广东高义包装科技股份有限公司

（广东省东莞市东坑镇角社村新村路维智工业园）

关于广东高义包装科技股份有限公司

公开发行股票并在北交所上市

申请文件的审核问询函之回复

保荐机构（主承销商）

中信证券股份有限公司
CITIC Securities Company Limited

广东省深圳市福田区中心三路 8 号卓越时代广场（二期）北座

北京证券交易所：

贵所于 2025 年 7 月 24 日出具的《关于广东高义包装科技股份有限公司公开发行股票并在北交所上市申请文件的审核问询函》（以下简称“问询函”）已收悉。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”）与中信证券股份有限公司（以下简称“保荐机构”或“中信证券”）、立信会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”）、北京德恒律师事务所（以下简称“发行人律师”）等相关方按照要求对问询函所列问题进行了逐项落实、核查，现对问询函问题回复如下，请予以审核。

除另有说明外，本回复中的简称或名词的释义与招股说明书中的含义相同。

本回复报告中的字体代表以下含义：

黑体（加粗）	**审核问询函所列问题**
宋体（不加粗）	审核问询函问题回复、中介机构核查意见
楷体（不加粗）	对招股说明书的引用
楷体(加粗)	**对招股说明书的补充披露、修改**

本回复中若出现部分表格合计数与表格中单项数据加总数在尾数上有差异的情形，除特别说明外，均系四舍五入原因造成。

目录

第一部分 业务与技术 3

问题 1.关于创新特征与市场空间 3

第二部分 公司治理与独立性 36

问题 2.关联交易合理性及境外子公司管理 36

第三部分 财务会计信息与管理层分析 36

问题 3.与主要客户的合作模式及业绩增长持续性 82

问题 4.境外销售占比较高及真实性核查 82

问题 5.毛利率高于可比公司平均水平 180

问题 6.原材料等采购价格公允性及核查充分性 180

问题 7.大额在建工程及固定资产的真实性 249

问题 8.其他财务问题 280

第四部分 募集资金运用及其他事项 332

问题 9.募投项目必要性、合理性 332

问题 10.其他问题 356

第一部分 业务与技术

问题 1. 关于创新特征与市场空间

根据申请文件：（1）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，公司在消费电子、小家电、电子烟纸质印刷细分领域具备较高的市占率及较强的市场领先地位。（2）根据中国包装联合会发布的《中国纸和纸板容器行业年度运行报告（2023 年度）》，2023 年，我国纸和纸板容器行业规模以上企业 2,991 家，比去年减少 164 家；累计完成营业收入 2,682.57 亿元，同比下降 4.44%；全国纸和纸板容器行业累计完成利润总额 108.67 亿元，同比增长 35.65%。（3）公司直接或通过代工厂商为包括微软、Beats、戴森、菲利普莫里斯、小米、华宝新能等国内外知名品牌公司提供纸质包装产品，但存在对微软等客户销售收入下滑的情况，公司在报告期内开辟了酒类包装及个人护理类小家电等增长点。（4）公司创新特征主要体现在产品创新、材料创新、工艺创新、管理创新等方面，公司产品创新方面先后斩获德国 IF 设计奖、法国设计奖及美国 IDA 国际设计大奖等国际性设计奖项，材料创新方面较早开始研究水性去塑油以及相应工艺并形成了自主配方，工艺创新方面体现在混合加网、广色域印刷等工艺，模式创新方面上线并持续完善 ERP 系统，实现资金流、物流、信息流的统一管理。

请发行人：（1）结合纸和纸板容器行业规模以上企业数量、营收规模、占总体包装行业营业收入比重等变动情况以及发行人的市场占有率、市场地位，说明纸和纸板容器行业的发展是否受限，发行人关于“行业规模及行业盈利能力基本保持稳定”“在消费电子、小家电、电子烟纸质印刷细分领域具备较高的市占率及较强的市场领先地位”相关表述的具体依据、是否准确，发行人披露“全国纸和纸板容器行业累计完成利润总额 108.67 亿元，同比增长 35.65%”与招股说明书所列图表不一致的原因，是否存在表述错误等问题。（2）结合消费电子、小家电、电子烟、酒类等领域行业规模变动趋势、国家相关产业政策要求、发行人各领域主要合作对象的营收变动情况及向发行人采购量的变动情况等，说明发行人部分主要客户采购需求下滑的主要原因，是否存在下游市场萎缩的情况，如存在，请作风险揭示。（3）说明发行人的客户获取方式，结合与客户合作历史、发行人提供包装的产品销量变化、战略合作或框架协议签订情况、在手订单、已

有产品更新包装时的供应商选择偏好、报告期各期发行人新客户开发及销售情况等，说明发行人与主要客户的合作是否具有可持续性。（4）说明公司的获奖设计实现的销售收入情况，是否存在概念性设计无法转化为具体产品的情况；结合发行人环保型无胶带自锁纸箱、橡皮筋式弹跳礼盒等新产品实现的销售收入情况、形成的专利成果，说明新产品在性能、成本、环保方面是否具有竞争优势，是否存在被复制风险。（5）说明发行人研发的新材料在主营业务的应用情况，新材料与行业同类材料在性能参数、成本构成等方面是否具备竞争优势。（6）说明混合加网、广色域印刷等工艺技术是特有技术还是行业通用技术，ERP 系统类似信息技术是否已在同行业公司具体应用，发行人工艺创新、管理创新是否实际具有技术门槛，与竞争对手相比是否具有先进性。（7）结合国家关于限制商品过度包装要求等国家标准的发布、具体内容及实施情况，说明发行人下游客户是否涉及限制范围，相关实施范围是否可能继续扩大，说明前述政策及下游领域相关行业政策对发行人生产经营的具体影响，并作风险揭示。

请保荐机构核查上述事项并发表明确意见。

回复：

一、结合纸和纸板容器行业规模以上企业数量、营收规模、占总体包装行业营业收入比重等变动情况以及发行人的市场占有率、市场地位，说明纸和纸板容器行业的发展是否受限，发行人关于“行业规模及行业盈利能力基本保持稳定”“在消费电子、小家电、电子烟纸质印刷细分领域具备较高的市占率及较强的市场领先地位”相关表述的具体依据、是否准确，发行人披露“全国纸和纸板容器行业累计完成利润总额 108.67 亿元，同比增长 35.65%”与招股说明书所列图表不一致的原因，是否存在表述错误等问题。

（一）结合纸和纸板容器行业规模以上企业数量、营收规模、占总体包装行业营业收入比重等变动情况以及发行人的市场占有率、市场地位，说明纸和纸板容器行业的发展是否受限

1、纸和纸板容器行业规模以上企业数量、营收规模、占总体包装行业营业收入比重等变动情况

根据 Renub Research 出具的《纸质包装市场报告》，全球纸质包装市场规模

预计将从 2024 年的 3,839.50 亿美元增长至 2033 年的 5,666.70 亿美元，复合年增长率为 4.42%。根据中国包装联合会数据，2021-2023 年我国纸和纸板容器行业规模以上企业分别为 2,517 家、2,827 家和 2,991 家，呈逐年递增趋势。根据中国包装联合会发布的《中国纸和纸板容器行业年度运行报告（2023 年度）》，2023 年，我国纸和纸板容器行业规模以上企业累计完成营业收入 2,682.57 亿元，同比下降 4.44%；累计完成利润总额 108.67 亿元，同比增长 35.65%。2023 年我国纸和纸板容器行业收入指标整体稳定，利润指标保持较高增长。

根据中国包装联合会发布的数据，2021 年度至 2023 年度，我国纸和纸板容器行业营业收入占总体包装行业营业收入比重分别为 26.51%、24.77%、23.35%；行业规模以上企业利润总额占包装行业利润总额比重分别为 18.62%、18.03%、18.05%。纸质印刷包装已成为我国包装行业的主力军。

2、发行人的市场占有率、市场地位

公司是一家以消费电子、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供应商。凭借多年制造经验打造的包装全产业链体系以及紧紧适应下游大客户的产品性能、快速的供货反应、优异的产品质量和完善的配套服务能力，公司已在纸制印刷包装行业取得了领先的行业地位。公司与多家全球 500 强企业长期保持良好的合作关系，亦是众多国际知名品牌的指定供应商。公司直接或通过代工厂商为包括微软、Beats、戴森、菲利普莫里斯、绿山咖啡、必胜、iRobot、SharkNinja、雷蛇、AMD、罗技、小米、徕芬、今世缘、雾芯科技、华宝新能等在国内外知名品牌公司提供纸质包装产品，其中公司是 Apple SR 2018 年首次审核的 A 级荣誉品牌，荣获微软公司 2019 年度 SEA 审核的 A 级荣誉，并作为全球领先的饮料品牌 KDP 的合作伙伴于 2023 年获得其 RBAVAP 审核的白金等级认证，2023 年度公司荣获小米全球核心供应商大会“生态链优秀供应商”、云麦科技“质量先锋奖”，2024 年度公司荣获华宝新能卓越品质贡献奖。

我国纸质印刷包装行业企业众多，竞争激烈，行业总产值巨大，市场集中度低，因此即便行业领先的企业市场占有率也较低。2022-2023 年公司新客户开辟取得明显成效，公司市场占有率呈增长趋势，具体情况如下表所示：

单位：亿元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
营业收入	14.11	10.80	9.34
我国纸和纸板容器行业总产值	/	2,682.57	3,045.47
占我国纸和纸板容器行业市场份额	/	0.40%	0.31%

注 1：我国纸和纸板容器行业总产值为各年度纸和纸板容器行业规模以上企业总产值
注 2：数据来源于中国包装联合会，2024 年行业产值数据尚未公布

在细分消费电子领域中，公司产品常用于游戏主机包装物，公司系微软 Xbox 系列游戏主机最主要的包材供应商。在游戏主机行业，全球范围内，主要有微软 Xbox 系列、索尼 PS 系列、任天堂 switch 三大品牌呈现三足鼎立的市场格局，三者合计占有接近 100%的全球游戏主机市场。2022-2024 年公司供应的包材占微软包材采购总量的 50%-80%。根据中国包装联合会出具的《证明》（中国包联证明[2023]161 号），2022 年公司在游戏主机及其官方配件包材领域位居我国所有包装行业市场份额第二位，市场份额为 11.43%；根据中国包装联合会出具的《证明》（中国包联证明[2025]35 号），2022-2024 年度公司在消费电子彩印包装产品市场份额均位居行业前三位，在消费电子彩印包装市场地位领先。

公司在小家电的部分细分领域已取得领先地位，具体包括咖啡机、吸尘器及扫地机器人、高速吹风机等。具体来看，在咖啡机领域，公司主要服务客户为 KDP。根据 Statista 的数据，其主要产品咖啡机 2022 年度在美国市占率位居第一位，在全球市场位居第四位。在吸尘器及扫地机器人领域，公司主要服务客户包括 sharkNinja、必胜等，其中根据 Statista 数据，sharkNinja、必胜均系 2022 年度北美市场市占率前五名吸尘器品牌。在高速吹风机领域，公司成功切入戴森等国际客户的供应链体系，并与徕芬等境内知名品牌深化合作。公司在上述客户的包材供应商中均占据重要地位。根据中国包装联合会出具的《证明》（中国包联证明[2023]161 号），2022 年公司在高端小家电（单价 1,500 元以上）领域位居我国包装行业市场份额第四位，市场份额为 2.50%；根据中国包装联合会出具的《证明》（中国包联证明[2025]35 号），2022-2024 年公司在高端小家电纸质印刷包装产品市场份额均位居行业前五位，在高端小家电纸质印刷包装市场地位领先。

公司在电子烟领域亦保持领先市场地位，根据中国包装联合会出具的《证明》（中国包联证明[2023]161 号），2022 年公司在电子烟领域纸质印刷包装产品位居细分市场份额第三位，市场份额为 4.57%；根据中国包装联合会出具的《证明》

（中国包联证明[2025]35 号），2022-2024 年公司在电子烟纸质印刷包装产品市场份额均位居行业前三位，在电子烟纸质印刷包装市场地位领先。

公司自 2021 年起初步探索境内白酒纸质包装市场，并成功开拓客户今世缘；2022 年-2024 年，公司在今世缘的包装材料供应商中占约 40%-50%的份额。

总体来看，公司在绿色创新包装行业具有市场领先的地位，根据中国包装联合会出具的《证明》（中国包联证明[2023]120 号），公司在消费电子绿色创新包装行业综合排名处于行业前三，主要产品和生产技术在行业中处于先进地位，是细分行业内具有代表性的优质企业。

3、说明纸和纸板容器行业的发展是否受限

（1）行业发展周期及趋势

相较于欧美国家，我国包装行业起步较晚，呈现出行业集中度较低、产品差异较小、自主创新能力有待提升等特点，正处在包装大国向包装强国的转型发展期。纸制印刷包装行业的周期性特征与下游消费行业的需求变化密不可分。目前，我国经济平稳发展，人民生活水平逐步提升，社会总体消费需求处于稳定的增长期，自 2009 年开始中国包装工业总产值超过日本，成为仅次于美国的全球第二大包装工业大国，我国包装行业社会需求量大、科技含量日益提高，已经成为对经济社会发展具有重要影响力的支撑性产业。

此外，由于纸质包装（含植物纤维纸浆托）可再生利用，循环使用且绿色环保，同时较为经济，随着国家环保政策的日益严格以及消费者绿色环保意识的增强，纸制品包装在消费行业得到快速普及。《关于进一步加强塑料污染治理的意见》第三个时间节点（2025）的逐步接近以及循环经济的推行，或将进一步增加纸包装产业在整个包装产业中的份额。

（2）产业升级加速纸包装向智能化、数字化发展，景气度稳步提升

1）纸制品包装行业呈现稳健发展态势

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，2021 年全球纸和纸板包装市场规模为 2,134 亿美元，2021-2028 年预计将保持 6.3%的复合年增长率，到 2028 年纸和纸板包装

市场规模将达到 3,275 亿美元。近年我国纸制品包装行业保持稳健发展态势，规模以上企业数量不断增长，行业收入规模和利润水平保持稳健。2023 年，我国纸和纸板容器行业规模以上企业累计完成利润总额 108.67 亿元，同比增长 35.65%。根据《印刷经理人》发布的“2025 中国印刷包装企业 100 强排行榜”，百强企业 2024 年总收入 1,480 亿元，相比去年总收入 1,448 亿元增长了 2.21%；百强企业 2024 年利润总额 101 亿元，相比去年利润总额 96 亿元增长了 5.21%。纸质印刷包装已成为我国包装行业的主力军。

2）“替塑”大背景下，绿色纸包装成为行业发展共识

全球经济与产业体系正在兴起以包装革命为先导的绿色包装构想，纸制印刷包装企业不仅要关注包装产品的质量、性能和成本，更需关注包装产品对环境的影响及能源消耗，绿色纸包装成为纸制印刷包装企业可持续发展的必然选择。

3）智能制造带动行业多元化发展

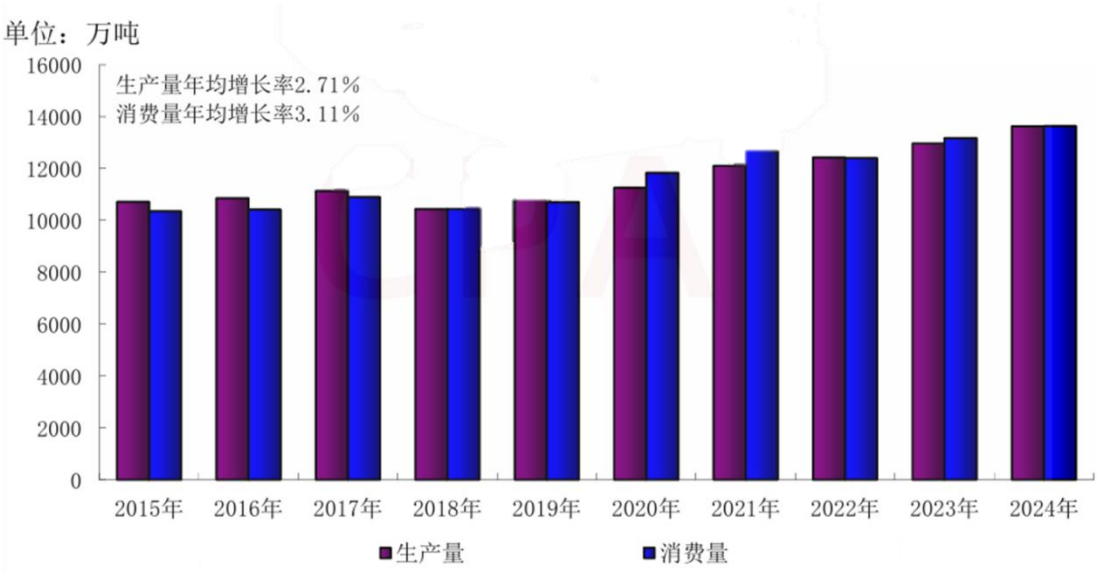
我国印刷技术正向高度自动化、联动化、数字化、智能化、网络化和多色多功能方向发展，与个性化、差异化印刷包装需求相匹配，未来发展空间广阔。市场对印刷包装企业在创意设计及包装材料绿色化方面的要求也逐步提高。自动化与智能化工厂、数字印刷技术、一体化包装印刷技术、包装设计创新性及包装原材料的绿色环保化正在成为行业技术发展的趋势。

综上，纸和纸板容器行业的发展不存在明显受限情况。

（二）发行人关于“行业规模及行业盈利能力基本保持稳定”“在消费电子、小家电、电子烟纸质印刷细分领域具备较高的市占率及较强的市场领先地位”相关表述的具体依据、是否准确

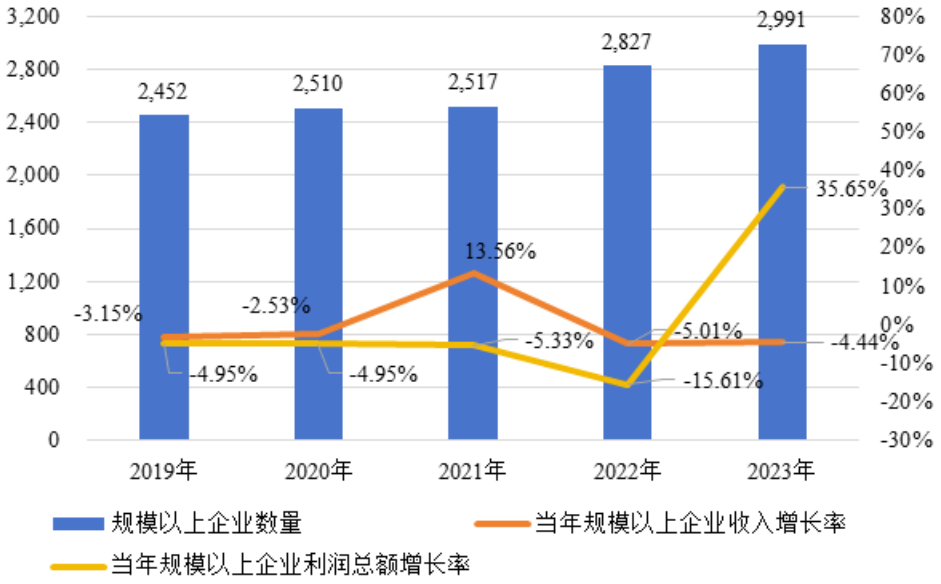
1、关于“行业规模及行业盈利能力基本保持稳定”

2024 年我国纸及纸板生产量 13,625 万吨，消费量 13,634 万吨。2015 年至 2024 年，我国纸及纸板的生产量和消费量整体稳步增长，具体情况如下：



数据来源：历年中国造纸工业年度报告

根据中国包装联合会数据，2019-2023 年我国纸和纸板容器行业规模以上企业数量、收入增长率、利润总额增长率情况如下图所示：



根据上图所示，2019-2023 年我国纸和纸板容器行业规模以上企业数量逐年递增，各年规模以上企业的收入增长率整体平稳，2021 年增长幅度较大；2019-2021 年规模以上企业利润总额增长率较为平稳，2022 年受国内公共卫生事件影响，行业内企业普遍开工率不足，致使规模以上企业的利润总额下降幅度较大。2023 年规模以上企业逐步复苏，利润总额增长 35.65%。

根据《印刷经理人》发布的“2025 中国印刷包装企业 100 强排行榜”，百强企业 2024 年总收入 1,480 亿元，相比去年总收入 1,448 亿元增长了 2.21%；百

强企业 2024 年利润总额 101 亿元，相比去年利润总额 96 亿元增长了 5.21%。

综上，招股说明书“行业规模及行业盈利能力基本保持稳定”的表述拥有合理依据，具有准确性。

2、关于“在消费电子、小家电、电子烟纸质印刷细分领域具备较高的市占率及较强的市场领先地位”

公司已在纸制印刷包装行业取得了领先的行业地位，报告期内公司在纸和纸板容器行业的市场占有率呈增长趋势，具体参见“问题 1.关于创新特征与市场空间”之“一、（一）、2、发行人的市场占有率、市场地位”。

在消费电子-游戏主机的细分领域，公司系微软 Xbox 系列游戏主机最主要的包材供应商，**2022-2024 年**公司供应的包材占微软包材采购总量的 50%-80%，根据中国包装联合会出具的《证明》（中国包联证明[2023]161 号），公司在游戏主机及其官方配件包材领域位居我国所有包装行业市场份额第二位，市场份额为 11.43%；在小家电领域，公司主要服务客户 KDP、sharkNinja、必胜、戴森及徕芬等均为境内外市场龙头厂商，根据中国包装联合会出具的《证明》（中国包联证明[2025]35 号），2022-2024 年公司在高端小家电（单价 1,500 元以上）纸质印刷包装产品市场份额位居行业前五位；根据中国包装联合会出具的《证明》（中国包联证明[2025]35 号），2022-2024 年公司在电子烟纸质印刷包装产品市场份额均位居行业前三位，在电子烟纸质印刷包装市场地位领先。公司在绿色创新包装行业具有市场领先的地位，根据中国包装联合会出具的《证明》（中国包联证明[2023]120 号），公司在消费电子绿色创新包装行业综合排名处于行业前三，主要产品和生产技术在行业中处于先进地位，是细分行业内具有代表性的优质企业。

综上，关于“在消费电子、小家电、电子烟纸质印刷细分领域具备较高的市占率及较强的市场领先地位”的表述拥有合理依据，具有准确性。

（三）发行人披露“全国纸和纸板容器行业累计完成利润总额 108.67 亿元，同比增长 35.65%”与招股说明书所列图表不一致的原因，是否存在表述错误等问题

根据中国包装联合会发布的《中国纸和纸板容器行业年度运行报告（2023

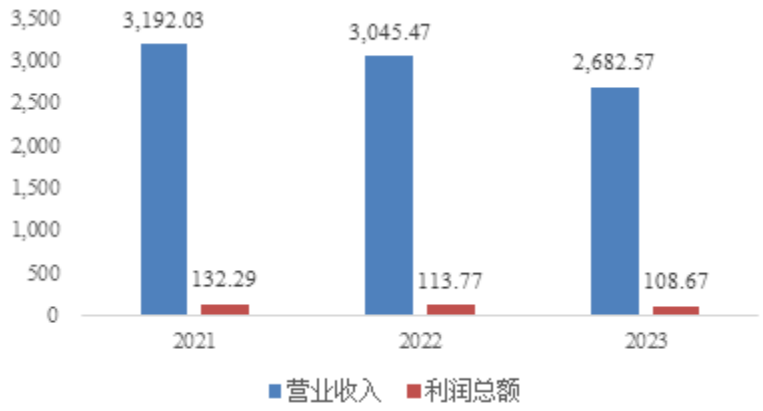
年度）》，2023 年我国纸和纸板容器行业规模以上企业 2,991 家，该等规模以上企业累计完成利润总额 108.67 亿元，相比该等规模以上企业 2022 年利润总额增长 35.65%。

招股说明书所列“2021-2023 年我国纸和纸板容器行业规模以上企业营业收入及利润总额情况”图表数据，为各年的规模以上企业的营业收入和利润总额数据，由于各年规模以上企业的情况和数量存在差异，故不同年度的规模以上企业的营业收入和利润总额不具有可比性，列示仅用于直观体现各年行业收入盈利规模情况。

为避免引起歧义，公司已修改招股说明书相关表述，具体如下：

“①行业各项规模指标基本稳定，波动较小

2021-2023 年我国纸和纸板容器行业规模以上企业营业收入及利润总额情况（单位：亿元）



注 1：数据来源：中国包装联合会
注 2：“规模以上企业”系按统计局数据口径即各年年营业收入 2,000 万元及以上全部工业法人企业，由于各年规模以上企业的情况及数量存在差异，因此各年规模以上企业的营业收入和利润总额数据不具有可比性，此处仅列示用于直观体现各年度行业规模情况

根据中国包装联合会发布的《中国纸和纸板容器行业年度运行报告（2023 年度）》，2023 年，我国纸和纸板容器行业规模以上企业 2,991 家，该等规模以上企业累计完成营业收入 2,682.57 亿元，同比下降 4.44%；该等规模以上企业累计完成利润总额 108.67 亿元，同比增长 35.65%。根据《印刷经理人》发布的“2025 中国印刷包装企业 100 强排行榜”，百强企业 2024 年总收入 1,480 亿元，相比去年总收入 1,448 亿元增长了 2.21%；百强企业 2024 年利润总额 101 亿元，相比去年利润总额 96 亿元增长了 5.21%。我国纸质印刷包装行业各项规模指标总体变动较小，行业规模及行业盈利能力基本保持稳定。”

二、结合消费电子、小家电、电子烟、酒类等领域行业规模变动趋势、国家相关产业政策要求、发行人各领域主要合作对象的营收变动情况及向发行人采购量的变动情况等，说明发行人部分主要客户采购需求下滑的主要原因，是否存在下游市场萎缩的情况，如存在，请作风险揭示。

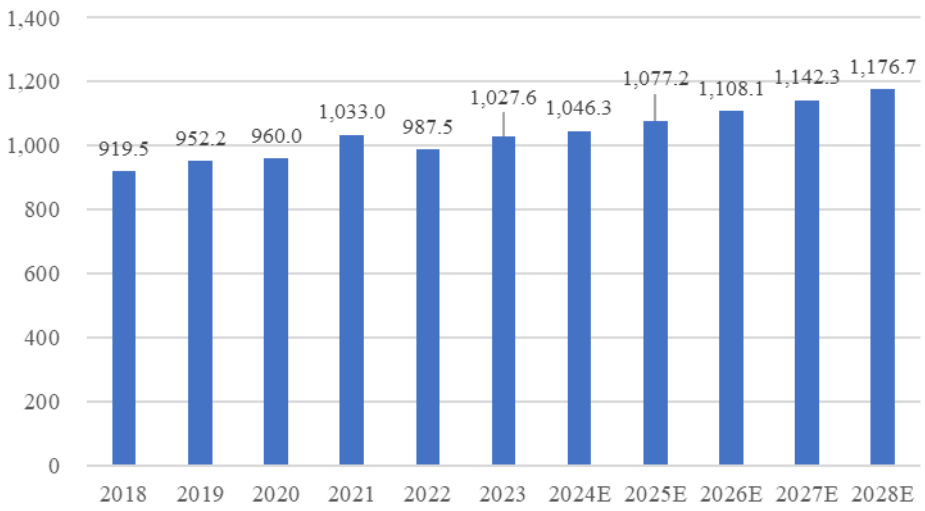
（一）消费电子、小家电、电子烟、酒类等领域行业规模变动趋势

1、消费电子领域

消费电子是消费者个人购买并使用的电子产品，主要用于满足消费者在生活与工作中对沟通、资讯、事务处理和娱乐等方面的需求，是人类技术进步和需求升级的产物，主要包括笔记本电脑、平板电脑、智能手机、智能可穿戴设备、智能家居等。消费电子产业是经济社会技术集成度最高、技术进步最快的领域之一，技术进步推动新的消费电子产品形态不断出现以及传统消费电子产品的不断升级换代，从而推动消费电子产业的持续发展。

近年来，全球消费电子市场在经历了高速发展、产品快速迭代扩展的阶段后进入了平稳发展期。根据 Statista 的数据，2018 年全球消费电子行业市场规模已达 9,195 亿美元，全球消费电子行业市场规模整体呈稳步增长态势，至 2023 年已达 10,276 亿美元，预计 2028 年将增长至 11,767 亿美元，市场规模巨大，行业内发展空间充足。

2018-2028E 全球消费电子市场规模（单位：十亿美元）



2、小家电领域

根据 Statista 发布数据显示，近年来全球小家电产品普及率不断提升，全球小家电销售额自 2018 年的 1,950 亿美元增长至 2024 年的 2,543 亿美元。随着全球经济的发展以及人们生活水平的不断提高，消费者对于生活品质的追求日益强烈。小家电作为提升生活品质的重要组成部分，市场需求呈现出迅猛增长的态势。未来，在“懒人经济”、“趣味生活”等理念的倡导、刚需品类的支撑和更多新兴产品的涌现下，全球小家电产品市场规模仍将保持良好增长。根据 Statista 预计，2028 年全球小家电市场规模将进一步增长至 3,052 亿美元。

3、电子烟领域

近年来，全球电子烟市场处于快速发展期，以国际电子烟品牌 IQOS 为例，其用户人数已从 2015 年度的 140 万人增长到 2020 年度的 1,760 万人。截至 2024 年底，IQOS 全球用户数达 3220 万，较 2023 年净增 340 万。根据欧睿国际发布数据显示，2024 年全球电子烟市场规模 350 亿美元，同比增长 15%，较低谷期有所恢复。

4、酒类领域

近年来，白酒行业保持积极发展的良好态势，根据中国酒业协会数据显示，2023 年我国白酒行业规模以上企业完成销售收入 6,626.50 亿元，较 2022 年增长 9.50%。近年来，我国白酒行业销量稳定趋于稳定，各主流酒企逐步向高端化、年轻化调整，采用产品升级、优化产品结构的策略寻求新的增长空间，由政务消费步入以大众消费为核心的新发展阶段，行业呈良性竞争态势。公司白酒领域客户主要为今世缘，今世缘 2024 年销售收入为 115.44 亿元，同比增长 14.32%。

（二）国家相关产业政策要求

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。发行人下游行业主要政策如下：

政策名称	主要内容	颁布部门	政策涵盖领域	颁布时间
《提振消费专项行动方案》	用好超长期特别国债资金，支持地方加力扩围实施消费品以旧换新，推动汽车、家电、家装等大宗耐用消费品绿色化、智能化升级，支持换购合格安全的电动自行车，实施手机、平板、智能手表（手环）3 类数码产品购新补贴	中共中央办公厅、国务院办公厅	消费电子	2025 年
《推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案》	统筹扩大内需和深化供给侧结构性改革，实施设备更新、消费品以旧换新、回收循环利用、标准提升四大行动，大力促进先进设备生产应用，推动先进产能比重持续提升，推动高质量耐用消费品更多进入居民生活，畅通资源循环利用链条，大幅提高国民经济循环质量和水平	国务院		2024 年
《关于促进电子产品消费的若干措施》	经国家发展改革委会同有关部门和单位研究提出：为完善高质量供给体系，优化电子产品消费环境，进一步稳定和扩大电子产品消费，现提出加快推动电子产品升级换代、大力支持电子产品下乡、打通电子产品回收渠道、优化电子产品消费环境等措施	国家发改委、工信部、财政部等 7 个部委		2023 年
《扩大内需战略规划纲要（2022－2035 年）》	支持线上线下商品消费融合发展。加快传统线下业态数字化改造和转型升级。丰富 5G 网络和千兆光网应用场景。加快研发智能化产品，支持自动驾驶、无人配送等技术应用	中共中央办公厅、国务院办公厅		2022 年
《关于促进绿色智能家电消费若干措施的通知》	开展全国家电“以旧换新”活动，推进绿色智能家电下乡，拓展消费场景提升消费体验，优化绿色智能家电供给，加强废旧家电回收利用等	商务部、发改委、工信部等十三个部门	家电	2022 年
《电子烟管理办法》	《管理办法》包括总则、生产与质量管理、销售管理、进出口贸易和对外经济技术合作、监督检查附则，共六章四十五条，对中华人民共和国境内电子烟生产、销售、运输、进出口和监督管理等活动做出了规定	国家烟草专卖局	电子烟	2022 年
《电子烟产品包装实施细则》	主要内容为：①明确了电子烟产品基本计量单位；②明确了电子烟产品在零售、批发、出厂环节的最小包装单元和各级包装单元内含产品数量；③明确了电子烟产品外包装上应标注由国务院烟草专卖行政主管部门统一规定的二维码标签；④明确了电子烟产品外包装上应标注的部分包装规格信息	国家烟草专卖局		2022 年
GB 41700-2022《电子烟》强制性国家标准	①明确了电子烟、雾化物等相关术语、定义；②对电子烟设计和原材料的选用等提出原则要求；③对电子烟烟具、雾化物和释放物分别提出明确的技术要求，并给出了配套的试验方法；④对电子烟产品标志及说明书进行了规定。	国家市场监督管理总局、国家烟草专卖局、全国烟草标准化技术委员会		2022 年
《轻工业稳增长工作方案（2023—2024 年）》	引导传统优势食品产区进一步发挥集聚效应，加强产业链上下游协同配套，进一步壮大乳制品、肉制品、白酒等特色食品产业集群	工信部、国家发改委、商务部	酒类	2023 年
《白酒生产许可审查细则（征求意见稿）》	为了做好白酒生产许可审查工作，从白酒生产场所、设备设施、设备布局及工艺流程、人员管理、管理制度、试制产品检查等方面进行详细规定。	国家市场监管总局		2021 年

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着规范化、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、电子烟行业迈入良性发展期，公司主要面向海外电子烟企业

报告期内，发行人销售客户主要为电子烟行业龙头。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》，进一步加强电子烟等新型烟草制品监管，规范市场秩序；2022 年 4 月 8 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，设定产品合规方向。政策监管将加速行业良性发展，电子烟行业有望持续实现标准化、制度化。

报告期内，公司电子烟行业的主要终端客户为菲利普莫里斯、JUUL 等国际电子烟品牌，其中菲利普莫里斯成立于 1919 年，是世界最大的烟草公司之一，业务遍及世界 180 多个国家和地区。公司向其销售的包装产品主要用于电子烟出口产品。此外，公司积极开拓新客户，东莞工厂已通过全球四大烟草公司之一帝国烟草（Imperial Tobacco Limited）的资质审核，已在量产阶段。整体上，公司下游客户的电子烟产品主要用于出口，受国内电子烟市场的影响相对较小。公司坚持国际化的发展战略，积极参与国际竞争，出口创汇的同时，不断拓展电子烟的海外市场，多元化提升竞争力，增强盈利能力。

（三）发行人各领域主要合作对象的营收变动情况及向发行人采购量的变动情况等

报告期内，公司存在与代工厂进行直接业务合作的情况，但整体业务的持续性主要取决于终端品牌客户。公司对下游各领域主要终端客户的销售收入及销量情况如下：

单位：万元/万个

所属领域	主要终端客户	2025 年 1-6 月				2024 年			
		销售收入	收入变动率	销量	销量变动率	销售收入	收入变动率	销量	销量变动率
消费电子	微软	8,108.66	55.70%	5,989.89	31.16%	13,148.33	-28.62%	12,493.96	-10.40%
消费电子	Beats	11,575.62	82.04%	4,484.64	74.43%	16,547.22	218.69%	6,205.25	135.36%
小家电	绿山咖啡	7,479.13	45.43%	4,369.81	94.27%	18,047.36	43.95%	8,947.59	83.71%
小家电	必胜	3,490.46	-6.62%	1,151.00	3.85%	7,649.58	-23.30%	2,282.10	-19.52%
小家电	小米	8,511.37	64.24%	13,509.64	60.46%	13,451.68	27.75%	21,490.94	41.95%
小家电	徕芬	5,456.87	-18.71%	4,183.06	-57.54%	10,798.04	87.26%	13,297.75	73.74%
电子烟	菲利普莫里斯	5,628.09	-19.25%	1,915.45	10.76%	11,908.16	-4.88%	2,957.30	-5.93%
酒类	今世缘	3,836.60	-21.90%	428.40	-13.54%	10,779.93	7.92%	1,033.79	5.54%

续：

所属领域	主要终端客户	2023 年				2022 年	
		销售收入	收入变动率	销量	销量变动率	销售收入	销量
消费电子	微软	18,420.23	-33.13%	13,943.43	-41.63%	27,545.06	23,890.01
消费电子	Beats	5,192.22	505.81%	2,636.48	-20.36%	857.07	3,310.47
小家电	绿山咖啡	12,537.63	-38.59%	4,870.57	-37.30%	20,417.10	7,768.47
小家电	必胜	9,973.57	593.22%	2,835.58	537.05%	1,438.73	445.11
小家电	小米	10,530.10	30.54%	15,139.80	72.65%	8,066.69	8,768.95

所属领域	主要终端客户	2023 年				2022 年	
		销售收入	收入 变动率	销量	销量 变动率	销售收入	销量
小家电	徕芬	5,766.43	434.74%	7,653.71	1,251.60%	1,078.37	566.27
电子烟	菲利普莫里斯	12,519.15	23.33%	3,143.80	39.46%	10,151.30	2,254.20
酒类	今世缘	9,988.53	101.18%	979.52	68.40%	4,964.88	581.66

注：报告期各期公司对上述主要终端客户的销售收入占公司当期营业收入的比例分别为 79.74%、78.62%、72.51%和 68.95%。

报告期内，公司对下游各领域主要合作对象的营收及销量整体呈现上涨趋势，其中公司对微软、绿山、**徕芬**的销售收入**或**销量存在**较大**下滑情况，主要原因参见“问题 1.关于创新特征与市场空间”之“二、（四）说明发行人部分主要客户采购需求下滑的主要原因，是否存在下游市场萎缩的情况，如存在，请作风险揭示”。

（四）说明发行人部分主要客户采购需求下滑的主要原因，是否存在下游市场萎缩的情况，如存在，请作风险揭示

报告期内，公司营业收入及毛利情况如下：

单位：万元

产品类别	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
营业收入	**78,446.64**	141,125.29	108,022.44	93,448.34
毛利率	**29.75%**	27.25%	25.76%	26.42%
毛利额	**23,340.87**	38,462.15	27,831.26	24,687.89

如上表所示，公司报告期内营业收入及毛利情况逐步上升，不存在持续下滑。报告期内，公司对下游终端客户的销售收入具体参见“问题 1.关于创新特征与市场空间”之“二、（三）发行人各领域主要合作对象的营收变动情况及向发行人采购量的变动情况等”。公司对主要终端客户的销售收入整体呈现上涨趋势，其中公司对微软、绿山、**徕芬**的销售收入**或**销量存在**较大**下滑情况。

报告期内，公司对微软销售收入**整体**下滑主要原因系微软出于自身产品战略调整，于 2023 年起逐步停止生产和销售 Microsoft 品牌的电脑配件，**2022-2024 年**公司对微软上述包装产品的收入下滑，**2025 年 1-6 月公司对微软收入同比有所增长**。根据微软年报数据，报告期内其营业收入保持增长，未存在行业萎缩情况。报告期内，公司对于绿山的收入和销量呈现先降后升的趋势，主要系受咖啡机市场需求波动及产品结构调整的影响，2024 年公司对绿山销售额增长 43.95%、销量增长 83.71%，**2025 年 1-6 月公司对绿山销售额增长 45.43%、销量增长 94.27%，**不存在行业萎缩情况。**报告期内，公司对于徕芬的收入和销量在 2022-2024 年均呈现增长趋势，2025 年 1-6 月公司对徕芬的收入和销量出现下滑，主要系徕芬产品结构调整过程中导致其市场销量存在波动，公司在徕芬中的份额未发生下滑情况，在全球消费复苏与品质生活需求的驱动下，高速吹风机等小家电不存**

在行业萎缩情况。公司在报告期内积极拓展客户，且开辟了酒类包装及个人护理类小家电等增长点，未来业绩大幅度下滑的风险较低。

综上，公司对主要终端客户的销售收入整体呈现上涨趋势，部分客户存在下滑具有合理原因，公司下游市场未受经营环境变化或行业发展变动等因素影响，需求仍保持较好增长，未出现持续萎缩趋势，不会对发行人经营业绩与持续经营能力产生重大不利影响。

针对因客户自身经营出现下滑或其他原因而给公司经营业绩带来不利影响的风险，发行人已在招股说明书作出以下风险提示：

“（一）客户集中度较高的风险

基于公司下游消费电子行业的特性，行业内大型、知名品牌客户的采购量和信誉均具有明显优势。公司奉行大客户战略，客户集中度较高；同时，在重点维护大客户基础上辅助开发中小客户。报告期内，公司与主要客户在市场需求的探索、产品设计研发、成本管理控制、品质管理、物流运输合作等诸多方面完成融合，形成了稳定且高效的合作状态，互相之间具备高度粘性。尽管双方合作稳定，但仍存在因下游客户自身经营出现下滑或者因其调整经营战略削减向高义包装的采购规模而给公司经营业绩带来不利影响的风险。”

三、说明发行人的客户获取方式，结合与客户合作历史、发行人提供包装的产品销量变化、战略合作或框架协议签订情况、在手订单、已有产品更新包装时的供应商选择偏好、报告期各期发行人新客户开发及销售情况等，说明发行人与主要客户的合作是否具有可持续性。

（一）说明发行人的客户获取方式，结合与客户合作历史、发行人提供包装的产品销量变化、战略合作或框架协议签订情况、在手订单、已有产品更新包装时的供应商选择偏好

公司报告期各期前五大客户的基本情况如下：

单位：万个/万元

客户名称	合作时间	业务获取方式	主要终端客户	2025 年 1-6 月		2024 年		2023 年		2022 年	2025 年 6 月底在手订单金额
				销量	变动率	销量	变动率	销量	变动率	销量	
富港电子	9 年	商务谈判	微软、Beats	**5,211.59**	**25.62%**	10,823.07	15.86%	9,341.30	-19.55%	11,611.13	3,645.37
今世缘酒业	5 年	商务谈判	今世缘酒业	**428.40**	**-13.54%**	1,033.79	5.54%	979.52	68.40%	581.66	2,881.71
徕芬科技	3 年	商务谈判	徕芬科技	**3,735.92**	**-55.50%**	11,623.59	64.05%	7,085.50	1,151.26%	566.27	2,168.17
和硕联合科技	9 年	商务谈判	微软、JUUL	**2,798.62**	**42.21%**	4,306.62	-41.62%	7,376.66	-35.98%	11,521.62	2,779.51
V.S. Industry	7 年	商务谈判	绿山、iRobot、必胜	**1,659.34**	**-23.68%**	4,381.52	21.05%	3,619.55	71.99%	2,104.52	660.98
伟创力国际	7 年	商务谈判	菲利普莫里斯	**651.20**	**29.32%**	846.35	-50.38%	1,705.68	1.05%	1,687.98	480.43
新玛德集团	9 年	商务谈判	绿山	**2,025.65**	**704.08%**	4,154.38	116.64%	1,917.62	-42.60%	3,340.80	1,008.95
易路达	**9 年**	**商务谈判**	**Beats、雷蛇**	**2,563.52**	**21.61%**	**4,658.66**	**104.63%**	**2,276.58**	**-51.90%**	**4,732.66**	**4,216.91**

注：公司向今世缘酒业销售产品类型为彩盒、一站式采购，向新玛德集团销售产品类型包括彩盒、说明书、一站式采购，向上述其他主要客户销售产品类型包括彩盒、说明书、一站式采购、其他。

公司主要通过商务谈判获取客户，公司与主要客户整体保持较长合作历史。公司与主要客户销量情况主要取决于终端品牌客户，报告期内销量整体保持上升趋势，其中富港电子、和硕联合科技、伟创力、新玛德报告期内销量存在下滑情况，主要系由于终端客户微软、绿山的销量存在下滑，具体原因参考本题“（二）”之“3、发行人各领域主要合作对象的营收变动情况及向发行人采购量的变动情况等”。

公司与主要客户已签署框架协议，在手订单较为充足，公司主要客户已有产品更新包装时的供应商选择偏好为生产交付能力、质量管控、售后及价格等具备竞争力且过往合作情况良好的企业。

（二）报告期各期发行人新客户开发及销售情况等

报告期各期，发行人新增前五大客户情况如下：

单位：万元

新增期间	客户名称	销售产品类型	销售金额
2025 年 1-6 月	**兆驰科技（越南）有限责任公司**	**彩盒**	**240.89**
	贵州王记酒庄有限公司	**彩盒、一站式外购**	**128.18**
	HyperPack Trading Co.,Ltd	**彩盒、其他**	**71.01**
	越南豫信负责有限公司	**彩盒**	**59.20**
	PT GREENSPRING PACKAGING INDONESIA	**其他**	**48.24**
2024 年度	Kinpo Electronics（Philippines）Inc.	彩盒、说明书、其他	2,791.01
	杭州由莱科技有限公司	彩盒、说明书、一站式采购	1,084.76
	瑞轩科技责任有限公司	彩盒、说明书、一站式采购	1,030.97
	Meiban Technologies (Malaysia) Sdn. Bhd.	彩盒	450.70
	东莞市腹灵竞技电子有限公司	彩盒、说明书、一站式采购	395.98
2023 年度	深圳美众联科技有限公司	彩盒、说明书、一站式采购	1,343.49
	Suntone Technology Company Limited	彩盒、一站式采购	893.39
	宁波德昌电机股份有限公司	彩盒、说明书、一站式采购	623.42
	浙江焕美科技有限公司	彩盒、一站式采购、说明书	445.18
	精品有限公司	彩盒	314.91
2022 年度	东莞市徕芬电子科技有限公司	彩盒、说明书、一站式采购	1,078.37
	深圳市吉迩科技有限公司	彩盒、说明书、一站式采购	315.86
	比亚迪股份有限公司	彩盒、说明书、一站式采购、其他	394.99

新增期间	客户名称	销售产品类型	销售金额
	晶睿通訊股份有限公司	彩盒、说明书	434.18
	深圳麦克韦尔科技有限公司	彩盒、说明书、一站式采购、其他	415.62

注 1：宁波德昌电机股份有限公司包含同一控制下的越南德昌有限公司
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等

（三）说明发行人与主要客户的合作是否具有可持续性

报告期内，公司直接或通过代工厂商为包括微软、Beats、戴森、菲利普莫里斯、绿山咖啡、必胜、iRobot、SharkNinja、雷蛇、AMD、罗技、小米、徕芬、今世缘、雾芯科技、华宝新能等国内外知名品牌公司提供纸质包装产品。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。在通过审核后，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。公司与上述终端客户及其代工厂合作历史整体较久，销量整体呈现稳健上升趋势。公司与主要客户已签署框架协议，在手订单较为充足。综上，发行人与主要客户的合作具有可持续性。

四、说明公司的获奖设计实现的销售收入情况，是否存在概念性设计无法转化为具体产品的情况；结合发行人环保型无胶带自锁纸箱、橡皮筋式弹跳礼盒等新产品实现的销售收入情况、形成的专利成果，说明新产品在性能、成本、环保方面是否具有竞争优势，是否存在被复制风险。

（一）公司的获奖设计实现的销售收入情况，是否存在概念性设计无法转化为具体产品的情况

公司始终重视原创设计理念及创意创新能力、深度融合艺术美学与工业设计，构建了行业领先的创意设计团队。公司设计团队凭借前瞻性的设计思维和卓越的创新能力，先后斩获德国 IF 设计奖、法国设计奖及美国 IDA 国际设计大奖、美国 MUSE 设计奖等国际性设计奖项。

截至本回复报告出具日，公司主要的获奖设计具体情况如下：

序号	荣誉名称	获奖产品名称	产品领域	获奖时间	奖项国家
1	MUSE DESIGN AWARDS 金奖	Versatile Airline Food Box（多功能航空食品盒）	食品	2021 年	美国
2	MUSE DESIGN AWARDS 金奖	Pu'er Tea Packaging（普洱茶包装）	食品	2021 年	美国
3	中国包装联合会第八届包装印刷与标签精品大赛优秀奖	国缘辛丑牛年生肖纪念酒盒	酒类	2022 年	中国
4	IF DESIGN AWARD	Jumping Candy-Contact-free Package（糖果非接触式包装）	食品	2023 年	德国
5	中国包装联合会第十六届中国之星设计奖优秀奖	玻璃容器手提盒	食品	2023 年	中国
6	中国包装联合会第十六届中国之星设计奖优秀奖	自动弹出蓝牙耳机的环保包装盒	消费电子	2023 年	中国
7	FRENCH DESIGN AWARDS 银奖	Voice of Dreams	酒类	2024 年	法国
8	IDA DESIGN AWARDS 银奖	Voice of Dreams	酒类	2024 年	美国
9	IDA DESIGN AWARDS 铜奖	KERAN	酒类	2024 年	美国
10	**MUSE DESIGN AWARDS 铂金奖**	**Guozanglang G15**	**酒类**	**2025 年**	**美国**
11	**FRENCH DESIGN AWARDS 铂金奖**	**Guozanglang G15**	**酒类**	**2025 年**	**法国**

公司参赛设计基本会打样后形成参赛样品，创意设计具备转化为产品的可行性，不存在概念性设计无法转化为具体产品的情况。获奖设计“国缘辛丑牛年生肖纪念酒盒”已应用到公司今世缘四开牛年生肖纪念酒包装产品，2022 年实现收入 27,977.88 元。

其他获奖设计暂未转化为具体产品销售订单，主要原因如下：

1、公司主要产品领域客户有保密需求

消费电子、小家电、电子烟类产品的印刷图文基本均由客户参与设计，具有保密要求，不方便进行参赛或对外展示。食品、白酒类包装的结构和平面图案主要由公司独立设计研发，因此参赛及获奖情况较多。

2、公司通过参与国内外设计大奖持续提升创意设计能力，参赛设计作品短期转化为产品销售非公司的主要目的。

创意设计是公司的核心竞争力，也是公司包装产品业务拓展的重要驱动力和

持续盈利能力的保障。为此，公司通过参加国内外设计大奖，进行团队培养和创意设计素材库积累，从而持续巩固和提升创意设计能力，并提升公司品牌知名度和市场影响力。虽然公司参赛的作品短期不能直接转化为具体产品的销售，但上述过程有助于提升公司核心竞争力，为公司后续市场开拓打下了坚实的基础。多年的积累，使得公司创意设计服务的客户由国内逐步向国外拓展。

3、客户更为看中公司的创意设计能力与客户服务水平

参加国内外设计大奖的作品通常结合了各种前卫的设计，与客户当下需求并不一定非常契合，客户看中的是公司的创意设计能力与客户服务水平，而非仅仅公司获奖的某款设计作品。国内外设计大奖对参赛作品的考量通常是多维度的，包括创意设计、结构设计、防伪设计等，为体现公司的创意设计能力，参赛作品会在风格、结构、材料、防伪等多方面进行较为前卫的设计，通常情况下，成本不是设计作品的首要考虑因素，但可能是后续公司与客户合作时的重要考虑因素。此外，参赛作品系公司基于对潮流趋势和市场需求的自身理解进行的创作，并不一定与客户当下的产品销售规划相契合。随着公司在国际设计大奖屡获殊荣和品牌知名度的提升，以及公司创意设计能力和客户服务水平逐步得到市场认可，公司通过与客户日常合作的其他销售订单获得主要收入和利润。公司所处纸质包装领域与服装及珠宝行业具有类似的商业逻辑，相关企业参加时装展览、珠宝设计赛事的作品并非贡献最多利润的产品，上述情况具有合理性。

（二）结合发行人环保型无胶带自锁纸箱、橡皮筋式弹跳礼盒等新产品实现的销售收入情况、形成的专利成果，说明新产品在性能、成本、环保方面是否具有竞争优势，是否存在被复制风险

截至本回复报告出具日，发行人主要创新产品情况如下：

单位：万元

序号	创新产品名称	形成的专利成果	性能、成本、环保方面竞争优势	报告期内实现收入情况				涉及产品类型
				2025 年 1-6 月	2024 年	2023 年	2022 年	
1	环保型无胶带自锁纸箱	-	结构强化： 采用增强型自锁设计，显著提升承重能力，满足重型商品包装需求；力学优化： 运用创新三维支撑架构，有效分散箱体受力，降低运输变形风险；工艺升级： 全自动一体化成型工艺实现无缝闭合，提升外观品质；环保革新： 单一材质设计，摒弃胶带与粘合剂，提高回收利用率，推动绿色包装	**93.22**	299.27	1.42	-	彩盒
2	橡皮筋式弹跳礼盒	-	核心为独创橡皮筋动力系统与精密弹性释放结构，提升开箱独特仪式感与趣味性；融合物理机械学与情感体验，通过调校卡扣确保弹跳动作稳定流畅、轨迹精准；动态交互设计区别于传统单向开启，提供沉浸式体验	-	61.91	68.34	33.29	彩盒
3	按压式可视开窗礼盒	按压弹开礼盒，专利号：2024231839657，已受理尚未授权	搭载反弹式卡扣系统与轨道联动装置。消费者轻按盒面标识区即可开盒，将被动拆封转化为充满仪式感的互动体验，提升产品体验并传递品牌价值	-	-	-	-	彩盒
4	一体式纸浆模塑包装	-	一体成型，结构稳固，缓冲抗震性好，轻量化保护产品；原料为竹浆、木浆等可再生资源，可降解回收，低碳环保，符合循环经济要求	**9,776.97**	14,116.45	4,239.55	-	纸托
5	一种礼盒自动贴内连接纸装置	一种礼盒自动贴内连接纸装置，专利号：2018114225761	取代传统人工过胶、定位和粘贴方式，通过定制自动化设备实现内连接纸的全自动过胶、精准定位、自动贴合与压力施加。显著提升连接精度、成品质量及生产效率	**9,182.07**	6,854.47	7,245.63	6,918.47	彩盒
6	一种礼盒自动贴背部衬纸装置	一种礼盒自动贴背部衬纸装置，专利号：2018114228613	摒弃人工过胶与粘贴流程，采用定制自动化装置完成衬纸的全自动过胶、精确定位、自动贴合及压力控制。有效保障衬纸粘贴的精度、一致性与牢度，显著提升产品质量和生产效率					
7	一种骑订龙连线中刀分切设备	一种骑订龙连线中刀分切设备，专利号：2018114228647	针对骑马钉双联本间距小、常规连线中刀无法分切的痛点，定制专用中刀并集成于连线设备。实现双联本的自动连线分切，彻底解决人工裁切效率低、精度差的问题，大幅提升分切精度、产品质量与产线效率	**6.45**	675.43	2,071.97	2,549.58	说明书

综上，发行人环保型无胶带自锁纸箱、橡皮筋式弹跳礼盒等新产品部分已实现量产，后续将根据市场情况逐步扩大销售，部分已形成相应专利成果，并后续拟进一步申请相关专利。公司核心技术来源于自主研发，新产品在性能、成本、环保方面具有竞争优势，被复制风险相对较小。

五、说明发行人研发的新材料在主营业务的应用情况，新材料与行业同类材料在性能参数、成本构成等方面是否具备竞争优势。

发行人研发的主要新材料的应用及优势、创新特征如下：

材料名称	材料的竞争优势	创新特征	在主营业务的应用
水性去塑油	该材料具备环保无毒特性，挥发性有机物排放较低；公司自主开发，根据客户产品进行个性化定制，成本相对更低	公司自主开发印刷连线工艺，提升该材料耐折性（＞50 次）与耐磨性（＞3,000 次）	已批量应用于公司高端消费电子包装方案
高阻隔聚乙烯材料	单一双层可热封材料，满足高阻隔性的同时亦拥有良好热封性能，且可回收	公司通过反复调试持续优化提升该材料的阻隔性，以满足电子产品防潮、防漏液的严苛要求	已应用于公司电子烟产品密封包装
高阻隔镀铝纸	该材料通过在纸张表面做镀铝层实现高阻隔特性以替代传统复合材料，对烟油类小分子聚合物有很好的阻隔性能，且热封性能好，可根据阻隔需求定制化纸张	公司通过反复调试在不影响纸张回收流程的情况下，持续优化提升纸张阻隔性能	已应用于公司电子产品高端包装
纤维膜材料	自主开发防水涂层，提高纤维素原膜的耐水性及稳定性，该材料以木浆为原料，可完全生物降解	公司通过创新方案克服纤维膜表面易吸水变形的缺陷，使其满足包装材料的需求	已应用于公司标签、覆膜、胶袋、贴纸等产品
稻壳吸塑材料	该材料以废弃物稻壳为原料，可实现全生物降解	公司通过稻壳纤维改性技术，有效解决其作为包装材料的脆裂问题	已应用于公司纸浆模塑、吸塑托等产品，并获得相关环保认证
生物基皮革	该材料完全以生物基为原材料，通过生物发酵取得。其具有优异的质感，且可完全生物降解，成本低于其他非完全生物基所制皮革	公司通过优化表面处理工艺、生产加工工艺，使得生物基皮革材料能有效满足高端包装的物理性能要求	已应用于公司高端日化礼盒、酒盒等包装
环保回收再生胶袋	该材料完全由可回收材料制得，表面晶点较少，可有效降低碳足迹	公司持续优化回收材料配比，使其在包装应用中达到与原生料相似的表面效果	已应用于公司产品的防潮、防刮包装

结合公开信息及行业沟通，上述新材料虽部分在同行业企业中存在类似应用，

但公司通过自主研发使得新材料在性能参数、成本构成等方面存在差异化竞争优势。公司高分子材料部门对产业前沿材料技术持续进行研究，给客户提供行业领先、环境友好的产品。公司在行业内较早使用水性去塑油来替代附胶膜。当前行业内多数公司仍使用附胶膜作为包装盒表面的保护层，污染相对较大。相较于附胶膜，水性去塑油污染更小，且能够防水、增加包装盒的折叠次数。公司较早开始研究水性去塑油以及相应工艺，并形成了自主配方。目前，公司水性去塑油已获得了微软公司第一批订单（使用去塑油的产品），已实现量产出货，相关终端产品于 2024 年 7 月份上市。此外，为了紧跟客户需求、加强环保属性以顺应产业趋势，公司在稻壳吸塑材料、高阻隔材料等方面也持续投入，实现了相关材料和工艺的创新。

综上，公司坚持材料创新，持续推进产品绿色升级，所研发的新材料已广泛应用于主营业务，在性能参数、成本构成等方面与同行业企业相比具备竞争优势。

六、说明混合加网、广色域印刷等工艺技术是特有技术还是行业通用技术，ERP 系统类似信息技术是否已在同行业公司具体应用，发行人工艺创新、管理创新是否实际具有技术门槛，与竞争对手相比是否具有先进性。

（一）说明混合加网、广色域印刷等工艺技术是特有技术还是行业通用技术

公司坚持工艺创新，持续为客户提供高性价的包装解决方案。为此，公司在印刷工艺方面应用多项创新措施，代表性工艺技术包括混合加网、广色域印刷等，具体情况如下：

1、混合加网：印前出版技术包括调幅加网（AM）和调频加网（FM）两种，调幅加网采用固定间距的网点排列，在常规印刷场景下存在产生摩尔纹的风险；调频加网采用随机分布的微网点，虽能完全规避摩尔纹，但印刷设备调试效率较低。业内多数企业仅采用调幅加网方案，只有少数头部印刷包装公司会为客户提供调幅加网和调频加网的混合技术。混合加网技术需要根据产品实际情况，在生产方案设计中综合考量叠加比例、叠加尺度等要素。公司凭借多年自主研发积累，已经实现两大技术的有效融合，可根据客户需求定制契合其自身经营所需的混合加网方案。在实际应用中，公司混合加网方案既能确保印刷图案的超高分辨率，

又能显著降低出现摩尔纹的风险，全面优化印刷品质，赋予产品更卓越的视觉呈现效果。

2、广色域印刷：在包装印刷领域，色彩表现力作为核心价值维度，系衡量包装企业技术实力的关键指标之一。受基础色域的限制，印刷设备一般仅支持少数几种基础色彩。特殊色彩的呈现需要依托专业的技术方案。针对行业普遍存在的色域局限问题，公司凭借多年来的经验积累、结合自身设备情况，通过优化分色算法、打造设备特性数据库及光谱匹配技术等创新措施有效地提高色域覆盖程度、提升色彩精度，打造出独具优势的广色域印刷解决方案。

混合加网、广色域印刷属于行业通用技术，但由于公司创新思路和实现方式的不同而使得最终产品性能或生产效率提升效果存在差异化表现。公司工艺技术系经过多年技术应用和研发创新，结合客户产品需求和自身技术积累形成的成果，具备一定创新性和先进性。

（二）ERP 系统类似信息技术是否已在同行业公司具体应用

经查询公开披露信息，同行业可比公司包括裕同科技、佳合科技、中荣股份、柏星龙基本均上线 ERP 等信息系统，以提升生产管理相应效率等。

（三）发行人工艺创新、管理创新是否实际具有技术门槛，与竞争对手相比是否具有先进性

公司除混合加网、广色域印刷外，其他工艺创新的先进性表现如下：

序号	新工艺名称	工艺先进性及应用情况
1	数码增效表面处理工艺	公司通过集成数码 UV 上光与数码烫印技术，在纸张、胶片、皮革等多种基材表面实现高精度网点控制与差异化厚度 UV 涂层构建，创新实现"无版烫印"技术，可精准呈现多种色彩与纹理效果。公司与外部研发资源协同，已成功开发出"仿刺绣"、"数码热烫印"等特种工艺样品，为产品赋予了独特的视觉与触觉双重体验。该技术已实现成熟产业化应用，在电子烟包装领域得到广泛应用。
2	纳米微雕烫金工艺	公司采用国际领先的纳米微雕制版技术，通过高精度纳米级雕刻设备在特种钢版上实现微米级图文层次雕刻，此项技术突破性仅使用普通电化铝材料即可烫印出具有激光折射效应与多层动态图像的复杂视觉效果，工艺产出效果亮丽新颖并具备防伪功能，为高端包装产品提供了兼具美学价值与安全属性的解决方案。
3	印刷连机“特殊上光”工艺	公司通过在 UV 印刷机上集成了特殊涂布单元，利用特殊底油与专用面油两种涂层接触后发生的内聚收缩反应，在印刷品表面原位生成细密、哑光且具有特殊褶皱纹理的颗粒效果，具备创新性。此工艺成功模拟了传统丝印雪花效果，但实现了更高的生产效率与更稳定的质量控制。目前已成功

序号	新工艺名称	工艺先进性及应用情况
		应用于今世缘酒盒、电子烟包装等高端产品线。
4	单凹水性珠光工艺	针对 600-1000 目粒径的高品质珠光材料，公司创新优化凹版印刷参数，实现了与传统丝印珠光效果相似度超过 90%的卓越表现。该工艺突破了传统丝印珠光生产效率低的瓶颈，将生产效率提升 100%以上。在保证视觉效果的同时，采用水性体系，体现了环保化生产的技术发展方向。目前已成熟应用于电子烟包装生产，取得了良好的市场反馈。
5	定位纸印刷工艺	公司采用先进的光刻定位纸印刷技术，取代传统"先烫后印"工艺路径，从根本上解决了烫金工艺导致的油墨反拉、附着力不足等行业共性难题。该工艺革新提升了生产效率并大幅提高产品合格率，已在今世缘酒盒、电子烟产品等核心产品线上实现批量规模化应用。
6	胶印 UV 银墨工艺	公司开发了创新的"剥离油+UV 银墨"联机印刷工艺，取代传统低效的"印刷后离线丝印自干银墨"工序。该技术实现了银墨效果的在线一次性完成，大幅缩短了生产周期，并增强了银墨涂层的附着力与稳定性。目前该技术已完成初步验证，处于深度优化与推广准备阶段。
7	镭射转移印刷工艺	公司采用环保型镭射压纹膜转移技术，可在各类承印物上呈现高亮度、高清晰度的镭射图案，显著提升产品档次并集成多重防伪特性。该工艺具有突出的环保优势：压纹膜可重复利用 10 次以上，且生产工艺简化，仅需在 PP 薄膜上进行热压纹处理，避免了传统烫印箔多层化学涂布带来的环境污染。相较于传统烫印箔工艺，大幅减少了含化学成分物质的使用。目前已完成样品制作并收录于公司工艺画册，正处于市场推广与客户导入阶段。

在管理创新方面，公司通过信息化建设、精益生产等构建了具有行业先进性及差异化的管理体系，具体表现如下：1、建立跨系统深度集成能力，打通客户平台、ERP、MES 及专业印前工具等异构系统壁垒，实现数据实时交互与端到端自动化，使系统异构集成复杂度达到行业领先水平；2、建立动态成本精算体系，ERP 成本模型实时联动原料价格、能耗与机台效率数据，可实现订单级动态标准成本分析，为定价、采购、生产排程提供在线决策依据。

公司正在着力推进的管理创新方向主要为：1、车间无纸化管理：升级部署 MES（制造执行系统），将其作为车间的“数字大脑”，打通从订单到成品的全流程数据流，作为无纸化和智能化基础；在关键工序点配备平板电脑或 PDA，实现操作日志、质量检验、设备状态等数据的实时扫码录入，彻底取代纸质单据；利用 MES 和 BI（商业智能）工具自动生成日报、效率分析、质量 SPC 报表，使管理层能实时洞察生产绩效、精准定位瓶颈与损耗点；2、智能化生产车间：优先投资智能立体仓库和 RGV/AGV，解决物料管理混乱、搬运人力成本高的问题。自动配料系统可与 AGV 联动，精准送料至机台，降低差错率和等待时长；在重点产品线（如高端彩盒、礼盒）引入自动取样检测机器人，用于集中做品质检验，提升质检一致性，确保所有智能设备与 MES、ERP 系统紧密对接。

综上，发行人工艺创新、管理创新实际具有技术门槛，与竞争对手相比具有先进性。

七、结合国家关于限制商品过度包装要求等国家标准的发布、具体内容及实施情况，说明发行人下游客户是否涉及限制范围，相关实施范围是否可能继续扩大，说明前述政策及下游领域相关行业政策对发行人生产经营的具体影响，并作风险揭示。

（一）国家关于限制商品过度包装要求等国家标准的发布、具体内容及实施情况，说明发行人下游客户是否涉及限制范围

国家市场监督管理总局、国家标准化管理委员会于 2021 年 8 月发布 GB23350-2021《限制商品过度包装要求食品和化妆品》强制性国家标准（2023 年 9 月起实施），2022 年 5 月又批准发布该标准的第 1 号修改单（2022 年 8 月 15 日起实施）。新标准适用于食品和化妆品销售包装，主要对象涵盖 31 类食品、16 类化妆品，包括茶叶、酒类等。相关政策的具体内容及实施标准如下：

序号	限制产品过度包装内容	实施标准	
1	产品销售包装空隙率过大	单间净含量（Q） ml 或 g	空隙率
		≤1	≤85
		1＜Q≤5	≤70
		5＜Q≤15	≤60
		15＜Q≤30	≤50
		30＜Q≤50	≤40
		＞50	≤30
2	包装层数过多	粮食及其加工品不应超过三层，其他商品不应超过四层	
3	包装成本过高	生产组织应采取措施，控制除直接与内装物接触的包装之外所有包装的成本不超过产品销售价格的 20%。	

上述政策主要集中在食品、化妆品等领域，与发行人产品的主要应用领域存在差异，报告期内，发行人在日化消费品、化妆品等领域客户实现收入共计 83.93 万元，金额较小且后续已无合作。发行人专注于消费电子、小家电、电子烟、酒类等领域，产品主要包括彩盒、说明书等，销售包装的空隙、包装层数均严格遵守国家标准和客户需求，主要功能是为产品提供必要的外观美化、品牌宣示、功能说明以及运输保护等，不涉及过度包装的情况。发行人下游客户主要为国内外

知名品牌商，多为全球细分领域的龙头企业，该类客户在产品定价方面具有较强的溢价能力，产品具有单价高、附加值高的特点，相应产品包装成本占该类产品的整体成本比例较低，远低于政策规定的 20%的比例。

（二）相关实施范围是否可能继续扩大

根据 Grand View Research 统计，2021 年全球现有环保纸塑市场规模约 48 亿美元，预计 2022-2030 年行业 CAGR 为 7.4%，环保包装需求有望持续增长。根据中国包装联合会 2022 年统计数据，纸和纸板容器制造规模以上企业营业收入占整个包装行业规模以上企业总营业收入的 24.77%。预计未来纸质包装行业市场将不断走强。一方面，纸包装产品与宏观经济增长紧密相关，随着国内经济发展稳步增长，消费的走强会带动包含纸质包装在内的行业需求的不断提升；另一方面，纸包装因兼具环保属性和成本优势，对塑料包装等传统包装材料具有更强的替代性；随着国内环保政策趋严，塑料包装占比将持续下降，其市场份额预计将主要被纸包装承接，带动纸包装渗透率进一步提升。

目前限制商品过度包装政策中主要针对食品及化妆品行业，其通过增加包装层数、扩大包装体积和提升包装成本等过度包装提升产品附加值，并将成本转嫁至消费者。新标准的实施有利于引导绿色包装生产和消费，也能够实现有效监管。随着目前政策的持续推进，包装企业将根据标准要求进行合规性设计和环保材料选取，减少资源浪费。品牌商能够有效减少包装成本，着重提升产品硬实力。相关实施范围已涵盖存在过度包装的主要风险领域，预计政策能够得到较好的落地，整体规范效果较为明显，继续扩大、限制或规范要求的可能性较小。

（三）说明前述政策及下游领域相关行业政策对发行人生产经营的具体影响，并作风险揭示

报告期内，发行人专注于纸质包装，以“绿色、环保、低碳”的印刷包装为企业未来发展方向，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，下游行业具有良好的政策支持，具体参见“问题 1.关于创新特征与市场空间”之“二、（二）国家相关产业政策要求”。在下游政策的有力支持和行业规范化的大背景下，数字印刷、印刷智能制造、印刷互联网平台、功能性包装印刷、绿色技术材料等新动能持续增强。行业产业结构持续优化、创新能力明显增强，带

动发行人所处行业的快速、健康发展。

综上，前述政策及下游领域相关行业政策对发行人生产经营不存在重大不利影响。发行人已在招股说明书“重大事项提示”之“五、特别提醒投资者关注的风险因素”中补充以下风险提示：

“（十）限制商品过度包装要求及下游行业相关政策带来的风险

国家市场监督管理总局、国家标准化管理委员会于 2021 年 8 月制定了《限制商品过度包装要求食品和化妆品》（GB23350-2021），新标准于 2023 年 9 月 1 日正式实施。2022 年国家市场监督管理总局就“《限制商品过度包装要求食品和化妆品》国家标准第 1 号修改单”征求意见。包装行业标准的完善有利于行业的长期发展，若未来国家针对产品包装或公司下游领域出台严厉政策进行限制或规范，可能对公司经营业绩造成不利影响。”

八、中介机构核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐机构履行了以下核查程序：

1、查阅纸质包装印刷行业报告、市场研究资料和同行业公司公开披露的信息等，了解印刷与包装行业发展趋势以及在总体包装行业中的营收及利润占比情况，对发行人在行业内市场份额进行分析；获取中国包装联合会出具的《证明》，了解公司在消费电子、小家电、电子烟和酒类市场的市场占有率及地位；对纸和纸板容器行业的发展是否受限以及行业规模及行业盈利能力情况进行分析；针对行业数据与招股说明书所列图表数据进行核对并了解口径差异情况；

2、查阅了消费电子、小家电、电子烟、酒类等领域的行业报告、产业政策、市场研究资料和上市公司公开披露信息等，了解了前述四大行业的供需状况、政策动态、市场空间等情况；了解公司与下游各领域主要合作对象报告期内的交易变动情况，分析公司部分主要客户采购需求下滑的主要原因以及是否存在下游市场萎缩的情况；

3、了解公司与主要客户的合作历史、客户获取方式、是否签署战略合作协议、客户的供应商选择偏好等，查阅公司与主要客户签署的框架协议等文件，获

取报告期内公司对主要客户销售产品的销量情况、在手订单规模，获取公司报告期各期新增客户名称、销售产品类型及销售金额，分析公司与主要客户的合作是否具有可持续性；

4、获取公司主要获奖设计的名称、产品涉及应用领域以及报告期内转化收入情况，针对暂未转化为具体产品销售订单的获奖设计了解具体原因以及合理性；获取公司环保型无胶带自锁纸箱、橡皮筋式弹跳礼盒等创新产品的报告期内实现收入情况、形成的专利成果等，了解新产品在性能、成本、环保等方面的竞争优势以及是否存在被复制风险；

5、获取公司研发的主要新材料情况，了解新材料在主营业务的应用情况，通过公开信息查询及与公司研发技术人员沟通，了解同行业可比公司是否拥有同类材料情况以及公司新材料在性能参数、成本构成等方面所具备的竞争优势；

6、询问公司研发技术人员了解公司混合加网、广色域印刷等工艺技术是特有技术还是行业通用技术，如为行业通用技术则了解公司工艺的差异化表现；查询公开信息了解同行业公司是否运用 ERP 系统等，对发行人工艺创新、管理创新是否实际具有技术门槛以及与竞争对手相比是否具有先进性进行分析研究；

7、查阅公开资料，获取限制商品过度包装政策的具体内容及实施标准、对象，结合发行人下游客户覆盖领域、产品类别，分析政策对发行人的影响。

（二）核查结论

经核查，保荐机构认为：

1、我国纸和纸板容器行业 2021-2023 年规模以上企业呈逐年递增趋势，行业营业收入占总体包装行业营业收入比重在 23%以上。公司在消费电子、小家电等绿色创新包装领域具有市场领先的地位，是细分行业内具有代表性的优质企业。纸和纸板容器行业向智能化、数字化发展，景气度稳步提升，不存在发展受限的情形；发行人关于“在消费电子、小家电、电子烟纸质印刷细分领域具备较高的市占率及较强的市场领先地位”的表述拥有合理依据，具有准确性；发行人披露“全国纸和纸板容器行业累计完成利润总额 108.67 亿元，同比增长 35.65%”与招股说明书所列图表不一致，系数据口径差异，不存在矛盾或表述错误的情况，发行人已修改招股说明书相关表述。

2、公司对主要终端客户的销售收入整体呈现上涨趋势，部分客户如微软、绿山存在销售下滑具有合理原因，公司下游市场未受经营环境变化或行业发展变动等因素影响，需求仍保持较好增长，未出现持续萎缩趋势，不会对发行人经营业绩与持续经营能力产生重大不利影响。针对因客户自身经营出现下滑或其他原因而给公司经营业绩带来不利影响的风险，发行人已在招股说明书作出风险提示。

3、报告期内，公司直接或通过代工厂商为国内外知名品牌公司提供纸质包装产品，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，在通过审核后，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。公司与上述终端客户及其代工厂合作历史整体较久，销量整体呈现稳健上升趋势。公司与主要客户已签署框架协议，在手订单较为充足。发行人与主要客户的合作具有可持续性。

4、公司参赛设计基本会打样后形成参赛样品，创意设计具备转化为产品的可行性，获奖设计“国缘辛丑牛年生肖纪念酒盒”已应用到公司今世缘四开牛年生肖纪念酒包装产品，其他获奖设计暂未转化为具体产品销售订单，系由于公司通过参与国内外设计大奖持续提升创意设计能力，参赛设计作品转化为产品销售非公司的主要目的，且参加获得设计奖项的作品与客户当下需求并不一定非常契合，客户更看中公司的创意设计能力与客户服务水平，具有合理商业逻辑；公司环保型无胶带自锁纸箱、橡皮筋式弹跳礼盒等创新产品在性能、成本、环保方面具有竞争优势，被复制风险较小。

5、公司研发的新材料已在主营业务中普遍应用，高分子材料部门对产业前沿材料技术持续进行研究，给客户提供行业领先、环境友好的产品。公司创新材料与同行业类似材料相比在性能参数、成本构成等方面具备竞争优势。

6、混合加网、广色域印刷属于行业通用技术，但由于公司创新思路和实现方式的不同而使得最终产品性能或生产效率提升效果存在差异化表现。公司工艺技术系经过多年技术应用和研发创新，结合客户产品需求和自身技术积累形成的成果，具备一定创新性和先进性。在管理创新方面，公司拥有跨系统深度集成能力、动态成本精算体系，实现绿色智造双轨创新，未来将推出供应链神经中枢以提升原料周转率等，具有行业先进性。

7、发行人专注于消费电子、小家电、电子烟、酒类等领域，产品主要包括彩盒、说明书等，销售包装的空隙、包装层数均严格遵守国家标准和客户需求，主要功能是为产品提供必要的外观美化、品牌宣示、功能说明以及运输保护等，不涉及过度包装的情况。发行人下游客户主要为国内外知名品牌商，产品具有单价高、附加值高的特点，相应产品包装成本占该类产品的整体成本比例较低，远低于政策规定的 20%的比例；目前限制商品过度包装政策已涵盖存在过度包装的主要风险领域，预计政策能够得到较好的落地，整体规范效果较为明显，继续扩大、限制或规范要求的可能性较小；前述政策及下游领域相关行业政策对发行人生产经营不存在重大不利影响。发行人已在招股说明书“重大事项提示”之“五、特别提醒投资者关注的风险因素”中补充相关风险提示。

第二部分 公司治理与独立性

问题 2. 关联交易合理性及境外子公司管理

根据申请文件：（1）公司下游行业主要以消费电子、小家电、电子烟、酒类等领域为主，公司实际控制人控制的深圳市昇晖贸易有限公司和湖南亿豪供应链有限公司分别从事红酒、白酒贸易，深圳市昇晖贸有限公司曾用名“深圳市鸿康印刷有限公司”。（2）报告期内，公司存在向关联方东莞博格达、PT Global、CPP 同时采购销售的情况，公司与东莞博格达关联采购金额逐年上升且东莞博格达位于公司主厂区内。（3）在海外工厂尚未形成规模前，公司决定拆分生产流程，彩纸等半成品在高义包装生产，高义包装将彩纸以市价销售予境外的生产厂商 CPP 和 PT Global，由该等厂商采购其他原材料并对彩纸进行进一步加工，制成成品后销售给公司在东南亚当地的贸易型子公司，并进一步销售给主要客户在附近区域的工厂。（4）公司于 2021 年 1 月收购 Printpack51%股权，采购设备逐步扩大产能，截至 2022 年 7 月末，Printpack 的产能已可以完全独立满足要求在马来西亚交付的客户的采购需求，完成对 CPP 的替代；公司于 2022 年 8 月对 PT Global 进行增资，由参股 45%变更为持股 90%，完成对 PT Global 的控股合并。（5）报告期内发行人在越南、泰国、菲律宾等地设立多家子公司。

请发行人：（1）结合深圳市昇晖贸易有限公司和湖南亿豪供应链有限公司的设立背景、历史沿革、股权结构、管理背景、主要经营范围、财务状况、主要客户及供应商情况，说明实际控制人控制企业是否仍存在与发行人竞争性业务，与发行人客户、供应商是否存在交易、资金往来情况，是否存在潜在的利益安排。（2）结合东莞博格达的主营业务、经营业绩、主要客户及供应商、股权结构、历史沿革、办公场所及主要设施等情况，说明发行人向东莞博格达同时采购销售且关联采购金额逐年增加的原因及合理性，关联交易是否公允、真实，发行人与东莞博格达是否独立，实际控制人将其所持东莞博格达股权转让的背景及合理性，是否存在潜在利益安排。(3)结合 2022 年发行人与境外生产厂商 CPP 和 PT Global 的合作模式、再加工环节与当地生产成本、主要销售产品差异等情况，说明发行人向 CPP 和 PT Global 销售采购交易的商业合理性，销售彩纸量与采购彩盒量是否匹配，与 CPP 和 PT Global 销售、采购差额存在较大差异的合理性。（4）结合收购前 Printpack、PT Global 的业务经营情况、股权结构、与发行人及相关主

体的资金往来情况等，说明收购过程或后续经营中是否存在利益输送或特殊利益安排，是否存在损害发行人利益或中小股东利益的情形，是否存在规避监管要求的情形。结合收购后股权架构、章程设置、子公司生产销售模式以及经营管理团队变化，说明是否影响销售经营稳定性。（5）结合发行人对境外子公司在经营机构、人员、业务方面的安排，境外收益流入境内母公司的具体方式，说明发行人关于境外子公司管理的有效性，相关交易外汇和税收合规性。（6）结合境外子公司少数股东的身份背景和入股因，说明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。（7）说明境外子公司的主营业务、收入结构和经审计的经营业绩情况，境外子公司在发行人经营活动中的角色定位和作用，说明报告期内在越南、泰国、菲律宾等地设立多家子公司的主要考虑，并合业务开展情况，说明发行人在越南、泰国、菲律宾等东亚地区业务拓展情况，是否存在拓展困难。请保荐机构核查上述事项并发表明确意见。

回复：

一、结合深圳市昇晖贸易有限公司和湖南亿豪供应链有限公司的设立背景、历史沿革、股权结构、管理背景、主要经营范围、财务状况、主要客户及供应商情况，说明实际控制人控制企业是否仍存在与发行人竞争性业务，与发行人客户、供应商是否存在交易、资金往来情况，是否存在潜在的利益安排。

（一）深圳市昇晖贸易有限公司

1、设立背景、历史沿革、股权结构、管理背景、主要经营范围、财务状况、主要客户及供应商情况

（1）公司的设立背景和历史沿革

1）2008 年 4 月，鸿康印刷设立

2008 年 4 月 24 日，鸿康印刷（后于 2019 年更名为“昇晖贸易”）设立时基本情况如下：

公司名称	深圳市鸿康印刷有限公司
统一社会信用代码	91440300674830713P

法定代表人	任志生		
成立日期	2008.04.24		
注册资本	1,000.00 万元		
营业期限	2008.04.24-2018.04.24		
登记机关	深圳市工商行政管理局宝安分局		
注册地址	深圳市宝安区观澜街道牛湖社区高尔夫大道 96 号		
经营范围	生产经营包装装潢印刷品，其他印刷品；国内商业、物资供销业（不含专营、专控、专卖商品）；货物及技术进出口（不含限制项目）。经营范围以登记机关核准登记的为准。		
股权结构	**股东名称**	**认缴出资额（万元）**	**持股比例（%）**
	任志生	700.00	70.00
	贺小华	150.00	15.00
	周华晖	150.00	15.00
	合计	**1,000.00**	**100.00**

鸿康印刷为公司实际控制人原经营包装印刷业务的法人主体。后因任志生早期对旗下公司业务进行整合调整，公司实际控制人于 2014 年在广东东莞成立高义有限，并逐步将相关人员和业务转移至高义有限。鸿康印刷于 2018 年变更经营范围至不再包含印刷生产。

2）2013 年 4 月，鸿康印刷第一次股权转让

2013 年 4 月 22 日，周华晖将其持有的 15.00%的鸿康印刷股权以 150.00 万元的价格全部转让给任志生，本次股权转让后鸿康印刷的股权结构如下：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	持股比例（%）
1	任志生	850.00	85.00
2	贺小华	150.00	15.00
合计		**1,000.00**	**100.00**

3）2014 年 7 月，鸿康印刷第二次股权转让

2014 年 7 月 23 日，任志生将其持有的 3.98%的鸿康印刷股权以 39.80 万元的价格转让给王东，本次股权转让后鸿康印刷的股权结构如下：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	持股比例（%）
1	任志生	810.20	81.02
2	贺小华	150.00	15.00

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	持股比例（%）
3	王东	39.80	3.98
合计		**1,000.00**	**100.00**

4）2014 年 10 月，鸿康印刷第一次增资

2014 年 10 月 8 日，鸿康印刷股东决议对鸿康印刷进行增资，公司注册资本由 1,000.00 万元同比例增加至 3,980.00 万元，本次增资后鸿康印刷的股权结构如下：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	持股比例（%）
1	任志生	3,224.60	81.02
2	贺小华	597.00	15.00
3	王东	158.40	3.98
合计		**3,980.00**	**100.00**

5）2015 年 2 月，鸿康印刷第三次股权转让

2015 年 2 月 12 日，任志生将其持有的 81.02%的鸿康印刷股权以 3,224.60 万元的价格转让给上海高懿投资合伙企业（有限合伙），本次股权转让后鸿康印刷的股权结构如下：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	持股比例（%）
1	上海高懿投资合伙企业（有限合伙）	3,224.60	81.02
2	贺小华	597.00	15.00
3	王东	158.40	3.98
合计		**3,980.00**	**100.00**

6）2018 年 8 月 21 日，鸿康印刷的经营范围发生变更：

变更前	变更后
国内商业，物资供销业，货物及技术进出口（以上均不含法律、行政法规、国务院决定规定需前置审批和禁止的项目）。许可经营项目：包装装潢印刷品、其他印刷品印刷、普通货运。	国内贸易（不含专营、专卖、专控商品）经营进出口业务（法律、行政法规、国务院决定禁止的项目除外，限制的项目须取得许可后方可经营）。初级农产品销售服装、纺织品、针织品、日用百货的销售文化用品、体育用品的销售、建材的销售、机械设备、五金产品、电子产品的销售、首饰、工艺品的销售。印刷制品的销售。

7）2018 年 9 月，鸿康印刷第三次股权转让

2018 年 9 月 13 日，贺小华将其持有的 15.00%的鸿康印刷股权以 597.00 万

元的价格转让给李东红；上海高懿投资合伙企业（有限合伙）将其持有的 81.02%的鸿康印刷股权以 3,224.60 万元的价格转让给任志生，本次股权转让后鸿康印刷的股权结构如下：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	持股比例（%）
1	任志生	3,224.60	81.02
2	李东红	597.00	15.00
3	王东	158.40	3.98
合计		**3,980.00**	**100.00**

8）2019 年 10 月，鸿康印刷名称变更

2019 年 10 月 9 日至 2019 年 10 月 12 日，鸿康印刷名称变更为深圳市昇晖贸易有限公司（以下简称“昇晖贸易”），具体变更情况如下：

变更前	第一次变更后	第二次变更后
深圳市鸿康印刷有限公司	深圳市鸿记贸易有限公司	深圳市昇晖贸易有限公司

9）2019 年 10 月 9 日，昇晖贸易的经营范围发生变更：

变更前	变更后
国内贸易（不含专营、专卖、专控商品）经营进出口业务（法律、行政法规、国务院决定禁止的项目除外，限制的项目须取得许可后方经营）。初级农产品销售、服装、纺织品、针织品、日用百货的销售、文化用品、体育用品的销售、建材的销售、机械设备、五金产品、电子产品的销售、首饰、工艺品的销售。印刷制品的销售。汽车租赁（不包括带操作人员的汽车出租）。	一般经营项目是：国内贸易（不含专营、专卖、专控商品）；经营进出口业务（法律、行政法规、国务院决定禁止的项目除外，限制的项目须取得许可后方可经营）；初级农产品销售；服装、纺织品、针织品、日用百货的销售；文化用品、体育用品的销售；建材的销售；机械设备、五金产品、电子产品的销售；首饰、工艺品的销售；汽车租赁（不包括带操作人员的汽车出租）。许可经营项目是：红酒的销售。

10）2020 年 4 月，昇晖贸易第一次减资

2020 年 4 月 29 日，昇晖贸易股东一致同意将昇晖贸易的注册资本由 3,980.00 万元同比例调整至 200.00 万元，本次减资后鸿康印刷的股权结构如下：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	持股比例（%）
1	任志生	162.04	81.02
2	李东红	30.00	15.00
3	王东	7.96	3.98
合计		**200.00**	**100.00**

（2）公司的股权结构、管理背景、主要经营范围

截至本回复报告出具日，公司的股权结构如下：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	持股比例（%）
1	任志生	162.04	81.02
2	李东红	30.00	15.00
3	王东	7.96	3.98
合计		**200.00**	**100.00**

昇晖贸易于 2013 年变更经营范围至不再包含印刷生产，2014 年高义有限设立后已逐步将人员和业务转移至高义有限，2019 年变更经营范围至不再包含印刷产品销售业务，具体为：“一般经营项目是：国内贸易（不含专营、专卖、专控商品）；经营进出口业务（法律、行政法规、国务院决定禁止的项目除外，限制的项目须取得许可后方可经营）；初级农产品销售；服装、纺织品、针织品、日用百货的销售；文化用品、体育用品的销售；建材的销售；机械设备、五金产品、电子产品的销售；首饰、工艺品的销售；汽车租赁（不包括带操作人员的汽车出租）。许可经营项目是：红酒的销售。”

