

证券简称：柏星龙

证券代码：833075

深圳市柏星龙创意包装股份有限公司

Shenzhen Baixinglong Creative Packaging Co., Ltd.

深圳市罗湖区清水河街道清水河社区清水河一路 112 号罗湖投资控股大厦裙楼 601 和
1 座 11 整层



深圳市柏星龙创意包装股份有限公司招股说明书

本次股票发行后拟在北京证券交易所上市，该市场具有较高的投资风险。北京证券交易所主要服务创新型中小企业，上市公司具有经营风险高、业绩不稳定、退市风险高等特点，投资者面临较大的市场风险。投资者应充分了解北京证券交易所市场的投资风险及本公司所披露的风险因素，审慎作出投资决定。

保荐人（主承销商）



成都市青羊区东城根上街 95 号

中国证监会和北京证券交易所对本次发行所作的任何决定或意见，均不表明其对注册申请文件及所披露信息的真实性、准确性、完整性作出保证，也不表明其对发行人的盈利能力、投资价值或者对投资者的收益作出实质性判断或者保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

根据《证券法》的规定，股票依法发行后，发行人经营与收益的变化，由发行人自行负责；投资者自主判断发行人的投资价值，自主作出投资决策，自行承担股票依法发行后因发行人经营与收益变化或者股票价格变动引致的投资风险。

声明

发行人及全体董事、监事、高级管理人员承诺招股说明书及其他信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担连带责任。

发行人控股股东、实际控制人承诺招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担连带责任。

公司负责人和主管会计工作的负责人、会计机构负责人保证招股说明书中财务会计资料真实、准确、完整。

发行人及全体董事、监事、高级管理人员、发行人的控股股东、实际控制人以及保荐人、承销商承诺因发行人招股说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的，将依法承担法律责任。

保荐人及证券服务机构承诺因其为发行人本次公开发行股票制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法承担法律责任。

本次发行概况

发行股票类型	人民币普通股（A股）
发行股数	初始发行数量为1,296.30万股（未考虑超额配售选择权）；本次发行公司及主承销商选择采取超额配售选择权，采用超额配售选择权发行的股票数量占本次初始发行数量的15.00%（即194.445万股），若全额行使超额配售选择权，本次发行的股票数量为1,490.745万股。
每股面值	人民币1.00元
定价方式	公司和主承销商自主协商选择直接定价
每股发行价格	11.80元/股
预计发行日期	2022年12月1日
发行后总股本	6,481.50万股
保荐人、主承销商	国金证券股份有限公司
招股说明书签署日期	2022年11月29日

注：行使超额配售选择权之前发行后总股本为6,481.50万股，若全额行使超额配售选择权则发行后总股本为6,675.945万股。

重大事项提示

本公司特别提醒投资者对下列重大事项给予充分关注，并认真阅读招股说明书正文内容：

一、本次发行相关各方作出的重要承诺

发行人、重要股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员等作出的各项重要承诺、未能履行承诺的约束措施的具体内容详见本招股说明书“第四节发行人基本情况”之“九、重要承诺”。本公司提请投资者需认真阅读该章节的全部内容。

二、本次发行前滚存利润的分配安排

根据公司 2022 年第一次临时股东大会决议，本次发行前公司形成的滚存未分配利润，由本次发行完成后的新老股东依其所持股份比例共同享有。

三、特别风险提示

本公司提请投资者认真阅读本说明书“第三节风险因素”的全部内容，充分了解公司所披露的风险因素，审慎作出投资决定，并特别关注如下风险：

（一）宏观经济波动及下游行业周期性风险

报告期内，公司客户主要集中于酒和化妆品行业，面向酒、化妆品及精品领域客户销售产品的收入占公司主营业务收入的比例分别为 91.29%、88.34%、89.80%、93.14%，公司的生产经营状况与宏观经济和酒及化妆品等行业发展情况紧密相关。近年来，国民经济的稳定增长和居民消费能力的不断提高为酒、化妆品等行业的包装领域的发展提供了有利的外部环境。但如果未来国内宏观经济增速持续放缓，或新型冠状病毒疫情不断反复，导致酒、化妆品等需求总量和消费场景受到一定的抑制，进而影响酒和化妆品等包装的需求，将对公司的经营业绩造成不利影响。

（二）主要原材料价格波动的风险

公司包装产品的直接材料主要为各种类型的原纸制品。报告期内，公司直接材料成本占主营业务成本的比例分别为 28.09%、25.78%、27.68%、29.89%，外协费用、外购产品合计占主营业务成本的比例分别为 55.33%、52.41%、50.16%、49.39%。随着环保政策趋严、落后产能的逐步淘汰、国内近几年对进口废纸（白板纸主要的生产材料）政策的收紧、2020 年新型新冠肺炎疫情的爆发，纸品价格在报告期内出现较大幅度波动。由于公司包装产品的直接材料以各类纸制品为主，且外协费用、外购产品的价格中包含了供应商提供的以纸制品为主的材料成本，因此纸张等原材料价格上涨，除推高公司直接材

料成本外，也将同时导致公司外协费用、外购产品价格上升。公司如果无法通过向下游客户传递成本的方式转移并化解成本压力，原材料成本的大幅波动可能给公司生产成本控制与管理带来不利影响，进而导致经营业绩波动。

（三）市场竞争加剧的风险

我国包装行业整体呈现行业分散、集中度低的特点，行业竞争较为激烈，各区域和细分领域的包装印刷公司都有着自己的特点和优势。公司凭借较强的创意设计和制造执行能力，目前已与国内多家大型白酒厂商建立了较为稳定的合作关系，在酒类包装细分领域形成了一定的市场竞争优势，并为多家国际知名化妆品、精品厂商提供了包装产品。随着下游客户对包装质量要求的提升，以及公司客户的不断开拓，产品竞争从低端产品向中高端产品转变，公司也将参与到更多细分领域的竞争中。为适应优势企业之间中高端产品的竞争，行业内主要生产商致力于整合研发、品牌、销售渠道等环节优势资源，增强竞争力。高水平、高层次的行业竞争，对参与企业的能力要求进一步提高，如果未来公司不能持续保持有市场竞争力的创意设计能力并有效整合资源，公司持续盈利能力将受到影响。

（四）对主要客户依赖的风险

公司的主要客户为酒类行业的企业，报告期内，公司第一大客户为牛栏山酒厂，公司向其销售的金额分别为 8,658.75 万元、5,559.46 万元、7,800.64 万元、3,085.27 万元，占同期营业收入的比例分别为 24.27%、19.71%、18.30%、12.52%。同时，报告期内公司向五大客户的销售总金额分别为 21,936.87 万元、13,402.82 万元、19,635.43 万元、9,988.38 万元，占同期营业收入的比例分别为 61.48%、47.51%、46.06%、40.54%，占比也相对较高。由于公司对牛栏山酒厂及其他主要客户的销售占比较高，在未来的业务发展中，如果发生部分主要客户不再与公司合作，或者由于其业务发展或采购策略等方面的变化向公司的采购量大幅下降，可能导致公司经营业绩下滑。

（五）产品质量控制风险

公司为提高产品生产效率，将部分包装产品的立体成型、纸张表面处理等成熟工序以及无法自产的其他材质部件或产品的加工、组装交由第三方外协厂商完成。虽然公司已制定了一系列的外协厂商管理制度，但若因公司外协管理水平未能及时跟上外协加工规模，可能会对公司产品质量、供应稳定性及品牌形象造成不利影响。

（六）毛利率波动的风险

报告期内，公司主营业务毛利率分别为 42.27%、40.07%、35.08%、33.67%，在包装产品结构变化及原材料价格波动的情况下，公司产品毛利率水平或将随之波动。若下游客户利用其经营规模和竞争地位，或本公司同行业企业采取低价竞争策略导致行业平均市场价格下降；亦或原材料价格波动较大，公司不能保持较好的技术研发、成本控制和客户服务能力等，公司将面临毛利率下降的风险，对经营业绩产生不利影响。

四、审计截止日后主要经营状况

公司财务报告审计截止日为 2022 年 6 月 30 日，天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）对公司 2022 年 9 月 30 日的合并及母公司资产负债表，2022 年 1-9 月的合并及母公司利润表、合并及母公司现金流量表和 2022 年 1-9 月合并及母公司股东权益变动表以及财务报表附注进行了审阅，并出具了《审阅报告》（天职业字[2022]43009 号）。

根据天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）出具的《审阅报告》，截至 2022 年 9 月 30 日，公司的资产总额为 39,091.51 万元，负债总额为 13,629.66 万元。2022 年 1-9 月，公司营业收入为 35,699.00 万元，营业利润为 4,618.02 万元，归属于母公司股东的净利润为 3,600.63 万元。

公司已披露财务报告审计截止日后经天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）审阅的主要财务信息及经营状况。具体信息参见本招股说明书“第八节管理层讨论与分析”之“八、发行人资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项”。

目录

<u>第一节</u>	<u>释义</u>	8
<u>第二节</u>	<u>概览</u>	11
<u>第三节</u>	<u>风险因素</u>	20
<u>第四节</u>	<u>发行人基本情况</u>	26
<u>第五节</u>	<u>业务和技术</u>	72
<u>第六节</u>	<u>公司治理</u>	193
<u>第七节</u>	<u>财务会计信息</u>	207
<u>第八节</u>	<u>管理层讨论与分析</u>	286
<u>第九节</u>	<u>募集资金运用</u>	440
<u>第十节</u>	<u>其他重要事项</u>	452
<u>第十一节</u>	<u>投资者保护</u>	458
<u>第十二节</u>	<u>声明与承诺</u>	462
<u>第十三节</u>	<u>备查文件</u>	471

第一节 释义

本招股说明书中，除非文意另有所指，下列简称和术语具有的含义如下：

普通名词释义		
公司、本公司、柏星龙、 发行人	指	深圳市柏星龙创意包装股份有限公司
柏星龙有限	指	深圳市柏星龙创意设计有限责任公司
惠州柏星龙	指	惠州柏星龙包装有限公司
四川柏星龙	指	四川天府柏星龙创意包装有限公司
贵州柏星龙	指	贵州柏星龙创意包装有限公司
山西柏星龙	指	山西贾家庄柏星龙创意包装有限公司
美国柏星龙	指	BXLCreativeDesignCo.,Ltd
柏星龙投资	指	深圳市柏星龙投资有限责任公司
柏星龙创意投资	指	深圳市柏星龙创意投资合伙企业（有限合伙）
中证嘉湖	指	杭州中证大道嘉湖投资合伙企业（有限合伙）
中证汇海	指	杭州中证大道汇海股权投资合伙企业（有限合伙）
英琦恒洲	指	杭州英琦恒洲投资合伙企业（有限合伙）
中科宏易	指	深圳市中科宏易创业投资合伙企业（有限合伙）
杭州嫣颖	指	杭州嫣颖股权投资合伙企业（有限合伙）
黄山锐翔	指	黄山市锐翔包装股份有限公司
牛栏山酒厂	指	北京顺鑫农业股份有限公司牛栏山酒厂
Balance	指	BalanceInc.
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
《公司章程》	指	《深圳市柏星龙创意包装股份有限公司章程》
《公司章程（草案）》	指	北交所上市后适用的《深圳市柏星龙创意包装股份有限公司章程（草案）》
中国证监会、证监会	指	中国证券监督管理委员会
北交所	指	北京证券交易所
全国股转系统	指	全国中小企业股份转让系统
全国股转公司	指	全国中小企业股份转让系统有限责任公司
保荐人、保荐机构、主承 销商、国金证券	指	国金证券股份有限公司

申报会计师、审计机构、天职国际	指	天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）
发行人律师	指	广东信达律师事务所
招股说明书	指	深圳市柏星龙创意包装股份有限公司招股说明书
股东大会	指	深圳市柏星龙创意包装股份有限公司股东大会
董事会	指	深圳市柏星龙创意包装股份有限公司董事会
监事会	指	深圳市柏星龙创意包装股份有限公司监事会
报告期	指	2019年度、2020年度、2021年度、2022年1-6月
报告期各期末	指	2019年12月31日、2020年12月31日、2021年12月31日、2022年6月30日
元、万元	指	人民币元、人民币万元
专业名词释义		
金银卡纸	指	一种再加工合成纸，一般在做为灰底白面的纸张表面覆合铝箔或PET铝膜形成的一种质地比较硬的特种纸，表面带有光泽，表面可做成呈现镭射光柱或七彩的效果，颜色种类丰富，花纹多样，主要用于彩印包装
单粉卡纸	指	在一张原纸的单面涂抹一层白色涂料，经过超级压光工艺加工而成，只有涂布的那面平整光滑，俗称单粉卡
灰板纸	指	灰纸板是由一种再生废纸生产而成。产品分为单灰、双灰、全灰，属于环保型包装材料
白板纸	指	一种正面呈白色且光滑的纸，主要用于单面彩色印刷后制成纸盒供包装使用，亦或者用于设计、手工制品
坑纸	指	一张平顺的牛皮纸与波浪形的纸（统称纸芯）裱合，是纸包装的重要材料之一
内托	指	置于包装盒内部用于固定、保护产品的部件
烫金	指	亦作“烫印”，是一种印刷装饰工艺，通过将金属印版加热，施箔，在印刷品上压印出金色文字或图案
覆膜	指	将透明塑料薄膜通过热压覆贴到印刷品表面，起到保护及增加或减少光泽的作用

模切	指	把模切刀和压线刀组合在同一个模板内，在模切机上同时进行模切和压痕、将印品切制成所需的形状
丝网印刷	指	用丝网作为版基，并通过感光制版方法，制成带有图文的丝网印版；印刷时在丝网印版的一端倒入油墨，用刮板对丝网印版上的油墨部位施加一定压力，同时朝丝网印版另一端匀速移动，油墨在移动中被刮板从图文部分的网孔中挤压到承印物上。
柔版印刷	指	柔性印版的图文部分凸起，印刷时网纹辊将一定厚度的油墨层均匀地涂布在印版图文部分，然后在压印滚筒压力的作用下，将图文部分的油墨层转移到承印物的表面，形成清晰的图文
凸版印刷	指	印刷机的给墨装置先使油墨分配均匀，然后通过墨辊将油墨转移到印版上，由于凸版上的图文部分远高于印版上的非图文部分，因此，墨辊上的油墨只能转移到印版的图文部分，而非图文部分则没有油墨。
凹版印刷	指	先使整个印版表面涂满油墨，然后用特制的刮墨机械，把空白部分的油墨去除干净，使油墨只存留在图文部分的网穴之中，再在较大的压力作用下，将油墨转移到承印物表面，获得印刷品。
数字印刷	指	利用印前系统将图文信息直接通过网络传输到数字印刷机上印刷一种新型印刷技术。
UV 仿金属蚀刻	指	磨砂或砂面印刷,是在有金属镜面光泽的承印物（如金,银卡纸）上印上一层凹凸不平的半透明油墨以后,经过紫外光（UV）固化，便可产生类似于光亮的金属表面经过蚀刻或磨砂的效果。
VOC、VOCs	指	挥发性有机化合物（VolatileOrganicCompounds）

注：本招股说明书中部分合计数与各数直接相加之和在尾数上存在差异，均系计算中四舍五入造成。

第二节 概览

本概览仅对招股说明书作扼要提示。投资者作出投资决策前，应认真阅读招股说明书全文。

一、 发行人基本情况

公司名称	深圳市柏星龙创意包装股份有限公司	统一社会信用代码	914403006718547282
证券简称	柏星龙	证券代码	833075
有限公司成立日期	2008年2月1日	股份公司成立日期	2010年12月27日
注册资本	5,185.20万元	法定代表人	赵国义
办公地址	深圳市罗湖区清水河街道清水河社区清水河一路112号罗湖投资控股大厦裙楼601和1座11整层		
注册地址	深圳市罗湖区清水河街道清水河社区清水河一路112号罗湖投资控股大厦裙楼601和1座11整层		
控股股东	赵国义	实际控制人	赵国义
主办券商	国金证券股份有限公司	挂牌日期	2015年8月14日
证监会行业分类	制造业		印刷和记录媒介复制业
管理型行业分类	制造业	印刷和记录媒介复制业	印刷 包装装潢及其他印刷

二、 发行人及其控股股东、实际控制人的情况

截至本招股说明书签署日，赵国义持有公司 22,908,500 股股份，持股比例为 44.1806%，同时通过深圳市柏星龙投资有限责任公司间接控制公司 6.5909% 的股份，通过深圳市柏星龙创意投资合伙企业（有限合伙）间接控制公司 4.8214% 的股份，合计控制公司 55.5929% 的股份，系公司的控股股东。

自公司成立之日起至今，赵国义一直担任公司的执行董事或董事长；自公司成立之日起至 2012 年 6 月、2014 年 1 月至 2021 年 4 月，赵国义一直担任公司总经理，并负责公司的实际经营和管理工作，对公司董事会的重大决策具有决定性影响力。因此，公司

的实际控制人为赵国义。赵国义具体情况详见本招股说明书“第四节发行人基本情况”之“四、发行人股东及实际控制人情况。”

2022年6月，赵国义、赵国祥、赵国忠签署了《一致行动协议》，约定赵国祥、赵国忠作为公司董事、股东，在公司董事会行使表决权时、在公司股东大会行使其所控制的表决权时与赵国义采取一致行动。因此，赵国祥、赵国忠系赵国义的一致行动人。

三、 发行人主营业务情况

发行人专业从事创意包装产品生产和创意设计服务，即以品牌策略规划和创意设计为核心，将品牌形象与文化创意相融合，专注于为酒类、化妆品、茶叶、食品等消费品领域客户提供品牌策略规划、创意设计、技术研发、产品交付四位一体的产品形象工程整体解决方案。

品牌策略规划和创意设计是发行人业务的起点，是发行人参与市场竞争的重要依赖。发行人通过对产品市场与消费者需求的深入调研，挖掘消费品领域品牌定位和产品卖点，进行前瞻性的创意设计与研发，在此过程中逐渐积累丰富的创意设计素材库和设计方法论。发行人结合特定品牌策略、包装设计和产品推广方案，配合客户新产品开发与老产品的迭代升级，以满足终端消费者不断变化的需求。过去多年，发行人始终重视自主研发对保持市场竞争力的作用，形成了独特的流程化创意管理模式。随着原创设计理念、创意能力逐步获得市场认可及流程化创意管理模式的成熟，发行人市场竞争力逐步提升，过去多年持续、稳定地为业界输出高品质的设计作品，协助客户打造了多款畅销产品，并在国际设计领域屡获殊荣。发行人被授予了广东省工业设计中心、深圳市工业设计中心等荣誉；截至报告期末，发行人共获得 103 项国际设计大奖，在业内树立了良好的用户口碑与品牌影响力。其中，发行人获得了世界设计三大奖中的德国红点奖 15 项、德国 IF 国际设计大奖 21 项，还获得了包装设计行业主要奖项中的 Pentawards 大奖 7 项和世界之星 34 项，以及莫比乌斯广告奖 9 项、意大利 A'设计大奖 15 项、IAI 设计奖 1 项及 Ctypeawards 奖 1 项。上述奖项中，发行人于 2018 年获得的第 47 届莫比乌斯最佳作品奖，创中国地区 20 年来最佳纪录；发行人设计作品“吃个啥”获得了 2021 年 Pentawards 国际创意大奖食品类金奖。

创意设计为包装产品提供概念，优秀的制造工艺和技术则为创意设计顺利转化为产品提供保障。发行人基于对创意设计的深刻理解和丰富的创意包装生产经验，在为客户提供创意设计服务的同时，还提供技术研发和产品生产服务。在技术研发方面，发行人主要在新材料、新工艺、新防伪、新结构、生产自动化、产品智能化等维度进行了较大

投入，自主研发了高光泽立体烫金、3D 悬浮微纳防伪技术、纹理烫金技术、UV 数码浮雕立体肌理技术、防伪卡扣等核心技术，并致力于新技术的持续开发，解决行业内的防伪技术、低碳环保等相关技术难题。截至报告期末，发行人获得专利共 157 项（其中发明专利 13 项、实用新型专利 59 项、外观设计 85 项）、作品著作权 271 项，并于 2020 年荣获中国专利优秀奖。为满足客户产品交付的需求，发行人在广东惠州、贵州毕节等地设立了专业的创意包装产品生产基地，能根据客户需求提供创意包装产品的生产、检验和配送等服务，以保障产品品质及设计理念的完整呈现，并完成及时交付。

凭借优秀的创意能力、优质的工艺技术以及高效的交付能力，发行人业务覆盖全国主要省份，并出口美国、法国、意大利、德国等多个国家及地区。公司与牛栏山、衡水老白干、古井贡酒、糊涂酒业、天佑德、酒鬼酒、汾酒、欧莱雅、宝格丽、SundayRiley、八马茶叶、燕之屋、LadyM 等国内外知名品牌建立了良好的合作关系。

四、 主要财务数据和财务指标

项目	2022年6月30日 /2022年1月—6月	2021年12月31日 /2021年度	2020年12月31日 /2020年度	2019年12月31日 /2019年度
资产总计(元)	419,690,341.13	415,344,420.92	334,365,994.31	315,638,791.38
股东权益合计(元)	242,154,659.70	215,434,514.54	192,228,972.95	188,585,807.96
归属于母公司所有者的股东权益(元)	238,858,394.37	214,579,876.79	192,228,972.95	188,585,807.96
资产负债率(母公司)(%)	29.56%	34.80%	28.97%	27.02%
营业收入(元)	246,375,642.62	426,347,286.74	282,076,493.29	356,821,681.45
毛利率(%)	33.84%	35.22%	40.18%	42.39%
净利润(元)	23,724,360.12	42,214,662.62	22,382,376.95	33,315,240.18
归属于母公司所有者的净利润(元)	23,822,732.54	42,220,024.87	22,382,376.95	33,321,268.95
归属于母公司所有者的扣除非经常性损益后的净利润(元)	24,674,890.78	36,562,611.58	15,894,723.23	29,342,352.31
加权平均净资产收益率(%)	10.51%	20.02%	11.45%	18.17%
扣除非经常性损益后净资产收益率(%)	10.88%	17.34%	8.13%	16.00%

基本每股收益 (元/股)	0.46	0.81	0.43	0.64
稀释每股收益 (元/股)	0.46	0.81	0.43	0.64
经营活动产生的 现金流量净额 (元)	-21,949,730.16	54,451,097.69	41,182,945.75	65,628,081.97
研发投入占营业 收入的比例 (%)	3.52%	4.10%	5.60%	4.01%

五、 发行决策及审批情况

2022年5月26日，公司召开了第四届董事会第十次会议，审议通过了《关于公司申请公开发行股票并在北交所上市的议案》等关于本次公开发行股票并在北交所上市的相关议案。

2022年6月14日，公司召开了2022年第一次临时股东大会，审议通过了《关于公司申请公开发行股票并在北交所上市的议案》等关于本次公开发行股票并在北交所上市的相关议案。

2022年10月17日，公司召开了第四届董事会第十三次会议，审议通过了《关于拟调整募集资金金额的议案》，同意对本次公开发行股票的募集资金金额进行调整。

综上所述，公司董事会、股东大会已依法定程序作出关于本次向不特定合格投资者公开发行股票并在北交所上市的决议，符合《公司法》《证券法》等法律、法规、规范性文件及《公司章程》的相关规定。

本次发行已经北京证券交易所上市委员会2022年第52次审议会议审核通过，并已取得中国证监会同意注册的批复。

六、 本次发行基本情况

发行股票类型	人民币普通股（A股）
每股面值	人民币1.00元
发行股数	初始发行数量为1,296.30万股（未考虑超额配售选择权）；本次发行公司及主承销商选择采取超额配售选择权，采用超额配售选择权发行的股票数量占本次初始发行数量的15.00%（即194.445万股），

	若全额行使超额配售选择权，本次发行的股票数量为 1,490.745 万股。
发行股数占发行后总股本的比例	20.00%（超额配售选择权行使前） 22.33%（全额行使超额配售选择权后） 占发行后总股本的比例不超过 20%
定价方式	公司和主承销商自主协商选择直接定价
每股发行价格	11.80 元/股
发行前市盈率（倍）	16.73
发行后市盈率（倍）	20.92
发行前市净率（倍）	2.53
发行后市净率（倍）	2.06
预测净利润（元）	不适用
发行后每股收益（元/股）	0.56
发行前每股净资产（元/股）	4.67
发行后每股净资产（元/股）	5.72
发行前净资产收益率（%）	20.02
发行后净资产收益率（%）	12.16%
本次发行股票上市流通情况	江海证券有限公司、中山证券有限责任公司、一鼎私募基金管理（山东）有限公司（一鼎新精选 1 号私募证券投资基金）、国金证券股份有限公司参与战略配售，战略配售获配的股票自本次公开发行的股票在北交所上市之日起 6 个月内不得转让
发行方式	本次发行采用向战略投资者定向配售和网上向开通北交所交易权限的合格投资者定价发行相结合的方式
发行对象	符合国家法律的相关规定及监管机构的相关监管要求且已开通北京证券交易所股票交易权限的合格投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）
战略配售情况	本次发行战略配售发行数量为 259.26 万股，占超额配售选择权行使前本次发行总量的 20.00%，占超额配售选择权全额行使后本次发行总股数的 17.39%。
本次发行股份的交易限制和锁定安排	本次网上发行的股票无锁定安排。战略配售股份限售期为 6 个月，限售期自本次公开发行的股票在北交所上市之日起开始计算。有关本次发行前股份的限售和锁定的安排具体情况详见“第四节发行人基本情况”之“九、重要承诺”之“（一）与本次发行相关的承诺事项”
预计募集资金总额	15,296.34 万元（超额配售选择权行使前） 17,590.7910 万元（全额行使超额配售选择权后）
预计募集资金净额	13,181.99 万元（超额配售选择权行使前） 15,246.98 万元（全额行使超额配售选择权后）
发行费用概算	本次发行费用总额为 2,114.35 万元（行使超额配售选择权之前）；2,343.81 万元（若全额行使超额配售选择权），其中：

	<p>(1) 保荐及承销费用：1,529.63 万元（行使超额配售选择权之前）；1,759.08 万元（若全额行使超额配售选择权）；</p> <p>(2) 审计及验资费用：371.70 万元；</p> <p>(3) 律师费用：179.25 万元；</p> <p>(4) 发行手续费及材料制作费用：33.77 万元（行使超额配售选择权之前）；33.79 万元（若全额行使超额配售选择权）；</p> <p>注：上述发行费用均不含增值税金额，最终发行费用可能由于金额四舍五入或最终发行结果而有所调整；合计数与各分项数值之和尾数存在微小差异，为四舍五入造成。</p>
承销方式及承销期	余额包销
询价对象范围及其他报价条件	不适用
优先配售对象及条件	不适用

注 1：发行前市盈率为本次发行价格除以每股收益；

注 2：发行后市盈率为本次发行价格除以每股收益，每股收益按 2021 年度经审计扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司股东的净利润除以本次发行后总股本计算；行使超额配售选择权前的发行后市盈率为 20.92 倍，若全额行使超额配售选择权则发行后市盈率为 21.55 倍；

注 3：发行前市净率以本次发行价格除以发行前每股净资产计算；

注 4：发行后市净率以本次发行价格除以发行后每股净资产计算；行使超额配售选择权前的发行后市净率为 2.06 倍，若全额行使超额配售选择权则发行后市净率为 2.01 倍；

注 5：发行后基本每股收益以 2021 年度经审计扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司股东的净利润除以本次发行后总股本计算；行使超额配售选择权前的发行后基本每股收益为 0.56 元/股，若全额行使超额配售选择权则发行后基本每股收益为 0.55 元/股；

注 6：发行前每股净资产以 2022 年 6 月 30 日经审计的所有者权益除以本次发行前总股本计算；

注 7：发行后每股净资产按本次发行后归属于母公司所有者的净资产除以发行后总股本计算，其中，发行后归属于母公司股东的净资产按经审计的截至 2022 年 6 月 30 日归属于母公司股东的净资产和本次募集资金净额之和计算；行使超额配售选择权前的发行后每股净资产 5.72 元/股，若全额行使超额配售选择权则发行后每股净资产为 5.86 元/股；

注 8：发行前净资产收益率为 2021 年度经审计的归属于母公司股东的净利润除以 2021 年度公司加权平均净资产；

注 9：发行后净资产收益率以 2021 年度经审计的归属于母公司股东的净利润除以本次发行后归属于母公司股东的净资产计算，其中发行后归属于母公司股东的净资产按经审计的截至 2021 年 12 月 31 日归属于母公司的净资产和本次募集资金净额之和计算；行使超额配售选择权前的发行后净资产收益率为 12.16%，若全额行使超额配售选择权则发行后净资产收益率 11.48%。

七、 本次发行相关机构

（一） 保荐人、承销商

机构全称	国金证券股份有限公司
------	------------

法定代表人	冉云
注册日期	1996年12月20日
统一社会信用代码	91510100201961940F
注册地址	成都市青羊区东城根上街95号
办公地址	上海市浦东新区芳甸路1088号紫竹国际大厦23层
联系电话	021-68826021
传真	021-68826800
项目负责人	李孟烈
签字保荐代表人	李孟烈、林海峰
项目组成员	曾国鑫、赵泽嘉、张堃、郑玮琨、张玉忠

(二) 律师事务所

机构全称	广东信达律师事务所
负责人	林晓春
注册日期	1993年8月13日
统一社会信用代码	31440000455766969W
注册地址	深圳市福田区益田路6001号太平金融大厦11、12楼
办公地址	深圳市福田区益田路6001号太平金融大厦11、12楼
联系电话	0755-88265288
传真	0755-88265537
经办律师	彭文文、邓海标、麦琪、吴威、李紫竹

(三) 会计师事务所

机构全称	天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）
负责人	邱靖之
注册日期	2012年3月5日
统一社会信用代码	911101085923425568
注册地址	北京市海淀区车公庄西路19号68号楼A-1和A-5区域
办公地址	北京市海淀区车公庄西路19号68号楼A-1和A-5区域
联系电话	010-88827799
传真	010-88018737

经办会计师	陈志刚、王守军、李进军、屈先富、邓玮、刘丹、周芬
-------	--------------------------

（四） 资产评估机构

适用 不适用

（五） 股票登记机构

机构全称	中国证券登记结算有限责任公司北京分公司
法定代表人	周宁
注册地址	北京市西城区金融大街 26 号金阳大厦 5 层
联系电话	010-58598980
传真	010-58598977

（六） 收款银行

户名	国金证券股份有限公司
开户银行	中国建设银行股份有限公司成都市新华支行
账号	51001870836051508511

（七） 其他与本次发行有关的机构

适用 不适用

八、 发行人与本次发行有关中介机构权益关系的说明

截至本招股说明书签署日，发行人与本次发行有关的保荐机构（主承销商）、律师事务所、会计师事务所等证券服务机构及其负责人、高级管理人员、经办人员之间不存在直接或间接的股权关系或其他权益关系。

九、 发行人自身的创新特征

发行人是国家高新技术企业，并于 2019 年 6 月 24 日被评为广东省“专精特新”中小企业。作为国内较早从事创意包装设计与生产业务的企业之一，发行人始终专注业务创

新、产品创新与技术创新，不断提高创意设计能力及产品的技术水平，保持公司在行业内的市场竞争力，提高市场占有率和盈利能力。

（一）创意设计领域创新

发行人以品牌创意设计为核心，将产品形象与文化创意相融合。凭借卓越的原创设计理念、优秀的创意能力和流程化的创意管理模式，发行人持续、稳定地为业界输出高品质的设计作品，并在国际领域屡获殊荣。发行人被授予了广东省工业设计中心、深圳市工业设计中心等荣誉。截至报告期末，发行人共获得 103 项国际设计大奖，在业内树立了良好的用户口碑与品牌影响力。其中，发行人获得了世界设计三大奖中的德国红点奖 15 项、德国 IF 国际设计大奖 21 项，还获得了包装设计行业主要奖项中的 Pentawards 大奖 7 项和世界之星 34 项，以及莫比乌斯广告奖 9 项、意大利 A'设计大奖 15 项、IAI 设计奖 1 项及 Ctypeawards 奖 1 项。上述奖项中，发行人于 2018 年获得的第 47 届莫比乌斯最佳作品奖，创中国地区 20 年来最佳纪录；发行人设计作品“吃个啥”获得了 2021 年 Pentawards 国际创意大奖食品类金奖，在业内树立了良好的用户口碑与品牌影响力，为发行人取得国内外知名客户订单奠定了良好基础。

（二）产品开发技术创新

在产品工艺设计和产品生产领域，发行人持续进行新材料、新工艺、新防伪、新结构等维度的技术开发，掌握了 3D 悬浮微纳防伪技术、纹理烫金技术、UV 数码浮雕立体肌理工艺、多段感温变色油墨、防伪卡扣等核心技术，并致力于新工艺的持续开发，解决行业内的防伪技术难题。截至报告期末，发行人共获得专利 157 项，其中发明专利 13 项、实用新型专利 59 项、外观设计 85 项，并于 2020 年荣获中国专利优秀奖。技术创新丰富了发行人的产品种类，发行人目前拥有纸板盒、卡盒、箱、手袋及其他中高端创意包装产品等不同系列、规格的产品，能有效满足国内外不同客户的需求，提升发行人的市场竞争力。

十、 发行人选择的具体上市标准及分析说明

根据《北京证券交易所股票上市规则（试行）》相关规定，公司选择的上市标准为：“市值不低于 2 亿元，最近两年净利润均不低于 1,500.00 万元且加权平均净资产收益率平均不低于 8%，或者最近一年净利润不低于 2,500.00 万元且加权平均净资产收益率不低于 8%。”

结合历史交易价格、历史发行价格、一定的估值方法计算，公司预计发行后市值不

低于2亿元。公司2020年度和2021年度扣非后归属于母公司股东净利润分别为1,589.47万元、3,656.26万元，2020年度和2021年度扣非后加权平均净资产收益率分别为8.13%、17.34%，符合上述标准。

十一、 发行人公司治理特殊安排等重要事项

截至本招股说明书签署之日，公司不存在公司治理特殊安排等重要事项。

十二、 募集资金运用

本次公开发行股票募集资金将投入以下项目：

单位：万元			
序号	项目名称	投资总额	募集资金投入金额
1	惠州柏星龙包装有限公司创意包装智能制造生产建设项目	34,125.32	17,138.41
2	创意设计与技术研发中心建设项目	5,861.59	4,861.59
合计		39,986.91	22,000.00

本次募集资金到位前，公司可以根据项目的实际进度利用自有资金进行先期投入，募集资金到位后，再用于置换先期投入资金。若本次实际募集资金净额（扣除发行费用后）不能满足以上投资项目的资金需求，则不足部分由公司通过银行贷款或自有资金等方式解决。如实际募集资金金额满足上述项目需求后尚有剩余，剩余资金将用于与公司主营业务相关的营运资金。

本次募集资金运用详细情况请参见招股说明书“第九节募集资金运用”。

十三、 其他事项

无。

第三节 风险因素

投资者评价发行人本次发行的股票时，除本招股说明书提供的其他各项资料外，应特别认真地考虑下述各项风险因素。下述各项风险按照不同类型进行归类，同类风险根据重要性原则或可能影响投资决策的程度大小排序，但该排序并不表示风险因素依次发生。

一、经营风险

（一）宏观经济波动及下游行业周期性风险

报告期内，公司客户主要集中于酒和化妆品行业，面向酒、化妆品及精品领域客户销售产品的收入占公司主营业务收入的比例分别为91.29%、88.34%、89.80%、93.14%，公司的生产经营状况与宏观经济和酒及化妆品等行业发展情况紧密相关。近年来，国民经济的稳定增长和居民消费能力的不断提高为酒、化妆品等包装领域的发展提供了有利的外部环境。但如果未来国内宏观经济增速放缓，或新型冠状病毒疫情反复，导致酒、化妆品等需求总量和消费场景受到抑制，进而影响酒和化妆品等包装物的需求，将对公司的经营业绩造成不利影响。

（二）主要原材料价格波动的风险

公司包装产品的直接材料主要为各种类型的原纸制品。报告期内，公司直接材料成本占主营业务成本的比例分别为28.09%、25.78%、27.68%、29.89%，外协费用、外购产品合计占主营业务成本的比例分别为55.33%、52.41%、50.16%、49.39%。随着环保政策趋严、落后产能的逐步淘汰、国内近几年对进口废纸（白板纸主要的生产材料）政策的收紧、2020年新型新冠肺炎疫情的爆发，纸品价格在报告期内出现较大幅度波动。由于公司包装产品的直接材料以各类纸制品为主，且外协费用、外购产品的价格中包含了供应商提供的以纸制品为主的材料成本，因此纸张等原材料价格上涨，除推高公司直接材料成本外，也将同时导致公司外协费用、外购产品价格上升。公司如果无法通过向下游客户传递成本的方式转移并化解成本压力，原材料成本的大幅波动可能给公司生产成本控制与管理带来不利影响，进而导致经营业绩波动。

（三）市场竞争加剧的风险

我国包装行业整体呈现行业分散、集中度低的特点，行业竞争较为激烈，各区域和细分领域的包装印刷公司都有着自己的特点和优势。公司凭借较强的创意设计和制造执行能力，目前已与国内多家大型白酒厂商建立了较为稳定的合作关系，在酒类包装细分领域形成了一定的市场竞争优势，并为多家国际知名化妆品、精品厂商提供了包装产品。随着下游客户对包装质量要求的提升，以及公司客户的不断开拓，产品竞争从低端产品向中高端产品转变，公司也将参与到更多细分领域的竞争中。为适应优势企业之间

中高端产品的竞争，行业内主要生产商致力于整合研发、品牌、销售渠道等环节优势资源，增强竞争力。高水平、高层次的行业竞争，对参与企业的能力要求进一步提高，如果未来公司不能持续保持有市场竞争力的创意设计能力并有效整合资源，公司持续盈利能力将受到影响。

（四）对主要客户依赖的风险

公司的主要客户为酒类行业的企业。报告期内，公司第一大客户为牛栏山酒厂，公司向其销售的金额分别为 8,658.75 万元、5,559.46 万元、7,800.64 万元、3,085.27 万元，占同期营业收入的比例分别为 24.27%、19.71%、18.30%、12.52%。同时，报告期内公司向五大客户的总销售金额分别为 21,936.87 万元、13,402.82 万元、19,635.43 万元、9,988.38 万元，占同期营业收入的比例分别为 61.48%、47.51%、46.06%、40.54%，占比也相对较高。由于公司对牛栏山酒厂及其他主要客户的销售占比较高，在未来的业务发展中，如果发生部分主要客户不再与公司合作，或者由于其业务发展或采购策略等的变化向公司的采购量大幅下降，可能导致公司经营业绩下滑。

（五）产品质量控制风险

公司为提高产品生产效率，将部分包装产品的立体成型、纸张表面处理等成熟工序以及无法自产的其他材质部件或产品的加工、组装交由第三方外协厂商完成。虽然公司已制定了一系列的外协厂商管理制度，但如果公司外协管理水平未能及时跟上外协加工规模，将可能会对公司产品质量、供应稳定性及品牌形象造成不利影响。

（六）业绩受节假日影响的风险

目前，我国经济稳步发展，社会总体消费需求不断增长，公司下游行业包括酒类、化妆品、茶叶、食品等行业稳健增长，相应配套的包装行业也持续增长，并且由于纸制印刷包装产品具有轻量化、低成本、绿色环保等特点，在包装产品中占有重要地位。公司包装业务的经营业绩与节假日消费相关，中秋节、国庆、春节等特定时期的节日礼品、餐饮消费需求大幅上升，因此，节假日较为集中的下半年需求更大，酒类、茶叶、食品等生产商通常提前采购包装产品进行备货。如果公司未能充分协调好采购、生产、发货等各个环节，则可能会对公司经营业绩产生不利影响。

二、财务风险

（一）应收账款规模较大的风险

2019 年末、2020 年末、2021 年末、2022 年 6 月末，公司应收账款账面价值分别为 7,970.77 万元、6,087.46 万元、10,173.76 万元、14,852.09 万元，占相应期末流动资产的比例分别为 35.09%、24.26%、32.20%、47.08%，占相应期间营业收入的比例分别为

22.34%、21.58%、23.86%、60.28%。随着公司经营规模的扩大，报告期末公司应收账款规模较期初有所增加。截至 2022 年 6 月 30 日，公司应收账款账龄主要在一年以内，应收账款整体质量较好，但较大规模的应收账款增加了公司的管理压力，加大了坏账损失的风险；且应收账款规模的增加将减少公司可用的流动资金，流动资金的不足可能对公司业务的拓展造成不利影响。

（二）毛利率波动的风险

报告期内，公司主营业务毛利率分别为 42.27%、40.07%、35.08%、33.67%，在包装产品结构变化及原材料价格波动的情况下，公司产品毛利率水平或将随之波动。若下游客户利用其经营规模和竞争地位，或本公司同行业企业采取低价竞争策略导致行业平均市场价格下降；亦或原材料价格波动较大，公司不能保持较好的技术研发、成本控制和客户服务能力等，公司将面临毛利率下降的风险，对经营业绩产生不利影响。

（三）汇率波动的风险

报告期内，公司外销收入金额分别为 8,100.87 万元、6,032.33 万元、9,570.99 万元、5,052.42 万元，占主营业务收入的比例分别为 22.94%、21.68%、22.68%、20.61%。公司外销业务收入的主要结算货币为美元，报告期内，由于人民币汇率波动而形成的汇兑损益分别为-64.16 万元、226.70 万元、95.72 万元、-188.93 万元，汇兑损益绝对值占营业利润的比例分别为 1.59%、8.52%、1.93%、5.84%，人民币汇率波动会对公司盈利能力产生一定的影响。若未来公司外销业务保持较高水平，且人民币对美元持续升值，会对公司盈利能力带来不利影响，公司存在因汇率变动而导致经营业绩波动的风险。

（四）税收优惠政策变化的风险

报告期内公司享受了高新技术企业所得税税收优惠和研发费用加计扣除的税收优惠。若公司高新技术企业资格不能持续获得，或者高新技术企业所得税或研发费用加计扣除的税收优惠幅度减少或取消，将对发行人的盈利能力产生一定的不利影响。

（五）政府补助政策发生变化的风险

报告期各期，公司计入当期损益的政府补助金额分别为 451.02 万元、603.83 万元、473.03 万元、368.15 万元，占当期利润总额的比例分别为 11.24%、22.69%、9.76%、13.25%。虽然政府补助主要计入发行人非经常性损益，但政府补助的波动仍可能对公司的净利润、现金流产生一定的不利影响。

（六）净资产收益率下降风险

本次公开发行股票完成之后，公司净资产规模将较大幅度提高，由于募集资金投资项目从建设到达产需要一定的时间，上市后短期内存在净资产收益率较上市前下降的风

险。

三、技术和产品创新风险

随着纸制印刷包装市场的快速发展和竞争日趋激烈，下游客户对产品的需求日益复杂，行业竞争也逐渐延伸到客户产品的创意设计、品牌打造、营销策略等领域，客户需求多元化、定制化的趋势愈加明显。公司需要保持较强的创意设计能力和技术开发与创新能力，并随时把握市场及下游客户的动向。如果公司未来无法紧跟行业技术变革，或创意设计未能快速地应对市场转变，准确跟踪流行趋势，则将对公司经营产生不利影响。

四、知识产权保护的风险

公司专业从事创意包装产品生产和创意设计服务，其中，创意设计是公司参与市场竞争的重要依赖，创意设计等领域的知识产权保护对公司保持市场竞争地位有重要意义。公司高度重视自主知识产权的保护和风险控制，在产品研发、设计过程中及时申请专利、商标及美术作品著作权登记。截至 2022 年 6 月 30 日，公司拥有专利、商标、美术作品著作权及软件著作权分别为 157 项、91 项、271 项及 1 项。公司制定了一系列有效的产品设计与研发活动管理制度，以管控产品从研发设计到成果转化的整个流程，防范知识产权外泄风险。并制定了设计作品时间戳申请机制，以更好地进行设计作品原创性证据维护。此外，公司已与创意设计人员书面约定职务作品的著作权归属公司所有，并与创意设计人员签署了保密协议、竞业限制协议，保障公司创意设计作品的知识产权和利益不受侵害。

虽然公司已采取上述措施进行知识产权保护，但由于市场竞争日趋激烈，不排除存在创意设计被他人盗用或核心技术失密的风险。如果公司的知识产权不能得到充分保护，或侵犯公司知识产权的行为不能得到及时制止，则可能对公司的竞争优势带来损害，对公司业务发展造成不利影响。

五、实际控制人不当控制的风险

本次发行前，赵国义持有公司 22,908,500 股股份，持股比例为 44.1806%，同时通过深圳市柏星龙投资有限责任公司间接控制公司 6.5909% 的股份，通过深圳市柏星龙创意投资合伙企业（有限合伙）间接控制公司 4.8214% 的股份，因此，赵国义合计控制公司 55.5929% 的表决权，为公司的控股股东及实际控制人，具有影响公司重大经营决策的能力。尽管公司已建立了完善的治理架构和内部控制制度，但如果赵国义利用其实际控制人地位和对公司的影响力，通过行使表决权对公司的经营管理、对外投资等重大事项实施不当控制，公司和其他股东的利益可能受到损害。

六、募集资金投资项目风险

（一）募集资金投资项目无法实现预期收益的风险

本次募集资金投资项目主要为实施产能扩建以能够提升公司响应客户需求的能力，以及建设研发中心以提升技术创新能力。本次募集资金投资项目符合国家产业政策，且由公司经过充分的市场调研、慎重的可行性分析研究，并结合公司实际生产经营状况而确定，预期能产生良好的经济效益。但可行性研究是根据当前宏观经济环境、产业政策、产品需求、产品价格及行业状况进行测算的，若上述因素发生变化，有可能出现市场需求变化、产品价格波动等情况，存在不能实现预期收益的风险。

（二）固定资产、无形资产折旧摊销大幅度增加导致利润下滑的风险

本次募集资金投资项目建成后，公司固定资产、无形资产、长期待摊费用等预计将增加 31,835.64 万元，年新增折旧及摊销费用合计约 2,623.31 万元，约占发行人 2021 年利润总额的比例约为 54.13%。虽然募集资金投资项目达产后预期带来的利润增长足以抵消上述折旧及摊销费用的增加，但如果项目达产后未能实现预期收益，则公司面临由于固定资产折旧大幅度增加而导致利润下滑的风险。

七、发行失败风险

本次发行的发行结果不仅取决于公司的经营业绩和发展前景，还可能受到宏观经济形势变化、国家经济政策的调控、利率水平、汇率水平、投资者预期变化等各种因素的影响，因此，本次发行存在由于发行认购不足或未能达到上市条件而发行失败的风险。

第四节 发行人基本情况

一、 发行人基本信息

公司全称	深圳市柏星龙创意包装股份有限公司
英文全称	ShenzhenBaixinglongCreativePackagingCo.,Ltd.
证券代码	833075
证券简称	柏星龙
统一社会信用代码	914403006718547282
注册资本	5,185.20 万元
法定代表人	赵国义
成立日期	2008 年 2 月 1 日
办公地址	深圳市罗湖区清水河街道清水河社区清水河一路 112 号罗湖投资控股大厦裙楼 601 和 1 座 11 整层
注册地址	深圳市罗湖区清水河街道清水河社区清水河一路 112 号罗湖投资控股大厦裙楼 601 和 1 座 11 整层
邮政编码	518023
电话号码	0755-82212236
传真号码	0755-25180164
电子信箱	huanghaiying@szbxl.com
公司网址	www.szbxl.com
负责信息披露和投资者关系的部门	董事会办公室
董事会秘书或者信息披露事务负责人	黄海英
投资者联系电话	0755-82212236
经营范围	一般经营项目是：产品外型包装设计；工艺礼品设计；美术设计；企业营销策划、企业形象策划；国内商业、物资供销业（不含专营、专控、专卖商品）；货物及技术进出口业务（法律、行政法规、国务院决定禁止的项目除外，限制的项目须取得许可后方可经营）；专业设计服务；工业设计服务；平面设计；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；包装材料及制品销售。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）
主营业务	主要从事酒、化妆品、茶叶、食品等消费品包装的研发、生产与销售，并提供创意设计服务

主要产品与服务项目	主要产品和服务包括酒、化妆品、茶叶、食品等消费品的包装，以及创意设计服务
-----------	--------------------------------------

二、 发行人挂牌期间的基本情况

（一） 挂牌日期和目前所属层级

公司于 2015 年 8 月 13 日披露了《关于股票挂牌并采用协议转让方式的提示性公告》，公司股票于 2015 年 8 月 14 日起在全国股转系统公开转让。

2020 年 5 月 22 日，全国中小企业股份转让系统有限责任公司发布《关于发布 2020 年第一批市场层级定期调整决定的公告》，公司进入创新层。截至本招股说明书签署之日，公司所属层级为创新层。

（二） 主办券商及其变动情况

自 2015 年 8 月 14 日在全国中小企业股份转让系统挂牌至 2020 年 4 月 15 日期间，公司主办券商为招商证券股份有限公司；自 2020 年 4 月 16 日至今，公司主办券商为国金证券股份有限公司。

（三） 报告期内年报审计机构及其变动情况

报告期内，公司年报审计机构为天职国际会计师事务所（特殊普通合伙），未发生变动。

（四） 股票交易方式及其变更情况

公司目前股票交易方式为集合竞价交易。公司挂牌期间股票交易方式及其变更情况如下：

期间	股票交易方式
2015 年 8 月 14 日至 2017 年 1 月 22 日	协议转让
2017 年 1 月 23 日至 2019 年 10 月 30 日	做市转让
2019 年 10 月 31 日至今	集合竞价

(五) 报告期内发行融资情况

报告期内，公司不存在发行融资情况。

(六) 报告期内重大资产重组情况

报告期内，公司未发生重大资产重组。

(七) 报告期内控制权变动情况

报告期内，公司不存在控制权变动情况。

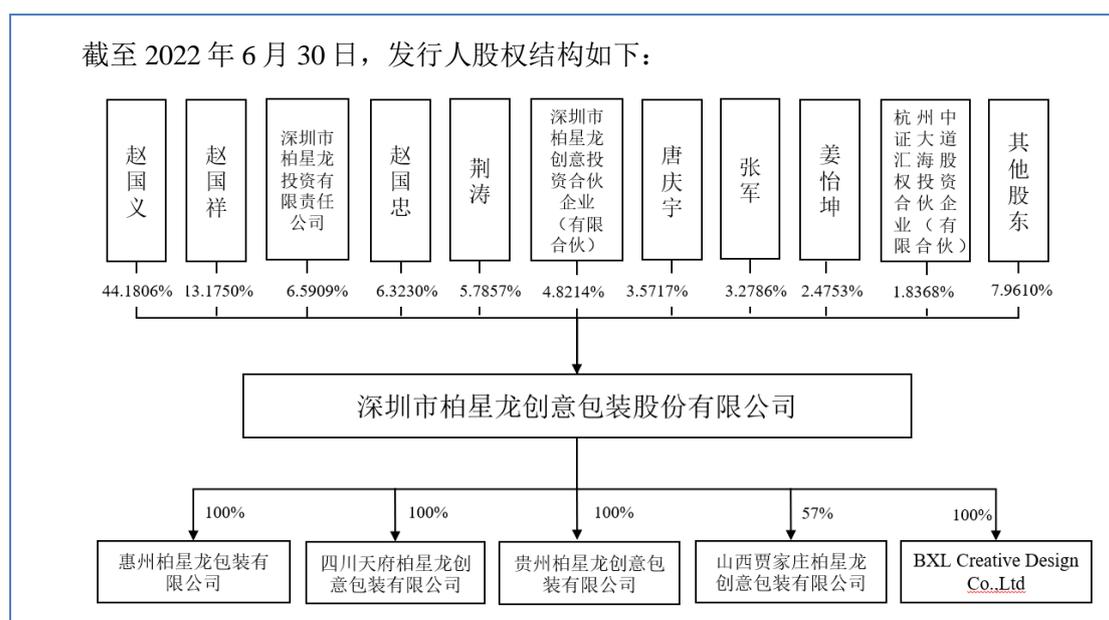
(八) 报告期内股利分配情况

报告期内，公司共进行了五次股利分配，具体情况如下：

年度	股利分配方案	股利分配实施情况	决策程序
2018年度	公司总股本为 51,852,000 股，公司拟以权益分派实施时股权登记日的总股本为基数，以未分配利润向全体股东每 10 股派发现金红利 1.928566 元（含税）	2019 年 5 月 28 日，通过中国证券登记结算有限责任公司北京分公司代为派发现金红利共计 1,000.00 万元	本次股利分配方案经公司 2019 年 4 月 22 日召开的第三届董事会第七次会议、第三届监事会第五次会议审议通过，并经 2019 年 5 月 13 日召开的 2018 年年度股东大会审议通过
2019 年半年度	公司总股本为 51,852,000 股，公司拟以权益分派实施时股权登记日的总股本为基数，以未分配利润向全体股东每 10 股派发现金红利 1.928566 元（含税）	2019 年 9 月 18 日，通过中国证券登记结算有限责任公司北京分公司代为派发现金红利共计 1,000.00 万元	本次股利分配方案经公司 2019 年 8 月 20 日召开的第三届董事会第八次会议、第三届监事会第六次会议审议通过，并经 2019 年 9 月 5 日召开的 2019 年第一次临时股东大会审议通过
2020 年半年度	公司总股本为 51,852,000 股，公司拟以权益分派实施时股权登记日应分配股	2020 年 11 月 5 日，通过中国证券登记结算有限责任公司	本次股利分配方案经公司 2020 年 8 月 24 日召开的第四届董事会

	数为基数，以未分配利润向全体股东每 10 股派发现金红利 3.857132 元（含税）	北京分公司代为派发现金红利共计 2,000.00 万元	第二次会议、第四届监事会第二次会议审议通过，并经 2020 年 9 月 9 日召开的 2020 年第二次临时股东大会审议通过
2021 年半年度	公司总股本为 51,852,000 股，公司拟以权益分派实施时股权登记日应分配股数为基数，以未分配利润向全体股东每 10 股派发现金红利 1.928566 元（含税）	2021 年 10 月 12 日，通过中国证券登记结算有限责任公司北京分公司代为派发现金红利共计 1,000.00 万元	本次股利分配方案经公司 2021 年 8 月 30 日召开的第四届董事会第六次会议、第四届监事会第四次会议审议通过，并经 2021 年 9 月 14 日召开的 2021 年第二次临时股东大会审议通过
2021 年第三季度	公司总股本为 51,852,000 股，公司拟以权益分派实施时股权登记日应分配股数为基数（如存在回购股份的则以总股本减去回购股份后的股份数为基数），以未分配利润向全体股东每 10 股派发现金红利 1.928566 元（含税）	2021 年 12 月 13 日，通过中国证券登记结算有限责任公司北京分公司代为派发现金红利共计 1,000.00 万元	本次股利分配方案经公司 2021 年 10 月 28 日召开的第四届董事会第七次会议、第四届监事会第五次会议审议通过，并经 2021 年 11 月 12 日召开的 2021 年第三次临时股东大会审议通过

三、 发行人的股权结构



四、 发行人股东及实际控制人情况

（一） 控股股东、实际控制人情况

截至本招股说明书签署日，赵国义持有公司 22,908,500 股股份，持股比例为 44.1806%，同时通过深圳市柏星龙投资有限责任公司间接控制公司 6.5909% 的股份，通过深圳市柏星龙创意投资合伙企业（有限合伙）间接控制公司 4.8214% 的股份，合计控制公司 55.5929% 的股份，系公司的控股股东、实际控制人。

赵国义，1972 年 9 月出生，男，中国国籍，汉族，无境外永久居留权，身份证号码为：230506197209*****，大专学历。1996 年 6 月至 2012 年 12 月，任深圳市柏星龙包装设计有限公司法定代表人、执行董事、总经理；2002 年 11 月至 2012 年 4 月，任深圳市柏星龙先锋印刷有限公司监事；2008 年 2 月至今，历任公司执行董事、董事长、总经理、法定代表人，现任公司董事长、法定代表人。

2022 年 6 月，赵国义、赵国祥、赵国忠签署了《一致行动协议》，约定赵国祥、赵国忠作为公司董事、股东，在公司董事会行使表决权时、在公司股东大会行使其所控制的表决权时与赵国义采取一致行动。因此，赵国祥、赵国忠系赵国义的一致行动人。

（二） 持有发行人 5%以上股份的其他主要股东

本次发行前，截至 2021 年 12 月 31 日，除发行人控股股东、实际控制人赵国义外，其他持有公司 5% 以上股份的股东包括赵国祥、深圳市柏星龙投资有限责任公司、赵国忠、荆涛，其简要情况如下：

1、赵国祥

赵国祥，1974 年 5 月出生，男，中国国籍，汉族，无境外永久居留权，身份证号码为：230506197405*****，本科学历。1996 年 10 月至 1997 年 5 月，任深圳市珠江经济广播电台编辑职务；1997 年 6 月至 1998 年 12 月，任哈尔滨足神药业有限公司销售员；1999 年 7 月至 2009 年 12 月，任深圳市柏星龙包装设计有限公司营销经理、营销总监；2002 年 11 月至 2009 年 12 月、2010 年 4 月至 2013 年 6 月，任深圳市柏星龙先锋印刷有限公司法定代表人、执行董事；2009 年 12 月至今，历任柏星龙有限及公司营销总监、董事、副总经理、副董事长、总经理，现任公司副董事长、总经理。

2、深圳市柏星龙投资有限责任公司

截至 2022 年 6 月 30 日，柏星龙投资的具体情况如下所示：

名称	深圳市柏星龙投资有限责任公司
----	----------------

统一社会信用代码	91440300558687534Y
企业类型	有限责任公司
法定代表人	赵国义
成立日期	2010年7月16日
注册资本	100万元
实收资本	100万元
注册地和主要生产经营地	深圳市罗湖区南湖街道嘉北社区迎春路12号海外联谊大厦2722
主营业务及其与发行人主营业务的关系	柏星龙投资为发行人员工持股平台，与发行人主营业务无直接关系

深圳市柏星龙投资有限责任公司股权结构如下表所示：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资额比例
1	赵国义	91.2717	91.2717%
2	刘文懿	2.7227	2.7227%
3	赵国祥	1.1704	1.1704%
4	苏凤英	1.1704	1.1704%
5	惠晓明	1.1704	1.1704%
6	杨玲娟	0.3818	0.3818%
7	姜怡坤	0.3818	0.3818%
8	莫红辉	0.3818	0.3818%
9	黄海英	0.2926	0.2926%
10	叶阿敏	0.2926	0.2926%
11	王亚君	0.2546	0.2546%
12	温思容	0.2546	0.2546%
13	刘定坪	0.2546	0.2546%
合计		100.00	100.00%

3、赵国忠

赵国忠，男，1971年2月出生，中国国籍，汉族，无境外永久居留权，身份证号码为：230506197102*****，本科学历。2000年10月至2002年11月，任深圳市柏星龙包装设计有限公司生产部经理；2008年8月至2011年7月，任深圳市柏星龙先锋印刷有限公司总经理；2009年12月至2010年4月，任深圳市柏星龙先锋印刷有限公司执行董事；2011年9月至今，历任公司国际事业部总监、董事、资源管控中心总监，现任公司董事、资源管控中心总监。

4、荆涛

荆涛，男，1975年9月出生，中国国籍，汉族，无境外永久居留权，身份证号码为：410103197509*****，本科学历。1997年9月至2005年12月，任中国南方航空股份有限公司河南分公司运营部职员；2006年4月至2009年5月，任深圳市全景软件有限公司副总经理；2009年11月至2015年11月，任杭州英琦瑞河股权投资合伙企业（有限合伙）执行事务合伙人；2010年1月至今，任杭州英琦汇洋股权投资合伙企业（有限合伙）执行事务合伙人。荆涛未在发行人及其子公司处担任职务。

（三） 发行人的股份存在涉诉、质押、冻结或其他有争议的情况

截至本招股说明书签署日，控股股东和实际控制人及持有发行人5%以上股份或表决权的主要股东直接或间接持有发行人的股份不存在涉诉、质押、冻结或其他有争议的情况。

（四） 控股股东、实际控制人所控制的其他企业情况

发行人控股股东、实际控制人所控制的其他企业包括员工持股平台深圳市柏星龙投资有限责任公司、深圳市柏星龙创意投资合伙企业（有限合伙），具体情况详见本招股说明书“第六节公司治理”之“六、同业竞争情况”。

五、 发行人股本情况

（一） 本次发行前后的股本结构情况

公司发行前股本总额为5,185.20万股，公司本次拟申请公开发行不超过1,296.30万股人民币普通股（未考虑超额配售选择权），占本次发行后股本总数的20%。本次发行后公众股东（包含发行前的公众股）持股比例不低于公司发行后股本总数的25.00%。

（二） 本次发行前公司前十名股东情况

截至2022年6月30日，公司前十名股东持股情况如下：

序号	股东姓名/名称	持股数量 (万股)	股权比例 (%)	股份性质	限售情况
1	赵国义	2,290.85	44.18%	境内自然人	限售
2	赵国祥	683.15	13.18%	境内自然人	限售
3	柏星龙投资	341.75	6.59%	境内非国有法人	限售
4	赵国忠	327.86	6.32%	境内自然人	限售
5	荆涛	300.00	5.79%	境内自然人	无限售
6	柏星龙创意投资	250.00	4.82%	境内非国有法人	限售
7	唐庆宇	185.20	3.57%	境内自然人	无限售
8	张军	170.00	3.28%	境内自然人	无限售
9	姜怡坤	128.35	2.48%	境内自然人	限售
10	中证汇海	95.24	1.84%	境内非国有法人	无限售
11	现有其他股东	412.80	7.96%	-	-
	合计	5,185.2	100.00%	-	-

注：根据《北京证券交易所上市规则》《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务办理指南第1号—申报与审核》规定，相关主体已办理自愿限售。

(三) 其他披露事项

不存在其他披露事项

六、 股权激励等可能导致发行人股权结构变化的事项

(一) 发行人已制定或实施的股权激励及相关安排

1、2010年股权、期权激励

2010年6月，柏星龙有限召开股东会审议通过了股权激励事项，并通过了《股权、期权激励计划》，柏星龙有限向部分激励对象及柏星龙投资合计转让17.606%的股权，对应注册资本为88.03万元，其中，柏星龙投资持有的柏星龙有限7.857%股权。柏星龙投资持有的柏星龙有限股权拟采取期权的方式授予部分激励对象，激励对象分期行权，从而间接持有柏星龙有限的股权。激励对象为柏星龙有限的董事、高级管理人员、中层管理人员、关键岗位员工及其他有突出贡献的员工，股权转让价格为1元/1元注册

资本（针对部分对公司有突出贡献的员工，其转让价格为 0.5 元/1 元注册资本）。激励股权来源于赵国义、赵国祥、赵国忠分别向柏星龙投资以及部分员工转让的柏星龙有限股权。向部分激励对象及柏星龙投资转让柏星龙有限的股权事项已于 2010 年 8 月完成工商登记手续。

在 2010 年、2011 年，分别向 30 名激励对象、10 名激励对象授予认购柏星龙投资 36.15 万元、11.07 万元出资的期权，占柏星龙投资的出资比例分别为 36.15%、11.07%。上述期权已于 2011 年 12 月行权完毕或失效，激励对象合计行权 47.09 万元出资，失效期权 0.13 万元。

2014 年 12 月，柏星龙投资召开股东会，审议通过了部分员工离职后将持有的柏星龙投资股权转回给赵国义，以及赵国义将持有的柏星龙投资股权转让给本次激励对象的议案，本次合计向激励对象转让柏星龙投资 9.80 万元出资额，每 1 元出资转让价格为 9.48 元。

2、2019 年股权激励

公司 2019 年 12 月 12 日召开的第三届董事会第九次会议、2019 年 12 月 28 日召开的 2019 年第二次临时股东大会审议通过了《公司股权激励计划》，本次向激励对象授予的股份数量为 221.85 万股，授予价格为 3.42 元/股。本次股权激励对象为公司的 20 名员工，上述激励对象通过认购员工持股平台柏星龙创意投资份额的方式间接持有公司股份，股份来源系实际控制人赵国义向员工持股平台转让的柏星龙股份。

为实施上述股权激励，赵国义合计向员工持股平台柏星龙创意投资转让 250.00 万股公司股份，除上述已授出的股份外，其余 28.15 万股股份由实际控制人赵国义作为持股平台普通合伙人继续持有，待后续根据需要向激励对象授出。

综上，截至本招股说明书签署日，公司股权激励的股份已向激励对象或员工持股平台授出，激励对象持有的认购柏星龙投资股权的期权已行权完毕或失效；实际控制人赵国义可控制两个员工持股平台持有的公司股份表决权，上述股权激励事项不存在导致发行人股权结构变化的情形。

（二）发行人控股股东、实际控制人与其他股东签署的特殊投资约定等可能导致股权结构变化的事项

截至本招股说明书签署日，发行人控股股东、实际控制人与其他股东不存在特殊投资约定等可能导致股权结构变化的事项。

七、 发行人的分公司、控股子公司、参股公司情况

截至本招股说明书签署日，公司拥有 5 家子公司和 1 家参股公司，未设立分公司，具体情况如下：

（一）发行人子公司

1、惠州柏星龙包装有限公司

公司名称	惠州柏星龙包装有限公司
统一社会信用代码	91441300597444359R
成立时间	2012年6月7日
法定代表人	赵国祥
注册资本	800万元
实收资本	800万元
注册地址/主要生产 经营地	惠州市惠澳大道惠南高新科技产业园松柏路2号
公司类型	有限责任公司（非自然人投资或控股的法人独资）
经营范围	许可经营项目：包装装潢印刷品、其他印刷品印刷。一般经营项目：生产纸制品包装盒，广告经营（户外广告凭审批经营），货物与技术的进出口。（以上均不含法律、行政法规、国务院决定规定需前置审批和禁止的项目；需凭资质经营的项目凭有效资质证书经营）（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
股权结构	柏星龙持有 100% 股权
主营业务及其与发 行人主营业务的关 系	作为发行人创意包装的生产基地，主要从事包装产品的生产和销售
主要产品/服务	酒类、化妆品及精品等产品的纸质包装

惠州柏星龙最近一年一期的主要财务数据如下表所示：

单位：万元

项目	2022年6月30日/2022年 1-6月	2021年12月31日/2021年 度
总资产	9,104.53	8,095.42
净资产	-9,422.84	-8,876.79
营业收入	4,693.52	9,885.39
净利润	-546.05	-449.00

注：以上财务数据经天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）审计。

2、四川天府柏星龙创意包装有限公司

公司名称	四川天府柏星龙创意包装有限公司
统一社会信用代码	91510100MA6CGM436M
成立时间	2018年6月11日
法定代表人	赵国祥
注册资本	100万元
实收资本	100万元
注册地址/主要生产 经营地	中国（四川）自由贸易试验区成都高新区吉庆一路176号1栋1003室
公司类型	有限责任公司（非自然人投资或控股的法人独资）
经营范围	包装装潢设计服务；工艺美术品设计；美术图案设计服务；企业营销策划；企业形象设计；销售：包装材料。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。
股权结构	柏星龙持有100%股权
主营业务及其与发 行人主营业务的关 系	作为发行人的销售主体，贴近四川和重庆客户，以更好地进行客户维护和市场开拓
主要产品/服务	酒类、茶叶、食品等产品的纸质包装

四川柏星龙最近一年一期的主要财务数据如下表所示：

单位：万元

项目	2022年6月30日/2022年 1-6月	2021年12月31日/2021年 度
总资产	791.71	722.77
净资产	489.96	438.36
营业收入	840.01	756.25
净利润	51.60	142.55

注：以上财务数据经天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）审计。

3、贵州柏星龙创意包装有限公司

公司名称	贵州柏星龙创意包装有限公司
统一社会信用代码	91520523MAAK6HXA48
成立时间	2020年12月15日
法定代表人	赵国祥
注册资本	1,000万元
实收资本	1,000万元
注册地址/主要生产 经营地	贵州省毕节市金沙县岩孔街道金沙经济开发区电子信息产业园C区13-16栋

公司类型	有限责任公司（非自然人投资或控股的法人独资）
经营范围	法律、法规、国务院决定规定禁止的不得经营；法律、法规、国务院决定规定应当许可（审批）的，经审批机关批准后凭许可（审批）文件经营；法律、法规、国务院决定规定无需许可（审批）的，市场主体自主选择经营。（一般经营项目：专业化设计服务，产品外型包装设计、瓶型结构设计，平面设计、工艺礼品设计；纸制、铁质、金属包装制品包装盒加工、销售，广告经营（户外广告凭审批经营），货物与技术的进出口。许可经营项目：包装装潢印刷品、其他印刷品印刷；货物进出口、技术进出口；（以上经营范围以登记机关核发的营业执照记载项目为准；涉及许可审批的经营范围及期限以许可审批机关核定的为准）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
股权结构	柏星龙持有 100%股权
主营业务及其与发行人主营业务的关系	作为发行人在西南地区的生产基地，主要从事包装产品的生产和销售，以贴近客户提供服务和更好的进行市场拓展
主要产品/服务	酒类、茶叶、食品等产品的纸质包装

贵州柏星龙最近一年一期的主要财务数据如下表所示：

单位：万元

项目	2022年6月30日/2022年1-6月	2021年12月31日/2021年度
总资产	2,200.63	1,557.49
净资产	791.63	862.09
营业收入	2,030.22	990.26
净利润	-70.46	-137.91

注：以上财务数据经天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）审计。

4、山西贾家庄柏星龙创意包装有限公司

公司名称	山西贾家庄柏星龙创意包装有限公司
统一社会信用代码	91141182MA0MBCK90F
成立时间	2021年7月21日
法定代表人	赵国祥
注册资本	2,000万元
实收资本	1,480万元
注册地址/主要生产 经营地	山西省吕梁市汾阳市贾家庄镇贾家庄村
公司类型	其他有限责任公司

经营范围	一般项目：纸制品制造；纸制品销售；平面设计；专业设计服务；包装材料及制品销售；塑料包装箱及容器制造；包装服务；企业管理咨询；企业形象策划；品牌管理。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）
股权结构	柏星龙持有 57% 股权、山西贾家庄腾飞旅游开发有限公司持有 33% 股权、山西美宴嘉坊酒业有限公司持有 10% 股权
主营业务及其与发行人主营业务的关系	作为发行人在华北地区的生产基地，主要从事包装产品的生产和销售
主要产品/服务	酒类、食品等产品的纸质包装

山西柏星龙最近一年一期的主要财务数据如下表所示：

单位：万元

项目	2022年6月30日/2022年1-6月	2021年12月31日/2021年度
总资产	745.43	198.93
净资产	729.88	198.75
营业收入	-	-
净利润	-22.88	-1.25

注：以上财务数据经天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）审计。

5、BXLCreativeDesignCo.,Ltd

公司名称	BXLCreativeDesignCo.,Ltd
公司编号	C3942835
成立时间	2016年9月6日
授权发行股份	5万股
主要生产经营地	17588RowlandStreet, SuiteA186, CityofIndustry,California91748.
股权结构	柏星龙持有 100% 股权
主营业务及其与发行人主营业务的关系	作为发行人的销售主体，贴近北美市场，以更好地进行客户维护和市场开拓
主要产品/服务	化妆品及精品等产品的纸质包装

美国柏星龙最近一年一期的主要财务数据如下表所示：

单位：万元

项目	2022年6月30日/2022年1-6月	2021年12月31日/2021年度
总资产	272.36	42.28
净资产	30.01	-12.43
营业收入	121.84	71.17

净利润	42.32	29.86
-----	-------	-------

注：以上财务数据经天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）审计

（二）发行人参股公司

公司拥有参股公司一家，为黄山市锐翔包装股份有限公司，具体情况如下：

公司名称	黄山市锐翔包装股份有限公司
统一社会信用代码	913410006789089010
成立时间	2008年8月13日
法定代表人	曹海娜
注册资本	1,500万元
实收资本	1,500万元
注册地址/主要生产 经营地	安徽省黄山市徽州区城北工业园区
公司类型	其他股份有限公司（非上市）
经营范围	包装设计、专业化设计服务；包装装潢；纸质、铁质包装制品及金属工艺品制造、生产、加工、销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
股权结构	曹海娜持有38%股份、谢明之持有32%股份、刘敏持有12%股份、柏星龙持有12%股份、李敏持有6%股份
主营业务及其与发 行人主营业务的关 系	主要从事茶叶产品包装设计、研发、生产与销售，与发行人同属包装行业。发行人通过参股黄山锐翔，加深对茶叶包装市场的理解，以更好地服务客户及开拓市场
主要产品/服务	茶叶包装产品

黄山锐翔最近一年一期的主要财务数据如下表所示：

单位：万元

项目	2022年6月30日/2022年 1-6月	2021年12月31日/2021年 度
总资产	4,144.68	4,317.99
净资产	1,881.36	1,744.86
营业收入	1,748.27	4,160.78
净利润	136.51	227.98

注：2021年度财务数据已经审计，2022年1-6月财务数据未经审计。

八、董事、监事、高级管理人员情况

（一）董事、监事、高级管理人员的简要情况

1、董事

截至本招股说明书签署之日，公司本届董事会由9名成员组成，其中独立董事3名，其基本情况如下：

序号	姓名	职务	任职期限
1	赵国义	董事长	2020年5月20日至2023年5月19日
2	赵国祥	副董事长、总经理	2020年5月20日至2023年5月19日
3	赵国忠	董事	2021年11月12日至2023年5月19日
4	苏凤英	董事、财务总监	2020年5月20日至2023年5月19日
5	王志永	董事	2020年5月20日至2023年5月19日
6	汤崇辉	董事	2020年5月20日至2023年5月19日
7	初大智	独立董事	2020年5月20日至2023年5月19日
8	杨强	独立董事	2020年5月20日至2023年5月19日
9	盛宝军	独立董事	2021年11月12日至2023年5月19日

公司现任董事简历如下：

(1) 赵国义

赵国义，男，公司董事长，其简历参见本招股说明书“第四节发行人基本情况”之“四、发行人股东及实际控制人情况”之“（一）控股股东、实际控制人情况”。

(2) 赵国祥

赵国祥，男，公司副董事长兼总经理，其简历参见本招股说明书“第四节发行人基本情况”之“四、发行人股东及实际控制人情况”之“（二）持有发行人5%以上股份的其他主要股东”。

(3) 赵国忠

赵国忠，男，公司董事，其简历参见本招股说明书“第四节发行人基本情况”之“四、发行人股东及实际控制人情况”之“（二）持有发行人5%以上股份的其他主要股东”。

(4) 苏凤英

苏凤英，女，1975年9月出生，中国国籍，无境外永久居留权，研究生学历。1997年12月至1998年8月，任深圳市秋娜美容美发器材有限公司会计；1998年9月至1999

年7月，深圳市鸿丰宝电子有限公司主管会计；1999年7月至2009年12月，历任深圳市柏星龙包装设计有限公司财务经理、财务总监；2009年12月至今，历任柏星龙有限公司财务总监、董事会秘书、董事。现任公司董事、财务总监。

(5) 王志永

王志永，男，1981年10月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2004年7月至2005年8月，任深圳市金之彩包装制品有限公司工程部助理工程师；2005年11月至2010年12月，任深圳市柏星龙包装设计有限公司生产部经理、生产中心总监；2011年1月至2013年8月，任公司生产中心总监；2013年9月至2017年11月，从事个体经营；2017年11月至今，任公司供应链管理中心总监，2020年12月至今任贵州柏星龙总经理，2020年5月至今任公司董事。

(6) 汤崇辉

汤崇辉，男，1981年10月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。2005年至2006年，任教于厦门南洋学院；2006年8月至2010年6月，任深圳市柏星龙包装设计有限公司创意指导；2010年6月至2013年4月，任公司设计经理；2013年7月至2014年12月，任深圳市百利包装设计有限公司创意总监；2014年12月至今，任公司创意设计中心创意总监，2020年5月至今任公司董事。

(7) 初大智

初大智，女，1973年7月出生，中国国籍，无境外永久居留权，博士学历，注册会计师，已取得上海证券交易所颁发的独立董事资格证书。1995年7月至1999年9月，任哈尔滨国际经济技术合作公司技术进出口部外贸业务员兼翻译；2014年8月-2015年8月，被深圳大学派往英国萨塞克斯大学访学一年；2007年11月至今，任深圳大学管理学院工商管理系副教授。2017年5月至今任公司独立董事。

(8) 杨强

杨强，男，1960年10月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大学本科学历，高级工程师，已取得上海证券交易所颁发的独立董事资格证书。1982年9月至1994年9月，任北京市第二食品公司设备技术部副主任；1994年10月至1999年9月，任中国食品工业协会质量管理部主任；2000年至今，任中国食品工业协会葡萄酒专家委员会秘书长；2019年至今任中国食品工业协会副秘书长；2017年5月至今任公司独立董事。

(9) 盛宝军

盛宝军，男，1964年7月出生，中国国籍，无境外永久居留权，上海医科大学卫生管理硕士，复旦大学MBA，美国芝加哥肯特法学院法学硕士，已取得深圳证券交易所颁发的独立董事资格证书。1993年7月至1995年5月，任深圳市社保局医疗处科长；1996年6月至1999年12月，任国浩律师集团事务所律师；2000年1月至2004年6月，任广东深天成律师事务所律师；2004年6月至2016年12月，任北京市中伦（深圳）律师事务所律师；2016年12月至今，任北京市中伦（深圳）律师事务所顾问。2021年11月至今任公司独立董事。

2、监事

截至本招股说明书签署之日，公司本届监事会由3名成员组成，其中职工代表监事1名。其基本情况如下：

序号	姓名	任职	任职期限
1	杜全立	监事会主席	2020年5月20日至2023年5月19日
2	张娟	监事	2021年11月12日至2023年5月19日
3	李叶	职工代表监事	2021年4月19日至2023年5月19日

公司现任监事简历如下：

(1) 杜全立

杜全立，男，1973年2月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。1999年7月至2009年12月，任深圳市柏星龙包装设计有限公司销售经理助理、业务经理；2009年12月至今，历任公司营销副总监、总经理助理；2010年12月至2015年1月，任公司监事；2015年1月至今任公司监事会主席。

(2) 张娟

张娟，女，1988年2月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2009年3月至2010年4月，任奈瑞儿美容科技（深圳）有限公司任人资前台岗位，2010年4月至今，任公司营销顾问，2021年11月至今任公司监事。

(3) 李叶

李叶，女，1982年7月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。2002年3月至2004年12月，任东莞南城金巧制衣厂总经理秘书；2005年2月至2007年1月，任东

莞普源休闲制品有限公司人事专员；2007年3月至2010年1月，任京都电工（东莞）有限公司任人事组长；2010年3月至今，任公司人资行政经理；2021年4月至今任公司职工代表监事。

3、高级管理人员

截至本招股说明书签署日，公司现任高级管理人员共有3名，基本情况如下：

序号	姓名	任职	任职期限
1	赵国祥	总经理	2021年4月29日至2023年5月27日
2	苏凤英	财务总监	2020年5月28日至2023年5月27日
3	黄海英	董事会秘书	2020年5月28日至2023年5月27日

公司现任高级管理人员简历如下：

（1）赵国祥

赵国祥，男，公司副董事长兼总经理，其简历参见本招股说明书“第四节发行人基本情况”之“四、发行人股东及实际控制人情况”之“（二）持有发行人5%以上股份的其他主要股东”。

（2）苏凤英

苏凤英，女，公司董事兼财务总监，其简历参见本招股说明书“八、董事、监事、高级管理人员情况”之“（一）董事、监事、高级管理人员的简要情况”之“1、董事”。

（3）黄海英

黄海英，女，1982年2月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。2005年7月至2009年12月，任深圳市柏星龙包装设计有限公司运营专员、总经理助理；2008年2月至2010年12月，任柏星龙有限及公司监事、董事长助理；2011年1月至2016年3月，任公司董事长助理、证券事务代表；2016年4月至今任公司董事会秘书。

4、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的兼职情况

截至本招股说明书签署日，除在公司及合并范围内子公司任职外，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员在其他企业担任董事、监事和高级管理人员的兼职情况如下：

姓名	职务	兼职单位	兼职职务	兼职单位与公司关系
赵国义	董事长	深圳市柏星龙投资有限责任公司	执行董事、总经理	实际控制人控制的其他企业
		深圳市柏星龙创意投资合伙企业（有限合伙）	执行事务合伙人	实际控制人控制的其他企业
		黄山市锐翔包装股份有限公司	董事	公司参股公司
赵国祥	副董事长、总经理	黄山市锐翔包装股份有限公司	监事	公司参股公司
苏凤英	董事、财务总监	深圳市维宸科技有限公司	执行董事	公司董事、高级管理人员控制的企业
初大智	独立董事	胜宏科技（惠州）股份有限公司（股票代码：300476）	独立董事	公司董事担任董事的其他企业
		深圳市卓宝科技股份有限公司	独立董事	公司董事担任董事的其他企业
		深圳市信宇人科技股份有限公司	独立董事	公司董事担任董事的其他企业
		深圳欧陆通电子股份有限公司（股票代码：300870）	独立董事	公司董事担任董事的其他企业
杨强	独立董事	山西水塔醋业股份有限公司	独立董事	公司董事担任董事的其他企业
		通化葡萄酒股份有限公司（股票代码：600365）	独立董事	公司董事担任董事的其他企业
盛宝军	独立董事	华鹏飞股份有限公司（股票代码：300350）	独立董事	公司董事担任董事的其他企业
		深圳市迪威迅股份有限公司（股票代码：300167）	独立董事	公司董事担任董事的其他企业
		深圳市沃特新材料股份有限公司（股票代码：002886）	独立董事	公司董事担任董事的其他企业
		顺龙控股有限公司（股票代码：0361.HK）	独立董事	公司董事担任董事的其他企业
杜全立	监事会主席	深圳市柏星龙投资有限责任公司	监事	实际控制人控制的其他企业

5、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员相互之间存在的亲属关系

截至本招股说明书签署之日，除公司董事长赵国义、副董事长兼总经理赵国祥、董事赵国忠三人为兄弟关系外，公司其他董事、监事、高级管理人员之间不存在亲属关系。

6、董事、监事、高级管理人员的薪酬情况

(1) 董事、监事、高级管理人员的薪酬组成和确定依据

在公司担任日常管理职务的董事、监事、高级管理人员的薪酬主要由基本薪酬和绩效薪酬组成，按各自所在岗位职务依照公司相关薪酬制度和标准领取；公司独立董事薪酬仅为履职津贴。

(2) 董事、监事、高级管理人员等关键管理人员报告期内薪酬总额占发行人利润总额的情况

报告期内，公司董事、监事、高级管理人员薪酬总额占各期公司利润总额的比重情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
薪酬总额	338.24	884.17	563.54	622.80
利润总额	2,779.42	4,846.65	2,660.85	4,013.96
薪酬总额/利润总额	12.17%	18.24%	21.18%	15.52%

7、董事、监事、高级管理人员变动情况

(1) 报告期内董事变动情况

报告期内，因董事换届原因，董事赵国忠、姜怡坤及独立董事罗少敏自2020年5月20日董事会换届完成后不再担任公司董事或独立董事；后续为进一步完善公司治理，公司增加董事人数，董事会成员数量从7人增加到9人，2021年11月12日新增一名独立董事盛宝军，同时再次选举赵国忠为公司董事。

(2) 报告期内监事变动情况

报告期内，存在个别监事因离职或个人原因辞去监事职务，公司相应增补监事，具体情况如下表所示：

姓名	任职	报告期内任职情况	变动原因
----	----	----------	------

王亚君	监事	2019年1月1日至2020年5月19日	监事任期届满不再担任
左芳玲	监事	2020年5月20日至2021年4月18日	因从公司离职辞去职工监事职务
李叶	监事	2021年4月19日至今	补选职工监事
纪春艳	监事	2019年1月1日至2021年5月19日	因从公司离职辞去监事职务
杨玲娟	监事	2021年5月20日至2021年11月11日	因个人原因辞去监事职务
张娟	监事	2021年11月12日至今	补选监事

(3) 报告期内高级管理人员变动情况

2021年4月，因公司管理需要，公司董事长赵国义不再兼任公司总经理，由副董事长赵国祥接任总经理职务。除此之外，报告期内公司高级管理人员未发生变动。

(二) 直接或间接持有发行人股份的情况

截至2022年6月30日，公司董事、监事、高级管理人员直接或间接持股情况如下：

姓名	职务	近亲属关系	直接持股数量(万股)	间接持股数量(万股)	所持股份的涉诉、质押或冻结情况
赵国义	董事长	本人	2,290.85	378.92	无
赵国祥	副董事长、总经理	本人	683.15	4.00	无
赵国忠	董事	本人	327.86	-	无
苏凤英	董事、财务总监	本人	73.95	24.00	无
王志永	董事	本人	-	15.00	无
汤崇辉	董事	本人	-	8.00	无
初大智	独立董事	本人	-	-	无
杨强	独立董事	本人	-	-	无
盛宝军	独立董事	本人	-	-	无
杜全立	监事会主席	本人	17.40	5.00	无
张娟	监事	本人	-	-	无
李叶	职工代表监事	本人	-	-	无
黄海英	董事会秘书	本人	14.65	6.00	无
合计			3,407.86	440.92	-

(三) 对外投资情况

截至 2022 年 6 月 30 日，公司董事、监事、高级管理人员的对外投资情况如下：

姓名	职务	对外投资单位	投资单位经营范围	投资金额 (万元)	持股比 例
赵国 义	董事长	深圳市柏星龙 投资有限责任 公司	公司员工持股平台	91.27	91.27%
		深圳市柏星龙 创意投资合伙 企业（有限合 伙）	公司员工持股平台	229.14	26.80%
		深圳市浩卓创 业投资企业 （有限合伙）	一般经营项目是： （一）创业投资业务； （二）代理其他创业投 资企业等机构或个人的 创业投资业务；（三） 创业投资咨询业务； （四）为创业企业提供 创业管理服务业务； （五）参与设立创业投 资企业与创业投资管理 顾问机构，国内贸易 （不含专营、专控、专 卖商品），经营进出口 业务（法律、行政法 规、国务院决定禁止的 项目除外，限制的项目 须取得许可后方可经 营）。	1.25	8.62%
赵国 祥	副董事 长、总 经理	深圳市柏星龙 投资有限责任 公司	公司员工持股平台	1.17	1.17%
		深圳市火星猴 教育科技有限 公司	一般经营项目是：教育 软件的技术开发、信息 技术、电子产品的技术 开发、技术咨询；玩具 的销售与研发，文具用 品、文体器材的销售； 国内贸易（不含专营、 专卖、专控商品）；经 营进出口业务（不含限 制项目）；经营电子商 务（涉及前置性行政许 可的，须取得前置性行 政许可文件后方可经 营）；投资兴办实业	196.00	49.00%

			(具体项目另行申报); 商务信息咨询、市场信息咨询、信息咨询(不含限制项目); 市场营销策划、企业形象策划。		
苏凤英	董事、财务总监	深圳市柏星龙投资有限责任公司	公司员工持股平台	1.17	1.17%
		深圳市柏星龙创意投资合伙企业(有限合伙)	公司员工持股平台	68.40	8.00%
		深圳市维宸科技有限公司	一般经营项目是: 计算机产品、网络产品、数码产品的研发与销售; 电子元器件、通讯产品、电讯器材、电线电缆、电动工具、家用电器、机电设备、通讯器材、照相器材、健身器材、音响设备、计算机软硬件、计算机周边设备、电脑、耳机、音响、通讯设备、手机、手机配件、服装、鞋帽、背包、仪器仪表、电脑及配件、文体用品、日用百货、办公设备的销售, 国内贸易, 经营进出口业务, 经营电子商务(以上根据法律、行政法规、国务院决定等规定需要审批的, 依法取得相关审批文件后方可经营)。	90.00	90.00%
		深圳同创天下咖梵壹号投资企业(有限合伙)	一般经营项目是: 对未上市企业进行股权投资、开展股权投资和企业上市咨询业务(不得以公开方式募集资金、不得从事公开募集基金管理业务); 投资兴办实业(具体项目另行申报)。(法律、行政法规、国务院决定禁止的项目除外, 限制的项目须取得许可后方可经营)	10.00	2.00%

王志永	董事	深圳市柏星龙创意投资合伙企业（有限合伙）	公司员工持股平台	51.30	6.00%
		深圳市罗湖区东门白马服装市场草莓一族服饰店	服装；饰品。（零售）	2.00	100.00%
汤崇辉	董事	深圳市柏星龙创意投资合伙企业（有限合伙）	公司员工持股平台	27.36	3.20%
杜全立	监事会主席	深圳市柏星龙创意投资合伙企业（有限合伙）	公司员工持股平台	17.10	2.00%
黄海英	董事会秘书	深圳市柏星龙投资有限责任公司	公司员工持股平台	0.29	0.29%
		深圳市柏星龙创意投资合伙企业（有限合伙）	公司员工持股平台	17.10	2.00%

公司董事、监事、高级管理人员的上述对外投资与公司不存在利益冲突的情形。

（四） 其他披露事项

无。

九、 重要承诺

(一) 与本次公开发行有关的承诺情况

承诺主体	承诺开始日期	承诺结束日期	承诺类型	承诺具体内容
控股股东、实际控制人及其亲属、持股10%以上股东、控股股东一致行动人	2022年5月26日	-	关于股份限售及减持意向的承诺函	自公司股票上市之日起12个月内，不转让或者委托他人管理本企业/本人持有的公司本次公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份。公司股票上市后6个月内如连续20个交易日的收盘价均低于本次在北京证券交易所上市时公司股票的发行价，或者公司在北京证券交易所上市后6个月期末收盘价低于发行价，本企业/本人持有公司股票的限售期自动延长6个月。本企业/本人所持公司股票在限售期满后2年内减持的，减持价格不低于本次发行的发行价。公司在北京证券交易所上市后若存在资本公积转增股本、派送股票或现金红利、股份拆细、配股或缩股等情况，发行价应进行相应调整。本企业/本人将严格遵守上述承诺。如法律法规、规范性文件或中国证券监督管理委员会、北京证券交易所关于股份限售及减持的相关规定或要求与本承诺内容不一致的，本企业/本人将严格按照相关规定或要求的内容执行。本承诺函自签署之日起正式生效并不可变更或撤销。如有违反，本企业/本人自愿承担相应的法律责任。
直接持有股份的董事（非独立董	2022年5月26日	-	关于股份限售及减持意向的承诺函	自公司股票上市之日起12个月内，不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的公司本次公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份。公司股票上市后6个月内如连续20个交易日的收盘价均低于本次在北京证券交易所上市时公司股票的发行价，或者公司在北

事)、监 事、高级管 理人员				<p>京证券交易所上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本人直接或间接持有公司股票的限售期自动延长 6 个月。本人直接或间接所持公司股票在限售期满后 2 年内减持的，减持价格不低于本次发行的发行价。公司在北京证券交易所上市后若存在资本公积转增股本、派送股票或现金红利、股份拆细、配股或缩股等情况，发行价应进行相应调整。上述股份限售期届满后，本人在担任公司董事（非独立董事）、监事或高级管理人员的期间，每年转让本人持有的公司股份不超过本人直接或间接持有公司股份总数的 25%；本人离职后 6 个月内，不转让本人直接或间接持有的公司股份。本人不会因职务变更、离职等原因而放弃、拒绝履行前述承诺。本人将严格遵守上述承诺。如法律法规、规范性文件或中国证券监督管理委员会、北京证券交易所关于股份限售及减持的相关规定或要求与本承诺内容不一致的，本人将严格按照相关规定或要求的内容执行。本承诺函自签署之日起正式生效并不可变更或撤销。如有违反，本人自愿承担相应的法律责任。</p>
间接持有股 份的董事 （非独立董 事）、监 事、高级管 理人员	2022 年 5 月 26 日	-	关于股份限售 及减持意向的 承诺函）	<p>自公司股票上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理本人间接持有的公司本次公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份。公司股票上市后 6 个月内如连续 20 个交易日的收盘价均低于本次在北京证券交易所上市时公司股票的发行价，或者公司在北京证券交易所上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本人间接持有公司股票的限售期自动延长 6 个月。本人间接持有的公司股票在限售期满后 2 年内减持的，减持价格不低于本次发行的发行价。公司在北京证券交易所上市后若存在资本公积转增股本、派送股票或现金红利、股份拆细、配股或缩股等情况，发行价应进行相应调整。上述股份限售期届满后，本人在担任公司董事（非独立董事）、监事或高级管理人员的期间，每年转让本人直接或间接持有的公司股份不超过本人直接或间接持有公司股份总数的 25%；本人离职后 6 个月内，不转让本人直接或</p>

				<p>间接持有的公司股份。本人不会因职务变更、离职等原因而放弃、拒绝履行前述承诺。本人将严格遵守上述承诺。如法律法规、规范性文件或中国证券监督管理委员会、北京证券交易所关于股份限售及减持的相关规定或要求与本承诺内容不一致的，本人将严格按照相关规定或要求的内容执行。本承诺函自签署之日起正式生效并不可变更或撤销。如有违反，本人自愿承担相应的法律责任。</p>
公司	2022年5月26日	-	关于稳定股价承诺函	<p>本公司将严格按照公司2022年第一次临时股东大会审议通过的《关于公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市后三年内稳定公司股价措施预案的议案》（以下简称“《稳定股价措施预案》”）的规定，全面且有效地履行本公司的各项义务和责任；同时，本公司将敦促其他相关方严格按照《稳定股价措施预案》的规定，全面且有效地履行其各项义务和责任。本公司依据《稳定股价措施预案》的规定回购公司股份应符合《公司法》《证券法》、其他相关法律法规及中国证券监督管理委员会（以下简称“中国证监会”）、北京证券交易所（以下简称“北交所”）相关业务规则的规定；在启动股价稳定措施的条件满足时，如本公司未依照《稳定股价措施预案》采取稳定股价的具体措施，本公司承诺接受以下约束措施：1、本公司将在股东大会及中国证监会、北交所指定报刊上公开说明未依照《稳定股价措施预案》采取稳定股价措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉；2、如非因不可抗力导致，给投资者造成损失的，本公司将向投资者依法承担赔偿责任，并按照法律、法规及相关监管机构的要求承担相应的责任；3、如因不可抗力导致，应尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，并提交股东大会审议，尽可能地保护公司投资者利益。对于本公司在北交所上市后三年内新聘任的从公司领取薪酬的董事（独立董事除外）、高级管理人员，本公</p>

			司将要求其遵守《稳定股价措施预案》和相关规定，签署相关承诺。本承诺函自签署之日起正式生效并不可变更或撤销。如有违反，本公司自愿承担相应的法律责任。
实际控制人 或控股股东	2022年 5月26 日	-	关于稳定股价 承诺函 本人将严格按照公司 2022 年第一次临时股东大会审议通过的《关于公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市后三年内稳定公司股价措施预案的议案》（以下简称“《稳定股价措施预案》”）的规定，全面且有效地履行本人的各项义务和责任；同时，本人将敦促公司及其他相关方严格按照《稳定股价措施预案》的规定，全面且有效地履行其各项义务和责任。本人依据《稳定股价措施预案》的规定增持公司股票及履行相应信息披露义务的行为应当符合《公司法》《证券法》、其他相关法律法规及中国证券监督管理委员会（以下简称“中国证监会”）、北京证券交易所（以下简称“北交所”）相关业务规则的规定；在启动股价稳定措施的条件满足时，若本人未依照《稳定股价措施预案》履行增持股票义务，本人承诺接受以下约束措施：1、本人将在股东大会及中国证监会、北交所指定报刊上公开说明未依照《稳定股价措施预案》采取相关措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉；2、如非因不可抗力导致，给投资者造成损失的，本人将向公司或者其他投资者依法承担赔偿责任；如本人未承担前述赔偿责任，则本人持有的公司公开发行股票前的股份在履行完毕前述赔偿责任之前不得转让，同时公司有权扣减本人所获分配的现金红利用于承担前述赔偿责任；3、如因不可抗力导致，给投资者造成损失的，应尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，尽可能地保护投资者利益。对于公司在北交所上市后三年内新聘任的从公司领取薪酬的董事（独立董事除外）、高级管理人员，本人将要求其遵守《稳定股价措施预案》和相关规定，签署相关承诺。本承诺函自签署之日起正式生效并不可变更或撤销。如有违反，本人自愿承担相应的法律责任。

