率情况、波动原因及合理性，向不同客户销售同类产品的毛利率差异情况及原因

1、按终端客户说明各类产品毛利率差异情况及合理性

报告期内，公司的主要产品包括彩盒产品、说明书产品及一站式采购产品。报告期各期公司主要产品的主要终端客户如下：

产品名称	终端客户
彩盒	微软、绿山、菲利普莫里斯、小米、今世缘、雷蛇
说明书	微软、绿山、菲利普莫里斯、小米、纬创、雷蛇
一站式采购产品	绿山、华宝新能、小米、雷蛇、Irobot Corporation、Beats by Dr. Dre、微软、Drinkworks、S.A.S. Electronic Co., Ltd.

报告期各期，公司主营业务主要产品的毛利率情况如下：

产品名称	2023 年 1-9 月	2022 年	2021 年	2020 年
彩盒	23.53%	22.59%	23.75%	30.52%
说明书	46.49%	48.46%	49.29%	52.82%
一站式采购产品	18.56%	19.33%	20.63%	19.56%

公司彩盒产品和说明书产品的主要终端客户重合较多差异较小；因不同客户对彩盒产品功能要求存在差异、彩盒产品和包装辅助材料的结构存在差异，导致不同终端客户一站式采购产品的毛利率存在差异。

公司各类产品的主要客户毛利率情况见本题回复之“（四）”，公司各类产

品的毛利率差异原因除终端客户不同外，还包括产品材料、产品工艺和产品结构等重要差异，具有合理性。

2、结合同行业可比公司同类产品，分析说明书毛利率水平显著高于彩盒的原因及可持续性

报告期各期，公司说明书产品的毛利率明显高于彩盒产品的毛利率。

（1）同行业可比公司同类产品差异情况

根据公开披露信息，公司同行业可比公司中仅裕同科技曾披露其彩盒产品、说明书产品的毛利率情况，具体情况如下:

项目	2019 年	2018 年	2017 年
彩盒毛利率	31.36%	29.60%	32.65%
说明书毛利率	39.42%	39.26%	40.78%

注：裕同科技自 2020 年起未在的定期报告中披露说明书产品的毛利率情况。

由上表可知，裕同科技的说明书产品的毛利率明显高于彩盒产品的毛利率，与公司说明书产品毛利率水平高于彩盒产品的情况一致。

（2）说明书毛利率水平显著高于彩盒的原因及可持续性

报告期内，公司说明书产品毛利率水平高于彩盒产品的主要原因系说明书业务为纸质包装企业综合服务能力的体现，说明书产品竞争激烈程度弱于彩盒产品，说明书产品单价较低，下游客户对说明书产品价格敏感度低；此外，相较于彩盒产品，说明书产品在中短期更新换代相对较慢，公司通过工艺和生产成本管控，叠加规模效应，适当降低成本对说明书产品毛利率的提升效应明显，有利于维持说明书产品相对较高的利润水平。

报告期内，报告期内公司说明书产品的毛利率和客户均较为稳定，说明书产品的毛利率水平具有可持续性。

3、其他产品毛利率大幅变动的原因

公司其他产品主要为公司自行生产并外销的纸托产品，公司 2020 年尚未开展其他产品的业务，未形成收入。2022 年，公司其他产毛利率同比变化较大的主要原因系 2021 年公司新增纸托生产线，生产线初期调试成本较高，成品率率较低。自 2022 年以来，公司纸托生产流程已较为成熟，生产经营效率同比显著提高，产品毛利率同比出现明显增长。2023 年 1-9 月，公司其他产品毛利率明显上升主要系公司对苹果公司销售 BEATS 品牌耳机的纸托，该产品价格水平及毛

利率相对较高。报告期内，公司其他产品利率大幅变动具备合理性。

4、报告期内前五大客户主要产品的毛利率情况、波动原因及合理性，向不同客户销售同类产品的毛利率差异情况及原因

报告期各期，公司前五大客户销售的产品占该客户收入的比例如下：

客户	产品	2023 年 1-9 月	2022 年	2021 年	2020 年
和硕集团	彩盒	85.76%	83.67%	84.94%	85.87%
	说明书	13.09%	15.39%	14.12%	13.93%
	一站式采购产品	1.14%	0.94%	0.94%	0.20%
	合计	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**
新玛德	彩盒	67.61%	59.17%	54.20%	39.03%
	说明书	8.44%	8.23%	8.94%	8.41%
	一站式采购产品	23.95%	32.60%	36.86%	52.55%
	合计	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**
伟创力	彩盒	66.96%	72.28%	74.08%	71.98%
	说明书	22.34%	22.88%	23.02%	26.01%
	一站式采购产品	10.70%	4.63%	2.90%	2.00%
	其他	-	0.22%	-	-
	合计	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**
VS	彩盒	42.69%	45.77%	51.00%	54.33%
	说明书	4.39%	6.68%	6.82%	7.69%
	一站式采购产品	37.08%	25.66%	28.13%	37.99%
	其他	15.84%	21.89%	14.05%	0.00%
	合计	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**
富港电子	彩盒	32.85%	46.55%	58.52%	57.15%
	说明书	22.34%	53.23%	41.06%	42.34%
	一站式采购产品	1.53%	0.23%	0.42%	0.51%
	其他	43.29%	-	-	-
	合计	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**
今世缘	彩盒	99.78%	99.71%	95.61%	-
	一站式采购产品	0.22%	0.29%	4.39%	-
	合计	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**	-

注：其他主要是指纸托等收入规模较小的产品。

报告期内，公司的主要产品包括彩盒、说明书和一站式采购产品。报告期各期，公司向前五大客户销售的产品占该客户收入占比超过 5%以上的主要产品的毛利率情况及变动原因已按规定申请豁免披露。

（五）结合下游应用领域政策变化及对主要客户经营情况的影响、产品定

价机制及调价空间、原材料采购价格等，分析主要产品毛利率变动的原因及期后变动趋势，结合一站式采购产品的客户粘性、市场竞争情况、发行人议价能力等，分析毛利率是否面临下滑风险

1、结合下游应用领域政策变化及对主要客户经营情况的影响、产品定价机制及调价空间、原材料采购价格等，分析主要产品毛利率变动的原因及期后变动趋势

（1）下游应用领域政策变化及对主要客户经营情况的影响

1）下游行业具有良好的政策支持背景

报告期内，发行人产品终端应用领域主要为消费电子、小家电、电子烟和酒类等，发行人产品在下游行业应用广泛，下游客户在各应用环节中对发行人产品需求为必要需求，下游行业的生产环节对物料的品质要求不断提升，将直接驱动纸质印刷包装行业的应用发展。总体来看，伴随经济的发展、下游行业政策指引和质量监管要求提高，发行人下游终端用户所涵盖的消费电子、小家电、电子烟和酒类领域市场需求广阔，终端客户需求量将保持在较高水平，推动纸质包装行业向规范化、绿色化、智能化快速发展，为发行人创造了良好的外部政策环境和发展机遇。

2）电子烟行业向标准化、规范化发展，行业迈入良性发展期

报告期内，电子烟系发行人产品主要应用领域之一，发行人下游的电子烟客户如菲利普莫里斯、JUUL、悦刻，均为境内外行业龙头。近年来，电子烟各主要市场陆续推出并不断完善电子烟相关监管政策，涉及产品准入、口味限制、销售渠道、税收政策等方面，在监管政策持续完善的背景下，产业将迎来合规化发展新局面。2022 年 3 月 11 日，国家烟草专卖局发布《电子烟管理办法》，并于同年 5 月 1 日正式施行；2022 年 4 月 12 日，国家市场监督管理总局、国家标准化管理委员会发布《电子烟》强制性国家标准，将于同年 10 月 1 日起正式施行。《电子烟》国家标准设定产品合规方向；《电子烟管理办法》明确监管范围（电子烟包括烟弹和烟具），确立行业标准及监管细则。政策监管将加速行业良性发展，电子烟行业有望实现标准化、制度化。

综上所述，在下游行业的政策的有力支持和行业规范化的大背景下，发行人所处行业未来有望持续快速、健康发展。

（2）产品定价机制及调价空间

公司向客户的报价系以主要原材料纸张的规格、用量、价格计算纸张成本，加上辅料、机器、人工成本为基础，同时结合客户或订单对公司的战略发展影响、竞争对手的可能报价等市场导向因素综合考虑后确定。公司报价后，经过与客户谈判议价确定最终交易价格。公司产品价格较为稳定，对于公司重点发展的新客户或者具有战略意义的大客户的重要订单，公司为了成功取得订单，会提供更为优惠的报价。

（3）原材料采购价格

公司主要原材料为纸张，其中彩盒的原材料主要为白卡纸，说明书的原材料主要为书纸。造纸行业具有周期较长的特征，供需关系决定纸价，纸张下游主要是消费品行业，需求的周期性较弱，但由于产能供给滞后，产能投放与需求的错配导致纸价的周期性波动。

1）白卡纸

报告期各期，公司白卡纸采购单价情况如下所示：

单位：元/吨

材料名称	2023 年 1-9 月		2022 年		2021 年		2020 年
	单价	变动	单价	变动	单价	变动	单价
白卡纸	5,290.91	-10.76%	5,929.12	-15.41%	7,009.65	28.77%	5,443.53

白卡纸系大宗原材料，公司白卡纸采购单价主要受白卡纸市场行情波动的影响。白卡纸的原材料为木浆，价格波动受到木浆价格、下游需求变化和总供给变化的影响。

2）书纸

报告期各期，公司书纸采购单价情况如下所示：

单位：元/吨

材料名称	2023 年 1-9 月		2022 年		2021 年		2020 年
	单价	变动	单价	变动	单价	变动	单价
书纸	6,558.68	8.10%	6,067.42	-1.63%	6,167.88	18.23%	5,216.95

书纸系大宗原材料，公司书纸采购单价主要受书纸市场行情波动的影响。书纸的主要材料是木浆，价格波动主要受到木浆价格变动、下游需求变化和总供给变化的影响。

（4）主要产品毛利率变动的原因及期后变动趋势

公司的主要产品包括彩盒、说明书及一站式采购产品。报告期各期，公司主要产品的毛利率情况如下:

项目	2023 年 1-9 月		2022 年		2021 年		2020 年
	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率
彩盒	23.53%	0.94 个百分点	22.59%	-1.16 个百分点	23.75%	-6.77 个百分点	30.52%
说明书	46.49%	-1.97 个百分点	48.46%	-0.84 个百分点	49.29%	-3.53 个百分点	52.82%
一站式采购产品	18.56%	-0.77 个百分点	19.33%	-1.30 个百分点	20.63%	1.07 个百分点	19.56%

1）彩盒产品毛利率变动的原因

2021 年彩盒产品毛利率下降的原因主要系公司毛利率相对较高的电子烟彩盒产品的下游行业受国内外加强电子烟监管和市场竞争加剧的影响，主要的电子烟彩盒产品的价格下降及毛利率相对较高的彩盒产品的收入占下降。

2022 年及 2023 年 1-9 月彩盒产品毛利率变动较小，较为稳定。

2）说明书产品毛利率变动的原因

2021 年说明书产品毛利率下降的原因主要系公司毛利率相对较高的电子烟说明书产品的下游行业受国内外加强电子烟监管和市场竞争加剧的影响，主要的电子烟说明书产品的价格下降及毛利率相对较高的说明书产品的收入占下降。

2023 年 1-9 月说明书产品毛利率下降的主要原因系说明书产品的主要原材料书纸的市场价格上涨，公司书纸采购平均单价上涨，导致公司产品成本上升。

3）一站式采购产品毛利率变动的原因

报告期内，公司一站式采购产品的毛利率变动较小，较为稳定。一站式采购产品收入是外购的纸箱、纸托、标签、泡棉等包装材料为客户提供一站式服务形成的产品销售收入，该类产品的毛利率波动主要受市场供给及客户议价能力的综合影响。

4）期后变动趋势

发行人主要客户及终端品牌客户稳定，是主要终端品牌客户的核心印刷包装材料供应商。另外，发行人凭借其突出的核心竞争力，与优质供应商的深度合作，保证了公司的产品质量与服务效率，在与老客户保持稳定合作的基础上，不断依靠品质和优质的服务等优势拓展新客户，报告期内主要客户群体稳定，且产品定价方式未发生重大变更，期后毛利率不存在重大变动。

2、结合一站式采购产品的客户粘性、市场竞争情况、发行人议价能力等，

分析毛利率是否面临下滑风险

（1）一站式采购产品的客户粘性

一站式采购业务是基于发行人向客户提供的整体包装方案，除公司自产的彩盒和说明书外，由发行人向第三方供应商采购辅助包装产品并销售给客户。公司凭借专业的包装设计、制造经验和供应链与各种辅助包装产品供应商的良好合作关系，与其组成专业供应链中心，客户辅助包装产品的采购通过公司向第三方采购可实现采购的规模化与配送的及时性，使客户专注于其核心业务的同时能通过公司的第三方采购实现采购成本和管理费用的降低。报告期内，公司一站式采购的主要客户较为稳定，公司的产品具有较强的客户粘性。

（2）市场竞争情况和议价能力

纸制印刷包装行业准入门槛较低，区域性中小企业众多。现阶段，我国中低端纸包装领域由于产能过剩，市场竞争激烈。目前，我国拥有高端品牌客户、高精生产技术以及高服务质量的优质大型企业相对较少，高端纸制印刷包装领域的行业集中度要高于低端纸制印刷包装领域。

公司一站式采购业务主要是为公司客户提供的附加服务，主要是通过为客户提供设计和整套包装产品方案，相关产品均是定制化产品；一站式采购产品作为公司彩盒的重要包装配套物资，在整体包装产品中具有重要作用，要满足尺寸、性能等多方面的要求。基于上述设计和包装整体方案，公司一站采购业务的竞争相对较小，具备较好的议价能力。

（3）一站式采购产品的毛利率下滑风险较小

报告期内，公司与一站式采购业务规模呈现稳定增长趋势。毛利率水平较为稳定，核心主要客户及供应商较为稳定，且历史合作时间较长。公司一站式采购业务上下游设有明确的定价机制，公司可通过价格传到机制将采购价格上涨有效影响传导至客户处，因此，一站式采购业务的毛利率下滑的风险较小。

（六）报告期内电子烟和酒类包装产品主要客户及对应收入、毛利率波动情况、原因及合理性，酒类产品毛利率为负的原因及商业合理性

1、说明报告期内电子烟主要客户及对应收入、毛利率波动情况、原因及合理性

报告期内，公司电子烟包装产品的主要终端客户为菲利普莫里斯、悦刻及

JUUL，该类客户均为国际知名的电子烟品牌公司，直接或通过其代工厂向公司采购彩盒和说明书等产品。报告期各期，公司对电子烟包装产品的主要终端客户销售收入、比例及毛利率变动情况如下:

单位：万元

客户名称	2023 年 1-9 月			2022 年		
	金额	比例	毛利率	金额	比例	毛利率
菲利普莫里斯	9,273.84	69.84%	【已申请豁免披露】	10,151.30	64.82%	【已申请豁免披露】
悦刻	1,719.46	12.95%	【已申请豁免披露】	2,948.27	18.82%	【已申请豁免披露】
JUUL	1,264.37	9.52%	【已申请豁免披露】	2,121.36	13.54%	【已申请豁免披露】
合计	**12,257.67**	**92.31%**	-	**15,220.93**	**97.19%**	-
客户名称	**2021 年**			**2020 年**		
	金额	**比例**	**毛利率**	**金额**	**比例**	**毛利率**
菲利普莫里斯	8,018.72	75.76%	【已申请豁免披露】	11,629.99	94.90%	【已申请豁免披露】
悦刻	180.91	1.71%	【已申请豁免披露】	-	-	-
JUUL	2,384.32	22.53%	【已申请豁免披露】	624.53	5.10%	【已申请豁免披露】
合计	**10,583.95**	**100.00%**	-	**12,254.52**	**100.00%**	-

注：上表中比例系指该客户收入占电子烟包装产品总收入的比例。

报告期内，公司对菲利普莫里斯、悦刻及 JUUL 的销售电子烟包装产品的业务收入及毛利率变动情况**已申请豁免披露。**

2、说明酒类包装产品主要客户及对应收入、毛利率波动情况、原因及合理性，酒类产品毛利率为负的原因及商业合理性

报告期内，公司酒类包装产品客户仅为今世缘，且公司仅向其提供彩盒产品。报告期各期，公司对今世缘销售彩盒的收入及毛利率情况如下:

单位：万元

客户名称	2023 年 1-9 月		2022 年		2021 年		2020 年	
	金额	毛利率	金额	毛利率	金额	毛利率	金额	毛利率
今世缘	7,342.63	【已申请豁免披露】	4,964.88	【已申请豁免披露】	4,508.30	【已申请豁免披露】	-	-

注：公司与今世缘自 2021 年开始合作，2020 年尚未有业务往来。

报报告期内，公司对今世缘销售的彩盒产品部分年度毛利率为负的原因，以

及各期毛利率变动情况已申请豁免披露。

二、会计师核查程序及核查意见

（一）核查程序

针对上述事项，我们主要执行了包括但不限于以下核查程序:

1、查阅同行业可比公司公开披露信息，了解其与发行人业务结构、销售区域、客户构成等情况的差异，并分析发行人与同行业可比公司的同类产品的毛利率差异情况及合理性；

2、获取发行人运费明细账，并访谈公司管理层，了解分析运费占收入比例及单位运费变动的原因及合理性，并核查报告期内运输量及运输单价、运输费、销售数量的匹配性。查阅同行业可比公司定期公告，了解同行业可比公司运费占收入的比例，并分析发行人运费占营业收入比例与同行业可比公司是否存在明显差异；

3、查阅同行业可比公司公开披露信息，分析发行人及同行业可比公司产品的工艺技术、细分产品构成和客户结构等情况的差异，分析综合毛利率差异的原因；

4、获取收入成本表和主要产品工艺流程，核查终端客户采购情况及主要产品之间毛利率差异原因，获取同行业公司公开披露产品的毛利率情况，分析其他产品毛利率大幅变动的原因；

5、获取收入成本表并核查前五大客户不同产品的毛利情况及波动原因，分析向不同客户销售同类产品的毛利率差异情况及原因；

6、了解下游应用领域的政策情况及对发行人主要客户的影响，向发行人了解销售产品的定价机制、原材料消耗情况，了解一站式采购业务的客户粘性、市场竞争力和业务模式等情况并分析其毛利率的稳定性；

7、获取公司收入成本明细表，核查公司电子烟客户和酒类客户的主要构成，分析电子烟客户毛利波动的原因以及酒类客户毛利率为负数的原因；

（二）核查结论

经核查，我们认为：

1、公司已充分结合所属行业、主要产品、业务结构、应用领域等因素筛选出与公司较为接近的可比公司：裕同科技、劲嘉股份、中荣股份、美盈森。可比

公司的筛选完整、准确；公司报告期内的彩盒产品的毛利率处于行业毛利率范围内，公司与同行业可比上市公司毛利率存在一定差异，主要系应用领域、细分市场及客户特征等方面的差异造成，具有合理性；

2、公司运输费金额占营业收入比例与同行业可比公司相比较为接近，不存在明显的差异；随着公司销售规模的增长，公司销售运费同步上涨，单位运费稳定，公司各期运输费与销售数量较为匹配，无异常情况；

3、公司报告期内的毛利率处于同行业可比公司毛利率的区间内；发行人的综合毛利率总体高于可比公司毛利率具有合理性；

4、公司各类产品的毛利率差异原因除终端客户不同外，还包括产品材料、产品工艺和产品结构等重要差异，具有合理性；报告期内，公司说明书产品毛利率水平高于彩盒产品的主要原因系说明书业务为纸质包装企业综合服务能力的体现，说明书产品竞争激烈程度弱于彩盒产品，说明书产品单价较低，下游客户对说明书产品价格敏感度低；此外，相较于彩盒产品，说明书产品在中短期更新换代相对较慢，公司通过工艺和生产成本管控，叠加规模效应，适当降低成本对说明书产品毛利率的提升效应明显，有利于维持说明书产品相对较高的利润水平；报告期内公司说明书产品的毛利率和客户均较为稳定，说明书产品的毛利率水平具有可持续性；公司其他产品主要为公司自行生产并外销的纸托产品，纸托产品毛利率变动的主要原因系纸托生产线生产经营效率的提高，公司其他产品利率大幅变动具备合理性；报告期内前五大客户主要产品的波动原因合理，公司同一类型的产品在规格、工艺、用料方面具有很大的差异，使得不同客户采购的同一类型产品的毛利率上呈现较大的差异；

5、公司与一站式采购业务规模呈现稳定增长趋势。公司一站式采购产品的毛利率水平较为稳定，核心主要客户及供应商较为稳定，且历史合作时间较长。公司一站式采购业务上下游设有明确的定价机制，公司可通过价格传到机制将采购价格上涨有效影响传导至客户处，因此，一站式采购业务的毛利率下滑的风险较小；

6、报告期内发行人对电子烟类产品的主要客户销售毛利率水平主要受市场竞争因素的影响，相关波动具有合理性；发行人报告期初酒类产品客户毛利率为

负主要原因系今世缘酒类产品包装盒设计相对复杂，对工艺要求较高，合作初期公司相关产品的生产效率相对较低，生产损耗相对较高，毛利率处于较低水平。随着生产流程的不断成熟及业务规模的扩大，公司向今世缘产品的销售毛利率出现明显增长，自 2023 年以来，公司对今世缘销售的彩盒产品已呈现较好的毛利率水平。

问题 13.关于期间费用

申报材料显示：

（1）报告期内销售费用率分别为 2.95%、3.06%、3.20%，主要为职工薪酬、业务招待费等。

（2）报告期内管理费用率分别为 10.53%、8.96%、9.14%，主要为职工薪酬、股份支付等，报告期确认的股权支付费用来源于 2019 年和 2020 年的两次股权激励。

（3）报告期内研发费用率分别为 2.62%、3.25%、4.26%，主要为职工薪酬、材料费等。

请发行人：

（1）说明报告期内各类员工数量变动及人均薪酬情况，对比同行业可比公司、当地平均薪酬水平分析差异合理性。

（2）说明销售费用主要构成项目的变动原因，结合发行人销售模式分析其合理性，销售费用中其他费用核算的具体内容、变动原因。

（3）说明历次股权变动是否存在股份支付情形，如是，说明股份支付会计处理方式及是否符合《企业会计准则》规定，每股公允价值对应的市盈率倍数，服务期的确定依据及合理性，股份支付费用的计算过程及其准确性；结合服务内容说明咨询服务费的构成及合理性。

（4）说明研发人员与生产人员之间的划分是否明确、是否存在人员混淆或兼职，研发领料与研发需求的匹配性，研发领料的后续流向及会计处理的合规性，与研发相关的内控机制是否健全、有效。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明对期间费用完整性、准确性

的核查方法及结论。

回复：

一、发行人说明

（一）说明报告期内各类员工数量变动及人均薪酬情况，对比同行业可比公司、当地平均薪酬水平分析差异合理性

1、报告期内各类员工数量变动及人均薪酬情况

报告期各期，各类员工数量变动及人均薪酬情况如下：

单位：万元、人、万元/年

项目		2023 年 1-9 月		2022 年		2021 年		2020 年
		金额/人数	变动	金额/人数	变动	金额/人数	变动	金额/人数
销售人员	职工薪酬	1,539.53	-11.68%	2,324.06	22.36%	1,899.41	28.03%	1,483.60
	平均人数	100.00	3.09%	97.00	24.36%	78.00	16.42%	67.00
	平均工资	20.53	-14.33%	23.96	-1.61%	24.35	9.97%	22.14
管理人员	职工薪酬	4,143.91	20.56%	4,583.05	33.80%	3,425.34	27.42%	2,688.22
	平均人数	352.00	30.37%	270.00	37.76%	196.00	31.54%	149.00
	平均工资	15.70	-7.50%	16.97	-2.87%	17.48	-3.13%	18.04
研发人员	职工薪酬	1,960.41	-7.36%	2,821.50	34.28%	2,101.17	38.66%	1,515.31
	平均人数	175.00	-6.91%	188.00	34.29%	140.00	30.84%	107.00
	平均工资	14.94	-0.49%	15.01	0.00%	15.01	5.99%	14.16

报告期内，公司经营规模逐步扩大，销售人员、管理人员和研发人员的数量整体上呈上升趋势。报告期内，公司增加国内外多个生产和销售子公司，受各地区的薪酬水平差异和员工离职入职时间节点的影响，导致各类员工的平均薪酬略有波动。

2、对比同行业可比公司平均薪酬水平分析差异合理性

报告期各期，公司销售人员、管理人员、研发人员的平均薪酬水平与同行业可比公司平均薪酬水平的对比情况如下：

单位：万元/年

公司名称	注册地	2023 年 1-9 月	2022 年	2021 年	2020 年
一、销售人员					
美盈森	广东深圳	未披露	23.40	17.03	12.93
裕同科技	广东深圳	未披露	22.39	19.99	17.12
劲嘉股份	广东深圳	未披露	23.81	19.34	17.04
中荣股份	广东中山	未披露	21.03	17.63	16.68

公司名称	注册地	2023 年 1-9 月	2022 年	2021 年	2020 年
平均值		**未披露**	**22.66**	**18.50**	**15.94**
公司	广东东莞	20.53	23.96	24.35	22.14
二、管理人员					
美盈森	广东深圳	未披露	16.58	15.80	11.24
裕同科技	广东深圳	未披露	25.45	17.75	17.49
劲嘉股份	广东深圳	未披露	13.46	17.42	16.72
中荣股份	广东中山	未披露	24.41	17.63	16.68
平均值		**未披露**	**19.97**	**17.15**	**15.53**
公司	广东东莞	15.70	16.97	17.48	18.04
三、研发人员					
美盈森	广东深圳	未披露	14.60	13.18	10.73
裕同科技	广东深圳	未披露	16.02	14.12	13.12
劲嘉股份	广东深圳	未披露	17.69	14.17	13.61
中荣股份	广东中山	未披露	14.65	13.10	11.05
平均值		**未披露**	**15.74**	**13.64**	**12.13**
公司	广东东莞	14.94	15.01	15.01	14.16

注 1：同行业可比公司各类人员平均工资=当年该类人员薪酬费用/年末人员数量

注 2：数据来源于同行业可比公司的年度报告或招股说明书

2020 年和 2021 年，公司销售人员、管理人员、研发人员的平均薪酬略高于可比公司，主要系公司客户集中度较高，销售人员、管理人员、研发人员对接客户的集中度较高。公司主要服务行业知名品牌客户且相对集中，而同行业可比公司客户集中度相对较低，涉及终端客户领域较多，各类员工中销售人员、管理人员和研发人员相对较多，进而导致同行业可比公司销售人员、管理人员、研发人员的平均薪酬略低于公司。

2022 年，随着同行业可比公司平均薪酬的提升，公司销售人员、研发人员平均薪酬与同行业可比公司变动趋势基本一致。公司管理人员平均薪酬低于同行业可比公司平均水平的主要原因为满足新设立各地子公司管理需求，公司于年中招聘较多管理人员，该类人员的当期薪酬费用仅包含自入职至年末期间的费用，此外，公司在越南、印尼等东南亚子公司当地招聘了部分管理人员，上述地区的工资水平相对较低，降低了公司管理人员薪酬平均水平。

综上，公司与同行业可比公司平均薪酬水平的相关差异具有合理性。

3、对比当地平均薪酬水平分析差异合理性

公司平均薪酬水平与当地平均工资对比情况如下：

单位：万元/年

项目	2023 年 1-9 月	2022 年	2021 年	2020 年
公司平均工资	10.89	11.46	10.45	10.18
当地平均工资	未披露	7.90	7.54	6.99

注：当地平均工资数据来源于东莞统计局城镇私营单位在岗职工平均工资

报告期内，公司员工平均薪酬整体高于当地平均工资水平，主要系公司基于自身业务长远考虑，参照所属行业水平，通过为员工提供有竞争力的薪酬，吸引、留住人才，具有合理性。

（二）说明销售费用主要构成项目的变动原因，结合发行人销售模式分析其合理性，销售费用中其他费用核算的具体内容、变动原因。

1、销售费用主要构成项目的变动原因并结合发行人销售模式分析其合理性

报告期各期，公司销售费用主要构成如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-9 月		2022 年		2021 年		2020 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
职工薪酬	1,532.97	66.92%	2,304.54	77.14%	1,904.11	71.32%	1,499.76	68.47%
业务招待费	322.17	14.06%	274.23	9.18%	287.52	10.77%	245.88	11.22%
交通差旅费	171.60	7.49%	160.35	5.37%	161.33	6.04%	145.13	6.63%
物料消耗	114.90	5.02%	51.85	1.74%	114.26	4.28%	84.08	3.84%
其他	149.09	6.51%	196.32	6.57%	202.45	7.58%	215.63	9.84%
合计	**2,290.73**	**100.00%**	**2,987.29**	**100.00%**	**2,669.67**	**100.00%**	**2,190.48**	**100.00%**

报告期内，公司采用直销模式向客户销售产品。销售人员主要通过拜访、参加行业展会等方式开拓客户。销售费用的主要构成项目为职工薪酬及业务招待费，两项费用合计占销售费用比例约为 80%。

（1）职工薪酬

公司销售费用中的职工薪酬主要是销售人员的工资及奖金。报告期内，公司销售人员的职工薪酬呈现先增后降的趋势。2021 年和 2022 年公司职工薪酬呈现增长趋势主要系公司为开辟国内外市场，境内外销售人员数量增加所致；公司相继开拓了小米、今世缘、华宝新能等终端客户，增加了长三角和东南亚等市场的战略布局及投资建厂，为配合客户需求招聘了销售人员。2023 年 1-9 月公司职工薪酬呈现下降趋势主要系公司销售人员绩效需要在年底公司业绩实现情况进行确认。

（2）业务招待费

报告期各期，公司业务招待费整体上呈上升趋势，主要系公司销售收入呈现增长趋势，销售人员为开拓和维护客户增加业务招待费。

综上，公司的销售模式为直销模式，销售费用主要构成项目金额的变动具有合理性。

2、销售费用中其他费用核算的具体内容及变动原因

报告期各期，公司销售费用中的其他费用的具体内容如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-9 月		2022 年		2021 年		2020 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
租赁费	21.16	14.19%	56.12	28.58%	63.80	31.52%	57.59	26.71%
报关费	51.12	34.29%	52.94	26.96%	55.49	27.41%	57.34	26.59%
折旧与摊销	35.69	23.94%	45.74	23.30%	44.42	21.94%	21.66	10.05%
检测费	17.46	11.71%	16.10	8.20%	27.56	13.61%	12.95	6.01%
办公费	11.18	7.50%	11.43	5.82%	4.07	2.01%	56.58	26.24%
其他	12.48	8.37%	14.00	7.13%	7.09	3.50%	9.51	4.41%
合计	**149.09**	**100.00%**	**196.32**	**100.00%**	**202.45**	**100.00%**	**215.63**	**100.00%**

报告期内，公司销售费用中的其他费用主要由租赁费、报关费及折旧与摊销费用构成。其中租赁费金额主要系销售过程中发生的仓储服务费用；报关费系公司出口过程中产生的报关手续费；折旧与摊销费用金额分别为 21.66 万元、44.42 万元、45.74 万元及 35.69 万元，2021 年度、2022 年度较 2020 年度有所增长，主要原因为公司分别于 2020 年 7 月、2021 年 4 月购入运输设备供销售部门使用，导致 2021 年开始，折旧摊销费用有所增加；办公费为日常办公费用，2020 年办公费金额较大主要是由于 2020 年印尼、越南公司成立前相应的办公费用较大。

报告期各期，公司销售费用中的其他费用的变动具有合理性。

（三）说明历次股权变动是否存在股份支付情形，如是，说明股份支付会计处理方式及是否符合《企业会计准则》规定，每股公允价值对应的市盈率倍数，服务期的确定依据及合理性，股份支付费用的计算过程及其准确性；结合服务内容说明咨询服务费的构成及合理性。

1、说明历次股权变动是否存在股份支付情形，如是，说明股份支付会计处理方式及是否符合《企业会计准则》规定，每股公允价值对应的市盈率倍数，服务期的确定依据及合理性，股份支付费用的计算过程及其准确性

（1）说明历次股权变动是否存在股份支付情形

公司历次股权变动情况如下：

序号	事项	股权变动情况
1	高义有限设立	任志生、贺小华、王东出资设立高义有限
2	高义有限第一次股权转让	贺小华将其持有的高义有限 15.00%的股权全部转让给李东红
3	高义有限第一次增资	任志生、李东红、王东分别以向高义有限增资 2,268.56 万元、420.00 万元、111.44 万元
4	高义有限第二次增资	发行人持股平台高儒合伙、高萍合伙分别以货币形式向高义有限增资 985.00 万元和 863.00 万元
5	高义有限第二次股权转让	任志生将其持有的高义有限 1.33%股权转让给其亲友持股平台高艺合伙
6	高义有限第三次增资	中证投资、科创资本、创新投资、博资同泽分别向高义增资 6,000.00 万元、3,000.00 万元、3,000.00 万元和 3,000.00 万元
7	高义有限第三次股权转让	任志生将其持有的高义有限 10.00%股权转让给王雪梅、将其持有的高义有限 10.00%股权转让给任柏宾
8	高义包装第一次增资	阳光教育向高义包装增资 3,000.00 万元
9	高义包装第一次股份转让	博资同泽将其持有的高义包装 1.69%的股份全部转让给昆仑鼎天