截至本回复报告出具日，昇晖贸易的实际经营业务为红酒贸易，所需人员较少。由昇晖贸易聘请专职人员经营相关红酒贸易业务。

（3）公司的财务状况、主要客户及供应商情况

2022 年至 **2025 年 6 月**，昇晖贸易的财务状况如下：

单位：万元

项目	**2025 年 1-6 月/2025 年 6 月 30 日**	**2024 年度/2024 年 12 月 31 日**	**2023 年度/2023 年 12 月 31 日**	**2022 年度/2022 年 12 月 31 日**
资产总额	**414.26**	442.84	485.14	536.44
负债总额	**-19.59**	-19.77	-23.63	-2.67
所有者权益合计	**433.85**	462.61	508.77	539.11
营业收入	**34.26**	38.68	188.86	13.11
净利润	**-28.76**	-46.16	-30.34	-89.56

注：上述财务数据未经审计，负债总额为负主要系留抵税项所致。

2022 年至 **2025 年 6 月末**，昇晖贸易经营规模较小，其主要客户为发行人、广东富宏升贸易有限公司及其他零散客户；其主要供应商为 FRENCH

CHATEAUX SARL。

2、是否仍存在与发行人竞争性业务，与发行人客户、供应商是否存在交易、资金往来情况，是否存在潜在的利益安排

截至本回复报告出具日，昇晖贸易实际经营业务为红酒贸易，与发行人不存在竞争性业务。

报告期内，昇晖贸易与部分发行人供应商存在交易、资金往来。

2022 年度，昇晖贸易向 19 家发行人供应商销售红酒产品，共计 14.82 万元，单家最高交易金额为 2.39 万元。相关销售为零散销售，销售金额分散，相关销售价格与相同红酒产品的公开定价不存在显著差异，不存在潜在的利益安排。

2024 年度**及 2025 年 1-6** 月，昇晖贸易与发行人供应商富宏升的交易、资金往来金额为 30.20 万元、**52.21 万元**，相关金额均为红酒采购款项，主要系其认可相关酒品的品质和价格，将相关酒水对外销售给自有客户、亲友或公司自用。相关销售价格与相同红酒产品的公开定价不存在显著差异，不存在潜在的利益安排。

除上述情况外，2022 年至 **2025 年 6 月**，昇晖贸易不存在与发行人客户的交易、资金往来情况，不存在潜在的利益安排。

（二）湖南亿豪供应链有限公司

1、设立背景、历史沿革、股权结构、管理背景、主要经营范围、财务状况、主要客户及供应商情况

（1）公司的设立背景和历史沿革

2021 年 12 月，湖南亿豪设立时基本情况如下：

公司名称	湖南亿豪供应链有限公司
统一社会信用代码	91430111MA7DXCQ34W
法定代表人	李东华
成立日期	2021.12.23
注册资本	200.00 万元
营业期限	2021-12-23 至无固定期限
登记机关	长沙市雨花区市场监督管理局

注册地址	长沙市雨花区圭塘街道劳动东路美林景园住宅小区 17 栋架 02、架 03 号		
经营范围	一般项目：供应链管理服务；总质量 4.5 吨及以下普通货运车辆道路货物运输（除网络货运和危险货物）；休闲观光活动；农业科学研究和试验发展；生态环境材料销售；农业园艺服务；农业专业及辅助性活动；农作物栽培服务；农作物收割服务；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；农林牧渔机械配件销售；信息技术咨询服务；软件开发；国内货物运输代理；人工智能公共数据平台；物联网技术服务；物联网设备销售；生物质能资源数据库信息系统平台；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；普通货物仓储服务（不含危险化学品等需许可审批的项目）；集贸市场管理服务；科技中介服务；物联网技术研发；市场营销策划；市场调查（不含涉外调查）；社会经济咨询服务；会议及展览服务；品牌管理；专业设计服务；国内贸易代理；技术进出口；货物进出口；进出口代理；贸易经纪；销售代理；农产品的生产、销售、加工、运输、贮藏及其他相关服务；食用农产品初加工；食用农产品零售；食用农产品批发；初级农产品收购（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（网络货运）；互联网信息服务；食品销售；食品互联网销售；动物饲养；酒类经营（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**	**认缴出资额（万元）**	**持股比例（%）**
	任志生	136.00	68.00
	刘刚	64.00	62.00
	合计	**200.00**	**100.00**

湖南亿豪为公司实控人成立从事白酒贸易的主体。2021 年，白酒行业仍处于高速发展的态势，公司实际控制人及合作伙伴看好白酒行业的业务机会，故成立湖南亿豪专门从事白酒的贸易业务。湖南亿豪设立后不存在其他工商变更的情况。

（2）公司的股权结构、管理背景、主要经营范围

截至本回复报告出具日，公司的股权结构如下：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	持股比例（%）
1	任志生	136.00	68.00
2	刘刚	64.00	62.00
合计		**200.00**	**100.00**

截至本回复报告出具日，公司的经营范围为：“一般项目：供应链管理服务；总质量 4.5 吨及以下普通货运车辆道路货物运输（除网络货运和危险货物）；休闲观光活动；农业科学研究和试验发展；生态环境材料销售；农业园艺服务；农业专业及辅助性活动；农作物栽培服务；农作物收割服务；技术服务、技术开发、

技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；农林牧渔机械配件销售；信息技术咨询服务；软件开发；国内货物运输代理；人工智能公共数据平台；物联网技术服务；物联网设备销售；生物质能资源数据库信息系统平台；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；普通货物仓储服务（不含危险化学品等需许可审批的项目）；集贸市场管理服务；科技中介服务；物联网技术研发；市场营销策划；市场调查（不含涉外调查）；社会经济咨询服务；会议及展览服务；品牌管理；专业设计服务；国内贸易代理；技术进出口；货物进出口；进出口代理；贸易经纪；销售代理；农产品的生产、销售、加工、运输、贮藏及其他相关服务；食用农产品初加工；食用农产品零售；食用农产品批发；初级农产品收购（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（网络货运）；互联网信息服务；食品销售；食品互联网销售；动物饲养；酒类经营（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）。”

截至本回复报告出具日，公司的实际经营业务为白酒贸易，所需人员较少。由湖南亿豪聘请人员经营相关业务。

（3）公司的财务状况、主要客户及供应商情况

2022 年至 **2025 年 6 月**，湖南亿豪的财务状况如下：

单位：万元

项目	**2025 年度/2025 年 6 月 30 日**	**2024 年度/2024 年 12 月 31 日**	**2023 年度/2023 年 12 月 31 日**	**2022 年度/2022 年 12 月 31 日**
资产总额	**189.22**	189.30	189.93	198.19
负债总额	**0.80**	0.64	0.40	2.74
所有者权益合计	**188.42**	188.66	189.53	195.45
营业收入	**0.00**	1.00	4.66	11.68
净利润	**-0.24**	-0.87	-5.38	-18.09

2022 年至 **2025 年 6 月**，湖南亿豪经营规模较小，其主要客户为湖南丰特不锈钢有限公司及其他零散客户；其主要供应商为江苏今世缘酒业销售有限公司。

2、是否仍存在与发行人竞争性业务，与发行人客户、供应商是否存在交易、资金往来情况，是否存在潜在的利益安排

截至本回复报告出具日，湖南亿豪实际经营业务为白酒贸易，与发行人不存

在竞争性业务。

2022 年度，湖南亿豪向江苏今世缘酒业销售有限公司及江苏今世缘文化传播有限公司支付 200 万元，用于采购白酒。江苏今世缘酒业销售有限公司及江苏今世缘文化传播有限公司为公司客户江苏今世缘酒业股份有限公司旗下公司。湖南亿豪采购白酒拟从事白酒销售业务，相关采购价格与相同白酒产品的公开定价不存在显著差异，不存在潜在的利益安排。

除上述情况外，2022 年**至 2025 年 6 月末**，湖南亿豪不存在与发行人客户、供应商的交易、资金往来情况，不存在潜在的利益安排。

二、结合东莞博格达的主营业务、经营业绩、主要客户及供应商、股权结构、历史沿革、办公场所及主要设施等情况，说明发行人向东莞博格达同时采购销售且关联采购金额逐年增加的原因及合理性，关联交易是否公允、真实，发行人与东莞博格达是否独立，实际控制人将其所持东莞博格达股权转让的背景及合理性，是否存在潜在利益安排。

（一）东莞博格达的主营业务、经营业绩、主要客户及供应商

东莞博格达主要经营标签、商标等印刷产品的生产和销售，其经营业绩如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月/2025 年 6 月 30 日	2024 年度/2024 年 12 月 31 日	2023 年度/2023 年 12 月 31 日	2022 年度/2022 年 12 月 31 日
资产总额	**6,684.86**	5,788.26	4,778.54	4,760.17
负债总额	**5,830.52**	5,094.76	4,419.47	4,421.39
所有者权益合计	**854.34**	693.50	359.07	338.78
营业收入	**1,078.82**	2,377.22	2,032.70	3,631.29
净利润	**30.17**	44.51	26.07	47.56

2022 年至**2025 年 6 月**，东莞市博格达塑胶五金制品有限公司的累计交易金额前五大客户为：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、**合肥视研电子科技有限公司、锐高照明电子(深圳）有限公司、拓浦精工智能制造（邵阳）有限公司**。

2022 年至**2025 年 6 月**，东莞市博格达塑胶五金制品有限公司的累计交易金额前五大供应商为：中山金利宝新材料股份有限公司；东莞市瑞义包装制品有限

公司；深圳市锐源电工材料有限公司；东莞市华尚包装制品有限公司；深圳市卓邦包装制品厂。

（二）东莞博格达的股权结构、历史沿革

截至本回复报告出具日，东莞博格达的股权结构如下：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	持股比例（%）
1	严卫国	1,700.00	85.00
2	景迪	300.00	15.00
合计		**2,000.00**	**100.00**

东莞博格达的历史沿革如下：

1、有限公司设立

2006 年，严新凡、严卫辉一致同意发起设立东莞市博格达塑胶五金制品有限公司。2006 年 07 月 24 日提交《公司设立登记申请书》。

2006 年 07 月 28 日，东莞市工商行政管理局向东莞市博格达塑胶五金制品有限公司出具了编号为 0067745、注册号为 4419002351158 的《企业法人营业执照》。公司法定代表人为严新凡，注册资本为人民币 3 万元，实收资本为人民币 3 万元。

东莞市博格达塑胶五金制品有限公司设立时的股东、出资额及出资比例如下：

序号	股东姓名	出资形式	股东身份	认缴出资（万元）	出资比例（%）
1	严新凡	货币	法定代表人/执行董事/经理	2.1	70.00
2	严卫辉	货币	监事	0.9	30.00
合计				**3.0**	**100.00**

2、第一次公司股东变更、第一次公司法定代表人变更

2009 年 12 月 18 日，严新凡分别与景迪、赵宏宪、朱闺秀签署《东莞市博格达塑胶五金制品有限公司股东转让出资协议》，约定严新凡将其持有的公司 49.00%股权（对应认缴出资额 1.47 万元）以人民币 1.47 万元转让给景迪；将其持有的公司 6.00%股权（对应认缴出资额 0.18 万元）以人民币 0.18 万元转让给赵宏宪；将其持有的公司 15%股权（对应认缴出资额 0.45 万元）以人民币 0.45 万元转让给朱闺秀。

同日，严卫辉与赵宏宪签署《东莞市博格达塑胶五金制品有限公司股东转让出资协议》，约定严卫辉将其持有的公司 30.00%的股权（对应认缴出资额 0.9 万元）以人民币 0.9 万元转让给赵宏宪。

同日，公司召开全体股东会议，决议通过上述份额转让内容，同意由景迪担任公司法定代表人、执行董事、经理；由朱闺秀担任公司监事，同意变更公司章程。

由此，公司法定代表人由严新凡变更为景迪。

2009 年 12 月 30 日，东莞市工商行政管理局向东莞市博格达塑胶五金制品有限公司出具了编号为 0184852、注册号为 41900000193910 的《企业法人营业执照》。

本次变更后，公司的股东、出资额及出资比例如下：

序号	股东姓名	出资形式	股东身份	认缴出资（万元）	出资比例（%）
1	景迪	货币	法定代表人/执行董事/经理	1.47	49
2	赵宏宪	货币	普通股东	1.08	36
3	朱闺秀	货币	监事	0.45	15
合计				**3**	**100.00**

3、第二次公司股东变更、第二次公司法定代表人变更

2010 年 04 月 30 日，景迪分别与张颂、任志生签署《东莞市博格达塑胶五金制品有限公司股东转让出资协议》，约定景迪将其持有的公司 34.00%股权（对应认缴出资额 1.02 万元）以人民币 1.02 万元转让给张颂；将其持有的公司 15.00%股权（对应认缴出资额 0.45 万元）以人民币 0.45 万元转让给任志生。

同日，朱闺秀与严卫国签署《东莞市博格达塑胶五金制品有限公司股东转让出资协议》，约定朱闺秀将其持有的公司 4.00%的股权（对应认缴出资额 0.12 万元）以人民币 0.12 万元转让给严卫国。

同日，赵宏宪与严卫国签署《东莞市博格达塑胶五金制品有限公司股东转让出资协议》，约定赵宏宪将其持有的公司 36.00%的股权（对应认缴出资额 1.08 万元）以人民币 1.08 万元转让给严卫国。

2010 年 04 月 30 日，公司召开全体股东会议，决议通过上述份额转让内容，

同意由严卫国担任公司法定代表人、执行董事、经理；由张颂担任公司监事，同意变更公司章程。

由此，公司法定代表人由景迪变更为严新凡。

2010 年 05 月 07 日，东莞市工商行政管理局向东莞市博格达塑胶五金制品有限公司出具了编号为 0197325、注册号为 41900000193910 的《企业法人营业执照》。

本次变更后，公司的股东、出资额及出资比例如下：

序号	股东姓名	出资形式	股东身份	认缴出资（万元）	出资比例（%）
1	严卫国	货币	法定代表人/执行董事/经理	1.2	40
2	张颂	货币	监事	1.02	34
3	任志生	货币	普通股东	0.45	15
4	朱闺秀	货币	普通股东	0.33	11
合计				**3**	**100.00**

4、第一次公司注册资本变更

2011 年 12 月 08 日，公司召开全体股东会议，决议同意公司增资 97 万元，严卫国新认缴 38.8 万元、实缴 38.8 万元；张颂新认缴 32.98 万元，实缴 32.98 万元；任志生新认缴 14.55 万元，实缴 14.55 万元；朱闺秀新认檄 10.67 万元，实缴 10.67 万元；新认缴资本均以货币出资；同意修订公司章程。

2011 年 12 月 19 日，东莞市天勤会计师事务所出具报备号码为 769201112001731 的《东莞市博格达塑胶五金制品有限公司 2011 年度验资报告》，确认上述资本已实缴到位。

2011 年 12 月 19 日，东莞市工商行政管理局向东莞市博格达塑胶五金制品有限公司出具了编号为 0266935、注册号为 41900000193910 的《企业法人营业执照》。

本次变更后，公司的股东、出资额及出资比例如下：

序号	股东姓名	出资形式	股东身份	认缴出资（万元）	出资比例（%）
1	严卫国	货币	法定代表人/执行董事/经理	40	40
2	张颂	货币	监事	34	34

序号	股东姓名	出资形式	股东身份	认缴出资（万元）	出资比例（%）
3	任志生	货币	普通股东	15	15
4	朱闺秀	货币	普通股东	11	11
合计				**100**	**100.00**

5、第二次公司注册资本变更

2012 年 06 月 20 日，公司召开全体股东会议，决议同意公司增资 50 万元，严卫国新增认缴 20 万元，张颂新增认缴 17 万元，任志生新增认缴 7.5 万元，朱闺秀新增认檄 5.5 万元，以上新增认缴均以货币出资；同意修订公司章程。

2012 年 06 月 27 日，东莞市天勤会计师事务所（普通合伙）出具报备号码为 769201206008515 的《东莞市博格达塑胶五金制品有限公司 2012 年度验资报告》，确认上述资本已实缴到位。

2012 年 07 月 04 日，东莞市工商行政管理局向东莞市博格达塑胶五金制品有限公司出具了编号为 0283300、注册号为 41900000193910 的《企业法人营业执照》。

本次变更后，公司的股东、出资额及出资比例如下：

序号	股东姓名	出资形式	股东身份	认缴出资（万元）	出资比例（%）
1	严卫国	货币	法定代表人/执行董事/经理	60	40
2	张颂	货币	监事	51	34
3	任志生	货币	普通股东	22.5	15
4	朱闺秀	货币	普通股东	16.5	11
合计				**150**	**100.00**

6、第三次公司股东变更

2013 年 06 月 06 日，朱闺秀与严卫国签署《东莞市博格达塑胶五金制品有限公司股东转让出资协议》，约定朱闺秀将其持有的公司 11.00%的股权（对应认缴出资额 16.5 万元）以人民币 16.5 万元转让给严卫国。

2013 年 06 月 06 日，公司召开全体股东会议，决议通过上述份额转让内容，同意变更公司章程。

2013 年 06 月 24 日，东莞市工商行政管理局向东莞市博格达塑胶五金制品

有限公司出具了编号为 0339066、注册号为 41900000193910 的《企业法人营业执照》。

本次变更后，公司的股东、出资额及出资比例如下：

序号	股东姓名	出资形式	股东身份	认缴出资（万元）	出资比例（%）
1	严卫国	货币	法定代表人/执行董事/经理	76.5	51
2	张颂	货币	监事	51	34
3	任志生	货币	普通股东	22.5	15
合计				**150**	**100.00**

7、第四次公司股东变更

2017 年 07 月 22 日，张颂与严卫国签署《东莞市博格达塑胶五金制品有限公司股东转让出资协议》，约定张颂将其持有的公司 34.00%的股权（对应认缴出资额 51 万元）以人民币 51 万元转让给严卫国。

2017 年 07 月 22 日，公司召开全体股东会议，决议通过上述份额转让内容，同意变更公司章程。

2017 年 08 月 18 日，东莞市工商行政管理局向东莞市博格达塑胶五金制品有限公司出具了编号为 0076234、统一社会信用代码为 91441900791211153A 的《营业执照》。

本次变更后，公司的股东、出资额及出资比例如下：

序号	股东姓名	出资形式	股东身份	认缴出资（万元）	出资比例（%）
1	严卫国	货币	法定代表人/执行董事/经理	127.5	85
2	任志生	货币	监事	22.5	15
合计				**150**	**100.00**

8、第五次公司股东变更

2018 年 10 月 08 日，任志生与张浩签署《东莞市博格达塑胶五金制品有限公司股东转让出资协议》，约定任志生将其持有的公司 15.00%的股权（对应认缴出资额 22.5 万元）转让给张浩代任志生持有。

2018 年 10 月 08 日，公司召开全体股东会议，决议通过上述份额转让内容，同意变更公司章程。

2018 年 10 月 18 日，东莞市工商行政管理局向东莞市博格达塑胶五金制品有限公司出具了编号为 0546194、统一社会信用代码为 91441900791211153A 的《营业执照》。

本次变更后，公司的股东、出资额及出资比例如下：

序号	股东姓名	出资形式	股东身份	认缴出资（万元）	出资比例（%）
1	严卫国	货币	法定代表人/执行董事/经理	127.5	85
2	张浩	货币	监事	22.5	15
合计				**150**	**100.00**

9、第三次公司注册资本变更

2022 年，公司注册资本从 150 万元增加至 2,000 万元。股东张浩代任志生认缴出资额从 22.5 万元增加至 300 万元；股东严卫国认缴出资额从 127.5 万元增加至 1,700 万元。股东持股份额保持不变。

本次变更后，东莞市博格达塑胶五金制品有限公司的股东、出资额及出资比例如下：

序号	股东姓名	出资形式	股东身份	认缴出资（万元）	出资比例（%）
1	严卫国	货币	法定代表人	1700	85
2	张浩	货币	普通股东	300	15
合计				**2,000.00**	**100.00**

10、第六公司股东变更

2024 年，公司股东由张浩（代任志生持有）、严卫国变更为景迪、严卫国。变更后景迪认缴出资额 300 万元；股东严卫国保持不变，投资额保持为 1,700 万元不变。

本次变更后，东莞市博格达塑胶五金制品有限公司的股东、出资额及出资比例如下：

序号	股东姓名	出资形式	股东身份	认缴出资（万元）	出资比例（%）
1	严卫国	货币	法定代表人	1700	85
2	景迪	货币	普通股东	300	15
合计				**2,000.00**	**100.00**

（三）东莞博格达的办公场所及主要设施等情况

截至本回复报告出具日，东莞博格达的办公场所位于东莞市东坑镇角社村新村路维智工业园 5 栋 4 楼。截至 2025 年 6 月末，东莞博格达期末净资产原值为 920.33 万元，包括标签印刷机、标签覆膜机等标签、商标印刷设备。

（四）发行人向东莞博格达同时采购销售且关联采购金额逐年增加的原因及合理性，关联交易是否公允、真实

1、发行人向东莞博格达同事采购销售的原因及合理性

报告期内，公司与博格达之间的关联交易情况如下：

单位：万元

类别	交易内容	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
关联销售	代销服务	0.10	2.88	16.47	57.39
	彩盒	-	-	-	15.35
关联采购	贴纸等	568.37	536.73	425.66	290.50

（1）关联销售（代销服务）

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。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%。

（2）关联销售（彩盒）

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。其中发生在 2022 年的金额为 15.35 万元。该批次彩盒产品的价格参考市场价格确定，具备公允性。

（3）关联采购

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发行人生产配套物资及一站式采购业务，从而形成发行人的关联采购。

综上，发行人与东莞博格达的主要业务合作为发行人向其采购包装配件。但偶尔存在发行人客户仅对标签、商标等印刷产品的需求或博格达客户仅对彩盒产

品的需求，发行人也存在向东莞博格达的少量销售。

2、发行人向关联采购金额逐年增加的原因及合理性

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	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
贴纸	**140.48**	**24.89%**	95.16	17.73%	87.59	20.58%	159.02	54.74%
纸箱及周转纸箱	**343.90**	**60.93%**	241.12	44.92%	264.83	62.22%	-	-
双面胶	**9.24**	**1.64%**	17.17	3.20%	14.88	3.50%	42.17	14.52%
注塑	**-**	**-**	7.72	1.44%	4.73	1.11%	23.63	8.13%
不干胶贴纸	**-**	**-**	22.65	4.22%	-	-	24.4	8.40%
内卡	**0.08**	**0.01%**	32.83	6.12%	0.54	0.13%	-	-
其他材料	**70.69**	**12.53%**	120.09	22.37%	53.09	12.47%	41.28	14.21%
总计	**564.39**	**100.00%**	**536.73**	**100.00%**	**425.66**	**100.00%**	**290.50**	**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、纸箱及双面胶产品等。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。报告期内，发行人向东莞博格达采购金额逐年上升，主要系纸箱及周转纸箱的采购规模上升，主要系 2023 年度，东莞博格达扩展了纸箱业务，公司基于多年的良好合作背景，将部分纸箱需求转由从东莞博格达采购。**2025 年 1-6 月，公司对博格达的采购金额上升，一方面系纸箱产品合作逐步起量，另一方面系贴纸产品的整体采购需求上升。**

3、关联交易是否公允、真实

（1）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			
		2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
贴纸	东莞博格达	**0.08**	0.06	0.05	0.06
	第三方	**0.05**	0.05	0.06	0.08

物品名称	供应商		平均采购单价			
			2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
纸箱	东莞博格达		3.67	3.29	2.39	-
	第三方		4.31	3.68	3.24	-
周转纸箱	东莞博格达		3.28	-	4.10	-
	第三方		3.29	-	4.19	-
双面胶	东莞博格达	以卷作为计量单位	-	-	8.06	12.83
		以条（片）作为计量单位	-	0.03	0.03	0.03
	第三方	以卷作为计量单位	-	-	-	12.96
		以条（片）作为计量单位	-	0.05	-	0.11

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。

（2）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	单价
2025 年 1-6 月			
贴纸	1493D.S.0023	向东莞博格达采购平均单价	0.06
		向第三方采购平均单价	0.06
周转纸箱	7.05.001.000061	向东莞博格达采购平均单价	3.16
		向第三方采购平均单价	2.97
	7.05.004867DG	向东莞博格达采购平均单价	3.71
		向第三方采购平均单价	3.82
	7.05.004851DG	向东莞博格达采购平均单价	2.75
		向第三方采购平均单价	3.04

物品名称		供应商	单价
2024 年度			
纸箱	1442.B.0329	向东莞博格达采购平均单价	3.87
		向第三方采购平均单价	4.11
周转纸箱	7.05.003740	向东莞博格达采购平均单价	3.96
		向第三方采购平均单价	4.07
	7.05.004401	向东莞博格达采购平均单价	3.26
		向第三方采购平均单价	3.45
	7.05.003582	向东莞博格达采购平均单价	7.69
		向第三方采购平均单价	8.1
	7.05.003075	向东莞博格达采购平均单价	4.09
		向第三方采购平均单价	4.35
	7.05.003244	向东莞博格达采购平均单价	2.34
		向第三方采购平均单价	2.39
2023 年度			
周转纸箱	7.05.003795	向东莞博格达采购平均单价	3.57
		向第三方采购平均单价	3.54
2022 年度			
商标	1105.S.0160	向东莞博格达采购平均单价	0.23
		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
		向第三方采购平均单价	39.16
	4.02.000104	向东莞博格达采购平均单价	12.09
		向第三方采购平均单价	13.59
	4.02.000072	向东莞博格达采购平均单价	6.05
		向第三方采购平均单价	6.49
挂钩	0129.B.0802	向东莞博格达采购平均单价	0.24
		向第三方采购平均单价	-

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。

（五）发行人与东莞博格达是否独立

报告期内，东莞博格达的生产经营场所为维智工业园 5 栋 4 楼，为东莞博格

达自行向业主方租赁，与发行人的生产经营产所存在物理隔离，且其具有生产经营所需的设备及独立的生产经营团队。因此，东莞博格达独立于发行人。后续，随着公司望牛墩总部项目投入使用，公司将陆续搬迁至望牛墩总部开展生产经营活动。

（六）实际控制人将其所持东莞博格达股权转让的背景及合理性，是否存在潜在利益安排

东莞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，已全部支付完成。

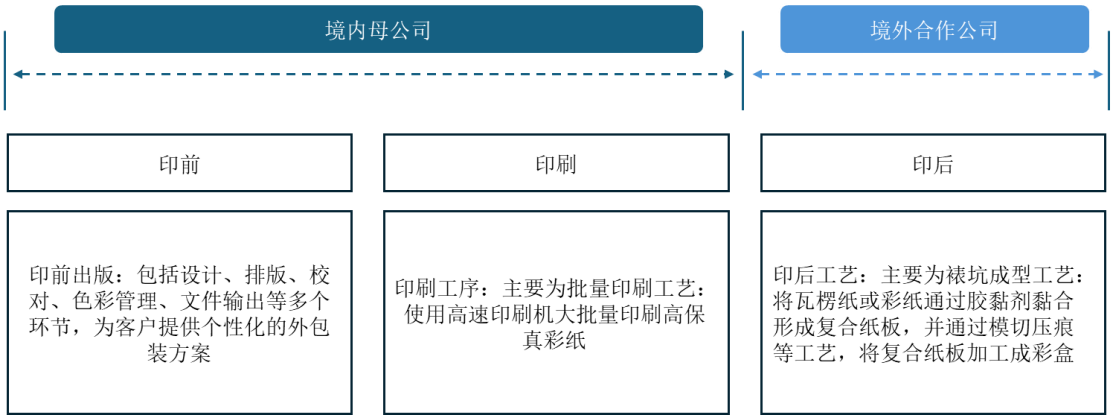
综上，实际控制人将其所持东莞博格达股权转让具有合理性，不存在潜在利益安排。

三、结合 2022 年发行人与境外生产厂商 CPP 和 PT Global 的合作模式、再加工环节与当地生产成本、主要销售产品差异等情况，说明发行人向 CPP 和 PT Global 销售采购交易的商业合理性，销售彩纸量与采购彩盒量是否匹配，与 CPP 和 PT Global 销售、采购差额存在较大差异的合理性。

（一）2022 年发行人与境外生产厂商 CPP 和 PT Global 的合作模式，发行人向 CPP 和 PT Global 销售采购交易的商业合理性

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及马来西亚地区进行彩盒等产成品的交付。由于当时发行人在当地无自有产线，且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境外合作公司（PT Global 及 CPP），由境外合作公司采购其他原材料及生产配套物资进行进一步生产，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。具体模式如下所示：



2022 年度，发行人与 CPP 和 PT Global 合作及对应情况如下：

合作对象	背景	合作开始时间	合作区域	后续处理
PT Global	PT Global 为公司和 PT Accord 于印度尼西亚合资成立的纸包装加工企业，PT Accord 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。	2019 年	印度尼西亚	公司通过增资取得 PT Global 的控制权
CPP	CPP 为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.在马来西亚合资成立的纸包装加工企业，PRO PULP PACKAGES SDN.BHD.系马来西亚主要生产纸托的企业，拥有多年在马来西亚经营印刷业务的经验。	2019 年	马来西亚	公司将相关业务转移至全资子公司 Printpack

综上，发行人向 CPP 和 PT Global 销售采购交易具有商业合理性。

（二）再加工环节与当地生产成本、主要销售产品差异，销售彩纸量与采购彩盒量是否匹配，与 CPP 和 PT Global 销售、采购差额存在较大差异的合理性

2022 年度至 2024 年度，公司印尼子公司及马来子公司的成本构成如下：

项目	马来子公司	印尼子公司
直接材料	72.10%	76.89%
直接人工	8.11%	7.45%
制造费用	19.79%	15.66%

根据历史生产经营，公司向客户提供的彩盒产品，除彩纸外，生产过程化还

需要坑纸等材料，其占整体成本的比例约为 70%至 80%。按此测算，公司销售彩纸及采购彩盒的合理比例如下：

单位：万元

项目	CPP	PT Global
彩纸销售金额（a）	176.56	808.33
整体材料成本（b=a/彩纸成本占比）	220.70-252.23	1,010.41-1,154.76
整体成本（c=b/直接材料成本占比）	306.10-349.83	1,314.10-1,501.83
合理利润空间（d=c*15%）	45.92-52.47	197.12-225.27
彩盒采购金额区间（e=c+d）	352.02-402.31	1,511.22-1,727.10
实际彩盒采购金额	705.28	1,596.92

其中，CPP 的实际彩盒采购金额远高于彩盒金额区间，主要是部分产品由发行人提供印板，CPP 在当地采购彩纸。

报告期内，公司向 CPP 和 PT Global 销售彩纸的数量及采购彩盒数量配比如下：

单位：pcs

项目	CPP	PT Global
销售彩纸的数量	560,000	2,487,000
采购彩盒数量	870,671	2,188,448

如上表，发行人向 CPP 销售彩纸的数量少于向其采购彩盒的数量，主要是部分产品由发行人提供印板，CPP 在当地采购彩纸；而发行人向 PT Global 销售彩纸的数量与向其采购彩盒基本匹配。

综上，CPP 和 PT Global 销售、采购差额存在较大差异具有合理性。

四、结合收购前 Printpack、PT Global 的业务经营情况、股权结构、与发行人及相关主体的资金往来情况等，说明收购过程或后续经营中是否存在利益输送或特殊利益安排，是否存在损害发行人利益或中小股东利益的情形，是否存在规避监管要求的情形。结合收购后股权架构、章程设置、子公司生产销售模式以及经营管理团队变化，说明是否影响销售经营稳定性。

（一）结合收购前 Printpack、PT Global 的业务经营情况、股权结构、与发行人及相关主体的资金往来情况等，说明收购过程或后续经营中是否存在利益输送或特殊利益安排，是否存在损害发行人利益或中小股东利益的情形，是否存在规避监管要求的情形

1、Printpack

（1）2021 年 1 月取得 Printpack 控制权

香港鸿达于 2021 年 1 月 1 日向关联方香港博格达实业有限公司收购其持有的马来包装 51%的股权，对价为 306 万马币（合 70.37 万美元）。收购前，Printpack 的业务经营情况如下：

单位：万林吉特

项目	2020 年度/2020 年 12 月 31 日
资产总额	531.75
负债总额	60.36
所有者权益合计	471.39
营业收入	0.59
净利润	-128.61

收购前，Printpack 的股权架构如下：

股东名称	注册资本（万马来令吉）	持股比例（%）
香港博格达	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**	**600.00**

（2）2021 年 10 月取得 Printpack 少数股权

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
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 C B EQUITIES 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。2021 年 10 月收购前，Printpack 的业务经营情况如下：

单位：万林吉特

项目	2022 年 1-9 月/2022 年 9 月 30 日	2021 年度/2021 年 12 月 31 日
资产总额	3,174.72	2,545.05
负债总额	1,806.81	834.24
所有者权益合计	1,367.91	1,710.81
营业收入	1,482.06	761.51
净利润	-342.90	-160.58

公司对 Printpack 的收购主体为香港鸿达，相关资金为香港鸿达的自有资金。公司已履行境外企业再投资报告程序，并取得《境外中资企业再投资报告表》。

（3）后续经营情况

Printpack 自 2021 年度纳入公司合并报表范畴。报告期内，其经营情况如下：

单位：万林吉特

项目	2025 年 1-6 月/2025 年 6 月 30 日	2024 年度/2024 年 12 月 31 日	2023 年度/2023 年 12 月 31 日	2022 年度/2022 年 12 月 31 日
资产总额	**6,748.37**	6,398.55	5,347.73	3,567.85
负债总额	**4,283.23**	4,117.18	3,667.10	2,168.93

项目	2025 年 1-6 月/2025 年 6 月 30 日	2024 年度/2024 年 12 月 31 日	2023 年度/2023 年 12 月 31 日	2022 年度/2022 年 12 月 31 日
所有者权益合计	**2,465.14**	2,281.37	1,680.63	1,398.91
营业收入	**2,330.23**	6,891.19	4,571.22	2,085.54
净利润	**183.77**	600.74	281.72	-351.98

根据境外律师出具的法律意见书，Printpack 为合法存续的公司，报告期内不存在违反任何适用法律法规的情形，不存在监管机构拟对其作出任何处罚的情况。

综上，公司对 Printpack 的收购过程及后续经营中不存在利益输送或特殊利益安排及损害发行人利益或中小股东利益的情形，亦不存在规避监管要求的情形。

2、PT Global

（1）2022 年 8 月取得 PT Global 控制权

2022 年 8 月 1 日，香港鸿达与 PT Global 签署增资扩股协议，约定香港鸿达向 PT Global 增加注册资本 7,175,250.00 万印尼盾；PT.ACCORD MANDIRI BATAM 与 PT Global 签署增资扩股协议，约定 PT.ACCORD MANDIRI BATAM 向 PT Global 增加注册资本 551,500.00 万印尼盾。

收购前，PT Global 的业务经营情况如下：

单位：亿印尼卢比

项目	2022 年 1-6 月/2022 年 6 月 30 日	2021 年度/2021 年 12 月 31 日
资产总额	552.13	278.36
负债总额	546.80	241.45
所有者权益合计	5.33	36.91
营业收入	289.54	397.25
净利润	-31.13	-10.21

收购前，PT Global 的股权架构如下：

股东名称	注册资本（万印尼卢比）	持股比例（%）
PT Accord	269,500.00	55.00
香港鸿达	220,500.00	45.00
合计	**490,000.00**	**100.00**

本次收购对价为香港鸿达的出资，相关资金为香港鸿达的自有资金。公司已

履行境外企业再投资报告程序，并取得《境外中资企业再投资报告表》。

综上，公司对 PT Global 的收购不存在利益输送或特殊利益安排及损害发行人利益或中小股东利益的情形，亦不存在规避监管要求的情形

（2）后续经营情况

PT Global 自 2022 年 8 月纳入公司合并报表范畴。报告期内期内，其经营情况如下：

单位：亿印尼卢比

项目	2025 年 1-6 月/2025 年 6 月 30 日	2024 年度/2024 年 12 月 31 日	2023 年度/2023 年 12 月 31 日	2022 年 8-12 月/2022 年 12 月 31 日
资产总额	**2,200.04**	1,415.69	1,097.91	1,246.90
负债总额	**1,537.74**	691.22	406.20	509.26
所有者权益合计	**662.30**	724.47	691.71	737.64
营业收入	**510.04**	870.14	579.28	207.43
净利润	**-62.17**	32.76	-45.93	-26.86

根据境外律师出具的法律意见书， PT Global 的业务经营活动符合印度尼西亚法律法规要求。经核查，PT Global 不存在重大违法违规行为。

综上，公司对 PT Global 的收购过程及后续经营中不存在利益输送或特殊利益安排及损害发行人利益或中小股东利益的情形，亦不存在规避监管要求的情形。

（二）结合收购后股权架构、章程设置、子公司生产销售模式以及经营管理团队变化，说明是否影响销售经营稳定性

收购后，公司从经营管理等多方面对标的公司进行了整合，情况如下：

项目	Printpack	PT Global
股权架构	公司全资持股	公司持有 90%的股份
章程设置	在不违反本章程的前提下，董事会会议的任何议题均以多数表决通过，该多数决议在所有情况下均应视为董事会决议。若表决票数相等，会议主席拥有第二票或决定性投票权。 截至本回复报告出具日，Printpack 共有 4 名董事，分别为任志生、任柏宾、Gan Shan Ye 及 Tan Siew Kim。其中，任志生、任柏宾、Gan Shan Ye 为公司派驻董事。	公司章程未约定明确的决策机制

生产经营模式	Printpack 已形成完整的采购、生产及销售体系。目前，由境内公司负责印前出版，Printpack 负责采购、生产、当地市场存量客户覆盖与客户开拓。	PT Global 已形成完整的采购、生产及销售体系。目前，由境内公司负责印前出版，PT Global 负责采购、生产、当地市场存量客户覆盖与客户开拓。
经营管理团队	公司设置了东南亚运营中心对东南亚子公司进行统筹。对于包括 Printpack 在内的马来西亚子公司，公司于当地设置专职负责人，当地子公司的主要部门负责人主要为境内派驻团队或公司当地招聘人员。	公司设置了东南亚运营中心对东南亚子公司进行统筹。对于包括 PT Global 在内的印度尼西亚子公司，公司于当地设置专职负责人，当地子公司的主要部门负责人主要为境内派驻团队或公司当地招聘人员。

综上，自 Printpack 及 PT Global 纳入公司合并报表以来，其主要业务来源于境内公司客户资源的业务导入，公司已派驻充足的经营管理团队对其进行有效的管控。因此，在公司收购前，Printpack 及 PT Global 销售规模较小，收入增量主要来源于公司的客户资源导入。公司的对其的收购行为不对其销售经营稳定性不存在重大不利影响。从而了有效的管理机制。

五、结合发行人对境外子公司在经营机构、人员、业务方面的安排，境外收益流入境内母公司的具体方式，说明发行人关于境外子公司管理的有效性，相关交易外汇和税收合规性。

（一）发行人对境外子公司在经营机构、人员、业务方面的安排

截至报告期末，公司各境外子公司的经营机构、人员、业务安排如下：

主要业务区域	子公司	经营机构	人员配备	主营业务	在发行人业务体系中的作用及定位
香港	香港鸿达	未设置	-	纸制品销售	系公司在海外区域的销售平台及持股平台
印度尼西亚	印尼高义	公司已于印度尼西亚巴淡岛建立了常设的经营机构	251 人	纸制品生产（纸塑）	公司在印度尼西亚区域的生产基地，主要生产纸托、纸塑等产品
	印尼鸿达			纸制品销售	系公司在印度尼西亚区域的销售平台，主要面向巴淡岛区域的客户
	PT Global			纸制品生产（彩印包装）	公司在印度尼西亚区域的生产基地，主要生产彩印包装
	雅加达鸿达			纸制品销售	系公司在印度尼西亚的销售平台，主要面向雅加达区域的客户
马来西亚	马来鸿达	公司已于马来西亚新山建立了常设的经营机构	310 人	纸制品销售	系公司在马来西亚区域的销售平台
	Papertex			纸制品生产（坑纸）	系公司在马来西亚的生产基地，主要制造内部生产所需的彩印包装相关组件
	马来高义			无实际经营	报告期内无实际经营，已完成注销流程
	Printpack			纸制品生产	系公司在马来西亚的生产基地，主要生产彩印包装

越南	越南鸿达	公司已分别于越南海阳、越南同奈建立了常设的经营机构	432 人	纸制品销售	系公司早期在越南布局的销售平台，仅面向个别越南区域的客户
	海阳鸿达			纸制品生产、销售	位于越南北部的海阳省，负责公司在越南北部地区的生产和销售
	同奈鸿达			纸制品生产、销售	位于越南南部的同奈省，负责公司在越南南部地区的生产和销售
泰国	泰国包装	公司已于泰国建立了常设的经营机构	34 人	纸制品销售	负责公司在泰国地区的销售
菲律宾	菲律宾鸿达	公司已于菲律宾建立了常设的经营机构	255 人	纸制品生产、销售	负责公司在菲律宾地区的生产和销售

（二）发行人境外收益流入境内母公司的具体方式

报告期内，公司境外子公司主要处于建设期。截至本回复报告出具日，公司境外子公司暂未发生过境外收益流入境内母公司。根据公司规划，未来境外收益主要以分红方式向香港子公司分配，再由香港子公司以分红形式向境内母公司分配。公司境外子公司主要位于印度尼西亚、马来西亚、越南、泰国及菲律宾，该等子公司与香港子公司的股利分配不存在实质性障碍。

（三）发行人关于境外子公司管理的有效性，相关交易外汇和税收合规性

1、发行人对于境外子公司管理的有效性

公司对于境外子公司均派驻了本地化的管理团队，相关沟通均纳入公司管理体系。具体情况如下：

主要业务区域	子公司	主要管理团队
香港	香港鸿达	-
印度尼西亚	印尼高义	公司印度尼西亚区域下设彩盒、纸托、纸箱、纸袋四大产品线，分别由境内派驻管理人员负责各产品线的经营管理
	印尼鸿达	
	PT Global	
	雅加达鸿达	
马来西亚	马来鸿达	公司在马来西亚区域的对外经营主要由 Printpack 开展，该公司的主要负责人为公司境内派驻管理人员；Papertex 主要生产内部所需的坑纸，该公司主要由当地团队运营
	Papertex	
	马来高义	
	Printpack	
越南	越南鸿达	公司在越南区域分别成立了海阳鸿达及同奈鸿达，分

主要业务区域	子公司	主要管理团队
	海阳鸿达	别覆盖越南北部及越南南部的客户。该两公司的主要负责人均为公司境内派驻管理人员
	同奈鸿达	
泰国	泰国包装	公司在泰国区域的主要负责人为公司招聘的当地主管人员，主要技术人员为公司境内派驻人员
菲律宾	菲律宾鸿达	公司在菲律宾区域的主要负责人为公司境内派驻管理人员

同时，公司各区域的境外子公司均设置财务部门，相关子公司根据公司的要求及时组织编制有关季度报告或月度报告，向公司汇报并提交相关文件。综上，公司对于境外子公司的管理具备有效性

2、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。根据公司及其子公司的信用报告（无违法违规证明版）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。

3、相关交易税收合规性

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。

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的信用报告（无违法违规证明版）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。

六、结合境外子公司少数股东的身份背景和入股因，说明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。

（一）结合境外子公司少数股东的身份背景和入股原因，说明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

截至报告期末，公司境外少数公司的身份背景和入股原因如下：

子公司名称	股权结构	少数股东背景和入股原因
印尼高义	香港鸿达持股 90%，TONY（印度尼西亚公民）持股 10%	TONY 在印度尼西亚长期从事印刷业，可为印尼高义提供当地运营经验，帮助发行人更快在新的市场的发展，TONY 参与印尼高义的经营管理
泰国鸿达（已注销）	香港鸿达持有 49% Mr. Tivakorn Kunto26% Mr. Soontorn Sae-Yang25%	Mr. Tivakorn Kunto 和 Mr. Soontorn Sae-Yang 均为公司秘书，为公司满足泰国法律规定的合资企业泰方股份需超过 51%的要求安排的受托持股方
PT Global	香港鸿达持股 90%，PT.ACCORD MANDIRI BATAM 持股 10%	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。
Papertex	香港鸿达持股 51%，C B EQUITIES SDN.BHD.持股 49%，Kuan Hai Ngon 和 Tan Siew Kim 均持股 0.01%	C B EQUITIES SDN.BHD.的实控人为 Tan Siew Kim，Kuan Hai Ngon 为其合作伙伴。Tan Siew Kim，Kuan Hai Ngon 拥有多年在马来西亚经营印刷业务的经验。帮助发行人更快在新的市场的发展，Tan Siew Kim，Kuan Hai Ngon 参与 Papertex 的经营管理
Printpack	香港鸿达持股 100%。曾历史上曾存在少数股东：Resolusi Kreatif SDN.BHD. 曾持股 25%；C B EQUITIES SDN.BHD. 曾持股 24%	RESOLUSI KREATIF SDN. BHD.为 CHONG THEN LOI 实际控制的马来西亚公司，CHONG THEN LOI 在 Printpack 设立及运营过程中投入了较多精力及资源。C B EQUITIES SDN.BHD.的实控人为 Tan Siew Kim，Kuan Hai Ngon 为其合作伙伴。Tan Siew Kim，Kuan Hai Ngon 拥有多年在马来西亚经营印刷业务的经验。
菲律宾鸿达	香港鸿达持股 60.00%，ASTR 公司持股 40.00%	ASTR 公司主营贸易业务，其股东为境内自然人。曾看好菲律宾印刷市场，并进行投资，后经营不及预期，与高义包装协商由高义包装增资控股，自身担任财务投资人。

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、泰国鸿达

截至泰国鸿达注销前，泰国鸿达的股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	注册资本（万泰铢）	持股比例（%）
1	香港鸿达	98.00	49.00
2	Mr. Tivakorn Kunto	52.00	26.00
3	Mr. Soontorn Sae-Yang	50.00	25.00
合计		**200.00**	**100.00**

（1）少数股东的基本情况及入股泰国鸿达的背景、定价依据及公允性

Mr. Tivakorn Kunto 和 Mr. Soontorn Sae-Yang 均为公司秘书，为公司满足泰国法律规定的合资企业泰方股份需超过 51%的要求安排的受托持股方。

（2）从发行人处获取分红或其他经济利益的具体情况

泰国鸿达成立后未实际运营，并已于 2023 年 1 月 27 日清算完毕。报告期内，少数股东不存在从发行人处获取分红或其他经济利益的情况。

3、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。

4、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 顾问。

（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

股东姓名/名称	注册资本（万马来令吉）	持股比例（%）
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。

5、Printpack

截至本回复报告出具日，Printpack 的股权结构情况如下：

	股东名称	注册资本（万马来令吉）	持股比例（%）
股权结构	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.的基本情况参见本问之“4.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
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 C B EQUITIES 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。

6、菲律宾鸿达

截至本回复报告出具日，菲律宾鸿达的股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	注册资本（万菲律宾比索）	持股比例（%）
1	香港鸿达	29,478.60	60.00
2	ASTR	19,652.40	40.00
3	Ziguo Fu	0.0001	0.00
4	Yuanyuan Mao	0.0001	0.00
合计		**49,131.00**	**100.00**

（1）少数股东的基本情况

ASTR 主营贸易业务，其股东为境内自然人。曾看好菲律宾印刷市场，并进行投资，后经营不及预期，与高义包装协商由高义包装增资控股，自身担任财务投资人。Ziguo Fu 及 Yuanyuan Mao 仅持有 1 股，系为满足菲律宾当地外国投资者不能注册独资企业之规定所引入的股东。

（2）少数股东入股菲律宾鸿达的背景、定价依据及公允性

2024 年 5 月，公司通过增资取得菲律宾鸿达的控制权纳入合并报表。收购之前，由其原股东进行运行管理，业务拓展不及预期，导致整体亏损。本次增资款折合人民币约为 1,140.29 万元，对应的增资后整体估值约为人民币 1,900 万元，本次增资参考净资产定价，估值具有公允性。

（3）从发行人处获取分红或其他经济利益的具体情况

自菲律宾鸿达纳入公司合并报表后，少数股东不存在从发行人处获取分红或其他经济利益的情况。

（二）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

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
2	PT ACCORD MANDIRI BATAM	PT Global	由股东 TONY 担任董事，由股东 TAN IT HAN(CHEN YIHAN)担任 President Commissioner	股东 TONY 参与日常经营
3	C B EQUITIES SDN.BHD.	Papertex	由股东 Tan Siew Kim 和 Kuan Hai Ngon 担任 Papertex 董事	—
4	Tan Siew Kim		董事	顾问
5	Kuan Hai Ngon		董事	顾问
6	C B EQUITIES SDN.BHD.	Printpack	由股东 Tan Siew Kim 担任董事，股东 Kuan Hai Ngon 担任顾问	—
7	ASTR	菲律宾鸿达	-	-

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。

七、说明境外子公司的主营业务、收入结构和经审计的经营业绩情况，境外子公司在发行人经营活动中的角色定位和作用，说明报告期内在越南、泰国、菲律宾等地设立多家子公司的主要考虑，并结合业务开展情况，说明发行人在越南、泰国、菲律宾等东亚地区业务拓展情况，是否存在拓展困难。

（一）境外子公司的主营业务、收入结构和经审计的经营业绩情况，境外子公司在发行人经营活动中的角色定位和作用

报告期内，公司境外子公司的均从事包装印刷业务，各子公司经审计的经营业绩情况如下：

单位：万美元

公司	项目	2025 年 1-6 月/2025 年 6 月 30 日	2024 年度/2024 年 12 月 31 日	2023 年度/2023 年 12 月 31 日	2022 年度/2022 年 12 月 31 日
香港鸿达	营业收入	535.20	1,452.05	1,583.29	1,917.38

公司	项目	2025 年 1-6 月/2025 年 6 月 30 日	2024 年度/2024 年 12 月 31 日	2023 年度/2023 年 12 月 31 日	2022 年度/2022 年 12 月 31 日
	净利润	**-34.98**	44.09	63.84	95.46
	累计未分配利润	**288.47**	323.45	279.36	215.53
印尼高义	营业收入	**92.18**	183.15	129.50	168.28
	净利润	**11.99**	29.96	-9.97	15.05
	累计未分配利润	**54.47**	42.48	12.52	22.49
越南鸿达	营业收入	**-**	-	1.54	0.25
	净利润	**-0.08**	-0.27	-0.64	-2.39
	累计未分配利润	**-1.47**	-1.39	-1.12	-0.48
马来鸿达	营业收入	**662.40**	2,067.55	1,651.62	989.75
	净利润	**7.02**	66.55	185.28	177.90
	累计未分配利润	**684.87**	677.85	611.30	426.02
马来包装	营业收入	**537.72**	1,511.40	1,002.48	472.95
	净利润	**41.11**	131.24	61.88	-79.77
	累计未分配利润	**94.43**	53.32	-77.93	-139.81
印尼鸿达	营业收入	**548.40**	1,090.87	581.73	790.53
	净利润	**47.52**	99.98	25.86	109.00
	累计未分配利润	**285.71**	238.19	138.21	112.36
PAPERTAX	营业收入	**57.22**	212.95	153.42	55.41
	净利润	**0.54**	7.42	6.02	-9.53
	累计未分配利润	**-6.81**	-7.36	-14.78	-20.80
印尼包装	营业收入	**312.74**	551.81	382.34	139.23
	净利润	**-38.13**	21.12	-30.20	-18.01
	累计未分配利润	**-111.91**	-73.78	-94.89	-64.69
同奈鸿达	营业收入	**570.67**	840.07	245.05	-
	净利润	**26.75**	44.67	-63.88	-15.26
	累计未分配利润	**-7.72**	-34.47	-79.14	-15.26
海阳鸿达	营业收入	**688.05**	401.39	131.89	16.16
	净利润	**109.63**	-54.47	-92.88	-61.17

公司	项目	2025 年 1-6 月/2025 年 6 月 30 日	2024 年度/2024 年 12 月 31 日	2023 年度/2023 年 12 月 31 日	2022 年度/2022 年 12 月 31 日
	累计未分配利润	**-98.88**	-208.51	-154.04	-61.17
泰国包装	营业收入	**32.99**	9.03	-	-
	净利润	**-12.46**	-38.99	-9.42	-
	累计未分配利润	**-60.88**	-48.42	-9.42	-
雅加达鸿达	营业收入	**72.85**	225.77	90.99	-
	净利润	**16.42**	38.96	11.98	-
	累计未分配利润	**67.36**	50.94	11.98	-
菲律宾鸿达	营业收入	**558.28**	543.47	-	-
	净利润	**39.34**	-8.97	-	-
	累计未分配利润	**-77.63**	-116.97	-	-

境外子公司在发行人经营活动中的角色定位和作用参见“问题 2. 关联交易合理性及境外子公司管理”之“五、（一）发行人对境外子公司在经营机构、人员、业务方面的安排”。

（二）说明报告期内在越南、泰国、菲律宾等地设立多家子公司的主要考虑

印刷包装行业的下游客户会综合考虑采购成本、交付及时性等因素，在一定的地理半径内选择包装供应商。当下游客户转移至境外时，如纸质印刷包装企业无法及时进行境外产能布局，满足下游客户需求，则有丢失订单的风险。故近年来，纸质印刷包装行业内领先企业纷纷布局境外产能，以满足客户需求。

公司作为国际化的包装印刷企业，客户群体包括多家全球知名的跨国企业。近年来，跟随客户产能布局在东南亚市场设立子公司，建立现代化生产基地和专业化服务团队。通过实施深度属地化运营策略，公司组建了本土化的供应链管理团队和项目管理团队，使公司能够为客户提供兼具成本优势与卓越时效的全球化服务解决方案，在交付周期、成本控制、快速响应等关键竞争维度建立起显著优势，为全球客户创造供应链价值。公司各个国家子公司所服务的主要终端客户如下：

主要业务区域	子公司	覆盖的主要客户

主要业务区域	子公司	覆盖的主要客户
印度尼西亚	印尼高义	绿山、必胜
	印尼鸿达	
	PT Global/环球包装	
	雅加达鸿达	
马来西亚	马来鸿达	绿山、必胜、戴森
	Papertex/马来彩印	
	马来高义	
	马来包装/Printpack	
越南	越南鸿达	微软、SharkNinja、Logitech
	海阳鸿达	
	同奈鸿达	
泰国	泰国包装	绿山
菲律宾	菲律宾鸿达	绿山、戴森

（三）结合业务开展情况，说明发行人在越南、泰国、菲律宾等东亚地区业务拓展情况，是否存在拓展困难

报告期内，公司各境外子公司的外部收入如下：

单位：万元

子公司	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度	主要终端客户	正在导入客户
印度尼西亚子公司	**4,965.81**	9,491.56	4,743.35	5,338.81	绿山、必胜	/
马来西亚子公司	**4,931.20**	14,846.37	11,914.69	6,917.25	绿山、必胜、戴森	/
越南（南越）子公司	**4,050.11**	5,941.30	1,691.43	-	SharkNinja	/
越南（北越）子公司	**4,590.46**	2,743.09	812.38	106.62	微软、Logitech	/
泰国子公司	**-**	-	-	-	绿山	/
菲律宾子公司	**4,000.10**	3,857.19	-	-	绿山、戴森	/

如上表所示，除泰国子公司外，发行人在东南亚地区业务拓展情况良好，收入规模持续上升，并有一定增量客户储备，不存在拓展困难的情况。其中，泰国子公司仍处于初期阶段，目前客户正在导入，如立达信泰国子公司等，随着泰国市场客户正式导入，公司泰国子公司的业务量将逐步上升。

八、中介机构核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐机构履行了以下核查程序：

1、获取昇晖贸易、湖南亿豪的工商资料、财务报表，访谈相关公司的业务人员，了解其主要客户、供应商及经营业务；对于昇晖贸易、湖南亿豪与发行人客户、供应商发生的交易往来，查阅相关交易资料；

2、获取东莞博格达的工商资料、财务报表、固定资产清单，访谈相关公司的业务人员，了解其主要客户、供应商及经营业务、办公场所及设备情况；

3、获取发行人与东莞博格达的交易明细，并执行凭证抽查及价格公允性分析程序，分析关联交易变动原因、公允性及真实性；

4、访谈东莞博格达的实际控制人，取得股权转让协议、东莞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；

5、访谈相关人员了解发行人与 CPP 和 PT Global 的合作背景及商业合理性；获取发行人与 CPP 和 PT Global 交易明细，分析采购金额及销售金额和匹配性；

6、获取 Printpack 及 PT Global 的收购协议及境外法律意见书及收购前的财务报表，实地查看 Printpack 及 PT Global 的生产经营场所，分析是否存在利益输送或特殊利益安排，是否存在损害发行人利益或中小股东利益的情形；访谈 Printpack 及 PT Global 的业务负责人，了解目前生产经营情况及管理机制，分析其经营稳定性；获取发行人收购 Printpack 及 PT Global 所需履行的监管程序；

7、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、未来规划及业务拓展情况；

8、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；

9、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；

10、查阅了发行人境外子公司的工商资料和境外法律意见书，了解发行人境外子公司的少数股东入股境外子公司的背景、价格及公允性情况、参与发行人境外子公司生产经营情况、获取分红或其他经济利益的情况。

（二）核查意见

经核查，保荐机构认为：

1、实际控制人控制的昇晖贸易、湖南亿豪主要从事酒品贸易，不存在与发行人竞争性业务，与发行人客户、供应商的交易、资金往来存在合理性，不存在潜在的利益安排；

2、发行人向东莞博格达同时采购销售且关联采购金额逐年增加具有商业合理性，关联交易公允、真实；发行人与东莞博格达相互独立；发行人实际控制人转让东莞博格达的股权具有合理性，不存在潜在利益安排；

3、发行人向 CPP 和 PT Global 销售采购交易主要系应客户供应链区域调整所作出的部署，具有商业合理性；销售彩纸量与采购彩盒量相互匹配；发行人与 CPP 和 PT Global 销售、采购差额存在较大差异具有合理性；

4、发行人对于 Printpack 及 PT Global 的收购过程及后续经营中不存在利益输送或特殊利益安排，不存在损害发行人利益或中小股东利益的情形，不存在规避监管要求的情形；收购后，Printpack 及 PT Global 生产销售模式不存在显著变化且发行人对形成 Printpack 及 PT Global 有效的管理机制，其销售经营稳定性良好；

5、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，具有清晰管理机制，发行人能境外子公司进行有效的管理；报告期内，发行人不存在外汇等方面违法违规及行政处罚记录；

6、发行人境外子公司的少数股东均为在相关境外子公司所在地区具有同行业经验的自然人或公司；相关股东历次向相应境外子公司入股或增资的价格参考净资产或注册资本价格，具有公允性；报告期内，除相关自然人股东以董事或顾问身份在境外子公司领取薪酬或交通补贴外，未从发行人处获取分红或其他经济

利益。境外少数股东在发行人的境外子公司担任董事、顾问、运营总监等职务，参与发行人境外子公司的生产经营，有利于发行人更快在当地市场发展。除 PT Accord 外，公司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；

7、报告期内，公司境外子公司均从事包装印刷业务，经营业绩良好，业务定位清晰；公司在境外多个国家设立子公司主要是结合包装印刷行业特性进行的业务布局，截至本回复报告出具日，公司各境外子公司业务开拓情况良好。

问题 3. 与主要客户的合作模式及业绩增长持续性

根据申请文件：（1）报告期内，发行人营业收入分别为 93,448.34 万元、108,022.44 万元和 141,125.29 万元，呈持续增长趋势；发行人直接或通过代工厂为包括微软、绿山、Beats、菲利普莫里斯、小米、徕芬等国内外知名企业提供纸质包装产品，产品广泛应用于消费电子、小家电、电子烟及酒类行业。（2）报告期各期，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，发行人存在外购彩盒、说明书等成品直接对外销售的情形；发行人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，该业务采用总额法核算。（3）报告期各期，发行人前五大客户销售收入占比分别为 48.81%、46.82%和 39.05%，主要系 Beats、绿山、今世缘、微软、徕芬、必胜等国内外知名品牌或其代工厂；发行人存在寄售模式，但未披露寄售模式下的收入金额及占比。（4）报告期内，发行人其他业务收入主要为废料销售收入，分别为 1,071.46 万元、950.29 万元和 1,012.10 万元。

请发行人：（1）列示各期发行人直接、通过代工厂与终端客户合作的金额及占比，结合合同具体条款分析两种模式下与主要客户合作的差异情况，是否均需要通过终端客户认证，发行人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，请说明报告期内不同代工厂采购金额变动的原因及合理性。（2）分产品列示报告期内发行人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、实缴资本、员工人数及参保人数、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）按照发行人产品终端应用领域列示各期收入金额及占比，分析收入变动与终端应用领域的行业发展趋势是否一致；按照发行人产品终端客户列示各期收入金额及占比，分析发行人产品收入变动与终端客户对应产品收入变动趋势是否一致；量化分析各期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。（4）说明报告期内彩盒、说明书销售单价呈下降趋势的原因，发行人对不同类型客户的定价机制，影响产品价格的主要因素及报告期价格调整频率，降价对公司盈利能力的影响，发行人是否具备议价能力，产品价格及下降趋势与同行业可比公司同类产品、客户同类产品其他供应商相比是否存在较大差异；说明一站式采购、外购成品直接销售的业务实质和商业合理性，是否为贸易类业务，采用总额法核算的具体依据及是否符合企业会计准则的相关规定。（5）说明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。（6）说明报告期内寄售模式的收入金额及占比、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。（7）说明报告期内公司与主要客户销售规模、品类数量变动情况，是否签订长期合作协议，结合公司向主要客户供应份额及变动情况、老客户复购率、与客户其他供应商相比的竞争优劣势、目前在手订单及执行情况等，说明公司与主要客户合作的稳定性及持续性，是否存在被其他竞争对手抢占客户的风险；结合下游应用领域市场规模及景气度变动趋势、主要客户经营情况及采购计划、在手订单及期后业绩变动情况等，进一步说明业绩增长是否可持续，是否存在业绩下滑或大幅波动风险，视情况进行重大事项提示和风险揭示。

请保荐机构、申报会计师：（1）核查上述事项并发表明确意见。（2）说明对报告期内收入的核查方式（函证、走访或访谈、细节测试、截止性测试、期后回款核查等）、核查比例、核查结论，并对发行人收入大幅增长合理性及真实性发表明确意见。（3）按照《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第 2 号》（以下简称《2 号指引》）2-18 资金流水核查的相关要求进行核查，并提交专项说明，说明核查中发现的异常情形，发行人是否存在体外资金循环或第三方为发行人承担成本费用等情形。

回复：

一、列示各期发行人直接、通过代工厂与终端客户合作的金额及占比，结合合同具体条款分析两种模式下与主要客户合作的差异情况，是否均需要通过终端客户认证，发行人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，请说明报告期内不同代工厂采购金额变动的原因及合理性。

（一）列示各期发行人直接、通过代工厂与终端客户合作的金额及占比，结合合同具体条款分析两种模式下与主要客户合作的差异情况，是否均需要通过终端客户认证，发行人主要客户为代工厂商而非终端客户是否符合行业惯例

报告期内，发行人直接、通过代工厂与终端客户合作的金额及占比如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接与终端客户合作	**17,555.99**	**22.54%**	33,266.48	23.74%	21,939.15	20.49%	13,199.66	14.29%
通过代工厂与终端客户合作	**60,341.33**	**77.46%**	106,846.70	76.26%	85,133.00	79.51%	79,177.21	85.71%

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、Beats、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。

发行人直接与终端客户合作或通过代工厂与终端客户合作均属于买断式销售，合同约定不存在显著区别。由于包装方案为电子产品在终端消费市场的直观展示，包装设计需经过终端客户的认可，终端品牌客户一般都会与包装方案供应商直接沟通，也对包装方案供应商进行认证。但相关产品是主要为定制化产品，产品在代工厂已经用于终端的产品的包装，终端不会对公司的包装产品再次验收。根据公开披露信息，公司的同行业可比公司也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
中荣股份	诺兰特	英美烟草

此外，根据裕同科技《公开发行可转换公司债券申请文件反馈意见之回复报告》披露，其核心客户包括富士康、仁宝、纬创。该等企业均为市场知名的电子代工企业。

综上，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，公司主要客户为代工厂商而非终端客户符合行业惯例。

（二）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，请说明报告期内不同代工厂采购金额变动的原因及合理性

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。报告期内，公司前五大终端品牌各代工厂收入分别如下：

单位：万元

终端品牌	直接客户	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
微软	和硕联合	**4,406.82**	6,642.81	11,506.37	16,069.67
	富港电子	**2,205.72**	4,642.76	4,611.00	5,876.35
	群光电子	**596.63**	391.28	705.54	2,831.37
	旭丽电子	**-**	35.92	246.33	1,241.58
	豪恩声学	**46.43**	634.38	364.07	522.39
	其他	**853.06**	801.19	986.92	1,003.69
	合计	**8,108.66**	**13,148.33**	**18,420.23**	**27,545.06**
绿山	新玛德集团	**3,804.94**	8,117.21	4,858.55	8,257.73
	V.S. Industry	**1,862.07**	6,620.80	4,584.66	5,300.44
	赫比	**1,797.33**	2,984.49	3,067.48	5,875.15
	其他	**14.79**	324.87	26.94	983.78
	合计	**7,479.13**	**18,047.36**	**12,537.63**	**20,417.10**

终端品牌	直接客户	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
菲利普莫里斯	伟创力国际	**1,428.74**	2,936.44	4,320.61	6,169.09
	Venture	**1,531.92**	3,285.43	3,910.36	2,812.48
	捷普	**795.10**	4,110.97	3,232.75	283.57
	其他	**1,872.34**	1,575.31	1,055.43	886.16
	合计	**5,628.09**	**11,908.16**	**12,519.15**	**10,151.30**
小米	汇思科	**776.12**	1,470.37	678.67	499.75
	嘉乐智能	**171.48**	385.24	602.72	1,131.71
	鑫泰利	**1,298.97**	1,900.79	-	16.95
	长城开发	**-**	307.44	681.59	822.51
	杉川机器人	**-**	90.49	1,133.93	503.81
	加一声学	**316.98**	1,222.79	1,165.67	499.57
	港电电器	**172.76**	509.14	839.61	63.60
	宣创电子	**284.81**	494.41	555.42	231.94
	月立集团	**283.35**	598.32	570.77	222.68
	沃莱科技	**873.11**	1,008.48	92.50	-
	其他	**4,333.79**	5,464.21	4,209.25	4,074.14
	合计	**8,511.37**	**13,451.68**	**10,530.10**	**8,066.69**
Beats	富港电子	**5,557.56**	9,233.35	4,884.02	40.04
	易路达	**4,776.86**	7,313.87	308.20	817.03
	新翼精密	**1,163.45**	-	-	-
	其他	**77.75**	-	-	-
	总计	**11,575.62**	16,547.22	5,192.22	857.07
今世缘	今世缘	**3,836.60**	10,779.93	9,988.53	4,964.88
	总计	**3,836.60**	**10,779.93**	**9,988.53**	**4,964.88**

对于微软的产品，公司为其提供的包装方案覆盖笔记本电脑、键盘、鼠标等消费电子产品。报告期内，公司对于群光电子及旭丽电子的收入持续下降，主要系其与微软合作的产品主要为键盘、鼠标等电脑配件。随着微软于 2023 年停止生产和销售 Microsoft 品牌的电脑配件，公司对该等客户的收入下降。

对于绿山的产品，公司为其提供的包装方案主要针对其咖啡机产品。随着绿山要求代工厂产能逐步向东南亚转移，公司与厦门赫比的合作金额下降。**2025**

年 1-6 月，公司与 V.S. Industry 合作绿山产品的规模下降，主要系绿山与 V.S. Industry 所合作的产品正处于新老代际切换期，出现阶段性下降。

对于菲利普莫里斯的产品，公司为其提供的包装方案主要针对其电子烟产品。**2022 年至 2024 年**，其调整下游代工厂的份额分配，部分供应商份额从伟创力国际转移至捷普等其他电子代工厂商。**2025 年 1-6 月，公司与捷普的合作规模下降，亦主要系菲利普莫里斯供应商份额调整所致。**

对于小米的产品，公司为其提供的包装方案覆盖产品覆盖较多，且不同产品的代工厂存在差异，故不同代工厂的收入受相关产品的推广等因素影响。

对于 Beats 的产品，公司为其提供的包装方案主要针对其耳机产品。随着相关包装方案得到终端客户认可，公司产品逐步切入其多家代工厂的供应体系。

对于今世缘的产品，公司主要直接向品牌商供货。

二、分产品列示报告期内发行人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、实缴资本、员工人数及参保人数、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。

（一）分产品列示报告期内发行人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、实缴资本、员工人数及参保人数、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、一站式采购产品及其他主营业务产品。

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

2025 年 1-6 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	**徕芬科技**	**3,899.88**	**9.25%**
2	**和硕联合科技**	**3,825.40**	**9.07%**
3	**今世缘**	**3,786.15**	**8.98%**
4	**新玛德集团**	**2,081.14**	**4.94%**
5	**V.S. Industry**	**1,867.59**	**4.43%**
合计		**15,460.16**	**36.66%**
2024 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	今世缘	10,818.90	12.57%
2	徕芬科技	8,614.84	10.01%
3	和硕联合科技	6,612.33	7.68%
4	新玛德集团	5,830.77	6.77%
5	V.S. Industry	5,719.31	6.64%
合计		**37,596.15**	**43.68%**
2023 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	和硕联合科技	11,080.16	15.96%
2	今世缘	9,960.50	14.35%
3	伟创力国际	4,718.37	6.80%
4	V.S. Industry	4,518.57	6.51%
5	徕芬科技	3,932.29	5.67%
合计		**34,209.89**	**49.28%**
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	和硕联合科技	15,092.17	23.86%
2	伟创力国际	5,120.61	8.10%
3	今世缘	4,950.28	7.83%
4	新玛德集团	4,886.05	7.72%
5	V.S. Industry	2,858.43	4.52%
合计		**32,907.54**	**52.03%**

（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

2025 年 1-6 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	**和硕联合科技**	**1,932.27**	**22.08%**
2	**富港电子**	**905.97**	**10.35%**
3	**新玛德集团**	**853.99**	**9.76%**
4	**通力科技**	**783.51**	**8.95%**
5	**伟创力国际**	**686.69**	**7.85%**
合计		**5,162.43**	**59.00%**
2024 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	2,145.63	16.67%
2	和硕联合科技	2,026.00	15.74%
3	捷普	1,267.36	9.85%
4	伟创力国际	804.43	6.25%
5	纬创资通	730.65	5.68%
合计		**6,974.07**	54.18%
2023 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	2,151.25	18.94%
2	和硕联合科技	1,761.44	15.51%
3	伟创力国际	1,439.55	12.67%
4	捷普	1,204.89	10.61%
5	纬创资通	606.24	5.34%
合计		**7,163.37**	63.06%
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	和硕联合科技	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	纬创资通	1,051.48	7.14%
合计		**9,690.81**	**65.85%**

（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

2025 年 1-6 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	**V.S. Industry**	**1,530.83**	**10.06%**
2	**徕芬科技**	**1,437.20**	**9.44%**
3	**佛山东菱**	**912.05**	**5.99%**
4	**华宝新能**	**792.15**	**5.20%**
5	**鑫泰利**	**755.74**	**4.96%**
合计		**5,427.97**	**35.66%**
2023 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	V.S. Industry	3,510.02	14.55%
2	新玛德集团	1,829.22	7.58%
3	徕芬科技	1,703.43	7.06%
4	佛山东菱	1,631.89	6.76%
5	华宝新能	1,330.52	5.52%
合计		10,005.08	41.47%
2023 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	V.S. Industry	3,765.02	19.18%
2	徕芬科技	1,673.96	8.53%
3	佛山东菱	1,572.14	8.01%
4	赫比	1,487.50	7.58%
5	新玛德集团	1,082.25	5.51%
合计		**9,580.87**	48.81%
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	新玛德集团	2,691.76	21.56%
3	V.S. Industry	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%**

（4）其他主营业务

报告期各期，发行人向其他主营业务前五大客户且销售金额在 500 万元以上的销售情况如下：

单位：万元

2025 年 1-6 月			
排名	**客户名称**	**其他主营业务收入**	**占其他主营业务收入的比例**
1	**富港电子**	**4,874.82**	**41.46%**
2	**易路达**	**3,898.28**	**33.15%**
3	**新翼精密**	**1,003.87**	**8.54%**
4	**Kinpo Electronics (Philippines) Inc.**	**667.40**	**5.68%**
合计		**10,444.37**	**88.82%**
排名	**客户名称**	**其他主营业务收入**	**占其他主营业务收入的比例**
1	富港电子	8,198.84	48.09%
2	易路达	5,917.61	34.71%
3	V.S. Industry	1,483.12	8.70%
4	Kinpo Electronics (Philippines) Inc.	622.04	3.65%
合计		**16,221.61**	95.15%
2023 年			
排名	**客户名称**	**其他主营业务收入**	**占其他主营业务收入的比例**
1	富港电子	4,245.52	63.65%
2	V.S. Industry	2,009.71	30.13%
合计		6,255.23	93.77%
2022 年			
排名	**客户名称**	**其他主营业务收入**	**占其他主营业务收入的比例**
1	V.S. Industry	1,367.09	71.24%
合计		1,367.09	**71.24%**

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	注册地及经营地	合作时间	业务获取方式	注册资本	员工人数及参保人数	主要终端客户	主要销售产品	销售金额占其同类采购金额的比例	与发行人及相关方是否存在关联关系
和硕联合科技	2007 年	总部位于中国台湾，公司主要和江苏、越南、印尼等主体合作	9 年	商务谈判	266.15 亿新台币	98,202	微软	纸包装产品	/	否
伟创力国际	1969 年	总部位于美国，公司主要和广东、中国香港的主体合作	7 年	商务谈判	-	147,979	菲利普莫里斯		/	否
今世缘	1997 年	江苏	5 年	商务谈判	12.46 亿人民币	5,230	今世缘		/	否
新玛德集团	1969 年	总部位于中国香港，公司主要与印尼主体合作	9 年	商务谈判	27000 万元	3,079	绿山		/	否
V.S. Industry	1982 年	马来西亚	7 年	商务谈判	5 千万令吉特	11,755	绿山、必胜		/	否
富港电子	1986 年	总部位于中国台湾，公司主要与广东、江苏的主体合作	9 年	商务谈判	51.23 亿新台币	27,633	微软、Beats		/	否
纬创资通	2001 年	总部位于中国台湾，公司主要与广东的主体合作	9 年	商务谈判	2.34 亿美元	44,234	纬创		/	否
赫比	1980 年	总部位于新加坡，公司主要与福建、泰国的主体合作	8 年	商务谈判	-	9,909	绿山		/	否
华宝新能	2011 年	广东	4 年	商务谈判	17,438.14 万人民币	1,620	华宝新能		/	否
易路达	2011 年	总部位于中国香港，公司主要与广东的主体合作	9 年	商务谈判	6,000 万港元	未披露	Beats		/	否
捷普	1992 年	总部位于中美国，公司主要与广东的主体合作	4 年	商务谈判	-	138,000	菲利普莫里斯		/	否
群光电子	1983 年	总部位于中国台湾，公司主要与广东、江苏的主体合作	8 年	商务谈判	76.01 亿新台币	29,946	微软		/	否
徕芬科技	2019 年	广东	3 年	商务谈判	1,000 万人民币	1,785	徕芬科技		/	否
佛山东菱	2010 年	总部位于广东，公司主要与广东、印尼的主体合作	3 年	商务谈判	70,000 万人民币	3,281	必胜		/	否
Kinpo Electronics	1973 年	总部位于中国台湾，公司主	1 年	商务谈判	150.50 亿新台币	42,673	戴森		/	否

客户名称	设立时间	注册地及经营地	合作时间	业务获取方式	注册资本	员工人数及参保人数	主要终端客户	主要销售产品	销售金额占其同类采购金额的比例	与发行人及相关方是否存在关联关系
		要与菲律宾的主体合作								
通力科技	2000 年	广东	2 年	商务谈判	36719.0182 万人民币	5733	菲利普莫里斯		/	否
鑫泰利	2004 年	江苏	3 年	商务谈判	9911 万元	599	小米		/	否
新翼精密（富士康越南工厂）	未披露	越南	2 年	商务谈判	未披露	未披露	Beats		/	否

注：销售金额占其同类采购金额比例的数据来源于走访记录；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，选取其集团口径列示相关公开披露信息。

截至报告期末，公司上述客户的定价、结算、信用政策如下：

客户名称	定价机制	结算方式	信用政策
和硕联合科技	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	月结 90 天
伟创力国际		银行转账	月结 120 天
今世缘		汇票	月结 30 天
新玛德集团		银行转账	月结 90 天
V.S. Industry		银行转账	月结 90 天
富港电子		银行转账	月结 90 天
纬创资通		银行转账	月结 120 天
赫比		银行转账	月结 90 天
华宝新能		汇票	月结 60 天
易路达科技有限公司		银行转账	月结 90 天
捷普		银行转账	月结 90 天
群光电子		银行转账	月结 90 天
徕芬科技		银行转账	月结 90 天
佛山东菱		汇票	月结 0 天
Kinpo Electronics		银行转账	月结 60 天
通力科技		**银行转账**	**月结 60 天**
鑫泰利		**银行转账**	**月结 60 天**
新翼精密（富士康越南工厂）		**银行转账**	**月结 60 天**

注：公司与今世缘和华宝新能主要以银行承兑汇票结算，汇票期限一般为 180 天；公司与佛山东菱主要以商业承兑汇票结算，汇票期限一般为 90 天。

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 30-120 日之间，并以 90 日为主，差异较小，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。

（二）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、彩盒产品前五大客户变化情况及稳定性分析

2025 年 1-6 月相比 2024 年彩盒产品的前五大客户较为稳定，未发生变化。

（1）2024 年相比 2023 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
新玛德集团	伟创力国际

1）新进入前五大彩盒产品客户

公司为新玛德集团提供的主要为绿山的咖啡机产品所对应的包装产品。2024 年，新玛德集团进入公司前五大彩盒产品客户，主要系 2023 年度以来，受绿山咖啡机市场需求波动的影响，其咖啡机产品销售量 2023 年度不及预期；随着 2024 年市场需求回升，其重回公司前五大彩盒产品客户。

2）退出前五大彩盒产品客户

公司为伟创力国际提供的主要为菲利普莫里斯的电子烟产品所对应的包装产品。2023 年度以来，菲利普莫里斯调整相关产品在各代工厂间的供应份额，部分份额调整至公司其他客户，导致公司对伟创力国际的收入下滑，并于 2024 年退出前五大客户。

（2）2023 年相比 2022 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
徕芬科技	新玛德集团

1）新进入前五大彩盒产品客户

公司自 2022 年开始积极推动与徕芬科技的合作。其推出的高速吹风机凭借其良好的性能和使用体验，受到了众多消费者的青睐，并适时推出了电动牙刷产品。随着双方合作及徕芬科技相关产品的市场推广逐步深入，双方合作规模逐步上升，并于 2023 年进入公司前五大彩盒产品客户。

2）退出前五大彩盒产品客户

公司为新玛德集团提供的主要为绿山的咖啡机产品所对应的包装产品。2023 年，新玛德集团退出公司前五大彩盒产品客户，主要系 2023 年度以来，受绿山

咖啡机市场需求波动的影响，其咖啡机产品销售量2023年度不及预期。

2、说明书产品前五大客户变化情况及稳定性分析

2025年1-6月相比2024年说明书产品前五大客户变化情况如下：

新进入公司前五大说明书产品客户	退出公司前五大说明书产品客户
新玛德集团	捷普
通力科技	纬创资通

（1）新进入前五大说明书产品客户

公司主要为新玛德集团提供绿山咖啡机所对应的包装产品。2025年1-6月，新玛德集团进入公司前五大说明书产品客户，主要得益于公司与绿山合作的深化，公司说明书的供应份额有所提升。

公司主要为通力科技提供菲利普莫里斯电子烟所对应的包装产品。2025年1-6月，通力科技进入公司前五大说明书产品客户，主要系菲利普莫里斯调整相关产品在各代工厂间的供应份额所致。

（2）退出前五大说明书产品客户

公司主要为捷普提供菲利普莫里斯电子烟所对应的包装产品。2025年1-6月，捷普退出公司前五大说明书产品客户，主要系菲利普莫里斯调整相关产品在各代工厂间的供应份额所致。

2025年1-6月，纬创资通退出公司前五大说明书产品客户，主要系公司说明书产品交去年同期上升幅度较大，其他客户合作规模的上升导致其退出前五大说明书产品客户。

2024年相比2023年说明书产品的前五大客户较为稳定，未发生变化。

2023年相比2022年说明书产品前五大客户变化情况如下：

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
捷普	群光电子

（1）新进入前五大说明书产品客户

公司为捷普提供的主要为菲利普莫里斯的电子烟产品所对应的包装产品。2023年度，随着菲利普莫里斯调整下游代工厂的份额分配，部分供应商份额至

捷普等其他电子代工厂商，导致其于 2023 年度进入公司前五大说明书产品客户。

（2）退出前五大说明书产品客户

公司为群光电子提供的主要为微软的电脑配件产品所对应的包装产品。随着微软于 2023 年停止生产和销售 Microsoft 品牌的电脑配件，公司对该等客户的收入下降，导致其于 2023 年度退出公司前五大说明书产品客户。

3、一站式采购产品前五大客户变化情况及稳定性分析

（1）2025 年 1-6 月相比 2024 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客户	退出公司前五大一站式采购客户
鑫泰利	新玛德集团

1）新进入前五大一站式采购客户

公司主要为鑫泰利提供的小米扫地机产品所对应的包装产品。随着扫地机器人市场需求旺盛，带动了相关包装业务增长，鑫泰利进入公司前五大一站式采购业务客户。

2）退出前五大一站式采购客户

公司主要为新玛德集团提供绿山咖啡机所对应的包装产品。2025 年 1-6 月，新玛德集团退出公司前五大一站式采购业务客户，主要系受其终端产品绿山咖啡机的市场需求波动影响，其包装采购需求随之进行了相应调整。

（1）2024 年相比 2023 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客户	退出公司前五大一站式采购客户
华宝新能	赫比

1）新进入前五大一站式采购客户

公司为华宝新能提供的主要为其自有储能产品对应的包装产品。2024 年度，华宝新能通过全球 M2C 直销品牌竞争力的持续提升及降本控费策略深化，实现营业收入和净利润的快速增长。公司对其的收入上升，导致其于 2024 年度进入公司前五大一站式采购客户。

2）退出前五大一站式采购客户

公司为赫比提供的主要为绿山的咖啡机产品所对应的包装产品。2024 年度，

随着绿山要求代工厂产能逐步向东南亚转移，公司与厦门赫比的合作金额下降，导致其于 2024 年度退出公司前五大一站式采购客户。

（2）2023 年相比 2022 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客户	退出公司前五大一站式采购客户
徕芬科技	华宝新能
佛山东菱	易路达

1）新进入前五大一站式采购客户

公司为徕芬科技提供的主要为其自主品牌的小家电产品所对应的包装产品。公司自 2022 年开始积极推动与徕芬科技的合作。其推出的高速吹风机凭借其良好的性能和使用体验，受到了众多消费者的青睐，并适时推出了电动牙刷产品。随着双方合作及徕芬科技相关产品的市场推广逐步深入，双方合作规模逐步上升，并于 2023 年进入前五大一站式采购客户。

公司为佛山东菱提供的主要为必胜的清洁家电产品所对应的包装产品。公司自 2021 年开始积极推动与佛山东菱的合作。2023 年，随着合作的深入，公司与佛山东菱的合作规模上升较快，并于 2023 年进入前五大一站式采购客户。

2）退出前五大一站式采购客户

公司为华宝新能提供的主要为其自有储能产品对应的包装产品；为易路达提供的主要为 Beats、雷蛇等消费电子产品对应的包装。2023 年度，公司对于该两客户的收入相对稳定，主要系其他客户上升所致导致其于 2023 年退出前五大一站式采购客户。

4、其他主营业务前五大客户变化情况及稳定性分析

（1）2025 年 1-6 月相比 2024 年其他主营业务前五大客户变化情况

新进入公司前五大其他主营业务客户	退出公司前五大其他主营业务客户
新翼精密	V.S. Industry

1）新进入前五大其他主营业务客户

公司主要为新翼精密提供 Beats 产品所对应的包装。2025 年 1-6 月，新翼精密进入公司前五大一站式采购业务客户，主要系公司通过深化与 Beats 在包装产品的合作，成功进入其境外供应商体系，由此带动新翼精密成为公司前五

大一站式采购客户。

2）退出前五大其他主营业务客户

公司主要为 V.S. Industry 提供必胜产品所对应的纸浆模塑内托。2025 年 1-6 月，V.S. Industry 退出公司前五大其他主营业务客户，主要系公司调整生产策略，相关产品通过一站式采购满足需求。

（1）2024 年相比 2023 年其他主营业务前五大客户变化情况

新进入公司前五大其他主营业务客户	退出公司前五大其他主营业务客户
易路达	-
Kinpo Electronics (Philippines) Inc.	-

公司为易路达提供的主要为 Beats 消费电子产品对应的包装产品。2023 年公司为 Beats 开发了创新性的耳机外包装一体式纸浆模塑包装产品并自产向其出售，产品受到了客户青睐；2024 年，易路达亦开始向公司采购同类包装，导致其于 2024 年度进入公司前五大其他主营业务客户。

公司为 Kinpo Electronics 提供的主要为戴森的高速吹风机等产品对应的包装产品。2024 年，随着公司将菲律宾鸿达纳入财务报表，导致 Kinpo Electronics 于 2024 年度进入公司前五大其他主营业务客户。

（2）2023 年相比 2022 年其他主营业务前五大客户变化情况

新进入公司前五大其他主营业务客户	退出公司前五大其他主营业务客户
富港电子	-

公司为富港电子提供的主要为 Beats 消费电子产品对应的包装产品。2023 年公司为 Beats 开发了创新性的耳机外包装一体式纸浆模塑包装产品并自产向其出售，产品受到了客户青睐，因此当年度收入增长较大，导致其于 2023 年度进入公司前五大其他主营业务客户。

三、按照发行人产品终端应用领域列示各期收入金额及占比，分析收入变动与终端应用领域的行业发展趋势是否一致；按照发行人产品终端客户列示各期收入金额及占比，分析发行人产品收入变动与终端客户对应产品收入变动趋势是否一致；量化分析各期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。