<p>董事（独立 董事除 外）、高级 管理人员</p>	<p>2022年 5月26 日</p>	<p>-</p>	<p>关于稳定股价 承诺函</p>	<p>本人将严格按照公司 2022 年第一次临时股东大会审议通过的《关于公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市后三年内稳定公司股价措施预案的议案》（以下简称“《稳定股价措施预案》”）的规定，全面且有效地履行本人的各项义务和责任；同时，本人将敦促公司及其他相关方严格按照《稳定股价措施预案》的规定，全面且有效地履行其各项义务和责任。本人依据《稳定股价措施预案》的规定增持公司股票及履行相应信息披露义务的行为应当符合《公司法》《证券法》、其他相关法律法规及中国证券监督管理委员会（以下简称“中国证监会”）、北京证券交易所（以下简称“北交所”）相关业务规则的规定；在启动股价稳定措施的条件满足时，若本人未依照《稳定股价措施预案》履行增持股票义务，本人承诺接受以下约束措施：1、本人将在股东大会及中国证监会、北交所指定报刊上公开说明未依照《稳定股价措施预案》采取稳定股价措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉；2、如非因不可抗力导致，给投资者造成损失的，本人将向公司或者其他投资者依法承担赔偿责任；如果本人未承担前述赔偿责任，公司有权扣留本人与履行上述增持股份义务所需金额相对应的薪酬，或扣减本人所获分配的现金红利（如有），用于承担前述赔偿责任，直至本人采取相应的股价稳定措施并实施完毕为止；3、如因不可抗力导致，给投资者造成损失的，应尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，尽可能地保护投资者利益。对于公司在北交所上市后三年内新聘任的从公司领取薪酬的董事（独立董事除外）、高级管理人员，本人将要求其遵守《稳定股价措施预案》和相关规定，签署相关承诺。本承诺函自签署之日起正式生效并不可变更或撤销。如有违反，本人自愿承担相应的法律责任。</p>
---	-----------------------------	----------	-----------------------	---

公司	2022年 5月26 日	-	关于填补被摊薄即期回报的措施及承诺函	<p>为保障中小投资者利益、降低本次公开发行摊薄即期回报的影响，本公司承诺采取以下措施填补被摊薄即期回报：“1、积极进行技术创新，提高公司核心竞争力本次发行上市后，本公司财务结构将更加稳健合理，经营抗风险能力将进一步加强。本公司将在坚持拥有自主知识产权的基础上，积极进行技术创新，持续扩大市场占有率，保持竞争优势，形成规模效益，实现良好的现金流回报。2、加强经营管理和内部控制，提高日常运营效率和盈利能力本公司将在日常运营中提高效率，强化内部成本和费用控制。本公司不断进行生产信息化与自动化改造，降低单位产出成本，提升生产效益。本公司将通过加强预算管控和内部监督，提高本公司资金的使用效率和降低财务成本。通过实施以上管理措施，控制本公司经营和管控风险，不断提升本公司经营效率与盈利能力。3、加快募投项目进度，争取实现项目预期收益本公司本次公开发行股票募集资金投资项目围绕本公司主营业务，符合国家产业政策和公司发展战略，该等项目的建成有利于提升本公司技术水平、优化业务能力并提高市场份额，增强核心竞争力和可持续发展能力。本次发行所募集的资金到位后，本公司将加快推进募投项目的建设，提高募集资金使用效率，争取募投项目早日达产并实现预期收益，提高股东回报，降低本次发行所导致的即期回报被摊薄的风险。4、加强募集资金管理，提高资金使用效率本公司根据中国证监会《上市公司监管指引第2号——上市公司募集资金管理和使用的监管要求》等法律、法规以及公司实际情况，制订了《深圳市柏星龙创意包装股份有限公司募集资金管理制度》。本公司将严格按照募集资金管理制度的规定，将募集资金存放于经董事会批准设立的专项账户集中管理和使用，募集资金到位后，本公司将及时与保荐机构、存放募集资金的商业银行签订三方监管协议。募集资金使用过程中，将严格履行申请和审批手续。同时，明确各控制环节的相关责任，按投资计划申请、审批、使用募集资金，并对募集资金使用情况进</p>
----	--------------------	---	--------------------	--

			<p>行监督，确保募集资金的有效管理和使用。5、完善利润分配制度，强化投资者回报机制本公司根据中国证监会《上市公司监管指引第3号——上市公司现金分红》等法律、法规和规范性文件的要求，在上市后适用的《深圳市柏星龙创意包装股份有限公司章程》中明确了本公司利润分配尤其是现金分红的具体条件、比例、分配形式和股票股利分配条件等，完善了公司利润分配的决策程序和机制以及利润分配政策的调整原则，强化了中小投资者权益保障机制。本公司制订了《深圳市柏星龙创意包装股份有限公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市后三年股东分红回报规划》，进一步明确对新老股东权益分红的回报，细化了本次发行后关于股利分配原则的条款。本公司将严格全面且有效地履行上述承诺，同时，本公司将敦促其他相关方严格按照《关于公司向不特定合格投资者公开发行股票摊薄即期回报及填补措施的议案》的规定，全面且有效地履行其各项义务和责任。本承诺函自签署之日起正式生效并不可变更或撤销。如有违反，本公司自愿承担相应的法律责任。</p>
实际控制人或控股股东	2022年5月26日	-	<p>关于填补被摊薄即期回报的措施及承诺函</p> <p>1、不越权干预公司经营管理活动，不侵占公司利益；2、不无偿或以不公平条件向其他单位或个人输送利益；3、督促公司切实履行填补回报措施；4、本人承诺将严格履行公司制定的有关填补回报措施以及本人作出的任何有关填补回报措施的承诺，确保公司填补回报措施能够得到切实履行。如果本人违反所作出的承诺或拒不履行承诺，将按照《关于首发及再融资、重大资产重组摊薄即期回报有关事项的指导意见》等相关规定履行解释、道歉等相应义务，并同意中国证券监督管理委员会、证券交易所等证券监管机构及自律机构依法作出的监管措施或自律监管措施；给公司或者股东造成损失的，本人将依法承担相应补偿责任。本人将敦促公司及其他相关方严格按照《关于公司向不特定合格投资者公开发行股票摊薄即期回</p>

				报及填补措施的议案》的规定，全面且有效地履行其各项义务和责任。本承诺函自签署之日起正式生效并不可变更或撤销。如有违反，本人自愿承担相应的法律责任。
董事、高级管理人员	2022年5月26日	-	关于填补被摊薄即期回报的措施及承诺函	<p>1、承诺不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用其他方式损害公司利益；2、承诺对本人的职务消费行为进行约束；3、承诺不动用公司资产从事与其履行职责无关的投资、消费活动；4、在自身职责和权限范围内，将促使公司股东大会审议通过的薪酬管理制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；5、承诺未来如实施股权激励，在自身职责和权限范围内，促使公司拟公布的股权激励行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；6、本承诺出具日至公司本次向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市实施完毕前，若中国证券监督管理委员会（以下简称“中国证监会”）就填补被摊薄即期回报措施及其承诺有其他新的监管规定的，且上述承诺不能满足中国证监会该等规定时，本人承诺届时将按照中国证监会的最新规定出具补充承诺；7、本人承诺切实履行公司制定的有关填补被摊薄即期回报措施以及对此做出的任何有关填补回报措施的承诺，若违反该等承诺并给公司或者投资者造成损失的，本人依法承担对公司或者投资者的补偿责任；8、作为填补回报措施相关责任主体之一，本人若违反上述承诺或拒不履行上述承诺，本人同意按照中国证监会和北京证券交易所等证券监管机构制定或发布的有关规定、规则，接受对本人作出的相关处罚或采取的相关管理措施。本人将敦促公司及其他相关方严格按照《关于公司向不特定合格投资者公开发行股票摊薄即期回报及填补措施的议案》的规定，全面且有效地履行其各项义务和责任。本承诺函自签署之日起正式生效并不可变更或撤销。如有违反，本人自愿承担相应的法律责任。</p>

实际控制人或控股股东	2022年5月26日	-	关于避免同业竞争的承诺函	<p>1、自本承诺函签署日，除公司及其子公司外，本人及本人控制的其他企业不存在开发、生产、销售任何与公司及其子公司的产品构成竞争或潜在竞争的产品，不存在从事与公司及其子公司的现有业务具有竞争或潜在竞争的业务活动；本人亦不会以任何形式投资、经营或任职于与公司及其子公司现有业务及产品构成竞争或潜在竞争的其他企业。2、自本承诺函签署日，如公司及其子公司未来进一步拓展产品和业务范围，且拓展后的产品与业务范围和本人及本人控制的其他企业在产品或业务方面构成竞争或潜在竞争关系的，本人及本人控制的其他企业将积极采取下列一项或多项措施以避免同业竞争的发生：（1）停止开发、生产、销售存在竞争或潜在竞争的产品；（2）停止经营存在竞争或潜在竞争的业务；（3）将存在竞争或潜在竞争的业务纳入公司的经营体系，并给予公司及其子公司优先购买权、优先参与权；（4）将存在竞争或潜在竞争的业务转让给无关联关系的独立第三方。3、本人及本人控制的其他企业不会向产品和业务与公司及其子公司构成竞争或潜在竞争关系的其他任何企业、机构、组织或个人提供与该等竞争产品和业务相关的技术成果、著作权、商标等无形资产或提供创意设计、销售渠道、客户信息等商业秘密。4、本人承诺不利用控股股东、实际控制人地位，从事或参与从事任何有损于公司及其他股东合法权益的行为。本承诺函自签署之日起正式生效并不可变更或撤销。如有违反，本人自愿承担相应的法律责任。本人作为公司控股股东、实际控制人期间，上述承诺持续有效。</p>
控股股东、实际控制人一致行动人	2022年5月26日	-	关于避免同业竞争的承诺函	<p>1、自本承诺函签署日，除公司及其子公司外，本人及本人控制的其他企业不存在开发、生产、销售任何与公司及其子公司的产品构成竞争或潜在竞争的产品，不存在从事与公司及其子公司的现有业务具有竞争或潜在竞争的业务活动；本人亦不会以任何形式投资、经营或任职于与公司及其子公司现有业务及产品构成竞争或潜在竞争的其他企业。2、自本承诺函签署</p>

			<p>日，如公司及其子公司未来进一步拓展产品和业务范围，且拓展后的产品与业务范围和本人及本人控制的其他企业在产品或业务方面构成竞争或潜在竞争关系的，本人及本人控制的其他企业将积极采取下列一项或多项措施以避免同业竞争的发生：（1）停止开发、生产、销售存在竞争或潜在竞争的产品；（2）停止经营存在竞争或潜在竞争的业务；（3）将存在竞争或潜在竞争的业务纳入公司的经营体系，并给予公司及其子公司优先购买权、优先参与权；</p> <p>（4）将存在竞争或潜在竞争的业务转让给无关联关系的独立第三方。3、本人及本人控制的其他企业不会向产品和业务与公司及其子公司构成竞争或潜在竞争关系的其他任何企业、机构、组织或个人提供与该等竞争产品和业务相关的技术成果、著作权、商标等无形资产或提供创意设计、销售渠道、客户信息等商业秘密。4、本人承诺不利用控股股东、实际控制人一致行动人的地位，从事或参与从事任何有损于公司及其股东合法权益的行为。本承诺函自签署之日起正式生效并不可变更或撤销。如有违反，本人自愿承担相应的法律责任。</p>
<p>控股股东、实际控制人及其他持股5%以上股东</p>	<p>2022年5月26日</p>	-	<p>关于规范和减少关联交易的承诺函</p> <p>1、本公司/本人将采取切实有效的措施尽量避免和减少本公司/本人及本公司/本人控制的其他企业与公司发生关联交易。2、对于无法避免或有合理原因而发生的关联交易，本公司/本人及本公司/本人控制的其他企业保证将遵循平等自愿、等价有偿、公平合理的原则，严格按照相关法律法规、规范性文件以及北京证券交易所的规定和届时有效的《深圳市柏星龙创意包装股份有限公司章程》《深圳市柏星龙创意包装股份有限公司关联交易管理制度》的相关规定，履行相应关联交易审议程序及信息披露义务，签订关联交易合同，确保关联交易的价格公允，并保证相关交易在公平合理和正常的商业条件下进行，不通过关联交易损害公司及其股东合法权益或向关联方、其他第三方输送利益。3、本公司/本人及本公司/本人控制的其他企业在上述关联交易进行过程中将不会要求或接受公司提供的比市场上独立第三方更优惠的交</p>

			<p>易条件，切实维护公司及其股东的合法权益。4、本公司/本人保证不利用本公司/本人在公司的地位和影响，通过本公司/本人及本公司/本人控制的其他企业以任何方式（包括但不限于借款、代偿债务、代垫款项等）违规占用或转移公司及其子公司的资金、资产及其他资源，或要求公司及其子公司违规提供担保。本承诺函自签署之日起正式生效并不可变更或撤销。如有违反，本公司/本人自愿承担相应的法律责任。本公司/本人作为公司控股股东、实际控制人、持股 5%以上股东期间，上述承诺持续有效。</p>
董监高	2022年 5月26 日	-	<p>关于规范和减少关联交易的承诺函</p> <p>1、本人将采取切实有效的措施尽量避免和减少本人及本人控制的其他企业与公司发生关联交易。2、对于无法避免或有合理原因而发生的关联交易，本人及本人控制的其他企业保证将遵循平等自愿、等价有偿、公平合理的原则，严格按照相关法律法规、规范性文件以及北京证券交易所的规定和届时有效的《深圳市柏星龙创意包装股份有限公司章程》《深圳市柏星龙创意包装股份有限公司关联交易管理制度》的相关规定，履行相应关联交易审议程序及信息披露义务，签订关联交易合同，确保关联交易的价格公允，并保证相关交易在公平合理和正常的商业条件下进行，不通过关联交易损害公司及其股东合法权益或向关联方、其他第三方输送利益。3、本人及本人控制的其他企业在上述关联交易进行过程中将不会要求或接受公司提供的比市场上独立第三方更优惠的交易条件，切实维护公司及其股东的合法权益。4、本人保证不利用本人在公司的职务便利，通过本人及本人控制的其他企业以任何方式（包括但不限于借款、代偿债务、代垫款项等）违规占用或转移公司及其子公司的资金、资产及其他资源，或要求公司及其子公司违规提供担保。本承诺函自签署之日起正式生效并不可变更或撤销。如有违反，本人自愿承担相应的法律责任。在本人担任公司董事/监事/高级管理人员期间，上述承诺持续有效。</p>

公司	2022年 5月26 日	-	关于招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的承诺函	<p>1、本公司保证本次公开发行股票招股说明书及其他信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，本公司对其真实性、准确性、完整性承担法律责任。2、如因本公司招股说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断本公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本公司将依法回购公开发行的全部新股。回购价格按照发行价（若公司股票在此期间发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，发行价应相应调整）加算银行同期存款利息确定，并根据相关法律、法规规定的程序实施。在实施上述股份回购时，如相关法律、法规、公司章程等另有规定的从其规定。3、在证券监督管理部门或其他有权部门认定公司招股说明书及其他信息披露资料存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏后，公司将启动赔偿投资者损失的相关工作。有权获得赔偿的投资者资格、投资者损失的范围认定、赔偿主体之间的责任划分经有权机关生效法律文件确认。在证券主管部门或司法机关认定公司存在前述违法违规情形后，公司将严格按照与投资者协商确定或者依据证券监督管理部门、生效司法文书认定的赔偿方式和赔偿金额向投资者依法进行赔偿。本承诺函自签署之日起正式生效并不可变更或撤销。如有违反，本公司自愿承担相应的法律责任。</p>
实际控制人 或控股股东	2022年 5月26 日	-	关于招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的承诺函	<p>公司本次公开发行股票招股说明书及其他信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，本人对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。公司本次公开发行股票招股说明书及其他信息披露资料如有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将依法赔偿投资者损失。</p>

公司	2022年 5月26 日	-	关于未履行承诺事项时约束措施的承诺函	<p>如本公司非因不可抗力的原因导致未能履行公开承诺事项而造成投资者损失的，本公司将：</p> <p>（1）在股东大会及中国证券监督管理委员会、北京证券交易所指定媒体或报刊上公开说明未履行承诺的具体情况和原因，向股东和社会公众投资者道歉，并提出补充或替代承诺，尽可能地保护本公司投资者利益；（2）按照中国证券监督管理委员会及其派出机构或人民法院依法确定的投资者损失数额依法赔偿投资者损失；（3）在相应补救措施实施完毕、补充或替代承诺履行完毕前，本公司不得以任何形式向对该等未履行承诺的行为负有个人责任的董事、监事、高级管理人员增加薪资或津贴。如因相关法律法规或政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本公司无法控制的客观原因导致承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的，本公司将采取以下措施：（1）及时、充分披露承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因；（2）向投资者提出补充或替代承诺，以尽可能保护公司及其投资者的合法权益。本承诺函自签署之日起正式生效并不可变更或撤销。如有违反，本公司自愿承担相应的法律责任。</p>
实际控制人 或控股股东	2022年 5月26 日	-	关于未履行承诺事项时约束措施的承诺函	<p>本人将依法履行公司本次公开发行招股说明书披露的承诺事项。如本人未能履行招股说明书披露的承诺事项，将提请公司及时披露未履行相关承诺的情况和原因，本人将在股东大会及中国证券监督管理委员会指定媒体或报刊上公开说明未履行承诺的具体原因，向股东和社会公众投资者道歉，并提出补充或替代承诺。如因本人未能履行相关承诺事项，致使公司或其他投资者在证券交易中遭受损失的，本人将依法向公司或其他投资者赔偿相关损失。本人在上述赔偿责任履行完毕前，本人持有的公司本次公开发行前股份不得转让，同时公司有权扣减本人所获现金分红用于承担上述赔偿责任。若本人因未依照承诺履行其中的义务或责任而取得不当收益的，则该等收益全部归公司所有。如因相关法律法规或政策变化、自然灾害及</p>

				其他不可抗力等本人无法控制的客观原因导致承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的，本人将采取以下措施：（1）通过公司及时、充分披露承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因；（2）向公司及其他投资者提出补充或替代承诺，以尽可能保护公司及其他投资者的合法权益。本承诺函自签署之日起正式生效并不可变更或撤销。如有违反，本人自愿承担相应的法律责任。
持股 5% 以上的股东	2022 年 5 月 26 日	-	关于未履行承诺事项时约束措施的承诺函	本人/本企业将依法履行公司本次公开发行招股说明书披露的承诺事项。如本人/本企业未能履行招股说明书披露的承诺事项，将提请公司及时披露未履行相关承诺的情况和原因，本人/本企业将在股东大会及中国证券监督管理委员会指定媒体或报刊上公开说明未履行承诺的具体原因，向股东和社会公众投资者道歉，并提出补充或替代承诺。如因本人/本企业未能履行相关承诺事项，致使公司或其他投资者在证券交易中遭受损失的，本人/本企业将依法向公司或其他投资者赔偿相关损失。本人/本企业在上述赔偿责任履行完毕前，本人/本企业持有的公司本次公开发行前股份不得转让，同时公司有权扣减本人/本企业所获现金分红用于承担上述赔偿责任。若本人/本企业因未依照承诺履行其中的义务或责任而取得不当收益的，则该等收益全部归公司所有。如因相关法律法规或政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本人/本企业无法控制的客观原因导致承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的，本人/本企业人将采取以下措施：（1）通过公司及时、充分披露承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因；（2）向公司及其他投资者提出补充或替代承诺，以尽可能保护公司及其他投资者的合法权益。本承诺函自签署之日起正式生效并不可变更或撤销。如有违反，本人/本企业自愿承担相应的法律责任。

董监高	2022年 5月26 日	-	关于未履行承诺事项时约束措施的承诺函	<p>本人保证将严格履行本次公开发行招股说明书披露的相关承诺事项。如本人未能履行招股说明书披露的承诺事项，将提请公司及时披露未履行相关承诺的情况和原因，本人将在股东大会及中国证券监督管理委员会指定媒体或报刊上向股东和社会公众投资者道歉，并提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护公司及其投资者的合法权益。如因本人未能履行相关承诺事项，致使公司及其投资者在证券交易中遭受损失的，本人将：（1）依法向公司及其投资者承担相关赔偿责任；（2）停止从公司领取薪酬，且公司有权直接扣除本人从公司所获工资、奖金、补贴、股票分红（如有）等收入，用于履行上述赔偿责任，直至足额偿付为止；（3）本人持有的公司股份（如有）不得转让，直至上述赔偿责任、补充或替代承诺履行完毕为止。如因相关法律法规或政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本人无法控制的客观原因导致承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的，本人将采取以下措施：（1）通过公司及时、充分披露承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因；（2）向公司及其投资者提出补充或替代承诺，以尽可能保护公司及其投资者的合法权益。本承诺函自签署之日起正式生效并不可变更或撤销。如有违反，本人自愿承担相应的法律责任。</p>
实际控制人或控股股东	2022年 9月5 日	-	限售承诺	<p>公司控股股东、实际控制人、董事长赵国义进一步出具以下承诺：1、自公司本次发行上市之日起：（1）出现下列情形之一的，自相关情形发生之日起至相关情形公开披露后六个月内本人不转让或委托他人代为管理本人持有的公司股份：①本人或其他关联方涉嫌违规占用或转移公司的资金、资产及其他资源；②公司违规为他人提供担保或借款；③公司信息披露等存在虚假记载；④公司其他涉嫌违反《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》以及中国证券监督管理委员会和北京证券交易所关于上市公司的规定的重大违法违规行为。（2）出现下列情形之一的，自相关情形发生之日起至相关情形公开披露后十二个月内本人不转让</p>

			或委托他人代为管理本人持有的公司股份：①本人利用公司未公开的重大信息谋取利益、进行内幕交易、操纵市场；②本人向公司或中介机构提供的资料、作出的公开承诺等存在虚假陈述；③本人其他涉嫌违反《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》以及中国证券监督管理委员会和北京证券交易所相关规定的重大违法违规行为。2、因公司进行权益分派等导致本人所持有或控制的公司本次发行上市前已发行的股份发生变化的，本人亦遵守上述承诺。
董监高	2022年 9月5 日	-	限售承诺 公司总经理赵国祥进一步出具以下承诺：1、自公司本次发行上市之日起：（1）出现下列情形之一的，自相关情形发生之日起至相关情形公开披露后六个月内本人不转让或委托他人代为管理本人持有的公司股份：①本人或其他关联方涉嫌违规占用或转移公司的资金、资产及其他资源；②公司违规为他人提供担保或借款；③公司信息披露等存在虚假陈述；④公司其他涉嫌违反《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》以及中国证券监督管理委员会和北京证券交易所关于上市公司的规定的重大违法违规行为。（2）出现下列情形之一的，自相关情形发生之日起至相关情形公开披露后十二个月内本人不转让或委托他人代为管理本人持有的公司股份：①本人利用公司未公开的重大信息谋取利益、进行内幕交易、操纵市场；②本人向公司或中介机构提供的资料、作出的公开承诺等存在虚假陈述；③本人其他涉嫌违反《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》以及中国证券监督管理委员会和北京证券交易所相关规定的重大违法违规行为。2、因公司进行权益分派等导致本人所持有或控制的公司本次发行上市前已发行的股份发生变化的，本人亦遵守上述承诺。

(二) 前期公开承诺情况

承诺主体	承诺开始日期	承诺结束日期	承诺类型	承诺具体内容
赵国义、赵国祥等 10 名自然人发起人股东	2015 年 8 月 14 日	-	关于公司整体变更涉及个人所得税的承诺	如因有关税务部门要求或决定，股份公司需要补缴或被追缴整体变更时涉及的个人所得税，或因股份公司当时未履行代扣代缴义务而承担罚款或损失，本人将按持股比例承担相应需要缴纳的上述个人所得税款及股份公司因此发生的费用、损失。
赵国义、赵国祥、赵国忠等 3 名自然人股东	2015 年 8 月 14 日	-	关于 2012 年股权转让涉及个人所得税的承诺	深圳市柏星龙创意包装股份有限公司 2012 年 5 月第一次股权转让后，本人作为公司的自然人股东，尚未向税务机关申报并缴纳相应的个人所得税。日后国家税务主管部门要求本人补缴相应税款时，本人将以连带责任方式，无条件全额承担应补缴的税款及因此所产生的所有相关费用，以

				避免给公司或公司其他股东造成损失或影响。
赵国义、赵国祥、赵国忠	2022年5月31日	-	关于2012年股权转让涉及个人所得税的承诺	本人承诺在本承诺函出具之日起12个月内依法缴纳本人2012年向中科宏易、杭州嫣颖、中证汇海转让柏星龙股权时涉及的个人所得税及相应的滞纳金（如有）。
公司控股股东、实际控制人及申请新三板挂牌时的董事、监事、高级管理人员	2015年8月14日	-	同业竞争承诺	1、本人及本人关联方目前未从事或参与柏星龙及其控股子公司存在同业竞争的活动。2、本人及本人关联方将不在中国境内外直接或间接从事或参与任何对柏星龙及其控股子公司构成竞争的业务及活动，或拥有与柏星龙及其控股子公司存在竞争关系的任何经营实体、机构、经济组织的权益，或以其他任何形式取得该经营实体、机构、经济组织的控制权，或在该经营实体、机构、经济组织中担任高级管理人员或核

				心技术人员。3、本承诺有效期为本人在持有柏星龙股份期间，或担任柏星龙董事、监事、高级管理人员、核心技术人员期间。4、若本人及本人关联方违反上述承诺，本人将对由此给柏星龙造成的经济损失承担赔偿责任。
申请新三板挂牌时的董事、监事、高级管理人员	2015年8月14日	-	关于公司管理层的诚信状况的承诺	一、本人不存在最近二年内因违反国家法律、行政法规、部门规章、自律规则等受到刑事、民事、行政处罚或纪律处分；二、本人不存在因涉嫌违法违规行为处于调查之中尚无定论的情形；三、本人不存在最近二年内对所任职（包括现任职和曾任职）公司因重大违法违规行为而被处罚负有责任的情形；四、本人不存在个人负有数额较大债务到期未清偿的情形；五、本人不存在欺诈或其他不诚实行为等情况。

<p>申请新三板挂牌时的全体股东</p>	<p>2015年8月14日</p>	<p>-</p>	<p>关于规范和减少关联交易的承诺函</p>	<p>一、本人在作为公司股东期间，若本人目前或未来控制其他企业，该类企业将尽量避免与公司之间产生关联交易事项；对于不可避免发生的关联交易，将遵守平等、自愿、公平、合理的原则进行，交易价格将按照市场公认的合理价格确定。二、本人将严格遵守公司章程中关于关联交易事项的回避规定,相关关联交易均将严格按照公司关联交易决策程序进行，确保相关关联交易合法合规，不损害公司及其他股东的合法权益。三、本人愿意承担因违反上述承诺而给公司造成的全部经济损失。</p>
<p>申请新三板挂牌时的全体股东及实际控制人赵国义</p>	<p>2015年8月14日</p>	<p>-</p>	<p>关于不占用公司资产的承诺函</p>	<p>本人不会违反公司规定和法律法規以任何理由和方式占用柏星龙创意包装的资金以及其他资产。如违反上述承诺，本人愿承担由</p>

				此产生的一切法律责任。
--	--	--	--	-------------

(三) 其他披露事项

无。

十、 其他事项

无。

第五节 业务和技术

一、 发行人主营业务、主要产品或服务情况

（一）主营业务

发行人专业从事创意包装产品生产和创意设计服务，即以品牌策略规划和创意设计为核心，将品牌形象与文化创意相融合，专注于为酒类、化妆品、茶叶、食品等消费品领域客户提供品牌策略规划、创意设计、技术研发、产品交付四位一体的产品形象工程整体解决方案。

品牌策略规划和创意设计是发行人业务的起点，是发行人参与市场竞争的重要依赖。发行人通过对产品市场与消费者需求的深入调研，挖掘消费品领域品牌定位和产品卖点，进行前瞻性的创意设计与研发，在此过程中逐渐积累丰富的创意设计素材库和设计方法论。发行人结合特定品牌策略、包装设计和产品推广方案，配合客户新产品开发与老产品的迭代升级，以满足终端消费者不断变化的需求。过去多年，发行人始终重视自主研发对保持市场竞争力的作用，形成了独特的流程化创意管理模式。随着原创设计理念、创意能力逐步获得市场认可及流程化创意管理模式的成熟，发行人市场竞争力逐步提升，过去多年持续、稳定地为业界输出高品质的设计作品，协助客户打造了多款畅销产品，并在国际设计领域屡获殊荣。发行人被授予了广东省工业设计中心、深圳市工业设计中心等荣誉；截至报告期末，发行人共获得 103 项国际设计大奖，在业内树立了良好的用户口碑与品牌影响力。其中，发行人获得了世界设计三大奖中的德国红点奖¹15 项、德国 IF 国际设计大奖²21 项，还获得了包装设计行业主要奖项中的 Pentawards³大奖

¹ 德国红点奖，与 IF 设计奖齐名，是世界设计三大奖之一，也是最有影响的工业设计大奖之一。

² 德国 IF 设计奖，创立于 1953 年，是世界设计三大奖之一，也是最有影响的工业设计大奖之一。

³ Pentawards 是全球首个专门针对产品包装的设计大奖，被誉为包装设计界的“奥斯卡”。

7项和世界之星⁴34项，以及莫比乌斯广告奖⁵9项、意大利 A'设计大奖⁶15项、IAI 设计奖⁷1项及 Ctypeawards 奖 1 项。上述奖项中，发行人于 2018 年获得的第 47 届莫比乌斯广告奖（包括 1 项“最佳作品奖”和 3 项金奖），创中国地区 20 年来最佳纪录；发行人设计作品“吃个啥”获得了 2021 年 Pentawards 国际创意大奖食品类金奖。

创意设计为包装产品提供概念，优秀的制造工艺和技术则为创意设计顺利转化为产品提供保障。发行人基于对创意设计的深刻理解和丰富的创意包装生产经验，在为客户提供创意设计服务的同时，还提供技术研发和产品生产服务。在技术研发方面，发行人主要在新材料、新工艺、新防伪、新结构、生产自动化、产品智能化等维度进行了较大投入，自主研发了高光泽立体烫金、3D 悬浮微纳防伪技术、纹理烫金技术、UV 数码浮雕立体肌理技术、防伪卡扣等核心技术，并致力于新技术的持续开发，解决行业内的防伪技术、低碳环保等相关技术难题。截至报告期末，发行人获得专利共 157 项（其中发明专利 13 项、实用新型专利 59 项、外观设计 85 项）、作品著作权 271 项，并于 2020 年荣获中国专利优秀奖。为满足客户产品交付的需求，发行人在广东惠州、贵州毕节等地设立了专业的创意包装产品生产基地，能根据客户需求提供创意包装产品的生产、检验和配送等服务，以保障产品品质及设计理念的完整呈现，并完成及时交付。

凭借优秀的创意能力、优质的工艺技术以及高效的交付能力，发行人业务覆盖全国主要省份，并出口美国、法国、意大利、德国等多个国家及地区。公司与牛栏山、衡水老白干、古井贡酒、糊涂酒业、天佑德、酒鬼酒、汾酒、欧莱雅、宝格丽、SundayRiley、八马茶叶、燕之屋、LadyM 等国内外知名品牌建立了良好的合作关系。

⁴ 世界之星，是世界包装组织(WPO)在世界范围内评选出的优秀包装设计奖项，在一定程度上代表着全球包装设计发展方向。

⁵ 莫比乌斯广告奖，创立于 1971 年，全球 5 项最重要的广告大奖之一，是杰出的国际广告奖项。

⁶ 意大利 A'设计大奖赛创建于 2010 年，是目前世界上规模最大、种类最多的综合性设计比赛。旨在发掘和表彰全球范围内卓越的设计、技术和创意，为获奖者提供国际性展示平台。

⁷ IAI 设计奖，是亚太设计师联盟举办的国际最具影响力和美誉度的设计竞赛之一，在世界范围内拥有较高识别度和含金量的全球性设计大奖。

(二) 主要产品与服务

发行人专注于为酒类、化妆品、茶叶、食品等客户提供品牌策略规划、创意设计、技术研发、产品交付四位一体的产品形象工程整体解决方案，具体系创意包装产品生产和创意设计服务。报告期内，发行人主营业务收入分别为 35,318.59 万元、27,829.05 万元、42,208.36 万元、24,516.82 万元，占营业收入的比例分别为 98.98%、98.66%、99.00%、99.51%，发行人主营业务突出，具体如下：

单位：元

大类	项目	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度	
		金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
创意包装生产	酒类创意包装	169,993,223.09	69.34%	276,453,085.47	65.50%	186,786,249.06	67.12%	248,420,619.52	70.34%
	化妆品、精品创意包装	58,366,255.53	23.81%	102,564,997.20	24.30%	59,058,889.32	21.22%	74,014,221.66	20.96%
	茶叶、食品等创意包装	2,090,196.43	0.85%	10,529,307.34	2.49%	4,170,031.68	1.50%	10,742,923.94	3.04%
小计		230,449,675.05	94.00%	389,547,390.01	92.29%	250,015,170.06	89.84%	333,177,765.12	94.33%
创意设计服务		14,718,503.90	6.00%	32,536,220.57	7.71%	28,275,363.27	10.16%	20,008,096.25	5.67%
合计		245,168,178.95	100.00%	422,083,610.58	100.00%	278,290,533.33	100.00%	353,185,861.37	100.00%

1、创意包装产品

发行人专业从事创意包装产品生产和创意设计服务，报告期内，创意包装产品销售收入是发行人主要的收入来源。创意包装产品主要包括纸盒、卡盒、箱、手袋及其他创意包装产品。发行人创意包装产品除了提供基本的产品说明、产品保护、外观美化等功能外，还通过具有市场竞争力的品牌策略规划、创意设计服务，向消费者传递品牌文化故事及产品文化内涵，激发消费者购买欲望，提升产品附加值。公司主要产品情况如下：

产品类型	产品材质说明	案例名称	技术、工艺或结构等方面的亮点	创意简介	产品图例
纸板盒	由面纸与灰板或纤维板结合组成的盒子称为纸板盒，通过普通印刷、UV印刷、覆膜、烫金、丝印、局部压纹、精雕压纹等工序精心制成，具有塑形佳、硬度好、挺度高、承重性强的特点，主要应用于酒盒外包装、化妆品包装、茶食包装。	贵酒世家纸板盒	盒身表面采用的是定制开发的紫色特种触感纸张材料，触感柔和，纸张上纹理细致；在盒身品名铭牌上整块规划精雕金属牌工艺设计，哑银质感，表面线条纹理精细立体；盒子结构采用对开门展示创意盒型，最大化平面展示品牌酒瓶。酒瓶瓶身采用精细拉丝纹理设计，瓶标处则植入高浮雕肌理工艺，实现层次分明、质感柔和的效果。	2021年，柏星龙为洋河旗下酱酒品牌“贵州贵酒”打造了高端产品——贵酒世家系列产品。本项目设计主打轻奢时尚，“蜡染及苗绣风格”为产品主要风格，从产品符号、产品体验、产品媒介三方面打造中华贵特色。	

		牛栏山皇家风二锅头纸板盒	<p>盒身表面采用的是定制黄色特种触感纸张材料，触感柔和，表面采用压制专版的设计纹理，品牌元素隐藏其中；在品名铭牌上整块规划仿金属牌工艺设计，在铝箔片材上精雕压纹，纹理清晰细致；外框采用环保高分子材料，经专版模具一体开模而成，辅以公司自主研发的插入式防伪扣固定，结合融洽，防伪性高。</p>	<p>柏星龙为牛栏山进行品牌设计时，区别于原先产品线，通过市场走访、调研访谈等，提炼京城皇家文化，规划明黄、建筑红的色彩搭配及流苏的点缀等塑造出极具皇家风的特色包装风格，形成牛栏山品牌独特的视觉风格，区别于其他低端二锅头。</p>	
--	--	--------------	---	---	---

		<p>宝格丽麻将纸 板盒</p>	<p>整体造型采用翻盖抽拉结构设计，高档大气，开启后最大化展示内容物，多层展示，收纳层次有序，盒子可作为创意收纳物重复利用，环保可持续。</p> <p>盒子表面采用特制红色纹理特种纸，质感典雅，触感细腻柔和，耐刮防印迹。</p>	<p>整套礼盒配以红金配色，寓意红红火火过新年。内盒打开是宝格丽经典的罗马门，烟火元素点缀着宝格丽花纹的窗户，消费者可以在万家灯火之上欣赏绽放着的烟花。以麻将为出发点创意的新产品形式，突破了传统礼物的界限，以一种全新的形式诠释礼品市场。</p>	
		<p>八马茶业纸板 盒</p>	<p>盒身表面采用定制多维膜材料技术，印色通透可见，哑感自然，触感柔和；品名处通过精细击烫工艺，立体感强。盒型结构采用方正天地盒设计，简约大方，内部硬质纸板材质，坚挺抗压。</p>	<p>设计团队通过市场调研与受众分析，从产品本身结合云南茶叶产地特色，从细节入手，粗写的字体传达“靠谱”的感觉，通过手绘云南特色植物，提炼出“密林”和“茶马”的超级符号，以“轻奢感”、“自然力”为品牌气质，以提炼现代插画及剪纸风格为年轻化赋能。区别传统渠道及消费者体验设计的靠谱线上产品，为八马抢占线</p>	

				上市场树立了良好的产品标杆。	
卡盒	由单张卡纸印刷模切而成组合而成，材料有单粉、金银卡纸等；采用工艺：印刷、覆膜、烫金（银）、UV、击凸、粘胶片等工艺精心制成，具有质轻、便携、外观精美、保护产品、提升产品形象	Luana 卡盒	盒身结构采用侧开滑拉盒型设计，互动有趣，方便产品取出；盒子整体采用特制压纹卡纸制作而成，表面辅以精雕压纹工艺，突感明显，凸显品牌设计质感，简约自然。	采用简约风格，提炼牡丹独有的花瓣线条，通过用富含科技感的极简线条突出产品卖点，表现潞安娜品牌特有的植物萃取技术。盒子为花朵形象，拉开盒子拿出精华，让消费者感受到产品为花中精粹。	

	的特点，主要应用于酒盒外包装、化妆品外包装。				
手袋	由单粉卡、绳索、覆膜等多种材料组合而成，通过四色印刷、UV印刷、烫金精心制成，具有便携性、保护商品、广告宣传等特点，主要应用于酒盒、化妆品等手袋。	贵酒世家手袋	材质采用定制开发紫色特种纸，触感柔和，纹理自然；表面以特制烫金料烫金而成，设计渐变光泽变化。手腕绳采用环保材料编织而成，受力面大，提拿便利性好。		
箱	有单层或多层波浪形的瓦楞纸板和平坦纸、专色印刷粘合而成，有良好的抗压强度和防震性能，能承受一定的压力、冲击和震动。具有保护商品、方便储运。主要	贵酒世家外箱	箱子材质采用优质牛卡坑纸材料，环保简约，硬挺抗压，耐破性高；表面品名用精细烫金工艺处理，凸显品名；开启上结合拉链式撕拉方式，一手撕拉开箱，简易便捷。		

	应用于酒盒外箱、化妆品外箱。				
其他包装产品	由木盒、金属牌、皮质材料、亚克力组合而成，通过烫金、贴牌、精雕等工艺精心制成，具有形象展示、品牌宣传的特点，主要应用于高档酒盒。	古井年份原浆年三十酒皮盒	盒身采用的是专属开发的中国红元素的变色皮革，高贵典雅；年三十品名整体采用精雕压纹工艺设计，纹理清晰细致，触感立体；盒子采用自主研发内置防伪扣固定，防伪性高。	“年三十”一语双关，一方面代表三十年年份的原浆美酒，每一滴都弥足珍贵；另一方面“年三十”也代表着大年三十，体现中国传统年文化，是古井集团对祖国人民的美好祝愿。色彩上以正统中国红为大基调，体现浓厚喜庆的中华年味。元素提取上将龙融于祥云之中，若隐若现。龙既是中华民族的文化象征，同时也是古井贡酒年份原浆的记忆符号，代表祥龙献瑞，福运满满。瓶型设计上关联汉代起源，将竹筒与原来年份原浆酒瓶相结合，彰显产品深厚底蕴的同时也保留了消费者视觉记忆。	
2、创意设计服务					

创意设计服务是发行人业务的重要组成部分，是发行人将品牌文化、产品文化、地域文化、消费者需求等要素融入产品包装，并运用印刷及表面加工等制造工艺形成展现消费品文化内涵、体现产品市场形象的服务，创意设计服务为公司进一步获得客户的包装产品生产订单奠定良好基础。酒类、化妆品、茶叶、食品等消费品客户需求和市场风格不断变化，为保持市场份额，上述领域企业需要不断进行新产品开发和老产品的迭代升级。凭借在创意设计行业的多年沉淀，发行人可为客户提供市场调研、品牌架构梳理及体系搭建、产品线梳理及产品包装设计、品牌推广建议及终端生动化等品牌策略规划与创意设计服务，助力客户快速推出符合市场需求的新产品，或维持老产品的市场竞争力。自成立以来，发行人协助客户打造了多款畅销产品，为与主要客户的长期稳定合作打下较好基础。报告期内，发行人已取得一定规模和稳定的创意设计服务收入，市场竞争力逐步提升。发行人产品形象设计服务可涵盖以下内容：

服务板块	服务项目	服务内容
市场调研	企业调研	通过企业经营及文化调研等，全面梳理企业的品牌资产，判断企业的优劣势
	竞争对手调研	采用走访法、访谈法等调研方法，调研竞品市场表现和政策，主要服务于策略制定和确定产品市场定位
	消费者调研	通过观察、问卷等调研方法，洞察消费的痛点与独特需求，形成品牌战略定位的基石
品牌架构梳理及体系搭建	定位体系	通过对品牌、市场、人群、价格的定位，让企业的产品能够顺利地进入渠道，使品牌在用户脑海中形成深刻印象
	品质体系	通过对产品成分或工艺等的精准总结，让消费者有更直观的品质理解
	文化体系	通过品牌文化内涵挖掘，提炼出品牌故事，方便品牌以故事的形式口口相传
产品线梳理及产品包装设计	产品线梳理	通过对现有产品线的梳理和分析，完成企业未来产品新矩阵构建，识别企业战略产品、流量产品、公关产品
	产品设计	将品牌定位的差异化，转化成视觉符号，并将符号应用在外包装、内包装、手袋的设计上
品牌推广建议及终端生动化	品牌推广建议	根据企业目标市场，制定年度推广建议，以达到迅速建立品牌知名度的目的
	终端生动化设计	把产品符号化设计的风格，应用在形象店、终端店物料上，以保持品牌视觉的一致性，起到重复加深记忆的作用
	产品电商详情页设计	根据客户需求，通过单品页面视觉风格规划、单款详情页平面设计，促进企业线上销售

发行人主要服务案例如下：

客户所属行业	案例名称	服务内容	案例亮点	图例
酒	劲牌·屠苏酒产品包装设计项目	为客户提供外包装 设计、盒型结构设计 服务等	<p>“屠苏”又名岁酒，自古就有春节饮屠苏酒避疫驱寒的习俗。设计围绕新年的传统民俗文化，将饮屠苏酒以避瘟疫的习俗为背景展开手绘插画设计。插画风格倾向于新国潮，并由S型构图融入麒麟、石狮子、灯笼、彩带、烟花等新春元素，画面氛围活跃热闹，体现“麒麟踏祥云，人间百难消”“爆竹声中一岁除，春风送暖入屠苏”的主题。上述元素的融入，更适合春节欢聚饮用和春节礼赠。</p>	
酒	黄鹤楼	该项目系用于参与 国际大赛的研发项目	<p>该作品包装设计灵感源于人生与楼，外盒以层的形式呈现包含两层寓意。其一，黄鹤楼品牌自身的独特属性。其二，人生如登楼，每一层都有不同风景，极具东方韵味，寓意深刻。该作品获摘取 2018 年莫比乌斯广告奖最佳作品奖，创中国地区 20 年来最佳纪录，将黄鹤楼与酒紧密连接，寓意节节高登，极具东方韵味。</p>	

酒	习酒五彩黔艺	为客户提供外包装 设计、盒型结构设 计服务等	<p>为蕴含贵州少数民族风情文化、传承黔地古朴文明，同时具有现代气质的作品。铜鼓，既是贵州苗族、侗族等少数民族的一种击打乐器，又象征权力和财富的神圣器物。瓶型以铜鼓为型，体现民族特色；图案采用少数民族的蝴蝶纹样、太阳芒、云纹、水纹等吉祥纹样。盒子上的百鸟衣刺绣可以在打开盒子后摘下，戴在手上作为纪念。</p>	
酒	钓鱼台	为客户提供外包装 设计、盒型结构设 计服务等	<p>以国风兴起、以和为贵为核心，采用皇家文化元素为背书，设计图案似玉龙、似书法，相辅相成，将产品符号图形化，让消费者在短时间内记住。盒子用中间打开的方式，大门打开，迎八方来客，代表中国喜迎好客的文化。瓶顶采用朝冠的外形，寓意天圆地方，瓶身以飞龙、祥云等吉祥元素装饰，蕴含吉祥寓意。</p>	

<p>化妆品</p>	<p>欧莱雅 PR 礼盒单款设计项目</p>	<p>为客户提供外包装 设计、盒型结构设计、 产品造型设计服务等</p>	<p>2019 年底，巴黎欧莱雅预推出新产品-欧莱雅小蜜罐，在推出前期，根据客户的需求，立足于品牌价值，柏星龙成立欧莱雅项目服务团队，与客户展开研讨会，最终确定围绕：触觉、一致性、比例三个设计角度呈现轻奢风出发，对这款产品进行了深度创作。以限量定制的欧莱雅 PR 礼盒一经推出，广受欧莱雅粉丝受众喜爱，帮助欧莱雅小蜜罐在对外宣传推广上取得较大的成功。</p>	
<p>精品</p>	<p>宝格丽元宵礼盒单款设计项目</p>	<p>为客户提供外包装 设计、盒型结构设计、 产品造型设计服务等</p>	<p>以圆柱形作为主体造型，“圆”寓意团团圆圆。灯笼的最外层将宝格丽的橱窗纹理结合了中国的橱窗窗花概念，同时搭配罗马城市落日插图，代表着文化的融合，同时也传达了宝格丽的祝福。</p>	

化妆品	瓊尔博士中秋礼盒 单款设计项目	为客户提供外包装 设计、盒型结构设 计、产品造型设计 服务等	设计理念为：瓊尔博士派了瓊尔1号去月球，探索肌肤菌群微生态平衡的奥秘。每年的中秋佳节，瓊尔1号会带着它的研究成果以及最新的探索地图和礼物返回蓝色星球，探索地图里记录了前导精华机器人和肌肤菌群微生态平衡的奥秘，并将奥秘和礼物装载于太空船中。	
茶叶	滇红万象茶叶靠谱 礼盒单款设计项目	为客户产品提供外 包装设计、盒型结 构设计、产品造型 设计及其印刷生产 服务	青龙、白虎、玄武、朱雀四象灵物，象征万象演化，阴阳转换。万象滇红以此为概念，每个神兽代表不同的季节，所对应的茶叶也是适合当季食用，春天的黑茶，夏天的白茶，秋天的青茶，冬天的红茶。盒子的结构与插画相融合，遵循太极的易变之道，左右开启中间呈现阴阳两极，代表事物的双面性，上下开启又是极阳转阴，极阴转阳，讲究的是泰极生否，否极泰来，事物的演变过程。	

食品	LadyM 中秋礼盒单款设计项目	为客户提供外包装 设计、盒型结构设计、 产品造型设计及其印刷 生产服务	此款作品配以玉兔逐月，包装上的玉兔，任意的旋转跳跃，好比人的一生从一片空白的新生儿到人生末尾。点亮并旋转礼盒就仿佛看到在热闹的万家灯火中，千万盏烛火渐渐亮起，茶香氤氲，庭院中欢笑声声。本设计项目系中国文化与现代表现的巧妙结合，向国际领域展示中国传统文化。	
食品	吃个啥	该项目系用于参与 国际大赛的研发项目	本设计项目系零食礼盒，设计师以豹、老虎、狮子这三种动物作为产品主要形象，凶猛的表情通过幽默、滑稽、趣味的技巧重新描绘，巧妙地将猛兽护食的表情与盒型开启方式很好地结合在一起。当礼盒通过旋转方式来取食物时，犹如从虎口取食，有种被虎吞食之险的意境。通过这种趣味的理念，使得整个产品变得非常可爱和幽默。该作品摘取2021年 Pentawards 国际创意大奖食品类金奖。	

（三）主要经营模式

发行人拥有独立、完整的品牌策略规划、创意设计、技术研发、产品交付四位一体的业务体系，形成了稳定的经营模式。

1、盈利模式

发行人专注于为酒类、化妆品、茶叶、食品等客户提供品牌策略规划、创意设计、技术研发、产品交付四位一体的产品形象工程整体解决方案。

品牌策略规划和创意设计是发行人业务的起点，是发行人参与市场竞争的重要依赖，发行人通过市场与产品调研、挖掘品牌亮点和制定产品规划、提供创意包装设计和品牌推广建议，助力客户新产品开发与老产品的迭代升级，以满足终端消费者不断变化的需求，从而获得创意设计业务收入。多年的经营积累，持续丰富了发行人的创意设计素材库、方法论，有助于发行人提高创意设计效率和品质。凭借优秀的创意设计能力和突出的产品制造实力，发行人进一步获得客户的包装产品生产订单，取得产品销售收入。此外，公司已与少量客户签署协议，拟在提供创意设计服务后，通过参与客户产品销售分成的方式获得收入。

除纸质包装外，公司还通过品牌策略规划及创意设计，积极在酒类、化妆品、茶叶、食品等消费品的内包装及周边产品等领域进行拓展，进一步增强公司盈利能力。

2、研发模式

公司高度重视创新对业务的推动作用，每年进行较大的研发投入。公司主要结合市场调研、内部研讨及行业趋势分析，进行年度主题提炼，围绕新风格、新盒型、新造型、新功能等领域，持续开展自主研发设计，完成新产品设计、评选、修改、打样等工作。凭借良好的自主创新机制，公司积累了丰富的创意设计素材库、设计方法论及产品生产核心技术，并形成了流程化的创意管理模式，为公司参与市场竞争奠定了良好基础。

公司同时进行核心技术和工艺的开发，以应用研究为主，积极进行新技术、新工艺、新材料、新防伪等方面的研发，加大基础研究工作，实现核心技术对公司产品和业务开展的支撑，形成了较为丰富的研发成果。截至报告期末，发行人获得专利共 157 项，其中，发明专利 13 项、实用新型专利 59 项、外观设计 85 项。

为了促进研发工作，公司制定了相对完善的研发管理制度，建立了以项目管理为核心、与绩效考核相挂钩的研发激励机制，从职业规划、培训教育、人员晋升、物质奖励等方面细化对研发人员进行激励，较好的调动了研发人员的创新积极性。

3、采购模式

公司采购的原材料主要包括纸张、内托、油墨等。公司采取统分结合的采购模式。母公司资源管控中心负责纸张等大宗原料和设备采购的定价和管理，制定采购规章制度，建立合格供应商名单。在日常经营中，母公司资源管控中心与供应商协商价格及执行部分特种纸、配件类采购，各个生产基地根据实际情况，并遵循质优、价低、就近采购的原则向合格的供应商采购原、辅材料及部分配件。对于零星原、辅材料的采购，由各子公司采购

部门自行负责。

(1) 总体采购流程

公司根据全年销售计划、订单情况、新产品开发计划等，并在供应商提供样品确认后，公司根据相关采购制度从合格供应商中选取入围供应商，根据具体订单的请购需求与其签订采购合同。后续采购物料运抵公司时，仓储部门核对采购订单，经确认无误后，由品质部门进行检验，检验合格后方可入库。公司的总体采购流程如下图所示：



(2) 采购渠道及定价

公司资源管控中心负责供应商的开发、考核、评估与准入和采购价格上限的制定与采购监控。由于下游客户对创意包装生产用料有严格的要求，公司材料需要向合格供应商采购。在原辅材料采购过程中，公司分别向多家合格供应商询价，择优确定供应商。

(3) 供应商管理

公司遵循公开、公正、公平、择优的原则，建立了严格的供应商甄选制度。供应商需提供相应的资质材料，由公司进行资格初审、现场考察等环

节的审核。供应商经考察通过后进入公司的“合格供应商库”。原则上只有合格供应商方可向公司提供相关物料。此外，公司执行供应商考核管理机制，并根据考核结果开展相应管理措施，动态维护“合格供应商库”，持续优化在库供应商的质量。

4、生产模式

发行人主要采用“以销定产”的生产模式，根据客户下达的订单，组织和整合内外部资源，依据客户需求提供创意包装产品生产服务。发行人生产业务包含自产和外协加工两种。

(1) 自主生产

发行人生产部门按照创意设计及生产工艺要求，依靠自有生产设备和技术工人自行组织生产。在客户下达订单时，由工程部根据客户订单要求打样试产，样品经客户确认后开始批量生产。技术部门制作生产工程单，明确产品规格型号、数量、交货日期、原辅材料品牌、规格、数量、工艺要求等信息。计划管理部根据生产工程单和送货计划编制生产计划，进行订单排程，并领用物料。生产部门经切纸、印刷、表面处理、模切、加工成型等工序生产产品。品质部门对产品进行质量检查，仓库对产成品进行入库管理。

(2) 外协加工

发行人主要将部分包装盒手工成型、表面工艺等较为成熟、简单的工序，以及无法自产的其他材质部件或产品进行委托加工。发行人外协加工模式主要系向外协加工商提供产品设计样板、产品工艺单、全部或部分原材料，委托外协厂商进行生产加工，并指导监督受托企业按流程和质量标准完成产品加工过程，最后支付货款。

5、销售模式

公司采取直销的销售模式，客户包括直接客户和贸易商客户。公司以品牌策略规划和创意设计为核心，将品牌形象与文化创意相融合，专注于为酒类、化妆品、茶叶、食品等消费品领域客户提供品牌策略规划、创意设计、技术研发、产品交付四位一体的产品形象工程整体解决方案。公司设立了酒类包装事业部、茶食包装事业部、国际事业部等销售部门，负责不同领域及地区的市场开拓和产品销售工作，公司具体市场推广方式如下：

公司市场推广方式主要包括：①老客户口碑；②业务人员的主动推广，公司以规模较大、品牌知名度较高的企业为目标客户，业务人员主动拜

访，并向其介绍公司的设计理念、能力、规模等；③参加酒、化妆品、茶叶等主要行业展会，向市场展示公司设计与技术实力；参加全球有影响力的设计大赛，如莫比乌斯广告奖、Pentawards、德国红点设计大奖、德国 iF 国际设计大奖、世界之星等国际设计大奖赛等，以提升公司品牌知名度；公司通过自媒体账号进行酒、化妆品、茶叶、食品等创意包装设计方法论等内容的运营，向市场展示公司品牌形象；在抖音、朋友圈等社交媒体投放广告。

6、影响发行人经营模式的关键因素及在报告期内的变化情况、未来变化趋势

发行人目前采用的经营模式主要由公司所处行业特点、业务特点、产品技术工艺、发展战略、上下游市场供求情况以及管理团队多年经营管理经验等因素综合决定。报告期内公司经营模式及其关键影响因素未发生重大变化，同时，公司的经营模式在可预见的未来亦不会发生重大变化。

（四）设立以来主营业务、主要产品或服务、主要经营模式的演变情况

发行人自成立以来，一直专注于产品形象创意设计和创意包装产品的研发、生产、销售，主营业务、主要产品、主要经营模式均未发生重大变化。

（五）主要产品的工艺流程图或服务的流程图

1、产品形象设计服务流程图



2、创意包装产品生产流程图



（六）生产经营中涉及的主要环境污染物、主要处理设施及处理能力

发行人属于创意包装行业，生产经营不涉及原纸等原材料制造，发行人从事的行业属于“C23 印刷和记录媒介复制业”，根据国家统计局《国民经济行业分类与代码》（GB/T4754-2017）的分类标准，发行人属于“C23 印刷和记录媒介复制业”之“C2319 包装装潢及其他印刷”。根据国家环境保护总局《关于对申请上市的企业和申请再融资的上市企业进行环境保护核查的通知》（环发[2003]101号）和《关于进一步规范重污染行业生产经营公司申请上市或再融资环境保护核查工作的通知》（环办[2007]105号）的规定，重污染行业暂定为：火电、钢铁、水泥、电解铝、煤炭、冶金、建材、采矿、化工、石化、制药、酿造、造纸、发酵、纺织、制革。公司所处行业（C23 印刷和记录媒介复制业）不属于重污染行业。

发行人生产过程中产生的污染物主要包括废气、废水、固体废物和噪声。废气主要为印刷、固化、覆膜等工序产生的 VOCs；生产废水主要为设备清洗废水、晒版工序的网版清洗废水和喷淋废水等；固体废物主要包括使用后的废油墨罐等废桶、废抹布手套、废 PS 板、废活性炭等危险废物及员工生活垃圾等；噪声是机器运转所产生的声音。发行人主要污染物及对应的处理方式如下：

发行人污染物处理措施

污染物	主要污染物	环保措施
废气	VOCs	通过废气处理装置集中收集，经活性炭装置净化处理达标后由排气筒排放。
废水	设备清洗废水、网版清洗废水、喷淋废水	生产废水经一体化废水处理设施处理达标后回用。更换出来的网版清洗废水经收集后交由有资质的公司处理，不外排。
固体废弃物中的危险废弃物	废油墨罐等废桶、废抹布手套、废PS板、废活性炭等	集中收集后，委托具备相应资质的专业机构定期回收处理。
噪声	机器运转声音	选择低噪音设备，对机器设备采取安装减震垫圈；加强机器设备维修保养，及时添加润滑油防止机械磨损。

报告期内，公司的环保设备配置合理、环保设施的运营情况良好。

二、 行业基本情况

（一）发行人所处的行业及确定所属行业的依据

发行人以品牌策略规划和创意设计为核心，专注于为酒类、化妆品、茶叶、食品等消费品领域客户提供品牌策略规划、创意设计、技术研发、产品交付四位一体的产品形象工程整体解决方案。根据中国证监会《上市公司行业分类指引》（2012年修订），发行人所属行业为“制造业”之“印刷和记录媒介复制业”（分类代码：C23）。根据《国民经济行业分类标准》（GB/T4754-2017），发行人属于“C制造业”大类，“C23印刷和记录媒介复制业”中类下的“C2319包装装潢及其他印刷”。

（二）发行人所属行业的行业主管部门、行业监管体制、行业主要法律法规政策对公司经营发展的影响等

1、行业监管体系及主管部门

发行人所处的行业已形成市场化竞争格局，企业面向市场自主经营，政府职能部门和行业协会对行业实行宏观管理。我国创意包装行业采取行政管理与行业自律相结合的监管体制。

创意包装行业行政主管部门是国家发展和改革委员会以及中共中央宣传部。国家发展和改革委员会负责研究拟定整个行业的规划、法规以及经济技术政策，组织制定行业规章、规范和技术标准，实施行业管理和监督。中共中央宣传部是中共中央主管意识形态方面工作的综合职能部门，负责拟订新闻出版业的管理政策并督促落实，管理新闻出版行政事务，统筹规划和指导协调新闻出版事业、产业发展，监督管理出版物内容和质量，监督管理印刷业，管理著作权，管理出版物进口等。

行业自律性组织为中国印刷协会和中国包装联合会。中国印刷协会主要负责本行业的行业调查与统计、价格协调与信用证明、参与行业发展规划制定、拓展国际印刷交流与合作等工作。中国包装联合会主要负责协助国务院有关部门全面开展包装行业管理和指导工作、制定行业发展规划、开展行业调查与统计分析、组织与修订国家行业标准等工作。

2、行业主要法规政策

（1）行业主要法律法规

我国政府制定和颁布的与行业相关的法律法规主要如下：

序号	法规文件	主要内容
1	《印刷品承印管理规定》	印刷企业接受委托印刷广告宣传品、作为产品包装装潢的印刷品的，必须验证委托印刷单位的营业执照及个人的居民身份证；印刷企业接受委托印刷境外包装装潢印刷品和其他印刷品的，必须验证并收存委托方的委托印刷证明，并事先向所在地省、自治区、直辖市人民政府出版行政部门备案，经所在地省、自治区、直辖市人民政府出版行政

		部门加盖备案专用章后，方可承印，且印刷的包装装潢印刷品和其他印刷品必须全部运输出境，不得在境内销售。
2	《中华人民共和国循环经济促进法》	从事工艺、设备、产品及包装物设计，应当按照减少资源消耗和废物产生的要求，优先选择采用易回收、易拆解、易降解、无毒无害或者低毒低害的材料和设计方案。
3	《中华人民共和国清洁生产促进法》	产品和包装物的设计，应当考虑其在生命周期中对人类健康和环境的影响，优先选择无毒、无害、易于降解或者便于回收利用的方案。
4	《印刷业经营者资格条件暂行规定》	经营包装装潢印刷品印刷业务的企业应当具备的条件。
5	《印刷业管理条例》	国家对包装装潢印刷品和其他印刷品印刷经营活动实行许可制度，未依照规定取得印刷经营许可证的，任何单位和个人不得从事印刷经营活动。

(2) 行业相关产业政策

国家陆续出台了一系列促进行业发展的政策措施，为公司发展创造了良好的经营政策环境。

序号	政策名称	发布时间	颁布部门	主要内容
1	《“十四五”文化产业发展规划》	2021年5月	文化和旅游部	促进创意设计与现代生产生活和消费需求对接，发挥创意设计对国民经济相关产业的赋能作用。植根中华文化沃土，将中华美学精神融入创意设计。培育一批专业化、特色化、品牌化创意设计企业。加强青年设计师培养扶持。
2	《“十四五”文化和旅游发展规划》	2021年4月	文化和旅游部	加快发展新型文化企业、文化业态、文化消费模式，不断健全结构合理、门类齐全、科技含量高、富有创意、竞争力强的现代文化产业体系。提高创意设计发展水平，促进创意设计与实体经济、现代生产生活、消费需求对接。
3	《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》	2021年3月	全国人民代表大会	适应个性化、差异化、品质化消费需求，推动生产模式和产业组织方式创新，持续扩大优质消费品、中高端产品供给。
4	《绿色包装评价方法与准则》	2019年5月	国家市场监督管理总局	针对绿色包装产品低碳、节能、环保、安全的要求规定了绿色包装评价准则、评价方法、评价报告内容和格式，并定义了“绿色包装”的内涵：在包装产品全生命周

				期中，在满足包装功能要求的前提下，对人体健康和生态环境危害小、资源能源消耗少的包装。
5	《印刷业“十三五”时期发展规划》	2017年4月	国家新闻出版广电总局	加快实现创新驱动，打造发展新引擎；坚持绿色发展道路，增强绿色印刷实效；推动数字网络化发展，提升智能化水平；引导扩大产业生态圈，延伸跨界融合领域；提升示范特色影响力，促进辐射引领发展；提升产业国际竞争力，加快走出去步伐；加强产业标准化建设，完善质量管理机制；完善监管服务机制，维护有序竞争环境。
6	《关于实施中华优秀传统文化传承发展工程的意见》	2017年1月	国务院办公厅	注重实践与养成、需求与供给、形式与内容相结合，把中华优秀传统文化内涵更好更多地融入生产生活各方面。用中华优秀传统文化的精髓涵养企业精神，培育现代企业文化。
7	《关于加快我国包装产业转型发展的指导意见》	2016年12月	工业和信息化部、商务部	通过创新设计方式、生产工艺以及技术手段等，大力研发包装新材料、新产品、新装备，推动产品品种增加和供给服务能力提升。大力发展功能化、个性化、定制化的中高端产品，通过丰富产品品种、优化产品结构拉动需求、驱动消费。

3、行业主要法律法规和政策对发行人经营发展的影响

随着国民经济的发展，社会分工不断细化以及商业化程度的逐步提高，创意包装工业已成为国民经济发展的重要产业之一。《战略性新兴产业重点产品和服务指导目录（2016版）》将低碳型和环境友好型包装材料，绿色印刷材料列入战略性新兴产业重点产品和服务目录。《文化及相关产业分类（2018）》将包装装潢设计和包装装潢及其他印刷服务列入其中。市场监督管理总局颁布的《绿色包装评价方法与准则》对“绿色包装”的内涵明确了定义，并针对绿色包装产品低碳、节能、环保、安全的要求规定了绿色包装评价准则、评价方法、评价报告内容和格式。《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》明确提出以服务制造业高质量发展为导向，推动生产性服务业向专业化和价值链高端延伸。聚焦提高产业创新力，加快发展研发设计、工业设计、商务咨询、检验检测认证等服务。有关主管部门出台鼓励发展和规范创意包装行业的政策，为企业尤其是行业内综合实力领先的规模化企业提供了有力支持。发行人在上述法律法规及产业政策的规范指引下，紧跟行业发展趋势，加强设计服务能力，提升产品质量，扩大业务规模。

（三）所属行业的特点和发展态势

1、文化创意产业发展情况

文化创意产业是指依靠创意者的智慧、技能和天赋，对文化资源进行重塑与提升。通过知识产权的开发和运用，生产出高附加值产品的产业。文化创意产业是文化与创意的结合，凭借创意手法，将优质文化与现阶段消费者需求相联系，开拓文化传播途径的同时，创造文化的经济价值，提升文化的生命力。近年来，随着科技的发展，文创理念的深入，文化创意产业迅速发展。

(1) 产业规模不断扩大

随着我国经济的快速发展，居民消费结构逐步升级，精神文化消费观念深入人心，我国文化创意产业快速发展。据国家统计局数据显示，2015-2020年，我国文化及相关产业增加值从2.72万亿元增长至4.49万亿元，年均复合增长率达到10.54%，占GDP比重由3.95%增长至4.43%⁸，2021年全国规模以上文化及相关产业企业营业收入119,064亿元，同比增长16%⁹。我国文化及相关产业呈现整体上升的态势。

2015-2020年我国文化及相关产业增加值及占GDP比重



数据来源：国家统计局

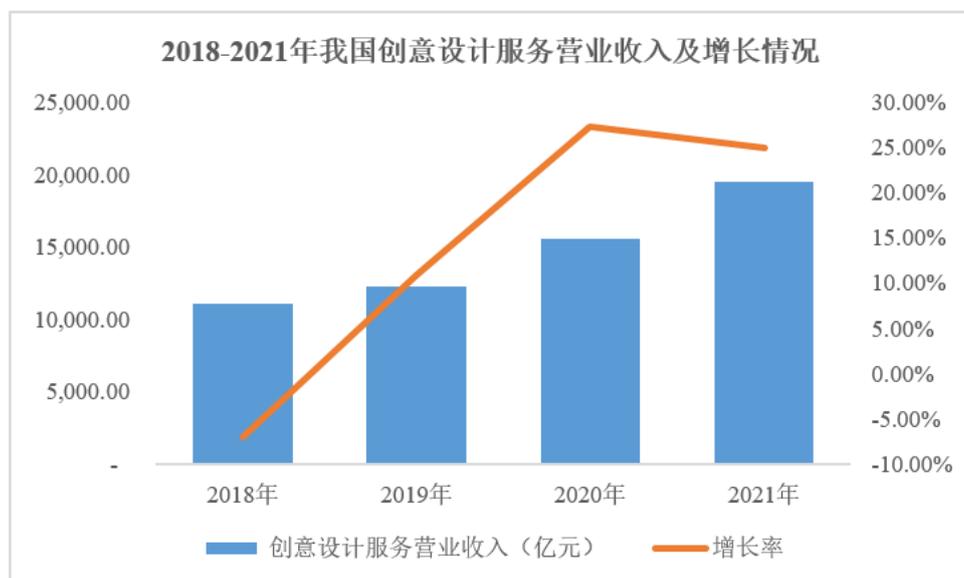
其中，文化创意与设计服务业作为我国文化产业的重要组成部分，保持了较快的增长速度。2015-2020年，我国文化创意与设计服务业增加值由4,953亿元增长至7736亿

⁸ 《2015年我国文化及相关产业增加值比上年增长11%》、《2020年全国文化及相关产业增加值占GDP比重为4.43%》国家统计局

⁹ 《2021年全国规模以上文化及相关产业企业营业收入增长16.0%，两年平均增长8.9%》国家统计局

元，年均复合增长率为 9.33%¹⁰。2016-2021 年，创意设计服务业营业收入从 9,854.00 亿元增长至 19,565.00 亿元，年复合增长率 14.70%¹¹。

由此可见，我国文化创意与设计服务业的规模不断扩大，发展活力凸显。



数据来源：国家统计局

(2) 创意包装是其重要组成部分

文化创意产业作为新兴文化产业，具有高附加值、高文化价值和经济价值等特点，其快速发展能够为传统文化产业注入动力和活力。近年来，我国政府出台多项文化创意产业政策，鼓励社会力量投资文化创意产业，创新文化创意产品和服务，文化创意产业与其他产业融合持续深化，包装产业就是其中之一。包装行业服务于实体经济，是文化创意发展的沃土。

在文化创意产业发展背景之下，包装从一个功能简单的装载物演变成成为文化创意的载体。受文化创意产业的影响，现代的包装设计观念发生变化，包装文化表达作用凸显，用户能够从包装中体验到产品的文化内涵，文化创意产业的发展不断推进包装设计的进步。

随着经济的不断发展，品牌包装设计逐渐成为创意产业的重要组成部分，有着不可忽视的地位。现代包装不但可以传递商品的基本信息和属性，还包含了深厚的文化底蕴，是视觉和精神的双重审美享受。在文化创意发展的背景下，创意包装有着更为长远和广阔的发展前景。

¹⁰ 《2015 年我国文化及相关产业增加值比上年增长 11%》、《2020 年全国文化及相关产业增加值占 GDP 比重为 4.43%》 国家统计局

¹¹ 《2016 年全国规模以上文化及相关产业企业营业收入增长 7.5%》、《2021 年全国规模以上文化及相关产业企业营业收入增长 16.0%，两年平均增长 8.9%》 国家统计局

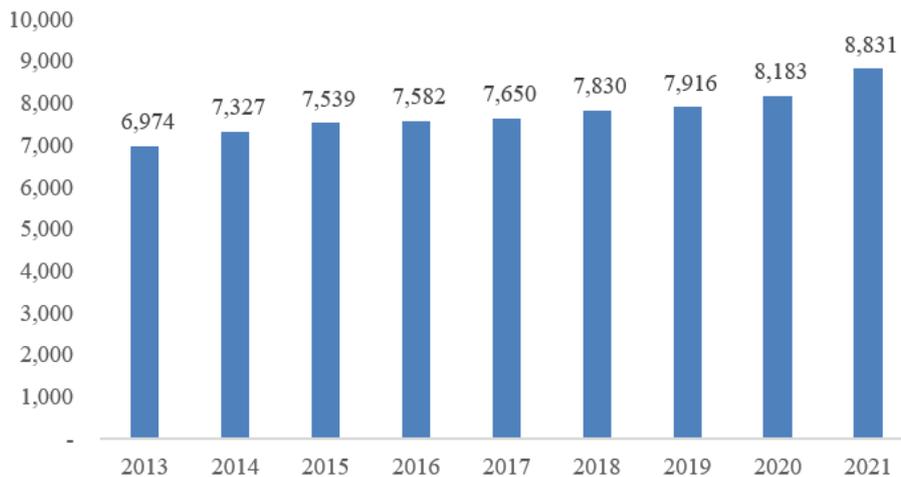
2、包装产业发展情况

改革开放以来，我国包装产业的发展呈现快速增长趋势，在国家政策的扶持鼓励下，中国逐渐成为包装大国。目前，我国包装产业的发展主要有以下特点：

(1) 企业数量增长稳定，集中度偏低，市场竞争日益激烈

随着世界加工制造业中心的转移以及国家对包装行业的大力扶持，我国中小型包装企业快速崛起，行业中涌现出越来越多具有一定规模化生产能力的企业。根据中国包装联合会统计数据显示，我国包装行业规模以上企业数量（年主营业务收入 2,000 万元及以上全部工业法人企业）从 2013 年的 6,974 家增长至 2021 年的 8,831 家，累计增长 1,857 家。近年来，我国包装行业规模以上企业数量呈稳步上升的趋势。¹²

2013-2021 我国包装行业规模以上企业数量



数据来源：中国包装联合会

虽然我国包装行业企业数量逐步增加，企业规模愈渐增大，但是和欧美发达国家相比，我国包装行业整体呈现行业分散、集中度低的特点。根据中国包装联合会公布的《2020 年度中国包装百强企业排名名单》显示，包装市场占有率前五分别是胜达集团、合兴包装、裕同股份、奥瑞金和紫江集团，其营业收入占全国包装行业规模以上企业实现销售收入的比例仅有 5.49%¹³。而美国国内前两大包装企业的市场占有率已达到了 47%，澳大利亚更是高达 90%，¹⁴日本、意大利等其余发达国家的包装行业的集中化程度和大型企业市场占有率也普遍比中国高。整体而言，我国包装印刷行业集中度较低，随着行业参与者逐渐增多，市场竞争将日益激烈。

(2) 包装行业维持万亿市场，纸包装是行业重要组成部分

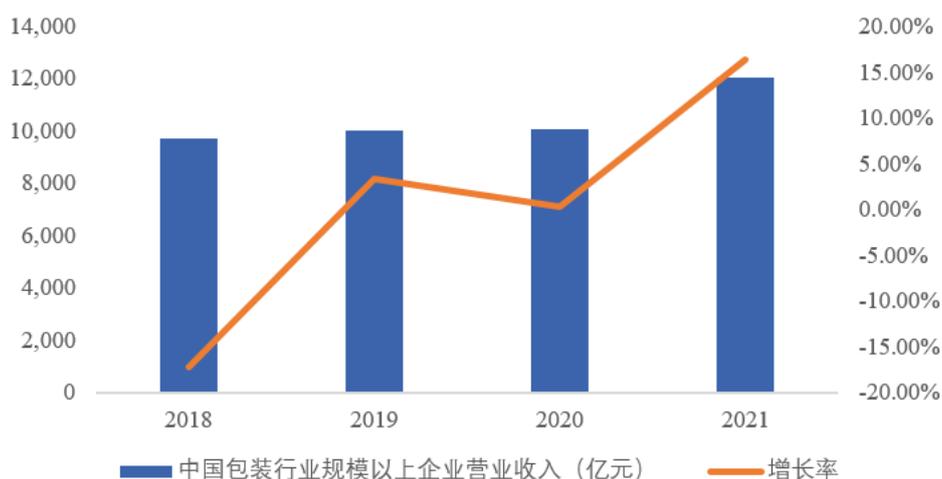
¹² 《2021 年全国包装行业运行概况》 <http://www.cpf.org.cn/product/147.html>

¹³ 《2020 年度中国包装百强企业排名名单》.中国包装联合会 <http://www.cpf.org.cn/news/118.html>

¹⁴ 《为何我国纸包装市场规模庞大，行业却很分散》 <https://zhuanlan.zhihu.com/p/69801960>

包装行业在促进国民经济建设，提高人民生活水平方面的重要性日益凸显，包装企业数量的增加导致了包装产业产值的不断增长。据包装联合会数据显示，除 2018 年受上游原纸、合成树脂等原材料价格上涨因素的影响而出现一定的波动外，2013 年至 2021 年我国包装行业规模均超过万亿，且总体而言保持增长的趋势。随着我国宏观经济的持续增长，以及在国际经济格局中的地位的不断提高，包装行业有望保持较好的发展趋势。

2018-2021 我国包装按行业规模以上企业营业收入及增长情况

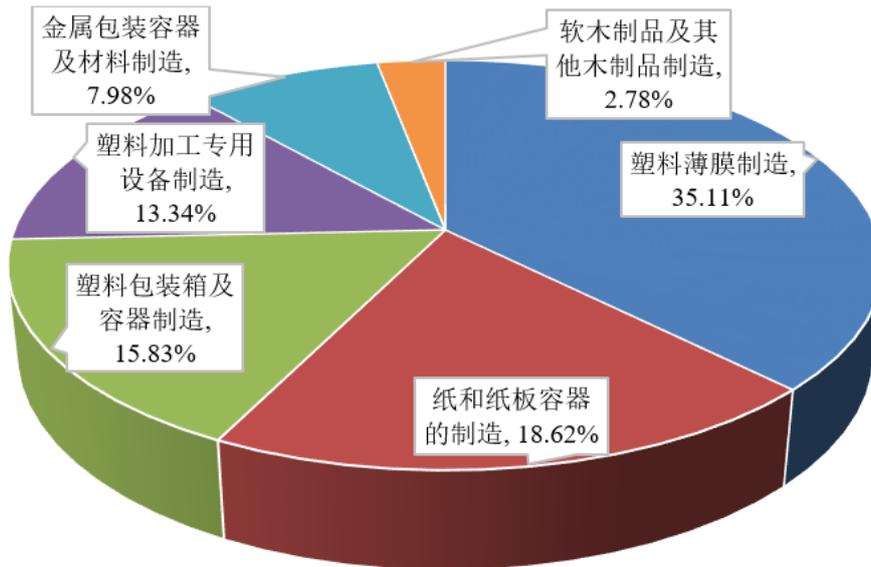


数据来源：中国包装联合会

从细分行业来看，我国包装印刷行业包含纸和纸板容器制造、塑料薄膜制造、塑料包装箱及容器制造、金属包装容器及材料制造、包装加工专用设备制造、玻璃包装容器制造和软木制品及其他木制品制造。据中国包装联合会数据显示，2021 年全国包装行业规模以上企业实现销售收入 12,041.81 亿元，其中纸和纸板容器制造完成累计主营业务收入 3,192.03 亿元，占比达 26.51%¹⁵。我国纸包装市场在包装印刷行业占据重要地位。

2021 年包装细分行业占比情况

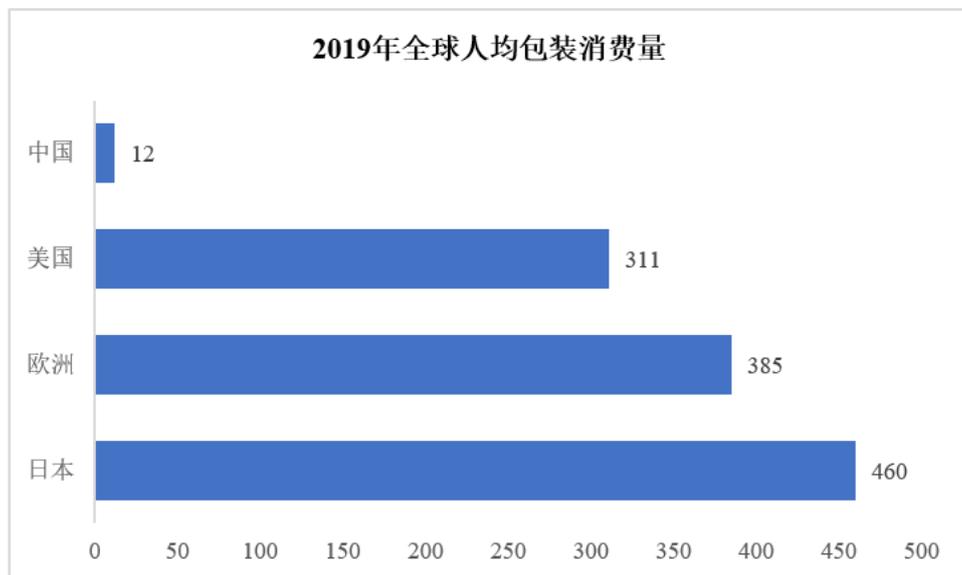
¹⁵ 《2021 年全国包装行业运行概况》 <http://www.cpf.org.cn/product/147.html>



数据来源：中国包装联合会

(3) 人均消费需求增长潜力较大，创意包装市场空间广阔

包装产业作为一种传统配套服务型制造业，经历了从小到大、从弱到强的发展历程，在我国得到全面性和创造性的发展。虽然我国包装行业增长稳定且生产规模持续扩大，但 2019 年人均消费量只有 12 美元/年¹⁶，远远落后于发达国家。



数据来源：智妍资讯

¹⁶ 《中国印刷包装国内外比较》<http://www.xcf.cn/article/2db2a0ec246311e9bf6f7cd30ac30fda.html>

人均消费量除了存在人口密度、包装产品价格等客观因素的影响外，还受中国包装行业下游需求的影响。包装行业作为基础的工业部门，服务于烟、酒、化妆品、茶食等数量众多的下游市场。近几年，我国宏观经济的持续稳定增长，酒、化妆品、茶食等服务于基础民生的行业在国民经济中发展壮大。

未来，随着我国在国际经济格局中地位的不断提高，酒、化妆品、茶食等相关产业将迎来较大突破，这将在一定程度上带动具有消费品展示功能的创意包装需求上升。创意包装的发展将带动中国包装产业的市场规模持续扩大，缩短人均包装消费量与其他国家的距离。

3、创意包装行业发展情况

创意包装通过创意设计将产品文化、品牌文化及行业特性融入产品包装中，并结合生产技术、材料、工艺、结构等，增强产品生命力和附加值的创意产品。创意产品不是基本要素的简单组合，而是以文化元素为核心，具有独特性和差异性的多种知识要素的融合。

不同于传统包装，创意包装是一个立体化、多元化、提升包装对象市场价值的综合性创意工程。创意包装蕴含文化和创意要素，对文化知识和智力创意具有较强依赖性。同时，创意包装亦能增强文化软实力，满足消费者精神文化需求。酒类创意包装、化妆品创意包装、茶叶创意包装、食品创意包装等市场情况如下：

（1）酒类创意包装市场

酒类创意包装通过富有创意的包装设计和复杂的印刷工艺，有效地融合了产品文化、企业文化、地域文化、消费者观念等要素，以展现酒类产品的文化内涵和树立产品的市场形象，为酒类企业赢得市场份额奠定基础。

受人们消费水平、消费观念以及包装企业创意设计能力等因素的影响，一直以来，以识别和保护功能为主的传统酒类包装占据市场主导地位。随着经济和消费水平的不断提升，酒包装不再是产品的简单附属物，消费者对包装设计、品质、材料及款式等方面的要求不断提高，市场对创意包装产品需求逐渐旺盛。许多酒类企业把创意包装所体现的差异性、独特性、原创性及小批量化、个性化作为开发市场的主导思路，这使得近些年我国酒类创意包装行业快速发展，酒类包装产品逐渐由“传统包装”向“创意包装”转变，并呈现逐步替代的趋势。目前，酒类创意包装主要包括外包装纸箱、内包装纸盒、标签、酒瓶、酒瓶盖等，根据其应用领域，可分为白酒创意包装、葡萄酒创意包装、黄酒创意包装及其他酒类创意包装。

受益于我国传统酒文化以及近年来“少喝酒，喝好酒”观念的普及，我国中高端白酒厂商最近几年保持了较为稳定的发展。根据国内主要白酒上市公司的年度报告，除 2020 年受新型冠状病毒疫情影响，部分白酒企业销售额略有下降外，国内中高端白酒 2016 年至 2021 年销售额总体保持持续增长。相对而言，中高端白酒更愿意为创意包装产品进行

较大的投入，因此，中高端白酒的持续增长，带动了酒类创意包装的稳定发展。国内主要白酒上市公司 2016 年至 2021 年营业收入具体情况如下：

单位：亿元

证券代码	证券简称	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度	2017 年度	2016 年度
600519.SH	贵州茅台	1,061.90	949.15	854.30	736.39	582.18	388.62
000858.SZ	五粮液	662.09	573.21	501.18	400.30	301.87	245.44
002304.SZ	洋河股份	253.50	211.01	231.26	241.60	199.18	171.83
000568.SZ	泸州老窖	206.42	166.53	158.17	130.55	103.95	83.04
000860.SZ	顺鑫农业	148.69	155.11	149.00	120.74	117.34	111.97
600809.SH	山西汾酒	199.71	139.90	118.80	93.82	60.37	44.05
000596.SZ	古井贡酒	132.70	102.92	104.17	86.86	69.68	60.17
600559.SH	老白干酒	40.27	35.98	40.30	35.83	25.35	24.38
000799.SZ	酒鬼酒	34.14	18.26	15.12	11.87	8.78	6.55

数据来源：各上市公司公开披露的年度报告

根据《中国酒业“十四五”发展规划》，预计 2025 年，中国酒类产业将实现酿酒总产量 6,690 万千升，比“十三五”末增长 23.9%，年均递增 4.4%；销售收入达到 14,180 亿元，比“十三五”末增长 69.8%，年均递增 11.2%；实现利润 3,340 亿元，比“十三五”末增长 86.4%，年均递增 13.3%¹⁷。未来，我国酒业的发展将会以满足高端化、多元化、特色化消费升级需求为导向，加快向高附加值产品转型升级，产业发展模式从规模主导型向利润主导型转变。

酒类包装作为酒类产品的重要组成部分，对酒类产品的销售起着重要作用，酒类包装产品的价值占酒类产品售价的比例也较大。根据贵州茅台、古井贡酒、汾酒等白酒类上市公司的信息显示，其包装物成本占销售收入的比例约为 10%；据张裕等葡萄酒类上市公司的信息显示，其包装物成本占销售收入的比例约为 13%；据会稽山等黄酒类上市公司的信息显示，其包装物成本占销售收入的比例约为 25%；据青岛啤酒、燕京啤酒、重庆啤酒等啤酒类上市公司的信息显示，其包装物成本占销售收入的比例约为 26%。以此计算，2020 年我国酒类包装市场规模达 1,011.26 亿元，预计到 2025 年，整个酒类包装市场规模将达到 1,722.82 亿元。

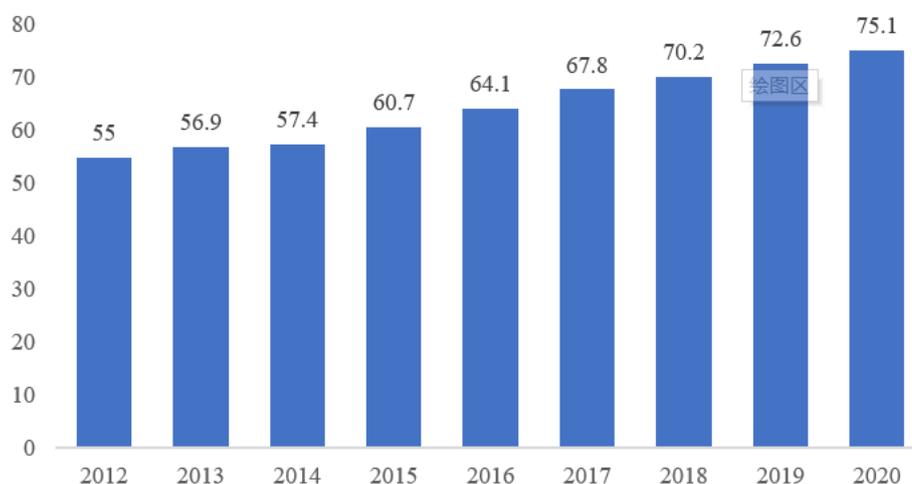
（2）化妆品创意包装市场

随着居民收入的增长以及美颜经济的兴起，化妆品日益成为了消费者的刚性需求，消费增长潜力强劲，全球化妆品市场蓬勃发展。据 iiMediaResearch 数据显示，2012 年至

¹⁷ 《2020 全国酿酒产业经济指标数据发布》<https://www.163.com/dy/article/G8MBK7HT05199FKS.html>

2020 年全球化妆品市场规模从 550 亿美元增长至 751 亿美元，年复合增长率 3.97%，预计到 2025 年，全球化妆品市场规模将达到 1,696.7 亿美元¹⁸。

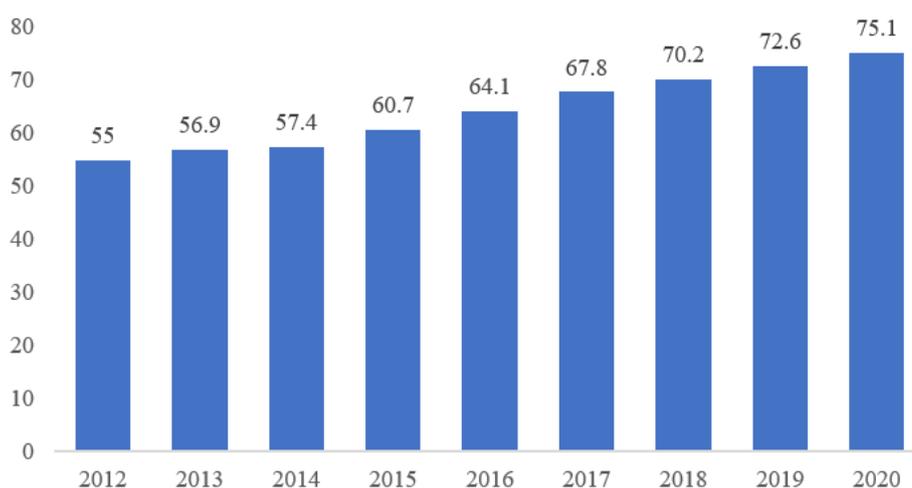
2012-2020年全球化妆品市场规模



数据来源：艾媒咨询

从地区来看，中国化妆品消费市场是仅次于美国的全球第二大市场，以中国为首的亚太区是全球主要化妆品品牌的重要增长引擎。随着居民收入水平和消费水平的提升、化妆品消费理念的增强以及居民对自身外形重视程度的加深，我国的化妆品行业蓬勃发展。据 choice 数据显示，2013 年-2021 年期间，我国限额以上企业化妆品零售总额不断增长，从 2013 年的 1353.31 亿元增加到 2021 年的 3410 亿元，年复合增长率 12.25%。

2012-2020年全球化妆品市场规模



数据来源：choice 行业数据

¹⁸ 《2021 年中国化妆品用户调研与发展预判研究报告》<https://www.iimedia.cn/c400/78987.html>

化妆品包装作为化妆品产品的重要组成部分，已经与化妆品融为一体，是化妆品企业给消费者传递信息的媒介物，其象征性的符号构建了化妆品的文化属性，也体现了国家和民族的文化特征。随着化妆品市场需求不断增加，化妆品包装市场也随之增长。根据市场咨询公司 MarketsandMarkets2020 年发布的报告，全球化妆品包装市场规模预计将从 2020 年的 494 亿美元增长到 2025 年的 609 亿美元，年复合增长率 4.03%。未来，随着人均收入增长和现代消费观念升级的推动，中国有可能超过美国成为全球最大的化妆品包装市场。

（3）茶叶创意包装市场

茶叶是一种天然的健康饮品，在我国具有悠久的消费历史。因易受潮，易挥发香气等特质，茶叶需要包装来实现长期存储，运输销售。茶叶包装是指根据茶叶的特性和消费者的需求，对茶叶进行包裹、保护、装饰美化以促进茶叶产品的销售的过程。茶叶的包装是茶叶销售的重要环节，优秀的茶叶包装不仅可以表达出深厚的文化内涵，还可以带来可观的经济价值。目前，市场中常用的茶叶包装有金属罐、衬袋、纸盒、竹木盒、复合薄膜袋、纸袋等等。其中纸盒包装的应用较为普遍，也最广泛。

茶叶包装主要分小包装和礼盒包装。茶叶礼盒包装是茶叶包装的主要方式，通过各种材质(如纸质、木质、塑料、布艺、金属)的包装材料，将茶叶包装成礼品，实现提高茶叶品牌知名度，增加产品附加值的目的。据 iiMediaResearch 数据显示，我国茶叶礼盒市场规模从 2017 年的 275.9 亿元增长至 2021 年的 418.4 亿元，年均保持超过 10% 的增长率。随着居民人均可支配收入和支出的增加，居民消费升级，国人的茶叶消费及礼物消费均保持增长态势。预计 2023 年中国茶叶礼盒市场规模将达到 527.2 亿元¹⁹。

我国拥有悠久的饮茶历史和博大精深的茶文化，是茶叶消费大国。随着经济社会的发展和人民生活水平的提高，对健康、天然的茶叶产品的消费需求也在逐步提高。据国家统计局统计，我国茶叶内销总量从 2010 年的 98.81 万吨增长至 2021 年的 230.19 万吨，复合年增长率为 7.99%²⁰。我国茶叶内销总量呈持续稳定增长态势。

¹⁹ 《中国茶叶礼盒市场规模》<https://www.iimedia.cn/c1061/83793.html>

²⁰ 《2020 年中国茶叶产销形势报告》<http://www.cnfia.cn/archives/18383>；中国茶叶流通协会发布的《2021 中国茶叶产销形势报告——国内市场》

2010-2021年我国茶叶内销总量情况



数据来源：中国茶叶流通协会

随着销售量的增长，我国茶叶销售额也持续上升，内销总额从 2013 年的 1,385 亿元增长至 2021 年的 3,000 亿元，复合年增长率为 10.14%，我国茶叶市场规模持续逐年攀升。

2013-2021年我国茶叶内销总额情况



数据来源：中国茶叶流通协会

随着人们生活水平的提高、对健康的日益重视和茶文化的不断发展，茶叶消费水平逐渐提高。同时，随着国内消费水平提高，消费者对茶叶品质日益重视，众多消费者已经由购买非品牌茶叶逐步转向购买品牌茶叶。市场需求的变化，促进了茶叶包装在茶叶销售中所起到的作用。因而，很多茶叶经销商把茶叶包装设计作为提高茶叶销量的有效突破点。未来茶叶创意包装市场空间广阔。

(4) 食品创意包装市场

食品创意包装是指根据产品特点、节日习俗和品牌定位，通过创意包装设计和复杂的印刷工艺，展现美好寓意与品牌形象的包装。目前食品创意包装主要包装形式包括

罐、瓶、包、袋、卷、盒和箱等，主要应用于燕窝、巧克力、食用油、橄榄油、亚麻籽油等高端食品；大米、陈醋、枣、酱等地方特色食品以及月饼、糕点、糖果等传统特色食品。

近年来，随着国民经济水平持续提高，人均可支配收入稳定增长以及新一代消费主力消费观念的变化，我国消费者对食品的偏爱向包装食品转移。年轻一代消费者对产品功能、外观等的诉求较强，随着网红经济、颜值经济等消费观念的兴起，定制版、联名版包装成为了众多食品创新的重要选择，食品创意包装市场顺势兴起。

据中国包装联合会数据显示，2020年包装行业企业销售规模为10,064.58亿元，食品包装行业销售规模在6,039亿元左右。随着疫情常态化和基本消费恢复常态，结合行业近年来市场规模的增长速度和社会食品消费量的增速，预计2022-2026年行业将以1.23%的增速增长，到2026年市场规模有望达到6,500亿元左右²¹。

（四）行业技术水平及特点、主要技术门槛和技术壁垒，衡量核心竞争力的关键指标，行业技术发展趋势，行业特有的经营模式，周期性、区域性、季节性特征等

1、行业技术水平及特点

近年来，国内创意包装行业企业主要围绕产品设计、工艺转化以及防伪等方面技术展开研究，在国家相关产业政策和财政政策的扶持下，部分包装生产企业经过多年的经验积累和包装印刷技术的研发创新，学习、吸收国内外先进技术并结合行业发展趋势和客户需求，在包装产品设计、生产工艺和包装防伪方面具备了一定的自主研发能力和技术水平。我国创意包装行业技术水平呈现以下特点：

（1）创意设计水平

在国家政策的大力扶持下，我国创意包装行业快速发展，创意包装行业从价格竞争走向品牌竞争，行业内的企业开始重视产品设计，创意设计水平与发达国家的差距逐步缩小。行业创意设计水平呈现以下特点：

①创意人才匮乏，创新能力薄弱，原创需求强劲

创意包装需要融合产品文化、企业文化、地域文化、消费者观念等要素，对设计者的创意能力要求较高。然而我国文化创意产业起步较晚，创意设计人才相对短缺，且行业内的多数企业主要参与产品制造环节，过去较长一段时期对于产品创意设计重视不足，导致我国整体创意设计能力较弱，同质化现象严重。

随着居民消费理念的升级，消费者对于创意、个性、差异的包装需求增强，创意设计能力成为创意包装产业的核心竞争力。具有高度原创性的文化创意包装产品和服务更加迎合市场的需求，从而直接促进行业内企业积极引进高端创意设计人才、转变企业发展思路、注重提高原创能力，进一步推动行业整体创意设计水平的提升。

