

**关于南京科思化学股份有限公司
申请向不特定对象发行可转换公司债券的
审核问询函之回复报告
【天衡专字(2022)01906号】**

天衡会计师事务所（特殊普通合伙）

**关于南京科思化学股份有限公司
申请向不特定对象发行可转换公司债券的
审核问询函之回复报告**

天衡专字（2022）01906号

深圳证券交易所：

贵所于2022年11月9日下发的《关于南京科思化学股份有限公司申请向不特定对象发行可转换公司债券的审核问询函》（审核函（2022）020268号）（以下简称“审核问询函”）已收悉。天衡会计师事务所（特殊普通合伙）作为科思股份的申报会计师（以下简称“会计师”），就审核问询函中需会计师核查的相关问题进行了认真核查与落实。现将有关情况汇报说明如下：

问题二

报告期内，发行人境外收入分别为98,191.57万元、88,656.22万元、89,598.50万元和70,588.54万元，占主营业务收入比例分别为90.14%、88.81%、83.15%及86.84%，占比较高，其中美国为主要出口地之一，对美国出口产品适用25%加征税率。出口产品主要采用美元、欧元计价，发行人经营业绩会受到人民币汇率波动的影响。报告期内，发行人主营业务毛利率分别为31.32%、33.87%、27.75%和30.47%，存在波动的情形，主要是受上游原材料价格波动及产品销售价格变化的双重影响。报告期内，发行人向前五大客户合计销售额占营业收入的比例较高，分别为65.59%、62.64%、57.15%和60.30%，其中向第一大客户帝斯曼销售占比维持在40%左右，最近一期存在新增前五大客户情形。截至2022年6月末，发行人其他非流动资产账面价值为900.77万元，主要系对苏州川流长梭新材料创业投资合伙企业（有限合伙）（以下简称川流创投）的股权投资，发行人以自有资金认缴出资川流创投3,000.00万元，后续尚需完成2,100.00万元实缴出资，属于拟投入的财务性投资。

请发行人补充说明：（1）结合化妆品原料各细分行业发展情况、发行人产品竞争力、发行人与主要境外客户合作情况、主要出口国家贸易政策情况等，说明公司境外收入是否具备可持续性，是否存在下滑风险；结合报告期内跨境运费、出口退税、汇兑损益等，说明境外收入的真实性和匹配性；（2）结合发行人产品定价模式、人民币汇率走势，量化说明汇率波动对发行人业绩的影响，发行人应对汇率波动拟采取的相关措施；（3）结合报告期内原材料价格波动、产品价格、同行业可比公司情况等，分产品说明发行人毛利率波动的原因及合理性，是否与同行业可比公司一致，是否存在毛利率下滑的风险；（4）前五大客户发生变化的原因，最近一期新增主要客户的具体情况、取得方式、销售产品等，对第一大客户销售集中度较高的原因及合理性，以及应对客户依赖风险

的措施；(5) 发行人自本次发行董事会前六个月至今，已实施或拟实施的财务性投资的具体情况，是否符合《创业板上市公司证券发行上市审核问答》相关规定。

请发行人补充披露(1)(2)(3)(4)相关风险。

请保荐人和会计师核查并发表明确意见，并对发行人境外收入真实性出具专项核查报告。

回复：

一、结合化妆品原料各细分行业发展情况、发行人产品竞争力、发行人与主要境外客户合作情况、主要出口国家贸易政策情况等，说明公司境外收入是否具备可持续性，是否存在下滑风险；结合报告期内跨境运费、出口退税、汇兑损益等，说明境外收入的真实性和匹配性

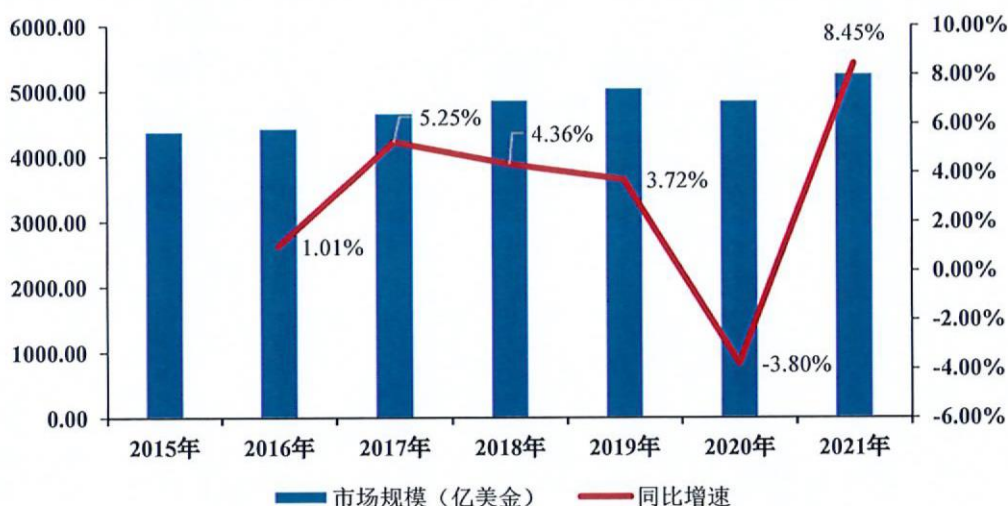
(一) 结合化妆品原料各细分行业发展情况、发行人产品竞争力、发行人与主要境外客户合作情况、主要出口国家贸易政策情况等，说明公司境外收入是否具备可持续性，是否存在下滑风险

1、化妆品原料及合成香料行业发展情况良好，市场规模不断扩大

(1) 化妆品原料行业发展情况

根据 Euromonitor 数据显示，2021 年全球化妆品市场逐步摆脱新冠疫情影响而明显回暖，行业规模增长至 5,249.1 亿美元，同比提升 8.45%，复苏势头强劲。同时，随着国内经济发展带动居民可支配收入水平的不断提高以及美妆消费意识的觉醒，我国化妆品市场规模近年来处于快速增长的过程中，增速远超全球化妆品市场规模增速。根据 Euromonitor 的统计数据显示，2021 年我国化妆品市场规模占据了全球 16.79% 的市场份额，化妆品行业市场规模达到 5,879.42 亿元，为全球第二，仅次于美国的 17.64% 市场份额。其中，中高端化妆品市场近五年来同比增速均在 20% 以上，市场份额占比由 2015 年的 22.7% 增长至 2021 年的 41.8%，消费升级的趋势较为明显。

图表：2015-2021 年全球化妆品市场规模统计

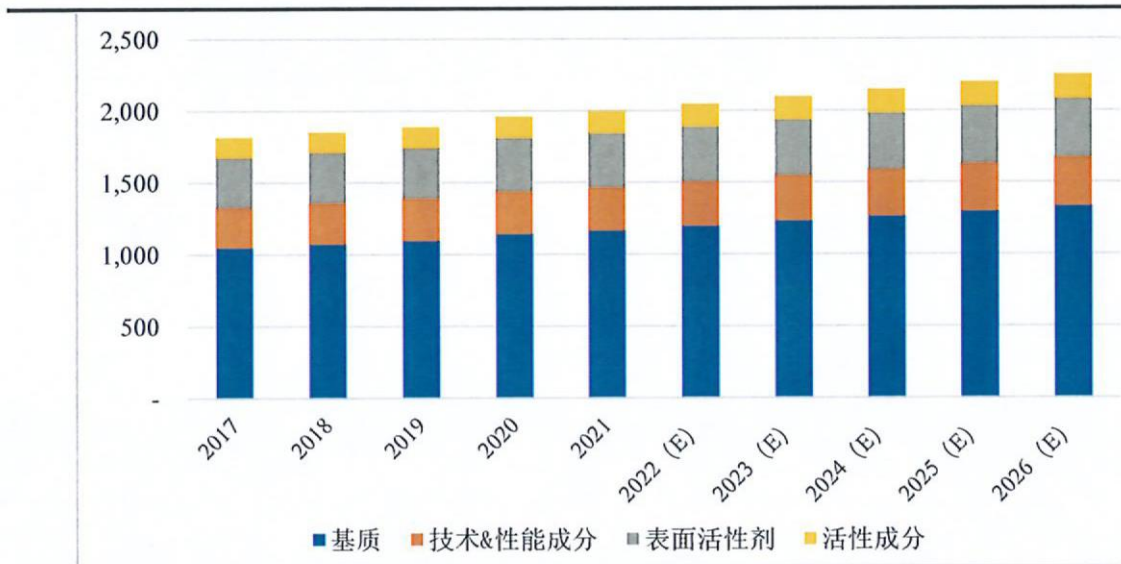


数据来源：Euromonitor

从原料类型而言，化妆品原料通常可分为基质、表面活性剂、性能和技术成分以及活性成分四大类。其中，基质是指化妆品的主体，构成化妆品的形态，主要包括油质、粉质和溶剂等；表面活性剂是指能使目标溶液表面张力显著下降的物质，在化妆品中起到清洁、

润湿、乳化、分散、发泡、增溶等作用；性能和技术成分是对化妆品的性能和感官形态产生作用的成分，如润肤剂、乳化剂、增稠剂等；活性成分指的是对人体皮肤产生作用的成分，如保湿剂、防晒剂、美白剂、除臭剂、去角质等。根据 Euromonitor 数据显示，2021年基质、表面活性剂、性能和技术成分以及活性成分占全球化妆品原料消耗的比例分别为 58.4%、18.8%、15.0%和 7.8%。随着化妆品整体市场需求的提升，近年来化妆品原料行业也实现了稳步增长。

图表：全球化妆品原料消耗量（单位：万吨）



数据来源：Euromonitor

另一方面，移动互联网和网络媒体的发展大幅降低了化妆品行业的信息不对称，终端市场的消费理念从品牌逐步转向化妆品的原材料构成、实际功能和效果。在此背景下，表面活性剂、性能和技术成分以及活性成分作为决定化妆品效能和使用体验的核心因素，成为技术和产品创新的主要领域，并带动了化妆品行业的整体发展。从产品结构来看，护肤类产品占化妆品的比例最高，其次是彩妆、护发用品、香水等，而护肤类产品又以防晒、美白和保湿等类型需求为主。随着终端消费者对化妆品的功能性需求越来越高，防晒、护肤、保湿、美白、修复等方面的功效成为化妆品行业产品竞争的关键因素，而上述功效主要是通过添加各种有效的活性成分来实现，因此化妆品活性成分原料属于增长潜力较大的细分市场。

从下游客户分布来看，由于多数化妆品直接应用于消费者皮肤，其产品品质受到消费者的高度关注，因此化妆品市场的竞争综合体现在品牌、渠道及产品品质等多个方面。在全球化妆品市场，宝洁、欧莱雅、资生堂、路易威登、雅诗兰黛、联合利华等跨国企业凭借悠久的发展历史和完善的产品体系，在全球占据了较大的市场份额。在国内化妆品市场，由于行业整体起步相对较晚，国内化妆品生产厂家在各方面较跨国品牌都存在差距，导致外国品牌占据了较大市场份额，国内品牌通常只能在细分产品或细分客户群体上与国外品牌竞争。近年来随着国产替代和“新国货”风潮的带动，部分国产化妆品企业实现了市场份额的快速增长，对跨国企业形成了有力挑战。但短期来看，大型跨国化妆品企业仍将占据主要市场地位，也是上游化妆品原料企业的主要客户群体。

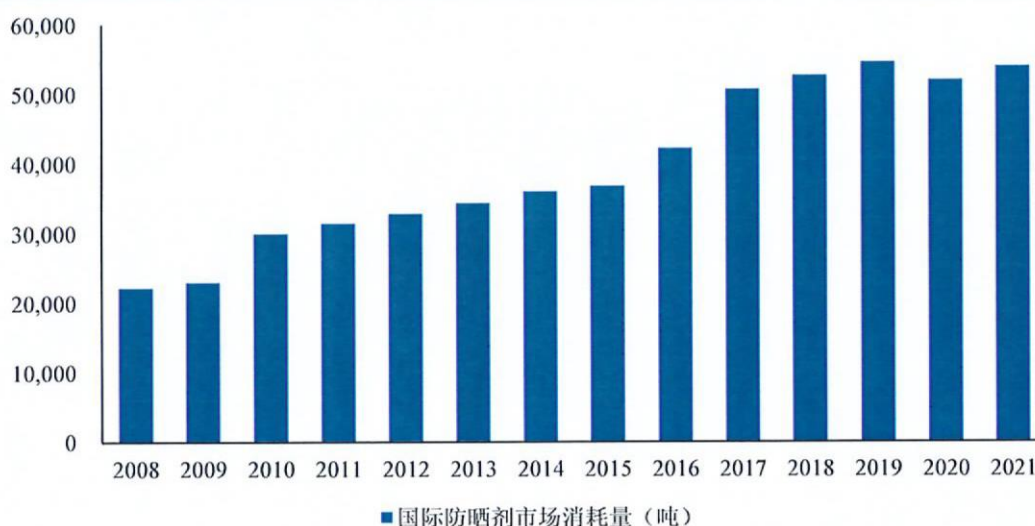
（2）防晒剂行业发展情况

公司生产的化妆品活性成分主要聚焦于防晒剂产品，是防晒化妆品的主要功效成分。在下游需求方面，随着生活水平的提高，人们对防晒化妆品设计的要求从 UVB 防护发展到兼顾 UVA 的有机分子防护，防护概念也已经从面部的保护发展到对暴露于日光的人体其他

部位的保护。同时，消费者观念逐渐从皮肤受损之后通过美白、祛斑、抗皱进行修补，发展到通过防晒化妆品进行事前预防。更加丰富的防晒消费人群与多样性的需求催生了更多细分防晒品类的发展，室内防晒、广谱防晒、儿童防晒、孕妇防晒、男士防晒等产品初具规模；另一方面，“防晒+”概念的兴起使人们更加注重护肤品的综合功效，具备广谱防晒及其他多重功效的产品逐渐占据更高市场份额，受其他功能护肤品增长的协同带动，化妆品防晒剂也迎来增量市场需求。

从市场规模来看，防晒化妆品是近年来全球化妆品行业的发展热点，得益于整个化妆品市场的发展，防晒化妆品的市场销售额也处于快速增长的过程之中。虽然 2020 年新冠肺炎疫情导致出行和户外活动受到一定限制，进而影响了防晒化妆品的增长，但随着 2021 年起各国疫情形势的逐步稳定，防晒化妆品市场需求实现了快速恢复。据 Euromonitor 预测，预计 2021-2025 年全球防晒产品市场规模将稳步增长，年均复合增长率达到 6.88%，2025 年可达 155.4 亿美元。在防晒产品市场规模持续增长的情况下，作为防晒化妆品活性成分的防晒剂也将随之实现快速发展。

图表：2008 年-2021 年国际防晒剂市场消耗量（吨）



数据来源：Euromonitor

防晒剂细分产品方面，根据产品防护波段、年使用量、专利保护等情形的不同，竞争格局也有所差别。对于尚在专利保护期内的产品，如欧莱雅集团的 Mexoryl XL 等，由于具有一定的专利壁垒且价格较高，其产品主要用于自身或行业内少数产品，市场规模较小但集中度高；对于防护单一波段且年使用量较大的防晒剂产品，如原膜散酯、水杨酸异辛酯、对甲氧基肉桂酸异辛酯、阿伏苯宗等，由于技术产生较早，专利保护已过期较长时间，业内企业大多能够掌握并使用其配方，因而市场竞争比较激烈；对于具有良好功能特性、专利刚过保护期的防晒剂产品，如防护 UVA 波段的二乙氨基羟苯甲酰基苯甲酸己酯（PA）、防护 UVB 波段的辛基三嗪酮（EHT）和广谱防晒剂双-乙基己氧苯酚甲氧苯基三嗪（P-S）等，其配方和生产工艺较为复杂，仍具有较高的技术壁垒，同时产品功效已经过市场验证，整体市场空间较大且产品利润率较高，所以竞争相对较小，具有良好的市场前景。

防晒剂生产企业方面，全球防晒剂主要生产商在国际上以巴斯夫、德之馨等大型跨国公司为主，其在规模、技术、市场等方面均具有一定先发优势；国内以公司为代表的少数优势企业经过长期研发积累和市场培育，不断改进生产技术和工艺、提升产品品质、降低产品成本，优化市场渠道与客户服务能力，已经在细分市场占有了可观的市场份额并持续扩大，形成了良好的发展态势。

(3) 香料香精行业发展情况

近年来，随着全球经济的发展和食品、日化、制药业、烟业、纺织业、皮革产业的蓬勃发展，其对香料香精的需求不断增加，香料香精市场规模也处于增长趋势之中。根据智研咨询发布的数据，全球香精香料的市场规模从 2015 年的 241 亿美元增长至 2019 年的 281 亿美元，复合年均增长率为 5.1%。从销售额占比来看，全球香料香精的销售额主要集中在全球前十大公司，行业呈现一定的垄断情况，市场主要掌握在像奇华顿、芬美意、IFF 和德之馨等国际大型香精香料公司手中，市场份额较为集中，上述四大香精香料公司合计市场份额占比超过 50%，并有望进一步扩大。

近年来，香料香精产业不断向发展中国家转移，亚洲市场的需求量提升潜力高。当前西欧、美国、日本等发达国家的市场趋近饱和，香料香精的销售重心逐步向发展中国家转移。

2、公司产品线丰富，市场占有率较高，竞争力较强

(1) 公司产品结构丰富，并持续推陈出新，满足市场需求

公司以产品为主导，重视产品的研发与产业化，形成了丰富的产品线。公司的防晒剂产品已覆盖目前市场上主要化学防晒剂品类，且涵盖了 UVA、UVB 的所有波段，可为不同需求的下游客户提供其所需的产品。公司是全球主要防晒剂生产厂家之一，全球最主要的化学防晒剂产品阿伏苯宗（AVB）、奥克立林（OCT）、对甲氧基肉桂酸异辛酯（OMC）、原膜散酯（HMS）、水杨酸异辛酯（OS），均为公司现有产品。公司从事合成香料的研发、生产和销售已有 20 余年，是铃兰醛、2-萘乙酮、合成茴脑等合成香料产品的主要生产厂家之一。丰富和全面的产品体系是公司在行业内竞争优势的重要体现。

公司以技术创新为基础，实行“前沿技术研究、在研产品开发、在产持续优化”的产品研发策略，研究院密切关注行业发展及前沿技术，除对量产产品不断优化升级之外，还实施了多项新产品开发项目，具有持续迭代的多层次技术储备，能够根据市场需求的变化不断研发出新产品和新工艺，为公司的可持续发展提供技术保障。

公司积极把握防晒剂市场快速发展机遇，紧跟行业发展新趋势，布局了双-乙基己氧苯酚甲氧苯基三嗪（P-S）、亚甲基双-苯并三唑基四甲基丁基酚（P-M）、辛基三嗪酮（EHT）和二乙氧基苯甲酰基苯甲酸己酯（PA）等新型防晒剂产品。公司已完全掌握生产前述新型防晒剂的技术和核心工艺，并具备丰富的产业化经验，成为全球目前少数具备双-乙基己氧苯酚甲氧苯基三嗪（P-S）等新型防晒剂规模化生产能力的企业。

(2) 公司产品质量持续满足监管机构、客户的高标准要求

公司深耕化妆品活性成分和香料香精行业多年，在与诸多大型跨国公司长期合作过程中，不断满足客户对公司生产、质量、安全、环保、社会责任各方面的要求，生产和质量管理体系获得持续提升，并积累了丰富的经验。

公司已建立了符合原料药 GMP 标准的生产与质量管理体系，是国内少数通过美国 FDA 审核和欧盟化妆品原料规范（EFCI）认证的日用化学品原料制造商，并获得了质量管理体系、环境管理体系、职业健康安全管理体系、社会责任体系（SA 8000: 2014）的认证。通过切实执行和不断提升质量保证（QA）和质量控制（QC）体系，以及与生产操作相关的工艺规程和岗位标准操作规程（SOP），公司产品能够在全生产流程中持续保证符合国内外的规范标准，同时满足客户对高标准和个性化产品的品质管控要求。

(3) 公司客户资源丰富，产品市场份额较高

经过多年的业务开发和拓展，公司在化妆品活性成分和合成香料领域积累了强大的客户资源和成熟的销售渠道。公司化妆品活性成分及其原料的主要客户包括帝斯曼、拜尔斯道夫、宝洁、欧莱雅、默克、强生等大型跨国化妆品公司和个人护理品企业；合成香料主要客户包括奇华顿、芬美意、IFF、高砂、德之馨、曼氏、高露洁等全球知名的香料香精公

司和口腔护理品公司。

在防晒剂领域，报告期内公司产品产销量总体保持着增长态势，具备较强的市场竞争力，并通过与行业内众多优质客户的长期合作实现了市场占有率的快速提高。根据 Euromonitor 统计，2012 年至 2021 年，全球防晒剂消耗量由约 3.3 万吨增长至约 5.4 万吨，年均复合增长率约 5.67%。2021 年，公司化妆品活性成分及其原料的销量为 11,229.04 吨，若以 Euromonitor 预计的 2021 年全球防晒剂总消耗量 54,000 吨为基础测算，公司防晒剂产品市场份额占全球的 20% 以上，在行业内处于领先地位。

在合成香料领域，公司系国内较早投入生产对甲氧基苯甲醛、铃兰醛、对甲基苯乙酮、2-萘乙酮等合成香料产品的企业，之后又投产了合成茴脑、扩产并技术升级铃兰醛等产品，产品具备较强的市场竞争力，与众多国际知名香料香精公司建立了业务合作关系。特别是铃兰醛产品，目前全球能够进行大规模生产的制造商仅有巴斯夫、克拉玛（Emerald Kalama）和公司三家。公司通过持续的研发投入攻克技术难题、改进生产工艺等，产品品质和价格受到市场高度认可，在国际和国内市场均具有一定优势。

3、公司与境外知名客户合作关系稳固

报告期内，公司向境外前五名客户的销售情况如下表所示：

单位：万元

2022年1-9月				
序号	客户名称	销售金额	境外收入占比	主要产品
1	帝斯曼	39,192.59	35.80%	P-S、AVB
2	Formulated Solutions, LLC	10,256.25	9.37%	OCT、HMS
3	Playtex Manufacturing Inc.	8,729.18	7.97%	OCT、HMS
4	拜尔斯道夫	7,206.72	6.58%	AVB、EHT
5	欧莱雅	6,380.60	5.83%	AVB、EHT
合计		71,765.34	65.56%	-
2021年				
序号	客户名称	销售金额	境外收入占比	主要产品
1	帝斯曼	40,373.09	45.06%	P-S、AVB
2	拜尔斯道夫	4,753.24	5.31%	AVB、HMS
3	德之馨	3,765.74	4.20%	OMC、LLY
4	Playtex Manufacturing Inc.	3,542.99	3.95%	OCT、HMS
5	欧莱雅	3,115.39	3.48%	OCT、AVB
合计		55,550.45	62.00%	-
2020年				
序号	客户名称	销售金额	境外收入占比	主要产品
1	帝斯曼	43,630.92	49.21%	P-S、AVB
2	拜尔斯道夫	4,621.19	5.21%	AVB、HMS
3	德之馨	4,069.50	4.59%	LLY、TAP
4	奇华顿	3,810.68	4.30%	AT、PMOB
5	芬美意	2,752.49	3.10%	PMOB、LLY
合计		58,884.78	66.42%	-
2019年				

序号	客户名称	销售金额	境外收入占比	主要产品
1	帝斯曼	44,585.92	45.41%	OMC、AVB
2	亚什兰	10,589.49	10.78%	HMS、OCT
3	德之馨	6,129.43	6.24%	OMC、MBC
4	拜尔斯道夫	3,843.55	3.91%	AVB、HMS
5	Sun Cel Inc.	3,787.77	3.86%	OCT、AVB
	合计	68,936.17	70.21%	-

