

安徽开润股份有限公司

与

招商证券股份有限公司

关于

安徽开润股份有限公司向特定对象发行股票申请文件

反馈意见的回复

(二次修订稿)

二零二零年八月

深圳证券交易所:

根据中国证券监督管理委员会《中国证监会行政许可项目审查一次反馈意见通知书》(201073 号)(以下简称“反馈意见”)的要求,安徽开润股份有限公司(以下简称“开润股份”、“发行人”或“公司”)会同保荐机构招商证券股份有限公司(以下简称“招商证券”、“保荐机构”)及发行人律师上海市广发律师事务所(以下简称“广发律师”)、发行人会计师容诚会计师事务所(特殊普通合伙)(以下简称“容诚所”)对反馈意见所提问题逐项进行了核查和落实,具体说明如下:

本反馈意见回复财务数据若出现总数与各分项数值之和尾数不符的情况,均为四舍五入原因造成。

如无特别说明,本反馈意见回复中货币指人民币,简称与《安徽开润股份有限公司 2020 年创业板向特定对象发行 A 股股票之尽职调查报告》中的简称具有相同含义。

目 录

- 1、本次拟募集资金 69,500.67 万元用于印尼箱包生产基地、滁州米润科技有限公司时尚女包工厂项目、安徽开润股份有限公司信息化建设项目及补充流动资金项目，上述项目投资均以募集资金投入。请申请人补充说明：（1）募投项目是否经有权机关审批或备案，并履行环评、土地等程序，涉及境外投资的，是否履行境外审批及环评、土地等程序，相关批复与募投项目实施内容是否一致，是否在有效期限内，是否符合《关于进一步引导和规范境外投资方向的指导意见》（国办发[2017]74 号）等行业政策规定；（2）项目投资数额安排明细、测算依据及过程，各项投资构成是否属于资本性支出，相关补流比例是否符合规定；（3）项目建设进展、募集资金使用进度安排，本次募集资金是否会用于置换董事会决议日前已投资金额；（4）2020 年 1 月 23 日，申请人公开发行可转债在深交所上市交易。募集资金拟投资于“滁州米润科技有限公司优质出行软包制造项目”和补充流动资金。本次募投项目与现有业务及前次募投项目的区别和联系，是否存在重复建设；（5）实施主体是否具有必要的人员、技术、资源、市场等储备，结合行业竞争、市场容量、在手订单或意向性订单等情况说明新增产能规模的合理性及消化的具体措施；（6）募投项目预计效益测算依据、测算过程及谨慎合理性；（7）结合账面资金、现金流、理财产品持有情况等分析说明本次募集资金的必要性及规模的合理性。请保荐机构、律师发表核查意见。..... 5
- 2、申请人 2019 年公开发行可转债募集资金，截至目前项目尚未开工。请申请人补充说明：（1）前次可转债募投项目进度是否与计划相符，是否存在延期，是否可能变更；（2）前次可转债发行未使用完毕的募集资金的后续使用安排，前次募投项目尚未开工情况下再次进行融资建设的必要性及合理性。请保荐机构对上述事项进行核查，并就发行人是否存在频繁融资、过度融资情形发表明确意见。..... 57
- 3、报告期内发行人来自境外市场的收入占比约 40%，此外，申请人存在多家境外子公司。请补充说明：（1）报告期内申请人境内外销售模式、定价模式、主要产品及金额、收入确认时点及依据、信用政策及最近一期应收账款期后回款情况；（2）申请人

与主要客户的合作模式及可持续性，是否存在变动风险。请保荐机构发表核查意见，请会计师说明外销业务真实性、准确性采取的核查措施、核查范围及意见。 . 66

4、2019 年末申请人存货账面价值 5.41 亿元。请申请人说明：(1)截至最近一期末存货结构及库龄情况；(2)结合期末在手订单、采购及生产模式说明存货金额及结构的合理性；(3)结合同行可比公司情况、主要产品销售价格及原材料价格变动情况说明各期末存货跌价准备是否充分计提。请保荐机构及会计师发表核查意见。 . 77

5、2019 年 2 月申请人完成印尼宝岛工厂和印尼宝岛物业 100%股权的收购，股权转让款合计为 2,280 万美元，新增商誉在购买日金额为 8,758.72 万元，2019 年末账面价值 9,122.70 元。请申请人补充说明截至目前标的资产整合效果，商誉减值测试依据、过程及谨慎合理性，结合商誉规模补充说明未来相关资产减值对企业经营业绩的影响。请保荐机构及会计师发表核查意见。 93

6、请申请人补充说明：(1)2019 年合并印尼宝岛工厂及印尼宝岛物业新增其他应付款往来款近 3000 万元，往来款形成原因及商业合理性；(2)研发费用-社会机构服务费形成及增长的原因与合理性，研发费用归集是否准确。请保荐机构及会计师发表核查意见。 101

7、请申请人补充说明董事会决议日前六个月至今，公司实施或拟实施的财务性投资及类金融业务的具体情况，最近一期末是否持有金额较大、期限较长的财务性投资(包括类金融业务)情形。 107

1、本次拟募集资金 69,500.67 万元用于印尼箱包生产基地、滁州米润科技有限公司时尚女包工厂项目、安徽开润股份有限公司信息化建设项目及补充流动资金项目，上述项目投资均以募集资金投入。请申请人补充说明：（1）募投项目是否经有权机关审批或备案，并履行环评、土地等程序，涉及境外投资的，是否履行境外审批及环评、土地等程序，相关批复与募投项目实施内容是否一致，是否在有效期内，是否符合《关于进一步引导和规范境外投资方向的指导意见》（国办发[2017]74 号）等行业政策规定；（2）项目投资数额安排明细、测算依据及过程，各项投资构成是否属于资本性支出，相关补流比例是否符合规定；（3）项目建设进展、募集资金使用进度安排，本次募集资金是否会用于置换董事会决议日前已投资金额；（4）2020 年 1 月 23 日，申请人公开发行可转债在深交所上市交易。募集资金拟投资于“滁州米润科技有限公司优质出行软包制造项目”和补充流动资金。本次募投项目与现有业务及前次募投项目的区别和联系，是否存在重复建设；（5）实施主体是否具有必要的人员、技术、资源、市场等储备，结合行业竞争、市场容量、在手订单或意向性订单等情况说明新增产能规模的合理性及消化的具体措施；（6）募投项目预计效益测算依据、测算过程及谨慎合理性；（7）结合账面资金、现金流、理财产品持有情况等分析说明本次募集资金的必要性及规模的合理性。请保荐机构、律师发表核查意见。

【回复】

一、募投项目是否经有权机关审批或备案，并履行环评、土地等程序，涉及境外投资的，是否履行境外审批及环评、土地等程序，相关批复与募投项目实施内容是否一致，是否在有效期内，是否符合《关于进一步引导和规范境外投资方向的指导意见》（国办发[2017]74 号）等行业政策规定

（一）募投项目是否经有权机关审批或备案，并履行环评、土地等程序，涉及境外投资的，是否履行境外审批及环评、土地等程序，相关批复与募投项目实施内容是否一致，是否在有效期内

本次向特定对象发行已经公司第二届董事会第四十五次会议、2020年第二次临

时股东大会、第二届董事会第五十次会议审议通过。公司第三届董事会第三次会议审议通过《关于调整公司向特定对象发行A股股票方案的议案》，对本次发行方案进行调整，将本次向特定对象发行A股股票的募集资金总规模由不超过人民币69,500.67万元调整为不超过人民币67,350.67万元，本次募集资金用途中涉及募集资金总额及拟投入募集资金亦作相应调整。

本次向特定对象发行募集资金投资项目如下：

序号	项目名称	项目投资总额（万元）	募集资金拟投入额（万元）	实施内容
1	印尼箱包生产基地	29,308.04	29,308.04	建设200条生产线，及生产车间、中央仓等设施，预计年产1,848万只箱包。
2	滁州米润科技有限公司时尚女包工厂项目	15,196.47	13,196.47	购置42条时尚女包生产线等生产设备进行时尚女包的生产加工，项目建成后年产时尚女包248万件。
3	安徽开润股份有限公司信息化建设项目	4,996.16	4,996.16	采用“标准系统购置以及二次定制开发”和“部分模块定制化开发”相结合的方式的建设，拟建设并打通业务系统和数据系统两套系统，全面实现业务数据化。
4	补充流动资金	19,850.00	19,850.00	
合计		69,350.67	67,350.67	

1、印尼箱包生产基地项目

（1）境内审批情况

2020年3月25日，滁州米润科技有限公司已取得安徽省商务厅颁发的《企业境外投资证书》（境外投资证第（N3400202000026号）），变更事由为滁州米润科技有限公司申请对在印度尼西亚成立宝岛箱包（印度尼西亚）有限公司增资，增资金额4,247.54万元美元。证书有效期为2年。

2020年3月24日，滁州米润科技有限公司取得安徽省发展和改革委员会颁发的《境外投资项目备案通知书》（皖发改外资函（2020）17号），对于新设印尼箱包生产基地项目予以备案；2020年4月23日，滁州米润科技有限公司取得安徽省发展和改革委员会《关于同意变更滁州米润科技有限公司新设印尼箱包生产基地项目有关事项的批复》（皖发改外资函（2020）185号），同意将项目建设内容“286

条生产线（年产 1586 万只箱包）”调整为“200 条自动化程度更高的生产线（年产 1848 万只箱包）”。备案通知书有效期 2 年。

（2）境外审批情况

根据印度尼西亚当地律所 Sutedja & Associates 出具的《印尼箱包生产基地法律意见》，印尼箱包生产基地建设需要完成以下清单所列文件：

进程	所需政府文件清单
项目建设	1. 企业标识号（“NIB”） 2. 空间规划信息函
项目完成	1. NIB; 2. 空间规划信息函; 3. 环境评估报告。

印尼箱包生产基地募投项目实施主体 PT. Formosa Bag Indonesia 已取得了有关该项目建设的政府文件，并且印尼子公司获得了建造一家从事布袋、箱包领域的工厂的许可，不存在未来建设中的任何重大法律障碍和不确定性。

①企业标识号（NIB）

PT. Formosa Bag Indonesia 于 2020 年 4 月 21 取得了更新后的 NIB 证书，允许印尼子公司的产能增加每年 1,848 万件。通过 OSS 签发的 NIB 足以满足当前适用的法律和法规，作为在印尼投资注册的证明。

②空间规划信息函

PT. Formosa Bag Indonesia 已完成土地收购流程，并经特定土地公证员（“PPAT”）确认。土地收购的指定用途分区旨在建立一个生产布袋、箱包和从事其他相关业务的工厂。

③环境评估报告

环境评估报告并非项目建设的必要条件，在该项目建设完成前需要取得相关环境评估影响许可证，PT. Formosa Bag Indonesia 目前正在申请环境评估影响许可。

综上，印尼箱包生产基地项目已取得了印尼当地法律法规要求的建设所需的相关文件。

(3) 土地落实进展情况

本次募投项目计划用地 92.6 亩（61740 平方米）。根据印度尼西亚当地律所 Sutedja & Associates 出具的《印尼箱包生产基地法律意见》，PT. Formosa Bag Indonesia 已完成该项目所需土地的购买，并经特定土地公证员（“PPAT”）确认。

2、滁州米润科技有限公司时尚女包工厂项目

(1) 备案及环评情况

公司全资子公司滁州米润科技有限公司于2020年3月12日在滁州经开区发展改革委完成“滁州米润科技有限公司时尚女包工厂项目”备案，并取得《滁州经开区发展改革委项目备案表》（项目代码：2020-341160-17-03-005141）。备案表有效期为2年。

2020年4月23日，滁州米润科技有限公司取得滁州市生态环境局出具的《关于<滁州米润科技有限公司时尚女包工厂项目环境影响报告表>的批复》（滁环[2020]110号），同意本项目的建设。环评文件有效期为5年。

(2) 土地落实进展情况

滁州米润科技有限公司优质出行软包制造项目的实施主体为滁州米润科技有限公司，是公司的全资子公司，项目选址位于滁州市扬子路徽州路路口西北角，项目总占地面积为40.4亩。

滁州米润已取得上述募投项目用地的土地所有权证，不动产权证书编号为（皖（2019）滁州市不动产权第0022772号）。

3、安徽开润股份有限公司信息化建设项目

(1) 备案及环评情况

安徽开润股份有限公司于2020年3月12日在滁州经开区发展改革委完成“安徽开润股份有限公司信息化建设项目”备案，并取得《滁州经开区发展改革委项目备案表》（项目代码：2020-341160-65-03-005071）。备案表有效期为2年。

信息化建设项目不在《建设项目环境影响评价分类管理目录》规定的范围，因

此该项目无需进行环境影响评价。

(2) 土地落实进展情况

项目的实施地址位于安徽省滁州市同乐路1555号，在公司现有办公场地实施，不涉及新增土地及房屋建设事项。

4、补充流动资金项目

补充流动资金项目未涉及固定资产投资，根据国家发展和改革委员会颁布的《企业投资项目核准和备案管理办法》相关规定，该项目无需备案。

补充流动资金项目不在环境保护部《建设项目环境影响评价分类管理目录》规定的范围，因此该项目无需进行环境影响评价。

补充流动资金项目无需履行土地程序。

本次向特定对象发行募投项目实施内容与相关批复文件内容一致，且该等批复均在有效期限内。

(二) 募投项目是否符合《关于进一步引导和规范境外投资方向的指导意见》（国办发[2017]74号）等行业政策规定

2017年8月4日，国家发改委、商务部、人民银行、外交部联合发布《关于进一步引导和规范境外投资方向的指导意见》（以下简称“《指导意见》”），《指导意见》对企业境外投资进行了规范和引导，将企业境外投资分为“鼓励开展的境外投资”、“限制开展的境外投资”，以及“禁止开展的境外投资”三大类。

其中“限制开展的境外投资”包括以下投资情形：（1）赴与我国未建交、发生战乱或者我国缔结的双多边条约或协议规定需要限制的敏感国家和地区开展境外投资；（2）房地产、酒店、影城、娱乐业、体育俱乐部等境外投资；（3）在境外设立无具体实业项目的股权投资基金或投资平台；（4）使用不符合投资目的国技术标准要求的落后生产设备开展境外投资；（5）不符合投资目的国环保、能耗、安全标准的境外投资。

“禁止开展的境外投资”包括以下投资情形：（1）涉及未经国家批准的军事工

业核心技术和产品输出的境外投资；(2) 运用我国禁止出口的技术、工艺、产品的境外投资；(3) 赌博业、色情业等境外投资；(4) 我国缔结或参加的国际条约规定禁止的境外投资；(5) 其他危害或可能危害国家利益和国家安全的境外投资。

本次境外募投项目“印尼箱包生产基地项目”建设地印尼属于“一带一路”沿线国，项目建成后将实现年产1848万只箱包的产能，不属于上述“限制开展的境外投资”或“禁止开展的境外投资”所包括的投资情形，符合《关于进一步引导和规范境外投资方向的指导意见》（国办发[2017]74号）等行业政策规定。

二、项目投资数额安排明细、测算依据及过程，各项投资构成是否属于资本性支出，相关补流比例是否符合规定

(一) 印尼箱包生产基地

本项目投资总额为 29,308.04 万元，拟全部使用募集资金投入，项目具体投资情况如下：

单位：万元

项目投资明细	投资金额	拟使用募集资金
建筑工程	20,035.00	20,035.00
机器设备	9,240.19	9,240.19
其他设备	32.85	32.85
合计	29,308.04	29,308.04

本项目的投资明细情况如下：

1、建筑工程

本项目拟投资 20,035 万元用于生产、仓储和办公场地，合计建筑面积 109,000 平方米。

序号	项目名称	面积 (m ²)	单价 (元)	金额 (万元)
1	生产车间	58,000	1,750	10,150
2	仓储	42,000	1,850	7,770
3	办公场地	9,000	2,350	2,115

序号	项目名称	面积 (m ²)	单价 (元)	金额 (万元)
	合计	55,000		20,035

2、机器设备投资

本项目拟投资 9,240.19 万元用于机器设备购置及安装,其中仓库设备投资金额为 968.20 万元,冲床设备投资金额为 2,091.40 万元,生产线投资金额为 5,740.58 万元,安装工程投入按设备投资的 5%计算为 440.01 万元。

具体明细如下:

序号	类别	设备名称	数量	单价 (元)	金额 (万元)
1	仓库	货架	200	25,000.00	500.00
2		电动叉车	11	80,000.00	88.00
3		汽动叉车	9	140,000.00	126.00
4		卡板	10800	40.00	43.20
5		验布机	10	31,000.00	31.00
6		电缆、配件等	200	9,000.00	180.00
7	冲床	拉料台	20	15,000.00	30.00
8		自动裁床	8	980,000.00	784.00
9		自动冲床	13	520,000.00	676.00
10		手动冲床	58	70,000.00	406.00
11		裁条机	45	25,000.00	112.50
12		削边机	40	3,000.00	12.00
13		分条机	11	35,000.00	38.50
14		高周波	12	11,000.00	13.20
15		手工台	240	800.00	19.20
16	生产线	341 高车	1,400	6,000.00	840.00
17		小嘴高车	15	11,000.00	16.50
18		柱车	15	30,000.00	45.00
19		带切刀 DY 车	10	4,230.00	4.23
20		电脑 DY 车	4,400	3,500.00	1,540.00
21		电脑平车	400	2,900.00	116.00

序号	类别	设备名称	数量	单价(元)	金额(万元)
22		双针车	260	5,500.00	143.00
23		套结车	240	15,000.00	360.00
24		电脑车	400	37,000.00	1,480.00
25		电脑车	50	85,000.00	425.00
26		打钉机	61	10,500.00	64.05
27		气动铭牌机	10	10,200.00	10.20
28		架子	420	600.00	25.20
29		框子	7,600	50.00	38.00
30		坐凳	7,300	60.00	43.80
31		货凳	4,400	60.00	26.40
32		空压机	10	45,000.00	45.00
33		打包机	15	6,000.00	9.00
34		卡板	11,900	40.00	47.60
35		电缆、配件等	200	9,000.00	180.00
36		品检、包装台	420	800.00	33.60
37		激光切割机	12	40,000.00	48.00
38		热烫压胶机	20	9,000.00	18.00
39		电梯	14	130,000.00	182.00
合计					8,800.18

3、其他设备投入

其他设备投入主要为办公设备投入 32.85 万元。

综上，“印尼箱包生产基地”项目各项投资构成均属于资本性支出，均使用募集资金投入。

(二) 滁州米润科技有限公司时尚女包工厂项目

本项目投资总额为 15,196.47 万元，使用募集资金投入 13,196.47 万元，项目具体投资情况如下：

单位：万元

项目投资明细	投资金额	拟使用募集资金
建筑工程	9,730.00	8,467.02
机器设备	5,434.92	4,729.45
其他设备	31.55	-
合计	15,196.47	13,196.47

本项目的投资明细情况如下：

1、建筑工程

本项目拟投资 9,730.00 万元用于生产、仓储和办公场地，合计建筑面积 44,000 平方米。

序号	项目名称	面积 (m ²)	单价 (元)	金额 (万元)
1	生产车间	28,000	2,000	5,600.00
2	仓储	15,000	2,500	3,750.00
3	办公场地	1,000	3,800	380.00
	合计	44,000		9,730.00

2、机器设备投资

本项目拟投资 5,434.92 万元用于机器设备购置及安装，其中生产、仓储设备投资金额为 5,176.12 万元，安装工程投入按设备投资的 5% 计算为 258.81 万元。

具体明细如下：

序号	类别	设备名称	数量	单价 (元)	金额 (万元)
1	生产、 仓储	三菱 3300DY 车	210	10,600.00	222.60
2		JUKI 平车	42	4,600.00	19.32
3		精工 8B 高车	168	16,500.00	277.20
4		JUKI 小嘴高车	42	18,000.00	75.60
5		杜克普高车 669	84	39,500.00	331.80
6		金轮柱车 8365	42	26,500.00	111.30
7		金轮双针车 8171	13	7,100.00	9.23

序号	类别	设备名称	数量	单价(元)	金额(万元)
8		电脑花样机 2210R	84	27,000.00	226.80
9		电脑花样机 3020R	84	48,600.00	408.24
10		电脑花样机 4030RR	21	114,048.00	239.50
11		电脑花样机 6030RR	14	136,000.00	190.40
12		自动流水线/条	42	208,000.00	873.60
13		自动电压机/压唛机	42	29,000.00	121.80
14		双头高周波 8KW	3	36,000.00	10.80
15		自动打钉机	84	3,600.00	30.24
16		自动打孔机	42	3,200.00	13.44
17		热切带机	8	15,000.00	12.00
18		打鸡眼机	42	3,200.00	13.44
19		出骨机/包骨机	8	29,000.00	23.20
20		锁线机	42	2,800.00	11.76
21		包底机	4	44,000.00	17.60
22		小型胶水机 LHZ-012B	126	4,900.00	61.74
23		员工坐凳	1680	80.00	13.44
24		手工台面 900mm	630	400.00	25.20
25		包装台面 2000mm	168	850.00	14.28
26		带抽风装置的单人 台面	840	450.00	37.80
27		瑞洲自动开皮机	8	700,000.00	560.00
28		ATOM 小啤机 VS925	42	33,925.00	142.49
29		大铲皮机	8	185,800.00	148.64
30		鸿钢大啤机 40T	16	43,125.00	69.00
31		瑞安#930 拍纸机	8	41,400.00	33.12
32		瑞安#750 拍纸机	8	29,325.00	23.46
33		地球小铲皮机	84	18,400.00	154.56
34		皮革分条机	4	6,900.00	2.76
35		自动裁床开辅料	3	230,000.00	69.00
36		拉料台 8M	3	10,000.00	3.00

序号	类别	设备名称	数量	单价(元)	金额(万元)
37		断布机	3	3,000.00	0.90
38		压带机	3	6,785.00	2.04
39		白胶过胶机	11	3,800.00	4.18
40		视觉喷胶机	3	148,000.00	44.40
41		数控喷胶机	3	28,600.00	8.58
42		喷胶贴合一体机/套	3	265,000.00	79.50
43		输送带喷胶机	3	61,600.00	18.48
44		自动折边机	5	13,200.00	6.60
45		贴合机	3	9,000.00	2.70
46		自动包手挽机	5	8,250.00	4.13
47		自动喷胶折边机	3	16,500.00	4.95
48		喷胶折拉窗机	3	22,000.00	6.60
49		数控涂胶机	3	30,000.00	9.00
50		数控油边机 3020	3	350,000.00	105.00
51		自动旋转红外线烤箱	3	20,900.00	6.27
52		双边油边机	3	5,280.00	1.58
53		双层流水线成品烘干机	3	85,800.00	25.74
54		单轮电动油边盒	84	495.00	4.16
55		立式打磨机	8	7,800.00	6.24
56		意大利电脑配色调油机	3	600,000.00	180.00
57		双头打磨机	8	15,400.00	12.32
58		全自动高周波	3	75,000.00	22.50
59		肩带四轮磨边机	3	35,000.00	10.50
60		水洗雕刻机 600*900	3	28,000.00	8.40
61		检验检测设备	2	15,000.00	3.00
合计					5,176.12

3、其他设备投入

其他设备投入主要为办公设备投入 31.55 万元。

综上，滁州米润科技有限公司时尚女包工厂项目各项投资构成均属于资本性支出，其中 13,196.47 万元使用募集资金投入。

(三) 安徽开润股份有限公司信息化建设项目

公司本次“信息化建设项目”基于自身业务需求打造信息化系统和大数据系统，以满足公司降本增效、提升营收和利润率的需求。本项目采用“标准系统购置以及二次定制开发”和“部分模块定制化开发”相结合的方式进行建设，预计建设期 3 年，服务器全部采用阿里云服务器，一次性做 3 年的服务器购买费用预算。本项目拟建设并打通业务系统和数据系统两套系统，全面实现业务数据化，并以数据指导业务，帮助公司完成信息化管理和数字化管理升级的同时，提升业务效率和人均产出，降低管理成本和平均人力成本，扩大客户群，提高营销精准率和销售量，最终达到提升企业营收和利润率的目的。

本项目预计投资总额为 4,996.16 万元，费用支出包括软件授权费、项目实施费以及服务器费三类，具体投资情况如下：

单位：万元

系统名称	软件费	实施费	服务器费	合计
业务前台	347.00	45.65	98.16	490.81
业务中台	610.00	249.60	279.54	1,139.14
业务后台	748.00	1,290.40	238.49	2,276.89
数据前台	557.60	-	35.25	592.85
数据中台	-	104.65	73.04	177.69
数据后台	-	94.00	224.77	318.77
合计	2,262.60	1,784.30	949.26	4,996.16

1、业务前台系统

业务前台系统服务于品牌经营业务相关场景，用于客户引入、客户下单、会员服务，采用“标准系统购置以及二次定制开发”和“部分模块定制化开发”相结合的方式进行建设，具体模块和费用如下：

单位：万元

模块	授权费	实施费	服务器费	费用合计
全渠道销售系统	281.40	44.45	80.42	406.27
会员服务系统	32.80	0.60	8.96	42.36
公司海外网站	32.80	0.60	8.78	42.18
合计	347.00	45.65	98.16	490.81

2、业务中台系统

该系统分三大中心，分别是用于支撑全渠道销售系统的“交易管理中心”、支撑销售业务管理的“运营管理中心”、支撑销售团队管理的“组织管理中心”。

鉴于市面上已有的系统不能满足公司的全部需求，因此采用“标准系统购置以及二次定制开发”和“部分模块定制化开发”相结合的方式进行建设。具体模块和费用如下：

单位：万元

模块	授权费	实施费	服务器费	费用合计
交易管理中心	150.00	122.00	102.62	374.62
运营管理中心	288.40	94.30	110.58	493.28
组织管理中心	171.60	33.30	66.34	271.24
合计	610.00	249.60	279.54	1,139.14

3、业务后台系统

该系统由生产中台、ERP 和 WMS 三套系统构成，分别对应生产管理、企业资源管理、仓储管理，生产中台和 ERP 选用 SAP 公司产品，WMS 选用富勒公司产品，采用“标准系统购置以及二次定制开发”的方式进行建设。

单位：万元

模块	授权费	实施费	服务器费	费用合计
生产中台	150.00	202.30	65.99	418.29
ERP	448.00	888.00	119.15	1,455.15
WMS	150.00	200.10	53.34	403.44
合计	748.00	1,290.40	238.49	2,276.89

4、数据前台系统

该系统向企业员工和管理者提供可视化的数据查询和分析功能，帮助企业转型数字化管理，由于企业数据和管理特殊性，本系统采用“定制化开发”的方式进行建设。

单位：万元

模块	授权费	实施费	服务器费	费用合计
可视化报表	246.00	0	12.52	258.52
辅助决策	246.00	0	12.52	258.52
风控和预警	65.60	0	10.22	75.82
合计	557.60	0	35.25	592.85

5、数据中台系统

数据中台系统根据企业需要对生产销售数据和行业数据进行二次加工和整理，向业务系统和数据前台系统提供数据来源和决策依据，采用“标准系统购置以及二次定制开发”的方式进行建设。

单位：万元

模块	授权费	实施费	服务器费	费用合计
DataV	0	58.50	5.58	64.08
智能推荐	0	10.65	36.86	47.51
Quick BI	0	35.50	30.60	66.10
合计	0	104.65	73.04	177.69

6、数据后台系统

数据后台系统对企业生产、销售数据和其它渠道的数据进行存储、加工，并提供数据处理能力。鉴于阿里大数据强大的处理能力，拟采用阿里 MaxCompute 搭建数据后台。