公司历次股权变动中，高义有限第二次增资为公司持股平台高儒合伙、高萍合伙向高义有限增资，存在股份支付；高义有限第二次股权转让，因部分在职员工系高艺股份的合伙人，存在股份支付。

（2）股份支付会计处理方式及是否符合《企业会计准则》规定，每股公允价值对应的市盈率倍数，服务期的确定依据及合理性，股份支付费用的计算过程及其准确性

1）股份支付会计处理方式及是否符合《企业会计准则》规定，服务期的确定依据及合理性

根据《企业会计准则第 11 号——股份支付》规定，企业为获取职工和其他方提供服务而授予权益工具，应确认相应股份支付费用。以权益结算的股份支付换取职工提供服务的，应当以授予职工权益工具的公允价值计量。授予后立即可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，应当在授予日按照权益工具的公允价值计入相关成本或费用，相应增加资本公积。完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，在等待期内的每个资产负债表日，应当以对可行权权益工具数量的最佳估计为基础，按照权益工具授予日的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用和资本公积。

根据《广东高义包装印刷有限公司股权激励计划》第十八条的规定：持股平

台首期被授予激励对象通过持股平台认购的限制性股权锁定期自激励计划通过公司内部决议之日起满 3 年，非经持股平台普通合伙人同意，激励对象在前述锁定期内不得转让、赠与、质押或以其他形式予以处分其在持股平台的财产份额；第二期被授予激励对象通过持股平台认购的限制性股权锁定期自第二期股权激励安排通过公司内部决议之日起至公司上市之日起满 3 年，非经持股平台普通合伙人同意，激励对象在前述锁定期内不得转让、赠与、质押或以其他形式予以处分其在持股平台的财产份额。

根据《广东高义包装印刷有限公司股权激励计划》第二十条规定：在锁定期内，激励对象若自动辞职、离职、协商解除劳动合同、劳动合同到期不继续签约的或者不再为公司提供服务的，公司实际控制人、持股平台普通合伙人或其指定的第三方有权回购其持有的激励股权或财产份额，激励对象须无条件配合办理相关回购手续并完成相应的工商变更，一般退伙情形中，除持股平台普通合伙人另行决定，财产份额转让价格为：该持股人取得或受让该等财产份额时所支付的原价（如退出时仍未出资完毕，则按其实际缴付的出资计算回购价格）另加年息 8.00%（资金投入到持股平台之日起算，且以实缴缴付的出资计算年息，不计算复利）除去已分红金额。

由上述规定可知，员工在锁定期届满前离职，所获得的收益为按 8%计算的利息，只有在锁定期届满后离职方可从股权激励中获得股票增值收益。这表明激励对象在锁定期内并未实际承担股价下跌的风险和享有股价上涨的收益，即激励对象尚未实质上拥有所授予的持股份额。因此，相关条款实际上隐含了服务期限，应视为可行权条件中的服务期限条件，第一期股份支付授予日至三年锁定期届满之间的期限为股权激励的行权等待期；第二期股份支付授予日至上市后三年锁定期届满之间的期限为股权激励等待期，股份支付费用需要在等待期内分摊确认。公司以 2020 年至 2022 年为报告期，进行首次股票发行申报，根据申报时点，预计上市时间为 2024 年，第二期股份支付的锁定期届满时间为 2027 年。

公司实施的股份支付为有服务期的股份支付，公司在服务期的每个资产负债表日，按照授予日的公允价值，将当期取得的服务计入相关费用，相应调整资本公积，具体会计处理为借记“管理费用”，贷记“资本公积”。

综上，公司股份支付会计处理符合《企业会计准则》的规定，服务期的确定

依据为《广东高义包装印刷有限公司股权激励计划》规定和公司申报和上市计划，具有合理性。

2）每股公允价值对应的市盈率倍数

根据《企业会计准则第 39 号——公允价值计量》规定，权益工具公允价值的确定方法为：①存在活跃市场的，按照活跃市场中的报价确定；②不存在活跃市场的，采用估值技术确定，包括参考熟悉情况并自愿交易的各方最近进行的市场交易中使用的价格、参照实质上相同的其他金融工具的当前公允价值、现金流量折现法和期权定价模型等。

同时，根据《监管规则适用指引——发行类第 5 号》之“5-1 增资或转让股份形成的股份支付”规定，“确定公允价值，应综合考虑以下因素：①入股时期，业绩基础与变动预期，市场环境变化；②行业特点，同行业并购重组市盈率、市净率水平；③股份支付实施或发生当年市盈率、市净率等指标；④熟悉情况并按公平原则自愿交易的各方最近达成的入股价格或股权转让价格，如近期合理的外部投资者入股价，但要避免采用难以证明公允性的外部投资者入股价；⑤采用恰当的估值技术确定公允价值，但要避免采取有争议的、结果显失公平的估值技术或公允价值确定方法，如明显增长预期下按照成本法评估的净资产或账面净资产。判断价格是否公允应考虑与某次交易价格是否一致，是否处于股权公允价值的合理区间范围内。”

2019 年 3 月，公司实施第一期股权激励，由于公司的股份并未公开交易，近期也无投资机构投资入股，因此公司按《监管规则适用指引——发行类第 5 号》之“5-1 增资或转让股份形成的股份支付”规定，根据北京北方亚事资产评估事务所（特殊普通合伙）出具的评估报告，以 2019 年 3 月 31 日的公司权益评估值为 124,939.59 万元确认每出资额的公允股价值为 14.20 元，对应市盈率为 12.01 倍。

2020 年 8 月，公司实施第二期股份支付，公司按《监管规则适用指引——发行类第 5 号》之“5-1 增资或转让股份形成的股份支付”规定，参考 2021 年 6 月，中证投资、科创资本等外包投资机构的投资入股价格，按 16.33 元/出资额确定每出资的公允价值，以 2021 年预测净利润为基础，对应市盈率为 10 倍。

综上，公司两次股份支付每股公允价值确认的市盈率倍数分别为 12.01 倍和

10 倍。

（3）报告期内股份支付计算过程及其准确性

1）高儒合伙、高萍合伙受激励员工及实控人两期增资

单位：万元

股东类别		第一期	第二期		小计
		非实控人	非实控人	实控人	
授予股份数量（万股）		434.50	490.50	110.00	1,035.00
授予日期		2019 年 3 月	2020 年 8 月	2020 年 8 月	-
授予价格（元/每股）		2.00	3.00	3.00	-
每股公允价值（元/每股）		14.20	16.33	16.33	-
股份支付确认金额（万元）	2019 年	1,404.69	-	-	1,404.69
	2020 年	1,573.80	367.23	1,465.92	3,406.94
	2021 年	1,163.74	792.25	-	1,956.00
	2022 年	243.66	618.71	-	862.37
	2023 年	-	711.25	-	711.25
	2024 年	-	728.62	-	728.62
	2025 年	-	728.62	-	728.62
	2026 年	-	728.62	-	728.62
	2027 年	-	728.62	-	728.62

注：受股份支付授予日及离职员工授予股份支付金额冲回的影响，同一期股份支付各年确认金额有所差异；两期合计授予股份数 1,035 万股与持股平台增资金额 1,000 万元差异数为第一期受激励员工离职对应的股份数 35 万股于第二期重新授予。

2）2021 年，高艺合伙受让股份

2021 年 3 月，任志生将其持有的高义有限 1.33%股权以 3.98 元/注册资本的价格转让给其亲友为合伙人的持股平台高艺合伙，本次转让目的系公司实控人与其亲友共享股权增值收益，而并非换取员工服务。由于少量高艺合伙的合伙人在公司任职，基于谨慎性原则，公司比照公司员工确认股份支付，计算过程如下：

项目	股数/日期/价格/期限
授予股份数量（万股）	40.00
授予日期	2021 年 3 月
授予价格（元/每股）	3.98
每股公允价值（元/每股）	16.33
服务期限（月）	82

项目		股数/日期/价格/期限
月摊销额（万元）		6.02
股份支付确认金额（万元）	2021 年	60.24
	2022 年	72.29
	2023 年	72.29
	2024 年	72.29
	2025 年	72.29
	2026 年	72.29
	2027 年	72.29

高艺合伙受让股份时，在公司任职的高艺合伙人分别为任贤喜、任贤忠、王俊桦、王冬梅共计 4 人，涉及股份共计 40 万股，除上述 4 人外，高艺合伙其他合伙人均未在公司任职，也未为公司提供服务。本次股份支付公允价值参考 2021 年 6 月，中证投资、科创资本等外包投资机构的投资入股价格确定，根据高艺合伙的《合伙协议》,的规定，授予股份锁定期自授予安排通过公司内部决议之日起至公司上市之日起满 3 年，根据上述规定，公司预计本次股份支付的分摊期限为 82 个月。

（3）离职员工股份新授予确认的股份支付

2020 年、2021 年部分受激励员工因个人原因离职，根据《合伙协议》、《股权激励办法》的规定，离职员工对应的股份由暂由实控人代为持有，待合适员工入职后，重新授予。2021 年 5 月，实控人将前述离职员工对应的 20 万股按 3 元/出资额的价格股授予宋意杰，并相应的确认股份支付，本次股份支付公允价值参考 2021 年 6 月，中证投资、科创资本等外部投资机构的投资入股价格确定，根据宋意杰与任志生签订的股权转让协议：授予股份锁定期自授予安排通过公司内部决议之日起至公司上市之日起满 3 年，根据上述约定，公司预计本次股份支付的分摊期限为 80 个月，具体计算过程如下：

项目		股数/日期/价格/期限
授予股份数量（万股）		20.00
授予日期		2021 年 3 月
授予价格（元/每股）		3.00
每股公允价值（元/每股）		16.33
服务期限（月）		80
月摊销额（万元）		3.33
股份支付确认金额（万元）	2021 年	26.65
	2022 年	39.98

项目		股数/日期/价格/期限
	2023 年	39.98
	2024 年	39.98
	2025 年	39.98
	2026 年	39.98
	2027 年	39.98

综上所述，公司历次股份支付会计处理符合《企业会计准则》规定，股份支付对应的每股公允价值、服务期的确定合理，股份支付费用的计算准确。

2、结合服务内容说明咨询服务费的构成及合理性

公司咨询服务费主要包含管理咨询费、中介服务费、专业服务费、认证服务费等。

管理咨询费主要为优化管理建议类的咨询服务费，包括内部控制建设、优化管理、绩效考核、降本增效等方面的咨询培训服务费等；中介服务费主要包括审计、评估费、法律咨询费用等；专业服务费主要包括新公司设立代办服务费、各类检测费等；认证服务费主要包括知识产权及专利代理的认证费用、审厂认证费等。

报告期各期，公司咨询费具体构成如下：

单位：万元

类型	2023 年 1-9 月	2022 年	2021 年	2020 年
管理咨询费	2.55	96.24	264.75	58.85
中介服务费	59.11	61.40	181.48	54.89
专业服务费	63.08	96.90	62.09	38.29
认证服务费	79.59	60.01	39.75	13.25
其他	3.20	7.82	9.26	8.02
合计	**207.53**	**322.36**	**557.33**	**173.30**

（1）管理咨询费

自 2021 年来，公司战略布局长三角、珠三角、东南亚地区，在上述地区相继投资建厂。伴随公司规模不断扩大，国内外子公司数量不断增加，公司人员也相应增加。为优化公司治理结构、发挥各地子公司协同作用，达到精细化管理的目的，增强公司的竞争优势，公司相继聘请了广州弘朴智能科技有限公司、深圳市寰宇信德信息咨询有限公司等咨询机构对公司管理层进行定期培训，培训内容具体包括公司治理结构优化、人事绩效考核、内部控制建设、生产降本增效等，

因此 2021 年，公司管理咨询费同比有所增加。

（2）中介服务费

2021 年公司从有限责任公司整体变更为股份有限公司，产生相应的审计费、评估费、律师费、券商股改辅导费等中介机构服务费；2022 年的申报会计师费、律师费以及保荐费等发行费用，公司视 IPO 进程的进展情况在“其他流动资产”中归集，因此公司 2021 年的中介服务费相对较高。

（3）专业服务费

报告期内，公司相继在东南亚地区设立子公司，因此相应的代办服务费总体呈现增长趋势。

（4）认证服务费

随着公司研发投入的不断增加，对知识产权保护意识增强。报告期内，公司知识产权及专利代理的认证费有所增长。随着公司不断开拓新客户，要求公司进行审厂验厂程序增加，公司的审厂认证费有所增长。

综上所述，报告期内公司咨询服务费构成合理。

（四）说明研发人员与生产人员之间的划分是否明确、是否存在人员混淆或兼职，研发领料与研发需求的匹配性，研发领料的后续流向及会计处理的合规性，与研发相关的内控机制是否健全、有效。

1、说明研发人员与生产人员之间的划分是否明确、是否存在人员混淆或兼职

报告期内，发行人的研发人员为专职研发人员，不从事生产、管理、销售等其他经营活动。公司设有专职研发的研发组织，主要包括新工艺研究部、新材料研究部、色彩管理部、方案中心等。公司研发人员为研发组织下各部门从事研发活动的人员；发行人的生产人员为生产部门从事生产相关活动的人员，具体包括生产中心、生产管理部及品质中心等部门的员工。公司研发人员与生产人员能够明确划分。

综上所述，公司研发人员与生产人员能够明确划分，不存在与其他人员混同的情形。

2、研发领料与研发需求的匹配性，研发领料的后续流向及会计处理的合规性，与研发相关的内控机制是否健全、有效

（1）研发领料与研发需求的匹配性

报告期各期，公司主要研发项目的领料及研发需求情况如下：

单位：个、万元、万元/个

项目	2023 年 1-9 月	2022 年	2021 年	2020 年
研发项目数量	22	19	11	12
其中：新增研发项目	19	19	11	12
存量研发项目	3	-	-	-
研发费用总和	2,717.73	3,984.94	2,833.69	1,947.56
研发领料金额	472.46	928.01	627.00	351.54
研发领料占比	17.38%	23.29%	22.13%	18.05%
单位项目材料投入	21.48	48.84	57.00	29.30

注：单位项目材料投入金额=研发领料金额/项目数量

报告期各期，公司单位项目材料投入金额分别为 29.30 万元、57.00 万元、48.84 万元及 21.48 万元，公司加大研发投入力度，并新增研发项目，研发领料投入相应增加。报告期各期，研发费用中材料投入占比分别为 18.05%、22.13%、23.29%和 17.38%，2020 年、2023 年 1-9 月研发领料占比及单位项目材料投入均相对较低，主要系当期研发活动涉及新材料的项目相对较少，研发领料金额较小所致。

综上，报告期各期，公司研发项目的材料投入金额和占比总体稳定，相关波动具备合理性，研发领料与研发需求相匹配。

（2）研发领料的后续流向及会计处理的合规性

报告期内，公司研发材料系根据研发项目实际需求领用，研发领料后续流转包括研发过程合理损耗、形成研发样品和研发废品等情况，流转情况及会计处理具体如下：

研发后续流转	流转情况	会计处理及合规性
研发过程合理损耗	研发项目经过各阶段，才可形成新产品。随后通过生产工艺反复摸索形成批量稳定生产新产品的能力，并通过多轮测试，验证产品各项指标性能以及批量生产过程的生产质量稳定性。整体研发过程环节多，产品存在未能达到预期效果的情况，存在不可避免的正常损耗	直接在研发领用时归集至研发费用，后续不进行相关会计处理，相关处理符合企业会计准则的相关规定

研发后续流转	流转情况	会计处理及合规性
研发形成样品	对于研发过程中试制成功的样品，其主要用于公司展厅装修展示和赠与客户	对于研发形成样品，公司对于将样品直接交付客户认证的，视同研发过程合理损耗，未形成销售收入，后续不进行相关会计处理，相关处理符合企业会计准则的相关规定
研发形成废品	部分研发样品进行测试后，变为废品，连同生产废料进行销售	部分研发样品进行测试后，变为废品，连同生产废料进行销售，由公司统一对外销售处理，报告期内公司将废品收入计入其他业务收入，相关处理符合企业会计准则的相关规定

综上，公司研发领料的后续流向清晰，会计处理符合企业会计准则的相关规定。

（3）研发相关的内控机制是否健全、有效

报告期内，公司在持续推进研发活动的同时，财务部门严格执行按项目审核、归集、分配、核算研发支出，并通过研发费用科目进行归集.。为确保研发投入的经济性及有效性，从业务执行及财务核算方面制定了与研发投入相关的内部控制制度。

1）业务开展层面

发行人制定了《项目开发流程管理办法》《设计中心工作流程》等一系列与研发投入相关的业务执行内部控制制度，具体如下：

序号	内部控制制度	制度简介
1	NPI 管理流程	从客户需求、设计研发、工程验证、小批量试产到大批量生产的过程管理。让新项目顺利进入批量生产
2	设计中心工作流程	规范设计中心工作流程和操作规范，确保新产品设计研发过程按照标准流程要求进行操作
3	项目开发流程管理办法	依据公司经营策略、客户需求进行项目开发，以确保开发的产品能够及时得到客户认可与顺利量产
4	新产品试产作业流程	为确保新订单的量产顺利，规范所有礼盒新产品少量试产的试产前工艺评估，降低成本及提高生产效率
5	新项目开发、设计、打样流程	明确规定新项目开发、设计、打样流程，提高打样效率和质量，确保样品更快更好的满足客户需求
6	样品制作工作流程	规范样品制作操作方法，提高打样效率，确保样品质量和交期符合客户要求
7	开工程单与审单作业指引	使工程部开立的工程单及排版合理、规范，以节约成本为原则，结合产品工艺要求、及生产的难易程度确定拼版及排法

2）财务核算层面

公司根据《企业会计准则》有关规定，明确研发费用支出的核算范围。发行人研发费用主要包括研发人员工资薪酬、材料费、折旧及摊销等；发行人对研发费用实施专账管理，以研发项目作为研发费用的归集对象，将研发人员工资薪酬、研发领料费用等可直接归属于研发项目的费用开支直接计入该研发项目支出；折旧及摊销等无法直接归属于研发项目的其他费用按各项目实际发生情况进行归集、分摊，具体情况如下：

①在核算研发项目发生的人工成本时，由研发负责人根据项目小组工作安排，按月按项目提交考勤表，财务部根据工资表和考勤表对研发人员工资进行归集和分摊，在费用实际发生时归入研发人员所参与的研发项目；

②对于研发材料投入的管控和核算，各研发小组根据项目实际研发需求填写领料单，经研发项目负责人审核批准后到仓库领料，仓库需根据领料单做研发出库；

③对于折旧费用的管控和核算，按照研发相关设备、仪器的实际使用情况将折旧摊销归集到研发项目上。公司研发设备包括为研发部门专门使用的仪器、设备，包括研发与生产共用的设备，共用设备的折旧按实际耗用工时进行分摊归集；

④除上述费用外的其他研发费用，研发项目负责人需进行审核并在相关单据上注明费用所属的项目名称，财务人员根据权责发生制将其他费用归集计入各研发项目。

综上，报告期内，发行人与研发相关的内控机制健全、有效。

二、请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明对期间费用完整性、准确性的核查方法及结论

保荐人、申报会计师对期间费用完整性和准确性的核查过程如下：

1、了解发行人各项费用的控制措施，审阅了相关发行人制度，包括采购管理办法、薪酬管理制度、财务报销管理制度和差旅费报销管理办法等；

2、了解和评价发行人与期间费用相关的关键内部控制设计， 确定其是否得到执行，并测试相关内部控制执行的有效性；

3、了解发行人业务模式及费用报销流程、有无第三方承担或代垫成本费用的情况；

4、获取并复核了报告期内发行人期间费用的明细账，了解了各会计科目的设置情况，分析费用构成以及金额变动情况；

5、审阅了发行人实际控制人、主要关联方、董监高及核心技术人员、财务人员流水，访谈了主要供应商、客户，核查了是否存在未入账期间费用的情况；

6、抽取发行人期间费用中的大额项目进行检查，包括相关合同、发票、会计凭证等支持性文件；

7、结合主要客户、供应商走访及交易、往来函证，核查了期间费用核算的完整性、准确性；

8、对期间费用执行截止测试，检查费用是否记录在恰当的会计期间；

9、对期间费用项目执行分析性程序，包括但不限于与收入相关的项目，分析其是否与收入的变动相匹配。

经核查，申报会计师认为：公司期间费用核算准确且完整，保荐人和申报会计师的核查方法和核查过程有效，检查的证据充分。

三、会计师核查程序及核查意见

（一）核查程序

针对上述事项，我们主要执行了以下核查程序：

1、获取并查阅发行人的员工花名册、工资明细表，分析发行人各类别人员数量、薪酬水平及与业务规模的匹配性；查阅发行人同行业上市公司各类员工的薪酬水平、查阅发行人所在当地平均工资水平，分析报告期发行人各类别员工薪酬变动的合理性；

2、获取公司报告期内销售费用明细账，分析销售费用的具体构成，核算内容，分析报告期内各项销售费用波动的合理性；

3、获取公司工商档案，分析公司历次股权变动是否涉及股份支付，历次股份支付公允价值的确认方式，复核股份支付的计算过程；检查股份支付确认金额是否准确，是否符合《企业会计准则》的规定；

4、获取咨询服务费明细账，检查公司咨询服务费的构成，了解公司咨询服务的内容；分析咨询服务费波动的合理性；

5、访谈公司研发相关负责人，了解报告期各期研发人员、生产人员的划分标准，核查是否存在兼职或混同情况，核查研发人员的划分口径是否合理、准确，核查是否存在研发人员薪酬划分不准确的情况；

6、获取发行人各期研发项目明细，测算研发费用及研发领料情况并进行分

析，了解研发领料的后续流向及会计处理情况；

7、获取发行人关于研发、业务开展的相关内控制度，判断内控设计的合理性和控制执行的有效性，了解生产成本、研发费用归集情况，核实研发费用的核算是否准确、完整；

8、对报告期内，管理费用、销售费用、研发费用分别进行细节测试，检查与费用相关的合同、支付凭证，发生的原因等，分析各类期间费用构成及波动的原因；

9、对各项期间费用执行截止性测试，分析相关费用是否计入正确的会计期间。

（二）核查结论

经核查，我们认为：

1、公司各类员工平均薪酬与同行业可比公司、当地平均工资的差异具有合理性；

2、公司的销售模式为直销模式，销售费用的主要构成项目的变动原因主要系公司销售收入增长、开拓新客户和加强经营管理，具有合理性；

3、公司历次股份支付会计处理符合《企业会计准则》规定，股份支付对应的每股公允价值和服务期的确定的依据合理，股份支付费用计算准确；报告期内，公司咨询服务费的构成合理；

4、公司研发人员与生产人员之间的划分明确、不存在人员混淆或兼职的情形；公司研发项目的材料投入金额和占比总体稳定，研发领料与研发需求相匹配；公司研发领料的后续流向清晰，会计处理符合企业会计准则的相关规定；公司与研发投入相关的业务执行及财务核算的内部控制均按照公司制定的相关规章制度执行，与研发相关的内控机制健全、有效；

5、报告期内，公司期间费用确认真实、完整。

问题 14.关于应收账款

申报材料显示：

（1）报告期各期末，发行人应收账款账面余额分别为人民币 26,606.14 万元、27,600.86 万元及 24,235.15 万元，坏账准备分别为 821.43 万元、829.47 万元、730.23 万元。2020 年主要客户 Flextronics Manufacturing（H.K.）Ltd

信用政策由 60 天改为 120 天。

（2）发行人报告期各期末账龄为 1 年以内的应收账款余额占比分别为 98.75%、99.93%和 99.82%，发行人对 1 年以内应收账款按 3%计提坏账准备比例，同行业可比公司中劲嘉股份、中荣股份、美盈森均按 5%计提。

（3）截至 2023 年 3 月 31 日，各期末回款比例分别为 100%、99.9%、75.15%。

请发行人：

（1）说明报告期各期前五大客户和前五大新增客户的销售结算模式及信用政策、报告期内信用政策变动情况、新增客户与存量客户信用政策差异情况；2020 年 Flextronics Manufacturing(H.K.)Ltd 信用政策变更的原因及合理性；发行人销售结算模式及信用政策与同行业可比公司的差异情况。

（2）更新报告期各期末应收账款期后累计回款情况（金额及比例）；按照《监管规则适用指引——发行类第 5 号》5-2 的要求补充披露应收账款回款方式；结合报告期各期末应收账款账龄情况、应收账款期后回款及逾期情况、报告期坏账实际核销情况、与同行业可比公司坏账计提政策对比情况等，分析说明应收账款坏账准备计提的充分性。

（3）对比同行业可比公司主要客户及其经营情况，说明对 1 年以内应收账款按 3%计提坏账比例的合理性，模拟测算按 5%计提坏账准备对报告期内经营业绩的影响；说明报告期内是否存在单项计提坏账准备的情形及具体情况；针对尚未回款的客户，说明与发行人及相关方是否存在关联关系或其他利益关系，并结合资信情况分析说明是否存在需单项计提坏账准备的情形。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、发行人说明

（一）说明报告期各期前五大客户和前五大新增客户的销售结算模式及信用政策、报告期内信用政策变动情况、新增客户与存量客户信用政策差异情况；**2020 年 Flextronics Manufacturing（H.K.）Ltd** 信用政策变更的原因及合理性；发行人销售结算模式及信用政策与同行业可比公司的差异情况。

1、说明报告期各期前五大客户和前五大新增客户的销售结算模式及信用政策、报告期内信用政策变动情况、新增客户与存量客户信用政策差异情况；**2020 年 Flextronics Manufacturing（H.K.）Ltd** 信用政策变更的原因及合理性

（1）报告期各期前五大客户

报告期内，公司与前五大客户的各交易主体之间的销售结算模式及信用政策及变动情况如下：

前五大客户及交易主体		结算模式	主要信用政策	报告期内信用政策、结算方式是否发生变化
和硕集团	Pegatron Corporation	银行转账	【已申请豁免披露】	否
	名硕电脑（苏州）有限公司	银行转账	【已申请豁免披露】	否
伟创力	Flextronics International Europe B.V.	银行转账	【已申请豁免披露】	否
	Flextronics Manufacturing（H.K.）Ltd	银行转账	【已申请豁免披露】	【已申请豁免披露】
	Flextronics Manufacturing (Singapore) Pte Ltd	银行转账	【已申请豁免披露】	否
	Flextronics Mechanical Marketing (L) ltd	银行转账	【已申请豁免披露】	否
	Benchmark electronics	银行转账	【已申请豁免披露】	否
	伟创力电子设备（深圳）有限公司	银行转账	【已申请豁免披露】	否
新玛德	PT.Simatelex Manufactory Batam	银行转账	【已申请豁免披露】	否
	SIMWAY ELECTRICAL COMPANY INTERNATIONAL LIMITED	银行转账	【已申请豁免披露】	否
	SUNDAIRY INDUSTRIAL COMPANY LIMITED	银行转账	【已申请豁免披露】	否
V.S.	V.S.PLUS SDN.BHD.	银行转账	【已申请豁免披露】	否
	V.S. INDUSTRY BERHAD	银行转账	【已申请豁免披露】	否
富港电子	富港电子（东莞）有限公司	银行转账	【已申请豁免披露】	否
	富港电子（昆山）有限公司	银行转账	【已申请豁免披露】	否
	富港电子（徐州）有限公司	银行转账	【已申请豁免披露】	否
今世缘	江苏今世缘酒业股份有限公司	银行转账、票据	【已申请豁免披露】	否

报告期内，公司与主要客户的销售结算模式及信用政策未发生重大变化。2020 年 Flextronics Manufacturing（H.K.）Ltd 信用政策发生变化，主要原因系终端客户菲利普莫里斯统一调整代工厂供应商信用期，Flextronics Manufacturing（H.K.）Ltd 作为其电子烟产品的代工厂，在调整范围内，公司根据 Flextronics

Manufacturing（H.K.）Ltd 的需求对其信用期作出调整。

（2）报告期各期前五大新增客户

报告期各期，公司前五大新增客户的销售结算模式及信用政策情况如下：

新增年度	客户名称	结算模式	主要信用政策	报告期内信用政策、结算方式是否发生变化
2023 年 1-9 月	深圳美众联科技有限公司	银行转账	【已申请豁免披露】	否
	SUNTONE TECHNOLOGY COMPANY LIMITED	银行转账	【已申请豁免披露】	否
	宁波德昌电机股份有限公司	银行转账	【已申请豁免披露】	否
	PT SELARAS DONLIM INDONESIA	银行转账	【已申请豁免披露】	否
	Lite-On Overseas Trading Co., Ltd.	银行转账	【已申请豁免披露】	否
2022 年度	东莞市徕芬电子科技有限公司	银行转账	【已申请豁免披露】	【已申请豁免披露】
	深圳市吉迩科技有限公司	银行转账	【已申请豁免披露】	否
	比亚迪股份有限公司注 2	银行转账、票据	【已申请豁免披露】	否
	晶睿通訊股份有限公司	银行转账	【已申请豁免披露】	否
	深圳麦克韦尔科技有限公司注 3	银行转账	【已申请豁免披露】	否
2021 年度	Sanmina Corporation	银行转账	【已申请豁免披露】	否
	棵林（上海）商务策划有限公司	银行转账	【已申请豁免披露】	否
	万魔声学股份有限公司注 1	银行转账	【已申请豁免披露】	否
	北京好好彩信息技术有限公司	银行转账	【已申请豁免披露】	否
	宁波邦首电器有限公司	银行转账	【已申请豁免披露】	否

注 1：万魔声学股份有限公司包含同一控制下的湖南加一声学科技有限公司；

注 2：比亚迪股份有限公司包含同一控制下的 BYD Electronics(M) Sdn.Bhd、深圳市比亚迪供应链管理有限公司；

注 3：深圳麦克韦尔科技有限公司包含同一控制下的深圳麦时科技有限公司、深圳摩尔雾化健康医疗科技有限公司、深圳雾芯科技有限公司；

注 4：公司与 BYD Electronics(M) Sdn.Bhd 采用月结【已申请豁免披露】的信用政策，与深圳市比亚迪供应链管理有限公司约定的信用期为月结【已申请豁免披露】，开【已申请豁免披露】迪链，实际执行中，一般在开票后【已申请豁免披露】签发迪链凭证上传迪链平台，符合月结【已申请豁免披露】的期限约定。迪链凭证持有目的一般为持有到期。

从存量客户来看，发行人基本沿用了以前年度与客户确定的信用政策与结算方式，存在因终端客户信用期调整，导致直接客户对应调整与发行人的信用期或针对不同产品适用不同信用政策的情况，整体上，发行人对存量客户相关信用政

策未发生重大变化；从新增客户来看，发行人在综合考虑客户采购规模、付款方式、信用情况等因素后制定信用政策，各年度新增客户信用期一般不超过 3 个月，与存量客户在整体信用政策上不存在显著差异，公司不存在通过放宽信用政策刺激销售的情形。

2、发行人销售结算模式及信用政策与同行业可比公司的差异情况

公司销售结算模式及信用政策与同行业可比公司对比情况如下：

公司名称	销售结算模式	信用政策
裕同科技	未披露	信用期以 120 天-150 天为主
劲嘉股份	未披露	信用期主要在 90 天左右
中荣股份	以银行转账或承兑汇票等方式支付款项	信用期从 15 天到 186 天不等
美盈森	未披露	信用期在 30-120 天左右
发行人	以银行转账或承兑汇票等方式支付款项	信用周期为月结 30-120 天

注：数据来源于同行业可比公司定期报告或招股说明书。

（1）销售结算模式比较

报告期内，发行人销售结算方式与同行业可比公司相比无异常情况，较已披露结算方式的中荣股份之间不存在差异。

（2）信用政策比较

公司客户群体以各领域龙头企业为主，客户具备一定资金规模且信用资质优良，该部分客户有明确的付款周期和严格的付款审批流程，公司给予客户的信用期符合公司实际经营情况，同行业可比公司因产品种类、业务模式、客户不同，信用政策存在差异，公司与同行业可比公司相比信用期整体处于合理区间内。

综上，报告期内，公司主要客户的销售结算模式及信用政策未发生重大变化，公司综合考虑客户采购规模、付款方式、信用情况等综合确定对新增主要客户的信用政策。公司对主要新增客户与对存量客户在整体信用政策上不存在显著差异，不存在通过放宽信用政策刺激销售的情形。公司给予客户的信用期符合公司实际经营情况，与同行业可比公司相比信用期整体处于合理区间内。

（二）更新报告期各期末应收账款期后累计回款情况（金额及比例）；按照《监管规则适用指引——发行类第 5 号》5-2 的要求补充披露应收账款回款方式；结合报告期各期末应收账款账龄情况、应收账款期后回款及逾期情况、报告期坏账实际核销情况、与同行业可比公司坏账计提政策对比情况等，分析说

明应收账款坏账准备计提的充分性。

1、更新报告期各期末应收账款期后累计回款情况（金额及比例）；按照《监管规则适用指引——发行类第 5 号》5-2 的要求补充披露应收账款回款方式

报告期各期末，公司应收账款期后累计回款情况如下：

单位：万元

项目		2023 年 9 月 30 日	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
应收账款余额		35,351.58	24,235.15	27,600.86	26,606.14
期后回款金额		9,764.79	24,063.11	27,600.66	26,606.14
期后回款比例		27.62%	99.29%	100.00%	100.00%
其中：银行回款	金额	9,415.03	23,937.77	27,460.94	26,606.14
	占比	96.42%	99.48%	99.49%	100.00%
票据回款	金额	349.76	125.34	139.72	-
	占比	3.58%	0.52%	0.51%	-