报告期内，公司与境外前五名客户的合作情况如下表所示：

主要客户	成立时间	主要客户简介及市场地位	股票代码	交易所	2021年营业收入	与公司合作历史
帝斯曼 (DSM)	1902年	荷兰皇家帝斯曼集团是一家国际性的营养保健品、化工原料和医药集团，总部设在荷兰。在健康、营养领域中，帝斯曼主要包含动物健康营养、个人健康营养和个人护理三大板块，公司销售的化妆品活性成分主要应用于帝斯曼的个人护理领域，帝斯曼不仅是全球最大的维生素生产商之一，也是全球主要的个人护理品供应商之一，2022年福布斯全球企业排行榜位列第744名。	DSM	泛欧阿姆斯特丹交易所	92.04 亿欧元	2015年签订协议并建立业务往来
拜尔 斯道夫 (BDF)	1882年	拜尔斯道夫公司创立于德国汉堡，致力于开发、生产及销售高品质的护肤品，创口贴及胶布等品牌产品，旗下拥有全球知名的德国护肤品牌 Nivea (妮维雅) 和高端护肤品牌 La Prairie (莱珀妮) 等。	BEI	德意志交易所	76.27 亿欧元	2013年起建立业务往来
Playtex Manufacturing Inc.	1995年	Playtex Manufacturing Inc. 为美国家居和个人护理产品公司，现属于 Edgewell Personal Care Company (以下简称“Edgewell”)。Edgewell 是一家美国知名的个人护理产品生产商，主要从事生产及销售个人护理产品，包括剃须用品、皮肤护理、女性护理、婴幼儿护理等，其旗下包括知名防晒品牌“香蕉船”和“夏威夷热带”。	Edgewell 股票代码为 EPC.N	Edgewell 在纽约证券交易所上市	母公司 Edgewell 为 20.87 亿美元	经过多年的业务拓展，于 2021 年建立业务关系
Formulated Solutions, LLC	1999年	Formulated Solutions, LLC 为美国 CDMO (医药定制研发生产) 公司，主要业务包括药妆开发、配方及生产工艺研究，以及代工生产“Sun Bum”、“香蕉船”、“夏威夷热带”、“Coppertone”等美国知名防晒品牌产品及护肤品、药品、医疗器械、兽药等。	-	-	-	经过多年的业务拓展，于 2019 年建立业务关系
欧 莱 雅 (L'OREAL)	1907年	欧莱雅集团是一家国际性化妆品公司，作为美妆行业中的领导者，欧莱雅经营范围遍及 130 多个国家和地区，主营业务包括化妆品、护肤品、彩妆、药品及高档消费品等，旗下拥有赫莲娜、兰蔻、碧欧泉、科颜氏、巴黎欧莱雅、美宝莲、圣罗兰、薇姿、理肤泉等国际知名品牌。2022 年欧莱雅世界 500 强排名第 367 名。	OR.EPA	泛欧巴黎交易所	322.88 亿欧元	2013 年完成评估，2014 年开始使用公司产品
奇 华 顿 (Givaudan)	1895年	奇华顿是全球领先的香料香精公司，拥有风味与健康部和香氛与美容部两个事业部，为全球消费者提供丰富的香料香精产品。2021 年 3 月，奇华顿、芬美意、IFF 和德之馨成立了香水科学与倡导委员会。2021 年，奇华顿在 FoodTalks 全球食品香精香料公司 50 强榜单中排名第一。	GIVN	瑞士证券交易所	66.84 亿欧元 士法郎	2003 年建立业务往来
芬 美 意 (Firmenich)	1895年	芬美意是一家专注于香气和风味领域，从事研究、创新、生产和销售日化香精、食用香精和香原料的私营公司，总部位于瑞士日内瓦。芬美意在全球为 46 家工厂的运营提供技术支持，并设有 6 个研发中心，截至 2022 年 5 月，芬美意已在华运营三个工厂，分别位于云南昆明、上海和江苏张家港。芬美意的制造厂每年生产超过 30,000 种产品，并向客户交付超过 20 万吨的产品。2021 年，芬美意在 FoodTalks 全球食品香精香料公司 50 强	-	-	2022 财年 营收 47.23 亿欧元 瑞士法郎 (约合人民 币 332.02 亿元)	2005 年建立业务往来

		榜单中排名第二。				
德之馨 (Symrise)	1874年	是由德威龙公司（成立于1919年）与H&R公司（成立于1874年）合并的一家国际香料公司。德之馨在全球99个国家和地区设有工厂、分公司或代表处，专注于日用精细化学产品，在化妆品原料、香精香料及营养补充剂和宠物健康等领域居于全球领先地位。2021年，德之馨在FoodTalks全球食品香精香料公司50强榜单中排名第四。	SY1	德意志交易所	38.26亿欧元（约合人民币266.44亿元）	2006年建立业务往来
亚什兰 (Ashland)	1924年	亚什兰是一家全球领先的特种化学品公司，创立至今已有近百年历史，所服务的行业包括粘合剂、建筑涂料、汽车、施工、能源、食品和饮料、个人护理以及制药，为全球100多个国家提供特种化学品。亚什兰的个人护理板块包括皮肤护理、头发护理、口腔护理、家用护理等板块。	ASH	纽约证券交易所	2022财年为23.91亿美元	2013年建立业务往来
Sun Cel Inc.	2013年	主要从事化妆品原料分销业务，为公司境外经销商客户，其总经理在行业内工作多年，拥有国际公司的工作背景，对于各种分销渠道十分熟悉。	-	-	-	2013年建立业务往来

报告期内，公司前五名境外客户占境外销售收入的比例分别为 70.21%、66.42%、62.00%和 65.56%。公司主要境外客户大多为大型跨国化妆品公司、专用化学品公司和全球知名香料香精公司，与公司形成了稳固的合作关系。报告期内公司一方面通过新产品的开发不断扩大与原有客户的合作深度和规模，另一方面也凭借自身在全球防晒剂领域的领先优势不断拓展新客户，实现自身业务规模的持续提升。2022 年 1-9 月，公司防晒剂产品收入和毛利实现了大幅增长，一方面是公司凭借防晒剂新产品 EHT 等实现了对帝斯曼、欧莱雅、拜尔斯道夫等长期客户销售规模的显著提升；另一方面公司积极把握市场机遇，加大了对北美市场重要客户如 Playtex Manufacturing Inc.、Formulated Solutions, LLC 的销售覆盖力度。因此，公司与主要客户的稳固合作关系是公司市场份额和长期竞争优势的重要保障。

4、主要出口国家贸易政策变化未对公司产生重大不利影响

报告期内，公司境外主营业务收入按国家或地区划分情况如下表所示：

单位：万元

项目	2022 年 1-9 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
欧洲	42,907.80	39.20%	40,117.04	44.77%	43,612.29	49.19%	39,180.73	39.90%
美国	31,006.45	28.32%	15,890.90	17.74%	12,924.19	14.58%	24,050.22	24.49%
亚洲（不含中国大陆）	18,991.13	17.35%	23,314.20	26.02%	20,282.14	22.88%	24,768.25	25.22%
其他地区	16,563.69	15.13%	10,276.37	11.47%	11,837.61	13.35%	10,192.37	10.38%
境外主营业务收入合计	109,469.07	100.00%	89,598.50	100.00%	88,656.22	100.00%	98,191.57	100.00%

公司产品主要出口国家及地区为欧洲、美国和亚洲，其中欧盟和美国对公司产品市场准入存在规定。欧盟于 2007 年 6 月 1 日起正式实施化学品监管法规 REACH，要求进入欧洲市场的任何化学品都必须根据欧盟《化学品注册、评估、许可和限制》（REACH 法规）的规定进行注册。美国食品药品监督管理局（FDA）负责确保美国在售食品的安全、健康和卫生，人用或兽用药、生物制品、医疗器械的安全有效，化妆品的安全以及产生辐射的电子产品的安全。被 FDA 认定为药妆品按照非处方药监管的活性成分还需要面对 FDA 的现场检查，并在生产管理、质量控制、环保设施等方面通过 FDA 审核后才能够继续向美国客户提供对应产品。

2018 年 3 月以来，美国政府有关部门对部分中国进口商品实施加征关税措施。2018 年 4 月份，美国政府公布征税产品建议清单，涉及中国约 500 亿美元产品出口，建议税率为 25%，涵盖约 1,300 个税号产品，其中第一批 340 亿美元商品自 7 月 6 日起实施加征关税措施，自 8 月 23 日起对全部 500 亿美元实施加征关税措施。自 2018 年 9 月 24 日起，美国政府又对另外 2,000 亿美元中国商品加征 10% 的进口关税，2019 年 5 月 10 日，美方又将该部分商品附加关税税率上调至 25%。公司出口美国的部分产品如 AVB, OMC, OCT, HMS 与 OS 等在美国政府加征关税清单之列。截至本回复报告出具日，公司对美出口产品适用 25% 加征税率。

报告期内，公司对美国销售占境外主营业务收入的比例呈现一定波动，主要是与公司在北美地区的客户结构变化有关。其中，公司 2020 年度对美国销售收入较 2019 年下降 11,126.02 万元，主要原因是由于美国客户亚什兰根据自身业务发展战略自 2020 年开始逐渐缩减其防晒相关产品业务。2021 年及 2022 年 1-9 月，公司对美国销售收入及占比增长，主要原因系公司加大了对 Formulated Solutions, LLC 和 Playtex Manufacturing Inc. 两家美国客户的销售覆盖力度，并实现了收入的显著增长。得益于公司在全球范围内在防晒剂产

品方面具备强劲竞争力，报告期内中美贸易摩擦未对公司出口产生重大不利影响。

报告期内，除美国对原产自我国的产品大规模加征关税外，发行人其他主要出口国家或地区的贸易环境及其对中国的贸易政策总体保持相对稳定，未发布相关贸易限制措施，适用于公司产品的关税税率正常。

此外，公司主要客户均为国际知名的化妆品、日用化学品和香精香料企业，其生产设施分布在全球多个地区，鉴于公司在化妆品活性成分尤其是防晒剂领域的市场优势地位，在单一国家或地区对我国贸易政策出现不利变化的情况下，公司可与客户协商通过对其产能分布和采购主体的调整在一定程度上减少贸易摩擦的影响，从而满足客户的整体业务发展需求。

综上所述，公司所处的防晒剂行业及香料香精行业受益于人们生活水平提高、防晒观念不断变化、下游需求提升等因素影响，市场规模不断扩大。公司是全球主要防晒剂生产厂家之一，具备丰富的合成香料行业经验，防晒产品种类齐全且积极布局新型防晒剂产品，产品竞争力较强。公司市场占有率较高，具备强大的客户资源，主要境外客户包括帝斯曼、拜尔斯道夫、欧莱雅等大型跨国化妆品公司和专用化学品，以及奇华顿、芬美意、德之馨等全球知名香料香精公司，与公司合作时间较久且合作情况良好。报告期内，中美贸易摩擦未对公司销售造成重大不利影响。公司境外收入具备可持续性，短期内业绩大幅下滑的风险相对较小。

（二）结合报告期内跨境运费、出口退税、汇兑损益等，说明境外收入的真实性和匹配性

1、跨境运费与境外销售收入的匹配性分析

公司与国外客户约定的运费承担方式主要包括客户自提、送货到国内港口、送货到客户指定地点等，送货到客户指定地点和向第三方境外仓储物流仓库备货会导致公司发生跨境运费。

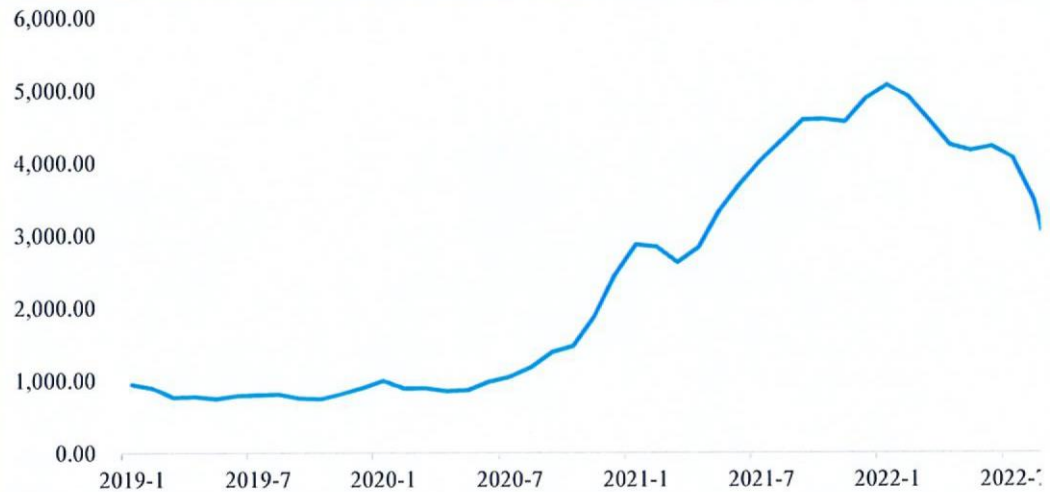
报告期内，公司境外销售运输费与境外销售收入情况如下：

单位：万元人民币

项目	2022年1-9月	2021年度	2020年度	2019年度
境外销售收入	109,469.07	89,598.50	88,656.22	98,191.57
其中：无需承担运输费和仅承担境内段运输费的境外销售收入	26,871.73	27,834.73	39,037.66	58,150.99
需承担跨境运费的境外销售收入	82,597.34	61,763.77	49,618.56	40,040.58
跨境运费	4,254.04	3,903.85	872.00	573.96
跨境运费/需承担跨境运费的境外销售收入	5.15%	6.32%	1.76%	1.43%

报告期各期，公司跨境运费与相关境外收入比分别为 1.43%、1.76%、6.32%和 5.15%，其中 2021 年占比较 2020 年大幅上涨，主要系自 2020 年下半年以来，受新冠疫情、部分港口作业能力不足等因素影响，国际航线海运运力紧张，出口集装箱供不应求，运输公司相应提高了海运相关费用，上海出口集装箱运价指数（SCFI）从 2020 年下半年开始上涨；同时为保证境外发货的稳定性，公司 2021 年加大了第三方仓储物流仓库的备货，上述两点因素综合导致跨境运费占比涨幅较大。

图表：2019-2022 年 9 月上海出口集装箱运价指数（SCFI）



数据来源：Wind

2、出口退税与境外销售收入的匹配性分析

将报告期内公司主要出口主体科思股份和科思技术的境外收入金额与海关出口退税数据进行比较，具体情况如下：

单位：万美元

项目	2022年 1-9月	2021年度	2020年度	2019年度
报关主体出口销售收入合计	16,039.06	13,487.07	12,359.45	14,231.18
当期申请出口退税的出口销售额	15,569.27	12,977.11	12,148.32	14,224.33
申报出口退税的销售额占境外销售收入的比例	97.07%	96.22%	98.29%	99.95%

报告期内，发行人申报出口退税销售额占境外销售收入的比例分别为 99.95%、98.29%、96.22%和 97.07%。差异主要原因为：（1）外销收入确认和申报出口退税存在时间差；（2）外汇折算差异，海关数据的出口销售额均以美元计价，公司境外销售以美元结算为主，也存在欧元、澳元、人民币结算币种，折算美元存在外汇折算影响；（3）海关数据的出口销售额已扣除海运费和保险费，公司境外销售收入未扣除海运费和保险费。整体而言，报告期内公司出口退税的销售额与境外销售收入规模基本匹配。

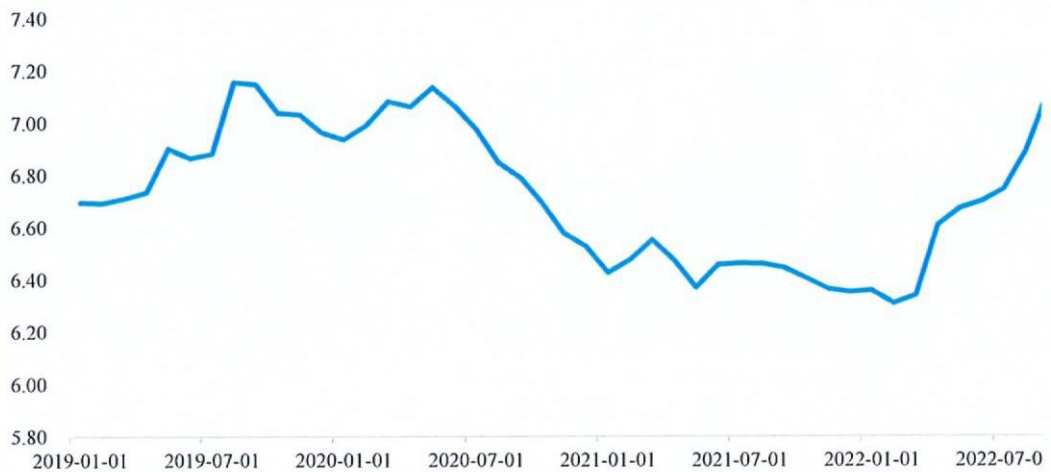
3、汇兑损益与境外销售收入的匹配性分析

报告期内，应收款项相关汇兑损益与境外销售收入占比如下：

项目	2022年 1-9月	2021年度	2020年度	2019年度
汇兑损益（万元）	-2,982.44	881.36	1,035.70	-76.14
境外销售收入（万元）	109,469.07	89,598.50	88,656.22	98,191.57
汇兑损益占销售收入比例	-2.72%	0.98%	1.17%	-0.08%

2020年度和2021年度美元兑人民币汇率有所下降，造成公司相关年度形成一定的汇兑损失。2022年1-9月美元兑人民币汇率有所上涨，同时公司境外销售规模显著提升，导致2022年1-9月公司形成一定汇兑收益，且绝对金额较以前年度更高。报告期内，公司汇兑损益的变动趋势与汇率和公司境外收入的变化相匹配，具有合理性。

图表：2019-2022年9月美元兑人民币汇率



数据来源：Wind

综上，公司跨境运费、出口退税及各期汇兑损益与公司境外销售收入具有匹配性，境外销售收入具有真实性。

（三）补充披露相关风险

报告期内，公司境外收入占营业收入的比例分别为 89.24%、87.91%、82.17%和 87.65%，占比较高。公司主要产品包括化妆品活性成分及其原料、合成香料等。若下游日用化学品行业和香料香精行业市场规模下降、市场需求发生重大变化，或者公司产品发生重大生产和质量问题、产品竞争力大幅下降，或者与境外主要客户合作中断，将有可能导致公司境外收入出现下滑。

报告期内，除美国对原产自我国的产品大规模加征关税外，公司其他主要出口国家或地区未发布针对公司产品的相关贸易限制措施。虽然报告期内公司业务未因中美贸易摩擦而发生受到重大不利影响，且公司的行业地位及竞争实力可一定程度上保障公司对外部贸易政策变化的抗风险能力，但随着公司业务的持续发展及对其他国家和地区的市场开发力度加大，公司主要海外销售市场的贸易政策也可能会发生变化，若公司主要出口国家针对公司产品的贸易政策发生重大不利变化，将会对公司境外业务产生一定的不利影响。

除上述因素外，公司经营面临原材料价格上涨、主要产品价格下降、毛利率下滑、宏观经济形势变化、新冠肺炎疫情反复等各项风险因素，若各项因素中的某一项因素发生重大不利变化或者多项因素同时发生，公司将有可能出现本次可转债发行当年营业利润大幅下滑的风险。

二、结合发行人产品定价模式、人民币汇率走势，量化说明汇率波动对发行人业绩的影响，发行人应对汇率波动拟采取的相关措施

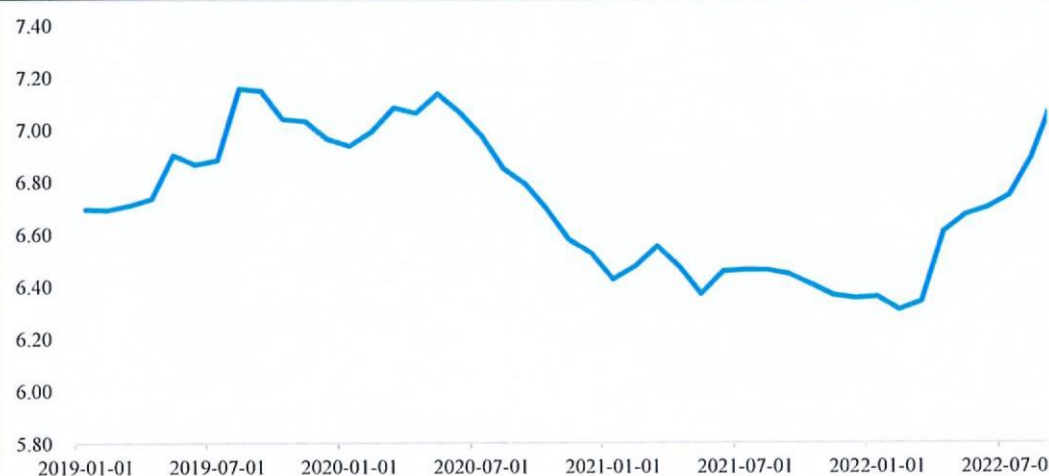
（一）发行人产品定价模式

发行人在产品定价方面，一般根据市场行情商谈定价；部分大客户需通过参与其线上询价、报价系统定价；签有框架性协议的客户，则在协议约定范围内根据市场行情商定价格。当出现生产成本、汇率大幅波动，或者进口国贸易政策重大变化时，公司会相应地调整销售报价；但已完成的报价或确认的订单，基于契约精神，公司基本继续按原报价执行。

（二）人民币汇率走势

报告期内，公司结算外币主要为美元和欧元，其中以美元为主。2019年至2022年9月美元兑人民币汇率变化趋势图如下所示：

图表：2019-2022年9月美元兑人民币汇率

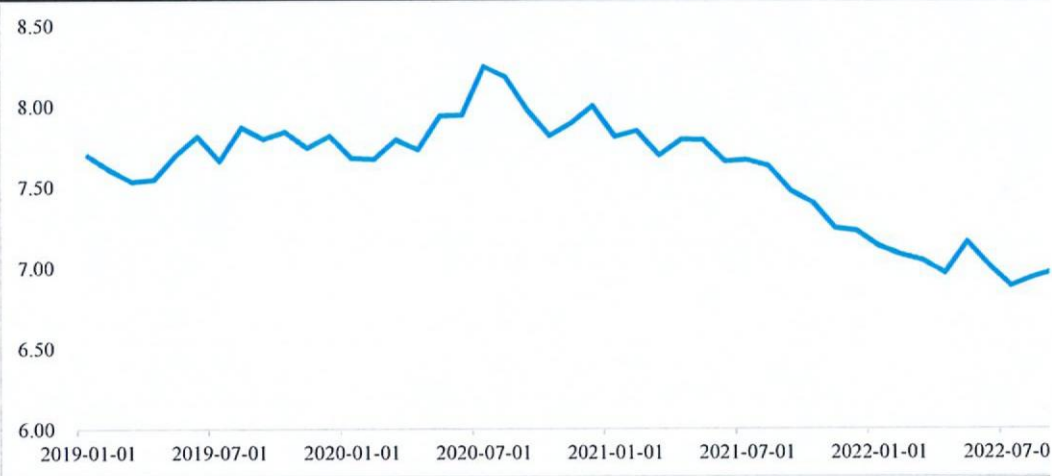


数据来源：Wind

2022年以来，美元兑人民币汇率保持上升趋势，自2022年初至2022年9月底，美元升值11.29%。随着美元进入加息周期，美元汇率进入上升通道。公司产品主要以美元定价，美元升值会对公司带来一定正向影响。

2019年至2022年9月欧元兑人民币汇率变化趋势图如下所示：

图表：2019-2022年9月欧元兑人民币汇率



数据来源：Wind

欧元兑人民币汇率自2020年8月开始处于下行通道，2022年以来逐渐企稳，汇率变动将对公司2022年度利润影响较小。

（三）汇率波动对发行人业绩影响的量化分析

1、汇率波动对公司收入的影响

报告期内，公司以外销收入为主，金额分别为98,191.57万元、88,656.22万元、89,598.50万元和109,469.07万元，主要以美元、欧元和人民币结算。

