

证券代码：603238 证券简称：诺邦股份 公告编号：2017-065

杭州诺邦无纺股份有限公司 关于回复2017年半年度报告事后审核问询函 的公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

杭州诺邦无纺股份有限公司（以下简称“公司”）于2017年9月11日收到上海证券交易所上市公司监管一部《关于对杭州诺邦无纺股份有限公司2017年半年度报告的事后审核的问询函》（上证公函【2017】2178号），回复如下：

“上海证券交易所上市公司监管一部：

公司对《问询函》所述相关问题进行了认真分析和核查，现就《问询函》中的有关问题答复如下，并对《诺邦股份2017年半年度报告》等进行了相应的修改和补充披露。

如无特殊说明，本回复中简称与《诺邦股份2017年半年度报告（修订版）》中的简称具有相同含义。除特别说明外，若出现各分项数值之和与总数尾数不符的情况，均为四舍五入原因造成。

1. 半年报披露，2017年上半年归属于上市公司股东的净利润较去年同期下降28.40%，主要系原材料成本上涨导致毛利率下降，净利润较上年同期下降。请补充披露：（1）近3年毛利率变化情况及主要原因；（2）近3年来主要原材料的采购单价，原材料价格上涨的主要原因；（3）公司毛利率与同行业公司毛利率及其变动是否一致，并说明原因及合理性；（4）公司主要原材料供应商、采购占比，是否存在对核心供应商的依赖。

（1）近3年毛利率变化情况及主要原因

近3年总体毛利率变化情况见下表：

单位：万元

项目	2017年半年度	2016年度	2015年度
营业收入	23,800.42	52,580.86	51,626.97
营业成本	18,328.39	39,087.64	35,169.85
毛利	5,472.04	13,493.22	16,457.11
毛利率	22.99%	25.66%	31.88%

一、原材料价格因素影响

原材料占总成本比例见下表：

单位：万元

成本构成项目	2017年1-6月金额	占总成本比例(%)	2016年度金额	占总成本比例(%)	2015年度金额	占总成本比例(%)
粘胶纤维	8,348.15	45.55%	17,570.80	44.96%	13,262.95	37.90%
涤纶纤维	2,912.23	15.89%	5,843.12	14.95%	6,239.54	17.83%

公司主营业务为水刺非织造材料及其制品的生产、研发与加工，主要原材料为粘胶和涤纶纤维，在公司成本中占比较大。因此，受原材料价格持续上升的影响，公司毛利率下降。

二、公司产品销售因素影响

水刺非织造材料毛利率情况见下表：

单位：万元

产品分类	2017年1-6月			2016年度			毛利率变动	2015年度毛利率
	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率		
民用清洁类	9,676.17	7,818.53	19.20%	27,516.01	20,563.72	25.27%	-6.07%	32.40%
美容护理类	6,168.17	4,971.11	19.41%	9,260.54	7,576.65	18.18%	1.23%	22.86%
工业用材类	2,647.99	1,859.25	29.79%	5,391.19	3,588.84	33.43%	-3.64%	33.33%
医用材料类	1,471.27	1,069.50	27.31%	2,791.99	2,049.58	26.59%	0.72%	33.51%

1) 湿法产品市场竞争激烈

2016年开始，国内外行业竞争者通过技术研发，突破了湿法产品技术瓶颈，降低了行业进入壁垒，形成了激烈的市场竞争，导致本年湿法产品市场供大于求，价格波动较大。因此，由于公司湿法产品销售价格下降以及部分订单的转移，加之，原材料价格的大幅上涨，民用清洁类销售收入较去年同期下降。

2) 公司为应对激烈的市场竞争，积极快速地调整产品结构至“高质、高价、高品”，除民用清洁类外其他类别产品销售收入均有所增加且毛利率比较稳定，

美容护理类、工业用材类产品，得益于公司对产品结构及销售价格的有效调整。

(2) 近 3 年来主要原材料的采购单价，原材料价格上涨的主要原因

近 3 年来主要原材料的采购单价见下表：

单位：元/千克

	2017 半年度	2016 年度	2015 年度	2017 半年度较 2016 年度增减比例	2017 半年度较 2015 年度增减比例
粘胶纤维	14.37	13.14	10.96	9.36%	31.12%
涤纶纤维	7.59	6.55	6.81	15.85%	11.49%