注：期后回款金额数据截至 2023 年 10 月 31 日。

报告期内，公司形成应收账款的客户主要包括和硕集团、伟创力、新玛德等代工行业巨头，该等客户信用资质良好、资金实力较强且与公司保持长期稳定的合作关系，公司应收账款回收有良好的保障。截至 2023 年 10 月 31 日，公司报告期各期末应收账款的期后回款金额分别为 26,606.14 万元、27,600.66 万元、24,063.11 万元和 9,764.79 万元，累计期后回款比例分别为 100.00%、100.00%、99.29%、27.62%；2020-2022 年应收账款期后回款比例均超过 99.00%。截至 2023 年 10 月 31 日，公司 2023 年 9 月末的应收账款回款比例较低，主要系期后时间较短，部分客户应收账款尚在信用期内。

2、结合报告期各期末应收账款账龄情况、应收账款期后回款及逾期情况、报告期坏账实际核销情况、与同行业可比公司坏账计提政策对比情况等，分析说明应收账款坏账准备计提的充分性

（1）公司报告期各期末应收账款账龄情况及应收账款期后回款

报告期各期末，公司应收账款账龄情况如下：

单位：万元

账龄	2023 年 9 月 30 日		2022 年 12 月 31 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 年以内	35,343.72	99.98%	24,191.59	99.82 %	27,580.24	99.93%	26,274.11	98.75%
1-2 年	7.66	0.02%	42.35	0.17 %	20.62	0.07%	332.02	1.25%
2-3 年	0.20	0.00%	1.21	0.00 %	-	-	-	-
合计	**35,351.58**	**100.00%**	**24,235.15**	**100.00%**	**27,600.86**	**100.00%**	**26,606.13**	**100.00%**

由上表可知，报告期各期末，公司账龄 1 年以内的应收账款占比均超过98.00%。公司应收账款客户主要包括和硕集团、富港电子、V.S.、伟创力、新玛德等代工行业巨头，客户资金实力较强、信用状况良好，公司应收账款规模及账龄分布总体保持在合理水平。

2020 年末-2022 年末，公司的应收账款期后回款比例均大于 99%，期后回款情况良好，具体情况详见本问题回复之“（一）更新报告期各期末应收账款期后累计回款情况（金额及比例）；按照《监管规则适用指引——发行类第 5 号》5-2 的要求补充披露应收账款回款方式”的相关内容。

（2）应收账款逾期情况及坏账实际核销情况

报告期内，发行人与客户的信用政策未发生重大变化，一般为 30-90 天，若在前述约定时间内未按时支付款项，则定义对应的应收账款为逾期应收账款。报告期各期末，发行人应收账款逾期情况及逾期应收账款回款情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 9 月 30 日	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
应收账款余额①	35,351.58	24,235.15	27,600.86	26,606.13
逾期应收账款金额②	6,053.28	4,003.76	6,341.44	5,663.05
逾期应收账款占比③=②/①	17.12%	16.52%	22.98%	21.28%
逾期应收款期后回款④	4,394.41	3,852.89	6,341.24	5,663.05
逾期应收款期后回款占比⑤=④/②	72.60%	96.23%	100.00%	100.00%

注：报告期各期末应收账款期后回款统计截至 2023 年 10 月 31 日。

由上表可知，报告期各期末，公司逾期应收账款金额分别为 5,663.05 万元、6,341.44 万元、4,003.76 万元、6,053.28 万元，逾期应收账款占比分别为 21.28%、22.98%、16.52%、17.12%。报告期内，公司逾期应收账款回款良好，截至 2023 年 10 月 31 日，各期末期后回款比例分别为 100.00%、100.00%、96.23%、72.60%，回款比例较高。报告期内，部分客户受付款审批流程和资金压力、外汇储备等因素的影响，实际付款周期与约定信用期会略有差异，公司报告期内主要客户的期后回款情况总体良好，不存在大额逾期应收账款未收回的情况。

公司于 2023 年 1-9 月对湖南国声声学科技股份有限公司 110.68 万元的应收账款进行了单项计提坏账准备，并于当期对该应收账款进行了核销。除上述情况

外，公司不存在其他核销坏账的情况。

（3）与同行业可比公司坏账计提政策对比情况

报告期内，公司及同行业可比公司均将应收账款划分为若干组合，对于划分为账龄组合的应收账款，按照应收账款账龄与整个存续期预期信用损失率计算预期信用损失。

报告期内，公司按组合计提或按信用风险特征组合计提的坏账准备政策与同行业可比公司相比情况如下：

账龄	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3-4 年	4-5 年	5 年以上
裕同科技	2.00%	10.00%	20.00%	100.00%	100.00%	100.00%
劲嘉股份	5.00%	5.00%	5.00%	5.00%	5.00%	5.00%
中荣股份	5.00%	10.00%	20.00%	50.00%	80.00%	100.00%
美盈森	5.00%	10.00%	30.00%	50.00%	100.00%	100.00%
公司	3.00%	10.00%	20.00%	50.00%	80.00%	100.00%

注：劲嘉股份对于应收账款采取按单项计提和按组合计提，其中按组合计提坏账准备的应收账款各账龄的计提比例皆为 5.00%。

如上表所示，公司 1 年以内应收账款坏账准备计提比例高于裕同科技、低于劲嘉股份、中荣股份、美盈森；账龄 1 年以上的应收账款坏账计提比例与同行业可比公司不存在重大差异。

综上所述，报告期各期末，公司应收账款余额的账龄以 1 年以内为主公司应收账款质量较好。报告期内，应收账款期后回款及逾期应收账款回款情况良好，不存在核销坏账的情况。公司应收账款坏账计提政策与同行业可比公司不存在重大差异，发行人应收账款坏账准备计提具有充分性。

（三）对比同行业可比公司主要客户及其经营情况，说明对 1 年以内应收账款按 3%计提坏账比例的合理性，模拟测算按 5%计提坏账准备对报告期内经营业绩的影响；说明报告期内是否存在单项计提坏账准备的情形及具体情况；针对尚未回款的客户，说明与发行人及相关方是否存在关联关系或其他利益关系，并结合资信情况分析说明是否存在需单项计提坏账准备的情形。

1、对比同行业可比公司主要客户及其经营情况，说明对 1 年以内应收账款按 3%计提坏账比例的合理性，模拟测算按 5%计提坏账准备对报告期内经营业绩的影响

（1）对比同行业可比公司主要客户及其经营情况

报告期内，同行业可比公司主要客户情况如下：

序号	同行业可比公司	主要客户
1	裕同科技	①鸿海精密工业股份有限公司（以下简称“鸿海精密”） ②华为技术有限公司（以下简称“华为”） ③联想集团有限公司（以下简称“联想”） ④泸州老窖股份有限公司（以下简称“泸州老窖”） ⑤四川中烟工业有限责任公司
2	劲嘉股份	各地方烟草公司
3	中荣股份	①Procter & Gamble（宝洁） ②Mars（玛氏）
4	美盈森	①小米科技有限责任公司 ②鸿海精密及其下属企业 ③华为及其下属企业 ④联想及其下属企业 ⑤四川剑南春（集团）有限责任公司（以下简称“剑南春”）
5	公司	①Microsoft Corporation（以下简称“微软”） ②Keurig Dr pepper Inc.（以下简称“KDP”） ③Philip Morris International Inc.（以下简称“菲利普莫里斯”） ④小米科技有限责任公司

上述公司及同行业可比公司主要客户的经营情况如下：

序号	客户	客户简介	经营情况
1	微软	微软系全球最大的软件公司，	2020-2022 年，微软实现收入分别为 1,430.15 亿美元、1,680.88 亿美元及 1,982.70 亿美元，净利润分别为 442.81 亿美元、612.71 亿美元及 727.38 亿美元
2	鸿海精密	全球 3C（电脑、通讯、消费类电子）代工领域规模最大企业之一	2020-2022 年，鸿海精密分别实现营业收入 53,580.23 亿台币、59,941.74 亿台币、66,269.97 亿台币，实现净利润分别为 1,017.95 亿台币、1,393.20 亿台币、1,414.83 亿台币
3	华为	全球领先的信息与通信解决方案供应商	2020-2022 年末，华为实现全球销售收入分别为 8,914 亿元、6,368 亿元及 6,423 亿元，净利润分别为 646 亿元、1,137 亿元及 356 亿元
4	联想	全球市场的领先的消费电子科技企业之一	2020-2022，联想集团分别实现营业收入 3,991.56 亿元、4,546.47 亿元和 4,256.80 亿元，实现净利润 77.43 亿元、128.86 亿元和 110.48 亿元

序号	客户	客户简介	经营情况
5	泸州老窖	国有大型骨干酿酒集团	2020-2022 年末，泸州老窖分别实现营业收入 166.53 亿元、206.42 亿元、251.24 亿元，实现净利润 59.59 亿元、79.37 亿元、104.11 亿元
6	四川中烟工业有限责任公司	四川中烟工业有限责任公司隶属于国家烟草专卖局，是中国烟草总公司的全资子公司，拥有“宽窄”、“娇子”等卷烟品牌和“长城”等雪茄烟品牌	未披露
7	中国烟草总公司	中国烟草总公司系受国家烟草专卖局领导，统一组织和安排全国烟草行业的生产经营和建设工作	未披露
8	Procter & Gamble（宝洁）	全球最大的日用品消费公司之一	2020-2022 年末，实现营业收入分别为 710 亿美元、761.18 亿美元、801.87 亿美元，实现归母净利润分别为 157 亿美元、143.06 亿美元、147.93 亿美元
9	Mars（玛氏）	全球知名的食品公司之一，旗下拥有 60 余个品牌	年销售额近 450 亿美元
10	小米科技有限责任公司	专注于智能硬件、电子产品、芯片研发、智能手机及智能家居生态链建设的全球化移动互联网企业、创新型科技企业	小米集团系港股上市公司，2020-2022 年末，小米集团分别实现营业收入 2,460.08 亿元、3,286.15 亿元、2,800.44 亿元，实现归母净利润分别为 203.56 亿元、193.39 亿元、24.74 亿元
11	剑南春	中国大型白酒企业集团，主要生产和销售中国名酒剑南春及其系列产品	2021 年，剑南春酒类业务实现销售总收入突破 200 亿，同比增长超 40%
12	菲利普莫里斯	成立于 1919 年，是世界第一大烟草公司	2020-2022 年，菲利普莫里斯实现营业收入分别为 286.94 亿美元、314.05 亿美元、317.62 亿美元，实现净利润分别为 80.56 亿美元、91.09 亿美元、90.48 亿美元

注：裕同科技、劲嘉股份、中荣股份的年度报告中未披露客户名称，其主要客户信息摘自 2022 年上市发行的中荣股份招股说明书，美盈森主要客户信息源于 2022 年度报告；为保持口径一致，采用终端客户进行比较分析；同行业可比公司主要客户经营信息源于官网、定期报告、wind 等披露信息。

2、说明对 1 年以内应收账款按 3%计提坏账比例的合理性，模拟测算按 5%计提坏账准备对报告期内经营业绩的影响

（1）说明对 1 年以内应收账款按 3%计提坏账比例的合理性

裕同科技与公司在客户结构方面基本相似，均为信用度较好的大型消费类电

子厂商、白酒、烟草行业客户，裕同科技一年以内按照 2%的比例计提坏账准备，信用期以 120-150 天为主，公司一般在收入确认后按不超过 90 日与客户进行结算，一年以内按照 3%的比例计提坏账准备。公司结合客户群体、产品所涉及的行业情况，参考客户结构相似的同行业可比公司裕同科技一年以内的坏账准备计提政策，按一年内 3%的比例计提坏账准备具备合理性。

（2）模拟测算对 1 年以内应收账款按 5%计提坏账准备对公司报告期内经营业绩的影响

假如公司对 1 年以内应收账款的坏账计提比例提高到 5%，对报告期内经营业绩的影响情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 9 月 30 日/2023 年 1-9 月	2022 年 12 月 31 日/2022 年度	2021 年 12 月 31 日/2021 年度	2020 年 12 月 31 日/2020 年度
期初一年以内的应收账款余额①	24,191.59	27,580.24	26,274.11	25,353.34
期末一年以内的应收账款余额②	35,343.72	24,191.59	27,580.24	26,274.11
按 5%计提坏账准备影响数（③=（②-①）*（3%-5%））[注]	-223.04	67.77	-26.12	-18.42
当期净利润④	6,566.59	8,848.99	7,510.85	7,985.88
影响数占净利润的比例（⑤=③/④）	-3.40%	0.77%	-0.35%	-0.23%

注：正数表示调增利润总额，负数表示调减利润总额

如上表所示，对 1 年以内应收账款按 5%计提坏账准备对公司报告期各期的经营业绩的影响较小。

（2）报告期内单项计提坏账准备的情形及具体情况

报告期内，公司在 2023 年 1-9 月对 110.68 万元的应收账款进行了单项计提坏账准备，并于当期对该应收账款进行了核销，单项计提坏账准备的情况如下：

单位：万元

期末	客户名称	账面余额	坏账准备	转销或核销	计提比例
2023 年 9 月 30 日	湖南国声声学科技股份有限公司	110.68	110.68	110.68	100.00%

（3）针对尚未回款的客户，说明与发行人及相关方是否存在关联关系或其他利益关系，并结合资信情况分析说明是否存在需单项计提坏账准备的情形

截至 2023 年 10 月 31 日，尚未回款的客户与发行人及相关方均不存在关联

关系或其他利益关系。预计无法收回的客户情况如下：

单位：万元

客户名称	逾期金额	未回款原因	预计回款时间	资信情况
湖南国声声学科技股份有限公司	110.68	发生经营困难	目前无法预计回款	报告期内已发现其资信出现恶化的公开信息，检索其已上市的供应商电连技术股份有限公司、瀛通通讯股份有限公司等，发现均对其的应收款项单项计提坏账准备的情形。

如上表所示，，湖南国声声学科技股份有限公司经营困难，未能及时回款，通过公开渠道信息查询，该客户存在资信恶化，拖欠上游供应商货款的情形，公司已对其单独计提坏账准备，并于当期对该等应收账款进行了核销。

对于 2023 年 9 月末的应收账款客户，因期后时间较短，部分客户应收账款尚在信用期内，相关回款风险较小。公司存在少量未及时回款的客户，上述客户与公司不存在关联关系或其他利益关系，已按照预期信用损失足额计提坏账准备，无需单项计提坏账准备。

二、会计师核查程序及核查意见

（一）核查程序

针对上述事项，我们执行了以下核查程序：

1、获取公司报告期各期的收入明细表，了解公司报告期各期前五大客户和前五大新增客户情况，查阅公司与该类客户签署的业务合同，了解报告期内信用政策变动情况以及新增客户与存量客户信用政策差异情况；

2、获取发行人应收账款账龄统计表，复核应收账款账龄划分是否准确；核查了发行人报告期各期末应收账款余额的期后回款情况；访谈发行人财务负责人，了解逾期应收账款计算口径，评价逾期应收账款计算口径是否合理，复核发行人逾期应收账款金额、账龄、坏账准备计提、期后回款情况；了解公司坏账计提政策，并与同行业可比公司坏账政策进行对比情况，分析发行人应收账款坏账准备计提是否具有充分性；

3、查阅同行业可比公司主要客户及其经营情况，并对比公司与同行业可比公司主要客户结构的差异，分析公司对 1 年以内应收账款按 3%计提坏账比例的合理性；采用同行业可比公司坏账平均比例，模拟测算对公司报告期各期净利润的影响金额；

4、统计报告期各期计提坏账准备的应收账款对应的客户清单，获取并查阅相关计提依据材料，核查坏账计提的准确性、合理性；

5、核查了发行人报告期各期末应收账款余额的期后回款情况，并访谈公司财务总监，了解未回款客户及其经营情况、信用风险状况及未回款原因及回款安排；结合网络检索结果，核查未回款客户与发行人及相关方是否存在关联关系或其他利益关系，通过公开网站查询相关客户经营、财务情况，评估信用风险，核查坏账准备的计提准确性、合理性。

（二）核查意见

经核查，我们认为：

1、报告期内前五大客户的销售结算模式及信用政策未发生重大变化，新增主要客户的信用政策及结算方式与存量客户信用政策不存在重大差异；2020 年 Flextronics Manufacturing（H.K.）Ltd 信用政策发生变化，主要原因系终端客户菲利普莫里斯统一调整代工厂供应商信用期，Flextronics Manufacturing（H.K.）Ltd 作为其电子烟产品的代工厂，在调整范围内，公司根据 Flextronics Manufacturing（H.K.）Ltd 的需求对其信用期作出调整；公司给予客户的信用期符合公司实际经营情况，与同行业公司相比信用期整体处于合理区间内；

2、报告期各期末，公司应收账款余额的账龄以 1 年以内为主，公司应收账款质量较好；报告期内，应收账款期后回款及逾期应收账款回款情况良好；报告期内，公司于 2023 年 1-9 月核销了应收湖南国声声学科技股份有限公司金额 110.68 万元，核销金额较小。公司应收账款坏账计提政策与同行业可比公司不存在重大差异，发行人应收账款坏账准备计提具有充分性；

3、公司结合客户群体、产品所涉及的行业情况，对 1 年以内应收账款按 3%的比例计提坏账准备具备合理性，同时，对 1 年以内应收账款按 5%的比例计提坏账准备对公司报告期各期的经营业绩的影响较小。截至报告期末，尚未回款的客户与发行人及相关方均不存在关联关系或其他利益关系，除湖南国声声学科技股份有限公司以外，公司已获取未回款客户的回款计划，且未发现未回款客户出现资信恶化的情况，无需对该类单项计提坏账准备。发行人单项计提的对湖南国声声学科技股份有限公司的应收账款坏账准备已核销。

问题 15.关于存货

申报材料显示：

（1）报告期各期末，发行人存货账面价值分别为 6,995.05 万元、9,050.20 万元和 11,020.33 万元，主要为原材料、在产品、库存商品、发出商品等。

（2）报告期各期，存货跌价准备金额分别为 429.73 万元、436.33 万元和 884.52 万元，计提比例为 5.79%、4.60%、7.43%，同行业平均值为 3.77%、2.80%、3.76%。

请发行人：

（1）结合产供销周期、备货政策等说明各项存货变动的原因，存货规模、存货结构与同行业可比公司的差异情况及合理性，存货结构与发行人生产经营模式的匹配性；各类原材料与产成品的物料配比关系，各期各类原材料的采购量、领用量、各类产品的生产量、销售量、期末库存量之间的匹配性。

（2）说明库存商品、发出商品的在手订单覆盖率，结合生产模式说明是否存在预先备货、超额安全备货的情形，如有，请说明相关存货的后续处理方式及会计处理方式，超订单生产存货的金额及占比、存货跌价准备计提的充分性。

（3）说明各类别存货的期后累计结转金额及比例，是否存在长期未结转的情形，是否存在将当期应结转的成本费用计入存货的情形；列示存货库龄分布情况、与同行业可比公司的差异情况及合理性，说明各类存货库龄超过 1 年的具体构成及原因，是否存在滞销或销售退回情形，是否与客户存在纠纷或潜在纠纷；不同产品的平均销售周期、平均生产周期，结合相关情况说明不同库龄存货金额变动的原因。

（4）列示各类别存货不同库龄的存货跌价准备计提金额及比例；结合存货库龄结构、期后结转情况、存货跌价测试方法和覆盖范围、可变现净值的确定依据、存货跌价准备计提比例与可比公司的差异及原因，说明存货跌价准备计提的充分性。

（5）说明发出商品的具体构成、对应客户、仓储安排、是否有合同支持、期后结转情况、是否存在长期未实现销售的发出商品，分析各期发出商品金额较高的原因及合理性；如何识别发出商品的权属，并确保其金额的真实、准确、

完整，发出商品是否存在毁损灭失的情形，相关处理过程及损失承担方。

（6）说明存货管理政策、存放地点、方式，存货出入库关键内部控制节点及执行情况；对各类存货盘点的具体情况，包括盘点时间、地点、人员、范围、盘点比例、盘点差异数量和金额、盘点差异原因及影响，对非在库存货是否进行盘点及确认其金额的方式方法。

请保荐人、申报会计师：

（1）对上述问题发表明确意见。

（2）说明存货函证的具体内容、方式、过程及对象、比例、函证差异情况及原因、函证客户未回函的替代程序。

（3）说明存货监盘的具体情况，包括参与监盘时间、地点、人员、范围、各类存货监盘方法、程序、监盘比例、实施的其他替代程序的性质及实施的具体情况、是否现场取得经发行人确认的盘点表以及相关结果的处理情况、监盘比例是否充分。

（4）说明避免发行人将当期应结转成本费用计入存货科目的核查方法、比例、结论，论证相关核查的充分性、有效性。

（5）说明对存货跌价准备计提充分性是否采取了针对性核查措施，是否予以了重点关注，以及具体核查情况。

回复：

一、发行人说明

（一）结合产供销周期、备货政策等说明各项存货变动的原因，存货规模、存货结构与同行业可比公司的差异情况及合理性，存货结构与发行人生产经营模式的匹配性；各类原材料与产成品的物料配比关系，各期各类原材料的采购量、领用量、各类产品的生产量、销售量、期末库存量之间的匹配性。

1、结合产供销周期、备货政策等说明各项存货变动的原因

（1）产供销周期、备货政策情况

关于产供销周期和备货措施，公司根据客户的交货需求制定总体的生产排程计划，并将生产计划拆解至各产线，根据原材料价格波动情况和原材料的供应周期进行一定量的备货。由于进口纸张海运时间较长，公司对客户指定的进口纸张的备货周期为 3-6 个月，对规格较为特殊纸张的备货周期为 1 个月，对通用常规

纸张的备货周期为 1 周。产品的生产周期根据不同的产品类型和工序存在一定差异，通常为 5-20 天。产成品的交货周期通常为 1-2 周。公司向国内客户的运输周期为 2-3 天，向国外客户的运输周期为 2 周左右，客户在收到产品后每月与公司进行对账，在货物发出并尚未对账确认收入前确认为发出商品。综合来看，公司从购置原材料到产品最终确认收入的整体周期在 2 个月左右。

报告期各期，公司存货周转天数分别为 50.89 天、49.12 天、56.78 天和 60.63 天，在公司存货余额逐年增长的情况下，存货周转天数基本保持稳定，与公司实际经营中产供销周期基本吻合，处于合理水平。

（2）发行人各项存货变动的原因

报告期各期末，公司存货余额变动情况如下:

单位: 万元

项目	2023 年 9 月 30 日		2022 年 12 月 31 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日
	金额	较上期末变化	金额	较上期末变化	金额	较上期末变化	金额
原材料	3,407.48	26.86%	2,685.96	12.45%	2,388.65	48.04%	1,613.47
在产品	2,741.18	5.41%	2,600.51	60.34%	1,621.84	38.90%	1,167.65
库存商品	3,598.03	10.26%	3,263.23	30.56%	2,499.44	12.60%	2,219.76
发出商品	4,302.58	32.61%	3,244.42	9.76%	2,955.94	27.81%	2,312.68
委托加工物资	20.86	-74.44%	81.61	295.25%	20.65	-81.44%	111.23
在途物资	-	-	29.11	-	-	-	-
账面余额合计	**14,070.13**	**18.19%**	**11,904.84**	**25.49%**	**9,486.52**	**27.77%**	**7,424.78**

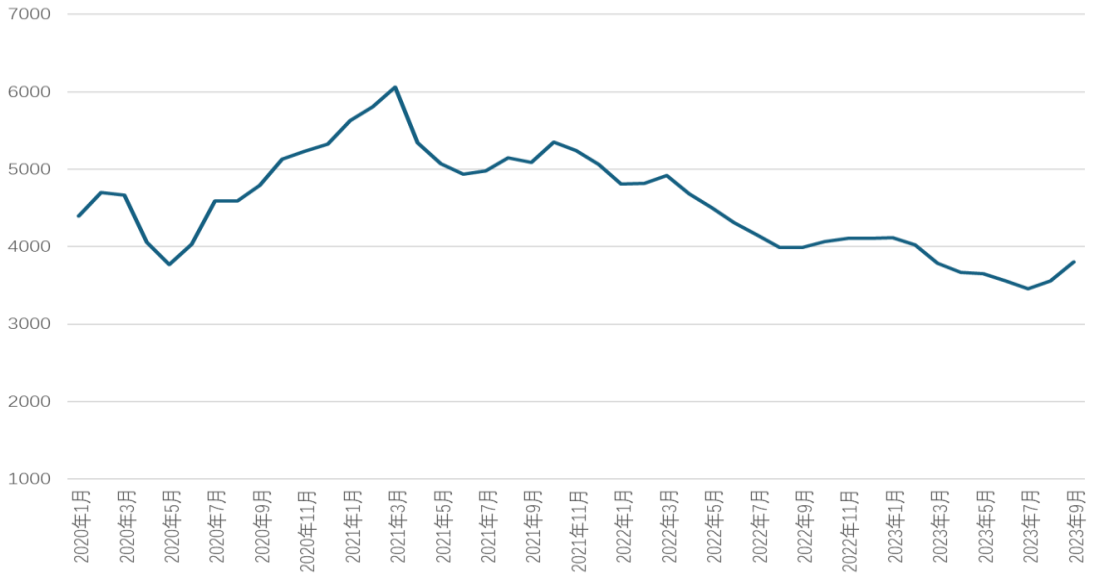
由上表可知，报告期各期末，公司存货余额呈现增长趋势。公司存货余额增长主要来源于原材料、在产品、库存商品及发出商品的增加，具体情况如下：

1）原材料余额变动原因

报告期各期末，公司原材料余额分别为 1,613.47 万元、2,388.65 万元、2,685.96 万元、3,407.48 万元，呈现增长趋势。2021 年末，公司原材料余额较上年末增长 775.19 万元，主要原因系 2021 年公司为应对原材料市场价格波动，增加安全库存及控制总体成本所致。

报告期内，白板纸价格走势如下图所示：

单位：元/吨

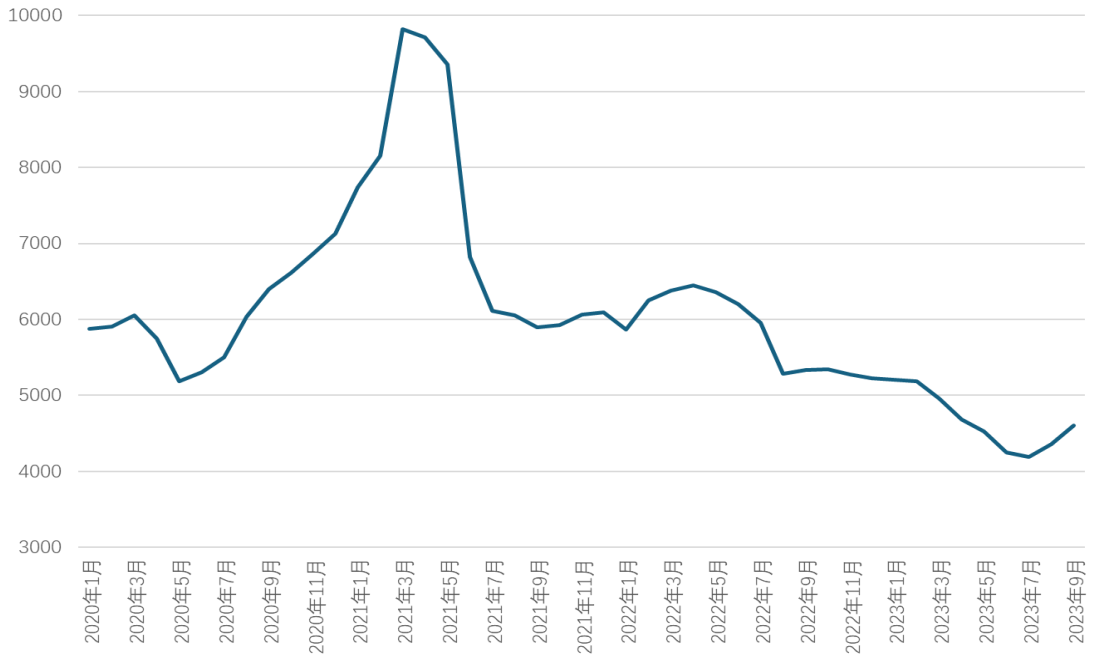


注 1：白板纸商品参考价，取自白板纸商品国内主流市场（或企业）的平均价格或代表价格，用以参考国内市场主流价格趋势；取自规格牌号：A 级 250g；取自市场：华北市场、西南市场、华南市场、华东市场；

注 2：数据来源：卓创资讯。

报告期内，白卡纸价格走势如下图所示：

单位：元/吨



注 1：白卡纸商品参考价，取自白卡纸商品国内主流市场（或企业）的平均价格或代表价格，用以参考国内市场主流价格趋势；取自规格牌号：250-400g；取自市场：河南市场、天津市场、广东市场、山东市场、江浙沪市场；

注 2：数据来源：卓创资讯。

2020 年至 2021 年初，上游原材料价格上涨，叠加“禁塑令”颁布的影响，公司主要原材料纸张的价格增长迅速，并在 2021 年第一季度达到顶点，此后纸张价格逐步回落，并在 2021 年下半年达到相对较低的水平，公司在 2021 年下半年在市场纸价相对较低时采取了加大采购保障安全库存的措施，以降低公司成本受原材料市场价格波动的影响。2022 年末，公司原材料余额较上年末增长 297.31 万元，主要系公司于淮安新建生产基地，主要生产酒盒，新生产基地需要储备一定原材料。2023 年 9 月末，公司原材料较上期末增长 26.86%，主要系公司为应对订单需求，增加了原材料的备货。

2）在产品余额变动原因

报告期各期末，公司在产品余额分别为 1,167.65 万元、1,621.84 万元、2,600.51 万元、2,741.18 万元，呈逐年增加态势，主要系：①随着公司订单量增长，公司在东莞、苏州、马来西亚及淮安等地新建产线，生产规模大幅提升，导致公司整体在产品余额上升；②公司于 2021 年新增战略客户今世缘，向该客户销售规模增长较快，同时公司客户苏州名硕的预测订单增长，公司对上述客户的交货需求采取了一定的备货措施，导致期末在产品余额增加。

3）库存商品余额变动原因

报告期各期末，公司库存商品余额分别为 2,219.76 万元、2,499.44 万元、3,263.23 万元和 3,598.03 万元。2022 年末，公司库存商品相较 2021 年末增长 763.79 万元，主要系公司订单量增加，业务规模扩张，相应库存商品规模增加所致。2023 年 9 月末库存商品余额较上期末无明显变化，符合公司生产备货特点。

4）发出商品变动原因

报告期各期末，公司发出商品分别为 2,312.68 万元、2,955.94 万元、3,244.42 万元和 4,302.58 万元，呈逐年增长态势。公司发出商品为已经向客户发货但尚未对账结算的货物，随着公司开发新客户及深化现有客户的业务拓展，订单持续增长，期末发出商品整体规模相应增长。

5）委托加工物资变动原因

报告期各期末，公司委托加工物资分别为 111.23 万元、20.65 万元、81.61 万元和 20.86 万元。公司委托加工物资金额较小，由于各期末公司生产计划根据

客户交货需求有所差异，各期末的委外加工材料存在一定波动。

6）在途物资变动原因

报告期各期末，公司在途物资金额分别为 0.00 万元、0.00 万元、29.11 万元和 0.00 万元，2022 年末的在途物资为公司外购的已报关但尚未入库的少量原材料。

综上，公司存货变动的原因主要是公司因订单规模增长、生产规模扩大，以及因规避原材料市场上涨风险采取的提前备货措施所致。

2、存货规模、存货结构与同行业可比公司的差异情况及合理性，存货结构与发行人生产经营模式的匹配性

（1）公司存货规模与同行业可比公司的差异情况及合理性

报告期各期末，公司和同行业可比公司的存货规模对比情况如下：

单位：万元

公司名称	2023 年 9 月 30 日		2022 年 12 月 31 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日	
	存货账面价值	存货账面价值占总资产的比例	存货账面价值	存货账面价值占总资产的比例	存货账面价值	存货账面价值占总资产的比例	存货账面价值	存货账面价值占总资产的比例
裕同科技	174,874.49	8.21%	176,643.54	8.39%	177,908.63	9.51%	151,831.18	9.15%
劲嘉股份	74,397.60	7.56%	98,182.05	10.40%	105,787.09	10.24%	63,922.23	7.10%
中荣股份	28,226.66	7.38%	26,972.96	7.16%	30,019.87	11.93%	28,182.53	12.11%
美盈森	36,559.61	4.77%	41,584.92	5.62%	71,774.61	9.80%	76,070.26	10.50%
平均值	78,514.59	6.98%	85,845.87	7.89%	96,372.55	10.37%	80,001.55	9.72%
公司	**13,141.66**	**9.03%**	**11,020.33**	**9.78%**	**9,050.20**	**8.87%**	**6,995.05**	**11.16%**

由上表可知，同行业可比公司的存货账面价值占总资产的比例在 5%-12%左右，报告期各期末，公司存货账面价值占总资产的比例分别为 11.16%、8.87%、9.78%和 9.03%，与同行业可比公司无明显差异，具有合理性。