汇率波动对公司收入的影响主要体现在如下方面：

（1）在产品外币价格方面，当外币兑人民币汇率升高，即人民币贬值时，公司出口产品外币价格下降，产品竞争力提升，有利于公司出口。

（2）在外币收入确认方面，公司参考报价时的外币汇率向境外客户进行报价，确认

收入时采用当月月初汇率记账。人民币贬值时，确认收入记账汇率通常高于报价汇率，公司对应的人民币收入增加。并且由于汇率在一定区间内并非单向上升或下降，不同月份的波动也会对公司营业收入产生一定的影响。

针对外币收入确认方面，以发行人 2022 年 1-9 月外币收入为例，假设按照 2021 年月度加权平均的汇率测算，汇率变动对于发行人主营业务收入的影响测算情况如下：

项目	美元	欧元	合计
2022 年 1-9 月外币收入（万元人民币，a）	84,969.08	24,422.25	109,391.33
2022 年 1-9 月外币收入月度加权平均汇率（b）	6.6148	7.0385	-
2021 年外币收入月度加权平均汇率（c）	6.4545	7.6487	-
2022 年 1-9 月按照 2021 年汇率调整后的外币收入（万元人民币，d=a*c/b）	82,909.98	26,539.53	109,449.51
2022 年 1-9 月汇率调整收入变动（万元人民币，e=d-a）	-2,059.10	2,117.28	58.18
2022 年 1-9 月主营业务收入（万元人民币，f）	123,990.16		
2022 年 1-9 月汇率调整收入变动占主营业务收入比例（g=e/f）	-1.66%	1.71%	0.05%

2022 年 1-9 月，美元兑人民币汇率保持上升趋势，欧元兑人民币汇率则保持下降趋势。根据上表，假设按照 2021 年月度加权平均汇率测算，公司 2022 年 1-9 月美元和欧元收入的汇率调整变动合计占主营业务收入的比例为 0.05%，汇率变动对发行人主营业务收入影响较小。

除外销收入采用外币结算外，公司向国外供应商采购以及支付海运费时主要采用美元结算。与外销收入相反，公司通过美元结算采购及费用，当人民币贬值时公司会形成汇兑损失，人民币升值时公司形成汇兑收益。汇率变动所导致的收入及成本端影响叠加抵消后，对公司业绩的影响减小。

2、汇兑损益对公司业绩的影响

以最近完整会计年度 2021 年度的财务数据为基础，假定除外币资产和负债外，收入、成本等其他因素保持不变，公司业绩对汇率波动的敏感性分析情况如下表所示：

单位：万元人民币

汇率变动比	2021 年度/2021 年 12 月 31 日					
	10.00%	5.00%	1.00%	-1.00%	-5.00%	-10.00%
外币资产影响额①	1,443.20	721.60	144.32	-144.32	-721.60	-1,443.20
外币负债影响额②	251.21	125.61	25.12	-25.12	-125.61	-251.21
汇兑损益变动①-②	1,191.99	596.00	119.20	-119.20	-596.00	-1,191.99
利润总额变动	1,191.99	596.00	119.20	-119.20	-596.00	-1,191.99
当期利润总额	15,479.22	15,479.22	15,479.22	15,479.22	15,479.22	15,479.22
利润总额变动占比	7.70%	3.85%	0.77%	-0.77%	-3.85%	-7.70%

注：“10%”表示 2021 年 12 月 31 日时点外币升值 10%、人民币贬值 10%，反之亦然。

根据 2021 年度公司财务数据敏感性分析结果，当外币兑人民币汇率波动 10%时，公司利润总额变动 1,191.99 万元，占利润总额的比例为 7.70%。总体来看，汇率波动导致的汇兑损益变动对公司利润总额影响有限。

（四）发行人应对汇率波动拟采取的相关措施

为应对汇率风险，公司制定的应对措施如下：

(1) 合理控制产品报价周期：公司基于一定的汇率预判作出外销产品报价，为降低产品定价后汇率大幅波动的影响，公司总体控制与客户的定价周期，以便及时根据汇率波动调整报价。

(2) 开展远期结售汇业务：为减少外汇汇率波动带来的风险，公司开展了一定的远期结售汇业务。公司开展的远期结售汇业务，是由银行为公司提供的，在交易日约定交易日后的未来某个时间，银行与公司按约定的币种、金额、汇率进行人民币与外汇资金交割的一项业务，系经中国人民银行批准的外汇避险金融产品。公司开展远期结售汇业务，不进行以投机和盈利为目的的外汇交易，所有远期结售汇业务均以正常生产经营为基础，以规避和防范汇率风险为目的，不影响公司主营业务的发展。

(3) 供应链融资：公司与主要客户建立了供应链融资关系，并与部分银行签订了供应链融资相关协议，公司给予客户的款期可以通过向签署银行转让应收账款的方式提前获得回款，融资成本相对较低。公司给予上述客户的款期为 90-120 天，公司可以根据实际情况选择通过供应链融资实际回款时间在 15 天左右，缩短了回款周期，降低了汇率波动风险。

(4) 公司财务部负责监控外币交易和外币资产规模，实时跟踪外汇波动情况，并适时进行结汇，以最大程度降低面临的汇率波动风险；更加积极的关注外汇市场变动情况、贸易政策和外汇政策变动情况，持续提升对汇率波动的研究判断能力，预测汇率波动趋势，为营销团队提供定价依据。

(五) 补充披露相关风险

报告期内，公司出口收入占比较高，出口产品主要采用美元、欧元计价，因此公司经营业绩会受到人民币汇率波动的影响。一方面，人民币处于升值或贬值趋势时，公司产品在境外市场竞争力下降或上升，从而影响公司整体经营状况；另一方面，自确认销售收入形成应收账款至收汇期间，公司会因人民币汇率波动而产生汇兑损益，直接影响公司业绩。2019 年至 2022 年 1-9 月，公司各期财务费用中的汇兑损益金额分别为-76.14 万元、1,035.70 万元、881.36 万元和-2,982.44 万元，汇兑损益占利润总额的比例分别为-0.43%、5.38%、5.69%和-9.91%，汇兑损益对公司的业绩有一定影响。未来，随着公司品牌认可度的不断提升、营销网络的不断完善以及募集资金投资项目的竣工投产，公司境外销售规模预计还将进一步扩大。若未来美元、欧元兑人民币汇率持续波动，特别是当人民币短期内大幅升值的情形下，公司可能会出现较大的汇兑损失，从而对公司当期经营业绩产生不利影响。公司存在经营业绩受汇率大幅波动影响的风险。

三、结合报告期内原材料价格波动、产品价格、同行业可比公司情况等，分产品说明发行人毛利率波动的原因及合理性，是否与同行业可比公司一致，是否存在毛利率下滑的风险

(一) 主要产品毛利率情况

报告期内，公司主要产品的毛利率变动情况如下：

产品名称	2022 年 1-9 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	毛利率	变动幅度	毛利率	变动幅度	毛利率	变动幅度	毛利率
化妆品活性成分及其原料	36.05%	7.58%	28.47%	-6.91%	35.38%	3.38%	32.00%
其中：AVB	31.04%	1.72%	29.32%	-9.83%	39.15%	2.56%	36.60%
P-S	43.61%	2.88%	40.73%	3.96%	36.78%	7.11%	29.66%
OMC	20.01%	4.93%	15.08%	-10.15%	25.23%	-1.39%	26.63%

OCT	39.15%	19.53%	19.61%	-15.77%	35.38%	9.96%	25.42%
HMS	36.52%	10.09%	26.43%	-6.11%	32.53%	-3.12%	35.65%
合成香料	23.64%	-3.69%	27.34%	-3.89%	31.23%	1.34%	29.89%
其中：LLY	28.04%	-11.25%	39.29%	-2.73%	42.02%	1.16%	40.87%
AT	20.70%	-1.88%	22.59%	-1.26%	23.84%	7.04%	16.80%

报告期内，公司毛利率主要受原材料价格波动、单价变化和出口物流费用等因素影响。报告期内，公司上述七种主要产品销售收入合计占公司主营业务收入的的比例分别为 77.25%、78.70%、79.36%和 73.42%，该七种产品的单价、单位成本和毛利率具体变动原因如下：

1、阿伏苯宗（AVB）

阿伏苯宗（AVB）	2022年1-9月		2021年度		2020年度		2019年度
	数额	变动/增减幅度	数额	变动/增减幅度	数额	变动/增减幅度	数额
单价（元/千克）	80.11	13.74%	70.43	-4.68%	73.89	-0.21%	74.04
单位成本（元/千克）	55.25	10.98%	49.78	10.72%	44.96	-4.23%	46.95
毛利率	31.04%	1.72%	29.32%	-9.83%	39.15%	2.56%	36.60%

阿伏苯宗的主要原材料为甲苯、苯甲醚、三氯化铝和异丁烯，报告期内采购价格情况如下表所示：

单位：元/千克

主要原材料名称	2022年1-9月		2021年度		2020年度		2019年度
	采购价格	变动幅度	采购价格	变动幅度	采购价格	变动幅度	采购价格
甲苯	6.81	32.31%	5.15	49.84%	3.43	-31.90%	5.04
苯甲醚	12.52	2.29%	12.24	2.26%	11.97	-5.65%	12.68
三氯化铝	6.29	0.89%	6.23	31.22%	4.75	-10.85%	5.33
异丁烯	10.35	27.63%	8.11	42.66%	5.69	-29.84%	8.11

2020年，阿伏苯宗毛利率较2019年上升2.56个百分点，主要原因系主要原材料甲苯、异丁烯等采购价格下降幅度较大，导致阿伏苯宗单位成本下降。

2021年，阿伏苯宗毛利率较2020年下降9.83个百分点，主要原因系：1）单位成本方面，2021年甲苯和异丁烯等主要原材料采购价格受原油价格等因素影响大幅上涨，且2021年海运费上涨，导致阿伏苯宗单位成本增幅较大；2）产品单价方面，由于2020年上半年阿伏苯宗主要原材料价格下降，公司2020年下半年下调了阿伏苯宗的产品价格，2021年总体延续下调后的价格；3）公司首次公开发行募投项目之一年产2000吨阿伏苯宗生产线于2020年四季度投产，2021年处于产能爬坡期，单位生产成本较高。

2022年1-9月，阿伏苯宗毛利率较2021年上升1.72个百分点，主要原因系公司综合考虑主要原材料价格上涨等因素，陆续上调了产品价格。

2、双-乙基己氧苯酚甲氧苯基三嗪（P-S）

双-乙基己氧苯酚甲氧苯基三嗪（P-S）	2022年1-9月		2021年度		2020年度		2019年度
	数额	变动/增减幅度	数额	变动/增减幅度	数额	变动/增减幅度	数额
单价（元/千克）	361.69	11.50%	324.39	-8.74%	355.44	1.75%	349.34
单位成本（元/千克）	203.96	6.09%	192.26	-14.45%	224.73	-8.54%	245.72
毛利率	43.61%	2.88%	40.73%	3.96%	36.78%	7.11%	29.66%

P-S 的主要原材料为间苯二酚、对溴苯甲醚和氯代异辛烷，报告期内采购价格情况如下表所示：

单位：元/千克

主要原材料名称	2022年1-9月		2021年度		2020年度		2019年度
	采购价格	变动幅度	采购价格	变动幅度	采购价格	变动幅度	采购价格
间苯二酚	49.85	-10.35%	55.61	-36.26%	87.24	-12.79%	100.04
对溴苯甲醚	61.11	8.80%	56.17	3.43%	54.31	-10.04%	60.37
氯代异辛烷	28.27	0.65%	28.09	28.15%	21.92	-21.25%	27.84

2020年，P-S 毛利率较 2019 年上升 7.11 个百分点，主要原因系主要原材料间苯二酚、对溴苯甲醚和氯代异辛烷采购价格下降幅度较大，导致 P-S 单位成本下降。

2021年，P-S 毛利率较 2020 年上升 3.96 个百分点，主要原因系主要原材料间苯二酚价格下降幅度较大以及该产线产能利用率的提升，导致 P-S 单位成本下降幅度高于产品价格下降幅度。

2022年1-9月，P-S 毛利率较 2021 年上升 2.88 个百分点，主要原因系公司综合考虑市场需求等因素，上调了 2022 年 1-9 月 P-S 的产品价格。

3、对甲氧基肉桂酸异辛酯（OMC）

对甲氧基肉桂酸异辛酯（OMC）	2022年1-9月		2021年度		2020年度		2019年度
	数额	变动/增减幅度	数额	变动/增减幅度	数额	变动/增减幅度	数额
单价（元/千克）	68.12	18.75%	57.36	-7.11%	61.75	-1.55%	62.72
单位成本（元/千克）	54.49	11.86%	48.71	5.51%	46.17	0.32%	46.02
毛利率	20.01%	4.93%	15.08%	-10.15%	25.23%	-1.39%	26.63%

对甲氧基肉桂酸异辛酯的主要原材料为对甲氧基苯甲醛（PMOB）、异辛醇和冰醋酸，报告期内采购价格情况如下表所示：

单位：元/千克

主要原材料名称	2022年1-9月		2021年度		2020年度		2019年度
	采购价格	变动幅度	采购价格	变动幅度	采购价格	变动幅度	采购价格
对甲氧基苯甲醛	55.86	26.22%	44.26	-11.16%	49.82	-9.67%	55.15
异辛醇	10.22	-18.53%	12.54	87.01%	6.70	-4.38%	7.01
冰醋酸	4.06	-31.90%	5.96	137.16%	2.51	-11.51%	2.84

2020年，对甲氧基肉桂酸异辛酯毛利率较 2019 年下降 1.39 个百分点，主要原因系公司自 2020 年起执行新收入准则，运输费、港杂费、包装费和仓储费作为合同履约成本计入营业成本，导致对甲氧基肉桂酸异辛酯单位成本小幅上升。

2021年，对甲氧基肉桂酸异辛酯毛利率较 2020 年下降 10.15 个百分点，主要原因系：1) 单位成本方面，2021 年异辛醇等主要原材料采购价格受原油价格等因素影响大幅上涨，且 2021 年海运费上涨，导致对甲氧基肉桂酸异辛酯单位成本上升；2) 产品单价方面，由于 2020 年上半年主要原材料价格下降，公司于 2020 年下半年调低了对甲氧基肉桂酸异辛酯的产品价格，2021 年总体延续下调后的价格。

2022年1-9月，对甲氧基肉桂酸异辛酯毛利率较 2021 年上升 4.93 个百分点，主要原因系公司综合考虑主要原材料价格上涨等因素，调高了对甲氧基肉桂酸异辛酯的产品价格。

4、奥克立林（OCT）

奥克立林 (OCT)	2022年1-9月		2021年度		2020年度		2019年度
	数额	变动/增减幅度	数额	变动/增减幅度	数额	变动/增减幅度	数额
单价 (元/千克)	101.43	88.83%	53.71	9.30%	49.14	-2.26%	50.28
单位成本 (元/千克)	61.72	42.95%	43.18	35.97%	31.76	-15.32%	37.50
毛利率	39.15%	19.53%	19.61%	-15.77%	35.38%	9.96%	25.42%

奥克立林的主要原材料为二苯甲酮、氰乙酸乙酯和异辛醇，报告期内采购价格情况如下表所示：

单位：元/千克

主要原材料名称	2022年1-9月		2021年度		2020年度		2019年度
	采购价格	变动幅度	采购价格	变动幅度	采购价格	变动幅度	采购价格
二苯甲酮	34.57	5.07%	32.90	107.95%	15.82	-17.63%	19.21
氰乙酸乙酯	33.44	16.10%	28.80	121.11%	13.02	-15.64%	15.44
异辛醇	10.22	-18.53%	12.54	87.01%	6.70	-4.38%	7.01

2020年，奥克立林毛利率较2019年上升9.96个百分点，主要原因系主要原材料二苯甲酮、氰乙酸乙酯等采购价格下降幅度较大，导致奥克立林单位成本下降。

2021年，奥克立林毛利率较2020年下降15.77个百分点，主要原因系奥克立林主要原材料二苯甲酮、氰乙酸乙酯和异辛醇等采购价格受原油价格上涨等因素影响大幅上升，且2021年海运费上涨，导致奥克立林单位成本增幅较大。

2022年1-9月，奥克立林毛利率较2021年上升19.53个百分点，主要原因系公司综合考虑原材料上涨和市场需求旺盛等因素，上调了奥克立林的产品价格。

5、原膜散酯 (HMS)

原膜散酯 (HMS)	2022年1-9月		2021年度		2020年度		2019年度
	数额	变动/增减幅度	数额	变动/增减幅度	数额	变动/增减幅度	数额
单价 (元/千克)	45.27	29.19%	35.04	-8.30%	38.22	-0.76%	38.51
单位成本 (元/千克)	28.74	11.47%	25.78	0.00%	25.78	4.04%	24.78
毛利率	36.52%	10.09%	26.43%	-6.11%	32.53%	-3.12%	35.65%

原膜散酯的主要原材料为异佛尔酮和水杨酸甲酯，报告期内采购价格情况如下表所示：

单位：元/千克

主要原材料名称	2022年1-9月		2021年度		2020年度		2019年度
	采购价格	变动幅度	采购价格	变动幅度	采购价格	变动幅度	采购价格
异佛尔酮	13.00	0.48%	12.94	1.61%	12.73	1.96%	12.49
水杨酸甲酯	15.54	10.13%	14.11	-2.31%	14.44	-32.12%	21.28

2020年，原膜散酯毛利率较2019年下降3.12个百分点，主要原因系公司自2020年起执行新收入准则，运输费、港杂费、包装费和仓储费作为合同履约成本计入营业成本，导致原膜散酯单位成本小幅上升。

2021年，原膜散酯毛利率较2020年下降6.11个百分点，主要原因系2020年上半年主要原材料水杨酸甲酯采购价格较大幅度下降后，公司于2020年下半年下调了产品售价，2021年基本延续了2020年下半年调整后的价格。

2022年1-9月，原膜散酯毛利率较2021年上升10.09个百分点，主要原因系公司综合考虑原材料上涨和市场需求旺盛等因素，上调了原膜散酯的产品价格。

6、铃兰醛（LLY）

铃兰醛（LLY）	2022年1-9月		2021年度		2020年度		2019年度
	数额	变动/增减幅度	数额	变动/增减幅度	数额	变动/增减幅度	数额
单价（元/千克）	44.11	-2.04%	45.03	-6.71%	48.27	-1.60%	49.05
单位成本（元/千克）	31.74	16.11%	27.34	-2.31%	27.98	-3.52%	29.01
毛利率	28.04%	-11.25%	39.29%	-2.73%	42.02%	1.16%	40.87%

铃兰醛的主要原材料为甲苯、异丁烯和正丙醛，报告期内采购价格情况如下表所示：

单位：元/千克

主要原材料名称	2022年1-9月		2021年度		2020年度		2019年度
	采购价格	变动幅度	采购价格	变动幅度	采购价格	变动幅度	采购价格
甲苯	6.81	32.31%	5.15	49.84%	3.43	-31.90%	5.04
异丁烯	10.35	27.63%	8.11	42.66%	5.69	-29.84%	8.11
正丙醛	8.03	-4.14%	8.37	3.64%	8.08	-3.14%	8.34

2020年，铃兰醛毛利率较2019年上升1.16个百分点，主要原因系主要原材料甲苯、异丁烯等采购价格下降幅度较大，导致铃兰醛单位成本下降。

2021年，铃兰醛毛利率较2020年下降2.73个百分点，主要原因系公司根据2020年原材料价格及市场供需关系变化，调低了铃兰醛的产品价格。单位成本方面，铃兰醛与化妆品活性成分产品不同，境内外销售占比接近，故受2021年海运涨价影响较小，同时铃兰醛相关产线整体产能利用率的提升和产线工艺、设备的持续优化，综合导致2021年单位成本小幅下降。

2022年1-9月，铃兰醛毛利率较2021年下降11.25个百分点，主要原因系主要原材料价格上涨幅度较大，且受市场需求减弱影响，铃兰醛销量较去年同期下降，单位制造费用上升，综合导致铃兰醛单位成本上升，而单价变化不大。

7、合成茴脑（AT）

合成茴脑（AT）	2022年1-9月		2021年度		2020年度		2019年度
	数额	变动/增减幅度	数额	变动/增减幅度	数额	变动/增减幅度	数额
单价（元/千克）	72.51	9.86%	66.01	-3.82%	68.63	1.08%	67.90
单位成本（元/千克）	57.50	12.53%	51.10	-2.23%	52.26	-7.48%	56.49
毛利率	20.70%	-1.88%	22.59%	-1.26%	23.84%	7.04%	16.80%

合成茴脑的主要原材料为三氯化铝、苯甲醚和丙酰氯，报告期内采购价格情况如下表所示：

单位：元/千克

主要原材料名称	2022年1-9月		2021年度		2020年度		2019年度
	采购价格	变动幅度	采购价格	变动幅度	采购价格	变动幅度	采购价格
三氯化铝	6.29	0.89%	6.23	31.22%	4.75	-10.85%	5.33
苯甲醚	12.52	2.29%	12.24	2.26%	11.97	-5.65%	12.68
丙酰氯	19.37	20.68%	16.05	19.56%	13.42	-13.82%	15.58

2020年，合成茴脑毛利率较2019年上升7.04个百分点，主要原因系主要原材料采购价格下降，导致合成茴脑单位成本下降。

2021年，合成茴脑毛利率较2020年下降1.26个百分点，主要原因系公司根据2020年原材料价格及市场供需关系变化，调低了合成茴脑的产品价格。

2022年1-9月，合成茵脑毛利率较2021年下降1.88个百分点，主要原因系主要原材料价格上涨幅度较大，且受市场需求减弱影响，合成茵脑销量较去年同期下降，单位制造费用上升，综合导致合成茵脑单位成本上升。

（二）同行业可比公司情况

报告期内，公司综合毛利率与同行业可比公司对比情况如下：

公司名称	2022年1-9月		2021年度		2020年度		2019年度
	毛利率	增减幅度	毛利率	增减幅度	毛利率	增减幅度	毛利率
天赐材料	40.50%	5.52%	34.98%	0.01%	34.97%	9.33%	25.64%
赞宇科技	5.48%	-9.32%	14.80%	-1.02%	15.82%	-0.52%	16.34%
扬帆新材	19.40%	0.63%	18.77%	-7.94%	26.71%	-13.65%	40.36%
爱普股份	14.99%	-1.03%	16.02%	-0.86%	16.88%	-3.48%	20.36%
亚香股份	34.43%	0.48%	33.95%	0.94%	33.01%	-4.01%	37.02%
平均值	22.96%	-0.74%	23.70%	-1.78%	25.48%	-2.46%	27.94%
公司	33.23%	6.46%	26.76%	-6.22%	32.98%	2.22%	30.76%

上述同行业可比公司均属于精细化工行业，在采购、生产和销售模式等方面与公司类似，且部分公司业务涉及日化行业，在下游应用领域和产品功能方面与公司存在一定的相似性。但从具体产品而言，上述可比公司与公司主要产品存在一定差异，尤其是可比公司中无生产防晒剂产品的公司。2019年至2021年，同行业可比公司主要产品具体情况如下：

1、天赐材料

根据天赐材料公开披露信息，天赐材料主要从事锂离子电池材料、日化材料及特种化学品业务，2019年至2021年毛利率情况如下表所示：

产品名称	2021年度		2020年度		2019年度
	毛利率	增减幅度	毛利率	增减幅度	毛利率
锂离子电池材料	36.03%	8.42%	27.61%	0.45%	27.16%
日化材料及特种化学品	33.58%	-23.39%	56.97%	23.15%	33.82%
综合毛利率	34.98%	0.01%	34.97%	9.33%	25.64%

天赐材料的综合毛利率受锂离子电池材料业务影响较大。天赐材料的日化材料及特种化学品业务主要包括表面活性剂、硅油、水溶性聚合物、阳离子调理剂等系列产品，其中，日化材料下游应用包括洗发水、沐浴露、洗衣液、消毒杀菌产品等个人护理和家居护理领域，与公司存在一定重合，但产品类型与公司存在差异。

