

目 录

一、关于主营业务收入持续下降、2022 年度净利润亏损、存货周转率、存货跌价准备充分性等.....	第 1—64 页
---	----------

二、关于前次募投资金使用、本次募投各项投资支出的合理性、效益测算、前募和本次募投完工后对公司未来经营业绩的影响.....	第 64—100 页
--	------------

关于杭州万事利丝绸文化股份有限公司 向特定对象发行股票审核问询函中 有关财务事项的说明

天健函〔2023〕1632 号

深圳证券交易所：

由国信证券股份有限公司转来的《关于杭州万事利丝绸文化股份有限公司申请向特定对象发行股票的审核问询函》（审核函〔2023〕020089 号，以下简称审核问询函）奉悉。我们已对审核问询函中所提及的杭州万事利丝绸文化股份有限公司（以下简称万事利公司或公司）财务事项进行了审慎核查，并出具了《关于杭州万事利丝绸文化股份有限公司向特定对象发行股票审核问询函中有关财务事项的说明》（天健函〔2023〕1003 号）。因万事利公司补充了最近一期财务数据，我们为此作了追加核查，现汇报如下。以下回复中，2023 年 9 月 30 日/1-9 月数据未经审计。

一、关于主营业务收入持续下降、2022 年度净利润亏损、存货周转率、存货跌价准备充分性等

根据申报材料，最近三年一期，发行人主营业务收入为 73,570.31 万元、66,962.29 万元、54,896.99 万元和 13,510.95 万元，呈下降趋势。最近三年，发行人扣非归母净利润持续下滑，其中 2022 年为首发上市次年，即发生亏损 1,692.28 万元。最近三年一期，发行人存货周转率为 3.35、2.57、1.99 和 1.76，持续下降。报告期内发行人前五大供应商和客户变动较大，其中 2022 年度中国茧丝绸交易市场同时位列发行人前五大客户及供应商。发行人于 2020 年 3 月开始进行生丝大宗交易，相关生丝远期合约买卖主要通过中国茧丝绸交易市场设计和开发的“中国茧丝绸市场合同交易系统”上进行。发行人于 2021 年 4 月、

2022 年 2 月通过增资、收购股权的方式取得了杭州帛阳新材料科技有限公司（以下简称“帛阳科技”）51%的股权，同时形成商誉 1,458.32 万元，收购完成后帛阳科技未达到业绩预期。最近一期末，发行人非流动金融资产账面价值 200 万元，另持有嘉兴硅谷天堂丰万投资合伙企业（有限合伙）16.67%的出资份额。

根据申报材料，发行人现通过子公司万事利艺术品提供数字藏品业务服务，并主要由微信公众号“西湖一号 SilkDAO”平台及“西湖一号”APP 进行运营，相关业务开展涉及互联网平台。发行人持有多个美容服务、医疗器械相关商标，下属杭州万事利文化创意发展有限公司等子公司的经营范围包括劳动职业技能培训、文化艺术交流、国内广告等业务。报告期内，发行人存在多起未决诉讼。

请发行人补充说明：

（1）请结合发行人经营策略、行业发展、市场需求等，说明主营业务收入持续下降的原因和合理性，是否与同行业可比公司一致，相关不利影响是否持续及应对措施；（2）发行人解释 2022 年度业绩由盈转亏原因之一为，在线上销售渠道加大了宣传推广，导致销售费用较上年同期增长 858.50 万元，但同期的财务费用、管理费用和研发费用呈下降趋势且与增加的销售费用基本抵消，请结合发行人业务成本、费用和收益具体构成以及毛利率等情况，说明 2022 年度净利润亏损的具体原因，是否与同行业可比公司一致；（3）结合订单、生产备货情况等，说明最近一年及一期存货周转率较低的原因及合理性，并结合存货结构、库龄情况、跌价准备计提政策、同行业可比公司情况等，说明存货跌价准备计提是否充分；（4）报告期内中国茧丝绸交易市场同时位列发行人前五大客户及供应商的原因，与发行人是否存在关联关系或其他密切关系，交易的具体内容及公允性、款项结算情况等；说明报告期内前五大供应商和客户基本情况、采购内容，变动较大的原因及合理性；（5）说明报告期内大宗交易的主要对手方、具体合约金额、对各期收入及损益的影响，量化测算各期交易累计合约金额及各报告期末发行人在手合约情况及风险敞口，并结合相关业务决策流程、人员权限及审批情况说明对该类业务的风险防控措施，是否能够有效控制投资风险，是否存在超过授权限额进行高风险投资的情形；（6）收购帛阳科技的背景和原因，收购价格的定价依据以及公允性，是否存在业绩承诺，并结合实现业绩情况、商誉的形成过程、商誉减值测试过程等，说明商誉是否存在减值迹象；（7）最近一期末是否持有金额较大的财务性投资（包括类金融业务），

自本次发行董事会决议日前六个月至今，发行人新投入或拟投入的财务性投资及类金融业务的具体情况，是否符合《证券期货法律适用意见第 18 号》的相关要求，是否涉及调减情形；（8）-（13）……；（14）请结合相关未决诉讼或仲裁的最新进展情况，说明公司预计负债等计提是否充分谨慎。

请发行人补充披露（1）-（6）（14）相关风险。

请保荐人核查并发表明确意见，请会计师核查（1）-（7）（14）并发表明确意见，请发行人律师核查（8）-（14）并发表明确意见。（问询函第 1 条第（1）-（7）（14））

（一）请结合发行人经营策略、行业发展、市场需求等，说明主营业务收入持续下降的原因和合理性，是否与同行业可比公司一致，相关不利影响是否持续及应对措施

1. 营业收入构成情况

报告期内，公司营业收入构成情况具体如下：

单位：万元

项 目		2023 年 1-9 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
		金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
主营业务收入：		48,089.86	96.66%	51,746.84	94.26%	64,808.08	96.78%	73,074.22	99.33%
丝绸文化创意品	丝巾	13,719.87	27.58%	10,206.56	19.72%	13,979.44	21.57%	10,130.91	13.86%
	组合套装	8,009.95	16.10%	8,290.88	16.02%	10,557.38	16.29%	8,849.19	12.11%
	家纺	4,790.74	9.63%	4,927.40	9.52%	8,368.08	12.91%	8,804.34	12.05%
	品牌服装	4,226.82	8.50%	3,323.86	6.42%	4,273.15	6.59%	3,327.47	4.55%
	围巾	1,376.65	2.77%	2,089.57	4.04%	925.23	1.43%	899.48	1.23%
	丝绸工艺品	81.53	0.16%	220.59	0.43%	224.68	0.35%	213.77	0.29%
	其他	3,266.58	6.57%	3,508.48	6.78%	3,165.11	4.88%	2,463.12	3.37%
	小计	35,472.15	71.30%	32,567.34	62.94%	41,493.07	64.02%	34,688.28	47.47%
丝绸纺织制品	丝绸面料	8,062.64	16.21%	11,519.00	22.26%	15,887.59	24.51%	12,403.72	16.97%
	贴牌服装	2,293.93	4.61%	4,468.39	8.64%	3,895.22	6.01%	5,086.96	6.96%
	数码印花加工	1,804.72	3.63%	2,205.00	4.26%	2,362.54	3.65%	1,672.78	2.29%
	其他	456.43	0.92%	976.65	1.89%	1,114.68	1.72%	1,697.24	2.32%
	小计	12,617.71	25.36%	19,169.04	37.04%	23,260.03	35.89%	20,860.70	28.55%

单位：万元

项 目	2023 年 1-9 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
其 他 产 品 [注]			10.47	0.02%	54.98	0.08%	17,525.24	23.98%
其他业务收入	1,661.50	3.34%	3,150.14	5.74%	2,154.21	3.22%	496.09	0.67%
合 计	49,751.36	100.00%	54,896.99	100.00%	66,962.29	100.00%	73,570.31	100.00%

[注]其他产品系口罩产品

公司主要产品按照客户群体和是否具备终端消费品牌可分为丝绸文化创意品（自有终端品牌）和丝绸纺织制品（非自有终端品牌），其中以“万事利”自有品牌为核心的丝绸文化创意品主要包括丝巾、组合套装、家纺等；以技术加工为核心向知名女装品牌提供的丝绸纺织制品主要包括丝绸面料、贴牌服装和数码印花加工服务。

报告期内，公司主营业务突出，主营业务收入占营业收入的比重均在 94%以上。公司于 2020 年度社会供给不足时生产了口罩产品，并于 2021 年度在社会供给充足的情况下主动调整经营策略，聚焦核心业务发展，持续专注于丝绸文化创意品和丝绸纺织制品的研发设计、生产与销售。报告期内，公司主营业务收入的波动主要受经营策略调整、宏观经济形势波动、终端消费市场需求变动等因素影响。

报告期内，其他业务收入主要为生丝等销售收入、子公司万事利数码房屋出租及子公司万事利科创园物业经营收入等。为应对原材料市场价格波动风险，2020 年公司开始从事生丝大宗交易，因生丝价格持续上涨，公司在交货月对已持有到期的远期合约进行实物交割。但 2022 年下半年以来，生丝价格已基本稳定，公司逐步减少了远期合约的实物交割，未来也会进一步控制该业务规模。报告期内，生丝等销售收入分别为 0 万元、1,642.06 万元、2,376.87 万元和 1,202.08 万元。

报告期内，公司营业收入按销售模式构成情况具体如下：

单位：万元

销售模式	产品类型	销售渠道	2023 年 1-9 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
			金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
主营业务收入：			48,089.86	96.66%	51,746.84	94.26%	64,808.08	96.78%	73,074.22	99.33%