（2）公司存货结构与同行业可比公司的差异情况及合理性

报告期各期末，公司和同行业可比公司的各类型存货余额占存货余额总计的比例情况如下：

2023 年 9 月 30 日							
公司名称	**原材料**	**在产品**	**库存商品**	**发出商品**	**委托加工物资**	**在途物资**	**其他物资**
裕同科技	未披露						
劲嘉股份	未披露						
中荣股份	未披露						
美盈森	未披露						
公司	**24.22%**	**19.48%**	**25.57%**	**30.58%**	**0.15%**	**-**	**-**
2022 年 12 月 31 日							
公司名称	**原材料**	**在产品**	**库存商品**	**发出商品**	**委托加工物资**	**在途物资**	**其他物资**
裕同科技	40.88%	12.40%	43.12%	-	-	-	3.60%
劲嘉股份	21.17%	12.79%	23.39%	42.59%	0.04%	-	0.01%
中荣股份	21.91%	11.67%	26.22%	38.95%	1.25%	-	-
美盈森	52.00%	11.07%	25.56%	11.06%	0.06%	-	0.26%
公司	**22.56%**	**21.84%**	**27.41%**	**27.25%**	**0.69%**	**0.24%**	**-**
2021 年 12 月 31 日							
公司名称	**原材料**	**在产品**	**库存商品**	**发出商品**	**委托加工物资**	**在途物资**	**其他物资**
裕同科技	44.88%	14.48%	36.45%	-	-	-	4.19%
劲嘉股份	25.53%	21.83%	15.79%	35.86%	0.98%	-	-
中荣股份	24.71%	10.34%	23.92%	40.19%	0.84%	-	-
美盈森	52.62%	10.57%	30.86%	5.71%	0.03%	-	0.21%
公司	**25.18%**	**17.10%**	**26.35%**	**31.16%**	**0.22%**	**-**	**-**
2020 年 12 月 31 日							
公司名称	**原材料**	**在产品**	**库存商品**	**发出商品**	**委托加工物资**	**在途物资**	**其他物资**
裕同科技	40.15%	17.82%	39.40%	-	-	-	2.63%
劲嘉股份	24.16%	22.43%	7.30%	46.02%	0.09%	-	-
中荣股份	30.35%	10.78%	14.53%	43.31%	1.03%	-	-
美盈森	56.81%	11.30%	24.21%	7.63%	0.02%	-	0.02%
公司	**21.73%**	**15.73%**	**29.90%**	**31.15%**	**1.50%**	**-**	**-**

注 1：其他物资涵盖存货中的低值易耗品、周转材料、消耗性生物资产及蛋白类产品；

注 2：同行业可比上市公司未披露其 2023 年 9 月末的存货结构。

2020-2022 年各年末，公司原材料余额占比分别为 21.73%、25.18%和 22.56%，

整体与劲嘉股份、中荣股份较为接近，低于裕同科技和美盈森，主要原因系裕同科技以产品出货后取得客户确认的送货单作为收入确认具体时点，因此不存在发出商品，其原材料余额占比相对较高。美盈森的产品中存在较大规模的纸箱，该类产品使用的原材料以牛皮纸为主，原材料种类相对单一，因此其可集中采购较多单一种类的原材料以控制成本，原材料余额占比相对较高。

2020-2022 年各年末，公司在产品余额占比分别为 15.73%、17.10%和 21.84%，同行业可比公司的在产品余额占比在 10%-23%间，主要系公司与同行业可比公司的客户结构、交货需求存在一定差异，因此生产排单和生产形成的在产品占比存在差异，整体在合理区间内。

2020-2022 年各年末，公司库存商品余额占比分别为 29.90%、26.35%和 27.41%，高于劲嘉股份，和中荣股份、美盈森较为接近，低于裕同科技，主要系裕同科技以产品出货后取得客户确认的送货单作为收入确认具体时点，因此不存在发出商品，其库存商品余额占比相对较高。

2020-2022 年各年末，公司发出商品余额占比分别为 31.15%、31.16%和 27.25%，低于劲嘉股份、中荣股份，高于美盈森，整体处于行业中游水平，公司与同行业可比公司的客户交货周期、对账周期方面存在一定差异，因此发出商品余额占比存在一定差异。

2023 年 9 月末，公司存货结构整体与前三年末的存货结构一致，无异常变动。

综上，公司存货账面价值占总资产的比例较同行业可比公司不存在较大差异。公司的存货结构与同行业可比公司存在一定的差异主要系公司的存货结构与同行业可比公司在产品种类、客户交货需求和周期、对账周期存在差异。

（3）存货结构与发行人生产经营模式的匹配性

公司存货以原材料、在产品、库存商品和发出商品为主，报告期各期末合计占存货总额的比例为 98.51%、99.79%、99.06%、99.85%。原材料、在产品、库存商品和发出商品的余额分布较为均匀，2023 年 9 月末，公司原材料、在产品、库存商品和发出商品的余额占比分别为 24.22%、19.48%、25.57%、30.58%，主要系公司从购置原材料到最终客户收到产品与公司进行对账结算的各个阶段均有一定周期所致，与发行人的产供销模式具有匹配性。公司具体的产供销周期情况详见本题回复之“（一）、1、（2）发行人各项存货变动的原因” 的相关说明。

公司存在一定的发出商品，主要为公司已经发货且尚未对账结算的货物。公司与客户按相对固定的周期进行对账，因此形成一定规模的发出商品。

综上，发行人存货结构与发行人生产经营模式具有匹配性。

3、各类原材料与产成品的物料配比关系，各期各类原材料的采购量、领用量、各类产品的生产量、销售量、期末库存量之间的匹配性

公司的原材料包含白卡纸、白板纸、书纸、特种纸等各类纸张，以及油墨、胶水等辅料，原材料种类繁多，且不同种类原材料单位计量不同。同时，公司供应的包装产品种类繁多，不同种类不同规格的产品原材料耗用量存在差异，原材料的领用与按大类分类的产成品并非为简单的配比关系。根据各细分规格型号产品与主要原材料白卡纸、纸板、白板纸的配比关系，以及上述产品的实际生产量，核算原材料各年度的理论耗用量，以进行匹配性分析。

报告期各期，公司主要原材料白卡纸、纸板、白板纸的采购量、生产领用量、产成品的理论耗用量的匹配情况如下。其中，产成品的理论耗用量为根据产成品的 BOM 表和纸张规格来计算理论消耗的原材料数量。

单位：吨、万张

年份	原材料类别	采购量	生产领用量	理论耗用量	生产领用与理论耗用差异率
2023 年 1-9 月	白卡纸	5,705.49	5,544.12	5,568.27	-0.43%
	纸板	3,017.12	2,946.59	2,941.18	0.18%
	白板纸	6,993.89	5,833.07	6,211.80	-6.10%
2022 年度	白卡纸	7,997.66	7,906.36	7,906.47	0.00%
	纸板	3,781.29	3,609.16	3,623.76	-0.40%
	白板纸	8,031.60	7,316.58	7,245.09	0.99%
2021 年度	白卡纸	8,339.21	7,939.57	8,021.97	-1.03%
	纸板	3,390.15	3,321.84	3,362.10	-1.20%
	白板纸	7,074.71	7,007.92	7,021.23	-0.19%
2020 年度	白卡纸	7,620.05	7,360.53	7,395.89	-0.48%
	纸板	2,368.09	2,359.62	2,392.20	-1.36%
	白板纸	5,329.69	5,493.30	5,528.77	-0.64%

注 1：白卡纸与白板纸的单位为吨，纸板的单位为万张；

注 2：生产领用与理论耗用差异率=（生产领用量-理论耗用量）/理论耗用量。

由上表可知，公司主要原材料在各年度的采购量、生产领用量和理论耗用量无较大差异，生产领用量略小于理论耗用量主要系公司核算产品所需原材料时考虑相对较多、较为安全的损耗量，使得原材料储备能够安全保障生产计划所致。2023 年白板纸的生产领用与理论耗用差异率相对较大主要系马来包装根据历史旺季的需求情况预先开具了生产工单，但分批领用所致。整体上公司根据旺季提前规划生产，产品领用消耗情况良好，原材料的采购量、领用量和产品的生产量具有匹配性。

报告期各期，公司各类产品的生产量、销售量、期末库存量的匹配情况如下：

单位：万个

年度	产成品类别	期初库存	生产量	其他入库	增量	销量	其他出库	减量	差异率	期末库存
2023 年 1-9 月/2023 年 9 月 30 日	彩盒	1,360.27	22,593.27	9,509.59	32,102.86	26,252.46	5,737.30	31,989.77	0.35%	1,473.36
	说明书	1,404.84	14,261.50	4,906.65	19,168.15	16,793.25	2,680.74	19,473.98	-1.57%	1,099.01
2022 年度/2022 年 12 月 31 日	彩盒	1,156.05	32,596.47	11,835.08	44,431.56	39,310.47	4,916.87	44,227.33	0.46%	1,360.27
	说明书	1,247.89	29,722.95	4,942.20	34,665.15	32,488.44	2,019.75	34,508.19	0.45%	1,404.84
2021 年度/2021 年 12 月 31 日	彩盒	1,179.30	25,676.99	15,546.86	41,223.86	37,154.42	4,131.78	41,286.20	-0.15%	1,116.96
	说明书	1,333.95	23,623.83	9,551.41	33,175.25	30,049.33	3,211.98	33,261.31	-0.26%	1,247.89
2020 年度/2020 年 12 月 31 日	彩盒	1,368.31	19,250.65	12,060.36	31,311.01	27,667.86	3,832.17	31,500.02	-0.60%	1,179.30
	说明书	1,333.65	21,141.62	8,228.71	29,370.33	25,773.16	3,596.87	29,370.03	0.00%	1,333.95

注 1：其他入库为公司外购、调拨等，其他出库为研发领料、调拨等；

注 2：销量为各期销售出库的数量；

注 3：增量为生产量与其他入库之和；减量为销量与其他出库之和；差异率计算公式：增量/减量-1。

由上表可知，报告期内，发行人产成品的当期增减量的差异较小，基本处于产销平衡状态，生产量、销售量、期末库存量相互匹配。

综上所述，报告期内，公司主要原材料的采购量、领用量、主要产品的生产量、销售量、期末库存量具有匹配性。

（二）说明库存商品、发出商品的在手订单覆盖率，结合生产模式说明是否存在预先备货、超额安全备货的情形，如有，请说明相关存货的后续处理方式及会计处理方式，超订单生产存货的金额及占比、存货跌价准备计提的充分性。

1、说明库存商品、发出商品的在手订单覆盖率，结合生产模式说明是否存在预先备货、超额安全备货的情形

报告期各期，公司库存商品，发出商品订单覆盖情况如下：

单位：万元

存货类别	项目	2023 年 9 月 30 日	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
发出商品	期末余额	4,302.58	3,244.42	2,955.94	2,312.68
	有订单支持余额	4,302.58	3,244.42	2,955.94	2,312.68
	订单覆盖率	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
库存商品	期末余额	3,598.03	3,263.23	2,499.44	2,219.76
	有订单支持余额	3,404.65	3,054.85	2,365.75	2,131.84
	订单覆盖率	94.63%	93.61%	94.65%	96.04%

公司遵循“以销定产”的生产模式，根据客户下达的订单及交货期，制定生产计划，按计划生产，按交期出库。因此，报告期各期末，公司发出商品余额均有订单支持，订单覆盖率为 100%。

通常情况下，公司的组织生产及销售出库流程为：（1）客户下达采购订单；（2）业务部在 ERP 系统录入销售订单，并根据订单交期下推生产任务单；（3）PMC 部门根据系统生产任务单制定生产计划；（4）生产车间根据生产计划组织生产；（5）品质部门对完成产品进行抽检；（6）仓库部门根据检验记录，对合格的完工产品组织入库；（7）业务部门根据订单交期下达发货指令，仓库根据业务部门的发货指令完成产品出库。

根据公司上述流程，公司组织生产的前提系客户向公司下达采购订单。报告期各期末，公司库存商品的订单覆盖率分别为96.04%、94.65%、93.61%和94.63%，

未完全覆盖主要受以下因素的影响：（1）公司考虑不良品率历史数据和产品加工损耗，投产数量略超过客户订单数量，导致库存商品存在超订单的情况，即生产尾数；（2）少量终端客户部分料号要求公司储备下达订单的 3%左右的额外库存，以备应对其临时额外的需要。

综上，公司存在少量库存商品为预先备货、超额生产，占比较低，无异常情况。报告期各期末，公司库存商品在手订单覆盖率处于较高水平。

2、请说明相关存货的后续处理方式及会计处理方式，超订单生产存货的金额及占比、存货跌价准备计提的充分性

报告期各期末，公司库存商品预先备货、超额安全备货的具体情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 9 月 30 日	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
期末余额	3,598.03	3,263.23	2,499.44	2,219.76
超订单生产存货的金额	193.37	208.38	133.69	87.92
超订单生产存货的金额占比	5.37%	6.39%	5.35%	3.96%

如上表所示，报告期各期末，公司超订单生产的库存商品金额分别为 87.92 万元、133.69 万元、208.38 万元和 193.37 万元，随着公司业务规模的增长，公司超订单生产存货的金额有所上升，但超订单生产存货的金额占比较低。

针对上述超订单生产的库存商品，公司存放于仓库中，后续的主要处理方式为：①部分客户期后对上述库存商品仍有一定需求，向公司下达采购订单时完成销售，公司结转销售成本时，借记营业成本，贷记库存商品；②存在部分超订单生产库存商品，由于后续客户无需求而长期未被领用出库，形成长库龄的库存商品。针对上述库龄超过 1 年的库存商品，报告期各期末，公司基于谨慎性原则，预计可变现净值为零，全额计提跌价准备，借记资产减值损失，贷记存货跌价准备。

综上，公司超订单生产的库存商品金额较小，占比较低，存货跌价准备计提充分。

（三）说明各类别存货的期后累计结转金额及比例，是否存在长期未结转的情形，是否存在将当期应结转的成本费用计入存货的情形；列示存货库龄分布情况、与同行业可比公司的差异情况及合理性，说明各类存货库龄超过 1 年的具体构成及原因，是否存在滞销或销售退回情形，是否与客户存在纠纷或潜

在纠纷；不同产品的平均销售周期、平均生产周期，结合相关情况说明不同库龄存货金额变动的原因。

1、说明各类别存货的期后累计结转金额及比例，是否存在长期未结转的情形，是否存在将当期应结转的成本费用计入存货的情形

（1）各类别存货的期后累计结转金额及比例，是否存在长期未结转的情形

报告期各期，公司各类别存货的期后累计结转金额及比例如下：

单位：万元

类别	项目	2023年9月30日	2022年12月31日	2021年12月31日	2020年12月31日
原材料	期末金额	3,407.48	2,685.96	2,388.65	1,613.47
	期后结转金额	1,500.08	2,367.84	2,191.73	1,488.75
	结转比例	44.02%	88.16%	91.76%	92.27%
库存商品	期末金额	3,598.03	3,263.23	2,499.44	2,219.76
	期后结转金额	1,849.60	2,936.41	2,454.51	2,205.36
	结转比例	51.41%	89.98%	98.20%	99.35%
发出商品	期末金额	4,302.58	3,244.42	2,955.94	2,312.68
	期后结转金额	3,572.75	3,238.56	2,955.94	2,312.68
	结转比例	83.04%	99.82%	100.00%	100.00%
在产品	期末金额	2,741.18	2,600.51	1,621.84	1,167.65
	期后结转金额	1,661.27	2,100.86	1,621.84	1,167.65
	结转比例	60.60%	80.79%	100.00%	100.00%
委托加工物资	期末金额	20.86	81.61	20.65	111.23
	期后结转金额	20.86	81.61	20.65	111.23
	结转比例	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
在途物资	期末金额	-	29.11	-	-
	期后结转金额	-	29.11	-	-
	结转比例	-	100.00%	-	-
合计	**期末金额**	**14,070.13**	**11,904.84**	**9,486.52**	**7,424.78**
	期后结转金额	**8,604.56**	**10,754.39**	**9,244.67**	**7,285.67**
	结转比例	**61.15%**	**90.34%**	**97.45%**	**98.13%**

注：期后结转金额统计至2023年10月31日。

2020年末、2021年末及2022年末，公司存货期后结转比例分别为98.13%、97.45%及90.34%，结转比例较高。2023年9月末期后结转比例较低，主要系统计周期较短所致。报告期内，公司存货期后结转情况正常，不存在长期未结转的情况。

截至 2023 年 10 月 31 日，公司 2020 年末、2021 年末、2022 年末原材料、库存商品存在少量未结转情况，主要原因包括：1）对于较难采购或者订货周期较长的原材料公司有一定备货，且基于订货成本的考虑，部分通用且无明显保质期的原材料公司单次采购量较大；2）公司额外生产少量备品以备退换货所需。

针对上述少量未结转的存货，公司按预计未来的使用情况，已足额计提跌价准备。

（2）不存在将当期应结转的成本费用计入存货的情形

公司制定了完善的成本核算管理制度，对原材料采购入库、材料领用、成本归集、成本分配、成本结转、产品入库、产品发货等重要流程进行了详细的规范。公司能够对产品成本进行准确的归集、分摊与核算。在确认产品销售收入的同时，将对应产品的成本结转至营业成本。

公司不存在将当期应结转的成本费用计入存货的情形。

2、列示存货库龄分布情况、与同行业可比公司的差异情况及合理性，说明各类存货库龄超过 1 年的具体构成及原因，是否存在滞销或销售退回情形，是否与客户存在纠纷或潜在纠纷

（1）存货库龄分布情况

报告期各期，公司存货库龄分布情况如下：

单位：万元

2023 年 9 月 30 日					
类别	1 年以内		1 年以上		合计
	金额	占比	金额	占比	金额
原材料	3,108.04	91.21%	299.44	8.79%	3,407.48
库存商品	3,214.27	89.33%	383.75	10.67%	3,598.03
发出商品	4,302.58	100.00%	-	-	4,302.58
在产品	2,741.18	100.00%	-	-	2,741.18
委托加工物资	20.86	100.00%	-	-	20.86
小计	**13,386.94**	**95.14%**	**683.19**	**4.86%**	**14,070.13**
2022 年 12 月 31 日					
类别	1 年以内		1 年以上		合计
	金额	占比	金额	占比	金额
原材料	2,375.46	88.44%	310.50	11.56%	2,685.96
库存商品	3,015.84	92.42%	247.39	7.58%	3,263.23
发出商品	3,229.82	99.55%	14.60	0.45%	3,244.42

在产品	2,488.08	95.68%	112.44	4.32%	2,600.51
委托加工物资	81.61	100.00%	-	-	81.61
在途物资	29.11	100.00%	-	-	29.11
小计	**11,219.92**	**94.25%**	**684.92**	**5.75%**	**11,904.84**
2021 年 12 月 31 日					
类别	**1 年以内**		**1 年以上**		**合计**
	金额	**占比**	**金额**	**占比**	**金额**
原材料	2,008.80	84.10%	379.86	15.90%	2,388.65
库存商品	2,371.95	94.90%	127.49	5.10%	2,499.44
发出商品	2,955.90	100.00%	0.04	0.01%	2,955.94
在产品	1,608.85	99.20%	13.00	0.80%	1,621.84
委托加工物资	20.65	100.00%	-	-	20.65
小计	**8,966.14**	**94.51%**	**520.39**	**5.49%**	**9,486.52**
2020 年 12 月 31 日					
类别	**1 年以内**		**1 年以上**		**合计**
	金额	**占比**	**金额**	**占比**	**金额**
原材料	1,019.71	63.20%	593.75	36.80%	1,613.47
库存商品	1,938.05	87.31%	281.71	12.69%	2,219.76
发出商品	2,312.68	100.00%	-	-	2,312.68
在产品	1,167.65	100.00%	-	-	1,167.65
委托加工物资	111.23	100.00%	-	-	111.23
小计	**6,549.32**	**88.21%**	**875.46**	**11.79%**	**7,424.78**

报告期各期末，公司各类存货周转速度良好，公司存货库龄主要集中在 1 年以内，占比分别为 88.21%、94.51%、94.25%和 95.14%，占比较高。

（2）与同行业可比公司的差异情况及合理性

报告期各期末，公司与同行业可比公司存货库龄对比如下：

单位：万元

2023 年 9 月 30 日	**公司名称**	**1 年以内**		**1 年以上**	
		金额	**占比**	**金额**	**占比**
	公司	13,386.94	95.14%	683.19	4.86%
2022 年 12 月 31 日	**公司名称**	**1 年以内**		**1 年以上**	
		金额	**占比**	**金额**	**占比**
	公司	11,219.92	94.25%	684.92	5.75%
2021 年 12 月 31 日	**公司名称**	**1 年以内**		**1 年以上**	
		金额	**占比**	**金额**	**占比**
	中荣股份	30,212.17	97.97%	626.19	2.03%
	公司	8,966.14	94.51%	520.39	5.49%

	公司名称	1 年以内		1 年以上	
		金额	占比	金额	占比
2020 年 12 月 31 日	中荣股份	28,321.78	96.50%	940.59	3.21%
	公司	6,549.32	88.21%	875.46	11.79%

注：中荣股份 2020 年、2021 年的库龄情况来源于其反馈回复文件，其余同行业可比公司未披露库龄情况。

如上表所示，同行业可比公司除中荣股份于反馈问询回复文件中披露 2020 年末、2021 年末存货库龄结构外，其他同行业可比公司均未披露期末存货库龄情况。公司存货库龄主要集中在 1 年以内，与中荣股份不存在重大差异，2020 年末、2021 年末公司 1 年以上的存货规模均低于中荣股份但占比略高，主要系公司存货总体规模不及中荣股份所致。

（3）各类存货库龄超过 1 年的具体构成及原因，是否存在滞销或销售退回情形，是否与客户存在纠纷或潜在纠纷

1）原材料

公司库龄超过 1 年的主要原材料为白卡纸及其他类纸张、辅料等，均为公司生产所需的通用物料，具体构成情况如下:

单位: 万元

原材料类别	2023 年 9 月 30 日		2022 年 12 月 31 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	比例
白卡纸	157.13	52.48%	166.59	53.65%	281.02	73.98%	462.43	77.88%
其他类纸张	71.91	24.01%	68.47	22.05%	41.51	10.93%	40.05	6.75%
辅料	39.14	13.07%	53.86	17.35%	39.45	10.39%	74.62	12.57%
标签及其他	31.26	10.44%	21.59	6.95%	17.88	4.71%	16.65	2.80%
合计	**299.44**	**100.00%**	**310.50**	**100.00%**	**379.86**	**100.00%**	**593.75**	**100.00%**

报告期各期一年以上原材料金额及占比情况具体如下：

单位：万元

项目	2023 年 9 月 30 日	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
1 年以上原材料	299.44	310.50	379.86	593.75
原材料余额	3,407.48	2,685.96	2,388.65	1,613.47
1 年以上原材料占比	8.79%	11.56%	15.90%	36.80%

报告期各期末，1 年以上原材料占比分别为 36.80%、15.90%、11.56%和 8.79%，主要为各类纸质原材料，其形成原因主要系公司为确保能及时向客户提供足量的合格产品，会根据实际经营情况及在手订单情况制定采购预算计划，采购生产常用的原材料保证一定的安全库存，因而存在少量 1 年以上原材料。

2）库存商品

库龄超过 1 年的库存商品的具体情况如下:

单位: 万元

库存商品类别	2023 年 9 月 30 日		2022 年 12 月 31 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	比例
彩盒	326.21	85.01%	204.74	82.76%	87.10	68.32%	244.76	86.88%
说明书及其他	57.54	14.99%	42.65	17.23%	40.39	31.68%	36.94	13.12%
小计	**383.75**	**100.00%**	**247.39**	**100.00%**	**127.49**	**100.00%**	**281.71**	**100.00%**

报告期各期一年以上库存商品金额及占比情况具体如下：

单位：万元

项目	2023 年 9 月 30 日	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
1 年以上库存商品	383.75	247.39	127.49	281.71
库存商品余额	3,598.03	3,263.23	2,499.44	2,219.76
1 年以上库存商品占比	10.67%	7.58%	5.10%	12.69%

报告期各期末，1 年以上库存商品占比分别为 12.69%、5.10%、7.58%和 10.67%，占比较小，库龄结构逐步优化，其中主要为彩盒及说明书。主要系部分终端客户要求公司在订单外，保持少量的保底库存，公司根据预测的客户需求以及生产计划，进行生产备货，以备其临时性的新增需求，后续因客户需求变动，从而形成 1 年以上结存。

3）发出商品

报告期各期一年以上发出商品金额及占比情况具体如下：

单位：万元

项目	2023 年 9 月 30 日	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
1 年以上发出商品	-	14.60	0.04	-
发出商品余额	4,302.58	3,244.42	2,955.94	2,312.68
1 年以上发出商品占比	-	0.45%	0.01%	-

2021 年末、2022 年末公司存在少量库存超过 1 年的发出商品，占期末存货比例分别为 0.01%、0.45%，主要原因为：个别客户的收入确认受到其下游客户交付进度、资金周转的影响，导致未能与公司及时对账。根据谨慎性原则，公司对一年以上发出商品已全额计提跌价准备。

4）在产品

报告期各期一年以上在产品金额及占比情况具体如下：

单位：万元

项目	2023年9月30日	2022年12月31日	2021年12月31日	2020年12月31日
1年以上在产品	-	112.44	13.00	-
在产品余额	2,741.18	2,600.51	1,621.84	1,167.65
1年以上在产品占比	-	4.32%	0.80%	-

2021年末、2022年末公司存在少量库存超过1年的在产品，占期末存货比例分别为0.80%、4.32%，主要系针对新开拓的白酒客户，公司基于报告期各期末在手订单及销售预测，提前生产备货从而保证对客户的及时交付，但预测的过程系基于当时条件所作的最佳估计，客户实际下达的订单量与预测使用量存在差异，导致部分在产品库龄超过1年。

综上所述，报告期各期末，公司存在少部分存货库龄超过1年的情况，总体金额及占比不大，主要系公司根据采购模式、订单需求、库存情况等提前进行备货，不存在滞销或销售退回情形，与客户不存在纠纷或潜在纠纷。

3、不同产品的平均销售周期、平均生产周期，结合相关情况说明不同库龄存货金额变动的原因

报告期内，公司不同产品平均销售周期和平均生产周期如下：

产品类别	平均销售周期	平均生产周期
彩盒	30-50天	5-20天
说明书		

公司主要产品为彩盒、说明书，公司按照“以销定产”的原则组织生产，采取“以产定购+合理储备”的方式进行采购，公司的彩盒产品的平均销售周期为30-50天，生产周期在5-20天，时间较短，因此存货库龄主要集中在1年以内，各期末库龄1年以内存货余额的占比分别为88.21%、94.51%、94.25%和95.14%，2020年末1年以内的存货余额占比略低于2021年末，主要系公司2019年基于销售情况额外增加了进口备货，导致2020年末1年以上的原材料略有上升。

（四）列示各类别存货不同库龄的存货跌价准备计提金额及比例；结合存货库龄结构、期后结转情况、存货跌价测试方法和覆盖范围、可变现净值的确定依据、存货跌价准备计提比例与可比公司的差异及原因，说明存货跌价准备计提的充分性。

1、列示各类别存货不同库龄的存货跌价准备计提金额及比例

报告期各期，公司针对各类别存货不同库龄的存货跌价准备计提金额及比例如下：

单位：万元

2023 年 9 月 30 日									
类别	1 年以内			1 年以上			合计		
	账面余额	计提跌价金额	计提比例	账面余额	计提跌价金额	计提比例	账面余额	计提跌价金额	计提比例
原材料	3,108.04	-	-	299.44	134.07	44.77%	3,407.48	134.07	3.93%
库存商品	3,214.27	189.77	5.90%	383.75	354.48	92.37%	3,598.03	544.26	15.13%
发出商品	4,302.58	250.14	5.81%	-	-	-	4,302.58	250.14	5.81%
在产品	2,741.18	-	-	-	-	-	2,741.18	-	-
委托加工物资	20.86	-	-	-	-	-	20.86	-	-
小计	**13,386.94**	**439.92**	**3.29%**	**683.19**	**488.56**	**71.51%**	**14,070.13**	**928.48**	**6.60%**
2022 年 12 月 31 日									
类别	1 年以内			1 年以上			合计		
	账面余额	计提跌价金额	计提比例	账面余额	计提跌价金额	计提比例	账面余额	计提跌价金额	计提比例
原材料	2,375.46			310.50	141.69	45.63%	2,685.96	141.69	5.28%
库存商品	3,015.84	172.59	5.72%	247.39	210.69	85.17%	3,263.23	383.28	11.75%
发出商品	3,229.82	232.51	7.20%	14.60	14.60	100.00%	3,244.42	247.11	7.62%
在产品	2,488.08	-	-	112.44	112.44	100.00%	2,600.51	112.44	4.32%
委托加工物资	81.61	-	-	-	-	-	81.61	-	-
在途物资	29.11	-	-	-	-	-	29.11	-	-
小计	**11,219.92**	**405.10**	**3.61%**	**684.92**	**479.41**	**70.00%**	**11,904.84**	**884.52**	**7.43%**
2021 年 12 月 31 日									
类别	1 年以内			1 年以上			合计		
	账面余额	计提跌价金额	计提比例	账面余额	计提跌价金额	计提比例	账面余额	计提跌价金额	计提比例
原材料	2,008.80	0.96	0.05%	379.86	47.73	12.56%	2,388.65	48.69	2.04%
库存商品	2,371.95	115.2	4.86%	127.49	117.85	92.44%	2,499.44	233.05	9.32%
发出商品	2,955.90	141.55	4.79%	0.04	0.04	100.00%	2,955.94	141.59	4.79%
在产品	1,608.85	-	-	13.00	13.00	100.00%	1,621.84	13	0.80%
委托加工物资	20.65	-	-	-	-	-	20.65	-	-
小计	**8,966.15**	**257.71**	**2.87%**	**520.39**	**178.62**	**34.32%**	**9,486.52**	**436.33**	**4.60%**

2020 年 12 月 31 日									
类别	1 年以内			1 年以上			合计		
	账面余额	计提跌价金额	计提比例	账面余额	计提跌价金额	计提比例	账面余额	计提跌价金额	计提比例
原材料	1,019.71	0.65	0.06%	593.75	31.01	5.22%	1,613.47	31.66	1.96%
库存商品	1,938.05	78.9	4.07%	281.71	272.93	96.88%	2,219.76	351.83	15.85%
发出商品	2,312.68	46.24	2.00%	-	-	-	2,312.68	46.24	2.00%
在产品	1,167.65	-	-	-	-	-	1,167.65	-	-
委托加工物资	111.23	-	-	-	-	-	111.23	-	-
小计	**6,549.32**	**125.78**	**1.92%**	**875.46**	**303.94**	**34.72%**	**7,424.78**	**429.73**	**5.79%**

2、结合存货库龄结构、期后结转情况、存货跌价测试方法和覆盖范围、可变现净值的确定依据、存货跌价准备计提比例与可比公司的差异及原因，说明存货跌价准备计提的充分性

（1）存货跌价测试方法和覆盖范围、可变现净值的确定依据

资产负债表日，存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照单个存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。存货可变现净值是按存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额。在确定存货的可变现净值时，以取得的确凿证据为基础，同时考虑持有存货的目的以及资产负债表日后事项的影响，除有明确证据表明资产负债表日市场价格异常外，期末存货项目的可变现净值以资产负债表日市场价格为基础确定,具体情况如下：

覆盖范围	可变现净值确定依据	跌价准备测试的方法
原材料、在途物资	公司主要原材料、在途物资为纸张，通用性较强，可广泛应用于各类产品中，无法准确确定用以生产的产成品，以计算可变现净值。同时，公司原材料无保质期限制，公司产品毛利率亦远高于销售费用率，故跌价风险较小。出于谨慎性原则，针对长库龄的原材料，公司根据历史领用情况及未来的可用性，综合考虑确定其变现净值。	按照原材料账面成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。其中：库龄 3 年以上的原材料呆滞风险较高，预计可变现净值为零，全额计提跌价
库存商品	以单项存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值	按照库存商品账面成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。其中库龄 1 年以内的库存商品，以市场价格为基础，扣除销售过程中的相关税费，确认可变现净值；库龄 1 年以上的库存商品呆滞风

		险较高，预计可变现净值为零，全额计提跌价
发出商品	以单项存货的订单售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值	按照发出商品账面成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。
在产品、委托加工物资、半成品	以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值	若所生产的产成品存在跌价，按照在产品账面成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备；其中库龄1年以上的在产品、委托加工物资呆滞风险较高，预计可变现净值为零，全额计提跌价。半成品为主要为自制胶水、纸托等，具有一定的通用性，库龄3年以上的半成品，呆滞风险较高，预计可变现净值为零，全额计提跌价。

注：公司将半成品与库存商品合并计算，列入库存商品。

（2）存货库龄结构、期后结转情况

报告期各期末，公司存货库龄1年以内的占比分别为88.21%、94.51%、94.25%和95.14%，占比较高。各类存货的期后结转比例分别为98.13%、97.45%、90.34%及61.15%。详见本回复之“（三）、1、（1）各类别存货的期后累计结转金额及比例，是否存在长期未结转的情形”及“（三）、2、（1）、存货库龄分布情况”。公司存货库龄结构良好，期后结转比例较高。