²¹ 《2022年中国食品包装行业全景图谱》

②信息技术持续深化，智能化缩短设计周期，促进设计水平提高

制图是创意设计思路汇聚呈现的必要步骤。我国制图技术经历了手工制图、计算机辅助制图和计算机辅助设计（CAD）三个阶段。随着高性能计算机的普及、互联网技术的发展，异地、协同、虚拟设计和实时仿真等技术在创意设计中应用广泛，CAD系统从最初只能应用于制图，发展到具有可视化、集成化、智能化、网络化等特点，可生成3D图、立体图、效果图等多种形式设计图纸的自动化云流程平台。

此外，随着信息技术的发展，平面、结构、色彩等各种设计资源实现了电子化存储和传输，工单文件、结构文件、平面文件等各类数字资产整合串联、交换和共享，内外部在线沟通协作与审批流程，缩短了设计周期，还为设计提供了极大的便利及丰富的设计资源，促进设计水平的提高。

③设计观念持续更新

随着市场经济的发展，商品的销售方式日益丰富。市场的竞争，尤其是同类商品的竞争中，包装功能发生了质的变化，更侧重于销售及品牌的提升。品牌形象开始成为提升产品销量的关键因素，消费品生产商们迫切需要富有鲜明特色的销售包装来促进销售，包装设计应运而生。起初包装设计主要通过运用各种新材料、新结构来迅速地传达出产品的形象特征。

随着高科技浪潮席卷全球，人们也普遍认识到环境的重要性。在可持续发展的推动下，自然、原始、健康的观念深入人心。在这一理念的影响下，商品包装设计已经不再局限于容纳、保护、促销等基本功能的需求，开始倡导“绿色包装”这一消费市场的新观念，使产品与包装材料向着“无污染”、“轻量化”、“小体积”的方向发展。

这些潜移默化的转变、发展带动了包装视觉设计、结构、形态及设计观念的更新。设计方法、理念不断推陈出新，虚拟设计以及全息技术等新的观念和方法，都为后续包装设计开辟了新的天地。与此同时，包装设计观念也随着消费者消费观念的变化而不断更新。

（2）工艺转化水平

不同于传统包装，创意包装对产品成型效果、图案特效、防伪性能、模切精度等都有极高的要求。为满足客户需求，创意包装企业需要采用特种油墨、新式设备，结合多种工艺组合来实现良好的成型效果、精致的图案特效、优异的防伪性能以及准确的模切精度。行业内在工艺转化方面呈现以下特点：

①印刷材料推陈出新，综合应用满足客户需求

为满足客户对印刷效果、产品品质、环保水平以及防伪特性的要求，包装印刷企业不断在原材料应用上推陈出新，并形成了新型材料的综合应用技术。为提高印刷效果，大量采用金属油墨、光学油墨、温变油墨以及微纳材料、光刻纸等新材料，并搭配相应的调配、印刷、控制技术，来达到炫彩、堆金、立体幻影等效果。为提升环保水平，包

装印刷企业已广泛应用环保水平高的大豆油墨、水性油墨及纸张，通过严密的检测体系确保原材料选择、生产过程以及产成品的挥发性有机物控制在较低水平。

②印刷流程多工艺组合，提升产品附加值

创意包装工艺包含印刷和印后加工。印刷技术有平版印刷、丝网印刷、柔版印刷、凸版印刷、凹版印刷、数字印刷等，印后加工工艺有烫金、覆膜、凹凸压印、UV仿金属蚀刻、立体印刷、模切等。不同印刷和印后加工工艺有不同的印刷和装饰效果，用平印层次细腻、过度平滑，凹印墨层厚实、墨色稳定，数字印刷快捷、个性，烫印可将各色金属箔以特定图案模板转移到印刷物表面，凹凸压印能在印刷品表面压印出深浅有致的图案，立体印刷可将变幻丰富的动画效果在包装设计中加以体现。随着品牌企业对包装印刷成型效果、图案特效、防伪性能等要求的提高，多种印刷和印后加工工艺组合使用在行业内应用越来越广泛。

③印刷设备一体化，提高印刷效率

机械设备是实现包装印刷的基础，目前我国机械设备领域的发展迅速，性能优良和节能环保的高端设备正逐步取代性能差、耗能大的生产设备。技术先进、多用途的一体化包装生产设备正逐步淘汰技术落后、功能单一的包装设备。一体化包装生产设备可实现上光、烫印、凹凸压印、模切、压痕和糊盒等加工工艺的自动化和连续化。一体化自动生产设备和技术的普及极大的缩短了包装印刷生产周期，提升了生产效率，从而实现了效益最大化的目标。

(3) 防伪技术水平

为防范假冒伪劣产品流入市场，品牌商高度重视产品的防伪工作，包装防伪是品牌商的主要防伪形式。市场的包装防伪形式主要包括两种，一是包装本身防伪，如激光防伪收缩膜包装和透视全息介质包装等；另一种是通过在产品包装外面加贴防伪标识来实现防伪，这是当前的主流防伪形式。

防伪标识种类繁多，根据应用的主要学科不同，防伪技术分为物理学防伪、化学防伪、生物学防伪和多学科防伪；根据技术使用和识别范围不同，防伪技术分为公众防伪、专业防伪和特殊防伪；根据所用的材料、工艺的不同，防伪技术分为激光全息防伪、纸张防伪、油墨印刷防伪、重离子微孔膜防伪等。

为了提高防伪效果，创意包装企业多采用综合防伪技术，即在包装设计、材料选择、加工工艺等环节均融入防伪元素。当前市场中常用的防伪技术有温变防伪油墨、光变防伪油墨及水变防伪油墨等特种油墨防伪技术和激光全息非定位烫印技术、全息印刷、定位全息印刷、激光全息定位烫印技术、透明全息及定位镂空技术等加工防伪技术。随着行业设计水平、材料应用技术、印刷工艺、印后加工能力的不断提升，防伪技术在包装印刷的应用将越来越广泛，并更加注重与产品外观的有机结合，提高产品鉴赏价值。

2、行业技术发展趋势

我国创意包装行业与国外包装工业发达国家相比，整体上在包装技术研发、生产工艺、包装机械性能、生产自动化程度等方面具有一定差距。未来，我国包装印刷行业技术发展呈现以下发展趋势：

（1）包装产品趋于创意化、个性化

包装产品除了提供基本的产品说明、产品保护、外观美化等功能外，还通过创意设计，向消费者传递品牌文化故事及产品文化内涵，激发消费者购买欲望，提升产品附加值。例如通过符合化的设计方法，提升品牌识别度、赋予文化内涵、传播品牌价值，从而引导消费者思维 and 选择；通过历史型故事、精神型故事、人物型故事等故事化方法，传达品牌主张、传递品牌价值，争取消费对品牌的认同感；通过 IP 运营与创意设计的配合，吸引忠实粉丝，帮助客户快速占领市场。随着市场竞争的加剧，创意包装企业更加注重个性、创意产品的研究开发。

此外，包装行业作为配套产业，很少直接面对终端客户，其产品主要服务于下游企业。受区域文化、品牌特点等因素的影响，下游消费品在产品 and 市场定位上呈现多样化、差异化、个性化趋势。因此，为更好地迎合下游市场发展趋势，创意化、个性化包装产品是未来包装产品的主流方向。

（2）生产方式趋于智能化、绿色化

近年来，国内劳动力成本和原材料价格上涨导致创意包装生产成本逐步攀升。为了降低生产成本，具备一定实力的创意包装企业陆续引入了先进的自动化、智能化生产设备，通过现代信息技术与制造技术融合创新实现设计、供应、生产与销售等业务的协同，从而优化整体流程并降低生产成本。同时，随着消费者、包装生产企业环保意识的增强和各项产业政策的落地实施，绿色化创意包装产品的市场需求将快速增长，国内具备技术实力的创意包装企业开始着手就环保新材料和新工艺进行研发，创意包装企业也将更加注重生产线的绿色化。

2016年工信部发布的《关于加快我国包装产业转型升级发展的指导意见》中指出，以互联网和物联网技术为核心，建立设计、制造、技术与标准的开放共享机制，推动生产方式向柔性、智能、精细转变，大力推广集协同制造、虚拟制造及网络化制造等为一体的先进制造模式，构造智能包装生态链。同时指出，推行简约化、减量化、复用化及精细化包装设计技术，扶持包装企业开展生态（绿色）设计，积极应用生产质量品质高、资源能源消耗低、对人体健康和环境影响小、便于回收利用的绿色包装材料。随着多项产业政策的颁布和实施，创意包装行业将朝着集成化、智能化、绿色化的方向发展，并最终实现研发、设计、生产与经营管理的绿色集成创新。

（3）发展模式趋于品牌化、一体化

包装产业三十多年来以量增长为主的模式已趋于结束，粗放式的发展模式导致了严重的产品同质化和激烈的市场竞争。在产业结构调整与升级的转折时期，越来越多的包装企业开始转变发展模式，注重自身品牌的发展以及创意的建设。工信部发布的《关于加快我国包装产业转型发展的指导意见》中指出，以绿色包装材料、智能包装装备、高端包装制品的研发为重点，加强品牌培育、评价、服务与引导，构建定位、设计、生产、营销、传播、保护一体化的品牌发展格局。

随着下游行业商业模式转变和价值链分工的持续深化，客户对包装一体化解决方案的需求将越来越大，品牌知名度高、创意设计能力强、设计生产营销一体化的企业，才具有可持续发展的能力。

3、行业特有的经营模式

行业内企业在业务形式上呈现不同的特点，在经营模式上也存在较大差异。公司业务范围涵盖产品形象设计服务和创意包装产品的研发、生产及销售等，其所处的细分市场领域的企业经营模式可分为以下三种类型：

(1) 以创意设计为主的经营模式

以创意设计为主要经营模式的企业根据客户诉求，充分发挥自己的创意优势，专注于为客户提供专业的、定制化的创意设计服务，满足客户的个性化需求。该类企业创意设计能力较强，有利于集中优势进行差异化竞争，但服务较为单一、产业链较短，并且无法保证创意设计后期呈现效果。

(2) 生产制造为主的经营模式

以生产制造为主的企业，主要根据客户订单，按照客户需求采购指定品牌、指定类型的纸张、油墨等原材料并组织生产，产品制成后运输至客户指定交货点。该种经营模式下产业附加值较低，可替代性较强，企业需要根据创意设计的需求不断进行设备与应用技术的更新和升级。

(3) 以“品牌策略+创意设计+技术研发+产品交付”全流程综合服务为主的经营模式

行业内一些企业随着项目经验的积累和自身实力的增强，逐步进行业务链条的延伸，通过提供品牌策略规划、创意设计、技术研发、产品交付等服务，形成了全流程综合服务能力。该种经营模式要求企业具有较强的创意设计能力、技术创新能力和资源整合能力，有助于帮助客户实现降低经营成本、缩短产品上市周期、提升产品宣传推广效果等目标。随着下游行业商业模式转变和价值链分工的持续深化，客户对全流程综合服务的需求将越来越大，全流程综合服务的经营模式将更能贴合下游客户的需求。

4、进入行业的主要壁垒

伴随着创意包装行业的发展，客户需求逐渐提高，企业需在各方面进行优化提升竞争力。客户认证及持续服务能力、包装整体解决方案能力、资本投入与规模化经营能力等成为外来者进入和行业内中小企业进一步发展的壁垒。

（1）创意设计壁垒

创意包装是以文化为基础、以创意设计为核心，是人的知识、智慧和灵感物化表现的产业，创意设计能力是该产业的核心竞争力。行业内企业需要根据客户诉求，在统一的艺术构思中运用丰富的艺术表现手法，依据自然、人文、历史、现代、经济等特定环境，进行创意设计。同时，文化创意产品和服务大多难以确定标准化的设计方案，需要创意设计团队在深刻理解客户需求、项目背景、地域文化历史等之后进行量身定制，创新成分相对较多，对创意设计团队的创意设计能力和艺术灵感提出了很高的要求。创意设计能力除需要自身的创意灵感外，还需要经过项目经验的积累。通过参与不同的项目，行业内企业才能不断加深对客户需求及创新设计的理解，并逐步形成具有较强艺术表现力和感染力的创意设计能力。新进入的企业难以在短期内形成较强的创意设计能力并满足客户的个性化需求。

（2）规模与资金壁垒

高端包装印刷对设备与工艺水平要求较高，而且创意包装企业需要满足品牌客户“高品质、高稳定性、大规模”的生产要求，因此包装印刷企业需具备先进的印刷设备、强大的工艺管理与技术创新能力、完善的生产质量控制与检测体系。上述条件需要包装印刷企业进行大规模的资金与人力投入。

为了凸显视觉效果，目前大部分包装印刷都要印刷七种或者更多的颜色，而能够完成一次多色印刷的主流印刷设备均需从欧美等发达国家进口，购置成本较高。同时，由于产品配套化及生产规模化的要求，新进入本行业的企业需要一次性投入大量资金用于建设厂房、技术研发、购买原材料。因此，创意包装行业具有较高的规模与资金壁垒。

（3）工艺技术壁垒

创意包装对外观设计、原材料选择、印刷工艺均有较高的要求。在印刷工艺上，品牌客户对包装产品的平整度、光泽度、爽滑度、耐磨性、耐高温性、模切精度等诸项指标都有极高的要求，包装企业需要长期的技术积累才能满足下游客户的生产工艺。在防伪要求上，包装印刷企业需采用特种油墨、复杂印刷工艺、微纳材料等技术以增加印刷难度，提高防伪特性；在确保产品的稳定性上，包装印刷对承印材料的印刷适应性、油墨的特性、印刷设备的速度、印刷压力和张力的控制、操作人员的水平以及生产环境的温湿度都有较高的要求。包装印刷企业需进行长期的技术积累和反复实践，不断改进印刷工艺，才能满足下游客户的生产工艺要求、防伪技术要求与产品稳定性要求，因此本行业存在较高的工艺技术壁垒。

（4）人才壁垒

创意包装行业是典型的知识密集型服务行业，人才是企业的核心竞争力，设计团队的创新和设计能力决定了企业的技术水平和行业竞争实力。

在市场竞争日益激烈的背景下，创意包装企业为了保持市场竞争优势需要具备高素质的经营管理团队和富有创意设计理念的设计队伍，以及工艺转化的研发队伍。随着产品的多样化、个性化需求逐渐增加，在技术创新、设计创意、生产工艺等方面，创意包装企业必须配备大量经验丰富、技能较强的各种专业技术人才。但目前业内具有较高理论修养和丰富实践经验的优秀人才，特别是既具备专业水平，又具备管理能力的复合型人才较为匮乏。高端人力资源稀缺和优秀管理团队不易建立是影响企业在该行业发展的一大制约因素。因此，人才储备难题成为新进入企业的障碍。

（5）品牌壁垒

随着包装产业的不断发展，下游中高端消费品企业对于创意设计能力、工艺转化研发能力及交付的及时性的需求逐渐提高，企业品牌成为下游中高端消费品企业选择创意包装企业时重点考虑的因素，中高端消费品企业更愿意与品牌知名度高的企业合作，创意包装企业的品牌效应日益凸显。较高的品牌知名度、良好的口碑有利于赢取客户的信任，提升市场占有率，树立品牌是企业获取商业利益的有效途径，品牌逐渐成为企业综合实力的载体。

然而，品牌的打造是一个长期积累的过程，不仅需要复合人才、渠道和质量管理上的积累，还需要将企业文化、社会责任等重要思想理念融入到设计、生产、宣传和销售的每一个环节中，这对于企业的长期可持续发展能力和企业卓越的前瞻性提出了很高的要求，体现着一个企业对市场的判断和对自身品牌的精准定位。对于新进入行业的企业，面对成熟企业及品牌的优势，短期内难以获得市场的认可。

5、行业周期性、季节性以及区域性

（1）周期性

创意包装行业的周期性与下游行业的需求密不可分。目前，我国经济稳步发展，人民生活水平逐步提升，消费能力不断增强，社会总体消费需求处于快速增长期。同时，随着品牌竞争的深入，创意包装在消费品行业得到快速普及。因此，在下游行业发展和产品应用需求的带动下，创意包装行业在未来相当长的时间仍处于成长期。

（2）季节性

酒、化妆品、茶叶等消费的季节性决定了创意包装行业的季节特性，通常情况下消费品受节日效应的影响较大，节假日较为集中的下半年消费需求大于上半年，消费品生产商为应对春节、国庆、中秋等主要传统节日增加的需求，往往提前采购包装产品进行备货。因此，每年春节、国庆、中秋等传统节日的前 1-2 个月是创意包装需求的高峰期。

（3）区域性

受国家引导政策、部分客户需求、上下游配套等多方面因素的影响，大部分的创意包装企业分布在泛珠江三角洲、长江三角洲以及各酒厂、化妆品厂周边地带，该区域的创意包装业呈现繁荣发展的态势。

（五）发行人产品或服务的市场地位、行业内的主要企业、竞争优势与劣势、行业发展态势、面临的机遇与挑战，以及上述情况在报告期内的变化及未来可预见的变化趋势

1、发行人在行业中的市场地位

随着国家经济及其下游市场的不断发展，过去多年我国包装产业保持了较快增长，行业企业数量愈来愈多，市场竞争愈加激烈。在市场竞争愈发激烈的背景下，我国包装行业呈现出总产值巨大，行业分散、集中度低的特点，即便行业领先的企业市场占有率绝对数也较低。

发行人定位于创意包装，致力于成为中高端产品形象工程综合解决方案供应商。作为创意包装的先行者之一，发行人获得了 2019 年度和 2020 年度中国纸包装百强企业、广东省工业设计中心、深圳市工业设计中心等荣誉。

发行人始终重视创意设计能力的不断提升和创意设计流程化管理的建设，拥有功能完善和成体系的创意设计团队，创意设计业务具备独立面向市场经营能力，并实现了一定规模的稳定收入，在同行业可比公司中处于市场前列的水平。

随着原创设计理念、创意能力逐步获得市场认可及流程化创意管理模式的成熟，发行人市场竞争力逐步提升，过去多年持续、稳定地为业界输出高品质的设计作品，协助客户打造了多款畅销产品，并在国际领域屡获殊荣。截至报告期末，发行人荣获德国红点奖、德国 iF 设计奖、莫比乌斯广告奖、Pentawards、世界之星、意大利 A'设计大奖、IAI 设计奖等共计 103 项国际设计大奖。

发行人的产品优质可靠，得到了下游客户的一致肯定，与牛栏山、衡水老白干、古井贡酒、糊涂酒业、天佑德、酒鬼酒、汾酒、欧莱雅、宝格丽、SundayRiley、八马茶叶、燕之屋、LadyM 等国内外知名品牌建立了良好的合作关系，取得了较好的市场竞争优势。

近年来，包装行业形势复杂，受新型冠状病毒疫情及环保政策等影响，行业增长受到一定影响。发行人凭借着较强的核心竞争力和准确的战略定位，在复杂的行业形势下，加大了自身品牌的建设和推广力度，品牌影响力在国内市场逐渐扩大。

2、行业内的主要企业

发行人是创意包装企业，主营业务包含产品形象设计服务和创意包装产品的研发、生产及销售。国内专注于创意包装形象设计服务的企业相对较少，尚未形成规模较大的企业。发行人创意包装产品的研发、生产及销售业务主要竞争对手包括深圳市裕同包装科技股份有限公司、上海艾录包装股份有限公司、深圳市美盈森环保科技股份有限公司

司、中荣印刷集团股份有限公司、天津艺虹智能包装科技股份有限公司等。上述企业基本情况如下：

(1) 深圳市裕同包装科技股份有限公司

始创于 2002 年，总部位于深圳，主要从事覆盖彩盒（含精品盒）、说明书、纸箱、不干胶贴纸等纸质包装印刷产品的生产与销售。2016 年在深圳证券交易所上市，股票代码 002831，2021 年实现营业收入 148.50 亿元。

(2) 上海艾录包装股份有限公司

始创于 2006 年，总部位于上海，从事工业用纸包装、塑料包装及智能包装系统的研发、设计、生产、销售及服务。2021 年在深圳证券交易所上市，股票代码 301062，2021 年实现营业收入 11.20 亿元。

(3) 深圳市美盈森环保科技股份有限公司

始创于 2000 年，总部位于深圳，主要从事运输包装产品、精品包装产品、标签产品及电子功能材料模切产品的研发、生产与销售。2009 年在深圳证券交易所上市，股票代码 002303，2021 年实现营业收入 36.05 亿元。

(4) 中荣印刷集团股份有限公司

始创于 1990 年，总部位于中山，主要从事折叠彩盒、礼盒、促销展示工具、电商包装盒、智能包装等相关包装印刷产品的研发、生产和销售，为国内外高端客户提供创意设计、方案策划、新技术应用、色彩管理及其他个性化需求配套解决方案。2021 年实现营业收入 25.44 亿元

(5) 天津艺虹智能包装科技股份有限公司

始创于 1992 年，总部位于天津，主要从事彩色包装盒、水印包装箱及其他产品的研发、生产和销售，主要应用于乳制品、食品、保健品、化妆品、在线教育、酒类或饮料、电子类及电商等领域。2021 年实现营业收入 13.06 亿元。

3、竞争优势与劣势

(1) 竞争优势

经过多年的发展，发行人与多家国内外知名客户建立了相对稳定的合作，按照高标准、高水平的要求建立公司治理结构及开展生产经营。公司在与国内外客户合作的过程中不断打磨提升自身的创意水平、管理水平、生产工艺和供应链体系，并通过对新技术持续不断的研发创新、行业内先进设备的持续投入和应用，保证了公司的持续成长，以满足客户及市场不断变化的需求。经过多年发展，公司已形成一系列竞争优势，具体包括：

① 产品形象工程整体解决方案及 0-1 产品创新优势

发行人专注于提供品牌策略规划、创意设计、技术研发、产品交付四位一体的产品形象工程整体解决方案，通过对产品市场与消费者需求的深入调研，挖掘消费品领域品

牌定位和产品卖点，进行前瞻性的创意设计与研发，在此过程中逐渐积累丰富的创意设计素材库和设计方法论。发行人结合特定品牌策略、包装设计和产品推广方案，配合客户新产品开发与老产品的迭代升级，以满足终端消费者不断变化的需求。与“以创意设计为主”和“以生产制造为主”的单一服务模式相比，发行人凭借长期积累的创意设计素材库和设计方法论，在客户产品规划、开发和销售过程，为客户提供高附加值的创意设计服务和优质的创意包装产品，有助于提高客户粘性，避免低价竞争。

基于四位一体的产品形象工程整体解决方案，发行人可通过调研数据分析、消费者行为及痛点洞察，分析出新产品的新使用场景，在新场景中提供产品的创意设计，形成了产品 0-1 的创新方法。然后以“品牌三问、产品三刻、终端三度”三个维度的市场评估方法，评估创作在市场上的可行性。在产品完成后，再次通过“观察法、访谈法、视频分析法”三种综合方法深度甄别消费者行为，并对内容创作重新迭代，形成了产品创新并验证的闭环服务方式。通过上述系统化的服务，帮助企业成功突破存量市场竞争，实现 0-1 的增量市场扩展。报告期内，发行人成功打造了古井贡酒“年三十”等新产品。

因此，四位一体的产品形象工程整体解决方案模式及 0-1 产品创新能力是发行人参与市场竞争的重要优势。

②前瞻性的创意设计及技术工艺研发优势

凭借在创意包装行业多年持续性投入，发行人具备了独特的创意设计能力，掌握了一系列包装印刷核心技术，具备了较强的研发和技术优势，具体情况如下：

A.具备规范的流程管理和前瞻的创意设计能力，创意设计能力获得行业的高度认可。经过多年在创意包装行业的精耕细作，发行人已形成以市场需求为导向的研发设计体系，建立了一套完整的创意管理流程，包括派单、接单、需求研讨、创意研讨、平面图审核、设计实现审核、内部提案等环节，每个环节有关键节点规范及责任部门分工，明确设计师主要工作职责。公司各部门紧密协作，围绕客户需求和设计需要为创意设计活动的开展提供信息、人力及物资等支持，确保设计活动顺利、有序推进。



基于对市场需求的深刻理解和通过与国内外知名品牌客户的长期合作，发行人根据不同细分市场及不同客户的需求，建立了按酒、化妆品、茶叶、食品等类别划分的市场需求库，更好地向客户提供定制化产品策略规划和创意设计解决方案。截至报告期末，发行人获得包含德国红点奖、德国 IF 设计奖、Pentawards、世界之星、莫比乌斯广告奖、意

大利 A'设计大奖、IAI 设计奖等在内的国际设计大奖 103 项，发行人凭借优秀的创意设计能力，在业内树立了良好的用户口碑与品牌影响力。

B.通过持续的研发投入，掌握了一系列生产工艺核心技术

公司一直非常重视研发活动，每年投入较大规模资金进行研发。发行人在新材料、新工艺、新防伪、新盒型、智能化、自动化等维度进行技术创新，掌握了高光泽立体烫金、3D 悬浮微纳防伪技术、纹理烫金技术、UV 数码浮雕立体肌理技术、防伪卡扣等核心技术，并致力于新工艺的持续开发，解决行业内的防伪技术难题。截至报告期末，发行人获得专利 157 项（其中发明专利 13 项、实用新型专利 59 项、外观设计 85 项）。公司已经掌握并应用了具有自主知识产权的核心技术。

③客户优势

凭借优秀的创意能力、优质的工艺技术、高效的交付能力和多年的积累，发行人与牛栏山、衡水老白干、古井贡酒、糊涂酒业、天佑德、酒鬼酒、汾酒、欧莱雅、宝格丽、SundayRiley、八马茶叶、燕之屋、LadyM 等国内、外知名品牌建立了良好的合作关系，具体情况如下：

细分行业	合作品牌
酒类	
	
	
化妆品	
	

茶叶	
食品	

发行人主要客户在国内外市场具有一定的影响力，其技术与服务的需求往往反映国内外包装行业未来的发展趋势。公司与该等客户的合作一方面有力推动了公司技术水平的不断提高和服务手段的不断改进，另一方面也使得公司管理理念、管理模式、管理手段以及管理工具的运用水平得以提升。

发行人具备客户优势，与品牌客户建立稳定合作关系，不仅能形成良好产品形象，还有助于开拓新的优质客户。

④优秀的团队及人才优势

经过多年的团队建设与培养，公司已经拥有专业化、创意设计能力突出的设计团队和经验丰富的管理团队。创意设计团队具有丰富的项目经验，能够敏锐洞察客户的个性化需求，把握创意设计方向的创新性和前瞻性。管理团队具有多年的行业专业背景和丰富的项目管理经验，对于行业发展水平和发展趋势有着深刻的认识和理解，核心管理团队具有较强的稳定性，并逐步建立了高效的内部管理制度。

此外，公司逐步建立并完善任职资格及能力素质模型，依据员工能力评估结果，针对不同岗位需求差异和任职者的能力差异，实施多层次、多形式的培训。学习型组织氛围和环境的营造，是夯实公司人才梯队建设的基础，有利于实现公司与员工共同发展的良性循环。公司建立了完善的人才培养制度，定期从高校招募优秀实习生、毕业生到公司就职，通过公司定向培养，结合员工特长，实现了公司人才梯队建设，并为员工个人职业发展提供了良好的环境。

完善的人力资源管理使得公司骨干人员保持稳定，业务人员持续得到补充，高素质、专业化的人才团队为公司未来发展打下了坚实的基础。

⑤完善的品质质量管理体系优势

公司始终秉承高质量的产品战略，以更好地服务国内外品牌客户。公司通过建立严格的作业标准、持续改进生产方法，采用智能化质量管理手段、完善员工培训系统等方式，持续提升对产品和服务质量的管理能力。公司通过了 ISO9001 质量管理体系、

ISO14001 环境管理体系、SA8000 管理体系等一整套完善的质量控制体系认证，并进入了欧莱雅等知名品牌的供应链体系，建立了系统化、规范化的质量管控体系。经过多年的积累，稳定的高品质质量管理体系获得了客户及行业的高度认可，建立了公司优质产品生产 and 品质管控能力。

（2）竞争劣势

① 高端人才引进不足

随着公司的快速发展以及下游客户对新材料、新工艺、新防伪、新盒型需求的不断提高，发行人对创新意识强、专业造诣高、具备丰富行业经验的高端技术人才和管理人才的需求持续增加。公开发行人并上市将有助于提升公司知名度，丰富人才激励手段，增强对高端人才的吸引力，为公司持续发展注入更大的动力。

② 资金规模偏小、融资渠道单一

印刷包装生产制造环节属于资本密集型产业，在研发中心建设、产能扩充以及信息化系统建设等方面需要全面、持续、大规模地投入资金，以进一步扩大经营规模 and 市场份额，强化核心竞争力。公司目前自有资金规模偏小，融资渠道单一，主要依靠银行贷款和自有资金积累，限制了公司的资本投入能力。自有资金规模偏小和融资渠道单一成为制约公司快速发展的障碍。

③ 产能不足

发行人定位于中高端创意包装市场，注重中高端产品的开发与市场培育，致力于提供高品质产品并满足客户的个性化需求，拥有较强的新产品设计和技术研发能力以及市场推广能力。目前，发行人产品的市场影响力不断提升、客户群体逐步扩大，发行人进一步扩大生产规模的需求较为迫切，产能的规模效应有待进一步提升。

4、行业面临的机遇和挑战

（1）面临的机遇

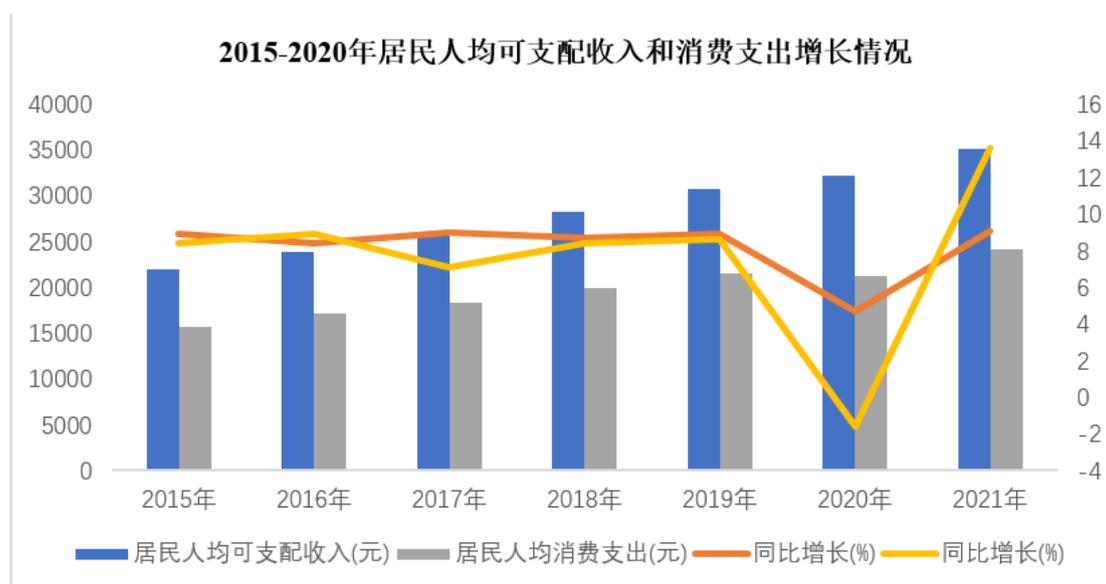
① 国家产业政策的扶持，为发行人创造良好的政策环境

在创意包装行业较快向前发展的同时，规范行业发展的一系列法律法规、技术规范和技术标准陆续制定并出台实施。近年来，国家出台了多部相关的法律法规，包括《战略性新兴产业重点产品和服务指导目录（2016版）》、《文化及相关产业分类

（2018）》、《绿色包装评价方法与准则》和《中华人民共和国文化产业促进法（草案送审稿）》等。同时，创意包装行业相关的产业政策也先后发布，包括《“十四五”文化产业发展规划》、《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》、《关于加快我国包装产业转型发展的指导意见》、《中国制造 2025》等。这都对创意包装行业的发展以及产业结构调整起到了重要的指导作用，为创意包装行业较快发展营造了良好的环境。

② 居民收入水平和消费能力持续提高，为发行人的发展奠定基础

近年来，我国宏观经济持续保持增长态势，居民收入水平和整体消费能力得到较快提升。根据国家统计局数据，2015-2021年，我国居民人均可支配收入从21,966元增长至35,128元，年均复合增长率达8.14%。而居民收入水平的增长为我国整体消费能力的增强提供了有利的环境，人均居民消费支出亦由2015年的15,712元增长至2021年的24,100元，年均复合增长率为7.39%²²。



数据来源：国家统计局

随着居民可支配收入的稳定增长，以及中国消费者经济实力与消费观念的改变，人们对酒、化妆品、茶食等产品了解的加深，消费升级趋势明显，国内进入品牌消费时代。各类消费品，特别是中高端消费品离不开创意包装，因此社会消费品需求的增加将继续带动创意包装行业的发展。

③ 国家经济结构调整，为发行人发展提供有利条件

我国经济正处于降投资、促消费、调整产业结构、提升增长质量的关键时期，原先粗放型的增长模式已经难以为继，转而采取集约型的增长模式，致力于推动制造业从“中国制造”向“中国创造”和“中国智造”转变，注重高技术含量、高原创性和高附加值。《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》明确提出以服务制造业高质量发展为导向，推动生产性服务业向专业化和价值链高端延伸。

受此影响，我国的包装产业也发生了巨大变化，大型包装厂商纷纷设立设计研发部，市场上独立设计工作室的数量也开始逐步增加，包装类相关发明专利、实用型专利和外观型专利数量持续增长。国家经济结构调整也为行业发展提供有利条件。

(2) 面临的挑战

²² Choice-中国宏观数据-生活水平-全国居民人均收支查询

①综合服务能力偏低

目前行业内中小型企业多专注于单项服务，综合服务能力较弱，仅有少数企业可为客户提供包含产品策略规划、包装设计、工艺转化、生产交付、仓储物流等在内的创意包装综合服务。随着全球化竞争的进一步加剧和价值链分工日益细化，下游客户将诸如产品包装的非核心业务外包，这对创意包装企业的综合服务能力提出更高要求，行业内中小企业面临较大生存压力。

④ 高端复合人才匮乏

创意包装产品的设计和制造，涉及到综合运用美学、计算机应用技术、印刷工艺、高分子材料加工应用技术等方面的知识，因此企业需要大量的掌握各类高新技术的复合型人才。另外，一个优秀的创意设计师的培养需要有较长的周期，这造成天然的人才稀缺。近年来，虽然我国创意包装行业发展迅速，但仍然存在高级人才缺乏的情况，对行业发展形成一定挑战。

③品牌竞争力不足

国内许多包装生产企业只关注包装产品规模化生产而不注重品牌培育，尤其是定位于中低端市场的包装企业。这造成企业品牌的影响力十分薄弱，在市场上缺乏竞争力，在劳动力成本逐年提升的背景下难以与国际高端品牌抗衡。未来，随着国内部分创意包装企业转型升级并专注于中高端市场开拓，行业内品牌的整体影响力将有所提升。

（六）发行人与同行业可比公司在经营情况、市场地位、技术实力、衡量核心竞争力的关键业务数据、指标等方面的比较情况

发行人与同行业可比公司在技术水平、主要客户、经营业绩等方面的比较情况如下：

1、主营业务情况对比

公司名称	主营业务情况	主要产品	主要客户类型
裕同科技	主营业务系彩盒（含精品盒）、说明书、纸箱、不干胶贴纸等纸质包装印刷产品的生产与销售，下游客户主要为消费电子制造商或代工厂。	主要产品包括：纸制精品包装、包装配套产品等。	消费电子、智能硬件、烟酒、大健康、化妆品、文创、高端食品和奢侈品等多个行业。
上海艾录	主要从事工业用纸包装、塑料包装及智能包装系统的研发、设计、生产、销售以及服务	工业用纸包装、塑料包装及智能包装系统三大产品线	陶氏、巴斯夫、沈阳化工、圣戈班、东方雨虹、立邦、雀巢（Nestle）、菲仕兰（Friesland）、嘉吉（Cargill）和妙可蓝多
美盈森	运输包装产品、精品包装产品、标签产品及电子功	轻型包装产品、重型包装产品、标签产品	电子通讯、智能终端、白酒、家具家居、家用电器、汽

	能材料模切产品的研发、生产与销售	及电子功能材料模切产品	车及新能源汽车产业链、医疗用品、食品饮料、电商物流、快递速运等多个行业
中荣股份	主营业务系快速消费品、消费电子市场等领域的纸制印刷包装解决方案供应商。	主要产品包括：折叠彩盒、礼盒等	化妆品、口腔护理、个人及家庭护理、食品、保健品、医药、消费电子、烟草制品、酒类、在线教育及电商等领域。
艺虹股份	主营业务系乳制品、食品、保健品、化妆品、在线教育、酒类或饮料、电子类及电商领域的彩色包装盒、水印箱及其他包装产品。	主要产品包括：彩色包装盒、水印包装箱等	乳制品、食品、保健品、化妆品、在线教育、酒类或饮料、电子类及电商领域。
发行人	主营业务系酒、化妆品、茶叶、食品等各类中高端消费品的产品形象创意设计和创意包装产品的研发、生产及销售。	主要产品包括：纸盒、卡盒、其他包装产品、创意设计服务等	酒类、化妆品、茶叶、食品等领域。

注：相关资料来自上市公司年报或拟上市公司招股说明书

与同行业公司相比，公司产品及服务与同行业存在一定差异，主要包括：发行人主要以创意设计为业务驱动，在创意设计团队建设、创意设计业务体系建设等方面进行了较大投入，凭借优秀的创意设计能力，发行人已能取得持续稳定的设计业务收入，并获得多项国际设计大赛奖项，创意设计能力获得市场较认可；相较于同行业可比公司，发行人业务更聚焦于酒类、化妆品等产品附加值较高的行业。

2、经营情况对比

单位：万元

公司名称	2021年营业收入	2021年归属于母公司股东扣除非经常性损益后的净利润
裕同科技	1,485,012.76	90,808.71
上海艾录	112,014.95	14,069.08
美盈森	360,517.02	8,365.32
中荣股份	254,376.27	20,174.83
艺虹股份	130,615.02	5,890.43
发行人	42,634.73	3,656.26

注：相关资料来自上市公司年报或拟上市公司招股说明书。

报告期内，公司整体经营情况良好，与同行业可比公司相比，公司营业收入规模及利润规模仍具备较大的增长空间。

3、市场地位对比

上述同行业可比上市公司为国内各细分领域具有一定知名的包装企业，其市场地位主要体现在经营规模、资金实力等方面。

发行人作为国内较早从事创意包装业务的企业，虽然目前经营规模、资金实力等方面尚弱于行业大型包装企业，但其创意设计能力突出。发行人拥有成体系的创意设计团队，创意设计业务具备较强的独立经营的能力，并已获得持续稳定的创意设计服务收入；截至本招股说明书签署日，发行人荣获德国红点奖 15 项、德国 iF 设计奖 20 项、Pentawards 7 项、世界之星 34 项、意大利 A'设计大奖 11 项、IAI 设计奖 1 项、莫比乌斯广告奖 9 项、Ctypeawards 奖 1 项等共计 103 项国际设计大奖。优秀的创意设计能力，为发行人在中高端消费品领域的竞争带来竞争优势。

4、技术实力对比

公司名称	专利情况	研发能力
裕同科技	截至 2021 年 12 月 31 日，专利 962 项，其中发明专利 87 项	在智能包装、功能包装、新材料新工艺、高端防伪印刷包装技术、立体印刷与 3D 打印技术、环保包装材料等领域继续研发投入，截至 2021 年末，公司研发人员总共 2,373 名，占公司员工总数的比例为 10.73%。2021 年研发费用占营业收入的比例为 3.95%。
上海艾录	截至 2021 年 12 月 31 日，专利 97 项，其中发明专利 21 项	公司高度重视技术创新与研发投入，在上海市拥有 2 个智能化制造基地，下设工业用纸包装、塑料包装、智能包装系统 3 个生产板块，配备了国内外先进的流延吹膜、挤出片材、印刷、制袋、制管、复合等设备。截至 2021 年末，公司研发人员总共 81 名，占公司员工总数的比例为 9.14%。2021 年研发费用占营业收入的比例为 3.39%。
美盈森	截至 2021 年 12 月 31 日，专利 580 项，其中发明专利 69 项	公司在深圳、东莞、苏州、重庆、台湾、美国等地设立了专门的研发中心，中心聚集了包装领域资深专家领衔的研发技术队伍，公司还与高校建立了长期技术合作关系。截至 2021 年末，公司研发人员总共 431 名，占公司员工总数的比例为 9.33%。2021 年研发费用占营业收入的比例为 4.00%。
中荣股份	截至 2021 年 12 月 31 日，专利 248 项，其中发明专利 16 项	在印前、印中、印后以及新技术和新材料应用领域均研发了一系列先进的核心技术，相关核心技术成熟。截至 2021 年 12 月 31 日，公司研发人员数量 306 名，占公司员工总数的比例为 9.37%。2021 年研发费用占营业收入的比例为 3.78%。
艺虹股份	截至 2021 年 12 月 31 日，专利共 105 项	坚持对印刷包装数字化、信息化、智能化升级的投入，截至 2021 年末，公司研发人员总共 58 名，占公司员工总数的比例为 5.12%。2021 年研发费用占营业收入的比例为 2.78%。
发行人	截至 2021 年 12 月 31 日，	建立了一套完整的创意管理流程，可快速为客户提供产品形象方案，荣获包含红点、IF、Pentawards、世界之

	专利 148 项，其中发明专利 13 项	星、莫比乌斯广告等在内的国际设计大奖 103 项；掌握了 3D 悬浮微纳防伪技术、纹理烫金技术、UV 数码浮雕立体肌理技术、防伪卡扣等核心技术，并致力于新工艺的持续开发，解决行业内的防伪技术难题。截至 2021 年末，发行人设计与研发人员数量为 121 名，占公司员工总数的比例为 16.53%。2021 年研发费用占营业收入的比例为 4.10%。
--	----------------------	--

5、衡量核心竞争力的其他关键业务数据、指标对比分析

公司名称	综合毛利率（2021 年）	加权平均净资产收益率（2021 年）
裕同科技	21.54%	11.42%
艾录股份	28.56%	16.73%
美盈森	22.89%	2.07%
中荣股份	22.10%	17.75%
艺虹股份	13.76%	10.78%
发行人	35.22%	20.02%

公司毛利率高于同行业可比公司，主要原因是公司所提供的优质包装产品基本建立在创意设计的基础之上，产品定价包含了创意设计的溢价；此外，公司下游客户依赖公司的设计、开发能力，支撑、推动其产品更新迭代，客户为此支付较高产品溢价；再者，下游客户自身产品毛利率水平较高，愿意为提升其产品档次、内涵的包装物支付较高溢价；公司产品较为复杂的产品工艺也导致公司毛利率水平高于同行业可比公司。由于公司目前净资产规模仍然较小，在毛利率高于同行业可比公司的情况下，公司加权平均净资产收益率高于同行业可比公司。

三、 发行人主营业务情况

(一) 发行人的销售情况

1、 销售收入情况

报告期内，公司主营业务收入构成情况如下：

单位：元

大类	项目	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度	
		金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
创意包装生产	酒类创意包装	169,993,223.09	69.34%	276,453,085.47	65.50%	186,786,249.06	67.12%	248,420,619.52	70.34%
	化妆品、精品创意包装	58,366,255.53	23.81%	102,564,997.20	24.30%	59,058,889.32	21.22%	74,014,221.66	20.96%
	茶叶、食品等创意包装	2,090,196.43	0.85%	10,529,307.34	2.49%	4,170,031.68	1.50%	10,742,923.94	3.04%
	小计	230,449,675.05	94.00%	389,547,390.01	92.29%	250,015,170.06	89.84%	333,177,765.12	94.33%
	创意设计服务	14,718,503.90	6.00%	32,536,220.57	7.71%	28,275,363.27	10.16%	20,008,096.25	5.67%
	合计	245,168,178.95	100.00%	422,083,610.58	100.00%	278,290,533.33	100.00%	353,185,861.37	100.00%

公司主营业务收入构成的具体分析详见“第八节管理层讨论与分析”之“三、盈利情况分析”之“（一）营业收入分析”相关内容。

2、 主要产品的产能、产量、销量和销售价格

(1) 主要产品的产能、产量

公司的主要产品为创意包装产品，其生产的主要工序包括印刷、表面处理、裱纸模切、成型加工等，其中印刷工序为公司的生产瓶颈工序，因此公司将印刷工序的产能界定为公司自产创意包装（由公司自行印刷）产品的整体产能。报告期内，公司自产创意包装的产能情况如下：

年份	产能 (印刷张数/ 万张)	产量			产能利用率
		印刷张数 (万张)	总印刷面积 (万平方米)	成品数量 (万个)	
2019年度	3,080	3,029.79	1,262.49	3,997.79	98.37%
2020年度		1,826.30	776.77	2,142.87	59.30%
2021年度		2,842.51	1,195.75	3,356.52	92.29%
2022年1-6月	1,540	1,363.57	576.43	1,565.58	88.54%

注 1：公司印刷工序产量分别按上机印刷产出印张数量、总印刷面积以及产出产品个数统计。公司印刷印张数量与印刷总面积、成品个数具有较为稳定的线性关系，通常单个印张面积为 0.4 至 0.45 平方米，单张印张产出成品盒子 1.1 至 1.3 个；

注 2：公司产能利用按产量印刷张数与产能印刷张数计算。

如上表所示，报告期内公司产能为年印刷量 3,080 万张，实际印刷量 2019 年至 2021 年分别为 3,029.79 万张、1,826.30 万张和 2,842.51 万张，2022 年上半年实际印刷量为 1,363.57 万张，产能利用率分别为 98.37%、59.30%、92.29%、88.54%。

报告期各期内，公司产销率均低于 100%，主要是有公司销售季节性波动所导致的，公司销售季节性波动较大。为了应对公司销售旺季的生产备货需求，公司需建设大于平均月产量的产能，进而导致销售淡季部分产能闲置。

2020 年度，公司产能利用率为 59.30%，产能利用率较低，主要是因疫情影响 2020 年开工率不足所导致的。此外，印刷作为公司生产过程中的前道工序，2020 年度销售的产品部分印刷工序于 2019 年完成，因 2020 年疫情，公司前道印刷工序投料减少，生产中着重消化 2019 年已完成前道印刷的半成品材料，导致 2020 年印刷工序印刷量减少，进而导致 2020 年印刷工序产能利用率较低。

(2) 产销率

报告期内，公司产量及销量情况如下：

年份	产量	销量	产销率
	自印刷成品（万个）	自印刷成品（万个）	
2019 年度	3,997.79	3,994.34	99.91%
2020 年度	2,142.87	2,074.04	96.79%
2021 年度	3,356.52	3,441.97	102.55%
2022 年 1-6 月	1,565.58	1,570.16	100.29%

如上表所示，报告期内公司产销率分别为 99.91%、96.79%、102.55%、100.29%，公司产销率较高，与公司以销定产的生产策略相符，具有合理性。

(3) 主要产品的销售价格

报告期内，公司各类产品及服务销售价格情况如下：

单位：元/个

大类	项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
创意包装生产	酒类创意包装	7.18	5.64	6.42	5.15

	化妆品、精品包装	4.49	4.17	5.51	4.96
	茶叶、食品创意包装	9.92	7.60	4.06	8.46

如上表所示，报告期内公司酒类创意包装及化妆品、精品创意包装产品单价较为稳定，公司根据客户多样化的包装设计需求交付对应的包装产品及设计服务，因包装材质、尺寸、工艺等差异，以及具体细分产品结构的差异，公司产品单价各年存在小幅波动。

公司在茶叶、食品等创意包装领域的业务尚处于起步阶段，客户渠道、产品类型均处于挖掘、开拓阶段，业务尚未稳定，导致公司茶叶、食品创意包装产品价格存在一定波动。

3、报告期内前五名客户情况

报告期内，公司对前五名客户销售情况如下：

单位：万元

2022年1-6月					
序号	客户名称	主要销售内容	销售金额	占营业收入比例（%）	是否存在关联关系
1	承德乾隆醉酒业有限责任公司	酒类包装产品	3,610.98	14.66%	否
2	北京顺鑫农业股份有限公司牛栏山酒厂	酒类包装产品	3,085.27	12.52%	否
3	安徽古井贡酒股份有限公司	酒类包装产品	1,172.36	4.76%	否
4	BALANCEINC	化妆品与精品包装产品	1,141.67	4.63%	否
5	青海互助天佑德青稞酒股份有限公司	酒类包装产品	978.10	3.97%	否
合计			9,988.38	40.54%	-
2021年度					
序号	客户名称	主要销售内容	销售金额	占营业收入比例（%）	是否存在关联关系
1	北京顺鑫农业股份有限公司牛栏山酒厂	酒类包装产品	7,800.64	18.30	否
2	承德乾隆醉酒业有限责任公司	酒类包装产品	5,029.09	11.80	否
3	青海互助天佑德青稞酒股份有限公司	酒类包装产品	2,575.18	6.04	否
4	安徽古井贡酒股份有限公司	酒类包装产品	2,482.34	5.82	否
5	小糊涂仙酒业（集团）有限公司	酒类包装产品	1,748.18	4.10	否
合计			19,635.43	46.06	-

2020 年度					
序号	客户名称	主要销售内容	销售金额	占营业收入比例 (%)	是否存在关联关系
1	北京顺鑫农业股份有限公司牛栏山酒厂	酒类包装产品	5,559.46	19.71	否
2	承德乾隆醉酒业有限责任公司	酒类包装产品	4,157.75	14.74	否
3	BalanceInc	化妆品包装产品	1,341.76	4.76	否
4	青海互助天佑德青稞酒股份有限公司	酒类包装产品	1,230.52	4.36	否
5	安徽古井贡酒股份有限公司	酒类包装产品	1,113.33	3.95	否
合计			13,402.82	47.51	
2019 年度					
序号	客户名称	主要销售内容	销售金额	占营业收入比例 (%)	是否存在关联关系
1	北京顺鑫农业股份有限公司牛栏山酒厂	酒类包装产品	8,658.75	24.27	否
2	承德乾隆醉酒业有限责任公司	酒类包装产品	5,398.32	15.13	否
3	青海互助天佑德青稞酒股份有限公司	酒类包装产品	3,758.30	10.53	否
4	BalanceInc	化妆品包装产品	2,468.49	6.92	否
5	小糊涂仙酒业（集团）有限公司	酒类包装产品	1,653.00	4.63	否
合计			21,936.87	61.48	

注：上表已将同一控制下相关客户的数据合并披露。

(二) 公司采购情况和主要供应商

1、采购情况

单位：万元

采购类型	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	采购金额	采购占比	采购金额	采购占比	采购金额	采购占比	采购金额	采购占比
原材料	4,545.41	34.94%	8,553.31	36.64%	4,324.69	32.34%	6,459.92	34.74%
外协加工	4,624.34	35.55%	8,717.13	37.34%	5,597.96	41.87%	6,937.75	37.31%
外购产品	3,839.70	29.51%	6,072.26	26.01%	3,448.23	25.79%	5,197.68	27.95%
合计	13,009.45	100.00%	23,342.69	100.00%	13,370.89	100.00%	18,595.35	100.00%

2、主要原材料、能源采购情况

(1) 原材料的采购情况

报告期内，发行人原材料采购的金额分别为 6,459.92 万元、4,324.69 万元、8,553.31 万元、4,545.41 万元，具体分类如下：

单位：万元

大类	细分	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主料	面纸	1,466.09	32.25%	3,032.40	35.45%	1,626.02	37.60%	2,519.08	39.00%
	底纸	1,051.34	23.13%	1,886.32	22.05%	781.20	18.06%	1,587.61	24.58%
	内托	569.94	12.54%	875.95	10.24%	385.88	8.92%	297.71	4.61%
	油墨	138.94	3.06%	269.29	3.15%	170.21	3.94%	292.43	4.53%
	小计	3,226.31	70.98%	6,063.97	70.90%	2,963.31	68.52%	4,696.82	72.71%
辅料		1,319.10	29.02%	2,489.34	29.10%	1,361.38	31.48%	1,763.10	27.29%
原材料采购金额合计		4,545.41	100.00%	8,553.31	100.00%	4,324.69	100.00%	6,459.92	100.00%

其中，发行人主料的采购数量及年均采购单价如下所示：

类型	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	数量	单价	数量	单价	数量	单价	数量	单价
面纸（万平方米，元/平方米）	773.77	1.89	1,637.21	1.85	985.25	1.65	1,733.58	1.45
底纸（万平方米，元/平方米）	189.08	3.11	354.24	3.18	185.99	2.34	401.11	2.09
内托（万个，元/个）	590.99	0.96	1,226.51	0.71	614.59	0.63	626.62	0.48
油墨（吨，万元/吨）	18.28	7.60	33.21	8.11	21.80	7.81	39.32	7.44

注：由于底纸中毛坯系供应商进行一定的机加工后形成的产品，按个交付，因此，底纸采购数量及单价中不含毛坯的相关数据。

(2) 主要能源采购情况

公司生产工序主要为印刷工序及裁切、成形等后道工序，所需的能源来源为电力。报告期内公司能耗情况具体如下：

单位：万元、万度

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
----	-----------	--------	--------	--------

	用量	金额	用量	金额	用量	金额	用量	金额
生产用电 (万度)	153.37	113.08	302.23	189.24	203.96	128.63	259.53	165.24

如上表所示，报告期内公司用电量分别为 259.53 万度、203.96 万度、302.23 万度、153.37 万度，其中 2020 年用电量减少，主要原因是 2020 年公司生产受疫情等因素影响，生产规模有所缩小，用电量随之减少。2021 年度，公司用电量较 2019 年、2020 年增加，除疫情恢复公司生产规模扩大外，2021 年公司升级后道工序自动化生产水平，部分工序由原有手工生产改为机器生产，导致当年用电量上升。

(3) 外协加工情况

报告期内，发行人外协加工费金额分别为 6,937.75 万元、5,597.96 万元、8,717.13 万元、4,624.34 万元。外协加工指发行人提供全部或部分原材料，由外协供应商提供剩余原材料并加工生产的模式。

(4) 外购产品情况

报告期内，发行人外购产品金额分别为 5,197.68 万元、3,448.23 万元、6,072.26 万元、3,839.70 万元。外购产品指供应商按照发行人的要求，向发行人销售无需进一步加工的创意包装零配件或创意包装产品。

3、报告期内前五名供应商情况

单位：万元

2022 年度 1-6 月				
序号	公司名称	主要采购内容	采购金额	采购占比
1	深圳市纸艺纸品包装有限公司	纸盒制品外协加工	919.43	7.07%
2	惠州市文兴工艺制品有限公司	木制品外协加工	793.46	6.10%
3	阜阳亿彩包装材料有限公司	纸盒制品外协加工	474.66	3.65%
4	保定旭光纸板制造有限公司	纸制品采购	464.05	3.57%
5	深圳市富裕金卡纸品有限公司	纸制品采购	423.48	3.26%
合计			3,075.09	23.64%
2021 年度				
序号	公司名称	主要采购内容	采购金额	采购占比
1	深圳市纸艺纸品包装有限公司	纸盒制品外协加工	1,286.66	5.51%
2	惠州市文兴工艺制品有限公司	木制品外协加工	1,277.16	5.47%
3	阜阳亿彩包装材料有限公司	纸盒制品外协加工	1,212.05	5.19%
4	深圳市富裕金卡纸品有限公司	纸制品采购	1,015.01	4.35%
5	保定旭光纸板制造有限公司	纸制品采购	810.10	3.47%

合计			5,600.97	23.99%
2020 年度				
序号	公司名称	主要采购内容	采购金额	采购占比
1	深圳市纸艺纸品包装有限公司	纸盒制品外协加工	1,022.57	7.65%
2	惠州市文兴工艺制品有限公司	木制品外协加工	1,020.99	7.64%
3	阜阳亿彩包装材料有限公司	纸盒制品外协加工	817.26	6.11%
4	保定市银泰纸制品包装有限公司	采购原材料、纸盒制品外协加工	531.00	3.97%
5	深圳风彩纸品包装有限公司	纸盒制品外协加工	479.64	3.59%
合计			3,871.45	28.95%
2019 年度				
序号	公司名称	主要采购内容	采购金额	采购占比
1	深圳市纸艺纸品包装有限公司	纸盒制品外协加工	1,200.54	6.46%
2	惠州市文兴工艺制品有限公司	木制品外协加工	1,126.81	6.06%
3	阜阳亿彩包装材料有限公司	纸盒制品外协加工	1,106.37	5.95%
4	深圳风彩纸品包装有限公司	纸盒制品外协加工	828.70	4.46%
5	保定市银泰纸品包装有限公司	采购原材料、纸盒制品外协加工	754.01	4.05%
合计			5,016.43	26.98%

(三) 报告期内对持续经营有重要影响的合同的基本情况

1、采购合同

发行人与主要供应商通过签署年度框架协议的模式开展合作，截至 2022 年 6 月 30 日，对持续经营有重要影响的采购合同（报告期内前五大供应商的采购框架协议）的基本情况如下：

序号	供应商名称	采购标的	合同类型
1	深圳市纸艺纸品包装有限公司	纸盒制品外协加工	年度战略合作框架协议
2	惠州市文兴工艺制品有限公司	木制品外协加工	年度战略合作框架协议
3	阜阳亿彩包装材料有限公司	纸盒制品外协加工	年度战略合作框架协议
4	深圳市富裕金卡纸品有限公司	纸制品采购	年度战略合作框架协议
5	保定旭光纸板制造有限公司	纸制品采购	年度战略合作框架协议

6	深圳风彩纸品包装有限公司	纸盒制品外协加工	年度战略合作框架协议
7	保定市银泰纸制品包装有限公司	纸盒制品外协加工	年度战略合作框架协议，2021年已不再签署年度框架协议

2、销售合同

除牛栏山酒厂、Balance Inc.外，发行人已与报告期内的前五大客户签署销售框架协议，截至2022年6月30日，与前五大客户的销售框架协议基本情况如下：

序号	客户名称	合同主要内容	合同履行期限	截至2022年6月30日合同履行情况
1.	承德乾隆醉酒业有限责任公司	标的、价格、订单、交货、检验及收货、付款、包装、品质、知识产权使用、保密、违约责任等	2022.03.04-2025.03.03	正在履行
2.	青海互助天佑德青稞酒股份有限公司	标的物名称、规格、单价、质量标准、包装、合同期限、交货时间及地点、货物运输及运费承担、货物检验及标准、价款支付时间及方式、违约责任、争议解决等	2022.01.01-2022.12.31	正在履行
3.	安徽古井贡酒股份有限公司	产品名称、规格、数量、单价、质量和技术要求、加工过程、包装标准、供货方式、验收、结算方式、知识产权保护、违约责任等	2022.07.01-2023.06.30（注1）	正在履行
4.	贵州省仁怀市茅台镇云峰酒业有限公司	质量和技术标准、订单、包装标准、交货、运输、验收、价格构成、结算、质量保证期、加工生产要求、保密、知识产权、违约责任、争议解决等	2021.08.01-2022.07.31（注2）	正在履行
5.	Balance Inc.	产品标识、数量、交期、运输说明和运输地址、装运和交付、包装、质量标准、验收、发票、适用法律、争议解决等	2022.01.25-2024.01.25	正在履行

注1：公司与安徽古井贡酒股份有限公司于2022年6月30日签署了新的协议，协议约定的产品购销期间为2022年7月1日至2023年6月30日。

注2：公司与贵州省仁怀市茅台镇云峰酒业有限公司的框架协议到期后，新协议尚未签署。

报告期内，发行人与牛栏山酒厂合作主要以一般订单的方式进行。报告期内，发行人与牛栏山酒厂签署的金额在1,000.00万元以上的订单情况如下表所示：

序号	客户	销售内容	合同金额 (万元)	合同日期	履行情况
1	牛栏山酒厂	牛栏山白酒包装盒、手袋、箱等	1,644.21	2019.7.11	履行完毕
2	牛栏山酒厂	牛栏山白酒包装盒、手袋、箱等	1,459.85	2019.1.16	履行完毕
3	牛栏山酒厂	牛栏山白酒包装盒、手袋、箱等	1,168.52	2019.9.10	履行完毕
4	牛栏山酒厂	牛栏山白酒包装盒、手袋、箱等	1,126.86	2020.7.20	履行完毕

3、授信合同、借款合同及相关担保合同

截至 2022 年 6 月 30 日，公司正在履行的授信合同、借款合同及相关担保合同的情况如下：

序号	借款人	授信合同	担保合同	借款合同/银行 承兑协议	授信额 度(万 元)	银行承 兑汇票/ 借款金 额(万 元)	借款期限/ 授信期限
1	发行人	发行人与工商银行深圳罗湖支行于 2021 年 7 月 5 日签订的《总授信融资合同》	赵国义与工商银行深圳罗湖支行分别于 2020 年 6 月 23 日、2020 年 8 月 20 日签订的编号为 0400000002-2020 年罗湖（保）字 0030 号《最高额保证合同》、编号为 0400000002-2020 年罗湖（抵）字 0091 号《最高额抵押合同》 发行人与工商银行深圳罗湖支行于 2021 年 7 月 22 日签订的编号为 0400000002-2021 年罗湖（质）字 0072 号《质押合同》（质押物：单位定期存单）	发行人与工商银行深圳罗湖支行分别于 2021 年 12 月 24 日、2021 年 7 月 30 日签订的编号为 0400000002-2021（承兑协议）00117 号的《银行承兑协议》、编号为 0400000002-2021（承兑协议）0058 号的《银行承兑协议》	4,000	2,525.28 (应付 票据余 额)	2021.07.05 - 2022.07.31
2	发行人	发行人与招商银行深圳分行于 2021 年 10 月 18 日签订的编号为 755XY2021034371 的《授信协议》	赵国义与招商银行深圳分行于 2021 年 10 月 18 日签订的编号为 755XY2021034371 的《最高额抵押合同》及其于同日出具的编号为 755XY2021034371	发行人与招商银行深圳分行于 2021 年 9 月 22 日签订的编号为 755XY20200319806 的《国内信用证开证合作协议》	3,000	1,001.00 (信用 证)	2021.12.28 - 2022.10.22

			01 的《最高额不可撤销担保书》				
3	发行人	发行人与深圳市高新投小额贷款有限公司于 2021 年 10 月 26 日签订的编号为 X202102397 的《授信额度合同》	深圳市高新投融资担保有限公司与发行人于 2021 年 10 月 26 日签订的编号为 A202106141-01 的《担保协议书》，就上述担保，赵国义及其配偶与深圳市高新投融资担保有限公司于 2021 年 10 月 26 日签订的编号为保证 A202106141-01 的《反担保保证合同（个人）》 发行人与深圳市高新投小额贷款有限公司于 2021 年 10 月 26 日签订的编号为 X202102397 的《最高额质押合同》 赵国义及其配偶与深圳市高新投小额贷款有限公司于 2021 年 10 月 26 日签订的编号为保证 X202102397 的《最高额保证合同》	发行人与深圳市高新投小额贷款有限公司于 2021 年 10 月 26 日签订的编号为借 X202102397 的《单项借款合同》	3,000	3,000	2021.10-2022.10
4	发行人	发行人与中国银行深圳市分行于 2021 年 9 月 27 日签订的编号为 2021 圳中银罗额协字第 7000129 号的《授信额度协议》	赵国义与中国银行深圳市分行于 2021 年 9 月 27 日签订的编号为 2021 圳中银罗普保字第 000203 号《最高额保证合同》		1,000	-	2021.9.27-2022.8.30

4、设备采购合同

报告期内，发行人及其子公司合同金额超过 500 万元的机器设备采购合同情况如下：

序号	采购方	供应方名称	采购标的	合同金额（万元）	签订日期
----	-----	-------	------	----------	------

1	惠州柏星龙	海德堡印刷设备（北京）有限公司深圳分公司	胶印机	1,475.00	2021.06.23
---	-------	----------------------	-----	----------	------------

5、项目用地开发建设协议

2021年7月20日，惠州柏星龙与惠州仲恺高新技术产业开发区惠南高新科技产业园管理委员会签署了《惠南高新科技产业园用地开发建设协议书》，就惠州柏星龙持有土地使用权的惠府国用（2012）第13021250003号《国有土地使用权证》项下项目用地，惠州仲恺高新技术产业开发区惠南高新科技产业园管理委员会允许惠州柏星龙分两期建设，惠州柏星龙承诺自协议生效之日起（即2021年7月20日）6个月内开工建设，第二期工程惠州仲恺高新技术产业开发区惠南高新科技产业园管理委员会同意惠州柏星龙视企业经营情况另行申报建设；惠州柏星龙的履约保证金为30万元。

惠州仲恺高新技术产业开发区惠南高新科技产业园管理委员会于2022年4月19日出具了惠南委函[2022]38号《惠南高新科技产业园管理委员会关于惠州柏星龙包装有限公司建设项目申请延期开工的复函》，函复“贵公司《关于项目土地延期开发的申请》收悉。经研究，同意贵公司将开工时间延期至2022年7月份开工建设”。

6、合作协议

2021年7月13日，发行人与山西贾家庄腾飞旅游开发有限公司、山西美宴嘉坊酒业有限公司签署了《投资合作框架协议》，约定三方共同投资设立山西柏星龙，经营期限为20年；自山西柏星龙注册之日起，由山西贾家庄腾飞旅游开发有限公司委托第三方公司建设厂房，厂房所有权归第三方公司，待厂房建设完毕后由山西贾家庄腾飞旅游开发有限公司出租给山西柏星龙使用，山西柏星龙将承担承租后室内装修费用；前10年的厂房租赁价格为每年50万元，山西柏星龙在第三方公司建设厂房之前预付2年租金，待厂房建设完成且具备交付条件后，山西柏星龙再向其支付前10年租期余下8年租金。

四、 关键资源要素

(一) 产品或服务所使用的主要技术情况

1、核心技术情况

公司主要通过自主研发设计形成技术储备，经过长期自主研发，公司积累了多项核心技术，主要核心技术具体情况如下：

序号	名称	技术概要	创新方式	所处阶段	应用产品	技术来源	对应的专利、软件著作权
1	烫金技术	主要包括立体烫金技术、纹理烫金技术、3D动态烫印技术。立体烫金技术是通过丝印与烫金的配合使用，技术应用产品表面既有浮雕般的立体层次肌理效果，同时又有金属立体质感，使图文跃然而出，带来强烈的视觉冲击力。纹理烫金技术是通过将随机拉丝纹设计元素与烫金工艺结合，运用到包装上的文字或图案线条设计的工艺规划中；与常规的简单填纹设计不同，纹理烫金设计的纹理粗细形式随机变化，而且排布方式根据图文的线条走向排布，细节上层次高低不同。3D动态烫印技术是全息技术和膜材的整合技术方案，通过和技术应用产品平面上实现 3D 立体效果，在不同视角观察，二维静态图文会转变为三维动态空间视觉效果，形成纵深的立体景深感，动态立体。	原始创新	大批量生产	酒包装产品等	自主研发	立体烫金方法-200910190392.1 高光泽立体烫金方法- 201110456103.5
2	3D 悬浮微纳防伪技术	技术采用激光刻写、全息技术、电子束、超精密数控加工等精细加工技术，结合微透镜阵列技术，在微透镜材料上形成数码编制的微纳米结构，由此产生光的折射、衍射等光学现象，呈现动感的立体悬浮图文。原创文件及生产设备精度技术要求高，难以仿制，从而产生防伪效果，新的防伪标识可以让消费	原始创新	小批量生产	酒包装产品等	自主研发	一种具有变化效果的防伪标识-201920420178X

		者易识别，同时具备二线防伪检验功能，提升产品同行的仿制难度。					
3	UV 数码浮雕立体肌理技术	采用高浮雕肌理数码增效工艺设备生产技术，通过微电流控制电磁阀喷射出微米级油墨颗粒，UV 油墨聚集并瞬间 UV 固化，层层堆积形成立体浮雕；结合油墨的呈色和表面质感效果的设计，以及喷印网点的排布与实际呈现效果之间的关联性，提高包装本身的表面装饰效果，使包装更具有个性化突出亮点。	引进消化吸收再创新	小批量生产	公司各类包装产品	自主研发	-
4	多段变色烫印箔技术	多段变色烫金工艺烫金后正面视图和普通烫金纸一样，转换角度后会变化出不同颜色，色泽绚丽。多段变色烫印箔技术主要系在基膜层上形成剥离层；将感光材料制成粘性涂料涂布在剥离层表面，并制作模版进行压制，形成表面凹凸不平的感光层；在感光层表面上形成铝层；将软硬树脂添加助剂和光变粉末混合后，烫印在铝层表面上形成功能层。用感光物质材料替代普通颜料，在印刷品正面保持本身颜色效果，而表面凹凸不平的感光层能够在不同角度光源折射后变化成不同的颜色效果。	集成创新	大批量生产	公司各类包装产品	自主研发	一种具有感光多段变色防伪标识的水转移花纸-201921149309.1
5	内置防伪扣技术	防伪装置包括扣插件及扣合件，在扣插件及扣合件上分别设有倒钩及卡钩，倒钩及卡钩形成相互啮合的卡扣联接，在扣插件及扣合件上与倒钩及卡钩同侧分别凸设卡接装置，卡接装置分别与扣插件及扣合件固定连接。扣插件安装在包装盒盖上，扣合件安装在包装盒体上，在包装盒上设置有开槽部，倒钩及卡钩通过开槽部进入到包装盒内，卡接装置卡接在开槽部内。当盒盖与盒体闭合时，卡扣联接在包装盒内进行啮合，具有隐蔽性，不影响包装盒整体的完整、美观。而且，上述防伪装置及其包装盒一旦被开启并破坏后，包装盒则无法再用，可有效防止利用使用过的包装盒进行造假的侵权行为。	原始创新	大批量生产	酒包装产品等	自主研发	-
6	防伪拉扣技术	防伪扣包括插销及扣底，插销穿设于第一通孔中，于插销上设有若干相互平行的凹槽，扣底安装在盒座上对应连接片的位置处，其上具有第二通孔，于第二通孔的周缘处延伸出若干弹性扣爪，插销穿设于第二通孔中，并且弹性扣爪的端部卡设于插	原始创新	大批量	酒包装产品等	自主研发	-

		销的凹槽内。上述包装盒的防伪扣安装简单方便，开启包装盒时，拉出插销，通过插销上的凹槽拉动扣底来破坏盒盖，使连接片沿撕裂缝拉开，操作非常方便，包装盒一旦被开启后，不能再次使用，可有效防止造假侵权行为。		生产			
7	异形盒自动化设备改良技术	原有的多边形盒型，只能手工成型，效率低，不良率高。公司将自动化设备进行改进，调整模具和机械手包法，使自动化设备能够批量生产六边形八边形等异形盒。有效提高生产效率及降低不良率。	原始创新	大批量生产	酒包装产品等	自主研发	制作多重防伪异形盒的模具-202021209699.X 多重防伪异形盒- 202021208835.3
8	内部缓冲结构技术	将包装内部的发泡胶或吸塑通过纸板或坑纸折叠组合成型，效率高，稳定性强，同时取代发泡胶和盒盖吸塑，成本低且环保易于回收	原始创新	大批量生产	酒包装产品等	自主研发	一种包装盒的固定缓冲装置-201220525200.5 一种包装盒固定缓冲结构-201721278850.3
9	组合封装盒型技术	该组合式包装盒包括：箱体、及扣设于该箱体上下两端的上、下底座,箱体为由数块芯板围成的闭合壳体,数块芯板内侧上下两端均凸设有抵扣板，上、下底座均包括一矩形盖板、围绕该盖板四周垂直设置的挡板、及环设于该挡板内侧的数片卡扣板，该卡扣板上均设有数个扣钩，每一挡板与其对应的卡扣板之间形成一卡槽，箱体上下两端分别嵌设于上、下底座的卡槽内，卡扣板与抵扣板相抵靠，数个扣钩紧扣于抵扣板的端部，从而将箱体与上、下底座一次性永久封装为一体。通过结构的设计与材料的结合应用，可实现包装盒底座与箱体正常组合一次性永久封装，一旦被开启后，包装盒则不能再次使用，可有效防止利用使用过的包装盒进行造假的侵权行为，还可以解决包装盒变形的问题。	原始创新	大批量生产	酒包装产品等	自主研发	组合式一次性包装盒及其制作方法- 201010199728.3
10	立体晶彩技术	为光学特种油墨的技术应用方案，通过丝印-磁化-UV 等多种工艺结合，做出立体幻影效果；颜色可随视角变换呈变色效果，光影轮动变换，图文立体生动，富有冲击力及防伪性高的特点。	引进消化吸收	小批量	公司各类包装产品	自主研发	-

			再 创 新	生 产			
11	定位 V 槽卡盒 技术	将模切好的面纸与基板进行对位贴合，然后使用纸板 V 槽机在所述基板上开设数道 V 形槽，形成由所述数道 V 形槽间隔而成的数个面板、及数个侧板，其中，接合面板具有形状与接合侧板形状相一致的开口；再然后沿 V 形槽翻折侧板与面板，形成盒体，此时所述接合侧板刚好伸入所述接合面板的开口内，面纸覆盖该接合侧板与接合面板的对接处，从而所制作的包装盒的接口处，仅存在一层面纸厚度的断差，而包装盒的弯折处规整流畅，具有楞的外角，所制作的包装盒整体结构合理，外形美观，且制作方法简单，生产效率高。	原 始 创 新	大 批 量 生 产	酒 包 装 产 品 等	自 主 研 发	包 装 盒 的 制 作 方 法- 201610860526.6 纸 板 V 槽 机- 201610860505.4

2、核心技术产品收入占营业收入的比例

公司核心技术已广泛应用于公司各类包装产品的生产中，具体如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年
核心技术产品收入	23,044.97	38,954.74	25,001.52	33,317.78
营业收入	24,637.56	42,634.73	28,207.65	35,682.17
核心技术产品占营业收入的比例	93.54%	91.37%	88.63%	93.37%

(二) 业务资质、资格及认证证书

截至 2022 年 6 月 30 日，公司已取得如下资质或资格：

序号	持有人	证书名称	证书编号	发证机构	有效期限
----	-----	------	------	------	------

1	发行人	高新技术企业证书	GR202044203581	深圳市科技创新委员会、 深圳市财政局、国家税务 总局深圳市税务局	2020.12.11-2023.12.10
2	发行人	进出口货物收发货人	4453069870	福中海关	长期
3	惠州柏星龙	《排污许可证》	91441300597444359R001P	惠州市生态环境局	2022.6.21-2027.6.20
4	惠州柏星龙	《印刷经营许可证》	粤印证字第 4413001276 号	惠州市新闻出版局	2021.03.04-2025.12.31
5	发行人	质量管理体系认证证 书	00920Q10096R0M	长城（天津）质量保证中 心	2020.01.14-2023.01.13
6	惠州柏星龙	质量管理体系认证证 书	27322Q20386R1M	中认证有限公司	2022.6.23-2025.7.17
7	惠州柏星龙	SA8000 管理体系认证 证书	CN-SA-190040	泛标技术服务有限公司	2019.09.19-2022.09.18
8	惠州柏星龙	职业健康安全管理体系 认证证书	064-21-S-1606-R0-M	北京思坦达尔认证中心	2021.04.29-2024.04.28
10	贵州柏星龙	《印刷经营许可证》	（黔）印证字 526070016 号	毕节市新闻出版局颁	2022.5.23-2025.5.23

（三）发行人的特许经营权

截至本招股说明书签署日，公司未拥有特许经营权。

（四）对主要业务有重大影响的主要固定资产、无形资产等情况

公司主要固定资产为房屋及建筑物、机器设备、运输设备、办公设备等，无形资产主要为土地使用权、外购软件、专利、软件著作权、商标、域名等。具体情况如下：

1、主要固定资产情况

截至 2022 年 6 月 30 日，公司主要固定资产情况如下：

单位：万元

项目	账面原值	累计折旧	账面净值	成新率
房屋及建筑物	3,273.26	1,393.29	1,879.96	57.43%
机器设备	7,237.84	3,338.80	3,895.08	53.82%
运输工具	700.60	386.20	314.40	44.88%
办公设备及其他	998.91	602.47	396.44	39.69%
合计	12,210.60	5,720.76	6,485.88	53.12%

(1) 房屋及建筑物

截至 2022 年 6 月 30 日，公司拥有的房屋及建筑物具体如下：

序号	权利人	房屋产权证编号	房屋建筑面积 (m ²)	用途	房屋坐落
1	惠州柏星龙	粤房地权证惠州字第 1100132261 号	10,856.93	厂房、办公	惠州市惠澳大道惠南高新科技产业园松柏路 2 号厂房 (1 号楼)
2	惠州柏星龙	粤房地权证惠州字第 1100132492 号	5,564.30	厂房、泵房、消防水池	惠州市惠澳大道惠南高新科技产业园松柏路 2 号厂房 (2 号楼)
3	惠州柏星龙	粤房地权证惠州字第 1100132491 号	3,873.783	宿舍、食堂、活动室	惠州市惠澳大道惠南高新科技产业园松柏路 2 号集体宿舍楼

截至 2022 年 6 月 30 日，上述房屋所有权不存在抵押、查封、异议的情形。

(2) 房屋租赁情况

截至 2022 年 6 月 30 日，公司及其子公司承租的生产与办公用房共计 5 处，具体情况如下：

序号	承租方	出租方	房地产位置	用途	租金	面积 (m ²)	租赁期限
1	发行人		罗湖投资控股大厦裙楼 601 单元，1 座 11 层整层		344,544.48 元/月	7,031.52	2019.11.01-2021.03.31

		深圳市罗湖投资控股有限公司		办公/研发	4292,206.40元/月		2021.04.01-2023.03.31
2	惠州柏星龙	惠州市龙鼎盛电力科技有限公司	惠州市惠澳大道惠州数码工业园南区广泰路20号B栋4楼整层	仓储	30,104.00元/月	-	2021.07.02-2023.07.01
3	贵州柏星龙	金沙经济开发区产业投资有限公司	贵州金沙经济开发区电子信息产业园C区第13、14、15、16栋标准化厂房	生产	免租金	28,179.04	2021.08.01-2026.07.31
4	美国柏星龙	R.Industrial,Inc.	SuiteA186,17588RowlandStreet,CityofIndustry,CA91748	办公	1,017 美元/月	约 109.42	2021.03.01-2022.12.31
5	四川柏星龙	成都海瑞斯科科技有限公司	成都市高新区吉庆一路176号1栋901号	办公	21,760元/月	272.00	2022.03.05-2023.11.14
6	惠州柏星龙	承德乾隆醉酒业有限责任公司	承德县下板城镇板城食品工业园区一号	仓库	150,000.00元/年	4,000.00	2020.09.01-2023.08.31

2、主要无形资产情况

(1) 土地使用权

截至2022年6月30日，公司拥有1项土地使用权，具体情况如下：

序号	权利人	证书编号	土地坐落	宗地面积 (m ²)	用途	终止日期
1	惠州柏星龙	惠府国用(2012)第13021250003号	惠州市惠澳大道惠南高新科技产业园松柏路2号	37,062.00	工业	2054年11月1日

截至2022年6月30日，上述土地使用权不存在抵押、查封、异议的情形。

(2) 专利

截至 2022 年 6 月 30 日，公司及其子公司拥有已授权的专利 157 项，其中，发明专利 13 项、实用新型专利 59 项、外观设计 85 项，具体情况如下：

序号	专利名称	专利权人	专利号	类型	专利申请日	取得方式	他项权利
1	立体烫金方法	发行人	ZL200910190392.1	发明	2009.09.23	原始取得	无
2	具有多用途底座的包装盒及其制作方法	发行人	ZL201010199724.5	发明	2010.06.12	原始取得	无
3	组合式一次性包装盒及其制作方法	发行人	ZL201010199728.3	发明	2010.06.12	原始取得	无
4	高光泽立体烫金方法	发行人	ZL201110456103.5	发明	2011.12.30	原始取得	无
5	浮雕布纹的制作方法	发行人	ZL201210584881.7	发明	2012.12.28	原始取得	无
6	微珠装饰的制作方法	发行人	ZL201210587447.4	发明	2012.12.28	原始取得	无
7	浮雕烫金工艺	发行人	ZL201210585476.7	发明	2012.12.28	原始取得	无
8	防伪包装盒	发行人	ZL201310740232.6	发明	2013.12.27	原始取得	无
9	冷烫工艺及用于该工艺的 UV 胶	发行人	ZL201310746869.6	发明	2013.12.30	原始取得	无
10	纸板 V 槽机	发行人	ZL201610860505.4	发明	2016.09.28	原始取得	无
11	包装盒的制作方法	发行人	ZL201610860526.6	发明	2016.09.28	原始取得	无
12	烫金膜及其制作工艺、解码片及	发行人	ZL201910308542.8	发明	2019.04.17	原始取得	无

	其制作工艺、防伪解码方法						
13	立体彩粉印刷方法（注）	惠州柏星龙	ZL201010227264.2	发明	2010.07.15	原始取得	无
14	一种包装盒的固定缓冲装置	发行人	ZL201220525200.5	实用新型	2012.09.28	原始取得	无
15	一种推拉结构的包装盒	发行人	ZL201320201988.9	实用新型	2013.04.19	原始取得	无
16	一种带防伪结构的包装盒	发行人	ZL201320870202.2	实用新型	2013.12.26	原始取得	无
17	包装盒折叠缓冲结构	发行人	ZL201420205696.7	实用新型	2014.04.24	原始取得	无
18	一种折叠卡盒	发行人	ZL201420258373.4	实用新型	2014.05.20	原始取得	无
19	一种包装盒的支撑件及包装盒	发行人	ZL201521061461.6	实用新型	2015.12.17	原始取得	无
20	一种图案可变换的包装盒及包装盒结构	发行人	ZL201521073624.2	实用新型	2015.12.21	原始取得	无
21	一种包装及展示结构	发行人	ZL201521070547.5	实用新型	2015.12.21	原始取得	无
22	一种包装盒	发行人	ZL201620546894.9	实用新型	2016.06.06	原始取得	无
23	一种可折叠的包装盒	发行人	ZL201620539848.6	实用新型	2016.06.06	原始取得	无
24	一种组合式防伪卡扣	发行人	ZL201620825430.1	实用新型	2016.08.01	原始取得	无
25	方便运输的包装盒	发行人	ZL201720511794.7	实用新型	2017.05.08	原始取得	无

26	锁紧装置和防伪包装盒	发行人	ZL201720510668.X	实用新型	2017.05.08	原始取得	无
27	一种防伪锁扣及其盒子	发行人	ZL201721278825.5	实用新型	2017.09.29	原始取得	有
28	一种斜坡固定式包装盒缓冲结构	发行人	ZL201721276966.3	实用新型	2017.09.29	原始取得	无
29	一种多固定点的包装盒缓冲结构	发行人	ZL201721278848.6	实用新型	2017.09.29	原始取得	无
30	一种包装盒固定缓冲结构	发行人	ZL201721278850.3	实用新型	2017.09.29	原始取得	无
31	防掉底包装盒	发行人	ZL201820437859.2	实用新型	2018.03.29	原始取得	有
32	带提拉结构的包装盒	发行人	ZL201820631975.8	实用新型	2018.04.28	原始取得	无
33	一种自动开关灯盒	发行人	ZL201821765925.5	实用新型	2018.10.29	原始取得	无
34	一种抽拉卡盒	发行人	ZL201821778051.7	实用新型	2018.10.29	原始取得	无
35	一种提拉自动开启闭合展示盒	发行人	ZL201821765998.4	实用新型	2018.10.29	原始取得	无
36	一种具有变化效果的防伪标识	发行人	ZL201920420178.X	实用新型	2019.03.29	原始取得	无
37	书本盒	发行人	ZL201920533488.2	实用新型	2019.04.18	原始取得	无
38	一种包装盒内盒	发行人	ZL201922352693.1	实用新型	2019.12.24	原始取得	无
39	一种多边形V槽盒	发行人	ZL201922352673.4	实用新型	2019.12.24	原始取得	无
40	一种展示装置	发行人	ZL202020101654.4	实用新型	2020.01.16	原始取得	无
41	一种包装盒	发行人	ZL202020091725.7	实用新型	2020.01.16	原始取得	无

42	一种带有旋转防伪结构的瓶盖	发行人	ZL202020323491.4	实用新型	2020.03.16	原始取得	无
43	一种模拟自动贩卖机的包装盒	发行人	ZL202021191623.9	实用新型	2020.06.23	原始取得	无
44	防伪异形盒内胆封盖	发行人	ZL202021209574.7	实用新型	2020.06.23	原始取得	无
45	多重防伪异形盒	发行人	ZL202021208835.3	实用新型	2020.06.23	原始取得	无
46	一种自锁底包装盒	发行人	ZL202021188615.9	实用新型	2020.06.23	原始取得	无
47	制作多重防伪异形盒的模具	发行人	ZL202021209699.X	实用新型	2020.06.23	原始取得	无
48	一种展示包装盒及双开展示包装盒	发行人	ZL202021626047.6	实用新型	2020.08.06	原始取得	无
49	一种抽拉开关式眼影粉盘盒	发行人	ZL202022050137.1	实用新型	2020.09.18	原始取得	无
50	一种可翻阅可更换的多层粉盘盒	发行人	ZL202022064468.0	实用新型	2020.09.18	原始取得	无
51	一种多边开门的展示礼盒	发行人	ZL202022074953.6	实用新型	2020.09.21	原始取得	无
52	一种双开式抽屉礼盒	发行人	ZL202022378064.9	实用新型	2020.10.22	原始取得	无
53	一种抽拉式眼影粉盘盒	发行人	ZL202022825782.6	实用新型	2020.11.30	原始取得	无
54	一种多功能展示包装盒	发行人	ZL202022887665.2	实用新型	2020.12.04	原始取得	无
55	一种一体成型包装盒	发行人	ZL202023020971.2	实用新型	2020.12.15	原始取得	无

56	一种手提包装盒	发行人	ZL202023024909.0	实用新型	2020.12.15	原始取得	无
57	一种抽拉式包装盒	发行人	ZL202023026282.2	实用新型	2020.12.15	原始取得	无
58	一种双开卡盒	发行人	ZL202023024910.3	实用新型	2020.12.15	原始取得	无
59	一种扣合式折叠包装盒	发行人	ZL202023230085.2	实用新型	2020.12.28	原始取得	无
60	一种展示包装盒	发行人	ZL202120539053.6	实用新型	2021.03.15	原始取得	无
61	一种具有防伪标识的转移贴花纸	惠州柏星龙	ZL201921149341.X	实用新型	2019.07.19	原始取得	无
62	一种具有感光多段变色防伪标识的水转移花纸	惠州柏星龙	ZL201921149309.1	实用新型	2019.07.19	原始取得	无
63	一种防伪扣以及包装盒	惠州柏星龙	ZL201921625673.0	实用新型	2019.09.26	原始取得	无
64	包装盒（鱼里）	发行人	ZL201530303423.6	外观设计	2015.08.13	原始取得	无
65	包装盒（乌茶）	发行人	ZL201530303778.5	外观设计	2015.08.13	原始取得	无
66	包装罐（柠檬茶）	发行人	ZL201530303842.X	外观设计	2015.08.13	原始取得	无
67	包装盒（竹叶青）	发行人	ZL201530303409.6	外观设计	2015.08.13	原始取得	无
68	包装盒(上茶方盒)	发行人	ZL201530303635.4	外观设计	2015.08.13	原始取得	无
69	包装盒(上茶长方盒)	发行人	ZL201530303742.7	外观设计	2015.08.13	原始取得	无
70	包装盒（龙印1）	发行人	ZL201530303904.7	外观设计	2015.08.13	原始取得	无

71	包装盒（洋仔）	发行人	ZL201530303329.0	外观设计	2015.08.13	原始取得	无
72	包装盒（李小浓）	发行人	ZL201530303840.0	外观设计	2015.08.13	原始取得	无
73	包装盒（京酒）	发行人	ZL201530303818.6	外观设计	2015.08.13	原始取得	无
74	包装盒（私房酒）	发行人	ZL201530303711.1	外观设计	2015.08.13	原始取得	无
75	包装盒(上茶圆筒盒)	发行人	ZL201530304021.8	外观设计	2015.08.13	原始取得	无
76	包装盒（高原雪山）	发行人	ZL201530303767.7	外观设计	2015.08.13	原始取得	无
77	包装瓶（天使）	发行人	ZL201530501989.X	外观设计	2015.12.04	原始取得	无
78	包装瓶（洋仔红）	发行人	ZL201530502383.8	外观设计	2015.12.04	原始取得	无
79	包装瓶（洋仔蓝）	发行人	ZL201530502526.5	外观设计	2015.12.04	原始取得	无
80	包装盒（洋仔红）	发行人	ZL201530502406.5	外观设计	2015.12.04	原始取得	无
81	包装盒（天使）	发行人	ZL201530502577.8	外观设计	2015.12.04	原始取得	无
82	包装盒（洋仔蓝）	发行人	ZL201530501977.7	外观设计	2015.12.04	原始取得	无
83	包装盒（魔鬼）	发行人	ZL201530502315.1	外观设计	2015.12.04	原始取得	无
84	包装瓶	发行人	ZL201630117763.4	外观设计	2016.04.11	原始取得	无
85	包装盒（4）	发行人	ZL201630336242.8	外观设计	2016.07.21	原始取得	无
86	包装盒（老徽章）	发行人	ZL201630336156.7	外观设计	2016.07.21	原始取得	无

87	包装盒（沙龙）	发行人	ZL201630336207.6	外观设计	2016.07.21	原始取得	无
88	包装盒（酿酒造物）	发行人	ZL201630336113.9	外观设计	2016.07.21	原始取得	无
89	包装盒（点线面牡丹）	发行人	ZL201630335933.6	外观设计	2016.07.21	原始取得	无
90	包装盒（红星装）	发行人	ZL201630335912.4	外观设计	2016.07.21	原始取得	无
91	包装盒（生态一抹绿）	发行人	ZL201630335904.X	外观设计	2016.07.21	原始取得	无
92	包装盒（牡丹）	发行人	ZL201630336164.1	外观设计	2016.07.21	原始取得	无
93	包装盒（匠心酿造）	发行人	ZL201630336225.4	外观设计	2016.07.21	原始取得	无
94	包装盒（民国风）	发行人	ZL201630335968.X	外观设计	2016.07.21	原始取得	无
95	包装盒（橡木桶酒）	发行人	ZL201630335948.2	外观设计	2016.07.21	原始取得	无
96	包装盒（2）	发行人	ZL201630427666.5	外观设计	2016.08.26	原始取得	无
97	包装盒（雁）	发行人	ZL201630427237.8	外观设计	2016.08.26	原始取得	无
98	包装瓶（鱼）	发行人	ZL201630427684.3	外观设计	2016.08.26	原始取得	无
99	包装瓶（雁）	发行人	ZL201630427685.8	外观设计	2016.08.26	原始取得	无
100	包装盒	发行人	ZL201630427669.9	外观设计	2016.08.26	原始取得	无
101	包装盒（鱼）	发行人	ZL201630427229.3	外观设计	2016.08.26	原始取得	无
102	包装盒（5）	发行人	ZL201630464002.6	外观设计	2016.09.07	原始取得	无
103	包装瓶（3）	发行人	ZL201630464020.4	外观设计	2016.09.07	原始取得	无

104	包装瓶 (5)	发行人	ZL201630463999.3	外观设计	2016.09.07	原始取得	无
105	包装瓶	发行人	ZL201630463998.9	外观设计	2016.09.07	原始取得	无
106	包装盒 (3)	发行人	ZL201630464064.7	外观设计	2016.09.07	原始取得	无
107	包装盒 (4)	发行人	ZL201630464003.0	外观设计	2016.09.07	原始取得	无
108	包装瓶 (2)	发行人	ZL201630464088.2	外观设计	2016.09.07	原始取得	无
109	包装瓶 (4)	发行人	ZL201630464017.2	外观设计	2016.09.07	原始取得	无
110	包装盒 (3)	发行人	ZL201730179921.3	外观设计	2017.05.16	原始取得	无
111	包装盒 (2)	发行人	ZL201730180564.2	外观设计	2017.05.16	原始取得	无
112	包装盒 (熊猫黑米酒)	发行人	ZL201730652203.3	外观设计	2017.12.19	原始取得	无
113	包装盒 (孔雀开屏酒)	发行人	ZL201730653208.8	外观设计	2017.12.19	原始取得	无
114	红酒瓶贴 (数字)	发行人	ZL201730652701.8	外观设计	2017.12.19	原始取得	无
115	包装盒 (花开敦煌)	发行人	ZL201730652321.4	外观设计	2017.12.19	原始取得	无
116	酒瓶 (红星鸡尾酒)	发行人	ZL201730652705.6	外观设计	2017.12.19	原始取得	无
117	包装盒 (竹叶青酒)	发行人	ZL201730665564.1	外观设计	2017.12.19	原始取得	无
118	包装盒 (鱼酒)	发行人	ZL201730665620.1	外观设计	2017.12.19	原始取得	无
119	包装盒 (山水意境)	发行人	ZL201730665574.5	外观设计	2017.12.19	原始取得	无
120	包装盒 (黄鹤楼)	发行人	ZL201730652690.3	外观设计	2017.12.19	原始取得	无

121	包装盒（光影戏）	发行人	ZL201730655755.X	外观设计	2017.12.20	原始取得	无
122	酒瓶（牛栏山未来系列）	发行人	ZL202030041954.3	外观设计	2020.01.21	原始取得	无
123	包装套件（凤芽新贵·功夫红茶）	发行人	ZL202030685483.X	外观设计	2020.11.12	原始取得	无
124	包装瓶（竹叶青·竹叶酒）	发行人	ZL202130262708.5	外观设计	2021.04.30	原始取得	无
125	包装盒（万象滇红）	发行人	ZL202130261371.6	外观设计	2021.04.30	原始取得	无
126	包装套件（竹叶青）	发行人	ZL202130324675.2	外观设计	2021.05.28	原始取得	无
127	包装盒（竹叶青酒）	发行人	ZL202130324354.2	外观设计	2021.05.28	原始取得	无
128	包装套件（天佑德酒）	发行人	ZL202130324727.6	外观设计	2021.05.28	原始取得	无
129	包装套件（天佑德生态酒）	发行人	ZL202130324756.2	外观设计	2021.05.28	原始取得	无
130	包装组件（景阳春）	发行人	ZL202130323712.8	外观设计	2021.05.28	原始取得	无
131	展示盒（翻盖升降）	发行人	ZL202130373908.8	外观设计	2021.06.17	原始取得	无
132	包装盒（齿留鲜）	发行人	ZL202130373902.0	外观设计	2021.06.17	原始取得	无
133	包装盒（抽屉百页窗盒）	发行人	ZL202130373911.X	外观设计	2021.06.17	原始取得	无
134	包装盒（龙印喜酒）	发行人	ZL202130373876.1	外观设计	2021.06.17	原始取得	无

135	包装盒（私藏庄园）	发行人	ZL202130373865.3	外观设计	2021.06.17	原始取得	无
136	包装盒（双开花开盒）	发行人	ZL202130373815.5	外观设计	2021.06.17	原始取得	无
137	包装盒（上上若美）	发行人	ZL202130373900.1	外观设计	2021.06.17	原始取得	无
138	包装盒（和酒灯笼）	发行人	ZL202130373878.0	外观设计	2021.06.17	原始取得	无
139	包装盒（黑白电视机香薰）	发行人	ZL202130373872.3	外观设计	2021.06.17	原始取得	无
140	包装套件（年年有余）	发行人	ZL202130401329.X	外观设计	2021.06.28	原始取得	无
141	包装盒（宁十味）	发行人	ZL202130480111.8	外观设计	2021.07.27	原始取得	无
142	包装盒（板城烧锅.明月珍藏版）	发行人	ZL202130480106.7	外观设计	2021.07.27	原始取得	无
143	包装瓶（板城烧锅.明月珍藏版）	发行人	ZL202130480139.1	外观设计	2021.07.27	原始取得	无
144	包装瓶（美肌时刻.运动护肤套装）	发行人	ZL202130479605.4	外观设计	2021.07.27	原始取得	无
145	包装盒（竹筒）	发行人	ZL202130479587.X	外观设计	2021.07.27	原始取得	无
146	酒瓶（天佑德青稞酒—石头记）	发行人	ZL202130479278.2	外观设计	2021.07.27	原始取得	无
147	袋子（星期米）	发行人	ZL202130479081.9	外观设计	2021.07.27	原始取得	无
148	包装盒（茶叶）	发行人	ZL201630336119.6	外观专利	2016.07.21	原始取得	无
149	一种缓冲展示包装盒	发行人	ZL 202121439093.X	实用新型	2021.06.25	原始取得	无