1) 粘胶纤维价格 2015 年触底，之后连续上涨，且一直处于高位运行。供给端：近几年叠加环保政策趋严抑制粘胶纤维产能，在下游需求回暖的带动下价格持续上涨。

2) 涤纶纤维价格上涨系国际油价波动较大，涤纶短纤上游市场行情处于高位运行。另外，环保因素发酵，供需表现导致其价格上涨。

(3) 公司毛利率与同行业公司毛利率及其变动情况

主营业务毛利率与同行业可比公司对比情况见下表：

公司名称	2017 年 1-6 月毛利率	2016 年毛利率	2016 年 1-6 月毛利率	2017 半年度与 2016 半年度毛利率增减	2016 年度与 2016 半年度毛利率增减
诺邦股份	22.43%	25.35%	27.40%	-4.97%	-2.05%
欣龙控股水刺产品	16.76%	14.64%	19.34%	-2.58%	-4.70%
金春股份	-	23.54%	24.68%	-	-1.14%
延江股份打孔无纺布	33.22%	36.91%	40.73%	-3.69%	-7.51%

欣龙控股（000955）：主要产品水刺无纺布及无纺深加工制品、熔纺无纺布等，上表所列为水刺产品

金春股份：安徽金春无纺布有限公司原为新三板挂牌企业，现已终止挂牌。上表数据来源：公司创业板首次公开发行股票招股说明书（申报稿），2017 年半年度数据未披露更新。

延江股份（300658）：主要产品为 3D 打孔无纺布（热风无纺布）和 PE 打孔膜，上表所列为打孔无纺布。

诺邦股份、欣龙控股（水刺产品）、金春股份以水刺产品为主，其原材料主要为粘胶和涤纶纤维，受原材料价格上涨因素的影响，行业内可比公司毛利率均有

所下降。

(4) 公司主要原材料供应商、采购占比，核心供应商情况

公司主要原材料供应商、采购占比情况见下表：

年份	供应商	采购金额	占当期采购总额的比例
		(万元)	
2017 半年度	唐山三友集团兴达化纤有限公司	6,430.83	38.65%
	仪征化纤股份有限公司经销商	2,660.11	15.99%
	浙江海联热电股份有限公司	868.80	5.22%
	兰精(南京)纤维有限公司	829.98	4.99%
	国网浙江杭州市余杭区供电公司	807.87	4.86%
	合计	11,597.59	69.70%
2016 年	唐山三友集团兴达化纤有限公司	12,355.41	34.78%
	仪征化纤股份有限公司经销商	4,835.65	13.61%
	德国 KelheimFibresGmbH	3,796.56	10.69%
	国网浙江杭州市余杭区供电公司	1,841.38	5.18%
	浙江海联热电股份有限公司	1,594.58	4.49%
	合计	24,423.57	68.75%
2015 年	唐山三友集团兴达化纤有限公司	7,994.27	25.16%
	仪征化纤股份有限公司代理商	5,074.84	15.97%
	德国 KelheimFibresGmbH	3,509.31	11.04%
	国网浙江杭州市余杭区供电公司	2,035.93	6.41%
	浙江海联热电股份有限公司	1,602.12	5.04%
	合计	20,216.47	63.62%
2014 年	唐山三友集团兴达化纤有限公司	8,259.86	26.21%
	仪征化纤股份有限公司代理商		24.11%
		7,598.51	
	德国 Kelheim Fibres GmbH	3,624.62	11.50%
	国网浙江杭州市余杭区供电公司		5.74%
		1,809.05	
	浙江海联热电股份有限公司		5.20%
	1,637.46		
	合计	22,929.50	72.76%