单位：万元

模块	授权费	实施费	服务器费	费用合计
MaxCompute	0	58.50	141.12	199.62
DateWorks	0	17.75	72.00	89.75
数据集成	0	3.55	0	3.55

机器学习平台 PAI	0	10.65	8.50	19.15
日志服务	0	3.55	3.15	6.70
合计	0	94.00	224.77	318.77

安徽开润股份有限公司信息化建设项目各项投资构成均属于资本性支出，均使用募集资金投入。

(四) 补充流动资金

公司拟将本次向特定对象发行募集资金中的 19,850.00 万元用于补充开润股份流动资金，以增强公司的资金实力，满足未来业务不断增长的营运需求。

1、测算假设

本次补充流动资金金额测算主要基于以下假设：

(1) 公司所遵循的现行法律、政策以及当前的社会政治经济环境不会发生重大变化。

(2) 公司业务所处的行业状况不会发生重大变化。

(3) 公司生产所需原材料供应市场不会发生重大变化；公司现有产品的价格不会因国家产业政策调整而发生重大变化。

(4) 公司制定的各项生产经营计划能按预定目标实现；公司营运资金周转效率不会发生重大变化。

2、测算方法

在公司主营业务、经营模式及各项资产负债周转情况长期稳定，未来不发生较大变化的情况下，公司各项经营性资产、负债与销售收入应保持较稳定的比例关系。因此，利用销售百分比法测算未来营业收入增长所导致的相关流动资产及流动负债的变化，进而测算 2020 年至 2022 年公司流动资金缺口。

测算公式如下：

新增流动资金缺口=2022 年末流动资金占用金额-2019 年末流动资金占用金额

3、测算过程

(1) 营业收入的预测

2017-2019 年，公司营业收入增长情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
营业收入	269,481.86	204,807.02	116,243.66
同比增长率	31.58%	76.19%	49.84%
复合增长率	52.26%		

2017-2019 年，公司营业收入复合增长率为 52.26%，以报告期内各年营业收入同比增长率为基础的算数平均增长率为 52.54%。出于审慎性原则，并考虑新冠肺炎疫情对公司 2020 年度业绩的影响，未来三年收入增长率分别按照 20%、40%和 35% 测算(该假设不构成公司对未来业绩的预测或承诺，投资者不应据此进行投资决策)。

据此，2020-2022 年，公司营业收入预测及增长率的情况如下：

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
营业收入	611,184.86	452,729.52	323,378.23
同比增长率	35%	40%	20%

(2) 主要经营性应收、经营性应付及存货占营业收入比重情况

公司主营业务、经营模式等未来三年不会发生较大变化，因此假设未来三年各项经营性应收（应收账款、预付账款及应收款项融资）、经营性应付（应付账款、预收账款及应付票据）及存货占营业收入比例维持 2019 年度水平不变，公司 2019 年度主要经营性应收、经营性应付及存货占营业收入比重情况如下：

项目	2019 年度（万元）	占销售收入比例
销售收入	269,481.86	100.00%
应收账款	40,665.18	15.09%
预付款项	1,079.94	0.40%
应收款项融资	650.00	0.24%

项目	2019 年度 (万元)	占销售收入比例
存货	54,135.76	20.09%
上述经营资产合计	96,530.88	35.82%
应付账款	47,766.02	17.73%
预收款项	1,587.47	0.59%
应付票据	25,674.26	9.53%
上述经营负债合计	75,027.75	27.84%

(3) 流动资金需求量测算

按照前述参数及假设，公司 2020-2022 年流动资金需求测算情况如下：

单位：万元

项目	预测数			实际数	占销售收入比例
	2022 年度 E	2021 年度 E	2020 年度 E	2019 年度	
销售收入	611,184.86	452,729.52	323,378.23	269,481.86	100.00%
应收账款	92,228.63	68,317.50	48,798.22	40,665.18	15.09%
预付款项	2,449.30	1,814.30	1,295.93	1,079.94	0.40%
应收款项融资	1,474.20	1,092.00	780.00	650.00	0.24%
存货	122,779.90	90,948.08	64,962.91	54,135.76	20.09%
上述经营资产合计 ①	218,932.04	162,171.88	115,837.06	96,530.88	35.82%
应付账款	108,333.33	80,246.91	57,319.22	47,766.02	17.73%
预收款项	3,600.38	2,666.95	1,904.96	1,587.47	0.59%
应付票据	58,229.22	43,132.76	30,809.11	25,674.26	9.53%
上述经营负债合计 ②	170,162.94	126,046.62	90,033.30	75,027.75	27.84%
流动资金占用额③ (③=①-②)	48,769.10	36,125.26	25,803.76	21,503.13	7.98%
2020-2022 预计新增流动资金占用额 (公式：2022 年预计流动资金占用额-2019 年实际流动资金占用额)					27,265.97

依据上述假设及测算结果，公司未来三年流动资金缺口为 27,265.97 万元，扣除 2020 年 1 月份公司公开发行可转债募集资金补充流动资金金额 6,690.00 万元，实际未来三年流动资金缺口为 20,575.97 万元，本次向特定对象发行拟使用募集资

金 19,850.00 万元补充流动资金，占募集资金总额的 29.47%，未超过本次募集资金总额的 30%，不属于资本性支出，符合《发行监管问答——关于引导规范上市公司融资行为的监管要求（修订版）》相关要求。

三、项目建设进展、募集资金使用进度安排，本次募集资金是否会用于置换董事会决议日前已投资金额

本次向特定对象发行股票募集资金总额不超过 67,350.67 万元，扣除发行费用后拟用于以下项目：

序号	项目名称	项目投资总额 (万元)	募集资金拟投入额 (万元)	是否存在置换董事会前投入的情形
1	印尼箱包生产基地	29,308.04	29,308.04	否
2	滁州米润科技有限公司时尚女包工厂项目	15,196.47	13,196.47	否
3	安徽开润股份有限公司信息化建设项目	4,996.16	4,996.16	否
4	补充流动资金	19,850.00	19,850.00	否
合计		69,350.67	67,350.67	

本次向特定对象发行募集资金投资项目在董事会决议日（2020 年 4 月 11 日）前，均未进行投入，不存在置换董事会前投入的情形。具体项目进展及规划情况如下：

（一）印尼箱包生产基地

1、项目进展情况

正处于前期准备阶段，已完成该项目所需土地的购买，预计于 2020 年 9 月底开始建设。

2、项目实施规划

“印尼箱包生产基地”项目建设期为 2 年。根据本项目的建设规模、实施条件以及建设的迫切性和项目建设的外部条件等各种因素，并综合项目总体发展目标，确定建设工期为 24 个月，从 M1 月开始实施，至 M24 月结束。整体进度安排如下：

项目	M ₁₋₂	M ₃₋₄	M ₅₋₆	M ₇₋₈	M ₉₋₁₀	M ₁₁₋₁₂	M ₁₃₋₁₄	M ₁₅₋₁₆	M ₁₇₋₁₈	M ₁₉₋₂₀	M ₂₁₋₂₂	M ₂₃₋₂₄
前期准备	■	■	■									
建筑施工			■	■	■	■	■	■	■	■	■	
设备采购					■	■	■	■	■	■	■	
设备安装调试									■	■	■	
人员培训											■	■
试运行投产												■

(二) 滁州米润科技有限公司时尚女包工厂项目

1、项目进展情况

该项目正处于前期准备阶段，在公司现有购置土地上实施，计划于本次向特定对象发行募集资金到位后开始实施。

2、项目实施规划

“滁州米润科技有限公司时尚女包工厂项目”项目建设期为 2 年。根据本项目的建设规模、实施条件以及建设的迫切性和项目建设的外部条件等各种因素，并综合项目总体发展目标，确定建设工期为 24 个月，从 M1 月开始实施，至 M24 月结束。整体进度安排如下：

项目	M ₁₋₂	M ₃₋₄	M ₅₋₆	M ₇₋₈	M ₉₋₁₀	M ₁₁₋₁₂	M ₁₃₋₁₄	M ₁₅₋₁₆	M ₁₇₋₁₈	M ₁₉₋₂₀	M ₂₁₋₂₂	M ₂₃₋₂₄
前期准备	■	■	■									
建筑施工			■	■	■	■	■	■	■	■	■	
设备采购					■	■	■	■	■	■	■	
设备安装调试									■	■	■	
人员培训											■	■
试运行投产												■

(三) 安徽开润股份有限公司信息化建设项目

1、项目进展情况

已完成前期准备与需求分析，开始进行系统开发、测试等实施工作。

2、项目实施规划

“安徽开润股份有限公司信息化建设项目”项目建设期为 3 年。根据本项目的建设规模、实施条件以及建设的迫切性和项目建设的外部条件等各种因素，并综合项目总体发展目标，确定建设工期为 36 个月，从 M1 月开始实施，至 M36 月结束。项目计划分以下阶段实施完成：

项目	M ₁₋₃	M ₄₋₆	M ₇₋₉	M ₁₀₋₁₂	M ₁₃₋₁₆	M ₁₇₋₁₉	M ₂₀₋₂₃	M ₂₄₋₂₇	M ₂₇₋₃₀	M ₃₁₋₃₃	M ₃₄₋₃₆
前期准备及需求分析											
软件购置											
服务器购置											
开发											
实施											

四、2020 年 1 月 23 日，申请人公开发行可转债在深交所上市交易。募集资金拟投资于“滁州米润科技有限公司优质出行软包制造项目”和补充流动资金。本次募投项目与现有业务及前次募投项目的区别和联系，是否存在重复建设

（一）公司现有业务情况

公司的主要经营业务为休闲包袋、旅行箱、商务包袋、鞋服及相关配件等出行产品的研发、设计、生产和销售。最近三年及一期主营业务收入构成情况如下：

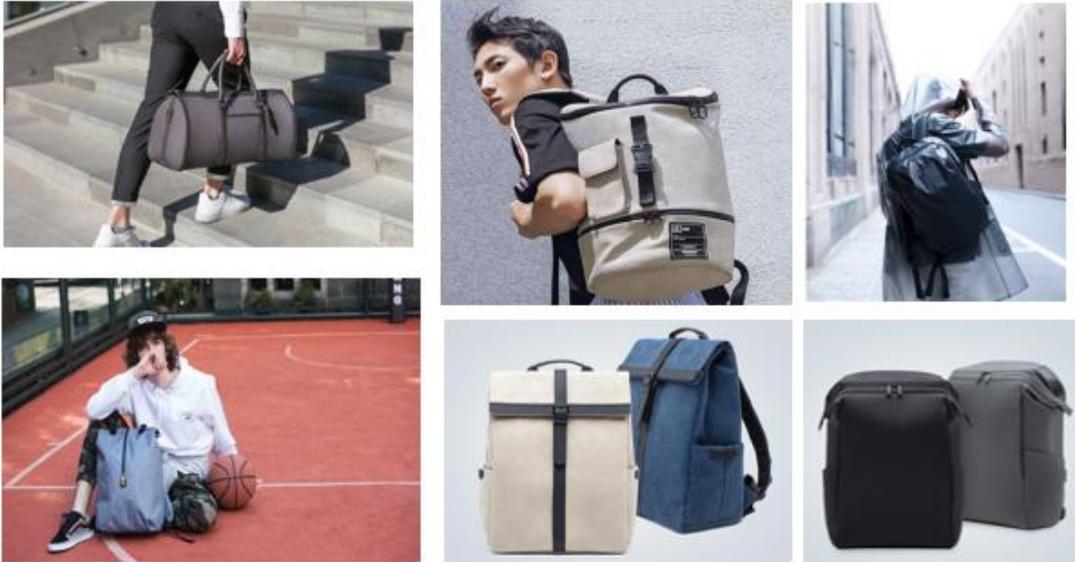
单位：万元

项目	2020 年 1-3 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
休闲包袋	22,881.74	43.82%	122,366.08	46.95%	79,713.34	41.78%	51,442.46	44.39%
旅行箱	13,323.51	25.52%	81,824.46	31.40%	62,424.27	32.72%	27,603.14	23.82%
商务包袋	14,147.49	27.09%	43,262.80	16.60%	33,714.15	17.67%	27,791.89	23.98%
鞋服	1,483.57	2.84%	8,424.79	3.23%	8,773.06	4.60%	5,959.54	5.14%
其他相关配件	381.65	0.73%	4,740.90	1.82%	6,176.52	3.24%	3,081.91	2.66%
合计	52,217.97	100.00%	260,619.03	100.00%	190,801.34	100.00%	115,878.93	100.00%

公司软包产品包括休闲包袋和商务包袋，2017 年-2019 年及 2020 年 1-3 月合计占主营业务收入的比例分别为 68.37%、59.45%、63.55% 和 70.91%。

1、休闲布袋

休闲布袋包括运动包、休闲包、都市包、女包、沙滩包等产品，主要用于户外活动与休闲旅行中的物品收纳与携带。



2、旅行箱

旅行箱主要用于差旅出行。





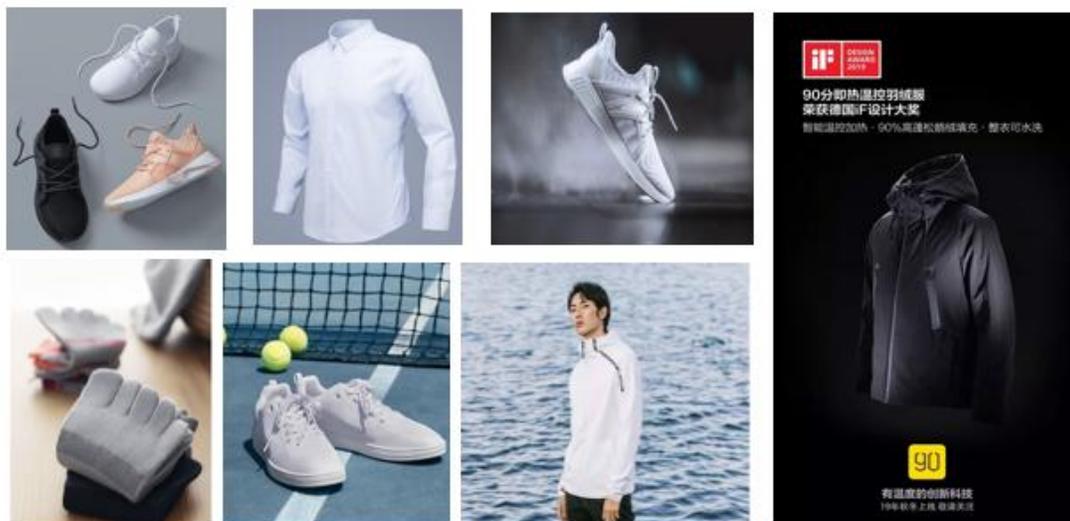
3、商务包袋

商务包袋主要为电脑包产品，主要用于笔记本电脑收纳与保护以及公文资料、办公文具等用品的携带。



4、鞋服

鞋服包括衣帽鞋袜等。



5、其他相关配件

其他相关配件包括平板电脑与手机保护套、鼠标、儿童推车、行李牌、儿童牵引绳等出行配件。

(二) 本次募投项目与现有业务及前次募投项目的区别和联系，是否存在重复建设

本次募投项目			前次可转债募投项目		
序号	项目名称	项目投资总额（万元）	序号	项目名称	项目投资总额（万元）
1	印尼箱包生产基地	29,308.04	1	滁州米润科技有限公司优质出行软包制造项目	18,139.89
2	滁州米润科技有限公司时尚女包工厂项目	15,196.47	2	补充流动资金	6,690.00
3	安徽开润股份有限公司信息化建设项目	4,996.16			
4	补充流动资金	19,850.00			
合计		69,350.67	合计		24,829.89

1、印尼箱包生产基地项目

本次募投项目“印尼箱包生产基地”拟新增公司印尼工厂软包（包括休闲包袋、商务包袋）产能 1833 万个和软箱（软质旅行箱）产能 15 万个，募投项目围绕公司主营业务展开，产品规划与公司主营产品相同，与公司印尼现有工厂产品（软包和软箱）相同。具体产品如下所示：

本次募投资项目生产的产品			
产品名称	图例		功能简介
运动背包			运动风格，轻盈材质，功能性强。
休闲包			突出了休闲元素，背负包袋更为自然，适用于户外及商务通勤。
商务包袋			简约时尚，城市日用，满足商务出行需求
质感包			满足高品质生活要求，在设计细节上体现质感，精致大方。
户外包			适用于户外活动场景，抗磨损，低调耐看。

本次募投项目生产的产品			
产品名称	图例		功能简介
软箱			质量较轻、韧性强、外观精美，适合短途旅行，或随身携带登机

(1) 相比于公司印尼现有工厂的改进和提升

印尼工厂（PT. Formosa Bag Indonesia）2018 年及 2019 年的经营情况如下：

单位：万元

项目	2018年	2019年	增长率
营业收入	13,707.28	27,465.28	100.37%
营业利润	871.15	1,553.57	78.34%
净利润	593.82	1,157.94	95.00%

2019 年 2 月公司完成收购印尼工厂，收购完成后获得耐克的高度认可和支持，公司印尼工厂 2019 年营业收入和净利润增长迅速。通过进入世界一线运动品牌客户的供应链体系，公司产品品类进入主流运动包袋领域，在运动品类中的生产能力与知名度将极大提升，公司拓展新客户的步伐明显加快，基于印尼生产基地的区位优势，快速与 VF Corporation(威富公司)等其他知名品牌建立了合作关系，未来有望继续保持较快增长态势，印尼工厂只有通过新增产能，才能匹配客户增长的订单需求。印尼人口数量多，相比于东南亚的柬埔寨、越南等地区具备人工成本优势。在中美贸易争端的背景下，目前品牌客户非常重视在印尼地区有工厂布局的公司。

2019 年软包产能利用率为 94.19%、软箱产能利用率为 82.75%，产能利用率饱和，公司需要在印尼工厂扩大产能，以满足未来印尼工厂客户订单的高速增长。

相比于公司现有印尼工厂，本次募投项目建设有以下改进和提升：

①增加自动裁床配置，新增设备包含了自动拉布、自动裁切功能，将加工图纸导入电脑即可实现自动裁切，与传统裁切相比省掉了冲压刀模，同时将大幅度提升生产加工效率；

②增加电脑车、自动织带机、自动套结机等多种自动化、半自动化设备，节约人工成本，降低员工的劳动强度和技术难度，极大提高生产效率；

③中央仓的高度增加，提高中央仓立体空间的使用率；

④增加太阳能发电装置，节约总用电量；

⑤新增废水及雨水循环利用设施，为打造绿色生态工厂奠定基础。

(2) 与前次募投项目的对比

项目	本次募投项目之“印尼箱包生产基地”	前次募投项目“滁州米润科技有限公司优质出行软包制造项目”
实施主体	PT.Formosa Bag Indonesia	滁州米润科技有限公司
实施地点	印度尼西亚	中国安徽滁州
投资总额	29,308.04 万元	18,139.89万元
产能规划	软包 1,833 万个，软箱 15 万个	软包 1,165 万件
具体产品	运动背包、休闲包、商务包袋、质感包、户外包、软质旅行箱	出行包袋、都市包、休闲包、户外包、质感包等
平均单价	软包 46 元/个、软箱 598 元/个	51.40元/个
主要面向市场	国外	国内

本次募投项目“印尼箱包生产基地”与前次可转债募投项目相比较，均为提升公司现有主营产品产能项目，在产品规划上基本相同，均包括新增软包产品产能，新增软包产品属于休闲包袋和商务包袋类型，生产工艺和生产设备基本相同，同时本次募投项目新增了部分软箱产能。

两个项目的主要区别在于本次募投项目实施地点为印度尼西亚，为境外生产基地项目，主要面向国外市场，前次可转债募投项目实施地点在国内，主要面向国内市场。本次募投项目对于公司海外战略布局与扩张具有重要意义，相比于在境内实施募投项目，在印尼当地实施本次募投有以下优势：

①印尼当地人力成本优势明显

公司所属劳动密集型产业，东南亚国家相对国内人力成本优势明显，通过在东南亚布局、扩产，有助于降低公司经营成本，进一步提升公司盈利空间。印尼现有人口 2.69 亿，募投项目实施地点为印尼人口集中的中爪哇地区，劳动力充足，适合劳动密集型企业布局，招工较为容易，同时募投项目实施主体所在地哲帕拉县的最低基本工资折合人民币约为 1,025 元/月，人力成本较低。

②印尼为 GSP 国家，对美国出口享受零关税

目前，公司软包产品由中国大陆出口至美国的关税税率为 42.60%，印度尼西亚为 GSP (Generalized System of Preference) 国家，即普惠制关税制度国家，对美国出口享受零关税制度，通过实施本次募投项目，提高印尼公司产能，能够降低公司出口产品成本，提升公司产品的国际竞争力与抵御国际贸易风险能力，并为公司进一步开拓欧美市场奠定基础。

综上，本次募投项目“印尼箱包生产基地”不存在重复建设。

2、滁州米润科技有限公司时尚女包工厂项目

本次募投项目“滁州米润科技有限公司时尚女包工厂项目”拟新增时尚女包产能 248 万个，时尚女包产品主要包括皮包及 PU 女包，为公司在原有商务包袋和户外休闲包袋的基础上新增产品品类，与公司现有以尼龙布和帆布为材质的功能性休闲包袋和商务包袋存在差异。具体产品如下所示：

本次募投项目生产的产品			
产品名称	图例		功能简介
真皮女包			真皮是使用动物的皮制作加工而成的。真皮一般是头层皮、二层皮、合成皮。真皮女包具有时尚、美观、天然的特点，质地柔软，很有弹性，具有绝热、耐用性能。
PU 女包			PU 是英文 poly urethane 的缩写，化学中文名称“聚氨酯”。PU 皮革就是聚氨酯成份的表皮。材质具有极其优异的耐磨性能，不易褪色，柔软舒适，有很强的柔韧性以及现

本次募投项目生产的产品		
产品名称	图例	功能简介
		在提倡的环保效果。
配皮女包		配皮女包主要是真皮和 PU 的混合。包包的肩带部分或者前幅盖使用真皮,其他部分使用 PU。配皮包可以丰富外观,整体看起来更为美观,满足消费者不同的需求。

本次募投项目与前次募投项目对比:

项目	本次募投项目之“滁州米润科技有限公司时尚女包工厂项目”	前次募投项目“滁州米润科技有限公司优质出行软包制造项目”
实施主体	滁州米润科技有限公司	滁州米润科技有限公司
实施地点	中国安徽滁州	中国安徽滁州
投资总额	15,196.47 万元	18,139.89 万元
产能规划	女包 248 万个	软包 1,165 万件
具体产品	真皮女包、PU 女包和配皮女包	出行包袋、都市包、休闲包、户外包、质感包等功能性包袋
平均单价	196 元/个	51.40 元/个
主要面向市场	国内及国外	国内
面向客户	女包品牌	运动品牌、休闲包袋品牌

本次募投项目时尚女包类产品与公司现有软包业务（休闲包袋和商务包袋）以及前次募投项目软包类产品存在差异，具体如下：

（1）面对客户群体的差异

本次募投项目时尚女包产品主要的客户为女包品牌商，消费群体是女性，整体风格偏时尚、美观。而功能性软包多是休闲包袋和商务包袋，以运动休闲、商旅为主，主要客户包括运动品牌、休闲包袋品牌以及笔记本电脑品牌厂商，消费群体偏中性。

（2）产品材质的差异

时尚女包主要原材料为真皮、PU、PU 配皮，真皮包括牛皮头层皮、二层皮，羊皮头层皮、二层皮，PU 包括超纤、人造革、PVC。软包产品主要原材料为尼龙布、

帆布等。

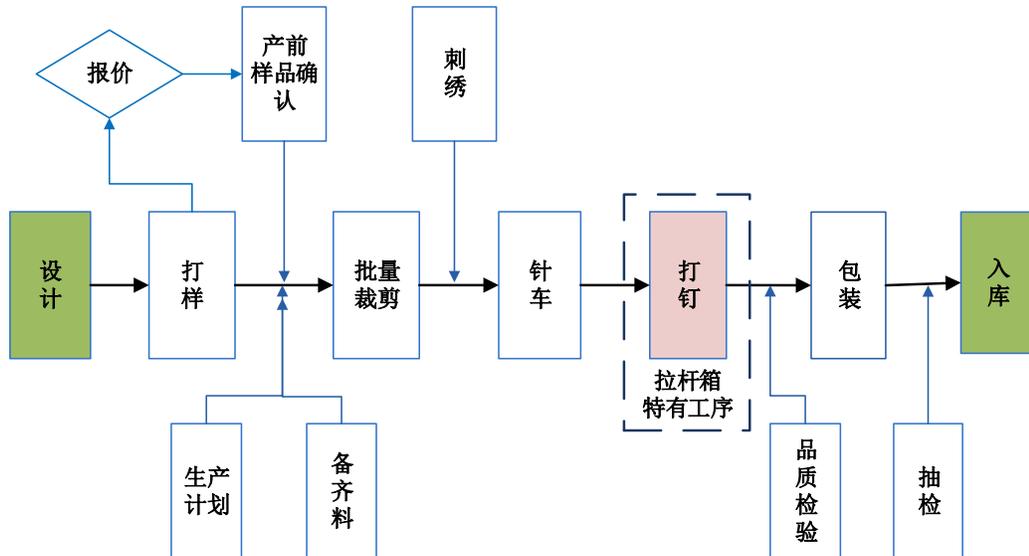
(3) 产品外观的差异

时尚女包会根据客户需求做定型或者半定型。材料不可进行弯折，且产品需要做好包装，不可折叠。而软包是可以进行折叠的，占据空间较小。

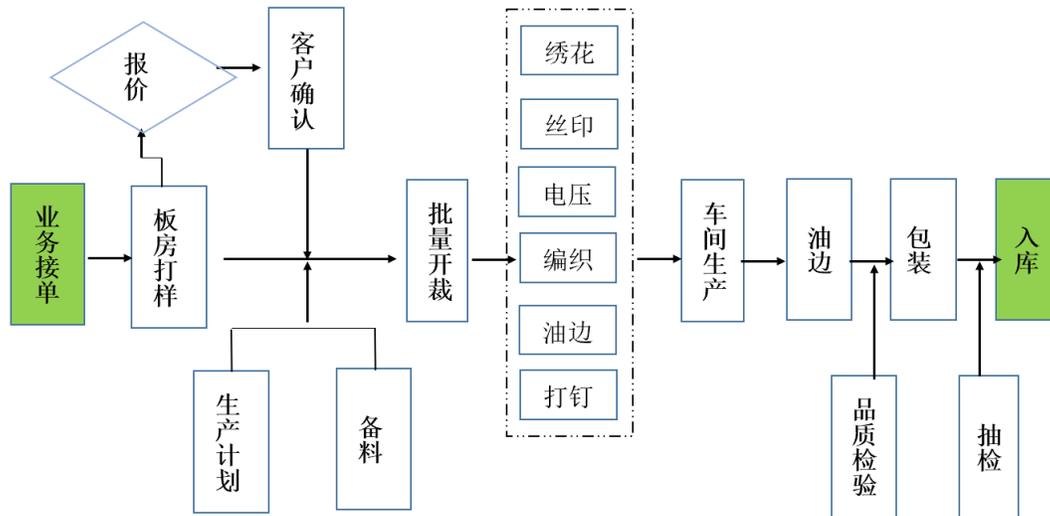
(4) 生产工艺流程和设备的差异

①生产工艺流程的差异

功能性软包主要的生产工艺流程：



时尚女包主要的生产工艺流程：



功能性软包产品生产工艺流程以开裁后的针车为主，时尚女包产品在开裁后则需要经过绣花、丝印、电压、编织、散件油边、装配打钉，且在进入车间生产成为成品后，还需要进行成品油边，QC 质检合格后进行包装入库，工艺流程相对比较复杂。

