



**廣東信達律師事務所**  
**SHU JIN LAW FIRM**

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

并在北京证券交易所上市的

法律意见书

中国 深圳 福田区益田路6001号太平金融大厦11、12楼 邮政编码：518048  
11-12/F, Taiping Finance Tower, Yitian Road No. 6001, Futian District, Shenzhen  
电话(Tel): (0755)8826 5288 传真(Fax) : (0755) 8826 5537

## 目 录

|                                  |    |
|----------------------------------|----|
| 释 义.....                         | 3  |
| 第一节 律师声明事项.....                  | 6  |
| 第二节 法律意见书正文.....                 | 8  |
| 一、本次发行上市的批准和授权 .....             | 8  |
| 二、发行人本次发行股票的主体资格.....            | 8  |
| 三、本次发行上市的实质条件 .....              | 8  |
| 四、发行人的设立 .....                   | 13 |
| 五、发行人的独立性 .....                  | 13 |
| 六、发起人和股东（实际控制人） .....            | 15 |
| 七、发行人的股本及其演变 .....               | 17 |
| 八、发行人的业务 .....                   | 18 |
| 九、关联交易及同业竞争 .....                | 19 |
| 十、发行人的主要财产 .....                 | 20 |
| 十一、发行人的重大债权债务 .....              | 22 |
| 十二、发行人的重大资产变化及收购兼并.....          | 22 |
| 十三、发行人的章程制订与修改 .....             | 23 |
| 十四、发行人股东大会、董事会、监事会议事规则及规范运作..... | 23 |
| 十五、发行人董事、监事和高级管理人员及其变化.....      | 23 |
| 十六、发行人的税务 .....                  | 24 |
| 十七、发行人的环境保护和产品质量、技术标准等.....      | 24 |
| 十八、发行人募集资金的运用 .....              | 25 |
| 十九、发行人业务发展目标 .....               | 25 |
| 二十、诉讼、仲裁或行政处罚 .....              | 25 |
| 二十一、发行人招股说明书法律风险的评价.....         | 26 |
| 二十二、本次发行上市的总体结论性意见.....          | 26 |

**广东信达律师事务所**  
**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**  
**并在北京证券交易所上市的法律意见书**

信达首北意字[2022]第 005 号

**致：深圳市柏星龙创意包装股份有限公司**

广东信达律师事务所根据与贵公司签订的《专项法律服务委托合同》接受贵公司的委托，担任贵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的特聘专项法律顾问。根据《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票注册管理办法（试行）》《公开发行证券公司信息披露的编报规则第 12 号——〈公开发行证券的法律意见书和律师工作报告〉》《监管规则适用指引——法律类第 2 号：律师事务所从事首次公开发行股票并上市法律业务执业细则》《律师事务所从事证券法律业务管理办法》和《律师事务所证券法律业务执业规则（试行）》等有关法律、法规和规范性文件的规定，按照律师行业公认的业务标准、道德规范和勤勉尽责精神，出具本法律意见书。

## 释 义

在本法律意见书中，除上下文另有解释或说明外，下列使用的简称分别代表如下全称或含义：

| 简称      | 全称或含义  |
|---------|--|
| 发行人/柏星龙 | 指深圳市柏星龙创意包装股份有限公司  |
| 柏星龙有限   | 指发行人的前身深圳市柏星龙创意设计有限责任公司  |
| 中证嘉湖    | 指杭州中证大道嘉湖股权投资合伙企业（有限合伙），曾用名“杭州中证大道嘉湖投资合伙企业（有限合伙）”，为发行人的发起人股东，曾持有发行人的股份       |
| 英琦恒洲    | 指杭州英琦恒洲股权投资合伙企业（有限合伙），曾用名“杭州英琦恒洲投资合伙企业（有限合伙）”为发行人的发起人股东，已于 2019 年 5 月 29 日注销 |
| 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），曾用名“杭州中证大道汇海投资合伙企业（有限合伙）”，为发行人的股东                    |
| 中科宏易    | 指深圳市中科宏易创业投资合伙企业（有限合伙），曾持有发行人的股份   |
| 控股子公司   | 指发行人合并报表范围内的子公司  |
| 惠州柏星龙   | 指惠州柏星龙包装有限公司，为发行人的全资子公司  |
| 美国柏星龙   | 指 BXL Creative Design Co.,Ltd，为发行人的全资子公司                                     |
| 山西柏星龙   | 指山西贾家庄柏星龙创意包装有限公司，为发行人的控股子公司   |
| 本次发行    | 指发行人拟向不特定合格投资者公开发行人民币普通股股票   |
| 本次发行上市  | 指发行人拟向不特定合格投资者公开发行人民币普通股股票，并在北京证券交易所上市                                       |
| 《公司章程》  | 指根据文意所需，当时有效的《深圳市柏星龙创意包装股份有限公司章程》  |

|                             |  |
|-----------------------------|--|
| 《公司章程（草案）》                  | 指发行人于 2022 年 6 月 14 日召开的 2022 年第一次临时股东大会审议通过的《深圳市柏星龙创意包装股份有限公司章程（草案）》，拟于发行人本次发行上市之日起生效 |
| 《发起人协议》                     | 指柏星龙有限全体股东于 2010 年 11 月 30 日签订的《关于设立深圳市柏星龙创意包装股份有限公司之发起人协议》                            |
| 《关联交易管理制度》                  | 指《深圳市柏星龙创意包装股份有限公司关联交易管理制度》  |
| 《招股说明书》                     | 指《深圳市柏星龙创意包装股份有限公司首次公开发行股票招股说明书》   |
| 《审计报告》                      | 指天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）于 2022 年 4 月 27 日出具的天职业字[2022]1987 号《审计报告》                          |
| 《控股股东及其他关联方资金占用情况的专项说明审核报告》 | 指天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）于 2022 年 4 月 27 日出具的天职业字[2022]1987-4 号《控股股东及其他关联方资金占用情况的专项说明审核报告》   |
| 《内部控制鉴证报告》                  | 指天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）于 2022 年 5 月 26 日出具的天职业字[2022]1987-1 号《内部控制鉴证报告》                    |
| 《2019 年年度报告》                | 指发行人于 2022 年 4 月 29 日披露的更正后的《深圳市柏星龙创意包装股份有限公司 2019 年年度报告》                              |
| 《2020 年年度报告》                | 指发行人于 2022 年 4 月 29 日披露的更正后的《深圳市柏星龙创意包装股份有限公司 2020 年年度报告》                              |
| 《2021 年年度报告》                | 指发行人于 2022 年 4 月 29 日披露的《深圳市柏星龙创意包装股份有限公司 2021 年年度报告》                                  |
| 《法律意见书》                     | 指《广东信达律师事务所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京证券交易所上市的法律意见书》                         |
| 《律师工作报告》                    | 指《广东信达律师事务所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京证券交易所上市的律师工作报告》                        |
| 《美国法律意见》                    | 指 Greenberg Traurig, LLP 于 2022 年 4 月 24 日出具的关于美国柏星龙的法律意见书                             |

|               |  |
|---------------|--|
| 报告期           | 指 2019 年度、2020 年度、2021 年度                      |
| 《民法典》         | 指《中华人民共和国民法典》                                  |
| 《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》                                  |
| 《注册管理办法》      | 指《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票注册管理办法（试行）》            |
| 《编报规则第 12 号》  | 指《公开发行证券公司信息披露编报规则第 12 号——公开发行证券的法律意见书和律师工作报告》 |
| 《股票上市规则》      | 指《北京证券交易所股票上市规则（试行）》                           |
| 中国            | 指中华人民共和国                                       |
| 境内            | 指中国境内区域，就《律师工作报告》而言，不包括香港特别行政区、澳门特别行政区和台湾地区    |
| 中国证监会         | 指中国证券监督管理委员会                                   |
| 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                            |
| 全国股转系统        | 指全国中小企业股份转让系统                                  |
| 中登公司          | 指中国证券登记结算有限责任公司                                |
| 国金证券、保荐人、主承销商 | 指国金证券股份有限公司                                    |
| 信达            | 指广东信达律师事务所                                     |
| 信达律师          | 指信达经办律师  |
| 元             | 指中国的法定货币，人民币元                                  |

## 第一节 律师声明事项

（一）信达是依据《律师工作报告》《法律意见书》出具日以前已经发生或者存在的事实，并根据《编报规则第 12 号》《监管规则适用指引——法律类第 2 号：律师事务所从事首次公开发行股票并上市法律业务执业细则》和中国现行法律、法规及中国证监会的有关规定发表法律意见，并不对任何中国境内司法管辖区域之外的事实和法律发表意见。

（二）信达律师并不对有关会计、审计、验资、资产评估、盈利预测、投资决策等非法律专业事项发表意见。信达并未就中国境内以外的其他司法管辖区域的法律事项进行调查，亦不就中国境内以外的其他司法管辖区域的法律问题发表意见。信达律师在《律师工作报告》或《法律意见书》中引用有关会计、审计、验资、资产评估等专业事项或中国以外的其他司法管辖区域的法律事项时，均按照其他专业机构出具的报告或意见引述，信达对于财务、会计、评估等非法律事项及非中国法律事项仅负有普通人一般的注意义务。信达在《律师工作报告》及《法律意见书》对其他有关专业机构出具的报告或意见中某些数据和结论的引述，并不意味着信达对这些数据或结论的真实性和准确性作出任何明示或默示的保证。

（三）信达在进行相关的调查、收集、查阅、查询过程中，已经得到发行人的如下保证：发行人已向信达提供了信达出具《律师工作报告》及《法律意见书》所必需的和真实的原始书面材料、副本材料、复印材料、书面说明、书面确认或口头证言等文件；发行人在向信达提供文件时并无任何隐瞒、遗漏、虚假记载或误导性陈述；发行人所提供的文件上的签名、印章均是真实的，均为相关当事人或其合法授权的人所签署；其中，文件材料为副本或者复印件的，所有副本材料或复印件均与原件一致。

（四）信达及信达经办律师依据《证券法》《律师事务所从事证券法律业务管理办法》和《律师事务所证券法律业务执业规则（试行）》等规定及《律师工作报告》《法律意见书》出具日以前已经发生或者存在的事实，严格履行了法定职责，遵循了勤勉尽责和诚实信用原则，进行了充分的核查验证，保证《律师

工作报告》《法律意见书》所认定的事实真实、准确、完整，所发表的结论性意见合法、准确，不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并承担相应法律责任。

（五）信达律师同意将《律师工作报告》和《法律意见书》作为发行人申请本次发行上市所必备的法律文件，随其他申报材料一同上报，并愿意承担相应的法律责任。

（六）信达律师同意发行人在招股说明书及其摘要中部分或全部自行引用或按中国证监会、北京证券交易所审核要求引用《律师工作报告》或《法律意见书》的内容，但发行人作上述引用时，不得因引用而导致法律上的歧义或曲解。

（七）信达律师出具的《律师工作报告》和《法律意见书》仅供发行人为本次发行上市之目的使用，不得用作任何其他目的。

基于上述，信达根据《证券法》《公司法》等有关法律、法规和证监会的有关规定，按照律师行业公认的业务标准、道德规范和勤勉尽责精神，并在此声明基础上出具《法律意见书》。

## 第二节 法律意见书正文

### 一、本次发行上市的批准和授权

经核查，信达认为，发行人就本次发行上市已获得相关法律法规及《公司章程》所要求的发行人内部批准与授权。根据《证券法》第九条、第二十一条及第四十六条的规定，发行人本次发行上市尚需北京证券交易所审核同意和中国证监会同意注册。

### 二、发行人本次发行股票的主体资格

经核查，信达认为，截至《法律意见书》出具日，发行人是依法设立并有效存续的股份有限公司，是在全国股转系统连续挂牌满十二个月创新层挂牌公司，不存在根据法律、法规、规范性文件以及《公司章程》规定需要终止的情形，具备本次发行上市的主体资格。

### 三、本次发行上市的实质条件

#### （一）本次发行的实质条件

经核查，信达认为，截至《法律意见书》出具日，发行人本次发行符合《公司法》《证券法》《注册管理办法》规定的下列公开发行股票的条件：

1. 发行人本次拟发行的股票为每股面值人民币壹元的人民币普通股，同股同权、同股同利，每股的发行条件与发行价格相同，每股发行价格不低于票面金额，符合《公司法》第一百二十六条及第一百二十七条的规定。

2. 本次发行上市方案已经发行人 2022 第一次临时股东大会审议通过，本次会议提供网络投票方式，决议内容包含本次发行股票种类及数额、发行对象范围、向原有股东发行新股的种类及数额、定价方式、发行价格（区间）或发行底价、募集资金用途、新股发行的起止日期、决议有效期、对董事会办理本次发行具体

事宜的授权、发行前滚存利润的分配方案等，并对出席会议的持股比例在 5% 以下的中小股东表决情况单独计票并予以披露，符合《公司法》第一百三十三条及《注册管理办法》第十三条、第十四条的规定。

3. 发行人已与国金证券签署了《保荐协议》，聘请国金证券为其本次发行上市的保荐人，符合《证券法》第十条第一款的规定。

#### 4. 发行人具备健全且运行良好的组织机构

(1) 如《律师工作报告》第二节之“六、发行人的独立性”“七、发起人和股东（实际控制人）”“九、发行人的业务”“十、关联交易及同业竞争”“十一、发行人的主要财产”部分所述，发行人与控股股东或实际控制人的人员、资产、财务分开，机构、业务独立，能够自主经营管理。

(2) 如《律师工作报告》第二节之“十四、发行人章程的制定与修改”“十五、发行人股东大会、董事会、监事会议事规则及规范运作”部分所述，发行人《公司章程》的制定符合《公司法》的规定，内容合法有效，发行人股东大会、董事会、监事会制度健全，选举了独立董事，聘请了总经理、财务总监和董事会秘书等高级管理人员。

(3) 根据发行人现任董事、监事和高级管理人员填写的调查表、出具的声明、所提供的相关公安机关出具的无犯罪记录的证明及发行人的确认，并经信达律师查询中国裁判文书网、中国执行信息公开网、12309 中国检察网、中国证监会、证券交易所、证券期货市场失信记录查询平台网站信息，如《律师工作报告》第二节之“十六、发行人董事、监事和高级管理人员及其变化”部分所述，发行人现任董事、监事和高级管理人员具备任职资格。

综上，发行人具备健全且运行良好的组织机构，符合《证券法》第十二条第一款第（一）项、《注册管理办法》第十条第（一）项的规定。

#### 5. 发行人具有持续经营能力，财务状况良好

根据《审计报告》《内部控制鉴证报告》《2021 年年度报告》、发行人的确认及信达律师具有的专业知识所能够作出的判断，发行人具有持续经营能力，

财务状况良好，符合《证券法》第十二条第一款第（二）项及《注册管理办法》第十条第（二）项的规定。

6. 发行人最近三年财务会计报告无虚假记载，被出具无保留意见审计报告。根据《审计报告》、发行人的确认，发行人最近三年财务会计报告无虚假记载，被出具无保留意见审计报告，符合《证券法》第十二条第一款第（三）项、《注册管理办法》第十条第（三）项的规定。

7. 发行人依法规范经营，发行人及其控股股东、实际控制人最近三年不存在贪污、贿赂、侵占财产、挪用财产或者破坏社会主义市场经济秩序的刑事犯罪，最近三年不存在欺诈发行、重大信息披露违法或者其他涉及国家安全、公共安全、生态安全、生产安全、公众健康安全等领域的重大违法行为，最近一年未受到中国证监会行政处罚。

根据《审计报告》《2021 年年度报告》《控股股东及其他关联方资金占用情况的专项说明审核报告》《信用中国（广东）企业信用报告（无违法违规证明版）》、公安机关出具的无犯罪记录的证明、相关政府主管部门出具的证明文件，发行人控股股东、实际控制人出具的声明，发行人的确认及其提供的资料，并经信达律师查询国家企业信用信息公示系统、信用中国、中国裁判文书网、中国执行信息公开网、12309 中国检察网、中国证监会、证券交易所、证券期货市场失信记录查询平台、相关政府主管部门网站信息、发行人报告期内在全国股转系统网站披露的公告，发行人符合《证券法》第十二条第一款第（四）项、《注册管理办法》第十条第（四）项的规定，不存在《注册管理办法》第十一条规定的不得公开发行股票的情形。

8. 如《律师工作报告》第二节之“三、发行人本次发行股票的主体资格”之“（三）发行人为在全国股转系统连续挂牌满十二个月创新层挂牌公司”部分所述，发行人符合《注册管理办法》第九条的规定。

## （二）本次发行上市的实质条件

经核查，发行人本次发行上市符合《股票上市规则》规定的下列上市条件：

1. 如《律师工作报告》第二节之“三、发行人本次发行股票的主体资格”

之“（三）发行人为在全国股转系统连续挂牌满十二个月创新层挂牌公司”部分所述，发行人符合《股票上市规则》第 2.1.2 条第一款第（一）项的规定。

2. 如《律师工作报告》第二节之“四、本次发行上市的实质条件”之“（一）本次发行的实质条件”部分所述，发行人符合《股票上市规则》第 2.1.2 条第一款第（二）项的规定。

3. 根据《审计报告》，发行人 2021 年期末归属于挂牌公司股东的净资产为 21,457.99 万元，不低于 5,000 万元，符合《股票上市规则》第 2.1.2 条第一款第（三）项的规定。

4. 根据发行人 2022 年第一次临时股东大会会议决议，发行人拟向不特定合格投资者公开发行股票不超过 1,296.3 万股，发行对象不少于 100 人；根据发行人的确认，本次拟向不特定合格投资者公开发行股票的股份数量不少于 100 万股，符合《股票上市规则》第 2.1.2 条第一款第（四）项的规定。

5. 根据《审计报告》及发行人在全国股转系统网站披露的公告，本次发行上市前，发行人股本总额为 5,185.20 万元，本次发行后公司股本总额将不少于 3,000 万元，符合《股票上市规则》第 2.1.2 条第一款第（五）项的规定。

6. 根据中登公司北京分公司就发行人 2022 年第一次临时股东大会股权登记日出具的权益登记日 2022 年 6 月 6 日的《全体证券持有人名册》，截至权益登记日，发行人的股东人数为 116 人；根据发行人 2022 年第一次临时股东大会会议决议，本次发行对象不少于 100 人，因此，本次发行后发行人的股东人数将不少于 200 人，公众股东持股比例不低于公司股本总额的 25%，符合《股票上市规则》第 2.1.2 条第一款第（六）项的规定。

7. 根据保荐人出具的《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京证券交易所上市之预计市值的分析报告》，发行人预计市值不低于 2 亿元；根据《审计报告》，发行人 2020 年度、2021 年度归属于母公司股东的净利润（以扣除非经常性损益前后孰低者为依据）分别为 1,589.47 万元、3,656.26 万元，均不低于 1,500 万元；且加权平均净资产收益率（以扣除非经常性损益前后孰低者为依据）分别为 8.13%、17.34%，平均不低于

8%，符合《股票上市规则》第 2.1.2 条第一款第（七）项、第 2.1.3 条第一款第（一）项的规定。

8. 如《律师工作报告》第二节之“四、本次发行上市的实质条件”之“（一）本次发行的实质条件”之第“4”项部分所述，发行人不存在《股票上市规则》第 2.1.4 条第（一）项规定的情形。

9. 根据《2019 年年度报告》《2020 年年度报告》《2021 年年度报告》、公安机关出具的无犯罪记录的证明，发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员出具的声明，发行人的确认，并经信达律师查询国家企业信用信息公示系统、信用中国、中国裁判文书网、中国执行信息公开网、12309 中国检察网、中国证监会、证券交易所、全国股转公司、证券期货市场失信记录查询平台、相关政府主管部门网站信息、发行人在全国股转系统网站披露的公告，发行人不存在《股票上市规则》第 2.1.4 条第（一）项至第（五）项规定的情形。

10. 根据发行人的确认，如《律师工作报告》第二节之“六、发行人的独立性”“七、发起人和股东（实际控制人）”“九、发行人的业务”“十、关联交易及同业竞争”“十一、发行人的主要财产”“十六、发行人董事、监事和高级管理人员及其变化”部分所述，并经信达律师查询中国执行信息公开网网站信息，发行人不存在《股票上市规则》第 2.1.4 条第（六）项规定的情形：发行人主营业务、控制权、管理团队稳定，最近 24 个月内主营业务未发生重大变化，最近 24 个月内实际控制人未发生变更，最近 24 个月内董事、高级管理人员未发生重大不利变化，发行人或其控股股东、实际控制人、对发行人主营业务收入或净利润占比超过 10%的重要子公司不存在被列入失信被执行人名单且尚未消除的情形。

11. 根据发行人的确认，并经信达律师核查《公司章程》条款内容，发行人无表决权差异安排，不适用《股票上市规则》第 2.1.5 条的规定。

综上，信达认为，截至《法律意见书》出具日，发行人本次发行上市已符合相关法律、法规及中国证监会、北京证券交易所规定的各项实质性条件，但尚需北京证券交易所审核同意和中国证监会同意注册。

#### 四、发行人的设立

经核查，信达认为：

（一）柏星龙有限设立的方式、程序、资格与条件等符合当时适用的《公司法》等法律法规的规定。

（二）发行人的发起人均具有《公司法》等法律、法规和规范性文件规定的担任发起人的资格，发行人发起人的人数、住所及出资符合发行人设立时适用的法律、法规及规范性文件的规定。

（三）发行人设立的方式、程序、资格与条件符合当时适用的法律、法规和规范性文件的规定。

（四）发起人在发起设立过程中签署的《发起人协议》符合当时适用的法律、法规和规范性文件的规定，不会因此引致发行人设立行为存在潜在纠纷。

（五）发行人设立过程中已履行了必要的审计、评估及验资程序，相关的审计报告、评估报告均由具备审计、评估资质的会计师事务所、资产评估机构出具；发行人的各发起人以净资产方式出资，用于出资的非货币财产来源合法合规，符合当时法律、法规和规范性文件的规定。

（六）发行人创立大会的程序及所议事项符合当时适用的相关法律、法规和规范性文件的规定。发行人整体变更的折股方案合法合规；发行人由柏星龙有限整体变更为股份公司事项已依法履行了内部决策程序及设立登记程序并取得了营业执照，发行人设立的程序符合《公司法》等法律法规的规定。

（七）截至《法律意见书》出具日，发行人设立时的 10 名自然人发起人股东未缴纳个人所得税税款的情形对本次发行不构成法律障碍。

#### 五、发行人的独立性

经核查，信达认为：

（一）根据发行人的组织架构图及其确认、《审计报告》，并经信达律师核

查发行人报告期内的重大业务合同，发行人能够自主经营管理，具备独立研究开发新产品的能力，具有直接面向市场独立持续经营的能力，不存在需依靠与控股股东或其他关联公司的关联交易才能经营获利的情况；报告期内对发行人主营业务收入或净利润占比超过 10%的重要子公司在不存在被列入失信被执行人名单且尚未消除的情形；发行人的业务独立于控股股东、实际控制人控制的其他企业，发行人与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间不存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争，不存在严重影响发行人独立性或者显失公平的关联交易。发行人的业务独立。

（二）发行人的设立及历次增资均经具有资质的机构出具了相应的验资报告予以验证。信达认为，发行人股东的出资已全部缴足。根据《审计报告》及发行人持有的不动产权属证书、著作权登记证书、专利证书、商标证书等权属证明及取得凭证，并经发行人的确认，发行人拥有与其经营业务相关的土地使用权、房产、著作权、专利、商标、生产设备、办公设施等资产的所有权或使用权；发行人不依赖控股股东、实际控制人或其控制的其他企业拥有的资产从事生产、经营；截至《法律意见书》出具日，发行人拥有的资产不存在被控股股东、实际控制人及其关联方占用的情形。自报告期初至《法律意见书》出具日，发行人不存在为股东担保而损害发行人利益的情形。发行人的资产独立完整。

（三）根据发行人的确认，并经信达律师现场走访发行人及其子公司的生产经营场地、访谈发行人的创意中心等部门负责人员、核查发行人报告期内的重大业务合同及发行人生产经营相关资质文件。发行人具有独立完整的采购、生产、销售系统。

（四）发行人已建立独立的劳动、人事及工资管理制度。根据发行人高级管理人员填写的调查表、发行人的确认文件并经信达律师访谈发行人财务总监，截至《法律意见书》出具日，发行人的高级管理人员没有在控股股东、控股股东与实际控制人控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其他职务，也没有在控股股东、控股股东与实际控制人控制的其他企业领薪；发行人的财务人员没有在控股股东、控股股东与实际控制人控制的其他企业兼职。经信达律师核查发行人报告期内的会议文件，发行人的董事、监事及高级管理人员均按照《公司法》《公

司章程》的相关规定产生，不存在控股股东、实际控制人干预发行人股东大会、董事会已作出的人事任免决定的情形。发行人的人员独立。

（五）发行人目前已建立健全了股东大会、董事会、监事会等法人治理结构，董事会下设审计委员会、薪酬和考核委员会、提名委员会、战略委员会四个专门委员会。发行人实行董事会领导下的总经理负责制，总经理负责日常生产经营和管理工作。发行人建立了内部经营管理机构，发行人各机构独立行使经营管理职权，不存在与控股股东及控股股东、实际控制人及其控制的其他企业机构混同的情形。发行人的机构独立。

（六）根据《审计报告》《内部控制鉴证报告》以及发行人、发行人控股股东及实际控制人出具的书面确认，并经信达律师访谈发行人财务总监，发行人设有独立的财务部门，配备了专门的财务人员；发行人建立了独立的会计核算体系和财务管理制度，具有规范的财务会计制度和对子公司的财务管理制度，能够独立作出财务决策；发行人及其子公司不存在与其控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户的情形；发行人及其子公司也未与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业与银行签署诸如现金管理服务等基于网络服务而形成联动账户业务的协议或影响发行人独立性的其他任何安排；也不存在通过关联交易损害发行人及其他股东合法权益的情况；发行人依法独立纳税，不存在与控股股东及控股股东、实际控制人控制的其他企业混合纳税的情况。发行人的财务独立。

综上，信达认为，发行人的业务独立、资产独立完整、人员独立、机构独立、财务独立，与控股股东或实际控制人的人员、资产、财务分开，发行人具有独立完整的采购、生产、销售系统和面向市场自主经营的能力。

## 六、发起人和股东（实际控制人）

经核查，信达认为：

（一）发行人的发起人在发行人设立时均具备完全民事行为能力，具有《公司法》（2005年）第七十九条规定的担任发起人的资格；发行人设立时的合伙企业股东在发行人设立时有效存续，具有《公司法》（2005年）规定的向发行人出

资的资格；发起人的人数、住所、出资比例符合《公司法》（2005年）的规定。

（二）根据权益登记日为2022年6月6日的《全体证券持有人名册》，截至权益登记日，发行人在册股东共计116名，剔除发行人在全国股转系统挂牌期间通过集合竞价、连续竞价、做市交易等公开交易方式增加的股东后，共有13名自然人股东。经核查，该等13名自然人股东均不存在被法律法规限制或者禁止投资的情形。

（三）各发起人投入发行人的资产的产权关系清晰，各发起人将该等资产投入发行人不存在法律障碍。发起人不存在将其全资附属企业或其他企业先注销再以其资产折价入股的情况，亦不存在以其在其他企业中的权益折价入股的情况。发起人投入发行人的资产已由发起人转移给发行人，不存在法律障碍或风险。

（四）截至《法律意见书》出具日，赵国义为发行人的控股股东、实际控制人，发行人实际控制人的认定不存在特殊情形；最近两年，发行人的实际控制人未发生变更，发行人实际控制人的控制权具有稳定性；发行人实际控制人的认定符合相关法律法规的规定。

（五）根据中登公司北京分公司就发行人2022年第一次临时股东大会股权登记日出具的权益登记日2022年6月6日的《全体证券持有人名册》，并经信达律师查询国家企业信用信息公示系统、中国证券投资基金业协会网站信息，发行人股东中属于“三类股东”即契约型私募基金、资产管理计划、信托计划的股东有2名，为“东源嘉盈成长1号私募证券投资基金”“东源嘉盈新三板1号私募证券投资基金”。该等股东已根据《中华人民共和国证券投资基金法》《私募投资基金监督管理暂行办法》等法规规定的要求在中国证券投资基金业协会进行登记备案。

（六）截至《法律意见书》出具日，发行人不存在正在执行的员工持股计划；亦不存在已制定的期权激励计划并准备在本次发行上市后实施的情况。

## 七、发行人的股本及其演变

经核查，信达认为：

（一）发行人设立时的股权设置、股本结构合法有效，产权界定和确认不存在纠纷及风险。

（二）发行人历次股权变动取得主管行政部门的必要核准，且根据查询日期为 2022 年 3 月 1 日的《信用中国（广东）企业信用报告（无违法违规证明版）》，报告期内，发行人不存在市场监管领域因违反市场监管相关法律法规而受到行政处罚的记录；发行人历次股权变动符合有关法律法规的规定，发行人历次股权变动合法、合规、真实、有效。

（三）经核查，赵国义、赵国祥、赵国忠及发行人的董事、监事、高级管理人员与中证嘉湖、英琦恒洲、荆涛、中科宏易之间不存在任何业绩对赌条款、业绩补偿条款；赵国义、赵国祥、赵国忠及发行人的董事、监事、高级管理人员与中证汇海、唐庆宇之间自始不存在任何业绩对赌条款、业绩补偿条款。

（四）根据中登北京分公司出具的权益登记日为 2022 年 6 月 6 日的《全体证券持有人名册》、持有发行人 5% 以上股份股东、实际控制人出具的书面确认以及信达律师核查，截至上述权益登记日，持有发行人 5% 以上股份股东以及实际控制人所持发行人股份权属清晰，不存在质押、冻结或其他权利限制的情形。

（五）经核查，自发行人设立以来，不涉及国有资产、集体资产、外商投资管理事项。

（六）经核查，自发行人设立至于 2015 年 8 月 14 日起在全国股转系统挂牌公开转让之前，不存在工会、职工持股会持股或者自然人股东人数较多的情况。

（七）经核查，截至《法律意见书》出具日，发行人设立以来的历次股权变动不存在瑕疵，不存在纠纷或潜在纠纷。

（八）经核查，除发行人于 2015 年 8 月 14 日起在全国股转系统挂牌并公开转让外，自发行人设立以来，不存在在境外上市及境外私有化退市的情况。

（九）截至《法律意见书》出具日，发行人的股份均为人民币普通股，不

存在特别表决权股份或类似安排。

## 八、发行人的业务

经核查，信达认为：

（一）截至《法律意见书》出具日，发行人的经营范围为“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。”发行人报告期内的主营业务为从事酒、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。报告期内，发行人的经营方式是根据客户需求提供创意包装设计、包装制品生产服务。

（二）截至 2021 年 12 月 31 日，发行人及其境内控股子公司的经营范围已在市场监督管理部门进行登记，符合法律法规的规定，符合市场监督管理部门、有关行业监督管理部门的注册、登记、核准要求。报告期内，发行人及其境内控股子公司的生产经营已取得有关部门的核准、登记；发行人及其境内控股子公司的经营范围和经营方式符合有关法律、法规和规范性文件的规定；发行人的生产经营真实，符合法律法规的规定，符合国家产业政策。如发行人在未来能够持续满足相关资质证照和行政许可所要求的准入条件，则该等业务资质和行政许可不存在被吊销、撤销、注销、撤回的重大法律风险或者存在到期无法延续的风险。

（三）根据发行人的确认及《美国法律意见》，美国柏星龙的主营业务为化妆品及精品等产品纸质包装的销售，美国柏星龙无需就其经营业务取得特别的经营资质；其在当地的经营合法、合规、真实、有效，不涉及行政处罚及经营违规的情况。

（四）报告期内，发行人的主营业务均为从事酒、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，未发生变更。报告期内，

发行人主营业务稳定。

（五）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，占当期营业收入的比例分别为 98.98%、98.66%、99.00%，发行人主营业务突出。

（六）截至《法律意见书》出具日，发行人的持续经营不存在法律障碍。

## 九、关联交易及同业竞争

经核查，信达认为：

### （一）发行人的主要关联方

经核查，截至 2021 年 12 月 31 日，发行人的主要关联方包括《律师工作报告》中披露的关联方，包括关联自然人、关联企业。

### （二）发行人与关联方之间的重大关联交易

经核查，发行人在报告期内发生的重大关联交易主要为：关联采购、关联租赁、关联担保。经核查，信达律师认为，相关关联交易系公司日常经营需要产生，关联方为发行人银行贷款提供担保是发行人在融资过程中，根据银行要求正常发生的担保行为。发行人第四届董事会第十次会议审议通过了《关于补充确认公司 2019 年至 2021 年度关联交易事项的议案》，发行人独立董事就上述重大关联交易发表了独立意见，发行人独立董事认为“交易价格均按照公平、公正、合理的原则，依据市场公允价格确定。相关关联交易中未发现存在损害公司和股东利益的情形。公司与关联方所发生的关联交易定价公允合理，不会影响公司的独立性，不会损害公司及全体股东特别是中小股东的合法权益”。综上，上述重大关联交易已经发行人董事会、股东大会审议。

（三）发行人在《公司章程》《关联交易管理制度》中规定了关联交易决策程序。

（四）发行人控股股东、实际控制人赵国义出具了《关于规范和减少关联交易、避免资金占用的承诺函》，承诺减少及规范关联交易。

（五）截至 2021 年 12 月 31 日，发行人与控股股东、实际控制人控制的其他企业不存在同业竞争的情形。

（六）发行人控股股东、实际控制人赵国义出具了《关于避免同业竞争的承诺函》，承诺避免同业竞争。

（七）发行人就《律师工作报告》披露的重大关联交易、发行人控股股东、实际控制人出具避免同业竞争、规范和减少关联交易的承诺函在《招股说明书》中已经进行了充分披露，没有重大遗漏或重大隐瞒。

## 十、发行人的主要财产

经核查，信达认为：

（一）截至 2021 年 12 月 31 日，惠州柏星龙拥有 1 项土地使用权、3 项房屋所有权，上述土地使用权、房屋所有权不存在抵押、查封、异议的情形。

（二）截至 2021 年 12 月 31 日，发行人在境内拥有 86 项注册商标权，持有 2 项马德里国际注册商标。发行人拥有的上述境内注册商标合法、有效。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。

（三）截至 2021 年 12 月 31 日，发行人及其子公司在境内拥有 148 项专利权，其中发明专利 13 项，实用新型 50 项，外观设计 85 项。发行人拥有的上述专利合法、有效。除《律师工作报告》披露的 2 项实用新型专利质押情况外，发行人未许可他人使用上述专利，亦未在其他专利上设置其他第三方权利。

（四）截至 2021 年 12 月 31 日，发行人拥有 271 项取得《作品登记证书》的作品著作权，1 项取得《计算机软件著作权登记证书》的软件著作权。发行人拥有的上述著作权合法、有效。除《律师工作报告》披露的 2 项美术作品著作权质押情况外，发行人未许可他人使用上述著作权，亦未在其他著作权上设置其他第三方权利。

（五）截至 2021 年 12 月 31 日，发行人拥有的主要固定资产为房屋建筑、办公电脑、机器设备、办公家具、办公设备等。

(六) 截至 2021 年 12 月 31 日, 发行人在中国境内拥有 4 家控股子公司、1 家参股子公司; 发行人在中国境外拥有 1 家控股子公司, 即美国柏星龙。根据发行人的确认及其提供的相关资料, 发行人已依据《企业境外投资管理办法》等相关中国法律法规和规范性文件的规定就设立美国柏星龙并开展境外投资业务事项办理备案、变更等手续。截至《美国法律意见》出具日, 美国柏星龙依据当地法律成立、有效存续; 并根据发行人的确认, 发行人合法持有上述子公司的股权, 发行人持有的上述子公司的股权未设置质押等他项权利。

(七) 截至 2021 年 12 月 31 日, 发行人及其控股子公司拥有的土地使用权、房屋所有权及其他固定资产主要是通过受让的方式取得, 除《律师工作报告》所披露受让取得的商标外, 发行人及其控股子公司拥有的其他商标、专利系自主申请、自主研发取得, 发行人持有的子公司股权资产系投资设立取得。上述土地使用权、房屋所有权、商标、专利、著作权和主要经营设备的产权关系清楚, 发行人上述已取得权属证书的土地使用权、房屋所有权、商标、专利、著作权不存在产权纠纷或潜在纠纷。

(八) 截至 2021 年 12 月 31 日, 除《律师工作报告》披露的质押担保外, 发行人的上述财产不存在被设置抵押、质押或其他权利受到限制的情形。

截至《法律意见书》出具日, 发行人租赁房产主要作为办公、研发、生产、仓库使用。除发行人于深圳市租赁的办公物业已办理租赁合同登记备案手续外, 发行人境内控股子公司的房屋租赁均未办理合同登记备案手续。根据《民法典》第七百零六条的规定, “当事人未依照法律、行政法规规定办理租赁合同登记备案手续的, 不影响合同的效力。” 根据发行人的确认及《美国法律意见》, 美国柏星龙所租赁办公场所的租赁协议合法有效。《律师工作报告》披露的发行人及其境内控股子公司租赁房屋瑕疵不会对其生产经营产生重大影响。

## 十一、发行人的重大债权债务

经核查，信达认为：

（一）截至 2021 年 12 月 31 日，《律师工作报告》披露发行人正在履行的重大合同（标的金额在 500 万元以上或者虽未达到前述标准但对公司生产经营活动、未来发展或财务状况具有重要影响的合同）包括原材料及服务采购合同、机器设备采购合同、产品包装材料销售合同、授信合同、借款合同、担保合同、项目用地开发建设协议、关于山西柏星龙的合作协议。