由上表可知，公司前 5 大供应商采购保持稳定，其中唐山三友集团兴达化纤有限公司本年金额占比较大，因原材料价格上涨，公司采购占比也有所上升。

公司于 2004 年开始与唐山三友开展合作，主要向其采购粘胶纤维，作为生产水刺非织造材料的主要原材料，通过长期的合作，双方已建立了稳定的合作关系，公司不存在对核心供应商的依赖。本轮原材料价格上涨主要系市场供求关系变化所致。

2. 半年报披露，公司生产线规模在国内水刺非织造材料行业处于领先水平，2017年上半年实现营业收入2.38亿元，同比下降3.15%，实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润1583万元，同比下降39.80%。上半年全国规模以上非织造布企业的主营业务收入和利润总额分别达到763.65亿元和43.77亿元，分别同比增长6.30%和2.32%。请补充披露：（1）公司生产线规模与行业主要竞争对手的对比情况；（2）在行业整体保持增长且公司生产线规模领先的情况，公司营业收入和净利润均下降的原因。

（1）公司生产线规模与行业可比公司对比情况

诺邦股份与行业可比公司生产线产能及产能利用率见下表：

单位：吨

诺邦股份				安徽金春无纺布有限公司			
线别	设计产量	2016年产量	2016年产能利用率	线别	2016年产能	2016年产量	2016年产能利用率
1	1,000	1,224.48	122.45%	1	3,500.00	3,928.83	112.25%
2	1,800	2,260.27	125.57%	2	3,500.00	3,570.69	102.02%
3	2,000	2,311.60	115.58%	3	4,000.00	4,329.92	108.25%
4	3,500	3,718.99	106.26%	4	12,000.00	12,008.74	100.07%
5	5,000	5,099.86	102.00%	5	5,000.00	1,355.17	27.10%
6	4,000	4,207.25	105.18%	6	7,000.00	466.48	6.66%
7	3,000	2,122.29	70.74%				
8	12,000	3,686.34	30.72%				
合计	32,300.00	24,631.09	76.26%	合计	35,000.00	25,659.83	73.31%

数据来源：安徽金春无纺布股份有限公司创业板首次公开发行股票招股说明书（申报稿）

可比上市公司欣龙控股（000955），产业结构多样化，水刺产品是公司业务之一，无法取得主要生产线产能情况。延江股份（300658）主要产品为3D打孔无纺布（热风无纺布）和PE打孔膜，与公司属于非织造行业不同细分领域。

公司与金春股份规模相近，都属于水刺行业，各生产线年设计产能分别为32,300吨和35,000吨，总体产能利用率76.26%和73.31%。公司1-6号线年产能利用率均高于100%，7、8号线年产能利用率相对较低，原因系公司湿法产品部分订单转移，销售订单不足所致。

（2）在行业整体保持增长且公司生产线规模领先的情况，公司营业收入和

净利润均下降的原因

一、原材料价格上涨，水刺行业整体毛利率下降

原材料价格上涨带来成本上升导致利润的下降。公司所处水刺非织造行业属于非织造多种工艺的细分领域之一，由于报告期内原材料价格上涨，欣龙控股（水刺产品）、金春股份等与公司同属非织造行业水刺细分领域的公司毛利率均下降。

二、公司产品销售因素影响

由于国内外行业竞争者通过技术研发，突破了湿法产品技术瓶颈，降低了行业进入壁垒，形成了激烈的市场竞争，导致本年湿法产品市场供大于求，价格波动较大。因此，由于公司湿法产品销售价格下降以及部分订单的转移，加之，原材料价格的大幅上涨，民用清洁类销售收入较去年同期下降。

公司为应对激烈的市场竞争，积极快速地调整产品结构至“高质、高价、高品”，得益于公司对产品结构及销售价格的有效调整，美容护理类、工业用材类产品销售收入增加，毛利率基本保持稳定。