（3）存货跌价准备计提比例与可比公司的差异及原因

报告期各期末，公司存货跌价准备的计提比例与同行业可比公司对比如下：

公司名称	2023年9月30日	2022年12月31日	2021年12月31日	2020年12月31日
裕同科技	未披露	3.26%	2.66%	2.69%
劲嘉股份	未披露	4.27%	4.06%	6.63%
中荣股份	未披露	4.32%	2.65%	3.69%
美盈森	未披露	3.19%	1.82%	2.07%
行业平均	**未披露**	**3.76%**	**2.80%**	**3.77%**
公司	6.60%	7.43%	4.60%	5.79%

报告期内公司的存货跌价准备计提比例略高于同行业可比公司平均值，主要系公司采取比较稳健的备货策略，报告期末，部分原材料、库存商品的库龄超过1年，公司结合各类存货的领用情况，基于谨慎性原则，计提跌价准备，存货跌价计提比例充分。

综上所述，公司存货库龄总体较短，主要以1年以内存货为主；公司存货期后结转情况较好，报告期各期末的存货在期后大部分已经结转；公司严格按照制定的存货跌价准备政策执行，计提比例总体高于同行业可比公司平均值，存货跌价准备计提充分。

（五）说明发出商品的具体构成、对应客户、仓储安排、是否有合同支持、期后结转情况、是否存在长期未实现销售的发出商品，分析各期发出商品金额较高的原因及合理性；如何识别发出商品的权属，并确保其金额的真实、准确、完整，发出商品是否存在毁损灭失的情形，相关处理过程及损失承担方。

1、说明发出商品的具体构成、对应客户、仓储安排、是否有合同支持、期后结转情况、是否存在长期未实现销售的发出商品，分析各期发出商品金额较高的原因及合理性

（1）发出商品的具体情况

报告期各期，公司发出商品的具体构成情况如下：

单位：万元

类别	2023 年 9 月 30 日		2022 年 12 月 31 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
彩盒	3,066.65	71.27%	2,419.31	74.57%	2,353.24	79.61%	1,912.19	82.68%
说明书	282.86	6.57%	382.18	11.78%	320.43	10.84%	182.38	7.89%
一站式采购	755.05	17.34%	359.18	11.07%	274.65	9.29%	217.80	9.42%
其他	198.02	4.55%	83.75	2.58%	7.62	0.26%	0.31	0.01%
合计	**4,302.58**	**100.00%**	**3,244.42**	**100.00%**	**2,955.94**	**100.00%**	**2,312.68**	**100.00%**

如上表所示，公司发出商品主要为彩盒，报告期各期末，发出商品对应的主要客户如下：

单位：万元

2023 年 9 月 30 日				
序号	**客户**	**类别**	**金额**	**占比**
1	江苏今世缘酒业股份有限公司	彩盒、一站式采购	952.14	22.13%
2	捷普精密工业（广州）有限公司	彩盒、说明书	315.64	7.34%
3	富港电子（东莞）有限公司	彩盒、说明书、一站式采购	195.72	4.55%
4	Technocom Systems Sdn.Bhd.	彩盒、说明书	171.45	3.98%
5	佛山市顺德区东菱智慧电器科技有限公司	彩盒、一站式采购	144.18	3.35%
合计			**1,779.13**	**41.35%**
2022 年 12 月 31 日				
序号	**客户**	**类别**	**金额**	**占比**
1	江苏今世缘酒业股份有限公司	彩盒、一站式采购	531.51	16.38%
2	富港电子(东莞)有限公司	彩盒、说明书	420.17	12.95%

3	Flextronics Mechanical Marketing (L) ltd	彩盒、说明书、一站式采购等	413.05	12.73%
4	深圳市华宝新能源股份有限公司	彩盒、说明书、一站式采购	114.73	3.54%
5	捷普精密工业（广州）有限公司	说明书	109.07	3.36%
合计			**1,588.52**	**48.96%**
2021 年 12 月 31 日				
序号	**客户**	**类别**	**金额**	**占比**
1	江苏今世缘酒业股份有限公司	彩盒、一站式采购	726.49	24.58%
2	万魔声学（湖南）科技有限公司	彩盒、说明书、一站式采购	228.13	7.72%
3	富港电子（东莞）有限公司	彩盒、说明书、一站式采购	217.46	7.36%
4	深圳雾芯科技有限公司	彩盒、说明书、一站式采购	187.49	6.34%
5	深圳长城开发苏州电子有限公司	彩盒、说明书、一站式采购	182.03	6.16%
合计			**1,541.60**	**52.15%**
2020 年 12 月 31 日				
序号	**客户**	**类别**	**金额**	**占比**
1	广西都安康音电子有限公司	彩盒	537.66	23.25%
2	北京汉今国际文化股份有限公司	彩盒、一站式采购	384.94	16.64%
3	深圳市豪恩声学股份有限公司	彩盒、说明书、一站式采购等	251.14	10.86%
4	Flextronics Manufacturing （H.K.）Ltd	彩盒、说明书	216.66	9.37%
5	富港电子（东莞）有限公司	彩盒、说明书、一站式采购	128.09	5.54%
合计			**1,518.48**	**65.66%**

注：按各期前发出商品余额前 5 名列示。

公司根据客户下达的采购订单及商定交货期进行发货，发出商品均有订单支持。公司发出商品主要分为三类：1）公司已发货，客户尚未与公司对账确认的发出商品；2）公司已将产品运送至客户的 VMI 仓库，客户尚未领用确认的发出商品；3）为快速响应客户需求，公司将相关产品发送至临近客户指定交货地点的第三方仓库而形成的发出商品，针对上述三类发出商品的具体仓储安排如下：

序号	类别	仓储安排
1	尚未对账确认发出商品	存放于客户指定的仓库内
2	尚未领用确认的发出商品	存放于客户 VMI 仓内
3	尚未出库的第三方仓库内发出商品	存放于第三方仓库内

（2）发出商品期后结转情况

报告期各期，公司发出商品的期后已销售并结转情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 9 月 30 日	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
期末金额	4,302.58	3,244.42	2,955.94	2,312.68
期后结转金额	3,572.75	3,238.56	2,955.94	2,312.68
结转比例	83.04%	99.82%	100.00%	100.00%

注：期后结转金额统计至 2023 年 10 月 31 日

如上表所示，报告期各期末，公司发出商品期后结转比例为 100.00%、100.00%、99.82%、83.04%，占比较高。部分发出商品未结转主要系个别客户的收入确认受到其下游客户交付进度、资金周转的影响，导致未能与公司及时对账确认收入。

（3）分析各期发出商品金额较高的原因及合理性

报告期各期末发出商品的余额分别为 2,312.68 万元、2,955.94 万元、3,244.42 万元、4,302.58 万元，主要为公司已经发货且尚未经客户对账确认的货物，发出商品金额主要受客户对账确认周期内发货量的影响。报告期各期末公司的发出商品具体类别如下：

单位：万元

类别	2023 年 9 月 30 日		2022 年 12 月 31 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
尚未对账确认发出商品	4,077.67	94.77%	3,153.93	97.21%	2,776.79	93.94%	2,170.41	93.85%
VMI 仓尚未领用确认的发出商品	187.76	4.36%	22.34	0.69%	58.79	1.99%	46.00	1.99%
第三方仓库	37.15	0.86%	68.14	2.10%	120.35	4.07%	96.27	4.16%
合计	**4,302.58**	**100.00%**	**3,244.42**	**100.00%**	**2,955.94**	**100.00%**	**2,312.68**	**100.00%**

如上表所示，报告期各期，公司已发货尚未经客户对账的发出商品占比分别为 93.85%、93.94%、97.21%、94.77%，而根据公司收入确认政策，公司根据合同约定将产品交付至客户指定的地点，经客户确认接收时点作为控制权发生转移时点，确认收入。公司与这类客户按照固定频率和周期进行对账，以客户确认的对账明细作为收入确认依据，整体来看，多数客户的收入结算周期约在 1 个月左右。因此从公司发货到客户对账接受确认，需要一定时间，在客户对账确认周期内发出的库存商品都会形成发出商品。

报告期内，公司发出商品对应的主要客户接受产品的确认周期如下：

序号	客户	对账期间	对账时点	发出商品形成
1	江苏今世缘酒业股份有限公司	当月 1-31 日	次月 1-5 日	当月 1-31 日出库的库存商品
2	富港电子(东莞)有限公司	上月 25 日-当月 24 日	当月 25 日对账	当月 25-31 日出库的发出商品
3	Flextronics Manufacturing（H.K.）Ltd、Flextronics Mechanical Marketing (L) ltd	当月 1-31 日	次月月初	当月 1-31 日出库的库存商品
4	深圳市华宝新能源股份有限公司	当月 1-31 日	次月 1-10 日	当月 1-31 日出库的库存商品
5	捷普精密工业（广州）有限公司	当月 1-31 日	次月月初	当月 1-31 日出库的库存商品
6	万魔声学（湖南）科技有限公司	上月 25 日-本月 24 日	当月 26-31 日	当月 25-31 日的出库的发出商品
7	深圳雾芯科技有限公司	当月 1-31 日	次月 1-10 日	当月 1-31 日出库的库存商品
8	广西都安康音电子有限公司	上月 26 日-本月 25 日	次月 12 日前	本月 26 日-本月 31 日发出库存商品
9	北京汉今国际文化股份有限公司	当月 1-31 日	次月月初	当月 1-31 日出库的库存商品
10	深圳市豪恩声学股份有限公司	当月 1-31 日	次月 1-10 日	当月 1-31 日出库的库存商品
11	深圳长城开发苏州电子有限公司	当月 1-31 日	次月月初	当月 1-31 日出库的库存商品

如上表所示，根据公司与上述客户约定的对账确认周期，公司从产品发出到收入确认基本需要一个月左右的时间，公司期末发出商品较大主要系：报告期各期末，部分客户未与发行人对账确认收入。

综上所述，报告期各期末，受客户对账确认周期的影响，公司期末发出商品余额较高，具有合理性。

2、如何识别发出商品的权属，并确保其金额的真实、准确、完整，发出商品是否存在毁损灭失的情形，相关处理过程及损失承担方

公司发出商品分为三类，第一类为公司送入客户指定的仓库，尚未经客户对账确认的产品；第二类系公司送入客户 VMI 仓库，客户尚未领用确认的产品；第三类系为快速响应客户需求，存放于临近客户指定交货地点的第三方仓库的发出商品。公司对发出商品管理建立了健全的内控制度：公司将产品运送至客户仓库或者其指定的地点，送货时对方仓库管理人员与公司经办人员核对数量，公司一般于当月月末或次月初与客户核对固定周期内的收货情况，并形成对账单，对账单经双方确认后，相关产品的控制权由公司转移给客户；针对 VMI 模式下的发出商品，公司一般于当月月末或次月初与客户核对上月的领用情况，领用数量

经双方确认后，产品的控制权由公司转移至客户。公司根据双方核对确认无误的对账单及双方协商确认的结算价格开具增值税专用发票。公司根据实际双方确认的对账单或领用对账单情况等，确定第一类、第二类期末发出商品的权属以及金额等情况，期末发出商品的金额真实、准确、完整。针对存放于第三方仓库的发出商品，其权属属于公司，公司定期与第三方仓库管理方核对库存，以保证发出商品的真实、准确、完整。

报告期内，公司发出商品不存在毁损灭失的情形，亦不存在客户与公司对发出商品数量、权属以及产品质量争议的情形。

（六）说明存货管理政策、存放地点、方式，存货出入库关键内部控制节点及执行情况；对各类存货盘点的具体情况，包括盘点时间、地点、人员、范围、盘点比例、盘点差异数量和金额、盘点差异原因及影响，对非在库存货是否进行盘点及确认其金额的方式方法。

1、说明存货管理政策、存放地点、方式，存货出入库关键内部控制节点及执行情况

（1）公司的存货管理政策、存放地点、方式

1）原材料、在途物资

报告期内，公司主要采用“以产定采、安全库存”结合的采购模式，根据生产计划和当前库存情况，制定采购计划并向供应商下达采购订单。此外，公司生产采购部门会综合考虑市场整体供需情况、价格变动情况以及供应商的交货周期等因素，对生产计划所需要的长交期物料储备适当的安全库存。报告期内，主要原材料存放于公司及子公司厂内自有仓库，2022 年公司存在少量在途物资，期后均已到库。

2）库存商品

报告期内，公司库存商品在公司厂内各生产线进行装配。公司根据销售订单和储备订单进行生产计划排产，生产人员按照工艺流程进行生产完成后转入产成品库存；入库后，质量部负责产品质量检验，完成后交付仓库部门办理入库。库存商品主要存放于公司自有仓库内；为快速响应客户需求，公司亦在部分地区采用租赁第三方仓库存放库存商品的模式。

3）发出商品

公司将产品运送至客户仓库或者其指定的地点，送货时对方仓库管理人员与公司经办人员核对数量，在客户对账确认前或领用对账前，产品存放于对方指定仓库，由公司业务人员追踪管理，在客户对账确认后或领用对账后，发出商品权属转移至客户。

4）在产品、委托加工物资

公司在产品及委托加工物资均系公司尚未完工的产品，对于在产品，主要存放于公司产线上，公司结合生产排产计划进行管理，对于委托加工物资，主要存放于受托加工方，公司结合产品发出时间，定期与供应商进行核对未收回的委托加工商品。

报告期各期末，公司存货存放地点及分布情况如下：

单位：万元

存货类型	存放地点	2023 年 9 月 30 日	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
原材料	公司仓库	3,407.48	2,685.96	2,388.65	1,613.47
库存商品	公司仓库	3,598.03	3,263.23	2,499.45	2,219.76
发出商品	客户指定仓库	4,077.67	3,153.93	2,776.79	2,170.41
	VMI 仓库	187.76	22.34	58.79	46.00
	第三方仓库	37.15	68.14	120.35	96.27
在产品	公司车间	2,741.18	2,600.51	1,621.84	1,167.65
委托加工物资	受托加工方	20.86	81.61	20.65	111.23

（2）存货出入库关键内部控制节点及执行情况

报告期内，公司制定了《采购管理制度》《存货管理制度》《销售管理制度》等一系列存货管理相关的内部控制制度，对存货的各部门管理职责权限、存货采购入库管理、生产物料领用、仓库管理、销售出库管理、存货盘点管理等方面进行了明确的制度规范。存货的采购、领用、存货管理及盘点、存货出库按照既定的内控制度执行。

控制节点	执行情况
存货采购	公司对存货的采购实行计划管理。物资管理部门根据物资需求建议计划，综合平衡库存储备情况进行编制采购计划，报分管领导审核，分管领导将审核意见反馈至采购需求部门。公司分存货类别建立采购入库流程，到货后需检查到库商品的数量和品质，核对供应商来货单与实际是否相符合，经验收合格后方能录入系统。

控制节点	执行情况
材料领用	需求部门根据实际需求发起领料申请，仓库管理员按照经审核的领料单进行材料出库。
仓库管理	①入库物资做到分区、分类及账、物相符；②定期由存货管理部门和财务部对存货进行盘点，核查存货数量，核查存货数量、库龄、质量，判断是否存在减值迹象。盘点清查中发现的存货盘盈、盘亏、毁损、闲置以及需要报废的存货，查明原因、落实并追究责任，按照规定权限批准后处置。
销售出库	仓管员根据系统申请单确定发出商品，并开具出库单，经领料人签字确认后商品出库。出库单上的产品名称型号数量必须与申请单一致，否则仓管人员有权不予发放。

2、对各类存货盘点的具体情况，包括盘点时间、地点、人员、范围、盘点比例、盘点差异数量和金额、盘点差异原因及影响，对非在库存货是否进行盘点及确认其金额的方式方法

（1）存货盘点具体情况

报告期各期，公司对存货进行盘点的时间、地点、人员及范围如下：

项目	2023 年 9 月 30 日	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
盘点时间	2023 年 9 月 28 日、29 日；2023 年 10 月 5 日	2022 年 12 月 29 日-2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 30 日
盘点地点	东莞、江苏、印尼、马来、越南生产车间及仓库	东莞、江苏、印尼、马来、越南生产车间及仓库	东莞、江苏、印尼、马来生产车间及仓库	
盘点人员	仓库管理人员、生产人员、财务人员等			
盘点范围	原材料、库存商品、在产品、委托加工物资			

注：针对 2023 年 9 月末的盘点，印度尼西亚、马来西亚及越南的盘点时间为 2023 年 9 月 28 日、29 日，东莞及江苏地区的盘点时间为 2023 年 10 月 5 日。

（2）上述各次盘点的存货类别、比例、差异数量和金额及原因及影响如下：

单位：万元

项目	存货类型	账面余额	盘点金额	盘点比例	差异金额
2023 年 9 月 30 日	原材料	3,407.48	3,407.48	100.00%	0.41
	库存商品	3,598.03	3,598.03	100.00%	-10.14
	在产品	2,741.18	2,741.18	100.00%	-
	委托加工物资	20.86	20.86	100.00%	-
	合计	**9,767.55**	**9,767.55**	**100.00%**	**-9.74**
2022 年 12 月 31 日	原材料	2,685.96	2,685.96	100.00%	24.01
	库存商品	3,263.23	3,263.23	100.00%	-6.81
	在产品	2,600.51	2,600.51	100.00%	
	委托加工物资	81.61	81.61	100.00%	

	合计	**8,631.32**	**8,631.32**	**100.00%**	**16.51**
2021 年 12 月 31 日	原材料	2,388.65	2,388.65	100.00%	13.98
	库存商品	2,499.44	2,499.44	100.00%	0.94
	在产品	1,621.84	1,621.84	100.00%	
	委托加工物资	20.65	20.65	100.00%	
	合计	**6,530.59**	**6,530.59**	**100.00%**	**14.93**
2020 年 12 月 31 日	原材料	1,613.47	1,613.47	100.00%	3.67
	库存商品	2,219.76	2,219.76	100.00%	-5.42
	在产品	1,167.65	1,167.65	100.00%	
	委托加工物资	111.23	111.23	100.00%	
	合计	**5,112.11**	**5,112.11**	**100.00%**	**-1.75**

由上表可知，公司盘点差异较小，形成的差异主要为时间差导致的未达账项差异，公司于盘点核实后已进行账务处理，财务报表数据具备准确性。

（3）对非在库存货是否进行盘点及确认其金额的方式方法

报告期各期，公司对非在库存货如委托加工物资进行实地盘点；对于未实地盘点的发出商品，公司主要通过核对系统导出的销售订单明细确认订单的履行情况，检查发出商品对应的销售合同、销售出库单、物流单，期后签收单及对账单，及时跟踪产品运输动态和客户签收情况，并结合日常对账方式确保发出商品全流程管控有效。具体核对金额如下：

单位：万元

日期	项目	账面金额	核对金额	核对比例	差异金额	差异比例
2023 年 9 月 30 日	发出商品	4,302.58	4,302.58	100.00%	-	-
	委托加工物资	20.86	20.86	100.00%	-	-
	合计	**4,323.44**	**4,323.44**	**100.00%**	-	-
2022 年 12 月 31 日	发出商品	3,244.42	3,244.42	100.00%	-	-
	委托加工物资	81.61	81.61	100.00%	-	-
	合计	**3,326.03**	**3,326.03**	**100.00%**	-	-
2021 年 12 月 31 日	发出商品	2,955.94	2,955.94	100.00%	-	-
	委托加工物资	20.65	20.65	100.00%	-	-
	合计	**2,976.58**	**2,976.58**	**100.00%**	-	-
2020 年 12 月 31 日	发出商品	2,312.68	2,312.68	100.00%	-	-
	委托加工物资	111.23	111.23	100.00%	-	-
	合计	**2,423.91**	**2,423.91**	**100.00%**	-	-

报告期各期末，公司存货盘点情况正常，不存在重大盘盈盘亏情况。盘点结束后由财务部负责汇总盘点结果，编制盘点差异汇总表，并组织相关部门对盘点差异进行情况调查，核实差异原因，对盘盈或盘亏的存货作相关账务处理，保持账实相符。

二、会计核查程序及核查意见

（一）核查程序

针对上述事项，我们主要执行了包括但不限于以下核查程序：

1、访谈发行人生产负责人，了解发行人产供销周期、生产计划的制定模式、备货措施，以核查发行人各项存货变动的原因；

2、访谈发行人采购负责人，了解发行人原材料备货措施、备货周期；

3、对发行人和同行业可比公司的存货规模和存货结构进行比较式分析，核查公司存货规模和结构的合理性；

4、获取发行人根据 BOM 表制定的生产投料单以及存货收发表，以核算主要原材料的采购量、领用量、主要产品的生产量、销售量、期末库存量之间的匹配性；

5、访谈公司管理层，了解公司的采购模式、生产模式和销售模式，了解公司各类原材料及库存商品的备货标准及备货情况，分析公司存货结构与经营特点的匹配性，以及存货结构变动的合理性；

6、查阅同行业公司公开披露信息，比较公司与同行业公司存货结构差异；

7、获取在手订单明细，检查库存商品、发出商品的在手订单覆盖情况；

8、获取公司进销存明细表，核查公司存货计价方法，核查发行各期末存货的期后结转情况；

9、获取存货库龄表，检查库龄划分是否正确，检查长库龄存货产生的原因，是否发生呆滞、变质或无法使用的情况，并通过访谈了解库龄超过 1 年的存货是否滞销或销售退回情形，是否与客户存在纠纷或潜在纠纷；

10、对比同行业可比公司的存货库龄分布情况是否存在重大差异；

11、获取期末仓库存货结存数量金额明细表和账面存货余额明细，核对期末结存是否一致，了解期末存货各项目的具体构成情况，分析存货的结存是否与产销情况一致；

12、获取存货跌价准备的明细表，复核存货跌价准备计提是否正确，并与报表项目核对是否相符；复核公司存货的可变现净值的确定原则，检查其可变现净值计算的正确性；查阅同行业公司各类存货跌价计提的比例，与公司各类存货跌价计提的比例进行比较；

13、获取发出商品明细，检查发出商品的具体构成、对应客户、仓储安排、对应合同订单、期后结转等情况；向公司业务人员了解与客户对账的相关节点，结合收入确认分析各期发出商品金额较高的原因及合理性；

14、向客户函证发出商品的规格、数量等明细；

15、获取并查阅公司的存货管理政策，了解并评价公司的存货流程的内部控制的设计和执行的有效性；

16、获取公司报告期各期末的存货盘点表，复核报告期各期末盘点数量与账存数量是否相符；对 2022 年末、2023 年 9 月末的存货执行监盘程序，复核实物数量与账存数量是否相符；

17、获取公司销售明细表，检查是否有存在销售收入但无对应销售成本的情况；获取公司进销存报表，复核公司的存货计价方式，检查当期存货结转成本的金额是否正确。

（二）核查结论

经核查，我们认为：

1、公司存货变动的主要系公司因订单规模增长、生产规模扩大，以及因规避原材料市场上涨风险采取的提前备货措施所致。公司存货账面价值占总资产的比例分别处于同行业可比公司的区间内，具有合理性。公司存货结构整体上和同行业可比公司不存在重大差异，存在一定的差异主要系销售产品不同、客户交货需求和周期存在差异、客户对账周期存在差异所致。发行人存货结构与发行人生产经营模式具有匹配性。公司主要原材料的采购量、领用量、主要产品的生产量、销售量、期末库存量具有匹配性；

2、报告期各期末库存商品、发出商品的在手订单覆盖率与公司经营模式相匹配；公司存在少量超订单生产的情况，超订单生产的库存商品金额较小，占比较低，超订单生产库存商品跌价准备计提充分；

3、公司各类存货不存在大额长期未结转的情况，不存在将当期应结转的成本费用计入存货的情形；

4、公司存货库龄分布与同行业可比公司不存在重大差异，不存在存货大量滞销及销售退回的情形，与客户不存在纠纷或潜在纠纷；

5、公司主要存货库龄集中在 1 年以内，与公司销售周期，生产周期匹配；

6、公司存货跌价准备的计提方法符合会计准则，与同行业公司存货计提比例不存在重大差异，存货跌价准备计提充分；

7、公司不存在长期未实现销售的发出商品，报告期各期发出商品金额较高符合公司经营特点；公司发出商品权属清晰，金额真实、准确、完整，不存在毁损灭失的情形；

8、公司已对 2020 年末、2021 年末、2022 年末、2023 年 9 月末的存货进行盘点，盘点程序符合公司内控的要求，盘点金额准确。

（三）说明存货函证的具体内容、方式、过程及对象、比例、函证差异情况及原因、函证客户未回函的替代程序

公司存货主要包括原材料、在产品、委托加工物资、产成品以及发出商品。其中，原材料、在产品以及产成品存放于公司自有仓库或处于生产环节，主要通过现场监盘方式。对于发出商品，主要通过函证方式进行确认。

报告期各期末，公司发出商品账面余额分别为 2,312.68 万元、2,955.94 万元、3,244.42 万元和 4,302.58 万元，主要系公司交付给客户的产品未满足收入确认条件形成的。保荐人、申报会计师获取报告期各期末发出商品明细清单，选取重要客户进行函证，函证的主要内容包括产品名称以及数量。

报告期各期末，发出商品的函证具体情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 9 月 30 日	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
①发出商品金额	4,302.58	3,244.42	2,955.94	2,312.68
②函证金额	3,137.42	2,367.29	2,285.46	1,806.34
③函证比例③=②/①	72.92%	72.97%	77.32%	78.11%
④回函相符金额	1,980.31	1,751.13	1,760.49	1,307.55
⑤回函不符金额	968.54	293.32	338.73	166.95
⑥未回函金额	188.57	322.84	186.25	331.84
⑦经函证确认金额	2,948.85	2,044.45	2,099.21	1,474.50
⑧替代测试金额	188.57	322.84	186.25	331.84
⑨核查金额⑨=⑦+⑧	3,137.42	2,367.29	2,285.46	1,806.34
⑩核查比例⑩=⑨/①	72.92%	72.97%	77.32%	78.11%

报告期各期末，发出商品回函存在不符，金额分别为 166.95 万元、338.73 万元、293.32 万元、968.54 万元，主要系双方核算口径不一致，公司对期末已领用未开票的产品暂估收入并结转相应发出商品成本。

对于客户未回函的发出商品进行替代测试，进一步检查发货单及期后收入确认情况，报告期各期检查金额分别为 331.84 万元、186.25 万元、322.84 万元、188.57 万元。

（四）说明存货监盘的具体情况，包括参与监盘时间、地点、人员、范围、各类存货监盘方法、程序、监盘比例、实施的其他替代程序的性质及实施的具体情况、是否现场取得经发行人确认的盘点表以及相关结果的处理情况、监盘比例是否充分

1、存货参与监盘时间、地点、人员、范围

申报会计师参与监盘的时间、地点、人员、范围如下：

报告期末	2023 年 9 月 30 日		2022 年 12 月 31 日
监盘时间	2023 年 9 月 28 日、29 日	2023 年 10 月 5 日	2022 年 12 月 30 日
监盘地点	越南厂区仓库、印尼厂区仓库及马来厂区仓库	东莞厂区仓库、苏州厂区仓库及淮安厂区仓库	东莞厂区仓库、苏州厂区仓库、越南厂区仓库及马来厂区仓库
监盘人员	保荐人及申报会计师	保荐人及申报会计师	保荐人及申报会计师
监盘范围	原材料、库存商品、在产品，具体包括平装纸、卷筒纸、成品、辅料等		

2、存货监盘的方法及程序

（1）监盘前

1）了解存货盘存制度及相关的内部控制制度，评价这些控制的设计，确定其是否得到执行，并测试相关内部控制的运行有效性；

2）获取公司制定的盘点计划、具体盘点时间、盘点人员与分工，了解管理层用以记录和控制存货盘点的结果和指令的程序，制定的盘点程序，并结合公司实际情况评价是否有效；

3）获取公司完整的存货存放地点清单，并将报告期内存货存放地点清单进行比较；询问公司仓库人员以了解有关存货存放地点的情况；复核租赁费明细账，检查租用的仓库是否均已包括在仓库清单中；

4）观察存货盘点现场，检查存货是否已经适当整理，是否摆放整齐，是否附有盘点标识，仓库是否已经停止流动；

（2）盘点过程中

1）监盘过程中执行双向抽盘程序，从存货盘点记录中选取项目追查至存货实物，或选取部分实物追查至存货盘点记录，核对存货名称、规格型号、数量情况；

2）通过观察及询问程序，评估存货的状态，如是否存在毁损的情形；

3）针对装箱产品通过敲打纸箱外壳，关注是否存在空箱，并抽取部分纸箱开箱清点；

4）如存在盘点差异，当场进行复盘以确认盘点数量，并了解产生差异的原因以及确定是否存在调整事项；

（3）盘点结束后

获取包含盘点人、监盘人签字记录的盘点表，并根据盘点结果，形成存货监盘小结。

4、监盘比例、实施的其他替代程序的性质及实施的具体情况

项目	2023 年 9 月 30 日	2022 年 12 月 31 日
原材料、库存商品、在产品余额 A	9,746.69	8,549.70
监盘余额 B	5,315.82	4,171.54
监盘比例 C=B/A	54.54%	48.79%

执行现场监盘程序时同步取得了经公司确认的盘点表。经监盘，公司存货管理制度健全，盘点账实相符，期末的账面存货余额真实、准确地反映了公司的财务情况。

除履行监盘程序外，申报会计师还执行了以下替代程序：（1）核查存货项目的入库及期后领料/结转情况；（2）对发出商品和外协在制品进行函证等程序；（3）对在产品检查工单及期后结转情况。考虑替代程序，存货核查金额及比例情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 9 月 30 日	2022 年 12 月 31 日
存货账面余额①	14,070.13	11,904.84
监盘金额②	5,315.82	4,171.54
函证及替代测试金额③	5,878.60	4,368.23
存货核查金额④=②+③	11,194.42	8,539.77
存货核查比例⑤=④/①	79.56%	71.73%

如上表所示，考虑执行的替代程序后，2022 年末及 2023 年 9 月末整体存货核查比例为 71.73%及 79.56%，核查较为充分。

5、替代程序的实施情况

申报会计师未能对公司 2020 年末、2021 年末的存货实施监盘，实施的替代程序主要为以下几个方面：

（1）对采购、生产等活动执行控制测试，测试的核查范围为每期抽取的 25 笔采购入库及 25 笔销售出库，经核查，公司进销存系统对采购入库和销售出库的实物数量流转记录准确，进销存系统记录与采购和销售的实物流转情况相符，发行人存货相关内部控制健全有效；

（2）检查了公司生产领用、完工入库等系统单据，核查了公司卡板纸、坑纸等原材料的耗用量与相应产成品产量的匹配关系，相关匹配情况良好，公司原材料领用和产成品入库数量记录准确，进销存系统记录与生产活动实物流转情况相符；

（3）获取公司 2020 年度、2021 年度盘点，根据 2022 年度的盘点记录，以进销存系统中库存管理模块的存货收发情况，倒推 2021 年末、2020 年末公司的存货情况，与公司同期盘点表核对无重大差异；

（4）对于原材料和外协加工，获取报告期各期采购明细表，检查相应采购合同/订单、入库单、采购发票、付款凭证等支持性文件，验证采购成本的真实性；对报告期内主要材料采购和外协加工采购进行细节测试，结合应付账款科目审计，函证原材料和外协加工的采购金额并与账面记录进行比较。向主要供应商发函对应的采购金额，具体情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-9 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
①采购金额	39,137.28	46,003.74	45,280.97	36,181.26
②发函金额	29,808.43	40,641.64	38,388.45	30,345.42
③函证比例③=②/①	76.16%	88.34%	84.78%	83.87%
④回函确认金额	28.874.83	40,168.66	37,561.79	29,769.15
⑤函证确认比例⑤=④/②	96.87%	98.84%	97.85%	98.10%

针对未回函的情况，我们实施了替代程序，包括：检查与交易有关的原始凭证，采购合同、送货单、入库单、采购发票以及付款回单等；经核查，未回函交易额真实、准确；

（5）对于在产品、库存商品，获取生产计划和领料清单，结合 BOM 表、当期和期后生产完工情况，并抽查原材料领料单、产成品入库单等单据，对在产品期末余额和库存商品结转入库金额进行复核；

（6）对于发出商品和外协在制品，执行函证程序；

（7）执行出入库截止测试及多科目勾稽等分析性复核程序，检查存货出入库是否被记录于恰当的会计期间，抽取了报告期各期末最后 20 笔和下期初最初 20 笔连续编号的入库单进行检查，经核查不存在跨期情形；