2019年至2021年，天赐材料日化材料及特种化学品毛利率分别为33.82%、56.97%和33.58%，其中2020年较高的主要原因系其中卡波姆产品部分型号可用于醇类凝胶消毒杀菌产品中，新冠疫情期间需求旺盛，卡波姆产品价格也有一定增长，导致其水溶性聚合物品类毛利率较2019年上升31.81%所致。除2020年毛利率较高外，天赐材料日化材料及特种化学品其他年度的毛利率与公司综合毛利率较为接近。

2、赞宇科技

根据赞宇科技公开披露信息，赞宇科技主要从事表面活性剂及油脂化工产品业务，2019年至2021年毛利率情况如下表所示：

产品名称	2021年度		2020年度		2019年度
	毛利率	增减幅度	毛利率	增减幅度	毛利率
表面活性剂产品	14.41%	-4.43%	18.84%	5.03%	13.81%

油脂化工产品	14.40%	2.44%	11.96%	-0.13%	12.09%
综合毛利率	14.80%	-1.02%	15.82%	-0.52%	16.34%

赞宇科技表面活性剂产品主要包括以 AES、AOS、磺酸为代表的阴离子表面活性剂，以 6501、CMEA 为代表的非离子表面活性剂以及以 CAB、CAO 为代表的两性离子表面活性剂；油脂化工产品主要包括硬脂酸、脂肪酸、油酸、单酸、二聚酸、聚酰胺树脂、单甘脂、甘油、脂肪酸盐及其他助剂等。赞宇科技上述产品与公司产品存在差异，毛利率相对较低。

3、扬帆新材

根据扬帆新材公开披露信息，扬帆新材主要从事光引发剂和巯基化合物及其衍生物业务，2019 年至 2021 年毛利率情况如下表所示：

产品名称	2021 年度		2020 年度		2019 年度
	毛利率	增减幅度	毛利率	增减幅度	毛利率
光引发剂	3.98%	-6.49%	10.47%	-25.54%	36.01%
巯基化合物及其衍生物	28.17%	-9.20%	37.37%	-8.13%	45.50%
综合毛利率	18.77%	-7.94%	26.71%	-13.65%	40.36%

扬帆新材光引发剂产品主要用于 PCB 电路板、微电子加工、造纸、显示等行业，巯基化合物产品主要以中间体状态用于医药、农药、染料等制造，与公司存在差异，其受市场竞争加剧、销售单价持续走低等因素影响，毛利率水平相对较低。

4、爱普股份

根据爱普股份公开披露信息，爱普股份主要从事香料、香精和食品配料业务，2019 年至 2021 年毛利率情况如下表所示：

产品名称	2021 年度		2020 年度		2019 年度
	毛利率	增减幅度	毛利率	增减幅度	毛利率
香精	38.72%	-5.09%	43.81%	0.20%	43.61%
香料	22.60%	-3.03%	25.63%	-4.08%	29.71%
食品配料	10.13%	2.02%	8.12%	-2.98%	11.10%
综合毛利率	16.02%	-0.86%	16.88%	-3.48%	20.36%

爱普股份食品配料业务占比较高，主要产品包括工业巧克力和果酱，毛利率相对较低；其香精香料下游行业包括食品饮料行业、日化行业和烟草行业，其中的日化行业应用领域包括香水类、牙膏类、香皂类等，与公司合成香料下游应用领域存在一定的相似性，但其合成香料主要产品为凉味剂等，与公司铃兰醛、合成茴脑等产品存在差异，因此 2019 年至 2021 年其香料业务毛利率与公司合成香料业务毛利率略有差异。

5、亚香股份

根据亚香股份公开披露信息，亚香股份主要从事天然香料、合成香料及凉味剂业务，2019 年至 2021 年毛利率情况如下表所示：

产品名称	2021 年度		2020 年度		2019 年度
	毛利率	增减幅度	毛利率	增减幅度	毛利率
天然香料	40.83%	2.18%	38.65%	-2.19%	40.84%
合成香料	22.16%	-8.20%	30.36%	-8.26%	38.63%
凉味剂	32.01%	1.05%	30.96%	-2.40%	33.36%
综合毛利率	33.95%	0.94%	33.01%	-4.01%	37.02%

亚香股份天然香料主要包括丁香酚香兰素、阿魏酸香兰素、天然桂酸甲酯、天然覆盆子酮等产品，合成香料主要包括女贞醛、格蓬酯、苹果酯、新铃兰醛等产品，凉味剂主要包括 WS-23、WS-3、WS-200 等产品。亚香股份合成香料业务与公司合成香料业务较为接近，但具体产品与公司合成香料产品存在一定差异。

根据亚香股份招股说明书，若剔除属于合同履行成本并按照新收入准则列示于营业成本中的运输及出口费用的影响，2019 年至 2021 年其合成香料毛利率分别为 38.63%、35.01%和 29.31%，毛利率变动主要原因系合成呋喃酮、女贞醛等产品毛利率和销售金额下降。参照亚香股份剔除相关影响后，公司合成香料业务毛利率分别为 29.89%、34.28%和 29.54%，与其较为接近。

整体而言，公司毛利率水平处于同行业可比公司相关业务的正常范围之内。

毛利率变动趋势方面，报告期内公司与同行业可比公司存在差异。其中，2020 年公司综合毛利率较 2019 年上升，主要原因系 2020 年公司主要原材料采购价格受上游原油价格下降出现不同程度的降低，而公司主要产品单价降幅较小；同行业可比公司中扬帆新材等公司受市场竞争加剧等因素影响，产品单价出现一定程度的下滑，导致其毛利率下降；天赐材料由于其卡波姆产品疫情期间需求旺盛，其毛利率增幅相对较大。

2021 年公司综合毛利率较 2020 年下降，主要原因系公司主要原材料二苯甲酮、异辛醇、三氯化铝及甲苯等在 2021 年采购价格涨幅较大，但由于公司的价格传导需要一定的周期，故产品价格增幅较小；且公司相比于同行业可比公司外销收入占比较高，受出口物流费用上涨影响相对较大，导致毛利率下降幅度大于同行业可比公司平均水平。

2022 年 1-9 月公司综合毛利率较 2021 年上升，恢复至于 2020 年类似水平，主要原因系公司根据原材料价格上涨、防晒剂市场需求旺盛等因素，上调了防晒剂主要产品的销售价格。

综上所述，报告期内公司主要原材料价格受国际原油价格变化影响，公司毛利率波动受原材料价格波动、产品价格变动及下游市场需求变动、单位制造费用和运输费用等因素影响，具有合理性。公司主要产品与同行业可比公司存在差异，毛利率符合行业整体情况，在同行业可比公司相关业务的正常范围内。公司在化妆品和日用化学品领域积累了深厚的客户资源，并与行业内主要客户建立了长期稳定的合作关系，市场占有率较高，具备一定的议价能力。在上游原材料价格出现大幅上涨的情况下，公司主要通过与客户积极协商的方式将价格上涨向下游传导，以维持合理的毛利率水平。同时，公司把握防晒剂市场发展机遇，拓展新客户、新产品，为公司业务持续增长奠定基础。截至目前，发行人主营业务市场环境、主要产品及主要原材料价格未发生重大不利变化，目前业务发展情况良好，毛利率大幅下滑的风险相对较小。

（三）补充披露相关风险

报告期内，公司主营业务毛利率分别为 31.32%、33.87%、27.75%和 33.55%。受原材料价格波动、下游市场需求变动以及产品结构变化等因素影响，公司主营业务毛利率呈现一定波动。若未来公司上游化工行业出现重大变化，主要原材料价格大幅上升但公司未能及时调整产品售价，或海运费等成本费用大幅上涨，或本次募投项目实施后相关产品毛利率未达预期，或出现行业竞争格局、公司核心技术优势和持续创新能力、产品结构、产品成本及销售价格等因素发生重大不利变化，公司主营业务将面临毛利率下降的风险。

四、前五大客户发生变化的原因，最近一期新增主要客户的具体情况、取得方式、销售产品等，对第一大客户销售集中度较高的原因及合理性，以及应对客户依赖风险的措施

（一）前五大客户发生变化的原因

报告期内，公司向前五名客户（对属于同一控制下的客户进行合并计算）的销售情况如下：

单位：万元

2022年1-9月				
序号	客户名称	销售金额	销售收入占比	主要产品
1	帝斯曼	43,150.41	34.55%	P-S、OMC
2	Formulated Solutions, LLC	10,256.25	8.21%	OCT、HMS
3	Playtex Manufacturing Inc.	8,729.18	6.99%	OCT、HMS
4	拜尔斯道夫	7,418.99	5.94%	AVB、EHT
5	欧莱雅	6,816.90	5.46%	AVB、EHT
合计		76,371.72	61.15%	-
2021年				
序号	客户名称	销售金额	销售收入占比	主要产品
1	帝斯曼	42,031.07	38.55%	P-S、AVB
2	奇华顿	6,002.96	5.51%	LLY、AT
3	德之馨	5,133.11	4.71%	LLY、OMC
4	拜尔斯道夫	4,867.15	4.46%	AVB、HMS
5	上海禾稼贸易有限公司	4,287.09	3.93%	LLY、AT
合计		62,321.38	57.15%	-
2020年				
序号	客户名称	销售金额	销售收入占比	主要产品
1	帝斯曼	43,630.92	43.26%	P-S、AVB
2	奇华顿	6,566.95	6.51%	LLY、AT
3	德之馨	4,677.25	4.64%	LLY、OMC
4	拜尔斯道夫	4,621.19	4.58%	AVB、HMS
5	上海禾稼贸易有限公司	3,677.70	3.65%	LLY、AT
合计		63,174.01	62.64%	-
2019年				
序号	客户名称	销售金额	销售收入占比	主要产品
1	帝斯曼	44,585.92	40.52%	OMC、AVB
2	亚什兰	10,639.32	9.67%	HMS、OCT
3	德之馨	6,850.86	6.23%	OMC、MBC
4	奇华顿	6,183.07	5.62%	LLY、AT
5	上海禾稼贸易有限公司	3,908.73	3.55%	LLY、AT
合计		72,167.90	65.59%	-

报告期内，公司客户结构基本保持稳定，前五大客户中除上海禾稼贸易有限公司外均为直销客户。其中，2020年度由于亚什兰开始逐渐缩减其防晒相关产品业务，导致公司2020年度对亚什兰销售收入较2019年度减少10,294.24万元，其退出公司前五名客户，公司2019年第六大客户拜尔斯道夫进入公司2020年公司前五名客户。2021年度公司前五名客户较2020年度无变化。2022年1-9月，由于公司化妆品活性成分及其原料业务增

幅较大，故前五大客户均为化妆品活性成分及其原料客户，公司对 Formulated Solutions, LLC、Playtex Manufacturing Inc.和欧莱雅的销售增长较为显著，上海禾稼贸易有限公司退出公司前五名客户。

（二）最近一期新增主要客户的具体情况、取得方式、销售产品

2022年1-9月，公司新增前五名客户为对 Formulated Solutions, LLC、Playtex Manufacturing Inc.和欧莱雅，公司向上述三家公司销售产品的具体情况如下表所示：

单位：万元

项目	2022年1-9月	2021年1-9月
Formulated Solutions, LLC	10,256.25	460.58
其中：OCT	5,585.97	80.81
HMS	2,373.73	152.47
AVB	1,367.18	200.51
OS	929.37	26.78
Playtex Manufacturing Inc.	8,729.18	1,156.44
其中：OCT	3,775.84	573.61
HMS	3,056.67	196.63
AVB	991.03	279.19
OS	895.42	107.00
OMC	10.23	0.00
欧莱雅	6,816.90	2,336.75
其中：EHT	2,335.51	-
AVB	1,521.18	785.35
OCT	1,128.29	708.09
OS	693.34	251.00
HMS	629.42	205.34
OMC	509.17	386.98

Playtex Manufacturing Inc.成立于1995年，为美国家居和个人护理产品公司，现属于Edgewell。Edgewell是一家美国知名的个人护理产品生产商，主要从事生产及销售个人护理产品业务，包括剃须用品、皮肤护理、女性护理、婴幼儿护理等，为纽约证券交易所上市公司，2021年Edgewell销售额为20.87亿美元，其旗下包括知名防晒品牌“香蕉船”和“夏威夷热带”。经过多年的持续开发，2021年与其建立业务关系，合作规模增长较快。公司向其销售的产品主要为奥克立林（OCT）、原膜散酯（HMS）、阿伏苯宗（AVB）等。

Formulated Solutions, LLC成立于1999年，为美国CDMO（医药定制研发生产）公司，采购公司产品主要用于药妆开发及代工生产“Sun Bum”、“香蕉船”、“夏威夷热带”、“Coppertone”等美国知名防晒品牌产品。经过多年的持续开发，2019年公司与Sun Bum LLC建立业务关系并由其指定代工厂Formulated Solutions, LLC直接采购，2021年下半年及2022年上半年对其销售增长较快。公司向Formulated Solutions, LLC销售的产品主要为奥克立林（OCT）、原膜散酯（HMS）、阿伏苯宗（AVB）等。

根据Euromonitor数据显示，2020年美国零售防晒品牌市场份额如下：

品牌名称	归属公司	2020年品牌份额
------	------	-----------

Neutrogena (露得清)	强生	14.5%
Banana Boat (香蕉船)	Edgewell	13.7%
Coppertone、Coppertone Water Babies、Coppertone Kids	默克	11.5%
Sun Bum	Sun Bum LLC	6.4%
Hawaiian Tropic (夏威夷热带)	Edgewell	3.8%

公司对上述两家公司销售增长较快的主要原因系美国防晒市场受亚什兰 2020 年开始退出防晒业务，以及 2021 年部分原材料供应紧张和航运不畅等因素影响，市场变化较为剧烈；公司把握市场机遇，基于自身稳定的产品供应体系，2021 年开始加大对美国市场的拓展力度，上述两家公司涉及的相关产品在美国防晒市场占有率较高，公司已成为其防晒剂的主要供应商，建立了稳固的合作关系。

欧莱雅集团成立于 1907 年，是一家国际性化妆品公司，作为美妆行业中的领导者，欧莱雅经营范围遍及 130 多个国家和地区，主营业务包括化妆品、护肤品、彩妆、药品及高档消费品等，旗下拥有赫莲娜、兰蔻、碧欧泉、科颜氏、巴黎欧莱雅、美宝莲、圣罗兰、薇姿、理肤泉等国际知名品牌。欧莱雅集团为泛欧巴黎交易所上市公司，2021 年销售额为 322.88 亿欧元。

欧莱雅自 2014 年与公司开始合作，报告期内分别为公司第十一大、第十大、第六大和第五大客户，采购公司产品后主要向欧洲销售。2022 年 1-9 月公司对欧莱雅销售增长的主要原因系公司首次公开发行募投项目中，马鞍山科思的新型防晒剂辛基三嗪酮（EHT）于 2021 年下半年实现销售，并主要向欧莱雅、拜尔斯道夫及帝斯曼销售；同时，由于防晒市场需求旺盛，欧莱雅采购公司阿伏苯宗（AVB）和奥克立林（OCT）等产品销量也有所增长。

综上所述，最近一期公司对 Formulated Solutions, LLC、Playtex Manufacturing Inc. 两家美国公司销售增幅较大的主要原因系由于 2020 年亚什兰退出防晒业务，公司大力拓展美国市场，上述两家公司产品均为美国知名防晒品牌，市场占有率较高，公司已成为其主要供应商。欧莱雅与公司合作关系良好，2021 年即为公司第六大客户。2022 年 1-9 月受公司销售新型防晒剂辛基三嗪酮（EHT），以及防晒市场需求旺盛影响，公司与欧莱雅的合作规模进一步扩大，欧莱雅成为公司第五大客户，具有合理性。

（三）对第一大客户销售集中度较高的原因及合理性，以及应对客户依赖风险的措施

报告期内，公司第一大客户均为帝斯曼，对其销售占收入的比例分别为 40.52%、43.26%、38.55%和 34.55%，占比较高，主要原因系帝斯曼在防晒产品领域深耕多年，具有丰富的客户资源和研发能力，市场占有率较高，公司自 2015 年开始与其建立了稳固的合作关系，已成为其防晒产品的主要供应商。

（1）大型跨国化妆品原料企业具有先发优势

由于化妆品活性成分直接关系到化妆品的效果和消费者安全，因此市场集中度较高，主要包括巴斯夫、德之馨、帝斯曼等公司，供应商体系较为稳定。同时大型跨国企业由于生产研发历史更为悠久，在相关原料的研发、配方应用等方面积累了较为深厚的技术储备，并拥有一定的专利优势。并且由于化妆品行业以宝洁、欧莱雅、资生堂、雅诗兰黛、联合利华等知名国外品牌为主，大型跨国企业在客户资源积累方面具有较强的优势。

（2）帝斯曼具有丰富的客户资源和强大的研发能力

帝斯曼创立于 1902 年，是一家国际性的营养保健品、化工原料和医药集团，总部设在荷兰，已在泛欧阿姆斯特丹交易所上市，帝斯曼集团 2021 年营业收入达到 92.04 亿欧元。2003 年，帝斯曼收购了全球医疗巨头瑞士罗氏集团的维生素和精细化工部门，并成立了帝斯曼营养产品（DSM Nutritional Products）。在个人护理领域，帝斯曼不仅是全球最

大的维生素生产商之一，也是全球主要的个人护理品供应商之一。

帝斯曼具备强大的防晒产品及配方研发能力，除不断研发新型防晒产品外，帝斯曼还可根据下游消费者需求，结合不同防晒剂特质和其他活性成分，开发和微调防晒配方。帝斯曼开发的 Sunscreen Optimizer 防晒模拟器可根据防晒剂用量计算出相应的 SPF 值和 PA 值，帮助客户在项目初期进行配方筛选，提高配方开发效率。

(3) 公司为帝斯曼防晒剂的主要供应商

帝斯曼防晒产品为 Parsol 系列，公司为帝斯曼提供了大部分防晒产品的原料，其 Parsol 系列主要产品与公司相关产品名称对应情况如下表所示：

产品类型	帝斯曼产品名称	公司产品名称
广谱化学防晒剂	Parsol Shield	双-乙基己氧苯酚甲氧苯基三嗪 (P-S)
	Parsol Max	亚甲基双-苯并三唑基四甲基丁基酚 (P-M)
UVA 化学防晒剂	Parsol 1789	阿伏苯宗 (AVB)
UVB 化学防晒剂	Parsol MCX	对甲氧基肉桂酸异辛酯 (OMC)
	Parsol 340	奥克立林 (OCT)
	Parsol HMS	原膜散酯 (HMS)
	Parsol EHS	水杨酸异辛酯 (OS)
	Parsol EHT	辛基三嗪酮 (EHT)
混合防晒剂	Parsol Guard	主要防晒剂为奥克立林 (OCT)、原膜散酯 (HMS)、阿伏苯宗 (AVB)

(4) 公司与帝斯曼在广谱化学防晒剂等领域开展合作

2015 年，公司与帝斯曼签订了《合作开发协议》，针对 P-S 和 P-M 产品进行合作开发，公司承诺向帝斯曼独家供应和交付 P-S 和 P-M 产品，帝斯曼承诺向公司独家采购产品。

公司和帝斯曼于 2016 年初成功开发出了 P-S 和 P-M 产品，2016 年完成产品生产线建设。2017 年，公司开始向帝斯曼销售 P-S 和 P-M 产品。报告期内，公司 P-S 和 P-M 产品均向帝斯曼销售，双方合作情况良好，无任何合同知识产权纠纷。

P-S 作为一种新型广谱防晒剂，是为数不多能够全面防护 UVA、UVB 波段的防晒剂品种，具有良好的脂溶性和较高的光稳定性，可以与其他化学防晒剂搭配使用并显著增加其 SPF 值。P-S 的优越特性充分契合了目前化妆品防晒剂市场的发展趋势，使其成为增速最快的防晒剂类型之一。据 Euromonitor 研究数据，2019 年至 2021 年 P-S 防晒剂消耗量的年均复合增速以 10% 位居所有防晒剂品类的前三位，具备广阔的市场空间。

除 P-S 和 P-M 的独家采购协议外，公司与帝斯曼签订了针对奥克立林、原膜散酯、阿伏苯宗、对甲氧基肉桂酸异辛酯、水杨酸异辛酯的框架销售协议，对产品名称、价格和采购量等信息予以约定，报告期内执行情况良好。

(5) 公司已成为全球最主要的防晒剂制造商之一

经过多年积累，公司防晒剂产品覆盖目前市场上主要防晒剂品类，且涵盖 UVA、UVB 的所有波段，可为不同需求的下游客户提供其所需的产品。报告期内，公司防晒剂产量占全球市场份额的 20% 以上。因此，完善的产品体系和较为领先的市场占有率是公司帝斯曼等下游客户合作的基础，也是未来公司与帝斯曼等大型客户长期合作的重要保障。

另一方面，凭借丰富的产品结构和稳定的产品质量，报告期内公司除与帝斯曼合作外，下游客户还包括拜尔斯道夫、宝洁、欧莱雅、默克、强生等大型跨国化妆品公司，以及其他区域性的知名品牌，客户资源不断丰富。公司积极把握行业发展动态，研究开发新产品，公司现拥有一支专业素质高、创新能力强的研发团队，为公司产品持续保持市场竞争优势奠定基础。

综上所述，帝斯曼具备丰富的防晒行业经验，在全球防晒产品领域占有较大的市场份额，公司已成为帝斯曼防晒剂的主要供应商，对其销售集中度较高具有合理性，符合市场规律和双方公司的利益。公司产品竞争力较强，除帝斯曼外与拜尔斯道夫、欧莱雅等大型跨国化妆品公司也建立了稳固的合作关系，随着公司进一步拓展新客户和新产品，公司的业务和客户结构将进一步丰富和优化，公司对帝斯曼不存在重大依赖。

（四）补充披露相关风险

作为国内知名专业生产化妆品活性成分和合成香料企业之一，公司与帝斯曼、拜尔斯道夫、德之馨、欧莱雅、默克、奇华顿、芬美意、IFF、曼氏、高露洁等国际知名化妆品和香料香精跨国企业建立起了长期稳定的合作关系，优质的客户资源是公司在行业内综合竞争实力的重要体现。2019年、2020年、2021年和2022年1-9月，公司向前五大客户（合并口径）合计销售额占当年公司营业收入的比例较高，分别为65.59%、62.64%、57.15%和61.15%。若未来公司主要客户因全球宏观形势、行业发展及竞争环境发生变化、或相关客户自身业务发展战略和经营情况发生重大变化等因素导致减少对公司的采购甚至终止与公司的合作，将在一定时期内影响公司的产品销售和盈利能力。

此外，2022年6月公司化妆品活性成分的客户之一帝斯曼和合成香料领域的客户之一芬美意宣布达成合并协议，上述交易预计将于2023年上半年完成，合并完成后双方在个人护理品和香精香料领域的优势预计将得以互补。报告期内，公司与帝斯曼和芬美意均保持了稳固的业务合作关系，2019年至2022年1-9月公司向两家客户合计销售额占营业收入的比例分别为43.87%、46.86%、41.28%和36.85%。未来随着合并后帝斯曼-芬美意的市场竞争优势进一步提升，公司业务预计也将受益于其市场份额的扩大和需求的增长。另一方面，双方合并后预计未来一段时间将继续占公司收入的较大比重，因此若双方整合效果不及预期，或未来经营情况发生重大不利变化，可能对公司业务产生不利影响。同时，若帝斯曼与芬美意合并后公司与其合作模式或合作条款发生重大变化、帝斯曼防晒产品下游主要客户或产品需求发生重大变化，或因其他原因而导致双方合作规模下降甚至合作终止，将会对公司业绩产生不利影响。