3. 半年报披露，全资子公司邦怡科技与杭州神讯电子商务有限公司（以下简称神讯电子商务）签署了品牌新零售战略合作协议，为“建设品牌新零售渠道”项目取得成功奠定了良好的基础，双方共同出资成立了杭州邦怡讯科技有限公司。但截至报告期末，公司向神讯电子商务拆借资金余额 20 万元。请补充披露：（1）神讯电子商务的主要财务数据和主营业务，以及新零售渠道建设的具体模式和代表性案例；（2）公司新零售渠道建设的具体内容和目前进展，公司与神讯电子商务的具体合作内容；（3）上述拆借资金的具体用途，上述合资成立公司的注册资本、各出资人股权比例、实缴出资额和资金来源；（4）对照本所《股票上市规则》第 2.6 条、第 2.11 条，说明公司信息披露是否存在误导性陈述和广告宣传性词句。

（1）截止 2017 年 6 月 30 日，神讯电子商务主要信息：

统一社会信用代码	913301103418382588
法定代表人	甘雪梅
注册资本	100 万元
住所	杭州市余杭区余杭街道禹航路 66-3 号 1 幢 903 室
营业期限	2015 年 07 月 03 日至长期
主营业务	销售（含网上销售）：日用百货、机械

	设备、电子产品（除电子出版物）、床上用品、化妆品、家具用品、玩具、艺术品（除文物）；技术研发、技术服务、技术咨询、成果转让；电子商务技术、信息技术、计算机软硬件；服务：企业形象策划、商务信息咨询（除证券、期货）、企业管理咨询、会议服务。
总资产	65.02 万元
净资产	32.32 万元
营业收入	0 万元
净利润	-15.63 万元

注：上述财务数据未经审计。

一、神讯电子商务渠道建设具体模式：

与企业组建新公司的合作，新公司通过代理+运营模式输出+培训服务输出，主要以微商，电商，实体，异业等多渠道方式推广。

二、神讯电子商务典型案例：王老吉肯爱新零售。

王老吉药业与国内特殊膳食企业广东某公司联合推出特殊膳食食品。杭州神讯电子商务有限公司与该公司联合合作成立新公司，共同经营，目前已经完成团队组建，品牌设计，进入招商阶段。招商主要从三方面着手：微商渠道、电商渠道和线下医药连锁。

（2）公司合作具体内容和目前进展

以公司现有资源为基础，神讯电子商务通过打造邦怡系列产品品牌，建设多元化营销渠道，共同投资成立新公司，组建全新的运营团队，依托互联网，通过创意策划，让主打产品——干湿巾在流通领域、销售领域、线上服务、线下体验和现代物流过程快速运转，组建线上、线下社群，优化消费者购物体验，将“店商、电商，新零售服务商”融合。目前已合资成立杭州邦怡讯，完成运营团队组建，为品牌宣传策划并进入招商阶段。

（3）资金拆借用途及新公司情况

一、上述资金拆借款系公司向神讯电子商务提供的新公司前期开办费，已于2017年8月7日归还。双方协议约定，前期启动资金20万，神讯电子商务向公司借款的形式出具，待新公司成立后，归还借款。

二、杭州邦怡讯科技有限公司注册资本为80万元，于2017年7月3日成立。

	注册资本	占比	实缴出资额	资金来源
邦怡科技	40.80 万元	51%	156.80 万元	自有资金
神讯电子商务	39.20 万元	49%	39.20 万元	自有资金
合计	80.00 万元	100%	196.00 万元	

邦怡科技占比：51%，实际投入现金：156.80 万元，其中 40.80 万元计入注册资本，116.00 万元计入资本公积；神讯电子商务占比：49%，实际投入现金：39.20 万元，全部计入注册资本。

(4)“建设品牌新零售渠道”是多渠道的销售方式的拓展，通过线上线下的有机结合，打造终端消费市场的自由品牌，是邦怡科技定位于中产品主线，通过创新机制实现品牌效益的发展思路。公司半年报向广大投资者说明本次合作所为新公司的成立是公司对于自由品牌建设所做的经营建设，不存在误导性陈述和广告宣传性词句。

4. 半年报披露，公司具备持续研发创新能力，不断开拓水刺非织造材料的应用领域和开发高附加值的新产品。报告期内，公司研发支出 829.59 万元，同比下降 2.66%。请补充披露：(1) 自 2013 年以来，公司历年研发投入、资金主要用途、技术人员数量；(2) 核心研发团队和主要研发项目及研发成果；(3) 高附加值的新产品名称、核心产品优势、投产时间、近 3 年产销量、毛利率、销售收入占营业收入的比例。

