

安信证券股份有限公司
关于深圳证券交易所《关于对浙江锦盛新材料股份有限公司
的年报问询函》的回复

深圳证券交易所：

贵所下发的《关于对浙江锦盛新材料股份有限公司的年报问询函》（以下简称“问询函”）已经收悉。安信证券股份有限公司（以下简称“安信证券”、“保荐机构”）收到《问询函》后高度重视，组织相关人员根据问询函的要求对浙江锦盛新材料股份有限公司（以下简称“锦盛新材”、“公司”）有关事项进行了核查，现对《问询函》中提及的事项回复如下：

问题 1.

你公司于 2020 年 7 月上市，2020 年至 2022 年营业收入分别为 2.59 亿、2.93 亿、2.43 亿元，分别同比变动-24.30%、12.94%、-17.19%；归属于上市公司股东的净利润分别为 0.34 亿、0.11 亿、-0.22 亿元，分别同比变动-47.46%、-69.30%、-312.62%。

（1）请你公司分产品类型说明上市后营业收入持续下滑的具体原因，上市前后行业趋势、竞争格局等是否发生显著变化，并结合主营业务的实际经营情况、行业发展形势、订单获取情况和 2023 年一季度经营情况等方面说明收入下滑是否具有持续性。

（2）请你公司结合前述情况说明净利润持续大幅下滑并出现亏损的具体原因、合理性，主营业务盈利能力是否出现不利变化，结合 2023 年一季度净利润继续亏损的情况，说明你公司持续经营能力是否存在不确定，净利润亏损是否仍将持续，以及为改善盈利能力已采取和拟采取的具体措施。

（3）请你公司结合行业情况、收入季节性、生产经营情况等说明报告期第四季度净利润下滑、显著低于前三季度的主要原因，拟采取的改善措施，并提示相关风险。（4）请你公司结合同行业上市公司营业收入和净利润变动趋势，

说明报告期内业绩表现与市场发展趋势是否一致，如否，请详细说明原因。

请保荐机构、年审会计师进行核查并发表明确意见。

【回复】

一、分产品类型说明上市后营业收入持续下滑的具体原因，上市前后行业趋势、竞争格局等是否发生显著变化，并结合主营业务的实际经营情况、行业发展形势、订单获取情况和 2023 年一季度经营情况等方面说明收入下滑是否具有持续性

（一）2020 年、2021 年、2022 年及 2023 年一季度营业收入的变化情况

公司于 2020 年 7 月上市，上市后第一年（2021 年）营业收入较上年有所增长，2022 年度营业收入有所下滑。下面分别从三个角度分析营业收入的具体下滑情况及原因：

1、从产品类型来看，营业收入下滑主要系化妆品包装瓶销售下滑所致

2020 年、2021 年、2022 年及 2023 年一季度，公司分产品类型的营业收入变化如下：

单位：万元

产品类型	2023 年一季度	2022 年度	2021 年度	2020 年度
注塑件	5,031.10	23,885.45	29,110.65	25,579.70
模具	65.87	391.93	165.10	376.48
其他	-	-	40.20	-
合计	5,096.97	24,277.38	29,315.95	25,956.18

2022 年度及 2023 年 1-3 月公司营业收入有所下滑，其中 2022 年度较 2021 年度营业收入下滑 17.19%，2023 年一季度年化后营业收入较 2022 年度下滑 16.02%，主要原因系化妆品包装瓶的销售下滑。

2、从销售区域来看，外销收入下滑较多

2020 年、2021 年、2022 年及 2023 年一季度，公司分销售区域的营业收入构成情况如下：

单位：万元

销售区域	2023 年一季度	2022 年度	2021 年度	2020 年度
内销	3,103.59	12,228.87	13,740.40	8,997.93
外销	1,993.38	12,048.51	15,575.55	16,958.25
合计	5,096.97	24,277.38	29,315.95	25,956.18

分销售区域的营业收入变动幅度如下：

单位：万元

销售区域	2023 年一季度(年化后) 较上年变动		2022 年度较上年变动		2021 年度较上年变动	
	变动金额	变动幅度	变动金额	变动幅度	变动金额	变动幅度
内销	185.49	1.52%	-1,511.53	-11.00%	4,742.47	52.71%
外销	-4,074.99	-33.82%	-3,527.04	-22.64%	-1,382.70	-8.15%
合计	-3,889.50	-16.02%	-5,038.57	-17.19%	3,359.77	12.94%

由上表可知，公司外销收入的逐年下降为营业收入下滑的主要原因。外销收入持续下滑，而内销收入 2021 年度有较大幅度的增长、2022 年度有所下滑。2021 年度外销较 2020 年度下降 1,382.70 万元，2022 年度较 2021 年度下降 3,527.04 万元，2023 年一季度年化后外销收入较 2022 年度下降 4,074.99 万元。

3、从前十大客户看来，公司客户结构较为稳定，但销售额大部分有所下滑

2020 年、2021 年、2022 年，公司前十大客户的销售额如下：

单位：万元

期间	排名	客户名称	主要销售区域	收入金额
2022 年度	1	APR/APC[注 1]	外销	4,225.09
	2	雅诗兰黛[注 2]	外销	3,040.24
	3	FUSION PACKAGING	外销	1,392.99
	4	宁波丰环进出口有限公司	内销	1,357.81
	5	TricorBraun Hong Kong Corporation Limited	外销	1,052.47
	6	新生活[注 3]	内销	827.74
	7	上海林清轩生物科技有限公司	内销	802.85

期间	排名	客户名称	主要销售区域	收入金额
	8	MEIYUME(HONG KONG) LTD.	外销	723.02
	9	欧诗漫生物股份有限公司	内销	611.25
	10	广州市巧美化妆品有限公司	内销	607.06
		小计		14,640.52
2021 年度	1	APR/APC	外销	5,858.56
	2	雅诗兰黛	外销	3,209.80
	3	宁波丰环进出口有限公司	内销	2,117.79
	4	FUSION PACKAGING	外销	2,003.25
	5	新生活	内销	1,599.50
	6	TricorBraun Hong Kong Corporation Limited	外销	1,457.30
	7	广州市巧美化妆品有限公司	内销	948.72
	8	上海林清轩生物科技有限公司	内销	802.09
	9	上海汉森环宇进出口有限公司	内销	781.15
	10	百雀羚[注 4]	内销	778.34
		小计		19,556.51
2020 年度	1	APR/APC	外销	5,052.78
	2	FUSION PACKAGING	外销	3,689.30
	3	雅诗兰黛	外销	3,487.03
	4	TricorBraun Hong Kong Corporation Limited	外销	1,376.17
	5	广州市巧美化妆品有限公司	内销	1,330.82
	6	天津市康婷生物工程集团有限公司	内销	935.88
	7	百雀羚	内销	834.49
	8	MEIYUME(HONG KONG) LTD.	外销	800.22
	9	宁波丰环进出口有限公司	内销	725.61
	10	新生活	内销	669.89
		小计		18,902.19

注 1: APR/APC 包括: APC PACKAGING LLC、APR BEAUTY GROUP INC、APR PACKAGING INC、DESIGNWORX PACKAGING INC;

注 2: 雅诗兰黛包括: ESTEE LAUDER COMPANIES、雅诗兰黛(上海)商贸有限公司;

注 3: 新生活包括: 新生活集团(中国)有限公司旗下的上海新生活化妆品有限公司、上海如妍化妆品有限公司;

注 4: 百雀羚包括上海百雀羚日用化学有限公司和上海百雀羚供应链管理有限公司。

近三年前十大客户基本保持稳定, 未发生重大变化。

结合上述角度的数据, 公司上市后营业收入下滑的原因主要系:

境外市场销售下滑: 受宏观经济形势下行、消费不振的影响, 北美及欧洲客户的需求减少或延后, 同时特定大客户的采购策略进行了调整, 使得公司向境外直接出口和通过进出口公司向境外间接出口的销售额下滑;

境内国货品牌销售下滑: 受大客户百雀羚更换产品系列(注塑包装产品系列逐步更换为玻璃包装产品系列)及部分国内大客户在低迷的消费需求和激烈的市场竞争中销售下滑的影响, 公司在境内市场的销售额有所下滑。