150	一种翻开式展示包装盒	发行人	ZL 202122406713.6	实用新型	2021.09.30	原始取得	无
151	一种双开式展示包装盒	发行人	ZL 202122409174.1	实用新型	2021.09.30	原始取得	无
152	一种展示包装盒	发行人	ZL 202122467978.7	实用新型	2021.10.13	原始取得	无
153	一种双开展示包装盒	发行人	ZL 202122494754.5	实用新型	2021.10.15	原始取得	无
154	一种升降式展示包装盒	发行人	ZL 202122730010.9	实用新型	2021.11.09	原始取得	无
155	一种展开展示包装盒	惠州柏星龙	ZL 202121435958.5	实用新型	2021.06.25	原始取得	无
156	一种展示包装盒	惠州柏星龙	ZL 202121438206.4	实用新型	2021.06.25	原始取得	无
157	一种提升式展示包装盒	惠州柏星龙	ZL 202121438399.3	实用新型	2021.06.25	原始取得	无

注：申请人系柏星龙先锋，已于 2013 年 6 月被惠州柏星龙吸收合并。

根据发行人与深圳市高新投小额贷款有限公司签订的编号为质 X202102397 号《最高额质押合同》，发行人以 2 项实用新型专利“一种防伪锁扣及其盒子”、“防掉底包装盒”，为最高额为 3,000 万元的债权提供质押担保，发行人与深圳市高新投小额贷款有限公司之间的债权债务情况详见本招股说明书“第五节业务和技术”之“三、发行主营业务情况”之“（三）报告期内对持续经营有重要影响的合同的基本情况”。

截至 2022 年 6 月 30 日，除上述情况外，发行人未许可他人使用上述专利，亦未在上述专利上设置其他第三方权利。

（3）著作权

截至 2022 年 6 月 30 日，公司拥有 271 项取得《作品登记证书》的作品著作权，以及 1 项取得《计算机软件著作权登记证书》的软件著作权，具体情况如下：

序号	作品/软件名称	著作权人	作品类别	登记号	创作/开发完成日期	首次发表日期	取得方式	他项权利
1	包装盒（古井贡酒 16 年原浆）	发行人	美术作品	19-2011-F-00001	2009.01.01	2009.01.01	原始取得	无
2	包装盒（板城烧锅）	发行人	美术作品	19-2011-F-00009	2009.01.01	2009.01.01	原始取得	无
3	包装盒（国缘 V9）	发行人	美术作品	19-2011-F-00008	2010.01.01	2010.01.01	原始取得	无
4	包装盒（姚花春）	发行人	美术作品	19-2011-F-00006	2010.01.01	2010.01.01	原始取得	无
5	包装盒（板城顺和 1975）	发行人	美术作品	19-2011-F-00007	2010.01.01	2010.01.01	原始取得	无
6	白山传奇	发行人	美术作品	国作登字-2015-F-00238305	2014.01.05	2014.02.01	原始取得	无
7	梅花白描	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540611	2014.01.06	2014.02.20	原始取得	无
8	酒篓纹理	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540642	2014.01.09	2014.01.12	原始取得	无
9	酒篓纹理瓶	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540648	2014.01.9	2014.01.12	原始取得	无
10	草药配方元素	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540587	2014.01.12	2014.02.22	原始取得	无
11	粮食元素	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540605	2014.01.16	2014.03.01	原始取得	无
12	井元素	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540590	2014.01.16	2014.03.01	原始取得	无
13	井口裂变元素	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540720	2014.01.16	2014.03.01	原始取得	无
14	塔形瓶	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540636	2014.01.19	2014.01.22	原始取得	无
15	蓝色钻石纹理	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540624	2014.01.19	2014.01.22	原始取得	无

16	红色钻石纹理	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540645	2014.01.19	2014.01.22	原始取得	无
17	红色钻石瓶	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540639	2014.01.19	2014.01.22	原始取得	无
18	喜庆风格	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540698	2014.01.20	2014.01.30	原始取得	无
19	吊坠云纹	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540652	2014.01.24	2014.01.26	原始取得	无
20	文字形态	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540707	2014.01.25	无	原始取得	无
21	山水竹瓶	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540640	2014.01.29	2014.01.30	原始取得	无
22	山水竹	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540633	2014.01.29	2014.01.30	原始取得	无
23	红太阳	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540586	2014.02.03	2014.02.04	原始取得	无
24	杏花村	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540612	2014.02.05	无	原始取得	无
25	节节高	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540631	2014.02.10	2014.02.15	原始取得	无
26	海浪风格	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540629	2014.02.12	2014.02.19	原始取得	无
27	民族人物	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540588	2014.02.14	2014.03.10	原始取得	无
28	中式风格	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540635	2014.02.20	无	原始取得	无
29	欧式风格	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540641	2014.02.20	无	原始取得	无
30	简约风格	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540647	2014.02.20	无	原始取得	无

31	格子	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540637	2014.02.20	无	原始取得	无
32	五角星	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540646	2014.02.20	无	原始取得	无
33	星耀	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540713	2014.02.20	无	原始取得	无
34	多彩生活	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540712	2014.02.20	无	原始取得	无
35	金星闪闪	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540706	2014.02.20	无	原始取得	无
36	梅型小腰瓶	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540634	2014.02.22	2014.03.02	原始取得	无
37	溢满书法瓶	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540617	2014.02.24	2014.02.27	原始取得	无
38	发散风格	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540710	2014.02.24	2014.02.27	原始取得	无
39	祥云文化之有礼	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540738	2014.03.03	2014.03.07	原始取得	无
40	祥云文化之虚实	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540748	2014.03.03	2014.03.07	原始取得	无
41	祥云文化之礼结	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540747	2014.03.03	2014.03.07	原始取得	无
42	祥云文化之蓝韵	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540751	2014.03.03	2014.03.07	原始取得	无
43	祥云文化之蓝礼	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540742	2014.03.03	2014.03.07	原始取得	无
44	祥云文化之黄韵	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540719	2014.03.03	2014.03.07	原始取得	无
45	祥云文化之黄礼	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540721	2014.03.03	2014.03.07	原始取得	无

46	旭日东升	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540697	2014.03.03	2014.03.07	原始取得	无
47	牡丹花开	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540644	2014.03.05	无	原始取得	无
48	花开富贵	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540632	2014.03.05	无	原始取得	无
49	红日	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540725	2014.03.11	2014.03.15	原始取得	无
50	水滴瓶之礼	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540724	2014.03.13	2014.03.15	原始取得	无
51	水滴瓶	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540723	2014.03.13	2014.03.15	原始取得	无
52	生命力	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540699	2014.03.13	2014.03.18	原始取得	无
53	沙漏风格	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540722	2014.03.15	2014.03.18	原始取得	无
54	皇者风范	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540743	2014.03.15	2014.03.18	原始取得	无
55	沙漠风情	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540627	2014.03.21	2014.04.15	原始取得	无
56	胡杨树	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540716	2014.03.21	2014.04.15	原始取得	无
57	皇室宫廷风	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540630	2014.03.25	无	原始取得	无
58	花纹	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540651	2014.03.30	无	原始取得	无
59	N	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540654	2014.03.30	无	原始取得	无
60	山庄图	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540600	2014.04.09	2014.04.15	原始取得	无

61	寿	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540603	2014.04.20	2014.04.25	原始取得	无
62	禄	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540608	2014.04.20	2014.04.25	原始取得	无
63	福	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540661	2014.04.20	2014.04.25	原始取得	无
64	雪松	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540683	2014.04.22	2014.04.30	原始取得	无
65	牧童牛	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540623	2014.04.25	2014.04.30	原始取得	无
66	青花	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540626	2014.04.26	2014.04.30	原始取得	无
67	古镇图	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540658	2014.05.07	2014.05.10	原始取得	无
68	华灯	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540589	2014.05.08	2014.05.15	原始取得	无
69	功夫一	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540622	2014.05.13	无	原始取得	无
70	功夫三	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540625	2014.05.13	无	原始取得	无
71	功夫二	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540628	2014.05.13	无	原始取得	无
72	小麦	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540653	2014.05.25	无	原始取得	无
73	小咖	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540656	2014.05.25	无	原始取得	无
74	捞好人	发行人	美术作品	国作登字-2015-F-00238303	2014.06.05	2015.07.01	原始取得	无
75	瓊瓏泉	发行人	美术作品	国作登字-2015-F-00238304	2014.06.05	2015.06.05	原始取得	无

76	恁人乐	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540737	2014.06.08	2014.06.15	原始取得	无
77	纹案	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540659	2014.06.25	无	原始取得	无
78	牡丹花	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540650	2014.06.25	无	原始取得	无
79	特产	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540695	2014.06.25	无	原始取得	无
80	人参	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540705	2014.06.25	无	原始取得	无
81	金华灯	发行人	美术作品	国作登字-2015-F-00238299	2014.07.04	2014.07.24	原始取得	无
82	烟花	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540620	2014.07.20	2014.07.30	原始取得	无
83	炫彩	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540680	2014.07.20	2014.07.30	原始取得	无
84	酒坛	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540591	2014.08.15	2014.08.30	原始取得	无
85	陈坛	发行人	美术作品	国作登字-2015-F-00238298	2014.08.18	2014.08.27	原始取得	无
86	手绘山脉	发行人	美术作品	国作登字-2015-F-00238319	2014.08.20	2014.08.21	原始取得	无
87	酒篓	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540664	2014.08.25	无	原始取得	无
88	HAPPY 小酒（花纹元素）	发行人	美术作品	国作登字-2015-F-00238306	2014.09.21	2014.09.21	原始取得	无
89	花园茶坊	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540668	2014.09.25	无	原始取得	无
90	游船	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540726	2014.10.25	无	原始取得	无

91	墨画瓶	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540693	2014.10.25	无	原始取得	无
92	墨画	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540692	2014.10.25	无	原始取得	无
93	龙纹	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540670	2014.10.25	无	原始取得	无
94	花园	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540662	2014.10.25	无	原始取得	无
95	飞仙	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540665	2014.10.25	无	原始取得	无
96	禅意	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540694	2014.10.25	无	原始取得	无
97	祥云绘	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540655	2014.10.26	无	原始取得	无
98	春藏	发行人	美术作品	国作登字-2015-F-00238322	2014.11.20	2015.03.05	原始取得	无
99	一帆风顺	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540679	2014.11.25	无	原始取得	无
100	地方文化	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540691	2014.11.25	无	原始取得	无
101	地方特色	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540690	2014.11.25	无	原始取得	无
102	扬帆起航	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540703	2014.11.25	无	原始取得	无
103	风景	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540702	2014.11.25	无	原始取得	无
104	旅游	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540704	2014.11.25	无	原始取得	无
105	黄金小粒	发行人	美术作品	国作登字-2015-F-00238300	2014.12.08	2014.12.23	原始取得	无

106	雷打滚	发行人	美术作品	国作登字-2015-F-00238332	2015.01.07	2015.01.07	原始取得	无
107	龙印（花纹元素）	发行人	美术作品	国作登字-2015-F-00238295	2015.01.15	2015.01.15	原始取得	无
108	慢酿酿酒元素	发行人	美术作品	国作登字-2015-F-00238301	2015.01.15	2015.01.20	原始取得	无
109	雪域枸杞	发行人	美术作品	国作登字-2015-F-00238325	2015.01.17	2015.01.17	原始取得	无
110	茶女	发行人	美术作品	国作登字-2015-F-00238331	2015.03.04	2015.03.08	原始取得	无
111	端午节酒	发行人	美术作品	国作登字-2015-F-00238328	2015.03.12	2015.03.29	原始取得	无
112	鱼礼	发行人	美术作品	国作登字-2015-F-00238326	2015.03.15	2015.03.15	原始取得	无
113	钢琴盒	发行人	美术作品	国作登字-2015-F-00238333	2015.03.20	2015.03.25	原始取得	无
114	花间醉	发行人	美术作品	国作登字-2015-F-00238296	2015.03.25	2015.06.15	原始取得	无
115	山海生态	发行人	美术作品	国作登字-2015-F-00238336	2015.04.05	2015.04.05	原始取得	无
116	行云流水	发行人	美术作品	国作登字-2015-F-00238335	2015.04.14	2015.04.15	原始取得	无
117	铁狮子标志	发行人	美术作品	国作登字-2015-F-00238327	2015.04.30	2015.04.30	原始取得	无
118	植物控	发行人	美术作品	国作登字-2015-F-00238302	2015.05.10	无	原始取得	无
119	虎力（花纹元素）	发行人	美术作品	国作登字-2015-F-00238297	2015.05.15	2015.05.20	原始取得	无
120	德元素	发行人	美术作品	国作登字-2015-F-00238330	2015.05.20	2015.05.22	原始取得	无

121	古城甘泉	发行人	美术作品	国作登字-2017-F-00471942	2015.05.20	2015.05.22	原始取得	无
122	年轮	发行人	美术作品	国作登字-2015-F-00238320	2015.05.28	2015.05.28	原始取得	无
123	飘带元素	发行人	美术作品	国作登字-2015-F-00238324	2015.06.01	2015.06.01	原始取得	无
124	海仙配	发行人	美术作品	国作登字-2015-F-00238329	2015.06.09	2015.06.18	原始取得	无
125	神农架	发行人	美术作品	国作登字-2015-F-00238321	2015.06.15	2015.06.15	原始取得	无
126	脸谱	发行人	美术作品	国作登字-2015-F-00238334	2015.06.20	2015.06.20	原始取得	无
127	牡丹	发行人	美术作品	国作登字-2017-F-00471951	2015.09.20	2016.05.20	原始取得	无
128	绽放	发行人	美术作品	国作登字-2017-F-00471953	2015.09.20	2015.12.20	原始取得	无
129	鹿灵芝	发行人	美术作品	国作登字-2017-F-00471943	2015.09.28	2015.09.29	原始取得	无
130	青梅酒	发行人	美术作品	国作登字-2017-F-00471964	2015.10.30	2015.10.30	原始取得	无
131	高原青稞	发行人	美术作品	国作登字-2017-F-00471958	2015.11.10	2015.11.10	原始取得	无
132	农民画	发行人	美术作品	国作登字-2015-F-00238323	2014.07.15	2014.07.15	原始取得	无
133	北域骏马	发行人	美术作品	国作登字-2017-F-00471941	2015.11.20	2015.11.22	原始取得	无
134	福8	发行人	美术作品	国作登字-2017-F-00471947	2015.12.20	无	原始取得	无
135	七彩布袋	发行人	美术作品	国作登字-2017-F-00471962	2015.12.28	2016.12.29	原始取得	无

136	山峰	发行人	美术作品	国作登字-2017-F-00471945	2015.12.28	2015.12.29	原始取得	无
137	鸿运当头	发行人	美术作品	国作登字-2017-F-00471950	2016.01.26	2016.05.03	原始取得	无
138	哥俩好	发行人	美术作品	国作登字-2017-F-00471959	2016.02.18	2016.02.20	原始取得	无
139	彩云	发行人	美术作品	国作登字-2017-F-00471949	2016.02.20	无	原始取得	无
140	芒果汁瓶型	发行人	美术作品	国作登字-2017-F-00471963	2016.02.25	2016.02.26	原始取得	无
141	宝相花	发行人	美术作品	国作登字-2017-F-00471948	2016.03.02	无	原始取得	无
142	花开敦煌	发行人	美术作品	国作登字-2017-F-00471956	2016.03.10	2016.04.10	原始取得	无
143	浪花	发行人	美术作品	国作登字-2017-F-00471946	2016.03.15	无	原始取得	无
144	三生三香	发行人	美术作品	国作登字-2017-F-00471965	2016.03.20	2016.03.22	原始取得	无
145	白洋淀	发行人	美术作品	国作登字-2017-F-00471936	2016.03.22	2016.03.28	原始取得	无
146	天池	发行人	美术作品	国作登字-2017-F-00471952	2016.04.01	2016.04.05	原始取得	无
147	明龙绿液	发行人	美术作品	国作登字-2017-F-00471939	2016.04.09	2016.04.15	原始取得	无
148	竹园	发行人	美术作品	国作登字-2017-F-00471944	2016.04.25	无	原始取得	无
149	迎驾生态	发行人	美术作品	国作登字-2017-F-00471940	2016.05.03	2016.05.05	原始取得	无
150	富裕老窖-东方巨龙	发行人	美术作品	国作登字-2017-F-00471937	2016.05.24	2016.05.30	原始取得	无

151	河套王	发行人	美术作品	国作登字-2017-F-00471938	2016.06.02	2016.06.08	原始取得	无
152	高原生态泉	发行人	美术作品	国作登字-2017-F-00471957	2016.06.10	2016.06.10	原始取得	无
153	黄鹤楼	发行人	美术作品	国作登字-2017-F-00471955	2016.06.10	2016.06.10	原始取得	无
154	水果鸡尾酒	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00549457	2016.06.26	2016.06.27	原始取得	无
155	青稞卓玛圣光	发行人	美术作品	国作登字-2017-F-00471954	2016.06.26	2016.07.06	原始取得	无
156	楚凤	发行人	美术作品	国作登字-2017-F-00471961	2016.06.28	2016.06.29	原始取得	无
157	平遥市楼	发行人	美术作品	国作登字-2017-F-00471960	2016.07.01	2016.07.03	原始取得	无
158	竹笋酒	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00549445	2016.09.26	2016.09.27	原始取得	无
159	手绘-赤水河谷	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00549460	2016.11.20	2017.03.15	原始取得	无
160	天汲瓶型	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00549456	2016.11.20	2017.03.15	原始取得	无
161	专享 20	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540708	2017.01.15	2017.05.10	原始取得	无
162	粮食质朴风格	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540711	2017.01.18	2017.01.25	原始取得	无
163	川酒老艺人	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540673	2017.01.20	无	原始取得	无
164	天府春蓝	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540594	2017.01.20	无	原始取得	无
165	天府春红	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540595	2017.01.20	无	原始取得	无

166	飞龙	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540684	2017.01.20	无	原始取得	无
167	旋转瓶	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540744	2017.02.01	2017.05.05	原始取得	无
168	春花	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540682	2017.02.26	无	原始取得	无
169	云腰带	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540746	2017.03.05	2017.08.15	原始取得	无
170	喜缘中国结	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540718	2017.03.12	无	原始取得	无
171	喜	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540731	2017.03.15	无	原始取得	无
172	年份原浆	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540615	2017.03.15	无	原始取得	无
173	王府	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540638	2017.03.20	无	原始取得	无
174	祥云9	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540685	2017.04.09	2017.05.05	原始取得	无
175	莲与鱼	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540715	2017.04.10	无	原始取得	无
176	武功酒（瓶子）	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00549469	2017.04.13	2017.04.16	原始取得	无
177	武功酒（盒子）	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00549468	2017.04.13	2017.04.17	原始取得	无
178	盒型展示风格	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00549466	2017.04.13	2017.04.17	原始取得	有
179	祥云5	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540733	2017.04.15	无	原始取得	无
180	祥云	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540732	2017.04.15	无	原始取得	无

181	牡丹	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540618	2017.04.16	无	原始取得	无
182	皇家 20	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540678	2017.04.17	无	原始取得	无
183	家财万贯	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540696	2017.04.17	无	原始取得	无
184	私享专供	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540609	2017.04.18	无	原始取得	无
185	私享品味	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540728	2017.04.18	无	原始取得	无
186	飘带	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540672	2017.04.19	无	原始取得	无
187	城市播客	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540749	2017.04.20	无	原始取得	无
188	黄鹤楼	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540614	2017.04.20	无	原始取得	无
189	牌匾视觉	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540689	2017.04.25	无	原始取得	无
190	楼叠加互动风格	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00549467	2017.05.04	2017.07.29	原始取得	无
191	手影戏风格	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00549464	2017.05.05	2017.06.22	原始取得	无
192	生态风格	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00549461	2017.05.05	2017.06.22	原始取得	有
193	丛林风格	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00549453	2017.05.05	2017.06.22	原始取得	无
194	仿生风格	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00549452	2017.05.05	2017.06.22	原始取得	无
195	肌理碰撞	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00549448	2017.05.05	2017.06.22	原始取得	无

196	紫瓶	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540740	2017.05.06	2017.05.25	原始取得	无
197	蓝带	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540666	2017.05.12	无	原始取得	无
198	熊猫生态风格	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00549472	2017.05.12	2017.05.15	原始取得	无
199	熊猫风格	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00549471	2017.05.12	2017.05.15	原始取得	无
200	菱形圆柱瓶	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540701	2017.05.12	无	原始取得	无
201	攒劲	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540741	2017.05.15	2017.09.04	原始取得	无
202	紫色本草	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540717	2017.05.12	无	原始取得	无
203	枝上露	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540596	2017.05.16	无	原始取得	无
204	四瓣红瓶	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540606	2017.05.17	无	原始取得	无
205	四瓣玻璃瓶	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540736	2017.05.18	无	原始取得	无
206	山水瓶	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540669	2017.05.19	无	原始取得	无
207	启瑞	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540727	2017.05.19	2017.12.20	原始取得	无
208	海贝	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540601	2017.05.20	无	原始取得	无
209	古城故事	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540604	2017.05.21	无	原始取得	无
210	福公	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540599	2017.05.21	无	原始取得	无

211	专属定制	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540700	2017.05.27	无	原始取得	无
212	菱形中国结	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540686	2017.05.28	无	原始取得	无
213	溶和之道风格	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00549462	2017.06.01	2017.07.20	原始取得	无
214	杏花中国风写意风格	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00549455	2017.06.01	2017.07.20	原始取得	无
215	御品 20	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540730	2017.06.10	2017.07.01	原始取得	无
216	御品 15	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540729	2017.06.11	2017.07.01	原始取得	无
217	御品 9	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540739	2017.06.13	2017.07.01	原始取得	无
218	文曲状元	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540735	2017.06.15	2017.06.29	原始取得	无
219	八马生态	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540676	2017.06.20	无	原始取得	无
220	杭州峰会	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540602	2017.06.20	无	原始取得	无
221	年年有鱼	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540688	2017.06.25	无	原始取得	无
222	森林香水	发行人	美术作品	国作登字-2021-F-00288725	2017.06.26	2017.08.15	原始取得	无
223	醉牛	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540667	2017.06.30	无	原始取得	无
224	沛公	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540592	2017.07.12	无	原始取得	无
225	天高云淡	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540621	2017.07.17	无	原始取得	无

226	河流	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540613	2017.07.20	无	原始取得	无
227	六边形洋酒瓶	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540687	2017.07.22	无	原始取得	无
228	窖藏	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540610	2017.07.25	无	原始取得	无
229	潇湘	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540649	2017.07.31	无	原始取得	无
230	古朴竹筒风格	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00549465	2017.08.12	2017.08.15	原始取得	无
231	汉朝风格	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00549449	2017.08.12	2017.08.15	原始取得	无
232	竹叶青竹笋酒	发行人	美术作品	国作登字-2021-F-00288730	2017.08.15	2017.08.20	原始取得	无
233	飘带瓶	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540675	2017.08.19	无	原始取得	无
234	时间物语	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540616	2017.08.21	无	原始取得	无
235	构成风格（盒）	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00549451	2017.09.02	2017.09.15	原始取得	无
236	手绘风格	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00549459	2017.09.10	2017.10.20	原始取得	无
237	鳞片构成	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540660	2017.09.15	无	原始取得	无
238	构成风格（瓶）	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00549450	2017.09.02	2017.09.15	原始取得	无
239	手绘黄鹤楼	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540714	2017.09.15	2017.11.12	原始取得	无
240	欧式花纹	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540709	2017.09.15	2017.11.12	原始取得	无

241	土陶洋酒风	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540734	2017.09.17	无	原始取得	无
242	皇家 15	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540674	2017.09.17	无	原始取得	无
243	水晶切割	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540766	2017.09.18	无	原始取得	无
244	礼品风格	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540657	2017.09.18	无	原始取得	无
245	皇家 9	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540671	2017.09.20	无	原始取得	无
246	皇家 5	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540677	2017.09.20	无	原始取得	无
247	楼宇	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540597	2017.09.28	无	原始取得	无
248	双耳瓶	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540643	2017.10.18	无	原始取得	无
249	数字排列	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540745	2017.10.18	无	原始取得	无
250	牛皮纸开窗风格	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00549463	2017.10.22	2018.02.02	原始取得	无
251	竹叶风格	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00549454	2017.10.22	2018.02.02	原始取得	无
252	泰山	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540593	2017.10.26	无	原始取得	无
253	渔船斗笠风格	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00549447	2017.11.12	2017.11.15	原始取得	无
254	渔船风格	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00549446	2017.11.12	2017.11.15	原始取得	无
255	裙摆洋酒风	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540750	2017.11.19	无	原始取得	无

256	葫芦瓶	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540681	2017.11.20	无	原始取得	无
257	水彩龙韵	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00549458	2017.11.20	2018.03.15	原始取得	无
258	盛世开元	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540598	2017.11.28	无	原始取得	无
259	盛世牡丹	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540619	2017.11.30	无	原始取得	无
260	简洁风	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540663	2017.12.12	无	原始取得	无
261	古树茶	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00540607	2017.12.25	无	原始取得	无
262	端午插画风格	发行人	美术作品	国作登字-2018-F-00549470	2018.04.13	2018.04.17	原始取得	无
263	PLANETPERFUME 星球系列香水	发行人	美术作品	国作登字-2021-F-00288728	2018.06.19	2018.08.15	原始取得	无
264	青稞酒包装	发行人	美术作品	国作登字-2021-F-00288724	2018.07.08	2018.10.08	原始取得	无
265	汾-插画字体	发行人	美术作品	国作登字-2021-F-00288721	2018.08.08	2018.09.08	原始取得	无
266	NVERHONG 女儿红语香水	发行人	美术作品	国作登字-2021-F-00288723	2018.10.06	2018.10.21	原始取得	无
267	板城龙印	发行人	美术作品	国作登字-2021-F-00288722	2018.12.08	2019.03.02	原始取得	无
268	心悠然（世外桃源）	发行人	美术作品	国作登字-2021-F-00288727	2018.12.15	2019.07.18	原始取得	无
269	生态叶子	发行人	美术作品	国作登字-2021-F-00288726	2019.08.08	2019.09.08	原始取得	无
270	运动护肤套装	发行人	美术作品	国作登字-2021-F-00288729	2019.10.10	2019.10.19	原始取得	无

271	柏星龙“六脉神剑”方法论	发行人	其他	国作登字-2021-L-00007423	2020.03.25	2020.03.25	原始取得	无
272	交付系统	发行人	软件	2020SR0352614	2019.03.01	2019.03.28	原始取得	无

根据发行人与深圳市高新投小额贷款有限公司分别签订的编号为质 X202000259-1 号、质 X202000259-2 号《最高额质押合同》，发行人持有的著作权“盒型展示风格”、“生态风格”为 2020 年 11 月至 2021 年 11 月期间所发生最高额为 1,000 万元的主债权提供质押担保，2022 年 7 月 19 日，前述知识产权的质押登记已完成注销。截至 2022 年 6 月 30 日，除上述情况外，公司未许可他人使用上述著作权，亦未在上述著作权上设置其他第三方权利。

(4) 商标

截至 2022 年 6 月 30 日，公司在境内共拥有 89 项注册商标，并持有 2 项马德里国际注册商标。具体情况如下表所示：

序号	商标名称	注册人	商标注册证号	取得方式	核定使用商品类别	有效期限	是否存在他项权利
1		发行人	5983960	原始取得	42	2010.08.21-2030.08.20	无
2		发行人	5983961	原始取得	40	2010.10.28-2030.10.27	无

3		发行人	12620547	原始取得	35	2014.11.28- 2024.11.27	无
4		发行人	12613589	原始取得	16	2014.12.14- 2024.12.13	无
5		发行人	12620246	原始取得	21	2014.12.14- 2024.12.13	无
6		发行人	12613384	原始取得	6	2014.10.14- 2024.10.13	无

7		发行人	12613430	原始取得	6	2014.10.14- 2024.10.13	无
8		发行人	12613547	原始取得	16	2014.10.14- 2024.10.13	无
9		发行人	12613777	原始取得	20	2014.10.14- 2024.10.13	无
10		发行人	12613825	原始取得	20	2014.10.14- 2024.10.13	无

11		发行人	12620378	原始取得	30	2014.10.14- 2024.10.13	无
12		发行人	12620416	原始取得	30	2014.10.14- 2024.10.13	无
13		发行人	12620692	原始取得	35	2014.10.14- 2024.10.13	无
14		发行人	12620766	原始取得	38	2014.10.14- 2024.10.13	无

15		发行人	12620916	原始取得	40	2014.10.14- 2024.10.13	无
16		发行人	12621020	原始取得	42	2014.10.14- 2024.10.13	无
17		发行人	12620292	原始取得	21	2014.12.07- 2024.12.06	无
18		发行人	12620887	原始取得	40	2014.12.07- 2024.12.06	无
19	李小浓	发行人	12991168	原始取得	33	2014.12.14- 2024.12.13	无

20		发行人	12621040	原始取得	42	2014.12.28- 2024.12.27	无
21	依口	发行人	13352082	原始取得	33	2015.01.21- 2025.01.20	无
22	无恨	发行人	13612184	原始取得	33	2015.01.28- 2025.01.27	无
23	虎嗅	发行人	13612206	原始取得	33	2015.01.28- 2025.01.27	无
24	朗吟	发行人	13625812	原始取得	33	2015.01.28- 2025.01.27	无
25	激酒	发行人	13625840	原始取得	33	2015.01.28- 2025.01.27 (注)	无
26	巍酒	发行人	13625866	原始取得	33	2015.01.28- 2025.01.27	无

27	醉青春	发行人	13352099	原始取得	33	2015.02.07- 2025.02.06	无
28	型动派	发行人	13618286	原始取得	33	2015.02.21- 2025.02.20	无
29	吞海	发行人	13807782	原始取得	33	2015.02.21- 2025.02.20	无
30	Mr. Young 漾先生	发行人	13352274	原始取得	33	2015.02.28- 2025.02.27	无
31	你的魔鬼 your demon	发行人	13366467	原始取得	33	2015.02.28- 2025.02.27	无

32	天使与魔鬼	发行人	13366502	原始取得	33	2015.02.28- 2025.02.27	无
33	龙柏	发行人	13625897	原始取得	33	2015.02.28- 2025.02.27	无
34	江淮香	发行人	13582865	原始取得	33	2015.03.07- 2025.03.06	无
35	夜酩	发行人	13618671	原始取得	33	2015.03.14- 2025.03.13	无
36	献卿	发行人	13618739	原始取得	33	2015.03.14- 2025.03.13	无
37	梦江春	发行人	14020555	原始取得	33	2015.03.14- 2025.03.13	无
38	一样秋	发行人	14020561	原始取得	33	2015.03.14- 2025.03.13	无

39	老泉山	发行人	14020582	原始取得	33	2015.04.14-2025-04.13	无
40	月酪	发行人	13242890	原始取得	33	2015.04.21-2025.04.20	无
41	竹香子	发行人	14222389	原始取得	33	2015.04.28-2025.04.27	无
42	望湘人	发行人	14222431	原始取得	33	2015.04.28-2025.04.27	无
43	春宵曲	发行人	14222434	原始取得	33	2015.04.28-2025.04.27	无
44	翎 酒	发行人	14222466	原始取得	33	2015.04.28-2025.04.27	无
45	楚 醉	发行人	14222477	原始取得	33	2015.04.28-2025.04.27	无

46	元酪清	发行人	14222423	原始取得	33	2015.05.07- 2025.05.06	无
47	谷里情	发行人	14242789	原始取得	33	2015.05.07- 2025.05.06	无
48	熊孩子	发行人	14242811	原始取得	33	2015.05.07- 2025.05.06	无
49	盛世承平	发行人	14232999	原始取得	33	2015.05.14- 2025.05.13	无
50	三昧真火	发行人	14233011	原始取得	33	2015.05.14- 2025.05.13	无
51	祝 卿	发行人	14233018	原始取得	33	2015.05.14- 2025.05.13	无
52	湘西韵	发行人	14233034	原始取得	33	2015.05.21- 2025.05.20	无
53	岁月煮酒	发行人	14233065	原始取得	33	2015.05.21- 2025.05.20	无

54	好汉请	发行人	14233074	原始取得	33	2015.05.21-2025.05.20	无
55	英雄请	发行人	14233084	原始取得	33	2015.05.21-2025.05.20	无
56	汉宫秋	发行人	14233116	原始取得	33	2015.05.21-2025.05.20	无
57	于情鱼里	发行人	15028269	原始取得	33	2015.09.21-2025.09.20	无
58	茶礼先生	发行人	17141861	原始取得	30	2016.10.21-2026.10.20	无
59	谢谢浓	发行人	17141859	原始取得	30	2016.11.28-2026.11.27	无
60	烟雨时	发行人	17087205	原始取得	30	2016.08.21-2026.08.20	无
61	卜算子	发行人	17087206	原始取得	33	2016.08.21-2026.08.20	无

62	杠好	发行人	17087207	原始取得	33	2016.08.21-2026.08.20	无
63	梅君子	发行人	17087208	原始取得	33	2016.08.21-2026.08.20	无
64	南山歌	发行人	17087209	原始取得	33	2016.08.21-2026.08.20	无
65	北城故事	发行人	17087214	原始取得	33	2016.08.21-2026.08.20	无
66	邻家醇	发行人	17087213	原始取得	33	2016.08.21-2026.08.20	无
67	白山小调	发行人	17087211	原始取得	33	2016.08.21-2026.08.20	无
68	皇图霸业	发行人	17087210	原始取得	33	2016.08.21-2026.08.20	无
69	清眸	发行人	20354768	原始取得	33	2017.08.07-2027.08.06	无

70	得意之涩	发行人	20642855	原始取得	33	2017.09.07- 2027.09.06	无
71	柔到酒段	发行人	20642890	原始取得	33	2017.09.07- 2027.09.06	无
72		发行人	23352688	受让取得	9	2018.03.21- 2028.03.20	无
73		发行人	23347495	受让取得	14	2018.03.21- 2028.03.20	无
74		发行人	23349113	受让取得	16	2018.03.21- 2028.03.20	无
75		发行人	23349344	受让取得	32	2018.03.21- 2028.03.20	无
76		发行人	23349696	受让取得	42	2018.03.21- 2028.03.20	无
77		发行人	23347433	受让取得	33	2018.03.14- 2028.03.13	无

78	 家乡有礼 JIAXIANG YOU LI	发行人	23349695	受让取得	34	2018.03.14- 2028.03.13	无
79	 家乡有礼 JIAXIANG YOU LI	发行人	23350761	受让取得	30	2018.06.07- 2028.06.06	无
80	 家乡有礼 JIAXIANG YOU LI	发行人	23349623	受让取得	35	2018.06.07- 2028.06.06	无
81		发行人	27769504	受让取得	41	2018.11.14- 2028.11.13	无
82		发行人	27774766	受让取得	9	2018.11.14- 2028.11.13	无
83		发行人	27780919	受让取得	35	2018.11.14- 2028.11.13	无
84		发行人	27777719	受让取得	35	2018.11.14- 2028.11.13	无

85	柏星龙. 万象	发行人	56785726	原始取得	35	2021.12.14- 2031.12.13	无
86	柏星龙. 万象	发行人	56788437	原始取得	42	2021.12.14- 2031.12.13	无
87		发行人	1188631	原始取得	40	2013.10.08- 2023.10.08	无
88		发行人	1182877	原始取得	42	2013.10.09- 2023.10.09	无
89	柏小妹	发行人	58194302	原始取得	35	2022.01.28- 2032.01.27	无
90	BXL	发行人	56806571	原始取得	35	2022.02.21- 2032.02.20	无
91	BXL	发行人	56812991	原始取得	42	2022.03.07- 2032.03.06	无

注：注册证号为 13625840 的商标因连续三年未使用，已于 2022 年 9 月被申请撤销。

截至 2022 年 6 月 30 日，发行人未许可他人使用上述商标，亦未在上述商标上设置其他第三方权利。

(5) 上述资产对公司生产经营的重要程度

公司已经取得与生产经营直接相关的主要资产，公司运用上述资产进行正常生产经营并获取收益。专利、商标、作品著作权等申请和使用均不存在障碍，确保了公司生产经营的正常进行，也为公司进一步扩大生产经营规模奠定了基础。

(五) 员工情况

1、员工基本情况

(1) 员工人数与变化情况

报告期各期末，公司员工人数变化情况如下：

项目	2022.6.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
员工人数（人）	814	732	523	518

(2) 专业结构

截至 2022 年 6 月 30 日，公司在册员工的专业结构如下：

人员类型	人数（人）	占员工人数比例
销售人员	111	13.64%
管理人员	212	26.04%
生产人员	375	46.07%
设计与研发人员	116	14.25%
合计	814	100.00%

(3) 受教育程度

截至 2022 年 6 月 30 日，公司在册员工的教育程度结构如下：

人员类型	人数（人）	占员工人数比例
硕士及以上	9	1.11%
本科	166	20.39%
大专	140	17.20%
大专以下	499	61.30%
合计	814	100.00%

(4) 年龄构成

截至 2022 年 6 月 30 日，公司在册员工的年龄结构如下：

年龄	人数（人）	占员工人数比例
30 岁及以下	281	34.52%
31-40 岁	311	38.21%
41-50 岁	190	23.34%
51 岁以上	32	3.93%
合计	814	100.00%

2、核心技术人员情况

(1) 核心技术人员基本情况

公司核心技术人员 3 名，分别为汤崇辉、薛言冰、王召辉，具体情况如下

序号	姓名	职务
1	汤崇辉	董事、创意总监
2	薛言冰	设计总监
3	王召辉	技术总监

汤崇辉，简历详见本招股说明书“第四节发行人基本情况”之“八、董事、监事、高级管理人员情况”之“（一）董事、监事、高级管理人员的简要情况”之“1、董事会成员简介”。

薛言冰，男，1987年9月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2012年7月至2013年5月，任深圳市和瓷文化发展有限公司研发中心包装设计师；2013年6月至2015年5月，任深圳市深蓝创意管理有限公司设计中心高级包装设计师；2015年6月至今，历任柏星龙设计师、创意指导、BA工作室首席创意官、设计总监。

王召辉，男，1985年11月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2009年3月至2010年5月，任东莞华南印刷有限公司助理工程师；2010年5月至2012年4月，任深圳市力嘉包装制品有限公司研发部工程师；2012年4月至2014年7月，任深圳当纳利印刷有限公司工艺部高级工程师；2014年7月至2017年12月，任爱德觅尔（深圳）科技有限公司技术部技术经理；2018年1月至2018年12月，任东莞斯道拉恩索正元包装有限公司研发经理；2019年1月至2021年3月，任东莞市凯成环保科技有限公司研发中心研发高级经理；2021年3月至今，任柏星龙技术总监。

（2）核心技术人员持有发行人的股份情况

发行人部分核心技术人员通过员工持股平台柏星龙创意投资间接持有发行人股份，不存在直接持股的情形，截至2022年6月30日，核心技术人员间接持股的具体情况如下：

序号	姓名	持股数量（万股）	持股比例	持股方式
1	汤崇辉	8.00	0.15%	间接持股
2	薛言冰	-	-	-
3	王召辉	-	-	-

(3) 核心技术人员兼职、对外投资情况

截至本招股说明书签署之日，公司核心技术人员除上述间接持有公司股份外，不存在其他对外投资情况。

截至本招股说明书签署之日，公司核心技术人员不存在兼职的情形。

(4) 核心技术人员是否存在侵犯第三方知识产权或商业秘密、违反与第三方的竞业限制约定或保密协议的情况

报告期内，公司核心技术人员不存在侵犯第三方知识产权或商业秘密、违反与第三方的竞业限制约定或保密协议的情况。

(5) 报告期内核心技术人员的变动情况及对发行人的影响

报告期内，公司新增 1 名核心技术人员王召辉，除此之外，公司其他核心人员未发生变化。

3、劳务派遣用工情况

报告期，发行人子公司惠州柏星龙存在采取劳务派遣的形式解决用工需求的情形，报告期各期末惠州柏星龙劳务派遣人员数量及占比情况如下表所示：

项目	2022.6.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
劳务派遣人数	-	-	33	90
人员总数（含劳务派遣人员）	313	279	276	322
占比	-	-	11.96%	27.95%

2019 年末、2020 年末，发行人劳务派遣人数超过用工总量的 10%，发行人于 2021 年通过劳务外包的方式将部分工序外包给外部机构对此进行了规范，截至 2022 年 6 月 30 日，发行人不存在劳务派遣用工的情形。

发行人于 2022 年 8 月 29 日已取得《企业信用报告（无违法违规证明版）》，证明在报告期内，未发现惠州柏星龙在人力资源社会保障领域因违反劳动保障相关法律法规而受到行政处罚的记录。就惠州柏星龙报告期内存劳务派遣用工比例不符合《劳务派遣暂行规定》的情形，实际控制人赵国义出具了承诺，承诺在如因该情形给柏星龙及其子公司带来损失，其愿意向柏星龙及其子公司给予全额补偿。

(六) 研发项目情况

1、正在从事的研发项目

截至 2022 年 6 月 30 日，公司正在从事的研发项目情况如下：

序号	项目名称	项目进展	计划经费投入 (万元)	与行业技术水平的比较	拟达到的目标
1	民族风纸塑包装设计与表面处理工艺应用	开发	250.00	利用公司原创设计的优势，在纸塑产品表面增添纹理，使产品具有独特的美感；该纹理在成型模具加工时精雕出来，纹理效果难以仿制。	设计出具有民族风格的纸塑产品及表面效果设计作品
2	千禧风折光变色 UV 丝印油墨印刷工艺的研发	开发	220.00	该项目研发的折光变色 UV 工艺可直接运用在纸张薄膜等承印基材上，配套生产设备成熟，视觉效果突出，防伪可靠性强。	将光变 UV 工艺用于包装上，增强视觉冲击；在 UV 油墨中加入的特殊折光变色粉末，可提高防伪可靠性，同时，扩大技术适用的纸质和膜的类型
3	基于海德堡 6+2 印刷设备联机水性逆向油材料的研发	开发	320.00	通过海德堡速霸印刷机和印刷材料的结合，可直接应用在纸张承印基材上，印色呈现更饱和亮丽的色彩效果，有别于常规 UV 逆向油墨印刷的视觉表现力	开发适用于海德堡速霸印刷机的视觉表现效果油墨
4	生态风纳米仿金属烫印材料的研发	开发	220.00	不同于常规的烫印膜使用电化铝，该材料使用高分子材料，纳米结构的变色原理在无金属却有金属质感光泽；固定角度下，呈现高饱和度的单色彩光泽；不同角度，呈现连续光变效果，结合印刷压纹工艺，是竞争对手模仿难度加大。	环保烫金材料使用高分子材料，环境友好；并实现无金属却有金属质感光泽，提高仿造难度。
5	替塑环保光油材料的研发	开发	320.00	使替塑光油材料油墨在纸张上形成一层油膜，保护色墨，有良好光泽的同时，还能起到防爆防刮花的效果；从印刷包装适性及环保可降解层面对比	针对传统光胶覆膜工艺规划效果进行开发，已满足包装表面性能效果的要求。

				传统的光胶覆膜材料有较好的环保和生产便利性。	
6	环保风 PLA 基材触感哑膜膜材的研发	开发	220.00	通过配方与工艺创新，运用双向拉伸技术，从而获得的生物基可降解双向拉伸薄膜，在其上面涂布上特殊的涂层如触感油特殊效果，替换目前不可降解的 BOPP 基材的触感膜膜材	全球限制使用不可降解的一次性塑料包装，PLA 材料是世界普遍认可的可生物降解材料之一，而目前市面上没有使用 PLA 基材的特种效果膜材
7	仿刺绣纹理包装设计与击烫工艺研发	开发	200.00	将随机拉丝纹与烫金结合，运用到文字或图案线条中，与传统的简单填纹不同，电雕版每一根线条都是通过手绘完成，没有规律的纹理随机且根据线条走向排布，另外纹理高低不同，使竞争对手很难模仿	将特殊的纹理与烫金技术结合，在设计的过程中植入对应纹理，表现效果独特，视觉冲击力强且难模仿
8	顶部开启式包装设计 & 防伪技术研发	开发	180.00	将防伪扣进行提升，扣子增加加强筋，盒盖加防伪垫片，两者结合，起到很好的防伪效果	有效解决原防伪扣存在的较大技术隐患，并达到对现有技术改良后的降低成本、安装便利、防伪性大大增强的目的

2、报告期内的研发投入

报告期内，公司研发投入情况如下：

单位：万元

项目	2022年 1-6月	2021年	2020年	2019年
研发费用	866.48	1,748.31	1,580.42	1,430.56
营业收入	24,637.56	42,634.73	28,207.65	35,682.17
研发费用占营业收入的比例	3.52%	4.10%	5.60%	4.01%

报告期内，公司研发费用主要由职工薪酬、直接材料、折旧费等项目构成，研发项目支出全部计入当期费用，不存在研发费用资本化的情形。

五、 境外经营情况

公司在美国拥有一家全资子公司美国柏星龙，美国柏星龙主要系公司的销售平台，服务于公司境外市场开拓需要。美国柏星龙不存在生产活动，其资产主要系在当地租赁的房屋，美国柏星龙具体情况参见本招股说明书“第四节发行人基本情况”之“七、发行人的分公司、控股子公司、参股公司情况”之“（一）发行人子公司”，以及“第五节业务和技术”之“四、关键资源要素”之“（四）对主要业务有重大影响的主要固定资产、无形资产等情况”。

六、 业务活动合规情况

报告期内，公司不存在因重大违法违规行为受到处罚的情况。

七、 其他事项

无。

第六节 公司治理

一、 公司治理概况

公司自整体变更为股份公司以来，按照《公司法》《证券法》等相关法律、法规和规范性文件的要求，依法建立了股东大会、董事会、监事会，制定了《公司章程》，逐步设立了董事会提名委员会、薪酬与考核委员会、审计委员会、战略委员会，并聘请独立董事，制定了《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》《独立董事制度》等内部管理制度，建立了由股东大会、董事会、监事会和管理层组成的权责明确、运作规范的法人治理结构。

本公司的股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度均按照《公司章程》及公司治理制度规范有效运行。报告期内，公司治理情况良好，不存在重大缺陷。

（一）股东大会制度的建立健全及运行情况

股东大会依据《公司法》《公司章程》《股东大会议事规则》和有关法律法规履行权利和义务，股东大会运作规范，会议的召开、表决、决议的内容符合相关规定要求。2019年1月1日至本招股说明书签署之日，公司已累计召开12次股东大会。公司股东大会就《公司章程》的订立、公司重大制度建设、重大经营投资和财务决策、董事、独立董事与监事的聘任等重大事项进行审议决策，严格依照相关规定行使权利。

（二）董事会制度的建立健全及运行情况

根据《公司章程》和《董事会议事规则》的规定，公司设董事会，对股东大会负责。董事会由9名董事组成，其中包括3名独立董事。公司设董事长1名、副董事长1名。董事长由公司董事担任，以全体董事的过半数选举产生或罢免。董事会下设审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会、战略委员会。2019年1月1日至本招股说明书签署之日，公司共召开19次董事会会议，董事会会议在召集方式、出席情况、议事程序、表决方式和决议内容等方面均符合《公司法》《公司章程》《董事会议事规则》的规定，会议记录完整规范，董事依法忠实履行了《公司法》《公司章程》《董事会议事规则》赋予的权利和义务。

（三）监事会制度的运行情况

根据《公司章程》和《监事会议事规则》的规定，公司监事会由3名监事组成。监事会设主席1人，监事会主席由全体监事过半数选举产生。监事的任期每届为3年。监事任期届满，连选可以连任。2019年1月1日至本招股说明书签署之日，公司共召开13次监事会会议。历次监事会对监事会主席的选举、年度监事会工作报告、年度财务决算报告、公司利润分配及聘请会计师事务所等事项进行审议并做出有效决议，对公司财务

工作、董事及高级管理人员的工作、重大生产经营等重大事宜实施了有效监督。历次监事会按照《公司章程》《监事会议事规则》及相关规定，规范运作，不存在违反《公司法》及其他相关规定行使职权的情形。

（四）独立董事制度的运行情况

公司现有独立董事 3 名，其中包括 1 名会计专业人士，公司独立董事数量占董事会全体成员比例达到三分之一。

公司独立董事自任职以来，依照相关法律法规和《公司章程》、《独立董事制度》的有关规定认真履行职责，参加公司董事会并仔细审阅相关文件资料，就公司内控完善、规范运作、关联交易等事项发表独立意见，为进一步完善公司法人治理结构、保护中小股东的利益及保证公司科学决策发挥了重要作用。截至本招股说明书签署日，独立董事未对有关决策事项提出异议。

（五）董事会秘书制度的建立健全及运行情况

自公司设立董事会秘书以来，董事会秘书按照《公司章程》和《董事会秘书工作细则》的有关规定开展工作，具体包括按照法定程序筹备股东大会和董事会会议，准备和提交有关会议文件和资料；并出席了公司历次董事会、股东大会，负责会议记录或授权其他工作人员代为制作会议记录；负责保管公司股东名册、董事和监事及高级管理人员名册以及股东大会、董事会会议文件和会议记录等。

公司董事会秘书认真地履行了《公司章程》《董事会秘书工作细则》规定的相关职责，为公司治理结构的完善和董事会、股东大会正常行使职权发挥了重要作用。

二、 特别表决权

截至本招股说明书签署日，公司未设置特别表决权股份或类似安排。

三、 内部控制情况

（一）内部控制基本情况

根据内控规范的指导性规定，公司建立及实施了有效的内部控制，从内部环境、风险评估、控制活动、信息与沟通、内部监督等各方面建立健全了有效的内部控制制度，能够合理保证企业经营管理合法合规、资产安全、财务报告及相关信息真实、准确、完整，提高经营效率和效果，促进企业实现发展战略。公司内部控制系统由经营层负责内部控制的贯彻、执行，由全体员工参与内部控制的具体实施，在所有重大方面均保持了有效的内部控制。

（二）公司管理层对内部控制的自我评价

公司董事会认为，公司已按照企业内部控制规范体系和相关规定的要求在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。

（三）注册会计师对公司内部控制的鉴证意见

2022年8月19日，天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）出具的《内部控制鉴证报告》（天职业字[2022]37996-1号）认为，柏星龙按照《企业内部控制基本规范》和相关规定于2022年6月30日在所有重大方面保持了有效的与财务报告有关的内部控制。

四、 违法违规情况

根据中华人民共和国笋岗海关关于2019年4月1日出具的笋关简决字[2019]0008号《行政处罚决定书》，因不实申报，发行人被处以1,100元罚款并被责令办理有关海关手续，发行人已于2019年4月2日缴纳了罚款。

根据《行政处罚决定书》，发行人委托报关公司以一般贸易方式出口货物时，报关公司将有品牌的铁罐申报为无品牌的纸筒，经海关查验，所申报的品名、规格、数量与实际不符，中华人民共和国笋岗海关因此依据《中华人民共和国海关法》第八十六条第（三）项、《中华人民共和国海关行政处罚实施条例》（2004）第五条、第十五条第（五）项的规定，对发行人处以1,100元罚款并责令办理有关海关手续。

《中华人民共和国海关法》第八十六条第（三）项规定，进出口货物、物品或者过境、转运、通运货物向海关申报不实的，可以处以罚款，有违法所得的，没收违法所得。

《中华人民共和国海关行政处罚实施条例》（2004）第五条规定，“依照本实施条例处以警告、罚款等行政处罚，但不没收进出境货物、物品、运输工具的，不免除有关当

事人依法缴纳税款、提交进出口许可证件、办理有关海关手续的义务。”

《中华人民共和国海关行政处罚实施条例》（2004）第十五条第（五）项规定，“进出口货物的品名、税则号列、数量、规格、价格、贸易方式、原产地、启运地、运抵地、最终目的地或者其他应当申报的项目未申报或者申报不实的，分别依照下列规定予以处罚，有违法所得的，没收违法所得：……（五）影响国家外汇、出口退税管理的，处申报价格 10% 以上 50% 以下罚款。”

根据发行人提供的改正后的《中华人民共和国海关出口货物报关单》，本次罚款金额占申报价格的 13%，接近处罚金额裁量区间的起算点，罚款金额较小；且结合《中华人民共和国海关行政处罚实施条例》（2004）第十五条其他项处罚金额对比，本次处罚的罚款金额亦较小，不存在处罚条款所述情节严重情形。

综上，发行人本次违法行为不构成重大违法违规，对本次发行不构成法律障碍。

除此之外，报告期内，发行人严格按照相关法律法规及公司章程的规定开展经营，不存在重大违法违规行为。

五、 资金占用及资产转移等情况

公司目前已建立了严格的资金管理制度。报告期内，公司不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业以借款、代偿债务、代垫款项或其他方式占用情形。公司已经建立了严格的对外担保管理制度，报告期内不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业担保情形。

六、 同业竞争情况

(一) 发行人与实际控制人控制的其他企业不存在同业竞争

截至本招股说明书签署日，公司实际控制人控制的除本公司外的其他企业如下：

名称	经营范围	成立目的	注册资本 (万元)	出资额 (万元)	持股比例或控制方式	赵国义担任的职务
深圳市柏星龙投资有限责任公司	一般经营项目是：投资兴办实业（具体项目另行申报）；企业管理咨询、投资管理咨询。	员工持股平台	100.00	91.2717	91.27%	执行董事、总经理
深圳市柏星龙创意投资合伙企业（有限合伙）	一般经营项目是：投资兴办实业（具体项目另行申报）；投资咨询（不含人才中介服务、证券、期货、保险、金融业务及其它限制项目）。（企业经营涉及行政许可的，须取得行政许可文件后方可经营）	员工持股平台	855.00	229.14	26.80%	执行事务合伙人

公司控股股东、实际控制人及其控制的其他企业均为员工持股平台，主要用于股权激励，其经营范围与发行人均不存在经营范围重合的情形，也未从事与发行人相同或类似的业务，上述企业与发行人均不存在同业竞争的情形。

(二) 控股股东和实际控制人关于避免同业竞争的承诺

为了避免今后可能发生的同业竞争，最大限度地维护公司的利益，公司控股股东、实际控制人赵国义出具了《关于避免同业竞争的承诺函》，承诺的主要内容如下：

“1、自本承诺函签署日，除公司及其子公司外，本人及本人控制的其他企业不存在开发、生产、销售任何与公司及其子公司的产品构成竞争或潜在竞争的产品，不存在从事与公司及其子公司的现有业务具有竞争或潜在竞争的业务活动；本人亦不会以任何形式投资、经营或任职于与公司及其子公司现有业务及产品构成竞争或潜在竞争的其他企业。

2、自本承诺函签署日，如公司及其子公司未来进一步拓展产品和业务范围，且拓展后的产品与业务范围和本人及本人控制的其他企业在产品或业务方面构成竞争或潜在竞争关系的，本人及本人控制的其他企业将积极采取下列一项或多项措施以避免同业竞争

的发生：（1）停止开发、生产、销售存在竞争或潜在竞争的产品；（2）停止经营存在竞争或潜在竞争的业务；（3）将存在竞争或潜在竞争的业务纳入公司的经营体系，并给予公司及其子公司优先购买权、优先参与权；（4）将存在竞争或潜在竞争的业务转让给无关联关系的独立第三方。

3、本人及本人控制的其他企业不会向产品和业务与公司及其子公司构成竞争或潜在竞争关系的其他任何企业、机构、组织或个人提供与该等竞争产品和业务相关的技术成果、著作权、商标等无形资产或提供创意设计、销售渠道、客户信息等商业秘密。

4、本人承诺不利用控股股东、实际控制人地位，从事或参与从事任何有损于公司及其他股东合法权益的行为。

本承诺函自签署之日起正式生效并不可变更或撤销。如有违反，本人自愿承担相应的法律责任。本人作为公司控股股东、实际控制人期间，上述承诺持续有效。”

七、 关联方、关联关系和关联交易情况

（一）关联方及关联关系

根据《公司法》《企业会计准则第 36 号——关联方披露》及中国证监会、北京证券交易所的有关规定，公司关联方及其关联关系如下：

1、控股股东、实际控制人

公司的控股股东、实际控制人为赵国义，详细情况参见本招股说明书“第四节发行人基本情况”之“四、发行人股东及实际控制人情况”之“（一）控股股东、实际控制人情况”。

2、持有 5%以上股份的其他股东

除控股股东赵国义外，其他持有公司 5%以上股份的股东分别系赵国祥、深圳市柏星龙投资有限责任公司、赵国忠、荆涛，详细情况参见本招股说明书“第四节发行人基本情况”之“四、发行人股东及实际控制人情况”之“（二）持有发行人 5%以上股份的其他主要股东”。

3、发行人的控股子公司

发行人共有 5 家全资或控股子公司，分别是惠州柏星龙包装有限公司、四川天府柏星龙创意包装有限公司、贵州柏星龙创意包装有限公司、山西贾家庄柏星龙创意包装有限公司、BXLCreativeDesignCo.,Ltd，具体情况如下：

序号	关联方名称	持股比例
1	惠州柏星龙包装有限公司	100.00%
2	四川天府柏星龙创意包装有限公司	100.00%
3	贵州柏星龙创意包装有限公司	100.00%
4	山西贾家庄柏星龙创意包装有限公司	57.00%
5	BXLCreativeDesignCo.,Ltd	100.00%

4、合营企业和联营企业

截至本招股说明书签署之日，发行人不存在合营企业和联营企业。

5、发行人董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员

公司董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员是公司关联方，公司现任董事、监事、和高级管理人员名单如下：

序号	关联方姓名	关联关系
1	赵国义	董事长
2	赵国祥	副董事长、总经理
3	赵国忠	董事
4	苏凤英	董事、财务总监
5	汤崇辉	董事
6	王志永	董事
7	初大智	独立董事
8	杨强	独立董事
9	盛宝军	独立董事
10	杜全立	监事会主席
11	张娟	监事
12	李叶	职工代表监事
13	黄海英	董事会秘书

关系密切的家庭成员，包括配偶、父母、年满 18 周岁的子女及其配偶、兄弟姐妹及其配偶，配偶的父母、兄弟姐妹，子女配偶的父母。

6、前述关联自然人及其关系密切的家庭成员控制、共同控制、担任董事、高管或施加重大影响的其他企业

公司前述关联自然人直接或者间接控制的、或者担任董事、高级管理人员的除本公司及本公司控股子公司以外的企业为公司的关联方，截至 2022 年 6 月 30 日，主要关联企业如下：

序号	关联方名称	关联关系
1	深圳市柏星龙投资有限责任公司	实际控制人控制的企业，赵国义担任执行董事，系发行人员工持股平台
2	深圳市柏星龙创意投资合伙企业（有限合伙）	实际控制人控制的企业，赵国义担任执行事务合伙人，系发行人员工持股平台
3	黄山市锐翔包装股份有限公司	赵国义担任董事
4	深圳市蓬勃东方文化传播有限公司	赵国祥配偶侯晓宁持股 100%，担任执行董事、总经理
5	深圳市火星猴教育科技有限公司	赵国祥持股 49%，其配偶侯晓宁持股 51%并担任执行董事、总经理
6	深圳市火星猴佳阳科技教育有限公司	赵国祥配偶侯晓宁经营管理的公司
7	深圳市蓬勃教育有限公司	赵国祥配偶侯晓宁的兄弟侯晓鹏持股 67%，担任执行董事、总经理
8	深圳市蓬勃教育咨询有限公司	赵国祥配偶侯晓宁的兄弟侯晓鹏持股 100%，并担任执行董事、总经理
9	张家口慧投商贸有限公司	赵国祥配偶侯晓宁的兄弟侯晓鹏持股 60%，并担任执行董事、经理
10	深圳市鸿汐物业租赁有限公司	赵国忠配偶的兄弟张建波持股 50%
11	深圳市维宸科技有限公司	苏凤英持股 90%，担任执行董事
12	广东达和律师事务所	苏凤英之配偶曾易水担任合伙人
13	东莞市华芯微电子有限公司	汤崇辉兄弟汤崇晟持股 100%，担任执行董事
14	深圳市罗湖区东门白马服装市场草莓一族服饰店	王志永控制的个体工商户
15	东莞市大朗海茗沣服饰加工厂	黄海英兄弟姐妹黄子萍控制的个体工商户
16	东莞市琥美妞毛织有限公司	黄海英兄弟姐妹黄子萍持股 100%，担任执行董事
17	深圳市蓝海汽车配件有限公司	杜全立妹夫丁国良持股 70%，担任执行董事、总经理
18	深圳市频实电子科技有限公司	张娟配偶刘嘉持股 60%，担任执行董事、总经理
19	深圳市信宇人科技股份有限公司	初大智担任独立董事
20	深圳市卓宝科技股份有限公司	初大智担任独立董事
21	胜宏科技（惠州）股份有限公司	初大智担任独立董事

22	深圳欧陆通电子股份有限公司	初大智担任独立董事
23	山西水塔醋业股份有限公司	杨强担任独立董事
24	通化葡萄酒股份有限公司	杨强担任独立董事
25	华鹏飞股份有限公司	盛宝军担任独立董事
26	深圳市迪威迅股份有限公司	盛宝军担任独立董事
27	深圳市沃特新材料股份有限公司	盛宝军担任独立董事
28	顺龙（控股）有限公司(00361.HK)	盛宝军担任独立董事
29	杭州英琦汇洋股权投资合伙企业（有限合伙）	荆涛持有 5%财产份额，担任执行事务合伙人
30	杭州英琦杰洋股权投资合伙企业（有限合伙）	荆涛持有 5%财产份额，担任执行事务合伙人
31	共青城天华恒源投资合伙企业（有限合伙）	荆涛持有 90%财产份额，担任执行事务合伙人
32	深圳天华恒源投资企业（有限合伙）	荆涛合计持有 88%财产份额，担任执行事务合伙人
33	丹江口天华恒源投资合伙企业（有限合伙）	荆涛担任执行事务合伙人

7、报告期内其他关联方

报告期内，发行人其他关联方如下：

序号	关联方名称	关联关系
1	纪春艳	报告期内曾任监事，2021 年离任
2	左芳玲	报告期内曾任监事，2021 年离任
3	杨玲娟	报告期内曾任监事，2021 年离任
4	姜怡坤	报告期内曾任董事，2020 年离任
5	王亚君	报告期内曾任监事，2020 年离任
6	罗少敏	报告期内曾任独立董事，2020 年离任
7	四川海普柏星龙创意包装有限公司	发行人子公司，2019 年 8 月注销
8	海普智联科技股份有限公司	持有原子公司四川海普柏星龙创意包装有限公司 49%股权
9	安徽省锐翔包装设计有限公司	发行人参股（12%）公司，赵国义曾担任该公司副董事长，2020 年 6 月注销
10	深圳市源创设计网络科技有限公司	发行人参股（35%）公司，赵国义担任董事，2021 年 11 月注销
11	深圳市窖珍酒文化有限公司	赵国祥持股 90%，担任执行董事、总经理，2020 年 5 月注销
12	东莞市大朗琥美妞服饰加工厂	黄海英兄弟姐妹黄子萍控制的个体工商户，2021 年 7 月注销
17	深圳市科陆电子科技股份有限公司	盛宝军曾担任独立董事，2021 年 6 月离任

18	深圳天源迪科信息技术股份有限公司	盛宝军曾担任独立董事，2019年4月离任
19	杭州英琦恒洲股权投资合伙企业（有限合伙）	荆涛担任执行事务合伙人，2019年5月注销
20	深圳市今醇酒业有限公司	已离任董事姜怡坤持股100%，担任执行董事、总经理
21	深圳红市专业市场研究院有限公司	已离任监事王亚君持股60%，担任执行董事
22	深圳天九包装管理咨询有限公司	已离职独立董事罗少敏持股37.31%，担任董事长
23	深圳市瑞添投资咨询有限公司	已离任独立董事罗少敏担任执行董事、总经理，2020年7月注销
24	深圳菩提教育信息技术有限公司	已离任独立董事罗少敏持股13.20%，担任董事
25	北京聚盟企业管理咨询有限公司	已离任独立董事罗少敏担任董事
26	深圳市创凡教育发展有限公司	已离任独立董事罗少敏曾持有60%股权，于2020年9月21日退出投资

（二）关联交易情况

1、经常性关联交易

（1）购销商品、接受或提供劳务

单位：万元

关联方名称	采购内容	2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
海普智联科技股份有限公司	采购商品	-	-	-	16.63
深圳市蓬勃东方文化传播有限公司	采购服务	-	-	14.00	-
深圳市火星猴教育科技有限公司	采购服务	-	-	15.00	-
深圳市火星猴佳阳科技教育有限公司	采购服务	-	-	12.00	-
合计		-	-	41.00	16.63
占营业成本的比例		-	-	0.24%	0.08%

报告期内，公司关联交易主要系因生产经营需求，向关联方采购了少量包装材料、教育培训服务。

其中，向海普智联科技股份有限公司（以下简称“海普智联”）的采购，主要系在考虑采购的便利性、价格等因素后，向原子公司少数股东海普智联采购了16.63万元的防伪扣等产品用于包装产品生产。

深圳市蓬勃东方文化传播有限公司、深圳市火星猴教育科技有限公司、深圳市火星猴佳阳科技教育有限公司均系公司副董事长、总经理赵国祥配偶控制或经营管理的企业，主要从事教育培训业务，公司因员工培训需要，委托上述公司实施，三家公司交易金额合计 41 万元，交易具有合理性与必要性，不存在显失公允的情形。

上述关联交易对公司财务状况及经营成果影响较小，同时遵循了市场定价原则，未损害公司及非关联股东利益，不存在显失公允的情形。

(2) 关联租赁

出租方	承租方	2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
深圳市鸿汐物业租赁有限公司	发行人	48.01	101.88	44.82	-
张建华	发行人	-	-	4.77	0.53
合计		48.01	101.88	90.59	17.16
占营业成本的比例		0.29%	0.37%	0.29%	0.00%

为满足部分员工住宿需求，公司委托关联方深圳市鸿汐物业租赁有限公司寻找合适的住房，由其对租赁房屋进行统一管理并转租给公司，同时向张建华租赁了房屋，上述租赁价格不存在显失公允的情形。

除上述租赁外，公司根据经营需要，从 2008 年 2 月起向控股股东赵国义租赁位于深圳市罗湖区迎春路海外联谊大厦的房产，用于公司日常经营办公使用，最近一期的合同租赁期从 2018 年 2 月 1 日起至 2018 年 12 月 31 日，场地月租金 102,860.80 元。

公司自 2018 年初筹划将办公场地搬迁至深圳市罗湖区清水河街道清水河一路深业进元大厦（现已更名为“罗湖投资控股大厦”）裙楼 6 层 01 和 1 座 11 整层，并于 2018 年 3 月 29 日与深圳市罗湖区机关物业管理办公室签订了《房屋租赁合同》，租赁自 2018 年 4 月 1 日起生效后开始进行装修，计划 2018 年 12 月完工。因公司前述新租赁的办公楼装修未能按期竣工导致搬迁延误，于 2019 年 1 月搬迁过渡期与控股股东赵国义协商延长租赁期限至 2019 年 1 月 31 日。公司于 2019 年 4 月 22 日、2019 年 5 月 13 日分别召开董事会、股东大会对上述事项进行追溯确认。但基于公司实际未与控股股东签署租赁补充协议，且公司实际未支付租赁款项，2019 年 1 月属于租赁过渡期，公司实际使用控股股东场所时间较短，经与控股股东确认，对搬迁过渡期场地使用租金予以豁免。

2、偶发性关联交易

报告期内，公司偶发性关联交易系公司实际控制人及其配偶张明秀为公司的银行贷款提供无偿担保，该类担保有助于公司获得生产经营所需的资金，不存在损害公司和股东利益的情形。

3、关联方往来余额

报告期各期末，发行人与关联方往来款项余额如下：

(1) 应收项目余额

单位：万元

项目名称	关联方	2022.6.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
预付款项	深圳市鸿汐物业租赁有限公司	9.09	7.81	5.74	-
其他应收款	深圳市鸿汐物业租赁有限公司	13.59	12.52	8.48	-

(2) 应付项目

单位：万元

项目名称	关联方	2022.6.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
应付账款	海普智联科技股份有限公司	-	-	-	1.66
其他应付款	海普智联科技股份有限公司	-	-	-	0.93

(三) 关联交易对本公司财务状况和经营成果的影响

报告期内，公司与关联方发生的关联交易具有必要性和合理性，交易作价公允，交易金额较小，且已经公司董事会和股东大会审议或追认，或经管理层批准，不存在严重损害公司及其他非关联股东利益的情形，对公司正常的生产经营活动未产生重大影响。

(四) 发行人报告期内发生的关联交易所履行的审议程序

公司在《公司章程》及其他内部规定中明确了关联交易决策的权力与程序，《公司章程》规定了关联股东或利益冲突的董事在关联交易表决中的回避制度。同时，公司在制定的《股东大会议事规则》《董事会议事规则》和《关联交易管理制度》等制度中对关联交易决策的权力与程序作了更加详尽的规定。报告期内，公司发生的关联交易已依照《公司章程》及有关规定履行了审批程序或进行补充确认。

（五）减少并规范关联交易的措施

1、减少并规范关联交易的制度性安排

公司依照《公司法》等法律、法规建立了规范、健全的法人治理结构，公司制定的《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《独立董事制度》、《关联交易管理制度》、《对外担保管理制度》等规章制度，对关联交易决策权力和程序作出了详细的规定，有利于公司规范和减少关联交易，保证关联交易的公开、公平、公正。此外，公司建立健全了规范的独立董事制度，有利于公司董事会的独立性和公司治理机制的完善。公司的独立董事将在规范和减少关联交易方面发挥重要作用，积极保护公司和中小投资者的利益。

2、关于规范和减少关联交易的承诺

为规范和减少关联交易，维护公司的利益和保证公司的长期稳定发展，公司控股股东、实际控制人及/董事/监事/高级管理人员出具了《关于规范和减少关联交易、避免资金占用的承诺函》，承诺：

1、本公司/本人将采取切实有效的措施尽量避免和减少本公司/本人及本公司/本人控制的其他企业与公司发生关联交易。

2、对于无法避免或有合理原因而发生的关联交易，本公司/本人及本公司/本人控制的其他企业保证将遵循平等自愿、等价有偿、公平合理的原则，严格按照相关法律法规、规范性文件以及北京证券交易所的规定和届时有效的《深圳市柏星龙创意包装股份有限公司章程》《深圳市柏星龙创意包装股份有限公司关联交易管理制度》的相关规定，履行相应关联交易审议程序及信息披露义务，签订关联交易合同，确保关联交易的价格公允，并保证相关交易在公平合理和正常的商业条件下进行，不通过关联交易损害公司及其股东合法权益或向关联方、其他第三方输送利益。

3、本公司/本人及本公司/本人控制的其他企业在上述关联交易进行过程中将不会要求或接受公司提供的比市场上独立第三方更优惠的交易条件，切实维护公司及其股东的合法权益。

4、本公司/本人保证不利用本公司/本人在公司的地位和影响，或利用本人在公司的职务便利，通过本公司/本人及本公司/本人控制的其他企业以任何方式（包括但不限于

借款、代偿债务、代垫款项等) 违规占用或转移公司及其子公司的资金、资产及其他资源, 或要求公司及其子公司违规提供担保。

(六) 报告期内关联方的变化情况

报告期内, 公司的关联方变化情况参见本招股说明书“第六节公司治理”之“七、关联方、关联关系和关联交易情况”之“(一) 关联方及关联关系”。

八、 其他事项

无。

第七节 财务会计信息

一、 发行人最近三年及一期的财务报表

(一) 合并资产负债表

单位：元

项目	2022年6月30日	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日
流动资产：				
货币资金	68,393,124.25	54,939,478.03	98,535,520.86	106,601,044.03
结算备付金	-	-	-	-
拆出资金	-	-	-	-
交易性金融资产	30,793,308.89	97,362,908.92	51,167,142.66	-
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	-		-	-
衍生金融资产	-	-	-	-
应收票据	9,130,000.00	9,240,407.00	7,246,608.00	3,112,152.09
应收账款	148,520,901.32	101,737,572.87	60,874,644.80	79,707,725.96
应收款项融资	9,106,650.80	2,896,704.79	1,203,763.00	1,129,000.00
预付款项	3,601,508.61	5,985,643.05	3,324,655.12	4,707,956.83
应收保费	-	-	-	-
应收分保账款	-	-	-	-
应收分保合同准备金	-	-	-	-
其他应收款	4,350,721.76	2,823,357.97	3,411,094.08	2,797,055.31
其中：应收利息	-	-	-	-
应收股利	-	-	-	-
买入返售金融资产	-	-	-	-
存货	38,423,664.22	38,960,581.01	25,000,184.20	28,869,976.53
合同资产	-	-	-	-

持有待售资产	-	-	-	-
一年内到期的非流动资产	-	-	-	-
其他流动资产	3,158,879.91	1,983,192.65	206,845.62	206,415.07
流动资产合计	315,478,759.76	315,929,846.29	250,970,458.34	227,131,325.82
非流动资产：				
发放贷款及垫款	-	-	-	-
债权投资	-	-	-	-
可供出售金融资产	-	-	-	-
其他债权投资	-	-	-	-
持有至到期投资	-	-	-	-
长期应收款	-	-	-	-
长期股权投资	-	-	-	-
其他权益工具投资	-	-	-	-
其他非流动金融资产	1,800,000.00	1,800,000.00	1,800,000.00	1,800,000.00
投资性房地产	-	-	-	-
固定资产	64,858,844.94	59,036,728.60	53,001,795.13	56,835,409.72
在建工程	4,341,508.90	-	165,663.72	68,400.00
生产性生物资产	-	-	-	-
油气资产	-	-	-	-
使用权资产	4,617,522.30	7,051,972.18	-	-
无形资产	12,154,724.18	12,465,411.46	12,787,109.20	12,989,274.99
开发支出	-	-	-	-
商誉	-	-	-	-
长期待摊费用	6,421,206.70	7,012,061.69	9,857,726.19	12,502,614.98
递延所得税资产	3,819,028.79	3,311,034.38	5,360,341.73	4,299,977.87
其他非流动资产	6,198,745.56	8,737,366.32	422,900.00	11,788.00
非流动资产合计	104,211,581.37	99,414,574.63	83,395,535.97	88,507,465.56
资产总计	419,690,341.13	415,344,420.92	334,365,994.31	315,638,791.38
流动负债：				

短期借款	30,041,333.33	40,055,466.67	43,849,557.08	13,239,522.54
向中央银行借款	-	-	-	-
拆入资金	-	-	-	-
交易性金融负债	-	-	-	-
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债	-	-	-	-
衍生金融负债	-	-	-	-
应付票据	13,122,211.31	31,077,904.21	11,730,269.28	14,940,354.20
应付账款	82,627,395.23	63,583,384.08	47,626,469.16	63,274,006.55
预收款项	-	-	-	14,596,506.67
合同负债	24,638,065.46	29,955,848.78	13,581,443.81	-
卖出回购金融资产款	-	-	-	-
吸收存款及同业存放	-	-	-	-
代理买卖证券款	-	-	-	-
代理承销证券款	-	-	-	-
应付职工薪酬	10,086,956.91	15,916,760.55	14,243,106.50	13,895,620.82
应交税费	6,447,627.67	4,181,638.70	5,566,602.75	5,247,065.97
其他应付款	2,915,393.06	3,309,488.35	1,515,991.66	1,104,019.87
其中：应付利息	-	-	-	-
应付股利	-	-	-	-
应付手续费及佣金	-	-	-	-
应付分保账款	-	-	-	-
持有待售负债	-	-	-	-
一年内到期的非流动负债	4,779,831.71	5,762,223.76	-	-
其他流动负债	1,145,888.35	2,253,690.50	818,265.01	-
流动负债合计	175,804,703.03	196,096,405.60	138,931,705.25	126,297,096.62
非流动负债：				

保险合同准备金	-	-	-	-
长期借款	-	-	-	-
应付债券	-	-	-	-
其中：优先股	-	-	-	-
永续债	-	-	-	-
租赁负债	61,729.81	1,552,763.85	-	-
长期应付款	-	-	-	-
长期应付职工薪酬	-	-	-	-
预计负债	-	-	-	-
递延收益	1,550,252.26	2,062,649.66	3,195,428.46	755,886.80
递延所得税负债	118,996.33	198,087.27	9,887.65	-
其他非流动负债	-	-	-	-
非流动负债合计	1,730,978.40	3,813,500.78	3,205,316.11	755,886.80
负债合计	177,535,681.43	199,909,906.38	142,137,021.36	127,052,983.42
所有者权益（或 股东权益）：				
股本	51,852,000.00	51,852,000.00	51,852,000.00	51,852,000.00
其他权益工具	-	-	-	-
其中：优先股	-	-	-	-
永续债	-	-	-	-
资本公积	17,445,523.52	16,990,962.50	16,857,603.42	15,649,311.13
减：库存股	-	-	-	-
其他综合收益	73,002.94	71,778.92	74,259.09	21,762.71
专项储备	-	-	-	-
盈余公积	25,926,000.00	25,926,000.00	25,926,000.00	25,602,852.82
一般风险准备	-	-	-	-
未分配利润	143,561,867.91	119,739,135.37	97,519,110.44	95,459,881.30
归属于母公司所 有者权益合计	238,858,394.37	214,579,876.79	192,228,972.95	188,585,807.96
少数股东权益	3,296,265.33	854,637.75	-	-
所有者权益合计	242,154,659.70	215,434,514.54	192,228,972.95	188,585,807.96

负债和所有者权益				
益总计	419,690,341.13	415,344,420.92	334,365,994.31	315,638,791.38

法定代表人：赵国义 主管会计工作负责人：苏凤英 会计机构负责人：苏凤英

(二) 母公司资产负债表

√适用 □不适用

单位：元

项目	2022年6月 30日	2021年12月 31日	2020年12月 31日	2019年12月 31日
流动资产：				
货币资金	59,477,114.76	45,983,704.66	90,050,585.64	102,740,903.24
交易性金融资产	30,793,308.89	97,362,908.92	51,167,142.66	-
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	-		-	-
衍生金融资产	-	-	-	-
应收票据	8,930,000.00	8,350,407.00	6,763,200.00	3,112,152.09
应收账款	145,265,374.83	101,093,673.45	60,386,675.91	80,044,663.18
应收款项融资	6,022,482.80	2,896,704.79	1,123,763.00	1,129,000.00
预付款项	3,476,219.66	5,716,975.10	3,173,574.14	4,023,004.77
其他应收款	153,910,397.30	135,599,331.49	128,754,248.89	120,822,232.06
其中：应收利息	-	-	-	-
应收股利	-	-	-	-
买入返售金融资产	-	-	-	-
存货	20,485,657.31	26,244,658.70	18,174,702.57	19,547,575.51
合同资产	-	-	-	-
持有待售资产	-	-	-	-
一年内到期的非流动资产	-	-	-	-
其他流动资产	2,860,377.34	1,537,813.40	181,415.09	206,415.07
流动资产合计	431,220,932.89	424,786,177.51	359,775,307.90	331,625,945.92
非流动资产：				

债权投资	-	-	-	-
可供出售金融资产	-	-	-	-
其他债权投资	-	-	-	-
持有至到期投资	-	-	-	-
长期应收款	-	-	-	-
长期股权投资	15,096,700.00	12,096,700.00	956,700.00	956,700.00
其他权益工具投资	-	-	-	-
其他非流动金融资产	1,800,000.00	1,800,000.00	1,800,000.00	1,800,000.00
投资性房地产	-	-	-	-
固定资产	7,551,243.67	7,685,656.92	9,112,653.23	9,594,120.15
在建工程	-	-	-	-
生产性生物资产	-	-	-	-
油气资产	-	-	-	-
使用权资产	3,712,835.06	6,188,058.44	-	-
无形资产	485,968.26	580,903.64	961,186.02	814,679.81
开发支出	-	-	-	-
商誉	-	-	-	-
长期待摊费用	5,221,138.56	6,580,300.62	9,298,624.74	12,016,948.86
递延所得税资产	3,017,703.62	2,805,777.67	5,278,174.00	4,269,568.32
其他非流动资产	2,301,415.04	411,753.00	422,900.00	-
非流动资产合计	39,187,004.21	38,149,150.29	27,830,237.99	29,452,017.14
资产总计	470,407,937.10	462,935,327.80	387,605,545.89	361,077,963.06
流动负债：				
短期借款	30,041,333.33	30,045,466.67	38,863,518.72	13,222,183.33
交易性金融负债	-	-	-	-
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债	-	-	-	-
衍生金融负债	-	-	-	-
应付票据	13,122,211.31	41,087,904.21	11,730,269.28	14,940,354.20
应付账款	52,353,950.01	35,769,729.23	29,191,058.19	39,515,174.49
预收款项	-	-	-	13,862,231.71
卖出回购金融资产款	-	-	-	-

应付职工薪酬	6,716,648.69	11,705,065.70	11,527,770.83	11,099,278.55
应交税费	2,854,582.21	1,525,525.45	4,076,946.93	3,395,598.36
其他应付款	5,139,070.67	1,881,549.21	712,743.53	757,418.26
其中：应付利息	-	-	-	-
应付股利	-	-	-	-
合同负债	22,120,388.33	28,157,271.99	12,167,028.85	-
持有待售负债	-	-	-	-
一年内到期的非流动 负债	3,984,808.13	5,219,673.59	-	-
其他流动负债	1,045,480.35	2,083,071.01	798,012.06	-
流动负债合计	137,378,473.03	157,475,257.06	109,067,348.39	96,792,238.90
非流动负债：				
长期借款	-	-	-	-
应付债券	-	-	-	-
其中：优先股	-	-	-	-
永续债	-	-	-	-
租赁负债	-	1,344,042.17	-	-
长期应付款	-	-	-	-
长期应付职工薪酬	-	-	-	-
预计负债	-	-	-	-
递延收益	1,550,252.26	2,062,649.66	3,195,428.46	755,886.80
递延所得税负债	118,996.33	198,087.27	9,887.65	-
其他非流动负债	-	-	-	-
非流动负债合计	1,669,248.59	3,604,779.10	3,205,316.11	755,886.80
负债合计	139,047,721.62	161,080,036.16	112,272,664.50	97,548,125.70
所有者权益：				
股本	51,852,000.00	51,852,000.00	51,852,000.00	51,852,000.00
其他权益工具	-	-	-	-
其中：优先股	-	-	-	-
永续债	-	-	-	-
资本公积	17,445,523.52	16,990,962.50	16,857,603.42	15,649,311.13
减：库存股	-	-	-	-
其他综合收益	-	-	-	-

专项储备	-	-	-	-
盈余公积	25,926,000.00	25,926,000.00	25,926,000.00	25,602,852.82
一般风险准备	-	-	-	-
未分配利润	236,136,691.96	207,086,329.14	180,697,277.97	170,425,673.41
所有者权益合计	331,360,215.48	301,855,291.64	275,332,881.39	263,529,837.36
负债和所有者权益合计	470,407,937.10	462,935,327.80	387,605,545.89	361,077,963.06

(三) 合并利润表

单位：元

项目	2022年1月 —6月	2021年度	2020年度	2019年度
一、营业总收入	246,375,642.62	426,347,286.74	282,076,493.29	356,821,681.45
其中：营业收入	246,375,642.62	426,347,286.74	282,076,493.29	356,821,681.45
利息收入	-	-	-	-
已赚保费	-	-	-	-
手续费及佣金收入	-	-	-	-
二、营业总成本	214,819,997.15	386,262,506.23	255,541,808.24	314,262,405.70
其中：营业成本	163,014,091.00	276,202,738.82	168,747,926.17	205,570,493.38
利息支出	-	-	-	-
手续费及佣金支出	-	-	-	-
退保金	-	-	-	-
赔付支出净额	-	-	-	-
提取保险责任准备金净额	-	-	-	-
保单红利支出	-	-	-	-
分保费用	-	-	-	-
税金及附加	1,245,141.06	2,496,480.29	1,701,452.92	2,836,283.36
销售费用	16,617,921.88	35,835,149.71	29,307,352.44	51,311,561.62

管理费用	26,343,284.70	51,585,689.74	36,634,131.34	40,222,710.73
研发费用	8,664,826.94	17,483,114.37	15,804,232.98	14,305,611.35
财务费用	-1,065,268.43	2,659,333.30	3,346,712.39	15,745.26
其中：利息费用	750,114.44	1,381,992.47	1,269,393.11	763,973.99
利息收入	122,387.34	242,911.65	206,862.86	267,651.43
加：其他收益	3,681,454.23	4,730,314.27	6,038,256.72	4,510,156.54
投资收益（损失以“-”号填列）	493,145.67	1,799,069.11	1,590,127.02	600,464.04
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-	-
以摊余成本计量的金融资产终止确认收益（损失以“-”号填列）	-	-	-	-
汇兑收益（损失以“-”号填列）	-	-	-	-
净敞口套期收益（损失以“-”号填列）	-	-	-	-
公允价值变动收益（损失以“-”号填列）	315,908.42	1,320,581.80	65,917.68	-
信用减值损失（损失以“-”号填列）	-2,856,879.96	3,737,121.02	-3,954,947.53	-3,563,651.35
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-837,189.70	-1,933,295.84	-3,633,912.69	-3,652,988.38

资产处置收益 (损失以“-”号填列)	-2,119.70	-83,840.19	-17,324.83	-11,017.04
三、营业利润(亏损以“-”号填列)	32,349,964.43	49,654,730.68	26,622,801.42	40,442,239.56
加: 营业外收入	2,746.84	49,535.10	780,106.22	54,878.33
减: 营业外支出	4,558,470.48	1,237,811.88	794,398.74	357,555.94
四、利润总额(亏损总额以“-”号填列)	27,794,240.79	48,466,453.90	26,608,508.90	40,139,561.95
减: 所得税费用	4,069,880.67	6,251,791.28	4,226,131.95	6,824,321.77
五、净利润(净亏损以“-”号填列)	23,724,360.12	42,214,662.62	22,382,376.95	33,315,240.18
其中: 被合并方在合并前实现的净利润	-	-	-	-
(一) 按经营持续性分类:				
1. 持续经营净利润 (净亏损以“-”号填列)	23,724,360.12	42,214,662.62	22,382,376.95	33,315,240.18
2. 终止经营净利润 (净亏损以“-”号填列)	-	-	-	-
(二) 按所有权归属分类:				
1. 少数股东损益(净亏损以“-”号填列)	-98,372.42	-5,362.25	-	-6,028.77
2. 归属于母公司所有者的净利润(净亏损以“-”号填列)	23,822,732.54	42,220,024.87	22,382,376.95	33,321,268.95
六、其他综合收益的税后净额	1,224.02	-2,480.17	52,496.38	17,333.01

（一）归属于母公司所有者的其他综合收益的税后净额	1,224.02	-2,480.17	52,496.38	17,333.01
1. 不能重分类进损益的其他综合收益	-	-	-	-
（1）重新计量设定受益计划变动额	-	-	-	-
（2）权益法下不能转损益的其他综合收益	-	-	-	-
（3）其他权益工具投资公允价值变动	-	-	-	-
（4）企业自身信用风险公允价值变动	-	-	-	-
（5）其他	-	-	-	-
2. 将重分类进损益的其他综合收益	1,224.02	-2,480.17	52,496.38	17,333.01
（1）权益法下可转损益的其他综合收益	-	-	-	-
（2）其他债权投资公允价值变动	-	-	-	-
（3）可供出售金融资产公允价值变动损益	-	-	-	-
（4）金融资产重分类计入其他综合收益的金额	-	-	-	-
（5）持有至到期投资重分类为可供出售金融资产损益	-	-	-	-
（6）其他债权投资信用减值准备	-	-	-	-

(7) 现金流量套期 储备	-	-	-	-
(8) 外币财务报表 折算差额	1,224.02	-2,480.17	52,496.38	17,333.01
(9) 其他	-	-	-	-
(二) 归属于少数股 东的其他综合收益的 税后净额	-	-	-	-
七、综合收益总额	23,725,584.14	42,212,182.45	22,434,873.33	33,332,573.19
(一) 归属于母公司 所有者的综合收益总 额	23,823,956.56	42,217,544.70	22,434,873.33	33,338,601.96
(二) 归属于少数股 东的综合收益总额	-98,372.42	-5,362.25	-	-6,028.77
八、每股收益：				
(一) 基本每股收益 (元/股)	0.46	0.81	0.43	0.64
(二) 稀释每股收益 (元/股)	0.46	0.81	0.43	0.64

法定代表人：赵国义 主管会计工作负责人：苏凤英 会计机构负责人：苏凤英

(四) 母公司利润表

√适用 □不适用

单位：元

项目	2022年1月—6 月	2021年度	2020年度	2019年度
一、营业收入	229,208,435.07	416,336,541.98	270,558,659.21	346,439,505.32
减：营业成本	155,099,226.37	280,837,349.60	162,322,426.79	198,485,870.80
税金及附加	927,981.38	1,539,686.63	1,068,813.70	1,913,145.63
销售费用	15,289,049.22	33,736,138.13	27,354,763.18	49,324,417.08
管理费用	18,145,170.24	36,055,484.71	26,963,636.67	30,342,711.61

研发费用	8,805,473.13	17,944,446.34	15,555,599.17	14,128,543.90
财务费用	-1,090,915.59	2,610,374.15	3,336,537.03	4,234.71
其中：利息费用	750,114.44	1,381,992.47	1,269,393.11	763,973.99
利息收入	113,678.43	231,352.54	195,633.43	257,277.85
加：其他收益	3,675,227.35	4,730,088.95	5,870,967.33	4,510,156.54
投资收益 (损失以“-”号填列)	493,145.67	1,683,516.92	1,556,462.61	585,085.19
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-	-
以摊余成本计量的金融资产终止确认收益(损失以“-”号填列)	-	-	-	-
汇兑收益 (损失以“-”号填列)	-	-	-	-
净敞口套期收益(损失以“-”号填列)	-	-	-	-
公允价值变动收益(损失以“-”号填列)	315,908.42	1,320,581.80	65,917.68	-
信用减值损失(损失以“-”号填列)	-2,298,128.11	3,694,706.31	-4,019,871.74	-3,345,588.07
资产减值损失(损失以“-”号填列)	-629,166.66	-1,462,879.31	-2,736,013.84	-2,271,332.62

资产处置收益（损失以“-”号填列）	-	7,035.28	-17,324.83	-11,275.85
二、营业利润（亏损以“-”号填列）	33,589,436.99	53,586,112.37	34,677,019.88	51,707,626.78
加：营业外收入	2,160.50	44,911.84	764,995.46	28,432.83
减：营业外支出	192,166.82	710,967.74	705,954.10	143,148.68
三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	33,399,430.67	52,920,056.47	34,736,061.24	51,592,910.93
减：所得税费用	4,349,067.85	6,531,005.36	4,141,308.87	6,692,474.35
四、净利润（净亏损以“-”号填列）	29,050,362.82	46,389,051.11	30,594,752.37	44,900,436.58
（一）持续经营净利润（净亏损以“-”号填列）	29,050,362.82	46,389,051.11	30,594,752.37	44,900,436.58
（二）终止经营净利润（净亏损以“-”号填列）	-	-	-	-
五、其他综合收益的税后净额	-	-	-	-
（一）不能重分类进损益的其他综合收益	-	-	-	-
1. 重新计量设定受益计划变动额	-	-	-	-
2. 权益法下不能转损益的其他综合收益	-	-	-	-

3. 其他权益工具 投资公允价值变 动	-	-	-	-
4. 企业自身信用 风险公允价值变 动	-	-	-	-
5. 其他	-	-	-	-
(二) 将重分类 进损益的其他综 合收益	-			
1. 权益法下可转 损益的其他综合 收益	-	-	-	-
2. 其他债权投资 公允价值变动	-	-	-	-
3. 可供出售金融 资产公允价值变 动损益	-		-	-
4. 金融资产重分 类计入其他综合 收益的金额	-	-	-	-
5. 持有至到期投 资重分类为可供 出售金融资产损 益	-		-	-
6. 其他债权投资 信用减值准备	-	-	-	-
7. 现金流量套期 储备	-	-	-	-
8. 外币财务报表 折算差额	-	-	-	-
9. 其他	-	-	-	-

六、综合收益总额	29,050,362.82	46,389,051.11	30,594,752.37	44,900,436.58
七、每股收益：				
（一）基本每股收益（元/股）	-	-	-	-
（二）稀释每股收益（元/股）	-	-	-	-

（五） 合并现金流量表

单位：元

项目	2022年1月—6月	2021年度	2020年度	2019年度
一、经营活动产生的现金流量：				
销售商品、提供劳务现金	186,839,230.15	394,665,376.29	304,892,350.74	365,040,936.94
客户存款和同业存放款项净增加额	-	-	-	-
向中央银行借款净增加额	-	-	-	-
收到原保险合同保费取得的现金	-	-	-	-
收到再保险业务现金净额	-	-	-	-
保户储金及投资款净增加额	-	-	-	-
处置以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产净增加额	-		-	-

收取利息、手续费及佣金的现金	-	-	-	-
拆入资金净增加额	-	-	-	-
回购业务资金净增加额	-	-	-	-
代理买卖证券收到的现金净额	-	-	-	-
收到的税费返还	2,450,956.59	6,062,621.36	3,685,568.25	4,932,182.87
收到其他与经营活动有关的现金	3,797,751.97	6,635,270.42	9,570,269.84	5,387,103.72
经营活动现金流入小计	193,087,938.71	407,363,268.07	318,148,188.83	375,360,223.53
购买商品、接受劳务支付的现金	130,264,788.97	208,618,781.19	164,862,334.69	159,017,827.65
客户贷款及垫款净增加额	-	-	-	-
存放中央银行和同业款项净增加额	-	-	-	-
支付原保险合同赔付款项的现金	-	-	-	-
为交易目的而持有的金融资产净增加额	-	-	-	-
拆出资金净增加额	-	-	-	-
支付利息、手续费及佣金的现金	-	-	-	-
支付保单红利的现金	-	-	-	-
支付给职工以及为职工支付的现金	61,024,609.94	99,536,321.22	69,045,887.60	77,583,647.94
支付的各项税费	12,189,755.62	22,087,247.01	17,167,718.55	24,863,343.65
支付其他与经营活动有关的现金	11,558,514.34	22,669,820.96	25,889,302.24	48,267,322.32

经营活动现金流出小计	215,037,668.87	352,912,170.38	276,965,243.08	309,732,141.56
经营活动产生的现金流量净额	-21,949,730.16	54,451,097.69	41,182,945.75	65,628,081.97
二、投资活动产生的现金流量：				
收回投资收到的现金	-	-	-	-
取得投资收益收到的现金	1,336,327.00	1,864,986.79	1,590,127.02	600,464.04
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	110,000.00	237,181.84	13,915.00	36,320.50
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额		-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	103,994,830.00	145,920,554.98	244,705,645.02	80,000,000.00
投资活动现金流入小计	105,441,157.00	148,022,723.61	246,309,687.04	80,636,784.54
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	20,558,465.70	21,817,448.39	7,091,605.29	8,912,195.70
投资支付的现金	-	-	-	-
质押贷款净增加额	-	-	-	-
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	37,288,590.20	191,500,000.00	296,458,601.83	80,000,000.00
投资活动现金流出小计	57,847,055.90	213,317,448.39	303,550,207.12	88,912,195.70

