

关于江苏欣战江纤维科技股份有限公司
公开发行股票并在北交所上市申请文件
的第二轮审核问询函的回复



保荐人（主承销商）



国泰海通证券股份有限公司
GUOTAI HAITONG SECURITIES CO., LTD.

中国（上海）自由贸易试验区商城路 618 号

二〇二六年一月

北京证券交易所：

根据贵所于 2025 年 11 月 14 日出具的《关于江苏欣战江纤维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第二轮审核问询函》（以下称“问询函”）的要求，国泰海通证券股份有限公司（以下称“国泰海通”“保荐人”或“保荐机构”）会同江苏欣战江纤维科技股份有限公司（以下称“欣战江”“发行人”“申请人”或“公司”）、立信会计师事务所（特殊普通合伙）（以下称“立信会计师”“会计师”或“申报会计师”）、国浩律师（上海）事务所（以下称“国浩律所”“发行人律师”）对相关问题进行了核查和落实。

除非文义另有所指，本审核问询函回复中所使用的词语含义与《江苏欣战江纤维科技股份有限公司招股说明书（申报稿）》中的简称具有相同含义。

本问询函回复的字体说明如下：

问询函所列问题	黑体、加粗
对问询函所列问题的回复	宋体
对公开转让说明书的修订、补充	楷体、加粗

在本回复中，若合计数与各分项数值相加之和在尾数上存在差异，均为四舍五入所致。

目 录

问题 1.与主要客户合作稳定性及业绩下滑风险	3
问题 2.进一步论证毛利率水平高于同行业可比公司合理性	64
问题 3.进一步说明产能持续扩大的情况下继续增加产能的必要性和合理性 ...	163
问题 4.其他问题	193

问题 1.与主要客户合作稳定性及业绩下滑风险

根据申请文件、问询回复及公开信息：（1）2025 年 1-6 月，发行人营业收入 16,461.65 万元，同比下滑 4.44%。（2）发行人下游主要为汽车内饰、户外用品及鞋服用品行业，报告期各期，前二十大生产商客户收入占比 70%左右，发行人占主要客户的供货份额主要集中于 5%-10%。（3）发行人客户中，常州国兴新材料有限公司（以下简称常州国兴）成立不久即与发行人合作，且主要销售发行人产品，注册地址与发行人相近；常州博朗凯德织物有限公司（以下简称常州博朗）注册资本为 8 万元，2025 年已注销。

请发行人：（1）说明报告期内发行人向主要客户销售额变动情况与下游行业景气度、客户经营业绩变动趋势是否一致，及客观依据。（2）说明发行人占主要客户供货份额的计算口径，相关供货份额是否与发行人相关领域细分产品的市场占有率相匹配；说明报告期内部分主要客户销售额变动较大的具体原因，结合最近一期销售额同比变动情况及影响因素等，说明发行人是否存在被竞争对手取代或抢占市场份额的情况。（3）区分下游主要应用领域说明发行人所处产业链的位置，与直接客户、终端客户（或品牌商，下同）的合作方式、合作历史，进入终端客户供应链是否需要认证或者其他协议安排，是否存在由终端客户指定直接客户与发行人合作的情形；结合各应用领域供应链条的稳定性及主要影响因素、长期合作协议签订情况、在手订单情况，说明发行人与下游客户合作的稳定性和可持续性。（4）说明常州国兴注册地址与发行人相近且主要销售发行人产品的原因，实质是否为发行人外设的销售公司；说明常州博朗注销的原因，发行人其他主要客户是否存在注册资本或实缴资本较低、员工人数较少、已注销、成立时间短等情况；结合客户经营规模、合作的下游客户情况等，说明发行人与前述客户交易的合理性，前述客户主要股东、经营人员等与发行人及其关联方是否存在关联关系或其他业务往来。（5）说明 GLOBAL SOURCING ASSOCIATES.IN 期后收入和毛利率的变动情况，结合境外收入同比变动情况等，说明发行人对北美等境外市场开拓是否符合预期，以及对发行人未来经营战略的影响。（6）进一步说明 2025 年 1-6 月营业收入同比下滑的具体原因，结合发行人报告期及期后新增订单规模、价格同比变动情况、贸易政策对主要客户采购需求的具体影响、全年业绩情况等，说明发行人是否存在业绩下滑风险，

并视情况完善相关风险揭示。

请保荐机构、申报会计师核查上述事项并发表明确意见，并：（1）说明对境内外客户函证、走访、细节测试等核查程序的样本选取标准，回函不符或未回函金额较大的具体情况，是否存在异常；说明境外客户回函较低的原因及相关替代测试的有效性；结合前述问题说明相关核查程序能否支撑发行人收入确认真实、准确性的结论。（2）结合对不同应用领域供应链条的核查范围、方式和依据等，对发行人终端客户的销售真实性发表明确意见。（3）就发行人经营业绩的可持续性，是否存在期后业绩下滑风险发表明确意见。

【回复】

一、说明报告期内发行人向主要客户销售额变动情况与下游行业景气度、客户经营业绩变动趋势是否一致，及客观依据

（一）报告期内发行人向主要客户销售额变动情况

报告期各期，公司下游客户主要集中于汽车内饰、户外用品及鞋服用品行业，下游各行业市场呈现稳步增长趋势，公司在开发新客户的同时，为存续客户不断开发定制新产品，持续深化合作，因此公司销售收入整体呈现上升趋势，前二十大客户销售额及占比情况具体如下：

单位：万元

序号	客户名称	2025年1月-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
1	上海西东纺织装饰有限公司及其关联方	1,866.65	11.34%	4,521.61	12.25%	1,514.86	5.05%	721.54	2.49%
2	宏达高科控股股份有限公司	942.20	5.72%	2,827.06	7.66%	649.04	2.16%	1,230.12	4.25%
3	青岛福基纺织有限公司	1,316.23	8.00%	2,544.16	6.89%	2,678.82	8.93%	1,372.72	4.74%
4	艾文德纺织（上海）有限公司及其关联方	1,070.13	6.50%	2,249.08	6.09%	2,064.73	6.89%	1,083.89	3.75%
5	森织汽车内饰（武汉）有限公司及其关联方	770.51	4.68%	2,117.03	5.73%	2,550.97	8.51%	2,306.85	7.97%
6	杜倍题桥纺织（江苏）有限公司及其关联方	982.96	5.97%	1,838.62	4.98%	1,562.04	5.21%	180.42	0.62%

序号	客户名称	2025 年 1 月-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
7	浙江华光汽车内饰股份有限公司	1,511.36	9.18%	1,627.30	4.41%	1,260.13	4.20%	1,258.51	4.35%
8	上海新纺联汽车内饰有限公司	671.42	4.08%	1,223.16	3.31%	1,191.78	3.97%	1,369.97	4.73%
9	金华市华尔汽车饰件有限公司	565.20	3.43%	1,075.98	2.91%	582.66	1.94%	1,073.96	3.71%
10	昆山金弘针织有限公司	523.25	3.18%	927.25	2.51%	942.82	3.14%	3,791.87	13.10%
11	KAWABO TEXTURED CO.,LTD(河总业株式会社)及其关联方	336.19	2.04%	837.63	2.27%	696.80	2.32%	506.61	1.75%
12	常熟涤纶有限公司	350.87	2.13%	821.40	2.22%	836.51	2.79%	812.89	2.81%
13	GLOBAL SOURCING ASSOCIATES.IN	198.76	1.21%	698.39	1.89%	403.01	1.34%	438.20	1.51%
14	可隆科技特(张家港)特种纺织品有限公司	408.14	2.48%	681.54	1.85%	866.15	2.89%	904.12	3.12%
15	安徽博朗凯德织物有限公司及其关联方	152.25	0.92%	642.15	1.74%	484.80	1.62%	117.36	0.41%
16	穆勒纺织品(天津)有限公司及其关联方	264.80	1.61%	634.24	1.72%	581.71	1.94%	402.31	1.39%
17	吴江市晨龙新升纺织品有限公司	63.86	0.39%	628.69	1.70%	221.05	0.74%	1.21	0.00%
18	宁波依兰布艺有限公司	186.47	1.13%	616.71	1.67%	493.18	1.64%	585.71	2.02%
19	世联美仕生活用品(上海)有限公司及其关联方	183.97	1.12%	558.21	1.51%	201.99	0.67%	108.53	0.38%
20	IL JEONG INDUSTRIAL CO.,LTD	22.23	0.14%	503.39	1.36%	564.17	1.88%	924.32	3.19%
21	东丽合成纤维(南通)有限公司及其关联方	132.93	0.81%	446.66	1.21%	326.54	1.09%	501.55	1.73%
22	常州国兴新材料有限公司	233.22	1.42%	446.39	1.21%	365.14	1.22%	221.02	0.76%
23	桐乡市润扬纺织科技有限公司	208.19	1.26%	302.30	0.82%	138.30	0.46%	214.93	0.74%
24	南通和光纤维有限公司及其关联方	90.14	0.55%	289.2	0.78%	584.94	1.95%	291.27	1.01%

序号	客户名称	2025 年 1 月-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
25	李尔汽车内饰材料（扬州）有限公司	161.97	0.98%	219.17	0.59%	335.30	1.12%	260.92	0.90%
26	常州市旷达针纺织品有限公司及其关联方	-	-	185.57	0.50%	434.75	1.45%	223.22	0.77%
27	绍兴东意纺织科技有限公司	65.28	0.40%	136.33	0.37%	531.75	1.77%	1,025.83	3.54%
28	浙江卓涛纺织科技有限公司	33.69	0.20%	114.42	0.31%	138.47	0.46%	381.00	1.32%
29	山东星宇手套有限公司	-	-	1.36	0.00%	-	-	1,130.21	3.91%
合计		13,312.89	80.87%	29,715.00	80.48%	23,202.41	77.38%	23,441.06	81.00%

注：1、上海西东纺织装饰有限公司及其关联方包含：上海西东纺织装饰有限公司、上海西东纺织装饰有限公司如皋分公司和如皋市西东色织厂有限公司；

2、公司 2023 年第 3 大客户川岛织物（上海）有限公司于 2024 年 12 月更名为艾文德纺织（上海）有限公司，艾文德纺织（上海）有限公司及其关联方包含：艾文德纺织（上海）有限公司、艾文德汽车内饰件（江苏）有限公司、艾文德纺织（江苏）有限公司和 AUNDE MEXICO SA DE C.V；

3、森织汽车内饰（武汉）有限公司及其关联方包含：森织汽车内饰（武汉）有限公司和森织国际贸易（武汉）有限公司；

4、杜倍题桥纺织（江苏）有限公司及其关联方包含：杜倍题桥纺织（江苏）有限公司、杜倍汽车技术（上海）有限公司、DUAL BORGSTENA TEXTILE PORTUGAL UNIPessoal, LDA.；

5、KAWABO TEXTURED CO.,LTD 及其关联方包含：KAWABO TEXTURED CO.,LTD 和川纺汽车用品（苏州）有限公司；

6、安徽博朗凯德织物有限公司及其关联方包含：常州博朗凯德织物有限公司、安徽博朗凯德织物有限公司和常州纤海新材料有限公司，常州博朗凯德织物有限公司已于 2025 年 10 月注销；

7、穆勒纺织品（天津）有限公司及其关联方包含：穆勒纺织品（天津）有限公司、穆勒科技材料（安徽）有限公司和 MULLER TEXTILES INC；

8、世联美仕生活用品（上海）有限公司及其关联方包含：世联美仕生活用品（上海）有限公司、世联汽车内饰（河北）有限公司和世联汽车内饰（苏州）有限公司；

9、东丽合成纤维（南通）有限公司及其关联方包含：东丽合成纤维（南通）有限公司和东丽纤维研究所（中国）有限公司；

10、南通和光纤维有限公司及其关联方包含：如东神光化纤有限公司和南通和光纤维有限公司；

11、常州市旷达针纺织品有限公司及其关联方包含：常州市旷达针纺织品有限公司和常州旷达纺织科技发展有限公司，下同。

报告期各期，公司前二十大客户销售收入合计分别为 23,441.06 万元、23,202.41 万元、29,715.00 万元和 13,312.89 万元，占营业收入的比例分别为 81.00%、77.38%、80.48%和 80.87%。

报告期各期，公司前二十大客户销售金额整体呈现上涨趋势，2023 年度，

前二十大客户销售金额较上年基本持平，占比略有下降，主要系公司新厂房启用，新客户开发力度加大，公司定制化产品初期销售金额较小，导致公司前二十大客户占比有所下降；2024 年度，公司持续深化客户合作，前二十大客户销售收入较上年度增长 28.07%，占营业收入比例回升至 80.48%，与公司整体销售收入变动基本一致；2025 年 1-6 月，公司前二十大客户销售收入较上年同期下降 4.34%，与公司整体销售收入变动基本一致。

报告期各期，公司前二十大客户分客户变动分析具体参见本问题“二/（二）说明报告期内部分主要客户销售额变动较大的具体原因，结合最近一期销售额同比变动情况及影响因素等，说明发行人是否存在被竞争对手取代或抢占市场份额的情况” 的回复。

（二）公司销售情况与下游行业景气度趋势变动一致

报告期内，公司下游客户主要位于汽车内饰行业、户外用品行业及鞋服用品行业，收入结构情况具体如下：

单位：万元

项目	2025 年 1 月-6 月		2024 年		2023 年		2022 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
汽车内饰	9,774.92	59.67%	19,747.86	53.81%	18,198.09	61.04%	15,906.85	55.17%
户外用品	3,113.55	19.01%	7,755.85	21.13%	4,012.58	13.46%	3,479.34	12.07%
鞋服用品	1,765.91	10.78%	5,706.13	15.55%	2,795.03	9.38%	5,379.98	18.66%
其他	1,726.20	10.54%	3,490.30	9.51%	4,806.81	16.12%	4,068.77	14.11%
合计	16,380.57	100.00%	36,700.14	100.00%	29,812.51	100.00%	28,834.95	100.00%

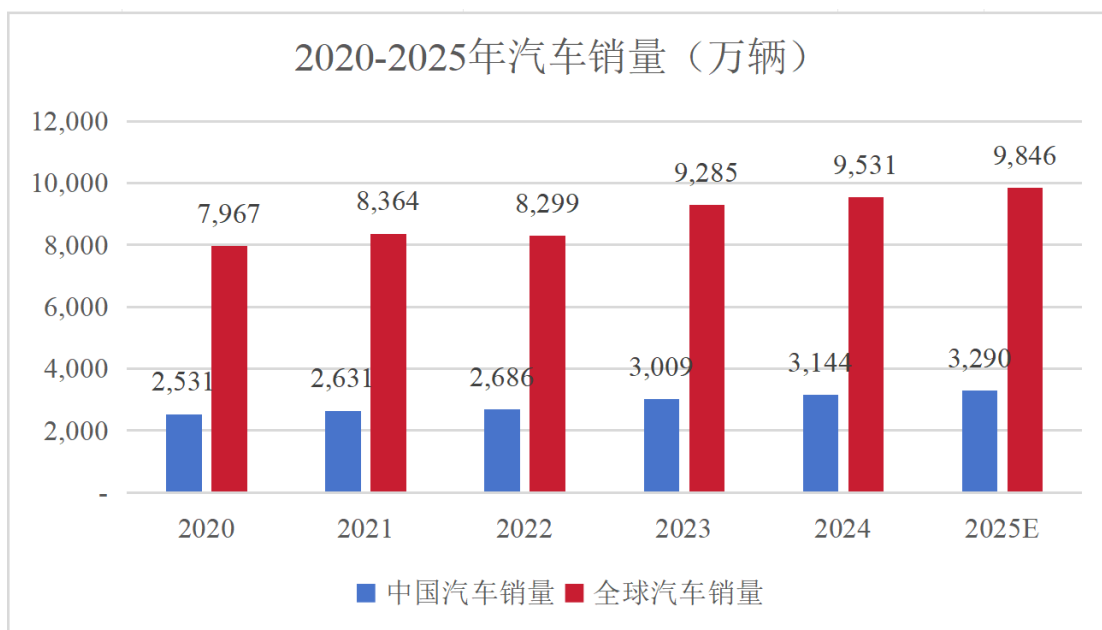
报告期内，公司各应用领域销售收入整体有所增长，下游行业景气度良好，市场规模不断增长，具体分析如下：

1、汽车内饰行业

（1）汽车行业产销量持续增长

近年来，全球汽车销量持续增长。根据国际汽车制造商协会数据显示，2024 年全球汽车销量为 9,531 万辆，其中我国汽车销量为 3,144 万辆。根据东海证券研究报告预测，2025 年全球汽车销量持续上升，全年销量预计将达到 9,846 万辆。

2020-2025 年全球和我国汽车销量及预测具体情况如下：



数据来源：国际汽车制造商协会、东海证券

为了推动汽车消费，国家积极出台政策促进汽车市场消费。商务部等部门发布《关于做好 2025 年汽车以旧换新工作的通知》，明确对个人消费者转让登记在本人名下的乘用车，并购买乘用车新车的，给予一次性补贴支持。同时，财政部、税务总局、工信部发布联合公告，延续和优化新能源汽车车辆购置税减免政策。国家政策的出台为稳定和扩大汽车消费提供了支持。

汽车内饰市场空间与汽车行业景气度关联较高。汽车行业依托庞大的存量市场规模、稳定的增长态势以及汽车产品结构的迭代优化，为汽车内饰行业带来持续且稳定的需求。根据 QYResearch 调研显示，2024 年全球汽车内饰面料市场规模大约为 167.3 亿美元，预计 2031 年将达到 209.6 亿美元。根据智研产业研究院《2024-2030 年中国汽车内饰面料行业市场发展调研及投资前景分析报告》显示，2023 年中国汽车内饰面料行业市场规模达 158.34 亿元。汽车内饰面料的市场规模呈持续上升态势。作为车用内饰面料最重要原材料之一，涤纶长丝因其抗撕裂强度高、耐日晒、耐霉变、高耐磨、回弹性好及耐气候稳定性高等特点，已经广泛应用于顶棚、座椅、立柱、门板、仪表盘、地毯、轮胎帘子线、车厢过滤材料和吸声材料等。

未来，随着汽车产业的持续发展，以及汽车厂商对内饰材料要求的提升，在满足基础需求的基础上，质量稳定、绿色环保、色彩丰富、功能多样的原液着色涤纶长丝将获得巨大的市场机遇。

（2）原液着色涤纶长丝符合车企的绿色发展理念

随着低碳环保理念渐入人心，乘用车市场的升级换代及新能源汽车的蓬勃发展，推动汽车内饰行业的升级换代和需求释放。国内外主流车企均将绿色发展理念作为高质量发展的核心路径，并将低碳环保理念深入融合到产品开发、生产制造、企业经营及供应链等各环节。

如全球销量第一的丰田集团明确“要求供应商跟踪取水量、排水量和用水量”、“要求制定节水计划和目标”、“鼓励供应商通过我们的绿色供应商指南，每年将二氧化碳绝对排放量减少 3%”。我国销量第一的比亚迪集团也提出“建立健全‘绿色供应商、绿色原材料’采购体系”“我们设立并充分沟通供应链减碳目标，将对供应商的减碳要求写入供应链管理相关制度。”其他主流车企如大众汽车集团、现代汽车集团、通用汽车集团、福特汽车集团、本田汽车集团、上汽集团、吉利控股等也均通过官网、年报、ESG 报告等公开方式对生产制造环节和供应链提出了节水、减排、使用绿色材料等方面的要求。

公司原液着色涤纶长丝作为“绿色纤维”三大类产品之一，省去染色工序，从源头上解决传统印染行业面临的高能耗、用水量大、碳排放等突出问题，符合车企的绿色发展理念。公司凭借精良的技术和稳定的产品质量，产品应用于丰田、大众、本田、福特、现代、起亚、宝马、奥迪、北美领军新能源汽车品牌、比亚迪、吉利、长安、理想、小米等众多国内外知名汽车品牌。

（3）汽车出口量持续增长

自 2021 年起，我国汽车出口量持续上升，我国自主品牌汽车制造技术逐渐积累成熟，产品不断向东南亚、俄罗斯、南美洲等地区输出。根据中国汽车工业协会数据，2023 年中国出口汽车 491 万辆，中国汽车出口首次超越日本，成为全球第一大汽车出口国；2024 年，中国汽车出口 585.9 万辆，同比增长 19.3%，进一步巩固第一大汽车出口国地位。

随着中国车企纷纷提升海外业务的战略地位，加大资源投入，加快出海步伐，中国车企在海外的品牌培育、渠道搭建、业务模式及产品技术不断得到打磨，中国车企未来有望进一步提升海外认可度，抢占全球市场份额，汽车出口量有望进一步增加。

（4）乡村振兴、汽车下乡打开下沉市场

为践行乡村振兴战略，实现城乡经济统筹均衡发展，支持新能源汽车产业，近年来国家部委和地方政府出台了新一轮新能源汽车下乡、汽车促消费、基础设施建设等支持政策，为汽车行业在下沉市场的发展提供了有力的政策保障。

汽车下乡活动的形式主要包括各新能源汽车生产企业、销售企业推荐适宜农村市场的先进车型，制定促销政策，建立完善售后服务体系；各充电设施建设运营企业配合完善充电设施布局，推出充电优惠政策；各参与活动的电商、互联网平台，积极配合现场活动，开展网络促销，与车企合作举办直播售车或云上展销活动。自 2020 年 7 月起，工信部等部门已连续多年开展新能源汽车下乡活动，引导新能源汽车消费市场下沉。中国汽车工业协会发布的数据显示，2020 年、2021 年、2022 年新能源汽车下乡车型销量同比分别增长 80%、169%、87%，2023 年新能源汽车下乡活动车型总销量达到 320.87 万辆，同比增长超过 1.23 倍，2024 年新能源汽车下乡活动车型总销量增加至近 760 万辆，增幅明显。显而易见，新能源汽车下乡活动既帮助了新能源汽车市场增长，又解决了农村居民短途出行痛点。根据中国电动汽车百人会发布的《中国农村地区电动汽车出行研究》显示，预计到 2030 年，中国农村地区汽车千人保有量将近 160 辆，市场规模或达 5,000 亿元。

综上，下游汽车行业产销量持续增长，中国汽车出口量有望不断增加，同时国内践行乡村振兴战略，通过汽车的下乡打开下沉市场，公司原液着色涤纶长丝作为“绿色纤维”三大类产品之一，省去染色工序，从源头上解决传统印染行业面临的高能耗、用水量大、碳排放等突出问题，符合车企的绿色发展理念。

2、户外用品行业

公司家居户外用涤纶长丝，主要用于户外家居类产品，如户外沙发、遮阳伞/篷、遮光天幕等。

在涤纶长丝下游应用场景中，家纺类占比达 33%，具有广阔的市场空间。据全球市场调研机构 Technavio 数据显示，2023 年全球家纺用品市场规模为 1,874 亿美元，到 2024 年增长至 1,984 亿美元，预计到 2028 年达 2,550 亿美元，从 2023 年至 2028 年的复合年均增长率约为 6.40%。整体来看，全球家纺用品市场已形

成千亿美元体量，未来仍将保持 6%左右的快速增长态势。而户外露营活动在欧美等发达国家的普及率较高，随着我国经济发展和可支配收入的增加，我国居民逐步改善消费水平，户外休闲逐渐走近越来越多民众的日常生活。根据中商产业研究院数据统计，2023-2028 年中国户外装备市场规模的 CAGR 为 5%，2024 年中国户外装备市场规模将超 900 亿元，2028 年有望达到 1,113 亿元。市场前景良好。

公司原液着色涤纶长丝凭借良好的耐候性、耐磨性好、抗撕裂强度高、耐霉变、抗褶皱等特性，是遮阳伞/篷、遮光天幕等户外装备良好的原材料，公司产品最终应用于沃尔玛、Ashley 等知名家居户外品牌。未来随着家居户外市场的快速发展，该业务板块有望成为利润增长点。

3、鞋服用品行业

服饰行业作为公司产品另一重要应用领域。根据德邦证券研究报告，涤纶长丝下游各应用场景中，服装业占比达 52%，排名第一，市场空间广阔。2021 年以来，随着外部因素逐步消除，服饰行业已从震荡期进入复苏期，随着人均可支配收入的持续增加、消费被外生的外部因素短暂抑制后得到释放，实现触底反弹。根据国家统计局数据显示，2024 年我国纺织品服饰出口总额达 3,011 亿美元，同比增长 2.8%。

一方面，原液着色技术省去染色工序，具有低用水量、低碳排放的特点，可满足服饰行业企业对于节能环保的需求。国内外知名服饰厂商要求降低用水量和碳排放量，具体政策如下：

服饰厂商	主要品牌	政策主要内容
LVHM	LV、Dior 等	2030 目标是每单位附加值减少或避免与范围 3 ¹ 相关的二氧化碳排放量 55%（2019 年基准）
Nike	Nike、Jordan、Converse	通过增加环保材料在所有关键材料中的使用率至 50%，减少 50 万吨温室气体排放。每公斤纺织品染整过程中淡水用量减少 25%。
Inditex	Zara、Massimo Dutti 等	所有裁剪、服装、洗涤、染色、纺纱和织造工厂今年都必须制定脱碳计划，使其排放量每年减少 4% 以上
H&M Group	H&M、COS 等	2030 年：以 2019 年为基准，将范围 3 的绝对温室气体排放量减少 56%。
Adidas AG	Adidas、Reebok 等	我们持续减少淡水消耗，尤其是在水资源影响较大的二级工厂，目标是到 2025 年实现 40% 的减量

¹ 指由公司间接负责的上下游价值链活动产生的排放，下同

服饰厂商	主要品牌	政策主要内容
Fast Retailing	Uniqlo、GU	到 2025 年底，各主要服装厂和面料厂的用水量将比 2020 年减少 10%
Kering SA	Gucci 、 Saint Laurent	根据原材料的不同，降低毛皮染色对环境影响的方案，包括在合成纤维中应尽可能使用原液染色技术。
波司登	Bosideng	配合先进的原液着色技术，避免了传统染色过程中大量水资源的使用和废水排放，从生产环节就贯彻了环保理念，减少了对水环境的污染，同时也使面料颜色更持久、更环保

另一方面，近年来，功能化成为服饰行业重要发展方向之一。随着消费者对吸湿排汗、拒水防风、抑菌除臭、发热保暖、抗静电等功能性和实用性的追求持续升级，头部鞋服品牌企业加强针对不同功能和使用场景的功能性产品的投入和开发。公司差别化涤纶长丝因具备丰富的功能性，在鞋服市场中将获得巨大的市场机遇。

公司差别化涤纶长丝能够应用于 SanMar、安德玛、优衣库、安踏等知名品牌客户服饰中。未来，公司将基于已有的成功案例，推广原液着色涤纶长丝在工装、运动服饰的应用，在服饰行业的广阔市场中挖掘更多业务机会。

综上所述，公司下游汽车内饰、户外用品及鞋服用品行业市场规模不断增长，绿色环保要求不断提升，因此公司销售收入整体呈现上升趋势，公司销售情况与下游行业景气度趋势变动一致。

（三）公司销售情况与客户经营业绩变动趋势变动一致

报告期各期，前二十大客户中境内外上市公司经营业绩情况具体如下：

单位：人民币万元

序号	客户名称	2025 年 1 月 -6 月	同比 变动	2024 年度	同比 变动	2023 年度	同比 变动	2022 年度
1	宏达高科 (002144.SZ)	25,331.47	-7.99%	61,829.62	15.53%	53,518.33	-7.63%	57,937.40
2	博奇科技 (874690.NQ)	47,163.43	16.42%	96,129.64	22.02%	78,781.44	59.26%	49,466.96
3	DUAL (016740.KS)	212,648.42	5.76%	381,818.39	-5.12%	402,439.05	28.74%	312,601.37
4	申达股份 (600626.SH)	523,447.32	-13.79%	1,182,427.98	1.34%	1,166,772.30	3.77%	1,124,403.19
5	可隆集团 (002020.KS)	1,533,546.92	10.62%	2,976,675.78	-8.16%	3,241,305.84	3.69%	3,125,992.69
6	SEIREN (3569.T)	367,338.89	3.78%	724,186.01	12.50%	643,726.44	7.22%	600,403.10
7	IL JEONG INDUSTRIAL CO.,LTD	9,910.71	-16.08%	21,480.97	20.95%	17,759.58	1.58%	17,482.65

序号	客户名称	2025 年 1 月 -6 月	同比 变动	2024 年度	同比 变动	2023 年度	同比 变动	2022 年度
	(008500.KS)							
8	东丽工业 (3402.T)	5,598,830.16	-4.62%	11,627,038.08	4.00%	11,179,407.46	-0.99%	11,291,600.88
9	李尔公司 (LEA.N)	8,200,883.88	-3.47%	16,489,927.24	-0.69%	16,603,770.43	12.33%	14,781,571.91
10	旷达科技 (002516.SZ)	106,612.07	7.09%	209,830.14	16.35%	180,346.29	1.09%	178,402.91
	平均值	-	-0.23%	-	7.87%	-	10.91%	-
	欣战江	16,461.65	-4.44%	36,923.36	23.13%	29,986.64	3.61%	28,941.27

注：1、森织汽车内饰（武汉）有限公司系博奇科技（874690.NQ）子公司；
2、杜倍题桥纺织（江苏）有限公司系韩国上市公司 DUAL（016740.KS）子公司；
3、上海新纺联汽车内饰有限公司系申达股份（600626.SH）子公司；
4、可隆科技特（张家港）特种纺织品有限公司系韩国上市公司可隆集团（002020.KS）子公司；
5、世联美仕生活用品（上海）有限公司系日本上市公司 SEIREN（3569.T）子公司；
6、东丽合成纤维（南通）有限公司系日本上市公司东丽工业（3402.T）子公司；
7、李尔汽车内饰材料（扬州）有限公司系美国上市公司李尔公司（LEA.N）子公司；
8、常州市旷达针纺织品有限公司系旷达科技（002516.SZ）子公司。

由上表可知，公司前二十大客户中境内外上市公司经营业绩情况良好，2022 年至 2024 年整体保持持续稳定增长，公司 2023 年新厂房启用，产能释放需要一定时间，因此公司 2023 年营业收入增长幅度小于境内外上市公司平均值，2024 年产能提升，营业收入增长幅度大于境内外上市公司平均值；2025 年 1-6 月，受全球贸易政策波动影响，公司及下游境内外上市公司营业收入均有小幅下降。报告期内，公司销售情况与客户经营业绩变动趋势基本一致。

综上所述，公司向主要客户销售额变动情况与下游行业景气度、客户经营业绩变动趋势具有一致性，具备客观依据。

二、说明发行人占主要客户供货份额的计算口径，相关供货份额是否与发行人相关领域细分产品的市场占有率相匹配；说明报告期内部分主要客户销售额变动较大的具体原因，结合最近一期销售额同比变动情况及影响因素等，说明发行人是否存在被竞争对手取代或抢占市场份额的情况

（一）说明发行人占主要客户供货份额的计算口径，相关供货份额是否与发行人相关领域细分产品的市场占有率相匹配

报告期各期，公司占主要客户供货份额的计算口径为欣战江销售金额/客户整体采购金额的比例，而公司销售产品占同品类产品的供货份额（欣战江销售金

额/客户同类采购金额)较高。公司占主要客户整体供货份额及占同品类产品供货份额具体情况如下:

序号	客户名称	客户经营业绩情况	整体采购供货份额	同品类产品供货份额
1	上海西东纺织装饰有限公司及其关联方	年收入约 6,000 万美元	约 15%	约 90%
2	宏达高科控股股份有限公司	年收入约 6 亿元	约 10%	约 20%
3	青岛福基纺织有限公司	年收入约 2.3 亿元	约 20%	约 90%
4	艾文德纺织(上海)有限公司及其关联方	年收入 5 亿元-6 亿元	1%-5%	约 25%
5	森织汽车内饰(武汉)有限公司及其关联方	年收入约 9.6 亿元	约 5%	约 60%
6	杜倍题桥纺织(江苏)有限公司及其关联方	境内公司销售约 1 亿元	约 20%	约 25%
7	浙江华光汽车内饰股份有限公司	年收入约 8 亿元	小于 10%	约 90%
8	上海新纺联汽车内饰有限公司	年收入约 2.5 亿元	约 7%	约 90%
9	金华市华尔汽车饰件有限公司	年收入约 9 亿元	约 1%	15-20%
10	昆山金弘针织有限公司	年收入约 8,000 万元	10-20%	100%
11	KAWABO TEXTURED CO.,LTD (河总业株式会社)及其关联方	年收入 8,000 万-1 亿元	约 10%	100%
12	常熟涤纶有限公司	年收入约 10 亿元	小于 1%	约 30%
13	GLOBAL SOURCING ASSOCIATES.IN	年收入约 6,000 万美元	约 10%	约 70%
14	可隆科技特(张家港)特种纺织品有限公司	年收入约 4 亿元	小于 10%	约 40%
15	安徽博朗凯德织物有限公司及其关联方	年收入 1-2 亿元	15-20%	70-80%
16	穆勒纺织品(天津)有限公司及其关联方	年收入约 4 亿元	小于 5%	约 10%
17	吴江市晨龙新升纺织品有限公司	年收入约 1.6 亿元	小于 5%	小于 5%
18	宁波依兰布艺有限公司	年收入 3 亿元-4 亿元	5%-10%	约 30%
19	世联美仕生活用品(上海)有限公司及其关联方	年收入约 4.6 亿元	约 1%	100%
20	IL JEONG INDUSTRIAL CO.,LTD	年收入约 3,000 万元	15%-30%	80-90%
21	东丽合成纤维(南通)有限公司及其关联方	年收入约 9.3 亿元	约 1%	100%
22	常州国兴新材料有限公司	年收入约 800 万元	约 70%	约 70%
23	桐乡市润扬纺织科技有限公司	年收入约 3,000 万元	约 10%	约 40%
24	南通和光纤维有限公司及其关联方	年收入约 2,000 万元	约 2%	约 50%

序号	客户名称	客户经营业绩情况	整体采购供货份额	同品类产品供货份额
25	李尔汽车内饰材料（扬州）有限公司	年收入 4 亿元-5 亿元	约 5%	约 30%
26	常州市旷达针纺织品有限公司及其关联方	年收入约 2.6 亿元	小于 5%	小于 5%
27	绍兴东意纺织科技有限公司	年收入 2,000-4,000 万元	5-10%	100%
28	浙江卓涛纺织科技有限公司	年收入 4 亿元-5 亿元	小于 5%	小于 5%
29	山东星宇手套有限公司	年收入约 20 亿元	约 10%	约 30%

注：整体采购供货份额为欣战江销售金额/客户整体采购金额；
同品类产品供货份额为欣战江销售金额/客户同类产品采购金额；
由于客户采购品类划分存在一定差异，因此同品类产品供货份额波动较大。

由上表可知，公司占主要客户的整体供货份额主要集中于 5%-10%，主要客户同时采购多种原材料，公司在同品类产品的供货份额占据较高份额，部分客户占其同品类产品供货份额 90% 以上。根据中国化学纤维工业协会出具的证明，2021-2024 年，公司汽车内饰用原液着色涤纶长丝产品销量连续四年在国内市场排名中蝉联第一。综上，公司占主要客户同品类产品供货份额较高，与公司汽车内饰用原液着色涤纶长丝产品的市场占有率相匹配。

（二）说明报告期内部分主要客户销售额变动较大的具体原因，结合最近一期销售额同比变动情况及影响因素等，说明发行人是否存在被竞争对手取代或抢占市场份额的情况

1、报告期内部分主要客户销售额变动较大的具体原因

报告期各期前二十大客户销售额变动情况具体如下：

单位：万元

序号	客户名称	2025 年 1 月-6 月	同比变动	2024 年度	同比变动	2023 年度	同比变动	2022 年度
1	上海西东纺织装饰有限公司及其关联方	1,866.65	-12.93%	4,521.61	198.48%	1,514.86	109.95%	721.54
2	宏达高科控股股份有限公司	942.20	23.39%	2,827.06	335.58%	649.04	-47.24%	1,230.12
3	青岛福基纺织有限公司	1,316.23	9.50%	2,544.16	-5.03%	2,678.82	95.15%	1,372.72
4	艾文德纺织（上海）有限公司及其关联方	1,070.13	-16.55%	2,249.08	8.93%	2,064.73	90.49%	1,083.89
5	森织汽车内饰（武汉）有限公司及其关联方	770.51	-23.33%	2,117.03	-17.01%	2,550.97	10.58%	2,306.85

序号	客户名称	2025年1月-6月	同比变动	2024年度	同比变动	2023年度	同比变动	2022年度
6	杜倍题桥纺织（江苏）有限公司及其关联方	982.96	-5.09%	1,838.62	17.71%	1,562.04	765.78%	180.42
7	浙江华光汽车内饰股份有限公司	1,511.36	159.36%	1,627.30	29.14%	1,260.13	0.13%	1,258.51
8	上海新纺联汽车内饰有限公司	671.42	10.80%	1,223.16	2.63%	1,191.78	-13.01%	1,369.97
9	金华市华尔汽车饰件有限公司	565.20	11.83%	1,075.98	84.67%	582.66	-45.75%	1,073.96
10	昆山金弘针织有限公司	523.25	121.92%	927.25	-1.65%	942.82	-75.14%	3,791.87
11	KAWABO TEXTURED CO.,LTD(河总业株式会社)及其关联方	336.19	-17.66%	837.63	20.21%	696.80	37.54%	506.61
12	常熟涤纶有限公司	350.87	-38.67%	821.40	-1.81%	836.51	2.91%	812.89
13	GLOBAL SOURCING ASSOCIATES.IN	198.76	-39.40%	698.39	73.29%	403.01	-8.03%	438.20
14	可隆科技特（张家港）特种纺织品有限公司	408.14	15.31%	681.54	-21.31%	866.15	-4.20%	904.12
15	安徽博朗凯德织物有限公司及其关联方	152.25	-62.73%	642.15	32.46%	484.80	313.09%	117.36
16	穆勒纺织品（天津）有限公司及其关联方	264.80	-7.41%	634.24	9.03%	581.71	44.59%	402.31
17	吴江市晨龙新升纺织品有限公司	63.86	-78.54%	628.69	184.41%	221.05	-	1.21
18	宁波依兰布艺有限公司	186.47	-23.36%	616.71	25.05%	493.18	-15.80%	585.71
19	世联美仕生活用品（上海）有限公司及其关联方	183.97	-2.01%	558.21	176.36%	201.99	86.11%	108.53
20	IL JEONG INDUSTRIAL CO.,LTD	22.23	-93.58%	503.39	-10.77%	564.17	-38.96%	924.32
21	东丽合成纤维（南通）有限公司及其关联方	132.93	-43.39%	446.66	36.79%	326.54	-34.89%	501.55
22	常州国兴新材料有限公司	233.22	16.57%	446.39	22.25%	365.14	65.21%	221.02
23	桐乡市润扬纺织科技有限公司	208.19	43.17%	302.30	118.58%	138.30	-35.65%	214.93
24	南通和光纤维有限公司及其关联	90.14	-36.80%	289.20	-50.56%	584.94	100.82%	291.27

序号	客户名称	2025年1月-6月	同比变动	2024年度	同比变动	2023年度	同比变动	2022年度
	方							
25	李尔汽车内饰材料（扬州）有限公司	161.97	47.02%	219.17	-34.63%	335.30	28.51%	260.92
26	常州市旷达针纺织品有限公司及其关联方	-	-100.00%	185.57	-57.32%	434.75	94.76%	223.22
27	绍兴东意纺织科技有限公司	65.28	86.76%	136.33	-74.36%	531.75	-48.16%	1,025.83
28	浙江卓涛纺织科技有限公司	33.69	-47.61%	114.42	-17.37%	138.47	-63.66%	381.00
29	山东星宇手套有限公司	-	-	1.36	-	-	-	1,130.21
合计		13,312.89	-3.76%	29,715.00	28.07%	23,202.41	-1.02%	23,441.06

报告期各期，公司前二十大客户合计 29 家，销售收入合计 23,441.06 万元、23,202.41 万元、29,715.00 万元和 13,312.89 万元，占营业收入的比例分别为 81.00%、77.38%、80.48% 和 80.87%。

报告期内，公司持续深化与主要客户的合作规模，除昆山金弘、山东星宇等个别客户外，与各主要客户销售金额整体呈现上涨趋势，公司部分客户受全球贸易政策变动、自身经营规划、下游订单变动等因素影响，向公司采购金额存在一定波动，具体分析如下：

（1）上海西东纺织装饰有限公司及其关联方

单位：万元

客户名称	2025年1月-6月	变动率	2024年度	变动率	2023年度	变动率	2022年度
上海西东纺织装饰有限公司及其关联方	1,866.65	-12.93%	4,521.61	198.48%	1,514.86	109.95%	721.54

报告期内，公司向上海西东纺织装饰有限公司及其关联方销售收入分别为 721.54 万元、1,514.86 万元、4,521.61 万元和 1,866.65 万元，2022 年度至 2024 年度呈现较快增长，主要系其终端客户沃尔玛、Ashley 等订单进入量产阶段，因此向公司采购需求增长；2025 年 1-6 月，销售收入较上年同期有所下降，主要系全球经济贸易政策影响，其境外终端客户订单增速放缓所致，预计 2025 年第四季度起订单有所回暖。

（2）宏达高科控股股份有限公司

单位：万元

客户名称	2025年 1月-6月	变动率	2024 年度	变动率	2023 年度	变动率	2022 年度
宏达高科控股股份有限公司	942.20	23.39%	2,827.06	335.58%	649.04	-47.24%	1,230.12

报告期内，公司向宏达高科控股股份有限公司销售收入分别为 1,230.12 万元、649.04 万元、2,827.06 万元和 942.20 万元，2023 年度销售收入有所下降，主要系其下游汽车客户车型切换，订单需求下降；2024 年起，销售收入快速增长，主要系其下游服装客户环保要求提升，因此加大对欣战江采购。

(3) 青岛福基纺织有限公司

单位：万元

客户名称	2025年1 月-6月	变动率	2024 年度	变动率	2023 年度	变动率	2022 年度
青岛福基纺织有限公司	1,316.23	9.50%	2,544.16	-5.03%	2,678.82	95.15%	1,372.72

报告期内，公司向青岛福基纺织有限公司销售收入分别为 1,372.72 万元、2,678.82 万元、2,544.16 万元和 1,316.23 万元，2023 年度销售收入增长，主要系其下游客户新车型进入量产阶段，订单增加所致。

(4) 艾文德纺织（上海）有限公司及其关联方

单位：万元

客户名称	2025年 1月-6月	变动率	2024 年度	变动率	2023 年度	变动率	2022 年度
艾文德纺织（上海）有限公司及其关联方	1,070.13	-16.55%	2,249.08	8.93%	2,064.73	90.49%	1,083.89

报告期内，公司向艾文德纺织（上海）有限公司及其关联方销售收入分别为 1,083.89 万元、2,064.73 万元、2,249.08 万元和 1,070.13 万元，2023 年度销售收入增长，主要系下游客户新项目启动，订单需求增加所致。

(5) 森织汽车内饰（武汉）有限公司及其关联方

单位：万元

客户名称	2025年 1月-6月	变动率	2024 年度	变动率	2023 年度	变动率	2022 年度
森织汽车内饰（武汉）有限公司及其关联方	770.51	-23.33%	2,117.03	-17.01%	2,550.97	10.58%	2,306.85

报告期内，公司向森织汽车内饰（武汉）有限公司及其关联方销售收入分别

为 2,306.85 万元、2,550.97 万元、2,117.03 万元和 770.51 万元，2024 年度起销售收入有所下降，主要系下游产品换代，部分订单阶段性结束所致。

(6) 杜倍题桥纺织（江苏）有限公司及其关联方

单位：万元

客户名称	2025 年 1 月-6 月	变动率	2024 年度	变动率	2023 年度	变动率	2022 年度
杜倍题桥纺织（江苏）有限公司及其关联方	982.96	-5.09%	1,838.62	17.71%	1,562.04	765.78%	180.42

报告期内，公司向杜倍题桥纺织（江苏）有限公司及其关联方销售收入分别为 180.42 万元、1,562.04 万元、1,838.62 万元和 982.96 万元，2023 年度销售收入大幅增加，主要系其供货车型销售情况良好，订单增加所致。

(7) 浙江华光汽车内饰股份有限公司

单位：万元

客户名称	2025 年 1 月-6 月	变动率	2024 年度	变动率	2023 年度	变动率	2022 年度
浙江华光汽车内饰股份有限公司	1,511.36	159.36%	1,627.30	29.14%	1,260.13	0.13%	1,258.51

报告期内，公司向浙江华光汽车内饰股份有限公司销售收入分别为 1,258.51 万元、1,260.13 万元、1,627.30 万元和 1,511.36 万元，2025 年 1-6 月销售收入大幅增加，主要系其下游对于海岛产品需求增加，同时部分品类进入量产阶段，采购需求增加。

(8) 上海新纺联汽车内饰有限公司

单位：万元

客户名称	2025 年 1 月-6 月	变动率	2024 年度	变动率	2023 年度	变动率	2022 年度
上海新纺联汽车内饰有限公司	671.42	10.80%	1,223.16	2.63%	1,191.78	-13.01%	1,369.97

报告期内，公司向上海新纺联汽车内饰有限公司销售收入分别为 1,369.97 万元、1,191.78 万元、1,223.16 万元和 671.42 万元，销售收入基本保持平稳。

(9) 金华市华尔汽车饰件有限公司

单位：万元

客户名称	2025 年 1 月-6 月	变动率	2024 年度	变动率	2023 年度	变动率	2022 年度
金华市华尔汽车	565.20	11.83%	1,075.98	84.67%	582.66	-45.75%	1,073.96

客户名称	2025 年 1月-6月	变动率	2024 年度	变动率	2023 年度	变动率	2022 年度
饰件有限公司							

报告期内，公司向金华市华尔汽车饰件有限公司销售收入分别为 1,073.96 万元、582.66 万元、1,075.98 万元和 565.20 万元，2023 年度销售收入有所下降，主要系因价格因素，部分产品切换供应商所致；2024 年起，销售收入快速增长，主要系欣战江产品质量更好，有助于提升金华华尔产品质量，加之使用欣战江原材料的产品销售量增长，订单需求增加。

(10) 昆山金弘针织有限公司

单位：万元

客户名称	2025 年 1月-6月	变动率	2024 年度	变动率	2023 年度	变动率	2022 年度
昆山金弘针织有限公司	523.25	121.92%	927.25	-1.65%	942.82	-75.14%	3,791.87

报告期内，公司向昆山金弘针织有限公司销售收入分别为 3,791.87 万元、942.82 万元、927.25 万元和 523.25 万元，2023 年度销售收入有较大幅度下降，主要系昆山金弘年销售额出现一定下降，订单需求减少，因此减少对公司的采购。

(11) KAWABO TEXTURED CO.,LTD（河总业株式会社）及其关联方

单位：万元

客户名称	2025 年 1月-6月	变动率	2024 年度	变动率	2023 年度	变动率	2022 年度
KAWABO TEXTURED CO.,LTD（河总业株式会社）及其关联方	336.19	-17.66%	837.63	20.21%	696.80	37.54%	506.61

报告期内，公司向 KAWABO TEXTURED CO.,LTD（河总业株式会社）及其关联方销售收入分别为 506.61 万元、696.80 万元、837.63 万元和 336.19 万元，2022 年至 2024 年度销售收入稳定增长，2025 年 1-6 月销售收入小幅下降，主要系全球贸易政策导致其北美客户需求有所下降。

(12) 常熟涤纶有限公司

单位：万元

客户名称	2025 年 1月-6月	变动率	2024 年度	变动率	2023 年度	变动率	2022 年度
常熟涤纶有限公司	350.87	-38.67%	821.40	-1.81%	836.51	2.91%	812.89

报告期内，公司向常熟涤纶有限公司销售收入分别为 812.89 万元、836.51 万元、821.40 万元和 350.87 万元，2025 年 1-6 月销售收入有所下降，主要系其下游客户产品升级换代，更换原材料所致。

(13) GLOBAL SOURCING ASSOCIATES.IN

单位：万元

客户名称	2025 年 1月-6月	变动率	2024 年度	变动率	2023 年度	变动率	2022 年度
GLOBAL SOURCING ASSOCIATES.IN	198.76	-39.40%	698.39	73.29%	403.01	-8.03%	438.20

报告期内，公司向 GLOBAL SOURCING ASSOCIATES.IN 销售收入分别为 438.20 万元、403.01 万元、698.39 万元和 198.76 万元，2025 年 1-6 月销售收入有所下降，主要系受全球贸易政策波动影响，贸易政策导致产品销售成本增加，因此减少对欣战江的采购。

(14) 可隆科技特（张家港）特种纺织品有限公司

单位：万元

客户名称	2025 年 1月-6月	变动率	2024 年度	变动率	2023 年度	变动率	2022 年度
可隆科技特（张家港）特种纺织品有限公司	408.14	15.31%	681.54	-21.31%	866.15	-4.20%	904.12

报告期内，公司向可隆科技特（张家港）特种纺织品有限公司销售收入分别为 904.12 万元、866.15 万元、681.54 万元和 408.14 万元，整体较为稳定。

(15) 安徽博朗凯德织物有限公司及其关联方

单位：万元

客户名称	2025 年 1月-6月	变动率	2024 年度	变动率	2023 年度	变动率	2022 年度
安博朗凯德织物有限公司及其关联方	152.25	-62.73%	642.15	32.46%	484.80	313.09%	117.36

报告期内，公司向安徽博朗凯德织物有限公司及其关联方销售收入分别为 117.36 万元、484.80 万元、642.15 万元和 152.25 万元，2025 年 1-6 月销售收入有所下降，主要系其业务调整所致，常州博朗凯德织物有限公司因业务主体变更至常州纤海新材料有限公司，并已于 2025 年 10 月注销，常州纤海新材料有限公司及安徽博朗凯德织物有限公司继续向公司采购。

(16) 穆勒纺织品（天津）有限公司及其关联方

单位：万元

客户名称	2025年 1月-6月	变动率	2024 年度	变动率	2023 年度	变动率	2022 年度
穆勒纺织品（天津）有限公司及其关联方	264.80	-7.41%	634.24	9.03%	581.71	44.59%	402.31

报告期内，公司向穆勒纺织品（天津）有限公司及其关联方销售收入分别为 402.31 万元、581.71 万元、634.24 万元和 264.80 万元，2023 年采购欣战江产品增加，减少了部分进口纱线采购，因此采购金额有所增加。

(17) 吴江市晨龙新升纺织品有限公司

单位：万元

客户名称	2025年 1月-6月	变动率	2024 年度	变动率	2023 年度	变动率	2022 年度
吴江市晨龙新升纺织品有限公司	63.86	-78.54%	628.69	184.41%	221.05	-	1.21

报告期内，公司向吴江市晨龙新升纺织品有限公司销售收入分别为 1.21 万元、221.05 万元、628.69 万元和 63.86 万元，2025 年 1-6 月销售收入有所下降，主要系其下游客户主要位于欧美，受全球贸易政策波动影响，采购需求下降。

(18) 宁波依兰布艺有限公司

单位：万元

客户名称	2025年 1月-6月	变动率	2024 年度	变动率	2023 年度	变动率	2022 年度
宁波依兰布艺有限公司	186.47	-23.36%	616.71	25.05%	493.18	-15.80%	585.71

报告期内，公司向宁波依兰布艺有限公司销售收入分别为 585.71 万元、493.18 万元、616.71 万元和 186.47 万元，整体较为稳定。

(19) 世联美仕生活用品（上海）有限公司及其关联方

单位：万元

客户名称	2025年 1月-6月	变动率	2024 年度	变动率	2023 年度	变动率	2022 年度
世联美仕生活用品（上海）有限公司及其关联方	183.97	-2.01%	558.21	176.36%	201.99	86.11%	108.53

报告期内，公司向世联美仕生活用品（上海）有限公司及其关联方销售收入分别为 108.53 万元、201.99 万元、558.21 万元和 183.97 万元，整体销售收入增

长较快主要系世联美仕生活用品（上海）有限公司委托欣战江开发的新产品数量不断增加所致。

(20) IL JEONG INDUSTRIAL CO.,LTD

单位：万元

客户名称	2025年 1月-6月	变动率	2024 年度	变动率	2023 年度	变动率	2022 年度
IL JEONG INDUSTRIAL CO.,LTD	22.23	-93.58%	503.39	-10.77%	564.17	-38.96%	924.32

报告期内，公司向 IL JEONG INDUSTRIAL CO.,LTD 销售收入分别为 924.32 万元、564.17 万元、503.39 万元和 22.23 万元，销售收入有所下降，主要系其客户在国内销售情况不佳，因此逐步降低在国内的业务规模，2025 年 1-6 月受贸易政策影响，采购需求下降较多。

(21) 东丽合成纤维（南通）有限公司及其关联方

单位：万元

客户名称	2025年 1月-6月	变动率	2024 年度	变动率	2023 年度	变动率	2022 年度
东丽合成纤维（南通）有限公司及其关联方	132.93	-43.39%	446.66	36.79%	326.54	-34.89%	501.55

报告期内，公司向东丽合成纤维（南通）有限公司及其关联方销售收入分别为 501.55 万元、326.54 万元、446.66 万元和 132.93 万元，销售收入存在一定波动，主要系东丽集团业务整体规模较大，向欣战江采购金额占其整体采购比例约 1%，采购需求波动影响较为明显，同时 2025 年 1-6 月受贸易政策影响，采购需求有所下降。

(22) 常州国兴新材料有限公司

单位：万元

客户名称	2025年 1月-6月	变动率	2024 年度	变动率	2023 年度	变动率	2022 年度
常州国兴新材料有限公司	233.22	16.57%	446.39	22.25%	365.14	65.21%	221.02

报告期内，公司向常州国兴新材料有限公司销售收入分别为 221.02 万元、365.14 万元、446.39 万元和 233.22 万元，2023 年度销售收入增长主要系公司新产品开发后销售量增加所致。

(23) 桐乡市润扬纺织科技有限公司

单位：万元

客户名称	2025年 1月-6月	变动率	2024 年度	变动率	2023 年度	变动率	2022 年度
桐乡市润扬纺织科技有限公司	208.19	43.17%	302.30	118.58%	138.30	-35.65%	214.93

报告期内，公司向桐乡市润扬纺织科技有限公司销售收入分别为 214.93 万元、138.30 万元、302.30 万元和 208.19 万元，销售收入存在一定波动，主要系其下游主要为户外用品，受公共卫生事件影响业务情况不佳，自 2024 年起业绩回暖，加大对欣战江的采购。

（24）南通和光纤维有限公司及其关联方

单位：万元

客户名称	2025年 1月-6月	变动率	2024 年度	变动率	2023 年度	变动率	2022 年度
南通和光纤维有限公司及其关联方	90.14	-36.80%	289.20	-50.56%	584.94	100.82%	291.27

报告期内，公司向南通和光纤维有限公司及其关联方销售收入分别为 291.27 万元、584.94 万元、289.20 万元和 90.14 万元，销售收入存在一定波动，主要系下游市场变化，订单需求减少，年销售额出现一定下降，因此减少对公司的采购。

（25）李尔汽车内饰材料（扬州）有限公司

单位：万元

客户名称	2025年 1月-6月	变动率	2024 年度	变动率	2023 年度	变动率	2022 年度
李尔汽车内饰材料（扬州）有限公司	161.97	47.02%	219.17	-34.63%	335.30	28.51%	260.92

报告期内，公司向李尔汽车内饰材料（扬州）有限公司销售收入分别为 260.92 万元、335.30 万元、219.17 万元和 161.97 万元，销售收入存在一定波动，主要系 2024 年下游产品存在空档期，采购需求下降，2025 年 1-6 月有所回升。

（26）常州市旷达针纺织品有限公司及其关联方

单位：万元

客户名称	2025年 1月-6月	变动率	2024 年度	变动率	2023 年度	变动率	2022 年度
常州市旷达针纺织品有限公司及其关联方	-	-100.00%	185.57	-57.32%	434.75	94.76%	223.22

报告期内，公司向常州市旷达针纺织品有限公司及其关联方销售收入分别为

223.22 万元、434.75 万元、185.57 万元和 0 万元，销售收入存在一定波动，主要系其逐步转向自主生产，因此减少对公司的采购。

(27) 绍兴东意纺织科技有限公司

单位：万元

客户名称	2025年1月-6月	变动率	2024年度	变动率	2023年度	变动率	2022年度
绍兴东意纺织科技有限公司	65.28	86.76%	136.33	-74.36%	531.75	-48.16%	1,025.83

报告期内，公司向绍兴东意纺织科技有限公司销售收入分别为 1,025.83 万元、531.75 万元、136.33 万元和 65.28 万元，2023 年起销售收入有较大幅度下降，主要系绍兴东意向公司议价，公司向其销售毛利率下降，公司逐步减少合作。

(28) 浙江卓涛纺织科技有限公司

单位：万元

客户名称	2025年1月-6月	变动率	2024年度	变动率	2023年度	变动率	2022年度
浙江卓涛纺织科技有限公司	33.69	-47.61%	114.42	-17.37%	138.47	-63.66%	381.00

报告期内，公司向浙江卓涛纺织科技有限公司销售收入分别为 381.00 万元、138.47 万元、114.42 万元和 33.69 万元，销售收入有较大幅度下降，主要系欣战江为其开发的产品销量有所下降。

(29) 山东星宇手套有限公司

单位：万元

客户名称	2025年1月-6月	变动率	2024年度	变动率	2023年度	变动率	2022年度
山东星宇手套有限公司	-	-	1.36	-	-	-	1,130.21

报告期内，公司 2022 年度向山东星宇手套有限公司销售收入分别为 1,130.21 万元，2023 年起销售收入有较大幅度下降，山东星宇主要采购公司 POY 产品，该产品型号单品采购量较大，因此销售的 POY 毛利率较低，2023 年初新厂房启用，后纺车间先于前纺车间投产，公司 POY 自用需求量增加，减少 POY 直接销售。