(二) 结合行业趋势、竞争格局、公司实际经营情况等, 说明收入下滑是否具有持续性

从全球市场看, 最近五年间化妆品市场规模总体上呈增长的趋势。根据前瞻产业研究院的数据, 全球化妆品市场规模由 2017 年的 5,011 亿美元上升至 2022 年的 5,652 亿美元, 尽管 2020 年受宏观经济波动影响有所下滑, 但从总体上看, 全球化妆品市场规模仍处于稳步扩大的进程中。随着我国居民人均可支配收入不断提高以及消费者对个人形象的重视程度的提升, 我国的化妆品市场得到了极大的发展。2016 年至 2022 年, 国内化妆品零售总额从 2,222 亿元增长至 3,936 亿元, 年复合增长率约 10%。根据 Euromonitor 的统计数据, 2021 年中国化妆品行业销售额位列全球第二, 仅次于美国, 2022-2026 年预计年均复合增长率为 7.8%。

随着化妆品市场需求不断增加, 化妆品包装市场也随之增长。根据中国包装联合会的统计数据, 全国规模以上企业的塑料包装箱及容器制造行业主营业务收入从 2011 年的 1,353.68 亿元增长至 2023 年的 1,811.05 亿元。同时, 行业的利润总额由 2011 年的 92.79 亿元增长至 2023 年的 94.6 亿元。受宏观经济波动带来的终端消费需求不振及出口增长乏力等因素影响, 2022 年全国规模以上企业的塑料包装箱及容器制造行业主营业务收入规模与利润总额都有所回落, 其中主营业务收入规模下降 5.3%, 利润总额下降 16.7%, 与公司 2022 年的营业收入及利润

波动趋势基本一致。但随着化妆品消费市场的增长及市场环境的改善，未来化妆品包装行业规模依然有望保持增长趋势。

化妆品塑料包装行业参与者数量多，行业上下游市场化程度较高，同时行业下游主要为国内外化妆品知名品牌，大品牌占据化妆品市场份额较高，下游客户对化妆品塑料包装供应商在生产规模、产品质量、资质认证等方面要求较高，行业领先企业在竞争实力方面更有优势，但市场竞争整体而言较为充分，市场化程度较高，目前行业内并无绝对优势企业。

受宏观经济波动带来的终端消费需求不振及出口增长乏力等因素影响，2022年度公司销售额有所下滑，并导致经营出现亏损。公司管理层一直在积极应对，主要的应对措施包括：

1、围绕现有重点客户持续开发新的需求，争取新产品订单

公司将围绕现有核心客户，深度参与其新产品包装容器的开发过程，在原有合作产品的基础上进一步深化合作，争取更多的新产品订单。

2、聚焦国内市场大型客户，并开拓国内新消费品牌市场

近年来公司一直在积极开拓国内大品牌新客户，并已取得较为明显的成效，开拓的新客户包括：上海家化、贝泰妮、华熙生物、诺斯贝尔、福瑞达、乾心生物（米加）、银谷玫瑰树、正喧品牌（摇滚动物园）、梵蓉生物（真珠美学）等。截至2023年3月末，公司在手国内订单金额超过5,000万元，相比去年同期增长了15.55%。

3、开拓新的产品线，丰富产品结构，在提高盈利能力的同时提升综合竞争力和抗风险能力

公司将依托现有大客户资源和现有生产场地，将产品线延伸至吹塑瓶、彩妆类化妆品包装物，并积极开拓客户，实现营业收入和净利润的增长。

综上所述，公司上市后营业收入下滑主要是受到外部多重不利因素的影响所致，包括大客户采购策略调整、客户自身需求减少或延后等，公司已针对上述不利局面进行积极应对，采取了包括争取核心客户大额订单、积极开拓国货品牌大

客户、延伸产品线至吹塑瓶和彩妆类包装等措施，预计在上述应对措施的积极作用下，公司收入下滑的趋势将逐步得到扭转。

二、结合前述情况说明净利润持续大幅下滑并出现亏损的具体原因、合理性，主营业务盈利能力是否出现不利变化，结合 2023 年一季度净利润继续亏损的情况，说明你公司持续经营能力是否存在不确定，净利润亏损是否仍将持续，以及为改善盈利能力已采取和拟采取的具体措施

(一) 净利润持续大幅下滑并出现亏损的具体原因、合理性，主营业务盈利能力是否出现不利变化

2020 年、2021 年、2022 年及 2023 年一季度，公司利润表主要项目情况如下：

单位：万元

项 目	2023 年一季度	2022 年度	2021 年度	2020 年度
营业收入	5,096.96	24,277.38	29,315.95	25,956.18
营业成本	4,736.52	22,157.93	22,532.43	16,718.09
销售费用	185.35	932.14	757.98	511.49
管理费用	891.00	3,942.73	3,980.43	3,142.80
财务费用	92.16	-1,298.59	184.85	764.37
资产减值损失	53.30	-522.39	-116.74	-97.00
利润总额	-838.81	-2,752.60	1,046.74	3,929.84
净利润	-696.08	-2,250.95	1,058.70	3,448.94
归属于母公司股东的净利润	-696.08	-2,250.95	1,058.70	3,448.94

由上表可知，公司业绩变化主要受以下因素影响：

单位：万元

项目	2022 年较上年变动额	2021 年较上年变动额
1、毛利变动对利润总额的影响	-4,664.07	-2,454.57
2、管理费用变动对利润总额的影响	37.70	-837.63
3、财务费用变动对利润总额的影响	1,483.44	579.52
4、资产减值损失变动对利润总额的影响	-405.65	-19.74

上述对利润总额的影响小计	-3,548.58	-2,732.42
上述因素对利润总额的影响占比	93.40%	94.77%

2020年至2022年公司净利润持续大幅下滑并出现亏损的具体原因如下：

1、受宏观经济波动带来的终端消费需求不振及出口增长乏力等因素影响，2022年度公司销售额有所下滑，并导致经营出现亏损；

2、募投资项目投产后，公司折旧摊销增加较多，同时受销售下滑影响，单位产品分摊的固定成本进一步上升；

3、原材料采购价格上涨，增加了营业成本；

4、为应对招工难上调工人薪酬水平，增加了营业成本；

5、存货周转放缓、长库龄库存增加，使得存货减值额上升。

上述业绩下滑的具体原因，大部分系外部多重不利因素叠加的影响，与当前宏观经济形势趋势一致，具有合理性，公司正在采取积极措施进行调整，预计未来能够得到改善。

（二）持续经营能力是否存在不确定，净利润亏损是否仍将持续，以及为改善盈利能力已采取和拟采取的具体措施

公司为改善盈利能力已采取或拟采取的主要措施如下：

1、公司将继续加大营销力度，开发新的优质客户。

公司将通过完善的销售激励制度，通过外部招聘及内部培养营销人员扩大销售队伍，加强行业知识与销售技巧培训，提高营销队伍的素质。公司注重销售前的业务咨询、提供专业意见与售后服务，以提供最优质的个性化产品设计及成型解决方案。随着产能的增长，公司会拓宽产品线，加大与国内外一线品牌的合作关系，同时加大对国内外市场的开发力度，实现内销外销同时增长，降低全球贸易冲突对公司销售的影响。同时，公司将积极参与国内外化妆品包装展会进行品牌宣传、申请专利保护、建立防伪标识，大力推广公司品牌；积极参加国内外包装行业论坛、研讨会、展示会、洽谈会等，借此接触潜在客户、宣传公司品牌，扩大营销范围，提升企业形象。

2、公司将不断加强研发投入，提高现有产品品质并不断开发新产品，提升市场竞争优势

公司以积累的技术创新优势、设备及工艺优势、富有行业特点的精细化管理优势、人力资源与客户资源优势为基础，拟与国内外一流的科研院所合作，聘请行业专家进行技术指导；制定优越的薪酬体系，吸引并留住行业内的高端人才。公司将聘请高档的化妆品设计人才与国内外化妆品公司进行对接，设计出符合化妆品公司要求的新型包装产品，共同开拓市场，提升公司知名度，为更多的品牌公司提供产品设计服务，保障客户持续稳定增长。

3、公司将继续提高公司自动化信息化程度，优化人员结构合理配置人员，以减少人工成本上涨对公司的影响

公司通过募投项目“年产 4,500 万套化妆品包装容器新建项目”自动化车间的实施，逐步实现注塑、烫印、装配、仓储一体化。公司通过模外冷却工艺减少制造周期，通过注塑自动装箱机器人提升效率、降低成本，并在成型产品的高精密密度、精美外观、使用功能、环保材质、生产效率等方面进行提升。“年产 4500 万套化妆品包装容器新建项目”已经采用智能仓储物流系统及机器人自动装箱工作站，利用 SAP 作为数据中台，实现 MES（生产管理系统）、WCS（仓储控制系统软件）、CRM（客户关系管理系统）全生产销售流程打通，提高公司智能化数字化水平，优化排单效率，缩短交货周期，提高产品质量，降低人工成本，提升公司的综合竞争力。