投资活动产生的现金流量净额	47,594,101.10	-65,294,724.78	-57,240,520.08	-8,275,411.16
三、筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金	2,540,000.00	860,000.00	-	-
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	2,540,000.00	860,000.00	-	-
取得借款收到的现金	-	40,010,000.00	44,986,038.36	15,017,339.21
发行债券收到的现金	-	-	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	3,604,892.00	-	816,277.00	-
筹资活动现金流入小计	6,144,892.00	40,870,000.00	45,802,315.36	15,017,339.21
偿还债务支付的现金	10,010,000.00	43,811,038.36	14,392,339.21	24,600,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	754,247.78	21,375,044.46	21,253,058.35	20,781,226.99
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润	-	-	-	-
支付其他与筹资活动有关的现金	4,982,023.53	11,793,378.35	-	3,270,402.99
筹资活动现金流出小计	15,746,271.31	76,979,461.17	35,645,397.56	48,651,629.98
筹资活动产生的现金流量净额	-9,601,379.31	-36,109,461.17	10,156,917.80	-33,634,290.77

四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	431,707.51	-245,687.13	-1,576,961.47	441,208.80
五、现金及现金等价物净增加额	16,474,699.14	-47,198,775.39	-7,477,618.00	24,159,588.84
加：期初现金及现金等价物余额	48,740,143.64	95,938,919.03	103,416,537.03	79,256,948.19
六、期末现金及现金等价物余额	65,214,842.78	48,740,143.64	95,938,919.03	103,416,537.03

法定代表人：赵国义 主管会计工作负责人：苏凤英 会计机构负责人：苏凤英

（六） 母公司现金流量表

√适用 □不适用

单位：元

项目	2022年1月—6月	2021年度	2020年度	2019年度
一、经营活动产生的现金流量：				
销售商品、提供劳务收到的现金	182,583,115.84	411,046,838.12	297,496,678.73	360,600,309.87
收到的税费返还	2,450,956.59	6,062,621.36	3,685,568.25	4,932,182.87
收到其他与经营活动有关的现金	6,863,047.93	6,034,458.34	9,061,708.77	5,603,379.38
经营活动现金流入小计	191,897,120.36	423,143,917.82	310,243,955.75	371,135,872.12
购买商品、接受劳务支付的现金	162,156,584.53	266,548,912.81	180,646,968.06	189,864,775.13
支付给职工以及为职工支付的现金	38,440,997.76	62,901,620.26	46,622,357.72	50,569,545.58
支付的各项税费	10,000,314.43	18,241,841.37	13,242,395.30	21,065,522.62

支付其他与经营活动有关的现金	25,350,949.26	26,367,450.95	30,270,650.68	47,370,539.90
经营活动现金流出小计	235,948,845.98	374,059,825.39	270,782,371.76	308,870,383.23
经营活动产生的现金流量净额	-44,051,725.62	49,084,092.43	39,461,583.99	62,265,488.89
二、投资活动产生的现金流量：				
收回投资收到的现金	-	-	-	89,401.95
取得投资收益收到的现金	1,336,327.00	1,749,434.60	1,556,462.61	600,464.04
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	-	16,814.16	2,915.00	4,875.00
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	103,994,830.00	136,920,554.98	239,005,645.02	80,000,000.00
投资活动现金流入小计	105,331,157.00	138,686,803.74	240,565,022.63	80,694,740.99
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	2,824,262.67	1,115,066.46	4,917,798.07	7,802,055.90
投资支付的现金	3,000,000.00	11,140,000.00	-	-
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	37,288,590.20	182,500,000.00	290,758,601.83	80,000,000.00
投资活动现金流出小计	43,112,852.87	194,755,066.46	295,676,399.90	87,802,055.90

投资活动产生的现金流量净额	62,218,304.13	-56,068,262.72	-55,111,377.27	-7,107,314.91
三、筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金	-	-	-	-
取得借款收到的现金	-	30,000,000.00	40,000,000.00	15,000,000.00
发行债券收到的现金	-	-	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	3,604,892.00	-	816,277.00	-
筹资活动现金流入小计	3,604,892.00	30,000,000.00	40,816,277.00	15,000,000.00
偿还债务支付的现金	-	38,825,000.00	14,375,000.00	24,600,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	754,247.78	21,375,044.46	21,253,058.35	20,781,226.99
支付其他与筹资活动有关的现金	4,641,917.63	10,237,921.71	-	3,184,507.00
筹资活动现金流出小计	5,396,165.41	70,437,966.17	35,628,058.35	48,565,733.99
筹资活动产生的现金流量净额	-1,791,273.41	-40,437,966.17	5,188,218.65	-33,565,733.99
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	434,406.80	-247,477.08	-1,640,837.80	450,155.18
五、现金及现金等价物净增加额	16,809,711.90	-47,669,613.54	-12,102,412.43	22,042,595.17
加：期初现金及现金等价物余额	39,784,370.27	87,453,983.81	99,556,396.24	77,513,801.07
六、期末现金及现金等价物余额	56,594,082.17	39,784,370.27	87,453,983.81	99,556,396.24

(七) 合并股东权益变动表

单位：元

项目	2022年1月—6月												
	归属于母公司所有者权益									少数股东权益	所有者权益合计		
	股本	其他权益工具			资本公积	减：库存股	其他综合收益	专项储备	盈余公积	一般风险准备	未分配利润		
优先股		永续债	其他										
一、上年期末余额	51,852,000.00				16,990,962.50		71,778.92		25,926,000.00		119,739,135.37	854,637.75	215,434,514.54
加：会计政策变更													
前期差错更正													
同一控制下企业合并													
其他													

二、本 年期初 余额	51,852,000.00				16,990,962.50		71,778.92		25,926,000.00		119,739,135.37	854,637.75	215,434,514.54
三、本 期增减 变动金 额（减 少以 “—” 号填 列）					454,561.02		1,224.02				23,822,732.54	2,441,627.58	26,720,145.16
（一） 综合收 益总额							1,224.02				23,822,732.54	-98,372.42	23,725,584.14
（二） 所有者 投入和 减少资 本					454,561.02							2,540,000.00	2,994,561.02
1. 股 东投入 的普通 股												2,540,000.00	2,540,000.00

2. 其他权益工具持有者投入资本												
3. 股份支付计入所有者权益的金额				454,561.02								454,561.02
4. 其他												
(三) 利润分配												
1. 提取盈余公积												
2. 提取一般风险准备												

3. 对所有者（或股东）的分配												
4. 其他												
（四）所有者权益内部结转												
1. 资本公积转增资本（或股本）												
2. 盈余公积转增资本（或股本）												
3. 盈余公积												

弥补亏损												
4. 设定受益计划变动额结转留存收益												
5. 其他综合收益结转留存收益												
6. 其他												
(五) 专项储备												
1. 本期提取												
2. 本期使用												

(六) 其他													
四、本 年期末 余额	51,852,000.00				17,445,523.52		73,002.94		25,926,000.00		143,561,867.91	3,296,265.33	242,154,659.70

单位：元

项目	2021 年度												
	归属于母公司所有者权益										少数股东权益	所有者权益合计	
	股本	其他权益工具			资本公积	减： 库存股	其他综合 收益	专 项 储 备	盈 余 公 积	一 般 风 险 准 备			未分配利润
优 先 股		永 续 债	其 他										
一、上年期末余额	51,852,000.00				16,857,603.42		74,259.09		25,926,000.00		97,519,110.44		192,228,972.95
加：会计政策变更													
前期差错更正													
同一控制下企业合并													
其他													
二、本年期初余额	51,852,000.00				16,857,603.42		74,259.09		25,926,000.00		97,519,110.44		192,228,972.95

三、本期增减变动金额（减少以“-”号填列）				133,359.08		-2,480.17			22,220,024.93	854,637.75	23,205,541.59
（一）综合收益总额						-2,480.17			42,220,024.87	-5,362.25	42,212,182.45
（二）所有者投入和减少资本				133,359.08						860,000.00	993,359.08
1. 股东投入的普通股										860,000.00	860,000.00
2. 其他权益工具持有者投入资本											
3. 股份支付计入所有者权益的金额				133,359.08							133,359.08
4. 其他											
（三）利润分配									-19,999,999.94		-19,999,999.94
1. 提取盈余公积											
2. 提取一般风险准备											
3. 对所有者（或股东）的分配									-19,999,999.94		-19,999,999.94
4. 其他											
（四）所有者权益内部结转											

1. 资本公积转增资本（或股本）												
2. 盈余公积转增资本（或股本）												
3. 盈余公积弥补亏损												
4. 设定受益计划变动额结转留存收益												
5. 其他综合收益结转留存收益												
6. 其他												
（五）专项储备												
1. 本期提取												
2. 本期使用												
（六）其他												
四、本年期末余额	51,852,000.00			16,990,962.50		71,778.92		25,926,000.00		119,739,135.37	854,637.75	215,434,514.54

单位：元

项目	2020 年度											
	归属于母公司所有者权益										少数	所有者权益合计
	股本	其他权益工具	资本公积				盈余公积		未分配利润			

		优 先 股	永 续 债	其 他		减： 库存 股	其他综合 收益	专 项 储 备		一 般 风 险 准 备		股 东 权 益	
一、上年期末余额	51,852,000.00				15,649,311.13		21,762.71		25,602,852.82		95,459,881.30		188,585,807.96
加：会计政策变更													
前期差错更正													
同一控制下企业合并													
其他													
二、本年期初余额	51,852,000.00				15,649,311.13		21,762.71		25,602,852.82		95,459,881.30		188,585,807.96
三、本期增减变动金额（减少以“-”号填列）					1,208,292.29		52,496.38		323,147.18		2,059,229.14		3,643,164.99
（一）综合收益总额							52,496.38				22,382,376.95		22,434,873.33
（二）所有者投入和减少资本					1,208,292.29		-		-		-		1,208,292.29
1. 股东投入的普通股													
2. 其他权益工具持有者投入资本													
3. 股份支付计入所有者权益的金额					1,208,292.29								1,208,292.29
4. 其他													

(三) 利润分配							323,147.18	-		-20,000,000.63
1. 提取盈余公积							323,147.18	-323,147.18		-
2. 提取一般风险准备										
3. 对所有者（或股东）的分配								20,000,000.63		-20,000,000.63
4. 其他										
(四) 所有者权益内部结转										
1. 资本公积转增资本（或股本）										
2. 盈余公积转增资本（或股本）										
3. 盈余公积弥补亏损										
4. 设定受益计划变动额结转留存收益										
5. 其他综合收益结转留存收益										
6. 其他										
(五) 专项储备										
1. 本期提取										
2. 本期使用										
(六) 其他										
四、本年期末余额	51,852,000.00			16,857,603.42	74,259.09	25,926,000.00	97,519,110.44			192,228,972.95

单位：元

项目	2019 年度												
	归属于母公司所有者权益										少数股东权益	所有者权益合计	
	股本	其他权益工具			资本公积	减：库存股	其他综合收益	专项储备	盈余公积	一般风险准备			未分配利润
优先股		永续债	其他										
一、上年期末余额	51,852,000.00				10,469,639.12		4,429.70		21,693,394.43		92,134,335.57	91,924.76	176,245,723.58
加：会计政策变更													
前期差错更正					4,792,767.09				-580,585.27		-5,505,678.75		-1,293,496.93
同一控制下企业合并													
其他													
二、本年期初余额	51,852,000.00				15,262,406.21		4,429.70		21,112,809.16		86,628,656.82	91,924.76	174,952,226.65
三、本期增减变动金额 (减少以“-”号填列)					386,904.92		17,333.01		4,490,043.66		8,831,224.48	-91,924.76	13,633,581.31
(一) 综合收益总额							17,333.01				33,321,268.95	-6,028.77	33,332,573.19
(二) 所有者投入和减少资本					386,904.92							-85,895.99	301,008.93

1. 股东投入的普通股												85,895.99	-	-85,895.99
2. 其他权益工具持有者投入资本														
3. 股份支付计入所有者权益的金额				386,904.92										386,904.92
4. 其他														
(三) 利润分配								4,490,043.66					-	-20,000,000.81
1. 提取盈余公积								4,490,043.66					-4,490,043.66	
2. 提取一般风险准备														
3. 对所有者(或股东)的分配													-	-20,000,000.81
4. 其他														
(四) 所有者权益内部结转														
1. 资本公积转增资本(或股本)														
2. 盈余公积转增资本(或股本)														
3. 盈余公积弥补亏损														
4. 设定受益计划变动额结转留存收益														

5. 其他综合收益结转留存收益												
6. 其他												
（五）专项储备												
1. 本期提取												
2. 本期使用												
（六）其他												
四、本年期末余额	51,852,000.00			15,649,311.13		21,762.71		25,602,852.82		95,459,881.30		188,585,807.96

法定代表人：赵国义 主管会计工作负责人：苏凤英 会计机构负责人：苏凤英

（八） 母公司股东权益变动表

√适用 □不适用

单位：元

项目	2022年1月—6月											
	股本	其他权益工具			资本公积	减：库存股	其他综合	专项储备	盈余公积	一般风险	未分配利润	所有者权益合计
		优先股	永续债	其他								

						收 益			准 备		
一、上年期末余额	51,852,000.00				16,990,962.50			25,926,000.00		207,086,329.14	301,855,291.64
加：会计政策变更											
前期差错更正											
其他											
二、本年期初余额	51,852,000.00				16,990,962.50			25,926,000.00		207,086,329.14	301,855,291.64
三、本期增减变动金额（减少以“-”号填列）					454,561.02					29,050,362.82	29,504,923.84
（一）综合收益总额										29,050,362.82	29,050,362.82
（二）所有者投入和减少资本					454,561.02						454,561.02
1. 股东投入的普通股											
2. 其他权益工具持有者投入资本											
3. 股份支付计入所有者权益的金额					454,561.02						454,561.02
4. 其他											
（三）利润分配											
1. 提取盈余公积											
2. 提取一般风险准备											
3. 对所有者（或股东）的分配											
4. 其他											
（四）所有者权益内部结转											

1. 资本公积转增资本（或股本）												
2. 盈余公积转增资本（或股本）												
3. 盈余公积弥补亏损												
4. 设定受益计划变动额结转留存收益												
5. 其他综合收益结转留存收益												
6. 其他												
（五）专项储备												
1. 本期提取												
2. 本期使用												
（六）其他												
四、本年期末余额	51,852,000.00				17,445,523.52				25,926,000.00		236,136,691.96	331,360,215.48

单位：元

项目	2021 年度											
	股本	其他权益工具			资本公积	减：库存股	其他综合	专项储备	盈余公积	一般风险	未分配利润	所有者权益合计
		优先股	永续债	其他								

						收 益			准 备		
一、上年期末余额	51,852,000.00				16,857,603.42			25,926,000.00		180,697,277.97	275,332,881.39
加：会计政策变更											
前期差错更正											
其他											
二、本年期初余额	51,852,000.00				16,857,603.42			25,926,000.00		180,697,277.97	275,332,881.39
三、本期增减变动金额（减少以“-”号填列）					133,359.08					26,389,051.17	26,522,410.25
（一）综合收益总额										46,389,051.11	46,389,051.11
（二）所有者投入和减少资本					133,359.08						133,359.08
1. 股东投入的普通股											
2. 其他权益工具持有者投入资本											
3. 股份支付计入所有者权益的金额					133,359.08						133,359.08
4. 其他											
（三）利润分配										-19,999,999.94	-19,999,999.94
1. 提取盈余公积											-
2. 提取一般风险准备											
3. 对所有者（或股东）的分配										-19,999,999.94	-19,999,999.94
4. 其他											

(四) 所有者权益内部结转											
1. 资本公积转增资本(或股本)											
2. 盈余公积转增资本(或股本)											
3. 盈余公积弥补亏损											
4. 设定受益计划变动额结转留存收益											
5. 其他综合收益结转留存收益											
6. 其他											
(五) 专项储备											
1. 本期提取											
2. 本期使用											
(六) 其他											
四、本年期末余额	51,852,000.00			16,990,962.50			25,926,000.00		207,086,329.14	301,855,291.64	

单位：元

项目	2020 年度										
	股本	其他权益工具	资本公积				盈余公积		未分配利润	所有者权益合计	

		优先股	永续债	其他		减：库存股	其他综合收益	专项储备		一般风险准备		
一、上年期末余额	51,852,000.00				15,649,311.13				25,602,852.82		170,425,673.41	263,529,837.36
加：会计政策变更												
前期差错更正												
其他												
二、本年期初余额	51,852,000.00				15,649,311.13				25,602,852.82		170,425,673.41	263,529,837.36
三、本期增减变动金额（减少以“－”号填列）					1,208,292.29				323,147.18		10,271,604.56	11,803,044.03
（一）综合收益总额											30,594,752.37	30,594,752.37
（二）所有者投入和减少资本					1,208,292.29							1,208,292.29
1. 股东投入的普通股												
2. 其他权益工具持有者投入资本												
3. 股份支付计入所有者权益的金额					1,208,292.29							1,208,292.29
4. 其他												
（三）利润分配									323,147.18		-20,323,147.81	-20,000,000.63
1. 提取盈余公积									323,147.18		-323,147.18	

2. 提取一般风险准备												
3. 对所有者（或股东）的分配											-20,000,000.63	-20,000,000.63
4. 其他												
（四）所有者权益内部结转												
1. 资本公积转增资本（或股本）												
2. 盈余公积转增资本（或股本）												
3. 盈余公积弥补亏损												
4. 设定受益计划变动额结转留存收益												
5. 其他综合收益结转留存收益												
6. 其他												
（五）专项储备												
1. 本期提取												
2. 本期使用												
（六）其他												
四、本年期末余额	51,852,000.00				16,857,603.42				25,926,000.00		180,697,277.97	275,332,881.39

单位：元

项目	2019 年度											
	股本	其他权益工具			资本公积	减：库存股	其他综合收益	专项储备	盈余公积	一般风险准备	未分配利润	所有者权益合计
		优先股	永续债	其他								
一、上年期末余额	51,852,000.00				10,469,639.12				21,693,394.43		154,816,044.08	238,831,077.63
加：会计政策变更												
前期差错更正					4,792,767.09				-580,585.27		-4,800,762.78	-588,580.96
其他												
二、本年期初余额	51,852,000.00				15,262,406.21				21,112,809.16		150,015,281.30	238,242,496.67
三、本期增减变动金额（减少以“－”号填列）					386,904.92				4,490,043.66		20,410,392.11	25,287,340.69
（一）综合收益总额											44,900,436.58	44,900,436.58
（二）所有者投入和减少资本					386,904.92							386,904.92
1. 股东投入的普通股												
2. 其他权益工具持有者投入资本												
3. 股份支付计入所有者权益的金额					386,904.92							386,904.92
4. 其他												
（三）利润分配									4,490,043.66		-24,490,044.47	-20,000,000.81

1. 提取盈余公积								4,490,043.66		-4,490,043.66	
2. 提取一般风险准备											
3. 对所有者（或股东）的分配										-20,000,000.81	-20,000,000.81
4. 其他											
（四）所有者权益内部结转											
1. 资本公积转增资本（或股本）											
2. 盈余公积转增资本（或股本）											
3. 盈余公积弥补亏损											
4. 设定受益计划变动额结转留存收益											
5. 其他综合收益结转留存收益											
6. 其他											
（五）专项储备											
1. 本期提取											
2. 本期使用											
（六）其他											
四、本年年末余额	51,852,000.00				15,649,311.13			25,602,852.82		170,425,673.41	263,529,837.36

二、 审计意见

2022年1月—6月	是否审计 <input checked="" type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否
审计意见	无保留意见
审计报告中的特别段落	无
审计报告编号	天职业字[2022]37996号
审计机构名称	天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）
审计机构地址	北京市海淀区车公庄西路19号68号楼A-1和A-5区域
审计报告日期	2022年8月19日
注册会计师姓名	刘丹、周芬
2021年度	
审计意见	无保留意见
审计报告中的特别段落	无
审计报告编号	天职业字[2022]1987号
审计机构名称	天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）
审计机构地址	北京市海淀区车公庄西路19号68号楼A-1和A-5区域
审计报告日期	2022年4月27日
注册会计师姓名	屈先富、邓玮
2020年度	
审计意见	无保留意见
审计报告中的特别段落	无
审计报告编号	天职业字[2021]24244号
审计机构名称	天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）
审计机构地址	北京市海淀区车公庄西路19号68号楼A-1和A-5区域
审计报告日期	2021年4月29日
注册会计师姓名	陈志刚、王守军、李进军
2019年度	
审计意见	无保留意见
审计报告中的特别段落	无
审计报告编号	天职业字[2020]21877号
审计机构名称	天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）
审计机构地址	北京市海淀区车公庄西路19号68号楼A-1和A-5区域
审计报告日期	2020年4月29日
注册会计师姓名	陈志刚、王守军、李进军

三、 财务报表的编制基准及合并财务报表范围

(一) 财务报表的编制基础

本财务报表以公司持续经营假设为基础，根据实际发生的交易事项，按照企业会计准则的有关规定，并基于以下所述重要会计政策、会计估计进行编制。

(二) 合并财务报表范围及变化情况

截至 2022 年 6 月 30 日，本公司合并财务报表范围内子公司具体情况如下：

子公司名称	主要经营地	注册地	业务性质	持股比例(%)		表决权比例(%)	取得方式
				直接	间接		
惠州柏星龙包装有限公司	广东惠州	广东惠州	制造业	100.00	-	100.00	同一控制下企业合并
贵州柏星龙创意包装有限公司	贵州金沙	贵州金沙	制造业	100.00	-	100.00	投资设立
BXLCreativeDesignCo.,Ltd	California,USA	California,USA	贸易业	100.00	-	100.00	投资设立
四川天府柏星龙创意包装有限公司	四川成都	四川成都	贸易业	100.00	-	100.00	投资设立
山西贾家庄柏星龙创意包装有限公司	山西汾阳	山西汾阳	制造业	57.00	-	57.00	投资设立

2021 年 7 月 21 日本公司与山西贾家庄腾飞旅游开发有限公司、山西美宴嘉坊酒业有限公司投资设立山西贾家庄柏星龙创意包装有限公司，分别持股 57%、33%和 10%的股权。

2020 年 12 月 15 日，本公司新设立全资子公司贵州柏星龙创意包装有限公司，持有 100%股权。

2019 年 8 月 14 日，四川海普柏星龙创意包装有限公司经泸州市市场监督管理局批准注销，本公司自其注销之日起，对其不再纳入合并范围。

四、 会计政策、估计

(一) 会计政策和会计估计

具体会计政策和会计估计提示：

√适用 □不适用

本公司根据实际生产经营特点针对金融工具减值、固定资产折旧、使用权资产折旧、无形

资产摊销、收入确认等交易或事项制定了具体会计政策和会计估计。

1. 遵循企业会计准则的声明

本公司基于上述编制基础编制的财务报表符合财政部已颁布的最新企业会计准则及其应用指南、解释以及其他相关规定(统称“企业会计准则”)的要求,真实完整地反映了公司的财务状况、经营成果和现金流量等有关信息。

此外,本财务报表参照了《公开发行证券的公司信息披露编报规则第15号-财务报告的一般规定》(2014年修订)(以下简称“第15号文(2014年修订)”)以及《关于上市公司执行新企业会计准则有关事项的通知》(会计部函[2018]453号)的列报和披露要求。

2. 会计期间

本公司的会计年度从公历1月1日至12月31日止。

3. 营业周期

本公司的营业周期为12个月。

4. 记账本位币

除境外子公司以其选定的货币作为记账本位币外,本公司记账本位币和编制财务报表所采用的货币均为人民币。

5. 同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法

适用 不适用

(1) 同一控制下的企业合并的会计处理方法

适用 不适用

本公司一次交易取得或通过多次交易分步实现同一控制下企业合并,企业合并中取得的资产和负债,按照合并日被合并方在最终控制方合并财务报表中的账面价值计量。本企业取得的净资产账面价值与支付的合并对价账面价值(或发行股份面值总额)的差额,调整资本公积;资本公积不足冲减的,调整留存收益。

(2) 非同一控制下的企业合并的会计处理方法

适用 不适用

6. 合并财务报表的编制方法

适用 不适用

合并财务报表以母公司和纳入合并范围的子公司的个别财务报表为基础,根据其他有关资

料为依据，由本公司根据《企业会计准则第 33 号——合并财务报表》，按照权益法调整对子公司的长期股权投资后，由母公司编制。合并时对内部权益性投资与子公司所有者权益、内部投资收益与子公司利润分配、内部交易事项、内部债权债务进行抵消。

子公司所采用的会计政策与母公司保持一致。

7. 合营安排分类及共同经营会计处理方法

适用 不适用

8. 现金及现金等价物的确定标准

现金指企业库存现金及可以随时用于支付的存款。现金等价物指持有的期限短（一般是指从购买日起三个月内到期）、流动性强、易于转换为已知金额现金、价值变动风险很小的投资。

9. 外币业务和外币报表折算

适用 不适用

(1) 外币业务

适用 不适用

外币交易在初始确认时，采用交易发生日的即期汇率折算为人民币金额。资产负债表日，外币货币性项目采用资产负债表日即期汇率折算，因汇率不同而产生的汇兑差额，除与购建符合资本化条件资产有关的外币专门借款本金及利息的汇兑差额外，计入当期损益；以历史成本计量的外币非货币性项目仍采用交易发生日的即期汇率折算，不改变其人民币金额；以公允价值计量的外币非货币性项目，采用公允价值确定日的即期汇率折算，差额计入当期损益或其他综合收益。

(2) 外币财务报表折算

适用 不适用

资产负债表中的资产和负债项目，采用资产负债表日的即期汇率折算；所有者权益项目除“未分配利润”项目外，其他项目采用交易发生日的即期汇率折算；利润表中的收入和费用项目，采用交易发生日的即期汇率折算。按照上述折算产生的外币财务报表折算差额，确认为其他综合收益。

10. 金融工具

适用 不适用

(1) 金融工具的确认和终止确认

本公司于成为金融工具合同的一方时确认一项金融资产或金融负债。

以常规方式买卖金融资产，按交易日会计进行确认和终止确认。常规方式买卖金融资产，是指按照合同条款的约定，在法规或通行惯例规定的期限内收取或交付金融资产。交易日，是指本公司承诺买入或卖出金融资产的日期。

满足下列条件的，终止确认金融资产（或金融资产的一部分，或一组类似金融资产的一部分），即从其账户和资产负债表内予以转销：

1) 收取金融资产现金流量的权利届满；

2) 转移了收取金融资产现金流量的权利，或在“过手协议”下承担了及时将收取的现金流量全额支付给第三方的义务；并且（a）实质上转让了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬，或（b）虽然实质上既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬，但放弃了对该金融资产的控制。

(2) 金融资产分类和计量

本公司的金融资产于初始确认时根据本公司管理金融资产的业务模式和金融资产的合同现金流量特征分类为：以摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产以及以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。金融资产的后续计量取决于其分类。

本公司对金融资产的分类，依据本公司管理金融资产的业务模式和金融资产的现金流量特征进行分类。

1) 以摊余成本计量的金融资产

金融资产同时符合下列条件的，分类为以摊余成本计量的金融资产：本公司管理该金融资产的业务模式是以收取合同现金流量为目标；该金融资产的合同条款规定，在特定日期产生的现金流量，仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。对于此类金融资产，采用实际利率法，按照摊余成本进行后续计量，其摊销或减值产生的利得或损失，均计入当期损益。

2) 以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债务工具投资

金融资产同时符合下列条件的，分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产：本公司管理该金融资产的业务模式是既以收取合同现金流量为目标又以出售金融资产为目标；该金融资产的合同条款规定，在特定日期产生的现金流量，仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。对于此类金融资产，采用公允价值进行后续计量。其折价或溢价采用实际利率法进行摊销并确认为利息收入或费用。除减值损失及外币货币性金融资产的汇兑差额确认为当期损益外，此类金融资产的公允价值变动作为其他综合收益确认，直到该金融资产终止确认时，其累计利得或损失转入当期损益。与此类金融资产相关利息收入，计入当期损

益。

3) 以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的权益工具投资

本公司不可撤销地选择将部分非交易性权益工具投资指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产，仅将相关股利收入计入当期损益，公允价值变动作为其他综合收益确认，直到该金融资产终止确认时，其累计利得或损失转入留存收益。

4) 以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

上述以摊余成本计量的金融资产和以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产之外的金融资产，分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。在初始确认时，为了能够消除或显著减少会计错配，可以将金融资产指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。对于此类金融资产，采用公允价值进行后续计量，所有公允价值变动计入当期损益。

当且仅当本公司改变管理金融资产的业务模式时，才对所有受影响的相关金融资产进行重分类。

对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，相关交易费用直接计入当期损益，其他类别的金融资产相关交易费用计入其初始确认金额。

(3) 金融负债分类和计量

本公司的金融负债于初始确认时分类为：以摊余成本计量的金融负债与以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债。

符合以下条件之一的金融负债可在初始计量时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债：1) 该项指定能够消除或显著减少会计错配；2) 根据正式书面文件载明的公司风险管理或投资策略，以公允价值为基础对金融负债组合或金融资产和金融负债组合进行管理和业绩评价，并在公司内部以此为基础向关键管理人员报告；3) 该金融负债包含需单独分拆的嵌入衍生工具。

本公司在初始确认时确定金融负债的分类。对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，相关交易费用直接计入当期损益，其他金融负债的相关交易费用计入其初始确认金额。

金融负债的后续计量取决于其分类：

1) 以摊余成本计量的金融负债

对于此类金融负债，采用实际利率法，按照摊余成本进行后续计量。

2) 以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，包括交易性金融负债(含属于金融负债的衍生工具)和初始确认时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债。

(4) 金融工具抵销

同时满足下列条件的，金融资产和金融负债以相互抵销后的净额在资产负债表内列示：具有抵销已确认金额的法定权利，且该种法定权利是当前可执行的；计划以净额结算，或同时变现该金融资产和清偿该金融负债。

(5) 金融资产减值

本公司对于以摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债务工具投资和财务担保合同等，以预期信用损失为基础确认损失准备。

预期信用损失，是指本公司按照原实际利率折现的、根据合同应收的所有合同现金流量与预期收取的所有现金流量之间的差额，即全部现金短缺的现值。其中，对于公司购买或源生的已发生信用减值的金融资产，按照该金融资产经信用调整的实际利率折现。

本公司在每个资产负债表日评估相关金融工具的信用风险自初始确认后是否已显著增加，并按照下列情形分别计量其损失准备、确认预期信用损失及其变动：（一）如果该金融工具的信用风险自初始确认后已显著增加，按照相当于该金融工具整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备。无论本公司评估信用损失的基础是单项金融工具还是金融工具组合，由此形成的损失准备的增加或转回金额，作为减值损失或利得计入当期损益。（二）如果该金融工具的信用风险自初始确认后并未显著增加，本公司按照相当于该金融工具未来 12 个月内预期信用损失的金额计量其损失准备，无论本公司评估信用损失的基础是单项金融工具还是金融工具组合，由此形成的损失准备的增加或转回金额，应当作为减值损失或利得计入当期损益。

分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产，本公司在其他综合收益中确认其损失准备，并将减值损失或利得计入当期损益，且不减少该金融资产在资产负债表中列示的账面价值。

本公司在上一会计期间已经按照相当于金融工具整个存续期内预期信用损失的金额计量了损失准备，但在当期资产负债表日，该金融工具已不再属于自初始确认后信用风险显著增加的情形的，本公司在当期资产负债表日按照相当于未来 12 个月内预期信用损失的金额计量该金融工具的损失准备，由此形成的损失准备的转回金额应当作为减值利得计入当期损益。

本公司将以公允价值计量的金融资产或金融负债的利得或损失计入当期损益，除非该金融资产或金融负债属于下列情形之一：（一）属于《企业会计准则第 24 号——套期会计》规定的套期关系的一部分。（二）是一项对非交易性权益工具的投资，且将其指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产。（三）是一项被指定为以公允价值计量且其变动计入当期损

益的金融负债，且该负债由本公司自身信用风险变动引起的其公允价值变动应当计入其他综合收益。（四）是一项分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产，且其减值损失或利得和汇兑损益之外的公允价值变动计入其他综合收益。

公司与可比公司的信用减值损失比例及确定依据

报告期内，公司采用账龄分析法计提预期信用损失的应收款项，计提比例与同行业可比公司对比情况如下：

账龄	裕同科技	上海艾录	美盈森	中荣股份	艺虹股份	发行人
1年以内	2.00%	5.00%	5.00%	5.00%	5.00%	5.00%
1年至2年	10.00%	10.00%	10.00%	10.00%	10.00%	10.00%
2年至3年	20.00%	20.00%	30.00%	20.00%	20.00%	20.00%
3年至4年	100.00%	30.00%	50.00%	50.00%	40.00%	50.00%
4年至5年	100.00%	50.00%	100.00%	80.00%	60.00%	50.00%
5年以上	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

11. 应收票据

√适用 □不适用

详见本节四、会计政策、估计之“（一）会计政策和会计估计”之“应收款项”。

12. 应收款项

√适用 □不适用

本公司在单项工具层面无法以合理成本获得关于信用风险显著增加的充分证据，而在组合的基础上评估信用风险是否显著增加是可行的，所以本公司在对应收账款实际损失率、对未来回收风险的判断及信用风险特征分析的基础上，确定预期信用损失率并据此计提坏账准备。

（1）应收票据的预期信用损失的确定方法及会计处理方法

由于应收票据期限较短、违约风险较低，在短期内履行其支付合同现金流量义务的能力很强，因此本公司将应收票据视为具有较低的信用风险的金融工具，应收票据预期信用损失确定方法如下：

1) 银行承兑汇票的承兑人为商业银行时，因为具有较高的信用，票据到期不获支付的可能性较低，所以不计提坏账准备。

2) 商业承兑汇票的承兑人为具有金融许可证的集团财务公司时，因为具有较高的信用，票

据到期不获支付的可能性较低，所以不计提坏账准备。对于承兑人为非集团财务公司的票据，比照应收账款，按照相应的信用风险特征组合的预期信用损失率计提坏账准备。

3) 期末对商业承兑汇票按照账龄连续计算的原则计提坏账准备。

(2) 应收账款的预期信用损失的确定方法及会计处理方法

本公司对应收账款根据整个存续期内预期信用损失金额计提坏账准备。

本公司在单项工具层面无法以合理成本获得关于信用风险显著增加的充分证据，而在组合的基础上评估信用风险是否显著增加是可行的，所以本公司在以前年度应收账款实际损失率、对未来回收风险的判断及信用风险特征分析的基础上，确定预期信用损失率并据此计提坏账准备。

如果有客观证据表明某项应收账款已经发生信用减值，则本公司对该应收账款单项确定预期信用损失。

1) 单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项：

单项金额重大的判断依据或金额标准	应收账款余额超过 100 万元、其他应收款余额超过 50 万元以上的款项
单项金额重大并单项计提坏账准备的计提方法	个别认定法

2) 确定组合的依据及坏账准备的计提方法

确定组合的依据	
采用账龄分析法计提坏账准备的组合	应收款项账龄
采用不计提坏账准备的组合	无收回风险的应收款项
按组合计提坏账准备的计提方法	
采用账龄分析法计提坏账准备的组合	账龄分析法
采用不计提坏账准备的组合	不计提

组合中，采用账龄分析法计提坏账准备情况如下：

账龄	计提比例
1 年以内（含 1 年）	5%
1-2 年（含 2 年）	10%
2-3 年（含 3 年）	20%
3-5 年（含 5 年）	50%
5 年以上	100%

3) 单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收账款

单项计提坏账准备的理由	经确认款项不能收回
-------------	-----------

(3) 其他应收款的预期信用损失的确定方法及会计处理方法：

本公司按照下列情形计量其他应收款损失准备：①信用风险自初始确认后未显著增加的金融资产，本公司按照未来 12 个月的预期信用损失的金额计量损失准备；②信用风险自初始确认后已显著增加的金融资产，本公司按照相当于该金融工具整个存续期内预期信用损失的金额计量损失准备；③购买或源生已发生信用减值的金融资产，本公司按照相当于整个存续期内预期信用损失的金额计量损失准备。

对于其他应收款，本公司在单项工具层面无法以合理成本获得关于信用风险显著增加的充分证据，而在组合的基础上评估信用风险是否显著增加是可行，所以本公司按照金融工具类型、信用风险评级、初始确认日期、剩余合同期限为共同风险特征，对其他应收款进行分组并以组合为基础考虑评估信用风险是否显著增加。

1) 以组合为基础计量预期信用损失，比照应收账款，按照相应的信用风险特征组合预计信用损失计提比例。

2) 公司对无收不回风险的其他应收款不计提坏账准备。

3) 如果有客观证据表明某项应收款已经发生信用减值，则本公司对该应收款单项计提坏账准备并确认预期信用损失。

公司与可比公司的预期信用损失（坏账计提）比例及确定依据

公司与可比公司的预期信用损失（坏账计提）比例及确定依据详见本招股书“第七节财务会计信息”之“四、会计政策、估计”之“（一）会计政策和会计估计”之“10. 金融工具”。

13. 应收款项融资

√适用 □不适用

金融资产同时符合下列条件的，分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产：本公司管理该金融资产的业务模式是既以收取合同现金流量为目标又以出售金融资产为目标；该金融资产的合同条款规定，在特定日期产生的现金流量，仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。

本公司将持有的应收款项，以贴现或背书等形式转让，且该类业务较为频繁、涉及金额也较大的，其管理业务模式实质为既收取合同现金流量又出售，按照金融工具准则的相关规定，将其分类至以公允价值计量变动且其变动计入其他综合收益的金融资产。

14. 其他应收款

√适用 □不适用

详见本节“四、会计政策、估计”之“（一）会计政策和会计估计”之“12.应收款项”。

15. 存货

√适用 □不适用

(1) 存货的分类

公司存货主要分为原材料、委托加工物资、包装物和低值易耗品、在产品、自制半成品、库存商品等。

(2) 发出存货的计价方法

公司存货按实际成本计价，采用永续盘存制确定存货数量。购入并已验收入库原材料（包括辅助材料）、包装物、低值易耗品在取得时以实际成本计价，发出时除低值易耗品外按加权平均法计价。低值易耗品采用五五摊销法。

(3) 存货可变现净值的确定依据

1) 公司的产品、商品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，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。

2) 公司需要加工的材料存货，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。

3) 公司在资产负债表日，同一项存货中一部分有合同约定价格、其他部分不存在合同约定价格的，分别确定其可变现净值，并与其相对应的成本进行比较，分别确定存货跌价准备的计提和转回的金额。

存货跌价准备的计提方法：本公司于每年中期期末及年度终了在对存货进行全面盘点的基础上，对遭受损失，全部或部分陈旧过时或销售价格低于成本的存货，根据存货成本与可变现净值孰低计量，按单个存货项目对同类存货项目的可变现净值低于存货成本的差额计提存货跌价准备，并计入当期损益。确定可变现净值时，除考虑持有目的和资产负债表日该存货的价格与成本波动外，还需要考虑日后事项的影响。

(4) 存货的盘存制度

存货的盘存制度采用永续盘存法。

(5) 低值易耗品和包装物的摊销方法

低值易耗品采用五五摊销法。

16. 合同资产

适用 不适用

(1) 合同资产的确认方法及标准

本公司根据履行履约义务与客户付款之间的关系在资产负债表中列示合同资产或合同负债。本公司已向客户转让商品或提供服务而有权收取对价的权利（且该权利取决于时间流逝之外的其他因素）列示为合同资产。同一合同下的合同资产和合同负债以净额列示。本公司拥有的、无条件（仅取决于时间流逝）向客户收取对价的权利作为应收款项单独列示。

(2) 合同资产预期信用损失的确定方法及会计处理方法

合同资产的预期信用损失的确定方法及会计处理方法详见本节“四、会计政策、估计”之“（一）会计政策和会计估计”之“12.应收款项”。

17. 合同成本

适用 不适用

18. 持有待售资产

适用 不适用

本公司将同时满足下列条件的企业组成部分（或非流动资产）划分为持有待售：

（1）根据类似交易中出售此类资产或处置组的惯例，在当前状况下即可立即出售；

（2）出售极可能发生，已经就一项出售计划作出决议且获得确定的购买承诺（确定的购买承诺，是指企业与其他方签订的具有法律约束力的购买协议，该协议包含交易价格、时间和足够严厉的违约惩罚等重要条款，使协议出现重大调整或者撤销的可能性极小。），预计出售将在一年内完成。已经获得按照有关规定需得到相关权力机构或者监管部门的批准。

本公司将持有待售的预计净残值调整为反映其公允价值减去出售费用后的净额（但不得超过该项持有待售的原账面价值），原账面价值高于调整后预计净残值的差额，作为资产减值损失计入当期损益，同时计提持有待售资产减值准备。对于持有待售的处置组确认的资产减值损失金额，应当先抵减处置组中商誉的账面价值，再根据处置组中适用本准则计量规定的各项非流动资产账面价值所占比重，按比例抵减其账面价值。

后续资产负债表日持有待售的非流动资产公允价值减去出售费用后的净额增加的，以前减记的金额应当予以恢复，并在划分为持有待售类别后确认的资产减值损失金额内转回，转回金额计入当期损益。划分为持有待售类别前确认的资产减值损失不得转回。后续资产负债表日持

有待售的处置组公允价值减去出售费用后的净额增加的，以前减记的金额应当予以恢复，并在划分为持有待售类别后适用本准则计量规定的非流动资产确认的资产减值损失金额内转回，转回金额计入当期损益。已抵减的商誉账面价值，以及适用本准则计量规定的非流动资产在划分为持有待售类别前确认的资产减值损失不得转回。持有待售的处置组确认的资产减值损失后续转回金额，应当根据处置组中除商誉外适用本准则计量规定的各项非流动资产账面价值所占比重，按比例增加其账面价值。

企业因出售对子公司的投资等原因导致其丧失对子公司控制权的，无论出售后企业是否保留部分权益性投资，应当在拟出售的对子公司投资满足持有待售类别划分条件时，在母公司个别财务报表中将子公司投资整体划分为持有待售类别，在合并财务报表中将子公司所有资产和负债划分为持有待售类别。

19. 债权投资

适用 不适用

20. 其他债权投资

适用 不适用

21. 长期应收款

适用 不适用

22. 长期股权投资

适用 不适用

(1) 投资成本的确定

1) 同一控制下的企业合并形成的，合并方以支付现金、转让非现金资产、承担债务或发行权益性证券作为合并对价的，在合并日按照被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为其初始投资成本。长期股权投资初始投资成本与支付的合并对价的账面价值或发行股份的面值总额之间的差额调整资本公积(资本溢价或股本溢价)；资本公积不足冲减的，调整留存收益。

分步实现同一控制下企业合并的，应当以持股比例计算的合并日应享有被合并方账面所有者权益份额作为该项投资的初始投资成本。初始投资成本与其原长期股权投资账面价值加上合并日取得进一步股份新支付对价的账面价值之和的差额，调整资本公积（资本溢价或股本溢价），资本公积不足冲减的，冲减留存收益。

2) 非同一控制下的企业合并形成的，在购买日按照支付的合并对价的公允价值作为其初始投资成本。

3) 除企业合并形成以外的：以支付现金取得的，按照实际支付的购买价款作为其初始投资成本；以发行权益性证券取得的，按照发行权益性证券的公允价值作为其初始投资成本；投资者投入的，按照投资合同或协议约定的价值作为其初始投资成本（合同或协议约定价值不公允

的除外)。

(2) 后续计量及损益确认方法

本公司能够对被投资单位实施控制的长期股权投资,在本公司个别财务报表中采用成本法核算;对具有共同控制或重大影响的长期股权投资,采用权益法核算。

采用成本法时,长期股权投资按初始投资成本计价,除取得投资时实际支付的价款或对价中包含的已宣告但尚未发放的现金股利或利润外,按享有被投资单位宣告分派的现金股利或利润,确认为当期投资收益,并同时根据有关资产减值政策考虑长期投资是否减值。

采用权益法时,长期股权投资的初始投资成本大于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的,归入长期股权投资的初始投资成本;长期股权投资的初始投资成本小于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的,其差额计入当期损益,同时调整长期股权投资的成本。

采用权益法时,取得长期股权投资后,按照应享有或应分担的被投资单位实现的净损益的份额,确认投资损益并调整长期股权投资的账面价值。在确认应享有被投资单位净损益的份额时,以取得投资时被投资单位各项可辨认资产等的公允价值为基础,按照本公司的会计政策及会计期间,并抵销与联营企业及合营企业之间发生的内部交易损益按照持股比例计算归属于投资企业的部分(但内部交易损失属于资产减值损失的,应全额确认),对被投资单位的净利润进行调整后确认。按照被投资单位宣告分派的利润或现金股利计算应分得的部分,相应减少长期股权投资的账面价值。本公司确认被投资单位发生的净亏损,以长期股权投资的账面价值以及其他实质上构成对被投资单位净投资的长期权益减记至零为限,本公司负有承担额外损失义务的除外。对于被投资单位除净损益以外所有者权益的其他变动,调整长期股权投资的账面价值并计入所有者权益。

(3) 确定对被投资单位具有控制、重大影响的依据

控制,是指拥有对被投资方的权力,通过参与被投资方的相关活动而享有可变回报,并且有能力运用对被投资方的权力影响回报金额;重大影响,是指投资方对被投资单位的财务和经营政策有参与决策的权力,但并不能够控制或者与其他方一起共同控制这些政策的制定。

(4) 长期股权投资的处置

1) 部分处置对子公司的长期股权投资,但不丧失控制权的情形

部分处置对子公司的长期股权投资,但不丧失控制权时,应当将处置价款与处置投资对应的账面价值的差额确认为当期投资收益。

2) 部分处置股权投资或其他原因丧失了对子公司控制权的情形

部分处置股权投资或其他原因丧失了对子公司控制权的,对于处置的股权,应结转与所售股权相对应的长期股权投资的账面价值,出售所得价款与处置长期股权投资账面价值之间差额,确认为投资收益(损失);同时,对于剩余股权,应当按其账面价值确认为长期股权投资或其它相关金融资产。处置后的剩余股权能够对子公司实施共同控制或重大影响的,应按有关

成本法转为权益法的相关规定进行会计处理。

(5) 减值测试方法及减值准备计提方法

对子公司、联营企业及合营企业的投资，在资产负债表日有客观证据表明其发生减值的，按照账面价值与可收回金额的差额计提相应的减值准备。

23. 投资性房地产

适用 不适用

24. 固定资产

适用 不适用

(1) 固定资产确认条件

为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的、使用寿命超过一个会计年度的机器设备、运输设备、电子及其他设备等资产。

(2) 固定资产分类及折旧方法

类别	折旧方法	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
房屋及建筑物	年限平均法	20-50年	5%、10%	1.80%-4.75%
机器设备	年限平均法	3-15年	5%、10%	6.00%-31.67%
电子设备				
运输设备	年限平均法	5-10年	5%	9.5%-19%
电子设备及其他	年限平均法	5年	5%、10%	18%-19%

(3) 融资租入固定资产的认定依据、计价和折旧方法（未执行新租赁准则）

适用 不适用

(4) 其他说明

适用 不适用

固定资产的后续支出，如与该固定资产有关的经济利益很可能流入企业且该固定资产的成本能够可靠地计量，则计入固定资产成本，如有被替换的部分，扣除其账面价值；否则，在发生时计入当期损益。

25. 在建工程

适用 不适用

(1) 在建工程的核算方法

在建工程包括施工前期准备、正在施工中的建筑工程、安装工程、技术改造和大修理工程等。在建工程按照实际发生的支出分项目核算，并在工程达到预定可使用状态时结转为固定资产。与在建工程有关的借款费用（包括借款利息、溢折价摊销、汇兑损益等），在相关工程达到预定可使用状态前的计入工程成本，在相关工程达到预定可使用状态后的计入当期财务费用。

(2) 在建工程减值准备

资产负债表日对在建工程进行全面检查，判断固定资产是否存在可能发生减值的迹象。如果存在：1) 在建工程长期停建并且预计在未来3年内不会重新开工；2) 所建项目在性能上、技术上已经落后并且所带来的经济效益具有很大的不确定性等减值迹象的，则估计其可收回金额。可收回金额的计量结果表明，在建工程的可收回金额低于其账面价值的，将在建工程的账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益，同时计提相应的在建工程减值准备。在建工程减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。

26. 借款费用

适用 不适用

27. 生物资产

适用 不适用

28. 使用权资产

适用 不适用

在租赁期开始日，承租人应当对租赁确认使用权资产和租赁负债，应用准则进行简化处理的短期租赁和低价值资产租赁除外。

使用权资产，是指承租人可在租赁期内使用租赁资产的权利。

租赁期开始日，是指出租人提供租赁资产使其可供承租人使用的起始日期。

使用权资产应当按照成本进行初始计量。该成本包括：

(1) 租赁负债的初始计量金额；

(2) 在租赁期开始日或之前支付的租赁付款额，存在租赁激励的，扣除已享受的租赁激励相关金额；

(3) 承租人发生的初始直接费用；

(4) 承租人为拆卸及移除租赁资产、复原租赁资产所在场地或将租赁资产恢复至租赁条款约定状态预计将发生的成本。前述成本属于为生产存货而发生的，适用《企业会计准则第1号——存货》。

承租人应当按照《企业会计准则第 13 号——或有事项》对本条第 4 项所述成本进行确认和计量。

租赁激励，是指出租人为达成租赁向承租人提供的优惠，包括出租人向承租人支付的与租赁有关的款项、出租人为承租人偿付或承担的成本等。

初始直接费用，是指为达成租赁所发生的增量成本。增量成本是指若企业不取得该租赁，则不会发生的成本。

承租人应当参照《企业会计准则第 4 号——固定资产》有关折旧规定，对使用权资产计提折旧。承租人能够合理确定租赁期届满时取得租赁资产所有权的，应当在租赁资产剩余使用寿命内计提折旧。无法合理确定租赁期届满时能够取得租赁资产所有权的，应当在租赁期与租赁资产剩余使用寿命两者孰短的期间内计提折旧。

承租人应当按照《企业会计准则第 8 号——资产减值》的规定，确定使用权资产是否发生减值，并对已识别的减值损失进行会计处理。

29. 无形资产与开发支出

√适用 □不适用

(1) 计价方法、使用寿命、减值测试

√适用 □不适用

1) 无形资产的初始计量

无形资产按照成本进行初始计量。实际成本按以下原则确定：

①外购无形资产的成本，包括购买价款、相关税费以及直接归属于使该项资产达到预定用途所发生的其他支出。购买无形资产的价款超过正常信用条件延期支付，实质上具有融资性质的，无形资产的成本以购买价款的现值为基础确定。实际支付的价款与购买价款的现值之间的差额，除按照《企业会计准则第 17 号-借款费用》可予以资本化的以外，在信用期间内计入当期损益。

②投资者投入无形资产的成本，按照投资合同或协议约定的价值确定，但合同或协议约定价值不公允的除外。

③自行开发的无形资产

自行开发的无形资产，其成本包括自满足无形资产确认规定后至达到预定用途前所发生的支出总额。以前期间已经费用化的支出不再调整。

④非货币性资产交换、债务重组、政府补助和企业合并取得的无形资产的成本，分别按照

《企业会计准则第7号-非货币性资产交换》、《企业会计准则第12号-债务重组》、《企业会计准则第16号-政府补助》、《企业会计准则第20号-企业合并》的有关规定确定。

2) 无形资产的后续计量

公司于取得无形资产时分析判断其使用寿命。无形资产按照其能为公司带来经济利益的期限确定使用寿命，无法预见其为公司带来经济利益期限的作为使用寿命不确定的无形资产。

使用寿命有限的无形资产，其应摊销金额在使用寿命内系统合理摊销。公司采用直线法摊销。

无形资产的应摊销金额为其成本扣除预计残值后的金额。已计提减值准备的无形资产，还应扣除已计提的无形资产减值准备累计金额。无形资产的摊销金额计入当期损益。对使用寿命不确定的无形资产不予摊销。

公司每年年度终了对使用寿命有限的无形资产的使用寿命及摊销方法进行复核，必要时进行调整。

3) 无形资产减值准备

期末检查各项无形资产预计给本公司带来未来经济利益的能力，当存在以下情形之一时：
①某项无形资产已被其他新技术等所替代，使其为企业创造经济利益的能力受到重大不利影响；②某项无形资产的市价在当期大幅下跌，在剩余摊销年限内预期不会恢复；③某项无形资产已超过法律保护期限，但仍然具有部分使用价值等减值迹象的，则估计其可收回金额。可收回金额的计量结果表明，无形资产的可收回金额低于其账面价值的，将无形资产的账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益，同时计提相应的无形资产减值准备；④其他足以证明某项无形资产实质上已发生了减值准备情形的情况，按预计可收回金额低于账面价值的差额计提无形资产减值准备。无形资产减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。

公司期末如果预计某项无形资产已经不能给企业带来未来经济利益的，将该项无形资产的账面价值全部转入当期损益。

各类无形资产的摊销方法、使用寿命和预计净残值如下：

类别	摊销方法	使用寿命（年）	残值率（%）
土地使用权	直线法	42.5	0
专利权	直线法	10	0
非专利技术	直线法	3	0
软件	直线法	5	0

(2) 内部研究开发支出会计政策

1) 研究阶段支出是指为获得并理解新的科学或技术知识而进行的独创性的有计划调查所发生的支出。

对涉及公司产品的研究成果或其他知识的应用研究、评价和最终选择等进行的研究活动，对公司生产产品所涉及的材料、设备、工序、系统等进行的研究活动，新的或经改进的材料、设备、产品、工序、系统的试制、设计、评价和最终选择等进行的研究活动，上述研究活动所发生的支出划入公司内部研究项目的研究阶段支出，于发生时计入当期损益。

2) 开发阶段支出是在进行商业性生产或使用前，将研究成果或其他知识应用于某项计划或设计，以生产出新的或具有实质性改进的材料、装置、产品等过程中所发生的开发支出。

公司将研究成果或其他知识应用于某项计划或设计，在此进行生产前或使用前的原型和模型的设计、建造和测试，以及不具有商业性生产经济规模的试生产设施的设计、建造和运营等开发活动所发生的支出划入公司内部研究项目的开发阶段支出，该等支出同时满足下列条件时才确认为无形资产，否则计入当期损益：

- ①完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；
- ②具有完成该无形资产并使用或出售的意图；
- ③无形资产产生经济利益方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场；
- ④有足够的技术、财务资源和其他资源条件支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；
- ⑤归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠计量。

30. 长期资产减值

√适用 □不适用

企业应当在资产负债表日判断资产是否存在可能发生减值的迹象。

因企业合并所形成的商誉和使用寿命不确定的无形资产，无论是否存在减值迹象，每年都应当进行减值测试。

存在下列迹象的，表明资产可能发生了减值：

- (1) 资产的市价当期大幅度下跌，其跌幅明显高于因时间的推移或者正常使用而预计的下跌；
- (2) 企业经营所处的经济、技术或者法律等环境以及资产所处的市场在当期或者将在近期

发生重大变化，从而对企业产生不利影响；（3）市场利率或者其他市场投资报酬率在当期已经提高，从而影响企业计算资产预计未来现金流量现值的折现率，导致资产可收回金额大幅度降低；（4）有证据表明资产已经陈旧过时或者其实体已经损坏；（5）资产已经或者将被闲置、终止使用或者计划提前处置；（6）企业内部报告的证据表明资产的经济绩效已经低于或者将低于预期，如资产所创造的净现金流量或者实现的营业利润（或者亏损）远远低于（或者高于）预计金额等；（7）其他表明资产可能已经发生减值的迹象。

资产存在减值迹象的，应当估计其可收回金额。

可收回金额应当根据资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。

处置费用包括与资产处置有关的法律费用、相关税费、搬运费以及为使资产达到可销售状态所发生的直接费用等。

资产预计未来现金流量的现值，应当按照资产在持续使用过程中和最终处置时所产生的预计未来现金流量，选择恰当的折现率对其进行折现后的金额加以确定。预计资产未来现金流量的现值，应当综合考虑资产的预计未来现金流量、使用寿命和折现率等因素。

可收回金额的计量结果表明，资产的可收回金额低于其账面价值的，应当将资产的账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益，同时计提相应的资产减值准备。

31. 长期待摊费用

适用 不适用

（1）长期待摊费用指应由本期和以后各期负担的分摊期限在一年以上的各项费用。

（2）长期待摊费用在取得时按照实际成本计价，开办费在发生时计入当期损益；经营性租赁固定资产的装修费用自生产经营之日起按租赁期、5年孰短平均摊销，其他长期待摊费用按项目的受益期平均摊销。对于在以后会计期间已无法带来预期经济利益的长期待摊费用，本公司对其尚未摊销的摊余价值全部转入当期损益。

32. 合同负债

适用 不适用

本公司根据履行履约义务与客户付款之间的关系在资产负债表中列示合同资产或合同负债。本公司已收或应收客户对价而应向客户转让商品或提供服务的义务列示为合同负债。同一合同下的合同资产和合同负债以净额列示。

33. 职工薪酬

(1) 短期薪酬的会计处理方法

√适用 □不适用

本公司在职工提供服务的会计期间，将实际发生的短期薪酬确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。其中，非货币性福利按照公允价值计量。

(2) 离职后福利的会计处理方法

√适用 □不适用

1) 设定提存计划

本公司职工参加了由当地劳动和社会保障部门组织实施的社会基本养老保险。本公司以当地规定的社会基本养老保险缴纳基数和比例，按月向当地社会基本养老保险经办机构缴纳养老保险费。职工退休后，当地劳动及社会保障部门有责任向已退休员工支付社会基本养老金。本公司在职工提供服务的会计期间，将根据上述社保规定计算应缴纳的金额确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

除了社会基本养老保险外，职工参加由本公司设立的退休福利供款计划。职工按照一定基数的一定比例向年金计划供款。本公司按固定的金额向年金计划供款，供款在发生时计入当期损益。

2) 设定受益计划

①内退福利

本公司向接受内部退休安排的职工提供内退福利。内退福利是指，向未达到国家规定的退休年龄、经本公司批准自愿退出工作岗位的职工支付的工资及为其缴纳的社会保险费等。本公司自内部退休安排开始之日起至职工达到正常退休年龄止，向内退职工支付内部退养福利。对于内退福利，本公司比照辞退福利进行会计处理，在符合辞退福利相关确认条件时，将自职工停止提供服务日至正常退休日期间拟支付的内退福利，确认为负债，计入当期损益。精算假设变化及福利标准调整引起的差异于发生时计入当期损益。

②其他补充退休福利

本公司亦向满足一定条件的职工提供国家规定的保险制度外的补充退休福利，该等补充退休福利属于设定受益计划，资产负债表上确认的设定受益负债为设定受益义务的现值减去计划资产的公允价值。设定受益义务每年由独立精算师采用与义务期限和币种相似的国债利率、以预期累积福利单位法计算。与补充退休福利相关的服务费用(包括当期服务成本、过去服务成本和结算利得或损失)和利息净额计入当期损益或相关资产成本，重新计量设定受益计划净负债或

净资产所产生的变动计入其他综合收益。

(3) 辞退福利的会计处理方法

适用 不适用

本公司在职工劳动合同到期之前解除与职工的劳动关系，或者为鼓励职工自愿接受裁减而提出给予补偿，在本公司不能单方面撤回解除劳动关系计划或裁减建议时和确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本费用时两者孰早日，确认因解除与职工的劳动关系给予补偿而产生的负债，同时计入当期损益。

(4) 其他长期职工福利的会计处理方法

适用 不适用

34. 租赁负债

适用 不适用

在租赁期开始日，承租人应当对租赁确认使用权资产和租赁负债，应用准则进行简化处理的短期租赁和低价值资产租赁除外。

租赁期开始日，是指出租人提供租赁资产使其可供承租人使用的起始日期。

租赁负债应当按照租赁期开始日尚未支付的租赁付款额的现值进行初始计量。

租赁付款额，是指承租人向出租人支付的与在租赁期内使用租赁资产的权利相关的款项，包括：

(1) 固定付款额及实质固定付款额，存在租赁激励的，扣除租赁激励相关金额；

(2) 取决于指数或比率的可变租赁付款额，该款项在初始计量时根据租赁期开始日的指数或比率确定；

(3) 购买选择权的行权价格，前提是承租人合理确定将行使该选择权；

(4) 行使终止租赁选择权需支付的款项，前提是租赁期反映出承租人将行使终止租赁选择权；

(5) 根据承租人提供的担保余值预计应支付的款项。

在计算租赁付款额的现值时，本公司采用租赁内含利率作为折现率；无法确定租赁内含利率的，本公司采用增量借款利率作为折现率。

35. 预计负债

适用 不适用

(1) 预计负债的确认标准

因对外提供担保、诉讼事项、产品质量保证、亏损合同等或有事项形成的义务成为本公司承担的现时义务，履行该义务很可能导致经济利益流出公司，且该义务的金额能够可靠的计量时，本公司将该项义务确认为预计负债。

(2) 预计负债的计量方法

本公司按照履行相关现时义务所需支出的最佳估计数对预计负债进行初始计量，并在资产负债表日对预计负债的账面价值进行复核。

36. 股份支付

√适用 □不适用

(1) 股份支付的种类

包括以权益结算的股份支付和以现金结算的股份支付。

(2) 权益工具公允价值的确定方法

1) 存在活跃市场的，按照活跃市场中的报价确定。

2) 不存在活跃市场的，采用估值技术确定，包括参考熟悉情况并自愿交易的各方最近进行的市场交易中使用的价格、参照实质上相同的其他金融工具的当前公允价值、现金流量折现法和期权定价模型等。

(3) 确认可行权权益工具最佳估计的依据

根据最新取得的可行权职工数变动等后续信息进行估计。

(4) 实施、修改、终止股份支付计划的相关会计处理

1) 以权益结算的股份支付

授予后立即可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，在授予日按照权益工具的公允价值计入相关成本或费用，相应调整资本公积。完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，在等待期内的每个资产负债表日，以对可行权权益工具数量的最佳估计为基础，按权益工具授予日的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用，相应调整资本公积。

换取其他方服务的权益结算的股份支付，如果其他方服务的公允价值能够可靠计量的，按照其他方服务在取得日的公允价值计量；如果其他方服务的公允价值不能可靠计量，但权益工具的公允价值能够可靠计量的，按照权益工具在服务取得日的公允价值计量，计入相关成本或费用，相应增加所有者权益。

2) 以现金结算的股份支付

授予后立即可行权的换取职工服务的以现金结算的股份支付，在授予日按本公司承担负债的公允价值计入相关成本或费用，相应增加负债。完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的换取职工服务的以现金结算的股份支付，在等待期内的每个资产负债表日，以对可行权情况的最佳估计为基础，按本公司承担负债的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用和相应的负债。

3) 修改、终止股份支付计划

如果修改增加了所授予的权益工具的公允价值，本公司按照权益工具公允价值的增加相应地确认取得服务的增加；如果修改增加了所授予的权益工具的数量，本公司将增加的权益工具的公允价值相应地确认为取得服务的增加；如果本公司按照有利于职工的方式修改可行权条件，公司在处理可行权条件时，考虑修改后的可行权条件。

如果修改减少了授予的权益工具的公允价值，本公司继续以权益工具在授予日的公允价值为基础，确认取得服务的金额，而不考虑权益工具公允价值的减少；如果修改减少了授予的权益工具的数量，本公司将减少部分作为已授予的权益工具的取消来进行处理；如果以不利于职工的方式修改了可行权条件，在处理可行权条件时，不考虑修改后的可行权条件。

如果本公司在等待期内取消了所授予的权益工具或结算了所授予的权益工具（因未满足可行权条件而被取消的除外），则将取消或结算作为加速可行权处理，立即确认原本在剩余等待期内确认的金额。

37. 优先股、永续债等其他金融工具

适用 不适用

38. 收入、成本

适用 不适用

2020年1月1日之后适用会计政策

(1) 收入的确认

本公司的收入主要包括销售商品、提供劳务等。

本公司在履行了合同中的履约义务，即在客户取得相关商品控制权时确认收入。取得相关商品控制权是指能够主导该商品的使用并从中获得几乎全部的经济利益。

(2) 本公司依据收入准则相关规定判断相关履约义务性质属于“在某一时段内履行的履约义务”或“某一时点履行的履约义务”，分别按以下原则进行收入确认。

1) 本公司满足下列条件之一的，属于在某一时段内履行履约义务：

①客户在本公司履约的同时即取得并消耗本公司履约所带来的经济利益。

②客户能够控制本公司履约过程中在建的资产。

③本公司履约过程中所产出的资产具有不可替代用途，且本公司在整个合同期内有权就累计至今已完成的履约部分收取款项。

对于在某一时段内履行的履约义务，本公司在该段时间内按照履约进度确认收入，但是，履约进度不能合理确定的除外。本公司考虑商品的性质，采用产出法或投入法确定恰当的履约进度。

2) 对于不属于在某一时段内履行的履约义务，属于在某一时点履行的履约义务，本公司在客户取得相关商品控制权时点确认收入。

在判断客户是否已取得商品控制权时，本公司考虑下列迹象：

- ①本公司就该商品享有现时收款权利，即客户就该商品负有现时付款义务。
- ②本公司已将该商品的法定所有权转移给客户，即客户已拥有该商品的法定所有权。
- ③本公司已将该商品实物转移给客户，即客户已实物占有该商品。
- ④本公司已将该商品所有权上的主要风险和报酬转移给客户，即客户已取得该商品所有权上的主要风险和报酬。
- ⑤客户已接受该商品。
- ⑥其他表明客户已取得商品控制权的迹象。

(3) 本公司收入确认的具体政策：

报告期内公司的商品分内销和外销两种形式。

对于境内销售，公司按照合同约定将商品交至客户，客户验收合格（或合同约定期间未提出异议的）做为确认收入的时点；

对于境外销售，公司在发出货物且完成报关手续，结合贸易方式，获取货运提单或运送至客户指定地点后，公司据此确认收入。

公司收入政策的具体执行情况如下：

业务类型	销售模式	贸易条款	收入确认方式	时点	收入确认依据
产品销售	内销	不适用	取得客户验收	公司按照合同约定将商品交至客户，客户验收合格（或合同约定期间未提出异议的）	签收单
	外销	FOB、EXW、CIF		客户验收并取得报关单	报关单
		DDP、DDU		产品交付且客户验收	签收单
设计服务	不适用	不适用		稿件或样品经客户验收	稿件/样品确认函

(4) 收入的计量

本公司应当按照分摊至各单项履约义务的交易价格计量收入。在确定交易价格时，本公司考虑可变对价、合同中存在的重大融资成分、非现金对价、应付客户对价等因素的影响。

1) 可变对价

本公司按照期望值或最可能发生金额确定可变对价的最佳估计数，但包含可变对价的交易价格，应当不超过在相关不确定性消除时累计已确认收入极可能不会发生重大转回的金额。企业在评估累计已确认收入是否极可能不会发生重大转回时，应当同时考虑收入转回的可能性及其比重。

2) 重大融资成分

合同中存在重大融资成分的，本公司应当按照假定客户在取得商品控制权时即以现金支付的应付金额确定交易价格。该交易价格与合同对价之间的差额，应当在合同期间内采用实际利率法摊销。

3) 非现金对价

客户支付非现金对价的，本公司按照非现金对价的公允价值确定交易价格。非现金对价的公允价值不能合理估计的，本公司参照其承诺向客户转让商品的单独售价间接确定交易价格。

4) 应付客户对价

针对应付客户对价的，应当将该应付对价冲减交易价格，并在确认相关收入与支付（或承诺支付）客户对价二者孰晚的时点冲减当期收入，但应付客户对价是为了向客户取得其他可明确区分商品的除外。

企业应付客户对价是为了向客户取得其他可明确区分商品的，应当采用与本企业其他采购相一致的方式确认所购买的商品。企业应付客户对价超过向客户取得可明确区分商品公允价值的，超过金额冲减交易价格。向客户取得的可明确区分商品公允价值不能合理估计的，企业应当将应付客户对价全额冲减交易价格。

2019年12月31日之前适用会计政策

(1) 销售商品收入确认时间的判断标准和确认方法

1) 收入确认标准：企业已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；企业既没有保留通常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计量；相关经济利益很可能流入企业；相关的、已发生的或将发生的成本能够可靠计量。

公司按照从购货方已收或应收的合同或协议价款确定销售商品收入金额，但已收或应收的合同或协议价款不公允的除外。合同或协议价款的收取采用递延方式，实质上具有融资性质的，按照应收的合同或协议价款的公允价值确定销售商品收入金额。应收的合同或协议价款与其公允价值之间的差额，在合同或协议期间内采用实际利率法进行摊销，计入当期损益。

销售商品涉及现金折扣的，按照扣除现金折扣前的金额确定销售商品收入金额。销售商品涉及商业折扣的，按照扣除商业折扣后的金额确定销售商品收入金额。公司已经确认销售商品收入的售出商品发生销售折让的，在发生时冲减当期销售商品收入。

企业已经确认销售商品收入的售出商品发生销售折让的，应当在发生时冲减当期销售商品收入。销售折让属于资产负债表日后事项的，适用《企业会计准则第 29 号——资产负债表日后事项》。

企业已经确认销售商品收入的售出商品发生销售退回的，应当在发生时冲减当期销售商品收入。销售退回属于资产负债表日后事项的，适用《企业会计准则第 29 号——资产负债表日后事项》。

2) 收入确认具体方法

报告期内公司的商品分境内销售和境外销售两种形式。

对于境内销售，公司按照合同约定将商品交至客户，客户验收合格（或合同约定期间未提出异议的）做为确认收入的时点；

对于境外销售，公司在发出货物且完成报关手续，结合贸易方式，获取货运提单或运送至客户指定地点后，商品所有权上的主要风险和报酬转移给客户，公司据此确认收入。

(2) 确认让渡资产使用权收入的依据

与交易相关的经济利益很可能流入企业，收入的金额能够可靠地计量时。分别下列情况确定让渡资产使用权收入金额：

- 1) 利息收入金额，按照他人使用本企业货币资金的时间和实际利率计算确定。
- 2) 使用费收入金额，按照有关合同或协议约定的收费时间和方法计算确定。

(3) 按完工百分比法确认提供劳务的收入和建造合同收入时，确定合同完工进度的依据和方法。

在资产负债表日提供劳务交易的结果能够可靠估计的，采用完工百分比法确认提供劳务收入。提供劳务交易的完工进度，依据已完工作的测量确定。

按照已收或应收的合同或协议价款确定提供劳务收入总额，但已收或应收的合同或协议价款不公允的除外。资产负债表日按照提供劳务收入总额乘以完工进度扣除以前会计期间累计已确认提供劳务收入后的金额，确认当期提供劳务收入；同时，按照提供劳务估计总成本乘以完工进度扣除以前会计期间累计已确认劳务成本后的金额，结转当期劳务成本。

在资产负债表日提供劳务交易结果不能够可靠估计的，分别下列情况处理：

- 1) 已经发生的劳务成本预计能够得到补偿的，按照已经发生的劳务成本金额确认提供劳务收入，并按相同金额结转劳务成本。
- 2) 已经发生的劳务成本预计不能够得到补偿的，将已经发生的劳务成本计入当期损益，不确认提供劳务收入。

39. 政府补助

√适用 □不适用

(1) 政府补助包括与资产相关的政府补助和与收益相关的政府补助。

(2) 政府补助为货币性资产的，按照收到或应收的金额计量；政府补助为非货币性资产的，按照公允价值计量，公允价值不能可靠取得的，按照名义金额计量。

(3) 政府补助采用总额法：

1) 与资产相关的政府补助，确认为递延收益，在相关资产使用寿命内按照合理、系统的方法分期计入损益。相关资产在使用寿命结束前被出售、转让、报废或发生毁损的，将尚未分配的相关递延收益余额转入资产处置当期的损益。

2) 与收益相关的政府补助，用于补偿以后期间的相关费用或损失的，确认为递延收益，在确认相关费用的期间，计入当期损益；用于补偿已发生的相关费用或损失的，直接计入当期损益。

(4) 对于同时包含与资产相关部分和与收益相关部分的政府补助，区分不同部分分别进行会计处理；难以区分的，整体归类为与收益相关的政府补助。

(5) 本公司将与本公司日常活动相关的政府补助按照经济业务实质计入其他收益或冲减相关成本费用；将与本公司日常活动无关的政府补助，应当计入营业外收支。

(6) 本公司将取得的政策性优惠贷款贴息按照财政将贴息资金拨付给贷款银行和财政将贴息资金直接拨付给本公司两种情况处理：

1) 财政将贴息资金拨付给贷款银行，由贷款银行以政策性优惠利率向本公司提供贷款的，本公司选择按照下列方法进行会计处理：

①以实际收到的借款金额作为借款的入账价值，按照借款本金和该政策性优惠利率计算相关借款费用。

②以借款的公允价值作为借款的入账价值并按照实际利率法计算借款费用，实际收到的金额与借款公允价值之间的差额确认为递延收益。递延收益在借款存续期内采用实际利率法摊销，冲减相关借款费用。

2) 财政将贴息资金直接拨付给本公司的，本公司将对应的贴息冲减相关借款费用。

40. 递延所得税资产和递延所得税负债

√适用 □不适用

(1) 根据资产、负债的账面价值与其计税基础之间的差额（未作为资产和负债确认的项目按照税法规定可以确定其计税基础的，该计税基础与其账面数之间的差额），按照预期收回该

资产或清偿该负债期间的适用税率计算确认递延所得税资产或递延所得税负债。

(2) 确认递延所得税资产以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限。资产负债表日，有确凿证据表明未来期间很可能获得足够的应纳税所得额用来抵扣可抵扣暂时性差异的，确认以前会计期间未确认的递延所得税资产。

(3) 资产负债表日，对递延所得税资产的账面价值进行复核，如果未来期间很可能无法获得足够的应纳税所得额用以抵扣递延所得税资产的利益，则减记递延所得税资产的账面价值。在很可能获得足够的应纳税所得额时，转回减记的金额。

(4) 本公司当期所得税和递延所得税作为所得税费用或收益计入当期损益，但不包括下列情况产生的所得税：1) 企业合并；2) 直接在所有者权益中确认的交易或者事项。

41. 租赁

√适用 □不适用

2021年1月1日之后适用会计政策

(1) 承租人

本公司为承租人时，在租赁期开始日，除选择采用简化处理的短期租赁和低价值资产租赁外，对租赁确认使用权资产和租赁负债。

在租赁期开始日后，本公司采用成本模式对使用权资产进行后续计量。参照《企业会计准则第4号——固定资产》有关折旧规定，对使用权资产计提折旧。承租人能够合理确定租赁期届满时取得租赁资产所有权的，应当在租赁资产剩余使用寿命内计提折旧。无法合理确定租赁期届满时能够取得租赁资产所有权的，应当在租赁期与租赁资产剩余使用寿命两者孰短的期间内计提折旧。本公司按照《企业会计准则第8号——资产减值》的规定，确定使用权资产是否发生减值，并对已识别的减值损失进行会计处理。

本公司按照固定的周期性利率计算租赁负债在租赁期内各期间的利息费用，并计入当期损益。按照《企业会计准则第17号——借款费用》等其他准则规定应当计入相关资产成本的，从其规定。

本公司对于短期租赁和低价值资产租赁，选择不确认使用权资产和租赁负债，将短期租赁和低价值资产租赁的租赁付款额，在租赁期内各个期间按照直线法计入相关资产成本或当期损益。

(2) 出租人

1) 融资租赁

本公司作为出租人的，在租赁期开始日，对融资租赁确认应收融资租赁款，并终止确认融资租赁资产，并按照固定的周期性利率计算并确认租赁期内各个期间的利息收入。

2) 经营租赁

本公司作为出租人的，在租赁期内各个期间，采用直线法方法，将经营租赁的租赁收款额确认为租金收入。将发生的与经营租赁有关的初始直接费用进行资本化，在租赁期内按照与租金收入确认相同的基础进行分摊，分期计入当期损益。

对于经营租赁资产中的固定资产，本公司应当采用类似资产的折旧政策计提折旧；对于其他经营租赁资产，应当根据该资产适用的企业会计准则，采用系统合理的方法进行摊销。本公司按照《企业会计准则第8号——资产减值》的规定，确定经营租赁资产是否发生减值，并进行相应会计处理。

2020年12月31日之前适用会计政策

(1) 经营租赁

本公司为承租人时，在租赁期内各个期间按照直线法将租金计入相关资产成本或确认为当期损益，发生的初始直接费用，直接计入当期损益。或有租金在实际发生时计入当期损益。

本公司为出租人时，在租赁期内各个期间按照直线法将租金确认为当期损益，发生的初始直接费用，除金额较大的予以资本化并分期计入损益外，均直接计入当期损益。或有租金在实际发生时计入当期损益。

(2) 融资租赁

本公司为承租人时，在租赁期开始日，本公司以租赁开始日租赁资产公允价值与最低租赁付款额现值中两者较低者作为租入资产的入账价值，将最低租赁付款额作为长期应付款的入账价值，其差额为未确认融资费用，发生的初始直接费用，计入租赁资产价值。在租赁期各个期间，采用实际利率法计算确认当期的融资费用。

本公司为出租人时，在租赁期开始日，本公司以租赁开始日最低租赁收款额与初始直接费用之和作为应收融资租赁款的入账价值，同时记录未担保余值；将最低租赁收款额、初始直接费用及未担保余值之和与其现值之和的差额确认为未实现融资收益。在租赁期各个期间，采用实际利率法计算确认当期的融资收入。

42. 所得税

√适用 不适用

所得税费用包括当期所得税和递延所得税。除确认为其他综合收益或直接计入股东权益的交易和事项相关的当期所得税和递延所得税计入其他综合收益或股东权益，以及企业合并产生的递延所得税调整商誉的账面价值外，其余当期所得税和递延所得税费用或收益计入当期损益。

43. 与财务会计信息相关的重大事项或重要性水平的判断标准

公司在确定与财务会计信息相关的重大事项或重要性水平判断标准时，结合自身所处的行业、发展阶段和经营状况综合考虑。公司在本节披露的与财务会计信息相关重大事项的判断标准为金额超过扣除非经常性损益后利润总额的 8%，或金额虽未达到前述标准但公司认为较为重要的相关事项。

44. 重大会计判断和估计

本公司根据实际生产经营特点、历史经验和其他因素综合判断，需对财务报表项目金额进行判断和估计的重要领域包括应收款项坏账计提、金融工具减值、存货跌价准备、固定资产折旧、无形资产摊销等，相关会计政策详见本节“四、会计政策、估计”之“(一) 会计政策和会计估计”之“10.金融工具”、“12.应收款项”、“15.存货”、“24.固定资产”、“29.无形资产与开发支出”相关内容。

45. 其他重要的会计政策和会计估计

适用 不适用

(二) 会计政策和会计估计分析

适用 不适用

1. 公司重大会计政策及会计估计与可比上市公司比较分析

报告期内，公司重大会计政策及会计估计与可比上市公司不存在重大差异。

2. 重大会计政策或会计估计变更对公司利润的影响

公司的会计政策的变更属因执行新企业会计准则导致的会计政策变更，公司因执行上述会计政策导致的会计政策变更对公司财务状况和经营成果不构成重大影响。

报告期内，公司主要会计估计未发生变更。

五、 分部信息

适用 不适用

六、 非经常性损益

单位：元

项目	2022年1月 —6月	2021年度	2020年度	2019年度
非流动性资产处置损益	-4,334,940.86	-657,463.34	-75,545.48	-182,107.44

越权审批，或无正式批准文件，或偶发性的税收返还、减免				
计入当期损益的政府补助，但与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外	3,609,726.68	4,682,273.68	5,976,357.77	4,437,286.82
计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费				
企业取得子公司、联营企业及合营企业的投资成本小于取得投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值产生的收益				
非货币性资产交换损益				
委托他人投资或管理资产的损益	493,145.67	1,799,069.11	1,590,127.02	600,464.04
因不可抗力因素，如遭受自然灾害而计提的各项资产减值准备				
债务重组损益				
企业重组费用，如安置职工的支出、整合费用等				
交易价格显失公允的交易产生的超过公允价值部分的损益				
同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益				
与公司正常经营业务无关的或有事项产生的损益				
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、交易性金融负	315,908.42	1,320,581.80	65,917.68	

债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、交易性金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益				
单独进行减值测试的应收款项减值准备转回				
对外委托贷款取得的损益				
采用公允价值模式进行后续计量的投资性房地产公允价值变动产生的损益				
根据税收、会计等法律、法规的要求对当期损益进行一次性调整对当期损益的影响				
受托经营取得的托管费收入				
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-222,902.48	-614,653.63	43,928.13	-131,587.21
其他符合非经常性损益定义的损益项目				
小计	-139,062.57	6,529,807.62	7,600,785.12	4,724,056.21
减：所得税影响数	713,095.67	872,394.33	1,113,131.40	745,012.75
少数股东权益影响额				126.82
合计	-852,158.24	5,657,413.29	6,487,653.72	3,978,916.64
非经常性损益净额	-852,158.24	5,657,413.29	6,487,653.72	3,978,916.64
归属于母公司股东的净利润	23,822,732.54	42,220,024.87	22,382,376.95	33,321,268.95
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	24,674,890.78	36,562,611.58	15,894,723.23	29,342,352.31
归属于母公司股东的非经常性损益净额占归属于母公司股东的净利润的比例（%）	-3.58%	13.40%	28.99%	11.94%

非经常性损益分析：

报告期内，公司归属于母公司股东的非经常性损益净额分别为 397.89 万元、648.77 万元、

565.74 万元和-85.22 万元，主要由政府补助和理财产品收益构成。公司归属于母公司的非经常性损益占归属于母公司股东的净利润的比例分别为 11.94%、28.99%、13.40%和-3.58%，占比存在一定程度波动。其中 2020 年占比较高，主要是 2020 年公司因疫情原因经营业绩下降，且当年政府补助金额上升所导致的。2022 年 1-6 月，公司归属于母公司的非经常性损益占归属于母公司股东的净利润的比例下降，主要原因是 2022 年 1-6 月发行人拆除惠州子公司部分厂房，将其土地用于二期工程建设，形成非流动资产处置损益 433.49 万元所导致的。

七、 主要会计数据及财务指标

项目	2022 年 6 月 30 日/2022 年 1 月—6 月	2021 年 12 月 31 日/2021 年度	2020 年 12 月 31 日/2020 年度	2019 年 12 月 31 日/2019 年度
资产总计(元)	419,690,341.13	415,344,420.92	334,365,994.31	315,638,791.38
股东权益合计(元)	242,154,659.70	215,434,514.54	192,228,972.95	188,585,807.96
归属于母公司所有者的股东权益(元)	238,858,394.37	214,579,876.79	192,228,972.95	188,585,807.96
每股净资产(元/股)	4.67	4.15	3.71	3.64
归属于母公司所有者的每股净资产(元/股)	4.61	4.14	3.71	3.64
资产负债率(合并)(%)	42.30%	48.13%	42.51%	40.25%
资产负债率(母公司)(%)	29.56%	34.80%	28.97%	27.02%
营业收入(元)	246,375,642.62	426,347,286.74	282,076,493.29	356,821,681.45
毛利率(%)	33.84%	35.22%	40.18%	42.39%
净利润(元)	23,724,360.12	42,214,662.62	22,382,376.95	33,315,240.18
归属于母公司所有者的净利润(元)	23,822,732.54	42,220,024.87	22,382,376.95	33,321,268.95
扣除非经常性损益后的净利润(元)	24,576,518.36	36,557,249.33	15,894,723.23	29,336,196.72
归属于母公司所有者的扣除非经常性损益后的净利润(元)	24,674,890.78	36,562,611.58	15,894,723.23	29,342,352.31
息税折旧摊销前利润(元)	38,161,283.65	66,537,932.51	38,531,751.95	49,881,781.02

加权平均净资产收益率 (%)	10.51%	20.02%	11.45%	18.17%
扣除非经常性损益后净资产收益率 (%)	10.88%	17.34%	8.13%	16.00%
基本每股收益 (元/股)	0.46	0.81	0.43	0.64
稀释每股收益 (元/股)	0.46	0.81	0.43	0.64
经营活动产生的现金流量净额(元)	-21,949,730.16	54,451,097.69	41,182,945.75	65,628,081.97
每股经营活动产生的现金流量净额(元)	-0.42	1.05	0.79	1.27
研发投入占营业收入的比例 (%)	3.52%	4.10%	5.60%	4.01%
应收账款周转率	1.97	5.24	4.01	4.58
存货周转率	4.21	8.64	6.26	8.15
流动比率	1.79	1.61	1.81	1.80
速动比率	1.54	1.37	1.60	1.53

主要会计数据及财务指标计算公式及变动简要分析:

- (1) 每股净资产=股东权益合计/期末总股本;
- (2) 归属于母公司所有者的每股净资产=归属于母公司股东权益合计/期末总股本;
- (3) 资产负债率=负债总额÷资产总额
- (4) 毛利率=(营业收入-营业成本)÷营业收入
- (5) 扣除非经常性损益后的净利润=净利润-非经常性损益净额
- (6) 归属于母公司所有者的扣除非经常性损益后的净利润=归属于母公司所有者的净利润-归属于母公司所有者的非经常性损益
- (7) 息税折旧摊销前利润=利润总额+利息支出+折旧摊销
- (8) 加权平均净资产收益率= $P/(E_0 + NP \div 2 + E_i \times M_i \div M_0 - E_j \times M_j \div M_0 + E_k \times M_k \div M_0)$, 其中:
P 分别对应于归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润;
NP 为归属于公司普通股股东的净利润;
E₀ 为归属于公司普通股股东的期初净资产;
E_i 为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产;
E_j 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产;
M₀ 为报告期月份数;
M_i 为新增净资产下一月份起至报告期期末的月份数;
M_j 为减少净资产下一月份起至报告期期末的月份数;
E_k 为因其他交易或事项引起的净资产增减变动;
M_k 为发生其他净资产增减变动下一月份起至报告期期末的月份数。
- (9) 基本每股收益= $P \div S$
 $S = S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k$
 其中:
P 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润;
S 为发行在外的普通股加权平均数;
S₀ 为期初股份总数;
S₁ 为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数;
S_i 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数;
S_j 为报告期因回购等减少股份数;
S_k 为报告期缩股数;
M₀ 为报告期月份数;
M_i 为增加股份下一月份起至报告期期末的月份数;
M_j 为减少股份下一月份起至报告期期末的月份数。

- (10) 每股经营活动产生的现金流量净额=经营活动产生的现金流量净额÷期末股本总额
- (11) 研发投入占营业收入的比例=研发费用÷营业收入
- (12) 应收账款周转率=营业收入÷平均应收账款账面价值
- (13) 存货周转率=营业成本÷平均存货账面价值
- (14) 流动比率=流动资产÷流动负债
- (15) 速动比率=(流动资产-存货净额-预付账款-其他流动资产)÷流动负债

八、 盈利预测

适用 不适用

第八节 管理层讨论与分析

一、经营核心因素

(一) 影响收入、成本、费用和利润的主要因素

1.影响公司收入的主要因素

公司主要从事创意包装设计和生产，产品或服务主要应用于酒类、化妆品等消费行业。影响公司收入的主要因素包括：

(1) 终端消费者消费需求的持续变化和提升，推动公司下游客户产品持续更新换代

近年来，随着消费者的消费能力不断提升，消费者不仅关注产品的品质，也更关注产品背后的文化底蕴，而精美的包装物能较好地展现产品的品牌文化及提高产品附加值，同时增强消费者购买欲望。消费需求以及产品转型升级不仅为消费者带来更为丰富的消费感知新体验，为品牌商带来打开产品销量的新方式，还为创意包装行业带来了发展新活力。

公司依托品牌策略规划、创意设计、技术研发、产品交付四位一体的产品形象工程整体解决方案能力，通过产品市场与消费者需求的深入调研，协助客户挖掘品牌定位和产品卖点，为下游客户提供品牌策略规划、包装设计和产品推广方案，推动客户新产品开发与老产品的迭代升级，以满足终端消费者不断变化的需求。下游客户新产品的持续开发，以及老产品的持续迭代升级的需求，推动了公司创意产品设计及创意包装产品业务规模增长。

(2) 前瞻的创意设计能力，以及丰富的生产工艺核心技术积累，是公司收入增长的重要推动因素

基于对市场需求的深刻理解和通过与国内外知名品牌客户的长期合作，公司根据不同细分市场及不同客户的需求，建立了按酒类、化妆品、茶叶、食品等类别划分的市场需求库，更好地向客户提供定制化产品策略规划和创意设计解决方案。截至报告期末，公司获得包含德国红点奖、德国IF设计奖、Pentawards、世界之星、莫比乌斯广告奖、意大利A'设计大奖、IAI设计奖等在内的国际设计大奖103项，公司凭借优秀的创意设计能力，在业内树立了良好的用户口碑与品牌影响力。

此外，公司每年投入较大规模资金进行研发。公司在新材料、新工艺、新防伪、新盒型、智能化、自动化等维度进行技术创新，掌握了高光泽立体烫金、3D悬浮微纳防伪技术、纹理烫金技术、UV数码浮雕立体肌理工艺、多段感温变色油墨、防伪卡扣等核心技术，并致力于新工艺的持续开发，解决行业内的防伪技术难题。截至报告期末，发行人获得专利共157项，其中，发明专利13项、实用新型专利59项、外观设计85项。公司已经掌握并应用了具有自主知识产权的核心技术。

前瞻性的创意设计能力，以及丰富的生产工艺核心技术积累，是公司业务规模保持持续增长的重要因素。

(3) 产品应用领域及产品类型的持续开拓，是公司未来收入增长的重要举措

报告期内，公司持续开拓产品应用领域及产品类型，除纸质包装外，公司还通过品牌策略及创意设计，积极在酒类、化妆品、茶叶、食品等消费品的内包装及周边产品等领域进行拓展，进一步增强公司盈利能力。报告期内，公司在茶叶、食品等领域的开拓已取得一定成效，并与燕之屋、八马茶叶等下游知名品牌建立了业务合作关系。公司持续开拓产品应用领域及产品类型，将有助于公司持续扩大营业规模。

2.影响公司成本的主要因素

公司营业成本的主要构成包括直接材料、外协费用及外购产品成本，报告期内，上述三项占公司主营业务成本比例分别为 83.43%、78.18%、77.83%以及 81.87%。对于公司而言，其创意包装的直接材料主要为各类纸制品，纸制品的价格波动会直接影响公司的材料成本，因此原材料价格波动是影响公司成本的主要因素之一。其次，由于公司为提升生产经营效率，将部分非核心工序外发外协厂商进行生产，同时部分订单通过整单外购的方式实现交付。外协费用及外购产品成本的波动，也将对公司成本造成较大程度影响。

3.影响费用的主要因素

公司的期间费用包括销售费用、管理费用、研发费用、财务费用。公司期间费用在报告期内的金额分别为 10,585.56 万元、8,509.24 万元、10,756.33 万元、5,056.08 万元，占公司营业收入的比例分别为 29.67%、30.17%、25.23%、20.52%。报告期内，公司期间费用的变动主要受员工人数与薪酬待遇、业务开拓力度、设备折旧摊销、制造工艺的改造与提升、创意设计投入、汇兑损益等因素的影响。

4.影响利润的主要因素

影响公司利润的主要因素包括营业收入、营业成本和期间费用等。有关收入、成本、费用和利润变动情况，详见本节之“三、盈利情况分析”。

(二) 影响公司业绩变动的主要财务或非财务指标

主营业务收入增长率、主营业务毛利率是对分析公司财务状况和盈利能力具有比较重要意义的财务指标，具有较强的预示作用。主营业务收入增长率可以判断公司的持续经营能力与未来发展潜力，主营业务毛利率可以判断公司对营业成本的控制能力、产品市场竞争力以及议价能力。

报告期内，公司的主营业务收入分别为 35,318.59 万元、27,829.05 万元、42,208.36 万元、24,637.56 万元；受疫情影响，公司主营业务收入在 2020 年较 2019 年下滑 21.21%，随着疫情的逐渐受控，公司主营业务收入在 2021 年较 2020 年增长 51.67%。公司主营业务毛利率分别为 42.27%、40.07%、35.08%、33.67%，整体保持稳定；2020 年起，公司执行新收入准则，与商品销售相关的运费在成本中列示，导致公司主营业务毛利率较执行新收入准则前有所下降。上述指标，能反映公司的盈利能力。

除上述财务指标以外，研发项目投入、固定资产投入等非财务指标，也属于反映公司业务发展的指标。

二、 资产负债等财务状况分析

(一) 应收款项

1. 应收票据

√适用 □不适用

(1) 应收票据分类列示

单位：元

项目	2022年6月30日	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日
银行承兑汇票	9,130,000.00	9,240,407.00	7,246,608.00	3,112,152.09
商业承兑汇票	-	-	-	-
合计	9,130,000.00	9,240,407.00	7,246,608.00	3,112,152.09

(2) 报告期各期末公司已质押的应收票据

□适用 √不适用

(3) 报告期各期末公司已背书或贴现且在资产负债表日尚未到期的应收票据

√适用 □不适用

单位：元

项目	2022年6月30日	
	报告期期末终止确认金额	报告期期末未终止确认金额
银行承兑汇票	-	9,120,000.00
商业承兑汇票	-	-
合计	-	9,120,000.00

单位：元

项目	2021年12月31日	
	报告期期末终止确认金额	报告期期末未终止确认金额
银行承兑汇票	-	6,756,000.00
商业承兑汇票	-	-
合计	-	6,756,000.00

单位：元

项目	2020年12月31日
----	-------------

	报告期期末终止确认金额	报告期期末未终止确认金额
银行承兑汇票	-	1,446,608.00
商业承兑汇票	-	-
合计	-	1,446,608.00

单位：元

项目	2019年12月31日	
	报告期期末终止确认金额	报告期期末未终止确认金额
银行承兑汇票	-	3,112,152.09
商业承兑汇票	-	-
合计	-	3,112,152.09

(4) 报告期各期末公司因出票人未履约而将其转应收账款的票据

适用 不适用

(5) 按坏账计提方法分类披露

单位：元

类别	2022年6月30日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	
按单项计提坏账准备的应收票据	-	-	-	-	-
按组合计提坏账准备的应收票据	9,130,000.00	100.00%	-	-	9,130,000.00
合计	9,130,000.00	100.00%	-	-	9,130,000.00

单位：元

类别	2021年12月31日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	

按单项计提坏账准备的应收票据	-	-	-	-	-
按组合计提坏账准备的应收票据	9,240,407.00	100.00%	-	--	9,240,407.00
合计	9,240,407.00	100.00%	-	-	9,240,407.00

单位：元

类别	2020年12月31日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	
按单项计提坏账准备的应收票据	-	-	-	-	-
按组合计提坏账准备的应收票据	7,246,608.00	100.00%	-	-	7,246,608.00
合计	7,246,608.00	100.00%	-	-	7,246,608.00

单位：元

类别	2019年12月31日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	
按单项计提坏账准备的应收票据					
按组合计提坏账准备的应收票据	3,112,152.09	100.00%			3,112,152.09
合计	3,112,152.09	100.00%			3,112,152.09

1) 按单项计提坏账准备:

适用 不适用

2) 按组合计提坏账准备:

适用 不适用

3) 如按预期信用损失一般模型计提坏账准备, 请按下表披露坏账准备的相关信息:

适用 不适用

(6) 报告期内计提、收回或转回的坏账准备情况

适用 不适用

(7) 报告期内实际核销的应收票据情况

适用 不适用

(8) 科目具体情况及说明:

2019年1月1日起, 公司适用新金融工具相关准则, 公司在应收票据中列示商业承兑汇票以及除6家大型商业银行和9家上市股份制商业银行外其他银行开出的银行承兑汇票。报告期各期末, 公司应收票据余额分别为311.22万元、724.66万元、924.04万元、913.00万元, 均为银行承兑汇票。

公司部分客户如古井贡酒等存在以银行承兑汇票形式与公司结算款项的情形。公司持有的票据通常用于背书, 截至2022年6月30日, 公司已背书但尚未到期的应收票据金额为912.00万元, 均未终止确认。报告期内, 公司收到的票据主要为银行承兑汇票, 相关票据的出票人具有良好的信用背景, 违约风险以及票据无法兑付的风险较低。

2. 应收款项融资

适用 不适用

单位: 元

项目	2022年6月30日	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日
银行承兑汇票	9,106,650.80	2,896,704.79	1,203,763.00	1,129,000.00
合计	9,106,650.80	2,896,704.79	1,203,763.00	1,129,000.00

应收款项融资本期增减变动及公允价值变动情况:

适用 不适用

如按预期信用损失一般模型计提坏账准备, 请参照其他应收款披露:

适用 不适用

科目具体情况及说明:

2019年1月1日起, 公司适用新金融工具相关准则, 公司在应收款项融资中列示6家大型商

业银行和 9 家上市股份制商业银行开出的银行承兑汇票。报告期各期末，公司应收款项融资余额分别为 112.90 万元、120.38 万元、289.67 万元、910.66 万元。报告期各期末，公司期末已背书但尚未到期的银行承兑汇票金额分别为 276.50 万元、145.33 万元、177.32 万元、597.13 万元，均已予以终止确认。

3. 应收账款

√适用 □不适用

(1) 按账龄分类披露

单位：元

账龄	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
1 年以内	147,088,742.97	102,117,102.15	62,874,111.42	76,928,050.24
1 至 2 年	9,256,522.38	5,253,590.89	748,791.28	2,382,916.35
2 至 3 年	571,913.76	-	587,908.50	923,590.21
3 年以上	-			
3 至 4 年	-	587,908.50	341,705.00	305,480.00
4 至 5 年	587,908.50	-	305,480.00	9,034,763.30
5 年以上	1,067,226.00	1,067,226.00	17,922,047.80	8,887,284.50
合计	158,572,313.61	109,025,827.54	82,780,044.00	98,462,084.60

(2) 按坏账计提方法分类披露

单位：元

类别	2022 年 6 月 30 日				账面价值
	账面余额		坏账准备		
	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	
按单项计提坏账准备的应收账款	895,394.78	0.56%	895,394.78	100%	-
其中：单项金额重大并单项计提坏账准备的应收账款					
单项金额虽不重大但单项计提	895,394.78	0.56%	895,394.78	100%	-

坏账准备的应收账款					
按组合计提坏账准备的应收账款	157,676,918.83	99.44%	9,156,017.51	5.81%	148,520,901.32
其中：信用风险特征组合计提坏账准备的应收账款	157,676,918.83	99.44%	9,156,017.51	5.81%	148,520,901.32
合计	158,572,313.61	100.00%	10,051,412.29	6.34%	148,520,901.32

单位：元

类别	2021年12月31日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例（%）	金额	计提比例（%）	
按单项计提坏账准备的应收账款	895,394.78	0.82%	895,394.78	100.00%	-
其中：单项金额重大并单项计提坏账准备的应收账款					
单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收账款	895,394.78	0.82%	895,394.78	100.00%	
按组合计提坏账准备的应收账款	108,130,432.76	99.18%	6,392,859.89	5.91%	101,737,572.87
其中：按信用风险特征组合计提坏账准备的应收账款	108,130,432.76	99.18%	6,392,859.89	5.91%	101,737,572.87
合计	109,025,827.54	100.00%	7,288,254.67	6.68%	101,737,572.87

单位：元

类别	2020年12月31日		
	账面余额	坏账准备	账面价值

	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	
按单项计提坏账准备的应收账款	1,775,791.33	2.15%	1,775,791.33	100.00%	-
其中：单项金额重大并单项计提坏账准备的应收账款	1,128,606.33	1.36%	1,128,606.33	100.00%	
单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收账款	647,185.00	0.79%	647,185.00	100.00%	
按组合计提坏账准备的应收账款	81,004,252.67	97.85%	20,129,607.87	24.85%	60,874,644.80
其中：按信用风险特征组合计提坏账准备的应收账款	81,004,252.67	97.85%	20,129,607.87	24.85%	60,874,644.80
合计	82,780,044.00	100.00%	21,905,399.20	26.46%	60,874,644.80

单位：元

类别	2019年12月31日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	
按单项计提坏账准备的应收账款	2,397,037.64	2.43%	2,397,037.64	100.00%	-
其中：单项金额重大并单项计提坏账准备的应收账款	1,128,606.33	1.15%	1,128,606.33	100.00%	
单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收账款	1,268,431.31	1.28%	1,268,431.31	100.00%	
按组合计提坏账准备的应收账款	96,065,046.96	97.57%	16,357,321.00	17.03%	79,707,725.96

其中：按信用风险特征组合计提坏账准备的应收账款	96,065,046.96	97.57%	16,357,321.00	17.03%	79,707,725.96
合计	98,462,084.60	100.00%	18,754,358.64	19.05%	79,707,725.96

1) 按单项计提坏账准备：

√适用 □不适用

单位：元

名称	2022年6月30日			
	账面余额	坏账准备	计提比例(%)	计提理由
云南滇红集团股份有限公司	589,914.78	589,914.78	100%	预期无法收回
青海高原雪山青稞酒股份有限公司	305,480.00	305,480.00	100%	预期无法收回
合计	895,394.78	895,394.78	100.00%	-

单位：元

名称	2021年12月31日			
	账面余额	坏账准备	计提比例(%)	计提理由
云南滇红集团股份有限公司	589,914.78	589,914.78	100.00%	预期无法收回
青海高原雪山青稞酒股份有限公司	305,480.00	305,480.00	100.00%	预期无法收回
合计	895,394.78	895,394.78	100.00%	-

单位：元

名称	2020年12月31日			
	账面余额	坏账准备	计提比例(%)	计提理由
贵州青酒厂	1,128,606.33	1,128,606.33	100.00%	预期无法收回
遵义市盛发实业有限公司	341,705.00	341,705.00	100.00%	预期无法收回

青海高原雪山青稞酒股份有限公司	305,480.00	305,480.00	100.00%	预期无法收回
合计	1,775,791.33	1,775,791.33	100.00%	-

单位：元

名称	2019年12月31日			
	账面余额	坏账准备	计提比例(%)	计提理由
贵州青酒厂	1,128,606.33	1,128,606.33	100.00%	预期无法收回
RST INC	621,246.31	621,246.31	100.00%	预期无法收回
遵义市盛发实业有限公司	341,705.00	341,705.00	100.00%	预期无法收回
青海高原雪山青稞酒股份有限公司	305,480.00	305,480.00	100.00%	预期无法收回
合计	2,397,037.64	2,397,037.64	100.00%	-

按单项计提坏账准备的说明：

报告期各期末，公司单项计提坏账准备的应收账款的账面余额分别为 239.70 万元、177.58 万元、89.54 万元、89.54 万元，为贵州青酒厂、遵义市盛发实业有限公司、青海高原雪山青稞酒股份有限公司、云南滇红集团股份有限公司、RSTINC 等公司尚未向公司支付的货款，均已全额计提坏账准备。

2) 按组合计提坏账准备：

√适用 □不适用

单位：元

组合名称	2022年6月30日		
	账面余额	坏账准备	计提比例(%)
1年以内(含1年)	147,088,742.97	7,354,437.15	5.00%
1-2年(含2年)	9,254,516.10	925,451.61	10.00%
2-3年(含3年)	571,913.76	114,382.75	20.00%
3-4年(含4年)			
4-5年(含5年)			
5年以上	761,746.00	761,746.00	100.00%
合计	157,676,918.83	9,156,017.51	5.81%

单位：元

组合名称	2021年12月31日
------	-------------

	账面余额	坏账准备	计提比例 (%)
1年以内 (含1年)	102,115,095.87	5,105,754.80	5.00%
1-2年 (含2年)	5,253,590.89	525,359.09	10.00%
2-3年 (含3年)			
3-4年 (含4年)			
4-5年 (含5年)			
5年以上	761,746.00	761,746.00	100.00%
合计	108,130,432.76	6,392,859.89	5.91%

单位：元

组合名称	2020年12月31日		
	账面余额	坏账准备	计提比例 (%)
1年以内 (含1年)	62,874,111.42	3,143,705.57	5.00%
1-2年 (含2年)	748,791.28	74,879.13	10.00%
2-3年 (含3年)	587,908.50	117,581.70	20.00%
3-4年 (含4年)			
4-5年 (含5年)			
5年以上	16,793,441.47	16,793,441.47	100.00%
合计	81,004,252.67	20,129,607.87	24.85%

单位：元

组合名称	2019年12月31日		
	账面余额	坏账准备	计提比例 (%)
1年以内 (含1年)	76,917,987.31	3,845,899.36	5.00%
1-2年 (含2年)	2,353,618.18	235,361.82	10.00%
2-3年 (含3年)			
3-4年 (含4年)			
4-5年 (含5年)	9,034,763.30	4,517,381.65	50.00%
5年以上	7,758,678.17	7,758,678.17	100.00%
合计	96,065,046.96	16,357,321.00	17.03%

确定组合依据的说明：

①整体情况

报告期各期末，在按组合计提坏账准备的应收账款中，账龄在1年以内的应收账款占比分别为80.07%、77.62%、94.44%、93.28%，公司应收账款回收情况较为良好，长账龄的应收账款占比较低。

报告期内，公司1年以内应收账款占比波动，主要是由贵州青酒厂及其相关公司欠款发生逾期所导致的。公司自2010年起为贵州青酒厂及其相关公司提供外包装的设计、生产服务，后因贵州青酒厂经营情况不良，其回款发生逾期。2019年9月，公司向贵州省镇远县人民法院起诉，

请求判决贵州青酒厂、贵州青酒集团有限责任公司、镇远县兴发商贸有限公司三方共同向公司偿还货款 1,726.03 万元。2019 年 12 月 11 日，贵州省镇远县人民法院出具《民事调解书》（[2019]黔 2625 民初 1084 号），明确贵州青酒厂、贵州青酒集团有限责任公司、镇远县兴发商贸有限公司三方应于 2020 年 1 月 12 日前连带向公司支付货款本金人民币 1,726.03 万元。2019 年末，鉴于公司诉求获贵州省镇远县人民法院支持，且公司已向镇远县人民法院申请对贵州青酒厂及其相关公司的财产进行保全，公司预期未来无法收回上述应收账款的风险未显著提升，因此公司仍对上述应收账款按组合计提坏账准备。

截至 2021 年 10 月末，贵州青酒厂、镇远县兴发商贸有限公司合计尚欠公司 1,716.03 万元应收账款尚未支付。2021 年 11 月 11 日，公司与贵州青酒集团有限责任公司签署了《债务处置协议》，明确贵州青酒集团有限责任公司及其关联方尚欠公司债务总额合计 1,716.03 万元，约定自贵州青酒集团有限责任公司重组之日起 20 个工作日内，贵州青酒集团有限责任公司向公司支付 686.41 万元，其余款项贵州青酒集团有限责任公司及其关联方无需偿还。截至 2021 年末，公司已收到贵州青酒集团有限责任公司支付的 686.41 万元，相应转回已计提的坏账准备，同时对无法收回的 1,029.62 万元坏账予以核销。

上述事件为偶发性风险事件，除上述事件外，报告期内公司应收账款所面临的无法收回风险未显著提升。由于公司主要客户包括牛栏山酒厂、古井贡酒等国内知名酒厂，以及 LAFCO、L-Nutra 等海外客户，客户经营规模较大，信誉良好，因此整体而言公司发生坏账损失的风险较低。

②公司按账龄分析法计提坏账准备的比例与同行业可比公司对比

公司按账龄分析法计提坏账准备的比例与同行业可比公司对比如下：

账龄	裕同科技	上海艾录	美盈森	中荣股份	艺虹股份	发行人
1 年以内	2.00%	5.00%	5.00%	5.00%	5.00%	5.00%
1 年至 2 年	10.00%	10.00%	10.00%	10.00%	10.00%	10.00%
2 年至 3 年	20.00%	20.00%	30.00%	20.00%	20.00%	20.00%
3 年至 4 年	100.00%	30.00%	50.00%	50.00%	40.00%	50.00%
4 年至 5 年	100.00%	50.00%	100.00%	80.00%	60.00%	50.00%
5 年以上	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

如上表所示，公司坏账准备的计提方法及计提比例与同行业可比上市公司大体相同，不存在显著差异，公司坏账准备计提谨慎、合理。

3) 如按预期信用损失一般模型计提坏账准备，请按下表披露坏账准备的相关信息：

适用 不适用

(3) 报告期计提、收回或转回的坏账准备情况

适用 不适用

单位：元

类别	2021年12月 31日	本期变动金额			2022年6月30 日
		计提	收回或转回	核销	
预期信用损失	7,288,254.67	2,763,157.62	-	-	10,051,412.29
合计	7,288,254.67	2,763,157.62			10,051,412.29

单位：元

类别	2020年12月 31日	本期变动金额			2021年12月 31日
		计提	收回或转回	核销	
预期信用损失	21,905,399.20	2,799,699.37	6,864,120.00	10,552,723.90	7,288,254.67
合计	21,905,399.20	2,799,699.37	6,864,120.00	10,552,723.90	7,288,254.67

单位：元

类别	2019年12月 31日	本期变动金额			2020年12月 31日
		计提	收回或转回	核销	
预期信用损失	18,754,358.64	3,732,097.59		581,057.03	21,905,399.20
合计	18,754,358.64	3,732,097.59	-	581,057.03	21,905,399.20

单位：元

类别	2018年12月 31日	本期变动金额			2019年12月 31日
		计提	收回或转回	核销	
预期信用损失	18,398,998.71	3,628,499.88		3,273,139.95	18,754,358.64
合计	18,398,998.71	3,628,499.88	-	3,273,139.95	18,754,358.64

其中报告期坏账准备收回或转回金额重要的：

√适用 □不适用

单位：元

单位名称	收回或转回金额				收回方式
	2022年6月 30日	2021年12月 31日	2020年12月 31日	2019年12月 31日	
镇远县兴发商贸有限公司		6,864,120.00			银行转账
合计		6,864,120.00	-	-	-

其他说明：

无

(4) 本期实际核销的应收账款情况

√适用 □不适用

单位：元

项目	核销金额			
	2022年6月30日	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日
实际核销的应收账款	-	10,552,723.90	581,057.03	3,273,139.95

其中重要的应收账款核销的情况：

√适用 □不适用

单位：元

单位名称	核销时间	应收账款性质	核销金额	核销原因	履行的核销程序	款项是否因关联交易产生
镇远县兴发商贸有限公司	2021年12月26日	货款	10,296,181.80	账龄较长且无法收回	营销中心提出申请，总经理、董事长审批通过	否
遵义市盛发实业有限公司	2021年12月26日	货款	256,542.10	账龄较长且无法收回	营销中心提出申请，总经理、董事长审批通过	否
RST INC.	2020年12月31日	货款	581,057.03	账龄较长且无法收回	营销中心提出申请，总经理、董事长审批通过	否
贵州青酒厂	2019年12月28日	货款	3,263,389.95	预计无法收回	营销中心提出申请，总经理、董事	否

					长审批通过	
合计	-	-	14,397,170.88	-	-	-

应收账款核销说明：

无

(5) 按欠款方归集的期末余额前五名的应收账款情况

单位：元

单位名称	2022年6月30日		
	应收账款	占应收账款期末余额合计数的比例(%)	坏账准备
北京顺鑫农业股份有限公司	28,463,117.59	17.95%	1,423,155.88
承德乾隆醉酒业有限责任公司	14,766,260.51	9.31%	738,313.03
BALANCEINC	10,901,618.97	6.87%	545,080.95
江苏汤沟两相和酒业有限公司	9,304,079.72	5.87%	465,203.99
青海互助天佑德青稞酒股份有限公司	6,876,996.13	4.34%	349,849.80
合计	70,312,072.92	44.34%	3,515,603.65

单位：元

单位名称	2021年12月31日		
	应收账款	占应收账款期末余额合计数的比例(%)	坏账准备
北京顺鑫农业股份有限公司牛栏山酒厂	26,883,995.85	24.66%	1,344,199.79
承德乾隆醉酒业有限责任公司	14,295,433.47	13.11%	714,771.67
青海互助天佑德青稞酒股份有限公司	11,844,424.50	10.86%	592,221.23
安徽古井贡酒股份有限公司	6,929,760.62	6.36%	346,488.03
江苏汤沟两相和酒业有限公司	6,024,092.62	5.53%	301,204.63
合计	65,977,707.06	60.52%	3,298,885.35

单位：元

单位名称	2020年12月31日		
	应收账款	占应收账款期末余额合计数的比例 (%)	坏账准备
镇远县兴发商贸有限公司	16,031,695.47	19.37%	16,031,695.47
承德乾隆醉酒业有限责任公司	11,965,178.71	14.45%	598,258.94
北京顺鑫农业股份有限公司牛栏山酒厂	11,763,277.24	14.21%	588,163.86
小糊涂仙酒业(集团)有限公司	6,919,042.02	8.36%	345,952.10
青海互助天佑德青稞酒股份有限公司	5,638,168.91	6.81%	281,908.45
合计	52,317,362.35	63.20%	17,845,978.82

单位：元

单位名称	2019年12月31日		
	应收账款	占应收账款期末余额合计数的比例 (%)	坏账准备
承德乾隆醉酒业有限责任公司	18,399,837.90	18.69%	919,991.90
镇远县兴发商贸有限公司	16,031,695.47	16.28%	11,514,313.82
青海互助天佑德青稞酒股份有限公司	12,337,962.06	12.53%	616,898.10
北京顺鑫农业股份有限公司牛栏山酒厂	11,299,359.96	11.48%	564,968.00
小糊涂仙酒业(集团)有限公司	4,993,604.82	5.07%	249,680.24
合计	63,062,460.21	64.05%	13,865,852.06

其他说明：

1) 整体情况

报告期各期末，公司前五名欠款单位应收账款余额合计分别为 6,306.25 万元、5,231.74 万元、6,597.77 万元、7,031.21 万元，占各期末应收账款总额的比例分别为 64.05%、63.20%、60.52%、44.34%。

2) 应收账款前五名欠款单位的变动情况

报告期各期末，公司应收账款前五名欠款单位与公司间均不存在关联关系。报告期各期末公司前五名欠款单位主要包括北京顺鑫农业股份有限公司牛栏山酒厂、青海互助天佑德青稞酒股份有限公司、承德乾隆醉酒业有限责任公司等，变动较小。

在报告期各期末应收账款前五名欠款单位中，除 2019 年末、2020 年末对镇远县兴发商贸有限公司（以下简称“镇远兴发”）的应收账款账龄在 4 年以上，公司其余应收账款前五名欠款单位的应收账款账龄均在 1 年以内。2020 年末，公司已对镇远兴发的应收账款全额计提坏账准备。2021 年 11 月，镇远兴发偿还了 686.41 万元欠款，公司对镇远兴发无法偿还的剩余 1,029.62 万元坏账进行了核销。

整体而言，报告期各期末，除镇远兴发外公司应收账款前五名欠款单位主要为国内知名酒厂或其子品牌，如顺鑫农业（000860，牛栏山酒厂）、古井贡酒（000596）、衡水老白干（600559，乾隆醉）、天佑德酒（002646）等。发行人报告期各期末的应收账款前五名欠款单位与发行人报告期内各期前五大客户的重合度高，相关单位经营状况良好，经营规模较大，商业信用度较高，与公司保持了长期稳定的合作关系，发生坏账的可能性较小。

(6) 报告期各期末信用期内外的应收账款

单位：元

项目	2022 年 6 月 30 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
信用期内应收账款	95,127,445.69	59.99%	73,031,662.85	66.99%	48,972,546.20	59.16%	53,971,563.54	54.81%
信用期外应收账款	63,444,867.92	40.01%	35,994,164.69	33.01%	33,807,497.80	40.84%	44,490,521.06	45.19%
应收账款余额合计	158,572,313.61	100.00%	109,025,827.54	100.00%	82,780,044.00	100.00%	98,462,084.60	100.00%

(7) 应收账款期后回款情况

单位：元

项目	2022 年 6 月 30 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
期末应收账款余额	158,572,313.61	-	109,025,827.54	-	82,780,044.00	-	98,462,084.60	-
截至次年 3 月 31 日（半年度）	69,256,456.38	43.67%	71,380,371.43	65.47%	46,732,020.55	56.45%	58,102,026.90	59.01%

为截至 8 月 31 日) 的期后回款情况								
-----------------------	--	--	--	--	--	--	--	--

如上表所示，截至 2022 年 3 月 31 日，公司 2021 年末应收账款回款比例为 65.47%；截至 2022 年 8 月 31 日，公司 2022 年 6 月末应收账款回款比例为 43.67%。公司 2019 年至 2021 年末对应的应收账款期后回款情况较为良好；2022 年 6 月末对应的应收账款期后回款比例较低，主要原因系 2022 年初因新冠病毒变异株引发的散发疫情导致部分地区物流运输受限，交付情况在 2022 年第二季度得到缓解，公司第二季度收入增加导致的期末应收账款金额增加，部分应收账款未到结算期。

(8) 因金融资产转移而终止确认的应收账款

适用 不适用

(9) 转移应收账款且继续涉入形成的资产、负债金额

适用 不适用

(10) 科目具体情况及说明

报告期各期末，公司应收账款情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日/2022 年度	2021 年 12 月 31 日/2021 年度	2020 年 12 月 31 日/2020 年度	2019 年 12 月 31 日/2019 年度
应收账款账面余额	15,857.23	10,902.58	8,278.00	9,846.21
减：坏账准备	1,005.14	728.83	2,190.54	1,875.44
应收账款账面价值	14,852.09	10,173.76	6,087.46	7,970.77
营业收入	24,637.56	42,634.73	28,207.65	35,682.17
应收账款账面价值占营业收入比例 (%)	60.28%	23.86%	21.58%	22.34%

报告期各期末，公司应收账款金额 7,970.77 万元、6,087.46 万元、10,173.76 万元、14,852.09 万元，占各期营业收入比例分别为 22.34%、21.58%、23.86%、60.28%，公司应收账款规模与公司营业收入变动趋势一致，与公司的经营情况相匹配。

2020 年末，公司应收账款金额较 2019 年末减少 1,883.31 万元，降幅 23.63%，主要原因是 2020 年受疫情影响酒类及化妆品终端消费需求下降，公司酒类及化妆品包装业务收入下降导致期末应收账款金额减少。

2021 年末，公司应收账款金额较 2020 年末增加 4,086.29 万元，增幅 67.13%，主要原因是随着疫情影响的逐步得到有效控制，酒类及化妆品等终端消费需求恢复，公司收入增长导致期末应收账款金额随之增加。

2022 年 6 月末，公司应收账款金额较 2021 年末增加 4,678.33 万元，增幅 45.98%，主要原因为

2022年初因新冠病毒变异株引发的散发疫情导致部分地区物流运输受限，交付情况在2022年第二季度得到缓解，公司收入增加导致的期末应收账款金额增加。

报告期内，公司应收账款周转率与同行业可比公司对比情况如下：

单位：次

公司名称	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
裕同科技	1.35	2.75	2.54	2.47
上海艾录	2.56	5.16	4.05	4.05
美盈森	1.69	3.14	3.04	3.25
中荣股份	未披露	6.34	5.85	4.59
艺虹股份	未披露	3.76	3.13	3.16
同行业平均	1.87	4.23	3.72	3.50
公司	1.97	5.24	4.01	4.58

报告期内，公司应收账款周转率分别为4.58、4.01、5.24、1.97，同行业可比公司平均水平分别为3.50、3.72、4.23、1.87，公司应收账款周转率水平略高于同行业可比公司平均水平，公司应收账款周转情况良好。

4. 其他披露事项：

无。

5. 应收款项总体分析

公司应收款项主要由应收账款构成。报告期各期末，公司应收账款的账面价值分别为7,970.77万元、6,087.46万元、10,173.76万元、14,852.09万元，整体规模扩大。公司应收账款的规模扩大主要是由公司经营规模扩大所导致的。虽然公司应收账款的规模整体扩大，但应收账款占营业收入的比重分别为22.34%、21.58%、23.86%、60.28%，除2022年6月末应收账款占营业收入的比重较高外，整体保持稳定，反映了公司营业收入质量较高、应收账款风险较低的特点。

（二） 存货

1. 存货

（1） 存货分类

√适用 □不适用

单位：元

项目	2022年6月30日
----	------------

	账面余额	存货跌价准备或合同 履约成本减值准备	账面价值
原材料	2,232,613.50	472,935.40	1,759,678.10
在产品	10,578,222.03	141,414.03	10,436,808.00
库存商品	13,996,851.50	96,456.41	13,900,395.09
发出商品	7,305,503.34	11,853.44	7,293,649.90
委托加工物资	5,768,748.87	735,615.74	5,033,133.13
合计	39,881,939.24	1,458,275.02	38,423,664.22

单位：元

项目	2021年12月31日		
	账面余额	存货跌价准备或合同 履约成本减值准备	账面价值
原材料	3,257,276.19	492,255.37	2,765,020.82
在产品	8,575,240.87	164,952.52	8,410,288.35
库存商品	10,615,238.35	547,402.28	10,067,836.07
发出商品	10,606,472.15	97,455.70	10,509,016.45
委托加工物资	8,056,755.11	848,335.79	7,208,419.32
合计	41,110,982.67	2,150,401.66	38,960,581.01

单位：元

项目	2020年12月31日		
	账面余额	存货跌价准备或合同 履约成本减值准备	账面价值
原材料	1,510,702.81	502,642.37	1,008,060.44
在产品	3,198,627.08	112,179.11	3,086,447.97
库存商品	8,336,320.45	1,251,060.75	7,085,259.70
发出商品	9,161,150.14	7,889.54	9,153,260.60
委托加工物资	5,972,461.74	1,305,306.25	4,667,155.49
合计	28,179,262.22	3,179,078.02	25,000,184.20

单位：元

项目	2019年12月31日		
----	-------------	--	--

	账面余额	存货跌价准备或合同 履约成本减值准备	账面价值
原材料	1,883,459.77	363,240.62	1,520,219.15
在产品	5,414,969.09	11,722.21	5,403,246.88
库存商品	6,601,118.51	311,667.51	6,289,451.00
发出商品	12,838,666.72	106,593.95	12,732,072.77
委托加工物资	3,801,873.72	876,886.99	2,924,986.73
合计	30,540,087.81	1,670,111.28	28,869,976.53

(2) 存货跌价准备及合同履约成本减值准备

√适用 □不适用

单位：元

项目	2021年12月 31日	本期增加金额		本期减少金额		2022年6月 30日
		计提	其他	转回或转销	其他	
原材料	492,255.37	83,163.91	-	102,483.88	-	472,935.40
在产品	164,952.52	108,988.81	-	132,527.30	-	141,414.03
库存商品	547,402.28	166,219.86	-	617,165.73	-	96,456.41
发出商品	97,455.70	11,729.67	-	97,331.93	-	11,853.44
委托加工物资	848,335.79	467,087.45	-	579,807.50	-	735,615.74
合计	2,150,401.66	837,189.70	-	1,529,316.34	-	1,458,275.02

单位：元

项目	2020年12 月31日	本期增加金额		本期减少金额		2021年12 月31日
		计提	其他	转回或转销	其他	
原材料	502,642.37	200,713.50	-	211,100.50	-	492,255.37
在产品	112,179.11	164,952.52	-	112,179.11	-	164,952.52
库存商品	1,251,060.75	1,199,422.03	-	1,903,080.50	-	547,402.28
发出商品	7,889.54	91,693.83	-	2,127.67	-	97,455.70
委托加工物资	1,305,306.25	276,513.96	-	733,484.42	-	848,335.79
合计	3,179,078.02	1,933,295.84	-	2,961,972.20	-	2,150,401.66

单位：元

项目		本期增加金额	本期减少金额	

	2019年12月31日	计提	其他	转回或转销	其他	2020年12月31日
原材料	363,240.62	244,861.77	-	105,460.02	-	502,642.37
在产品	11,722.21	112,179.11	-	11,722.21	-	112,179.11
库存商品	311,667.51	1,858,794.20	-	919,400.96	-	1,251,060.75
发出商品	106,593.95	7,889.54		106,593.95		7,889.54
委托加工物资	876,886.99	1,267,563.22		839,143.96		1,305,306.25
合计	1,670,111.28	3,491,287.84	-	1,982,321.10	-	3,179,078.02

单位：元

项目	2018年12月31日	本期增加金额		本期减少金额		2019年12月31日
		计提	其他	转回或转销	其他	
原材料	330,135.14	240,146.88	-	207,041.40	-	363,240.62
在产品	-	11,722.21	-	-	-	11,722.21
库存商品	312,327.20	2,417,638.35	-	2,418,298.04	-	311,667.51
发出商品		106,593.95				106,593.95
委托加工物资	1,082,933.37	876,886.99		1,082,933.37		876,886.99
合计	1,725,395.71	3,652,988.38	-	3,708,272.81	-	1,670,111.28

存货跌价准备及合同履约成本减值准备的说明

资产负债表日，存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照存货类别成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。直接用于出售的存货，在正常生产经营过程中以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；需要经过加工的存货，在正常生产经营过程中以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；资产负债表日，同一项存货中一部分有合同价格约定、其他部分不存在合同价格的，分别确定其可变现净值，并与其对应的成本进行比较，分别确定存货跌价准备的计提或转回的金额。

可变现净值，是指在日常活动中，存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额。计提存货跌价准备时，各项存货按照单个存货项目计提存货跌价准备。

公司各类别存货具体跌价准备计提方式如下：

库龄	原材料	在产品	库存商品	委托加工物资	发出商品
----	-----	-----	------	--------	------

一年以内	呆滞/报废/超保质期 100%计提	成本超出可变现净值部分，100%计提	成本超出可变现净值部分，100%计提	成本超出可变现净值部分，100%计提	成本超出可变现净值部分，100%计提
一年以上	100%计提	100%计提	100%计提	100%计提	100%计提

如上表所示，针对一年以内的原材料，公司对呆滞/报废/超保质期的原材料按 100%计提跌价准备，其余存货类别按其成本超出可变现净值部分 100%计提跌价准备。

针对一年以上的存货，公司 100%计提存货跌价准备，主要原因是公司执行以销定产的生产策略，在收到客户订单后进行相应的物料采购及生产，当对应存货超过一年时，相应订单是否仍可继续执行交付存在一定不确定性，且对于印刷制品而言，长库龄产品可能存在褪色、受潮等损毁情况。基于谨慎原则，公司对库龄超过一年的存货 100%计提跌价准备。

报告期内，公司各期计提存货跌价准备金额分别为 365.30 万元、349.13 万元、193.33 万元、83.72 万元，各期转销金额分别为 370.83 万元、198.23 万元、296.20 万元、152.93 万元，报告期内计提、转销金额合计大体相当，主要原因是公司采用以销定产的生产模式，除少量备用的原材料安全库存外，相应存货均有对应销售订单。公司客户多为长期合作客户，资信情况良好，对于已签订的订单，个别执行过程中因客户原因执行周期较长导致对应存货库龄较长的，最终基本都可实际完成交付，导致已计提跌价准备后续转销。

(3) 存货期末余额含有借款费用资本化金额的说明

适用 不适用

(4) 期末建造合同形成的已完工未结算资产情况（尚未执行新收入准则公司适用）

适用 不适用

(5) 合同履约成本本期摊销金额的说明（已执行新收入准则公司适用）

适用 不适用

(6) 科目具体情况及说明

项目	2022年6月30日		2021年12月31日		2020年12月31日		2019年12月31日	
	账面价值	比例 (%)	账面价值	比例 (%)	账面价值	比例 (%)	账面价值	比例 (%)
原材料	175.97	4.58	276.50	7.10	100.81	4.03	152.02	5.27
在产品	1,043.68	27.16	841.03	21.59	308.64	12.35	540.32	18.72
库存商品	1,390.04	36.18	1,006.78	25.84	708.53	28.34	628.95	21.79
发出商品	729.36	18.98	1,050.90	26.97	915.33	36.61	1,273.21	44.10
委托加工物资	503.31	13.10	720.84	18.50	466.72	18.67	292.50	10.13

单位：万元

合计	3,842.37	100.00	3,896.06	100.00	2,500.02	100.00	2,887.00	100.00
----	----------	--------	----------	--------	----------	--------	----------	--------

如上表所示，公司存货构成中，委托加工物资、发出商品、库存商品及在产品占比较高，原材料占比较低。

①原材料

报告期各期末，公司原材料金额分别为 152.02 万元、100.81 万元、276.50 万元、175.97 万元，占存货金额比例分别为 5.27%、4.03%、7.10%、4.58%，占比较低。

公司原材料主要由纸张、油墨、胶水等物料构成，主要材料多为市场通用产品，供应商较多，市场供应充足，公司主要原材料的采购需求可以得到及时的交付。公司通过多年的经营，与主要原材料供应商建立了稳定的合作关系，并且建立了健全的合资格供应商体系，主要物料与多家供应商采购且备选供应商充足。因此，公司原材料采购周期较短，所需保有原材料库存规模较低。

此外，公司生产在“以销定产”的前提下，制定生产计划，从源头上预估生产原料需求，所采购原料入库后及时投入生产，降低非必要原料库存，导致公司原材料存货规模较低。

②在产品、委托加工物资

报告期各期末，公司在产品、委托加工物资金额合计分别为 832.82 万元、775.36 万元、1,561.87 万元、1,546.99 万元，占存货金额比例分别为 28.85%、31.01%、40.09%、40.26%，占比相对较高，主要原因是公司各年末均为生产高峰，为应对客户酒类产品春节销售旺季产品需求，公司在临近春节前 1-2 个月密集进行产品生产，生产高峰期陆续投料导致期末在产品、委托加工物资金额较大，占存货金额比例较高。

与 2020 年末、2021 年末相比，2019 年末在产品、委托加工物资占比较低，主要原因是 2020 年春节为当年 1 月 25 日，较其他年份较为提前，2019 年末公司针对 2020 年春节的生产高峰已接近尾声，相关产品多已完工入库或已发出，因此 2019 年末在产品、委托加工物资占存货金额比例较 2020 年末、2021 年末低。

2020 年末，公司因疫情原因销售规模下降，2020 年末因市场需求疲弱，排产规模有所缩减，因此，2020 年末公司在产品、委托加工物资占存货比例较 2021 低。2021 年疫情恢复，年末生产恢复正常水平，因此期末在产品、委托加工物资占比较高。

③库存商品、发出商品

报告期各期末，公司库存商品、发出商品金额合计分别为 1,902.15 万元、1,623.85 万元、2,057.69 万元、2,119.40 万元，占存货金额比例 65.89%、64.95%、52.81%、55.16%。

2019 年末，公司库存商品、发出商品金额、占比较高，主要是 2020 年春节与其他年度相比较早，2019 年末公司生产高峰已接近尾声，相关产品已完工入库或已发出，导致期末库存商品、发出商品金额、占比较高。

2021年末，公司库存商品、发出商品金额较其他年度增加，主要原因是2021年疫情较2020年有所好转，白酒等产品终端消费恢复，公司销售规模扩大导致期末库存商品、发出商品金额增加。2021年末公司库存商品、发出商品占存货比例较2019年末、2020年末低，主要原因是2021年末公司应对来年春节旺季需求的生产备货仍在进行，部分产品尚在产线或外协加工，尚未完工入库，导致公司库存商品、发出商品占比降低。

综上，公司存货结构、存货结构变化与公司业务情况相匹配。

公司与同行业可比公司存货周转率对比情况如下：

公司名称	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
裕同科技	3.15	7.07	6.82	7.05
上海艾录	1.06	2.96	3.04	2.99
美盈森	2.29	3.76	3.45	3.30
中荣股份	未披露	6.81	6.64	6.68
艺虹股份	未披露	6.24	5.53	4.96
行业平均	2.17	5.37	5.10	5.00
发行人	4.21	8.64	6.26	8.15

如上表所示，报告期内公司存货周转率分别为8.15、6.26、8.64、4.21，同行业可比公司存货周转率分别为5.00、5.10、5.37、2.17，公司存货周转率总体高于同行业，主要是公司“以销定产”的生产策略所导致的。

2. 其他披露事项：

无。

3. 存货总体分析

发行人存货的整体情况如下：

单位：元

项目	2022.6.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
账面余额	39,881,939.24	41,110,982.67	28,179,262.22	30,540,087.81
减：跌价准备	1,458,275.02	2,150,401.66	3,179,078.02	1,670,111.28
账面价值	38,423,664.22	38,960,581.01	25,000,184.20	28,869,976.53
账面余额占营业成本的比例	24.47%	14.88%	16.70%	14.86%

（三） 金融资产、财务性投资

√适用 □不适用

1. 交易性金融资产

√适用 □不适用

单位：元

项目	2022年6月30日
分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	30,793,308.89
其中：	
其他（理财产品）	30,898,608.89
衍生金融资产	-105,300.00
指定以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	
其中：	
合计	30,793,308.89

科目具体情况及说明：

交易性金融资产主要为公司以现金管理为目的购买的银行理财产品，报告期各期末，公司交易性金融资产的金额分别为 0.00 万元、5,116.71 万元、9,736.29 万元、3,079.33 万元。报告期内公司经营情况良好，各年末盈余回流导致公司自有资金逐年增加；此外，公司 2020 年筹划购进海德堡印刷设备并扩大产能、设立贵州子公司并规划生产性投入等事项，为应对后续买入设备及对应配套资金的需求公司向银行等金融机构借入短期借款导致公司资金增加。为提高资金使用效率，提升股东回报，公司将闲置资金购买银行理财，导致各期末银行理财余额增加。

2. 衍生金融资产

□适用 √不适用

3. 债权投资

□适用 √不适用

4. 其他债权投资

□适用 √不适用

5. 长期应收款

□适用 √不适用

6. 长期股权投资

□适用 √不适用

7. 其他权益工具投资

□适用 √不适用

8. 其他非流动金融资产

√适用 □不适用

单位：元

项目	2022年6月30日
其他非流动金融资产	1,800,000.00
合计	1,800,000.00

科目具体情况及说明:

报告期各期末, 公司其他非流动金融资产金额均为 180.00 万元。其他非流动金融资产为公司对黄山市锐翔包装股份有限公司的权益工具投资, 公司持有黄山市锐翔包装股份有限公司 12% 股权。对于该项股权投资, 公司既以收取合同现金流量为目标又以出售该金融资产为目标, 属于以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产, 在非流动金融资产中列示。

9. 其他财务性投资

适用 不适用

10. 其他披露事项

无

11. 金融资产、财务性投资总体分析

报告期各期末, 公司持有的交易性金融资产的金额分别为 0.00 万元、5,116.71 万元、9,736.29 万元、3,079.33 万元, 主要为以现金管理为目的购买的银行理财产品。除交易性金融资产外, 报告期各期末, 公司的其他非流动金融资产均为 180.00 万元, 为持有黄山市锐翔包装股份有限公司的权益工具投资。整体而言, 公司持有的金融资产规模与其经营实际状况相符。

(四) 固定资产、在建工程

1. 固定资产

适用 不适用

(1) 分类列示

适用 不适用

单位: 元

项目	2022年6月30日	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日
固定资产	64,858,844.94	59,036,728.60	52,984,114.90	56,835,409.72
固定资产清理	-	-	17,680.23	-
合计	64,858,844.94	59,036,728.60	53,001,795.13	56,835,409.72

(2) 固定资产情况

适用 不适用

单位：元

2022年6月30日						
项目	房屋及建筑物	机器设备	运输工具	办公设备及其他	其他设备其他设备	合计
一、账面原值：						
1. 期初余额	40,098,919.05	58,480,258.40	6,981,462.36	9,218,851.50		114,779,491.31
2. 本期增加金额		14,345,385.09	24,539.44	770,237.97		15,140,162.50
（1）购置		14,345,385.09	24,539.44	770,237.97		15,140,162.50
（2）在建工程转入						
（3）企业合并增加						
3. 本期减少金额	7,366,335.20	447,272.00				7,813,607.20
（1）处置或报废	7,366,335.20	447,272.00				7,813,607.20
4. 期末余额	32,732,583.85	72,378,371.49	7,006,001.80	9,989,089.47		122,106,046.61
二、累计折旧						
1. 期初余额	15,944,556.93	30,762,033.00	3,636,021.45	5,360,523.64		55,703,135.02
2. 本期增加金额	911,899.62	3,048,947.06	225,967.64	664,167.08		4,850,981.40
（1）计提	911,899.62	3,048,947.06	225,967.64	664,167.08		4,850,981.40

3. 本期减少金额	2,923,514.04	423,028.40				3,346,542.44
(1) 处置或报废	2,923,514.04	423,028.40				3,346,542.44
4. 期末余额	13,932,942.51	33,387,951.66	3,861,989.09	6,024,690.72		57,207,573.98
三、减值准备						
1. 期初余额		39,627.69				39,627.69
2. 本期增加金额						
(1) 计提						
3. 本期减少金额						
(1) 处置或报废						
4. 期末余额		39,627.69				39,627.69
四、账面价值						
1. 期末账面价值	18,799,641.34	38,950,792.14	3,144,012.71	3,964,398.75		64,858,844.94
2. 期初账面价值	24,154,362.12	27,678,597.71	3,345,440.91	3,858,327.86		59,036,728.60

单位：元

2021年12月31日						
项目	房屋及建筑物	机器设备	运输工具	办公设备及其他	其他	合计

					设备	
一、账面原值：						
1. 期初余额	40,098,919.05	48,560,868.95	6,729,268.21	7,599,306.26		102,988,362.47
2. 本期增加金额		12,420,562.01	362,435.12	1,656,162.25		14,439,159.38
(1) 购置		12,420,562.01	362,435.12	1,656,162.25		14,439,159.38
(2) 在建工程转入						
(3) 企业合并增加						
3. 本期减少金额		2,501,172.56	110,240.97	36,617.01		2,648,030.54
(1) 处置或报废		2,501,172.56	110,240.97	36,617.01		2,648,030.54
4. 期末余额	40,098,919.05	58,480,258.40	6,981,462.36	9,218,851.50		114,779,491.31
二、累计折旧						
1. 期初余额	14,120,757.73	28,762,320.98	2,857,112.83	4,224,428.34		49,964,619.88
2. 本期增加金额	1,823,799.20	3,709,564.92	883,637.54	1,160,187.30		7,577,188.96
(1) 计提	1,823,799.20	3,709,564.92	883,637.54	1,160,187.30		7,577,188.96
3. 本期减少金额		1,709,852.90	104,728.92	24,092.00		1,838,673.82
(1) 处置或报废		1,709,852.90	104,728.92	24,092.00		1,838,673.82
4. 期末余额	15,944,556.93	30,762,033.00	3,636,021.45	5,360,523.64		55,703,135.02
三、减值准备						
1. 期初余额		39,627.69				39,627.69

2. 本期增加 金额						-
(1) 计提						-
3. 本期减少 金额						-
(1) 处置或 报废						-
4. 期末余额		39,627.69				39,627.69
四、账面价值						
1. 期末账面 价值	24,154,362.12	27,678,597.71	3,345,440.91	3,858,327.86		59,036,728.60
2. 期初账面 价值	25,978,161.32	19,758,920.28	3,872,155.38	3,374,877.92		52,984,114.90

单位：元

2020年12月31日						
项目	房屋及建筑 物	机器设备	运输工具	办公设备及 其他	其 他 设 备	合计
一、账面原 值：						
1. 期初余额	40,098,919.05	47,621,573.03	5,620,912.92	6,831,054.12		100,172,459.12
2. 本期增加 金额		1,345,988.79	1,115,292.66	917,366.32		3,378,647.77
(1) 购置		1,345,988.79	1,115,292.66	917,366.32		3,378,647.77
(2) 在建工 程转入						-
(3) 企业合 并增加						-

3. 本期减少 金额		406,692.87	6,937.37	149,114.18		562,744.42
(1) 处置或 报废		406,692.87	6,937.37	149,114.18		562,744.42
4. 期末余额	40,098,919.05	48,560,868.95	6,729,268.21	7,599,306.26		102,988,362.47
二、累计折旧						
1. 期初余额	12,296,958.55	25,654,328.16	2,095,077.45	3,251,057.55		43,297,421.71
2. 本期增加 金额	1,823,799.18	3,359,387.78	768,625.88	1,097,099.55		7,048,912.39
(1) 计提	1,823,799.18	3,359,387.78	768,625.88	1,097,099.55		7,048,912.39
3. 本期减少 金额		251,394.96	6,590.50	123,728.76		381,714.22
(1) 处置或 报废		251,394.96	6,590.50	123,728.76		381,714.22
4. 期末余额	14,120,757.73	28,762,320.98	2,857,112.83	4,224,428.34		49,964,619.88
三、减值准备						
1. 期初余额		39,627.69				39,627.69
2. 本期增加 金额		134,418.95	2,318.65	5,887.25		142,624.85
(1) 计提		134,418.95	2,318.65	5,887.25		142,624.85
3. 本期减少 金额		134,418.95	2,318.65	5,887.25		142,624.85
(1) 处置或 报废		134,418.95	2,318.65	5,887.25		142,624.85
4. 期末余额		39,627.69				39,627.69
四、账面价值						
1. 期末账面 价值	25,978,161.32	19,758,920.28	3,872,155.38	3,374,877.92		52,984,114.90

2. 期初账面价值	27,801,960.50	21,927,617.18	3,525,835.47	3,579,996.57		56,835,409.72
-----------	---------------	---------------	--------------	--------------	--	---------------

单位：元

2019年12月31日						
项目	房屋及建筑物	机器设备	运输工具	办公设备及其他	其他设备	合计
一、账面原值：						
1. 期初余额	40,009,328.27	43,929,668.99	5,487,543.78	4,306,727.45		93,733,268.49
2. 本期增加金额	89,590.78	4,217,796.02	235,269.14	3,036,254.78		7,578,910.72
(1) 购置		1,120,088.62	235,269.14	3,036,254.78		4,391,612.54
(2) 在建工程转入	89,590.78	3,097,707.40				3,187,298.18
(3) 企业合并增加						-
3. 本期减少金额		525,891.98	101,900.00	511,928.11		1,139,720.09
(1) 处置或报废		525,891.98	101,900.00	511,928.11		1,139,720.09
4. 期末余额	40,098,919.05	47,621,573.03	5,620,912.92	6,831,054.12		100,172,459.12
二、累计折旧						
1. 期初余额	10,476,900.49	22,691,547.74	1,383,415.54	2,969,032.32		37,520,896.09
2. 本期增加金额	1,820,058.06	3,280,605.43	779,425.53	757,579.96		6,637,668.98
(1) 计提	1,820,058.06	3,280,605.43	779,425.53	757,579.96		6,637,668.98

3. 本期减少 金额		317,825.01	67,763.62	475,554.73		861,143.36
(1) 处置或 报废		317,825.01	67,763.62	475,554.73		861,143.36
4. 期末余额	12,296,958.55	25,654,328.16	2,095,077.45	3,251,057.55		43,297,421.71
三、减值准备						
1. 期初余额		94,845.36				94,845.36
2. 本期增加 金额						-
(1) 计提						-
3. 本期减少 金额		55,217.67				55,217.67
(1) 处置或 报废		55,217.67				55,217.67
4. 期末余额		39,627.69				39,627.69
四、账面价值						
1. 期末账面 价值	27,801,960.50	21,927,617.18	3,525,835.47	3,579,996.57		56,835,409.72
2. 期初账面 价值	29,532,427.78	21,143,275.89	4,104,128.24	1,337,695.13		56,117,527.04

(3) 暂时闲置的固定资产情况

适用 不适用

(4) 通过融资租赁租入的固定资产情况（未执行新租赁准则）

适用 不适用

(5) 通过经营租赁租出的固定资产

适用 不适用

(6) 未办妥产权证书的固定资产情况

适用 不适用

(7) 固定资产清理

√适用 □不适用

单位：元

项目	2022年6月30日	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日
机器设备		-	16,663.00	-
运输设备		-	287.43	-
电子设备及其他		-	729.80	-
合计		-	17,680.23	-

科目具体情况及说明

报告期各期末，公司固定资产分别为 5,683.54 万元、5,300.18 万元、5,903.67 万元、6,485.88 万元，占总资产的比例分别为 18.01%、15.85%、14.21%、15.45%。公司以创意设计服务为业务着力点，在产品的设计过程中，设计落地、工艺制造能力亦是其重要竞争优势，为了配合创意设计服务的落地，公司相应的需具备一定规模的生产能力。公司建设自有生产线，并涵盖印刷、后道加工等核心工序，建设自有产能投入的机器设备，以及对应建设的厂房车间，是公司固定资产的主要构成。

截至 2022 年 6 月 30 日，公司固定资产成新率具体情况如下：

单位：万元

项目	原值	累计折旧	账面价值	成新率
房屋及建筑物	3,273.26	1,393.29	1,879.96	57.43%
机器设备	7,237.84	3,338.80	3,895.08	53.82%
运输工具	700.60	386.20	314.40	44.88%
办公设备及其他	998.91	602.47	396.44	39.69%
合计	12,210.60	5,720.76	6,485.88	53.12%

如上表所示，截至 2022 年末，公司固定资产成新率为 53.12%，公司拟通过本次募集资金投资项目，扩大先进设备等固定资产投入，进一步提升公司市场竞争力。

2. 在建工程

√适用 □不适用

(1) 分类列示

√适用 □不适用

单位：元

项目	2022年6月30日	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日
在建工程	4,341,508.90	-	165,663.72	68,400.00
工程物资	-	-	-	-
合计	4,341,508.90	-	165,663.72	68,400.00

(2) 在建工程情况

√适用 □不适用

单位：元

2022年6月30日			
项目	账面余额	减值准备	账面价值
惠州智能制造生产建设项目	4,341,508.90	-	4,341,508.90
合计	4,341,508.90	-	4,341,508.90

单位：元

2021年12月31日			
项目	账面余额	减值准备	账面价值
合计	-	-	-

单位：元

2020年12月31日			
项目	账面余额	减值准备	账面价值
惠州工厂博思通彩印ERP系统	165,663.72		165,663.72
合计	165,663.72	-	165,663.72

单位：元

2019年12月31日			
项目	账面余额	减值准备	账面价值
U9开发惠州工厂计件薪资单管理系统	68,400.00		68,400.00
合计	68,400.00	-	68,400.00

其他说明：

2020年“U9开发惠州工厂计件薪资单管理系统”未达到预定可使用状态，转入管理费用；2021年“惠州工厂博思通彩印ERP系统”达到预定可使用状态，转入无形资产；2022年，发行人启动惠州智能制造生产建设项目，截至2022年6月30日，该项目处于工程设计及准备阶段。

(3) 重要在建工程项目报告期变动情况

适用 不适用

(4) 报告期计提在建工程减值准备情况

适用 不适用

(5) 工程物资情况

适用 不适用

十四、科目具体情况及说明

报告期各期末，公司在建工程分别为6.84万元、16.57万元、0.00万元、434.15万元。2019年末及2020年末，公司在建工程主要为提升公司生产经营效率而投入的软件系统；2021年末，公司无在建工程；2022年6月末，公司在建工程为惠州智能制造生产建设项目。

3. 其他披露事项

无

4. 固定资产、在建工程总体分析

报告期各期末，公司固定资产分别为5,683.54万元、5,300.18万元、5,903.67万元、6,485.88万元，在建工程分别为6.84万元、16.57万元、0.00万元、434.15万元，整体金额及占资产总额比例较低。

(五) 无形资产、开发支出

1. 无形资产

适用 不适用

(1) 无形资产情况

适用 不适用

单位：元

2022年6月30日					
项目	软件	土地使用权	商标权	专利技术	合计

一、账面原值					
1. 期初余额	3,633,718.62	14,818,693.00	77,669.90	38,385.00	18,568,466.52
2. 本期增加金额					
(1) 购置					
(2) 内部研发					
(3) 企业合并增加					
3. 本期减少金额					
(1) 处置					
4. 期末余额	3,633,718.62	14,818,693.00	77,669.90	38,385.00	18,568,466.52
二、累计摊销					
1. 期初余额	2,645,558.34	3,341,441.82	77,669.90	38,385.00	6,103,055.06
2. 本期增加金额	136,351.28	174,336.00			310,687.28
(1) 计提	136,351.28	174,336.00			310,687.28
3. 本期减少金额					
(1) 处置					
4. 期末余额	2,781,909.62	3,515,777.82	77,669.90	38,385.00	6,413,742.34
三、减值准备					
1. 期初余额					-
2. 本期增加金额					
(1) 计提					
3. 本期减少金额					
(1) 处置					
4. 期末余额					
四、账面价值					
1. 期末账面价值	851,809.00	11,302,915.18			12,154,724.18
2. 期初账面价值	988,160.28	11,477,251.18			12,465,411.46

单位：元

2021年12月31日					
项目	软件	土地使用权	商标权	专利技术	合计
一、账面原值					
1. 期初余额	3,368,494.37	14,818,693.00	77,669.90	38,385.00	18,303,242.27
2. 本期增加金额	414,159.29				414,159.29
(1) 购置					-
(2) 内部研发					-
(3) 企业合并增加					-
(4) 在建工程转入					
3. 本期减少金额	148,935.04				148,935.04
(1) 处置	148,935.04				148,935.04
4. 期末余额	3,633,718.62	14,818,693.00	77,669.90	38,385.00	18,568,466.52
二、累计摊销					
1. 期初余额	2,407,308.35	2,992,769.82	77,669.90	38,385.00	5,516,133.07
2. 本期增加金额	319,244.86	348,672.00			667,916.86
(1) 计提	319,244.86	348,672.00			667,916.86
3. 本期减少金额	80,994.87				80,994.87
(1) 处置	80,994.87				80,994.87
4. 期末余额	2,645,558.34	3,341,441.82	77,669.90	38,385.00	6,103,055.06
三、减值准备					
1. 期初余额					-
2. 本期增加金额					-
(1) 计提					-
3. 本期减少金额					-
(1) 处置					-
4. 期末余额					-
四、账面价值					

1. 期末账面价值	988,160.28	11,477,251.18			12,465,411.46
2. 期初账面价值	961,186.02	11,825,923.18			12,787,109.20

单位：元

2020年12月31日					
项目	软件	土地使用权	商标权	专利技术	合计
一、账面原值					
1. 期初余额	2,888,130.37	14,818,693.00	77,669.90	38,385.00	17,822,878.27
2. 本期增加金额	480,364.00				480,364.00
(1) 购置	480,364.00				480,364.00
(2) 内部研发					-
(3) 企业合并增加					-
3. 本期减少金额					-
(1) 处置					-
4. 期末余额	3,368,494.37	14,818,693.00	77,669.90	38,385.00	18,303,242.27
二、累计摊销					
1. 期初余额	2,073,450.56	2,644,097.82	77,669.90	38,385.00	4,833,603.28
2. 本期增加金额	333,857.79	348,672.00			682,529.79
(1) 计提	333,857.79	348,672.00			682,529.79
3. 本期减少金额					-
(1) 处置					-
4. 期末余额	2,407,308.35	2,992,769.82	77,669.90	38,385.00	5,516,133.07
三、减值准备					
1. 期初余额					-
2. 本期增加金额					-
(1) 计提					-
3. 本期减少金额					-
(1) 处置					-

4. 期末余额					-
四、账面价值					
1. 期末账面价值	961,186.02	11,825,923.18			12,787,109.20
2. 期初账面价值	814,679.81	12,174,595.18			12,989,274.99

单位：元

2019年12月31日					
项目	软件	土地使用权	商标权	专利技术	合计
一、账面原值					
1. 期初余额	2,370,205.83	14,818,693.00	77,669.90	38,385.00	17,304,953.73
2. 本期增加金额	517,924.54				517,924.54
(1) 购置	517,924.54				517,924.54
(2) 内部研发					-
(3) 企业合并增加					-
3. 本期减少金额					-
(1) 处置					-
4. 期末余额	2,888,130.37	14,818,693.00	77,669.90	38,385.00	17,822,878.27
二、累计摊销					
1. 期初余额	1,855,531.49	2,295,425.82	77,669.90	34,866.92	4,263,494.13
2. 本期增加金额	217,919.07	348,672.00		3,518.08	570,109.15
(1) 计提	217,919.07	348,672.00		3,518.08	570,109.15
3. 本期减少金额					-
(1) 处置					-
4. 期末余额	2,073,450.56	2,644,097.82	77,669.90	38,385.00	4,833,603.28
三、减值准备					
1. 期初余额					-
2. 本期增加金额					-
(1) 计提					-

3. 本期减少金额					-
(1) 处置					-
4. 期末余额					-
四、账面价值					
1. 期末账面价值	814,679.81	12,174,595.18			12,989,274.99
2. 期初账面价值	514,674.34	12,523,267.18		3,518.08	13,041,459.60

其他说明：

报告期各期末，公司无形资产账面价值分别为 1,298.93 万元、1,278.71 万元、1,246.54 万元、1,215.47 万元，主要为土地使用权。

(2) 报告期末尚未办妥产权证的土地使用权情况

适用 不适用

(3) 科目具体情况及说明

无。

2. 开发支出

适用 不适用

(6) 其他披露事项

无

3. 无形资产、开发支出总体分析

报告期各期末，公司无形资产账面价值分别为 1,298.93 万元、1,278.71 万元、1,246.54 万元、1,215.47 万元，主要为土地使用权。公司土地使用权为通过出让方式取得的坐落于广东省惠州市的工业用地。

公司无形资产中的软件均为软件使用权，为公司为满足日常生产经营及办公用途购置的相关软件。

(六) 商誉

适用 不适用

(七) 主要债项

1. 短期借款

适用 不适用

(1) 短期借款分类

单位：元

项目	2022年6月30日
质押借款	30,000,000.00
抵押借款	-
保证借款	-
信用借款	-
短期借款利息	41,333.33
合计	30,041,333.33

短期借款分类说明：

公司依据各项贷款担保方式不同划分贷款种类。

(2) 已逾期未偿还的短期借款情况

适用 不适用

(3) 科目具体情况及说明

报告期各期末，公司短期借款分别为 1,323.95 万元、4,384.96 万元、4,005.55 万元、3,004.13 万元。2020 年末，公司短期借款金额较 2019 年末增加 3,061.00 万元，增幅较大，主要原因是 2020 年公司筹划购进海德堡印刷设备并扩大产能、设立贵州子公司并规划生产性投入等事项，为应对后续买入设备及对应配套资金的需求，同时避免对公司经营性资金的占用，公司于 2020 年贷款利率较优惠时新增短期借款，导致 2020 年末短期借款余额增加。2021 年末，公司短期借款金额较 2020 年末减少 379.41 万元，变化幅度较小；2022 年 6 月末，因偿还部分借款，公司短期借款金额较 2021 年末减少 1,001.42 万元。

2. 交易性金融负债

适用 不适用

3. 衍生金融负债

适用 不适用

4. 合同负债（已执行新收入准则公司适用）

适用 不适用

(1) 合同负债情况

单位：元

项目	2022年6月30日
预收货款	24,638,065.46
合计	24,638,065.46

(2) 报告期内账面价值发生重大变动的金额和原因

适用 不适用

(3) 科目具体情况及说明

2019年末，公司预收账款金额分别为1,459.65万元；2020年起，根据新收入准则的要求，对于企业已收或应收客户对价而应向客户转让商品的义务应在合同负债中列示。故2020年末、2021年末、2022年6月末公司期末合同负债金额为1,358.14万元、2,995.58万元、2,463.81万元，为尚未交付订单但已预收客户定金的款项。

报告期各期末，公司预收账款及合同负债整体保持稳定，预先支付定金的客户主要为海外创意包装客户以及设计业务客户，相关款项金额与公司海外业务、设计业务规模相匹配，符合海外贸易业务与设计业务的惯例。

2020年末，公司合同负债较上年末预收账款减少101.51万元，变化幅度较小。2021年末，公司合同负债较上年末增加1,637.44万元，主要系：①海外国家逐步放宽对新冠肺炎疫情的防控限制政策，海外化妆品消费复苏，令公司海外客户增加了对包装产品的备货需求，公司预收的货款规模增加；②公司设计业务通常采用预收设计费用的形式，随着消费者以及品牌商对创意包装产品的需求日益增加，公司设计业务发展较快，预收的设计费规模增加。2022年6月末，公司合同负债较上年末减少531.77万元，主要系因预收款项的相关订单实现销售，合同负债结转所致。

5. 长期借款

适用 不适用

6. 其他流动负债

适用 不适用

(4) 其他流动负债情况

单位：元

项目	2022年6月30日
短期应付债券	-
应付退货款	-
待转增值税销项税	1,145,888.35
合计	1,145,888.35

(5) 短期应付债券的增减变动

适用 不适用

(6) 科目具体情况及说明

报告期各期末，公司其他流动负债金额分别为 0.00 万元、81.83 万元、225.37 万元、114.59 万元，均为待转增值税销项税。根据新金融工具准则，公司自 2020 年起在其他流动负债中列示预收账款中的销项税额。

7. 其他非流动负债

适用 不适用

8. 应付债券

适用 不适用

9. 主要债项、期末偿债能力总体分析

财务指标	2022.06.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
流动比率（倍）	1.79	1.61	1.81	1.80
速动比率（倍）	1.54	1.37	1.60	1.53
资产负债率（母公司）	29.56	34.80	28.97	27.02
资产负债率（合并）	42.30	48.13	42.51	40.25
财务指标	2022 年度	2021 年度	2020 年度	2019 年度
息税折旧摊销前利润（万元）	3,816.13	6,653.79	3,853.18	4,988.18
利息保障倍数（倍）	38.05	36.07	21.96	53.54

报告期内，公司流动比率与速动比率保持较为平稳的变化趋势，资产负债率处于较低水平，偿债能力与抗风险能力整体较强。

(八) 股东权益

1. 股本

单位：元

	2021 年 12 月 31 日	本期变动					2022 年 6 月 30 日
		发行新股	送股	公积金转股	其他	小计	
股份总数	51,852,000.00	-	-	-	-	-	51,852,000.00

单位：元

		本期变动	

	2020年12月31日	发行新股	送股	公积金转股	其他	小计	2021年12月31日
股份总数	51,852,000.00	-	-	-	-	-	51,852,000.00

单位：元

	2019年12月31日	本期变动					2020年12月31日
		发行新股	送股	公积金转股	其他	小计	
股份总数	51,852,000.00	-	-	-	-	-	51,852,000.00

单位：元

	2018年12月31日	本期变动					2019年12月31日
		发行新股	送股	公积金转股	其他	小计	
股份总数	51,852,000.00	-	-	-	-	-	51,852,000.00

科目具体情况及说明：

无。

2. 其他权益工具

适用 不适用

3. 资本公积

适用 不适用

单位：元

项目	2021年12月31日	本期增加	本期减少	2022年6月30日
资本溢价（股本溢价）	11,207,748.44	-	-	11,207,748.44
其他资本公积	5,783,214.06	454,561.02	-	6,237,775.08
合计	16,990,962.50	454,561.02	-	17,445,523.52

单位：元

项目	2020年12月31日	本期增加	本期减少	2021年12月31日
----	-------------	------	------	-------------

资本溢价（股本溢价）	11,207,748.44	-	-	11,207,748.44
其他资本公积	5,649,854.98	133,359.08	-	5,783,214.06
合计	16,857,603.42	133,359.08	-	16,990,962.50

单位：元

项目	2019年12月31日	本期增加	本期减少	2020年12月31日
资本溢价（股本溢价）	11,207,748.44	-	-	11,207,748.44
其他资本公积	4,441,562.69	1,208,292.29	-	5,649,854.98
合计	15,649,311.13	1,208,292.29	-	16,857,603.42

单位：元

项目	2018年12月31日	本期增加	本期减少	2019年12月31日
资本溢价（股本溢价）	11,207,748.44	-	-	11,207,748.44
其他资本公积	4,054,657.77	386,904.92	-	4,441,562.69
合计	15,262,406.21	386,904.92	-	15,649,311.13

其他说明，包括本期增减变动情况、变动原因说明：

适用 不适用

科目具体情况及说明：

报告期内，公司资本公积金额分别为 1,564.93 万元、1,685.76 万元、1,699.10 万元、1,744.55 万元，由资本溢价构成和其他资本公积构成。其他资本公积的金额分别为 444.16 万元、564.99 万元、578.32 万元、623.78 万元。在公司实施股权激励时，对于权益结算的涉及职工的股份支付，按授予日权益工具的公允价值计入的成本费用和其他资本公积。因此，公司资本公积中其他资本公积的变动，系由公司股权激励所形成的。

4. 库存股

适用 不适用

5. 其他综合收益

√适用 □不适用

单位：元

项目	2021年12月31日	本期发生额					税后归属于少数股东	2022年6月30日
		本期所得税前发生额	减：前期计入其他综合收益当期转入损益	减：前期计入其他综合收益当期转入留存收益	减：所得税费用	税后归属于母公司		
一、不能重分类进损益的其他综合收益								
其中：重新计量设定受益计划变动额								
权益法下不能转损益的其他综合收益								
其他权益工具投资公允价值变动								
企业自身信用风险公允价值变动								
二、将重分类进损益的其他综合收益	71,778.92	1,224.02	-	-	-	1,224.02	-	73,002.94

其中：权益法 下可转损益的 其他综合收益								
其他债权 投资公允价值 变动								
金融资产 重分类计入其 他综合收益的 金额								
其他债权 投资信用减值 准备								
现金流量 套期储备								
外币财务 报表折算差额	71,778.92	1,224.02	-	-	-	1,224.02	-	73,002.94
其他综合收益 合计	71,778.92	1,224.02	-	-	-	1,224.02	-	73,002.94

单位：元

项目	2020年 12月31 日	本期发生额						2021年 12月31 日
		本期所 得税前 发生额	减：前 期计入 其他综 合收益 当期转 入损益	减：前期 计入其他 综合收益 当期转入 留存收益	减：所 得税费 用	税后归 属于母 公司	税后归 属于少 数股东	
一、不能重分 类进损益的其 他综合收益						-		
其中：重新计 量设定受益计 划变动额						-		

权益法下不能转损益的其他综合收益							-		
其他权益工具投资公允价值变动							-		
企业自身信用风险公允价值变动							-		
二、将重分类进损益的其他综合收益	74,259.09	- 2,480.17	-	-	-	-	- 2,480.17	-	71,778.92
其中：权益法下可转损益的其他综合收益							-		
其他债权投资公允价值变动							-		
金融资产重分类计入其他综合收益的金额							-		
其他债权投资信用减值准备							-		
现金流量套期储备							-		
外币财务报表折算差额	74,259.09	- 2,480.17	-	-	-	-	- 2,480.17		71,778.92
其他综合收益合计	74,259.09	- 2,480.17	-	-	-	-	- 2,480.17	-	71,778.92

单位：元

项目		本期发生额						
----	--	-------	--	--	--	--	--	--

	2019年 12月 31日	本期所 得税前 发生额	减：前 期计入 其他综 合收益 当期转 入损益	减：前期 计入其他 综合收益 当期转入 留存收益	减：所 得税费 用	税后归 属于母 公司	税后归 属于少 数股东	2020年 12月 31日
一、不能重分类进损益的其他综合收益						-		
其中：重新计量设定受益计划变动额						-		
权益法下不能转损益的其他综合收益						-		
其他权益工具投资公允价值变动						-		
企业自身信用风险公允价值变动						-		
二、将重分类进损益的其他综合收益	21,762. 71	52,496. 38	-	-	-	52,496. 38	-	74,259. 09
其中：权益法下可转损益的其他综合收益						-		
其他债权投资公允价值变动						-		
金融资产重分类计入其						-		

他综合收益的金额								
其他债权投资信用减值准备						-		
现金流量套期储备						-		
外币财务报表折算差额	21,762.71	52,496.38	-	-	-	52,496.38	-	74,259.09
其他综合收益合计	21,762.71	52,496.38	-	-	-	52,496.38	-	74,259.09

单位：元

项目	2018年12月31日	本期发生额					2019年12月31日
		本期所得税前发生额	减：前期计入其他综合收益当期转入损益	减：前期计入其他综合收益当期转入留存收益	减：所得税费用	税后归属于母公司	
一、不能重分类进损益的其他综合收益						-	
其中：重新计量设定受益计划变动额						-	

权益法 下不能转损 益的其他综 合收益							-	
其他权 益工具投资 公允价值变 动							-	
企业自 身信用风险 公允价值变 动							-	
二、将重分 类进损益的 其他综合收 益	4,429.70	17,333.01	-	-	-	17,333.01	-	21,762.71
其中：权益 法下可转损 益的其他综 合收益							-	
其他债 权投资公允 价值变动							-	
金融资 产重分类计 入其他综合 收益的金额							-	
其他债 权投资信用 减值准备							-	
现金流 量套期储备							-	

外币财务报表折算差额	4,429.70	17,333.01	-	-	-	17,333.01	-	21,762.71
其他综合收益合计	4,429.70	17,333.01	-	-	-	17,333.01	-	21,762.71

科目具体情况及说明：

无

6. 专项储备

适用 不适用

7. 盈余公积

适用 不适用

单位：元

项目	2021年12月31日	本期增加	本期减少	2022年6月30日
法定盈余公积	25,926,000.00			25,926,000.00
任意盈余公积	-			
合计	25,926,000.00			25,926,000.00

单位：元

项目	2020年12月31日	本期增加	本期减少	2021年12月31日
法定盈余公积	25,926,000.00	-	-	25,926,000.00
任意盈余公积	-	-	-	-
合计	25,926,000.00	-	-	25,926,000.00

单位：元

项目	2019年12月31日	本期增加	本期减少	2020年12月31日
法定盈余公积	25,602,852.82	323,147.18	-	25,926,000.00
任意盈余公积	-	-	-	-
合计	25,602,852.82	323,147.18	-	25,926,000.00

单位：元

项目	2018年12月31日	本期增加	本期减少	2019年12月31日
法定盈余公积	21,112,809.16	4,490,043.66	-	25,602,852.82
任意盈余公积	-	-	-	-
合计	21,112,809.16	4,490,043.66	-	25,602,852.82

科目具体情况及说明：

公司盈余公积由法定盈余公积构成。公司根据《公司法》规定比例相应计提法定盈余公积。

8. 未分配利润

单位：元

项目	2022年6月30日	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日
调整前上期末未分配利润	119,739,135.37	103,932,243.42	97,067,577.71	92,134,335.57
调整期初未分配利润合计数	-	-6,413,132.98	-1,607,696.41	-5,505,678.75
调整后期初未分配利润	119,739,135.37	97,519,110.44	95,459,881.30	86,628,656.82
加：本期归属于母公司所有者的净利润	23,822,732.54	42,220,024.87	22,382,376.95	33,321,268.95
减：提取法定盈余公积	-	-	323,147.18	4,490,043.66
提取任意盈余公积	-	-	-	-
提取一般风险准备	-	-	-	-
应付普通股股利	-	19,999,999.94	20,000,000.63	20,000,000.81
转作股本的普通股股利	-	-	-	-
应付其他权益持有者的股利				
应付限制性股票股利				
其中：子公司当年提取的盈余公积归属于母公司的金额				
期末未分配利润	143,561,867.91	119,739,135.37	97,519,110.44	95,459,881.30

调整期初未分配利润明细：

适用 不适用

科目具体情况及说明:

无

9. 其他披露事项

无

10. 股东权益总体分析

报告期内，公司股本未发生变化，各期末股本均为 5,185.20 万元。

报告期各期末，公司资本公积在报告期内分别为 1,564.93 万元、1,685.76 万元、1,699.10 万元、1,744.55 万元，其变动主要系因公司股权激励计划所涉及股份支付所引起的。各期末盈余公积金额分别为 2,560.29 万元、2,592.60 万元、2,592.60 万元、2,592.60 万元，未分配利润金额分别为 9,545.99 万元、9,751.91 万元、11,973.91 万元、14,356.19 万元，公司盈余公积、未分配利润的变动主要受各期净利润实现情况的影响。综上所述，公司股东权益相关科目金额在报告期内均呈稳定增长的趋势，反映了公司在报告期内持续的经营积累。

(九) 其他资产负债科目分析

1. 货币资金

√适用 □不适用

单位：元

项目	2022年6月30日	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日
库存现金	34,741.08	49,759.89	47,787.60	14,717.35
银行存款	65,180,101.70	48,690,383.75	95,891,131.43	103,401,819.68
其他货币资金	3,178,281.47	6,199,334.39	2,596,601.83	3,184,507.00
合计	68,393,124.25	54,939,478.03	98,535,520.86	106,601,044.03
其中：存放在境外的款项总额	2,577,786.46	275,943.48	737,606.28	844,459.17

使用受到限制的货币资金

√适用 □不适用

单位：元

项目	2022年6月30日	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日
----	------------	-------------	-------------	-------------

其他货币资金-票据保证金	2,594,442.39	6,199,334.39	2,368,230.00	3,184,507.00
其他货币资金-远期汇保证金	288,590.20	-	228,371.83	-
未决诉讼冻结	295,248.88	-	-	-
合计	3,178,281.47	6,199,334.39	2,596,601.83	3,184,507.00

科目具体情况及说明:

报告期各期末，公司货币资金分别为 10,660.10 万元、9,853.55 万元、5,493.95 万元、6,839.31 万元，占各期流动资产比例分别为 46.93%、39.26%、17.39%、21.68%，是公司流动资产的主要构成之一。2020 年末、2021 年末，公司货币资金分别比前年末减少 806.55 万元和 4,359.60 万元，降幅 7.57%和 44.24%，货币资金金额减少，是由公司购买短期银行理财产品所导致的。2020 年末、2021 年末，公司交易性金融资产余额较上年末分别增加 5,116.71 万元、4,619.58 万元，公司利用短期闲置资金购买银行理财产品，提高了公司资金使用效率，以增加公司股东回报。

2. 预付款项

√适用 □不适用

(1) 预付款项按账龄列示

单位：元

账龄	2022年6月30日		2021年12月31日		2020年12月31日		2019年12月31日	
	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)
1年以内	3,424,905.58	95.10%	5,954,609.55	99.47%	3,037,349.45	91.36%	4,655,762.38	98.89%
1至2年	176,473.83	4.89%	129.20	0.01%	287,305.67	8.64%	20,967.30	0.45%
2至3年	129.20	0.01%	30,904.30	0.52%	-	-	31,227.15	0.66%
3年以上	-	-	-	-	-	-	-	-

合计	3,601,508.61	100.00%	5,985,643.05	100.00%	3,324,655.12	100.00%	4,707,956.83	100.00%
----	--------------	---------	--------------	---------	--------------	---------	--------------	---------

账龄超过 1 年且金额重要的预付款项未及时结算的原因：

√适用 □不适用

2020 年末，公司预付保定旭光纸板制作有限公司采购原材料货款 19.89 万元，该笔预付款项账龄超过一年，原因是公司承接的对应销售订单因客户原因延迟交付，公司相应延迟该笔原料提货，导致该笔预付款项账龄较长。2021 年，该笔原料采购对应的销售订单应客户要求执行，供应商交付相应原材料，预付账款相应结转。

除上述情况外，公司各期末不存在账龄超过一年且金额重要的预付款项。

(2) 按预付对象归集的报告期各期末余额前五名的预付款项情况

√适用 □不适用

单位：元

单位名称	2022 年 6 月 30 日	占预付账款期末余额比例 (%)
泰兴市盛佳文体用品有限公司	354,385.95	9.84%
东莞市胜丰木制品有限公司	228,353.98	6.34%
东莞市如美包装品制造有限公司	215,000.00	5.97%
广州凯金包装制品有限公司	184,692.00	5.13%
东莞市强旺包装制品有限公司	162,417.60	4.51%
合计	1,144,849.53	31.79%

单位：元

单位名称	2021 年 12 月 31 日	占预付账款期末余额比例 (%)
东莞市汇彩纸品有限公司	962,031.45	16.07%
东莞市松宝塑胶制品有限公司	798,324.03	13.34%
惠州市新百特木制礼品包装有限公司	742,513.27	12.40%
东莞市建煜印刷有限公司	381,238.77	6.37%
泰兴市盛佳文体用品有限公司	376,920.00	6.30%
合计	3,261,027.52	54.48%

单位：元

单位名称	2020年12月31日	占预付账款期末余额比例 (%)
惠州市新百特木制礼品包装有限公司	1,400,000.00	42.11%
保定旭光纸板制造有限公司	547,148.33	16.46%
湖南华联君窑艺术瓷有限公司	288,000.00	8.66%
深圳市明富发包装制品有限公司	239,837.21	7.21%
成都博尚会展服务有限公司	150,000.00	4.52%
合计	2,624,985.54	78.96%

单位：元

单位名称	2019年12月31日	占预付账款期末余额比例 (%)
东莞市隆意实业有限公司	717,992.15	15.26%
深圳一原文化传播有限公司	444,600.00	9.44%
潮州市枫溪区才艺陶瓷制作厂	410,176.99	8.71%
青海硕运皓博商贸有限公司	357,009.05	7.58%
深圳市同人益有管理顾问有限公司	330,188.67	7.01%
合计	2,259,966.86	48.00%

(3) 科目具体情况及说明

报告期各期末，公司预付款项余额分别为470.80万元、332.47万元、598.56万元、360.15万元，占公司流动资产比例分别为2.07%、1.32%、1.89%、1.14%，占比较小。公司预付款项的主要用途为预付委外加工款、采购款等。

3. 合同资产

适用 不适用

4. 其他应收款

适用 不适用

单位：元

项目	2022年6月30日	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日

应收利息		-	-	-
应收股利		-	-	-
其他应收款	4,350,721.76	2,823,357.97	3,411,094.08	2,797,055.31
合计	4,350,721.76	2,823,357.97	3,411,094.08	2,797,055.31

(1) 按坏账计提方法分类披露

单位：元

类别	2022年6月30日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	
按单项计提坏账准备的其他应收款					
按组合计提坏账准备的其他应收款	5,256,228.14	100.00%	905,506.38	17.23%	4,350,721.76
合计	5,256,228.14	100.00%	905,506.38	17.23%	4,350,721.76

单位：元

类别	2021年12月31日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	
按单项计提坏账准备的其他应收款					
按组合计提坏账准备的其他应收款	3,633,371.87	100.00%	810,013.90	22.29%	2,823,357.97
合计	3,633,371.87	100.00%	810,013.90	22.29%	2,823,357.97

单位：元

类别	2020年12月31日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	
按单项计提坏账准备的其他应收款					

按组合计提坏账准备的其他应收款	3,894,145.10	100.00%	483,051.02	12.40%	3,411,094.08
合计	3,894,145.10	100.00%	483,051.02	12.40%	3,411,094.08

单位：元

类别	2019年12月31日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例（%）	金额	计提比例（%）	
按单项计提坏账准备的其他应收款					
按组合计提坏账准备的其他应收款	3,060,347.70	100.00%	263,292.39	8.60%	2,797,055.31
合计	3,060,347.70	100.00%	263,292.39	8.60%	2,797,055.31

1) 按单项计提坏账准备

适用 不适用

2) 按组合计提坏账准备:

适用 不适用

3) 如按预期信用损失一般模型计提坏账准备, 请按下表披露坏账准备的相关信息:

适用 不适用

单位：元

坏账准备	第一阶段	第二阶段	第三阶段	合计
	未来12个月预期信用损失	整个存续期预期信用损失(未发生信用减值)	整个存续期预期信用损失(已发生信用减值)	
2022年1月1日余额	810,013.902	-	-	810,013.902
2022年1月1日余额在本期				
--转入第二阶段	-	-	-	-
--转入第三阶段	-	-	-	-
--转回第二阶段	-	-	-	-
--转回第一阶段	-	-	-	-

本期计提	95,492.48	-	-	95,492.48
本期转回	-	-	-	-
本期转销	-	-	-	-
本期核销	-	-	-	-
其他变动	-	-	-	-
2022年6月30日余额	905,506.38	-	-	905,506.380

对报告期发生损失准备变动的应收账款账面余额显著变动的情况说明：

适用 不适用

报告期坏账准备计提金额以及评估金融工具信用风险是否显著增加的依据：

适用 不适用

(2) 应收利息

1) 应收利息分类

适用 不适用

2) 重要逾期利息

适用 不适用

(3) 应收股利

适用 不适用

(4) 其他应收款

适用 不适用

1) 按款项性质列示的其他应收款

单位：元

款项性质	2022年6月30日	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日
保证金及押金	3,215,674.33	2,434,918.14	2,192,678.69	1,609,272.02
备用金	-	-	-	-
往来款	-	-	-	-
应收出口退税	1,250,702.14	797,560.41	842,341.91	675,753.16
代扣代缴款	444,588.31	332,836.78	212,737.05	262,271.25
员工备用金及借款	256,318.42	30,668.51	528,943.82	308,415.61

其他	88,944.94	37,388.03	117,443.63	204,635.66
合计	5,256,228.14	3,633,371.87	3,894,145.10	3,060,347.70

2) 按账龄披露的其他应收款

单位：元

账龄	2022年6月30日	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日
1年以内	3,270,087.10	1,850,850.68	2,367,492.21	1,538,011.69
1至2年	608,346.24	408,146.24	67,428.44	1,280,340.43
2至3年	38,100.00	67,428.44	1,238,928.87	208,800.00
3年以上				
3至4年	229,482.00	1,169,150.93	198,400.00	33,195.58
4至5年	1,102,812.80	118,400.00	21,895.58	-
5年以上	7,400.00	19,395.58	-	-
合计	5,256,228.14	3,633,371.87	3,894,145.10	3,060,347.70

3) 报告期内实际核销的其他应收款情况

√适用 □不适用

单位：元

单位名称	其他应收款性质	核销时间	核销金额	核销原因	是否因关联交易产生
实际核销的其他应收款	美国子公司办公室押金	2019年1月10日	23,666.53	无法收回	否
合计	-	-	23,666.53	-	-

4) 按欠款方归集的期末余额前五名的其他应收款情况

√适用 □不适用

单位：元

单位名称	2022年6月30日				
	款项性质	2022年6月30日	账龄	占其他应收款期末余额合计数的比例(%)	坏账准备期末余额
国家税务总局深圳市税务局	出口退税	1,250,702.14	1年以内	23.79%	62,535.11

深圳市罗湖区机关物业管理办公室	押金、保证金	984,412.80	4-5年	18.73	492,206.40
安徽古井贡酒股份有限公司	押金、保证金	500,000.00	2年以内、4-5年	9.51	80,000.00
惠州仲恺高新技术产业开发区惠南高新科技产业园管理委员会	押金、保证金	300,000.00	1年以内	5.71	15,000.00
江苏洋河酒厂股份有限公司	押金、保证金	150,000.00	1年以内	2.86	7,500.00
合计	-	3,185,114.94	-	60.60	657,241.51

单位：元

单位名称	2021年12月31日				
	款项性质	2021年12月31日	账龄	占其他应收款期末余额合计数的比例(%)	坏账准备期末余额
深圳市罗湖区机关物业管理办公室	押金、保证金	984,412.80	3-4年	27.09%	492,206.40
出口退税	应收出口退税	797,560.41	1年以内	21.95%	39,878.02
安徽古井贡酒股份有限公司	押金、保证金	300,000.00	1-2年、4-5年	8.26%	70,000.00
深圳市鸿汐物业租赁有限公司	押金、保证金	125,200.00	1年以内、1-2年	3.45%	10,100.00
武汉天龙金地科技开发有限公司	押金、保证金	100,000.00	3-4年	2.75%	50,000.00
合计	-	2,307,173.21	-	63.50%	662,184.42

单位：元

单位名称	2020年12月31日				
	款项性质	2020年12月31日	账龄	占其他应收款期末余额合计数的比例(%)	坏账准备期末余额
深圳市罗湖区机关物业管理办公室	押金、保证金	984,412.80	2-3年	25.28%	196,882.56
出口退税	应收出口退税	842,341.91	1年以内	21.63%	42,117.10
骆喜平	员工个人借款	450,000.00	1年以内	11.56%	22,500.00

安徽古井贡酒股份有限公司	押金、保证金	300,000.00	1年以内、3-4年	7.70%	60,000.00
四川省酒业集团有限责任公司	押金、保证金	200,000.00	1年以内	5.14%	10,000.00
合计	-	2,776,754.71	-	71.31%	331,499.66

单位：元

单位名称	2019年12月31日				
	款项性质	2019年12月31日	账龄	占其他应收款期末余额合计数的比例(%)	坏账准备期末余额
深圳市罗湖区机关物业管理办公室	押金、保证金	984,412.80	1-2年	32.16%	98,441.28
出口退税	应收出口退税	675,753.16	1年以内	22.08%	33,787.65
安徽古井贡酒股份有限公司	押金、保证金	100,000.00	2-3年	3.27%	20,000.00
武汉天龙金地科技开发有限公司	押金、保证金	100,000.00	1-2年	3.27%	10,000.00
员工社保	代扣代缴款	81,437.78	1年以内	2.66%	4,071.89
合计	-	1,941,603.74	-	63.44%	166,300.82

5) 涉及政府补助的其他应收款

适用 不适用

(5) 科目具体情况及说明

报告期各期末，公司其他应收款金额分别为279.71万元、341.11万元、282.34万元、435.07万元，金额较小。公司其他应收款主要由押金、保证金、应收出口退税、员工个人借款、代扣代缴款构成。

2020年末，公司其他应收款前五名往来单位中，骆喜平为公司员工，2020年其发生车祸，公司向其提供45万元的借款用于术后康复，该笔借款已于2021年收回。除前述情形外，公司不存在向员工提供大额借款且期末尚未收回的情形。

除此以外，报告期内，公司其他应收款中，金额较大的往来单位包括深圳市罗湖区机关物业管理办公室、深圳市鸿汐物业租赁有限公司、安徽古井贡酒股份有限公司、四川省酒业集团有限责任公司、武汉天龙金地科技开发有限公司。其中，公司与深圳市罗湖区机关物业管理办公室、深圳市鸿汐物业租赁有限公司间的其他应收款，为公司租赁物业所形成的押金；公司与安徽古井贡酒股份有限公司、四川省酒业集团有限责任公司、武汉天龙金地科技开发有限公司间的其他应

收款，主要系公司参与竞标的保证金，不涉及质量扣款等情形。

5. 应付票据

√适用 □不适用

单位：元

种类	2022年6月30日
商业承兑汇票	-
银行承兑汇票	13,122,211.31
合计	13,122,211.31

本期末已到期未支付的应付票据总额为0元。

科目具体情况及说明：

报告期各期末，公司应付票据金额分别为 1,494.04 万元、1,173.03 万元、3,107.79 万元、1,312.22 万元，为向供应商支付采购款项而开具的银行承兑汇票。报告期内，公司采用银行承兑汇票支付采购款项的金额占采购总额的比例较低，为了更高效地管理和使用流动资金，缓解公司资金流动性的压力，经与供应商沟通协商后，公司采取开具银行承兑汇票的形式支付部分采购款项。公司所开具银行承兑汇票均具有真实的交易背景，未出现逾期兑付的情形。

6. 应付账款

√适用 □不适用

(1) 应付账款列示

单位：元

项目	2022年6月30日
1年以内（含1年）	82,388,491.21
1-2年（含2年）	143,100.45
2-3年（含3年）	41,552.93
3-4年（含4年）	6,700.15
4-5年（含5年）	8,529.80
5年以上	39,020.69
合计	82,627,395.23

(2) 按收款方归集的期末余额前五名的应付账款情况

单位：元

单位名称	2022年6月30日		
	应付账款	占应付账款期末余额合计数的比例（%）	款项性质
保定旭光纸板制造有限公司	5,094,805.89	6.17%	材料款

深圳市富裕金卡纸品有限公司	4,682,252.05	5.67%	材料款
深圳市纸艺纸品包装有限公司	4,372,419.46	5.29%	加工费
深圳市方圆纸业有限公司	3,557,579.29	4.31%	材料款
山东铭安包装科技有限公司	3,045,822.05	3.68%	加工费
合计	20,752,878.74	25.12%	-

(九) 账龄超过 1 年的重要应付账款

适用 不适用

(十) 科目具体情况及说明

报告期各期末，公司应付账款分别为 6,327.40 万元、4,762.65 万元、6,358.34 万元、8,262.74 万元。报告期各期末应付账款金额波动，主要是由公司销售规模变化所导致的。2020 年受新冠疫情爆发影响，中高端酒产品终端消费减少，公司酒类包装产品的市场需求也随之减少，公司减少相应原料采购导致期末应付账款金额下降。2021 年随着疫情逐步受控，市场需求恢复，公司增加原料采购进而导致期末应付账款增加。

7. 预收款项

适用 不适用

(1) 预收款项列示

单位：元

项目	2022 年 6 月 30 日
货款	-
合计	-

(2) 账龄超过 1 年的重要预收款项情况

适用 不适用

(3) 期末建造合同形成的已结算未完工项目情况（未执行新收入准则公司适用）

适用 不适用

(4) 科目具体情况及说明

2020 年起，根据新收入准则的要求，对于企业已收或应收客户对价而应向客户转让商品的义务应在合同负债中列示。

8. 应付职工薪酬

适用 不适用

(1) 应付职工薪酬列示

单位：元

项目	2021年12月31日	本期增加	本期减少	2022年6月30日
1、短期薪酬	15,916,760.55	51,967,156.58	57,796,960.22	10,086,956.91
2、离职后福利-设定提存计划	-	2,890,793.76	2,890,793.76	-
3、辞退福利	-	39,969.14	39,969.14	-
4、一年内到期的其他福利	-	-	-	-
合计	15,916,760.55	54,897,919.48	60,727,723.12	10,086,956.91

单位：元

项目	2020年12月31日	本期增加	本期减少	2021年12月31日
1、短期薪酬	14,243,106.50	97,261,613.10	95,587,959.05	15,916,760.55
2、离职后福利-设定提存计划	-	3,660,615.17	3,660,615.17	-
3、辞退福利	-	651,819.92	651,819.92	-
4、一年内到期的其他福利	-	-	-	-
合计	14,243,106.50	101,574,048.19	99,900,394.14	15,916,760.55

单位：元

项目	2019年12月31日	本期增加	本期减少	2020年12月31日
1、短期薪酬	13,895,620.82	68,274,675.63	67,927,189.95	14,243,106.50
2、离职后福利-设定提存计划	-	199,896.30	199,896.30	-
3、辞退福利	-	1,085,329.69	1,085,329.69	-
4、一年内到期的其他福利	-	-	-	-
合计	13,895,620.82	69,559,901.62	69,212,415.94	14,243,106.50

单位：元

项目	2018年12月31日	本期增加	本期减少	2019年12月31日
1、短期薪酬	14,061,580.69	74,924,326.97	75,090,286.84	13,895,620.82
2、离职后福利-设定提存计划	-	2,517,064.03	2,517,064.03	-
3、辞退福利	-	85,844.97	85,844.97	-
4、一年内到期的其他福利	-	-	-	-
合计	14,061,580.69	77,527,235.97	77,693,195.84	13,895,620.82

1. 短期薪酬列示

单位：元

项目	2021年12月31日	本期增加	本期减少	2022年6月30日
1、工资、奖金、津贴和补贴	15,747,249.00	47,791,847.37	53,545,594.98	9,993,501.39
2、职工福利费	-	2,056,656.72	2,056,656.72	-
3、社会保险费	-	1,066,532.51	1,066,532.51	-
其中：医疗保险费	-	927,851.68	927,851.68	-
工伤保险费	-	57,196.52	57,196.52	-
生育保险费	-	81,484.31	81,484.31	-
4、住房公积金	-	739,178.10	739,178.10	-
5、工会经费和职工教育经费	169,511.55	312,941.88	388,997.91	93,455.52
6、短期带薪缺勤	-			
7、短期利润分享计划	-			
合计	15,916,760.55	51,967,156.58	57,796,960.22	10,086,956.91

单位：元

项目	2020年12月 31日	本期增加	本期减少	2021年12月 31日
1、工资、奖金、津贴和补贴	14,128,141.12	89,753,322.31	88,134,214.43	15,747,249.00
2、职工福利费	-	4,580,187.08	4,580,187.08	-
3、社会保险费	-	1,348,250.84	1,348,250.84	-
其中：医疗保险费	-	1,182,237.57	1,182,237.57	-
工伤保险费	-	80,114.54	80,114.54	-
生育保险费	-	85,898.73	85,898.73	-
4、住房公积金	-	1,022,529.50	1,022,529.50	-
5、工会经费和职工教育经费	114,965.38	557,323.37	502,777.20	169,511.55
6、短期带薪缺勤	-	-	-	-
7、短期利润分享计划	-	-	-	-
其他短期薪酬				
合计	14,243,106.50	97,261,613.10	95,587,959.05	15,916,760.55

单位：元

项目	2019年12月 31日	本期增加	本期减少	2020年12月 31日
1、工资、奖金、津贴和补贴	13,791,340.91	63,459,078.43	63,122,278.22	14,128,141.12
2、职工福利费	-	3,028,122.94	3,028,122.94	-
3、社会保险费	-	783,125.95	783,125.95	-
其中：医疗保险费	-	725,633.68	725,633.68	-
工伤保险费	-	14,874.48	14,874.48	-
生育保险费	-	42,617.79	42,617.79	-
4、住房公积金	375.00	659,020.00	659,395.00	-
5、工会经费和职工教育经费	103,904.91	345,328.31	334,267.84	114,965.38
6、短期带薪缺勤	-	-	-	-
7、短期利润分享计划	-	-	-	-
其他短期薪酬				
合计	13,895,620.82	68,274,675.63	67,927,189.95	14,243,106.50

单位：元

项目	2018年12月 31日	本期增加	本期减少	2019年12月 31日
1、工资、奖金、津贴和 补贴	13,408,435.05	69,014,035.28	68,631,129.42	13,791,340.91
2、职工福利费	522,870.00	3,855,350.54	4,378,220.54	-
3、社会保险费	-	877,507.38	877,507.38	-
其中：医疗保险费	-	789,217.08	789,217.08	-
工伤保险费	-	44,648.25	44,648.25	-
生育保险费	-	43,642.05	43,642.05	-
4、住房公积金	52,694.64	800,009.26	852,328.90	375.00
5、工会经费和职工教育 经费	77,581.00	377,424.51	351,100.60	103,904.91
6、短期带薪缺勤	-	-	-	-
7、短期利润分享计划	-	-	-	-
其他短期薪酬				
合计	14,061,580.69	74,924,326.97	75,090,286.84	13,895,620.82

2. 设定提存计划

单位：元

项目	2021年12月 31日	本期增加	本期减少	2022年6月30 日
1、基本养老保险	-	2,821,121.76	2,821,121.76	-
2、失业保险费	-	69,672.00	69,672.00	-
3、企业年金缴费				
合计	-	2,890,793.76	2,890,793.76	-

单位：元

项目	2020年12月 31日	本期增加	本期减少	2021年12月 31日
1、基本养老保险	-	3,565,401.51	3,565,401.51	-
2、失业保险费	-	95,213.66	95,213.66	-
3、企业年金缴费		-	-	
合计	-	3,660,615.17	3,660,615.17	-

单位：元

项目	2019年12月 31日	本期增加	本期减少	2020年12月 31日
1、基本养老保险	-	195,261.96	195,261.96	-
2、失业保险费	-	4,634.34	4,634.34	-
3、企业年金缴费		-	-	
合计	-	199,896.30	199,896.30	-

单位：元

项目	2018年12月 31日	本期增加	本期减少	2019年12月 31日
1、基本养老保险	-	2,455,217.49	2,455,217.49	-
2、失业保险费	-	61,846.54	61,846.54	-
3、企业年金缴费		-	-	
合计	-	2,517,064.03	2,517,064.03	-

3. 科目具体情况及说明

报告期内，公司薪酬主要包括短期薪酬、离职后福利以及辞退福利。报告期各期末，公司应付职工薪酬分别为 1,389.56 万元、1,424.31 万元、1,591.68 万元以及 1,008.70 万元。报告期各期末，公司应付职工薪酬呈稳步上升的趋势，主要系公司业务规模扩大，人员不断增加所致。

9. 其他应付款

√适用 □不适用

单位：元

项目	2022年6月30 日	2021年12月31 日	2020年12月31 日	2019年12月31 日
应付利息	-	-	-	-
应付股利	-	-	-	-
其他应付款	2,915,393.06	3,309,488.35	1,515,991.66	1,104,019.87
合计	2,915,393.06	3,309,488.35	1,515,991.66	1,104,019.87

(1) 应付利息

□适用 √不适用

(2) 应付股利

适用 不适用

其他说明：

适用 不适用

(3) 其他应付款

适用 不适用

1) 按款项性质列示其他应付款

单位：元

项目	2022年6月30日	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日
人才补贴	1,425,818.00	1,296,332.00	-	-
保证金及押金	777,735.00	928,592.59	924,342.53	615,271.38
伙食费	460,814.25	471,155.76	204,544.00	137,958.60
软件服务费	82,831.85	88,831.85	-	16,000.00
工程装修款	7,172.15	172,808.48	90,173.85	84,590.65
员工互助基金	101,455.45	110,522.45	107,040.68	51,559.00
其他	59,566.36	241,245.22	189,890.60	198,640.24
合计	2,915,393.06	3,309,488.35	1,515,991.66	1,104,019.87