②生产设备的差异

功能性软包产品生产设备主要为 DY 车、电脑车等各类针车设备，而时尚女包产品生产设备除针车类设备外，还要用到铲皮机、自动开裁机、过胶机、数控油边机、打磨机等。

综上，本次募投项目“滁州米润科技有限公司时尚女包工厂项目”不存在重复建设。

3、安徽开润股份有限公司信息化建设项目

本次募投项目“安徽开润股份有限公司信息化建设项目”建设内容主要为基于自身业务需求打造信息化系统和大数据系统，以满足公司降本增效、提升营收和利润率的需求。本项目采用“标准系统购置以及二次定制开发”和“部分模块定制化开发”相结合的方式进行建设，预计建设期 3 年，服务器全部采用阿里云服务器，一次性做 3 年的服务器购买费用预算。本项目拟建设并打通业务系统和数据系统两

套系统，全面实现业务数据化，并以数据指导业务，帮助公司完成信息化管理和数字化管理升级的同时，提升业务效率和人均产出，降低管理成本和平均人力成本，扩大客户群，提高营销精准率和销售量，最终达到提升企业营收和利润率的目的。

(1) 本次募投项目与公司现有信息化系统的区别

公司近年来高速发展，公司在过去的发展过程中阶段性地采用了多套不同的系统以支撑业务发展，例如：使用赛捷以及 OD00 系统分别作为 B2B 和 B2C 业务的 ERP 系统，使用巨益 OMS、有赞等电商系统作为 B2C 业务的中前台系统，这些系统在开润初期高速发展的过程中发挥了积极的作用。

但公司的长期战略为“成为受尊敬的世界级出行消费品公司”，为了支撑公司愿景，公司希望以数字化信息化的手段，实现集团化管控，支撑公司 B2B 业务以客户为中心，围绕箱包服的产品矩阵，打造快速复制的能力，建立核心竞争力，同时整合 B2C 多个销售渠道，把营销模式从销售型转向用户服务导向型，为运营的快速准确决策提供数据支撑，以快速响应业务的发展和变化，满足多渠道多品类拓展的需求，提升公司业务、财务、管理等各项指标。

基于这一战略，公司经过反复评估论证，进行了 IT 顶层设计，决定采用集团统一的前中后台系统架构，以实现集团底层数据打通以及信息一体化建设。其中，ERP 后台系统选用了全球市场占有率第一的 SAP 系统，其拥有成熟的架构、丰富的生态资源以及各行业顶级企业的最佳实践经验；本次募投建设的中前台系统相对传统电商系统，具有平台化、可复用性高、个性化程度高、对新业务响应迅速等优势，其中包含交易管理中心、运营管理中心、组织管理中心、生产过程管理系统（MES）四大模块，功能涵盖对商品、订单、价格、会员、营销、库存、佣金、制造过程等的管理。

公司原有信息系统在功能和性能上均已达到瓶颈，不能满足未来更复杂的业务需求和更精细化的管理需求，本次募投项目“安徽开润股份有限公司信息化建设项目”建成后可提升公司的经营效率，实现业务数据化，以数据指导业务，提升业务效率和人均产出，降低管理成本和平均人力成本，但不会产生直接的经济效应。因

此，公司决定实施“安徽开润股份有限公司信息化建设项目”。

(2) 本次募投项目与前次募投项目的区别

该项目为信息化建设项目，与提升公司产品产能的前次可转债募投项目存在明显区别。

综上，本次募投项目“安徽开润股份有限公司信息化建设项目”不属于重复建设。

综上所述，本次募投项目不存在重复建设。

五、实施主体是否具有必要的人员、技术、资源、市场等储备，结合行业竞争、市场容量、在手订单或意向性订单等情况说明新增产能规模的合理性及消化的具体措施

(一) 实施主体是否具有必要的人员、技术、资源、市场等储备

1、人员储备

经过多年发展，公司已拥有一支高素质、专业化的经营管理团队。截至 2020 年 3 月 31 日，公司拥有员工 9,421 人，其中生产人员 8,077 人、技术人员 446 人、行政人员 612 人、销售人员 203 人、财务人员 83 人。公司建立了相对完善的人才培养机制，可以为募投项目实施持续补充人才资源；同时，公司将通过不同渠道，采用市场化模式，引进各类经营管理、专业技术和生产制造人员，特别是在人员需求量较大的生产制造环节。

公司将持续加强企业文化建设，做好员工职业生涯规划，完善绩效考核和激励机制，为人才的发展提供空间，以此吸引更多的优秀人才加入公司，建设一支高素质、高水平的优秀团队，保证项目的顺利实施运行。

本次募投项目“滁州米润科技有限公司时尚女包工厂项目”为新增产品品类，公司已建立了完善的时尚女包研发、生产与销售团队。时尚女包事业部负责人从事时尚品牌业务近 20 年，熟悉女包产品的研发、生产、销售等全业务流程，具有丰富的行业资源，对众多时尚女包品牌有深入的了解及接触；同时，公司已组建时尚女

包欧洲及美洲业务团队，相关负责人均为业内资深人士。公司现已组建由 30 余名专业技术人才组成的时尚女包研发团队，2020 年时尚女包产品已实现小批量生产，并与多个客户展开合作。

本次募投项目“安徽开润股份有限公司信息化建设项目”实施团队核心骨干成员具有丰富的 SAP 项目经验，能保障项目的顺利实施。

2、技术储备

公司是国内领先的专注于箱包研发、设计、生产与销售的企业，经过多年的经营积累和技术创新，公司形成了先进的研发体系，拥有“抗菌防霉涂层面料”、“聚丙烯片材复合超高分子量聚乙烯纤维织物”、“拉杆箱自动化点胶装配中框的工艺研发与应用”等核心技术，同时，公司与美国杜邦、霍尼韦尔等多家世界知名企业在新材料研发方面建立了合作关系，有效的提升了公司技术研发的理论水平和前沿技术的储备。

公司技术实力雄厚，并有多项专利技术及著作权。在本次募投项目相关产品方面，公司均建立了专门的研发团队，项目实施具备产品和技术基础。

3、资源储备

本次募投项目“印尼箱包生产基地”是在公司现有主营业务的基础上，以现有技术储备为依托实施的投资计划，提升现有包装袋产品的产能，改善印尼工厂生产工艺，提高生产的自动化水平，是现有业务的进一步拓展。“滁州米润科技有限公司时尚女包工厂项目”是公司在出行产品品类上的拓展。公司现有主营业务形成的技术、产品线、客户、品牌和管理资源等，为本次募投项目提供了资源保障。

4、市场储备

公司是国内箱包行业的领先企业，经过多年的积累，公司在研发实力、技术水平、产品质量等方面深受国际知名品牌的认可，品牌知名度和市场声誉不断提升，公司现已拥有一大批知名品牌客户资源，如耐克、迪卡侬、戴尔、华硕、惠普等，均建立了稳定的合作关系且业务量稳步增长。

随着箱包行业的稳步发展，公司通过建立自有品牌、积极开拓新的营销渠道、巩固与现有客户的合作关系等实现业务规模的快速扩张，实现销售收入的快速增长，公司营业收入从 2017 年的 116,243.66 万元增长到 2019 年的 269,481.86 万元，年均复合增长率 52.26%。业务规模的迅速扩张为本次募投项目的实施提供了良好的市场基础。

(二) 结合行业竞争、市场容量、在手订单或意向性订单等情况说明新增产能规模的合理性及消化的具体措施

本次募投项目“印尼箱包生产基地”和“滁州米润科技有限公司时尚女包工厂项目”涉及新增产能。

1、“印尼箱包生产基地”项目新增产能规模的合理性及消化的具体措施

“印尼箱包生产基地”项目建成后将使公司新增箱包产能 1,848 万个。具体产品规划如下：

序号	产品类型	产能规划（万个）	平均单价（元）
1	软包	1,833	46
2	软质旅行箱	15	598
合计		1,848	50.48

(1) 新增产能规模的合理性

①公司印尼工厂销售额快速增长，产能利用率饱和，亟需提升产能

印尼工厂（PT. Formosa Bag Indonesia）2018 年及 2019 年的经营情况如下：

单位：万元

项目	2018年	2019年	增长率
营业收入	13,707.28	27,465.28	100.37%
营业利润	871.15	1,553.57	78.34%
净利润	593.82	1,157.94	95.00%

2019 年 2 月公司完成收购印尼工厂，收购完成后获得耐克的高度认可和支持，公司印尼工厂 2019 年营业收入和净利润增长迅速。通过进入世界一线运动品牌客户

的供应链体系，公司产品品类进入主流运动包袋领域，在运动品类中的生产能力与知名度将极大提升，公司拓展新客户的步伐明显加快，基于印尼生产基地的区位优势，快速与 VF Corporation(威富公司)等其他知名品牌建立了合作关系，未来有望继续保持较快增长态势，印尼工厂只有通过新增产能，才能匹配客户增长的订单需求。印尼人口数量多，相比于东南亚的柬埔寨、越南等地区具备人工成本优势。在中美贸易争端的背景下，目前品牌客户非常重视在印尼地区有工厂布局的公司。

2019 年软包产能利用率为 94.19%、软箱产能利用率为 82.75%，产能利用率饱和，公司需要在印尼工厂扩大产能，以满足未来印尼工厂客户订单的高速增长。

印尼工厂根据 2019 年销量构成情况，公司按照 40%的增长率增长保守预估未来三年销量，据此估计缺口产能情况：

单位：万件

项目	2019年销量	2023年（达产年）销量预计	差额
软包	645	2,478	1,833
软质旅行箱	5	20	15
合计	650	2,498	1,848

②中美贸易摩擦背景下，印尼具备人力成本低以及对美国出口享受零关税的优势，通过实施本次募投项目进一步提升印尼工厂产能是公司的战略布局

A、印尼当地人力成本优势明显

公司所属劳动密集型产业，东南亚国家相对国内人力成本优势明显，通过在东南亚布局、扩产，有助于降低公司经营成本，进一步提升公司盈利空间。印尼现有人口 2.69 亿，募投项目实施地点为印尼人口集中的中爪哇地区，劳动力充足，适合劳动密集型企业布局，招工较为容易，同时募投项目实施主体所在地哲帕拉县的最低基本工资折合人民币约为 1,025 元/月，人力成本较低。

B、印尼为 GSP 国家，对美国出口享受零关税

目前，公司软包产品由中国大陆出口至美国的关税税率为 42.60%，印度尼西亚为 GSP (Generalized System of Preference) 国家，即普惠制关税制度国家，对

美国出口享受零关税制度，通过实施本次募投项目，提高印尼公司产能，能够降低公司出口产品成本，提升公司产品的国际竞争力与抵御国际贸易风险能力，并为公司进一步开拓欧美市场奠定基础。

此外，目前品牌客户十分重视在印尼地区有工厂布局的公司，公司需要进行战略布局，进一步提升印尼工厂产能。

③印尼工厂现有在手订单或意向性订单情况

公司与主要客户的合作一般先签署框架协议，公司进入其核心供应商体系，建立稳固的合作关系。在合作过程中客户会向公司下达 PO (Purchase Order) 订单进行采购，PO 订单一般为未来 2 至 4 个月生产出货的订单。除 PO 订单外，部分客户基于未来的产品和销售规划，会与公司通过会议、电话或邮件等方式沟通未来的采购意向，公司据此确定预测订单并进行产能排期和规划，预测订单用于品牌客户锁定核心供应商的产能。

截至 2020 年 6 月 30 日，印尼工厂在手的 PO 订单数量 146.15 万件，金额 8,247.63 万元，预测订单数量 367.85 万件，金额 17,963.73 万元。

印尼工厂在 2020 年新冠肺炎疫情全球蔓延的背景下，在手订单目前仍较为充足。

④公司整体软包产能不足，本募投项目实施地点在印尼，公司需要新建自有产能以更好地服务于优质客户

2017-2019 年，公司软包（包含商务包袋、休闲包袋）的产能利用率及产销率情况如下：

单位：万件

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
产能	2,464.17	972.40	745.41
自产产量	2,321.00	906.27	682.05
产能利用率	94.19%	93.20%	91.50%
销量	5,729.00	4,058.98	2,716.51

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
产销率	232.49%	447.88%	398.29%

2017-2019 年，公司软包的产能利用率较高，实现的销量远大于公司现有的产能及产量，自有产能严重不足，为更好地服务于优质客户，公司亟需提升软包产能。

公司 2020 年 1 月 2 日发行可转债募集资金 2.23 亿元，其中募投项目之一滁州米润科技有限公司优质出行软包制造项目建成达成后新增软包产能 1,165 万件。在该项目未来建成达产后，依然无法满足公司产品销售需求，且前次可转债项目为境内项目，通过实施本次印尼箱包生产基地项目，可以降低公司出口产品成本，提升公司产品的国际竞争力与抵御国际贸易风险能力，对于公司有重要的战略意义。

(2) 新增产能消化的具体措施

①箱包行业品牌化和规模化是未来的发展趋势，具有影响力的箱包厂商有望实现快速增长，公司市场份额的提升有助于消化本次募投项目新增产能

国内箱包行业呈现良好的增长势头，但是从行业结构来看，仍然呈现出散乱的特点，中小供应商繁多且缺乏竞争力。据统计，国内箱包企业多达 2 万多家，但规模以上企业数量较少，行业集中度低，且国内品牌的竞争更多集中在价格及渠道方面，整体实力较弱，导致盈利能力不足，市场参与者主要以量取胜。

人均收入的增长不断推动消费升级，消费者对包袋产品的需求已经逐渐从单纯的功能诉求、使用价值上升到对产品的美感、时尚感以及品质保障等层次，箱包行业品牌化和规模化是未来的发展趋势，具有影响力的箱包厂商有望实现快速增长。公司市场份额的提升有助于消化本次募投项目新增产能。

2017-2019 年，公司营业收入分别为 116,243.66 万元、204,807.02 万元和 269,481.86 万元，年均复合增长率 52.26%，公司营业收入呈快速增长态势。公司印尼工厂 2018 年和 2019 年营业收入分别为 13,707.28 万元和 27,465.28 万元，净利润分别为 593.82 万元和 1,157.94 万元，2019 年营业收入和净利润增长迅速。公司通过新建印尼工厂产线扩大印尼产能，可改善生产工艺，提升生产的自动化水平，保障

产品生产的品质、供应及时性和提高对市场快速反应的能力，并提升国际化服务客户的能力，对于提升公司的营业规模和消化本次新增产能有明显的促进作用。

②丰富的客户资源有助于消化本次募投项目产能

公司自成立开始坚持专注于包袋类产品设计、研发、生产及销售，经过多年发展，形成了丰富客户资源和良好的品牌声誉，近两年，公司积极拓展代工制造业务的客户，有助于此次募投项目实施后产品的市场推广，及消化本次新增产能。

在代工制造业务方面，经过十余年的积累和发展，通过优秀的产品设计、优质的产品和服务、高效的运营团队，公司获得了客户的广泛认可并累积了耐克、迪卡侬、名创优品、VF 等知名品牌客户，与其形成了稳定的合作关系且业务量稳步增长。

A、公司已进入世界一线运动品牌客户的供应链体系，公司将进一步争取该细分领域以及其他品类包袋细分领域的头部客户资源，保障本次新增产能的消化

公司通过 2019 年 2 月完成收购印尼工厂，收购完成后获得耐克的高度认可和支持，公司印尼工厂 2019 年营业收入和净利润增长迅速，2019 年营业收入增长率为 100.37%，净利润增长率为 95.00%，印尼工厂只有通过新增产能，才能匹配客户增长的订单需求。通过进入世界一线运动品牌客户的供应链体系，公司产品品类进入主流运动包袋领域，在运动品类中的生产能力与知名度极大提升。对于公司进一步去争取该细分领域以及其他品类包袋细分领域的头部客户资源具有重要的战略意义，利于上市公司核心竞争力的强化和综合实力的提升，将为上市公司带来优质客户和订单。

B、公司印尼工厂于 2020 年 1 月 2 日取得 VF Corporation(威富公司)品牌授权书，进入 VF 供应链体系

公司印尼工厂于 2020 年 1 月 2 日取得 VF Corporation(威富公司)品牌授权书，进入 VF 供应链体系。VF 旗下包括 Timberland、The North Face、Vans、Kipling、JanSport、Eagle Creek 等知名品牌，其中 Kipling、JanSport 以销售休闲包袋、户外包袋和旅行箱为主。根据 VF 集团披露的年度报告，其 2020 财年（2019 年 3 月 31 日至 2020 年 3 月 28 日）的销售收入为 104.89 亿美元，市场规模处于行业领先

地位，公司未来与其合作的空间较大。

③公司印尼工厂现有在手订单充足，可有助于保障本次募投项目新增产能的消化

公司与主要客户的合作一般先签署框架协议，公司进入其核心供应商体系，建立稳固的合作关系。在合作过程中客户会向公司下达 PO（Purchase Order）订单进行采购，PO 订单一般为未来 2 至 4 个月生产出货的订单。除 PO 订单外，部分客户基于未来的产品和销售规划，会与公司通过会议、电话或邮件等方式沟通未来的采购意向，公司据此确定预测订单并进行产能排期和规划，预测订单用于品牌客户锁定核心供应商的产能。

截至 2020 年 6 月 30 日，印尼工厂在手的 PO 订单数量 146.15 万件，金额 8,247.63 万元，预测订单数量 367.85 万件，金额 17,963.73 万元。

印尼工厂在 2020 年新冠肺炎疫情全球蔓延的背景下，在手订单目前仍较为充足，有助于保障本次募投项目新增产能的消化。

2、“滁州米润科技有限公司时尚女包工厂项目”新增产能规模的合理性及消化的具体措施

“滁州米润科技有限公司时尚女包工厂项目”项目建成后将使公司具备年产时尚女包 248 万个。具体产品规划如下：

序号	产品类型	产能规划（万个）	平均单价（元）
1	真皮女包	196	204
2	PU 女包	41	161
3	配皮女包	11	189
合计		248	196

（1）新增产能规模的合理性

①时尚女包产品具备较大的市场空间

根据信息咨询公司 Euromonitor 数据，2019 年全球手提包市场规模约为 661.12 亿美元，中国手提包市场规模约为 787.24 亿元人民币。手提包市场以女性产品为主，

本次募集资金投资项目相关时尚女包产品具备较大的市场空间。

②公司在原有软包（商务包袋和户外休闲包袋）的基础上新增时尚女包品类，系出行产品品类的完善与补充

公司是国内箱包行业的领先企业，经过多年的积累，公司在研发实力、技术水平、产品质量等方面深受国际知名品牌的认可，品牌知名度和市场声誉不断提升，公司现已拥有一大批知名品牌客户资源，如耐克、迪卡侬、戴尔、华硕、惠普等，均建立了稳定的合作关系且业务量稳步增长。随着箱包行业的稳步发展，公司通过建立自有品牌、积极开拓新的营销渠道、巩固与现有客户的关系等实现业务规模的快速扩张，实现销售收入的快速增长，公司营业收入从 2017 年的 116,243.66 万元增长到 2019 年的 269,481.86 万元，年均复合增长率 52.26%。

公司包袋系列产品以商务包袋和户外休闲包袋为主。公司以“让出行更美好”作为公司的使命，立志成为受尊敬的世界级出行消费品公司，为实现公司的使命与愿景，公司需要在原有商务包袋和户外休闲包袋的基础上，进一步拓宽产品品类，建设时尚女包生产线，生产皮包及 PU 女包相关时尚类女包产品。

新增时尚女包产能系公司的战略选择，必须开拓时尚女包品类，公司才能打造全面的箱包行业领军企业。同时，公司依托目前在箱包行业积累的团队、设计和研发、供应链管理和精益管理、服务全球客户的经验与能力等方面的优势，以进入国际知名品牌女包供应链体系，成为时尚女包代工制造领域内的领先企业为目标。为实现这一目标，公司需要新建一定规模的时尚女包生产线，用于满足高端客户的品质、交期、产量等需求。

③时尚女包代工制造领域同行业可比公司情况

公司名称	简介
时代控股集团 (HK:01023)	香港上市公司，公司主要业务为代 Coach、Fossil、Michael Kors、Lacoste 及 Prada 等国际领先的高档及奢侈品牌，及 Tumi 等高档旅行品牌开发及制造手袋、小皮具及旅行用品。公司 2019 财年（2018 年 6 月 30 日-2019 年 6 月 30 日）营业收入为 24.41 亿港元
韩国世门（SIMONE）	公司为奢侈品时尚行业全球领先的公司，为客户提供工业化工艺制造全流程服务，在中国、越南、柬埔寨、印度尼西亚均有制造

	基地，在全球手袋市场占据了 10%的市场份额，在美国手袋市场占据了 30%的市场份额，销售规模约为 8.37 亿美金
励泰皮具	励泰皮具制造厂于 2002 年成立，厂房设于中国东莞，菲律宾克拉克及柬埔寨金边，专门生产全球众多国际品牌的高级皮具，产品包括各式手袋及小型皮具用品

公司作为时尚女包代工制造领域的新进入者，通过对比其他同行业可比公司的规模，并综合考虑市场竞争情况以及未来潜在客户需求，本次募投项目设计产能为 248 万个。

④时尚女包产品已实现小批量生产，并与多个客户展开合作

公司现已组建由 30 余名专业技术人才组成的时尚女包研发团队，2020 年时尚女包产品已实现小批量生产，并与多个客户（菲安妮、Samantha、Teenage engineering、Buko）展开合作。

综上，公司基于现有的业务团队研发、市场及相关行业经验，以及公司战略规划，制定本次募投项目产能为 248 万个，新增产能规模具备合理性。

（2）新增产能消化措施

①公司已建设经验丰富的研发与销售团队

公司已于 2019 年 11 月成立东莞市昱润皮具制品有限公司，开始进入时尚女包的生产制造领域。此外，公司已建立了完善的时尚女包研发、生产与销售团队。时尚女包事业部负责人从事时尚品牌业务近 20 年，熟悉女包产品的研发、生产、销售等全业务流程，具有丰富的行业资源，对众多时尚女包品牌有深入的了解及接触；同时，公司已组建时尚女包欧洲及美洲业务团队，相关负责人均为业内资深人士。公司现已组建由 30 余名专业技术人才组成的时尚女包研发团队。

②公司在箱包代工制造领域的先进制造能力以及国际知名品牌客户服务经验，有助于公司开拓时尚女包品牌客户，消化本次募投项目产能

公司是国内箱包行业的领先企业，经过多年的积累，公司在研发实力、技术水平、产品质量、先进制造能力等方面深受国际知名品牌的认可，品牌知名度和市场声誉不断提升，公司现已拥有一大批知名品牌客户资源，如耐克、迪卡侬、戴尔、

华硕、惠普等，均建立了稳定的合作关系且业务量稳步增长。

公司在箱包代工制造领域积累的先进制造能力和国际知名品牌客户服务经验，将有助于公司开拓时尚女包品牌客户，消化本次募投项目产能。

③积极开拓知名品牌女包客户

公司积极开展与知名品牌女包客户进行接洽，通常需要经过开发报价、业务和客户沟通样板的品质要求、板房进行打样、业务检查样板是否达标、业务邮寄样板给客户并通过客户对于供应商的认证程序，双方就质量标准、价格等进行进一步磋商并达成合作意向后由客户下达订单。

截至目前，公司开拓品牌女包客户进展如下：

序号	品牌客户名称	进展情况
1	客户1	已接触，开发报价，预下单
2	客户2	已接触，推进中
3	客户3	已接触，推进中
4	客户4	已接触，推进中
5	客户5	已下单
6	客户6	已下单
7	客户7	已接触，开发报价，预下单
8	客户8	已接触，开发报价，预下单

公司2019年11月开始进入时尚女包的生产制造领域，尚处于起步阶段，目前品牌女包客户开拓进展顺利。知名品牌女包客户的开拓将为本次募投项目产能消化提供保障。

④公司现有的订单情况

由于公司时尚女包业务处于刚刚起步阶段，目前在手订单较少。

截至2020年6月30日，公司时尚女包产品在手订单如下：

品牌或客户名称	产品类别	业务类型	金额（万元）	数量（个）
客户A	PU女包	代加工	62.18	9,152

客户B	PU女包	包工包料	23.58	1,200
客户C	PU女包	包工包料	43.59	2,410
客户D	PU女包	代加工	0.65	80
客户E	配皮女包	包工包料	131.04	6,562
客户E	真皮女包	包工包料	60.83	2,513
合计			321.87	21,917

随着公司女包客户的持续拓展，后续订单有望持续增加。

六、募投项目预计效益测算依据、测算过程及谨慎合理性

(一) 募投项目预计效益测算依据、测算过程

本次向特定对象发行股票募集资金总额不超过 67,350.67 万元，扣除发行费用后拟用于印尼箱包生产基地、滁州米润科技有限公司时尚女包工厂项目、安徽开润股份有限公司信息化建设项目及补充流动资金项目。

其中，安徽开润股份有限公司信息化建设项目为完善公司现有的信息系统，项目建成后可提升公司的经营效率，但不会产生直接的经济效应；补充流动资金解决满足公司未来业务发展的资金需求，可优化公司资本结构，增强公司资本实力，不会产生直接的经济效应。

1、印尼箱包生产基地预计效益测算依据、测算过程及合理性

“印尼箱包生产基地”计划建设箱包生产线，在印尼公司已有土地上建设新的厂房并购置建设箱包生产设备，本项目建设期 24 个月，总投资为 29,308.04 万元，项目建成后形成年产 1,848 万件箱包的生产能力。项目建成后第 1 年达产 70%，第 2 年达产 100%。项目达产后年增加营业收入 93,288 万元，年均增加税后利润为 8,907.21 万元。经测算，项目全部投资税后内部收益率为 17.58%，经济效益良好。

项目建成后，该项目预计的财务指标如下：

单位：万元

项目	T+1	T+2	T+3	T+4	T+5
营业收入	65,301.60	93,288.00	93,288.00	93,288.00	93,288.00

项目	T+1	T+2	T+3	T+4	T+5
营业成本	48,172.49	68,817.84	68,817.84	68,817.84	68,817.84
营业税金及附加	-	-	-	-	-
销售费用	4,244.60	6,063.72	6,063.72	6,063.72	6,063.72
管理费用	4,571.11	6,530.16	6,530.16	6,530.16	6,530.16
利润总额	8,313.40	11,876.28	11,876.28	11,876.28	11,876.28
所得税	2,078.35	2,969.07	2,969.07	2,969.07	2,969.07
净利润	6,235.05	8,907.21	8,907.21	8,907.21	8,907.21

(1) 营业收入估算

本项目在运营期内（T 年完成项目建设）实现的营业收入按产品类别划分主要包括软包和软箱，依据不同产品的产量、售价确定运营期的营业收入，具体如下：

项目	产品	T+1	T+2	T+3	T+4	T+5
产量(万个)	软箱	11	15	15	15	15
	软包	1,283	1,833	1,833	1,833	1,833
售价(不含税,元/个)	软箱	598.00	598.00	598.00	598.00	598.00
	软包	46.00	46.00	46.00	46.00	46.00
销售收入(万元)	软箱	6,279.00	8,970.00	8,970.00	8,970.00	8,970.00
	软包	59,022.60	84,318.00	84,318.00	84,318.00	84,318.00
销售收入合计		65,301.60	93,288.00	93,288.00	93,288.00	93,288.00