综上，我们针对存货采取了充分的替代措施，执行了函证、分析性复核、细节测试、截止性测试、期后结转核查等程序进行复核。公司存货余额不存在异常；核查比例充分。

（五）说明避免发行人将当期应结转成本费用计入存货科目的核查方法、比例、结论，论证相关核查的充分性、有效性

1、核查程序

针对为了避免公司将当期应结转成本费入存货科目，保我们主要执行了如下核查程序：

（1）获取公司与成本归集、分配以及结转等核算相关的内部控制制度，评价这些控制设计的有效性，确定其是否得到执行；

（2）获取报告期各期完工产品明细，抽取主要完工产品对应的领料明细，复核相关领料明细与产品 BOM 是否匹配；

（3）了解公司直接人工、制造费用的归集与分配方式，对报告期各期的成本计算表并进行复算，以验证直接人工、制造费用的归集与分配的准确性；

（4）对主要原材料、库存商品等进行计价测试，以验证结转金额的准确性；对报告各期成本实施截止测试程序，以确认是否存在跨期情况；

（5）核对销售合同约定的数量与收入确认数量以及成本结转的数量是否相一致；

（6）对比分析报告期各期末库存商品期末结存的单位成本，与报告期各期结转营业成本的单价是否有重大差异；

（7）对报告期末的存货进行监盘、函证等程序；

（8）编制成本倒轧表，与采购明细、营业成本进行勾稽，核查分析发行人成本结转的准确性和完整性。

2、核查结论

经核查，我们认为：

公司当期成本费用核算准确，不存在将当期应结转成本费用计入存货科目的情形。

（六）说明对存货跌价准备计提充分性是否采取了针对性核查措施，是否予以了重点关注，以及具体核查情况

1、核查程序

针对公司存货跌价准备计提的充分性，我们主要执行了以下核查程序：

（1）访谈公司财务负责人、生产负责人等，了解公司各类存货的主要构成，影响存货跌价准备的主要因素，公司具体的存货跌价准备计提方法；

（2）对比公司存货跌价准备的计提方法与可比公司的存货跌价准备的计提方法，评估公司存货跌价政策是否合理和跌价准备计提是否充分；

（3）获取公司存货跌价准备的计算过程，复核各类存货估计售价的确定依据及可变现净值的确定方法是否合理；

（4）获取各类存货的库龄分析表，了解库龄较长的原因以及合理性，分析相关存货跌价准备是否已充分计提；

（5）获取报告期各期末各类存货明细，获取对应的在手订单，计算各类存货的订单覆盖率；

（6）获取各类存货期后结转明细，分析是否存在长期未流转的存货；

（7）结合盘点以及监盘过程，观察公司各类存货的状态，是否存在呆滞的情形。

2、核查结论

经核查，我们认为：

公司存货跌价准备计提政策合理，存货跌价准备计提政策符合公司实际情况，存货跌价准备计提充分。

问题 16.关于非流动资产

申报材料显示：

（1）报告期各期末，发行人固定资产账面价值分别为 11,733.63 万元、15,990.37 万元、22,876.89 万元，以生产设备为主，均未计提减值准备。

（2）报告期各期末，发行人在建工程分别为 0.00 万元、2,249.78 万元和 6,974.55 万元，2021 年和 2022 年末的待安装设备金额分别为 2,203.78 万元、3,830.78 万元。

（3）报告期各期末，发行人使用权资产分别为 0.00 万元、11,299.60 万元和 13,523.81 万元，发行人将租赁的办公场所、生产厂房和生产设备的租赁成本在使用权资产科目进行核算。

（4）2022 年末，发行人无形资产较上年末增长 10,874.48 万元，主要为土地使用权。

（5）报告期各期末，长期待摊费用分别为 202.83 万元、476.81 万元和 884.25 万元，主要为生产车间改造、办公场所装修费用持续投入。

（6）报告期各期末，发行人递延所得税资产分别为 241.21 万元、1,985.54 万元和 3,047.14 万元，主要系发行人计提的资产减值准备、可抵扣亏损以及租赁负债形成的可抵扣暂时性差异导致。

请发行人：

（1）列示报告期内的产能、机器设备原值、单位设备原值产能与产出，说明报告期内单位设备产能与产出的变化原因及合理性；对比同行业可比公司，说明单位设备产能与产出的合理性；说明报告期内主要生产设备与发行人产能产量的匹配性，结合生产工艺特点、产品技术迭代更新等说明是否存在应加速折旧情形；结合机器设备的成新率、使用状况等，说明是否存在闲置情形、减值迹象，固定资产未计提减值准备的合理性。

（2）说明报告期内主要设备供应商（区分机器设备类型）的基本情况，包括名称、成立时间、注册资本、股权结构、采购金额及占比、采购金额占该供应商销售收入的比例，充分分析采购价格的公允性，相关供应商与发行人、实际控制人、主要股东、董监高是否存在关联关系或潜在关联关系，结合资金流水核查情况，说明是否存在通过固定资产购置变相实现资金循环进而形成销售回款、承担成本费用或输送利益的情况。

（3）说明在建工程涉及的主要项目具体情况，包括预计投入、截至目前的累计投入、是否按期推进、计划完工时间、预计转固时间，结合设备运输时点、安装调试周期、实际投入使用时间等说明待安装设备金额较高的原因，是否存在转固不及时情形；对固定资产、在建工程（特别是境外固定资产、在建工程）的盘点情况及结果。

（4）说明使用权资产、租赁负债的具体情况，包括但不限于账面价值、资产性质及来源等，初始计量金额的确定依据，计提折旧的年限及其确定方式与合理性，相关资产是否存在减值迹象。

（5）说明土地使用权的来源、取得时间、入账价值、评估情况等，摊销年限及方法与同行业公司是否存在差异及合理性。

（6）说明报告期内长期待摊费用的具体内容、入账价值、摊销年限及确定依据，相关会计处理是否准确。

（7）对照会计准则上可抵扣亏损确认递延所得税资产的条件，逐项说明发行人确认时点、确认金额的准确性、合规性；结合细分行业发展、内部交易定价等，说明部分子公司持续亏损是否对发行人构成不利影响，递延所得税资产是否存在应当减值而未减值的情形，是否存在超过可抵扣期限的未抵扣亏损；说明亏损子公司应收账款、存货、固定资产等减值准备计提的充分性，可抵扣亏损导致的递延所得税资产损益列入经常性损益的合理性及合规性。

（8）结合资金流水核查情况，说明报告期各期购建固定资产、无形资产和其他长期资产的资金流向与固定资产、无形资产和其他长期资产变动情况的匹配性，是否存在体外资金循环。

请保荐人和申报会计师发表明确意见，说明对相关资产的监盘程序、监盘比例及监盘结果，是否存在虚构资产的情况，监盘过程如何识别相关资产的真实性、可用性，是否发现异常情形。

回复：

一、发行人说明

（一）列示报告期内的产能、机器设备原值、单位设备原值产能与产出，说明报告期内单位设备产能与产出的变化原因及合理性；对比同行业可比公司，说明单位设备产能与产出的合理性；说明报告期内主要生产设备与发行人产能产量的匹配性，结合生产工艺特点、产品技术迭代更新等说明是否存在应加速折旧情形；结合机器设备的成新率、使用状况等，说明是否存在闲置情形、减值迹象，固定资产未计提减值准备的合理性。

1、列示报告期内的产能、机器设备原值、单位设备原值产能与产出，说明报告期内单位设备产能与产出的变化原因及合理性

报告期内，随着公司销售业务规模的增长，公司逐步购置生产机器设备加大产能，以提高对下游客户的交付能力。报告期各期末，公司产能、机器设备原值、单位设备原值产能与产出的情况如下：

项目	2023 年 1-9 月/2023 年 9 月 30 日	2022 年度/2022 年 12 月 31 日	2021 年度/2021 年 12 月 31 日	2020 年度/2020 年 12 月 31 日
产能（万印次）	30,259.00	35,117.60	31,122.00	24,534.00
产量（万印次）	21,065.66	27,836.57	26,331.04	20,054.20
机器设备原值（万元）	40,914.76	32,220.16	22,821.99	17,087.26
单位机器设备原值的产能（印次/元）	0.99	1.09	1.36	1.44
单位机器设备原值的产量（印次/元）	0.69	0.86	1.15	1.17

注 1：单位设备原值的产能=产能/机器设备期末原值；
注 2：单位设备原值的产量=产量/机器设备期末原值；
注 3：2023 年 1-9 月的单位机器设备原值的产能、产量经年化处理。

由上表可知，报告期内，单位机器设备原值的产能、产量公司机械设备原值的增长幅度与整体产能、产量与机械设备原值的增长幅度存在一定的差异。相关差异产生的主要原因系发行人报告期内购置的部分机械设备属于基础设施设备、生产辅助设备，不直接增加产能，致使报告期各期末，机器设备原值增长幅度高于产能、产量的增长幅度。

2021 年末，单位机器设备原值的产能、产量同比变化较小。2022 年度，公司产量同比增长 5.72%。期末产能同比增长 12.84%，而同期机器设备原值增长 41.18%，机器设备原值增长明显高于公司产能、产量的增长幅度主要系发行人 2022 年新增了较多的模切机、纸盒成型机、堆叠机等基础设施设备、生产辅助设备，而该类设备主要用于提高生产线自动化程度，不直接增加产能所致，因此对产能、产量未产生较大影响。此外，公司报告期内新购置多部价格较高的进口高端印刷机，该类设产能与公司现有印刷机相比无显著差异，其主要用于较为复杂的多色产品的相关生产，拉低了整体单位设备原值的产能和产量。2023 年 1-9 月，公司进一步增大生产辅助设备的采购，机器设备原值增加。报告期内，单位设备原值产能及产量各期基本保持稳定，机器设备原值与产能、业务量或经营规模相匹配。

2、对比同行业可比公司，说明单位设备产能与产出的合理性

（1）单位设备原值产能、产量与同行业可比公司的比较情况

报告期各期末，公司与同行业可比公司的单位设备产能情况如下：

单位：印次/元

公司名称	2023 年 1-9 月/2023 年 9 月 30 日		2022 年度/2022 年 12 月 31 日		2021 年度/2021 年 12 月 31 日		2020 年度/2020 年 12 月 31 日	
	单位设备原值产能	单位设备原值产量	单位设备原值产能	单位设备原值产量	单位设备原值产能	单位设备原值产量	单位设备原值产能	单位设备原值产量
中荣股份	-	-	-	-	0.91	0.78	1.00	0.87
公司	**0.99**	**0.69**	**1.09**	**0.86**	**1.36**	**1.15**	**1.44**	**1.17**

注 1：中荣股份数据来源于招股说明书，其未披露 2022 年产能；
注 2：2023 年 1-9 月的单位机器设备原值的产能、产量经年化处理。
注 3 报告期内，同行业可比公司美盈森、劲嘉股份、裕同科技等未披露产能相关数据，且披露产量的单位存在差异，不具备可比性。可比公司中荣股份披露了其 2020 年末、2021 年末的产能、产量和机器设备原值情况，且统计单位与公司一致，故进行直接比较。

由上表可知，公司单位设备原值的产能和产量 2020 年和 2021 年均高于可比公司中荣股份。公司业务规模处于快速发展阶段，持续购置新型印刷设备。公司于 2022 年购置了较多的模切机、纸盒成型机、堆叠机等基础设施设备及生产辅助设备，而该类设备主要用于提高生产线自动化程度，不直接增加产能，因此，2022 年单位设备产能和产量同比有所下降。

（2）单位机器设备产值与同行业可比公司的比较情况

发行人与同行业可比公司产品的应用领域较广，产品种类多样，披露产量的计量形式、单位存在较大差异，关于客户及产品的主要应用领域的对比如下：

名称	客户及产品的主要应用领域
中荣股份	主要产品涵盖个人及家庭护理、电子电器及玩具、化妆品、食品及药品、酒类包装、纸制品等六大领域包装印刷业务，客户群体呈现多元化特征
劲嘉股份	客户大多数为行业内的知名企业，包括茅台、五粮液、悦刻、vivo 等品牌，还有部分卷烟企业
裕同科技	专注消费类电子产品的包装领域，主要客户涵盖移动智能终端、计算机、游戏机、通信终端产品等领域，包括华为、小米、三星、联想、纬创等
美盈森	主要产品包括轻型包装和重型包装产品，覆盖 IT 电子、通讯类和机电行业客户，主要客户包括富士康、IBM、艾默生和三星等
发行人	公司专注于消费电子、小家电、电子烟、酒类等领域的纸制印刷包装

鉴于同行业可比公司产量披露形式的多样性及差异性，可比性较差，故选取公司与同行业可比公司单位机器设备产值进行比较，具体情况如下：

公司	2023 年 1-9 月/2023 年 9 月 30 日	2022 年度/2022 年 12 月 31 日	2021 年度/2021 年 12 月 31 日	2020 年度/2020 年 12 月 31 日
裕同科技	未披露	3.33	3.53	3.40
劲嘉股份	未披露	2.67	2.63	2.50
中荣股份	未披露	2.12	2.26	2.27
美盈森	未披露	3.31	3.03	3.32
行业平均值	**-**	**2.86**	**2.86**	**2.87**
公司	**2.58**	**2.87**	**3.77**	**4.30**

注 1：单位机器设备产值=主营业务收入/期末机器设备原值；
注 2：裕同科技、劲嘉股份、美盈森数据来源于其定期报告，中荣股份数据来源于其 2022 年度报告和招股说明书；
注 3：公司 2023 年 9 月末的单位机器设备产值数据经年化处理。

由于同行业可比公司的业务规模、产品结构、产品主要应用领域等存在差异，各公司的单位机器设备产值存在差异。报告期内，发行人 2020 年度和 2021 年度的单位机器设备产值较高。公司具备较高的产品开发与工艺设计能力，且机器设备与公司的业务发展相匹配。随着业务规模变大，产品性能不断提升，发行人不仅实现了规模化生产，也进一步优化了工序和产线人员等，使得单位机器设备产值处于较高水平。发行人 2022 年度、2023 年 1-9 月单位机器设备产值有所下降，主要系：发行人采购了部分基础设施设备及生产辅助设备，使得机器设备原值增加，但相关设备对产能、产量未产生较大影响，使得公司单位机器设备产值下降。

3、主要生产设备与发行人产能产量的匹配性，结合生产工艺特点、产品技术迭代更新等说明是否存在应加速折旧情形

（1）主要生产设备与发行人产能产量的匹配性

公司产能和产量根据核心生产设备印刷机的印刷次数进行统计，因此印刷机与发行人产能产量的关联度较高，发行人其他机器设备主要包括覆膜机、UV 机、模切机、制盒机、糊盒机、折页机、胶装机等，主要进行印刷前和印刷后的其他工序。

报告期各期，公司印刷机设备期末原值、产能及产量情况如下：

单位：万元、万印次

项目	2023 年 1-9 月/2023 年 9 月 30 日		2022 年度/2022 年 12 月 31 日		2021 年度/2021 年 12 月 31 日		2020 年度/2020 年 12 月 31 日
	金额	同比变动	金额	同比变动	金额	同比变动	金额
印刷机设备期末原值	18,247.10	-	14,432.82	25.33%	11,516.30	38.10%	8,338.86
产能	30,259.00	-	35,117.60	12.84%	31,122.00	26.85%	24,534.00
产量	21,065.66	-	27,836.57	5.72%	26,331.04	31.30%	20,054.20

由上表可知，公司印刷机设备期末原值、产能和产量逐年增长，印刷机设备期末原值同比增长率高于产能和产量，主要系公司于报告期内拓展业务规模，新设海外生产基地、以及境内客户对产品的新需求，购置一批模切机、纸盒成型机、堆叠机等基础设施设备、生产辅助设备，导致印刷机设备期末原值增长相对产能和产量增长比率较高。总体来看，公司主要生产设备印刷机与发行人产能产量具有匹配性。

（2）是否存在应加速折旧的情形

公司的生产设备主要为印刷机，公司生产的包装产品类型较为丰富，不同类型包装产品对生产工艺的精度要求具有一定差异，使用年限较长的机器可用于对生产工艺精度要求相对更低的产品；公司包装产品技术迭代更新主要聚焦在新材料、新工艺和客户新需求上，新材料的迭代更新公司可通过现有生产设备进行加工处理，新工艺的迭代更新公司可通过在现有设备上设置或加装模块进行实现，客户新需求公司可在现有设备上配置相应设备进行实现，具体情况如下：

1）公司生产工艺特点对生产设备折旧的影响

公司的主要生产设备均采购自专业供应商，质量较好，同时公司对机器设备采取周密的保养和维修措施，以降低设备故障率和损坏率，并延长机器设备的使用寿命。在保养维护措施方面，对于印刷机，由生产厂商进行年度的精细保养，公司进行每月保养、每周保养、每日保养，对机器进行清洁、去尘，保障机器运行的畅通情况和精准度。在维修措施方面，公司在对机器设备进行定期、不定期检修时，会及时更新机器设备的损耗性部件，以实现生产设备长周期安全稳定运行。

公司的包装产品种类较为丰富，不同产品因生产图纸和色系的复杂度差异，对印刷机器的精准度要求存在差异。在印刷机运行年限较长后，精准度会有一定程度的下降，公司通过对不同产品客户交货需求的分析后制定详细的排产计划，合理安排运行年限相对较长的印刷机生产精准度要求相对较低的产品，不存在印刷机使用年限较长后其生产作用严重下降的情况。

2）产品技术迭代更新对生产设备折旧的影响

公司产品技术迭代更新主要聚焦于新材料、新工艺和满足客户新需求。

①新材料迭代更新情况主要为公司使用环保可降解、包装轻量化、高缓冲性等特性的新型材料，公司现有生产设备均可对新型材料进行加工；

②新工艺迭代更新情况主要为公司使用新的表面处理工艺，注重环保、成本、效率及新型表面功能效果，实现更加环保，效率更高，成本更低，表面效果更加多样化等目的，公司已从塑料膜覆膜工艺转成较为先进的涂布工艺，该工艺从机器设备加装功能模块即可实现；

③客户新需求主要为客户对包装产品定制化的需求，公司可通过对现有设备进行升级改造，如，增加喷码设备以打印追溯码，在现有彩盒机上增加光学检测仪器实现多版本包装产品等，从而提高生产效率，优化制造成本。

3）同行业可比公司的机器设备折旧政策

公司与同行业可比公司机器设备的折旧政策如下：

公司	折旧方法	折旧年限	残值率
裕同科技	年限平均法	5-15 年	10.00%
劲嘉股份	年限平均法	5-10 年	10.00%
中荣股份	年限平均法	10 年	5.00%、10.00%
美盈森	年限平均法	10/15 年	5.00%
发行人	年限平均法	5-10 年	10.00%

由上表可知，公司机器设备的折旧政策与同行业可比公司基本一致，折旧方法皆为年限平均法，不存在应加速折旧的情形。

综上所述，公司生产设备质量较好，公司同时采取周密的保养和维修措施，运行年限相对较长的印刷机依然发挥较为重要的生产作用，因此不存在主要生产设备应加速折旧的情况。公司产品技术迭代更新可使用现有生产设备或在现有生产设备基础上进行升级改造或增加功能模块，不存在由于公司产品技术迭代更新导致现有生产设备无法实现生产的情况，因此不存在主要生产设备应加速折旧的情形。公司机器设备的折旧政策与同行业可比公司基本一致，折旧方法皆为年限平均法，不存在应加速折旧的情形。

4、结合机器设备的成新率、使用状况等，说明是否存在闲置情形、减值迹象，固定资产未计提减值准备的合理性

（1）公司主要机器设备的成新率情况

报告期各期末，公司和同行业可比公司机器设备的成新率如下：

公司名称	2023 年 9 月 30 日	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
裕同科技	未披露	66.33%	67.09%	68.55%
劲嘉股份	未披露	41.10%	44.03%	43.55%
中荣股份	未披露	44.39%	48.23%	46.03%
美盈森	未披露	62.49%	65.44%	64.25%
发行人	**68.18%**	**68.54%**	**67.09%**	**66.20%**

由上表可知，2020-2022 年公司机器设备成新率与裕同科技、美盈森较为接近，高于劲嘉股份和中荣股份，主要系公司主要机器设备的已使用年限为 1 年至 8 年，劲嘉股份和中荣股份部分机器设备购置时间较早，使用年限较长。总体上，公司机器设备成新率处于合理区间。

（2）公司主要机器设备的使用情况

公司及其设备运行情况良好，主要受到不同印刷机的转线时间、转线次数、设备保养维修次数和时间，以及订单分配等因素的影响，运行良好，不存在闲置的情况。

印刷机转线时间为切换印刷产品时需要对印刷机进行清洗、调整印刷文件等调试所需的时间，机器尺寸的宽度越长，单次能够印刷的颜色数量越多，切换过程越复杂，所需时间越长。公司统筹总体生产规划，并制定各台机器的生产计划，每台机器的订单计划根据客户的交货需求、产品类型等存在差异，使得产出和产能利用率也有所差异。具体情况如下：

机器型号	2023 年 1-9 月产能利用率	2022 年产能利用率	产能利用率情况说明
高宝全开六色加上光单张纸胶印机	81.42%	71.88%	由于该设备尺寸宽度较长，切换产品所需的转线时间相对较长，转线后已明显提升产能利用率
海德堡 8+1	95.55%	77.26%	由于该设备单次能够印刷的颜色数量较多，切换产品所需的转线时间相对较长，目前产能利用率已明显提升至正常水平
海德堡速霸七色平张纸胶印机	63.09%	73.44%	由于公司在苏州生产基地 2022 年新购置了配置更高的设备，该设备的部分订单生产计划转移至新机器，导致该机器的产出相对较少，呈下降趋势
高宝 7+1 印刷机	12.74%	-	该设备于 2022 年 7 月购置，并安装于越南生产基地，由于该生产基地为新建基地，原材料购置、机器调试、产线组装尚需一定时间，2022 年该机器尚未有产出，2023 年开始逐步生产
高堡全开六色加上光单张纸胶印机	29.11%	8.12%	该设备于 2022 年 5 月购置，并安装于马来西亚生产基地，由于该生产基地为新建基地，原材料购置、机器调试、产线组装尚需一定时间，2022 年该设备产出相对较低所致，2023 年产能利用率逐步提升，预计较快达到正常水平

综上所述，公司机器设备成新率处于合理区间，且运行良好，不存在闲置的情况，公司固定资产不存在减值迹象，无需计提固定资产减值准备。

（二）说明报告期内主要设备供应商（区分机器设备类型）的基本情况，包括名称、成立时间、注册资本、股权结构、采购金额及占比、采购金额占该供应商销售收入的比例，充分分析采购价格的公允性，相关供应商与发行人、

实际控制人、主要股东、董监高是否存在关联关系或潜在关联关系，结合资金流水核查情况，说明是否存在通过固定资产购置变相实现资金循环进而形成销售回款、承担成本费用或输送利益的情况。

1、主要设备供应商基本情况

报告期各期，公司前五大设备供应商的采购金额及占比情况如下：

单位：万元

2023 年 1-9 月				
序号	**设备供应商名称**	**采购机器设备类型**	**采购金额**	**采购金额占比**
1	科尼希鲍尔印刷机械（东莞）有限公司	印刷机	4,007.47	48.77%
2	弼伽机械科技无锡有限公司	纸塑成型机	560.00	6.82%
3	惠州市德钢机械有限公司（现更名为“惠州市德钢技术有限公司”）	糊箱机	236.96	2.88%
4	太仓裕世进出口有限公司	糊盒机	229.99	2.80%
5	浙江豪盛印刷机械有限公司	分切机	219.86	2.68%
合计			**5,254.28**	**63.95%**
2022 年度				
序号	**设备供应商名称**	**采购机器设备类型**	**采购金额**	**采购金额占比**
1	科尼希鲍尔印刷机械（东莞）有限公司	印刷机	4,525.27	50.46%
2	浙江正润机械有限公司	纸盒成型机	510.20	5.69%
3	弼伽机械科技无锡有限公司	纸塑成型机	458.00	5.11%
4	上海旭恒精工机械制造有限公司	膜切机	376.76	4.20%
5	法兴（上海）融资租赁有限公司	印刷机	281.23	3.14%
合计			**6,151.46**	**68.59%**
2021 年度				
序号	**设备供应商名称**	**采购机器设备类型**	**采购金额**	**采购金额占比**
1	法兴（上海）融资租赁有限公司	印刷机	1,973.60	25.43%
2	北京北方光电有限公司	印刷机	1,467.07	18.90%
3	海德堡印刷设备（北京）有限公司	印刷机	966.00	12.45%
4	浙江正润机械有限公司	纸盒成型机	564.75	7.28%
5	天津长荣科技集团股份有限公司	模切机	360.00	4.64%
合计			**5,331.42**	**68.69%**
2020 年度				

序号	设备供应商名称	采购机器设备类型	采购金额	采购金额占比
1	海德堡印刷设备（北京）有限公司	印刷机	1,515.00	40.57%
2	弼伽机械科技无锡有限公司	纸塑成型机、切边机、消音器	673.29	18.03%
3	法兴（上海）融资租赁有限公司	印刷机	495.88	13.28%
4	苏州市金科自动化设备有限公司	烤箱隧道、成型机、热压机、制浆机等	178.28	4.77%
5	浙江正润机械有限公司	纸盒成型机	77.04	2.06%
合计			**2,939.49**	**78.72%**

注 1：科尼希鲍尔印刷机械（东莞）有限公司和 KOENIG & BAUER SHEETFED AG & Co.KG 系同一实际控制人控制，故公司向科尼希鲍尔印刷机械（东莞）有限公司的采购金额包含向科尼希鲍尔印刷机械（东莞）有限公司和 KOENIG & BAUER SHEETFED AG & Co.KG 的采购金额；

注 2：海德堡印刷设备（北京）有限公司和 HEIDELBERG CHINA LIMITED 系同一实际控制人控制，故公司向海德堡印刷设备（北京）有限公司的采购金额包含向海德堡印刷设备（北京）有限公司和 HEIDELBERG CHINA LIMITED 的采购金额；

注 3：采购金额为公司当期向设备供应商支付的总金额；采购金额占比系对设备供应商的采购金额占当期设备的总采购额的比例。

报告期各期，公司设备采购前五大供应商的名称、成立时间、注册资本、股权结构如下：

供应商名称	成立时间	注册资本	股权结构
科尼希鲍尔印刷机械（东莞）有限公司	2013 年 1 月 21 日	80.00 万港元	科尼希鲍尔（香港）有限公司持股 100.00%
法兴（上海）融资租赁有限公司	2005 年 11 月 17 日	5,770.00 万美元	SGEF SA 持股 100.00%
海德堡印刷设备（北京）有限公司	1999 年 9 月 14 日	6,014.20 万人民币	海德堡印刷设备（上海）有限公司持股 100.00%
弼伽机械科技无锡有限公司	2017 年 8 月 2 日	1,000.00 万人民币	戴余持股 32.50%，周之亚持股 52.50%，马桢持股 15.00%
北京北方光电有限公司	1993 年 1 月 14 日	5,100.00 万人民币	中兵节能环保集团有限公司持股 100.00%
天津长荣科技集团股份有限公司	1995 年 9 月 13 日	42,338.74 万元人民币	为创业板上市公司，股票代码为 300195.SZ，前五大股东情况如下：李莉持股 19.37%，天津名轩投资有限公司持股 11.56%，王建军持股 2.32%，天津长荣科技集团股份有限公司-2022 年员工持股计划持股 2.05%，陈丽华持股 1.16%
苏州市金科自动化设备有限公司	2003 年 7 月 14 日	800.00 万人民币	徐运开持股 45.00%，刘小辉持股 30.00%，唐智勇持股 25.00%
浙江正润机械有限公司	2007 年 11 月 2 日	5,620.00 万人民币	蔡希富持股 31.85%，章建通持股 21.25%，吴应义持股 18.76%，蔡希海持股 18.76%，吴应忠持股 9.38%

供应商名称	成立时间	注册资本	股权结构
上海旭恒精工机械制造有限公司	2003 年 12 月 1 日	932.64 万美元	高顿有限公司持股 100.00%
惠州市德钢机械有限公司（现更名为“惠州市德钢技术有限公司”）	2003 年 5 月 16 日	4,285.00 万元人民币	惠州市德盛隆投资有限公司持股 70.0117%，天诚机械公司持股 23.3372%，惠州市德汇企业管理合伙企业（有限合伙）持股 2.8005%，惠州市德朗企业管理合伙企业（有限合伙）持股 1.9370%，惠州市德建企业管理合伙企业（有限合伙）持股 1.9137%
太仓裕世进出口有限公司	2016 年 12 月 1 日	100 万元人民币	吴子良持股 77.00%，颜琼芳持股 23.00%
浙江豪盛印刷机械有限公司	2005 年 5 月 25 日	500 万元人民币	林峰持股 60.00%，缪大伟持股 20.00%，林海持股 20.00%

公司报告期各期前五大设备供应商的采购金额占该供应商销售收入的比例如下：

供应商名称	采购金额占该供应商销售收入的比例情况说明			
	2023 年 1-9 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
科尼希鲍尔集团	科尼希鲍尔集团是历史最悠久、规模最大的世界上三大印刷机制造与供应商之一。根据公开披露信息，2023 年一季度科尼希鲍尔集团营业收入为 2.81 亿欧元，订单总额为 3.012 亿欧元。报告期各期，发行人对其采购额共计 8,632.92 万元，占其销售收入的比例比较小			
法兴（上海）融资租赁有限公司	不予提供			
海德堡印刷设备（北京）有限公司	海德堡是全球知名的印刷机品牌商，在全球单张纸印刷机市场上已占据四成以上的份额务。根据公开披露信息，2021/2022 财年的销售额为 21.83 亿欧元，报告期内发行人对其采购额共计 2,481.00 万元，占其销售收入的比例比较小			
弼伽机械科技无锡有限公司	32.04%	12.13%	0.00%	24.72%
北京北方光电有限公司	不予提供			
浙江正润机械有限公司	4.96%	6.41%	5.65%	1.32%
上海旭恒精工机械制造有限公司	1.00%	1.20%	0.00%	0.27%
天津长荣科技集团股份有限公司	-	0.19%	0.49%	-
苏州市金科自动化设备有限公司	15.00%	7.60%	7.50%	8.00%
惠州市德钢机械有限公司（现更名为“惠州市德钢技术有限公司”）	0.53%	0.41%	-	-
太仓裕世进出口有限公司	28.00%	15.00%	15.00%	-
浙江豪盛印刷机械有限公司	1.00%	1.00%	-	-

数据来源：各设备供应商出具的《说明函》

由上表可知，公司向主要设备供应商的采购金额占该供应商销售收入的比例相对较低，上述设备供应商不存在收入主要依赖发行人的情况。

2、采购价格的公允性

公司制定了规范的采购流程，机器设备的采购均要经过相关负责人员的审批，通过对供应商资质与能力对比、综合考虑供应商的设备技术参数、价格、产品质量、品牌口碑等多项因素，最终确定设备采购的供应商及采购价格，确保机器设备采购价格公允，且质量较高、性能符合公司生产要求。

对于标准化设备中的印刷机，由于性能优异、功能模块多的进口印刷机供应商相对有限，公司主要进口印刷机供应商为科尼希鲍尔印刷机械（东莞）有限公司、海德堡印刷设备（北京）有限公司，公司主要通过公开网络渠道、线下展会、市场上同行业公司采购价格了解该等供应商印刷机售价，以确保采购价格的公允性。

报告期内，计入固定资产的 500 万元以上设备的同行业可比公司价格比对情况如下：

序号	供应商	设备名称	设备价格（万元）	计入固定资产时间	同行业可比公司设备投资对比
1	海德堡印刷设备（北京）有限公司深圳分公司	海德堡速霸 8 色平张纸胶印机 72*102cm 带上光单元印刷机	1,340.71	2020 年	①中荣股份 2019 年至 2021 年进口印刷机采购情况：印刷机采购价格区间为 1,290.45 万元至 2,353.90 万元； ②柏星龙于 2021 年 6 月采购海德堡 6 色印刷机一台，采购价格 1,475.00 万元（含税）
2	北京北方光电有限公司	海德堡速霸 8 色平张纸胶印机 60.5*75cm 带 UV 单元印刷机	1,296.46	2021 年	
3	海德堡印刷设备（北京）有限公司深圳分公司	海德堡速霸 5 色平张纸胶印机 72*102cm 带上光单元印刷机	854.87	2021 年	
4	海德堡印刷设备（北京）有限深圳分公司	A2 海德堡速霸 9 色平张纸胶印机 72*102cm 带上光单元印刷机	1,482.30	2021 年	
5	科尼希鲍尔印刷机械（东莞）有限公司	高宝 6 色平张纸胶印机 120*164cm 带上光单元印刷机	1,876.02	2022 年	
6	科尼希鲍尔印刷机械（东莞）有限公司	高宝 7 色平张纸胶印机 72*105cm 带上光单元印刷机	1,051.15	2022 年	
7	科尼希鲍尔印刷机械（东莞）有限公司	高宝利必达全开 6 色印刷机	1,882.65	2023 年	
8	科尼希鲍尔印刷机械（东莞）有限公司	高宝利必达全开 6 色印刷机	1,813.88	2023 年	

注 1：中荣股份、柏星龙数据来源于其公开披露文件；
注 2：其他同行业可比公司未披露与发行人同类设备的投资情况。

（1）公司与其他上市公司采购设备价格比较

上表中，公司采购的“海德堡速霸 8 色平张纸胶印机 72*102cm 带上光单元印刷机”、“海德堡速霸 8 色平张纸胶印机 60.5*75cm 带 UV 单元印刷机”，与中荣股份、柏星龙 2021 年采购的海德堡系列设备参数类型较为相近，且为同一机器设备生产商，采购价格亦较为接近，无异常情况，上述设备相关采购时间、色系数量、规格、价格等参数对比如下：

项目	发行人		中荣股份	柏星龙
采购时间	2021 年	2020 年	2021 年	2021 年
色系	8 色	8 色	7 色	6 色
规格	60.5*75cm	72*102cm	72*102cm	未披露
价格（万元）	1,296.46	1,340.71	1,290.45	1,475.00（含税）