2) 其他应付款账龄情况

适用 不适用

单位：元

账龄	2022年6月30日		2021年12月31日		2020年12月31日		2019年12月31日	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
1年以内(含1年)	1,215,836.38	41.70%	2,861,156.08	86.45%	771,583.78	50.90%	931,104.07	84.34%
1-2年(含2年)	1,446,905.88	49.63%	37,356.53	1.13%	587,492.08	38.75%	56,915.80	5.16%

2-3年 (含3年)	6,232.65	0.21%	254,059.94	7.68%	56,915.80	3.75%	116,000.00	10.51%
3-4年 (含4年)	96,418.15	3.31%	56,915.80	1.72%	100,000.00	6.60%	-	
4-5年 (含5年)	150,000.00	5.15%	100,000.00	3.02%	-	-	-	3.02%
合计	2,915,393.06	100.00%	3,309,488.35	100.00%	1,515,991.66	100.00%	1,104,019.87	100.00%

3) 账龄超过1年的重要其他应付款

√适用 □不适用

单位：元

项目	最近一期期末余额	未偿还或未结转的原因
深圳市罗湖区人才工作局（账龄1年以上部分）	1,296,332.00	未到结算期
深圳市卡航物流有限公司	100,000.00	未到结算期
合计	1,396,332.00	-

4) 其他应付款金额前五名单位情况

√适用 □不适用

单位：元

单位名称	2022年6月30日				
	与本公司关系	款项性质	金额	账龄	占其他应付款总额的比例（%）
深圳市罗湖区人才工作局	无	人才补助	1,425,818.00	2年以内	48.91%
深圳市绿都膳食管理有限公司	无	伙食费	429,968.90	1年以内	14.74%
惠州中特特种爆破技术工程有限公司	无	保证金及押金	100,000.00	1年以内	3.43%
东莞市国洋货运有限公司	无	保证金及押金	100,000.00	1年以内，4-5年	3.43%
深圳市卡航物流有限公司	无	保证金及押金	100,000.00	4-5年	3.43%
合计	-	-	2,155,786.90	-	73.94%

√适用 □不适用

单位名称	2021年12月31日				
	与本公司关系	款项性质	金额	账龄	占其他应付款总额的比例(%)
深圳市罗湖区人才工作局	无	人才补助	1,296,332.00	1年以内	39.17%
深圳市绿都膳食管理有限公司	无	伙食费	428,994.30	1年以内	12.96%
深圳市中众建设集团有限公司	无	保证金及押金	248,059.94	2-3年	7.50%
黄林华(废纸承包商)	无	保证金及押金	200,000.00	1年以内	6.04%
深圳市卡航物流有限公司	无	保证金及押金	100,000.00	4-5年	3.02%
合计	-	-	2,273,386.24	-	68.69%

√适用 □不适用

单位名称	2020年12月31日				
	与本公司关系	款项性质	金额	账龄	占其他应付款总额的比例(%)
深圳市中众建设集团有限公司	无	保证金及押金	379,287.48	1-2年	25.02%
黄燊源	无	保证金及押金	300,000.00	1年以内	19.79%
惠州市中品膳食管理服务服务有限公司	无	伙食费	204,544.00	1年以内	13.49%
深圳市卡航物流有限公司	无	保证金及押金	100,000.00	3-4年	6.60%
深圳美力环境技术有限公司	无	工程装修款	70,060.00	1-2年	4.62%
合计	-	-	1,053,891.48	-	69.52%

√适用 □不适用

单位名称	2019年12月31日				
	与本公司关系	款项性质	金额	账龄	占其他应付款总额的比例(%)
深圳市中众建设集团有限公司	无	保证金及押金	379,287.48	1年以内	34.34%
惠州市中品膳食管理服务服务有限公司	无	伙食费	137,958.60	1年以内	12.5%

深圳市卡航物流有限公司	无	保证金及押金	100,000.00	2-3年	9.06%
深圳美力环境技术有限公司	无	工程装修款	70,060.00	1年以内	6.35%
东莞市国洋货运有限公司	无	保证金及押金	50,000.00	1-2年	4.53%
合计	-	-	737,306.08	-	66.78%

(4) 科目具体情况及说明

报告期各期末，公司其他应付款分别为 110.40 万元、151.60 万元、330.95 元、291.54 万元。公司其他应付款主要由人才补贴、保证金及押金、伙食费构成，各期末金额较小。

10. 合同负债

√适用 □不适用

(1) 合同负债情况

单位：元

项目	2022年6月30日	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日
预收货款	24,638,065.46	29,955,848.78	13,581,443.81	-
合计	24,638,065.46	29,955,848.78	13,581,443.81	

(2) 报告期内账面价值发生重大变动的金额和原因

□适用 √不适用

(3) 科目具体情况及说明

2019 年末，公司预收账款为 1,459.65 万元；2020 年起，根据新收入准则的要求，对于企业已收或应收客户对价而应向客户转让商品的义务应在合同负债中列示。2020 年、2021 年末、2022 年 6 月末公司合同负债分别为 1,358.14 万元、2,995.58 万元、2,463.81 万元。

11. 长期应付款

□适用 √不适用

12. 递延收益

√适用 □不适用

单位：元

项目	2022年6月30日	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日
政府补助	1,550,252.26	2,062,649.66	3,195,428.46	755,886.80

合计	1,550,252.26	2,062,649.66	3,195,428.46	755,886.80
----	--------------	--------------	--------------	------------

涉及政府补助的项目：

√适用 □不适用

单位：元

补助项目	2021年12月31日	本期增加补助金额	本期计入营业外收入金额	本期计入其他收益金额	本期冲减成本费用金额	其他变动	2022年6月30日	与资产/收益相关	是否为企业日常活动相关的政府补助
深圳市工业设计业发展专项资金	107,983.76			107,983.76			-	与资产相关	
罗湖区2020年第三批产业转型升级专项资金项目-装修自用办公用房	1,954,665.90			404,413.64			1,550,252.26	与资产相关	
合计	2,062,649.66			512,397.40			1,550,252.26	-	-

单位：元

补助项目	2020年12月31日	本期增加补助金额	本期计入营业外收入金额	本期计入其他收益金额	本期冲减成本费用金额	其他变动	2021年12月31日	与资产/收益相关	是否为企业日常活动相关的政府补助
深圳市工业设计业	431,935.28			323,951.52			107,983.76	与资产相关	是

发展专项资金									
罗湖区2020年第三批产业转型升级专项资金项目-装修自用办公用房	2,763,493.18			808,827.28			1,954,665.90	与资产相关	是
合计	3,195,428.46	-		1,132,778.80	-		2,062,649.66	-	-

单位：元

补助项目	2019年12月31日	本期增加补助金额	本期计入营业外收入金额	本期计入其他收益金额	本期冲减成本费用金额	其他变动	2020年12月31日	与资产/收益相关	是否为企业日常活动相关的政府补助
深圳市工业设计业发展专项资金	755,886.80			323,951.52			431,935.28	与资产相关	是
罗湖区2020年第三批产业转型升级专项资金项目-装修自用办公用房		2,965,700.00		202,206.82			2,763,493.18	与资产相关	是
合计	755,886.80	2,965,700.00		526,158.34	-		3,195,428.46	-	-

单位：元

补助项目	2018年12月31日	本期增加补助金额	本期计入营业外收入金额	本期计入其他收益金额	本期冲减成本费用金额	其他变动	2019年12月31日	与资产/收益相关	是否为企业日常活动相关的政府补助

市经贸信息委 2014 年认定深圳市工业设计中心	1,110,208.79			354,321.99			755,886.80	与资产相关	是
合计	1,110,208.79	-	-	354,321.99	-	-	755,886.80	-	-

科目具体情况及说明：

公司递延收益为与资产相关的政府补助，报告期各期末分别为 75.59 万元、319.54 元、206.26 万元、155.03 万元，各期末金额较小。

13. 递延所得税资产/递延所得税负债

√适用 □不适用

(1) 未经抵销的递延所得税资产

√适用 □不适用

单位：元

项目	2022年6月30日		2021年12月31日	
	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产
资产减值准备	11,434,649.58	1,746,024.74	9,306,380.93	1,406,481.28
可抵扣亏损	9,984,790.30	1,752,058.05	8,980,903.82	1,501,086.43
递延收益	1,550,252.26	232,537.84	2,062,649.66	309,397.45
未实现交易毛利	383,830.75	88,408.16	518,278.12	94,069.22
合计	23,353,522.89	3,819,028.79	20,868,212.53	3,311,034.38

项目	2020年12月31日		2019年12月31日	
	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产
资产减值准备	24,590,731.08	3,692,582.47	20,352,624.41	3,061,505.42
可抵扣亏损	7,441,395.22	1,116,209.28	7,441,395.22	1,116,209.28
递延收益	3,195,428.46	479,314.27	755,886.80	113,383.02
未实现交易毛利	481,571.38	72,235.71	59,200.98	8,880.15
合计	35,709,126.14	5,360,341.73	28,609,107.41	4,299,977.87

(2) 未经抵销的递延所得税负债

√适用 □不适用

单位：元

项目	2022年6月30日		2021年12月31日	
	应纳税暂时性差异	递延所得税负债	应纳税暂时性差异	递延所得税负债
公允价值变动	793,308.89	118,996.33	1,320,581.80	198,087.27
合计	793,308.89	118,996.33	1,320,581.80	198,087.27

项目	2020年12月31日	2019年12月31日
----	-------------	-------------

	应纳税暂时性差异	递延所得税负债	应纳税暂时性差异	递延所得税负债
公允价值变动	65,917.68	9,887.65		
合计	65,917.68	9,887.65	-	-

科目具体情况及说明：

公司递延所得税负债主要是公司购买银行理财产品所形成交易性金融资产的公允价值变动导致存在应纳税暂时性差异，从而产生的递延所得税负债，金额较小。

(3) 报告期各期末以抵销后净额列示的递延所得税资产或负债

适用 不适用

(4) 未确认递延所得税资产明细

适用 不适用

单位：元

项目	2022年6月30日	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日
可抵扣暂时性差异		-	-	-
可抵扣亏损	33,350,034.93	37,729,340.19	40,094,379.84	42,884,930.51
资产减值准备	1,020,171.80	981,916.99	1,198,075.11	676,415.85
合计	34,370,206.73	38,711,257.18	41,292,454.95	43,561,346.36

(5) 未确认递延所得税资产的可抵扣亏损将于以下年度到期

适用 不适用

(6) 科目具体情况及说明

报告期内，公司递延所得税资产分别为430.00万元、536.03万元、331.10万元、381.90万元，递延所得税资产主要系公司按照会计政策规定计提资产减值准备、可抵扣亏损等导致的会计与税法规定之间形成的可抵扣暂时性差异所致。

公司递延所得税负债分别为0.00万元、0.99万元、19.81万元、11.90万元，金额较小。

14. 其他流动资产

适用 不适用

单位：元

项目	2022年6月30日	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日
----	------------	-------------	-------------	-------------

预付上市发行中介机构费用	2,860,377.34	1,171,698.11	-	-
待抵扣的增值税	298,502.57	445,379.25	25,430.53	-
待摊费用	-	256,415.09	181,415.09	206,415.07
预缴的企业所得税	-	109,700.20	-	-
合计	3,158,879.91	1,983,192.65	206,845.62	206,415.07

科目具体情况及说明:

报告期各期末，公司其他流动资产余额分别为 20.64 万元、20.68 万元、198.32 万元、315.89 万元，金额较小。2021 年末公司其他流动资产较 2020 年末增加 177.63 万元，主要是由公司拟发行 A 股上市预付券商、律师、会计师等中介机构服务款项所导致的。

15. 其他非流动资产

√适用 □不适用

单位：元

项目	2022 年 6 月 30 日			2021 年 12 月 31 日		
	账面余额	减值准备	账面价值	账面余额	减值准备	账面价值
长期资产的预付款项	6,198,745.56	-	6,198,745.56	7,737,366.32	-	7,737,366.32
超一年期的租金	-	-	-	1,000,000.00	-	1,000,000.00
合计	6,198,745.56	-	6,198,745.56	8,737,366.32	-	8,737,366.32

项目	2020 年 12 月 31 日			2019 年 12 月 31 日		
	账面余额	减值准备	账面价值	账面余额	减值准备	账面价值
长期资产的预付款项	422,900.00	-	422,900.00	11,788.00	-	11,788.00
超一年期的租金	-	-	-	-	-	-
合计	422,900.00	-	422,900.00	11,788.00	-	11,788.00

科目具体情况及说明:

报告期各期末，公司其他非流动资产的余额分别为 1.18 万元、42.29 万元、873.74 万元、619.87 万元，2021 年末及 2022 年 6 月末金额较大，主要是公司预付资金购买海德堡印刷机及预付惠州二期厂房设计费、预付子公司生产设备等长期资产预付款等所导致的。

16. 其他披露事项

无

17. 其他资产负债科目总体分析

(1) 使用权资产

单位：元

项目	房屋及建筑物	机器设备	合计
一、账面原值			
1.期初余额	12,522,672.39	-	12,522,672.39
2.本期增加金额	421,533.31	-	421,533.31
3.本期减少金额	211,434.48	-	211,434.48
4.期末余额	12,732,771.22	-	12,732,771.22
二、累计折旧			
1.期初余额	5,470,700.21	-	5,470,700.21
2.本期增加金额	2,855,983.19	-	2,855,983.19
(1) 计提	2,855,983.19	-	2,855,983.19
3.本期减少金额	211,434.48	-	211,434.48
(1) 处置或报废	211,434.48	-	211,434.48
4.期末余额	8,115,248.92	-	8,115,248.92
三、减值准备			
1.期初余额	-	-	-
2.本期增加金额	-	-	-
(1) 计提	-	-	-
3.本期减少金额	-	-	-
(1) 处置或报废	-	-	-
4.期末余额	-	-	-
四、账面价值			
1.期末账面价值	4,617,522.30	-	4,617,522.30
2.期初账面价值	7,051,972.18	-	7,051,972.18

截至 2022 年 6 月末，公司使用权资产金额为 461.75 万元，主要为公司及子公司租用生产办公经营场所形成。

(2) 一年内到期的非流动负债

单位：元

项目	2022年6月30日	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日
一年内到期的租赁负债	4,779,831.71	5,762,223.76	-	-
其中：租赁负债-租赁付款额	4,878,878.10	5,984,888.91	-	-
租赁负债-未确认融资费用	-99,046.39	-222,665.15	-	-
合计	4,779,831.71	5,762,223.76	-	-

截至2022年6月30日，公司一年内到期的非流动负债为477.98万元，主要为一年内到期的租赁负债。

(3) 租赁负债

单位：元

项目	2022年6月30日	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日
租赁负债-租赁付款额	70,445.50	1,566,319.37	-	-
租赁负债-未确认融资费用	-8,715.69	-13,555.52	-	-
合计	61,729.81	1,552,763.85	-	-

截至2022年6月30日，公司租赁负债为6.17万元，主要为公司及子公司租用生产办公经营场所确认使用权资产对应的租赁负债。

(4) 长期待摊费用

公司长期待摊费用主要为厂房、办公楼装修或改造产生的费用。报告期各期末金额分别为1,250.26万元、985.77万元、701.21万元、642.12万元，占公司非流动资产比例为14.13%、11.82%、7.05%、6.16%，占比较小。

三、 盈利情况分析

(一) 营业收入分析

1. 营业收入构成情况

单位：元

项目	2022年1月—6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)

主营业务收入	245,168,178.95	99.51%	422,083,610.58	99.00%	278,290,533.33	98.66%	353,185,861.37	98.98%
其他业务收入	1,207,463.67	0.49%	4,263,676.16	1.00%	3,785,959.96	1.34%	3,635,820.08	1.02%
合计	246,375,642.62	100.00%	426,347,286.74	100.00%	282,076,493.29	100.00%	356,821,681.45	100.00%

科目具体情况及说明：

报告期内，公司主营业务收入分别为 35,318.59 万元、27,829.05 万元、42,208.36 万元、24,516.82 万元，占营业收入的比例分别为 98.98%、98.66%、99.00%、99.51%，是营业收入的主要来源。

公司其他业务收入主要是废料销售收入和货运服务收入，报告期内金额分别为 363.58 万元、378.60 万元、426.37 万元和 120.75 万元，占营业收入的比例分别为 1.02%、1.34%、1.00%、0.49%，占比较低。

（1）主营业务收入的变动趋势

公司主营业务收入主要由创意包装产品销售收入及创意设计服务收入构成，报告期内，公司主营业务收入金额分别为 35,318.59 万元、27,829.05 万元、42,208.36 万元、24,516.82 万元，存在一定程度波动。报告期内，公司主营业务收入变化波动主要受以下因素影响：

①四位一体的产品形象工程整体解决方案能力，推动下游客户新产品开发与老产品的迭代升级，进而推动公司业务规模增长

近年来，随着消费者的消费能力不断提升，消费者不仅关注产品的品质，也更关注产品背后的文化底蕴，而精美的包装物能较好地展现产品的品牌文化及提高产品附加值，同时增强消费者购买欲望。消费需求以及产品转型升级不仅为消费者带来更为丰富的消费感知新体验，为品牌商带来打开产品销量的新方式，还为创意包装行业带来了发展新活力。

公司依托品牌策略规划、创意设计、技术研发、产品交付四位一体的产品形象工程整体解决方案能力，通过产品市场与消费者需求的深入调研，协助客户挖掘品牌定位和产品卖点，为下游客户提供品牌策略规划、包装设计和产品推广方案，配合客户新产品开发与老产品的迭代升级，以满足终端消费者不断变化的需求。

公司凭借长期积累的创意设计素材库和设计方法论，在客户产品规划、开发和销售过程，为客户提供高附加值的创意设计服务和优质的创意包装产品，有助于提高客户粘性，避免低价竞争。而客户新产品的持续开发，以及老产品的持续迭代升级的增长需求，推动了公司创意设计产品及创意包装业务的规模增长，进而推动公司主营业务收入规模增长。

②前瞻的创意设计能力，以及丰富的生产工艺核心技术积累，推动公司业务规模持续增长。基于对市场需求的深刻理解和通过与国内外知名品牌客户的长期合作，公司根据不同细分市场及不同客户的需求，建立了按酒类、化妆品、茶叶、食品等类别划分的市场需求库，更好地向客户提供定制化产品策略规划和创意设计解决方案。截至报告期末，公司获得包含德国红点奖、德国 IF 设计奖、Pentawards、世界之星、莫比乌斯广告奖、意大利 A'设计大奖、IAI 设计奖等在内的国际设计大奖 103 项，公司凭借优秀的创意设计能力，在业内树立了良好的用户口碑与品牌影响力。

此外，公司每年投入较大规模资金进行研发。公司在新材料、新工艺、新防伪、新盒型、智能化、自动化等维度进行技术创新，掌握了高光泽立体烫金、3D 悬浮微纳防伪技术、纹理烫金技术、UV 数码浮雕立体肌理工艺、多段感温变色油墨、防伪卡扣等核心技术，并致力于新工艺的持续开发，解决行业内的防伪技术难题。截至报告期末，公司获得专利 157 项，其中，发明专利 13 项、实用新型专利 59 项、外观设计 85 项。公司已经掌握并应用了具有自主知识产权的核心技术。

凭借具有前瞻性的创意设计能力，以及丰富的生产工艺核心技术积累，公司在行业内树立了良好的用户口碑与品牌影响力，推动了公司业务规模的持续增长。

③凭借助力客户新产品开发及产品包装迭代的突出能力，公司与下游知名品牌客户建立了长期稳定的合作关系

公司成立以来，与多家国内外知名品牌建立了长期稳定的合作关系。在酒类创意包装领域，公司与顺鑫农业（牛栏山酒厂）、天佑德酒、古井贡酒、糊涂酒业、老白干（乾隆醉）等国内部分知名白酒品牌建立了长期合作关系；在化妆品创意包装领域，公司持续开发了欧莱雅、宝格丽等海外一线品牌。

公司凭借其突出的创新设计能力及设计工程转化能力，为客户的新产品开发，以及老产品的更新迭代，提供了坚实的助力，公司与下游知名品牌合作关系长期稳固，推动了公司营业规模增长。

④新冠肺炎疫情的影响，导致 2020 年营业收入下降

2020 年初，新冠肺炎疫情爆发。全国各地采取较为严格的疫情防控措施，西方国家亦纷纷采取关闭口岸、限制出行等措施进行防控。居民出行、聚餐、聚会以及节假日走亲访友、送礼等活动受到一定限制，从而导致酒类、化妆品等产品的终端消费规模萎缩。公司下游客户因新冠肺炎疫情的发展而调整其生产计划，导致其向公司采购的创意包装产品的规模减少；另一方面下游客户预先备货的产品销量不及预期，产品周转周期延长，导致其开发新产品的意愿降低。综上，2020 年公司因受疫情影响，销售规模较 2019 年下降。随着疫情逐步受控，终端市场消费水平逐步恢复，公司 2021 年销售规模也随之增长。

（2）其他业务收入的变动趋势

公司其他业务收入主要是废料销售收入和货运收入，报告期内金额分别为 363.58 万元、

378.60 万元、426.37 万元、120.75 万元，占营业收入的比例分别为 1.02%、1.34%和 1.00%、0.49%，占比较低。

废料主要是生产环节中报废或裁切边角料等无法再次投入生产环节的各类纸制品。公司废料销售收入的波动主要受以下因素影响：①废料回收价格波动；②公司自产规模的变化。货运服务为公司外销业务中 FOB 等公司不负有运输义务的贸易条款项下，客户额外寻求公司安排货物运输事宜。公司货运服务收入的波动主要受采用 FOB 模式的相关客户需求变动的的影响。

2. 主营业务收入按产品或服务分类

单位：元

项目	2022 年 1 月—6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例 (%)						
酒类创意包装	169,993,223.09	69.34%	276,453,085.47	65.50%	186,786,249.06	67.12%	248,420,619.52	70.34%
化妆品、精品创意包装	58,366,255.53	23.81%	102,564,997.20	24.30%	59,058,889.32	21.22%	74,014,221.66	20.96%
茶叶、食品等创意包装	2,090,196.43	0.85%	10,529,307.34	2.49%	4,170,031.68	1.50%	10,742,923.94	3.04%
小计	230,449,675.05	94.00%	389,547,390.01	92.29%	250,015,170.06	89.84%	333,177,765.12	94.33%
创意设计服务	14,718,503.90	6.00%	32,536,220.57	7.71%	28,275,363.27	10.16%	20,008,096.25	5.67%
合计	245,168,178.95	100.00%	422,083,610.58	100.00%	278,290,533.33	100.00%	353,185,861.37	100.00%

科目具体情况及说明:

公司主营业务收入主要来源于创意包装产品销售,报告期内,公司创意包装产品销售收入分别为 33,317.78 万元、25,001.52 万元、38,954.74 万元、23,044.97 万元,占各年主营业务收入的比例分别为 94.33%、89.84%、92.29%、94.00%,整体比重略有下降;公司创意设计服务业务收入分别为 2,000.81 万元、2,827.54 万元、3,253.62 万元、1,471.85 万元,占各年主营业务收入的比例分别为 5.67%、10.16%、7.71%、6.00%,整体比重略有上升。报告期内公司各类产品收入变化情况具体如下:

(1) 创意包装产品

①酒类创意包装产品

报告期内,公司酒类创意包装产品销售收入分别为 24,842.06 万元、18,678.62 万元、27,645.31 万元、16,999.32 万元,占各年主营业务收入的比例分别为 70.34%、67.12%、65.50%、69.34%,报告期内公司酒类创意包装产品销售规模整体呈增长趋势。

公司酒类创意包装产品用于酒产品的外包装,其为酒产品提供防碰撞、防破损等保护作用。近年来,随着国民经济水平的提高,消费者品鉴与艺术欣赏水平随之提高,酒包装的作用不再仅限于为酒产品提供保护,更延伸至提供防伪认证以及宣传产品特点、产品文化等领域。而酒产品为迎合白酒消费群体的消费取向,在酒产品的创意包装领域投入了大量的资源。

以白酒为例,经过数百年的发展白酒现已衍生出包括浓香型、酱香型、清香型等多种香型在内的多种类型,全国各地均有当地特产的白酒品牌。复杂的体系以及众多的品牌在我国塑造了一个竞争相对充分的白酒消费市场。在日益激烈的竞争中,白酒生产商需要通过包装、广告等渠道展示其产品特点、品牌文化等要素,更要通过加强防伪措施避免假冒伪劣产品。

公司通过前瞻性的创意设计能力,以及丰富的生产工艺核心技术积累,推动下游酒产品客户新产品的开发以及老产品的包装升级迭代,并成为其占领、维持市场份额的重要依托。下游酒客户产品的持续推陈出新,也进一步推动公司经营规模扩大。

②化妆品、精品创意包装产品

化妆品、精品创意包装产品是公司创意包装产品中第二大业务板块,报告期内公司化妆品、精品创意包装产品销售收入分别为 7,401.42 万元、5,905.89 万元、10,256.50 万元、**5,836.63 万元**,占各年主营业务收入的比例分别为 20.96%、21.22%、24.30%、**23.81%**,保持稳中有升的趋势。

由于国际知名化妆品品牌大多为欧美品牌,因此公司化妆品、精品创意包装产品销售收入主要来源于外销收入。报告期内,除 2020 年受新冠肺炎疫情影响导致公司化妆品、精品创意包装产品销售收入有所下滑外,公司化妆品、精品创意包装产品销售收入均保持稳定增长的趋势。公司化妆品、精品创意包装产品收入规模在报告期内实现增长,主要得益于:A.公司完善的设计工程转换能力令公司能够将结构、图案较为复杂的设计转换为能够满足生产需求的工艺流程,从而令产品满足客户的量产标准与需求;B.通过设计转换,公司可在较短的时间内按

时、按质、按量地满足客户的订单需求。因此，除 2020 年受新冠肺炎疫情影响收入下降外，公司在报告期内化妆品、精品创意包装产品销售收入规模整体提升。

③茶叶、食品创意包装产品

报告期内，公司茶叶、食品等创意包装产品销售收入金额分别为 1,074.29 万元、417.00 万元、1,052.93 万元、209.02 万元，占主营业务收入比例分别为 3.04%、1.50%、2.49%、0.85%，收入占比较小。公司在茶叶、食品创意包装领域的业务尚处于起步阶段，但茶叶、食品包装领域市场空间巨大，公司看好该领域市场前景，并投入一定资源进行该领域市场开拓，目前已与八马茶叶、燕之屋等行业知名品牌建立了业务合作关系。

(2) 创意设计服务

报告期内，公司创意设计服务收入分别为 2,000.81 万元、2,827.54 万元、3,253.62 万元、1,471.85 万元，占公司主营业务收入比例分别为 5.67%、10.16%、7.71%、6.00%。公司创意设计服务主要围绕酒类、化妆品、茶叶、食品等产品的外包装提供设计服务，包括包装设计以及工艺实现等。随着居民消费水平的提高，消费者日益注重购买产品的附加价值，而产品的生产商亦迎合消费者的需求，在产品外包装、产品宣传、防伪技术等方面投入更多资源。其中，产品外包装是能够直接提升产品附加价值的重要方式，产品生产商可以通过具有创意性的包装体现其产品特点。在此趋势下，创意设计服务为更多的产品生产商所接受，公司创意设计服务的收入规模逐年提高。

3. 主营业务收入按销售区域分类

单位：元

项目	2022 年 1 月—6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例 (%)						
境内销售	194,644,003.39	79.39%	326,373,734.32	77.32%	217,967,192.22	78.32%	272,177,123.03	77.06%
境外销售	50,524,175.56	20.61%	95,709,876.26	22.68%	60,323,341.11	21.68%	81,008,738.34	22.94%
合计	245,168,178.95	100.00%	422,083,610.58	100.00%	278,290,533.33	100.00%	353,185,861.37	100.00%

科目具体情况及说明:

报告期内，公司内销收入金额分别为 27,217.71 万元、21,796.72 万元、32,637.37 万元、19,464.40 万元，占公司主营业务收入的比例分别为 77.06%、78.32%、77.32%、79.39%；公司外销收入金额分别为 8,100.87 万元、6,032.33 万元、9,570.99 万元、5,052.42 万元，占公司主营业务收入的比例分别为 22.94%、21.68%、22.68%、20.61%；公司内外销占比相对稳定。

公司内销客户主要是酒产品生产商，公司向其提供酒类创意包装产品的设计与生产；外销客户主要是化妆品、精品生产商，公司向其提供化妆品、精品创意包装产品的生产销售。就内销客户分布而言，公司内销收入主要集中在北京市、河北省、贵州省、青海省、安徽省、广东省、江苏省、山东省等地，上述地区均为我国著名白酒产地，公司内销收入的分布与酒行业特点保持基本一致。

4. 主营业务收入按销售模式分类

√适用 □不适用

单位：元

项目	2022 年 1 月—6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例 (%)						
直销	245,168,178.95	100.00%	422,083,610.58	100%	278,290,533.33	100%	353,185,861.37	100%
合计	245,168,178.95	100.00%	422,083,610.58	100.00%	278,290,533.33	100.00%	353,185,861.37	100.00%

科目具体情况及说明:

公司的销售模式为直销，客户包括直接客户和贸易商客户。公司贸易商客户为非终端用户客户，报告期内与该类客户交易金额分别为 3,097.11 万元、1,659.82 万元、1,260.79 万元、1,435.47 万元，占公司主营业务收入比例分别为 8.77%、5.96%、2.99%、5.86%，占比较小。

该类贸易商的销售收入主要来源于 Balance，该公司系国际知名品牌的包装物供应商，Balance 在中国采购相关产品。公司对 Balance 的后续销售定价不具有影响力，Balance 亦不对公司产品具有依赖性，公司与 Balance 的交易不属于经销模式。

5. 主营业务收入按季度分类

√适用 □不适用

单位：元

项目	2022 年 1 月—6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)

第一季度	99,685,254.11	40.66%	88,429,935.11	20.95%	57,811,316.64	20.77%	70,122,973.42	19.85%
第二季度	145,482,924.84	59.34%	91,035,321.07	21.57%	53,911,402.16	19.37%	82,670,921.37	23.41%
第三季度	-	-	101,986,203.33	24.16%	55,086,940.84	19.79%	79,386,840.36	22.48%
第四季度	-	-	140,632,151.08	33.32%	111,480,873.69	40.06%	121,005,126.22	34.26%
合计	245,168,178.95	100.00%	422,083,610.58	100.00%	278,290,533.33	100.00%	353,185,861.37	100.00%

科目具体情况及说明：

公司主要从事创意包装的设计与生产，其下游客户包括酒、化妆品、茶叶、食品等产品的生产商，受下游客户销售季节性特征的影响，公司销售存在季节性波动。报告期内，公司第四季度均为销售旺季，2019年至2021年第四季度销售占比分别为34.26%、40.06%和33.32%，第四季度销售占比较高。

2019年至2021年，公司酒类创意包装产品及创意设计服务收入合计占公司主营业务收入比例为76.00%、77.28%和73.21%，是公司收入的主要来源，其销售季节性变化情况如下：

单位：元

项目	2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
第一季度	67,076,576.66	21.71%	44,191,296.30	20.55%	54,135,256.18	20.17%
第二季度	61,248,398.85	19.82%	35,827,134.08	16.66%	57,500,145.28	21.42%
第三季度	69,575,271.53	22.52%	40,882,597.68	19.01%	53,851,134.32	20.06%
第四季度	111,089,059.01	35.95%	94,160,584.27	43.78%	102,942,179.99	38.35%

合计	308,989,306.04	100.00%	215,061,612.33	100.00%	268,428,715.77	100.00%
----	----------------	---------	----------------	---------	----------------	---------

如上表所示，公司酒类创意包装及创意设计服务收入存在季节性波动，其中第四季度为销售旺季，占2019年至2021年全年销售比例各期分别为38.35%、43.78%、35.95%。

酒产品是公司创意包装产品服务的主要对象。受国内传统文化的影响，酒类产品是与春节密切相关的消费品，酒类品牌为满足消费需求，通常需在第三季度开始备货，并在第四季度大量出货。一般而言，相关创意包装产品的出货高峰集中于第四季度，并根据下一年春节的具体时间，其出货高峰可延续至当年年末至下年年初。

综上所述，公司第四季度销售收入占比较高，具有合理性，符合行业特点。

6. 主营业务收入按其他分类

适用 不适用

7. 前五名客户情况

单位：元

2022年1月—6月				
序号	客户	销售金额	年度销售额占比 (%)	是否存在关联关系
1	承德乾隆醉酒业有限责任公司	36,109,806.82	14.66%	否
2	北京顺鑫农业股份有限公司牛栏山酒厂	30,852,744.25	12.52%	否
3	安徽古井贡酒股份有限公司	11,723,558.84	4.76%	否
4	BALANCEINC	11,416,680.75	4.63%	否
5	青海互助天佑德青稞酒股份有限公司	9,781,036.91	3.97%	否
合计		99,883,827.57	40.54%	-
2021年度				
序号	客户	销售金额	年度销售额占比 (%)	是否存在关联关系
1	北京顺鑫农业股份有限公司牛栏山酒厂	78,006,388.85	18.30%	否
2	承德乾隆醉酒业有限责任公司	50,290,925.12	11.80%	否
3	青海互助天佑德青稞酒股份有限公司	25,751,820.96	6.04%	否
4	安徽古井贡酒股份有限公司	24,823,408.55	5.82%	否

5	小糊涂仙酒业（集团）有限公司	17,481,791.92	4.10%	否
合计		196,354,335.40	46.06%	-
2020 年度				
序号	客户	销售金额	年度销售额占比 (%)	是否存在关联关系
1	北京顺鑫农业股份有限公司牛栏山酒厂	55,594,594.12	19.71%	否
2	承德乾隆醉酒业有限责任公司	41,577,497.85	14.74%	否
3	BALANCEINC	13,417,617.94	4.76%	否
4	青海互助天佑德青稞酒股份有限公司	12,305,151.75	4.36%	否
5	安徽古井贡酒股份有限公司	11,133,300.55	3.95%	否
合计		134,028,162.21	47.51%	-
2019 年度				
序号	客户	销售金额	年度销售额占比 (%)	是否存在关联关系
1	北京顺鑫农业股份有限公司牛栏山酒厂	86,587,548.22	24.27%	否
2	承德乾隆醉酒业有限责任公司	53,983,248.01	15.13%	否
3	青海互助天佑德青稞酒股份有限公司	37,583,040.93	10.53%	否
4	BALANCEINC	24,684,912.23	6.92%	否
5	小糊涂仙酒业（集团）有限公司	16,529,954.61	4.63%	否
合计		219,368,704.00	61.48%	-

科目具体情况及说明：

如上表所示，报告期内公司对前五名客户销售占营业收入比例分别为 61.48%、47.51%、46.06%、40.54%，占比逐年下降，主要是公司在服务、维护好现有大客户的同时，大力拓展及扩大其他现有客户和新客户的销售规模，导致前五名客户销售占比下降。

报告期内，公司前五名客户构成相对稳定，未发生较大变化。

8. 其他披露事项

无

9. 营业收入总体分析

报告期内，公司营业收入分别为 35,682.17 万元、28,207.65 万元、42,634.73 万元、24,637.56 万元，其整体规模的变动主要受酒类、化妆品的终端消费趋势影响。其中，2020 年初新冠肺炎疫情的爆发，导致当年酒类、化妆品的终端消费减少，公司 2020 年营业收入较上年呈现较为明显的下滑；2021 年，随着新冠肺炎疫情的逐步受控，酒类、化妆品的终端消费复苏，公司 2021 年营业收入较 2020 年有较为显著的增长，相较于 2019 年而言亦有较好的表现。新冠肺炎疫情对消费经济短期内产生了冲击较大的不利影响，但由于新冠肺炎疫情属于偶发性事件，对公司经营能力的变化不构成直接不利影响。

（二） 营业成本分析

1. 成本归集、分配、结转方法

（1）创意包装产品的成本核算流程和方法

创意包装产品业务，系公司根据客户订单需求为客户定制生产指定的创意包装产品的业务。创意包装产品成本包括直接材料、直接人工、制造费用、外协费用、外购产品。发行人接受客户产品订单后，制定生产计划，形成生产工单，以生产工单为成本核算对象。产品完工后，转入“存货-库存商品”中进行管理，产品完工成本为生产阶段对应的完工单位成本与完工数量的乘积。产品销售后，发行人根据销售数量、完工产品单位成本、运输费用结转产品销售成本。

具体的成本归集、分配、结转方法如下：

①直接材料的归集

发行人直接材料的领用通过 ERP 系统控制。发行人取得销售订单后，会根据订单需求排期生产，并形成生产工单。在生产前，生产人员在 ERP 系统根据生产工单、BOM 表填报需领用的直接材料类型、数量，并根据领料单领料。完成相应生产任务后，生产人员将未耗用的直接材料退库，并在 ERP 系统中填报实际耗用的直接材料类型、数量。ERP 系统根据相关工单实际耗用的直接材料类型、数量以及移动加权平均单价计算对应成本。

②直接人工的归集

直接人工为直接生产人员的薪酬。生产人员根据生产计划进行生产，并在工时记录表中填报各生产工单所耗用的工时。发行人人事及财务部门按月归集生产部门实际发生的直接人工，并根据各生产工单实际耗用工时的比例，将其直接人工分配至各生产工单。

③制造费用的归集

制造费用为间接生产人员的薪酬、设备折旧、水电费等。公司按月归集生产部门实际发生的制造费用。并根据各生产工单中实际耗用工时的比例将制造费用分配至各个生产工单。

④外协费用的归集

发行人根据生产计划，对需要外协加工的产品，在相关工单中按照外协加工完工入库的存

货数量及外协加工单价对外协费用进行核算。当外协加工完成后，发行人采购人员对外协加工产品进行验收，满足验收条件后确认外协费用。加工完成的产品入库时，发行人对外协费用、委托加工物资进行归集。

⑤外购产品的归集

对于需要外购产品（含外购部件或外购成品）的工单，发行人将该工单项下产生的外购产品成本直接归集到对应工单中。

⑥运输费用的归集

由于创意包装产品完工后，发行人根据客户的发货需要安排发货，且因公司产品完工成本按照个别计价法进行核算，因此公司能够准确计量每批次出货的产品销售成本，对应出货批次产生的运输费用，与该批次的产品销售成本一同计量。

⑦成本的结转

客户验收产品合格后，公司确认相关收入，公司按照产品销售数量以及产品生产单价确认产品完工成本，从库存商品中结转至营业成本，并加上相应的运输费用，一同形成产品销售成本。

(2) 创意包装设计的成本核算流程和方法

创意包装设计业务，系公司根据客户订单需求为客户定制设计创意包装产品的业务，形成的工作成果包括设计稿件或打样样品。发行人的设计成本主要包括直接人工、直接材料、制造费用、外协费用、外购产品，具体的成本归集、分配、结转方法如下：

①直接人工的归集

发行人取得设计销售订单后，会形成设计工单，并分配相应的设计人员与工程人员跟踪、执行设计工单。设计人员负责产品设计，工程人员负责产品工艺落地。每月末，发行人的设计人员与工程人员均会向其主管人员提报其在当月所参与的设计项目及在相关设计中耗用的实际工时。发行人人事及财务部门汇总设计人员与工程人员的薪酬后，会根据相关人员在相应设计工单中实际耗用的工时比例，将其薪酬分配至各个工单，并直接结转至对应设计工单的直接人工成本。

②直接材料的归集

对于客户提出打样需求的设计工单，发行人工程人员会根据客户的打样需求领用相关的直接材料，并在 ERP 系统中填报。ERP 系统会根据工程人员领用的直接材料类型、数量以及移动加权平均单价计算对应成本，并直接结转至对应设计工单的直接材料成本。

③制造费用的归集

创意包装设计业务的制造费用，是根据当月各个设计工单耗用工时的比例进行分配。

④外协费用的归集

对需要外协打样的产品，在相关设计工单中按照外协打样完工的样品数量及外协打样价格对外协费用进行核算。当外协打样完成后，公司采购人员对外协打样产品进行验收，满足验收

条件后直接确认外协费用。

⑤外购产品的归集

对于需要外购产品的设计工单，公司将该设计工单项下产生的外购产品成本直接归集、结转至对应设计工单中。

⑥运输费用的归集

由于发行人创意设计服务通常向客户交付的是设计稿件或样品，其产生的运费金额极小，基于成本效益原则，不在营业成本中进行核算。

⑦成本的结转

由于设计业务是否能够取得客户确认存在一定的不确定性，因此月末发行人将已发生的设计工单成本结账至营业成本。

2. 营业成本构成情况

单位：元

项目	2022年1月—6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
主营业务成本	162,624,653.18	99.76%	274,001,808.64	99.20%	166,784,254.76	98.84%	203,900,615.51	99.19%
其他业务成本	389,437.82	0.24%	2,200,930.18	0.80%	1,963,671.41	1.16%	1,669,877.87	0.81%
合计	163,014,091.00	100.00%	276,202,738.82	100.00%	168,747,926.17	100.00%	205,570,493.38	100.00%

科目具体情况及说明：

报告期内，公司营业成本的构成与营业收入的构成相匹配。

3. 主营业务成本构成情况

√适用 □不适用

单位：元

项目	2022年1月—6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)

直接材料	48,615,014.94	29.89%	75,833,793.70	27.68%	42,988,910.07	25.78%	57,283,367.57	28.09%
直接人工	15,185,898.59	9.34%	26,202,422.08	9.56%	14,632,528.80	8.77%	18,562,569.25	9.10%
制造费用	11,070,003.08	6.81%	19,616,411.53	7.16%	12,412,858.06	7.44%	15,229,283.53	7.47%
外协费用	37,534,088.06	23.08%	88,144,604.52	32.17%	58,917,106.37	35.33%	69,493,917.87	34.08%
外购产品	42,784,739.30	26.31%	49,286,733.28	17.99%	28,493,911.41	17.08%	43,331,477.30	21.25%
运输费用	7,434,909.20	4.57%	14,917,843.53	5.44%	9,338,940.06	5.60%		0.00%
合计	162,624,653.18	100.00%	274,001,808.64	100.00%	166,784,254.76	100.00%	203,900,615.51	100.00%

科目具体情况及说明:

公司主营业务成本包括直接材料、直接人工、制造费用、外购产品、外协费用。

其中，直接材料是公司主营业务成本的主要构成，报告期内金额分别为 5,728.34 万元、4,298.89 万元、7,583.38 万元、4,861.50 万元，占主营业务成本的比例分别为 28.09%、25.78%、27.68%、29.89%。公司的直接材料主要由纸制品、油墨材料等构成。

同时，由于公司将部分产品或部件通过整单外包的模式委托其他包装生产商生产，相关产品或部件生产完毕后由公司购进。因此，采用整单外包的模式委托生产并购进的产品成本为外购产品，报告期内公司外购产品占主营业务成本的比例分别为 21.25%、17.08%、17.99%、26.31%。

而外协费用则是公司提供全部或部分主料，将部分非核心工序委托外协加工商加工所形成的外协加工成本，报告期内公司外协费用占主营业务成本的比例分别为 34.08%、35.33%、32.17%、23.08%。

公司主营业务成本中的其他重要组成部分还包括直接人工和制造费用，报告期内直接人工占公司主营业务成本的比例分别为 9.10%、8.77%、9.56%、9.34%，制造费用占公司主营业务成本的比例分别为 7.47%、7.44%、7.16%、6.81%。其中，公司制造费用主要包括折旧摊销、间接人工薪酬、水电费等。

4. 主营业务成本按产品或服务分类

单位：元

	2022年1月—6月	2021年度	2020年度	2019年度
--	------------	--------	--------	--------

项目	金额	比例 (%)						
酒类 创意 包装	118,390,531.03	72.80%	187,358,613.80	68.38%	123,222,596.64	73.88%	151,881,926.18	74.49%
化妆 品、 精品 创意 包装	35,247,184.05	21.67%	64,501,336.67	23.54%	33,759,284.78	20.24%	38,626,903.57	18.94%
茶 叶、 食品 创意 包装	1,499,342.83	0.92%	7,438,911.51	2.71%	2,755,291.20	1.65%	6,051,481.43	2.97%
创意 设计 服务	7,487,595.27	4.60%	14,702,946.65	5.37%	7,047,082.14	4.23%	7,340,304.33	3.60%
合 计	162,624,653.18	100.00%	274,001,808.64	100.00%	166,784,254.76	100.00%	203,900,615.51	100.00%

科目具体情况及说明:

报告期内，公司主营业务成本主要由酒类创业包装成品构成，各期占比分别为 74.49%、73.88%、68.38%、72.80%。主营业务成本中各类产品成本占比与收入占比情况匹配，其变化情况与收入波动情况一致。

5. 前五名供应商情况

单位：元

2022年1月—6月				
序号	供应商	采购金额	年度采购额占比 (%)	是否存在关联关系
1	深圳市纸艺纸品包装有限公司	9,194,328.12	7.07%	否
2	惠州市文兴工艺制品有限公司	7,934,620.86	6.10%	否

3	阜阳亿彩包装材料有限公司	4,746,562.18	3.65%	否
4	保定旭光纸板制造有限公司	4,640,534.53	3.57%	否
5	深圳市富裕金卡纸品有限公司	4,234,833.26	3.26%	否
合计		30,750,878.95	23.64%	-
2021 年度				
序号	供应商	采购金额	年度采购额占比 (%)	是否存在关联关系
1	深圳市纸艺纸品包装有限公司	12,866,625.20	5.51%	否
2	惠州市文兴工艺制品有限公司	12,771,606.95	5.47%	否
3	阜阳亿彩包装材料有限公司	12,120,482.10	5.19%	否
4	深圳市富裕金卡纸品有限公司	10,150,067.70	4.35%	否
5	保定旭光纸板制造有限公司	8,100,965.07	3.47%	否
合计		56,009,747.02	23.99%	-
2020 年度				
序号	供应商	采购金额	年度采购额占比 (%)	是否存在关联关系
1	深圳市纸艺纸品包装有限公司	10,225,671.18	7.65%	否
2	惠州市文兴工艺制品有限公司	10,209,861.18	7.64%	否
3	阜阳亿彩包装材料有限公司	8,172,629.64	6.11%	否
4	保定市银泰纸制品包装有限公司	5,309,993.71	3.97%	否
5	深圳凤彩纸品包装有限公司	4,796,385.02	3.59%	否
合计		38,714,540.73	28.95%	-
2019 年度				
序号	供应商	采购金额	年度采购额占比 (%)	是否存在关联关系
1	深圳市纸艺纸品包装有限公司	12,005,382.73	6.46%	否
2	惠州市文兴工艺制品有限公司	11,268,070.97	6.06%	否
3	阜阳亿彩包装材料有限公司	11,063,727.74	5.95%	否

4	深圳风彩纸品包装有限公司	8,287,017.75	4.46%	否
5	保定市银泰纸品包装有限公司	7,540,137.03	4.05%	否
合计		50,164,336.22	26.98%	-

科目具体情况及说明:

报告期内，发行人向各期前五大供应商采购的金额分别为 5,016.43 万元、3,871.45 万元、5,600.97 万元、3,075.09 万元，占当期采购额的比例分别为 26.98%、28.95%、23.99%、23.64%。

6. 其他披露事项

无

7. 营业成本总体分析

报告期内，发行人营业成本分别为 20,557.05 万元、16,874.79 万元、27,620.27 万元、16,301.41 万元。发行人营业成本的变动趋势与发行人营业收入的变动趋势大体相符。

(三) 毛利率分析

1. 毛利按产品或服务分类构成情况

单位：元

项目	2022年1月—6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
主营业务毛利	82,543,525.77	99.02%	148,081,801.94	98.63%	111,506,278.57	98.39%	149,285,245.86	98.70%
其中： 酒类 创意 包装	51,602,692.06	61.90%	89,094,471.67	59.34%	63,563,652.42	56.09%	96,538,693.34	63.83%
化妆品、 精品	23,119,071.48	27.73%	38,063,660.53	25.35%	25,299,604.54	22.32%	35,387,318.09	23.40%

创意包装								
茶叶、食品创意包装	590,853.60	0.71%	3,090,395.83	2.06%	1,414,740.48	1.25%	4,691,442.51	3.10%
创意设计服务	7,230,908.63	8.67%	17,833,273.92	11.88%	21,228,281.13	18.73%	12,667,791.92	8.38%
其他业务毛利	818,025.85	0.98%	2,062,745.98	1.37%	1,822,288.55	1.61%	1,965,942.21	1.30%
合计	83,361,551.62	100.00%	150,144,547.92	100.00%	113,328,567.12	100.00%	151,251,188.07	100.00%

科目具体情况及说明:

报告期内，公司分别实现毛利 15,125.12 万元、11,332.86 万元、15,014.45 万元、8,336.16 万元，毛利的变动趋势及构成与营业收入、营业成本的变动趋势及构成保持一致。其中，主营业务毛利在报告期内各期占公司毛利的比例均在 98%以上，占比保持稳定。

报告期内，公司各类产品毛利在主营业务毛利中的占比在报告期内保持相对稳定，酒类创意包装、化妆品、精品创意包装、创意设计服务是报告期内主营业务毛利的主要来源。

2. 主营业务按产品或服务分类的毛利率情况

项目	2022年1月—6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	毛利率 (%)	主营收入占比 (%)	毛利率 (%)	主营收入占比 (%)	毛利率 (%)	主营收入占比 (%)	毛利率 (%)	主营收入占比 (%)
酒类创意包装	30.36%	69.34%	32.23%	65.50%	34.03%	67.12%	38.86%	70.34%

化妆品、精品 创意包装	39.61%	23.81%	37.11%	24.30%	42.84%	21.22%	47.81%	20.96%
茶叶、食品创 意包装	28.27%	0.85%	29.35%	2.49%	33.93%	1.50%	43.67%	3.04%
创意设计服务	49.13%	6.00%	54.81%	7.71%	75.08%	10.16%	63.31%	5.67%
主营业务毛利 率	33.67%	100.00%	35.08%	100.00%	40.07%	100.00%	42.27%	100.00%

科目具体情况及说明:

报告期内，公司主营业务毛利率分别为 42.27%、40.07%、35.08%、33.67%。报告期内公司主营业务毛利率有所下降，主要来源于酒类创意包装产品及创意设计服务的毛利率变化。报告期内公司各类产品毛利率变化情况具体如下：

(1) 酒类创意包装

酒类创意包装是公司最主要的产品之一，报告期内，酒类创意包装产品收入占主营业务比例分别为 70.34%、67.12%、65.50%、69.34%，其毛利率水平的变动，是公司主营业务毛利率变动的主要来源。报告期内，酒类创意包装产品毛利率 38.86%、34.03%、32.23%、30.36%，报告期内毛利率下降，主要原因如下：

①公司执行新收入准则，运费纳入成本核算导致毛利率下降

自 2020 年起，公司执行新收入准则，将原在销售费用中列报的运输相关费用，根据具体履约义务约定及履行、交付情况分类至销售成本。运输相关费用因准则变更重分类对公司酒类创意包装产品毛利率影响具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
收入	16,999.32	27,645.31	18,678.62	24,842.06
成本	11,839.05	18,735.86	12,322.26	15,188.19
运输费用	536.46	953.89	636.53	-
剔除运费后的成本	11,302.59	17,781.97	11,685.73	15,188.19
原毛利率	30.36%	32.23%	34.03%	38.86%
剔除运费后毛利率	33.51%	35.68%	37.44%	38.86%
运费重分类对毛利率影响数	-3.16%	-3.45%	-3.41%	-

如上表所示，报告期内公司销售成本中与已确认酒类创意包装销售收入相关的运输费用金额分别为 0 万元、636.53 万元、953.89 万元、536.46 万元，剔除运费因准则变更而重分类的影响，报告期内公司酒类创意包装产品毛利率分别为 38.86%、37.44%、35.68%、33.51%，2020 年

度、2021年度、2022年1-6月运输费用重分类对公司酒类产品销售毛利率的影响分别为-3.41%、-3.45%、-3.16%，剔除运费重分类影响后，公司酒类创意包装产品毛利率下降幅度较小。

②纸张等主要原材料价格上升导致酒类创意包装产品毛利率下降

公司酒类创意包装产品的成本主要由直接材料、外协费用及外购产品费用构成，其中直接材料的占比分别为 34.18%、27.91%、34.96%、38.27%，是公司成本的主要构成。公司直接材料主要由纸张构成，报告期内，因纸张相关大宗商品原材料涨价，公司纸张采购价格也随之增长。以公司使用较多的金银卡纸为例，报告期内其采购价格分别为 1.86 元/平方、1.88 元/平方、2.10 元/平方、2.09 元/平方，采购价格逐年上升。纸张等原料的采购价格上升，导致公司酒类创意包装产品 2020 年度、2021 年度毛利率下降。

(2) 化妆品、精品创意包装

报告期内，公司化妆品、精品创意包装产品销售毛利率分别为 47.81%、42.84%、37.11%、39.61%，化妆品、精品创意包装产品毛利率逐年下降，主要是因收入准则变化导致的运输费用重分类、原材料采购价格上升，以及境内销售占比上升所导致的。

①公司执行新收入准则，运费纳入成本核算导致毛利率下降

自 2020 年起，公司执行新收入准则，将原在销售费用中列报的运输相关费用，根据具体履约义务约定及履行、交付情况分类至销售成本。运输相关费用因准则变更重分类对公司化妆品、精品创意包装产品毛利率影响具体情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
收入	5,836.63	10,256.50	5,905.89	7,401.42
成本	3,524.72	6,450.13	3,375.93	3,862.69
运输费用	203.13	400.72	269.46	-
剔除运费后的成本	3,321.59	6,049.41	3,106.47	3,862.69
原毛利率	39.61%	37.11%	42.84%	47.81%
剔除运费后毛利率	43.09%	41.02%	47.40%	47.81%
运费重分类对毛利率影响数	-3.48%	-3.91%	-4.56%	-

如上表所示，报告期内公司销售成本中与已确认化妆品、精品创意包装销售收入相关的运输费用金额分别为 0 万元、269.46 万元、400.72 万元、203.13 万元，剔除运费因准则变更而重分类的影响，报告期内公司化妆品、精品创意包装产品毛利率分别为 47.81%、47.40%、41.02%、43.09%，2020 年度、2021 年度运输费用重分类对公司化妆品、精品创意包装产品销售毛利率的影响分别为-4.56%、-3.91%、-3.48%，剔除运费重分类影响后，公司化妆品、精品创意包装产品毛利率波动幅度较小。

②纸张等主要原材料价格上升导致化妆品、精品创意包装产品毛利率下降

报告期内，因纸张相关大宗商品原材料涨价，公司及外协厂商、外购厂商的纸张采购价格也随之增长，进而导致公司化妆品、精品创意包装产品直接材料、外协加工以及整单采购的成本上升，毛利率下降。

(3) 茶叶、食品创意包装

报告期内，公司茶叶、食品等创意包装产品销售金额分别为 1,074.29 万元、417.00 万元、1,052.93 万元、209.02 万元，占主营业务收入比例较小，分别为 3.04%、1.50%、2.49%、0.85%，销售毛利率分别为 43.67%、33.93%、29.35%、28.27%，波动较大。公司茶叶、食品等创意包装销售占比较低，其销售毛利率波动，对公司主营业务毛利率影响程度较小。

公司在茶叶、食品等创意包装领域的业务尚处于起步阶段，客户渠道、产品类型均处于挖掘、开拓阶段，业务尚未稳定，因此其毛利率波动具有合理性。

(4) 创意设计服务

报告期内，公司创意设计服务收入金额分别为 2,000.81 万元、2,827.54 万元、3,253.62 万元、1,471.85 万元，主营业务收入比例分别为 5.67%、10.16%、7.71%、6.00%，销售毛利率分别为 63.31%、75.08%、54.81%、49.13%，存在一定波动。

公司创意设计服务，主要是创意设计人员根据客户需求设计相关产品，并根据客户要求提供相关样品的服务，所交付的内容定制化程度高。设计稿件验收确认过程中，客户亦存在一定程度主观判断差异，导致设计稿件修改程度及次数存在一定不确定性，进而导致所投入人工、物料等成本变化。因此，公司创意设计服务毛利率水平波动，与其业务特性相关，具有合理性。

此外，在创意设计业务成本核算中，报告期各期末的未完工订单成本均于当期结转，各期末未完工订单的数量变化，亦导致公司创意设计业务毛利率水平波动。

3. 主营业务按销售区域分类的毛利率情况

√适用 □不适用

项目	2022年1月—6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	毛利率 (%)	主营收入占比 (%)	毛利率 (%)	主营收入占比 (%)	毛利率 (%)	主营收入占比 (%)	毛利率 (%)	主营收入占比 (%)
内销收入	31.89%	79.39%	34.74%	77.32%	39.24%	78.32%	40.59%	77.06%
外销收入	40.52%	20.61%	36.26%	22.68%	43.06%	21.68%	47.91%	22.94%

科目具体情况及说明：

按销售区域划分，报告期内公司内销业务毛利率分别为 40.59%、39.24%、34.74%、31.89%，外销业务毛利率分别为 47.91%、43.06%、36.26%、40.52%。整体而言，公司外销业务

毛利率要高于内销业务毛利率，主要是公司外销业务所提供的产品和服务模式所决定的。

(1) 产品类别差异

公司外销业务主要是向境外客户提供化妆品、精品创意包装产品的生产。化妆品、精品种类、规格繁多，其包装物的个性化程度较高，因此导致化妆品、精品创意包装的销售单价较高。同时，由于化妆品的体积大多较小，化妆品包装物生产过程中需要耗用的原材料较少，单价与单位耗用原材料的比重较高。因此，以化妆品、精品创意包装产品为主的外销业务的毛利率较高。

公司内销业务主要为酒类创意包装产品，与化妆品、精品领域相比，酒类产品对于包装物的价格敏感度相对较高，因此，公司内销业务毛利率相对较低。

(2) 客户差异

欧美化妆品企业主导了全球化妆品市场，公司外销业务的客户大多为处于欧美等大洲的发达国家，因此海外客户对单价承受度较高，公司报价弹性较大，因此公司外销业务毛利较高。

4. 主营业务按照销售模式分类的毛利率情况

适用 不适用

5. 可比公司毛利率比较分析

公司名称	2022年1月—6月	2021年度	2020年度	2019年度
裕同科技	21.10%	21.54%	26.83%	30.03%
上海艾录	24.52%	28.56%	33.94%	29.68%
美盈森	18.83%	22.89%	23.73%	32.07%
中荣股份	-	22.10%	23.20%	25.37%
艺虹股份	-	13.76%	16.42%	20.83%
平均数(%)	21.48%	21.77%	24.82%	27.59%
发行人(%)	33.84%	35.22%	40.18%	42.39%

科目具体情况及说明:

报告期内，公司毛利率分别为 42.39%、40.18%、35.22%、33.84%，同期可比公司毛利率平均水平分别为 27.59%、24.82%、21.77%、21.48%，公司毛利率水平高于同行业，主要原因是公司所提供的优质包装产品基本建立在创意设计的基础之上，产品定价包含了创意设计的溢价；此外，公司下游客户依赖公司的设计、开发能力，支撑、推动其产品更新迭代，客户为此支付较高产品溢价导致公司毛利率水平与同行业公司相比较为高。

(1) 公司所提供的优质包装产品基本建立在创意设计的基础之上，产品定价包含了创意设计的溢价

公司以品牌策略规划和创意设计为核心，将品牌形象与文化创意相融合，专注于为酒类、化妆品、茶叶、食品等消费品领域客户提供品牌策略规划、创意设计、技术研发、产品交付四位一体的产品形象工程整体解决方案。在具体业务执行上，公司所交付给客户的产品，均包含了公司创意设计的溢价，并依托公司突出的设计工程转化能力，使得公司独特的创意设计能够得以转化，并最终形成产品交付。因此，优秀的创意设计能力，以及突出的设计工程转化能力，是公司产品定价的有力支撑。

(2) 公司下游客户依赖公司的设计、开发能力，支撑、推动其产品更新迭代，客户为此支付较高产品溢价

公司依托品牌策略规划、创意设计、技术研发、产品交付四位一体的产品形象工程整体解决方案能力，通过产品市场与消费者需求的深入调研，配合客户挖掘品牌定位和产品卖点，为下游客户提供品牌策略规划、包装设计和产品推广方案，推动客户新产品开发与老产品的迭代升级，以满足终端消费者不断变化的需求。

公司凭借长期积累的创意设计素材库和设计方法论，在客户产品规划、开发和销售过程，为客户提供高附加值的创意设计服务和优质的创意包装产品，有助于提高客户粘性，避免低价竞争。公司下游客户依赖公司的设计、开发能力，支撑、推动其产品更新迭代，客户为此支付较高产品溢价，导致公司毛利率水平高于同行业可比公司。

(3) 下游客户自身产品毛利率水平较高，愿意为提升其产品档次、内涵的包装物支付较高溢价

公司下游客户主要为酒类产品客户，主要包括除茅台、五粮液等顶端品牌之外的一线白酒品牌，如汾酒、古井贡酒、酒鬼酒、糊涂酒、牛栏山、衡水老白干等。该类品牌为进入并抢占高端白酒市场份额，须在品牌策划、包装设计等领域投入更多的资金及资源，并在具体产品成本上给予包装物成本更高的预算空间。由于其高端白酒产品自身售价及毛利率水平较高，对于可提升其产品档次及外观形象、产品内涵的包装物的价格敏感性较低。因此，公司对该类客户的产品销售毛利率较高，导致整体毛利率水平高于同行业可比公司。

(4) 较为复杂的产品工艺导致毛利率水平高于同行业

除创意设计外，公司提供的包装物工艺较为复杂，包括外包装（包括纸盒、木盒等不同材质）和内包装（包括不同造型的陶瓷），还包含了 3D 悬浮微纳防伪技术、纹理烫金技术、UV 数码浮雕立体肌理工艺、多段感温变色油墨、防伪卡扣等核心技术，产品附加值相对高于普通包装物，导致公司产品毛利率水平高于同行业可比公司。

6. 其他披露事项

无

7. 毛利率总体分析

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
综合毛利率	33.84%	35.22%	40.18%	42.39%
主营业务毛利率	33.67%	35.08%	40.07%	42.27%

报告期内，公司综合毛利率分别为 42.39%、40.18%、35.22%、33.84%，主营业务毛利率分别为 42.27%、40.07%、35.08%、33.67%，综合毛利率和主营业务毛利率存在一定程度下降，主要是由公司执行新收入准则，原列报与销售费用项下的运输费用分类至销售成本导致毛利率降低；此外，纸张等原材料价格上涨，也是公司毛利率水平下降的重要原因。

（四） 主要费用情况分析

单位：元

项目	2022年1月—6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	营业收入占比 (%)	金额	营业收入占比 (%)	金额	营业收入占比 (%)	金额	营业收入占比 (%)
销售费用	16,617,921.88	6.74%	35,835,149.71	8.41%	29,307,352.44	10.39%	51,311,561.62	14.38%
管理费用	26,343,284.70	10.69%	51,585,689.74	12.10%	36,634,131.34	12.99%	40,222,710.73	11.27%
研发费用	8,664,826.94	3.52%	17,483,114.37	4.10%	15,804,232.98	5.60%	14,305,611.35	4.01%
财务费用	-1,065,268.43	-0.43%	2,659,333.30	0.62%	3,346,712.39	1.19%	15,745.26	0.00%
合计	50,560,765.09	20.52%	107,563,287.12	25.23%	85,092,429.15	30.17%	105,855,628.96	29.67%

科目具体情况及说明：

报告期内，公司期间费用合计金额分别为 10,585.56 万元、8,509.24 万元、10,756.33 万元、5,056.08 万元，占营业收入的比例分别为 29.67%、30.17%、25.23%、20.52%。

1. 销售费用分析
(1) 销售费用构成情况

单位：元

项目	2022年1月—6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
职工薪酬	11,525,318.22	69.35%	22,666,473.62	63.25%	19,469,943.87	66.43%	21,283,911.65	41.48%
招待费	858,125.32	5.16%	3,316,437.36	9.25%	1,973,174.85	6.73%	2,345,419.76	4.57%
宣传推广费	960,181.63	5.78%	3,261,168.99	9.10%	1,974,584.07	6.74%	6,191,879.23	12.07%
交通差旅费	764,135.81	4.60%	1,807,571.99	5.04%	1,347,677.42	4.60%	1,927,249.77	3.76%
固定资产及使用权资产折旧	863,012.92	5.19%	1,755,667.37	4.90%	102,086.37	0.35%	103,564.59	0.20%
长期待摊费用摊销	410,066.26	2.47%	820,132.44	2.29%	792,179.18	2.70%	493,363.01	0.96%
运输、出口费用	-	-	-	-	-	-	14,424,035.74	28.11%
租赁费	121,752.54	0.73%	298,160.44	0.83%	1,220,237.11	4.16%	1,560,727.26	3.04%
售后费用	102,922.71	0.62%	197,233.40	0.55%	127,838.85	0.44%	156,255.42	0.30%
股份支付	291,683.82	1.76%	25,550.34	0.07%	721,965.57	2.46%	432,424.48	0.84%
其他费用	720,722.65	4.34%	1,686,753.76	4.71%	1,577,665.15	5.38%	2,392,730.71	4.66%
合计	16,617,921.88	100.00%	35,835,149.71	100.00%	29,307,352.44	100.00%	51,311,561.62	100.00%

(2) 销售费用率与可比公司比较情况

公司名称	2022年1月—6月	2021年度	2020年度	2019年度
裕同科技	2.38%	2.45%	2.74%	4.80%
上海艾录	2.21%	1.88%	4.87%	4.97%
美盈森	6.37%	6.96%	5.26%	7.14%
中荣股份	-	2.69%	2.77%	4.78%
艺虹股份	-	1.07%	1.30%	4.29%
平均数(%)	3.65%	3.01%	3.39%	5.20%

发行人 (%)	6.74%	8.41%	10.39%	14.38%
原因、匹配性分析	<p>报告期内，公司销售费用率整体高于同行业平均水平，主要是由公司业务开展模式与同行业差异所导致的。与同行业公司相对稳定的客户群体及产品风格不同，公司销售收入的形成与增长，主要依靠下游客户产品升级迭代驱动。在具体销售活动中，公司需通过基于下游客户产品应用场景的新风格、新工艺的持续开发，向下游客户持续推介新的包装风格及产品设计方案，进而驱动客户下单并形成公司销售收入，上述持续的客户需求开发及挖掘，需要公司投入大量的人力及资源，进而导致公司销售费用率较高。</p>			

(3) 科目具体情况及说明

报告期内，公司销售费用金额分别为 5,131.16 万元、2,930.74 万元、3,583.51 万元、1,661.79 万元，占公司营业收入的比例分别为 14.38%、10.39%、8.41%、6.74%。报告期内，公司销售费用的变动主要是受以下因素影响：①疫情因素。2020 年，公司销售活动受新冠肺炎疫情爆发的影响而有所减少，从而导致公司宣传推广费、交通差旅费等销售费用降低，2020 年上述三项费用较 2019 年减少合计 479.68 万元；②根据新收入准则，2020 年起公司在成本中核算因履行合同而发生的运费，而不再在销售费用中核算，因此 2020 年公司销售费用因上述事项较 2019 年减少 1,442.40 万元。

公司销售费用在报告期内主要由职工薪酬、招待费、宣传推广费、交通差旅费构成。

1) 职工薪酬

报告期内，公司销售费用项下的职工薪酬金额分别为 2,128.39 万元、1,946.99 万元、2,266.65 万元、1,152.53 万元。2020 年公司销售人员薪酬较 2019 年有所下降，主要原因是新冠肺炎疫情的爆发，导致公司销售业务开拓受到一定影响，销售人员的业绩奖金在 2020 年有所下滑。2021 年，随着新冠肺炎疫情的受控，公司业务逐渐复苏，销售人员的业绩奖金随之上涨，进而导致 2021 年度销售费用项下职工薪酬上升。

2) 招待费、宣传推广费、交通差旅费

报告期内，公司销售费用中招待费、宣传推广费、交通差旅费三项费用的金额合计分别为 1,046.45 万元、529.54 万元、838.52 万元、258.24 万元。招待费、宣传推广费、交通差旅费是公司销售费用的重要组成部分。2020 年度、2021 年度公司上述 3 项费用减少，主要是公司因疫情影响相关展会等营销活动无法正常开展，导致费用下降。

3) 运输费及进出口费

运输费主要是公司向内销客户运送货物至指定地点所发生的费用，进出口费主要是公司向海外客户运送货物至指定地点所发生的运输等相关费用，运输费与进出口费主要是公司履行合同而发生的费用。2020 年起，根据新收入准则，公司在成本中核算因履行合同而发生的运费，

而不在销售费用中核算。

2. 管理费用分析

(1) 管理费用构成情况

单位：元

项目	2022年1月—6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	比例 (%)						
职工薪酬	18,067,509.56	68.58%	33,575,590.66	65.09%	22,385,329.97	61.11%	24,006,071.07	59.68%
固定资产及使用权资产折旧	2,125,394.62	8.07%	4,342,248.00	8.42%	2,704,646.02	7.38%	2,136,493.17	5.31%
交通差旅费	981,317.17	3.73%	2,033,487.91	3.94%	1,275,234.13	3.48%	1,463,219.27	3.64%
办公费用	491,554.06	1.87%	2,009,697.06	3.90%	968,083.24	2.64%	881,827.90	2.19%
业务招待费	1,473,409.68	5.59%	1,661,534.43	3.22%	1,114,683.32	3.04%	1,553,290.78	3.86%
咨询服务费	327,345.74	1.24%	1,468,648.82	2.85%	880,361.77	2.40%	3,520,528.65	8.75%
中介机构费	782,022.30	2.97%	1,187,193.01	2.30%	1,096,415.09	2.99%	669,149.54	1.66%
租赁、水电及管理费	395,372.27	1.50%	1,025,794.33	1.99%	1,945,358.28	5.31%	2,240,576.56	5.57%
长期待摊费用摊销	482,308.72	1.83%	859,586.25	1.67%	844,076.50	2.30%	470,040.32	1.17%
无形资产摊销	304,227.08	1.15%	632,907.51	1.23%	648,169.41	1.77%	539,544.54	1.34%
装修费		0.00%	503,537.87	0.98%	98,804.83	0.27%	355,962.23	0.88%

股份支付	170,125.40	0.65%	340,250.79	0.66%	340,250.79	0.93%	27,901.72	0.07%
通讯及网络费	89,189.00	0.34%	165,554.80	0.32%	134,842.52	0.37%	246,050.74	0.61%
招聘费	2,919.50	0.01%	101,905.87	0.20%	208,926.29	0.57%	178,865.58	0.44%
其他	650,589.6	2.47%	1,677,752.43	3.25%	1,988,949.18	5.43%	1,933,188.66	4.81%
合计	26,343,284.70	100.00%	51,585,689.74	100.00%	36,634,131.34	100.00%	40,222,710.73	100.00%

(2) 管理费用率与可比公司比较情况

适用 不适用

公司名称	2022年1月—6月	2021年度	2020年度	2019年度
裕同科技	5.50%	5.48%	6.48%	6.69%
上海艾录	7.54%	7.06%	7.57%	7.66%
美盈森	5.81%	7.38%	6.87%	6.23%
中荣股份	-	4.98%	4.93%	5.28%
艺虹股份	-	3.06%	3.37%	3.48%
平均数 (%)	6.28%	5.59%	5.84%	5.87%
发行人 (%)	10.69%	12.10%	12.99%	11.27%
原因、匹配性分析	<p>报告期内，公司管理费用率高于同行业平均水平。职工薪酬是公司管理费用的主要构成，公司管理费用项下职工薪酬金额较大，是公司管理费用率高于同行业可比公司的主要原因。随着公司经营规模扩大，同时为筹建山西子公司及应对惠州二期扩产项目，公司增强对管理人员和技术人员储备，故管理人员人数较多，导致公司管理费用率高于同行业可比公司水平。</p>			

(3) 科目具体情况及说明

报告期内，公司管理费用金额分别为 4,022.27 万元、3,663.41 万元、5,158.57 万元、2,634.33 万元，占公司营业收入的比例分别为 11.27%、12.99%、12.10%、10.69%。

2020 年，公司管理费用较上年小幅下滑，主要原因是公司承租的罗湖投资控股大厦业主响应国家疫情期间减免中小企业租金、物业费、水电费等倡议，公司当年缴纳的租金、物业费、水电费均有所减少。

2021 年公司管理费用为 5,158.57 万元，较 2020 年回升明显，主要原因是公司管理费人员较 2020 年末增加，导致职工薪酬较 2020 年度增加 1,119.03 万元；同时租赁费等费用恢复至往年正常水平，也导致管理费用较 2020 年增加。

3. 研发费用分析

(1) 研发费用构成情况

单位：元

项目	2022年1月—6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
人员人工费用	5,928,165.01	68.42%	10,306,564.20	58.95%	9,636,830.45	60.98%	8,148,409.67	56.96%
直接投入费用	1,083,045.59	12.50%	3,723,328.33	21.30%	2,462,676.66	15.58%	2,987,750.92	20.89%
使用权资产折旧	578,987.79	6.68%	1,276,710.02	7.30%	-	-	-	-
长期待摊费用摊销	317,926.15	3.67%	638,267.12	3.65%	692,405.10	4.38%	356,560.50	2.49%
其他相关费用	756,702.40	8.73%	1,538,244.70	8.80%	3,012,320.77	19.06%	2,812,890.26	19.66%
合计	8,664,826.94	100.00%	17,483,114.37	100.00%	15,804,232.98	100.00%	14,305,611.35	100.00%

(2) 研发费用率与可比公司比较情况

√适用 □不适用

公司名称	2022年1月—6月	2021年度	2020年度	2019年度
裕同科技	3.85%	3.95%	4.21%	4.42%
上海艾录	3.72%	3.39%	3.40%	3.23%
美盈森	3.75%	4.00%	4.25%	4.35%
中荣股份	-	3.78%	3.99%	3.58%

艺虹股份	-	2.78%	3.40%	3.30%
平均数 (%)	3.77%	3.58%	3.85%	3.78%
发行人 (%)	3.52%	4.10%	5.60%	4.01%
原因、匹配性分析	报告期内，公司研发费用率略高于同行业可比上市公司及行业平均水平，主要原因是公司通过基于客户产品应用场景的新风格、新工艺的持续研发投入，推动公司下游客户产品更新迭代，进而推动公司收入增长。基于与同行业业务驱动模式的不同，公司研发投入较高，研发费用率较同行业可比公司高具有合理性。			

(3) 科目具体情况及说明

报告期内，公司研发费用金额分别为 1,430.56 万元、1,580.42 万元、1,748.31 万元、866.48 万元，占公司营业收入的比例分别为 4.01%、5.60%、4.10%、3.52%，报告期内整体较为稳定。2020 年研发费用率上升，是因 2020 年公司经营规模受疫情影响有所下降，但同期公司研发活动未因疫情减少投入，导致 2020 年研发费用上升。

公司从事创意包装的设计与生产，设计并生产个性化程度高、创新创意理念强的产品是公司的核心竞争力，也是公司为客户建立品牌标识的方式。为了更好地贴近消费者需求以及满足客户品牌诉求，公司通常会研发符合市场潮流动向的新工艺、新设计和新技术。公司所研发的新工艺、新设计和新技术，主要应用于产品设计、防伪技术升级、生产工艺等环节，令包装产品更具创意与新意。一般而言，公司会在年初组织研发团队对下一年的包装设计创意流动趋势进行讨论、研判，确定研发项目后公司研发团队将在多种场景下针对相关的研发项目开展研发，形成初步研发成果后，公司研发团队与工程团队将通过打样的形式验证研发成果。

4. 财务费用分析

(1) 财务费用构成情况

单位：元

项目	2022 年 1 月—6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
利息费用	750,114.44	1,381,992.47	1,269,393.11	763,973.99
减：利息资本化				
减：利息收入	122,387.34	242,911.65	206,862.86	267,651.43
汇兑损益	-1,889,340.55	957,247.84	2,267,026.40	-641,633.36
银行手续费				
其他				
手续费支出	45,945.62	148,567.59	69,207.11	161,056.06

未确认融资费用	150,399.40	470,412.60		
现金折扣	-	-55,975.55	-52,051.37	
合计	-1,065,268.43	2,659,333.30	3,346,712.39	15,745.26

(2) 财务费用率与可比公司比较情况

√适用 □不适用

公司名称	2022年1月—6月	2021年度	2020年度	2019年度
裕同科技	-0.35%	1.22%	2.15%	1.46%
上海艾录	1.01%	0.47%	1.33%	0.20%
美盈森	-0.79%	0.50%	0.91%	1.10%
中荣股份	-	1.31%	1.78%	1.40%
艺虹股份	-	0.97%	1.34%	1.30%
平均数 (%)	-0.04%	0.89%	1.54%	1.04%
发行人 (%)	-0.43%	0.62%	1.19%	0.00%
原因、匹配性分析	报告期内，发行人的财务费用率略低于行业平均水平。			

(3) 科目具体情况及说明

报告期内，公司财务费用金额分别为 1.57 万元、334.67 万元、265.93 万元、-106.53 万元，占公司营业收入的比例分别为 0.00%、1.19%、0.62%、-0.43%。报告期内引起公司财务费用变动的主要原因是：①公司为满足生产经营的需求，向银行及财务公司借入了短期借款，导致 2020 年至 2021 年期间的利息支出规模均较 2019 年有所增加；②2020 年，因美元兑人民币的汇率发生较大变动，公司当年汇兑损益金额为 226.70 万元，导致财务费用增加。

5. 其他披露事项

无。

6. 主要费用情况总体分析

报告期内，公司期间费用合计金额分别为 10,585.56 万元、8,509.24 万元、10,756.33 万元、5,056.08 万元，占营业收入的比例分别为 29.67%、30.17%、25.23%、20.52%。

(五) 利润情况分析

1. 利润变动情况

单位：元

项目	2022年1月—6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	营业收入占比 (%)						
营业利润	32,349,964.43	13.13%	49,654,730.68	11.65%	26,622,801.42	9.44%	40,442,239.56	11.33%
营业外收入	2,746.84	0.00%	49,535.10	0.01%	780,106.22	0.28%	54,878.33	0.02%
营业外支出	4,558,470.48	1.85%	1,237,811.88	0.29%	794,398.74	0.28%	357,555.94	0.10%
利润总额	27,794,240.79	11.28%	48,466,453.90	11.37%	26,608,508.90	9.43%	40,139,561.95	11.25%
所得税费用	4,069,880.67	1.65%	6,251,791.28	1.47%	4,226,131.95	1.50%	6,824,321.77	1.91%
净利润	23,724,360.12	9.63%	42,214,662.62	9.90%	22,382,376.95	7.93%	33,315,240.18	9.34%

科目具体情况及说明：

报告期内，公司利润总额主要来源于营业利润，营业外收入及营业外支出对公司利润总额的影响较小。2020年度，公司营业利润、利润总额、净利润等指标较2019年度均有所下降，主要原因系新冠肺炎疫情爆发对酒类、化妆品等消费品的终端消费产生直接不利影响，公司作为相关消费品的上游包装商，其业务亦受到冲击。2021年度，随着新冠肺炎疫情逐渐受控，酒类、化妆品的市场消费回暖，公司的业务发展取得了较为良好的成果。2022年上半年，公司积极开拓业务机会，与盈利能力相关的财务指标与往年大致维持。

2. 营业外收入情况

√适用 □不适用

(1) 营业外收入明细

单位：元

项目	2022年1月—6月	2021年度	2020年度	2019年度
接受捐赠		-	-	-
政府补助		-	-	-
盘盈利得		-	-	-
非流动资产毁损报废利得小计		172.98	11,000.00	26,445.50

其中：固定资产 毁损报废利得		172.98	11,000.00	26,445.50
无需退回的预收 款项			391,266.23	
保险理赔	1,484.00		368,570.11	
其他	1,262.84	49,362.12	9,269.88	28,432.83
合计	2,746.84	49,535.10	780,106.22	54,878.33

(2) 计入当期损益的政府补助：

适用 不适用

(3) 科目具体情况及说明

无。

3. 营业外支出情况

适用 不适用

单位：元

项目	2022年1月—6 月	2021年度	2020年度	2019年度
对外捐赠		-	-	-
非流动资产毁损 报废损失小计	4,332,821.16	573,796.13	69,220.65	197,535.90
其中：固定资产 毁损报废损失	4,332,821.16	505,855.96	69,220.65	197,535.90
处置无形资产损 失		67,940.17		
伤残补助		370,999.82		
质量赔款	92,616.71	201,122.49	100,000.00	65,000.00
罚款支出		1,029.23	987.80	1,300.00
公益性捐赠支出	99,550.11	30,000.00	540,000.00	11,000.00
滞纳金	5,348.13	2,485.81	39.77	58,039.07
非常损失	27,940.38			
其他	193.99	58,378.40	84,150.52	24,680.97

合计	4,558,470.48	1,237,811.88	794,398.74	357,555.94
----	--------------	--------------	------------	------------

科目具体情况及说明:

报告期内，公司营业外支出分别为 35.76 万元、79.44 万元、123.78 万元、455.85 万元。2019 年至 2021 年，公司营业外支出各期金额较小；2022 年 1-6 月，公司营业外支出金额为 455.85 万元，增长较大，主要系因公司惠州工厂宿舍拆除所发生的相关支出。

4. 所得税费用情况

(1) 所得税费用表

单位：元

项目	2022 年 1 月—6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
当期所得税费用	4,656,966.02	4,014,284.31	5,276,608.16	6,726,431.55
递延所得税费用	-587,085.35	2,237,506.97	-1,050,476.21	97,890.22
合计	4,069,880.67	6,251,791.28	4,226,131.95	6,824,321.77

(2) 会计利润与所得税费用调整过程

单位：元

项目	2022 年 1 月—6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
利润总额	27,794,240.79	48,466,453.90	26,608,508.90	40,139,561.95
按适用税率 15%计算的所得税费用	4,169,136.12	7,269,968.09	3,991,276.34	6,020,934.29
部分子公司适用不同税率的影响	-769,936.86	-813,207.97	-1,129,968.15	-1,306,855.38
调整以前期间所得税的影响		54,365.60	0.04	-
税收优惠的影响				
非应税收入的纳税影响				
不可抵扣的成本、费用和损失的影响	255,022.06	448,510.08	258,669.75	325,996.59
使用前期未确认递延所得税资产的可抵扣亏损的影响				

本期未确认递延所得税资产的可抵扣暂时性差异或可抵扣亏损的影响	1,356,899.03	1,101,673.10	2,410,346.96	3,107,089.04
核定征收的子公司的纳税影响		5,109.76	5,364.00	5,597.68
加计扣除的研发费用	-876,427.37	-1,801,472.63	-1,483,370.81	-1,400,165.98
利用以前年度可抵扣亏损	-37,594.40	-33,178.92	-15,668.39	
股份支付费用		20,003.86	181,243.84	58,035.74
税率变动对本期递延所得税余额的影响	-27,217.91	20.31	8,238.37	13,689.79
所得税费用	4,069,880.67	6,251,791.28	4,226,131.95	6,824,321.77

(3) 科目具体情况及说明

报告期内，公司所得税费用分别为 682.43 万元、422.61 万元、625.18 万元、406.99 万元，与利润总额的变动趋势保持一致。

5. 其他披露事项

无

6. 利润变动情况分析

报告期内，公司实现净利润分别为 3,331.52 万元、2,238.24 万元、4,221.47 万元、2,372.44 万元。其中，受新冠肺炎疫情影响，2020 年发行人营业收入较 2019 年减少，导致净利润相应减少。2021 年，随着新冠肺炎疫情逐渐受控，公司营业收入取得了较好的成果，净利润较上年增长 88.61%。

(六) 研发投入分析

4. 研发投入构成明细情况

单位：元

项目	2022 年 1 月—6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
人员人工费用	5,928,165.01	10,306,564.20	9,636,830.45	8,148,409.67
直接投入费用	1,083,045.59	3,723,328.33	2,462,676.66	2,987,750.92
使用权资产折旧	578,987.79	1,276,710.02		

长期待摊费用摊销	317,926.15	638,267.12	692,405.10	356,560.50
其他相关费用	756,702.40	1,538,244.70	3,012,320.77	2,812,890.26
合计	8,664,826.94	17,483,114.37	15,804,232.98	14,305,611.35
研发投入占营业收入的比例 (%)	3.52%	4.10%	5.60%	4.01%
原因、匹配性分析	报告期内，公司研发投入分别 1,430.56 万元、1,580.42 万元、1,748.31 万元、866.48 万元，占营业收入的比例分别为 4.01%、5.60%、4.10%、3.52%。			

科目具体情况及说明：

报告期内，公司研发投入分别 1,430.56 万元、1,580.42 万元、1,748.31 万元、866.48 万元，占营业收入的比例分别为 4.01%、5.60%、4.10%、3.52%。公司研发投入均为计入研发费用的研发投入，不存在研发投入资本化的情况。

5. 报告期内主要研发项目情况

研发项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
民族风纸塑包装设计与表面处理工艺应用	1,127,933.99	-	-	-
千禧风折光变色UV丝印油墨印刷工艺的研发	1,050,444.31	-	-	-
基于海德堡6+2印刷设备联机水性逆向油材料的研发	1,036,624.95	-	-	-
生态风纳米仿金属烫印材料的研发	1,034,600.07	-	-	-
替塑环保光油材料的研发	1,032,622.23	-	-	-
环保风PLA基材触感哑膜膜材的研发	996,572.58	-	-	-
仿刺绣纹理包装设计与击烫工艺研发	985,436.26	-	-	-
顶部开启式包装设计及其防伪技术研发	892,960.41	-	-	-
透亮金属风专属色彩油墨印刷工艺研发	-	2,011,513.56	-	-
多段变色感温油墨材料研发	-	1,626,651.42	-	-
可用于喷墨打印的弱溶剂油墨研发	289,673.13	1,876,918.28	-	-
复古仿皮革纹理包装设计与工艺应用	-	1,800,887.60	-	-
悬浮视觉微纳光学技术研发	-	1,577,433.08	-	-

科技风立体铝牌光刻技术研发	-	1,620,006.87	-	-
新式隐形印刷防伪技术研发	-	1,604,773.11	-	-
环保型可降解覆膜材料的研发	217,959.01	1,595,359.07	-	-
微纳光学与旋转破坏式瓶盖防伪技术研发	-	1,595,487.69	2,820,003.09	-
国潮风包装设计与多维哑膜工艺研发	-	1,321,426.20	-	-
轻奢现代风 3D 动态烫印材料研发	-	852,657.49	1,688,629.24	-
青花瓷智能动态墨水屏技术研发	-	-	2,413,408.56	-
异形酒盒型结构设计与自动生产线设备改造技术研发	-	-	1,689,278.63	2,321,998.41
替塑环保油墨材料技术研发	-	-	1,693,977.32	-
新中式复古青铜纹多波段感光防伪花纸材料研发	-	-	1,488,745.72	-
古典国风高浮雕肌理数码增效工艺技术研发	-	-	1,117,781.93	-
防伪复合膜材料研发	-	-	1,162,869.21	-
多层双色定位全息烫印膜材料研发	-	-	1,125,066.30	-
光变磁化珠光油墨防伪工艺研发	-	-	604,472.97	2,981,273.47
动态旋转包装结构设计与生产工艺研发	-	-	-	2,009,849.35
基于波点傅里叶变换的光栅加密防伪技术研发	-	-	-	1,847,303.97
立体包装结构设计与动态展示技术研发	-	-	-	1,647,264.72
民国风冷光材料包装设计与工艺应用	-	-	-	1,205,724.61
生态风包装设计与立体微纳胶印技术研发	-	-	-	500,936.30
现代科技风 NFC 感应光源智能包装技术研发	-	-	-	1,172,702.54
韵味风包装设计与星光膜技术研发	-	-	-	618,557.98
合计	8,664,826.94	17,483,114.37	15,804,232.98	14,305,611.35

6. 研发投入占营业收入比例与可比公司比较情况

√适用 □不适用

公司	2022年1月—6月	2021年度	2020年度	2019年度
----	------------	--------	--------	--------

裕同科技	3.85%	3.95%	4.21%	4.42%
上海艾录	3.72%	3.39%	3.40%	3.23%
美盈森	3.75%	4.00%	4.25%	4.35%
中荣股份	-	3.78%	3.99%	3.58%
艺虹股份	-	2.78%	3.40%	3.30%
平均数 (%)	3.77%	3.58%	3.85%	3.78%
发行人 (%)	3.52%	4.10%	5.60%	4.01%

科目具体情况及说明:

公司研发投入占营业收入比例与可比公司比较情况, 详见本节之“三、盈利情况分析”之“(四) 主要费用情况分析”之“3.研发费用分析”。

7. 其他披露事项

无

8. 研发投入总体分析

报告期内, 公司研发投入金额分别为 1,430.56 万元、1,580.42 万元、1,748.31、866.48 万元, 占公司营业收入的比例分别为 4.01%、5.60%、4.10%、3.52%, 研发投入占比总体较为稳定。2020 年公司研发费用占比上升, 主要是因 2020 年受疫情影响公司营业收入下降, 但公司研发活动未因疫情而减少相应的投入。

(七) 其他影响损益的科目分析

1. 投资收益

√适用 □不适用

单位: 元

项目	2022 年 1 月 —6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
权益法核算的长期股权投资收益	-	-	-	-
处置长期股权投资产生的投资收益	-	-	-	-

丧失控制权后，剩余股权按公允价值重新计量产生的利得	-	-	-	-
交易性金融资产在持有期间的投资收益	-	-	-	-
其他权益工具投资在持有期间取得的股利收入	-	-	-	-
债权投资在持有期间取得的利息收入	-	-	-	-
其他债权投资在持有期间取得的利息收入	-	-	-	-
处置交易性金融资产取得的投资收益	-	-	-	-
处置债权投资取得的投资收益	-	-	-	-
处置其他债权投资取得的投资收益	-	-	-	-
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产在持有期间的投资收益	-	-	-	-
处置以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产取得的投资收益	-	-	-	-
持有至到期投资在持有期间的投资收益	-	-	-	-
可供出售金融资产在持有期间的投资收益	-	-	-	-
处置可供出售金融资产取得的投资收益	-	-	-	-
处置持有至到期投资取得的投资收益	-	-	-	-
处置银行理财产品产生的投资收益	-			600,464.04

银行理财产品收益	493,145.67	1,035,569.11	1,590,127.02	
远期结汇取得的投资收益	-	763,500.00		
合计	493,145.67	1,799,069.11	1,590,127.02	600,464.04

科目具体情况及说明：

报告期内，公司投资收益分别为 60.05 万元、159.01 万元、179.91 万元、49.31 万元，主要为到期的以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产以及外币理财产品产生的投资收益。

2. 公允价值变动收益

√适用 □不适用

单位：元

项目	2022 年 1 月 —6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
交易性金融资产	315,908.42	1,320,581.80	65,917.68	-
其中：衍生金融工具产生的 公允价值变动收益	-	-	-	-
交易性金融负债	-	-	-	-
按公允价值计量的投资性房 地产	-	-	-	-
按公允价值计量的生物资产	-	-	-	-
以公允价值计量且其变动计 入当期损益的金融资产	-	-	-	-
以公允价值计量且其变动计 入当期损益的金融负债	-	-	-	-
合计	315,908.42	1,320,581.80	65,917.68	-

科目具体情况及说明：

报告期内，公司公允价值变动收益分别为 0.00 万元、6.59 万元、132.06 万元、31.59 万元，主要为理财产品公允价值变动所产生的收益。

3. 其他收益

√适用 □不适用

单位：元

产生其他收益的来源	2022年1月—6月	2021年度	2020年度	2019年度
与资产相关的政府补助摊销	512,397.40	1,132,778.80	526,158.34	354,321.99
与收益相关——补偿已发生的成本费用或损失	3,169,056.83	3,597,535.47	5,512,098.38	4,155,834.55
合计	3,681,454.23	4,730,314.27	6,038,256.72	4,510,156.54

科目具体情况及说明：

报告期内，计入其他收益的政府补助情况如下：

(1) 2022年1-6月计入其他收益的政府补助明细

单位：元

项目	金额	列报项目	与资产相关/与收益相关
深圳市罗湖区科技创新局关于产业转型升级专项资金扶持项目补助	1,070,500.00	其他收益	与收益相关
深圳市文化广电旅游体育局《关于2022年文化产业发展专项资金百强奖励项目》补助	700,000.00	其他收益	与收益相关
深圳市工业和信息化局《关于2022年深圳市工业发展扶持计划第二批拟资助项目》补助	600,000.00	其他收益	与收益相关
罗湖区2020年第三批产业转型升级专项资金项目-装修自用办公用房	404,413.64	其他收益	与资产相关
深圳市中小企业服务局关于2022年民营及中小企业创新发展培育扶持计划改制上市培育资助项目补助	300,000.00	其他收益	与收益相关
深圳市科技创新委员会关于2022年高新技术企业培育企业项目补助款	200,000.00	其他收益	与收益相关
深圳市2021年度外贸优质增长扶持计划（出口信用保险保费资助）	185,000.00	其他收益	与收益相关
深圳市工业设计业发展专项资金	107,983.76	其他收益	与资产相关
个税手续费返还	71,727.55	其他收益	与收益相关
稳岗补贴	41,829.28	其他收益	与收益相关
合计	3,681,454.23		

(1) 2021年计入其他收益的政府补助明细

单位：元

项目	金额	列报项目	与资产相关/与收益相关
罗湖区2020年第三批产业转型升级专项资金项目-装修自用办公用房	808,827.28	其他收益	与资产相关

深圳市罗湖区科技创新局《深圳市罗湖区产业转型升级专项资金 2021 年第一次联席会拟扶持科技创新项目公示》补助	500,000.00	其他收益	与收益相关
深圳市市场监督管理局 ZK0120210900131 版权补贴	500,000.00	其他收益	与收益相关
《深圳市科技创新委员会关于公示 2020 年度企业研究开发资助计划第一批拟资助和第二批审核企业名单的通知》补助	392,000.00	其他收益	与收益相关
深圳市工业设计业发展专项资金	323,951.52	其他收益	与资产相关
《罗湖区工业和信息化局关于产业转型升级专项资金 2021 年第三次联席会拟扶持项目公示（第一批）》补贴-鼓励企业购买出口信用保险	300,000.00	其他收益	与收益相关
《市工业和信息化局关于 2021 年深圳市工业设计发展扶持计划第三批拟资助项目公示的通知》补助	280,000.00	其他收益	与收益相关
深圳市工业和信息化局《市工业和信息化局关于 2021 年深圳市工业发展扶持计划第二批拟资助项目公示的通知》第二批补助	250,000.00	其他收益	与收益相关
深圳国家知识产权局专利代办处《深圳市市场监督管理局知识产权领域专项资金项目 2020 年深圳市知识产权（专利、商标、版权奖）》配套奖励单位的公示补助	200,000.00	其他收益	与收益相关
深圳市商务局<关于开展 2019 年 6-12 月保费资助收据工作的通知>温桃润外贸优质增长扶补助	200,000.00	其他收益	与收益相关
深圳市文化广电旅游体育局 2021 年度文化产业发展补助	190,000.00	其他收益	与收益相关
《罗湖区工业和信息化局关于产业转型升级专项资金 2021 年第三次联席会拟扶持项目公示（第一批）》补贴-鼓励企业加大设计研发投入	157,500.00	其他收益	与收益相关
深圳市罗湖区文化广电旅游体育局产业转型升级专项资金	150,000.00	其他收益	与收益相关
“以工代训”政府补助	142,500.00	其他收益	与收益相关
深圳市罗湖区文化广电旅游体育局《关于产业转型升级专项资金 2021 年第四次联席会议扶持项目公示》补贴	100,000.00	其他收益	与收益相关
《关于公示 2021 年度市文化产业发展专项资金第二批拟资助项目的通知》补助	100,000.00	其他收益	与收益相关
《深圳市科技创新委员会关于公示 2020 年度高新技术企业认定奖励性资助企业名单的通知》补助	50,000.00	其他收益	与收益相关
个税返还手续费	48,040.59	其他收益	与收益相关
深圳市罗湖区财政局国库支付中心 2021 年区第四次产业转补贴	22,600.00	其他收益	与收益相关
稳岗补贴	14,894.88	其他收益	与收益相关
合计	4,730,314.27		