单位：万元

销售模式	产品类型	销售渠道	2023 年 1-9 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
			金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
直销模式	丝绸文化创意品	销售团队	14,920.61	29.99%	17,691.54	32.23%	21,775.34	32.52%	19,623.74	26.67%
		展示营销中心	1,746.45	3.51%	1,447.93	2.64%	1,763.63	2.63%	2,362.58	3.21%
		线上平台	6,100.56	12.26%	6,935.70	12.63%	5,156.23	7.70%	3,674.48	4.99%
		直营门店	2,103.37	4.23%	909.59	1.66%	1,011.99	1.51%	936.68	1.27%
	丝绸纺织制品	OEM	10,813.00	21.73%	16,964.04	30.90%	20,897.48	31.21%	19,187.91	26.08%
		受托加工	1,804.72	3.63%	2,205.00	4.02%	2,362.54	3.53%	1,672.78	2.27%
	其他产品	直销			10.47	0.02%	44.52	0.07%	7,109.15	9.66%
	小计		37,488.70	75.35%	46,199.82	84.16%	53,011.73	79.17%	54,567.33	74.17%
分销模式	丝绸文化创意品	加盟商	6,844.76	13.76%	1,817.85	3.31%	7,303.96	10.91%	4,616.42	6.27%
		经销商	3,372.74	6.78%	3,550.79	6.47%	4,121.00	6.15%	3,281.55	4.46%
		代销商	383.66	0.77%	213.94	0.39%	360.92	0.54%	192.83	0.26%
	其他产品	贸易商					10.47	0.02%	10,416.09	14.16%
	小计		10,601.16	21.31%	5,547.03	10.10%	11,796.35	17.62%	18,506.89	25.16%
其他业务收入		直销	1,661.50	3.34%	3,150.14	5.74%	2,154.21	3.22%	496.09	0.67%
合 计			49,751.36	100.00%	54,896.99	100.00%	66,962.29	100.00%	73,570.31	100.00%

报告期内，公司主要通过直销模式进行对外销售，直销模式销售收入占营业收入的比例分别为 74.84%、82.39%、89.90%和 78.69%。其中，丝绸文化创意品直销渠道以销售团队渠道为主，面向企事业单位客户和部分个人客户。经过多年发展，公司已通过销售团队渠道积累了大量的客户资源，与主要客户建立了长期稳定的合作关系，销售团队渠道已成为公司丝绸文化创意品收入的重要来源，各年收入规模及占总收入的比重相对稳定。此外，丝绸文化创意品直销渠道还包括了展示营销中心、直营门店以及线上平台，主要面向个人客户，受宏观经济形势波动的影响，公司顺应行业潮流，大力发展线上平台，报告期内，线上平台销售收入占比逐年增高，持续保持较快的增长趋势。随着社会运行渐趋平稳，线下门店经营业绩稳步恢复，公司逐渐在全国范围内增开直营店或加盟店以不断完善线下销售渠道。丝绸纺织制品方面，公司配备了专业的销售和服务团队，通过行业展会、客户转介绍、网络社群营销等方式获取订单，丝绸面料及贴牌服装主要以

OEM 模式开展业务，数码印花加工主要以受托加工模式开展业务。

2. 2021 年度主营业务收入主要受公司经营策略调整、宏观经济形势波动导致线下销售渠道冷淡的影响，同比下降 11.31%

2020 年度和 2021 年度，公司主营业务收入变动情况具体如下：

单位：万元

项 目	2021 年度	2020 年度	变动额	变动率
丝绸文化创意品	41,493.07	34,688.28	6,804.79	19.62%
丝绸纺织制品	23,260.03	20,860.70	2,399.33	11.50%
其他产品（口罩）	54.98	17,525.24	-17,470.26	-99.69%
合 计	64,808.08	73,074.22	-8,266.14	-11.31%

2021 年度，公司主营业务收入较上年同期减少 8,266.14 万元，降幅 11.31%，主要基于以下原因：

(1) 2021 年度公司经营战略调整，主动削减口罩产品的生产和销售

2020 年度，宏观经济形势受到较大冲击，丝绸文化创意品和丝绸纺织制品销售不佳，但公司作为首批浙江省重点民用口罩及关键材料生产企业之一，积极开展口罩产品销售并实现营业收入 17,525.24 万元，占当期主营业务收入的比例达 23.98%；但 2021 年公司经营战略调整，聚焦核心业务，专注于丝绸文化创意品和丝绸纺织制品的研发设计、生产和销售，不再将口罩产品作为主要发展方向，主动大幅削减口罩产品的生产和销售，导致口罩产品销售收入减少 17,470.26 万元，降幅 99.69%。

(2) 2021 年度第四季度受宏观经济形势波动影响，线下销售渠道冷淡，主营业务收入同比下降 27.72%

受产品应用场景及消费群体消费习惯的影响，丝绸文化创意品具有一定季节性特征：由于每年四季度节假日较多，且年会庆典、员工福利、客户回访等活动较为集中，因此该类产品在下半年尤其是第四季度的销售情况通常较好。而自 2021 年第四季度起，受宏观经济波动影响，公司主要销售区域华东地区受冲击较为严重，企事业单位大型聚集活动和家庭聚会相应减少，人员流动性下降，消费需求受到抑制，公司销售团队渠道、加盟商和经销渠道等各个线下渠道销售冷淡，使得 2021 年第四季度主营业务收入较 2020 年同期下降 5,565.95 万元，降幅 27.72%。

3. 2022 年度主营业务收入主要受宏观经济形势波动、终端消费市场需求不振和下游客户销售业绩下滑的影响，同比下降 20.15%

2021 年度和 2022 年度，公司主营业务收入变动情况具体如下：

单位：万元

项 目	2022 年度	2021 年度	变动额	变动率
丝绸文化创意品	32,567.34	41,493.07	-8,925.73	-21.51%
其中：线上销售	6,935.70	5,156.23	1,779.47	34.51%
线下销售	25,631.64	36,336.84	-10,705.20	-29.46%
丝绸纺织制品	19,169.04	23,260.03	-4,090.99	-17.59%
其他产品（口罩）	10.47	54.98	-44.51	-80.96%
合 计	51,746.84	64,808.08	-13,061.24	-20.15%

2022 年度，公司主营业务收入较上年同期减少 13,061.24 万元，降幅 20.15%，主要基于以下原因：

（1）丝绸文化创意品受宏观经济形势波动和终端消费市场需求不振的影响销售收入减少 21.51%

自 2021 年第四季度起，受宏观经济形势波动影响，终端消费市场萎靡不振，丝绸行业增长态势受到一定程度阻碍。国家统计局数据显示，2022 年度，全国 GDP 增速为 3%，不及预期。丝绸产品作为典型的可选消费品，可支配收入的变动会指导性调整居民对可选消费品的消费比重，2021 年和 2022 年城镇居民人均可支配收入增速分别为 7.1%和 1.9%，人均可支配收入增速的下降影响了居民的消费信心，从而导致居民减少了对可选消费品的消费，终端消费市场需求不振。2022 年宏观经济形势波动频繁，企事业单位大型聚集活动和家庭聚会相应减少，大型商场及旅游市场人流量也大幅下降，国家统计局数据显示，2022 年全年国内游客 25.3 亿人次，国内旅游收入 20,444 亿元，分别同比下降 22.1%和 30.0%。国内市场消费需求被严重抑制，公司线下销售渠道经营不佳，2022 年度丝绸文化创意品线下渠道实现销售收入 25,631.64 万元，同比下降 29.46%。

为减轻线下销售对经营业绩的影响，公司大力开拓线上销售渠道，现已成功进驻天猫、京东、有赞、抖音、唯品会、小红书、视频号等各类知名线上平台，2022 年线上平台的销售收入较上年同期增长 1,779.47 万元，增幅达 34.51%。但线上销售收入的上涨难以弥补线下销售业绩的大幅下降，2022 年公司丝绸文化创意品的整体销售收入较上年同期减少 21.51%。

(2) 丝绸纺织制品受下游客户销售业绩下滑的影响，营业收入减少 17.59%

公司丝绸纺织制品主要包括丝绸面料、贴牌服装和数码印花业务。2022 年度，丝绸纺织制品实现销售收入 19,169.04 万元，较上年同期减少 4,090.99 万元，降幅 17.59%，主要原因系 2022 年度面向品牌女装客户的丝绸面料业务受到下游行业不景气的冲击，市场需求不足，从而导致公司丝绸面料业务量有所下滑。中国纺织工业联合会数据显示，2022 年服装行业规模以上企业累计营业收入 14,539 亿元，同比下降 4.6%，利润总额 764 亿元，同比下降 6.3%。公司虽然新增新丝绸防皱面料业务，但未能填补销售收入下滑的部分，导致丝绸面料业务销售收入减少 4,368.59 万元，同比下降 27.50%。2021 年度和 2022 年度，丝绸纺织制品销售收入分产品构成和变动情况具体如下：

单位：万元

项 目	2022 年度	2021 年度	变动额	变动率
丝绸面料	11,519.00	15,887.59	-4,368.59	-27.50%
贴牌服装	4,468.39	3,895.22	573.17	14.71%
数码印花加工	2,205.00	2,362.54	-157.54	-6.67%
其他	976.65	1,114.68	-138.03	-12.38%
合 计	19,169.04	23,260.03	-4,090.99	-17.59%

4. 2023 年前三季度市场回暖，主营业务收入较上年同期已有回升，同比增长 28.21%

2022 年 1-9 月和 2023 年 1-9 月，公司主营业务收入变动情况具体如下：

单位：万元

项 目	2023 年 1-9 月	2022 年 1-9 月	变动额	变动率
丝绸文化创意品	35,472.15	25,221.24	10,250.91	40.64%
其中：线上销售	6,100.56	4,633.42	1,467.14	31.66%
线下销售	29,371.58	20,587.82	8,783.76	42.66%
丝绸纺织制品	12,617.71	12,760.47	-142.75	-1.12%
其他产品（口罩）		9.98	-9.98	-100.00%
合 计	48,089.86	37,991.68	10,098.18	26.58%

2023 年 1-9 月，公司主营业务收入较上年同期增加 10,098.18 万元，小幅增长 26.58%，主要基于以下原因：

(1) 公司收入占比较大的丝绸文化创意品随着实体客流量的逐步恢复，销售收入较上年同期增长 40.64%

随着 2023 年以来社会运行渐趋平稳，国家相应提出恢复和扩大消费的战略规划，公司传统的线下销售渠道随着大型商场、旅游出行人次等实体客流量的逐步恢复，加盟商、经销商等各个渠道的经营业绩也有不同程度的回升。与此同时，公司加大了在线上平台的宣传和推广力度，通过与行业头部主播直播间合作，带动围巾系列产品成为当季销售爆款，进一步带动公司经营业绩提升。2023 年 1-9 月，公司丝绸文化创意品的线上平台销售收入 6,100.56 万元，较上年同期增长 31.66%；线下渠道销售收入为 29,371.58 万元，较上年同期增长 42.66%。