（一）按照发行人产品终端应用领域列示各期收入金额及占比，分析收入变动与终端应用领域的行业发展趋势是否一致

报告期内，公司主要从事消费电子、小家电、电子烟和酒类市场的相关纸制印刷包装产品的研发、生产、销售。报告期各期，公司主营业务收入按上述各领域分类情况如下所示：

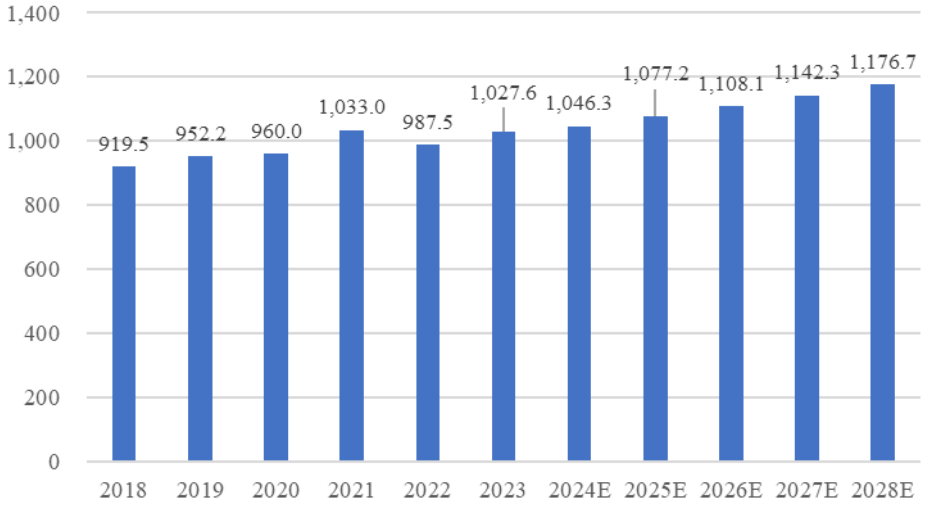
单位：万元

项目	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
消费电子	27,295.01	35.04%	43,616.94	31.13%	32,936.43	30.76%	37,109.08	40.17%
小家电	32,598.35	41.85%	64,531.50	46.06%	44,584.43	41.64%	34,105.56	36.92%
电子烟	10,170.99	13.06%	17,516.78	12.50%	18,086.21	16.89%	15,661.72	16.95%
酒类	3,976.29	5.10%	10,851.72	7.74%	9,988.53	9.33%	4,964.88	5.37%
其他	3,856.69	4.95%	3,596.26	2.57%	1,476.55	1.38%	535.65	0.58%
合计	77,897.32	100.00%	140,113.19	100.00%	107,072.15	100.00%	92,376.88	100.00%

1、消费电子

近年来，全球消费电子市场在经历了高速发展、产品快速迭代扩展的阶段后进入了平稳发展期。根据 Statista 的数据，2018 年全球消费电子行业市场规模已达 9,195 亿美元，除 2022 年略有下浮外，全球消费电子行业市场规模整体呈稳步增长态势，至 2023 年已达 10,276 亿美元，预计 2028 年将增长至 11,767 亿美元，市场规模巨大，行业内发展空间充足。

2018-2028E 全球消费电子市场规模（单位：十亿美元）



2、小家电

根据 Statista 发布数据显示，近年来全球小家电产品普及率不断提升，全球小家电销售额自 2018 年的 1,950 亿美元增长至 2024 年的 2,543 亿美元。随着全球经济的发展以及人们生活水平的不断提高，消费者对于生活品质的追求日益强烈。小家电作为提升生活品质的重要组成部分，市场需求呈现出迅猛增长的态势。未来，在“懒人经济”、“趣味生活”等理念的倡导、刚需品类的支撑和更多新兴产品的涌现下，全球小家电产品市场规模仍将保持良好增长。根据 Statista 预计，2028 年全球小家电市场规模将进一步增长至 3,052 亿美元。

3、电子烟

近年来，全球电子烟市场处于快速发展期，以国际电子烟品牌 IQOS 为例，其用户人数已从 2015 年度的 140 万人增长到 2020 年度的 1,760 万人。截至 2024 年底，IQOS 全球用户数达 3220 万，较 2023 年净增 340 万。根据欧睿国际发布数据显示，2024 年全球电子烟市场规模 350 亿美元，同比增长 15%，较低谷期有所恢复，但增速已经明显放缓。

4、酒类

近年来，白酒行业保持积极发展的良好态势，根据中国酒业协会数据显示，2023 年我国白酒行业规模以上企业完成销售收入 6,626.5 亿元，较 2022 年增长 9.5%。近年来，我国白酒行业销量稳定趋于稳定，各主流酒企逐步向高端化、年

轻化调整，采用产品升级、优化产品结构的策略寻求新的增长空间，行业呈良性竞争态势。

综上，公司收入变动趋势与终端应用领域发展趋势基本一致。

（二）按照发行人产品终端客户列示各期收入金额及占比，分析发行人产品收入变动与终端客户对应产品收入变动趋势是否一致；

报告期各期，公司各产品前五大终端客户收入金额及占比如下：

单位：万元

终端客户名称	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
绿山	**7,479.13**	**9.60%**	18,047.36	12.88%	12,537.63	11.71%	20,417.10	22.10%
Beats	**11,575.62**	**14.86%**	16,547.22	11.81%	5,192.22	4.85%	857.07	0.93%
小米	**8,511.37**	**10.93%**	13,451.68	9.60%	10,530.10	9.83%	8,066.69	8.73%
微软	**8,108.66**	**10.41%**	13,148.33	9.38%	18,420.23	17.20%	27,545.06	29.82%
菲利普莫里斯	**5,628.09**	**7.23%**	11,908.16	8.50%	12,519.15	11.69%	10,151.30	10.99%
今世缘	**3,836.60**	**4.93%**	10,779.93	7.69%	9,988.53	9.33%	4,964.88	5.37%
合计	**45,139.47**	**57.95%**	**83,882.68**	**59.87%**	**69,187.86**	**64.62%**	**72,002.10**	**77.94%**

报告期各期，上述客户收入变动与发行人收入变动变化趋势如下：

1、绿山

客户名称	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度
	金额	变动幅度	金额	变动幅度	金额	变动幅度	金额
公司对绿山的收入（单位：万元）	**7,479.13**	**-4.43%**	18,047.36	49.95%	12,537.63	-38.59%	20,417.10
绿山对应产品变动	**未披露**	**-20.1%**	未披露	7.3%	未披露	-10.3%	未披露

注：绿山对应产品变动源自 KEURIG DR PEPPER 于年度报告披露的咖啡机销量，其仅于年度报告披露销售量变化情况，未披露具体销量。

报告期内，公司对绿山收入的变化趋势与绿山对应产品的销售变化趋势一致。根据其年报披露，2023 年度，其咖啡业务下滑主要系受小家电品类整体低迷及零售商库存调整影响；2024 年度，得益于其市场份额提升及咖啡机品类需求回暖的推动，销售情况开始回升。**2025 年 1-6 月，其咖啡业务下滑主要系零售商库存消化的影响。**

2、微软

客户名称	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度
	金额	变动幅度	金额	变动幅度	金额	变动幅度	金额
公司对微软的收入（单位：万元）	**8,108.66**	**60.82%**	13,148.33	-28.62%	18,420.23	-33.13%	27,545.06
微软对应产品变动	**未披露**	**未披露**	未披露	-15%	未披露	-24%	未披露

注：微软对应产品变动源自其于年度报告披露的 More Personal Computing 业务板块对于设备销量情况，其未披露具体销量；
注：微软的财务年度财年期间为上年 7 月 1 日至当年 6 月 30 日。

报告期内，公司对微软收入的变化趋势与微软对应产品的销售变化趋势一致。报告期内，公司对微软的收入持续下滑，主要系微软的产品策略调整所致。根据公开信息，微软于 2023 年度宣布将停止生产和销售 Microsoft 品牌的电脑配件，包括鼠标、键盘和摄像头等，未来将专注于 Surface 品牌的电脑配件。

3、小米

客户名称	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度
	金额	变动幅度	金额	变动幅度	金额	变动幅度	金额
公司对小米的收入（单位：万元）	**8,511.37**	**56.27%**	13,451.68	27.75%	10,530.10	30.54%	8,066.69
小米对应产品变动（单位：百万元）	**71,051.3**	**50.7%**	104,103.9	29.95%	80,107.7	0.39%	79,794.9

注：小米对应产品变动源自其于年度报告披露的 IoT 与生活消费产品收入。

报告期内，公司对小米的收入与小米对应产品的销售均处于上升趋势。其中，公司 2023 年对小米的收入较去年同期增长幅度较大，主要是公司在吹风机、耳机及扫地机器人等项目上取得进展。

4、菲利普莫里斯

客户名称	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度
	金额	变动幅度	金额/数量	变动幅度	金额/数量	变动幅度	金额/数量
公司对菲利普莫里斯的收入（单位：万元）	**5,628.09**	**-15.06%**	11,908.16	-4.88%	12,519.15	23.33%	10,151.30
菲利普莫里斯对应产品变动（单位：百万个）	**75,899**	**10.51%**	139,743	11.56%	125,263	14.74%	109,169

注：菲利普莫里斯对应产品变动源自其于年度报告披露的 Heated Tobacco 产品销量。

报告期内，公司对菲利普莫里斯收入的变化趋势与菲利普莫里斯对应产品的销售变化趋势基本一致。2024 年及 **2025 年 1-6 月**，公司收入略微下滑，而菲利普莫里斯的 Heated Tobacco 产品销量上升，主要系公司主要面向其在中国大陆及马来西亚生产基地的部分型号，受下游结构需求变化及其生产安排等因素影响，公司份额略有变动。

5、今世缘

客户名称	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度
	金额	变动幅度	金额	变动幅度	金额	变动幅度	金额
公司对今世缘的收入（单位：万元）	**3,836.60**	**-21.90%**	10,779.93	7.92%	9,988.53	101.18%	4,964.88
今世缘对应产品变动（单位：亿元）	**68.82**	**-5.17%**	114.73	14.36%	100.32	27.86%	78.46

注：今世缘对应产品变动源自其于年度报告披露的白酒产品收入。

报告期内，公司对今世缘收入的变化趋势与今世缘对应产品的销售变化趋势一致。其中，公司 2023 年对今世缘的收入较去年同期增长幅度较大，主要是 2022 年公司与今世缘处于合作磨合期，合作规模仍处于爬升期。

除上述终端客户外，苹果未单独披露 Beats 品牌的产品收入。报告期内，公司对 Beats 收入增长较快，主要系 2023 年公司为 Beats 开发了创新性的耳机外包装一体式纸浆模塑包装产品并向其出售，产品受到了客户青睐。

（三）量化分析各期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、量化分析各期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，公司各类型的产品的增量终端客户主要构成如下：

（1）彩盒

报告期内，公司彩盒收入逐年上升，具体情况如下：

单位：万元

客户名称	2025 年 1-6 月较 2024 年 1-6 月	
	收入增量	占当年度收入增量的比例
微软	**1,738.08**	**50.73%**

戴森	**1,592.68**	**46.49%**
小米	**1,051.85**	**30.70%**
合计	**4,382.61**	**127.93%**
客户名称	**2024 年度较 2023 年**	
	收入增量	**占当年度收入增量的比例**
徕芬科技	4,720.95	28.34%
绿山	4,406.36	26.45%
戴森	4,354.98	26.15%
星际悦动	1,248.29	7.49%
杭州由莱	1,075.07	6.45%
合计	**15,805.65**	**94.89%**
客户名称	**2023 年度较 2022 年**	
	收入增量	**占当年度收入增量的比例**
今世缘	5,010.22	81.34%
必胜	3,950.07	64.13%
徕芬科技	3,086.94	50.12%
菲利普莫里斯	1,386.82	22.51%
SharkNinja	1,164.92	18.91%
合计	**14,598.97**	**237.01%**

如上图所示，公司彩盒收入增长，主要系公司凭借技术开发优势及全球供应链协同能力实现的客户开拓成果。如上表所示，徕芬科技、戴森、星际悦动、杭州由莱、今世缘、必胜及 SharkNinja 均为公司近几年落地的品牌客户。

（2）说明书

2024 年度，公司说明书收入较 2023 年基本保持稳定。2023 年，公司说明书产品收入较 2022 年下滑幅度较大，具体情况如下：

单位：万元

客户名称	**2025 年 1-6 月较 2024 年 1-6 月**	
	收入增量	**占当年度收入增量的比例**
微软	**1,318.83**	**41.23%**
菲利普莫里斯	**583.50**	**18.24%**
绿山	**461.47**	**14.43%**
戴森	**400.38**	**12.52%**

合计	**2,764.18**	**86.41%**
客户名称	**2023 年度较 2022 年**	
	收入增量	**占当年度收入增量的比例**
微软	-3,061.86	91.20%
绿山	-636.26	18.95%
纬创	-445.24	13.26%
合计	-4,143.36	123.41%

如上图所示，报告期内，公司说明书业务的终端客户相对集中，说明书业务下降，主要系微软收入下降所致。其于 2023 年停止生产和销售 Microsoft 品牌的电脑配件，公司对微软 Microsoft 品牌的电脑配件的包装产品的收入下滑。**2025 年 1-6 月，公司说明书业务上升，主要系公司与主要客户积极协商、推进说明书业务的合作深化，在微软、菲利普莫里斯、绿山咖啡的说明书销量均有上升。**

（3）一站式采购

报告期内，公司一站式采购收入逐年上升，具体情况如下：

单位：万元

客户名称	**2025 年 1-6 月较 2024 年 1-6 月**	
	收入增量	**占当年度收入增量的比例**
小米	**1,937.60**	**38.99%**
必胜	**787.86**	**15.85%**
云鲸	**717.55**	**14.44%**
悦刻	**667.50**	**13.43%**
合计	**4,110.51**	**82.71%**
客户名称	**2024 年度较 2023 年**	
	收入增量	**占当年度收入增量的比例**
小米	1,373.09	30.55%
绿山	1,056.17	23.50%
华宝新能	747.28	16.63%
悦刻	693.39	15.43%
Beats	347.36	7.73%
合计	**4,217.29**	**93.83%**
客户名称	**2023 年度较 2022 年**	
	收入增量	**占当年度收入增量的比例**

必胜	2,985.90	41.81%
小米	2,583.48	36.18%
SharkNinja	1,656.27	23.19%
徕芬科技	1,563.78	21.90%
IRobot	685.76	9.60%
合计	**9,475.19**	**132.68%**

如上图所示，公司一站式采购收入逐年增长。2023 年，公司一站式采购收入增加主要系新拓展的小米、必胜、徕芬、SharkNinja 等终端品牌开始贡献收入；2024 年，公司一站式采购收入增加，主要系部分终端客户需求回升，整体规模上升所致。**2025 年 1-6 月，公司一站式采购收入增加，一方面系终端客户需求上升带动，如小米及悦刻等终端品牌的销量上升，另一方面系公司成功导入知名终端品牌云鲸，实现收入增量。**

（4）其他主营业务

报告期内，公司其他主营业务逐年上升，具体情况如下：

单位：万元

客户名称	**2025 年 1-6 月较 2024 年 1-6 月**	
	收入增量	**占当年度收入增量的比例**
Beats	**4,364.41**	**93.43%**
戴森	**589.79**	**12.63%**
合计	**4,954.20**	**106.06%**
客户名称	**2024 年度较 2023 年**	
	收入增量	**占当年度收入增量的比例**
Beats	9,870.93	95.11%
戴森	646.94	6.23%
合计	**10,517.87**	**101.34%**
客户名称	**2023 年度较 2022 年**	
	收入增量	**占当年度收入增量的比例**
Beats	4,245.52	89.42%
必胜	1,582.25	33.32%
合计	**5,827.77**	**122.74%**

如上图所示，公司其他主营业务收入增长，主要系 2023 年公司为 Beats 开发了创新性的耳机外包装产品并自产向其出售，产品受到了客户青睐，因此当年

度收入增长较大。2024 年度，公司自产纸托产品应用到了客户更多的产品上，使得收入持续增长。

2、与同行业可比公司的差异情况及合理性

报告期内，公司各类不同类型产品与同行业可比公司的对比情况如下：

（1）彩盒及说明书

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
裕同科技-纸制精品包装	**546,071.00**	1,241,753.79	1,103,599.69	1,181,274.98
中荣股份-折叠彩盒及礼盒	**118,919.06**	232,380.60	216,198.86	209,161.42
柏星龙-产品包装收入	**23,414.82**	55,105.54	49,877.12	45,177.67
佳合科技-彩印	**15,000.72**	31,835.31	13,624.02	15,062.21
公司-彩盒及说明书	**50,916.69**	98,941.00	80,772.90	77,970.55

报告期内，公司同行业可比公司未单独披露说明书业务的情况。经合并公司彩盒及说明书业务对比，公司收入与同行业可比公司均呈现整体上升的趋势。其中，2023 年度，裕同科技（纸制精品包装）及佳合科技（彩印）的收入呈现小幅下降，主要系各自之间的细分领域存在一定差异，其中，裕同科技的纸制精品包装主要集中于消费电子领域，佳合科技的彩印产品包括展示架、展示盒、彩箱、礼品盒和手提袋，主要应用于超市、商场的促销和展示。**2025 年 1-6 月，柏星龙（产品包装收入）的收入呈现下降趋势，主要是其主要面向酒类包装，受白酒行业波动影响较大。**

（2）一站式采购

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
裕同科技-包装配套产品	**129,733.64**	249,991.64	261,433.49	283,821.14
中荣股份-其他包装印刷产品	**23,288.95**	38,719.15	36,393.49	33,649.72
公司-一站式采购	**15,222.05**	24,123.28	19,826.71	12,487.26

报告期内，公司一站式采购收入与中荣股份均呈现逐年上升的趋势。其中，2023 年度，裕同科技（包装配套产品）逐年下滑，主要系双方之间的应用领域存在差异。如前文所述，公司一站式采购业务的增长，主要得益于小家电领域的

客户。

（3）其他主营业务

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
裕同科技-环保纸塑产品	**58,434.02**	127,108.58	106,413.09	111,697.77
公司-其他主营业务	**11,758.54**	17,048.91	6,670.53	1,919.07

报告期内，公司其他主营业务收入与同行业可比公司均呈现整体上升的趋势。其中，2023 年度，裕同科技（环保纸塑产品）呈现小幅下降，而公司该类产品收入大幅上升，主要系公司该类产品仍处于产能爬坡阶段。

四、说明报告期内彩盒、说明书销售单价呈下降趋势的原因，发行人对不同类型客户的定价机制，影响产品价格的主要因素及报告期价格调整频率，降价对公司盈利能力的影响，发行人是否具备议价能力，产品价格及下降趋势与同行业可比公司同类产品、客户同类产品其他供应商相比是否存在较大差异；说明一站式采购、外购成品直接销售的业务实质和商业合理性，是否为贸易类业务，采用总额法核算的具体依据及是否符合企业会计准则的相关规定。

（一）说明报告期内彩盒、说明书销售单价呈下降趋势的原因，发行人对不同类型客户的定价机制，影响产品价格的主要因素及报告期价格调整频率，降价对公司盈利能力的影响，发行人是否具备议价能力，产品价格及下降趋势与同行业可比公司同类产品、客户同类产品其他供应商相比是否存在较大差异

1、说明报告期内彩盒、说明书销售单价呈下降趋势的原因

报告期内公司主要产品单价的波动情况如下：

项目	2025 年 1-6 月	2024 年	2023 年	2022 年
彩盒（元/pcs）	**1.62**	1.93	2.24	2.13
说明书（元/pcs）	**0.53**	0.45	0.60	0.48

报告期内，公司彩盒及说明书销售单价下降主要系产品构成变化所致。

（1）彩盒

报告期内，公司彩盒累计前十大终端客户价格、收入占比及数量占比如下：

客户名称	2025 年 1-6 月	2024 年

	均价	金额占比	数量占比	均价	金额占比	数量占比
微软	**1.70**	**12.20%**	**11.60%**	1.75	10.01%	11.06%
绿山	**2.07**	**10.01%**	**7.83%**	3.19	12.91%	7.80%
菲利普莫里斯	**3.54**	**8.43%**	**3.85%**	5.07	10.55%	4.01%
今世缘	**9.02**	**8.98%**	**1.61%**	10.52	12.49%	2.29%
小米	**1.30**	**10.06%**	**12.50%**	1.15	8.62%	14.50%
徕芬科技	**4.30**	**9.28%**	**3.49%**	1.69	10.09%	11.49%
必胜	**6.42**	**2.41%**	**0.61%**	7.62	3.58%	0.91%
悦刻	**0.27**	**3.29%**	**19.64%**	0.42	2.15%	9.93%
SharkNinja	**3.67**	**2.85%**	**1.26%**	4.20	2.83%	1.30%
戴森	**2.03**	**6.22%**	**4.95%**	3.19	5.07%	3.07%
其他	**1.30**	**26.26%**	**32.66%**	1.24	21.69%	33.65%
合计	**1.62**	**100.00%**	**100.00%**	**1.93**	**100.00%**	**100.00%**
客户名称	**2023 年度**			**2022 年度**		
	均价	**金额占比**	**数量占比**	**均价**	**金额占比**	**数量占比**
微软	2.41	20.07%	18.33%	2.12	31.51%	31.70%
绿山	4.03	9.66%	5.28%	4.95	16.70%	7.18%
菲利普莫里斯	4.88	13.56%	6.13%	5.58	12.69%	4.84%
今世缘	10.30	14.35%	3.07%	8.67	7.83%	1.92%
小米	1.25	9.25%	16.33%	1.66	10.53%	13.50%
徕芬科技	1.44	5.71%	8.74%	3.79	1.39%	0.78%
必胜	7.90	6.87%	1.92%	4.69	1.29%	0.59%
悦刻	0.51	2.69%	11.61%	0.40	3.60%	19.06%
SharkNinja	4.54	2.45%	1.19%	5.76	0.85%	0.31%
戴森	2.36	0.01%	0.01%	-	0.00%	0.00%
其他	1.24	15.37%	27.39%	1.44	13.61%	20.11%
合计	**2.20**	**100.00%**	**100.00%**	**2.13**	**100.00%**	**100.00%**

如上表所示，公司 2024 年度彩盒产品单价下降主要系（1）公司对微软产品的数量占比及均价下降。其中，微软占比下降的主要原因系其于 2023 年停止生产和销售 Microsoft 品牌的电脑配件；单价下降的主要原因系 2023 年度，公司与微软合作游戏主机相关的项目，集中交付一批次单价较高的彩盒包装。（2）公司对于绿山的均价下降，主要系绿山的包装方案调整，部分单价较低的彩盒组件

销售占比上升。**2025 年 1-6 月，公司彩盒产品单价下降，主要是悦刻数量占比上升的影响，其彩盒方案包括内托，该品类产品单价较低、数量较大。随着公司对于悦刻销量上升，其数量占比较高、对平均单价影响较大。**

（2）说明书

2024 年度，公司说明书累计前五大终端客户价格、收入占比及数量占比如下：

客户名称	2025 年 1-6 月			2024 年度		
	均价	金额占比	数量占比	均价	金额占比	数量占比
微软	**1.01**	**33.65%**	**17.57%**	0.60	34.97%	26.01%
菲利普莫里斯	**2.26**	**23.24%**	**5.44%**	2.43	21.97%	4.04%
绿山	**1.33**	**11.89%**	**4.71%**	0.68	7.88%	5.18%
小米	**0.30**	**6.81%**	**11.97%**	0.39	10.05%	11.52%
纬创资通	**0.68**	**3.22%**	**2.51%**	0.73	5.68%	3.46%
其他	**0.19**	**21.19%**	**57.80%**	0.17	19.45%	49.79%
合计	**0.53**	**100.00%**	**100.00%**	**0.45**	**100.00%**	**100.00%**
客户名称	**2023 年度**			**2022 年度**		
	均价	**金额占比**	**数量占比**	**均价**	**金额占比**	**数量占比**
微软	0.55	39.03%	40.22%	0.53	50.93%	46.10%
菲利普莫里斯	2.56	27.33%	6.06%	2.61	14.43%	2.63%
绿山	1.23	8.59%	3.95%	1.17	10.96%	4.46%
小米	0.31	6.56%	12.08%	0.34	4.25%	5.96%
纬创资通	0.58	5.34%	5.25%	0.45	7.14%	7.54%
其他	0.23	13.16%	32.44%	0.18	12.29%	33.31%
合计	**0.60**	**100.00%**	**100.00%**	**0.48**	**100.00%**	**100.00%**

如上表所示，公司 2024 年度说明书产品单价下降主要系绿山及其他客户中部分客户所采用的包装方案为页数较少、结构较为简单的说明书。一方面，该类产品单价较低，拉低了说明书产品的平均价格，另一方面，该类产品数量占比较大，挤压微软、菲利普莫里斯等较高的说明产品占比。**2025 年 1-6 月，公司与微软、菲利普莫里斯、绿山咖啡等主要客户积极协商、推进说明书业务的合作深化，高附加值的产品占比有所提升。**

2、发行人对不同类型客户的定价机制，影响产品价格的主要因素及报告期价格调整频率，降价对公司盈利能力的影响，发行人是否具备议价能力

（1）发行人对不同类型客户的定价机制，影响产品价格的主要因素及报告期价格调整频率，降价对公司盈利能力的影响

报告期内，公司主要通过与终端客户进行协商定价，定价机制为：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。

报告期内，主要终端客户与发行人价格调整情况如下：

终端客户名称	价格调整情况
微软	报告期内，未发生降价要求
绿山	每年降低一定幅度，具体品类、幅度由双方协商
菲利普莫里斯	每半年重新报价，无明确的降价要求
小米	合作品类及代工厂较多，就具体品类沟通价格
今世缘	每半年招标，无明确的降价要求
Beats	基于生产成本下降、结构优化等因素，不定期进行降价
必胜	具有年度降价要求，具体品类、幅度由双方协商，同时就本次贸易摩擦进行降价
徕芬科技	就具体型号进行降价

注：上述终端客户为发行人 2022 年至 2024 年收入金额超过 1 亿元的终端客户，其收入在报告期的占比分别为 80.67%、79.32%和 73.03%和 **69.43%**。

报告期内，公司暂无主要终端客户与公司进行整体降价的情况。如发生上述状况，公司可以通过以下方式降低对公司盈利能力的影响：

1）消费电子产品包装更新迭代速度快，涉及新产品的推出及旧产品包装方案的升级。一般而言，新包装方案会重新进行定价且具有更可观的利润空间。公司与客户保持紧密合作，及时响应其迭代需求，积极导入新方案的应用。

2）公司为客户提供高附加值、差异化的产品和服务，深入参与客户在包装方案的设计与开发。公司可以结合客户降价需求，与客户协商推动材料替代、方案优化等措施，在不影响质量的前提下降低整体包装方案的成本。

3）公司上游材料成本主要为纸张等原材料，上游采购渠道相对分散。公司对于上游纸张供应商具有较强的影响力。在上游客户提出较大幅度的降价要求时

候，公司可以与上游供应商进行友好协商，将部分降价压力传导至上游材料端。

4）纸包装印刷产品的成本中，间接成本占比较大，采购量的上升能够一定程度上降低平均成本。公司可以结合客户采购量，并可以通过科学排产、减少停机时间、提高设备运行效率。

（2）发行人是否具备议价能力

如前述分析，公司产品均价下降主要系产品结构变化所致。发行人具备一定的议价能力，主要体现在：

①公司在纸包装印刷领域具有较强的开发优势、工艺优势和综合服务能力，为境内外的知名品牌客户提供增值的包装设计、高效的工程支持、专业的测试验证、卓越的生产机制，结合客户需求为其提供一站式纸制印刷包装解决方案。同时，公司组建了本土化的供应链管理团队和项目管理团队，使公司能够为客户提供兼具成本优势与卓越时效的全球化服务解决方案，在交付周期、成本控制、快速响应等关键竞争维度建立起显著优势，为全球客户创造供应链价值。

②公司与微软、Beats 等中高端消费电子品牌建立了长期稳定的合作关系，积累了较为丰富的、优质的中高端消费品牌客户资源。该等全球知名品牌公司对产品设计、制造工艺、品质管控及全球供应链协同等方面设立严苛标准，持续推动公司在研发创新、智能制造和精细化管理等维度不断突破，实现与全球顶尖品牌共同成长的发展格局，有助于公司捕捉市场前沿需求、发掘业务机会。同时，该等客户难度高、周期长的供应链认证要求，形成了较大的竞争壁垒。

因此，公司在与客户的交易中，在材料、人工等相关成本基础上加成合理利润后报价，并与客户协商确定交易价格，确保了较为稳定的盈利空间，公司对客户具有一定的议价能力。

3、产品价格及下降趋势与同行业可比公司同类产品、客户同类产品其他供应商相比是否存在较大差异

如前述分析，公司产品均价下降主要系产品结构变化所致。报告期内，公司同行业可比公司未披露同类产品的价格情况。根据访谈了解，公司主要客户同类产品其他供应商的价格与公司不存在明显差别。

终端客户名称	访谈代工厂	问题	回复情况
微软	和硕联合科技、富港电子	“与高义包装相比，贵公司/贵方向其他供应商采购同类产品或服务的价格如何？”	反馈没有太大差别
绿山	V.S. Industry、新玛德集团		反馈没有太大差别
菲利普莫里斯	捷普、伟创力国际、通力		个别反馈外资包装供应商单价较高，其他反馈没有太大差别
小米	鑫泰利、汇思科、万魔声学、月立集团等		除独家采购外，反馈没有太大差别
今世缘	访谈品牌客户		反馈没有太大差别
Beats	富港电子、易路达		反馈没有太大差别
必胜	V.S. Industry、佛山东菱		反馈没有太大差别
徕芬科技	访谈品牌客户		反馈没有太大差别

注：上述终端客户为发行人 2022 年至 2024 年收入金额超过 1 亿元的终端客户，其收入在报告期的占比分别为 80.67%、79.32%和 73.03%和 **69.43%**。

（二）说明一站式采购、外购成品直接销售的业务实质和商业合理性，是否为贸易类业务，采用总额法核算的具体依据及是否符合企业会计准则的相关规定

1、一站式采购、外购成品直接销售的业务实质和商业合理性

一站式采购业务主要是为实现一站式包装解决方案服务，公司向其他供应商采购纸托、泡棉、纸箱等辅助包装产品及其他包装产品并向客户销售。一站式采购相关产品是为客户提供综合服务，一是公司通过综合多家客户的辅助包装需求开展采购，能够降低客户的采购成本；二是知名品牌客户具有严格的供应商准入机制，而辅助包装产品繁多且单价较低，通过公司开展辅助包装产品的采购可以免去繁琐供应商对接程序。根据同行业可比公司公开信息，裕同包装、中荣股份均具有相关业务。

外购成品直接销售业务主要是公司为应对产能紧张的局面，就部分产品要求相对较低的产品，在完成包装方案设计等印前工序后，部分产品交由第三方纸包装制造商完成制造，并由公司完成质检工序以保证成品交付质量。

综上，公司一站式采购、外购成品直接销售业务具有商业合理性。

2、是否为贸易类业务，采用总额法核算的具体依据及是否符合企业会计准则的相关规定

报告期内，公司“一站式采购”业务和直接采购成品后销售业务的具体交易

安排如下：

1.公司根据向客户提供包装方案自主选择的包装配件或成品供应商，该供应商不是客户的关联方，但公司在选择供应商时，无需征得其客户同意。

2.公司分别与供应商和客户签订合同，购货合同与销售合同在基础条款、定价方式、货物数量不存在一一对应关系。

3.如公司供应商未能按照合同约定履行发货义务，如出现延迟发货、品质不符合要求等问题，由公司直接与供应商协商解决，客户不承担由此造成的违约风险。

4.交货方式主要为公司将货物发到公司客户的仓库，存在少量由供应商将货物发送客户仓库的情况。运输途中出现任何问题，由公司承担相应的风险。

5.采购价格由公司自主和供应商协商确定，客户不参与公司和供应商的议价过程。

6.客户付款安排独立于供应商，公司根据自身资金及合同约定，向供应商支付采购价款，且公司与客户之间的信用政策及公司和供应商之间的信用政策不存在一一对应关系。如果客户不付款或者应收客户的款项不能收回，公司仍需付款给供应商。

7.公司采购包装配件或成品彩盒后，一般需要经过人工组装，将纸托、包装卡片放入彩盒后方向客户发出包装产品。

根据《上市公司执行企业会计准则案例解析 2024）》《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或服务的情形包括：（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。

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，依据较为充分。

五、说明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	2025 年 1-6 月	2024 年	2023 年	2022 年
废料重量[注1]①	吨	**5,839.65**	10,549.13	7,777.04	6,485.93
废料收入②	万元	**502.00**	885.61	774.15	871.15
废料销售单价③=②*10000/①	元/吨	**859.64**	839.51	995.43	1,343.14
原材料投入总重量[注2]④	吨	**28,103.68**	55,043.65	39,588.47	34,357.98
废料率⑤=①/④	%	**20.78**	19.17	19.64	18.88

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

报告期内，公司废料销售单价呈现下降的趋势，主要系废料的市场价格不断下降所致。公司废料率保持稳定。公司制定了完善的废料管理内部控制制度，对废料的收集、分类、结存管理、处置和收款等全流程进行了规范管理，关键控制节点以及岗位人员设置合理，实施过程中，生产、物管、品质、财务等各部门相互监督、相互配合，废料管理相关的内部控制得到了有效执行，保证了废料收入的完整性。

报告期各期，公司废料率分别为 18.88%、19.64%、19.17%**和 20.78%**，较为稳定，无异常变动，与原材料领用较为匹配。废料占收入的比情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
废料收入(A)	**502.00**	885.61	774.15	871.15
营业收入(B)	**78,446.64**	141,125.29	108,022.44	93,448.34
废料收入占营业收入比(C=A/B)	**0.64%**	0.63%	0.72%	0.93%

报告期内，公司主营业务收入同比上升，废料销售收入占营业收入比 2023

年、2024 年及 **2025 年 1-6 月**整体较 2022 年水平有所降低，主要系废料均价有所降低。同行业可比公司未披露其在报告期内的废料收入及重量、废料率等数据，中荣股份和柏星龙曾披露其 2020 年至 2021 年废料收入占主营业务收入比例，而同时期公司废料收入占营业收入的比例与中荣股份和柏星龙较接近，具体如下表所示：

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
中荣股份	未披露	1.37%	1.08%
柏星龙[注1]	0.49%	1.00%	1.34%
裕同科技	未披露	未披露	未披露
佳合科技	未披露	未披露	未披露
高义股份	0.93%	1.03%	1.06%

注 1：柏星龙 2022 年废料收入仅披露 2022 年 1-6 月
注 2：2023-**2025 年 1-6 月**同行业公司未见披露

根据上表，同时期公司废料收入单价及占主营业务收入比例与可比公司中荣股份较为接近，近年来废料收入占营业收入的比有所下降主要系纸张采购价格下降，废料销售单价均价同步下降导致，不存在异常情况。

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	2025 年 1-6 月	2024 年	2023 年	2022 年
废料收入金额	**502.00**	885.61	774.15	871.15
其中：现金收款金额	**13.80**	11.60	5.21	3.41
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	**2.75%**	1.31%	0.67%	0.39%

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。

六、说明报告期内寄售模式的收入金额及占比、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、寄售模式收入的金额及占比

报告期各期，公司寄售模式收入及占比情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月		2024 年		2023 年		2022 年	
VMI 模式	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
	419.59	0.54%	979.41	0.70%	580.07	0.54%	1,241.58	1.34%

注：上表中比例系指寄售模式收入占主营业务收入的比例。

由上表可知，报告期内，公司寄售模式收占主营业务收入的比例较低。

2、对应客户情况

寄售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）有限公司采用寄售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）寄售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

项目	收入确认方式	收入确认时点	收入确认凭据
寄售模式	公司将货物运送至寄售仓，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	寄售仓库物料调拨入客户仓库的系统流转记录、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，公司已与客户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。

对于公司寄售销售模式，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，公司寄售模式下收入确认符合《企业会计准则》的规定。

七、说明报告期内公司与主要客户销售规模、品类数量变动情况，是否签订长期合作协议，结合公司向主要客户供应份额及变动情况、老客户复购率、与客户其他供应商相比的竞争优劣势、目前在手订单及执行情况等，说明公司与主要客户合作的稳定性及持续性，是否存在被其他竞争对手抢占客户的风险；结合下游应用领域市场规模及景气度变动趋势、主要客户经营情况及采购计划、在手订单及期后业绩变动情况等，进一步说明业绩增长是否可持续，是否存在业绩下滑或大幅波动风险，视情况进行重大事项提示和风险揭示。

（一）说明报告期内公司与主要客户销售规模、品类数量变动情况，是否签订长期合作协议

报告期各期，公司与主要终端客户的销售规模、品类数量情况如下：

单位：万元、类

终端客户名称	2025 年 1-6 月		2024 年		2023 年		2022 年		是否签订长期合作协议
	销售规模	品类数量	销售规模	品类数量	销售规模	品类数量	销售规模	品类数量	
微软	**8,108.66**	**306**	13,148.33	279	18,420.23	291	27,545.06	393	是
绿山	**7,479.13**	**305**	18,047.36	329	12,537.63	225	20,417.10	339	是
菲利普莫里斯	**5,628.09**	**151**	11,908.16	159	12,519.15	155	10,151.30	137	是
小米	**8,511.37**	**328**	13,451.68	310	10,530.10	222	8,066.69	159	是
今世缘	**3,836.60**	**57**	10,779.93	79	9,988.53	52	4,964.88	43	否
Beats	**11,575.62**	**68**	16,547.22	53	5,192.22	24	857.07	21	是
必胜	**3,490.46**	**152**	7,649.58	151	9,973.57	181	1,438.73	43	否
徕芬科技	**5,456.87**	**168**	10,798.04	204	5,766.43	109	1,078.37	15	是

注 1：**全年**品类数量为采购金额超 10 万元的物料编号;**半年度品类数量为采购金额超 5 万元的物料编号；**

注：上述终端客户为发行人 2022 年至 2024 年收入金额超过 1 亿元的终端客户，其收入在报告期的占比分别为 80.67%、79.32%和 73.03%和 **69.43%**。

（二）结合公司向主要客户供应份额及变动情况、老客户复购率、与客户其他供应商相比的竞争优劣势、目前在手订单及执行情况等，说明公司与主要客户合作的稳定性及持续性，是否存在被其他竞争对手抢占客户的风险

1、公司向主要客户供应份额及变动情况

报告期各期，公司对主要终端客户供应份额情况如下：

主要终端客户	合作起始时间	发行人供应份额及变动

主要终端客户	合作起始时间	发行人供应份额及变动
微软	2014 年	/
绿山	2017 年	/
菲利普莫里斯	2018 年	/
小米	2018 年	/
今世缘	2020 年	/
Beats	2019 年	/
必胜	2021 年	/
徕芬科技	2022 年	/

注：上述终端客户为发行人 2022 年至 2024 年收入金额超过 1 亿元的终端客户，其收入在报告期的占比分别为 80.67%、79.32%和 73.03%和 **69.43%**。

2、老客户复购率

报告期内，公司与主要客户均保持着良好的合作关系，虽然各期交易金额随终端客户下游市场需求有所波动，但与主要客户的合作较为稳定，客户复购性较高。报告期各期，公司客户的复购率如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
复购客户收入①	**75,775.55**	130,173.21	97,687.38	82,826.87
主营业务收入②	**77,897.32**	149,113.19	107,072.15	92,376.88
复购率③=①/②	**97.28%**	87.30%	91.24%	89.66%

注：各期客户复购收入为在当期之前曾与公司合作并产生交易的客户在当期所产生的收入，例如 2024 年复购客户收入为在 2024 年以前曾与公司合作且产生交易的客户在 2024 年收入。

3、与客户其他供应商相比的竞争优劣势

报告期内，与公司在客户端形成直接竞争的同行业公司主要为境内外包装行业头部企业，如境内的裕同科技、广东旺盈环保包装实业有限公司，境外的 R.R. Donnelley & Sons Company 等。相较于该等头部企业，公司在业务规模上存在一定的劣势。但由于该等企业的业务重心主要集中于智能手机等主流消费电子产品，公司在其他消费电子领域（如耳机、游戏主机、电脑配件等），小家电（如咖啡机、高速吹风机、清洁家电）及电子烟领域与该等企业相比具有先发优势。同时，凭借稳定的交付能力及深度客户服务，公司在合作客户中以相近的价格水平及质量水平赢得了主要的供应份额。

4、目前在手订单及执行情况

截至 2025 年 9 月末，公司在手订单金额为 41,621.68 万元，在手订单充足。截至本回复报告出具日，公司在手订单执行情况良好。

5、公司与主要客户合作的稳定性及持续性，是否存在被其他竞争对手抢占客户的风险

凭借稳定优异的产品质量、高效快速的应对能力、专业的全链条式的方案服务能力，公司与包括 Beats、微软、菲利普莫里斯、绿山咖啡、必胜等国外知名品牌公司提供纸质包装产品。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。在通过审核后，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。因此，发行人与主要客户合作的稳定性及持续性，被其他竞争对手抢占客户的风险较小。

（三）结合下游应用领域市场规模及景气度变动趋势、主要客户经营情况及采购计划、在手订单及期后业绩变动情况等，进一步说明业绩增长是否可持续，是否存在业绩下滑或大幅波动风险，视情况进行重大事项提示和风险揭示

1、下游应用领域市场规模及景气度变动趋势

报告期内，公司下游应用领域主要包括消费电子、小家电、电子烟及酒类行业。公司下游应用领域市场规模及景气度变动趋势参见“问题 3 与主要客户的合作模式及业绩增长持续性”之“三、（一）按照发行人产品终端应用领域列示各期收入金额及占比，分析收入变动与终端应用领域的行业发展趋势是否一致”。

2、主要客户经营情况及采购计划

公司与主要终端客户保持着较高频率的日常交流，该等客户一般会定期更新全年预计需求，以便发行人备料排产，相关情况如下：

主要终端客户	经营情况及采购计划
微软	/
KDP	/
PMI	/

主要终端客户	经营情况及采购计划
今世缘	/
Beats	/
小米	/
必胜	/
徕芬	/

注：上述终端客户为发行人 2022 年至 2024 年收入金额超过 1 亿元的终端客户，其收入在报告期的占比分别为 80.67%、79.32%和 73.03%和 **69.43%**。

3、在手订单及期后业绩变动情况

截至本回复报告出具日，公司期后业绩情况如下：

项目	2025 年 1-9 月	2024 年 1-9 月	同比
营业收入	**125,256.28**	**102,342.72**	**22.39%**
净利润	**9,731.74**	**6,590.41**	**47.67%**
扣非后归母净利润	**9,399.22**	**7,223.19**	**30.13%**

注：**2025 年 1-9 月**财务数据经审阅

截至 2025 年 **9** 月末，公司在手订单金额为 **41,621.68** 万元，在手订单充足。

4、说明业绩增长是否可持续，是否存在业绩下滑或大幅波动风险，视情况进行重大事项提示和风险揭示

报告期期后，发行人主要终端品牌实现收入情况如下：

单位：万元

客户	2025 年度 1-9 月收入	2024 年度 全年收入
微软	**11,856.16**	13,148.33
KDP	**11,720.51**	18,047.36
PMI	**8,184.39**	11,908.16
今世缘	**5,234.87**	10,779.93
Beats	**18,846.20**	16,547.22
小米	**13,279.28**	13,451.68
必胜	**5,902.18**	7,649.58
徕芬	**7,121.51**	10,798.04
其他	**43,111.18**	37,782.90
合计	**125,256.28**	**140,113.19**

如上表所示，公司主要终端客户销售基本稳定，发行人 **2025 年 1-9 月**实现

收入 **12.5** 亿元。经发行人与主要客户沟通及客户提供的预测订单统计，结合全球贸易摩擦风险谨慎预估，发行人 2025 年发行人预计实现收入 **16 亿元至 17 亿元**，收入增长可持续，未来收入下滑或大幅波动的风险较小。

八、中介机构核查程序及核查意见

（一）核查程序

针对上述事项，保荐机构及申报会计师履行了以下核查程序：

1、获取发行人客户明细，了解代工厂客户及终端客户的构成，获取相关类别主要客户的合同及订单，分析两类模式的差异；访谈发行人业务人员，了解公司产品是否需要通过终端客户认证，并获取部分终端客户合同或沟通记录；

2、查阅同行业可比公司公开披露信息，分析通过代工厂合作是否属于行业惯例；

3、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各类产品的前五大客户构成，并查阅相关客户的公开信息；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；

4、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；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；

5、获取发行人收入明细表及发行人各应用领域的收入构成，查阅消费电子、小家电和电子烟领域的相关行业资料，分析收入变动情况及行业发展趋势的一致性；获取发行人收入明细表及发行人各终端客户的收入构成，查阅终端客户的相关公开资料，分析收入变动情况及行业发展趋势的一致性；查阅同行业可比公司的公开披露资料，分析其各类别产品的波动原因；

6、获取发行人收入明细表，对单价变动执行分析程序；访谈发行人主要业务经理，了解主要终端客户的价格变动情况、定价机制及价格调整情况；

7、对发行人主要客户进行走访，了解同类产品其他供应商的价格差异情况；

8、访谈公司管理层，了解发行人一站式采购、外购成品直接销售的业务背景，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，分析是否符合行业惯例；

9、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；

10、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；

11、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；

12、获取发行人主要终端客户的合同或沟通记录；获取发行人收入明细表，分析主要终端客户销售品类、销售规模情况以及老客户复购情况；

13、获取发行人在手订单明细及期后财务报表，

14、访谈相关业务经理结合公开披露情况，了解主要终端客户经营情况及采购计划，并向发行人主要客户咨询发行人的供应份额情况；

15、查阅行业公开报告及同行业竞争对手披露信息，分析公司与其他供应商相比竞争优劣势及下游应用领域景气度

（二）核查意见

经核查，保荐机构及申报会计师认为：

1、报告期内，公司在终端客户完成合格供应商认证后，与其指定代工厂开展合作属于纸包装行业的惯例，且存在同一终端客户指定多家代工厂的情况。报告期内，公司就同一终端客户在不同代工厂之间的份额变化具有合理性；

2、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、信用政策的差异较小，无异常情况；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；

3、报告期内，公司收入变动与终端应用领域发展趋势基本一致；报告期内，公司收入变动与终端客户收入变动趋势基本一致；报告期内，公司不同类型产品变动与客户需求基本匹配，且与同行业可比公司不存在重大差异；

4、报告期内，公司产品单价波动具有商业合理性，同类产品单价与同行业竞争对手不存在重大差异；公司一般与客户协商定价，且部分客户具有一定降本要求，但公司具有一定议价能力，一定程度上能够消化降价压力；公司一站式采购及外购成品直接销售业务具有商业合理性，不属于贸易类业务，采用总额法核算符合企业会计准则的规定；

5、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；

6、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；

7、报告期内，公司向主要客户的销售规模及销售品类变化趋势一致；公司供应份额稳定，老客户复购率及在手订单金额较高且相对于竞争对手在特定领域具有优势，主要终端客户的合作具有稳定性及持续性，被其他竞争对手全面替代的风险较小；报告期内，公司下游应用领域景气度相对稳定，主要客户经营情况及采购预期稳定且公司在手订单充足，预计业绩增长具有可持续性，业绩大幅下滑的风险较小。

九、说明对报告期内收入的核查方式（函证、走访或访谈、细节测试、截止性测试、期后回款核查等）、核查比例、核查结论，并对发行人收入大幅增长合理性及真实性发表明确意见。

（一）收入的核查方式、核查比例

（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。

（2）执行收入细节测试，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。具体的核查情况如下：

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年	2022 年
营业收入金额①	**78,446.64**	141,125.29	108,022.44	93,448.34
细节测试核查金额②	**61,226.78**	104,121.29	92,545.41	74,018.91
细节测试核查比例③=②/①	**78.05%**	73.78%	85.67%	79.21%

（3）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	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
营业收入金额①	**78,446.64**	141,125.29	108,022.44	93,448.34
发函金额②	**67,057.69**	120,055.77	97,177.99	82,791.81
发函金额占比③=②/①	**85.48%**	85.07%	89.96%	88.60%
回函确认金额④	**60,371.66**	117,784.40	92,636.49	82,676.17
回函金额占发函金额比例⑤=④/②	**90.03%**	98.11%	95.33%	99.86%
执行替代测试金额⑥	**6,686.04**	2,271.37	4,541.50	115.65
执行替代测试金额占发函金额比例⑦=⑥/②	**9.97%**	1.89%	4.67%	0.14%
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。

（4）执行客户访谈程序，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	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年	2022 年
营业收入金额①	**78,446.64**	141,125.29	108,022.44	93,448.34
访谈核查金额②	**58,245.99**	**112,410.46**	**88,113.58**	72,402.67
访谈比例③=②/①	**74.25%**	**79.65%**	**81.57%**	77.48%

（5）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。

（6）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，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。

（7）比对海关报关数据、出口退税数据与发行人自身数据的差异原因并分析其合理性。

（8）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：

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
截止日前一个月测试样本金额①	**11,621.27**	9,782.57	7,824.05	6,787.79
截止日前一个月收入金额②	**16,178.21**	13,628.52	9,830.69	9,080.93
核查比例③=①/②	**71.83%**	71.78%	79.59%	74.75%
截止日后一个月测试样本金额④	**9,802.46**	8,239.80	5,914.29	3,453.58
截止日后一个月收入金额⑤	**13,387.32**	11,233.43	8,058.80	4,729.89
核查比例⑥=④/⑤	**73.22%**	73.35%	73.39%	73.02%

（9）获取报告期内公司的应收账款明细账及银行对账单，对客户的期后回款情况进行核查，具体核查情况如下：

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
期末应收账款金额①	**48,748.29**	43,529.11	31,664.72	24,235.15
期后回款金额②	**39,162.26**	**43,162.59**	**31,611.27**	**24,181.70**
期后回款比例③=①/②	**80.34%**	**99.16%**	**99.83%**	**99.78%**

注 1：上述回款统计截止日期为 **2025 年 9 月 30 日**

注 2：2022 年末，公司对湖南国声声学科技股份有限公司 110.68 万元，由于 2023 年公司发现湖南国声声学科技股份有限公司资信出现恶化的公开信息，公司在当年对该应收账款进行了单项计提并已核销。

（二）核查结论

经核查，保荐机构及申报会计师认为：报告期内，公司收入确认在所有重大方面符合企业会计准则的规定，营业收入真实、准确，不存在重大跨期确认收入的情形。报告期内，营业收入大额增长，主要系由于公司在高速吹风机、清洁家电等消费电子领域持续深化布局，成功切入戴森、必胜、SharkNinja 等国际客户的供应链体系，并与徕芬、小米等境内知名消费电子品牌深化合作增加所致，与收入核查结果一致。

十、按照《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第 2 号》（以下简称《2 号指引》）2-18 资金流水核查的相关要求进行核查，并提交专项说明，说明核查中发现的异常情形，发行人是否存在体外资金循环或第三方为发行人承担成本费用等情形。

保荐机构、申报会计师已按照《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第 2 号》“2-18 资金流水核查”相关要求对发行人及相关方资金流水进行核查，并提交资金流水核查的专项说明。

（一）自然人银行流水核查情况

自然人的核查范围系发行人主要股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其他重要人员（财务主要人员）等。关联自然人银行流水的核查标准为金额在 5 万元人民币及以上的交易，具体情况如下：

与发行人关系	姓名
实际控制人、董事长、总经理	任志生
实际控制人的配偶、持有发行人 10.00%股权的股东	王雪梅
实际控制人的子女、持有发行人 10.00%股权的股东	任柏宾
原监事会主席、业务九部副总经理	张艳丽
董事、副总经理、在公司任职的自然人股东（持股 1%以上）、销售负责人	王东
职工代表董事、高管（财务总监）	周亚群
董事	李东红
原监事、华南供应链总经理	段彦军
原职工代表监事、流程质量部经理	李存燕
高管（副总经理）	罗灼坤
高管（董事会秘书、副总经理）	宋意杰
财务经理	黄勤伟
出纳	刘红霞

（二）法人资金流水核查情况

法人的选择范围系发行人、发行人实际控制人控制的公司及持股平台股东。关联法人银行流水的核查标准为金额在 50 万元人民币及以上的交易，具体情况如下：

与发行人关系	姓名

与发行人关系	姓名
发行人	广东高义包装科技股份有限公司
发行人子公司	深圳高义供应链管理科技有限公司
发行人子公司	广东高义精密科技有限公司
发行人子公司	高义包装印刷（淮安）有限公司
发行人子公司	高义包装印刷（无锡）有限公司
发行人子公司	高义包装科技（无锡）有限公司
发行人子公司	高义包装科技（东莞）有限公司
发行人子公司	广东高义锦润包装智造有限公司
发行人子公司	香港鸿达印刷集团有限公司
发行人子公司	Honda Printing Holdings(Vietnam)Company Limited（越南鸿达）
发行人子公司	PT Gaoyi Packaging Indonesia
发行人子公司	Honda Printing And Packaging(M)Sdn.Bhd.
发行人子公司	Printpack (M) Sdn. Bhd.
发行人子公司	PT Honda Packaging Indonesia
发行人子公司	Papertex Industries Sdn. Bhd.
发行人子公司	PT.Global Packaging Batam
发行人子公司	Honda Packing(Thailand)Co.,Ltd.
发行人子公司	Honda (Hai Duong) Printing Packaging Company Limited
发行人子公司	Honda (Dong Nai) Printing and Packaging Company Limited
发行人子公司	Gaoyi Packing & Printing (Malaysia) Sdn. Bhd.
发行人子公司	PT Honda Packaging Jakarta
发行人子公司	Honda Packaging (Thailand) Co.,Ltd.
发行人子公司	Ysen Honda (Philippines) Packaging Inc
实际控制人控制公司	鸿达印刷集团有限公司
实际控制人控制公司	深圳市昇晖贸易有限公司
实际控制人控制公司	上海高懿投资合伙企业（有限合伙）
实际控制人控制公司	湖南亿豪供应链有限公司
持股平台股东	上海高萍企业管理合伙企业（有限合伙）
持股平台股东	上海高儒企业管理合伙企业（有限合伙）
持股平台股东	东莞市高艺企业管理合伙企业（有限合伙）

经核查，发行人不存在体外资金循环或第三方为发行人承担成本费用等情形。

问题 4. 境外销售占比较高及真实性核查

根据申请文件：（1）报告期内，发行人境外主营业务收入分别为 53,994.04 万元、49,933.18 万元和 59,432.24 万元，占主营业务收入比重分别达到 58.45%、46.63%和 42.42%，占比较高；发行人在中国香港、马来西亚、印尼、越南、泰国、菲律宾等地设立子公司并持续开展业务。（2）报告期各期末，发行人境外总资产分别为 33,040.03 万元、40,320.96 万元和 64,413.49 万元，主要包括货币资金、应收账款、存货和固定资产等。（3）发行人境外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。

（1）境外收入确认合规性。请发行人区分一般贸易出口、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，不同模式下收入确认是否符合企业会计准则的相关规定，是否与同行业可比公司一致。

（2）境外收入波动的原因及持续性。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境外收入占比较高的合理性。②列示报告期内发行人对主要境外客户销售的产品具体类型、数量、金额、毛利率、对应终端客户等，结合主要客户情况，包括但不限于合作历史、客户报告期内经营情况、客户市场地位、终端客户及应用领域等，分析发行人对前述客户销售的真实性和合理性，是否与客户自身发展、终端客户需求及下游行业变化趋势相匹配。③说明主要境外客户与发行人及其控股股东、实际控制人、董监高、关键岗位人员等是否存在关联关系，是否存在除购销交易外的其他业务往来或资金往来；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，说明与主要境外客户合作是否稳定，境外收入是否存在下滑风险，进行重大事项提示和风险揭示。④说明报告期各期发行人海关报关数据、销售回款、出口退税及信用保险数据、结汇及汇兑损益波动数据、物流运输记录、发货验收单据、出口单证、资金划款凭证、境外销售费用等与境外销售收入的匹配性。

（3）境外资产真实性。请发行人：①说明各境外子公司的经营情况、性质

（生产型还是销售型）、人员构成、业务模式、各期销售情况、主要客户及合作背景，说明发行人对境外子公司的管控措施及有效性。②说明各境外子公司供产销或水电气消耗等业务数据与其营业收入是否匹配；结合境外子公司的经营情况，说明境外存货/固定资产的具体情况，包括存货/固定资产类型、存货/固定资产金额、存放地点、保管方及期末盘点情况，分析发行人报告期各期末境外存货/固定资产金额与境外子公司经营情况的匹配性。③结合存放地点、期末余额、款项类型等说明境外资金的存管情况，各期外币收付款、跨境资金流动、结换汇情况及是否符合法律法规相关规定，说明存放在境外的资金规模与境外业务规模是否匹配。④说明境外资金的使用审批流程、境外账户管理及财务内控机制，境外资金存放及使用是否受到限制或存在相关风险。

请保荐机构、申报会计师：（1）核查上述事项并发表明确意见。（2）按照《2 号指引》2-13 境外销售的相关要求核查，说明采取的核查程序、比例及核查结论。（3）说明对境外资产真实性的核查方法、比例及核查结论。

回复：

一、境外收入确认合规性。请发行人区分一般贸易出口、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，不同模式下收入确认是否符合企业会计准则的相关规定，是否与同行业可比公司一致。

（一）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	2025 年 1-6 月		2024 年		2023 年		2022 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
出口至保税区	**7,499.69**	**21.44%**	12,521.88	21.07%	18,011.11	36.07%	28,214.77	52.26%
境外工厂就地产销	**23,321.23**	**66.67%**	36,879.52	62.05%	19,161.86	38.37%	17,786.94	32.94%
一般贸易出口	**4,160.14**	**11.89%**	10,030.83	16.88%	12,760.21	25.55%	7,992.33	14.80%
合计	**34,981.06**	**100.00%**	**59,432.24**	**100.00%**	**49,933.18**	**100.00%**	**53,994.04**	**100.00%**

注：上表中**收入为主营业务收入**，比例系该类型的收入占境外**主营业务**收入的比例。

由上表可知，2024 年度，境外工厂就地产销收入增加较多，主要系海外子公司生产稳定、客户订单增加所致，尤其系越南子公司获取客户订单增加较多，包括 Logitech、SharkNinja、和硕集团等终端客户订单。

（二）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

（三）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

模式		收入确认时点	依据	运费承担约定
				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

注：公司外销收入主要以对账形式进行收入确认。

（四）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
	Pegatron Vietnam Company Limited	境外工厂就地产销
	PT Pegaunihan Technology Indonesia	境外工厂就地产销
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
	Benchmark Electronics （Thailand）Public Company Limited	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。

（五）不同模式下收入确认是否符合企业会计准则的相关规定，是否与同行业可比公司一致。

根据《企业会计准则第 14 号-收入》第四条的规定：“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。取得相关商品控制权，是指能够主导该商品的使用并从中获得几乎全部的经济利益。”

结合会计准则的要求，分析如下：公司在履行了合同中的履约义务，即在客

户取得相关商品或服务的控制权时，确认收入。在判断客户是否已取得商品或服务控制权时，本公司会考虑下列迹象：1、公司就该商品享有现时收款权利，即客户就该商品负有现时付款义务。2、公司已将该商品的法定所有权转移给客户，即客户已拥有该商品的法定所有权。3、公司已将该商品实物转移给客户，即客户已实物占有该商品。4、公司已将该商品所有权上的主要风险和报酬转移给客户，即客户已取得该商品所有权上的主要风险和报酬。5、客户已接受该商品。6、其他表明客户已取得商品控制权的迹象。

报告期内不同模式下，收入确认时点如下：

模式		收入确认政策	控制点发生转移时点
出口至保税区		公司根据合同约定将产品交付至客户指定的地点，经客户确认接收或完成报关时点作为控制权发生转移时点，确认收入；	商品控制权在公司按合同约定，将相关产品运输至客户指定的保税仓后，经客户认确认后发生转移，公司在取得客户确认凭证后，确认收入实现。
境外工厂就地产销			商品控制权在公司按合同约定，将相关产品运输至客户指定地点，经客户确认发生转移后，公司在确定客户确认凭证后，确认收入实现。
一般贸易出口	FOB		商品控制权在离岸交付承运人时转移，公司在货物报关出口并取得报关单时确认收入
	CIF		
	DAP		商品控制权在公司按合同约定，将相关产品运输至客户指定的境外地点后，经客户认确认后发生转移，公司在取得客户确认凭证后，确认收入实现。
	EXW		商品控制权在发行人于仓库等处将把备妥的货物交付给客户或客户指定的主体时转移，公司在取得客户提供的凭据时确认收入

同行业可比公司外销收入确认政策如下：

公司名称	外销收入确认政策
裕同科技	外销收入在公司已根据合同约定将产品送至指定地点并由客户确认接收或完成报关，已收取货款或取得了收款权力且相关的经济利益很可能流入时确认。
柏星龙	对于境外销售结合贸易方式，分别在公司发出货物、完成报关手续且取得货运提单、或运送至客户指定地点后等时点，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。
中荣股份	外销产品收入确认需满足以下条件：公司已根据合同约定交付货物，在完成报关时确认收入。
佳合科技	外销销售收入的确认需要满足以下条件：公司已根据合同约定将产品报关、离港，取得出口报关单，且产品销售收入金额已确定，已经取回货款或取得了收款凭证且相关的经济利益很可能流入，产品相关的成本能够可靠地计量。

因此，公司不同模式下，均以商品控制权转移至客户时点确认收入，符合会计准则的规定，与同行业可比公司不存在重大差异。

二、境外收入波动的原因及持续性。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境外收入占比较高的合理性。②列示报告期内发行人对主要境外客户销售的产品具体类型、数量、金额、毛利率、对应终端客户等，结合主要客户情况，包括但不限于合作历史、客户报告期内经营情况、客户市场地位、终端客户及应用领域等，分析发行人对前述客户销售的真实性和合理性，是否与客户自身发展、终端客户需求及下游行业变化趋势相匹配。③说明主要境外客户与发行人及其控股股东、实际控制人、董监高、关键岗位人员等是否存在关联关系，是否存在除购销交易外的其他业务往来或资金往来；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，说明与主要境外客户合作是否稳定，境外收入是否存在下滑风险，进行重大事项提示和风险揭示。④说明报告期各期发行人海关报关数据、销售回款、出口退税及信用保险数据、结汇及汇兑损益波动数据、物流运输记录、发货验收单据、出口单证、资金划款凭证、境外销售费用等与境外销售收入的匹配性。

（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境外收入占比较高的合理性。

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马来西亚、中国保税区、越南、印度尼西亚、菲律宾及泰国。报告期各期，公司向上述地区销售收入合计占境外**主营业务**收入的比例分别为 96.25%、94.66%、93.46%**和 94.96%**，具体情况如下：

单位：万元

国家或地区	2025 年 1-6 月		2024 年		2023 年		2022 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例

国家或地区	2025 年 1-6 月		2024 年		2023 年		2022 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
马来西亚	**6,434.98**	**18.40%**	18,217.46	30.65%	16,008.16	32.06%	9,676.42	17.92%
中国保税区	**7,497.15**	**21.43%**	12,596.06	21.19%	18,012.40	36.07%	28,214.77	52.26%
越南	**9,963.74**	**28.48%**	9,622.88	16.19%	4,417.84	8.85%	2,450.63	4.54%
印度尼西亚	**4,576.72**	**13.08%**	9,478.95	15.95%	5,937.67	11.89%	6,629.84	12.28%
菲律宾	**3,956.58**	**11.31%**	3,893.99	6.55%	-	-	-	-
泰国	**789.77**	**2.26%**	1,738.81	2.93%	2,889.18	5.79%	4,998.43	9.26%
其他境外地区	**1,762.13**	**5.04%**	3,884.08	6.54%	2,667.93	5.34%	2,023.95	3.75%
合计	**34,981.09**	**100.00%**	**59,432.24**	**100.00%**	**49,933.18**	**100.00%**	**53,994.04**	**100.00%**

注：上表中比例系该国家或地区收入占境外**主营业务**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）马来西亚

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。2023-2024 年公司在马来西亚地区的收入均呈现增长趋势，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。

（2）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。**2022-2024 年**公司在保税区的收入呈现下降趋势，主要原因系对终端品牌客户微软的收入下降所致。微软于 2023 年 4 月后逐步停止了 Microsoft 品牌电脑配件等生产和销售，遂逐步减少对公司 Microsoft 品牌的电脑配件的彩盒等包装产品的采购。

（3）越南

2022-2024 年，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 Leader electric appliance company limited、SUNTONE 作为 SharkNinja 的代工厂增加了对公司的采购。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。

（4）印度尼西亚

2022-2024 年，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，公司向必胜的代工厂销售的包装产品的销售收入增长良好。

（5）菲律宾

2024 年 5 月公司通过增资取得菲律宾鸿达 60%的股权，取得菲律宾鸿达的控制权，自此逐步开拓菲律宾市场，主要客户包括 Kinpo Electronics（Philippines）Inc.和 Hi-P Philippines Technology Corporation 等。

（6）泰国

2022-2024 年公司在泰国的销售收入呈现下降趋势，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逐步由泰国转移至马来西亚等地，因此泰国区域对公司采购额出现下降。

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，公司向终端客户境外主体或代工厂进行销售；（5）通过收购境外标的以获取其原有客户渠道或在此基础上进一步开拓当地其他客户。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；针对境外工厂就地产销的模式，则委托第三方物流公司直接运输货物至客户指定地点
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。
	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参见“问题 4.境外销售占比较高及真实性核查”之“一、（一）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”。

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。

7、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

2025 年 1-6 月		
公司名称	**外销收入**	**外销比例**
裕同科技	**282,275.72**	**35.84%**
佳合科技	**15,954.99**	**47.58%**
中荣股份	**8,172.07**	**5.63%**
柏星龙	**12,129.78**	**48.14%**
平均	**79,633.14**	**34.30%**
发行人	**34,981.09**	**44.91%**
2024 年		
公司名称	**外销收入**	**外销比例**
裕同科技	509,747.59	29.71%
佳合科技	24,657.49	38.00%
中荣股份	11,564.56	4.16%
柏星龙	17,762.20	29.98%
平均	**140,932.96**	**25.46%**

发行人	**59,432.24**	**42.42%**
2023 年		
公司名称	**外销收入**	**外销比例**
裕同科技	372,600.20	24.48%
佳合科技	794.17	2.80%
中荣股份	9,211.77	3.55%
柏星龙	17,085.37	31.78%
平均	**99,922.88**	**15.65%**
发行人	**49,933.18**	**46.63%**
2022 年		
公司名称	**外销收入**	**外销比例**
裕同科技	323,005.26	19.74%
佳合科技	1,825.86	6.20%
中荣股份	9,619.30	3.89%
柏星龙	11,314.42	23.21%
平均	**86,441.21**	**13.26%**
发行人	**53,994.04**	**58.45%**

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，公司已成功构建了全球化产能布局体系，终端客户主要为国际龙头跨国企业，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。

（二）列示报告期内发行人对主要境外客户销售的产品具体类型、数量、金额、毛利率、对应终端客户等，结合主要客户情况，包括但不限于合作历史、客户报告期内经营情况、客户市场地位、终端客户及应用领域等，分析发行人对前述客户销售的真实性和合理性，是否与客户自身发展、终端客户需求及下游行业变化趋势相匹配。

1、列示报告期内发行人对主要境外客户销售的产品具体类型、数量、金额、毛利率、对应终端客户等

报告期各期发行人前五大境外客户销售情况具体如下：

单位：万元/万个

境外客户名称	主要交易主体	销售产品类型	主要终端客户	2025 年 1-6 月			2024 年			2023 年			2022 年		
				销售金额	销售数量	毛利率	销售金额	销售数量	毛利率	销售金额	销售数量	毛利率	销售金额	销售数量	毛利率
和硕联合科技	Pegatron Corporation、Pegatron Vietnam Company Limited、PT Pegaunihan Technology Indonesia	彩盒、说明书等	微软	**5,829.67**	**2,798.62**	/	7,688.83	4,306.62	/	12,987.26	7,376.66	/	18,037.55	11,521.62	/
V.S. Industry	V.S. Industry Berhad、V.S. Plus Sdn. Bhd.	彩盒、纸托等	绿山、必胜	**3,826.30**	**1,659.34**	/	11,094.60	4,381.52	/	10,747.74	3,619.55	/	6,245.31	2,105.52	/
新玛德集团	Simway Electrical Company International Limited、PT Simatelex Manufactory Batam、Sundairy Industrial Company Limited	彩盒、说明书等	绿山	**3,804.94**	**2,025.65**	/	8,117.38	4,154.38	/	4,858.55	1,917.62	/	8,257.73	3,340.80	/
伟创力国际	Flextronics Mechanical Marketing （L）ltd、Flextronics Manufacturing （Singapore） Pte Ltd、Flextronics International Europe B.V.、Benchmark Electronics （Thailand） Public Company Limited、Flextronic Shah Alam Sdn Bhd、Flextronics International Kft	彩盒、说明书等	菲利普莫里斯	**1,648.35**	**651.20**	/	3,552.20	846.35	/	6,873.91	1,705.68	/	7,084.88	1,687.98	/
Venture 集团	Technocom Systems Sdn. Bhd.	彩盒、说明书等	菲利普莫里斯	**1,531.92**	**361.33**	/	3,285.43	841.78	/	3,910.36	830.78	/	2,812.48	470.08	/
赫比	Hi-P Thailand Company	彩盒、一站	绿山	**1,797.33**	**1,459.06**	/	2,984.49	1,751.97	/	3,067.48	1,120.53	/	5,875.15	2,123.05	/

境外客户名称	主要交易主体	销售产品类型	主要终端客户	2025 年 1-6 月			2024 年			2023 年			2022 年		
				销售金额	销售数量	毛利率	销售金额	销售数量	毛利率	销售金额	销售数量	毛利率	销售金额	销售数量	毛利率
	Limited、Hi-P Philippines Technology Corporation	式外购等													

报告期内发行人主要境外客户存在销售毛利率变化较大情况为和硕联合科技、新玛德集团、Venture 集团和赫比，具体变动分析如下：

和硕联合科技系微软的代工厂，公司向和硕联合科技销售产品主要是终端客户微软 Surface 电脑和 Xbox 游戏主机以及电脑配件的彩盒及说明书，公司优质的产品设计方案获得客户高度认可，以相对较高的产品报价获得了 Xbox 系列彩盒产品订单份额，因此 2023 年整体毛利率呈现上升趋势。2024 年度受 Xbox 平台游戏发展情况及微软战略重心转移等因素影响，Xbox 系列产品市场销量下滑幅度较大，从而使得公司 2024 年向和硕联合科技销售毛利率存在下降情况。**2025 年 1-6 月公司对和硕联合科技销售毛利率存在较大升幅，主要是公司与微软等终端客户就相关产品重新议价所致**。

公司向新玛德集团销售的产品主要用于终端品牌客户绿山的咖啡机产品。报告期内，公司主要与新玛德集团合作已逐步迁移印度尼西亚，印度尼西亚工厂仍处于整合期间，毛利率整体波动比较大。2022 年 8 月，公司印尼生产主体完成并表，加之 2023 年度绿山咖啡需求波动，下单数量下滑导致公司向新玛德集团销售的彩盒及说明书毛利率下降，且彩盒产品下滑幅度较大。2024 年度，随着绿山咖啡的需求回升及公司完成对于印尼生产主体的整合，公司向新玛德集团销售的彩盒及说明书毛利率回升。**2025 年 1-6 月毛利率相比 2024 年整体稳定。**

公司向 Venture 集团销售的产品主要运用于菲利普莫里斯的电子烟产品。2023 年度公司向 Venture 集团销售产品毛利率有所上升系由于产品规格集中，有利于通过合理排期等方式提高效率、降低损耗。2024 年随着下游客户将部分供应商份额调整至其他代工厂，公司和 Venture 集团的合作规模有所下降，导致产品毛利率存在少量下降。**2025 年上半年由于公司以泰国子公司生产逐步替代外发，且公司彩盒和纸托产品在材料和结构方面进行了优化，以上措施可有效降低成本并提高生产效率，因此公司产品毛利率有所提升。**

公司向赫比销售的产品主要用于终端品牌客户绿山的咖啡机产品，公司对赫比泰国的贸易型模式占比逐步提升，即公司外购产品后销售，毛利率相对较低，另一方面，2024 年以来公司对赫比菲律宾的交易主体主要为公司新收购的菲律宾子公司，其产能利用率有待提升，毛利率相对较低。**2025 年上半年公司对赫比的毛利率有所提升，主要系由于公司彩盒在设计方面进行优化升级，提升了**

产品利润水平。

2、主要客户情况，包括但不限于合作历史、客户报告期内经营情况、客户市场地位、终端客户及应用领域等

报告期内，公司虽存在与境外终端客户的代工厂进行直接业务合作的情况，但整体业务的持续性主要取决于终端客户。公司与境外主要终端客户的合作历史及其经营情况等具体如下：

终端客户名称	成立年份	合作起始年份及订单取得方式	产品应用领域及行业地位	终端客户营收情况（亿美元）		
				2024 年	2023 年	2022 年
绿山	2007 年	2017 年，商务谈判取得	该公司是北美领先的饮料公司，是创新型单杯酿造系统的领先生产商。其胶囊咖啡机是北美市场市占率最高的品牌之一	153.51	148.14	140.57
菲利普莫里斯	1919 年	2018 年，商务谈判取得	世界上第一大烟草公司，境外电子烟领域龙头企业	378.78	351.74	317.62
微软	1975 年	2014 年，商务谈判取得	微软系全球规模最大、最知名的软件、硬件公司之一，涉及广泛的技术领域。在硬件领域，微软推出了 Surface 系列平板电脑、笔记本电脑、Xbox 系列游戏机等设备	2,451.22	2,119.15	1,982.70
必胜	1876 年	2021 年，商务谈判取得	必胜系 2022 年度北美市场市占率前五名吸尘器品牌	/	/	/

注：绿山、微软、菲利普莫里斯营收数据取自上市公司年报，必胜无相关数据披露。

综上，公司与主要终端客户整体保持较长合作时间，主要终端客户在 2022-2024 年经营情况良好，在细分行业内均保持较高市场地位，排名前列，应用领域覆盖消费电子、小家电、电子烟等行业。

3、分析发行人对前述客户销售的真实性和合理性，是否与客户自身发展、终端客户需求及下游行业变化趋势相匹配

公司近年来大力拓展国外业务，已积累了境外优质客户资源，主要服务对象包括微软、菲利普莫里斯、绿山、Beats、必胜等知名品牌公司，根据客户要求进行定制化生产，公司对境外客户业务开展具有真实性和合理性。公司对主要境外客户的销售金额与境外终端客户营收规模的变动趋势整体匹配。公司境外销售主要应用于消费电子、小家电和电子烟行业，随着全球消费的复苏，上述应用领域整体呈现上升趋势，与公司对主要客户的销售趋势整体匹配。

中介机构针对境外销售真实性和准确性的相关核查参见“问题 4. 境外销售占比较高及真实性核查”之“四、（三）按照《2 号指引》2-13 境外销售的相关要求核查，说明采取的核查程序、比例及核查结论”。

（三）说明主要境外客户与发行人及其控股股东、实际控制人、董监高、关键岗位人员等是否存在关联关系，是否存在除购销交易外的其他业务往来或资金往来；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，说明与主要境外客户合作是否稳定，境外收入是否存在下滑风险，进行重大事项提示和风险揭示。

1、说明主要境外客户与发行人及其控股股东、实际控制人、董监高、关键岗位人员等是否存在关联关系，是否存在除购销交易外的其他业务往来或资金往来

报告期各期发行人前五大境外客户的主要人员及主要股东情况如下：

境外客户名称	主要人员及任职	主要股东及持股比例
和硕联合科技	童子贤，董事长； 程建中，副董事长； 邓国彦，总经理，联合首席执行官； 郑光志，总经理，联合首席执行官	华硕电脑，16.84%； 童子贤，3.56%； 北富银，2.95%； 元大台高股息，2.77%； 华南托管元大，2.64%
V.S. Industry	Datuk Beh Kim Ling，执行主席； Datin Gan Chu Cheng，联合创始人、非执行董事； Datuk Gan Sem Yam，执行董事兼 CEO； Ng Yong Kang，集团总经理	Datuk Beh Kim Ling，15%； Kumpulan Wang Persaraan，9.10%； Employees Provident Fund，7.00%； Datuk Gan Sem Yam，5.30%
新玛德集团	孙智燊，董事会主席； 孙芝兰，副主席兼首席行政官； 陈煜达，执行董事； Tony Tan：非执行董事	孙智燊家族，约 80%
伟创力国际	William D. Watkins，董事会主席； Revathi Advaithi ，董事； Michael E. Hurlston，董事； Michael P. Hartung，总裁,首席商务官	PRIMECAP Management Company，12.11%； BlackRock, Inc.，7.43%； Janus Henderson Group plc，7.06%； FMR LLC，6.13%； Wellington Management Group LLP，5.57%
Venture 集团	WONG NGIT LIONG，执行主席、执行董事； WONG YEW MENG，非执行董事； WONG CHEE KHEONG， 首席执行官	Silchester International Investors, L.L.P.，9.47%； Wong (Ngit Liong)，7.15%； Ameriprise Financial, Inc.，7.10%； Schroder Investment Management (Singapore) Ltd.，4.93%；

境外客户名称	主要人员及任职	主要股东及持股比例
		Columbia Threadneedle Investments (US)，3.27%
赫比	姚晓东，执行主席兼首席执行官； 翁慧芳，执行董事兼首席行政官	姚晓东，约 83.40% （通过 YHY Venture 间接持股）

注：上述情况取自上市公司年报及网络公开查询信息。

报告期内公司主要境外客户与发行人及其控股股东、实际控制人、董监高、关键岗位人员等不存在关联关系，不存在除购销交易外的其他业务往来或资金往来。

2、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，说明与主要境外客户合作是否稳定，境外收入是否存在下滑风险，进行重大事项提示和风险揭示

（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	2025 年 6 月末	2024 年末	2023 年末	2022 年末
外销在手订单金额	**17,534.88**	19,410.90	12,647.46	13,912.84

（3）公司境外收入变动趋势

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。公司与境外主要客户合作较为稳定，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，预计境外收入将持续增长，下滑风险相对较小。

公司已在招股说明书中作出以下风险提示：

“（一）客户集中度较高的风险

基于公司下游消费电子行业的特性，行业内大型、知名品牌客户的采购量和信誉均具有明显优势。公司奉行大客户战略，客户集中度较高；同时，在重点维护大客户基础上辅助开发中小客户。报告期内，公司与主要客户在市场需求的探索、产品设计研发、成本管理控制、品质管理、物流运输合作等诸多方面完成融合，形成了稳定且高效的合作状态，互相之间具备高度粘性。尽管双方合作稳定，但仍存在因下游客户自身经营出现下滑或者因其调整经营战略削减向高义包装的采购规模而给公司经营业绩带来不利影响的风险。”

“（三）贸易政策变动导致业绩下滑的风险

由于公司下游客户主要为行业内大型、知名品牌客户的代工供应商，下游客户产品根据市场需求销往世界各地。因此，公司的业务受到国际贸易环境变化的影响。目前，国际贸易环境趋于紧张，国际经贸环境已受到较大冲击。报告期各期，公司主要终端客户包括微软、Beats、菲利普莫里斯、绿山咖啡、戴森、SharkNinja、必胜等全球知名品牌公司。相关产品最终销往全球各地。若未来国际贸易环境持续发生不利的调整，可能会影响公司终端客户的销售业务开展；终端客户可能压低发行人销售价格，进而拉低公司产品的毛利率水平，可能导致公司的经营业绩产生不利影响或大幅下降。”

（四）说明报告期各期发行人海关报关数据、销售回款、出口退税及信用保险数据、结汇及汇兑损益波动数据、物流运输记录、发货验收单据、出口单证、资金划款凭证、境外销售费用等与境外销售收入的匹配性。

1、境外销售与外销回款

公司境外客户的回款方式均为银行汇款。报告期各期，外销客户的销售收入与回款情况如下：

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
2025 年 1-6 月	**34,981.09**	**31,573.91**	**90.26%**
2024 年	59,432.24	53,272.09	89.63%
2023 年	49,933.18	49,662.61	99.46%
2022 年	53,994.04	59,707.50	110.58%
合计	**198,340.52**	**194,216.11**	**97.92%**

注：实际收款系指当年收款的金额，包括部分上一年收入的回款。

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。

2、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，发行人除境外就地产销模式外的境外销售额与海关数据匹配情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年	2023 年	2022 年
海关出口数据（美元）①	**1,576.10**	3,005.56	3,804.95	5,187.37
平均汇率②	**7.1778**	7.1217	7.0467	6.7573
海关出口数据（人民币）③=①*②	**11,312.96**	21,404.70	26,812.34	35,052.61
出口销售收入（人民币）④	**11,323.03**	21,840.41	26,727.00	34,981.50
差异金额（人民币）⑤=③-④	**-10.07**	-435.71	85.34	71.11
差异率⑥=⑤/④	**-0.09%**	-1.99%	0.32%	0.20%

报告期各期，发行人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。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的差异具备合理性，无异常情况。

3、境外销售与结汇收入及汇兑损益数据

报告期各期，公司结汇收入与外销收入的比较情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年	2023 年	2022 年
结汇收入（高义包装、无锡印刷）①	**8,707.65**	13,273.20	25,402.81	30,803.53
外销收入（高义包装、无锡印刷）②	**8,601.85**	12,656.40	19,599.96	28,675.14
比例③=①/②	**101.23%**	104.87%	129.61%	107.42%

注：报告期各期公司存在结汇收入的主体为高义包装、无锡印刷。

公司结汇收入与外销收入的差异主要受到外销收入确认时点、结汇时点、不

同时间段汇率变动幅度等多种因素影响。报告期各期，公司结汇收入与外销收入整体相匹配。

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	2025 年 1-6 月			
	美元	越南盾	马币	印尼卢比
期初汇率（上期 12 月 31 日汇率）	**7.1586**	**0.000274**	**1.6950**	**0.000442**
期末汇率（本期 6 月 30 日汇率）	**7.1884**	**0.000287**	**1.6199**	**0.000453**
汇率波动率（期末汇率/期初汇率-1）	**0.42%**	**4.74%**	**-4.43%**	**2.49%**
外销收入（万元）	**34,981.09**			
财务费用汇兑损益（万元）	**334.88**			
汇兑损益占外销收入的比例	**0.96%**			
项目	**2024 年**			
	美元	**越南盾**	**马币**	**印尼卢比**
期初汇率（上期 12 月 31 日汇率）	7.0827	0.0002927	1.5461	0.000464
期末汇率（本期 12 月 31 日汇率）	7.1884	0.000287	1.6199	0.000453
汇率波动率（期末汇率/期初汇率-1）	1.49%	-1.95%	4.77%	-2.37%
外销收入（万元）	59,432.24			
财务费用汇兑损益（万元）	147.80			
汇兑损益占外销收入的比例	0.25%			
项目	**2023 年**			
	美元	**越南盾**	**马币**	**印尼卢比**
期初汇率（上期 12 月 31 日汇率）	6.9646	0.0002949	1.5772	0.000445
期末汇率（本期 12 月 31 日汇率）	7.0827	0.0002927	1.5461	0.000464
汇率波动率（期末汇率/期初汇率-1）	1.70%	-0.75%	-1.97%	4.27%
外销收入（万元）	49,933.18			
财务费用汇兑损益（万元）	-370.52			
汇兑损益占外销收入的比例	-0.74%			
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）	53,994.04
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%

注：美元对人民币、马币（马来西亚令吉）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。

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。

4、境外销售与物流运输数据

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	2025 年 1-6 月	2024 年	2023 年	2022 年
运输费用①	**692.63**	1,099.07	852.06	1,323.44
外销收入②	**34,981.09**	59,432.24	49,933.18	53,994.04
运输及出口费用占外销收入比例③=①/②	**1.98%**	1.85%	1.71%	2.45%

报告期各期，公司运输费用占外销收入的比例降低，主要系随着公司海外工厂陆续投产，部分客户订单转移至海外工厂进行生产，距离客户收货地点更近。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。

5、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，境外销售额与出口退税金额匹配情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年	2023 年	2022 年
出口退税申报销售金额①	**10,913.15**	19,591.94	25,355.63	33,287.29
出口免税收入②	**24.33**	417.87	620.77	1,378.54
可核对境外销售收入的出口退税申报金额④=①+②	**10,937.48**	20,009.81	25,976.40	34,665.83
出口销售收入⑤	**11,323.03**	21,840.41	26,727.00	34,981.50
其他差异⑥=④-⑤	**-385.55**	-1,830.60	-750.60	-315.67

项目	2025 年 1-6 月	2024 年	2023 年	2022 年
差异比例⑦=⑥/⑤	**-3.41%**	-8.38%	-2.81%	-0.90%

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。报告期各期，发行人出口退税数据与境外销售收入整体相匹配，无异常情况。

6、境外销售与中国出口信用保险公司数据

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。

7、境外销售与发货验收单据

报告期内公司主要以报关单及对账确认收入，不适用此项比较。

8、境外销售与出口单证

公司各期报关单金额与海关出口数据一致，与外销收入的匹配性参见“问题 4.境外销售占比较高及真实性核查”之“二、（四）、2、境外销售与海外数据”。公司外销收入主要为境内公司的保税区收入及境外公司收入，相关收入主要以对账形式进行收入确认。公司收入确认会计凭证及对账过程具有完备性，与外销收入具有匹配性。

9、境外销售与资金划款凭证

境外资金划款凭证与境外销售回款金额基本相符，报告期各期公司境外销售回款与境外销售收入相匹配，具体参见“问题 4.境外销售占比较高及真实性核查”之“二、（四）、1、境外销售与外销回款”。

10、境外销售与境外销售费用

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年	2023 年	2022 年
外销收入（剔除保税区收入）①	**26,379.22**	46,836.18	31,920.78	25,779.27
境外销售费用②	**593.68**	980.42	831.96	698.78
②/①	**2.25%**	2.09%	2.61%	2.71%

上述境外销售费用为境外子公司销售费用，与报告期内公司剔除境内公司保

税区收入之外的外销收入相匹配，无异常情况。

三、境外资产真实性。请发行人：①说明各境外子公司的经营情况、性质（生产型还是销售型）、人员构成、业务模式、各期销售情况、主要客户及合作背景，说明发行人对境外子公司的管控措施及有效性。②说明各境外子公司供产销或水电气消耗等业务数据与其营业收入是否匹配；结合境外子公司的经营情况，说明境外存货/固定资产的具体情况，包括存货/固定资产类型、存货/固定资产金额、存放地点、保管方及期末盘点情况，分析发行人报告期各期末境外存货/固定资产金额与境外子公司经营情况的匹配性。③结合存放地点、期末余额、款项类型等说明境外资金的存管情况，各期外币收付款、跨境资金流动、结换汇情况及是否符合法律法规相关规定，说明存放在境外的资金规模与境外业务规模是否匹配。④说明境外资金的使用审批流程、境外账户管理及财务内控机制，境外资金存放及使用是否受到限制或存在相关风险。

（一）说明各境外子公司的经营情况、性质（生产型还是销售型）、人员构成、业务模式、各期销售情况、主要客户及合作背景，说明发行人对境外子公司的管控措施及有效性。

截至 2025 年 6 月 30 日，公司各境外子公司经营情况、性质、人员构成、业务模式、主要客户及合作背景情况如下表所示：

单位：万元

序号	主要业务区域	境外子公司名称	各期销售情况				经营情况	子公司性质	人员构成	业务模式	主要客户及合作背景
			2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度					
1	香港	香港鸿达	3,841.54	10,333.78	11,171.36	12,956.22	正常开展经营情况	销售型	4 人	公司海外销售主体，向母公司或其他子公司采购成品或少量对外采购成品，并对外销售	主要客户：Venture、赫比、新玛德等；合作背景：公司通过客户开发、市场推广、商务谈判等与其展开合作
2	马来西亚	马来鸿达	4,754.52	14,714.01	11,653.54	6,688.01	正常开展经营情况	销售型	310 人	公司马来销售主体，向马来当地子公司或母公司采购成品或少量对外采购成品，并对外销售或少量对内销售	主要客户：VS、比亚迪、伟创力等；合作背景：公司通过客户开发、商务谈判等与其展开合作
3		Papertex	410.73	1,515.51	1,082.53	374.41	正常开展经营情况	生产型		公司马来生产基地，向外直接采购原材料并进行生产加工后进行内部销售或少量直接对外销售	不适用，对外销售占比较小，主要为对内销售
4		Printpack	3,859.64	10,756.11	7,073.27	3,195.84	正常开展经营情况	生产型		公司马来生产基地，向母公司或其他子公司采购或直接采购原材料并进行生产加工后进行内部销售或少量直接对外销售	主要客户：麦迪实等；合作背景：公司通过客户开发、商务谈判等与其展开合作
5		马来高义	-	-	-	-	已注销	无实际业务		无实际经营	不适用
6	印度尼西亚	印尼高义	661.62	1,303.40	913.71	1,137.08	正常开展经营情况	生产型	251 人	公司印尼生产基地，向母公司或其他子公司采购或直接采购原材料并进行生	不适用，对外销售占比较小，主要为对内销售