4、公司将继续提升管理水平，优化业务流程、加强内控管理，不断提升公司整体运营盈利水平

公司将改进生产流程，提高生产效率，加强对采购、生产、库存、销售各环节的信息化管理，提高库存周转率，加强销售回款的催收力度，提高公司资产运营效率。同时，公司将完善并强化投资决策程序，合理运用各种融资工具和渠道，控制资金成本，节省公司的各项费用支出，全面有效地提升经营效率和盈利能力。

综上所述，公司利润下滑系受到境外及国内市场不利因素、材料价格上涨、固定成本及人工成本增加等多重因素影响，具有合理性。面对多重市场风险，公

公司已采取积极、有效的措施提升产品竞争力和盈利能力，预计 2023 年主营业务收入较 2022 年将有所增长，有望扭亏为盈。公司拥有模具优势、技术优势、客户优势、产品优势、设备优势等诸多优势，同时公司拥有优质的客户资源，目前在手订单情况良好，随着国内消费市场的回暖，公司经营业绩有望得到改善。长期来看，公司亏损不具有持续性，公司持续经营能力不存在不确定性。

三、结合行业情况、收入季节性、生产经营情况等说明报告期第四季度净利润下滑、显著低于前三季度的主要原因，拟采取的改善措施，并提示相关风险

2022 年度公司分季度利润表主要数据如下：

单位：万元

序号	项目	一季度	二季度	三季度	四季度
1	营业收入	6,694.34	7,254.66	4,653.74	5,674.64
2	营业成本	5,404.67	6,512.01	4,716.63	5,524.62
3	期间费用	1,428.90	874.6	766.67	1,776.93
4	资产减值损失	-77.59	-20.49	68.23	-492.54
5	营业外收入	348.18	10.25	0.99	1.16
6	净利润	221.75	48.51	-687.59	-1,833.62

注：二季度总体收入较一季度有所增长，但外销收入下降 9.16%；因外销毛利率较内销毛利率高，销售结构变动使得毛利下降。

由上表可见，2022 年前两季度公司收入水平相对较高，故总体维持微利状态，第三、四季度收入下滑，故均产生亏损。第四季度收入比第三季度高，但亏损加剧，主要是因为：①第三季度在汇率高点结汇产生了较大（700 多万元）的汇兑收益，第四季度无此类收益；②第四季度的销售费用和管理费用相对较高，影响额约 300 万元，主要系第四季度产生的业务推广费用、招待费、员工奖金、工会经费等较前三季度高；③第四季度计提了存货跌价准备约 400 多万元。

公司拟采取以下改善措施：

1、在稳定和服务好现有市场的同时，加大新客户拓展力度，加深与近年来

新开拓客户的合作以扩大销售额，提升产能利用率和毛利率；积极参与行业内各种展会活动，以挖掘商业机会、拓展销售渠道并推广公司品牌，参加各种美妆博览会、美妆创新展、国际包装创新大会等主题技术沙龙以寻求新客群、新增量；

2、加强成本控制，通过节能降耗等有效措施降低生产成本；募投项目“年产4,500万套化妆品包装容器新建项目”已投产，该项目采用智能仓储物流系统及机器人自动装箱工作站，同时公司利用SAP作为数据中台，实现MES（生产管理系统）、WCS（仓储控制系统软件）、CRM（客户关系管理系统）全生产销售流程打通，提高公司智能化数字化水平，优化排单效率，缩短交货周期，提高产品质量，降低成本；

3、加强技术创新，控制产品研发费用，增强公司竞争力；公司将在现有产品的基础上，为满足当下消费者多方位的需求，加大新产品开发力度，通过与高校、3D打印公司合作，打造零等待产品虚拟打样，该技术可有效解决公司在设计、调研、出样、生产等各个环节存在的痛点，优化工作模式、提升研发效能、从而大大降低产品开发成本和缩短制造周期。

公司已在《2022年年度报告》“第三节管理层讨论与分析”之“十一、公司未来发展的展望”之“（四）可能面对的风险”之“1、宏观经济市场波动的风险”、“3、关于毛利率波动的风险”、“6、募投项目新增折旧及摊销对公司经营业绩带来的风险”和“8、中美贸易摩擦的风险”中对可能影响2023年度业绩的风险因素进行了提示。

2023年第一季度公司营业收入较上年同期下降23.86%，净利润为负。如果未来化妆品市场回暖未达预期、产品研发和市场开拓效果不佳、固定成本持续增高、毛利率继续下滑等情况发生，公司仍存在业绩大幅下滑或亏损的风险。公司提醒广大投资者认真阅读《2022年年度报告》中关于风险提示的相关内容，注意风险，审慎决策，理性投资。

四、结合同行业上市公司营业收入和净利润变动趋势，说明报告期内业绩表现与市场发展趋势是否一致，如否，请详细说明原因

2022年度，公司与同行业上市公司力合科创（002243，原通产丽星）、裕同科技（002831）、帝欧家居（002798）、柏星龙（833075）、嘉亨家化（300955）

的经营业绩比较情况如下：

单位：万元

项目	营业收入			扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润		
	2022 年度	2021 年度	同比变动	2022 年度	2021 年度	同比变动
力合科创	165,331.31	157,323.86	5.09%	14,878.42	43,920.93	-66.12%
裕同科技	1,636,209.83	1,494,361.72	9.49%	151,527.22	90,719.37	67.03%
帝欧家居	411,203.60	614,702.58	-33.11%	-150,857.28	7,250.16	-2,180.74%
柏星龙	48,745.45	42,634.73	14.33%	3,826.43	3,656.26	4.65%
嘉亨家化	40,728.11	40,996.44	-0.65%	6,748.27	9,427.64	-28.42%
算数平均值	460,443.66	470,003.87	-2.03%	5,224.61	30,994.87	-83.14%
锦盛新材	24,277.38	29,315.95	-17.19%	-2,828.88	234.20	-1,307.90%

注：力合科创营业收入取其 2022 年年度报告中新材料产业（主要系化妆品包装）数据；嘉亨家化营业收入取其 2022 年年度报告中塑料包装容器业务的数据。

2022 年度，公司营业收入、扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润同比变动趋势与同行业上市公司基本一致，符合行业变化情况，波动幅度同比存在一定差异，主要系不同公司的产品和业务结构有所不同所致，目前未有与公司主营产品完全一致的上市公司，选取的比较公司为包装行业企业或主要原材料之一（亚克力）与公司类似的企业。

1、力合科创

力合科创 2019 年 12 月重组后业务包括科技创新服务及化妆品包装等，化妆品包装主要产品分为软管、注塑、吹塑三类。软管产品主要指化妆品（如洗发露、护发素、眼霜、精华素、防晒霜、湿粉底液、清洁及润肤奶液等）的复合软管包装；注塑产品主要指高档化妆品（如面霜、唇膏、粉饼等）的罐，此外软管和吹瓶产品的盖子亦为注塑品；吹塑产品主要是指日用化妆品、食品（如沐浴液、洗发露、口香糖等）的瓶。

2022 年度，力合科创新材料产业营业收入略有上升，主要系灌装业务销量有所上升所致，而包装销量下降 2.66%，与公司趋势一致。受客户自身拓展放缓、

延期成交等因素影响，其科技创新服务收入同比有所下降；受业务结构及新材料板块业务成本上升等因素影响，其利润有所下滑。

2、裕同科技

裕同科技主要从事消费类电子产品纸质包装的研发、生产与销售，并积极拓展高档烟酒、化妆品及高端奢侈品等行业包装业务，主要产品为彩盒等，属于高端包装行业。

2022 年度，裕同科技营业收入及扣非归母净利润均有所增长，主要系新市场及新业务开发取得显著成效，其加快拓展环保业务和酒包、烟包业务布局，在全球经济和政治局势较为复杂、严峻的环境下，营收实现逆势增长。

3、帝欧家居

帝欧家居主要从事亚克力卫生洁具的研发、生产与销售，其产品主要原材料亚克力与公司类似。

2022 年度，帝欧家居营业收入及扣非归母净利润均有所下滑，主要系：1) 受下游房地产行业持续下行的压力影响，大客户需求萎靡；2) 根据对各房地产开发商客户的经营情况的判断，主动调整了与部分风险房地产开发商客户的业务合作节奏；3) 主要原材料成本上升，产品销售价格下降；4) 计提大额信用减值损失、商誉减值损失等。