(2) 丝绸纺织制品销售收入受下游女装品牌经营业绩影响下降 1.12%

2023 年 1-9 月，公司丝绸纺织制品实现销售收入 12,617.71 万元，较上年同期减少 1.12%，主要原因系公司丝绸纺织制品采用订单式生产模式，从客户下订单到交货通常为 1-3 个月，因此受下游品牌女装客户 2022 年四季度经营业绩下滑的影响，公司丝绸纺织制品的营业收入相应下滑，业绩恢复速度缓慢。但随着下游品牌女装客户 2023 年上半年经营业绩的逐步恢复，公司丝绸纺织制品订单量也相应提升，2023 年第二、三季度已实现月均销售收入 1,575.06 万元，较 2023 年第一季度月均销售收入增长 49.18%。

5. 营业收入与同行业可比公司对比情况

(1) 丝绸文化创意品收入的波动趋势与同行业可比公司的平均水平基本一致

报告期内，公司丝绸文化创意品收入分别为 34,688.28 万元、41,493.07 万元、32,567.34 万元和 35,472.15 万元，与同行业可比公司的对比情况具体如下：

单位：万元

公司名称	2023 年 1-9 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度
	金额	变动率	金额	变动率	金额	变动率	金额
安正时尚	178,418.38	5.56%	226,317.73	-26.47%	307,782.74	-14.37%	359,445.19
太平鸟	522,342.01	-16.07%	860,163.81	-21.24%	1,092,075.99	16.34%	938,686.52
朗姿股份	369,378.54	38.65%	387,827.78	5.81%	366,521.46	27.42%	287,643.67
地素时尚	184,584.31	7.37%	240,037.16	-17.16%	289,759.99	13.00%	256,417.06
日播时尚	69,889.89	0.40%	95,245.89	-7.05%	102,471.50	24.58%	82,254.15
歌力思	206,558.96	18.33%	239,474.49	1.35%	236,274.86	20.42%	196,214.26
锦泓集团	309,609.54	14.39%	389,949.55	-9.83%	432,441.82	29.48%	333,990.68
欣贺股份	129,711.02	-0.50%	174,262.01	-17.09%	210,180.91	14.66%	183,307.72

爱慕股份	248,044.22	1.13%	330,039.14	-6.21%	351,883.04	4.66%	336,223.25
洪兴股份	103,167.88	19.43%	132,794.96	3.37%	128,466.73	13.55%	113,135.74
算术平均数	232,170.47	5.22%	307,611.25	-12.56%	351,785.90	13.95%	308,731.82
公司	35,472.15	40.64%	32,567.34	-21.51%	41,493.07	19.62%	34,688.28

报告期内，公司丝绸文化创意品收入的波动趋势与同行业可比公司平均水平基本一致。2023 年以来随着终端消费市场的恢复，公司与同行业可比公司销售收入均有不同程度的增长，而公司丝绸文化创意品销售规模相对于同行业可比公司相对较小，在线上平台、线下加盟经销等零售销售渠道的布局与同行业可比公司仍有一定的差距，因此，公司加大了零售渠道的开拓力度，使得 2023 年 1-9 月公司丝绸文化创意品的销售收入变动率高于同行业可比公司平均水平。

(2) 除 2022 年度外，丝绸纺织制品收入的波动趋势与同行业可比公司的平均水平基本一致

报告期内，公司丝绸纺织制品收入分别为 20,860.70 万元、23,260.03 万元、19,169.04 万元和 12,617.71 万元，与同行业可比公司的对比情况具体如下：

单位：万元

公司名称	2023 年 1-9 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度
	金额	变动率	金额	变动率	金额	变动率	金额
嘉欣丝绸	325,007.05	-2.96%	432,122.89	16.95%	369,486.67	41.96%	260,281.56
达利国际	143,435.01	-4.85%	314,020.58	33.00%	236,111.43	30.05%	181,550.25
算术平均数	234,221.03	-3.55%	373,071.74	23.21%	302,799.05	37.07%	220,915.90
公司	12,617.71	-1.12%	19,169.04	-17.59%	23,260.03	11.50%	20,860.70

注：达利国际未披露 2023 年三季报数据，因此以 2023 年半年报数据列示

除 2022 年度外，报告期内公司丝绸纺织制品收入的波动趋势与同行业可比公司平均水平基本一致。嘉欣丝绸和达利国际境外销售收入占比较高，整体外销恢复情况良好，而公司丝绸纺织制品以境内销售为主，2022 年度受国内宏观经济形势反复波动的影响有所下滑。

6. 公司积极响应国家恢复和扩大消费的战略规划，通过稳健落实线下营销渠道建设布局、把握线上平台发展机遇、开拓新丝绸防皱面料业务、推动募投项目建设等途径发展主营业务收入

受宏观经济形势波动、终端消费市场需求不振的影响，公司主营业务收入下降，而随着社会运行渐趋平稳，国家相应提出恢复和扩大消费的战略规划，公司

积极响应相关产业政策，通过多种途径发展经营业绩。

(1) 国家提出恢复和扩大消费的战略规划，2023 年消费行业存在较大增长空间和发展潜力

2022 年 12 月的中央经济工作会议明确提出 2023 年经济工作要提振发展信心，改善社会心理预期，并把扩大国内需求放在明年经济工作第一条，强调要把恢复和扩大消费摆在优先位置，进一步为消费复苏注入强心剂。根据《扩大内需战略规划纲要（2022-2035 年）》，我国必须坚定实施扩大内需战略，扩大居民消费和有效投资，增强经济发展韧性，促进经济持续健康发展；顺应消费升级趋势，提升传统消费，培育新型消费，扩大服务消费，适当增加公共消费，着力满足个性化、多样化、高品质消费需求。预计 2023 年我国消费市场将迎来较大增长空间和发展潜力，公司将积极响应国家战略规划，大力发展主营业务，并通过有效投资满足市场需求。

(2) 公司计划充分利用亚运筹备期间品牌影响力的提升，稳健落实线下零售营销渠道建设布局，在十余个重点城市新增门店完善营销网络

公司 2023 年将稳健落实直营门店、加盟店、展示营销中心等线下零售营销渠道建设布局，依托丰富的营销管理经验，着眼于杭州、上海、南京、北京、西安等十余个重点城市，计划新增门店约 35 家。公司计划将门店布局在各主要城市的中高端百货、购物中心，以有效提升品牌知名度、拓展当地中高端市场。线下门店是公司进行中国传统丝绸文化宣传、公司品牌建设、企业客户体验的关键渠道，公司可为客户提供一站式教育、体验、设计、选购及售后服务，通过线下零售营销渠道建设，公司在未来将不断挖掘市场广度与深度，有效树立品牌效应。公司作为杭州第 19 届亚运会官方供应商，亚运筹备期间品牌影响力不断提升，2023 年 1-9 月线下销售渠道实现主营业务收入 41,989.30 万元，同比增长 25.87%，截至本回复报告出具日，2023 年已在全国范围内新增门店 19 家、正在商谈并筹备门店 10 余家。

(3) 公司积极把握线上平台发展机遇，结合传统节日、电商促销节日大力发展线上销售

受宏观经济形势波动的影响，线下销售渠道一定程度受阻，公司顺应行业潮流，积极发展、持续推进线上平台运营管理。公司通过多年探索，已成功入驻天猫、京东、有赞微商城、抖音等知名线上电商平台，结合传统节日、电商促销节

日，通过增加线上流量、促销活动、与行业头部主播直播间合作等方式，大力发展线上销售，2022 年公司天猫官方旗舰店丝巾销售额位列同品类第一。未来公司将充分借鉴丝巾产品销售的成功经验，不断扩张和丰富线上平台产品类别，提升线上平台经营业绩。

报告期内，公司线上平台的销售收入占当期销售收入的比例为 5.03%、7.96%、13.40%和 12.69%，持续保持较快的增长趋势，而同行业女装上市公司的线上平台销售占比通常约 30%，公司线上平台销售未来仍有较大的发展空间。

(4) 公司持续投入研发新技术、新产品、新模式，大力开拓深受市场认可的新丝绸防皱面料业务，满足产品绿色环保、高效生产的市场需求

2021 年初，公司与上海帛阳纺织科技有限公司（以下简称上海帛阳）通过共同投资帛阳科技的方式正式合作。核心研究团队将绿色环保印染技术进一步推进并稳定工艺，应用于传统香云纱生产工艺的改进上，并于 2021 年 10 月开始工业化批量生产。公司通过绿色环保印染技术对传统香云纱工艺进行改进，不仅减少了生产过程中污水的排放，同时还显著缩短了香云纱面料的生产周期，将原本大致需要一年的生产周期缩短至 4-7 天，明显提高了生产效率，该项技术未来将逐步应用至其他面料生产中。此外，公司积极探索数字经济与实体经济的融合，以自主研发的智能图形设计系统为核心，加强与科技前沿技术公司合作，配套柔性化生产供应体系，提升设计师创作能力的同时推动产品个性化定制和快反生产的发展。公司持续投入研发新技术、新产品和新模式，2022 年新丝绸防皱面料开始稳定量产并实现盈利。公司凭借“秘境传奇”系列产品获得 2021 年度“优可丝 BV·2021 中国时尚面料设计大赛”金奖荣誉，“绿野仙踪·草本丝绸”系列面料获得“2023 中国国际面料设计大赛”综合奖金奖，新丝绸防皱面料目前已深受市场认可，产品绿色环保、高效生产的核心竞争力将带来广阔的市场需求。

(5) 公司积极推进募投项目建设，发挥核心工艺优势

公司前次募投项目“年产 280 万米数码印花生产线技术改造项目”旨在扩大数码印花生产能力，提升产品竞争力，报告期内已实现部分产能并实现盈利。公司本次募投项目“万事利人工智能工厂项目”投产后拟实现 1,000 万米数码印花产能，显著提升公司的自主加工比例，进一步提升核心工艺优势，满足市场对主要产品定制化生产的需求，扩大柔性供应链的供应能力，公司的综合竞争能力将持续增强，有助于公司实现业绩增长。

7. 公司营业收入受经营策略调整、宏观经济形势波动、终端消费市场需求变动等因素影响持续下降，随着社会运行渐趋稳定，经济形势企稳回升，终端消费市场逐步恢复，同时公司积极响应相关产业政策，通过多种途径发展经营业绩，若后续宏观经济形势和终端市场消费需求未出现突发性变化，相关不利影响预计不会持续