序号	主要业务区域	境外子公司名称	各期销售情况				经营情况	子公司性质	人员构成	业务模式	主要客户及合作背景
			2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度					
										产加工后进行内部销售或少量直接对外销售	
7		印尼鸿达	**3,936.28**	7,763.37	4,104.54	5,341.79	正常开展经营情况	销售型		公司印尼巴淡岛销售主体，向印尼当地子公司采购成品或少量对外采购成品，并对外销售	主要客户：新玛德、和硕集团等；合作背景：公司通过客户开发、市场推广、商务谈判等与其展开合作
8		PT Global	**2,244.77**	3,927.04	2,697.71	940.78	正常开展经营情况	生产型		公司印尼生产基地，向母公司或其他子公司采购或直接采购原材料并进行生产加工后进行内部销售或少量直接对外销售	不适用，对外销售占比较小，主要为对内销售
9		雅加达鸿达	**522.91**	1,606.74	641.99	-	正常开展经营情况	销售型		公司印尼雅加达销售主体，向印尼当地子公司采购成品或直接对外采购成品，并对外销售	主要客户：PT SELARAS 等；合作背景：公司通过客户开发、市场推广、商务谈判等与其展开合作
10	越南	越南鸿达	**-**	-	10.85	1.67	正常开展经营情况	销售型	**432** 人	公司越南销售主体，向越南当地子公司采购成品或少量对外采购成品，并对外销售	系公司早期在越南布局的销售平台，仅面向个别越南区域的客户
11		同奈鸿达	**4,096.15**	5,978.49	1,729.05	-	正常开展经营情况	生产型		公司越南南部生产和销售基地，向母公司或其他子公司采购或直接采购原材料并进行生产加工后进行内部销售或直接对外销售	主要客户：Leader electric appliance company limited、SUNTONE 、天安、明南等；合作背景：公司通过客户开发、市场推广、商务谈判等与其展

序号	主要业务区域	境外子公司名称	各期销售情况				经营情况	子公司性质	人员构成	业务模式	主要客户及合作背景
			2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度					
											开合作
12		海阳鸿达	**4,938.70**	2,856.56	930.61	109.2	正常开展经营情况	生产型		公司越南北部生产和销售基地，向母公司或其他子公司采购或直接采购原材料并进行生产加工后进行内部销售或直接对外销售	主要客户：瑞轩科技责任有限公司、豪恩集团、和硕集团、立讯精密等；合作背景：公司通过客户开发、市场推广、商务谈判等与其展开合作
13	泰国	泰国鸿达	-	-	-	-	已注销	无实际业务	**34** 人	无实际业务	不适用
14		泰国包装	**236.83**	64.26	-	-	正常开展经营情况	生产型		公司泰国当地生产和销售基地，向母公司或其他子公司采购或直接采购原材料并进行生产加工后进行直接对内销售	不适用，主要系对内销售
15	菲律宾	菲律宾鸿达	**4,007.20**	3,867.72	-	-	正常开展经营情况	生产型	**255** 人	公司菲律宾生产和销售基地，向母公司或其他子公司采购或直接采购原材料并进行生产加工后进行直接对外销售	主要客户：赫比、Kinpo Electronics (Philippines) Inc.等；合作背景：公司通过客户开发、市场推广、商务谈判等与其展开合作

公司对境外子公司的管控措施主要包括以下方面：

（1）在内部控制方面，公司制定了《控股子公司管理制度》，就子公司的人事管理、财务管理、经营及投资决策管理、信息披露管理、内部审计监督和档案及印章管理进行专项规定。此外，公司制定了财务、采购、生产、销售等内部控制管理制度,公司境内外子公司原则上适用统一的管理制度,内部控制制度有效执行。境外子公司对外投资、融资、资产收购、资产抵押、对外担保、委托理财等重大事项的权限范围需符合《公司章程》的规定，达到公司董事会、股东会审议标准的，须经公司董事会或股东会审议批准后方可实施。

（2）在人事管理方面，公司境外子公司重要管理人员由境内母公司委派，并执行公司内部控制的相关要求。公司在境外子公司的经营管理决策过程中起到主导作用。此外，子公司重要管理人员绩效考核方案由境内母公司统一制定,子公司重要管理人员薪酬考核体系与境内母公司政策保持一致。

（3）在财务管理方面，公司境内母公司财务部门对各境外子公司财务工作集中管控。公司境内外子公司使用统一的财务管理系统，境内母公司能够及时取得境外子公司的财务信息并积极跟进境外子公司的财务管理情况。境外子公司财务人员由境内母公司财务部门统一管理并遵守公司统一的财务管理政策与会计制度。

（4）在资金及预算管理方面，公司境内母公司财务部门主导境外子公司资金及预算管理的决策制定和日常运营，资金集中于母公司层面进行统一管理。

综上所述，公司对境外子公司在内部控制、人事、财务、资金等多个方面采取了管控措施，报告期内公司对境外子公司管控情况良好，管控措施执行有效，各境外子公司经营情况良好，未出现异常情形。

（二）说明各境外子公司供产销或水电气消耗等业务数据与其营业收入是否匹配；结合境外子公司的经营情况，说明境外存货/固定资产的具体情况包括存货/固定资产类型、存货/固定资产金额、存放地点、保管方及期末盘点情况，分析发行人报告期各期末境外存货/固定资产金额与境外子公司经营情况的匹配性。

1、说明各境外子公司供产销或水电气消耗等业务数据与其营业收入是否匹

配

公司境外子公司分为两类，一类为销售型子公司，该类子公司主要为境外销售平台，无生产采购环节，因此无供产数据，销售型公司水电主要为办公用电，且用量较小，与营业收入匹配性较低。另外一类子公司为生产型子公司，水电消耗与营业收入匹配性较高，故分析其供产销数据与营业收入数据如下：

公司	项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
印尼包装	营业收入（万美元）	**312.74**	551.81	382.34	139.23
	销量（万个）	**1,038.09**	1,980.78	924.96	283.96
	产量（万印次）	**307.77**	541.00	166.00	-
马来包装	营业收入（万美元）	**537.72**	1,511.40	1,002.48	472.95
	销量（万个）	**1,670.99**	3,715.06	1,704.52	1,034.12
	产量（万印次）	**554.69**	1,664.65	875.54	-
同奈鸿达	营业收入（万美元）	**570.67**	840.07	245.05	-
	销量（万个）	**1,402.67**	2,531.44	542.12	-
	产量（万印次）	**570.94**	977.24	247.64	-
海阳鸿达	营业收入（万美元）	**688.05**	401.39	131.89	16.16
	销量（万个）	**5,545.84**	5,135.30	2,514.49	32.22
	产量（万印次）	**741.49**	949.21	296.63	
菲律宾鸿达	营业收入（万美元）	**558.28**	543.47	-	-
	销量（万个）	**2,510.48**	1,658.95	-	-
	产量（万印次）	**767.14**	526.25	-	-

报告期各期，随着各子公司产量的增长，子公司的营业收入也逐年上涨，产量的波动趋势与营业收入的波动趋势一致。

2、结合境外子公司的经营情况，说明境外存货/固定资产的具体情况包括存货/固定资产类型、存货/固定资产金额、存放地点、保管方及期末盘点情况，分析发行人报告期各期末境外存货/固定资产金额与境外子公司经营情况的匹配性。

（1）说明境外存货/固定资产的具体情况包括存货/固定资产类型、存货/固定资产金额、存放地点、保管方及期末盘点情况

公司境外子公司的经营情况参见“问题 4.境外销售占比较高及真实性核查”之“三、（一）说明各境外子公司的经营情况、性质（生产型还是销售型）、人

员构成、业务模式、各期销售情况、主要客户及合作背景，说明发行人对境外子公司的管控措施及有效性”。境外销售型子公司为销售平台，主要联系客户承接订单的作用，无生产环节，因此境外销售型子公司存货、固定资产相对小或仅仅有日常办公用的少量办公用固定资产。境外存货、固定资产主要集中在生产型子公司里，具体情况如下：

单位：万元

公司	资产类型	项目	2025/6/30	2024/12/31	2023/12/31	2022/12/31
印尼包装	存货	原材料	**655.81**	206.40	170.34	59.11
		库存商品	**446.38**	183.45	208.51	311.64
		在产品	**66.84**	54.29	15.92	8.22
		在途物资	**126.05**	169.41	-	31.55
		发出商品	**28.01**	-	-	-
	固定资产	机器设备	**4,155.19**	2,606.20	2,499.91	276.50
		运输设备	**90.30**	3.35	-	-
		电子设备及其他	**216.80**	158.90	110.66	31.55
马来包装	存货	原材料	**655.81**	809.76	639.40	385.44
		库存商品	**362.55**	320.82	227.15	118.78
		在产品	**181.75**	219.82	454.46	196.49
		在途物资	**117.47**	175.71	-	-
		委托加工物资	**0.09**	0.09	0.18	-
		发出商品	**3.60**	-	-	-
	固定资产	机器设备	**5,602.55**	4,942.73	4,411.96	3,263.47
		电子设备及其他	**298.05**	278.11	190.56	109.30
同奈鸿达	存货	原材料	**371.56**	209.42	140.78	-
		库存商品	**410.23**	233.33	25.13	-
		在产品	**94.32**	83.27	55.26	-
		发出商品	**171.21**	111.03	95.43	-
	固定资产	机器设备	**3,075.52**	2,945.96	2,876.47	319.00
		运输设备	**25.66**	-	-	-
		电子设备及其他	**146.73**	132.31	101.99	14.72
海阳鸿达	存货	原材料	**810.53**	282.36	157.46	93.08
		库存商品	**530.91**	302.64	16.96	21.81
		在产品	**166.01**	148.56	33.02	6.85

		发出商品	**0.28**	-	0.81	-
		在途物资	**192.51**	76.35	-	10.08
		委托加工物资	**135.80**	104.36	-	-
	固定资产	机器设备	**6,034.05**	4,025.15	2,422.31	2,304.47
		运输设备	**14.05**	-	-	-
		电子设备及其他	**249.67**	52.98	33.27	12.35
菲律宾鸿达	存货	原材料	**1,202.20**	1,131.49	-	-
		库存商品	**165.67**	134.26	-	-
		在产品	**175.06**	221.29	-	-
		在途物资	**58.12**	7.94	-	-
		发出商品	**9.64**	-	-	-
	固定资产	机器设备	**2,910.72**	1,639.51	-	-
		运输设备	**176.60**	84.89	-	-
		电子设备及其他	**226.11**	81.57	-	-

公司境外子公司存货均存放在各子公司租赁的仓库货或者生产场地内，境外子公司固定资产均存放在生产及办公产地内，存货和固定资产均由公司自行保管，公司定期对境外子公司存货和固定资产进行盘点，报告期各期末，主要境外子公司的存货及固定资产的盘点情况如下：

单位：万元/%

资产类型	项目	2025/6/30	2024/12/31	2023/12/31	2022/12/31
存货	期末余额	**8,019.46**	5,825.34	2,829.96	1,595.48
	盘点金额	**8,019.46**	5,825.34	2,829.96	1,595.48
	盘点比例	**100.00**	100.00	100.00	100.00
固定资产	期末余额	**24,748.19**	18,421.73	13,436.74	7,103.60
	盘点金额	**24,748.19**	18,421.73	13,436.74	7,103.60
	盘点比例	**100.00**	100.00	100.00	100.00

报告期各期末，公司主要境外子公司存货和固定资产基本与账面一致。

（2）分析发行人报告期各期末境外存货/固定资产金额与境外子公司经营情况的匹配性。

报告期内，主要销售型境外子公司的存货、固定资产与营业收入情况如下：

单位：万元

公司	项目	2025 年 6 月 30 日/2025 年 1-6 月	2024 年 12 月 31 日/2024 年度	2023 年 12 月 31 日/2023 年度	2022 年 12 月 31 日/2022 年度
印尼包装	营业收入	2,244.77	3,927.04	2,697.71	940.78
	存货余额	1,323.10	613.56	394.77	410.53
	固定资产	4,462.29	2,768.44	2,610.57	308.05
	其中：机器设备	4,155.19	2,606.20	2,499.91	276.50
马来包装	营业收入	3,859.64	10,756.11	7,073.27	3,195.84
	存货余额	1,321.26	1,526.19	1,321.19	700.71
	固定资产	5,900.60	5,220.85	4,602.52	3,372.78
	其中：机器设备	5,602.55	4,942.73	4,411.96	3,263.47
同奈鸿达	营业收入	4,096.15	5,978.49	1,729.05	-
	存货余额	1,047.32	637.05	316.60	-
	固定资产	3,247.91	3,078.26	2,978.47	333.71
	其中：机器设备	3,075.52	2,945.96	2,876.47	319.00
海阳鸿达	营业收入	4,938.70	2,856.56	930.61	109.20
	存货余额	1,836.05	914.28	208.25	131.83
	固定资产	6,297.77	4,078.14	2,455.59	2,316.82
	其中：机器设备	6,034.05	4,025.15	2,422.31	2,304.47
菲律宾鸿达	营业收入	4,007.20	3,867.72	-	-
	存货余额	1,610.69	1,494.99	-	-
	固定资产	3,313.43	1,805.97	-	-
	其中：机器设备	2,910.72	1,639.51	-	-

由上表可知，随着境外收入的增长，公司境外子公司存货规模及固定资产规模也同步上涨，存货及固定资产波动趋势与各子公司营业收入波动趋势一致。

（三）结合存放地点、期末余额、款项类型等说明境外资金的存管情况，各期外币收付款、跨境资金流动、结换汇情况及是否符合法律法规相关规定，说明存放在境外的资金规模与境外业务规模是否匹配。

1、结合存放地点、期末余额、款项类型等说明境外资金的存管情况

报告期各期末，公司境外货币资金的存放地点、期末余额、款项类型情况如下：

单位：万元

序号	境外子公司名称	存放地点	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日	款项类型
1	香港鸿达	中国香港、境内[注 2]	**3,226.17**	2,225.84	1,956.84	2,544.43	活期存款，随时支取
2	印尼高义	印尼	**73.95**	124.12	94.87	33.46	现金；活期存款，随时支取
3	越南鸿达	越南	**69.87**	72.27	79.56	72.58	现金；活期存款，随时支取
4	马来鸿达	马来	**1,829.18**	2,095.13	775.99	1,496.55	活期存款，随时支取
5	Printpack	马来	**47.67**	140.46	171.93	118.21	活期存款，随时支取
6	印尼鸿达	印尼	**463.77**	847.73	907.76	2,003.05	现金；活期存款，随时支取
7	Papertex	马来	**34.25**	38.41	10.98	11.55	活期存款，随时支取
8	PT Global	印尼	**140.39**	192.17	175.90	484.78	现金；活期存款，随时支取
9	同奈鸿达	越南	**405.67**	234.03	217.62	31.23	现金；活期存款，随时支取
10	海阳鸿达	越南	**433.99**	353.66	209.65	63.51	现金；活期存款，随时支取
11	泰国包装	泰国	**4.76**	18.57	113.39	-	活期存款，随时支取
12	雅加达鸿达	印尼	**325.07**	195.81	10.77	-	现金；活期存款，随时支取
13	菲律宾鸿达	菲律宾	**245.80**	454.24	-	-	现金；活期存款，随时支取
合计			**7,300.54**	**6,992.44**	**4,725.27**	**6,859.34**	

注 1：期末外币按照各期末汇率折算为人民币。
注 2：截至 **2025 年 6 月 30 日**，香港鸿达包含存放在境内 **2,174.78 万元**的银行存款。

报告期各期末，公司存放于境外的货币资金余额分别为 6,859.34 万元、4,725.27 万元、6,992.94 万元**和 7,300.54 万元**，存放地点包括中国香港、马来、印尼、越南和泰国等境外区域，款项类型主要为活期存款。

在资金管理方面，公司境内母公司财务部门主导境外子公司资金及预算管理的决策制定和日常运营，资金集中于母公司层面进行统一管理。

2、各期外币收付款、跨境资金流动、结换汇情况及是否符合法律法规相关规定，说明存放在境外的资金规模与境外业务规模是否匹配

（1）各期外币收付款、跨境资金流动、结换汇情况及是否符合法律法规相关规定

报告期内，公司境内主体涉及的境外销售及采购业务外币收付款、跨境资金

流动及结换汇以美元为主，基本情况如下：

单位：万美元、万欧元

项目	币种	类型	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
跨境资金的收付款金额	美元	收汇	**937.69**	1,826.08	3,572.48	4,824.37
		付汇	**39.01**	213.08	118.13	409.12
跨境资金的结换汇金额	美元兑人民币		**897.00**	1,866.07	3,628.00	4,536.95
	人民币兑欧元		**-**	16.80	266.80	252.80

报告期内，发行人跨境资金流动情况主要为收付境外货款，其中跨境资金流入主要为境外销售回款，结算货币主要为美元，收款后发行人根据资金需求情况并结合汇率变动情况自主确定结汇时间。跨境资金流出主要为支付材料、设备等采购款，结算货币主要为美元。

公司境外销售主要采用电汇、银行转账等方式结算，公司根据日常经营需要并结合汇率变动情况进行结换汇，相关外币收付款、跨境资金流动、结换汇业务均根据中国有关法律法规的规定，通过具有经营外汇业务资格的银行办理，符合国家外汇相关法律法规的规定。公司已在国家外汇管理局深圳市分局依法办理了货物贸易外汇收支企业名录登记手续，可依法在相关金融机构办理外汇收支业务根据国家外汇管理局网站(www.safe.gov.cn)的检索情况及中国人民银行东莞市分行出具的合规证明，报告期内公司不存在外汇违规行政处罚记录。

（2）说明存放在境外的资金规模与境外业务规模是否匹配

报告期内，公司境外主要经营主体货币资金与营业收入规模列示如下：

单位：万元

子公司名称	项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
香港鸿达	货币资金	**3,226.17**	2,225.84	1,956.84	2,544.43
	营业收入	**3,841.56**	10,333.78	11,171.36	12,956.22
	货币资金\营业收入	**83.98%**	**21.54%**	**17.52%**	**19.64%**
印尼高义	货币资金	**73.95**	124.12	94.87	33.46
	营业收入	**661.62**	1,303.40	913.71	1,137.08
	货币资金\营业收入	**11.18%**	**9.52%**	**10.38%**	**2.94%**
马来鸿达	货币资金	**1,829.18**	2,095.13	775.99	1,496.55
	营业收入	**4,754.54**	14,714.01	11,653.54	6,688.01
	货币资金\营业收入	**38.47%**	**14.24%**	**6.66%**	**22.38%**

子公司名称	项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
Printpack	货币资金	**47.67**	140.46	171.93	118.21
	营业收入	**3,859.66**	10,756.11	7,073.27	3,195.84
	货币资金\营业收入	**1.24%**	**1.31%**	**2.43%**	**3.70%**
印尼鸿达	货币资金	**463.77**	847.73	907.76	2,003.05
	营业收入	**3,936.30**	7,763.37	4,104.54	5,341.79
	货币资金\营业收入	**11.78%**	**10.92%**	**22.12%**	**37.50%**
Papertex	货币资金	**34.25**	38.41	10.98	11.55
	营业收入	**410.74**	1,515.51	1,082.53	374.41
	货币资金\营业收入	**8.34%**	**2.53%**	**1.01%**	**3.08%**
PT Global	货币资金	**140.39**	192.17	175.90	484.78
	营业收入	**2,244.78**	3,927.04	2,697.71	940.78
	货币资金\营业收入	**6.25%**	**4.89%**	**6.52%**	**51.53%**
同奈鸿达	货币资金	**405.67**	234.03	217.62	31.23
	营业收入	**4,096.17**	5,978.49	1,729.05	-
	货币资金\营业收入	**9.90%**	**3.91%**	**12.59%**	-
海阳鸿达	货币资金	**433.99**	353.66	209.65	63.51
	营业收入	**4,938.72**	2,856.56	930.61	109.20
	货币资金\营业收入	**8.79%**	**12.38%**	**22.53%**	**58.16%**
雅加达鸿达	货币资金	**325.07**	195.81	10.77	-
	营业收入	**522.92**	1,606.74	641.99	-
	货币资金\营业收入	**62.16%**	**12.19%**	**1.68%**	-
菲律宾鸿达	货币资金	**245.80**	454.24	-	-
	营业收入	**4,007.22**	3,867.72	-	-
	货币资金\营业收入	**6.13%**	**11.74%**	-	-
合计	货币资金	**7,225.91**	6,901.60	4,532.31	6,786.77
	营业收入	**33,274.23**	64,622.73	41,998.31	30,743.33
	货币资金\营业收入	**21.72%**	**10.68%**	**10.79%**	**22.08%**

香港鸿达作为公司境外订单承接主体和境外投资主体，负责公司产品的销售，承担销售职能和一定的采购职能。香港鸿达收取境外客户的货款，主要用于支付供应商的采购款，2023 年度，货币资金余额有所下降的原因主要系新建了境外子公司，对部分子公司进行投资，因此本期货币资金余额占营业收入比例有所下降。

印尼高义是公司在印尼布局的生产基地，负责公司产品的生产，承担生产职能和一定的采购职能，生产完工后产品的销售主要通过内部关联交易的形式进行，印尼高义主要通过收取印尼鸿达的货款，用于支付工资、本地材料采购及工厂运营费用。报告期内公司销售规模扩大的同时整体货币资金余额也呈现增加趋势，与其在公司中的职能定位和经营规模匹配。

马来鸿达作为马来西亚当地的经营主体，负责公司产品的销售，承担一定的销售职能。2023 年货币资金余额占营业收入比例较 2022 年有所下降，主要原因是公司销售规模扩大，采购子公司产品所支付的采购款增加所致。除此之外，报告期内马来鸿达销售规模扩大的同时整体货币资金余额也呈现增加趋势，与其在公司中的职能定位和经营规模匹配。

Printpack 和 Papertex 为公司在马来西亚布局的生产基地，负责公司产品的生产，承担生产职能和一定的采购职能，生产完工后产品的销售主要通过内部关联交易的形式进行，Printpack 主要通过收取马来鸿达销售货款、Papertex 主要通过收取 Printpack 销售货款，用于支付工资、本地零星采购及工厂运营费用。报告期内 Printpack 和 Papertex 的货币资金余额占营业收入比例较低，与其在公司中的职能定位和经营规模匹配。

印尼鸿达作为印尼巴淡岛当地的经营主体，负责公司产品的销售，承担一定的销售职能，相关产品采购主要通过内部关联交易进行。2023 年、2024 年**和 2025 年 1-6 月**货币资金余额占营业收入比例较 2022 年有所下降，主要原因是公司随着销售规模扩大，采购子公司产品所支付的采购款增加所致，与其在公司中的职能定位和经营规模匹配。

PT GLOBAL 是公司在印尼布局的生产基地，负责公司产品的生产，承担生产职能和一定的采购职能，生产完工后产品的销售主要通过内部关联交易的形式进行，PT GLOBAL 主要通过收取印尼鸿达的货款，用于支付工资、本地材料采购及工厂运营费用。2022 年度，PT GLOBAL 货币资金余额占营业收入比例较高的原因系公司 2022 年 8 月增资导致当年货币资金余额较高；2023 年度至 **2025 年 1-6 月**公司销售规模扩大的同时整体货币资金余额也呈现增加趋势，与其在公司中的职能定位和经营规模匹配。

同奈鸿达和海阳鸿达为公司在越南布局的生产基地和销售基地，负责公司产品的生产和销售，承担生产职能、一定的采购职能和销售职能，生产完工后产品的销售主要通过当地进行销售的形式进行，销售收取的货款主要系用于支付工资、本地零星采购及工厂运营费用。同奈鸿达为 2022 年 11 月 30 日成立，故 2022 年无交易；海阳鸿达为 2022 年 6 月成立，当年有小额销售；2023 年和 2024 年度，由于同奈鸿达和海阳鸿达投资前期相关投入成本较高，随着销售规模扩大，货币资金余额有小额增长，与其在公司中的职能定位和经营规模匹配。

雅加达鸿达作为印尼雅加达当地的经营主体，负责公司产品的销售，承担一定的销售职能。雅加达鸿达 2023 年成立，故当年销售规模较小；随着销售规模扩大，印尼雅加达销售规模扩大的同时货币资金余额也呈现上涨趋势，与其在公司中的职能定位和经营规模匹配。

菲律宾鸿达为公司在菲律宾布局的生产基地和销售基地，负责公司产品的生产和销售，承担生产职能、一定的采购职能和销售职能，生产完工后产品的销售主要通过当地进行销售的形式进行，销售收取的货款主要系用于支付工资、本地零星采购及工厂运营费用。菲律宾鸿达为公司 2024 年收购，故 2022 年和 2023 年无交易；2024 年度、**2025 年 1-6 月**销售规模持续扩大，但相关投入成本较高，货币资金余额较小，与其在公司中的职能定位和经营规模匹配。

综上，公司存放在境外的资金主要用于日常经营和业务发展，与公司境外业务规模相匹配。

（四）说明境外资金的使用审批流程、境外账户管理及财务内控机制，境外资金存放及使用是否受到限制或存在相关风险

1、境外资金的使用审批流程

报告期内，公司对境外资金的使用审批流程如下：

流程节点	具体内容
支付申请	公司有关部门或个人用款时，应当通过资金使用权限审批流程，向经授权的审批人提交资金支付申请，注明款项的用途、金额、依据等内容，并附有效合同协议、原始单据或相关证明。
支付审批	公司各部门负责人根据其职责权限，在资金授权审批范围内根据相应程序对支付申请进行审批，会计人员基于业务部门负责人审批的单据进行复核，检查资金支付申请的批准范围、权限、程序是否正确，手续及相关单证是否齐备，金额计算是否准确，支付方式、支付单位是否妥当等，复核

	无误后推送至总部财务负责人审批，财务负责人审批后提交总部总经理审批(如需要)，相关使用审批均由公司总部统一管控。
办理支付	出纳人员应当根据复核无误的支付申请，通过指定境外账户并经财务管理人员-级复核后办理资金支付手续，留存完整单据并及时登记现金或银行存款日记

2、境外账户管理及财务内控机制

公司根据《财务管理制度》《资金管理制度》进行境外银行账户的管理，严格按照所在国家和地区的金融管理规定开设和使用银行账户。银行开户应当符合当地相关法律法规的规定，优先选择当地信用资质良好的主要银行，严格遵照当地监管要求及开户条件；银行账户只供公司经营业务收支结算使用，不得出租、出借，不得用于个人结算；使用网上银行业务的，由经办和复核人员共同完成操作程序，不得由一人完成网上银行业务的全过程；财务部门定期对银行账户进行清理，对于长期不使用、不需用的银行账户须及时予以注销。

3、境外资金存放及使用是否受到限制或存在相关风险

报告期内，公司存放于境外的货币资金款项类型均为活期存款，主要存放于HSBC、hongleong bank 和渣打银行等当地信用资质良好的银行机构，货币资金余额与公司境外业务规模相匹配，境外资金存放及使用符合所在国家和地区资金管理的规定，不存在受到限制的情形，亦不存在相关风险。

四、中介机构核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐机构、会计师履行了以下核查程序：

1、获取公司各境外子公司财务资料、业务资料、人员花名册等，向发行人管理层了解各境外子公司的经营情况、管控措施。核查发行人各境外子公司性质、人员构成、业务模式、各期销售情况、主要客户及合作背景，分析公司对境外子公司的管控措施的有效性。

2、获取公司在主要国家和地区的境外销售金额及占比情况，了解各地销售收入变动的原因及其合理性、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，了解境外销售的物流、资金流、单据流的流转情况，公开查询同行业可比公司外销收入占比情况，分析公司境外收入占比较高的合理性。获取公司对主要境外客户销售情况，通过查询公开资料并询问公司业务人员了解公司与境外主要终端客户的合作历史及终端客户经营情况，分析公司对主要客户销售的真实性和合理性，以及是否与客户自身发展、终端客户需求及下游行业变化趋势相匹配。核查主要境外客户与公司及其控股股东、实际控制人、董监高、关键岗位人员等是否存在关联关系，是否存在除购销交易外的其他业务往来或资金往来；了解主要出口地区贸易政策、消费环境变化、在手订单等情况，分析公司与主要境外客户合作的稳定性。获取报告期各期公司海关报关数据、销售回款、出口退税及信用保险数据、结汇及汇兑损益波动数据、物流运输记录、出口单证、境外销售费用等数据，与公司境外销售收入进行匹配分析。

3、向发行人财务人员了解报告期各期末发行人境外资金的存放地点、期末余额、款项类型等基本情况；获取发行人报告期内银行账户清单、银行流水等文件，向发行人财务负责人了解发行人与境外客户的结算方式、跨境资金流动、结换汇情况，检索国家外汇管理局网站并获取中国人民银行东莞市分行出具的合规证明，核查发行人是否存在外汇违规行政处罚记录；结合各期末货币资金余额和境外主体营业收入，核查存放在境外的资金规模与境外业务规模的匹配性。 查阅发行人《财务管理制度》《资金管理制度》，了解发行人境外资金使用审批流

程和境外账户管理措施；对发行人境外银行账户进行函证，核查发行人报告期各期末境外资金余额及受限情况。

（二）核查结论

经核查，保荐机构、会计师认为：

1、发行人已列表说明各境外子公司的经营情况、性质、人员构成、业务模式、各期销售情况、主要客户及合作背景。公司对境外子公司在内部控制、人事、财务、资金等多个方面采取了管控措施，管控措施执行有效。

2、报告期内，公司境外销售业务的主要国家和地区为马来西亚、中国保税区、越南、印度尼西亚、菲律宾及泰国，报告期内公司在上述国家和地区的收入波动具有合理性；公司主要通过行业展会、行业交流等方式与境外客户实现接触，了解客户需求最终达成合作、签订合同并获取订单。报告期内发行人境外销售模式为直销，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、一般贸易出口等交货方式。公司产品定价主要采用成本加成法，境外销售物流、资金流、单据流正常流转；客户结构不同使得公司外销收入占比较高于同行业可比公司，具有合理性；公司与主要境外客户整体保持较长合作时间，业务开展具有真实性和合理性，销售金额与境外终端客户营收规模的变动趋势整体匹配；报告期内公司主要境外客户与公司及其控股股东、实际控制人、董监高、关键岗位人员等不存在关联关系，不存在除购销交易外的其他业务往来或资金往来；公司与境外主要客户合作较为稳定，随着全球消费的复苏，公司境外产能的提高，预计境外收入将持续增长，下滑风险相对较小，公司已在招股说明书中作出风险提示；报告期各期公司海关报关数据、销售回款、出口退税及信用保险数据、结汇及汇兑损益波动数据、物流运输记录、出口单证、境外销售费用等与境外销售收入具有匹配性。

3、公司境外销售主要采用电汇、银行转账等方式结算，公司根据日常经营需要并结合汇率变动情况进行结换汇，相关外币收付款、跨境资金流动、结换汇业务均根据中国有关法律法规的规定，通过具有经营外汇业务资格的银行办理，符合国家外汇相关法律法规的规定。公司存放在境外的资金主要用于日常经营和业务发展，与公司境外业务规模相匹配。报告期内，公司境外账户管理及资金使

用审批均符合当地法律法规的规定和公司内控制度的要求，公司存放于境外的货币资金款项类型均为活期存款，不存在境外资金存放及使用受到限制的情形。

五、按照《2 号指引》2-13 境外销售的相关要求核查，说明采取的核查程序、比例及核查结论

（一）境外销售采取的核查程序及比例

针对境外收入，保荐机构及申报会计师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。了解公司与境外销售相关的内部控制，并对报告期内境外销售相关控制运行的有效性实施测试。

2、获取报告期内公司与主要境外客户签订的销售合同或订单，了解主要条款内容、结算方式、信用政策，判断合同履约义务方式，识别与商品控制权或所有权上的主要风险和报酬转移相关的条款，评价收入确认政策是否符合企业会计准则的规定。

3、对境外主要客户的收入实施细节测试，获取公司收入明细表，抽样检查与收入确认相关的支持性文件，包括销售订单、销售发票、出库单、报关单、签收单、对账单、银行回单等支持性文件，识别销售收入的确认时点是否准确和验证收入的真实性；

4、对境外客户收入执行截止性测试，抽样选取资产负债表日前后记录的销售收入及出库记录，核对相关支持性文件，评价收入是否被记录于恰当的会计期间，具体抽样核查比例如下：

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
截止日前一个月测试样本金额①	**3,108.87**	2,371.63	2,425.80	3,236.05
截止日前一个月外销收入金额②	**4,938.75**	4,400.44	3,554.64	4,394.36
核查比例③=①/②	**62.95%**	53.90%	68.24%	73.64%
截止日后一个月测试样本金额④	**3,546.26**	2,964.87	2,154.86	1,407.47
截止日后一个月外销收入金额⑤	**5,546.46**	4,562.94	3,509.80	2,124.16
核查比例⑥=④/⑤	**63.94%**	64.98%	61.40%	66.26%

5、通过中国电子口岸报关系统取得公司报告期内的报关单明细，并与公司账面境外销售收入进行比对，核查公司境外收入与海关出口报关数据是否匹配性；

6、通过出口退税系统获取公司出口退税明细，与公司境外销售收入进行比对，核查境外销售收入与出口退税额数据差异原因；

7、对主要境外客户实施函证程序，具体函证情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
外销收入金额①	**35,147.22**	59,432.24	49,933.18	53,994.04
发函金额②	**28,649.20**	51,318.44	44,487.45	49,796.93
发函金额占比③=②/①	**81.51%**	86.35%	89.09%	92.23%
回函确认金额④	**23,526.59**	51,277.92	41,508.01	49,796.93
回函金额占发函金额比例⑤=④/②	**82.12%**	99.92%	93.30%	100.00%
执行替代测试金额⑥	**5,122.61**	40.51	2,979.43	-
执行替代测试金额占发函金额比例⑦=⑥/②	**17.88%**	0.08%	6.70%	-
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。

8、对主要境外客户执行访谈程序，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	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年	2022 年
外销收入金额①	**35,147.22**	59,432.24	49,933.18	53,994.04
访谈核查金额②	**23,121.55**	44,663.70	41,883.28	44,166.47
访谈比例③=②/①	**65.78%**	75.15%	83.88%	81.80%

9、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公司交易的背景，核实交易真实性。

10、检查应收账款当期收款记录及期后收款记录，抽查销售回款的回款单据，核对付款单位名称、回款金额、日期与收款凭证是否一致，具体情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
期末境外客户应收账款金额①	**17,920.34**	18,762.31	14,239.19	12,667.80
期后回款金额②	**13,904.95**	**18,486.35**	**14,239.19**	12,667.80
期后回款比例③=①/②	**77.59%**	**98.53%**	**100.00%**	100.00%

注：上述回款统计截止日期为 **2025 年 9 月 30 日**。

（二）核查结论

综上，保荐机构、申报会计师对外销收入开展了充分核查，相关程序及底稿较为齐备，公司外销收入具有真实性，收入确认符合《企业会计准则》规定。

六、说明对境外资产真实性的核查方法、比例及核查结论

（一）核查方法、比例

1、货币资金

针对境外货币资金的真实性，保荐机构、申报会计师主要执行以下核查程序：

（1）了解与境外货币资金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；

（2）对公司报告期各期末境外库存现金实施监盘，核实库存现金是否真实存在，是否账实相符；

（3）获取境外银行账户清单及网银流水，通过网银流水的交叉比对，核查银行账户清单的完整性；

（4）对境外银行存款余额进行函证，对回函不符的情况核实原因并获取余额调节表，确认货币资金记录的真实性和准确性，关注货币资金受限情况。具体函证情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
银行存款金额	**9,352.11**	6,964.77	4,709.07	6,845.78
发函金额	**9,352.11**	6,964.77	4,709.07	6,845.78
发函比例	**100.00%**	100.00%	100.00%	100.00%
回函确认比例	**100.00%**	**100.00%**	100.00%	100.00%
替代测试比例	**-**	**-**	-	-

（5）选取重要境外账户进行大额银行流水双向核查，分账户检查大额收付交易，关注收付业务内容与公司日常收支的相关性，以识别公司是否存在转移资金或者出借银行账户的情况。

2、应收账款

针对境外应收账款的真实性，保荐机构、申报会计师主要执行以下核查程序：

（1）向公司了解对主要境外客户的信用政策情况；

（2）获取并查阅公司与境外应收账款销售相关的内控制度；

（3）查阅公司主要境外客户销售订单，了解主要境外客户信用政策是否存在变动以及变动的原因，核查实际回款是否符合信用政策与合同约定的收款条款；

（4）获取公司关于主要逾期客户清单，访谈相关销售人员、财务总监了解逾期原因，抽查主要逾期客户相关信用期约定，检查主要逾期客户的期后回款情况；

（5）取得并查验报告期各期末境外应收账款余额的期后回款明细，进一步确认是否存在经营或财务风险导致无法回款的客户；

（6）对报告期各期末主要境外客户的应收账款执行函证和走访程序，对未回函的应收账款的函证，实施了替代测试和期后测试等替代性程序，取得了订单、出库单、签收单、发票、报关单、提单等收入确认凭证，并查证未回函客户的基本信息，确认应收账款真实性。

1）各期末应收账款函证比例情况如下：

项目	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
回函确认占境外应收账款余额比例	**59.44%**	85.80%	76.92%	88.64%
回函与替代测试占境外应收账款余额比例	**81.55%**	85.82%	86.61%	88.64%

2）各期末应收账款走访比例情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日

外销应收账款金额①	**23,775.19**	18,762.31	14,239.19	12,667.80
访谈核查金额②	**15,723.48**	13,917.93	11,691.22	10,594.54
访谈比例③=②/①	**66.13%**	74.18%	82.11%	83.63%

（7）结合《企业会计准则》的要求，对公司实施新金融工具准则前后的坏账政策合理性以及坏账准备计提的充分性进行分析；

（8）查看公司同行业可比上市公司的年度报告，并就坏账计提政策和金额与同行业可比上市公司进行比较，充分论述公司坏账计提的充分性。

3、存货

针对境外存货真实性，保荐机构、申报会计师主要执行以下核查程序

（1）了解公司境外存货管理的内部控制制度及业务流程，并对其进行控制测试，包括获取公司与存货相关的内部控制制度文件，对财务人员和其他人员进行访谈，了解相关内部控制制度的设计和执行情况；识别发行人存货业务流程中的风险点和管理层对应的控制措施，对关键控制点执行内部控制测试；

（2）对境外存货执行监盘程序，具体监盘过程如下：

1）境外存货监盘的时间、地点、人员、范围如下：

报告期末	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
监盘时间	**2025 年 6 月 28 日、2025 年 6 月 29 日、2025 年 6 月 30 日、**	2024 年 12 月 30 日、2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 28 日、2023 年 12 月 29 日	2022 年 12 月 30 日
监盘地点	**印尼厂区仓库、越南厂区仓库、菲律宾厂区仓库及马来厂区仓库**	印尼厂区仓库、越南厂区仓库、菲律宾厂区仓库及马来厂区仓库	印尼厂区仓库、越南厂区仓库及马来厂区仓库	印尼厂区仓库、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	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）境外存货监盘的方法及程序：

①监盘前：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；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；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；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：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；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；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；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。

3）境外存货监盘比例、实施的其他替代程序的性质及实施的具体情况：

单位：万元

项目	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
境外原材料、库存商品、在产品余额 A	**6,621.96**	4,777.39	2,291.33	1,393.26
监盘余额 B	**2,093.28**	2,356.05	1,253.46	616.75
监盘比例 C=B/A	**31.61%**	49.32%	54.70%	44.27%

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，保荐机构、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对主要发出商品执行函证程序；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	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
境外存货账面余额①	**8,019.46**	5,825.34	2,829.96	1,595.48
监盘金额②	**2,093.28**	2,356.05	1,253.46	616.75
函证及替代测试金额③	**1,417.64**	1,007.49	724.01	213.16
存货核查金额④=②+③	**3,510.92**	3,363.55	1,977.47	829.91

项目	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
存货核查比例⑤=④/①	**43.78%**	57.74%	69.88%	52.02%

（3）检查存货入库的原始凭证，对存货库龄划分进行抽样检查；

（4）对发出商品增加情况，检查发货审批通知单、销售出库单、物流记录等相关资料。对发出商品减少情况，检查验收证明等相关资料；

（5）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；

（6）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；

4、固定资产、在建工程

针对境外固定资产、在建工程的真实性，保荐机构、申报会计师主要执行以下核查程序：

（1）了解发行人进行在建工程项目建设的原因及其合理性；

（2）了解发行人对在建工程及固定资产管理的关键内部控制措施，并对其设计的合理性和运行的有效性进行评估；

（3）对报告期内新增的固定资产及在建工程，抽查其中金额较大项目的原始凭证，其中包括付款审批单、工程发票、银行回单等，同时核查验收报告、验收单、施工合同、监理月报、工程进度审核表等相关资料；

（4）对发行人境内外的固定资产及在建工程实施监盘程序，观察其是否存在、资产状态、识别相关资产的真实性、可用性，是否发现异常情形，在建工程进度以及在建工程是否符合结转固定资产的条件等，具体监盘过程如下：

1）监盘程序

①监盘前取得公司固定资产清单、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；

④盘点结束后，编制固定资产、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）境外固定资产、在建工程监盘比例

报告期内，保荐机构、申报会计师对的固定资产、在建工程监盘比例如下：

单位：万元

项目	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
固定资产账面原值①	**24,748.19**	18,421.73	13,436.74	7,103.60
固定资产监盘金额②	**15,775.41**	15,641.40	11,429.29	5,689.60
固定资产监盘比例③=②/①	**63.74%**	84.91%	85.06%	80.09%
在建工程账面原值④	**151.15**	2,567.56	431.28	3,830.78
在建工程监盘金额⑤	**-**	1,230.39	-	3,830.78
在建工程监盘比例⑥=⑤/④	**-**	47.92%	-	100.00%

3）境外资产真实性和可使用性核查

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

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
	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
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。

（二）核查结论

经核查，保荐机构、申报会计师认为，公司境外货币资金、应收账款、存货、固定资产及在建工程等境外资产具有真实性。

问题 5. 毛利率高于可比公司平均水平

根据申请文件：（1）报告期内，发行人综合毛利率分别为 26.42%、25.76%和 27.25%，高于可比公司平均水平，主要是细分市场、产品类别、客户特征与客户结构等方面的差异造成。（2）报告期内，发行人不同产品毛利率差异较大，彩盒毛利率分别为 22.59%、22.52%和 21.47%，说明书毛利率分别为 48.46%、46.62%和 40.38%；一站式采购毛利率总体不存在明显变化，其他产品毛利率大幅波动。（3）2022 年及 2023 年，发行人外销毛利率均高于内销毛利率，2024 年内销毛利率大幅增长且高于外销毛利率。

请发行人：（1）结合发行人与可比公司细分产品类型、技术工艺难度、销售区域、客户结构及市场竞争、成本构成、发行人与可比公司同类产品毛利率对比情况等，说明发行人毛利率高于可比公司平均水平的原因及合理性。（2）结合不同产品的销售单价、单位成本等量化分析不同产品毛利率差异较大的原因；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。（3）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。（4）说明各期外销与内销的具体产品结构差异、同种或同类产品境内外销售价格、单位成本差异情况等，分析境内外销售毛利率差异较大的原因及合理性，2024 年内销毛利率大幅增长且高于外销毛利率的原因；说明发行人境内外销售毛利率与同行业可比

公司境内外销售毛利率水平及变动趋势是否存在重大差异，如存在，分析披露差异原因。（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，结合发行人客户粘性、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，根据实际情况针对性作重大事项提示和风险揭示。

请保荐机构、申报会计师核查上述事项并发表明确意见，说明核查方法、范围、依据及结论。

回复：

一、结合发行人与可比公司细分产品类型、技术工艺难度、销售区域、客户结构及市场竞争、成本构成、发行人与可比公司同类产品毛利率对比情况等，说明发行人毛利率高于可比公司平均水平的原因及合理性。

（一）发行人与可比公司细分产品类型、技术工艺难度、销售区域、客户结构及市场竞争

报告期内，公司及可比公司的主要产品均为纸质印刷包装产品，技术工艺难度取决于客户所采用的印刷包装方案。一般而言，酒类包装产品常采用烫金/烫银工艺、珠光印刷等复杂工艺，在技术工艺方面具有更高的要求。而在中高端消费电子领域，终端客户对于品质控制上具有严苛的要求。

公司名称	产品类型	销售区域	客户结构及市场竞争
裕同科技	纸质精品包装、包装配套产品、环保纸塑产品。	裕同科技在全球 10 个国家、40 座城市设有 40 多个生产基地，境内覆盖深圳、东莞、苏州等主要城市，境外覆盖越南、墨西哥、菲律宾、印度、马来西亚、越南、印度尼西亚、韩国	公司积累了大批优质客户资源，主要分布在消费电子、酒、个人护理、食品、医疗保健、烟草等六大核心领域
中荣股份	折叠彩盒、礼盒、其他印刷包装产品。	公司已在国内中山、天津、昆山、平湖、沈阳、武汉、成都、贵州等地布局生产基地，海外越南生产基地已建成并投产	公司专注于化妆品、口腔护理、个人及家庭护理、食品、保健品、医药、消费电子、烟草制品、酒类、在线教育等领域的纸制印刷包装
柏星龙	产品包装业务	公司具有 5 大生产基地，覆盖广东、贵州、山西、河北、江苏	公司深耕酒类包装、国际化妆品包装及关联产品
佳合科技	彩印产品、水印产品及纸板产品。	公司具有 4 大生产基地，覆盖江苏昆山、江苏常熟、	公司彩印产品主要应用于主要应用于超市、商场

公司名称	产品类型	销售区域	客户结构及市场竞争
		安徽广德及越南	的促销和展示
发行人	彩盒、说明书、一站式采购及其他	公司境内具有 3 大生产基地，覆盖广东、江苏无锡、江苏淮安；境外具有 6 大生产基地，覆盖马来西亚、印度尼西亚、菲律宾、泰国、越南海阳、越南同奈	公司主要从事消费电子、小家电、电子烟和酒类市场的相关纸制印刷包装产品

（二）成本构成、发行人与可比公司同类产品毛利率对比情况

报告期内，公司可比公司未披露分具体产品的成本结构数据，其整体成本结构数据披露如下：

单位：万元

产品	成本类别	2025 年 1-6 月		2024 年		2023 年		2022 年	
		金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
裕同科技	直接材料	未披露	未披露	714,162.15	60.95%	662,036.04	61.65%	733,592.96	61.69%
	直接人工	未披露	未披露	159,818.25	13.64%	136,212.84	12.68%	163,454.89	13.74%
	制造费用	未披露	未披露	267,031.44	22.79%	248,056.81	23.10%	261,353.78	21.98%
	运费	未披露	未披露	30,715.45	2.62%	27,551.17	2.57%	30,837.99	2.59%
	小计	未披露	未披露	1,171,727.29	100.00%	1,073,856.86	100.00%	1,189,239.62	100.00%
中荣股份	直接材料	未披露	未披露	143,730.68	63.25%	130,493.13	63.62%	122,893.72	64.04%
	直接人工	未披露	未披露	22,830.77	10.05%	21,374.45	10.42%	21,076.78	10.98%
	制造费用	未披露	未披露	55,862.25	24.58%	48,220.91	23.51%	42,827.19	22.32%
	运费	未披露	未披露	4,821.03	2.12%	5,033.85	2.45%	5,097.63	2.66%
	小计	未披露	未披露	227,244.73	100.00%	205,122.34	100.00%	191,895.32	100.00%
发行人	直接材料	35,397.25	64.56%	65,539.27	64.12%	52,715.43	66.09%	46,361.83	67.75%
	直接人工	5,996.45	10.94%	10,935.48	10.69%	9,683.04	12.14%	8,852.43	12.94%
	制造费用	13,438.69	24.51%	25,733.07	25.17%	17,370.64	21.78%	13,214.68	19.31%
	小计	54,832.38	100.00%	102,207.82	100.00%	79,769.11	100.00%	68,428.94	100.00%

注：裕同科技选取其“纸制品包装-主营产品”成本结构数据，中荣股份选取其“包装印刷行业”成本结构数据。佳合科技、柏星龙未披露细分产品的成本结构；

报告期内，发行人与可比公司的同类毛利率对比情况如下：

1、彩盒

金额	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
裕同科技-纸质精品包装	24.09%	25.82%	26.73%	23.99%

金额	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
中荣股份-包装印刷行业	**19.38%**	18.31%	20.88%	22.41%
柏星龙-产品包装业务	**36.50%**	33.47%	33.95%	33.79%
佳合科技-彩印产品	**21.83%**	18.62%	18.81%	19.61%
公司-彩盒	**25.01%**	21.47%	22.52%	22.59%

如上所述，除柏星龙外，公司彩盒产品的毛利率与其他同行业可比公司不存在显著差异。其中，柏星龙由于主要聚焦酒类客户。一般而言，酒类客户对于包装成本相对不敏感、更强调品牌调性，对于复杂工艺及定制化结构具有更高要求，整体毛利率较高。

2、说明书

报告期内，公司同行业可比公司未单独披露报告期内说明书产品的毛利率。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
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。

报告期内，公司说明书产品毛利率情况如下：

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
说明书毛利率	**46.73%**	40.38%	46.62%	48.86%

如上表所示，公司说明书毛利率与裕同科技过往的说明书毛利率均维持 40%左右，不存在显著差异。其中，公司 2022 年及 2023 年度说明书毛利率较高，主要系公司说明书客户相对集中，有利于发挥批量印刷优势，能够有效摊薄固定成本。随着该等客户的收入占比下降，公司说明书毛利率与裕同科技相持平的水平。**2025 年 1-6 月，公司与微软、菲利普莫里斯、绿山咖啡等主要客户积极协商、推进说明书业务的合作深化，并且整合全公司的说明书生产布局，实现毛利率的提升。**

3、一站式采购

报告期内，公司可比公司类似业务毛利率情况如下：

金额	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
裕同科技-包装配套产品	**22.31%**	23.57%	24.70%	21.58%
中荣股份-其他主营业务	**24.72%**	18.36%	25.81%	28.38%
公司-一站式采购	**19.22%**	21.02%	18.42%	19.33%

报告期内，公司一站式采购业务收入毛利基本稳定，和同行业可比公司不存在重大差异。

（三）发行人毛利率高于可比公司平均水平的原因及合理性

如前文所述，公司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，主要是细分市场、产品类别、客户特征与客户结构等方面的差异造成。

二、结合不同产品的销售单价、单位成本等量化分析不同产品毛利率差异较大的原因；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。

（一）结合不同产品的销售单价、单位成本等量化分析不同产品毛利率差异较大的原因

产品	成本类别	2025 年 1-6 月		2024 年		2023 年		2022 年	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
彩盒	单位价格	**1.62**	**-**	1.93	-	2.20	-	2.13	-
	单位成本	**1.21**	**-**	1.51	-	1.71	-	1.65	-
	其中：直接材料	**0.69**	**55.89%**	0.89	58.81%	1.03	60.29%	1.06	64.56%
	直接人工	**0.17**	**13.84%**	0.19	12.70%	0.25	14.35%	0.24	14.48%
	制造费用	**0.36**	**30.27%**	0.43	28.49%	0.43	25.35%	0.35	20.97%
	毛利率	**25.01%**	**-**	21.74%	-	22.52%	-	22.59%	-
说明书	单位价格	**0.53**	**-**	0.45	-	0.57	-	0.48	-
	单位成本	**0.28**	**-**	0.27	-	0.30	-	0.25	-
	其中：直接材料	**0.15**	**51.69%**	0.12	45.50%	0.16	51.48%	0.12	50.90%
	直接人工	**0.04**	**14.03%**	0.04	14.48%	0.05	17.73%	0.05	18.93%
	制造费用	**0.10**	**34.28%**	0.11	40.02%	0.09	30.79%	0.07	30.16%
	毛利率	**46.73%**	**-**	40.38%	-	46.62%	-	48.86%	-
一	单位价格	**0.61**	**100%**	0.59	100%	0.73	100%	0.80	100%

产品	成本类别	2025 年 1-6 月		2024 年		2023 年		2022 年	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
站式采购	单位成本	0.49	-	0.47	-	0.60	-	0.65	-
	其中：直接材料	0.49	-	0.47	-	0.60	-	0.65	-
	直接人工	-	-	-	-	-	-	-	-
	制造费用	-	-	-	-	-	-	-	-
	毛利率	19.22%	-	21.02%		18.42%	--	19.33%	-
其他主营业务	单位价格	7.07	-	9.11	-	4.61	-	2.30	-
	单位成本	3.76	-	4.22	-	2.76	-	2.16	-
	其中：直接材料	1.82	48.27%	1.73	41.11%	0.85	30.92%	0.98	45.29%
	直接人工	0.58	15.47%	0.66	15.70%	0.61	22.25%	0.39	18.18%
	制造费用	1.36	36.26%	1.82	43.19%	1.29	46.83%	0.79	36.52%
	毛利率	46.80%	-	53.71%	-	40.19%	-	48.46%	-

如上表所示，公司说明书产品及其他主营业务中的一体式纸浆模塑外包装整体毛利率要高于彩盒产品及一站式采购业务。而从成本构成来看，该两类产品的成本中材料占比较低，且目前阶段公司该两类产品的客户相对集中有利于通过合理排期等方式提升生产效率、降低生产损耗，从而保证整体毛利率。

（二）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

1、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。

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%

项目	2019 年	2018 年	2017 年
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。

综上，公司说明书毛利率水平显著高于彩盒的原因主要是说明书产品特性使得客户价格敏感性较低且公司更容易控制成本。从行业公开披露的情况来看，同行业可比公司的说明书毛利率亦持续高于彩盒产品。因此，公司说明书毛利率水平显著高于彩盒的情况具有可持续性。

2、其他产品毛利率大幅变动的原因

报告期内，公司其他业务毛利率如下表所示：

项目	2025 年 1-6 月	2024 年	2023 年	2022 年
其他主营业务	**46.80%**	53.71%	40.19%	5.85%

公司其他业务主要以纸浆模塑包装产品为主，报告期内分别占其他类收入的 81.69%，90.35%、95.95%**和 90.73%**。纸浆模塑作为一种极具潜力的绿色包装解决方案，纸浆模塑产品由天然植物纤维制成，使用后可自然降解，能够有效地替代塑料制品。但是受限于其印刷性能、触摸感受等限制，过往纸浆模塑一般应用于环保餐具、工业包装或消费电子产品包装的内衬，直接应用于外包装领域较少。公司通过自身的创新，提高纸浆模塑外包装的设计感、延长产品使用寿命、降低生产成本，使其能够满足消费电子领域精品外包装的需求，具有较好的毛利率表现。

三、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。

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	2025 年 1-6 月	2024 年	2023 年	2022 年
富港电子	彩盒	**23.50%**	23.69%	31.88%	53.23%
	说明书	**11.66%**	15.46%	22.39%	46.55%
	一站式采购产品	**2.07%**	1.76%	1.54%	0.23%
	其他主营业务	**62.76%**	59.09%	44.19%	-

客户	产品	2025 年 1-6 月	2024 年	2023 年	2022 年
	合计	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**
V.S. Industry	彩盒	**48.81%**	51.55%	42.04%	45.77%
	说明书	**4.16%**	3.44%	4.23%	6.68%
	一站式采购产品	**40.01%**	31.64%	35.03%	25.66%
	其他主营业务	**7.02%**	13.37%	18.70%	21.89%
	合计	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**
今世缘酒业	彩盒	**98.68%**	99.70%	99.72%	99.71%
	一站式采购产品	**1.32%**	0.30%	0.28%	0.29%
	合计	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**
徕芬科技	彩盒	**72.63%**	82.77%	69.66%	81.37%
	说明书	**0.61%**	0.36%	0.18%	0.12%
	一站式采购产品	**26.77%**	16.76%	29.65%	18.51%
	其他主营业务	**-**	0.12%	0.50%	0.00%
	合计	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**
和硕联合科技	彩盒	**65.62%**	74.48%	85.17%	83.67%
	说明书	**33.15%**	22.82%	13.55%	15.39%
	一站式采购产品	**1.24%**	2.70%	1.27%	0.94%
	合计	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**
伟创力国际	彩盒	**58.34%**	77.24%	68.70%	72.28%
	说明书	**41.66%**	22.65%	20.91%	22.88%
	一站式采购产品	**-**	0.11%	10.39%	4.63%
	其他主营业务	**-**	-	-	0.22%
	合计	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**
新玛德集团	彩盒	**54.70%**	71.83%	69.01%	59.17%
	说明书	**22.44%**	5.63%	8.72%	8.23%
	一站式采购产品	**16.63%**	22.53%	22.28%	32.60%
	其他主营业务	**6.24%**	**-**	**-**	**-**
	合计	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**

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已按照规定申请豁免。公司作为知名品牌包装整体解决方案提供商，需要满足众多客户丰富多样且持续变化的需求，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。

四、说明各期外销与内销的具体产品结构差异、同种或同类产品境内外销售价格、单位成本差异情况等，分析境内外销售毛利率差异较大的原因及合理性，2024 年内销毛利率大幅增长且高于外销毛利率的原因；说明发行人境内外销售毛利率与同行业可比公司境内外销售毛利率水平及变动趋势是否存在重大差异，如存在，分析披露差异原因。

（一）说明各期外销与内销的具体产品结构差异、同种或同类产品境内外销售价格、单位成本差异情况等，分析境内外销售毛利率差异较大的原因及合理性，2024 年内销毛利率大幅增长且高于外销毛利率的原因

1、各期外销与内销的具体产品结构差异

报告期各期，公司内销与外销的产品结构差异如下：

单位：万元

销售类型	产品类型	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
		收入金额	金额占比	收入金额	金额占比	收入金额	金额占比	收入金额	金额占比
内销	彩盒	20,488.88	47.74%	45,701.75	56.65%	36,023.89	63.05%	26,125.82	68.07%
	说明书	2,764.37	6.44%	7,117.86	8.82%	6,000.36	10.50%	7,885.78	20.55%
	一站式采购	10,556.89	24.60%	13,685.61	16.96%	10,574.09	18.51%	3,915.30	10.20%
	其他	9,106.05	21.22%	14,175.73	17.57%	4,540.63	7.95%	455.93	1.19%
外销	彩盒	21,677.48	61.97%	40,367.85	67.92%	33,388.99	66.87%	37,127.36	68.76%
	说明书	5,985.97	17.11%	5,753.53	9.68%	5,359.66	10.73%	6,831.58	12.65%
	一站式采购	4,665.14	13.34%	10,437.66	17.56%	9,054.63	18.13%	8,571.96	15.88%
	其他	2,652.49	7.58%	2,873.19	4.83%	2,129.90	4.27%	1,463.13	2.71%

报告期内，公司境内外的产品结构基本一致。其中，公司境内产品中的其他主营业务较高，主要为一体式纸浆模塑外包装产品。公司该类产品仍主要应用于 Beats 等部分消费电子领域客户。目前，公司与该类品牌客户所合作的代工厂主要位于境内，导致公司境内产品中的其他主营业务较高。

2、同种或同类产品境内外销售价格、单位成本差异情况

销	产品	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度

售类型	类型	单位价格	单位成本	毛利率	单位价格	单位成本	毛利率	单位价格	单位成本	毛利率	单位价格	单位成本	毛利率
内销	彩盒	1.31	1.05	19.56%	1.50	1.22	18.73%	1.70	1.41	17.06%	1.33	1.11	16.25%
	说明书	0.28	0.17	38.34%	0.34	0.21	38.70%	0.43	0.24	43.74%	0.35	0.20	43.92%
	一站式采购	0.48	0.40	16.94%	0.41	0.33	19.50%	0.49	0.41	17.47%	0.45	0.37	18.78%
	其他	11.56	5.53	52.13%	16.58	6.89	58.47%	8.39	4.80	42.80%	1.65	2.77	-67.99%
外销	彩盒	2.08	1.45	30.16%	2.85	2.15	24.58%	3.26	2.33	28.40%	3.70	2.70	27.06%
	说明书	0.91	0.45	50.61%	0.73	0.42	42.46%	0.90	0.45	49.85%	0.80	0.37	53.69%
	一站式采购	1.44	1.09	24.40%	1.49	1.15	23.02%	1.71	1.36	20.40%	1.25	1.00	19.58%
	其他	3.03	2.17	28.50%	2.83	1.97	30.22%	2.36	1.54	34.62%	2.61	1.86	28.86%

报告期内，公司境内外产品对应客户存在差异，由于包装产品需要根据客户需求定制包装方案，不同规格、不同处理工艺的包装产品在单位价格及单位成本方面均存在差异。

3、境内外销售毛利率差异较大的原因及合理性

报告期内，公司境内外销售毛利率如下：

销售类型	产品类型	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
		毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比
内销	彩盒	19.56%	47.74%	18.73%	56.65%	17.06%	63.05%	16.25%	68.07%
	说明书	38.34%	6.44%	38.70%	8.82%	43.74%	10.50%	43.92%	20.55%
	一站式采购	16.94%	24.60%	19.50%	16.96%	17.47%	18.51%	18.78%	10.20%
	其他	52.13%	21.22%	58.47%	17.57%	42.80%	7.95%	-67.99%	1.19%
内销毛利率		27.04%		27.60%		21.99%		21.19%	
外销	彩盒	30.16%	61.97%	24.58%	67.92%	28.40%	66.87%	27.06%	68.76%
	说明书	50.61%	17.11%	42.46%	9.68%	49.85%	10.73%	53.69%	12.65%
	一站式采购	24.40%	13.34%	23.02%	17.56%	20.40%	18.13%	19.58%	15.88%
	其他	28.50%	7.58%	30.22%	4.83%	34.62%	4.27%	28.86%	2.71%
外销毛利率		32.76%		26.30%		29.52%		29.29%	

报告期内，除其他主营业务外，公司彩盒、说明书及一站式采购业务的境外毛利率均高于境内毛利率，主要系公司境外销售主要构成为微软、绿山咖啡等常年合作客户，境内销售主要构成为小米、今世缘、徕芬科技等近年来新拓展客户。

前者主要面向全球市场，在国际市场均有多年积累，市场认可度高，对包装产品的价格敏感度较低。

4、2024 年内销毛利率大幅增长且高于外销毛利率的原因

2024 年度较 2023 年度，公司内销毛利率的构成分析如下：

产品类型	2024 年度			2023 年度		
	毛利率	收入占比	毛利率贡献	毛利率	收入占比	毛利率贡献
彩盒	18.73%	56.65%	10.61%	17.06%	63.05%	10.76%
说明书	38.70%	8.82%	3.41%	43.74%	10.50%	4.59%
一站式采购	19.50%	16.96%	3.31%	17.47%	18.51%	3.23%
其他	58.47%	17.57%	10.27%	42.80%	7.95%	3.40%
毛利率	27.60%		27.60%	21.99%		21.99%

2024 年度，公司内销收入毛利率上升主要原因系公司一体式纸浆模塑毛利率较高，随着公司成功切入终端客户的供应体系，公司与对应境内代工厂的收入上升，从而提升内销收入毛利率。

（二）说明发行人境内外销售毛利率与同行业可比公司境内外销售毛利率水平及变动趋势是否存在重大差异，如存在，分析披露差异原因

报告期内，公司同行业可比公司的境内外毛利率的情况如下：

单位：%

公司名称	境内销售/境外销售	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
		毛利率	占比	毛利率	占比	毛利率	占比	毛利率	占比
裕同科技	境内销售	**19.41**	**64.16**	21.58	70.29	24.15	75.52	22.81	80.26
	境外销售	**28.79**	**35.84**	32.41	29.71	32.64	24.48	27.53	19.74
中荣股份	境内销售	**18.95**	**94.37**	17.77	95.84	20.16	96.45	21.41	96.11
	境外销售	**26.50**	**5.63**	30.92	4.16	40.29	3.55	47.33	3.89
柏星龙	境内销售	**30.14**	**51.86**	28.76	70.02	28.60	68.22	30.95	76.79
	境外销售	**43.36**	**48.14**	44.48	29.98	45.44	31.78	43.20	23.21
佳合科技	境内销售	**10.14**	**52.42**	9.55	62.00	13.61	97.20	15.38	93.80
	境外销售	**22.07**	**47.58**	22.37	38.00	27.64	2.80	23.58	6.20
发行人	境内销售	**27.04**	**55.09**	27.60	57.58	21.99	53.36	21.19	41.55
	境外销售	**32.77**	**44.91**	26.31	42.42	29.52	46.64	29.29	58.45

报告期内，公司内外销毛利率处于行业毛利率范围内，呈现相对稳定趋势。公司境外销售毛利率差异也和同行业可比公司基本一致。公司与同行业可比上市公司毛利率存在一定差异，主要是细分市场、产品类别、客户特征与客户结构等方面的差异造成。

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，结合发行人客户粘性、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，根据实际情况针对性作重大事项提示和风险揭示

（一）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

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、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	2025 年 1-6 月		2024 年		2023 年		2022 年
	单价	变动	单价	变动	单价	变动	单价
白卡纸	**5,025.12**	**-17.73%**	6,107.74	13.63%	5,375.04	-9.35%	5,929.12

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	2025 年 1-6 月		2024 年		2023 年		2022 年
	单价	变动	单价	变动	单价	变动	单价
书纸	**5,720.42**	**-1.50%**	5,807.53	-11.48%	6,560.90	8.13%	6,067.42

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	2025 年 1-6 月		2024 年		2023 年		2022 年
	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率
彩盒	**25.01%**	**3.54%**	21.47%	-1.05%	22.52%	-0.07%	22.59%

项目	2025 年 1-6 月		2024 年		2023 年		2022 年
	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率
说明书	**46.73%**	**6.35%**	40.38%	-6.24%	46.62%	-1.84%	48.46%
一站式采购	**19.22%**	**-1.80%**	21.02%	2.20%	18.82%	-0.51%	19.33%
其他主营业务	**46.80%**	**-6.91%**	53.71%	13.52%	40.19%	34.34%	5.85%

（1）主要产品毛利率变动的原因

报告期内，公司彩盒产品及一站式采购业务毛利率基本保持稳定。

2023 年度，公司的说明书毛利率下滑幅度较大。公司说明书产品主要面向微软及部分电子烟客户，一方面系受产品结构发生变化、苏州厂房搬迁、海外产能转移等因素影响，公司与终端客户微软合作的说明书毛利率有所下降；另一方面系电子烟行业竞争加剧，电子烟客户毛利率有所下降。**2025 年 1-6 月，公司说明书毛利率增长幅度较大，一方面系公司积极推动说明书业务，整体交易量有所提升，另一方面系公司对于说明书的生产需求进行整合、优化，有利于进一步降低说明书的间接成本。**

报告期内，公司其他产品毛利率增长较大，主要系公司一体式纸浆模塑包装得到终端客户的认可，随着相关客户逐步调整包装方案，公司一体式纸浆模塑包装产品订单逐步起量，该产品的毛利率相对较高，提高了其他产品的整体毛利率水平。

（2）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。

（二）结合发行人客户粘性、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、客户粘性

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。

发行人具备一定的议价能力，主要体现在：

①公司在纸包装印刷领域具有较强的开发优势、工艺优势和综合服务能力，为境内外的知名品牌客户提供增值的包装设计、高效的工程支持、专业的测试验证、卓越的生产机制，结合客户需求为其提供一站式纸制印刷包装解决方案。同时，公司组建了本土化的供应链管理团队和项目管理团队，使公司能够为客户提供兼具成本优势与卓越时效的全球化服务解决方案，在交付周期、成本控制、快速响应等关键竞争维度建立起显著优势，为全球客户创造供应链价值。

②公司与微软、Beats 等中高端消费电子品牌建立了长期稳定的合作关系，积累了较为丰富的、优质的中高端消费品牌客户资源。该等全球知名品牌公司对产品设计、制造工艺、品质管控及全球供应链协同等方面设立严苛标准，持续推动公司在研发创新、智能制造和精细化管理等维度不断突破，实现与全球顶尖品牌共同成长的发展格局，有助于公司捕捉市场前沿需求、发掘业务机会。同时，该等客户难度高、周期长的供应链认证要求，形成了较大的竞争壁垒。

3、发行人毛利率大幅下滑风险较小

报告期内，公司业务规模呈现稳定增长趋势，产品的毛利率水平较为稳定，核心主要客户较为稳定，且历史合作时间较长。公司上游供应商相对分散，公司可通过价格传导机制将下游价格波动传导至供应商，但由于公司终端客户相对集中，如部分终端客户产品需求发生波动或终端客户要求调价降本，可能会导致公司毛利率出现一定波动。因此，公司的毛利率存在一定波动的风险，但大幅下滑

的风险较小。

（三）根据实际情况针对性作重大事项提示和风险揭示

根据上述情况，发行人对“主要产品毛利率波动的风险”进行补充完善：

“报告期各期，公司的毛利率水平分别为 26.42%、25.76%、27.25%和 29.75%，整体保持稳定。但公司下游客户相对集中且部分创新产品仍处于市场导入早期阶段，如后续相关客户需求发生波动或者要求调整销售价格，公司毛利率可能会出现波动的情形，从而影响公司的经营业绩。”

六、中介机构核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐机构及申报会计师履行了以下核查程序：

1、查阅公司同行业可比公司的公开披露资料，了解公司同行业可比公司的细分产品类型、技术工艺难度、销售区域、客户结构及市场竞争、成本构成、同类产品毛利率水平，分析发行人毛利率较高的原因及合理性；

2、获取发行人的收入成本明细表，量化分析发行人各产品的单位价格、单位成本及成本构成，分析说明书产品毛利率较高及其他产品毛利率变动的原因；

3、获取发行人收入成本明细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；

4、获取发行人收入成本明细表并核查发行人内外销产品的结构差异，分析内外销产品的单位价格、单位成本差异及 2024 年内销毛利率大幅变动原因；结合同行业可比公司披露情况，分析发行人境内外销售毛利率差异较大的原因及合理性；

5、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。

（二）核查意见

经核查，保荐机构及申报会计师认为：

1、公司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，主要是细分市场、产品类别、客户特征与客户结构等方面的差异造成；

2、报告期内，公司说明书毛利率水平显著高于彩盒的原因主要是说明书产品特性使得客户价格敏感性较低且公司更容易控制成本；其他产品毛利率大幅变动的原因主要是公司通过自身的创新，提高纸浆模塑性能，使其能够满足消费电子领域精品外包装的需求，具有较好的毛利率表现；

3、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；

4、报告期内，公司境内外销售产品结构不存在显著差异，但由于包装产品需要根据客户需求定制包装方案，不同规格、不同处理工艺的包装产品在单位价格及单位成本方面均存在差异。一般而言，公司外销客户主要面向全球市场，在国际市场均有多年积累，市场认可度高，对包装产品的价格敏感度较低。2024年度，公司内销收入毛利率上升主要原因系公司一体式纸浆模塑量产所致；

5、报告期内，公司产品毛利率整体保持稳定，个别产品类别毛利率变动具有合理性；报告期内，公司业务规模呈现稳定增长趋势，产品的毛利率水平较为稳定，核心主要客户较为稳定，公司上游供应商相对分散，毛利率大幅下滑的风险较小。

问题 6. 原材料等采购价格公允性及核查充分性

根据申请文件及公开信息:(1)报告期内，发行人采购的主要原材料为各类纸张，其中白卡纸、白板纸、纸板为最主要的采购品类，白卡纸、白板纸等原材料采购单价波动较大;发行人前五大供应商如东莞市海华纸业有限公司及其关联方存在实缴资本较小、参保人数较少的情形;发行人主要供应商中存在贸易商。(2)发行人部分产品存在外购后直接销售的情形。(3)发行人营业成本中包含外协加工费用，但发行人未披露外协加工的具体情况。(4)报告期各期末，发行人预付款项余额分别为 766.57 万元、411.14 万元和 1,015.17 万元;2024 年末公司预付账

款金额较大，主要系公司订单充足，原材料采购需求较大，向部分供应商预付货款以保障生产供应稳定性。

请发行人:(1)说明报告期内不同原材料主要供应商的基本情况，包括但不限于主营业务、股权结构、成立时间、注册资本、实缴资本、员工人数及参保人数、合作历史、采购内容、定价政策等，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，是否存在个人、个体工商户:小微企业、社保参保人数较低、成立时间较短即成为发行人主要供应商的情况，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;主要供应商为贸易商的，说明终端供应商基本情况，发行人通过贸易商采购的原因及必要性，报告期内发行人向贸易商采购价格与同类非贸易供应商相比是否存在较大差异，分析向贸易商采购的公允性。(2)说明报告期内主要原材料如白卡纸、白板纸、纸板的采购单价与市场价格或第三方价格是否存在较大差异，同类原材料向不同供应商采购价格是否存在较大差异，分析主要原材料采购价格的公允性。(3)说明各期不同产品的直接材料成本与原材料采购价格、耗用量等是否匹配，直接人工成本与生产人员数量、薪酬变动等是否匹配，制造费用与水电费、生产设备折旧变动等是否匹配。(4)说明各期外购成品的具体情况，是否存在客户指定供应商的情形，客户未直接向其采购的原因及合理性，分析发行人外购纸箱、纸托、标签、泡棉、彩盒等产品的价格公允性。(5)结合主要产品生产工艺、流程及产能等，说明报告期内外协加工的必要性，是否涉及核心生产环节，各期外协加工的金额及比例;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。(6)结合采购合同条款及结算政策说明报告期内大额预付账款产生的原因、时间及相关采购业务的执行情况;说明各期末大额预付账款的主要供应商名称、预付金额、账龄、期后结转情况，结合付款政策及同行业可比公司的情况说明合理性及是否符合行业惯例;对于金额较大且账龄较长的预付账款，说明是否存在已发生成本费用但未及时结转的情况;发行人:控股股东、实际控制人、董监高及其关系密切的家庭成员等是否与相关供应商存在关联关系、是否存在资产被控股股东或实际控制人及其关联方控制和占用的情形。

请保荐机构、申报会计师:(1)核查上述事项并发表明确意见。(2)说明对主要供应商的发函、回函的比例，未回函部分所执行替代程序的具体情况及结论;对主要供应商视频访谈或走访的具体情况，包括数量、金额及占比，访谈的证据、数据及结果是否充分、有效。(3)结合资金流水核查情况，说明发行人及相关主体与主要供应商及相关主体是否存在异常资金往来。

回复：

一、说明报告期内不同原材料主要供应商的基本情况，包括但不限于主营业务、股权结构、成立时间、注册资本、实缴资本、员工人数及参保人数、合作历史、采购内容、定价政策等，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，是否存在个人、个体工商户、小微企业、社保参保人数较低、成立时间较短即成为发行人主要供应商的情况，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；主要供应商为贸易商的，说明终端供应商基本情况，发行人通过贸易商采购的原因及必要性，报告期内发行人向贸易商采购价格与同类非贸易供应商相比是否存在较大差异，分析向贸易商采购的公允性。

（一）说明报告期内不同原材料主要供应商的基本情况，包括但不限于主营业务、股权结构、成立时间、注册资本、实缴资本、员工人数及参保人数、合作历史、采购内容、定价政策等，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；

报告期内，公司采购的原材料种类主要有纸张、外购组件、外购成品类等，不同原材料主要供应商的基本情况，包括主营业务、股权结构、成立时间、注册资本、采购占其销售规模的比例等情况，以及相关供应商变动的原因及合理性如下：

1、纸张类

2025 年 1-6 月												
序号	供应商	采购金额（万元）	主要采购内容	主营业务	股权结构	成立时间	注册资本	实缴资本	员工及参保人数	合作开始年份	定价政策	采购占其销售规模比例

1	东莞市中粤纸业有限公司	900.02	各类纸张	纸制品销售	李雄丽 60%、李雄艺 40%	2024	500	74	9	2024	市场报价	0-25%
2	Công Ty Tnhh Fu Run（富润股份有限公司）	571.30	各类纸张	纸张贸易	YANG GONG PING 持股 81.85%、CHEN LAN YU 持股 18.15%	2015	200 亿越南盾		未披露	2023	市场报价	0-25%
3	苏州鑫爱纸业有限公司	435.55	白卡纸、白板纸	纸制品	李佳 93.3%、吴军 6.7%	2010	3,000	3,000	23	2018	市场报价	0-25%
4	深圳市黄金叶贸易有限公司	411.04	各类纸张	纸、纸张、纸制品的购销	林春惠 70%、林静英 30%	2002	5,000	5,000	75	2018	市场报价	0-25%
5	凯佩沛康戴里（上海）商贸有限公司	409.81	各类纸张	纸制品销售	国際紙パルプ商事株式会社 90.4%、近利（香港）有限公司 9.6%	2010	26,167.33	23,667.33	74	2021	市场报价	0-25%

2024 年

序号	供应商	采购金额（万元）	主要采购内容	主营业务	股权结构	成立时间	注册资本	实缴资本	员工及参保人数	合作开始年份	定价政策	采购占其销售规模比例
1	东莞市海华纸业有限公司	1,866.46	各类纸张	纸制品销售	李强标持股 90%、朱青豹持股 10%	2011	1,000	50	15	2016	市场报价	0-25%
2	盛耀贸易（广东）有限公司	1,105.36	白卡纸、特种纸	纸制品	江吟舟持股 99%、江晓舟持股 1%	2015	100	-	4	2018	市场报价	0-25%
3	Công Ty Tnhh Fu Run（富润股份有限公司）	1,006.37	各类纸张	纸张贸易	YANG GONG PING 持股 81.85%、CHEN LAN YU 持股 18.15%	2015	200 亿越南盾		未披露	2023	市场报价	0-25%
4	东莞市森和纸业有限公司	958.97	各类纸张	纸制品	陈兆成持股 60%、陈兆麟持股 40%	2003	5,000	2,495	0	2017	市场报价	0-25%
5	东莞市诚昌纸业有限公司	862.47	各类纸张	纸制品销售	卢明持股 71%、袁海波持股 29%	1996	150	150	64	2016	市场报价	0-25%

2023 年

序号	供应商	采购金额（万元）	主要采购内容	主营业务	股权结构	成立时间	注册资本	实缴资本	员工及参保人数	合作开始时间	定价政策	采购占其销售规模比例
1	东莞市宗兴纸业有限公司	1,707.88	各类纸张	纸制品、纸板	蒋明祺持股 90%、谢平持股 5%、陆官勇持股 5%	2015	200	200	70	2017	市场报价	0-25%
2	东莞市海华纸业有限公司	1,161.12	各类纸张	纸制品销售	李强标持股 90%、朱青豹持股 10%	2011	1,000	50	15	2016	市场报价	0-25%
3	Evergreen Paper(M) Sdn Bhd	1,093.49	白板纸	纸张经销业务	TEH CHEAN MENG 持股 50.1%、ETAMAX SDN. BHD.持股 49.9%	1993	240 万马来西亚令吉		未披露	2021	市场报价	0-25%

4	Stora Enso Oyj	914.67	白卡纸	纸张生产及销售	赫尔辛基纳斯与斯德哥尔摩证券交易所上市公司，股东包括 BlackRock、Vanguard 等机构投资者	1998	1,342 百万欧元		超过 2 万	2018	市场报价	0-25%
5	深圳市万氏达纸业有限公司	909.65	各类纸张	纸品	万婷持股 100%	2013	500	50	14	2019	市场报价	0-25%
2022 年												
序号	**供应商**	**采购金额（万元）**	**主要采购内容**	**主营业务**	**股权结构**	**成立时间**	**注册资本**	**实缴资本**	**员工及参保人数**	**合作开始时间**	**定价政策**	**采购占其销售规模比例**
1	东莞市宗兴纸业有限公司	2,431.93	各类纸张	纸制品、纸板	蒋明祺持股 90%、谢平持股 5%、陆官勇持股 5%	2015	200	200	70	2017	市场报价	0-25%
2	罗定市华信纸业有限公司	1,175.92	各类纸张	纸	李强标持股 95%、李雄飞持股 5%	2017	1,000	1,000	9	2021	市场报价	0-25%
3	东莞市海华纸业有限公司	1,167.82	各类纸张	纸制品销售	李强标持股 90%、朱青豹持股 10%	2011	1,000	50	15	2016	市场报价	0-25%
4	Evergreen Paper(M) Sdn Bhd	862.11	白板纸	纸张经销业务	TEH CHEAN MENG 持股 50.1%、ETAMAX SDN. BHD.持股 49.9%	1993	240 万马来西亚令吉		未披露	2021	市场报价	0-25%
5	上海合和纸业有限公司	670.43	白卡纸	纸制品	钟文国持股 99.5%、钟文平持股 0.5%	2001	6,000	6,000	18	2017	市场报价	0-25%

注：1、上述主营业务、股权结构、成立时间等信息主要来源于企查查公开数据及尽调走访，员工人数未公开披露，参保人数根据企查查公开数据。**2、凯佩沛康戴里（上海）商贸有限公司报告期内原名庆真纸业贸易（上海）有限公司。**

报告期内，公司主要纸张类供应商总体较为稳定，公司主要根据不同客户产品需求进行纸张采购。

2023 年，公司前五大纸张供应商中新增 Stora Enso Oyj、深圳市万氏达纸业有限公司，退出罗定市华信纸业有限公司、上海合和纸业有限公司。其中，新增 Stora Enso Oyj 主要系公司部分需要用到高端白卡纸的产品需求增长，进而增加对其的采购规模；新增深圳市万氏达纸业有限公司主要系该供应商供应稳定、产品质量较好，公司向其采购的灰卡纸份额提升；退出罗定市华信纸业有限公司主要系该供应商主要供应 FSC 类纸张，当年度公司相关产品需求较少，采购量相应减少；退出上海合和纸业有限公司主要系公司向其采购主要纸张产品所应用的

客户项目规模有所下降，使得采购需求有所下降。

2024 年，公司前五大纸张供应商中新增盛耀贸易（广东）有限公司、富润股份有限公司、东莞市森和纸业有限公司和东莞市诚昌纸业有限公司，退出东莞市宗兴纸业有限公司、Evergreen Paper(M) Sdn Bhd、Stora Enso Oyj 和深圳市万氏达纸业有限公司。其中，新增盛耀贸易（广东）有限公司主要系公司对高端白卡纸需求进一步提升，通过该贸易商采购 Enso 白卡纸及其他特种纸；新增富润股份有限公司主要系公司越南同奈基地生产、销售规模增长，纸张原材料的采购需求相应增长；新增东莞市森和纸业有限公司主要系出于成本考量，公司将原先由东莞市宗兴纸业有限公司的部分份额转移至该供应商所致；新增东莞市诚昌纸业有限公司主要系当年度公司向徕芬出货较多，该客户项目用到的纸张品牌是该供应商的主要代理产品；退出东莞市宗兴纸业有限公司，主要系公司根据年度供应商评估，出于成本等综合因素考量，减少了向该供应商采购份额所致；退出 Evergreen Paper(M) Sdn Bhd 主要系出于境外生产基地采购成本考量，将该供应商部分份额转移至其他能够满足供应需求的供应商；退出 Stora Enso Oyj 主要系新增了国内贸易商盛耀贸易（广东）有限公司的采购途径；退出深圳市万氏达纸业有限公司主要系公司整体采购规模增长所致，向该供应商采购规模较上年保持稳定。

2025 年 1-6 月，公司前五大纸张供应商中新增东莞市中粤纸业有限公司、苏州鑫爱纸业有限公司、深圳市黄金叶贸易有限公司和凯佩沛康戴里（上海）商贸有限公司，退出东莞市海华纸业有限公司、盛耀贸易（广东）有限公司、东莞市森和纸业有限公司和东莞市诚昌纸业有限公司。其中，新增供应商东莞市中粤纸业有限公司系东莞市海华纸业有限公司关联方，作为新设立的销售主体，2025 年该供应商集团主要通过东莞市中粤纸业有限公司与公司交易；新增苏州鑫爱纸业有限公司主要系该供应商产品种类较多、交付稳定，增加了该供应商份额所致；新增深圳市黄金叶贸易有限公司主要系客户徕芬的项目调整了使用的白卡纸品牌，该供应商主要经销该类更换后的品牌，公司因此增加了向该供应商采购；新增凯佩沛康戴里（上海）商贸有限公司主要系公司越南同奈基地终端客户微软的产品项目放量，公司对应增加了由该供应商经销的哑粉纸等品类纸张；退出东莞市海华纸业有限公司主要系该供应商集团更换交易主体

至东莞市中粤纸业有限公司；退出盛耀贸易（广东）有限公司主要系客户徕芬上半年需求有所减少，公司减少了向该供应商采购用于徕芬项目的特种纸；东莞市森和纸业有限公司主要系该供应商因自身经营问题已停止生产，公司向其采购量减少；退出东莞市诚昌纸业有限公司主要系客户徕芬的项目调整了使用的白卡纸品牌，公司转为向深圳市黄金叶贸易有限公司采购更换后的品牌，因而减少向东莞市诚昌纸业有限公司采购。

2、外购组件类

报告期内，公司外购组件主要供应商情况如下：

2025 年 1-6 月												
序号	供应商	采购金额（万元）	主要采购内容	主营业务	股权结构	成立时间	注册资本	实缴资本	员工及参保人数	合作开始时间	定价政策	采购占其销售规模比例
1	无锡锡宝新材料科技有限公司	1,384.81	纸托	纸制品制造、销售	李亚军持股 60%、顾纳心持股 30%、张雷持股 10%	2021	4,000	4,000	56	2022	市场报价	75-100%
2	东莞达峰环保科技有限公司	973.03	纸托	纸制品制造、销售	浙江众鑫环保科技集团股份有限公司持股 60%、深圳市众为投资有限公司持股 40%	2021	3,000	3,000	87	2023	市场报价	25-50%
3	PT UTD CREATION PACKAGING SOLUTIONS BATAM	689.14	纸箱	包装产品	厦门合兴包装印刷股份有限公司（002228.SZ）直接持股 99.9%、间接持股 0.1%	1993	20.79 亿印尼卢比		未披露	2020	市场报价	0-25%
4	东莞市顺丰纸品制造有限公司	576.01	纸托	纸制品制造、销售	杨广强 99%、杨颖程 1%	2000	380	380	161	2016	市场报价	0-25%
5	United Creation Packaging Solutions (JH) Sdn. Bhd.	547.62	纸箱	包装产品	厦门合兴包装印刷股份有限公司（002228.SZ）100%持股	2018	1,700 万林吉特	未披露	2018	市场报价	0-25%	包装产品
2024 年												
序号	供应商	采购金额（万元）	主要采购内容	主营业务	股权结构	成立时间	注册资本	实缴资本	员工及参保人数	合作开始时间	定价政策	采购占其销售规模比例
1	United Creation Packaging Solutions (JH) Sdn. Bhd.	1,842.25	纸箱	包装产品	厦门合兴包装印刷股份有限公司（002228.SZ）100%持股	2018	1,700 万林吉特		未披露	2018	市场报价	0-25%
2	无锡锡宝新材料科技有限公司	1,592.94	纸托	纸制品制造、	李亚军持股 60%、顾纳心持股 30%、张雷持股 10%	2021	4,000	4,000	56	2022	市场报价	75-100%