2、最近一期销售额同比变动情况及影响因素

2025 年 1-6 月，公司主要客户中销售额同比下降比例超过 30%的客户具体

如下：

单位：万元

序号	客户名称	2025 年 1 月 -6 月	同比 变动	影响因素
1	常熟涤纶有限公司	350.87	-38.67%	产品升级换代
2	GLOBAL SOURCING ASSOCIATES.IN	198.76	-39.40%	全球贸易政策影响
3	安徽博朗凯德织物有限公司 及其关联方	152.25	-62.73%	生产经营变动
4	吴江市晨龙新升纺织品有限 公司	63.86	-78.54%	全球贸易政策影响
5	IL JEONG INDUSTRIAL CO.,LTD	22.23	-93.58%	全球贸易政策影响
6	东丽合成纤维（南通）有限公 司及其关联方	132.93	-43.39%	全球贸易政策影响
7	南通和光纤维有限公司及其 关联方	90.14	-36.80%	生产经营变动
8	常州市旷达针纺织品有限公 司及其关联方	-	-100.00%	转向自主生产
9	浙江卓涛纺织科技有限公司	33.69	-47.61%	存续产品销量下降
合计		965.00	-	-

2025 年 1-6 月，上述客户销售金额合计 965.00 万元，占同期销售收入的比例为 5.86%，占比较小，收入下降主要系全球贸易政策影响、产品升级换代等因素导致，公司整体不存在被竞争对手取代或抢占市场份额的情况，具体分析如下：

（1）全球贸易政策影响

自 2025 年 4 月贸易政策变动加剧，公司前二十大客户中部分客户明确表示因贸易政策变动影响，减少向公司采购额，具体情况如下：

序号	客户名称	2025 年 1 月-6 月	同比变动	2024 年 1-6 月
1	上海西东纺织装饰有限公司 及其关联方	1,866.65	-12.93%	2,143.85
2	KAWABO TEXTURED CO.,LTD（河总业株式会社） 及其关联方	336.19	-17.66%	408.29
3	GLOBAL SOURCING ASSOCIATES.IN	198.76	-39.40%	327.99
4	吴江市晨龙新升纺织品有限 公司	63.86	-78.54%	297.58
5	宁波依兰布艺有限公司	186.47	-23.36%	243.31
6	IL JEONG INDUSTRIAL CO.,LTD	22.23	-93.58%	346.26
7	东丽合成纤维（南通）有限公 司及其关联方	132.93	-43.39%	234.82

序号	客户名称	2025 年 1 月-6 月	同比变动	2024 年 1-6 月
	合计	2,807.09	-29.86%	4,002.09

上述客户因贸易政策变动影响，公司上半年销售收入由 4,002.09 万元下降至 2,807.09 万元，减少 1,195.00 万元，同比下降 29.86%，因此导致公司 2025 年 1-6 月营业收入较上年同期出现小幅下降。

（2）产品升级换代影响

公司产品均为定制化产品，经前期打样完成后，进入量产阶段，下游终端客户推出新产品、产品升级换代时，可以对新产品物料供应商进行遴选，公司高度重视下游客户新产品研发，积极深度参与前期产品研发阶段，依靠产业链整合、纤维母粒自产等优势，高效开发新产品，助力公司获取新订单。报告期内，公司主要客户存在个别客户因产品迭代导致更换供应商的情形，具体如下：

①宏达高科控股股份有限公司，2023 年因下游汽车客户车型切换，订单需求下降，2024 年因其下游服装客户环保要求提升，因此加大对欣战江采购；

②森织汽车内饰（武汉）有限公司及其关联方 2024 年因下游产品换代，部分订单阶段性结束，公司积极与其完成新产品开发，部分订单将于 2026 年达到量产阶段；

③常熟涤纶有限公司 2025 年 1-6 月因其下游客户产品升级换代，更换原材料，订单需求下降。

综上所述，公司存在个别客户因产品迭代导致更换供应商的情形，公司积极开发新产品，持续深化与主要客户的合作，报告期营业收入整体呈现增长态势，个别产品升级换代，更换供应商预计对公司整体生产经营不存在重大不利影响。

3、行业整体业绩存在一定下滑，公司业绩下降程度好于行业平均水平

2025 年 1-6 月，公司营业收入 16,461.65 万元，同比下滑 4.44%，主要系全球经济贸易政策变动，下游市场需求波动所致。公司直接竞争对手旷达纤维（上市公司旷达科技（002516）二级子公司）、江苏泛博车用纤维有限公司公开信息未披露 2025 年 1-6 月经营数据。

从公司所处的化学纤维行业来看，全球产能集中于中国，受贸易政策变动影

响较为直接，公司在行业整体业绩下滑的基础上，通过高品质定制化产品、新产品开发带来的收入增长，2025 年第三季度收入 9,753.41 万元（经审阅），较第二季度增长 19.93%，较上年同期增长 2.01%。公司第二季度业绩下降主要受贸易政策变动影响，第三季度起业绩回升明显，公司整体不存在被竞争对手取代或抢占市场份额的情况。具体分析如下：

根据中国化学纤维工业协会发布的《关于发布 2024 年中国化纤行业产量排名名单的通知》（中化协[2025]1 号）：2024 年中国化学纤维产量排名前 5 位的企业分别为：桐昆集团股份有限公司、新凤鸣集团股份有限公司、浙江恒逸集团有限公司、恒力石化股份有限公司、盛虹化纤新材料有限公司。上述企业 2025 年 1-6 月营业收入及同比变动情况具体如下：

单位：万元

企业名称	2025 年 1 月-6 月	2024 年 1 月-6 月	变动率
桐昆股份	4,415,792.93	4,821,463.08	-8.41%
新凤鸣	3,349,112.66	3,127,228.22	7.10%
恒逸石化	5,596,001.75	6,476,404.74	-13.59%
恒力石化	10,394,352.43	11,259,561.55	-7.68%
东方盛虹	6,091,641.87	7,283,356.16	-16.36%
平均值	-	-	-7.79%

根据《桐昆集团股份有限公司 2025 年半年度报告》披露：“2025 年上半年，国际政治经济形势依然呈现严峻复杂态势，俄乌冲突、巴以冲突等地缘冲突持续不断，美国发起的‘对等关税’冲击严重，全球经济复苏进程受阻；面对复杂严峻的外部环境，中国依托长期向好的基本面、雄厚的发展优势和澎湃的内生动力，坚持‘以内部确定性应对外部不确定性’的策略，推动国民经济运行保持总体平稳，展现出强劲韧性和光明前景。”

因此公司在行业整体业绩下滑的基础上，通过高品质定制化产品带来的客户黏性，新产品开发带来的收入增长，收入下降比例低于上述公司均值。同时公司 2025 年第三季度收入 9,753.41 万元（经审阅），较第二季度增长 19.93%，较上年同期增长 2.01%。公司第二季度业绩下降主要受贸易政策变动影响，第三季度起业绩回升明显，2025 年下半年收入 20,844.80 万元（经审阅），较 2024 年下半年增长 6.37%，公司整体不存在被竞争对手取代或抢占市场份额的情况。

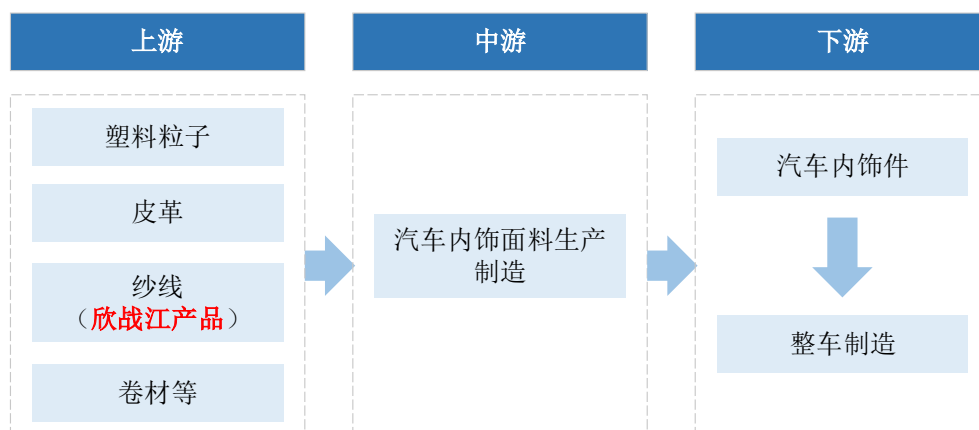
三、区分下游主要应用领域说明发行人所处产业链的位置，与直接客户、终端客户（或品牌商，下同）的合作方式、合作历史，进入终端客户供应链是否需要认证或者其他协议安排，是否存在由终端客户指定直接客户与发行人合作的情形；结合各应用领域供应链条的稳定性及主要影响因素、长期合作协议签订情况、在手订单情况，说明发行人与下游客户合作的稳定性和可持续性

（一）区分下游主要应用领域说明发行人所处产业链的位置，与直接客户、终端客户（或品牌商，下同）的合作方式、合作历史，进入终端客户供应链是否需要认证或者其他协议安排，是否存在由终端客户指定直接客户与发行人合作的情形

1、汽车内饰行业

在汽车内饰行业中，公司作为纱线供应商，公司产品进一步加工为汽车内饰件，交付整车厂用作整车制造。

汽车内饰面料行业产业链结构示意图



资料来源：华经产业研究院

公司在汽车内饰产业链所处位置如图所示，报告期各期，汽车内饰行业前五大客户合作情况如下：

序号	客户名称	下游客户或终端品牌商	合作方式	合作历史	进入终端客户供应链是否需要认证或者其他协议安排	是否存在由终端客户指定直接客户与发行人合作的情形
1	宏达高科控股股份有限公司	大众、宝马等	客户提供产品技术需求，欣战江自主	2011年开始合作	否	否
2	青岛福基纺织有限公司	延锋、吉利、广汽、一汽等		2010年开始合作	否	否
3	艾文德纺织（上	安道拓、延		2015年开	否	否

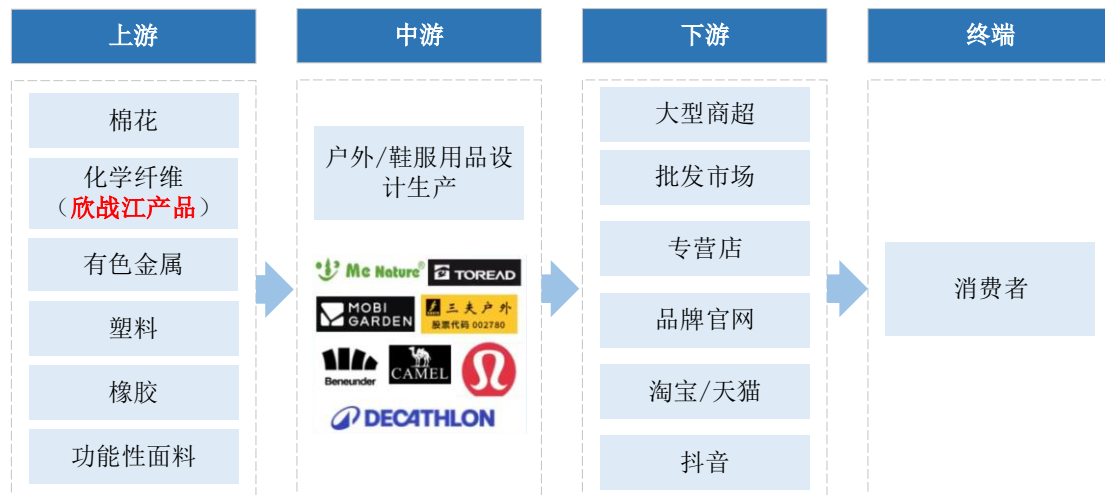
序号	客户名称	下游客户或终端品牌商	合作方式	合作历史	进入终端客户供应链是否需要认证或者其他协议安排	是否存在由终端客户指定直接客户与发行人合作的情形
	海)有限公司及其关联方	锋、上海通用、丰田等	研发生产后,由客户检验产品质量合格后进行量产	始合作		
4	森织汽车内饰(武汉)有限公司及其关联方	大众、比亚迪、神龙、福特、奇瑞、奥迪等		2011年开始合作	否	否
5	杜倍题桥纺织(江苏)有限公司及其关联方	沃尔沃、现代、起亚等		2021年开始合作	否	否
6	浙江华光汽车内饰股份有限公司	吉利、长安、比亚迪、蔚来、理想等		2012年开始合作	否	否
7	上海新纺联汽车内饰有限公司	长城、隆昌等		2016年开始合作	否	否

报告期内,公司是国内少数几家能够提供汽车内饰领域差别化涤纶长丝的企业,产品应用于全球主流汽车品牌,涵盖丰田、大众、本田、福特、现代、起亚、宝马、奥迪、北美领军新能源汽车品牌、比亚迪、理想、吉利、小米等。下游客户提出产品技术需求,公司自主研发生产后,由客户检验产品质量合格后进行量产,终端客户通常要求其一二级供应商具备汽车行业常规认证,欣战江作为化学纤维供应商不需要认证或者其他协议安排,不存在由终端客户指定直接客户与发行人合作的情形。

2、户外用品行业

户外用品行业及鞋服用品行业供应链位置较为相似,公司作为行业上游化学纤维供应商,产品经过中游加工制造为品牌产品后,由大型商超、批发超市等企业销售给终端消费者。

户外/鞋服用品行业产业链结构示意图



资料来源：智研咨询

公司在产业链所处位置如图所示，报告期各期，户外用品行业前五大客户合作情况如下：

序号	客户名称	下游客户或终端品牌商	合作方式	合作历史	进入终端客户供应链是否需要认证或者其他协议安排	是否存在由终端客户指定直接客户与发行人合作的情形
1	上海西东纺织装饰有限公司及其关联方	沃尔玛、Ashley 等	客户提供产品技术需求，欣战江自主生产后，由客户检验产品质量合格后进行量产	2017 年开始合作	否	否
2	宁波依兰布艺有限公司	开普森、永强集团等		2019 年开始合作	否	否
3	爱嘉纺织品（桐乡）有限公司	床垫沙发品牌		2021 年开始合作	否	否
4	桐乡市润扬纺织科技有限公司	境外户外知名品牌		2021 年开始合作	否	否
5	杭州伊丝顿布艺有限公司	装饰布品牌		2017 年开始合作	否	否
6	新疆开利地毯织造有限公司	牧民、少数民族，户外家用地毯		2015 年开始合作	否	否
7	浙江卓涛纺织科技有限公司	喜临门、慕斯等		2021 年开始合作	否	否

报告期内，户外用品行业下游客户提出产品技术需求，公司自主研发生产后，由客户检验产品质量合格后进行量产，进入终端客户供应链不需要认证或者其他协议安排，不存在由终端客户指定直接客户与发行人合作的情形。

3、鞋服用品行业

鞋服用品行业供应链位置与户外用品行业较为相似，公司作为行业上游化学纤维供应商，产品经过中游加工制造为品牌产品后，由大型商超、批发超市等企业销售给终端消费者。

报告期各期，鞋服用品行业前五大客户合作情况如下：

序号	客户名称	下游客户或终端品牌商	合作方式	合作历史	进入终端客户供应链是否需要认证或者其他协议安排	是否存在由终端客户指定直接客户与发行人合作的情形
1	宏达高科控股股份有限公司	/	客户提供产品技术需求，欣战江自主生产后，由客户检验产品质量合格后进行量产	2011 年开始合作	否	否
2	昆山金弘针织有限公司	远纺织染、川杨（中国台湾）等		2018 年开始合作	否	否
3	GLOBAL SOURCING ASSOCIATES.IN	美国 CK 等		2015 年开始合作	否	否
4	吴江市晨龙新升纺织品有限公司	帝人商社、浙江东进等		2022 年开始合作	否	否
5	常州国兴新材料有限公司	浙江中小型面料厂		2023 年开始合作	否	否
6	华懋（厦门）特种材料有限公司	/		2018 年开始合作	否	否
7	东丽合成纤维（南通）有限公司	优衣库、安踏、亚瑟士、始祖鸟、Lululemon 等		2017 年开始合作	否	否
8	上海豫立纺织有限公司	上海周边中小型面料厂		2021 年开始合作	否	否

注：宏达高科控股股份有限公司下游同时存在汽车行业及服装行业，宏达高科不提供下游服装品牌；华懋（厦门）特种材料有限公司出于保密要求不提供下游客户信息。

报告期内，鞋服用品行业下游客户提出产品技术需求，公司自主研发生产后，由客户检验产品质量合格后进行量产，进入终端客户供应链不需要认证或者其他协议安排，不存在由终端客户指定直接客户与发行人合作的情形。

（二）结合各应用领域供应链条的稳定性及主要影响因素、长期合作协议签订情况、在手订单情况，说明发行人与下游客户合作的稳定性和可持续性

1、各应用领域供应链条的稳定性及主要影响因素

报告期内，公司各应用领域销售收入占比情况具体如下：

单位：万元

项目	2025 年 1 月-6 月		2024 年		2023 年		2022 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
汽车内饰	9,774.92	59.67%	19,747.86	53.81%	18,198.09	61.04%	15,906.85	55.17%
户外用品	3,113.55	19.01%	7,755.85	21.13%	4,012.58	13.46%	3,479.34	12.07%
鞋服用品	1,765.91	10.78%	5,706.13	15.55%	2,795.03	9.38%	5,379.98	18.66%
其他	1,726.20	10.54%	3,490.30	9.51%	4,806.81	16.12%	4,068.77	14.11%
合计	16,380.57	100.00%	36,700.14	100.00%	29,812.51	100.00%	28,834.95	100.00%

报告期内，公司下游行业中汽车内饰行业占比较高，户外用品及鞋服用品占比次之，汽车内饰行业具有供应链深度绑定、技术协同性强、需求稳定性高等特点；高端户外用品面料和鞋服面料对定制化、个性化产品存在一定需求，公司提供色泽丰富、功能多样的定制化产品，具备一定进入壁垒，公司在户外用品及鞋服用品供应链中具备一定的稳定性，具体分析如下：

（1）汽车内饰行业

汽车内饰的颜色和质感直接影响消费者感官，是除性能、功能和舒适程度之外影响消费者购车选择的重要因素。汽车内饰涉及颜色、材质、风格的搭配，主观性强、定制化程度高。汽车厂商通过不同内饰风格满足消费者多样化需求，汽车内饰的颜色、光泽、功能和质感等是整车厂开发至关重要的一环。因此汽车内饰选用的纤维材料需要准确符合颜色要求，以及相同车型持续生产过程中不同批次下的纤维材料颜色保持稳定。整车厂及各级供应商对纤维材料的开发效率、颜色稳定性、产品质量和一致性提出更高要求。

欣战江产品在高端应用领域具备较强的竞争优势，是国内少数几家能够提供汽车内饰领域差别化涤纶长丝的企业，产品应用于全球主流汽车品牌，涵盖丰田、大众、本田、福特、现代、起亚、宝马、奥迪、北美领军新能源汽车品牌、比亚迪、理想、吉利、小米等。欣战江产品根据中国化学纤维工业协会出具的证明，2021-2024 年，公司汽车内饰用原液着色涤纶长丝产品销量连续四年在国内市场排名中蝉联第一。

综上所述，汽车内饰行业具有供应链深度绑定、技术协同性强、需求稳定性高等特点，整车厂及各级供应商对纤维材料的开发效率、颜色稳定性、产品质量和一致性提出更高要求，公司是国内少数几家能够提供汽车内饰领域差别化涤纶

长丝的企业，具备较强的供应链稳定性。

（2）户外用品及鞋服用品行业

高端户外用品面料和鞋服面料对定制化、个性化产品存在一定需求，公司采用切片纺工艺路线，具有柔性化生产、灵活调整、可根据客户需求小批量多批次定制化生产的优点，为客户提供色泽丰富、功能多样的产品。

色彩方面，欣战江已积累超过 1 万种涤纶长丝配色方案；功能方面，欣战江可实现抗菌防霉、阻燃、抗静电、抗紫外、抗老化、防泼水、易去污、发热保暖、汗无痕、防透视、光变、夜光等功能；环保方面，原液着色技术省去染色工序，具有低用水量、低碳排放的特点，可满足下游企业对于节能环保的需求。

耐候性方面，公司已建立以无机颜料为主的色彩方案体系。公司母粒配色以稳定性更强的无机颜料为主体，同时复配少量有机颜料、染料，依托自主开发着色及分散技术等核心技术，解决无机颜料易团聚的问题，提高颜料粒子分散稳定性，使母粒满足高耐候性的同时，具备较高的可纺性。公司高耐候产品按照 AATCC16.3 标准，在特定的氙弧灯光源下以及特定的温度、湿度条件下，经 2,000 小时的加速老化测试，其耐光色牢度参考 AATCC 变色灰卡评定仍可达 4-4.5 级（5 级最佳为无变色，1 级最差为明显褪色甚至脱色/发白）。

公司为高端户外用品面料和鞋服面料提供定制化、个性化的产品，为客户提供小批量、多批次的定制化开发和生产，具备一定进入壁垒，公司在户外用品及鞋服用品供应链中具备一定的稳定性。

2、长期合作协议签订情况

报告期内，公司与下游主要客户签订长期合作协议，正在履行的长期合作协议具体情况如下：

序号	合同名称	客户名称	关联关系	合同标的	合同金额（万元）	履行期限	履行情况
1	购买合同	上海西东纺织装饰有限公司	否	差别化涤纶长丝等	框架协议	2025 年 1 月 1 日-2025 年 12 月 31 日。如合同到期前 1 个月，任何一方均不提出终止，则合同期限自动延长一年，今后的期限延长依此类推	正在履行
2	零件交易	艾文德纺织（江苏）有	否	零件（即差别化涤	框架协议	有效期限为合同签订之日起 1 年时间。但，距期满	正在履行

序号	合同名称	客户名称	关联关系	合同标的	合同金额(万元)	履行期限	履行情况
	基本合同	限公司		纶长丝)		2个月前, 甲乙的任何一方未有书面提出终止或变更表示, 则本合同将延续一年, 以此类推。	
3	零件交易基本合同	川岛织物(上海)有限公司	否	差别化涤纶长丝等	框架协议	有效期自合同签订之日起1年时间。但距期满2个月前, 甲乙的任何一方未有出面提出终止或变更表示, 则合同将延续一年, 依此类推	正在履行
4	DBS 供应商合同	杜倍汽车技术(上海)有限公司	否	差别化涤纶长丝等	框架协议	无固定期限, 任何一方可通过挂号信的方式终止本供应商合同, 需提前至少6个月通知期	正在履行
5	DBT 供应商合同	杜倍题桥纺织(江苏)有限公司	否	差别化涤纶长丝等	框架协议	无固定期限, 任何一方可通过挂号信的方式终止本供应商合同, 需提前至少6个月通知期	正在履行
6	采购合同	森织汽车内饰(武汉)有限公司	否	差别化涤纶长丝、纤维母粒等	框架协议	2022年11月1日-2023年12月31日, 过有效期如未签订新的合同, 需方仍然下订单且供方接受的, 视为原合同自动顺延	正在履行
7	销售框架协议	昆山金弘针织有限公司	否	差别化涤纶长丝等	框架协议	2024年1月1日-2025年12月31日, 协议期满前, 双方可以协商续延协议期限	正在履行
8	零件交易基本合同	浙江华光汽车内饰股份有限公司	否	差别化涤纶长丝等	框架协议	有效期自合同签订之日起1年, 距期满2个月前, 甲乙的任何一方未有任何意思表示, 则有效期自动延长一年, 之后依此类推	正在履行
9	销售合同	常州旷达纺织科技发展有限公司	否	差别化涤纶长丝等	框架协议	2023年1月1日-2023年12月31日(无异议自动延长一年, 最长不超过3年)	正在履行
10	销售合同	昶力管业(常州)有限公司	否	差别化涤纶长丝等	框架协议	从2024年9月18日开始生效, 到停止合作终止	正在履行
11	销售合同	宏达高科控股股份有限公司	否	差别化涤纶长丝等	框架协议	自2022年11月8日开始生效, 有效期2年, 双方无异议, 协议有效期自动顺延一年, 依此类推	正在履行
12	销售合同	可隆科技特(张家港)特种纺织品有限公司	否	差别化涤纶长丝等	框架协议	有效期2023年1月1日-2023年12月31日, 无异议自动顺延一年, 依此类推	正在履行
13	销售	李尔汽车内	否	差别化涤	框架协议	自2018年12月1日起开	正在履行

序号	合同名称	客户名称	关联关系	合同标的	合同金额(万元)	履行期限	履行情况
	合同	饰材料(扬州)有限公司		纶长丝等		始生效	
14	销售合同	贸联电子(常州)有限公司	否	差别化涤纶长丝等	框架协议	从2021年4月16日开始生效,有效期一年,无异议自动顺延一年,此后亦同	正在履行
15	销售合同	穆勒纺织品(天津)有限公司	否	差别化涤纶长丝等	框架协议	从2022年5月6日开始生效,期限到双方协议终止合作	正在履行
16	销售合同	穆勒科技材料(安徽)有限公司	否	差别化涤纶长丝等	框架协议	期限到双方协议终止合作	正在履行
17	销售合同	南通和光纤维有限公司	否	差别化涤纶长丝等	框架协议	有效期2024年11月20日-2025年12月20日,本合同终止后,如双方无异议,合同可自动延续,持续有效。	正在履行
18	销售合同	如东神光化纤有限公司	否	差别化涤纶长丝等	框架协议	有效期2024年11月20日-2025年12月20日,本合同终止后,如双方无异议,合同可自动延续,持续有效。	正在履行
19	销售合同	世联美仕生活用品(上海)有限公司	否	差别化涤纶长丝等	框架协议	自2023年2月1日开始生效,有效期一年,未提异议自动延长一年,此后亦同	正在履行
20	销售合同	世联汽车内饰(河北)有限公司	否	差别化涤纶长丝等	框架协议	自2023年2月1日开始生效,有效期一年,未提异议自动延长一年,此后亦同,两年未有交易,自动失效	正在履行
21	销售合同	世联汽车内饰(苏州)有限公司	否	差别化涤纶长丝等	框架协议	自2023年1月1日开始生效,有效期1年,无异议自动顺延,此后亦同,若两年未交易,合同自动失效	正在履行
22	销售合同	苏州一井新型织物有限公司	否	差别化涤纶长丝等	框架协议	有效期2025年1月1日-2026年1月1日,本合同可一直顺延	正在履行

由上表可知,公司与上述主要客户签订了长期合作协议,建立了长期稳定合作关系。

3、在手订单情况

报告期内,公司下游汽车内饰行业客户占比较大,汽车产业链中主机厂在生

产效率、产品质量和库存周转等方面设定了严格的标准，公司作为主机厂三级/四级供应商，客户订单呈现订单频次高、单笔金额小、交付时限短的特点，因此公司储备的安全库存可保障下游客户部分订单及时迅速交付，其余部分需生产制造后交付，形成在手订单，公司生产制造周期约为 15-30 日，因此导致公司在手订单金额相对较小。

截至 2025 年 12 月末，公司在手订单 2,615.60 万元，较 2024 年末增长 35.99%，随着公司产能不断增加，业务承接能力增长，公司在手订单逐步提升，对公司收入持续增长具有积极影响。

综上所述，公司在汽车内饰、户外用品及鞋服用品行业具备一定的市场地位，其中汽车内饰供应链条对供应稳定性具有较高的要求，公司与主要客户签订长期合作协议，在手订单情况良好，公司具备与下游客户合作的稳定性和可持续性。

四、说明常州国兴注册地址与发行人相近且主要销售发行人产品的原因，实质是否为发行人外设的销售公司；说明常州博朗注销的原因，发行人其他主要客户是否存在注册资本或实缴资本较低、员工人数较少、已注销、成立时间短等情况；结合客户经营规模、合作的下游客户情况等，说明发行人与前述客户交易的合理性，前述客户主要股东、经营人员等与发行人及其关联方是否存在关联关系或其他业务往来

（一）说明常州国兴注册地址与发行人相近且主要销售发行人产品的原因，实质是否为发行人外设的销售公司

常州国兴新材料有限公司（以下简称常州国兴）基本情况如下：

企业名称	常州国兴新材料有限公司
成立时间	2022-02-28
注册资本	500 万元
注册地址	常州市新北区魏村街道玉龙北路 558 号
法定代表人	朱应龙
股权结构	朱应龙持股 99%、朱倩持股 1%
营业范围	一般项目：新材料技术研发；产业用纺织制成品生产；合成纤维制造；家用纺织制成品制造；针纺织品及原料销售；日用杂品销售；石棉制品销售；合成纤维销售；产业用纺织制成品销售；金属材料销售；塑料制品销售；热力生产和供应；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；货物进出口；技术进出口；进出口代理（除依法须经批准的项目外，许可

企业名称	常州国兴新材料有限公司
	目外，凭营业执照依法自主开展经营活动)

根据常州国兴出具的说明，常州国兴实际控制人从事化学纤维销售超过 15 年，具备丰富的行业理解，在长期市场开拓过程中，发现部分下游面料企业对小批量高端定制纱线的需求，由于单一客户需求量较小，难以达到纱线厂商的开发订货量，因此常州国兴通过整合多家企业需求，向欣战江提出产品开发需求，向欣战江购买定制纱线后向下游客户进行分销，为便于跟进产品开发情况，常州国兴注册地址及办公地址距离欣战江较近，具有合理性。

报告期内，公司与常州国兴销售产品金额、毛利率具体如下：

单位：万元、吨

年度	主要产品	金额	销售量	毛利率	占营业收入比例	前五大贸易商毛利率
2025 年 1 月-6 月	DTY	233.22	91.91	27.87%	1.42%	21.67%
2024 年度	DTY	446.39	173.94	19.76%	1.21%	18.87%
2023 年度	DTY	365.14	137.13	22.92%	1.22%	20.23%
2022 年度	DTY	221.02	82.28	35.22%	0.76%	29.68%

报告期内，公司向常州国兴销售金额分别为 221.02 万元、365.14 万元、446.39 万元和 233.22 万元，占营业收入的比例较小，毛利率与前五大贸易商毛利率基本一致。发行人与常州国兴不存在关联关系，常州国兴及其实际控制人与公司及公司关联方不存在除货款以外的资金往来，常州国兴不是发行人外设的销售公司。

（二）说明常州博朗注销的原因，发行人其他主要客户是否存在注册资本或实缴资本较低、员工人数较少、已注销、成立时间短等情况

1、说明常州博朗注销的原因

常州博朗凯德织物有限公司及其关联方包含：常州博朗凯德织物有限公司、安徽博朗凯德织物有限公司和常州纤海新材料有限公司，其中常州博朗凯德织物有限公司因业务主体变更至常州纤海新材料有限公司，2025 年 7 月常州博朗注册资本由 258 万元减少至 8 万元，并已于 2025 年 10 月注销，常州纤海新材料有限公司及安徽博朗凯德织物有限公司继续向公司采购。

2、发行人其他主要客户是否存在注册资本或实缴资本较低、员工人数较少、已注销、成立时间短等情况。

报告期各期，前二十大客户注册资本、实缴资本、员工人数等基本信息具体如下：

单位：万元

序号	客户名称	成立时间	注册资本	实缴资本	员工人数	存续/注销
1	上海西东纺织装饰有限公司及其关联方	1995/5/18	1,800	1,800	80	存续
2	宏达高科控股股份有限公司	1997/7/24	17,676	17,676	398	存续
3	青岛福基纺织有限公司	1990/8/23	748 万美元	748 万美元	224	存续
4	艾文德纺织（上海）有限公司及其关联方	2002/3/11	19,839	19,839	72	存续
5	森织汽车内饰（武汉）有限公司及其关联方	2013/1/30	11,690	11,690	529	存续
6	杜倍题桥纺织（江苏）有限公司及其关联方	2019/9/29	7,823	7,643	89	存续
7	浙江华光汽车内饰股份有限公司	1982/4/10	2,980	2,980	358	存续
8	上海新纺联汽车内饰有限公司	2003/7/10	10,900	10,900	187	存续
9	金华市华尔汽车饰件有限公司	2009/12/21	5,000	5,000	377	存续
10	昆山金弘针织有限公司	2003/4/12	1,200	1,200	27	存续
11	KAWABO TEXTURED CO.,LTD（河总业株式会社）及其关联方	1966/5	/	/	103	存续
12	常熟涤纶有限公司	1984/4/1	12,737	12,737	436	存续
13	GLOBAL SOURCING ASSOCIATES.IN	2004/10/4	/	/	5	存续
14	可隆科技特（张家港）特种纺织品有限公司	2004/6/22	2,909 万美元	2,909 万美元	237	存续
15	常州博朗凯德织物有限公司	2005/5/24	8	-	65	注销
16	穆勒纺织品（天津）有限公司及其关联方	2014/10/30	160 万欧元	-	106	存续
17	吴江市晨龙新升纺织品有限公司	1998/6/18	3,594	3,594	94	存续
18	宁波依兰布艺有限公司	2003/8/11	930	930	285	存续
19	世联美仕生活用品（上海）有限公司及其关联方	2011/4/15	200 万美元	200 万美元	30	存续
20	IL JEONG INDUSTRIAL CO.,LTD	2002/8/20	1,000 万美元	1,000 万美元	96	存续
21	东丽合成纤维（南通）有限公司及其关联方	1995/5/4	189,423	-	603	存续
22	常州国兴新材料有限公司	2022/2/28	500	-	3	存续

序号	客户名称	成立时间	注册资本	实缴资本	员工人数	存续/注销
23	桐乡市润扬纺织科技有限公司	2008/6/18	500	500	23	存续
24	南通和光纤维有限公司及其关联方	2010/7/19	12500 万日元	12500 万日元	30	存续
25	李尔汽车内饰材料（扬州）有限公司	2016/11/9	1,500 万美元	514.44 万美元	1,353	存续
26	常州市旷达针纺织品有限公司及其关联方	2016/1/25	20,000	20,000	322	存续
27	绍兴东意纺织科技有限公司	2020/10/14	100	50	3	存续
28	浙江卓涛纺织科技有限公司	2019/7/1	2,000	2,000	221	存续
29	山东星宇手套有限公司	2005/4/14	29,800	28,800	2,305	存续

由上表可知，公司主要客户中：（1）常州博朗存在注册资本及实缴资本较低的情况，已于 2025 年 10 月注销；（2）常州国兴新材料有限公司（以下简称常州国兴）存在实缴资本较低、员工人员较少、成立时间短的情况；（3）绍兴东意纺织科技有限公司（以下简称绍兴东意）存在实缴资本较低、员工人员较少的情况；（4）GLOBAL SOURCING ASSOCIATES.IN 存在员工人员较少的情况；（5）东丽合成纤维（南通）有限公司、穆勒纺织品（天津）有限公司注册资本尚未实缴，前述两家公司均为境外知名集团的境内子公司，注册资本尚未实缴预计不会对其生产经营产生不利影响。

常州博朗、常州国兴、绍兴东意和 GLOBAL SOURCING ASSOCIATES.IN 具体分析参见本问题“（三）结合客户经营规模、合作的下游客户情况等，说明发行人与前述客户交易的合理性，前述客户主要股东、经营人员等与发行人及其关联方是否存在关联关系或其他业务往来”的回复。

除上述客户外，公司主要客户不存在注册资本或实缴资本较低、员工人数较少、已注销、成立时间短等情况。

（三）结合客户经营规模、合作的下游客户情况等，说明发行人与前述客户交易的合理性，前述客户主要股东、经营人员等与发行人及其关联方是否存在关联关系或其他业务往来

1、常州博朗

常州博朗由于业务主体变更，2025 年 7 月注册资本由 258 万元减少至 8 万元，已于 2025 年 10 月注销。由其关联方常州纤海新材料有限公司、安徽博朗凯

德织物有限公司继续向公司采购 DTY 用于生产，基本情况如下：

(1) 安徽博朗凯德织物有限公司

企业名称	安徽博朗凯德织物有限公司
成立时间	2012-07-31
注册资本	500 万元
注册地址	安徽省宣城市郎溪县梅渚镇工业园
法定代表人	杨大明
股权结构	常州道丰管理咨询有限公司持股 79.60%、杨大学持股 20.40%
营业范围	车用织物、纺织品的生产；儿童安全座椅、推车、提篮及与之配套的附件产品的设计开发、生产及销售；座椅布套及缝纫加工；塑料制品、车用人革生产及人革复合加工；纺织原材料、纺织品复合整理加工及配套产品的加工生产；化纤织物染整精加工。（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）

(2) 常州纤海新材料有限公司

企业名称	常州纤海新材料有限公司
成立时间	2025-03-04
注册资本	1000 万元
注册地址	武进国家高新技术产业开发区常武南路 588 号天安数码城首期 A 幢（天安创新广场）807 室
法定代表人	杨彩霞
股权结构	常州道丰管理咨询有限公司持股 99%、杨彩霞持股 1%
营业范围	一般项目：新材料技术研发；新材料技术推广服务；合成材料销售；新型催化材料及助剂销售；专用化学产品销售（不含危险化学品）；针纺织品及原料销售；针纺织品销售；纺织、服装及家庭用品批发；劳动保护用品销售；纺织专用设备销售；纺织专用测试仪器销售；产业用纺织制成品销售；纸制品销售；橡胶制品销售；化工产品销售（不含许可类化工产品）；互联网销售（除销售需要许可的商品）；包装专用设备销售；塑料制品销售；棉、麻销售；合成纤维销售；金属材料销售；办公设备销售；日用木制品销售；服装辅料销售；个人卫生用品销售；销售代理；母婴用品销售；日用杂品销售；机械设备销售；机械零件、零部件销售；电子元器件批发；电子产品销售；模具销售；五金产品批发；建筑材料销售；海绵制品销售；产业用纺织制成品生产；面料纺织加工；面料印染加工（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）

安徽博朗主要从事车用织物、纺织品的生产；常州纤海主要从事新材料技术研发。自常州博朗注销后，由常州纤海及安徽博朗继续与公司合作，具有合理性。公司及公司关联方与常州博朗、安徽博朗、常州纤海的主要股东、经营人员等不存在关联关系和其他业务往来。

2、常州国兴

常州国兴新材料有限公司（以下简称常州国兴）基本情况如下：

企业名称	常州国兴新材料有限公司
成立时间	2022-02-28
注册资本	500 万元
注册地址	常州市新北区魏村街道玉龙北路 558 号
法定代表人	朱应龙
股权结构	朱应龙持股 99%、朱倩持股 1%
营业范围	一般项目：新材料技术研发；产业用纺织制成品生产；合成纤维制造；家用纺织制成品制造；针纺织品及原料销售；日用杂品销售；石棉制品销售；合成纤维销售；产业用纺织制成品销售；金属材料销售；塑料制品销售；热力生产和供应；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；货物进出口；技术进出口；进出口代理（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）

常州国兴实际控制人通过自身渠道获取下游订单后，遂开始创业，成立贸易公司，向欣战江进行采购，因此新公司成立后与欣战江展开合作，贸易公司对资金及人员需求较小，因此存在实缴资本较低、员工人员较少的情况，具有合理性。公司及公司关联方与常州国兴的主要股东、经营人员等不存在关联关系和其他业务往来。

3、绍兴东意

绍兴东意纺织科技有限公司（以下简称绍兴东意）基本情况如下：

企业名称	绍兴东意纺织科技有限公司
成立时间	2020-10-14
注册资本	100 万元
注册地址	浙江省绍兴市柯桥区钱清街道清风村
法定代表人	吕建堂
股权结构	吕建堂持股 100%
营业范围	一般项目：技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；针纺织品及原料销售；服装服饰批发；鞋帽批发；化工产品销售（不含许可类化工产品）（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：货物进出口（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准）。

报告期内，绍兴东意纺织科技有限公司 2020 年成立即成为客户，主要系其采购公司差别化涤纶长丝后，经绍兴尊峰纺织品有限公司（以下简称绍兴尊峰），

加工为布料销售至森织汽车内饰（武汉）有限公司（以下简称森织汽车）。

森织汽车系公司报告期内主要客户之一。森织汽车自 2011 年起与公司建立业务合作关系，主要向公司采购差别化涤纶长丝。根据森织汽车出具的《说明》，考虑产能排产和成本等因素，森织汽车除采购差别化涤纶长丝外，同时向供应商直接采购面料用于后续生产。对于部分型号产品，森织汽车指定其面料供应商使用欣战江定制化色纱作为原材料。在此背景下，绍兴东意向欣战江采购差别化涤纶长丝，经加工为面料后，最终销售至森织汽车，具有合理性。

公司及公司关联方与绍兴东意的主要股东、经营人员等不存在关联关系和其他业务往来。

4、GLOBAL SOURCING ASSOCIATES.IN

GLOBAL SOURCING ASSOCIATES.IN 系 2004 年成立于美国纽约，长期从事于纺织品行业，具备稳定的业务渠道，致力于在全球范围内寻找优质供应商，通过贸易方式向下游客户提供长期稳定的高品质产品，在美国市场同品类产品中市场份额排名前列。由于贸易模式对人员数量需求不高，因此人员较少，具有合理性。

公司及公司关联方与 GLOBAL SOURCING ASSOCIATES.IN 的主要股东、经营人员等不存在关联关系和其他业务往来。

综上所述，公司与上述客户交易具有合理性，上述客户主要股东、经营人员等与公司及其关联方不存在关联关系或其他业务往来。

五、说明 GLOBAL SOURCING ASSOCIATES.IN 期后收入和毛利率的变动情况，结合境外收入同比变动情况等，说明发行人对北美等境外市场开拓是否符合预期，以及对发行人未来经营战略的影响

（一）GLOBAL SOURCING ASSOCIATES.IN 期后收入和毛利率的变动情况

GLOBAL SOURCING ASSOCIATES 终端客户主要位于美国，近期美国贸易政策存在一定变动。2025 年第三季度，公司与其交易额仅为 0.12 万元，毛利率 -1.26%，受贸易政策影响较大。

报告期内，公司向 GLOBAL SOURCING ASSOCIATES 销售金额分别为 438.05 万元、403.01 万元、698.39 万元和 198.76 万元，占公司营业收入的比例为 1.51%、1.34%、1.89% 和 1.21%，占比较小。因此，公司向其销售额下降预计不会对公司经营业绩产生重大不利影响。

（二）结合境外收入同比变动情况等，说明发行人对北美等境外市场开拓是否符合预期，以及对发行人未来经营战略的影响

报告期内，公司主营业务收入分境内外及同比变动情况具体如下：

单位：万元

项目	2025 年 1 月—6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度
	金额	同比变动	金额	同比变动	金额	同比变动	金额
境内	14,925.34	-2.48%	33,238.36	22.68%	27,093.74	2.51%	26,430.84
境外	1,455.24	-19.16%	3,461.79	27.33%	2,718.77	13.09%	2,404.11
合计	16,380.57	-4.23%	36,700.14	23.10%	29,812.51	3.39%	28,834.95

由上表所示，公司境外收入分别为 2,404.11 万元、2,718.77 万元、3,461.79 万元和 1,455.24 万元，占主营业务收入比例分别为 8.34%、9.12%、9.43% 和 8.88%。2022 年至 2024 年度公司境外销售收入持续增长，2025 年 1-6 月受全球经济贸易政策影响，境外销售收入有所下降。

长期以来，美国作为全球最大消费市场，在汽车、户外装备、家具、鞋服等产品的消费中占据重要地位。公司始终重视北美市场，报告期内北美销售金额分别为 438.05 万元、403.01 万元、698.39 万元和 198.76 万元，占公司营业收入的比例为 1.51%、1.34%、1.89% 和 1.21%。

报告期初受限于公司产能不足，公司产品优先满足境内长期稳定客户，随着公司新厂房投产，产能不断增加，公司积极开拓海外市场，2024 年度境外收入 3,461.79 万元，较上年同期增长 27.33%，境外收入增速高于境内收入增速，境外开拓取得了一定成效。2025 年 1-6 月受全球经济贸易政策影响，境外销售收入较上年同期下降 19.16%。

2025 年下半年起，公司将未来境外市场开拓方向逐步转向欧洲市场，积极参与欧洲市场调研，通过实地拜访客户、行业展会等形式，已获得多家欧洲客户的产品开发需求，公司凭借丰富的产品开发经验，以及产品在高耐候、零色差、

低摩擦等方面的技术优势，逐步扩展在欧洲市场的收入。

六、进一步说明 2025 年 1-6 月营业收入同比下滑的具体原因，结合发行人报告期及期后新增订单规模、价格同比变动情况、贸易政策对主要客户采购需求的具体影响、全年业绩情况等，说明发行人是否存在业绩下滑风险，并视情况完善相关风险揭示

（一）进一步说明 2025 年 1-6 月营业收入同比下滑的具体原因

2025 年 1-6 月营业收入同比下滑，主要系受全球经济贸易政策影响，自 2025 年 4 月贸易政策变动加剧，公司 2025 年第二季度销售收入受到明显影响，具体情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1 月—6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度
	金额	同比变动	金额	同比变动	金额	同比变动	金额
第一季度	8,299.80	18.07%	7,029.81	42.76%	4,924.15	-12.36%	5,618.84
第二季度	8,080.77	-19.79%	10,074.71	45.87%	6,906.61	-6.72%	7,404.36
第三季度	-	-	9,534.04	16.84%	8,160.00	-0.31%	8,185.32
第四季度	-	-	10,061.58	2.44%	9,821.75	28.79%	7,626.43
合计	16,380.57	-4.23%	36,700.14	23.10%	29,812.51	3.39%	28,834.95

自 2023 年公司新厂房转固以来，新厂房产能逐步释放，新厂房产能提升带来的业务规模增长，2023 年第四季度起收入整体呈现高速增长趋势，直至 2025 年第一季度，销售收入较上年同期仍保持增长 18.07%，自 2025 年 4 月起全球经济贸易政策变动加剧，公司下游客户面对市场不确定性，减少对公司的采购需求，2025 年第二季度销售收入较上年同期下降 19.79%，具体客户采购情况变动参见本问题“二/（二）说明报告期内部分主要客户销售额变动较大的具体原因，结合最近一期销售额同比变动情况及影响因素等，说明发行人是否存在被竞争对手取代或抢占市场份额的情况”的回复。

随着全球经济贸易政策变动趋于缓和，公司 2025 年下半年收入 20,844.80 万元（经审阅），较 2024 年下半年增长 6.37%，业绩情况有所回升。

（二）发行人报告期及期后新增订单规模、价格同比变动情况、贸易政策对主要客户采购需求的具体影响、全年业绩情况等，说明发行人是否存在业绩下滑风险，并视情况完善相关风险揭示

1、报告期及期后新增订单规模

报告期各期末，公司在手订单及同比变动情况具体如下：

单位：万元

项目	2025 年 6 月末	变动率	2024 年末	变动率	2023 年末	变动率	2022 年末
期末在手订单金额	2,917.85	51.70%	1,923.40	9.89%	1,750.37	283.19%	456.79

截至 2025 年 12 月末，公司在手订单 2,615.60 万元，较 2024 年末增长 35.99%，2025 年下半年收入 20,844.80 万元（经审阅），较 2024 年下半年增长 6.37%，为公司全年业绩带来积极影响。

2、价格同比变动情况

报告期及期后公司主营业务收入、销量、价格及毛利率变动情况具体如下：

单位：万元、万元/吨

项目	金额	销量	平均单价	毛利率
2022 年度	28,834.95	13,591.84	2.12	35.35%
2023 年度	29,812.51	14,061.22	2.12	31.84%
2024 年度	36,700.14	17,644.65	2.08	31.31%
2025 年 1-6 月	16,380.57	7,837.04	2.09	34.52%
2025 年 7-12 月 （经审阅）	20,844.80	10,113.64	2.06	37.91%

由上表可知，公司 2025 年下半年实现收入 20,844.80 万元（经审阅），销售单价 2.06 万元/吨，毛利率 37.91%，报告期后公司经营业绩良好，受贸易政策波动影响逐步收窄，为公司全年业绩奠定基础。

3、贸易政策对主要客户采购需求的具体影响

公司主要客户的下游客户或终端品牌商情况参见本问题“三/（一）区分下游主要应用领域说明发行人所处产业链的位置，与直接客户、终端客户（或品牌商，下同）的合作方式、合作历史，进入终端客户供应链是否需要认证或者其他协议安排，是否存在由终端客户指定直接客户与发行人合作的情形”的回复。

公司部分主要客户终端位于境外，受贸易政策变动存在一定影响，下游客户面对市场不确定性，减少对公司的采购需求。2025 年 4 月贸易政策波动加剧，2025 年 4 月公司新增订单金额 2,025.45 万元，较 2025 年 3 月下降 24.66%，随着贸易政策逐步缓和，公司新增订单逐步回暖，2025 年下半年收入 20,844.80 万元（经审阅），较 2024 年下半年增长 6.37%，截至 2025 年 12 月末，公司在手订单 2,615.60 万元，贸易政策变动对公司业务影响逐步减小。

4、全年业绩情况

公司专注于差别化涤纶长丝和纤维母粒的研发、生产和销售，为下游客户提供定制化、个性化的产品。报告期前期受限于产能不足，自 2023 年公司新厂房转固以来，产能逐步释放，自 2023 年第四季度起业务规模稳定持续增长，至 2025 年第一季度仍保持同比增长 18.07%，自 2025 年 4 月起全球经济贸易政策变动加剧，公司下游客户面对市场不确定性，减少对公司的采购需求，因此导致公司 2025 年第二季度销售收入同比出现下降。随着全球经济贸易政策变动趋于缓和，公司 2025 年营业收入为 37,225.37 万元（经审阅），较上年同期增加 0.82%，归属于母公司股东的净利润为 7,515.76 万元，较上年同期增长 10.48%，全年业绩情况良好。

5、发行人是否存在业绩下滑风险，并视情况完善相关风险揭示

公司已在《招股说明书》中“重大事项提示”“第三节 风险因素”中对相关经营业绩下滑的风险内容披露。具体如下：

“报告期内，公司营业收入分别为 28,941.27 万元、29,986.64 万元、36,923.36 万元和 16,461.65 万元，扣除非经常性损益后净利润分别为 6,275.29 万元、5,404.27 万元、6,589.98 万元和 2,907.58 万元，2022 年至 2024 年公司收入整体增长，2023 年扣除非经常性损益后净利润有所下降主要系公司启用新厂房，折旧增加所致。未来若公司下游市场需求减弱，出现公司产品竞争加剧或者公司产能利用率不足等情况，公司未来业绩存在下滑的风险。”

若全球经济贸易政策波动往复或竞争加剧，可能对全球或某些国家的宏观经济和公司下游市场需求带来不利影响，可能导致公司产品销售收入下滑，发行人未来可能存在经营业绩下滑的风险。”

七、请保荐机构、申报会计师核查上述事项并发表明确意见，并：（1）说明对境内外客户函证、走访、细节测试等核查程序的样本选取标准，回函不符或未回函金额较大的具体情况，是否存在异常；说明境外客户回函较低的原因及相关替代测试的有效性；结合前述问题说明相关核查程序能否支撑发行人收入确认真实、准确性的结论。（2）结合对不同应用领域供应链条的核查范围、方式和依据等，对发行人终端客户的销售真实性发表明确意见。（3）就发行人经营业绩的可持续性，是否存在期后业绩下滑风险发表明确意见

（一）核查上述事项并发表明确意见

1、核查程序

针对上述事项，保荐机构、申报会计师执行的核查程序如下：

（1）查阅行业报告、行业新闻，收集并整理差别化涤纶长丝市场规模等相关信息；分析汽车内饰、户外用品、鞋服用品等下游应用领域的细分市场规模情况；查阅行业研报及上市公司公开披露信息，了解涤纶纤维制造行业市场整体情况、技术水平及发展方向；

（2）查阅发行人报告期内销售明细台账，核查报告期各期主要客户销售金额变动情况，分析变化原因及合理性；获取销售合同、在手订单明细表，评估发行人与下游客户合作的稳定性和可持续性；

（3）访谈主要客户，了解其经营业绩情况、合作模式、原材料采购、与公司的合作背景、业务变动原因情况等内容；同时了解贸易政策对主要客户采购需求的具体影响，进一步分析全年业绩情况；

（4）通过企查查等公开渠道查询主要客户的基本信息，了解其成立时间、注册资本、注册地址、主营业务、主要股东、主要管理人员等情况，关注客户是否与发行人存在关联关系及其他关系；

（5）查阅发行人销售明细台账，分析 GLOBAL SOURCING ASSOCIATES.IN 期后收入和毛利率，核查报告期各期境外客户销售金额变动情况，分析北美等境外市场开拓情况；

（6）查阅发行人销售明细台账，分析 2025 年 1-6 月营业收入同比下滑的具

体原因，获取报告期及期后订单明细，分析产品价格变动情况。

2、核查结果及结论

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

（1）报告期内，发行人向主要客户销售额变动情况与下游行业景气度、客户经营业绩变动趋势一致；

（2）公司占主要客户的整体供货份额主要集中于 5%-10%，主要客户同时采购多种原材料，公司在同品类产品的供货份额占据较高份额，供货份额与发行人相关领域细分产品的市场占有率相匹配，公司整体不存在被竞争对手取代或抢占市场份额的情况；

（3）公司与下游客户合作方式主要为公司自主生产、客户检验的模式，进入主要终端客户供应链不需要认证或者其他协议安排，主要客户中不存在由终端客户指定直接客户与发行人合作的情形；发行人与下游客户合作良好，具有稳定性和可持续性；

（4）常州国兴与发行人不存在关联关系，不是发行人外设的销售公司；常州博朗注销主要系业务主体变更；发行人其他主要客户个别存在注册资本或实缴资本较低、员工人数较少、已注销、成立时间短等情况，具有合理性；主要客户的主要股东、经营人员等与发行人及其关联方不存在关联关系或其他业务往来；

（5）公司与 GLOBAL SOURCING ASSOCIATES.IN 交易具有合理性；

（6）2025 年 1-6 月营业收入同比下滑主要系全球经济贸易政策变动影响，随着全球经济贸易政策变动趋于缓和，发行人 2025 年第三季度实现销售收入回升，发行人全年不存在业绩大幅下滑的风险。

（二）说明对境内外客户函证、走访、细节测试等核查程序的样本选取标准，回函不符或未回函金额较大的具体情况，是否存在异常；说明境外客户回函较低的原因及相关替代测试的有效性；结合前述问题说明相关核查程序能否支撑发行人收入确认真实、准确性的结论

1、对境内外客户函证、走访、细节测试等核查程序的样本选取标准，回函不符或未回函金额较大的具体情况，是否存在异常

（1）境内外客户函证的样本选取标准及函证情况

按照应收账款余额、收入金额及占比等维度，采取重要性水平与随机抽样相结合的选择方法，对公司报告期各期的样本实施函证程序，具体选样标准及选样情况如下：①根据确定的实际执行的重要性水平选择函证对象，对销售额超过实际执行的重要性水平的客户全部函证，报告期内，实际执行的重要性水平分别为175.56万元、186.40万元、191.35万元和87.27万元。②对应收账款余额超过40万元的客户实施全部函证。③对未包括在上述函证样本中的客户，以满足“发函客户收入占收入总额比例不低于80%”的总体目标为前提，计算需通过随机抽样补充覆盖的收入比例，并据此估算所需的大致客户样本量后，使用随机数生成工具确定最终的随机抽样样本。随机抽样主要涉及以下客户：

2022及2023年：苏州一井新型织物有限公司、爱嘉纺织品（桐乡）有限公司、江阴市宇月针织有限公司、南通和光纤维有限公司等；

2024年：江阴市明盛塑业有限公司、常州旷达纺织科技发展有限公司、上海豫立纺织有限公司、杭州伊丝顿布艺有限公司等；

2025年1-6月：苏州之祺纺织科技有限公司、MULLER TEXTILES INC、吴江市晨龙新升纺织品有限公司、常州市安博管业有限公司等。

④确保报告期各期发函客户收入占收入总额比例不低于80%。样本已覆盖报告期各期全部前二十大客户

⑤报告期各期，函证具体情况如下：

单位：万元

项目	2025年1-6月	2024年	2023年	2022年
收入金额 A	16,461.65	36,923.36	29,986.64	28,941.27

项目	2025 年 1-6 月	2024 年	2023 年	2022 年
其中：内销	15,006.41	33,461.58	27,267.88	26,537.16
外销	1,455.24	3,461.79	2,718.77	2,404.11
发函金额 B	14,829.54	34,073.55	25,177.23	25,765.64
其中：内销	13,558.73	30,920.81	22,831.16	23,883.52
外销	1,270.81	3,152.73	2,346.07	1,882.12
发函比例 C=B/A	90.09%	92.28%	83.96%	89.03%
其中：内销	90.35%	92.41%	83.73%	90.00%
外销	87.33%	91.07%	86.29%	78.29%
回函金额 D	13,748.21	32,474.61	23,798.33	25,246.04
其中：内销	13,412.93	30,920.81	22,831.16	23,883.52
外销	335.28	1,553.79	967.18	1,362.52
回函相符金额 E（含回函不符但通过函证调节后相符情况）	13,748.21	32,474.61	23,798.33	25,246.04
其中：内销	13,412.93	30,920.81	22,831.16	23,883.52
外销	335.28	1,553.79	967.18	1,362.52
未回函金额 F	1,081.34	1,598.94	1,378.90	519.60
其中：内销	145.81	-	-	-
外销	935.53	1,598.94	1,378.90	519.60
回函相符金额比例 G=E/A（含回函不符但通过函证调节后相符情况）	83.52%	87.95%	79.36%	87.23%
内销回函相符金额占内销比例	89.38%	92.41%	83.73%	90.00%
外销回函相符金额占外销比例	23.04%	44.88%	35.57%	56.67%

针对回函不符的客户，保荐机构及申报会计师分析具体量化差异金额和差异原因。回函不符的主要原因为公司已发货，对方暂估入库未及时记账，经过差异调节后与公司记账相符，差异调节事项已取得客户签收单、报关单、提单等支持性单据，差异调节及替代性程序有效。

针对未回函的客户，保荐机构及申报会计师执行了替代测试程序进行确认，包括检查销售合同、出库单、物流运输单、签收单、发票、报关单、提单、银行回单等原始凭证及发行人记账凭证，检查发行人上述单据及期后回款情况。保荐机构及申报会计师执行的函证替代测试程序获取并检查的单据可以覆盖发行人销售及收款业务的整体流程，替代测试程序有效。

(2) 境内外客户走访情况

按照收入金额及占比、客户类型等维度，对公司主要客户执行走访程序。获取客户的营业执照复印件、受访人身份证明、客户与发行人的无关联关系声明等资料，对客户代表等执行访谈程序，了解其与公司的合作背景、合作模式、业务真实性、信用政策、结算方式、产品质量情况、是否存在纠纷以及关联关系等事项进行了逐项核实，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
收入金额 A	16,461.65	36,923.36	29,986.64	28,941.27
其中：内销	15,006.41	33,461.58	27,267.88	26,537.16
外销	1,455.24	3,461.79	2,718.77	2,404.11
走访客户金额 B	12,210.56	28,671.47	24,435.18	25,303.34
其中：内销	11,081.80	25,899.88	22,089.75	23,298.51
外销	1,128.76	2,771.59	2,345.43	2,004.82
走访客户金额比例 C=B/A	74.18%	77.65%	81.49%	87.43%
内销走访客户金额占 内销比例	73.85%	77.40%	81.01%	87.80%
外销走访客户金额占 外销比例	77.57%	80.06%	86.27%	83.39%