报告期内，公司聚焦丝绸文化创意品和丝绸纺织制品的研发设计、生产与销售，主营业务突出，主营业务收入的波动主要受公司经营策略调整、宏观经济形势波动等因素影响。若剔除主动缩减的口罩产品对主营业务收入的影响，2021年度公司主营业务收入较上年同期增长 16.57%；2022 年度受宏观经济形势波动、终端消费市场需求不振的影响，主营业务收入较上年同期减少 20.10%。2021 年度和 2022 年度，公司主营业务收入变动趋势与行业整体变动趋势以及同行业可比公司平均水平基本一致。2023 年以来，随着社会运行渐趋平稳，经济形势企稳回升，政策调控措施逐步落实，市场参与者预期一致性提升，终端消费市场将会逐步恢复，与此同时，公司积极响应国家恢复和扩大消费的战略规划，通过稳健落实线下营销渠道建设布局、把握线上平台发展机遇、开拓新丝绸防皱面料业务、推动募投项目建设等途径发展主营业务收入，2023 年 1-9 月主营业务收入较上年同期已呈现明显好转态势，同比增长 26.58%。因此，若后续宏观经济形势和终端消费需求未出现突发性变化，整体来看对公司营业收入持续下降的相关不利影响预计不会持续。

(二) 发行人解释 2022 年度业绩由盈转亏原因之一为，在线上销售渠道加大了宣传推广，导致销售费用较上年同期增长 858.50 万元，但同期的财务费用、管理费用和研发费用呈下降趋势且与增加的销售费用基本抵消，请结合发行人业务成本、费用和收益具体构成以及毛利率等情况，说明 2022 年度净利润亏损的具体原因，是否与同行业可比公司一致

1. 公司主营业务成本构成情况

公司主营业务突出，2021 年度和 2022 年度主营业务成本分别为 37,775.36 万元和 31,745.83 万元，占营业成本的比例分别为 95.50%和 92.24%。2021 年度和 2022 年度，公司主营业务成本构成和变动情况具体如下：

单位：万元

项 目	2022 年度	2021 年度	变动率
-----	---------	---------	-----

	金额	比例	金额	比例	
直接材料	24,633.35	77.60%	30,207.37	79.97%	-18.45%
人工成本	2,165.15	6.82%	2,167.11	5.74%	-0.09%
制造费用	2,631.58	8.29%	2,720.52	7.20%	-3.27%
委托加工费用	2,315.75	7.29%	2,680.36	7.10%	-13.60%
合 计	31,745.83	100.00%	37,775.36	100.00%	-15.96%

受 2022 年度经营业绩不及预期的影响,公司产能未能充分利用,人工薪酬、折旧摊销等固定成本难以随业务收入下降而同比例减少,因此公司主营业务成本较上年同期减少 15.96%,低于主营业务收入 20.15%的降幅。

2. 公司主营业务毛利率构成情况

2021 年和 2022 年,公司主营业务收入、主营业务成本和主营业务毛利率的构成和变动情况具体如下:

单位: 万元

项 目	2022 年度			2021 年度			变动率(变动额)		
	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率
丝绸文化创意品	32,567.34	16,167.58	50.36%	41,493.07	19,579.30	52.81%	-21.51%	-17.43%	-2.45%
丝绸纺织制品	19,169.04	15,575.19	18.75%	23,260.03	17,967.60	22.75%	-17.59%	-13.32%	-4.00%
其他产品	10.47	3.05	70.82%	54.98	228.45	-315.51%	-80.96%	-98.66%	386.33%
合 计	51,746.84	31,745.83	38.65%	64,808.08	37,775.36	41.71%	-20.15%	-15.96%	-3.06%

注: 其他产品毛利率大幅度变动,主要原因系口罩产品零星销售,2021 年度和 2022 年度,其他产品销售金额分别为 54.98 万元、10.47 万元

2022 年度丝绸文化创意品毛利率较上年同期下降 2.45%,主要原因系丝绸文化创意品销售不及预期,人工薪酬、折旧摊销等固定成本难以随收入规模下降而同比例减少,因此公司丝绸文化创意品销售成本较上年同期减少 17.43%,低于销售收入 21.51%的降幅,导致丝绸文化创意品毛利率小幅下降。

2022 年度丝绸纺织制品毛利率较上年同期下降 4.00%,主要原因系受到下游行业不景气的冲击,终端消费市场需求不足,公司面向品牌女装客户的丝绸面料业务和数码印花加工业务规模较上年同期明显下滑,使得公司产能利用率下降,单位成本增加,丝绸面料业务和数码印花加工业务的毛利率分别下降 3.36%和 18.32%,情况具体如下:

单位: 万元

项 目	2022 年度		2021 年度	
	营业收入	毛利率	营业收入	毛利率
丝绸面料	11,519.00	19.70%	15,887.59	23.06%
贴牌服装	4,468.39	23.05%	3,895.22	22.73%
数码印花加工	2,205.00	-2.18%	2,362.54	16.14%
其他	976.65	35.09%	1,114.68	32.54%
合 计	19,169.04	18.75%	23,260.03	22.75%

3. 公司费用和收益构成情况

2021 年度和 2022 年度，公司期间费用构成及变动情况具体如下：

单位：万元

项 目	项 目	2022 年度	2021 年度	变动额	变动率
销售费用	职工薪酬及福利	5,858.70	6,696.95	-838.25	-12.52%
	广告宣传费	2,642.46	1,938.80	703.66	36.29%
	电子商务平台费	2,526.10	1,632.01	894.10	54.79%
	其他	2,236.25	2,137.26	98.99	4.63%
	小 计	13,263.52	12,405.02	858.50	6.92%
管理费用	职工薪酬及福利	2,343.98	2,642.60	-298.62	-11.30%
	咨询服务费	636.32	579.30	57.02	9.84%
	折旧与摊销	406.56	452.13	-45.57	-10.08%
	办公费	217.83	276.88	-59.05	-21.33%
	业务招待费	110.01	301.91	-191.90	-63.56%
	其他	461.47	461.42	0.05	0.01%
	小 计	4,176.18	4,714.25	-538.07	-11.41%
研发费用	工资薪金支出	1,712.50	1,887.03	-174.53	-9.25%
	直接投入	928.11	1,008.50	-80.39	-7.97%
	折旧与摊销	412.00	417.85	-5.85	-1.40%
	委托外部研发费	356.85	442.50	-85.65	-19.36%
	其他费用	205.58	99.10	106.48	107.45%
	小 计	3,615.03	3,854.97	-239.94	-6.22%
财务费用	利息收入	-297.40	-381.65	84.25	-22.08%
	利息支出	23.51	14.93	8.58	57.47%
	汇兑损益	-71.34	36.83	-108.17	-293.70%
	手续费	33.91	41.93	-8.02	-19.13%

项 目	项 目	2022 年度	2021 年度	变动额	变动率
	小 计	-311.31	-287.96	-23.35	8.11%
合 计		20,743.42	20,686.28	57.14	0.28%

2022 年度，公司期间费用较上年同期增加 57.14 万元，增幅 0.28%，主要原因系 2022 年度公司受宏观经济形势波动、终端消费市场需求不振的影响，营业收入同比下降，公司加强费用管理，相应控制了与销售业绩紧密相关的薪酬及福利、办公费、业务招待费等各项非必要费用支出，但整体费用控制金额无法抵消收入的下降幅度；此外，基于线下传统销售渠道经营不佳，公司加速向线上渠道的拓展，2022 年新增得物、京东内衣店等线上销售平台，并与多位知名主播直播间合作，加大广告投放力度，使得广告宣传费和电子商务平台费较上年同期分别增长 36.29%和 54.79%。因此，在营业收入规模下降的情况，公司期间费用未能实现下降，反而较上年同期小幅上涨。

2021 年度和 2022 年度，公司费用和收益构成情况具体如下：

单位：万元

项 目	2022 年度	2021 年度	变动额	变动率
税金及附加	362.43	389.47	-27.04	-6.94%
期间费用	20,743.42	20,686.28	57.14	0.28%
其他收益	1,732.24	1,021.45	710.79	69.59%
投资收益	49.32	-28.71	78.03	-271.79%
公允价值变动收益	124.18	-127.18	251.36	-197.64%
信用减值损失	-656.04	-676.24	20.20	-2.99%
资产减值损失	-1,200.98	-860.53	-340.45	39.56%
资产处置收益	-0.23	-2.47	2.25	-90.85%
营业外收入	91.31	106.03	-14.72	-13.88%
营业外支出	200.39	504.89	-304.50	-60.31%
所得税费用	-540.39	154.07	-694.46	-450.74%
上述利润表科目对净利润的影响[注]	-20,626.05	-22,302.38	1,676.34	-7.52%

[注]上述利润表科目对净利润的影响=（其他收益+投资收益+公允价值变动收益+信用减值损失+资产减值损失+资产处置收益+营业外收入）-（税金及附加+期间费用+营业外支出+所得税费用）

4. 2022 年度净利润亏损的具体原因

2021 年度和 2022 年度，公司净利润情况具体如下：

单位：万元

项 目	2022 年度	2021 年度	变动额	变动率
营业收入	54,896.99	66,962.29	-12,065.31	-18.02%
营业成本	34,415.17	39,557.40	-5,142.24	-13.00%
营业毛利	20,481.82	27,404.89	-6,923.07	-25.26%
毛利率	37.31%	40.93%	-3.62%	
除营业收入、营业成本外，利润表科目对净利润的影响	-20,626.05	-22,302.38	1,676.33	-7.52%
净利润	-144.23	5,102.51	-5,246.74	-102.83%
归属于母公司所有者的净利润	-160.24	5,090.71	-5,250.95	-103.15%
归属于母公司所有者的扣除非经常性损益的净利润	-1,692.28	4,639.32	-6,331.60	-136.48%

2022 年度，公司扣非归母净利润-1,692.28 万元，较上年度同期减少 6,331.60 万元，降幅 136.48%，主要原因系受宏观经济形势波动、终端消费市场不振和下游客户销售业绩下滑的影响，公司经营业绩不及预期，营业收入同比减少 18.02%。营业成本中人工薪酬、折旧摊销等固定成本难以随收入下降而同比比例减少，导致营业毛利同比减少 25.26%，毛利率下降 3.62%。