4、柏星龙

柏星龙主要从事以酒类、化妆品、茶叶为代表的各类中高端创意包装印刷制品的生产和相应的工艺设计服务。

2022 年度，柏星龙营业收入及扣非归母净利润均有所增长，主要系 2022 年在消费大环境相对低迷的情况下，其保持稳健经营，并对客户结构进行了优化和升级。

5、嘉亨家化

嘉亨家化主要从事日化产品 OEM/ODM 及塑料包装容器的研发设计、生产，其塑料包装容器业务所使用的主要原材料为合成树脂，与公司存在一定差异。

2022 年度，嘉亨家化营业收入及扣非归母净利润均有所下滑，主要系：1) 受宏观经济环境影响，2022 年化妆品消费需求受到抑制。同时，2022 年因人员流动及物流运输等阶段性受限，其子公司上海嘉亨的订单交付、生产安排等经营活动阶段性受到较大影响，其营业收入下降，叠加固定资产折旧及其他固定支出等因素导致其毛利率下降，净利润减少；2) 其全资子公司湖州嘉亨的化妆品生产线 2022 年 6 月份开始逐步投产，由于处在投产初期，产能利用率较低，其规模效应未充分发挥。同时，运营费用及折旧摊销等固定支出致其在 2022 年产生亏损。2022 年，嘉亨家化塑料包装容器业务收入下降 0.65%，与公司趋势一致。

2022 年度，公司营业收入及扣非归母净利润均下滑，且下滑幅度大于同行业上市公司，主要系：1) 公司所处的化妆品塑料包装领域与下游行业的发展状况及趋势密切相关，报告期内，受宏观经济形势不利的的影响，公司下游客户的需求减少或延后，叠加大客户采购策略调整，导致营业收入减少；2) “年产 4,500 万套化妆品包装容器新建项目”投产导致 2022 年固定成本较高，而产能利用率未有大幅提升，导致 2022 年单位成本进一步提升；3) 为应对招工难上调工人薪酬水平，增加了营业成本；4) 存货周转放缓、长库龄库存增加，使得存货减值额上升。

综上所述，2022 年度公司营业收入有所下降，主要系 2022 年受宏观经济形势影响下游化妆品消费行业相对低迷，与同行业可比公司帝欧家居、嘉亨家化包装业务销售收入变动趋势一致。2022 年度，力合科创的包装业务销量下降 2.66%，亦与公司产品销量变动趋势一致；2022 年度公司扣非归母净利润下降幅度较大，主要系募投项目产能利用率较低而折旧摊销费用较大、工人薪酬上涨及存货周转放缓等因素所致。2022 年度，公司营业收入、扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润同比变动趋势与同行业上市公司基本一致，符合行业变化情况，波动幅度同比存在一定差异，主要系不同公司的产品和业务结构有所不同所致，具有合理性。

五、核查程序及核查结论

(一) 执行的核查程序

针对上述事项，保荐机构、年审会计师主要执行了以下核查程序：

1、查阅公司 2020 年至 2022 年度报告以及 2023 年一季度报告，访谈公司财务负责人，了解公司最近三年及一期经营情况；

2、查阅可比公司公开披露的招股说明书或定期报告，了解可比公司最近三年及一期经营情况；

3、结合公司财务、经营情况，与管理层讨论和分析公司经营亏损的主要原因，识别可能导致对公司持续经营能力产生重大疑虑的事项或情况；

4、访谈公司管理层，了解公司对业绩下降的具体应对措施；

5、查阅公开资料、公司所处行业相关政策，了解公司所属行业的发展趋势，分析公司经营情况。

（二）核查结论

经核查，保荐机构、年审会计师认为：

2022 年度公司财务业绩真实、准确，且业绩表现与市场发展趋势一致，具有合理性。2022 年度，公司营业收入、扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润同比变动趋势与同行业上市公司存在一定差异，主要系不同公司的产品和业务结构有所不同所致，具有合理性；公司 2022 年第四季度净利润下滑，受到偶发因素影响较大，不具有持续性；公司已采取一系列措施以提升营业收入和经营业绩，预计将收到正面效果，有望实现扭亏为盈，公司的持续经营能力不存在重大不确定性。

问题 2.

2020 年至 2022 年，你公司综合毛利率分别为 35.59%、23.14%、8.73%，上市以来毛利率持续下降，2022 年内销和外销毛利率分别为-0.73%、18.34%。请你公司结合产品销售价格、营业成本、产品结构变动、新建项目投产资产折旧费用摊销、同行业公司对比等量化说明综合毛利率持续下滑的原因及合理性，报告期内内外销毛利率差异较大的原因及合理性，内销毛利率为负的具体原因、是否具备商业实质，报告期营业成本归集是否完整、准确，毛利率与同行业公司是否存在重大差异，以及毛利率下滑趋势是否具有持续性，是否对你公司持

续经营能力产生重大不利影响。

请保荐机构、年审会计师进行核查并发表明确意见。

【回复】

一、结合产品销售价格、营业成本、产品结构变动、新建项目投产资产折旧费用摊销、同行业公司对比等量化说明综合毛利率持续下滑的原因及合理性，报告期内内外销毛利率差异较大的原因及合理性，内销毛利率为负的具体原因、是否具备商业实质，报告期营业成本归集是否完整、准确，毛利率与同行业公司是否存在重大差异，以及毛利率下滑趋势是否具有持续性，是否对你公司持续经营能力产生重大不利影响

（一）综合毛利率持续下滑的原因及合理性、与同行业对比情况，营业成本归集是否完整、准确，毛利率下滑趋势是否有持续性、是否对公司持续经营能力产生重大不利影响

2020年至2022年，公司毛利及毛利率情况如下：

单位：万元

项目	2022年度	2021年度	2020年度
营业收入	24,277.38	29,315.95	25,956.18
营业成本	22,157.93	22,532.43	16,718.09
毛利	2,119.45	6,783.52	9,238.09
毛利较上年变动	-4,664.07	-2,454.57	/
综合毛利率	8.73%	23.14%	35.59%
综合毛利率较上年变动	-14.41%	-12.45%	/

1、2022年综合毛利率较上年下滑的原因及合理性

2022年度，公司的综合毛利率较上年下降14.41%，毛利较上年减少4,664.07万元。毛利减少及毛利率下滑的原因量化分析如下：

因素	对毛利的影响	对毛利率的影响	具体说明
固定成本增加引起的毛利变动[注1]	-1,608.04	-6.62%	本年及上年年中新增土地、厂房、设备、工业软件等长期资产约1.8亿元（主要系募投项目“年产4,500万套化妆品包装容器新建项目”及其配套设施转固），使得折旧摊销类固定成本显著上升。

收入下滑引起的毛利变动	-1,165.93	-	受化妆品市场需求疲软、海外订单竞争加剧等因素影响，主要客户销售收入较上年下滑。前十大客户中八家销售额下滑，平均降幅 29%，前十大客户收入较上年共减少 4,766 万元，占整体收入下降额的 95%。此项因素是在假设本年毛利率与上年持平的情况下，收入下滑对毛利的的影响。
生产规模缩减导致单位成本增加，使得毛利变动	-1,160.39	-4.78%	本年产量只有上年的七成左右，使得单位产品分摊的固定成本上升，致使利润空间进一步减少。
电价上涨引起的毛利减少	-265.14	-1.09%	本年电费上涨，使得单位成本上升，导致毛利下降。
工人薪酬上升引起的毛利变动	-228.30	-0.94%	为增强招工竞争力以保障生产工人人手充足，2021 年 10 月起上调生产工人的薪酬水平，使得 2022 年生产人员成本上升。
销售结构变动（外销减少内销增加）引起的毛利变动	-141.14	-0.58%	外销收入减少，内销收入增加，由于外销毛利较高，内销毛利较低，收入结构的变动导致整体毛利下降。
其他[注 2]	-95.13	-0.40%	包括汇率变动、材料价格波动等因素的综合影响。
合计	-4,664.07	-14.41%	

注 1：固定成本增加引起的毛利变动，系本年及上年度长期资产增加引起的计入营业成本的折旧摊销额增长所致，2022 年此项因素集中于固定资产的折旧影响。其中本年新增的固定资产使得本年较上年增加了该项资产本年几个月的折旧额；上年新增的长期资产，在上一年只计提了次月至年末的折旧（不到 12 个月），而本年计提了 12 个月折旧，因此也使得本年的折旧额较上年增长。2022 年此因素主要受到新增固定资产影响，2022 年及 2021 年新增固定资产情况如下：