（二）截至《法律意见书》出具日，发行人正在履行的上述重大合同合法、有效。

（三）截至 2021 年 12 月 31 日，发行人不存在因环境保护、知识产权、产品质量、劳动安全、人身权等原因产生的侵权之债。

（四）截至 2021 年 12 月 31 日，除《律师工作报告》披露的关联交易外，发行人与关联方之间不存在其他根据《股票上市规则》第 7.2.5 条、第 7.2.7 条规定的应披露的重大债权债务及互相担保的情况。

（五）截至 2021 年 12 月 31 日，发行人合并报表范围内金额前五大的其他应收款、金额前五大的其他应付款是因正常经营活动产生，合法有效。

## 十二、发行人的重大资产变化及收购兼并

经核查，信达律师认为：

（一）发行人设立至《法律意见书》出具日，发行人未发生过减少注册资本、分立、收购或出售资产的行为。

（二）发行人设立至今进行的增资扩股，已履行了必要的法律程序。

（三）发行人设立至今进行的吸收合并，已履行了必要的法律程序。

（四）截至《法律意见书》出具日，发行人没有拟进行资产置换、资产剥离、资产出售或收购的计划或安排，亦没有签署此类协议或作出任何承诺。

### 十三、发行人的章程制订与修改

经核查，信达认为，除经 2022 年第一次临时股东大会审议通过的《公司章程》尚未完成备案外，发行人《公司章程》的制定及最近三年的修改已履行法定程序，《公司章程》的内容符合现行法律、法规和规范性文件的规定；发行人本次发行上市后适用的《公司章程（草案）》已按北京证券交易所上市公司章程的相关规定起草，其内容符合有关法律、法规及规范性文件的规定，其生效无需取得有关部门的批准。

### 十四、发行人股东大会、董事会、监事会议事规则及规范运作

经核查，信达认为，发行人具有健全的组织机构及股东大会、董事会、监事会议事规则，该等议事规则的内容符合相关法律、法规和规范性文件的规定；发行人报告期内股东大会、董事会、监事会的召开、决议内容及签署以及股东大会或董事会历次授权、重大决策均合法、合规、真实、有效。

### 十五、发行人董事、监事和高级管理人员及其变化

经核查，信达认为：

（一）发行人董事、监事、高级管理人员的选举、聘任和认定，任职资格符合《公司法》等法律、法规、规范性文件及《公司章程》的规定。

（二）最近三年，发行人的董事、监事、高级管理人员的变化履行了必要的法律程序；最近三年，发行人的董事、高级管理人员没有发生重大变化，符合《管理办法》第十二条的规定。

（三）发行人已建立了独立董事制度，独立董事的任职资格、职权范围符合有关法律、法规和规范性文件的规定。

## 十六、发行人的税务

经核查，信达认为：

（一）发行人及其境内控股子公司报告期内执行的税种、税率符合当时适用的法律、行政法规和规范性文件的规定。

（二）发行人在报告期内享受的国家高新技术企业所得税优惠符合有关法律、法规和规范性文件的规定。

（三）报告期内，《律师工作报告》披露的发行人所享受 50 万元及以上的主要财政补贴真实、有效。

（四）报告期内，发行人及其境内控股子公司依法纳税，不存在重大税收违法记录。根据《美国法律意见》，报告期内，美国柏星龙不存在税务行政处罚记录。

## 十七、发行人的环境保护和产品质量、技术标准等

经核查，信达认为：

（一）报告期内，发行人及其境内控股子公司不存在因违反有关环境保护方面的法律、法规而受到行政处罚的记录。

（二）报告期内，发行人及其境内控股子公司不存在因违反有关质量监督方面的规定而受到行政处罚的记录。

（三）报告期内，发行人及其境内控股子公司不存在因违反劳动保障方面的法律、法规而受到行政处罚的记录。

（四）《律师工作报告》披露的发行人受到主管海关行政处罚的违法行为不构成重大违法行为，对本次发行不构成法律障碍。报告期内，发行人不存在其他被海关处罚的情形。

(五) 报告期内，发行人不存在受到主管外汇管理局行政处罚的记录。

## 十八、发行人募集资金的运用

经核查，信达认为：

(一) 本次发行募集资金拟投资项目符合国家相关产业政策的规定；

(二) 截至《法律意见书》出具日，发行人本次募集资金投资项目已取得用地的土地使用权或已向土地使用权人租赁位于相应用地的房屋；发行人本次募集资金投资项目已向相关政府主管部门履行相应的备案手续，并取得环境保护主管部门出具的对环境影响报告表的批复或备案；

(三) 本次募集资金拟投资项目不涉及与他人合作的情形。

## 十九、发行人业务发展目标

经核查，信达认为：发行人《招股说明书》中所述的业务发展目标与发行人的主营业务一致。发行人《招股说明书》中所述的业务发展目标符合国家法律、法规和规范性文件的规定。信达认为，发行人的业务发展目标不存在潜在的法律风险。

## 二十、诉讼、仲裁或行政处罚

经核查，信达认为：截至《法律意见书》出具日，发行人及其控股子公司不存在 500 万元以上尚未了结的或可预见的重大诉讼、仲裁案件。报告期内，除《律师工作报告》披露的行政处罚外，发行人及其控股子公司不存在其他被处以行政处罚的情况。截至《法律意见书》出具日，持有发行人 5% 以上股份股东、实际控制人、董事长、总经理不存在尚未了结的或可预见的重大诉讼、仲裁及行政处罚案件。

## 二十一、发行人招股说明书法律风险的评价

经信达律师查验，发行人用于本次发行上市的《招股说明书》系由发行人及其所聘请的保荐人国金证券共同编制的。信达律师未参与该《招股说明书》的编制，仅总括性审阅了《招股说明书》。信达认为，《招股说明书》对《法律意见书》和《律师工作报告》相关内容的引用不存在因虚假记载、误导性陈述或重大遗漏而可能引致的法律风险。

## 二十二、本次发行上市的总体结论性意见

综上，信达律师在核查后认为，截至《法律意见书》出具日，发行人不存在影响本次发行上市的违法、违规行为；《招股说明书》中引用信达出具的《律师工作报告》和《法律意见书》的相关内容适当；本次发行上市在获得北京证券交易所发行上市审核同意、中国证监会同意注册后，其实施不存在法律障碍。

《法律意见书》正本一式两份。

（以下无正文）

(本页无正文，为《广东信达律师事务所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京证券交易所上市的法律意见书》之签署页)

广东信达律师事务所(盖章)



负责人(签字):

林晓春

经办律师(签字):

彭文文

邓海标

麦琪

吴威

李紫竹

2022年6月26日



**廣東信達律師事務所**  
**SHU JIN LAW FIRM**

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

并在北京证券交易所上市的

补充法律意见书（一）

中国 深圳 福田区益田路6001号太平金融大厦11、12楼 邮政编码：518048  
11-12/F, Taiping Finance Tower, Yitian Road No. 6001, Futian District, Shenzhen  
电话(Tel): (0755) 8826 5288 传真(Fax): (0755) 8826 5537

## 目 录

|                                   |     |
|-----------------------------------|-----|
| 第一节 关于《审核问询函》相关问题的核查 .....        | 4   |
| 问题 1. 主要子公司净资产大额为负 .....          | 4   |
| 问题 2. 进一步说明创意包装产品与创意设计服务 .....    | 20  |
| 问题 3. 设计能力与核心技术的竞争力 .....         | 42  |
| 问题 5. 报告期内存在较多诉讼纠纷 .....          | 62  |
| 问题 8. 收入确认准确性 .....               | 70  |
| 问题 15. 其他问题 .....                 | 81  |
| 第二节 关于补充核查期间的法律意见 .....           | 98  |
| 一、 本次发行上市的实质条件 .....              | 98  |
| 二、 发起人和股东（实际控制人） .....            | 102 |
| 三、 发行人的业务 .....                   | 104 |
| 四、 关联交易及同业竞争 .....                | 105 |
| 五、 发行人的主要财产 .....                 | 106 |
| 六、 发行人的重大债权债务 .....               | 109 |
| 七、 发行人股东大会、董事会、监事会议事规则及规范运作 ..... | 112 |
| 八、 发行人董事、监事和高级管理人员及其变化 .....      | 112 |
| 九、 发行人的税务 .....                   | 112 |
| 十、 发行人的环境保护和产品质量、技术标准等 .....      | 115 |
| 十一、 诉讼、仲裁或行政处罚 .....              | 120 |
| 十二、 本次发行上市的总体结论性意见 .....          | 120 |

## 广东信达律师事务所

### 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

#### 并在北京证券交易所上市的补充法律意见书（一）

信达首北意字[2022]第 005-01 号

**致：深圳市柏星龙创意包装股份有限公司**

广东信达律师事务所根据与贵公司签订的《专项法律服务委托合同》接受贵公司的委托，担任贵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的特聘专项法律顾问。根据《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票注册管理办法（试行）》《公开发行证券公司信息披露的编报规则第 12 号——〈公开发行证券的法律意见书和律师工作报告〉》《监管规则适用指引——法律类第 2 号：律师事务所从事首次公开发行股票并上市法律业务执业细则》《律师事务所从事证券法律业务管理办法》和《律师事务所证券法律业务执业规则（试行）》等有关法律、法规和规范性文件的规定，于 2022 年 6 月 26 日出具了《广东信达律师事务所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京证券交易所上市的律师工作报告》（以下简称“《律师工作报告》”）、《广东信达律师事务所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京证券交易所上市的法律意见书》（以下简称“《法律意见书》”）。

鉴于北京证券交易所于 2022 年 7 月 21 日出具了《关于深圳市柏星龙创意包装股份有限公司公开发行股票并在北交所上市申请文件的审核问询函》（以下简称“《审核问询函》”），信达对《审核问询函》中需要律师发表明确意见的问题进行了核查；同时，鉴于发行人于 2022 年 8 月 22 日在

全国股转系统网站公告了《深圳市柏星龙创意包装股份有限公司 2022 年半年度报告》（以下简称“《2022 年半年度报告》”），信达对 2022 年 1 月 1 日至 2022 年 6 月 30 日期间（以下简称“补充核查期间”）发行人与本次发行相关的事项进行核查；并出具《广东信达律师事务所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京证券交易所上市的补充法律意见书（一）》（以下简称“《补充法律意见书（一）》”）。本《补充法律意见书（一）》构成《律师工作报告》和《法律意见书》的组成部分。

除《补充法律意见书（一）》另有说明外，发行人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的相关其他法律问题之意见和结论仍适用《律师工作报告》和《法律意见书》中的相关表述。《律师工作报告》和《法律意见书》中的声明、释义、引言部分亦继续适用于《补充法律意见书（一）》。

信达依据相关法律法规的要求，按照我国律师行业公认的业务标准、道德规范和勤勉尽责精神，对有关文件和事实进行了核查，现出具《补充法律意见书（一）》如下：

## 第一节 关于《审核问询函》相关问题的核查

### “问题 1. 主要子公司净资产大额为负

“根据申报文件，（1）发行人子公司惠州柏星龙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。截至报告期末，惠州柏星龙净资产为-8,876.79 万元，2021 年净利润为-449.00 万元。（2）报告期末，发行人其他非流动资产金额为 873.74 万元，主要为惠州柏星龙预付购买海德堡印刷机及二期厂房设计费等。（3）2019 年末、2020 年末，惠州柏星龙劳务派遣人数分别为占人员总数的 27.95%、11.96%，不符合《劳务派遣暂行规定》的相关规定。（4）发行人于 2020 年、2021 年分别设立了子公司贵州柏星龙、山西柏星龙。

“请发行人：（1）说明惠州柏星龙设立的背景、原因、定位，投资规模和建设规划，目前建设进度、设备和人员到位情况以及产能和投产情况等，是否符合规划预期。（2）说明目前惠州柏星龙的资产负债和营收利润情况，并分析净资产大额为负的具体原因，与其建设和经营情况是否匹配。（3）说明惠州柏星龙的订单获取方式、采购和生产模式、主要服务区域或对象，结合主要负债情况，说明惠州柏星龙是否存在资金紧张等经营风险，发行人对惠州柏星龙的后续运营和投入安排。（4）说明海德堡印刷机的采购和投产情况以及二期厂房设计完工情况，相关设备和厂房建设投产对发行人生产能力、生产工艺的具体影响，结合发行人市场地位、行业惯例情况等，分析说明采用长期预付方式采购设备和厂房设计的合理性，发行人与相关供应商是否存在关联关系或其他利益安排。（5）说明惠州柏星龙大量使用劳务派遣人员的原因，劳务派遣人员的工作内容，是否属于临时性、辅助性或者替代性工作，发行人是否存在其他违规用工情况，是否因劳务派遣违规受到行政处罚或存在被处罚的风险，说明劳务派遣违规的整改措施及整改情况。（6）说明设立贵州柏星龙、山西柏星龙的原因，运输半径对发行人成本的影响，上述子公司是否已取得了《排污许可证》、《印刷经营许可证》等开展生产经营必备的资质或许可，是否存在无证生产、排污情况。

“请保荐机构、发行人律师、申报会计师核查上述事项并发表明确意见。”

## 回复：

一、说明惠州柏星龙设立的背景、原因、定位，投资规模和建设规划，目前建设进度、设备和人员到位情况以及产能和投产情况等，是否符合规划预期

### （一）惠州柏星龙设立的背景、原因、定位

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。

在惠州柏星龙成立以前，公司生产经营的场所主要通过租赁的方式取得，为降低生产经营场所租赁的不确定性，保障生产安全性与产品质量，并进一步提升生产效率和生产规模。2012年，发行人设立惠州柏星龙并由其购置了目前使用的生产经营场所，同时进行印刷机、烫金机等生产设备的更新。惠州柏星龙投产后，发行人创意包装产品生产则转移到惠州柏星龙实施。因此，惠州柏星龙的主要定位系发行人创意包装产品的生产基地，负责创意设计的落地生产，并配合发行人进行技术研发，不断提升发行人的产品质量与市场竞争力。

（二）投资规模和建设规划，目前建设进度、设备和人员到位情况以及产能和投产情况等，是否符合规划预期

惠州柏星龙的投资分二期进行。目前已投入使用的经营场所（含土地使用权及其上盖三处房产），系惠州柏星龙2012年通过外购的方式取得。惠州柏星龙取得该厂房后进行了设备、装修等投入，金额为5,000万元（上述建设项目简称“一期项目”），在完成上述投入并办理相关手续后开始投入生产。上述取得的土地使用权尚有约17,000平方米的地块，为本次募集资金投资项目“惠州柏星龙包装有限公司智能制造生产建设项目”（以下简称“二期项目”）。

2012年，一期项目完工并开始投产，截至2021年12月31日，惠州柏星龙累计投入机器设备原值为4,620.63万元，账面价值为2,040.07万元，拥有员工279名。为进一步提高生产效率，惠州柏星龙于2022年上半年安装了一台新购置的海德堡6色印刷机，截至2022年6月30日，惠州柏星龙机器设备原值为

5,909.62 万元，账面价值为 3,173.25 万元，拥有员工 313 名。

2019 年度、2020 年度、2021 年度及 2022 年 1-6 月（以下简称“报告期”）期间，惠州柏星龙产能利用率分别为 98.37%、59.30%、92.29%、88.54%，产能及产能利用率具体情况如下表所示：

| 年份           | 产能<br>(印刷张数/<br>万张) | 产量           |                 |              | 产能利用率  |
|--------------|---------------------|--------------|-----------------|--------------|--------|
|              |                     | 印刷张数<br>(万张) | 总印刷面积<br>(万平方米) | 成品数量<br>(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% |

除 2020 年外，产能利用率相对较高。2020 年度，公司产能利用率较低，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。

截至《补充法律意见书（一）》出具日，惠州柏星龙二期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项目代码为 2204-441305-04-01-465936 的《广东省企业投资项目备案证》、惠州市生态环境局出具的惠市环（仲恺）建[2022]92 号《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》。

综上，惠州柏星龙一期项目建设进度符合规划预期，设备及人员配置与报告期内的生产规模基本匹配；除 2020 年存在特殊情况，导致产能利用率相对较低外，报告期内，产能使用情况较好。

## 二、说明目前惠州柏星龙的资产负债和营收利润情况，并分析净资产大额为负的具体原因，与其建设和经营情况是否匹配

截至 2022 年 6 月 30 日，惠州柏星龙主要财务数据如下：

| 资产负债表主要财务数据   |                 |                |
|---------------|-----------------|----------------|
| 项目            | 2022年6月30日      | 2021年6月30日     |
| 资产总计（元）       | 91,045,276.36   | 75,796,299.39  |
| 负债合计（元）       | 185,273,650.89  | 165,937,498.84 |
| 实收资本（或股本）（元）  | 8,000,000.00    | 8,000,000.00   |
| 资本公积（元）       | 1,511,242.09    | 1,511,242.09   |
| 未分配利润（元）      | -103,739,616.62 | -99,652,441.54 |
| 所有者权益合计（元）    | -94,228,374.53  | -90,141,199.45 |
| 负债和所有者权益总计（元） | 91,045,276.36   | 75,796,299.39  |
| 利润表主要财务数据     |                 |                |
| 项目            | 2022年1-6月       | 2021年1-6月      |
| 营业收入（元）       | 46,935,170.36   | 35,319,820.56  |
| 营业利润（元）       | -1,094,886.09   | -5,863,155.08  |
| 利润总额（元）       | -5,460,495.88   | -5,863,272.03  |
| 净利润（元）        | -5,460,495.88   | -5,863,272.03  |

如上表所示，截至2022年6月30日，惠州柏星龙净资产为-9,422.84万元。2022年1-6月，惠州柏星龙营业收入为4,693.52万元，净利润为-546.05万元。

### （一）惠州柏星龙净资产为负是由历年经营亏损导致的

惠州柏星龙报告期各期净利润分别为-1,229.74万元、-975.44万元、-449.00万元和-546.05万元。自2012年成立以来，惠州柏星龙各年净利润均为负。历年的经营亏损，导致惠州柏星龙截至2022年6月30日累计未分配利润为-10,373.96万元，净资产为负。

### （二）惠州柏星龙的经营模式及经营亏损的原因

#### 1. 惠州柏星龙订单来源于发行人，几乎不独立对外开展业务

2012年6月，公司成立惠州柏星龙，作为发行人的生产基地，惠州柏星龙的订单基本来源于发行人。报告期内，惠州柏星龙来源于发行人订单占其营业收入比例均高于95%，占比较高，惠州柏星龙几乎不对外开展业务。

#### 2. 惠州柏星龙的采购和生产模式

发行人的采购订单分为整单生产订单、半成品采购订单两种模式，具体如下：

### （1）整单生产模式

在整单生产订单的交易模式下，惠州柏星龙接到订单后独立完成订单生产，并向发行人指定客户交付完整包装成品。惠州柏星龙执行具体生产任务时，独立完成对应原材料的采购，并自行完成产品印刷工序及全部或部分纸盒成型等后道工序的生产，并自行组织外协厂商配合完成其他部分后道工序生产（如需）。

### （2）半成品采购模式

在半成品采购模式下，发行人向惠州柏星龙采购纸盒印刷半成品，并交由其他外协厂商完成后道成型等工序后向客户交付产品。在该模式下，惠州柏星龙仅执行印刷工序的生产，并自主执行对应的纸张、油墨等材料的采购，后续外协厂商的采购安排及生产协调由发行人完成。

## 3. 惠州柏星龙的亏损是由发行人内部考核制度所导致的

基于上述惠州柏星龙承担生产任务的角色，发行人出于内部管理的需要，对惠州柏星龙管理团队执行考核，并将具体考核结果反映在惠州柏星龙单体财务报表中。具体考核方式如下：

发行人对惠州柏星龙具体生产工序进行分解，并对具体工序进行充分核价，其核价标准结合原材料市场价格及印刷、后道成型等加工工序对外询价或其他供应商同等报价结果，取较低值制定各工序核价表。在具体订单执行时，发行人严格按照核价表标准，对向惠州柏星龙的采购订单进行报价，并按对应工序的核价结果执行具体订单生产。

公司制定上述较为严格的核价标准，旨在推动惠州柏星龙管理团队提升生产管理效率，提高生产组织能力，降低生产消耗并提升设备、人工的产出效率。在具体生产的职能分工上，与外协厂商及其他生产主体相比，惠州柏星龙承担了主要的前道印刷任务，以及绝大部分客户质量要求较高的订单的全工序链条生产任务。与外协厂商及其他生产主体相比，惠州柏星龙生产过程更为自主可控，生产管控过程更加严格，有力地保障了发行人整体的产品交付品质。但承担上述质量要求较高、工艺较为复杂的生产任务，也使得惠州柏星龙生产成本相对较高，导致实际生产成本贴近或高于公司核价标准。由于核价标准作为考核指标直接反映

在发行人与惠州柏星龙的具体交易订单，而惠州柏星龙管理团队考核不达管理预期直接导致了财务报表亏损。

#### **4. 惠州柏星龙负债主要来源于发行人其他应收款，不存在资金紧张等经营风险，发行人已制定具体措施逐步扭转惠州柏星龙净资产为负的情形**

惠州柏星龙历年亏损来源于发行人内部管理考核体系下的内部定价机制。在具体经营中，惠州柏星龙因亏损产生的资金缺口，均由发行人通过内部资金拆借的方式补足。截至 2022 年 6 月 30 日，惠州柏星龙负债合计 18,527.37 万元，主要是对发行人的其他应付款，惠州柏星龙负债主要为母公司资金拆借的借款。

发行人未对惠州柏星龙欠款设定还款期限，亦未对其进行债务追索。同时，发行人将根据惠州柏星龙实际经营需要，适时以借款、增资等方式增加惠州柏星龙流动资金，惠州柏星龙不存在资金紧张等经营风险的情况。

发行人已制定具体措施逐步扭转惠州柏星龙净资产为负的情形，包括变更与惠州柏星龙之间的交易定价模式、在惠州二期项目达产、惠州柏星龙扭转亏损之前不向其追索借款。

#### **5. 惠州柏星龙建设与其经营情况匹配**

如上所述，惠州柏星龙经营亏损主要由发行人内部管理考核机制所导致。在具体经营中，惠州柏星龙承担了发行人绝大部分的前道印刷工序的生产，报告期内，惠州柏星龙产能利用率较高，与公司实际经营情况匹配。

发行人二期项目的建设将提升发行人整体前道印刷产能，扩大发行人产能，为发行人进一步提升市场占有率提供有力的产能支持。

此外，上述二期项目的建设也将进一步提升后道生产工序的自动化水平，在提升后道生产能力的同时降低人工投入，并提升后道工序整体工艺水平，提升产品质量。

综上，惠州柏星龙建设与其经营情况匹配。

三、说明惠州柏星龙的订单获取方式、采购和生产模式、主要服务区域或对象，结合主要负债情况，说明惠州柏星龙是否存在资金紧张等经营风险，发

## 行人对惠州柏星龙的后续运营和投入安排

惠州柏星龙的订单获取方式、采购和生产模式、主要服务区域或对象，以及惠州柏星龙是否存在资金紧张等经营风险，发行人对惠州柏星龙的后续运营和投入安排等相关情况，详见本题回复之“二、说明目前惠州柏星龙的资产负债和营收利润情况，并分析净资产大额为负的具体原因，与其建设和经营情况是否匹配”相关内容。

四、说明海德堡印刷机的采购和投产情况以及二期厂房设计完工情况，相关设备和厂房建设投产对发行人生产能力、生产工艺的具体影响，结合发行人市场地位、行业惯例情况等，分析说明采用长期预付方式采购设备和厂房设计的合理性，发行人与相关供应商是否存在关联关系或其他利益安排

### （一）采购海德堡印刷设备

发行人于 2021 年 6 月与海德堡印刷设备（北京）有限公司深圳分公司签订采购合同，向其购买海德堡 6 色印刷机一台，采购价格 1,475.00 万元（含税），并于 2021 年 6 月 30 日支付定金，金额 442.50 万元。上述设备于 2022 年 6 月完成设备验收并转固。新增设备与原有印刷机相比，新增墨路清洁、半自动装版等功能，提升整体印刷效率及出品质量。

海德堡是国际顶尖的印刷设备供应商之一，其设备具有较高的技术先进性，市场销售较为紧俏，通常采购其设备均需预付部分款项。此外，发行人上述设备涉及部分定制化模块需求，厂商根据发行人定制化需求为发行人所采购设备进行定制化功能模块添加。

综上，发行人预付海德堡供应商采购款项合理，符合行业惯例，发行人与海德堡之间不存在关联关系或其他利益安排。

### （二）二期项目厂房设计

截至 2021 年末，发行人预付的厂房设计费主要为预付深圳壹创国际设计股份有限公司及惠州市建筑设计院有限公司设计款。发行人与深圳壹创国际设计股份有限公司分别于 2021 年 6 月、2021 年 12 月签订了《建设工程设计合同》及其补充协议，发行人与惠州市建筑设计院有限公司于 2021 年 8 月签订了《建设

工程设计合同》，由上述设计单位为发行人二期项目工程提供相关建设工程设计服务，发行人系依据合同约定向设计单位支付预付设计款。

发行人上述预付款具有真实商业背景，符合行业惯例，发行人与上述设计服务商之间不存在关联关系及其他利益安排。

**五、说明惠州柏星龙大量使用劳务派遣人员的原因，劳务派遣人员的工作内容，是否属于临时性、辅助性或者替代性工作，发行人是否存在其他违规用工情况，是否因劳务派遣违规受到行政处罚或存在被处罚的风险，说明劳务派遣违规的整改措施及整改情况**

**（一）说明惠州柏星龙大量使用劳务派遣人员的原因，劳务派遣人员的工作内容，是否属于临时性、辅助性或者替代性工作**

创意包装行业具有季节特性，酒、化妆品、茶叶等消费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、中秋等主要节假日增加的需求，往往提前采购包装产品进行备货。因此，每年春节、国庆、中秋等节假日的前 1-2 个月是创意包装需求的高峰期，导致发行人订单出现季节性波动。

《劳务派遣暂行规定》第三条规定，用工单位只能在临时性、辅助性或者替代性的工作岗位上使用被派遣劳动者，其中，临时性工作岗位是指存续时间不超过 6 个月的岗位；辅助性工作岗位是指为主营业务岗位提供服务的非主营业务岗位；替代性工作岗位是指用工单位的劳动者因脱产学习、休假等原因无法工作的一定期间内，可以由其他劳动者替代工作的岗位。

由于惠州柏星龙生产的部分定制产品因尺寸、盒型、工艺要求特殊只能手工加工完成，为应对上述季节性订单增加导致的人力需求，报告期内，惠州柏星龙曾利用劳务派遣方式用工，劳务派遣人员的工作内容主要为完成工序简单的包装盒手工成型、表面工艺、纸袋加工等，该等工作岗位的工作内容具有临时性特点。

**（二）发行人是否存在其他违规用工情况，是否因劳务派遣违规受到行政处罚或存在被处罚的风险**

根据发行人及其境内子公司相关主管部门出具的证明文件及发行人的确认，

并经信达律师查询发行人及其境内控股子公司的劳动主管部门、信用中国、国家企业信用信息公示系统网站信息，报告期内，发行人及其境内控股子公司不存在因违规用工、劳务派遣违规被相关主管部门处罚的记录，具体如下：

### 1. 发行人

根据查询日期分别为 2022 年 3 月 1 日、2022 年 8 月 29 日的《信用中国（广东）企业信用报告（无违法违规证明版）》，报告期内，发行人在人力资源社会保障、住房公积金领域不存在违法违规受到行政处罚的情形。

深圳市社会保险基金管理局于 2022 年 4 月 19 日出具了《证明》，发行人“在 2019 年 1 月 1 日至 2022 年 3 月 31 日期间无因违反社会保险法律、法规或者规章而被我局行政处罚的记录。”

深圳市社会保险基金管理局于 2022 年 7 月 18 日出具了《证明》，发行人“在 2022 年 4 月 1 日至 2022 年 6 月 30 日期间无因违反社会保险法律、法规或者规章而被我局行政处罚的记录。”

### 2. 惠州柏星龙

根据查询日期分别为 2022 年 3 月 14 日、2022 年 8 月 29 日的《信用中国（广东）企业信用报告（无违法违规证明版）》，报告期内，惠州柏星龙在人力资源社会保障、税务（含社保缴纳）、住房公积金领域不存在违法违规受到行政处罚的情形。

### 3. 四川柏星龙

成都市人力资源和社会保障局分别于 2022 年 4 月 12 日、2022 年 7 月 11 日出具了《证明》，报告期内，四川柏星龙“按其申报工资缴纳了社会保险费，此期间无欠费。”

成都市人力资源和社会保障局分别于 2022 年 4 月 15 日、2022 年 7 月 11 日出具了《医疗保险参保缴费证明（单位）》，报告期内，四川柏星龙在职工基本医疗保险、大额医疗费用补助、生育保险险种缴费状态为参保缴费。

成都市住房公积金管理中心分别于 2022 年 4 月 25 日、2022 年 7 月 21 日出

具了证明，报告期内，四川柏星龙“没有因违反住房公积金法律法规受到我中心行政处罚的记录”“在此期间缴存了住房公积金”。

#### 4. 贵州柏星龙

金沙县社会保险事业局分别于 2022 年 4 月 7 日、2022 年 7 月 15 日出具了《证明》，自 2021 年 2 月至《证明》出具日，贵州柏星龙“不存在欠缴社会保险费情况”。

毕节市住房公积金管理中心金沙县管理部分别于 2022 年 4 月 7 日、2022 年 7 月 15 日出具了《证明》，自 2021 年 3 月 3 日至《证明》出具日，贵州柏星龙“能认真遵守国家、地方有关住房公积金管理方面的法律、法规和规章，并依据有关规定为员工按时、足额缴纳住房公积金，且未受到相关处罚。”

金沙县医疗保障局分别于 2022 年 4 月 8 日、2022 年 7 月 15 日出具了《证明》，自 2021 年 2 月至《证明》出具日，贵州柏星龙“不存在欠缴医保情况”。

#### 5. 山西柏星龙

汾阳市人力资源和社会保障局于 2022 年 7 月 11 日出具了《证明》，2022 年 4 月 1 日至今，山西柏星龙“没有因违反劳动法律、法规和其他规范性文件而受到劳动行政处罚”。

汾阳市社会保险中心于 2022 年 7 月 11 日出具了《证明》，山西柏星龙自 2022 年 6 月开始参保且“未受到社保方面的行政处罚”。

根据吕梁市住房公积金管理中心于 2022 年 7 月 12 日出具的《单位缴存证明》、汾阳市医疗保险服务中心加盖业务专用章的山西柏星龙基本医疗保险参保明细，2022 年 6 月，山西柏星龙已为员工缴纳了社会保险及住房公积金。

根据发行人的确认并经信达律师查询发行人及其境内控股子公司的劳动主管部门、信用中国、国家企业信用信息公示系统网站信息，截至 2022 年 6 月 30 日，发行人及其控股子公司不存在劳务派遣用工的情形。

就报告期内惠州柏星龙存在的劳务派遣用工瑕疵问题，发行人实际控制人已出具承诺：“若发行人或其控股子公司因劳务派遣用工不合规等用工问题，受到

主管机关的任何强制措施、行政处罚，引致发生纠纷、履行任何其他法律程序或承担任何责任而造成发行人或其控股子公司的任何损失，本人将无条件给予发行人或其控股子公司全额补偿并承担相关费用，保证发行人或其控股子公司的业务不会因上述事宜受到不利影响。”

### （三）说明劳务派遣违规的整改措施及整改情况

惠州柏星龙已于 2021 年末通过劳务外包的方式将部分工序或工作外包给供应商以应对因短期订单增加而产生的人工需求，对上述情况进行规范。报告期内，惠州柏星龙劳务派遣用工情况如下表所示：

| 项目                   | 2022.06.30 | 2021.12.31 | 2020.12.31    | 2019.12.31    |
|----------------------|------------|------------|---------------|---------------|
| 劳务派遣人数（人）            | -          | -          | 33            | 90            |
| 员工总数<br>（含劳务派遣人员）（人） | 313        | 279        | 276           | 322           |
| 占比                   | -          | -          | <b>11.96%</b> | <b>27.95%</b> |

自 2021 年末以来，惠州柏星龙无劳务派遣用工，整改情况良好。

六、说明设立贵州柏星龙、山西柏星龙的原因，运输半径对发行人成本的影响，上述子公司是否已取得了《排污许可证》、《印刷经营许可证》等开展生产经营必备的资质或许可，是否存在无证生产、排污情况

#### （一）设立贵州柏星龙、山西柏星龙的原因

根据发行人于 2020 年 9 月 24 日在全国股转系统网站披露的《深圳市柏星龙创意包装股份有限公司对外投资设立贵州全资子公司的公告》，经发行人第四届董事会第三次会议审议，发行人拟在贵州省毕节市金沙县设立全资子公司，本次投资有利于提升发行人“在西南地区的综合影响力和市场竞争力，以及提高客户需求的反映速度，公司将充分发挥公司多年来在酒类、茶食品等行业积累的经验并充分借助当地区域优势，进一步扩大市场份额”。

根据发行人于 2021 年 7 月 20 日在全国股转系统网站披露的《深圳市柏星龙创意包装股份有限公司对外投资设立控股子公司山西贾家庄柏星龙的公告》，经发行人第四届董事会第五次会议审议，发行人拟在山西省汾阳市贾家庄村设立子公司，本次投资有利于“进一步扩大华北地区包装业务的市场份额，依托山西省

汾酒清香型白酒产业基地，发挥公司专业的服务优势，为华北地区客户提供‘品牌策略、创意设计、技术研发、产品交付’四位一体综合型创意包装服务”。根据《2021 年年度报告》，山西柏星龙未来将重点发展华北区域的酒类、茶叶、食品等包装业务，通过以上市场布局措施，以进一步提高公司的市场份额。

发行人设立贵州柏星龙、山西柏星龙，主要承接纸包装产品的后道生产工序，与惠州柏星龙进行合理的分工协同，并就近为当地客户提供更优质的服务，提升公司产品质量，同时降低公司整体产品成本。具体情况如下：

### **1. 与惠州柏星龙进行合理的分工协同，提升公司整体生产交付能力，降低生产成本，提升经营效率**

发行人通过惠州柏星龙进行前道的纸张印刷工序，后将完成印刷的纸张发往贵州柏星龙、山西柏星龙，进行裁切、组装、手工成型等后道工序的生产，并就近向客户完成产品交付。惠州柏星龙、贵州柏星龙及山西柏星龙分别承担前道印刷及后道工序，分工协同，提升整体产品生产交付能力，降低生产成本。

在公司产品的生产过程中，前道印刷工序是把控产品整体质量的关键核心环节。惠州柏星龙拥有海德堡、罗兰品牌等先进印刷设备，具有充足的优质印刷产能，并通过多年的生产实践，积累了丰富的印刷生产核心工艺及生产管理经验。通过惠州柏星龙进行前道印刷工序的统一生产，可使产品印刷质量得到有效保障，同时通过工序集中的方式，发挥印刷工序的生产规模效应，可使印刷工序更具成本优势。

后道工序具有工序繁杂、工序链条较长、自动化程度较低的特征，属于劳动密集型的生产环节，具体生产时对人员数量具有较大需求。此外，后道工序生产链条较长，具体生产时需要较大的场地空间，同时纸包装产品的体积较大，成品仓储也同样需要较大的场地面积。发行人设立贵州柏星龙、山西柏星龙，可有效利用当地较为充沛的人力资源，并利用当地较为廉价的场地，在提升公司后道工序的生产交付能力的同时，降低生产成本。

因此，发行人通过在惠州柏星龙统一生产印刷前道工序，贵州柏星龙、山西柏星龙承担后道工序生产的方式，建立各生产基地的分工协同，提升整体生产交付能力及生产效率，在保障产品生产质量的同时，合理降低公司生产成本，提升

公司经营效率。

## 2. 提升响应能力，缩短生产交期，提升整体客户服务能力及服务质量

贵州柏星龙、山西柏星龙能够就近为当地客户提供生产服务，其中贵州柏星龙主要服务的客户为小糊涂仙酒业（集团）有限公司、贵州钓鱼台国宾酒业有限公司、贵州怀庄酒业（集团）有限责任公司等白酒厂家；山西柏星龙拟服务的客户主要为山西汾酒等客户。

纸包装产品具有后道工序链条较长，加工周期较长的特点。在具体订单生产时，通常前道工序可整个订单在一个批次中一次生产完毕，且所需生产周期较短；在后道生产中，受限于后道产能及后道工序链条较长，工艺复杂等因素，通常一个订单需要进行多批次生产，交付周期较长。

由于后道工序上述特性，在生产旺季时往往因外协厂商产能紧张，或无法优先排产等因素，导致发行人向客户及时交付产品的能力受限。通过设立贵州柏星龙、山西柏星龙进行后道工序生产的方式，使发行人后道工序生产产能提升，并且更为稳定、可控，提升了客户响应能力，缩短产品交期。

### （二）运输半径对发行人成本的影响

发行人下游客户主要为国内知名白酒品牌客户及国内外知名化妆品、精品品牌客户。公司下游产品具有产品单价高、附加值高的特点，相应产品包装成本占该类产品的整体成本比例较低，该类客户对发行人向其销售的包装产品价格接受程度较高。发行人产品销售价格可较好覆盖产品长距离运输的成本，运输成本对发行人总体成本及毛利率影响程度较小。