其中，产能达到100%情况下，具体产品构成情况及预计售价测算依据如下：

产品类别	具体产品	2019年印尼宝岛工厂销售单价(元/个)	本次募投预计售价(不含税,元/个)	产量(万个)	销售收入(万元)
软包	运动背包	42.87	40	1,131	45,162.00
	休闲包	83.84	48	614	29,472.00
	户外包	107.66	108	64	6,912.00
	商务布袋	109.85	110	22	2,420.00
	质感包	176.07	176	2	352.00
	小计		46.40	46	1,833
软箱	软箱	598.47	598	15	8,970.00
合计				1,848	93,288.00

(2) 成本费用估算

本项目建成进入运营期后的营业成本主要包括采购的原材料、项目实施过程中人力成本、折旧及制造费用等。公司综合考虑报告期内产品成本构成、相关产品毛利率、本次募投项目投资额的折旧及募投项目完工后生产产品的销售预期等因素审慎合理确定销售成本。

据此测算，本项目达产后年均营业成本为 68,817.84 万元。

(3) 期间费用

①销售费用

按照销售百分比法，参照印尼公司报告期内销售费用平均占比水平并结合市场形势预测进行估算，确定运营期内销售费用占营业收入比例为 6.50%；本项目达产后年均销售费用为 6,063.72 万元。

②管理费用

按照销售百分比法，参照印尼公司报告期内管理费用（包括研发相关支出）平均占比水平并结合市场形势预测进行估算，确定运营期内管理费用占营业收入比例为 7.00%；本项目达产后年均管理费用为 6,530.16 万元。

(4) 相关税率

本项目缴纳的相关税费按照印尼公司现行的纳税比例及最新的税收政策确定，具体税种及税率情况如下：

项目	税率
所得税率	25%

(5) 本次募投项目毛利率与公司印尼工厂2019年度毛利率对比

印尼工厂将产品销售给最终客户的流程为：客户向公司 100% 持股的境外接单公司开润国际（Korrun International PTE. LTD.）下达订单，境外接单公司向公司印尼工厂采购，部分利润会保留在接单公司，实际公司实现的效益为印尼工厂实现的效益与接单公司实现的效益之和。

本次募投项目毛利率与印尼工厂（PT. Formosa Bag Indonesia）2019 年毛利率对比：

单位：万元

项目	本次募投项目	印尼工厂 2019 年毛利率 (不还原接单公司收益)	印尼工厂 2019 年毛利率 (还原接单公司收益)
营业收入	93,288.00	27,465.28	33,015.81
营业成本	68,817.84	24,350.11	24,350.11
毛利率	26.23%	11.34%	26.25%

在本次募投项目效益测算中，已考虑公司接单公司实现的效益部分，募投项目预测毛利率与印尼工厂 2019 年还原接单公司收益后毛利率基本一致。

2、滁州米润科技有限公司时尚女包工厂项目预计效益测算依据、测算过程及合理性

“滁州米润科技有限公司时尚女包工厂项目”计划建设时尚女包生产线，在滁州米润已有土地上建设新的厂房并购置建设时尚女包生产设备，本项目建设期 24 个月，总投资为 15,196.47 万元，项目建成后形成年产 248 万个时尚女包的生产能力。项目建成后第 1 年达产 70%，第 2 年达产 100%。项目达产后年增加营业收入 48,664 万元，年均增加税后利润为 3,220.66 万元。经测算，项目全部投资税后内部收益率为 10.39%，经济效益良好。

项目建成后，该项目预计的财务指标如下：

单位：万元

项目	T+1	T+2	T+3	T+4	T+5
营业收入	34,129.00	48,664.00	48,664.00	48,664.00	48,664.00
营业成本	25,596.75	36,498.00	36,498.00	36,498.00	36,498.00
营业税金及附加	124.38	328.87	367.43	367.43	367.43
销售费用	3,174.00	4,525.75	4,525.75	4,525.75	4,525.75
管理费用	2,116.00	3,017.17	3,017.17	3,017.17	3,017.17
利润总额	3,117.88	4,294.21	4,255.65	4,255.65	4,255.65
所得税	779.47	1,073.55	1,063.91	1,063.91	1,063.91

项目	T+1	T+2	T+3	T+4	T+5
净利润	2,338.41	3,220.66	3,191.74	3,191.74	3,191.74

(1) 营业收入估算

本项目在运营期内（T 年完成项目建设）实现的营业收入按产品类别划分主要包括真皮女包、PU 女包、配皮女包，依据不同产品的产量、售价确定运营期的营业收入，具体如下：

项目	产品	T+1	T+2	T+3	T+4	T+5
产量(万个)	真皮女包	137	196.0	196	196	196
	PU 女包	29	41.0	41	41	41
	配皮女包	8	11.0	11	11	11
售价(不含税,元/个)	真皮女包	204	204	204	204	204
	PU 女包	161	161	161	161	161
	配皮女包	189	189	189	189	189
销售收入(万元)	真皮女包	27,948.00	39,984.00	39,984.00	39,984.00	39,984.00
	PU 女包	4,669.00	6,601.00	6,601.00	6,601.00	6,601.00
	配皮女包	1,512.00	2,079.00	2,079.00	2,079.00	2,079.00
销售收入合计		34,129.00	48,664.00	48,664.00	48,664.00	48,664.00

本次募投项目生产的时尚女包产品系公司新拓展的产品类型，真皮女包、PU 女包、配皮女包的预测销售单价系公司时尚女包研发与销售团队根据行业经验及市场情况做的估计。因公司 2019 年未生产和销售时尚女包类产品，本次募投项目预测销售单价数据无法与历史数据进行对比，同时，因同行业可比公司时代控股集团（HK:01023）、韩国世门（SIMONE）、励泰皮具均未公开披露其产品销售单价情况或实际销量情况，本次募投项目预测销售单价数据无公开披露数据对比。

(2) 成本费用估算

本项目建成进入运营期后的营业成本主要包括采购的原材料、项目实施过程中人力成本、折旧及制造费用等。公司综合考虑报告期内产品成本构成、相关产品毛利率、本次募投项目投资额的折旧及募投项目完工后生产产品的销售预期等因素审慎合理确定销售成本。

据此测算，本项目达产后年均营业成本为 36,498.00 万元。

(3) 期间费用

①销售费用

按照销售百分比法，参照公司报告期内销售费用平均占比水平并结合市场形势预测进行估算，确定运营期内销售费用占营业收入比例为 9.30%；本项目达产后年均销售费用为 4,525.75 万元。

②管理费用

按照销售百分比法，参照公司报告期内管理费用（包括研发相关支出）平均占比水平并结合市场形势预测进行估算，确定运营期内管理费用占营业收入比例为 6.20%；本项目达产后年均管理费用为 3,017.17 万元。

(4) 相关税率

本项目缴纳的相关税费按照公司现行的纳税比例及最新的税收政策确定，具体税种及税率情况如下：

项目	税率
增值税率	13%
城市维护建设税	增值税的 7%
教育费附加	增值税的 3%
地方教育费附加	增值税的 2%
所得税率	25%

(二) 募投项目达产后毛利率、费用率与同行业可比上市公司的对比情况

开润股份是 A 股箱包行业第一家上市公司，纺织行业中，与开润股份业务模式较为接近的有浙江健盛集团股份有限公司（以下简称“健盛集团”）、孚日集团股份有限公司（以下简称“孚日股份”）和广东万里马实业股份有限公司（以下简称“万里马”），均包含自主品牌及代工业务。

健盛集团主营生产制造各类袜子及无缝内衣，2015 年上市后，积极探索自有品牌的发展，目前主要经营模式为以 ODM、OEM 的方式为世界知名品牌商和零售商自有

品牌提供专业服务。孚日股份一直专注于毛巾系列产品、床上用品和装饰布艺产品的研发设计、生产供应、营销渠道建设和品牌推广。万里马主营业务为皮具产品的研发设计、生产制造、品牌运营及市场销售业务；同时，采取 ODM 的模式，为国际知名企业生产手袋等产品。

印尼箱包生产基地、滁州米润科技有限公司时尚女包工厂项目达产后毛利率、期间费用率（销售费用率+财务费用率+管理费用率+研发费用率）与同行业可比上市公司对比如下：

可比公司	2019 年度	
	期间费用率	毛利率
孚日股份	10.94%	19.64%
健盛集团	14.46%	29.19%
万里马	23.90%	31.10%
行业平均	16.43%	26.64%
印尼箱包生产基地	13.50%	26.23%
滁州米润科技有限公司时尚女包工厂项目	15.50%	25.00%

印尼箱包生产基地、滁州米润科技有限公司时尚女包工厂项目达产后毛利率、费用率与同行业可比上市公司平均值不存在明显异常。

综上，本次募投项目效益测算参照公司的实际情况，与同行上市公司不存在明显差异，故本次募投项目效益测算谨慎。

七、结合账面资金、现金流、理财产品持有情况等分析说明本次募集资金的必要性及规模的合理性

（一）公司账面资金、理财产品持有情况及未来使用计划

截至2020年3月31日，公司货币资金为47,793.11万元，交易性金融资产（理财产品）为12,088.80万元。其中，包括尚未使用的用于前次可转债募投项目资金15,600.04万元，公司实际可以自由支配的资金为44,281.87万元。

公司截至2020年3月31日，实际可自由支配的资金使用计划：

单位：万元

项目	2020 年 3 月 31 日
一、可随时使用的自有资金	44,281.87
二、资金使用计划	52,829.56
2.1 未来 1 年公司业务规模扩张新增流动资金占用	4,300.63
2.2 截至 2020 年 3 月末应付职工的薪酬	4,150.60
2.3 2020 年度分红款	2,543.75
2.4 未来 1 年需要偿还的贷款	20,834.58
2.5 智能加工绿色出行产品产业园项目	21,000.00
三、资金缺口	8,547.69

注：未来 1 年公司业务规模扩张新增流动资金占用估计金额是假设未来 1 年各项经营性应收（应收账款、预付账款及应收款项融资）、经营性应付（应付账款、预收账款及应付票据）及存货占营业收入比例维持不变的情况下，对随着业务规模扩展新增的流动资金占用做的估计。

公司维持日常经营需要保留一定的营运资金。从上表可以看出，截至 2020 年 3 月末，按照公司后续资金使用计划，公司尚存在一定的资金缺口，不足以支持公司募投项目的实施。

（二）公司现金流情况

2017 年度、2018 年度、2019 年度及 2020 年 1-3 月，发行人经营性现金流情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
经营活动现金流入小计	67,770.33	288,264.77	232,020.14	131,777.81
经营活动现金流出小计	72,755.62	274,050.27	217,425.06	116,376.35
经营活动产生的现金流量净额	-4,985.29	14,214.50	14,595.08	15,401.46

从上表可以看出，公司 2017 年-2019 年度经营活动产生的现金流量净额相对较高；2020 年 1-3 月，受新冠肺炎疫情影响，公司业务受到一定影响，影响经营活动现金流入，导致经营活动产生的现金流量净额为负。

本次募投项目投入较大，经营活动产生的现金流难以满足项目需要；同时，考虑到本次募投项目周期相对较长，需由长期资金来源与之匹配，以避免资金期限错

配风险，因此，本次股权融资适合公司发展战略并能使公司保持稳定资本结构。

(三) 本次募集资金的必要性及规模的合理性

1、本次募投项目主要为资本性支出，需要长期资金支持

本次向特定对象发行募集资金不超过 67,350.67 万元，扣除发行费用后拟用于印尼箱包生产基地、滁州米润科技有限公司时尚女包工厂项目、安徽开润股份有限公司信息化建设项目及补充流动资金项目。募投项目的实施有助于公司进一步提升公司产能、完善公司产品结构、提升信息化管理水平，增强公司盈利能力，提高公司的综合竞争力。目前，公司自有资金难以满足项目建设的资金需求，因此公司需要长期资金支持。

2、银行贷款等债务融资方式存在局限性

现阶段企业通过银行贷款等债务融资方式的融资成本相对较高，且融资额度相对有限。若全部通过银行贷款取得，将会大幅增加公司的资产负债率，增加公司的经营风险和财务风险，同时将会产生大额的财务费用，降低公司的盈利水平和股东收益，不利于公司的可持续发展。

3、股权融资有利于优化公司资本结构

股权融资有利于优化公司资本结构，减少未来的偿债压力和资金流出，具有较好的规划及协调性，有利于公司实现长期发展战略。本次发行募集资金使用计划已经过管理层的详细论证，有利于公司进一步提升盈利水平，增强核心竞争力。随着公司募投项目的顺利实施，经营业绩的增长，公司有能力和消化股本扩张对即期收益的摊薄影响，保障公司原股东的利益。

八、核查方式及核查意见

(一) 核查方式

1、保荐机构查阅了本次募投项目董事会决议、股东大会决议、可研报告、商务厅、发改委出具的审批或备案文件、环保部门出具的批复文件以及印度尼西亚当地律所 Sutedja & Associates 出具的《印尼箱包生产基地法律意见》，重点复核了其中

的投资明细，核查了本次拟募集资金的投资计划，以及资本性支出计划等，复核了投资数额的测算依据及过程；

2、核查了发行人募投项目的实际进展和投资情况，取得了本次募投项目建设用地的土地出让合同、付款凭证、建设用地规划许可证；

3、核查了本次募投项目计划投向，与现有业务、前次募投项目之间在土地、实施主体、面向市场、下游客户、最终产品、工艺流程、设备等方面的区别和联系；

4、查阅公司及同行业公司行业研究报告、年度报告、官方网站，访谈了公司管理人员，了解公司本次募投项目在人员、技术、资源、市场等方面的储备及产能消化措施；

5、查阅发行人与主要客户签署的框架协议，以及在手 PO 订单及预测订单情况等情况；

6、计算和分析了发行人本次募投项目预测毛利率和净利率，并与发行人及同行业上市公司进行比较；

7、查阅了发行人财务报告，复核发行人未来资金使用情况的测算过程。

(二) 核查意见

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

1、本次向特定对象发行募投项目已经国内有权机关审批或备案，并履行环评、土地等程序，涉及境外投资的募投项目已履行了境外募投项目建设前的相关程序，相关批复与募投项目实施内容一致，并在有效期内，符合《关于进一步引导和规范境外投资方向的指导意见》（国办发[2017]74号）等行业政策规定；

2、本次向特定对象发行拟使用募集资金 19,850.00 万元补充流动资金，占募集资金总额的 29.47%，未超过本次募集资金总额的 30%，符合《发行监管问答——关于引导规范上市公司融资行为的监管要求（修订版）》相关要求；

3、截至本次向特定对象发行董事会决议日（2020年4月11日）前，发行人均未对本次向特定对象发行募集资金投资项目进行投入，不存在置换董事会决议日前

已投资金额的情形；

4、本次募投项目已经过合理的论证和测算，具备必要性和合理性，不属于重复建设；

5、公司具备实施募投项目必要的人员、技术、资源、市场等储备，本次募投项目具有良好的市场前景和需求，新增产能具备合理性；

6、本次募投项目效益测算系参照公司的实际情况，与同行业上市公司不存在明显差异，本次募投项目效益测算谨慎合理；

7、本次向特定对象发行募集资金符合公司的发展战略，具备必要性和合理性。

2、申请人 2019 年公开发行可转债募集资金，截至目前项目尚未开工。请申请人补充说明：（1）前次可转债募投项目进度是否与计划相符，是否存在延期，是否可能变更；（2）前次可转债发行未使用完毕的募集资金的后续使用安排，前次募投项目尚未开工情况下再次进行融资建设的必要性及合理性。请保荐机构对上述事项进行核查，并就发行人是否存在频繁融资、过度融资情形发表明确意见。

【回复】

一、前次可转债募投项目进度是否与计划相符，是否存在延期，是否可能变更

公司 2019 年公开发行可转债募集资金于 2020 年 1 月 3 日到位。截至 2020 年 3 月 31 日，前次可转债募集资金使用情况如下：

单位：万元

项目名称	募集资金投资金额	实际投资金额	使用比例
滁州米润科技有限公司优质出行软包制造项目	15,610.00	10.00	0.06%
补充流动资金	6,690.00	6,689.96	100.00%
合计	22,300.00	6,699.96	30.04%

补充流动资金项目募集资金已使用完毕，滁州米润科技有限公司优质出行软包制造项目已于 2020 年 6 月开始建筑施工。

滁州米润科技有限公司优质出行软包制造项目实施主体为滁州米润科技有限公司，项目建设期预计为 24 个月，具体实施计划如下：

项目	M ₁₋₂	M ₃₋₄	M ₅₋₆	M ₇₋₈	M ₉₋₁₀	M ₁₁₋₁₂	M ₁₃₋₁₄	M ₁₅₋₁₆	M ₁₇₋₁₈	M ₁₉₋₂₀	M ₂₁₋₂₂	M ₂₃₋₂₄
前期准备	■	■	■									
建筑施工			■	■	■	■	■	■	■	■	■	
设备采购					■	■	■	■	■	■	■	
设备安装调试									■	■	■	
人员培训											■	■
试运行投产												■

该项目已于 2020 年 6 月开始建筑施工，项目进度与原实施计划相符，不存在延期的情况，公司无变更的计划。

二、前次可转债发行未使用完毕的募集资金的后续使用安排，前次募投项目尚未开工情况下再次进行融资建设的必要性及合理性

(一) 前次可转债发行未使用完毕的募集资金的后续使用安排

前次可转债发行未使用完毕的募集资金将按照原实施计划投入到滁州米润科技有限公司优质出行软包制造项目中。

(二) 前次募投项目尚未开工情况下再次进行融资建设的必要性及合理性

本次募投项目中建设项目包括“印尼箱包生产基地”、“滁州米润科技有限公司时尚女包工厂项目”和“安徽开润股份有限公司信息化建设项目”，前次可转债募投项目为“滁州米润科技有限公司优质出行软包制造项目”。

1、本次募投项目“印尼箱包生产基地”一方面满足公司印尼工厂产能扩展的需要，另一方面系公司在中美贸易争端背景下的战略布局，可以充分利用印尼当地人力成本较低以及对美国出口零关税的优势，提升公司的盈利能力

(1) 印尼工厂营收增长迅速且目前产能饱和，需要扩大产能以满足客户订单需求

印尼工厂（PT. Formosa Bag Indonesia）2018 年及 2019 年的经营情况如下：

单位：万元

项目	2018年	2019年	增长率
营业收入	13,707.28	27,465.28	100.37%
营业利润	871.15	1,553.57	78.34%
净利润	593.82	1,157.94	95.00%

2019年2月公司完成收购印尼工厂，收购完成后获得耐克的高度认可和支持，公司印尼工厂2019年营业收入和净利润增长迅速。通过进入世界一线运动品牌客户的供应链体系，公司产品品类进入主流运动包袋领域，在运动品类中的生产能力与知名度将极大提升，公司拓展新客户的步伐明显加快，基于印尼生产基地的区位优势，快速与VF Corporation(威富公司)等其他知名品牌建立了合作关系，未来有望继续保持较快增长态势，印尼工厂只有通过新增产能，才能匹配客户增长的订单需求。印尼人口数量多，相比于东南亚的柬埔寨、越南等地区具备人工成本优势。在中美贸易争端的背景下，目前品牌客户非常重视在印尼地区有工厂布局的公司。

2019年软包产能利用率为94.19%、软箱产能利用率为82.75%，产能利用率饱和，公司需要在印尼工厂扩大产能，以满足未来印尼工厂客户订单的高速增长。

(2) 通过新增产能，可以改善产品生产工艺和效率水平，提升公司品牌客户的国际化服务能力

相比于公司现有印尼工厂，本次募投项目建设有以下改进和提升：

①增加自动裁床配置，新增设备包含了自动拉布、自动裁切功能，将加工图纸导入电脑即可实现自动裁切，与传统裁切相比省掉了冲压刀模，同时将大幅度提升生产加工效率；

②增加电脑车、自动织带机、自动套结机等多种自动化、半自动化设备，节约人工成本，降低员工的劳动强度和技术难度，极大提高生产效率；

③中央仓的高度增加，提高中央仓立体空间的使用率；

④增加太阳能发电装置，节约总用电量；

⑤新增废水及雨水循环利用设施，为打造绿色生态工厂奠定基础。

通过实施“印尼箱包生产基地”，进一步提升印尼公司产能，改善产品生产工艺和效率水平，有利于提升公司品牌客户的国际化服务能力，有利于提升公司的核心竞争力。

(3) 与前次可转债募投项目相比，本次募投项目实施地点为印度尼西亚，为境外生产基地项目，主要面向国外市场，有利于降低公司出口产品成本，提升公司产品的国际竞争力与抵御国际贸易风险能力，不属于重复建设

两个项目的主要区别在于本次募投项目实施地点为印度尼西亚，为境外生产基地项目，主要面向国外市场，前次可转债募投项目实施地点在国内，主要面向国内市场。本次募投项目对于公司海外战略布局与扩张具有重要意义，相比于在境内实施募投项目，在印尼当地实施本次募投有以下优势：

①印尼当地人力成本优势明显

公司所属劳动密集型产业，东南亚国家相对国内人力成本优势明显，通过在东南亚布局、扩产，有助于降低公司经营成本，进一步提升公司盈利空间。印尼现有人口 2.69 亿，募投项目实施地点为印尼人口集中的中爪哇地区，劳动力充足，适合劳动密集型企业布局，招工较为容易，同时募投项目实施主体所在地哲帕拉县的最低基本工资折合人民币约为 1,025 元/月，人力成本较低。

②印尼为 GSP 国家，对美国出口享受零关税

目前，公司软包产品由中国大陆出口至美国的关税税率为 42.60%，印度尼西亚为 GSP (Generalized System of Preference) 国家，即普惠制关税制度国家，对美国出口享受零关税制度，通过实施本次募投项目，提高印尼公司产能，能够降低公司出口产品成本，提升公司产品的国际竞争力与抵御国际贸易风险能力，并为公司进一步开拓欧美市场奠定基础。

2、本次募投项目“滁州米润科技有限公司时尚女包工厂项目”系在原有商务包袋和户外休闲包袋的基础上新增产品品类，进一步完善公司出行产品线

(1) 公司以“让出行更美好”作为公司的使命，立志成为受尊敬的世界级出行消费品公司，通过本项目的实施进一步完善公司出行产品线

公司是国内箱包行业的领先企业，经过多年的积累，公司在研发实力、技术水平、产品质量等方面深受国际知名品牌的认可，品牌知名度和市场声誉不断提升，公司现已拥有一大批知名品牌客户资源，如耐克、迪卡侬、戴尔、华硕、惠普等，均建立了稳定的合作关系且业务量稳步增长。随着箱包行业的稳步发展，公司通过建立自有品牌、积极开拓新的营销渠道、巩固与现有客户的合作关系等实现业务规模的快速扩张，实现销售收入的快速增长，公司营业收入从 2017 年的 116,243.66 万元增长到 2019 年的 269,481.86 万元，年均复合增长率 52.26%。

公司包袋系列产品以商务包袋和户外休闲包袋为主。公司以“让出行更美好”作为公司的使命，立志成为受尊敬的世界级出行消费品公司，为实现公司的使命与愿景，公司需要在原有商务包袋和户外休闲包袋的基础上，进一步拓宽产品品类，建设时尚女包生产线，生产皮包及 PU 女包相关时尚类女包产品。

新增时尚女包产能系公司的战略选择，必须开拓时尚女包品类，公司才能打造全面的箱包行业领军企业。同时，公司依托目前在箱包行业积累的团队、设计和研发、供应链管理和精益管理、服务全球客户的经验与能力等方面的优势，以进入国际知名品牌女包供应链体系，成为时尚女包代工制造领域内的领先企业为目标。为实现这一目标，公司需要新建一定规模的时尚女包生产线，用于满足高端客户的品质、交期、产量等需求。

(2) 本次募投项目与公司现有软包业务（休闲包袋和商务包袋）以及前次募投项目软包类产品存在差异，不存在重复建设

①面对客户群体的差异

本次募投项目女包产品主要的客户为女包品牌商，消费群体是女性，整体风格偏时尚、美观。而软包多是休闲包袋和商务包袋，以运动休闲、商旅为主，主要客户包括运动品牌、休闲包袋品牌以及笔记本电脑品牌厂商，消费群体偏中性。

②产品材质的差异

女包主要原材料为真皮、PU、PU 配皮，真皮包括牛皮头层皮、二层皮，羊皮头层皮、二层皮，PU 包括超纤、人造革、PVC。软包产品主要原材料为尼龙布、帆布

等。

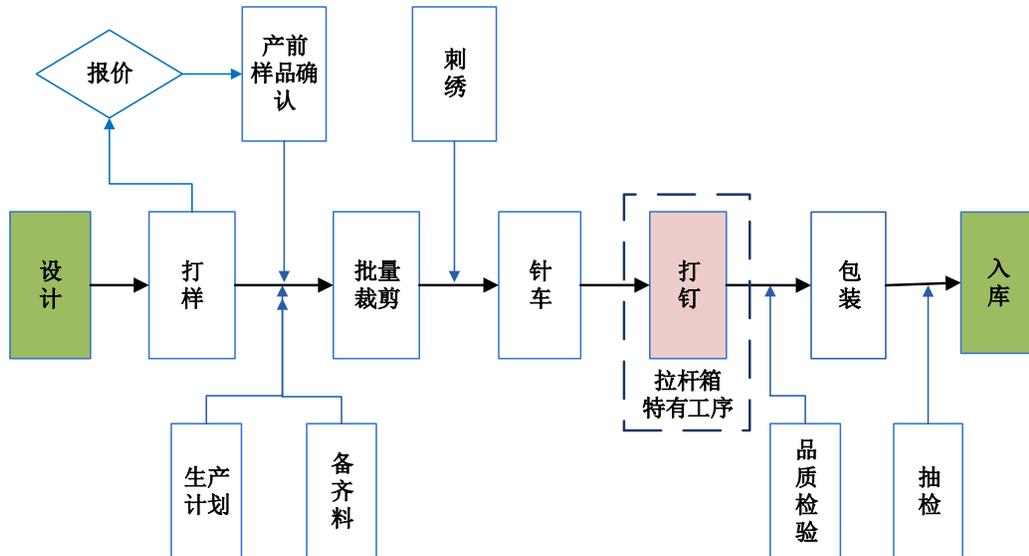
③产品外观的差异

女包会根据客户需求做定型或者半定型。材料不可进行弯折，且产品需要做好包装，不可折叠。而软包是可以进行折叠的，占据空间较小。

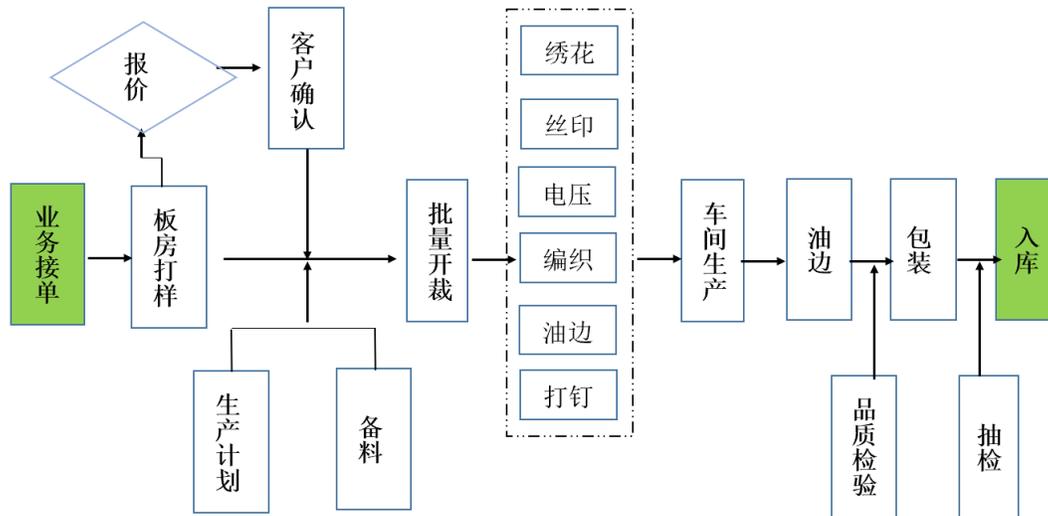
④生产工艺流程和设备的差异

A、生产工艺流程的差异

功能性软包主要的生产工艺流程：



时常女包主要的生产工艺流程：



功能性软包产品生产工艺流程以开裁后的针车为主，女包产品在开裁后则需要经过绣花、丝印、电压、编织、散件油边、装配打钉，且在进入车间生产成为成品后，还需要进行成品油边，QC 质检合格后进行包装入库。