（2）公司采购同类机器设备价格比较

公司综合考虑已采购同类或相似设备的已执行采购价格，对比情况如下：

序号	设备种类	公司同类机器设备		价格差异原因
		设备名称	采购价格	
1	海德堡速霸系列机型	海德堡速霸 8 色平张纸胶印机 72*102cm 带上光单元印刷机	1,340.71	规格与价格基本成正比关系，72*102cm 规格更大，价格相对略高
2		海德堡速霸 8 色平张纸胶印机 60.5*75cm 带 UV 单元印刷机	1,296.46	
3	高宝系列机型	高宝利必达全开 6 色印刷机	1,882.65	价格基本一致，差异主要系汇率变动影响
4		高宝利必达全开 6 色印刷机	1,813.88	
5		高宝 6 色平张纸胶印机 120*164cm 带上光单元印刷机	1,876.02	

由上表可知，公司采购的主要同类型印刷设备之间不存在较大差异。

综上，公司通过规范的采购流程，综合考虑供应商设备技术参数、价格、产品质量、品牌口碑等多项因素，最终确定设备采购的供应商及采购价格，确保了机器设备采购价格公允，且采购价格与与已采购的同类型设备价格、同行业可比公司采购价格基本处于同一水平。整体上，公司设备采购价格具备公允性。

3、相关供应商与发行人、实际控制人、主要股东、董监高是否存在关联关系或潜在关联关系，说明是否存在通过固定资产购置变相实现资金循环进而形成销售回款、承担成本费用或输送利益的情况。

（1）相关供应商与发行人、实际控制人、主要股东、董监高是否存在关联关系或潜在关联关系

报告期内，发行人主要设备供应商与公司、实际控制人、主要股东、董监高不存在关联关系。

（2）说明是否存在通过固定资产购置变相实现资金循环进而形成销售回款、承担成本费用或输送利益的情况

公司向该等供应商购买机器设备系公司生产所需，业务往来具备合理性和真实性。相关采购价格公允，除公司向该等供应商支付设备款项外，不存在公司、实际控制人、主要股东、董监高和该等供应商存在其他资金往来的情况，该等供应商与发行人不存在通过固定资产购置变相实现资金循环进而形成销售回款的情形，不存在该等供应商承担成本费用或输送利益的情况。

（三）说明在建工程涉及的主要项目具体情况，包括预计投入、截至目前的累计投入、是否按期推进、计划完工时间、预计转固时间，结合设备运输时点、安装调试周期、实际投入使用时间等说明待安装设备金额较高的原因，是否存在转固不及时情形；对固定资产、在建工程（特别是境外固定资产、在建工程）的盘点情况及结果。

1、说明在建工程涉及的主要项目具体情况，包括预计投入、截至目前的累计投入、是否按期推进、计划完工时间、预计转固时间，结合设备运输时点、安装调试周期、实际投入使用时间等说明待安装设备金额较高的原因，是否存在转固不及时情形

（1）在建工程的的具体情况

报告期各期，公司在建工程的具体情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 9 月 30 日		2022 年 12 月 31 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
待安装设备	501.41	2.12%	3,830.78	54.93%	2,203.78	97.96%	-	-
淮安高义苏北工业园基建工程	2,845.12	12.03%	54.58	0.78%	46.00	2.04%	-	-
望牛墩总部项目基建工程	8,485.26	35.87%	189.48	2.72%	-	-	-	-
无锡新建厂房基建工程一期	11,826.74	49.99%	2,899.70	41.58%	-	-	-	-
合计	**23,658.54**	**100.00%**	**6,974.55**	**100.00%**	**2,249.78**	**100.00%**	-	-

2021 年，公司为扩大海外生产规模，在马来西亚子公司 Printpack 的新生产基地购置生产设备，截至 2021 年末，部分设备尚未调试完毕，导致期末在建工程余额有所增加。2022 年末，公司在建工程较上年末增长 4,724.77 万元，主要系公司启动无锡新建厂房基建工程，投入基建工程的工程施工款项、工程设计费、相关基础设备配套费等所致；除此之外，公司进一步开拓东南亚市场，在越南同奈鸿达和 PT Global 两个新生产基地购置生产设备，部分设备尚未调试完毕，期末待安装设备有所增加。2023 年 9 月末，公司在建工程较上年末增长 16,683.99 万元，主要系无锡新建厂房基建工程按计划顺利开展进入下一阶段以及望牛墩总部项目基建工程正式开始施工，投入大量工程建设所致；此外，淮安高义苏北工业园基建工程建设进入尾声，在建工程余额较高。而越南同奈和 PT Global 购置的大部分生产设备已安装调试完毕，达到预定可使用状态并已转入固定资产，待安装设备余额显著下降。

1）待安装设备

报告期各期末，公司在建工程中主要待安装设备的情况如下：

单位：台、万元

2023 年 9 月 30 日						
项目	**数量**	**原值**	**运输到厂时点**	**调试周期**	**预计转固时间**	**实际投入使用时间**
折页机	1	147.35	2023 年 4 月	6 个月	2024 年 1 月	2023 年 10 月
模切机	1	87.22	2023 年 9 月	15 天	2023 年 10 月	2023 年 10 月
全自动卡纸对裱机	1	37.53	2023 年 4 月	6 个月	2023 年 10 月	2023 年 10 月
海德堡滚筒烫金机	1	35.98	2023 年 6 月	5 个月	2023 年 11 月	2023 年 11 月
2022 年 12 月 31 日						
项目	**数量**	**原值**	**运输到厂时点**	**调试周期**	**预计转固时间**	**实际投入使用时间**
高宝利必达全开六色加上光胶印机（PT Global）	1	1,744.95	2022 年 11 月	7 个月	2023 年 6 月	2023 年 6 月
高宝利必达全开六色胶印机（越南同奈）	1	1,789.66	2022 年 12 月	6 个月	2023 年 5 月	2023 年 5 月
2021 年 12 月 31 日						
项目	**数量**	**原值**	**运输到厂时点**	**调试周期**	**预计转固时间**	**实际投入使用时间**
高宝利必达全开六色胶印机（马来包装）	1	1,876.58	2021 年 11 月	6 个月	2022 年 5 月	2022 年 5 月

因消费电子类代工企业多在东南亚地区设有生产基地，为满足下游客户对交付及时性的需求，增强东南亚地区的供应链服务能力，公司已在东南亚地区逐步布局产能，提升公司全球供应链服务效率和质量。2021 年-2022 年，公司先后在在马来西亚、越南、印度尼西亚地区设立子公司，并购置相应的印刷设备，建立生产基地来服务东南亚地区的客户。由于公司生产过程中主要使用的印刷设备较复杂，安装调试也受当地电力基础设施安装、固定设备的地基工程建设、配件齐备等因素的影响，导致安装调试周期较长，进而导致了 2021 年末、2022 年末在建工程中，待安装设备的余额较高。大部分生产设备在 2023 年 1-9 月已安装调试完毕，并转入固定资产，因此截至 2023 年 9 月末，待安装设备余额较 2022 年末明显下降。

根据《企业会计准则第 4 号——固定资产》的规定，在建工程达到预定可使用状态时，按工程实际成本转入固定资产。公司在机器设备到达厂区后将其计入在建工程，相关机器设备安装调试完毕、经验收达到预计可使用状态后由在建工程转入固定资产。公司机器设备转固时间相对较长，主要是公司印刷设备相对复杂，从设备到厂组装、安装、调试到最后生产出合格的产成品需要经历较长的验证过程，且受到当地基础电力配套设施安装、配件齐备等因素的影响，设备多次验证后达到合格标准，属于设备验收过程中的正常调试，不存在转固不及时的情形。

2）基础建设工程情况

截至 2023 年 9 月 30 日，公司基础建设工程的具体情况如下：

单位：万元

项目	预计投入	累计投入	动工时间	计划完工时间	是否按期推进	预计转固时间	实际投入使用时间
淮安高义苏北工业园基建工程	4,000.00	2,845.12	2023 年 2 月	2023 年 12 月	是	2023 年 12 月	尚未投入使用
望牛墩总部项目基建工程	53,147.53	8,485.26	2023 年 1 月	2025 年 12 月	是	2025 年 12 月	尚未投入使用
无锡新建厂房基建工程一期	17,713.58	11,826.74	2022 年 10 月	2024 年 2 月	是	2024 年 1 月	尚未投入使用

为增强珠三角地区、长三角地区的供应链服务能力，满足区域拓展的客户服务需求，2022 年，公司相继在苏州、东莞投资建厂。其中淮安高义苏北工业园、无锡新建厂房系公司在长三角地区建设的生产基地，望牛墩总部项目系公司在珠

三角地区建立的生产基地。上述项目均处于建设期，未达到可使用状态，公司根据项目施工进度，将工程支出计入在建工程列报，符合《企业会计准则》的相关规定。

综上所述，公司根据在建工程是否达到预定可使用状态，以取得的验收单及产线生产记录作为转固依据，确认在建工程的转固时点，不存在在建工程转固不及时情形。

2、对固定资产、在建工程（特别是境外固定资产、在建工程）的盘点情况及结果

根据公司制定的管理制度，报告期各期末，公司财务部门会同资产部门管理人员对固定资产、在建工程进行全面清查盘点，包括数量、金额及建设状态等。各资产使用管理部门为归口部门，负责正确、及时的管理与维护相关资产，并对固定资产、在建工程台账进行登记、固定资产标签进行整理，是资产盘点的直接责任人，负责本部门盘点管理工作的推动与落实，财务部定期进行监盘。各个部门共同保障固定资产、在建工程账实相符，以保证财务报表的准确性。

（1） 固定资产盘点情况

单位：万元

项目	2023 年 9 月 30 日	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
固定资产原值	42,882.35	33,737.17	23,987.30	17,842.94
其中：境外固定资产原值	13,259.01	7,103.60	1,294.37	236.13
盘点金额	42,882.35	33,737.17	23,987.30	17,842.94
其中：境外固定资产盘点原值	13,259.01	7,103.60	1,294.37	236.13
盘点比例	100%	100%	100%	100%
其中：境外资产盘点比例	100%	100%	100%	100%

（2）在建工程盘点情况

单位：万元

项目	2023 年 9 月 30 日	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
在建工程余额	23,658.54	6,974.55	2,249.78	-
其中：境外在建工程余额	501.41	3,830.78	2,203.78	-
盘点金额	23,658.54	6,974.55	2,249.78	-
其中：境外在建工程盘点原值	501.41	3,830.78	2,203.78	-
盘点比例	100.00%	100.00%	100.00%	-
其中：境外在建工程盘点比例	100.00%	100.00%	100.00%	-

盘点结果显示，报告期内，公司固定资产状态良好，在建工程处于正常建设或调试阶段，固定资产、在建工程不存在账实不符的情况。

（四）说明使用权资产、租赁负债的具体情况，包括但不限于账面价值、资产性质及来源等，初始计量金额的确定依据，计提折旧的年限及其确定方式与合理性，相关资产是否存在减值迹象。

1、说明使用权资产、租赁负债的具体情况，包括但不限于账面价值、资产性质及来源等

报告期内，公司的使用权资产主要为外部租入的房屋建筑物和外部租入的设备，主要用于办公和生产。报告期各期，使用权资产、租赁负债的具体情况如下：

单位：万元

2023 年 9 月 30 日			
资产性质	**来源**	**使用权资产账面价值**	**租赁负债账面价值**
生产、办公、宿舍租赁用房	外部租入	11,410.26	11,958.44
合计		**11,410.26**	**11,958.44**
2022 年 12 月 31 日			
资产性质	**来源**	**使用权资产账面价值**	**租赁负债账面价值**
生产、办公、宿舍租赁用房	外部租入	12,774.39	13,296.73
设备租赁	外部租入	749.45	81.32
合计		**13,523.84**	**13,378.05**
2021 年 12 月 31 日			
资产性质	**来源**	**使用权资产账面价值**	**租赁负债账面价值**
生产、办公、宿舍租赁用房	外部租入	10,450.59	10,600.60
设备租赁	外部租入	849.00	310.19
合计		**11,299.59**	**10,910.79**

2、初始计量金额的确定依据，计提折旧的年限及其确定方式与合理性，相关资产是否存在减值迹象

（1）使用权资产初始计量金额的确定依据

财政部于 2018 年度修订了《企业会计准则第 21 号——租赁》（简称“新租赁准则”），公司自 2021 年 1 月 1 日起执行新租赁准则。

公司选择根据首次执行新租赁准则的累积影响数，调整首次执行新租赁准则当年年初留存收益及财务报表其他相关项目金额，不调整可比期间信息。对于首次执行日前已存在的融资租赁，本公司在首次执行日按照融资租入资产和应付融

资租赁款的原账面价值，分别计量使用权资产和租赁负债。对于首次执行日前的经营租赁，发行人在首次执行日根据剩余租赁付款额按首次执行日发行人的增量借款利率折现的现值计量租赁负债，并根据与租赁负债相等的金额及对预付租金进行必要调整计量使用权资产；对首次执行日之前的租赁资产属于低价值资产的经营租赁或将于 12 个月内完成的经营租赁，采用简化处理，未确认使用权资产和租赁负债。

使用权资产按照成本进行初始计量。该成本包括：1）租赁负债的初始计量金额；2）在租赁期开始日或之前支付的租赁付款额，存在租赁激励的，扣除已享受的租赁激励相关金额；3）本公司发生的初始直接费用；4）本公司为拆卸及移除租赁资产、复原租赁资产所在场地或将租赁资产恢复至租赁条款约定状态预计将发生的成本，但不包括属于为生产存货而发生的成本。

（2）计提折旧的年限及其确定方式与合理性

公司后续采用直线法对使用权资产计提折旧。对能够合理确定租赁期届满时取得租赁资产所有权的，本公司在租赁资产剩余使用寿命内计提折旧；否则，租赁资产在租赁期与租赁资产剩余使用寿命两者孰短的期间内计提折旧。

公司按照上述折旧年限的确定方法，根据单个租赁合同进行判断，对于设备租赁，根据合同约定，在租赁期届满时取得租赁资产所有权，因此公司按照同类固定资产折旧年限，计提折旧。对于生产、办公、宿舍租赁用房，均无法合理确定能在租赁期届满时取得租赁资产所有权，因此按租赁期计提折旧。

综上，公司按照新租赁准则的相关规定对使用权资产进行初始计量、确认折旧年限，符合新租赁准则的相关规定，折旧年限合理。

（3）相关资产是否存在减值迹象

根据企业会计准则的规定，企业应当在资产负债表日判断资产是否存在可能发生减值的迹象。资产存在减值迹象的，应当进行减值测试，估计资产的可收回金额，准则内容与公司实际情况对比如下：

准则内容	公司情况
资产的市价当期大幅度下跌，其跌幅明显高于因时间的推移或者正常使用而预计的下跌	报告期内，资产的价格由租金水平决定，不存在租金大幅下跌的情况
企业经营所处的经济、技术或者法律等环境以及资产所处的市场在当期或者将在近期发生重大变化，从而对企业产生不利影响	公司所处的相关行业具备良好的成长性，不存在由于行业前景、监管政策等发生重大变化，对公司产生不利影响的情况
市场利率或者其他市场投资报酬率在当期已经提	报告期内市场利率或者其他市场投资报酬率未发

准则内容	公司情况
高，从而影响企业计算资产预计未来现金流量现值的折现率，导致资产可收回金额大幅度降低	生重大变化
有证据表明资产已经陈旧过时或者其实体已经损坏	报告期内，租赁资产未过时或者损坏
资产已经或者将被闲置、终止使用或者计划提前处置	报告期内，租赁资产未闲置、终止使用

截至报告期末，公司使用权资产不存在减值迹象。

（五）说明土地使用权的来源、取得时间、入账价值、评估情况等，摊销年限及方法与同行业公司是否存在差异及合理性。

1、公司土地使用权的来源、取得时间、入账价值、评估情况

报告期内，公司土地使用权的来源、取得时间、入账价值、评估情况如下：

单位：万元

序号	权利人	土地使用证号	位置	来源	取得时间	取得方式	入账价值	是否评估
1	高义包装	粤（2022）东莞不动产第0173333号	东莞市望牛墩镇	出让	2022年8月	通过政府部门以招拍挂的形式取得	5,722.68	否
2	无锡高义	苏（2022）无锡市不动产权第0067869号	无锡市鹅湖新杨路东、翰林路南	出让	2022年4月	通过政府部门以招拍挂的形式取得	3,906.81	否
3	淮安高义	苏（2022）涟水县不动产权第0353681号	淮安市涟水县高沟镇	出让	2022年9月	通过政府部门以招拍挂的形式取得	1,287.50	否
合计							**10,916.99**	

如上表所示，公司土地使用权均通过政府部门以招拍挂的形式取得，公司与政府部门签订《国有土地出让合同》，取得相关土地使用权，公司上述土地使用权已办理权属登记并取得相关权属证书。公司按土地出让价格及相关税费确认土地使用权的初始确认价值，在土地使用年限内，按直线法进行摊销。

2、公司土地使用权摊销年限及方法与同行业公司不存在差异，具备合理性

公司与同行业可比公司关于土地使用权的摊销方法及年限情况的比较如下：

项目	土地使用权摊销年限（年）	摊销方法
劲嘉股份	土地使用年限	直线法
裕同科技	50	直线法
中荣股份	50	直线法
美盈森	土地使用年限	直线法
公司	50	直线法

由上表所示，公司土地使用权摊销年限及方法与同行业可比公司不存在明显差异，公司土地使用权摊销年限及方法具备合理性。

（六）说明报告期内长期待摊费用的具体内容、入账价值、摊销年限及确定依据，相关会计处理是否准确。

报告期各期，公司长期待摊费用的构成情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-9 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
装修费及其他	823.81	884.25	476.81	202.83

由上表可知，报告期内，公司长期待摊费用均为装修费及其他相关支出。报告期内，公司长期待摊费用呈现增长趋势，主要系公司于报告期内加速战略布局东南亚地区，在越南、印度尼西亚、马来西亚等地区新租入厂房并对其进行装修改造，相关待摊销的装修费增加所致。

1 长期待摊费用的具体情况

（1）有明确受益期的长期待摊费用

单位：万元

具体内容	入账原值	账面价值				摊销期限（月）	确定依据
		2023 年 9 月 30 日	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日		
企业邮箱使用费	15.15	9.68	13.46	-	-	36	根据约定的明确受益期
网络、信息系统使用费	11.94	5.53	8.52	5.97	-	36	
小计	**27.09**	**15.21**	**21.98**	**5.97**	**-**	**-**	**-**

（2）无明确受益期的长期待摊费用

单位：万元

具体内容	入账原值	账面价值				摊销期限（月）	确定依据
		2023 年 9 月 30 日	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日		
东莞高义厂房、纸托车间等装修改造费	192.50	84.34	44.14	38.15	47.05	36	预计受益期限
苏州高义办公室、车间装修工程	131.65	34.13	67.04	113.32	44.50	36	
淮安高义宿舍、厂房装修费	66.17	45.18	56.29	-	-	36	
无锡高义宿舍装修工程	39.92	15.31	25.30	6.60	-	36	

高义精密无尘车间装修费	205.59	119.16	150.37	187.42	-	36	
越南海阳厂房装修改造费	249.31	70.56	110.14	-	-	36	
PT Global 办公室、厂房装修改造费	205.58	150.89	98.33	-	-	36	
印尼高义厂房装修改造费	203.32	172.85	176.18	101.67	111.28	36	
马来包装厂房装修改造费	220.04	110.95	130.23	23.68	-	36	
马来彩印厂房装修改造费	7.27	5.22	4.25	-	-	36	
合计	**1,521.36**	**808.60**	**862.27**	**470.83**	**202.83**		

注：对于装修及工程改造等无明确受益期的长期待摊费用按预计收益期 36 个月进行摊销。

2、长期待摊费用的相关会计处理是否准确

根据《企业会计准则——应用指南》的规定，长期待摊费用科目核算企业已经发生但应由本期和以后各期负担的分摊期限在一年以上的各项费用。分摊期限在一年以上的各项费用，按预计受益期间分期平均摊销，并以实际支出减去累计摊销后的净额列示。

公司长期待摊费用核算的具体内容包括厂房及办公场所装修及改造工程费用、企业邮箱使用费、网络及信息系统使用费等，即为使用权资产改良及其他已经发生但应由本年和以后各期负担的费用，符合长期待摊费用的定义。公司按建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的全部必要支出作为长期待摊费用的入账价值。

公司的长期待摊费用中，对于企业邮箱使用费、网络及信息系统使用费，有明确受期限的长期待摊费用，在受益期内进行摊销，对于租入的厂房及办公场所的后续装修及改造费用等无明确使用期限的长期待摊费用，公司根据实际情况，合理预计其受益期限，并在预计的受益期内摊销。

综上所述，公司长期待摊费用相关会计处理准确，符合企业会计准则的相关规定。

（七）对照会计准则上可抵扣亏损确认递延所得税资产的条件，逐项说明发行人确认时点、确认金额的准确性、合规性；结合细分行业发展、内部交易定价等，说明部分子公司持续亏损是否对发行人构成不利影响，递延所得税资产是否存在应当减值而未减值的情形，是否存在超过可抵扣期限的未抵扣亏损；

说明亏损子公司应收账款、存货、固定资产等减值准备计提的充分性，可抵扣亏损导致的递延所得税资产损益列入经常性损益的合理性及合规性。

1、对照会计准则上可抵扣亏损确认递延所得税资产的条件，逐项说明发行人确认时点、确认金额的准确性、合规性

根据《企业会计准则第 18 号—所得税》第十三条规定，企业应当以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限，确认由可抵扣暂时性差异产生的递延所得税资产；资产负债表日有确凿证据表明未来期间很可能获得足够的应纳税所得额用来抵扣可抵扣暂时性差异的，应当确认以前期间未确认的递延所得税资产；第十五条规定，企业对于能够结转以后年度的可抵扣亏损和税款抵减，应当以很可能获得用来抵扣可抵扣亏损和税款抵减的未来应纳税所得额为限，确认相应的递延所得税资产。

因此，公司是否确认递延所得税资产需要对公司在未来期间能否取得足够的应纳税所得额用来抵扣可抵扣暂时性差异作出估计。

报告期内，发生亏损的子公司相关信息、利润总额及对应递延所得税资产计提情况如下：

单位：万元

会计主体	成立时间	业务定位	利润总额				是否确认递延所得税	确认时点
			2023 年 1-9 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度		
深圳高义	2015/12/15	供应链管理、物流方案设计、货物或技术进出口、国内贸易	-191.61	-263.35	-186.52	-156.53	否	未确认
高义精密	2021/4/14	智能终端外观件加工和销售	-621.22	-553.98	-212.77	-	否	未确认
淮安高义	2021/6/3	酒类的彩盒的生产	1,123.23	-51.74	-25.56	-	是	亏损当年
无锡高义	2021/6/10	华东区域客户的彩盒	-580.57	-459.80	-259.20	-	是	亏损当年
印尼高义	2019/9/25	印尼生产基地	-30.82	125.51	154.59	-70.90	是	亏损当年
越南鸿达	2019/12/2	境外销售平台	1.99	-20.69	17.73	-2.40	是	亏损当年
马来包装	2019/12/9	马来西亚生产基地	799.38	-727.95	-240.29	-	是	亏损当年

会计主体	成立时间	业务定位	利润总额				是否确认递延所得税	确认时点
			2023 年 1-9 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度		
PAPERTEX	2020/9/14	马来西亚生产基地	52.88	-87.42	-80.57	-	是	亏损当年
PT Global	2019/9/25	印尼生产基地	-213.54	-152.37	-	-	是	亏损当年
同奈鸿达	2022/11/30	越南生产基地	-566.50	-130.15	-	-	是	亏损当年
海阳鸿达	2022/6/14	越南生产基地	-517.11	-525.71	-	-	是	亏损当年

报告期内，公司未弥补亏损主要源于境内外子公司，近年来，公司战略布局长三角、珠三角及东南亚地区，相继在江苏、马来西亚、印度尼西亚、越南等地区投资建厂，上述子公司还处于初设阶段，因此存在不同程度的亏损，公司结合各子公司的具体情况及未来发展规划，确定是否确认递延所得税费资产。

深圳高义设立之初，主要定位于负责公司华南区域的供应链管理，协助公司配套采购，由于现阶段业务规模较小，基于成本效益原则，考虑到持续的经营亏损，公司预计短期内深圳高义无法产生足额的盈利弥补上述亏损，因此未对深圳高义亏损确认递延所得税资产。

高义精密系公司 2021 年 4 月投资设立的公司，主要经营业务为智能终端外观件加工和销售，该类业务市场竞争较为充分，且未来公司智能终端外观件的订单尚不稳定，公司也将逐步减少该类业务投入，将主要资源投入到公司主营业务中，预计短期内无法产生足额的盈利弥补历史亏损，因此未对高义精密的亏损确认递延所得税资产。

淮安高义系公司为新开拓的酒类客户今世缘配套的生产服务主体，报告期内出现小幅亏损主要系酒类纸盒结构较为复杂，新产品量产处于磨合导入期，生产效率及生产损耗较高导致。随着生产效率的提升，生产工艺不断优化，淮安高义的生产成本逐步下降。2023 年上半年，淮安高义已经实现扭亏为盈，随着酒类客户订单的增加，未来淮安高义盈利水平有望进一步提升。公司预计淮安高义未来将能产生足额的盈利，弥补目前亏损，因此对淮安高义亏损确认递延所得税资产。

无锡高义系公司未来长三角地区的主要生产基地，目前相关厂房还处于施工建设期，因此无锡高义处于亏损状态。未来随着厂房建设，苏州高义业务逐步向无锡高义转移，无锡高义将代替苏州高义，成为公司长三角地区的主要生产销售

主体。公司预计未来无锡高义能产生足额的盈利弥补上述亏损，因此对无锡高义亏损确认了递延所得税资产。

印尼高义、越南鸿达分别为公司在印尼设立的生产基地与在越南设立的销售平台，受当地客户需求波动的影响，报告期内，印尼高义、越南鸿达盈亏交替。公司预计未来印尼高义、越南鸿达均能产生足额的盈利弥补发生的亏损，因此对印尼高义、越南鸿达发生亏损的当期确认了递延所得税资产。

马来包装、PAPERTEX、PT Global、同奈鸿达、海阳鸿达系公司在马来西亚、印度尼西亚、越南新设立的生产基地，由于上述主体均处于初设阶段，出现不同程度的亏损。由于东南亚地区具有明显的人工成本优势，公司部分客户已在上述国家地区投资建厂，未来随着上述地区客户订单量增加，公司预计上述子公司未来均能产生足额的盈利，弥补已发生的亏损，因此针对上述子公司的亏损，公司确认递延所得税资产。

综上所述，公司根据各子公司实际经营情况及未来的发展规划，合理预计未来各子公司能否产生足额应纳税所得额弥补亏损，确定各子公司是否确认递延所得税资产，符合会计准则上可抵扣亏损确认递延所得税资产的条件，递延所得税资产金额确认准确，合规。

2、结合细分行业发展、内部交易定价等，说明部分子公司持续亏损是否对发行人构成不利影响，递延所得税资产是否存在应当减值而未减值的情形，是否存在超过可抵扣期限的未抵扣亏损

（1）部分子公司持续亏损对发行人不构成不利影响

随着全球经济发展，特别是现代商业、物流产业的快速发展，印刷包装行业在全球范围持续、稳定增长。根据 Smithers Pira Limited（国际知名的印刷行业信息调查公司）发布的《包装的未来：到 2028 年的长期战略预测》的报告，2018 年至 2028 年间，全球包装市场将以每年近 3%的速度增长，达到超过 1.2 万亿美元。基于经济和人口的增长、包装可持续性与环保包装材料的推广、网购与电商物流包装需求的持续增长，未来全球包装行业或呈现出以下的发展趋势：

1）包装的纸质化程度不断提高。纸包装是最常用的包装材料之一，根据全球市场研究公司（Global Market Research Company）发布的全球纸和纸板包装市场预测报告数据显示，纸张及纸制包装的可回收性、各国政府对减少塑料制品使用的倡导政策以及消费者环保意识的提升，是全球纸和纸板包装市场增长的主要驱动因素。

2）亚太地区资源成本优势赋能行业增长。全球来看，得益于相对较高的人口增速、终端行业的发展及零售行业网络建设的提升，亚洲是全球包装印刷行业主要增长的市场，尤其东南亚地区的总体表现十分突出。东南亚各国本身丰富的自然资料、廉价的劳动力、便利的海港运输等条件，使得其具有十足的吸引力。

3）智能与数字化包装的运用落地或成为未来包装行业发展的主要趋势。随着物联网等技术的不断运用，包装的设计、生产和流通溯源等环节将不断面临数字化转型。

目前，公司已于境内的珠三角、长三角及境外的马来西亚、印度尼西亚、越南、泰国等地布局生产基地或服务团队，并属地化配备了供应链及项目管理的专业团队，能够就近为客户提供全面、及时、高效的服务。全球布局使得公司能更好地配合全球知名品牌客户的全球化布局战略，满足客户及时、高效的交付和服务需求，增强客户粘性，已与众多国际知名品牌客户达成合作；随着公司境外工厂运营的逐渐成熟，公司的全球化布局有效地提高了客户服务能力，增强了客户粘性及公司的行业竞争力。

国内外部分生产基地处于初设阶段，生产条件尚未成熟，公司通过内部交易的方式，平衡各地区产能与需求的错配，各子公司内部交易价格参考市场价确定。未来随着各地区配套生产基地的条件日益成熟，不同地区子公司产能将逐步满足当地客户需求，公司的竞争优势将进一步凸显，未来的销售规模将进一步提升。

综上所述，部分子公司短暂的持续亏损不会对公司构成不利影响。

（2）递延所得税资产是否存在应当减值而未减值的情形，不存在超过可抵扣期限的未抵扣亏损

报告期内，各已确认递延所得税资产的未弥补亏损到期期限情况如下：

单位：万元

会计主体	累计亏损金额	未弥补亏损到期年度				
		2026 年度	2027 年度	2028 年度	2031 年度	2032 年度
无锡高义	1,218.36	248.17	410.33	559.86		
印尼高义	29.79			29.79		
越南鸿达	19.96		19.96			
马来包装	103.53					103.53
PAPERTEX	112.58				21.72	90.86
PT Global	310.43		154.25	156.17		

会计主体	累计亏损金额	未弥补亏损到期年度				
		2026 年度	2027 年度	2028 年度	2031 年度	2032 年度
同奈鸿达	664.50		123.89	540.61		
海阳鸿达	1,005.85		514.21	491.64		
合计	**3,464.99**	**248.17**	**1,222.64**	**1,778.07**	**21.72**	**194.39**

无锡高义未来将成为长三角地区的主要生产基地，无锡高义厂房建成后，长三角地区订单将逐步向无锡高义转移，预计未来也能产生足额的应纳税所得额弥补上述亏损。

印尼高义、越南鸿达分别为公司在印尼设立的生产基地和在越南设立的销售平台，受当地客户需求波动的影响，部分年份出现亏损的情况。马来包装、PAPERTEX、PT Global、同奈鸿达、海阳鸿达系公司在马来西亚、印度尼西亚、越南新设立的生产基地，由于上述主体均处于初设阶段，出现不同程度的亏损。由于东南亚地区，具有明显的人工成本优势，公司部分客户已在上述国家地区投资建厂，未来随着上述地区客户订单量增加，公司预计上述子公司未来均能产生足额的应纳税所得额，弥补已发生的亏损。2023 年 1-9 月，马来包装、PAPERTEX 已经实现扭亏为盈，公司预计 PT Global、同奈鸿达、海阳鸿达未来均能产生足额的应纳税所得额，弥补已发生的亏损。

综上所述，公司确认递延所得税资产的未抵扣亏损来自部分国内外子公司，由于上述子公司处于新产品导入或初创期，出现不同程度的亏损，随着公司业务的发展，未来上述子公司均能产生足额的应纳税所得额弥补已发生的亏损。报告期内递延所得税资产不存在应当减值而未减值的情形，亦不存在超过可抵扣期限的未抵扣亏损。

3、说明亏损子公司应收账款、存货、固定资产等减值准备计提的充分性，可抵扣亏损导致的递延所得税资产损益列入经常性损益的合理性及合规性

（1）说明亏损子公司应收账款、存货、固定资产等减值准备计提的充分性

报告期内，针对亏损已计提递延所得税资产的亏损子公司，公司结合其业务定位，未来发展及盈利情况，预计未来期间将会有足够的应纳税所得额可用于抵消以前年度亏损，因此公司按应收账款组合及预计损失率对应收账款计提坏账准备，按成本与可变现净值熟低法对存货计提跌价测试，计提存货跌价准备；按固定资产是否存在减值迹象确定是否对固定资产进行减值测试并确定是否需要计提减值准备；应收账款、存货、固定资产减值准备计提充分。

对于连续亏损，且缺乏证据表明亏损未来期间将会有足够的应纳税所得额可用于抵销以前年度亏损的子公司应收账款、存货、固定资产的减值准备计提情况如下：

单位：万元

公司名称	科目	项目	金额	说明
深圳高义	应收账款	账款余额	178.45	应收账款余额中包括内部合并范围内关联方往来 125.00 万元，合并范围外的余额 53.45 万元已按账龄计提减值准备
		减值准备	1.60	
		账面价值	176.84	
	存货	账款余额	18.75	存货类别系发出商品，均为发出至内部合并范围内关联方的产品，故未计提跌价准备
		跌价准备		
		账面价值	18.75	
高义精密	应收账款	账款余额	105.22	根据账龄计提跌价
		减值准备	2.75	
		账面价值	102.47	
	存货	账款余额	275.76	根据可变现净值计提跌价准备，计提比例为 52.42%
		跌价准备	144.54	
		账面价值	131.22	
	固定资产	账款原值	451.96	主要设备具有一定通用性，可转让给关联方继续印刷生产；设备成新率较高，市场价格未出现大幅下跌情形，减值风险较低。
		减值准备		
		账面价值	451.96	