报告期内，发行人境内运输费用金额分别为 1,173.15 万元、716.73 万元、1,046.65 万元和 539.10 万元，占各期营业成本的比例分别为 5.71%、4.25%、3.79% 和 3.31%，各期运输费用占比较低。

因发行人运输费用占整体营业成本比例较低，上述生产基地优化的运费成本，对发行人整体营业成本影响程度较小。

（三）上述子公司是否已取得了《排污许可证》、《印刷经营许可证》等开展生产经营必备的资质或许可，是否存在无证生产、排污情况

## 1. 贵州柏星龙

根据发行人提供的证照文件及其确认，并经信达律师查询信用中国、国家企业信用信息公示系统、全国排污许可证管理信息平台、贵州政务服务网网站信息，截至 2022 年 6 月 30 日，贵州柏星龙已取得以下资质、许可：

| 名称    | 许可/回执名称           | 证书/登记编号                    | 发证单位           | 有效期限                      |
|-------|-------------------|----------------------------|----------------|---------------------------|
| 贵州柏星龙 | 《营业执照》            | 91520523MAAK6<br>HXA48     | 金沙县市场<br>监督管理局 | -                         |
|       | 《固定污染源排污登<br>记回执》 | 91520523MAAK6<br>HXA48001Y | -              | 2022.05.17-<br>2027.05.16 |
|       | 《印刷经营许可证》         | 黔 印 证 字<br>526070016 号     | 毕节市新闻<br>出版局   | 2022.05.23-<br>2025.05.23 |

贵州省生态环境厅制定了《环评排污许可及入河排污口设置“三合一”行政审批改革试点工作实施方案》，自 2019 年 11 月 1 日起实施，在建设项目环境影响报告书（表）中增加排污许可申请、入河排污口设置论证章节，形成改革后的“三合一”环境影响报告书（表）。

根据《贵州金沙经济开发区标准厂房租赁合同》及贵州柏星龙于 2021 年 4 月编制的《建设项目“三合一”环境影响报告表》，“贵州柏星龙创意包装生产项目一期”的建设地点位于贵州省毕节市金沙县金沙经济开发区标准化厂房 C 区 13、14、15、16 栋，系贵州柏星龙所租赁的厂房；该项目属于《固定污染源排污许可分类管理名录（2019 年版）》“十八、印刷和记录媒介复制业 23”之“印刷 231”之“其他”，排污管理类别为“登记管理”，无需申请排污许可证，贵州柏星龙已在全国排污许可证管理信息平台进行排污登记。

毕节市生态环境局于 2021 年 5 月 28 日出具了《毕节市生态环境局关于贵州柏星龙创意包装生产项目一期环境影响报告表的批复》，同意贵州柏星龙创意包装生产项目一期建设。

根据《贵州柏星龙创意包装生产项目一期竣工环境保护验收监测报告表》并经信达律师查阅贵州柏星龙发布的公示信息，贵州柏星龙创意包装生产项目一期项目已于 2022 年 2 月 11 日完成竣工环保验收。

根据《贵州省环境保护执法现场检查（勘察）笔录》，2022 年 5 月 27 日，

金沙县生态环境保护综合行政执法大队工作人员对贵州柏星龙车间进行检查，笔录记录“该公司印刷工段已购进机械设备，未进行安装未投入生产”，本次检查未发现涉嫌环境违法行为。

综上所述，贵州柏星龙创意包装生产项目一期无需申请排污许可证，其已办理固定污染源排污登记；截至《补充法律意见书（一）》出具日，贵州柏星龙不存在无证生产、排污的情况。

经核查，信达认为，截至《补充法律意见书（一）》出具日，贵州柏星龙已具备开展生产经营必备的资质或许可，不存在无证生产、排污情况。

## 2. 山西柏星龙

根据发行人的确认并经信达律师实地查看山西柏星龙拟租赁厂房建设情况，截至《补充法律意见书（一）》出具日，因拟租赁厂房尚未满足交付租赁条件，山西柏星龙尚未开始生产经营，尚未办理生产经营所需的排污、印刷许可，不存在无证生产、排污情况。

### 核查程序：

1. 访谈了发行人管理层，了解惠州柏星龙设立的背景、原因、定位；
2. 取得发行人出具的关于惠州柏星龙投资规模和建设规划的说明；
3. 检查惠州柏星龙厂房购置协议、固定资产清单、员工花名册、产能与产量统计表等，核查惠州柏星龙的产能与投产情况；
4. 查阅惠州柏星龙报告期内财务报表、审计报告及《2019 年年度报告》《2020 年年度报告》《2021 年年度报告》，了解惠州柏星龙财务状况；
5. 访谈发行人总经理、财务总监、惠州柏星龙负责人，了解惠州柏星龙历史经营状况及净资产为负的原因，以及惠州柏星龙后续经营安排及投入预算情况；
6. 获取发行人与惠州柏星龙核价标准及对外部供应商核价标准；
7. 访谈惠州柏星龙负责人，了解惠州柏星龙经营模式及经营状况；

8. 获取海德堡 6 色印刷机、二期项目厂房设计预付款项记账凭证，并取得上述业务相关协议，并对惠州柏星龙业务负责人进行访谈，核查新增海德堡印刷设备、二期项目厂房设计服务采购背景、供应商情况及对发行人生产能力、生产工艺影响，以及预付账款合理性；

9. 实地查看惠州柏星龙生产车间，了解何种生产工序需要手工加工完成；

10. 查阅发行人及惠州柏星龙与外协供应商的交易协议，并走访发行人的外协供应商经营地址，实地查看外协供应商生产车间中为发行人提供加工劳务的情况，了解相关加工工艺是否为核心工艺、是否涉及环保排放许可；

11. 取得发行人及其境内子公司相关主管部门出具的合规证明文件，并查询发行人及其境内控股子公司的劳动主管部门、信用中国、国家企业信用信息公示系统网站，查询发行人及其境内子公司是否存在违反劳动相关违法违规行为；

12. 核查发行人及其子公司劳务派遣和劳务外包明细表，确认劳务派遣的整改情况；

13. 查阅相关发行人董事会会议文件及其公告文件，并访谈发行人总经理，了解发行人设立贵州柏星龙、山西柏星龙的原因；

14. 查阅发行人及其子公司提供的《排污许可证》《印刷经营许可证》及固定污染源登记回执；

15. 查询信用中国、国家企业信用信息公示系统、全国排污许可证管理信息平台、贵州政务服务网网站信息，核实发行人及其子公司取得《排污许可证》《印刷经营许可证》情况；

16. 查阅发行人及其子公司的环境影响评价文件、主管生态环境部门出具的批复或检查笔录等文件；

17. 实地查看并了解山西柏星龙拟租赁厂房的建设情况。

### **核查结论：**

1. 惠州柏星龙作为发行人生产基地，已于 2012 年投产，建设进度、设备和人员到位情况、产能和投产情况与规划预期基本一致；

2. 惠州柏星龙的主要定位系发行人创意包装产品的生产基地，负责创意设计的落地生产，并配合发行人进行技术研发，不断提升发行人的产品质量与市场竞争力；惠州柏星龙一期项目建设进度符合规划预期，设备及人员配置与报告期内的生产规模基本匹配；除 2020 年受疫情影响存在特殊情况，导致产能利用率相对较低外，报告期内，产能使用情况较好；

3. 惠州柏星龙净资产为负是由其历年经营亏损导致的，其亏损是由发行人内部管理考核制度所导致，惠州柏星龙负债主要系对发行人的借款，不存在资金紧张等经营风险；发行人已制定具体措施逐步扭转惠州柏星龙净资产为负的情形；惠州柏星龙建设与其经营情况匹配；

4. 发行人预付海德堡设备供应商、二期项目厂房设计服务商采购款项合理，符合行业惯例，发行人与上述供应商之间不存在关联关系或其他利益安排；

5. 惠州柏星龙曾大量使用劳务派遣人员的原因是为应对传统节日的季节性订单增加导致的人力需求，劳务派遣人员的工作内容主要为完成工序简单的包装盒手工成型、表面工艺、纸袋加工等，属于临时性工作岗位；报告期内，发行人不存在其他违规用工情况，惠州柏星龙已通过劳务外包的方式解决因短期订单增加而产生的人工需求，对劳务派遣违规情况进行整改，但惠州柏星龙仍存在因报告期内劳务派遣违规被处罚的风险，实际控制人已就此出具全额补偿并承担费用的承诺，保证其业务不受不利影响；

6. 发行人设立贵州柏星龙、山西柏星龙是为就近为当地客户提供生产服务；运输半径对发行人成本影响程度较小；贵州柏星龙、山西柏星龙不存在无证生产、排污情况。

## “问题 2. 进一步说明创意包装产品与创意设计服务

“根据申报文件，（1）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。创意包装产品主要包括纸板盒、卡盒、箱、手袋及其他创意包装产品。创意设计服务包括为客户

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。（2）报告期内，创意包装产品占主营业务收入的90%以上。发行人通过获得创意设计业务收入、包装产品销售收入盈利。（3）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。

“请发行人：（1）以流程图的方式列示创意包装产品和创意设计服务的具体生产或服务环节，说明各环节的主要内容，两种模式下与客户合作方式、定价方式、结算方式。按照创意包装产品和创意设计服务分别披露前五大客户的名称及销售金额，说明两类业务中是否有重合的客户，仅为部分客户提供创意设计服务未进行产品生产的原因。（2）说明创意包装产品的收费方式，该业务是否以创意设计服务为前提，其实现的收入全部为产品销售收入，还是区分创意设计收入和包装产品销售收入或其他收入。发行人完成创意设计后先收取创意设计费，再根据客户需求进一步签订包装产品生产订单收取包装产品费，还是直接签订产品生产合同，完成设计并生产出产品交付后统一收取包装产品费。（3）说明发行人与主要客户的具体合作方式和协议的主要条款，相关客户的订单获取方式和收费模式，说明发行人客户同一产品包装是否存在多个供应商的情况，发行人与主要客户签署的协议中是否存在排他性条款，并结合相关条款、外观设计权益归属情况等，分析说明发行人客户是否存在自行生产或委托其他供应商生产发行人设计的包装产品的可能，是否会对发行人与客户合作产生不利影响。（4）说明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的具体协议内容，发行人与客户的权利义务约定，采取该方式合作的客户名称，已实现的收入情况。

“请保荐机构、发行人律师、申报会计师核查上述事项并发表明确意见。”

回复：

一、以流程图的方式列示创意包装产品和创意设计服务的具体生产或服务环节，说明各环节的主要内容，两种模式下与客户的合作方式、定价方式、结算方式。按照创意包装产品和创意设计服务分别披露前五大客户的名称及销售

金额，说明两类业务中是否有重合的客户，仅为部分客户提供创意设计服务未进行产品生产的原因

（一）创意包装产品和创意设计服务是两项不同的业务，在与客户的合作方式、定价方式、结算方式等模式上具有明显差异

1. 创意包装产品的业务流程围绕创意包装产品的推介、生产、交付展开  
发行人创意包装产品的业务流程图如下所示：



与以上业务流程图相关的业务环节、业务内容的具体情况如下：

| 业务环节     | 业务内容  |
|----------|---|
| 接洽客户（如有） | 发行人销售业务人员通过参加展会、渠道宣传等方式接洽创意包装产品的目标客户，并与其建立沟通联系。   |
| 向客户推介    | （1）发行人向客户介绍其在创意包装领域所取得的相关成果、案例、奖项，在与客户的沟通中建立初步的品牌印象。<br>（2）客户未提供需进行生产的创意包装产品的设计方案的，发行人在获悉客户产品需求后，通过了解客户相关产品的消费者需求，利用素材库中的成果，向客户推介在风格、功能、工艺等要素方面与客户产品定位相匹配的设计方案。<br>（3）客户提供需进行生产的创意包装产品的设计方案的，发行人在了解产品构型后，向客户推介符合特定创意包装产品生产需求或满足客户特定生产需求的生产工艺技术。 |
| 获得客户认可   | （1）客户未提供需进行生产的创意包装产品的设计方案的，发行人会基于其向客户推介的设计方案，与客户沟通、协商，并按客户要求对相关创意包装设计进行微调以满足生产要求。获得客户认可后，发行人按照最终双方确认的设计方案获取客户订单。<br>（2）客户提供需进行生产的创意包装产品的设计方案的，发行人会基于其向客户推介的生产方案，与客户进行协商、沟通，以满足客户的要求。获得客户认可后，发行人与客户建立合作关系，取得客户订单。                                |
| 客户下达订单   | 发行人的设计方案、生产方案获得客户认可后，客户根据其采购计划，按需向发行人下达创意包装产品的采购订单。   |
| 产品生产     | 发行人根据客户下达的采购订单以及具体的提货需求，制定相关生产计划，按时、按量、按质地完成相关产品的生产任务。  |
| 产品交付     | 发行人根据客户具体需求，在与客户约定的时间、地点，向客户交付具体的产品。  |

## 2. 创意设计服务的业务流程围绕创意包装的设计服务展开

发行人创意设计服务的业务流程图如下所示：



与以上业务流程图相关的业务环节、业务内容的具体情况如下：

| 业务环节      | 业务内容   |
|-----------|--|
| 接洽客户（如有）  | 发行人销售业务人员通过参加展会、渠道宣传、客户主动拜访等方式接洽创意设计服务的目标客户，并为之建立沟通联系。   |
| 向客户推介     | 发行人向客户介绍其在创意包装领域所取得的相关成果、案例、奖项，在与客户的沟通中建立初步的品牌印象。  |
| 获得客户认可    | 结合客户产品与需求，发行人销售人员与设计人员就客户所需的特定创意包装产品向客户初步进行构思，并向客户阐述设计理念与设计创意。   |
| 建立合作关系    | 客户认可并接受相关理念与创意后，双方建立合作关系。  |
| 制定并执行设计方案 | 根据客户产品具体特点以及推广、营销的具体需求，发行人设计人员基于前期与客户沟通的设计理念、设计创意制定设计方案。围绕客户的具体产品，发行人设计团队与客户进行沟通，在了解市场以及客户品牌计划等宏观因素，以及产品特点、风格、功能等微观因素的基础上，发行人设计团队执行相关设计方案。如客户需要，发行人既可以仅进行图稿设计，也可以基于满足生产条件的前提下为客户打造具体样品，实现图稿向实物的转化。 |
| 设计交付      | 根据客户需求，发行人将最终完成的设计稿件或样品向客户交付。  |

## 3、创意包装产品与创意设计服务在与客户的合作方式、定价方式、结算方式等模式上具有差异

发行人创意包装产品与创意设计服务的模式有所区别，具体差异如下：

| 模式类型     | 业务类型   | 差异内容   |
|----------|--------|--|
| 与客户的合作模式 | 创意包装产品 | 根据客户具体订单，为客户定制生产相关的创意包装产品，并向客户具体交付产品。                |
|          | 创意设计服务 | 根据客户产品以及推广、营销需求，为客户提供创意包装设计服务，并向客户交付具体的设计稿件、设计样品等成果。 |

|      |        |  |
|------|--------|--|
| 定价模式 | 创意包装产品 | 创意包装产品的定价模式为成本加成定价法，即按产品单位成本加上一定比例的利润制定产品价格的方法。在定价过程中，发行人综合考虑生产具体创意包装产品所需的单位成本，结合市场、设计、工艺等因素，基于一定利润空间向客户报价。  |
|      | 创意设计服务 | 创意设计服务的定价模式为标准定价法，即发行人根据难度、规模、时长等因素对创意设计服务进行分类并形成了标准价格体系。发行人根据客户需求，对应创意设计服务的标准价格体系，向客户报价，并根据设计需求适当地调整具体设计项目的价格。  |
| 结算模式 | 创意包装产品 | 创意包装产品的结算模式分为授信模式与非授信模式。对于合作时间长、信誉良好的客户，发行人与该类客户就创意包装产品的结算采用授信模式，即客户预付较低比例的预付款项或无需预付，并给予客户在产品验收后一定时长的赊销期与信用金额。<br>对于非授信客户，发行人与客户间采用预收至少 30% 货款，在发货前结清至少 70% 货款，剩余货款在收货后较短时间内支付的结算模式。 |
|      | 创意设计服务 | 对于创意设计服务，发行人与客户间通常采用预收 30%-90% 款项，并在客户验收通过设计稿件、样品后的较短时间内收取剩余款项的结算模式  |

结合上表可知，发行人创意包装产品与创意设计服务间在与客户的合作模式、定价模式以及结算模式间具有差异，相关模式差异主要是由于业务内容差异所导致的。

（二）基于客户的不同采购需求，以及创意设计服务客户转化需要一定周期等原因，创意包装产品与创意设计服务两项业务的客户重叠度低

### 1. 创意包装产品前五大客户情况

| 2022 年 1-6 月 |                   |            |              |         |          |
|--------------|-------------------|------------|--------------|---------|----------|
| 序号           | 客户名称              | 销售内容       | 销售金额<br>(万元) | 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     | 酒类创意包装     | 3,599.19     | 14.61%  | 否        |
| 2            | 北京顺鑫农业股份有限公司牛栏山酒厂 | 酒类创意包装     | 3,085.27     | 12.52%  | 否        |
| 3            | BALANCE INC.      | 化妆品、精品创意包装 | 1,141.20     | 4.63%   | 否        |
| 4            | 安徽古井贡酒股份有限公司      | 酒类创意包装     | 1,132.73     | 4.60%   | 否        |
| 5            | 青海互助天佑德青稞酒股份有限公司  | 酒类创意包装     | 978.10       | 3.97%   | 否        |

| 合计             |                   |            | 9,936.50     | 40.33%  | -                |
|----------------|-------------------|------------|--------------|---------|------------------|
| <b>2021 年度</b> |                   |            |              |         |                  |
| 序号             | 客户名称              | 销售内容       | 销售金额<br>(万元) | 占营业收入比例 | 是否存在<br>关联<br>关系 |
| 1              | 北京顺鑫农业股份有限公司牛栏山酒厂 | 酒类创意包装     | 7,800.64     | 18.30%  | 否                |
| 2              | 承德乾隆醉酒业有限责任公司     | 酒类创意包装     | 5,002.68     | 11.73%  | 否                |
| 3              | 青海互助天佑德青稞酒股份有限公司  | 酒类创意包装     | 2,570.47     | 6.03%   | 否                |
| 4              | 安徽古井贡酒股份有限公司      | 酒类创意包装     | 2,445.55     | 5.74%   | 否                |
| 5              | 小糊涂仙酒业（集团）有限公司    | 酒类创意包装     | 1,735.44     | 4.07%   | 否                |
| 合计             |                   |            | 19,554.77    | 45.87%  | -                |
| <b>2020 年度</b> |                   |            |              |         |                  |
| 序号             | 客户名称              | 销售内容       | 销售金额<br>(万元) | 占营业收入比例 | 是否存在<br>关联<br>关系 |
| 1              | 北京顺鑫农业股份有限公司牛栏山酒厂 | 酒类创意包装     | 5,553.80     | 19.69%  | 否                |
| 2              | 承德乾隆醉酒业有限责任公司     | 酒类创意包装     | 4,112.00     | 14.58%  | 否                |
| 3              | BALANCE INC.      | 化妆品及精品创意包装 | 1,338.38     | 4.74%   | 否                |
| 4              | 青海互助天佑德青稞酒股份有限公司  | 酒类创意包装     | 1,216.84     | 4.31%   | 否                |
| 5              | 江苏汤沟两相和酒业有限公司     | 酒类创意包装     | 1,023.56     | 3.63%   | 否                |
| 合计             |                   |            | 13,244.57    | 46.95%  | -                |
| <b>2019 年度</b> |                   |            |              |         |                  |
| 序号             | 客户名称              | 销售内容       | 销售金额<br>(万元) | 占营业收入比例 | 是否存在<br>关联<br>关系 |
| 1              | 北京顺鑫农业股份有限公司牛栏山酒厂 | 酒类创意包装     | 8,658.75     | 24.27%  | 否                |
| 2              | 承德乾隆醉酒业有限责任公司     | 酒类创意包装     | 5,321.91     | 14.91%  | 否                |
| 3              | 青海互助天佑德青稞酒股份有限公司  | 酒类创意包装     | 3,687.55     | 10.33%  | 否                |
| 4              | BALANCE INC.      | 化妆品及精品创意包装 | 2,464.28     | 6.91%   | 否                |
| 5              | 小糊涂仙酒业（集团）有限公司    | 酒类创意包装     | 1,611.49     | 4.52%   | 否                |
| 合计             |                   |            | 21,743.98    | 60.94%  | -                |

注 1：上表已将同一控制下相关客户的数据合并披露。

## 2. 创意设计服务前五大客户情况

| 2022 年 1-6 月 |                   |        |               |              |                  |
|--------------|-------------------|--------|---------------|--------------|------------------|
| 序号           | 客户名称              | 销售内容   | 销售金额<br>(万元)  | 占营业收入比例      | 是否存在<br>关联<br>关系 |
| 1            | 山东青州云门酒业（集团）有限公司  | 创意设计服务 | 122.64        | 0.50%        | 否                |
| 2            | 半藏文化发展（深圳）有限公司    | 创意设计服务 | 94.34         | 0.38%        | 否                |
| 3            | 深圳市盛唐酒业有限公司       | 创意设计服务 | 52.74         | 0.21%        | 否                |
| 4            | 贵州黔庄酒业集团有限公司      | 创意设计服务 | 47.17         | 0.19%        | 否                |
| 5            | 江苏分金亭酒业有限公司       | 创意设计服务 | 47.17         | 0.19%        | 否                |
| 合计           |                   |        | <b>364.06</b> | <b>1.48%</b> | -                |
| 2021 年度      |                   |        |               |              |                  |
| 序号           | 客户名称              | 销售内容   | 销售金额<br>(万元)  | 占营业收入比例      | 是否存在<br>关联<br>关系 |
| 1            | 半藏文化发展（深圳）有限公司    | 创意设计服务 | 97.17         | 0.23%        | 否                |
| 2            | 湖北劲牌皇宫酒业有限公司      | 创意设计服务 | 83.96         | 0.20%        | 否                |
| 3            | 四川麦加乐食品有限责任公司     | 创意设计服务 | 79.25         | 0.19%        | 否                |
| 4            | 深圳市糊涂老酒酒业有限公司     | 创意设计服务 | 66.04         | 0.15%        | 否                |
| 5            | 宝岛阿里山（厦门）酒业股份有限公司 | 创意设计服务 | 56.60         | 0.13%        | 否                |
| 合计           |                   |        | <b>383.02</b> | <b>0.90%</b> | -                |
| 2020 年度      |                   |        |               |              |                  |
| 序号           | 客户名称              | 销售内容   | 销售金额<br>(万元)  | 占营业收入比例      | 是否存在<br>关联<br>关系 |
| 1            | 安徽古井贡酒股份有限公司      | 创意设计服务 | 122.17        | 0.43%        | 否                |
| 2            | 湖北劲牌皇宫酒业有限公司      | 创意设计服务 | 112.01        | 0.40%        | 否                |
| 3            | 洛阳杜康佰亿酒业销售有限公司    | 创意设计服务 | 70.75         | 0.25%        | 否                |
| 4            | 厦门燕之屋生物工程发展有限公司   | 创意设计服务 | 69.81         | 0.25%        | 否                |
| 5            | 贵州盛世欣源酒业有限公司      | 创意设计服  | 59.43         | 0.21%        | 否                |

| 序号             | 客户名称             | 销售内容   | 销售金额<br>(万元) | 占营业收入<br>比例 | 是否存在关联<br>关系 |
|----------------|------------------|--------|--------------|-------------|--------------|
| 合计             |                  |        | 434.18       | 1.54%       | -            |
| <b>2019 年度</b> |                  |        |              |             |              |
| 1              | 天津市津酒酒类销售有限公司    | 创意设计服务 | 122.64       | 0.34%       | 否            |
| 2              | 淮安市白马湖投资发展有限公司   | 创意设计服务 | 76.83        | 0.22%       | 否            |
| 3              | 承德乾隆醉酒业有限责任公司    | 创意设计服务 | 76.42        | 0.21%       | 否            |
| 4              | 青海互助天佑德青稞酒股份有限公司 | 创意设计服务 | 70.75        | 0.20%       | 否            |
| 5              | 山西杏花酒都酒业股份有限公司   | 创意设计服务 | 54.72        | 0.15%       | 否            |
| 合计             |                  |        | 401.36       | 1.12%       | -            |

注 2：上表已将同一控制下相关客户的数据合并披露。

### 3. 创意包装产品与创意设计服务两项业务间的客户重叠度较低，不同客户会基于不同的商业目的与发行人进行业务合作，具有商业合理性

发行人创意包装产品与创意设计服务两项业务中，报告期内，前五大客户重叠情况如下：

| 序号 | 客户名称             | 销售内容   | 销售金额<br>(万元) | 占报告期内营业收入<br>总额比例 |
|----|------------------|--------|--------------|-------------------|
| 1  | 承德乾隆醉酒业有限责任公司    | 创意包装产品 | 18,035.77    | 13.75%            |
|    |                  | 创意设计服务 | 160.38       | 0.12%             |
| 2  | 青海互助天佑德青稞酒股份有限公司 | 创意包装产品 | 8,452.95     | 6.44%             |
|    |                  | 创意设计服务 | 89.15        | 0.07%             |
| 3  | 安徽古井贡酒股份有限公司     | 创意包装产品 | 5,630.26     | 4.29%             |
|    |                  | 创意设计服务 | 210.85       | 0.16%             |

注 3：上表中的相关金额为三年一期的金额合计数，并已将同一控制下相关客户的数据合并披露。

报告期内，发行人创意包装产品与创意设计服务两项业务中，前五大客户重叠度较低。向相关重叠客户的销售构成中，创意包装产品销售金额与创意设计服务销售金额大多存在差异。

尽管创意包装产品与创意设计服务两项业务间存在相互导入业务机会的可

能性，但业务仍有差异。不同客户往往是基于不同的商业目的而选择与发行人就任意业务展开合作的，具体情况如下：

（1）发行人创意包装产品报告期内各期前五大客户以国内知名酒生产商为主。上述企业大多建立了相对成熟的品牌文化与产品推广体系，其向发行人采购的创意包装产品以成熟产品为主。发行人与主要客户的合作时间长，熟悉相关客户的品牌推广策略，发行人会基于前期形成的素材库，通过主动推介的方式配合重点客户的产品推广计划，因此创意包装产品报告期内各期前五大客户向发行人采购创意设计服务的金额相对较低。

（2）发行人创意设计服务，主要基于市场调研、品牌架构梳理及体系搭建、产品线梳理，为客户提供产品包装设计乃至品牌推广建议、终端生动化等服务。其面向的主要是消费市场的新生力量，包括新品牌、新产品等。由于相关客户的品牌文化与产品推广体系尚未成熟，新品牌、新产品等在消费市场的推广需要投入大量资源，但产品销量的增长往往需要一定的周期，导致相关品牌、产品对于创意包装产品的需求难以即时兑现，因此创意设计服务报告期内各期前五大客户向发行人采购创意包装产品的金额相对较低。

（3）创意设计服务对创意包装产品的正面推动作用兑现期较长。在逾十年的经营发展过程中，发行人通过创意设计服务持续积累客户资源，赢得客户信赖。但创意包装产品的设计成果转化，需要经历较长的兑现期，与其所服务的产品市场推广情况息息相关。因此，创意设计服务通常是发行人与客户建立联系“敲门砖”，通过创意设计服务发行人积累客户资源与业务机会，当客户产品市场推广成效斐然时，为创意包装产品导入业务机会。因此，由于创意设计服务对创意包装产品的正面推动作用兑现期较长，部分创意设计服务客户未能及时转化为创意包装产品客户，从而令报告期内发行人两项业务间客户重叠度较低。

综上，创意包装产品与创意设计服务主要面向的客户成熟度存在差异，因此不同客户会基于不同的商业目的与发行人进行业务合作，创意包装产品与创意设计服务两项业务间的客户重叠度较低，具有商业合理性。

#### **4. 因市场推广、客户预算、地域分布等因素，发行人部分创意设计服务客户未转化为创意包装产品客户，具有合理性**

创意设计服务与创意包装产品为两种不同的业务，虽然创意设计服务与创意包装产品间存在相互导入业务机会的可能性，但在业务驱动因素或条件不足的情

况下，发行人创意设计服务客户中存在未转化成创意包装产品客户的情形，具体因素包括：

（1）客户产品的市场推广因素

客户产品的市场推广因素是影响发行人创意设计服务客户转化为创意包装产品客户的主要因素之一。由于发行人创意设计服务客户主要为品牌文化及产品推广体系相对不成熟的企业，其新品牌、新产品在消费市场的推广前景具有一定的不确定性且需要一定的周期。若其新品牌、新产品的市场推广受阻或周期较长，相关客户对于创意包装产品进一步采购需求无法及时释放，导致相关客户无法及时转化为创意包装产品客户。

（2）客户预算因素

虽然发行人在创意包装的外观设计、结构设计、防伪技术、生产工艺等领域具有较强的开发实力，能够向客户交付符合要求的创意设计或产品。但部分设计或产品所采用的工艺难度较大、原材料价格昂贵，生产成本较高。由于发行人创意设计服务所面对的部分客户经营规模尚小，其难以在短时间内负担相对较高的创意包装产品成本，因此该类客户未能及时转化为创意包装产品客户。

（3）地域因素

发行人主要经营、生产地位于珠三角，尽管发行人在报告期内相继在贵州、山西、四川等地布局，但部分创意设计服务客户基于对创意包装产品的采购预算、交付要求等因素的考虑，仍会就近选择本地供应商生产相关包装产品。因此该类客户未转化为发行人的创意包装产品客户。

综上，受客户产品的市场推广情况、客户的经营规模与预算情况以及地域分布情况，发行人部分创意设计服务客户未在报告期内转化为创意包装产品客户，具有合理性。

**二、说明创意包装产品的收费方式，该业务是否以创意设计服务为前提，其实现的收入全部为产品销售收入，还是区分创意设计收入和包装产品销售收入或其他收入。发行人完成创意设计后先收取创意设计费，再根据客户需求进一步签订包装产品生产订单收取包装产品费，还是直接签订产品生产合同，完成设计并生产出产品交付后统一收取包装产品费**

（一）发行人创意包装产品不以创意设计服务为前提，实现的收入为产品

## 销售收入

### 1. 发行人创意包装产品的经营前提

对于发行人而言，其以创意包装的设计、生产工艺开发作为其经营的核心竞争力，通过创意包装设计、生产工艺为创意包装产品业务导入业务机会，但就具体合作订单而言，发行人与客户签署的创意包装产品生产订单不会约定创意设计服务义务，亦不会约定以创意设计服务作为创意包装产品生产的前提。

### 2. 发行人创意包装产品的具体收费中不包含创意设计服务，实现收入均为创意包装产品销售收入

基于以上商业前提，发行人创意包装产品的收费方式为成本加成定价法，即根据特定产品的单位成本，加上一定比例的利润制定产品价格的方法。在定价过程中，发行人综合考虑生产具体创意包装产品所需的单位成本，结合市场、工艺难度等因素，基于一定利润空间向客户报价，不存在创意包装产品与创意设计服务合并报价的情形。

具体而言，发行人创意包装产品的报价主要基于如下因素进行考虑：

| 是否为既往生产的产品 | 设计来源        | 报价基础  |
|------------|-------------|---|
| 新品         | 除发行人以外的其他来源 | 对于设计来源不为发行人的创意包装新品，发行人在首次报价时，主要考虑特定产品的生产成本，在此基础上加上一定比例的利润空间。由于相关创意包装产品的设计并不来源于发行人，因此发行人的报价中并不会考虑设计所带来的溢价因素。该类产品的溢价能力相对较低。             |
|            | 发行人         | 对于设计来源为发行人，相关设计方案为发行人基于过往积累的素材库结合客户品牌风格主动推荐的创意包装新品，发行人在首次报价时，除了主要考虑特定产品的生产成本外，还通常会考虑发行人提供设计方案所带来的溢价因素，在此基础上加上一定比例的利润空间。该类产品的溢价能力相对较高。 |
| 旧品         | 不区分         | 对于既往已经生产过的产品，除非该产品原材料价格出现较大幅度上涨导致发行人在该产品的利润空间被侵蚀，或发行人客户主动提出产品降价需求并经发行人接受，否则发行人与客户通常会按先前执行的价格标准对产品进行定价。                                |

发行人可依托过往积累的素材库作为设计来源、设计方案，并结合客户品牌风格主动推荐的创意包装新品，产品的溢价能力相对较高。在发行人生产的创意包装新品中，该类型的创意包装新品数量占比较高，主要原因为：

发行人基于其过往的研发活动，每年针对市场流行的新风格、新工艺、新技

术进行开发并形成具体成果素材库。由于发行人对长期合作客户的品牌文化具有较为深入地了解，会基于前期形成的成果素材库向客户主动推荐创意包装产品的设计方案。获得客户认可后，客户基于相关设计方案下达订单。出于对发行人设计能力以及具体设计方案的认可，同时考虑到前期发行人并未与其就具体创意包装产品的设计建立合作关系，发行人客户往往能够接受相对较高的价格。因此，该类型的创意包装新品的溢价能力较高。

**（二）在创意包装产品销售业务中，发行人不向客户收取创意设计费，在包装产品交付后仅收取包装产品费；创意设计服务业务能否转化取得创意包装产品销售订单存在不确定性**

如上所述，就创意包装产品销售业务，发行人与客户未约定创意设计服务相关的权利义务，不向客户收取创意设计服务费。在创意包装产品的销售过程中，发行人与客户通过签订销售合同、销售订单等形式，明确约定具体产品的销售数量与销售单价。在与客户就具体产品达成合作意向时，发行人需要对产品的单位成本进行测算，否则无法就具体产品向客户进行报价。产品单位成本的测算，需要以产品的设计方案为基础，对原材料投入、工艺路径、人工投入等进行全面预计，从而给出可行的报价。因此，发行人不与客户直接先签订产品生产合同，完成设计并生产出产品交付后收取费用。

就创意设计服务业务，发行人先与客户签订创意设计服务合同，根据客户需求完成单品、单款、品牌系列等类型产品的创意设计服务，则完成了合同约定的义务，可向客户收取创意设计服务费。若后续客户有创意包装产品生产需求，则由合作双方另行签订包装产品生产订单，在发行人完成产品交付后收取包装产品费。

**三、说明发行人与主要客户的具体合作方式和协议的主要条款，相关客户的订单获取方式和收费模式，说明发行人客户同一产品包装是否存在多个供应商的情况，发行人与主要客户签署的协议中是否存在排他性条款，并结合相关条款、外观设计权益归属情况等，分析说明发行人客户是否存在自行生产或委托其他供应商生产发行人设计的包装产品的可能，是否会对发行人与客户合作产生不利影响**