为降低销售收入下滑对经营业绩的不利影响，公司积极应对，一方面加强费用管理，减少非必要费用支出，另一方面大力拓展线上渠道，广告宣传费和电子商务平台费同比增长 44.74%，因此，公司期间费用未能实现下降。

综合上述原因，2022 年度公司扣非归母净利润为负，经营业绩由盈转亏。

5. 2022 年度，公司净利润波动趋势与同行业可比公司的平均水平基本一致

2022 年度，公司扣非归母净利润波动与同行业可比公司的对比情况具体如下：

单位：万元

项 目	2022 年度	2021 年度	变动额	变动率
安正时尚	-38,795.23	8,331.84	-47,127.07	-565.63%
太平鸟	-2,684.09	52,034.04	-54,718.13	-105.16%
朗姿股份	111.32	18,415.77	-18,304.45	-99.40%
地素时尚	38,340.92	64,739.44	-26,398.52	-40.78%

单位：万元

项 目	2022 年度	2021 年度	变动额	变动率
日播时尚	585.76	7,225.23	-6,639.47	-91.89%
歌力思	497.24	25,005.91	-24,508.67	-98.01%
锦泓集团	4,673.57	19,756.73	-15,083.16	-76.34%
欣贺股份	10,591.22	27,534.19	-16,942.97	-61.53%
嘉欣丝绸	18,210.74	11,245.03	6,965.71	61.94%
达利国际[注]	13,760.20	12,036.22	1,723.98	14.32%
爱慕股份	16,820.01	30,158.61	-13,338.60	-44.23%
洪兴股份	2,065.08	9,231.38	-7,166.30	-77.63%
算术平均数	5,348.06	23,809.53	-18,461.47	-77.54%
公司	-1,692.28	4,639.32	-6,331.60	-136.48%

[注]达利国际为港股上市公司，未披露扣非归母净利润，因此以归母净利润列示

除嘉欣丝绸和达利国际外，报告期内公司扣非归母净利润波动趋势与同行业可比公司一致。嘉欣丝绸和达利国际境外销售收入占比较高，整体外销恢复情况良好，而公司及其他品牌服装上市公司以境内销售为主，经营业绩受国内宏观经济形势波动及社会需求下降的影响均出现了较大幅度的下滑。

6. 2022 年度，经营活动产生的现金流量净额呈下降趋势的具体原因以及与扣非后净利润的差异情况

2022 年度，公司经营活动产生的现金流量净额为 1,968.12 万元，较 2021 年度增加 4,085.27 万元，涨幅 192.96%，与扣非后净利润变动方向不一致主要系公司业绩下滑引起支付的各项税费减少 2,475.52 万元所致。

经营活动产生的现金流量净额与扣非后净利润的差异情况如下表所示：

单位：万元

项 目	2022 年度
扣非后净利润①	-1,676.27
加：非经常性损益	1,532.04
净利润	-144.23
加：资产减值准备	1,857.01
固定资产折旧、油气资产折耗、生产性生物资产折旧	1,346.94
使用权资产折旧	350.80

单位：万元

项 目	2022 年度
无形资产摊销	331.68
长期待摊费用摊销	298.57
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失（收益以“－”号填列）	0.23
固定资产报废损失（收益以“－”号填列）	0.48
公允价值变动损失（收益以“－”号填列）	-124.18
财务费用（收益以“－”号填列）	-47.82
投资损失（收益以“－”号填列）	-49.32
递延所得税资产减少（增加以“－”号填列）	-557.59
递延所得税负债增加（减少以“－”号填列）	51.18
存货的减少（增加以“－”号填列）	1,166.01
经营性应收项目的减少（增加以“－”号填列）	2,644.21
经营性应付项目的增加（减少以“－”号填列）	-5,155.85
其他	
经营活动产生的现金流量净额②	1,968.12
差异③=①-②	-3,644.39

2022 年度扣非后净利润与经营活动产生的现金流量净额差异为-3,644.39 万元，主要系减值准备和折旧摊销等非付现费用影响所致，合计增加经营活动产生的现金流量净额 4,185.00 万元。

7. 2022 年度，公司经营活动产生的现金流量净额波动趋势与同行业可比公司的平均水平不一致

2022 年度，公司经营活动产生的现金流量净额波动与同行业可比公司的对比情况如下：

单位：万元

项 目	2022 年度	2021 年度	变动额	变动率
安正时尚	25,848.56	54,016.59	-28,168.03	-52.15%
太平鸟	39,882.30	129,999.94	-90,117.64	-69.32%
朗姿股份	23,566.66	50,900.26	-27,333.60	-53.70%
地素时尚	49,637.18	87,385.07	-37,747.89	-43.20%
日播时尚	-621.06	9,836.80	-10,457.86	-106.31%
歌力思	31,408.58	30,011.44	1,397.14	4.66%

单位：万元

项 目	2022 年度	2021 年度	变动额	变动率
锦泓集团	54,870.28	62,889.57	-8,019.29	-12.75%
欣贺股份	18,147.79	44,626.76	-26,478.97	-59.33%
嘉欣丝绸	62,294.15	-23,714.05	86,008.20	-362.69%
达利国际	23,815.11	3,097.07	20,718.05	668.96%
爱慕股份	67,454.94	32,662.25	34,792.69	106.52%
洪兴股份	6,098.39	1,429.68	4,668.71	326.56%
算术平均数	33,533.57	40,261.78	-6,728.21	-16.71%
公司	1,968.12	-2,117.15	4,085.27	-192.96%

2022 年度，公司经营活动产生的现金流量净额波动趋势与同行业可比公司平均水平不一致。2022 年度，公司经营活动产生的现金流量净额增长，主要系业绩下滑引起支付的各项税费减少所致。2021 年度，公司受宏观经济形势波动、消费需求不振等的影响，应收账款回款时间有所延长，使得经营性收款减少。同时公司为应对生丝价格上涨的风险，对已持有到期的远期合约进行实物交割，使得经营性支出相应增加，因此导致 2021 年度公司经营活动产生的现金流量为负。公司经营活动产生的现金流量净额变动合理。

(三) 结合订单、生产备货情况等，说明最近一年及一期存货周转率较低的原因及合理性，并结合存货结构、库龄情况、跌价准备计提政策、同行业可比公司情况等，说明存货跌价准备计提是否充分

1. 结合订单、生产备货情况等，说明最近一年及一期存货周转率较低的原因及合理性

(1) 订单、生产备货情况

2021 年末、2022 年末和 2023 年 9 月末，公司按照产品类别区分的存货构成情况以及在手订单和生产备货情况具体如下：

单位：万元

项 目	2023 年 9 月 30 日	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日
丝绸文化创意品	13,110.77	12,567.44	12,758.16
丝绸纺织制品①	6,575.93	6,036.53	7,121.72
其中：内部订单②[注 1]	2,435.83	2,882.56	3,926.53
外部订单③[注 2]	3,845.96	2,768.16	3,166.41
生产备货④=①-②-③	294.14	385.81	28.79

单位：万元

项 目	2023 年 9 月 30 日	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日
其他产品（口罩）		5.04	769.93
期末存货余额合计	19,686.70	18,609.02	20,649.80
外部订单覆盖率⑤=③/（①-②）	92.90%	87.77%	99.10%

[注 1]内部订单主要系公司丝绸文化创意品根据每日动态销售数据及未来销售趋势预测组织生产形成

[注 2]期末在手订单对应存货余额=期末在手订单金额*（1-当期主营业务毛利率）

公司主营业务中，丝绸文化创意品包括丝巾、组合套装、家纺、品牌服装等，主要面向个人零售客户、各类企事业单位及全国各地分销商，因此公司丝绸文化创意品以备货式生产模式为主，运营团队根据每日动态销售数据及未来销售趋势预测组织生产，保留一定的备货量。因此，丝绸文化创意品期末存货与在手订单不具有匹配关系。

公司丝绸纺织制品包括丝绸面料、贴牌服装、数码印花加工等，主要面向品牌女装企业客户及丝绸文化创意品自产需求。公司丝绸纺织制品以订单式生产为主，通常仅对白坯面料进行少量备货以满足紧急生产需求。2021 年末、2022 年末和 2023 年 9 月末，公司丝绸纺织制品的外部订单覆盖率分别为 99.10%、87.77% 和 92.90%，其中 2022 年末订单覆盖率较低，主要原因系 2022 年度受下游行业不景气的冲击，市场需求不足，订单量相应下降。

（2）最近一年及一期存货周转率较低的原因及合理性

2021 年度、2022 年度和 2023 年 1-9 月，公司存货周转率分别为 2.57 次/年、1.99 次/年和 2.19 次/年。2022 年度公司存货周转率低于 2021 年度，主要原因系 2022 年度公司销售业绩不及预期，营业成本随收入规模下降而相应减少 13.00%，且原材料和半成品平均存货余额较高所致。因 2021 年生丝价格持续上涨，公司对丝巾、睡衣和蚕丝被等半成品适当增加了一定的备货量，并适当储备生丝备用，但是自 2021 年四季度起公司销售情况不及预期，因此，公司 2022 年末存货余额较 2021 年末下降幅度较低，其中 2020 年末、2021 年末和 2022 年末尚未使用或销售的生丝库存分别为 548.17 万元、2,381.76 万元和 1,363.68 万元。2023 年 1-9 月，随着销售业绩的回升，公司存货周转率较 2022 年度略有

提升。

(3) 存货周转率与同行业可比公司对比情况

2021 年度、2022 年度及 2023 年 1-9 月，公司与同行业可比公司存货周转率的对比情况具体如下：

单位：次/年			
公司名称	2023 年 1-9 月	2022 年度	2021 年度
安正时尚	1.79	1.42	1.48
太平鸟	1.50	1.91	2.14
朗姿股份	1.78	1.46	1.61
地素时尚	1.45	1.69	2.14
日播时尚	1.06	1.33	1.78
歌力思	1.18	1.18	1.27
锦泓集团	1.15	1.11	1.44
欣贺股份	0.68	0.77	0.94
嘉欣丝绸	7.15	5.62	5.16
达利国际[注]	5.13	5.24	4.73
爱慕股份	1.02	0.91	1.03
洪兴股份	2.42	2.90	2.82
算术平均数	2.19	2.13	2.21
公司	2.19	1.99	2.57