报告期各期，客户的走访比例分别为 87.43%、81.49%、77.65%和 74.18%，其中内销客户的走访比例分别为 87.80%、81.01%、77.40%和 73.85%，外销客户的走访比例分别为 83.39%、86.27%、80.06%和 77.57%。

(3) 境内外客户细节测试情况

①样本选取标准及选取情况

保荐机构及申报会计师执行细节测试程序时，报告期内所有客户以每笔记账凭证为样本全量纳入细节测试样本范围。针对收入细节测试的选取标准及选取情况如下：

A、报告期各期按当期收入确认明细金额从大到小排序，根据确定的实际执行的重要性水平选择细节测试对象，对销售额超过重要性水平的非合并关联方客户全部测试，对于剩余收入采用随机抽样的方式选取样本核查。确保报告期各期测试收入占收入总额比例不低于 50%。样本已覆盖报告期各期全部前二十大客户

B、除前述重要性选样标准，根据公司销售模式特征进行补充，确保覆盖各期重要新增客户、不同性质客户、各类型客户、各产品类型等维度；查阅发行人同行业的收入确认政策，并根据订单、合同、发货记录、对账明细及对账单、提单、销售发票、记账凭证以及银行回单等证据，核对单据是否一致，收入确认是否与公司政策和《企业会计准则》相符。综上所述，申报会计师对函证、走访和细节测试的样本选取标准已充分考虑客户类别、层级、数量、规模、区域分布、异常变动等具体特点。

②细节测试具体情况

保荐机构及申报会计师检查销售收入记账凭证及附件，包括但不限于：销售合同/订单、出库单、客户签收记录、物流单、出口报关单提单、销售发票及银行回款凭证/对账单，以验证交易真实性以及是否记录于正确的会计期间。上述细节测试对应的销售收入情况具体如下：

报告期各期，细节测试核查情况具体如下：

单位：万元				
项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
收入金额 A	16,461.65	36,923.36	29,986.64	28,941.27
其中：内销	15,006.41	33,461.58	27,267.88	26,537.16
外销	1,455.24	3,461.79	2,718.77	2,404.11
细节测试抽凭金额 B	11,306.02	22,812.55	17,032.43	18,234.84
其中：内销	10,582.89	21,423.81	15,930.88	17,263.19
外销	723.14	1,388.73	1,101.55	971.65
细节测试抽凭笔数 C	95.00	150.00	150.00	150.00
其中：内销	83.00	130.00	126.00	130.00
外销	12.00	20.00	24.00	20.00
核查比例 D=B/A	68.68%	61.78%	56.80%	63.01%
其中：内销	70.52%	64.03%	58.42%	65.05%
外销	49.69%	40.12%	40.52%	40.42%

保荐机构及申报会计师针对报告期内销售收入凭证，核查比例占营业收入 63.01%、56.80%、61.78%和 68.68%，其中内销核查比例占内销营业收入的比例为 65.05%、58.42%、64.03%和 70.52%，外销核查比例占外销营业收入的比例为 40.42%、40.52%、40.12%和 49.69%。

2、说明境外客户回函较低的原因及相关替代测试的有效性；结合前述问题说明相关核查程序能否支撑发行人收入确认真实、准确性的结论

报告期内，公司在境外销售的主要客户位于日本、韩国、美国、葡萄牙等国家及地区。发行人境外客户回函率较低以及未回函的主要原因如下：

（1）因商业文化习惯差异及基于财务数据保密性的考虑，回函意愿较低；

（2）部分未回函客户系境外跨国集团，经营规模大且财务核算流程复杂，函证内容核对涉及其内部跨部门沟通，且内部数据确认流程较为复杂，回函意愿较低。

报告期内，境外客户回函比例较低，保荐机构及申报会计师对未回函客户均进行替代测试，查验对应发货单、报关单、提单等凭证，确认发行人境外销售情况真实准确。

保荐机构及申报会计师针对外销替代核查具体内容如下：

（1）获取报告期内公司出口退税汇总申报表及出口退税明细账，测算并核查发行人销售收入与出口退税的匹配性；具体情况如下：

单位：万元

项目	序号	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
境外销售收入	A	1,455.24	3,461.79	2,718.77	2,404.11
海关出口退税数据	B	1,472.58	3,605.78	2,911.63	2,235.00
境外销售收入与海关数据差异	A-B	-17.34	-143.99	-192.86	169.11

注：海关出口数据来自中国电子口岸出口退税端；境外销售收入数据系根据财务本币收入与入账时的汇率折算而来。

公司境外销售收入与海关出口数据基本一致，存在差异的原因主要是：①公司 2022 年 12 月出口退税在次年 1 月进行申报；②境外销售收入数据系根据财务本币收入与入账时的汇率折算而来，折算的汇率与报关时点汇率有差异，导致外币列示的外销收入和海关数据有差异。

（2）获取报告期内公司结汇金额及汇兑损益，核查报告期内公司结汇金额与境外销售收入匹配情况；

报告期内，公司汇兑损益与境外销售收入情况具体如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
境外销售收入	1,455.24	3,461.79	2,718.77	2,404.11
汇兑损益	7.61	-38.87	13.10	-39.54
占比	0.52%	-1.12%	0.48%	-1.64%

报告期内，公司汇兑损益占境外销售比例较小，汇兑损益波动主要系美元汇率波动导致。

（3）获取公司的账面记录，抽取主要境外销售相关的销售合同（订单）、出口报关单、提单、销售发票、物流运输合同、银行收款凭证等进行匹配，核查所有单据之间的信息是否一致；

（4）获取报告期内公司销售费用明细表，分析境外销售费用与境外销售收入的匹配性；报告期内，公司境外销售费用主要系运保费，与外销规模具体情况如下：

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
运保费（万元）	43.74	126.73	54.97	355.46
外销收入（万元）	1,455.24	3,461.79	2,718.77	2,404.11
运保费占外销收入比例	3.01%	3.66%	2.02%	14.79%

2022 年度，公司运保费较大，主要系受全球卫生事件影响，海运费大幅上涨，导致 2022 年度运保费单价大幅提升，具有合理性。

（5）对主要境外客户实地走访

保荐机构及申报会计师选取主要境外客户进行实地走访，获取客户的营业执照复印件、受访人身份证明、客户与发行人的无关联关系声明等资料，并对客户代表等执行访谈程序，了解其与公司的合作背景、合作模式、业务真实性、信用政策、结算方式、产品质量情况等内容，报告期各期境外客户的走访比例分别为 83.39%、86.27%、80.06% 和 77.57%。

综上所述，保荐机构及申报会计师核查方式的覆盖范围可以支持替代测试的有效性，发行人境外销售情况真实准确。

(三) 结合对不同应用领域供应链条的核查范围、方式和依据等，对发行人终端客户的销售真实性发表明确意见

1、收入细节测试

检查销售收入记账凭证及附件，包括但不限于：销售合同/订单、出库单、客户签收记录、物流单、出口报关单提单、销售发票及银行回款凭证/对账单，以验证交易真实性以及是否记录于正确的会计期间。上述细节测试对应的销售收入情况具体如下：

单位：万元

项目	2025 年 1 月-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
细节测试凭证数量	95	150	150	150
其中：汽车内饰行业	62	100	108	107
户外用品行业	16	22	17	17
鞋服用品行业	12	22	17	19
细节测试核查金额	11,306.02	22,812.55	17,032.43	18,234.84
其中：汽车内饰行业	7,855.77	13,990.55	12,757.32	11,780.95
户外用品行业	2,042.29	4,999.19	1,928.92	1,733.72
鞋服用品行业	1,118.75	3,152.91	1,755.01	4,167.81
营业收入	16,461.65	36,923.36	29,986.64	28,941.27
其中：汽车内饰行业	9,774.92	19,747.86	18,198.09	15,906.85
户外用品行业	3,113.55	7,755.85	4,012.58	3,479.34
鞋服用品行业	1,765.91	5,706.13	2,795.03	5,379.98
核查比例	68.68%	61.78%	56.80%	63.01%
其中：汽车内饰行业	80.37%	70.85%	70.10%	74.06%
户外用品行业	65.59%	64.46%	48.07%	49.83%
鞋服用品行业	63.35%	55.25%	62.79%	77.47%

注：2023 年核查比例偏低，主要系当年收入较为零散，保荐机构及申报会计师已检查单笔 50 万元以上的收入凭证。

保荐机构及申报会计师针对报告期内销售收入凭证，各年分别检查 150 笔（2025 年 1-6 月检查 95 笔），核查收入占营业收入的比例为 63.01%、56.80%、61.78%和 68.68%，公司收入真实，收入确认的金额和时点准确。

2、收入穿行测试

检查销售收入相关的原始凭证及附件（销售合同及订单、信用审核记录、生

产指令单、出库审批单、出库单、签收单、发票、对账单、报关单、提单、银行回单等），测试销售收入确认的金额准确性、时间点恰当性，以及收入与各环节原始凭证之间的一致性，以此判断收入是否真实发生且符合确认条件。上述穿行测试对应的销售收入情况具体如下：

单位：万元

项目	2025 年 1 月-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
穿行测试凭证数量	20	35	35	35
其中：汽车内饰行业	11	19	21	25
户外用品行业	3	7	5	3
鞋服用品行业	3	6	5	5
穿行测试核查金额	3,876.14	8,946.29	6,252.90	7,055.97
其中：汽车内饰行业	2,205.83	4,071.09	4,083.64	3,846.96
户外用品行业	781.17	2,261.85	826.56	748.67
鞋服用品行业	541.99	1,173.06	664.73	1,628.50
营业收入	16,461.65	36,923.36	29,986.64	28,941.27
其中：汽车内饰行业	9,774.92	19,747.86	18,198.09	15,906.85
户外用品行业	3,113.55	7,755.85	4,012.58	3,479.34
鞋服用品行业	1,765.91	5,706.13	2,795.03	5,379.98
核查比例	23.55%	24.23%	20.81%	24.28%
其中：汽车内饰行业	22.57%	20.62%	22.44%	24.18%
户外用品行业	25.09%	29.16%	20.60%	21.52%
鞋服用品行业	30.69%	20.56%	23.78%	30.27%

保荐机构及申报会计师针对报告期内销售收入凭证，每年分别检查 35 笔（2025 年 1-6 月检查 20 笔），覆盖主要销售主体、主要产品、主要客户及境内外销售模式，核查收入占营业收入的比例为 24.28%、20.81%、24.23%和 23.55%，公司收入真实，收入确认的金额和时点准确。

3、走访主要客户

保荐机构及申报会计师走访主要客户，均为实地走访，具体情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1 月-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
收入总额：	16,461.65	36,923.36	29,986.64	28,941.27
其中：汽车内饰行业	9,774.92	19,747.86	18,198.09	15,906.85

项目	2025 年 1 月-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
户外用品行业	3,113.55	7,755.85	4,012.58	3,479.34
鞋服用品行业	1,765.91	5,706.13	2,795.03	5,379.98
走访金额:	12,210.56	28,671.47	24,435.18	25,303.34
其中: 汽车内饰行业	8,077.83	16,597.99	17,087.70	14,973.03
户外用品行业	2,576.75	6,699.15	3,352.26	2,979.79
鞋服用品行业	1,500.13	5,067.14	2,258.56	4,953.70
走访金额占比	74.18%	77.65%	81.49%	87.43%
其中: 汽车内饰行业	82.64%	84.05%	93.90%	94.13%
户外用品行业	82.76%	86.38%	83.54%	85.64%
鞋服用品行业	84.95%	88.80%	80.81%	92.08%

保荐机构及申报会计师选取主要客户进行实地走访,获取客户的营业执照复印件、受访人身份证明、客户与发行人的无关联关系声明等资料,并对客户代表等执行访谈程序,了解其与公司的合作背景、合作模式、业务真实性、信用政策、结算方式、产品质量情况等内容,报告期各期客户的走访比例分别为 87.43%、81.49%、77.65%和 74.18%。

4、销售物流运费核查

检查销售物流运费相关的原始凭证及附件(发票、对账单等),并与公司营业收入变动情况进行匹配性分析,测试对应的运费金额情况具体如下:

单位: 万元

项目	2025 年 1 月-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
运费核查金额	158.02	327.79	229.96	219.42
销售运费金额	192.08	437.63	354.98	336.33
核查比例	82.27%	74.90%	64.78%	65.24%
营业收入	16,461.65	36,923.36	29,986.64	28,941.27
运费/营业收入	1.17%	1.19%	1.18%	1.16%

保荐机构及申报会计师针对报告期内运费核查的金额占销售运费总额的比例为 65.24%、64.78%、74.90%和 82.27%,公司销售运费占营业收入的比例为 1.16%、1.18%、1.19%和 1.17%,基本保持稳定。

5、终端客户核查

(1) 生产商客户

获取报告期内发行人生产商收入数据，对主要生产商客户进行实地走访：

①走访生产商客户共计 42 家，了解主要生产商客户基本情况，主要客户生产销售情况，对发行人采购量变动原因及合理性，发行人产品的供货份额及最终使用情况，该部分核查比例如下：

单位：万元

项目	2025 年 1 月-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
核查金额	11,575.40	26,872.16	22,764.50	23,241.32
生产商收入	15,626.57	34,580.89	28,060.92	26,756.04
核查比例	74.08%	77.71%	81.13%	86.86%

②了解下游产业链条及终端客户情况，上述 42 家生产商客户中，38 家客户确认下游客户具体名称及终端品牌名称，该部分核查比例如下：

单位：万元

项目	2025 年 1 月-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
核查金额	11,049.88	25,254.28	21,732.70	22,315.50
生产商收入	15,626.57	34,580.89	28,060.92	26,756.04
核查比例	70.71%	73.03%	77.45%	83.40%

③获取发行人与生产商客户沟通记录，确认发行人产品最终应用的品牌及产品型号，该部分核查比例如下：

单位：万元

项目	2025 年 1 月-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
核查金额	10,798.93	22,446.81	16,399.66	15,170.44
生产商收入	15,626.57	34,580.89	28,060.92	26,756.04
核查比例	69.11%	64.91%	58.44%	56.70%

综上，公司产品已完成终端销售，销售具备真实性。

（2）贸易商客户

获取报告期内发行人贸易商收入数据，对贸易商客户具体核查情况如下：

①获取 6 家主要贸易商收发存明细表，该部分核查比例如下：

单位：万元

项目	2025 年 1 月-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
核查金额	686.56	2,020.23	1,748.34	2,078.92
贸易商收入	754.01	2,119.25	1,751.59	2,078.91

项目	2025年1月-6月	2024年度	2023年度	2022年度
核查比例	91.05%	95.33%	99.81%	100.00%

②执行实地走访，除苏州优富外5家均完成走访，苏州优富拒绝走访并提供与欣战江签订的保密协议，该部分核查比例如下：

单位：万元

项目	2025年1月-6月	2024年度	2023年度	2022年度
核查金额	635.16	1,799.31	1,670.68	2,062.02
贸易商收入	754.01	2,119.25	1,751.59	2,078.91
核查比例	84.24%	84.90%	95.38%	99.19%

此外，获取常州国兴一笔出库凭证、物流记录及回款记录、绍兴东意一笔入库凭证及出库凭证，确定其采购欣战江产品均存在实际销售出库；走访蝶理（中国）商业有限公司的终端客户蝶理（日本）集团，确认欣战江产品实际销售至蝶理（日本）集团。综上，公司产品已完成终端销售，销售具备真实性。

综上所述，保荐机构及申报会计师认为发行人终端客户的销售具备真实性。

6、异常客户的识别标准及核查情况

保荐机构及申报会计师重点关注了报告期内的主要客户是否存在以下特殊情形：新增或注销的主要客户、非法人实体的主要客户、主要客户为发行人前员工设立、既是客户又是供应商等情形，针对存在特殊情形的异常客户，保荐机构及申报会计师执行进一步核查程序，具体的核查情况如下：

序号	识别类型	异常客户识别方式	核查范围	是否存在异常客户	针对异常客户核查方法、程序与比例	核查结论
1	报告期内新增或注销的主要客户	结合收入明细表及客户回函，核查是否存在报告期最后一年交易金额大幅上升新增为主要客户，以及报告期内主要客户注销的情形	报告期各期前二十大客户	否	不适用	不存在报告期内新增或注销的主要客户
2	非法人实体客户	核查主要客户是否为非法人实体	销售金额大于100万元的客户	否	不适用	不存在非法人实体的主要客户
3	主要客户为发行人前员工设立	将客户股东、主要人员与发行人员工花名册（含离职人员）相匹配，核查是否存在重合的情形；访谈发行人，了解其所知晓的主要客户为前员工设立的情形；对	销售金额大于100万元的客户	否	不适用	不存在主要客户为发行人前员工设立的情形

序号	识别类型	异常客户识别方式	核查范围	是否存在异常客户	针对异常客户核查方法、程序与比例	核查结论
		客户进行访谈，了解主要人员是否曾在发行人任职				
4	既是客户又是供应商	结合收入明细表、采购明细表核查是否存在交易主体既是供应商又是客户的情形	前二十大客户	是	对异常客户进行网络核查、函证、实地走访、细节测试等程序，核查异常客户与发行人是否存在关联关系、既是客户又是供应商的原因及合理性、交易真实性	该部分客户与发行人不存在关联关系，相关交易真实且具备合理性
5	业务高度依赖发行人的客户	通过访谈了解客户向发行人采购金额占自身总采购额、销售收入的比例、客户上游供应商的情况，核实是否存在客户业务高度依赖发行人的情形	前二十大客户	是	对异常客户进行网络核查、函证、实地走访、细节测试等程序，核查异常客户与发行人是否存在关联关系、业务高度依赖发行人的原因及合理性、交易真实性	报告期内，常州国兴新材料有限公司主要销售发行人产品。经核查上述公司与发行人不存在关联关系，销售价格公允，该公司与发行人亦不存在异常资金往来
6	名称相似、注册地址相近、工商登记电话、邮箱相同的主要客户	通过网络核查及实地走访，对比客户名称、注册地址等工商信息是否存在与发行人或其他客户相似或相同的情形	销售金额大于100万元的客户	是	对异常客户进行网络核查、函证、实地走访、细节测试等程序，核查异常客户与发行人是否存在关联关系、注册地址相近的原因及合理性、交易真实性	报告期内，常州国兴新材料有限公司注册地址与发行人相近。经核查上述公司与发行人不存在关联关系，销售价格公允，该公司与发行人亦不存在异常资金往来
7	成立时间较短的主要客户	通过网络核查与客户访谈，核实客户成立时间与初次建立合作时间的间隔是否较短	前二十大客户	是	对异常客户进行网络核查、函证、实地走访、细节测试等程序，核查异常客户与发行人是否存在关联关系、成立时间较短的原因及合理性、交易真实性	绍兴东意纺织科技有限公司成立时间较短即成为公司客户。经核查上述公司与发行人不存在关联关系，销售价格公允，该公司与发行人亦不存在异常资金往来
8	主要客户经营规模、经营范围与发行人对其销售金额、销售内	通过网络核查、客户访谈获取其经营规模和经营范围等信息，与向发行人的采购内容、采购金额做对比，核查是否存在不匹配的情形	前二十大客户	否	不适用	不存在主要客户经营规模、经营范围与发行人对其销售金额、销售内容不匹配的情形

序号	识别类型	异常客户识别方式	核查范围	是否存在异常客户	针对异常客户核查方法、程序与比例	核查结论
	容不匹配					
9	客户采购金额报告期内存在重大变化,或期末采购金额异常增长	结合收入明细表及客户回函,核查是否存在客户采购金额存在重大变化或期末采购金额异常增长的情形	前二十大客户	否	不适用	主要客户采购金额报告期内不存在重大变化,或期末采购金额异常增长的情形
10	发行人对其存在重大依赖的客户	结合收入明细表及客户回函,核查是否存在发行人对某一客户存在重大依赖(来自单一大客户主营业务收入或毛利贡献占比超过 50%以上)	前二十大客户	否	不适用	不存在发行人对某一客户存在重大依赖
11	其他异常情况	通过网络核查、实地走访了解客户是否存在被列为失信被执行人、参保人数为 0、无固定经营场所等其他异常情况	销售金额大于 100 万元的客户	是	对异常客户进行网络核查、获取异常客户出具的说明。核查异常客户与发行人是否存在关联关系、成立时间较短的原因及合理性、交易真实性	常州国兴新材料有限公司、浙江强弘新材料科技有限公司、高密市隆纺新材料有限公司、高密宏润粉末有限公司、高密市程曦劳保用品有限公司、苏州之祺纺织科技有限公司、常州纤海新材料有限公司存在参保人数为 0 的情形。经核查上述公司与发行人不存在关联关系,销售价格公允,该公司与发行人亦不存在异常资金往来。

注：1、报告期各期前二十大客户，销售金额分别为 22,744.18 万元、22,363.66 万元、28,747.15 万元和 12,752.49 万元，占公司销售收入的比例分别为 70%以上

2、报告期各期销售金额大于 100 万元的客户（2025 年 1-6 月为销售金额大于 50 万元），销售金额分别为 26,053.45 万元、26,618.30 万元、33,123.46 万元和 14,555.95 万元，占公司销售收入的比例分别为 85%以上。

综上，报告期内发行人存在部分既是主要客户也是供应商的情形，原因具备合理性；除该情形外，发行人主要客户不存在其他异常情形。

针对上述异常客户/供应商（包含既是客户又是供应商、报告期内新增或注销的主要供应商），保荐机构及申报会计师执行如下核查程序：

（1）对销售金额超过 100 万元的客户进行实地走访，实地查看生产场地、仓库及办公楼，未发现客户/供应商经营规模与交易金额不相符的情形。通过访

谈了解双方建立合作的原因及背景、交易金额、定价依据、付款条件等交易情况，核查确认相关交易均具备商业合理性、交易价格及付款条件公允，不存在利益输送；

（2）通过公开信息查询、对比发行人花名册（含离职人员）与客户/供应商股东、法定代表人、董事、监事和高级管理人员，核查发行人与客户、供应商是否存在股权关系、人员重叠等情形，取得无关联关系确认函等方式，核查确认发行人与异常客户/供应商之间不存在关联关系。

（3）对发行人及其子公司、发行人实际控制人及其成年直系亲属、公司董监高（不含独立董事）、关键岗位人员报告期内的资金流水进行核查，未发现其与异常客户/供应商存在异常资金往来。

综上，异常客户/供应商与发行人及关联方不存在关联关系、利益输送或异常资金往来。

（四）就发行人经营业绩的可持续性，是否存在期后业绩下滑风险发表明确意见

2025 年下半年收入 20,844.80 万元（经审阅），较 2024 年下半年增长 6.37%，截至 2025 年 12 月末，公司在手订单 2,615.60 万元，较 2024 年末增长 35.99%，在手订单情况良好，新产品开发持续增加，为后续经营业绩可持续性奠定良好基础。

截至本回复出具之日，保荐机构及申报会计师认为发行人经营业绩的可持续性具备良好可持续性，不存在期后业绩大幅下滑的风险。

问题 2.进一步论证毛利率水平高于同行业可比公司合理性

根据申请文件、问询回复及公开信息：（1）报告期内，发行人主营业务毛利率分别为 35.35%、31.84%和 31.31%和 34.52%，高于可比公司。（2）报告期内，发行人在建工程逐步转固，各期固定资产折旧金额分别为 515.79 万元、1,268.29 万元、1,694.82 万元和 1,006.25 万元。（3）报告期各期，发行人委托加工金额分别为 3,259.14 万元、1,092.29 万元、1,006.70 万元和 201.72 万元。发行人相关产品单位成本总体高于委外加工单位成本。（4）报告期内新增主要供应商绍兴边界化纤有限公司、诸暨市便士化纤有限公司等，其中绍兴边界化纤有限公司于 2024 年成立、实缴资本为 0，诸暨市便士化纤有限公司于 2022 年成立、实缴资本为 0，部分供应商（如上海嘉逸纺织科技有限公司）成立不久即与发行人合作。

（1）毛利率高于同行业可比公司的合理性。请发行人：①说明产品主要应用领域同样为汽车产业的情况下，相关可比公司与发行人毛利率仍存在较大差异的原因；结合技术先进性、订单获取方式、与客户议价能力，以及不同应用领域产业链利润率水平等方面的比较情况，进一步说明发行人毛利率高于可比公司的合理性。②结合主要细分产品成本构成变动情况及影响因素等，说明 2025 年 1-6 月主营业务毛利率上升的原因，结合在手订单定价情况等说明前期毛利率持续下滑的影响因素是否已经消除。③说明 2025 年 1-6 月，在发行人直接材料成本下降、销量下降的情况下销售单价保持稳定的原因及合理性，报告期后是否存在销售单价大幅下降的风险；结合历史主要原材料价格波动及毛利率变化情况、与客户调价机制（如有）及执行情况等，说明发行人是否具备传导原材料价格变化能力，如主要原材料价格处于上涨周期，发行人可以采取的应对措施及有效性。④说明下游客户向包括发行人在内的不同供应商采购同类产品的价格是否存在明显差异；报告期内向主要客户各细分产品销售毛利率是否存在过高或过低的情况，并分析原因；结合境内外市场竞争格局、定价方式、同类产品单位成本构成等方面的差异等，进一步说明境外毛利率高于境内的合理性；说明报告期内贸易商毛利率波动性较大的合理性，结合定价策略、下游应用领域情况等，说明主要贸易商同类产品毛利率差异较大、部分产品毛利率为负的原因。⑤说明 2025 年 1-6 月，FDY 产能利用率较低原因，是否存在市场空间小、市场需求不足或者被竞品取代的风险，FDY 的高毛利率水平是否可持续。⑥结

合可比公司选取过程、标准，说明可比公司选取的完整性及可比性；详细说明可比公司进入发行人细分产品领域的主要壁垒或门槛，可比公司是否能够向发行人所处细分领域发展，汽车内饰领域差别化涤纶长丝未来是否存在市场竞争加剧、毛利大幅下降的风险，并结合实际情况充分揭示风险。

（2）成本核算准确完整性。请发行人：①说明制造费用的明细构成、变动情况及原因，直接人工、委托加工、能源耗用与产品产量的匹配性。②说明各期折旧摊销费用与固定资产变动情况的匹配性，量化分析报告期内新增固定资产折旧对各类产品毛利率的影响，与相关产品的产线或厂房转固时点是否相符。③说明对生产人员的管理模式，报告期内生产人员波动较大的原因，是否与生产经营规模相匹配，是否存在压缩人员薪酬或数量提升业绩的情况。

（3）采购的真实性和公允性。请发行人：①结合下游行业季节性、订单波动性的具体情况，进一步说明发行人同时存在委托和受托加工业务的合理性，是否存在客户指定外协厂商的情况，发行人对委托加工相关内控措施及执行情况。②说明委托加工费的确定依据及公允性，不同供应商涤纶长丝及委托加工服务采购价格差异较大的原因，是否存在利益输送、代垫成本费用的情况。③说明发行人与成立时间短、实缴资本或参保人数较少、已注销等供应商的具体交易情况及合理性，发行人向前述供应商的采购规模与其经营能力是否匹配，是否存在主要为发行人服务的供应商，前述供应商及相关主体与发行人及其控股股东、实际控制人、关键岗位人员等是否存在关联关系、异常资金往来或潜在利益安排。④说明进口色彩粉料金额与比重的变动与纤维母粒直接材料金额变动的匹配性；结合国产与进口色彩粉料在性能、价格等方面的差异，以及对产品质量和成本的影响、客户对原材料来源的要求等，说明发行人色彩粉料主要来源于进口的原因、进口原材料供应商情况，以及采购渠道和采购价格的稳定性。

请保荐机构、申报会计师：（1）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。（2）说明 2022 年、2023 年供应商回函不符或未回函金额较高的原因，差异调节过程及替代程序的有效性；除函证、访谈外，说明针对采购真实性、成本核算准确完整性采取的其他核查方式（如细节测试、穿行测试、资金流水核查等）的核查过程、对应核查金额及占比、核查结论。（3）说

明对委托加工采购真实性、公允性核查的具体情况，包括但不限于核查的范围、比例、证据和结论。（4）结合毛利率及资金流水核查情况，针对发行人毛利率较高的真实合理性，以及是否存在商业贿赂或体外代垫成本费用情形发表明确意见。

【回复】

一、毛利率高于同行业可比公司的合理性

（一）说明产品主要应用领域同样为汽车产业的情况下，相关可比公司与发行人毛利率仍存在较大差异的原因；结合技术先进性、订单获取方式、与客户议价能力，以及不同应用领域产业链利润率水平等方面的比较情况，进一步说明发行人毛利率高于可比公司的合理性

1、说明产品主要应用领域同样为汽车产业的情况下，相关可比公司与发行人毛利率仍存在较大差异的原因

报告期内，公司与同行业可比公司下游应用领域具体如下：

可比公司名称	下游应用领域
汇隆新材（301057.SZ）	主要应用于墙布、窗帘、窗纱、沙发布等家纺领域为主
海利得（002206.SZ）	主要应用领域包括汽车轮胎、车用安全带、安全气囊等
蒙泰高新（300876.SZ）	主要应用于箱包织带、水管布套、门窗毛条、服装等
宝丽迪（300905.SZ）	包含纤维用、膜用、塑料用母粒，其中以纤维用母粒为主
欣战江	以汽车内饰为主，同时拓展高端户外用品、运动服装等领域

由上表可知，汇隆新材、蒙泰高新下游汽车产业较少，宝丽迪下游主要为化学纤维行业，海利得下游主要系汽车行业，海利得《2024 年年度报告》披露信息如下：

“公司主要从事化学纤维、其他纺织材料、橡胶和塑料制品等的研发、生产和销售。涤纶工业长丝、涤纶轮胎帘子布、塑胶材料为公司的三大主营业务。

.....

普通丝产品由于工艺简单同质化较为严重，产品价格通常随行就市，行业盈利周期性较强，缺乏壁垒，竞争日益激烈。而差异化工业丝，尤其车用丝领域，由于技术壁垒和进入门槛较高，具有较高的客户认证标准以通过安全性和质量

要求，通常按照成本加成的模式来进行销售。当企业进入到以外资企业为主的全球整车、轮胎以及汽车安全总成厂商的供应链体系后，盈利稳定性将显著提升，因此进军以车用丝为代表的具有高附加值和高技术含量的差异化领域，并结合智能化生产与绿色制造理念，将成为行业未来发展的主要趋势。

.....

在涤纶工业长丝产品方面：公司是一家拥有从生产 PET、涤纶工业长丝至涤纶帘子布的生产企业，车用丝中有高模低收缩丝、安全带丝、安全气囊丝；非车用丝中有高强普通系列、低收缩系列、有色丝、抗芯吸系列、海洋丝系列等。在塑胶材料产品方面，公司是从生产 PVC 膜和网格布至生产灯箱布产品完整产业链的公司，除灯箱布、篷盖材料外，公司还生产天花膜、天花布、石塑地板等装饰材料。”

2022 年度至 2024 年度，海利得年度报告披露的分产品毛利率情况具体如下：

单位：万元

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	毛利率	金额	毛利率	金额	毛利率
涤纶工业长丝	275,448.58	16.05%	260,713.73	16.49%	258,400.23	16.29%
轮胎帘子布	130,087.18	23.79%	118,368.18	24.30%	102,396.45	26.71%
灯箱广告材料	60,098.77	17.43%	-	-	55,893.57	17.57%

注：海利得 2023 年度报告未披露灯箱广告材料销售收入及毛利率

涤纶工业长丝产品中，海利得主要分为非车用丝（普通丝）及车用丝，三大特色差异化车用涤纶工业丝，即高模低收缩丝、安全带丝、安全气囊丝产品性能优于国内同行达到国际先进水平，结合自身车用差异化产品的定位与布局，不断开发新产品，全方位提升市场竞争力，在激烈的市场竞争中力争保持领先地位，因此海利得涤纶工业长丝产品毛利率高于新凤鸣、桐昆集团等传统化纤企业；

轮胎帘子布产品以海利得自产的高品质高模低收缩丝为原料，通过捻织、浸胶等一系列的加工工序，生产成涤纶帘子布，已有米其林、普利司通、固特异、大陆（马牌）、住友、韩泰、优科豪马、东洋、锦湖、耐克森、诺基亚等国际一线品牌轮胎制造商成为公司的帘子布产品客户。在销售模式上，类似于海利得车用工业丝的定价方法，在年度和季度等长期订单的基础上，以成本加成的方法定价，因此轮胎帘子布产品毛利率高于涤纶工业长丝。

综上所述，海利得通过差异化产品、车用领域定价优势，获取相对较高的毛利率，欣战江在差异化产品占比及车用领域收入占比均明显高于海利得，因此毛利率高于海利得，具体分析如下：

（1）公司专注差别化涤纶长丝定制化产品，海利得业务涵盖方面较广

报告期内，公司差别化涤纶长丝产品销售收入分别为 25,983.13 万元、25,918.73 万元、32,317.49 万元和 14,545.84 万元，占主营业务收入比例分别为 90.11%、86.94%、88.06%和 88.80%，公司差别化涤纶长丝产品均为定制化产品。而海利得产品涵盖涤纶工业长丝、涤纶轮胎帘子布、塑胶材料等多个领域，在涤纶长丝方面同时涵盖多个产品品类。

根据海利得披露信息：“进军以车用丝为代表的具有高附加值和高技术含量的差异化领域，并结合智能化生产与绿色制造理念，将成为行业未来发展的主要趋势”，欣战江差别化涤纶长丝产品均为定制化/差异化产品，因此欣战江毛利率高于海利得具有合理性。

（2）车用丝领域技术壁垒和进入门槛较高，盈利能力及稳定性较高

根据海利得披露信息，普通丝产品由于工艺简单同质化较为严重，产品价格通常随行就市，行业盈利周期性较强，缺乏壁垒，竞争日益激烈。而差异化工业丝，尤其车用丝领域，由于技术壁垒和进入门槛较高，具有较高的客户认证标准以通过安全性和质量要求，通常按照成本加成的模式来进行销售。当企业进入到以外资企业为主的全球整车、轮胎以及汽车安全总成厂商的供应链体系后，盈利稳定性将显著提升。2024 年度，海利得涤纶工业长丝收入占比 46.68%，轮胎帘子布收入占比 22.04%。欣战江报告期内下游汽车领域收入占比分别为 55.17%、61.04%、53.81%和 59.67%，同时欣战江产品均为差异化产品，海利得同时存在普通丝及差异化工业丝，因此欣战江毛利率高于海利得具有合理性。

（3）差异化产品与普通产品定价存在一定差异

根据海利得披露信息，车用产品的定价模式采用成本加成的计价公式，普通工业丝则采用随行就市的定价方法。报告期内，欣战江产品均为差别化定制产品，而海利得同时存在普通丝及差异化工业丝，普通丝与桐昆集团、新凤鸣、恒逸集团、恒力石化、东方盛虹等头部企业竞争较为激烈，因此欣战江毛利率高于海利

得具有合理性。

2、结合技术先进性、订单获取方式、与客户议价能力，以及不同应用领域产业链利润率水平等方面的比较情况，进一步说明发行人毛利率高于可比公司的合理性

(1) 公司具备良好的技术先进性，技术优势为公司高毛利率奠定技术基础

①公司拥有色彩丰富、功能多样的产品体系

欣战江自成立以来，始终致力于涤纶长丝的研发和制造，积累了丰富且成熟的定制化开发解决方案。颜色方面，欣战江已积累超过 1 万种涤纶长丝配色方案；功能方面，欣战江可实现抗菌防霉、阻燃、抗静电、抗紫外、抗老化、防泼水、易去污、发热保暖、汗无痕、防透视、光变、夜光等功能。公司专注于差异化产品开发，不断提高产品附加值，可快速响应终端汽车内饰、家居户外、鞋服等终端客户需求，为客户定制化开发产品。

②公司通过创新性的工艺改造、工艺管控要求，提升产品质量

公司设备定制化并经创新性升级改造。欣战江根据自身产品高耐候性、一致性好、超低色差等特点，以及客户小批量多批次的特点，确定设备差异化需求，向设备供应商定制化采购符合欣战江生产工艺要求的机器设备。在此基础上，欣战江基于 15 年的行业积累以及对于纤维母粒和涤纶长丝工艺的理解，对设备进行改造升级。欣战江共有生产设备相关发明专利 11 项，实用新型专利 33 项。发行人对设备的定制化及升级改造，帮助发行人提高产品质量。

公司高度重视生产工艺管控。尽管目前常规涤纶长丝制造工艺相对成熟，但在纺丝过程中仍存在一定概率会出现僵丝、弹力不均、毛丝及断头等缺陷，特别是对于使用原液着色技术，采用小批量多批次方式生产的差异化涤纶长丝。为了保证产品质量，欣战江从纤维母粒制造，到前纺（纺丝）、后纺（加弹），拆解为 22 项工艺程序，对 135 个维度的技术指标实施管理控制。

③公司产品具有超低色差、高耐候、低摩擦的优势

公司使用原液着色技术生产的涤纶长丝，在色彩丰富、功能多样的基础上，还具有超低色差、高耐候性、低摩擦等特性。

A、高耐候

公司已建立以无机颜料为主的色彩方案体系。公司母粒配色以稳定性更强的无机颜料为主体，同时复配少量有机颜料、染料，依托自主开发作色及分散技术等核心技术，解决无机颜料易团聚的问题，提高颜料粒子分散稳定性，使母粒满足高耐候性的同时，具备较高的可纺性。公司高耐候产品按照 AATCC16.3 标准，在特定的氙弧灯光源下以及特定的温度、湿度条件下，经 2,000 小时的加速老化测试，其耐光色牢度参考 AATCC 变色灰卡评定仍可达 4-4.5 级（5 级最佳为无变色，1 级最差为明显褪色甚至脱色/发白）。

B、超低色差

公司在纺丝过程中使用的高耐候着色母粒以高耐候无机颜料为主体，在着色剂预分散时，加入助剂改善着色剂在母粒中的分散，有效阻止了颜料粒子的团聚，提高颜料粒子的分散稳定性。切片与色母粒在螺杆挤出机剪切混合后，熔体经多次剪切混合，在减少混合液在混合腔内停留时间的同时增强混合的效果，实现超低色差。按照 CIELAB 标准测量色差，公司能够稳定实现批次内 ΔL （明度） ≤ 0.1 、 Δa （红绿色度） ≤ 0.1 、 Δb （蓝黄色度） ≤ 0.1 。

C、低摩擦

采用原液着色技术生产的涤纶长丝，着色剂均匀分布在涤纶长丝内部和表面。在微观层面，相较于白色涤纶长丝，原液着色涤纶长丝因表面存在着着色剂微粒而变得粗糙，对纺织使用的织针、导纱针有一定磨损。原液着色涤纶长丝在下游纺织制造过程中与织针、导纱针的过度磨损限制了有色涤纶长丝在经编色织领域的应用和推广。公司通过在色母粒中加入特定比例的不同种类助剂，使涤纶长丝摩擦系数几乎接近了白色涤纶长丝。助剂的加入优化了涤纶丝表面界面，降低了原液着色涤纶长丝对于制造设备的磨损，有色经编织造时织针、导纱针的使用寿命超过了 10 个月，已达到了常规白丝织造水平。

针对公司涤纶长丝产品所具备的超低色差、高耐候、低摩擦的优势，欣战江委托科技部西南信息中心查新中心（一级科技查新咨询单位）于 2025 年 5 月进行查新并出具《科技查新报告》。经检索，欣战江“零色差、低摩擦和高耐候的汽车经编织物专用原液着色涤纶长丝”项目所达到的批次间零色差、低摩擦系

数、耐候性效果及相关技术参数，国内外均未见文献报道，项目具有新颖性。

因此，公司使用原液着色技术生产的涤纶长丝具有超低色差、高耐候性、低摩擦的特性。其中，“零色差、低摩擦和高耐候的汽车经编织物专用原液着色涤纶长丝项目”，经中国纺织工业联合会鉴定技术处于国际先进水平。

④发行人涤纶长丝主要参数指标处于行业领先水平

发行人产品具备出色的性能和竞争优势，产品技术参数指标处于全国行业领先水平。根据国家制定的现行有效的行业标准——有色涤纶低弹丝（FZ/T 54005-2020），将产品分为优等品、一等品、合格品 3 个等级，其中优等品为最高等级。欣战江目前所执行的企业标准（Q/320411 BTL003-2021），高于或等于行业标准（FZ/T 54005-2020）中最高等级的“优等品”技术指标。在此基础上，欣战江现有技术，可支持产品实现更高的技术指标要求。欣战江产品的技术处于行业领先水平。

⑤公司为客户提供小批量、多批次的定制化产品

公司下游应用领域以汽车内饰为主，并逐步拓展家居户外、鞋服等领域。下游客户，特别是汽车内饰领域客户，由于其行业特点，通常采用小批量、多批次的方式采购。这对涤纶长丝供应商而言，在产品定制化开发的响应速度、量产过程的参数调试和产线磨合、同一产品在不同批次间保持一致性等方面提出更大挑战。

欣战江拥有从母粒到纺丝再到加弹的完整产业链，并对生产工序提出严格的管理要求。经过十余年深耕，欣战江沉淀了丰富的项目开发经验，积累了深厚的技术储备，形成了对工艺管控的深刻理解。欣战江可满足在小批量、多批次模式下开展定制化开发和批量生产需求。

⑥公司原液着色海岛纤维产品取得突破并量产交付

海岛纤维纤度极小，织物手感柔软、滑爽；纤维间空隙多而密，具有优良的防水透气性能和隔热保暖性能；纤维抗弯刚度较小，容易使织物获得柔软悬垂的效果。因此海岛纤维经织造成的织物具有仿麂皮、仿羊绒手感。相较于天然麂皮，海岛纤维仿麂皮具有重量轻、强度高、均一无瑕疵、环保、可水洗、不易变形等优点，广泛应用于汽车内饰、服装、家居等领域。

海岛纤维极细，最小直径可低至 2 μ m。因此采用原液着色技术生产海岛纤维存在技术瓶颈，存在着色剂添加比例有限，可纺性较差，易出现注头、断头现象，批次间色差控制难度大等问题。

欣战江采用复配技术对色母粒创新，并对纺丝环节进行改造和精确管理，现已突破深色海岛丝生产难题，覆盖黑、灰、米、棕、蓝、橙、绿、红等近十种标准颜色，并可在此基础上根据客户具体需求快速定制差别化产品。公司相关产品已得到客户认可并实现批量生产交货，2024 年公司原液着色海岛纤维产品收入 1,274.34 万元；2025 年 1-6 月，公司原液着色海岛纤维产品收入快速增长，达 1,426.59 万元。

⑦公司获得多项奖项，产品得到知名终端品牌厂商认可

欣战江被评选为江苏省民营科技企业、江苏省专精特新中小企业、中国化学纤维工业协会理事单位、江苏省新材料产业协会常务理事单位等。欣战江的“汽车顶棚、立柱经编专用原液着色涤纶长丝研发及产业化”项目获 2022 年中国纺织工业联合会科学技术奖科技进步奖二等奖，“一种用于生产车用顶棚的纺前着色 FDY 的生产方法”获国家知识产权局颁发的 2023 年中国专利优秀奖，公司产品“高日晒纺前着色再生涤纶丝”、“环保型车用绿色涤纶丝”和“环保型户外绿色涤纶丝”等获得江苏省高新技术产品认定，“高耐候原液着色聚酯纤维”入围中国纤维流行趋势。

欣战江产品在高端应用领域具备较强的竞争优势，是国内少数几家能够提供汽车内饰领域差别化涤纶长丝的企业，产品应用于全球主流汽车品牌，涵盖丰田、大众、本田、福特、现代、起亚、宝马、奥迪、北美领军新能源汽车品牌、比亚迪、理想、吉利、小米等。欣战江产品根据中国化学纤维工业协会出具的证明，2021-2024 年，公司汽车内饰用原液着色涤纶长丝产品销量连续四年在国内市场排名中蝉联第一。此外，公司积极拓展家居户外和鞋服领域，公司产品最终应用于沃尔玛、Ashley、安踏、优衣库等知名品牌。因此，公司产品已获得知名终端品牌厂商认可。

⑧发行人具备完整产业链帮助公司提升竞争力和盈利能力

欣战江已具备纤维母粒、纺丝、加弹的完整产业链。一方面，当收到客户定

制化开发需求时，发行人拥有完整产业链，可快速完成纤维母粒试制、纺丝测试环节，并根据样品的测试比对结果快速对纤维母粒配方进行验证和微调，快速实现客户的定制化开发要求。另一方面，发行人自产纤维母粒，可有效保证供货稳定性，并通过对纤维母粒质量管控，确保同类产品在不同批次间的超低色差和高一致性。发行人具备完整产业链帮助公司提升竞争力。

此外，公司通过向产业链上游纤维母粒进行延伸，降低自用母粒成本，同时通过外销母粒创造利润，有效提升公司毛利率水平。参考外销母粒毛利情况，模拟测算报告期内全部自产母粒带来毛利分别为 1,273.19 万元、1,813.54 万元、2,010.32 万元和 925.62 万元，对公司整体毛利率提升 4.40 个百分点、6.05 个百分点、5.44 个百分点和 5.62 个百分点，有效提升公司整体毛利率水平。

综上，公司技术优势为高毛利率奠定技术基础。

（2）客户议价能力

根据海利得《2024 年年度报告》披露信息如下：“而差异化工业丝，尤其车用丝领域，由于技术壁垒和进入门槛较高，具有较高的客户认证标准以通过安全性和质量要求，通常按照成本加成的模式来进行销售。当企业进入到以外资企业为主的全球整车、轮胎以及汽车安全总成厂商的供应链体系后，盈利稳定性将显著提升。”

公司产品定制化程度较高，公司以产品成本为基础，结合市场化定价，主要通过商业谈判确定销售价格，公司新产品开发效率较高，产品质量较高，公司议价能力较强，通过商业谈判有助于公司获取更大利润。

（3）各应用领域产业链利润率良好，利润总量存在较大差异

报告期内，按照国民经济行业分类中相关行业的上市公司毛利率平均情况具体如下：

所属国民经济行业分类	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
服饰制造	46.75%	47.97%	48.38%	47.10%
篷、帆布制造	28.24%	27.67%	28.56%	28.03%
窗帘、布艺类产品制造	24.39%	25.41%	26.12%	26.45%
皮箱、包(袋)制造	24.66%	22.86%	24.35%	21.63%

所属国民经济行业分类	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
轮胎制造	18.94%	22.15%	22.23%	16.00%
汽车零部件及配件制造	20.43%	20.61%	21.12%	20.60%

数据来源：wind

由上表可知，除服装行业因销售费用率较高，对毛利率要求较高外，公司下游行业毛利率情况较为相似，但在不同行业中，因行业整体利润总量不同，竞争激烈程度有所差异，上述行业中上市公司毛利总额情况具体如下：

单位：万元

所属国民经济行业分类	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
服饰制造	927,232.29	1,934,462.47	1,901,878.07	1,709,117.55
篷、帆布制造	35,989.49	68,785.70	74,664.78	79,420.94
窗帘、布艺类产品制造	9,530.58	22,939.31	20,548.19	20,032.66
皮箱、包(袋)制造	59,855.73	96,930.45	75,610.18	59,274.38
轮胎制造	1,540,469.69	3,290,075.12	2,918,405.10	1,772,245.01
汽车零部件及配件制造	10,382,812.74	20,398,920.83	19,146,205.94	15,366,407.89

数据来源：wind

由上表可知，汽车零部件及配件制造上市公司数量较多，毛利总额明显高于其他行业，在整体利润空间较小、技术壁垒和进入门槛较低、竞争格局相对零散的行业，公司将会面临更激烈的竞争。

报告期内，公司与同行业可比公司下游应用领域具体如下：

可比公司名称	下游应用领域
汇隆新材（301057.SZ）	主要应用于墙布、窗帘、窗纱、沙发布等家纺领域为主
海利得（002206.SZ）	主要应用领域包括汽车轮胎、车用安全带、安全气囊等
蒙泰高新（300876.SZ）	主要应用于箱包织带、水管布套、门窗毛条、服装等
宝丽迪（300905.SZ）	包含纤维用、膜用、塑料用母粒，其中以纤维用母粒为主
欣战江	以汽车内饰为主，同时拓展高端户外用品、运动服装等领域

由上表可知，同行业可比公司与公司下游应用领域存在一定差异，部分应用领域因市场整体利润总量较小，面临更为激烈的竞争，因此毛利率相对较低。

报告期内，公司下游主要为汽车内饰行业，产业相关企业毛利率水平合理，利润总额较大，产业链整体利润情况良好，公司持续在差别化涤纶长丝领域深耕，凭借色牢度高、色彩种类丰富、高品质的差异化涤纶长丝，技术优势较为明显，

因此毛利率较高。

综上所述，公司专注于差别化涤纶长丝领域创新发展，公司产品技术优势及工艺难度助力公司在高端应用领域获取更高的附加值，公司综合毛利率高于同行业可比公司，具有合理性。

（二）结合主要细分产品成本构成变动情况及影响因素等，说明 2025 年 1-6 月主营业务毛利率上升的原因，结合在手订单定价情况等说明前期毛利率持续下滑的影响因素是否已经消除

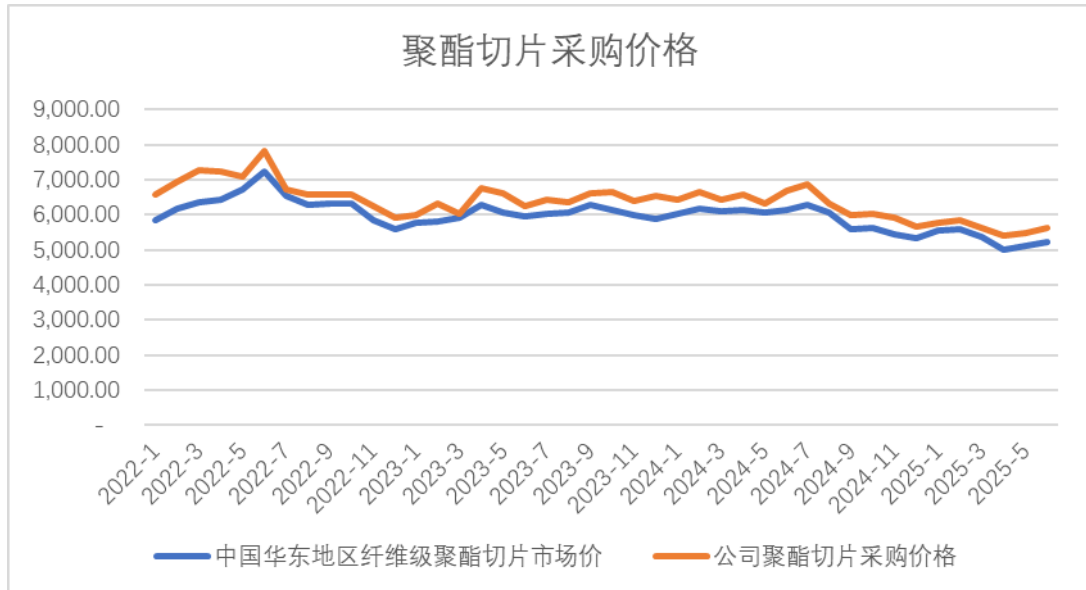
1、结合主要细分产品成本构成变动情况及影响因素等，说明 2025 年 1-6 月主营业务毛利率上升的原因

报告期内，公司主要细分产品销售金额及占比情况具体如下：

单位：万元

项目		2025 年 1 月—6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
		金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
差别化涤纶长丝	DTY	12,592.47	76.87	27,368.36	74.12	21,080.02	70.30	21,385.90	73.89
	FDY	955.22	5.83	2,399.62	6.50	2,415.43	8.06	2,348.43	8.11
	ATY	831.84	5.08	2,245.82	6.08	1,726.72	5.76	912.02	3.15
	POY	166.32	1.02	303.70	0.83	696.56	2.34	1,336.79	4.64
	小计	14,545.84	88.80	32,317.49	88.06	25,918.73	86.94	25,983.13	90.11
纤维母粒		1,296.36	7.91	2,914.54	7.94	2,883.74	9.67	2,082.02	7.22
其他产品		538.37	3.29	1,468.11	4.00	1,010.04	3.39	769.8	2.67
合计		16,380.57	100.00	36,700.14	100.00	29,812.51	100.00	28,834.95	100.00

报告期内，公司主要产品是采用原液着色技术生产的差别化有色涤纶长丝（POY、DTY、FDY 和 ATY 等）和纤维母粒，主要原材料为聚酯切片，2025 年 1-6 月由于聚酯切片价格有所下降，公司产品材料成本下降，因此毛利率有所提升，公司主要原材料聚酯切片价格情况具体如下：



数据来源：Wind-中国华东地区纤维级聚酯切片市场价

2025 年 1-6 月及 2024 年度，公司采购聚酯切片价格及中国华东地区纤维级聚酯切片市场价变动情况如下：

单位：万元/吨

项目	2025 年 1 月—6 月	2024 年度	变动额	变动率
公司聚酯切片采购价格	0.56	0.62	-0.06	-9.40%
中国华东地区纤维级聚酯切片市场价	0.53	0.59	-0.06	-10.17%

由上表可知，2025 年 1-6 月公司主要原材料聚酯切片采购价格有所下降，带动公司主营业务成本中直接材料有所下降，公司主营业务成本中按产品细分的单位料工费情况具体如下：

(1) DTY

单位：万元/吨

项目	2025 年 1 月—6 月	2024 年度	变动额	变动率
直接材料	0.66	0.75	-0.09	-12.00%
直接人工	0.23	0.21	0.02	9.52%
制造费用	0.43	0.43	-	-
运输费用	0.02	0.02	-	-
合计	1.34	1.41	-0.07	-4.96%

2025 年 1-6 月，DTY 系公司最主要的产品，占销售收入的比例为 76.87%，DTY 的成本波动具备一定代表性。2025 年 1-6 月，DTY 产品单位成本下降，主要系由于直接材料采购价格下降所致；单位直接人工有所增加，主要系公司 2025

年一季度业绩增长，生产人员储备较多，二季度业绩有所下降，生产人员存在一定冗余，因此导致单位直接人工有所增加。

(2) FDY

单位：万元/吨

项目	2025 年 1 月—6 月	2024 年度	变动额	变动率
直接材料	0.61	0.73	-0.12	-16.44%
直接人工	0.14	0.12	0.02	16.67%
制造费用	0.31	0.30	0.01	3.33%
运输费用	0.03	0.03	-	-
合计	1.09	1.19	-0.10	-8.40%

2025 年 1-6 月，FDY 销售收入 955.22 万元，占销售收入的比例为 5.83%，FDY 销售收入较小，成本波动受具体产品型号影响。公司 FDY 产品的产品成本构成变动与 DTY 产品基本一致。

(3) ATY

单位：万元/吨

项目	2025 年 1 月—6 月	2024 年度	变动额	变动率
直接材料	0.96	0.96	-	-
直接人工	0.19	0.22	-0.03	-13.64%
制造费用	0.36	0.41	-0.05	-12.20%
运输费用	0.03	0.03	-	-
合计	1.54	1.62	-0.08	-4.94%

2025 年 1-6 月，ATY 销售收入 831.84 万元，占销售收入的比例为 5.08%，ATY 销售收入较小，成本波动受具体产品型号影响。ATY 产品主要原材料为 FDY，2025 年 1-6 月，对外销售的 ATY 产品委外加工比例较高，委外加工费用全额计入直接材料，因此导致在聚酯切片价格下降时，ATY 的单位直接材料价格并未下降，而直接人工和制造费用有所下降。

(4) POY

单位：万元/吨

项目	2025 年 1 月—6 月	2024 年度	变动额	变动率
直接材料	0.62	0.63	-0.01	-1.59%
直接人工	0.06	0.05	0.01	20.00%

制造费用	0.14	0.12	0.02	16.67%
运输费用	0.01	0.01	-	-
合计	0.83	0.80	0.03	3.75%

2025 年 1-6 月，POY 销售收入 166.32 万元，占销售收入的比例为 1.02%，POY 销售收入较小，受产品型号影响较大，2025 年 1-6 月销售的 POY 色粉颜料添加量较高，因此单位直接材料成本并未出现下降。

（5）纤维母粒

单位：万元/吨

项目	2025 年 1 月—6 月	2024 年度	变动额	变动率
直接材料	1.90	1.97	-0.07	-3.55%
直接人工	0.29	0.28	0.01	3.57%
制造费用	0.34	0.35	-0.01	-2.86%
运输费用	0.04	0.04	-	-
合计	2.57	2.65	-0.08	-3.02%

2025 年 1-6 月，纤维母粒销售收入 1,296.36 万元，占销售收入的比例为 7.91%，纤维母粒销售收入较小，成本波动受具体产品型号影响。公司纤维母粒产品的产品成本构成变动趋势与 DTY 产品基本一致，单位直接材料降幅小于 DTY 产品，主要系纤维母粒产品原材料中包含聚酯切片及色粉颜料等，聚酯切片成本占比小于 DTY，因此聚酯切片价格下降对纤维母粒的影响小于 DTY 产品。

2、结合在手订单定价情况等说明前期毛利率持续下滑的影响因素是否已经消除

截至 2025 年 12 月末，公司在手订单 2,615.60 万元，较 2024 年末增长 35.99%，在手订单均价 2.06 万元/吨，与 2025 年 1-6 月销售均价基本一致，在手订单情况良好。

报告期内，公司固定资产折旧计提金额分别为 515.79 万元、1,154.39 万元、1,694.82 万元和 1,006.25 万元，2023 年产能尚未完全释放，因此折旧增长导致公司产品单位制造费用有所上升，毛利率有所下降；2024 年起公司产销量持续增长，规模效应逐步体现，单位制造费用基本趋于稳定，前期由于折旧增长导致的毛利率持续下滑的因素影响持续减弱。

（三）说明 2025 年 1-6 月，在发行人直接材料成本下降、销量下降的情况下销售单价保持稳定的原因及合理性，报告期后是否存在销售单价大幅下降的风险；结合历史主要原材料价格波动及毛利率变化情况、与客户调价机制（如有）及执行情况等，说明发行人是否具备传导原材料价格变化能力，如主要原材料价格处于上涨周期，发行人可以采取的应对措施及有效性