五、发行人自本次发行董事会前六个月至今，已实施或拟实施的财务性投资的具体情况，是否符合《创业板上市公司证券发行上市审核问答》相关规定。

（一）财务性投资的认定标准

1、《发行监管问答—关于引导规范上市公司融资行为的监管要求》（2020年2月修订）的相关规定

根据中国证监会《发行监管问答——关于引导规范上市公司融资行为的监管要求》（2020年2月修订），上市公司申请再融资时，除金融类企业外，原则上最近一期末不得存在持有金额较大、期限较长的交易性金融资产和可供出售的金融资产、借予他人款项、委托理财等财务性投资的情形。

2、《创业板上市公司证券发行上市审核问答》的相关规定

《创业板上市公司证券发行上市审核问答》对财务性投资的相关规定如下：

“（1）财务性投资的类型包括不限于：类金融；投资产业基金、并购基金；拆借资金；委托贷款；以超过集团持股比例向集团财务公司出资或增资；购买收益波动大且风险较高的金融产品；非金融企业投资金融业务等；（2）围绕产业链上下游以获取技术、原料或渠道为目的的产业投资，以收购或整合为目的的并购投资，以拓展客户、渠道为目的的委托贷款，如符合公司主营业务及战略发展方向，不界定为财务性投资；（3）金额较大指的是，公司已持有和拟持有的财务性投资金额超过公司合并报表归属于母公司净资产的30%（不

包含对类金融业务的投资金额)；(4) 本次发行董事会决议日前六个月至本次发行前新投入和拟投入的财务性投资金额应从本次募集资金总额中扣除；(5) 保荐人、会计师及发行人律师应结合投资背景、投资目的、投资期限以及形成过程等，就是否属于财务性投资发表明确意见。

(二) 发行人自本次发行董事会前六个月至今，已实施或拟实施的财务性投资的具体情况

1、发行人自本次发行董事会前六个月至今不存在新增财务性投资的情形

本次发行的董事会决议日为发行人第三届董事会第四次会议决议日(2022年9月9日)。自本次发行董事会决议日前六个月(2022年3月8日)至本回复报告出具之日，发行人不存在新增财务性投资(包括类金融业务等)的情况。具体分析如下：

(1) 类金融业务

自本次发行董事会决议日前六个月至本回复报告出具之日，公司不存在融资租赁、商业保理和小贷业务等类金融业务。

(2) 设立或投资产业基金、并购基金

2021年7月16日，公司作为有限合伙人与其他合伙人签署了《川流新材料基金二期合伙协议》，拟以自有资金认缴出资3,000.00万元，认购苏州川流长按新材料创业投资合伙企业(有限合伙)份额。2021年7月，公司根据合伙协议约定完成首期900.00万元实缴出资，出资时间距离本次发行董事会决议公告日已超过六个月，不属于本次发行董事会决议日前六个月至本次发行前新投入的财务性投资。

因此，自本次发行董事会决议日前六个月至本回复报告出具之日，公司不存在投资产业基金、并购基金的情形。

(3) 拆借资金

自本次发行董事会决议日前六个月至本回复报告出具之日，公司不存在对外拆借资金的情形。

(4) 委托贷款

自本次发行董事会决议日前六个月至本回复报告出具之日，公司不存在委托贷款的情形。

(5) 以超过集团持股比例向集团财务公司出资或增资

公司集团内不存在财务公司，自本次发行董事会决议日前六个月起至本回复报告出具之日，公司不存在以超过集团持股比例向集团财务公司出资或增资的情形。

(6) 购买收益波动大且风险较高的金融产品

自本次发行董事会决议日前六个月至本回复报告出具之日，公司购买的理财产品均为银行结构性存款产品，具体如下：

单位：万元

机构	产品	风险等级	金额	产品成立日期	产品到期日
招商银行	结构性存款	谨慎型	12,000.00	2022年3月21日	2022年6月21日
中国工商银行	结构性存款	低风险	4,000.00	2022年3月23日	2022年6月23日
招商银行	结构性存款	谨慎型	2,000.00	2022年4月11日	2022年7月11日
招商银行	结构性存款	谨慎型	3,000.00	2022年4月11日	2022年7月11日
中国工商银行	结构性存款	低风险	3,000.00	2022年7月19日	2022年10月19日
平安银行	结构性存款	中低风险	1,500.00	2022年7月27日	2022年8月29日
平安银行	结构性存款	中低风险	3,000.00	2022年7月27日	2022年8月29日

平安银行	结构性存款	中低风险	1,500.00	2022年7月29日	2022年8月29日
平安银行	结构性存款	中低风险	1,500.00	2022年9月2日	2022年10月10日
平安银行	结构性存款	中低风险	1,500.00	2022年9月2日	2022年10月10日
平安银行	结构性存款	中低风险	3,000.00	2022年9月2日	2022年10月10日
宁波银行	结构性存款	低风险	15,000.00	2022年10月13日	2022年12月28日
平安银行	结构性存款	中低风险	3,000.00	2022年10月13日	2022年12月28日
平安银行	结构性存款	中低风险	1,000.00	2022年10月13日	2022年12月28日

综上，公司自本次发行董事会决议日前六个月至今购买的理财产品均为保本型理财产品，相关产品具有持有周期短、收益稳定的特点，不属于购买收益波动大且风险较高的金融产品的情形，不属于财务性投资。因此，自本次发行董事会决议日前六个月起至本回复报告出具之日，公司不存在购买收益波动大且风险较高的金融产品的情形。

(7) 非金融企业投资金融业务

自本次发行董事会决议日前六个月起至本回复报告出具之日，公司不存在投资金融业务的情形。

2、公司拟实施的财务性投资已从本次募集资金总额中扣除

2021年7月16日，经公司第二届董事会第十五次会议和第二届监事会第十一次会议审议通过，公司拟以自有资金认缴出资人民币3,000.00万元，认购苏州川流长梭新材料创业投资合伙企业（有限合伙）份额。公司投资上述产业基金，系基于公司战略发展需要，借助专业投资机构的经验与资源，拓宽在新材料行业的视野，把握行业发展的前沿与动态，寻找和培育新材料领域的合作伙伴。谨慎起见，将其列入财务性投资。根据合伙协议的约定，公司于2021年7月完成首期900.00万元实缴出资。截至本回复报告出具之日，公司尚需完成2,100.00万元实缴出资，属于拟投入的财务性投资。

根据公司2022年第二次临时股东大会的授权，2022年11月21日公司召开第三届董事会第六次会议和第三届监事会第六次会议，审议通过《关于调减向不特定对象发行可转换公司债券募集资金总额暨调整发行方案的议案》等相关议案。公司出于谨慎性考虑，为确保本次向不特定对象发行可转债的顺利进行，将前述未来拟投入的财务性投资金额2,100.00万元连同公司前次募投项目节余募集资金用于永久补充流动资金的部分8,208.22万元从本次发行的募集资金总额中进行调减，调减金额合计10,308.22万元。调减后，公司本次发行募集资金总额不超过72,491.78万元。

截至本回复报告出具之日，除上述拟投入的财务性投资以外，公司不存在其他拟实施财务性投资或类金融业务的情形。

综上所述，自本次发行董事会决议日前六个月起至本回复报告出具之日，公司不存在新增财务性投资或类金融业务的情况，公司拟实施的财务性投资2,100.00万元已从本次发行募集资金总额中予以扣除，符合《创业板上市公司证券发行上市审核问答》的相关规定。

(三) 公司最近一期末不存在持有金额较大的财务性投资的情形

截至2022年9月末，公司可能涉及财务性投资的相关会计科目情况如下：

单位：万元

科目	账面价值	其中：财务性投资
交易性金融资产	9,017.46	-
其他应收款	100.21	-
其他流动资产	2,858.42	-

其他非流动金融资产	917.47	917.47
合计	12,893.56	917.47

1、交易性金融资产

截至 2022 年 9 月末，公司交易性金融资产账面价值为 9,017.46 万元，主要为公司购买的结构性存款理财产品。截至 2022 年 9 月末，公司持有的理财产品情况如下：

单位：万元

机构	产品	风险等级	金额	产品成立日期	产品到期日
平安银行	结构性存款	中低风险	1,500.00	2022 年 9 月 2 日	2022 年 10 月 10 日
平安银行	结构性存款	中低风险	1,500.00	2022 年 9 月 2 日	2022 年 10 月 10 日
平安银行	结构性存款	中低风险	3,000.00	2022 年 9 月 2 日	2022 年 10 月 10 日
中国工商银行	结构性存款	低风险	3,000.00	2022 年 7 月 19 日	2022 年 10 月 19 日
合计			9,000.00	-	-

如上所示，公司购买的理财产品均为保本型理财产品，相关产品具有持有周期短、收益稳定的特点，不属于购买收益波动大且风险较高的金融产品的情形，不属于财务性投资。

2、其他应收款

截至 2022 年 9 月末，公司其他应收款账面价值为 100.21 万元，主要为押金及保证金、个人备用金及社保等，不属于财务性投资。

3、其他流动资产

截至 2022 年 9 月末，公司其他流动资产账面价值为 2,858.42 万元，其具体构成如下

单位：万元

项目	余额
待抵扣税金	2,655.70
预缴税款	101.31
租赁费	5.04
其他	96.37
合计	2,858.42

截至 2022 年 9 月末，公司其他流动资产主要为待抵扣税金、预缴税款和租赁费等，不属于财务性投资。

4、其他非流动金融资产

截至 2022 年 9 月末，公司其他非流动金融资产账面价值为 917.47 万元，主要系公司对苏州川流长按新材料创业投资合伙企业（有限合伙）的股权投资。公司投资上述产业基金，系基于公司战略发展需要，借助专业投资机构的经验与资源，拓宽在新材料行业的视野，把握行业发展的前沿与动态，寻找和培育新材料领域的合作伙伴。谨慎起见，将其列入财务性投资。

截至 2022 年 9 月末，公司合并报表归属于母公司净资产金额为 181,363.55 万元，上述财务性投资金额占期末公司合并报表归属于母公司净资产的比例为 0.51%，不属于金额较大的财务性投资。

综上所述，公司报告期末不存在持有金额较大的财务性投资的情形，且本次募集资金未用于持有财务性投资，亦未直接或间接投资于以买卖有价证券为主要业务的公司，符合《创业板上市公司证券发行上市审核问答》的相关规定。

六、核查程序及核查意见

（一）核查程序

1、针对问题一、问题四，会计师执行了如下核查程序：

（1）查阅相关行业报告及市场动态，分析化妆品原料各细分行业发展情况对发行人的影响；

（2）访谈发行人管理层及销售人员，了解发行人主要产品相关情况，市场地位、主要客户情况及其与发行人合作情况、主要竞争对手情况；

（3）查阅发行人收入成本明细表，分析发行人报告期内主要客户的收入变动情况、向主要客户销售的产品；

（4）查阅发行人与帝斯曼等主要客户的相关协议，了解合作内容及执行情况；

（5）查阅主要境外客户官网，部分已上市客户的的公开披露信息、相关国家工商信息网站，了解发行人主要客户的成立时间、市场地位、营业收入等信息；

（6）访谈报告期内发行人主要境外客户，了解其与发行人合作的相关情况；

（7）查阅发行人主要出口国家针对发行人产品的贸易政策，获取发行人主要产品出口关税税率；

（8）获取发行人报告期内跨境运费、出口退税和汇兑损益明细，分析与境外收入的匹配性；获取报告期内上海出口集装箱运价指数（SCFI）及美元兑人民币汇率等数据。

2、针对问题二，申报会计师执行了如下核查程序：

（1）访谈发行人管理层及销售人员，了解发行人产品定价模式，了解汇率波动对发行人业绩的影响情况，了解发行人应对汇率波动的措施及有效性；

（2）获取报告期内美元和欧元兑人民币汇率数据，分析汇率走势，并结合报告期内发行人的经营情况，量化分析汇率波动对发行人经营业绩的影响。

3、针对问题三，申报会计师执行了如下核查程序：

（1）获取报告期内发行人收入成本明细表，分析发行人主要产品的毛利率情况；

（2）获取报告期内发行人采购明细，分析发行人主要原材料的价格变动情况；

（3）访谈发行人管理层，了解发行人产品价格、毛利率和主要原材料价格的变动原因；

（4）获取报告期内甲苯、辛醇等大宗商品的市场价格，与发行人采购价格进行比较；

（5）获取同行业可比公司的年度报告、交易所问询函、招股说明书及募集说明书等公开披露文件，了解其主要产品以及毛利率变动原因，并与发行人进行比较。

4、针对问题五，会计师执行了如下核查程序：

（1）查阅《深圳证券交易所创业板上市公司证券发行上市审核问答》关于财务性投资及类金融业务的有关规定，了解财务性投资及类金融业务的认定标准；

（2）获取发行人及其控股子公司的营业执照，查阅经营范围是否包括类金融业务；

（3）查阅发行人公开披露信息，了解发行人对外投资情况；

（4）查阅发行人财务报表，核查并分析与财务性投资、类金融业务相关的会计科目明细；

（5）获取并查阅发行人购买理财产品的协议以及其他投资文件，了解发行人投资的背景、投资目的、投资规模、投资期限及投资风险等；

（6）访谈发行人管理层，了解发行人自本次发行董事会前六个月至今是否存在财务性投资及类金融业务，截至最近一期末是否持有金额较大、期限较长的财务性投资（包括类金融业务）情形。

（二）核查意见

经核查，我们认为：

1、发行人所处的防晒剂行业及香料香精行业市场规模不断扩大，发行人产品竞争力较强，发行人与境外主要客户合作情况良好。报告期内，中美贸易摩擦未对发行人销售造成重大不利影响，发行人境外收入具备可持续性，发行当年大幅下滑风险相对较小。报告期内发行人跨境运费、出口退税及各期汇兑损益与境外销售收入具有匹配性，境外销售收入具有真实性。

2、当汇率大幅波动时，发行人会相应调整产品售价，汇率波动对发行人业绩影响有限，发行人应对汇率波动风险的措施包括合理控制产品报价周期、供应链融资并及时关注汇率波动情况等。

3、报告期内，发行人主要原材料价格受国际原油价格影响，产品价格根据原材料价格及市场供需等因素调整；发行人毛利率受产品和原材料价格、下游市场需求、运输费用等因素影响，波动具有合理性；发行人主要产品与同行业可比公司存在差异，毛利率水平及波动情况与同行业可比公司相关业务具有相似性。发行人产品线和客户资源丰富、市场占有率较高，具备一定的议价能力和价格传导机制，毛利率大幅下滑的风险相对较小。

4、发行人前五大客户变动受下游市场需求变动及客户业务开展情况等因素影响。最近一期 Formulated Solutions, LLC、Playtex Manufacturing Inc.成为发行人前五大客户的主要原因系 2020 年亚什兰开始退出防晒业务，上述两家公司在美国防晒市场知名度较高，发行人已成为其主要供应商；最近一期欧莱雅成为发行人前五大客户的主要原因系防晒市场需求旺盛，发行人与欧莱雅在发行人新产品辛基三嗪酮（EHT）等方面合作规模扩大。

发行人对第一大客户帝斯曼销售集中度较高的原因系帝斯曼具备丰富的客户资源和防晒行业经验，市场占有率较高，发行人为其防晒剂主要供应商，对其销售集中度较高具有合理性，符合市场规律和双方公司的利益。

发行人产品竞争力较强，除帝斯曼外与拜尔斯道夫、欧莱雅等大型跨国化妆品公司和专用化学品公司也建立了稳固的合作关系，随着发行人进一步拓展新客户和新产品，发行人的业务和客户结构将进一步丰富和优化，发行人对帝斯曼等客户不存在重大依赖。

5、发行人截至最近一期末不存在金额较大的财务性投资；本次发行董事会决议日前六个月至本回复报告出具日，发行人不存在新投入财务性投资的情形，发行人拟投入的财务性投资 2,100.00 万元已从本次募集资金总额中扣减，符合《创业板上市公司证券发行上市审核问答》的相关规定。

问题三

本次发行拟募集资金不超过 82,800.00 万元，其中使用募集资金 60,069.20 万元投入安庆科思化学有限公司高端个人护理品及合成香料项目（一期）（以下简称项目一），使用募集资金 22,730.80 万元投入安庆科思化学有限公司年产 2,600 吨高端个人护理品项目（以下简称项目二）。项目一建成达产后，可年产 14,800.00 吨高端个人护理品原料，公司拟通过项目一拓展新业务，用于生产氨基酸表面活性剂和卡波姆，属于化妆品及个人护理品原料中的表面活性剂类和增稠剂类，与公司现有的化妆品活性成分为同一领域内的不同产品类型；项目一投资内部收益率（税后）为 13.44%，静态投资回收期（含建设期）为 7.98 年。项目二建成达产后，可年产 2,600 吨高端个人护理品，属于现有防晒剂产品 P-S 的扩产项目，投资内部收益率（税后）为 15.59%，静态（税后）投资回收期（含建设期）为 7.3 年。

发行人最近三年一期的产能利用率分别为 78.61%、68.52%、68.45%和 71.58%。报告期各期末，发行人货币资金余额分别为 9,046.46 万元、12,205.59 万元、21,242.81 万元和 46,279.45 万元，交易性金融资产余额分

别为 0 万元、49,242.88 万元、33,018.69 万元和 5,016.33 万元，均为报告期内公司购买的结构性存款等理财产品，货币资金和交易性金融资产合计占流动资产的比例分别为 17.89%、59.15%、50.48%和 45.82%，且发行人最近一期末借款为 0。发行人前次公开募集资金使用项目中包括安徽圣诺贝化学科技有限公司年产 500 吨防晒系列产品扩建项目和安庆科思化学有限公司科思个人护理品研发项目，募集资金使用进度比例分别为 23.44%和 0.42%，上述项目预定可使用状态日期为 2022 年 12 月。发行人存在节余前次募集资金并永久补充流动资金的情形。

请发行人补充说明：（1）结合表面活性剂性能和技术成分以及活性成分市场发展和竞争情况、项目一目标客户情况、与现有客户区别和联系、项目一产品预计毛利率等，进一步说明开展项目一的必要性，项目一对发行人现有客户结构和综合毛利率的影响；（2）结合项目一技术流程、生产工艺、目前研发阶段、是否取得订单或意向性合同等，说明发行人是否具备开展项目一所需的技术、人员及资质，进一步分析论证项目一的可行性，是否存在研发或实施失败的风险；（3）结合发行人所处行业下游客户对供应商认证情况，说明对发行人项目一产品获得客户认可的预期及判断依据，因下游客户对新产品小批量、长时间测试所承担的成本、风险及应对措施；（4）结合化妆品行业发展、化妆品原料行业市场容量、发行人市场占有率、竞争对手情况、现有产能利用率情况、前募扩产幅度、在手订单、潜在客户等，分项目说明各产品新增产能规模合理性，是否存在产能无法消化或过剩的风险，拟采取的产能消化措施；（5）结合效益测算的参数选择和具体过程、项目一与同行业比公司及项目毛利率对比情况、项目二与公司现有业务、同行业可比公司毛利率对比情况，分项目说明效益测算的合理性和谨慎性；（6）结合发行人现有业务设备投资、单位产能投资强度、同行业可比公司项目投资强度等，说明本次募投项目设备购置和总体投资强度的合理性和谨慎性；（7）结合本次募投项目投资进度和折旧摊销政策，量化分析说明本次募投项目新增折旧或摊销对发行人未来业绩的影响；（8）结合发行人资产负债率情况、货币资金和交易性金融资产余额及使用规划、营运资金需求等，说明本次融资的必要性及规模合理性；（9）结合发行人主要原材料大宗化工品原料的价格变动趋势受原油等大宗商品价格变动影响较大的情况，对本次募投项目的原材料价格波动进行敏感性分析，并说明对募投项目预计收益的影响及应对措施；（10）前次募投项目实施进展及募集资金使用进度，是否存在实施障碍，是否存在变更或延期的风险；结合前次募集资金变更为永久补充流动资金情况，说明前次募集资金用于补充流动资金比例是否符合《发行监管问答——关于引导规范上市公司融资行为的监管要求》。

请发行人补充披露（2）（3）（4）（5）（7）（9）（10）相关风险。

请保荐人核查并发表明确意见，会计师核查（1）（5）（6）（7）（8）（10）并发表明确意见。

回复：

一（问题 1）、结合表面活性剂性能和技术成分以及活性成分市场发展和竞争情况、项目一目标客户情况、与现有客户区别和联系、项目一产品预计毛利率等，进一步说明开展项目一的必要性，项目一对发行人现有客户结构和综合毛利率的影响

（一）项目一开展的必要性

1、本次募投项目一的实施是公司根据自身发展战略做出的重要举措

公司自成立以来一直深耕于化妆品和日用化学品原料领域，通过多年的积累和发展，公司在早期合成香料业务的基础上完成了向防晒剂领域的拓展，并通过持续开发实现了对主流防晒剂品类的完整覆盖。2020 年公司首次公开发行并上市后，公司防晒剂和合成香料的业务规模 and 市场份额得到进一步提升，报告期内防晒剂产品市场份额占据全球的 20% 以上，成为全球最主要的化学防晒剂制造商之一。未来随着下游化妆品和日用化学品行业的持续发展，公司凭借在防晒剂和合成香料领域的领先地位，将充分享受行业发展带来的增长机遇，为自身业务规模和盈利能力的提升奠定基础。

面向未来，公司秉承“美化、美好人们生活”的使命，将成为全球最好的日用化学品原料供应商作为公司的战略发展目标。结合公司自身发展历程以及全球化妆品原料巨头如巴斯夫、帝斯曼等企业的发展路径，在化妆品原料领域取得长期竞争优势的核心之一即为体系化、综合性的产品优势。因此，为了实现自身发展战略，公司除了通过持续性的研发投入继续保持在防晒剂和合成香料细分领域的领先地位外，还需要在现有业务优势的基础上，结合化妆品和日化行业发展动态以及终端市场消费趋势变化等因素，前瞻性地对高增长原料类型进行多元化布局。在此基础上，公司可不断扩大自身的业务版图和客户服务能力，对下游大型客户的原料采购需求提供“一站式”解决方案，通过产品体系的完善和丰富来强化自身在行业内的综合竞争力，最终实现公司的战略发展目标。

基于公司上述战略目标和实施路径，报告期内公司一方面对二氧化钛、氧化锌等物理防晒剂以及美白、保湿等其他化妆品活性成分品类进行研发布局，同时也在表面活性剂、性能和技术成分等化妆品原料领域挖掘具有良好市场前景和高增长潜力的品类。经过前期充分的市场调研以及在研发、技术、人员、市场等多方面的准备，公司将市场空间较大、增长速度较快且各方面准备均较为成熟的氨基酸表面活性剂和卡波姆作为新的业务增长点之一，并结合公司安庆产业基地的整体规划和建设进度，将上述产品作为本次募集资金投资项目之一，借助资本市场融资加快上述项目建设进度，抢占市场机遇。因此，公司本次募投项目一的建设是公司践行自身发展战略，并经过深入论证后的重要举措，有助于公司未来业务规模的持续增长和行业综合竞争能力的不断提升，具有必要性。

2、项目一主要产品市场需求快速增长，未来发展前景良好

根据 Euromonitor 报告显示，2021 年全球化妆品市场逐步摆脱新冠疫情影响而明显回暖，行业规模增长至 5,249.1 亿美元，同比提升 8.4%，复苏势头强劲。同时，随着国内经济发展带动居民可支配收入水平的不断提高以及美妆消费意识的觉醒，我国美妆及个护消费需求亦强势增长，2015 年至 2021 年中国美妆及个护行业市场规模由 3,188 亿元增长至 5,726 亿元，年均复合增长率为 10.3%，远高于全球同期增速 2.7%。其中，中高端化妆品市场近五年来同比增速均在 20% 以上，市场份额占比由 2015 年的 22.7% 增长至 2021 年的 41.8%，消费升级的趋势较为明显。从市场发展趋势来看，移动互联网和网络媒体的发展大幅降低了美妆行业的信息不对称，消费者对美妆和个护产品的消费观念从品牌逐步转向原材料和功效，即更关注产品的原材料构成、实际功能和效果。在此背景下，化妆品行业上游原材料企业需要充分把握下游市场需求变化和行业技术发展趋势，对高增长品类进行前瞻性布局，不断增强市场竞争力和产业链地位。