				销售								
3	东莞达峰环保科技有限公司	1,444.62	纸托	纸制品制造、销售	浙江众鑫环保科技集团股份有限公司持股 60%、深圳市众为投资有限公司持股 40%	2021	3,000	3,000	87	2023	市场报价	25-50%
4	斯默菲石东包装（东莞）有限公司	1,158.54	纸箱	包装纸箱及彩印纸品	斯默菲石东（亚洲）有限公司持股 100%	1995	1,120 万美元		195	2018	市场报价	0-25%
5	东莞市均荣包装材料有限公司	946.73	纸箱	包装材料	熊兴华持股 65%、张义均持股 20%、时艳珍持股 15%	2018	100	80	26	2023	市场报价	25-50%
2023 年												
序号	**供应商**	**采购金额（万元）**	**主要采购内容**	**主营业务**	**股权结构**	**成立时间**	**注册资本**	**实缴资本**	**员工及参保人数**	**合作开始时间**	**定价政策**	**采购占其销售规模比例**
1	United Creation Packaging Solutions (JH) Sdn. Bhd.	2,077.59	纸箱	包装产品	厦门合兴包装印刷股份有限公司（002228.SZ）100%持股	2018	1,700 万林吉特		未披露	2018	市场报价	0-25%
2	广州市宏晓包装制品有限公司	1,122.46	纸托	纸制品制造、销售	梁润有持股 48%、黄晓平持股 32%、王志明持股 20%	2014	100	100	27	2020	市场报价	0-25%
3	江阴市环创包装科技有限公司	1,003.66	纸托	纸制品制造、销售	高健持股 70%、顾婷持股 30%	2019	500	500	3	2020	市场报价	25-50%
4	无锡锡宝新材料科技有限公司	997.76	纸托	纸制品制造、销售	李亚军持股 60%、顾纳心持股 30%、张雷持股 10%	2021	4,000	4,000	56	2022	市场报价	75-100%
5	东莞市联欣包装科技有限公司	776.06	纸托	纸制品	贺文中持股 99.5%、贺文山持股 0.5%	2020	2,000	1,180.66	73	2020	市场报价	0-25%
2022 年												
序号	**供应商**	**采购金额（万元）**	**主要采购内容**	**主营业务**	**股权结构**	**成立时间**	**注册资本**	**实缴资本**	**员工及参保人数**	**合作开始时间**	**定价政策**	**采购占其销售规模比例**
1	珠海市森洋包装科技有限公司	1,322.79	纸托	纸制品制造、销售	祥恒创意包装股份公司持股 100%	2017	3,500	3,500	421	2017	市场报价	0-25%
2	SARNTI GREENPACK CO.,LTD.	1,131.23	纸托	纸浆模塑、纸箱	Anuttra Taveerojkulsri 持股 47.4%、Adisak Taveerojkulsri 持股 27.0%、Jarun Wiwatjesadawut 持股 16.7%，其余 4 名自然人持剩余少数股份	1994	6,000 万泰铢		未披露	2020	市场报价	0-25%
3	United Creation	632.24	纸箱	包装产品	厦门合兴包装印刷股份有限公司	2018	1,700 万林吉特		未披露	2021	市场报价	0-25%

	Packaging Solutions (JH) Sdn. Bhd.				（002228.SZ）100%持股							
4	惠州市金超人包装材料有限公司	615.37	纸托	纸制品制造、销售	贺永超持股 99%、陈小三持股 1%	2015	200	198	52	2017	市场报价	0-25%
5	United Creation Packaging Solutions (Thailand) Co., Ltd.	607.05	纸箱	包装产品	厦门合兴包装印刷股份有限公司（002228.SZ）100%持股	2018	2 亿泰铢		未披露	2019	市场报价	0-25%

注：上述主营业务、股权结构、成立时间等信息主要来源于企查查公开数据、尽调走访及上市公司披露数据，员工人数未公开披露，参保人数根据企查查公开数据。

报告期内，公司外购组件采购金额较大的材料主要为纸箱、纸托等，其中纸托产品由于下游客户需求旺盛，公司自有产能短期内难以满足客户需求，因此采购规模增长较快，主要供应商存在一定变动。

2023 年，公司前五大外购组件供应商新增广州市宏晓包装制品有限公司、江阴市环创包装科技有限公司、无锡锡宝新材料科技有限公司和东莞市联欣包装科技有限公司，退出珠海市森洋包装科技有限公司、SARNTI GREENPACK CO.,LTD.、惠州市金超人包装材料有限公司和 United Creation Packaging Solutions (Thailand) Co., Ltd.。其中，新增四家供应商均为公司东莞、江苏生产基地接收到较多客户纸托类产品需求，公司自有产能短期内无法满足，因此通过开发具有相近模组、相似设备的供应商进行生产；退出珠海市森洋包装科技有限公司，主要系该供应商原先主要生产客户微软相关产品的纸托，随着微软需求下降，向该供应商采购规模降低；退出 SARNTI GREENPACK CO.,LTD.主要系公司在泰国当地开拓了新的纸托供应商 E.MOLDING INTERNATIONAL CO.,LTD.，将部分份额分配给新供应商所致；退出惠州市金超人包装材料有限公司主要系原先该供应商配套生产的客户绿山咖啡订单逐步向马来西亚集中，公司转为在马来西亚配套采购纸托所致；退出 United Creation Packaging Solutions (Thailand) Co., Ltd.主要系客户产品需求结构变化所致，原先产品需要纸箱配套彩盒，后续减少了纸箱配套量。

2024 年，公司前五大外购组件供应商新增东莞达峰环保科技有限公司、斯默菲石东包装（东莞）有限公司和东莞市均荣包装材料有限公司，退出广州市宏晓包装制品有限公司、江阴市环创包装科技有限公司和东莞市联欣包装科技有限公司。其中，新增东莞达峰环保科技有限公司、斯默菲石东包装（东莞）有限公

司和东莞市均荣包装材料有限公司主要系当期东莞基地产能较为饱和，部分客户项目的纸箱、纸托等组件通过外采以满足供应，因此金额增长较多；退出广州市宏晓包装制品有限公司主要系考虑运输成本等原因，选择离公司东莞基地更近的供应商进行供应；退出江阴市环创包装科技有限公司该供应商自身业务调整，将部分与公司的交易转至淮安环创包装科技有限公司；退出东莞市联欣包装科技有限公司主要系公司总体外购组件规模增长所致，2024 年向东莞市联欣包装科技有限公司采购规模较上一年度总体稳定。

2025 年 1-6 月，公司前五大外购组件供应商新增 PT UTD CREATION PACKAGING SOLUTIONS BATAM 和东莞市顺丰纸品制造有限公司，退出东莞市均荣包装材料有限公司、斯默菲石东包装(东莞)有限公司。其中，新增 PT UTD CREATION PACKAGING SOLUTIONS BATAM 主要系公司印尼基地外购组件采购因采购价格、交期配合等原因调整供应商份额，增加了向该供应商采购份额所致；新增东莞市顺丰纸品制造有限公司主要系客户小米的纸托需求增加，对该供应商采购规模有所增长；退出东莞市均荣包装材料有限公司主要系客户徕芬对一站式采购产品的需求降低，因此公司向该供应商采购组件规模降低；退出斯默菲石东包装（东莞）有限公司主要系公司向其他主要组件供应商采购增长较大所致，对比 2024 年同期，公司向两家公司采购规模亦保持增长。

3、外购成品类

报告期内，公司外购成品主要供应商情况如下：

2025 年 1-6 月												
序号	供应商	采购金额（万元）	主要采购内容	主营业务	股权结构	成立时间	注册资本	实缴资本	员工及参保人数	合作开始时间	定价政策	采购占其销售规模比例
1	东莞市志旺包装制品有限公司	543.74	彩盒、说明书	纸制品制造、销售	麻汗旺 60%、王淑惠 40%	2018	500	119.75	24	2023	市场报价	25-50%
2	东莞市均荣包装材料有限公司	642.61	彩盒	包装材料	熊兴华持股 65%、张义均持股 20%、时艳珍持股 15%	2018	100	80	26	2023	市场报价	25-50%
3	PT ACCORD MANDIRI BATAM	240.04	彩盒、说明书	纸制品	TAN IT HAN 持股 45%、TAN HEE HUAT 持股 27%、TAN MENG HUAT 持股 18%、TONY 持股 10%	2014	43.22 亿印尼卢比		未披露	2019	市场报价	0-25%
4	苏州昱丰印务有限公司	208.78	说明书	包装材料及制品销售	丁鹏持股 51%、沈毅持股 49%	2017	1,200	200	45	2020	市场报价	25-50%

5	SMILE KYOSHIN PROPRINT CO.,LTD	175.97	彩盒	纸制品	Smile Container Industry Co., Ltd.持股 61.78%、Kyoshin Paper&Package Co., Ltd.持股 38.11%、Jakkrich Sabpisal 持股 0.11%	2003	2.25 亿泰铢	未披露	2020	市场报价	0-25%

2024 年

序号	供应商	采购金额（万元）	主要采购内容	主营业务	股权结构	成立时间	注册资本	实缴资本	员工及参保人数	合作开始时间	定价政策	采购占其销售规模比例
1	SMILE KYOSHIN PROPRINT CO.,LTD	645.83	彩盒	纸制品	Smile Container Industry Co., Ltd.持股 61.78%、Kyoshin Paper&Package Co., Ltd.持股 38.11%、Jakkrich Sabpisal 持股 0.11%	2003	2.25 亿泰铢		未披露	2020	市场报价	0-25%
2	PT ACCORD MANDIRI BATAM	644.37	彩盒、说明书	纸制品	TAN IT HAN 持股 45%、TAN HEE HUAT 持股 27%、TAN MENG HUAT 持股 18%、TONY 持股 10%	2014	43.22 亿印尼卢比		未披露	2019	市场报价	0-25%
3	苏州昱丰印务有限公司	557.03	说明书	包装材料及制品销售	丁鹏持股 51%、沈毅持股 49%	2017	1,200	200	45	2020	市场报价	25-50%
4	东莞市均荣包装材料有限公司	556.65	彩盒	包装材料	熊兴华持股 65%、张义均持股 20%、时艳珍持股 15%	2018	100	80	26	2023	市场报价	25-50%
5	斯默菲石东包装（东莞）有限公司	466.30	彩盒	包装纸箱及彩印纸品	斯默菲石东（亚洲）有限公司持股 100%	1995	1,120 万美元	1,120 万美元	195	2018	市场报价	0-25%

2023 年

序号	供应商	采购金额（万元）	主要采购内容	主营业务	股权结构	成立时间	注册资本	实缴资本	员工及参保人数	合作开始时间	定价政策	采购占其销售规模比例
1	SMILE KYOSHIN PROPRINT CO.,LTD	1,121.92	彩盒	纸制品	Smile Container Industry Co., Ltd.持股 61.78%、Kyoshin Paper&Package Co., Ltd.持股 38.11%、Jakkrich Sabpisal 持股 0.11%	2003	2.25 亿泰铢		未披露	2020	市场报价	0-25%
2	PT ACCORD MANDIRI BATAM	657.83	彩盒、说明书	纸制品	TAN IT HAN 持股 45%、TAN HEE HUAT 持股 27%、TAN MENG HUAT 持股 18%、TONY 持股 10%	2014	43.22 亿印尼卢比		未披露	2019	市场报价	0-25%

3	TASPACK INDUSTRIAL SDN.BHD.	190.97	说明书	纸制品	POLYPLUS PACKAGES(JB) SDN. BHD.持股 85%、LIM KIAN TIONG 持股 10%、SOO YIN SEONG 持股 3%、TEO KIM YAM 持股 2%	1997	35 万马来西亚令吉		未披露	2018	市场报价	0-25%
4	宁波依森纸制品有限公司	154.98	彩盒	纸制品	吴杰、戎友达各持股 32.5%；洪鲁达、戎伟玉各持股 15%；戎莉波持股 5%	2007	1,000	1,000	200	2022	市场报价	0-25%
5	PT SATYAMITRA KEMAS LESTARI	115.20	彩盒	纸制品	PT Satyamitra Investindo Pratama 持股 83.06%、Tan Franco Agung 持股 2.12%、Ang Kinardo 持股 1.86%、PT Kawan Inti Cemerlang 持股 0.90%、Herryanto Setiono Hidayat 持股 0.18%、其他公众持股 11.88%	2005	1,000 万美元		未披露	2023	市场报价	0-25%
2022 年												
序号	**供应商**	**采购金额（万元）**	**主要采购内容**	**主营业务**	**股权结构**	**成立时间**	**注册资本**	**实缴资本**	**员工及参保人数**	**合作开始时间**	**定价政策**	**采购占其销售规模比例**
1	SMILE KYOSHIN PROPRINT COLTD	1,691.67	彩盒	纸制品	Smile Container Industry Co., Ltd.持股 61.78%、Kyoshin Paper&Package Co., Ltd.持股 38.11%、Jakkrich Sabpisal 持股 0.11%	2003	2.25 亿泰铢		未披露	2020	市场报价	0-25%
2	PT GLOBAL PACKAGING BATAM	1,283.73	彩盒	纸制品	2022 年 8 月，公司收购该公司并纳入合并范围内	2019	831 亿印尼卢比		未披露	2019	结合销售价格，留存利润后议价	75-100%
3	PT ACCORD MANDIRI BATAM	727.56	彩盒、说明书	纸制品	TAN IT HAN 持股 45%、TAN HEE HUAT 持股 27%、TAN MENG HUAT 持股 18%、TONY 持股 10%	2008	43.22 亿印尼卢比		未披露	2019	市场报价	0-25%
4	CENTURY PACKING&PRINTING SDNBHD	705.54	彩盒	彩盒生产加工	PRO PULP PACKAGES SDN.BHD.持股 60%、PRO PULP PACKAGES SDN.BHD.（已注	1997	286.61 万马来西亚令吉		未披露	2018	市场报价	75-100%

					销）持股 40%						
5	YAMAGATA(Thailand) Co Ltd	238.11	说明书	纸制品	Yamagata 持股 100%	1985	4,600 万泰铢	未披露	2020	市场报价	0-25%

注：1、上述主营业务、股权结构、成立时间等信息主要来源于企查查公开数据、尽调走访及上市公司披露数据，员工人数未公开披露，参保人数根据企查查公开数据；2、CENTURY PACKING & PRINTING SDN. BHD.由 PRO PULP PACKAGES SDN. BHD.和公司关联方 HONDA PRINTING HOLDINGS LIMITED 共同设立，HONDA PRINTING HOLDINGS LIMITED 已于 2022 年注销，CENTURY PACKING & PRINTING SDN. BHD.目前正在履行清算注销程序。

报告期内，公司部分生产基地受产能限制，无法通过自产方式满足部分客户需求，因此公司通过外购成品的方式来满足。根据不同地区客户项目及产品需求，公司外购成品的主要供应商存在一定差异。

2023 年，公司前五大外购成品供应商新增有 TASPACK INDUSTRIAL SDN.BHD.、宁波依森纸制品有限公司和 PT SATYAMITRA KEMAS LESTARI，退出有 PT GLOBAL PACKAGING BATAM、CENTURY PACKING&PRINTING SDNBHD 和 YAMAGATA(Thailand) Co Ltd。其中，新增 TASPACK INDUSTRIAL SDN.BHD.主要系彼时公司马来西亚基地的生产设备、客户认证尚未完善，采取外采方式进行过渡；新增宁波依森纸制品有限公司主要系公司考虑运输成本，采用在当地外采方式服务周边客户；新增 PT SATYAMITRA KEMAS LESTARI 主要系客户必胜要求在印尼雅加达进行交付，公司印尼生产基地位于巴淡岛，考虑到运输成本、时效性等因素，采用在印尼雅加达当地外采方式进行交付；PT GLOBAL PACKAGING BATAM 退出主要系公司于 2022 年 8 月收购该公司，收购后纳入合并报表范围；CPP 退出公司前五大外购成品供应商主要系公司将对 CPP 的采购订单改由全资子公司 Printpack 执行所致；YAMAGATA(Thailand) Co Ltd 退出主要系相关客户订单需求逐渐减少所致。

2024 年，公司前五大外购成品供应商新增有苏州昱丰印务有限公司、东莞市均荣包装材料有限公司和斯默菲石东包装（东莞）有限公司，退出有 TASPACK INDUSTRIAL SDN.BHD.、宁波依森纸制品有限公司和 PT SATYAMITRA KEMAS LESTARI。其中，苏州昱丰印务有限公司进入前五大供应商主要系部分说明书需要使用胶装工序，公司江苏基地无法自产，原先通过外发东莞基地生产，但 2024 年以来东莞基地产能紧张，于是改为对外直接采购；东莞市均荣包装材料有限公司和斯默菲石东包装（东莞）有限公司主要为公司提供徕芬等客户的彩

盒产品，2024 年由于客户订单较多，东莞基地产能短时间内无法满足需求，因此通过外采方式解决部分客户订单。退出 TASPACK INDUSTRIAL SDN.BHD.主要系 2024 年以来公司马来西亚基地开始自产说明书，因此外购规模降低；宁波依森纸制品有限公司和 PT SATYAMITRA KEMAS LESTARI 退出前五大供应商主要系公司外购成品规模总体增长，虽然 2024 年向其采购金额亦有所增长，但其他主要供应商增长金额较多。

2025 年 1-6 月，公司前五大外购成品供应商新增东莞市志旺包装制品有限公司，退出斯默菲石东包装（东莞）有限公司。其中，新增东莞市志旺包装制品有限公司与公司在外协加工领域保持长期合作，该供应商产品质量稳定、售后服务较好，后续该供应商具备彩盒生产能力后，公司向其采购彩盒产品；退出斯默菲石东包装（东莞）有限公司主要系公司调整供应商采购份额，向东莞市均荣包装材料有限公司采购金额有所增长。

（二）是否存在个人、个体工商户、小微企业、社保参保人数较低、成立时间较短即成为发行人主要供应商的情况，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；

根据上文表中信息，公司各类原材料主要供应商不存在个人、个体工商户，由于国内造纸行业高度分散、规模化扩张壁垒较高，从事纸张贸易、建设小型产能的资金、技术门槛相对较低，因此行业中存在较多小微企业，公司上述主要供应商中，注册资本在 200 万元以下，社保参保人数较低、成立时间较短即成为发行人主要供应商的情况，具体如下：

分类	供应商名称	类别	主要原因
纸张类	**东莞市中粤纸业有限公司**	**参保人数较少、成立时间较短即与公司开展合作**	**东莞市中粤纸业有限公司系东莞市海华纸业有限公司关联方，作为新设立的销售主体，2025 年该供应商集团主要通过该主体与公司交易；由于主要从事纸张代理销售业务且成立时间较短，相应参保人数尚较少**
	盛耀贸易（广东）有限公司	注册资本、参保人数较少	该供应商系 Stora Enso Oyj 白卡纸及某款进口特种纸的国内代理商，从事代理业务，对注册资本、员工人数要求较低
	东莞市森和纸业有限公司	参保人数较少	该供应商由于自身经营问题目前已停止生产经营，参保人数为 0，公司已不再向其采购
	东莞市诚昌纸业有限公司	注册资本较少	该供应商主要从事纸张代理销售业务，对注册资本要求较低且该供应商成立时间较早

分类	供应商名称	类别	主要原因
	东莞市宗兴纸业有限公司	注册资本较少	该供应商主要从事纸张代理销售业务，对注册资本要求较低且该供应商成立时间较早
外购组件类	United Creation Packaging Solutions (JH) Sdn. Bhd.	成立时间较短即与公司开展合作	该供应商系国内包装上市公司合兴包装（002228.SZ）位于马来西亚子公司，成立于 2018 年，作为国内瓦楞纸箱龙头企业，具有稳定的生产供应能力，成立后便与公司开展合作
	无锡锡宝新材料科技有限公司	成立时间较短即与公司开展合作	该供应商与公司在纸托产品上使用的是同一个厂商的设备，模具通用，生产工艺能够快速切换
	东莞鼎瑞科技有限公司	注册资本、参保人员较少、成立时间较短即与公司开展合作	该供应商主要生产贴纸等辅料，对注册资本、员工人数要求较低，生产人员主要通过临时招聘获得，公司核心人员另行缴纳社保。公司主要管理、技术人员在行业内拥有丰富经验与资源，后自行创业设立该公司，具备稳定的供应能力
	东莞市均荣包装材料有限公司	注册资本较少	成立时间较早，成立初期规模较小，后通过经营累计逐步扩大生产规模，目前能够满足生产经营需求
	广州市宏晓包装制品有限公司	注册资本较少	成立时间较早，成立初期规模较小，后通过经营累计逐步扩大生产规模，目前能够满足生产经营需求
	江阴市环创包装科技有限公司	参保人数较少、成立时间较短即与公司开展合作	该供应商自身业务调整，将生产业务转移至淮安环创包装科技有限公司，目前江阴市环创包装科技有限公司仅从事少量贸易业务，因此参保人数较少；2020 年公司江苏基地开始进入酒类包装市场，对纸托产品有外购需求，经过商务洽谈，江阴市环创包装科技有限公司能提供稳定供应及服务，因此合作
	东莞市联欣包装科技有限公司	成立时间较短即与公司开展合作	该供应商创始团队有纸浆模塑行业的从业经验，设立联欣后向东莞周边包装客户开展业务，交流后产品能够满足高义要求，2020 年开始开展小规模合作
	珠海市森洋包装科技有限公司	成立时间较短即与公司开展合作	该供应商创始团队有纸浆模塑行业的从业经验，客户向公司指定采购该供应商纸托
	惠州市金超人包装材料有限公司	注册资本较少	成立时间较早，成立初期规模较小，后通过经营累计逐步扩大生产规模，目前能够满足生产经营需求
外购成品类	东莞市均荣包装材料有限公司	注册资本较少	参见上文“外购组件类-东莞市均荣包装材料有限公司”
	PT GLOBAL PACKAGING BATAM	成立时间较短即与公司开展合作	为满足客户供应链区域调整要求，公司在印度尼西亚与从事印刷业务的 PT ACCORD MANDIRI BATAM 合资成立了该公司，公司向其采购彩盒向客户销售，因此成立初期便合作

由上表可见，公司部分主要供应商存在注册资本较少、社保参保人数较低、成立时间较短即成为发行人主要供应商的情况具有相关合理背景，符合相关供应商经营情况，具有合理性。相关供应商及其关联方与公司及其关联方不存在关联关系或潜在关联关系、其他利益安排。

（三）主要供应商为贸易商的，说明终端供应商基本情况，发行人通过贸易商采购的原因及必要性，报告期内发行人向贸易商采购价格与同类非贸易供应商相比是否存在较大差异，分析向贸易商采购的公允性

上述报告期发行人主要供应商中，纸张类供应商多为贸易商，主要系行业惯例所致。长期以来，造纸行业中的生厂商主要聚焦生产端，通过多级经销商流通商品，流通链条对中间商依赖程度较高。贸易商在造纸行业的流通环节中起到了不可替代的作用，纸类包装上市公司均存在较大规模向贸易商采购纸张等材料的情况。

公司向贸易商采购的原因具体如下：

（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，故公司会从贸易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，售后服务亦更具优势，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。

上述主要纸张供应商及相对应的终端供应商情况如下：

供应商名称	对应主要终端厂商	终端厂商基本情况
东莞市海华纸业有限公司	玖龙纸业、晨鸣纸业、金光纸业	国内知名原纸厂商，纸张广泛应用于包装行业
盛耀贸易（广东）有限公司	Enso、Snappi	海外高端白卡纸、特种纸厂商，盛耀贸易（广东）有限公司为国内代理贸易商
Công Ty Tnhh Fu Run（富润股份有限公司）	太阳纸业、玖龙纸业、马来新胜大纸业	国内及马来西亚知名原纸厂商，富润股份有限公司为越南贸易商
东莞市森和纸业有限公司	金田纸业	国内知名原纸厂商，纸张广泛应用于包装行业
东莞市诚昌纸业有限公司	金光纸业、玖龙纸业、博汇纸业	国内知名原纸厂商，纸张广泛应用于包装行业
东莞市宗兴纸业有限公司	联盛纸业、晨鸣纸业、金光纸业	国内知名原纸厂商，纸张广泛应用于包装行业
Evergreen Paper (M) SDN BHD	太阳纸业、金光纸业	国内知名原纸厂商，Evergreen Paper (M) SDN BHD 为其马来西亚贸易商
Stora Enso Oyj	不适用	Stora Enso Oyj（以下简称 Enso）是一家总部位于芬兰的的跨国纸浆和纸业公司，在高端纸张市场具有领先地位

供应商名称	对应主要终端厂商	终端厂商基本情况
深圳市万氏达纸业有限公司	金田纸业、易大丰纸业	国内知名原纸厂商，纸张广泛应用于包装行业
罗定市华信纸业有限公司	晨鸣纸业、玖龙纸业	国内知名原纸厂商，纸张广泛应用于包装行业
上海合和纸业有限公司	德旺纸业、鑫旺纸业、森博纸业	国内知名原纸厂商，纸张广泛应用于包装行业
东莞市中粤纸业有限公司	**玖龙纸业、晨鸣纸业、金光纸业**	**国内知名原纸厂商，纸张广泛应用于包装行业**
苏州鑫爱纸业有限公司	**博汇纸业、建晖纸业**	**国内知名原纸厂商，纸张广泛应用于包装行业**
深圳市黄金叶贸易有限公司	**太阳纸业、金光纸业**	**国内知名原纸厂商，纸张广泛应用于包装行业**
凯佩沛康戴里（上海）商贸有限公司	**王子制纸**	**日本大型原纸厂商，旗下拥有尊玛品牌哑粉纸、铜版纸等优质产品**

报告期内，公司主要向以下终端原厂及贸易商同时采购：

单位：万元/吨

种类	序号	厂商类别	供应商	2025年1-6月	2024年	2023年	2022年
白卡纸	1	终端原厂	Enso	0.87	0.90	0.89	0.85
		贸易商	盛耀贸易（广东）有限公司	1.21	1.29	1.21	1.15
	2	终端原厂	联盛纸业（龙海）有限公司	-	-	-	0.43
		贸易商	Evergreen Paper(M) Sdn Bhd	-	-	-	0.51
	3	**终端原厂**	**HOLMEN BOARD AND PAPER AB**	1.10	-	-	-
		贸易商	**东莞通利玖洲纸业有限公司**	1.39	-	-	-
		贸易商	**巨圆纸业(上海)有限公司**	1.37	-	-	-
粉灰纸	4	终端原厂	广东理文造纸有限公司	0.32	0.31	-	-
		贸易商	东莞市天邦纸业有限公司	0.32	0.32	-	-

报告期内，公司向 Enso 直接采购白卡纸产品，主要系其白卡纸产品具有优异的表面光滑度、印刷性能，公司部分高端产品需要用到此类纸张，而向其贸易代理商盛耀贸易（广东）有限公司采购，主要系该产品在市场上较为稀缺，公司在 Enso 无法及时满足供应时通过较高的价格向盛耀贸易（广东）有限公司采购以临时保障供应稳定性，具有合理性。除 Enso 外，报告期内公司还向联盛纸业（龙海）有限公司、广东理文造纸有限公司、**HOLMEN BOARD AND PAPER AB** 小批次采购过部分纸张产品，向**各自相关**贸易商采购价格总体较原厂商略高，主要系

地理位置较远、采购规模较小**以及渠道成本**等因素，具有合理性。

二、说明报告期内主要原材料如白卡纸、白板纸、纸板的采购单价与市场价格或第三方价格是否存在较大差异，同类原材料向不同供应商采购价格是否存在较大差异，分析主要原材料采购价格的公允性。

报告期内，公司所采购的主要原材料为各类纸张，其中白卡纸、白板纸、纸板为最主要的采购品类。报告期内，公司主要原材料的采购额变动情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	占比（%）	金额	占比（%）	金额	占比（%）	金额	占比（%）
白卡纸	**3,258.36**	**25.22**	7,347.70	26.81	4,337.77	20.72	4,741.91	24.02
白板纸	**1,900.13**	**14.71**	3,083.32	11.25	3,404.64	16.26	3,581.64	18.14
纸板	**2,198.29**	**17.01**	4,489.73	16.38	5,562.04	26.56	5,206.62	26.37
书纸	**816.62**	**6.32**	1,309.52	4.78	948.94	4.53	1,113.42	5.64
特种纸	**1,479.49**	**11.45**	3,504.43	12.79	2,801.19	13.38	1,744.68	8.84
其他纸张	**3,267.06**	**25.29**	7,668.26	27.98	3,884.90	18.55	3,355.29	16.99
合计	**12,919.95**	**100.00**	**27,402.96**	**100.00**	**20,939.48**	**100.00**	**19,743.57**	**100.00**

针对白卡纸、白板纸、纸板的采购价格分析如下：

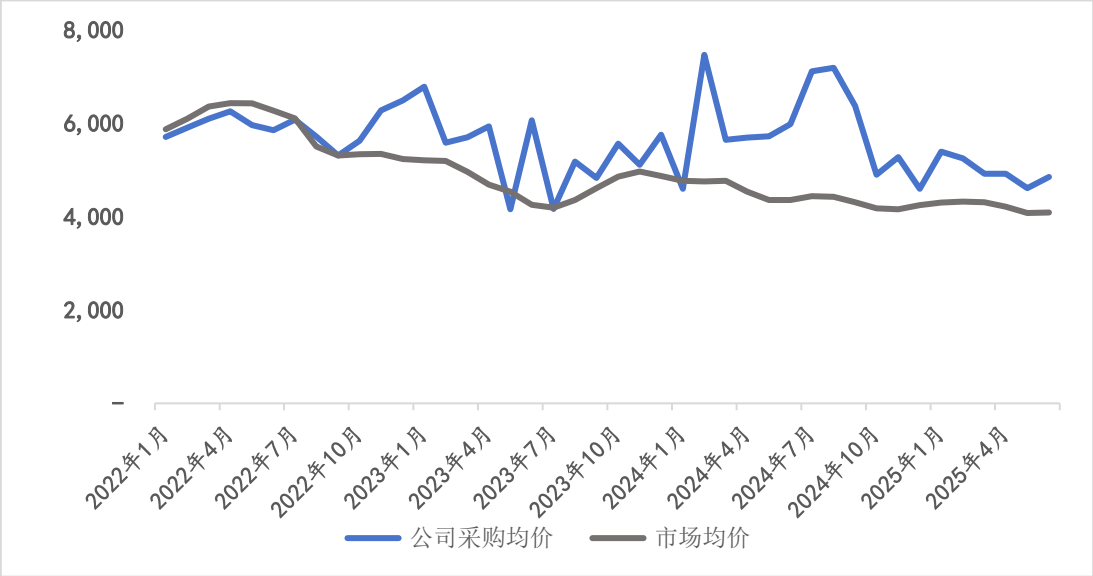
（一）白卡纸

1、与市场价格或第三方价格比较

通常规格的白卡纸具有大宗商品属性，公司白卡纸采购价格主要受产品类型、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均价比较如下图所示：

单位：元/吨



注：市场均价数据来源卓创资讯，选取“主流市场白卡纸（250-400g）均价”。

上图中公司采购均价与市场均价在部分月份存在一定差异，主要系一方面上图市场均价由250-400g规格的白卡纸构成，而发行人实际采购的产品规格较多，存在一定区别；另一方面，公司在部分月份采购了单价较高的高端白卡纸，使得当月采购均价较高。报告期内，公司根据客户项目需求，采购的部分单价较高的高端白卡纸如下：

单位：万元、吨、元/吨

产品	2025 年 1-6 月			2024 年			2023 年			2022 年		
	金额	数量	均价	金额	数量	均价	金额	数量	均价	金额	数量	均价
亚太森博白芯白卡纸	**179.99**	**197.97**	**9,091.63**	1,101.18	1,171.43	9,400.27	-	-	-	-	-	-
Enso 白卡纸	**534.63**	**513.60**	**10,409.52**	1,593.16	1,595.18	9,987.32	936.22	1,040.21	9,000.23	802.89	886.08	9,061.21
Invercote 白卡纸	**72.81**	**62.31**	**11,685.78**	471.86	436.28	10,815.56	5.23	4.64	11,274.38	-	-	-
WestRock 白卡纸	**45.42**	**35.45**	**12,812.27**	200.24	173.81	11,520.78	29.04	22.24	13,053.23	-	-	-

剔除上述高端白卡纸采购后，报告期内公司白卡纸采购均价与市场价格对比如下：

单位：元/吨

由上图可见，剔除部分高端白卡纸采购后，报告期内公司采购均价总体与市场均价基本一致，均呈现下降趋势，主要受上游造纸原材料价格整体下降影响。

2、向不同供应商采购价格比较

报告期各期，公司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

2025 年 1-6 月					
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	555.54	17.05%	3,866.83	-19.71%
2	苏州鑫爱纸业有限公司	394.18	12.10%	3,641.41	-24.39%
3	盛耀贸易（广东）有限公司	308.98	9.48%	12,143.09	152.13%
4	深圳市黄金叶贸易有限公司	237.05	7.28%	3,818.34	-20.72%
5	Enso	225.65	6.93%	8,707.46	80.79%
合计		1,721.41	52.83%	-	-
2024 年					
序号	供应商	采购金额	采购占比	平均单价	差异率
1	Enso	1,020.94	13.89%	9,027.16	50.10%

2	东莞市海华纸业有限公司及其关联方	949.54	12.92%	3,919.63	-34.88%
3	东莞市诚昌纸业有限公司	620.38	8.44%	4,916.53	-18.33%
4	盛耀贸易（广东）有限公司	561.55	7.64%	12,306.48	104.63%
5	广东富宏升贸易有限公司	558.18	7.60%	9,440.65	56.98%
合计		**3,710.59**	**50.50%**	**-**	**-**
2023 年度					
序号	**供应商**	**采购金额**	**采购占比**	**平均单价**	**差异率**
1	Enso	914.67	21.09%	8,947.85	66.47%
2	东莞市海华纸业有限公司及其关联方	801.33	18.47%	4,148.10	-22.83%
3	上海合和纸业有限公司	597.36	13.77%	6,389.77	18.88%
4	昆山市百木林纸业有限公司	563.02	12.98%	4,302.52	-19.95%
5	苏州鑫爱纸业有限公司	435.46	10.04%	4,231.97	-21.27%
合计		**3,142.04**	**76.35%**	**-**	**-**
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%**	**-**	**-**

注：差异率=（平均单价—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。

报告期内，公司向前五大白卡纸供应商采购均价与同期总体平均单价存在一定差异，主要系公司向部分供应商采购高端白卡纸的价格较高，以及高端白卡纸拉高了总体平均单价，使得常规白卡纸采购价格与总体平均单价有所差异。

（1）采购均价较高的主要供应商

由上表可见，报告期内，公司主要白卡纸供应商中，Enso、盛耀贸易（广东）有限公司、广东富宏升贸易有限公司和上海合和纸业有限公司的采购单价高于总体平均价格。其中，公司向上海合和纸业有限公司主要采购德旺系列白卡纸，属于中高端产品，价格高于普通规格白卡纸，该类材料主要用于终端客户小米的产

品系列；除此以外，其他三家供应商采购价格较总体平均价格均高出 40%以上，主要系公司向此三家供应商采购的白卡纸属于高端产品，在部分性能方面与普通白卡纸相比具有较大优势，具体采购品类及用途如下：

供应商	白卡纸品类	主要用途
Enso	Enso 白卡纸	MP 系列产品
盛耀贸易（广东）有限公司	Enso 白卡纸	MP 系列产品
广东富宏升贸易有限公司	亚太森博白芯白卡纸	戴森系列产品

报告期内，公司根据客户需求，为客户提供符合其品牌、产品特性的配套包装，部分客户产品对于白卡纸原材料的平滑度、白度、强度、色相稳定性、印刷表现等提出较高要求，公司因此向部分供应商采购了符合产品需求的中高端白卡纸，该类白卡纸价格较高，具有合理性。

（2）其他主要供应商

除上述采购价格较高的主要供应商外，东莞市海华纸业有限公司、昆山市百木林纸业有限公司、苏州鑫爱纸业有限公司、东莞市诚昌纸业有限公司**和深圳市黄金叶贸易有限公司**的采购单价低于总体平均价格，主要系一方面高端白卡纸采购拉高了整体平均价格。另一方面，公司虽向上述**五**家供应商均采购常规型号白卡纸，但原纸厂商不同、克重不同亦会造成一定差异。针对这**五**家主要供应商，选取报告期内向其采购金额最大，且有多家供应商的同一白卡纸物料号，对比采购均价如下：

单位：元/吨

对比供应商	物料号	采购对象	平均采购单价				是否存在显著差异
			2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度	
东莞市海华纸业有限公司	1.05.000122	东莞市海华纸业有限公司	3,752.86	3,859.27	4,058.77	-	由于 2024 年一季度公司仅向东莞市海华纸业有限公司采购该物料，年初价格相对较高，因此拉高了全年平均价格，除一季度外，3 家供应商采购价格基本一致
		东莞市诚昌纸业有限公司	3,568.43	3,622.29	-	-	
		东莞市崇泰纸业有限公司	3,734.51	-	-	-	
		东莞市瑞峰纸业有限公司	3,541.53	-	4,116.50	-	
		东莞市银丰纸业有限公司	-	-	3,955.75	-	

对比供应商	物料号	采购对象	平均采购单价				是否存在显著差异
			2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度	
		深圳市博立达纸业有限公司	-	-	3,829.33	-	
		深圳市黄金叶贸易有限公司	3,611.91	-	-	-	
昆山市百木林纸业有限公司	1.05.000458	昆山市百木林纸业有限公司	-	4,345.13	4,160.98	5,236.61	不存在显著差异
		东莞市华发纸张有限公司	-	3,451.33	-	-	
		东莞市海华纸业有限公司	-	-	4,336.28	-	
		苏州鑫爱纸业有限公司	-	-	4,217.13	5,530.78	
苏州鑫爱纸业有限公司	1.05.001460	苏州鑫爱纸业有限公司	-	3,911.82	-	-	不存在显著差异
		江阴华博纸业有限公司	-	3,614.31	-	-	
		昆山市百木林纸业有限公司	-	3,886.25	-	-	
		上海科浦纸业有限公司	-	3,705.40	-	-	
东莞市诚昌纸业有限公司	1.05.000122	东莞市诚昌纸业有限公司	3,371.68	3,622.29	-	-	不存在显著差异
		东莞市海华纸业有限公司	3,727.54	3,859.27	4,058.77	-	
		东莞市瑞峰纸业有限公司	3,646.02	-	4,116.50	-	
		东莞市银丰纸业有限公司	-	-	3,955.75	-	
		深圳市博立达纸业有限公司	-	-	3,829.33	-	
		深圳市黄金叶贸易有限公司	3,665.46	-	-	-	
深圳市黄金叶贸易有限公司	1.05.000055	**深圳市黄金叶贸易有限公司**	5,557.56	5,670.55	-	-	
		深圳市鸿桥供应链有限公司	5,567.65	-	-	-	**不存在显著差异**
		深圳市托利贸易有限公司	5,584.07	5,495.58	-	-	

考虑到公司向不同供应商采购白卡纸的时间有所差异，不同时间的白卡纸市场价格不同，进而对全年采购单价造成一定影响，但总体来看，公司向上述四家供应商的采购单价与同型号白卡纸其他供应商的采购单价处于同一水平，不存在显著差异。

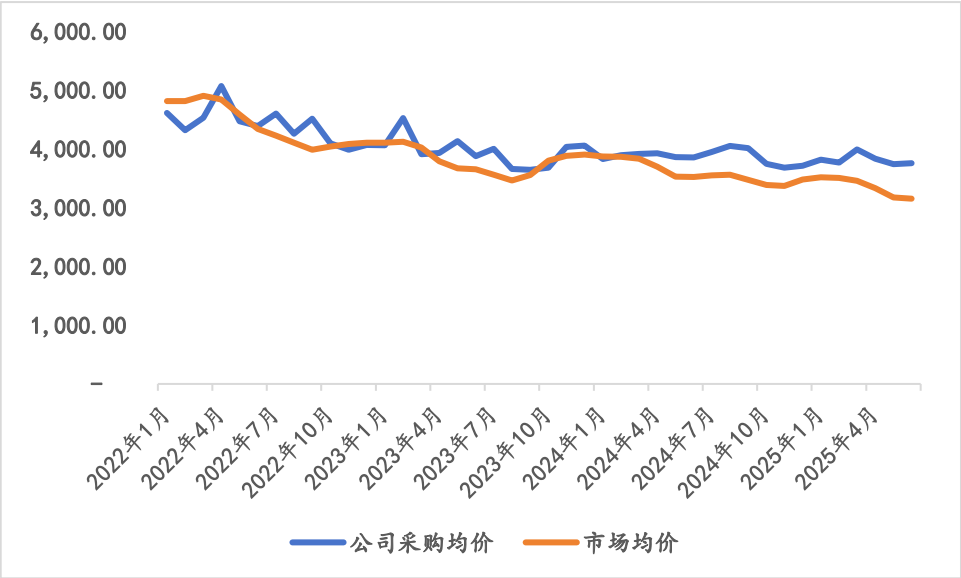
（二）白板纸

1、与市场价格或第三方价格比较

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均价走势比较如下图所示：

单位：元/吨



注：市场均价数据来源卓创资讯，选取“主流市场白板纸（A 级 250g）均价”。

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，总体波动趋势基本一致。

2、向不同供应商采购价格比较

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

2025 年 1-6 月					
排名	供应商	采购金额	采购占比	平均单价	差异率
1	富润股份有限公司	568.03	30.06%	4,370.17	14.54%
2	东莞市宗兴纸业有限公司	416.29	22.03%	3,391.70	-11.11%
3	东莞市海华纸业有限公司	169.25	8.96%	3,711.17	-2.73%
4	LEE YANG PAPERCO.,LTD.	150.78	7.98%	3,762.26	-1.39%

5	**越南永成纸业有限公司**	**126.67**	**6.70%**	**4,345.09**	**13.88%**
合计		**1,889.72**	**75.73%**	**-**	**-**
2024 年度					
排名	**供应商**	**采购金额**	**采购占比**	**平均单价**	**差异率**
1	富润股份有限公司	1,082.06	35.09%	4,119.97	6.38%
2	东莞市宗兴纸业有限公司	721.50	23.40%	3,628.00	-6.32%
3	东莞市海华纸业有限公司	375.66	12.18%	3,775.28	-2.52%
4	Fong Yee Printers Sdn.Bhd.	174.15	5.65%	4,023.50	3.89%
5	GUANGDONG LEE & MAN PAPER MANUFACTURING LIMITED	137.19	4.45%	4,216.86	8.89%
合计		**2,380.70**	**77.21%**	**-**	**-**
2023 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	1,426.53	41.90%	3,497.62	-11.08%
2	Evergreen Paper (M) SDN BHD	1,092.09	32.08%	4,474.02	13.75%
3	东莞市海华纸业有限公司	262.14	7.70%	3,887.40	-0.73%
4	富润股份有限公司	232.39	6.83%	4,392.88	11.68%
5	Fong Yee Printers Sdn.Bhd.	90.11	2.65%	5,109.84	29.91%
合计		**3,014.62**	**88.54%**	**-**	**-**
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%**	**-**	**-**

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。

2022 年与 2023 年，公司向 Evergreen Paper (M) Sdn.Bhd.和 Fong Yee Printers Sdn.Bhd.采购的白板纸价格偏高，主要原因系公司子公司马来包装所在当地未有符合条件的白板纸生产厂商，马来包装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。2024 年，随着公司加强成本管控并且引入新的供应商进行价格竞争，公司向 Fong Yee Printers Sdn.Bhd.的采购价格有所降低。

2023 年，公司向富润股份有限公司采购白板纸均价高于总体平均单价，主要系该供应商作为越南同奈地区较大的纸张贸易商，具有较多国内品牌纸张渠道，境外采购成本总体较国内价格略高；2024 年，随着公司采购规模的扩大及成本管控加强，供应商采购价格略有下降。

2025 年 1-6 月，公司向主要白板纸供应商采购单价与平均单价差异总体较小，少量差异主要受境外供应商采购渠道、采购的纸张品类等原因影响。

（三）纸板

1、与市场价格或第三方价格比较

报告期各期，公司纸板采购单价变动情况如下所示：

单位：元/吨

物料名称	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度
	单价	变动	单价	变动	单价	变动	单价
纸板	**4,845.55**	**1.17%**	4,789.67	-12.79%	5,492.21	-4.89%	5,774.61

纸板产品通常属于定制化产品，非大宗原材料，因此不具有市场公开可比价格。报告期内，公司根据客户产品需求，向纸板供应商采购定制化的不同型号纸板。纸板根据其原纸克重、原纸品牌、原纸等级、层数、坑型等因素影响，价格存在一定差异，公司结合需定制的纸板预估的生产成本，由供应商报价并协商后确定采购价格。报告期内，受上游造纸原材料价格下降影响，公司纸板采购单价总体有所下降。

2、向不同供应商采购价格比较

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/吨

2025 年 1-6 月				
序号	供应商	采购金额	采购占比	采购单价

1	越南永创责任有限公司	748.23	34.87%	4,406.06
2	厦门合兴包装印刷股份有限公司	313.75	14.62%	6,450.61
3	苏州华佳纸制品有限公司	179.17	8.35%	4,172.95
4	东莞市全泰纸品有限公司	136.11	6.34%	4,457.88
5	昆山力鸣纸业有限公司	114.54	5.34%	4,780.19
合计		1,491.79	69.52%	-
2024 年度				
序号	供应商	采购金额	采购占比	采购单价
1	越南永创责任有限公司	946.26	21.07%	4,093.59
2	厦门合兴包装印刷股份有限公司	477.16	10.63%	6,684.11
3	苏州华佳纸制品有限公司	424.27	9.45%	4,301.65
4	PT ACCORD MANDIRI BATAM	416.07	9.27%	10,147.01
5	东莞市横通纸品有限公司	302.37	6.73%	5,049.66
合计		2,566.13	57.15%	-
2023 年度				
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	959.13	17.24%	4,968.05
2	PT ACCORD MANDIRI BATAM	747.40	13.44%	10,681.06
3	昆山力鸣纸业有限公司	414.22	7.45%	5,419.12
4	Far East Packaging Industrial (Johor) Sdn Bhd	401.81	7.22%	6,188.31
5	东莞市全泰纸品有限公司	378.48	6.80%	5,192.63
合计		2,901.04	52.16%	-
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%	5,691.92
2	山鹰国际控股股份公司及其子公司	682.21	13.10%	5,109.94
3	昆山力鸣纸业有限公司	594.44	11.42%	5,712.90
4	东莞市全泰纸品有限公司	387.76	7.45%	5,851.44
5	苏州市恒顺纸塑有限公司	320.73	6.16%	5,215.33
合计		2,823.90	54.24%	-

注：同一控制下公司已按合并口径披露。

如前所述，公司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，公司存在对同一型号纸板向多家供应商采购中金额前五大型号纸板的平均采购单价，对各年度各家供应商的平均采购单价对比如下：

单位：元/吨

物料号	供应商	平均采购单价				是否存在显著差异
		2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度	
3.01.000199.061	昆山力鸣纸业有限公司	**5,217.05**	5,279.09	5,604.13	6,089.09	不存在显著差异
	昆山鸣朋纸业有限公司	-	-	5,502.93	-	
	昆山万晟威纸业包装有限公司	-	5,334.29	5,577.07	6,087.00	
	苏州华佳纸制品有限公司	**5,135.95**	5,278.82	5,550.92	6,268.29	
	苏州市隆祥纸业包装有限公司	-	-	5,889.66	6,198.12	
3.01.000199.062	昆山力鸣纸业有限公司	**4,338.86**	4,272.12	4,832.22	5,118.35	不存在显著差异
	昆山万晟威纸业包装有限公司	-	-	4,761.18	5,041.59	
	苏州华佳纸制品有限公司	**4,272.08**	4,435.85	4,464.11	5,340.43	
	苏州市隆祥纸业包装有限公司	-	-	4,661.71	5,120.59	
3.01.000199.050	昆山力鸣纸业有限公司	-	-	-	6,633.72	不存在显著差异
	昆山万晟威纸业包装有限公司	-	-	-	6,740.04	
	苏州华佳纸制品有限公司	-	-	-	6,853.01	
	苏州市隆祥纸业包装有限公司	-	-	-	6,593.39	
	无锡亚光印刷有限公司	-	-	-	6,957.66	
3.01.000199.051	昆山力鸣纸业有限公司	-	-	-	5,527.18	不存在显著差异
	昆山万晟威纸业包装有限公司	-	-	-	5,510.00	
	苏州华佳纸制品有限公司	-	-	-	5,736.05	
	苏州市隆祥纸业包装有限公司	-	-	-	5,413.50	
	无锡亚光印刷有限公司	-	-	-	5,512.98	
3.01.000267.001	淮安琪涵纸制品包装有限公司	-	3,900.36	4,790.91	4,547.28	不存在显著差异

物料号	供应商	平均采购单价				是否存在显著差异
		2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度	
	江苏飞强包装材料有限公司	**3,775.24**	3,687.31	4,343.13	-	
	江苏弘晟包装有限公司	-	3,685.65	4,246.69	-	
	江苏龙祥包装材料有限公司	-	-	4,787.58	-	
	昆山鸣朋纸业有限公司	-	-	-	4,506.71	
	苏州山鹰纸业纸品有限公司	-	-	-	5,078.96	
	苏州市恒顺纸塑有限公司	-	-	-	4,764.97	

由上表可见，公司采购的同一料号纸板在不同供应商之间的价格较为可比，总体不存在显著差异。

三、说明各期不同产品的直接材料成本与原材料采购价格、耗用量等是否匹配，直接人工成本与生产人员数量、薪酬变动等是否匹配，制造费用与水电费、生产设备折旧变动等是否匹配。

报告期内，公司主要产品包括彩盒、说明书和一站式采购，各类产品的直接材料、直接人工、制造费用成本及占比如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
彩盒	**31,621.52**	**100.00%**	**67,590.30**	**100.00%**	**53,781.40**	**100.00%**	**48,962.97**	**100.00%**
直接材料	**17,673.83**	**55.89%**	39,751.36	58.81%	32,425.94	60.29%	31,608.88	64.56%
直接人工	**4,375.03**	**13.84%**	8,585.17	12.70%	7,720.16	14.35%	7,087.57	14.48%
制造费用	**9,572.66**	**30.27%**	19,253.77	28.49%	13,635.30	25.35%	10,266.52	20.97%
说明书	**4,660.93**	**100.00%**	**7,673.35**	**100.00%**	**6,063.88**	**100.00%**	**7,585.94**	**100.00%**
直接材料	**2,409.36**	**51.69%**	3,491.69	45.50%	3,121.67	51.48%	3,861.34	50.90%
直接人工	**653.95**	**14.03%**	1,110.91	14.48%	1,075.20	17.73%	1,436.33	18.93%
制造费用	**1,597.63**	**34.28%**	3,070.74	40.02%	1,867.01	30.79%	2,288.28	30.16%
一站式采购	**12,295.68**	**100.00%**	**19,052.00**	**100.00%**	**15,934.09**	**100.00%**	**10,073.24**	**100.00%**
直接材料	**12,295.68**	**100.00%**	19,052.00	100.00%	15,934.09	100.00%	10,073.24	100.00%
直接人工	-	-	-	-	-	-	-	-

项目	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
制造费用	-	-	-	-	-	-	-	-

上述产品中，一站式采购无直接人工、制造费用，主要是公司通过对外直接采购各类组件材料来满足该部分客户需求。

（一）直接材料成本与原材料采购价格、耗用量等匹配情况

公司彩盒、说明书业务的主要原材料为各类纸张，一站式采购业务的主要原材料包括向外直接采购的纸托、纸箱。

报告期内，公司主要产品的直接材料成本与原材料采购价格、耗用量对比如下：

1、彩盒

项目	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度
	数量	变动幅度	数量	变动幅度	数量	变动幅度	数量
总体纸张采购单价（万元/吨）	0.44	-10.20%	0.49	2.08%	0.48	-9.43%	0.53
直接材料成本中纸张单价（万元/吨）	0.45	-6.25%	0.48	-4.00%	0.50	-9.09%	0.55
纸张投入量（吨）	26,605.65	2.97%	51,676.22	41.32%	36,566.02	23.60%	29,584.07
直接材料成本中纸张的成本（万元）	12,009.35	-2.39%	24,605.69	33.39%	18,446.01	13.67%	16,227.57
直接材料成本（万元）	17,673.83	-2.92%	36,410.41	6.98%	34,035.51	7.68%	31,608.88

注：2025 年 1-6 月，上述投入量、成本金额的变动幅度已简单年化处理。

报告期内，公司总体纸张采购单价变动情况与彩盒的纸张成本变动差异较小；彩盒产品纸张投入量与直接材料成本中纸张的成本变动趋势保持一致，变动幅度的差异主要系纸张单价变动所致；直接材料成本变动幅度较小，占总成本的比例下降，主要系公司通过外协加工方式满足产品生产交付，因此制造费用占比上升。

2、说明书

项目	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度
	数量	变动幅度	数量	变动幅度	数量	变动幅度	数量
总体纸张采购单	0.44	-10.20%	0.49	2.08%	0.48	-9.43%	0.53

项目	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度
	数量	变动幅度	数量	变动幅度	数量	变动幅度	数量
价（万元/吨）							
直接材料成本中纸张单价（万元/吨）	**0.63**	**-3.08%**	0.65	-1.52%	0.66	0.00%	0.66
纸张投入量（吨）	**1,553.71**	**-5.48%**	3,287.72	38.07%	2,381.18	-36.46%	3,747.28
直接材料成本中纸张的成本（万元）	**981.50**	**-7.57%**	2,123.77	35.02%	1,572.88	-36.87%	2,491.63
直接材料成本（万元）	**2,409.36**	**66.50%**	2,894.17	-7.50%	3,128.82	-18.97%	3,861.34

注：2025 年 1-6 月，上述投入量、成本金额的变动幅度已简单年化处理。

报告期内，公司说明书产品由于所用纸张品类较为稳定，因此直接材料成本中纸张单价总体变动较小；同时，纸张投入量与直接材料成本中纸张的成本变动也基本一致，2023 年下降主要系当年度公司微软等客户的说明书需求减少所致，2024 年随着客户需求增长，公司相应生产成本与投入增长；2023 年，直接材料成本的变动幅度低于直接材料成本中纸张的成本变动幅度，主要系公司采用对外采购成品方式替代部分自产，对外直接采购成品造成直接材料成本中非纸张的成本有所上升，因此变动幅度较小，2024 年，直接材料成本同比下降，占总成本比例亦下降，主要系公司采用外协加工方式来满足客户订单需求，因此制造费用增长较多，制造费用占比增长。

3、一站式采购

项目	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度
	数量	变动幅度	数量	变动幅度	数量	变动幅度	数量
纸托采购价格（元/Pcs）	**0.88**	**-28.08%**	1.23	-16.33%	1.47	-26.50%	2.00
纸箱采购价格（元/Pcs）	**1.75**	**-31.49%**	2.56	6.22%	2.41	-7.66%	2.61
直接材料成本中纸托单价（元/Pcs）	**1.03**	**-23.13%**	1.34	-10.67%	1.50	-32.74%	2.23
直接材料成本中纸箱单价（元/Pcs）	**1.76**	**-32.05%**	2.59	5.28%	2.46	-3.15%	2.54
纸托投入量（万Pcs）	**2,078.37**	**17.04%**	3,551.41	106.17%	1,722.59	49.14%	1,155.01

项目	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度
	数量	变动幅度	数量	变动幅度	数量	变动幅度	数量
纸箱投入量（万 Pcs）	**1,563.88**	**50.11%**	2,083.71	10.08%	1,892.88	11.85%	1,692.28
直接材料成本中纸托的成本（万元）	**2,146.88**	**-9.45%**	4,741.86	83.16%	2,588.93	0.50%	2,576.13
直接材料成本中纸箱的成本（万元）	**2,745.01**	**1.76%**	5,395.24	15.69%	4,663.41	8.38%	4,302.66
直接材料成本（万元）	**12,295.68**	**29.07%**	19,052.00	19.57%	15,934.09	58.18%	10,073.24

注：2025 年 1-6 月，上述投入量、成本金额的变动幅度已简单年化处理。

报告期内，公司纸托、纸箱的采购价格与直接材料成本中纸托、纸箱单价总体基本一致，单价变动主要受产品结构影响，由于定制化属性，不同产品规格不同导致单价存在一定差异。受下游客户需求变化的影响，公司纸托、纸箱的投入量亦有所波动，2024 年，纸托投入量增长较多，主要系公司接收到了较多纸托订单，增加了相应投入，具有合理性。**2025 年 1-6 月，公司主要外购组件产品的采购单价、成本单价均有所下降，采购数量有所增长，主要系客户产品需求结构变化，对小规格的组件产品需求有所提升，因此单件产品价格下降、数量增长。**

（二）直接人工成本与生产人员数量、薪酬变动等匹配情况

报告期内，公司主要产品的直接人工成本与生产人员数量、薪酬变动的匹配情况如下：

项目	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度
	数量	变动幅度	数量	变动幅度	数量	变动幅度	数量
生产人员平均数量（人）	**2,415**	**32.33%**	1,825	24.91%	1,461	7.74%	1,356
生产人员薪酬费用（万元）	**5,988.24**	**9.52%**	10,935.48	12.93%	9,683.04	9.38%	8,852.43
直接人工成本-彩盒（万元）	**4,375.03**	**1.92%**	8,585.17	11.20%	7,720.16	8.93%	7,087.57
直接人工成本-说明书（万元）	**653.95**	**17.73%**	1,110.91	3.32%	1,075.20	-25.14%	1,436.33

注：2025 年 1-6 月，上述薪酬费用、成本金额的变动幅度已简单年化处理。

2024 年**与 2025 年 1-6 月**，公司生产人员平均数量增长较多，主要系公司订

单需求增长较多，招聘了较多生产人员所致，其中部分生产人员经验尚不丰富，薪酬相对较低，使得生产人员总体薪酬费用增长幅度低于人员数量增长幅度。报告期内，公司彩盒产品的直接人工成本与公司总体生产人员的薪酬费用变动较为一致；2023 年，公司说明书产品直接人工成本有所降低，主要系上文所述客户需求变化原因，2024 年**与 2025 年 1-6 月**随着需求增长，直接人工成本**有所**增长。

（三）制造费用与水电费、生产设备折旧变动等匹配情况

报告期内，公司主要产品的制造费用成本与水电费、生产设备折旧与外协加工费用的匹配情况如下：

项目	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度
	金额	变动幅度	金额	变动幅度	金额	变动幅度	金额
水电费（万元）	**2,043.30**	**9.20%**	3,742.30	28.86%	2,904.20	39.00%	2,089.30
生产设备折旧（万元）	**2,571.86**	**24.44%**	4,133.64	23.32%	3,352.03	33.24%	2,515.83
外协加工费用（万元）	**3,112.45**	**3.21%**	6,031.46	162.18%	2,300.47	53.10%	1,502.60
制造费用-彩盒（万元）	**9,572.66**	**-0.56%**	19,253.77	41.21%	13,635.30	32.81%	10,266.52
制造费用-说明书（万元）	**1,597.63**	**4.06%**	3,070.74	64.47%	1,867.01	-18.41%	2,288.28

注：2025 年 1-6 月，上述指标变动幅度已简单年化处理。

报告期内，随着总体生产经营规模稳定增长，以及产能扩张带来的生产设备投入增加，公司水电费、生产设备折旧金额不断增长。**2023 年及 2024 年，公司**外协加工费用增长幅度较大，主要系公司部分生产基地受产能限制，通过外采方式满足客户需求，**其中以彩盒产品为主；2025 年 1-6 月，公司外协加工费用总体保持稳定**。2023 年，公司说明书制造费用下降原因系上文所述客户需求变化；2024 年，公司说明书制造费用增长，主要系部分生产基地通过外采方式满足客户需求所致；**2025 年 1-6 月，该类产品的制造费用总体保持稳定**。

四、说明各期外购成品的具体情况，是否存在客户指定供应商的情形，客户未直接向其采购的原因及合理性，分析发行人外购纸箱、纸托、标签、泡棉、彩盒等产品的价格公允性。

（一）说明各期外购成品的具体情况，是否存在客户指定供应商的情形，客户未直接向其采购的原因及合理性

报告期内，公司部分生产基地受产能限制，无法通过自产方式满足部分客户需求，公司通过外购成品的方式来满足客户需求。公司外购成品包括彩盒、说明书产品，外购成品的供应商均由公司自主开发选择，不存在客户指定供应商的情形。公司凭借良好的品牌口碑与优异的产品质量进行客户拓展，成功进入客户供应链后获得客户下发的订单，在部分产能受限情况下公司自主决定是否通过外采来满足客户需求，因此客户未直接向供应商采购。报告期内，公司外购成品情况具体如下：

单位：万元

类别	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
彩盒	**2,924.89**	4,489.26	2,488.87	4,270.72
说明书	**560.51**	978.74	907.17	782.77
合计	**3,485.40**	**5,468.00**	**3,396.03**	**5,053.49**

（二）分析发行人外购纸箱、纸托、标签、泡棉、彩盒等产品的价格公允性

公司原材料采购根据产品销售情况分类，其中，外购成品包括向供应商直接采购彩盒、说明书；外购组件为向外采购的各类配套材料，如纸箱、标签、泡棉、纸托等。

实际经营过程中，公司采购部门对于新物料产品通常会进行三方比价，根据比价情况选取成本、性能较好的供应商进行最终采购；而一些长期供应的老款物料，考虑到供应稳定性及采购便利性，公司通常不会再进行多方比价，而是由原供应商提供产品成本报价分析，将产品的材料、人工等成本列明，再留存合理利润，由公司根据成本报价分析决定是否继续合作。

由于上述纸箱、纸托、标签、泡棉、彩盒等产品具有定制化特性，在产品尺寸、材料、特性方面有一定差异，进而导致不同物料产品采购价格有所差异，因

此选取各类产品报告期各**期**采购规模最大的一款物料进行比价，具体如下：

1、2025 年 1-6 月

采购类别	物料代码	供应商	平均采购价格	价格公允性对比或分析
彩盒	1207S.L.0037	东莞市志旺包装制品有限公司	14.16	成本报价分析 14.44 元/个，利润留存 10%
纸箱	1409D.B.0511	东莞市均荣包装材料有限公司	1.81	成本报价分析 1.81 元/个，利润留存 10%
纸托	5.05.000868DG	无锡锡宝新材料科技有限公司	2.02	东莞达峰环保科技有限公司报价 2.04 元/Pcs
标签	1207Y-2.B.0009	东莞市顺丰纸品制造有限公司	1.11	成本报价分析 1.11 元/个，利润留存 5%
泡棉	1207SM-1.E.0042	宁波杭州湾新区可肯电子有限公司	1.98	由客户指定该供应商供货，报价 1.98 元/个，公司评估成本后进行采购

注：上述价格均为不含税价。

2、2024 年

采购类别	物料代码	供应商	平均采购价格	价格公允性对比或分析
彩盒	1102T.B.0144	SMILE KYOSHIN PROPRINT CO.,LTD	5.71	由于泰国本地满足要求的彩盒供应商较少，公司根据供应商报价与客户能够接受的产品价格协商比对，保证利润空间即进行采购
纸箱	1364V.B.0059	United Creation Packaging Solutions (JH) Sdn. Bhd.	3.33	该纸箱同尺寸（455*232*341mm）的其他供应商采购价格为 3.42 元/Pcs，采购规模较小；由于向 United Creation Packaging Solutions (JH) Sdn. Bhd.采购规模较大，价格具有合理性
纸托	5.05.000827	东莞达峰环保科技有限公司	0.88	无锡锡宝新材料科技有限公司报价 0.88 元/Pcs
标签	1409D.S.0322	东莞鼎瑞科技有限公司	0.32	东莞市铭杰盛材料有限公司报价 0.35 元/Pcs；深圳市旭荣兴科技有限公司报价 0.34 元/Pcs
泡棉	1409D.B.0091	东莞市辉豪包装材料有限公司	4.57	成本报价分析 4.57 元/个，利润留存 10%

注：上述价格均为不含税价；上述标签 1409D.S.0322 产品与下文表格 1409D.S.0040 产品实际为同一款产品，由于客户物料代码调整而相应变更公司物料代码。

由上表可见，公司主要采购的相关产品物料价格与第三方报价较为可比，成本报价分析中利润留存较为合理，采购价格均有公允性。

3、2023 年

采购类别	物料代码	供应商	平均采购价格	价格公允性对比或分析
彩盒	1102T.B.0128	SMILE KYOSHIN PROPRINT CO.,LTD	10.82	由于泰国本地满足要求的彩盒供应商较少，公司根据供应商报价与客户能够接受的产品价格协商比对，保证利润空间即进行采购
纸箱	1364V.B.0059	United Creation Packaging Solutions (JH) Sdn. Bhd.	3.31	该纸箱同尺寸（455*232*341mm）的其他供应商采购价格为 3.42 元/Pcs，采购规模较小；由于向 United Creation Packaging Solutions (JH) Sdn. Bhd.采购规模较大，价格具有合理性
纸托	5.05.000900	江阴市环创包装科技有限公司	0.42	该供应商成本报价分析 0.42 元/个，利润留存 5%
标签	1409D.S.0040	东莞鼎瑞科技有限公司	0.35	东莞市铭杰盛材料有限公司报价 0.35 元/Pcs；深圳市旭荣兴科技有限公司报价 0.34 元/Pcs
泡棉	1354.B.0349	东莞市辉豪包装材料有限公司	7.67	该供应商成本报价分析 7.70 元/个，利润留存 10%

注：上述价格均为不含税价。

由上表可见，公司主要采购的相关产品物料价格与第三方报价较为可比，采购价格均有公允性。

4、2022 年

采购类别	物料代码	供应商	平均采购价格	价格公允性对比或分析
彩盒	1102T.B.0120	SMILE KYOSHIN PROPRINT COLTD	10.57	由于泰国本地满足要求的彩盒供应商较少，公司根据供应商报价与客户能够接受的产品价格协商比对，保证利润空间即进行采购
纸箱	1102Y.B.0194	PT ACCORD MANDIRI BATAM	4.12	该纸箱尺寸（464*188*380mm），近似尺寸（461*257*350mm）的供应商采购价格为 4.72 元/Pcs，价格差异较小
纸托	1102T.B.0003	SARNTI GREENPACK COLTD	3.22	当地满足要求的供应商较少，公司根据供应商报价与客户能够接受的产品售价对比，保证利润空间即进行采购
标签	1105Y.S.0003	东莞市博格达塑胶五金制品有限公司	0.22	该供应商成本报价分析 0.24 元/Pcs，利润留存 5%
泡棉	1354.B.0353	东莞市辉豪包装材料有限公司	6.11	该供应商成本报价分析 6.11 元/个，利润留存 10%

注：上述价格均为不含税价。

由上表可见，公司主要采购的相关产品物料价格与第三方报价较为可比，采购价格均有公允性。

五、结合主要产品生产工艺、流程及产能等，说明报告期内外协加工的必要性，是否涉及核心生产环节，各期外协加工的金额及比例；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。

（一）结合主要产品生产工艺、流程及产能等，说明报告期内外协加工的必要性，是否涉及核心生产环节，各期外协加工的金额及比例；

公司主要产品包括彩盒、说明书等，主要生产工艺与流程包括切纸、印刷、表面处理、模切、组装等，其中部分工序为手工处理。报告期内，公司外协加工金额情况如下：

项目	2025 年 1-6 月	2024 年	2023 年	2022 年
金额（万元）	**3,024.65**	5,889.28	2,300.47	1,502.60
占营业成本比例	**3.86%**	5.74%	2.87%	2.19%

报告期内，公司外协金额占营业成本比例相对较低，外协主要发生于广东东莞生产基地，东莞基地各期产能利用率分别为 81.38%、82.28%、90.44%和 94.80%，呈现逐年上升趋势，并于 2024 年和 2025 年 1-6 月呈现较为饱和状态，因此，东莞基地阶段性采用外协加工的方式缓解生产压力，使得 2024 年公司外协加工金额整体有所上升，具有合理性。

报告期内，公司外协主要涉及的工序包括手工、印刷、表面处理三类工序。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。

印刷作为公司生产的核心环节之一，根据不同客户产品的需求，对生产设备、工艺技术、生产复杂程度的要求存在一定差异。公司首先会对各类产品的印刷工艺进行评估，对复杂程度较高、设备及技术门槛高的印刷工艺使用自身产能生产，

以满足客户对产品性能的要求；对于复杂程度较低、设备及技术门槛较低的印刷工艺，在自身产能不足的情况下，公司阶段性委托外协厂商生产，起到补充性、辅助性作用。公司在印刷环节对外协厂商不存在依赖，公司仍掌握印刷工艺的核心技术与竞争力。

（二）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；

报告期各期，公司前五大主要外协厂商的工艺环节、采购金额、生产资质、公司采购占其比例情况如下：

2025 年 1-6 月						
序号	供应商	工艺环节	金额	占比	生产资质	公司采购占其同类业务比例
1	东莞市东坑环亚包装制品厂及其关联方	手工	552.85	18.28%	无需特定资质	0-25%
2	东莞市得美智能包装有限公司	手工	482.34	15.95%	无需特定资质	25-50%
3	东莞市祥企印刷制品有限公司	印刷	379.15	12.54%	印刷经营许可证	25-50%
4	东莞喜印门新型印刷有限公司	印刷	313.59	10.37%	印刷经营许可证	0-25%
5	东莞市迎彩包装材料有限公司	表面处理	181.46	6.00%	无需特定资质	0-25%
合计			2,006.59	63.13%		
2024 年度						
序号	供应商	工艺环节	金额	占比	生产资质	公司采购占其同类业务比例
1	东莞市东坑环亚包装制品厂及其关联方	手工	1,220.77	20.24%	无需特定资质	25-50%
2	东莞市得美智能包装有限公司	手工	1,066.16	17.68%	无需特定资质	0-25%
3	东莞市祥企印刷制品有限公司	印刷	817.71	13.56%	印刷经营许可证	25-50%
4	东莞喜印门新型印刷有限公司	印刷	649.08	10.76%	印刷经营许可证	0-25%
5	东莞市捷诚达包装有限公司	手工	232.29	3.85%	无需特定资质	0-25%
合计			3,788.90	66.09%		
2023 年度						
序号	供应商	工艺环节	金额	占比	生产资质	公司采购占其同类业务比例
1	东莞市东坑环亚包装制品厂及其关联方	手工	413.97	18.00%	无需特定资质	25-50%

2	淮安轩明人力资源有限公司	手工	280.01	12.17%	无需特定资质	0-25%
3	涟水美盈森智谷科技有限公司	印刷	259.52	11.28%	印刷经营许可证	0-25%
4	东莞市得美智能包装有限公司	手工	231.37	10.06%	无需特定资质	0-25%
5	东莞喜印门新型印刷有限公司	印刷	217.71	9.46%	印刷经营许可证	0-25%
合计			**1,402.58**	**60.97%**		
2022 年度						
序号	**供应商**	**工艺环节**	**金额**	**占比**	**生产资质**	**公司采购占其同类业务比例**
1	东莞市东坑环亚包装制品厂及其关联方	手工	662.37	44.08%	无需特定资质	25-50%
2	东莞市祥企印刷制品有限公司	印刷	254.24	16.92%	印刷经营许可证	0-25%
3	WENTAR INDUSTRIES SDN.BHD.	表面处理	119.04	7.92%	无需特定资质	0-25%
4	苏州市咏佳包装科技有限公司	表面处理	76.88	5.12%	无需特定资质	0-25%
5	苏州市奥尔兰智能科技有限公司	印刷	60.25	4.01%	印刷经营许可证	0-25%
合计			**1,172.78**	**78.05%**		

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、**东莞市东坑耀盈包装制品厂**系同一控制下个体工商户。

（三）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

1、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
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	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
手工加工	**0.64**	0.37	0.35	0.32
印刷	**0.45**	0.46	0.49	0.30
表面处理	**0.28**	0.22	0.20	0.25

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。

2、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

由于公司产品具有定制化属性，不同产品同一加工工序由于产品尺寸、特性、要求等不同，亦会有较大差异，因此选取报告期内主要外协厂商所从事加工工序中采购金额最大的一款料号，对比采购单价与其他外协厂商或第三方市场报价情况如下：

（1）手工

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
		2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度	
1304.L.0287	淮安元骏纸制品有限公司	-	0.32	-	-	淮安元骏纸制品有限公司系包工包料模式，淮安达开纸制品有限公司不包料，因此前者价格较高
	淮安达开纸制品有限公司	-	0.23	-	-	
1390F.L.0092	东莞市浩博包装科技有限公司	-	-	2.06	-	东莞市浩博包装科技有限公司系包工包料模式，东莞市得美智能包装有限公司不包料，因此前者价格较高
	东莞市得美智能包装有限公司	2.21	-	1.77	-	
1493C-1.L.0027	东莞市得美智能包装有限公司	0.66	0.66	-	-	无显著差异
	东莞市尊雅包装科技有限公司	-	0.66	-	-	
1339F.L.000	东莞市浩博包装科	1.04	0.69	-	-	2025 年东莞市浩博包装

物料号	供应商	平均采购单价				是否存在显著差异
		2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度	
7	技有限公司					科技有限公司转为部分包料形式，因此单价相应上升
	东莞市尊雅包装科技有限公司	0.69	0.70	-	-	
1499.L.0033	东莞市浩博包装科技有限公司	-	6.73	-	-	差异原因同上
	东莞市得美智能包装有限公司	-	4.07	-	-	
1339.L.1692	东莞市浩博包装科技有限公司	0.97	0.97	-	-	无显著差异
	东莞市东坑环亚包装制品厂	-	0.82	-	-	
	东莞市恒欣顺纸品有限公司	-	0.97	-	-	
DG1097A-1.L.0001	东莞市浩博包装科技有限公司	-	-	-	1.28	东莞市尊雅包装科技有限公司的工序更为负责，还包括部分啤、击凸、V 槽等，因此单价更高
	东莞市尊雅包装科技有限公司	-	-	-	1.62	
1409.L.0092	东莞市虎昌纸制品有限公司	-	-	2.40	-	东莞市虎昌纸制品有限公司系包工包料模式，东莞市得美智能包装有限公司不包料，因此前者价格较高
	东莞市得美智能包装有限公司	-	-	1.70	-	
1390F.L.0001	东莞市浩博包装科技有限公司	-	3.77	3.77		东莞市浩博包装科技有限公司对该物料是包工包料做成成品后出货，东莞市金马智能制造有限公司仅做该物料其中单个配件的加工工序，且不包料
	东莞市金马智能制造有限公司	-	-	0.35	-	
1409D.L.0068	东莞市得美智能包装有限公司	-	2.61	2.61		东莞市冠欣包装材料有限公司仅从事该物料的粘盒工序，工序较为简单，系公司阶段性粘盒机产能无法满足订单需求，因此部分外发加工；东莞市得美智能包装有限公司则包括成品制作的各类手工工序
	东莞市冠欣包装材料有限公司	-	-	0.06	-	

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，或差异原因具有合理性，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
		2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度	
03.1434D.LW.000003	**东莞市中荣印刷有限公司**	**0.09**	**-**	**-**	**-**	**深圳市同和美联印刷有限公司为 UV 冷烫印刷，东莞市中荣印刷有限公司系公司由于交期问题临时调拨，处理普通印刷，工序较为简单**
	深圳市同和美联印刷有限公司	**1.60**	**-**	**-**	**-**	
1177T.M.0040	东莞喜印门新型印刷有限公司	-	1.24	-	-	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	-	0.41	-	-	
1097A.L.0082	东莞喜印门新型印刷有限公司	-	-	0.54	-	差异原因同上
	东莞市祥企印刷制品有限公司	-	-	0.24	-	
DG1097A-1.L.0002	东莞喜印门新型印刷有限公司	-	0.57	-	-	喜印门与祥企差异原因同上，东莞市丰盛包装材料有限公司（以下简称丰盛）亦提供 UV 印刷服务，单价相对较高
	东莞市祥企印刷制品有限公司	-	0.23	-	-	
	东莞市丰盛包装材料有限公司	-	0.58	-	-	
1097A-1.L.0002	东莞喜印门新型印刷有限公司	-	0.59	0.58	-	差异原因同上
	东莞市祥企印刷制品有限公司	-	0.19	-	-	
1177J.M.0070	东莞喜印门新型印刷有限公司	-	1.23	-	-	差异原因同上
	东莞市祥企印刷制品有限公司	-	0.39	-	-	

物料号	供应商	平均采购单价				是否存在显著差异
		2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度	
1097B.L.0022	东莞喜印门新型印刷有限公司	-	1.47	1.00	-	喜印门与祥企差异原因同上，丰盛订单较多，该物料开机费成本较低，且有阶梯价，采购数量较多情况下使得平均成本较低
	东莞市丰盛包装材料有限公司	-	0.88	-	-	
	东莞市祥企印刷制品有限公司	-	0.48	0.30	-	
1390F.M.0041	东莞市祥企印刷制品有限公司	-	0.35	-	-	该物料部件分为两家供应商加工，对于印刷的颜色要求不同，使得单价有所差异；**2025 年 1-6 月采购规模较小，摊销开机费导致单价较高**
	东莞市欣彩印刷有限公司	**2.86**	0.54	-	-	
1207M-1.M.0109	东莞市欣彩印刷有限公司	-	0.12	-	-	无显著差异
	东莞市祥企印刷制品有限公司	-	0.16	-	-	
gaoyi03.L.0078	东莞喜印门新型印刷有限公司	-	-	0.70	-	该物料印刷颜色要求存在区别，喜印门是 4 色+2 专色共 6 色印刷，东莞市博润印刷有限公司仅 2 专色印刷，前者价格较高
	东莞市博润印刷有限公司	-	-	0.18	-	

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
		2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度	
1207Y-2.B.0066	东莞市捷诚达包装有限公司	0.56	-	-	-	东莞市捷诚达包装有限公司额外负责表面处理覆膜工序，相较而言工序更多，因此单价更高
	东莞市迎彩包装材料有限公司	0.40	-	-	-	
1207Y-2.B.0067	东莞市捷诚达包装有限公司	0.26	-	-	-	无显著差异
	东莞市迎彩包装材料有限公司	0.26	-	-	-	
1207K.B.0014	东莞市捷诚达包装有限公司	-	-	0.17	0.17	东莞市文彩纸品有限公司系包工包料模式，其他两家不包料
	东莞市文彩纸品有限公司	-	-	-	0.28	
	东莞市东坑环亚包装制品厂	-	-	-	0.17	
1207XY.B.0102	东莞市捷诚达包装有限公司	0.12	-	-	-	工序具体形式有所不同，东莞市文彩纸品有限公司为大张排 6 模过胶，单次加工个数更多；其他供应商为单模过胶
	东莞市文彩纸品有限公司	0.41	-	-	-	
	东莞市迎彩包装材料有限公司	0.16	-	-	-	
1207XY.B.0043	东莞市文彩纸品有限公司	0.42	-	-	-	差异原因同上
	东莞市迎彩包装材料有限公司	0.12	-	-	-	
1105H.B.0542	东莞市捷诚达包装有限公司	0.22	0.14	0.12	0.13	无显著差异
	东莞市文彩纸品有限公司	-	0.15	0.12	0.12	
1207Y-2.B.0008	东莞市捷诚达包装有限公司	-	0.13	0.12	-	无显著差异
	东莞市文彩纸品有限公司	-	0.15	-	-	
ProjectA 彩盒	苏州市咏佳包装科技有限公司	-	-	-	0.50	无显著差异
	苏州浩发纸制品有限公司	-	-	-	0.60	
0105A.L.0482	东莞市捷诚达包装有限公司	-	0.16	0.12	0.15	差异原因同上
	东莞市文彩纸品有限公司	-	1.17	-	-	
1409D.L.0472	东莞市捷诚达包装有限公司	-	0.30	-	-	该物料东莞市捷诚达包装有限公司系包工包料模式，东莞市文彩纸品有限公
	东莞市文彩纸品有限公司	-	0.19	-	-	

物料号	供应商	平均采购单价				是否存在显著差异
		2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度	
						司不包料

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。

六、结合采购合同条款及结算政策说明报告期内大额预付账款产生的原因、时间及相关采购业务的执行情况；说明各期末大额预付账款的主要供应商名称、预付金额、账龄、期后结转情况，结合付款政策及同行业可比公司的情况说明合理性及是否符合行业惯例；对于金额较大且账龄较长的预付账款，说明是否存在已发生成本费用但未及时结转的情况；发行人、控股股东、实际控制人、董监高及其关系密切的家庭成员等是否与相关供应商存在关联关系、是否存在资产被控股股东或实际控制人及其关联方控制和占用的情形。

（一）结合采购合同条款及结算政策说明报告期内大额预付账款产生的原因、时间及相关采购业务的执行情况；说明各期末大额预付账款的主要供应商名称、预付金额、账龄、期后结转情况，结合付款政策及同行业可比公司的情况说明合理性及是否符合行业惯例；

报告期内，公司预付账款主要包括预付材料款、预付设备和工程款等，分别计入预付账款和其他非流动资产。公司产生预付账款的主要原因包括对部分具有稀缺性的原材料进行提前预付采购以保障生产稳定性，按照合同对印刷机等设备、工程项目进行部分款项预付，符合设备及工程行业惯例。

报告期各期末，公司预付金额在 200 万元以上的款项内容、账龄及截至 2025 年 9 月 30 日的期后结转情况如下：

1、2025 年 1-6 月

单位：万元

预付对象	金额	款项性质	入账时间	账龄	期后结转金额	期后结转比例
华川建设集团有限公司	316.26	工程预付款	2024 年 5 月、2025 年 6 月	1 年以内、1-2 年	316.26	100%

2、2024 年

单位：万元

预付对象	金额	款项性质	入账时间	账龄	期后结转金额	期后结转比例
海德堡印刷设备（北京）有限公司深圳分公司	2,125.00	印刷机预付款	2024 年 8 月、12 月	1 年以内	2,125.00	100%
华川建设集团有限公司	382.57	工程预付款	2024 年 5 月	1 年以内	382.57	100%
重庆市满天星耀机械设备有限公司	300.00	设备预付款	2024 年 12 月	1 年以内	300.00	100%
广东富宏升贸易有限公司	262.46	设备预付款	2024 年 10 月、12 月	1 年以内	262.46	100%
PT Rancha Cakra Semesta	232.81	预付租金	2024 年 12 月	1 年以内	174.61	75%
Wishing International Limited	216.73	设备预付款	2024 年 11 月	1 年以内	216.73	100%

3、2023 年

单位：万元

预付对象	金额	款项性质	入账时间	账龄	期后结转金额	期后结转比例
KOENIG & BAUER SHEETFED AG & Co.KG	2,124.83	印刷机预付款	2023 年 7 月	1 年以内	2,124.83	100%
国家金库东莞市中心支库	1,864.00	土地并证保证金	2023 年 12 月	1 年以内	1,864.00	100%
太仓裕世进出口有限公司	222.13	预付设备款	2023 年 11 月	1 年以内	222.13	100%
AN PHAT HIGH-TECHNOLOGY INDUSTRIALPARK JOINTSTOCK COMPANY	212.04	越南土地预付款	2021 年 7 月	2-3 年	212.04	100%
星瀚包装（吴江）有限公司	209.30	预付租金	2023 年 11 月	1 年以内	209.30	100%
苏州市金科自动化设备有限公司	205.24	预付设备款	2023 年 11 月	1 年以内	205.24	100%

预付对象	金额	款项性质	入账时间	账龄	期后结转金额	期后结转比例
KOENIG & BAUER SHEETFED AG & Co.KG	204.12	预付设备款	2022 年 12 月	1-2 年	204.12	100%

4、2022 年

单位：万元

预付对象	金额	款项性质	入账时间	账龄	期后结转金额	期后结转比例
弼伽机械科技无锡有限公司	458.00	预付设备款	2022 年 12 月	1 年以内	458.00	100%
AN PHAT HIGH-TECHNOLOGY INDUSTRIALPARK JOINTSTOCK COMPANY	214.06	预付土地款	2021 年 7 月	1-2 年	214.06	100%
KOENIG & BAUER SHEETFED AG & Co.KG	200.72	预付设备款	2022 年 12 月	1 年以内	200.72	100%

由上表可见，公司主要预付款项期后结转情况良好。其中，部分预付账龄超过 1 年或尚未完全结转的款项情况如下：

预付对象	账龄超过 1 年或尚未全部结转的原因
PT Rancha Cakra Semesta	子公司预付的未来 1 年厂房的租金，逐月扣款，按期结转
AN PHAT HIGH-TECHNOLOGY INDUSTRIALPARK JOINTSTOCK COMPANY	子公司预付的越南土地预付款，根据当地相关政策完成手续办理后已结转
KOENIG & BAUER SHEETFED AG & Co.KG	境外子公司购买设备的预付定金，已结转

公司预付款项中，印刷机设备的预付金额较大，同行业可比上市公司未披露预付款项具体对象，但在实际经营中，印刷企业购买知名品牌的大型印刷机通常需要进行预付，属于行业惯例。报告期内，公司向海德堡印刷设备（北京）有限公司深圳分公司、KOENIG & BAUER SHEETFED AG & Co.KG（高宝单张解决方案股份两合公司（德国））大额预付的印刷机款项具体合同约定如下：

供应商名称	设备名称	付款政策及要求
海德堡印刷设备（北京）有限公司深圳分公司	海德堡速霸九色平张纸胶印机 72×104cm 带双上光系统和 2 个中间单元	买方应于本合同签订后 7 日内以电汇方式支付人民币 425 万元，作为定金；剩余合同金额，计人民币 1,700 万元，应由买方于本合同商品/设备发运前 7

供应商名称	设备名称	付款政策及要求
		日之前以电汇方式支付。
KOENIG & BAUER SHEETFED AG & Co.KG	高宝利必达 164-6+L 全开六色胶印机	合同金额之 2,668,000.00 欧元，买方于约定日前以电汇方式支付；剩余金额 168,000.00 欧元，在不晚于货物装船前 30 天以电汇方式支付

（二）对于金额较大且账龄较长的预付账款，说明是否存在已发生成本费用但未及时结转的情况；发行人、控股股东、实际控制人、董监高及其关系密切的家庭成员等是否与相关供应商存在关联关系、是否存在资产被控股股东或实际控制人及其关联方控制和占用的情形。

由上文回复可知，公司不存在金额较大、账龄较长且尚未结转的预付账款，报告期各期末，公司主要预付账款均已实现结转，部分 2024 年末预付的房租款项按进度逐月扣款结转，具有合理性，公司不存在已发生成本费用但未及时结转的情况。

发行人、控股股东、实际控制人、董监高及其关系密切的家庭成员与上述相关供应商不存在关联关系，不存在资产被控股股东或实际控制人及其关联方控制和占用的情形。

七、中介机构核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐机构及申报会计师履行了以下核查程序：

1、查阅企查查公开工商信息，对主要供应商进行走访、访谈，了解相关供应商主营业务、股权结构、成立时间等信息，了解其中部分注册资本较少、社保参保人数较低、成立时间较短即成为发行人主要供应商的背景及原因；

2、查阅同行业可比公司公开披露信息、行业资讯及报告等，访谈公司采购人员，了解公司通过贸易商采购相关原材料的原因及必要性，是否符合行业惯例；了解公司向相关主要贸易商采购产品的终端厂商情况，对比公司向终端厂商采购价格与向贸易商采购价格，了解差异原因；

3、查询行业公开数据信息，对比白卡纸、白板纸此类大宗商品的市场价格与公司采购价格差异，并了解原因；对于纸板此类定制化产品，查阅报告期内公

司采购入库明细，对比主要物料向不同供应商采购的价格差异；

4、获取并查阅报告期内公司各类产品的成本明细、采购入库明细、生产人员数量、水电采购明细等，对比各期不同产品的直接材料成本、原材料采购价格、耗用量，直接人工成本、生产人员数量、薪酬，制造费用、水电费、生产设备折旧变动等变动情况，并了解差异原因；

5、获取报告期内公司采购入库明细表，了解外购成品的采购构成及内容，访谈采购人员，了解是否存在客户指定供应商情形，了解公司外购成品的原因，对比公司采购纸箱、纸托、标签、泡棉、彩盒产品的主要物料价格，并于第三方报价对比，了解差异原因；

6、查阅公司主要产品生产工艺、流程，获取报告期内公司各生产基地产能数据、外协采购明细，了解外协加工的具体内容、工艺环节、原因及必要性；访谈主要外协供应商，了解其基本情况、公司采购占其销售比例以及相关工序是否需要生产资质；获取公司报告期内主要外协加工工序的平均采购单价，对比主要外协加工物料向不同供应商的采购价格，分析采购价格公允性；

7、获取并查阅报告期内公司预付账款、其他非流动资产明细表，了解各期末公司主要预付对象、金额、账龄及期后结转情况，对于大额预付款项，获取相关采购合同，查阅付款相关条款，了解预付原因及背景；查阅同行业上市公司公开披露信息，了解相关预付情况。

8、获取报告内公司及关联方的法人流水，董事、监事、高级管理人员及关键人员的自然人流水，核查与相关主要供应商是否存在资金往来、关联关系等；获取相关方无关联关系的说明与承诺；通过公开工商信息核查相关供应商与公司及关联方是否存在关联关系，获取主要供应商无关联关系的说明与承诺；