(一) 发行人与主要客户的具体合作方式、协议的主要条款、订单获取方式以及收费模式

报告期各期, 发行人(下表所称乙方)与当期前五大客户的具体合作方式、协议主要条款、订单获取方式以及收费模式如下:

| 序号 | 集团名称              | 公司/甲方名称                 | 合作方式     | 协议关键条款内容   |                 |  |           | 订单获取方式                 | 收费模式                |
|----|-------------------|-------------------------|----------|--|-----------------|--|-----------|------------------------|---------------------|
|    |                   |                         |          | 验收   | 结算              | 知识产权归属                                     | 质保        |                        |                     |
| 1  | 北京顺鑫农业股份有限公司牛栏山酒厂 | 北京顺鑫农业股份有限公司牛栏山酒厂       | 创意包装产品生产 | 交货验收, 验收后 15 日内无异议视为验收合格                           | 无预付, 灌装后下月结算    | 甲方对其提供的资料以及委托印刷的产品拥有知识产权; 未经客户许可, 乙方不得私自印刷 | 质量由乙方提供保证 | 长期合作客户, 订单主要根据客户采购需要获取 | 根据客户采购数量及相应产品单价进行收费 |
|    |                   | 北京顺鑫农业股份有限公司牛栏山酒厂成都生产基地 | 创意包装产品生产 | 交货验收, 验收后 15 日内无异议视为验收合格; 提货验收, 验收后 30 日内无异议视为验收合格 | 无预付, 货到 90 日内付款 | 甲方对其提供的资料以及委托印刷的产品拥有知识产权; 未经客户许可, 乙方不得私自印刷 | 质量由乙方提供保证 | 长期合作客户, 订单主要根据客户采购需要获取 | 根据客户采购数量及相应产品单价进行收费 |
|    |                   | 内蒙古顺鑫宁城老窖酒业有限公司         | 创意包装产品生产 | 交货验收, 验收后 15 日内无异议视为验收合格; 提货验收, 验收后 30 日内无异议视为验收合格 | 无预付, 货到 60 日内付款 | 甲方对其提供的资料以及委托印刷的产品拥有知识产权; 未经客户许可, 乙方不得私自印刷 | 质量由乙方提供保证 | 长期合作客户, 订单主要根据客户采购需要获取 | 根据客户采购数量及相应产品单价进行收费 |

| 序号 | 集团名称          | 公司/甲方名称       | 合作方式     | 协议关键条款内容  |  |  |  | 订单获取方式                | 收费模式                   |
|----|---------------|---------------|----------|---|--|--|--|-----------------------|------------------------|
|    |               |               |          | 验收  | 结算   | 知识产权归属   | 质保   |                       |                        |
| 2  | 承德乾隆醉酒业有限责任公司 | 承德板城酒业销售有限公司  | 提供创意设计服务 | 乙方完成委托设计服务后,应以书面形式通知甲方,并要求甲方在合理的期限内(一般应不少于五个工作日)验收      | 每季度末一次性结算本季度发生的实际费用  | 双方一致同意因本协议的签署和履行所产生的报告、意见、数据、方案、创意、设计等全部工作成果的财产权、知识产权及其它权益均属于甲方所有                  | 如经过三次整改乙方的服务仍未达到协议约定标准,甲方可以寻找替代服务,寻找替代服务的合理费用应由乙方承担                  | 长期合作客户,订单主要根据客户采购需要获取 | 根据客户要求,按照设计服务的收费标准进行报价 |
|    |               | 承德乾隆醉酒业有限责任公司 | 创意包装产品生产 | 收货确认后,产品所有权从供方转移到需方;产品在指定地点验收,如存在产品不合规定的问题,需在五个工作日内提出异议 | 货到付款,即供方交付产品并经需方验收合格后,需方根据付款期限向供方付款;包装材料的付款期限为使用后60天或入库月结90天 | 供方的产品如应需方的要求必须使用需方的知识产权,则需方的知识产权只能按照双方约定的方法和方式使用在需方采购的产品及其包装上;并且供方只能把这些产品及其包装销售给需方 | 供方保证按照补充协议和/或订单中的相应要求,包括交验标准向需方提供产品,供方提供的所有产品均必须通过需方的检验成为合格品,方为需方所接受 | 长期合作客户,订单主要根据客户采购需要获取 | 根据客户采购数量及相应产品单价进行收费    |
| 3  | 青海互助天佑德青稞酒    | 青海互助天佑德青稞酒股份  | 创意包装产品生产 | 买方收货后即对标的物进行  | 买方对货物验收后,分批次向  | 未约定具体知识产权归属与   | 卖方货物须达到如下质量标   | 长期合作客户,订单主要           | 根据客户采购数量及相             |

| 序号 | 集团名称         | 公司/甲方名称         | 合作方式     | 协议关键条款内容                                   |  |   |  | 订单获取方式                 | 收费模式                    |
|----|--------------|-----------------|----------|--|--|---|--|------------------------|-------------------------|
|    |              |                 |          | 验收   | 结算                                     | 知识产权归属                                      | 质保   |                        |                         |
|    | 股份有限公司       | 有限公司            |          | 验收   | 卖方付款                                   | 使用情况  | 准: 执行《互助青稞酒包装物质量标准》及标准封样, 同时必须满足食品安全要求             | 根据客户采购需要获取             | 应产品单价进行收费               |
|    |              | 青海互助青稞酒销售有限公司   | 创意设计服务   | 通过电子邮件的形式交稿至指定邮箱, 甲方应于收稿后一个月内验收并以电子邮件的形式回复 | 稿件经甲方确认并收到乙方开具的同等应付款项的增值税专用发票后三个工作日内付清 | 乙方提供的设计方案, 甲方有优先采用权, 乙方不得同时向第三方转让           | 未就质量保证有明确约定  | 长期合作客户, 订单主要根据客户采购需要获取 | 根据客户要求, 按照设计服务的收费标准进行报价 |
|    |              | 西藏天佑德青稞酒业有限责任公司 | 创意包装产品生产 | 买方收货后即对标的物进行验收                             | 买方对货物验收后, 分批次向卖方付款                     | 未约定具体知识产权归属与使用情况                            | 卖方货物须达到如下质量标准: 执行《互助青稞酒包装物质量标准》及标准封样, 同时必须满足食品安全要求 | 长期合作客户, 订单主要根据客户采购需要获取 | 根据客户采购数量及相应产品单价进行收费     |
| 4  | BALANCE INC. | BALANCE INC.    | 创意包装产品生产 | 该客户主要采用的贸易条款为 FOB/DDP                      | 发货后 90 天付清                             | 未经 BALANCE INC. 明确和具体的书面同意, 供应商不得使用 BALANCE | 供应商应尽最大努力在制造、生产、包装和产品本身的所有方面保持产品的高质量标准             | 长期合作客户, 订单主要根据客户采购需要获取 | 根据客户采购数量及相应产品单价进行收费     |

| 序号 | 集团名称           | 公司/甲方名称           | 合作方式     | 协议关键条款内容  |                              |                                       |   | 订单获取方式                | 收费模式                |
|----|----------------|-------------------|----------|---|------------------------------|---------------------------------------|---|-----------------------|---------------------|
|    |                |                   |          | 验收  | 结算                           | 知识产权归属                                | 质保  |                       |                     |
|    |                |                   |          |   |                              | INC. 商标或客户商标未约定具体知识产权归属与使用情况          |   |                       |                     |
| 5  | 小糊涂仙酒业(集团)有限公司 | 贵州省仁怀市茅台镇云峰酒业有限公司 | 创意包装产品生产 | 甲方按质量标准或签准标样对货物进行验收、认可；甲乙双方验收合格并交付甲方时起，货物所有权转移至甲方 | 以实际送货数量为基准，甲方以开票日期为准 60 天内付款 | 乙方保证，在履行本合同过程中不侵犯任何第三方的权利（包括但不限于知识产权） | 甲方对乙方所供货物的质量异议期为七个工作日（按甲方实收货物日期计算），质量保证期为2年（起始日以乙方送货至甲方仓库并验收合格为准） | 长期合作客户，订单主要根据客户采购需要获取 | 根据客户采购数量及相应产品单价进行收费 |
|    |                | 贵州省习水县小糊涂仙酒业有限公司  | 创意包装产品生产 | 甲方按质量标准或签准标样对货物进行验收、认可；甲乙双方验收合格并交付甲方时起，货物所有权转移至甲方 | 以实际送货数量为基准，甲方以开票日期为准 60 天内付款 | 乙方保证，在履行本合同过程中不侵犯任何第三方的权利（包括但不限于知识产权） | 甲方对乙方所供货物的质量异议期为七个工作日（按甲方实收货物日期计算），质量保证期为2年（起始日以乙方送货至甲方仓库并验收合格为准） | 长期合作客户，订单主要根据客户采购需要获取 | 根据客户采购数量及相应产品单价进行收费 |

| 序号 | 集团名称         | 公司/甲方名称      | 合作方式     | 协议关键条款内容  |   |   |  | 订单获取方式                | 收费模式                   |
|----|--------------|--------------|----------|---|---|---|--|-----------------------|------------------------|
|    |              |              |          | 验收  | 结算  | 知识产权归属  | 质保   |                       |                        |
|    |              | 贵州心悠然酒业有限公司  | 创意包装产品生产 | 甲方按质量标准或签准标样对货物进行验收、认可；甲乙双方验收合格并交付甲方时起，货物所有权转移至甲方 | 货到验收合格，收到发票后 60 天内付款                                | 乙方保证，在履行本合同过程中不侵犯任何第三方的权利（包括但不限于知识产权）                     | 甲方对乙方所供货物的质量异议期为七个工作日（按甲方实收货物日期计算），质量追溯期为产品进入市场后一年 | 长期合作客户，订单主要根据客户采购需要获取 | 根据客户采购数量及相应产品单价进行收费    |
| 6  | 安徽古井贡酒股份有限公司 | 安徽古井贡酒股份有限公司 | 创意包装产品生产 | 乙方的送货检验按甲方抽样、检验、判定和评审规则进行质量验收；交货数量以甲方签署的入库单为准     | 货到验收合格，并收到发票、采购入库通知单等合格票据后付款；结算日期为每月的 13、14 日，节假日顺延 | 乙方拥有的自主专利产品被甲方采用后，甲方享有免费使用权，甲方根据产能大小可安排乙方和其它供应商同时供应       | 外观质量自产品验收合格之日起两年，因甲方原因导致的质量问题除外；内在质量终身制            | 长期合作客户，订单主要根据客户采购需要获取 | 根据客户采购数量及相应产品单价进行收费    |
|    |              | 亳州古井销售有限公司   | 提供创意设计服务 | 乙方提供最后定稿的完整产品包装样品，经甲方验收确认                         | 预付部分款项，验收通过后支付剩余部分款项                                | 对乙方依本合同所完成的提案、图纸、设计成品等工作成果，其知识产权（包括但不限于著作权、专利申请权、专利权、商标申请 | 未就质量保证有明确约定  | 长期合作客户，订单主要根据客户采购需要获取 | 根据客户要求，按照设计服务的收费标准进行报价 |

| 序号 | 集团名称          | 公司/甲方名称       | 合作方式     | 协议关键条款内容                           |                                       |   |   | 订单获取方式                 | 收费模式                |
|----|---------------|---------------|----------|------------------------------------|---------------------------------------|---|---|------------------------|---------------------|
|    |               |               |          | 验收                                 | 结算                                    | 知识产权归属  | 质保  |                        |                     |
|    |               |               |          |                                    |                                       | 权、商标专用权等) 归甲方所有, 而且甲方有权决定使用方式、时间和地域                       |   |                        |                     |
| 7  | 江苏汤沟两相和酒业有限公司 | 江苏汤沟两相和酒业有限公司 | 创意包装产品生产 | 交货验收, 由甲方质量部门按照甲方企业标准进行检验, 并出具检验报告 | 交货且检验合格后开具发票, 凭发票、采购入库单、质量检验报告等办理结算手续 | 乙方拥有的自主专利产权被甲方采用后, 甲方享有免费使用权, 甲方根据乙方的产能情况可以安排乙方和其它供应商同时供应 | 乙方根据甲方(采购订单)载明的品种、数量和交货期组织生产。必须按规定的时间备好足量、合格的产品 | 长期合作客户, 订单主要根据客户采购需要获取 | 根据客户采购数量及相应产品单价进行收费 |

## (二) 发行人客户同一产品包装由多个供应商生产对发行人业务的影响

### 1. 发行人与客户一般不约定独家生产权，同一产品包装存在由多个供应商生产的情况

无论产品包装设计是来源于发行人或客户，发行人与客户间一般不就特定产品约定独家生产权或签订排他性条款，报告期内，发行人存在客户同一产品包装由多个供应商生产的情况。

对于设计来源于客户的产品包装由多个供应商生产的情形，由于产品包装的设计知识产权来源于客户，客户可以自由选择供应商，因此发行人并不会与客户就独家生产权进行约定。

若设计来源于发行人的，通常情况下，发行人与客户未在创意包装产品销售合同中明确约定设计方案知识产权归属，因此，除非合同明确约定，发行人作为设计方案提供方可主张创意设计的知识产权；发行人出于导入产品生产业务的目的，免费授权客户使用，亦未就独家生产权进行明确约定。

### 2. 受产能因素、供应链安全因素等的影响，发行人客户同一产品包装由多个供应商生产，具有合理性

导致发行人客户同一产品包装由多个供应商生产的影响因素包括：产能因素、供应链安全因素。具体如下：

#### (1) 产能因素

2019年度至2021年度，发行人全年印刷产能为3,080万张，2022年1-6月，发行人的印刷产能为1,540万张。即使如此，发行人的产能仍无法完全满足合作客户对于创意包装产品的采购需求。对于发行人客户而言，由于其自身产品的排产计划以及对于产品包装的需求量，与发行人包装产品的排产计划以及生产量无法完全匹配吻合，因此在产品交期紧、需求量大等情况下，发行人客户会选择其他供应商生产同一产品包装。

#### (2) 供应链安全因素

虽然发行人部分客户的产品创意包装设计或其工艺规划由发行人完成，发行人对于相关创意包装的工艺工序安排、用料构成等方面更加熟悉，发行人客户在对创意包装供应商进行遴选时会向发行人倾斜。但由于发行人的客户多为知名品牌企业，其出于对包装产品供应链安全性的考虑，相关客户通常不会就包装产品选择单一供应商，以确保其包装产能可以稳定、持续地供应。

综上所述，发行人客户同一产品包装由多个供应商生产具有合理性。

### 3. 发行人客户同一产品包装由多个供应商生产对发行人与客户合作产生的影响较小

发行人客户同一产品由多个供应商生产对发行人与客户合作产生的影响较小，主要原因如下：

#### (1) 发行人持续迭代的设计能力与工艺实力能较好地满足客户需求

对于发行人而言，创意产品包装由外观设计、结构设计、工艺规划等环节共同构成，由于印刷行业中产品外观设计的风格、技术持续迭代，发行人在每年均会对新风格、新工艺、新材料投入一定的资源，以满足业务需求。虽然发行人与客户间并未就产品包装生产签订排他性条款，发行人客户可就同一产品包装委托其他供应商生产，但发行人持续迭代的设计能力与工艺实力仍能获得客户的青睐。随着发行人竞争能力的不断提升，相关事项对发行人与客户间的合作影响较小。

#### (2) 发行人与主要客户间形成了紧密的合作关系

发行人与报告期内各期的主要客户间大多具有较长的合作历史以及相对较高的合作规模，发行人与主要客户间形成了紧密的合作关系。虽然发行人部分客户的同一产品包装存在由多个供应商生产的情形，但主要是因发行人产能无法满足客户需求、产品包装交期紧迫、客户成本管控、供应链安全性等客观因素导致的。

其次，由于发行人与主要客户合作时间长，对于主要客户的品牌文化和产品特点具有较为深入的认知，发行人对于主要客户而言不仅是一个包装生产商，还是一个品牌创意服务商，与客户持续围绕新产品持续开展合作，客户粘性较高。

#### (3) 发行人熟悉相关创意包装产品的工艺工序规划、用料构成，客户在选择创意包装供应商时会向发行人倾斜

发行人部分客户的产品创意包装设计或其工艺规划由发行人完成。因此，相对于别的创意包装供应商而言，发行人对于相关创意包装的工艺工序安排、用料构成等方面更加熟悉。由于发行人对相关创意包装的生产过程熟悉，具体产品的良品率等指标较优，产品质量的保障度更高。因此，在对创意包装供应商进行遴选时，发行人客户会更倾向于选择与发行人进行合作。

综上所述，发行人客户同一产品由多个供应商生产对发行人与客户间的合作

产生的影响较小。

四、说明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的具体协议内容，发行人与客户的权利义务约定，采取该方式合作的客户名称，已实现的收入情况

报告期内，发行人分别与江苏分金亭酒业有限公司、深圳市糊涂老酒酒业有限公司、深圳市盛唐酒业有限公司、深圳市国瓷永丰源瓷业有限公司签署了附产品销售分成条件的服务协议，具体情况如下：

| 客户/甲方名称        | 创意设计服务收入(万元) | 产品销售分成收入(万元) | 产品销售分成条款   |
|----------------|--------------|--------------|--|
| 江苏分金亭酒业有限公司    | 47.17        | -            | 双方同意，甲方应在项目上市后按年度（共五个年度）向乙方支付设计服务费，设计服务费根据产品年度总销售额的波动而进行相应调整                   |
| 深圳市糊涂老酒酒业有限公司  | 66.04        | -            | 双方同意，甲方应在项目上市后按年度（共五个年度）向乙方支付设计服务费，设计服务费根据产品年度总销售额的波动而进行相应调整                   |
| 深圳市盛唐酒业有限公司    | 37.74        | -            | 甲、乙双方同意，甲方相关产品在采用乙方包装设计后上市的，甲方应在相关产品上市后4年内逐年根据销售额进行服务费结算                       |
| 深圳市国瓷永丰源瓷业有限公司 | -            | -            | 甲乙双方共同确认，乙方所设计的产品（含花面、器型）自该产品上市推向市场（甲乙双方共同书面确认产品上市时间）起算三年，甲方以每季度销售额的3%向乙方支付设计费 |

目前，发行人尚未就通过参与江苏分金亭酒业有限公司、深圳市糊涂老酒酒业有限公司、深圳市盛唐酒业有限公司产品销售分成的方式取得收入，仅就提供创意设计服务取得了相关收入；发行人未取得收入的主要原因系相关产品尚未上市。发行人与深圳市国瓷永丰源瓷业有限公司于2022年6月签署合作协议，尚未取得收入。

**核查程序：**

1. 取得发行人出具的关于创意包装产品、创意设计服务的具体生产或服务环节的说明文件，访谈发行人创意包装产品、创意设计服务相关业务负责人，了解两种业务模式下发行人与客户的合作方式、定价方式、结算方式，并了解仅为部分客户提供创意设计服务未进行产品生产的原因；

2. 查阅发行人的收入明细表, 比对发行人创意包装产品和创意设计服务两项业务的客户重合情况;

3. 访谈发行人实际控制人、总经理, 了解创意包装产品、创意设计服务两项业务间的业务策略、业务联系;

4. 取得发行人与主要客户签订的业务合同, 核查发行人与主要客户所签订业务合同的主要条款;

5. 访谈发行人总经理、主要客户, 了解发行人与主要客户的合作方式、订单获取方式、收入模式、竞争情况;

6. 取得发行人与客户签订的附产品销售分成条件的创意设计服务协议, 了解合同执行情况。

#### **核查结论:**

1. 创意包装产品和创意设计服务是两项不同的业务, 在与客户的合作方式、定价方式、结算方式等模式上具有差异; 由于创意包装产品和创意设计服务的业务差异, 两项业务间的客户重叠度较低, 不同客户会基于不同的商业目的与发行人进行业务合作, 具有商业合理性;

2. 发行人创意包装产品不以创意设计服务为前提, 实现的收入为产品销售收入, 发行人创意包装产品与创意设计服务间的收费能够明确区分, 不存在与客户先签订产品合同, 完成设计并生产、交付产品后再收取费用的情形;

3. 发行人与客户一般不约定独家生产权, 同一产品包装存在由多个供应商生产的情况, 主要系受产能因素、供应链安全因素等客观因素影响, 具有合理性; 由于发行人的设计能力与工艺能力持续迭代, 且发行人对客户品牌文化与产品特点了解较深, 能够围绕客户新产品持续提供服务, 同时客户在选择创意包装产品供应商时也会向发行人倾斜, 因此发行人客户同一产品由多个供应商生产对发行人与客户间的合作产生的影响较小;

4. 报告期内, 发行人与江苏分金亭酒业有限公司、深圳市糊涂老酒酒业有限公司、深圳市盛唐酒业有限公司、深圳市国瓷永丰源瓷业有限公司签署了附产

品销售分成条件的服务协议，除深圳市国瓷永丰源瓷业有限公司外，发行人已向前述其他客户提供设计服务，由于相关产品尚未上市，发行人尚未取得相关产品的销售分成收入。

### “问题 3. 设计能力与核心技术的竞争力

“根据申报文件，(1) 发行人以创意设计为业务驱动，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，发行人积累了丰富的创意设计素材库和设计方法论，形成了独特的流程化创意管理模式。截至报告期末，发行人共获得 98 项国际设计大奖，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。截至 2021 年 12 月 31 日，发行人共有设计和研发人员 121 人。(2) 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，截至报告期末，发行人获得专利共 148 项，其中，发明专利 13 项、实用新型专利 50 项、外观设计 85 项。

“请发行人：(1) 说明流程化创意管理模式的具体内容、运行方式，与同行业公司相比其独特性体现在哪些方面，对提升发行人创意设计能力的具体作用，结合同行业公司在创意设计方面的成绩，说明发行人在行业中的地位，其具有一定的市场竞争力和行业影响力的客观依据。(2) 说明公司的获奖设计实现的销售收入情况，是否存在较多概念性设计无法转化为具体产品的问题，除发行人获得的国际设计大奖外，是否有其他指标衡量发行人的创意设计能力。

(3) 以表格的形式说明公司获得的国际设计大奖和公司经典畅销产品的设计师情况，报告期各期公司设计人员的人数及变动情况，是否存在核心设计人员离职或设计人员流动性较大问题，公司的创意设计是否依赖少数设计师，公司对设计和研发人员的管理方式，是否签订竞业禁止协议，发行人与设计人员是否存在著作权等知识产权纠纷或存在相关风险。(4) 说明核心技术是特有技术还是行业通用技术，是否实际具有技术门槛，与竞争对手相比是否具有先进性，

发行人部分技术如 3D 悬浮微纳防伪技术、UV 数码浮雕立体肌理技术、立体晶彩技术等处于小批量生产阶段，说明仅小批量生产的原因，未来是否会大规模应用相关技术，大规模应用是否具有技术难度。

“请保荐机构、发行人律师核查上述事项并发表明确意见。”

回复：

一、说明流程化创意管理模式的具体内容、运行方式，与同行业公司相比其独特性体现在哪些方面，对提升发行人创意设计能力的具体作用，结合同行业公司在创意设计方面的成绩，说明发行人在行业中的地位，其具有一定的市场竞争力和行业影响力的客观依据

（一）说明流程化创意管理模式的具体内容、运行方式，与同行业公司相比其独特性体现在哪些方面，对提升发行人创意设计能力的具体作用

流程化创意管理模式是指公司建立的一套创意设计流程管理规范，明确了创意设计的具体流程及人员分工，即在创意设计流程执行的过程中，由设计部门内部各岗位及各个部门间通过紧密协作，围绕市场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，从而提高设计效率和设计质量，确保设计活动顺利、有序推进，并通过制度的方式对创意管理流程化涉及的执行规范及责任部门分工进行了明确。具体运行方式及其对提升发行人设计能力的作用如下表所示：

| 流程节点  | 流程主要执行工作  | 协同部门           | 对提升创意设计能力的作用  |
|-------|---|----------------|---|
| 需求研讨会 | 在设计工作开始前，由主创设计师组织营销、市场、品牌部门召开需求研讨会，进行消费者需求分析、市场分析、流行趋势分析及市场需求综合分析等，提炼形成设计整体风格、思路和方向 | 营销部门、品牌部门、市场部门 | 品牌、市场等部门为设计师提供专业分析报告，在提升设计工作效率的同时，确保设计师精准理解设计需求，并有助于公司从满足客户需求到创造需求的转变 |
| 创意研讨会 | 主创设计师按照需求研讨会沟通结果完成设计草图后，在创意中心内部征求创意总监、创意指导及辅创人员意见，并组织营                              | 营销部门、品牌部门      | 通过该环节的创意研讨，实现最优的创意设计解决方案，有助于公司设计出超客户期望值的                              |

|      |  |                       |  |
|------|--|-----------------------|--|
|      | 销、品牌召开创意研讨会，针对创意思路、风格、盒型、成本等逐项研讨，形成创意草图，同时组织相关部门对创意设计的原创性进行把关              |                       | 作品   |
| 团队创作 | 根据公司内部的设计工作分工细则，由主创、辅创人员分工开展草图方案、平面图方案、效果呈现、提案稿件、插画、动画创作等工作                | 创意设计部门                | 设计团队的分工协作，有助于不同设计师发挥各自的特长，进行优势互补，提升设计效率和质量 |
| 过程审核 | 设计师根据创意研讨会总结的方案形成平面图，并组织营销、品牌、工程、技术等人员，围绕订单需求对设计进行纠偏，并讨论形成工艺实现方案，对产品成本进行评审 | 营销部门、品牌部门、工程规划部门、技术部门 | 通过过程审核流程，确保设计兼顾创意、成本与可落地性，避免设计图最终无法执行      |
| 审稿环节 | 针对不同类型订单由设计项目负责人会同营销、品牌部门进行内部审核，围绕市场需求、创新、成本规划、工艺实现、策略等方面确定最终方案            | 营销部门、品牌部门             | 该环节是进行设计质量的全方面把控，确保报送客户的设计稿件质量             |

公司创意管理流程化与同行业公司通常的设计管理模式相比的独特性，主要体现在：（1）公司创意设计有成体系的流程管控，通过制度的方式明确设计过程的行为规范、质量控制与责任分工，保证设计流程运行规范、流畅；（2）公司创意设计过程不依赖于单一设计师，而由不同岗位设计师、不同部门人员协同配合，共同参与创意设计工作，可大幅提升创意设计效率与创意设计质量，同时降低设计人员流动对公司创意设计业务的影响；（3）流程化的创意管理模式与多部门协同配合，要求公司加强体系化、精细化管理，构建职能完善、深耕专业领域的设计团队及相关职能部门，公司设立了专业的品牌策略中心、市场部为创意设计团队提供品牌策略规划、市场调研分析等服务，公司设计师团队已涵盖包装设计师、平面设计师、造型设计师、渲染师、插画师、瓶型工程师等多个专业岗位，专业、完善的团队也是公司能在国际大奖领域屡获殊荣的关键之一。

**（二）结合同行业公司在创意设计方面的成绩，说明发行人在行业中的地位，其具有一定的市场竞争力和行业影响力的客观依据**

发行人与同行业公司创意设计方面的成绩对比如下：

| 公司名称             | 创意设计业务情况   | 创意设计方面的奖项   | 2021年创意设计服务收入（万元） |
|------------------|--|---|-------------------|
| 深圳市裕同包装科技股份有限公司  | 其 2021 年年度报告、2022 年半年度报告披露：“公司高度重视并持续高强度投入设计研发，已建立起一支拥有百名以上各细分领域优秀设计师的规模化设计研发团队，分布在深圳、上海、东莞、苏州、成都、武汉、烟台、台湾及美国等多个城市和地区。2021 年底，公司研发团队成为国内首个获得‘国家级工业设计中心’认定的包装设计团队。得益于公司长期服务于多个领域品牌客户，公司的设计能力已逐步具备独特的深度和广度。” | “先后获得‘莫比乌斯广告节金奖’、‘德国红点’‘德国 IF’‘WorldStar’‘Pentawards’和‘A Design’等各类国际国内设计奖 60 余项”     | -                 |
| 上海艾录包装股份有限公司     | 签署日期为 2021 年 9 月 19 日的《上海艾录包装股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书》披露：“公司培养了一支专业的设计创意的人才队伍，不断为客户提供包装设计创意方案，满足客户的差异化包装需求。”   | 未披露   | -                 |
| 美盈森              | 未对创意设计业务进行重点描述   | 未披露   | -                 |
| 中荣印刷集团股份有限公司     | 《中荣印刷集团股份有限公司招股说明书（注册稿）》披露：“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长期合作，公司根据不同细分市场不同客户的需求，建立了按日化、食品保健品、消费电子、药品等来划分的市场需求库，更好地向客户提供平面与结构设计、生产工艺设计、材料研发设计、可溯源及防伪方案设计、色彩管理等定制化创意设计产品”“报告期内，由公司主导创意设计的产品比例约为 30% 以上”。         | “公司多款产品创意设计获得了广东之星创意大赛银奖和铜奖、Pentawards（全球包装设计大奖赛）国际设计银奖、iF 设计奖和红点设计奖等多个国内外知名创意设计类奖项”。 | -                 |
| 天津艺虹智能包装科技股份有限公司 | 《天津艺虹智能包装科技股份有限公司招股说明书（上会稿）》披露：“公司基于客户潜在消费群体分析、市场营销策略和品牌定位，为客户提供印刷包装产品从色彩搭配、盒型选择、工艺视觉表现的创意设计”“目前已经形成以快速消费品行业客户需求特点为导向的研发设计体系，拥有参与客户产品设计工作的相应能力，具体创意设计能力体现为：客户的部分产品由公司率先设计出方案，将其作为提案推荐给客户，最终被客户采纳并向公司下达     | 未披露   | -                 |

| 公司名称 | 创意设计业务情况  | 创意设计方面的奖项  | 2021 年创意设计服务收入（万元） |
|------|---|--|--------------------|
|      | 订单采购”。  |  |                    |
| 发行人  | 创意设计服务是发行人业务的重要组成部分，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，创意设计能力得到国内外客户的广泛认可，在国际设计领域屡获殊荣，并获得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 全球酒类产品创新设计大赛等共计 103 项国际设计大奖（注 4）。其中，发行人于 2018 年获得的第 47 届莫比乌斯广告奖最佳作品奖，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。 | 3,253.62           |

注 4：德国红点奖与德国 iF 设计奖、美国 IDEA 奖并称为世界三大设计奖。莫比乌斯广告奖（Mobius Awards）创立于 1971 年，是全球五大最重要的广告奖项之一。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”。世界之星（WorldStar），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。意大利 A'设计大奖赛（A' Design Award & Competition）是世界上最大型、最综合性的设计比赛，颁给最好的设计、设计理念以及产品和服务。IAI 设计奖（IAI Design Award），是亚太地区乃至全球最具影响力和美誉度的设计大奖之一，被中外媒体赞誉为“设计奥斯卡”；2017 年，由中国酒业协会携手 APDF 亚太设计师联盟举办 IAI 全球酒类产品创新设计大赛，由 IAI 设计奖国际评审团对全球酒类设计产品评奖。

如上表所示，发行人在创意设计领域的成绩与市场地位主要体现在：

1. 与同行业可比公司相比，发行人获得的国际设计大奖数量位于前列。其中，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”于 2021 年获得了包装设计领域主要奖项之一的 Pentawards 国际创意大奖食品类金奖，上述奖项在市场上形成了一定的影响力。

2. 发行人创意设计服务已能实现一定规模的收入,且在报告期内保持稳定增长的趋势,创意设计服务客户不乏国际知名品牌,经查询公开信息,同行业可比公司未单独披露创意设计方面的收入。

3. 凭借“四位一体”的产品形象工程整体解决方案领域的优势,发行人协助客户打造了“牛栏山经典二锅头”“洋河贵酒”“古井贡年份原浆 16 年”“燕之屋碗燕”“八马茶叶靠谱普洱茶”等畅销产品。

综上所述,发行人在创意设计领域已取得了一定的竞争优势,在行业中有一定的市场影响力,设计服务收入规模在同行业可比公司中处于前列水平。

**二、说明公司的获奖设计实现的销售收入情况,是否存在较多概念性设计无法转化为具体产品的问题,除发行人获得的国际设计大奖外,是否有其他指标衡量发行人的创意设计能力**

**(一) 说明公司的获奖设计实现的销售收入情况,是否存在较多概念性设计无法转化为具体产品的问题**

截至 2022 年 6 月 30 日,发行人获得的国际设计大奖累计 103 项,其中,报告期内获得设计大奖 56 项。报告期内获得的奖项中,实现销售收入的奖项 10 项,平均每个获奖设计实现收入金额约为 31 万元。

发行人参赛设计基本会打样后形成参赛样品,创意设计具备转化为产品的可行性,但发行人仍存在较多获奖设计未转化为具体产品销售订单的情形,主要原因如下:

**1, 发行人通过参与国际设计大奖持续提升创意设计能力,参赛设计作品转化为产品销售非公司的主要目的**

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

**2. 参加国际设计大奖的作品通常结合了各种前卫的设计，与客户需求并不一定非常契合，客户看重的是公司的创意设计能力与客户服务水平，而非仅仅公司获奖的某款设计作品**

国际设计大奖对参赛作品的考量通常是多维度的，包括创意设计、结构设计、防伪设计等。为体现公司的创意设计能力，参赛作品会在风格、结构、材料、防伪等多方面进行较为前卫的设计，通常情况下，成本不是设计作品的首要考虑因素，但可能是后续公司与客户合作时的重要考虑因素。此外，参赛作品系发行人基于对潮流趋势和市场需求的自身理解进行的创作，并不一定与客户当下的产品销售规划相契合。随着公司在国际设计大奖屡获殊荣和品牌知名度的提升，以及公司创意设计能力和客户服务水平逐步得到市场认可，公司通过与客户日常合作的其他销售订单获得主要收入和利润，与服装、珠宝企业参加时装展览、珠宝设计赛事的作品并非贡献最多利润的产品具有类似的商业逻辑，具有合理性。

**（二）除发行人获得的国际设计大奖外，是否有其他指标衡量发行人的创意设计能力**

除获得上述国际设计大奖外，其他衡量发行人创意设计能力的方面如下：

**1. 发行人创意设计服务可以获得一定规模的收入**

发行人定位于创意包装领域，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，发行人已能取得一定规模的创意设计服务收入。报告期内，发行人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，占主营业务收入的比例分别为 5.67%、10.16%、7.71%、6.00%，实现较为稳定的增长。从公开披露的信息来看，同行业可比公司未单独披露创意设计服务方面的收入，公司创意设计服务收入规模在同行业可比公司中处于前列水平。

**2. 创意设计能力得到较多国内知名品牌的认可，并逐步开拓国际客户**

发行人深耕创意包装领域，经过多年的发展，创意设计已成为发行人的核心竞争力，创意设计能力逐步获得国内外知名品牌的认可，与牛栏山、衡水老白干、古井贡酒、糊涂酒业、天佑德、汾酒、洋河等国内知名品牌建立良好的合作关系，

协助客户打造了多款畅销产品，包括洋河下属品牌贵酒、古井贡酒年份原浆 16 年、汾酒的竹叶青 45 度、牛栏山经典二锅头（提升版）等。

发行人立足于国内市场，并积极拓展海外客户。随着创意设计能力与品牌知名度的提高，发行人除获得欧莱雅、Sunday Riley 等国际知名品牌的产品生产订单外，发行人已获得宝格丽、Lady M 等国际知名品牌的创意设计订单。

### 3. 凭借优秀的设计能力，发行人获得相关主管部门颁发多项荣誉

优秀的创意设计能力为发行人赢得了多项具有一定市场影响力的荣誉，发行人创意设计方面的主要荣誉如下表所示：

| 序号 | 荣誉名称               | 获奖时间   | 颁发机构                         | 荣誉具体情况   |
|----|--------------------|--------|------------------------------|--|
| 1  | 深圳市工业设计中心          | 2014 年 | 原深圳市经济贸易和信息化委员会（现深圳市工业和信息化局） | 由原深圳市经济贸易和信息化委员会主导评定，该设计中心评定条件包括但不限于：对工业设计中心创新能力、人员数量、学历、知识产权数量等提出要求，并明确要求用于工业设计的投入处于行业领先水平，工业设计水平在同行业处于领先地位   |
| 2  | 广东省工业设计中心          | 2019 年 | 广东省工业和信息化厅                   | 由广东省工业和信息化厅主导评定，该设计中心评定条件包括但不限于：对工业设计从业人员数量、学历、中心投入等方面有较高要求，用于工业设计的投入处于全省行业领先水平；工业设计中心拥有设计水平高、实践经验丰富的设计领军人物等   |
| 3  | 深圳市优秀新兴业态文化创意企业    | 2020 年 | 深圳市文体旅游局                     | 由主管单位每年评选不超过 10 家企业能获得该荣誉。主管单位从企业成长性、创新性、示范性多维度考评，包括但不限于主导产品或服务的文化创意水平、产技术或营销手段的创新程度、原创知识产权、企业经营模式、行业知名度以及影响力等 |
| 4  | 2021 年度深圳市版权创新发展基地 | 2021 年 | 深圳市知识产权局                     | 获得该荣誉的企业需要拥有一定数量的已登记版权，并实现一定规模的版权收入，2021 年只有 4 家企业获得该荣誉  |

|   |   |             |                        |                                  |
|---|---|-------------|------------------------|----------------------------------|
| 5 | 深圳文化企业100强(2019—2020年)、深圳文化企业100强(2020—2021年) | 2020年、2021年 | 深圳市文化广电旅游体育局(深圳市文体旅游局) | 该荣誉对企业成长性有较高要求,由深圳市文化广电旅游体育局进行评定 |
|---|---|-------------|------------------------|----------------------------------|

#### 4. 发行人创意设计延伸至其他领域

发行人创意设计立足于包装领域,多年来在创意设计研发方面进行了持续的投入,并形成了丰富的创意设计素材库和方法论,从而不断提升发行人的创意设计能力和效率。对创意设计和市场需求等方面的深刻理解,为发行人将创意设计应用到纸质包装以外的其他领域奠定了良好的基础。报告期内,发行人创意设计还延伸到酒类、化妆品、茶叶、食品、瓷器等消费品的内包装及周边产品领域。

三、以表格的形式说明公司获得的国际设计大奖和公司经典畅销产品的设计师情况,报告期各期公司设计人员的人数及变动情况,是否存在核心设计人员离职或设计人员流动性较大问题,公司的创意设计是否依赖少数设计师,公司对设计和研发人员的管理方式,是否签订竞业禁止协议,发行人与设计人员是否存在著作权等知识产权纠纷或存在相关风险