1、说明 2025 年 1-6 月，在发行人直接材料成本下降、销量下降的情况下销售单价保持稳定的原因及合理性，报告期后是否存在销售单价大幅下降的风险

公司 2025 年 1-6 月与 2024 年 1-6 月主营业务收入、销量、单价对比情况具体如下：

单位：万元、万元/吨

项目	2025 年 1 月—6 月	2024 年 1 月-6 月	变动率
主营业务收入	16,380.57	17,104.52	-4.23%
销量	7,837.04	8,270.49	-5.24%
单价	2.09	2.07	1.06%

直接材料成本方面，2025 年 1-6 月公司主要原材料聚酯切片采购价格有所下降，带动公司直接材料成本有所下降，存续产品销售价格有小幅下降；销量方面，公司 2025 年第一季度整体呈现增长趋势，第二季度受全球经济贸易政策变动加剧，销售有所下降。

单价方面，公司通过长期技术储备带来的高端产品（原液着色海岛纤维）放量增长；积极为客户开发新产品，通过良好议价能力获取高单价新订单，在存续产品价格小幅下降时，保障公司整体销售单价基本稳定，具体分析如下：

（1）原液着色海岛纤维销售收入及单价情况

报告期内，公司原液着色海岛纤维产品与其他产品销售收入、单价等信息具体如下：

单位：万元、吨、万元/吨

2025 年 1-6 月				
项目	销售收入	占比	销量	单价
原液着色海岛纤维产品	1,426.59	8.71%	421.19	3.39
其他产品	14,953.98	91.29%	7,415.85	2.02

合计	16,380.57	100.00%	7,837.04	2.09
2024 年度				
项目	销售收入	占比	销量	单价
原液着色海岛纤维产品	1,274.34	3.47%	363.87	3.50
其他产品	35,425.80	96.53%	17,280.78	2.05
合计	36,700.14	100.00%	17,644.65	2.08
2023 年度				
项目	销售收入	占比	销量	单价
原液着色海岛纤维产品	98.39	0.33%	29.14	3.38
其他产品	29,714.12	99.67%	14,032.08	2.12
合计	29,812.51	100.00%	14,061.22	2.12
2022 年度				
项目	销售收入	占比	销量	单价
原液着色海岛纤维产品	-	-	-	-
其他产品	28,834.95	100.00%	13,591.84	2.12
合计	28,834.95	100.00%	13,591.84	2.12

欣战江原液着色海岛纤维产品已突破深色海岛丝生产难题，已覆盖黑、灰、米、棕、蓝、橙、绿、红等近十种标准颜色，并可在此基础上根据客户具体需求快速定制差别化产品。公司相关产品已得到客户认可并实现批量生产交货，2025 年 1-6 月，公司原液着色海岛纤维产品收入快速增长，达到 1,426.59 万元，占销售收入比例增长至 8.71%，销售均价 3.39 万元/吨，对公司整体销售价格存在积极影响。

（2）新产品销售收入及单价情况

报告期内，公司新产品与存续产品销售收入、单价等信息具体如下：

单位：万元、吨、万元/吨

2025 年 1-6 月				
项目	销售收入	占比	销量	单价
新产品	2,068.73	12.63%	868.89	2.38
存续产品	14,311.84	87.37%	6,968.15	2.05
合计	16,380.57	100.00%	7,837.04	2.09
2024 年度				

项目	销售收入	占比	销量	单价
新产品	7,692.48	20.96%	3,294.10	2.34
存续产品	29,007.66	79.04%	14,350.55	2.02
合计	36,700.14	100.00%	17,644.65	2.08
2023 年度				
项目	销售收入	占比	销量	单价
新产品	9,613.36	32.25%	4,199.42	2.29
存续产品	20,199.15	67.75%	9,861.80	2.05
合计	29,812.51	100.00%	14,061.22	2.12
2022 年度				
项目	销售收入	占比	销量	单价
新产品	5,915.17	20.51%	2,546.08	2.32
存续产品	22,919.78	79.49%	11,045.76	2.07
合计	28,834.95	100.00%	13,591.84	2.12

公司持续在差别化涤纶长丝领域深耕，积极为客户开发新产品，通过良好议价能力获取高单价新订单，存续产品价格相对稳定。

(3) 2025 年下半年销售单价稳定，期后价格大幅下降的风险较低

公司 2025 年下半年实现收入 20,844.80 万元（经审阅），销售单价 2.06 万元/吨；截至 2025 年 12 月末，公司在手订单 2,615.60 万元，较 2024 年末增长 35.99%，在手订单均价 2.06 万元/吨，与 2025 年下半年销售均价基本一致，在手订单情况良好，公司期后价格大幅下降的风险较低。

2、结合历史主要原材料价格波动及毛利率变化情况、与客户调价机制（如有）及执行情况等，说明发行人是否具备传导原材料价格变化能力，如主要原材料价格处于上涨周期，发行人可以采取的应对措施及有效性

(1) 历史主要原材料价格波动及毛利率变化情况

报告期内，公司主要原材料聚酯切片采购价格与公司单位直接材料金额价格变动基本一致；报告期内毛利率变动主要受原材料价格、新厂房启用折旧增加带来的双重影响，具体分析如下：

单位：万元

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

	金额	变动率	金额	变动率	金额	变动率	金额
聚酯切片采购价格	0.56	-9.40%	0.62	-3.13%	0.64	-5.88%	0.68
单位直接材料	0.72	-10.00%	0.80	-4.76%	0.84	-2.33%	0.86
单位直接人工	0.22	4.76%	0.21	5.00%	0.20	11.11%	0.18
单位制造费用	0.41	2.50%	0.40	5.26%	0.38	22.58%	0.31
毛利率	34.52%	3.21pct	31.31%	-0.53pct	31.84%	-3.51pct	35.35%

由上表可知，报告期内公司主要原材料聚酯切片采购价格呈现下降趋势，导致公司单位直接材料随之下降，对公司毛利率具有积极影响；2022 年至 2024 年，受公司新厂房启用，生产人员数量增加、固定资产折旧增长影响，单位直接人工及单位制造费用的增加较为明显，对毛利率的消极影响大于原材料价格下降的积极影响，因此导致公司毛利率整体有所下降；随着公司业务规模不断增加，单位直接人工及单位制造费用趋于稳定，聚酯切片价格下降带来的积极影响逐步占据主导地位，因此 2025 年 1-6 月公司毛利率有所上升。

报告期前，2020 年末至 2021 年末公司主要原材料聚酯切片市场价格整体呈现波动上涨，公司通过主动拜访客户调整价格、新产品根据聚酯切片市场价格直接定价，有效传导原材料价格变化，欣战江有限 2020 年净利润 5,887.65 万元、欣战江 2021 年净利润为 7,853.41 万元（未考虑股份支付对净利润的影响）。

（2）客户调价机制及执行情况

公司以产品成本为基础，结合市场化定价，主要通过商业谈判确定销售价格，公司通常与下游客户每年确定产品价格，在原材料存在较大波动时，会按需进行调整。对于存续产品价格，公司主要客户在原有定价基础上，根据原材料价格变动对公司进行议价；对于新产品价格，公司依托技术先进性及快速开发能力，具备较强的议价能力。

（3）公司具备传导原材料价格变化的能力，在原材料价格处于上涨周期时积极采取有效应对措施

报告期内，公司通常与下游客户每年确定产品价格，在原材料处于上涨周期时，公司及时与下游客户沟通协商调整价格，公司积极开发新产品，通过新产品新定价的方式积极消除原材料上涨带来的成本影响，同时公司在原液着色海岛纤

维产品提前布局，突破深色海岛丝生产难题，技术先进性给公司带来更强的议价能力。

综上所述，2025 年 1-6 月在发行人直接材料成本下降和毛利率有所上升具备合理性，报告期后不存在销售单价大幅下降的风险；公司具备良好传导原材料价格变化能力，若主要原材料价格处于上涨周期，公司通过及时调整价格、新产品开发等方式积极进行价格传导。

（四）说明下游客户向包括发行人在内的不同供应商采购同类产品的价格是否存在明显差异；报告期内向主要客户各细分产品销售毛利率是否存在过高或过低的情况，并分析原因；结合境内外市场竞争格局、定价方式、同类产品单位成本构成等方面的差异等，进一步说明境外毛利率高于境内的合理性；说明报告期内贸易商毛利率波动性较大的合理性，结合定价策略、下游应用领域情况等，说明主要贸易商同类产品毛利率差异较大、部分产品毛利率为负的原因

1、说明下游客户向包括发行人在内的不同供应商采购同类产品的价格是否存在明显差异

报告期内，公司主要产品系围绕原液着色技术而制成的非标定制化产品，由于公司产品定制化程度较高，不存在市场公开报价，因此公司以产品成本为基础，结合市场化定价，与客户通过商业谈判确定销售价格。对于定制化程度较高的产品，由于前期产品开发需要一定周期，同时为保障产品质量一致性，同一型号产品开发完成后，通常由固定的生产厂商进行生产。同时，公司下游主要客户为保障产品供应稳定，通常会储备同类型供应商，具备重新进行打样开发后更换生产厂商的能力。

根据公司主要客户的访谈，欣战江产品价格相对较高，但考虑到其开发速度快、产品质量好，导致后续生产的损耗小、良品率高，对后续产品质量具有良好保障，客户综合考虑选择使用欣战江产品。

2、报告期内向主要客户各细分产品销售毛利率是否存在过高或过低的情况，并分析原因

报告期内，主要客户销售金额及变动情况参见本回复“问题 1. 与主要客户

合作稳定性及业绩下滑风险”之“二/（二）说明报告期内部分主要客户销售额变动较大的具体原因，结合最近一期销售额同比变动情况及影响因素等，说明发行人是否存在被竞争对手取代或抢占市场份额的情况”的回复，其中销售额 1,000 万以上的客户，分产品毛利率情况具体如下：

（1）2025 年 1-6 月

单位：万元

序号	客户名称	下游主要 所属行业	产品 类别	金额	占营业 收入比 例	毛利率	同品类 整体毛 利率	差异
1	上海西东纺织装 饰有限公司及其 关联方	户外用品	DTY	***	***	***	***	***
			ATY	***	***	***	***	***
			FDY	***	***	***	***	***
			其他	***	***	***	***	***
			小计	***	***	***	***	***
2	浙江华光汽车内 饰股份有限公司	汽车内饰	DTY	***	***	***	***	***
			FDY	***	***	***	***	***
			ATY	***	***	***	***	***
			小计	***	***	***	***	***
3	青岛福基纺织有 限公司	汽车内饰	DTY	***	***	***	***	***
			FDY	***	***	***	***	***
			ATY	***	***	***	***	***
			小计	***	***	***	***	***
4	艾文德纺织（上 海）有限公司及 其关联方	汽车内饰	DTY	***	***	***	***	***
			ATY	***	***	***	***	***
			FDY	***	***	***	***	***
			小计	***	***	***	***	***
5	杜倍题桥纺织 （江苏）有限公 司及其关联方	汽车内饰	DTY	***	***	***	***	***
			ATY	***	***	***	***	***
			FDY	***	***	***	***	***
			小计	***	***	***	***	***
6	宏达高科控股股 份有限公司	汽车内 饰、鞋服 用品	DTY	***	***	***	***	***
			FDY	***	***	***	***	***
			小计	***	***	***	***	***
7	森织汽车内饰	汽车内饰	DTY	***	***	***	***	***

序号	客户名称	下游主要 所属行业	产品 类别	金额	占营业 收入比 例	毛利率	同品类 整体毛 利率	差异
	(武汉)有限公司及其关联方		FDY	***	***	***	***	***
			ATY	***	***	***	***	***
			POY	***	***	***	***	***
			纤维母粒	***	***	***	***	***
			小计	***	***	***	***	***
8	上海新纺联汽车内饰有限公司	汽车内饰	DTY	***	***	***	***	***
			FDY	***	***	***	***	***
			小计	***	***	***	***	***
9	金华市华尔汽车饰件有限公司	汽车内饰	DTY	***	***	***	***	***
			FDY	***	***	***	***	***
			小计	***	***	***	***	***
10	昆山金弘针织有限公司	鞋服用品	DTY	***	***	***	***	***
			小计	***	***	***	***	***
合计		-	-	10,219.91	62.08%	-	-	-

(2) 2024 年度

单位：万元

序号	客户名称	下游主要 所属行业	产品 类别	金额	占营业 收入比 例	毛利率	同品类 整体毛 利率	差异
1	上海西东纺织装饰有限公司及其关联方	户外用品	DTY	***	***	***	***	***
			ATY	***	***	***	***	***
			FDY	***	***	***	***	***
			POY	***	***	***	***	***
			其他	***	***	***	***	***
			小计	***	***	***	***	***
2	宏达高科控股股份有限公司	汽车内饰、鞋服用品	DTY	***	***	***	***	***
			FDY	***	***	***	***	***
			纤维母粒	***	***	***	***	***
			小计	***	***	***	***	***
3	青岛福基纺织有限公司	汽车内饰	DTY	***	***	***	***	***
			FDY	***	***	***	***	***
			ATY	***	***	***	***	***

序号	客户名称	下游主要 所属行业	产品 类别	金额	占营业 收入比 例	毛利率	同品类 整体毛 利率	差异
			其他	***	***	***	***	***
			小计	***	***	***	***	***
4	艾文德纺织（上海）有限公司及其关联方	汽车内饰	DTY	***	***	***	***	***
			ATY	***	***	***	***	***
			FDY	***	***	***	***	***
			其他	***	***	***	***	***
			小计	***	***	***	***	***
5	森织汽车内饰（武汉）有限公司及其关联方	汽车内饰	DTY	***	***	***	***	***
			FDY	***	***	***	***	***
			POY	***	***	***	***	***
			ATY	***	***	***	***	***
			纤维母粒	***	***	***	***	***
			小计	***	***	***	***	***
6	杜倍题桥纺织（江苏）有限公司及其关联方	汽车内饰	DTY	***	***	***	***	***
			ATY	***	***	***	***	***
			FDY	***	***	***	***	***
			小计	***	***	***	***	***
7	浙江华光汽车内饰股份有限公司	汽车内饰	DTY	***	***	***	***	***
			ATY	***	***	***	***	***
			FDY	***	***	***	***	***
			小计	***	***	***	***	***
8	上海新纺联汽车内饰有限公司	汽车内饰	DTY	***	***	***	***	***
			FDY	***	***	***	***	***
			小计	***	***	***	***	***
9	金华市华尔汽车饰件有限公司	汽车内饰	DTY	***	***	***	***	***
			FDY	***	***	***	***	***
			小计	***	***	***	***	***
合计		-		20,024.00	54.23%	-	-	-

(3) 2023 年度

单位：万元

序号	客户名称	下游主要 所属行业	产品 类别	金额	占营业 收入比 例	毛利率	同品类 整体毛 利率	差异
1	青岛福基纺织有 限公司	汽车内饰	DTY	***	***	***	***	***
			ATY	***	***	***	***	***
			FDY	***	***	***	***	***
			其他	***	***	***	***	***
			小计	***	***	***	***	***
2	森织汽车内饰 (武汉) 有限公 司及其关联方	汽车内饰	DTY	***	***	***	***	***
			FDY	***	***	***	***	***
			ATY	***	***	***	***	***
			纤维 母粒	***	***	***	***	***
			POY	***	***	***	***	***
			其他	***	***	***	***	***
			小计	***	***	***	***	***
3	川岛织物(上海) 有限公司	汽车内饰	DTY	***	***	***	***	***
			FDY	***	***	***	***	***
			其他	***	***	***	***	***
			小计	***	***	***	***	***
4	杜倍题桥纺织 (江苏) 有限公 司及其关联方	汽车内饰	DTY	***	***	***	***	***
			ATY	***	***	***	***	***
			FDY	***	***	***	***	***
			小计	***	***	***	***	***
5	上海西东纺织装 饰有限公司	户外用品	DTY	***	***	***	***	***
			ATY	***	***	***	***	***
			其他	***	***	***	***	***
			小计	***	***	***	***	***
6	浙江华光汽车内 饰股份有限公司	汽车内饰	DTY	***	***	***	***	***
			ATY	***	***	***	***	***
			FDY	***	***	***	***	***
			小计	***	***	***	***	***
7	上海新纺联汽车	汽车内饰	DTY	***	***	***	***	***

序号	客户名称	下游主要 所属行业	产品 类别	金额	占营业 收入比 例	毛利率	同品类 整体毛 利率	差异
	内饰有限公司		FDY	***	***	***	***	***
			纤维 母粒	***	***	***	***	***
			小计	***	***	***	***	***
合计		-		12,823.33	42.76%	-	-	-

(4) 2022 年度

单位：万元

序号	客户名称	下游主要 所属行业	产品 类别	金额	占营业 收入比 例	毛利率	同品类 整体毛 利率	差异
1	昆山金弘针织有 限公司	鞋服用品	DTY	***	***	***	***	***
			小计	***	***	***	***	***
2	森织汽车内饰（武 汉）有限公司及其 关联方	汽车内饰	DTY	***	***	***	***	***
			FDY	***	***	***	***	***
			ATY	***	***	***	***	***
			POY	***	***	***	***	***
			其他	***	***	***	***	***
			小计	***	***	***	***	***
3	青岛福基纺织有 限公司	汽车内饰	DTY	***	***	***	***	***
			ATY	***	***	***	***	***
			FDY	***	***	***	***	***
			其他	***	***	***	***	***
			小计	***	***	***	***	***
4	上海新纺联汽车 内饰有限公司	汽车内饰	DTY	***	***	***	***	***
			FDY	***	***	***	***	***
			小计	***	***	***	***	***
5	浙江华光汽车内 饰股份有限公司	汽车内饰	DTY	***	***	***	***	***
			ATY	***	***	***	***	***
			FDY	***	***	***	***	***
			小计	***	***	***	***	***
6	宏达高科控股股 份有限公司	汽车内 饰、鞋服 用品	DTY	***	***	***	***	***
			FDY	***	***	***	***	***
			纤维 母粒	***	***	***	***	***

序号	客户名称	下游主要 所属行业	产品 类别	金额	占营业 收入比 例	毛利率	同品类 整体毛 利率	差异
			小计	***	***	***	***	***
7	山东星宇手套有 限公司	劳保用品	POY	***	***	***	***	***
			小计	***	***	***	***	***
8	川岛织物（上海） 有限公司	汽车内饰	DTY	***	***	***	***	***
			FDY	***	***	***	***	***
			小计	***	***	***	***	***
9	金华市华尔汽车 饰件有限公司	汽车内饰	DTY	***	***	***	***	***
			FDY	***	***	***	***	***
			小计	***	***	***	***	***
10	绍兴东意纺织科 技有限公司	汽车内饰	DTY	***	***	***	***	***
			FDY	***	***	***	***	***
			小计	***	***	***	***	***
合计		-		15,643.93	56.74%	-	-	-

报告期内，公司主要客户分产品销售毛利率及差异情况已申请豁免披露。

3、结合境内外市场竞争格局、定价方式、同类产品单位成本构成等方面的差异等，进一步说明境外毛利率高于境内的合理性

全球化学纤维行业中，我国是最主要的供应国家，占全球化纤产量 70% 以上。涤纶作为世界产量最大、应用最广泛的合成纤维，具有强度高、弹性好、耐热、耐磨、耐腐蚀、表面光滑等特性，广泛用于汽车内饰、鞋服面料、家居户外等领域。根据纤维长度的不同，涤纶可分为涤纶长丝和涤纶短纤，涤纶长丝的产能及产量主要集中于采取熔体直纺工艺路线的生产企业，且头部企业集中度较高。桐昆集团、新凤鸣、恒逸集团、恒力石化、东方盛虹 5 家企业市场占有率约为 70%。但考虑到 2024 年国内涤纶长丝市场规模达 4,980 万吨，市场空间巨大，行业内其他企业仍有足够广阔的市场空间。因此，在境内外市场竞争格局中，国内涤纶长丝竞争较为激烈。

根据 S&P Global Commodity Insights，美国、欧洲和亚洲等发达地区的纺织业面临挑战，对于这些市场而言，生存和增长取决于高档时装、室内纺织品、地毯和技术纤维，这些领域需要创新、更高的质量和更好的持续性，这些对于在全

球市场中保持竞争力至关重要，而全球市场越来越受到消费者对独特、环保产品的偏好的驱动。

报告期内，公司境外收入主要来源于韩国、日本、美国、葡萄牙等发达国家，对于产品创新、产品质量具有更高的要求，因此销售价格相对较高，境外毛利率高于境内毛利率具有合理性，公司境内外销售产品的销售单价、成本情况具体如下：

单位：万元/吨

项目	2025 年 1 月-6 月					
	销售单价	单位成本	其中：直接材料	直接人工	制造费用	毛利率
境内	2.05	1.35	0.73	0.21	0.40	33.91%
境外	2.55	1.51	0.70	0.27	0.50	40.83%
合计	2.09	1.37	0.72	0.22	0.41	34.52%
项目	2024 年度					
	销售单价	单位成本	其中：直接材料	直接人工	制造费用	毛利率
境内	1.99	1.37	0.81	0.18	0.37	31.04%
境外	2.35	1.55	0.77	0.22	0.45	33.93%
合计	2.02	1.43	0.80	0.21	0.40	31.31%
项目	2023 年度					
	销售单价	单位成本	其中：直接材料	直接人工	制造费用	毛利率
境内	2.00	1.38	0.83	0.19	0.37	31.22%
境外	2.56	1.59	0.87	0.21	0.44	38.06%
合计	2.05	1.45	0.84	0.20	0.38	31.84%
项目	2022 年度					
	销售单价	单位成本	其中：直接材料	直接人工	制造费用	毛利率
境内	2.05	1.33	0.86	0.17	0.29	35.06%
境外	2.36	1.45	0.81	0.21	0.36	38.54%
合计	2.07	1.37	0.86	0.18	0.31	35.35%

由上表可知，境外销售产品的单位直接人工及单位制造费用均明显高于境内产品，报告期内，境外产品因产品技术要求更高，制造工时较长，因此销售价格相对较高，境外毛利率高于境内毛利率具有合理性。

4、说明报告期内贸易商毛利率波动性较大的合理性，结合定价策略、下游应用领域情况等，说明主要贸易商同类产品毛利率差异较大、部分产品毛利率为负的原因

报告期内，公司境内外定价均以产品成本为基础，主要通过商业谈判确定销售价格，由于贸易商减少了公司一定的市场开拓和客户维护成本，通常情况下商务谈判确定的价格较低，使其保证一定的利润空间，公司前五大贸易商销售具体情况如下：

单位：万元、吨

2025 年 1 月-6 月						
序号	客户名称	主要产品	应用领域	金额	毛利率	占营业收入比例
1	常州国兴新材料有限公司	DTY	鞋服用品	233.22	27.87%	1.42%
2	GLOBAL SOURCING ASSOCIATES.IN	DTY	鞋服用品	198.76	4.88%	1.21%
3	蝶理（中国）商业有限公司	DTY	汽车内饰	137.90	44.43%	0.84%
4	绍兴东意纺织科技有限公司	DTY	汽车内饰	65.28	24.76%	0.40%
5	苏州优富纺织品有限公司	DTY、FDY、受托加工业务	鞋服用品	51.40	-6.57%	0.31%
合计		-	-	686.56	21.67%	4.17%
2024 年度						
序号	客户名称	主要产品	应用领域	金额	毛利率	占营业收入比例
1	GLOBAL SOURCING ASSOCIATES.IN	DTY	鞋服用品	698.39	-4.41%	1.89%
2	常州国兴新材料有限公司	DTY	鞋服用品	446.39	19.76%	1.21%
3	蝶理（中国）商业有限公司	DTY、FDY	汽车内饰	422.52	44.76%	1.14%
4	苏州优富纺织品有限公司	受托加工业务	鞋服用品	220.92	39.89%	0.60%
5	绍兴东意纺织科技有限公司	DTY、FDY	汽车内饰	136.33	20.91%	0.37%
合计		-	-	1,924.55	18.87%	5.21%
2023 年度						
序号	客户名称	主要产品	应用领域	金额	毛利率	占营业收入比例

1	绍兴东意纺织科技有限公司	DTY、FDY	汽车内饰	531.75	26.45%	1.77%
2	GLOBAL SOURCING ASSOCIATES.IN	DTY	鞋服用品	403.01	-2.24%	1.34%
3	常州国兴新材料有限公司	DTY	鞋服用品	365.14	22.92%	1.22%
4	蝶理（中国）商业有限公司	DTY、FDY	汽车内饰	265.90	43.12%	0.89%
5	苏州芸凡芯国际贸易有限公司	DTY	户外用品	104.88	7.54%	0.35%
合计		-	-	1,670.68	20.23%	5.57%
2022 年度						
序号	客户名称	主要产品	应用领域	金额	毛利率	占营业收入比例
1	绍兴东意纺织科技有限公司	DTY、FDY	汽车内饰	1,025.83	33.46%	3.54%
2	GLOBAL SOURCING ASSOCIATES.IN	DTY	鞋服用品	438.05	7.87%	1.51%
3	蝶理（中国）商业有限公司	DTY、FDY	汽车内饰	306.24	46.92%	1.06%
4	常州国兴新材料有限公司	DTY	鞋服用品	221.02	35.22%	0.76%
5	苏州芸凡芯国际贸易有限公司	DTY	户外用品	70.88	17.93%	0.24%
合计		-	-	2,062.02	29.68%	7.12%

由上表可知，公司前五大贸易商客户毛利率存在一定波动，具体分析如下：

（1）GLOBAL SOURCING ASSOCIATES.IN 销售毛利率较低，主要系该客户及其终端客户主要位于北美，因其产品质量及技术要求高，导致生产成本较高，报告期内 GLOBAL SOURCING ASSOCIATES 系公司主要北美市场渠道，此前公司高度重视北美市场开拓，销售产品定价不高，导致销售毛利率较低；

（2）蝶理（中国）商业有限公司销售毛利率较高，其主要客户为境外蝶理（日本）集团，下游应用领域主要为汽车内饰，公司在汽车内饰领域具备技术优势，在满足其开发需求的同时保障良好的供应稳定性，因此销售毛利率较高；

（3）苏州优富纺织品有限公司系美国上市公司仪化宇辉（UFLN）的境内子公司，集团业务体量较高，具备较大的合作潜力。2024 年主要系受托加工业务，由客户提供特种切片进行加工，欣战江依托纤维母粒技术优势，取得较高毛利率；2025 年 1-6 月毛利率为负，主要系其产品型号变动，新增开发需求，尚未达到量

产阶段，在前期开发阶段产品成本较高，因此导致销售毛利率为负；

（4）苏州芸凡芯国际贸易有限公司销售毛利率较低，其下游为户外用品行业，客户定制产品的技术难度相对较低，公司面临较多竞争压力，因此毛利率较低，报告期内公司逐步减少与苏州芸凡芯的交易。

综上所述，公司主要贸易商同类产品毛利率差异较大、部分产品毛利率为负具有合理性。

（五）说明 2025 年 1-6 月，FDY 产能利用率较低原因，是否存在市场空间小、市场需求不足或者被竞品取代的风险，FDY 的高毛利率水平是否可持续

1、说明 2025 年 1-6 月，FDY 产能利用率较低原因

报告期内，公司 FDY 产能利用率情况如下表所示：

产品	项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
FDY	产能（吨）	1,100.00	1,800.00	1,000.00	160.00
	自产量（吨）	517.46	1,337.01	924.47	164.89
	产能利用率	47.04%	74.28%	92.45%	103.06%

报告期初，公司 FDY 产能不足。公司 2023 年和 2024 年先后引进 2 条 FDY 生产线。2025 年 1-6 月，公司 FDY 产能利用率较低的原因如下：

（1）部分为二手设备，生产效率较低

报告期初，公司 FDY 产能仅 160 万吨/年。2023 年，玉龙北路新厂陆续建成投产后，公司亟需提高 FDY 产能，为客户提供各类产品的一揽子解决方案，增加客户粘性。

由于彼时新购 FDY 设备的订货周期长达约 24 个月，因此公司采购二手 FDY 设备，并经翻新和改造后投入使用，解决短期产能不足的问题。上述设备投产后，公司 FDY 满产产能为 1,450 吨/年。

但由于该设备设计时间较早，尽管经过公司翻新和改造，并不断优化控制系统兼容性，但其运行稳定性和实际生产效率均弱于新购设备，导致产能利用率偏低，仅能满足公司短期生产需求。

（2）部分 FDY 产能被临时用于 POY 生产

2024 年，公司引进 FDY 生产线，可用于海岛型超细纤维的纺丝生产，产能 850 吨/年。

自 2024 年以来，公司海岛纤维等超细纤维产品开始得到客户认可并实现批量生产交货。在前纺环节，现有 POY 生产线难以满足超细纤维产品的生产。由于 FDY 与 POY 的部分生产工序相同或存在重合。相较于 FDY，POY 减少了加热、拉伸、热定型等工序。在此背景下，公司对新投产的 FDY 生产线进行改造升级，可根据订单需求快速实现 FDY 和 POY（超细纤维）的切换。2025 年上半年，该产线 850 吨/年产能主要用于海岛型 POY 生产，因此拉低 FDY 产能利用率。剔除上述影响，公司 FDY 产能利用率约为 71.37%。

2、是否存在市场空间小、市场需求不足或者被竞品取代的风险，FDY 的高毛利率水平是否可持续

（1）FDY 作为涤纶长丝最主要的品种之一，具有较大的市场空间

FDY 即全拉伸丝，生产于涤纶长丝前纺阶段，在纺丝过程中加入拉伸和热定型工序，尺寸稳定性更高。FDY 作为涤纶长丝的重要品类之一，用途广泛，既可作为半成品，用于 ATY 产品的生产，也可作为纱线成品直接用于织造成面料。使用 FDY 织造的面料光泽度高、手感顺滑、尺寸稳定，具有仿真丝质感。

FDY 作为涤纶长丝的重要品类之一，具有较大的市场空间。但统计局或行业协会等官方机构仅能查询化学纤维或涤纶长丝的整体市场空间，未单独披露 FDY 年度产量或销量等市场空间数据。

根据汇隆新材公开披露信息，其 2024 年 FDY 收入 4.23 亿元，占全年营业收入比例为 50.51%，是汇隆新材主要产品之一。

此外，涤纶长丝行业国内产量排名前 5 位的企业分别为：桐昆集团股份有限公司、新凤鸣集团股份有限公司、浙江恒逸集团有限公司、恒力石化股份有限公司、江苏东方盛虹股份有限公司，上述 5 家企业市场占有率约 70%。上述 5 家企业 FDY 产品占比情况如下：

序号	公司名称	涤纶长丝	涤纶长丝市占率	FDY 生产情况
1	桐昆集团股份有限公司	1,281.89	25.74%	根据公司 2024 年年报，FDY 为公司主要产品之一，占涤纶长丝收入比例为 17.78%

序号	公司名称	涤纶长丝	涤纶长丝市占率	FDY 生产情况
2	新凤鸣集团股份有限公司	754.24	15.15%	根据公司 2024 年年报, FDY 为公司主要产品之一, 占涤纶长丝收入比例为 21.13%
3	浙江恒逸集团有限公司	691.64	13.89%	子公司恒逸石化(000703.SZ) 2024 年年报中将 FDY 作为主要产品之一, 但未披露具体比例
4	恒力石化股份有限公司	410.00	8.23%	根据公司 2023 年年报, FDY 为公司聚酯与化工新材料板块最主要的产品之一, 但未披露具体比例
5	江苏东方盛虹股份有限公司(含子公司江苏国望高科纤维有限公司)	295.06	5.92%	根据公司 2024 年年报, FDY 为公司涤纶长丝板块主要产品之一, 但未披露具体比例
	合计	3,432.83	68.93%	

注: 涤纶长丝产量根据上述各家企业公开披露信息统计, 市场份额根据 2024 年全国涤纶长丝产量 4,980 吨计算。

由上表可知, 在行业代表性企业中, FDY 均为主要品种之一。考虑到 2024 年我国全部涤纶长丝产量 4,980 万吨, 市场空间较大, 因此 FDY 作为涤纶长丝的主要品种之一, 市场需求充足。

(2) FDY 产品毛利率较高具有合理性

①公司 FDY 产品具有竞争优势

FDY 产品制造过程纺丝速度更高, 技术难度更大, 质量风险和成本更高。公司研发的“一种用于生产车用顶棚的纺前着色 FDY 的生产方法”, 解决了微细着色剂粒子易团聚、细旦丝与 PU 盘片摩擦滑移的技术难题, 提高了纺丝加工性和着色均匀性, 提高了纤维与罗拉皮辊的握持效果, 攻克了高添加量助剂纺丝、纤维假捻变形打滑等技术难题, 具有突出的高耐候性表现, 大幅提升了环保型有色纤维在汽车顶棚经编面料领域的广泛应用, 获得国家知识产权局颁发的 2023 年中国专利优秀奖。

报告期内, 公司 FDY 产能整体较小, 因此公司优先接收附加值较高的订单。同时, 公司 FDY 产线的配置和调试更适合用于生产细旦 FDY 产品, 该类产品毛利率相对更高。

②部分 FDY 需与 DTY 搭配使用, 因此毛利率较高且被取代风险较低

公司 FDY 客户采购后主要有两种用途。一是采购 FDY 直接用于面料织造,

另一类则是客户采购 FDY 作为半成品，经进一步加工成 ATY 后用于面料织造。公司 FDY 客户以第一类客户为主。

对于前一类客户，通常系同时向公司定制化开发相匹配的 DTY 和 FDY 产品，并搭配使用 DTY 和 FDY 共同织造成面料。由于 FDY 为前纺产品，相比于 DTY 产品缺少后纺工序，因此成本相对更低，且 FDY 产品生产难度更大，因此 FDY 产品毛利率相对较高。同时，与 DTY 搭配使用的 FDY 产品，主要用于生产底纱、拼接材料、混纺等，用量相对 DTY 更少，订单小批量、多批次特征更为明显，对于工艺调试的难度大，因此毛利率相对更高。此外，对于该类客户，公司 FDY 需与 DTY 共同开发，以保证相匹配，降低织造环节质量风险，因此客户粘性较高。

因此，公司 FDY 产品毛利率相对较高，且被竞品取代的风险较小。

（3）补充披露被竞品取代以及 FDY 高毛利率下滑的风险

公司已在《招股说明书》中“重大事项提示”和“第三节 风险因素”中对相关财务风险补充披露如下：

“（一）毛利率下滑的风险

报告期各期，公司综合毛利率分别为 35.39%、32.04%、31.61%和 34.70%，公司毛利率较高，受以下多个因素的综合影响，公司未来毛利率水平面临下降的风险：1、在公司开发新产品或拓展新的应用领域过程中，如果相应的产品毛利率水平较低，或者公司采取低价策略进行市场拓展，则公司整体毛利率水平可能面临下降的风险。2、如果未来上游原材料成本提高、下游客户严控成本，或者竞争对手通过降低售价等方式争夺市场，而公司未能及时向客户传导价格调整，将存在产品毛利率持续下降的风险。3、若因经济贸易政策、市场需求变动等因素导致销售规模下降，规模效益无法体现，公司为提升规模效应降低销售价格，将存在产品毛利率持续下降的风险。4、若公司在户外用品及鞋服用品等竞争较为激烈的应用领域销售占比提升，由于下游客户行业结构变动可能导致公司毛利率有所下降。5、目前，公司部分产品（如 FDY）产能有限，产线配置和调试优先满足高附加值订单，毛利率相对较高。若未来公司产能增加、供应能力加强，或可比公司取得技术突破推出具有竞争力的竞品，可能导致毛利率有所下降。”

（六）结合可比公司选取过程、标准，说明可比公司选取的完整性及可比性；详细说明可比公司进入发行人细分产品领域的主要壁垒或门槛，可比公司是否能够向发行人所处细分领域发展，汽车内饰领域差别化涤纶长丝未来是否存在市场竞争加剧、毛利大幅下降的风险，并结合实际情况充分揭示风险

1、可比公司的选取完整性，具有可比性

公司主营业务为差别化原液着色涤纶长丝和纤维母粒的研发、生产和销售。

公司按照如下标准选取可比公司：（1）根据 Wind 行业分类中，属于化纤行业的 A 股上市公司；（2）剔除报告期内被 ST、*ST，或报告期内不存在持续亏损的公司；（3）主营产品聚焦于化学纤维长丝或者纤维母粒；（4）工艺路线采用切片纺方式生产。

公司按照上述标准选取的 6 家上市如下：

序号	公司简称	证券代码	上市时间	是否选取	理由
1	汇隆新材	301057.SZ	2021-09-09	是	汇隆新材采用切片纺工艺，且使用原液着色技术，生产差别化涤纶长丝。其产品类别、生产工艺与公司相同，且均采用原液着色技术。
2	海利得	002206.SZ	2008-01-23	是	海利得采用切片纺工艺，主要产品为差别化涤纶长丝，应用领域以车用为主。其生产工艺、应用领域与公司相同。
3	蒙泰高新	300876.SZ	2020-08-24	是	蒙泰高新采用原液着色技术生产差别化丙纶长丝。其与公司均采用原液着色技术，且丙纶长丝生产工序与涤纶长丝较为接近，具有可比性。
4	宝丽迪	300905.SZ	2020-11-05	是	宝丽迪为国内纤维母粒行业代表性企业，主要产品类型与公司存在重合。
5	泰和新材	002254.SZ	2008-06-25	否	泰和新材主要产品为芳纶、氨纶等，与涤纶的生产工序存在一定差异。
6	苏州龙杰	603332.SH	2019-01-17	否	苏州龙杰采用切片纺工艺生产涤纶长丝。但根据 2024 年年报所披露的工艺流程图显示，其主要产品未使用原液着色技术，且产品主要应用于服装、家纺等民用纺织领域，与公司存在差异。

综上，公司选取汇隆新材、海利得、蒙泰高新和宝丽迪作为可比公司具有可比性，可比公司选取完整。

2、可比公司进入发行人细分产品领域的主要壁垒或门槛

（1）欣战江竞争优势和主要壁垒

①欣战江具备更为完整的产业链

欣战江采用切片纺工艺路线，运用原液着色技术，通过将聚酯切片和纤维母粒按特定比例熔融纺丝，制备差别化有色涤纶长丝。

欣战江与可比公司均具备纺丝、加弹能力。在此基础，欣战江进一步向上游拓展至纤维母粒环节，实现纤维母粒开发和制造，涤纶长丝纺丝和加弹等的全链条生产。

纤维母粒是决定涤纶长丝颜色光泽、功能特性的关键原材料之一。公司具备自主开发、生产母粒的能力，可根据客户方案快速定制开发与纺丝加弹工序相匹配的母粒配方，大幅缩短配方开发、母粒试制、上机试产、调整配方重新试制的开发过程，满足客户对于纱线颜色、光泽的严苛要求。此外，自产母粒可以有效保证同类产品在不同批次间的质量稳定性和一致性，并降低生产成本。

②高耐候产品经验丰富

公司已建立以无机颜料为主的色彩方案体系。公司母粒配色以稳定性更强的无机颜料为主体，同时复配少量有机颜料、染料。公司依托自主开发着色及分散技术等核心技术，解决无机颜料易团聚的问题，提高颜料粒子分散稳定性。

此外，高耐候涤纶长丝制造属于系统性工程，需要对全生产流程进行精准管控：从配方阶段的颜料选择、比例优化，到母粒制备过程中的温度、冷却速度等关键参数控制，再到纺丝、加弹环节的罗拉、张力控制、运行速率设定等，均需要相互协同匹配，才能在满足纱线高耐候性的同时，实现较高的可纺性。

基于十余年的行业深耕，公司已建立以无机颜料为主的色彩方案体系，针对不同色系、不同纱线规格下的高耐候解决方案积累了丰富的项目经验。

③小批量、多批次的柔性化供应能力

公司下游客户的订单具有小批量、多批次的特点。特别是汽车内饰领域，整车厂对存货规模管控严格，且近年来新势力汽车品牌产品快速迭代，因此根据产业链特点，形成了小批量、多批次采购需求。这对公司定制化开发的响应速度、对量产过程的参数调试和产线磨合的能力、对保证批次间超低色差的能力均提出更高要求。

欣战江拥有从母粒到纺丝再到加弹的完整产业链，并对生产工序提出严格的管理要求，能够确保同一型号产品在不同批次间的一致性，可以满足下游客户在小批量、多批次模式下的严苛要求。

④公司原液着色海岛纤维产品取得突破并量产交付

海岛纤维纤度极小，最小直径可低至 2 μm ，对纺丝工艺要求极高，因此采用原液着色技术生产海岛纤维存在很高的技术挑战。受限于海岛纤维纤度，在保证可纺性的前提下，添加着色剂的比例有限，导致色泽不够鲜艳。如果进一步增加色母粒添加比例，则会使得纺丝环节熔体流动性变差，降低产品可纺性，导致注头、断头现象增加，纤维物理性能和纤维质量下降。且海岛纤维采用原液着色技术纺丝，要求色母粒的熔融指数、热稳定性与纺丝熔体流变性能相匹配，否则极易产生色差，批次间色差控制难度大。因此行业内通常选用技术相对更为成熟的染色工艺生产海岛纤维，但存在色牢度低，且容易出现色差、色斑、色花等染色缺陷。

欣战江采用复配技术对色母粒创新，对设备进行改造和优化，解决了原液着色海岛纤维的色泽鲜艳度或深度不足的问题，提高可纺性，保证产品质量和颜色一致性。如采用碳纳米管对着色剂进行复配，使用 PE 包覆技术提升分散性，通过双螺杆挤出、3DD 动态混合及管道多次剪切，确保熔体均匀性。同时改进螺杆挤出机各区温度控制，确保“岛-海”相态独立完整，通过调整喷丝孔长径比和熔体粘度比解决了皮层包裹不均和挤出胀大问题，在纺丝过程中需精准控制侧吹风冷却、多级牵伸等参数等。

截至本回复出具日，欣战江原液着色海岛纤维产品已突破深色海岛丝生产难题，已覆盖黑、灰、米、棕、蓝、橙、绿、红等近十种标准颜色，并可在此基础上根据客户具体需求快速定制差别化产品。公司相关产品已得到客户认可并实现批量生产交货，2024 年公司原液着色海岛纤维产品收入 1,274.34 万元；2025 年 1-6 月，公司原液着色海岛纤维产品收入快速增长，达 1,426.59 万元。

⑤公司提供高品质产品，客户粘性较强

公司产品下游应用领域主要包括汽车内饰、高端户外家居以及功能性鞋服等。涤纶长丝经过进一步纺织成面料后，最终制作成汽车内饰零部件或户外、家

居产品、鞋服产品，涤纶长丝的质量将直接影响下游产品的合格率。

以公司产品主要应用领域汽车内饰为例，内饰的颜色和质感直接影响消费者感官，是除性能、功能和舒适程度之外影响消费者购车选择的重要因素。汽车厂商通过不同内饰风格满足消费者多样化需求，汽车内饰的颜色、光泽、功能和质感等是整车厂开发至关重要的一环。因此汽车内饰对于纱线的颜色要求更为严苛。因为整车厂及各级供应商对纱线的开发效率、颜色稳定性、产品质量和一致性要求更高，且纱线成本在整车成本中占比极低，因此该类客户为保证产品品质，具有较高的粘性。

(2) 可比公司进入发行人细分产品领域的主要壁垒或门槛

可比公司专注于各自细分领域。其中汇隆新材下游应用以家纺面料为主；海利得车用领域产品聚焦于高强度和抗拉伸等特性；蒙泰高新以丙纶为主且应用领域箱包、服装、工业织物等；宝丽迪从事纤维母粒生产，不涉及纤维制造。具体如下：

序号	公司简称	公司产品特点	欣战江竞争优势
1	汇隆新材	汇隆新材与欣战江同样采用切片纺生产工艺，以原液着色技术为主。根据汇隆新材 2024 年年报，其产品主要应用与家纺面料、阻燃遮光面料、汽车高铁内饰、装饰材料及户外用品，但未披露各应用领域具体比例。其招股说明书在同行业可比公司比较分析中提到其“主要用于家纺面料”。	欣战江具有母粒自主研发和生产能力，可快速响应客户的定制化开发需求，且通过自产纤维母粒确保批次内/批次间超低色差在不同批次间的超低色差。 欣战江应用领域以汽车内饰为主，涵盖丰田、大众、本田、福特、现代、起亚、宝马、奥迪、北美领军新能源汽车品牌、比亚迪、理想、吉利、小米等国内外主流汽车品牌。根据中国化学纤维工业协会出具的证明，2021-2024 年，公司汽车内饰用原液着色涤纶长丝产品销量连续四年在国内市场排名中蝉联第一。
2	海利得	海利得主营业务包括涤纶工业长丝、涤纶轮胎帘子布、塑胶材料。其中涤纶工业长丝下游应用涵盖土工材料、汽车安全总成纤维材料、海洋缆绳与系泊系统、轮胎帘子布、输送带和广告灯箱布等领域。 在车用领域，海利得涤纶工业长丝主要用途包括轮胎、安全带、安全气囊等，其产品特点聚焦于高强度、抗拉伸等特性。根据海	在车用领域，欣战江产品主要应用于汽车内饰面料，且以原液着色技术为主，色母粒以自产为主。欣战江产品在批次内、批次间均可实现超低色差，并具有高耐候、低摩擦等特性。欣战江可满足客户小批量、多批次的柔性化订购需求。

序号	公司简称	公司产品特点	欣战江竞争优势
		利得年报及官网信息，其主要产品涤纶工业丝使用原液着色技术比例相对较低。	
3	蒙泰高新	蒙泰高新主要产品为丙纶长丝（丙纶长丝生产工艺流程与涤纶长丝相近），其中差别化丙纶长丝占比超过 50%，通过纺前添加色母粒或功能性母粒的方式进行生产。其下游为箱包织带、工业织物、服装制造等行业。	产品类型方面，丙纶相较涤纶具有质轻、柔软、耐酸碱等特点，但在耐光、耐热和强度等方面弱于涤纶。二者不可互相替代。 产业链方面，欣战江具有母粒自主研发和生产能力，可快速响应客户的定制化开发需求，且通过自产纤维母粒确保批次内/批次间超低色差在不同批次间的超低色差。 应用领域方面，欣战江以汽车内饰为主，涵盖国内外主流汽车品牌。根据中国化学纤维工业协会出具的证明，2021-2024 年，公司汽车内饰用原液着色涤纶长丝产品销量连续四年在国内市场排名中蝉联第一。
4	宝丽迪	宝丽迪主要从事化学纤维原液着色和先进功能改性材料生产和研发，主要产品为纤维母粒。宝丽迪不生产化纤产品。	欣战江主要产品为涤纶长丝，并在此基础上向上游纤维母粒行业延伸。欣战江纤维母粒的开发和生产以配合涤纶长丝定制化生产为主，剩余产能生产纤维母粒对外销售。

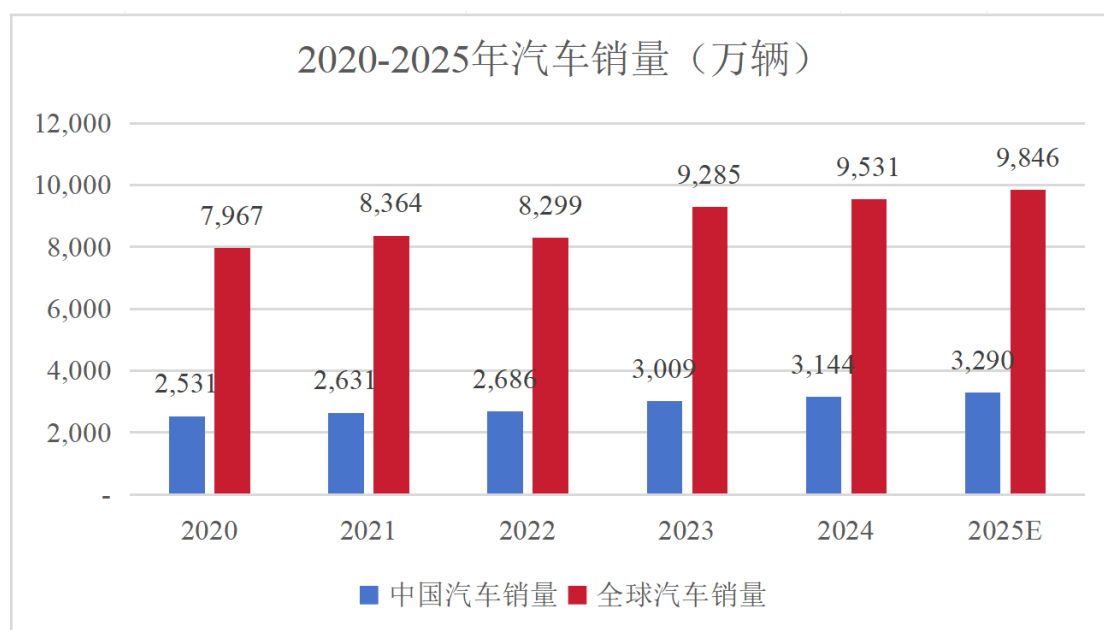
由上表可知，可比公司均专注于各自细分领域，各可比公司在产品类型和产品特点、应用领域、产业链布局、技术路线等方面存在一定差异。可比公司短期内进入发行人所处细分领域并快速发展的难度较大。

3、汽车内饰领域差别化涤纶长丝未来是否存在市场竞争加剧、毛利大幅下降的风险，并结合实际情况充分揭示风险

（1）汽车内饰领域差别化涤纶长丝市场空间持续增长

汽车内饰领域差别化涤纶长丝市场空间与汽车行业景气度关联较高。近年来，全球汽车销量稳定增长。根据国际汽车制造商协会数据显示，2024 年全球汽车销量为 9,531 万辆，其中我国汽车销量为 3,144 万辆。与此同时，根据中国海关总署的最新统计数据，2024 年我国汽车出口高达 641 万辆，同比增长 23%，成为全球汽车出口量最大的国家，出口额 1174 亿美元。根据东海证券研究报告预测，2025 年全球汽车销量仍将持续上升，全年销量预计将达到 9,846 万辆。

2020-2025 年全球和我国汽车销量及预测具体情况如下：



数据来源：国际汽车制造商协会、东海证券

汽车行业依托庞大的存量市场规模、稳定的增长态势以及汽车产品结构的迭代优化，为汽车内饰行业带来持续且稳定的需求。根据 QYResearch 调研显示，2024 年全球汽车内饰面料市场规模大约为 167.3 亿美元，预计 2031 年将达到 209.6 亿美元。根据智研产业研究院《2024-2030 年中国汽车内饰面料行业市场发展调研及投资前景分析报告》显示，2023 年中国汽车内饰面料行业市场规模达 158.34 亿元。汽车内饰面料的市场规模呈持续上升态势。

作为车用内饰面料最重要原材料之一，差别化涤纶长丝因其抗撕裂强度高、耐日晒、耐霉变、高耐磨、回弹性好及耐气候稳定性高等特点，已经广泛应用在顶棚、座椅、立柱、门板、仪表盘、地毯等。未来，随着汽车产业的持续发展，以及汽车厂商对内饰材料要求的提升，在满足基础需求的基础上，质量稳定、绿色环保、色彩丰富、功能多样的原液着色涤纶长丝将获得巨大的市场机遇。

2022-2024 年，公司汽车内饰用涤纶长丝产品销量分别为 6,776.32 吨、7,979.18 吨、8,474.77 吨。根据中国化学纤维工业协会出具证明中，欣战江在国内市场占有率和国际市场占有率计算，国内和国际汽车内饰用涤纶长丝市场空间如下：

年度	2022 年	2023 年	2024 年
汽车内饰数量（吨）①	6,776.32	7,979.18	8,474.77
国内市占率②	32.36%	35.02%	35.62%

年度	2022 年	2023 年	2024 年
国内市场空间（吨）③=①÷②	20,940.42	22,784.64	23,792.17
国际市占率④	23.21%	24.69%	25.01%
国际市场空间（吨）⑤=①÷③	29,195.69	32,317.46	33,885.53

由上表可知，2024 年，国内和国际汽车内饰用涤纶长丝市场空间分别为 23,792.17 吨和 33,885.53 吨，市场空间较大，且 2022-2024 年保持快速增长，其中国内车用涤纶长丝复合增长率为 6.59%，国际车用涤纶长丝复合增长率为 7.73%。

（2）原液着色技术符合汽车行业绿色发展理念

随着低碳环保理念渐入人心，乘用车市场的升级换代及新能源汽车的蓬勃发展，推动汽车内饰行业的升级换代和需求释放。国内外主流车企均将绿色发展理念作为高质量发展的核心路径，并将低碳环保理念深度融合到产品开发、生产制造、企业经营及供应链等各环节。

如全球销量第一的丰田集团明确“要求供应商跟踪取水量、排水量和用水量”、“要求制定节水计划和目标”、“鼓励供应商通过我们的绿色供应商指南，每年将二氧化碳绝对排放量减少 3%”。我国销量第一的比亚迪集团也提出“建立健全‘绿色供应商、绿色原材料’采购体系”“我们设立并充分沟通供应链减碳目标，将对供应商的减碳要求写入供应链管理相关制度。”其他主流车企如大众汽车集团、现代汽车集团、通用汽车集团、福特汽车集团、本田汽车集团、上汽集团、吉利控股等也均通过官网、年报、ESG 报告等公开方式对生产制造环节和供应链提出了节水、减排、使用绿色材料等方面的要求。

公司原液着色涤纶长丝作为“绿色纤维”三大类产品之一，省去染色工序，从源头上解决传统印染行业面临的高能耗、用水量大、碳排放等突出问题，符合车企的绿色发展理念。

（3）公司在汽车内饰领域具备竞争优势是保证毛利率的前提

欣战江自成立以来，始终致力于涤纶长丝的研发和制造，积累了丰富且成熟的定制化开发解决方案。颜色方面，欣战江已积累超过 1 万种涤纶长丝配色方案；功能方面，欣战江可实现抗菌防霉、阻燃、抗静电、抗紫外、抗老化、防泼水、

易去污等功能。

欣战江产品具有超低色差、高耐候、低摩擦等特性，公司承担的“零色差、低摩擦和高耐候的汽车经编织物专用原液着色涤纶长丝项目”经中国纺联科技成果鉴定，技术处于国际先进水平。同时，欣战江具有母粒、纺丝、加弹的完整产业链，可快速响应客户定制化需求，并采用柔性化生产模式，可满足客户小批量、多批次的订单需求。此外，欣战江已实现原液着色技术在海岛纤维制造的应用，并实现量产供货。

欣战江是国内少数几家能够提供汽车内饰领域差别化涤纶长丝的企业，产品应用于全球主流汽车品牌，涵盖丰田、大众、本田、福特、现代、起亚、宝马、奥迪、北美领军新能源汽车品牌、比亚迪、理想、吉利、小米等。欣战江产品根据中国化学纤维工业协会出具的证明，2021-2024 年，公司汽车内饰用原液着色涤纶长丝产品销量连续四年在国内市场排名中蝉联第一。

因此，欣战江在汽车内饰领域具备较为突出的竞争优势，产品毛利率相对较高。

（4）对于未来可能存在市场竞争加剧、毛利大幅下降的风险提示

公司已在《招股说明书》中“重大事项提示”和“第三节 风险因素”中对相关经营风险内容披露。具体如下：

“（二）市场竞争风险

涤纶纤维制造行业是一个市场化程度较高、市场竞争较为充分的行业，主要工艺包括熔体直纺和切片纺两种。公司自成立以来采用切片纺工艺，专注于提供差别化有色涤纶长丝，主要应用于汽车内饰、户外用品等对于产品质量及色牢度要求较高的领域，有利于下游用户节能减排、精简工艺和清洁生产。

如果未来在汽车内饰、户外家居、功能鞋服等领域竞争对手数量增加，或可比公司取得技术突破并进入汽车内饰等细分领域，可能导致市场竞争加剧，公司产品毛利率下降，并对业务规模和盈利能力造成不利影响。”

二、成本核算准确完整性

(一) 说明制造费用的明细构成、变动情况及原因，直接人工、委托加工、能源耗用与产品产量的匹配性

1、制造费用的明细构成、变动情况及原因

报告期内，公司计入生产成本的制造费用的明细构成情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月		2024 年度	
	金额	占比	金额	占比
电费	1,097.44	35.65%	2,654.21	36.92%
材料耗用	971.54	31.56%	2,666.87	37.09%
折旧摊销	884.26	28.73%	1,554.67	21.62%
其他	125.03	4.06%	313.60	4.36%
合计	3,078.27	100.00%	7,189.35	100.00%
项目	2023 年度		2022 年度	
	金额	占比	金额	占比
电费	2,254.88	39.47%	1,882.78	42.71%
材料耗用	2,218.16	38.83%	1,825.38	41.40%
折旧摊销	1,049.59	18.37%	500.75	11.36%
其他	190.44	3.33%	199.77	4.53%
合计	5,713.07	100.00%	4,408.68	100.00%

注：上述制造费用系当年计入生产成本的制造费用，与当年营业成本中制造费用存在差异。

报告期各期，公司计入生产成本的制造费用分别为 4,408.68 万元、5,713.07 万元、7,189.35 万元和 3,078.27 万元，主要为电费、材料耗用和折旧摊销。

(1) 电费

报告期内，公司生产过程中能源耗用主要为电力，情况如下：

单位：万元、万度，元/度，吨，万元/吨

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
电费	1,097.44	2,654.21	2,254.88	1,882.78
度数	1,613.88	3,635.90	3,006.51	2,477.34
单价	0.68	0.73	0.75	0.76
产量	12,094.64	28,410.66	22,307.67	19,486.58

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
单位电力耗用	0.09	0.09	0.10	0.10

注：单位电力耗用=电费/产量。

报告期内，公司制造费用中电费金额分别为 1,882.78 万元、2,254.88 万元、2,654.21 万元和 1,097.44 万元，单价分别为 0.76 元/度、0.75 元/度、0.73 元/度和 0.68 元/度，单位电力耗用分别为 0.10 万元/吨、0.10 万元/吨、0.09 万元/吨和 0.09 万元/吨，较为稳定。报告期内，公司用电均价有所下降，主要系公司变更电费计价方式，由按“实际最大需量”计费变更为“按变压器容量”计费，且电费单价有所下调所致。报告期内，公司制造费用中电费金额随产量增减而变动。