B、生产设备的差异

功能性软包产品生产设备主要为 DY 车、电脑车等各类针车设备，而时尚女包产品生产除针车类设备外，还要用到铲皮机、自动开裁机、过胶机、数控油边机、打磨机等。

(3) 时尚女包产品具备较大的市场空间，公司具备实施时尚女包建设项目的能力和基础

根据信息咨询公司 Euromonitor 数据，2019 年全球手提包市场规模约为 661.12 亿美元，中国手提包市场规模约为 787.24 亿元人民币。手提包市场以女性产品为主，本次募集资金投资项目相关时尚女包产品具备较大的市场空间。

公司已于 2019 年 11 月成立东莞市昱润皮具制品有限公司，开始进入时尚女包的生产制造领域。此外，公司已建立了完善的时尚女包研发、生产与销售团队。时尚女包事业部负责人从事时尚品牌业务近 20 年，熟悉女包产品的研发、生产、销售等全业务流程，具有丰富的行业资源，对众多时尚女包品牌有深入的了解及接触；

同时，公司已组建时尚女包欧洲及美洲业务团队，相关负责人均为业内资深人士。公司现已组建由 30 余名专业技术人才组成的时尚女包研发团队，2020 年时尚女包产品已实现小批量生产，并与多个客户展开合作。

3、本次募投项目“安徽开润股份有限公司信息化建设项目”系对公司现有信息系统的替换和升级，用于满足公司当前业务发展需求和未来发展战略需要

公司近年来高速发展，公司在过去的发展过程中阶段性地采用了多套不同的系统以支撑业务发展，例如：使用赛捷以及 OD00 系统分别作为 B2B 和 B2C 业务的 ERP 系统，使用巨益 OMS、有赞等电商系统作为 B2C 业务的中前台系统，这些系统在开润初期高速发展的过程中发挥了积极的作用。

但公司的长期战略为“成为受尊敬的世界级出行消费品公司”，为了支撑公司愿景，公司希望以数字化信息化的手段，实现集团化管控，支撑公司 B2B 业务以客户为中心，围绕箱包服的产品矩阵，打造快速复制的能力，建立核心竞争力，同时整合 B2C 多个销售渠道，把营销模式从销售型转向用户服务导向型，为运营的快速准确决策提供数据支撑，以快速响应业务的发展和变化，满足多渠道多品类拓展的需求，提升公司业务、财务、管理等各项指标。

基于这一战略，公司经过反复评估论证，进行了 IT 顶层设计，决定采用集团统一的前中后台系统架构，以实现集团底层数据打通以及信息一体化建设。其中，ERP 后台系统选用了全球市场占有率第一的 SAP 系统，其拥有成熟的架构、丰富的生态资源以及各行业顶级企业的最佳实践经验；本次募投建设的中前台系统相对传统电商系统，具有平台化、可复用性高、个性化程度高、对新业务响应迅速等优势，其中包含交易管理中心、运营管理中心、组织管理中心、生产过程管理系统（MES）四大模块，功能涵盖对商品、订单、价格、会员、营销、库存、佣金、制造过程等的管理。

公司原有信息系统在功能和性能上均已达到瓶颈，不能满足未来更复杂的业务需求和更精细化的管理需求，本次募投项目“安徽开润股份有限公司信息化建设项目”建成后可提升公司的经营效率，实现业务数据化，以数据指导业务，提升业务

效率和人均产出，降低管理成本和平均人力成本，但不会产生直接的经济效应。因此，公司决定实施“安徽开润股份有限公司信息化建设项目”。

4、公司自有资金不足，需要融资建设本次募投项目

截至2020年3月31日，公司货币资金为47,793.11万元，交易性金融资产（理财产品）为12,088.80万元。其中，包括尚未使用的用于前次可转债募投项目资金15,600.04万元，公司实际可以自由支配的资金为44,281.87万元。

公司截至2020年3月31日，实际可自由支配的资金使用计划：

单位：万元

项目	2020年3月31日
一、可随时使用的自有资金	44,281.87
二、资金使用计划	52,829.56
2.1 未来1年公司业务规模扩张新增流动资金占用	4,300.63
2.2 截至2020年3月末应付职工的薪酬	4,150.60
2.3 2020年度分红款	2,543.75
2.4 未来1年需要偿还的贷款	20,834.58
2.5 智能加工绿色出行产品产业园项目	21,000.00
三、资金缺口	8,547.69

注：未来1年公司业务规模扩张新增流动资金占用估计金额是假设未来1年各项经营性应收（应收账款、预付账款及应收款项融资）、经营性应付（应付账款、预收账款及应付票据）及存货占营业收入比例维持不变的情况下，对随着业务规模扩展新增的流动资金占用做的估计。

公司维持日常经营需要保留一定的营运资金。从上表可以看出，截至2020年3月末，按照公司后续资金使用计划，公司尚存在一定的资金缺口，不足以支持公司募投项目的实施。

综上所述，公司在前次募投项目尚未开工情况下再次进行融资建设的必要性及合理性。

三、核查方式及核查意见

（一）核查方式

- 1、查阅前次可转债募集资金使用鉴证报告、可行性分析报告、募集资金监管账户明细，访谈高级管理人员了解前次可转债募投项目实施进展、是否存在变更计划；
- 2、查阅本次向特定对象发行募投项目可行性分析报告，对比本次向特定对象发行募投项目与前次可转债募投项目的区别，分析本次募投项目的必要性和合理性；
- 3、查阅了发行人财务报告，复核发行人未来资金使用情况的测算过程。

(二) 核查意见

经核查，保荐机构认为：

- 1、公司前次可转债募投项目进度与原实施计划相符，不存在延期的情况，公司无变更的计划。
- 2、公司本次向特定对象发行募投项目的实施，有利于公司开展产能全球布局，进一步提升印尼公司产能，改善产品生产工艺和效率水平，提高公司的盈利空间；有利于公司拓宽产品品类、完善公司产品线布局；有利于公司提升业务效率、强化信息管理、夯实企业治理。公司在前次募投项目尚未开工情况下再次进行融资具有必要性及合理性，符合公司的发展需要，不存在频繁融资、过度融资情形。

3、报告期内发行人来自境外市场的收入占比约 40%，此外，申请人存在多家境外子公司。请补充说明：(1) 报告期内申请人境内外销售模式、定价模式、主要产品及金额、收入确认时点及依据、信用政策及最近一期应收账款期后回款情况；(2) 申请人与主要客户的合作模式及可持续性，是否存在变动风险。请保荐机构发表核查意见，请会计师说明外销业务真实性、准确性采取的核查措施、核查范围及意见。

【回复】

一、报告期内申请人境内外销售模式、定价模式、主要产品及金额、收入确认时点及依据、信用政策及最近一期应收账款期后回款情况

(一) 申请人境内外销售模式及定价模式

报告期内，公司销售模式可以分为代工制造业务及品牌经营业务，其中境内销

售包括代工制造业务及品牌经营业务两种模式，境外销售主要为代工制造业务。

1、代工制造业务

公司代工制造业务结合市场调研情况、未来流行趋势，可以提前为客户进行年度产品规划、设计与推介，利用自身设计能力与对客户需求的深入了解以主动争取订单，部分产品也基于客户的要求进行设计、打样、报价，客户综合产品质量、产能、报价等因素确定订单规模并发出订单。公司在接到客户订单后合理安排生产与销售，基本做到以销定产。

2、品牌经营业务

开润股份品牌经营业务主要针对终端用户销售出行消费品，包括产品的设计、研发、供应链管理，以及产品线上与线下销售、运营、推广和客户服务等操作。

公司品牌经营业务主要通过天猫，京东，小米等线上电商平台合作进行销售。具体包括以下两种模式：

(1) 电商平台扣点模式

公司在电商平台扣点模式下直接面向终端消费者，当消费者下单后，订单管理系统将显示信息并匹配发货。具体流程为消费者在第三方平台下达订单，通过第三方平台对应的第三方支付平台进行付款，消费者收到商品后在平台确认收货。当消费者进行确认或默认收货期满后，订单完成。电商平台扣点模式包括电商平台代销模式及电商平台自营模式。

(2) 成本价采购/毛利分成模式

小米渠道是公司品牌经营业务的销售渠道之一，公司与小米的合作主要以成本价采购/毛利分成模式。在毛利分成模式下，按照公司与小米业务合作协议及其附属协议的约定，公司按照成本价格将产品销售给小米，产品在小米的各种渠道最终实现对外销售，小米再将其产生的毛利按照双方约定比例分成。公司确认的销售收入为产品成本加毛利分成。分成方式计算标准如下：

序号	项目	计算方式
----	----	------

序号	项目	计算方式
①	发行人的成本	发行人的成本=产品生产成本+变动费用(物流费用等)
②	小米的成本	小米的成本=小米为实现销售产品产生的物流费用及其他费用
③	单个产品毛利	单个产品毛利=小米终端零售价-发行人的成本-小米的成本
④	发行人的分成金额	发行人的分成金额=小米销售数量*单个产品毛利*发行人分成比例
⑤=①+④	发行人销售收入	发行人销售收入=发行人的成本+发行人的分成金额

报告期内，内外销产品定价政策模式基本一致，均系按照成本+合理利润构成，客户的销售价格通过协商或竞价的方式确定。

(二) 主要产品及金额

报告期内，公司主营业务收入按地域构成情况如下：

单位：万元

项目	2020年1-3月		2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
国内	20,484.54	39.23%	155,095.97	59.51%	134,317.86	70.40%	67,961.59	58.65%
国外	31,733.42	60.77%	105,523.07	40.49%	56,483.48	29.60%	47,917.34	41.35%
合计	52,217.97	100.00%	260,619.04	100.00%	190,801.34	100.00%	115,878.93	100.00%

报告期内，公司收入不断增加，主要系：（1）公司不断加深与存量优质客户的合作，致使这些客户的销售规模不断增加，如 2017 年开润股份成为迪卡侬全球 40 家战略合作伙伴供应商之一，对其销售收入逐年增长；（2）公司不断扩展自有品牌“90 分”的知名度及产品品类，相关产品收入规模增长迅速；（3）报告期内，公司不断积极开拓新的优质客户，如报告期内新增名创优品、耐克等行业知名客户。

报告期内，公司出口的产品主要是销售给耐克、迪卡侬、戴尔、惠普、华硕等客户的商务包袋、休闲包袋。

1、内销收入产品类别及占比分析

报告期内，公司内销收入按照产品类型情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
旅行箱	11,136.05	54.36%	74,426.68	47.99%	62,041.53	46.19%	27,585.99	40.59%
休闲包袋	5,612.41	27.40%	58,688.33	37.84%	48,682.42	36.24%	23,940.44	35.23%
商务包袋	1,976.50	9.65%	9,442.78	6.09%	9,903.21	7.37%	7,823.66	11.51%
鞋服	1,483.57	7.24%	8,424.79	5.43%	8,773.06	6.53%	5,959.54	8.77%
其他相关配件	276.01	1.35%	4,113.39	2.65%	4,917.63	3.66%	2,651.96	3.90%
合计	20,484.54	100.00%	155,095.97	100.00%	134,317.85	100.00%	67,961.59	100.00%

报告期内，公司内销以旅行箱、休闲包袋为主。

随着自有品牌“90分”旅行箱市场知名度、品牌影响力的提升，旅行箱销售规模逐年增长；休闲包袋收入的持续增长主要系公司在提高与原有客户合作的基础上，不断开拓名创优品等新的优质客户，促进休闲包袋业务的快速增长。

2、外销收入产品类别及占比分析

报告期内，公司外销收入按照产品类型情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
商务包袋	12,170.99	38.35%	33,820.02	32.05%	23,810.94	42.16%	19,968.22	41.67%
休闲包袋	17,269.34	54.42%	63,677.75	60.34%	31,030.92	54.94%	27,502.02	57.39%
旅行箱	2,187.45	6.89%	7,397.78	7.01%	382.74	0.68%	17.15	0.04%
其他相关配件	105.64	0.33%	627.51	0.59%	1,258.88	2.23%	429.95	0.90%
合计	31,733.42	100.00%	105,523.06	100.00%	56,483.48	100.00%	47,917.34	100.00%

公司报告期内外销收入以休闲包袋、商务包袋为主。

公司从成立至今一直从事商务包袋系列产品特别是电脑包的研发、设计、生产与销售，形成了一定的市场知名度和品牌声誉，并积累了戴尔、惠普、华硕、等一大批优质客户，商务包袋销售金额稳步增长。

2019 年休闲包袋收入的大幅提高系公司在加强与迪卡侬等原有大客户合作的基础上，积极开拓耐克等新的优质客户，致使休闲包袋销售收入增长较快。

(三) 收入确认时点及依据

1、2019 年及以前

公司的收入确认政策如下：公司已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购买方；公司既没有保留与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制；收入的金额能够可靠地计量；相关的经济利益很可能流入企业；相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量时，确认商品销售收入实现。

(1) 国内直接销售

公司以客户完成产品验收并签收作为收入确认时点，在取得经客户签收的验收单或销售出库单后，公司财务部按合同或订单约定价格计量确认收入。

(2) 出口直接销售

采用 FOB 模式交易的客户，公司以产品完成报关出口离岸作为收入确认时点，在取得经海关审验的产品出口报关单和货代公司出具的货运提单后，公司财务部按照合同或订单约定价格计量确认收入；采用 DDP 模式的客户，公司将产品运送至客户指定仓库，客户根据实际需求从仓库提货，依据指定仓库的提货记录定期与客户对账并确认收入；采用 DAP 模式的客户，公司以客户提货并签收确认作为收入确认时点，在取得经客户验收并签字确认的签收单后，公司财务部按照合同或订单约定价格计量确认收入。

(3) 电商平台销售

在电商平台直销模式下，公司的客户为商品的最终消费者。公司通过线上电子商务平台对外销售，公司收到客户订单后发货，在消费者确认签收的时点确认销售收入。

在电商平台代销模式下，公司的直接客户是电商平台，通过电商平台面对终端消费者。公司提供商品供电商平台代销，消费者直接向电商平台下单并付款，电商平台收到订单后通过第三方物流向消费者发货。公司在收到电商平台的代销清单时确认销售收入。

(4) 成本价采购/毛利分成模式

公司以收到分成对账单为收入确认时点，公司按照客户出具的分成对账单金额以及该部分产品对应成本的合计金额确认收入。

具体如下表：

业务模式	业务类型	收入确认时点	收入确认依据
代工制造 业务	国内直接销售	客户验收入库	客户验收单/签收单
	出口直接销售—FOB 模式	报关出口	出口货物报关单、货运提单
	出口直接销售—DDP/DAP 模式	DDP: 提货并对账 DAP: 提货并签收	DDP: 对账单 DAP: 签收单
品牌经营 业务	电商平台扣点模式	直销: 确认收货 代销: 收到电商平台的代 销清单	直销: 客户在网络销售平台中点击确 认收货或默认收货 代销: 代销清单
	成本价采购/毛利分成模式	收到分成对账单	对账单

2、2020 年

2020 年公司根据《企业会计准则第 14 号—收入》(以下简称“新收入准则”)执行新收入准则，新收入准则将现行收入和建造合同两项准则纳入统一的收入确认模型；以控制权转移替代风险报酬转移作为收入确认时点的判断标准；识别合同所包含的各单项履约义务并在履行时分别确认收入；对于包含多重交易安排的合同的会计处理提供更明确的指引；对于某些特定交易（或事项）的收入确认和计量给出了明确规定。

新收入准则实施后，公司的国内直接销售、出口直接销售及电商平台销售收入确认依据及时点与 2019 年及以前相比未发生变化，对成本价采购/毛利分成模式产生影响。

根据与小米集团的合同条款约定，公司收入金额包含两部分：（1）公司发往小米集团产品的成本金额；（2）小米集团向最终用户销售后确认的分成金额。在新收入准则框架下，公司成本价采购/毛利分成模式的收入应于实际完成履约义务即货物交付验收时确认。由于分成金额受小米集团的相关费用率影响并且只有在小米集团最终实现对外销售时才能确定，因此在公司向小米集团交付货物并验收时，分成金额属于可变对价，公司根据历史交易信息、当前市场情况并在考虑关于“可变对价

估计的限制”的规定后合理估计分成金额，估计的分成金额与实际分成金额的差异调整当期营业收入。

(四) 信用政策

公司根据客户资质、市场口碑、采购金额、合作时间等因素，综合考虑给予客户一定的赊销额度及信用期，国内销售客户的信用期一般为开票/签收后 30 天-60 天，部分客户实行先收款后发货的销售模式。国外销售客户信用期一般为报关/货到后 30 天-120 天。公司严格按照赊销额度发货，及时跟踪信用期，催收回款，有效控制坏账风险，报告期内信用政策未发生重大变化。

(五) 最近一期应收账款期后回款情况

期末应收账款期后回款情况如下：

单位：万元

项目	2020.3.31	2019.12.31
应收账款期末余额	39,233.45	42,830.21
期后累计回款	30,823.37	40,466.27
回款比例	78.56%	94.59%

注：期后累计回款是指截至 2020 年 5 月 31 日的累计回款金额。

公司应收账款期后回款情况良好，回收比例较高。

对于账龄较长的应收账款，公司已严格按照企业会计准则的相关规定充分计提了坏账准备；同时，公司应收账款对象主要为戴尔、迪卡侬、耐克、FOXCONN（富士康，惠普指定购买方）、名创优品、小米、华硕等行业知名客户，应收账款出现坏账的风险较低。

二、申请人与主要客户的合作模式及可持续性，是否存在变动风险

公司与主要客户的合作模式等情况如下：

序号	客户名称	合作模式	合作开始时间
1	小米	品牌经营业务	2015 年
2	迪卡侬	代工制造业务	2009 年

序号	客户名称	合作模式	合作开始时间
3	耐克	代工制造业务	2019 年
4	FORMOSA LUGGAGE LIMITED	代工制造业务	2019 年
5	戴尔	代工制造业务	2014 年
6	名创优品	代工制造业务	2017 年
7	Mentor Media Ltd	代工制造业务	2012 年
8	华硕	代工制造业务	2010 年
9	Vera Bradley	代工制造业务	2014 年
10	FOXCONN	代工制造业务	2016 年

注 1: Mentor Media Ltd、FOXCONN 系惠普指定的合规购买方;

注 2: FORMOSA LUGGAGE LIMITED 为中间贸易公司, 公司对其销售的最终客户为耐克, 自 2019 年 10 月起, 公司直接销售产品给耐克。

公司从成立至今一直专注于包袋类产品的研发、设计、生产与销售, 凭借在设计、研发、供应链管理和精益管理等方面的优势, 公司积累了戴尔、惠普、小米、名创优品、迪卡侬等一大批优质客户, 并保持了长期稳定的合作。

截至本反馈意见回复签署日, 公司与主要优质客户均签署了长期有效的框架合作协议。公司与戴尔、惠普、小米、名创优品、迪卡侬、耐克等签署的框架合作协议情况如下:

序号	客户	框架合作协议签订时间	有效期
1	戴尔	2014 年 8 月 5 日	3 年, 合同期满双方无异议自动续期
2	惠普	2014 年 1 月 1 日	3 年, 合同期满双方无异议自动续期
3	小米	2017 年 6 月 21 日	1 年, 合同期满双方无异议自动续期
4	名创优品	2018 年 10 月 9 日	2 年, 合同期满双方无异议自动续期
5	迪卡侬	2014 年 11 月 20 日	长期有效
6	耐克	2019 年 8 月 23 日	长期有效

综上, 公司与主要客户合作稳定, 存在变动的风险较低。

三、核查方式及核查意见

(一) 核查方式

1、访谈了解公司的业务模式、定价政策及收入确认政策。

2、审阅公司销售明细表，复核内销、外销的具体情况；执行收入真实性检查，获取收入确认对应的订单、出库单、运输单据等。

3、查询主要客户框架协议，检查是否存在新增销售模式，以及各种销售模式下报告期内收入确认时点、确认方法是否保持一致口径。

4、了解公司信用政策，审阅应收账款期后回款统计表，并抽查部分回款单据，确认回款真实性及是否与信用政策保持一致。

(二) 核查意见

经核查，保荐机构认为：

1、报告期内公司销售模式、定价模式与实际业务匹配，收入确认符合《企业会计准则》的规定，公司严格执行既定的信用政策，期后应收账款回款良好。

2、公司与主要客户的合作稳定，主要客户发生变动的风险较小。

四、会计师关于外销业务真实性、准确性采取的核查措施、核查范围及意见

(一) 会计师关于外销业务真实性的核查措施

1、核查公司销售收款循环的内部控制，并对内控设计合理性及执行有效性进行测试：

(1) 获取公司销售收款内部控制制度，包括信用期管理审批制度、客户管理制度、发票管理制度、票据管理制度等，与企业内部控制基本规范及其配套指引对照，结合发行人销售业务流程，判断发行人销售收款相关的制度是否完善，评价其设计合理性及合规性；

(2) 执行销售与收款循环内控流程的控制测试，将取得的销售样本对应的销售合同（订单）、出库单、报关单、装箱单、签收单、对账单、收款凭证等单据进行核对。经检查，订单、出库单、报关单、装箱单、签收单、对账单内容一致，付款人名称与客户名称一致，按约定的结算方式付款；

经测试，公司销售与收款相关的内部控制设计合理、执行有效，能够为销售收款业务的真实、准确、完整提供可靠的保证；

2、访谈了解公司的收入确认政策，执行应收账款替代测试、收入真实性及完整性检查，检查外销收入确认对应的报关单、装箱单、签收单、对账单等；

3、走访海关，获取出口统计数据，与企业出口台账数据核对，验证账面财务数据的真实性；

4、对主要外销客户进行函证，函证内容包括应收账款余额及交易金额；

5、执行截止性测试，判断是否存在跨期，验证收入确认时间的准确性；

6、利用组成部分会计师工作。

(二) 核查范围

1、对 2017-2019 年度主要外销客户的应收账款余额及交易金额进行函证，函证情况如下：

项目	2019 年 12 月 31 日 /2019 年度	2018 年 12 月 31 日 /2018 年度	2017 年 12 月 31 日 /2017 年度
应收账款-外销			
账面金额（万元）	25,741.69	14,836.45	11,943.58
发函金额（万元）	21,683.80	14,200.21	11,415.02
发函比例（%）	84.24	95.71	95.57
回函金额（万元）	7,604.27	4,714.67	6,868.53
回函比例（%）	35.07	33.20	60.17
营业收入-外销			
账面金额（万元）	105,523.07	56,483.48	47,917.34
发函金额（万元）	84,975.71	56,243.80	47,551.74
发函比例（%）	80.53	99.58	99.24
回函金额（万元）	40,234.07	23,880.00	34,181.09
回函比例（%）	47.35	42.46	71.88

对未回函客户执行替代程序，确认应收账款余额及交易金额，程序包括：亲自登陆客户供应链系统获取对账单，与账面数据进行比对；检查收入相关签收单，并追溯检查至相关的订单、出库单、运输单、出口报关单、装箱单等单据，确认交易金额真实发生；检查回款情况，核对回款情况与交易额是否匹配。

对重要客户收入发生相关的订单、出库单、运输单、出口报关单、装箱单、签收单等单据进行检查，确认收入真实发生。核对订单数量、单价、金额，出库单日期、数量，报关单日期、数量、金额等原始凭证信息，检查收入确认的真实性和准确性。执行收入截止性测试程序，检查各期末确认收入相关的原始单据，检查收入是否计入了正确的期间，是否存在收入跨期现象。执行收入完整性检查程序，从出库单追查至记账凭证，检查收入确认的完整性。

2、核对海关出口数据与公司出口台账数据，存在部分差异，差异主要为公司出口商品具体确认时点为报关单据上记载的出口日期，而海关统计金额为按照海关结关日期进行统计，两者的口径不完全一致，短暂的时间性差异会导致两者统计数据不完全一致；且海关统计金额不包含海关特殊监管区域（保税区、保税物流园区等）出口数据，考虑到差异金额占比较低，认为公司账面记载的出口数据可靠、真实。

3、报告期内，境外子公司收入情况如下（扣除对合并报表范围内主体的销售）：

单位：万元

境外子公司名称	成立时间	注册地	业务性质	2020年 1-3月	2019年	2018年	2017年
开润国际（Korrund International PTE. LTD.）	2013年10月22日	新加坡	商品销售	14,330.91	49,213.04	3,097.68	2,525.88
印度珂润（Korrund India Private Limited）	2015年6月26日	印度新德里	工业生产	2,717.67	7,284.06	9,525.23	4,007.88
新加坡锦林（JinLin(SG) PTE.LTD）	2018年11月16日	新加坡	进出口贸易、控股	2,783.75	4,418.13	-	-
开润香港（Korrund (HK) Limited）	2019年1月7日	中国香港	国际贸易	-	-	-	-
新加坡宝岛（FORMOSA BAG(SG)PTE.LTD）	2019年1月16日	新加坡	进出口贸易、控股	-	-	-	-
新加坡物业（FORMOSA INDUSTRIAL(SG)PTE.LTD）	2019年1月16日	新加坡	进出口贸易、控股	-	-	-	-
印尼宝岛工厂（PT FORMOSA BAG INDONESIA）	2012年6月19日	印度尼西亚	研发与销售	-	-	-	-
印尼宝岛物业（PT FORMOSA DEVELOPMENT）	2012年6月19日	印度尼西亚	工厂自用或出租	-	-	-	-
印尼锦林（PT.JinLin Luggage Indonesia）	2018年12月11日	印度尼西亚	工业生产	-	-	-	-

境外子公司名称	成立时间	注册地	业务性质	2020 年 1-3 月	2019 年	2018 年	2017 年
开润日本(株式会社 KORRUN JAPAN)	2019 年 10 月 16 日	日本	商品销售	12.78	-	-	-
合计				19,845.11	60,915.23	12,622.91	6,533.76
占当期外销收入比例				62.54%	57.73%	22.35%	13.64%

注：开润国际 2019 年销售收入大幅增长主要原因是公司战略结构调整，将集团内海外业务逐步转移至开润国际，包括印尼公司的对外销售。

(1) 开润香港、新加坡宝岛、新加坡物业、开润日本系 2019 年新成立的海外子公司，主要核查程序包括获取并核对银行账户流水并结合银行函证，检查资金流入情况，从而判断是否发生销售交易业务。