(一)以表格的形式说明公司获得的国际设计大奖和公司经典畅销产品的设计师情况,是否存在核心设计人员离职或设计人员流动性较大问题,公司的创意设计是否依赖少数设计师

##### 1. 国际设计大奖的设计师情况

发行人各国际设计大奖主要以团队的方式参赛获得,团队通常由1名主创设计师、2至3名辅创设计师及其他设计师组成。截至2022年6月30日,发行人累计获得国际设计大奖103项,涉及主创设计师41人,不存在国际设计大奖仅由少数设计师负责设计的情形,具体情况如下表所示:

| 序号 | 获奖作品名称  | 奖项名称  | 设计师         |
|----|---------|-------|-------------|
| 1  | 姚花春·咏梅  | 世界之星奖 | 土星创意组欧阳海翠团队 |
| 2  | 卡斯特·建筑风 | 世界之星奖 | 北极星创意组彭冲团队  |
| 3  | 祥酒·红运当头 | 世界之星奖 | 火星创意组李军团队   |

| 序号 | 获奖作品名称                | 奖项名称  | 设计师         |
|----|-----------------------|-------|-------------|
| 4  | 汉武御·汉风                | 世界之星奖 | 土星创意组欧阳海翠团队 |
| 5  | 稻花香·风调雨顺              | 世界之星奖 | 设计部汤崇辉团队    |
| 6  | 圣露斯                   | 世界之星奖 | 北极星创意组彭冲团队  |
| 7  | 武酒·飞天                 | 世界之星奖 | 水星创意组彭议慧团队  |
| 8  | 和酒·节日系列               | 世界之星奖 | 海王星创意组唐思思团队 |
| 9  | 和酒·端午节                | 世界之星奖 | 金星创意组李军团队   |
| 10 | 汤沟·仙鹤酒                | 世界之星奖 | 金星创意组李阳团队   |
| 11 | 京酒·京剧                 | 世界之星奖 | 金星创意组戴龙锋团队  |
| 12 | 威龙葡萄酒·数字              | 世界之星奖 | 北极星创意组薛言冰团队 |
| 13 | 西凤酒·孔雀开屏              | 世界之星奖 | 北极星创意组欧军忠团队 |
| 14 | 神农架·手影戏               | 世界之星奖 | 水星创意组欧阳海翠团队 |
| 15 | 汤沟·端午节酒               | 世界之星奖 | 水星创意组廖泽丽团队  |
| 16 | 竹叶青酒·竹叶               | 世界之星奖 | 水星创意组王珩团队   |
| 17 | 小糊涂仙·舞狮酒              | 世界之星奖 | 木星创意组李铭基团队  |
| 18 | 五粮液·吉祥一生              | 世界之星奖 | BA 工作室廖泽丽团队 |
| 19 | 天佑德·有机青稞酒             | 世界之星奖 | 海王星创意组孙梓烁团队 |
| 20 | Miss Deer 森林香水        | 世界之星奖 | 北极星创意组薛言冰团队 |
| 21 | Planet Perfume·星球系列香水 | 世界之星奖 | 火星创意组薛言冰团队  |
| 22 | 心悠然·世外桃源              | 世界之星奖 | 天王星创意组肖骏团队  |
| 23 | 滇红·万象                 | 世界之星奖 | BA 工作室陈逸团队  |
| 24 | 汾酒·书法                 | 世界之星奖 | 海王星创意组孙梓烁团队 |
| 25 | 汤沟·流苏酒                | 世界之星奖 | BA 工作室冯理杰团队 |
| 26 | 武酒·花开敦煌               | 世界之星奖 | BA 工作室冯理杰团队 |
| 27 | 劲牌·大粽师                | 世界之星奖 | 金星创意组戴龙锋团队  |
| 28 | 狗头枣                   | 世界之星奖 | 火星创意组王聪团队   |
| 29 | 天佑德·民族风               | 世界之星奖 | 土星创意组曾清辉团队  |
| 30 | 欧莱雅·名画                | 世界之星奖 | BA 工作室许紫荆团队 |
| 31 | 沙棘茶                   | 世界之星奖 | 火星创意组王聪团队   |
| 32 | 劲牌·开门大吉               | 世界之星奖 | 金星创意组邓永磊团队  |
| 33 | 昆仑雪菊                  | 世界之星奖 | 火星创意组王聪团队   |
| 34 | Suger Tetris 俄罗斯方块    | 世界之星奖 | BA 工作室廖泽丽团队 |
| 35 | 洋仔                    | 德国红点奖 | 水星创意组刘欢团队   |

| 序号 | 获奖作品名称        | 奖项名称           | 设计师          |
|----|---------------|----------------|--------------|
| 36 | 天使与魔鬼         | 德国红点奖          | 海王星创意组彭冲团队   |
| 37 | 和酒·端午节        | 德国红点奖          | 金星创意组李军团队    |
| 38 | 朱谷鸚           | 德国红点奖          | 金星创意组李军团队    |
| 39 | 宁十味·青稞糕点      | 德国红点奖          | 北极星创意组欧军忠团队  |
| 40 | 董酒·黑米酒        | 德国红点奖          | 金星创意组戴龙锋团队   |
| 41 | 红星·鸡尾酒        | 德国红点奖          | 木星创意组王玉雷团队   |
| 42 | 黄鹤楼·更上一层楼     | 德国红点奖          | 土星创意组梁华富团队   |
| 43 | 神农架·手影戏       | 德国红点奖          | 水星创意组欧阳海翠团队  |
| 44 | 天佑德青稞酒·石头记    | 德国红点奖          | 海王星创意组孙梓烁团队  |
| 45 | 竹叶青·节节高       | 德国红点奖          | 水星创意组廖泽丽团队   |
| 46 | 汤沟·流苏         | 德国红点奖          | BA 工作室冯理杰团队  |
| 47 | 小糊涂仙·中华瑞兽     | 德国红点奖          | 天王星创意组肖骏团队   |
| 48 | 邦杰牛肉          | 德国红点奖          | 火星创意组刘涵灵团队   |
| 49 | 古井贡酒·节节高升     | 德国红点奖          | 万象工作室刘威团队    |
| 50 | 天元红枸杞酒        | Pentawards 银奖  | 北极星创意组薛言冰团队  |
| 51 | 云南红           | Pentawards 铜奖  | 北极星创意组欧军忠团队  |
| 52 | 韵酒            | Pentawards 铜奖  | 水星创意组廖泽丽团队   |
| 53 | 时光的味道         | PentawardsS 铜奖 | 北极星创意组欧军忠团队  |
| 54 | 星期米           | PentawardsS 银奖 | 火星创意组王聪团队    |
| 55 | Lady M 月饼     | Pentawards 银奖  | 北极星创意组欧军忠团队  |
| 56 | 吃个啥           | Pentawards 金奖  | 火星创意组向伟团队    |
| 57 | 威龙葡萄酒·数字      | 德国 iF 奖        | 北极星创意组薛言冰团队  |
| 58 | 竹叶青·竹叶酒       | 德国 iF 奖        | 水星创意组廖泽丽团队   |
| 59 | 竹叶青·竹笋        | 德国 iF 奖        | 木星创意组王玉雷团队   |
| 60 | 齿留鲜蜂蜜         | 德国 iF 奖        | 北极星创意组欧军忠团队  |
| 61 | 威龙有机葡萄酒       | 德国 iF 奖        | BA 工作室欧阳海翠团队 |
| 62 | 小糊涂仙·年年有余     | 德国 iF 奖        | 土星创意组梁华富团队   |
| 63 | 美肌时刻·运动护肤套装   | 德国 iF 奖        | 北极星创意组薛言冰团队  |
| 64 | 天佑生态酒·生命之藤    | 德国 iF 奖        | 金星创意组王丽娜团队   |
| 65 | 天佑德生态酒·消失的藏羚羊 | 德国 iF 奖        | 木星创意组李铭基团队   |
| 66 | 板城烧锅·明月       | 德国 iF 奖        | 金星创意组戴龙锋团队   |
| 67 | 私藏庄园茶         | 德国 iF 奖        | 火星创意组向伟团队    |

| 序号 | 获奖作品名称      | 奖项名称                  | 设计师         |
|----|-------------|-----------------------|-------------|
| 68 | 天佑德青稞酒·一片叶子 | 德国 iF 奖               | 海王星创意组孙梓烁团队 |
| 69 | 习酒·河流       | 德国 iF 奖               | 天王星创意组张淋团队  |
| 70 | 习酒·高山流水     | 德国 iF 奖               | 海王星创意组邱江团队  |
| 71 | 习酒·东方封坛     | 德国 iF 奖               | 木星创意组王玉雷团队  |
| 72 | 天佑德·定制版     | 德国 iF 奖               | 土星创意组曾清辉团队  |
| 73 | 珍珠红·建厂七十周年  | 德国 iF 奖               | BA 工作室孙巍团队  |
| 74 | 威龙·1号       | 德国 iF 奖               | 北极星创意组欧军忠团队 |
| 75 | 宋凰茶         | 德国 iF 奖               | 火星创意组向伟团队   |
| 76 | 美妆蛋         | 德国 iF 奖               | 北极星创意组徐欢团队  |
| 77 | 雅趣乌龙茶       | 德国 iF 奖               | 火星创意组窦启波团队  |
| 78 | 黄鹤楼·更上一层楼   | 莫比乌斯广告奖最佳作品奖          | 土星创意组梁华富团队  |
| 79 | 黄鹤楼·更上一层楼   | 莫比乌斯广告奖金奖             | 土星创意组梁华富团队  |
| 80 | 汤沟·端午节酒     | 莫比乌斯广告奖金奖             | 水星创意组廖泽丽团队  |
| 81 | 和酒·节日系列     | 莫比乌斯广告奖金奖             | 海王星创意组唐思思团队 |
| 82 | 上上若美        | 莫比乌斯广告奖金奖             | 北极星创意组欧军忠团队 |
| 83 | 板城龙印·喜酒     | 莫比乌斯广告奖金奖             | 海王星创意组唐思思团队 |
| 84 | 牛栏山·牛年纪念酒   | 莫比乌斯广告奖金奖及最佳作品提名奖     | 天王星创意组张淋团队  |
| 85 | 汤沟·岁寒三友     | 莫比乌斯广告奖金奖             | 天王星创意组周杏敏团队 |
| 86 | 年份原浆·二十四节气  | 莫比乌斯广告奖银奖             | 金星创意组戴龙锋团队  |
| 87 | 汾酒          | IAI 全球酒类产品创新设计奖最佳设计铜奖 | 海王星创意组董越团队  |
| 88 | Nverhong    | Ctypeawards 铜奖        | 海王星创意组陈粤君团队 |
| 89 | 板城龙印·山      | A'Design 铜奖           | 天王星创意组陈粤君团队 |
| 90 | 景阳春·武韵      | A'Design 铜奖           | 木星创意组李梅团队   |
| 91 | 五粮红·绽放      | A'Design 银奖           | 海王星创意组唐思思团队 |
| 92 | 心悠然·竹筒      | A'Design 银奖           | 木星创意组王玉雷团队  |
| 93 | 汾阳王·30周年    | A'Design 银奖           | 海王星创意孙梓烁团队  |
| 94 | 汤沟·迎春       | A'Design 银奖           | 木星创意组李梅团队   |
| 95 | 牛栏山·国粹京剧    | A'Design 铁奖           | 土星创意组曾清辉团队  |
| 96 | 三胖蛋         | A'Design 铜奖           | 火星创意组王聪团队   |
| 97 | 天佑德·私房酒     | A'Design 铜奖           | 土星创意组曾清辉团队  |
| 98 | 雅尚新潮        | A'Design 银奖           | 火星创意组向伟团队   |

| 序号  | 获奖作品名称   | 奖项名称        | 设计师         |
|-----|----------|-------------|-------------|
| 99  | 燕之屋·牛年纪念 | A'Design 铜奖 | 火星创意组范新祥团队  |
| 100 | 古井贡·机械战甲 | A'Design 金奖 | 万象工作室唐思思团队  |
| 101 | 古井贡酒·三星堆 | A'Design 银奖 | 万象工作室陈柳婷团队  |
| 102 | 瓊尔博士·天文号 | A'Design 铜奖 | 北极星创意组方洁梅团队 |
| 103 | 国台·熊猫酒   | A'Design 铜奖 | 金星创意组徐佳惠子团队 |

## 2. 经典畅销产品的设计师情况

截至 2022 年 6 月 30 日，发行人为客户设计的主要畅销产品设计师名单如下表所示：

| 序号 | 畅销产品名称        | 客户名称              | 客户所属集团 | 设计师        |
|----|---------------|-------------------|--------|------------|
| 1  | 牛栏山经典二锅头（提升版） | 北京顺鑫农业股份有限公司牛栏山酒厂 | 牛栏山    | 天王星组陈粤君团队  |
| 2  | 洋河贵酒          | 苏酒集团贸易股份有限公司      | 洋河     | 天王星组傅贝辉团队  |
| 3  | 年份原浆 16 年     | 安徽古井贡酒股份有限公司      | 古井贡酒   | 水星组汤崇辉团队   |
| 4  | 竹叶青 45 度      | 山西杏花村汾酒厂股份有限公司    | 汾酒     | 土星组曾清辉团队   |
| 5  | 内参            | 酒鬼酒股份有限公司         | 酒鬼酒    | 木星组王玉雷团队   |
| 6  | 天佑德红五星        | 青海互助天佑德青稞酒股份有限公司  | 天佑德    | 万象工作室戴龙峰团队 |
| 7  | 小糊涂仙 52 度     | 贵州省仁怀市茅台镇云峰酒业有限公司 | 小糊涂仙   | 海王星组孙梓烁团队  |
| 8  | 板城和顺 1975（精品） | 承德乾隆醉酒业有限责任公司     | 衡水老白干  | 水星组汤崇辉团队   |
| 9  | 燕之屋碗燕         | 厦门燕之屋电子商务有限公司     | 燕之屋    | 火星组薛言冰团队   |
| 10 | 八马-信记号靠普洱茶礼盒  | 八马茶业股份有限公司        | 八马茶叶   | 火星组王聪团队    |

注 5：个别设计师存在所属组别变更，上述所列组别系奖项获得时相关设计师所在组别。

如上文表格所示，发行人国际设计大奖及经典畅销产品设计师较为分散。发行人注重人才培养与人才梯队建设，并制定了较好的激励机制，有助于公司设计水平的稳定提高及设计人员的较快成长，使得较多设计人员能有优秀的设计作品产出，而不依赖于少数设计师。

### 3. 是否存在核心设计人员离职或设计人员流动性较大问题，公司的创意设计是否依赖少数设计师

#### (1) 核心设计人员离职情况

核心设计人员是指具有较为丰富的设计从业经验，担任公司首席设计师或创意指导以上职务的设计人员。报告期各期末，核心设计人员数量分别为 14 人、14 人、16 人、16 人，公司核心设计人员数量相对充裕。报告期内，公司核心设计人员离职情况如下表所示：

| 期间           | 2022 年 1-6 月 | 2021 年 | 2020 年 | 2019 年 |
|--------------|--------------|--------|--------|--------|
| 核心设计师离职人数(人) | 1            | 4      | 1      | 3      |
| 核心设计师期末人数(人) | 16           | 16     | 14     | 14     |
| 核心设计师离职率     | 5.88%        | 20.00% | 6.67%  | 17.65% |

注 6：离职率=本期离职人数/（期末人数+本期离职人数）。

报告期内，核心设计人员数量总体而言相对稳定，存在个别核心设计人员离职的情形，主要是相关人员出于职业发展、家庭因素等原因离职，属于正常的人员流动，不会对公司的经营造成重大不利影响。

报告期内，发行人主营业务收入如下表所示：

| 项目        | 2022 年 1-6 月     |               | 2021 年度          |               | 2020 年度          |               | 2019 年度          |               |
|-----------|------------------|---------------|------------------|---------------|------------------|---------------|------------------|---------------|
|           | 金额<br>(万元)       | 比例<br>(%)     | 金额<br>(万元)       | 比例<br>(%)     | 金额<br>(万元)       | 比例<br>(%)     | 金额<br>(万元)       | 比例<br>(%)     |
| 创意包装生产    | 23,044.97        | 94.00         | 38,954.74        | 92.29         | 25,001.52        | 89.84         | 33,317.78        | 94.33         |
| 创意设计服务    | 1,471.85         | 6.00          | 3,253.62         | 7.71          | 2,827.54         | 10.16         | 2,000.81         | 5.67          |
| <b>合计</b> | <b>24,516.82</b> | <b>100.00</b> | <b>42,208.36</b> | <b>100.00</b> | <b>27,829.05</b> | <b>100.00</b> | <b>35,318.59</b> | <b>100.00</b> |

如上表所示，报告期内，发行人创意设计服务收入逐年增长。除 2020 年受新型冠状病毒疫情影响，主营业务收入有所下降外，报告期内，创意包装产品销售收入总体呈增长趋势，少量核心设计人员离职未对公司创意设计的市场竞争力及经营业绩造成显著影响。

#### (2) 设计人员流动性情况

报告期内，公司设计人员离职情况如下表所示：

| 项目                         | 2022年1-6月 | 2021年  | 2020年  | 2019年  |
|----------------------------|-----------|--------|--------|--------|
| 期末设计人员数量（人）                | 66        | 67     | 59     | 53     |
| 设计人员离职人数（人）                | 20        | 30     | 28     | 18     |
| 其中：助理级、初级、任职时间2年以内设计人员离职人数 | 16        | 21     | 21     | 13     |
| 助理级、初级、任职时间2年以内设计人员离职占比    | 80.00%    | 70.00% | 75.00% | 72.22% |
| 设计人员总体离职率                  | 23.26%    | 30.93% | 32.18% | 25.35% |

注 7：离职率=本期离职人数/（期末人数+本期离职人数）。

发行人不存在对少数设计人员的依赖，设计人员存在一定的流动性，不会对公司的创意设计业务产生重大不利影响，具体原因如下：

（1）由于基层设计人员所承担的工作较为简单，可替代性较强，在员工离职后公司可在短时间内招聘到新员工，确保工作进行顺利，对公司日常经营不会产生较大影响；

（2）公司创意管理流程化逐渐成熟，公司形成了由不同岗位设计师、不同部门人员协同配合，共同参与创意设计工作的设计管理模式，在大幅提升创意设计效率与创意设计质量的同时，降低了设计人员流动对公司创意设计业务的影响；

（3）公司注重人才培养与人才梯队建设，公司有较为稳定的高校毕业生来源，并建立了设计人员培训机制，帮助设计人员快速成长，以确保人员流动时有较为充足的后备人才；

（4）一定的人员流动，有助于公司引进更多新的创意理念、保持对潮流趋势及市场偏好变化的敏感性。

发行人设计人员主要从事包装相关的创意设计工作，截至目前，境内上市公司中尚无专注于创意设计业务的公司，根据已上市或拟上市工程设计公司披露的离职率信息，笛东设计、奥雅设计、尤安设计等公司 2019 年至 2021 年员工离职率约为 23%至 36%，公司设计人员离职率与上述工程设计公司离职率较为接近，报告期内离职率水平具有合理性。

## （二）公司对设计和研发人员的管理方式，是否签订竞业禁止协议，发行人与设计人员是否存在著作权等知识产权纠纷或存在相关风险

根据发行人提供的关于设计、研发的内部控制制度资料并经信达律师访谈发行人创意设计中心总监，发行人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管理。

发行人的创意设计、研发部门，通过制定贯彻一系列有效的产品设计与研发活动管理制度，例如《创意新产品设计开发控制程序》《知识产权管理制度》《计算机和网络使用管理规定》，以全面管控产品从研发设计立项到科研成果转化的整个流程。发行人制定了相应措施防止设计和研发人员泄露、窃取创意设计、研发过程中产生的知识成果，例如对储存该等知识成果的介质予以加密、仅允许个别主管人员享有解锁权限、禁止使用电脑 USB 接口、禁止员工自行安装软件、字体等。

根据发行人的确认，并经信达律师核查发行人与设计人员、技术人员签订的劳动合同、保密协议、竞业限制协议，发行人已与设计人员、技术人员书面约定职务作品的著作权归属为发行人所有，相关人员仅享有署名权，并书面约定竞业限制义务，包括竞业限制地域范围、竞业限制补偿费金额等。

根据发行人的确认并经信达律师查询中国裁判文书网、中国执行信息公开网网站信息，截至《补充法律意见书（一）》出具日，发行人与设计人员不存在著作权等知识产权的纠纷或潜在纠纷。

### 四、说明核心技术是特有技术还是行业通用技术，是否实际具有技术门槛，与竞争对手相比是否具有先进性，发行人部分技术如 3D 悬浮微纳防伪技术、UV 数码浮雕立体肌理技术、立体晶彩技术等处于小批量生产阶段，说明仅小批量生产的原因，未来是否会大规模应用相关技术，大规模应用是否具有技术难度

#### （一）说明核心技术是特有技术还是行业通用技术，是否实际具有技术门槛，与竞争对手相比是否具有先进性

发行人核心技术主要基于行业通用技术，结合公司生产经营需要和行业难

点,在制版工艺、生产制造、防伪设计等方面不断进行技术创新和发展而成,上述核心技术有助于提升公司产品的市场竞争力或生产效率,具有一定的先进性和竞争力。发行人核心技术具体情况如下表所示:

| 序号 | 核心技术名称        | 是特有技术还是行业通用技术,是否实际具有技术门槛   | 与竞争对手相比是否具有先进性   |
|----|---------------|--|--|
| 1  | 烫金技术          | 基于行业通用技术应用创新。烫金技术为行业通用技术,但依附于烫金工艺,在呈现的技术效果制作上,使用公司原创纹理设计元素,公司具有设计的知识产权包括:立体烫金方法(专利号为 ZL 200910190392.1)、高光泽立体烫金方法(专利号为 ZL 201110456103.5),具有难以仿制的技术门槛。 | 技术先进性主要体现在:使用的纹理设计元素为公司原创,并拥有知识产权,竞争对手难以仿制该类效果。                              |
| 2  | 3D 悬浮微纳防伪技术   | 基于行业通用技术应用创新。主要技术门槛体现在对技术呈现设计到的全息光刻设备、超精密制版工艺、阵列密透镜光栅材料等技术要素的整体配合度要求很高,仿制难度较大。   | 技术先进性主要体现在:采用激光全息、精细加工等先进光学技术,呈现的技术视觉效果独特,仿制难度较大。                            |
| 3  | UV 数码浮雕立体肌理技术 | 基于行业通用技术应用创新。技术生产涉及的数码增效打印设备、配套的材料选择,原创设计效果等资源配合度高,无法用单一资源可以做到,具有技术门槛。   | 技术先进性主要体现在:巧妙地将数码浮雕立体肌理效果工艺运用在包装上,呈现的浮雕肌理效果独特,且对使用的设备和工艺要求较高;                |
| 4  | 多段变色烫印箔技术     | 基于行业通用技术应用创新。该技术将先进的光学设备制版、微纳级别的结构设计、精密的烫印材料制作技术等设备与工艺相结合,技术要求高,且已申请相关专利:一种具有感光多段变色防伪标识的水转移花纸(专利号为 ZL 201921149309.1),仿制难度大。                           | 技术先进性主要体现在:技术呈现的视觉变色效果独特,有别于行业传统的烫印材料效果。                                     |
| 5  | 内置防伪扣技术       | 基于行业通用技术应用创新。系公司针对产品包装结构定制性开发,该防伪扣结构设计通过带有倒钩扣插件及扣合件的组合技术,提升防伪效果;在外观和组装便利性上,安装于包装盒内部,具有隐蔽性,不影响包装盒整体的完整美观;该防伪扣一旦被开启并破坏后,包装盒则无法再用,以上方面组合构成了核心技术门槛。        | 技术先进性主要体现在:防伪扣为隐藏于包装盒内,不影响外盒整体的完整美观度,且防伪扣的插合连接紧密稳固,安装和插合操作方便,破坏后无法再次使用,防伪性好。 |
| 6  | 防伪拉扣技术        | 基于行业通用技术应用创新。针对公司产品包装结构需求,利用拉动抽取方式原理,专属开发的防伪扣专利产品。防  | 技术先进性主要体现在:该技术防伪扣采用公母扣配套方式,有别于传统插扣,在公母                                       |

|    |              |  |  |
|----|--------------|--|--|
|    |              | 伪拉扣结构是插销和扣底结合的设计方式，易进难出，防伪效果好；在外观设计上，插销可定制化顶部图文，兼顾产品包装盒整体美观性；制造组装方式上，简单方便，提高制程效率，具有一定的技术门槛。  | 扣上都有做卡槽加固，安装操作方便。  |
| 7  | 异形盒自动化设备改良技术 | 基于行业通用技术应用创新。公司较多产品包装结构较为复杂，多为异型盒，不同于传统的四方盒型，技术开发的自动化组装设备，可使异形结构盒自动化生产，为公司特有的专利技术。对应专利为：制作多重防伪异形盒的模具（专利号为 ZL 202021209699.X）、多重防伪异形盒（专利号为 ZL 202021208835.3），具有技术门槛。 | 技术先进性主要体现在：较早提出同类型包装结构的自动化生产方案，特别是六边形、八边形等异形盒型，有效提高生产效率，降低不良率，减少手工成本。  |
| 8  | 内部缓冲结构技术     | 基于行业通用技术应用创新。针对公司包装内部防护要求，将包装盒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，并已取得相关专利：一种包装盒的固定缓冲装置（专利号为 ZL 201220525200.5）、一种包装盒固定缓冲结构（专利号为 ZL 201721278850.3），具有技术门槛。              | 技术先进性主要体现在：解决行业产品包装内缓冲保护的结构需求难题，同时取代发泡胶和盒盖吸塑，成本低且环保易于回收，使用方便，环保可持续。  |
| 9  | 组合封装盒型技术     | 基于行业通用技术应用创新。针对公司产品包装结构防伪需求，采用定制开发板材料制作特殊包装盒结构，公司已取得该技术的专利权：组合式一次性包装盒及其制作方法（专利号为 ZL 201010199728.3），具有一定的技术门槛。   | 技术先进性主要体现在：有别于传统的纸板盒设计，系特定结构与定制材料的结合应用，可实现包装盒底座与盒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。 |
| 10 | 立体晶彩技术       | 基于行业通用技术应用创新。技术所采用的纹理板材等材料均特殊制作而成，光学特种油墨材料制作要求较高，定型纹理版专版仿制难度较大，具有技术门槛。   | 技术先进性主要体现在：公司系较早将磁性光学防伪油墨技术应用在包装盒上的厂商，该技术呈现的视觉效果独特，颜色光泽立体变化明显，实现技术用的材料和设备技术均有较高要求，仿造难度较大。                              |
| 11 | 定位 V 槽卡盒技术   | 基于行业通用技术应用创新。针对公司产品包装结构需求，定制开发相关技术，并已取得技术专利：包装盒的制作方法（专利号为 ZL 201610860526.6）、纸板  | 技术先进性主要体现在：不同于行业常规的纸板盒制作方法，该技术所制作的包装盒整体结构合理，外形美观，且制  |

|  |   |                 |
|--|---|-----------------|
|  | V 槽机（专利号为 ZL 201610860505.4），<br>形成一定的技术门槛。 | 作方法相对简单，生产效率较高。 |
|--|---|-----------------|

（二）发行人部分技术如 3D 悬浮微纳防伪技术、UV 数码浮雕立体肌理技术、立体晶彩技术等处于小批量生产阶段，说明仅小批量生产的原因，未来是否会大规模应用相关技术，大规模应用是否具有技术难度

发行人部分技术如 3D 悬浮微纳防伪技术、UV 数码浮雕立体肌理技术、立体晶彩技术等处于小批量生产阶段，主要系大规模应用的技术需要在生产实践的过程不断地测试、完善和优化，公司在小批量生产的过程中，从设备、材料、工艺、生产环境等方面对技术进行优化完善，考察和解决后续在大规模化生产中可能存在的问题，提升技术规模运用的稳定性，从而提高产品品质和效率，大规模应用不存在技术上的障碍。上述技术在行业内具较好的先进性，大规模应用于公司包装产品生产后，可增强公司的竞争优势和盈利能力，系公司的核心技术的组成部分，公司后续将根据客户需求进行相关技术的应用和产品生产。

**核查程序：**

1. 查阅发行人关于创意管理流程化的内部制度和相关记录、访谈发行人创意设计中心总监，核查创意管理模式的具体内容、运行方式，以及其与同行业公司相比的其独特性、对提升发行人创意设计能力的具体作用；

2. 查阅同行业可比公司公开披露的定期报告、招股说明书等资料，检查发行人获得的国际设计大奖的明细表及相关证书，检索发行人相关奖项的公开网络信息，查阅发行人协助客户开发的畅销品明细表，并访谈发行人管理层，核查发行人在创意设计方面的成绩、在行业中的地位，以及发行人具有一定的市场竞争力和行业影响力的客观依据；

3. 检查发行人获得的国际设计大奖作品实现销售的明细表，访谈发行人管理层，取得发行人出具的关于部分创意设计未转化为具体产品的原因说明，以及其他衡量发行人创意设计能力指标的说明，核查发行人获奖设计实现销售情况、设计未能转化为具体产品的原因以及其他衡量发行人创意设计能力的指标情况；

4. 检查发行人国际设计大奖及畅销产品的设计师明细表及相关证书, 查阅发行人员工花名册, 并访谈创意设计中心总监, 核查发行人设计人员流动性情况, 以及创意设计是否依赖少数设计师;

5. 查阅发行人关于设计、研发的内部控制制度资料, 访谈发行人创意设计中心总监, 抽查发行人设计和研发人员的劳动合同、保密协议、竞业限制协议, 核查对设计和研发人员的管理方式、竞业禁止协议的签订情况, 以及发行人与设计人员是否存在著作权等知识产权纠纷或存在相关风险的情形;

6. 取得发行人出具的关于核心技术相关情况的说明, 访谈发行人技术研发中心总监, 查阅相关公开资料, 核查发行人核心技术为特有技术还是行业通用技术、发行人技术门槛和先进性, 相关技术处于小批量生产阶段的原因及后续大规模应用的安排。

#### **核查结论:**

1. 发行人流程化创意管理模式具有一定的独特性, 可从设计效率、质量等方面提升发行人创意设计能力;

2. 发行人在国际设计大奖、创意服务收入规模等方面在同行业可比公司中处于前列, 并协助客户打造了多款畅销产品, 创意设计具有一定的市场竞争力和行业影响力具有客观依据;

3. 发行人获奖设计存在较多未转化为具体产品销售, 主要原因是公司通过参与国际设计大奖持续提升创意设计能力, 参赛设计作品转化为产品销售非公司的主要目的, 参加国际设计大奖的作品通常结合了各种前卫的设计, 与客户需求并不一定非常契合, 客户看中的是公司的创意设计能力与客户服务水平, 而非仅仅公司获奖的某款设计作品;

4. 除发行人获得的国际设计大奖外, 其他衡量发行人的创意设计能力的指标包括: 获得一定规模的创意设计服务收入, 创意设计逐渐获得国内外客户的认可, 并获得了主管部门颁发的多项荣誉, 创意设计已开始与非包装领域结合进行拓展。

5. 发行人设计工作主要以团队的方式开展,获得的国际设计大奖、经典畅销品设计师较为分散,发行人创意设计不存在依赖少数设计师的情形;

6. 发行人存在少量核心技术人员离职,设计人员总体而言存在一定的流动性,上述人员流动为正常人员变动,未对发行人业务的开展构成重大不利影响;

7. 发行人制定了相对完善的知识产品管理制度,与设计人员签署了保密协议和竞业限制协议,对员工保密义务进行了约定,发行人与设计人员不存在著作权等知识产权纠纷或相关风险;

8. 发行人核心技术主要系在行业通用技术基础上再创新和发展而成,具有一定的技术门槛和先进性,目前仍处于小批量生产阶段的技术未来大规模应用不存在障碍。

#### **“问题 5. 报告期内存在较多诉讼纠纷**

**“根据保荐工作报告,报告期内,发行人存在 12 起诉讼纠纷,诉讼内容涉及侵权、合同纠纷、不正当竞争等,其中发行人因货款回收困难提起的诉讼共 8 起,发行人作为被告的共 3 起。**

**“请发行人:(1)补充披露报告期内涉及的诉讼情况,包括原被告信息、案由、案件简要内容、诉讼进展等。(2)说明上述涉诉客户回款困难的原因,发行人与上述客户合作的背景,后续是否会继续开展合作,较多合同纠纷诉讼是否会对发行人与主要客户的合作产生不利影响。(3)结合公司使用他人享有著作权的摄影作品,侵犯他人信息网络传播权的诉讼案件,说明发行人在进行创意设计或相关经营活动时如何避免侵犯他人的著作权、信息网络传播权等,公司是否有明确的制度规定或工作流程、内控措施对知识产权保护和侵权风险进行审查和规范,发行人是否存在其他未披露的侵权纠纷。(4)说明是否有未披露的违法违规行爲,如有,请补充披露,相关违法违规行爲是否已进行规范和整改。**

**“请保荐机构、发行人律师核查上述事项并发表明确意见。”**

**回复：**

**一、补充披露报告期内涉及的诉讼情况，包括原被告信息、案由、案件简要内容、诉讼进展等**

根据发行人提供的诉讼文书及其确认，Greenberg Traurig, LLP 于 2022 年 9 月 1 日出具的法律意见书（以下简称“《美国法律意见》”），并经信达律师查询中国裁判文书网、中国执行信息公开网、中国审判流程信息公开网网站信息，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，具体详见下文表格。

**（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。 | 原告撤诉    | 2019.02                  |
| 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  | 调解结案    | 2019.08.08               |

| 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/裁决书出具日、协议生效日 |
|----|------------------|--------------------------------|---------------|---|----------------------|--------------------------|
|    |                  |                                |               | 支付货款 24.75 万元并放弃其他诉讼请求。   |                      |                          |
| 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,驳回惠州柏星龙反诉请求。惠州柏星龙已按一审判决履行给付义务。   | 一审判决生效               | 2019.09.25               |
| 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 | 执行阶段,已收到 686.41 万元款项 | 2021.11.11               |

| 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/裁决书出具日、协议生效日 |
|----|------------|--------------------------------------|---------|--|---------|--------------------------|
|    |            |                                      |         | 元后，发行人放弃余下债权。<br>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。   |         |                          |
| 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 | 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，后因维权策略调整等原因撤诉。 | 发行人撤诉   | 2022.05.26               |

(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 | 重庆酉水河酒业有限公司 | 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。<br>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        | 承揽合    | 被告拖欠发行人货款  | 被告无可            | 2016.05.04     |

|   |              |                 |        |  |                      |            |
|---|--------------|-----------------|--------|--|----------------------|------------|
|   |              | 高粱酒销售有限公司       | 同纠纷    | 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。<br>因被告未履行给付义务, 发行人申请强制执行。   | 执行财产, 法院裁定终结本次执行     |            |
| 3 | 发行人          | 青海高原雪山青稞酒股份有限公司 | 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。<br>因被告未按生效判决履行给付义务, 发行人申请强制执行。<br>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          | 遵义市盛发实业有限公司     | 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。<br>因被告未按生效判决履行给付义务, 发行人申请强制执行。<br>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。 | 被告无可执行财产, 法院裁定终结本次执行 | 2018.12.03 |
| 5 | 东莞市杰泰胶粘剂有限公司 | 惠州柏星龙           | 买卖合同纠纷 | 惠州柏星龙欠付原告货款 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                 | -          |

二、说明上述涉诉客户回款困难的原因, 发行人与上述客户合作的背景, 后续是否会继续开展合作, 较多合同纠纷诉讼是否会对发行人与主要客户的合作产生不利影响

| 序号 | 涉诉客户名称 | 合作背景 | 回款困难原因 | 后续是否合作 |
|----|--------|------|--------|--------|
|----|--------|------|--------|--------|

| 序号 | 涉诉客户名称                         | 合作背景  | 回款困难原因           | 后续是否合作 |
|----|--------------------------------|---|------------------|--------|
| 1  | 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 | 贵州青酒系知名品牌，发行人于 2010 年该公司及其关联方建立业务往来             | 资金周转困难，已进入破产重整程序 | 否      |
| 2  | 茅粮酒业集团有限公司、茅粮酒业集团司岗里酒厂         | 发行人于 2012 年通过自主开发与该客户建立业务往来                     | 资金周转困难           | 否      |
| 3  | 云南彝州酒业股份有限公司                   | 该客户系茅粮酒业集团有限公司关联企业，发行人于 2013 年起为该客户提供酒包装设计服务及产品 | 资金周转困难           | 否      |
| 4  | 广西巴马瑶珍酒业有限公司                   | 发行人于 2017 年通过自主开发与该客户建立业务往来，为该客户提供酒包装设计服务及产品    | 资金周转困难           | 否      |
| 5  | 重庆西水河酒业有限公司                    | 发行人于 2011 年通过自主开发与该客户建立业务往来，为该客户提供酒包装设计服务及产品    | 资金周转困难，已进入破产重整程序 | 否      |
| 6  | 吉林吉粮高粱酒销售有限公司                  | 发行人于 2011 年通过自主开发与该客户建立业务往来，为该客户提供酒包装设计服务及产品    | 资金周转困难           | 否      |
| 7  | 青海高原雪山青稞酒股份有限公司                | 发行人于 2015 年通过自主开发与该客户建立业务往来，为该客户提供酒包装设计服务及产品    | 资金周转困难，已进入破产清算程序 | 否      |
| 8  | 遵义市盛发实业有限公司                    | 发行人于 2014 年通过自主开发与该客户建立业务往来，为该客户提供酒包装设计服务及产品    | 资金周转困难，已进入破产清算程序 | 否      |

根据发行人的确认，前述合同纠纷情况不会对发行人与主要客户的合作产生不利影响，原因如下：

1. 涉诉客户均不属于报告期内发行人主要客户，发行人与报告期内主要客户并未发生诉讼纠纷。

2. 上述 14 起诉讼案件中，9 起案件中发行人系原告、仲裁申请人，主张权利的原因均为客户拒不依约支付货款；1 起发行人被起诉违约未发货的原因亦为客户未依约支付货款；4 起案件系发行人、惠州柏星龙与供应商因产品质量产生争议，除尚在一审审理阶段案件外，其余 3 起发行人、惠州柏星龙已按和解协议、

判决书履行给付义务。

3. 上述 9 起与客户发生的合同纠纷诉讼案件中，就 5 起已结案件，诉讼过程发行人均通过积极协商、减免金钱给付义务等方式与客户达成和解或客户自行撤诉；尚未结案的 4 起案件中，吉林吉粮高粱酒销售有限公司被列为失信被执行人，重庆西水河酒业有限公司、青海高原雪山青稞酒股份有限公司、遵义市盛发实业有限公司已进入破产程序，因此，发行人采取诉讼、申请执行、申报债权等争议解决方式实为发行人维护自身合法权益的必要途径。

综上，上述发行人所涉合同纠纷案件不会对发行人与主要客户的合作产生不利影响。

**三、结合公司使用他人享有著作权的摄影作品，侵犯他人信息网络传播权的诉讼案件，说明发行人在进行创意设计或相关经营活动时如何避免侵犯他人的著作权、信息网络传播权等，公司是否有明确的制度规定或工作流程、内控措施对知识产权保护和侵权风险进行审查和规范，发行人是否存在其他未披露的侵权纠纷**