注 1：2023 年 9 月末存货周转率按照 2023 年 1-9 月的营业成本年化测算，即存货周转率=（2023 年 1-9 月营业成本*4/3）/ [（期初存货余额+期末存货余额）/2]

注 2：达利国际未披露 2023 年三季报数据，以 2023 年半年报数据列示

2022 年末，公司存货周转率下降且略低于同行业可比公司平均水平，主要原因系 2022 年度公司经营业绩不及预期，营业成本随收入规模下降而相应减少，且公司 2021 年末备货尚未完全消化，存货期末余额较高。

2. 结合存货结构、库龄情况、跌价准备计提政策、同行业可比公司情况等，说明存货跌价准备计提是否充分

(1) 公司存货构成情况

报告期各期末，公司存货构成情况具体如下：

单位：万元	
-------	--

项 目	2023 年 9 月末			2022 年末		
	账面余额	比例	跌价准备	账面余额	比例	跌价准备
原材料	3,139.13	15.95%	295.71	4,808.69	25.84%	237.87
库存商品	901.02	4.58%	170.68	1,225.36	6.58%	146.10
半成品	11,045.35	56.11%	2,111.54	10,235.73	55.00%	2,027.88
发出商品	2,363.79	12.01%	7.67	954.98	5.13%	7.67
委托加工物资	1,725.90	8.77%		921.28	4.95%	
周转材料	511.52	2.60%	78.06	462.99	2.49%	42.08
合 计	19,686.70	100.00%	2,663.66	18,609.02	100.00%	2,461.59

项 目	2021 年末			2020 年末		
	账面余额	比例	跌价准备	账面余额	比例	跌价准备
原材料	6,277.54	30.40%	430.26	3,296.49	23.03%	397.58
库存商品	853.63	4.13%	78.69	803.62	5.61%	87.41
半成品	10,367.62	50.21%	1,675.88	7,631.07	53.30%	1,446.44
发出商品	1,910.00	9.25%		1,365.62	9.54%	
委托加工物资	714.67	3.46%		733.65	5.12%	
周转材料	526.34	2.55%	45.71	485.55	3.39%	65.66
合 计	20,649.80	100.00%	2,230.55	14,316.01	100.00%	1,997.09

报告期各期末，公司存货账面余额分别为 14,316.01 万元、20,649.80 万元、18,609.02 万元和 19,686.70 万元。报告期各期末，公司丝绸文化创意品存货以原材料和外包采购入库的半成品为主，丝绸纺织制品存货以原材料、半成品和委托加工物资为主。

(2) 公司存货库龄情况

报告期各期末，公司存货库龄情况具体如下：

单位：万元

2023 年 9 月 30 日					
存货项目	期末余额	库龄			
		1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年以上
原材料	3,139.13	1,819.62	713.09	310.92	295.49
半成品	11,045.35	8,311.49	938.11	271.55	1,524.19
库存商品	901.02	314.31	206.41	183.60	196.70
发出商品	2,363.79	2,153.07			210.72
委托加工物资	1,725.90	1,719.32	6.58		

周转材料	511.52	369.74	63.72	51.21	26.85
合 计	19,686.70	14,687.55	1,927.91	817.29	2,253.95
占 比	100.00%	74.61%	9.79%	4.15%	11.45%

2022 年 12 月 31 日

存货项目	期末余额	库龄			
		1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年以上
原材料	4,808.69	3,672.08	794.07	104.92	237.63
半成品	10,235.73	7,156.21	1,125.91	139.14	1,814.48
库存商品	1,225.36	732.76	314.44	76.26	101.90
发出商品	954.98	744.26			210.72
委托加工物资	921.28	916.90	4.38		
周转材料	462.99	342.93	78.02	5.53	36.50
合 计	18,609.02	13,565.14	2,316.82	325.85	2,401.23
占 比	100.00%	72.90%	12.45%	1.75%	12.90%

2021 年 12 月 31 日

存货项目	期末余额	库龄			
		1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年以上
原材料	6,277.54	5,550.30	401.10	169.12	157.03
半成品	10,367.62	7,725.41	1,229.07	418.25	994.89
库存商品	853.63	647.52	138.14	30.93	37.05
发出商品	1,910.00	1,699.28			210.72
委托加工物资	714.67	714.67			
周转材料	526.34	408.65	71.98	21.68	24.03
合 计	20,649.80	16,745.83	1,840.29	639.98	1,423.72
占 比	100.00%	81.09%	8.91%	3.10%	6.89%

2020 年 12 月 31 日

存货项目	期末余额	库龄			
		1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年以上
原材料	3,296.49	2,681.81	323.40	125.15	166.13
半成品	7,631.07	5,291.98	1,011.89	519.44	807.77
库存商品	803.62	721.39	24.49	29.98	27.76
发出商品	1,365.62	1,154.90		210.72	
委托加工物资	733.65	733.65			
周转材料	485.55	373.7	46.19	28.56	37.10

合 计	14,316.01	10,957.43	1,405.97	913.85	1,038.76
占 比	100.00%	76.54%	9.82%	6.38%	7.26%

报告期各期末,公司存货库龄主要在1年以内,占比分别为76.54%、81.09%、72.90%和74.61%。1年以上库龄产品主要为丝绸文化创意品,主要系随着丝绸文化创意产品品类持续增加,公司为应对临时性销售和线下门店展厅的布置需求,保持了一定水平的库存量,部分种类的产品未能及时全部销售完成,从而导致部分存货库龄相对较长。

(3) 公司存货跌价准备计提政策

公司采用存货可变现净值与成本孰低的原则确定跌价准备,各类产品在期末单位成本与可变现净值比较后,分别计提存货跌价准备。

在确定可变现净值时,公司丝绸文化创意品参考库存产品吊牌价及公司日常促销的折扣确定估计售价,进而确定可变现净值,其中促销折扣系根据库龄和产品类型制定,具体如下:

项 目	0-1 年	1-2 年	2-3 年	3 年以上
常规产品	3 折	2.5 折	2 折	0 折
定制品	3 折	2.5 折	0 折	0 折
包装材料	不提	不提	0 折	0 折

公司丝绸纺织制品存货按照存货性质分别确定可变现净值,其中:原材料及库存商品系结合库龄和历史生产领用情况确定可变现净值;发出商品系根据实际变现回收可能性确定可变现净值;委托加工物资为根据销售订单外发加工的材料,依据合同价格确定可变现净值。

公司其他产品存货按照存货性质分别确定可变现净值,其中:原材料和半成品系按照期后估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用及相关税费后的金额确认可变现净值。

丝绸文化创意品同行业可比公司中的存货跌价准备计提政策多以分库龄的固定比例为主,具体情况如下:

公司名称	1 年以内				1-2 年				2-3 年				3 年以上
	冬	秋	夏	春	冬	秋	夏	春	冬	秋	夏	春	
安正时尚	根据产品销售政策来估计可变现净值												
太平鸟	0%	0%	0%	0%	20%	20%	20%	20%	50%	50%	50%	50%	100%
朗姿股份	0%	0%	0%	0%	10%	20%	30%	40%	50%	50%	50%	50%	100%

日播时尚	5%	5%	5%	5%	50%	50%	50%	50%	100%	100%	100%	100%	100%
锦泓集团	0%	0%	0%	0%	10%	10%	10%	10%	50%	50%	50%	50%	100%
地素时尚	0%	0%	0%	0%	30%	30%	30%	30%	50%	50%	50%	50%	100%
歌力思	0%	0%	0%	0%	50%	50%	50%	50%	100%	100%	100%	100%	100%
欣贺股份	0%	0%	0%	0%	5%	5%	5%	5%	50%	50%	50%	50%	100%
爱慕股份 [注]	3%	3%	3%	3%	10%	10%	10%	10%	20%	20%	20%	20%	50%或 85%
洪兴股份	0%	0%	10%	10%	30%	30%	50%	50%	60%	60%	80%	80%	100%
嘉欣丝绸	对于能够获取公开市场销售价格的产品，独立查询公开市场价格信息，将其与估计售价进行比较，并与最近或期后的实际售价进行比较；对于零售品牌类库存商品，结合库龄、产品年份季节等因素判断库存商品的可变现净值。对为执行销售合同持有的库存商品，抽查销售订单价格情况。结合公司经营模式，分析毛利情况从而判断减值迹象。												
达利国际	公司管理层于报告期末对每项产品进行审阅，并对辨别为不适合现行生产的过时及滞销库存品计提跌价准备。公司管理层按存货账龄分析辨认过时及滞销库存品。												
按照分库龄 固定比例计 提存跌的同 行业可比公 司计提比例 中位数	0%				30%				50%				100%

[注]爱慕股份按库存商品的库龄计提跌价准备，其中库龄 3-4 年的库存商品按 50%计提跌价准备，库龄 4 年以上的库存商品按 85%计提跌价准备

丝绸文化创意品同行业可比公司中，安正时尚未采用分库龄的固定计提比例的方式计提存货跌价准备，而是主要根据产品销售政策，或结合库龄、产品年份、季节等因素估计可变现净值，与公司较为接近。丝绸纺织制品同行业可比公司均未采用按分库龄的固定比例计提存货跌价准备的方式，而是结合库龄等因素分析确定可变现净值。

报告期内，由于库龄较长的丝绸文化创意品在对外销售时，通常会结合产品属性、工艺技术、原吊牌价格区间以及库龄等因素，在吊牌价的基础上制定促销折扣，从而确定对外销售价格。因此，公司丝绸文化创意品在确定可变现净值时，采取了同样的方式，结合库龄和产品类型确定折扣，并以产品吊牌价乘以折扣估计存货可变现净值。报告期内，公司虽未采用分库龄的固定计提比例方式计提存货跌价准备，但估计可变现净值时充分考虑了库龄因素，估计方式与长库龄产品对外销售价格的确定方式一致，具有合理性。

若公司丝绸文化创意品按照分库龄的固定计提比例计提存货跌价准备，报告期各期末公司丝绸文化创意品中库存商品及半成品存货跌价准备余额测算如下：

单位：万元

项目	计提比例 [注]	2023 年 9 月末		2022 年末		2021 年末		2020 年末	
		账面原值	存货跌价准备	账面原值	存货跌价准备	账面原值	存货跌价准备	账面原值	存货跌价准备
1 年以内	0%	6,977.76		6,905.66		7,258.70		5,987.30	
1-2 年	30%	978.17	293.45	1,148.73	344.62	762.10	228.63	1,027.29	308.19
2-3 年	50%	287.99	143.99	143.11	71.55	423.36	211.68	536.38	268.19
3 年以上	100%	1,570.78	1,570.78	1,853.87	1,853.87	1,011.89	1,011.89	831.47	831.47
库存商品及半成品合计		9,814.70	2,008.23	10,051.36	2,270.04	9,456.05	1,452.20	8,382.44	1,407.85