(2) 印尼宝岛工厂、印尼宝岛物业、印尼锦林 2019 年财务数据由组成部分注册会计师（印尼 RSM 会计师事务所）审计，集团注册会计师发送审计指令、督导审计过程、复核审计结果。印尼 RSM 会计师事务所为集团审计机构容诚会计师事务所（特殊普通合伙）统一网络所，RSM 国际印尼分支机构。

(3) 开润股份其余海外子公司由容诚会计师事务所（特殊普通合伙）审计，海外收入的的核查程序包括：函证及其替代程序；检查收入发生确认的相关订单、报关单、装箱单、对账单等单据。

（三）核查意见

经核查，会计师认为：2017-2019 年，公司外销业务收入真实、准确和完整。

4、2019 年末申请人存货账面价值 5.41 亿元。请申请人说明：(1)截至最近一期未存货结构及库龄情况；(2)结合期末在手订单、采购及生产模式说明存货金额及结构的合理性；(3)结合同行可比公司情况、主要产品销售价格及原材料价格变动情况说明各期末存货跌价准备是否充分计提。请保荐机构及会计师发表核查意见。

【回复】

一、截至最近一期未存货结构及库龄情况

2019 年末、2020 年 3 月 31 日，公司存货结构情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 3 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比
库存商品	22,518.65	42.12%	23,147.83	42.21%
原材料	17,334.70	32.42%	15,160.81	27.65%
发出商品	11,474.18	21.46%	14,488.54	26.42%
委托加工物资	1,798.83	3.36%	1,798.55	3.28%
周转材料	132.64	0.25%	119.98	0.22%
在产品	210.33	0.39%	123.11	0.22%
合计	53,469.32	100.00%	54,838.82	100.00%

报告期末，公司存货主要为库存商品、原材料、发出商品。

1、库存商品

公司的库存商品主要是有订单存货以及保留的安全库存。随着公司营业收入的快速增长，导致库存商品期末余额较多。

2、原材料

公司的原材料主要是满足客户订单生产而采购的材料及保留的安全库存，主要包括面料、PC 材料等。

3、发出商品

公司的发出商品主要是成本价采购/毛利分成模式（客户为小米）、DDP/DAP 模式（客户为戴尔）、电商平台代销模式、电商平台自营模式下，已发货尚未与客户结算的产品。

4、委托加工物资

公司的委托加工物资主要是受公司生产条件及产能的限制，在公司充分利用自有产能的情况下，将部分工序委外生产而发出的材料。

5、周转材料

公司的周转材料主要是机物料等，余额较小。

6、在产品

公司的在产品主要是自产旅行箱中生产出的箱壳，余额较小。

截至 2020 年 3 月 31 日，公司存货库龄情况如下：

单位：万元

项目	金额	1 年以内		1 年以上	
		金额	占比	金额	占比
库存商品	22,518.65	22,214.77	98.65%	303.87	1.35%
原材料	17,334.70	17,264.60	99.60%	70.10	0.40%
发出商品	11,474.18	11,474.18	100.00%	-	-
委托加工物资	1,798.83	1,798.83	100.00%	-	-
周转材料	132.64	132.64	100.00%	-	-
在产品	210.33	210.33	100.00%	-	-
合计	53,469.32	53,095.35	99.30%	373.97	0.70%

2019 年末，公司存货库龄情况如下：

单位：万元

项目	金额	1 年以内		1 年以上	
		金额	占比	金额	占比
库存商品	23,147.83	22,620.93	97.72%	526.90	2.28%
原材料	15,160.81	15,062.87	99.35%	97.94	0.65%
发出商品	14,488.54	14,488.54	100.00%	-	-
委托加工物资	1,798.55	1,798.55	100.00%	-	-
周转材料	119.98	119.98	100.00%	-	-
在产品	123.11	123.11	100.00%	-	-
合计	54,838.82	54,213.98	98.86%	624.84	1.14%

2020 年 3 月末及 2019 年末，公司存货库龄主要为 1 年以内，1 年以上的存货占比较小为 0.70%、1.14%，不存在大额呆滞、滞销等情形。

二、结合期末在手订单、采购及生产模式说明存货金额及结构的合理性

(一) 在手订单情况及期后销售情况

2019 年末、2020 年 3 月 31 日，公司在手订单情况

单位：万元

项目	2020 年 3 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
存货余额	53,469.32	54,838.82
其中：有订单库存金额	47,804.99	50,563.67
在手订单支持率	89.41%	92.20%
订单金额	57,118.50	55,598.63

2019 年末、2020 年 3 月底，订单金额可以覆盖存货余额，存货余额的订单支持率分别为 92.20%、89.41%，订单支持率较高。期末存货余额中无订单支持的部分，系公司基于销售趋势的预测而进行的备货，以防止客户的突发需求而不能及时交货的情形产生。

2019 年末及 2020 年 3 月末，公司库存商品、发出商品期后销售情况如下：

单位：万个、万元

项目	2020 年 3 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
期末库存数量	801.89	990.57
期末库存金额	33,992.82	37,636.37
期后销售数量	671.88	789.84
期后确认收入金额	29,270.58	38,921.36
期后结转成本金额	21,244.05	28,291.27

注：期后销售情况数据截至时间为 2020 年 5 月 31 日。

公司 2019 年底、2020 年 3 月底库存商品、发出商品的期后销售情况良好，未出现产品大批量滞销的情况。

公司不同业务模式下销售周期如下：

项目	业务模式	销售周期
代工制造业务	国内直接销售	90 天
	FOB 模式	120 天
	DDP、DAP	180 天

项目	业务模式	销售周期
品牌经营业务	电商平台扣点模式	7 天
	成本价采购/毛利分成模式	30 天

不同业务模式下，公司产品的销售周期存在差异，期末产品期后销售情况与销售周期基本匹配。

(二) 采购模式

业务部根据客户样品或设计部图纸确定销售订单，公司工程技术部根据销售订单确定产品原材料，并编制物料清单表，采购部基于物料清单表进行正式采购。在原材料入库环节，公司制定了《仓库管理制度》进行规范，原材料入库登记时一般由供应商负责将公司采购的原料运送至指定仓库，到货后核对并确认货物信息是否与相关采购合同一致，核对完成后交由公司质检人员进行来料检验，检验合格后确认入库。

(三) 生产模式

公司生产模式主要分为自主生产模式、委外生产模式和直接采购模式。

① 自主生产模式

自主生产模式是指由公司负责组织并实施产品市场调研、研发、设计、打样、原材料采购、批量裁剪、针车打钉、包装和验收等主要核心环节。

主要工序如下：

工序 1	工序 2	工序 3	工序 4	工序 5	工序 6	工序 7	工序 8	工序 9	工序 10
研发	设计	打样	原材料采购	批量裁剪	刺绣印花*	针车/打钉	组装检验	包装	验收

注：根据部分产品的工艺要求，以上完整工序中的工序 6 存在部分委外加工的情形。

② 委外生产模式

委外生产模式指公司完成产品市场调研、研发和设计，关键原材料由公司指定供应商并洽谈好价格、确定技术标准，或由公司集中采购原材料并裁剪配置后提供

给委外供应商，制定生产制造工艺流程和品质标准后，委托供应商按照上述工艺流程和标准生产，经公司驻场检验人员验收合格后，按照公司送货指令直接发送至指定仓库。

公司对部分产品委外生产的主要原因为：公司目前现有的生产设备不具备生产鞋服、平板电脑和智能手机保护套等产品的条件，现有的软包、旅行箱产能严重不足。

③ 直接采购模式

直接采购模式是指公司在生产经营过程中根据客户要求采购相关鼠标、鼠标垫等电脑配件，以及部分出行配件。此种直接采购模式的销售收入占公司主营业务收入比例较小。

(四) 存货金额及结构的合理性

报告期各期末，公司存货余额情况如下：

单位：万元

项目	2020.3.31		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
库存商品	22,518.65	42.12%	23,147.83	42.21%	19,350.93	46.48%	10,526.12	36.86%
原材料	17,334.70	32.42%	15,160.81	27.65%	6,623.30	15.91%	2,684.07	9.40%
发出商品	11,474.18	21.46%	14,488.54	26.42%	14,168.91	34.03%	14,157.91	49.57%
委托加工物资	1,798.83	3.36%	1,798.55	3.28%	1,442.75	3.47%	1,100.92	3.85%
周转材料	132.64	0.25%	119.98	0.22%	50.88	0.12%	90.37	0.32%
在产品	210.33	0.39%	123.11	0.22%	-	-	-	-
合计	53,469.32	100.00%	54,838.82	100.00%	41,636.77	100.00%	28,559.39	100.00%

报告期各期末，随着公司营业规模的快速增长，公司存货余额逐年增长，公司存货余额占营业收入的比例情况如下：

单位：万元

项目	2020.3.31/ 2020年1-3月	2019.12.31/ 2019年度	2018.12.31/ 2018年度	2017.12.31/ 2017年度
存货余额	53,469.32	54,838.82	41,636.77	28,559.39

项目	2020.3.31/ 2020 年 1-3 月	2019.12.31/ 2019 年度	2018.12.31/ 2018 年度	2017.12.31/ 2017 年度
营业收入	53,705.39	269,481.86	204,807.02	116,243.66
存货余额/营业收入	99.56%	20.35%	20.33%	24.57%

整体而言，公司存货余额与营业收入基本匹配。随着经营规模的扩大，公司的生产规模持续扩张，对应的原材料需求增大，原材料、库存商品余额逐年增长。

公司品牌经营业务面对终端消费者，对于库存商品供应的及时性要求较高，且该业务主要通过电商平台进行销售，报告期内，随着品牌经营业务的不断增长，公司发出商品金额增加较快。

2020 年 1 季度，因新冠肺炎疫情的爆发，公司国内工厂生产受到部分影响，产能利用率较正常年度有所下降，原材料占比较以前年度有所上升。

公司产品生产工序较为简单，且仅部分环节进行委外生产，故委托加工物资、周转材料、在产品金额较小，占比较低。

综上，公司各类存货余额及其占比结构与销售模式、采购模式、生产模式、业务规模等紧密相关，具有合理性。

三、结合同行可比公司情况、主要产品销售价格及原材料价格变动情况说明各期末存货跌价准备是否充分计提

(一) 公司存货跌价准备计提情况

1、存货跌价准备计提方法

公司在资产负债表日对存货按成本与可变现净值孰低计量，存货成本高于其可变现净值的，计提存货跌价准备，计入当期损益。在确定存货的可变现净值时，以取得的可靠证据为基础，并且考虑持有存货的目的、资产负债表日后事项的影响等因素。

产成品、库存商品和用于出售的材料等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。为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，以合同价格作为其可变现净

值的计量基础；如果持有存货的数量多于销售合同订购数量，超出部分的存货可变现净值以一般销售价格为计量基础。用于出售的材料等，以市场价格作为其可变现净值的计量基础。

需要经过加工的材料存货，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。如果用其生产的产成品的可变现净值高于成本，则该材料按成本计量；如果材料价格的下降表明产成品的可变现净值低于成本，则该材料按可变现净值计量，按其差额计提存货跌价准备。

存货跌价准备一般按单个存货项目计提；对于数量繁多、单价较低的存货，按存货类别计提。

资产负债表日如果以前减记存货价值的影响因素已经消失，则减记的金额予以恢复，并在原已计提的存货跌价准备的金额内转回，转回的金额计入当期损益。

2、存货跌价准备计提金额

报告期内，发行人存货跌价准备情况如下：

单位：万元

项目	2020.3.31	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
库存商品	391.35	569.42	288.68	221.83
原材料	152.09	133.65	-	-
合计	543.44	703.06	288.68	221.83

(二) 同行业可比公司存货情况

开润股份是 A 股箱包行业第一家上市公司，纺织行业中，与开润股份业务模式较为接近的有浙江健盛集团股份有限公司（以下简称“健盛集团”）、孚日集团股份有限公司（以下简称“孚日股份”）和广东万里马实业股份有限公司（以下简称“万里马”），均包含自主品牌及代工业务。

健盛集团主营生产制造各类袜子及无缝内衣，2015 年上市后，积极探索自有品牌的发展，目前主要经营模式为以 ODM、OEM 的方式为世界知名品牌商和零售商自有

品牌提供专业服务。

孚日股份一直专注于毛巾系列产品、床上用品和装饰布艺产品的研发设计、生产供应、营销渠道建设和品牌推广。

万里马主营业务为皮具产品的研发设计、生产制造、品牌运营及市场销售业务；同时，采取 ODM 的模式，为国际知名企业生产手袋等产品。

1、存货构成

2017-2019 年末，同行业上市公司存货结构对比如下：

(1) 健盛集团（股票代码：603558）

单位：万元

项目	2019 年末		2018 年末		2017 年末	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
原材料	16,116.29	34.85%	16,518.05	38.38%	12,981.66	38.46%
在产品	16,049.14	34.71%	14,553.27	33.81%	7,696.43	22.80%
库存商品	13,376.16	28.93%	10,419.19	24.21%	10,525.64	31.18%
委托加工物资	644.59	1.39%	1,470.95	3.42%	2,467.51	7.31%
包装物	-	-	21.01	0.05%	49.57	0.15%
低值易耗品	53.46	0.12%	59.7	0.14%	35.19	0.10%
合计	46,239.65	100.00%	43,042.18	100.00%	33,755.99	100.00%

(2) 万里马（股票代码：300591）

单位：万元

项目	2019 年末		2018 年末		2017 年末	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
库存商品	15,016.59	70.09%	15,463.83	63.98%	12,914.97	58.47%
原材料	4,017.53	18.75%	4,130.45	17.09%	4,180.32	18.92%
委托加工物资	561.37	2.62%	546.03	2.26%	1,353.94	6.13%
在产品	1,829.94	8.54%	4,028.71	16.67%	3,640.99	16.48%
合计	21,425.42	100.00%	24,169.02	100.00%	22,090.22	100.00%

(3) 孚日股份（股票代码：002083）

单位：万元

项目	2019 年末		2018 年末		2017 年末	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
在产品	45,735.83	37.64%	50,118.10	33.86%	60,714.93	29.24%
库存商品	43,478.49	35.78%	47,302.10	31.96%	42,959.34	20.69%
原材料	32,276.38	26.56%	50,203.48	33.92%	40,748.94	19.62%
周转材料	24.83	0.02%	385.43	0.26%	413.86	0.20%
开发成本	-	-	-	-	26,841.42	12.93%
开发产品	-	-	-	-	35,968.04	17.32%
合计	121,515.53	100.00%	148,009.11	100.00%	207,646.55	100.00%

(4) 公司存货结构

单位：万元

项目	2019 年末		2018 年末		2017 年末	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
库存商品	23,147.83	42.21%	19,350.93	46.48%	10,526.12	36.86%
原材料	15,160.81	27.65%	6,623.30	15.91%	2,684.07	9.40%
发出商品	14,488.54	26.42%	14,168.91	34.03%	14,157.91	49.57%
委托加工物资	1,798.55	3.28%	1,442.75	3.47%	1,100.92	3.85%
周转材料	119.98	0.22%	50.88	0.12%	90.37	0.32%
在产品	123.11	0.22%	-	-	-	-
合计	54,838.82	100.00%	41,636.77	100.00%	28,559.39	100.00%

通过以上对比可知，由于主营业务产品、销售、生产、采购等业务模式及结算方式的不同，同行业公司的存货结构存在差异。

2、同行业上市公司存货跌价准备计提情况对比分析

2017-2019 年末，公司与同行业上市公司存货跌价准备计提比率（存货跌价准备/存货余额）对比如下表：

公司名称	2019 年末	2018 年末	2017 年末
健盛集团	1.02%	0.70%	0.89%
万里马	2.95%	2.32%	2.40%

公司名称	2019 年末	2018 年末	2017 年末
孚日股份	0.13%	0.04%	0.48%
平均值	1.37%	1.02%	1.26%
开润股份	1.28%	0.69%	0.78%

由上表可知，公司存货跌价准备计提比率与同行业公司存在差异，主要系存货品种、业务模式、客户结构等方面的差异所致。

整体而言，2017-2019 年，公司存货跌价准备计提比率介于同行业上市公司之间，且变动趋势一致，存货跌价准备计提相对充分。

2017-2019 年，与同行业上市公司存货周转率对比如下表：

公司名称	2019 年	2018 年	2017 年
健盛集团	2.82	2.98	2.77
万里马	2.04	1.99	2.06
孚日股份	2.97	2.33	1.94
平均值	2.61	2.43	2.26
开润股份	4.03	4.32	4.12

与同行业上市公司相比，公司存货周转率较高，主要系报告期内公司品牌经营业务增长较快，并占比较高，在该种业务模式下，终端消费者对于供应的及时性要求较高。公司存货周转情况及产品毛利较高，因此存货减值风险相对较低。

综上，与同行业上市公司相比，公司存货跌价计提准备充分。

（三）主要产品销售价格情况

1、产品单价情况

报告期内，主要产品销售单价情况如下：

单位：万元、个、元/个

项目	2020 年 1-3 月	2019 年	2018 年	2017 年	
休闲包袋	收入	22,881.74	122,366.08	79,713.34	51,442.46
	数量	914.71	4,877.53	3,383.47	2,057.11
	单价	25.02	25.09	23.56	25.01

项目		2020 年 1-3 月	2019 年	2018 年	2017 年
	变动率	-0.29%	6.49%	-5.79%	—
商务包袋	收入	14,147.49	43,262.80	33,714.15	27,791.89
	数量	203.99	851.47	675.51	659.40
	单价	69.35	50.81	49.91	42.15
	变动率	36.50%	1.80%	18.42%	—
旅行箱	收入	13,323.51	81,824.46	62,424.27	27,603.14
	数量	54.64	322.16	246.84	100.36
	单价	243.84	253.98	252.89	275.03
	变动率	-3.99%	0.43%	-8.05%	—
鞋服	收入	1,483.57	8,424.79	8,773.06	5,959.54
	数量	14.54	89.49	95.46	61.79
	单价	102.03	94.15	91.90	96.45
	变动率	8.38%	2.45%	-4.72%	—
其他相关配件	收入	381.65	4,740.90	6,176.52	3,081.91
	数量	26.31	302.82	414.39	337.43
	单价	14.50	15.66	14.91	9.13
	变动率	-7.35%	5.04%	63.19%	—
合计	收入	52,217.97	260,619.03	190,801.34	115,878.94
	数量	1,214.19	6,443.47	4,815.68	3,216.09
	单价	43.01	40.45	39.62	36.03
	变动率	6.33%	2.09%	9.96%	—

报告期内，主要产品销售单价未出现大幅下降，产品无重大跌价风险。

(1) 休闲包袋

休闲包袋 2018 年平均销售单价低于 2017 年，主要系公司为拓展产品种类，销售了较多的钱包、旅行收纳包等小型包袋，该部分产品售价较低，导致平均单价低于 2017 年。

(2) 旅行箱

2018 年、2019 年旅行箱平均销售单价低于 2017 年，主要是 2017 年 90 分金属

旅行箱系列产品销量较多，该部分产品单位售价高，自 2018 年开始，公司加大平价旅行箱推广力度，积极开拓其他电商平台销售渠道，导致公司旅行箱销售单价较 2017 年降低。

2、产品毛利情况

报告期内，主要产品销售毛利情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	毛利额	毛利率	毛利额	毛利率	毛利额	毛利率	毛利额	毛利率
休闲包袋	6,523.26	28.51%	32,968.01	26.94%	20,593.36	25.83%	13,758.51	26.75%
旅行箱	2,967.53	22.27%	18,307.60	22.37%	11,261.21	18.04%	5,292.59	19.17%
商务包袋	6,798.93	48.06%	19,791.37	45.75%	15,451.26	45.83%	12,723.03	45.78%
鞋服	407.83	27.49%	2,135.62	25.35%	3,083.98	35.15%	1,656.78	27.80%
其他相关配件	128.65	33.71%	1,287.60	27.16%	2,022.60	32.75%	870.49	28.25%
合计	16,826.20	32.22%	74,490.21	28.58%	52,412.41	27.47%	34,301.40	29.60%

报告期内，主要产品毛利率较高，产品跌价的风险较低。

(四) 报告期各期末存货跌价准备计提情况

1、成品（库存商品、发出商品）跌价准备测试过程

报告期各期末，成品（库存商品、发出商品）跌价准备测试过程如下：

单位：万元

期 间	项 目	账面成本	可变现净值	计提跌价金额
2020 年 3 月末	库存商品-休闲包袋	9,363.40	13,202.44	126.59
	库存商品-旅行箱	6,880.25	9,704.97	95.53
	库存商品-商务包袋	3,204.70	5,156.82	123.48
	库存商品-鞋服	2,786.81	4,135.31	40.83
	库存商品-其他相关配件	283.48	354.44	4.92
	发出商品-休闲包袋	3,404.44	4,424.98	-
	发出商品-旅行箱	5,474.93	7,493.42	-
	发出商品-商务包袋	2,494.61	4,392.57	-

期 间	项 目	账面成本	可变现净值	计提跌价金额
	发出商品-鞋服	100.20	173.39	-
	发出商品-其他相关配件	-	—	-
2019 年 末	库存商品-休闲包袋	10,339.77	12,520.08	17.53
	库存商品-旅行箱	6,472.26	7,477.62	191.15
	库存商品-商务包袋	2,891.57	3,724.66	278.58
	库存商品-鞋服	2,954.39	3,411.43	5.47
	库存商品-其他相关配件	489.84	556.67	76.68
	发出商品-休闲包袋	3,914.24	4,649.56	-
	发出商品-旅行箱	6,892.66	8,002.73	-
	发出商品-商务包袋	2,560.20	4,372.44	-
	发出商品-鞋服	936.64	1,074.97	-
	发出商品-其他相关配件	184.80	214.32	-
2018 年 末	库存商品-休闲包袋	9,049.44	12,419.04	14.29
	库存商品-旅行箱	3,329.27	4,077.91	-
	库存商品-商务包袋	4,124.54	6,416.52	174.95
	库存商品-鞋服	2,295.10	3,367.54	-
	库存商品-其他相关配件	552.58	768.69	99.44
	发出商品-休闲包袋	3,271.97	3,529.29	-
	发出商品-旅行箱	8,102.65	8,978.90	-
	发出商品-商务包袋	1,741.46	1,999.95	-
	发出商品-鞋服	1,047.60	1,075.74	-
	发出商品-其他相关配件	5.23	9.03	-
2017 年 末	库存商品-休闲包袋	6,228.66	7,690.31	79.69
	库存商品-旅行箱	582.34	736.37	1.79
	库存商品-商务包袋	2,398.26	4,059.64	119.21
	库存商品-鞋服	450.94	696.77	-
	库存商品-其他相关配件	865.92	1,022.42	21.14
	发出商品-休闲包袋	2,811.58	3,154.75	-
	发出商品-旅行箱	10,285.79	11,771.96	-
	发出商品-商务包袋	711.27	1,250.18	-

期 间	项 目	账面成本	可变现净值	计提跌价金额
	发出商品-鞋服	326.92	340.25	-
	发出商品-其他相关配件	22.35	39.90	-

注：公司计提存货跌价准备按照单个产品进行计提，故而会出现上表某产品类别合计可变现净值大于账面成本仍计提存货跌价准备的情况；

公司代工制造业务销售模式为订单驱动模式，公司基于客户的要求进行设计、打样、报价，客户综合产品质量、产能、报价等因素确定订单规模并发出订单。公司在接到客户订单后合理安排生产与销售，基本做到以销定产。公司品牌经营业务面对终端用户，消费者对于库存商品供应的及时性要求较高，存货周转较快。

报告期内，公司整体存货周转速度较快，毛利率相对较高，计提的存货跌价准备金额较小。

2、原材料跌价准备测试过程

原材料、委托加工物资、在产品等需要经过加工的存货，可变现净值=所生产的产成品的估计售价 x (1-销售税费率)-至完工时估计将要发生的成本，若其成本低于可变现净值，则不存在跌价，若其成本高于可变现净值，则按差额计提跌价准备。

报告期各期末，公司原材料跌价准备情况如下：

单位：万元

项目	2020. 3. 31	2019. 12. 31	2018. 12. 31	2017. 12. 31
原材料	152.09	133.65	-	-
委托加工物资	-	-	-	-
合计	152.09	133.65	-	-

报告期内，公司原材料采购价格稳定，未发生重大变动。

主要材料采购单价如下：

单位：元

项目	2020 年 1-3 月	2019 年	2018 年	2017 年
pc 材料	24.21	24.42	25.47	-

项目	2020 年 1-3 月	2019 年	2018 年	2017 年
面料	6.05	5.23	5.36	4.36

原材料跌价准备计提过程如下：

单位：万元

项目	2020.3.31	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
原材料金额	17,334.70	15,160.81	6,623.30	2,684.07
委托加工物资金额	1,798.83	1,798.55	1,442.75	1,100.92
进一步加工成本	4,174.61	4,691.81	1,645.06	904.63
预计可变现净值	27,348.49	25,041.34	11,170.63	5,441.55
原材料跌价金额	152.09	133.65	-	-

报告期各期末，公司原材料跌价金额较小。

四、核查方式及核查意见

（一）核查方式

1、了解、评价并测试计提存货跌价准备流程的内部控制；了解存货减值的相关会计政策，复核计提存货跌价准备的依据、方法是否与以前年度保持一致性；

2、获取并审阅公司存货数量金额式收发存明细表，与账面核对，检查是否存在库龄较长的存货，以及存货跌价准备是否充分计提；

3、获取公司期末存货库龄表，检查是否存在库龄较长的存货；

4、检查期末存货对应的销售订单情况；

5、获取存货跌价准备的明细表，复核加计是否正确，并与总账数、明细账合计数核对是否相符。

（二）核查意见

经核查，保荐机构及发行人会计师认为：

发行人的存货金额及结构合理，一年以上库龄的存货较少，期末存货真实、准确、完整；存货跌价准备的测试和计算过程合理，存货跌价准备计提充足，与同行业相比不存在重大异常，符合公司的实际情况。

5、2019 年 2 月申请人完成印尼宝岛工厂和印尼宝岛物业 100%股权的收购，股权转让款合计为 2,280 万美元，新增商誉在购买日金额为 8,758.72 万元，2019 年末账面价值 9,122.70 元。请申请人补充说明截至目前标的资产整合效果，商誉减值测试依据、过程及谨慎合理性，结合商誉规模补充说明未来相关资产减值对企业经营业绩的影响。请保荐机构及会计师发表核查意见。

【回复】

一、截至目前标的资产整合效果，商誉减值测试依据、过程及谨慎和理性，结合商誉规模补充说明未来相关资产减值对企业经营业绩的影响

(一) 标的资产整合效果

印尼宝岛工厂主要生产经营背包、运动袋、旅行箱等，主要终端客户为耐克；印尼宝岛物业的主要业务是将厂房及配套设施和土地出租给印尼宝岛工厂用于生产经营等，本次收购将印尼宝岛工厂、印尼宝岛物业作为一个资产组。

公司收购标的资产的目的主要有：

(1) 完善海外布局，降低人力成本，有效提升企业盈利空间

本次收购有助于公司打通东南亚地区上游产业链，为公司实现产业集聚、打造良好商业生态奠定良好基础。另一方面，公司所属劳动密集型产业，而东南亚国家相对国内人力成本优势明显，通过在东南亚布局工厂，有助于降低公司经营成本，进一步提升公司盈利空间。