根据上表，公司对未确认递延所得税资产的子公司相关资产已充分计提减值准备或跌价准备。

（2）可抵扣亏损导致的递延所得税资产损益列入经常性损益的合理性及合规性

根据《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第 1 号—非经常性损益（2008）》，非经常性损益是指与公司正常经营业务无直接关系，以及虽与正常经营业务相关，但由于其性质特殊和偶发性，影响报表使用人对公司经营业绩和盈利能力做出正常判断的各项交易和事项产生的损益。

公司以消费电子、小家电、电子烟和酒类市场为主要领域，集研发、设计、生产、销售于一体的一站式纸制印刷包装解决方案提供商。公司专注于消费电子、小家电、电子烟、酒类等领域的纸制印刷包装，主要产品包括精品彩盒、纸箱、纸托、说明书、标签以及各类纸袋等。各子公司的业务围绕公司的主营业务开展，与公司正常经营业务相关，公司盈利亏损与否，受经济周期、行业发展、客户需

求等市场因素的波动影响，且交替发生，不具有性质特殊及偶发性特征；公司将上述亏损形成的递延所得税资产在财务报告中披露，亦不影响报表使用人对公司经营业绩和盈利能力的判断。

综上，公司将可抵扣亏损导致的递延所得税资产生的损益认定为经常性损益符合《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第 1 号——非经常性损益（2008）》的规定，具有合理性。

（八）结合资金流水核查情况，说明报告期各期购建固定资产、无形资产和其他长期资产的资金流向与固定资产、无形资产和其他长期资产变动情况的匹配性，是否存在体外资金循环。

1、报告期各期，公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产的资金流向主要为支付机器设备款项、购置土地等

报告期各期，公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产向主要供应商的资金流向情况如下：

单位：万元

期间	序号	主要资金流向方	购建内容	金额
2023 年 1-9 月	1	江阴城建集团有限公司	无锡工程款	6,959.56
	2	华川建设	望牛墩数字化设计与制造总包项目	5,400.15
	3	江苏路泰建设集团有限公司	淮安工程款	2,440.64
	4	苏州百明建设有限公司	无锡工程款	1,356.73
	5	科尼希鲍尔印刷机械（东莞）有限公司	印刷机	4,007.47
	6	弼伽机械科技无锡有限公司	纸塑成型机	560.00
2022 年	1	东莞市望牛墩政府	望牛墩土地使用权	5,722.68
	2	无锡市锡山区政府	鹅湖镇土地使用权、无锡生产基地建设的城市基础设施配套费	4,928.56
	3	科尼希鲍尔印刷机械（东莞）有限公司	印刷机	4,525.27
	4	江阴城建集团有限公司	无锡生产基地建设的工程款	1,344.55
	5	涟水县自然资源和规划局	高沟镇土地使用权	1,287.50
	6	浙江正润机械有限公司	纸盒成型机	510.20
2021 年	1	法兴（上海）融资租赁有限公司	印刷机	1,973.60
	2	北京北方光电有限公司	印刷机	1,467.07

期间	序号	主要资金流向方	购建内容	金额
	3	海德堡印刷设备（北京）有限公司	印刷机	966.00
	4	浙江正润机械有限公司	纸盒成型机	564.75
2020 年	1	海德堡印刷设备（北京）有限公司	印刷机	1,515.00
	2	弼伽机械科技无锡有限公司	纸塑成型机、切边机、消音器	673.29

注：以上资金流向方的选取标准为支付金额 500 万元以上的供应商

由上表可知，公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产的资金流向主要为支付工程款、设备款以及土地使用权款项，资金流向方主要为工程、设备供应商及政府相关部门。

2、报告期各期，公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产的资金流向与固定资产、无形资产和其他长期资产变动情况匹配

报告期内，公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金与固定资产、无形资产和其他长期资产的变动存在勾稽关系，与具体资产项目的对应关系如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-9 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金①	19,502.88	25,135.49	11,970.94	3,343.65
加：固定资产原值增加	9,202.37	9,889.77	7,256.50	3,808.19
加：在建工程增加	16,683.98	4,724.77	2,249.78	-846.81
加：无形资产原值增加	79.78	11,036.86	50.94	74.37
加：长期待摊费用原值增加	251.96	754.36	372.82	166.41
加：其他非流动资产增加	1,639.41	-253.39	1,897.71	-208.74
加：增值税进项税额	1,211.47	702.67	862.15	289.46
减：应付账款长期资产购置款增加	7,651.25	1,423.08	43.23	-60.77
减：票据背书购买固定资产	600.00	-	-	-
减：其他事项 1-购买子公司的影响	-	296.48	675.75	0.00
减：其他事项 2-固定资产转在建工程	-	-	-	-
减：其他事项 3-土地摊销	173.29	-	-	-
减：其他事项 4-使用权资产-设备转入	1,106.19	-	-	-
减：其他事项 5-税金影响数	21.14			
减：其他事项 6-利息资本化	14.22			
合计②	19,502.88	25,135.49	11,970.94	3,343.65
差异③=①-②	0.00	0.00	0.00	0.00

如上表所示，报告期内，公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金主要系购建生产设备、土地支付的款项，与相关科目勾稽一致，与具体资产项目对应，不存在差异，与固定资产、无形资产和其他长期资产的变动情况匹配。

3、资金流水核查情况

申报会计师获取了公司及实际控制人、董监高、关键岗位人员报告期内所有银行账户的资金流水，核查了主要客户、供应商的工商信息、股权结构及其控股股东、实际控制人、董监高等敏感人员名单，梳理资金流水中与主要客户、供应商、敏感人员的资金往来明细，了解发生背景及合理性。经核查，申报会计师认为，公司及其实际控制人、董监高、关键岗位人员等与主要供应商、客户不存在异常资金往来、资金体外循环。

综上所述，报告期各期公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产的资金流向与固定资产、无形资产和其他长期资产变动情况相匹配，不存在体外资金循环的情形。

二、会计师核查程序及核查意见

（一）核查程序

针对上述事项，我们主要执行了包括但不限于以下核查程序：

1、获取发行人报告期内的产能、机器设备原值、单位设备原值产能与产出，说明报告期内单位设备产能与产出的变化原因及合理性对公司和同行业可比公司的单位设备产能与产出进行比较式分析，分析公司单位设备产能与产出的合理性；

2、访谈发行人生产负责人，了解机器设备的使用情况、检修维护方式，以及公司产品生产工艺和产品技术迭代更新对机器设备使用情况的影响；

3、对比公司和同行业可比公司机器设备折旧政策，以核查公司机器设备折旧的合理性；

4、登录国家企业信用信息公示系统、企查查等网站，核实公司主要设备供应商的工商信息，并将其股东名单和发行人及发行人关联方名单进行比对，以核查相关供应商与发行人、实际控制人、主要股东、董监高是否存在关联关系或潜在关联关系；

5、核查发行人、实际控制人、董监高、关联方的资金流水，核查大额流水的资金流向、对手方以及用途，以确认不存在通过固定资产购置变相实现资金循环进而形成销售回款、承担成本费用或输送利益的情况；

、查询公司采购相关制度，获取主要设备供应商出具的说明函，以确认采购金额占该供应商销售收入的比例；

7、结合公司流水核查报告期各期公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产的资金流向，并与固定资产、无形资产和其他长期资产等变动情况进行匹配；

8、查阅发行人控股股东、实际控制人、董监高等银行流水，核查是否存在资金体外循环的情况；

9、访谈公司管理层及相关岗位人员，了解公司机器设备成新率及使用状况，了解生产设备和生产能力是否满足公司的生产经营；了解报告期内固定资产增加的具体原因；了解公司的长期资产折旧、摊销年限与实际使用年限是否存在重大差异；了解公司产能利用率的计算方法；

10、了解与固定资产购置、在建工程管理及转固相关的关键内部控制，评价这些控制的设计，确定其是否得到执行，并测试相关内部控制的运行有效性；

11、访谈公司基建负责人员，了解主要在建工程项目具体范围、进展情况、投资期限等；访谈了公司财务负责人，了解报告期内公司在建工程及固定资产核算情况、完工转固的条件、时点、依据等；了解在建工程-待安装设备目前的具体进展、预计转固时间等；

12、获取公司 2020 年末、2021 年末的固定资产盘点表，结合公司报告期内固定资产的增减变动情况，分析 2020 年末、2021 年末固定资产列报是否准确；对公司 2022 年末、2023 年 9 月末的固定资产进行了监盘，检查固定资产是否存在毁损、盘亏、长期闲置的情形；查阅公司产能计算表，复核公司对固定资产减值迹象的判断；

13、获取公司 2021 年末的在建工程盘点表，结合公司报告期内在建工程转固的情况，分析 2021 年末的在建工程列报是否准确；对公司 2022 年末、2023 年 9 月末的在建工程进行了监盘，查看在建工程-待安装设备的状态、了解安装调试情况与预计验收时点；

14、对主要施工单位函证了施工合同内容、合同金额、施工进度、往来余额等信息；

15、检查了在建工程及固定资产相关的合同、月度请款单、发票、付款记录、验收证明等；对在建工程具体发生内容和在建工程结转固定资产情况进行了核查；对固定资产和在建工程进行盘点，以核查公司固定资产和在建工程的准确性和真实性，并观察公司固定资产运行情况，以确认不存在闲置的情况；

16、查看公司的主要生产场地，了解新增固定资产设备涉及的相关产品，获取产品的产能、产量情况；

17、获取并核查相关租赁合同，了解使用权资产、租赁负债的具体情况，检查账面价值是否准确；复核发行人关于新租赁准则的计算及会计处理是否正确，并检查使用权资产、租赁负债的会计处理是否符合会计准则的相关规定；

18、检查国有建设用地使用权出让合同、不动产权证书原件，获取土地使用权付款凭证、银行回单等，核实权利人、取得时间等相关情况，检查与公司取得时间、入账价值是否存在差异；获取土地使用权摊销明细表，复核公司入账价值、摊销年限与方法是否合理；与同行业公司土地使用权的摊销年限及方法进行对比，检查是否与同行业公司存在差异；

19、了解公司厂房生产车间改造、办公场所装修等工程相关制度，检查主要项目采购是否经过恰当审批、是否签订合同、是否合理监督工程进度及是否经过相关人员或第三方验收；

20、获取并检查长期待摊费用主要项目业务合同，检查合同约定的关键条款、涉及的厂房地址、合同金额等信息，判断长期待摊费用核算的相关业务与公司实际经营情况的匹配性；获取公司长期待摊费用计算表，复核长期待摊费用摊销计算的准确性；

21、获取发行人及其子公司的所得税汇算清缴报告，核查未抵扣亏损的形成过程，结合管理层对未来业务的规划和盈利情况的预测，分析对未抵扣亏损确认递延所得税资产的合理性。

（二）核查结论

经核查，我们认为：

1、公司单位设备原值的产能和产出逐年下降，主要系公司报告期内购置的部分机械设备属于基础设施设备、生产辅助设备，不直接增加产能，致使报告期各期末，机器设备原值增长幅度高于产能、产量增长幅度。公司单位设备产能与产出具备合理性。公司主要生产设备与发行人产能产量具有匹配性，公司主要生

产设备不存在应加速折旧的情形。公司机器设备成新率处于合理区间，且运行良好，不存在闲置的情况，公司固定资产不存在减值迹象，无需计提固定资产减值准备；

2、公司设备采购具有公允性，相关供应商与发行人、实际控制人、主要股东、董监高不存在关联关系或潜在关联关系，不存在通过固定资产购置变相实现资金循环进而形成销售回款、承担成本费用或输送利益的情况；

3、2021 年末、2022 年末待安装设备的余额较高主要系公司生产过程中主要使用的印刷设备较复杂，安装调试也受当地电力基础设施安装、固定设备的地基工程建设、配件齐备等因素的影响，导致安装调试周期较长所致，公司在建工程不存在转固不及时的情形；盘点结果显示，报告期内，公司固定资产状态良好，在建工程处于正常建设或调试阶段，固定资产、在建工程不存在账实不符的情况；

4、公司使用权资产初始计量金额的依据充分、合理，初始计量金额准确，折旧年限确定方式符合新租赁准则的相关规定，折旧年限合理，相关资产不存在减值迹象；

5、公司土地使用权的摊销年限及方法与同行业公司不存在重大差异，摊销年限及方法具有合理性；

6、公司长期待摊费用核算内容、入账价值及摊销年限符合《企业会计准则》的相关规定，相关会计处理及核算准确；

7、公司可抵扣亏损确认递延所得税资产的时点、确认金额符合《企业会计准则》的相关规定；部分子公司持续亏损未对公司构成不利影响；递延所得税资产不存在应当减值而未减值的情形，不存在超过可抵扣期限的未抵扣亏损；说明亏损子公司应收账款、存货、固定资产等减值准备计提的充分性，可抵扣亏损导致的递延所得税资产损益列入经常性损益的合理性及合规性；

8、报告期各期购建固定资产、无形资产和其他长期资产的资金流向与固定资产、无形资产和其他长期资产变动情况匹配，不存在体外资金循环。

（三）说明对相关资产的监盘程序、监盘比例及监盘结果，是否存在虚构资产的情况，监盘过程如何识别相关资产的真实性、可用性，是否发现异常情形

1、监盘程序

报告期内，申报会计师主要对公司 2022 年 12 月 31 日、2023 年 9 月 30 日

的固定资产、在建工程、无形资产进行监盘，具体监盘程序如下：

（1）监盘前取得公司固定资产、无形资产卡片账以及在建工程台账，根据重要性原则选取拟监盘固定资产、无形资产和在建工程等；

（2）根据固定资产卡片明细清单，抽取金额较大的固定资产，同时随机抽取本期新增的重大固定资产进行监盘，对照固定资产监盘表上固定资产名称、数量、规格和存放地点，对实物及固定资产标识信息进行逐项核对；同时，在监盘过程中，进行逆查，是否存在实物资产不在卡片中登记的情形；此外，监盘过程中观察是否存在毁损、闲置、陈旧、报废状态的固定资产；

（3）根据无形资产卡片账查看相关资产情况，检查不动产权证书土地情况，确认是否存在受限情况；

（4）根据在建工程台账上的在建工程项目名称对在建工程项目情况进行逐项检查，监盘过程中观察工程是否达到预定可使用状态，是否存在已投入使用但未转固的情形，是否存在长时间停工的状态；

（5）盘点结束后，编制固定资产、无形资产、在建工程监盘表记录资产参盘人员、监盘比率、监盘结果情况等信息。

2、监盘比例

报告期内，申报会计师对 2022 年 12 月 31 日、2023 年 9 月 30 日的固定资产、在建工程、无形资产的监盘比例如下：

单位：万元、%

项目	2023 年 9 月 30 日	2022 年 12 月 31 日
固定资产账面原值①	42,882.35	33,737.17
固定资产监盘金额②	32,680.22	27,393.98
固定资产监盘比例③=②/①	76.21%	81.20%
在建工程账面原值④	23,658.54	6,974.55
在建工程监盘金额⑤	23,157.13	6,678.38
在建工程监盘比例⑥=⑤/④	97.88%	95.75%
无形资产账面原值⑦	11,386.65	11,306.87
无形资产监盘金额⑧	10,916.99	10,916.99
无形资产监盘比例⑨=⑧/⑦	95.88%	96.55%

（1）我们获取了公司 2020 年末、2021 年末的固定资产盘点表，结合公司报告期内固定资产的增减变动情况，分析 2020 年末、2021 年末固定资产列报是否准确。

（2）2022 年末及 2023 年 9 月末，公司财务部和资产使用部门对期末固定资产、在建工程、无形资产进行盘点，申报会计师实施了监盘程序，对于盘点过程中不同类别的固定资产的真实及可使用性的辨别方法说明如下：

资产类型	固定资产类别	固定资产的真实及可使用性的辨别方法与核查过程
固定资产	机器设备	该类资产体积较大，易于观察和辨别，抽取大额和关键的机器设备，现场查验机器设备铭牌上显示的品牌、规格等信息，是否与公司固定资产卡片信息一致，是否属于公司控制；公司主要机器设备均为独立可识别的单台设备或生产线，通过设备铭牌上显示品牌、规格等信息，能够与公司固定资产卡片账及财务账进行核对；观察主要车间机器设备的投入与运行情况，确认是否存在损毁或报废、故障情况。
	运输工具	取得相关运输设备的机动车登记证书、行驶证书等，并检查其有效性；实地查看运输设备的状态，查验能否稳定运行
	电子设备及其他	该类设备单位价值较低，较为分散，通过抽查大额、关键的设备进行现场盘点与观察其运行状态、成新度等
无形资产	土地使用权	检查土地使用权证书、土地出让合同，土地款支付凭证等，确定土地权属归属发行人所有；前往土地使用权所在地查看土地情况
	软件及其他	获取并检查发行人非专利技术、软件等无形资产取得时合同或协议、交易支付凭证、产权证书等相关入账依据
在建工程	待安装设备	检查待安装设备的购买合同，支付记录，运输记录，了解设备的安装周期，安装状态，对待安装设备进行盘点。
	基础建设工程	了解报告期在建工程的建设情况，获取发行人报告期内在建工程清单，抽取样本查看合同、发票、付款单据、结算报告等原始单据，检查入账依据是否充分、金额是否准确；前往施工现场进行现场查看。

3、监盘结果

经核查，申报会计师认为：

（1）公司固定资产保管完好，无闲置或损毁等情况，监盘账实相符，固定资产可用，不存在异常情况，不存在虚构资产的情形；

（2）公司在建工程项目真实存在，资产无闲置或损毁等情况，不存在已达到预定使用状态而延期转固的情况，监盘账实相符，不存在虚构资产的情形；

（3）公司无形资产主要为土地使用权，权属清晰，不存在虚构资产的情形。

问题 17.关于资金流水核查

申报材料显示，公司董事、副总经理王东 2020 年向发行人咨询服务供应商深圳市延竹企业管理咨询有限公司借款 10 万元；公司董事、财务总监周亚群 2020 年收到劳务派遣供应商东莞亿旺实际控制人麻汗旺 45 万元。

请发行人说明报告期内与相关供应商的业务往来与资金往来具体情况，是否具备真实交易背景，相关采购金额、采购价格的公允性；王东、周亚群与上述供应商及相关方的全部资金往来情况，结合资金实际流向说明是否存在通过体外资金循环形成销售回款、承担成本费用的情形。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，按照《监管规则适用指引——发行类第 5 号》的相关要求，对发行人、控股股东、实际控制人、主要关联方、董监高等关键主体的资金流水进行核查，并提交专项说明。

回复：

一、发行人说明

（一）请发行人说明报告期内与相关供应商的业务往来与资金往来具体情况，是否具备真实交易背景，相关采购金额、采购价格的公允性；王东、周亚群与上述供应商及相关方的全部资金往来情况，结合资金实际流向说明是否存在通过体外资金循环形成销售回款、承担成本费用的情形

1、请发行人说明报告期内与相关供应商的业务往来与资金往来具体情况，是否具备真实交易背景，相关采购金额、采购价格的公允性

（1）发行人与深圳市延竹企业管理咨询有限公司的往来情况

报告期各期，发行人及其关联方与深圳市延竹企业管理咨询有限公司的往来如下：

单位：万元

主体	2023年1-9月	2022年度	2021年度	2020年度
发行人及其关联方	45.66	95.05	152.39	215.13
合计	**45.66**	**95.05**	**152.39**	**215.13**

报告期内，发行人与深圳市延竹企业管理咨询有限公司的交易实际系通过服务费形式向高管王东支付奖金以达到避税目的。

上述事项已得到整改，相关交易已按照权责发生制原则调整至对应年度的费用。

报告期内，发行人与深圳市延竹企业管理咨询有限公司的交易无实质商业背景，不涉及交易价格公允性。

（2）发行人与东莞市旺亿劳务派遣有限公司的业务往来情况

报告期内，发行人与东莞市旺亿劳务派遣有限公司存在业务往来，主要系东

莞市旺亿劳务派遣有限公司向发行人提供劳务派遣服务，报告期各期，发行人与东莞市旺亿劳务派遣有限公司的业务往来及交易金额情况如下：

单位：万元

项目	2023年1-9月	2022年度	2021年度	2020年度
劳务派遣服务	263.08	509.38	1,146.26	335.99
合计	**263.08**	**509.38**	**1,146.26**	**335.99**

双方往来具备真实交易背景。双方交易价格参照市场定价原则协商确定。

1）正式生产员工与劳务派遣员工时薪对比

报告期各期，发行人劳务派遣员工平均时薪与正式生产员工对比情况如下：

单位：元/人/小时

项目	2023 年 1-9 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
正式生产员工平均时薪	18.82	18.79	18.86	18.45
劳务派遣员工平均时薪	17.68	18.72	19.62	19.72

注：平均时薪为含税价格

报告期内，发行人生产人员的工资平均单价与劳务派遣服务费单价不存在重大差异，劳务派遣采购价格公允。

2）东莞市旺亿劳务派遣有限公司与其他第三方供应商员工时薪对比

发行人向东莞市旺亿劳务派遣有限公司及其他第三方供应商采购价格比较情况如下：

单位：元/人/小时

项目	2023年1-9月	2022年度	2021年度	2020年度
向东莞市旺亿劳务派遣有限公司采购平均价格	17.0-19.0	17.5-21.0	21.0	-
向其他第三方劳务派遣供应商采购平均价格	17.0-19.0	20.0-22.0	17.5-21.0	18.5-24.0

注：采购价格为含税价格

劳务派遣系综合考虑劳务派遣员工数量、用工时间、劳务市场人员供给情况等确定，由上表可知，发行人向东莞市旺亿劳务派遣有限公司及其他第三方供应商采购价格基本一致，因此，双方交易价格定价公允。

综上，东莞市旺亿劳务派遣有限公司于报告期内向发行人提供劳务派遣服务，双方往来具备真实交易背景，与发行人正式生产员工、其他第三方劳务派遣公司的时薪不存在重大差异，劳务派遣用工的价格公允。

2、王东、周亚群与上述供应商及相关方的全部资金往来情况，结合资金实际流向说明是否存在通过体外资金循环形成销售回款、承担成本费用的情形

（1）王东与深圳市延竹企业管理咨询有限公司及其相关方的全部资金往来情况

报告期内，王东存在与深圳市延竹企业管理咨询有限公司及其相关方的资金往来情况如下：

单位：万元

交易对方	转出	转入	往来原因分析
深圳市延竹企业管理咨询有限公司	-	5.00	向其借款
深圳市延竹企业管理咨询有限公司	-	5.60	向其借款
深圳市延竹企业管理咨询有限公司	10.60	-	还借款
合计	**10.60**	**10.60**	**-**

深圳市延竹企业管理咨询有限公司向王东提供借款 10.60 万元，截至本回复报告出具日，该借款已清偿完毕。经核查，王东与深圳市延竹企业管理咨询有限公司及相关方不存在其他资金往来，不存在通过体外资金循环形成销售回款、承担成本费用的情形。

（2）周亚群与东莞市旺亿劳务派遣有限公司及其关联方的全部资金往来情况

报告期内，周亚群与东莞市旺亿劳务派遣有限公司及其关联方的全部资金往来情况如下：

单位：万元

交易对方	转出	转入	往来原因分析
东莞市旺亿劳务派遣有限公司实际控制人麻汗旺	50.00	-	借款给麻汗旺
东莞市旺亿劳务派遣有限公司实际控制人麻汗旺	-	30.10	还借款
东莞市旺亿劳务派遣有限公司实际控制人麻汗旺配偶之弟王广亚	-	10.00	替麻汗旺还款
东莞市旺亿劳务派遣有限公司实际控制人麻汗旺之配偶王淑惠	-	9.90	替麻汗旺还款
东莞市旺亿劳务派遣有限公司实际控制人麻汗旺	-	8.16	总计付利息
合计	50.00	58.16	-

周亚群曾向发行人供应商东莞市旺亿劳务派遣有限公司之实际控制人麻汗旺提供借款 50 万元，金额较小，截至本回复报告出具日，本金及利息合计 58.16 万元，该借款已清偿完毕。经核查，周亚群与及相关方不存在其他资金往来，不存在通过体外资金循环形成销售回款、承担成本费用的情形。

综上，报告期内公司董事、副总经理王东、公司董事、财务总监周亚群曾存在与发行人供应商或供应商相关方资金往来的情况，金额相对较小，且截至本回复报告出具日，相关借款已清偿完毕，因此，相关方的全部资金往来不构成发行人通过体外资金循环形成销售回款、承担成本费用的情形。

（二）请保荐人、申报会计师发表明确意见，按照《监管规则适用指引——发行类第 5 号》的相关要求，对发行人、控股股东、实际控制人、主要关联方、董监高等关键主体的资金流水进行核查，并提交专项说明

我们已按照《监管规则适用指引——发行类第 5 号》的相关要求，提交对发行人、控股股东、实际控制人、主要关联方、董监高等关键主体的资金流水进行核查，核查情况详见《中信证券股份有限公司关于广东高义包装科技股份有限公司关键主体资金流水核查情况的专项说明》。

二、会计师核查程序及核查意见

（一）核查程序

针对上述事项，我们主要执行了以下核查程序：

1、查询报告期内发行人与深圳市延竹企业管理咨询有限公司及东莞市旺亿劳务派遣有限公司的往来，相关资金往来的背景、流转过程；

2、核查对比公司正式员工与劳务派遣员工的时薪、报告期内发行人与东莞市旺亿劳务派遣有限公司及其他第三方劳务派遣公司的时薪，判断采购价格的公允性；

3、获取王东与深圳市延竹企业管理咨询有限公司的借款凭据，以及流水明细表，对借款原因、还款情况进行复核；获取周亚群与麻汗旺的借款凭据以及流水明细，对借款原因、还款情况进行复核；

4、访谈管理层及相关岗位人员，了解报告期内的劳务派遣情况，包括劳务派遣的原因、人数、劳务派遣价格的确定、劳务派遣人员从事的生产环节或工序、劳务派遣提供方的资质情况等；

5、对法人主体资金流水：

（1）取得发行人及其子公司已开立账户清单，检查已取得银行资金流水的完整性；

（2）对发行人及其子公司报告期内所有银行账户进行函证；

（3）复核公司账务系统账套中列示的银行账户，检查银行对账单余额是否与公司银行日记账期末余额一致；

（4）通过交叉核查发行人及其子公司、控股股东、主要关联法人、核查范围内人员银行账户之间发生的交易，核查发行人及其子公司账户的完整性。

6、对自然人主体资金流水：

（1）使用云闪付 APP 对公司董事（除独立董事）、监事、高级管理人员、关键岗位人员在中国银行、工商银行、建设银行、交通银行等十几家全国性主要银行及区域性主要银行是否绑定银行卡进行名下账户完整性核查；

（2）根据云闪付 APP 查询取得的银行账户清单，项目组陪同董事（除独立董事）、监事、高级管理人员、关键岗位人员去对应银行打印银行流水。同时陪同前述人员在自助柜员机上查询是否有在该行开立账户以及账户清单，并保留现场操作照片资料；

（3）除此之外，通过对发行人、控股股东、实际控制人、董事（除独立董事）、监事、高级管理人员、关键岗位人员流水资料进行交叉核对，如果发现有资金往来的上述自然人账户，且该账户未在其主动提供范围内，则要求其补充提供；

（4）获取上述人员就银行流水完整性出具的承诺函，确认已提供报告期内拥有的全部银行账户及银行流水，个人账户交易信息真实、准确，不存在重大遗漏或隐瞒的情况。确认相关账户与发行人关联方、客户、供应商不存在异常资金往来，不存在为发行人及其子公司代垫成本费用的情形，或其他任何利益输送安排等情形。

（二）核查结论

经核查，我们认为：

1、发行人与深圳市延竹企业管理咨询有限公司的交易实际系通过服务费形式向高管王东支付奖金以达到避税目的。对于发行人支付的部分，由管理费用调整计入销售费用，对发行人关联法人支付的部分，并入发行人费用之中并计入销售费用；发行人与东莞市旺亿劳务派遣有限公司存在业务往来，均为发行人与其结算劳务服务费、人力资源服务费等，具备真实交易背景；

2、经保荐人、申报会计师查阅银行对账单，王东与深圳市延竹企业管理咨询有限公司及相关方不存在大额资金往来，不存在体外资金循环、成本代垫等情况；周亚群向发行人外协供应商东莞市旺亿劳务派遣有限公司之实际控制人麻汗旺借款 50 万元，金额较小，截至报告期末，本金及利息均已支付完毕，除上述情况，周亚群与供应商及实际控制人不存在大额资金往来。借款系个人层面资金往来，不存在体外资金循环、成本代垫等情况；

3、公司报告期内劳务派遣的用工结算价格确定依据合理；公司劳务派遣费公允，相关服务提供方具备劳务派遣资质，与公司及公司的关联方不存在关联关系，不存在为公司代垫成本、费用的情形。

（本页无正文，为《立信会计师事务所（特殊普通合伙）关于广东高义包装科技股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市申请文件的审核问询函回复》的签章页）

立信会计师事务所（特殊普通合伙）

中国注册会计师：

中国注册会计师

中国·上海

2024 年 1 月 15 日

此证复印件仅作为报告书及附件使用，不能作为他用

THE CHINESE INSTITUTE OF CERTIFIED PUBLIC ACCOUNTANTS 中国注册会计师协会

姓　名 Full name 秦劲力
性　别 Sex 男
出生日期 Date of birth 1982-11-
工作单位 Working unit 深圳市立信会计师事务所（特殊普通合伙）
身份证号码 Identity card No. 362201198111[illegible]

SHU LUN PAN CERTIFIED PUBLIC ACCOUNTANTS LLP
立　信
会计师事务所
(特殊普通合伙)

秦劲力

证书编号：
No. of Certificate 110101480450

批准注册协会：
Authorized Institute of CPAs 深圳市注册会计师协会

发证日期：
Date of Issuance 2018 年 06 月 25 日

4

注册会计师工作单位变更事项登记
Registration of the Change of Working Unit by a CPA

同意调出
Agree the holder to be transferred from

[illegible]会计师事务所 CPAs
(特殊普通)深圳分所
转出协会盖章
Stamp of the transfer-out Institute of CPAs
2021 年 12 月 30 日

同意调入
Agree the holder to be transferred to

[illegible]信会计师事务所 CPAs
(特殊普通)深圳分所
转入协会盖章
Stamp of the transfer-in Institute of CPAs
2022 年 12 月 31 日

13

姓　名 Full name 魏碧娟
性　别 Sex 女
出生日期 Date of birth 1991-01-24
工作单位 Working unit 立信会计师事务所（特殊普通合伙）深圳分所
身份证号码 Identity card No. 441322199101244927

SHU LUN PAN CERTIFIED PUBLIC ACCOUNTANTS LLP
立　信
会计师事务所
(特殊普通合伙)

此证复印件仅作为报告书及附件使用，不能作为他用。

证书编号：
No. of Certificate 310000063696

批准注册协会：
Authorized Institute of CPAs 深圳市注册会计师协会

发证日期：
Date of Issuance 2023 年/y 03 月/m 22 日/d

年度检验登记
Annual Renewal Registration

本证书经检验合格，继续有效一年。
This certificate is valid for another year after this renewal.

年/y　月/m　日/d

8-2-386

统一社会信用代码

91310101568093764U

营业执照

（副本）

证照编号：01000000202307030022

扫描市场主体身份码了解更多登记、备案、许可、监管信息，体验更多应用服务。

名　　称　立信会计师事务所（特殊普通合伙）

类　　型　特殊普通合伙企业

执行事务合伙人　朱建弟，杨志国

经营范围　审查企业会计报表，出具审计报告；验证企业资本，出具验资报告；办理企业合并、分立、清算事宜中的审计业务，出具有关报告；基本建设年度财务决算审计；代理记帐；会计咨询、税务咨询、管理咨询、会计培训；信息系统领域内的技术服务；法律、法规规定的其他业务。
【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】

出资额　人民币14550.0000万元整

成立日期　2011年01月24日

主要经营场所　上海市黄浦区南京东路61号四楼

登记机关　上海市黄浦区市场监督管理局

2023年07月03日

国家企业信用信息公示系统网址：http://www.gsxt.gov.cn

市场主体应当于每年1月1日至6月30日通过国家企业信用信息公示系统报送公示年度报告。

国家市场监督管理总局监制

会计师事务所

执业证书

名　　称：立信会计师事务所（特殊普通合伙）

首席合伙人：朱建弟

主任会计师：

经营场所：上海市黄浦区南京东路61号四楼

组织形式：特殊普通合伙制

执业证书编号：31000006

批准执业文号：沪财会〔2000〕26号（转制批文 沪财会[2010]82号）

批准执业日期：2000年6月13日（转制日期 2010年12月31日）

8-2-387

证书序号：0001247

说　明

1、《会计师事务所执业证书》是证明持有人经财政部门依法审批，准予执行注册会计师法定业务的凭证。

2、《会计师事务所执业证书》记载事项发生变动的，应当向财政部门申请换发。

3、《会计师事务所执业证书》不得伪造、涂改、出租、出借、转让。

4、会计师事务所终止或执业许可注销的，应当向财政部门交回《会计师事务所执业证书》。

发证机关：上海市财政局

二〇一八 年 六 月 一 日

中华人民共和国财政部制