如本题回复之“一、补充披露报告期内涉及的诉讼情况，包括原被告信息、案由、案件简要内容、诉讼进展等”之第一张表格第 7 项所述，发行人对深圳市美丽视界文化传播有限公司享有著作权的照片存在一次使用，构成侵权，发行人已依据双方达成的和解协议向对方支付 500 元；所涉金额较小，对深圳市美丽视界文化传播有限公司造成的损害较低，发行人不存在主观恶意。

由于国内尚未建立全国范围内的图片溯源数据库，发行人的创意设计团队无法利用溯源数据库排重识别，创意设计、研发部门在研发设计立项前会采取开会讨论识别以排除侵犯他人著作权的风险；此外，发行人可利用多年积累的案例作为素材库供客户选择设计方案，进一步降低侵犯他人著作权的风险。

根据发行人的书面确认，为避免同类纠纷，加强公司知识产权管理，发行人已加强其知识战略体系并采取措施，具体如下：

（一）制度建设。发行人于 2020 年 12 月制定了《知识产权管理规范》《版权正版化工作管理制度》《版权培训制度》《著作权管理办法》等多项制度，加强了内部制度建设。

(二) 员工培训。发行人通过实施《版权培训制度》，加强对公司员工版权保护等培训，开展如“3.15”“4.26 世界版权日”“科技活动月”等全方位、多渠道、形式多样的版权宣传普及活动，提高公司员工的版权保护意识，激发员工的创新思维及创造力。

(三) 原创性审核及记录保存。发行人高度重视创意设计的原创性，在设计师完成作品设计后由主管领导对其作品进行设计质量、原创性等方面的审核，控制知识产权侵权风险。此外，发行人设计人员完成作品设计后，会向第三方机构申请时间戳，以作为产品创作时间的证据，避免潜在的知识产权纠纷。

(四) 人才引进。发行人于 2020 年 12 月拟定了加速吸引培养公司版权专业人才的战略规划，并于报告期内明确了公司包装设计师、平面设计师、创意指导等任职资格标准，在设计、研发流程中加强对侵犯第三方知识产权的风险管控。

根据发行人的确认并经信达律师访谈发行人创意设计中心总监，查询中国裁判文书网、中国执行信息公开网、中国审判流程信息公开网网站信息，报告期内，发行人不存在其他未披露的涉诉侵权纠纷。

#### **四、说明是否有未披露的违法违规行爲，如有，请补充披露，相关违法违规行爲是否已进行规范和整改**

报告期内，美国柏星龙曾因未及时报税被报税系统自动加计滞纳金，美国柏星龙已及时支付滞纳金，《美国法律意见》认为该等滞纳金不属于行政处罚。

##### **核查程序：**

1. 查阅《美国法律意见》、发行人提供的诉讼文书，并取得发行人的确认函，查询中国裁判文书网、中国执行信息公开网、中国审判流程信息公开网网站信息，核查报告期内涉及的诉讼情况；

2. 取得发行人出具的确认函，并访谈发行人管理层，核查涉诉客户回款困难的原因，发行人与上述客户合作的背景，后续是否会继续开展合作，较多合同纠纷诉讼是否会对发行人与主要客户的合作产生不利影响；

3. 查阅发行人提供的诉讼文件、发行人关于知识产权管理方面的相关制度，访谈发行创意设计总监，并查询中国裁判文书网、中国执行信息公开网、中国审

判流程信息公开网网站信息，核查发行人在进行创意设计或相关经营活动时如何避免侵犯他人的著作权、信息网络传播权等，是否有明确的制度规定或工作流程、内控措施对知识产权保护和侵权风险进行审查和规范，发行人是否存在其他未披露的侵权纠纷；

4. 查阅《信用中国（广东）企业信用报告（无违法违规证明版）》《美国法律意见》、福中海关出具的复函，检查发行人报告期内营业外支出明细，查询发行人及境内控股子公司相关主管机关网站、信用中国网站、国家企业信用信息公示系统网站信息，核查发行人报告期内违法违规情况。

### **核查结论：**

1. 发行人已在《招股说明书》中补充披露报告期内涉诉情况；
2. 发行人诉讼客户回款困难主要系因客户资金周转困难或经营不善，涉诉客户均不再继续合作，诉讼所涉合同纠纷案件不会对发行人与其主要客户的合作产生不利影响；
3. 发行人制定了明确的制度规定或工作流程、内控措施对知识产权保护和侵权风险进行审查和规范，报告期内，发行人不存在其他未披露的侵权纠纷；
4. 报告期内，发行人不存在未披露的重大违法违规行为；就报告期内不构成重大违法违规行为的行政处罚已在《律师工作报告》中披露，并在《招股说明书》中补充披露。除此之外，发行人不存在未披露的违法违规行为。

### **“问题 8. 收入确认准确性**

**“根据申报文件，发行人内销按客户验收合格确认收入，外销确认时点为客户验收并取得报关单或产品交付且客户验收，确认依据为报关单或签收单，设计服务以稿件或样品经客户验收确认收入。报告期各期发行人第四季度销售占比分别为 34.26%、40.06%、33.32%，明显高于其他季度。各期境外销售收入金额分别为，8,100.87 万元、6,032.33 万元、9,570.99 万元。报告期各期末发行人发出商品金额分别为 1,273.21 万元、915.33 万元、1,050.90 万元。**

“请发行人：(1) 说明发行人与客户的主要合同条款，并结合相关合同约定，说明同一产品的设计和生 产是否分别计价，是否分别或分阶段向客户交付，设计和生产环节是否分别构成单项履约义务，是否分别确认收入及核算成本，相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定。(2) 结合外销贸易方式、发货和验收流程等，说明 FOB 等贸易模式下取得报关单和客户验收的时点顺序，发行人以报关单时是否已经客户验收，收入确认时点和依据的描述是否匹配。(3) 说明报告期各期第四季度销售的下游行业分布和主要客户情况，结合客户备货周期、下单周期、订单生产和发运交付周期等，说明发行人第四季度产品销售金额大幅增长是否具有合理性，是否符合行业惯例，发行人相关收入确认的依据是否充分，是否存在提前确认收入等情形。(4) 说明外销业务的开展方式、主要产品情况，主要客户、主要国家或地区的销售收入及占比，发行人与客户的合作模式、订单获取方式、结算方式等。(5) 说明发行人其他业务收入的具体构成情况，发行人提供货运服务收入的背景和合理性，发行人是否具备运输能力，相关收入确认方式和依据，是否符合《企业会计准则》的规定，发行人招股书中关于销售收入的相关披露是否完整准确。(6) 结合贸易方式、发货时间、运输周期、客户验收周期、结算模式等，分析说明报告期各期末发行人发出商品金额和占比较高的合理性，与各期销售规模、订单执行情况等是否匹配，说明发出商品的期后结转情况，相关收入确认与成本结转是否及时。

“请保荐机构、申报会计师核查上述事项，请保荐机构、申报会计师、发行人律师对照《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第 1 号》1-20 的相关要求，对境外销售进行核查，说明核查过程，并发表明确意见。请保荐机构、申报会计师说明对报告期各期发行人收入和应收账款核查情况，包括但不限于对境内外客户的走访、函证金额、回函情况、未回函原因及替代程序等，并对发行人收入的真实性发表明确意见。”

回复：

根据《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第 1 号》(以下简称“《适用指引》”)之 1-20 “境外销售”的要求：

“发行人报告期存在来自境外的销售收入的，保荐机构、发行人律师及申报会计师应重点关注下列事项：1.境外销售业务的开展情况，包括但不限于主要进口国和地区情况，主要客户情况、与发行人是否签订框架协议及相关协议的主要条款内容，境外销售模式、订单获取方式、定价原则、信用政策等；2.发行人在销售所涉国家和地区是否依法取得从事相关业务所必须的法律法规规定的资质、许可，报告期内是否存在被境外销售所涉国家和地区处罚或者立案调查的情形；3.相关业务模式下的结算方式、跨境资金流动情况、结换汇情况，是否符合国家外汇及税务等相关法律法规的规定；4.报告期境外销售收入与海关报关数据是否存在较大差异及差异原因是否真实合理；5.出口退税等税收优惠的具体情况；6.进口国和地区的有关进口政策、汇率变动等贸易环境对发行人持续经营能力的影响；7.主要境外客户与发行人及其关联方是否存在关联方关系及资金往来。境外销售业务对发行人报告期经营业绩影响较大的，保荐机构、发行人律师及申报会计师应结合上述事项全面核查发行人的境外销售业务，说明采取的核查程序及方法。保荐机构及发行人律师应就境外销售业务的合规经营情况发表明确意见”。

**一、境外销售业务的开展情况，包括但不限于主要进口国和地区情况，主要客户情况、与发行人是否签订框架协议及相关协议的主要条款内容，境外销售模式、订单获取方式、定价原则、信用政策等**

**(一) 公司境外业务的开展情况、进口国和地区情况**

发行人主要通过参加展会、参加设计行业赛事等方式，开拓外销客户。具体开展业务时，发行人主要通过母公司在境内直接与客户签订销售订单，并由美国柏星龙服务并协助开拓美国、欧盟、英国等国家和地区的客户，主要境外客户包括 BALANCE, INC.、L-NUTRA INC.、LAFCO ENTERPRISES, INC.、SUNDAY RILEY MODERN SKINCARE, LLC 等。

**(二) 主要客户情况、与发行人是否签订框架协议及相关协议的主要条款内容、境外销售模式、订单获取方式、定价原则及信用政策**

报告期内，发行人对主要境外客户的销售模式均为直销，订单获取方式为商务谈判；发行人外销业务包括化妆品及精品包装、创意设计服务等；定价原则为

综合考虑生产具体创意包装产品所需的单位成本，主要结合市场、工艺等因素，基于一定利润空间向客户报价；并根据客户的资信状况、支付能力、资本等信用要素对客户资信评定等级，给予 30 至 90 天不等的信用期；报告期内各期境外前五大客户基本情况、协议或订单主要条款如下：

| 序号 | 客户名称                              | 成立年份   | 主营业务          | 主要股东   | 协议/订单主要条款   |
|----|-----------------------------------|--------|---------------|--|---|
| 1  | BALANCE, INC.                     | 2000 年 | 印刷和包装产品生产     | Susan McDermott  | 2022 年 1 月签订框架协议, 约定双方权利与义务、订单要素、装运和交付、包装、质量标准、验收、发票、协议期限、终止、保险、保密条款、管辖、适用法等; 贸易模式为 FOB 或 DDP |
| 2  | L-NUTRA INC.                      | 2009 年 | 营养品贸易         | Thad Johnson, James Dal Pozzo, Eric Reiter, Eduard Zanen, Joseph Antounv, Valter Longo | 发行人主要向其销售营养品折叠翻盖盒等食品包装; 贸易模式为 DDP   |
| 3  | LAFCO ENTERPRISES, INC            | 1992 年 | 香味蜡烛和相关产品分销   | Jonathan Bresler   | 发行人主要向其销售小尺寸蜡烛盒等装饰品包装; 贸易模式为 DDP  |
| 4  | HERBIVORE BOTANICALS, LLC         | 2011 年 | 健康护理产品的销售     | Julia Wills, Alexander Kummerow  | 发行人主要向其销售小款绿色美容棒卡盒等; 贸易模式为 FOB  |
| 5  | FLAME AND WAX, INC.               | 2001 年 | 蜡烛等相关产品的进口和分销 | Troy C. Arntsen  | 发行人主要向其销售小款金边 PET 盒隔片配件等; 贸易模式为 FOB   |
| 6  | SUNDAY RILEY MODERN SKINCARE, LLC | 2009 年 | 定制、生产和销售护肤品   | Ms. Sunday Riley   | 发行人主要向其销售离家白色折叠盒吸塑等化妆品包装; 贸易模式为 DDP、FOB   |
| 7  | MELT COSMETICS LLC                | 2012 年 | 化妆品品牌运营       | Lora Arellano, Dana Bomar  | 发行人主要向其销售 MC 拉丝银卡 PR 翻盖抽屉盒; 贸易模式为 FOB   |
| 8  | SOL DE JANEIRO                    | 2014 年 | 美容护理产品的供应     | Heela Yang Tsuzuki, Marc   | 发行人主要向其销售大装天地盒等; 贸易模式为 FOB  |

|    |                            |       |               |                                 |                                |
|----|----------------------------|-------|---------------|---------------------------------|--------------------------------|
|    | USA, INC.                  |       |               | Capra                           |                                |
| 9  | TATCHA, LLC                | 2009年 | 护肤品和化妆品进口销售贸易 | Conopco Inc                     | 发行人主要向其销售 TL 丝芙兰布袋等；贸易模式为 FOB  |
| 10 | DOMINIQU UE COSMETICS INC. | 2019年 | 化妆品的分销和零售     | Christen Dominique, Cesar Irias | 发行人主要向其销售 DC6 色塑料盘模具；贸易模式为 EXW |

## 二、发行人在销售所涉国家和地区是否依法取得从事相关业务所必须的法律法规规定的资质、许可，报告期内是否存在被境外销售所涉及国家和地区处罚或者立案调查的情形

报告期内，发行人的外销收入主要来源于美国、法国、意大利、英国、比利时等国家和地区，其中，对美国、欧盟、英国的销售金额占外销总金额的比例分别为 91.76%、92.63%、95.86%、92.90%。根据《美国法律意见》、法国德尚律师事务所（指 DS Avocats，下同，由其法国巴黎办公室、比利时布鲁塞尔办公室、意大利米兰办公室于 2022 年 8 月分别出具法律意见）出具的法律意见书及发行人的确认，并经信达律师访谈发行人境外销售负责人、通过商务部网站按国别、地区所整理的境外法律数据库链接查询，发行人向销售所涉国家和地区依法应取得的资质、许可情况如下：

| 序号 | 国家/地区 | 发行人销售产品所必须的法律法规规定的资质、许可   | 发行人是否被处罚/立案调查    |
|----|-------|---|------------------|
| 1. | 美国    | 根据《美国法律意见》，发行人、美国柏星龙“向美国客户销售印刷产品包装材料不需要特别许可、资格或其他证书”。   | 发行人及美国柏星龙均不存在该情形 |
| 2. | 法国    | 根据法国德尚律师事务所（法国巴黎办公室）于 2022 年 8 月 22 日出具的法律意见，“法国和欧盟的立法均不要求销售用于香水、时尚配饰和化妆品的纸质包装产品具备资格或许可证”。  | 否                |
| 3. | 意大利   | 根据法国德尚律师事务所（意大利米兰办公室）于 2022 年 8 月 30 日出具的法律意见，“意大利的立法不要求销售用于香水、时尚配饰和化妆品的纸质包装产品具备资格或许可证”。  | 否                |
| 4. | 英国    | 根据商务部网站列示英国立法数据库（ <a href="http://www.legislation.gov.uk/">http://www.legislation.gov.uk/</a> ）查询结果，并经信达律师访谈发行人境外销售负责人，发行人向英国销售产品依据当地法律无需取得资质、许可。 | 否                |
| 5. | 比利时   | 根据法国德尚律师事务所（比利时布鲁塞尔办公室）于 2022 年 8 月 19 日出具的法律意见，“比利   | 否                |

| 序号 | 国家/地区  | 发行人销售产品所必须的法律法规规定的资质、许可  | 发行人是否被处罚/立案调查 |
|----|--------|--|---------------|
|    |        | 时法律不要求用于销售香水、时尚配饰和化妆品的纸质包装产品需要资格或许可证”。   |               |
| 6. | 其他欧盟国家 | 根据法国德尚律师事务所（法国巴黎办公室）于2022年8月22日出具的法律意见，“法国和欧盟的立法均不要求销售用于香水、时尚配饰和化妆品的纸质包装产品具备资格或许可证”。 | 否             |

如上表所示，发行人向上述主要国家销售印刷产品包装材料根据进口国法律不需要取得许可、资格，发行人及美国柏星龙亦不存在因违反该类规定被处罚的情形。

### 三、相关业务模式下的结算方式、跨境资金流动情况、结换汇情况，是否符合国家外汇及税务等相关法律法规的规定

#### （一）结算方式

报告期内，发行人与客户以美元、欧元和港币计价和结算，付款方式以电汇为主。采取电汇方式结算时，客户将货款打到公司外币账户，公司在收到外汇后，视短期业务资金的需要进行结换汇。

#### （二）跨境资金流动情况

发行人跨境资金流入主要为公司收取境外货款，报告期各期末收付汇情况如下：

| 项目 | 币种 | 2022年度1-6月<br>(万元) |          | 2021年度<br>(万元) |          | 2020年度<br>(万元) |          | 2019年度<br>(万元) |          |
|----|----|--------------------|----------|----------------|----------|----------------|----------|----------------|----------|
|    |    | 原币                 | 本位币      | 原币             | 本位币      | 原币             | 本位币      | 原币             | 本位币      |
| 收汇 | 美元 | 508.11             | 3,290.64 | 1,518.12       | 9,800.29 | 983.13         | 6,798.27 | 1,174.46       | 8,104.65 |
|    | 欧元 | 17.80              | 126.15   | 12.01          | 92.70    | 0.57           | 4.56     | 22.58          | 174.20   |
|    | 港币 | 0.30               | 0.26     | -              | -        | -              | -        | -              | -        |
| 付汇 | 美元 | 34.93              | 224.76   | 101.10         | 653.43   | 35.11          | 243.07   | 60.27          | 419.43   |
|    | 欧元 | -                  | -        | -              | -        | -              | -        | -              | -        |
|    | 港币 | -                  | -        | -              | -        | -              | -        | -              | -        |

### （三）结换汇情况

| 项目 | 币种     | 2022 年度 1-6 月<br>(万元) |          | 2021 年度<br>(万元) |           | 2020 年度<br>(万元) |          | 2019 年度<br>(万元) |          |
|----|--------|-----------------------|----------|-----------------|-----------|-----------------|----------|-----------------|----------|
|    |        | 原币                    | 本位币      | 原币              | 本位币       | 原币              | 本位币      | 原币              | 本位币      |
| 结汇 | 美元兑人民币 | 794.95                | 5,207.12 | 1,675.97        | 10,905.10 | 615.49          | 4,356.46 | 1,283.50        | 8,847.61 |
|    | 欧元兑人民币 | 25.01                 | 178.51   | -               | -         | 16.68           | 131.68   | 22.38           | 172.70   |
|    | 港币兑人民币 | -                     | -        | -               | -         | -               | -        | -               | -        |
| 换汇 | 人民币换美元 | -                     | -        | -               | -         | -               | -        | -               | -        |
|    | 人民币换欧元 | -                     | -        | -               | -         | -               | -        | -               | -        |
|    | 人民币换港币 | -                     | -        | -               | -         | -               | -        | -               | -        |

（四）相关业务模式下的结算方式、跨境资金流动情况、结换汇情况，是否符合国家外汇及税务等相关法律法规的规定

根据国家外汇管理局、海关总署、国家税务总局于 2012 年 6 月 27 日发布的编号为国家外汇管理局公告 2012 年第 1 号《关于货物贸易外汇管理制度改革的公告》，外汇局根据企业贸易外汇收支的合规性及其与货物进出口的一致性，将企业分为 A、B、C 三类。A 类企业进口付汇单证简化，可凭进口报关单、合同或发票等任何一种能够证明交易真实性的单证在银行直接办理付汇，出口收汇无需联网核查；银行办理收付汇审核手续相应简化。对 B、C 类企业在贸易外汇收支单证审核、业务类型、结算方式等方面实施严格监管，B 类企业贸易外汇收支由银行实施电子数据核查，C 类企业贸易外汇收支须经外汇局逐笔登记后办理。报告期内，发行人属于 A 类企业，银行对其收付汇审核手续相应简化。

报告期内，发行人已在具有经营外汇资质的银行开立了收取外汇的外币账户，以出口报关单等出口单证办理了出口收汇手续，并通过指定银行进行收汇及结算，发行人涉外销售的结算方式、跨境资金流动及结换汇行为均符合国家的外汇和税务的相关法律规定，不存在因此受到国家外汇或税务等主管部门的行政处罚的情形。

**四、报告期境外销售收入与海关报关数据是否存在较大差异及差异原因是否真实合理**

根据中国电子口岸清关数据，发行人的海关出口数据与境外销售收入匹配。

二者差异主要 DDU 等贸易方式报关时间与收入确认时间不一致等原因导致。具体情况如下：

| 项目                          | 2022年1-6月<br>(万元) | 2021年度<br>(万元) | 2020年度<br>(万元) | 2019年度<br>(万元) |
|-----------------------------|-------------------|----------------|----------------|----------------|
| 境外销售收入①                     | 5,004.03          | 9,534.97       | 5,985.05       | 8,079.96       |
| 海关出口数据②                     | 4,509.07          | 8,717.32       | 6,059.81       | 7,982.27       |
| 境外销售收入与海关出口数据差异（①-②）        | 494.96            | 817.65         | -74.76         | 97.69          |
| 差异原因                        |                   |                |                |                |
| DDU\DDP 等贸易方式报关时间与收入确认时间不一致 | 202.36            | 300.47         | -276.29        | -73.77         |
| 运输服务、创意设计服务等未报关             | 292.60            | 517.18         | 201.53         | 171.46         |

### 五、出口退税等税收优惠的具体情况

根据《财政部 国家税务总局关于出口货物增值税和消费税政策的通知》（财税〔2012〕39号）的相关规定，发行人系生产企业，适用增值税退（免）税政策的出口货物劳务，实行增值税免抵退税或免退税办法。

根据《财政部 税务总局 海关总署关于深化增值税改革有关政策的公告》（财政部 税务总局 海关总署公告 2019年第39号）规定：“纳税人发生增值税应税销售行为，自2019年4月1日起，原适用于16%税率且退税率为16%的出口货物，出口退税率调整至13%；原适用10%税率且出口退税率为10%的出口货物、跨境应税行为，出口退税率调整为9%。”

因此，报告期内，发行人出口产品享受增值税出口退税政策，根据出口商品类别适用16%或13%的出口退税率。

报告期各期，发行人出口退税情况如下：

| 项目           | 2022年1-6月<br>(万元) | 2021年度<br>(万元) | 2020年度<br>(万元) | 2019年度<br>(万元) |
|--------------|-------------------|----------------|----------------|----------------|
| 申报表免退税额①     | 207.69            | 645.28         | 310.57         | 551.20         |
| 申报表应退税额②     | 207.69            | 645.28         | 310.57         | 551.20         |
| 实际收到的出口退税金额③ | 245.10            | 606.26         | 368.56         | 493.22         |
| 差异（②-③）      | -37.41            | 39.02          | -57.99         | 57.98          |

报告期各期,发行人申报表应退税额与实际收到的出口退税金额的差异主要系申报表应退税期间与公司实际收到的出口退税时间不一致导致的差异。具体情况如下:

| 项目                   | 2022年1-6月<br>(万元) | 2021年度<br>(万元) | 2020年度<br>(万元) | 2019年度<br>(万元) |
|----------------------|-------------------|----------------|----------------|----------------|
| 海关出口数据①              | 4,509.07          | 8,717.32       | 6,059.81       | 7,982.27       |
| 免退销售额②               | 1,972.95          | 8,714.52       | 6,051.48       | 7,966.41       |
| 海关出口数据与免抵退销售额差异(①-②) | 2,536.12          | 2.81           | 8.33           | 15.85          |
| 其中:汇率差异              | 4.97              | 2.81           | 8.33           | 15.85          |

注8:2022年1至6月,海关出口金额与免退销售额差异2,536.12万元,主要系已报关出口但尚未申报免退税。截至2022年8月末,期后已申报免退销售额2041.99万元。

## 六、进口国和地区的有关进口政策、汇率变动等贸易环境对发行人持续经营能力的影响

发行人的境外销售收入主要来源于美国、欧盟、英国等多个国家和地区的客戶,发行人向境外客戶主要销售化妆品、精品等产品的包装。报告期内,除2020年受疫情影响,销售收入有所下滑外,发行人向美国地区客戶的销售收入保持增长的趋势,中美贸易摩擦未对公司产品出口美国造成重大不利影响。除美国外,其他国家和地区有关进口政策、贸易环境未发生重大变化。

## 七、主要境外客戶与发行人及其关联方是否存在关联方关系及资金往来

经核查,报告期内,发行人上述主要境外客戶与发行人及其关联方不存在关联方关系,也不存在除正常业务以外的资金往来。

### 核查程序:

1. 获取并查阅主要境外客戶销售合同或框架协议条款及订单,视频访谈主要境外客戶,了解主要客戶的结算方式、订单获取方式、信用政策与发行人是否存在关联关系等;
2. 访谈发行人管理层,了解境外销售模式、定价原则等;
3. 访谈发行人境外销售负责人,了解境外销售的相关合规情况;

4. 查阅《美国法律意见》、法国德尚律师事务所（指 DS Avocats，下同，由其法国巴黎办公室、比利时布鲁塞尔办公室、意大利米兰办公室分别出具法律意见）出具的法律意见书，查阅并复核由深圳市博文翻译有限公司（中国翻译协会会员编号 DD100188）对法律意见出具的翻译文本；

5. 通过商务部网站按国别、地区所整理的境外法律数据库链接进行查询；

6. 访谈发行人财务总监，了解外汇币种、结算方式，查阅外币银行账户外汇收付款金额；

7. 查阅国家外汇及税务等相关法律法规的规定，获取发行人外汇监管部门及发行人、子公司税务主管部门所出具的合规证明；

8. 查询国家外汇管理局外汇行政处罚信息查询系统、中国银行保险监督管理委员会网站关于批准商业银行开办外汇业务的行政许可公示信息；

9. 查阅发行人跨境资金流动及结汇情况；

10. 获取报告期内发行人的海关报关数据，比较发行人外销收入与海关报关数据是否呈相关性；

11. 查阅国家税务总局发布的退税相关政策，确认发行人出口退税等税收优惠的依据；

12. 取得并查阅发行人《增值税及附加税费申报表》《外贸企业出口退税汇总申报表》等税务资料，将出口退税数据与公司外销数据进行比对；

13. 查询商务部网站关于发行人主要出口国和地区的关税政策等贸易政策，分析对发行人的影响；

14. 结合主要结算货币对人民币的汇率波动趋势，分析汇兑变动对发行人经营业绩的影响；

15. 访谈发行人管理层，了解报告期内发行人境外销售的情况及未来预期，了解发行人应对出口国或地区关税、汇率波动采取的管理措施；

16. 查阅中国出口信用保险公司出具的关于发行人主要境外客户的海外资信报告，了解该等境外客户的成立时间、主要股东、主营业务等基本情况；

17. 查阅发行人控股股东、实际控制人、董事、监事及高级管理人员分别出具的关联方调查表，并查询国家企业信用信息公示系统网站所公示的关联企业出资方信息，复核该等主要客户是否与公司存在关联关系；

18. 查阅了报告期内发行人、控股股东、实际控制人等主要关联方的银行流水，了解该等主体的资金往来情况。

### 核查结论：

1. 报告期内，发行人主要境外销售区域包括美国、欧盟等国家和地区，主要境外客户包括 BALANCE, INC.、L-NUTRA INC.、LAFCO ENTERPRISES, INC.、SUNDAY RILEY MODERN SKINCARE, LLC 等。合同主要包括产品要求、定价、交付方式、贸易模式等条款；境外销售方式为直接销售，发行人主要通过老客户口碑、业务人员主动推广、参加行业展会等方式进行推广，并主要通过商务谈判等方式获得订单；发行人外销业务综合考虑生产具体创意包装产品所需的单位成本，主要结合市场、工艺等因素，基于一定利润空间向客户报价；并根据客户的资信、支付能力、资本等信用要素对客户资信评定等级，给予 30 至 90 天不等的信用期。

2. 发行人向上述主要国家销售印刷产品包装材料根据进口国法律不需要取得许可、资格，发行人及美国柏星龙不存在因违反该类规定被处罚的违法情形。

3. 报告期内，发行人境外销售为直销模式，结算方式主要为电汇，结算货币主要为美元、欧元；跨境资金流动情况主要为发行人与收入相关的回款，发行人收到回款后，根据自身资金安排及外汇市场情况进行结汇；发行人外汇结算符合国家外汇及税务等相关法律法规的规定。

4. 报告期各期，发行人境外销售收入与海关报关数据差异较小，主要为出口报关与收入确认的时间性差异导致。

5. 发行人报告期内遵守出口退税政策，退税金额与外销收入具有匹配性。

6. 发行人境外销售面临的关税政策、汇率变动等贸易环境对发行人持续经营能力不存在重大不利影响。

7. 报告期内，发行人主要境外客户与发行人及其关联方不存在关联方关系，也不存在除正常业务以外的资金往来。

#### “问题 15. 其他问题

“（1）多次分红的合理性。根据申报文件，报告期内发行人共进行了 5 次股利分配，累计金额共 6,000 万元。请发行人：①说明报告期内多次、大额分红的原因及合理性。②说明实际控制人对历次分红资金的使用情况，实际控制人是否与发行人客户、供应商存在资金往来，是否存在为发行人分担成本费用的情形。

“（2）管理人员情况。请发行人：①补充披露报告期各期关键管理人员平均薪酬水平及其波动的原因、合理性，说明与同行业、同地区平均薪酬水平的差异情况。②说明报告期内董监高变动情况、变动比例、离职（如有）原因、董监高是否发生重大不利变化。

“（3）实际控制人认定。请发行人说明赵国义、赵国祥、赵国忠签署《一致行动协议》的协议期限、解除条件，未将赵国祥、赵国忠认定为共同实控人的原因。

“（4）股权激励情况。申报文件显示，报告期内，发行人实施了股权激励计划。请发行人说明：股权激励的具体情况，包括激励对象、股份数量、行权情况等；发行人是否存在其他未披露的股权激励或特殊投资约定等可能影响发行人股权稳定的事项。

“（5）员工人数大幅增长的合理性。申报文件显示，报告期内，发行人的员工人数为 518 人、523 人、732 人。请发行人结合员工结构、薪酬结构、社保缴纳、与收入和利润的匹配性等，说明报告期内员工人数大幅增长的原因及合理性。

**“请保荐机构、发行人律师、申报会计师核查上述事项并发表明确意见。”**

**回复：**

一、多次分红的合理性。根据申报文件，报告期内发行人共进行了 5 次股利分配，累计金额共 6,000 万元。请发行人：①说明报告期内多次、大额分红的原因及合理性。②说明实际控制人对历次分红资金的使用情况，实际控制人是否与发行人客户、供应商存在资金往来，是否存在为发行人分担成本费用的情形

**（一）说明报告期内多次、大额分红的原因及合理性**

现金分红是挂牌公司、上市公司回报股东的通常形式。《全国中小企业股份转让系统挂牌公司治理规则》第六十九条规定，“挂牌公司应当制定利润分配制度，并可以对现金分红的具体条件和比例、未分配利润的使用原则等作出具体规定，保障股东的分红权。”《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》要求，“现金分红是实现投资回报的重要形式，更是培育资本市场长期投资理念，增强资本市场活力和吸引力的重要途径。”《上市公司监管指引第 3 号——上市公司现金分红》第四条亦规定，“上市公司应当在章程中明确现金分红相对于股票股利在利润分配方式中的优先顺序。具备现金分红条件的，应当采用现金分红进行利润分配。”因此，公司股东享有获取合理投资回报的合法权益。

根据《公司章程》，公司现金分红相关政策主要为：“（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%”。

经过多年的持续发展的积累，公司整体财务状况及盈利能力良好，具备分红的能力和条件，特别是在新三板挂牌以来，公司成为公众公司，严格执行上述相关规则，积极回报股东。此外，为稳定外部投资者信心、调动持有公司股份员工积极性的考虑，公司认为具有分红的必要性。自挂牌以来，公司分红政策及分红金额相对稳定，不存在超出合理资金之外的大额分红，具体情况如下：

| 分红时间       |          | 对应年份      | 现金分红方案                   | 现金分红金额<br>(万元) |
|------------|----------|-----------|--------------------------|----------------|
| 报告期前<br>分红 | 2016年6月  | 2015年度    | 向全体股东每10股派发现金红利2元        | 1,000.00       |
|            | 2017年6月  | 2016年度    | 向全体股东每10股派发现金红利3.857132元 | 2,000.00       |
|            | 2018年9月  | 2018年半年度  | 向全体股东每10股派发现金红利1.928566元 | 1,000.00       |
| 报告期内<br>分红 | 2019年5月  | 2018年度    | 向全体股东每10股派发现金红利1.928566元 | 1,000.00       |
|            | 2019年9月  | 2019年半年度  | 向全体股东每10股派发现金红利1.928566元 | 1,000.00       |
|            | 2020年11月 | 2020年半年度  | 向全体股东每10股派发现金红利3.857132元 | 2,000.00       |
|            | 2021年10月 | 2021年半年度  | 向全体股东每10股派发现金红利1.928566元 | 1,000.00       |
|            | 2021年12月 | 2021年第三季度 | 向全体股东每10股派发现金红利1.928566元 | 1,000.00       |

公司报告期内现金分红金额总额为6,000.00万元，2018至2021年度公司归属于母公司股东的净利润四年合计为13,123.84万元，现金分红占四年归属于母公司股东净利润的合计数比例为45.72%。自发行人在全国中小企业股份转让系统挂牌以来，利润分配按照公司章程规定保持较好的持续性。截至2021年12月31日，公司未分配利润为11,973.91万元，金额较高，公司未进行过度利润分配。

综上所述，发行人报告期内多次、大额分红具有合理性和必要性。

**（二）说明实际控制人对历次分红资金的使用情况，实际控制人是否与发行人客户、供应商存在资金往来，是否存在为发行人分担成本费用的情形**

报告期内，发行人实际控制人赵国义直接持有及通过员工持股平台间接持有的公司股份合计获得分红3,053.96万元。经获取实际控制人及其配偶个人账户流水并对5万以上的资金变动进行核查，发行人实际控制人赵国义分红资金具体用途如下：

|        | 项目     | 金额（万元）  | 占比（%）  |
|--------|--------|---------|--------|
| 转账给其配偶 | 理财产品投资 | 约710.00 | 约23.00 |
|        | 购置房产   | 约315.00 | 约10.00 |

|  |                               |                   |                 |
|--|-------------------------------|-------------------|-----------------|
|  | 缴纳保险费                         | 约 85.00           | 约 2.80          |
|  | 子女学费及生活费、父母生活费、家庭开支、<br>信用卡还款 | 约 57.00           | 约 1.50          |
|  | 购置车辆                          | 约 28.00           | 约 1.00          |
|  | <b>小计</b>                     | <b>约 1,200.00</b> | <b>约 39.00</b>  |
|  | 基金、理财产品投资                     | 约 1,380.00        | 约 45.00         |
|  | 亲友借款                          | 约 200.00          | 约 6.50          |
|  | 个人购汇、房屋购置定金                   | 约 100.00          | 约 3.00          |
|  | 股权回购款项、股权转让个人所得税              | 约 90.00           | 约 3.00          |
|  | 子女生活费、父母生活费、个人消费              | 约 95.00           | 约 3.00          |
|  | <b>小计</b>                     | <b>约 1,800.00</b> | <b>约 61.00</b>  |
|  | <b>总计</b>                     | <b>约 3,000.00</b> | <b>约 100.00</b> |

如上表所示，发行人实际控制人赵国义分红款主要用于基金及理财产品投资、购置房产、亲友借款等方面，不存在与发行人客户、供应商之间资金往来，为发行人承担成本费用的情形。

二、管理人员情况。请发行人：①补充披露报告期各期关键管理人员平均薪酬水平及其波动的原因、合理性，说明与同行业、同地区平均薪酬水平的差异情况。②说明报告期内董监高变动情况、变动比例、离职（如有）原因、董监高是否发生重大不利变化

（一）补充披露报告期各期关键管理人员平均薪酬水平及其波动的原因、合理性，说明与同行业、同地区平均薪酬水平的差异情况

### 1. 发行人关键管理人员平均薪酬水平及其变动

报告期各期，发行人关键管理人员薪酬水平变动如下：

| 项目         | 2022年1-6月 | 2021年度 | 2020年度 | 2019年度 |
|------------|-----------|--------|--------|--------|
| 工资总额（万元）   | 338.24    | 884.17 | 563.54 | 622.80 |
| 人数（人）      | 13        | 13     | 11     | 11     |
| 人均工资（万元/年） | 26.02     | 67.58  | 50.85  | 56.62  |

注 9：人数取值系根据该人员担任公司关键管理人员的月份数据折算得出。2022 年 1 至 6 月人均工资为半年数据。

其中，2020 年度，发行人关键管理人员薪酬总额和人均薪酬水平降低，主要原因是原因系受疫情影响导致 2020 年度绩效目标未达成，关键管理人员薪酬有所下降。

## 2. 同行业可比公司关键管理人员平均薪酬水平及其变动

报告期各期，同行业可比公司关键管理人员人均薪酬变动如下：

| 公司名称             | 2022年1-6月<br>(万元/年) | 2021年度<br>(万元/年) | 2020年度<br>(万元/年) | 2019年度<br>(万元/年) |
|------------------|---------------------|------------------|------------------|------------------|
| 深圳市裕同包装科技股份有限公司  | 50.96               | 96.77            | 76.21            | 88.83            |
| 上海艾录包装股份有限公司     | 14.74               | 34.76            | 31.02            | 21.46            |
| 美盈森集团股份有限公司      | 43.81               | 70.01            | 58.02            | 39.30            |
| 中荣印刷集团股份有限公司     | 未披露                 | 59.76            | 56.40            | -                |
| 天津艺虹智能包装科技股份有限公司 | 未披露                 | 23.77            | 19.68            | -                |
| <b>平均值</b>       | <b>36.50</b>        | <b>59.03</b>     | <b>50.77</b>     | <b>48.88</b>     |
| <b>发行人</b>       | <b>26.02</b>        | <b>67.58</b>     | <b>50.85</b>     | <b>56.62</b>     |