（2）材料耗用

报告期内，公司制造费用中材料耗用与产量匹配情况如下：

单位：万元，万元/吨

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
材料耗用	971.54	2,666.87	2,218.16	1,825.38
产量	12,094.64	28,410.66	22,307.67	19,486.58
单位材料耗用	0.08	0.08	0.09	0.09

注：单位材料耗用=材料耗用/产量。

报告期内，公司制造费用中材料耗用金额分别为 1,825.38 万元、2,218.16 万元、2,666.87 万元和 971.54 万元，单位材料耗用分别为 0.09 万元/吨、0.09 万元/吨、0.08 万元/吨和 0.08 万元/吨，保持稳定，主要为包装物、油剂等低值易耗品。报告期内，公司制造费用中材料耗用金额随产量增减而变动。

（3）折旧摊销

报告期内，公司生产用固定资产及制造费用中折旧摊销明细如下：

单位：万元

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
计入制造费用的固定资产原值	23,931.93	21,978.97	18,268.24	8,276.87
计入制造费用的折旧摊销	884.26	1,520.92	1,049.63	499.97
占比	7.39%	6.92%	5.75%	6.04%

注：2025 年 1-6 月/2025 年 6 月 30 日，计入制造费用的折旧摊销占计入制造费用的固定资产原值比例已年化处理。

报告期内，公司制造费用中折旧摊销金额分别为 499.97 万元、1,049.63 万元、1,520.92 万元和 884.26 万元，增长较快，主要系公司新厂房、新产线陆续集中投入使用所致。计入制造费用的折旧摊销占计入制造费用的固定资产原值比例分别为 6.04%、5.75%、6.92% 和 7.39%。

2023 年度，公司计入制造费用的折旧摊销占计入制造费用的固定资产原值比例较低，主要系当期计入制造费用的固定资产原值增加较快，且当期新转固厂房及生产设备未足年计提折旧所致。

2024 年起，公司新增主要资产已足年计提折旧，计入制造费用的折旧摊销占计入制造费用的固定资产原值比例逐渐回升。

报告期内，公司制造费用中折旧摊销金额随生产用固定资产原值变动而变动。

2、直接人工、能源耗用与产品产量的匹配性

报告期内，公司直接人工、能源耗用与产品产量的匹配情况如下：

单位：万元，万元/吨

项目	2025 年 1-6 月	2024 年	2023 年	2022 年
产量	12,094.64	28,410.66	22,307.67	19,486.58
直接人工	1,708.67	3,629.60	2,779.60	2,404.12
能源耗用	1,097.44	2,654.21	2,254.88	1,882.78
单位人工	0.13	0.13	0.12	0.12
单位能源耗用	0.09	0.09	0.10	0.10

注：报告期内，公司生产过程中能源耗用主要为电力，此处能源耗用金额仅统计电费。

公司的直接人工主要是车间生产人员的工资、奖金、福利费及社保公积金，能源耗用主要是车间电费的耗用。报告期内，公司产品单位直接人工分别为 0.12 万元/吨、0.12 万元/吨、0.13 万元/吨和 0.13 万元/吨，单位能源耗用分别为 0.10 万元/吨、0.10 万元/吨、0.09 万元/吨和 0.09 万元/吨，保持稳定，公司直接人工和能源耗用与产品产量相匹配。

3、委托加工与产品产量的匹配性

报告期内，公司委托加工与产品产量的匹配情况如下：

单位：吨、万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年	2023 年	2022 年
涤纶长丝产量	11,530.88	27,095.61	21,301.16	18,650.21
委托加工金额	201.72	1,006.70	1,092.29	3,259.14
委托加工数量	238.68	1,164.01	1,205.39	3,885.24
委托加工数量占产量比例	2.07%	4.30%	5.66%	20.83%

报告期内，公司综合考虑产能因素、成本因素和客户因素，向外采购委托加工服务，公司采购委托加工服务金额分别为 3,259.14 万元、1,092.29 万元、1,006.70 万元和 201.72 万元，数量分别为 3,885.24 吨、1,205.39 吨、1,164.01 吨和 238.68 吨，委托加工数量占产量比例分别为 20.83%、5.66%、4.30% 和 2.07%，随着公司自有产能不断提升，公司涤纶长丝产量上升，委托加工数量占涤纶长丝产量的比例逐年下降。

（二）说明各期折旧摊销费用与固定资产变动情况的匹配性，量化分析报告期内新增固定资产折旧对各类产品毛利率的影响，与相关产品的产线或厂房转固时点是否相符

1、发行人各期折旧摊销费用与固定资产变动情况的匹配性

报告期内，公司固定资产中折旧摊销明细如下：

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
一、账面原值合计	30,051.86	28,249.38	23,708.74	9,359.81
其中：房屋及建筑物	14,892.99	14,892.99	11,900.49	3,519.41
机器设备	13,765.29	11,983.92	10,486.49	4,706.37
运输设备	797.76	805.55	799.75	844.39
电子设备	263.05	241.78	217.48	157.99
其他设备	332.77	325.14	304.53	131.66
二、当期累计折旧增加额合计	1,006.25	1,694.82	1,268.29	515.79
其中：房屋及建筑物	353.72	562.53	375.45	108.56
机器设备	583.36	999.85	762.34	331.47
运输设备	26.15	49.59	58.06	46.48

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
电子设备	15.65	28.62	25.43	19.06
其他设备	27.38	54.24	47.01	10.22
三、当期累计折旧增加额占账面原值比例	6.70%	6.00%	5.35%	5.51%
其中：房屋及建筑物	4.75%	3.78%	3.15%	3.08%
机器设备	8.48%	8.34%	7.27%	7.04%
运输设备	6.55%	6.16%	7.26%	5.51%
电子设备	11.90%	11.84%	11.69%	12.06%
其他设备	16.46%	16.68%	15.44%	7.76%

注：2025 年 1-6 月/2025 年 6 月 30 日，当期累计折旧增加额占账面原值比例已年化处理。

报告期各期，公司固定资产中房屋及建筑物累计折旧增加额占期末账面原值比例分别为 3.08%、3.15%、3.78%和 4.75%，折旧率从 3.08%逐年上升至 4.75%主要系 2022 年度至 2024 年度，公司房屋及建筑物类在建工程陆续转固，且各期房屋及建筑物固定资产原值增加率同比逐渐放缓所致。2022 年度，新增房屋及建筑物固定资产投入使用后，次月开始计提折旧，未按整年计提，拉低了整体比率，随着新增转入固定资产开始计提全年折旧，且新增资产原值增加率同比逐渐放缓，新增资产原值影响权重逐渐变小，使得整体比率不断逼近房屋及建筑物年折旧率，2025 年 1-6 月，公司未新增房屋及建筑物类固定资产，故当期折旧增加额占账面原值比例为房屋及建筑物年折旧率 4.75%。

报告期各期，公司固定资产中机器设备累计折旧增加额占期末账面原值比例分别为 7.04%、7.27%、8.34%和 8.48%，折旧率从 7.04%逐年上升至 8.48%主要系公司逐步扩大产能，新增产线，新设备占比逐渐增加所致。

报告期各期，公司固定资产中运输设备、电子设备和其他设备原值合计金额分别为 1,134.04 万元、1,321.76 万元、1,372.47 万元和 1,393.58 万元，占公司固定资产原值比例分别为 12.12%、5.57%、4.86%和 4.64%，占比较小。运输设备累计折旧增加额占期末账面原值比例分别为 5.51%、7.26%、6.16%和 6.55%，电子设备累积折旧增加额占期末账面原值比例分别为 12.06%、11.69%、11.84%和 11.90%，其他设备累计折旧增加额占期末账面原值比例分别为 7.76%、15.44%、

16.68%和 16.46%，均存在一定波动，主要系运输设备、电子设备及其他设备的折旧年限较短所致。

综上所述，公司各期固定资产折旧摊销费用与固定资产期末原值相匹配。

2、量化分析报告期内新增固定资产折旧对各类产品毛利率的影响，与相关产品的产线或厂房转固时点相符

（1）公司固定资产折旧变动整体分析

报告期内，公司固定资产折旧对应科目勾稽匹配情况如下：

单位：万元

科目	2025 年 1-6 月		2024 年度	
	金额	变动率	金额	变动率
固定资产原值	30,051.86	6.38%	28,249.38	19.15%
固定资产折旧额	1,006.25	18.74%	1,694.82	33.63%
其中计入制造费用部分	837.74	23.66%	1,354.91	26.81%
其中计入期间费用部分	168.51	-0.85%	339.91	70.08%
科目	2023 年度		2022 年度	
	金额	变动率	金额	
固定资产原值	23,708.74	153.30%	9,359.81	
固定资产折旧额	1,268.29	145.89%	515.79	
其中计入制造费用部分	1,068.43	155.28%	418.52	
其中计入期间费用部分	199.86	105.47%	97.27	

注：2025 年 1-6 月的变动率已年化处理。

2023 年起，公司纺丝大楼、POY 纺丝设备、FDY 纺丝设备、高速假捻变形机等生产厂房及设备陆续转固，2023 年固定资产原值较上年末增长 153.30%。固定资产原值增加带动折旧额持续增长，固定资产折旧额变动率为 145.89%，其中计入制造费用部分的固定资产折旧额变动率为 155.28%，计入制造费用部分的固定资产折旧额变动趋势与固定资产原值及固定资产折旧总额的变动率基本一致。

2023 年 3 月及 12 月，公司办公综合楼陆续转固，计入期间费用部分的折旧额增长较快，因此 2024 年度计入期间费用的固定资产折旧额较上年度增长 70.08%，增长幅度高于计入制造费用部分的固定资产折旧额增长率。

2024 年 12 月，公司加弹二车间及配套基础设施达到预定可使用状态，转入

固定资产，因此导致 2025 年 1-6 月固定资产原值及折旧额小幅增长。

综上所述，公司固定资产折旧额与计入制造费用、期间费用中的折旧额勾稽准确，生产成本、期间费用之间不存在混淆的情况。报告期各期折旧计提与固定资产变动情况相匹配。

（2）公司固定资产折旧变动对各产品影响的具体分析

报告期内，公司计入生产成本的制造费用中的折旧摊销费用与资产原值及产量匹配情况如下：

单位：万元

科目	2025 年 1-6 月		2024 年度	
	金额	变动率	金额	变动率
固定资产原值	30,051.86	6.38%	28,249.38	19.15%
固定资产折旧额	1,006.25	18.74%	1,694.82	33.63%
计入制造费用部分	837.74	23.66%	1,354.91	26.81%
其中：计入母粒车间	65.52	3.62%	126.46	32.87%
计入前纺车间	351.14	20.74%	581.64	57.20%
计入后纺车间	421.08	30.20%	646.81	7.22%
计入期间费用部分	168.51	-0.85%	339.91	70.08%
科目	2023 年度		2022 年度	
	金额	变动率	金额	
固定资产原值	23,708.74	153.30%	9,359.81	
固定资产折旧额	1,268.29	145.89%	515.79	
计入制造费用部分	1,068.43	155.28%	418.52	
其中：计入母粒车间	95.17	338.16%	21.72	
计入前纺车间	370.01	583.24%	54.15	
计入后纺车间	603.25	76.06%	342.64	
计入期间费用部分	199.86	105.47%	97.27	

① 纤维母粒

报告期内，公司新厂房纤维母粒车间折旧增加对毛利率的影响情况如下：

单位：万元、吨、万元/吨

项目	2025 年 1 月-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
母粒车间计提折旧	65.52	126.46	95.17	21.72

项目	2025年1月-6月	2024年度	2023年度	2022年度
纤维母粒合计产量	563.76	1,315.05	1,006.51	836.37
纤维母粒合计销量	306.45	697.50	626.06	439.22
纤维母粒销量占产量比例	54.36%	53.04%	62.20%	52.52%
纤维母粒单位产品固定资产折旧	0.11	0.11	0.10	0.03
纤维母粒单位产品固定资产折旧变动	0.00	0.01	0.07	-
纤维母粒销售均价	4.23	4.18	4.61	4.74
单位产品固定资产折旧变动对毛利率的影响	0.00%	-0.24%	-1.61%	-

注：纤维母粒单位产品固定资产折旧=母粒车间计提折旧*纤维母粒销量占产量/纤维母粒合计销量。

报告期内，公司纤维母粒车间计提折旧金额分别为 21.72 万元、95.17 万元、126.46 万元和 65.52 万元，纤维母粒工序相对较短，母粒车间面积占比较小，因此折旧金额较小，单位产品固定资产折旧变动对毛利率的影响较小。新厂房纤维母粒车间位于公司纺丝大楼中，2023 年公司纺丝大楼投入使用，纤维母粒单位成本中固定资产折旧增加 0.07 万元/吨，对毛利率影响-1.61 个百分点，固定资产折旧变动与纤维母粒产线及厂房转固时点相符。

② POY

报告期内，公司新厂房前纺车间折旧情况对 POY 产品毛利率的影响情况如下：

单位：万元、吨、万元/吨

项目	2025年1月-6月	2024年度	2023年度	2022年度
前纺车间计提折旧	351.14	581.64	370.01	54.15
前纺车间合计产量	5,591.51	13,096.4	10,583.33	8,177.42
POY 合计销量	145.75	275.21	839.24	1,369.74
POY 销量占前纺车间产量比例	2.61%	2.10%	7.93%	16.75%
POY 单位产品固定资产折旧	0.05	0.04	0.04	0.01
POY 单位产品固定资产折旧变动	0.01	0.00	0.03	-
POY 销售均价	1.14	1.10	0.83	0.98
单位产品固定资产折旧变动对毛利率的影响	-0.88%	0.00%	-4.02%	-

注：POY 单位产品固定资产折旧=前纺车间计提折旧*POY 销量占前纺车间产量/POY 合计销量。

报告期内，公司前纺车间计提折旧金额分别为 54.15 万元、370.01 万元、581.64

万元和 351.14 万元，呈现上升趋势，新厂房前纺车间位于公司纺丝大楼中，系纺丝大楼的主要组成部分。

2023 年度，POY 单位成本中固定资产折旧增加 0.03 万元/吨，对毛利率影响 -4.02 个百分点，主要系公司新厂房纺丝大楼投入使用，并新增部分 POY 生产线，POY 产品对应生产用固定资产原值增长较快，单位产品固定资产折旧变动较大。

报告期内，公司新增 POY 产品对应生产用固定资产折旧对 POY 产品毛利率的影响分别为-4.02%、0.00%和-0.88%，与 POY 产品产线及厂房转固时点相符。

③FDY

报告期内，公司新厂房前纺车间折旧情况对 FDY 产品毛利率的影响情况如下：

单位：万元、吨、万元/吨

项目	2025 年 1 月-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
前纺车间计提折旧	351.14	581.64	370.01	54.15
前纺车间合计产量	5,591.51	13,096.4	10,583.33	8,177.42
FDY 合计销量	430.95	1,089.84	1,048.91	1,019.72
FDY 销量占前纺车间产量比例	7.71%	8.32%	9.91%	12.47%
FDY 单位产品固定资产折旧	0.07	0.05	0.04	0.01
FDY 单位产品固定资产折旧变动	0.02	0.01	0.03	-
FDY 销售均价	2.22	2.20	2.30	2.30
单位产品固定资产折旧变动对毛利率的影响	-0.90%	-0.45%	-1.30%	-

注：FDY 单位产品固定资产折旧=前纺车间计提折旧*FDY 销量占前纺车间产量/FDY 合计销量。

报告期内，公司前纺车间计提折旧金额分别为 54.15 万元、370.01 万元、581.64 万元和 351.14 万元，呈现上升趋势，新厂房前纺车间位于公司纺丝大楼中，系纺丝大楼的主要组成部分，前纺车间产线以 POY 为主，FDY 产线数量相对较少。

2023 年度，FDY 单位成本中固定资产折旧增加 0.03 万元/吨，与 POY 单位成本中固定资产折旧增加额一致，但对 FDY 毛利率影响较小，主要系公司 FDY 产品销售均价较高所致。

报告期内，公司新增 FDY 产品对应生产用固定资产折旧对 FDY 产品毛利率的影响分别为-1.30%、-0.45%和-0.90%，与 FDY 产线及厂房转固时点相符。

④DTY

报告期内，公司新厂房后纺车间折旧情况对 DTY 产品毛利率的影响情况如下：

单位：万元、吨、万元/吨

项目	2025 年 1 月-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
后纺车间计提折旧	421.08	646.81	603.25	342.64
后纺车间合计产量	5,939.37	13,999.21	10,717.83	10,472.79
DTY 合计销量	6,263.15	13,700.24	10,102.28	9,774.34
DTY 销量占后纺车间产量比例	105.45%	97.86%	94.26%	93.33%
DTY 单位产品固定资产折旧	0.07	0.06	0.05	0.02
DTY 单位产品固定资产折旧变动	0.01	0.01	0.03	-
DTY 销售均价	2.01	2.00	2.09	2.19
DTY 单位产品固定资产折旧变动对毛利率的影响	-0.54%	-0.50%	-1.44%	-
POY 单位产品固定资产折旧变动对毛利率的影响	-0.88%	0.00%	-4.02%	-
新厂房启用对 DTY 毛利率的整体影响	-1.42%	-0.50%	-5.46%	-

注：DTY 单位产品固定资产折旧=前纺车间计提折旧*DTY 销量占后纺车间产量/DTY 合计销量。

报告期内，公司后纺车间计提折旧金额分别为 342.64 万元、603.25 万元、646.81 万元和 421.08 万元，呈现上升趋势。新厂房后纺车间位于加弹大楼，系加弹大楼的重要组成部分。

2023 年度，DTY 单位成本中固定资产折旧增加 0.03 万元/吨，对毛利率影响 -1.44 个百分点，主要系 2022 年 6 月至 10 月，公司加弹大楼投入使用，并新增部分 DTY 生产线，DTY 产品对应生产用固定资产原值增长较快，单位产品固定资产折旧变动较大。

报告期内，公司 DTY 产品主要由 POY 产品经后纺工序制成，因此新厂房折旧增加对 DTY 产品毛利率的影响分别为-5.46%、-0.50%和-1.42%，与 DTY 产线及厂房转固时点相符。

⑤ATY

报告期内，公司新厂房后纺车间折旧情况对 ATY 产品毛利率的影响情况如下：

单位：万元、吨、万元/吨

项目	2025 年 1 月-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
后纺车间计提折旧	421.08	646.81	603.25	342.64
后纺车间合计产量	5,939.37	13,999.21	10,717.83	10,472.79
ATY 合计销量	358.98	901.00	675.30	371.14
ATY 销量占后纺车间产量比例	6.04%	6.44%	6.30%	3.54%
ATY 单位产品固定资产折旧	0.06	0.06	0.05	0.03
ATY 单位产品固定资产折旧变动	0.00	0.01	0.02	-
ATY 销售均价	2.32	2.49	2.56	2.46
ATY 单位产品固定资产折旧变动对毛利率的影响	0.00%	-0.40%	-0.68%	-
FDY 单位产品固定资产折旧变动对毛利率的影响	-0.90%	-0.45%	-1.30%	-
新厂房启用对 ATY 毛利率的整体影响	-0.90%	-0.85%	-1.98%	-

注：ATY 单位产品固定资产折旧=前纺车间计提折旧*ATY 销量占后纺车间产量/ATY 合计销量。

报告期内，公司后纺车间计提折旧金额分别为 342.64 万元、603.25 万元、646.81 万元和 421.08 万元，呈现上升趋势。新厂房后纺车间位于加弹大楼，系加弹大楼的重要组成部分，后纺车间产线以 DTY 为主，ATY 产线数量相对较少。

报告期内，公司 ATY 产品主要由 FDY 产品经后纺工序制成，因此新厂房折旧增加对 ATY 产品毛利率的影响分别为-1.98%、-0.85%和-0.90%，与 ATY 产线及厂房转固时点相符。

报告期内，公司加弹大楼、纺丝大楼、加弹二车间及新增配套生产设备陆续转固，产能逐步增加。2025 年 1-6 月，公司受收入季节性波动及全球贸易政策变动等因素影响，产品下游需求出现波动，公司产能利用率有所下滑，导致固定资产折旧分摊至各产品金额有所增加。

2025 年下半年，随着公司下游客户逐渐进入销售旺季，全球贸易政策影响逐渐减弱，公司下游需求增长较快，公司主要产品产能利用率回升至 85%以上。公司主要产品产能利用率回升，产品产量有所增加，固定资产折旧分摊对生产成本的不利影响有所减弱。

（三）说明对生产人员的管理模式，报告期内生产人员波动较大的原因，是否与生产经营规模相匹配，是否存在压缩人员薪酬或数量提升业绩的情况

1、说明对生产人员的管理模式

公司生产部门综合考虑部门年度预算情况、在手订单情况及行业景气度，预计车间所需的生产人员，并以此向行政人事部提出招聘需求。在实际执行过程中，生产部门根据客户提出的最新需求预测制定生产计划，调整生产人员班次及作息，如存在人员缺口，则向行政人事部提出临时招聘需求。

2、报告期内生产人员波动较大的原因，与生产经营规模相匹配，是否存在压缩人员薪酬或数量提升业绩的情况

报告期各期，公司计入直接人工的生产人员人数及其平均薪酬情况如下：

单位：人，万元

项目	2025 年 1-6 月		2024 年度	
	数值	同比变动率	数值	同比变动率
生产人员人数 A	274	-14.38%	293	-1.68%
生产人员薪酬 B	1,708.67	4.98%	3,629.60	30.58%
生产人员平均薪酬 C=B/A	6.24	22.69%	12.39	32.80%
主营业务收入 D	16,380.57	-4.44%	36,700.14	23.10%
项目	2023 年		2022 年	
	数值	同比变动率	数值	
生产人员人数 A	298	27.35%	234	
生产人员薪酬 B	2,779.60	15.62%	2,404.12	
生产人员平均薪酬 C=B/A	9.33	-9.15%	10.27	
主营业务收入 D	29,812.51	3.39%	28,834.95	

注：2025 年 1-6 月的变动率为与 2024 年 1-6 月对比。

报告期各期末，公司生产人员人数分别为 234 人、298 人、293 人和 274 人，报告期各期，生产人员平均薪酬分别为 10.27 万元、9.33 万元、12.39 万元和 6.24 万元，报告期内存在一定波动，2023 年度生产人员平均薪酬较低，主要系当年年中新增人员较多，新增生产人员平均薪酬未足年发放。

2023 年度，公司生产人员 298 人，较 2022 年度增加 64 人，主要系公司纺丝大楼投入使用，新增部分纤维母粒、POY、FDY、DTY 和 ATY 生产线，人员

需求增加。2023 年度，生产人员与生产经营规模相匹配。

2024 年度，公司生产人员为 293 人，较 2023 年度减少 5 人，主要系公司产品需求增加，生产任务较重，部分人员申请离职。2024 年度，生产人员与生产经营规模相匹配。

2025 年 1-6 月，公司生产人员为 274 人，较 2024 年度下降 19 人，主要系受全球经济贸易政策变动影响，公司下游市场需求波动，生产人员人数下降。2025 年 1-6 月，生产人员与生产经营规模相匹配。

报告期内，公司主营业务收入分别为 28,834.95 万元、29,812.51 万元、36,700.14 万元和 16,380.57 万元，同比变动率分别为 3.39%、23.10%和-4.44%，生产人员薪酬分别为 2,404.12 万元、2,779.60 万元、3,629.60 万元和 1,708.67 万元，同比变动率分别为 15.62%、30.58%和 4.98%，2025 年 1-6 月，生产人员薪酬有所增加，主要系受全球经济贸易政策变动影响，部分员工离职，期末人数减少，但当期仍发放其部分薪酬所致，公司不存在压缩人员薪酬或数量提升业绩的情况。

综上所述，报告期内，公司生产人员波动具有合理性，与生产经营规模相匹配，不存在压缩人员薪酬或数量提升业绩的情况。

三、采购的真实性和公允性

（一）结合下游行业季节性 & 订单波动性的具体情况，进一步说明发行人同时存在委托和受托加工业务的合理性，是否存在客户指定外协厂商的情况，发行人对委托加工相关内控措施及执行情况

1、结合下游行业季节性 & 订单波动性的具体情况，进一步说明发行人同时存在委托和受托加工业务的合理性

（1）下游行业季节性 & 订单波动性的具体情况

受下游行业影响，公司订单存在明显的季节性波动。如通常每年度 1-2 月为传统淡季，9-10 月为传统旺季。报告期内，公司淡旺季月均订单数量如下所示：

单位：吨，万元

项目	2025 年	2024 年	2023 年	2022 年
淡季（1-2 月）月均销售订单数量	808.26	1,031.29	526.62	901.84

项目	2025 年	2024 年	2023 年	2022 年
旺季（9-10 月）月均销售订单数量	1,658.76	1,556.20	1,304.28	962.91
旺季/淡季倍数	2.05	1.51	2.48	1.07
淡季（1-2 月）月均委托加工服务采购金额	8.75	12.09	65.82	264.15
旺季（9-10 月）月均委托加工服务采购金额	59.41	87.08	160.50	310.76
委托加工服务采购旺季/淡季倍数	6.79	7.21	2.44	1.18

报告期内，公司 9-10 月月均收到销售订单数量为 1-2 月月均订单数量的 1.07 倍、2.48 倍、1.51 倍和 2.05 倍。其中，公司 2022 年淡旺季订单数量相差较小，主要系公司 2022 年产能严重不足，各月均接近满负荷生产所致。2023-2025 年，不同月份之间订单数量波动较大。

报告期内，公司 9-10 月月均委托加工服务采购金额为 1-2 月月均采购金额的 1.18 倍、2.44 倍、7.21 倍和 6.79 倍。其中，公司 2022 年与 2023 年委托加工服务采购旺季/淡季倍数与月均订单量旺季/淡季倍数较为接近，委托加工服务采购金额的旺季/淡季变动幅度与销售订单数量的变动幅度程度基本一致；2024 年以来，公司产能释放较快，委托加工服务采购金额逐渐下降，委托加工服务采购旺季/淡季倍数有所上升。

（2）公司委托加工业务的必要性

报告期内，公司综合考虑产能因素、成本因素、产品类别和规格因素，采购委托加工服务可以分为供料加工和外协加工两种模式，公司采购委托加工服务情况如下：

单位：万元、吨

工序环节	类型	2025 年 1 月-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
前纺环节-供料加工	POY	12.37	151.85	78.61	1,854.12
	FDY	80.04	468.14	721.37	1,138.63
	涤纶短纤	84.67	245.02	172.53	145.91
	小计	177.08	865.00	972.50	3,138.65
后纺环节-外协加工	DTY	5.62	27.99	32.59	64.88
	ATY	19.02	113.70	87.19	55.60
	小计	24.64	141.70	119.78	120.48
总计		201.72	1,006.70	1,092.29	3,259.13

报告期内，公司产能不断提升，采购委托加工服务金额逐渐减少。

① 供料加工

报告期内，公司供料加工模式采购金额分别为 3,138.66 万元、972.51 万元、865.00 万元和 177.08 万元，供料加工模式委托加工费未区分加工费和聚酯切片等材料费，基于谨慎性考虑，公司将向供料加工供应商采购金额全部计入委托加工费中，委托加工费相对较高。模拟计算剔除聚酯切片材料成本后，供料加工模式委托加工费如下：

单位：万元

期间	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
供料加工采购金额	177.08	865	972.51	3,138.66
模拟计算供料加工中切片金额	114.83	599.89	633.29	2,451.09
模拟计算剔除切片影响后供料加工金额	62.25	265.11	339.22	687.57

注：模拟计算供料加工中聚酯切片材料成本，系根据公司同期聚酯切片采购价以及供料加工采购数量计算。

剔除聚酯切片材料成本后，公司供料加工模式的委托加工费分别为 687.57 万元、339.22 万元、265.11 万元和 62.25 万元，供料加工费大幅下降。

2022 年度，公司前纺工艺产能较后纺工艺产能低，为紧抓市场机遇，保证后纺工艺产品供货稳定性，缩小前纺、后纺工艺产量差距，公司采取供料加工方式补充前纺工艺产品产能；2023 年以来，公司产能稳步上升，供料加工采购金额下降较快，公司综合考虑成本因素、产品类别和规格因素，仍采购一定金额的供料加工服务。

此外，公司为客户提供包括差别化涤纶长丝、涤纶短纤等的一揽子解决方案，由于公司不具备短纤生产能力，通过供料加工方式生产涤纶短纤。综上，公司前纺环节供料加工具有必要性。

② 外协加工

报告期内，公司外协加工模式采购金额分别为 120.48 万元、119.78 万元、141.70 万元和 24.64 万元，金额整体较小。2024 年度，公司营业收入增长较快，

外协加工模式采购金额有所上升；2025 年 1-6 月，公司产能相对富余，因此外协加工模式采购金额有所下降。

后纺环节涉及加弹、空气变形、加捻及蒸纱等工序，不同产品涉及具体工序有所不同，当订单集中时，可能存在部分工序产能不足的情形，公司采用外协加工模式，可以有效平衡后纺环节各工序产能利用情况，提升后纺环节整体生产效率，公司后纺环节外协加工具有必要性。

（3）公司受托加工业务的必要性

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
受托加工收入	272.81	915.10	574.40	347.42
营业收入	16,461.65	36,923.36	29,986.64	28,941.27
占比	1.66%	2.48%	1.92%	1.20%

报告期内，公司受托加工业务收入分别为 347.42 万元、574.40 万元、915.10 万元和 272.81 万元，占公司营业收入的比例为 1.20%、1.92%、2.48%和 1.66%，占比较小。

公司为客户提供包括差别化涤纶长丝、纤维母粒及加工服务等一揽子解决方案，不同客户对产品均有各自不同的需求。部分客户系国际知名集团的境内子公司，集团业务体量较高，未来具备较大的合作潜力，且该类客户业务体量大、业务范围广，自身从事行业上下游业务，对于部分原材料拥有采购渠道优势。综上，公司为上述客户提供受托加工业务具有必要性。

综上所述，公司下游行业季节性 & 订单波动性较为明显，委托加工服务采购金额的变动幅度与公司在手订单量的变化具有一定相关性，与此同时，公司为部分潜力较大的客户提供受托加工服务，公司同时存在委托加工业务和受托加工业务具有合理性。

2、不存在客户指定外协厂商的情况

报告期内，公司与主要委托加工供应商交易情况如下：

单位：万元

公司	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
江苏埤恒复合材料有限公司及其关联方	84.67	143.25	24.93	106.33

公司	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
浙江恒逸集团有限公司及其关联方	78.93	230.55	24.89	1,800.71
南通和光纤维有限公司及其关联方	17.88	45.42	71.13	66.26
江苏银宇化纤有限公司及其关联方	12.37	-	-	-
上海都威纺织有限公司	4.76	76.81	-	-
江苏泓丰线业科技有限公司	0.86	18.23	39.42	42.45
浙江恒远化纤集团有限公司及其关联方	0.24	298.93	443.07	704.14
江苏盛虹化纤新材料有限公司	-	74.53	303.90	457.10
上海德福伦新材料科技有限公司	-	101.76	147.59	39.58
合计	199.72	989.50	1,054.92	3,216.59

报告期内，公司向主要委托加工供应商采购金额分别为 3,216.59 万元、1,054.92 万元、989.50 万元和 199.72 万元，占公司委托加工采购总额的比例分别为 98.69%、96.58%、98.29%和 99.01%。报告期内，公司产能逐步增长，委托加工采购金额呈现下降趋势。

报告期内，发行人委托上述主要委托加工供应商提供加工服务并非由下游客户指定，系遵循公司产能情况、产品特点及产品交期等条件的自主选择。在生产过程中，公司根据月度在手订单情况安排生产计划，当订单集中时，公司受限于产能，需要采购委托加工服务，具体选择考虑因素如下：

（1）供应商选择及定价方面： 公司根据委托加工供应商的资质、经营状况及历史合作中其产品质量、价格、交货及时性及付款条件等进行综合评价，自主选择委托加工供应商的范围；根据自身产能、委托加工供应商加工计划、产能情况、过往交货情况及该批次产品试生产情况，自主决定向委托加工供应商下达采购订单的类型及金额；经初步询价、比价后，根据成本加成原则或者由双方进行市场化谈判自主协商确定委托加工单价，择优向委托加工供应商下达正式委托采购订单。

（2）生产加工与质量控制方面： 公司负责全部产品的研发设计，将提供纤维母粒或涤纶长丝产品给委托加工供应商，并派出专人进行生产指导及技术检验。委托加工供应商生产出小批量样品后，如符合公司对该批次产品的质量控制要求，则正式开始按订单生产委托加工产品，公司定期委派品质管控以及技术人员巡厂，对异常情况及时反馈，及时解决生产过程中出现的工艺或产品质量问题。

公司与下游主要客户签订了框架采购协议及质量保证协议，约定了产品价格确定方式、对账方式、付款方式、交付方式及验收标准等相关内容，公司需对交付给客户的产品质量承担最终责任，下游主要客户未与公司约定指定委托加工供应商进行外协加工的情形。

综上所述，公司根据内部相关规章制度，独立自主选择委托加工供应商，公司选择委托加工供应商时，首先对其资质、经营状况及历史合作情况进行考察；对符合基本要求的委托加工供应商，公司经比价后，向其下达采购订单，要求其生产小批量样品；对于试产通过的委托加工供应商，公司与其开始正式合作。公司选择与委托加工供应商合作主要基于自身产能因素及委托加工供应商的生产能力，与客户无关，不存在客户指定外协厂商的情况。

3、发行人对委托加工相关内控措施及执行情况

公司对委托加工环节制定了《采购与付款管理制度》《生产与仓储管理制度》《财务制度》等内部控制制度，对委托加工相关环节进行控制，具体如下：

控制环节	关键节点	主要内容
供应商评价	评价审核	公司建立供应商评价制度，由公司的采购部门、生产部门、质量部门等相关部门共同对供应商进行评价，包括对所购商品的质量、价格、交货及时性、付款条件及供应商的资质、经营状况等进行综合评价，并根据评价结果对供应商进行调整。
质量控制	标准制定	公司提供每批次产品的质量控制标准，并派出专人进行生产指导及技术检验
	样品测试	公司每批次订单下达后，要求委托加工供应商先试生产小批量样品，如符合公司对该批次产品的质量控制要求，则正式开始按订单生产委托加工产品
	过程监控	公司定期委派品质管控以及技术人员巡厂，对异常情况及时反馈，及时解决生产过程中出现的工艺或产品质量问题
	验收管理	成品入库时，公司对委托加工成品进行抽检
物料管理	出入库控制	公司 ERP 系统中委托加工模块对委托加工物资单独核算，委托加工物资出库时，系统出库，并打印委托加工出库单，委托加工物资入库时，系统入库，并打印入库单
财务管理	定价机制	经初步询价、比价后，公司根据成本加成原则或者由双方进行市场化谈判自主协商确定委托加工单价
	会计处理	公司对委托加工环节按照净额法核算
	定期对账	公司定期与委托加工供应商对账确认委托加工物资情况
	付款控制	产品验收合格后，公司根据约定账期，经多级审批后付款

保荐机构对发行人委托加工环节内部控制情况执行了穿行测试，发行人对委托加工相关内部控制措施有效，执行情况良好。

（二）说明委托加工费的确定依据及公允性，不同供应商涤纶长丝及委托加工服务采购价格差异较大的原因，是否存在利益输送、代垫成本费用的情况

1、说明委托加工费的确定依据及公允性

（1）委托加工费的确定依据

公司对外采购委外加工服务主要包括前纺工艺环节与后纺工艺环节的委托加工服务，对于前纺工艺的委托加工环节，又称“供料加工”模式，公司向供料加工供应商提供纤维母粒（决定涤纶长丝颜色、光泽、功能特点的核心原材料），供料加工供应商提供聚酯切片（聚酯切片为大宗商品，市场供应充足且容易获取，价格相对透明），供料加工供应商将两者加工成 POY 或 FDY 产品后返回公司；对于后纺工艺的委托加工环节，又称为“外协加工”模式，公司将前纺工艺产品（如 POY、FDY）提供给外协供应商，由外协供应商加工成 DTY 或 ATY 产品后返回公司。

对于前纺环节，公司支付的委托加工费包含供应商提供的聚酯切片成本及前纺环节的纺丝加工费，供应商提供的聚酯切片成本主要受聚酯切片市场价格及其套期保值管理能力等因素影响，前纺环节的纺丝加工费主要受纺丝工艺、成品纤度及产品交期等因素综合影响；对于后纺环节，公司支付的委托加工费仅包含后纺环节的纺丝加工费，后纺环节的纺丝加工费主要受纺丝工艺、成品纤度、产品交期及后续是否适用加网、并网、加捻或蒸纱等精加工工序等因素综合影响。

公司委托加工费通常在市场行情、历史采购经验基础上，综合考虑纺丝工艺、成品纤度、适用工序、市场劳动力成本、辅料价格、受托加工方合理利润等，根据成本加成原则或者由双方进行市场化谈判自主协商定价。

（2）委托加工费的公允性

报告期内，公司委托加工服务采购情况如下：

单位：吨，万元，万元/吨

类型	产品类别	2025 年 1-6 月			2024 年度			2023 年度			2022 年度		
		数量	金额	单价	数量	金额	单价	数量	金额	单价	数量	金额	单价
前纺工艺—供料加工	POY	11.09	12.37	1.12	199.87	151.85	0.76	102.79	78.61	0.77	2,347.73	1,854.12	0.79
	FDY	102.22	80.04	0.78	517.11	468.14	0.91	717.33	721.37	1.01	1,106.73	1,138.63	1.03
	涤纶短纤	91.74	84.67	0.92	250.68	245.02	0.98	169.39	172.53	1.01	150.08	145.91	0.98
	小计	205.06	177.08	0.86	967.66	865.00	0.89	989.51	972.50	0.98	3,604.55	3,138.65	0.87
后纺工艺—外协加工	DTY	8.73	5.62	0.64	34.57	27.99	0.81	60.77	32.59	0.54	124.28	64.88	0.52
	ATY	24.89	19.02	0.76	161.78	113.70	0.70	155.11	87.19	0.56	156.41	55.60	0.36
	小计	33.62	24.64	0.73	196.35	141.70	0.72	215.88	119.78	0.55	280.69	120.48	0.43
委托加工采购合计		238.68	201.72	0.85	1,164.01	1,006.70	0.86	1,205.39	1,092.29	0.91	3,885.24	3,259.13	0.84

报告期内，公司采购委托加工服务总额分别为 3,259.13 万元、1,092.29 万元、1,006.70 万元和 201.72 万元，其中，前纺工艺环节采购委托加工服务金额合计分别为 3,138.65 万元、972.50 万元、865.00 万元和 177.08 万元，包含供应商提供的聚酯切片成本及前纺环节的纺丝加工费，供应商提供的聚酯切片成本主要受聚酯切片市场价格及该供应商的套期保值管理能力等因素影响，前纺环节的纺丝加工费主要受纺丝工艺、成品纤度及产品交期等因素综合影响；后纺工艺环节采购委托加工服务金额合计分别为 120.48 万元、119.78 万元、141.70 万元和 24.64 万元，后纺环节的纺丝加工费主要受纺丝工艺、成品纤度、产品交期及后续是否适用加网、并网、加捻或蒸纱等精加工工序等因素综合影响。

报告期内，公司前纺工艺产品中，POY 产品委托加工服务采购额分别为 1,854.12 万元、78.61 万元、151.85 万元和 12.37 万元，采购单价分别为 0.79 万元/吨、0.77 万元/吨、0.76 万元/吨和 1.12 万元/吨，除 2025 年 1-6 月外，报告期内，公司 POY 产品委托加工服务采购单价呈现小幅下降趋势，2025 年 1-6 月，POY 产品委托加工服务采购额较小，受细分产品种类影响较为明显；FDY 产品委托加工服务采购额分别为 1,138.63 万元、721.37 万元、468.14 万元和 80.04 万元，采购单价分别为 1.03 万元/吨、1.01 万元/吨、0.91 万元/吨和 0.78 万元/吨，呈现下降趋势；涤纶短纤产品委托加工服务采购额分别为 145.91 万元、172.53 万元、245.02 万元和 84.67 万元，采购单价分别为 0.98 万元/吨、1.01 万元/吨、0.98 万元/吨和 0.92 万元/吨，基本保持稳定。

报告期内，公司后纺工艺产品中，DTY 产品委托加工服务采购额分别为 64.88 万元、32.59 万元、27.99 万元和 5.62 万元，采购单价分别为 0.52 万元/吨、0.54 万元/吨、0.81 万元/吨和 0.64 万元/吨，ATY 产品委托加工服务采购额分别为 55.60 万元、87.19 万元、113.70 万元和 19.02 万元，采购单价分别为 0.36 万元/吨、0.56 万元/吨、0.70 万元/吨和 0.76 万元/吨，存在一定波动，主要系公司后纺环节采购委托加工服务较少，受细分产品种类与后续精加工服务类型影响较为明显。

报告期内，公司与主要委托加工供应商交易情况如下：

单位：吨，万元，万元/吨

公司	2025 年 1-6 月			2024 年度			2023 年度			2022 年度		
	数量	金额	单价	数量	金额	单价	数量	金额	单价	数量	金额	单价
江苏埤恒复合材料有限公司及其关联方	91.74	84.67	0.92	150.51	143.25	0.95	26.32	24.93	0.95	111.08	106.33	0.96
浙江恒逸集团有限公司及其关联方	100.56	78.93	0.78	259.81	230.55	0.89	34.59	24.89	0.72	2,291.19	1,800.71	0.79
南通和光纤维有限公司及其关联方	25.19	17.88	0.71	60.75	45.42	0.75	130.86	71.13	0.54	107.09	66.26	0.62
江苏银宇化纤有限公司及其关联方	11.09	12.37	1.12	-	-	-	-	-	-	-	-	-

公司	2025 年 1-6 月			2024 年度			2023 年度			2022 年度		
	数量	金额	单价	数量	金额	单价	数量	金额	单价	数量	金额	单价
上海都威纺织有限公司	5.97	4.76	0.80	107.90	76.81	0.71	-	-	-	-	-	-
江苏泓丰线业科技有限公司	1.48	0.86	0.58	33.15	18.23	0.55	85.52	39.42	0.46	117.49	42.45	0.36
浙江恒远化纤集团有限公司及其关联方	0.27	0.24	0.90	369.55	298.93	0.81	487.31	443.07	0.91	737.85	704.14	0.95
江苏盛虹化纤新材料有限公司	-	-	-	59.70	74.53	1.25	248.19	303.90	1.22	372.27	457.10	1.23
上海德福伦新材料科技有限公司	-	-	-	100.17	101.76	1.02	143.07	147.59	1.03	39.00	39.58	1.01
合计	236.30	199.72	0.85	1,141.54	989.50	0.87	1,155.86	1,054.92	0.91	3,775.98	3,216.59	0.85

报告期内，公司向主要委托加工供应商采购金额分别为 3,216.59 万元、1,054.92 万元、989.50 万元和 199.72 万元，占公司委托加工采购总额的比例分别为 98.69%、96.58%、98.29%和 99.01%，公司向主要委托加工供应商采购单价分别为 0.85 万元/吨、0.91 万元/吨、0.87 万元/吨和 0.85 万元/吨，基本保持稳定，报告期各期，部分公司单价存在一定波动，主要系细分产品种类不同，公司委托加工费通常在市场行情、历史采购经验基础上，综合考虑纺丝工艺、成品纤度、适用工序、市场劳动力成本、辅料价格、受托加工方合理利润等，根据成本加成原则或者由双方进行市场化谈判自主协商定价。

报告期内，公司向主要委托加工供应商的采购明细如下：

单位：吨，万元，万元/吨

公司	加工产品	2025 年 1-6 月			2024 年度			2023 年度			2022 年度		
		数量	金额	单价	数量	金额	单价	数量	金额	单价	数量	金额	单价
江苏埤恒复合材料有限	涤纶短纤	91.74	84.67	0.92	150.51	143.25	0.95	26.32	24.93	0.95	111.08	106.33	0.96

公司	加工产品	2025 年 1-6 月			2024 年度			2023 年度			2022 年度		
		数量	金额	单价	数量	金额	单价	数量	金额	单价	数量	金额	单价
公司及其关联方													
浙江恒逸集团有限公司及其关联方	FDY	100.56	78.93	0.78	259.81	230.55	0.89	5.01	2.75	0.55	20.33	14.05	0.69
	POY	-	-	-	-	-	-	29.58	22.14	0.75	2,270.86	1,786.67	0.79
南通和光纤维有限公司及其关联方	ATY	18.77	14.17	0.76	38.54	25.96	0.67	82.57	46.16	0.56	80.51	40.39	0.50
	DTY	6.42	3.71	0.58	22.21	19.46	0.88	48.09	24.85	0.52	26.22	25.55	0.97
	FDY	-	-	-	-	-	-	0.21	0.11	0.55	0.36	0.32	0.88
江苏银宇化纤有限公司及其关联方	POY	11.09	12.37	1.12	-	-	-	-	-	-	-	-	-
上海都威纺织有限公司	ATY	5.97	4.76	0.80	107.90	76.81	0.71	-	-	-	-	-	-
江苏泓丰线业科技有限公司	ATY	0.15	0.09	0.61	1.73	0.70	0.41	26.31	6.15	0.23	53.16	5.18	0.10
	DTY	0.20	0.14	0.71	3.94	2.20	0.56	9.38	5.26	0.56	11.78	6.99	0.59
	FDY	1.14	0.63	0.56	27.48	15.33	0.56	49.82	28.01	0.56	52.56	30.29	0.58
浙江恒远化纤集团有限公司及其关联方	FDY	0.27	0.24	0.90	169.68	147.08	0.87	414.10	386.60	0.93	661.84	637.53	0.96
	POY	-	-	-	199.87	151.85	0.76	73.21	56.47	0.77	76.01	66.61	0.88
江苏盛虹化纤新材料有限公司	FDY	-	-	-	59.70	74.53	1.25	248.19	303.90	1.22	372.27	457.10	1.23
上海德福伦新材料科技有限公司	涤纶短纤	-	-	-	100.17	101.76	1.02	143.07	147.59	1.03	39.00	39.58	1.01

公司	加工产品	2025 年 1-6 月			2024 年度			2023 年度			2022 年度		
		数量	金额	单价	数量	金额	单价	数量	金额	单价	数量	金额	单价
合计		238.68	201.72	0.85	1,164.01	1,006.70	0.86	1,205.39	1,092.29	0.91	3,885.24	3,259.13	0.84

报告期内，公司主要委托加工供应商中，江苏埤恒复合材料有限公司及其关联方、浙江恒远化纤集团有限公司及其关联方、江苏盛虹化纤新材料有限公司和上海德福伦新材料科技有限公司主要加工前纺工艺产品，产品加工单价较为稳定；浙江恒逸集团有限公司及其关联方亦主要加工前纺工艺产品，但其加工单价存在波动，主要系 2022 年度，公司主要向其委托加工 POY 产品，2024 年度及 2025 年 1-6 月，公司主要向其委托加工 FDY 产品；南通和光纤维有限公司及其关联方、上海都威纺织有限公司和江苏泓丰线业科技有限公司加工的后纺工艺产品单价存在一定波动，且金额较小，受细分产品种类与后续精加工服务类型影响较为明显。

报告期各期，公司采购金额超过 5 万元的委托加工后纺工艺产品物料明细如下：

单位：吨，万元，万元/吨

公司	加工产品	物料名称	2025 年 1-6 月			2024 年度			2023 年度			2022 年度		
			数量	金额	单价	数量	金额	单价	数量	金额	单价	数量	金额	单价
上海都威纺织有限公司	ATY	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
南通和光纤维有限公司及其关联方	ATY	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
	ATY	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
	DTY	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
	DTY	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
	DTY	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***

注：1、2025 年 1-6 月选取委托加工后纺产品的标准为采购金额超过 2.5 万元；2、选取明细后，剔除仅发生一期交易，无法横向对比的产品。

报告期内，公司采购的委托加工服务型号及价格信息已申请豁免披露。

2、不同供应商涤纶长丝及委托加工服务采购价格差异较大的原因，是否存在利益输送、代垫成本费用的情况

(1) 涤纶长丝采购价格的确定依据及公允性，不同供应商涤纶长丝采购价格差异较大的原因

① 涤纶长丝采购价格的确定依据

公司接到生产订单后，由生产技术部综合产品物料清单、产品生产标准及产能情况做出判断。对于部分易于生产的产品，通常采用委托加工的方式组织生产；对于部分标准品涤纶长丝产品（通常为白色、黑色等常见规格），通常采用直接采购后续加工的方式组织生产。

当前，我国涤纶长丝市场头部企业的集中度较高，桐昆集团、新凤鸣、恒逸集团、恒力石化、东方盛虹 5 家企业市场占有率约为 70%，且均为公司涤纶长丝供应商，其报价具有一定的市场公开价格参考意义。公司涤纶长丝采购价格通常结合产品类型、产品型号、市场行情、历史合作情况等因素，经比价后，由双方进行市场化谈判协商定价。

② 涤纶长丝采购价格的公允性，不同供应商涤纶长丝采购价格差异较大的原因

报告期内，公司涤纶长丝直接采购情况如下：

单位：吨，万元，万元/吨

产品类别	2025 年 1-6 月			2024 年度			2023 年度			2022 年度		
	数量	金额	单价	数量	金额	单价	数量	金额	单价	数量	金额	单价
POY	692.03	459.49	0.66	1,936.68	1,363.41	0.70	1,317.42	945.47	0.72	1,464.04	1,145.62	0.78
FDY	160.88	154.21	0.96	343.41	358.46	1.04	266.74	290.62	1.09	283.29	317.06	1.12
DTY	550.30	466.07	0.85	1,387.37	1,297.17	0.93	348.29	332.40	0.95	68.40	55.16	0.81
合计	1,403.20	1,079.77	0.78	3,667.46	3,019.04	0.82	1,932.45	1,568.50	0.82	1,815.73	1,517.85	0.84

报告期内，公司的涤纶长丝直接采购金额分别为 1,517.85 万元、1,568.50 万元、3,019.04 万元和 1,079.77 万元，采购单价分别为 0.84 万元/吨、0.82 万元/吨、0.82 万元/吨和 0.78 万元/吨，呈现稳定小幅下降趋势，主要系涤纶长丝的主要原材料聚酯切片等原油工业类产品价格下降。

报告期内，公司与主要涤纶长丝供应商交易情况如下：

单位：吨，万元，万元/吨

公司	2025 年 1-6 月			2024 年度			2023 年度			2022 年度		
	数量	金额	单价	数量	金额	单价	数量	金额	单价	数量	金额	单价
桐昆集团股份有限公司及其关联方	576.70	430.11	0.75	1,477.92	1,147.55	0.78	304.79	236.66	0.78	207.55	155.01	0.75
新凤鸣集团股份有限公司及其关联方	414.10	269.51	0.65	831.23	572.99	0.69	715.42	519.74	0.73	614.88	456.43	0.74
江苏盛虹化纤新材料	137.83	159.34	1.16	115.39	115.06	1.00	43.76	40.59	0.93	17.64	17.21	0.98

公司	2025 年 1-6 月			2024 年度			2023 年度			2022 年度		
	数量	金额	单价	数量	金额	单价	数量	金额	单价	数量	金额	单价
有限公司												
浙江恒逸集团有限公司及其关联方	216.17	157.74	0.73	874.35	717.68	0.82	667.55	539.46	0.82	768.97	636.94	0.83
浙江益通新材料有限公司	39.67	24.49	0.62	167.42	106.08	0.63	36.72	23.93	0.65	-	-	-
浙江中涤纤维科技有限公司	-	-	-	11.72	20.57	1.76	15.52	26.88	1.73	54.93	113.95	2.07
浙江恒远化纤集团有限公司及其关联方	-	-	-	8.33	6.68	0.80	61.78	59.65	0.97	43.24	35.76	0.83
无锡和彩环保纤维有限公司	-	-	-	-	-	-	-	-	-	64.46	53.62	0.83
合计	1,384.47	1,041.18	0.75	3,486.36	2,686.62	0.77	1,845.54	1,446.91	0.78	1,771.68	1,468.92	0.83

报告期内，公司向主要涤纶长丝供应商采购金额分别为 1,468.92 万元、1,446.91 万元、2,686.62 万元和 1,041.18 万元，占公司涤纶长丝采购总额的比例分别为 96.78%、92.25%、88.99%和 96.43%，公司向主要涤纶长丝供应商采购单价分别为 0.83 万元/吨、0.78 万元/吨、0.77 万元/吨和 0.75 万元/吨，呈现稳定小幅下降趋势，主要系涤纶长丝的主要原材料聚酯切片等价格下降。不同供应商间产品单价存在一定波动，主要系细分产品类型、产品规格不同所致。

报告期内，公司向新凤鸣集团股份有限公司及其关联方及浙江益通新材料有限公司采购单价较低，主要系直接采购的产品以基础款黑丝、白丝 POY 产品为主；向桐昆集团股份有限公司及其关联方采购单价高于前者，主要系直接采购的产品以基础款黑丝、白丝 DTY 为主；向浙江恒逸集团有限公司及其关联方及无锡和彩环保纤维有限公司采购单价高于前三者，主要系直接采购的产品存在部分功能款黑丝、白丝 POY，拉高了平均单价；向浙江恒远化纤集团有限公司及其关联方、江苏盛虹化纤新材料有限公司及浙江中涤纤维科技有限公司采购单价较高，主要系直接采购产品中存在部分功能款黑丝、白丝 FDY。公司向主要涤

纶长丝供应商的采购明细如下：

单位：吨，万元，万元/吨

合并供应商	产品类别	2025 年 1-6 月			2024 年度			2023 年度			2022 年度		
		数量	金额	单价	数量	金额	单价	数量	金额	单价	数量	金额	单价
桐昆集团股份有限公司及其关联方	DTY	505.66	382.73	0.76	1,170.30	922.88	0.79	236.19	187.98	0.80	66.03	51.79	0.78
	FDY	49.10	32.98	0.67	57.38	40.94	0.71	51.48	37.41	0.73	35.87	26.74	0.75
	POY	21.94	14.40	0.66	250.23	183.73	0.73	17.11	11.27	0.66	105.65	76.49	0.72
新凤鸣集团股份有限公司及其关联方	DTY	-	-	-	36.11	29.77	0.82	-	-	-	-	-	-
	POY	414.10	269.51	0.65	795.12	543.22	0.68	715.42	519.74	0.73	614.88	456.43	0.74
江苏盛虹化纤新材料有限公司	DTY	36.83	56.94	1.55	1.65	1.78	1.08	3.37	3.32	0.98	-	-	-
	FDY	90.92	94.70	1.04	91.60	97.64	1.07	15.19	19.49	1.28	-	3.89	-
	POY	10.08	7.69	0.76	22.14	15.64	0.71	25.20	17.78	0.71	17.64	13.31	0.75
浙江恒逸集团有限公司及其关联方	DTY	-	-	-	110.29	134.13	1.22	69.89	82.76	1.18	1.56	2.18	1.40
	FDY	9.93	14.34	1.44	71.11	75.79	1.07	79.19	87.53	1.11	107.01	89.38	0.84
	POY	206.24	143.40	0.70	692.95	507.76	0.73	518.48	369.18	0.71	660.40	545.38	0.83
浙江益通新材料有限公司	POY	39.67	24.49	0.62	167.42	106.08	0.63	36.72	23.93	0.65	-	-	-
浙江中涤纤维科技有限公司	FDY	-	-	-	11.72	20.57	1.76	15.52	26.88	1.73	54.93	113.95	2.07
浙江恒远化纤集团有限公司及其关联方	DTY	-	-	-	4.58	3.66	0.80	26.69	21.09	0.79	-	-	-
	FDY	-	-	-	-	-	-	30.59	34.98	1.14	43.24	35.76	0.83
	POY	-	-	-	3.75	3.02	0.81	4.50	3.58	0.80	-	-	-
无锡和彩环保纤维有限公司	POY	-	-	-	-	-	-	-	-	-	64.46	53.62	0.83

合并供应商	产品类别	2025 年 1-6 月			2024 年度			2023 年度			2022 年度		
		数量	金额	单价	数量	金额	单价	数量	金额	单价	数量	金额	单价
总计		1,403.20	1,041.18	0.74	3,667.46	2,686.62	0.73	1,932.45	1,446.91	0.75	1,815.73	1,468.92	0.81

报告期内，公司主要涤纶长丝供应商中，桐昆集团股份有限公司及其关联方、新凤鸣集团股份有限公司及其关联方和浙江益通新材料有限公司的涤纶长丝采购单价较为稳定，与原材料变动趋势一致；江苏盛虹化纤新材料有限公司、浙江恒逸集团有限公司及其关联方、浙江中涤纤维科技有限公司和浙江恒远化纤集团有限公司及其关联方的涤纶长丝采购单价存在一定波动，主要系 FDY 产品的采购单价存在一定波动。

报告期各期，公司采购金额超过 20 万元的 FDY 产品物料明细如下：

单位：吨，万元，万元/吨

公司	加工产品	物料名称	2025 年 1-6 月			2024 年度			2023 年度			2022 年度		
			数量	金额	单价	数量	金额	单价	数量	金额	单价	数量	金额	单价
桐昆集团股份有限公司及其关联方	FDY	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
	FDY	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
江苏盛虹化纤新材料有限公司	FDY	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
	FDY	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
	FDY	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
浙江恒逸集团有限公司及其关联方	FDY	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
	FDY	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
浙江恒远化纤集团有限公司及其关联方	FDY	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***

公司	加工产品	物料名称	2025 年 1-6 月			2024 年度			2023 年度			2022 年度		
			数量	金额	单价	数量	金额	单价	数量	金额	单价	数量	金额	单价
浙江中涤纤维 科技有限公司	FDY	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***

注：1、2025 年 1-6 月选取 FDY 产品的标准为采购金额超过 10 万元；2、选取明细后，剔除仅发生一期交易，无法横向对比的产品。

报告期内，采购的涤纶长丝型号及价格信息已申请豁免披露。

（2）委托加工服务费用的确定依据及公允性，不同供应商委托加工服务采购价格差异较大的原因

委托加工服务费用的确定依据及公允性，不同供应商委托加工服务采购价格差异较大的原因参见本回复之“问题 2./三、/（二）/1、说明委托加工费的确定依据及公允性”。

（3）不存在利益输送、代垫成本费用的情况

报告期内，不同供应商委托加工服务采购价格存在差异，主要系委托加工产品的品种、规格可能存在差异，且各家委托加工供应商的产品纺丝工艺、耗用辅材、产品交期等亦存在差异，但各主要委托加工供应商自身的主要产品加工单价在报告期内基本保持稳定；不同供应商涤纶长丝采购单价存在差异，主要系采购产品类型、产品型号存在差异，各主要涤纶长丝供应商自身的主要产品单价在报告期内基本保持稳定。