注：同行业可比公司仅对库存商品采用分库龄的固定比例计提存货跌价准备，公司将已完成包装的库存商品和未完成包装的半成品一并按照同行业可比公司相同的存货跌价准备计提方式进行测算

[注]测算所采用的分库龄的计提比例系丝绸文化创意品同行业可比公司计提比例中位数

若按照分库龄的固定计提比例计提存货跌价准备，该事项对报告期内经营业绩的影响情况测算如下：

单位：万元

项 目	2023 年 9 月末 /2023 年 1-9 月	2022 年末 /2022 年度	2021 年末 /2021 年度	2020 年末 /2020 年度
库存商品及半成品已计提存货跌价准备金额（实际执行）①	2,179.87	2,068.96	1,213.73	1,077.81
库存商品及半成品按固定比例计提的存货跌价准备（模拟测算）②	2,008.23	2,270.04	1,452.20	1,407.85
存货跌价准备余额差异 ③=①-②	171.65	-201.08	-238.47	-330.04
对当期利润总额的影响[注 1] ④=③（本期末）-③（上期末）	372.73	37.39	91.57	315.67
当期利润总额⑤	2,568.47	-684.62	5,256.58	7,141.92
对当期利润总额的影响占比 ⑥=④/⑤	10.88%[注 2]	-5.46%	1.74%	4.42%

[注 1]对当期利润总额的影响金额为正，表示按同行业可比公司分库龄固定比例的计提方式将导致公司当期利润总额增加；影响金额为负，表示按同行业可比公司分库龄固定比例的计提方式将导致公司当期利润总额减少

[注 2]2023 年 9 月末测算存货跌价准备对当期利润总额的影响占比按照 2023 年 1-9 月的利润总额年化测算

若采取丝绸文化创意品同行业可比公司相同方式，按照分库龄固定比例对丝绸文化创意品库存商品及半成品计提存货跌价准备，该事项对公司报告期内利润

总额的影响金额分别为 315.67 万元、91.57 万元、37.39 万元和 372.73 万元，影响金额占公司各期利润总额的比重分别为 4.42%、1.74%、-5.46%和 10.88%（年化测算）。综合来看，若按照分库龄固定比例的计提方式将导致公司当期利润总额增加。

公司丝绸纺织制品同行业可比公司则均系结合库龄等因素分析确定可变现净值，与同行业可比公司均未按照分库龄的固定计提比例计提存货跌价准备。

（4）公司存货跌价准备计提比例

报告期各期末，公司存货跌价准备各项目存货跌价准备及计提比例如下：

单位：万元

项 目	2023 年 9 月末		2022 年末		2021 年末		2020 年末	
	金额	计提比例	金额	计提比例	金额	计提比例	金额	计提比例
原材料	295.71	9.42%	237.87	4.95%	430.26	6.85%	397.58	12.06%
库存商品	170.68	18.94%	146.10	11.92%	78.69	9.22%	87.41	10.88%
半成品	2,111.54	19.12%	2,027.88	19.81%	1,675.88	16.16%	1,446.44	18.95%
发出商品	7.67	0.32%	7.67	0.80%				
周转材料	78.06	15.26%	42.08	9.09%	45.71	8.69%	65.66	13.52%
合 计	2,663.66	13.53%	2,461.59	13.23%	2,230.55	10.80%	1,997.09	13.95%

报告期各期末，公司已按存货跌价准备计提政策进行了跌价测试并足额计提了存货跌价准备，符合《企业会计准则》的相关规定。

对比公司与同行业可比公司报告期各期末的存货跌价准备计提情况，具体如下：

公司名称	2023 年 9 月 30 日	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
安正时尚	18.15%	18.63%	12.36%	8.59%
太平鸟	7.79%	7.58%	7.54%	10.22%
朗姿股份	10.74%	8.16%	11.11%	12.82%
地素时尚	23.42%	23.06%	22.43%	17.62%
日播时尚	19.48%	13.41%	16.61%	26.81%
歌力思	39.13%	36.29%	37.59%	42.46%
锦泓集团	6.94%	5.92%	5.14%	6.30%
欣贺股份	19.55%	19.86%	25.51%	29.28%
嘉欣丝绸	4.91%	4.67%	3.41%	4.91%
爱慕股份	19.05%	17.13%	13.25%	15.94%

公司名称	2023 年 9 月 30 日	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
洪兴股份	7.72%	11.34%	9.13%	10.80%
算数平均数	16.08%	15.10%	14.92%	16.89%
中位数	18.15%	13.41%	12.36%	12.82%
公司	13.53%	13.23%	10.80%	13.95%

注：同行业可比公司未详细披露季报财务报表附注，以半年报数据列示
报告期各期末，公司存货跌价准备计提比例与同行业可比公司不存在明显差异。

综上，公司丝绸文化创意品存货跌价准备计提政策与同行业可比公司安正时尚相似，与其他可比公司存在一定差异，但上述差异具备合理性，若按照分库龄的固定计提比例计提存货跌价准备，对公司各期经营业绩影响程度较小；公司丝绸纺织制品存货跌价准备计提政策与同行业可比公司相似。公司整体存货跌价计提比例与同行业可比公司不存在明显差异，公司存货跌价准备计提充分。

（四）报告期内中国茧丝绸交易市场同时位列公司前五大客户及供应商的原因，与发行人是否存在关联关系或其他密切关系，交易的具体内容及公允性、款项结算情况等；说明报告期内前五大供应商和客户基本情况、采购内容，变动较大的原因及合理性

1. 中国茧丝绸交易市场基本情况

中国茧丝绸交易市场（以下称茧丝绸市场）是 1992 年经国家原外经贸部和纺织工业部批准，由中国丝绸进出口总公司、中国丝绸工业总公司、浙江、江苏、四川省丝绸公司及嘉兴市丝绸总公司共同组建的全国性茧丝绸专业交易市场。茧丝绸市场现为经嘉兴市事业单位登记管理局登记的事业单位。

茧丝绸市场为交易会员提供电子化开立远期合约服务，主要交易品种为 3A、4A 级生丝（又称“厂丝”、“茧丝”），其交易量占市场年交易量的约 90%，交易会员开立远期合约时采用保证金交易，每一手合约（0.6 吨）保证金为 2 万元左右。交易会员可以在合约到期后进行实物交割，即交易会员在买入/卖出一张远期合约后，即获得了在未来交割日以开单时点价格买入/卖出交割一手（0.6 吨）生丝实物的权利，有利于锁定价格、锚定成本，实物交割时交易会员需要支付全部货款。会员通过茧丝绸市场交割的生丝标准品均经过第三方商检机构检验，茧丝绸市场验收，市场流动性较好。

除实物交割外，交易会员也可以在生丝远期合约交割日之前选择反向操作对在手合约进行平仓，所产生的盈亏计入保证金账户。每个交易日收盘后，市场会对会员在手合约进行盈亏计算，若存在亏损则会扣减保证金账户内的可用资金，若可用资金不足，则市场会发出追加保证金通知。若未在规定时间内补足的，则相关远期合约会被市场强行平仓。

由于会员的远期合约买卖、实物交割均通过茧丝绸市场平台撮合完成，买卖双方不发生直接往来，也无法得知对方信息，交易单据流转、资金划转结算均和茧丝绸市场及其指定结算机构对接，故茧丝绸交易市场为公司的交易对手。

2. 报告期内中国茧丝绸交易市场同时位列公司前五大客户及供应商的原因，与公司是否存在关联关系或其他密切关系，交易的具体内容及公允性、款项结算情况

(1) 出于摊薄生丝价格上行时期原材料成本的目的，公司在报告期内开始储备生丝部分自用、部分出售。因茧丝绸市场是公司生丝实物交易的主要对手方之一，单笔及累计交易金额较大，故报告期内茧丝绸市场同时位列前五大客户及供应商

自 2020 年度初开始，受宏观经济波动影响，4A 级生丝价格出现了较为明显的下跌，最低跌至约 25 万元/吨，后生丝价格进入上行周期，4A 级生丝从 2020 年 4 月的约 25 万元/吨单边上涨至 2021 年 7 月的约 44 万元/吨。2020 年上半年公司预计生丝价格已跌至历史低位，未来可能会进入上行周期，届时原材料成本的上涨会对公司利润产生一定侵蚀。出于摊薄生丝价格上行时期原材料成本的目的，公司决定在市场相对低点位置储备生丝，部分自用、部分出售。为实现该目的，自 2020 年开始，公司通过茧丝绸市场逐渐买入或卖出交割日在未来的远期合约买卖以锁定价格、锚定成本，并于当年度通过其他现货供应商少量买入生丝自用。2021 年度及 2022 年度公司将前期所买入远期合约持有到期进行实物交割买入，部分按照前期锁定的远期合约价格通过茧丝绸市场实物交割卖出、部分出售给其他客户。因茧丝绸市场是公司生丝实物交易的主要对手方之一，单笔及累计交易金额较大，故报告期内茧丝绸市场同时位列前五大客户及供应商。

(2) 公司与茧丝绸市场不存在关联关系或其他密切关系

中国茧丝绸交易市场为经嘉兴市事业单位登记管理局登记的事业单位，公司为其中的一名交易会员，公司与其不存在关联关系或其他密切关系。

(3) 公司与茧丝绸市场主要交易品种为 3A、4A 级生丝，交易作价为远期合约开单时点所锁定的市场实时价格，价格公允，款项结算及时

公司于 2021 年度及 2022 年度在茧丝绸市场进行生丝远期合约的实物买入、卖出交割。公司所交易的品种均为 3A、4A 级生丝。该品种为市场主要交易品种，约占全市场交易量 90%，流动性较好。公司在茧丝绸市场的实物交割买入、卖出价格均以远期合约开单时点的市场实时价格确定，市场实时价格由市场对买卖双方的报价撮合形成。