(2) 2020 年计入其他收益的政府补助明细

单位：元

项目	金额	列报项目	与资产相关 /与收益相关
罗湖区 2020 年第三批产业转型升级专项资金项目-装修自用办公用房	202,206.82	其他收益	与资产相关
深圳市工业设计业发展专项资金	323,951.52	其他收益	与资产相关
“以工代训”政府补助	85,200.00	其他收益	与收益相关
个税返还手续费	61,898.95	其他收益	与收益相关
稳岗补贴	65,207.18	其他收益	与收益相关
深圳市罗湖区财政局国库支付中心罗湖区工业和信息化局关于产业转型升级专项资金 2020 年第三次联席会议拟扶持项目公示（第一批）—大型行业宣传、促销、展会、创意活动支持	1,000,000.00	其他收益	与收益相关
深圳市罗湖区工业和信息化局产业转型升级专项资金 2019 年重点纳税团队奖金	600,000.00	其他收益	与收益相关
深圳市文化广电旅游体育局优秀新兴业态奖励项目	500,000.00	其他收益	与收益相关
深圳市科技创新委员会 2019 年研究开发资助计划第一批资助	491,000.00	其他收益	与收益相关
深圳市罗湖区工业和信息化局 2018 年出口信用保险保费	458,698.40	其他收益	与收益相关
深圳市商务局关于 2018 年下半年出口信用保险保费资助收据收取工作的通知	320,458.00	其他收益	与收益相关
工行市中小企业服务局关于应对新冠肺炎疫情中小微企业贷款贴息项目补助	320,430.84	其他收益	与收益相关
深圳市工业和信息化局 2020 年技改倍增专项资助计划质理品牌提升资助	300,000.00	其他收益	与收益相关
深圳市市场监督管理局第 21 届中国专利奖	300,000.00	其他收益	与收益相关
深圳市文化广电旅游体育局贷款贴息项目扶持	268,600.00	其他收益	与收益相关
深圳市罗湖区科技创新局 2020 年抗疫特别国债-贷款贴息	207,100.00	其他收益	与收益相关
深圳市工业和信息化局 2020 年第一批工业设计发展扶持计划-知名工业设计奖	150,000.00	其他收益	与收益相关
深圳市罗湖区工业和信息化局产业转型升级补贴（罗湖区产业转型升级专项资金防疫补贴）	100,000.00	其他收益	与收益相关
失业保险返还	79,655.01	其他收益	与收益相关
深圳市罗湖区文化广电旅游体育局高新投贷款利息补贴	63,378.00	其他收益	与收益相关
深圳市罗湖区文化广电旅游体育局高新投担保费补贴	50,000.00	其他收益	与收益相关

深圳市罗湖区科技创新局深圳市罗湖区产业转型升级专项资金 2020 年拟扶持科技创新项目补助	34,000.00	其他收益	与收益相关
深圳市商务局关于 2019 年度中央外经贸发展专项资金（支持外贸中小企业开拓市场资助事项）补助	29,172.00	其他收益	与收益相关
工行罗湖区企业贷款贴息	11,300.00	其他收益	与收益相关
深圳市罗湖区公共就业促进中心《企业吸纳建立卡贫困劳动力就业一次性补贴》	10,000.00	其他收益	与收益相关
深圳市市场监督管理局关于 2018 年深圳市第二批专利申请资助领款手续的通知	6,000.00	其他收益	与收益相关
合计	6,038,256.72		

(3) 2019 年计入其他收益的政府补助明细

单位：元

项目	金额	列报项目	与资产相关 /与收益相关
深圳市工业设计业发展专项资金	354,321.99	其他收益	与资产相关
个税返还手续费	72,869.72	其他收益	与收益相关
深圳市罗湖区财政局国库支付中心产业转型升级拨款 2019 年第一批拟扶持资金	15,000.00	其他收益	与收益相关
深圳市罗湖区财政局国库支付中心时尚创意设计行业发展拨款	455,900.00	其他收益	与收益相关
深圳市经济贸易和信息化委员会拨款	203,100.00	其他收益	与收益相关
深圳市罗湖区工业区和信息化局拨付重点纳税企业管理团队奖奖金	800,000.00	其他收益	与收益相关
深圳市文体旅游局文化产业发展专项资金	180,000.00	其他收益	与收益相关
深圳市商务局保费资助	52,915.00	其他收益	与收益相关
深圳市经济贸易和信息化委员会 2019 年工业设计发展扶持计划第一批项目资助	300,000.00	其他收益	与收益相关
稳岗补贴	44,569.83	其他收益	与收益相关
中国出口信用保险公司深圳分公司 2017 年度提升国际化经营能力补贴	19,000.00	其他收益	与收益相关
深圳市罗湖区财政局国库支付中心拨付产业扶持资金（设计师奖励）	500,000.00	其他收益	与收益相关
深圳市罗湖区财政局国库支付中心（企业研发投入资助）	650,000.00	其他收益	与收益相关
深圳市罗湖区科技创新（科技金融）项目资助	100,000.00	其他收益	与收益相关
深圳市罗湖区财政局国库支付中心时尚创意设计产业拨付产业转型升级扶持资金拨款	600,000.00	其他收益	与收益相关
深圳市罗湖区财政局国库支付中心产业转型升级出口信用保险资助	162,480.00	其他收益	与收益相关

合计	4,510,156.54		
----	--------------	--	--

报告期内，公司的其他收益占当期利润总额的比例分别为 11.24%、22.69%、9.76%、13.25%，公司经营成果对政府补助不存在重大依赖。

4. 信用减值损失

√适用 □不适用

单位：元

项目	2022年1月—6月	2021年度	2020年度	2019年度
应收账款坏账损失	-2,763,157.62	4,064,420.63	-3,735,188.90	-3,633,944.98
应收票据坏账损失	-	-	-	-
其他应收款坏账损失	-93,722.34	-327,299.61	-219,758.63	70,293.63
应收款项融资减值损失	-	-	-	-
长期应收款坏账损失	-	-	-	-
债权投资减值损失	-	-	-	-
其他债权投资减值损失	-	-	-	-
合同资产减值损失	-	-	-	-
财务担保合同减值	-	-	-	-
合计	-2,856,879.96	3,737,121.02	-3,954,947.53	-3,563,651.35

科目具体情况及说明：

报告期内，公司信用减值损失分别为356.37万元、395.49万元、-373.71万元、285.69万元。2019年，公司信用减值损失为356.37万元，主要系当年计提对贵州青酒厂及其相关公司的应收账款坏账准备所致。2021年，公司信用减值损失为-373.71万元，主要系收回贵州青酒厂及其相关公司686.41万元所致。

5. 资产减值损失

√适用 □不适用

单位：元

项目	2022年1月—6月	2021年度	2020年度	2019年度
坏账损失	-	-	-	-
存货跌价损失	-837,189.70	-1,933,295.84	-3,491,287.84	-3,652,988.38

存货跌价损失及合同履约成本减值损失（新收入准则适用）		-	-	-
可供出售金融资产减值损失	-		-	-
持有至到期投资减值损失	-		-	-
长期股权投资减值损失		-	-	-
投资性房地产减值损失		-	-	-
固定资产减值损失			-142,624.85	
在建工程减值损失		-	-	-
生产性生物资产减值损失		-	-	-
油气资产减值损失		-	-	-
无形资产减值损失		-	-	-
商誉减值损失		-	-	-
合同取得成本减值损失（新收入准则适用）		-	-	-
其他		-	-	-
合计	-837,189.70	-1,933,295.84	-3,633,912.69	-3,652,988.38

科目具体情况及说明：

报告期内，公司资产减值损失金额分别为 365.30 万元、363.39 万元、193.33 万元、83.72 万元，主要为存货跌价损失。

6. 资产处置收益

√适用 □不适用

单位：元

项目	2022年1月—6月	2021年度	2020年度	2019年度
划分为持有待售的非流动资产处置收益				
其中：固定资产处置收益				
无形资产处置收益				
持有待售处置组处置收益				

未划分为持有待售的非流动资产处置收益	-2,119.70	-83,840.19	-17,324.83	-11,017.04
其中：固定资产处置收益	-2,119.70	-83,840.19	-17,324.83	-11,017.04
无形资产处置收益		-	-	-
合计	-2,119.70	-83,840.19	-17,324.83	-11,017.04

科目具体情况及说明：

无。

7. 其他披露事项

无。

8. 其他影响损益的科目分析

适用 不适用

四、 现金流量分析

(一) 经营活动现金流量分析

1. 经营活动现金流量情况

单位：元

项目	2022年1月—6月	2021年度	2020年度	2019年度
经营活动产生的现金流量：				
销售商品、提供劳务收到的现金	186,839,230.15	394,665,376.29	304,892,350.74	365,040,936.94
收到的税费返还	2,450,956.59	6,062,621.36	3,685,568.25	4,932,182.87
收到其他与经营活动有关的现金	3,797,751.97	6,635,270.42	9,570,269.84	5,387,103.72
经营活动现金流入小计	193,087,938.71	407,363,268.07	318,148,188.83	375,360,223.53
购买商品、接受劳务支付的现金	130,264,788.97	208,618,781.19	164,862,334.69	159,017,827.65
支付给职工以及为职工支付的现金	61,024,609.94	99,536,321.22	69,045,887.60	77,583,647.94
支付的各项税费	12,189,755.62	22,087,247.01	17,167,718.55	24,863,343.65

支付其他与经营活动有关的现金	11,558,514.34	22,669,820.96	25,889,302.24	48,267,322.32
经营活动现金流出小计	215,037,668.87	352,912,170.38	276,965,243.08	309,732,141.56
经营活动产生的现金流量净额	-21,949,730.16	54,451,097.69	41,182,945.75	65,628,081.97

科目具体情况及说明:

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 6,562.81 万元、4,118.29 万元、5,445.11 万元、-2,194.97 万元。其中，发行人经营活动现金流入分别为 37,536.02 万元、31,814.82 万元、40,736.33 万元、19,308.79 万元，主要由销售商品、提供劳务收到的现金构成。经营活动现金流入规模整体扩大，反映了发行人经营情况良好的特点。2022 年 1-6 月，公司经营活动产生的现金流量净额为-2,194.97 万元，主要原因系 2022 年初新冠疫情变异株导致国内部分地区疫情散发，物流运输有所滞缓，2022 年二季度起相关情形得到缓解，公司销售收入相对集中于 2022 年二季度，至 2022 年 6 月末前部分收入未到结算期。

2. 收到的其他与经营活动有关的现金

√适用 □不适用

单位：元

项目	2022 年 1 月—6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
政府补助	3,097,329.28	3,549,494.88	8,415,899.43	4,082,964.83
利息收入	122,387.34	242,911.65	206,862.86	935,150.24
往来款	503,560.96	2,777,608.28	507,768.68	267,651.43
其他	74,474.39	65,255.61	439,738.87	101,337.22
合计	3,797,751.97	6,635,270.42	9,570,269.84	5,387,103.72

科目具体情况及说明:

公司收到的其他与经营活动有关的现金主要为政府补助及往来款。

3. 支付的其他与经营活动有关的现金

√适用 □不适用

单位：元

项目	2022 年 1 月—6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
----	----------------	---------	---------	---------

付现销售费用	3,907,894.73	11,386,710.53	12,598,667.59	29,606,845.22
付现管理费用	5,391,482.27	7,917,642.06	8,998,160.06	12,747,315.17
付现研发费用	368,063.59	1,372,242.81	2,330,769.04	5,167,962.02
往来款	1,352,170.31	1,194,217.57	1,167,320.35	430,391.92
增加的受限资金	295,248.88	-	-	-
银行手续费支出	45,945.62	148,567.59	69,207.11	161,056.06
其他	197,708.94	650,440.40	725,178.09	153,751.93
合计	11,558,514.34	22,669,820.96	25,889,302.24	48,267,322.32

科目具体情况及说明：

公司支付的其他与经营活动有关的现金，主要为付现销售费用、付现管理费用和付现研发费用。

4. 经营活动净现金流与净利润的匹配

单位：元

项目	2022年1月—6月	2021年度	2020年度	2019年度
净利润	23,724,360.12	42,214,662.62	22,382,376.95	33,315,240.18
加：资产减值准备	837,189.70	-3,737,121.02	3,954,947.53	3,563,651.35
信用减值损失	2,856,879.96	1,933,295.84	3,633,912.69	3,652,988.38
固定资产折旧、油气资产折旧、生产性生物资产折旧、投资性房地产折旧	4,847,632.15	7,578,355.07	7,048,630.44	6,640,348.76
使用权资产折旧	2,855,983.19	5,470,700.21	-	-
无形资产摊销	310,687.28	667,916.86	682,529.79	570,109.15
长期待摊费用摊销	1,602,625.80	2,972,514.00	2,922,689.71	1,767,787.17
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失（收益以“-”号填列）	2,119.70	151,780.36	17,324.83	11,017.04
固定资产报废损失（收益以“-”号填列）	4,332,821.16	506,014.92	58,220.65	177,358.51
公允价值变动损失（收益以“-”号填列）	-315,908.42	-1,320,581.80	-65,917.68	-

财务费用（收益以“-”号填列）	-486,395.84	2,738,225.03	3,333,590.91	313,818.81
投资损失（收益以“-”号填列）	-493,145.67	-1,799,069.11	-1,590,127.02	-600,464.04
递延所得税资产减少（增加以“-”号填列）	-507,994.41	2,049,307.35	-1,060,363.86	97,890.22
递延所得税负债增加（减少以“-”号填列）	-79,090.94	188,199.62	9,887.65	-
存货的减少（增加以“-”号填列）	-300,272.91	15,893,692.65	378,504.49	10,951,175.33
经营性应收项目的减少（增加以“-”号填列）	-54,382,433.04	43,617,873.47	11,435,761.85	10,460,146.58
经营性应付项目的增加（减少以“-”号填列）	-7,209,349.01	54,215,104.78	13,167,315.47	37,142,753.43
其他	454,561.02	133,359.08	1,208,292.29	386,904.92
经营活动产生的现金流量净额	-21,949,730.16	54,451,097.69	41,182,945.75	65,628,081.97

5. 其他披露事项

无

6. 经营活动现金流量分析

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额与净利润的对比关系情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
净利润	23,724,360.12	42,214,662.62	22,382,376.95	33,315,240.18
经营活动产生的现金流量净额	21,949,730.16	54,451,097.69	41,182,945.75	65,628,081.97
经营活动产生的现金流量净额/净利润	-0.93	1.29	1.84	1.97

如上表所示，公司各期经营活动产生的现金流量净额与净利润的比值分别为 1.97、1.84、1.29、-0.93，2019 至 2021 年各期比值均大于 1，表明公司盈利质量良好；2019 年至 2021 年经营活动产生的现金流量净额波动，主要原因是存货、经营性应收项目、经营性应付项目的变动情

况所导致的。2022 年上半年，公司经营活动产生的现金流量净额与净利润的比值为-0.93，主要原因系公司销售收入相对集中于 2022 年二季度，至 2022 年 6 月末前部分收入未到结算期。

（二） 投资活动现金流量分析

1. 投资活动现金流量情况

单位：元

项目	2022 年 1 月—6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
投资活动产生的现金流量：				
收回投资收到的现金	-	-	-	-
取得投资收益收到的现金	1,336,327.00	1,864,986.79	1,590,127.02	600,464.04
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	110,000.00	237,181.84	13,915.00	36,320.50
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	103,994,830.00	145,920,554.98	244,705,645.02	80,000,000.00
投资活动现金流入小计	105,441,157.00	148,022,723.61	246,309,687.04	80,636,784.54
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	20,558,465.70	21,817,448.39	7,091,605.29	8,912,195.70
投资支付的现金	-	-	-	-
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	37,288,590.20	191,500,000.00	296,458,601.83	80,000,000.00
投资活动现金流出小计	57,847,055.90	213,317,448.39	303,550,207.12	88,912,195.70
投资活动产生的现金流量净额	47,594,101.10	-65,294,724.78	-57,240,520.08	-8,275,411.16

科目具体情况及说明：

报告期内公司投资活动产生的现金流量净额分别为-827.54 万元、-5,724.05 万元、-6,529.47 万元、4,759.41 万元。2020 年，公司投资活动产生的现金净流出金额较 2019 年而言较大，主要

原因是当年公司购买银行理财产品的金额较大所致。2021年，公司投资活动产生的现金净流出金额较2021年而言略大，主要原因是公司新增生产经营所需的固定资产所致。2022年上半年，公司投资活动产生的现金流量净额为4,759.41万元，主要是因赎回银行理财产品收回本金所致。

2. 收到的其他与投资活动有关的现金

√适用 □不适用

单位：元

项目	2022年1月—6月	2021年度	2020年度	2019年度
收到银行理财本金	103,994,830.00	145,920,554.98	244,705,645.02	80,000,000.00
合计	103,994,830.00	145,920,554.98	244,705,645.02	80,000,000.00

科目具体情况及说明：

公司收到的其他与投资活动有关的现金主要为赎回银行理财产品所收回的资金。

3. 支付的其他与投资活动有关的现金

√适用 □不适用

单位：元

项目	2022年1月—6月	2021年度	2020年度	2019年度
支付的银行理财本金	37,000,000.00	191,500,000.00	296,230,230.00	80,000,000.00
支付远期结售汇的保证金	288,590.20		228,371.83	
合计	37,288,590.20	191,500,000.00	296,458,601.83	80,000,000.00

科目具体情况及说明：

公司支付的其他与投资活动有关的现金主要为购买银行理财产品所支付的资金。

4. 其他披露事项

无。

5. 投资活动现金流量分析：

报告期内公司投资活动产生的现金流量净额分别为-827.54 万元、-5,724.05 万元、-6,529.47 万元、4,759.41 万元。公司投资活动产生的现金流入主要系收到其他与投资活动有关的现金，为赎回银行理财产品；公司投资活动产生的现金流出主要系购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金，以及支付其他与投资活动有关的现金。

（三）筹资活动现金流量分析

1. 筹资活动现金流量情况

单位：元

项目	2022年1月— 6月	2021年度	2020年度	2019年度
筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金	2,540,000.00	860,000.00	-	-
取得借款收到的现金	-	40,010,000.00	44,986,038.36	15,017,339.21
发行债券收到的现金	-	-	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	3,604,892.00	-	816,277.00	-
筹资活动现金流入小计	6,144,892.00	40,870,000.00	45,802,315.36	15,017,339.21
偿还债务支付的现金	10,010,000.00	43,811,038.36	14,392,339.21	24,600,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	754,247.78	21,375,044.46	21,253,058.35	20,781,226.99
支付其他与筹资活动有关的现金	4,982,023.53	11,793,378.35	-	3,270,402.99
筹资活动现金流出小计	15,746,271.31	76,979,461.17	35,645,397.56	48,651,629.98
筹资活动产生的现金流量净额	-9,601,379.31	36,109,461.17	10,156,917.80	33,634,290.77

科目具体情况及说明：

报告期内，公司筹资活动产生的现金流量净额分别为-3,363.43 万元、1,015.69 万元、-3,610.95 万元、-960.14 万元。

2. 收到的其他与筹资活动有关的现金

√适用 □不适用

单位：元

项目	2022年1月—6月	2021年度	2020年度	2019年度
收回票据保证金	3,604,892.00		816,277.00	
合计	3,604,892.00	-	816,277.00	-

科目具体情况及说明:

无。

3. 支付的其他与筹资活动有关的现金

√适用 □不适用

单位：元

项目	2022年1月—6月	2021年度	2020年度	2019年度
支付租赁负债	3,293,344.30	7,018,947.68		
支付票据保证金		3,602,732.56		3,184,507.00
支付发行上市中介机构预付款	1,688,679.23	1,171,698.11		
子公司清算后返还少数股东的资金				85,895.99
合计	4,982,023.53	11,793,378.35	-	3,270,402.99

科目具体情况及说明:

报告期内，公司支付的其他与筹资活动有关的现金金额分别为 327.04 万元、0.00 万元、1,179.34 万元、498.20 万元。其中，2021 年起，发行人执行新租赁准则，公司支付的租金在支付的其他与筹资活动有关的现金中反映。

4. 其他披露事项

无。

5. 筹资活动现金流量分析:

报告期内，公司筹资活动产生的现金流量净额分别为-3,363.43 万元、1,015.69 万元、-3,610.95 万元、-960.14 万元。公司筹资活动产生的现金流入主要是取得借款收到的现金，公司筹资活动产生的现金流出主要是偿还债务支付的现金，以及分配股利、利润或偿付利息支付的现金。
--

五、 资本性支出

（一）报告期资本性支出情况

报告期内，公司重大资本性支出主要为：贵州柏星龙固定资产采购与预付设备采购款合计 896.84 万元；惠州柏星龙购置海德堡印刷设备所支付的设备采购款 1,475.00 万元；山西柏星龙预付设备采购款 157.66 万元。

除上述事项外，报告期内公司无其他重大资本性支出。

（二）未来可预见的重大资本性支出

为更好地为山西汾酒提供包装产品及服务，公司于 2021 年设立山西贾家庄柏星龙创意包装有限公司，并筹划于当地设立生产基地，公司贾家庄生产基地预算情况如下：

项目	预算（万元）	拟投入年度
机器设备	750.00	2022 年至 2023 年
装修	150.00	
合计	900.00	

除上述贾家庄生产基地的投入外，公司未来可预见的重大资本性支出计划均为本次公开发行募集资金投资项目。本次公开发行募集资金投资项目的审议及资金需求量等情况，参见本招股说明书之“第九节募集资金运用”。

六、 税项

（一） 主要税种及税率

税种	计税依据	税率			
		2022 年 1 月—6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
增值税	按税法规定计算的销售货物和应税劳务收入为基础计算销项税额，在扣除当期允许抵扣的进项税额后，差额部分为应交增值税	13%、6%	13%、6%	13%、6%	16%、13%、6%
消费税	/	/	/	/	/
教育费附加	应缴流转税税额	3%	3%	3%	3%
城市维护建设税	应缴流转税税额	7%、5%	7%、5%	7%、5%	7%

企业所得税	当期应纳税所得额	25%、15%、8.84%	25%、15%、8.84%	25%、15%、8.84%	25%、15%、8.84%
地方教育附加	应缴流转税税额	2%	2%	2%	2%

存在不同企业所得税税率纳税主体的说明：

√适用 □不适用

纳税主体名称	所得税税率			
	2022年1月—6月	2021年度	2020年度	2019年度
深圳市柏星龙创意包装股份有限公司	15.00%	15.00%	15.00%	15.00%
惠州柏星龙包装有限公司	25.00%	25.00%	25.00%	25.00%
BXLCreativeDesignCo.,Ltd	8.84%	8.84%	8.84%	8.84%
四川天府柏星龙创意包装有限公司	25.00%	25.00%	25.00%	25.00%
四川海普柏星龙创意包装有限公司	/	/	/	25.00%
贵州柏星龙创意包装有限公司	25.00%	25.00%	25.00%	/
山西贾家庄柏星龙创意包装有限公司	25.00%	25.00%	/	/

具体情况及说明：

无。

(二) 税收优惠

√适用 □不适用

深圳柏星龙于2017年8月17日取得了深圳市科技创新委员会、深圳市财政委员会、深圳市国家税务局和深圳市地方税务局联合颁发的《高新技术企业证书》(证书编号:GF201744200516),认定有效期三年。根据《企业所得税法》及实施条例,深圳柏星龙2019年度适用企业所得税税率为15%。

深圳柏星龙于2020年12月11日取得了深圳市科技创新委员会、深圳市财政局、国家税务总局深圳市税务局联合颁发的《高新技术企业证书》(证书编号:GR202044203581),认定有效期三年。根据《企业所得税法》及实施条例,深圳柏星龙2020年度及2021年度适用企业所得税税率为15%。

根据《关于实施小微企业普惠性税收减免政策的通知》(财税〔2019〕13号),天府柏星龙、贵州柏星龙申报期内享受小微企业普惠性税收减免政策,对企业年应纳税所得额不超过100万元的

部分，减按 25% 计入应纳税所得额，按 20% 的税率缴纳企业所得税；对年应纳税所得额超过 100 万元但不超过 300 万元的部分，减按 50% 计入应纳税所得额，按 20% 的税率缴纳企业所得税。

根据《财政部税务总局关于实施小微企业和个体工商户所得税优惠政策的公告》（财政部税务总局公告 2021 年第 12 号），自 2021 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日，对小型微利企业年应纳税所得额不超过 100 万元的部分，在《财政部税务总局关于实施小微企业普惠性税收减免政策的通知》（财税〔2019〕13 号）第二条规定的优惠政策基础上，再减半征收企业所得税。四川天府柏星龙创意包装有限公司 2022 年 1-6 月企业所得税税率为 2.5%。

（三） 其他披露事项

无。

七、 会计政策、估计变更及会计差错

（一） 会计政策变更

√适用 □不适用

1. 会计政策变更基本情况

单位：元

期间/时点	会计政策变更的内容	审批程序	受影响的报表项目名称	原政策下的账面价值	新政策下的账面价值	影响金额
2019 年	新财务报表格式	国家统一会计制度要求，不涉及内部审议	见具体情况及说明			
2019 年	新金融工具准则		参见本节“2、首次执行新金融工具准则、新收入准则、新租赁准则调整首次执行当年年初财务报表相关项目情况”			
2020 年	新收入准则		参见本节“2、首次执行新金融工具准则、新收入准则、新租赁准则调整首次执行当年年初财务报表相关项目情况”			
2021 年	新租赁准则		参见本节“2、首次执行新金融工具准则、新收入准则、新租赁准则调整首次执行当年年初财务报表相关项目情况”			

具体情况及说明：

（1）本公司自 2019 年 1 月 1 日采用财政部《关于修订印发 2019 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会〔2019〕6 号）相关规定。

（2）本公司自 2019 年 1 月 1 日起执行财政部修订后的《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》《企业会计准则第 24 号——套期保值》以及《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》（以下简称“新金融工具准则”）。

(3) 财政部于 2017 年 7 月 5 日发布了《企业会计准则第 14 号——收入（2017 年修订）》（财会〔2017〕22 号）（以下简称“新收入准则”）。本公司于 2020 年 1 月 1 日起开始执行前述新收入准则。

(4) 2018 年 12 月 7 日，财政部颁布了修订后的《企业会计准则第 21 号——租赁》（财会〔2018〕35 号，以下简称“新租赁准则”），规定执行企业会计准则的非上市企业自 2021 年 1 月 1 日起实施。本公司自 2021 年 1 月 1 日起执行前述新租赁准则，对原采用的相关会计政策进行相应变更。

2. 首次执行新金融工具准则、新收入准则、新租赁准则调整首次执行当年年初财务报表相关项目情况

√适用 □不适用

(1) 首次执行新金融工具准则调整首次执行当年年初财务报表相关项目情况			
合并资产负债表			
单位：元			
项目	2018 年 12 月 31 日	2019 年 1 月 1 日	影响金额
应收票据	1,300,000.00	800,000.00	-500,000.00
应收款项融资	-	500,000.00	500,000.00
可供出售金融资产	1,800,000.00	-	-1,800,000.00
其他非流动金融资产	-	1,800,000.00	1,800,000.00
母公司资产负债表			
单位：元			
项目	2018 年 12 月 31 日	2019 年 1 月 1 日	影响金额
应收票据	1,200,000.00	-500,000.00	700,000.00
应收款项融资	-	500,000.00	500,000.00
可供出售金融资产	1,800,000.00	-1,800,000.00	-
其他非流动金融资产	-	1,800,000.00	1,800,000.00
(2) 首次执行新收入准则调整首次执行当年年初财务报表相关项目情况			
合并资产负债表			
单位：元			
项目	2019 年 12 月 31 日	2020 年 1 月 1 日	影响金额

预收款项	14,596,506.67	-14,596,506.67	-
合同负债	-	13,611,424.85	13,611,424.85
其他流动负债	-	985,081.82	985,081.82

母公司资产负债表

单位：元

项目	2019年12月31日	2020年1月1日	影响金额
预收款项	13,862,231.71	-13,862,231.71	-
合同负债	-	12,915,876.02	12,915,876.02
其他流动负债	-	946,355.69	946,355.69

(3) 首次执行新租赁准则调整首次执行当年年初财务报表相关项目情况

根据过渡期政策，公司在执行新租赁准则时选择简化处理，即：租赁负债等于剩余租赁付款额的现值，无需调整 2021 年年初留存收益，无需调整可比期间信息。会计政策变更导致影响如下：

合并资产负债表

单位：元

项目	2020年12月31日	2021年1月1日	影响金额
使用权资产	-	11,716,665.36	11,716,665.36
一年内到期的非流动负债	-	4,888,880.76	4,888,880.76
租赁负债	-	6,701,776.98	6,701,776.98
预付款项	30,769.54	-30,769.54	-
其他应付款	95,238.10	-95,238.10	-

母公司资产负债表

单位：元

项目	2020年12月31日	2021年1月1日	影响金额
使用权资产	-	11,138,505.20	11,138,505.20
一年内到期的非流动负债	-	4,574,789.46	4,574,789.46
租赁负债	-	6,563,715.74	6,563,715.74

(二) 会计估计变更

适用 不适用

(三) 会计差错更正

√适用 □不适用

1. 追溯重述法

√适用 □不适用

单位：元

期间	会计差错更正的内容	批准程序	受影响的各个比较期间报表项目名称	累积影响数
2020 年度	参见本节“具体情况及说明”	第四届董事会第九次会议、2021 年年度股东大会审批通过	应收账款	2,072,038.83
			存货	-4,326,454.92
			其他流动资产	-341,666.66
			递延所得税资产	403,671.67
			资产总计	-2,192,411.08
			合同负债	1,748,158.99
			应付职工薪酬	79,441.00
			应交税费	488,201.34
			其他应付款	-461,769.61
			其他流动负债	38,580.88
			资本公积	2,328,109.30
			未分配利润	-6,413,132.98
			负债及所有者权益合计	-2,192,411.08
			营业收入	-851,225.12
			营业成本	240,897.87
			税金及附加	-148,865.68
			销售费用	1,034,743.35
			管理费用	-421,620.80
			研发费用	394,709.74
			信用减值损失	175,673.35
资产减值损失	-2,669,360.40			
营业外收入	-714,245.25			
所得税费用	-523,099.13			
净利润	-4,635,922.77			

			销售商品、提供劳务收到的现金	2,183,379.24
			收到其他与经营活动有关的现金	-89,378.40
			购买商品、接受劳务支付的现金	-529,104.93
			支付给职工以及为职工支付的现金	-94,134.86
			支付的各项税费	-148,865.68
			支付其他与经营活动有关的现金	2,866,106.31
2019 年度	参见本节“具体情况及说明”	第四届董事会第九次会议、2021 年年度股东大会审批通过	应收票据	3,112,152.09
			应收账款	5,409,832.63
			应收款项融资	-3,112,152.09
			存货	-4,253,241.20
			递延所得税资产	226,855.32
			资产总计	1,383,446.75
			短期借款	22,183.33
			应付账款	946,637.74
			预收款项	1,924,685.24
			应付职工薪酬	563,427.00
			应交税费	875,401.54
			其他应付款	-2,291,494.90
			资本公积	1,119,817.01
			盈余公积	-169,513.80
			未分配利润	-1,607,696.41
			负债及所有者权益合计	1,383,446.75
			营业收入	3,504,050.35
			营业成本	3,303,361.90
			税金及附加	-165,464.25
			销售费用	-1,306,075.52
管理费用	-4,608,809.24			

			研发费用	103,646.17
			信用减值损失	-138,696.19
			资产减值损失	-1,529,345.40
			营业外收入	-97,648.24
			所得税费用	102,647.65
			净利润	4,309,053.81
			销售商品、提供劳务收到的现金	2,629,445.03
			收到其他与经营活动有关的现金	-586,918.18
			购买商品、接受劳务支付的现金	2,763,940.79
			支付给职工以及为职工支付的现金	842,437.73
			支付的各项税费	-165,464.25
			支付其他与经营活动有关的现金	-1,398,387.42

具体情况及说明：

1、2020 年会计差错更正内容：

(1) 应收账款：①母公司收入成本跨期调整，调增应收账款 2,181,093.51 元；②重新测算母公司坏账准备，调减应收账款 109,054.68 元。

(2) 存货：①内部未实现毛利抵消，调减存货 481,571.38 元；②重新测算存货跌价准备，调减母公司存货 2,100,518.42 元，调减惠州柏星龙存货 919,658.04 元；③母公司收入成本跨期调整，调减存货 824,707.08 元。

(3) 其他流动资产：按照权责发生制，将母公司其他流动资产中预付的培训费调整至管理费用和销售费用。调减其他流动资产 341,666.66 元。

(4) 递延所得税资产：①内部未实现毛利抵消，调增递延所得税资产 72,235.71 元；②重新计算母公司递延所得税费用，调增递延所得税资产 331,435.96 元。

(5) 合同负债：①将母公司其他应付款中预收客户的运费重分类至合同负债，调增合同负债 382,328.61 元。②母公司收入成本跨期调整，调增合同负债 1,365,830.38 元。

(6) 应付职工薪酬：将惠州柏星龙其他应付款中的工会经费重分类至应付职工薪酬，调增应付职工薪酬 79,441.00 元。

(7) 应交税费：①母公司收入成本跨期调整，调增应交税费 643,123.59 元；②重新计算母公司所得税费用，调减所得税费用 154,922.25 元。

(8) 其他应付款：①将母公司其他应付款中预收客户的运费重分类至合同负债，调减其他应付款 382,328.61 元；②将惠州柏星龙其他应付款中的工会经费重分类至应付职工薪酬，调减其他应付款 79,441.00 元。

(9) 其他流动负债：母公司收入成本跨期调整，调增其他流动负债 38,580.88 元。

(10) 资本公积：重新计算母公司股份支付费用，调增资本公积 2,328,109.30 元。

(11) 未分配利润：系上述调整事项的累计影响数。

(12) 营业收入：①母公司收入成本跨期调整，调减营业收入 3,711,522.58 元；②将母公司营业外收入中的运输费收入重分类至营业收入和营业成本，调增营业收入 2,860,297.46 元。

(13) 营业成本：①内部未实现毛利抵消，调增营业成本 173,736.59 元；②母公司收入成本跨期调整，调减营业成本 1,744,637.35 元；③将母公司营业外收入中的运输费收入重分类至营业收入和营业成本，调增营业成本 2,146,052.21 元；④按照受益对象将母公司管理费用中的装修费、租赁费、物业费重分类至营业成本，调增营业成本 939,626.15 元；⑤存货跌价准备转销，调减母公司营业成本 1,071,264.80 元，调减惠州柏星龙营业成本 202,614.93 元。

(14) 税金及附加：将税金及附加中的残疾人保障金重分类至管理费用，调减母公司税金及附加 82,167.90 元，调减惠州柏星龙税金及附加 66,697.78 元。

(15) 销售费用：①重新计算母公司股份支付费用，调增销售费用 721,965.57 元；②按照权责发生制，将母公司其他流动资产中预付的培训费调整至管理费用和销售费用，调增销售费用 312,777.78 元。

(16) 管理费用：①重新计算母公司股份支付费用，调增管理费用 340,250.79 元；②按照受益对象将母公司管理费用中的装修费、租赁费、物业费重分类至营业成本，调减管理费用 939,626.15 元；③将税金及附加中的残疾人保障金重分类至管理费用，调增母公司管理费用 82,167.90 元，调增惠州柏星龙管理费用 66,697.78 元；④按照权责发生制，将母公司其他流动资产中预付的培训费调整至管理费用和销售费用，调增管理费用 28,888.88 元。

(17) 研发费用：①内部未实现毛利抵消，调增研发费用 248,633.81 元；②重新计算母公司股份支付费用，调增研发费用 146,075.93 元。

(18) 信用减值损失：重新测算母公司坏账准备，调减信用减值损失 175,673.35 元。

(19) 资产减值损失：重新测算存货跌价准备，调增母公司资产减值损失 2,003,343.42 元，调增惠州柏星龙资产减值损失 666,016.98 元。

(20) 营业外收入：将母公司营业外收入中的运输费收入重分类至营业收入和营业成本，调减营业外收入 714,245.25 元。

(21) 所得税费用：①内部未实现毛利抵消，调减所得税费用 63,355.56 元。②重新计算母公司递延所得税资产，调减所得税费用 113,460.79 元。③重新计算母公司应交企业所得税，调减所得

税费用 346,282.78 元。

(22) 现金流量表更正事项：经本公司梳理，根据《企业会计准则》与本公司经营业务的特点，对现金流量表重新计算更正。

2、2019 年会计差错更正内容：

(1) 应收票据：应收款项融资中信用级别较低的银行承兑汇票重分类至应收票据，调增母公司应收票据 3,112,152.09 元。

(2) 应收账款：①母公司收入成本跨期调整，调增应收账款 5,694,560.66 元；②重新测算母公司坏账准备，调减应收账款 284,728.03 元。

(3) 应收款项融资：应收款项融资中信用级别较低的银行承兑汇票重分类至应收票据，调减应收款项融资 3,112,152.09 元。

(4) 存货：①内部未实现毛利抵消，调减存货 59,200.98 元；②重新测算存货跌价准备，调减母公司存货 1,168,439.80 元，调减惠州柏星龙存货 456,255.99 元；③母公司收入成本跨期调整，调减存货 2,569,344.43 元。

(5) 递延所得税资产：①内部未实现毛利抵消，调增递延所得税资产 8,880.15 元；②重新计算母公司递延所得税资产，调增递延所得税资产 217,975.17 元。

(6) 短期借款：将应付利息重分类至短期借款列示，调增母公司短期借款 22,183.33 元。

(7) 应付账款：将母公司其他应付款中的中介服务费和会务费重分类至应付账款，调增应付账款 946,637.74 元。

(8) 预收款项：①将母公司其他应付款中预收客户的运费重分类至预收款项，调增预收款项 759,246.83 元；②母公司收入成本跨期调整，调增预收款项 1,165,438.41 元。

(9) 应付职工薪酬：①将惠州柏星龙其他应付款中的劳务派遣费重分类至应付职工薪酬，调增应付职工薪酬 492,121.00 元；②将惠州柏星龙其他应付款中的工会经费重分类至应付职工薪酬，调增应付职工薪酬 71,306.00 元。

(10) 应交税费：①母公司收入成本跨期调整，调增应交税费 684,041.01 元；②重新计算母公司所得税费用，调增所得税费用 191,360.53 元。

(11) 其他应付款：①将母公司其他应付款中预收客户的运费重分类至预收款项，调减其他应付款 759,246.83 元；②将母公司其他应付款中的中介服务费和会务费重分类至应付账款，调减其他应付款 946,637.74 元；③将应付利息重分类至短期借款列示，调减母公司其他应付款 22,183.33 元；④将惠州柏星龙其他应付款中的劳务派遣费重分类至应付职工薪酬，调减其他应付款 492,121.00 元；⑤将惠州柏星龙其他应付款中的工会经费重分类至应付职工薪酬，调减其他应付款 71,306.00 元。

(12) 资本公积：重新计算母公司股份支付费用，调增资本公积 1,119,817.01 元。

(13) 盈余公积：重新计算母公司盈余公积，调减盈余公积 169,513.80 元。

(14) 未分配利润：系上述调整事项的累计影响数。

(15) 营业收入：①母公司收入成本跨期调整，调增营业收入 1,633,852.15 元；②将母公司营业外收入中的运输费收入重分类至营业收入和营业成本，调增营业收入 1,870,198.20 元。

(16) 营业成本：①内部未实现毛利抵消，2020 年调减营业成本 346,367.79 元；②母公司收入成本跨期调整，调增营业成本 984,125.15 元；③将母公司营业外收入中的运输费收入重分类至营业收入和营业成本，调增营业成本 1,772,549.96 元；④将母公司管理费用中归属于设计业务的人员薪酬重分类至营业成本，调增营业成本 1,511,862.88 元；⑤按照受益对象将母公司管理费用中的装修费、租赁费、物业费重分类至营业成本，调增营业成本 968,957.33 元；⑥存货跌价准备转销，调减母公司营业成本 1,176,018.31 元，调减惠州柏星龙营业成本 411,747.32 元。

(17) 税金及附加：将税金及附加中的残疾人保障金重分类至管理费用，调减母公司税金及附加 79,173.75 元，调减惠州柏星龙税金及附加 85,599.18 元，调减四川海普柏星龙创意包装有限公司税金及附加 691.32 元。

(18) 销售费用：重新计算母公司股份支付费用，调减销售费用 1,306,075.52 元。

(19) 管理费用：①重新计算母公司股份支付费用，调减管理费用 2,293,453.28 元；②按照受益对象将母公司管理费用中的装修费、租赁费、物业费重分类至营业成本，调减管理费用 968,957.33 元；③将税金及附加中的残疾人保障金重分类至管理费用，调增母公司管理费用 79,173.75 元，调增惠州柏星龙管理费用 85,599.18 元，调增四川海普柏星龙创意包装有限公司管理费用 691.32 元；④将母公司管理费用中归属于设计业务的人员薪酬重分类至营业成本，调减管理费用 1,511,862.88 元。

(20) 研发费用：①内部未实现毛利抵消，调增研发费用 177,067.45 元；②重新计算母公司股份支付费用，调减研发费用 73,421.28 元。

(21) 信用减值损失：重新测算母公司坏账准备，调增信用减值损失 138,696.19 元。

(22) 资产减值损失：重新测算存货跌价准备，调增母公司资产减值损失 1,172,031.94 元，调增惠州柏星龙资产减值损失 357,313.46 元。

(23) 营业外收入将母公司营业外收入中的运输费收入重分类至营业收入和营业成本，调减营业外收入 97,648.24 元。

(24) 所得税费用：①内部未实现毛利抵消，调增所得税费用 25,395.05 元；②重新计算母公司所得税费用，调增所得税费用 77,252.60 元。

(25) 现金流量表更正事项：经公司梳理，根据《企业会计准则》与本公司经营业务的特点，对现金流量表重新计算更正。

前期会计差错对比较期间财务报表主要数据的影响如下：

单位：元

项目	2020 年 12 月 31 日和 2020 年度
----	---------------------------

	调整前	影响数	调整后	影响比例
资产总计	336,558,405.39	-2,192,411.08	334,365,994.31	-0.65%
负债合计	140,244,408.76	1,892,612.60	142,137,021.36	1.35%
未分配利润	103,932,243.42	-6,413,132.98	97,519,110.44	-6.17%
归属于母公司所有者权益合计	196,313,996.63	-4,085,023.68	192,228,972.95	-2.08%
少数股东权益	0.00	-	0.00	-
所有者权益合计	196,313,996.63	-4,085,023.68	192,228,972.95	-2.08%
营业收入	282,927,718.41	-851,225.12	282,076,493.29	-0.30%
净利润	27,018,299.72	-4,635,922.77	22,382,376.95	-17.16%
其中：归属于母公司所有者的净利润	27,018,299.72	-4,635,922.77	22,382,376.95	-17.16%
少数股东损益	0.00	-	0.00	-
项目	2019年12月31日和2019年度			
	调整前	影响数	调整后	影响比例
资产总计	314,255,344.63	1,383,446.75	315,638,791.38	0.44%
负债合计	125,012,143.47	2,040,839.95	127,052,983.42	1.63%
未分配利润	97,067,577.71	-1,607,696.41	95,459,881.30	-1.66%
归属于母公司所有者权益合计	189,243,201.16	-657,393.20	188,585,807.96	-0.35%
少数股东权益	0.00	-	0.00	-
所有者权益合计	189,243,201.16	-657,393.20	188,585,807.96	-0.35%
营业收入	353,317,631.10	3,504,050.35	356,821,681.45	0.99%
净利润	29,006,186.37	4,309,053.81	33,315,240.18	14.86%
其中：归属于母公司所有者的净利润	29,012,215.14	4,309,053.81	33,321,268.95	14.85%
少数股东损益	-6,028.77	-	-6,028.77	0.00%

2. 未来适用法

适用 不适用

八、 发行人资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项

(一) 财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况

适用 不适用

1、财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况

(1) 会计师事务所的审阅意见

天职国际会计师事务所对公司 2022 年 9 月 30 日的合并及母公司资产负债表、2022 年 1-9 月的合并及母公司利润表、合并及母公司现金流量表以及财务报表附注进行了审阅，并于 2022 年 11 月 3 日出具了编号为天职业字【2022】43009 号的《审阅报告》。审阅意见如下：“根据我们的审阅，我们没有注意到任何事项使我们相信财务报表没有按照企业会计准则的规定编制，未能在所有重大方面公允反映被审阅单位的合并及母公司财务状况、合并及母公司经营成果和合并及母公司现金流量。”

(2) 发行人的专项说明

公司及全体董事、监事、高级管理人员保证公司 2022 年第三季度财务报表所载资料不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性及完整性承担个别及连带责任。

公司负责人、主管会计工作负责人及会计机构负责人保证公司 2022 年第三季度财务报表真实、准确、完整。

(3) 财务报告审计截止日后主要财务信息

公司经审阅的主要财务数据如下：

单位：元

项目	2022 年 9 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	本报告期末较上年度末变动
资产总计	390,915,091.17	415,344,420.92	-5.88%
负债总计	136,296,586.17	199,909,906.38	-31.82%
所有者权益总计	254,618,505.00	215,434,514.54	18.19%
归属于母公司所有者权益合计	251,370,867.67	214,579,876.79	17.15%

单位：元

项目	2022 年 1-9 月	2021 年 1-9 月	本报告期较上期变动
营业收入	356,989,958.72	283,934,136.46	25.73%
营业利润	46,180,214.32	26,147,573.34	76.61%
利润总额	41,615,184.12	25,505,329.09	63.16%
净利润	35,859,335.31	21,840,810.58	64.19%
归属于母公司所有者净利润	36,006,335.73	21,840,802.95	64.86%
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者净利润	36,129,887.25	17,287,273.72	109.00%
经营活动产生的现金流量净额	-19,812,399.04	30,388,677.92	/

财务报告审计截止日后至招股说明书签署日，公司的经营状况良好，生产模式、采购模式及销售模式等经营模式未发生重大变化，主要客户及供应商的构成，税收政策以及其他可能影响投资者判断的重大事项均未发生重大变化。

2、资产负债表日后事项

(1) 公司 2022 年半年度权益分派预案（已经 2022 年 8 月 31 日召开第四届董事会第十二次会议审议取消）

2022 年 8 月 19 日，本公司第四届董事会第十一次会议审议通过了《关于<公司 2022 年半年度权益分派预案>议案》，拟以公司截止 2022 年 6 月 30 日的总股本 51,852,000.00 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金股利人民币 3.857132 元（含税），共计派发现金股利 2,000 万元。2022 年 8 月 31 日，结合子公司“惠州柏星龙包装有限公司创意包装智能制造生产建设项目”的推进进度，为保证公司现金流充足，经慎重考虑，公司召开第四届董事会第十二次会议，审议通过了《关于取消<公司 2022 年半年度权益分派预案>议案》。

(2) 惠州柏星龙包装有限公司与东莞市杰泰胶粘剂有限公司买卖合同纠纷案

2022 年 5 月 16 日，东莞市杰泰胶粘剂有限公司（以下简称“东莞杰泰”）至东莞市第三人民法院起诉惠州柏星龙包装有限公司，诉讼请求为：①请求法院判决被告支付原告货款人民币 293,800 元及利息 1,448.88 元（以本金 293,800 元，从 2022 年 3 月 31 日起按全国银行间同业拆借中心公布的同期限贷款市场报价利率 1.5 倍计算至货款清偿之日止，暂计至 2022 年 4 月 20 日为 1,448.88 元），本息暂共计 295,248.88 元；②本案诉讼费用由被告承担。2022 年 6 月 1 日东莞市第三人民法院出具的民事裁定书（（2022）粤 1973 财保 1854 号），冻结惠州柏星龙包装有限公司银行存款 295,248.88 元，冻结期限为 2022 年 6 月 6 日至 2023 年 6 月 5 日。

2022 年 8 月 5 日惠州柏星龙包装有限公司提起反诉。反诉请求为：①请求法院判令被告赔偿原告因瑕疵交付所造成的经济损失 284,029.50 元（包括半成品材料损失 226,966.40 元、人工费 12,157.30 元、电费 43,421.80 元、第三方检测费 1,484.00 元）；②本案诉讼费用由被告承担。

2022 年 10 月 8 日，东莞市第三人民法院出具“（2022）粤 1973 民初 10749 号”一审判决书，判决如下：①限惠州柏星龙包装有限公司于本判决发生法律效力之日起五日内支付东莞市杰泰胶粘剂有限公司货款 248,800.00 元以及逾期付款的损失（逾期付款的损失以 248,800.00 元为本金，从 2022 年 3 月 1 日起按全国银行间同业拆借中心公布的同期限贷款市场报价利率 1.5 倍计算至货款付清之日止）；②限东莞市杰泰胶粘剂有限公司于本判决发生法律效力之日起五日内赔偿惠州柏星龙包装有限公司 20,000.00 元；③限东莞市杰泰胶粘剂有限公司于本判决发生法律效力之日起五日内支付惠州柏星龙包装有限公司检测费 1,484.00 元；④驳回东莞市杰泰胶粘剂有限公司的其他本诉诉讼请求；⑤驳回惠州柏星龙包装有限公司的其他反诉请求。本案本诉受理费 2,806.67 元、保全费 1,996.24 元（原告均已预交），由原告负担受理费 406.67 元、保全费 306.24 元，由被告负担受理费 2,400.00 元、保全费 1,690.00 元；本案反诉受理费 2,864.37 元（被告均已

预交)，由原告负担受理费 864.37 元，由被告负担受理费 2,000.00 元。上述费用由原、被告之间直接互相径付，本院不予退收。

截至本招股说明书签署日，除上述事项外，本公司无需说明的重大资产负债表日后非调整事项。

（二） 重大期后事项

适用 不适用

（三） 或有事项

适用 不适用

1、承诺事项

根据公司与招商银行股份有限公司罗湖支行签订的“随心展”交易委托书书，截止至 2022 年 9 月 30 日，公司尚有共计 100.00 万美元的远期外汇结售汇合约尚未交割，可在 2022 年 7 月 25 日至 2022 年 10 月 24 日间的固定交易日交收，期末已按 2022 年 9 月 30 日的远期外汇汇率相应确认交易性金融资产-355,700.00 元。

截至 2022 年 9 月 30 日止，除上述事项外，本公司无需要披露的重要承诺事项。

2、或有事项

2022 年 7 月 4 日，成都市御顺酒业有限公司（以下简称“成都御顺”）至四川自由贸易试验区人民法院起诉四川天府柏星龙创意包装有限公司（被告一）和本公司（被告二），诉讼请求为：①请求判令原告与被告一解除《单一系列产品形象设计合同》；②请求判令二被告返还原告支付的全部合同费用 500,000.00 元，并支付资金占用利息（以 500,000.00 元为基数，自起诉之日起按 LPR 的标准计算至实际付清之日止）；③请求判令本案诉讼费、保全费、公告费等一切费用由二被告承担。2022 年 8 月 18 日四川自由贸易试验区人民法院出具的民事裁定书（（2022）川 0193 民初 8699 号之一），冻结四川天府柏星龙创意包装有限公司银行存款 500,000.00 元，冻结期限为一年。

截至本招股说明书签署日，本案尚未开庭，公司结合《企业会计准则》以及案件具体情况，初步判定尚无法对该等案件是否可能导致经济利益流出及其金额做出合理的估计，因此未计提预计负债。

除上述事项外，本公司无需要披露的重要或有事项。

（四） 其他重要事项

适用 不适用

九、 滚存利润披露

适用 不适用

根据公司 2022 年第一次临时股东大会决议，本次公开发行前滚存的未分配利润在公司股票公开发行后由新老股东按持股比例共享。

第九节 募集资金运用

一、 募集资金概况

(一) 本次募集资金投资项目基本情况

经公司第四届董事会第十次会议、**第四届董事会第十三次会议**及 2022 年第一次临时股东大会审议通过，公司拟申请向不特定合格投资者公开发行不超过 1,296.30 万股（含本数，不含超额配售选择权）股票，募集资金扣除发行费用后，将用于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	投资总金额	拟投入募集资金
1	惠州柏星龙包装有限公司创意包装智能制造生产建设项目	34,125.32	17,138.41
2	创意设计与技术研发中心建设项目	5,861.59	4,861.59
合计		39,986.91	22,000.00

(二) 募集资金管理制度及专户储存安排

公司已制定《募集资金管理制度》，对募集资金专户存储、募集资金使用、募集资金用途变更以及募集资金管理与监督等进行了详细严格的规定。

本次募集资金到位后将存放于公司董事会指定的专项账户，以有效保证募集资金的专款专用。

(三) 实际募集资金量与投资项目需求出现差异时的安排

若本次发行实际募集资金不能满足上述项目的投资需求，资金缺口通过自筹资金解决。若实际募集资金净额超出项目投资总额，则由公司将按照国家法律、法规及中国证券监督管理委员会和北京证券交易所的有关规定履行相应法定程序后合理使用。

本次募集资金到位前，公司可以自有资金先行投入募投项目，募集资金到位后，公司将以募集资金置换先期投入的自筹资金。

二、 募集资金运用情况

(一) 惠州柏星龙包装有限公司创意包装智能制造生产建设项目

1、项目概述

公司作为一家从事酒类、化妆品、茶叶、食品等中高端消费品创意包装设计和产品研发、生产、销售的高新技术企业，在创意包装领域深耕多年，凭借优秀的创意能力、优质的工艺技术以及高效的交付能力，积累了丰富的客户资源和良好的市场口碑。通过本项目建设，借助公司在品牌策略规划、创意设计、技术研发、产品交付方面的优势，扩大公司创意包装产品的产能，更好的满足下游行业的需求，从而全面提升企业竞争力与影响力。

本项目实施主体为子公司惠州柏星龙包装有限公司，项目建设周期为 36 个月。

2、项目实施的必要性

(1) 扩大生产规模，实现公司快速发展的需要

随着经济的不断发展，品牌包装设计逐渐成为创意产业的重要组成部分，有着不可忽视的地位。现代的包装不但可以传递商品的基本信息和属性，还包含了深厚的文化底蕴，是视觉和精神的双重审美享受。在文化创意发展的背景下，创意包装有着更为长远和广阔的发展前景。除 2020 年受疫情影响产能利用率相对较低外，报告期内产能利用率与产销率保持在较高水平。根据公司的业务发展目标和创意包装产品市场发展预期，产能不足成为公司的发展和在行业内的市场占有率的提升需要面临的问题。因此，公司计划购置先进的生产设备，扩大生产规模，提高生产能力，解决产能不足的问题，同时提升公司对产品质量的管控能力，以满足高端制造的要求。

本项目建成后将大大提高公司的生产能力，可形成年产量超过一亿个创意包装制品的生产能力。公司生产能力的提高，有助于提高公司产品交付能力，解决公司面临的产能不足与销售规模增长之间的矛盾，从而有助于满足市场不断增长的需求并提高市场占有率，技术能力与质量管控能力的提升将进一步增强核心竞争力，从而使公司的发展步入一个新的台阶。

(2) 采用先进的技术和设备，提升产品质量和生产效率

公司一直坚持技术领先，致力于为客户提供优质的产品。先进的生产设备和设施是产品质量保证的基础。通过本项目的建设，公司将引进自动压纹烫金机、海德堡印刷机、视觉定位机生产线、全自动糊盒成型机、全自动手袋成型机等先进生产设备。新型设备的购置将改善创意包装产品生产过程的多道工序，从而促使产品生产工艺得到优化，提高生产效率、材料利用率以及产品质量和精度。例如，引进的自动压纹烫金机使产品面纸印刷及表面处理后烫金及压纹一体完成，提高效率和精度，是对现有烫金压纹方式的突破性创新工艺；海德堡印刷机可以实现高保真多色印刷，匹配到自然界更多的更丰富的色彩，同时可以实现冷烫及开发各种表面处理的多座混合过油工艺，可以将印刷和表面处理及烫金工艺集成到印刷机上完成，大幅度提高生产效率和精度及工艺多样性搭配。

项目建设完成后，公司生产工艺将得到优化，生产效率得到提高，并生产出高品质的创意包装产品，以满足下游客户对包装产品不断提高的精度和质量要求。

(3) 提升公司核心竞争力的需要

柏星龙始终专注于产品形象设计服务和创意包装产品的研发、生产及销售，将产品形象与文化创意相融合，为国内外中高端客户提供产品形象工程整体解决方案。公司已经形成了集品牌策略规划、创意设计、技术研发、产品交付四位一体的业务体系，致力于成为中高端产品形象工程综合解决方案供应商。但由于资金规模和场所的限制，公司整体产能规模并不能完全满足下游客户和公司业务拓展的需要。因此，公司有必要购置先进的生产设备和足够的配套设备，增加相关的生产能力，进而提高公司产品的竞争力。

本项目的建设，将在新增印刷机的基础上，引入充足的配套设备，减少外协工序和外协份额的比例，提高公司产品的质量和性能，满足公司业务不断扩展和下游客户不断发展的需要，进而提升公司的核心竞争力。

3、项目实施的可行性

(1) 国家产业政策的支持是项目顺利实施的保障

国家陆续出台了一系列促进行业发展的政策措施，为公司发展创造了良好的经营政策环境。国家产业支持政策如下：

序号	政策名称	发布时间	颁布部门	主要内容
1	《“十四五”文化产业发展规划》	2021年5月	文化和旅游部	促进创意设计与现代生产生活和消费需求对接，发挥创意设计对国民经济相关产业的赋能作用。植根中华文化沃土，将中华美学精神融入创意设计。培育一批专业化、特色化、品牌化创意设计企业。加强青年设计师培养扶持。
2	《“十四五”文化和旅游发展规划》	2021年4月	文化和旅游部	加快发展新型文化企业、文化业态、文化消费模式，不断健全结构合理、门类齐全、科技含量高、富有创意、竞争力强的现代文化产业体系。提高创意设计发展水平，促进创意设计与实体经济、现代生产生活、消费需求对接。
3	《绿色包装评价方法与准则》	2019年5月	国家市场监督管理总局	针对绿色包装产品低碳、节能、环保、安全的要求规定了绿色包装评价准则、评价方法、评价报告内容和格式，并定义了“绿色包装”的内涵：在包装产品全生命周期中，在满足包装

				功能要求的前提下，对人体健康和生态环境危害小、资源能源消耗少的包装。
4	《印刷业“十三五”时期发展规划》	2017年4月	国家新闻出版广电总局	加快实现创新驱动，打造发展新引擎；坚持绿色发展道路，增强绿色印刷实效；推动数字网络化发展，提升智能化水平；引导扩大产业生态圈，延伸跨界融合领域；提升示范特色影响力，促进辐射引领发展；提升产业国际竞争力，加快走出去步伐；加强产业标准化建设，完善质量管理机制；完善监管服务机制，维护有序竞争环境。
5	《关于加快我国包装产业转型发展的指导意见》	2016年12月	工业和信息化部、商务部	通过创新设计方式、生产工艺以及技术手段等，大力研发包装新材料、新产品、新装备，推动产品品种增加和供给服务能力提升。大力发展功能化、个性化、定制化的中高端产品，通过丰富产品品种、优化产品结构拉动需求、驱动消费。
6	《中国制造2025》	2015年5月	国务院	在传统制造业、战略性新兴产业、现代服务业等重点领域开展创新设计示范，全面推广应用以绿色、智能、协同为特征的先进设计技术。鼓励代工企业建立研究设计中心，向代设计和出口自主品牌产品转变。发展各类创新设计教育，设立国家工业设计奖，激发全社会创新设计的积极性和主动性。建设品牌文化，引导企业增强以质量和信誉为核心的品牌意识，树立品牌消费理念，提升品牌附加值和软实力。加速我国品牌价值评价国际化进程，充分发挥各类媒体作用，加大

				中国品牌宣传推广力度，树立中国制造品牌良好形象。
--	--	--	--	--------------------------

本项目的实施将顺应国家政策发展的要求，国家产业政策的支持为项目的成功实施提供了保障。

(2) 良好的市场发展前景为项目的成功实施提供市场基础

创意包装根据其应用领域可分为酒类创意包装、茶叶创意包装、化妆品创意包装、休闲食品创意包装以及其他创意包装。随着居民可支配收入的稳定增长，中国消费者经济实力与消费观念的改变，对酒、化妆品、茶食等产品了解的加深，消费升级趋势明显，全民进入品牌消费时代。品牌包装设计逐渐成为创意产业的重要组成部分，有着不可忽视的地位。现代的包装不但可以传递商品的基本信息和属性，还包含了深厚的文化底蕴，是视觉和精神的双重审美享受。各类消费品，特别是中高端消费品离不开创意包装，因此社会消费品需求的增加将继续带动创意包装行业的发展。尤其在文化创意发展的背景下，创意包装有着更为长远和广阔的发展前景。

因此，项目产品具有良好的市场前景，为项目的成功实施提供市场基础。

(3) 优质的客户资源为项目的顺利实施奠定了基础

公司深耕创意包装领域多年，凭借优秀的创意能力、优质的工艺技术以及高效的交付能力，在行业内树立了良好的品牌形象并赢得了重要地位，成为国内外许多知名企业和品牌的合作伙伴。公司业务覆盖全国主要省份，并出口美国、法国、意大利、德国等多个国家及地区。报告期内，与牛栏山、衡水老白干、古井贡酒、糊涂酒业、天佑德、酒鬼酒、汾酒、欧莱雅、宝格丽、SundayRiley、八马茶叶、燕之屋、LadyM等国内外知名品牌建立了良好的合作关系。

稳定的客户群体是公司未来发展和参与市场竞争的基础，良好的市场口碑有助于企业开发新的优质客户。优质的客户资源为项目新增产能的顺利消化奠定了基础。

(4) 公司在技术方面的积累

公司非常重视技术研发，每年投入较大规模资金进行技术部研发。公司通过在新材料、新工艺、新防伪、新盒型等维度持续技术创新，掌握了3D悬浮微纳防伪技术、纹理烫金技术、UV数码浮雕立体肌理工艺、多段感温变色油墨、防伪卡扣等核心技术，并致力于新工艺的持续开发，解决行业内的防伪技术难题。公司具备突出的研究开发能力，并被评为“中国酒类创意设计研发中心（深圳）”、“广东省工程技术研究中心”、“广东省工业设计中心”和“深圳市工业设计中心”，研究开发了多项具有先进水平的专利技术和非专利技术，截至2022年6月30日，公司已获得专利157项，其中，发明专利13项、实用新型专利59项、外观设计85项。公司已经掌握并应用了具有自主知识产权的核心技术。公司在技术方面的积累为本项目的实施提供技术支持，确保项目的顺利实施。

4、项目投资概算

本项目总投资 34,125.32 万元，其中设备及软件投资 13,539.07 万元，占比 39.67%；土建工程投资 16,719.19 万元，占比 48.99%；建设工程其他费用 1,082.60 万元，占比 3.17%；预备费 940.23 万元，占比 2.76%；铺底流动资金 1,844.23 万元，占比 5.40%。本项目投资中 24,138.41 万元拟通过募集资金投入，其它不足部分将以自有资金补足。具体投资情况如下：

序号	指标	投资额（万元）	比例
1	建设投资	31,340.86	91.84%
1.1	设备购置及安装费	13,239.07	38.80%
1.2	软件购置费	300.00	0.88%
1.3	土建工程费	16,719.19	48.99%
1.4	建设工程其他费用	1,082.60	3.17%
2	预备费	940.23	2.76%
3	铺底流动资金	1,844.23	5.40%
合计		34,125.32	100.00%

5、项目实施进度计划

项目建设期的主要工作内容包括：厂房和配套设施的土建工程、装修、水电工程，生产设备及配套设施购置及安装调试，人员招聘及培训，试运行与验收，为正式生产做好准备，本项目建设期为 36 个月。

6、项目用地、环评、备案情况

本项目拟在惠州子公司现有场地实施，该土地坐落于惠州市惠澳大道惠南高新科技产业园松柏路 2 号，土地使用权证编号为“惠府国用（2012）第 13021250003 号”。

本项目已取得惠州仲恺高新技术产业开发区科技创新局出具的《广东省企业投资项目备案证》（项目代码：2204-441305-04-01-465936）。

本项目已取得惠州市生态环境局出具的《关于惠州柏星龙包装有限公司创意包装智能制造生产建设项目环境影响报告表的批复》（惠市环（仲恺）建[2022]92 号）。

7、项目效益分析

本募投项目建成达产后，年新增营业收入 72,019.03 万元，年均新增净利润 9,063.70 万元，项目税后内部收益率为 19.66%，税后静态投资回收期为 6.53 年（包含建设期）。

（二）创意设计与技术研发中心建设项目

1、项目概述

公司现有创意设计中心与技术研发中心规模有限，不足以支撑公司未来的业务扩张，通过本项目的实施，公司将把握创意包装行业发展的机遇，进一步提升产品形象设计业务能力，提高创意设计核心竞争力，并通过新材料、新工艺、新防伪、新盒型、智能化、自动化的研发加

强创意设计成果转化，更好地把产品形象设计服务与创意包装产品生产业务结合起来，增强市场竞争力。

本项目实施主体为柏星龙，项目建设周期为 24 个月。

2、项目实施的必要性

（1）顺应国家产业政策导向和市场发展趋势

《“十四五”文化和旅游发展规划》要求提高创意设计发展水平，创意设计与实体经济、现代生产生活、消费需求对接。创意包装行业发展符合国家产业政策导向，得到政策的有力支持。

《绿色包装评价方法与准则》定义了“绿色包装”的内涵：在包装产品全生命周期中，在满足包装功能要求的前提下，对人体健康和生态环境危害小、资源能源消耗少的包装。因此，环保新材料的研发是公司顺应政策导向，赢得发展先机的必要举措。同时，在文化创意与设计服务行业的持续发展带动之下，创意包装行业市场需求增加，公司发展前景良好。在公司业务扩展的同时，现有创意设计和技术研发规模不能完全满足公司未来发展需要。本项目的实施符合国家产业政策导向，顺应市场发展趋势，为公司业务的不断发展提供强有力的内容和技术支持。

（2）增强公司核心竞争力并巩固提高公司行业地位

产品形象设计服务作为公司主营业务的主要立足点，是公司成长的核心驱动，技术研发作为设计成果转化的重要手段，是连接公司创意设计和产品实现的桥梁。公司亟需通过创意设计中心的建设，提高创意设计能力，实现设计撬动产品的市场转换，用创意设计为公司、为客户创造产品价值和品牌价值；通过实验室和环保材料试验场地建设，公司将对现有包装材料进行扩充，提高环保材料的使用率并提升现有工艺技术水平，增强公司产品的创新性和环保性，使产品形象设计服务更好地与公司创意包装产品生产业务紧密结合。

本项目将通过购置先进的设备和软件、引进和培养一批高质量设计和研发人才，提高公司的创意设计和技术研发实力，增强公司的核心竞争力，不断提升公司行业地位。

（3）提高公司的信息化管理水平，支持公司未来发展需求

业务的不断发展，对公司信息化管理能力的提出更高要求。通过信息化系统实现无缝集成和数据统一，已成为提高公司设计和研发工作效率的必要之举，符合公司未来发展需要。本项目中的信息化系统建设将通过机房建设、软硬件的购置和人才的引进，建立公司集成统一的系统应用平台，优化、规范公司设计业务、研发流程和其他业务管理流程及标准，实现集中式信息化管控，为创意设计、技术研发的升级提供强大助力，全面支持公司战略转型和流程优化。

3、项目实施的可行性

（1）国家产业政策支持

创意设计行业作为文化创意产业的重要组成部分，其发展得到了国家相关政策的支持、鼓励、引导。政府先后出台多项政策，鼓励创意包装行业的发展。近年来，我国相关政府部门制订并颁布实施涉及创意设计和包装行业的主要法律法规及产业政策如下：

序号	政策名称	发布时间	颁布部门	主要内容
1	《“十四五”文化产业发展规划》	2021年5月	文化和旅游部	促进创意设计与现代生产生活和消费需求对接，发挥创意设计对国民经济相关产业的赋能作用。植根中华文化沃土，将中华美学精神融入创意设计。培育一批专业化、特色化、品牌化创意设计企业。加强青年设计师培养扶持。
2	《“十四五”文化和旅游发展规划》	2021年4月	文化和旅游部	加快发展新型文化企业、文化业态、文化消费模式，不断健全结构合理、门类齐全、科技含量高、富有创意、竞争力强的现代文化产业体系。提高创意设计发展水平，促进创意设计与实体经济、现代生产生活、消费需求对接。
3	《绿色包装评价方法与准则》	2019年5月	国家市场监督管理总局	针对绿色包装产品低碳、节能、环保、安全的要求规定了绿色包装评价准则、评价方法、评价报告内容和格式，并定义了“绿色包装”的内涵：在包装产品全生命周期中，在满足包装功能要求的前提下，对人体健康和生态环境危害小、资源能源消耗少的包装。
4	《印刷业“十三五”时期发展规划》	2017年4月	国家新闻出版广电总局	加快实现创新驱动，打造发展新引擎；坚持绿色发展道路，增强绿色印刷实效；推动数字网络化发展，提升智能化水平；引导扩大产业生态圈，延伸跨界融合领域；提升示范特色影响力，促进辐射引领发展；提升产业国际竞争力，加快走出去步伐；加强产业标准化建设，完善质量管理机制；完善监管服务机制，维护有序竞争环境。
5	《关于实施中华优秀传统文化传承发	2017年1月	国务院办公厅	注重实践与养成、需求与供给、形式与内容相结合，把中华优秀传统文化内涵更好更多地融入生产生活各方面。用中

	展工程的 意见》			华优秀传统文化的精髓涵养企业精神， 培育现代企业文化。
6	《关于加 快我国包 装产业转 型发展的 指导意 见》	2016年12月	工业和信息化部、商务部	通过创新设计方式、生产工艺以及技术 手段等，大力研发包装新材料、新产 品、新装备，推动产品品种增加和供给 服务能力提升。大力发展功能化、个性 化、定制化的中高端产品，通过丰富产 品品种、优化产品结构拉动需求、驱动 消费。

(2) 公司在创意设计和技术研发方面的积累

近年来公司不断加大技术领域的研发投入，并不断借鉴和学习国内外先进经验，通过多种途径，加强公司的创意设计与技术研发能力。公司一直以来高度重视后备人才储备，积极研发行业新技术，与高校、行业协会进行人才、技术交流，为公司的设计项目带来先进的理论、新颖的思路，保障了公司设计和技术创新的可持续。同时，公司注重引进行业高端技术人才，不断致力于打造高素质、高水平的研发团队和管理团队。

公司深耕创意包装行业，通过优秀的创意设计作品，获得包含德国红点奖、德国 IF 设计奖、Pentawards、世界之星、莫比乌斯广告奖、意大利 A'设计大奖、IAI 设计奖等在内的国际设计大奖 103 项，其中 Pentawards 和莫比乌斯广告分别获得金奖、最佳作品奖，成功打造了包括牛栏山黄瓷经典、古井贡 16 年、板城和顺 1975 在内的多款经典畅销产品，在创意设计方面具备一定的市场竞争力和行业影响力。

公司注重对知识产权保护和挖掘，建立了《产品技术创新激励制度》，以鼓励研发人员开拓钻研、创新创造的精神，提高研发人员的工作积极性，增强公司知识产权保护意识。公司目前拥有授权专利 157 项，其中，发明专利 13 项、实用新型专利 59 项、外观设计 85 项。上述技术积累有助于公司保持市场竞争力，为增强公司提升客户粘性，增加产品附加值发挥了重要作用。

公司在技术方面的积累为本项目的顺利实施提供了坚实的基础。

(3) 公司在市场方面的积累

公司目前主要为酒、化妆品、茶食等领域的中高端消费品客户提供专业的创意包装服务，助力客户产品的市场开发，提升产品附加值。凭借独特的产品设计和较强的工艺转化能力，公司的创意设计服务和产品得到了合作客户的普遍好评，部分合作客户如下：

细分行业	合作品牌
------	------

酒类	
	
	
化妆品	
茶叶	
食品	

公司服务的客户覆盖全国主要省份和多个国家。为国内知名品牌如牛栏山酒厂、承德乾隆醉酒业、天佑德酒、古井贡酒、糊涂酒业、酒鬼酒、汾酒、江苏汤沟、天佑德等提供了专业服务，成功打造过包括牛栏山黄瓷经典、古井贡 16 年、板城和顺 1975 在内的多款经典畅销产品。并直接或间接与路易威登（LV）、古驰（GUCCI）、宝格丽（BVLGARI）、欧莱雅（LOREALPARIS）、迪士尼（DISNEY）、帝亚吉欧（Diageo）、LadyM 等国际知名品牌展开了合作业务。

公司客户资源的不断积累、产品服务领域的不断拓宽，为本项目实施的基础。

4、项目投资概算

本项目总投资 5,861.59 万元，其中租金投入 381.78 万元，占比 6.51%；装修工程投入 443.50 万元，占比 7.57%；新增设备投入 1,521.84 万元，占比 25.96%；新增软件投入 1,851.75 万元，占比 31.59%；预备费 114.51 万元，占比 1.95%；人员费用及其他投入 1,548.20 万元，占比 26.41%。该项目拟全部以募集资金进行投资。具体投资情况如下：

序号	指标名称	投资额（万元）	比例
1	建设投资	4,198.87	71.63%
1.1	租金投入	381.78	6.51%
1.2	装修工程	443.50	7.57%
1.3	新增设备投入	1,521.84	25.96%
1.4	新增软件投入	1,851.75	31.59%
2	预备费	114.51	1.95%
3	人员费用及其他投入	1,548.20	26.41%
合计		5,861.59	100.00%

5、项目实施进度计划

本项目建设期为 24 个月。建设期的主要工作包括：前期调研及准备工作、租赁、工程设计及建设方案、装修和水电工程、人才招聘与培训、设备及软件购置及安装调试、试运行与验收几个阶段。

6、项目用地、环评、备案情况

本项目拟通过租赁的方式取得所需场地，不涉及土地的购置，因此，不涉及土地方面的审批、批准或备案。

本项目已取得深圳市罗湖区发展和改革局出具的《深圳市社会投资项目备案证》（备案编号：深罗湖发改备案（2022）0030 号）。

本项目深圳市生态环境局罗湖管理局完成备案（备案号：深环罗备[2022]003 号）。

三、 历次募集资金基本情况

公司自挂牌以来共发行股票一次，具体情况如下：

（一）报告期内募集资金的基本情况

经 2016 年 12 月 15 日召开的第二届董事会第十三次会议及 2017 年 1 月 3 日召开的 2017 年第一次临时股东大会审议通过，公司向自然人唐庆宇发行了 1,852,000.00 股股票，每股 5.4 元，发行对象以现金认购，本次发行募集资金总额为 1,000.08 万元，发行对象于 2017 年 1 月 13 日将认

购资金缴款至公司指定账户。

本次发行募集资金的到位情况经天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）审验，并由其出具了“天职业字【2017】2302号”《验资报告》。2017年3月29日，全国中小企业股份转让系统有限责任公司出具了股转系统函【2017】1843号《关于深圳市柏星龙创意包装股份有限公司股票发行股份登记的函》。

（二）报告期内募集资金的使用与变更用途情况

本次发行股票募集资金主要用于投资建设创意设计互联网平台、发展多元化包装、创意设计技术研发投入以及生产线改造购置自动化生产线设备用途。截至2021年12月31日，上述募集资金已使用完毕，公司于2019年11月12日办理了募集资金专户的销户手续。本次募集资金不存在变更用途的情形。

天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）对公司上述募集资金使用情况进行了审核，并于2022年5月26日出具了《前次募集资金使用情况鉴证报告》（天职业字[2022]1987-3号）。

四、 其他事项

截至本招股说明书签署日，发行人不存在其他需披露的募集资金运用事项。

第十节 其他重要事项

一、 尚未盈利企业

不适用。

二、 对外担保事项

适用 不适用

三、 可能产生重大影响的诉讼、仲裁事项

适用 不适用

四、 控股股东、实际控制人重大违法行为

报告期内，公司控股股东、实际控制人不存在重大违法行为。

五、 董事、监事、高级管理人员重大违法行为

报告期内，公司董事、监事、高级管理人员不存在重大违法行为。

六、 其他事项

报告期内，发行人及其子公司存在 14 起涉诉案件，其中已结案件 9 起，未结案件 5 起，具体情况如下：

(一) 已结案件

序号	一审原告 / 仲裁申请人	一审被告 / 仲裁被申请人	案由	案件简要内容	诉讼 / 仲裁进展	调解书 / 裁定书 / 判决书 / 裁决书 / 裁决书出具日、协议生效日
1	RST Inc.	发行人	买卖合同纠纷	发行人因原告未支付前期合作对应的部分货款，在原告再次下订单后未向其发货，原告在美国内华达州克拉克郡地方法院起诉	原告撤诉	2019.02

				发行人违约导致其损失 1.50 万美元，但原告未合法向发行人送达司法文书。中国出口信用保险公司深圳分公司已就发行人就前期交易的损失赔付 5.59 万美元。		
2	发行人	茅粮酒业集团有限公司、茅粮酒业集团司岗里酒厂	承揽合同纠纷	被告拖欠发行人货款 30.20 万元，发行人提起诉讼，后双方达成和解协议，被告依协议履行给付义务后发行人撤诉。	发行人撤诉	2019.04.09
3	深圳市美宏达包装制品有限公司	发行人	买卖合同纠纷	发行人欠付原告货款 7.64 万元，原告提起诉讼，后经法院调解，双方达成协议，发行人依协议向原告支付款项 5.35 万元。	调解结案	2019.06.12
4	发行人	云南彝州酒业股份有限公司	承揽合同纠纷	发行人就被告拖欠货款 24.98 万元提起诉讼，被告不服一审判决提起上诉，双方经二审法院调解达成协议，发行人确认被告已支付货款 24.75 万元并放弃其他诉讼请求。	调解结案	2019.08.08
5	东莞市中曙新材料科技发展有限公司	惠州柏星龙	买卖合同纠纷	惠州柏星龙欠付原告货款 4.85 万元，原告提起诉讼，惠州柏星龙就产品质量问题提出反诉。一审法院判决惠州柏星龙向原告支付货款 4.85 万元及逾期违约金，驳回惠州柏星龙反	一审判决生效	2019.09.25

				诉请求。惠州柏星龙已按一审判决履行给付义务。		
6	发行人	广西巴马瑶珍酒业有限公司	承揽合同纠纷	被申请人拖欠发行人货款 14.56 万元，发行人申请仲裁，后仲裁庭依双方和解协议作出裁决书，减去被申请人在发行人提起仲裁申请后所支付货款 8.5 万元，被申请人已依据和解协议向发行人支付余下 6.1 万元及和解协议约定的仓储费 1.3 万元。	和解裁决	2019.09.27
7	深圳市美丽视界文化传播有限公司	发行人	侵害作品信息网络传播权纠纷	发行人未经授权在其网站使用了原告享有著作权的摄影作品 1 张（1 次使用），原告据此于 2019 年 1 月起诉发行人。后双方达成和解协议，发行人依协议向原告支付 500 元，原告撤诉。	原告撤诉	2019.12.18
8	发行人	贵州青酒集团有限责任公司、贵州青酒厂、镇远县兴发商贸有限公司	承揽合同纠纷	被告拖欠发行人货款 1,726.03 万元，发行人于 2019 年 9 月起诉。后经法院调解达成和解协议，但被告方未履行义务，发行人向镇远县人民法院申请强制执行，执行案件于 2020 年 1 月立案。 因贵州青酒集团有限责任公司濒临破产，2021 年 11 月，发行人参加债务清偿会	执行阶段，已收到 686.41 万元款项	2021.11.11

				<p>议，在镇远县政府协调下，经多次协商，发行人与被告方达成协议，约定贵州青酒集团有限责任公司向发行人支付 686.41 万元后，发行人放弃余下债权。</p> <p>该事项已经发行人第四届董事会第八次会议审议通过，发行人已于 2021 年 12 月 9 日临时公告及《2021 年年度报告》披露诉讼进展、案件情况。</p>		
9	发行人	盒畔包装实业（深圳）有限责任公司、北京搜狐互联网信息服务有限公司、刘亚丽	不正当竞争纠纷	<p>盒畔包装实业（深圳）有限责任公司未经发行人许可，在北京搜狐互联网信息服务有限公司运营的搜狐网站的帐号“盒畔创意设计”搬运、抄袭、恶意篡改发行人发布在其网站上的文章，侵犯了发行人信息网络传播权等著作权。发行人于 2021 年 8 月提起诉讼，【后因诉讼策略调整等原因撤诉】。</p>	发行人 撤诉	2022.5.26

除与贵州青酒集团有限责任公司及其相关方（以下合称“贵州青酒”）的诉讼外，发行人已结案诉讼涉诉金额相对较小，不会对发行人的经营造成重大不利影响。发行人与贵州青酒的诉讼案件已执行完毕，发行人通过债务重组的方式收回了部分货款，该案件不会对发行人未来经营造成重大不利影响。

（二）未结案件

序号	原告	被告	案由	案件简要内容	诉讼进展	调解书/终本 执行裁定书 出具日
1	发 行 人	重 庆 酉 水 河 有 限 公 司	承揽合同纠纷	被告拖欠发行人货款25.89万元，发行人于2014年1月起诉。后经法院调解达成和解协议，被告应向发行人支付18.89万元货款及5万元违约金。但被告方未履行义务，发行人申请强制执行，但被告无可执行财产。 2018年4月，重庆市第四中级人民法院受理了重庆酉水河酒业有限公司的破产清算申请，发行人已申报债权23.89万元。2022年7月1日，第三次债权人会议表决通过了重庆酉水河酒业有限公司《重整计划》。	被告无可执行财产，待其破产重整	2014.07.25
2	发 行 人	吉 林 吉 粮 高 粱 酒 有 限 公 司	承揽合同纠纷	被告拖欠发行人货款62.32万元，发行人于2015年1月起诉。经一审、二审审理，二审法院判决被告应付发行人货款54.38万元及利息。因被告未履行给付义务，发行人申请强制执行。	被告无可执行财产，法院裁定终结本次执行	2016.05.04
3	发 行 人	青 海 高 原 雪 山 青 稞 酒 有 限 公 司	承揽合同纠纷	被告拖欠发行人货款30.55万元，发行人于2017年4月起诉。经一审、二审审理，二审法院判决被告应付发行人货款30.55万元及逾期付款违约金。因被告未按生效判决履行给付义务，发行人申请强制执行。 2019年4月，海东市中级人民法院受理了发行人对青海高原雪山青稞酒股份有限公司的破产清算申请。发行人已申报债权53.65万元。	被告无可执行财产，法院裁定终结本次执行	2018.09.25
4	发 行 人	遵 义 市 盛 发 实	承揽合同纠纷	被告拖欠发行人货款102.58万元，发行人于2017年10月起诉。一审	被告无可执行财产，法院	2018.12.03

		业有限公司		法院判决被告应付发行人货款102.58万元、仓储费3.2万元、违约金28.8万元及律师费7.35万元。因被告未按生效判决履行给付义务，发行人申请强制执行。 2018年9月，遵义市汇川区人民法院裁定受理遵义市盛发实业有限公司破产清算申请，发行人已申报债权141.93万元。	裁定终结本次执行	
5	东莞市泰杰粘剂有限公司	惠州柏星龙	买卖合同纠纷	发行人欠付原告货款29.38万元，原告提起诉讼。案件已于2022年8月开庭审理。	一审审理	-

上述未结诉讼涉案金额较小，不会对发行人的经营造成重大不利影响。

第十一节 投资者保护

一、投资者关系安排

公司按照《公司法》《证券法》《北京证券交易所股票上市规则（试行）》等有关法律法规的规定，制定了上市后适用的《公司章程（北交所上市后适用）》《信息披露管理制度（北交所上市后适用）》以及《投资者关系管理制度（北交所上市后适用）》，切实保护投资者合法权益。

（一）信息披露制度和流程

公司《信息披露管理制度（北交所上市后适用）》对信息披露的基本原则、内容、应当及时披露的重大事件、信息内容的编制方式、审议和披露流程进行了明确规定，明确了公司管理人员在信息披露和投资者关系管理中的责任和义务，有助于加强公司与投资者之间的信息沟通，提升规范运作和公司治理水平。公司建立并逐步完善公司治理与内部控制体系，组织机构运行良好，经营管理规范，保障投资者的知情权、决策参与权，切实保护投资者的合法权益。

（二）投资者沟通渠道的建立情况及未来开展投资者关系规划

1、投资者沟通渠道的建立情况

公司已根据《公司法》《证券法》及中国证监会、北京证券交易所等相关法律法规的要求制定了《投资者关系管理制度（北交所上市后适用）》，以增加公司信息披露透明度，改善公司治理。

公司与投资者沟通的主要方式包括但不限于：定期报告和临时公告、股东大会、一对一沟通、现场参观、电子邮件和电话咨询、媒体采访与报道、广告宣传单或其他宣传材料、邮寄资料等合法有效沟通的方式。公司应尽可能通过多种方式与投资者及时、深入和广泛地沟通，充分利用互联网络提高沟通效率，降低沟通成本。

2、未来开展投资者关系管理的基本原则

公司未来开展投资者关系管理的基本原则包括：（1）合规性原则；（2）平等性原则；（3）主动性原则；（4）诚实守信原则；（5）高效低耗原则；（6）保密原则。

3、投资者关系管理的管理机构

公司董事会秘书是公司投资者关系管理负责人，全面负责公司投资者关系管理工作，在深入了解公司运作和管理、经营状况、发展战略等情况下，负责策划、安排和组织各类投资者关系管理活动。董事会秘书负责归集各部门及下属公司的生产经营、财务、诉讼等信息，公司各部门及下属公司应积极配合。

二、本次发行上市后的股利分配政策和决策程序

根据公司 2022 年第一次临时股东大会审议通过的《公司章程（北交所上市后适用）》，以及《深圳市柏星龙创意包装股份有限公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市后三年股东分红回报规划公告》议案，公司发行上市后的主要股利分配政策和规划如下：

（一）利润分配原则

公司实行连续、稳定的利润分配政策，公司的利润分配应重视对投资者的合理投资回报并兼顾公司的可持续发展。利润分配不得超过累计可分配利润的范围，不得损害公司的可持续发展能力。

（二）利润分配形式

公司采取现金、股票或者二者相结合的方式分配利润，并优先采取现金方式分配利润，现金分红的比例不低于当年度实现的可分配利润的 10%。根据累计可供分配利润、公积金及现金流状况，在保证最低现金分红比例和公司股本规模合理的情况下，公司可以采取发放股票股利的方式分配利润。原则上公司应按年度进行利润分配，在满足公司正常生产经营资金需求的情况下，公司董事会可以根据公司当期经营利润和现金流情况提议公司进行中期分红。

（三）利润分配政策的调整

公司应当严格执行本章程确定的现金分红政策以及股东大会审议批准的现金分红具体方案。确有必要对本章程确定的现金分红政策或经股东大会审议批准的现金分红具体方案进行调整或者变更的，应当经过详细论证后，并经公司二分之一以上的独立董事同意、监事会表决通过，方可提交股东大会审议，并经出席股东大会的股东所持表决权的三分之二以上通过。

（四）现金分红的条件

在满足利润分配条件下，公司实施现金分红时须同时满足如下条件：

- 1、公司该年度实现的可分配利润（即公司弥补亏损、提取公积金后所余的税后利润）为正值，且现金流充裕，实施现金分红不会影响公司后续持续经营；
- 2、公司累计可供分配利润为正值；
- 3、公司审计机构对公司的该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告；
- 4、不存在影响利润分配的重大投资计划或重大现金支出事项的情况（募集资金投资项目除外）。

重大现金支出安排指以下情形之一：

- （1）公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近

一期经审计净资产的 30%，且绝对金额超过 3,000 万元；

(2) 公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计总资产的 10%。

(五) 利润分配方案的决策程序

1、公司每年利润分配预案由公司董事会结合《公司章程（草案）》的规定、公司财务经营情况提出、拟定，并经全体董事过半数表决通过后提交股东大会批准。股东大会对利润分配预案进行审议时，除设置现场会议投票外，公司应为股东提供网络投票方式以方便中小股东参与表决。董事会在制定利润分配政策、利润分配预案时应充分考虑独立董事、监事会和公众投资者的意见。

2、公司在制定现金分红具体方案时，董事会应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜，独立董事应当发表明确意见。独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。

3、股东大会对现金分红具体方案进行审议前，应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，并及时答复中小股东关心的问题。

4、监事会应对董事会和管理层执行公司利润分配政策和股东回报规划的情况及决策程序进行监督。监事会应对利润分配预案、利润分配政策的修改进行审议。

5、公司上一个会计年度实现盈利，但董事会未提出年度现金分红预案的，公司董事会应当在年度报告中披露未分配现金红利的原因及未用于分配现金红利的资金留存公司的用途，独立董事应当对此发表独立意见。

(六) 本次发行前后股利分配政策的差异情况

据相关法律法规的规定，公司在本次发行前股利分配政策的基础上，修改和完善了公司利润分配的形式与现金分红条件、发放股票股利的条件等重要条款，进一步明确和细化了利润分配的审议程序、利润分配政策的变更，以期兼顾投资者合理投资回报和满足公司正常经营和持续发展。

三、本次发行完成前滚存利润的分配安排和决策程序

根据公司 2022 年第一次临时股东大会决议，本次发行前公司形成的滚存未分配利润，由本次发行完成后的新老股东依其所持股份比例共同享有。

四、股东投票机制的建立情况

根据上市后适用的《公司章程（北交所上市后适用）》相关规定，公司将通过建立和完善股东大会网络投票机制、累积投票制度、中小投资者单独计票机制、征集投票权等各项制度安

排，保障投资者尤其是中小投资者依法享有获取公司信息、享有资产收益、参与重大决策和选择管理者等事项的权利，具体内容如下：

（一）累积投票制度

股东大会就选举董事、监事进行表决时，根据本章程的规定或者股东大会的决议，可以实行累积投票制。当公司单一股东及其一致行动人拥有权益的股份比例在 30%以上的，股东大会在董事、监事选举中应当推行累积投票制。前款所称累积投票制是指股东大会选举董事或者监事时，每一股拥有与应选董事或者监事人数相同的表决权，股东拥有的表决权可以集中使用。获选董事、监事分别应按应选董事、监事人数依次以得票较高者确定。

（二）中小投资者单独计票机制

股东大会审议下列影响中小股东利益的重大事项时，对中小股东的表决情况应当单独计票并披露：

- 1、任免董事；
- 2、制度、修改利润分配政策，或者进行利润分配；
- 3、关联交易、对外担保（不含对合并报表范围内子公司提供担保）、对外提供财务资助、变更募集资金用途等；
- 4、重大资产重组、股权激励；
- 5、公开发行股票、申请股票在其他证券交易场所交易；
- 6、法律法规、部门规章、业务规章及公司章程规定的其他事项。

（三）网络投票方式

股东大会将设置会场，以现场会议形式召开。公司可以采取网络或其他方式为股东参加股东大会提供便利，股东通过上述方式参加股东大会的，视为出席。

（四）征集投票权

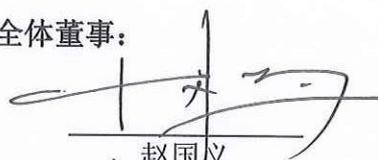
董事会、独立董事和符合相关规定条件的股东可以征集股东投票权。征集投票权应当向被征集人充分披露具体投票意向等信息，且不得以有偿或者变相有偿的方式进行。

第十二节 声明与承诺

一、发行人全体董事、监事、高级管理人员承诺

本公司全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担连带责任。

全体董事：



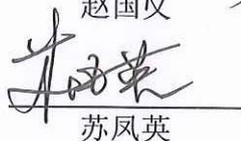
赵国义



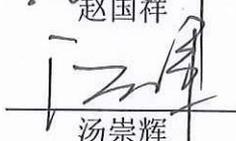
赵国祥



赵国忠



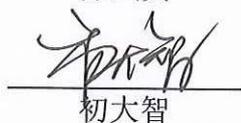
苏凤英



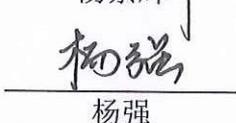
汤崇辉



王志永



初大智

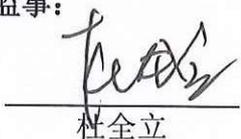


杨强



盛宝军

全体监事：



李全立

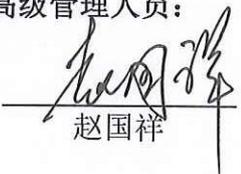


张娟



李叶

全体高级管理人员：



赵国祥



苏凤英



黄海英

深圳市柏星龙创意包装股份有限公司

2022年11月29日

二、 发行人控股股东声明

本人承诺本招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担连带责任。

控股股东：
赵国义

深圳市柏星龙创意包装股份有限公司



2022年11月29日

三、 发行人实际控制人声明

本人承诺本招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担连带责任。

实际控制人：


赵国义

深圳市柏星龙创意包装股份有限公司

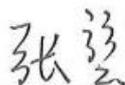


2022年11月29日

四、 保荐人（主承销商）声明

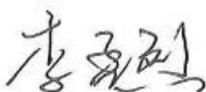
本公司已对深圳市柏星龙创意包装股份有限公司招股说明书进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担连带责任。

项目协办人：



张 莹

保荐代表人：



李孟烈



林海峰

法定代表人：



冉 云

国金证券股份有限公司

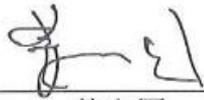
2022年11月29日

3101050023247

保荐人（主承销商）管理层声明

本人已认真阅读深圳市柏星龙创意包装股份有限公司招股说明书的全部内容，确认招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对招股说明书真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

总经理：



姜文国

董事长：



冉云

国金证券股份有限公司

2022年11月29日



五、 发行人律师声明

本所及经办律师已阅读深圳市柏星龙创意包装股份有限公司招股说明书, 确认该招股说明书与本所出具的法律意见书和律师工作报告不存在矛盾。本所及经办律师对发行人在该招股说明书中引用的法律意见书和律师工作报告的内容无异议, 确认该招股说明书不致因所引用内容出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏, 并对法律意见书和律师工作报告的真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

签字律师: 彭文文
彭文文

邓海标
邓海标

麦琪
麦琪

吴威
吴威

李紫竹
李紫竹

律师事务所负责人: 林晓春
林晓春



广东信达律师事务所

2022年 11月 29日

六、 承担审计业务的会计师事务所声明

（此页无正文，为《天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）关于深圳市柏星龙创意包装股份有限公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北交所上市重大事项确认函》之签章页）

签字注册会计师：



陈志刚



王守军



李进军



屈先富



邓玮



刘丹



周芬

会计师事务所负责人：



邱靖之

天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）



2022年11月29日

七、 承担评估业务的资产评估机构声明

适用 不适用

八、 其他声明

适用 不适用

第十三节 备查文件

一、备查文件

- (一) 发行保荐书；
- (二) 上市保荐书；
- (三) 法律意见书；
- (四) 财务报告及审计报告；
- (五) 公司章程（草案）；
- (六) 发行人及其他责任主体作出的与发行人本次发行相关的承诺事项；
- (七) 内部控制鉴证报告；
- (八) 经注册会计师鉴证的发行人前次募集资金使用情况报告；
- (九) 经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表；
- (十) 中国证监会同意本次公开发行注册的文件；
- (十一) 其他与本次发行有关的重要文件。

二、附件查阅地点和时间

(一) 查阅地点

1、发行人：深圳市柏星龙创意包装股份有限公司

地址：深圳市罗湖区清水河街道清水河社区清水河一路 112 号罗湖投资控股大厦裙楼 601 和 1 座 11 整层

电话：0755-82212236

传真：0755-25180164

联系人：黄海英

2、保荐人（主承销商）：国金证券股份有限公司

地址：上海市浦东新区芳甸路 1088 号紫竹国际大厦 23 楼

电话：021-68826021

传真：021-68826800

联系人：李孟烈、林海峰

（二）查阅时间

工作日上午 9:00-11:30、下午 1:30-5:00