综上所述，公司与主要涤纶长丝及委托加工服务供应商的定价原则遵循行业惯例，交易价格公允，不存在利益输送、代垫成本费用的情况。

（三）说明发行人与成立时间短、实缴资本或参保人数较少、已注销等供应商的具体交易情况及合理性，发行人向前述供应商的采购规模与其经营能力是否匹配，是否存在主要为发行人服务的供应商，前述供应商及相关主体与发行人及其控股股东、实际控制人、关键岗位人员等是否存在关联关系、异常资金往来或潜在利益安排

1、说明发行人与成立时间短、实缴资本或参保人数较少、已注销等供应商的具体交易情况及合理性，发行人向前述供应商的采购规模与其经营能力是否匹配，是否存在主要为发行人服务的供应商

报告期内，公司向各期前十大供应商及提供聚酯切片、涤纶长丝、色粉颜料和委托加工服务前五大供应商的合计采购金额分别为 12,410.14 万元、11,464.26 万元、14,980.81 万元和 5,787.24 万元，占各期采购总额的比例分别为 81.93%、76.55%、77.74%和 81.41%，上述主要供应商基本情况如下：

序号	公司	成立日期	注册资本	实缴资本	参保人数	存续/注销
1	江苏申久（集团）有限公司	2003-01-13	25000 万元	25000 万元	841	存续

序号	公司	成立日期	注册资本	实缴资本	参保人数	存续/ 注销
2	深圳市天来宝颜料有限公司	2001-06-19	1000 万元	100 万元	18	存续
3	桐昆集团股份有限公司及其关联方	1999-09-27	240477.9773 万元	240477.9773 万元	6032	存续
4	浙江恒逸集团有限公司及其关联方	1994-10-18	5180 万元	5180 万元	68	存续
5	上海腾世达贸易有限公司	1995-06-02	430 万美元	430 万美元	53	存续
6	新凤鸣集团股份有限公司及其关联方	2000-02-22	152455.4319 万元	152465.4505 万元	1054	存续
7	江苏恒力化纤股份有限公司及其关联方	2002-11-08	220800 万元	220800 万元	5928	存续
8	中国石化仪征化纤有限责任公司	2014-11-26	400000 万元	400000 万元	6173	存续
9	江苏盛虹化纤新材料有限公司及其关联方	2022-04-24	5000 万元	-	0	存续
10	张家港市金诚纸业有限公司	2004-12-22	1000 万元	1000 万元	32	存续
11	威立雅华菲高分子科技（浙江）有限公司及其关联方	2013-06-19	10797.9993 万元	10797.9993 万元	138	存续
12	宁波仁宣贸易有限公司	2020-04-22	500 万元	-	0	存续
13	江苏埤恒复合材料有限公司及其关联方	2016-06-13	2000 万元	2000 万元	75	存续
14	宁波龙欣精细化工有限公司及其关联方	2001-12-31	2925 万元	2925 万元	220	存续
15	杭州杰扬能源科技有限公司	2013-06-19	800 万元	800 万元	22	存续
16	江西定锐新材料有限公司及其关联方	2019-07-08	2000 万元	1000 万元	84	存续
17	双乐颜料股份有限公司及其关联方	1994-11-28	10000 万元	10000 万元	574	存续
18	诸暨市便士化纤有限公司及其关联方	2022-09-02	500 万元	-	0	存续
19	上海井宏化工科技有限公司	2010-04-19	500 万元	50 万元	5	存续
20	浙江益通新材料有限公司	2019-03-11	50000 万元	24200 万元	1	存续
21	南通和光纤维有限公司及其关联方	1998-12-28	12500 万日元	12500 万日元	26	存续
22	辽宁鸿港化工有限公司及其关联方	2011-06-30	1450 万元	1450 万元	155	存续
23	上海朗静化工科技有限公司	2013-12-17	250 万元	150 万元	3	存续
24	江苏银宇化纤有限公司及其关联方	1999-05-09	3068 万元	3068 万元	33	存续

序号	公司	成立日期	注册资本	实缴资本	参保人数	存续/ 注销
25	上海都威纺织有限公司	2006-01-19	106 万欧元	106 万欧元	12	存续
26	江苏泓丰线业科技有限公司	2005-12-01	1600 万元	598 万元	858	存续
27	浙江恒远化纤集团有限公司及其关联方	2006-06-01	8000 万元	8000 万元	306	存续
28	上海德福伦新材料科技有限公司	2003-11-12	7000 万元	7000 万元	230	存续
29	江苏弘盛新材料（集团）股份有限公司	2012-11-28	26072.5283 万元	26072.5283 万元	371	存续
30	上海嘉逸纺织科技有限公司	2021-01-14	1000 万元	-	0	存续
31	浙江中涤纤维科技有限公司	2013-12-04	1000 万元	1000 万元	11	存续
32	东莞市辰益新材料有限公司	2016-10-20	100 万元	100 万元	6	存续
33	江苏华亚化纤有限公司	2003-10-16	33169 万元	25969 万元	697	存续
34	无锡和彩环保纤维有限公司	2016-01-05	100 万元	100 万元	1	存续

报告期内，上述主要供应商不存在与公司发生交易后注销的情况。针对上述主要供应商，从成立时间、实缴资本、参保人数情况等筛选：（1）成立时间较晚；（2）实收注册资本较少；（3）参保人数较少。公司与满足上述条件之一的供应商交易情况如下：

单位：万元

序号	公司	主要采购内容	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度	筛选条件	主要原因	交易合理性
1	江苏盛虹化纤新材料有限公司及其关联方	涤纶长丝、委托加工服务	160.96	228.00	374.90	474.31	（1）成立时间较晚 （2）实收注册资本较少 （3）参保人数较少	（1）公司与东方盛虹集团内江苏盛虹科贸有限公司于 2017 年即开始合作； （2）根据当时《公司法》等相关规定，公司注册资本的实缴并无明确的期限承诺限制，亦无认缴最低限额要求，因此尚未实缴或未缴足注册资本 （3）员工于集团内其他主体参保	该公司成立于 2022 年 04 月 24 日，系江苏东方盛虹股份有限公司（000301.SZ）控股子公司，东方盛虹位列国内涤纶长丝市场市占率前五名，公司向其采购涤纶长丝、涤纶长丝委托加工服务具有合理性
2	宁波仁宣贸易有限公司	聚酯切片	121.99	200.07	150.28	80.90	（1）实收注册资本较少 （2）参保人数较少	（1）根据当时《公司法》等相关规定，公司注册资本的实缴并无明确的期限承诺限制，亦无认缴最低限额要求，因此尚未实缴或未缴足注册资本 （2）贸易型供应商，需要员工较少，且人员流动性较大，缴纳社保意愿较低	该公司成立于 2020 年 4 月 22 日，主要代理销售台塑集团（Formosa Plastics Group）的聚酯切片，公司向其采购聚酯切片具有合理性
3	诸暨市便士化纤有限	聚酯切片	37.21	543.86	234.61	-	（1）成立时间较晚 （2）实收注	（1）实控人深耕领域多年，经朋友介绍，开始合作	该公司成立于 2022 年 9 月 2 日，主要代理销售浙江天圣控股集团

序号	公司	主要采购内容	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度	筛选条件	主要原因	交易合理性
	公司及其关联方（含绍兴边界化纤有限公司）						册资本较少 (3)参保人数较少	(2) 根据当时《公司法》等相关规定，公司注册资本的实缴并无明确的期限承诺限制，亦无认缴最低限额要求，因此尚未实缴或未缴足注册资本 (3) 贸易型供应商，需要员工较少，且缴纳于其他第三方	等公司的聚酯切片，公司向其采购聚酯切片具有合理性
4	上海井宏化工科技有限公司	色粉颜料	27.26	102.13	73.86	50.21	(1)实收注册资本较少 (2)参保人数较少	(1) 根据当时《公司法》等相关规定，公司注册资本的实缴并无明确的期限承诺限制，亦无认缴最低限额要求，因此尚未实缴或未缴足注册资本 (2) 贸易型供应商，需要员工较少	该公司成立于 2010 年 4 月 19 日，主要代理销售科慕（Chemours）集团的钛白粉，科慕是全球领先的高性能钛白粉制造商，公司向其采购色粉颜料具有合理性
5	浙江益通新材料有限公司	涤纶长丝	24.49	106.08	23.93	-	(1)参保人数较少	(1) 贸易型供应商，需要员工较少，且缴纳于其他第三方	该公司成立于 2019 年 3 月 11 日，主要代理销售恒逸集团的涤纶长丝，公司向其采购涤纶长丝具有合理性
6	上海朗静化工科技有限公司	色粉颜料	15.31	55.44	52.13	114.09	(1)参保人数较少	(1) 贸易型供应商，需要员工较少，且缴纳于其他第三方	该公司成立于 2013 年 12 月 17 日，主要代理销售巴斯夫的染料、先尼科（CINIC）集团的颜料，先尼科是全球高性能有机颜料行业的标杆企业，公司向其采

序号	公司	主要采购内容	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度	筛选条件	主要原因	交易合理性
									购色粉颜料具有合理性
7	上海嘉逸纺织科技有限公司	聚酯切片	-	-	117.04	279.36	(1)成立时间较晚 (2)实收注册资本较少 (3)参保人数较少	(1)实控人深耕领域多年，经朋友介绍，开始合作 (2)根据当时《公司法》等相关规定，公司注册资本的实缴并无明确的期限承诺限制，亦无认缴最低限额要求，因此尚未实缴或未缴足注册资本 (3)贸易型供应商，需要员工较少，且缴纳于其他第三方	该公司成立于2021年1月14日，主要代理销售荣盛、恒力、恒逸、盛虹集团的聚酯切片，公司向其采购聚酯切片中的有光切片具有合理性
8	东莞市辰益新材料有限公司	色粉颜料	-	-	27.75	103.60	(1)参保人数较少	(1)贸易型供应商，需要员工较少，且缴纳于其他第三方	该公司成立于2016年10月20日，主要代理销售博拉炭黑（Birla Carbon）集团的炭黑，博拉炭黑位列全球炭黑市场市占率前三名，公司向其采购色粉颜料具有合理性。
9	无锡和彩环保纤维有限公司	涤纶长丝	-	-	-	53.62	(1)参保人数较少	(1)贸易型供应商，需要员工较少	该公司成立于2016年1月，主要代理销售涤纶长丝，公司向其采购涤纶长丝具有合理性

注：经访谈了解，诸暨市便士化纤有限公司及绍兴边界化纤有限公司为同一实际控制人控制的企业。

报告期内，公司向满足筛选条件的主要供应商采购金额较小，公司与其交易具有商业合理性。

公司与满足筛选条件的主要供应商合作的原因及合理性，向其采购规模与其经营能力的匹配情况如下，

序号	公司	主要采购内容	主营业务	经营规模	交易占其规模比例	是否存在主要为发行人服务的供应商
1	江苏盛虹化纤新材料有限公司	涤纶长丝、委托加工服务	销售 PET 切片、常规纱线及差别化纱线	营业收入 272.60 亿元	约 0.01%	否
2	宁波仁宣贸易有限公司	聚酯切片	销售塑料制品、染料、颜料等化工产品	营业收入约 2 亿元	约 1%	否
3	诸暨市便士化纤有限公司及其关联企业（含绍兴边界化纤有限公司）	聚酯切片	聚酯切片、瓶片、PET 等制品贸易	营业收入约 1 亿元	约 5%	否
4	上海井宏化工科技有限公司	色粉颜料	销售大宗商品、化工原料等	营业收入约 2.15 亿元	约 1%	否
5	浙江益通新材料有限公司	涤纶长丝	化纤、纺织产品贸易	营业收入约 1 亿元	约 1%	否
6	上海朗静化工科技有限公司	色粉颜料	颜料、色粉代理销售	营业收入约 2-3 千万	约 2%-3%	否
7	上海嘉逸纺织科技有限公司	聚酯切片	大宗商品，PTA、PET 切片贸易	销售收入约 1 亿元	约 1%	否
8	东莞市辰益新材料有限公司	色粉颜料	销售炭黑、颜料、助剂等	销售收入约 5 千万	约 1%	否
9	无锡和彩环保纤维有限公司	涤纶长丝	销售化纤涤纶丝	销售收入约 3 百万	约 18%	否

综上所述，发行人对报告期内规模小、成立时间短、参保人数少、已注销的供应商相关的采购内容、金额与其经营范围、业务规模具备匹配性，发行人向上述供应商的采购均为基于市场情况、业务需求等进行，具备合理性。

2、前述供应商及相关主体与发行人及其控股股东、实际控制人、关键岗位人员等不存在关联关系、异常资金往来或潜在利益安排

经核查，公司及其实际控制人、董事、取消监事会前在任监事、高级管理人员的大额银行流水，查询前述满足筛选条件的供应商企业登记信息，前述满足筛

选条件的供应商与公司及其实际控制人、董事、取消监事会前在任监事、高级管理人员等不存在关联关系，不存在除正常业务外的资金往来，不存在特殊利益安排。

（四）说明进口色彩粉料金额与比重的变动与纤维母粒直接材料金额变动的匹配性；结合国产与进口色彩粉料在性能、价格等方面的差异，以及对产品质量和成本的影响、客户对原材料来源的要求等，说明发行人色彩粉料主要来源于进口的原因、进口原材料供应商情况，以及采购渠道和采购价格的稳定性

1、说明进口色彩粉料金额与比重的变动与纤维母粒直接材料金额变动的匹配性

报告期内，公司采购色粉颜料来源情况如下：

单位：万元/吨

进口/国产	2025 年 1 月-6 月		2024 年度	
	金额	占比	金额	占比
进口	721.38	67.26%	1,212.40	54.10%
国产	351.08	32.74%	1,028.66	45.90%
合计	1,072.46	100.00%	2,241.06	100.00%
进口/国产	2023 年度		2022 年度	
	金额	占比	金额	占比
进口	670.73	48.99%	1,050.29	60.51%
国产	698.44	51.01%	685.52	39.49%
合计	1,369.17	100.00%	1,735.81	100.00%

2022 年度及 2025 年 1-6 月，受全球公共卫生事件及全球经济贸易政策影响，国际物流受阻，公司为保证产品质量及客户交期，增加了进口色粉颜料的采购量，储备了较为充足的安全库存，因此进口色粉颜料采购金额占比较高。

报告期内，公司色粉颜料耗用情况如下：

单位：万元，吨，万元/吨

项目	2025 年 1 月-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
进口色粉颜料耗用金额	430.12	1,078.53	733.20	926.17
国产色粉颜料耗用金额	430.49	821.43	704.07	669.33

项目	2025年1月 -6月	2024年度	2023年度	2022年度
色粉颜料耗用总额	860.60	1,899.96	1,437.27	1,595.50
纤维母粒产量	563.76	1,315.05	1,006.51	836.37
单位纤维母粒耗用色粉颜料金额	1.52	1.43	1.43	1.91
单位纤维母粒耗用色粉颜料金额变动	0.09	0.00	-0.48	-
纤维母粒单位直接材料金额	1.90	1.97	2.19	2.61
纤维母粒单位直接材料金额变动	-0.07	-0.22	-0.42	-

2023 年度，公司进口色粉颜料耗用金额占比下降，单位纤维母粒耗用色粉颜料金额较 2022 年度下降 0.48 万元/吨，纤维母粒单位直接材料金额较 2022 年度下降 0.42 万元/吨，公司进口色彩粉料金额与比重的变动与纤维母粒直接材料金额变动趋势一致。

2024 年度，公司进口色粉颜料耗用金额占比有所回升，单位纤维母粒耗用色粉颜料金额较 2023 年度基本持平，但纤维母粒单位直接材料金额较 2023 年度下降 0.22 万元/吨，主要系公司销售黑色、白色纤维母粒占比上升，黑色、白色纤维母粒主要耗用炭黑及钛白粉，单价较彩色颜料及染料低。

2025 年 1-6 月，公司进口色粉颜料耗用金额占比下降，单位纤维母粒耗用色粉颜料金额较 2024 年度上升 0.09 万元/吨，主要系公司细旦、超细旦原液着色涤纶长丝产品产量增加，生产细旦、超细旦原液着色涤纶长丝产品的纤维母粒中色粉颜料含量上升，纤维母粒单位直接材料金额较 2024 年度下降 0.07 万元/吨，主要系在公司销售黑色、白色纤维母粒占比较高的基础上，聚酯切片单价下降较多。

综上所述，报告期内，公司进口色彩粉料金额与比重的变动与纤维母粒直接材料金额变动相匹配。

2、结合国产与进口色彩粉料在性能、价格等方面的差异，以及对产品质量和成本的影响、客户对原材料来源的要求等，说明发行人色彩粉料主要来源于进口的原因、进口原材料供应商情况，以及采购渠道和采购价格的稳定性

（1）结合国产与进口色彩粉料在性能、价格等方面的差异，以及对产品质量和成本的影响、客户对原材料来源的要求等，说明发行人色彩粉料主要来源于进口的原因

公司主要从事差别化涤纶长丝和纤维母粒的研发、生产和销售，采用切片纺工艺，通过将聚酯切片和纤维母粒按比例熔融纺丝，制备原液着色涤纶长丝。纤维母粒决定了涤纶长丝的颜色、光泽、功能特点，是涤纶长丝制造的关键要素，色粉颜料作为纤维母粒的关键原材料之一，结合公司成熟的纤维母粒制造工艺，是纤维母粒质量的重要保证。公司已建立以无机颜料为主的色彩方案体系，以稳定性更强的无机颜料为主体，同时复配少量有机颜料、染料，依托自主开发着色及分散技术等核心技术，解决无机颜料易团聚的问题，提高颜料粒子分散稳定性，使母粒满足高耐候性的同时，具备较高的可纺性。

近年来，我国色粉颜料行业在产品性能、质量、稳定性、工艺等方面有了明显提高，色粉颜料产销量均位于世界前列；但产品结构仍不尽合理，产品大多为附加值较低的常规品种，同质化现象较为严重，部分品种出现了产能过剩的情况，高档色粉颜料及专用型色粉颜料相对较少，尚需依赖进口。

报告期内，国产与进口色彩粉料在性能、价格等方面的差异，以及对产品质量和成本的影响情况如下：

关键参数	参数描述	国产色粉颜料性能及价格	进口色粉颜料性能及价格	对产品质量的影响	对产品成本的影响
色差	颜色样品与标准样品的颜色偏离程度，例如 ΔE_{ab} 为总色差， ΔL （明度差）、 Δa^* （红绿差）、 Δb^* （黄蓝差）为分项色差等，数值越小色差越小	存在一定色差，价格较低	色差较小，价格较高	如色粉颜料的色差偏离程度较高，主要表现为使用该色粉颜料生产的纤维母粒制成的涤纶长丝同批次、同卷长丝颜色深浅不一，或不同批次间色光偏差较大，织成面料后会出现“阴阳面”、“条花”及“色档”等缺陷，无法满足下游汽车、高端服装、品牌服饰的外观要求。	公司品控部门在母粒工序，纺丝工序、成品制成时，均对关键指标进行抽检，测色仪检测色差偏离度，日照仪及强伸仪等检测耐候性，滤压仪检测压滤差等，如遇不良品，则会降低产品良率，废品率与损耗率上升，返工与重纺成本增加，增加产品成本。成品销售后，公司客户在加工时，亦会对关键参数进行检验，如发现公司产品导致的面料质量缺陷，则面临客户索赔，公司品牌信誉受损。
耐候性	抵抗阳光、温度、湿度等自然环境作用，保持颜色稳定的能力，含耐光、耐湿热、耐老化等细分指标	耐候性能较低，价格较低	耐候性能良好，价格较高	如色粉颜料的耐候性较差，本质是色粉颜料的分子量分布不均，主要表现为使用该色粉颜料生产的纤维母粒制成的涤纶长丝易老化断裂、易分解褪色，强度与韧性下降，无法满足下游汽车、高端服装、品牌服饰的强度要求。	
压滤差	衡量颜料在介质中分散均匀性的关键指标，压滤差越小，分	分散性能较差，易团聚，价格较	分散性能较好，价格较高	如色粉颜料的压滤差较高，代表色粉颜料在聚酯熔体中分散越差，粗颗粒、团聚体越多。该指标直接决定纺丝过程的	

关键参数	参数描述	国产色粉颜料性能及价格	进口色粉颜料性能及价格	对产品质量的影响	对产品成本的影响
	散性越好,过滤阻力越小	低		顺畅性,其偏高会对涤纶长丝的产品质量形成“源头性缺陷”,易断头,同时通过停机损耗、耗材浪费、废品增加等环节推高综合生产成本,尤其在公司高速纺、超细旦等高端纺丝场景中,负面影响较大。	

公司使用原液着色技术生产的涤纶长丝,在色彩丰富、功能多样的基础上,还具有超低色差、高耐候性、低摩擦等特性,明细如下:

①超低色差

公司在纺丝过程中使用的高耐候着色母粒以高耐候无机颜料为主体,在着色剂预分散时,加入助剂改善着色剂在母粒中的分散,有效阻止了颜料粒子的团聚,提高颜料粒子的分散稳定性。切片与色母粒在螺杆挤出机剪切混合后,熔体经多次剪切混合,在减少混合液在混合腔内停留时间的同时增强混合的效果,实现超低色差。按照 CIELAB 标准 测量色差,公司能够稳定实现批次内 ΔL (明度差异) ≤ 0.1 、 Δa (红绿色度差异) ≤ 0.1 、 Δb (蓝黄色度差异) ≤ 0.1 。

② 高耐候

公司已建立以无机颜料为主的色彩方案体系。公司母粒配色以稳定性更强的无机颜料为主体,同时复配少量有机颜料、染料,依托自主开发作色及分散技术等核心技术,解决无机颜料易团聚的问题,提高颜料粒子分散稳定性,使母粒满足高耐候性的同时,具备较高的可纺性。公司高耐候产品按照 AATCC16.3 标准,在特定的氙弧灯光源下以及特定的温度、湿度条件下,经 2,000 小时的加速老化测试,其耐光色牢度参考 AATCC 变色灰卡评定仍可达 4-4.5 级(5 级最佳为无变色,1 级最差为明显褪色甚至脱色/发白)。

③ 低摩擦

采用原液着色技术生产的涤纶长丝,着色剂均匀分布在涤纶长丝内部和表面。在微观层面,相较于白色涤纶长丝,原液着色涤纶长丝因表面存在着色剂微粒而变得粗糙,对纺织使用的织针、导纱针有一定磨损。原液着色涤纶长丝在下

游纺织制造过程中与织针、导纱针的过度磨损限制了有色涤纶长丝在经编色织领域的应用和推广。公司通过在色母粒中加入特定比例的不同种类助剂，使涤纶长丝摩擦系数几乎接近了白色涤纶长丝。助剂的加入优化了涤纶丝表面界面，降低了原液着色涤纶长丝对于制造设备的磨损，有色经编织造时织针、导纱针的使用寿命超过了 10 个月，已达到了常规白丝织造水平。

公司产品下游应用领域主要包括汽车内饰、高端户外家居以及功能性鞋服等。涤纶长丝需进一步纺织成面料、制作成汽车内饰零部件或户外、家居产品、鞋服产品，涤纶长丝的质量将直接影响下游产品的合格率。以公司产品主要应用领域汽车内饰为例，内饰的颜色和质感直接影响消费者感官，是除性能、功能和舒适程度之外影响消费者购车选择的重要因素。汽车内饰涉及颜色、材质、风格的搭配，主观性强、定制化程度高。汽车厂商通过不同内饰风格满足消费者多样化需求，汽车内饰的颜色、光泽、功能和质感等是整车厂开发至关重要的一环。因此汽车内饰选用的纤维材料需要准确符合颜色要求，以及相同车型持续生产过程中不同批次下的纤维材料颜色保持稳定。整车厂及各级供应商对纤维材料的开发效率、颜色稳定性、产品质量和一致性提出更高要求。

公司主要客户给予公司的设计开发自主程度较高，均未指定公司的原材料来源，公司在客户定制化产品的开发与试制阶段，通过产品设计优化，工艺参数调整，搭配更合适的原材料选型，在保证产品质量的前提下，获得一定的合理利润空间，实现客户和公司双赢的效果。

综上所述，公司的产品在色彩丰富、功能多样的基础上，还具有超低色差、高耐候性、低摩擦等特性，部分进口色粉颜料在低色差、高耐候性和低压滤差等关键参数上表现更好，公司为满足下游客户及终端用户的需求，自主选择使用进口色粉颜料。

（2）进口原材料供应商情况，以及采购渠道和采购价格的稳定性

报告期内，公司主要原材料中的色粉颜料采购来源如下：

单位：万元

进口/国产	2025 年 1 月-6 月		2024 年度	
	金额	占比	金额	占比
进口	721.38	67.26%	1,212.40	54.10%

国产	351.08	32.74%	1,028.66	45.90%
合计	1,072.46	100.00%	2,241.06	100.00%
进口/国产	2023 年度		2022 年度	
	金额	占比	金额	占比
进口	670.73	48.99%	1,050.29	60.51%
国产	698.44	51.01%	685.52	39.49%
合计	1,369.17	100.00%	1,735.81	100.00%

报告期内，公司采购色粉颜料的金额分别为 1,735.81 万元、1,369.17 万元、2,241.06 万元和 1,072.46 万元。

报告期内，公司采购进口色粉颜料的主要供应商及其终端生产商情况如下：

公司	产品种类	进口厂商	简要介绍
东莞市辰益新材料有限公司	炭黑	博拉	博拉炭黑（Birla Carbon）是全球碳材料解决方案领域的先进生产商与供应商，隶属于价值 650 亿美元的阿迪亚博拉集团（财富 500 强企业），专注于为多行业提供高性能特种炭黑及可持续材料解决方案，是全球炭黑行业的引领者之一。 公司总部位于印度孟买，业务覆盖全球 5 大洲 14 个国家，拥有 19 个生产工厂和 3 个先进的技术中心，年综合产能超 200 万吨，可稳定供应全球客户。
上海井宏化工科技有限公司	钛白粉	科慕	科慕公司（Chemours）是全球钛白粉领域的领军生产商，专注于高品质钛白粉研发、生产与供应，核心品牌 Ti-Pure™（淳泰™）凭借近百年技术积淀与创新能力，成为涂料、塑料、层压制品等行业的标杆级产品，是全球“白度、亮度与耐用性”解决方案的核心提供商。 公司总部位于美国特拉华州威尔明顿，在全球拥有 60 多个制造厂、实验室基地、合资企业和办事处，为大约 110 个国家和地区的客户提供优质服务。
上海腾世达贸易有限公司	染料	巴斯夫	巴斯夫（BASF）是全球合成染料领域的开创者与长期领军者，自 1865 年创立以来，以技术创新为核心，从莱茵河畔的染料小厂发展为覆盖染料全产业链、引领纺织行业“色彩革命”的全球化工巨头，其染料业务不仅奠定了企业根基，更推动了全球合成染料行业的工业化进程。 公司总部位于德国路德维希港，足迹遍及全球 92 个国家，在全球拥有 235 个生产基地，其中包含六大一体化生产基地，可稳定供应全球客户。
	炭黑	卡博特	卡博特公司（Cabot Corporation）是全球炭黑行业的领导者，自 1882 年创立以来，以炭黑为核心业务根基，逐步发展为覆盖特种化学品与高性能材料的跨国企业，其炭黑产能、市场份额、技术实力均位居全球前列，尤其在轮胎用炭黑、工业橡胶炭黑及新能源领域特种炭黑领域具备不可替代的行业地位。 公司总部位于美国马萨诸塞州波士顿，业务覆盖全球 53 个国家和地区，拥有 36 个生产工厂，是美国 500 强企业及美国化工企业前 100 强企业。
	颜料	DIC、钛阳化学	DIC 集团（迪爱生，DIC Corporation）是全球色粉颜料领域的核心生产商与技术引领者，自 1908 年创立以来，以印刷油墨业务为起点，逐步构建起覆盖“有机颜料、数码印刷颜料、特种功能颜料”的全品类色粉产品矩阵，通过全球化布局与战略性收购，成为全球市场份额名列前茅的色粉解决方案提供商，服务于涂料、塑料、印刷、化妆品、电子等多行业客户。 公司总部位于日本东京都，在日本国内设有东京、千叶、北陆等 10 个大生产工厂，业务覆盖 62 个国家和地区，可稳定供应全球客户。

公司	产品种类	进口厂商	简要介绍
			钛阳化学隶属于 DIC 集团旗下 Sun Chemical（太阳化学）体系，通过收购巴斯夫（BASF）Colors & Effects 品牌的颜料业务，成为全球高端颜料领域的领先供应商，是 DIC 在高端颜料、化妆品材料、功能性化工品领域的关键业务承载者。
深圳市天来宝颜料有限公司	颜料	钛阳化学	钛阳化学隶属于 DIC 集团旗下 Sun Chemical（太阳化学）体系，通过收购巴斯夫（BASF）Colors & Effects 品牌的颜料业务，成为全球高端颜料领域的领先供应商，是 DIC 在高端颜料、化妆品材料、功能性化工品领域的关键业务承载者。
		辉博赫	辉柏赫（Heubach）是全球颜料行业历史最悠久、产品矩阵最完整的生产商之一，自 1806 年创立以来，从家族企业逐步发展为覆盖“有机颜料、无机颜料、防锈颜料、特种材料”的综合色彩解决方案提供商，通过 2022 年收购科莱恩（Clariant）全球着色剂业务，进一步巩固全球领先地位，服务于涂料、塑料、印刷、医药、农业等多行业核心客户。 公司总部位于德国朗格尔斯海姆，业务覆盖 60 余个国家和地区，拥有 19 个全球生产基地，可稳定供应全球客户。

报告期内，公司采购的主要进口色粉颜料为博拉、卡博特的炭黑，科慕的钛白粉，巴斯夫的染料及 DIC、钛阳化学、辉博赫的颜料，上述生产商均为全球领先的化工企业，其业务发展稳定、产品供应较为充足，在境内有完善的销售渠道，公司进口色粉颜料的采购渠道具有稳定性。

报告期各期，公司进口色粉颜料采购渠道稳定，合计金额超过 50 万元的采购明细如下：

单位：吨、万元、万元/吨

公司	进口品牌	产品名称	2025 年 1-6 月			2024 年度			2023 年度			2022 年度		
			数量	金额	单价	数量	金额	单价	数量	金额	单价	数量	金额	单价
东莞市辰益新材料有限公司	博拉	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
上海井宏化工科技有限公司	科慕	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***

公司	进口品牌	产品名称	2025 年 1-6 月			2024 年度			2023 年度			2022 年度		
			数量	金额	单价	数量	金额	单价	数量	金额	单价	数量	金额	单价
上海腾世达贸易有限公司	巴斯夫	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
上海腾世达贸易有限公司	卡博特	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
上海腾世达贸易有限公司	卡博特	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
上海腾世达贸易有限公司	卡博特	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
上海腾世达贸易有限公司	DIC	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
上海腾世达贸易有限公司	钛阳化学	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
上海腾世达贸易有限公司	钛阳化学	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
上海腾世达贸易有限公司	钛阳化学	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
上海腾世达贸易有限公司	钛阳化学	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
上海腾世达贸易有限公司	钛阳化学	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
深圳市天来宝颜料有限公司	辉博赫	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
深圳市天来宝颜料有限公司	辉博赫	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
深圳市天来宝颜料有限公司	辉博赫	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
深圳市天来宝颜料有限公司	辉博赫	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
深圳市天来宝颜料有限公司	钛阳化学	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***

报告期内，公司采购的色粉颜料型号及价格信息已申请豁免披露。

四、请保荐机构、申报会计师：（1）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。（2）说明 2022 年、2023 年供应商回函不符或未回函金额较高的原因，差异调节过程及替代程序的有效性；除函证、访谈外，说明针对采购真实性、成本核算准确完整性采取的其他核查方式（如细节测试、穿行测试、资金流水核查等）的核查过程、对应核查金额及占比、核查结论。（3）说明对委托加工采购真实性、公允性核查的具体情况，包括但不限于核查的范围、比例、证据和结论。（4）结合毛利率及资金流水核查情况，针对发行人毛利率较高的真实合理性，以及是否存在商业贿赂或体外代垫成本费用情形发表明确意见

（一）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

1、毛利率高于同行业可比公司的合理性

针对上述事项，保荐机构、申报会计师执行的核查程序如下：

①了解公司产品及查阅公司可比公司年度报告，了解技术工艺及产品定价的差异情况；了解涤纶纤维制造行业技术水平及发展方向；查阅可比公司在产品特点、技术参数、专利技术等方面的信息并进行对比，分析公司技术和产品的先进性或创新性；

②查阅公司成本明细表，计算单位成本中直接材料、直接人工、制造费用等项目，分析各年度波动合理性；执行存货计价测试：验证期末存货（尤其是在在产品、产成品）的单位成本计算是否准确，是否遵循一贯的会计政策；获取公司各期在手订单情况，分析在手订单价格及期后业绩情况；

③获取公司 2025 年 1-6 月收入成本明细表，分析公司各类细分产品销售价格、成本及毛利率所处水平及变动是否具有合理性；访谈主要客户，了解产品定价模式及客户调价机制；

④获取公司收入成本明细表，分析公司各主要客户细分产品、境内外及贸易商的毛利率所处水平及变动是否具有合理性；

⑤了解公司 FDY 产能和使用情况，通过查阅行业代表性企业 FDY 产品的占比情况了解 FDY 市场空间；

⑥通过 wind 筛选与发行人属于相同行业、产品和工艺路线相似的上市公司，查阅上述企业公开披露信息，了解其技术路线和应用领域等信息。

(2) 核查结果及结论

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

①公司专注于差别化涤纶长丝领域创新发展，公司在汽车领域占比明显高于汇隆新材、蒙泰高新及宝丽迪；差别化产品占比均明显高于海利得，发行人综合毛利率高于同行业可比公司，具有合理性；

②2023 年产能尚未完全释放，因此折旧增长导致公司产品单位制造费用有所上升，毛利率有所下降；2024 年起公司产销量持续增长，规模效应逐步体现，单位制造费用基本趋于稳定，前期由于折旧增长导致的毛利率持续下滑的因素影响持续减弱；

③2025 年 1-6 月在发行人直接材料成本下降毛利率有所上升具备合理性，报告期后销售单价大幅下降的风险较低；公司具备良好传导原材料价格变化能力，若主要原材料价格处于上涨周期，公司通过及时调整价格、新产品开发等方式积极进行价格传导；

④发行人产品定制化和差异化程度较高，占客户同品类销售比例较高，同品类产品中由于发行人开发速度快、产品质量好，销售价格较高具有合理性；报告期内向主要客户各细分产品销售毛利率具有合理性；境内外市场竞争格局、定价方式、同类产品单位成本构成等方面存在一定差异，境外毛利率高于境内具有合理性；主要贸易商同类产品毛利率差异较大、部分产品毛利率为负具有合理性；

⑤公司 FDY 产能利用率较低主要系公司设备款式老旧且部分产能被临时用于生产 POY 产品；FDY 产品市场空间较大；公司已补充披露 FDY 产品未来毛利率下降的风险；

⑥公司可比公司选取完整，具有可比性；可比公司短期内进入发行人所处细分领域并快速发展的难度较大；发行人已补充披露市场竞争加剧可能导致毛利率降低、盈利能力下降的风险。

2、成本核算准确完整性

(1) 核查程序

针对上述事项，保荐机构、申报会计师主要执行了以下核查程序：

① 获取发行人制造费用明细表、员工花名册、委托加工明细与能源耗用明细，分析直接人工、委托加工、能源耗用与产品产量的匹配性；

② 获取发行人固定资产明细表，分析新增厂房及相关产品产线折旧情况对产品毛利率的影响，分析新增折旧情况与各主要产品制造费用变动情况的匹配性；

③ 了解发行人对生产人员的管理模式，报告期内生产人员波动较大的原因，获取发行人报告期内员工花名册，核查发行人生产人员与产品产量的匹配性。

(2) 核查结果及结论

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

① 发行人制造费用主要为电费、材料耗用和折旧摊销，电费及材料耗用金额随产量增减而变动，折旧摊销金额随生产用固定资产原值变动而变动，直接人工、委托加工、能源耗用的变动与产品产量的变动相匹配；

② 报告期各期，发行人折旧摊销费用与固定资产变动情况相匹配，公司新增固定资产折旧情况对纤维母粒毛利率的影响与相关产品的产线或厂房转时点相符；

③ 报告期内，公司对生产人员的管理模式符合行业惯例，生产人员随着公司生产需求而变动，与生产经营规模相匹配，不存在压缩人员薪酬或数量提升业绩的情况。

3、采购的真实性和公允性

(1) 核查程序

针对上述事项，保荐机构、申报会计师主要执行了以下核查程序：

① 了解发行人同时存在委托和受托加工业务的合理性，了解发行人对委托加工相关内控措施及执行情况，获取发行人委托加工明细；

② 获取发行人委托加工明细，分析供应商涤纶长丝及委托加工服务采购价格差异较大的原因，检查是否存在利益输送、代垫成本费用的情况；

③ 获取发行人采购明细，通过国家企业信用信息公示系统或企查查查询主要供应商信息，访谈主要供应商，了解其规模，与发行人及其控股股东、实际控制人、关键岗位人员等是否存在关联关系，查询公司流水及个人卡流水，查询是否存在异常资金往来或潜在利益安排；

④ 分析进口色彩粉料金额与比重的变动与纤维母粒直接材料金额变动的匹配性，了解国产与进口色彩粉料在性能、价格等方面的差异，以及对产品质量和成本的影响、客户对原材料来源的要求，查询发行人进口原材料供应商情况，以及采购渠道和采购价格的稳定性。

（2）核查结果及结论

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

① 受发行人下游行业季节性及公司在手订单波动性影响，发行人同时存在委托和受托加工业务的情况，不存在客户指定外协厂商的情况，发行人对委托加工环节制定了《采购与付款管理制度》《生产与仓储管理制度》《财务制度》等内部控制制度，执行情况良好；

② 公司委托加工费通常在市场行情、历史采购经验基础上，综合考虑纺丝工艺、成品纤度、适用工序、市场劳动力成本、辅料价格、受托加工方合理利润等，根据成本加成原则或者由双方进行市场化谈判自主协商定价。不同供应商涤纶长丝及委托加工服务采购价格差异较大主要系产品的品种、规格可能存在差异，不存在利益输送、代垫成本费用的情况；

③ 发行人对报告期内规模小、成立时间短、参保人数少、已注销的供应商相关的采购内容、金额与其经营范围、业务规模具备匹配性，发行人向上述供应商的采购均为基于市场情况、业务需求等进行，具备合理性。发行人及其实际控制人、董事、取消监事会前在任监事、高级管理人员与前述满足筛选条件的供应商与公司及其实际控制人、董事、取消监事会前在任监事、高级管理人员等不存在关联关系，不存在异常的资金往来，不存在特殊利益安排；

④ 报告期内，公司进口色彩粉料金额与比重的变动与纤维母粒直接材料金

额变动相匹配。公司的产品在色彩丰富、功能多样的基础上，还具有超低色差、高耐候性、低摩擦等特性，部分进口色粉颜料在低色差、高耐候性和低压滤差等关键参数上表现更好，公司为满足下游客户及终端用户的需求，自主选择使用进口色粉颜料，公司进口色粉颜料采购渠道和采购价格稳定。

（二）说明 2022 年、2023 年供应商回函不符或未回函金额较高的原因，差异调节过程及替代程序的有效性；除函证、访谈外，说明针对采购真实性、成本核算准确完整性采取的其他核查方式（如细节测试、穿行测试、资金流水核查等）的核查过程、对应核查金额及占比、核查结论

1、说明 2022 年、2023 年供应商回函不符或未回函金额较高的原因，差异调节过程及替代程序的有效性

2022 年度及 2023 年度回函不符金额较高，主要系发行人与部分供应商的交易存在时间性差异，存在发行人已收货暂估入库，对方未开票，及未收到货，对方已开票的情况，上述情况主要集中于 2022 年末及 2023 年末。2024 年度，随着电子发票的推广，减少了发票在途导致的时间性差异，回函不符情况逐渐改善。针对回函不符情况，保荐机构及申报会计师获取了库单、发票等相关支持性文件以及供应商提供的差异说明文件为依据制作差异调节表进行调节。

2、除函证、访谈外，说明针对采购真实性、成本核算准确完整性采取的其他核查方式（如细节测试、穿行测试、资金流水核查等）的核查过程、对应核查金额及占比、核查结论

（1）核查程序

针对上述事项，保荐机构、申报会计师主要执行了以下核查程序：

① 了解发行人与采购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 获取发行人收入成本明细表，检查收入确认对应成本结转情况，对发行人成本分摊和结转内部控制循环进行了解并执行穿行测试，并对重要的控制点执行了控制测试；

③ 获取并复核了报告期内主要供应商（含主要新增供应商）的框架协议及

采购合同，对交易定价、结算周期、信用政策、退换货机制等关键商业条款进行了核查；

④ 核查主要供应商的基本工商信息，包括成立时间、注册资本、经营范围、股权结构、董监高人员等，并将发行人对供应商的采购规模与其他的业务规模进行对比分析，判断向供应商交易是否与发行人生产相匹配、是否具有商业实质、是否与主营业务相符等；

⑤ 穿行测试

基于发行人采购循环的关键控制节点及控制措施，保荐机构及申报会计师对发行人关键控制情况进行了穿行测试，通过对采购合同、采购订单、入库单、质检单、记账凭证、采购发票、付款记录等单据的检查，样本覆盖发行人前十大供应商等，以确认发行人相关控制措施是否得到有效执行，具体如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
采购穿行测试核查笔数	21	71	51	57
采购总额	7,108.87	19,271.02	14,975.94	15,146.58
采购穿行测试抽样所覆盖供应商的年度采购金额	4,851.93	13,467.65	9,914.35	11,406.06
采购穿行测试核查比例	68.25%	69.89%	66.20%	75.30%

由上表，报告期各期保荐机构及申报会计师执行采购穿行测试抽样所覆盖供应商的年度采购金额比例分别为 75.30%、66.20%、69.89%和 68.25%，未发现异常，发行人采购与付款业务流程相关内部控制设计合理并得到有效执行。

⑥ 细节测试

保荐机构及申报会计师对发行人报告期各期的采购情况进行细节测试，获取并核查相应的记账凭证、入库单、采购发票等原始单据，验证发行人采购的真实性和准确性。报告期各期，保荐机构及申报会计师对发行人采购执行细节测试的情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
细节测试凭证数量	60	175	115	105
细节测试核查金额	5,206.26	13,567.41	10,189.16	10,214.32

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
采购总额	7,108.87	19,271.02	14,975.94	15,146.58
核查比例	73.24%	70.40%	68.04%	67.44%

由上表，报告期各期，保荐机构及申报会计师执行采购细节测试核查比例分别为 67.44%、68.04%、70.40% 和 73.24%，未发现异常，发行人采购业务具有真实性。

⑦ 函证程序

保荐机构及申报会计师对主要供应商执行了函证程序，截至本回复出具日，供应商函证具体情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1 月-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
采购总额（A）	7,108.87	19,271.02	14,975.94	15,146.58
发函金额（B）	5,598.71	15,135.04	11,337.70	11,927.31
发函比例（C）	78.76%	78.54%	75.71%	78.75%
回函金额（D）	5,171.44	15,135.04	11,266.88	11,912.16
回函相符金额（含回函不符但通过函证调节后相符情况）（E）	5,171.44	15,135.04	11,266.88	11,912.16
未回函金额（F）	427.27	-	70.82	15.15
回函相符金额比例（含回函不符但通过函证调节后相符情况）（G=E/A）	72.75%	78.54%	75.23%	78.65%

保荐机构及申报会计师对主要供应商执行了函证程序，函证了发行人报告期内向供应商的采购金额，对于回函不符的情况核查差异原因，对于未回函的情况实施了替代测试。

针对回函不符的客户，保荐机构及申报会计师分析具体量化差异金额和差异原因。回函不符的主要原因系双方交易存在的时间性差异，存在发行人已收货暂估入库，对方未开票，及未收到货，对方已开票的情况，经过差异调节后与公司记账相符，差异调节事项已取得支持性单据，差异调节程序有效。

针对未回函的客户，保荐机构及申报会计师执行了替代测试程序进行确认，包括检查采购合同/订单、入库单、验收单、发票、银行回单等原始凭证及发行人记账凭证，函证替代测试程序获取并检查的单据可以覆盖发行人采购及付款业务的整体流程，替代测试程序有效。

⑧ 走访程序

保荐机构及申报会计师走访主要供应商，均为实地走访，具体情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1 月-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
采购总额	7,108.87	19,271.02	14,975.94	15,146.58
走访金额	5,406.21	14,592.93	11,893.08	12,402.08
走访金额占比	76.05%	75.72%	79.41%	81.88%

保荐机构及申报会计师选取主要供应商进行实地走访，获取供应商的营业执照复印件、受访人身份证明、供应商与发行人的无关联关系声明等资料，对供应商代表等执行访谈程序，了解其与公司的合作背景、合作模式、业务真实性、信用政策、结算方式、产品质量情况等内容，报告期各期供应商的走访比例分别为 81.88%、79.41%、75.72% 和 76.05%。

（2）核查结果及结论

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

发行人报告期内采购情况真实，成本核算准确、完整，不存在异常情形。

（三）说明对委托加工采购真实性、公允性核查的具体情况，包括但不限于核查的范围、比例、证据和结论

1、核查程序

① 了解发行人与委托加工服务采购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 获取并复核了报告期内主要委托加工供应商的框架协议及采购合同，对交易定价、结算周期、信用政策、退换货机制等关键商业条款进行了核查；

③ 查询国家企业信用信息公示系统、企查查等信用公示网站，获取委托加工服务供应商的基本信息，查询委托加工服务供应商是否与公司、董监高、关键管理人员存在关联关系；

④ 穿行测试

基于发行人委托加工服务采购循环的关键控制节点及控制措施，保荐机构及

申报会计师对发行人关键控制情况进行了穿行测试,通过对采购合同、采购订单、外协出库单、入库单、质检单、记账凭证、采购发票、付款记录等单据的检查,样本覆盖发行人主要委托加工服务供应商,以确认发行人相关控制措施是否得到有效执行,具体如下:

单位: 万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
委托加工服务穿行测试核查笔数	5	20	16	22
委托加工服务采购总额	201.72	1,006.70	1,092.29	3,259.13
委托加工服务穿行测试抽样所覆盖委托加工服务供应商的年度采购金额	175.97	981.49	1,089.23	3,206.97
委托加工服务穿行测试核查比例	87.24%	97.50%	99.72%	98.40%

保荐机构及申报会计师针对委托加工服务采购执行穿行测试,穿行测试抽样所覆盖委托加工服务供应商的年度采购总额比例分别为 98.40%、99.72%、97.50% 和 87.24%,未发现异常,发行人委托加工服务采购业务流程相关内部控制设计合理并得到有效执行。

⑤ 函证程序

报告期内,保荐机构及申报会计师对委托加工服务供应商的函证情况如下:

单位: 万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
委托加工服务采购总额 (A)	201.72	1,006.70	1,092.29	3,259.13
委托加工服务发函金额 (B)	154.69	797.97	1,049.81	3,174.22
委托加工服务发函比例 (C)	76.69%	79.27%	96.11%	97.39%
委托加工服务回函金额 (D)	154.69	797.97	1,047.06	3,160.17
委托加工服务回函相符金额 (含回函不符但通过函证调节后相符情况)(E)	154.69	797.97	1,047.07	3,160.17
委托加工服务未回函金额 (F)	-	-	2.75	14.05
委托加工服务回函相符金额比例 (含回函不符但通过函	76.69%	79.27%	95.86%	96.96%

证调节后相符情况) (G=E/A)				
-------------------	--	--	--	--

保荐机构及申报会计师执行了委托加工服务供应商的函证程序，函证了发行人报告期内向委托加工服务供应商的采购金额，对于回函不符情况，核查差异原因；对于未回函的情况，实施替代测试。

经核查，报告期各期发行人委托加工服务采购金额中，回函相符及回函不符经调节相符占委托加工服务采购总额的比例分别为 96.96%、95.86%、79.27%和 76.68%，发行人向委托加工服务供应商的采购金额具备真实性和可靠性。

⑥ 走访程序

保荐机构及申报会计师走访了主要委托加工服务供应商，均为实地走访，具体情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1 月-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
委托加工服务采购总额	201.72	1,006.70	1,092.29	3,259.13
委托加工服务走访金额	187.35	989.50	1,052.17	3,173.88
委托加工服务走访金额占比	92.87%	98.29%	96.33%	97.38%

保荐机构、申报会计师对发行人主要委托加工服务供应商进行了实地走访，查看委托加工服务供应商的生产车间，与供应商相关负责人进行访谈，了解并核实委托加工服务供应商主要基本情况，经营情况，与发行人的合作情况，运输方式、付款结算模式，是否存在利益输送、商业贿赂等情形，采购价格是否公允，是否与发行人存在关联关系等。

经核查，发行人与委托加工服务主要供应商均具备真实合理的交易背景，主要供应商均具备相应生产能力和生产经营场所，交易定价符合市场公允水平，与发行人不存在关联关系，不存在利益输送、商业贿赂等情形。

(5) 分析程序

保荐机构及申报会计师获取了公司《采购与付款管理制度》《生产与仓储管理制度》《财务制度》《委外加工出库明细》《委外加工入库明细》，结合抽样、访谈等核查程序，分析公司委托加工服务的定价模式，分析提供委托加工服务供应

商中提供前纺工艺加工和后纺工艺加工的供应商之间定价依据是否相同，定价是否公允。

经核查，发行人委托加工服务采购在符合《采购与付款管理制度》《生产与仓储管理制度》的基础上，供应商定价依据相同，具体采购价格由公司在市场行情、历史采购经验基础上，综合考虑纺丝工艺、成品纤度、适用工序、市场劳动力成本、辅料价格、受托加工方合理利润等，根据成本加成原则或者由双方进行市场化谈判自主协商定价，定价具有公允性。

（7）流水核查

保荐机构及申报会计师取得并查阅了报告期内发行人控股股东、实际控制人、董监高、关键岗位人员所有银行卡流水，核查是否存在与委托加工服务供应商的异常资金往来。

经核查，发行人控股股东、实际控制人、董监高、关键岗位人员与委托加工服务供应商及其主要人员均不存在异常资金往来。

2、核查结果及结论

综上所述，公司委托加工服务采购具有合理的商业背景，采购具备真实性，定价具备公允性。

（四）结合毛利率及资金流水核查情况，针对发行人毛利率较高的真实合理性，以及是否存在商业贿赂或体外代垫成本费用情形发表明确意见

保荐机构、申报会计师针对毛利率的核查情况参见本问题“四/（一）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”的回复，保荐机构、申报会计师已出具《关于江苏欣战江纤维科技股份有限公司资金流水情况的专项核查报告》。综上所述，保荐机构、申报会计师认为发行人毛利率较高具有真实合理性，不存在商业贿赂或体外代垫成本费用的情形。

问题 3.进一步说明产能持续扩大的情况下继续增加产能的必要性和合理性

根据申请文件及问询回复：（1）2022 年至 2024 年，发行人各类产品产能持续提升；2025 年 2 月“年产 6000 吨有色涤纶长丝和年产 2000 吨捻线项目”投产。（2）随着产能的提高，发行人报告期内产能利用率整体下降，其中主要产品 DTY、FDY 最近一期产能利用率分别为 74.60%、47.04%；各期自用量与外销量之和基本大于总产量，超出部分通过外购半成品或外协加工方式生产。（3）发行人各期末库存商品和半成品账面余额整体呈上升趋势，期后销售或耗用比例呈下降趋势，最近一期营业收入、净利润同比分别下滑 4.44%、1.56%。（4）截至报告期末，发行人可自由支配自有资金余额约为 11,306.63 万元。

请发行人：（1）说明公司在产能持续增加、未达产的情况下，仍然通过外购半成品或外协加工方式满足自用和外销需求的原因及合理性。（2）结合汽车内饰、家居户外、鞋服用品等下游行业对于原液着色涤纶长丝的需求变化情况，主要客户产能利用和业绩情况，以及终端客户所在国家或地区贸易政策变动影响，进一步说明报告期内公司产能利用率下滑、库存商品和半成品账面余额上升、期后销售或耗用比例下降的原因以及报告期后的变化情况。（3）结合前述事项，以及报告期内日均在手订单的变化情况、报告期后在手订单及收入转化情况，进一步论证公司在报告期内产能持续增加、产能利用率明显下降的情况下继续新增产能的必要性。（4）结合公司现有生产经营规模、可自由支配资金、未来资本支出规划，以及募投项目实际投资情况、成本变化等因素，进一步论证募集资金规模的合理性。（5）结合相关法律法规规定、行为具体事实、是否导致严重污染环境等后果以及有权主管机关意见（如有），进一步论证子公司常州龙马 2022 年超产能生产行为是否存在被行政处罚的风险、是否构成重大违法行为。

请保荐机构核查以上事项并发表明确意见；请发行人律师核查以上事项（5）并发表明确意见。

【回复】

一、说明公司在产能持续增加、未达产的情况下，仍然通过外购半成品或外协加工方式满足自用和外销需求的原因及合理性

公司为保证产品质量，优先采用自有产能生产，同时综合考虑现有产能、成

本、产品规格等因素影响，将生产工艺相对成熟、简单的产品采用外协加工，或外购半成品的方式辅助生产。具体而言，公司采用外协加工方式主要是出于产能不足的考虑，公司外购半成品主要是出于成本的考虑。

（一）公司委托加工金额相对较小

公司委托加工分为供料加工和外协加工两种模式，以供料加工为主。在供料加工模式下，公司负责产品开发并提供定制开发的纤维母粒，委外加工商自主采购标准品聚酯切片等，并按照公司技术要求生产 POY、FDY 等产品。其中，纤维母粒决定了产品的颜色、功能等特性，是核心原材料。

由于供料加工供应商结算未区分加工费和聚酯切片等材料费，因此出于谨慎性考虑，公司将向供料加工供应商采购金额全部计入委托加工费中，因此委托加工费相对较高。

报告期内，供料加工模式下，委托加工费分别为 3,138.66 万元、972.51 万元、865.00 万元和 177.08 万元，占委托加工比例为 96.30%、89.03%、85.92% 和 87.79%。模拟计算剔除聚酯切片材料成本后，供料加工模式的委托加工费分别为 687.57 万元、339.22 万元、265.11 万元和 62.25 万元，供料加工费大幅下降。

此外，报告期内，外协加工费分别为 120.48 万元、119.78 万元、141.70 万元和 24.64 万元，金额较小。

期间	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
供料加工采购金额①	177.08	865.00	972.51	3,138.66
外协采购金额②	24.64	141.70	119.78	120.48
委外加工金额合计③=①+②	201.72	1,006.70	1,092.29	3,259.14
模拟计算供料加工中切片金额④	114.83	599.89	633.29	2,451.09
模拟计算剔除切片影响后委外加工金额⑤=③-④	86.89	406.81	459.00	808.05
营业成本⑥	10,749.58	25,251.55	20,379.49	18,700.02
占营业成本比例⑦=⑤÷⑥	0.81%	1.61%	2.25%	4.32%

注：模拟计算供料加工中聚酯切片材料成本，系根据公司同期聚酯切片采购价以及供料加工采购数量计算。

由上表可知，假设剔除供料加工模式下委外厂商所提供的聚酯切片材料费，

模拟计算报告期内公司委托加工费分别为 808.05 万元、459.00 万元、406.81 万元和 86.89 万元，占营业成本比例分别为 4.32%、2.25%、1.61%和 0.81%，占比较低，且呈逐年下降趋势。

综上所述，公司委托加工金额占比相对较小。

（二）公司通过委托加工缓解产能不足的情况

1、报告期初，公司存在产能不足的情况

报告期初，公司产能不足的情况较为明显，前纺、后纺均满负荷生产，产能利用率均超过 100%。在此情况下，公司产能仍难以满足客户需求，因此公司将部分工艺成熟、难度较低的产品采用委托加工的方式进行生产，保证供货的及时性；2023 年以来，公司启用新厂房，产能逐步提升，产能不足的情况逐渐缓解，外协加工金额也逐年下降。

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
委托加工金额（万元）	201.72	1,006.70	1,092.29	3,259.13
模拟测算剔除聚酯切片后的委托加工金额（万元）	86.89	406.81	459	808.05
前纺产能（吨）	8,600.00	15,800.00	12,000.00	8,160.00
前纺产能利用率（%）	65.02%	82.89%	88.19%	100.21%
后纺产能（吨）	7,900.00	15,300.00	12,600.00	10,350.00
后纺产能利用率（%）	77.24%	91.50%	85.06%	101.19%

公司提升产能，降低委托加工金额，提高自产比例，可以有效增强公司对于产品生产过程的管控，提高产品质量，增加客户粘性。

2、周期性导致公司存在阶段性产能不足的情况

受下游行业影响，公司订单存在明显的季节性波动。如通常 1、2 月为传统淡季，9-10 月为传统旺季。报告期内，公司淡旺季月均订单数量如下所示：

单位：吨

项目	2025 年	2024 年	2023 年	2022 年
淡季（1-2 月）月均销售订单数量	808.26	1,031.29	526.62	901.84
旺季（9-10 月）月均销售订单数量	1,658.76	1,556.20	1,304.28	962.91
旺季/淡季倍数	2.05	1.51	2.48	1.07

报告期内，公司 9-10 月月均收到销售订单数量为 1-2 月月均订单数量的 1.07

倍、2.48 倍、1.51 倍和 2.05 倍。其中，公司 2022 年淡旺季订单数量相差较小，主要系公司 2022 年产能严重不足，各月均接近满负荷生产所致。2023-2025 年，不同月份之间订单数量波动较大。

因此，公司通过扩大产能，储备富余产能，以及时响应客户需求，满足下游客户对纱线需求的季节性波动，增加客户粘性。

（三）公司外购纱线以白色、黑色为主

1、公司产品以有色涤纶长丝为主，单价和成本较高

公司采用切片纺工艺路线，采用原液着色技术，生产产品以有色涤纶长丝为主，累计开发颜色已超过 1 万种，在有色涤纶长丝定制化生产方面具有较为突出的竞争优势。

公司已建立以无机颜料为主的色彩方案体系，产品耐候性突出；同时，为保证产品具有低摩擦特性，并在批次内和批次间保证超低色差，公司有色涤纶长丝产品的制造工艺要求更高，单位成本和售价相对更高。