（二）核查意见

经核查，保荐机构及申报会计师认为：

1、报告期内，公司各类主要原材料的主要供应商变动具有合理性，存在注册资本较少、社保参保人数较低、成立时间较短即成为发行人主要供应商的情况，具有合理原因及背景；相关供应商及其关联方与发行人及其关联方不存在关联关系或潜在关联关系、其他利益安排；公司纸张类原材料主要通过贸易商进行采购，

符合行业惯例，具有合理性与必要性，公司向贸易商采购价格与同类非贸易供应商相比存在一定差异，具有合理性；

2、报告期内，公司主要原材料如白卡纸、白板纸的采购单价与市场价格不存在较大差异，向不同供应商采购相同料号的纸板价格较为一致，主要原材料采购价格具有公允性；

3、报告期内，公司不同主要产品的直接材料成本与原材料采购价格、耗用量较为匹配，直接人工成本与生产人员数量、薪酬变动较为匹配，制造费用与水电费、生产设备折旧变动较为匹配；

4、报告期内，公司外购成品中不存在客户指定供应商的情形，对比公司外购纸箱、纸托、标签、泡棉、彩盒等产品的价格与第三方报价，公司外购上述产品价格具有公允性；

5、报告期内，公司出于成本考量以及部分生产基地由于产能限制，通过外协加工方式进行生产，具有必要性，印刷涉及核心生产环节，但外协供应商主要从事复杂程度较低、设备与技术要求较低的印刷环节，主要起到补充性、辅助性作用；报告期内，公司主要外协供应商具备相应生产经营必备资质，各期外协加工工序的平均采购单价根据公司外协的产品不同有所波动，具有合理性，公司向不同供应商采购主要的外协物料价格具有可比性，采购价格具有公允性；

6、报告期内，公司主要预付款项具有合理性，其中大额预付款主要为印刷机设备的预付款，符合行业惯例；公司金额较大且账龄较长的预付账款，不存在已发生成本费用但未及时结转的情况；公司、控股股东、实际控制人、董监高及其关系密切的家庭成员等与相关供应商不存在关联关系、不存在资产被控股股东或实际控制人及其关联方控制和占用的情形。

（三）说明对主要供应商的发函、回函的比例，未回函部分所执行替代程序的具体情况及结论；对主要供应商视频访谈或走访的具体情况，包括数量、金额及占比，访谈的证据、数据及结果是否充分、有效。

报告期内，保荐机构、申报会计师对主要供应商执行了函证程序，具体发函、回函比例，及回函不符进行差异调节、未回函进行替代测试情况如下：

单位：万元

项目	发函比例及回函比例			
	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
采购发函金额(a)	**29,800.95**	54,590.13	43,990.33	40,641.64
采购总额(b)	**39,809.61**	73,406.28	54,872.30	46,003.74
发函比例(a/b)	**74.86%**	**74.37%**	**80.17%**	**88.34%**
回函确认相符(c)	**24,371.84**	42,907.82	34,750.88	38,817.88
回函不符经调节后可确认(d)	**3,730.01**	11,036.48	2,415.64	1,350.78
采购可确认金额(c+d)	**28,101.85**	53,944.30	37,166.52	40,168.66
采购可确认回函比例(c+d)/(b)	**94.30%**	98.82%	84.49%	98.84%
未回函金额	**1,699.10**	645.83	6,823.81	472.98
未回函替代测试可确认金额	**1,699.10**	645.83	6,823.81	472.98
上述程序合计可确认金额(e)	**29,800.95**	54,590.13	43,990.33	40,641.64
上述程序合计可确认比例(e/a)	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**

报告期内，保荐机构、申报会计师对主要供应商执行了实地走访程序，具体情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
供应商走访数量	120			
采购走访金额	**23,164.91**	**49,771.69**	**39,574.42**	**34,795.08**
其中：现场走访的金额	**23,164.91**	**49,771.69**	**39,574.42**	**34,795.08**
视频访谈的金额	**-**	-	-	-
采购走访比例	**58.19%**	**67.80%**	**74.92%**	**75.65%**
其中：现场走访的比例	**58.19%**	**67.80%**	**74.92%**	**75.65%**
视频访谈的比例	**-**	-	-	-

保荐机构、申报会计师在走访过程中，对供应商获取了以下访谈证据：

（1）被访谈人员的身份证复印件、名片或其他身份证明文件；（2）被访谈单位的营业执照；（3）被访谈单位与高义包装之间的业务、交易类单据；（4）现场查看被访谈单位的仓库或生产车间，识别出公司产品并拍照（如适用）；（5）获取经对方签字或盖章确认的访谈问卷；（6）使用带有实时时间、地址信息的水印相机，与被访谈人员在识别公司信息处进行访谈合照。

综上，保荐机构、申报会计师对主要供应商走访获取的证据较为充分，数据

及结果较为充分、有效。

（四）结合资金流水核查情况，说明发行人及相关主体与主要供应商及相关主体是否存在异常资金往来。

保荐机构、申报会计师对报告期内公司及关联方法人银行流水，实际控制人、董监高、其他关键岗位人员及其他自然人银行流水进行了核查，具体情况如下：

1、发行人及其他法人银行流水

保荐机构、申报会计师获取的发行人及其他法人银行流水情况如下：

序号	公司名称	关系	账户数量	获取方式和程序
1	广东高义包装科技股份有限公司	发行人	7	保荐机构、申报会计师现场参与实地打印，并结合人民银行开户清单确认账户完备性
2	深圳高义供应链管理有限公司（曾用名：深圳高义供应链管理科技有限公司、深圳市高义包装科技有限公司）	子公司	2	
3	广东高义精密科技有限公司	子公司	1	
4	高义包装印刷（淮安）有限公司	子公司	2	
5	高义包装印刷（无锡）有限公司	子公司	3	
6	高义包装科技（无锡）有限公司	子公司	3	
7	高义包装科技（东莞）有限公司	子公司	1	
8	广东高义锦润包装智造有限公司	子公司	1	
9	香港鸿达印刷集团有限公司	子公司	3	由发行人提供相关主体流水，保荐机构、申报会计师结合公司科目余额表及银行询证函确认账户完备性
10	HONDA PRINTING HOLDINGS(VIET NAM)COMPANY LIMITED（越南鸿达）	子公司	2	
11	PT GAOYI PACKAGING INDONESIA（印尼高义）	子公司	1	
12	HONDA PRINTING AND PACKAGING(M)SDN.BHD.（马来鸿达）	子公司	2	
13	PRINTPACK(M)SDN.BHD.（马来包装）	子公司	11	
14	PT HONDA PACKAGING INDONESIA（印尼鸿达）	子公司	2	
15	Papertex Industries Sdn Bhd（马来彩印）	子公司	6	
16	PT.GLOBAL PACKAGING BATAM（环球包装）	子公司	1	
17	HONDA INTERNATIONAL PACKING(THAILAND)CO.,LTD.	子公司	1	

序号	公司名称	关系	账户数量	获取方式和程序
	（泰国鸿达）			
18	HONDA(HAI DUONG) PRINTING PACKAGING LTD（海阳鸿达）	子公司	6	
19	BRANCH of HONDA (HAI DUONG) PRINTING PACKAGING COMPANY LIMITED（海阳鸿达分支）	子公司	2	
20	Honda（Dong Nai） Printing and Packaging Company Limited（同奈鸿达）	子公司	3	
21	GAOYI PACKING & PRINTING (MALAYSIA) SDN BHD（马来高义）	子公司	1	
22	PT HONDA PACKAGING JAKARTA（雅加达鸿达）	子公司	2	
23	HONDA PACKAGING (THAILAND) CO.,LTD.（泰国包装）	子公司	2	
24	Ysen Honda (Philippines) Packaging Inc（菲律宾鸿达）	子公司	2	
25	深圳市昇晖贸易有限公司	关联法人	3	由发行人提供相关主体流水，保荐机构、申报会计师结合人民银行开户清单确认账户完备性
26	上海高萍企业管理合伙企业(有限合伙)	发行人持股平台	1	
27	上海高儒企业管理合伙企业(有限合伙)	发行人持股平台	1	
28	东莞市高艺企业管理合伙企业（有限合伙）	发行人持股平台	1	
29	上海高懿投资合伙企业（有限合伙）	关联法人	1	
30	湖南亿豪供应链有限公司	关联法人	1	

2、实际控制人、董监高、其他关键岗位人员及其他自然人银行流水

保荐机构、申报会计师获取的挂牌公司实际控制人、董监高、其他关键岗位人员及其他自然人银行流水如下：

序号	姓名	任职或关系	账户数量	获取方式和程序
1	任志生	实际控制人、董事长	22	保荐机构、申报会计师现场参与实地打印，并结合各银行开户清单及云闪付查询结果确认账户完备性
2	王雪梅	实际控制人的配偶	15	
3	任柏宾	实际控制人的儿子	8	
4	张艳丽	原监事会主席、业务九部总经理	8	
5	王东	董事、副总经理、销售负责人	26	

序号	姓名	任职或关系	账户数量	获取方式和程序
6	周亚群	职工代表董事、财务总监	10	
7	李东红	董事	14	
8	段彦军	原监事、华南供应链总经理	11	
9	李存燕	原职工代表监事、流程质量部课长	18	
10	罗灼坤	副总经理	24	
11	宋意杰	董事会秘书、副总经理	22	
12	黄勤伟	财务经理	13	
13	刘红霞	出纳	15	

经核查，发行人及相关主体与主要供应商及相关主体资金往来具有合理原因或背景，不存在异常资金往来。

问题 7. 大额在建工程及固定资产的真实性

根据申请文件：(1)报告期各期末，发行人固定资产账面余额分别为 22,876.89 万元、31,659.35 万元和 58.037.11 万元，主要为机器设备；固定资产增长较快主要系公司为扩大生产规模而在前期进行投资建设的生产设备、厂房建筑物等陆续转固所致。(2)报告期各期末，发行人在建工程期末余额分别为 6.974.55 万元、26,576.86 万元和 25.078.82 万元在建工程金额较高主要系公司在持续推进望牛墩总部项目无锡新建厂房基建工程一期建设。(3)报告期各期末，发行人其他非流动资产余额分别为 1,805.18 万元、6.011.40 万元和 4.726.32 万元，主要系投资建设生产基地而预付的工程及设备款。

请发行人：(1)说明报告期内单位设备产能与产出的变化原因及合理性，与同行业可比公司比较是否存在明显差异：(2)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。(3)说明报告期内主要设备供应商的基本情况，包括名称、成立时间、实缴资本、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，充分分析设备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，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。(4)说明报告期内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，是否存在延迟转固的情形；各期主要在建工程涉及的主要供应商、施工方情况，是否与发行人及相关主体存在关联关系或其他利益安排；各期主要在建工程款项支付进度情况及相关资金流向，是否存在通过在建工程转移资金的情况。(5)说明各期末预付工程设备款的主要设备、主要工程及供应商的具体情况，供应商是否与发行人及关联方存在关联关系或其他利益往来，说明有关设备期后到货情况及有关工程期后结转情况。(6)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 2022 年末及 2024 年末待安装设备金额较高的原因，是否存在转固不及时的情形。(7)说明各期末对固定资产、在建工程的盘点情况及结果。

请保荐机构、申报会计师：(1)核查上述事项并发表明确意见。(2)说明对固定资产、在建工程的监盘程序、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。(3)对在建工程主要供应商的函证及访谈情况，包括发函/访谈对象、发函及回函金额，针对差异金额或未回函金额采取的具体替代措施，对相关工程款是否存在资金占用或用于体外资金循环的具体核查程序及核查结论，核查证据是否足以支持核查结论。

一、说明报告期内单位设备产能与产出的变化原因及合理性，与同行业可比公司比较是否存在明显差异：

（一）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	2025 年 1-6 月/2025 年 6 月 30 日	2024 年度/2024 年 12 月 31 日	2023 年度/2023 年 12 月 31 日	2022 年度/2022 年 12 月 31 日
产能（万印次）	**22,333.60**	41,629.63	38,041.20	35,117.60
产量（万印次）	**16,946.58**	30,084.61	26,603.20	27,836.57
机器设备原值（万元）	**60,130.21**	52,911.53	41,268.71	32,220.16

单位机器设备原值的产能（印次/元）	**0.74**	0.79	0.92	1.09
单位机器设备原值的产量（印次/元）	**0.56**	0.57	0.64	0.86

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 3：2025 年 1-6 月，上述单位设备相关指标已简单年化处理。

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。报告期内，公司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原因系（1）发行人新增了较多的模切机、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；（2）发行人近年来积极开发纸浆模塑产品，该类产品所需设备不包括印刷机，不直接增加印刷产能。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。

（二）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，公司的单位设备产能情况如下：

单位：印次/元

公司名称	T+3 年 1-6 月		T+2 年度		T+1 年度		T 年度	
	单位设备原值产能	单位设备原值产能	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
公司	**0.74**	**0.56**	0.79	0.57	0.92	0.64	1.09	0.86
中荣股份	-	-	0.91	0.78	1.00	0.87	1.09	0.95

注 1：中荣股份数据来源于招股说明书，其报告期为 2019 年、2020 年及 2021 年，其未披露 2022 年产能之后的产能；
注 2：报告期内，同行业可比公司裕同科技、佳合科技、柏星龙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。

由上表可知，公司单位设备原值的产能和产量整体与可比公司中荣股份一致。其中，2024 年度，公司单位设备原值产能、产量下降幅度较大，主要是公司近年来增加了较多的模切机、纸盒成型机、堆叠机等基础设施设备及生产辅助设备和纸浆模塑成型设备等非印刷类设备。

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
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
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
佳合科技	彩印产品主要应用于主要应用于超市、商场的促销和展示
柏星龙	公司深耕酒类包装、国际化妆品包装及关联产品
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	2025 年 1-6 月/2025 年 6 月 30 日	2024 年度/2024 年 12 月 31 日	2023 年度/2023 年 12 月 31 日	2022 年度/2022 年 12 月 31 日
裕同科技	**2.86**	3.26	2.83	3.33
中荣股份	**1.75**	1.70	2.07	2.12
佳合科技	**3.48**	3.32	2.79	4.06
柏星龙	**4.95**	6.14	6.31	6.20
行业平均值	**3.26**	3.61	3.50	3.93
公司	**2.61**	2.67	2.62	2.90

注 1：单位机器设备产值=营业收入/期末机器设备原值；
注 2：数据来源于可比公司的公开披露资料，如定期报告和招股说明书等；

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。发行人 2023 年和 2024 年**及 2025 年 6 月**单位机器设备产值有所下降，主要原因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。

二、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、说明报告期内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	2025 年 1-6 月/2025 年 6 月 30 日		2024 年度/2024 年 12 月 31 日		2023 年度/2023 年 12 月 31 日		2022 年度/2022 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	25,851.66	0.05%	25,839.56	30.00%	19,876.83	37.72%	14,432.82
产能（万印次）	21,588.10	3.72%	41,629.63	9.43%	38,041.20	11.56%	34,098.00
产量（万印次）	16,946.58	12.66%	30,084.61	13.09%	26,603.20	-3.80%	27,653.35
销量-彩盒（万个）	26,070.06	18.95%	43,832.06	39.19%	31,489.77	6.06%	29,691.36
销量-说明书（万个）	16,565.58	18.22%	28,024.86	40.03%	20,013.69	-35.22%	30,892.69

注：2025 年 1-6 月同比变动为年化后金额的同比变动。

由上表可知，公司印刷机设备期末原值和产能逐年增长，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，购置一批印刷机设备，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。2023 年度，公司产量有所下降，由于部分说明书客户产品结构调整，公司说明书订单减少进而导致产量减少；2024 年度，随着公司新客户的开拓以及老客户的产品项目快速放量，公司彩盒与说明书的销量均有所增长，产量增长。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、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	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
裕同科技	**60.25%**	61.03%	63.41%	66.33%
佳合科技	**49.12%**	53.06%	53.50%	38.26%
中荣股份	**43.61%**	45.83%	43.09%	44.39%
柏星龙	**42.25%**	44.57%	49.49%	52.91%
发行人	**66.37%**	66.48%	67.21%	68.54%

由上表可知，公司机器设备成新率与裕同科技较为接近，高于佳合科技、中荣股份和柏星龙，主要系公司主要机器设备的已使用年限为 1 年至 8 年，佳合科技、中荣股份和柏星龙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。截至 **2025 年 6 月末**，公司资产原值大于 1,000 万元的印刷机具体情况如下：

机器型号	2025 年 1-6 月产能利用率	2024 年产能利用率	2023 年产能利用率	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	**92.99%**	83.61%	79.83%	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

机器型号	2025 年 1-6 月产能利用率	2024 年产能利用率	2023 年产能利用率	2022 年产能利用率	产能利用率情况说明
海德堡 8+1	**103.61%**	93.06%	92.85%	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	**71.51%**	84.37%	60.04%	73.44%	由于该设备对应的客户订单生产计划有所下降，导致该机器 2023 年度的产出相对较少，2024 年度已提升至正常水平
高宝 7+1 印刷机	**36.38%**	29.05%	16.98%	-	该设备于 2022 年 7 月购置，并安装于越南海阳生产基地，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
高宝全开六色加上光单张纸胶印机	**29.73%**	57.17%	55.83%	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-2024 年产能利用率逐步提升，**2025 年上半年产能利用率下降，主要是订单转移，预计较快达到正常水平**
海德堡 9C 对开印刷机	**68.39%**	121.19%	76.19%	80.22%	该设备于 2023 年从无锡印刷调拨至淮安高义，机器调试、产线组装需一定时间，导致 2023 年产量有所下降，产能利用率下降，2024 年产量需求增加，产能利用率增加
高宝利必达全开 6 色印刷机	**48.85%**	42.94%	22.59%	-	该设备于 2023 年 6 月购置，并安装于印度尼西亚生产基地，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，2023 年该设备产出相对较低所致，2024 年产能利用率逐步提升，预计较快达到正常水平
高宝利必达全开 6 色印刷机	**73.20%**	62.64%	15.87%	-	该设备于 2023 年 5 月购置，并安装于越南同奈生产基地，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，2023 年该设备产出相对较低所致，2024 年产能利用率逐步提升，预计较快达到正常水平
高宝利必达 105-6+L 六色胶印机	**71.51%**	86.03%	-	-	因广东高义生产基地对该设备生产的产品需求增加，公司于 2024 年 9 月购置该设备，产能利用率达正常水平

机器型号	2025 年 1-6 月产能利用率	2024 年产能利用率	2023 年产能利用率	2022 年产能利用率	产能利用率情况说明
高宝利必达 164-6+L 全开六色胶印机	**60.59%**	86.77%	-	-	因无锡高义生产基地对该设备生产的产品需求增加，公司于 2024 年 8 月购置该设备，产能利用率达正常水平
高宝全开印刷机	**84.63%**	60.96%	-	-	该设备安装于菲律宾鸿达生产基地，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，2024 年该设备产出相对较低所致，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。

三、说明报告期内主要设备供应商的基本情况，包括名称、成立时间、实缴资本、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，充分分析设备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，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

2025 年 1-6 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	海德堡印刷设备（北京）有限公司	海德堡九色平张胶印机	1,880.53	23.42%
2	SINOGRAPHIC INTERNATIONAL LIMITED（中印国际（香港）有限公司）	纸浆模塑设备、成型机	1,178.96	14.68%
3	WISHING INTERNATIONAL LIMITED	1800mm 波纹板生产线	874.07	10.88%
4	重庆市满天星耀机械设备有限公司	胶印机	541.59	6.74%
5	浙江欧伟智能科技有限公司	全自动方形底部纸袋机	395.31	4.92%
合计			4,870.48	60.65%
2024 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	KOENIG & BAUER SHEETFED AG & Co.KG	印刷机	3,658.66	24.36%
2	四川金时印务有限公司	十色凹版印刷机大张裁切机	955.75	6.36%

3	广东瀚森智能装备有限公司	全自动精品工包纸浆模塑一体机	817.05	5.44%
4	浙江高晟机械有限公司	制盒机	438.50	2.92%
5	浙江欧伟智能科技有限公司	高速切割机	403.21	2.68%
合计			**6,273.17**	**41.76%**
2023 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	弼伽机械科技无锡有限公司	纸塑成型机	980.53	18.81%
2	佛山市南海昭盈进出口贸易有限公司	水墨印刷机	236.85	4.54%
3	天津长荣科技集团股份有限公司	模切机	230.09	4.41%
4	深圳市壹纳科技有限公司	组装线	203.19	3.90%
5	浙江正润机械有限公司	纸盒成型机	194.69	3.73%
合计			**1,845.35**	**35.40%**
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	4,611.27	42.15%
2	浙江正润机械有限公司	纸盒成型机	675.40	6.17%
3	天津长荣科技集团股份有限公司	模切机	469.03	4.29%
4	上海旭恒精工机械制造有限公司	模切机	303.01	2.77%
5	江苏文洪印刷机械有限公司	压痕机	194.69	1.78%
合计			**6,253.40**	**57.16%**

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/实收资本	股权结构
KOENIG & BAUER SHEETFED AG & Co.KG	1920 年 07 月 12 日	42,964,435.80 欧元	Pooling (Bolza-Schünemann, Klaeger)持股 16.65%、Leibinger Consulting AG 持股 15.07%；AlternInvest GmbH 持股 10.19%；LOYS SICAV 持股 9.87%
四川金时印务有限公司	2008 年 12 月 24 日	18,750 万元人民币	四川金名企业管理有限公司持股 100%
广东瀚森智能装备有限公司	2022 年 11 月 09 日	2,000 万元人民币	广东瀚迪科技有限公司持股 100%
浙江高晟机械有限公司	2014 年 02 月 13 日	2,000 万元人民币	黄诚持股 39%、张勋持股 33%、赖登祥持股 18%、林德梯持股 10%
浙江欧伟智能科技有限公司	2015 年 03 月 24 日	1,000 万元人民币	浙江欧诺机械科技股份有限公司持股 100%
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%
佛山市南海昭盈进出口贸易有限公司	2003 年 11 月 04 日	500 万元人民币	苏立红持股 96%、古文清持股 4%

供应商名称	成立时间	注册资本/实收资本	股权结构
天津长荣科技集团股份有限公司	1995 年 9 月 13 日	42,370.7756 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 19.35%，天津名轩投资有限公司持股 11.55%，徐开东持股 1.50%，浦忠琴 1.28%、天津长荣科技集团股份有限公司-2022 年员工持股计划持股.096%
深圳市壹纳科技有限公司	2017 年 07 月 12 日	200 万元人民币	石运彬持股 40%、范武欢持股 30%、李振才持股 30%
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%
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	香港旭恒精工机械有限公司持股 100.00%
江苏文洪印刷机械有限公司	2014 年 03 月 26 日	9,000 万元人民币	浙江欧诺机械科技股份有限公司持股 90%、蔡文洪持股 10%
海德堡印刷设备（北京）有限公司	**2015 年 12 月 21 日**	**6,014.20 万元**	**海德堡印刷设备（上海）有限公司持股 100%**
中印国际（香港）有限公司	**2007 年 07 月 24 日**	**10,000.00 港元**	**夏伟锋持股 100%**
WISHING INTERNATIONAL LIMITED	**2003 年 08 月 04 日**	**10,000.00 港元**	**杜恺持股 51%、庄莹持股 49%**
重庆市满天星耀机械设备有限公司	**2019 年 05 月 15 日**	**1,000 万元人民币**	**胡茂华持股 60%、谭莉持股 40%**

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			
	2025 年 1-6 月	**2024 年度**	**2023 年度**	**2022 年度**
KOENIG & BAUER SHEETFED AG & Co.KG	KOENIG & BAUER 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，2024 年度营业收入为 12.74 亿欧元。报告期各期，发行人对其采购额共计 8,269.94 万元人民币，占其销售收入的比例比较小			
四川金时印务有限公司	四川金时印务有限公司主营业务为包装装潢印刷品印刷；注册资本 18,750 万元。四川金时印务有限公司向发行人转让十色凹版印刷机大张裁切机及辅助设备			
广东瀚森智能装备有限公司	**0.95%**	11.85%	1.17%	-
浙江高晟机械有限公司	**0.90%**	4.26%	2.18%	-
浙江欧伟智能科技有限公司	未提供			
弼伽机械科技无锡有限公司	**0.50%**	0.24%	33.48%	4.93%

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			
	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
佛山市南海昭盈进出口贸易有限公司	未提供			
天津长荣科技集团股份有限公司	**0.7997%**	0.0003%	0.0001%	0.17%
深圳市壹纳科技有限公司	未提供			
浙江正润机械有限公司	**22.64%**	6.69%	3.99%	9.64%
上海旭恒精工机械制造有限公司	未提供			
江苏文洪印刷机械有限公司	**1.05%**	1.08%	-	2.46%
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，2024/2025 财年的销售额为 22.8 亿欧元，报告期内发行人对其设备采购额共计 1,880.53 万元，占其销售收入的比例比较小**			
中印国际（香港）有限公司	**27.70%**	**0.28%**	**-**	**-**
WISHING INTERNATIONAL LIMITED	**未提供**			

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 KOENIG & BAUER SHEETFED AG & Co.KG，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	KOENIG & BAUER SHEETFED AG & Co. KG	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	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	KOENIG & BAUER SHEETFED AG & Co. KG	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	
3	KOENIG & BAUER SHEETFED AG & Co. KG	高宝利必达全开 6 色印刷机	1,882.65	2023 年	
4	KOENIG & BAUER SHEETFED AG & Co. KG	高宝利必达全开 6 色印刷机	1,813.88	2023 年	
5	KOENIG & BAUER SHEETFED AG & Co. KG	高宝利必达 105-6+L 六色胶印机	1,249.34	2024 年	
6	KOENIG & BAUER SHEETFED AG & Co. KG	高宝利必达 164-6+L 全开六色胶印机	2,409.32	2024 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“高宝 6 色平张纸胶印机 120*164cm 带上光单元印刷机”、“高宝 7 色平张纸胶印机 72*105cm 带上光单元印刷机”，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	2022 年	2022 年	2021 年	2021 年
色系	7 色	6 色	7 色	6 色
规格	72*105cm	120*164cm	72*102cm	未披露
价格（万元）	1,051.15	1,876.02	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	

序号	设备种类	公司同类机器设备		价格差异原因
1	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
2		高宝利必达全开 6 色印刷机	1,813.88	
3		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。

四、说明报告期内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，是否存在延迟转固的情形；各期主要在建工程涉及的主要供应商、施工方情况，是否与发行人及相关主体存在关联关系或其他利益安排；各期主要在建工程款项支付进度情况及相关资金流向，是否存在通过在建工程转移资金的情况。

1、说明报告期内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，是否存在延迟转固的情形；

（1）在建工程的的具体情况

报告期各期末，公司在建工程的具体情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 6 月 30 日		2024 年 12 月 31 日		2023 年 12 月 31 日		2022 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
望牛墩总部项目基建工程	**27,870.89**	**87.48%**	20,893.21	83.31%	11,108.62	41.80%	189.48	2.72%
待安装设备	**3,825.97**	**12.01%**	3,523.32	14.05%	431.28	1.62%	3,830.78	54.93%
零星小工程	**164.34**	**0.52%**	458.72	1.83%	-	-	-	-
淮安高义 3 号宿舍、食堂	**-**	**-**	203.58	0.81%	-	-	-	-
无锡新建厂房基建工程一期	**-**	**-**	-	-	14,905.71	56.09%	2,899.70	41.58%
淮安高义苏北工业园基建工程	**-**	**-**	-	-	131.24	0.49%	54.58	0.78%
合计	**31,861.20**	**100.00%**	**25,078.82**	**100.00%**	**26,576.86**	**100.00%**	**6,974.54**	**100.00%**

2023 年末，公司在建工程较上年末增长 19,602.32 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。

2024 年 12 月 31 日**及 2025 年 6 月 30 日**公司待安装设备金额较高，主要系公司为望牛墩总部项目投入的设备，设备需随同基建工程安装调试并一同转固，尚未达到预计可使用状态。

（2）基础建设工程情况

报告期内，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	2,800.00	2,901.38	2023 年 2 月	2023 年 12 月	是	2023 年 12 月	2023 年 12 月
望牛墩总部项目基建工程	33,711.70	**27,870.89**	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	18,305.70	2022 年 10 月	2024 年 2 月	是	2024 年 9 月	2024 年 9 月
淮安高义 3 号宿舍、食堂	1,200.00	**1,200.08**	2024 年 9 月	2025 年 6 月	是	2025 年 6 月	2025 年 6 月

注：预计投入系投入的基建工程款项。

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，公司相继在江苏、东莞投资建厂。其中淮安高义苏北工业园、无锡新建厂房、淮安高义 3 号宿舍、食堂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。公司按工程规划，积极推进上述工程建设，按计划施工，公司根据项目施工进度，将已完工达到预定使用状态的在建工程转入固定资产，将尚未完工的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。

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，不存在延迟转固的情形。

2、各期主要在建工程涉及的主要供应商、施工方情况，是否与发行人及相关主体存在关联关系或其他利益安排；

报告期内，公司在建工程采购金额在 500 万元以上的主要供应商、施工方情况如下：

序号	供应商、施工方名称	采购内容	成立时间	开始合作时间	注册资本（万元）	主营业务	经营规模	实际控制人
1	KOENIG & BAUER SHEETFED AG & Co.KG	高宝印刷机	1920/07/12	2014 年 7 月	4,296.44 万欧元	印刷机制造商	/	Pooling (Bolza-Schünemann, Klaeger)持股 16.65%、Leibinger Consulting AG 持股

序号	供应商、施工方名称	采购内容	成立时间	开始合作时间	注册资本（万元）	主营业务	经营规模	实际控制人
								15.07%；AlternInvest GmbH 持股 10.19%；LOYS SICAV 持股 9.87%
2	华川建设集团有限公司	厂房工程建设	2010/3/22	2022 年 12 月	11,800.00	建设工程施工；建设工程监理；文物保护工程施工；建筑劳务分包等	200-299 人	魏东
3	广东聚银建设工程有限公司	二期土地基坑支护、土石方工程	2020/9/27	2024 年 1 月	1,080.00	建设工程施工；建设工程设计；建筑劳务分包等	少于 50 人	周景银
4	苏州百明建设有限公司	工地宿舍 AB、连廊 G、变电所、锅炉房建设工程（三期）	2002/09/10	2023 年 3 月	10,000.00	房屋建筑工程施工、市政公用工程施工；承接机电设备安装工程、钢结构工程、装饰装修工程、土石方工程、消防工程、城市照明工程	100-499 人	张百明
5	江苏路泰建设集团有限公司	新建 4#厂房建设工程	1997/12/10	2023 年 2 月	20,000	土木工程建筑施工；设备安装、防腐保温、路桥工程施工等	100-199 人	李华
6	江阴城建集团有限公司	车间 A-D 建设工程（二期）	2001/07/30	2023 年 3 月	10,000	市政工程、建筑工程、深基础工程等	50-99 人	夏国平
7	四川金时印务有限公司	十色凹版印刷机大张裁切机	2008/12/24	2024 年 9 月	18,750	包装装潢印刷品印刷	少于 50 人	李海坚
8	**海德堡印刷设备（北京）有限公司**	**海德堡九色平张胶印机**	**1999-9-14**	**2020 年 11 月**	**6,014.198**	**印刷设备及零部件**	**100-199 人**	**侯建彤**

注：表中各供应商注册资本、主营业务、经营规模及实际控制人系第三方网站公开披露信息得到

公司对于工程类施工项目采购通过招投标确定供应商，其他在建工程采购，公司通常综合考虑供应商资质、交付时间、质量、价格、服务等因素后确定最终供应商，定价采取询比价和协商定价等市场化定价方式，交易均遵循了行业标准和公司内部的采购政策，确保了价格的公允性。

公司与上述主要供应商的主要股东与公司实际控制人、董监高等不存在关联关系或其他利益输送情形。

3、各期主要在建工程款项支付进度情况及相关资金流向，是否存在通过在

建工程转移资金的情况。

（1）待安装设备

报告期内，公司主要待安装设备支付情况如下：

单位：万元

设备名称	2022 年度支付	2023 年支付	2024 年支付	2025 年 1-6 月支付	累计支付	是否支付完毕
海德堡九色平张胶印机	-	-	1,880.53	-	1,880.53	是
高宝利必达全开六色加上光胶印机	1,744.95	-	-	-	1,744.95	是
高宝利必达全开六色胶印机	1,789.66	-	-	-	1,789.66	是
十色凹版印刷机	-	-	955.75	-	955.75	是
七层纸板产线	-	-	542.89	6.97	549.86	否
烫金机				364.50	364.50	否
四色印刷开槽堆叠机	-	225.41	23.48	-	248.89	是
Automated Sheet Process Type Paper Bag Making	-	-	168.62	-	168.62	是
NewWorld-A460 Fully Automatic Square Bottom	-	-	142.96	-	142.96	是
NewWorld-A220 Fully Automatic Square Bottom	-	-	113.63	-	113.63	是
NewWorld-A330 Fully Automatic Square Bottom	-	-	109.97	-	109.97	是

上述设备采购均由公司与供应商签订采购合同，公司根据采购合同的约定，结合设备送货、到厂、安装调试、验收、及售后保障等时点，向供应商支付相应进度款，供应商收取相关款项后，主要用于采购生产上述设备需要的资源，组织生产并交付设备，公司按合同约定支付相关采购款，不存在通过上述供应商转移资金的情况。

（2）基础建设工程

报告期内，公司主要基础建设工程款支付情况如下：

单位：万元

工程项目名称	资金支付情况					合计
	2021 年度及以前	2022 年度	2023 年度	2024 年度	2025 年 1-6 月	
淮安高义苏北工业园基建工程	40.76	-	1,935.29	772.89	200.00	2,948.94
淮安高义 3 号宿舍、食堂总承包工程				150.00	550.00	700.00
望牛墩总部项目基建工程	-	151.64	8,968.98	11,022.18	5,824.61	25,967.41
无锡新建厂房基建工程	-	1,951.28	8,607.96	7,358.70		17,917.94

一期						
合计	40.76	2,102.92	19,512.23	19,303.77	**6,574.61**	**47,534.29**

公司主要在建工程项目对应的项目建设规划与实际建设进度、资金支付进度如下：

工程项目名称	2022 年 12 月 31 日			2023 年 12 月 31 日			2024 年 12 月 31 日			2025 年 6 月 30 日		
	项目规划累计进度	实际累计建设进度	累计支付进度	项目规划累计进度	实际累计建设进度	累计支付进度	项目规划累计进度	实际累计建设进度	累计支付进度	项目规划累计进度	实际累计建设进度	累计支付进度
淮安高义苏北工业园基建工程	1.36%	1.36%	1.02%	75.82%	75.82%	49.40%	100.00%	100.00%	81.09%	**100.00%**	**100.00%**	**84.37%**
淮安高义 3 号宿舍、食堂总承包工程	-	-	-	-	-	-	**38.23%**	**38.23%**	**30.00%**	**100.00%**	**100.00%**	**57.42%**
望牛墩总部项目基建工程	0.56%	0.56%	0.45%	32.95%	32.95%	26.60%	61.98%	61.98%	59.75%	**81.84%**	**81.84%**	**76.29%**
无锡新建厂房基建工程一期	16.37%	16.37%	11.02%	84.15%	84.15%	59.61%	100.00%	100.00%	86.23%	**100.00%**	**100.00%**	**86.23%**

公司按承建合同的约定、承包单位的建设施工进度、工程形象进度、监理方出具的监理报告，按期支付工程进度款，各项目建设规划与实际建设进度、资金支付进度基本匹配。

经对上述主要承建供应商访谈，上述供应商收取工程进度款后，主要用于购买工程建设所需要的材料、支付工人工资等，除支付上述工程款外，公司各银行账户及董监高个人流水中，未发现与上述承建供应商存在其他资金往来，因此，公司不存在通过在建工程转移资金的情况。

五、说明各期末预付工程设备款的主要设备、主要工程及供应商的具体情况，供应商是否与发行人及关联方存在关联关系或其他利益往来，说明有关设备期后到货情况及有关工程期后结转情况。

报告期各期末，公司其他非流动资产-预付工程及设备款前五大预付对象具体情况如下：

1、2025 年 1-6 月

预付对象名称	预付内容	金额（万元）	设备到货时间	结转至固定资产时点
华川建设集团有限公司	**预付工程款**	**316.26**	**-**	**2025 年 9 月转在建工程**
博斯特（上海）有限公司	**预付设备款**	**85.50**	**-**	**尚未转固**
施潘德包装印刷科技发展（北京）有限公司	**预付设备款**	**69.00**	**2025 年 7 月**	**2025 年 7 月**

东莞市胜源纸品有限公司	**预付设备款**	**54.00**	**-**	**尚未转固**
广东康菱动力科技有限公司	**预付设备款**	**53.00**	**-**	**尚未转固**

2、2024 年末

预付对象名称	预付内容	金额（万元）	设备到货时间	结转至固定资产时点
海德堡印刷设备（北京）有限公司深圳分公司	预付设备款	2,125.00	2025 年 2 月	尚未转固
华川建设集团有限公司	预付工程款	382.57	-	2025 年 1 月转在建工程
重庆市满天星耀机械设备有限公司	预付设备款	300.00	2025 年 2 月	2025 年 2 月
广东富宏升贸易有限公司	预付设备款	262.46	2025 年 1 月	2025 年 5 月
Wishing International Limited	预付设备款	216.73	2025 年 1 月	2025 年 5 月

3、2023 年末

预付对象名称	预付内容	金额（万元）	设备到货时间	结转至固定资产时点
KOENIG & BAUER SHEETFED AG & Co.KG	预付设备款	2,328.95	2024 年 6 月	2024 年 8 月
国家金库东莞市中心支库	预付土地款	1,864.00	2024 年 1 月	2024 年 1 月
太仓裕世进出口有限公司	预付设备款	222.13	2024 年 5 月	2024 年 5 月
AN PHAT HIGH-TECHNOLOGY INDUSTRIALPARK JOINTSTOCK COMPANY	预付土地款	212.04	2024 年 10 月	2024 年 10 月
苏州市金科自动化设备有限公司	预付设备款	205.24	2024 年 9 月	2024 年 9 月

4、2022 年末

预付对象名称	预付内容	金额（万元）	设备到货时间	结转至固定资产时点
弼伽机械科技无锡有限公司	预付设备款	458.00	2023 年 1 月、3 月、4 月	2023 年 1 月、3 月、4 月
AN PHAT HIGH-TECHNOLOGY INDUSTRIALPARK JOINTSTOCK COMPANY	预付土地款	214.06	2024 年 10 月	2024 年 10 月
KOENIG & BAUER SHEETFED AG & Co.KG	预付设备款	200.72	2024 年 6 月	2024 年 8 月
浙江劲刚机械有限公司	预付设备款	111.20	2023 年 11 月	2023 年 11 月
广东艾尚家具有限公司	预付设备款	79.20	2023 年 3 月	2023 年 3 月

由上表可见，报告期内，公司其他非流动资产-预付工程及设备款中主要预付内容均为设备、工程或土地款。除 2024 年末由于时间间隔较短，部分预付款项尚未结转外，其余报告期末款项基本已结转，不存在长期挂账现象，不存在与工程无关的不合理预付或资金占用。

上述预付供应商的具体情况如下：

供应商名称	成立时间	注册资本/实收资本	股权结构	经营范围	除预付设备款外是否存在其交易	是否存在关联关系
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%	印刷专用设备制造；复印和胶印设备销售	否	否
华川建设集团有限公司	2010 年 03 月 22 日	11,800 万元人民币	广东润泽控股有限公司持股 40%、东莞市东麟创业投资合伙企业（有限合伙）持股 25%、广东慧致股权投资有限公司持股 25%、东莞市方玺创业投资合伙企业（有限合伙）持股 10%	建设工程施工	否	否
重庆市满天星耀机械设备有限公司	2019 年 05 月 15 日	1,000 万元人民币	胡茂华持股 60%、谭莉持股 40%	研发、制造、销售：机械设备	否	否
广东富宏升贸易有限公司	2024 年 03 月 05 日	500 万元人民币	罗辉艳持股 100%	机械设备销售；电子元器件与机电组件设备销售；电子元器件批发；电子产品销售；五金产品批发；包装材料及制品销售；纸制品销售；食品销售（仅销售预包装食品）；食用农产品批发；初级农产品收购；文具用品批发；办公用品销售；家具销售；针纺织品及原料销售；箱包销售；鞋帽零售；化妆品批发；日用杂品销售；珠宝首饰批发；工艺美术品及礼仪用品销售（象牙及其制品除外）；互联网销售（除销售需要许可的商品）；会议及展览服务；咨询策划服务；国内贸易代理；销售代理；化工产品销售（不含许可类化工产品）；油墨销售（不含危险化学品）；涂料销售（不含危险化学品）；染料销售；颜料销售；塑料制品销售；进出口代理；货物进出口；技术进出口；电线、电缆经营；电力设施器材销售	否	否
Wishing International Limited	2003 年 08 月 04 日	10,000.00 港元	杜恺持股 51%、庄莹持股 49%	/	否	否
KOENIG & BAUER SHEETFED AG &	1920 年 07 月 12 日	42,964,435.8 欧元	Pooling (Bolza-Schünemann, Klaeger) 持股 16.65%、Leibinger Consulting AG 持股 15.07%；AlternInvest GmbH 持股	印刷机制造商	否	否

供应商名称	成立时间	注册资本/实收资本	股权结构	经营范围	除预付设备款外是否存在其交易	是否存在关联关系
Co.KG			10.19%；LOYS SICAV 持股 9.87%			
国家金库东莞市中心支库	不适用				否	否
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%	自营和代营各类商品及技术的进出口业务（国家限定企业经营或禁止进出口的商品和技术除外）	否	否
AN PHAT HIGH-TECHNOLOGY INDUSTRIAL PARK JOINT STOCK COMPANY	2017 年 10 月 27 日	/	/	房地产经营	否	否
苏州市金科自动化设备有限公司	2003 年 07 月 14 日	800 万元人民币	徐运开持股 45%、刘小辉持股 30%、唐智勇持股 25%	生产、销售：纸塑、吸塑设备及配件、烤箱、烘干房、自动化流水线设备	否	否
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%	制浆和造纸专用设备制造；制浆和造纸专用设备销售；包装专用设备制造；包装专用设备销售；模具制造；模具销售；金属加工机械制造；机械设备销售；机械设备研发；机械零件、零部件加工；机械零件、零部件销售；纸制品销售	否	否
浙江劲刚机械有限公司	2019 年 04 月 12 日	1,000.00 万元人民币	程进刚持股 75%、程树捐持股 25%	机械及机械配件、精密模具制造、加工、销售；电子产品研发；机械研发；货物进出口；技术进出口	否	否
广东艾尚家具有限公司	2017 年 02 月 28 日	1,000.00 万元人民币	张小毅持股 70%、赵来持股 30%	研发、设计、产销：家具、铁床、公寓床、智能家具、实验室家具、教学设备；销售：办公设备、家具配件、床上用品；承接室内外装饰工程设计及施工	否	否
博斯特（上海）有限公司	**1995 年 05 月 30 日**	**780 万瑞士法郎**	**瑞士博斯特集团持股 100%**	**生产印刷、包装机械及配件，销售公司自产产品并提供售后服务，为本集团产品提供技术咨询、技术培训、维修等技术服务；自产产品及同类商品的批发、进出口、佣金代理（拍卖除外）及其他**	**否**	**否**

供应商名称	成立时间	注册资本/实收资本	股权结构	经营范围	除预付设备款外是否存在其交易	是否存在关联关系
				相关配套业务		
施潘德包装印刷科技发展（北京）有限公司	2010 年 10 月 13 日	1,000.00 万人民币	尹涛持股 96%、袁秋红持股 4%	技术推广、技术开发、技术转让；销售印刷用油墨耗材、机械设备、印刷专用设备、电子产品；租赁机械设备；货物进出口、代理进出口、技术进出口；电脑图文设计、制作；设计、制作、代理、发布广告。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本区产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）。	否	否
东莞市胜源纸品有限公司	2010 年 06 月 27 日	12,000.00 万人民币	东莞市胜源实业投资有限责任公司持股 45.33%、张见胜持股 25.28%、王松柏持股 13.67%	一般项目：纸和纸板容器制造；纸制品制造；货物进出口；食品销售（仅销售预包装食品）；物业管理；机械设备租赁。（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）	否	否
广东康菱动力科技有限公司	2002 年 06 月 24 日	5,597.47 万人民币	赵敏持股 90.0001%、温国生持股 9.9999%	研发、生产、销售、安装、维修：柴油发电机组、燃气发电机组、双燃料发电机组和机电产品及配件；发电机组用高低压配电柜（控制柜）生产和配件销售；变电站、发电站建设；发电机房环保及降噪工程设计与施工；发电机组设备租赁；汽车销售（不含乘用车）；燃气发动机和发电机组研发制造；燃气发电机组项目建设；货物进出口、技术进出口（法律、行政法规规定禁止的项目除外，法律、行政法规规定限制的项目需取得许可后方可经营）。汽车和发动机	否	否

供应商名称	成立时间	注册资本/实收资本	股权结构	经营范围	除预付设备款外是否存在其交易	是否存在关联关系
				生产、装配；承装、承修、承试供电设施和受电设施。（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）		

六、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 2022 年末及 2024 年末待安装设备金额较高的原因，是否存在转固不及时的情形。

报告期各期，公司在建工程中主要待安装设备的情况如下：

单位：台、万元

2025 年 6 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**
海德堡九色平张胶印机	**1**	**1,880.53**	**2025 年 2 月**	**10 个月**	**2025 年 12 月**	**尚未投入使用**
十色凹版印刷机	**1**	**955.76**	**2024 年 9 月**	**16 个月**	**2025 年 12 月**	**尚未投入使用**
烫金机	**1**	**370.50**	**2025 年 2 月**	**12 个月**	**2026 年 2 月**	**尚未投入使用**
2024 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**
十色凹版印刷机	1	955.76	2024 年 9 月	16 个月	2025 年 12 月	尚未投入使用
七层纸板产线	1	549.86	2024 年 12 月	3 个月	2025 年 3 月	2025 年 3 月
四色印刷开槽堆叠机	1	248.89	2023 年 11 月/2025 年 1 月	5-6 个月	2025 年 5 月	2025 年 5 月
四色印刷开槽模切震荡清废堆叠机	1	215.96	2024 年 12 月	5 个月	2025 年 5 月	2025 年 5 月
Automated Sheet Process Type Paper Bag Making Machine Brand Newport	1	168.62	2024 年 5 月	12 个月	2025 年 5 月	2025 年 5 月
全自动带清废平压模切机	1	149.08	2024 年 12 月	5 个月	2025 年 5 月	2025 年 5 月
New World-A460 Fully Automatic Square Bottom Paper Bag making with Inline Handle for Paper Bag Factory	1	142.96	2024 年 5 月	12 个月	2025 年 5 月	2025 年 5 月
New World-A220 Fully Automatic Square Bottom Paper Bag making with Inline Handle for Paper Bag Factory	1	113.63	2024 年 5 月	12 个月	2025 年 5 月	2025 年 5 月

New World-A330 Fully Automatic Square Bottom Paper Bag making with Inline Handle for Paper Bag Factory	1	109.97	2024 年 5 月	12 个月	2025 年 5 月	2025 年 5 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

公司设备安装调整周期一般为 3-6 个月，**海德堡九色平张胶印机**、十色凹版印刷机、Automated Sheet Process Type Paper Bag Making Machine Brand Newport、New World-A460 Fully Automatic Square Bottom Paper Bag making with Inline Handle for Paper Bag Factory、New World-A220 Fully Automatic Square Bottom Paper Bag making with Inline Handle for Paper Bag Factory、New World-A330 Fully Automatic Square Bottom Paper Bag making with Inline Handle for Paper Bag Factory 等设备需随公司新租赁厂房或厂房基建完工后一同转入固定资产，故设备安装调整周期较长。

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 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 年已安装调试完毕，并转入固定资产，因此截至 2023 年末，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。

七、说明各期末对固定资产、在建工程的盘点情况及结果。

公司各部门根据自身情况定期或不定期对各自负责的固定资产、在建工程进行盘点，每年年终进行全面盘点，并由财务部参与，若在盘点过程中发现差异应查明原因，由财务部编制盘盈盘亏表，详细说明每项资产的盘盈盘亏原因。

报告期内，固定资产、在建工程盘点的具体情况及盘点结果如下：

单位：万元

报告期各期末	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
盘点时间	2025 年 6 月 28 日、29 日、30 日	2024 年 12 月 30 日、31 日	2023 年 12 月 28 日、29 日、30 号	2022 年 12 月 31 日
盘点地点	公司各生产车间、办公场所			
盘点人员	公司财务部、资产使用部门			
盘点范围	全部固定资产，包括房屋及建筑物、机器设备、在建工程等			
报告期各期末	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
盘点方法	实地盘点			
盘点程序	1、盘点前，财务部及资产使用部门根据公司固定资产的特点及实际情况制定盘点计划、准备固定资产盘点表，确定固定资产放置地点、固定资产盘点范围、盘点比例；2、在盘点过程中，根据既定的计划逐项清点实物并核对盘点表与实物是否一致，检查资产使用状况，关注是否存在毁损、陈旧、报废、闲置等情形。盘点时实施从实物到账、账到实物的双向检查，如存在差异，则予记录并查明原因以便后续处理；3、盘点完毕后，完成盘点总结，对盘点结果汇总记录进行复核，盘点人员及监盘人员在盘点表上签字确认。			
固定资产盘点比例	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
在建工程盘点比例	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
是否存在盘点差异及产生原因、处理措施	账实相符、不存在差异			

公司固定资产状况良好，与账面情况相符，未发现盘点差异。

八、中介机构核查程序及核查意见

（一）核查程序

针对上述事项，保荐机构及申报会计师履行了以下核查程序：

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、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；

3、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；

4、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；

5、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；

6、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；

7、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；

8、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；

9、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；

10、获取公司 2022 年末、2023 年末、2024 年末**及 2025 年 6 月末**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 2022 年末、2023 年末、2024 年末**及 2025 年 6 月末**固定资产列报是否准确；对公司报告期内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；

11、获取公司报告期内的在建工程盘点表，结合公司报告期内在建工程转固的情况，分析报告期内的在建工程列报是否准确；对公司 2022 年末、2023 年末、2024 年末**及 2025 年 6 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；

12、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；

13、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；

（二）核查结论

经核查，保荐机构及申报会计师认为：

1、报告期内公司主要生产设备与产能产量相匹配，公司主要生产设备运行良好，使用正常，不存在闲置情形、减值迹象，固定资产未计提减值准备具有合理性；

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、报告期内，公司按期推进在建工程项目，不存在延迟转固的情形，各期

主要在建工程涉及的主要供应商、施工方与发行人及相关主体不存在关联关系或其他利益安排；公司按进度支付各期主要在建工程款项，相关资金主要用于支付工程费用，不存在通过在建工程转移资金的情况

4、报告期各期末预付工程设备款的主要设备、主要工程及供应商与发行人及关联方不存在关联关系或其他利益往来，有关设备期后待安装调试完成后转入固定资产；

5、2022 年末、2024 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。

（三）说明对固定资产、在建工程的监盘程序、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，我们主要对公司 2022 年 12 月 31 日、2023 年 12 月 31 日、2024 年 12 月 31 日、**2025 年 6 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；

（4）盘点结束后，编制固定资产、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，我们对 2022 年 12 月 31 日、2023 年 12 月 31 日、2024 年 12 月 31 日、**2025 年 6 月 30 日**的固定资产、在建工程的监盘比例如下：

单位：万元、%

项目	**2025 年 6 月 30 日**	**2024 年 12 月 31 日**	**2023 年 12 月 31 日**	**2022 年 12 月 31 日**
固定资产账面原值①	**86,810.64**	77,350.59	46,222.89	33,737.17
固定资产监盘金额②	**61,692.22**	61,672.51	31,422.65	27,393.98
固定资产监盘比例③=②/①	**71.07%**	79.73%	67.98%	81.20%
在建工程账面原值④	**31,861.20**	25,078.82	26,576.86	6,974.55
在建工程监盘金额⑤	**22,975.34**	22,471.10	26,145.58	6,678.38
在建工程监盘比例⑥=⑤/④	**72.11%**	89.60%	98.38%	95.75%

2022 年末、2023 年末、 2024 年末**及 2025 年 6 月末**，公司财务部和资产使用部门对期末固定资产、在建工程进行盘点，我们实施了监盘程序，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
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，保荐机构及申报会计师认为：

（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；

（四）对在建工程主要供应商的函证及访谈情况，包括发函/访谈对象、发函及回函金额，针对差异金额或未回函金额采取的具体替代措施，对相关工程款是否存在资金占用或用于体外资金循环的具体核查程序及核查结论，核查证据是否足以支持核查结论。

（一）对在建工程主要供应商的函证及访谈情况

我们对采购金额及期末预付/应付余额较高的在建工程供应商进行了发函；对于走访对象，我们主要筛选了采购金额较高、期末预付/应付金额较高、成立时间相对较短、与发行人属地相同的在建工程供应商，并随机筛选部分供应商最终确定走访清单。

具体发函、回函及走访情况如下：

（1）2025 年 1-6 月

单位：万元

类别	供应商名称	函证金额	回函情况	走访情况
工程设计、施工及材料	华川建设集团有限公司	20,941.37	回函一致	是
	江苏路泰建设集团有限公司	2,823.54	回函一致	是
	广东聚银建设工程有限公司	952.53	回函一致	是
	小计	23,764.90	/	/
待安装设备	海德堡印刷设备（北京）有限公司深圳分公司	1,880.53	回函不一致	是
	四川金时印务有限公司	955.75	回函一致	是
	小计	2,836.28	/	/
合计		26,601.19	/	/

注：海德堡印刷设备（北京）有限公司深圳分公司回函盖章不符，并备注回函金额及写明 2025 年 2 月完成收货，与公司函证金额及账面计入在建工程时点一致。公司购建海德堡印刷设备，系为望牛墩总部项目投入的设备，设备需随同基建工程安装调试并一同转固，尚未达到预计可使用状态。

（2）2024 年度

单位：万元

类别	供应商名称	函证金额	回函情况	走访情况
工程设计、施工及材料	华川建设集团有限公司	17,373.33	回函一致	是
	江苏康乐园建设工程有限公司	458.72	回函一致	是
	广东聚银建设工程有限公司	952.53	回函一致	是
	小计	18,784.58	/	/
待安装设备	四川金时印务有限公司	955.75	回函一致	是
	小计	955.75	/	/
合计		19,740.33	/	/

（3）2023 年度

单位：万元

类别	供应商名称	函证金额	回函情况	走访情况
工程设计、施工及材料	华川建设集团有限公司	10,350.92	回函一致	是
	江阴城建集团有限公司	9,655.63	回函一致	是
	苏州百明建设有限公司	2,691.31	回函一致	是
	江苏享誉峰建设工程有限公司	359.85	回函一致	是
	小计	23,057.71	/	/
合计		23,057.71	/	/

（4）2022 年度

单位：万元

类别	供应商名称	函证金额	回函情况	走访情况
工程设计、施工及材料	江阴城建集团有限公司	1,344.55	回函一致	是
	小计	1,344.55	/	/
待安装设备	KOENIG & BAUER SHEETFED AG & Co.KG	3,534.61	回函一致	是
	小计	3,534.61	/	/
合计		4,879.16	/	/

报告期内，对在建工程主要供应商的函证及访谈比例如下：

单位：万元

核查程序	项目	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
函证	在建工程余额（A）	**31,861.20**	25,078.82	26,576.86	6,974.55

	发函金额（B）	**26,601.19**	19,740.33	23,057.71	4,879.16
	发函比例（C=B/A)	**83.49%**	78.71%	86.76%	69.96%
	回函金额（D）	**26,601.19**	19,740.33	23,057.71	4,879.16
	回函比例（E=D/B)	**100%**	100%	100%	100%
	未回函替代金额(F)	**-**	-	-	-
	替代占发函比例(G=F/B)	**-**	-	-	-
访谈	访谈金额(H)	**26,601.19**	19,740.05	23,057.71	4,879.16
	访谈比例(I=H/A)	**83.49%**	78.71%	86.76%	69.96%

（二）对相关工程款是否存在资金占用或用于体外资金循环的具体核查程序

1、核查程序

针对相关工程款是否存在资金占用或用于体外资金循环的事项，申报会计师履行的核查程序包括但不限于：

（1）获取主要在建工程项目的施工合同、工程报价清单，核查公司主要在建工程项目的工程造价情况，并对主要工程供应商进行函证程序，确认公司付款结算金额是否与工程进度一致，是否存在付款金额超过已完成工程量或提前支付工程款的情况；

（2）取得发行人工程承包商交易明细，查阅工程承包商工商信息，获取工程承包商股东及主要人员清单，检查是否与发行人及其关联方存在关联关系；

（3）查阅了发行人、控股股东、实际控制人、董事（不含外部董事和独立董事）、监事、高级管理人员、关键岗位人员的银行账户清单及银行流水，对报告期内发生的达到重要性水平的大额支付检查交易对方是否为工程供应商；

（4）获取并核查发行人工程合同、发票、工程监理方报告、付款凭证等支持性证据，对发行人的在建工程内部控制进行了解并执行细节测试；

（5）对发行人主要工程承包商进行访谈，确认其是否与发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员、主要关联方等存在资金往来或利益安排等情形。

2、核查结论

经核查，我们认为：

复核第三方工程咨询单位出具的结算审核咨询报告或造价编制说明，未发现

发行人相关工程的工程量及工程造价存在不合理的情况；未发现付款金额超过已完成工程量的情况，未发现发行人相关工程款存在体外资金循环、承担成本费用的情形。

问题 8.其他财务问题

(1)关于资金管理。根据申请文件，报告期各期末，发行人货币资金余额分别为 14,461.41 万元、8,977.51 万元、和 11,419.80 万元；短期借款金额分别为 1,000.00 万元、6,000.00 万元和 11,076.52 万元。请发行人说明报告期内货币资金、借款与利息收入、财务费用的匹配性，并结合货币资金和长短期借款情况，说明存贷双高的原因，是否符合行业经营特点。

(2)应收账款坏账准备计提充分性。根据申请文件，报告期各期末，发行人应收账款期末余额分别为 24,235.15 万元、31,664.72 万元和 43,529.11 万元，账龄为 1 年以内的应收账款余额占比分别为 99.82%、99.82%和 99.84%，发行人 1 年以内应收账款坏账准备计提比例低于可比公司。请发行人：①说明各期对主要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，是否存在放宽信用政策刺激销售的情况；说明发行人应收账款周转率与可比公司的比较情况，分析差异原因及合理性。②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。③结合前述内容，说明发行人应收账款坏账准备计提是否充分。

(3)存货结构与发行人生产经营的匹配性。根据申请文件，报告期各期末，发行人存货余额分别为 11,904.84 万元 12,622.52 万元和 18,513.83 万元，主要为原材料、库存商品发出商品等。请发行人：①说明发行人存货规模、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列示各期末不同存货的库龄分布情况，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；列示各期未各类别存货不同库龄的存货跌价准备计提金额及比例，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。③说明各期末库存商品、发出商品的在手订单覆盖率，说明寄售客户的订单量与各期发出商品的匹配性，寄售仓存货的盘点周

期、金额及占比，寄售仓是否存在退回或呆滞存货，发行人是否及如何实现对寄售仓存货的控制。

(4)客户供应商重合的合理性。根据申请文件，发行人存在客户供应商重合的情形。请发行人说明：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。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：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。

(5)关于前次申报相关情况。请发行人说明本次申报文件与前次申报上市文件的信息披露是否存在差异，如存在，请列表说明差异的具体情况及差异原因。

请保荐机构、申报会计师：(1)核查上述事项并发表明确意见。(2)说明对货币资金、应收账款、存货等各类资产真实性的核查方法及核查结论。

一、关于资金管理。根据申请文件，报告期各期末，发行人货币资金余额分别为 14,461.41 万元、8,977.51 万元、和 11,419.80 万元；短期借款金额分别为 1,000.00 万元、6,000.00 万元和 11,076.52 万元。请发行人说明报告期内货币资金、借款与利息收入、财务费用的匹配性，并结合货币资金和长短期借款情况，说明存贷双高的原因，是否符合行业经营特点。

（一）发行人回复

1、货币资金与利息收入的匹配性

报告期各期，公司财务费用中利息收入金额分别为 109.09 万元、80.45 万元、74.60 万元**和 24.06 万元**，具体构成如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
利息收入	**24.06**	74.60	80.45	109.08
其中：一般活期存款账户利息收入（人民币）①	**0.43**	2.46	1.13	6.34
其中：保证金存款账户利息收入（人民币）②	**1.76**	3.62	1.68	3.27
其中：一般活期存款账户利息收入（外币）③	**11.53**	36.57	33.99	14.92
其中：协定存款账户利息收入④	**10.34**	31.95	43.65	84.56

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
年均存款余额	**8,033.90**	10,361.57	8,697.50	13,638.85
其中：一般活期存款账户年均余额（人民币）⑤	**724.59**	2,019.66	485.40	1,731.12
其中:保证金存款账户年均余额(人民币）⑥	**105.01**	272.08	231.05	189.91
其中：一般活期存款账户年均余额（外币）⑦	**3,255.29**	4,551.41	4,522.88	2,280.38
其中：协定存款账户年均存款余额⑧	**3,949.02**	3,518.42	3,458.16	9,437.44
利息收入/年均存款余额	**0.60%**	0.72%	0.93%	0.80%
其中：一般活期存款账户年均利率（人民币）⑨=①/⑤	**0.12%**	0.12%	0.23%	0.37%
其中:保证金存款账户年均利率(人民币）⑩=②/⑥	**1.67%**	1.33%	0.73%	1.72%
其中：一般活期存款账户年均利率（外币）⑪ =③/⑦	**0.71%**	0.80%	0.75%	0.65%
其中：协定存款账户年均利率⑫ =④/⑧	**0.52%**	0.91%	1.26%	0.90%
人民银行活期存款平均利率（人民币）	**0.05%-0.2%**	0.10%-0.2%	0.2%-0.25%	0.25%-0.3%
人民银行协定存款平均利率（人民币）	**0.32%-0.75%**	0.20%-0.70%	0.70%-0.90%	0.90%-1.00%
人民银行定期（保证金）存款平均利率（人民币）	**0.85%-1.35%**	1%-1.45%	1.35%-1.45%	1.45%-1.75%
境外银行活期存款平均利率(外币）	**0.2%-1.5%**	0.3%-2.5%	0.5%-3.0%	0.5%-2.5%
境外银行协定存款平均利率(外币）	**/**	/	/	/

注 1：年平均存款余额为月度银行存款余额的平均值；

注 2：根据境外子公司当地商业银行的活期利率统计境外银行活期存款平均利率；

报告期内，公司人民币一般活期存款账户年均存款利率分别为0.37%、0.23%、0.12%**和 0.12%**。与人民银行活期存款平均利率区间相符。

报告期内，公司外币一般活期存款账户年均存款利率分别为 0.65%、0.75%、0.80%**和 0.71%**，与境外银行活期存款平均利率区间相符。

报告期内，公司协定存款账户年均存款利率分别为 0.90%、1.26%、0.91%**和 0.52%**，协定存款协议约定存款利率为银行挂牌公告的人民币单位协定存款利率加 25B-35BP。公司协定存款账户年均存款利率与人民银行公布的协定存款利率区间存在合理性。

报告期内，公司保证金存款账户年均利率分别为 1.72%、0.73%、1.33%**和 1.67%**，保证金账户主要为银行承兑保证金，具有 6 个月定期期限。公司于 2023 年 12 月底存入保证金账户 816.32 万元，该部分金额尚未产生保证金存款账户利息收入，导致公司年均利率低于人民银行定期存款平均利率。

综上可知，公司货币资金与利息收入具有匹配性。

2、利息支出与有息负债规模匹配情况

报告期内，公司利息支出与有息负债规模匹配情况如下：

单位：万元

项目	**2025 年 1-6 月**	2024 年度	2023 年度	2022 年度
利息支出	**1,051.65**	1,321.71	784.47	598.14
其中：短期借款利息支出（A）	**224.61**	454.07	130.75	21.56
长期借款利息支出（B）	**296.21**	72.96		
未实现融资损益利息支出	**530.81**	722.65	619.43	576.58
利息资本化支出（C）	**534.34**	838.62	127.52	
年均有息负债余额（D）	**57,865.36**	38,029.81	7,926.50	583.33
其中：短期借款平均负债余额（E）	**12,272.30**	10,454.59	3,250.00	583.33
长期借款平均负债余额	**45,593.07**	27,575.22	4,676.50	
综合平均资金成本（（A+B+C）/D）	**3.65%**	3.59%	3.26%	3.70%
合同约定借款利率	**2.8%-3.90%**	3.40%-4.00%	3.65%-4.20%	4.35%

注 1：短期借款包括：短期借款、应付票据、一年内到期的非流动负债借款重分类部分；长期借款包括：长期借款；

注 2：年均有息负债余额以月度有息负债余额为基础计算平均值。

注 3：2025 年 1-6 月综合平均资金成本为简单年化后数据。

2024 年度**及 2025 年 1-6 月**，公司有息负债的年平均利率分布于公司各期的实际借款利率区间范围之内，2022-2023 年度，公司借款主要系从 2022 年下半年以及 2023 年下半年借款，故导致公司有息负债的年平均利率低于公司各期的实际借款利率区间下限，具有合理性。综上可知，公司有息负债与利息支出具有匹配性。

3、各期末存贷双高的原因及合理性

报告期各期末，公司货币资金、贷款金额比例及与同行业可比公司对比情况如下表所示：

单位：万元

公司名称	项目	**2025 年 6 月 30 日**	**2024 年 12 月 31 日**	**2023 年 12 月 31 日**	**2022 年 12 月 31 日**
裕同科技	货币资金	**282,232.19**	287,880.09	349,587.60	331,715.90
	贷款余额	**547,671.33**	535,322.85	532,698.52	583,649.54
	存贷比	**1.94**	1.86	1.52	1.76

公司名称	项目	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
柏星龙	货币资金	**10,598.05**	18,434.64	18,349.14	19,407.67
	贷款余额	**5,500.47**	3,847.23	2,403.22	3,416.29
	存贷比	**0.52**	0.21	0.13	0.18
中荣股份	货币资金	**69,379.69**	83,410.47	114,436.05	137,670.94
	贷款余额	**11,893.19**	9,597.38	884.18	918.48
	存贷比	**0.17**	0.12	0.01	0.01
佳合科技	货币资金	**5,809.49**	6,565.69	9,626.13	14,570.65
	贷款余额	**12,263.16**	10,952.33	4,831.24	3,966.51
	存贷比	**2.11**	1.67	0.50	0.27
平均值	货币资金	**92,004.85**	99,072.72	122,999.73	125,841.29
	贷款余额	**144,332.04**	139,929.95	135,204.29	147,987.70
	存贷比	**1.57**	1.41	1.10	1.18
本公司	货币资金	**9,402.93**	11,419.80	8,977.51	14,461.41
	贷款余额	**60,616.52**	53,196.50	21,030.86	3,732.78
	存贷比	**6.45**	4.66	2.34	0.26

注：1、贷款金额=短期借款+长期借款+一年内到期的非流动负债借款部分+未付利息；2、存贷比例=贷款金额/货币资金。

报告期各期末，公司存贷比例分别为 26%、234%、466%**和 645%**，2022 年与同行业可比公司相比贷款金额占货币资金的比例处于中间水平，2023 年度、2024 年度**和 2025 年 1-6 月**，公司贷款金额占货币资金的比例高于同行业，主要原因系 2023 年度、2024 年度**和 2025 年 1-6 月**，公司贷款主要用于投资建造厂房以及用于新设境外子公司购买设备等。

报告期内，公司货币资金主要包括为各种用途预留的合理资金，例如，营运资金、到期还款周转金、投资固定资产等；截至 **2025 年 6 月 30 日**，公司在建工程的总投入约为 **5.03** 亿元，房屋建筑物的投入较高，为充分利用财务杠杆，公司通过贷款解决公司固定资产的长期投入资金，因此贷款较高；报告期内，公司的负债率均未超过 60%，在负债率总体较低的情况下，公司销售收入增长带动回款增加，货币资金增长，因此年底的银行存款金额较高。

（二）中介机构核查程序及核查意见

1、核查程序

针对上述事项，保荐机构及申报会计师履行的核查程序包括但不限于：

（1）了解货币资金、财务管理等内控制度，评价相关控制的设计，确定是否得到有效执行，并测试相关内控制度运行的有效性；

（2）复核公司活期存款账户和保证金账户的利息收入，检查测算的利息收入与公司账面利息收入是否存在重大差异；对公司利息收入与利息支出进行分析性复核；

（3）检查公司货币资金明细表、银行存款明细账及银行对账单并对库存现金进行盘点，取得并查阅与协定存款相关协议、购买凭证及到期后投资本金和收益的银行回单，确认协定存款的金额、利率、期间及收益是否属实；

（4）获取公司已开立银行结算账户清单，核查公司账户信息的完整性；

（5）向银行函证货币资金余额与借款等相关事宜，核实货币资金与借款的真实性；

（6）访谈公司财务总监和相关业务人员，了解新增借款的业务背景和原因，以及该借款的具体用途；

（7）与对比公司进行对比，分析公司的存贷款比率与同行业公司是否存在重大差异。

2、核查结论

经核查，保荐机构及申报会计师认为：

报告期内货币资金、借款与利息收入、财务费用的相匹配，公司存贷比处于合理区间。

二、应收账款坏账准备计提充分性。根据申请文件，报告期各期末，发行人应收账款期末余额分别为 24.235.15 万元、31,664.72 万元和 43,529.11 万元，账龄为 1 年以内的应收账款余额占比分别为 99.82%、99.82%和 99.84%，发行人 1 年以内应收账款坏账准备计提比例低于可比公司。请发行人：①说明各期对主要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，是否存在放宽信用政策刺激销售的情况；说明发行人应收账款周转率与可比公司的比较情况，分析差异原因及合理性。②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。③结合前述内容，说明发行人应收账款坏账准备计提是否充分。

（一）发行人回复

1、说明各期对主要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，是否存在放宽信用政策刺激销售的情况；说明发行人应收账款周转率与可比公司的比较情况，分析差异原因及合理性。

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	月结 60 天、90 天	否
	名硕电脑（苏州）有限公司	银行转账	月结 60 天、90 天	否
	PT PEGAUNIHAN TECHNOLOGY INDONESIA	银行转账	月结 120 天	否
	PEGATRON VIETNAM COMPANY LIMITED	银行转账	月结 90 天	否
伟创力	Flextronics International Europe B.V.	银行转账	月结 60 天	否
	Flextronics Manufacturing (Singapore) Pte Ltd	银行转账	月结 90 天	否
	Flextronics Mechanical Marketing (L) ltd	银行转账	月结 120 天	否
	Benchmark Electronics (Thailand) Public Company Limited	银行转账	月结 60 天	否
	Flextronic Shah Alam Sdn Bhd	银行转账	月结 90 天	否

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
	Flextronics International Kft.	银行转账	月结 120 天	否
	伟创力制造（珠海）有限公司	银行转账	月结 90 天	否
	伟创力电子设备（深圳）有限公司	银行转账	月结 90 天	否
新玛德	PT.Simatelex Manufactory Batam	银行转账	月结 90 天	否
	SIMWAY ELECTRICAL COMPANY INTERNATIONAL LIMITED	银行转账	月结 90 天	否
	SUNDAIRY INDUSTRIAL COMPANY LIMITED	银行转账	月结 90 天	否
V.S.	V.S.PLUS SDN.BHD.	银行转账	月结 90 天	否
	V.S. INDUSTRY BERHAD	银行转账	月结 90 天	否
富港电子	富港电子（东莞）有限公司	银行转账	月结 90 天	否
	富港电子（昆山）有限公司	银行转账	月结 60 天	否
	富港电子（徐州）有限公司	银行转账	月结 90 天	否
今世缘	江苏今世缘酒业股份有限公司	银行转账、票据	月结 30 天	否
徕芬科技	东莞市徕芬电子科技有限公司	银行转账	月结 90 天	否
	深圳徕芬智造科技有限公司	银行转账	月结 90 天	否
	深圳术叶创新科技有限公司	银行转账	月结 30 天	否
易力声	易力声科技（深圳）有限公司	银行转账	月结 90 天	否

从上表可知，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。

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
2025 年 1-6 月	兆驰科技(越南) 有限责任公司	银行转账	月结 60 天	否
	贵州王记酒庄有限公司	银行转账	预付	否
	HyperPack Trading Co. ,Ltd	银行转账	月结 30 天	否
	越南豫信负责有限公司	银行转账	月结 60 天	否
	PT GREENSPRING PACKAGING INDONESIA	银行转账	月结 30 天	否
2024 年度	Kinpo Electronics (Philippines) Inc.	银行转账	月结 60 天	否
	杭州由莱科技有限公司	银行转账、票据	月结 30 天	否

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
	瑞轩科技责任有限公司	银行转账	月结 105 天	否
	Meiban Technologies (Malaysia) Sdn. Bhd.	银行转账	月结 90 天	否
	东莞市腹灵竞技电子有限公司	银行转账	月结 60 天	否
2023 年度	深圳美众联科技有限公司	银行转账	月结 60 天	否
	SUNTONE TECHNOLOGY COMPANY LIMITED	银行转账	月结 45 天	否
	宁波德昌电机股份有限公司[注1]	银行转账	月结 90 天、月结 60 天	否
	浙江焕美科技有限公司	银行转账	月结 90 天	否
	精品有限公司	银行转账	月结 120 天	否
2022 年度	东莞市徕芬电子科技有限公司	银行转账	月结 60 天/月结 90 天	2023 年 2 月起信用政策由 60 天改为 90 天
	深圳市吉迩科技有限公司	银行转账	月结 60 天	否
	比亚迪股份有限公司[注2]	银行转账、票据	月结 90 天、月结 60 天	否
	晶睿通訊股份有限公司	银行转账	月结 90 天	否
	深圳麦克韦尔科技有限公司[注3]	银行转账	月结 60 天	否

注 1：宁波德昌电机股份有限公司包含同一控制下的越南德昌有限公司

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

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基本在月结 60-120 天，与存量客户在整体信用政策上不存在显著差异，发行人不存在通过放宽信用政策刺激销售的情形。

报告期内，公司应收账款周转率与同行业可比公司相比情况如下：

同行业可比公司	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
裕同科技	**2.66**	2.84	2.59	2.78
柏星龙	**4.40**	5.04	4.30	4.35

中荣股份	**3.12**	3.49	4.58	5.21
佳合科技	**3.34**	4.62	3.62	3.27
平均值	**3.38**	4.00	3.77	3.90
应收账款周转率	**3.31**	3.87	3.86	3.61

注：2025 年 1-6 月的应收账款周转率已年化，即半年度周转率*2。

由上表可知，报告期内，公司应收账款周转率总体与同行业平均水平保持一致，存在部分差异主要系各家公司信用政策、产品结构不同所致。

公司客户群体主要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政策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政策整体处于合理区间内。

综上，报告期内，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客户的信用政策，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，应收账款周转率与同行业可比公司不存在显著差异，信用期整体处于合理区间内，公司不存在通过放松信用政策刺激销售的情形。

2、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。

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：

单位：%

项目	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3-4 年	4-5 年
裕同科技	2.00	10.00	20.00	100.00	100.00
柏星龙	5.00	10.00	20.00	50.00	50.00
中荣股份	5.00	10.00	20.00	50.00	80.00
佳合科技	5.00	10.00	30.00	100.00	100.00
公司	**3.00**	**10.00**	**20.00**	**50.00**	**80.00**

如上表所示，公司 1 年以内应收账款坏账计提比例高于裕同科技，低于柏星龙、中荣股份、佳合科技。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，公司与客户结算的信用期主要以 90-120 天为主，一年以内按照 3%的比例计提坏账准备。中荣股份和柏星龙的主要客户群体呈现多元化特征，主要产品附加值与公司存在差异；佳合科技主要客户包括沃尔玛、家得宝、劳氏、塔吉特、百思买等综合性零售客户。综上，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。

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：

项目	2025 年 6 月 30 日/2025 年 1-6 月	2024 年 12 月 31 日/2024 年度	2023 年 12 月 31 日/2023 年度	2022 年 12 月 31 日/2022 年度
期初一年以内的应收账款余额①	**43,458.77**	31,607.39	24,191.59	27,580.24
期末一年以内的应收账款余额②	**48,548.51**	43,458.77	31,607.39	24,191.59
按 5%计提坏账准备影响数（③=（②-①）*（3%-5%）)（注）	**-101.79**	-237.03	-148.32	67.77
当期净利润④	**6,581.07**	9,625.32	6,891.43	8,538.11
影响数占净利润的比例（⑤=③/④）	**-1.55%**	-2.46%	-2.15%	0.79%

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。报告期各期末，对比公司 1 年以内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，1 年以内按 3%计提坏账比例具有合理性，坏账准备计提充分。

综上所述，发行人各期末应收账款坏账准备计提充分。

（二）中介机构核查程序及核查意见

1、核查程序

针对上述事项，保荐机构及申报会计师履行的核查程序包括但不限于：

（1）获取公司与主要客户、新增主要客户签订的销售合同，查看信用政策

与结算条款，分析报告期内信用政策是否变动，新增客户是否存在放松信用政策刺激销售的情形；

（2）查阅同行业上市公司的应收账款周转率，对比公司与同行业可比公司是否存在显著差异；了解公司应收账款的信用政策及变动情况，分析公司是否存在放宽信用政策刺激销售的情形；

（3）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；查阅同行业可比公司主要客户及其经营情况，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；分析公司应收账款坏账准备计提是否具有充分性。

2、核查结论

针对上述事项，经核查，保荐机构及申报会计师认为：

（1）报告期内，公司对主要客户的信用政策基本稳定，各年度新增客户信用期与存量客户在整体信用政策上不存在显著差异，发行人不存在通过放宽信用政策刺激销售的情形。

（2）公司应收账款周转率与同行业可比公司差异具有合理性，符合公司实际业务情况；

（3）报告期各期末，对比发行人 1 年以内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，1 年以内按 3%计提坏账比例具有合理性，坏账准备计提充分。

三、存货结构与发行人生产经营的匹配性。根据申请文件，报告期各期末，发行人存货余额分别为 11,904.84 万元 12,622.52 万元和 18,513.83 万元，主要为原材料、库存商品发出商品等。请发行人：①说明发行人存货规模、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列示各期末不同存货的库龄分布情况，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；列示各期末各类别存货不同库龄的存货跌价准备计提金额及比例，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。③说明各期末库存商品、发出商品的在手订单覆盖率，说明寄售客户的订单量与各期发出商品的匹配性，寄售仓存货的盘点周期、金额及占比，寄售仓是否存在退回或呆滞存货，发行人是否及如何实现对寄售仓存货的控制。

（一）发行人回复

1、说明发行人存货规模、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）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	2025 年 6 月 30 日		2024 年 12 月 31 日		2023 年 12 月 31 日		2022 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	177,008.20	8.01%	174,886.49	7.77%	161,915.37	7.30%	176,643.54	8.39%
佳合科技	6,576.30	9.66%	6,655.44	9.83%	2,979.73	6.59%	2,687.39	6.67%
中荣股份	32,227.27	7.50%	32,865.53	7.56%	30,618.31	7.59%	26,972.96	7.16%
柏星龙	3,940.56	5.94%	3,751.18	5.71%	6,492.40	9.44%	3,864.96	6.52%
平均值	54,938.08	7.78%	54,539.66	7.72%	50,501.45	7.73%	52,542.21	7.19%
公司	**22,520.90**	**9.99%**	**17,431.64**	**8.65%**	**11,822.53**	**7.84%**	**11,020.33**	**9.78%**

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%-10%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 9.78%、7.84%、8.65%**和 9.99%**，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：

2025 年 6 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	**38.51%**	**12.99%**	**42.32%**	**2.10%**	**-**	**-**	**4.08%**
佳合科技	**69.82%**	**8.09%**	**21.91%**	**0.00%**	**-**	**0.18%**	**-**
中荣股份	**22.37%**	**13.83%**	**36.46%**	**26.36%**	**0.98%**	**-**	**-**
柏星龙	**7.08%**	**16.25%**	**48.85%**	**17.03%**	**10.79%**	**-**	**-**
公司	**24.79%**	**17.67%**	**31.38%**	**24.57%**	**0.73%**	**0.87%**	**-**
2024 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	38.63%	13.00%	42.66%	1.62%	-	-	4.08%
佳合科技	70.98%	7.02%	19.16%	1.33%	-	1.50%	-
中荣股份	20.27%	15.48%	33.87%	28.63%	1.75%	-	-
柏星龙	8.16%	12.88%	44.16%	21.24%	13.56%	-	-
公司	25.46%	14.46%	31.99%	27.42%	0.56%	0.12%	-
2023 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	44.38%	11.64%	40.16%	-	-	-	3.82%
佳合科技	67.97%	6.49%	23.03%	0.82%	-	1.69%	-
中荣股份	21.45%	15.72%	27.96%	33.68%	1.19%	-	-
柏星龙	3.86%	12.24%	35.26%	28.79%	19.85%	-	-
公司	23.61%	16.92%	27.97%	31.32%	0.17%	-	-
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%
佳合科技	68.27%	6.61%	21.74%	3.38%	-	-	-
中荣股份	21.91%	11.67%	26.22%	38.95%	1.25%	-	-
柏星龙	6.00%	22.28%	36.18%	18.69%	16.85%	-	-
公司	22.56%	21.84%	27.41%	27.25%	0.69%	0.24%	-

注 1：其他物资涵盖存货中的低值易耗品、周转材料等。

2022-**2025 年 6 月末**，公司原材料余额占比分别为 22.56%、23.61%、25.46%**和 24.79%**，整体与中荣股份较为接近，低于裕同科技和佳合科技，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。

2022-**2025 年 6 月末**，公司在产品余额占比分别为 21.84%、16.92%、14.46%和 **17.67%**，同行业可比公司的在产品余额占比在 6%-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。

2022-**2025 年 6 月末**，公司库存商品余额占比分别为 27.41%、27.97%、31.99%和 **31.38%**，高于佳合科技，和中荣股份较为接近，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。

2022-**2025 年 6 月末**，公司发出商品余额占比分别为 27.25%、31.32%、27.42%和 **24.57%**，低于中荣股份，高于佳合科技，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。

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 99.06%、99.82%、99.33%**和 98.41%**。原材料、在产品、库存商品和发出商品的余额分布较为均匀，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。

报告期内，公司存货周转率与同行业对比情况如下：

公司名称	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
裕同科技	**6.92**	7.66	6.63	6.99
佳合科技	**8.42**	11.53	8.69	9.32
中荣股份	**7.18**	7.16	7.12	6.73
柏星龙	**8.32**	7.70	6.86	8.32
平均数	**7.71**	8.51	7.33	7.84

公司	**5.52**	6.59	6.54	6.43

注：2025 年 1-6 月的存货周转率已年化，即半年度周转率*2。

由上表可知，报告期内，公司存货周转率分别为 6.43 次/年、6.54 次/年、6.59 次/年**和 5.52 次/年**。公司存货周转率略低于同行业平均水平，主要系同行业各公司的存货管理方式存在差异所致。公司针对客户订单会进行较为充足的材料采购准备，同时亦会进行安全备料，相应的存货规模较高。

综上，发行人存货结构与发行人生产经营模式具有匹配性。

2、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

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
2025 年 1-6 月	**白卡纸**	**6,484.15**	**4,738.73**	**4,723.46**	**0.32%**
	纸板	**4,495.57**	**4,916.97**	**4,923.79**	**-0.14%**
	白板纸	**4,983.91**	**3,582.32**	**3,615.37**	**-0.91%**
2024 年度	白卡纸	12,030.15	8,737.74	8,727.91	0.11%
	纸板	9,373.07	11,268.00	11,221.91	0.41%
	白板纸	7,961.67	7,197.59	7,098.00	1.40%
2023 年度	白卡纸	8,162.40	7,569.63	7,590.69	-0.28%
	纸板	10,127.13	10,356.35	10,394.62	-0.37%
	白板纸	8,655.92	5,012.76	5,017.06	-0.09%
2022 年度	白卡纸	7,997.66	7,906.36	7,906.47	0.00%

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
	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%

注：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。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：

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
2025 年 1-6 月/2025 年 6 月 30 日	**彩盒**	**2,898.07**	**28,467.74**	**379.30**	**28,847.04**	**26,070.06**	**1,994.47**	**28,064.52**	**2.79%**	**3,680.58**
	说明书	**1,613.48**	**16,781.59**	**748.28**	**17,529.86**	**16,565.58**	**570.45**	**17,136.04**	**2.30%**	**2,007.30**
2024 年度/2024 年 12 月 31 日	彩盒	1,567.24	47,639.72	1,496.51	49,136.23	43,832.06	3,973.35	47,805.41	2.78%	2,898.07
	说明书	1,309.80	30,790.24	800.62	31,590.86	28,024.86	3,262.32	31,287.18	0.97%	1,613.48
2023 年度/2022 年 12 月 31 日	彩盒	1,360.27	34,464.29	679.30	35,143.59	31,489.77	3,446.85	34,936.62	0.59%	1,567.24
	说明书	1,404.84	19,594.90	2,344.56	21,939.46	20,013.69	2,020.80	22,034.50	-0.43%	1,309.80
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

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，2024 年末彩盒差异率较大的原因主要系公司期末为徕芬、瑞轩、和硕、TECHTRONI 等客户订单需求而生产。**2025 年 6 月末彩盒、说明书差异率较大的原因主要系公司年中根据预测的客户需求以及生产计划，进行生产备货。**除此之外，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。

3、列示各期末不同存货的库龄分布情况，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；列示各期未各类别存货不同库龄的存货跌价准备计提金额及比例，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

2025 年 6 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	5,490.92	93.28%	395.68	6.72%	5,886.61
库存商品	7,288.21	97.81%	163.18	2.19%	7,451.40
发出商品	5,834.35	100.00%	-	-	5,834.35
在产品	4,195.14	100.00%	-	-	4,195.14
委托加工物资	173.20	100.00%	-	-	173.20
在途物资	206.64	100.00%	-	-	206.64
小计	23,188.46	97.65%	558.86	2.35%	23,747.32
2024 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	4,380.98	92.96%	331.92	7.04%	4,712.90
库存商品	5,737.24	96.88%	184.76	3.12%	5,921.99
发出商品	5,075.84	100.00%	-	-	5,075.84
在产品	2,676.34	100.00%	-	-	2,676.34
委托加工物资	104.45	100.00%	-	-	104.45
在途物资	22.31	100.00%	-	-	22.31
小计	**17,997.15**	**97.21%**	**516.67**	**2.79%**	**18,513.83**
2023 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	2,741.29	91.97%	239.35	8.03%	2,980.64
库存商品	3,257.23	92.26%	273.38	7.74%	3,530.61
发出商品	3,953.98	100.00%	-	-	3,953.98
在产品	2,135.76	100.00%	-	-	2,135.76
在途物资	0.55	100.00%	-	-	0.55
委托加工物资	20.98	100.00%	-	-	20.98

小计	**12,109.79**	**95.94%**	**512.73**	**4.06%**	**12,622.52**
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**

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 94.25%、95.94%、97.21%**和 97.65%**，占比较高。

（2）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	**2025 年 6 月 30 日**		**2024 年 12 月 31 日**		**2023 年 12 月 31 日**		**2022 年 12 月 31 日**	
	金额	**占比**	**金额**	**占比**	**金额**	**占比**	**金额**	**比例**
白卡纸	**104.41**	**26.39%**	127.96	38.55%	84.73	35.40%	166.59	53.65%
其他类纸张	**164.70**	**41.63%**	125.65	37.86%	73.29	30.62%	68.47	22.05%
辅料	**71.85**	**18.16%**	45.12	13.59%	42.70	17.84%	53.86	17.35%
标签及其他	**54.71**	**13.83%**	33.19	10.00%	38.62	16.13%	21.59	6.95%
合计	**395.68**	**100.00%**	**331.92**	**100.00%**	**239.35**	**100.00%**	**310.50**	**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	**2025 年 6 月 30 日**	**2024 年 12 月 31 日**	**2023 年 12 月 31 日**	**2022 年 12 月 31 日**
1 年以上原材料	**395.68**	331.92	239.35	310.50
原材料余额	**5,886.61**	4,712.90	2,980.64	2,685.96
1 年以上原材料	**6.72%**	7.04%	8.03%	11.56%