(1) 公司历年研发投入、资金主要用途、技术人员数量见下表：

时间	资金主要用途	研发投入（万元）	人员数量（人）
2013 年	人员人工费用	327.15	62
	直接投入	818.66	
	折旧费	87.81	
	其他费用	70	
	小计	1303.62	
2014 年	人员人工费用	476.3	62
	直接投入	908.7	
	折旧费	75.54	
	其他费用	108.09	
	小计	1,568.63	
2015 年	人员人工费用	618.67	76
	直接投入	919.66	
	折旧费	123.81	

	其他费用	67.62	
	小计	1,729.76	
2016年	人员人工费用	686.23	85
	直接投入	660.68	
	折旧费	300.36	
	其他费用	18.4	
	委外研究开发费	45.96	
	小计	1,711.63	
2017年1-6月	人员人工费用	372.4	85
	直接投入	282.81	
	折旧费	152.51	
	其他费用	21.87	
	小计	829.59	

(2) 核心研发团队和主要研发项目及研发成果

一、核心研发团队及核心成员介绍

公司设立专门的研发机构—技术中心，主要负责各项基础研究以及对上游材料、中游工艺、下游客户诉求配套的专业研发，为公司新技术、新工艺、新产品的研究与开发提供主动力；并负责新增生产线的前期产品结构设计、配置设计，参与安装、调试工作；负责新产品试生产阶段的研发、生产、验证工作，同时对现有设备、工艺和产品进行升级优化；负责项目实施的技术可行性评估；负责相关专利的申报、文本技术资料编制、专利的答辩维护；负责相关国家标准、行业标准、企业标准的起草、备案工作等。

截至2017年6月30日，以龚金瑞和陈建军为核心的技术人员带领的各类专业技术人员85人，专业领域涵盖机械、化工、纺织、印染、化纤等，形成了多层次、跨行业、综合性、复合型研发队伍，具备业内领先的技术研发实力。公司研发团队核心成员：

核心成员	工作经历
龚金瑞先生，1971年10月出生，中国国籍，无境外永久居留权；中专学历，中共党员。	历任杭州育豪水刺布有限公司总经理助理，宁波育豪水刺布有限公司总经理助理，锦江水刺布有限公司总经理助理，余杭思进无纺布有限公司总经理助理，杭州诺邦无纺股份有限公司副总经理，杭州诺邦无纺股份有限公司董事会秘书；现任本公司副总经理。
陈建军先生，1971年11月出生，中国国籍，无境外永久居留权；硕士学历，中共党员，高级工程师、质量工	历任杭州五丰冷食有限公司工艺主管，杭州西湖啤酒朝日股份有限公司酿造部副部长、酿造部部长、技术部部长兼生产副总监，杭州玫隆食品有限公司生产总监；现任本公司微生物工程师。

工程师。	
------	--

二、核心研发项目及研发成果

近三年主要研发项目和研发成果如下：

主要研发项目	研发成果
1、双料混编圆网技术； 2、纤维内支撑联动技术。	超薄高透直溶型生物质纤维材料
1、无干扰稳流技术； 2、湿态成形水刺一体技术； 3、无缝高压水刺技术。	高柔匀质超细旦合成纤维材料
1、侧推进纤维液相分散混合技术； 2、变频双压盘磨技术； 3、纤维表面甩切预处理技术； 4、双网夹持匀整水刺技术。	极速分散全降解生物质再生纤维材料
1、集束水针原纸浆粕预分解技术； 2、在线双烘双浸双轧技术； 3、流体压强内支撑式轧液整理技术。	生物防护功能性医卫纤维材料
1、温感凝水保湿整理技术； 2、细旦 LC 纤维高速梳理技术； 3、亲水复合疏水材料正反多道递增水力缠结技术。	吸湿锁液多功能纤维复合材料