(2) 引入优质客户，拓展产品品类，为争取其他头部客户奠定基础

公司现阶段产品品类多样，但生产制造业务更多围绕 IT 类包袋产品展开经营与销售。标的公司在印尼拥有较为先进的制造工厂，在箱包类产品的研发、生产、销售等方面具备丰富的行业经验，并与一线运动品牌客户保持了多年良好的战略合作伙伴关系。在本次收购过程中，上市公司与标的公司的客户美国耐克公司等展开了良好的沟通，并取得了其对本公司及此次交易的高度认可和支持，为未来获取其长期、稳定增长的订单奠定了良好基础，标的公司具备较好的市场前景和盈利能力。

本次交易完成后，上市公司将通过标的公司进入世界一线运动品牌客户的供应链体系，产品品类进入主流运动包袋领域，在运动品类中的生产能力与知名度将极大提升，这对于上市公司核心竞争力的强化和综合实力的提升具有重要的战略意义。

(3) 率先享受 GSP 国家关税待遇，提高自身应对国际贸易风险的能力

近期国际贸易政策不稳定，对提供出口贸易产品的行业与公司提出了新的挑战。本次收购标的公司所在国为印度尼西亚，为 GSP (Generalized System of Preference) 国家，即普惠制关税制度国家，对美国出口享受零关税制度。本次收购能够降低公司出口产品成本，提升公司产品的国际竞争力与抵御国际贸易风险能力，并为公司进一步开拓欧美市场奠定基础。

本次收购于 2019 年 2 月 12 日完成，公司自 2019 年 2 月开始将其纳入合并财务报表。收购前后标的资产经营业绩如下：

单位：万元

项目	2018年	2019年
营业收入	13,707.28	27,465.28
营业利润	830.12	1,703.20
净利润	521.19	1,284.75

根据中水致远资产评估公司出具的《安徽开润股份有限公司拟收购股权涉及的 PT.Formosa Bag Indonesia 和 PT.Formosa Development 资产组合项目估值报告》，印尼宝岛工厂和印尼宝岛物业资产组合预计 2019 年实现营业收入 17,222.45 万元、净利润 1,267.22 万元，实际实现的营业收入占预测收入的 159.47%，实现的净利润占预测净利润的 101.38%，标的资产整合效果符合预期。

(二) 商誉减值测试依据、过程及谨慎和理性

1、商誉基本情况

2019 年 2 月，公司收购印尼宝岛工厂和印尼宝岛物业 100% 股权，收购成本为 2,280 万美元。因非同一控制下企业合并，本次收购新增商誉在购买日金额为 8,758.72 万元，因外币折算差异截至 2019 年 12 月 31 日新增商誉 363.98 万元，2019 年末公

司商誉合计为 9,122.70 元；外币折算差异截至 2020 年 3 月 31 日新增商誉-861.16 万元，2020 年 3 月 31 日公司商誉合计为 7,897.56 元。

在购买日，新增商誉确认过程如下：

单位：万元

合并成本	印尼宝岛工厂和印尼宝岛物业
现金	15,434.23
非现金资产的公允价值	—
发行或承担的债务的公允价值	—
发行的权益性证券的公允价值	—
或有对价的公允价值	—
购买日之前持有的股权于购买日的公允价值	—
合并成本合计	15,434.23
减：取得的可辨认净资产公允价值份额	6,675.51
商誉/合并成本小于取得的可辨认净资产公允价值份额的金额	8,758.72
因外币折算差异截至 2019 年 12 月 31 日新增商誉	363.98
截至 2019 年 12 月 31 日商誉合计	9,122.70
因外币折算差异截至 2020 年 3 月 31 日新增商誉	-861.16
截至 2020 年 3 月 31 日商誉合计	7,897.56

购买日可辨认资产、负债公允价值根据中水致远资产评估有限公司基于 2018 年 12 月 13 日出具的中水致远评咨字[2018]第 020082 号估值报告确定。此次企业合并中无承担的被购买方的或有负债。

2、商誉减值测试依据、过程、结果

(1) 资产组组合认定依据

由于印尼宝岛物业主业为印尼宝岛工厂提供厂房租赁服务，因此公司将印尼宝岛工厂和印尼宝岛物业作为一个资产组组合进行商誉减值测试。2019 年末商誉所在资产组与收购日形成商誉时所确定的资产组一致，其构成未发生变化。

(2) 预计未来现金流现值的关键参数依据

①营业收入、营业利润和净利润预测

根据历史经验及对市场的预测，印尼宝岛工厂和印尼宝岛物业资产组合的营业收入、营业利润和净利润预测结果如下：

单位：万元

预测期数据	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	永续期
营业收入	32,711.06	38,589.24	42,417.75	45,791.33	49,433.22	49,433.22
营业利润	2,918.00	3,412.91	3,804.18	4,139.40	4,470.58	4,470.58
净利润	2,188.50	2,559.68	2,853.14	3,104.55	3,352.93	3,352.93

②增长率、折现率等关键参数取数依据

项目	参数	依据
预测期	未来五年	
预测期增长率	19.10%、17.97%、9.92%、7.95%、7.95%	参考历史增长率、行业增长率及未来销售预测
稳定期增长率	0.00%	稳定期零增长
稳定期毛利率	15.87%	参考历史毛利率
折现率 WACC (税前/税后)	18.39%、13.79%	根据加权平均资本成本确定
无风险利率 R _{pm}	6.08%	选取最新的印尼 5 年期以上长期国债利率
系统风险系数 β	0.735	根据历史经验及对市场的预测取值
市场平均风险溢价 R _{pm}	7.08%	根据历史经验及对市场的预测取值
特定风险调节系数 a	2.50%	根据历史经验及对市场的预测取值

A. 预测期增长率取数依据

2016 年至 2019 年营业收入、营业利润和净利润数据如下：

单位：万元

历史数据	2016年	2017年	2018年	2019年
营业收入	7,431.19	8,290.69	13,707.28	27,465.28
营业利润	824.48	835.34	830.12	1,703.20
净利润	745.28	572.58	521.19	1,284.75

2017 年至 2019 年营业收入增长率分别为 11.57%、65.33%、100.37%，开润股份近三年营业收入增长率分别为 49.74%、76.25%、31.59%。结合历史增长率和行业

增长率考虑，公司对未来销售谨慎预测，预测期增长率为 19.10%、17.97%、9.92%、7.95%、7.95%。基于谨慎性原则，假定稳定期零增长。

公司假设预测期前期通过注入创新技术和先进管理方法，合并的协同效应凸显，增长较快，同时出于谨慎考虑，预测增长率未超出 20%；但随着时间推移，上述因素为企业发展带来的边际效用递减，谨慎预测增长率逐渐下滑，预测期后期逐渐与印尼当地宏观经济增长率基本持平；关于稳定期预测，基于谨慎性原则，假定稳定期零增长。

B. 无风险利率 R_{pm} 取数依据

国债收益率通常被认为是无风险的，因为持有该债权到期不能兑付的风险很小，可以忽略不计。根据从印度尼西亚 MSCI 股指选择自估值基准日到国债到期日剩余期限超过 5 年期的国债，并计算其到期收益率，取国债到期收益率的平均值作为本次评估无风险收益率。本次无风险报酬率取值为 6.08%。

C. 系统风险系数取数依据

根据与被评估单位类似上市公司的公开资料，通过资讯分析系统得出其无财务杠杆风险系数，参考取其平均值 β_u 为 0.735。印尼宝岛工厂和印尼宝岛物业在估值基准日无借款，未来暂时也不考虑债务融资，因此无财务杠杆，标的资产组合风险系数 Beta 为 0.735。

D. 市场平均风险溢价 R_{pm}

根据 Aswath Damodaran 机构的统计数据，确定印尼市场风险溢价水平为 7.08%。

E. 特定风险调节系数 a 取数依据：

特有风险调整系数为根据印尼宝岛工厂和印尼宝岛物业所选择的对比企业在企业规模、经营管理、抗风险能力等方面的差异进行的调整系数。根据对资产组合特有风险的判断，取风险调整系数为 2.5%。

F. 折现率 WACC 计算方法：

根据上述的分析计算，可以得出：

$$\begin{aligned}
 K_e &= R_a + \beta \times R_{pm} + a \\
 &= 6.08\% + 0.735 \times 7.08\% + 2.5\% \\
 &= 13.79\%
 \end{aligned}$$

由于资产组组合在估值基准日无借款，未来暂时也不考虑债务融资，因此无财务杠杆，折现率 $WACC = K_e \times E / (D+E) + K_d \times (1-t) \times D / (D+E) = 13.79\%$ 。

③预计未来现金流量现值测算过程

项目	预测期					
	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	永续
一、营业收入	32,711.06	38,589.24	42,417.75	45,791.33	49,433.22	49,433.22
二、营业支出	29,793.06	35,176.33	38,613.57	41,651.94	44,962.65	44,962.65
营业成本	27,521.00	32,466.00	35,687.00	38,526.00	41,590.00	41,590.00
期间费用及其他(扣除利息支出)	2,272.06	2,710.33	2,926.57	3,125.94	3,372.65	3,372.65
三、息税前利润	2,918.00	3,412.91	3,804.18	4,139.40	4,470.58	4,470.58
加：折旧与摊销	472.03	470.90	468.49	447.97	462.65	462.65
减：更新资本性支出	283.22	282.54	281.10	268.78	277.59	462.65
营运资本变动	1,903.86	1,109.12	722.41	636.66	687.20	-
四、自由现金流量	1,202.95	2,492.15	3,269.17	3,681.92	3,968.44	4,470.58
五、折现率(税前资本成本)	18.39%	18.39%	18.39%	18.39%	18.39%	18.39%
折现期	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
折现系数	1.0000	0.7135	0.6027	0.5091	0.4300	2.3387
折现值	1,202.95	1,778.15	1,970.28	1,874.41	1,706.50	10,455.54
六、企业整体价值	18,987.83					
七、资产组可收回金额	18,987.83					

(3) 2019年12月31日商誉减值测试结果

公司按照资产组组合的预计未来现金流量及折现率计算现值确定可回收金额进行商誉减值测算：

单位：万元

项目	印尼宝岛工厂和印尼宝岛物业资产组组合
----	--------------------

项目	印尼宝岛工厂和印尼宝岛物业资产组组合
商誉①	9,122.70
归属于少数股东权益的商誉②	—
整体商誉③=①+②	9,122.70
资产组组合账面④	6,693.86
包含商誉的资产组组合账面价值⑤=④+③	15,816.56
预计未来现金流量现值⑥	18,987.83
整体商誉减值损失(⑤>⑥时)⑦=⑤-⑥	—
母公司持股比例⑧	100%
归属于母公司的商誉减值损失⑨=⑦*⑧	—

截至 2019 年 12 月 31 日，印尼宝岛工厂和印尼宝岛物业资产组可收回金额为 18,987.83 万元，大于截至 2019 年 12 月 31 日可辨认净资产公允价值 6,693.86 万元与商誉 9,122.70 万元之和 15,816.56 万元，因此商誉不存在减值迹象，无需计提减值准备。

3、商誉减值测试谨慎和合理性

在商誉减值测试中，选择的营业收入增长率及毛利率的预测低于资产组近三年历史平均水平，也低于开润股份近三年历史平均水平，预测相对值谨慎。

在折现率计算过程中，选取无风险利率、系统风险系数、市场平均风险溢价及特定风险调节系数，充分考虑印尼宏观经济增长、行业发展水平、企业自身特点，利用了专业机构的统计数据，确保重要参数取数严谨客观，商誉减值测试过程及参数选择合理。

综上所述，商誉减值测试过程严谨，结果可靠，商誉减值测试谨慎、合理。

(三) 结合商誉规模补充说明未来相关资产减值对企业经营业绩的影响

截至 2019 年 12 月 31 日，商誉规模为 9,122.70 万元，占开润股份 2019 年度合并报表净利润的 40.37%。

预计未来现金流变动对经营业绩影响情况如下：

单位：万元

项目	当前测试结果	预计现金流下降 10%情形	预计现金流下降 20%情形	预计现金流下降 30%情形
预计未来现金流量现值	18,987.83	17,089.04	15,190.26	13,291.47
包含商誉的资产组组合账面价值	15,816.56	15,816.56	15,816.56	15,816.56
整体商誉减值损失	-	-	626.30	2,525.09
减值损失占 2019 年合并报表归母净利润比例	-	-	2.77%	11.17%

预计未来现金流量下降幅度在 30% 以内，对经营业绩影响不会造成重大不利影响。

2020 年 1-3 月，因季节性因素并受新冠肺炎疫情的影响，印尼宝岛工厂和宝岛物业实现业务收入 6,972.84 万元，实现利润 103.54 万元。标的公司在印尼拥有较为先进的制造工厂，在箱包类产品的研发、生产、销售等方面具备丰富的行业经验，并与耐克保持了多年良好的战略合作伙伴关系，商誉出现大幅减值并对公司经营业绩造成重大不利影响的风险较低。

二、核查方式及核查意见

(一) 核查方式

1、查阅公司收购 PT. Formosa Bag Indonesia 和 PT. Formosa Development 的估值报告，复核估值报告中的相关数据、假设、评估结果是否合理，是否存在重大异常，检查估值报告中评估增值部分是否可以直接对应具体的资产项目；

2、了解公司商誉减值相关内控的程序，评估管理层专业胜任能力和工作成果的适当性；

3、获取公司的商誉计算过程及减值测试过程，进行复核，并对商誉进行减值测试，分析商誉减值准备计提的充分性。

(二) 核查意见

经核查，保荐机构及发行人会计师认为：

发行人收购标的资产后整合效果符合预期，商誉减值测试谨慎、合理，截至 2019 年 12 月 31 日，商誉不存在减值迹象，预期未来相关资产减值不会对企业经营业绩

造成重大不利影响。

6、请申请人补充说明：(1)2019 年合并印尼宝岛工厂及印尼宝岛物业新增其他应付款往来款近 3000 万元，往来款形成原因及商业合理性；(2)研发费用-社会机构服务费形成及增长的原因与合理性，研发费用归集是否准确。请保荐机构及会计师发表核查意见。

【回复】

一、2019 年合并印尼宝岛工厂及印尼宝岛物业新增其他应付款往来款近 3000 万元，往来款形成原因及商业合理性

截至 2019 年 12 月 31 日，公司其他应付款往来款余额 3,172.79 万元，较 2018 年底大幅增长，其主要构成如下：

项目	2019.12.31 余额	内容
印尼宝岛原股东往来款	12,616,335.50	印尼宝岛工厂和宝岛物业公司原股东往来款
市场开拓费用	7,224,982.76	海外业务开拓发生但尚未支付的业务推广费用
仓储服务及物流费	6,155,892.00	寄存在第三方仓储公司发生的仓储服务费用和物流费
印尼产业园相关款项	1,610,844.23	印尼产业园建设已发生但尚未支付的设计、公证等费用
行政费用	442,514.82	印尼当地已发生但尚未支付的行政费用
审计咨询费	180,647.87	印尼当地已发生但尚未支付的审计、税务咨询费用
其他	555,167.36	其他往来款项
合计	28,786,384.54	

主要项目形成原因如下：

印尼宝岛原股东往来款：公司收购印尼宝岛工厂和宝岛物业前，标的公司因经营需要，向原股东的借款，截至 2019 年期末尚未归还；

市场开拓费用：2019 年度，公司积极开拓海外市场，随着海外销售收入的增加，业务推广费用增长较多；

仓储服务及物流费：随着业务规模不断增长，寄存在第三方仓储公司的存货迅

速增长，仓储服务费用、物流费增加较快；

印尼产业园相关款项：因印尼产业园建设，在 2019 年发生的设计、公证等费用，至 2019 年期末尚未归还。

截至 2020 年 3 月 31 日，公司其他应付款往来款余额为 2,138.36 万元，较 2019 年末下降 32.60%，主要系一季度支付市场服务费和仓储服务费及物流费所致。

二、研发费用—社会机构服务费形成及增长的原因与合理性，研发费用归集是否准确

(一) 研发费用—社会机构服务费形成及增长的原因与合理性

1、研发费用—社会机构服务费构成情况

报告期内，研发费用—社会机构服务费构成和增长情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	金额	增长率	金额	增长率	金额	增长率	
技术服务费	334.32	-67.95%	1,043.12	224.18%	321.77	103.32%	158.26
检测费	56.95	-82.91%	333.14	46.58%	227.28	6.40%	213.61
设计费	4.30	-97.62%	180.66	10.94%	162.84	87.84%	86.69
中介服务费	37.31	-66.90%	112.72	-6.14%	120.10	-4.39%	125.62
合计	432.88	-74.07%	1,669.64	100.68%	831.99	42.42%	584.18

研发费用—社会机构服务费由技术服务费、检测费、设计费、中介服务费构成。技术服务费主要系委托外部专业机构提供研发技术支持、第三方数据分析服务的费用，检测费主要系研发成果外部技术机构协助测试费用，设计费主要系采购外部创意及工业设计费用，中介服务费主要系专利注册及咨询费用。

2、研发费用—社会机构服务费按项目归集情况

2020 年 1-3 月，研发费用—社会机构服务费按项目归集情况如下：

单位：万元

序号	研发项目	技术服务费	检测费	设计费	中介服务费	小计
----	------	-------	-----	-----	-------	----

序号	研发项目	技术服务费	检测费	设计费	中介服务费	小计
1	聚酯切片/聚碳酸酯共混改性的研究与应用	177.34				177.34
2	无机填料/弹性体协同改性聚丙烯的研究与应用	141.36				141.36
3	热塑性高性能纤维增强复合材料成型研究与应用	4.60	32.32	4.30	2.27	43.49
4	轻便智能儿童箱包服系列研究与应用		3.17		30.40	33.57
5	弹性体材料在背负系统上的结构设计与应用	4.60	7.89		0.96	13.45
6	新材料出行服饰的研究	3.27	9.71		0.02	13.00
7	透气减震跑鞋的研究与应用	3.15	0.50		1.31	4.96
8	双组份织物自增强复合材料成型的研究与应用		1.50		1.73	3.23
9	热塑性减震发泡材料的研究与应用		1.86		0.62	2.48
	合计	334.32	56.95	4.30	37.31	432.88

2019 年，研发费用—社会机构服务费按项目归集情况如下：

单位：万元

序号	研发项目	技术服务费	检测费	设计费	中介服务费	小计
1	热塑性高性能纤维增强复合材料成型研究与应用	160.54	128.98	78.14	40.89	408.56
2	双组份织物自增强复合材料成型的研究与应用	285.24	15.90			301.14
3	柔性电加热服装设计研究与应用	106.73	18.33	23.34	22.29	170.69
4	弹性体材料在背负系统上的结构设计与应用	52.61	38.01	45.16	24.22	160.00
5	无机填料/弹性体协同改性聚丙烯的研究与应用	143.40				143.40
6	轻便防滑 EVA 发泡复合鞋底的研究与设计	52.46	31.86	20.97	22.25	127.55
7	聚酯切片/聚碳酸酯共混改性的研究与应用	124.72		2.56		127.28
8	有机硅树脂基耐磨涂层织物的研究与应用	104.49				104.49
9	轻便智能儿童箱包服系列研究与应用	9.56	23.71	9.43	1.65	44.36
10	织物冷暖触感与纤维热导率的研究与应用		43.36			43.36
11	功能性背包的研究与应用	0.58	21.06			21.64
12	热塑性减震发泡材料的研究与应用		8.11	0.97		9.08
13	防水超轻背包项目	2.71	1.26	0.09		4.05

序号	研发项目	技术服务费	检测费	设计费	中介服务费	小计
14	改性 PVC 涂层面料耐低温性能的研究与应用		1.82		1.41	3.23
15	聚氨酯涂层面料耐黄变性能的研究与应用	0.08	0.73			0.82
合计		1,043.12	333.14	180.66	112.72	1,669.64

2018 年，研发费用—社会机构服务费按项目归集情况如下：

单位：万元

序号	研发项目	技术服务费	检测费	设计费	中介服务费	小计
1	拉杆箱自动化点胶装配中框的工艺研发与应用	128.81	87.87	20.56	39.49	276.72
2	双肩背包背负系统的研究设计与应用	63.98	68.15	41.01	29.25	202.38
3	轻便防滑 EVA 发泡复合鞋底的研究与设计	61.49	24.65	66.79	11.71	164.64
4	柔性电加热服装设计研究与应用	64.30	13.57	34.12	12.24	124.23
5	改性 PVC 涂层面料耐低温性能的研究与应用	0.01	10.56		6.42	17.00
6	功能性背包的研究与应用	0.04	4.28	0.36	9.29	13.96
7	基于超声波雾化防霉剂制备防霉聚氨酯海绵的研究		3.04		3.28	6.33
8	数码配饰及衣物收纳外观研究与应用	2.99	3.00			5.99
9	高强度淋膜织物热压成型复合材料的开发与应用		0.26		5.21	5.47
10	聚氨酯涂层面料耐黄变性能的研究与应用		2.75		2.45	5.20
11	复合丝交织弹性织带及其力学性能研究		4.55		0.14	4.69
12	EVA/纳米银共混乳液涂层制备抗菌涂层的研究与应用	0.14	3.26			3.40
13	乙烯-醋酸乙烯共聚物/聚对苯二甲酸乙二醇酯复合材料的成型技术与应用		1.03			1.03
14	复合添加剂改性聚酯型聚氨酯耐水解性的研究与应用		0.33		0.62	0.95
合计		321.77	227.28	162.84	120.10	831.99

2017 年，研发费用—社会机构服务费按项目归集情况如下：

单位：万元

序号	2017 年研发项目	技术服务费	检测费	设计费	中介服务费	合计
1	数码配饰及衣物收纳外观研究与应用	150.82	39.59	1.32	7.97	199.71

序号	2017 年研发项目	技术服务费	检测费	设计费	中介服务费	合计
2	拉杆箱自动化点胶装配中框的工艺研发与应用		93.38	6.07	1.96	101.40
3	双肩背包背负系统的研究设计与应用		66.24	5.68	2.56	74.48
4	羽绒纤维集合体与保暖性能的研究及其应用		4.74	55.04		59.78
5	高强度淋膜织物热压成型复合材料的开发与应用	0.81			37.33	38.14
6	基于 Intel®芯片的智能轻跑鞋		4.36	18.58	0.61	23.54
7	复合添加剂改性聚酯型聚氨酯耐水解性的研究与应用	0.44			17.33	17.77
8	EVA/纳米银共混乳液涂层制备抗菌涂层的研究与应用	0.97			14.06	15.03
9	智能手机保护产品的设计研究与应用		5.31		10.29	15.60
10	极致背包 II	1.98			11.55	13.53
11	乙烯-醋酸乙烯共聚物/聚对苯二甲酸乙二醇酯复合材料的成型技术	3.10			6.55	9.65
12	极致拉杆箱 1				9.20	9.20
13	基于超声波雾化防霉剂制备防霉聚氨酯海绵的研究	0.13			6.21	6.34
合计		158.26	213.61	86.69	125.62	584.18

3、研发费用—社会机构服务费增长的原因与合理性

报告期内，研发费用—社会机构服务费占营业收入比例情况如下：

单位：万元

项目	2020年1-3月	2019年	2018年	2017年
研发费用—社会机构服务费	443.14	1,669.64	831.99	584.18
营业收入	53,705.39	269,481.86	204,807.02	116,243.66
研发费用—社会机构服务费/营业收入	0.83%	0.62%	0.41%	0.50%

公司高度重视研发，坚持产品自主开发，开发了一系列具有较强功能性与科技属性的产品，并不断加大资金投入用于持续、专业的市场调研、流行趋势调研、原物料工艺调研以及国内外展会调研。公司设有研发设计中心，旨在通过技术创新，将科技属性融入传统产品，利用具备功能与科技属性的原材料及制造工艺与技术，着力解决用户痛点，并在出行消费品领域积累了一定的研发优势。

2017-2019 年，随着公司营业收入规模的快速增长，公司持续加大研发投入，

与研发相关的技术服务费、检测费、设计费、中介服务费逐年增长。整体而言，公司研发费用—社会机构服务费的变动趋势与营业收入基本一致，研发费用—社会机构服务费增长合理。

(二) 公司研发费用归集准确、合理

公司研发费用包括为研发活动而发生的职工薪酬、材料费、折旧与摊销、模具费、社会机构服务费（包括技术服务费、设计费、检测费、中介机构服务费）、其他费用（含交通费、会议费、差旅费等）。公司研发费用的归集及分配情况如下：

职工薪酬：包括从事研发活动人员的工资、社保及奖金；对于专门从事研发活动的人员，相关工资、社保等全部计入研发费用，对于兼职从事研发活动的人员，职工薪酬根据其从事不同职能的工时进行分配。

材料与模具费：根据各研发项目的实际领料和使用归集并核算材料费。

折旧与摊销：按照研发过程中实际使用的固定资产计提折旧、与研发有关的无形资产、长期待摊项目按照实际受益期限计提摊销，依据各研发项目实际使用分配归集。

技术服务与检测费用：向境内外其他机构或个人进行技术咨询及研发活动阶段性成果检测试验费用，依据各研发项目实际发生金额归集。

设计费：包括为获得创新性、创意性、突破性产品进行的创意设计活动发生的相关费用，根据各项目研发新产品和新工艺进行构思、开发和制造设计等发生的费用分配归集。

中介机构服务费：包括境内外专利申请、注册费用及相关咨询费用，依据各研发项目实际发生金额归集。

其他费用：其他费用是指上述费用之外与研究开发活动直接相关的其他费用，依据各研发项目实际发生金额归集。

报告期内，公司在研发项目立项后按照项目设置辅助明细，分别记录各个项目的研发支出，研发部门及财务部门逐级对各项研发费用进行审核，建立和更新研发

项目台账。财务部门根据研发费用支出范围和标准，判断是否可以将实际发生的支出列入研发费用。在核定研发部门发生的费用时，根据公司制定的审批程序，由相关人员进行审批，并进行相应的账务处理。对于研发部门与其他部门共同使用的房屋及设备等情况，公司严格按照相关标准分摊相应的费用，避免将与研发无关的费用在研发投入中列支。

综上，报告期内，公司研发费用的归集和会计核算准确、合理。

三、核查方式及核查意见

(一) 核查方式

- 1、获取其他应付款发生等相关原始单据；
- 2、了解发行人研发内部控制制度，访谈相关人员，进行穿行测试和控制测试；
- 3、获取并检查了研发费用—社会服务费明细账，检查费用发生的真实性和准确性，结合研发项目实际情况，了解费用发生的合理性；
- 4、获取研发项目台账，检查研发支出明细、研发项目计划书、立项资料、经费预算、项目进度情况等，了解相关项目的费用核算情况；
- 5、了解研发费用归集和分配的方式，检查研发相关的领料单据、费用报销单据、费用分配过程，与账面进行核对，检查研发费用核算的准确性。

(二) 核查意见

经核查，保荐机构及发行人会计师认为：

- 1、截至 2019 年底发行人其他应付款往来款的内容及商业背景真实合理；
- 2、报告期内，发行人研发费用—社会机构服务费形成及增长合理，研发费用归集正确。

7、请申请人补充说明董事会决议日前六个月至今，公司实施或拟实施的财务性投资及类金融业务的具体情况，最近一期末是否持有金额较大、期限较长的财务

性投资(包括类金融业务)情形。请保荐机构发表核查意见。

【回复】

一、董事会决议日前六个月至今，公司实施或拟实施的财务性投资及类金融业务的具体情况

(一) 公司实施或拟实施的财务性投资情况

根据证监会《再融资业务若干问题解答》和《深圳证券交易所创业板上市公司证券发行上市审核问答》，财务性投资的类型包括不限于：类金融；投资产业基金、并购基金；拆借资金；委托贷款；以超过集团持股比例向集团财务公司出资或增资；购买收益波动大且风险较高的金融产品；非金融企业投资金融业务等。