单位：万元

2022 年度	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度	合计
房屋及建筑物	-	-	-	4,347.64	4,347.64
机器设备	31.28	15.48	97.67	434.79	579.22
运输工具	33.52	-	-	-	33.52
电子及其他设备	6.23	11.12	12.12	7.22	36.69
合计	71.03	26.60	109.79	4,789.65	4,997.07

单位：万元

2021 年度	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度	合计
房屋及建筑物	192.08	886.07	-	-	1,078.15

机器设备	70.23	94.37	4,387.42	7,038.93	11,590.95
运输工具	-	100.36	100.30	-	200.66
电子及其他设备	31.17	59.42	246.03	170.42	507.04
合计	293.48	1,140.22	4,733.75	7,209.35	13,376.80

注 2：2022 年较 2021 年原材料采购价格有所下降，且材料用量随产量下降而减少，因此对毛利影响较小，此项量化因素已包含在“其他”中。

2、2021 年综合毛利率较上年下滑的原因及合理性

2021 年度，公司的综合毛利率较上年下降 12.45%，毛利较上年减少 2,454.57 万元。毛利减少及毛利率下滑的原因量化分析如下：

项目	对毛利的影响	对毛利率的影响	具体说明
原材料价格上升	-1,352.54	-5.21%	2021 年度由于化工类原材料整体上涨，材料采购价格上涨，导致毛利下降。
汇率下降引起的毛利减少	-944.81	-3.64%	2021 年度由于美元汇率下降导致人民币收入下降。
固定成本增加引起的毛利减少[注]	-523.95	-2.02%	本年新增厂房、设备、工业软件等长期资产约 1.3 亿元（主要系募投项目“年产 4,500 万套化妆品包装容器新建项目”及其配套设施转固），使得折旧摊销类固定成本显著上升。
销售结构变动（外销减少内销增加）引发的利润降低	-475.59	-1.83%	外销收入减少，内销收入增加，由于外销毛利较高，内销毛利较低，收入结构的变动导致整体毛利下降。
收入上升引起的毛利变动	777.45	-	2021 年度销售增长，增加了毛利
其他	64.88	0.25%	包括生产规模增加、电费变动等因素的综合影响。
合计	-2,454.57	-12.45%	

注：固定成本增加引起的毛利变动，系本年及上年度长期资产增加引起的计入营业成本的折旧摊销额增长所致，2021 年此项因素集中于固定资产的折旧影响。其中本年新增的固定资产使得本年较上年增加了该项资产本年几个月的折旧额；上年新增的长期资产，在上年只计提了次月至年末的折旧（不到 12 个月），而本年计提了 12 个月折旧，因此也使得本年的折旧额较上年增长。2022 年此因素主要受到新增固定资产影响，2022 年及 2021 年新增固定资产情况如下：

单位：万元

2021 年度	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度	合计
房屋及建筑物	192.08	886.07	-	-	1,078.15
机器设备	70.23	94.37	4,387.42	7,038.93	11,590.95
运输工具	-	100.36	100.30	-	200.66
电子及其他设备	31.17	59.42	246.03	170.42	507.04
合计	293.48	1,140.22	4,733.75	7,209.35	13,376.80

单位：万元

2020 年度	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度	合计
房屋及建筑物	28.86	-	-	-	28.86
机器设备	979.30	88.76	230.51	162.71	1,461.28
运输工具	-	1.55	-	-	1.55
电子及其他设备	105.95	5.93	26.42	1.73	140.03
合计	1,114.11	96.24	256.93	164.44	1,631.72

上述因素除个别因素对毛利率产生的正面影响外，绝大部分增加了产品的成本或压缩了利润空间，上述因素的叠加作用使得毛利和毛利率出现了较为明显的下降。

3、营业成本归集是否完整、准确

2020 年至 2022 年，公司营业成本及其构成如下：

单位：万元

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接材料	9,401.72	42.38%	11,736.10	52.06%	8,678.47	51.87%
直接人工	6,009.18	27.09%	5,764.75	25.57%	4,056.90	24.25%
制造费用	5,547.54	25.01%	3,655.21	16.21%	2,871.93	17.17%
其他费用	831.77	3.75%	1,181.64	5.24%	746.12	4.46%
其他业务成本	391.93	1.77%	205.29	0.91%	376.48	2.25%
合计	21,790.20	100.00%	22,337.70	100.00%	16,353.42	100.00%

2020年至2022年，公司主营业务成本料工费占比与同行业可比公司对比情况如下：

1) 2022年度

项目	直接材料	直接人工	制造费用	其他费用	外协成本
力合科创	57.13%	18.70%	24.17%	-	-
裕同科技	61.66%	13.79%	21.98%	2.58%	-
帝欧家居	18.03%	7.53%	26.71%	6.61%	41.12%
柏星龙	未披露	未披露	未披露	未披露	未披露
嘉亨家化	67.22%	15.58%	14.85%	2.36%	-
算术平均值	51.02%	13.89%	21.93%	2.89%	10.28%
锦盛新材	43.15%	27.58%	25.46%	3.82%	-

2) 2021年度

项目	直接材料	直接人工	制造费用	其他费用	外协成本
力合科创	54.57%	20.19%	25.24%	-	-
裕同科技	61.55%	13.65%	22.03%	2.76%	-
帝欧家居	16.68%	6.71%	26.06%	9.23%	41.32%
柏星龙	未披露	未披露	未披露	未披露	未披露
嘉亨家化	72.45%	13.30%	12.32%	1.93%	-
算术平均值	51.31%	13.46%	21.42%	3.48%	10.33%
锦盛新材	52.54%	25.81%	16.36%	5.29%	-

3) 2020年度

项目	直接材料	直接人工	制造费用	其他费用
力合科创	53.38%	18.17%	28.44%	-
裕同科技	59.87%	14.30%	23.20%	2.63%
帝欧家居	未披露	未披露	未披露	未披露

柏星龙	未披露	未披露	未披露	未披露
嘉亨家化	68.35%	15.21%	13.63%	2.81%
算术平均值	60.54%	15.89%	21.76%	1.81%
锦盛新材	53.07%	24.81%	17.56%	4.56%

注：力合科创营业收入取其 2022 年年度报告中新材料产业（主要系化妆品包装）数据；

注 2：可比公司数据引自其定期报告。

由上表可知，除 2022 年度收入下滑导致直接材料有所减少外，2021 年、2022 年公司直接人工、制造费用均逐年有所增加，且制造费用增幅明显，与同行业料工费占比比较中，2022 年度由于单位固定成本增长较大导致制造费用占比高于同行业平均水平，上述情况均符合公司的实际经营情况。公司的营业成本均已完整、准确地归集。

4、与同行业可比公司毛利率对比分析，毛利率下滑趋势是否有持续性、是否对公司持续经营能力产生重大不利影响

报告期内，公司毛利率与同行业可比公司对比情况如下：

毛利率	2022 年度	2021 年度	2020 年度
力合科创	20.60%	22.76%	26.58%
裕同科技	9.09%	6.85%	9.50%
帝欧家居	-36.69%	1.12%	10.05%
柏星龙	33.79%	35.22%	40.18%
嘉亨家化	28.59%	27.21%	27.00%
算术平均值	11.08%	18.63%	22.66%
锦盛新材	8.73%	23.14%	35.59%

注 1：力合科创毛利率取其 2022 年年度报告中新材料产业（主要系化妆品包装）数据；嘉亨家化毛利率取其 2022 年年度报告中塑料包装容器业务的数据。

注 2：可比公司数据引自其定期报告

从上表可以看出，2020 年至 2022 年，公司毛利率变动趋势与同行业上市公司基本一致，均呈下降趋势。2020-2021 年度，公司毛利率高于同行业上市公司主要系不同公司的产品和业务结构有所不同所致，目前未有与公司主营产品完全

一致的上市公司，选取的比较公司为包装行业企业或主要原材料之一（亚克力）与公司类似的企业。公司产品及业务结构与同行业上市公司的差异详见本公告“问题 1”之“（四）结合同行业上市公司营业收入和净利润变动趋势，说明报告期内业绩表现与市场发展趋势是否一致，如否，请详细说明原因”。

2020 年至 2022 年，公司毛利率下降幅度大于可比公司平均值，主要系：1) 2020 年至 2022 年，公司外销毛利率分别为 39.31%、29.20%和 18.34%，显著高于当期内销毛利率水平。2022 年，公司外销收入较上一年下降 22.64%，大于当期内销收入 11.00%的下降幅度，从而引起公司销售结构变动，拉低了整体毛利率；2) 受新建募投项目及其配套设施投产因素影响，折旧摊销类固定成本上升，叠加销售下滑引发的产量缩减使得产品单位成本进一步上升，综合毛利率进一步降低。