项目	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
占比				

报告期各期末，1 年以上原材料占比分别为 11.56%、8.03、7.04%**和 6.72%**，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	2025 年 6 月 30 日		2024 年 12 月 31 日		2023 年 12 月 31 日		2022 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	比例
彩盒	**124.99**	**76.60%**	142.50	77.13%	209.28	76.55%	204.74	82.76%
说明书及其他	**38.19**	**23.40%**	42.26	22.87%	64.10	23.45%	42.65	17.23%
小计	**163.18**	**100.00%**	**184.76**	**100.00%**	**273.38**	**100.00%**	**247.39**	**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	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
1 年以上库存商品	**163.18**	184.76	273.38	247.39
库存商品余额	**7,451.40**	5,921.99	3,530.61	3,263.23
1 年以上库存商品占比	**2.19%**	3.12%	7.74%	7.58%

报告期各期末，1 年以上库存商品占比分别为 7.58%、7.74%、3.12%和 **2.19%**，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	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
1 年以上发出商品	-	-	-	14.60
发出商品余额	5,834.35	5,075.84	3,953.98	3,244.42
1 年以上发出商品占比	-	-	-	0.45%

2022 年末公司存在少量库存超过 1 年的发出商品，占期末存货比例为 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	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
1 年以上在产品	-	-	-	112.44
在产品余额	4,195.14	2,676.34	2,135.76	2,600.51
1 年以上在产品占比	-	-	-	4.32%

2022 年末公司存在少量库存超过 1 年的在产品，占期末存货比例为 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）列示各期未各类别存货不同库龄的存货跌价准备计提金额及比例，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

2025 年 6 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	5,490.92	7.25	0.13%	395.68	59.55	15.05%	5,886.61	66.80	1.13%
库存商品	7,288.21	580.76	7.97%	163.18	130.33	79.87%	7,451.40	711.08	9.54%
发出商品	5,834.35	448.54	7.69%	-	-	-	5,834.35	448.54	7.69%
在产品	4,195.14	-	-	-	-	-	4,195.14	-	-
委托加工物资	173.20	-	-	-	-	-	173.20	-	-
在途物资	206.64	-	-	-	-	-	206.64	-	-
小计	23,188.46	1,036.55	4.47%	558.86	189.87	33.98%	23,747.32	1,226.42	5.16%
2024 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	4,380.98	7.58	0.17%	331.92	60.62	18.26%	4,712.90	68.20	1.45%
库存商品	5,737.23	526.60	9.18%	184.76	155.42	84.12%	5,921.99	682.02	11.52%
发出商品	5,075.84	323.41	6.37%	-	-	-	5,075.84	323.41	6.37%
在产品	2,676.34	-	-	-	-	-	2,676.34	-	-
委托加工物资	104.45	-	-	-	-	-	104.45	-	-
在途物资	22.31	-	-	-	-	-	22.31	-	-
小计	17,997.15	857.59	4.77%	516.68	216.04	41.81%	8,513.83	1,073.63	5.80%
2023 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	2,741.29	-	-	239.35	54.63	22.83%	2,980.64	54.63	1.83%
库存商品	3,257.23	252.53	7.75%	273.38	248.69	90.97%	3,530.61	501.22	14.20%
发出商品	3,953.98	244.13	6.17%	-	-	-	3,953.98	244.13	6.17%
在产品	2,135.76	-	-	-	-	-	2,135.76	-	-
委托加工物资	104.45	-	-	-	-	-	104.45	-	-
在途物资	22.31	-	-	-	-	-	22.31	-	-
小计	17,997.15	857.59	4.77%	516.68	216.04	41.81%	18,513.83	1,073.63	5.80%
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%**

2）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	库存商品包括成品和半成品。成品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； 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
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	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

注：公司将半成品与库存商品合并计算，列入库存商品。

3）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，公司存货库龄 1 年以内的占比分别为 94.25%、95.94%、97.21%**和 97.65%**，占比较高。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	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
原材料	期末金额	**5,886.61**	4,712.90	2,980.64	2,685.96
	期后结转金额	**3,811.59**	3,965.99	2,820.03	2,685.96
	结转比例	**64.75%**	84.15%	94.61%	100.00%
库存商品	期末金额	**7,451.40**	5,921.99	3,530.61	3,263.23
	期后结转金额	**5,778.06**	5,464.86	3,444.37	3,263.23
	结转比例	**77.54%**	92.28%	97.56%	100.00%
发出商品	期末金额	**5,834.35**	5,075.84	3953.98	3,244.42
	期后结转金额	**5,834.35**	5,075.84	3953.98	3,244.42
	结转比例	**100.00%**	100.00%	100.00%	100.00%
在产品	期末金额	**4,195.14**	2,676.34	2135.76	2,600.51
	期后结转金额	**4,195.14**	2,676.34	2135.76	2,600.51
	结转比例	**100.00%**	100.00%	100.00%	100.00%
委托加工物资	期末金额	**173.20**	104.45	20.98	81.61
	期后结转金额	**173.20**	104.45	20.98	81.61
	结转比例	**100.00%**	100.00%	100.00%	100.00%
在途物资	期末金额	**206.64**	22.31	0.55	29.11
	期后结转金额	**206.64**	22.31	0.55	29.11
	结转比例	**100.00%**	100.00%	100.00%	100.00%
合计	**期末金额**	**23,747.32**	**18,513.83**	**12,622.52**	**11,904.84**
	期后结转金额	**19,998.96**	**17,309.79**	**12,375.67**	**11,904.84**
	结转比例	**84.22%**	**93.50%**	**98.04%**	**100.00%**

注：期后结转金额统计至 2025 年**9 月 30 日**。

2022 年末、2023 年末及 2024 年末，公司存货期后结转比例分别为 100.00%、98.04%、93.50%**和 84.22%**，结转比例较高。

截至 2025 年**9 月 30 日**，公司 2024 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。

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。

4）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	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
裕同科技	**2.49%**	2.55%	2.86%	3.26%
佳合科技	**1.39%**	1.18%	0.32%	0.30%
中荣股份	**7.95%**	7.07%	5.23%	4.32%
柏星龙	**14.69%**	16.57%	7.78%	9.34%
行业平均	**6.63%**	**6.84%**	**4.05%**	**4.31%**
公司	**5.16%**	5.85%	6.34%	7.43%

2022-2023 年度，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。2024 年度，柏星龙采取较为谨慎的存货策略，当期期末计提比例较高。**截至 2025 年 6 月 30 日，剔除柏星龙影响，同行业公司存货跌价准备平均计提比例为 3.94%，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。**2024 年至 **2025 年 6 月末**，公司 1 年以内的原材料、库存商品等存货库龄比例高于 2023 年度，存货管理优化，故存货计提比例较 2023 年末有所下降。故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。

4、说明各期末库存商品、发出商品的在手订单覆盖率，说明寄售客户的订单量与各期发出商品的匹配性，寄售仓存货的盘点周期、金额及占比，寄售仓是否存在退回或呆滞存货，发行人是否及如何实现对寄售仓存货的控制。

（1）说明各期末库存商品、发出商品的在手订单覆盖率，说明寄售客户的订单量与各期发出商品的匹配性

1）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	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
发出商品	期末余额	**5,834.35**	5,075.84	3,953.98	3,244.42
	有订单支持余额	**5,834.35**	5,075.84	3,953.98	3,244.42
	订单覆盖率	**100.00%**	100.00%	100.00%	100.00%
库存商品	期末余额	**7,451.40**	5,921.99	3,530.61	3,263.23
	有订单支持余额	**6,862.74**	5,550.21	3,254.42	3,054.85
	订单覆盖率	**92.10%**	93.72%	91.78%	93.61%

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，除存在少量寄售模式下发出商品外，其他发出商品余额均有订单支持，订单覆盖率为较高。

公司寄售模式下的客户为旭丽电子（东莞）有限公司、麦迪实电子科技（深圳）有限公司，销售占比较少，公司根据其需求向寄售客户发货， 报告期各期末，发出商品余额及在手订单情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
寄售模式销售收入	**419.59**	979.41	580.07	1,241.58
营业收入	**78,446.64**	141,125.29	108,022.44	93,448.34
寄售模式销售占比	**0.53%**	0.69%	0.54%	1.33%
寄售模式发出商品余额	**328.00**	274.11	186.46	22.34
寄售模式在手订单金额	**328.00**	274.11	186.46	22.34
订单覆盖率	**100.00%**	100.00%	100.00%	100.00%

公司寄售模式销售收入占比较低，期末寄售模式下发出商品较少，公司根据寄售客户需求，向其发货，待其领用后，与其结算，寄售客户的订单量与各期发

出商品余额基本匹配。

（2）寄售仓存货的盘点周期、金额及占比，寄售仓是否存在退回或呆滞存货，发行人是否及如何实现对寄售仓存货的控制

1）寄售仓存货盘点的周期、金额及占比

公司寄售客户包括旭丽电子（东莞）有限公司、麦迪实电子科技（深圳）有限公司，寄售模式销售占比较小，公司严格控制寄售仓存货的数量，每个月月末，寄售客户都会将当月进销存明细表发给公司核对，公司以核对月末寄售仓进销存表的方式，代替盘点，以确定期末寄售仓期末发出商品与账面是否存在差异，报告期各期末，寄售仓发出商品核对情况如下：

单位：万元、%

项目	客户名称	寄售仓盘点方式	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
寄售仓存货结余金额	旭丽电子（东莞）有限公司	期末核对客户进销存，确定期末余额是否与账面相符	**1.36**	1.36	6.39	22.34
	麦迪实电子科技（深圳）有限公司	期末核对客户进销存，确定期末余额是否与账面相符	**326.64**	272.75	180.07	-
	合计		**328.00**	274.11	186.46	22.34
寄售仓存货核对盘点金额			**328.00**	274.11	186.46	22.34
寄售仓存货盘点比例			**100.00**	100.00	100.00	100.00

2)寄售仓退回或呆滞存货相对较小

报告期内，寄售客户退货金额分别 0.50 万元、12.28 万元、30.52 万元**和 4.23 万元**，占寄售客户主营业务收入比例分别为 0.04%、2.12%、3.12%**和 1.01%**，金额及比例均相对较小，对公司经营成果无重大影响。

3）寄售仓呆滞存货情况

报告期内，公司寄售仓存货中库龄无超过一年以上存货明细，未发现存在呆滞长库龄情况。

4）报告期内，公司对寄售仓的管理存在有效的控制措施

报告期内，公司对寄售仓的管理存在有效控制，主要体现为：

订单及发货方面，公司根据经客户确认的订单安排发货，发货后公司取得了

运抵寄售仓库经客户签字确认的送货单据。

消耗及收入确认方面，客户在消耗公司产品后，不同寄售客户每周或每月月中、月末将相应的产品消耗清单发送至公司，公司实时将相关消耗信息录入金蝶 ERP 系统，由系统自动生成最新的寄售仓库存清单，公司根据经客户确认的消耗清单确认销售收入。

与客户对账方面，公司视寄售客户重要程度定期或不定期与客户进行对账，客户在规定的信用期限内完成付款，报告期内寄售客户整体回款情况良好，与客户的对账结果不存在重大差异。

寄售库存盘点方面，通过定期与寄售客户核对进校存的方式代替盘点，能够保证寄售仓存货的真实及准确性。

此外，报告期内，寄售客户退货金额较小，同时，公司对库龄超过 1 年以上的存货已计提了充足的跌价准备，对公司经营成果无重大影响。

（二）中介机构核查程序及核查意见

1、核查程序

针对上述事项，保荐机构及申报会计师履行了以下核查程序：

1、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；

2、访谈公司管理层，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；

3、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；

4、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；

5、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；

6、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；

7、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；

8、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；

9、访谈发行人销售负责人，了解寄售模式下客户核对产品消耗清单的具体方法、与客户的对账周期；统计寄售仓退回或呆滞存货获取寄售仓存货盘点资料；统计寄售仓存货的盘点周期、金额及占比，分析合理性；

10、对包含寄售发出商品期末余额进行函证，核实期末余额的真实性。

2、核查结论

经核查，保荐机构及申报会计师认为：

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、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；

3、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；

4、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；寄售客户的订单量与各期发出商品相匹配。

四、客户供应商重合的合理性。根据申请文件，发行人存在客户供应商重合的情形。请发行人说明：①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。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：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。

（一）发行人回复

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单期超过 100 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	项目	大类	2025 年 1-6 月		2024 年		2023 年		2022 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	富兴隆印刷包装责任有限公司	销售	彩盒	55.47	0.07	65.99	0.05	0.43	-	-	-	否	银行转账；与其他客户、供应商结算方式无差异	否	参考市场价格确定，定价方式具备合理性	发行人向该供应商销售少量彩标，交易具有合理性
		采购	坑纸	9.68	0.02	11.11	0.02	-	-	-	-				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	
		采购	外购成品	0.65	0.00	0.30	0.00	-	-	-	-					
		采购	外购组件	44.79	0.08	156.68	0.23	107.78	0.20	-	-					
向客户采购	富港电子(东莞)有限公司	销售	彩盒	468.06	0.60	1,342.53	0.96	1,777.06	1.66	1,362.97	1.48	否	银行转账；与其他客户、供应商结算方式无差异	否	参考市场价格确定，定价方式具备合理性	发行人向该客户购买产品挂钩，刺激合作意向；具有合理性
		销售	其他	4,847.82	6.18	8,198.84	5.85	4,245.52	3.97	-	-					
		销售	说明书	121.16	0.15	624.80	0.45	998.12	0.93	1,641.07	1.78					
		销售	一站式采购	160.72	0.20	244.71	0.17	144.70	0.14	9.07	0.01					
		采购	外购组件	-	-	9.08	0.01	14.69	0.03	21.15	0.05					
向供应商销售	东莞市志旺包装制品有限公司	采购	外购成品	403.95	0.68	260.10	0.38	98.94	0.19	-	-	否	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	发行人向该供应商销售少量胶水，交易具有合理性
		采购	外购组件	446.77	0.76	244.94	0.36	214.38	0.41	-	-					
		销售	彩盒	6.01	0.01											
		销售	其他	9.89	0.01											
		销售	说明书	0.32	0.00											
		销售	外购组件	0.41	0.00											
		销售	胶水	-	-	19.70	0.01	-23.01	-0.02	-	-				参考市场价格确定，定价方式具备合理性	

向供应商销售	东莞市博格达塑胶五金制品有限公司	采购	贴纸类辅料	173.93	0.29	125.16	0.18	270.85	0.51	66.85	0.15	否	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	报告期内，发行人于 2022 年度向博格达销售少量彩盒产品，总金额仅为 15.35 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。
		采购	外购成品	0.22	0.00	0.30	0.00	-	-	-	-					
		采购	外购组件	394.22	0.67	411.27	0.60	154.81	0.29	223.65	0.49					
		销售	为其提供代销服务	0.10	0.00	2.88	0.00	16.47	0.02	57.39	0.06				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	0.60	0.00	-	-	-	-	15.35	0.02				参考市场价格确定，定价方式具备合理性	
向客户采购	达功（上海）电脑有限公司	销售	彩盒	-	-	1.83	-	36.23	0.03	260.29	0.28	否	银行转账；与其他客户、供应商结算方式无差异	否	参考市场价格确定，定价方式具备合理性	关于对该客户的交易步骤是：①发行人报关出口②货物放入海关监管的 HUB 仓；③客户按需二次报关拉走，发行人以采购的形式定期清理存储在 HUB 仓的呆滞物料；交易具有合理性
		销售	一站式采购	-	-	1.26	-	8.56	0.01	35.01	0.04					
		销售	说明书	-	-	-	-	3.05	0.00	15.55	0.02					
		采购	外购组件	-	-	-	-	-	-	14.21	0.03				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	
向客户采购	V.S.PLUS SDN.BHD.	销售	彩盒	1,867.59	2.38	3,338.84	2.38	1,925.70	1.80	2,458.99	2.66	否	银行转账；与其他客户、供应商结算方式无差异	否	参考市场价格确定，定价方式具备合理性	VS 收到客户的订单后，向发行人下单，发行人直接交付给 VS 的客户。产品交付时用托盘作为容器，发行人对托盘进行回收，记录为对 VS 的采购；交易具有合理性。
		销售	其他	268.63	0.34	312.80	0.22	317.19	0.30	1,232.16	1.33					
		销售	说明书	159.26	0.20	369.60	0.26	377.53	0.35	393.89	0.43					
		销售	一站式采购	1,530.83	1.95	2,599.55	1.86	1,964.24	1.83	1,215.40	1.32					
		采购	外购组件	12.07	0.02	38.35	0.06	24.95	0.05	13.51	0.03				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	

向供应商销售	PT. GLOBAL PACKAGING BATAM（以下简称 PT Global）	销售	彩盒	-	-	-	-	-	-	743.27	0.80	是	银行转账；与其他客户、供应商结算方式无差异	否	参考市场价格确定，定价方式具备合理性	PT Global 系发行人与印度尼西亚地区经营纸包装印刷业务的发行人 PT ACCORD MANDIRI BATAM 合资成立的纸包装加工企业。报告期内，2022 年 1 月至 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，成为发行人子发行人，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
		销售	一站式采购			-	-	-	-	65.07	0.07					
		采购	外购成品	1,718.09	2.91	-	-	-	-	1,283.73	2.79					
		采购	外购组件	7.25	0.01	-	-	-	-	313.20	0.68				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	

																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型类子发行人，并由该类子发行人进行终端销售。
向供应商销售	PRO-ART PACKAGING SDN. BHD.	采购	包材类辅料	4.39	0.01	27.34	0.04	16.02	0.03	0.33		否	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	2023 年度，供应商收到了一批彩盒订单但自身无法生产，故向发行人购买该产品。交易具有合理性。
		采购	外购组件	12.51	0.02	127.43	0.19	101.15	0.19	86.13	0.19					
		采购	外购成品	61.26	0.10											
		销售	彩盒	-	-	-	-	21.90	0.02	-	-				参考市场价格确定，定价方式具备合理性	
向供应商销售	CENTURY PACKING & PRINTING SDN.BHD（以下简称 CPP）	销售	彩盒	-	-	-	-	-	-	176.56	0.19	是	银行转账；与其他客户、供应商结算方式无差异	否	参考市场价格确定，定价方式具备合理性	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
		采购	外购成品	-	-	-	-	-	-	705.27	1.53					

																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型类子发行人，并由该类子发行人进行终端销售。

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。根据同行业上市公司中荣股份公开披露信息，其存在向主要供应商销售、向部分客户采购的情形，由于纸质包装产业链企业较多，涉及的材料、产品较为复杂，公司向供应商销售、向客户采购部分材料的情形具有合理商业背景，符合行业惯例，相关交易定价方式公允，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。

2）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，

序号	判断条件	判断情况
		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）中介机构核查程序及核查意见

1、核查程序

针对上述事项，保荐机构及申报会计师履行了以下核查程序：

（1）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。

2、核查结论

经核查，保荐机构及申报会计师认为：

（1）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；

（2）相关主体向发行人采购与销售涉及的相关交易具备合理的商业背景，符合行业惯例，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；

（3）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；

（4）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。

五、关于前次申报相关情况。请发行人说明本次申报文件与前次申报上市文件的信息披露是否存在差异，如存在，请列表说明差异的具体情况及差异原因。

本次申报材料较前次申报 IPO 露时的差异较小，具体差异主要包括：

（一）财务信息披露差异

公司前次 IPO 申报的报告期为 2020 年至 2023 年 9 月，公司本次申报的报告期为 2022 年至 **2025 年 6 月**，重叠报告期内为 2022 年度，财务数据差异如下：

1、会计差错调整

公司于 2022 年将与租赁厂房相关的押金保证金抵减了厂房租金，根据《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》（财会〔2017〕7 号）第十一条，押金保证金不符合终止确认的规定，因此对 2022 年度、2023 年度和 2024 年度进行差错更正并予以追溯调整。具体情况参见《招股说明书》“第八节 管理层讨论与分析”之“七、（三）会计差错更正”。

2、重分类调整

公司将 2022 年非经常损益二级科目进行重分类，具体情况如下：

单位：万元

项目	前次主板申报	本次申报	差异金额
非流动性资产处置损益	-7.34	-7.34	-
计入当期损益的政府补助，但与公司正常经营业务密切相关、符合国家政策规定、按照确定的标准享有、对公司损益产生持续影响的政府补助除外	149.90	122.86	27.04
委托他人投资或管理资产的损益	57.22	57.22	-
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-31.59	-31.59	-
其他符合非经常性损益定义的损益项目	8.09	35.13	-27.04
非经常性损益总额	**176.28**	**176.28**	**-**

本次申报对于直接减免的增值税（27.04 万元）的二级科目认定进行调整，差异原因为结合最新实践，直接减免的增值税未发生资产转移，不满足政府补助"无偿取得资产"的特征，将其从“计入当期损益的政府补助”调整为“其他符合非经常性损益定义的损益项目”。

（二）非财务信息披露差异

1、信息披露具体规则的差异

公司前次 IPO 拟申报板块为深圳证券交易所主板，前次申报《招股说明书》的信息披露具体要求按照《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 1 号——招股说明书（2015 年修订）》的相关规定；本次 IPO 拟申报板块为北京证券交易所，本次申报《招股说明书》的信息披露具体要求按照《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 46 号——北京证券交易所公司招股说明书》的相关规定。因此，所依据信息披露格式准则的不同使得前次 IPO 申报与本次申报披露信息存在相应差异，如公司针对性地对板块定位要求等情况进行更新等。

2、所属行业差异

前次主板申报文件与本次申报文件对行业分类认定存在差异，前次主板申报行业分类为“C22 造纸和纸制品业”，本次申报行业分类为“C23 印刷和记录

媒介复制业”，产生差异的原因为公司产品为纸包装产品及属于纸制品，也属于印刷产品，公司结合同行业公司情况，按照重要性原则，发行人将所属行业调整为“C23 印刷和记录媒介复制业”。

3、可比公司差异

前次主板申报的可比公司为裕同科技、中荣股份、劲嘉股份及美盈森，本次申报的可比公司为裕同科技、中荣股份、佳合科技和柏星龙，产生差异的原因为根据公司业务实际开展情况及行业情况，公司综合考量下游领域、规模情况选取，与公司业务领域对标或业务规模相近的可比公司。

4、募集资金规模差异

前次主板申报募投项目的募集资金投资金额为 77,378.16 万元，本次申报的募投项目的募集资金投资金额为 58,000.00 万元，产生差异的原因为公司根据所处行业环境、实际业务开展及项目建设进度情况，调减募集资金投资金额。

5、风险提示差异

本次申报在“重大事项提示”及“第三节 风险因素”补充披露贸易政策变动导致业绩下滑的风险、在建工程转入固定资产增加折旧摊销金额的风险等风险因素，并结合重要程度调整披露顺序。产生差异的原因为公司根据业务实际开展情况及行业情况、招股说明书格式准则等文件的要求更新风险因素。

（三）中介机构核查程序及核查意见

1、核查程序

针对上述事项，保荐机构、申报会计师主要执行以下核查程序：

1、取得发行人及前次申报的申请材料，核查前次申报信息披露内容；

2、查阅本次申报及前次申报信息披露文件，对比前次申报与本次申报披露文件内容差异，核查差异原因；

2、核查结论

针对上述事项，经核查，保荐机构、申报会计师认为：

本次申请文件与前次申报 IPO 信息披露文件不存在重大实质性差异。

六、说明对货币资金、应收账款、存货等各类资产真实性的核查方法及核查结论。

（一）货币资金

1、核查程序

针对货币资金的真实性，保荐机构及申报会计师主要执行以下核查程序：

（1）了解与货币资金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；

（2）对发行人报告期各期末库存现金实施监盘，核实库存现金是否真实存在，是否账实相符；

（3）获取并检查发行人《已开立银行结算账户清单》及银行对账单，了解各账户用途，与账面记录核对，确认货币资金完整性；

（4）对银行存款余额进行函证，对回函不符的情况核实原因并获取余额调节表，确认货币资金记录的真实性和准确性，关注货币资金受限情况。具体函证情况如下：

单位：万元

项目	2025年6月30日	2024年12月31日	2023年12月31日	2022年12月31日
银行存款金额	**9,352.11**	11,077.68	7,889.63	14,306.94
发函金额	**9,352.11**	11,077.68	7,889.63	14,306.94
发函比例	**100.00%**	100.00%	100.00%	100.00%
回函确认比例	**100.00%**	**100.00%**	100.00%	100.00%
替代测试比例	**-**	-	-	-

（5）选取重要账户进行大额银行流水双向核查，分账户检查大额收付交易，关注收付业务内容与发行人日常收支的相关性，以识别发行人是否存在转移资金或者出借银行账户的情况；

2、核查结论

经核查，保荐机构及申报会计师认为，公司货币资金真实。

（二）应收账款

1、核查程序

针对应收账款的真实性，保荐机构及申报会计师履行了以下核查程序：

（1）向发行人了解对主要客户的信用政策情况；

（2）获取并查阅发行人与应收账款销售相关的内控制度；

（3）获取报告期内发行人应收账款余额明细表，将客户不同信用政策进行区分，进一步执行分析程序；

（4）查阅发行人主要客户销售订单，了解主要客户信用政策是否存在变动以及变动的原因，核查实际回款是否符合信用政策与合同约定的收款条款；

（5）获取发行人关于主要逾期客户清单，访谈相关销售人员、财务总监了解逾期原因，抽查主要逾期客户相关信用期约定，检查主要逾期客户的期后回款情况；

（6）取得并查验报告期各期末应收账款余额的期后回款明细，进一步确认是否存在经营或财务风险导致无法回款的客户；

（7）对报告期各期末应收账款进行函证程序，对未回函的应收账款的函证，实施了替代测试和期后测试等替代性程序，取得了订单、出库单、签收单、发票、报关单、提单等收入确认凭证，并查证未回函客户的基本信息，确认应收账款真实性。

发行人各期末应收账款函证比例情况如下：

项目	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
回函确认占应收账款余额比例	**75.85%**	84.08%	81.24%	84.88%
回函与替代测试占应收账款余额比例	**85.97%**	85.02%	87.79%	85.33%

（8）结合《企业会计准则》的要求，对发行人实施新金融工具准则前后的坏账政策合理性以及坏账准备计提的充分性进行分析；

（9）查看发行人同行业可比上市公司的年度报告，并就坏账计提政策和金

额与同行业可比上市公司进行比较，充分论述发行人坏账计提的充分性。

2、核查结论

经核查，保荐机构及申报会计师认为，公司应收账款真实。

（三）存货

1、核查程序

针对存货真实性，保荐机构及申报会计师履行了以下核查程序：

（1）了解发行人存货管理的内部控制制度及业务流程，并对其进行控制测试，包括获取发行人与存货相关的内部控制制度文件，对财务人员和其他人员进行访谈，了解相关内部控制制度的设计和执行情况；识别发行人存货业务流程中的风险点和管理层对应的控制措施，对关键控制点执行内部控制测试；

（2）对存货执行监盘程序，具体监盘过程如下：

1）监盘的时间、地点、人员、范围如下：

报告期末	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
监盘时间	2025 年 6 月 28 日、2025 年 6 月 29 日、2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 30 日、2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 28 日、2023 年 12 月 29 日	2022 年 12 月 30 日
监盘地点	东莞厂区仓库、无锡厂区仓库、淮安厂区仓库、印尼厂区仓库、越南厂区仓库、菲律宾厂区仓库及马来厂区仓库	东莞厂区仓库、无锡厂区仓库、淮安厂区仓库、印尼厂区仓库、越南厂区仓库、菲律宾厂区仓库及马来厂区仓库	东莞厂区仓库、苏州厂区仓库、淮安厂区仓库、印尼厂区仓库、越南厂区仓库及马来厂区仓库	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	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

A.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；

B.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；

C.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；

D.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

A．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；

B．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；

C．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；

D．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。

3）监盘比例、实施的其他替代程序的性质及实施的具体情况

单位：万元

项目	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
原材料、库存商品、在产品余额 A	**17,533.14**	13,311.23	8,647.01	8,549.70
监盘余额 B	**7,040.43**	6,696.70	4,615.62	4,171.54
监盘比例 C=B/A	**40.15%**	50.31%	53.38%	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，保荐机构及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	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
存货账面余额①	**23,747.32**	18,513.83	12,622.52	11,904.84
监盘金额②	**7,040.43**	6,696.70	4,615.62	4,171.54
函证及替代测试金额③	**8,139.42**	6,111.50	5,054.27	4,368.23
存货核查金额④=②+③	**15,179.85**	12,808.19	9,669.89	8,539.77
存货核查比例⑤=④/①	**63.92%**	69.18%	76.61%	71.73%

（3）检查存货入库的原始凭证，对存货库龄划分进行抽样检查；

（4）对发出商品增加情况，检查发货审批通知单、销售出库单、物流记录等相关资料。对发出商品减少情况，检查验收证明等相关资料；

（5）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；

（6）对发出商品执行函证程序，具体发函及回函情况如下；

单位：万元

项目	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
发函金额	**3,944.28**	3,435.16	2,918.51	2,367.29
发出商品期末余额	**5,834.35**	5,075.84	3,953.98	3,244.42
发函比例	**67.60%**	67.68%	73.81%	72.97%
回函金额	**3,301.03**	2,590.71	2,595.39	2,044.45
回函比例	**83.69%**	75.42%	88.93%	86.36%
执行替代程序金额	**643.25**	844.45	323.12	322.84
执行替代程序比例	**16.31%**	24.58%	11.07%	13.64%

注 1：发函比例=发函金额/期末发出商品余额
注 2：回函比例=回函金额/发函金额
注 3：执行替代程序比例=执行替代程序金额/发函金额

（7）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；

2、核查结论

经核查，保荐机构及申报会计师认为，公司存货真实。

（四）固定资产、在建工程

1、核查程序

针对固定资产、在建工程的真实性，保荐机构及申报会计师履行了以下核查程序：

（1）了解发行人进行在建工程项目建设的原因及其合理性；

（2）了解发行人对在建工程及固定资产管理的关键内部控制措施，并对其设计的合理性和运行的有效性进行评估；

（3）对报告期内新增的固定资产及在建工程，抽查其中金额较大项目的原始凭证，其中包括付款审批单、工程发票、银行回单等，同时核查验收报告、验收单、施工合同、监理月报、工程进度审核表等相关资料；

（4）对发行人境内外的固定资产及在建工程实施监盘程序，观察其是否存在、资产状态、识别相关资产的真实性、可用性，是否发现异常情形，在建工程进度以及在建工程是否符合结转固定资产的条件等，具体监盘过程如下：

1）监盘程序

A．监盘前取得公司固定资产清单、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；

B．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；

C.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；

D．盘点结束后，编制固定资产、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，保荐机构及申报会计师对的固定资产、在建工程监盘比例如下：

单位：万元、%

项目	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
固定资产账面原值①	**86,810.64**	77,350.59	46,222.89	33,737.17
固定资产监盘金额②	**61,668.18**	61,672.51	31,422.65	27,393.98
固定资产监盘比例③=②/①	**71.04%**	79.73%	67.98%	81.20%
在建工程账面原值④	**31,861.20**	25,078.82	26,576.86	6,974.55
在建工程监盘金额⑤	**22,975.34**	23,701.49	26,145.58	6,678.38
在建工程监盘比例⑥=⑤/④	**72.11%**	94.51%	98.38%	95.75%

3）资产真实性和可使用性核查

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
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。

2、核查结论

经核查，保荐机构及申报会计师认为，公司固定资产、在建工程真实。

第四部分 募集资金运用及其他事项

问题 9. 募投项目必要性、合理性

根据申请文件：（1）发行人本次发行拟募集资金 58,000 万元，拟投向“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”和补充营运资金。（2）报告期内公司产能利用率分别为 81.10%、69.93%和 72.27%。（3）公司拟使用本次发行募集资金 13,000.00 万元用于补充流动资金，2024 年末发行人货币资金余额为 1.14 亿元。

请发行人：（1）结合现有生产经营场地、生产线、软硬件设备、员工数量以及主要产品的产能利用率、产销率、在手订单、下游市场需求变动趋势、当前的研发能力、信息化建设情况，分别说明各募投项目拟新增经营场地、生产线、软硬件设备、人员配置等具体情况，投资资金明细、测算依据及规模的合理性；募投生产项目达产后新增产能、产量、经营规模是否有足够的市场消化能力，是否存在产能过剩或产能闲置风险。（2）结合发行人目前固定资产规模、生产能力情况，分析说明募投项目固定资产投资与将形成的生产能力的配比情况、固定资产投资规模的合理性。（3）说明补充流动资金的测算依据、测算过程、主要用途，结合目前货币资金余额、资产负债率等财务情况，分析说明补充流动资金的必要性。（4）结合募投项目生产经营计划、建设与营运资金需求、发行人资金情况、达产后的经济效益测算等，量化说明募资规模设计是否谨慎、合理。结合募投项目长期资产、员工增加的规模，量化分析折旧、摊销或新增人工成本对发行人未来成本、利润的具体影响。

请保荐机构核查上述事项并发表明确意见。

回复：

一、结合现有生产经营场地、生产线、软硬件设备、员工数量以及主要产品的产能利用率、产销率、在手订单、下游市场需求变动趋势、当前的研发能力、信息化建设情况，分别说明各募投项目拟新增经营场地、生产线、软硬件设备、人员配置等具体情况，投资资金明细、测算依据及规模的合理性；募投生产项目达产后新增产能、产量、经营规模是否有足够的市场消化能力，是否存在产能过剩或产能闲置风险。

（一）现有生产经营场地、生产线、软硬件设备、员工数量以及主要产品的产能利用率、产销率、在手订单、下游市场需求变动趋势、当前的研发能力、信息化建设情况

1、现有生产经营场地、生产线、软硬件设备、员工数量

截至 **2025 年 10 月 31 日**，公司自有土地、房产情况如下：

序号	产权编号	地理位置	建筑面积（平米）	用途
1	粤（2024）东莞不动产权第 0007641 号	东莞市望牛墩镇朱平沙科技二路 7 号	79,203.25	工业用地
2	苏（2024）无锡市不动产权第 0139423 号	鹅湖新杨路东、翰林路南	63,078.00（土地）/ 66,730.40（房屋）	工业用地/工业、交通、仓储
3	苏（2022）涟水县不动产权第 0353681 号	涟水县高沟镇情缘大道北侧家缘路东侧	63,731.97	工业用地
4	No.DP923298	LotCN2,AnPhat1IndustrialPark, QuocTuanCommune,NamSachDistrict,HaiDuongProvince	41,597.00	投资工业园区、经济区、高新区基础设施

除上述自有土地、房产外，截至 **2025 年 10 月 31 日**公司租赁用于办公、居住的房产共 21 处，面积合计为 13.49 万平米。

公司拥有行业先进的印刷设备和印后工序自动化设备，截至 **2025 年 6 月 30 日**，公司主要生产设备（账面原值大于 300 万元）情况如下表所示：

单位：万元

设备名称	账面原值	累计折旧	账面净值	成新率	是否闲置
高宝利必达 164-6+L 全开六色胶印机	2,318.97	90.74	2,228.23	96.09%	否
高宝印刷机 164	2,004.36	556.21	1,448.15	72.25%	否
高宝印刷机	1,879.87	208.35	1,671.51	88.92%	否
印刷机	1,714.46	321.46	1,393.00	81.25%	否

设备名称	账面原值	累计折旧	账面净值	成新率	是否闲置
Printing Machine Six Colour12-B Printing Room	1,657.04	431.52	1,225.52	73.96%	否
高宝全开六色加上光单张纸胶印机	1,609.14	1,387.85	221.29	13.75%	否
纸塑成型机、切边机、真空系统	1,380.09	621.04	759.05	55.00%	否
海德堡 8+1	1,340.71	553.04	787.67	58.75%	否
海德堡速霸八色平张纸胶印机带上光系统	1,296.46	408.30	888.16	68.51%	否
高宝利必达 105-6+L 六色胶印机	1,249.34	84.33	1,165.01	93.25%	否
海德堡速霸九色平张纸胶印机	1,171.02	215.32	955.70	81.61%	否
海德堡速霸七色平张纸胶印机	1,106.19	605.64	500.55	45.25%	否
7+1 高宝机	984.18	282.13	702.05	71.33%	否
海德堡六色+上光印刷机	975.30	877.77	97.53	10.00%	否
海德堡速霸五色平张纸胶印机	854.87	294.93	559.94	65.50%	否
海德堡 6+1	837.61	602.98	234.63	28.01%	否
纸浆模塑设备（10 台）	557.77	-	557.77	100.00%	否
2200 门幅七层瓦勒纸纸板生产线	555.68	17.60	538.09	96.83%	否
旧海德堡胶印机	541.59	16.45	525.14	96.96%	否
高速覆膜机	483.29	141.36	341.93	70.75%	否
纸浆模塑设备（8 台）	429.84	3.22	426.62	99.25%	否
海德堡 7+1 拆装工程	390.25	67.32	322.93	82.75%	否
罗兰印刷机	379.33	23.39	355.94	93.83%	
胶装龙	354.06	318.65	35.41	10.00%	
PAPER PULP MOLD MACHINE SYSTEM	346.36	147.79	198.57	57.33%	
AB 车间空调	309.72	12.23	297.49	96.05%	

截至 2025 年 6 月 30 日，公司员工数量合计 3,578 人，其中生产人员、销售人员、管理人员和研发人员分别为 2,733 人、137 人、485 人和 223 人，占比分别为 76.38%、3.83%、13.56%和 6.23%。

2、主要产品的产能利用率、产销率

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		2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
产能（万印次）		**22,333.60**	41,629.63	38,041.20	34,098.00
产量（万印次）		**16,946.58**	30,084.61	26,603.20	27,653.35
产能利用率		**75.88%**	**72.27%**	**69.93%**	**81.10%**
产量（万个）	彩盒	**28,467.74**	46,330.83	33,872.71	28,822.44
	说明书	**16,781.59**	29,692.73	18,234.32	31,167.50
	合计	**45,249.33**	**76,023.56**	**52,107.03**	**59,989.94**
销量（万个）	彩盒	**26,070.06**	42,531.44	30,939.19	28,834.42
	说明书	**16,565.58**	27,110.78	19,019.15	29,675.45
	合计	**42,635.64**	**69,642.22**	**49,958.34**	**58,509.87**
产销率	彩盒	**91.58%**	91.80%	91.34%	100.04%
	说明书	**98.71%**	91.30%	104.30%	95.21%
	合计	**94.22%**	**91.61%**	**95.88%**	**97.53%**

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。

2023 年公司的产能利用率较 2022 年有所下滑，主要系由于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，另外公司逐步将苏州高义现有生产线搬迁至无锡市锡山区鹅湖镇的自建工厂内，因上述产线调试、产能爬坡需要一定时间，致使公司 2023 年产能利用率同比下降，2024 年产能利用率已有所回升，**2025 年 1-6 月产能利用率进一步提升**。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报告期内产能利用率在 86%以上。

2023 年公司说明书产品产销情况较 2022 年呈现明显下降趋势，主要系公司说明书产品重要终端客户微软的 Microsoft 产品当期产量下降，对公司说明书产品大幅减少了采购。通过公司业务开拓，2024 年**及 2025 年 1-6 月**公司产销情况同比大幅提升。报告期内公司产销量整体保持在 91%以上。

3、在手订单、下游市场需求变动趋势

2022-2024 年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	2024 年度/ 2024 年 12 月 31 日		2023 年度/ 2023 年 12 月 31 日		2022 年度/ 2022 年 12 月 31 日
	金额	同比变化	金额	同比变化	金额
在手订单	39,757.61	74.76%	22,750.41	1.50%	22,414.39
销售额	141,125.29	30.64%	108,022.44	15.60%	93,448.34

注：在手订单金额为不含税金额。

下游消费电子、小家电、电子烟、酒类等领域具有良好的政策支持背景，以产品升级、优化产品结构的策略寻求新的增长空间，行业呈积极发展态势。根据 Statista 数据显示，2018 年至 2023 年，全球消费电子产品市场整体呈增长态势，市场规模从 2018 年的 9,195 亿美元增长至 2023 年的 10,276 亿美元，预计 2028 年将进一步增长至 11,767 亿美元；2028 年全球小家电市场规模将进一步增长至 3,052 亿美元；根据欧睿国际发布数据显示，2024 年全球电子烟市场规模 350 亿美元，同比增长 15%，较低谷期有所恢复；根据中国酒业协会数据显示，2023 年我国白酒行业规模以上企业完成销售收入 6,626.50 亿元，较 2022 年增长 9.5%，近年来我国白酒行业销量稳定趋于稳定，行业呈良性竞争态势。

4、当前的研发能力、信息化建设情况

公司坚持以最新技术和工艺作为研发重点，持续加大在产品开发和技术研发方面的投入。2022-2024 年**及 2025 年 1-6 月**，公司研发费用分别 3,984.94 万元、3,727.15 万元、4,580.14 万元**和 2,403.68 万元**，研发费用占当期营业收入的比例分别为 4.26%、3.45%、3.25%**和 3.06%**。公司立足包装行业快速迭代的技术特点，构建了以市场为导向、产学研协同的立体化研发体系。截至 **2025 年 6 月末**，公司研发人员数量为 **223** 人。专业技术人员平均行业资历超过 10 年，形成覆盖包装印刷全产业链的技术矩阵。此外，公司建立了畅通的合作渠道，在产学研协同方面，与包括院校、研究院、商业机构等在内的行业研发机构进行长期交流与合作，紧跟行业技术趋势。截至 **2025 年 10 月 31 日**，公司拥有专利 **146** 项（包括发明专利 8 项）。此外，公司独立开发形成了著作权 3 项。公司技术工艺创新是以满足下游市场和客户的需求为导向，在经验证可行后，应用于产品批量生产。报告期内，公司核心技术产品销售收入占营业收入的比例超过 80%，体现了良好的产业化应用能力。

公司对信息化建设保持高度关注，经过多年的投入和探索实践，公司已在财务、供应链管理、智能仓储、生产管理、安全管理等多方面实现了一定程度的信息化，公司在信息化建设方面已具备一定的项目实施经验。

（二）分别说明各募投项目拟新增经营场地、生产线、软硬件设备、人员配置等具体情况，投资资金明细、测算依据及规模的合理性

1、东莞智能包装生产建设项目

（1）拟新增经营场地、生产线、软硬件设备、人员配置等具体情况

本项目实施地位于广东省东莞市望牛墩镇朱平沙村科技产业园，通过新建155,262.00 ㎡生产厂房、员工宿舍及配套工程设施，并采购一系列先进的生产设备及其他辅助设备，以实现对现有彩盒、礼盒和说明书产品的升级完善和公司业务规模的拓展。

（2）投资资金明细、测算依据及规模的合理性

本项目投资总额为 56,460.89 万元，具体投资内容如下：

单位：万元

序号	项目	投资金额	占项目总资金比例
1	建设投资	53,147.53	94.13%
1.1	建筑工程费	33,711.70	59.71%
1.2	设备购置费	16,100.00	28.52%
1.3	设备安装费	805.00	1.43%
1.4	预备费	2,530.83	4.48%
2	铺底流动资金	3,313.36	5.87%
项目总投资		**56,460.89**	**100.00%**

项目的建筑工程内容包括标准厂房以及其他附属配套设施，建设费用根据建设面积、建设结构型式、生产运营环境标准要求以及地区建筑工程单价情况进行测算。项目设备购置费用根据项目产能大小、所需设备数量和同类产品的市场价格进行测算，设备安装费以设备购置费的 5%进行计算。预备费根据项目建筑工程费、设备购置费、设备安装费三项之和的 5%预算。项目采用分项详细估算法测算流动资金需求，对流动资产和流动负债主要构成要素（即货币资金、应收账款、预付账款、其他应收款、存货、应付账款、预收账款）等进行分项估算，在

预估各分项的周转率及周转天数后，估算出所需的流动资金金额，铺底流动资金按全额流动资金 30%计算得出。本项目投资规模测算具有合理依据。

2、研发中心建设项目

（1）拟新增经营场地、生产线、软硬件设备、人员配置等具体情况

本项目计划在广东省东莞市望牛墩镇朱平沙村科技产业园，将引进一系列国内外先进的研发设备和工器具，并配备相应的技术研发人员，实现公司技术研发能力的进一步提升，为新技术与新产品的开发提供研发平台，缩短产品研发周期，提升产品质量，进一步提高公司产品的技术水平和利润水平。.

（2）投资资金明细、测算依据及规模的合理性

本项目投资总额为 5,490.30 万元，具体投资内容如下：

单位：万元

序号	投资项目	投资金额	占项目总资金比例
1	建筑工程费	1,096.25	19.97%
2	设备购置费	1,938.17	35.30%
3	设备安装费	96.91	1.77%
4	预备费	156.57	2.85%
5	研发经费	2,202.40	40.11%
项目总投资		**5,490.30**	**100.00%**

房屋建筑物基建等土建工程系根据设计院设计图纸及公司基建的招标合同确认装修工程合同总价；设备类的投资总额系根据公司之前所购买的设备合同及当前市场询价估算设备价格，并根据本项目所需的设备数量来确定设备类的投资总额。预备费系根据项目建筑工程费、设备购置及安装费之和的 5%预算。研发经费系公司拟投入研发项目的相关费用。本项目投资规模测算具有合理依据。

3、信息化建设项目

（1）拟新增经营场地、生产线、软硬件设备、人员配置等具体情况

本项目通过升级公司现有企业 IT 信息系统，增加网络设备的投入，提高公司信息化处理及传输能力，各部门、各分支机构之间的信息共享，整合公司业务体系，进一步利用已有数据资源，结合业务需求，深入开展数据挖掘和分析，实现业务流、资金流、信息流在各功能模块间的实时交换与共享，提高信息传递的

有效性。

（2）投资资金明细、测算依据及规模的合理性

本项目投资总额为 2,426.97 万元，具体投资内容如下：

单位：万元

序号	投资项目	投资金额	占项目总资金比例
1	建筑工程费	64.00	2.64%
2	硬件设备购置费	1,012.40	41.71%
3	软件系统购置费	1,015.00	41.82%
4	项目实施及运维费	220.00	9.06%
5	预备费	115.57	4.76%
项目总投资		**2,426.97**	**100.00%**

房屋建筑物基建及装修等土建工程系根据设计院设计图纸及公司基建的招标合同确认基建工程合同总价；设备类的投资总额系根据公司之前所购买的设备合同及当前市场询价估算设备价格，并根据本项目所需的设备数量来确定设备类的投资总额；预备费系根据项目建筑工程费用、硬件设备购置、软件系统投入、项目实施及运维费四项之和的 5%预算。本项目投资规模测算具有合理依据。

4、补充流动资金

补充流动资金的测算依据等参见“问题 9.募投项目必要性、合理性”之“三、说明补充流动资金的测算依据、测算过程、主要用途，结合目前货币资金余额、资产负债率等财务情况，分析说明补充流动资金的必要性。”

（三）募投生产项目达产后新增产能、产量、经营规模是否有足够的市场消化能力，是否存在产能过剩或产能闲置风险

公司本次发行的募投项目中涉及生产仅为“东莞智能包装生产建设项目”，该项目达产后规划新增彩盒产能 23,000 万个、精品盒产能 7,500 万个、说明书产能 32,500 万册。项目完全达产后预计可实现年均销售收入约 8 亿元。

报告期内，公司业务规模快速增长，主要产品的产销率良好，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，公司产品在手订单量持续快速增长，销售规模增速明显，具体参见“问题 9.募投项目必要性、合理性”之“一、（一）现有生产经营场地、生产线、软硬件设备、员工数量以及主要产品的产能

利用率、产销率、在手订单、下游市场需求变动趋势、当前的研发能力、信息化建设情况。”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。

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。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。

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，不存在产能过剩或产能闲置的重大风险。针对未来受市场供需等因素影响所导致的产能利用率下滑风险，发行人已在招股说明书“第三节 风险因素”中披露如下：

“（八）产能利用率下滑风险

报告期各期，公司产能利用率分别为 81.10%、69.93%、72.27%和 75.88%。如公司在未来生产经营过程中，受到下游客户需求变动、行业政策或市场环境等方面出现重大不利变化、市场开拓不达预期等因素影响，公司产能利用率可能存在下滑的风险。”

二、结合发行人目前固定资产规模、生产能力情况，分析说明募投项目固定资产投资与将形成的生产能力的配比情况、固定资产投资规模的合理性。

（一）公司目前固定资产规模、生产能力情况

单位：万元

项目	2025 年 6 月 30 日		2024 年 12 月 31 日		2023 年 12 月 31 日		2022 年 12 月 31 日	
	原值	账面价值	原值	账面价值	原值	账面价值	原值	账面价值
房屋及建筑物	**22,755.34**	**22,197.26**	21,542.03	21,307.56	2,901.38	2,901.38	-	-
机器设备	**60,130.21**	**39,905.98**	52,911.53	35,176.16	41,268.71	27,735.53	32,220.16	22,082.13
运输设备	**822.02**	**546.58**	424.82	205.49	302.80	118.84	290.48	158.84
电子设备及其他	**3,103.07**	**1,767.08**	2,472.20	1,347.90	1,750.01	903.60	1,226.53	635.92
合计	**86,810.64**	**64,416.90**	**77,350.59**	**58,037.11**	**46,222.89**	**31,659.35**	**33,737.17**	**22,876.89**

报告期内，公司产品的产能及产量情况如下：

项目		2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
产能（万印次）		**22,333.60**	41,629.63	38,041.20	34,098.00
产量（万印次）		**16,946.58**	30,084.61	26,603.20	27,653.35
产量（万个）	彩盒	**28,467.74**	46,330.83	33,872.71	28,822.44
	说明书	**16,781.59**	29,692.73	18,234.32	31,167.50
	合计	**45,249.33**	**76,023.56**	**52,107.03**	**59,989.94**

（二）本次募集资金投资项目的固定资产投资规模与将形成的生产能力情况

公司本次发行的募投项目中涉及生产仅为“东莞智能包装生产建设项目”。项目总投资为56,460.89万元，其中固定资产投资53,147.53万元，具体构成如下：

单位：万元

序号	项目	投资金额	占项目总资金比例
1	建设投资	53,147.53	94.13%
1.1	建筑工程费	33,711.70	59.71%
1.2	设备购置费	16,100.00	28.52%
1.3	设备安装费	805.00	1.43%
1.4	预备费	2,530.83	4.48%
2	铺底流动资金	3,313.36	5.87%

项目总投资	**56,460.89**	**100.00%**

根据本公司制定的产能规划，本项目设计产能如下：

序号	产品类别	设计产能（万个）
1	彩盒	23,000
2	精品盒	7,500
3	说明书	32,500
合计		**63,000**

公司募投项目设计产能合计 63,000 万个，根据公司 2022-2024 年产量情况估算以“万印次”为单位的募投项目产能情况：

类别	2024 年	2023 年	2022 年
产量（万印次）①	30,084.61	26,603.20	27,653.35
产量（万个）②	76,023.56	52,107.03	59,989.94
①/②	0.40	0.51	0.46
平均③	0.46		
募投项目设计产能（万个）④	63,000.00		
募投项目设计产能（万印次）③*④	28,712.10		

经估算，公司募投项目设计产能合计 63,000 万个对应约 28,712.10 万印次，即募投项目固定资产投资 53,147.53 万元对应产能 28,712.10 万印次。截至 2024 年 12 月 31 日，公司固定资产原值为 77,350.59 万元，彩盒及说明书产能合计 41,629.63 万印次。发行人目前固定资产规模与生产能力、募投项目固定资产投资与生产能力的配比情况具体如下：

类别	固定资产原值（万元）①	产能（万印次）②	①/②
公司 2024 年情况	77,350.59	41,629.63	1.86
募投项目情况	53,147.53	28,712.10	1.85

公司目前单位产能对应固定资产原值与募投项目情况较为匹配，即募投项目的固定资产投资规模与将形成的生产能力和公司目前固定资产规模与生产能力具备可比性，无重大差异。

三、说明补充流动资金的测算依据、测算过程、主要用途，结合目前货币资金余额、资产负债率等财务情况，分析说明补充流动资金的必要性。

（一）募集资金补充流动资金的测算依据、测算过程、主要用途

1、2020 年-2022 年流动资金占用情况

单位：万元

项目	2022 年度/2022 年 12 月 31 日	2023 年度/2023 年 12 月 31 日	2024 年度/2024 年 12 月 31 日	平均占收入比例
营业收入	**93,448.34**	**108,022.44**	**141,125.29**	**100.00%**
货币资金	14,461.41	8,977.51	11,419.80	10.63%
应收票据	238.98	975.05	717.62	0.56%
应收账款	23,504.92	30,710.77	42,212.97	27.83%
应收款项融资	403.95	921.38	655.71	0.58%
预付款项	766.57	411.14	1,015.17	0.64%
其他应收款	1,438.18	2,224.46	2,146.23	1.71%
存货	11,020.33	11,822.53	17,431.64	11.70%
经营性资产小计（A）	**51,834.35**	**56,042.84**	**75,599.13**	**53.64%**
应付票据	399.69	1,424.56	976.09	0.81%
应付账款	14,052.01	29,208.77	29,775.88	21.06%
预收款项及合同负债	11.07	6.32	36.86	0.01%
应付职工薪酬	2,613.22	2,027.34	3,349.00	2.35%
其他应付款	753.26	655.32	1,204.74	0.76%
经营性负债小计（B）	**17,829.25**	**33,322.31**	**35,342.58**	**24.99%**
流动资金占用额（A）-（B）	**34,005.10**	**22,720.53**	**40,256.55**	**28.65%**

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、2025-2027 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 2022 年-2024 年实际财务数据为基础，预测 2025 年-2027 年营业收入增长对营运资金的需求，估算过程如下：

（1）估算 2025 年-2027 年营业收入复合增长率

2022 年、2023 年和 2024 年，公司营业收入分别 93,448.34 万元、108,022.44 万元和 141,125.29 万元，复合增长率为 22.89%。结合公司实际情况，假设公司 2025 年-2027 年复合增长率为 22.89%。

单位：万元

项目	2022 年度	2023 年度	2024 年度
营业收入（万元）	93,448.34	108,022.44	141,125.29
2022 年-2024 年复合增长率			22.89%
2025 年-2027 年复合增长率			22.89%

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 2025-2027 年经营情况及趋势的判断，亦不构成盈利预测。

（2）估算 2025 年-2027 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	2024 年度/2024 年 12 月 31 日	2025 年度/2025 年 12 月 31 日（E）	2026 年度/2026 年 12 月 31 日（E）	2027 年度/2027 年 12 月 31 日（E）
营业收入	**141,125.29**	**173,428.90**	**213,126.82**	**261,911.61**
货币资金	11,419.80	18,428.58	22,646.89	27,830.77
应收票据	717.62	963.61	1,184.18	1,455.24
应收账款	42,212.97	48,267.89	59,316.42	72,893.96
应收款项融资	655.71	1,011.58	1,243.13	1,527.69
预付款项	1,015.17	1,110.10	1,364.20	1,676.46
其他应收款	2,146.23	2,959.32	3,636.71	4,469.15
存货	17,431.64	20,285.03	24,928.28	30,634.37
经营性资产小计（A）	**75,599.13**	**93,026.11**	**114,319.81**	**140,487.64**
应付票据	976.09	1,409.47	1,732.10	2,128.58
应付账款	29,775.88	36,521.60	44,881.41	55,154.77
预收款项及合同负债	36.86	25.33	31.13	38.26
应付职工薪酬	3,349.00	4,073.43	5,005.84	6,151.67
其他应付款	1,204.74	1,310.19	1,610.09	1,978.64
经营性负债小计（B）	**35,342.58**	**43,340.03**	**53,260.57**	**65,451.93**
流动资金占用额（A）-（B）	**40,256.55**	**49,686.08**	**61,059.24**	**75,035.71**

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 2025-2027 年经营情况及趋势的判断，亦不构成盈利预测。

经测算，至2027年末，公司由营业收入增长导致的流动资金需求为34,779.17万元（2027 年末流动资金占用额 75,035.71 万元-2024 年末流动资金占用额40,256.55 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 37.38%，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。公司所处行业属于资金密集型、技术密集型行业，公司本次补充流动资金主要用于生产经营、技术研发、固定资产投资等方面。

（二）结合发行人货币资金余额、资产负债率等财务情况，分析说明补充流动资金的必要性

1、发行人货币资金余额情况

报告期各期末，公司货币资金余额分别为 14,461.41 万元、8,977.51 万元、11,419.80万元**和9,402.93万元**，货币资金余额整体呈下降趋势，具体情况如下：

单位：万元

项目	2025年6月30日		2024年12月31日		2023年12月31日		2022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	**30.58**	**0.33%**	29.02	0.25%	24.93	0.28%	34.57	0.24%
银行存款	**9,352.11**	**99.46%**	11,077.68	97.00%	7,889.63	87.88%	14,306.94	98.93%
其他货币资金	**20.24**	**0.22%**	313.10	2.74%	1,062.96	11.84%	119.91	0.83%
合计	**9,402.93**	**100.00%**	**11,419.80**	**100.00%**	**8,977.51**	**100.00%**	**14,461.41**	**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、发行人资产负债率情况

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）	2025年6月末/本次发行前	2024年末	2023年末	2022年末
资产总额	**283,530.17**	**225,530.17**	201,599.37	150,853.66	112,645.29
负债总额	**122,046.94**	**122,046.94**	105,453.38	66,861.30	36,411.83

项目	本次发行后（预计）	2025 年 6 月末/本次发行前	2024 年末	2023 年末	2022 年末
股东权益	**161,483.23**	**103,483.23**	96,145.99	83,992.36	76,233.46
资产负债率（合并）	**43.05%**	**54.12%**	52.31%	44.32%	32.32%

注：本次发行后预计资产负债率系基于**2025 年 6 月末**资产负债结构的基础上，仅考虑本次拟募集资金 58,000.00 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、补充流动资金的必要性

随着公司业务规模扩大，资本性支出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。发行人以 2024 年度为基期，测算未来三年新增营运资金需求量 34,779.17 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，有助于公司未来可持续发展，具有必要性及合理性。

四、结合募投项目生产经营计划、建设与营运资金需求、发行人资金情况、达产后的经济效益测算等，量化说明募资规模设计是否谨慎、合理。结合募投项目长期资产、员工增加的规模，量化分析折旧、摊销或新增人工成本对发行人未来成本、利润的具体影响。

（一）募投项目生产经营计划、建设与营运资金需求

1、东莞智能包装生产建设项目。公司拟通过新建 155,262.00 平方米生产厂房、员工宿舍及配套工程设施，并采购一系列先进的生产设备及其他辅助设备，以实现对现有彩盒、礼盒和说明书产品的升级完善和公司业务规模的拓展。通过本项目的实施，公司将建设国际一流的智能包装产品生产基地，以更好地满足市场需求，解决市场需求旺盛与公司产能不足的矛盾，并为公司提供良好的投资回报和经济效益。本项目建设期为 24 个月，投资总额为 56,460.89 万元，其中包括建设投资 53,147.53 万元，铺底流动资金 3,313.36 万元。本项目主要产品为彩盒、礼盒和说明书，计划分三年达产，投产首年（即 T3 年）实现达产 60%，第二年（即 T4 年）实现达产 80%，第三年（即 T5 年）实现达产 100%。

2、研发中心建设项目。公司拟通过本项目引进一系列国内外先进的研发设

备和工器具，并配备相应的技术研发人员，实现公司技术研发能力的进一步提升，为新技术与新产品的开发提供研发平台，缩短产品研发周期，提升产品质量，进一步提高公司产品的技术水平和利润水平。本项目投资总额 5,490.30 万元，其中包括建筑工程费 1,096.25 万元、设备购置费 1,938.17 万元、设备安装费 96.91 万元、预备费 156.57 万元和研发费用 2,202.40 万元。

3、信息化建设项目。公司拟通过本项目的建设以提升公司整体信息化水平及信息系统安全保障能力，通过升级公司现有企业 IT 信息系统，增加网络设备的投入，提高公司信息化处理及传输能力，各部门、各分支机构之间的信息共享，整合公司业务体系，进一步利用已有数据资源，结合业务需求，深入开展数据挖掘和分析，实现业务流、资金流、信息流在各功能模块间的实时交换与共享，提高信息传递的有效性，增强企业市场反应速度，优化公司资源配置，建立科学决策体系，为公司长期、可持续发展提供有力支撑。本项目投资总额 2,426.97 万元，其中包括建筑工程费 64.00 万元、硬件设备购置费 1,012.40 万元、软件系统购置费 1,015.00 万元、项目实施及运维费 220.00 万元和预备费 115.57 万元。

4、补充流动资金。为保障公司在未来发行上市后持续、健康、快速发展，公司结合目前的营运资本周转情况和未来营业收入的增长情况，拟使用本次发行募集资金 13,000.00 万元用于补充流动资金，系公司根据未来发展的资金需求做出的规划。本次补充流动资金将优化公司财务结构，降低资产负债率，提高公司偿债能力，减少财务费用支出，降低公司的流动性风险，保证公司财务的健康和效率，为公司未来健康良性发展提供有力保障。

（二）发行人资金情况

公司本次募集资金投资项目投资总额合计为 77,378.16 万元，截至 2024 年末，公司货币资金余额为 11,419.80 万元，其中受限货币资金（银行承兑票据保证金等）313.10 万元，自由可支配的货币资金余额为 11,106.70 万元，公司自有资金不足以支撑本次募投项目建设。

（三）达产后的效益测算过程

公司本次发行的募投项目中仅“东莞智能包装生产建设项目”直接产生经济效益，该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 27.27%，

净利率为 11.06%。效益测算的主要计算过程如下：

1、募投项目效益整体测算

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	2025 年 1-6 月	2024 年	2023 年	2022 年
销售单价	彩盒	**1.62**	1.97	2.24	2.58
	说明书	**0.53**	0.44	0.60	0.67
报告期销售单价平均	**彩盒**	**2.10**			
	说明书	**0.56**			
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。

3、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	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，并与本次募投项目关于毛利率预估的比较情况如下：

项目	产品	2024 年	2023 年	2022 年
报告期各期的实际毛利率水平①	彩盒	21.47%	22.52%	22.59%
	说明书	40.38%	46.62%	48.46%

项目	产品	2024 年	2023 年	2022 年
募投项目达产后产品的收入占比②	彩盒			75.28%
	说明书			24.72%
报告期各期毛利率贡献率③=①*②	彩盒	16.16%	16.95%	17.01%
	说明书	10.23%	11.52%	11.98%
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**	26.39%	28.48%	28.99%
募投项目预测综合毛利率	**彩盒、说明书**			**27.27%**

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整体水平，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，同行业可比公司近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	27.27%

由上表可知，同行业可比公司近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近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。

（四）量化说明募资规模设计是否谨慎、合理

综上所述，公司本次募投项目已妥善安排了生产经营规划，建设资金和营运资金需求具有合理的测算依据；经过谨慎的经济效益测算后，本次募投项目能够为公司带来可观收益；募资规模设计总体谨慎、合理。

（五）结合募投项目长期资产、员工增加的规模，量化分析折旧、摊销或新增人工成本对发行人未来成本、利润的具体影响。

1、募投项目长期资产、员工增加的规模

本次募投项目达产后预计对长期资产的增加情况如下：

单位：万元/人

项目	新增长期资产类别	新增长期资产原值
东莞智能包装生产建设项目	房屋建筑物	33,711.70
	机器设备	16,905.00
研发中心建设项目	房屋建筑物	1,096.25
	机器设备	2,035.08
信息化建设项目	房屋建筑物	64.00
	机器设备	1,012.40
	软件	1,015.00
合计		**55,839.43**

本次募投项目达产后预计对员工的增加情况如下：

单位：万元

职务类别	人数（人）	年工资额
生产人员	1,191	10,944.37
销售人员	47	647.84
技术/研发人员	122	1,944.19
行政管理人员	128	1,568.29
合计	**1,488**	**15,104.70**

2、量化分析折旧、摊销或新增人工成本对发行人未来成本、利润的具体影响

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	新增折旧	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
	新增人工成本	7,392.92	10,343.61	13,569.43	14,247.90	14,247.90	14,247.90	14,247.90	14,247.90	14,247.90	14,247.90
研发中心项目	新增折旧	291.64	291.64	291.64	291.64	291.64	140.44	140.44	140.44	140.44	140.44
	新增人工成本	705.60	705.60	705.60	705.60	705.60	705.60	705.60	705.60	705.60	705.60
信息化项目	新增折旧	184.15	184.15	184.15	184.15	184.15	1.92	1.92	1.92	1.92	1.92
	新增摊销	203.00	203.00	203.00	203.00	203.00	-	-	-	-	-
	新增人工成本	151.20	151.20	151.20	151.20	151.20	151.20	151.20	151.20	151.20	151.20
合计	**新增折旧摊销小计**	**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**
	占 2024 年营业成本的比例	**3.13%**	**3.13%**	**3.13%**	**3.13%**	**3.13%**	**2.61%**	**2.61%**	**2.61%**	**2.61%**	**2.61%**
	新增人工成本小计	**8,249.72**	**11,200.41**	**14,426.23**	**15,104.70**	**15,104.70**	**15,104.70**	**15,104.70**	**15,104.70**	**15,104.70**	**15,104.70**
	占 2024 年营业成本的比例	**8.04%**	**10.91%**	**14.05%**	**14.71%**	**14.71%**	**14.71%**	**14.71%**	**14.71%**	**14.71%**	**14.71%**
	新增折旧摊销、人工成本合计	**11,461.32**	**14,412.01**	**17,637.83**	**18,316.30**	**18,316.30**	**17,779.87**	**17,779.87**	**17,779.87**	**17,779.87**	**17,779.87**
	占 2024 年营业成本的比例	**11.16%**	**14.04%**	**17.18%**	**17.84%**	**17.84%**	**17.32%**	**17.32%**	**17.32%**	**17.32%**	**17.32%**

注：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

发行人本次募投项目建设完成后，预计折旧、摊销和人工成本将有所增加，以 2024 年度营业成本 102,663.14 万元为基础，达产当年即 T5 预计新增折旧与摊销占 2024 年度营业成本的比例为 3.13%，预计新增人工成本占 2024 年度营业成本的比例为 14.05%。本次募投项目新增折旧、摊销和人工成本预计不会对公司未来盈利能力产生重大不利影响。

本次募投项目中，研发中心项目、信息化项目并不直接产生经济效益，但上述项目预计能对发行人现有核心技术、产品、经营效率等方面起到提升和改进作用，从而可以帮助发行人达到更高的收益水平，在一定程度上抵补资产折旧、摊销、人工成本等对发行人经营效益的影响。

综上，本次募投项目新增折旧、摊销及人工成本预计不会对公司经营业绩构成重大不利影响。

五、中介机构核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐机构履行了以下核查程序：

1、了解公司现有生产经营场地、生产线、软硬件设备、员工数量以及主要产品的产能利用率、产销率、在手订单情况，通过查询行业报告等公开资料分析下游市场需求变动趋势，了解公司当前的研发能力、信息化建设情况，查询募投项目可行性研究报告，分析各募投项目拟新增经营场地、生产线、软硬件设备、人员配置等具体情况，分析募投项目投资资金明细、测算依据及规模的合理性；核查募投生产项目达产后新增产能、产量、经营规模是否有足够的市场消化能力，是否存在产能过剩或产能闲置风险。

2、获取公司报告期固定资产规模、生产能力情况，对比分析募投项目固定资产投资与将形成的生产能力的配比情况，分析公司固定资产投资规模的合理性。

3、核查本次募投项目中补充流动资金的测算依据及过程，了解补充流动资金的主要用途，结合公司货币资金余额和资产负债率等财务情况，分析公司本次补充流动资金的必要性。

4、了解募投项目生产经营计划、建设与营运资金需求，获取发行人资金情

况及达产后的经济效益测算等，量化分析募资规模设计是否谨慎合理；获取募投项目长期资产、员工增加的规模，量化分析折旧摊销及新增人工成本对公司未来成本及利润的影响情况。

（二）核查结论

经核查，保荐机构认为：

1、公司各募投项目投资资金明细、测算依据及规模具有合理性，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，不存在产能过剩或产能闲置的重大风险；

2、募投项目的固定资产投资规模与将形成的生产能力和公司目前固定资产规模与生产能力具备可比性，无重大差异；

3、随着公司业务规模扩大，日常营运资金需求不断增加，测算公司未来三年新增营运资金需求量 34,779.17 万元，本次募集资金 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，具有必要性及合理性；

4、募投项目效益测算具备合理性、谨慎性，预测毛利率整体低于同行业可比公司近期新增可比募投项目平均毛利率水平；本次募投项目新增折旧、摊销及人工成本预计不会对公司经营业绩构成重大不利影响。

问题 10. 其他问题

（1）关于子公司亏损情况。根据申请文件，发行人多家境内子公司处于亏损状态。请发行人说明：①发行人及各子公司在主营业务范围内关于业务的分工安排，是否存在区域分工或产品类型分工，是否存在公司内部竞争关系。②亏损子公司报告期内的业务开展情况，与经营场所、员工数量构成的匹配情况，子公司亏损与其经营情况是否相符，子公司亏损的主要原因及合理性。

【回复】

一、发行人及各子公司在主营业务范围内关于业务的分工安排，是否存在区域分工或产品类型分工，是否存在公司内部竞争关系。

报告期内，发行人及各子公司对应的主要职能及业务分工安排如下：

公司名称	公司职能及业务分工	区域分工	产品类型分工	是否存在公司内部竞争关系
高义包装	系发行人母公司，主要负责：（1）所有财务、人力、行政等职能部门全部设在母公司；（2）母公司统一负责采购、产品销售事宜；并负责制订总体生产计划，并设有生产基地；（3）母公司统一管理研发事宜；（4）负责彩盒、说明书等的生产和发货	华南区域	彩盒、说明书、纸托、标签、纸浆模塑外包装等	否
东莞高义	系公司下属销售公司		彩盒、纸托等	否
深圳高义	系公司下属供应链管理公司		供应链管理、物流方案设计、货物或技术进出口、国内贸易	否
高义精密	系公司下属生产公司		智能终端外观件	否
高义锦润	暂未开展实际经营		-	否
无锡印刷	系公司下属生产公司	华东区域	彩盒、说明书等	否
无锡科技	系公司下属生产公司		彩盒、说明书等	否
淮安高义	系公司下属生产公司		彩盒（酒类）	否
香港鸿达	系公司下属销售公司	海外	彩盒、说明书等	否
马来鸿达	系公司下属销售公司	马来西亚	彩盒、纸箱、纸托、说明书、标签等	否
马来彩印	系公司下属生产公司		纸板	否
马来高义	曾开展贸易业务，已于 2025 年 2 月注销		-	否

公司名称	公司职能及业务分工	区域分工	产品类型分工	是否存在公司内部竞争关系
马来包装	系公司下属生产公司		彩盒、说明书、纸箱等	否
印尼高义	系公司下属生产公司	印度尼西亚	纸托	否
环球包装	系公司下属生产公司		彩箱、纸箱、纸袋、标签等	否
印尼鸿达	系公司下属销售公司		彩盒、纸箱、纸托、说明书、标签和纸袋等	否
雅加达鸿达	系公司下属销售公司		彩箱和纸托	否
越南鸿达	系公司下属销售公司	越南	彩盒、说明书、纸托、纸箱等	否
海阳鸿达	公司于越南北部的生产公司		彩盒、说明书、纸托、纸箱等	否
同奈鸿达	公司于越南南部的生产公司		彩盒、说明书、纸托、纸箱、贴纸、吊牌等	否
泰国包装	系公司下属生产公司	泰国	彩盒、纸托等	否
菲律宾鸿达	系公司下属生产公司	菲律宾	纸箱、彩盒等	否

综上所述，出于成本控制和客户快速响应的考虑，发行人拆分了产品的生产流程，并在主要客户邻近的区域设立了生产基地，同时根据客户聚集地或重要客户需求划分了主要销售区域和产品类型。因此，发行人的采购、销售、研发等经营活动以及财务、人力等职能管理均由母公司统一负责，境内外各子公司在母公司的管控下分别承担相应的生产、市场开发等职责，发行人及下属子公司在生产流程、销售区域或产品类型方面各有侧重，公司内部各主体存在合理的区域分工和产品分工，故不存在内部竞争关系。

二、亏损子公司报告期内的业务开展情况，与经营场所、员工数量构成的匹配情况，子公司亏损与其经营情况是否相符，子公司亏损的主要原因及合理性。

（一）亏损子公司报告期内的业务开展情况，与经营场所、员工数量构成的匹配情况，子公司亏损与其经营情况是否相符

截至 2025 年 6 月 30 日，发行人报告期内合并报表范围内的子公司中未分配利润为负的子公司为深圳高义、高义精密、锦润包装、无锡高义、海阳鸿达、菲律宾鸿达、越南鸿达、同奈鸿达、马来彩印、泰国包装、环球包装。截至 2025

年 6 月 30 日，前述亏损子公司报告期内的业务开展情况、经营场所、员工数量和构成的匹配情况如下：

序号	企业名称	报告期内业务开展情况	经营场所	员工数量和构成
1	深圳高义	公司在深圳区域的供应链管理公司	深圳市龙华区大浪街道高峰社区龙观西路 99 号中晟置地大厦 1 栋一单元 1303	截至报告期末，该公司无专职员工
2	高义精密	从事智能终端外观件加工和销售	广东省东莞市东坑镇兴国路东坑段 4 号 3 号楼	截至报告期末，该公司无专职员工
3	锦润包装	暂未开展实际经营	深圳市罗湖区笋岗街道笋西社区桃园路 288 号笋岗干仓库 801 栋北座 7 层 719 号	截至报告期末，该公司无专职员工
4	无锡高义	公司在华东区域的生产经营中心之一	无锡市锡山区鹅湖镇新杨路 286 号	截至报告期末，公司无锡地区存在 340 名员工，其中：生产人员 **240** 人、管理及行政人员 **35** 人、研发人员 **44** 人、销售人员 **21** 人。
5	海阳鸿达	公司在越南北部的生产经营中心	The 1st Location: Part of the lst floor of Factory A5, Lot A4. An Phat High-Tech Industrial Park, Km47.National Highway 5., Viet Hoa Ward, Hai Duong City, Hai Duong Province, Vietnam The 2nd Location: Part of land lot CN2 （symbol CN2.5）An Phat 1 Industrial Park, km72, National Highway 37, in Quoc Tuan, An Binh and An Lam communes, Nam Sachdistrict, Hai Duong province, Vietnam.	截至报告期末，存在 272 名员工，其中：生产人员 **242** 人、管理及行政人员 **26** 人
6	菲律宾鸿达	公司在菲律宾的生产基地	1- PPVI Compound 2, Phase 3 Block 6-B, Lot 5 Lima Technology Park, Malvar,Batangas；2- Block1 （unitl、3、5、7；unitl2/4/6/8）.Lot1,Lima technology center	截至报告期末，存在 **255** 名员工，其中：生产人员 **241** 人、管理及行政人员 **12** 人、业务人员 **2** 人
7	越南鸿达	公司在越南的销售公司（暂停营业中）	4 Floor, SME Royal Building, To Hieu Street, Quang Trung Ward, Ha Dong District, Ha Noi, Viet Nam	截至报告期末，该公司无专职员工
8	同奈鸿达	公司在越南（南部）的生产基地	Road No. 6A, Bau Xeo Industrial Park, Song Trau Commune, Trang Bom District, Dong Nai Province,	截至报告期末，存在 **160** 名员工，其中：生产人员 **143** 人、管理及行政人员 **13**

序号	企业名称	报告期内业务开展情况	经营场所	员工数量和构成
			Vietnam。	人、业务人员 **4** 人
9	马来彩印（Papertex）	公司在马来的生产基地，主要为马来包装（Printpack）生产坑纸	PLO 346，JALAN PERAK, KAWASAN PERINDUSTRIAN PASIRGUG PASIR GUDANGJOHOR	截至报告期末，存在 **15** 名员工，其中：生产人员 **10** 人、管理及行政人员 5 人
10	泰国包装	公司在泰国的生产基地	No. 150/42 Moo 9, Nong Kham Sub-district, Si Racha District, Chonburi Province	截至报告期末，存在 **34** 名员工，其中：生产人员 **23** 人、管理及行政人员 **11** 人
11	环球包装（PT. Global）	公司在印尼的生产基地	ALAN RAJA ISA KAWASAN INDUSTRI TUNAS BIZPARK TYPE 11-H dan 11-G,Kel.,Kec.,Kota Batam,Prop. Kepulauan Riau	截至报告期末，存在 **123** 名员工，其中：生产人员 **111** 人、管理及行政人员 12 人

（二）子公司亏损的主要原因及合理性

1、深圳高义成立于 2015 年 12 月，报告期内主要负责公司华南区域的供应链管理，协助公司开展配套采购。由于深圳高义现阶段业务规模较小，导致持续的经营亏损。

2、高义精密成立于 2021 年 4 月，报告期内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，且公司智能终端外观件的订单尚不稳定，从而导致持续的经营亏损。截至本回复报告出具日，高义精密已暂停经营，拟于近期注销。

3、无锡高义成立于 2021 年 6 月，系公司长三角地区的主要生产基地，原计划作为面向公司华东区域客户直接开展生产和销售工作。报告期内，无锡高义的厂房仍处于施工建设期，从而导致亏损状态。截至本回复报告出具日，无锡高义已完成厂房的建设。后续其将作为厂房的持有主体将厂房向无锡印刷出租，生产经营情况已进入稳定期。

4、菲律宾鸿达成立于 2023 年 4 月。2024 年 5 月，公司通过增资取得菲律宾鸿达的控制权纳入合并报表。收购之前，由其原股东进行运行管理，业务拓展不及预期，导致整体亏损。

报告期内，除上述子公司外，高义锦润未实际经营、越南鸿达暂停营业中，且未分配利润亏损规模较小。同奈鸿达、马来彩印、海阳鸿达、环球包装、泰国

包装持续亏损主要原因系相关业务布局仍处于初设阶段，生产条件尚未成熟。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。截至报告期末，同奈鸿达、马来彩印、海阳鸿达的经营情况逐步改善，盈利能力不断增强，未分配利润亏损规模较上期末明显收窄。上述子公司持续亏损对于公司业务经营、财务业绩不存在重大不利影响。

综上所述，发行人报告期内亏损的子公司业务开展情况、经营场所、员工数量和构成匹配，亏损情况与报告期各期经营情况相符，子公司亏损情况具有合理性，且该部分子公司持续亏损对于公司业务经营、财务业绩不存在重大不利影响。

三、中介机构核查意见

（一）核查程序

1、走访了发行人及重要子公司的生产、经营场所；

2、查阅并取得了发行人子公司的营业执照、公司章程，了解子公司经营情况；

3、查阅了发行人及其各子公司报告期内的财务报表、收入明细等财务相关资料；

4、对发行人亏损子公司进行了网络核查。

（二）核查结论

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

1、发行人的采购、销售、研发等经营活动以及财务、人力等职能管理均由母公司统一负责，境内外各子公司在母公司的管控下分别承担相应的生产、市场开发等职责，发行人及下属子公司在生产流程、销售区域或产品类型方面各有侧重，公司内部各主体存在合理的区域分工和产品分工，故不存在内部竞争关系。

2、发行人报告期内亏损的子公司业务开展情况、经营场所、员工数量和构成匹配，亏损情况与报告期各期经营情况相符，子公司亏损情况具有合理性，且该部分子公司持续亏损对于公司业务经营、财务业绩不存在重大不利影响。

（2）实际控制人认定准确性。根据申请文件，公司的实际控制人为任志生，

其一致行动人为王雪梅、任柏宾、上海高儒企业管理合伙企业（有限合伙）和上海高萍企业管理合伙企业（有限合伙）。任柏宾为任志生之子，王雪梅为任志生配偶，此二人分别直接持有公司 9.84%的股份。请发行人：①结合王雪梅、任柏宾与实际控制人的亲属关系、持股变动情况、在发行人处任职情况以及未来持股、减持、参与公司治理方面的安排，说明未将上述人员认定为共同实际控制人的依据是否充分、合理，是否符合相关规定，是否存在规避合法规范性、关联交易、同业竞争核查及持股限售等监管要求的情形。②结合公司的股权结构、董事会、监事会和高管人员构成，说明发行人公司治理情况及内部控制是否有效运行，实际控制人家族成员持股比例较高及在公司任职的情况是否影响公司治理结构有效性，公司如何防范实际控制人不当控制的风险，发行人保护中小股东权益的内控制度是否健全有效。

【回复】

一、结合王雪梅、任柏宾与实际控制人的亲属关系、持股变动情况、在发行人处任职情况以及未来持股、减持、参与公司治理方面的安排，说明未将上述人员认定为共同实际控制人的依据是否充分、合理，是否符合相关规定，是否存在规避合法规范性、关联交易、同业竞争核查及持股限售等监管要求的情形。

（一）王雪梅、任柏宾与实际控制人的亲属关系、持股变动情况、在发行人处任职情况

王雪梅为任志生配偶，股东任柏宾为任志生之子，此二人分别直接持有公司 9.84%的股份。

报告期内，王雪梅任发行人的销售经理；任柏宾任发行人的项目经理，主要承担客户开拓、维护和订单跟踪等工作，不担任发行人的董事、监事、高级管理人员等重要职务，不参与公司的重大决策。

（二）王雪梅、任柏宾未来持股、减持、参与公司治理方面的安排

1.王雪梅、任柏宾未来持股、减持的安排

2025 年 6 月，王雪梅、任柏宾就股份锁定、持股意向及减持意向出具承诺如下：

“一、关于股份锁定的承诺

1. 自公司审议上市事项的股东大会股权登记日次日起至完成股票发行并上市之日不减持公司股票。若本人在上述期间新增股份，本人将于新增股份当日向公司和主办券商报告，并承诺在办理完成新增股份限售前不转让新增股份。

2. 自公司公开发行上市之日起 12 个月内，本人不转让或者委托他人管理本人持有或控制的公司上市前的股份，以及确保虽不由本人持有但由本人实际支配的股份表决权所对应的公司股份亦不被转让或被委托他人代为管理，也不由公司回购该部分股份。若因公司进行权益分派等导致本人持有的公司股份发生变化的，本人仍将遵守上述承诺。

3. 自锁定期届满之日起 24 个月内本人依法减持本人在本次发行及上市前已持有的公司股份的，则本人的减持价格应不低于公司本次上市的发行价格。期间如公司发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项，则上述价格指经除权除息相应调整后的价格。本人保证减持时及时予以公告，公告中明确减持的数量或区间、减持的执行期限等信息。

4. 公司上市后 6 个月内，如果公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于公开发行价格，或者上市后 6 个月期末（如该日不是交易日，则为该日后的第一个交易日）收盘价低于本次发行价，本人持有的公司股票将在上述锁定期限届满后自动延长 6 个月的锁定期；在延长锁定期内，不转让或者委托他人管理本人直接或者间接持有的公司本次上市前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份。若公司股票在上述期间发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，发行价格相应调整。

5. 除遵守前述关于股份锁定的承诺外，本人在担任公司董事、监事或高级管理人员期间，每年转让的公司股份数量将不超过本人持有公司股份总数的 25%。如本人出于任何原因离职，则在离职后半年内，亦不转让或者委托他人管理本人持有的公司股份。如本人在任期届满前离职的，在就任时确定的任期内和任期届满后 6 个月内本人亦遵守本条承诺。

6. 如法律、行政法规、部门规章或中国证券监督管理委员会、证券交易所规定或要求股份锁定期长于本承诺，则本人所持公司股份锁定期和限售条件自动

按该等规定和要求执行；本承诺出具后，在本人持股期间，若股份锁定和减持的法律、法规、规范性文件、政策及证券监管机构的要求发生变化，则本人愿意自动适用变更后的法律、法规、规范性文件、政策及证券监管机构的要求。

7. 若在锁定期满后本人拟减持股票的，本人将认真遵守中国证券监督管理委员会、证券交易所关于股东减持的相关规定，审慎制定股票减持计划。

8. 本人将忠实履行上述承诺，并承担相应的法律责任，若不履行本承诺所赋予的义务和责任，本人将承担公司、公司其他股东或利益相关方因此所受到的任何损失，违规减持公司股票的收益将归公司所有。

二、关于持股意向及减持意向的承诺

1. 减持股份的条件

本人将严格按照公司本次公开发行上市股票招股说明书及本人出具的承诺载明的各项锁定期限要求，并严格遵守相关法律、法规、规范性文件规定及监管要求，在锁定期内不减持持有公司的股份。

公司上市后存在重大违法情形，触及退市标准的，自相关行政处罚决定或司法裁判做出之日起至公司股票终止上市前，本人承诺不减持公司股份。

2. 减持股份的方式

锁定期届满后，本人拟通过包括但不限于二级市场集中竞价交易、大宗交易、非公开转让等监管机构认可的方式减持所持有的公司股份。

3. 减持股份的价格

本人减持所持有的公司股份的价格根据当时的二级市场价格确定，并应符合相关法律法规及证券交易所规则要求；本人在公司公开发行前所持有的公司股份在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于公司公开发行股票的发行价格（期间如公司发生派息、送股、公积金转增股本、配股等除权、除息事项的，上述价格相应调整）。

4. 减持股份的数量

本人将根据相关法律法规及证券交易所规则，结合证券市场情况、公司股票走势及公开信息、本人的业务发展需要等情况，自主决策、择机进行减持。

5. 减持股份的期限

本人持有的公司股份的锁定期限（包括延长的锁定期）届满后，本人减持所持公司股份时，应按相关法律法规的规定提前将减持意向和拟减持数量等信息以书面方式通知公司，并由公司及时予以公告。在减持公司股份前后，应按照证监会、证券交易所有关规定及时、准确地履行信息披露义务。

6. 本人将严格履行上述承诺事项，并承诺将遵守下列约束措施：

如本人违反上述承诺或法律强制性规定减持公司股份的，本人承诺按有权部门规定承担法律责任。”

2.王雪梅、任柏宾参与公司治理方面的安排

报告期内，王雪梅、任柏宾未在发行人担任董事、监事或高级管理人员，仅作为公司股东参与公司治理。

2021 年 7 月 15 日，发行人的实际控制人任志生与王雪梅、任柏宾签署一致《一致行动协议》，主要条款如下：

“1.甲（任志生）乙（王雪梅、任柏宾）双方同意，其通过直接持股、间接持股或其他控制的方式能够支配的股份，将在下列事项上于股东大会、董事会做出决议时采取一致行动并作出相同的意思表示，一致行动内容包括但不限于以下事项：

（1）行使股东大会、董事会的表决权；

（2）向股东大会、董事会行使提案权；

（3）向股东大会行使董事、监事候选人提名权；

（4）其他影响公司重大经营决策的事项。

2.甲（任志生）乙（王雪梅、任柏宾）双方同意，在协议有效期内，无论何种原因导致双方未能就股东大会、董事会等审议事项达成一致意见的，乙方直接、间接或以其他方式能够控制的股份对应的股东权利或者相关决策意见将按照甲方意见进行表决或作出决定。

3.无论甲（任志生）乙（王雪梅、任柏宾）双方所持有或控制的公司股份数

量、比例等因何种事由而发生变化，或者乙方合伙人结构有任何变化，或者公司出现股权转让、增资、减资、合并、分立、整体变更设立为股份公司、资产重组等事由而发生变化，甲、乙双方将在经营决策上始终保持本第一条约定的一致行动关系。”