本次募投项目一的主要产品包括氨基酸表面活性剂和高分子增稠剂卡波姆，项目建成后公司氨基酸表面活性剂产能规模将位居国内前列。表面活性剂是化妆品和个护产品原材料的重要类型，主要起到清洁、润湿、乳化、分散、发泡、增溶等作用。从消耗量来看，表面活性剂在化妆品原材料中仅次于基质，消耗量高于技术和性能成分，在化妆品和个护原材料领域市场空间巨大。目前，用于化妆品和个护市场的表面活性剂多为含有硫酸盐成分的阴离子型表面活性剂，在对皮肤刺激性、易降解性和残留物等方面存在一定缺陷。氨基酸表面活性剂是以生物物质为基础的表面活性剂，具有优良表面活性、皮肤刺激性小、

生物降解性好、抗菌性好等特点，可广泛应用于护肤和高端洗护产品。随着下游化妆品和个护市场对于原料健康、绿色、安全等方面的要求不断提高，氨基酸表面活性剂的渗透率将不断提升，并在化妆品和高端个护领域对含硫酸盐成分的传统表面活性剂形成替代，成为市场未来的重要发展方向。根据 Euromonitor 报告显示，2021 年国内化妆品及个护市场的表面活性剂消耗量达到 45.54 万吨，2016 年至 2021 年年复合增长率为 4.6%。其中氨基酸表面活性剂凭借良好的亲肤性和安全性成为其中增长最快的品类之一，2016 年至 2021 年中国氨基酸表面活性剂消耗量的年复合增长率达到 23.90%，大幅高于表面活性剂的整体水平。

本次募投项目一的另一主要产品卡波姆从原料类型而言属于化妆品性能和技术成分。化妆品性能和技术成分指对化妆品性能和感官形态产生作用的成分，主要包括润肤剂、乳化剂、增稠剂等，其中增稠剂作为使化妆品配方增稠的常用方法之一，是性能和技术成分中较为关键的一种原料类型。根据 Euromonitor 统计数据，2021 年全球化妆品性能和技术成分消耗量占化妆品原料总消耗量的比例达到 15.0%，其中增稠剂消耗量为 6.83 万吨。卡波姆作为一种高分子水溶性增稠剂，具有增稠、悬浮和流变等重要性能，通常用来调节液体的黏度、改善凝胶体系的触变性能和提高成品的稳定性。在世界范围内，卡波姆被少数精细化工企业垄断，其中美国路博润（Lubrizol）占全球卡波姆的大部分市场份额，国内目前仅天赐材料等企业有一定生产规模，导致国内市场对进口卡波姆产品需求量较大、价格较高，主要应用于高端个人护理品和医药等领域，一定程度上限制了卡波姆在国内渗透率的提升。据 QY Research 统计，2020 年全球卡波姆产量达到 67,455 吨，较 2019 年增长 8.90%，其中美国路博润占据约 75% 的市场份额。从用途来看，个人护理及化妆品行业对于卡波姆的消费量达到卡波姆总消费量的 67.76%，美妆及个护消费的强势增长将进一步推升卡波姆的消费需求。此外，卡波姆作为流变改良剂能够添加于乙醇中生产乙醇凝胶产品，自新冠疫情发生以来，由于全球范围内乙醇凝胶类防疫产品需求大幅上升，卡波姆市场需求也随之进一步增加，未来公共卫生领域市场需求的持续旺盛预计将进一步带动卡波姆市场规模的增长。本次募投项目实施后，公司将完成在卡波姆市场的战略布局，并具备 2,000 吨/年的产能规模，有助于缓解国内卡波姆供需关系紧张的情况，进一步激发国内化妆品和个护市场对卡波姆的需求。

因此，本次募投项目一的主要产品氨基酸表面活性剂和卡波姆的未来市场空间巨大，且处于快速增长阶段，项目一的实施将有助于公司充分把握国内化妆品和个护市场的发展机遇，进一步提高公司的行业地位和市场竞争力，具有必要性。

3、项目一未来潜在客户与公司现有客户重合度较高，项目实施风险较小

报告期内公司主营业务以化妆品活性成分和合成香料为主，其中在防晒剂领域占据了较高的市场份额，处于细分市场领先地位。公司防晒剂和合成香料产品主要应用在化妆品和日用化学品领域，其中防晒剂产品的主要客户包括帝斯曼、拜尔斯道夫、宝洁、欧莱雅、默克等大型化妆品和日用化学品跨国企业，合成香料产品下游客户包括奇华顿、芬美意、IFF、德之馨、高砂、曼氏、高露洁等全球知名的香料香精公司和口腔护理品公司。报告期内，公司与上述主要客户保持了良好的合作关系。

本次募投项目一的主要产品氨基酸表面活性剂和卡波姆均属于化妆品和日用化学品原料，应用场景包括洁面、护肤等化妆品和洗护用品等，未来下游客户也以化妆品和日用化学品企业为主。从下游市场结构来看，目前全球化妆品和日用化学品市场集中度较高，其中宝洁、欧莱雅、联合利华、强生、拜尔斯道夫、资生堂、雅诗兰黛等跨国企业占据了较大的市场份额，也是项目一未来主要的目标客户群体；在国内市场，随着近年来国产替代和“新国货”风潮的带动，部分国产化妆品和日用化学品品牌如珀莱雅、贝泰妮、环亚等市场份额快速提高，未来也是项目一产品的目标客户。整体而言，募投项目一产品未来潜在

客户与公司现有化妆品活性成分业务客户的重合度较高，除了帝斯曼等业务方向与项目一产品有所差异的客户外，宝洁、欧莱雅、联合利华、拜尔斯道夫、强生等均为公司现有客户，且与公司在化妆品活性成分业务的合作过程中维持了良好的合作关系，未来新产品导入具有渠道优势。因此，在目标客户成熟度和可获得性方面，公司本次项目一产品的未来潜在客户与现有客户的重合度较高，为募投项目的实施奠定了市场基础。

4、项目一的实施有助于进一步提高公司业务规模和盈利能力

根据项目一的可行性研究报告，项目建成并顺利投产后预计将实现良好的经济效益，其未来预计毛利率情况和主要效益测算指标如下：

单位：万元	
项目	效益指标
达产后年销售收入（不含税）	39,754.23
运营期年均销售收入（不含税）	34,983.72
达产后毛利率	41.11%
运营期平均毛利率	37.05%
达产年利润总额	13,540.06
运营期平均利润总额	11,121.38

根据上述测算，项目一建成投产后公司整体业务规模将进一步扩大，业绩水平和盈利能力也将得到显著提升。因此，本次募投项目一的实施将为公司未来发展增加新的利润增长点，进一步提高公司整体盈利能力和抗风险能力，具有必要性。

综上所述，本次募投项目一的实施是公司践行自身发展战略的重要举措，其主要产品市场需求增长较快，未来发展前景良好，且潜在客户与公司现有客户的重合度较高。项目投产后，公司业务结构和产品体系将进一步丰富，行业综合竞争实力和盈利能力也将显著提升，项目实施具有较强的必要性。

（二）项目一对发行人现有客户结构和综合毛利率的影响

本次募投项目一的主要产品氨基酸表面活性剂和卡波姆均属于化妆品和日用化学品原料，未来下游客户也以化妆品和日用化学品企业为主。受终端市场竞争格局的影响，宝洁、欧莱雅、联合利华、强生、拜尔斯道夫、资生堂、雅诗兰黛等跨国企业将是项目一未来主要的目标客户群体。与公司化妆品活性成分业务的客户结构对比，除了帝斯曼等业务方向与项目一产品有所差异的客户外，主要潜在客户与公司现有业务客户结构的重合度较高。此外，公司针对国内市场也将积极把握国产替代和“新国货”风潮带来的市场机遇，增加对国产化妆品和日用化学品头部品牌的覆盖力度。因此，从客户结构角度，本次项目实施后公司整体客户结构预计不会出现重大变化，主要客户仍将以大型化妆品和日用化学品企业为主，但在新增的产品领域预计内销和国内客户占比将出现一定上升。此外，由于公司项目一的产品不属于帝斯曼的主要业务方向，因此随着项目达产后公司业务规模的扩大和整体营收水平的增长，第一大客户帝斯曼的占比预计会有所下降，公司对主要客户的收入占比将更为均衡。

从毛利率的角度而言，2019年、2020年、2021年和2022年1-9月公司主营业务毛利率分别为31.32%、33.87%、27.75%和33.55%，根据可行性研究报告本次募投项目一运营期平均毛利率为37.05%。因此，本次募投项目一投产后公司整体盈利能力预计将有所增强，不会对公司毛利率造成重大不利影响。

二（问题5）、结合效益测算的参数选择和具体过程、项目一与同行业比公司及项目毛

利率对比情况、项目二与公司现有业务、同行业可比公司毛利率对比情况，分项目说明效益测算的合理性和谨慎性

（一）募投项目一效益测算的合理性和谨慎性

1、效益测算的参数选择和具体过程

本项目建设期为 2.5 年，主要包括项目前期准备工作、土建施工、设备采购、安装工程、产线调试及试生产、竣工验收投产等环节，因此效益测算首年为第 3.5 年。本项目达产后，项目投资内部收益率（税后）为 13.44%，静态投资回收期（含建设期）为 7.98 年。项目效益测算具体过程如下：

（1）营业收入测算

本项目的销售收入是根据产品销售价格乘以当年预计销量进行测算。项目满产后的销量和单价预测情况如下：

产品	满产后年销量（吨）	不含税单价（万元/吨）	满产后年收入（万元）
20%椰油酰甘氨酸钠	2,500.00	1.59	3,982.30
30%椰油酰甘氨酸钠	3,000.00	2.04	6,106.19
30%椰油酰甘氨酸钾	3,000.00	2.04	6,106.19
35%甲基椰油酰基牛磺酸钠（高盐）	3,500.00	1.95	6,814.16
95%甲基椰油酰基牛磺酸钠	142.11	7.96	1,131.82
30%甲基椰油酰基牛磺酸钠	500.00	2.65	1,327.43
卡波姆	2,000.00	7.08	14,159.29
副产亚磷酸	432.92	0.27	114.93
副产 20%盐酸	435.00	0.01	2.31
副产氯化钠	1,083.77	0.01	9.59

注：95%甲基椰油酰基牛磺酸钠部分用于 30%甲基椰油酰基牛磺酸钠的生产，因此其满产后年销量小于设计产能。

上述产品销售价格是公司进行市场调研后，基于同类型产品市场价格，并结合历史价格波动情况及未来市场的发展趋势后进行的预测。根据项目计划进度和谨慎性考虑，假设项目投产第 1 年达产率为 40%，投产第 2 年达产率为 60%，投产第 3 年达产率为 80%，投产第 4 年后达到满产状态。根据公开披露信息，同行业可比公司天赐材料 2022 年公开发行可转债募投项目中“年产 6 万吨日化基础材料项目(一期)”建设期为 2 年，建成后第一年投产 27%，第二年投产 66%，第三年投产 86%，第四年投产 95%，第五年达产。公司本项目预计的投产节奏与同行业公司相比较为接近。

在上述测算条件下，本项目的收入预测情况如下：

单位：万元

产品名称	第 3.5 年	第 4.5 年	第 5.5 年	第 6.5 年至第 11.5 年	第 12.5 年
达产率	40%	60%	80%	100%	100%
椰油酰甘氨酸钠	4,035.40	6,053.10	8,070.80	10,088.50	10,088.50
椰油酰甘氨酸钾	2,442.48	3,663.72	4,884.96	6,106.19	6,106.19
甲基椰油酰基牛磺酸钠	3,709.36	5,564.05	7,418.73	9,273.41	9,273.41
卡波姆	5,663.72	8,495.58	11,327.43	14,159.29	14,159.29
副产品	50.73	76.10	101.47	126.84	126.84
收入合计	15,901.69	23,852.54	31,803.38	39,754.23	39,754.23

(2) 营业成本及费用测算

本项目营业成本主要包括外购原材料、外购燃料、外购动力、人员薪酬、修理费、制造费用、折旧和摊销；营业费用主要包括管理费用和销售费用。其中：

1) 外购原材料、外购燃料、外购动力

原材料和外购燃料、动力按照各产品的 BOM 表和消耗定额计算实际耗用量，并结合市场价格测算得出。

2) 人员薪酬

根据项目新增人员数量及当地人员薪酬水平估算工资总额。本项目定员 72 人，各年薪酬取 792 万元，折合人均薪酬 11 万元/年，与公司目前平均薪酬水平相比不存在重大差异。

3) 修理费和制造费用

修理费按照《建设项目经济评价方法与参数（第三版）》的计算方法并结合公司实际情况，按扣除建设期贷款利息后的固定资产原值的 3% 计取，制造费用按修理费的 50% 计算。

4) 折旧和摊销

本项目产生的折旧和摊销中，建筑工程按直线法分 20 年折旧，残值率按 5% 计取；除建筑工程以外的设备和安装费、预备费等按直线法分 10 年折旧，残值率按 5% 计取；土地费用按 50 年摊销，除土地购置以外的固定资产其他费用按 10 年摊销。上述折旧和摊销政策与公司现行会计政策不存在重大差异。

5) 营业费用

营业费用中，销售费用按当年销售收入的 4% 估算，管理费用按当年销售收入的 3% 计算，两者合计占营业收入的比例为 7%。公司 2020 年和 2021 年度销售费用和管理费用合计占营业收入的比例分别为 8.21% 和 8.71%，与本项目预测水平相比差异不大。

在上述测算条件下，本项目的成本和费用预测情况如下：

项 目	年 份				
	第 3.5 年	第 4.5 年	第 5.5 年	第 6.5 年 至 第 11.5 年	第 12.5 年
外购原材料	5,947.07	8,920.60	11,894.13	14,867.67	14,867.67
外购燃料	21.88	32.82	43.75	54.69	54.69
外购动力	390.94	586.41	781.88	977.35	977.35
人员薪酬	792.00	792.00	792.00	792.00	792.00
修理费	1,614.98	1,614.98	1,614.98	1,614.98	1,614.98
折旧费	3,921.25	3,921.25	3,921.25	3,921.25	3,921.25
摊销费	20.59	20.59	20.59	20.59	20.59
销售费用	636.07	954.10	1,272.14	1,590.17	1,590.17
制造费用	807.49	807.49	807.49	807.49	807.49
管理费用（含安全生产费）	477.05	715.58	954.10	1,192.63	1,192.63
总成本费用	14,629.32	18,365.82	22,102.32	25,838.82	25,838.82

(3) 税费测算

本项目增值税销项税税率按照 13% 测算，进项税税率按采购内容不同分为 9% 和 13%；城市维护建设费按照 7% 测算；教育费附加及地方教育费附加按照 5% 测算；企业所得税率按 25% 测算。

(4) 项目效益测算

本项目建成后的利润和效益测算情况如下：

单位：万元

项目	年份				
	第 3.5 年	第 4.5 年	第 5.5 年	第 6.5 年 至 第 11.5 年	第 12.5 年
营业收入	15,901.69	23,852.54	31,803.38	39,754.23	39,754.23
营业税金及附加	-	-	26.82	375.35	375.35
总成本费用	14,629.32	18,365.82	22,102.32	25,838.82	25,838.82
利润总额	1,272.38	5,486.72	9,674.24	13,540.06	13,540.06
应纳税所得额	1,272.38	5,486.72	9,674.24	13,540.06	13,540.06
所得税	318.09	1,371.68	2,418.56	3,385.02	3,385.02
税后净利润	954.28	4,115.04	7,255.68	10,155.05	10,155.05

2、项目一与同行业可比公司及项目毛利率和效益测算对比情况

公司本项目产品为氨基酸表面活性剂和卡波姆，同行业可比公司中天赐材料近年来在上述产品领域有类似项目建设，其毛利率和主要效益测算结果与本项目对比情况如下：

公司	项目	主要产品	项目时间	运营期平均毛利率	税后内部收益率	投资回收期 (含建设期)
天赐材料	年产 6 万吨日化基础材料项目（一期）	甲基牛磺酸钠、羟异丙基磺酸钠羟乙基磺酸钠、氨基酸粉体	2022	35.86% (注)	17.75%	6.02
	年产 18.5 万吨日用化工新材料项目	氨基酸表面活性剂系列产品、两性表面活性剂系列产品、温和表面活性剂产品、聚合物类系列产品、硅类新材料系列产品	2020	28.69%	17.70%	8.10
	3,000t/a 水溶性聚合物树脂材料项目	卡波姆	2014	/	29.78%	4.24
公司	项目一	氨基酸表面活性剂 12800 吨/年，卡波姆树脂 2000 吨/年	2022	37.05%	13.44%	7.98

注：天赐材料年产 6 万吨日化基础材料项目（一期）未披露运营期平均毛利率，此处列示其披露的达产年毛利率。

可以看出，公司本次募投项目一的运营期平均毛利率较天赐材料同类型项目“年产 18.5 万吨日用化工新材料项目”毛利率存在一定差异，主要是由于项目的具体产品有所差异。公司项目一主要产品为椰油酰甘氨酸钠、椰油酰甘氨酸钾、甲基椰油酰基牛磺酸钠和卡波姆，而天赐材料“年产 18.5 万吨日用化工新材料项目”产品中除氨基酸表面活性剂外，还包括两性表面活性剂系列产品、温和表面活性剂产品、聚合物类系列产品、硅类新材料系列产品等其他类型产品。整体而言，公司本次项目一的毛利率水平与天赐材料类似项目毛利率相比不存在重大差异。从税后内部收益率和投资回收期来看，公司项目一的预测内部收益率低于天赐材料同类项目，投资回收期处于天赐材料同类项目的正常区间内。

综上，公司本次募投项目一的效益测算参数设置合理，毛利率及主要效益测算结果与同行业公司类似项目相比不存在重大差异，具有合理性和谨慎性。

（二）募投项目二效益测算的合理性和谨慎性

1、效益测算的参数选择和具体过程

本项目建设期为 2 年，主要包括项目前期准备工作、土建施工、设备采购、安装工程、产线调试及试生产、竣工验收投产等环节，故效益测算首年为第 3 年。本项目达产后，项

目投资内部收益率（税后）为 15.59%，静态（税后）投资回收期（含建设期）为 7.3 年。项目效益测算具体过程如下：

（1）营业收入测算

本项目的销售收入是根据产品销售价格乘以当年预计销量进行测算。项目满产后的销量和单价预测情况如下：

产品	满产后年销量（吨）	不含税单价（万元/吨）	满产后年收入（万元）
P-S	1,000.00	26.00	26,000.00
RET	600.00	18.56	11,136.00
副产 10%盐酸	2,428.47	0.03	72.85
副产 10%三氯化铝	1,933.70	0.08	146.96

注：本项目年产 1,600 吨 RET 中，1000 吨用于生产 P-S，其余可用于出售，因此效益测算中 RET 满产年销量为 600 吨。

上述产品销售价格是公司基于结合报告期内产品实际销售价格和同类产品市场价格情况，并考虑未来市场竞争情况后的审慎预测。2019 年、2020 年、2021 年和 2022 年 1-9 月，公司 P-S 产品每吨销售价格分别为 34.93 万元、35.54 万元、32.44 万元和 36.17 万元，相比较而言募投项目预测的未来销售价格较为谨慎。报告期内，公司已有产线生产的 RET 均用于生产 P-S 产品，未单独向外销售，公司 RET 的整体成本情况及同类型产品市场价格对未来售价进行了合理预测。根据项目计划进度和谨慎性考虑，假设项目投产第 1 年达产率为 40%，投产第 2 年达产率为 60%，投产第 3 年达产率为 80%，投产第 4 年后达到满产状态。

在上述测算条件下，本项目的收入预测情况如下：

单位：万元

产品名称	第 3 年	第 4 年	第 5 年	第 6 年 至 第 11 年	第 12 年
达产率	40%	60%	80%	100%	100%
RET	4,454.40	6,681.60	8,908.80	11,136.00	11,136.00
P-S	10,400.00	15,600.00	20,800.00	26,000.00	26,000.00
副产品	87.93	131.89	175.85	219.82	219.82
收入合计	14,942.33	22,413.49	29,884.65	37,355.82	37,355.82

（2）营业成本及费用测算

本项目营业成本主要包括外购原材料、外购燃料、外购动力、人员薪酬、修理费、制造费用、折旧和摊销；营业费用主要包括管理费用和销售费用。其中：

1) 外购原材料、外购燃料、外购动力

原材料和外购燃料、动力按照各产品的 BOM 表和消耗定额计算实际耗用量，并结合市场价格测算得出。

2) 人员薪酬

根据项目新增人员数量及当地人员薪酬水平估算工资总额。本项目定员 56 人，各年薪酬取 596 万元，折合人均薪酬 10.64 万元/年，与公司目前平均薪酬水平相比不存在重大差异。

3) 修理费和制造费用

修理费按照《建设项目经济评价方法与参数（第三版）》的计算方法并结合公司实际情况，按扣除建设期贷款利息后的固定资产原值的 3%计取，制造费用按修理费的 50%计算。

4) 折旧和摊销

本项目产生的折旧和摊销中，建筑工程按直线法分 20 年折旧，残值率按 5% 计取；除建筑工程以外的设备和安装费、预备费等按直线法分 10 年折旧，残值率按 5% 计取；固定资产其他费用按 10 年摊销。上述折旧和摊销政策与公司现行会计政策不存在重大差异。

5) 营业费用

营业费用中，销售费用按当年销售收入的 4% 估算，管理费用按当年销售收入的 3% 计算，两者合计占营业收入的比例为 7%。公司 2020 年和 2021 年度销售费用和管理费用合计占营业收入的比例分别为 8.21% 和 8.71%，与本项目预测水平相比差异不大。

在上述测算条件下，本项目的成本和费用预测情况如下：

单位：万元

项目 \ 年份	第 3 年	第 4 年	第 5 年	第 6 年 至 第 11 年	第 12 年
外购原材料	9,852.35	14,778.52	19,704.69	24,630.87	24,630.87
外购燃料	10.57	15.85	21.14	26.42	26.42
外购动力	429.47	644.20	858.94	1,073.67	1,073.67
人员薪酬	596.00	596.00	596.00	596.00	596.00
修理费	539.07	539.07	539.07	539.07	539.07
折旧费	1,603.30	1,603.30	1,603.30	1,603.30	1,603.30
摊销费	8.99	8.99	8.99	8.99	8.99
销售费用	597.69	896.54	1,195.39	1,494.23	1,494.23
制造费用	269.54	269.54	269.54	269.54	269.54
管理费用（含安全生产费）	448.27	672.40	896.54	1,120.67	1,120.67
总成本费用	14,355.25	20,024.42	25,693.59	31,362.77	31,362.77

(3) 税费测算

本项目增值税销项税税率按照 13% 测算，进项税税率按采购内容不同分为 9% 和 13%；城市维护建设费按照 7% 测算；教育费附加及地方教育费附加按照 5% 测算；企业所得税率按 25% 测算。

(4) 项目效益测算

本项目建成后的利润和效益测算情况如下：

单位：万元

项目 \ 年份	第 3 年	第 4 年	第 5 年	第 6 年 至 第 11 年	第 12 年
营业收入	14,942.33	22,413.49	29,884.65	37,355.82	37,355.82
营业税金及附加	-	-	90.13	183.55	183.55
总成本费用	14,355.25	20,024.42	25,693.59	31,362.77	31,362.77
利润总额	587.08	2,389.07	4,100.93	5,809.50	5,809.50
应纳税所得额	587.08	2,389.07	4,100.93	5,809.50	5,809.50
所得税	146.77	597.27	1,025.23	1,452.38	1,452.38
税后净利润	440.31	1,791.80	3,075.70	4,357.13	4,357.13