同行业上市公司嘉亨家化 2020-2022 年的毛利率整体保持稳定，与公司毛利率波动趋势存在一定差异，除其产品和业务结构与公司不同外，还存在以下两点主要原因：（1）2020-2022 年嘉亨家化的塑料包装容器产能均为 87,000 万个，不存在大幅扩大产能的情形；（2）2020-2022 年末，嘉亨家化的固定资产分别为 23,109.60 万元、24,070.88 万元和 53,928.59 万元，其固定资产的增加主要原因系 2022 年其子公司湖州嘉亨化妆品及塑料包装容器生产基地建设项目的生产厂房及设备完工验收自在建工程转入固定资产所致。其中，化妆品及塑料包装容器生产基地建设项目的化妆品生产线已于 2022 年 6 月开始逐步投入使用，塑料包装容器生产线截至 2022 年末仍在建设中，未达到预定可使用状态，故而未对其 2022 年塑料包装容器毛利率产生重大不利影响。

公司毛利率下滑既有宏观经济波动导致的下游化妆品市场疲软等市场因素，亦有募投项目投产后折旧摊销等固定费用上升、人员工资提升等自身特定原因。2023 年以来，随着经济形势逐步改善及国际交流渠道恢复畅通，下游客户需求逐渐恢复，公司将积极参加各种展会开拓新客户、争取新订单，同时扩充产品线，销售额及产能利用率有望逐步提升，毛利率下滑趋势不会长期持续，不会对公司持续经营能力产生重大不利影响。

（二）内外销毛利率差异较大的原因及合理性，内销毛利率为负的具体原

因、是否具备商业实质

2020年至2023年一季度，公司内外销收入、成本及毛利率情况如下：

单位：万元

项目	2023年一季度			2022年度		
	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率
内销	3,103.58	3,046.79	1.83%	12,228.87	12,318.69	-0.73%
外销	1,993.38	1,689.73	15.23%	12,048.51	9,839.24	18.34%

(续上表)

项目	2021年度			2020年度		
	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率
内销	13,740.40	11,505.70	16.26%	8,997.93	6,425.63	28.59%
外销	15,575.55	11,026.73	29.20%	16,958.25	10,292.46	39.31%

内外销毛利率存在较大差异的原因主要系公司内外销客户的议价能力、价格敏感程度不同，以及不同客户产品规格、材质、工艺等存在差异所致。公司的外销客户主要系国际知名品牌或其合作的供应链管理公司，此类客户的预算较为充足，对包装容器的价格较不敏感，因此利润空间相对较高。

其中2022年度内销毛利率为负数，主要原因系：1) 受新建募投项目及其配套设施投产因素影响，折旧摊销类固定成本上升，叠加销售下滑引发的产量缩减使得产品单位成本显著上升，毛利率显著下降；2) 当年开拓了一批内销新客户，尚处于前期合作阶段，价格较低且订单批量较小，小批量加工的生产成本较高，进一步拉低了毛利率。

在毛利率为负数的情况下仍承接内销客户订单，是公司基于现状所做的合理商业选择，主要系：1) 对于前期合作客户适当让利，以吸引后续大批量订单；2) 产品成本中较多系折旧摊销类无现金支出的成本，尽管毛利率为负，但仍能获得正向的经营现金流（2022年度内销产品营业成本中折旧与摊销类的非付现成本为2,545.45万元，占比20.66%，若只考虑付现成本，则内销的毛利率空间约为20.08%）。因此，内销客户毛利率微亏，具备商业实质。

二、核查程序及核查结论

（一）执行的核查程序

针对上述事项，保荐机构、年审会计师主要执行了以下核查程序：

1、对公司主要产品进行毛利率分析，分别针对内销、外销分析典型产品的价格、成本变化趋势，确认公司产品价格符合其定价政策，不存在异常价格波动；

2、了解公司与营业成本相关的内部控制，分析公司营业成本的构成，检查是否存在异常或变动幅度较大的情况，分析其合理性；对营业成本中的材料成本、折旧与摊销、人工成本实施实质性分析程序，对除人工、折旧与摊销外的营业成本进行抽样细节测试，在抽样的基础上，检查领料单、发票、入库单等支持性文件以评价接近资产负债表日前后的营业成本是否已记录于恰当的会计期间；

3、对公司成本核算的过程、成本核算控制的关键节点设计及其执行情况进行了复核，并通过随机抽查复算公司报告期的生产成本归集、分配过程，检查成本归集、分配方法的合理性，成本核算的规范性、准确性；查阅同行业可比公司年度报告等公开信息，分析公司毛利率指标与同行业可比公司比较情况；

4、核查公司原材料采购情况，检查采购合同及订单、采购发票、入库单和付款凭证等资料；

5、查询主要原材料市场采购价格，并与账面采购价格进行比对分析。

（二）核查结论

经核查，保荐机构、年审会计师认为：

1、公司披露的综合毛利率下滑原因真实合理；

2、公司披露的内外销毛利率差异原因、内销毛利率为负的具体原因真实合理且具备商业实质；

3、报告期营业成本归集完整、准确；

4、公司毛利率与同行业公司不存在重大差异；

5、毛利率下滑趋势不具有长期持续性，对公司持续经营能力无重大不利影

响。

问题 3.

年报披露，2020 年至 2022 年你公司外销收入分别为 1.70 亿元、1.56 亿元和 1.20 亿元，占公司主营业务收入的比重分别为 66.30%、53.50%和 50.44%，出口美国的销售收入占主营业务收入的比例分别为 38.85%、29.20%和 27.21%，美国市场对公司的影响较大。2018 年以来，中美贸易摩擦不断升级，美国对原产于中国的进口商品加征关税，公司出口美国的产品也在上述清单中，上述加征关税事项直接影响到公司的对美出口业务。公司外销主要采用美元进行结算，汇率的变动对公司以外币结算的销售业务存在一定的影响，报告期内公司确认汇兑收益 0.13 亿元。

(1) 请你公司补充披露境外不同国家或地区的收入、毛利率情况，说明主要出口国家（地区）的政治经济形势与贸易政策是否对你公司出口业务产生不利影响，如是请说明具体的政策和限制的产品等是否与公司主营业务存在关联，结合上述情况说明公司海外收入下降的原因及合理性，对比同行业公司是否存在差异。

(2) 请你公司说明汇兑损失或收益对你公司盈利能力的影响，扣除汇兑损失或收益之后盈利能力的变动情况，结合你公司与外销客户的销售模式、结算模式等说明汇率波动对你公司盈利能力的影响，并说明你公司为应对汇率波动风险已采取和拟采取的措施。

请保荐机构、年审会计师进行核查并发表明确意见，以及说明针对境外销售收入真实性实施的审计程序、覆盖范围及比例、审计结论。

【回复】

一、补充披露境外不同国家或地区的收入、毛利率情况，说明主要出口国家（地区）的政治经济形势与贸易政策是否对你公司出口业务产生不利影响，如是请说明具体的政策和限制的产品等是否与公司主营业务存在关联，结合上述情况说明公司海外收入下降的原因及合理性，对比同行业公司是否存在差异

(一) 境外收入下降的具体情况、原因及合理性

2020 年至 2022 年，公司对各个国家或地区的境外收入及毛利率情况如下：

单位：万元

国家或地区	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率
美国	6,171.41	23.86%	8,499.10	32.16%	9,938.24	44.86%
加拿大	2,285.39	13.86%	2,846.26	26.70%	2,632.05	39.92%
中国香港	1,777.78	15.33%	2,179.55	26.81%	2,194.96	39.07%
西班牙	516.55	11.75%	482.91	21.88%	536.46	37.78%
意大利	370.22	0.64%	466.71	20.56%	329.61	33.23%
日本	174.03	20.54%	95.35	30.57%	120.60	53.45%
德国	163.97	22.71%	394.63	24.31%	562.33	46.30%
以色列	152.22	11.48%	216.61	29.12%	96.13	46.22%
澳大利亚[注 1]	126.35	31.59%	96.39	24.22%	68.01	46.66%
中国台湾[注 2]	47.08	16.59%	102.66	16.51%	146.99	43.58%
马来西亚	-	-	-	-	152.93	50.17%
其他境外地区	263.51	0.36%	195.38	25.27%	179.94	38.91%
合计	12,048.51	18.79%	15,575.55	29.23%	16,958.25	42.99%

注 1：澳大利亚的上升趋势主要由 Nature's Care Manufacture Pty. Ltd. 的收入增长引起，其销售在 2020-2022 年中分别为：10.55 万元、79.43 万元、102.99 万元；