(3) 高附加值产品情况

一、高附加值产品名称及核心优势

新产品名称	核心产品优势	投产时间
高吸附护理材料	产品具有较强的脏污吸附能力，可有效吸出毛孔脏物和多余油脂，清洁力强；具有较大的静摩擦力，表现为较强的皮肤贴合抓肤力，舒适感和去污力更强。	2017
超薄高透水刺材料	产品具有极致轻透、薄如蝉翼、舒适服帖、透气安全等特点，相比行业内同类产品，产品在低克重下的均匀性更好，解决了同类产品厚重不服帖或者低克重稀疏不均匀等问题，具有更佳的用户体验感。	2016
提花湿巾材料	产品与常规湿巾材料相比，不仅具有优美的外观，且具有超高三维立体结构，手感蓬松柔软，并具有较高的摩擦力，更优的清洁效果，不含重金属、甲醛、致病菌等，卫生清洁，使用安全。	2014
散立冲	产品具有高抱合低缠结的结构特点，呈现出湿态下较好的使用强力，以及水冲快速分散的特殊性能，相比较行业内同类产品，分散性更优异，晃动箱 10min 测试通过率为 100%。	2013
耐洗型卫生	产品具有网孔清晰、质地柔软、不掉绒、纳污率高等优异的擦拭去污能力以及多次使用的尺寸稳定	2013

清洁材料	性，在代替传统纺织品擦拭清洁材料的同类产品中，产品的去污能力更强，耐洗次数更多，提高清洁功能的同时降低使用成本。	
木浆复合水刺材料	主要应用于工业擦拭、电子擦拭及医疗卫生领域，对产品的吸液性、掉屑性具有较好的要求。本产品相比较行业内同类产品，具有更优异の木浆纤维预分解穿插缠结结构，因此具有更优异的复合性（不易分层）和掉屑性（不易掉屑）。	2013

二、高附加值产品销售情况分析

高附加值产品产销量见下表：

新产品名称	投产时间	产量（吨）			销量（吨）		
		2017年1-6月	2016年	2015年	2017年1-6月	2016年	2015年
高吸附护理材料	2017	43.51	-	-	40.92	-	-
超薄高透水刺材料	2016	33.38	167.16	-	28.92	167.16	-
提花湿巾材料	2014	997.38	2,853.06	2,642.84	979.25	2,817.22	2,610.41
散立冲	2013	1,575.66	5,822.33	5,797.07	1,550.71	5,804.20	5,768.07
耐洗型卫生清洁材料	2013	147.41	482.19	205.05	140.74	477.04	200.54
木浆复合水刺材料	2013	817.91	1,458.68	2,020.66	799.90	1,453.60	2,015.93
合计		3,615.25	10,783.42	10,665.61	3,540.44	10,719.21	10,594.94

高附加值产品毛利率及营销占比见下表：

新产品名称	投产时间	毛利率			销售收入占营业收入的比例		
		2017年1-6月	2016年	2015年	2017年1-6月	2016年	2015年
高吸附护理材料	2017	39.57%	-	-	1.02%	-	-
超薄高透水刺材料	2016	34.98%	44.18%	-	0.66%	1.85%	-
提花湿巾材料	2014	25.68%	32.46%	32.79%	9.01%	10.71%	10.05%
散立冲	2013	14.51%	28.68%	39.00%	13.45%	23.00%	26.25%
耐洗型卫生清洁材料	2013	33.33%	29.49%	40.70%	1.12%	1.55%	0.73%
木浆复合水刺材料	2013	27.34%	35.68%	32.63%	6.23%	5.18%	7.55%
合计					31.49%	42.29%	44.58%

公司坚持差异化、高端化的经营理念，通过技术创新和产品研发不断推出高附加值的新产品，2016 和 2015 年两年产量、毛利率及营收占比基本保持稳定。2017 年上半年较去年同期下降，主要系原材料价格上涨及部分订单转移所致。