2、项目二与公司现有业务、同行业可比公司毛利率对比情况

本次募投项目二主要产品 P-S 防晒剂属于新型的广谱防晒剂，目前国内仅公司拥有 P-

S 的规模化产能，暂无公开披露的可比公司或同类型项目毛利可供对比。公司原有 P-S 产品效益与本次募投项目效益对比情况如下：

项目	项目二满产后（注）	报告期			
		2022年1-9月	2021年度	2020年度	2019年度
收入（万元）	26,000.00	11,809.07	16,816.51	12,767.53	8,859.28
销量（吨）	1,000.00	326.50	518.40	359.20	253.60
单价（万元/吨）	26.00	36.17	32.44	35.54	34.93
毛利率	22.58%	43.61%	40.73%	36.78%	29.66%

注：为便于与报告期内公司同类产品情况对比，此处项目二的收入、销量和单价为 P-S 产品的数据。满产后毛利率为项目二的综合毛利率。

可以看出，本次募投项目二满产后的预测单价和毛利率水平较报告期内公司 P-S 产品实际情况更为谨慎，具有合理性。

（三）补充披露相关风险

本次募投项目中，安庆科思化学有限公司高端个人护理品及合成香料项目（一期）和安庆科思化学有限公司年产 2600 吨高端个人护理品项目均进行了效益测算，待项目建设完成并达产后，预计可获得较好的经济效益，进一步提高公司业务规模和盈利能力。本次募投项目效益测算是基于项目如期建设完毕并按计划投产后实现销售，因此若项目建设进度不及预期、下游市场需求不足或者未来行业技术及终端消费趋势出现重大变化，可能对本次募投项目的效益释放带来一定影响，公司可能面临短期内不能实现预测收入和利润的风险。此外，由于客户实际采购需求和本次募投项目的测算可能存在差距，如果本次募投项目的销售进展无法达到预期，可能导致本次募投项目面临营业收入和利润总额等经营业绩指标下滑，投资回报率降低的风险。

三（问题 6）、结合发行人现有业务设备投资、单位产能投资强度、同行业可比公司项目投资强度等，说明本次募投项目设备购置和总体投资强度的合理性和谨慎性

（一）项目一投资金额的合理性和谨慎性

1、项目一的投入构成情况

本次募投项目中项目一的投资总额为 64,474.20 万元，主要包括建筑工程费、设备购置费、主材及安装工程费等建设投资和铺底流动资金，具体如下：

单位：万元

序号	项目名称	投资额	占比	募集资金投入金额
1	建设投资	59,445.44	92.20%	48,188.15
1.1	建筑工程费	20,816.28	32.29%	18,224.75
1.2	设备购置费	14,068.24	21.82%	12,316.81
1.3	主材及安装工程费	12,254.20	19.01%	10,728.61
1.4	土地购置费	4,405.00	6.83%	-
1.5	其他工程建设费用	3,825.24	5.93%	3,349.02
1.6	基本预备费	4,076.48	6.32%	3,568.97
2	铺底流动资金	5,028.76	7.80%	4,402.70
	合计	64,474.20	100.00%	52,590.86

其中，建设投资总额为 59,445.44 万元，扣除土地购置费 4,405 万元、其他工程建设

费用 3,825.24 万元以及基本预备费 4,076.48 万元后，建筑工程、设备购置以及主材和安装工程总投入金额为 47,138.42 万元，其中主要的生产和辅助、配套设施明细如下：

项目	建筑面积 (平方米)	投入金额 (万元)				单位建筑安 装成本 (元/平方米)
		建筑工程费	设备购置 费	主材及安装 工程费	总值	
车间 1	5,961.00	1,574.86	2,576.45	1,727.33	5,878.64	5,539.66
车间 6	6,234.00	1,617.17	2,761.09	1,521.36	5,899.62	5,034.54
机修车间	3,965.00	765.25	151.8	177.86	1,094.91	2,378.59
丙类仓库 1	7,735.00	1,392.30	661	621.28	2,674.58	2,603.21
丁类仓库	3,024.00	544.32	253.8	242.67	1,040.79	2,602.48
甲类仓库 1	169	33.8	2.86	8.26	44.92	2,488.76
甲类仓库 2	740	148	8.02	33.59	189.61	2,453.92
甲类仓库 3	740	148	8.02	33.59	189.61	2,453.92
甲类仓库 4	740	148	8.02	33.59	189.61	2,453.92
甲类仓库 5	740	148	8.02	33.59	189.61	2,453.92
灌装站	3,724.00	986.86	694	286.81	1,967.67	3,420.17
罐组 1	\	313.5	824.58	439.25	1,577.32	-
罐组 2	\	194.4	644.17	333.31	1,171.88	-
罐组 3	\	84.96	296.03	155.74	536.73	-
戊类堆场	\	80.5	-	-	80.5	-
动力车间 1	5,043.00	1,148.30	872.09	583.48	2,603.87	3,434.03
消防泵房及水池	200	331.6	92.58	43.73	467.91	18,766.50
总变	630	174.6	777.1	317.14	1,268.84	7,805.40
机柜间 1	599	239.6	253.06	156.81	649.47	6,617.86
中控楼	1,200.00	480	366.2	250.8	1,097.00	6,090.00
环保辅房 (含五金、配件库)	2,304.00	437.76	13.2	97.51	548.47	2,323.22
三废处理区 (一期, 含 RTO)	\	469.48	800	1,100.00	2,369.48	-
初期雨水收集池及事故应急池	\	169.32	3.5	0.53	173.35	-
质检楼	6,324.00	1,802.34	603.47	546.54	2,952.35	3,714.23
综合楼	7,831.00	2,075.22	436.49	678.39	3,190.09	3,516.29
办公楼	7,472.00	1,980.08	407.67	653.12	3,040.87	3,524.09
培训中心	3,300.00	874.5	187.05	289.5	1,351.05	3,527.27
门卫一	162	45.36	6.68	7.61	59.65	3,269.75
门卫二	110	32.45	5.14	5.17	42.76	3,420.00
地磅及地磅基础(1台 80 吨地磅)	\	16.5	35	5.25	56.75	-

安防	\	-	290	162	452	-
外管及外管架	\	719.28	-	431.57	1,150.85	-
室外电及总体自控	\	-	-	519.35	519.35	-
室外水	\	105.6	-	445.15	550.75	-
总图	\	1,176.76	-	-	1,176.76	-
特殊技术措施及大型机械进退场费(估)	\	50	-	68	118	-
安全生产费	\	307.63	-	244.33	551.96	-
器具及生产用具购置费	\	-	21.15	-	21.15	-
含增值税工程费用合计	68,947.00	20,816.28	14,068.24	12,254.20	47,138.72	4,796.51

项目一的主要生产和配套辅助设施的造价主要参考项目所在地一般水平，同时结合公司过往建设项目的造价水平估算。其中，生产车间由于相关主材和安装内容较多，因此单位建筑安装成本较高；仓库、机修车间、动力车间等一般设施单位建筑安装成本相对较低；消防泵房、变电站、中控楼等设施面积较小，导致单位建筑安装成本较高。整体而言，项目一主要设施的单位建筑安装成本处于合理范围之内。

项目一的设备投入主要包括生产设备、动力设备、环保和其他设备等，其中主要生产设备（总价30万元以上）的情况如下：

产品	设备名称	容积(m3)	材质	数量	单位	设备单价(万元)	设备总价(万元)
氨基酸表面活性剂	椰油酰氯槽	6.3	搪瓷	2	台	17.6	35.2
	脱溶釜	5	搪瓷	2	台	16.45	32.9
	换热器	\	过流材质 TA2	3	台	10	30
	水相1槽	8	搪瓷	2	台	18.25	36.5
	成品混料槽	12.5	搪瓷	2	台	21.8	43.6
	离心机	\	316L	1	台	50	50
	双锥干燥机	\	316L	1	台	38	38
	甲醇精馏塔	\	316L	1	台	80	80
	精馏塔	\	过流材质 TA2	1	台	40	40
	20%盐酸原料罐	177	FRP(玻璃钢)	1	台	35.33	60.33
	三氯化磷原料罐	61.04	钢衬 PO	1	台	20	35
	三氯化磷原料罐	61.04	钢衬 PO	1	台	50	35
	正辛酸原料罐	68.6	304 内涂 HDPE	1	台	15.41	50.41
	正癸酸原料罐	68.6	304 内涂 HDPE	1	台	15.41	50.41
	月桂酸原料罐	177	304 内涂 HDPE	1	台	38.72	78.72
	凉水塔	\	\	1	台	105	105
	(7℃)水-冰机	\	\	1	台	60	60
	(-19℃)-冰机	\	\	1	台	150	150
	蓄冷槽	339.12	碳钢	2	台	30	60

	空压机	\	\	1	台	35	35
	制氮机	\	\	1	台	76	76
	导油热装置	\	\	1	台	150	150
	RTO	\	\	1	台	400	400
	包装机（固体）	\	\	2	套	100	200
	成品灌装机（液体）	\	\	1	台	200	200
	废水处理釜	6.3	衬钛	5	台	18.25	91.25
	耙式干燥机	\	过流材质 TA2	2	台	29	58
	二合一	\	钢衬哈拉	1	台	40	40
	离心机	\	钢衬哈拉	1	台	50	50
	双锥干燥机	\	搪瓷	1	台	38	38
	罗茨液环真空机组	\	过流部分 316L	2	台	27	54
	聚合釜	6.2m3	316L	6	台	25.3	151.8
	聚合釜搅拌器	\	316L	6	台	11	66
	泄爆罐	9.4m3	304	2	台	24.15	48.3
	降温釜	6.2m3	304	2	台	25.3	50.6
	中转釜	11.6m3	304	2	台	36.8	73.6
	离心机	\	304	5	台	55	275
	滤液贮罐	20.3m3	304	2	台	26.45	52.9
	卧式湿品预干燥料仓	10m3	304	2	台	57	114
	全开式耙式干燥机	5m3	304	8	台	70	560
卡波姆	罗茨螺杆真空机组	\	组合	4	台	18	72
	冷凝液受器 1	1.24m3	304	8	台	4	32
	卧式成品料仓	6m3	304	2	台	57	114
	密闭气流粉碎系统	\	304	1	台	100	100
	粉碎专用氮气压缩机	\	\	1	台	42	42
	自动化包装线	\	组合	1	台	295	295
	空调冷水机组	\	\	1	台	160	160
	蓄冷储罐（内循环）	\	Q235B	1	台	32	32
	蓄冷储罐（外循环）	\	Q235B	1	台	32	32
	精烘包净化	\	\	1	台	360	360
	防爆电梯	\	组合件	1	台	55	55
	小计						5,149.52

上述主要生产设备的数量根据本项目主要产品的生产工艺和流程确定，设备单价主要根据相关设备的市场价格和公司过往项目同类设备采购价格估算，具有合理性。

2、项目一单位产能投资强度与同行业类似项目的对比情况

根据公开信息检索，同行业可比公司天赐材料子公司九江天赐新材料有限公司分别于 2014 年和 2019 年建成 3000t/a 水溶性聚合物树脂项目（卡波姆）和 29000t/a 氨基酸表面活性剂等日用化工材料项目（一期），上述项目与项目一产品较为相似。除此之外，通过公开渠道查询，同行业非上市公司中河南笛体生物科技有限公司和岳阳科罗德联合化学

工业有限公司亦有在氨基酸表面活性剂领域的建设项目。根据公开渠道查询上述同类型项目的投资额和产能情况，并与项目一情况对比如下：

实施主体	项目名称	建设性质	项目建设时间	所在地	项目投资额(万元)	产能(t/a)	单位产能投资额(万元/t/a)
九江天赐高新材料有限公司	29000t/a 氨基酸表面活性剂等日用化工材料项目(一期)	改扩建	2019年	江西九江	8,400.00	28,000.00	0.30
	3000t/a 水溶性聚合物树脂项目	改扩建	2014年	江西九江	4,933.00	3,000.00	1.64
岳阳科罗德联合化学工业有限公司	年产 6800t 氨基酸表面活性剂、900t 乳化剂、300t 保湿剂改、扩建项目	改扩建	2019年	湖南岳阳	2,000.00	2,000.00	1.00
	年产 2000 吨粉状氨基酸表面活性剂及化妆品应用配方实验中心技术改造项目	新建、改建	2021年	湖南岳阳	2,200.00	8,000.00	0.28
河南留体生物科技有限公司	年产 1500 吨氨基酸表面活性剂建设项目	新建	2015年	河南信阳	9,800.00	1,500.00	6.53
本项目		新建	2022年	安徽安庆	59,445.44	14,800.00	4.02
本项目(剔除项目所需辅助生产设施)	22,726.00				14,800.00	1.54	

与同行业公司上述同类型项目相比，公司本次募投项目中安庆科思化学有限公司高端个人护理品及合成香料项目(一期)的总投资额为 64,474.20 万元，其中建设支出(剔除铺底流动资金)金额为 59,445.44 万元，按 14,800 吨产能计算的单位产能投资额为 4.02 万元，处于同行业类似项目中的较高水平，一方面是由于本项目为公司在安庆市高新技术产业开发区建设的高端个人护理品及合成香料项目的首期工程，该整体项目预计占地 500 亩，总投资约 30 亿元人民币，整体投资规模较大。本项目作为新建项目，其建设内容既包含项目生产环节涉及的生产车间、仓库、灌装站等，同时也包括项目投产所需要的辅助设施，例如三废处理设施、机修车间、消防设施、动力设施等，以及综合楼、质检楼、培训中心等配套设施。基于整体项目的建设规划，上述厂房、仓库和相关辅助设施建设完成后也可供部分后续批次建设项目使用，因此一期项目的整体建设成本相对较高。另一方面，公司是国内少数同时通过美国 FDA 审核和欧盟化妆品原料规范(EFfCI)认证的生产企业，且本次项目生产的氨基酸表面活性剂和卡波姆主要应用于高端化妆品和个护产品，未来产品面对的客户主要是国际化妆品和日化行业巨头，因此对生产设施的建设标准要求较高，主要设备均选用一流厂家产品，也导致公司本项目投资金额高于同行业公司的类似项目。考虑到上述同行业类似项目中单位产能投资额较低的多为改扩建项目，其建设支出中一般不含土地支出、公用辅助设施以及配套设施等，若以本项目剔除辅助设施和配套设施后的建设投入金额测算，则单位产能投资额为 1.54 万元/t/a，处于同行业公司类似项目的正常范围内。

(二) 项目二投资金额的合理性和谨慎性

本次募投项目中项目二的投资总额为 25,657.25 万元，主要包括建筑工程费、设备购置费、主材及安装工程费等建设投资和铺底流动资金，具体如下：

单位：万元

序号	项目名称	投资额	占比	募集资金投入金额
1	建设投资	20,061.14	78.19%	17,563.62
1.1	建筑工程费	2,503.21	9.76%	2,191.57
1.2	设备购置费	9,216.45	35.92%	8,069.05
1.3	主材及安装工程费	5,656.94	22.05%	4,952.68
1.4	其他工程建设费用	1,199.26	4.67%	1,049.96
1.5	基本预备费	1,485.27	5.79%	1,300.36
2	铺底流动资金	5,596.11	21.81%	2,337.30
	合计	25,657.25	100.00%	19,900.92

本次募投项目中，项目二的主要产品为 P-S 和中间体 RET，相关产品在国内仅公司拥有规模化产能，因此市场暂无同类项目可供参考。鉴于公司已有 P-S 和 RET 产能，因此将前期同类型项目固定资产明细情况与本次投入金额对比如下：

单位：万元

项目	P-S (一期 500 吨)	RET (一期 500 吨)	本次项目 (1000 吨 P-S 和 1600 吨 RET)
房屋建筑物 (安装工程)	904.69	478.84	8,540.26
机器设备	1,693.53	3,393.91	9,518.79
电子设备	10.96	4.44	
其他设备	7.67	3.20	
总计	2,616.85	3,880.39	18,059.05
单位产能固定资产金额 (不含税投资额)	5.23	7.76	6.95

注：为保持对比口径相同，本次项目投入金额所列均为不含税金额。

从具体投入明细来看，本次项目建设及安装工程相关投入占比较高，主要是由于公司已投产的 P-S 和 RET 位于子公司安徽圣诺贝和宿迁科思，在 P-S 和 RET 相关产线投产前已有成熟厂房及配套公用设施，因此固定资产中房屋建筑物和安装工程等占比相对较低。而本次项目位于安庆高新技术产业开发区山口片区，属于新建项目，因此在厂房及配套设施方面需进行一定投入，导致相关的建筑工程和安装等投入金额较高。从单位产能的固定资产金额 (不含税投资额) 来看，本次项目单位产能平均投资额为 6.95 万元/吨，与已投产的 P-S 和 RET 产线的单位产能固定资产金额相比处于合理范围内。

综上所述，公司本次募投项目中项目一的单位产能投资强度在同行业类似项目中处于较高水平，主要是由于该项目为新建项目，因此总投资额中包含项目实施所需的配套设施和公用工程投入，若剔除上述部分则单位产能投资额处于同类项目的合理范围内，此外项目一的产品未来主要面向高端日化产品和国际大型日化企业，因此建造标准较高，亦导致投资额相对较高；项目二的主要产品为新型防晒剂，国内仅公司拥有规模化产能，与公司已建成的同类型项目规模对比，本次募投项目的单位产能投资额处于合理范围内。因此，本次募投项目的投资强度具有合理性和谨慎性。

四 (问题 7)、结合本次募投项目投资进度和折旧摊销政策，量化分析说明本次募投项目新增折旧或摊销对发行人未来业绩的影响

(一) 本次募投项目的投资进度

1、项目一的投资进度

项目一的建设期为 2.5 年，主要包括项目前期准备工作、土建施工、设备采购、安装工程、产线调试及试生产、竣工验收投产等环节。项目一实施进度具体情况如下：

项目	T+1				T+2				T+3	
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2
项目前期准备工作	△	△	△							
土建施工				△	△					
设备采购				△	△					
安装工程						△	△	△		
试生产									△	△
竣工投产										△

2、项目二的投资进度

项目二的建设期为 2 年，主要包括项目前期准备工作、土建施工、设备采购、安装工程、产线调试及试生产、竣工验收投产等环节。项目二实施进度具体情况如下：

项目	T+1				T+2			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
项目前期准备工作	△	△	△					
土建施工			△	△				
设备采购				△				
安装工程					△			
试生产						△	△	
竣工投产							△	△

(二) 本次募投项目的折旧摊销政策

本次募投项目所产生的折旧和摊销中，建筑工程按直线法分 20 年折旧，残值率按 5% 计取；除建筑工程以外的设备和安装费、预备费等按直线法分 10 年折旧，残值率按 5% 计取；土地费用按 50 年摊销，除土地购置以外的固定资产其他费用按 10 年摊销。上述折旧和摊销政策与公司现行会计政策不存在重大差异。

(三) 量化分析说明本次募投项目新增折旧或摊销对发行人未来业绩的影响

1、本次募投项目达产后新增折旧和摊销金额占新增收入的比重较低

根据公司本次募投项目的可行性研究报告，本次募投项目的主要经济效益指标如下：

单位：万元

项目	项目一	项目二	合计
总投资	64,474.20	25,657.25	90,131.45
达产后年销售收入（不含税）	39,754.23	37,355.82	77,110.05
达产后年总成本费用	25,838.82	31,362.77	57,201.59
其中：折旧和摊销	3,941.84	1,612.29	5,554.13
达产年利润总额	13,540.06	5,809.50	19,349.56
运营期平均利润总额	11,121.38	4,774.36	15,895.74

可以看出，本次募投项目建成后，公司长期资产规模将有所增加，同时折旧和摊销费

用也将有所增长。本次募投项目建成后，年折旧和摊销费用合计金额为 5,554.13 万元，占本次募投项目达产后预计年收入 77,110.05 万元的 7.20%，占比相对较低，且金额大幅小于达产后年利润总额，对本次募投项目的整体效益影响相对较小。

2、公司业务规模的扩大和盈利能力的提升将进一步减小新增折旧和摊销的影响

受益于下游化妆品和日用化学品行业的稳定增长，化妆品活性成分行业近几年保持了较快的增长速度。尤其是随着居民收入水平的不断提高和消费意识的觉醒，终端消费者的需求不断升级，对化妆品活性成分及其他化妆品原料都提出了更高的要求，也带动了公司所处行业的持续发展。其中，防晒化妆品是近年来全球化妆品工业的发展热点。据 Euromonitor 预测，2021-2025 年全球防晒产品预计将稳健增长，年均复合增长率达到 6.88%，2025 年可达 155.4 亿美元。公司是全球最主要的化学防晒剂制造商之一，也是国内少数通过美国 FDA 审核和欧盟化妆品原料规范（EFfCI）认证的日用化学品原料制造商。凭借在防晒剂领域的雄厚实力，公司在全球市场取得了较高的市场占有率和行业地位，报告期内公司防晒剂产品市场份额占全球的 20% 以上。2022 年随着各国新冠肺炎疫情形势的逐步稳定，以及公司前次募投项目的投产和效益释放，公司防晒剂业务规模和市场占有率实现了进一步提升，2022 年 1-9 月公司化妆品活性成分业务实现营业收入 101,325.05 万元，较上年同期增长 108.37%。未来随着化妆品行业的持续发展及防晒剂市场需求的不断提升，公司化妆品活性成分业务规模和盈利能力预计也将得到持续增长。

本次募投项目实施后，一方面公司新型防晒剂 P-S 的产能规模将大幅提升，进一步提高公司化妆品活性成分业务的规模和营收水平，巩固公司在防晒剂领域的市场领先地位；另一方面公司将实现在表面活性剂和性能与技术成分两个化妆品原料高增长赛道的战略布局，拓宽公司现有产品体系，提高公司在化妆品原料领域的综合市场竞争力。同时，本次募投项目均具有良好的市场空间，项目达产后预计在覆盖折旧和摊销及其他成本费用的基础上将实现可观的利润规模。因此，随着公司未来业务板块的拓展和综合市场竞争力的不断增强，公司预计整体业务规模和营收及业绩水平都将进一步提升，一定程度上可减少募投项目投产后新增的折旧和摊销对公司经营业绩的不利影响。

（四）补充披露相关风险

公司本次募集资金投资项目中包含规模较大的资本性支出。本次募投项目建成并投产后，公司固定资产规模将大幅增长。按照公司现有折旧摊销政策测算，本次募投项目达产后公司每年成本费用中将新增折旧和摊销 5,554.13 万元。公司已对本次募集资金投资项目进行了较为充分的市场调查及可行性论证，预计本次募投项目实现的利润规模以及公司未来盈利能力的增长能够消化本次募投项目新增折旧和摊销。但鉴于未来行业发展趋势、下游客户需求以及市场竞争情况等存在不确定性，在本次募投项目对公司经营整体促进作用体现之前，公司存在因折旧或摊销增加而导致利润下降的风险。

五（问题 8）、结合发行人资产负债率情况、货币资金和交易性金融资产余额及使用规划、营运资金需求等，说明本次融资的必要性及规模合理性

（一）公司货币资金和交易性金融资产余额及使用规划、营运资金需求情况

综合考虑公司截至 2022 年 9 月 30 日货币资金、交易性金融资产情况以及未来三年的经营利润积累、营运资金需求、公司已披露或立项的项目资金需求等，公司当前的资金缺口为 116,374.83 万元。具体测算过程如下：

项目	计算公式	金额（万元）
货币资金余额	①	41,868.57

交易性金融资产余额	②	9,017.46
可支配资金总额	③=①+②	50,886.03
最低现金保有量	④	27,595.48
已披露或立项的投资项目资金需求	⑤	174,282.20
未来三年新增营运资金需求	⑥	28,848.15
未来三年预计现金分红所需资金	⑦	30,401.76
未来三年总体资金需求合计	⑧=④+⑤+⑥+⑦	261,127.59
未来三年预计自身经营利润积累	⑨	93,866.73
总体资金缺口	⑩=⑧-⑨-③	116,374.83

1、可支配资金总额

截至 2022 年 9 月 30 日，公司账面货币资金余额为 41,868.57 万元，交易性金融资产余额为 9,017.46 万元。公司可支配资金总额（上述两项金额合计）为 50,886.03 万元。