注 2：中国台湾地区在三年中呈现下降的趋势，其 2022 年较 2021 年下降的趋势主要由 TARGET PLUS LIMITED 的收入下降引起，其收入从 2021 年的 102.72 万元下降至 2022 年的 40.05 万元；中国台湾地区 2021 年较 2020 年收入下降的主要原因为 Unitu International Co.,Ltd. 暂停合作，其在 2020 年的收入为 45.25 万元，2021 年未对其进行销售。

2020-2022 年间公司外销的主要出口地为美国、加拿大和中国香港，其中美国销售 2020 年、2021 年、2022 年均占全年外销收入的 50% 以上。

2022 年公司外销收入较上年下降 3,527.04 万元，其中对美国、加拿大大客户销售收入分别下降 2,327.69 和 560.87 万元，占下降金额的比重分别为 66.00% 和 15.90%，主要是由于公司位于北美的主要客户 APR 受经济形势影响自身业务量有所缩减。

2021 年公司外销收入较上年下降 1,382.70 万元，其中对美国客户销售收入下降 1,439.14 万元，占下降金额的比重为 104.08%。2020-2022 年间公司境外销售收入的下降主要是由于公司位于美国的主要客户 ESTEE LAUDER COMPANIES 的采购需求短期内有所下降。

公司产品的主要出口地为美国、中国香港和欧洲等，相关地区政治经济局势较为稳定，自 2020 年起其对华贸易政策未发生重大不利变化，公司产品并未在其限制进口产品之列；自 2020 年起主要出口国家和地区公司产品对应的进口关税亦未发生重大变化。2020-2022 年间公司境外销售收入的下降主要系受宏观经济形势下行、消费不振的影响，北美及欧洲客户的需求减少或延后，以及特定大客户的采购策略调整所致。

（二）境外收入下降与同行业公司是否存在差异

2022 年度，公司外销收入与同行业可比公司的比较情况如下：

单位：万元

公司名称	2022 年度	2021 年度	同比增减
力合科创	45,835.21	42,648.14	7.47%
裕同科技	323,005.26	234,529.24	37.72%
帝欧家居	280.41	1,423.41	-80.30%
柏星龙	5,052.42	9,570.99	-47.21%
嘉亨家化	9,133.70	7,765.49	17.62%
行业平均值	383,307.00	295,937.27	29.52%
锦盛新材	12,048.51	15,575.55	-22.64%

2022 年度，公司境外收入变动趋势与同行业上市公司存在一定差异，主要系不同公司的产品和业务结构有所不同所致，目前未有与公司主营产品完全一致的上市公司，选取的比较公司为包装行业企业或主要原材料之一（亚克力）与公司类似的企业。

力合科创 2019 年 12 月重组后业务包括科技创新服务及化妆品包装等，化妆品包装主要产品分为软管、注塑、吹塑三类。软管产品主要指化妆品（如洗发露、

护发素、眼霜、精华素、防晒霜、湿粉底液、清洁及润肤奶液等)的复合软管包装;注塑产品主要指高档化妆品(如面霜、唇膏、粉饼等)的罐,此外软管和吹瓶产品的盖子亦为注塑品;吹塑产品主要是指日用化妆品、食品(如沐浴液、洗发露、口香糖等)的瓶;裕同科技主要从事消费类电子产品纸质包装的研发、生产与销售,并积极拓展高档烟酒、化妆品及高端奢侈品等行业包装业务,主要产品为彩盒等,属于高端包装行业;帝欧家居主要从事亚克力卫生洁具的研发、生产与销售,其产品主要原材料亚克力与公司类似;柏星龙主要从事以酒类、化妆品、茶叶为代表的各类中高端创意包装印刷制品的生产和相应的工艺设计服务;嘉亨家化主要从事日化产品 OEM/ODM 及塑料包装容器的研发设计、生产,其塑料包装容器业务 2022 年的营业收入占当期营业收入的 38.73%,且所使用的主要原材料为合成树脂,与公司在产品结构和主要原材料方面存在一定差异。

同行业上市公司境外收入变动趋势分析如下:

2022 年度,力合科创境外收入略有上升,但其未披露新材料产业业务(包装业务)境外收入的相关数据及变动原因。根据力合科创 2022 年年报披露的相关数据,其新材料板块业务受成本上升等因素影响,毛利率有所下滑。

2022 年度,裕同科技境外收入有所增长,主要系新市场及新业务开发取得显著成效,其加快拓展环保业务和酒包、烟包业务布局,在全球经济和政治局势较为复杂、严峻的环境下,营收实现逆势增长。

2022 年度,帝欧家居和柏星龙境外收入均有较大幅度下滑,整体变动趋势与公司基本一致。

2022 年度,嘉亨家化境外收入有所上升,但其未披露塑料包装容器业务境外收入的相关数据及变动原因。根据嘉亨家化 2022 年年报,其塑料包装容器业务 2022 年的营业收入为 40,728.11 万元,较 2021 年下降 0.65%,整体变动趋势与公司基本一致。

综上所述,2022 年公司境外收入下降的主要原因系受宏观经济形势下行、消费不振的影响,北美及欧洲客户的需求减少或延后,以及特定大客户的采购策略调整所致,具有合理性。公司境外收入变动趋势与同行业上市公司存在一定差

异，主要系不同公司的产品和业务结构有所不同所致，具有合理性。

二、说明汇兑损失或收益对你公司盈利能力的影响，扣除汇兑损失或收益之后盈利能力的变动情况，结合你公司与外销客户的销售模式、结算模式等说明汇率波动对你公司盈利能力的影响，并说明你公司为应对汇率波动风险已采取和拟采取的措施

(一) 汇兑损益的具体情况

2022 年，公司财务费用—汇兑损益的具体构成如下：

单位：万元

性质	内容	金额
已最终实现的汇兑损益 (收益以“-”号填列)	美元货币资金结售汇实现的汇兑损益	-1,279.10
未最终实现的汇兑损益 (收益以“-”号填列)	外币资产负债项目汇率波动引起的汇兑损益	-11.11
合计		-1,290.21

公司持有的外币资产、负债主要系美元货币资金及美元应收账款，另外偶有小额的美元合同负债及美元借款。2022 年度产生了大额汇兑净收益，原因系：1) 本年在美元汇率高点时进行了大额结汇，其中在汇率大于 7 时结汇了 1,000 万美元；2) 本年美元汇率水平整体较上年高，使得未结算/结汇的美元资产折合本位币增加，产生了汇兑净收益。

(二) 汇兑损益对公司盈利能力的影响

扣除汇兑损益前后，公司 2022 年度的净利润、归属于母公司所有者的净利润、扣除非经常性损益后的归属于公司普通股股东的净利润如下：

单位：万元

项目名称	2022 年度
扣除汇兑损益前：	
净利润(净亏损以“-”号填列)	-2,250.95
归属于母公司所有者的净利润	-2,250.95
扣除非经常性损益后的归属于公司普通股股东的净利润	-2,828.88
扣除汇兑损益后：	

净利润(净亏损以“-”号填列)	-3,541.17
归属于母公司所有者的净利润	-3,541.17
扣除非经常性损益后的归属于公司普通股股东的净利润	-4,119.09

2022 年度在扣除汇兑净收益后会使净利润、归属于母公司所有者的净利润、扣除非经常性损益后的归属于公司普通股股东的净利润减少。2022 年汇兑损益对公司的盈利能力产生了较为重大的有利影响。

近三年，公司外销收入分别为 16,958.25 万元、15,575.55 万元和 12,048.51 万元，占公司主营业务收入的比重分别为 66.30%、53.50%和 50.44%。公司在国际市场的直接客户为专业的供应链管理公司，主要采用美元进行结算，汇率的变动对公司以外币结算的销售业务存在一定的影响。公司存在汇率大幅波动对公司经营业绩产生影响的风险。

（三）为应对汇率波动风险已采取和拟采取的措施

针对上述风险，公司业务部门与客户进行谈判时，一般会对汇率出现大幅波动的情况下的结算方式进行约定，保护双方利益；同时，财务部门负责对汇率进行实时监控，适时采取包括远期结售汇合约在内的必要措施，尽量降低汇率波动给公司业绩带来的风险。

三、核查程序及核查结论

（一）执行的核查程序

针对上述事项，保荐机构、年审会计师主要执行了以下核查程序：

1、通过收入细节测试、截止测试查了境外客户的合同、订单、发票、提单、报关单、回款凭证等原始凭证，判断报告期内公司境外销售收入是否真实、完整、准确。

2、对公司境外主要客户和大额应收账款单位独立进行函证，确认回函情况与公司账面记录无实质性差异。对于未回函的客户执行了检查合同或订单、凭证、发票、发货与签收记录、期后回款等替代测试；