注 10：数据来源为上市公司定期报告、拟上市公司的招股说明书。其中人数取值系该人员担任公司关键管理人员的月份数据折算得出。

发行人关键管理人员人均薪酬水平与美盈森集团股份有限公司和中荣印刷集团股份有限公司相当。深圳市裕同包装科技股份有限公司为包装行业的龙头企业，其整体业务规模较大、应用领域广泛、覆盖地域较广，管理成本相对较高。天津艺虹智能包装科技股份有限公司主要位于天津，薪酬水平与南方沿海城市相比差异较大。

### （三）同地区上市公司关键管理人员平均薪酬水平及其变动

报告期各期，深圳市印刷行业的上市公司关键管理人员人均薪酬变动如下：

| 公司名称            | 2022年1-6月<br>(万元/年) | 2021年度<br>(万元/年) | 2020年度<br>(万元/年) | 2019年度<br>(万元/年) |
|-----------------|---------------------|------------------|------------------|------------------|
| 深圳劲嘉集团股份有限公司    | 55.63               | 87.68            | 74.58            | 57.83            |
| 美盈森集团股份有限公司     | 43.81               | 70.01            | 58.02            | 47.73            |
| 深圳王子新材料股份有限公司   | 20.72               | 41.77            | 34.38            | 38.16            |
| 深圳市裕同包装科技股份有限公司 | 50.96               | 96.77            | 87.10            | 96.24            |

|     |       |       |       |       |
|-----|-------|-------|-------|-------|
| 平均值 | 42.78 | 75.88 | 64.24 | 59.43 |
| 发行人 | 26.02 | 67.58 | 50.85 | 56.62 |

注 11：数据来源为上市公司定期报告。

发行人关键管理人员人均薪酬水平与深圳市印刷行业的上市公司关键管理人员薪酬水平大致相当。

(二) 说明报告期内董监高变动情况、变动比例、离职(如有)原因、董监高是否发生重大不利变化

### 1. 发行人董事最近三年发生的变动

| 序号 | 报告期初人员  | 变更日期       | 董事变更情况   | 变更原因 |
|----|---|------------|--|------|
| 1  | 报告期初发行人第三届董事会共有董事 8 人, 即赵国义、赵国祥、赵国忠、姜怡坤、苏凤英、初大智、杨强、罗少敏, | 2020.05.20 | 2019 年年度股东大会换届选举: 第四届董事会共有 7 人, 董事赵国义、赵国祥、苏凤英、初大智、杨强未发生变化。原独立董事罗少敏因已担任发行人两届独立董事、不再连任。赵国忠、姜怡坤不再担任董事, 选举王志永、汤崇辉为董事 | 换届选举 |
| 2  | 其中, 初大智、杨强、罗少敏为独立董事(注 12)                               | 2021.11.12 | 2021 年第三次临时股东大会增选赵国忠为董事, 补选盛宝军为独立董事  | 增补董事 |

经信达律师核查, 报告期内, 为完善公司治理结构, 规范公司运作, 发行人增加了 1 名董事, 发行人董事会组成人员由 8 名增加至 9 名。

注 12: 报告期初, 根据《公司章程》第九十六条、第一百零六条的规定, 发行人董事会由九名董事组成, 独立董事不超过三名。因第三届董事会的董事惠晓明于报告期之前辞职, 第三届董事会于报告期初共有 8 人。经 2020 年 5 月 20 日召开的发行人 2019 年年度股东大会修订章程并选举产生第四届董事会, 根据修订后的《公司章程》第一百条、第一百一十条的规定, 董事会由七名董事组成, 其中应有两名以上独立董事。经 2021 年 11 月 12 日召开的发行人 2021 年第三次临时股东大会修订章程, 根据修订后《公司章程》第四十一条的规定, 董事会由九名董事组成。2021 年第三次临时股东大会补选一名独立董事、增选一名董事。

### 2. 发行人监事最近三年发生的变动

| 序号 | 报告期初人员                                      | 变更日期       | 监事变更情况  | 变更原因 |
|----|---|------------|---|------|
| 1  | 报告期初发行人第三届监事会共有监事3人,即杜全立、纪春艳、王亚君,王亚君为职工代表监事 | 2020.05.20 | 换届选举,第四届监事会共有监事3人,2019年年度股东大会选举股东代表监事杜全立、纪春艳,职工代表监事为左芳玲 | 换届选举 |
| 2  |   | 2021.04.19 | 职工代表监事左芳玲辞去监事职务,2021年第一次职工代表大会补选李叶为职工代表监事               | 员工离职 |
|    |   | 2021.05.20 | 股东代表监事纪春艳辞去监事职务,2020年年度股东大会补选杨玲娟为股东代表监事                 | 员工离职 |
| 3  |   | 2021.11.12 | 股东代表监事杨玲娟辞去监事职务,2021年第三次临时股东大会补选张娟为股东代表监事               | 工作调动 |

### 3. 发行人高级管理人员最近三年发生的变动

| 报告期初人员                              | 变更日期       | 高级管理人员变更情况                                     | 变更原因 |
|-------------------------------------|------------|--|------|
| 赵国义为总经理,赵国祥为副总经理,苏凤英为财务总监,黄海英为董事会秘书 | 2021.04.29 | 赵国义辞去总经理职务,第四届董事会第四次会议聘任、赵国祥为总经理,赵国祥不再担任副总经理职务 | 职务调整 |

### 4. 上述人员变动是否构成重大不利变化

《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第1号》第1-5条“经营稳定性”要求:“保荐机构对发行人的董事、高级管理人员是否发生重大不利变化的认定,应当本着实质重于形式的原则,综合两方面因素分析:一是最近24个月内变动人数及比例,在计算人数比例时,以上述人员合计总数作为基数;二是上述人员离职或无法正常参与发行人的生产经营是否对发行人生产经营产生重大不利影响。变动后新增的上述人员来自原股东委派或发行人内部培养产生的,原则上不构成重大不利变化;发行人管理层因退休、调任、亲属间继承等原因发生岗位变化的,原则上不构成重大不利变化,但发行人应当披露相关人员变动对公司生产经营的影响。如果最近24个月内发行人上述人员变动人数比例较大或上述人员中的核心人员发生变化,进而对发行人的生产经营产生重大不利影响的,应视为发生重大不利变化。”

经计算,报告期内,发行人董事、高级管理人员的变动人数为2人(剔除连

续任职已满 6 年而不得连任独立董事及其继任者 2 人), 担任董事及高级管理人员(剔除重复人数)合计 15 人, 变动人数比例为 13.33%; 发行人监事变动人数为 2 人(剔除职工代表大会选举产生的职工代表监事 2 人), 担任监事合计 7 人, 变动人数比例为 28.57%; 上述变动比例均低于三分之一。

董事、高级管理人员变动 2 人中, 盛宝军系因《公司章程》修改董事会席位而补选的独立董事, 有利于优化公司治理结构。汤崇辉系发行人内部培养的员工, 其在担任发行人董事之前已担任创意设计中心总监。因此, 发行人上述董事、高级管理人员的变化均不构成重大不利变化。

综上, 信达认为, 报告期内, 发行人的董事、监事、高级管理人员没有发生重大不利变化。

**三、实际控制人认定。请发行人说明赵国义、赵国祥、赵国忠签署《一致行动协议》的协议期限、解除条件, 未将赵国祥、赵国忠认定为共同实控人的原因**

**(一) 赵国义、赵国祥、赵国忠签署《一致行动协议》的协议期限、解除条件**

根据赵国义、赵国忠、赵国祥于 2022 年 6 月 14 日签署并生效的《一致行动协议》, 赵国忠、赵国祥为发行人控股股东、实际控制人赵国义的一致行动人, 约定赵国忠、赵国祥在董事会、股东大会决策时与赵国义保持一致, 一致行动期限自协议生效之日起至发行人在北京证券交易所上市之日起三年内有效, 经三方协商一致可以书面解除。

**(二) 未将赵国祥、赵国忠认定为共同实控人的原因**

根据中登公司北京分公司出具的权益登记日为 2022 年 6 月 30 日的《前 200 名全体排名证券持有人名册》, 发行人董事长赵国义持有发行人 44.1806% 的股份, 持有柏星龙投资 91.2717% 股权, 持有柏星龙创意投资 26.8% 出资额并担任其执行事务合伙人; 柏星龙投资持有发行人 6.5909% 股份, 柏星龙创意投资持有发行人 4.8214% 股份, 因此, 赵国义能够实际支配发行人合计 55.5929% 股份的表决权。

根据《股票上市规则》12.1 条第(八)项、第(九)项、第(十)项,《全国中小企业股份转让系统挂牌公司信息披露规则》第六十八条第(六)项、第(七)项的规定,赵国义可以实际支配的发行人股份表决权超过 50%,并且该等股份的表决权足以对公司股东大会的决议产生重大影响,因此,赵国义是发行人的实际控制人。

发行人于 2015 年 8 月 14 日起在全国股转系统挂牌公开转让。经信达律师查阅《深圳市柏星龙创意包装股份有限公司公开转让说明书》及发行人在全国股转系统网站披露的 2015 年至 2021 年历年年度报告,发行人的实际控制人均为赵国义,发行人的实际控制人自其全国股转系统挂牌至今未发生过变更。

根据《非上市公众公司收购管理办法》第四十三条、《上市公司收购管理办法》第八十三条的规定,如无相反证据,赵国忠、赵国祥作为赵国义的兄弟,亦为赵国义的一致行动人。赵国义、赵国忠、赵国祥签订《一致行动协议》,系为明确其在发行人董事会和股东大会行使表决权时如遇分歧事项的决策机制。

基于上述,信达认为,赵国义能够实际支配发行人 50% 以上股份的表决权,其实际控制人的地位未曾发生变更,因此未将赵国祥、赵国忠认定为共同实控人。

**四、股权激励情况。申报文件显示,报告期内,发行人实施了股权激励计划。请发行人说明:股权激励的具体情况,包括激励对象、股份数量、行权情况等;发行人是否存在其他未披露的股权激励或特殊投资约定等可能影响发行人股权稳定的事项**

**(一) 股权激励的具体情况,包括激励对象、股份数量、行权情况等**

报告期内,发行人实施了一次股权激励计划。

发行人于 2019 年 12 月 13 日在全国股转系统网站公告了本次股权激励方案,于 2019 年 12 月 17 日在全国股转系统网站公告了《股权激励计划拟授予名单及份额的公告》。2019 年 12 月 28 日,发行人 2019 年第二次临时股东大会审议通过了《深圳市柏星龙创意包装股份有限公司股权激励计划》。

根据《深圳市柏星龙创意包装股份有限公司股权激励计划》《股权激励计划拟授予名单及份额的公告》,本次股权激励计划的股票来源为赵国义以每股 3.42

元的价格向员工持股平台柏星龙创意投资转让的 250 万股发行人股票，其中，首次授予的激励对象人数为 20 人，激励对象以每一元注册资本 3.42 元的价格受让员工持股平台出资额。

本次激励计划分次实施。根据发行人于 2019 年 12 月 17 日在全国股转系统网站披露的《股权激励计划拟授予名单及份额的公告》，本次激励计划第一批授予人数为 20 人，具体情况如下：

| 序号 | 姓名   | 授予时职务               | 持有柏星龙创意投资<br>出资额(万元) | 出资比例(%) |
|----|------|---------------------|----------------------|---------|
| 1  | 苏凤英  | 董事、财务中心总监           | 68.400               | 8.00    |
| 2  | 叶阿敏  | 国际事业部业务总监           | 68.400               | 8.00    |
| 3  | 骆欢乐  | 采购部经理               | 68.400               | 8.00    |
| 4  | 纪春艳  | 大客户经理               | 68.400               | 8.00    |
| 5  | 王志永  | 供应链管理中心总监           | 51.300               | 6.00    |
| 6  | 王健   | 惠州柏星龙副总经理           | 34.200               | 4.00    |
| 7  | 杨玲娟  | 执行总裁助理              | 34.200               | 4.00    |
| 8  | 李开华  | 开发部经理               | 34.200               | 4.00    |
| 9  | 刘文懿  | 区域营销一部经理            | 34.200               | 4.00    |
| 10 | 卢文刚  | 质量管理部经理             | 34.200               | 4.00    |
| 11 | 李浩   | 区域营销三部经理            | 34.200               | 4.00    |
| 12 | 黄木辉  | 财务中心经理              | 34.200               | 4.00    |
| 13 | 陈睿   | 国际营销一部经理            | 34.200               | 4.00    |
| 14 | 李东锋  | 品牌策略中心总监            | 34.200               | 4.00    |
| 15 | 欧阳海翠 | BA 工作室首席创意官         | 34.200               | 4.00    |
| 16 | 汤崇辉  | 创意设计中心总监            | 27.360               | 3.20    |
| 17 | 欧军忠  | 创意指导                | 20.007               | 2.34    |
| 18 | 杜全立  | 酒类包装事业部总监、<br>监事会主席 | 17.100               | 2.00    |
| 19 | 黄海英  | 董事会秘书               | 17.100               | 2.00    |
| 20 | 陈粤君  | 创意指导                | 10.260               | 1.20    |
| 小计 |      |                     | 758.727              | 88.74   |
| 21 | 赵国义  | 董事长                 | 96.273               | 11.26   |
| 合计 |      |                     | 855.000              | 100.00  |

如上表所示，赵国义在柏星龙创意投资持有的 96.273 万元出资额系本次激励计划的预留部分，预留部分的授予的对象、价格及数量经发行人董事会批准后，通过赵国义向激励对象转让柏星龙创意投资出资额的方式实施。本次激励计划预留部分的授予并不会影响发行人的股权结构。

上述激励对象中，欧阳海翠、纪春艳、陈粤君、欧军忠已离职，其所持柏星龙创意投资的出资额已依约转让给赵国义。

根据发行人截至 2022 年 6 月 30 日的《员工花名册》，柏星龙创意投资提供的营业执照、合伙协议、工商登记档案资料、调查表并经信达律师查询国家企业信用信息公示系统网站信息，截至《补充法律意见书（一）》出具日，柏星龙创意投资合伙人出资情况如下：

| 序号  | 姓名  | 发行人处（含子公司）任职 | 出资额（万元） | 出资比例（%） |
|-----|-----|--------------|---------|---------|
| 1.  | 赵国义 | 董事长          | 229.140 | 26.80   |
| 2.  | 叶阿敏 | 国际事业部总经理     | 68.400  | 8.00    |
| 3.  | 骆欢乐 | 综合管理部经理      | 68.400  | 8.00    |
| 4.  | 苏凤英 | 董事、财务总监      | 68.400  | 8.00    |
| 5.  | 王志永 | 董事、贵州柏星龙总经理  | 51.300  | 6.00    |
| 6.  | 王健  | 国际供应链管理中心总监  | 34.200  | 4.00    |
| 7.  | 杨玲娟 | 茶食事业部总监      | 34.200  | 4.00    |
| 8.  | 李开华 | 山西柏星龙厂长      | 34.200  | 4.00    |
| 9.  | 刘文懿 | 营销部经理        | 34.200  | 4.00    |
| 10. | 卢文刚 | 质量管理部经理      | 34.200  | 4.00    |
| 11. | 李浩  | 酒类事业一部总监     | 34.200  | 4.00    |
| 12. | 黄木辉 | 财务中心副总监      | 34.200  | 4.00    |
| 13. | 陈睿  | 国际营销中心总监     | 34.200  | 4.00    |
| 14. | 李东锋 | 品牌策略中心总监     | 34.200  | 4.00    |
| 15. | 汤崇辉 | 创意设计中心总监     | 27.360  | 3.20    |
| 16. | 杜全立 | 副总裁、监事       | 17.100  | 2.00    |
| 17. | 黄海英 | 董事会秘书        | 17.100  | 2.00    |
| 合计  |     |              | 855.000 | 100.00  |

根据发行人的确认并经信达律师查阅发行人于全国股转系统网站的公告、发行人董事会自报告期初至今的会议文件，截至《补充法律意见书（一）》出具日，发行人尚未实施上述股权激励计划预留部分股份的授予。

## （二）发行人是否存在其他未披露的股权激励或特殊投资约定等可能影响发行人股权稳定的事项

根据发行人提供的工商登记档案等资料及其确认、中登北京分公司出具的权益登记日为2022年6月30日的《前200名全体排名证券持有人名册》，并经信达律师查阅发行人在全国股转系统网站所披露的公告及其自全国股转系统挂牌公开转让后的股东名册，剔除股权激励对象、做市商及发行人在全国股转系统挂牌期间通过集合竞价、连续竞价、做市交易等公开交易方式增加的股东后，信达律师核查了其余股东与发行人或赵国义、赵国祥、赵国忠签订的增资协议或股权转让协议等交易文件；发行人的股票自2022年6月29日起在全国股转系统停牌，截至《补充法律意见书（一）》出具日，发行人的股东情况未发生变化。

经核查，交易文件中存在特殊投资约定的历史股东分别为中证嘉湖、英琦恒洲、中科宏易；相关特殊投资约定均已于发行人在全国股转系统挂牌公开转让之前解除。

根据发行人自全国股转系统挂牌公开转让后的股东名册并经信达律师访谈荆涛、中科宏易，中科宏易自2017年1月起不再持有发行人股票，英琦恒洲自2018年3月起不再持有发行人股票，并于2019年5月注销，中证嘉湖自2020年11月起不再持有发行人股票。

除上述历史股东外，根据相关股东填写的调查表并经信达律师访谈荆涛、中证汇海、唐庆宇、赵国义、赵国忠、赵国祥，发行人的董事、监事、高级管理人员与荆涛、中证汇海、唐庆宇之间不存在特殊投资约定或其他可能影响发行人股权稳定的协议安排。

根据发行人及其实际控制人的确认，并经信达律师查阅发行人于全国股转系统网站的公告、发行人董事会、股东大会自报告期初至今的会议文件，截至《补充法律意见书（一）》出具日，发行人不存在其他未披露的股权激励或特殊投资约定等可能影响发行人股权稳定的事项。

五、员工人数大幅增长的合理性。申报文件显示，报告期内，发行人的员工人数为 518 人、523 人、732 人。请发行人结合员工结构、薪酬结构、社保缴纳、与收入和利润的匹配性等，说明报告期内员工人数大幅增长的原因及合理性

报告期各期末，发行人（含控股子公司，下同）员工人数分别为 518 人、523 人、732 人、814 人，其中，2021 年末较上年末增长幅度较大，主要原因包括：（1）2021 年西南生产基地贵州柏星龙投入使用，逐步增加生产人员；（2）随着经营规模的扩大，公司相应扩大管理人员规模与设计团队规模。具体情况如下：

### （一）员工结构

报告期各期末，发行人员工结构如下表所示：

| 人员类型      | 2022 年 6 月末 |               | 2021 年末    |               | 2020 年末    |              | 2019 年末    |
|-----------|-------------|---------------|------------|---------------|------------|--------------|------------|
|           | 人数<br>(人)   | 增长率           | 人数<br>(人)  | 增长率           | 人数<br>(人)  | 增长率          | 人数 (人)     |
| 销售人员      | 111         | -3.48%        | 115        | 19.79%        | 96         | -2.04%       | 98         |
| 管理人员      | 212         | 15.85%        | 183        | 48.78%        | 123        | -12.14%      | 140        |
| 生产人员      | 375         | 19.81%        | 313        | 49.05%        | 210        | 9.95%        | 191        |
| 设计与研发人员   | 116         | -4.13%        | 121        | 28.72%        | 94         | 5.62%        | 89         |
| <b>合计</b> | <b>814</b>  | <b>11.20%</b> | <b>732</b> | <b>39.96%</b> | <b>523</b> | <b>0.97%</b> | <b>518</b> |

如上表所示，2021 年人员增加主要系生产人员、管理人员、设计与研发人员增加所致。其中，生产人员增加系 2021 年西南生产基地贵州柏星龙逐步投产，陆续招聘车间工人所致。管理人员增加，主要系随着公司经营规模逐步扩大，人员招聘、财务核算压力增加，发行人相应增加一定数量的人力资源与行政人员和财务人员所致。设计与研发人员增加，主要系随着经营规模扩大，公司扩充设计与研发团队所致。

### （二）薪酬结构

报告期内，员工薪酬分类别的具体情况如下表所示：

| 项目   | 2022 年 1-6 月 |     | 2021 年     |        | 2020 年     |         | 2019 年     |
|------|--------------|-----|------------|--------|------------|---------|------------|
|      | 金额<br>(万元)   | 增长率 | 金额<br>(万元) | 增长率    | 金额<br>(万元) | 增长率     | 金额<br>(万元) |
| 主营业务 | 1,190.51     | -   | 2,620.24   | 79.07% | 1,463.25   | -21.17% | 1,856.26   |

|           |                 |          |                 |               |                 |               |                 |
|-----------|-----------------|----------|-----------------|---------------|-----------------|---------------|-----------------|
| 成本-直接人工   |                 |          |                 |               |                 |               |                 |
| 销售费用-人员薪酬 | 1,152.53        | -        | 2,266.65        | 16.42%        | 1,946.99        | -8.52%        | 2,128.39        |
| 管理费用-人员薪酬 | 1,806.75        | -        | 3,357.56        | 49.99%        | 2,238.53        | -6.75%        | 2,400.61        |
| 研发费用-人员薪酬 | 592.82          | -        | 1,030.66        | 6.95%         | 963.68          | 18.27%        | 814.84          |
| <b>合计</b> | <b>4,742.61</b> | <b>-</b> | <b>9,275.11</b> | <b>40.27%</b> | <b>6,612.46</b> | <b>-8.16%</b> | <b>7,200.10</b> |

如上表所示，各类薪酬中，2021年主营业务成本中的人员薪酬增长幅度最大，其次为管理费用中的人员薪酬，与2021年生产人员、管理人员增长的幅度相匹配。

### (三) 社保缴纳情况

报告期内，员工社保缴纳金额及社保缴纳人数如下表所示：

| 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 |
|--------|------------|--------|-------------|--------|-------------|-------|-------------|
|        | 人数(人)      | 增长率    | 人数(人)       | 增长率    | 人数(人)       | 增长率   | 人数(人)       |
| 员工人数   | 814        | 11.20% | 732         | 39.96% | 523         | 0.97% | 518         |
| 社保缴纳人数 | 823        | 15.10% | 715         | 35.93% | 526         | 0.38% | 524         |

注 13：社保缴纳人数与员工人数的差异主要系新员工入职尚未缴纳，退休返聘无需缴纳等原因。

如上表所示，发行人员工数量分别为 518 人、523 人、732 人、814 人，发行人为员工缴纳社保的人数分别为 524 人、526 人、715 人、823 人，员工人数与社保缴纳人数基本匹配。

### (四) 与收入和利润的匹配性

报告期内，发行人合并报表范围内主营业务收入及扣除非经常性损益后归属于发行人股东的净利润情况如下：

| 项目     | 2022年1-6月 |        | 2021年     |        | 2020年     |         | 2019年     |
|--------|-----------|--------|-----------|--------|-----------|---------|-----------|
|        | 金额(万元)    | 增长率    | 金额(万元)    | 增长率    | 金额(万元)    | 增长率     | 金额(万元)    |
| 主营业务收入 | 24,516.82 | 36.61% | 42,208.36 | 51.67% | 27,829.05 | -21.21% | 35,318.59 |

|                 |          |         |          |         |          |         |          |
|-----------------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| 扣除非经常性损益后的归母净利润 | 2,467.49 | 139.66% | 3,656.26 | 130.03% | 1,589.47 | -45.83% | 2,934.24 |
|-----------------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|

报告期内，发行人合并报表范围内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，增长率分别为-21.21%、51.67%、36.61%；扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润分别为 2,934.24 万元、1,589.47 万元、3,656.26 万元、2,467.49 万元，增长率分别为-45.83%、130.03%、139.66%。2021 年公司主营业务收入及扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润较 2020 年有较大幅度增长，增长率与 2021 年员工人数增长率基本匹配。

综上，报告期内，员工人数较大幅度增长主要系 2021 年西南生产基地贵州柏星龙逐步投产，陆续招聘车间工人，以及随着经营规模的扩大公司 2021 年相应增加行政管理人员及设计与研发人员所致，与员工结构、薪酬结构、社保缴纳人数、收入和利润变动情况相匹配，具有合理性。

#### 核查程序：

1. 查阅发行人报告期内适用的《公司章程》《利润分配管理制度》及自其在全国股转系统挂牌以来披露的历次分红相关公告；

2. 访谈发行人管理层，了解发行人报告期内多次、大额分红的原因及合理性；

3. 取得发行人实际控制人及其配偶的个人资金流水，取得实际控制人出具的关于分红资金使用情况的说明及相关证明文件，核查实际控制人对历次分红资金的使用情况，以及实际控制人是否与发行人客户、供应商存在资金往来，是否存在为发行人分担成本费用的情形；

4. 获取发行人薪酬制度，董事、监事、高级管理人员名单，董事、监事、高级管理人员薪酬明细表，计算关键管理人员的薪酬水平；访谈公司管理层，了解发行人关键管理人员薪酬变动的的原因；查询同行业可比公司、同地区相近行业的上市公司关键管理人员薪酬水平，分析其与发行人薪酬水平差异情况；

5. 查阅报告期内发行人董事会、监事会、股东大会会议文件，了解董事、监事、高级管理人员的变化情况；

6. 查阅赵国义、赵国忠及赵国祥于 2022 年 6 月签署的《一致行动协议》；
7. 查阅中登公司北京分公司出具的权益登记日为 2022 年 6 月 30 日的《前 200 名全体排名证券持有人名册》；
8. 查阅《深圳市柏星龙创意包装股份有限公司公开转让说明书》及发行人在全国股转系统挂牌以来披露的定期报告；
9. 查阅发行人报告期内的董事会、监事会、股东大会会议文件及公告，查询发行人在全国股转系统网站披露的股权激励方案；
10. 查阅发行人报告期内各期末的员工花名册，核查柏星龙创意投资合伙人在发行人或其子公司的任职情况；
11. 查阅柏星龙创意投资的工商登记资料、合伙协议、各合伙人填写的调查表并查询国家企业信用信息公示系统网站公示的柏星龙创意投资出资人情况；
12. 查阅发行人的工商登记资料，剔除发行人在全国股转系统挂牌期间通过集合竞价、连续竞价、做市交易等公开交易方式增加的股东，排查可能签订特殊投资约定的历史股东，查阅曾签署的特殊投资约定协议及其解除协议，并就此访谈相关股东及赵国义、赵国忠、赵国祥，取得相关股东关于不存在特殊投资约定的书面确认及其调查表；
13. 查阅发行人报告期内的审计报告、报告期各期末的员工花名册、发行人社保缴纳明细，并就员工数量变动原因访谈发行人管理层。

#### **核查结论：**

1. 发行人自全国股转系统挂牌转让以来执行稳定的分红政策，积极回报股东，报告期内多次、大额分红具有合理性；
2. 发行人实际控制人取得的历次分红资金主要用于理财和基金投资、购置房产等用途，实际控制人与发行人客户、供应商不存在资金往来，不存在为发行人分担成本费用情形；
3. 发行人关键管理人员薪酬符合公司薪酬政策。受疫情影响，发行人 2020 年度绩效目标未达成，关键管理人员薪酬有所下降。发行人关键管理人员薪酬水

平介于同行业可比公司之间，与同地区相近行业的上市公司关键管理人员薪酬水平相当，发行人关键管理人员薪酬水平合理；

4. 报告期内，发行人的董事、监事、高级管理人员未发生重大不利变化；

5. 报告期内，赵国义能够实际支配发行人股份表决权超过 50%，其实际控制人的地位未曾发生变更，因此未将赵国祥、赵国忠认定为共同实控人；

6. 截至《补充法律意见书（一）》出具日，发行人不存在其他未披露的股权激励或特殊投资约定等可能影响发行人股权稳定的事项；

7. 报告期内，发行人员工数量增长具有合理性，与发行人员工结构、薪酬结构、社保缴纳、收入和利润变化情况相匹配。

## 第二节关于补充核查期间的法律意见

### 一、 本次发行上市的实质条件

#### （一）本次发行的实质条件

经核查，信达认为，截至《法律意见书》出具日，发行人本次发行符合《公司法》《证券法》《注册管理办法》规定的下列公开发行股票的条件：

1. 发行人本次拟发行的股票为每股面值人民币壹元的人民币普通股，同股同权、同股同利，每股的发行条件与发行价格相同，每股发行价格不低于票面金额，符合《公司法》第一百二十六条及第一百二十七条的规定。

2. 本次发行上市方案已经发行人 2022 第一次临时股东大会审议通过，本次会议提供网络投票方式，决议内容包含本次发行股票种类及数额、发行对象范围、向原有股东发行新股的种类及数额、定价方式、发行价格（区间）或发行底价、募集资金用途、新股发行的起止日期、决议有效期、对董事会办理本次发行具体事宜的授权、发行前滚存利润的分配方案等，并对出席会议的持股比例在 5% 以下的中小股东表决情况单独计票并予以披露，符合《公司法》第一百三十三条及《注册管理办法》第十三条、第十四条的规定。

3. 发行人已与国金证券签署了《保荐协议》，聘请国金证券为其本次发行上市的保荐人，符合《证券法》第十条第一款的规定。

#### 4. 发行人具备健全且运行良好的组织机构

（1）如《补充法律意见书（一）》第二节之“二、发起人和股东（实际控制人）”“三、发行人的业务”“四、关联交易及同业竞争”“五、发行人的主要财产”部分所述，发行人与控股股东或实际控制人的人员、资产、财务分开，机构、业务独立，能够自主经营管理。

（2）如《补充法律意见书（一）》第二节之“七、发行人股东大会、董事会、监事会议事规则及规范运作”部分所述，发行人《公司章程》的制定符合《公司法》的规定，内容合法有效，发行人股东大会、董事会、监事会制度健全，选举了独立董事，聘请了总经理、财务总监和董事会秘书等高级管理人员。

（3）根据发行人现任董事、监事和高级管理人员填写的调查表、出具的声明、所提供的相关公安机关出具的无犯罪记录的证明及发行人的确认，并经信达律师查询中国裁判文书网、中国执行信息公开网、12309 中国检察网、中国证监会、证券交易所、证券期货市场失信记录查询平台网站信息，发行人现任董事、监事和高级管理人员具备任职资格。

综上，发行人具备健全且运行良好的组织机构，符合《证券法》第十二条第一款第（一）项、《注册管理办法》第十条第（一）项的规定。

#### 5. 发行人具有持续经营能力，财务状况良好

根据天职于 2022 年 8 月 19 日分别出具的天职业字[2022]37996 号《审计报告》（以下简称“《2022 年 1-6 月审计报告》”）、天职业字[2022]37996-1 号《内部控制鉴证报告》《2022 年半年度报告》、发行人的确认及信达律师具有的专业知识所能够作出的判断，发行人具有持续经营能力，财务状况良好，符合《证券法》第十二条第一款第（二）项及《注册管理办法》第十条第（二）项的规定。

#### 6. 发行人最近三年财务会计报告无虚假记载，被出具无保留意见审计报告

根据《审计报告》《2022 年 1-6 月审计报告》、发行人的确认，发行人最近三年财务会计报告无虚假记载，被出具无保留意见审计报告，符合《证券法》第十二条第一款第（三）项、《注册管理办法》第十条第（三）项的规定。

7. 发行人依法规范经营，发行人及其控股股东、实际控制人最近三年不存在贪污、贿赂、侵占财产、挪用财产或者破坏社会主义市场经济秩序的刑事犯罪，最近三年不存在欺诈发行、重大信息披露违法或者其他涉及国家安全、公共安全、生态安全、生产安全、公众健康安全等领域的重大违法行为，最近一年未受到中国证监会行政处罚。

根据《审计报告》《2022 年 1-6 月审计报告》《2022 年半年度报告》《控股股东及其他关联方资金占用情况的专项说明审核报告》《信用中国（广东）企业信用报告（无违法违规证明版）》、公安机关出具的无犯罪记录的证明、相关政府主管部门出具的证明文件，发行人控股股东、实际控制人出具的声明，发行

人的确认及其提供的资料，并经信达律师查询国家企业信用信息公示系统、信用中国、中国裁判文书网、中国执行信息公开网、12309 中国检察网、中国证监会、证券交易所、证券期货市场失信记录查询平台、相关政府主管部门网站信息、发行人报告期内在全国股转系统网站披露的公告，发行人符合《证券法》第十二条第一款第（四）项、《注册管理办法》第十条第（四）项的规定，不存在《注册管理办法》第十一条规定的不得公开发行股票的情形。

8. 如《律师工作报告》第二节之“三、发行人本次发行股票的主体资格”之“（三）发行人为在全国股转系统连续挂牌满十二个月的创新层挂牌公司”部分所述，发行人符合《注册管理办法》第九条的规定。

## （二）本次发行上市的实质条件

经核查，发行人本次发行上市符合《股票上市规则》规定的下列上市条件：

1. 如《律师工作报告》第二节之“三、发行人本次发行股票的主体资格”之“（三）发行人为在全国股转系统连续挂牌满十二个月的创新层挂牌公司”部分所述，发行人符合《股票上市规则》第 2.1.2 条第一款第（一）项的规定。

2. 如《补充法律意见书（一）》第二节之“一、本次发行上市的实质条件”之“（一）本次发行的实质条件”部分所述，发行人符合《股票上市规则》第 2.1.2 条第一款第（二）项的规定。

3. 根据《2022 年 1-6 月审计报告》，发行人 2022 年 6 月底期末归属于挂牌公司股东的净资产为 23,885.84 万元，不低于 5,000 万元，符合《股票上市规则》第 2.1.2 条第一款第（三）项的规定。

4. 根据发行人 2022 年第一次临时股东大会会议决议，发行人拟向不特定合格投资者公开发行股票不超过 1,296.3 万股，发行对象不少于 100 人；根据《招股说明书》，本次拟向不特定合格投资者公开发行股票不超过 1,296.30 万股（含本数，不含行使超额配售选择权），股份数量不少于 100 万股，符合《股票上市规则》第 2.1.2 条第一款第（四）项的规定。

5. 根据《2022 年 1-6 月审计报告》及发行人在全国股转系统网站披露的公告，本次发行上市前，发行人股本总额为 5,185.20 万元，本次发行后公司股本总

额将不少于 3,000 万元，符合《股票上市规则》第 2.1.2 条第一款第（五）项的规定。

6. 根据中登公司北京分公司出具的权益登记日为 2022 年 6 月 30 日的《前 200 名全体排名证券持有人名册》，截至权益登记日，发行人的股东人数为 113 人；根据发行人 2022 年第一次临时股东大会会议决议，本次发行对象不少于 100 人，因此，本次发行后发行人的股东人数将不少于 200 人，公众股东持股比例不低于公司股本总额的 25%，符合《股票上市规则》第 2.1.2 条第一款第（六）项的规定。

7. 根据保荐人出具的《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京证券交易所上市之预计市值的分析报告》，发行人预计市值不低于 2 亿元；根据《审计报告》，发行人 2020 年度、2021 年度归属于母公司股东的净利润（以扣除非经常性损益前后孰低者为依据）分别为 1,589.47 万元、3,656.26 万元，均不低于 1,500 万元；且加权平均净资产收益率（以扣除非经常性损益前后孰低者为依据）分别为 8.13%、17.34%，平均不低于 8%，符合《股票上市规则》第 2.1.2 条第一款第（七）项、第 2.1.3 条第一款第（一）项的规定。

8. 如《补充法律意见书（一）》第二节之“一、本次发行上市的实质条件”之“（一）本次发行的实质条件”之第“7”项部分所述，发行人不存在《股票上市规则》第 2.1.4 条第（一）项至第（五）项规定的情形。

9. 根据发行人的确认，如《补充法律意见书（一）》第二节之“二、发起人和股东（实际控制人）”“三、发行人的业务”“四、关联交易及同业竞争”“五、发行人的主要财产”“八、发行人董事、监事和高级管理人员及其变化”部分所述，并经信达律师查询中国执行信息公开网网站信息，发行人不存在《股票上市规则》第 2.1.4 条第（六）项规定的情形：发行人主营业务、控制权、管理团队稳定，最近 24 个月内主营业务未发生重大变化，最近 24 个月内实际控制人未发生变更，最近 24 个月内董事、高级管理人员未发生重大不利变化，发行人或其控股股东、实际控制人、对发行人主营业务收入或净利润占比超过 10%的重要子公司不存在被列入失信被执行人名单且尚未消除的情形。

10. 根据发行人的确认，并经信达律师核查《公司章程》条款内容，发行人无表决权差异安排，不适用《股票上市规则》第 2.1.5 条的规定。

综上，信达认为，截至《补充法律意见书（一）》出具日，发行人本次发行上市已符合相关法律、法规及中国证监会、北京证券交易所规定的各项实质性条件，但尚需北京证券交易所审核同意和中国证监会同意注册。