2、未来三年总体资金需求

（1）最低现金保有量

最低现金保有量系公司为维持其日常营运所需要的最少货币资金，计算公式为：最低现金保有量=年付现成本总额÷货币资金周转次数。货币资金周转次数（即“现金周转率”）主要受净营业周期（即“现金周转期”）影响，净营业周期系外购承担付款义务，到收回因销售商品或提供劳务而产生应收款项的周期，故净营业周期主要受到存货周转期、应收款项周转期及应付款项周转期的影响。净营业周期的长短是决定公司现金需要量的重要因素，较短的净营业周期通常表明公司维持现有业务所需货币资金较少。

根据公司 2021 年财务数据测算，公司在现行运营规模下日常经营需要保有的最低货币资金为 27,595.48 万元，具体测算过程如下：

财务指标	计算公式	计算结果
最低现金保有量（万元）	①=②÷③	27,595.48
2021 年度付现成本总额（万元）	②=④+⑤-⑥	88,126.26
2021 年度营业成本(含营业税金及附加)（万元）	④	80,724.33
2021 年度期间费用总额（万元）	⑤	14,960.88
2021 年度非付现成本总额（万元）	⑥	7,558.95
货币资金周转次数（现金周转率）	③=360÷⑦	3.19
现金周转期（天）	⑦=⑧+⑨-⑩	112.73
存货周转期（天）	⑧	132.35
应收款项周转期（天）	⑨	53.02
应付款项周转期（天）	⑩	72.64

注：期间费用包括管理费用、研发费用、销售费用以及财务费用；非付现成本总额包括当期固定资产和使用权资产折旧、无形资产摊销以及长期待摊费用摊销。

（2）已披露或审议的投资项目资金需求

截至 2022 年 9 月 30 日，公司已披露或已立项的投资项目的资金需求总额为 174,282.20 万元，具体构成如下：

项目名称	需投入金额（万元）
前次募投项目后续待投入金额（含已结项项目的尾款）	7,368.31
安庆科思化学有限公司高端个人护理品及合成香料项目（一期）（本次募投项目一）	64,474.20
安庆科思化学有限公司年产 2600 吨高端个人护理品项目（本次募投项目二）	25,657.25
马鞍山科思年产 2000 吨防晒用二氧化钛项目	6,418.21
安庆科思年产 3200 吨高端个人护理品项目	20,364.23
江宁经济技术开发区高端个人护理品产业基地	50,000.00
合计	174,282.20

（3）未来三年新增营运资金需求

公司 2022 年 1-9 月营业收入为 124,896.85 万元，相较上年同期增长 68.00%，处于快速增长阶段，对营运资金需求较大。基于报告期内公司业务发展情况以及对未来化妆品和日用化学品下游市场发展趋势的判断，假设公司 2022 年全年营业收入按前三季度营业收入年化计算，并谨慎假设 2023 年和 2024 年营业收入增长率分别为 20%和 10%。根据销售百分比法，公司未来三年新增营运资金需求为 28,848.15 万元。具体测算过程如下：

项目（万元）	基期		预测期		
	2021 年末	占比	2022 年末	2023 年末	2024 年末
营业收入	109,041.67	\	166,529.13	199,834.96	219,818.46
营业收入增长率	\	\	52.72%	20.00%	10.00%
应收票据及应收账款	16,578.91	15.20%	25,319.42	30,383.30	33,421.63
预付款项	353.61	0.32%	540.04	648.04	712.85
存货	33,637.54	30.85%	51,371.47	61,645.76	67,810.33
经营性流动资产	50,570.06	46.38%	77,230.92	92,677.10	101,944.81
应付票据及应付账款	17,626.99	16.17%	26,920.05	32,304.06	35,534.47
合同负债	797.61	0.73%	1,218.12	1,461.74	1,607.91
应付职工薪酬	3,228.52	2.96%	4,930.62	5,916.74	6,508.41
应交税费	520.64	0.48%	795.12	954.15	1,049.56
经营性流动负债	22,173.76	20.34%	33,863.91	40,636.69	44,700.36
营运资金	28,396.30	26.04%	43,367.01	52,040.41	57,244.45
新增营运资金需求	\	\	14,970.71	8,673.40	5,204.04
未来三年新增营运资金需求合计					28,848.15

上述营业收入增长的假设及测算仅为测算本次向不特定对象发行可转债募集资金的必要性，不代表公司对未来经营情况及趋势的判断，亦不构成盈利预测。

（4）未来三年预计现金分红所需资金

公司 2021 年度现金分红金额为 3,386.40 万元，现金分红比例为 25.49%。假设公司 2022 年全年归母净利润按前三季度归母净利润年化计算，2023 年和 2024 年归母净利润增长率与营业收入增长率保持一致（即分别为 20%和 10%），且未来三年分红全部为现金分红、分红比例与 2021 年度保持一致，则公司未来三年现金分红金额合计为 30,401.76 万元。

3、未来三年预计自身经营利润积累

假设公司 2022 年全年归母净利润按前三季度归母净利润年化计算，2023 年和 2024

年归母净利润增长率与营业收入增长率保持一致（即分别为 20%和 10%），经测算，公司自本次报告期末至 2024 年末预计自身经营利润积累 93,866.73 万元。

4、公司资金缺口情况

综上分析，根据公司截至 2022 年 9 月 30 日货币资金和交易性金融资产情况、总体资金需求以及未来三年自身经营利润积累情况，公司存在 116,374.83 万元资金缺口。

（二）结合资产负债率和资金使用计划说明本次融资的必要性及规模合理性

截至 2022 年 9 月 30 日，公司合并报表下的资产负债率为 14.17%，处于相对较低水平，主要是由于公司 2020 年首次公开发行募集资金到位有效缓解了上市前资产负债率较高的情况，为报告期内公司项目建设提供了资金。同时，报告期内公司业务持续发展，经营活动现金流状况良好，可覆盖日常经营的营运资金需求，因此报告期内公司资产负债率水平不高。

2021 年起，随着新冠肺炎疫情对下游市场需求的抑制逐步缓解，以及公司首次公开发行募投项目逐步建成投产，公司市场份额和业务规模在 2022 年 1-9 月实现了大幅增长，未来随着下游市场需求的持续提升以及公司业务规模的进一步扩大，公司对营运资金的需求预计也将大幅提高。同时，为了进一步丰富和完善产品体系，强化自身在行业内的综合竞争力，公司对二氧化钛、氧化锌等物理防晒剂以及美白、保湿等其他化妆品活性成分品类进行了多维度研发布局，同时也在表面活性剂、性能和技术成分等化妆品原料领域挖掘具有良好市场前景和高增长潜力的品类，因此未来新增项目的资金投入较高。

根据上文测算，公司报告期末的货币资金、交易性金融资产即使在考虑未来经营利润累积后仍然无法满足未来的资金需求，缺口金额达到 116,374.83 万元。若上述资金缺口均以有息负债方式融资，预计将大幅增加公司资产负债率，放大财务风险的同时也将导致较高的财务费用，不利于公司盈利能力的提升和长期可持续发展。因此，公司针对本次募投项目的资金需求通过公开资本市场融资的方式筹集，可降低整体融资成本，增加公司财务稳健性，具有必要性。此外，公司本次融资总额低于募投项目的投资总额，也少于公司未来资金缺口，不存在过度融资的情形，融资规模具有合理性。

六（问题 10）、前次募投项目实施进展及募集资金使用进度，是否存在实施障碍，是否存在变更或延期的风险；结合前次募集资金变更为永久补充流动资金情况，说明前次募集资金用于补充流动资金比例是否符合《发行监管问答——关于引导规范上市公司融资行为的监管要求》

（一）前次募投项目实施进展及募集资金使用进度，是否存在实施障碍，是否存在变更或延期的风险

截至 2022 年 9 月 30 日，公司前次募投项目实施进展以及募集资金使用进度情况具体如下：

序号	募投项目	募集后承诺投资金额	募集资金实际投资金额	实际投资金额与承诺投资金额的差额	项目达到预定可使用状态日期	项目状态
1	马鞍山科思化学有限公司 25000t/a 高端日用香原料及防晒剂配套项目 (一期工程)	35,945.02	27,043.92	-8,901.10 (注 1)	2022 年 1 月 31 日	建设完毕, 已投产
2	马鞍山科思化学有限公司 25000t/a 高端日用香原料及防晒剂配套项目 (二期工程)	1,106.50	1,106.50	-	2021 年 8 月 31 日	建设完毕, 已投产
3	马鞍山科思化学有限公司 14200t/a 防晒用系列产品项目	1,539.58	1,539.58	-	2021 年 5 月 31 日	建设完毕, 已投产
4	马鞍山科思化学有限公司年产 2500	4,408.90	2,498.11	-1,910.79	2022 年 9 月 30 日	建设完毕,

	吨日用化学品原料项目			(注2)		已投产
5	安徽圣诺贝化学科技有限公司年产500吨防晒系列产品扩建项目	3,403.93	1,640.50	-1,763.43	2022年12月31日	建设中
6	安庆科思化学有限公司科思个人护理品研发项目	2,756.07	396.67	-2,359.40	2022年12月31日	建设中
7	补充流动资金	9,353.11	9,353.11	-	不适用	不适用
8	偿还公司及子公司银行贷款	20,000.00	20,000.00	-	不适用	不适用

注1：2022年，“马鞍山科思化学有限公司25000t/a高端日用香原料及防晒剂配套项目（一期工程）”、“马鞍山科思化学有限公司25000t/a高端日用香原料及防晒剂配套项目（二期工程）”和“马鞍山科思化学有限公司14200t/a防晒用系列产品项目”均已实施完毕并达到预定可使用状态，为了最大限度发挥募集资金使用效益，本着股东利益最大化的原则，并结合公司实际情况，公司将上述项目节余募集资金8,208.22万元（含利息收入扣除手续费净额984.72万元）永久补充流动资金，用于与公司主营业务相关的生产经营活动。此外，上述项目截至2022年9月30日尚有1,677.60万元工程设备尾款未支付，因此实际投资金额与承诺投资金额的差额为-8,901.10万元。

注2：“马鞍山科思化学有限公司年产2500吨日用化学品原料项目”建设完毕，已投产。实际投资金额与募集后承诺投资金额的差额系尚未支付尾款以及募集资金利息所致。

公司前次募投项目中，尚在建设中的是安徽圣诺贝化学科技有限公司年产500吨防晒系列产品扩建项目和安庆科思化学有限公司科思个人护理品研发项目，截至2022年9月30日募集资金已投入比例分别为48.19%和14.39%。其中，安徽圣诺贝化学科技有限公司年产500吨防晒系列产品扩建项目已于2022年10月进入试生产阶段，预计按期完成项目建设并正式投产不存在重大障碍；安庆科思化学有限公司科思个人护理品研发项目目前已初步完成研发场所的前期工程安装和设施改造，并部分投入使用，但由于部分进口设备定制和交付周期较长，且受疫情等因素影响，因此资金投入进度相对较低。截至本回复报告出具之日，上述项目均处于正常建设过程中，募集资金的使用也按照正常付款计划有序执行，项目实施不存在实质性障碍。考虑到上述项目建设和投产还需要一定时间，若后续外部市场或其他环境因素造成项目建设进度不及预期并导致前次募投项目出现延期，公司将根据相关法律法规的规定履行必要的审议程序和信息披露义务。

（二）结合前次募集资金变更为永久补充流动资金情况，说明前次募集资金用于补充流动资金比例是否符合《发行监管问答——关于引导规范上市公司融资行为的监管要求》

1、公司前次募集资金变更为永久补充流动资金的情况

截至2022年3月末，公司首次公开发行的募集资金投资项目中“马鞍山科思化学有限公司25000t/a高端日用香原料及防晒剂配套项目（一期工程）”、“马鞍山科思化学有限公司25000t/a高端日用香原料及防晒剂配套项目（二期工程）”和“马鞍山科思化学有限公司14200t/a防晒用系列产品项目”均已实施完毕并达到预定可使用状态。在上述募投项目实施过程中，公司按照募集资金使用的有关规定，从项目的实际情况出发，本着合理、高效、节约的原则，科学审慎地使用募集资金，加强各个环节费用的管控，在募投项目顺利实施的基础上合理节约了项目投资额。上述项目截至2022年3月末的募集资金使用与结余情况如下：

项目	拟使用募集资金额	累计已使用募集资金	待支付尾款	节余募集资金(注)
马鞍山科思化学有限公司25000t/a高端日用香原料及防晒剂配套项目（一期工程）	35,945.02	26,357.83	2,363.69	8,152.57

马鞍山科思化学有限公司 25000t/a 高端日用香原料及防晒剂配套项目（二期工程）	1,106.50	1,056.35	50.15	23.60
马鞍山科思化学有限公司 14200t/a 防晒用系列产品项目	1,539.58	1,508.45	31.13	32.05
合计	38,591.10	28,922.63	2,444.97	8,208.22

注：上述结余募集资金中包含募集资金利息收入扣除手续费的净额。

为了最大限度发挥募集资金使用效益，本着股东利益最大化的原则，经公司第二届董事会第二十次会议、第二届监事会第十五次会议以及 2021 年度股东大会审议通过，公司将上述项目结余募集资金 8,208.22 万元（含利息收入扣除手续费净额 984.72 万元）永久补充流动资金，用于与公司主营业务相关的生产经营活动。

2、公司出于谨慎性考虑，调减本次向不特定对象发行可转债募集资金总额

考虑到公司首次公开发行募集资金使用中存在将结余募集资金用于永久补充流动资金的情况，根据公司 2022 年第二次临时股东大会的授权，2022 年 11 月 21 日公司召开第三届董事会第六次会议和第三届监事会第六次会议，审议通过《关于调减向不特定对象发行可转换公司债券募集资金总额暨调整发行方案的议案》等相关议案。公司出于谨慎性考虑，为确保本次向不特定对象发行可转债的顺利进行，将前述结余募集资金用于永久补充流动资金的部分 8,208.22 万元，连同公司未来拟投入的财务性投资金额 2,100.00 万元从本次发行的募集资金总额中进行调减，调减金额合计 10,308.22 万元。调减后，公司本次发行募集资金总额不超过 72,491.78 万元。

综上所述，公司已在本次向不特定对象发行可转债募集资金总额中将前次募投项目中结余资金用于永久补充流动资金的部分予以扣减，同时亦将未来拟投入的财务性投资进行了扣减，符合《发行监管问答——关于引导规范上市公司融资行为的监管要求（修订版）》的规定。

（三）补充披露相关风险

公司前次募投项目中尚未完成的项目主要为安徽圣诺贝化学科技有限公司年产 500 吨防晒系列产品扩建项目和安庆科思化学有限公司科思个人护理品研发项目，上述项目目前正在正常建设中，预计未来实施完毕不存在实质性障碍。因上述项目建设和投入需要一定时间，若后续出现项目行业或市场环境的重大不利变化、或者因预料之外的因素导致项目建设进度不及预期等情形，则前次募投项目可能存在变更或延期的风险。

七、中介机构核查程序及核查意见

（一）核查程序

1、针对问题 1，会计师主要履行了如下核查程序：

（1）查阅本次募投项目相关的行业研究报告，了解本次募投项目所处行业的发展趋势、市场规模、竞争格局以及同行业及上下游公司产能扩张情况等；

（2）访谈公司管理层，了解公司实施本次募投项目的原因、必要性以及本次募投项目未来潜在客户情况，并与公司现有客户结构进行对比，了解本次募投项目实施对公司客户结构的影响和公司针对本次募投项目新增产能的消化措施；

（3）获取并查阅公司本次募投项目的可行性研究报告和效益测算过程，分析本次募投项目的实施对公司主营业务毛利率和盈利能力的影响；

2、针对问题 5、7，会计师主要履行了如下核查程序：

（1）获取公司本次募投项目的可行性研究报告和效益测算过程，了解本次募投项目的投资进度情况，复核主要参数选取和测算过程的合理性、谨慎性以及折旧摊销政策与公

司现有会计政策的一致性，并分析募投项目新增折旧和摊销对公司未来业绩的影响；

(2) 通过公开渠道查阅同行业可比公司或类似项目的毛利率和主要效益参数，以及报告期内公司同类产品的销售和毛利情况，并与本次募投项目测算效益进行对比，分析本次募投项目效益测算的合理性和谨慎性。

4、针对问题 6，会计师主要履行了如下核查程序：

(1) 获取公司本次募投项目的可行性研究报告和投资明细表，复核相关投入构成的合理性；

(2) 通过公开渠道查阅同行业类似项目的产能和投资规模，同时获取公司历史上同类项目的投入情况，测算同类项目的单位产能投资强度，并与本次募投项目的单位产能投资强度比较，分析本次募投项目投资规模的合理性。

5、针对问题 8，会计师主要履行了如下核查程序：

(1) 获取发行人报告期内的审计报告和财务报告，了解报告期末发行人资产负债率以及货币资金、交易性金融资产情况；

(2) 访谈公司管理层，了解公司未来发展规划以及现有资金的未来支出安排；

(3) 根据公司报告期内财务报告，测算公司未来三年营运资金需求和最低现金保有量；根据公司盈利水平与现金流情况，并结合公司货币资金和交易性金融资产情况对公司未来资金缺口进行测算分析，在此基础上分析公司本次融资的必要性和募集资金总额的合理性。

6、针对问题 10，会计师主要履行了如下核查程序：

(1) 获取报告期内公司募集资金专户的银行流水，复核截至 2022 年 9 月 30 日前次募集资金使用情况；

(2) 访谈公司管理层，了解公司前次募投项目目前实施进展情况和后续计划；

(3) 审阅公司前次募投项目结余募集资金永久补流的相关审议和披露文件，以及公司于 2022 年 11 月 21 日召开的关于调整本次发行方案的相关董事会和监事会决议，复核本次发行方案的调整情况。

(二) 核查意见

经核查，我们认为：

1、本次募投项目一的实施是公司践行自身发展战略的重要举措，其主要产品市场需求增长较快，未来发展前景良好，且潜在客户与公司现有客户的重合度较高。项目投产后，公司业务结构和产品体系将进一步丰富，行业综合竞争实力和盈利能力也将显著提升，项目实施具有较强的必要性。项目一实施后，公司客户结构预计不会发生重大变化，新产品的国内客户占比预计将有所增加，主要客户收入结构预计将更为均衡，且公司整体盈利水平预计也将有所增强，不会对公司毛利率造成重大不利影响。

2、公司本次募投项目的效益测算参数设置合理，毛利率及主要效益测算结果与同行业公司类似项目以及公司同类产品相比不存在重大差异，具有合理性和谨慎性。

3、公司本次募投项目中项目一的单位产能投资强度在同行业类似项目中处于较高水平，主要是由于该项目为新建项目，因此总投资额中包含项目实施所需的配套设施和公用工程投入，若剔除上述部分则单位产能投资额处于同类项目的合理范围内，此外项目一的产品未来主要面向高端日化产品和国际大型日化企业，因此建造标准较高，亦导致投资额相对较高；项目二的主要产品为新型防晒剂，国内仅公司拥有规模化产能，与公司已建成的同类型项目规模对比，本次募投项目的单位产能投资额处于合理范围内。因此，本次募投项目的投资强度具有合理性和谨慎性。

4、公司本次募投项目折旧和摊销政策与公司现行会计政策不存在重大差异。本次募

投项目实施后，公司成本费用中的折旧与摊销金额预计将有所增加，但占募投项目预计收入和利润规模的比例相对较小，预计不会对公司未来业绩产生重大不利影响。

5、经测算，公司报告期末的货币资金、交易性金融资产在考虑未来经营利润累积后仍然无法满足未来的资金需求，存在较大的资金缺口。若上述资金需求均通过有息负债方式满足，预计将大幅增加公司资产负债率，放大财务风险的同时也将导致较高的财务费用，不利于公司盈利能力的提升和长期可持续发展。因此，公司针对本次募投项目的资金需求通过公开资本市场融资的方式筹集，可降低整体融资成本，增加公司财务稳健性，具有必要性。此外，公司本次融资总额低于募投项目的投资总额，也少于公司未来资金缺口，不存在过度融资的情形，融资规模具有合理性。

6、公司前次募投项目中多数项目已建设完毕并投产，尚在建设中的是安徽圣诺贝化学科技有限公司年产 500 吨防晒系列产品扩建项目和安庆科思化学有限公司科思个人护理品研发项目，上述项目目前均处于正常建设过程中，项目实施不存在实质性障碍。考虑到公司首次公开发行人募集资金使用中存在将节余募集资金用于永久补充流动资金的情况，公司为确保本次向不特定对象发行可转债的顺利进行，将节余募集资金用于永久补充流动资金的部分 8,208.22 万元，连同公司未来拟投入的财务性投资金额 2,100.00 万元从本次发行的募集资金总额中进行调减，调减金额合计 10,308.22 万元，符合《发行监管问答——关于引导规范上市公司融资行为的监管要求（修订版）》的规定。

(本页无正文，为天衡专字(2022)01906号《关于南京科思化学股份有限公司申请向不特定对象发行可转换公司债券的审核问询函之回复报告》的签署页)



中国注册会计师:

罗顺华



中国注册会计师:

赵晖



2022 年 11 月 28 日



营业执照

(副本)

编号 320100000202201250006

扫描二维码登录“国家企业信用信息公示系统”了解更多登记、备案、许可、监管信息。



统一社会信用代码 (1/1)
91320000831585821

名称	天衡会计师事务所(特殊普通合伙)	成立日期	2013年11月04日
类型	特殊普通合伙企业	合伙期限	2013年11月04日至2033年10月31日
执行事务合伙人	余瑞玉	主要经营场所	南京市建邺区江东中路106号1907室

经营范围
 审查企业会计报表，出具审计报告；验证企业资本，出具验资报告；办理企业合并、分立、清算事宜中的审计业务，出具有关报告；基本建设年度决算审计；代理记账，会计咨询、税务咨询、管理咨询、会计培训；(依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动)



登记机关



证书序号: NC.010731

说明

1. 《会计师事务所执业证书》是证明持有人经财政部门依法审批, 准予执行注册会计师法定业务的凭证。
2. 《会计师事务所执业证书》记载事项发生变动的, 应当向财政部门申请换发。
3. 《会计师事务所执业证书》不得伪造、涂改、出租、出借、转让。
4. 会计师事务所终止, 应当向财政部门交回《会计师事务所执业证书》。

发证机关: 江苏省财政厅
二〇一五年十二月十一日

中华人民共和国财政部制



会计师事务所 执业证书

名称: 天衡会计师事务所(特殊普通合伙)

主任会计师: 余瑞玉

办公场所: 南京市建邺区江东中路106号万达广场商务楼B座19-20楼



组织形式: 特殊普通合伙


会计师事务所编号: 32000010

注册资本(出资额): 1002万元

批准设立文号: 苏财会[2013]39号

批准设立日期: 2013-09-28






THE CHINESE INSTITUTE OF CERTIFIED PUBLIC ACCOUNTANTS
中国注册会计师协会

江苏天徽会计师事务所有限公司
320623198203190771

姓名: 罗顺华
性别: 男
出生日期: 1982-03-19
工作单位: 江苏天徽会计师事务所有限公司
身份证号: 320623198203190771





320000100119

证书编号: 江苏省注册会计师协会
No. of Certificate

批准注册协会: 二 二十四
Authorized Institute of CPAs

发证日期: 年 月 日
Date of Issuance

年度检验登记
Annual Renewal Registration

本证书经检验合格, 继续有效一年。
This certificate is valid for another year after this renewal.







姓名 赵晔
 Full name
 性别 女
 Sex
 出生日期 1988-02-17
 Date of birth
 工作单位 天衡会计师事务所(普通合伙)
 Working unit
 身份证号码 321066198802175040
 Identity card No.



年度检验登记
 Annual Renewal Registration

本证书经检验合格，继续有效一年。
 This certificate is valid for another year after this renewal.

证书编号:
 No. of Certificate 320000100201

批准注册协会:
 Authorized Institute of CPAs 江苏省注册会计师协会

发证日期:
 Date of Issuance 2018^y 08^m 29^d



赵晔(320000100201)
 您已通过2021年年检
 江苏省注册会计师协会



赵晔(320000100201)
 您已通过2020年年检
 江苏省注册会计师协会
 ly /m /d