3、获取海关盖章证明、查阅了海关进出口数据（商务百事通），对公司的境外收入进行了分月核查。

- 4、获取近三年汇率的变动，对比分析汇率波动对财务报表产生的影响。
- 5、对境外收入客户核查客户的信用期以及其期后回款情况。
- 6、执行分析性复核程序，分析境外销售收入及毛利率的合理性。
- 7、与公司管理层沟通了解公司行业发展变化情况，报告期内境外收入下降、净利润等主要财务数据变化的原因。

（二）覆盖范围及比例

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
境外收入核查金额	11,774.59	14,905.40	16,751.42
境外收入金额	12,048.51	15,575.55	16,958.25
境外收入核查比例	97.73%	95.70%	98.78%

（三）核查结论

经核查，保荐机构、年审会计师认为：

- 1、公司披露的境外收入下降原因真实、合理。公司境外收入变动趋势与同行业上市公司存在一定差异，主要系不同公司的产品和业务结构有所不同所致，具有合理性；
- 2、2022 年汇兑损益对公司的盈利能力产生了较为重大的有利影响，公司为应对汇率风险已采取和拟采取的措施真实、合理；
- 3、公司的境外销售收入真实、准确。

问题 4.

年报披露，报告期末你公司固定资产账面价值 2.62 亿元，同比下降 4.98%，在建工程账面价值 1.13 亿元，同比增长 993.80%。公司报告期末存在“年产 6,000 万套化妆品包装容器建设项目”项目在建产能。年报披露 2021 年“年产 4,500 万套化妆品包装容器新建项目”投产导致 2022 年固定成本较高，而产能利用率未有大幅提升，导致 2022 年单位成本进一步提升。

(1) 请你公司补充披露主要产品的产能利用率，产能利用率对比同行业是否较低，前期规划与实际订单是否存在较大差异，产生差异的主要原因，公司相关生产线是否仍符合客户的质量及性能要求，你公司为改善产能利用率已采取及拟采取的措施。

(2) 请你公司结合在建产能的技术领先性、行业市场空间、竞争格局、订单储备情况以及现有产品的产能利用率说明在建产能的合理性和必要性，是否存在产能过剩风险，结合产能利用率、内销产品毛利率为负值等情况说明在建工程是否存在减值迹象，减值准备计提是否充分。

(3) 请你公司结合主要产线产能利用率情况、设备成新率、内销产品毛利率为负值等情况说明你公司固定资产是否已存在减值迹象，减值准备计提是否充分，以及 2023 年度是否存在进一步减值风险；结合在建工程建设进展、设备及厂房验收等情况说明你公司在建工程是否及时结转固定资产，预计结转时间，是否与公司主营发展规划相匹配。

请保荐机构、年审会计师对事项（3）进行核查并发表明确意见。

【回复】

一、事项（3）

（一）公司固定资产是否已存在减值迹象，减值准备计提是否充分，以及 2023 年度是否存在进一步减值风险

2020 年、2021 年及 2022 年，公司主要产线产能利用率情况如下所示：

年度	产能（万套）	产量（万套）	产能利用率
2020 年	6,900.00	4,636.50	67.20%
2021 年	8,025.00	6,623.26	82.53%
2022 年	10,000.00	5,128.67	51.29%

尽管公司 2022 年度产能利用率为 51.29%、内销毛利率为-0.73%，但公司整体毛利率为 8.73%，现有产线生产的产品仍具有盈利能力，且公司预计产能利用率将逐步得到提升，盈利能力有望持续改善，公司现有产线不存在明显减值迹象。

此外，根据《企业会计准则第 8 号——资产减值》，判断减值迹象或进行减值测试时，估计资产的可收回金额应当根据资产的公允价值减去处置费用后的净

额与资产预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。公司现有产线，绝大部分系通用设备（以注塑机为典型代表），可广泛应用于塑料制品行业，未来即便对外出售，也能收回不低于账面价值的现金流；也就是说，从资产公允价值（扣除处置费用后）的角度来看，公司现有产线亦不存在明显减值迹象。

截至 2022 年 12 月 31 日，主要设备的账面价值、成新率情况如下所示：

单位：万元

资产名称	品牌	数量	开始使用日期	资产原值	资产净值	成新率(%)
全自动注塑成型机	东洋	10	2017-9-11	435.90	218.49	47.50
全自动注塑成型机	东洋	4	2017-9-20	232.48	116.53	47.50
全电动注塑机	住友	7	2017-10-30	688.03	350.32	48.33
全电动注塑机	住友	6	2017-11-1	589.74	304.95	49.17
全电动注塑成型机	东洋	4	2018-3-21	133.33	73.17	52.50
全电动注塑成型机	东洋	4	2018-7-31	249.57	144.86	55.83
全电动注塑机	住友	7	2021-9-30	773.35	681.51	87.50
全电动注塑机	住友	32	2021-10-31	3,474.44	3,144.38	90.00

其中，通过市场询价确认，主要型号注塑机全新设备重置价值如下表所示：

资产名称	规格型号	全新市场价格 (万元)	账面原值 (万元)
注塑机	SI-180IV G300B	61.95	59.83
注塑机	280/630-2300C	82.12	78.63
注塑机	350/2300C	90.78	85.47
东洋全自动注塑成型机	ST-180 VCS F200HC	48.67	43.59
机械手	ES-800SII	8.08	7.69
全电动注塑机	SE250EV-A-C1100H D	106.19	98.29
东洋全电动注塑成型机	CS230 H370C(DIA55)	70.80	65.81
*机床*数据立式加工中心	F3	113.27	94.83
*塑料加工设备*ASB 一步法注拉吹塑成型机	ASB-70DPH V4	212.39	207.96

全电动注塑机	SE250EV-A-C1100H D	113.27	104.42
全电动注塑机	SE280EV-A-C2200H D	122.12	121.04
塑料注射成型机	ZE2300III-1100H-B	57.08	58.41
全电动注塑机	SE280EV-A-C1600H D	110.62	109.29
*印刷设备*全自动伺服两印一烫	SF-MP310(35KW)	67.26	60.18
*印刷设备*全自动伺服三色丝印	SF-MP310(45KW)	67.26	60.18
塑料注射成型机	ZE1900III/830H	47.17	47.79

由上表可见，相对于采购时点的价格，上述注塑机大部分有不同程度的升值。同时，这些设备的实际使用寿命高于账面用于折旧的预计寿命（10年），因此实际成新率高于账面成新率。处置费用通常只有附加税费和少量运输费用。因此，从公允价值减去处置费用后的净额的角度来衡量其可收回金额，公司现有固定资产的可收回金额高于其账面价值，无需计提减值准备。

（二）结合在建工程建设进展、设备及厂房验收等情况说明你公司在建工程是否及时结转固定资产，预计结转时间，是否与公司主营发展规划相匹配

截至2022年12月31日，“年产6,000万套化妆品包装容器建设项目”完工进度约为37.57%，尚未达到预计可使用状态，不应结转固定资产，账面处理无误。“年产6,000万套化妆品包装容器建设项目”预计于2025年9月正式投入生产使用。该项目整体规划与公司主营发展规划相匹配。

二、核查程序及核查结论

（一）执行的核查程序

针对本题事项（3），保荐机构、年审会计师主要执行了以下核查程序：

1、了解公司与在建工程、固定资产相关内部控制，评价相关内部控制制度合理性并测试相关内部控制运行有效性；

2、获取公司固定资产明细表，检查公司固定资产构成、使用年限、固定资产减值计提情况；

3、与公司管理层沟通，了解公司固定资产用途、产能利用情况以及是否存在

在闲置固定资产等；

4、执行在建工程、固定资产盘点程序，检查在建工程、固定资产是否存在、资产状态是否良好；

5、同时结合公司产品毛利率及产能利用率情况，获取了主要资产的重置价值，判断相关资产是否存在减值迹象；

（二）核查结论

经核查，保荐机构、年审会计师认为：公司固定资产不存在明显减值迹象，减值准备计提充分，2023 年度预计不存在重大减值风险；公司在建工程转固时点和披露的预计结转时间准确，在建工程与公司主营发展规划相匹配。

（以下无正文）

（本页无正文，为《安信证券股份有限公司关于深圳证券交易所<关于对浙江锦盛新材料股份有限公司的年报问询函>的回复》之签字盖章页）

保荐代表人签字：

翟平平

孙文乐

安信证券股份有限公司

年 月 日