根据中国证监会《关于上市公司监管指引第 2 号有关财务性投资认定的问答》中的定义，上市公司财务性投资包括：持有交易性金融资产和可供出售金融资产、借予他人、委托理财以及上市公司为有限合伙人或其投资身份类似于有限合伙人，不具有该基金（产品）的实际管理权或控制权，且上市公司以获取该基金（产品）或其投资项目的投资收益为主要目的的投资。

1、公司实施的财务性投资情况

根据上述规定，本次董事会决议日前六个月（2019 年 10 月 10 日）至今，发行人已实施的财务性投资为 1,200.00 万元，具体情况如下：

单位：万元

序号	财务性投资项目	本次发行董事会召开前六个月至今财务性投资金额
1	设立或投资产业基金、并购基金	1,200.00
2	拆借资金	-
3	委托贷款	-
4	购买收益波动大且风险较高的金融产品	-
5	以超过集团持股比例向集团财务公司出资或增资	-
6	非金融企业投资金融业务	-
7	交易性金融资产	-

序号	财务性投资项目	本次发行董事会召开前六个月至今 财务性投资金额
8	其他非流动金融资产	-
9	借予他人款项	-
合计		1,200.00

(1) 设立或投资产业基金、并购基金

截至本回复出具日，公司设立或投资的基金或有限合伙企业情况如下：

单位：万元

序号	公司名称	持股情况	认缴时间	公司认缴 注册资本	开润股份实 际投资金额	本次发行董事会召 开前六个月至今发 行人新增投资	财务性投 资金额
1	宁波浦润投资管理 有限公司	开润股份持股 100%	2018.03.06	100	100	100	0
2	宁波浦润投资合伙 企业(有限合伙)	开润股份持股 98%， 宁波浦润投资管理 有限公司持股 2%	2018.03.26、 2020.08.05	7,000	5,200	5,200	600
3	嘉兴瑞雍投资合伙 企业(有限合伙)	宁波浦润投资合伙 企业(有限合伙)持 股 49.83%	2018.03.31	1,500	1,500	600	600
4	天津沃达股权投资 基金合伙企业(有 限合伙)	开润股份持股 19.23%	2018.09.05	1,500	1,050	-	-
5	安徽省泰合智能出 行股权投资合伙企 业(有限合伙)	宁波浦润投资合伙 企业(有限合伙) 持股 37.0093%	2020.1.13	20,000	4,600	4,600	-

注 1：宁波浦润投资合伙企业(有限合伙)、宁波浦润投资管理有限公司为发行人全资子公司，系基于发行人发展规划，主要负责上市公司投资管理；

注 2：本次发行董事会召开前六个月至今，公司新增对全资子公司宁波浦润投资合伙企业(有限合伙)投资 5,200 万元，其中 600 万元用于投资嘉兴瑞雍投资合伙企业(有限合伙)，4,600 万元用于投资安徽省泰合智能出行股权投资合伙企业(有限合伙)。

公司对宁波浦润投资合伙企业(有限合伙)投资并间接用于投资嘉兴瑞雍投资合伙企业(有限合伙)的 600 万元、对嘉兴瑞雍投资合伙企业(有限合伙)投资的 600 万元及天津沃达股权投资基金合伙企业(有限合伙)的投资属于财务性投资。

①公司对宁波浦润投资管理有限公司实际投资 100 万元不属于财务性投资

宁波浦润投资管理有限公司成立于 2018 年 3 月，截至本反馈回复之日，认缴注册资本 100 万元，实缴注册资本 100 万元。公司本次发行董事会召开前六个月至今

对其新增投资为 100 万元，用于向宁波浦润投资合伙企业(有限合伙)出资，且出资款最终投资于公司参与设立的出行消费领域产业基金——安徽省泰合智能出行股权投资合伙企业(有限合伙)。关于投资该产业基金不属于财务性投资的分析，详见本节“③公司对安徽省泰合智能出行股权投资合伙企业(有限合伙)投资不属于财务性投资”。

因此，公司对宁波浦润投资管理有限公司实际投资 100 万元，最终投向于出行消费领域产业基金，与公司主营业务高度协同，有助于公司战略的推进和落实，该项投资不属于财务性投资。

②公司对宁波浦润投资合伙企业(有限合伙)投资并用于向安徽省泰合智能出行股权投资合伙企业(有限合伙)出资的 4,600 万元不属于财务性投资

公司于 2018 年 3 月设立全资子公司宁波浦润投资合伙企业(有限合伙)，设立时认缴注册资本 1000 万元，其中开润股份认缴注册资本 999 万元，持股 99.9%，宁波浦润投资管理有限公司认缴注册资本 1 万元，持股 0.10%，开润股份于 2019 年 11 月实缴注册资本 600 万元，资金用于对嘉兴瑞雍投资合伙企业(有限合伙)出资。公司于 2020 年 8 月将对宁波浦润投资合伙企业(有限合伙)认缴注册资本由 1000 万元增加至 7000 万元，其中开润股份认缴注册资本从 999 万元增加至 6860 万元，浦润投资管理有限公司认缴注册资本从 1 万元增加至 140 万元，新增注册资本将用于履行对安徽省泰合智能出行股权投资合伙企业(有限合伙)2 亿元出资义务。

公司 2019 年 12 月 31 日召开第二届董事会第四十次会议，审议通过《关于全资子公司与专业投资机构合作投资的议案》，公司全资子公司宁波浦润投资合伙企业(有限合伙)拟作为有限合伙人，以自有资金认缴出资人民币 20,000 万元，参与投资设立安徽省泰合智能出行股权投资合伙企业(有限合伙)。截至本反馈意见回复出具之日，公司已对宁波浦润投资合伙企业(有限合伙)新增实缴注册资本 4600 万元，且宁波浦润投资合伙企业(有限合伙)完成对安徽省泰合智能出行股权投资合伙企业(有限合伙)出资 4600 万元。公司承诺，对宁波浦润投资合伙企业(有限合伙)尚未实缴注册资本 1800 万元将在资金完成实缴后，将继续履行对安徽省泰合智能出行股权投资合伙企业(有限合伙)出资义务。关于投资该产业基金不属于财务性投资的

分析，详见本节“③公司对安徽省泰合智能出行股权投资合伙企业（有限合伙）投资不属于财务性投资”。

因此，公司对宁波浦润投资合伙企业(有限合伙)4600 万元出资系以围绕出行消费领域的产业投资为目的，完成相关产业投资基金的出资义务，该项投资不属于财务性投资。同时，鉴于公司对嘉兴瑞雍投资合伙企业（有限合伙）的投资属于财务性投资，从谨慎性考虑，公司把在本次发行董事会召开前六个月至今向宁波浦润投资合伙企业(有限合伙)出资 600 万元用于对嘉兴瑞雍的投资金额，同样认定为财务性投资。

③公司对安徽省泰合智能出行股权投资合伙企业（有限合伙）投资不属于财务性投资

2020 年 1 月 2 日，开润股份公告《关于全资子公司与专业投资机构合作投资的公告》，公司全资子公司宁波浦润投资合伙企业（有限合伙）拟作为有限合伙人，以自有资金认缴出资人民币 20,000 万元，参与投资设立安徽省泰合智能出行股权投资合伙企业（有限合伙），投资协议关于投资范围约定如下：本合伙企业的投资领域涵盖出行消费上下游产业链内的所有项目，并主要聚焦于产业链内的设计团队、优质品牌商及其相关制造企业，以及国际知名品牌的供应链厂商及相关渠道。2020 年 8 月 13 日，安徽省泰合智能出行股权投资合伙企业（有限合伙）在中国证券投资基金业协会完成私募投资基金备案，并取得《私募投资基金备案证明》。截至本反馈意见回复之日，该并购基金尚未进行投资。

根据《再融资业务若干问题解答》、《深圳证券交易所创业板上市公司证券发行上市审核问答》相关规定，“围绕产业链上下游以获取技术、原料或渠道为目的的产业投资，以收购或整合为目的的并购投资，以拓展客户、渠道为目的的委托贷款，如符合公司主营业务及战略发展方向，不界定为财务性投资”。

开润股份主营业务为休闲包袋、旅行箱、商务包袋、鞋服及相关配件等出行产品的研发、设计、生产和销售。公司致力于让用户出行更美好，围绕优质出行场景，给用户完整的出行产品。公司上述投资安徽省泰合智能出行股权投资合伙企业

(有限合伙) 事项, 在投资协议中已明确约定合伙企业的经营目的和投资领域, 具体如下:

项目	具体内容
经营目的	贯彻落实安徽省产业发展的相关政策, 积极响应安徽省构建高精尖产业结构的战略目标, 采用市场化方式, 重点关注出行消费领域中关于箱包、功能性服装等出行消费品的原材料(面料、核心零部件)制造商和代工厂, 自主知识产权品牌以及其他细分环节中高成长潜力的优质标的
投资领域	本合伙企业的投资领域涵盖出行消费上下游产业链内的所有项目, 并主要聚焦于产业链内的设计团队、优质品牌商及其相关制造企业, 以及国际知名品牌的供应链厂商及相关渠道

安徽省泰合智能出行股权投资合伙企业(有限合伙)投资领域与公司出行消费领域主营业务高度协同, 有助于公司在出行消费领域开展上下游产业链整合, 符合公司“围绕优质出行场景, 为用户提供完整产品解决方案”的战略发展方向。因此, 公司对安徽省泰合智能出行股权投资合伙企业(有限合伙)的投资符合《再融资业务若干问题解答》相关规定, 不界定为财务性投资。

综上, 本次董事会决议前六个月至今, 发行人设立或投资的基金或有限合伙企业属于财务性投资的金额为 1, 200. 00 万元。

(2) 拆借资金

本次董事会决议日前六个月(2019 年 10 月 10 日)至今, 公司不存在拆借资金的情况。

(3) 委托贷款

本次董事会决议日前六个月(2019 年 10 月 10 日)至今, 公司不存在委托贷款的情况。

(4) 以超过集团持股比例向集团财务公司出资或增资

本次董事会决议日前六个月(2019 年 10 月 10 日)至今, 公司不存在以超过集团持股比例向集团财务公司出资或增资的情况。

(5) 购买收益波动大且风险较高的金融产品

本次董事会决议日前六个月（2019 年 10 月 10 日）至今，公司不存在购买收益波动大且风险较高的金融产品情况。

（6）非金融企业投资金融业务

本次董事会决议日前六个月（2019 年 10 月 10 日）至今，公司不存在非金融企业投资金融业务的情况。

（7）交易性金融资产

2019 年，公司按照新金融工具准则的要求将理财产品纳入“交易性金融资产”中列报。

本次董事会决议日前六个月（2019 年 10 月 10 日）至今，发行人购买理财产品的具体情况如下：

单位：万元

对方单位	理财产品名称	金额	购买日	赎回日/到期日	资金来源	是否赎回
中融国际信托有限公司	中融-圆融 1 号集合资金信托计划	2,000.00	2019.12.4	2020.1.3	自有资金	是
招商银行上海分行联洋支行	招商银行结构性存款	5,000.00	2020.1.17	2020.2.17	自有资金	是
中融国际信托有限公司	中融-汇聚金 1 号货币基金集合资金信托计划	4,000.00	2020.1.17	2020.3.16	自有资金	是
杭州银行股份有限公司合肥科技支行	“添利宝”结构性存款	6,600.00	2020.3.18	2021.3.31	自有资金	是
中国民生银行股份有限公司马鞍山分行营业部	挂钩利率结构性存款	2,500.00	2020.1.17	2020.4.17	募集资金	是
中国民生银行股份有限公司马鞍山分行营业部	挂钩利率结构性存款	7,000.00	2020.1.17	2020.7.17	募集资金	是
中国民生银行股份有限公司马鞍山分行营业部	挂钩利率结构性存款	2,500.00	2020.1.17	2021.1.15	募集资金	否
中融国际信托有限公司	中融-汇聚金 1 号货币基金集合资金信托计划	5,000.00	2020.4.3	2020.6.29	自有资金	是
招商银行上海分行联洋支行	招商银行结构性存款	3,000.00	2020.4.8	2020.5.8	自有资金	是
杭州银行股份有限公司合肥科技支行	“添利宝”结构性存款	1,500.00	2020.4.7	2020.5.7	自有资金	是
中国民生银行股份有限公司马鞍山分行营业部	挂钩利率结构性存款	2,500.00	2020.4.24	2020.7.24	募集资金	是
东莞银行股份有限公司合肥分行	聚鑫系列同利宝 2 号理财计划	1,300.00	2020.8.3	2020.9.2	自有资金	否
合计		42,900.00				

公司购买前述理财产品主要为现金管理的需要，均为期限较短、低风险的理财产品或存款，不属于购买收益波动大且风险较高的金融产品，不存在投资期限（或预计投资期限）超过一年以及虽未超过一年但长期滚存的情况。故购买前述理财产品并非属于为获取投资收益开展的财务性投资，具体理由如下：

报告期内，随着公司营业规模的扩大，公司对于存货的需求量以及日常运营的资金需求逐年增加，且随着业务规模的扩张，对于库存商品供应的及时性提出了更高的要求，因而公司的经营模式对公司资金灵活性要求较高，日常需要备付大量的资金用于供应商货款的结算和维持日常运营。为提高资金使用效率，在确保不影响日常经营及资金安全的前提下，公司将拟用于支付供应商货款、维持公司日常运营的货币资金购买短期银行理财产品，以便在保证公司短期支付能力的同时提高现金管理能力和收益能力，符合股东利益最大化原则。

与以获取高收益为目的、主动购买期限较长的理财产品相比，公司购买的理财产品期限较短，目的仅为在充分满足流动性的前提下进行的现金管理，是由公司的经营模式及客户结构影响所致，并非为获取投资收益开展的财务性投资。

综上，上述理财产品不属于《再融资业务若干问题解答》规定的财务性投资。

（8）其他非流动金融资产

截至本回复报告出具日，公司其他非流动金融资产情况如下：

被投资单位	投资时间	金额 (万元)	本次发行董事会召开前六个月至今发行人新增投资(万元)
上海凌笛数码科技有限公司	2017.11.22	300.00	—
佑旅优品(杭州)科技有限公司	2017.8.14	25.00	—
合计		325.00	—

注：公司于 2019 年 1 月 1 日执行新金融工具准则，将原在可供出售金额资产中列报并按成本计量的权益工具投资，调整为以公允价值计量且其变动计入当期损益的非流动金融资产。

公司持有的其他非流动金融资产余额为 325.00 万元，系通过宁波浦润投资合伙企业（有限合伙）持有上海凌笛数码科技有限公司 2.45% 股权及通过上海润米持有

佑旅优品（杭州）科技有限公司 2.5%股权。

上海凌笛数码科技有限公司主要从事服装领域内的技术服务等，佑旅优品（杭州）科技有限公司主要从事服装、鞋帽、箱包、新材料销售，与公司现有业务形成有效互补，有利于提高公司在出行消费品领域的竞争力。公司的该笔投资不属于财务性投资。

综上，本次董事会决议前六个月（2019 年 10 月 10 日）至今，公司不存在新增的属于财务性投资的其他非流动金融资产。

（9）借与他人款项

本次董事会决议前六个月（2019 年 10 月 10 日）至今，公司不存在借予他人款项。

2、公司拟实施的财务性投资情况

开润股份 2020 年 1 月 18 日召开第二届董事会第四十二次会议，审议通过了《关于全资子公司使用闲置募集资金进行现金管理的议案》，同意本公司全资子公司滁州米润科技有限公司（以下简称“滁州米润”）在保证募集资金投资项目正常进行及确保资金安全的前提下，使用不超过 12,000 万元的闲置募集资金进行现金管理，用于购买安全性高、流动性好、有保本约定的理财产品，该事项无需提交股东大会审议，使用期限自董事会审议通过之日起不超过 12 个月，在上述使用期限及额度范围内，资金可以循环滚动使用。

开润股份 2020 年 3 月 17 日召开第二届董事会第四十三次会议，审议通过了《关于公司及子公司使用闲置自有资金进行现金管理的议案》，同意公司及子公司在保证公司正常经营、资金安全和确保流动性的前提下，使用不超过 25,000 万元的闲置自有资金进行现金管理，使用期限自董事会审议通过之日起不超过 12 个月，在上述使用期限及额度范围内，资金可以循环滚动使用。公司将按照相关规定严格控制风险，对理财产品进行严格评估，选择安全性高、流动性好的低风险理财产品，不会影响公司正常经营所需资金的使用。

公司上述使用闲置自有资金进行现金管理的计划不属于《再融资业务若干问题

解答》规定的“购买收益波动大且风险较高的金融产品”，不属于拟实施的财务性投资。

公司对宁波浦润投资合伙企业(有限合伙)尚未实缴注册资本 1800 万元将在资金完成实缴后，将继续履行对安徽省泰合智能出行股权投资合伙企业(有限合伙)出资义务，不属于拟实施的财务性投资。

2018 年 9 月 5 日，公司认缴天津沃达股权投资基金合伙企业(有限合伙)注册资本 1,500 万元，截止本回复报告出具日，公司已投资 1,050 万元，剩余 450 万元尚未投入，属于拟实施财务性投资。

截至本回复报告出具日，公司拟实施财务性投资为 450 万元。

综上，本次发行董事会决议日前六个月至今，发行人实施和拟实施的财务性投资合计 1,650 万元，其中，对宁波浦润投资合伙企业(有限合伙)的 600 万元投资、对嘉兴瑞雍投资合伙企业(有限合伙)的 600 万元投资，属于财务性投资，拟实施财务性投资为对天津沃达股权投资基金合伙企业(有限合伙)已认缴但尚未缴纳的注册资本合计 450 万元。

(二) 公司实施或拟实施的类金融业务情况

根据《再融资业务若干问题解答》的规定，除人民银行、银保监会、证监会批准从事金融业务的持牌机构为金融机构外，其他从事金融活动的机构均为类金融机构。类金融业务包括但不限于：融资租赁、商业保理和小贷业务等。

报告期至今，公司的主要业务为休闲包袋、旅行箱、商务包袋、鞋服及相关配件等出行产品的研发、设计、生产和销售，上述业务不属于类金融业务。公司目前尚不存在实施类金融业务的计划。

二、最近一期末是否持有金额较大、期限较长的财务性投资(包括类金融业务)情形

(一) 本次募集资金规模的调减

本次发行董事会决议日前六个月至今，发行人实施和拟实施的财务性投资合计

1,650 万元。公司调减了本次发行的募集资金规模，具体如下：

2020 年 7 月 31 日，公司召开第三届董事会第三次会议审议通过《关于调整公司 2020 年创业板向特定对象发行 A 股股票方案的议案》，对本次发行方案进行调整，将本次向特定对象发行 A 股股票的募集资金总规模由不超过人民币 69,500.67 万元调整为不超过人民币 67,350.67 万元，本次募集资金用途中涉及募集资金总额及拟投入募集资金亦作相应调整。

本次向特定对象发行 A 股股票方案调整的具体情况如下：

调整前：

本次非公开发行股票募集资金总额不超过 69,500.67 万元，扣除发行费用后拟用于印尼箱包生产基地、滁州米润科技有限公司时尚女包工厂项目、安徽开润股份有限公司信息化建设项目及补充流动资金项目。

募集资金具体投资项目如下：

序号	项目名称	项目投资总额（万元）	募集资金拟投入额（万元）
1	印尼箱包生产基地	29,308.04	29,308.04
2	滁州米润科技有限公司时尚女包工厂项目	15,196.47	15,196.47
3	安徽开润股份有限公司信息化建设项目	4,996.16	4,996.16
4	补充流动资金	20,000.00	20,000.00
合计		69,500.67	69,500.67

在本次非公开发行募集资金到位之前，公司将根据募集资金投资项目进度的实际情况以自筹资金先行投入，并在募集资金到位后按照相关法规规定的程序予以置换。

若本次发行实际募集资金净额低于拟投入募集资金额，公司将根据实际募集资金净额，按照项目实施的具体情况，调整并最终决定募集资金的具体投资项目、优先顺序及各项目的具体投资额，募集资金不足部分由公司自筹解决。

调整后：

本次向特定对象发行股票募集资金总额不超过 67,350.67 万元，扣除发行费用后拟用于印尼箱包生产基地、滁州米润科技有限公司时尚女包工厂项目、安徽开润

股份有限公司信息化建设项目及补充流动资金项目。

募集资金具体投资项目如下：

序号	项目名称	项目投资总额（万元）	募集资金拟投入额（万元）
1	印尼箱包生产基地	29,308.04	29,308.04
2	滁州米润科技有限公司时尚女包工厂项目	15,196.47	13,196.47
3	安徽开润股份有限公司信息化建设项目	4,996.16	4,996.16
4	补充流动资金	19,850.00	19,850.00
合计		69,350.67	67,350.67

在本次向特定对象发行募集资金到位之前，公司将根据募集资金投资项目进度的实际情况以自筹资金先行投入，并在募集资金到位后按照相关法规规定的程序予以置换。

若本次发行实际募集资金净额低于拟投入募集资金额，公司将根据实际募集资金净额，按照项目实施的具体情况，调整并最终决定募集资金的具体投资项目、优先顺序及各项目的具体投资额，募集资金不足部分由公司自筹解决。

（二）最近一期末财务性投资(包括类金融业务)情形

截至 2020 年 3 月 31 日，发行人与财务性投资相关的会计科目明细如下：

单位：万元

财务性投资相关会计科目	2020 年 3 月 31 日余额	财务性投资金额
交易性金融资产	12,088.80	-
可供出售金融资产	-	-
其他非流动金融资产	325.00	-
借予他人款项	-	-
长期股权投资	2,768.33	2,768.33
其他应收款	3,423.49	-
理财产品	-	-
财务性投资总额		2,768.33
2020 年 3 月 31 日净资产		97,677.45
2020 年 3 月 31 日财务性投资总额/净资产		2.83%

1、交易性金融资产

2019 年，公司按照新金融工具准则的要求将理财产品纳入“交易性金融资产”中列报。

截至 2020 年 3 月 31 日，公司理财产品账面余额为 12,088.80 万元（含理财产品利息），截至本反馈意见回复出具日，公司 2020 年 3 月 31 日账面的理财产品已赎回 9,500 万元。

公司购买理财产品主要为现金管理的需要，均为期限较短、低风险的理财产品或存款，不属于购买收益波动大且风险较高的金融产品，不存在投资期限（或预计投资期限）超过一年以及虽未超过一年但长期滚存的情况。故购买前述理财产品并非属于为获取投资收益开展的财务性投资。

2、其他非流动金融资产

其他非流动金融资产主要系通过控股子公司上海润米持有佑旅优品（杭州）科技有限公司 2.5%股权及通过宁波浦润投资合伙企业（有限合伙）持有上海凌笛数码科技有限公司 2.45%股权。

佑旅优品（杭州）科技有限公司主要从事服装、鞋帽、箱包、新材料销售，上海凌笛数码科技有限公司主要从事服装领域内的技术服务等，与公司现有业务形成有效互补，有利于提高公司在出行消费品领域的竞争力。故公司对于上述两家公司的投资不属于财务性投资。

3、长期股权投资

截至 2020 年 3 月 31 日，发行人长期股权投资明细如下：

单位：万元

项目	2020 年 3 月 31 日余额	财务性投资金额
嘉兴瑞雍投资合伙企业（有限合伙）	1,498.17	1,498.17
天津沃达股权投资基金合伙企业（有限合伙）	1005.16	1005.16
青岛小驴智慧网络科技有限公司	265.00	265.00

项目	2020 年 3 月 31 日余额	财务性投资金额
合计	2,768.33	2,768.33

公司对青岛小驴智慧网络科技有限公司、嘉兴瑞雍投资合伙企业（有限合伙）、天津沃达股权投资基金合伙企业（有限合伙）的投资属于财务性投资，因长期股权投资采用权益法核算，故长期股权投资金额与实际投资金额存在差异。

综上，公司长期股权投资中财务性投资为 2,768.33 万元。

4、其他应收款

截至 2020 年 3 月 31 日，公司其他应收款账面余额为 3,423.49 万元，发行人其他应收款主要由保证金、出口退税、备用金和往来款组成，上述其他应收款均不属于财务性投资。

截至 2020 年 3 月 31 日，公司财务性投资金额为 2,768.33 万元，占净资产比例为 2.83%，占本次募集资金总额的 4.11%，比例较低，不属于金额较大、期限较长的财务性投资。

综上，发行人最近一期末不存在持有金额较大、期限较长的财务性投资的情况，不存在已持有和拟持有的财务性投资金额超过本次拟募集资金量的情形，不存在已持有和拟持有的财务性投资金额超过公司合并报表归属于母公司净资产的 30%的情形。

发行人本次向特定对象发行股票募集资金总额不超过人民币 67,350.67 万元，扣除发行费用后拟用于印尼箱包生产基地、滁州米润科技有限公司时尚女包工厂项目、安徽开润股份有限公司信息化建设项目及补充流动资金项目。上述募投项目顺利投产后，将提升公司的生产效率和成本优势，增加公司箱包类业务的产能，扩大公司经营规模和业务收入，增强公司盈利能力，提升经营效率，优化资本结构，提高抗风险能力，核心竞争力将得到进一步提高。本次募集资金规模是以发行人现有实际经营情况为基础，合理计划未来产能提升需求，经审慎论证后计算得出的。综上，对比目前财务性投资总额与本次募集资金规模和公司净资产水平，本次募集资金规模具有必要性。

三、核查方式及核查意见

(一) 核查方式

- 1、取得并查阅了发行人投资的有限合伙企业、投资公司的营业执照、投资付款凭证、合伙人协议及其他相关协议；
- 2、取得并查阅了发行人报告期内的审计报告和财务报表；
- 3、取得了公司购买理财产品的协议；
- 4、取得并查阅了本次发行董事会决议日前六个月内的发行人董事会及股东大会决议文件；
- 5、查阅了调减本次募集资金投资规模的董事会决议、监事会决议、独立董事意见。

(二) 核查意见

经核查，保荐机构认为：

- 1、本次发行董事会决议日前六个月至今，发行人实施和拟实施的财务性投资合计 1,650 万元，其中，对宁波浦润投资合伙企业(有限合伙)的 600 万元投资、对嘉兴瑞雍投资合伙企业(有限合伙)的 600 万元投资，属于财务性投资，拟实施财务性投资为天津沃达股权投资基金合伙企业(有限合伙)已认缴但尚未缴纳的注册资本 450 万元。
- 2、发行人最近一期末不持有金额较大、期限较长的财务性投资。

本页无正文，为《安徽开润股份有限公司关于公司 2020 年创业板向特定对象发行 A 股股票申请文件反馈意见的回复》之签署页。



2020 年 8 月 17 日

（本页无正文，为《招商证券股份有限公司关于安徽开润股份有限公司 2020 年创业板向特定对象发行 A 股股票申请文件反馈意见的回复》之签署页）

保荐代表人： 贾音
贾音

王凯
王凯

保荐机构总经理： 熊剑涛
熊剑涛



招商证券股份有限公司

2020年8月17日

反馈意见回复报告的声明

“本人已认真阅读安徽开润股份有限公司本次反馈意见回复报告的全部内容，了解报告涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，反馈意见回复报告不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。”

保荐机构总经理：



熊剑涛



2020年8月17日