2、白色、黑色涤纶长丝适用于熔体直纺工艺规模化生产

相较于有色涤纶长丝，白色、黑色涤纶长丝生产工艺相对简单、制备技术成熟，适用于采用熔体直纺工艺路线，进行大规模生产以降低成本。

公司下游客户在织造面料过程中，除使用有色涤纶长丝外，通常需要搭配一定数量的白色、黑色涤纶长丝。但由于客户采购白色、黑色涤纶长丝同样具有小批量、多批次的特点，且对纱线的粗细、支数等规格型号有指定要求。市场上主流白色、黑色涤纶长丝供应商大多采用熔体直纺工艺路线，产量大，但通常不愿接受小批量多批次的定制化订单。

3、公司为客户提供包括有色涤纶长丝和白色、黑色涤纶长丝在内的一揽子解决方案

公司在为客户定制化开发和生产有色涤纶长丝的同时，对于客户的白色、黑色涤纶长丝需求，分类、汇总后，向白色、黑色涤纶长丝供应商批量采购半成品，进一步加工后向客户销售。

一方面，公司批量采购白色、黑色涤纶长丝半成品，具有一定价格优势。另

一方面，白色、黑丝涤纶长丝半成品，经公司加工后，可满足客户对于纱线粗细、支数的定制化需求，且与欣战江有色涤纶长丝参数、规格、指标更为接近，有利于下游客户在织造过程调试机器设备。

报告期内，公司外购纱线情况如下：

单位：万元

产品	2025 年 1-6 月		2024 年度	
	金额	占比	金额	占比
白色	583.20	54.01%	1,720.52	56.99%
黑色	419.41	38.84%	1,175.84	38.95%
其他	77.16	7.15%	122.68	4.06%
总计	1,079.77	100.00%	3,019.04	100.00%
产品	2023 年度		2022 年度	
	金额	占比	金额	占比
白色	826.40	52.69%	404.30	26.64%
黑色	705.47	44.98%	1,034.57	68.16%
其他	36.63	2.34%	78.98	5.20%
总计	1,568.50	100.00%	1,517.85	100.00%

由上表可知，报告期内，公司采购纱线以白色、黑色涤纶长丝为主，合计占比超过 90%。因此，公司外购纱线具有合理性。

综上，公司综合考虑产能因素、成本因素、产品类别和规格因素，对于部分产品通过外购半成品或外协加工方式满足自用和外销需求，具有合理性。

二、结合汽车内饰、家居户外、鞋服用品等下游行业对于原液着色涤纶长丝的需求变化情况，主要客户产能利用和业绩情况，以及终端客户所在国家或地区贸易政策变动影响，进一步说明报告期内公司产能利用率下滑、库存商品和半成品账面余额上升、期后销售或耗用比例下降的原因以及报告期后的变化情况

（一）汽车内饰、家居户外、鞋服用品等下游行业对于原液着色涤纶长丝的需求变化情况，主要客户产能利用和业绩情况，以及终端客户所在国家或地区贸易政策变动影响

1、下游行业对于原液着色涤纶长丝的需求变化情况

（1）原液着色涤纶长丝具有突出的优势

原液着色涤纶长丝通过在纺丝过程中加入高分子材料着色剂（色母粒），纺丝的同时采用物理工艺赋予涤纶长丝色彩特性，直接产出有色纤维，不仅拥有色牢度高、色彩一致性高等高附加值特征，且纺丝和着色过程主要为精细控制下的物理变化过程，原液着色纤维的生产过程几乎无废气和废水产生，颜料利用率接近 100%，基本实现零排放，对环境的影响较小，更为绿色环保。

在下游纺织环节，原液着色技术生产的纤维加工纺织品省去了染前处理、高温高压染色等高耗能、高排放的工序，从源头上解决了高能耗和高污染问题。根据中国纺织科学研究院有限公司 2020 年发布的期刊《纺织科学研究》所收录论文《应用前景广阔的原液着色纤维》，原液着色技术相比于传统印染，在纺织品生产全过程中可节约水耗 89%、能耗 63%、化学品用量 63%，减少二氧化碳排放 62%、COD 排放 67%。

根据《工业和信息化部国家发改委会关于化纤工业高质量发展的指导意见》，化纤工业是我国具有国际竞争优势的产业，也是新材料产业的重要组成部分，原液着色等差别化、功能性纤维产品是重点发展的领域和方向；“原液着色、功能性化学纤维的高效柔性化制备技术”亦是《产业结构调整指导目录（2024 年本）》中优先鼓励的相关产业。

（2）原液着色技术路线逐步替代印染技术路线

使用原液着色技术生产的有色涤纶长丝，由于需要在纺丝前加入着色剂，可

能会导致着色剂团聚、可纺性较差等问题。且相较于传统印染方式，成本普遍相对更高。近年来，随着原液着色技术的不断进步，采用原液着色技术的涤纶长丝可纺性不断提高，色彩种类日益丰富，功能性日益多样，规格型号日益齐全，制造成本日益降低。在此基础上，原液着色涤纶长丝的需求和市场规模快速增长。

根据东吴证券研究报告数据，2017 年国内原液着色纤维产量大约 500 万吨。参考中国化学纤维工业协会公布的 2017 年化学纤维总产量 4,919.55 万吨，由此计算 2017 年我国原液着色技术的渗透率约 10%。

根据中国纺织科学研究院有限公司数据估算，我国 2024 年原液着色涤纶纤维产量超过 800 万吨。参考中国化学纤维工业协会公布的 2024 年我国涤纶纤维产量 6,226 万吨，由此计算 2024 年我国原液着色技术的渗透率约 13%。

因此，原液着色技术的渗透率不断提高。随着原液着色技术的不断成熟，原液着色涤纶长丝凭借高耐候性、环保优势、节省染色成本等优势，在汽车内饰、家居户外、功能鞋服等领域，对于部分采用印染技术路线的产品实现逐步替代。

（3）下游行业支持为原液着色涤纶长丝发展提供重要支撑

随着低碳环保理念渐入人心，乘用车市场的升级换代及新能源汽车的蓬勃发展，推动汽车内饰行业的升级换代和需求释放。国内外主流车企均将绿色发展理念作为高质量发展的核心路径，并将低碳环保理念深入融合到产品开发、生产制造、企业经营及供应链等各环节。

如全球销量第一的丰田集团明确“要求供应商跟踪取水量、排水量和用水量”、“要求制定节水计划和目标”、“鼓励供应商通过我们的绿色供应商指南，每年将二氧化碳绝对排放量减少 3%”。我国销量第一的比亚迪集团也提出“建立健全‘绿色供应商、绿色原材料’采购体系”“我们设立并充分沟通供应链减碳目标，将对供应商的减碳要求写入供应链管理相关制度。”其他主流车企如大众汽车集团、现代汽车集团、通用汽车集团、福特汽车集团、本田汽车集团、上汽集团、吉利控股等也均通过官网、年报、ESG 报告等公开方式对生产制造环节和供应链提出了节水、减排、使用绿色材料等方面的要求。

国内外知名服饰厂商要求降低用水量和碳排放量，具体政策如下：

服饰厂商	主要品牌	政策主要内容
LVHM	LV、Dior 等	2030 目标是每单位附加值减少或避免与范围 3 ² 相关的二氧化碳排放量 55%（2019 年基准）
Nike	Nike、Jordan、Converse	通过增加环保材料在所有关键材料中的使用率至 50%，减少 50 万吨温室气体排放。每公斤纺织品染整过程中淡水用量减少 25%。
Inditex	Zara、Massimo Dutti 等	所有裁剪、服装、洗涤、染色、纺纱和织造工厂今年都必须制定脱碳计划，使其排放量每年减少 4% 以上
H&M Group	H&M、COS 等	2030 年：以 2019 年为基准，将范围 3 的绝对温室气体排放量减少 56%。
Adidas AG	Adidas、Reebok 等	我们持续减少淡水消耗，尤其是在水资源影响较大的二级工厂，目标是到 2025 年实现 40% 的减量
Fast Retailing	Uniqlo、GU	到 2025 年底，各主要服装厂和面料厂的用水量将比 2020 年减少 10%
Kering SA	Gucci、Saint Laurent	根据原材料的不同，降低毛皮染色对环境影响的方案，包括在合成纤维中应尽可能使用原液染色技术。
波司登	Bosideng	配合先进的原液着色技术，避免了传统染色过程中大量水资源的使用和废水排放，从生产环节就贯彻了环保理念，减少了对水环境的污染，同时也使面料颜色更持久、更环保

2、主要客户产能利用和业绩情况

报告期各期，公司前 20 大客户合计共 29 家，通过访谈了解其产能利用情况和经营业绩情况如下：

（1）主要客户产能利用情况

公司 29 家主要客户中，共 21 家通过访谈确认了其产能利用率情况，具体如下：

产能利用率水平	家数	占比
90%以上	9	42.86%
70%-90%	8	38.10%
50%-70%	3	14.29%
50%以下	1	4.76%
合计	21	100.00%

其他主要为不愿透露或贸易类客户不适用产能利用率统计。由上表可知，公司主要客户产能利用率整体处于较高水平。

（2）主要客户业绩情况

公司 29 家主要客户中，共 23 家通过访谈确认了其经营业绩情况，具体如下：

² 指由公司间接负责的上下游价值链活动产生的排放，下同

预计 2025 年经营业绩 相较于 2024 年的变动情况	家数	占比
显著增长	4	17.39%
保持稳定或小幅变动	19	82.61%
显著下降	0	0.00%
合计	23	100.00%

其余 6 家不愿透露具体情况。由上表可知，公司主要客户 2025 年预计业绩整体将保持稳定或增长趋势。

公司 29 家主要客户中，共 10 家在境内外上市或其母公司在境内外上市。报告期各期营业收入如下表所示：

单位：人民币万元

序号	客户名称	2025 年 1 月 -6 月	同比 变动	2024 年度	同比 变动	2023 年度	同比 变动	2022 年度
1	宏达高科 (002144.SZ)	25,331.47	-7.99%	61,829.62	15.53%	53,518.33	-7.63%	57,937.40
2	博奇科技 (874690.NQ)	47,163.43	16.42%	96,129.64	22.02%	78,781.44	59.26%	49,466.96
3	DUAL (016740.KS)	212,648.42	5.76%	381,818.39	-5.12%	402,439.05	28.74%	312,601.37
4	申达股份 (600626.SH)	523,447.32	-13.79%	1,182,427.98	1.34%	1,166,772.30	3.77%	1,124,403.19
5	可隆集团 (002020.KS)	1,533,546.92	10.62%	2,976,675.78	-8.16%	3,241,305.84	3.69%	3,125,992.69
6	SEIREN (3569.T)	367,338.89	3.78%	724,186.01	12.50%	643,726.44	7.22%	600,403.10
7	IL JEONG INDUSTRIAL CO.,LTD (008500.KS)	9,910.71	-16.08%	21,480.97	20.95%	17,759.58	1.58%	17,482.65
8	东丽工业 (3402.T)	5,598,830.16	-4.62%	11,627,038.08	4.00%	11,179,407.46	-0.99%	11,291,600.88
9	李尔公司 (LEA.N)	8,200,883.88	-3.47%	16,489,927.24	-0.69%	16,603,770.43	12.33%	14,781,571.91
10	旷达科技 (002516.SZ)	106,612.07	7.09%	209,830.14	16.35%	180,346.29	1.09%	178,402.91

注：1、森织汽车内饰（武汉）有限公司系博奇科技（874690.NQ）子公司；
2、杜倍题桥纺织（江苏）有限公司系韩国上市公司 DUAL（016740.KS）子公司；
3、上海新纺联汽车内饰有限公司系申达股份（600626.SH）子公司；
4、可隆科技特（张家港）特种纺织品有限公司系韩国上市公司可隆集团（002020.KS）子公司；
5、世联美仕生活用品（上海）有限公司系日本上市公司 SEIREN（3569.T）子公司；
6、东丽合成纤维（南通）有限公司系日本上市公司东丽工业（3402.T）子公司；
7、李尔汽车内饰材料（扬州）有限公司系美国上市公司李尔公司（LEA.N）子公司；
8、常州市旷达针纺织品有限公司系旷达科技（002516.SZ）子公司。

由上表可知，10 家在境内外上市或其母公司在境内外上市的主要客户，其披露数据显示经营业绩整体良好，与访谈结果基本一致。

3、终端客户所在国家或地区贸易政策变动影响

（1）公司境外客户占比较低

报告期内，公司主营业务收入分境内外及同比变动情况具体如下：

单位：万元，%

项目	2025 年 1 月—6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
境内	14,925.34	91.12	33,238.36	90.57	27,093.74	90.88	26,430.84	91.66
境外	1,455.24	8.88	3,461.79	9.43	2,718.77	9.12	2,404.11	8.34
合计	16,380.57	100.00	36,700.14	100.00	29,812.51	100.00	28,834.95	100.00

由上表所示，报告期内公司来源于境内的收入分别为 26,430.84 万元、27,093.74 万元、33,238.36 万元和 14,925.34 万元，占主营业务收入的比例分别为 91.66%、90.88%、90.57% 和 91.12%。公司直接客户以境内客户为主。

（2）公司终端客户所在国家或地区

报告期各期，公司前 20 大客户合计共 29 家。通过对其中 25 家访谈确认，公司境外的终端客户所在国家和地区包括：

终端客户所属区域	终端客户所在国家和地区
亚洲	日本、韩国、东南亚、泰国、印度、中亚、中东
欧洲	欧盟、俄罗斯、乌克兰
北美洲	美国
非洲	南非
南美洲	巴西

由上表可知，公司终端客户覆盖国家较广。但公司主要客户出于商业保密的考虑，未告知各国家和地区的具体金额和比例。

经访谈，公司主要客户普遍认为，终端客户所在国家和地区的贸易政策可能会对需求产生短期波动，但不会对行业产生重大不利影响。

（3）贸易政策变动的影响

①贸易政策变动给行业带来短期波动

近年来，全球贸易政策变动频繁、反复，不仅对产业链中各级产品流动产生影响，也使得石油等大宗商品价格出现显著变化，进而间接影响聚酯切片等原材料价格。

因为贸易政策变动，导致产品价格和供应存在不确定性。在此背景下，公司下游客户在保持正常生产的情况下，有意控制并降低安全库存，因此短期内，对行业产生一定波动。

2025 年 10 月，中美在吉隆坡举行高层经贸磋商并达成共识，包括取消加征的 10% 所谓“芬太尼关税”，24% 对等关税将继续暂停一年等，目前贸易政策影响已阶段性得到缓解，下游市场客户信心正逐渐恢复。前期因贸易政策不确定性对行业造成的不利影响得到持续改善。

②贸易政策对行业长期影响相对较小

根据可持续纺织促进会（Textile Exchange）发布《2025 年材料市场报告》，2024 年全球化学纤维产量达 9,940 万吨，人均耗用化学纤维超过 12 公斤，化纤已成为人类最为常用且不可或缺的材料之一。同时，相较于日本化纤协会公布的 2015 年全球化学纤维产量 6,647 万吨，2015-2024 年，全球化学纤维产量年复合增长率达 4.57%，持续保持稳定增长。

涤纶长丝的生产和制造，涉及纺丝、加弹等环节，部分差别化涤纶长丝还需要母粒制备、空变等生产工序，不同工序设备需要经过较长时间的磨合调试，才能达到相互匹配的生产状态。此外，由于涤纶长丝的生产精细化程度较高，需要相当数量的熟练工人参与生产。

我国作为全球化学纤维的主要供应国家，占全球化纤产量 70% 以上。经过多年的发展，我国在化纤领域已建立了较为完善的产业链和配套体系，同时积累了丰富的的人才储备，可实现化纤的高效且低成本生产制造。贸易政策变动调整难以从根本上改变或扭转我国在化纤行业的竞争优势。

因此，从长期看，贸易政策对我国化纤行业不会产生根本性改变。

③公司已对贸易政策变动可能产生的影响作出风险提示

公司已在《招股说明书》中“重大事项提示”和“第三节 风险因素”之“（一）

发行人业绩波动风险”中作出风险提示如下：“因全球经济贸易政策变动，可能对全球或某些国家的宏观经济和公司下游市场需求带来不利影响，可能导致公司产品销售收入下滑，发行人未来可能存在经营业绩下滑的风险。”

（二）说明报告期内公司产能利用率下滑、库存商品和半成品账面余额上升、期后销售或耗用比例下降的原因以及报告期后的变化情况

1、报告期内公司产能利用率下降的原因

（1）收入季节性波动

公司向客户销售差别化涤纶长丝，具有高度定制化的特点，主要根据下游客户的具体需求进行生产。报告期内，由于公司下游客户的销售旺季一般集中于每年第三季度至次年春节前，下游客户通常在每年第三季度和第四季度增加生产计划来满足市场需求。因此，当公司下游客户需求呈现季节性波动时，公司订单亦存在明显的季节性波动。如通常 1、2 月为传统淡季，9-10 月为传统旺季。报告期内，公司淡旺季月均订单数量如下所示：

单位：吨

项目	2025 年	2024 年	2023 年	2022 年
淡季（1-2 月）月均销售订单数量	808.26	1,031.29	526.62	901.84
旺季（9-10 月）月均销售订单数量	1,658.76	1,556.20	1,304.28	962.91
旺季/淡季倍数	2.05	1.51	2.48	1.07

报告期内，公司 9-10 月月均收到销售订单数量为 1-2 月月均订单数量的 1.07 倍、2.48 倍、1.51 倍和 2.05 倍。其中，公司 2022 年淡旺季订单数量相差较小，主要系公司 2022 年产能严重不足，各月均接近满负荷生产所致。2023-2025 年，不同月份之间订单数量波动较大。由于公司产品具有定制化特点，因此无法完全通过提前合理备货的方式解决订单周期性波动的全部影响，因此公司 2023 年搬迁至新厂区后，有意储备富余产能，以便及时响应客户需求，满足下游客户对纱线需求的季节性波动，增加客户粘性。

公司订单淡季、旺季之间的波动，也体现在公司营业收入中。报告期内，公司主营业务收入按季度分类情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
第一季度	8,299.80	22.30	7,029.81	19.15	4,924.15	16.52	5,618.84	19.49
第二季度	8,080.77	21.71	10,074.71	27.45	6,906.61	23.17	7,404.36	25.68
第三季度	9,753.41	26.20	9,534.04	25.98	8,160.00	27.37	8,185.32	28.39
第四季度	11,091.39	29.80	10,061.58	27.42	9,821.75	32.95	7,626.43	26.45

注：公司 2025 年第三季度及第四季度收入经审阅。

由上表可知，公司主营业务收入随着下游客户需求变动而存在一定的季节性特征，因此产品产量亦呈现一定的季节性特征。公司上半年实现营业收入低于全年平均水平，相应上半年产品产量低于下半年，因此上半年产能利用率相对较低，具有合理性。

2025 年 7-12 月，随着公司下游客户逐渐进入销售旺季，全球贸易政策影响逐渐减弱，公司下游需求增长较快，公司主要产品产能利用率与 2025 年 1-6 月对比如下：

单位：吨

项目		代码	纤维母粒	POY	FDY	DTY	ATY
2025 年 7-12 月	产能	A	800.00	7,800.00	1,100.00	7,800.00	400.00
	产量	B	687.59	5,917.27	799.90	6,927.20	347.30
	产能利用率	$C=B/A$	85.95%	75.86%	72.72%	88.81%	86.82%
2025 年 1-6 月	产能	A	800.00	7,500.00	1,100.00	7,500.00	400.00
	产量	B	563.76	5,074.05	517.46	5,595.13	344.24
	产能利用率	$C=B/A$	70.47%	67.65%	47.04%	74.60%	86.06%

2025 年 7-12 月，公司主要产品的产能利用率较 2025 年 1-6 月全面回升，其中，DTY 产品的产能利用率增长较快。

（2）贸易政策影响

2025 年 1-6 月，因全球经济贸易政策变动影响，公司营业收入较 2024 年同

期下降 4.44%，净利润较 2024 年同期下降 1.56%，公司下游市场需求存在短期波动，公司主要产品产量较 2024 年同期小幅下降，导致公司的产能利用率有所下降。

随着全球经济贸易政策变动趋于缓和，2025 年下半年收入 20,844.80 万元(经审阅)，较 2024 年下半年增长 6.37%，营业收入有所回升，公司主要产品销量增加，产量同比有所增加。

2025 年 7-12 月，公司前纺产能利用率提升至 75.47%，后纺产能利用率提升至 88.71%，较 2025 年 1-6 月显著提升。

(3) 2025 年度，公司“小批量、多批次”的订单特征更为明显

公司向客户销售差别化涤纶长丝，订单具有“小批量、多批次、定制化”的特征，产品具体的品种规格数量众多。

在小批量方面，2025 年度，公司前纺环节平均工单重量为 2.34 吨，较 2024 年度的 2.77 吨减少 15.52%，其中，1 吨以下工单数量占比约 60.80%；后纺环节平均工单重量为 2.60 吨，较 2024 年度的 3.01 吨减少 13.62%，其中，1 吨以下工单数量占比约 59.71%。2025 年度，公司单笔工单产量降低，公司订单小批量的特征更为明显。

在多批次方面，公司对于订单中不同规格的产品，会根据产品的粗细、颜色、强度及功能性等，区分不同的批次，并对生产设备设置不同的产品参数进行生产，需要对设备进行清洗并停机调整设备参数，俗称“改纺”。当“改纺”次数增加时，公司生产设备闲置时间增加，对整体的产能利用率存在不利影响。经统计，2025 年度，公司前纺环节日均改纺 10.20 次，较 2024 年度的 8.03 次增加 27.10%；后纺环节日均改纺 14.95 次，较 2024 年度的 10.60 次增加 40.98%。2025 年度，公司改纺次数相对较多，公司订单多批次的特征更为明显。

(4) 产品规格变化影响

公司涤纶长丝生产过程中，在单位时间内生产产品的长度相对固定。如产品纤度越细，重量越轻，以重量统计产量时，单位时间的产量越低，因此产品的粗细规格也会影响公司产能利用率。2024 年以来，公司下游市场对细旦、超细旦涤纶长丝需求持续增加。在生产端，2025 年 1-6 月，公司复合纺产品（以海岛纤

维为主)与 50D 细旦/超细旦丝产品入库金额占总入库金额比例为 14.18%，较 2024 年度复合纺产品（以海岛纤维为主）与 50D 细旦/超细旦丝占总体比例的 7.55% 增长 6.63 个百分点。2025 年 1-6 月，公司产品纤度更细，重量更轻，单位时间的产量有所降低，导致产能利用率有所下降。

（5）新增产能磨合

2024 年末及 2025 年 1-6 月，公司部分 POY、DTY 生产线陆续投产，为保证生产过程的安全性和产品质量的稳定性，新增生产线的投产过程通常需遵循先低负荷运转，再逐步提高使用负荷的磨合过程，从而能在投产初期逐步发现并解决潜在设备问题，修正设备参数，将设备调试至最佳状态。2025 年 1-6 月，新厂房及新设备投产后，至报告期末，尚处于新增产能磨合期，使得新增产能的利用率未能完全释放。

综上所述，2025 年 1-6 月，公司产能利用率较 2024 年度有所下滑具有合理性。2025 年 7-12 月，随着公司下游客户逐渐进入销售旺季，全球贸易政策影响逐渐减弱，公司产能利用率较 2025 年上半年显著提升。

2、库存商品和半成品账面余额上升、期后销售或耗用比例下降的原因

公司报告期内各期末库存商品、半成品变动情况如下：

单位：万元

期间	项目	账面余额	截至 2025 年末已销售/耗用	截至 2025 年末已销售/耗用比例	期后 6 个月内销售/耗用	期后 6 个月内销售/耗用比例
2025 年 6 月末	库存商品	3,974.11	2,987.14	75.17%	2,987.14	75.17%
	半成品	1,598.01	1,181.56	73.94%	1,181.56	73.94%
2024 年末	库存商品	3,994.95	3,395.60	85.00%	2,614.77	65.45%
	半成品	1,496.07	1,161.70	77.65%	929.11	62.10%
2023 年末	库存商品	3,245.59	2,991.71	92.18%	2,355.01	72.56%
	半成品	1,291.92	1,094.22	84.70%	796.98	61.69%
2022 年末	库存商品	2,400.27	2,311.83	96.32%	1,613.32	67.21%
	半成品	1,464.80	1,337.59	91.32%	883.62	60.32%

报告期各期末，公司库存商品账面余额分别为 2,400.27 万元、3,245.59 万元、3,994.95 万元和 3,974.11 万元，公司半成品账面余额分别为 1,464.80 万元、1,291.92

万元、1,496.07 万元和 1,598.01 万元，整体呈小幅上升趋势，主要原因为公司订单量持续增长，为保持交货的及时性，公司适当增加库存商品和半成品数量。

报告期内，公司库存商品及半成品期后耗用情况良好，2024 年末和 2025 年 6 月末库存商品及半成品期后耗用比例较低主要系期后销售/耗用时间较短所致。报告期各期末库存商品和半成品，在期后 6 个月内的销售和耗用比例基本保持一致。公司不存在期后销售或耗用比例显著下降的情况。

三、结合前述事项，以及报告期内日均在手订单的变化情况、报告期后在手订单及收入转化情况，进一步论证公司在报告期内产能持续增加、产能利用率明显下降的情况下继续新增产能的必要性

（一）报告期内日均在手订单的变化情况、报告期后在手订单及收入转化情况

1、公司日均订单变化情况

2022 年至 2025 年，公司平均每日收到销售订单数量如下：

单位：吨/天

日均	2025 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度
第一季度	32.90	41.11	20.13	30.95
第二季度	40.37	38.57	35.31	25.89
第三季度	38.90	47.44	40.64	29.38
第四季度	48.30	43.88	41.63	24.10
全年	40.16	42.77	34.50	27.57

由上表可知，2022 年-2024 年，公司日均收到销售订单数量持续增长。2025 年日均收到销售订单相比 2024 年有所下降。主要是由于收全球贸易政策变动影响，产品价格和供应存在不确定性，导致下游客户出于谨慎性考虑有意控制安全库存规模，因此日均订单小幅下降。

随着贸易政策变动影响阶段性得到缓解，下游客户需求得到恢复。2025 年度，公司日均收到销售订单数量为 40.16 吨，已接近 2024 年日均订单数量，并超过 2023 年公司日均订单数量。其中，2025 年第四季度，公司日均收到销售订单 48.30 吨，已超过 2024 年同期水平。

2、报告期后在手订单及收入转化情况

报告期末，公司在手订单及截至 2025 年末的收入转化情况如下：

项目	2025.6.30	2024.12.31	2023.12.31	2022.12.31
在手订单（万元）	2,917.85	1,923.40	1,750.37	456.79
已实现收入（万元）	2,793.85	1,868.65	1,685.72	420.47
收入转化率	95.75%	97.15%	96.31%	92.05%

根据上述表格，报告期末公司在手订单金额分别为 456.79 万元、1,750.37 万元、1,923.40 万元和 2,917.85 万元，收入转化率达 92.05%、96.31%、97.15% 和 95.75%，在手订单整体实现收入比例较高。

报告期后，随着贸易政策变动影响阶段性得到缓解，下游客户信心逐渐恢复，贸易政策变动的不利影响得到持续改善，公司在手订单保持较高水平。2025 年 12 月末，公司在手订单 2,615.60 万元。

（二）公司在报告期内产能持续增加、产能利用率明显下降的情况下继续新增产能的必要性

1、报告期内，公司产能持续增加、产能利用率下降的情况

报告期内，公司前纺、后纺产线产能利用率如下表所示：

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
前纺产能（吨）	8,600.00	15,800.00	12,000.00	8,160.00
前纺产能利用率（%）	65.02%	82.89%	88.19%	100.21%
后纺产能（吨）	7,900.00	15,300.00	12,600.00	10,350.00
后纺产能利用率（%）	77.24%	91.50%	85.06%	101.19%

2022 年，公司产能严重不足，公司接近满负荷生产。自 2023 年起，公司玉龙北路新厂建成投产，公司产能逐渐增长，通过留存部分富余产能，满足下游客户对纱线需求的季节性波动，提高产品供应的及时性，增加客户粘性。因此，2023 年和 2024 年，随着产能提升，公司产能利用率有所下降。

2025 年 1-6 月，主要是因为上半年因季节性波动影响和贸易政策变动影响产量相对降低，2025 年 1-6 月新增产能需经过磨合才能充分释放，且 2025 年 1-6 月产品规格变化，导致产能利用率有所下降。详见本题回复之“二、（二）、1、报告期内公司产能利用率下降的原因”。因此，2025 年 1-6 月产能利用率下降主

要是阶段性因素所致。

报告期后，随着贸易政策变动影响阶段性得到缓解，下游客户信心逐渐恢复，贸易政策变动的不利影响得到持续改善。2025 年下半年，公司前纺产能利用率提升至 75.47%，后纺产能利用率提升至 88.71%，较 2025 年上半年显著提升。

2、公司通过募投资项目新增产能的必要性

公司基于对市场长期需求的战略判断和业务增长的现实需要，计划通过募投资项目新增产能，也是保障公司未来发展空间的必要举措。

（1）涤纶长丝市场需求持续且稳定增长

涤纶长丝作为最主要的化学纤维品类，具有强度高、弹性好、耐热、耐磨、耐腐蚀、表面光滑等特性，广泛用于汽车内饰、鞋服面料、家居户外等领域。根据中国化学纤维工业协会数据，2015 年我国涤纶长丝产量为 2,958 万吨，十年间我国涤纶长丝产量总体呈持续增长的趋势，至 2024 年产量已增长至 4,980 万吨，年复合增长率达 5.96%。涤纶长丝市场需求持续且稳定增长。

（2）原液着色技术渗透率快速提升

原液着色涤纶长丝通过在纺丝过程中加入高分子材料着色剂，直接产出有色纤维，不仅拥有色牢度高、色彩一致性高等高附加值特征，而且省去了染前处理、高温高压染色等工序，从源头上解决了高能耗和高污染问题。

使用原液着色技术生产的有色涤纶长丝，由于需要在纺丝前加入着色剂，可能会导致着色剂团聚、可纺性较差等问题。且相较于传统印染方式，成本普遍相对较高。近年来，随着原液着色技术的不断进步，采用原液着色技术的涤纶长丝可纺性不断提高，色彩种类日益丰富，功能性日益多样，规格型号日益齐全，制造成本日益降低。在此基础上，原液着色涤纶长丝的需求和市场规模快速增长。

根据东吴证券研究报告数据，2017 年国内原液着色纤维产量大约 500 万吨。参考中国化学纤维工业协会公布的 2017 年化学纤维总产量 4,919.55 万吨，由此计算 2017 年我国原液着色技术的渗透率约 10%。

根据中国纺织科学研究院有限公司数据估算，我国 2024 年原液着色涤纶纤维产量超过 800 万吨。参考中国化学纤维工业协会公布的 2024 年我国涤纶纤维

产量 6,226 万吨，由此计算 2024 年我国原液着色技术的渗透率约 13%。

因此，原液着色技术的渗透率不断提高。随着原液着色技术的不断成熟，原液着色涤纶长丝凭借高耐候性、环保优势、节省染色成本等优势，在汽车内饰、家居户外、功能鞋服等领域，对于部分采用印染技术路线的产品实现逐步替代。

(3) 本次募投扩产主要围绕超细旦、细旦涤纶长丝产品

①以海岛纤维为代表的超细旦、细旦产品的市场需求快速增长

涤纶长丝纤度越小（单丝越细），织造成面料的手感越柔软、顺滑、细腻，且悬垂性越好。以海岛纤维为例，其纤度极小，最小直径可低至 2 μm ，不仅织物手感柔软、滑爽，且纤维间空隙多而密，具有优良的防水透气性能和隔热保暖性能，面料具有仿麂皮手感，是汽车内饰、服装、家居等领域的理想材料。因此，以海岛纤维为代表的超细旦、细旦产品具有广阔的市场空间。

受限于海岛纤维纤度，采用原液着色技术生产海岛纤维存在技术瓶颈，如添加着色剂的比例有限，导致色泽不够鲜艳，产品可纺性相对较差，导致注头、断头现象增加，纤维物理性能和纤维质量下降。欣战江原液着色海岛纤维产品已突破深色海岛丝生产难题，已覆盖黑、灰、米、棕、蓝、橙、绿、红等近十种标准颜色，并可在此基础上根据客户具体需求快速定制差别化产品。公司相关产品已得到客户认可并实现批量生产交货，销售收入快速增长。

②现有设备难以满足细旦、超细旦产品的生产需求

常规纤度涤纶长丝与细旦、超细旦产品对于生产设备的要求存在一定差异。

通常而言，细旦、超细旦产品与常规核心差异在于要解决纤维极细化后带来的技术难题，因此需要对切片的预结晶干燥系统、组件和喷丝板、冷却成形系统、设备加工和工艺控制精度等诸多方面进行特殊的设计。相较而言其部分关键工序、核心设备复杂性、机械加工精度和控制系统的精度、投资和维护成本均有大幅度的提高。

在预结晶干燥系统方面，细旦、超细旦产品对切片中含水量要求更低，因此需要对预结晶干燥系统中的流化床、干燥塔重新进行设计。尤其是海岛纤维涉及不同组分的复合纺，而组分的多样性对设备的适用性提出了更高的要求。

在组件和喷丝板方面，细旦和超细旦产品对于纺丝组件的压力更高，且压力波动和偏差更小，并需要配合更为精细的过滤组件来保证原液着色后熔体的均匀性和流动性。其中，对于海岛纤维而言，不同于常规纤度涤纶长丝常用的单螺杆设备，海岛纤维由于包含“海组分”、“岛组分”两种或多种材料，因此需要通过双螺杆或多螺杆分别进行熔融并同时输送不同组分材料，汇合并完成包裹后一同挤出，最终形成“海-岛”结构的复合纤维。其对于高聚物熔体停留时间、喷丝板微孔加工精度等提出了极高的要求。

在冷却成形系统方面，常规纺通常采用侧吹风系统，细旦、超细旦产品由于熔体从极细的喷丝孔中挤出，极易相互粘连，对风温、风速及均匀性提出了更严苛的要求，需要采用内环吹或外环吹的技术才能满足工艺要求。

此外，喷丝板、冷却系统、卷绕设备以及后续加弹等后纺设备也因细旦、超细旦产品具有纤度更细的特点，而对设备的尺寸、运行速度、误差控制等指标、参数要求存在区别。

公司现有生产设备大多针对常规纤度的涤纶长丝设计。虽经过改造、调试后可用于细旦、超细旦纤维的生产，但产能有限且生产效率偏低。因此，本次募投项目主要用于生产细旦、超细旦原液着色涤纶长丝产品，设备选型、产线配置主要针对细旦、超细旦涤纶长丝产品的生产技术特点。募投项目实施后，公司在保持常规纤度产品产能不受影响的情况下，显著增加细旦、超细旦原液着色涤纶长丝产品产能，可满足目前该类产品快速增长的市场需求。

（4）快速响应客户需求

公司下游应用以汽车内饰为主，新能源汽车品牌为快速抢占市场窗口，新车型推出及改款节奏显著加快，因此其对供应链的响应速度和交付周期要求明显较传统车企更为严苛。如果公司产能持续处于满负荷或高位状态，将难以灵活调整生产计划以承接新增订单，从而错失市场机遇。本次募投项目新增产能是公司保持合理的富余产能、服务好下游客户、提升市场占有率的关键战略举措。

3、公司将通过以下措施保障新增产能顺利消化

（1）利用已有优质客户资源，深化与现有客户合作力度

经过多年合作，公司在车用纤维和户外用高性能纤维市场方面已经建立起了

极好的口碑和良好的品牌形象，最终用户包括大众、上海通用、奥迪、宝马、长安福特、一汽马自达等知名汽车品牌和宜家、沃尔玛、安庭等国际大型商超卖场。公司与客户保持长期合作及交流，对客户的需求及其产品的性能与品质具有充分理解，未来公司将利用已有客户资源，进一步深化与客户的合作力度，优质的客户资源将为募投项目产能的消化提供保障。

（2）拓展销售渠道，吸引新客户

近年来，公司立足国内市场、开拓国际市场，推进境内、境外两大市场同步发展，通过品牌宣传，参加展会等方式，建立了宽口径多方位的销售渠道。同时，公司注重大客户的培养和积累，充分发挥自有营销网络优势，建立起了一套包括市场细分策略、客户策略、销售渠道策略等行之有效的营销策略。目前，公司产品销售覆盖全国 30 个省市自治区，并出口美国、法国、捷克、日本、韩国、俄罗斯、印尼、香港等国家和地区。未来公司在此基础上仍将持续扩大销售网络，通过海外展览，介绍成功案例，产品试用等方式进一步拓展市场，吸引更多有实力的下游客户，增大公司品牌影响力，助力公司产能消化。

（3）公司已合理规划募投项目产能释放进度，可避免新增产能消化压力集中出现

本次募投项目效益测算考虑了新增产能释放过程，本次募投项目新增产能预计在计算期第 6 年达产。由于募投项目产能存在逐步释放过程，产能消化压力并不会在短期内集中体现，随着核心技术迭代及产品市场的进一步拓展，募投项目新增产能可实现稳步消化。

四、结合公司现有生产经营规模、可自由支配资金、未来资本支出规划，以及募投项目实际投资情况、成本变化等因素，进一步论证募集资金规模的合理性

1、公司现有生产经营规模

报告期各期，公司营业收入和总资产情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1 月-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
营业收入	16,461.65	36,923.36	29,986.64	28,941.27

项目	2025 年 1 月-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
总资产	63,365.77	62,260.54	58,757.15	52,104.07

2022 年-2024 年，公司营业收入分别为 28,941.27 万元、29,986.64 万元、36,923.36 万元，复合增长率为 12.95%，呈快速增长趋势。2025 年 1-6 月，受贸易政策影响，公司营业收入有小幅波动，相比去年同期下降 4.44%。2025 年下半年，随着贸易政策变动影响阶段性得到缓解，下游客户信心逐渐恢复，贸易政策变动的不利影响得到持续改善，公司营业收入恢复增长。其中 2025 年 10 月新接收订单 1,622.14 吨，同比增长 24.73%。因此，预计未来公司业绩仍将保持增长趋势。报告期各期末，公司总资产分别为 52,104.07 万元、58,757.15 万元、62,260.54 万元、63,365.77 万元，呈持续增长趋势。

本次募投项目“年产 2 万吨原液着色超仿真高性能纤维项目”与“原液着色高耐候、差别化、功能性纤维研发项目”拟使用募集资金合计 34,616.44 万元，占报告期末总资产及净资产的比例为 54.63%，项目投资规模与现有资产规模相比总体可控。

因此，公司募集资金规模与现有生产经营规模相匹配。

2、可自由支配资金

截至 2025 年 6 月 30 日，发行人可自由支配资金及银行贷款规模如下：

项目	金额（万元）
货币资金 A	3,285.51
其中：受限货币资金 B	-
交易性金融资产 C	8,072.94
可自由支配资金 D=A+C-B	11,358.45
短期借款 E	-
一年内到期的长期借款 F	51.82
长期借款 G	-
银行贷款 H=E+F+G	51.82
可自由支配自有资金 I=D-H	11,306.63

由上表可知，截至 2025 年 6 月 30 日，发行人可自由支配资金，扣除需要偿还银行贷款的货币资金后（不包含利息费用），发行人可自由支配自有资金余额约为 11,306.63 万元。

其中，截至 2025 年 6 月末，公司交易性金融资产的具体情况如下：

单位：万元

序号	产品名称	发行机构	产品类别	利率/收益率	购买时间	赎回/到期时间	2025 年 6 月末交易性金融资产余额
1	江南农村商业银行（4959）-富江南之瑞禧系列 JR1901 期结构性存款-181 天	江南农村商业银行	结构性存款	中国债券信息网（ http://www.chinabond.com.cn/ ）公布的中债国债收益率曲线（到期），待偿期 10 年的收益率（10 年期国债到期收益率多段看跌价差）	2025-01-02	2025-07-02	5,063.45
2	江南农村商业银行（4959）-富江南之瑞禧系列 JR1901 期结构性存款-91 天	江南农村商业银行	结构性存款	中国债券信息网（ http://www.chinabond.com.cn/ ）公布的中债国债收益率曲线（到期），待偿期 10 年的收益率（10 年期国债到期收益率看跌三层区间）	2025-04-08	2025-07-08	1,005.72
3	江南农村商业银行（4959）-富江南之瑞禧系列 JR1901 期结构性存款-184 天	江南农村商业银行	结构性存款	中国债券信息网（ http://www.chinabond.com.cn/ ）公布的中债国债收益率曲线（到期），待偿期 10 年的收益率（10 年期国债到期收益率看跌三层区间）	2025-05-20	2025-11-20	1,002.86
4	江南农村商业银行（38331）-富江南之瑞禧系列 JR1901 期结构性存款-198 天	江南农村商业银行	结构性存款	中国债券信息网（ http://www.chinabond.com.cn/ ）公布的中债国债收益率曲线（到期），待偿期 10 年的收益率（10 年期国债到期收益率看跌三层区间）	2025-06-16	2025-12-31	1,000.92

经查询公司及其控股子公司《企业信用报告》及银行询证函，报告期末，公司购买的上述结构性存款理财产品不存在担保、质押等权利限制情形。上述理财产品系江南农村商业银行公开发行的存款产品，存款资金由江南农村商业银行管理，为具有良好流动性的金融工具，不存在相关资金流向公司及其关联方、公司客户或供应商的情形。

2022-2024 年,公司营业收入分别为 28,941.27 万元、29,986.64 万元、36,923.36 万元,复合增长率为 12.95%。假设 2025-2027 年公司营业收入按照 10%增长率增长,且经营性流动资产和经营性流动负债占营业收入比率与 2024 年末的比率保持一致,则 2025-2027 年公司经营性流动资产与经营性流动负债差额产生的新增流动资金需求分别为 2,737.63 万元、3,011.39 万元和 3,312.53 万元,合计营运资金需求缺口为 9,061.54 万元。公司可自由支配资金与未来 3 年公司营运资金需求缺口相匹配。

因此,公司自有资金规模难以满足本次募投项目的全部投资建设,本次募投项目的资金规模具有合理性。

3、未来资本支出规划

(1) 募投项目的资本性支出

项目	投资总额	拟使用募集资金	资本性支出
年产 2 万吨原液着色超仿真高性能纤维项目	30,397.04	30,397.04	26,624.87
原液着色高耐候、差别化、功能性纤维研究中心项目	4,219.40	4,219.40	3,638.00
合计	34,616.44	34,616.44	30,262.87

由上表可知,本次募投项目预计投入金额 34,616.44 万元,拟投入募集资金 34,616.44 万元,其中资本性支出为 30,262.87 万元。

在募集资金到位前,公司将根据上述项目的实施进度情况通过自有或自筹资金先行投入,并在募集资金到位后予以置换。且如果募集资金(扣除发行费用后)少于上述项目投资支出,公司将以自有或自筹资金解决。

(2) 公司机器设备新增资本性支出

报告期各期,机器设备的投入情况如下表所示:

单位:万元

项目	2025 年 1-6 月 /2025-6-30	2024 年度 /2024-12-31	2023 年度 /2023-12-31	2022 年度 /2022-12-31
购置或改造机器设备投入金额	2,193.53	2,215.31	5,863.91	1,557.27
机器设备原值	13,765.29	11,983.92	10,486.49	4,706.37
机器设备账面价值	10,413.03	8,826.00	7,947.73	2,874.02

成新率	75.65%	73.65%	75.79%	61.07%
-----	--------	--------	--------	--------

报告期内，公司平均每年购置或改造机器设备投入金额 3,380.01 万元/年。预计公司未来仍将通过购置机器设备，提高产品质量，提升生产效率。

(3) 海外投资计划

我国是全球最大的化纤生产国，化纤产量占全球 70% 以上。为充分开拓海外市场，推动全球化业务布局，同时应对近年来复杂多变的国际贸易形势，降低贸易争端对公司业务的影响，公司考虑未来拟通过在海外投资建设生产基地，满足产业链全球化需求，提高公司在海外市场的响应速度，提升应对全球政治经济形势变化的抗风险能力。

根据规划，公司考虑未来时机成熟时，在越南新设立全资子公司投资建设生产基地。根据公司编制《可行性研究报告》，拟在越南投资建设年产 3000 吨有色涤纶长丝和年产 1000 色母粒的研发、生产和销售项目，预计投入金额 813.61 万美元（折合人民币约 5,750 万元），其中资本性支出 634.44 万美元（折合人民币约 4,480 万元）。

综上，公司现有未来资本支出规划清晰且合理，本次募集资金规模具有合理性。

4、募投项目实际投资情况及成本变化

截至本回复出具日，“年产 2 万吨原液着色超仿真高性能纤维项目”和“原液着色高耐候、差别化、功能性纤维研发项目”均未开始投入建设，因此无实际投资及成本。未来，公司将按照本次募投项目规划逐步开展项目建设及投入相关资金。

综上，募投项目无实际投资及成本变化，公司可自由支配资金难以满足本次募投项目的全部投资建设，本次募集资金规模与公司现有的生产经营规模及未来资本支出相匹配。因此，本次募集资金规模具有合理性。

五、结合相关法律法规规定、行为具体事实、是否导致严重污染环境等后果以及有权主管机关意见，进一步论证子公司常州龙马 2022 年超产能生产行为是否存在被行政处罚的风险、是否构成重大违法行为

（一）常州龙马超产能的相关情况

1、项目具体实施情况

2022 年，发行人纤维母粒主要由子公司常州龙马生产，常州龙马原先在租赁场地生产，该项目批复产能为 600 吨存在超产能生产的情形，具体情况如下：

时间	主体	项目名称	项目地点	产品	环评产能（吨）	实际产量（吨）	是否超产
2022 年度	常州龙马	常州市龙马高分子技术有限公司年产塑料改性及着色粒子 600 吨	常州市新北区薛家镇漕河路	纤维母粒	600.00	836.37	是

2、常州龙马超产能未导致严重环境污染

常州龙马在 2022 年度存在超产能生产的情形，该年度内常州龙马主要污染物均经处理后达标排放。根据当年第三方机构出具的检测报告计算，常州龙马污染物排放的具体情况如下：

单位：吨/年

污染物类别	具体环节	主要污染物名称	排放标准	2022 年度排放量
废气	混合、造粒过程中产生废气	非甲烷总烃（有组织）	0.324	0.28
废水	员工生活污水	生活污水	经污水管网接管到污水处理厂处理	
固体废弃物	残次品	一般固废	0.6	0.45
	废活性炭	危险废物	3.78	3.16
噪声	混合机、双螺杆挤出机、切粒机等设备运行时产生的噪声	/	厂界昼间 65 dB， 夜间 55 dB	昼：≤56.8 dB， 夜：≤55 dB

如上表，常州龙马 2022 年不存在超量排放的情形。同时，经对常州市高新技术产业开发区（新北）生态环境局访谈确认，“未发现常州龙马因环境污染造成的突发环境事件”。

（二）常州龙马超产能生产行为不存在被行政处罚的风险、不构成重大违法行为

1、不构成重大违法违规，受到行政处罚的风险较低

2022 年公司纤维母粒主要由子公司常州龙马生产，该项目批复产能为 600 吨，存在超产的情形；随着欣战江“原液着色差别化涤纶长丝和色母粒生产项目”陆续建成投产（其中批复色母粒产能 3,000 吨），自 2022 年 12 月起常州龙马停

止纤维母粒生产，公司的纤维母粒全部由母公司欣战江负责生产；因此常州龙马超产能生产的情形已于 2022 年 12 月停止。

根据《中华人民共和国行政处罚法》第三十六条，违法行为在二年内未被发现的，不再给予行政处罚；涉及公民生命健康安全、金融安全且有危害后果的，上述期限延长至五年。前款规定的期限，从违法行为发生之日起计算；违法行为有连续或者继续状态的，从行为终了之日起计算。

因此该超产能行为未导致污染物超量排放，对环境影响较小，未涉及公民生命健康安全。且 2022 年底已彻底关停该项目，终止超产能生产的情形，该情形发生至今已逾两年，已超出行政处罚时效，发行人因此被监管部门处罚的风险较低。

2、相关主管部门的认定

根据常州高新技术产业开发区（新北）生态环境局出具的合规证明，报告期内，常州龙马未发现因违反环境保护方面法律、法规、政策受到行政处罚的情形，未发生重大环境污染事故，未造成重大环境影响。

保荐机构和发行人律师针对常州龙马超产能生产事项对常州高新技术产业开发区（新北）生态环境局进行专项访谈，对于常州龙马超产能生产行为是否存在重大违法行为、是否被行政处罚，常州高新技术产业开发区（新北）生态环境局回复，“经查询，2022 至今我局未对常州龙马公司进行过行政处罚。”

保荐机构和发行人律师针对常州龙马超产能生产事项对常州国家高新区（新北区）应急管理局进行专项访谈，经访谈确认，“常州龙马未因超产能生产事项而发生安全生产事故”，“我局未发现常州龙马因超产能生产行为而造成的安全生产事故或其他严重影响，常州龙马也未存在因重大违法违规行为而受到我局行政处罚的情况”，“不会对常州龙马 2022 年及以前的超产能生产事项进行行政处罚”。

保荐机构和发行人律师针对常州龙马超产能生产事项对常州国家高新区（新北区）经济发展局³进行专项访谈，经访谈确认“常州龙马超产能生产行为未造成严重影响，不属于重大违法违规行为”。

³ 负责经济开发区辖区内的项目备案工作。

因此，发行人已就常州龙马超产能生产事项取得相关主管部门及工作人员的确认，即发行人子公司常州龙马 2022 年超产能生产的行为未受到相关行政处罚，不构成重大违法违规行为。

3、常州龙马不属于公司重要子公司

2022 年末，常州龙马停产后，主要从事纤维母粒的贸易业务。报告期内，常州龙马相关财务指标占公司合并报表的占比情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
类别	净利润	营业收入	净利润	营业收入	净利润	营业收入	净利润	营业收入
常州龙马	62.44	390.75	252.63	1,086.68	188.9	1,848.06	294.14	5,063.18
欣战江	2,969.34	16,461.65	6,802.55	36,923.36	5,789.20	29,986.64	7,007.03	28,941.27
占比	2.10%	2.37%	3.71%	2.94%	3.26%	6.16%	4.20%	17.49%

如上表，报告期内，常州龙马营业收入和净利润占发行人合并报表营业收入和净利润的比例较低，不属于发行人重要子公司，因此该事项不会对发行人本次上市造成重大影响。

六、请保荐机构核查以上事项并发表明确意见；请发行人律师核查以上事项（5）并发表明确意见。

（一）保荐机构对于以上（1）-（4）进行核查并发表意见

1、核查程序

针对上述事项，保荐机构执行的核查程序如下：

（1）获取发行人委外加工明细资料；访谈发行人管理层，了解发行人选择供料加工和外协加工方式生产的主要原因，查阅发行人订单统计资料，了解发行人订单周期性波动情况；

（2）查阅行业研究报告，了解原液着色涤纶长丝的竞争优势和市场规模；查看终端客户对于使用绿色材料和节水、减排方面的要求；访谈主要客户，了解其经营业绩、产能利用情况、终端客户所在国家和地区分布；查看公司库存商品和半成品明细及期后销售、耗用情况；

(3) 查看公司每月新增订单统计表，统计公司日均在手订单变化情况；统计公司各期末在手订单转化情况；访谈公司管理层，查阅公司募投项目可行性分析报告，了解公司新增产能的必要性；

(4) 查阅公司报告期内审计报告和财务报表，了解营业收入变化情况、可支配资金情况；访谈公司管理层，了解公司未来资本支出计划；查阅公司募投项目的可行性研究报告，了解募投项目的投资情况。

2、核查结果及结论

经核查，保荐机构认为：

(1) 公司综合考虑产能因素、成本因素、产品类别和规格因素，对于部分产品通过外购半成品或外协加工方式满足自用和外销需求，具有合理性；

(2) 公司下游行业对于原液着色涤纶长丝需求保持稳定增长；公司主要客户业绩稳定、产能利用率保持较高水平；终端客户所在国家或地区的贸易政策变动短期带来波动，但长期影响相对较小；公司产能利用率消化主要系季节性波动影响和贸易政策短期影响；公司库存商品和半成品账面余额上升系公司业务规模扩大，为保证交货及时性而主动增加存货，期后销售和耗用情况保持稳定；

(3) 公司日均在手订单整体呈增长趋势，2025 年 1-10 月有所下降系贸易政策变动导致的短期波动，2025 年 10 月已超过去年同期水平；公司在手订单期后转化率较高；公司新增产能具有必要性；

(4) 公司生产经营规模整体呈增长趋势，可自由支配资金难以满足未来资本支出计划和募投项目实际投资金额，公司募集资金规模具有合理性。

(二) 保荐机构、发行人律师对于以上(5)进行核查并发表意见

1、核查程序

针对上述事项，保荐机构、发行人律师执行的核查程序如下：

查阅常州龙马母粒生产项目的环评资料，以及新北区人民政府网站对于常州龙马母粒生产项目的公示信息；查阅常州龙马 2022 年实际生产和产量情况；查看第三方机构对于排污情况出具的检测报告；查看所属辖区生态环境局对于常州龙马报告期内未受到行政处罚、未发生重大环境污染事故、未造成重大环境影响

的合规证明；访谈所属辖区的生态环境局、应急管理局、经济发展局，了解常州龙马超产能生产事项是否构成重大违法行为；查阅《中华人民共和国行政处罚法》，了解处罚时限。

2、核查结果及结论

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

常州龙马超产能生产未造成严重环境污染，未受到行政处罚。常州龙马于2022 年底已按计划停产，违规事项彻底消除，未来收到行政处罚的风险较低，不构成重大违法违规行为。

问题 4.其他问题

(1) 关于销售费用。请发行人：①比较说明发行人与同行业可比公司的客户数量与集中度、销售人员规模、销售费用明细构成，说明报告期各期销售、管理、研发和生产人员的人均薪酬是否存在较大变动，与同行业可比公司、同地区可比公司是否存在显著差异及原因。②说明费用计提期间是否准确，是否存在压低销售费用、关联方或其他第三方为发行人承担成本及代垫费用的情况。

(2) 关于主要流动资产。请发行人：①结合产品不同应用领域对应的应收账款回款情况等，进一步说明发行人应收账款周转率低于可比公司的合理性。②结合主要产品定制化、小批量多批次生产方式，进一步说明发行人安全库存量较大、存货周转率较低的合理性，是否符合行业惯例。③说明报告期内存货规模尤其是库存商品持续增长的原因及合理性，是否存在滞销或下游客户定制后取消订单的情形，存货规模、结构与库龄分布与可比公司是否存在较大差异。④结合报告期内可比公司等存货跌价准备具体计提情况等，说明发行人对原材料、纤维母粒产品不计提存货跌价准备的合理性，是否符合行业惯例，存货跌价准备计提是否充分。

(3) 关于资金流水核查。请保荐机构、申报会计师：进一步完善资金流水核查专项说明，逐笔说明对大额收付款去向的进一步核查方式及获取的客观证据，涉及的资金拆借是否形成闭环；投资理财是否涉及非标理财，投资资金来源、最终投向及客观证据支持；结合前述资金流水核查情况，进一步说明发行人是否存在体外资金循环或其他利益安排的情形；结合对发行人及相关主体（如核心销售人员等）资金流水核查情况，说明对期间费用真实性与完整性的核查过程及结论。

请保荐机构、申报会计师对上述事项进行核查、发表明确意见，并说明对存货监盘的具体情况，对存货真实性、准确性、完整性、存货状态和存货跌价准备计提是否执行了充分的核查程序及核查结论。

除上述问题外，请发行人、保荐机构、申报会计师、发行人律师对照《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票注册管理办法》《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 46 号——北京证券交易所公司招股说明书》

《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 47 号——向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市申请文件》《北京证券交易所股票上市规则》等规定，如存在涉及股票公开发行并在北交所上市条件、信息披露要求以及影响投资者判断决策的其他重要事项，请予以补充说明。

【回复】

一、关于销售费用

（一）比较说明发行人与同行业可比公司的客户数量与集中度、销售人员规模、销售费用明细构成，说明报告期各期销售、管理、研发和生产人员的人均薪酬是否存在较大变动，与同行业可比公司、同地区可比公司是否存在显著差异及原因

1、比较说明发行人与同行业可比公司的客户数量与集中度、销售人员规模、销售费用明细构成

（1）客户集中度分析

报告期内，发行人与同行业可比公司前五大客户占比情况如下：

公司名称	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
汇隆新材	未披露	11.49%	12.15%	10.05%
蒙泰高新	未披露	21.32%	23.25%	23.25%
宝丽迪	未披露	36.44%	36.64%	29.33%
海利得	未披露	11.60%	10.24%	10.98%
平均占比	未披露	20.21%	20.57%	18.40%
欣战江	40.99%	38.62%	34.59%	34.90%

报告期内，公司的前五大客户集中度高于同行业平均水平，主要系相较于同行业可比公司，公司营业收入相对较小，业务规模尚处于成长期，因此公司前五大客户相对集中，公司与同行业可比公司营业收入对比情况具体如下：

单位：万元

公司名称	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
汇隆新材	44,111.56	83,831.94	80,410.29	61,524.27
蒙泰高新	24,363.95	49,250.03	45,458.54	39,438.64
宝丽迪	67,565.94	136,301.03	119,705.65	79,179.38

公司名称	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
海利得	292,140.44	590,123.78	562,236.32	551,205.48
平均值	107,045.47	214,876.70	201,952.70	182,836.94
欣战江	16,461.65	36,923.36	29,986.64	28,941.27

由上表可知，公司收入明显低于同行业可比公司均值，因此公司前五大客户集中度较高，具有合理性。此外，公司主要产品应用于汽车内饰领域，其产品的开发周期与汽车型号同步，形成了一定的客户壁垒。报告期内，公司前五大客户收入占比相对稳定，客户流失风险较低。