（三）未将上述人员认定为共同实际控制人的依据充分、合理，符合相关规定，不存在规避合法规范性、关联交易、同业竞争核查及持股限售等监管要求的情形

1、未将上述人员认定为共同实际控制人的依据充分、合理

根据发行人的说明及《招股说明书》，发行人未将王雪梅、任柏宾认定为发行人的共同实际控制人，理由如下：

（1）自高义有限设立以来，任志生通过直接持股、直接控制的员工持股平台、一致行动人等方式始终能够控制发行人 50.00%以上的股份，具体情况如下：

期间	直接持股比例（%）	通过一致行动人/持股平台控制的表决权比例（%）	扣除王雪梅、任柏宾持有股份的表决权比例（%）	合计持股比例（%）
2019.01.01-2019.08.19	81.02	—	81.02	81.02
2019.08.20-2021.03.08	72.75	10.20	82.95	82.95
2021.03.09-2021.06.09	71.43	10.20	81.63	81.63
2021.06.10-2021.07.27	65.30	9.32	74.62	74.62
2021.07.28-2021.12.29	45.30	29.32	54.62	74.62
2021.12.30－至今	44.60	28.87	53.79	73.47

本保荐机构认为，除需其回避表决的议案外，任志生能够单独通过其个人直接持有的、通过发行人的员工持股平台直接控制的表决权对发行人的股东大会议案投出具有决定性影响的同意票或反对票，并据此实现对发行人的控制，而无须单独或共同通过王雪梅和任柏宾实现对发行人的实际控制。

（2）发行人目前共有 7 名董事，其中有 5 名董事为任志生提名，王雪梅、任柏宾未提名公司董事，具体情况如下：

机构	姓名	职务	提名人
董事会	任志生	董事长	任志生

机构	姓名	职务	提名人
	李东红	董事	李东红
	周亚群	职工代表董事、财务总监	李东红
	王东	董事、副总经理	任志生
	吴战篪	独立董事	任志生
	吴红日	独立董事	任志生
	曾超等	独立董事	任志生

（3）根据前述任职情况和一致行动协议的签署情况，王雪梅和任柏宾不在发行人处担任董事、监事、高级管理人员，不参与发行人的重大决策；并且，自与任志生签署一致行动协议以来，王雪梅、任柏宾在发行人的股东大会上的投票结果始终与任志生保持一致。

基于前述，虽然王雪梅、任柏宾在发行人处持有 5.00%以上的股份且在发行人处担任董监高以外的职务，但其对发行人经营决策的影响力及在股东大会中的影响力均无法达到实际控制的程度，而任志生则可以单独通过其直接持有的发行人股份、其直接控制的发行人的员工持股平台实现对发行人的实际控制。

综上所述，本保荐机构认为，发行人未将王雪梅、任柏宾认定为共同实际控制人，具有合理性。

2、未将上述人员认定为共同实际控制人符合相关规定

（1）共同实际控制人相关规定

《公司法》第 265 条第（三）款规定：“实际控制人，是指通过投资关系、协议或者其他安排，能够实际支配公司行为的人”。

《北京证券交易所股票上市规则》第 12.1.（九）规定：“实际控制人，是指通过投资关系、协议或者其他安排，能够支配、实际支配公司行为的自然人、法人或者其他组织”。

《北京证券交易所股票上市规则》第 12.1.（十一）规定：“控制，是指有权决定一个企业的财务和经营政策，并能据以从该公司的经营活动中获取利益。有下列情形之一的，为拥有上市公司控制权（有确凿证据表明其不能主导公司相关活动的除外）：1．为上市公司持股超过 50%的控股股东；2．可以实际支配上

市公司股份表决权超过 30%；3．通过实际支配上市公司股份表决权能够决定公司董事会超过半数成员选任；4．依其可实际支配的上市公司股份表决权足以对公司股东会的决议产生重大影响；5．中国证监会或者本所认定的其他情形”。

《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第 1 号》第 1-6 条“实际控制人的认定与锁定期安排”规定：“实际控制人的配偶、直系亲属，如持有公司股份达到 5%以上或者虽未达到 5%但是担任公司董事、高级管理人员并在公司经营决策中发挥重要作用，保荐机构、发行人律师应当说明上述主体是否为共同实际控制人。”

《全国中小企业股份转让系统股票挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》第 1-6 条“二、共同实际控制人认定”规定：“申请挂牌公司股东之间存在法定或约定形成的一致行动关系并不必然导致多人共同拥有公司控制权的情况。公司认定多人共同拥有公司控制权的，应当充分说明所依据的事实和证据。共同控制权一般通过公司章程、协议或者其他安排予以明确，有关章程、协议及其他安排必须合法有效、权利义务清晰、责任明确。申请挂牌公司股东之间存在法定或约定的一致行动关系的，应当予以披露。共同控制人签署一致行动协议的，公司应当披露一致行动的实施方式、发生意见分歧时的解决机制、协议期限等。通过一致行动协议主张共同控制，无合理理由的（如第一大股东为纯财务投资人），一般不能排除第一大股东为共同控制人；公司未将一致行动协议全体签署人认定为共同实际控制人的，主办券商及律师应当说明是否存在通过实际控制人认定规避挂牌条件相关要求的情形。实际控制人的配偶和直系亲属，如其持有公司股份达到 5%以上或者虽未达到 5%但是担任公司董事、高级管理人员并在公司经营决策中发挥重要作用，主办券商及律师应当说明上述主体是否为共同实际控制人”。

（2）未将上述人员认定为共同实际控制人符合前述规定

根据前述规定，王雪梅、任柏宾虽与任志生存在一致行动关系，但并不必然导致三人共同拥有发行人的控制权，还应当结合王雪梅、任柏宾及任志生在公司的持股比例、表决权比例、任职情况、对董事会的控制情况综合判断。

王雪梅、任柏宾虽然分别直接持有公司 9.84%的股份但未在公司担任董事、监事、高级管理人员。根据《一致行动协议》，王雪梅、任柏宾直接、间接或以

其他方式能够控制的股份对应的股东权利或者相关决策意见将按照任志生意见进行表决或作出决定，已经对一致行动安排、纠纷解决机制等作出了明确约定。因此，未将王雪梅、任柏宾认定为共同实际控制人符合公司实际经营情况。

综上，发行人未将王雪梅、任柏宾认定为实际控制人或一致行动人符合发行人实际情况及相关规定。

3、不存在规避合法规范性、关联交易、同业竞争核查及持股限售等监管要求的情形

（1）不存在通过实际控制人认定规避同业竞争的情形

根据王雪梅、任柏宾填写的《调查表》，截至本回复报告出具日，除直接持有发行人股份并在发行人处任职以外，王雪梅、任柏宾未直接或间接持有其他公司股权，不存在以其他方式控制任何企业的情形，亦不存在在其他企业任职的情形。

同时，王雪梅、任柏宾于 2025 年 6 月签署《广东高义包装科技股份有限公司实际控制人的一致行动人、实际控制人控制的持股平台关于避免同业竞争的承诺函》：

“1. 截至本承诺函出具之日，本人/本企业未经营或为他人经营与公司相同或类似的业务，未控制任何经营与公司相同或类似业务的公司、分公司、个人独资企业、合伙企业、个体工商户或其他经营实体（以下合称“经营实体”），未有其他可能与公司构成同业竞争的情形。

2. 本人/本企业保证，除公司及其控股子公司之外，本人/本企业及本人/本企业直接或间接控制的经营实体现时及将来均不开展与公司相同或类似的业务，现时及将来均不新设或收购经营与公司相同或类似业务的经营实体，现时及将来均不在中国境内或境外成立、经营、发展或协助成立、经营、发展任何与公司业务可能存在竞争的业务、项目或其他任何活动，以避免对公司的生产经营构成新的、可能的直接或间接的业务竞争。

3. 若公司变更经营范围，本人/本企业保证本人/本企业及本人/本企业直接或间接控制的经营实体将采取如下措施确保不与公司产生同业竞争：（1）停止生产构成竞争或可能构成竞争的产品；（2）停止经营构成竞争或可能构成竞争的

业务；（3）将相竞争的业务纳入到公司或其子公司经营；（4）将相竞争的业务转让给无关联的第三方；（5）其他有利于维护公司权益的方式。

4. 本人/本企业保证，除公司或者公司控股子公司之外，若本人/本企业或者本人/本企业直接或间接控制的经营实体将来取得经营公司及其控股子公司相同或类似业务的商业机会，本人/本企业或者本人/本企业直接或间接控制的经营实体将无偿将该商业机会转让给公司及其控股子公司。

5. 本人/本企业保证，除公司或者公司控股子公司之外，本人/本企业及本人/本企业直接或间接控制的经营实体的高级管理人员现时及将来均不兼任公司及公司控股子公司之高级管理人员。

6. 本人/本企业确认本承诺函旨在保障公司全体股东之权益而作出。

7. 本人/本企业确认本承诺函所载的每一项承诺均为可独立执行之承诺，任何一项承诺若被视为无效或终止将不影响其他各项承诺的有效性。

8. 如违反上述任何一项承诺，本人/本企业愿意承担由此给公司及其股东造成的直接或间接经济损失、索赔责任及与此相关的费用支出。

9. 本承诺函自本人/本企业签署之日起生效。本承诺函所载上述各项承诺在本人/本企业作为公司实际控制人的一致行动人期间及自本人/本企业不作为公司实际控制人的一致行动人之日起三年内持续有效，且不可变更或撤销。”

因此，王雪梅、任柏宾均不存在控制任何企业或在其他企业任职的情形，不存在与发行人同业竞争的情形，并且均已出具避免同业竞争的承诺。

（2）不存在通过实际控制人认定规避关联交易、资金占用的情形

根据《审计报告》，报告期内，王雪梅、任柏宾三人除在发行人处领取薪酬及报销费用外，不存在其他关联交易，不存在通过借款、代垫费用等形式占用公司资金或其他资产的情形。

同时，王雪梅、任柏宾已于 2025 年 6 月签署了《广东高义包装科技股份有限公司实际控制人及其一致行动人关于减少和规范关联交易的承诺函》承诺：

“1、本人/本企业、本人/本企业所控制的公司及关联方将尽最大努力减少或避免与公司之间的关联交易。在进行确属必要且无法规避的关联交易时，保证遵

循平等、自愿、等价、有偿的原则进行公平操作，签署关联交易协议，关联交易的价格原则上应不偏离市场独立第三方的价格或收费的标准，保证交易公平，价格公允，并按相关法律法规、规范性文件规定履行交易程序及信息披露义务。

2、本人/本企业作为实际控制人，保证将按照法律法规、规范性文件和公司章程、关联交易管理制度的规定，在审议涉及与公司的关联交易事项时，切实遵守公司董事会、股东会进行关联交易表决时的回避程序；严格遵守公司关联交易的决策制度，确保不损害公司和其他股东的合法利益；保证不利用在公司的地位和影响，通过关联交易损害公司以及其他股东的合法权益。

3、本人/本企业将促使本人/本企业控制的企业遵守上述承诺，如本人/本企业或本人/本企业控制的企业违反上述承诺而导致公司或其他股东的权益受到损害，本人/本企业将依法承担由此产生的全部责任，充分赔偿或补偿由此给公司或其他股东造成的一切实际损失。

4、在本人/本企业作为公司实际控制人期间，上述承诺持续有效且不可撤销。”

综上，发行人不存在通过实际控制人认定规避关联交易、资金占用的情形。

（3）不存在通过实际控制人认定规避股份限售的情形

王雪梅、任柏宾作为实际控制人的配偶、儿子，已于 2025 年 6 月比照实际控制人作出了《关于股份锁定、持股意向及减持意向的承诺函》，并已在《招股说明书》中披露，承诺具体内容如下：

“一、关于股份锁定的承诺

1. 自公司审议上市事项的股东大会股权登记日次日起至完成股票发行并上市之日不减持公司股票。若本人在上述期间新增股份，本人将于新增股份当日向公司和主办券商报告，并承诺在办理完成新增股份限售前不转让新增股份。

2. 自公司公开发行上市之日起 12 个月内，本人不转让或者委托他人管理本人持有或控制的公司上市前的股份，以及确保虽不由本人持有但由本人实际支配的股份表决权所对应的公司股份亦不被转让或被委托他人代为管理，也不由公司回购该部分股份。若因公司进行权益分派等导致本人持有的公司股份发生变化的，

本人仍将遵守上述承诺。

3. 自锁定期届满之日起24个月内本人依法减持本人在本次发行及上市前已持有的公司股份的，则本人的减持价格应不低于公司本次上市的发行价格。期间如公司发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项，则上述价格指经除权除息相应调整后的价格。本人保证减持时及时予以公告，公告中明确减持的数量或区间、减持的执行期限等信息。

4. 公司上市后6个月内，如果公司股票连续20个交易日的收盘价均低于公开发行价格，或者上市后6个月期末（如该日不是交易日，则为该日后的第一个交易日）收盘价低于本次发行价，本人持有的公司股票将在上述锁定期限届满后自动延长6个月的锁定期；在延长锁定期内，不转让或者委托他人管理本人直接或者间接持有的公司本次上市前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份。若公司股票在上述期间发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，发行价格相应调整。

5. 除遵守前述关于股份锁定的承诺外，本人在担任公司董事、监事或高级管理人员期间，每年转让的公司股份数量将不超过本人持有公司股份总数的25%。如本人出于任何原因离职，则在离职后半年内，亦不转让或者委托他人管理本人持有的公司股份。如本人在任期届满前离职的，在就任时确定的任期内和任期届满后6个月内本人亦遵守本条承诺。

6. 如法律、行政法规、部门规章或中国证券监督管理委员会、证券交易所规定或要求股份锁定期长于本承诺，则本人所持公司股份锁定期和限售条件自动按该等规定和要求执行；本承诺出具后，在本人持股期间，若股份锁定和减持的法律、法规、规范性文件、政策及证券监管机构的要求发生变化，则本人愿意自动适用变更后的法律、法规、规范性文件、政策及证券监管机构的要求。

7. 若在锁定期满后本人拟减持股票的，本人将认真遵守中国证券监督管理委员会、证券交易所关于股东减持的相关规定，审慎制定股票减持计划。

8. 本人将忠实履行上述承诺，并承担相应的法律责任，若不履行本承诺所赋予的义务和责任，本人将承担公司、公司其他股东或利益相关方因此所受到的任何损失，违规减持公司股票的收益将归公司所有。

二、关于持股意向及减持意向的承诺

1. 减持股份的条件

本人将严格按照公司本次公开发行上市股票招股说明书及本人出具的承诺载明的各项锁定期限要求，并严格遵守相关法律、法规、规范性文件规定及监管要求，在锁定期内不减持持有公司的股份。

公司上市后存在重大违法情形，触及退市标准的，自相关行政处罚决定或司法裁判做出之日起至公司股票终止上市前，本人承诺不减持公司股份。

2. 减持股份的方式

锁定期届满后，本人拟通过包括但不限于二级市场集中竞价交易、大宗交易、非公开转让等监管机构认可的方式减持所持有的公司股份。

3. 减持股份的价格

本人减持所持有的公司股份的价格根据当时的二级市场价格确定，并应符合相关法律法规及证券交易所规则要求；本人在公司公开发行前所持有的公司股份在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于公司公开发行股票的发行价格（期间如公司发生派息、送股、公积金转增股本、配股等除权、除息事项的，上述价格相应调整）。

4. 减持股份的数量

本人将根据相关法律法规及证券交易所规则，结合证券市场情况、公司股票走势及公开信息、本人的业务发展需要等情况，自主决策、择机进行减持。

5. 减持股份的期限

本人持有的公司股份的锁定期限（包括延长的锁定期）届满后，本人减持所持公司股份时，应按相关法律法规的规定提前将减持意向和拟减持数量等信息以书面方式通知公司，并由公司及时予以公告。在减持公司股份前后，应按照证监会、证券交易所有关规定及时、准确地履行信息披露义务。

6. 本人将严格履行上述承诺事项，并承诺将遵守下列约束措施：

7. 如本人违反上述承诺或法律强制性规定减持公司股份的，本人承诺按有

权部门规定承担法律责任。”

综上，发行人不存在通过实际控制人认定规避股份限售的情形。

（4）王雪梅、任柏宾均不存在相关法律规定不适宜作为上市公司实际控制人、一致行动人的情形

根据公安机关出具的《无犯罪记录证明》并经查询裁判文书网、人民法院公告网、证券交易所及全国股转系统官网等网站，王雪梅、任柏宾最近三年不存在贪污、贿赂、侵占财产、挪用财产或者破坏社会主义市场经济秩序的刑事犯罪，不存在欺诈发行、重大信息披露违法或者其他涉及国家安全、公共安全、生态安全、生产安全、公众健康安全领域的重大违法行为，最近一年内不存在受到中国证监会及其派出机构行政处罚，或因证券市场违法违规行为受到全国股转系统公司、证券交易所等自律监管机构公开谴责的情形，不存在因涉嫌犯罪正被司法机关立案侦查或涉嫌违法违规正被中国证监会及其派出机构立案调查，尚未有明确结论意见的情形，亦不存在被列入失信被执行人名单且情形尚未消除的情形。

因此，王雪梅、任柏宾均不存在《证券法》《注册管理办法》《上市规则》等法律法规规定的不适宜作为上市公司实际控制人、一致行动人的情形。发行人不存在通过实际控制人认定规避实际控制人或一致行动人合法合规性的情形。

综上，发行人不存在通过实际控制人认定规避合法规范性、关联交易、同业竞争核查及持股限售等监管要求的情形。

综上所述，虽然王雪梅、任柏宾持有发行人股权比例超过 5.00%但未在发行人担任董事、监事、高级管理人员，未对发行人的董事会和日常生产经营行为产生重要影响；任志生持有发行人股权比例和表决权比例足以实现对发行人的控制，且根据一致行动协议具有投票的最终决定权，发行人未将王雪梅、任柏宾认定为实际控制人、一致行动人符合发行人实际情况，具有合理性，不存在通过实际控制人认定规避合法规范性、关联交易、同业竞争核查及持股限售等监管要求的情形。

二、结合公司的股权结构、董事会、监事会和高管人员构成，说明发行人公司治理情况及内部控制是否有效运行，实际控制人家族成员持股比例较高及在公司任职的情况是否影响公司治理结构有效性，公司如何防范实际控制人不当控制的风险，发行人保护中小股东权益的内控制度是否健全有效。

（一）公司的股权结构、董事会、监事会及高级管理人员的构成情况

截至本回复报告出具日，发行人的股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	持股数量（万股）	持股比例（%）
1	任志生	4,856.01	44.60
2	李东红	1,320.00	12.12
3	任柏宾	1,071.88	9.84
4	王雪梅	1,071.88	9.84
5	高萍合伙	500.00	4.59
6	高儒合伙	500.00	4.59
7	中证投资	367.50	3.38
8	王东	350.24	3.22
9	科创资本	183.75	1.69
10	创新投资	183.75	1.69
11	昆仑鼎天	183.75	1.69
12	阳光教育	169.24	1.55
13	高艺合伙	130.00	1.19
合计		**10,887.99**	**100.00**

发行人现任董事会、高级管理人员及原监事会的构成情况如下表所示：

机构	姓名	职务
董事会	任志生	董事长
	李东红	董事
	周亚群	**职工代表**董事
	王东	董事
	吴战篪	独立董事
	吴红日	独立董事
	曾超等	独立董事
原监事会	张艳丽	**原**监事会主席
	李存燕	**原**职工代表监事

	段彦军	**原**监事
高级管理人员	任志生	总经理
	周亚群	财务总监
	王东	副总经理
	宋意杰	副总经理、董事会秘书
	罗灼坤	副总经理

根据上表，发行人董事会由 7 名董事构成，实际控制人家族成员仅任志生一人担任发行人董事；发行人**原**监事会由 3 名监事构成，实际控制人家族成员无人担任发行人监事；发行人高级管理人员有 5 名，实际控制人家族成员仅任志生一人担任总经理。发行人董事会及监事会成员之间均不存在亲属关系，能有效防范实际控制人不当控制的风险。

（二）发行人公司治理情况良好，内部控制有效运行

1、发行人已建立三会制度并得以实际运行，公司治理情况良好

报告期内，公司已通过《公司章程》以及《股东会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》等内控制度规定了召集召开股东会、董事会、监事会的程序，并规定了会议的通知、提案、表决、决议等程序，该等制度符合相关法律法规、规范性文件及公司制度的规定，合法有效。

报告期内，公司股东（大）会、董事会、监事会运作规范，会议的召开、表决、决议的内容符合相关规定要求，且均已制定并留存相关会议文件。公司股东会就公司章程的订立、公司重大制度建设、重大经营投资和财务决策、董事、独立董事与监事的聘任等重大事项进行审议决策，严格依照相关规定行使权利。全体董事严格按照《公司法》《公司章程》《董事会议事规则》等规定履行董事职责，按时出席公司董事会并参与讨论，未出现无故缺席董事会或无故放弃表决的情形。发行人董事开展的各项工作，有效发挥了董事在公司规范运作中的作用，保护了公司及股东的权益，促进了董事会的规范管理和正常运作。独立董事严格遵守《独立董事工作制度》，切实履行职权，积极参与公司重大事项决策，对需发表独立董事意见的决议事项均发表了独立董事意见，在董事会制定公司发展计划和生产经营决策等方面发挥了良好作用，有力保障了公司经营决策的科学性和有效性。

综上，发行人已按照相关法律法规建立了三会制度并得以实际运行，发行人的公司治理情况良好。

2、发行人内部控制有效运行，申报会计师已出具《内部控制审计报告》

公司现有的内部控制制度全面涵盖了公司生产经营的全部过程，覆盖了生产经营和内部管理的各个方面，在完整性、有效性和合理性等方面不存在重大缺陷，能够有效监控公司运营的所有程序和各个层次，并具有较强的可操作性，自实施以来已发挥良好的作用。报告期内，公司未出现因内部控制制度的原因导致的重大责任事故。

根据公司出具的《内部控制自我评价报告》，公司管理层认为：公司已按照企业内部控制规范体系和相关规定的要求在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。同时，申报会计师已出具《内部控制审计报告》，认为：高义包装于 2024 年 12 月 31 日按照《企业内部控制基本规范》和相关规定在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。

3、实际控制人家族成员持股比例较高及在公司任职的情况不会对公司治理结构的有效性产生不利影响，公司已建立完善的内控制度以防范实际控制人不当控制的风险

截至本回复报告出具日，实际控制人家族成员任志生、王雪梅、任柏宾合计直接或间接持有公司 73.47%的股份，且发行上市后将被进一步稀释，届时对涉及中小股东核心利益的特别表决事项无绝对控制权。发行人董事会由 7 名董事构成，实际控制人家族成员中仅任志生一人担任董事，对董事会审议事项的表决无绝对控制权。

公司根据《公司法》《证券法》《上市公司治理准则》等法律法规的要求，制定了《股东会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》《董事会秘书工作制度》《独立董事工作制度》等一系列规章制度，且在报告期内得到有效运行，且未发生实际控制人及其近亲属资金占用、违规对外担保等利用控制地位损害公司利益的情形，实际控制人家族成员持股比例较高及在公司任职的情况不影响公司治理结构有效性。

为防范实际控制人不当控制风险，避免出现实际控制人占用发行人资金、违

规担保等损害发行人及中小股东利益的情形，发行人建立了《关联交易管理制度》《对外担保管理办法》《内部审计制度》《内部控制制度》《关于防范控股股东及其他关联方占用公司资金管理制度》等制度，规定了有关关联交易的回避表决制度、决策权限、决策程序等一整套较为完善的控制制度。公司已在《招股说明书（申报稿）》第三节“风险因素”之“三、内部控制及管理风险”之“（一）实际控制人控制不当的风险”部分就实际控制人对发行人公司治理以及内部控制不当，可能产生的不利影响进行了风险提示。

4、发行人保护中小股东权益的内控制度健全有效

为避免公司上市后，实际控制人利用其控制地位损害中小股东合法利益、妨碍公司治理或有其他不当行为，发行人通过《公司章程（草案）》及其他内部控制制度、出具相关承诺等形式制定了对控股股东、实际控制人的约束性措施，并将在本次发行并上市后继续执行。包括：

（1）中小投资者单独计票机制

根据《公司章程（草案）》规定，股东会审议影响中小投资者利益的重大事项时，对中小投资者表决应当单独计票。单独计票结果应当及时公开披露。此种计票形式能够充分反映中小股东的意见。

（2）征集投票权制度

根据《公司章程（草案）》的相关规定，公司董事会、独立董事、持有 1%以上有表决权股份的股东或者依照法律、行政法规或者中国证监会的规定设立的投资者保护机构可以公开征集股东投票权。征集股东投票权应当向被征集人充分披露具体投票意向等信息。禁止以有偿或者变相有偿的方式征集股东投票权。除法定条件外，公司不得对征集投票权提出最低持股比例限制。征集投票权为中小股东行使表决权提供了便利，保障中小股东的合法权益。

（3）网络投票机制

根据《公司章程（草案）》及《广东高义包装科技股份有限公司网络投票实施细则》的相关规定，公司召开股东会，除现场会议投票外，按照《公司章程》规定向股东提供网络投票方式，股东通过上述方式参加股东会的，视为出席。股东会对现金分红方案进行审议时，应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东

进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，及时答复中小股东关心的问题。因此，网络投票机制的设置能够充分保障中小股东行使股东权利。

（4）设立独立董事制度

根据《公司章程（草案）》及《独立董事工作制度》的相关规定，董事会成员中应有三分之一以上独立董事，其中至少有一名为会计专业人士。独立董事制度的建立，能够保障全体股东特别是中小股东的合法权益。

（5）设立累积投票制

根据《公司章程（草案）》及《广东高义包装科技股份有限公司累积投票制实施细则》的相关规定，股东选举董事、监事进行表决时，可以实行累计投票制；公司单一股东及其一致行动人拥有权益的股份比例在30%及以上时，应当实行累积投票制。

（6）设立关联董事回避表决机制

根据《公司章程（草案）》和《关联交易管理制度》的规定，股东会审议有关关联交易事项时，关联股东应当回避表决。如全体股东均为关联股东，则均无需回避表决。董事与董事会会议决议事项所涉及的企业有关联关系的，不得对该项决议行使表决权，也不得代理其他董事行使表决权。在董事会就该事项进行表决时，与关联方有任何利害关系的董事，应当回避。该董事会会议由过半数的无关联关系董事出席即可举行，董事会会议所作决议须经无关联关系董事过半数通过。出席董事会的无关联董事人数不足3人的，应将该事项提交股东会审议。公司制定了关联董事回避表决制度，对关联董事的表决权进行限制，能够充分保证董事会决议事项的公平性和公允性。

（7）公司实际控制人已出具相关承诺

公司实际控制人已出具《关于减少和规范关联交易的承诺》《避免同业竞争的承诺》《关于避免资金占用及对外担保、重大投资、委托理财等相关事项的承诺》等承诺，就减少和规范关联交易、避免资金占用以及同业竞争等事项作出承诺。

综上所述，发行人公司治理情况良好，内部控制有效运行，实际控制人家族

成员持股比例较高及在公司任职的情况不会对公司治理结构的有效性产生不利影响，且公司已建立完善的内控制度以防范实际控制人不当控制的风险，发行人保护中小股东权益的内控制度健全有效。

三、中介机构核查意见

（一）核查程序

1、查阅了王雪梅和任柏宾填写的调查表；

2、对发行人的实际控制人任志生及王雪梅、任柏宾进行了访谈；

3、查阅了发行人的实控人任志生与王雪梅、任柏宾签署的一致行动协议及前述人员出具的承诺；

4、查阅了发行人的说明、《审计报告》《内部控制审计报告》及《招股说明书》；

5、查阅了《公司法》《北京证券交易所股票上市规则》《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第 1 号》《全国中小企业股份转让系统股票挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》等相关规定；

6、查阅了公安机关出具的《无犯罪记录证明》并查询了裁判文书网、人民法院公告网、证券交易所及全国股转系统官网等网站；

7、查阅了发行人的《公司章程》《公司章程（草案）》《股东会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》等制度；

8、查阅了发行人历次董事会、监事会、股东会的会议通知、议案、表决票、决议、记录及相关公告等资料。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

1、与实际控制人任志生相比，由于王雪梅、任柏宾持有发行人股权比例超过 5.00%但未在发行人担任董事、监事、高级管理人员，未对发行人的董事会和日常生产经营行为产生重要影响；任志生持有发行人股权比例和表决权比例足以实现对发行人的控制，且根据一致行动协议具有投票的最终决定权，发行人未将

王雪梅、任柏宾认定为实际控制人符合发行人实际情况，具有合理性，不存在通过实际控制人认定规避合法规范性、关联交易、同业竞争核查及持股限售等监管要求的情形。

2、发行人公司治理情况良好，内部控制有效运行，实际控制人家族成员持股比例较高及在公司任职的情况不会对公司治理结构的有效性产生不利影响，且公司已建立完善的内控制度以防范实际控制人不当控制的风险，发行人保护中小股东权益的内控制度健全有效。

（3）关于劳动用工合规性。根据申请文件，发行人使用劳务派遣用工分别为 130 人、43 人、125 人，劳务外包用工分别为 0 人、55 人、73 人，发行人存在未全员缴纳社会保险和住房公积金的情况。请发行人：①说明各期劳务派遣用工的具体用工岗位、人员比例，说明是否存在核心生产工序使用劳务派遣人员的情形，是否存在子公司超比例使用劳务派遣人员的情况。②说明合作的劳务派遣公司情况、是否存在关联关系，劳务派遣单位是否具有资质，是否符合《劳务派遣暂行规定》等相关法律法规的规定。③说明劳务外包的具体情况，采购内容、原因、主要供应商及选取依据、定价公允性。④按照《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第 1 号》1-19 规定披露相关信息，并说明应缴未缴社保和住房公积的情况是否构成重大违法行为及对本次发行上市的影响。

【回复】

一、说明各期劳务派遣用工的具体用工岗位、人员比例，说明是否存在核心生产工序使用劳务派遣人员的情形，是否存在子公司超比例使用劳务派遣人员的情况。

（一）说明各期劳务派遣用工的具体用工岗位、人员比例，是否存在核心生产工序使用劳务派遣人员的情形

报告期内，发行人劳务派遣人员从事的主要工作内容如下：

类别	具体岗位	工作内容
劳务派遣员工	配页组合作业员	配页、检验、装箱
	检验作业员	彩盒检查工作

	纸托作业员	装箱、转运半成品
	手工作业员	辅助上料
	仓库作业员	原料管理及入库，成品出库
	电子烟专案作业员	辅助上料

由上表可知，发行人产品生产中劳务派遣人员主要从事配页、检验、装箱、转运半成品、彩盒检查、辅助上料、原料管理及入库、成品出库等工作，工作内容较为简单、工作经验要求较低，均为产品生产过程中的辅助性工作，不涉及产品生产的关键工序或关键技术，均属于发行人临时性、辅助性、可替代性较强的工作岗位。

综上，发行人不存在核心生产工序使用劳务派遣人员的情形。

（二）是否存在子公司超比例使用劳务派遣人员的情况

报告期各期末，公司劳务派遣的用工人数占各期用工总量的比例情况如下：

年度	2025 年 6 月末	2024 年末	2023 年末	2022 年末
期末境内员工总数（人）	**2,238**	1,966	1,722	1,669
劳务派遣人数（人）	**59**	125	43	130
用工人数总量（人）	**2,297**	2,091	1765	1,799
派遣员工占比（%）	**2.57**	5.98	2.44	7.23

报告期内发行人各境内子公司使用劳务派遣人员的情况如下：

	2025 年 6 月末		2024 年末		2023 年末		2022 年末	
	劳务派遣人数（人）	比例(%)	劳务派遣人数（人）	比例（%）	劳务派遣人数（人）	比例（%）	劳务派遣人数（人）	比例（%）
发行人	**46**	**2.54**	94	5.96	30	2.41	102	8.71
无锡印刷	**10**	**1.80**	5	9.80	3	1.13	17	4.95
无锡科技	**0**	**0.00**	16	5.32	0	0.00	1	1.92
淮安高义	**3**	**2.00**	10	5.40	10	5.80	10	9.71
高义精密	**0**	**0.00**	0	0.00	0	0.00	0	0.00
东莞高义	**0**	**0.00**	0	0.00	0	0.00	0	0.00
深圳高义	**0**	**0.00**	0	0.00	0	0.00	0	0.00

综上，报告期内，除发行人于报告期初存在少量超比例使用劳务派遣工的情况外，不存在其他超比例使用劳务派遣工的情况。发行人已经取得信用东莞开具

的《无违法违规证明公共信用信息报告》，证明发行人报告期内不存在因人力资源与社会保障领域的违法违规行为而被行政处罚的情形。

二、说明合作的劳务派遣公司情况、是否存在关联关系，劳务派遣单位是否具有资质，是否符合《劳务派遣暂行规定》等相关法律法规的规定

与公司合作的劳务派遣公司需取得劳务派遣资质。截至本回复报告出具日，报告期内与公司合作的劳务派遣供应商的资质情况如下：

序号	劳务派遣单位	业务合作期间	劳务派遣资质取得情况		在业务合作期间内是否有劳务派遣资质
			资质编号	有效期	
1	东莞市莞汇人力资源有限公司	2022.08.10—2023.01.30	441900213731	2021.08.06—2024.08.05	是
2	菏泽聚珑管理企业有限公司	2021.07.09—2022.12.31 2024.03.07-2025.03.06 **2025.01.01-2025.12.31**	37170220200017 37170220200017	2020.10.29—2023.10.28 2023.10.26-2026.10.27	是
3	苏州发国企业管理有限公司	2021.04.01—2023.05.31 2023.12.01—2024.05.31	320584201906101036	2019.06.10—2025.06.09	是
4	苏州汇进升人力资源有限公司	2021.09.01—2022.06.30	320507201811270107	2018.11.27—2021.11.26	资质有效期未能完全覆盖合作期
5	苏州启安企业管理有限公司	2022.06.01—2022.11.30	320505202110200150	2021.10.20—2024.10.19	是
6	苏州同富企业管理有限公司	2022.06.01—2022.11.30	320584202004161024	2020.04.16—2023.04.15	是
7	中超人力资源（苏州）有限公司	2021.12.23—2022.03.22	320584202110180063	2021.10.18—2024.10.17	是
8	东莞市旺亿劳务派遣有限公司	2023.02.02-2025.09.30 **2025.12.02-2026.3.31**	441900140630 441900234671	2020.06.12—2023.06.11 2023.11.10-2026.11.09	资质有效期未能完全覆盖合作期
9	淮安博升服务外包有限公司	2022.11.30—2023.05.29	320826202203250001	2022.03.25—2025.03.24	是
10	淮安轩明人力资源有限公司	2022.11.24—2023.05.23 2023.11.19—2024.05.18 **2024.11.19-2025.11.18** **2025.06.01-2026.05.31**	320800202112200015	2021.12.20—2024.12.19 **2024.12.20-2027.12.19**	是
11	东莞市鑫达劳务派遣有限公司	2023.09.12—2024.02.12 2024.10.01-2025.09.30 **2025.10.01-2026.9.30**	441900202834	2023.03.17—2026.03.16	是

序号	劳务派遣单位	业务合作期间	劳务派遣资质取得情况		在业务合作期间内是否有劳务派遣资质
			资质编号	有效期	
12	东莞市天怡人力资源管理有限公司	2024.12.26-2025.12.26	441900213389	2023.12.22-2026.12.21	是
13	苏州亿安邦企业管理有限公司	2024.06.01-2024.11.30	320584202104190027	2024.04.19-2027.04.18	是
14	**苏州瑞爵企业管理有限公司**	**2024.12.02-2025.12.01**	**320509202310190044**	**2023.10.19-2026.10.18**	**是**
16	**芜湖盛盈企业管理有限公司**	**2025.3.1-2026.2.28**	**34020220230065**	**2023.07.15-2026.07.14**	**是**

报告期内，公司及其子公司合作的劳务派遣单位中，部分单位历史上存在无派遣资质的情况，具体如下：

序号	劳务派遣单位	未取得资质的合作期间	资质取得情况/终止合作情况
1	东莞市旺亿劳务派遣有限公司	2023.06.12—2023.10.11	资质于 2023 年 6 月有效期届满，已于 2023 年 11 月 10 日重新取得劳务派遣资质
2	苏州汇进升人力资源有限公司	2021.11.26-2022.06.30	资质已于 2021 年 11 月届期，已终止合作

报告期内，公司及其子公司存在少量与未取得劳务派遣资质单位合作的情形，但相关合作期限较短，输送的劳务派遣员工数量较少且均已离岗，公司及其子公司已就报告期内存在的与未取得劳务派遣资质的劳务公司合作等违规情形主动进行规范改正。

截至本回复报告出具日，公司及其子公司正在合作的劳务派遣单位均具有有效期内的劳务派遣资质。

三、说明劳务外包的具体情况，采购内容、原因、主要供应商及选取依据、定价公允性

与公司合作的劳务外包供应商主要承担保安、保洁等业务，主要供应商情况如下：

序号	外包供应商名称	采购内容	原因
1	东莞市壹壹清洁服务有限公司	保洁服务	非主营业务，通过外包形式购买服务
2	深圳市龙岗区保安服务有限公司	保安服务	非主营业务，通过外包形式购买服务

3	深圳华耀世纪保安服务有限公司	保安服务	非主营业务，通过外包形式购买服务
4	淮安轩明人力资源有限公司	劳务外包	承担部分手工工序的劳务外包

报告期内，发行人主要通过竞价、谈判等方式综合价格、外包工作质量等方式综合选取劳务外包供应商，定价公允。

四、按照《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第 1 号》1-19 规定披露相关信息，并说明应缴未缴社保和住房公积的情况是否构成重大违法行为及对本次发行上市的影响。

（一）按照《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第 1 号》1-19 规定披露相关信息

《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第 1 号》1-19 规定：“发行人报告期内存在应缴未缴社会保险和住房公积金情形的，应当在招股说明书中披露应缴未缴的具体情况及形成原因，如补缴对发行人的持续经营可能造成的影响，揭示相关风险，并披露应对方案。保荐机构、发行人律师应对前述事项进行核查，并对是否属于重大违法行为发表明确意见”。

报告期内，发行人存在应缴未缴社会保险和住房公积金的情形，具体情况如下：

1、发行人应缴未缴社会保险和住房公积金情况

报告期各期末，发行人社会保险与住房公积金的缴纳情况如下：

年度	2025.6.30	2024.12.31	2023.12.31	2022.12.31
境内员工人数（人）	2,238	1,966	1,722	1,669
员工社会保险缴纳人数（人）	2,136	1,872	1,704	1,506
社会保险缴纳比例（%）	95.44	95.22	98.95	90.23
公积金缴纳人数（人）	2,051	1,872	1,665	1,609
公积金缴纳比例（%）	91.64	95.22	96.69	96.41

报告期内，公司存在未为部分员工缴纳社会保险费的情形，主要原因系：①退休返聘员工无需缴纳；②新员工入职时间晚于当月的社保机构的审核期而尚未开始缴纳相关险种。公司及相关控股子公司已取得报告期内的无违法违规证明，报告期内，公司及相关控股子公司不存在因违反劳动与社会保障相关法律法规而

受到行政处罚的情形。

报告期内，公司存在部分员工未缴纳住房公积金的情形，主要原因系：①新员工入职当月尚未开始缴纳；②部分员工属于退休返聘无需缴纳；③部分员工自愿放弃缴纳。除上述情况外，公司已为符合条件且未自愿放弃的员工缴存了住房公积金，并尊重自愿放弃缴纳的员工的真实意愿和实际利益，为其提供了员工宿舍。

公司及相关控股子公司已取得报告期内无违法违规证明，报告期内，公司及相关控股子公司不存在因住房公积金缴纳事宜而受到过重大行政处罚的情形。任志生作为发行人的控股股东和实际控制人就发行人报告期内社会保险和住房公积金缴纳不规范事项承诺如下：

“若公司及其子公司因社会保险和住房公积金缴纳不规范，经有关主管部门认定需为员工补缴社会保险或住房公积金、或因社会保险和住房公积金事宜受到主管部门处罚、或任何利益相关方以任何方式提出权利要求且该等要求获主管部门支持，本人将无条件全额承担相关补缴、处罚款项和对利益相关方的赔偿或补偿款项，以及公司因此所支付的相关费用。”

2、若各期足额缴纳社会保险及公积金，对发行人当期经营业绩的影响

报告期内，若将发行人新入职未缴纳、退休返聘人员未缴纳、自行缴纳以及自愿放弃的人员全部纳入补缴范围从严计算，补缴的社会保险和住房公积金金额测算如下：

单位：万元

年度	2025 年 6 月 30 日/2025 年 1-6 月	2024 年末/2024 年度	2023 年末/2023 年度	2022 年末/2022 年度
社保未缴金额	**84.46**	148.80	28.49	166.58
住房公积金未缴金额	**23.34**	21.43	13.00	8.33
合计未缴金额	**107.80**	**170.23**	**41.49**	**174.92**
归属于母公司所有者的扣除非经常性损益后的净利润	**6,460.68**	10,286.30	6,937.75	8,637.31
应缴未缴金额占扣非后归母净利润的比例	**1.67%**	**1.65%**	**0.60%**	**2.03%**

2022 年、2023 年、2024 年**及 2025 年 1-6 月**，发行人未足额缴纳社会保险及公积金的金额分别约为 174.92 万元、41.49 万元、170.23 万元**和 107.80 万元**，

分别占当年度归属于母公司所有者的扣除非经常性损益后的净利润的 2.03%、0.60%、1.65%和 1.67%，占比较小，发行人补缴社会保险和住房公积金不会对发行人的持续经营造成重大影响或重大风险。

（二）说明应缴未缴社保和住房公积的情况是否构成重大违法行为及对本次发行上市的影响

根据《劳动法》的规定，用人单位和劳动者必须依法参加社会保险，缴纳社会保险费。根据《住房公积金管理条例》的规定，单位录用职工的，应当自录用之日起 30 日内到住房公积金管理中心办理缴存登记，单位应当按时、足额缴存住房公积金，不得逾期缴存或者少缴。因此，报告期内，发行人及其控股子公司未为部分员工缴纳社会保险和住房公积金的情形不符合《劳动法》、《住房公积金管理条例》等法律法规的规定。

但发行人及子公司已取得当地人力资源和社会保障局和公积金管理中心出具的报告期内的无违法违规的相关证明，证明报告期内发行人及子公司不存在因违反劳动与社会保障相关法律法规和因住房公积金缴纳事宜而受到行政处罚的情形。

任志生作为发行人的控股股东和实际控制人就发行人报告期内社会保险和住房公积金缴纳不规范事项承诺如下：

“若公司及其子公司因社会保险和住房公积金缴纳不规范，经有关主管部门认定需为员工补缴社会保险或住房公积金、或因社会保险和住房公积金事宜受到主管部门处罚、或任何利益相关方以任何方式提出权利要求且该等要求获主管部门支持，本人将无条件全额承担相关补缴、处罚款项和对利益相关方的赔偿或补偿款项，以及公司因此所支付的相关费用。”

综上所述，发行人报告期内存在未为部分符合条件的员工缴纳社会保险及住房公积金的情形，发行人未因此受到行政处罚，不属于重大违法违规行为。报告期各期，发行人未缴纳社会保险及公积金占利润总额比例较低，且发行人实际控制人届时将依据已作出的承诺对因补缴或受到行政处罚而支出的费用和产生的经济损失予以全额补偿，不会对公司生产经营业绩产生重大不利影响。因此，公司及其子公司在报告期内存在的未为部分员工缴纳住房公积金的情形，不会对公

司生产经营造成重大影响，不构成公司本次发行上市的实质障碍。

五、中介机构核查意见

（一）核查程序

1、查阅发行人及其子公司合作的劳务派遣占比、劳务派遣公司的营业执照及劳务派遣资质情况，对劳务派遣公司进行网络核查，了解劳务派遣人员的具体岗位及工作内容；

2、了解公司外包及占比、业务规模情况，查阅劳务外包供应商的营业执照和保安服务许可证；

3、查阅《中华人民共和国劳动法》《住房公积金管理条例》《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第 1 号》等相关规定；

4、查阅发行人的控股股东、实际控制人出具的承诺函；

5、查阅发行人及子公司报告期内缴纳社会保险及住房公积金的凭证。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

1、发行人不存在核心生产工序使用劳务派遣人员的情形，除发行人于报告期初存在少量超比例使用劳务派遣工的情况外，不存在其他超比例使用劳务派遣工的情况。发行人已经取得信用东莞开具的《无违法违规证明公共信用信息报告》，证明发行人报告期内不存在因人力资源与社会保障领域的违法违规行为而被行政处罚的情形；

2、发行人与报告期内合作的劳务派遣单位不存在关联关系；报告期内，公司及其子公司存在少量与未取得劳务派遣资质单位合作的情形，但相关合作期限较短，输送的劳务派遣员工数量较少且均已离岗，公司及其子公司已就报告期内存在的与未取得劳务派遣资质的劳务公司合作等违规情形主动进行规范改正；截至本回复报告出具日，公司及其子公司正在合作的劳务派遣单位均具有有效期内的劳务派遣资质，符合《劳务派遣暂行规定》等相关法律法规的规定；

3、报告期内，发行人主要通过竞价、谈判等方式综合价格、外包工作质量

等方式综合选取劳务外包供应商，定价公允；

4、发行人报告期内存在未为部分符合条件的员工缴纳社会保险及住房公积金的情形，发行人未因此受到行政处罚，不属于重大违法违规行为。报告期各期，发行人未缴纳社会保险及公积金占利润总额比例较低，且发行人实际控制人届时将依据已作出的承诺对因补缴或受到行政处罚而支出的费用和产生的经济损失予以全额补偿，不会对公司生产经营业绩产生重大不利影响。因此，公司及其子公司在报告期内存在的未为部分员工缴纳住房公积金的情形，不会对公司生产经营造成重大影响，不构成公司本次发行上市的实质障碍。

（4）关于土地合规性。根据申请文件，报告期内公司位于东莞市东坑镇的生产、办公场场所，为集体土地上建设的房产。请发行人说明：①发行人取得和使用前述集体土地是否符合《土地管理法》等法律法规的规定，是否依法办理了必要的审批或租赁备案手续，使用集体土地上的建筑物或构筑物的合规性，发行人及子公司是否可能被行政处罚，前述违规行为是否构成重大违法行为。②是否存在对发行人持续经营能力构成重大不利影响的权属纠纷，发行人及子公司是否存在搬迁的风险，前述土地使用违规事项对发行人生产经营的影响。

【回复】

一、发行人取得和使用前述集体土地是否符合《土地管理法》等法律法规的规定，是否依法办理了必要的审批或租赁备案手续，使用集体土地上的建筑物或构筑物的合规性，发行人及子公司是否可能被行政处罚，前述违规行为是否构成重大违法行为。

（一）发行人取得和使用集体土地情况

发行人不存在取得集体土地的情况，但存在租赁建设于集体土地的房产的情况，具体如下：

序号	承租方	出租方	不动产权证号	面积（㎡）	用途	所在地	起始日期	终止日期
1	高义包装	东莞市维智电子有限公司	粤（2019）东莞不动产权第0142322号	11,280.00	厂房	东莞市东坑镇角社兴国路6号（电子产品生产项目5号厂房）	实际交付之日	2029.12.14
2		东莞市维智电子有限公司	粤（2019）东莞不动产权第0142355号	11,280.00		东莞市东坑镇角社兴国路6号（电子产品生产项目6号厂房）	实际交付之日	2029.12.14
3		东莞市维智电子有限公司	粤房地权证莞字第	11,280.00		东莞市东坑镇角社兴国路6号（电子产品生	2014.12.15	2029.12.14

序号	承租方	出租方	不动产权证号	面积（㎡）	用途	所在地	起始日期	终止日期
			3000886804 号			产项目 1 号厂房）		
4		东莞市维智电子有限公司	粤房地权证莞字第 3000886797 号	11,280.00		东莞市东坑镇角社兴国路 6 号（电子产品生产项目 2 号厂房）	2015.03.01	2029.12.14
5		东莞市维智电子有限公司	粤房地权证莞字第 3000886805 号	11,280.00		东莞市东坑镇角社兴国路 6 号（电子产品生产项目 3 号厂房）	2014.12.15	2029.12.14
6		东莞市维智电子有限公司	粤房地权证莞字第 3000886806 号	11,280.00		东莞市东坑镇角社兴国路 6 号（电子产品生产项目 4 号厂房）	2014.12.15	2029.12.14
7		东莞市维鼎物业管理有限公司	粤（2020）东莞不动产权第 0326834 号	**10,762.34**	仓库	东莞市东坑镇角社兴国路 6 号（电子产品生产项目 12 号厂房 **1-5** 层）	2024.02.01	**2025.10.31**
8		东莞市**云筑**物业管理有限公司	粤（2019）东莞不动产权第 0142331 号	4,304.93		东莞市东坑镇角社兴国路 6 号（电子产品生产项目 9 号厂房 4/5 层）	**2025.10.1**	**2025.11.31**

（二）发行人取得和使用前述集体土地是否符合《土地管理法》等法律法规的规定，依法办理了必要的审批或租赁备案手续

1、国家及地方法律法规关于集体土地流转方面的规定

（1）《中华人民共和国土地管理法》

第十条：“国有土地和农民集体所有的土地，可以依法确定给单位或者个人使用。使用土地的单位和个人，有保护、管理和合理利用土地的义务”。

第十二条：“土地的所有权和使用权的登记，依照有关不动产登记的法律、行政法规执行。依法登记的土地的所有权和使用权受法律保护，任何单位和个人不得侵犯”。

第十五条第一款：“各级人民政府应当依据国民经济和社会发展规划、国土整治和资源环境保护的要求、土地供给能力以及各项建设对土地的需求，组织编制土地利用总体规划”。第六十三条：“土地利用总体规划、城乡规划确定为工业、商业等经营性用途，并经依法登记的集体经营性建设用地，土地所有权人可以通过出让、出租等方式交由单位或者个人使用，并应当签订书面合同，载明土地界址、面积、动工期限、使用期限、土地用途、规划条件和双方其他权利义务。

前款规定的集体经营性建设用地出让、出租等，应当经本集体经济组织成员的村民会议三分之二以上成员或者三分之二以上村民代表的同意。

通过出让等方式取得的集体经营性建设用地使用权可以转让、互换、出资、

赠与或者抵押，但法律、行政法规另有规定或者土地所有权人、土地使用权人签订的书面合同另有约定的除外。

集体经营性建设用地的出租，集体建设用地使用权的出让及其最高年限、转让、互换、出资、赠与、抵押等，参照同类用途的国有建设用地执行。具体办法由国务院制定”。

第六十四条：“集体建设用地的使用者应当严格按照土地利用总体规划、城乡规划确定的用途使用土地”。

（2）《中华人民共和国农村集体经济组织法》

第三十九条：“对符合国家规定的集体经营性建设用地，农村集体经济组织应当优先用于保障乡村产业发展和乡村建设，也可以依法通过出让、出租等方式交由单位或者个人有偿使用”。

（3）《中华人民共和国土地管理法实施条例》

第三十八条：“国土空间规划确定为工业、商业等经营性用途，且已依法办理土地所有权登记的集体经营性建设用地，土地所有权人可以通过出让、出租等方式交由单位或者个人在一定年限内有偿使用”。

第四十二条：“集体经营性建设用地使用者应当按照约定及时支付集体经营性建设用地价款，并依法缴纳相关税费，对集体经营性建设用地使用权以及依法利用集体经营性建设用地建造的建筑物、构筑物及其附属设施的所有权，依法申请办理不动产登记”。

第四十三条第一款：“通过出让等方式取得的集体经营性建设用地使用权依法转让、互换、出资、赠与或者抵押的，双方应当签订书面合同，并书面通知土地所有权人”。

（4）《广东省集体建设用地使用权流转管理办法》

第三条：“取得农民集体土地进行非农业建设，应当符合国家有关产业政策及当地土地利用总体规划、城市规划或村庄、集镇规划。涉及农用地转为建设用地的，应当落实土地利用年度计划的农用地转用指标”。

第七条第一款：“出让、出租和抵押集体建设用地使用权，须经本集体经济

组织成员的村民会议 2/3 以上成员或者 2/3 以上村民代表的同意”。

第十条第一款：“土地使用者应当按照市、县人民政府建设用地批准文件规定的用途使用土地”。

第十九条：“集体建设用地使用权转让、转租的，当事人双方应当持集体土地使用权属证明和相关合同，到市、县人民政府土地行政主管部门申请办理土地登记和领取相关权属证明。市、县人民政府土地行政主管部门应依法给予办理”。

综上，集体经营性建设用地可以根据法律规定进行流转，但应当符合土地规划、经过村集体审议同意并签署流转合同。上述程序完成后，政府土地行政主管部门应依法给予办理土地登记和相关权属证明。

2、东莞市维智电子有限公司是相关集体用地的有权出租主体，其取得相关建设用地使用权履行了集体组织内部审议程序，是相关房屋的有权出租方

根据前述规定，东莞市维智电子有限公司为是相关集体用地的合法权利主体和有权出租主体，理由如下：

（1）相关集体用地已被东莞市自然资源局规划为工业用地

根据东莞市自然资源局发布的《东莞市东坑镇土地利用总体规划（2010-2020年）建设用地规模置换方案（角社村、丁屋村）的公告》，相关集体用地已被划为城镇建设用地。

根据东莞市维智电子有限公司提供的房地产权证，相关集体用地的土地性质为工业用地。

（2）东莞市维智电子有限公司取得相关集体用地已经过村集体审议同意并签署土地流转合同

东莞市维智电子有限公司于 2010 年 11 月 18 日与东莞市东坑镇角社村村民委员会签署《集体建设用地使用权出让合同》，东莞市东坑镇角社村村民委员会将东莞市东坑镇角社村上埔 80,438.60 平方米的集体建设用地（工业用地）使用权转让给东莞市维智电子有限公司，出让期限为 2010 年 11 月 18 日至 2060 年 11 月 18 日。根据《集体建设用地使用权流转申请表》，东莞市东坑镇角社村 67 名村民代表中有 58 名村民代表签字同意上述转让，符合上述法律法规规定的

“2/3 以上村民代表的同意”的村集体审议同意的条件。

（3）东莞市维智电子有限公司已取得相关集体土地及房产的房地产权证

就公司租赁的位于东莞市东坑镇角社兴国路 6 号的相关房产及其对应土地，东莞市维智电子有限公司均已取得东莞市房产管理局出具的房地产权证。

综上，东莞市维智电子有限公司是相关集体用地的有权出租主体，其取得相关建设用地使用权履行了集体组织内部审议程序，是相关房屋的有权出租方，发行人使用东莞市维智电子有限公司建设于集体土地上的厂房符合《土地管理法》等法律法规的规定。

3、发行人依法办理了必要的审批或租赁备案手续

东莞市维智电子有限公司、东莞市维鼎物业管理有限公司、东莞市稳程物业管理有限公司已就公司租赁的上述房产办理了租赁备案，备案期限与公司和上述主体签署的租赁合同一致。

（三）使用集体土地上的建筑物或构筑物的合规性，发行人及子公司是否可能被行政处罚，前述违规行为是否构成重大违法行为

如前所述，东莞市维智电子有限公司是相关集体用地的有权出租主体，其取得相关建设用地使用权履行了集体组织内部审议程序，是相关房屋的有权出租方，发行人使用东莞市维智电子有限公司建设于集体土地上的厂房符合《土地管理法》等法律法规的规定。

根据信用广东出具的《法人和其他组织信用记录报告（无违法违规证明版）》，发行人报告期内不存在因违规租赁房产受到主管机关行政处罚的情况。

公司控股股东、实际控制人承诺：

“一、如公司及其子公司因使用租赁土地受到相关主管部门行政处罚的，本人将承担由此给公司及其子公司造成的全部损失。

二、针对公司尚未取得权属证书的房屋，本人将积极与有权房产管理部门及相关方进行沟通，并尽最大努力为该等房产办理权属证书。如因公司建设房屋暂未取得房屋产权证书致使该等房屋被拆除、没收或致使公司受到行政处罚的，本人将承担由此给公司造成的全部损失。

若公司及其子公司因租赁无产权证书房屋以及未办理租赁备案事宜而受到相关主管部门的行政处罚，本人将承担由此产生的任何滞纳金、罚款或另行租房等可能给公司及其子公司造成的损失。”

综上所述，东莞市维智电子有限公司是相关集体用地的有权出租主体，公司向东莞市维智电子有限公司及相关方租赁使用相关厂房符合《土地管理法》《农村土地承包法》等相关法律法规的规定。上述厂房所对应的土地性质为工业用地，不存在占用基本农田等改变土地法定用途或其他违法违规情形，不存在被行政处罚的风险，不构成重大违法行为。

二、是否存在对发行人持续经营能力构成重大不利影响的权属纠纷，发行人及子公司是否存在搬迁的风险，前述土地使用违规事项对发行人生产经营的影响。

截至本回复报告出具日，发行人与承租房产的出租方、自有土地或房产的属地政府部门不存在权属纠纷，对发行人持续经营能力不存在重大不利影响。

发行人已经自行购买建设用地并建设厂房，将根据建设进度及经营方案自行实施厂房搬迁计划。发行人租赁使用位于东莞市东坑镇的生产、办公场所不违反相关法律法规，不会对发行人生产经营造成影响。

综上所述，发行人不存在对发行人持续经营能力构成重大不利影响的权属纠纷。除发行人根据经营方案制定的搬迁计划外，发行人及子公司不存在搬迁的风险，发行人的控股股东、实际控制人已经出具“如公司及其子公司因使用租赁土地受到相关主管部门行政处罚的，本人将承担由此给公司及其子公司造成的全部损失”的承诺，发行人租赁使用位于东莞市东坑镇的生产、办公场所不违反相关法律法规，不会对发行人生产经营造成影响。

三、中介机构核查意见

（一）核查程序

1、查阅公司在东莞租赁房屋的房屋租赁合同及房屋所有权证/不动产登记证，了解租赁房产的权属是否存在瑕疵；

2、查阅《中华人民共和国土地管理法》《中华人民共和国农村集体经济组

织法》等集体土地流转的相关法律规定；

3、查阅东莞市维智电子有限公司与东莞市东坑镇角社村村民委员会签署的《集体建设用地使用权流转申请表》及《集体建设用地使用权出让合同》，并核查角社村村民委员会在集体建设用地使用权流转时提供的村民代表大会意见；

4、查阅东莞市维智电子有限公司取得的房地产权证、用地红线图、建设工程规划许可证、建设用地规划许可证、建筑工程施工许可证；

5、核查发行人及子公司涉土地、房产、租赁等诉讼、仲裁或行政处罚等情况。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

1、东莞市维智电子有限公司是相关集体用地的有权出租主体，公司向东莞市维智电子有限公司及相关方租赁使用相关厂房符合《土地管理法》《农村土地承包法》等相关法律法规的规定。上述厂房所对应的土地性质为工业用地，不存在占用基本农田等改变土地法定用途或其他违法违规情形，不存在被行政处罚的风险，不构成重大违法行为；

2、发行人不存在对发行人持续经营能力构成重大不利影响的权属纠纷。除发行人根据经营方案制定的搬迁计划外，发行人及子公司不存在搬迁的风险，发行人的控股股东、实际控制人已经出具“如公司及其子公司因使用租赁土地受到相关主管部门行政处罚的，本人将承担由此给公司及其子公司造成的全部损失”的承诺，发行人租赁使用位于东莞市东坑镇的生产、办公场所不违反相关法律法规，不会对发行人生产经营造成影响。

（5）关于董事任职合规性。根据申请文件，公司独立董事吴战篪、吴红日在多家上市公司任职。公司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。请发行人：①结合独立董事兼职情况、学历及任职背景，说明吴战篪等人担任发行人独立董事是否符合公司治理等相关法律法规要求，是否具备独立发表意见的能力，以及拟采取的规范措施。②说明发行人通过第三方向高管王东支付奖金的主要商业背景，整改措施及有效性，是否存在资金体外循环等利益输送情况；说明王东个人所得税补缴情况，是否存在被处

罚风险。

【回复】

一、结合独立董事兼职情况、学历及任职背景，说明吴战篪等人担任发行人独立董事是否符合公司治理等相关法律法规要求，是否具备独立发表意见的能力，以及拟采取的规范措施。

（一）独立董事兼职情况、学历及任职背景

截至本回复报告出具日，发行人共有 3 名独立董事，独立董事的相关情况如下：

序号	姓名	学历	所在单位任职	是否属于领导干部	目前担任其它境内上市公司独立董事情况
1	吴战篪	博士	暨南大学教授、博士生导师	否	集泰股份（002909.SZ） 粤电力A（000539.SZ）
2	吴红日	硕士	深圳市立简信息咨询有限公司业务总监	否	安必平（688393.SH） 英可瑞（300713.SZ） 华致酒行（300755.SZ）
3	曾超等	本科	上海市锦天城（深圳）律师事务所律师	否	无

（二）独立董事是否符合公司治理等相关法律法规要求，是否具备独立发表意见的能力

1、独立董事的任职合规性

吴战篪等独立董事均由公司股东会选举产生，且公司独立董事均取得了住所地公安机关出具的无犯罪记录证明。公司独立董事任职资格符合《公司法》等法律、法规、规章、规范性文件和公司章程的规定。

根据独立董事填写的《调查表》《广东高义包装科技股份有限公司独立董事关于担任独立董事资格的承诺函》并经查询所在院校网站及其提供的银行征信报告、无犯罪记录证明等资料，公司独立董事不存在违反《公司法》第一百七十八条、一百八十一条规定的情况。公司独立董事在境内上市公司担任独立董事的数量未超过 3 家，符合《上市公司独立董事管理办法》对兼职数量的限制。公司独立董事不属于其所在院校党政领导班子成员，也未担任其他领导干部职务，符合中组部《关于进一步规范党政领导干部在企业兼职（任职）问题的意见》和中共教育部党组《关于进一步加强直属高校党员领导干部兼职管理的通知》、教育部

办公厅《关于开展党政领导干部在企业兼职情况专项检查的通知》等相关法律法规和规范性文件的任职资格规定。

2、独立董事具备独立发表意见的能力

为进一步完善法人治理结构，发行人按照《公司法》《上市公司独立董事管理办法》《北京证券交易所上市公司持续监管指引第 1 号——独立董事》等法律法规的规定，建立了独立董事制度。公司现有独立董事 3 名，分别为吴战篪、吴红日、曾超等，其中吴战篪系会计专业人士、吴红日系金融从业人员、曾超等系律师，具备在财务、法律、行业研究等与公司经营相关领域具备的专业知识和经验，能够为公司决策提供专业见解。独立董事人数不少于董事总数的三分之一。

发行人独立董事任职以来，认真履行职权，对发行人申请公开发行股票并在北京证券交易所上市及上市后适用的治理制度、利润分配方案及股东回报规划、募集资金项目可行性、财务报表及审计报告、前期会计差错更正、内部控制自我评价报告、报告期内关联交易、前次募集资金存放及实际使用情况等事项发表了独立意见，保障了发行人经营决策的科学性和公正性。

此外，发行人独立董事兼职公司与发行人无同业竞争或关联关系，未影响其在发行人处的履职时间与独立性。独立董事与发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员无亲属关系或直接、间接股权关联，未在发行人处担任除独立董事外的其他职务，符合《公司法》《上市公司独立董事管理办法》对独立性的要求。独立董事未从发行人及其关联方获取除董事津贴外的其他利益，不存在影响独立判断的情形。

（三）拟采取的规范措施

1、公司已与吴红日沟通协调独立董事任职安排

根据公司与吴红日的沟通情况，公司独立董事吴红日已承诺最晚于 2026 年 4 月之前辞任一家境内上市公司的独立董事并继续担任公司独立董事，且不再新增担任境内上市公司独立董事，届时其将满足“在境内上市公司担任独立董事不超过 3 家”的任职资格。

2、加强独立董事履职管理

明确独立董事的工作职责和议事规则，确保其能够充分了解公司经营情况，独立参与公司决策。同时，建立定期沟通机制，公司管理层会及时向独立董事汇报公司重大事项，保障信息传递的及时性与准确性。强化履职保障措施，一方面加强独立董事与管理层、监事会的沟通机制，定期提供财务报告、重大合同等资料，确保信息对称；另一方面组织独立董事参加监管机构举办的合规培训，提升其对北交所上市规则及公司治理要求的理解，助力其更好地履行职责。

3、持续关注独立性情况

定期对独立董事的兼职情况、关联关系等进行核查，若发现可能影响独立性的情形，将及时采取相应措施。针对兼职情况，实施兼职数量管控：若存在兼职数量接近上限的情况，独立董事已承诺未来不再新增上市公司兼职，以确保有充足时间投入发行人履职；同时，发行人将定期核查独立董事兼职情况，避免因兼职过多影响履职质量。

综上，吴战篪等 3 名独立董事的任职资格、兼职数量均法律、法规、规章、规范性文件和公司章程的规定。独立董事具备财务、法律等专业背景，认真履职且具备独立发表意见能力。公司已采取加强履职管理、关注独立性等规范措施，能保障其有效履职。

二、说明发行人通过第三方向高管王东支付奖金的主要商业背景，整改措施及有效性，是否存在资金体外循环等利益输送情况；说明王东个人所得税补缴情况，是否存在被处罚风险。

（一）说明发行人通过第三方向高管王东支付奖金的主要商业背景，整改措施及有效性，是否存在资金体外循环等利益输送情况

1、支付奖金的主要商业背景

发行人通过第三方向高管王东支付奖金的行为系报告期内公司根据王东的要求，通过深圳市延竹企业管理咨询有限公司以“服务费”名义代发奖金。支付的奖金性质为王东的绩效薪酬，与公司经营业绩挂钩，属于应计入当期成本费用的合理支出。上述支付行为系报告期内发行人对王东绩效薪酬的一次性支付。

2、整改措施及有效性

（1）具体整改动作

公司已立即停止通过第三方支付奖金的行为，所有高管薪酬均通过公司账户直接向高管发放，并履行正常审批及个税代扣代缴程序。公司对已支付的奖金补充履行内部审批程序，将相关金额追溯计入对应期间的成本费用，确保财务核算准确。

经核查，发行人通过明确禁止通过体外机构代发薪酬，强化资金支付的审批与监控，公司财务部门需核实支付对象与业务的真实性。

（2）整改有效性验证

报告期后期再无类似不规范行为，内控制度得到有效执行。公司已就该事项向税务部门主动说明情况，未因流程不规范被认定为违法违规。

3.是否存在资金体外循环等利益输送情况

该笔奖金的相关资金来源于公司自有资金，最终实际支付给王东，未通过体外循环虚构支出或隐瞒收入，且已全额计入当期成本费用，且公司财务报表真实反映该笔支出，不存在其他利益输送。

（二）说明王东个人所得税补缴情况，是否存在被处罚风险

根据《税收征收管理法》相关规定，王东未及时缴纳个人所得税，发行人未履行代扣代缴义务。根据发行人和王东确认，王东涉尚未缴纳个人所得税（本金）为 458,076.00 元。截至本回复报告出具日，王东已足额补缴其应缴纳的个人所得税及相关滞纳金，税务机关就各王东缴纳的所得税出具了税收完税证明。

根据王东的《中华人民共和国个人所得税纳税记录（原《税收完税证明》）》，截至本回复报告出具日王东不存在未及时缴纳个人所得税被税务部门处罚的情形。

针对上述事项王东出具承诺：“报告期内，公司存在通过深圳市延竹企业管理咨询有限公司向本人支付奖金的情况。就公司发放的上述奖金，本人已全额补缴个人所得税，未被要求缴纳滞纳金、未受到税务机关的行政处罚。

若上述事项导致公司受到主管部门处罚，本人将无条件全额承担相关补缴、处罚款项以及公司因此所支付的相关费用。”

因对相关法律法规不熟悉，王东未进行纳税申报，发行人未及时履行代扣代缴义务；截至本回复报告出具日，王东已完成相关个人所得税补缴，且王东未及时进行纳税申报及发行人未及时履行代扣代缴义务的行为不属于重大违法违规行为，不存在被税务机关处罚的风险。此外，相关股东承诺承担因该事项可能给发行人造成的任何损失，该等弥补措施有效、充分，不存在纠纷或潜在纠纷。

综上，发行人因内控不规范，通过第三方给王东发放绩效奖金。但发行人已整改，改为直接发薪并完善流程，无资金体外循环等问题。王东已补缴个税及滞纳金，引起处罚或纠纷风险较小，且承诺承担相关损失。

三、中介机构核查意见

（一）核查程序

1、查阅了发行人工商档案资料，独立董事的任命文件，独立董事填写的调查表，了解其任职经历；

2、查阅了发行人独立董事住所地公安机关出具的无犯罪记录证明，检索并经查询中国证监会网站、独立董事任职的其他上市公司的公开信息，独立董事提供的上市公司高级管理人员培训结业证/独立董事资格证书，核实发行人独立董事任职资格；

3、查阅发行人三会文件、独立董事意见及公司治理制度，并对发行人独立董事等相关人员进行访谈；

4、查阅发行人《公司章程（草案）》《关联交易管理制度》《独立董事工作制度》等治理制度；

5、查阅独立董事出具的《广东高义包装科技股份有限公司独立董事关于担任独立董事资格的承诺函》的相关承诺等，对发行人是否符合依法规范经营的上市条件要求、保障中小投资者权益等事项进行核查；

6、获取发行人内部董事、监事、高级管理人员、出纳等银行账户流水，关注大额银行流水的资金流向和用途，分析报告期内发行人是否存在利用个人账户对外收付款项等内控不规范的情形；

7、依据发行人高管王东的情况测算应缴纳的所得税金额并取得发行人的确

认，取得王东缴纳个人所得税的相关凭证；

8、查阅了王东缴纳所得税的完税证明；

9、查阅了王东出具的声明和承诺；

10、网络检索王东行政处罚信息。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、发行人律师认为

1、吴战篪等 3 名独立董事的任职资格、选举程序、兼职数量均符合《公司法》《上市公司独立董事管理办法》等法律法规及公司章程规定；其具备财务、法律等专业背景，与发行人及关联方无利害关系，能够独立发表意见；发行人拟采取的履职管理及独立性关注措施合法有效，可保障独立董事正常履职。

2、关于第三方支付奖金及个税事项。发行人通过深圳市延竹企业管理咨询有限公司向王东支付奖金，系内控不规范所致，该资金为公司自有资金且已计入成本费用，不存在资金体外循环或利益输送；公司已完成整改并规范薪酬发放流程，内控制度有效执行。王东已足额补缴个人所得税及滞纳金，税务机关未对其及发行人进行处罚，其出具的损失赔偿承诺合法有效，不存在重大违法违规或纠纷风险。

（6）对赌协议解除有效性。根据申请文件，2021 年，发行人、实际控制人任志生与中证投资、博资同泽、创新投资、科创投资分别签署了《增资扩股协议之补充协议》，约定了“业绩承诺”、“股权/股份回购及转让”等内容，现已已全部解除并清理完毕。请发行人说明上述已解除的对赌协议的签订时点、背景和主要条款，解除对赌协议的过程、相关约定及相应审议程序，是否存在其他替代性利益安排，是否存在纠纷或潜在纠纷。

【回复】

一、请发行人说明上述已解除的对赌协议的签订时点、背景和主要条款

发行人历史上签署的增资协议及对应的补充协议的签署主体，以及协议中的特殊权利条款的内容的主要内容、签署主体如下：

序号	协议签署主体	对赌义务主体	发行人是否为对赌协议当事人	签署时间及协议名称	特殊权利条款的内容
1	中证投资、高义有限、任志生	—	—	2021 年 5 月 26 日《增资扩股协议》	无
		高义有限、任志生	是	2021 年 5 月 26 日《增资扩股协议之补充协议》	第 1 条“业绩承诺”、第 3 条“股权/股份回购及转让”、第 4 条“股份、资产转让限制”、第 5 条“新投资者进入的限制”、第 6 条“优先购买权”、第 8 条“优先清算权”、第 9 条“权利终止和恢复安排”
2	博资同泽、高义有限、任志生	—	—	2021 年 5 月 26 日《增资扩股协议》	无
		高义有限、任志生	是	2021 年 5 月 26 日《增资扩股协议之补充协议》	第 1 条“业绩承诺”、第 3 条“股权/股份回购及转让”、第 4 条“股份、资产转让限制”、第 5 条“新投资者进入的限制”、第 6 条“优先购买权”、第 8 条“优先清算权”、第 9 条“权利终止和恢复安排”
3	创新投资、高义有限、任志生	—	—	2021 年 5 月 26 日《增资扩股协议》	无
		高义有限、任志生	是	2021 年 5 月 26 日《增资扩股协议之补充协议》	第 1 条“业绩承诺”、第 3 条“股权/股份回购及转让”、第 4 条“股份、资产转让限制”、第 5 条“新投资者进入的限制”、第 6 条“优先购买权”、第 8 条“优先清算权”、第 9 条“权利终止和恢复安排”
4	科创投资、高义有限、任志生	—	—	2021 年 5 月 26 日《增资扩股协议》	无
		高义有限、任志生	是	2021 年 5 月 26 日《增资扩股协议之补充协议》	第 1 条“业绩承诺”、第 3 条“股权回购及转让”、第 4 条“股份、资产转让限制”、第 5 条“新投资者进入的限制”、第 6 条“优先购买权”、第 8 条“优先清算权”、第 9 条“权利终止和恢复安排”
5	阳光教育、发行人、任志生	—	—	2021 年 12 月 16 日《增资扩股协议》	无
		发行人、任志生	是	2021 年 12 月 16 日《增资扩股协议之补充协议》	第 2 条“股权/股份回购及转让”、第 3 条“股份、资产转让限制”、第 4 条“新投资者进入的限制”、第 5 条“优先购买权”、第 7 条“优先清算权”、第 8 条“权利终止和恢复安排”

上述特殊权利条款中涉及对赌的条款为“业绩承诺”、“股权回购及转让”和“权利终止和恢复安排”条款，各主体与发行人及发行人实际控制人签署的同类对赌条款的内容一致，以中证投资与高义有限和任志生签署的对赌条款为例，“业绩承诺”、“股权回购及转让”和“权利终止和恢复安排”条款的具体内容如下：

“第 1 条 业绩承诺：1.1 本补充协议的丙方（任志生）、甲方（高义有限）共同承诺，甲方完成以下经营业绩：至 2021 年 12 月 31 日，2021 年度甲方实现经审计后净利润不低于 16,000 万元。各方确认，乙方（中证投资）对公司的经

营和业绩不承担责任……”

第3条 股权/股份回购及转让：3.1当出现以下情况之一时（下称‘回购情形’），乙方有权视甲方上市前景及经营状况自主选择时机要求甲方回购及/或丙方受让乙方所持有的全部或部分公司股份，甲方、丙方、丙方指定的一方具有按本补充协议第3.2条约定的股份回购或转让价格受让该等股份的义务；但是如果任何第三方提出的购买该等股权/股份的条件优于股权/股份回购或转让价格，则在取得丙方同意的前提下，乙方有权决定将该等股权/股份转让给第三方：如丙方不同意，乙方不得向该第三方转让股权，但丙方或丙方指定的一方应当按该等第三方拟受让股权的价格和条件受让该等股权。

（1）甲方未能在2024年5月30日前启动并完成合格上市；

（2）甲方及/或丙方明示放弃或以自己的行为放弃甲方上市安排或工作或甲方上市已存在实质障碍。

（3）甲方的实际控制人发生变化，或者经营方式、业务范围发生实质性调整或者发生合并、分立、解散、清算或者变更公司形式，并且不能得到乙方的同意。各方同意：解散、清算等导致乙方所持有的公司股权消灭或限制转让的，不影响乙方取得回购价款的权利，乙方取得回购价款后如仍持有公司股权且可依法转让，应将相应的股权无偿或以法律允许的最低价转让给支付了回购价款的回购义务人，税费由该等回购义务人承担。

（4）当甲方的经营业绩未达到本补充协议第1条约定的承诺业绩目标的90%时，即2021年度甲方经审计后净利润低于14,400万元。

（5）甲方生产经营发生重大责任事故及/或重大声誉风险及/或重大行政处罚及/或主营业务相关资质被有权机关终止或暂停及/或主要产品相关知识产权涉及重大侵权或被有权机关认定无效及/或重大资产被查封、冻结、扣押，甲方或者甲方的实际控制人被列入中国、美国等国家的政府或联合国、欧盟等政府间国际组织发布的制裁决议的范围。

（6）甲方现有管理团队在甲方任职期间存在重大个人诚信问题（如：隐瞒股权、资产等纠纷、隐瞒账外现金和销售收入、销售财务数据造假、商业欺诈、泄露商业秘密等）。

（7）甲方的实际控制人违反本次交易相关声明、承诺或陈述、保证，或出现重大个人诚信问题，或发生侵占公司财产的行为。

（8）甲方及/或丙方在本次交易文件中所作的声明、承诺或陈述、保证存在虚假、不准确、遗漏或误导之情形，或实质性违反本次交易文件其他约定。

（9）甲方及/或丙方与其他投资人若存在已披露或未披露的对赌安排被触发。乙方可以选择要求丙方回购，若丙方通过其他实体直接或间接持有或控制甲方的股权，该等实体相关对赌安排亦适用本款约定。

3.2 本协议项下的股份回购及转让价格应按以下确定：

《增资扩股协议》第 2.2 条约定的出资款加上按照交割日之日起至甲方或丙方全额支付全部股份回购及转让价格之日为止的每年 8%单利计算的回报（应当扣减乙方已收到甲方已实施的现金分红金额），其中不满一年的回报按照回购义务方支付回购价款时实际经过的时间按比例折算……

“第9条 权利终止和恢复安排：9.1在公司提交合格的首次公开发行申请时，若本补充协议项下乙方的权利安排及相关条款与届时适用的上市规则存在冲突而需要终止，则该等条款应当在适用的上市规则所要求的最晚期限前自动终止（届时各方也可以另行签订终止协议，未另行签订终止协议不影响其自动终止）。但是，如果公司出现以下情形之一，则该等条款的效力立即自行恢复且视为从未终止（届时各方将视乙方要求另行签订协议恢复其效力，未另行签订恢复协议不影响其自行恢复），乙方继续享有该等权利安排：（1）首次公开发行申请被撤回；（2）首次公开发行申请被监管部门或相关交易所否决、终止审查、不予注册或不予受理；（3）监管部门或相关交易所对首次公开发行申请予以核准或注册后被撤销，或者公司未在核准或注册文件有效期内完成发行。为免疑义，各方同意：相关主体对该等条款约定的义务承担连带保证责任/连带责任的，连带保证责任/连带责任与该等条款一同恢复且视为从未终止。”

二、解除对赌协议的过程、相关约定及相应审议程序

2023 年 4 月 15 日，发行人、实际控制人与博资同泽签署了《增资扩股协议之补充协议（三）》，解除了全部特殊权利条款。2023 年 8 月 31 日，发行人、实际控制人与中证投资、创新投资、科创投资、阳光教育签署了《增资扩股协议

之补充协议（三）》，解除了剩余的全部特殊权利条款。故截至本回复报告出具之日，发行人及实际控制人签署的对赌协议已全部解除并清理完毕。

中证投资、博资同泽、创新投资、科创投资、阳光教育与发行人及发行人实际控制人对包含全部对赌条款在内的特殊权利条款的清理过程如下：

序号	补充解除协议签署主体	签署时间及协议名称	解除协议主要内容
1	中证投资、发行人、任志生	2021 年 12 月 31 日《增资扩股协议之补充协议（二）》	自《增资扩股协议》以及《增资扩股协议之补充协议》生效之日起，中证投资在“业绩承诺”、“股权/股份回购及转让”、“权利终止和恢复安排”特殊条款项下享有的权利自始解除，不可撤销地放弃其对发行人、实际控制人享有的上述特殊权利。
		2023 年 8 月 31 日《增资扩股协议之补充协议（三）》	自《增资扩股协议》以及《增资扩股协议之补充协议》生效之日起，中证投资在“股份、资产转让限制”、“新投资者进入的限制”、“优先购买权”、“优先清算权”特殊条款项下享有的权利自始解除，中证投资不可撤销地放弃其对发行人、实际控制人享有的上述特殊权利。
2	博资同泽、发行人、任志生	2021 年 12 月 31 日《增资扩股协议之补充协议（二）》	1. 自《增资扩股协议》以及《增资扩股协议之补充协议》生效之日起，博资同泽在“业绩承诺”、“股权/股份回购及转让”特殊条款项下享有的权利自始解除，不可撤销地放弃其对发行人享有的上述特殊权利； 2. 除“业绩承诺”中“业绩未达到标准的回购义务”外，博资同泽自《增资扩股协议》以及《增资扩股协议之补充协议》生效之日起自愿放弃在“业绩承诺”、“股权/股份回购及转让”特殊条款项下享有的对实际控制人的权利； 3. 如博资同泽的权利安排及相关条款与届时适用的上市规则存在冲突而需要终止，则该等条款应当在适用的上市规则所要求的最晚期限前自动终止（届时各方也可以另行签订终止协议，未另行签订终止协议不影响其自动终止）；但是，当出现发行人未发行上市等情形时，该等条款的效力对实际控制人立即自行恢复且视为从未终止。如相关主体对该等条款约定的义务承担连带保证责任/连带责任的，连带保证责任/连带责任与该等条款一同恢复且视为从未终止。
		2023 年 4 月 15 日《增资扩股协议之补充协议（三）》	自《增资扩股协议》以及《增资扩股协议之补充协议》生效之日起，博资同泽在“业绩承诺”、“股权/股份回购及转让”、“股份、资产转让限制”、“新投资者进入的限制”、“优先清算权”、“权利终止和恢复安排”特殊条款项下享有的权利自始解除，博资同泽不可撤销地放弃其对发行人、实际控制人享有的上述特殊权利。
3	创新投资、发行人、任志生	2021 年 12 月 31 日《增资扩股协议之补充协议（二）》	1. 自《增资扩股协议》以及《增资扩股协议之补充协议》生效之日起，创新投资在“业绩承诺”、“股权/股份回购及转让”等特殊条款项下享有的权利自始解除，不可撤销地放弃其对发行人、实际控制人享有的上述特殊权利； 2. 如创新投资的权利安排及相关条款与届时适用的上市规则存在冲突而需要终止，则该等条款应当在适用的上市规则所要求的最晚期限前自动终止（届时各方也可以另行签订终止协议，未另行签订终止协议不影响其自动终止）；但是，当出现

序号	补充解除协议签署主体	签署时间及协议名称	解除协议主要内容
			发行人未发行上市等情形时，该等条款的效力对实际控制人立即自行恢复且视为从未终止。如相关主体对该等条款约定的义务承担连带保证责任/连带责任的，连带保证责任/连带责任与该等条款一同恢复且视为从未终止。
		2023 年 8 月 31 日《增资扩股协议之补充协议（三）》	创新投资自本协议生效之日终止其基于《增资扩股协议之补充协议》在“股份、资产转让限制”、“新投资者进入的限制”、“优先购买权”、“优先清算权”、“权利终止和恢复安排”特殊条款项下享有的权利，上述特殊权利自始解除。创新投资自始放弃追究相关方在特殊条款下的任何违约责任。
4	科创投资、发行人、任志生	2021 年 12 月 31 日《增资扩股协议之补充协议（二）》	1. 自《增资扩股协议》以及《增资扩股协议之补充协议》生效之日起，科创投资在“业绩承诺”、“股权/股份回购及转让”特殊条款项下享有的权利自始解除，不可撤销地放弃其对发行人、实际控制人享有的上述特殊权利； 2. 如科创投资的权利安排及相关条款与届时适用的上市规则存在冲突而需要终止，则该等条款应当在适用的上市规则所要求的最晚期限前自动终止（届时各方也可以另行签订终止协议，未另行签订终止协议不影响其自动终止）；但是，当出现发行人未发行上市等情形时，该等条款的效力对实际控制人立即自行恢复且视为从未终止。如相关主体对该等条款约定的义务承担连带保证责任/连带责任的，连带保证责任/连带责任与该等条款一同恢复且视为从未终止。
		2023 年 8 月 31 日《增资扩股协议之补充协议（三）》	自《增资扩股协议》以及《增资扩股协议之补充协议》生效之日起，科创投资在“股份、资产转让限制”、“新投资者进入的限制”、“优先购买权”、“优先清算权”、“权利终止和恢复安排”特殊条款项下享有的权利自始解除，科创投资不可撤销地放弃其对发行人、实际控制人享有的上述特殊权利。
5	阳光教育、发行人、任志生	2021 年 12 月 31 日《增资扩股协议之补充协议（二）》	自《增资扩股协议》以及《增资扩股协议之补充协议》生效之日起，阳光教育在“股权/股份回购及转让”、“股份、资产转让限制”、“新投资者进入的限制”、“优先清算权”、“权利终止和恢复安排”等特殊条款项下享有的权利自始解除，不可撤销地放弃其对发行人、实际控制人享有的上述特殊权利。
		2023 年 8 月 31 日《增资扩股协议之补充协议（三）》	自《增资扩股协议》以及《增资扩股协议之补充协议》生效之日起，阳光教育在“优先购买权”特殊条款项下享有的权利自始解除，阳光教育不可撤销地放弃其对发行人、实际控制人享有的上述特殊权利。

三、不存在其他替代性利益安排，不存在纠纷或潜在纠纷

截至本回复报告出具之日，发行人签署的包含全部对赌条款在内的特殊权利条款均已被《增资扩股协议之补充协议（二）》和《增资扩股协议之补充协议（三）》不可撤销地解除，对赌条款自始无效且不存在恢复情形，相关对赌条款清理彻底，不存在其他替代性利益安排，不存在纠纷或潜在纠纷。

四、中介机构核查意见

（一）核查程序

1、查阅了发行人的工商档案，相关股权转让及增资协议、转让及增资的银行回单、验资报告、验资复核报告相关的历次三会会议决议，核查了发行人历次股权转让、增资情况；访谈发行人股东，并取得了相关股东调查表，了解并分析历次股权转让及增资背景及合理性，股权转让及增资的定价依据及其公允性，出资来源合法性，历次转让及增资是否为相关方真实意思表示，是否存在委托持股、利益输送或其他利益安排，是否存在纠纷或潜在纠纷；

2、查阅了中证投资、博资同泽、创新投资、科创投资、阳光教育与发行人及发行人实际控制人签署的《增资扩股协议》、《增资扩股协议之补充协议》、《增资扩股协议之补充协议（二）》、《增资扩股协议之补充协议（三）》。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

发行人历史上签署的对赌协议均已被《增资扩股协议之补充协议（二）》和《增资扩股协议之补充协议（三）》不可撤销地解除并自始无效，且不存在恢复条款情形，相关对赌条款清理彻底，不存在其他替代性利益安排，不存在纠纷或潜在纠纷。

补充说明

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

回复：

发行人、保荐机构、申报会计师、发行人律师已对照《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票注册管理办法》《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 46 号——北京证券交易所公司招股说明书》《公开发行证券的公 司信息披露内容与格式准则第 47 号——向不特定合格投资者公开发行股票并在 北京证券交易所上市申请文件》《北京证券交易所股票上市规则》等规定，对涉 及股票公开发行并在北交所上市要求、信息披露要求以及影响投资者判断决策的 其他重要事项进行了梳理，不存在需要补充说明的其他重要事项。

（以下无正文）

（本页无正文，为广东高义包装科技股份有限公司《关于广东高义包装科技股份有限公司公开发行股票并在北交所上市申请文件的审核问询函之回复》之签章页）

法定代表人：

任志生

广东高义包装科技股份有限公司

2025年12月26日

发行人法定代表人声明

本人已认真阅读广东高义包装科技股份有限公司本次审核问询函回复报告的全部内容，本次审核问询函回复报告不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性、及时性承担相应的法律责任。

法定代表人：

任志生

广东高义包装科技股份有限公司

2015年12月26日

（本页无正文，为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公开发行股票并在北交所上市申请文件的审核问询函之回复》之签章页）

保荐代表人：

陈立丰　　曾劲松

中信证券股份有限公司

2025年12月26日

保荐机构法定代表人声明

本人已认真阅读广东高义包装科技股份有限公司本次问询意见回复报告的全部内容，了解报告涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，问询意见回复报告不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

法定代表人：

张佑君

中信证券股份有限公司

2025 年 12 月 26 日