## 二、 发起人和股东（实际控制人）

### （一） 发行人目前的股东情况

经信达律师查阅中登公司北京分公司出具的权益登记日为 2022 年 6 月 30 日的《前 200 名全体排名证券持有人名册》，截至权益登记日，发行人在册股东共计 113 名，剔除发行人在全国股转系统挂牌期间通过集合竞价、连续竞价、做市交易等公开交易方式增加的股东后，共有 13 名自然人股东。根据发行人该 13 名自然人股东提供的身份证明文件、调查表、书面确认并经信达律师查询中国证监会、证券期货市场失信记录查询平台网站的信息，该等股东均不存在被法律法规限制或者禁止投资的情形。

其中，持有发行人股份数量前十名的股东如下表所示：

| 序号 | 股东名称    | 持股数量（股）    | 持股比例（%） |
|----|---------|------------|---------|
| 1  | 赵国义     | 22,908,500 | 44.1806 |
| 2  | 赵国祥     | 6,831,500  | 13.1750 |
| 3  | 柏星龙投资   | 3,417,500  | 6.5909  |
| 4  | 赵国忠     | 3,278,600  | 6.3230  |
| 5  | 荆涛      | 3,000,000  | 5.7857  |
| 6  | 柏星龙创意投资 | 2,500,000  | 4.8214  |
| 7  | 唐庆宇     | 1,852,000  | 3.5717  |
| 8  | 张军      | 1,700,000  | 3.2786  |
| 9  | 姜怡坤     | 1,283,500  | 2.4753  |
| 10 | 中证汇海    | 952,400    | 1.8368  |
| 合计 |         | 47,724,000 | 92.0390 |

《全国中小企业股份转让系统挂牌公司股票停复牌业务实施细则》第十二条第一款规定，“挂牌公司向中国证监会或境内证券交易所申请公开发行股票并上市，应当申请股票于收到中国证监会申报材料接收凭证或向交易所提交申报材料的次一交易日停牌。”

根据发行人分别于 2022 年 6 月 28 日、2022 年 8 月 16 日在全国股转系统网站披露的《股票停牌公告》《股票停牌进展公告》并经信达律师查阅发行人在全国股转系统网站所披露的公告，发行人的股票自 2022 年 6 月 29 日起在全国股转系统停牌，由于本次发行上市的申请尚在审核中，发行人股票将继续停牌。因此，自 2022 年 6 月 30 日至《补充法律意见书（一）》出具日，发行人的股权结构未发生变动。

## （二）发行人的控股股东、实际控制人

经信达律师核查，截至《补充法律意见书（一）》出具日，发行人董事长赵国义持有发行人 44.1806% 的股份，持有柏星龙投资 91.2717% 股权，持有柏星龙创意投资 26.8% 出资额并担任其执行事务合伙人；柏星龙投资持有发行人 6.5909% 股份，柏星龙创意投资持有发行人 4.8214% 股份，因此，赵国义能够实际支配发行人合计 55.5929% 股份。

根据《股票上市规则》12.1 条第（八）项、第（九）项、第（十）项，《全国中小企业股份转让系统挂牌公司信息披露规则》第六十八条第（六）项、第（七）项的规定，赵国义合计直接持有发行人 44.1806% 股份，能够实际支配发行人 55.5929% 股份，因此赵国义可以实际支配发行人股份表决权超过 30%，为发行人的控股股东、实际控制人，且最近两年内未发生变更。

根据赵国义、赵国忠、赵国祥签署的《一致行动协议》，赵国忠、赵国祥为发行人控股股东、实际控制人赵国义的一致行动人，赵国忠、赵国祥作为公司董事、股东，同意在发行人董事会行使表决权时、在发行人股东大会行使其所控制的表决权（包括全部股份的表决权）时与赵国义采取一致行动，且不得采取任何方式或措施对一致行动安排采取排斥行为。

综上，信达认为，赵国义为发行人的控股股东、实际控制人，发行人实际控

制人的认定不存在特殊情形；最近两年，发行人的实际控制人未发生变更，发行人实际控制人的控制权具有稳定性；发行人实际控制人的认定符合相关法律法规的规定。

### （三）发行人机构股东中“三类股东”的核查

根据中登公司北京分公司出具的权益登记日为2022年6月30日的《前200名全体排名证券持有人名册》，截止权益登记日，发行人股东中属于“三类股东”即契约型私募基金、资产管理计划、信托计划的股东有2名，为“东源嘉盈成长1号私募证券投资基金”“东源嘉盈新三板1号私募证券投资基金”，私募基金管理人均为深圳市东源嘉盈资产管理有限公司。

经信达律师查询中国证券投资基金业协会网站信息，深圳市东源嘉盈资产管理有限公司按照《中华人民共和国证券投资基金法》《私募投资基金监督管理暂行办法》《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》的规定办理登记备案。“东源嘉盈成长1号私募证券投资基金”“东源嘉盈新三板1号私募证券投资基金”已根据《中华人民共和国证券投资基金法》《私募投资基金监督管理暂行办法》等法规规定的要求在中国证券投资基金业协会进行登记备案。

### （四）关于员工持股计划、股权激励计划及期权激励计划的核查

根据发行人的确认及其提供的工商登记档案、股权激励相关协议等资料，并经信达律师查阅发行人在全国股转系统网站披露的公告、访谈相关激励对象，截至《补充法律意见书（一）》出具日，发行人不存在正在执行的员工持股计划；亦不存在已制定的期权激励计划并准备在本次发行上市后实施的情况。

## 三、 发行人的业务

### （一）发行人及其境内控股子公司新增经营资质

根据发行人提供的证照文件及其确认，并经信达律师查询国家政务服务平台、国家企业信用信息公示系统、全国排污许可证管理信息平台网站信息，截至2022年6月30日，发行人及其境内控股子公司新增以下经营资质：

| 序号 | 公司名称  | 资质名称/经营类别     | 证书/登记编号                | 颁发/登记单位  | 有效期限                  |
|----|-------|---------------|------------------------|----------|-----------------------|
| 1  | 贵州柏星龙 | 《固定污染源排污登记回执》 | 91520523MAAK6HXA48001Y | -        | 2022.05.17-2027.05.16 |
| 2  |       | 《印刷经营许可证》     | 黔印证字526070016号         | 毕节市新闻出版局 | 2022.05.23-2025.05.23 |

信达认为，截至 2022 年 6 月 30 日，发行人及其境内控股子公司开展主营业务不存在其他必需新增取得的相关资质、许可的要求。

## （二）发行人主营业务突出

根据《审计报告》《2022 年 1-6 月审计报告》《2019 年年度报告》《2020 年年度报告》《2021 年年度报告》《2022 年半年度报告》及发行人的确认，发行人 2019 年度、2020 年度、2021 年度、2022 年半年度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，占当期营业收入的比例分别为 98.98%、98.66%、99.00%、99.51%。

信达认为，发行人主营业务突出。

## 四、 关联交易及同业竞争

根据发行人的确认，并经信达律师核查发行人控股股东、实际控制人、持有发行人 5% 以上股份股东、董事、监事及高级管理人员分别填写的调查表，查询国家企业信用信息公示系统网站信息，补充核查期间，发行人的关联方变化情况如下：

| 名称          | 变更前  | 变更后  |
|-------------|--|--|
| 深圳市维宸科技有限公司 | 苏凤英持有 100% 股权，并担任执行董事、总经理。<br>经营范围：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、 <b>化妆品</b> 、鞋帽、背 | 苏凤英持有 90% 股权，并担任执行董事。<br>经营范围：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 |

|  |  |  |
|--|--|--|
|  | 包、仪器仪表、电脑及配件、文体用品、日用百货、 <b>包装材料</b> 、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）。 | 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）。 |
|--|--|--|

根据《2022年1-6月审计报告》《2022年半年度报告》及发行人的确认，并经信达律师查阅相关租赁合同，补充核查期间，发行人新增关联交易为关联租赁，具体如下：

| 序号 | 出租方           | 承租方 | 租金（元/月） | 租赁期间                  | 用途 |
|----|---------------|-----|---------|-----------------------|----|
| 1  | 深圳市鸿汐物业租赁有限公司 | 发行人 | 4,200   | 2022.06.06-2023.06.05 | 宿舍 |
| 2  | 深圳市鸿汐物业租赁有限公司 | 发行人 | 2,300   | 2022.01.04-2023.01.03 | 宿舍 |

深圳市鸿汐物业租赁有限公司为公司董事赵国忠配偶的兄弟控制的企业。根据发行人的确认，并经信达律师核查发行人补充核查期间内的会议文件及其在全国股转系统网站披露的公告信息，相关关联交易系公司日常经营需要产生，上述关联交易已经发行人第四届董事会第十一次会议审议通过，发行人独立董事就上述关联交易发表了同意的独立意见，认为“交易价格公允。该关联交易不会影响公司的独立性，不会损害公司及全体股东特别是中小股东的合法权益，关联董事已回避表决。”

## 五、 发行人的主要财产

经核查，信达认为：

### （一） 土地使用权、房屋所有权

根据《不动产登记结果》及发行人的确认，并经信达律师核查，截至2022年6月30日，惠州柏星龙拥有的土地使用权、房屋所有权不存在抵押、查封、异议等权利受到限制的情形。

### （二） 商标

根据国家知识产权局商标查询档案，并经信达律师查询国家知识产权局商标局网站信息、核查发行人持有的注册商标证书，补充核查期间，发行人在中国境内新增 3 项注册商标，具体情况如下：

| 序号 | 注册人 | 商标外观 | 注册类别 | 注册证号     | 有效期限                  | 取得方式 |
|----|-----|------|------|----------|-----------------------|------|
| 1  | 发行人 | 柏小妹  | 35   | 58194302 | 2022.01.28-2032.01.27 | 原始取得 |
| 2  | 发行人 | BXL  | 35   | 56806571 | 2022.02.21-2032.02.20 | 原始取得 |
| 3  | 发行人 | BXL  | 42   | 56812991 | 2022.03.07-2032.03.06 | 原始取得 |

根据发行人的确认并经信达律师核查，信达认为，截至 2022 年 6 月 30 日，发行人拥有的境内注册商标合法、有效，发行人未许可他人使用该等商标，亦未在该等商标上设置其他第三方权利。

### （三）专利

根据国家知识产权局于 2022 年 8 月 17 日出具的《证明》，并经信达律师查询国家知识产权局网站信息、核查发行人持有的专利权证书，补充核查期间，发行人及其控股子公司新增 9 项实用新型专利，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      |
|----|------------|------|-------------------|------|------------|
| 1  | 一种缓冲展示包装盒  | 发行人  | ZL 202121439093.X | 实用新型 | 2021.06.25 |
| 2  | 一种翻开式展示包装盒 | 发行人  | ZL 202122406713.6 | 实用新型 | 2021.09.30 |
| 3  | 一种双开式展示包装盒 | 发行人  | ZL 202122409174.1 | 实用新型 | 2021.09.30 |
| 4  | 一种展示包装盒    | 发行人  | ZL 202122467978.7 | 实用新型 | 2021.10.13 |
| 5  | 一种双开展示包装盒  | 发行人  | ZL 202122494754.5 | 实用新型 | 2021.10.15 |

| 序号 | 专利名称       | 专利权人  | 专利号               | 类型   | 专利申请日      |
|----|------------|-------|-------------------|------|------------|
| 6  | 一种升降式展示包装盒 | 发行人   | ZL 202122730010.9 | 实用新型 | 2021.11.09 |
| 7  | 一种展开展示包装盒  | 惠州柏星龙 | ZL 202121435958.5 | 实用新型 | 2021.06.25 |
| 8  | 一种展示包装盒    | 惠州柏星龙 | ZL 202121438206.4 | 实用新型 | 2021.06.25 |
| 9  | 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 |

根据发行人的确认并经信达律师核查，信达认为，截至 2022 年 6 月 30 日，发行人及惠州柏星龙拥有的专利合法、有效，上表所示专利取得方式均为原始取得，发行人及惠州柏星龙未许可他人使用其拥有的专利，亦未在该等专利上设置其他第三方权利。

#### （四） 发行人拥有主要经营设备的变化情况

根据《2022 年 1-6 月审计报告》《2022 年半年度报告》以及发行人的确认，截至 2022 年 6 月 30 日，发行人合并报表的固定资产期末金额为 6,485.88 万元。根据发行人提供的截至 2022 年 6 月 30 日的固定资产清单并经信达律师抽查新增固定资产购置凭证，发行人及其控股子公司新增的主要固定资产包括机器设备、运输工具。

根据发行人的确认、《美国法律意见》并经信达律师查询中国人民银行征信中心动产融资统一登记公示系统信息，截至 2022 年 6 月 30 日，发行人合并报表范围内主要经营设备不存在动产抵押等权利受到限制的情形。

#### （五） 发行人租赁房屋的变化情况

根据发行人提供的资料并经信达律师核查，截至 2022 年 6 月 30 日，四川柏星龙用于生产经营的租赁房产变化情况如下：

| 承租方 | 出租方 | 房地产位置 | 用途 | 租金 | 面积 (m <sup>2</sup> ) | 租赁期限 | 产权证书 |
|-----|-----|-------|----|----|----------------------|------|------|
|-----|-----|-------|----|----|----------------------|------|------|

|       |             |                      |    |              |        |                       |   |
|-------|-------------|----------------------|----|--------------|--------|-----------------------|---|
| 四川柏星龙 | 成都海瑞斯科技有限公司 | 成都市高新区吉庆一路176号1栋901号 | 办公 | 21,760.00元/月 | 272.00 | 2022.03.05-2023.11.14 | 川（2020）成都市不动产权第0344919号《不动产权证书》、川（2020）成都市不动产权第0344978号《不动产权证书》、川（2020）成都市不动产权第0344980号《不动产权证书》 |
|-------|-------------|----------------------|----|--------------|--------|-----------------------|---|

上述房屋租赁未办理合同登记备案手续。根据《民法典》第七百零六条的规定，“当事人未依照法律、行政法规规定办理租赁合同登记备案手续的，不影响合同的效力。”信达认为，四川柏星龙上述租赁合同未办理登记备案手续不影响合同的效力。

## 六、 发行人的重大债权债务

### （一） 重大合同

根据《2022年1-6月审计报告》《2022年半年度报告》《美国法律意见》、发行人的确认及其提供的《企业信用报告》等资料，并经信达律师核查相关合同、抽查订单，截至2022年6月30日，发行人及其境内控股子公司正在履行的重大合同（标的金额在500万元以上或者虽未达到前述标准但对公司生产经营活动、未来发展或财务状况具有重要影响的合同），主要包括：

#### 1. 原材料、服务采购合同

截至2022年6月30日，发行人向2022年1至6月前五名供应商的采购情况如下：

| 序号 | 供应商名称         | 合同主要内容   | 采购标的     | 2022年1-6月采购金额（万元） |
|----|---------------|--|----------|-------------------|
| 1  | 深圳市纸艺纸品包装有限公司 | 合作基本流程、交期、数量、库存、品质等权利义务、加工商考核体系、结算及激励体系、保密与廉政等 | 纸盒制品外协加工 | 919.43            |
| 2  | 惠州市文兴工艺制品有限公司 | 合作基本流程、交期、数量、库存、品质等权利义务、加工商考核体系、结算及激励体系、保密与廉政等 | 木制品外协加工  | 793.46            |
| 3  | 阜阳亿彩包装材料有限    | 合作基本流程、交期、数量、库存、品质等权利义务、加工商考核体系、               | 纸盒制品外协加工 | 474.66            |

|   |                       |   |       |        |
|---|-----------------------|---|-------|--------|
|   | 公司                    | 结算及激励体系、保密与廉政等                                      |       |        |
| 4 | 保定旭光纸<br>板制造有限<br>公司  | 合作基本流程、交期、数量、品质、<br>价格等权利义务、供应商考核体系、<br>结算体系、保密与廉政等 | 纸制品采购 | 464.05 |
| 5 | 深圳市富裕<br>金卡纸品有<br>限公司 | 合作基本流程、交期、数量、库存、<br>品质等权利义务、供应商考核体系、<br>结算体系、保密与廉政等 | 纸制品采购 | 423.48 |

## 2. 销售合同

截至 2022 年 6 月 30 日，发行人向 2022 年 1 至 6 月前五名客户的销售情况如下：

| 序号 | 客户名称                      | 合同/订单主要内容   | 合同履行期限                              | 2022 年 1-6 月<br>销售金额<br>(万元) |
|----|---------------------------|---|-------------------------------------|------------------------------|
| 1  | 承德乾隆醉酒业<br>有限责任公司         | 标的、价格、订单、交货、检验及收货、<br>付款、包装、品质、知识产权使用、保<br>密、违约责任等                                      | 2022.03.04-<br>2025.03.03           | 3,610.98                     |
| 2  | 北京顺鑫农业股<br>份有限公司牛栏<br>山酒厂 | 产品品名、数量、单价、总价、付款方<br>式、交货时间及地点、运输方式及运输<br>费用、验收、违约责任、知识产权和保<br>密责任等                     | 按需下单                                | 3,085.27                     |
| 3  | 安徽古井贡酒股<br>份有限公司          | 产品名称、规格、数量、单价、质量<br>和技术要求、加工过程、包装标准、供<br>货方式、验收、结算方式、知识产权保<br>护、违约责任等                   | 2021.07.01-<br>2022.06.30<br>(注 14) | 1,172.36                     |
| 4  | BALANCE INC.              | 产品标识、数量、交期、运输说明和运<br>输地址、装运和交付、包装、质量标准、<br>验收、发票、适用法律、争议解决等                             | 2022.01.25-<br>2024.01.25           | 1,141.67                     |
| 5  | 青海互助天佑德<br>青稞酒股份有<br>限公司  | 标的物名称、规格、单价、质量标准、<br>包装、合同期限、交货时间及地点、货<br>物运输及运费承担、货物检验及标准、<br>价款支付时间及方式、违约责任、争议<br>解决等 | 2022.01.01-<br>2022.12.31           | 978.10                       |

注 14：发行人与安徽古井贡酒股份有限公司于 2022 年 6 月 30 日已签署框架协议，新协议有效期间为 2022 年 7 月 1 日至 2023 年 6 月 30 日。

信达认为，发行人上述正在履行的适用中国法律的重大合同内容和形式均合法有效。根据《美国法律意见》，发行人与 BALANCE INC. 签订的框架销售协议合法有效。

## （二）发行人的侵权之债情况

根据《美国法律意见》、发行人的确认以及相关主管政府部门出具的证明文件、并经信达律师查询国家企业信用信息公示系统、中国裁判文书网、中国执行信息公开网、发行人及其境内控股子公司所在地相关主管政府部门网站信息，截至 2022 年 6 月 30 日，发行人及其控股子公司不存在因环境保护、知识产权、产品质量、劳动安全、人身权利等原因产生的侵权之债。

## （三）发行人与关联方的重大债权债务及相互担保情况

根据《2022 年 1-6 月审计报告》、发行人的确认并经信达律师核查，除《补充法律意见书（一）》第二节之“四、关联交易及同业竞争”部分已披露的关联交易外，补充核查期间，发行人与关联方之间不存在其他根据《全国中小企业股份转让系统挂牌公司治理规则》第一百条至第一百零三条规定的新增重大债权债务及互相担保的情况。

## （四）发行人金额较大的其他应收款、其他应付款

根据《2022 年 1-6 月审计报告》《2022 年半年度报告》及发行人的确认，截至 2022 年 6 月 30 日，发行人合并报表范围内其他应收款账面价值为 435.07 万元，其中前五名情况如下：

| 序号 | 名称                          | 性质     | 期末金额（元）      |
|----|-----------------------------|--------|--------------|
| 1  | 出口退税                        | 应收出口退税 | 1,250,702.14 |
| 2  | 深圳市罗湖区机关物业管理办公室             | 押金、保证金 | 984,412.80   |
| 3  | 安徽古井贡酒股份有限公司                | 押金、保证金 | 500,000.00   |
| 4  | 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   |
| 5  | 江苏洋河酒厂股份有限公司                | 押金、保证金 | 150,000.00   |

根据《2022 年 1-6 月审计报告》《2022 年半年度报告》以及发行人的确认，截至 2022 年 6 月 30 日，发行人合并报表范围内其他应付款账面价值为 291.54 万元，其中前五名情况如下：

| 序号 | 名称 | 性质 | 期末金额（元） |
|----|----|----|---------|
|----|----|----|---------|

|   |                  |        |              |
|---|------------------|--------|--------------|
| 1 | 深圳市罗湖区人才工作局      | 人才补助   | 1,425,818.00 |
| 2 | 深圳市绿都膳食管理有限公司    | 伙食费    | 429,968.90   |
| 3 | 惠州中特特种爆破技术工程有限公司 | 保证金及押金 | 100,000.00   |
| 4 | 东莞市国洋货运有限公司      | 保证金及押金 | 100,000.00   |
| 5 | 深圳市卡航物流有限公司      | 保证金及押金 | 100,000.00   |

根据发行人的确认并经信达律师核查上述款项相关合同、凭证等文件，信达认为，发行人上述其他应收款、其他应付款是因正常经营活动产生，合法有效。

### 七、 发行人股东大会、董事会、监事会议事规则及规范运作

根据发行人在全国股转系统发布的公告信息，并经信达律师核查发行人提供的补充核查期间股东大会、董事会、监事会会议文件，补充核查期间，发行人召开了两次股东大会、两次董事会、两次监事会。信达认为，发行人补充核查期间召开的股东大会、董事会、监事会的召开、决议内容及签署合法合规、真实有效，股东大会、董事会的授权或重大决策等行为合法合规、真实有效。

### 八、 发行人董事、监事和高级管理人员及其变化

根据发行人提供的资料及其确认、并经信达律师查询国家企业信用信息公示系统信息，截至《补充法律意见书（一）》出具日，发行人财务负责人苏凤英不再担任深圳市维宸科技有限公司总经理职务。除上述情况外，发行人董事、监事、高级管理人员任职情况及该等人员在发行人及其控股子公司以外的兼职情况未发生变化。

### 九、 发行人的税务

#### （一） 发行人及其控股子公司执行的主要税种、税率

根据《2022年1-6月审计报告》《2022年半年度报告》及发行人的确认、并经信达律师核查发行人及其控股子公司的纳税申报表，补充核查期间，发行人及

其控股子公司执行的主要税种、税率如下表所示：

| 公司    | 企业所得税（%）  | 增值税（%） | 城市维护建设税（%） | 教育费附加（%） | 地方教育费附加（%） |
|-------|-----------|--------|------------|----------|------------|
| 发行人   | 15        | 13、6   | 7          | 3        | 2          |
| 惠州柏星龙 | 25        | 13     | 7          | 3        | 2          |
| 四川柏星龙 | 2.5（注 15） | 13、6   | 7          | 3        | 2          |
| 贵州柏星龙 | 25        | 13、6   | 5          | 3        | 2          |
| 山西柏星龙 | 25        | 13     | 7          | 3        | 2          |
| 美国柏星龙 | 8.84      | -      | -          | -        | -          |

注 15：根据《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），自 2019 年 1 月 1 日至 2021 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，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。四川天柏星龙 2022 年 1-6 月企业所得税税率为 2.5%。

综上，信达认为，补充核查期间，发行人及其控股子公司执行的主要税种、税率符合现行法律、法规和规范性文件的要求。

## （二）发行人享受的主要财政补贴

根据《2022 年半年度报告》及发行人的确认，并经信达律师核查发行人主要政府补贴批复文件以及入账凭证，补充核查期间，发行人享受的 50 万元及以上的主要财政补贴情况如下：

| 序号 | 公司名称 | 项目名称                                | 补贴金额（元）   | 批文 / 依据  |
|----|------|-------------------------------------|-----------|--|
| 1  | 发行人  | 深圳市文化广电旅游体育局 2022 年文化产业发展专项资金百强奖励项目 | 700,000   | 《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办理拨付手续的通知》及其附件 |
| 2  | 发行人  | 深圳市罗湖区科技创新局                         | 1,070,500 | 《罗湖区科技创新局关于产   |

|   |     |  |         |   |
|---|-----|--|---------|---|
|   |     | 2021 年第五次联席会议扶持项目（国高及区国高培育库扶持项目、研发增长奖） |         | 业转型升级专项资金 2021 年第五次联席会拟扶持项目公示》及其附件                |
| 3 | 发行人 | 深圳市工业和信息化局 2022 年深圳市工业设计发展扶持计划第二批资助项目  | 600,000 | 《市工业和信息化局关于 2022 年深圳市工业设计发展扶持计划第二批拟资助项目公示的通知》及其附件 |

信达认为，发行人补充核查期间享受的上述财政补贴真实、有效。

### （三）发行人及其控股子公司补充核查期间依法纳税的情况

根据国家税务总局深圳市罗湖区税务局于 2022 年 8 月 31 日出具的《税务违法记录证明》，该局“暂未发现”发行人“有重大税务违法记录”。

根据查询日期为 2022 年 8 月 29 日的《信用中国（广东）企业信用报告（无违法违规证明版）》，补充核查期间，惠州柏星龙在“税务领域”不存在违法违规受到行政处罚的情形。

根据国家税务总局成都高新技术产业开发区税务局于 2022 年 7 月 14 日出具的《涉税信息查询结果告知书》，补充核查期间，“暂未发现税收违法事项。”

根据国家税务总局金沙县税务局于 2022 年 7 月 19 日出具的《证明》，贵州柏星龙已“于 2021 年 1 月 7 日办理税务登记。2022 年 4 月 1 日至今，该公司已按有关规定向我局申报并缴纳各项税款，未发生被我局处罚的情况。”

根据国家税务总局汾阳市税务局于 2022 年 7 月 12 日出具的《情况说明》，山西柏星龙“已经依法在本局办理税务登记。2022 年 4 月 1 日至今，我局要求该公司按照国家和地方法律、法规及其他规范性文件申报并缴纳各项税款，经金三系统查询，至今不存在因违反国家现行税收法律、法规和其他规范性文件而被我局处罚的情况。”

根据发行人的确认及其提供的纳税申报表、完税证明，并经信达律师查询国家企业信用信息公示系统、国家税务总局重大税收违法失信案件信息公布栏、信用中国网站信息、发行人及其境内控股子公司所在地税务局网站信息，补充核查期间，发行人及其境内控股子公司不存在重大税收违法记录。

综上，信达认为，补充核查期间，发行人及其境内控股子公司依法纳税，不

存在重大税收违法记录。根据《美国法律意见》，补充核查期间，美国柏星龙不存在税务行政处罚记录。

## 十、 发行人的环境保护和产品质量、技术标准等

### （一） 发行人及其境内控股子公司的环境保护情况

根据发行人的确认并经信达律师核查，截至《补充法律意见书（一）》出具日，发行人的生产基地位于惠州柏星龙及贵州柏星龙的公司住所，发行人及其他控股子公司仅租用办公场所。

#### 1. 惠州柏星龙

根据发行人的确认及其提供的相关资料并经信达律师查询惠州柏星龙于全国建设项目环境信息公示平台网站（<https://www.eiacloud.com>）的公示信息，惠州柏星龙纸包装制品生产改扩建项目竣工环境保护验收公示已于2022年6月28日结束，并取得建设项目环境信息公示平台于2022年6月29日出具的《公示证明》。

2022年6月，惠州柏星龙已就纸包装制品生产改扩建项目取得了惠州市生态环境局颁发的更新后的《排污许可证》，有效期为2022年6月21日至2027年6月20日。

惠州市生态环境局仲恺分局于2022年7月14日出具了惠仲环函[2022]161号《关于惠州柏星龙包装有限公司环境行政处罚信息的复函》，“经核查，惠州柏星龙包装有限公司2022年4月1日至2022年6月30日，无环境行政处罚记录”。

#### 2. 贵州柏星龙

根据《2022年半年度报告》及发行人确认，截至《补充法律意见书（一）》出具日，贵州柏星龙不存在无证生产、排污情况。

毕节市生态环境局金沙分局于2022年7月15日向贵州柏星龙出具了《证明》，“2022年4月1日至今，我局未对该公司进行过生态环境行政处罚。”

经信达律师查询发行人及其境内控股子公司的环保主管部门网站、信用中国、国家企业信用信息公示系统网站信息，补充核查期间，发行人及其境内控股子公司不存在因违反有关环境保护方面的法律、法规而受到行政处罚的记录。

## （二）发行人及其境内控股子公司的产品质量情况

### 1. 发行人

根据查询日期为 2022 年 8 月 29 日的《信用中国（广东）企业信用报告（无违法违规证明版）》，补充核查期间，发行人在市场监管领域不存在违法违规受到行政处罚的情形。

### 2. 惠州柏星龙

根据查询日期为 2022 年 8 月 29 日的《信用中国（广东）企业信用报告（无违法违规证明版）》，补充核查期间，惠州柏星龙在市场监管领域不存在违法违规受到行政处罚的情形。

### 3. 四川柏星龙

根据成都高新区市场监督管理局于 2022 年 7 月 11 日出具的《证明》，自 2022 年 1 月 1 日至 2022 年 7 月 10 日，四川柏星龙“在成都市市场监管局金信系统和四川省市场监管一体化工作平台中，未有违法违规记录。”

### 4. 贵州柏星龙

根据金沙县市场监督管理局于 2022 年 7 月 19 日出具的《证明》，自 2022 年 4 月 1 日至《证明》出具日，贵州柏星龙“认真遵守国家、地方有关工商行政管理及产品质量监管法律、法规和规范性文件，依法经营，未发现因违反工商行政管理及产品质量监管方面的法律、法规和规范性文件的要求而被行政处罚的情况。”

### 5. 山西柏星龙

根据汾阳市市场监督管理局于 2022 年 7 月 11 日出具的《证明》，自 2022 年 4 月 1 日至《证明》出具日，山西柏星龙“认真遵守国家、地方有关市场管理及产品质量监管法律、法规和规范性文件，依法经营，不存在因违反市场管理及产

品质量监管方面的法律、法规和规范性文件的要求而被行政处罚的情况。”

经信达律师查询发行人及其境内控股子公司的产品质量监督主管部门网站、信用中国、国家企业信用信息公示系统网站信息，补充核查期间，发行人及其境内控股子公司不存在因违反有关质量监督管理方面的规定而受到行政处罚的记录。

### （三）发行人及其境内控股子公司遵守劳动保障方面法规的情况

根据发行人截至 2022 年 6 月 30 日的员工花名册、发行人的确认，并经信达律师抽查发行人劳动合同，截至 2022 年 6 月 30 日，发行人共有员工 814 名，发行人已与该等员工签署了劳动合同或劳务合同。

#### 1. 发行人

根据查询日期为 2022 年 8 月 29 日的《信用中国（广东）企业信用报告（无违法违规证明版）》，补充核查期间，发行人在人力资源社会保障、住房公积金领域不存在违法违规受到行政处罚的情形。

根据深圳市社会保险基金管理局于 2022 年 7 月 18 日出具的《证明》，发行人“在 2022 年 4 月 1 日至 2022 年 6 月 30 日期间无因违反社会保险法律、法规或者规章而被我局行政处罚的记录。”

#### 2. 惠州柏星龙

根据查询日期为 2022 年 8 月 29 日的《信用中国（广东）企业信用报告（无违法违规证明版）》，补充核查期间，惠州柏星龙在人力资源社会保障、税务(含社保缴纳)、住房公积金领域不存在违法违规受到行政处罚的情形。

#### 3. 四川柏星龙

根据成都市人力资源和社会保障局于 2022 年 7 月 11 日出具的《社会保险单位参保证明》，补充核查期间，四川柏星龙“按其申报工资缴纳了社会保险费，此期间无欠费。”

根据成都市人力资源和社会保障局于 2022 年 7 月 11 日出具的《医疗保险参保缴费证明（单位）》，补充核查期间，四川柏星龙在职工基本医疗保险、大额医

疗费用补助的缴费状态为参保缴费。

根据成都住房公积金管理中心于 2022 年 7 月 21 日出具的《证明》，补充核查期间，四川柏星龙“缴存了住房公积金”。

#### 4. 贵州柏星龙

根据金沙县社会保险事业局于 2022 年 7 月 15 日出具的《证明》，自 2022 年 4 月 1 日至《证明》出具日，贵州柏星龙“不存在欠缴社会保险费情况”。

根据毕节市住房公积金管理中心金沙县管理部于 2022 年 7 月 15 日出具的《证明》，自 2022 年 4 月 1 日至《证明》出具日，贵州柏星龙“能认真遵守国家、地方有关住房公积金管理方面的法律、法规和规章，并依据有关规定为员工按时、足额缴纳住房公积金，且未受到相关处罚。”

根据金沙县医疗保障局于 2022 年 7 月 15 日出具的《证明》，自 2022 年 4 月至《证明》出具日，贵州柏星龙“不存在欠缴医保情况”。

#### 5. 山西柏星龙

根据汾阳市人力资源和社会保障局于 2022 年 7 月 11 日出具的《证明》，山西柏星龙“现有员工 8 人，2022 年 4 月 1 日至今，该公司按规定与全体员工签署劳动合同，劳动用工制度和劳动用工情况均符合有关劳动用工的法律、法规和其他规范性文件的要求，没有因违反劳动法律、法规和其他规范性文件而受到劳动行政处罚。”

根据汾阳市社会保险中心于 2022 年 7 月 11 日出具的《证明》，山西柏星龙“现有员工 8 人，从 2022 年 6 月开始参保至今并正常缴纳社会保险”，“该公司认真遵守国家、地方关于社会保险方面的法律、法规和规章，并已根据有关规定为员工按时、足额缴纳养老保险、失业保险、工伤保险等社会保险，且未受到社保方面的行政处罚。”

根据《山西贾家庄柏星龙创意包装有限公司基本医疗保险参保情况》，山西柏星龙 8 名在职员工的职工基本医疗保险参保状态均为正常。

根据吕梁市住房公积金管理中心汾阳市管理部于 2022 年 7 月 12 日出具的

《单位缴存证明》，山西柏星龙住房公积金单位账户状态为正常。

经信达律师查询发行人及其境内控股子公司的劳动主管部门、信用中国、国家企业信用信息公示系统网站信息，补充核查期间，发行人及其境内控股子公司不存在被相关主管部门处罚的记录。

综上，信达认为，补充核查期间，发行人及其境内控股子公司不存在因违反劳动保障方面的法律、法规而受到行政处罚的记录。

#### （四）发行人遵守海关、外汇方面法规的情况

##### 1. 海关方面

根据发行人确认并经信达律师查询中国海关企业进出口信用信息公示平台网站信息，补充核查期间，除发行人外，发行人的控股子公司未在中国海关办理注册登记或备案手续。

根据中华人民共和国福中海关分别于 2022 年 4 月 27 日、2022 年 8 月 2 日出具的《福中海关关于反馈深圳市天微电子股份有限公司等 27 家企业违法违规情况的函》《福中海关关于反馈华南新海（深圳）科技股份有限公司等 66 家企业违法违规情况的函》，补充核查期间，发行人不存在被海关处罚的情形。

##### 2. 外汇方面

根据中国人民银行深圳市中心支行分别于 2022 年 4 月 22 日、2022 年 8 月 1 日出具的《中国人民银行深圳市中心支行关于出具深圳长晶半导体有限公司及其关联公司等 28 家单位无违法违规证明的复函》《中国人民银行深圳市中心支行关于出具深圳市中航比特通讯技术股份有限公司及其关联公司等 31 家单位无违法违规证明的复函》，补充核查期间，发行人不存在“因违反人民银行及外汇管理相关法律法规方面的法律法规、规章及规范性文件而受到中国人民银行深圳市中心支行及国家外汇管理局深圳市分局行政处罚的记录。”

经信达律师查询国家外汇管理局深圳市分局网站信息，补充核查期间，发行人不存在行政处罚的记录。

## 十一、诉讼、仲裁或行政处罚

根据发行人及境内控股子公司的信用报告及其确认及《美国法律意见》，并经信达律师查询中国裁判文书网、中国执行信息公开网、12309 中国检察网网站信息，截至《补充法律意见书（一）》出具日，发行人及其控股子公司不存在 500 万元以上尚未了结的或可预见的重大诉讼、仲裁案件。

根据《信用中国（广东）企业信用报告（无违法违规证明版）》《美国法律意见》、发行人的确认及其提供的资料，并经信达律师查询发行人及境内控股子公司所在地政府网站、信用中国网站、国家企业信用信息公示系统信息，补充核查期间，发行人及其控股子公司不存在受行政处罚的情况。

根据发行人及相关股东、实际控制人的书面确认，并经信达律师查询中国裁判文书网、中国执行信息公开网、12309 中国检察网网站信息，截至《补充法律意见书（一）》出具日，持有发行人 5% 以上股份股东、实际控制人不存在尚未了结的或可预见的重大诉讼、仲裁及行政处罚案件。

根据发行人董事长、总经理的书面确认、其户籍所在地公安机关出具的无犯罪记录证明，并经信达律师查询中国裁判文书网、中国执行信息公开网、12309 中国检察网网站信息，截至《补充法律意见书（一）》出具日，发行人董事长、总经理不存在尚未了结的或可预见的重大诉讼、仲裁及行政处罚案件。

## 十二、本次发行上市的总体结论性意见

综上所述，信达律师在核查后认为，截至《补充法律意见书（一）》出具日，发行人不存在影响本次发行上市的违法、违规行为；本次发行上市在获得北京证券交易所发行上市审核同意、中国证监会同意注册后，其实施不存在法律障碍。

《补充法律意见书（一）》正本一式两份。（以下无正文）

(本页无正文,为《广东信达律师事务所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京证券交易所上市的补充法律意见书(一)》之签署页)

广东信达律师事务所(盖章)



负责人(签字):

林晓春

林晓春

经办律师(签字):

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

2022年9月8日