5. 上市公告书披露，公司首发上市实际募集资金净额 3.51 亿元。截至 2017 年 6 月 30 日，除将“年产 5000 吨水刺复合环保非织造材料技改项目”变更为“多功能复合生产线技改项目、高端清洁水刺材料生产线技改项目”，以及偿还银行借款 4000 万元外，公司年产 15000 吨产业用水刺复合非织造材料项目和研发中心建设项目投入进度均为 0%。同时，公司闲置募集资金购买银行理财产品余额 3.02 亿元。招股说明书披露，通过年产 15000 吨产业用水刺复合非织造材料项目，公司将有效解决产能瓶颈问题，并把握高端非织造材料快速增长的机遇。请补充披露：（1）公司目前各主要生产线的产能、产能利用率和产销量；（2）年产 15000 吨产业用水刺复合非织造材料项目投入进度为 0%的原因，对公司生产经营的影响；（3）募集资金项目研发中心建设投入进度为 0%的原因，以及对公司生产经营和研发计划的影响；（4）结合公司收入下降、上述募投项目尚未开始投入的情况，说明公司募投项目的可行性分析是否准确。

（1）公司各生产线产能情况

各主要生产线的产能、产能利用率见下表：

线别	年设计产量(吨/年)	2017 年 1-6 月实际产量 (吨)	2016 年 1-6 月实际产量 (吨)	2017 年 1-6 月 产能利用率	2016 年 1-6 月 产能利用率	产能利用率增减比例
1	1,000	535.62	581.89	107.12%	116.38%	-9.25%
2	1,800	1,167.69	1,080.23	129.74%	120.03%	9.72%
3	2,000	1,162.49	1,065.51	116.25%	106.55%	9.70%
4	3,500	1,883.15	1,703.99	107.61%	97.37%	10.24%
5	5,000	2,376.45	2,511.60	95.06%	100.46%	-5.41%
6	4,000	2,038.92	2,027.74	101.95%	101.39%	0.56%
7	3,000	1,507.98	935.77	100.53%	62.38%	38.15%
8	12,000	120.45	1,846.41	2.01%	30.77%	-28.77%
合计	32,300.00	10,792.76	11,753.14	66.83%	72.77%	-5.95%

注：半年产能利用率=实际产能/（年设计产能/2）

各主要生产线的产销量见下表：

线别	2017 年 1-6 月	2016 年 1-6 月	2017 年 1-6	2016 年 1-6	产销量
----	--------------	--------------	------------	------------	-----

	销量 (吨)	销量 (吨)	月产销量	月产销量	增减
1	562.40	661.69	105.00%	113.71%	-8.71%
2	1,034.50	1,106.24	88.59%	102.41%	-13.81%
3	1,126.41	1,070.69	96.90%	100.49%	-3.59%
4	1,866.92	1,752.23	99.14%	102.83%	-3.69%
5	2,203.26	2,520.97	92.71%	100.37%	-7.66%
6	2,002.50	1,997.27	98.21%	98.50%	-0.28%
7	1,523.12	762.77	101.00%	81.51%	19.49%
8	110.23	1,883.08	91.52%	101.99%	-10.47%
合计	10,429.34	11,754.94	96.63%	100.02%	-3.38%

公司 2017 年半年度 1-6 号线产能利用率基本处于饱和状态，销售量变动不大，公司整体产销率基本保持稳定。由于湿法产品市场竞争激烈，价格竞争导致部分订单的转移，7、8 号线产能及销量变化较大，为更好更快地应对市场变化，公司正对 8 号线进行技术改造，将原生产单一湿法产品的 8 号生产线改成湿法、干法及干湿混合生产线。由于 8 号线技术改造，公司将 8 号线产品转移 7 号线进行生产以提高生产效率，导致其产量较低。

(2) 年产 15000 吨产业用水刺复合非织造材料项目投入进度为 0% 的原因及影响

一、项目进度正常

2017 年上半年，因需要对年产 15000 吨产业用水刺复合非织造材料项目建设用地进行地质勘探并施工图设计，项目投入进度为 0%，2017 年下半年，建设单位已进场进行施工，项目进度正常开展，相关投入体现在下半年。