（2）销售人员规模分析

报告期内，发行人与同行业可比公司销售人员规模情况如下：

公司	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	人数	占比	人数	占比	人数	占比	人数	占比
汇隆新材	未披露		61	10.54%	51	11.38%	58	15.38%
蒙泰高新	未披露		20	3.80%	18	4.20%	15	4.90%
宝丽迪	未披露		41	6.23%	33	5.18%	25	5.17%
海利得	未披露		159	4.21%	171	4.54%	113	3.39%
平均值	未披露		70	6.19%	68	6.32%	53	7.21%
欣战江	12	3.27%	11	2.89%	12	3.17%	9	3.05%

与同行业可比公司相比，公司的销售人员数量偏少及占比均较低，主要由于公司营业收入规模低于同行业可比公司，同时公司与主要客户建立了长期稳定合作关系，且客户区域集中于华东地区，现有销售团队能够满足公司正常销售业务运作，公司销售人员规模低于同行业可比公司具有合理性。

（3）销售费用明细构成分析

报告期内，公司销售费用主要由职工薪酬、业务招待费、广告宣传费和差旅费等构成，公司与同行业可比公司销售费用对比情况具体如下：

单位：万元

公司名称	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
汇隆新材	1,490.27	2,385.29	2,359.00	1,430.77
蒙泰高新	167.47	378.30	422.26	237.59
宝丽迪	988.82	1,579.48	1,218.70	714.46

公司名称	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
海利得	2,913.09	6,237.53	5,711.49	4,729.05
平均值	1,389.91	2,645.15	2,427.86	1,777.97
欣战江	206.51	442.75	373.71	303.84

报告期内，公司由于公司营业收入规模低于同行业可比公司，销售费用整体低于同行业可比公司，销售费用中明细占比构成对比情况具体如下：

期间	公司	职工薪酬	业务招待费	广告宣传费	差旅费	办公费	折旧费	其他
2025 年 1-6 月	汇隆新材	52.57%	3.47%	6.96%	7.63%	1.06%	4.08%	24.23%
	蒙泰高新	73.05%	4.48%	8.27%	8.55%	0.00%	0.00%	5.66%
	宝丽迪	47.06%	17.38%	13.14%	3.40%	0.31%	0.42%	18.29%
	海利得	70.86%	5.76%	4.80%	0.00%	0.00%	0.00%	18.58%
	平均占比	60.88%	7.77%	8.29%	4.90%	0.34%	1.13%	16.69%
	欣战江	51.76%	21.36%	11.50%	9.30%	3.72%	1.89%	0.47%
2024 年度	汇隆新材	45.15%	6.03%	20.27%	9.28%	3.48%	5.45%	10.33%
	蒙泰高新	62.80%	3.36%	24.06%	8.12%	0.00%	0.00%	1.65%
	宝丽迪	56.48%	15.98%	3.84%	4.92%	0.16%	0.52%	18.11%
	海利得	65.36%	9.00%	9.75%	0.00%	0.00%	0.00%	15.88%
	平均占比	57.45%	8.59%	14.48%	5.58%	0.91%	1.49%	12.19%
	欣战江	51.43%	24.68%	10.48%	7.48%	3.82%	1.77%	0.33%
2023 年度	汇隆新材	41.18%	20.50%	9.18%	5.06%	1.65%	3.53%	18.90%
	蒙泰高新	62.79%	3.04%	12.59%	6.60%	0.00%	0.00%	14.99%
	宝丽迪	66.18%	3.47%	2.16%	5.71%	0.32%	0.66%	21.48%
	海利得	67.38%	11.49%	6.32%	0.00%	0.00%	0.00%	14.81%
	平均占比	59.38%	9.00%	4.98%	2.99%	0.49%	1.05%	13.88%
	欣战江	57.71%	14.32%	7.67%	13.36%	3.86%	1.97%	1.10%
2022 年度	汇隆新材	50.86%	12.00%	4.44%	7.67%	1.81%	3.39%	19.83%
	蒙泰高新	78.60%	2.16%	4.96%	5.25%	0.00%	0.00%	9.03%
	宝丽迪	68.88%	15.85%	2.26%	2.42%	1.05%	1.63%	7.92%
	海利得	68.15%	8.77%	5.57%	0.00%	0.00%	0.00%	17.51%
	平均占比	66.62%	9.21%	3.19%	2.65%	0.71%	1.26%	11.50%
	欣战江	66.13%	17.13%	2.00%	10.51%	3.85%	0.14%	0.24%

由上表可知，公司职工薪酬、广告宣传费占比与同行业可比公司基本一致；

其中，业务招待费、差旅费高于同行业可比公司，主要系随着公司新厂房启用，公司产能逐步增长，公司持续加大客户开拓力度。同时，相较于同行业可比公司，公司销售费用整体金额较小，因此导致业务招待费、差旅费等占比相对较高。综上，公司销售费用中明细占比构成与同行业可比公司对比具有合理性。

2、说明报告期各期销售、管理、研发和生产人员的人均薪酬是否存在较大变动，与同行业可比公司、同地区可比公司是否存在显著差异及原因

(1) 销售人员

①公司销售人员平均薪酬

报告期内，公司销售人员平均薪酬情况具体如下：

单位：万元、人、万元/人

指标	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
销售人员薪酬	106.90	227.70	215.68	200.93
销售人员人数	12	11	12	9
销售人员人均薪酬	8.91	20.70	17.97	22.33

注：人员人数系公司期末在职人员数量，2025 年 1 月-6 月人均薪酬未经年化，下同

报告期内，公司 2023 年度销售人员平均薪酬有所下降，主要原因系：A、公司 2023 年度净利润较 2022 年度有所下降，因此销售人员奖金有所下降；B、销售部新增低级别销售专员，导致平均薪酬有所下降。2025 年年初，销售副总高翔离职，同期招聘的销售人员级别较低，因此人均薪酬有所降低。

②同行业可比公司销售人员人均薪酬

报告期内，同行业可比公司销售人员人均薪酬情况如下：

单位：万元/人

公司	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
汇隆新材	未披露	17.66	19.05	12.55
蒙泰高新	未披露	11.88	14.73	12.45
宝丽迪	未披露	21.76	24.44	19.68
海利得	未披露	25.64	22.51	28.52
平均值	未披露	19.23	20.18	18.30
欣战江	8.91	20.70	17.97	22.33

由上表可知，公司与同行业可比公司销售人员人均薪酬基本一致，公司销售

人员人均薪酬具有合理性。

③同地区可比公司销售人员人均薪酬

报告期内，同地区可比公司销售人员人均薪酬情况如下：

单位：万元/人

公司	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
中复神鹰	未披露	24.95	30.84	15.00
天富龙	未披露	24.99	未披露	未披露
优彩资源	未披露	13.84	16.48	20.09
南京化纤	未披露	16.55	20.71	19.63
苏州龙杰	未披露	28.67	24.24	未披露
华西股份	未披露	5.94	7.01	4.43
中简科技	未披露	34.41	38.48	32.95
江南高纤	未披露	24.80	30.68	18.25
平均值	未披露	21.77	24.06	18.39
欣战江	8.91	20.70	17.97	22.33

注：同地区可比公司为江苏省化学纤维行业上市公司，下同；其中苏州龙杰未披露 2022 年员工人数

由上表可知，公司的销售费用人均薪酬与同地区可比公司相比整体差异不大，2023 年由于利润下降以及新员工加入，导致低于同地区可比公司平均水平，公司销售人员人均薪酬具有合理性。

(2) 管理人员

①公司管理人员平均薪酬

报告期内，公司管理人员平均薪酬情况具体如下：

单位：万元、人、万元/人

指标	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
管理人员薪酬	392.75	724.34	644.66	549.22
管理人员人数	39	36	34	28
管理人员人均薪酬	10.07	20.12	18.96	19.62

报告期内，公司 2023 年度管理人员平均薪酬有所下降，主要原因系低级别财务人员及后勤人员人数增加，导致平均薪酬有所下降。

②同行业可比公司管理人员人均薪酬

报告期内，同行业可比公司人均薪酬情况具体如下：

单位：万元/人

公司	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
汇隆新材	未披露	17.81	21.03	14.32
蒙泰高新	未披露	37.28	33.12	10.83
宝丽迪	未披露	24.94	21.15	22.55
海利得	未披露	27.18	30.43	29.23
平均值	未披露	26.80	26.43	19.23
欣战江	10.07	20.12	18.96	19.62

报告期内，公司 2023 年度管理人员平均薪酬有所下降，主要原因系低级别财务人员及后勤人员人数增加，导致平均薪酬有所下降，略低于同行业可比公司的平均水平。

③同地区可比公司管理人员人均薪酬

报告期内，同地区可比公司管理人员人均薪酬情况如下：

单位：万元/人

公司	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
中复神鹰	未披露	56.03	56.19	46.77
天富龙	未披露	20.79	未披露	未披露
优彩资源	未披露	21.40	17.31	19.61
南京化纤	未披露	38.80	33.63	28.52
苏州龙杰	未披露	20.29	20.58	未披露
华西股份	未披露	31.50	23.12	24.96
中简科技	未披露	57.94	54.18	51.23
江南高纤	未披露	33.84	22.83	24.41
平均值	未披露	35.08	32.55	32.58
欣战江	10.07	20.12	18.96	19.62

报告期内，公司管理人员人均薪酬低于同地区可比公司平均水平，主要原因一方面是公司相比同地区可比公司规模较小，人员较少，组织结构扁平化，中高层管理人员占比较低，因此管理人员人均薪酬偏低，具有合理性。

（3）研发人员

①公司研发人员平均薪酬

报告期内，公司研发人员平均薪酬情况具体如下：

单位：万元、人、万元/人

指标	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
研发人员薪酬	376.82	716.86	552.19	512.13
研发人员人数	42	41	36	24
研发人员人均薪酬	8.97	17.48	15.34	21.34

报告期内，公司 2023 年度研发人员平均薪酬有所下降，主要原因系新增低级别研发员，同时其工作时间不满一年所致。

②同行业可比公司研发人员人均薪酬

报告期内，同行业可比公司人均薪酬情况具体如下：

单位：万元/人

公司	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
汇隆新材	未披露	17.35	27.44	11.51
蒙泰高新	未披露	7.59	9.94	13.68
宝丽迪	未披露	16.45	16.52	13.85
海利得	未披露	19.72	15.60	19.33
平均值	未披露	15.28	17.38	14.60
欣战江	8.97	17.48	15.34	21.34

③同地区可比公司研发人员人均薪酬

报告期内，同地区可比公司研发人员人均薪酬情况如下：

单位：万元/人

公司	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
中复神鹰	未披露	12.35	12.53	14.58
天富龙	未披露	19.05	未披露	未披露
优彩资源	未披露	15.79	15.75	15.47
南京化纤	未披露	6.42	5.51	15.47
苏州龙杰	未披露	16.90	16.77	未披露
华西股份	未披露	5.05	5.55	4.55
中简科技	未披露	47.60	35.99	27.53
江南高纤	未披露	14.92	13.45	11.90
平均值	未披露	17.26	15.08	14.92
欣战江	8.97	17.48	15.34	21.34

报告期内，公司与同行业可比公司以及同地区可比公司的研发人员人均薪酬总体基本一致。

(4) 生产人员

报告期内，公司生产人员平均薪酬情况具体如下：

单位：万元、人、万元/人

指标	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
生产人员薪酬	1,708.67	3629.60	2,787.57	2,404.12
生产人员人数	274	293	298	234
生产人员人均薪酬	6.24	12.39	9.33	10.27

报告期内，公司 2022 年度新厂房启用，随着产能逐步释放，生产人员逐步增加，2023 年度，生产人员人均薪酬有所下降，主要系当年生产人员增加较多，部分人员工作时间不满一年，2024 年起人均薪酬有所回升。

②同行业可比公司生产人员人均薪酬

报告期内，同行业可比公司生产人均薪酬情况具体如下：

单位：万元/人

公司	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
汇隆新材	未披露	12.47	12.48	13.89
蒙泰高新	未披露	8.88	8.99	8.68
宝丽迪	未披露	7.95	6.70	6.93
海利得	未披露	12.66	11.33	11.61
平均值	未披露	10.49	9.88	10.28
欣战江	6.24	12.39	9.33	10.27

③同地区可比公司生产人员人均薪酬

报告期内，同地区可比公司生产人员人均薪酬情况如下：

单位：万元/人

公司	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
中复神鹰	未披露	12.85	10.51	7.81
天富龙	未披露	10.88	未披露	未披露
优彩资源	未披露	10.58	9.85	9.57
南京化纤	未披露	8.23	6.16	5.79
苏州龙杰	未披露	10.56	10.34	未披露

公司	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
华西股份	未披露	12.21	11.84	17.89
中简科技	未披露	20.40	17.79	16.31
江南高纤	未披露	6.89	6.38	7.56
平均值	未披露	11.58	10.41	10.82
欣战江	6.24	12.39	9.33	10.27

报告期内，公司生产人员人均薪酬与同行业以及同地区可比公司基本一致，2023 年公司生产人员新增较多，同时其薪酬不满一年，因此导致生产人员人均薪酬较上年度有所下降，具有合理性。

综上所述，报告期各期公司销售、管理、研发和生产人员的人均薪酬与同行业可比公司、同地区可比公司不存在显著差异，公司销售、管理、研发和生产人员的人均薪酬具有合理性。

（二）说明费用计提期间是否准确，是否存在压低销售费用、关联方或其他第三方为发行人承担成本及代垫费用的情况

报告期内，公司与同行业可比公司的销售费用率情况如下：

公司	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
汇隆新材	3.38%	2.85%	2.93%	2.33%
蒙泰高新	0.69%	0.77%	0.93%	0.60%
宝丽迪	1.25%	1.16%	1.02%	0.90%
海利得	1.00%	1.06%	1.02%	0.86%
平均值	1.58%	1.46%	1.47%	1.17%
欣战江	1.25%	1.20%	1.25%	1.05%

报告期内，公司销售费用率较同行业可比公司基本一致，公司已建立健全与销售费用相关的各项内部控制制度并依照制度执行，销售费用主要是职工薪酬、差旅费、业务招待费、广告宣传费以及办公费等，金额具备合理性，费用计提期间准确，不存在压低销售费用、关联方或其他第三方为发行人承担成本及代垫费用的情况。

二、关于主要流动资产

（一）结合产品不同应用领域对应的应收账款回款情况等，进一步说明发行人应收账款周转率低于可比公司的合理性

1、不同应用领域对应的应收账款回款情况

报告期内，公司各期末分应用领域应收账款期后回款情况如下：

单位：万元

回款情况	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
应收账款余额	8,220.37	9,826.06	8,951.64	6,429.27
其中：	-	-	-	-
汽车内饰行业	6,741.22	6,801.68	6,833.65	4,652.96
鞋服用品行业	282.99	1,134.79	222.63	790.89
户外用品行业	642.22	1,266.03	1,057.56	595.59
应收账款余额占比	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
其中：				
汽车内饰行业	82.01%	69.22%	76.34%	72.37%
鞋服用品行业	3.44%	11.55%	2.49%	12.30%
户外用品行业	7.81%	12.88%	11.81%	9.26%
期后回款金额	8,197.32	9,797.32	8,935.13	6,412.77
其中：				
汽车内饰行业	6,734.68	6,794.24	6,833.65	4,652.96
鞋服用品行业	279.92	1,131.72	219.56	787.83
户外用品行业	642.22	1,266.03	1,057.56	595.59
期后未回款金额	23.05	28.75	16.51	16.51
其中：				
汽车内饰行业	6.54	7.44	-	-
鞋服用品行业	3.07	3.07	3.07	3.07
户外用品行业	-	-	-	-
期后回款比例	99.72%	99.71%	99.82%	99.74%
其中：				
汽车内饰行业	99.90%	99.89%	100.00%	100.00%
鞋服用品行业	98.92%	99.73%	98.62%	99.61%
户外用品行业	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

由上表可知，公司各应用领域回款情况良好。

2、进一步说明发行人应收账款周转率低于可比公司的合理性

（1）不同应用领域下的应收账款周转率分析

报告期内，公司与同行业可比公司下游应用领域具体如下：

可比公司名称	下游应用领域
汇隆新材（301057.SZ）	主要应用于墙布、窗帘、窗纱、沙发布等家纺领域为主
海利得（002206.SZ）	主要应用领域包括汽车轮胎、车用安全带、安全气囊等
蒙泰高新（300876.SZ）	主要应用于箱包织带、水管布套、门窗毛条、服装等
宝丽迪（300905.SZ）	包含纤维用、膜用、塑料用母粒，其中以纤维用母粒为主
欣战江	以汽车内饰为主，同时拓展高端户外用品、运动服装等领域

由上表可知，公司与同行业可比公司相比，公司下游汽车内饰行业客户占比较高，汽车产业链账期整体较长，服装行业、纺织行业的账期相对较短。根据 Wind 统计数据，具体行业上市公司应收账款周转率情况与公司不同应用领域对应的应收账款周转率情况如下：

所属国民经济行业分类	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
服饰制造	5.08	9.96	10.72	10.08
欣战江-鞋服用品行业	2.64	8.88	6.06	8.56
篷、帆布制造	2.75	6.30	6.60	8.10
欣战江-户外用品行业	3.44	7.03	5.20	5.25
汽车零部件及配件制造	1.98	4.09	4.39	4.54
欣战江-汽车内饰行业	1.52	3.05	3.40	3.93

由上表可知，发行人不同应用领域对应的应收账款周转率与行业上市公司应收账款周转率相差较小。

报告期各期，发行人应用于车用领域的应收账款余额占比分别为 72.37%、76.34%、69.22%和 82.01%，系构成应收账款的主要组成部分。汽车零部件行业普遍实行较长的信用结算周期，公司与汽车内饰行业客户合作时，根据行业商业惯例，通常采取月结、开票后一定期限（1-4 个月不等）相结合的收款模式。公司收款条款系公司与客户商业谈判的结果，公司在综合考虑与客户的合作时间、销售规模及业务往来过程中的客户回款情况等多方面因素后，通过与客户协商谈判的方式确定收款信用期限。虽整体低于同行业上市公司周转率，但后者主要面

向家纺、箱包、服装等消费品领域，更接近终端消费，其终端市场交易频率高，回款周期较短；而发行人作为汽车产业链的三级/四级供应商，其回款需等待整车厂或下游供应商的结算，结算链条长，回款受下游各层级结算制约。由于发行人汽车领域应收账款规模较大，导致发行人整体应收账款周转率低于同行业可比公司。

尽管应收账款周转率相对较低，但发行人各期末应收账款期后回款情况良好。报告期各期，整体应收账款期后回款比例均在 99.70% 以上，其中车用领域期后回款比例均不低于 99.90%。高回款比例表明，发行人应收账款余额较大主要系下游汽车内饰行业客户信用期相对较长，而非回款困难或客户信用状况恶化，应收账款整体质量较高，风险可控。

(2) 不同收入规模下的应收账款周转率分析

报告期内，公司与同行业可比公司的收入及应收账款周转率具体如下：

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
营业收入 A				
汇隆新材（301057.SZ）	44,111.56	83,831.94	80,410.29	61,524.27
海利得（002206.SZ）	292,140.44	590,123.78	562,236.32	551,205.48
蒙泰高新（300876.SZ）	24,363.95	49,250.03	45,458.54	39,438.64
宝丽迪（300905.SZ）	67,565.94	136,301.03	119,705.65	79,179.38
欣战江	16,461.65	36,923.36	29,986.64	28,941.27
平均应收账款余额 B				
汇隆新材（301057.SZ）	4,892.24	5,395.38	4,380.31	2,673.50
海利得（002206.SZ）	86,875.88	81,183.00	76,454.80	74,548.71
蒙泰高新（300876.SZ）	14,587.41	13,184.63	10,252.34	7,544.04
宝丽迪（300905.SZ）	20,766.27	17,092.47	12,045.87	7,080.46
欣战江	8,556.31	8,904.77	7,292.67	5,784.75
应收账款周转率 C=A/B				
汇隆新材（301057.SZ）	9.02	15.54	18.36	23.01
海利得（002206.SZ）	3.36	7.27	7.35	7.39
蒙泰高新（300876.SZ）	1.67	3.74	4.43	5.23
宝丽迪（300905.SZ）	3.25	7.97	9.94	11.18
欣战江	1.92	4.15	4.11	5.00

由上表可知，公司的收入规模低于同行业可比公司，与蒙泰高新较为接近；应收账款周转率方面，欣战江与蒙泰高新差异较小，但整体低于其他同行业可比公司。营业收入规模与应收账款周转率之间存在一定的关联性，规模相近企业的周转率水平更具可比性。

综上，公司应收账款周转率受下游应用领域、营业收入规模影响较为明显，应收账款回款情况良好，发行人应收账款周转率低于可比公司具有合理性。

（二）结合主要产品定制化、小批量多批次生产方式，进一步说明发行人安全库存量较大、存货周转率较低的合理性，是否符合行业惯例

1、定制化、小批量多批次生产方式的具体体现，下游客户提货需求导致安全库存量较大具有合理性

报告期内，公司产品均为定制化产品，整体呈现订单数量多、发货频次高、单次发货金额小的特点，具体情况如下：

单位：个、次、万元

期间	订单总量	发货次数	平均发货次数	订单销售额	单次发货平均收入
	A	B	C=B/A	D	E=D/B
2025 年 1-6 月	1,212	3,433	2.83	15,898.62	4.63
2024 年	2,339	7,352	3.14	35,807.45	4.87
2023 年	1,790	5,037	2.81	28,413.84	5.64
2022 年	1,298	3,811	2.94	27,984.80	7.34

注：上表未包含其他业务收入及样品销售金额

由上表可知，报告期内，订单平均发货次数分别为 2.94 次、2.81 次、3.14 次和 2.83 次，单次发货金额分别为 7.34 万元、5.64 万元、4.87 万元和 4.63 万元，呈现发货频次高、单次发货金额小的特点，主要系公司下游汽车内饰行业客户占比较大，汽车产业链中主机厂在生产效率、产品质量和库存周转等方面设定了严格的标准。

但对于公司生产而言，单次生产量过小、不同产品生产切换会对生产效率及生产成本产生不利影响，公司为保障下游客户的原材料及时供应，将未来一段时间内对某定制化产品的总需求量组织一次性、经济批量的生产，以减少生产切换频率，实现规模效应，降低单位生产成本，同时将批量生产出的产品作为安全库

存，以随时满足客户多频次、小批量的提货需求。

因此，公司为应对客户多频次、小批量提货需求，导致安全库存大，具有合理性。

2、公司存货周转率较低的合理性，同行业对比情况

报告期内，公司及同行业可比公司、汽车零部件及配件制造上市公司存货周转率情况如下：

单位：次/年

项目	2025 年 1 月-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
汇隆新材	2.12	5.24	6.33	5.45
蒙泰高新	2.31	6.52	6.45	5.81
宝丽迪	2.79	5.95	6.57	5.79
海利得	2.29	4.84	4.46	4.17
同行业可比公司平均值	2.38	5.64	5.95	5.30
汽车零部件及配件制造	2.27	4.69	4.47	4.19
发行人存货周转率 (营业成本/平均存货金额)	1.39	3.53	3.33	3.60
剔除规模增长后存货周转率 (营业成本/期初存货金额)	1.36	3.93	3.50	4.10

报告期内，公司存货周转率分别为 3.60 次/年、3.33 次/年、3.53 次/年和 1.39 次/年，低于同行业可比公司水平，具体分析如下：

(1) 汽车零部件及配件制造存货周转率较低

公司下游汽车内饰行业客户占比较大，汽车产业链中主机厂在生产效率、产品质量和库存周转等方面设定了严格的标准，公司为保障下游客户的原材料及时供应，安全库存量较大，存货周转率低，汽车零部件及配件制造上市公司存货周转率分别为 4.19 次/年、4.47 次/年、4.69 次/年和 2.27 次/年，与公司更为相近，明显低于公司同行业可比公司平均值；

(2) 公司产能持续提升，业务规模增长，年末时点存货金额较大

报告期各期营业收入分别为 28,941.27 万元、29,986.64 万元、36,923.36 万元和 16,461.65 万元，2023 年较 2022 年收入增长 3.61%，2024 年较 2023 收入增长 23.13%，随着公司业务规模增长，年末时点存货金额较大，因此拉高了平均存货金额，剔除规模增长后存货周转率为 4.10 次/年、3.50 次/年、3.93 次/年和 1.36

次/年，与汽车零部件及配件制造上市公司存货周转率更加接近；

（3）定制化、小批量多批次生产方式导致安全库存较大

公司差别化涤纶长丝和纤维母粒主要系定制化产品，相比通用产品，定制化产品生产工艺复杂，开发周期较长，同时公司为保障下游客户的原材料及时供应，将未来一段时间内对某定制化产品的总需求量组织一次性、经济批量的生产，以减少生产切换频率，实现规模效应，降低单位生产成本，同时将批量生产出的产品作为安全库存。因此公司安全库存较大，周转率相对偏低，具有合理性。

（三）说明报告期内存货规模尤其是库存商品持续增长的原因及合理性，是否存在滞销或下游客户定制后取消订单的情形，存货规模、结构与库龄分布与可比公司是否存在较大差异

1、说明报告期内存货规模，库存商品持续增长的原因及合理性

（1）报告期内，公司存货总额、库存商品的具体情况如下：

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
1.存货总额 A	8,202.74	8,291.16	6,787.71	6,044.00
2.其中：库存商品 B	3,974.11	3,994.95	3,245.59	2,400.27
3.库存商品占存货比 C=B/A	48.45%	48.18%	47.82%	39.71%
4.营业收入 D	16,461.65	36,923.36	29,986.64	28,941.27
5.存货占营业收入比 E=A/D	24.91%	22.46%	22.64%	20.88%
6.库存商品占营业收入比例 F=B/D	12.07%	10.82%	10.82%	8.29%

注：2025年6月30日库存商品占营业收入比、存货占营业收入比已年化。

报告期内，库存商品占存货总额的比例分别为 39.71%、47.82%、48.18%和 48.45%。其中，2022 年由于全球公共卫生事件的管控措施导致订单减少，进而期末库存水平降低，其他各期库存商品占存货总额的比例基本保持一致。此外，报告期间内，库存商品占营业收入的比例分别为 8.29%、10.82%、10.82%和 12.07%，除 2022 年外，各期库存商品占营业收入的比例基本保持一致。

（2）报告期内，存货规模及库存商品持续增长的原因具体如下：

①业务规模持续扩大，导致安全库存增长

报告期内，营业收入分别为 28,941.27 万元、29,986.64 万元、36,923.36 万元和 16,461.65 万元，2023 年较 2022 年收入增长 3.61%，2024 年较 2023 收入增长 23.13%，销售规模的增长，公司需同步增加库存商品的储备。报告期库存商品增长趋势与营业收入的增长趋势基本保持一致。

②下游核心客户供应链特性要求高安全库存

公司下游汽车内饰行业客户占比较大，汽车产业链中主机厂在生产效率、产品质量和库存周转等方面设定了严格的标准，为满足客户“零库存”供应链管理下的即时供货需求，公司需对常用型号、主流颜色的产品保持较高的安全库存水平。

③产品定制化、小批量的生产模式导致库存基数大

公司生产差别化涤纶长丝，产品具有“小批量、多批次、多品种”的特点，产品具体的品种规格数量众多。为快速响应市场多样化的订单需求，避免因频繁切换生产颜色和规格导致成本提升，公司会基于现有客户订单的销售预测，对所需产品的规格和颜色进行合理储备的生产。即使每个产品具体的品种备货量不大，但由于公司不同客户的不同品种规格多样性，导致较大规模的库存商品总额。

综上所述，公司存货总额及库存商品的持续增长，系公司销售规模扩张、下游客户需求特点及公司合理备货策略共同作用结果，具有合理性。

2、是否存在滞销或下游客户定制后取消订单的情形，存货规模、结构与库龄分布与可比公司是否存在较大差异

（1）存货规模与同行业可比公司对比情况

报告期各期末，公司存货账面价值占资产总额的比例与同行业可比公司对比情况如下：

可比公司	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
汇隆新材	11.61%	13.85%	11.65%	14.09%
蒙泰高新	6.46%	5.66%	3.07%	5.65%
宝丽迪	8.63%	9.22%	8.76%	8.67%
海利得	14.07%	13.96%	14.10%	14.57%

行业平均	10.19%	10.67%	9.39%	10.75%
剔除蒙泰高新后平均值	11.44%	12.34%	11.50%	12.44%
发行人	12.06%	12.65%	10.92%	11.17%

注：同行业可比公司的数据来源于其定期报告。

报告期各期末，公司存货账面价值占资产总额的比例分别为 11.17%、10.92%、12.65%和 12.06%，同行业可比公司平均值分别为 10.75%、9.39%、10.67%和 10.19%。公司存货账面价值占比略高于同行业平均值，主要系可比公司蒙泰高新因存货占比偏低，报告期其进行了大量的长期资产投资，2025 年 6 月末长期资产的投资（包括：固定资产、无形资产及其他非流动资产）占其总资产的比例达到了 69.36%，使得蒙泰高新存货占比偏低，拉低了同行业可比公司平均值，剔除蒙泰高新后，公司存货占比与同行业可比公司相当，不存在较大差异。

综上，公司存货账面价值占资产总额的比例与同行业可比公司平均值不存在较大差异，存货规模与公司业务规模相匹配。

（2）存货结构与可比公司对比情况

报告期各期末，公司存货结构与同行业可比公司对比情况如下：

2025 年 6 月 30 日						
项目	汇隆新材	蒙泰高新	宝丽迪	海利得	行业平均	欣战江
原材料	18.68%	29.43%	38.11%	20.48%	26.68%	30.04%
库存商品	74.59%	65.96%	36.90%	68.46%	69.98%	68.67%
在产品 / 自制半成品	3.82%	2.48%	16.79%	10.92%		
发出商品	2.91%	2.14%	8.15%	-	3.30%	1.20%
委托加工物资	0.00%	0.00%	0.05%	0.14%	0.05%	0.09%
合计	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
2024 年 12 月 31 日						
项目	汇隆新材	蒙泰高新	宝丽迪	海利得	行业平均	欣战江
原材料	17.48%	27.79%	56.05%	21.39%	30.68%	27.89%
库存商品	72.40%	53.53%	33.83%	67.00%	64.67%	68.43%
在产品 / 自制半成品	4.36%	14.19%	2.05%	11.31%		
发出商品	5.63%	4.42%	8.02%	-	4.52%	3.47%
委托加工物资	0.13%	0.08%	0.05%	0.30%	0.14%	0.21%
合计	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

2023 年 12 月 31 日						
项目	汇隆新材	蒙泰高新	宝丽迪	海利得	行业平均	欣战江
原材料	25.24%	47.22%	48.43%	21.35%	35.56%	30.19%
库存商品	60.41%	37.54%	37.55%	66.74%	57.21%	68.41%
在产品 / 自制半成品	8.01%	3.15%	3.71%	11.75%		
发出商品	6.13%	11.82%	10.27%	-	7.06%	0.68%
委托加工物资	0.22%	0.27%	0.04%	0.16%	0.17%	0.72%
合计	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
2022 年 12 月 31 日						
项目	汇隆新材	蒙泰高新	宝丽迪	海利得	行业平均	欣战江
原材料	34.25%	58.05%	49.57%	18.99%	40.21%	33.75%
库存商品	57.82%	31.01%	30.92%	70.73%	54.51%	63.94%
在产品 / 自制半成品	1.86%	3.24%	12.28%	10.19%		
发出商品	5.60%	7.60%	7.22%	-	5.11%	1.95%
委托加工物资	0.48%	0.10%	-	0.09%	0.17%	0.36%
合计	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

注 1：同行业可比公司数据来源于其定期报告；

注 2：存货结构比例按照存货余额计算；

注 3：自制半成品/在产品系未经加弹的通用成品。

发行人与同行业可比公司的存货均主要由原材料和库存商品构成，合计占比均在 90%以上，不存在较大差异。

（3）存货的库龄与可比公司对比情况

报告期末，同行业可比公司的年度报告均未披露存货的实际库龄情况。欣战江公司存货库龄历年对比情况如下：

单位：万元

期间	1 年以内		1 年以上		合计	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
2025 年 6 月 30 日	6,827.25	83.23%	1,375.49	16.77%	8,202.74	100.00%
2024 年 12 月 31 日	7,132.46	86.02%	1,158.70	13.98%	8,291.16	100.00%
2023 年 12 月 31 日	5,537.20	81.58%	1,250.51	18.42%	6,787.71	100.00%
2022 年 12 月 31 日	5,560.25	92.00%	483.75	8.00%	6,044.00	100.00%

报告各期内一年内存货占比分别为 92.00%、81.58%、86.02%和 83.23%。除 2022 年及之前因全球公共卫生事件的管控措施导致订单减少，影响了存货储备外，其他各期一年内存货占比在 85%左右，各期基本保持一致。

(4) 滞销产品已足额计提减值，定制后取消订单的情形较少，订单执行情况良好

报告期各期，公司产品均系客户定制化开发产品，公司采用以销定产+合理备货的生产模式，定制后取消订单的情形较小，但由于客户下游订单波动及提货节奏变动，存在部分库龄一年以上的存货，该部分产品存在一定的滞销风险，基于谨慎性原则，公司将库龄一年以上的存货计提了较为充分的减值准备，库龄一年以上的存货及减值情况具体如下：

单位：万元

项目	存货账面余额	存货减值	存货账面价值	减值比例
2025年6月30日	1,375.49	560.88	814.61	40.78%
2024年12月31日	1,158.70	415.12	743.58	35.83%
2023年12月31日	1,250.51	368.62	881.89	29.48%
2022年12月31日	483.75	222.23	261.52	45.94%

报告期内，公司对于一年以上的存货减值比例为 45.94%、29.48%、35.83% 和 40.78%，公司已足额提及减值准备，同时定制后取消订单的情形较少，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
订单取消重量	-	30.44	11.50	6.77
平均售价	-	2.02	2.05	2.07
订单影响金额	-	61.49	23.58	14.01

报告期内，客户项目因暂停或变更等因素会导致部分订单被动取消金额分别为 14.01 万元、23.58 万元、61.49 万元和 0 万元。总体来看，订单取消对报告期公司经营业绩影响非常有限。

综上所述，公司一年以上的存货已足额计提减值，订单执行情况良好，存货规模、结构与库龄分布与可比公司不存在较大差异。

（四）结合报告期内可比公司等存货跌价准备具体计提情况等，说明发行人对原材料、纤维母粒产品不计提存货跌价准备的合理性，是否符合行业惯例，存货跌价准备计提是否充分

1、报告期可比公司存货跌价准备具体计提情况

报告期内，公司与可比公司存货跌价准备具体计提情况具体如下：

项目	可比公司	2025年6月 30日	2024年12月 31日	2023年12月 31日	2022年12月 31日
存货跌价计提比例	宝丽迪	1.34%	1.32%	1.71%	0.50%
	汇隆新材	1.08%	0.86%	0.70%	1.15%
	海利得	3.40%	3.44%	3.58%	3.61%
	蒙泰高新	7.27%	4.83%	0.22%	0.14%
	平均值	3.27%	2.61%	1.55%	1.35%
	欣战江	6.84%	5.01%	5.43%	3.68%

各期末公司存货跌价计提比例分别为 3.68%、5.43%、5.01%和 6.84%，高于同行业可比公司各期末存货跌价计提比例平均值，主要原因为公司业务类型、产品应用领域、客户群体及存货构成等方面的差异，具有合理性。

2、说明发行人对原材料、纤维母粒产品不计提存货跌价准备的合理性，是否符合行业惯例，存货跌价准备计提是否充分

（1）说明发行人对原材料、纤维母粒产品不计提存货跌价准备的合理性

公司原材料按照生产的重要性可分为主要原材料和辅料，主要原材料按照业务类型划分包括聚酯切片、颜料色粉等其他主材，辅料主要为生产过程中所需的油剂、包材及五金等。自制的纤维母粒半成品主要应用于成品差别化涤纶长丝生产，少量对外销售，期末库存的纤维母料产品多为常规色系，可通过再次调配进行使用，具有原材料属性，通用性较强。

公司根据《企业会计准则》的规定，资产负债表日，存货采用成本与可变现净值孰低计量，期末按照单个存货项目计提存货跌价准备；直接用于出售的存货，在正常生产经营过程中以该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；需要经过加工的存货，在正常生产经营过程中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、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值，并与其对应的成本进行比较，确定存货跌价准备的计提或转回的金额。

原材料、纤维母粒跌价准备的具体计提方法：公司原材料基本用于生产，原材料减值测试主要考虑其生产的产成品的跌价情况，如其生产的产成品存在售价和毛利率大幅下滑，需计提较高金额的减值，同时该原材料仅用于该存在减值的产成品生产，再结合该原材料能否直接对外销售及对外销售价格，综合评估其是否存在减值；纤维母粒除直接销售外，期末结存主要应用于涤纶长丝的生产，故报告期末结存的纤维母粒减值测试主要考虑其生产的产成品的跌价情况，如其生产的产成品存在售价和毛利率大幅下滑，需计提较高金额的减值，同时再结合纤维母粒能否直接对外销售及对外销售价格，综合评估其是否存在减值。

报告期内，公司已按照会计准则的规定计提了存货跌价准备。各期末的跌价准备主要针对部分库龄一年期以上的差别化涤纶长丝产品，其结存成本高于可变现净值，公司对差额部分进行了相应的跌价准备计提。总体来看，公司的主要原材料聚酯切片、颜料色粉等材料通用性强，在定制化产品的销售价格未出现显著下降，经减值测试，无需对原材料及纤维母粒产品计提跌价准备。

（2）与同行业比较，公司原材料未计提存货跌价准备是否符合行业惯例

同行业可比公司中，宝丽迪 2024 年度原材料计提存货跌价准备比例极小，接近 0%。公司原材料与可比公司宝丽迪一致，均为切片、色粉和助剂，切片为大宗工业产品，色粉和助剂均为通用性材料，在应用于定制化产品的销售价格未出现显著下降情形下，不存在需对原材料单独计提存货跌价准备的情况。

除宝丽迪外，其他同行业可比公司报告期各期对原材料计提存货跌价准备比例在 2.07%到 6.52%之间不等，计提比例存在较大差异原因是受多种因素的综合影响，包括毛利率、存货管理水平、原材料价格波动以及库存结构等，其中产品毛利率高低直接影响原材料跌价准备计提测试结果。报告期各期，欣战江毛利率分别 35.39%、32.04%、31.61%和 34.70%，远高于同行业可比公司各期毛利率平均值 16.91%、17.17%、13.97%和 14.79%。

同行业上市公司中，优彩资源（002998.SZ）、江南高纤（600527.SH）、天富龙（603406.SH）等公司主要从事涤纶短纤生产，主要原材料均包含聚酯切片，报告期内均未对原材料计提减值准备，具体情况如下：

期间	存货项目	优彩资源	江南高纤	天富龙
2025 年	原材料	-	-	-

期间	存货项目	优彩资源	江南高纤	天富龙
1-6 月	在产品	-	-	-
	自制半成品	-	-	-
	库存商品	3.88%	2.43%	0.38%
	发出商品	-	-	-
	合计	2.98%	2.98%	0.16%
2024 年	原材料	-	-	-
	在产品	-	-	-
	自制半成品	-	-	-
	库存商品	3.92%	4.25%	0.85%
	发出商品	-	-	0.06%
	合计	2.91%	2.77%	0.29%
2023 年	原材料	-	-	-
	在产品	-	-	-
	自制半成品	-	-	-
	库存商品	4.89%	3.24%	3.26%
	发出商品	-	-	1.95%
	合计	2.71%	2.18%	1.17%
2022 年	原材料	-	-	-
	在产品	-	-	-
	自制半成品	-	-	-
	库存商品	2.28%	1.82%	0.25%
	发出商品	-	-	-
	合计	1.42%	1.42%	0.12%

综上，公司计提存货跌价准备充分，原材料未计提存货跌价准备具有合理性，原材料未计提存货跌价准备符合行业惯例。

三、关于资金流水核查。请保荐机构、申报会计师：进一步完善资金流水核查专项说明，逐笔说明对大额收付款去向的进一步核查方式及获取的客观证据，涉及的资金拆借是否形成闭环；投资理财是否涉及非标理财，投资资金来源、最终投向及客观证据支持；结合前述资金流水核查情况，进一步说明发行人是否存在体外资金循环或其他利益安排的情形；结合对发行人及相关主体（如核心销售人员等）资金流水核查情况，说明对期间费用真实性与完整性的核查过程及结论。

（一）进一步完善资金流水核查专项说明，逐笔说明对大额收付款去向的进一步核查方式及获取的客观证据，涉及的资金拆借是否形成闭环；投资理财是否涉及非标理财，投资资金来源、最终投向及客观证据支持

保荐机构及申报会计师已进一步完善资金流水核查专项说明，逐笔对发行人个人卡中大额收付款去向的进一步核查方式、获取的客观证据，涉及的资金拆借

是否形成闭环进行说明；投资理财是否涉及非标理财，投资资金来源、最终投向及获取的客观证据进行说明。

（二）结合前述资金流水核查情况，进一步说明发行人是否存在体外资金循环或其他利益安排的情形

1、核查程序

（1）了解发行人资金流水相关的内部控制制度，评估内部控制设计的合理性，并选取样本执行控制测试，测试内部控制运行的有效性；

（2）现场陪同发行人打印已开立账户清单，并根据账户清单打印相应银行流水；

（3）对发行人银行流水比照记账进行核对，并对大额流水进行大额双向核对核查；

（4）陪同发行人与控股股东、实际控制人、董事（不含独立董事）、取消监事会前在任监事、高级管理人员、关键岗位人员前往主要银行（国有银行、主要商业银行及地区性农商银行）现场打印流水，并对 5 万元以上的流水逐笔核实其实际用途和交易背景；

（5）获取独立董事的历史任职情况，确认其历史任职单位不存在与欣战江发生业务的可能性；获取独立董事出具的承诺，确认其在报告期内不存在占用发行人资金、为发行人代收销售回款或承担成本费用的情形，不存在与发行人其他关联方、客户、供应商发生资金往来的情形；

（6）对控股股东、实际控制人、董事（不含独立董事）、取消监事会前在任监事、高级管理人员、关键岗位人员的报告期内银行流水交易对手方与发行人关联方、客户、供应商进行交叉核对，核实重叠情形的交易背景；

（7）对截止报告期末实际控制人所控制的关联方的交易对手方与公司客户、供应商进行交叉核对，核实重叠情形的交易背景；对发行人报告期内销售、采购等循环执行细节测试、穿行测试，核查大额销售及采购中涉及的合同、收付款凭证、银行回单、发票等财务资料，将交易金额与发行人收付款情况进行匹配。

2、核查结果及结论

经核查，保荐机构及申报会计师认为：

（1）报告期内，发行人建立了完备的内部控制体系，相应制度及内部控制体系执行有效，发行人资金管理相关内部控制制度不存在重大缺陷；

（2）报告期内，发行人不存在银行账户不受发行人控制或未在发行人财务核算中全面反映的情况，不存在发行人银行开户数量等与业务需要不符的情况；

（3）报告期内，发行人大额资金往来不存在重大异常，不存在与公司经营活动、资产购置、对外投资等不相匹配的情形；

（4）报告期内，发行人与控股股东、实际控制人、董事（不含独立董事）、取消监事会前在任监事、高级管理人员、关键岗位人员的资金往来主要为工资发放和日常费用报销，不存在异常大额资金往来；

（5）报告期内，发行人不存在大额或频繁取现的情形，不存在同一账户或不同账户之间金额、日期相近的异常大额资金进出的情形；

（6）报告期内，发行人购买的无实物形态资产或服务主要为本次发行上市支付的相关中介机构费用、为销售产品支付的运输费用，为储存库存商品支付的仓库租金等，发行人采购的上述服务均基于真实业务背景且具有商业合理性；

（7）报告期内，发行人实际控制人顾建华银行账户大额资金流入主要为从发行人处取得工资及奖金、收到还款及收到税务局下发的股改个税返还等；大额资金流出主要为申购银行定期存单、支付股权转让款及支付日常消费支出等事项。报告期内，发行人实际控制人银行账户不存在大额资金往来较多且无合理解释，或者频繁出现大额存现、取现情形；

（8）报告期内，发行人控股股东、实际控制人、董事（不含独立董事）、取消监事会前在任监事、高级管理人员等不存在从发行人获得大额资产转让款、转让发行人股权获得大额股权转让款的情形；从发行人获得的工资及奖金流向或用途不存在异常情形，与欣战江关联方、客户和供应商不存在异常资金往来；

（9）报告期内，发行人控股股东、实际控制人相关资金往来具有合理性、不存在异常情形；发行人控股股东、实际控制人、董事（不含独立董事）、取消

监事会前在任监事、高级管理人员与发行人的关联方欣润、欣建达存在大额资金往来，主要系支付员工持股平台股权激励出资款，相关资金往来具有合理性、不存在异常情形；除上述资金往来外，发行人控股股东、实际控制人、董事（不含独立董事）、取消监事会前在任监事、高管、关键岗位人员与发行人关联方、客户、供应商不存在异常大额资金往来；

（10）公司独立董事周航、巢文洪、朱丽萍过往任职经历中不存在涉及涤纶纤维制造相关行业及上下游的公司，其过往任职公司不存在与欣战江发生业务的可能性。报告期内，独立董事仅从发行人处领取独立董事津贴，不存在占用发行人资金、为发行人代收销售回款或承担成本费用情形，不存在与发行人其他关联方、客户、供应商发生资金往来的情形；

（11）报告期内，发行人不存在关联方代发行人收取客户款项或支付供应商款项的情形。

综上所述，发行人报告期内不存在体外资金循环或其他利益安排的情形。

（三）结合对发行人及相关主体（如核心销售人员等）资金流水核查情况，说明对期间费用真实性与完整性的核查过程及结论

1、核查程序

针对发行人期间费用的真实性与完整性，保荐机构及申报会计师履行的具体核查程序如下：

（1）核查了发行人及相关主体（包括核心销售人员）的资金流水情况，对相关主体大额异常资金往来进行了问询，并获取如购房合同、借款协议、承诺函及股权转让协议等相关依据性文件。具体核查情况参见《国泰海通证券股份有限公司关于江苏欣战江纤维科技股份有限公司资金流水情况的专项核查报告》；

（2）访谈了发行人的财务等相关人员，了解发行人对于期间费用的归集口径等情况；

（3）取得发行人报告期内期间费用的明细账，同时分析了主要明细项目的占比及变动原因；

（4）取得发行人报告期内各期的工资表，并于同行业可比公司及常州当地

平均薪酬进行对比，分析发行人平均薪酬是否存在异常波动，是否存在明显偏低等情况及原因；

（5）分析发行人大额费用支出的合理性，获取了相关大额费用支出的合同、发运单、发票、银行回单等支持性文件，关注上述费用是否归属于恰当的会计期间；

（6）抽查发行人研发项目的立项文件、项目计划书及项目验收报告等，关注研发费用的合理性；

（7）查阅了发行人所制定的相关内部控制制度，了解发行人的部门组织架构、主要职责、职能类型及费用归集等情况；

（8）通过计算发行人期间费用所占营业收入比重，同时对比与同行业可比公司的差异，分析差异存在的原因及合理性。

2、核查结果及结论

经核查，保荐机构及申报会计师认为，发行人期间费用的归集真实、准确、完整。

四、请保荐机构、申报会计师对上述事项进行核查、发表明确意见，并说明对存货监盘的具体情况，对存货真实性、准确性、完整性、存货状态和存货跌价准备计提是否执行了充分的核查程序及核查结论

（一）核查上述事项进行核查、发表明确意见

1、核查程序

针对上述事项，保荐机构、申报会计师执行的核查程序如下：

（1）获取同行业以及同地区可比公司招股说明书、年度报告等，对比分析主营业务及产品、销售模式、业务结构，分析差异原因与合理性；获取并对比分析发行人及同行业、同地区可比公司销售费用的明细构成，计算发行人及同行业、同地区可比公司销售、管理、研发、生产人员平均薪酬，分析差异原因与合理性；

（2）获取发行人员工花名册，查看发行人各类员工构成、岗位职责、入职/离职时间等信息，并与同行业、同地区可比公司各类员工人员情况进行对比，分析差异原因及合理性；

（3）检索 Wind 数据库软件，了解同地区可比公司情况；查看发行人工资表，计算销售、管理、研发和生产人员的平均人数、薪酬等信息，并与同行业以及同地区可比公司进行对比分析；

（4）获取公司部门架构图，查看各部门人员的职能划分及成本费用的归属，分析是否存在成本费用混淆的情况；

（5）获取发行人的账务凭据，检查销售费用跨期情况；

（6）获取发行人及其主要关联方、主要销售人员流水，核查是否存在通过个人卡或现金支付销售人员薪酬或者体外代垫费用的情况；

（7）获取应收账款及回款明细表，计算不同应用领域对应的应收账款期后回款情况，计算不同应用领域的应收账款周转率并与上市公司整体情况进行对比；

（8）访谈发行人生产、销售及供应链管理部门负责人，了解其主要产品的定制化程度、生产流程、客户下单模式及交付要求，并对接单、排产、备货、发货流程进行穿行测试；

（9）获取并分析报告期内的销售明细数据，按客户统计提货频次与金额，量化验证“小批量、多批次”的业务模式；

（10）查阅同行业可比公司的招股说明书、年报、问询回复等公开资料，对比分析存货周转率较低于同行业可比公司的合理性；

（11）获取报告期各期末的存货明细表、库龄表，分析原材料、库存商品等主要项目的金额、数量及库龄结构变动原因；

（12）查阅重大销售合同，关注是否有客户可单方面取消订单且无需承担责任的条款；向管理层了解报告期内是否发生大额订单取消的情形。获取报告期各期因订单被取消成品结存数量，分析对报告期经营业绩影响；

（13）对比分析同行业可比公司的存货构成、库龄分布、存货占总资产比例及存货周转率等指标，结合其业务模式差异分析差异原因；

（14）获取并评估发行人的存货跌价准备计提政策，检查其是否符合《企业会计准则》的规定；

（15）复核发行人报告期各期末的存货减值测试过程，包括对原材料、库存商品等可变现净值的确定依据（如预计售价、至完工时将要发生的成本、销售费用和相关税费）进行重新计算和判断；

（16）对比同行业可比公司的存货跌价准备计提政策（特别是对原材料和库存商品的计提方法）、实际计提比例及波动原因。

2、核查结果及结论

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

（1）发行人与同行业可比公司的客户数量与集中度、销售人员规模、销售费用明细构成差异存在合理性，报告期各期销售、管理、研发和生产人员的人均薪酬变动具备合理性，与同行业可比公司、同地区可比公司不存在显著差异；

（2）发行人已建立健全与销售费用相关的各项内部控制制度并依照制度执行，销售费用主要是职工薪酬、差旅费、业务招待费、广告宣传费以及办公费等，金额具备合理性，费用计提期间准确，不存在压低销售费用、关联方或其他第三方为发行人承担成本及代垫费用的情况；

（3）发行人应收账款周转率处于合理区间，同时结合应收账款回款情况，发行人应收账款周转率低于可比公司具有合理性；

（4）公司为保障下游客户的原材料及时供应，将未来一段时间内对某定制化产品的总需求量组织一次性、经济批量的生产，以减少生产切换频率，实现规模效应，降低单位生产成本，同时将批量生产出的产品作为安全库存，以随时满足客户多频次、小批量的提货需求。公司为应对客户多频次、小批量提货需求，导致安全库存大，具有合理性，符合行业惯例；

（5）报告期内存货规模、库存商品持续增长具有合理性，公司一年以上的存货已足额计提减值，订单执行情况良好，存货规模、结构与库龄分布与可比公司不存在较大差异；

（6）公司对原材料、纤维母粒产品不计提存货跌价准备具有合理性，符合行业惯例，存货跌价准备计提充分。

（二）说明对存货监盘的具体情况，对存货真实性、准确性、完整性、存货状态和存货跌价准备计提是否执行了充分的核查程序及核查结论

1、说明对存货监盘的具体情况

为核实发行人报告期各期末存货的真实性、准确性和完整性，保荐机构及申报会计师制定了监盘计划，并执行了以下监盘程序：

（1）监盘前准备：

了解内部控制：获取并审阅发行人的存货管理制度、盘点流程等内部控制文件，评价其设计的合理性；制定监盘计划：获取发行人的盘点计划，评价其盘点范围、时间、人员分工和方法的恰当性，并据此制定独立的监盘计划；确定监盘范围：监盘范围覆盖了发行人主要的存货存放地点，包括自有仓库、生产车间、以及租赁库。

（2）监盘执行过程：

观察与询问：监盘人员亲赴盘点现场，观察存货的摆放状态、标识情况，确认盘点前存货移动已基本停止，并观察发行人盘点人员的盘点过程是否严格按照计划执行。期末结存表中，对已确定样本重量的存货进行检查，核对存货的数量、型号、状态是否与账面记录一致。关注存货状态：在监盘过程中，特别关注存货是否存在毁损、陈旧、过时、残次等可能表明减值的迹象，并予以记录。记录与复核：将监盘结果详细记录于监盘工作底稿，包括监盘人员、时间、地点、范围、抽盘比例及结果。监盘结束后，复核发行人的盘点差异处理情况。

（3）监盘结果，包括但不限于监盘时间、监盘地点、监盘范围

项目	2025 年 6 月末	2024 年末	2023 年末	2022 年末
监盘时间	2025 年 6 月 30 日 -2025 年 7 月 1 日	2024 年 12 月 31 日-2025 年 1 月 1 日	2023 年 12 月 31 日-2024 年 1 月 1 日	2022 年 12 月 31 日-2023 年 1 月 1 日
监盘地点	公司厂区内、租赁 外库	公司厂区内、租赁 外库	公司厂区内	公司厂区内
监盘人员	申报会计师、保荐 机构人员	申报会计师、保荐 机构人员	申报会计师、保荐 机构人员	申报会计师
监盘范围	公司存放于厂区 及租赁外库内的 存货	公司存放于厂区 及租赁外库内的 存货	公司存放于厂区 内的存货	公司存放于厂区 内的存货
监盘比例	74.14%	70.94%	71.00%	74.51%

项目	2025 年 6 月末	2024 年末	2023 年末	2022 年末
监盘方法	实地盘点	实地盘点	实地盘点	实地盘点
盘点差异	监盘结果与账面记录的差异金额微小，差异原因主要为计量换算误差等，该类盘点差异金额占存货总额的比例极低，视同盘点相符，发行人无需进行调整。			

注：报告期间，发出商品和委托加工物资的金额在期末存货总额中所占比例较小。为了核实这些存货余额的真实性，保荐机构及申报会计师采用了函证等方式进行了核查。

2、存货真实性、准确性、完整性、存货状态和存货跌价准备计提是否执行了充分的核查程序及核查结论

（1）核查程序

除监盘外，保荐机构、申报会计师对存货真实性、准确性、完整性、存货状态和存货跌价准备计提执行了以下核查程序：

核查目标	核查程序
真实性、准确性、完整性	1. 访谈发行人高管、生产、采购及仓库负责人，了解存货的备货策略、生产周期、仓储管理情况。
	2. 获取报告期各期末的存货明细表、库龄表，核查其构成和变动原因，分析其与采购、生产、销售数据的匹配性。
	3. 对发出商品执行函证程序（对主要客户发函确认期末余额），对于未回函或金额重大的项目，执行替代测试（检查销售合同、订单、出库单、发货单、运输记录、期后验收单/签收单等）。报告期各期函证及替代测试覆盖比例均达到 75% 左右。
	4. 抽取资产负债表日前后存货的入库、出库单据，执行截止性测试，确保存货记录在正确的会计期间。
存货状态	1. 获取存货库龄明细表，重点关注长库龄（如 1 年以上）存货的形成原因，分析其合理性及是否存在滞销风险。
	2. 获取期后（如截止审计报告日）的销售及存货结转记录，核查长库龄存货的期后销售情况，判断其流动性。
	3. 结合监盘，监盘过程中直接观察存货的物理状态。
存货跌价准备计提充分性	1. 了解并评估发行人存货跌价准备的计提政策是否符合《企业会计准则》的规定。
	2. 获取发行人的存货跌价准备计算表，复核其可变现净值的测算过程，评估其关键假设（如预计售价、至完工时将要发生的成本、预计销售费用和相关税费）的合理性。
	3. 查阅同行业可比上市公司的公开信息，对比其存货跌价准备的计提政策、计提比例，分析发行人的计提是否谨慎、充分。
	4. 结合存货状态、库龄、期后销售情况以及市场价格变动趋势，综合判断存货跌价风险。

（2）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

①发行人报告期各期末的存货真实存在，账面记录准确、完整，账实相符。

②发行人存货保存状态良好，库龄结构合理，以 1 年以内为主，不存在大面积的毁损、滞销等异常情况。

③发行人存货跌价准备的计提政策符合《企业会计准则》的规定，各期计提方法一致，计提金额充分、谨慎。发行人的存货相关会计处理在所有重大方面符合企业会计准则的规定。

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

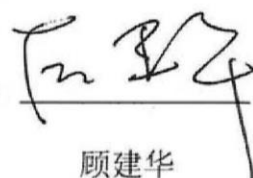
发行人、保荐机构、申报会计师、发行人律师已对照《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票注册管理办法》《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 46 号——北京证券交易所公司招股说明书》《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 47 号——向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市申请文件》《北京证券交易所股票上市规则》等规定进行审慎核查。截至本回复出具日，除上述问询函问题涉及内容外，发行人不存在涉及股票公开发行并在北交所上市条件、信息披露要求以及影响投资者判断决策的其他重要事项。

（本页无正文，为江苏欣战江纤维科技股份有限公司《关于江苏欣战江纤维科技股份有限公司公开发行股票并在北京证券交易所上市申请文件的第二轮审核问询函的回复》之签字盖章页）



江苏欣战江纤维科技股份有限公司

法定代表人签名：


顾建华

2026 年 1 月 30 日

（本页无正文，为国泰海通证券股份有限公司《关于江苏欣战江纤维科技股份有限公司公开发行股票并在北京证券交易所上市申请文件的第二轮审核问询函的回复》之签字盖章页）

保荐代表人签名：

李智

李 智

彭绍岚

彭绍岚



国泰海通证券股份有限公司

2026 年 1 月 30 日

保荐机构董事长声明

本人已认真阅读《关于江苏欣战江纤维科技股份有限公司公开发行股票并在北京证券交易所上市申请文件的审核问询函的回复》的全部内容，了解本问询函回复涉及问题的核查程序、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，本问询函回复不存在虚假记载、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（董事长）：



朱 健



国泰海通证券股份有限公司

2026 年 1 月 30 日