二、湿法产品市场竞争激烈

虽然湿法产品市场国内正处于培育期，加之，国内外行业竞争者通过技术研发，突破了湿法产品技术瓶颈，降低了行业进入壁垒，形成了激烈的市场竞争、价格竞争，但是随着国内消费习惯的不断提升以及环保观念的逐步改善，该市场未来发展可期，按原计划项目建设周期为 2 年，项目整体尚处于建设期，公司将根据市场变化适时调整。

三、公司积极应对

公司为应对激烈的市场竞争，积极快速地调整产品结构至“高质、高价、高品”，除民用清洁类外其他类别产品销售收入均有所增加且毛利率比较稳定，美容护理类、工业用材类产品，得益于公司对产品结构及销售价格的有效调整。同

时，公司正对 8 号线进行技术改造，将原生产单一湿法产品的 8 号生产线改成湿法、干法及干湿混合生产线以应对目前的市场需求。

(3) 募集资金项目研发中心建设投入进度为 0%的原因及影响

一、坚持持续研发创新能力

公司始终坚持以科技创新和人才建设为中心来打造企业的核心竞争力，实施差异化的经营策略，技术研发紧跟国际最新发展方向，新产品接轨国际市场，不断开拓水刺非织造材料的应用领域和开发高附加值的新产品。

公司于 2015 年 4 月 15 日成立中心实验室，主要负责公司原材料、辅料的检测；非织造布、湿巾产品的理化微生物检测；以及样品委托测试和出具报告。2017 年上半年，经中国合格评定国家认可委员会（CNAS）专家组严格审查，并于 2017 年 7 月成功获得了实验室国家认可证书。

二、项目进度正常

2017 年上半年，公司投入主要精力于 CNAS 认证，研发中心建设项目投入将于下半年有所体现，公司 8 条水刺生产线均以不同的技术路线以及模块化的设计，在产品功能的实现上具有独到的优势，目前在满足生产需要的同时，也能兼顾到各条生产线产品研发的进行，不会对公司生产经营产生影响。

(4) 募投项目情况分析

一、项目进度正常

年产 15000 吨产业用水刺复合非织造材料项目和研发中心建设项目进度正常，项目投入在 2017 年下半年将有所体现。

二、市场竞争激烈，公司积极应对

公司收入下降主要系原材料价格上涨，加之，国内外行业竞争者通过技术研发，突破了湿法产品技术瓶颈，降低了行业进入壁垒，形成了激烈的市场竞争，导致本年湿法产品市场供大于求，价格波动较大，公司针对当前的市场情况，对 8 号线进行技术改造，将原生产单一湿法产品改成湿法、干法及干湿混合生产线。

1) 湿法产品市场未来可期

公司募投项目年产 15000 吨产业用水刺复合非织造材料项目建设周期为 2 年，该募投项目可行性研究分析报告编制于 2014 年，基于当时国内市场及水刺产业发展前景及当时公司生产线已经产能饱和的情况，公司认为湿法产品符合未

来可持续发展的环保及健康卫生理念，其市场前景巨大。但是，由于国内该消费市场增长相对缓慢，目前仍处于培育期，爆发式增长尚未出现，公司也将根据市场变化适时调整。

公司将继续坚持差异化、高端化的经营理念，不断在产品工艺及性能上提升，并坚信随着国内消费市场对环境保护和健康卫生理念的不断提升，湿法产品市场未来可期。

2) 公司积极调整产品结构

公司为应对激烈的市场竞争，积极快速地调整产品结构至“高质、高价、高品”，公司针对产品结构及销售价格的有效调整。同时，公司充分利用自身技术优势与产品优势，“椰炭面膜材料”全新问世，将作为公司今年的明星产品来打造！

3) 上下游产业链整合

公司拟以现金收购杭州国光旅游用品有限公司51%的股权，通过本次重大资产重组，公司将在原有的产品和业务领域基础之上，继续拓展下游非织造材料制品业务领域，实现产业链整合，以加速从水刺非织造材料到制品业务的产业布局，扩大公司的业务规模，提升行业影响力，提高抗风险和可持续发展能力。”

敬请广大投资者注意投资风险。

特此公告。

杭州诺邦无纺股份有限公司

董事会

2017年9月18日