公司报告期内实物交割所涉及远期合约数量较多且每手生丝的成交价格均根据远期合约的开单时点有所不同，以公司最近存在买入、卖出交割的 2022 年 3 月所交割的远期合约为例，按照开单日期每月抽取一笔的原则将远期合约成交价与市场公布的当周该合约的最高、最低成交价进行对比，具体情况如下：

单位：万元/吨，含税

开单日期	成交价格	交易方向	当周市场成交价
2021 年 1 月 22 日	39.72	卖出	39.15-39.81
2021 年 5 月 20 日	46.86	买入	46.14-47.43
2021 年 6 月 1 日	47.13	买入	46.56-48.42
2021 年 7 月 26 日	48.30	买入	47.82-48.69
2021 年 8 月 5 日	47.10	买入	47.07-47.94
2021 年 9 月 15 日	46.65	买入	45.96-46.98
2021 年 11 月 2 日	46.32	买入	45.45-46.89
2022 年 1 月 14 日	45.38	卖出	45.27-45.63
2022 年 3 月 1 日	44.70	卖出	44.40-46.02

公司在 2022 年 3 月交割的每手生丝成交价格根据远期合约开单日期的不同存在一定波动，每张远期合约的成交价在市场公布的开单当周市场成交价区间内，且该远期合约流动性较好，交易价格系买卖双方充分报价后通过市场撮合形成，交易价格具有公允性。

款项结算方面，在茧丝绸市场进行实物交割的买方需在交割日上午前将货款全额转入市场指定的结算机构并由货款结算机构开具货款到账通知单；在交割日下午 14 时后，卖方可到结算机构办理划款手续，结算机构审核后划入卖方账户（通常次日即可到达公司账户）。报告期内，公司在茧丝绸市场的实物交割、货款结算及时。

3. 说明报告期内前五大供应商和客户基本情况、采购内容，变动较大的原因及合理性

(1) 公司产品线众多且客户相对较为分散，向主要客户的销售金额会因客户需求变化有所波动，但变动具有合理性，总体合作稳定

报告期内，公司与前五大客户合作情况如下：

单位：万元

年度	序号	客户名称	销售金额	占当期营业收入的比例
2023 年 1-9 月	1	京东世纪	1,289.63	2.59%
	2	鄂尔多斯及其关联方[注 1]	1,261.78	2.54%
	3	DEA 及其关联方[注 2]	947.33	1.90%
	4	杭州子隆贸易有限公司	942.32	1.89%
	5	杭州彩丝丝绸有限公司	877.29	1.76%
	合 计		5,318.34	10.69%
2022 年度	1	鄂尔多斯及其关联方[注 1]	2,426.49	4.42%
	2	DEA 及其关联方[注 2]	1,744.20	3.18%
	3	帛淼服饰及其关联方[注 3]	1,265.25	2.30%
	4	中国茧丝绸交易市场	1,195.36	2.18%
	5	京东世纪	967.28	1.76%
	合 计		7,598.58	13.84%
2021 年度	1	爱慕股份及其关联方[注 4]	4,868.23	7.27%
	2	鄂尔多斯及其关联方[注 1]	2,227.39	3.33%
	3	帛淼服饰及其关联方[注 3]	1,696.37	2.53%
	4	DEA 及其关联方[注 2]	1,310.08	1.96%
	5	锦泓集团及其关联方[注 5]	1,164.10	1.74%
	合 计		11,266.15	16.82%
2020 年度	1	本真商贸	5,972.62	8.12%
	2	鄂尔多斯及其关联方[注 1]	1,828.56	2.49%
	3	爱慕股份及其关联方[注 4]	1,370.18	1.86%
	4	日播时尚及其关联方[注 6]	1,207.34	1.64%
	5	GUESS	1,204.24	1.64%
	合 计		11,582.94	15.74%

[注 1] 天津绒耀空间商贸有限公司、新沂绒耀空间服饰科技有限公司、北京鄂尔多斯时装有限公司、北京鄂尔多斯创展服装有限公司、内蒙古鄂尔多斯服装

有限公司、内蒙古鄂尔多斯资源股份有限公司六者为同一体系内关联公司，按合并口径统一披露

[注 2]DEA、库迪拜尔商贸（上海）有限公司为同一体系内关联公司，按合并口径统一披露

[注 3]杭州帛淼服饰有限公司、杭州龙品纺织服饰有限公司两者为同一体系内关联公司，按合并口径统一披露

[注 4]爱慕股份有限公司、北京爱慕文化发展有限公司、重庆爱慕美丽服饰有限公司等为同一体系内关联公司，按合并口径统一披露

[注 5]锦泓时装集团股份有限公司、上海维格娜丝时装有限公司两者为同一体系内关联公司，按合并口径统一披露

[注 6]日播时尚集团股份有限公司、上海日播至诚服饰有限公司、上海日播至美服饰制造有限公司、上海日播投资控股有限公司四者为同一体系内关联公司，按合并口径统一披露

其中前五大客户的基本情况如下：

序号	公司名称	成立时间[注]	合作起始时间	主要股东[注]	主要向公司采购商品	合作情况说明
1	鄂尔多斯及其关联方	1995 年	2010 年	上市公司	服装	公司与该客户合作多年，其在报告期内均为公司前五大客户
2	京东世纪	2007 年	2013 年	京 东 香 港 国 际 有 限 公 司 100%	丝巾、家纺	公司与该客户合作多年，销售金额总体呈上升趋势，该客户 2022 年度及 2023 年 1-9 月为公司前五大客户，其余各期亦为公司重要客户
3	帛淼服饰及其关联方	2013 年	2015 年	黄梧银 70%、朱秋凤 30%	数 码 印 花 加 工、丝绸面料	公司与该客户合作多年，该客户系公司 2020 年度、2023 年 1-9 月前十大客户，其余各期均为公司前五大客户
4	彩丝丝绸	2011 年	2017 年	胡建军 40%、李云龙 40%、唐英波 20%	丝巾、家纺	公司与该客户合作多年，其报告期各期均为公司重要客户，受终端消费需求恢复影响，其 2023 年 1-9 月采购金额相对较多，成为公司当期前五大客户
5	杭州子隆贸易有限公司	2016 年	2016 年	裘凯恩 60%、郑洁 40%	丝巾、家纺	公司与该客户合作多年，其报告期各期均为公司重要客户，受终端消费需求恢复影响，其 2023 年 1-9 月采购金额相对较多，成为公司当期前五大客户
6	DEA 及其关	2003 年	2018 年	境 外 服 饰 品	服装	公司与该客户合作情况良

序号	公司名称	成立时间[注]	合作起始时间	主要股东[注]	主要向公司采购商品	合作情况说明
	联方			牌企业		好，2020-2022 年度双方合作金额呈上升趋势，其自 2021 年起均为公司前五大客户
7	锦泓集团及其关联方	2003 年	2017 年	上市公司	丝绸面料	公司与该客户合作情况良好，但对其销售金额受其终端产品需求变动有所波动，报告期各期其均为公司重要客户
8	日播时尚及其关联方	2002 年	2010 年	上市公司	丝绸面料	公司与该客户合作情况良好，但对其销售金额受其终端产品需求变动有所波动，报告期各期其均为公司重要客户
9	爱慕股份及其关联方	1981 年	2006 年	上市公司	丝绸面料	公司与该客户合作情况良好，其为公司 2020 年度及 2021 年度前五大客户、2022 年度及 2023 年 1-9 月重要客户
10	中国茧丝绸交易市场	1992 年	2020 年	事业单位	生丝	该客户系公司 2020 年起从事生丝大宗交易对手方，2022 年度交易量较大，公司后续已控制大宗交易规模，预计未来不会成为主要客户
11	本真商贸	2014 年	2020 年	于向东 60%、杨晗英 40%	口罩	该客户于 2020 年初口罩社会需求较为旺盛时向公司采购大量口罩，后因公司大幅减少口罩产品销售，双方已不再合作
12	GUESS	1981 年	2016 年	境外服饰品牌企业	服装	该客户原先为非真丝贴牌服装业务的主要客户，公司自报告期初开始主动缩减该项毛利率较低业务，双方自 2021 年度不再合作

[注]对于同一体系内关联公司，成立时间、主要股东按照成立时间最早的主体进行统计

公司与报告期内前五大客户的合作总体稳定，除本真商贸、中国茧丝绸交易市场之外，前五大客户均已与公司建立了多年合作关系。报告期内公司前五大客户变化的主要原因系：

1) 公司产品线众多，可满足不同需求的客户，且客户相对较为分散，报告期内，公司前五大客户的销售占比分别为 15.74%、16.82%、13.84%、10.69%，报告期内，客户因需求变化导致双方合作金额出现一定波动会导致公司前五大客户名单发生变化；

2) 公司丝绸纺织制品客户多为品牌女装企业，丝绸类服装仅为一个大品类，其每年向公司采购的服装、面料的款式、材质等会随其产品线、终端销售情况而有所变动；

3) 2023 年 1-9 月因公司丝绸文化创意品销售恢复情况较好，故部分客户进入当期前五大客户名单；

4) 因公司产品调整，口罩、非真丝贴牌服装客户已不再合作、生丝大宗交易客户预计未来也不会成为重要客户。

综上，公司与各期前五大客户合作总体稳定，前五大客户变动具备合理性。

(2) 公司向主要供应商的采购因公司每年的销售产品需求产生波动，但变动具有合理性，总体合作稳定

报告期内，公司与前五大供应商合作情况如下：

单位：万元				
年度	序号	供应商名称	采购金额	占当期采购金额的比例
2023 年 1-9 月	1	桐乡市乾宏纺织品有限公司	1,413.80	5.73%
	2	云南绸库及其关联方[注 1]	1,317.90	5.34%
	3	广西桂华及其关联方[注 2]	1,228.18	4.97%
	4	湖州卓豪丝绸有限公司及其关联方[注 3]	1,095.01	4.43%
	5	世轩实业及其关联方[注 4]	1,078.27	4.37%
	合 计		6,133.16	24.84%
2022 年 度	1	中国茧丝绸交易市场	2,047.54	7.13%
	2	世轩实业及其关联方[注 4]	1,545.63	5.38%
	3	东阳市六环饰品有限公司	954.12	3.32%
	4	云南绸库及其关联方[注 1]	926.11	3.23%
	5	广西桂华及其关联方[注 2]	907.97	3.16%
	合 计		6,381.38	22.23%
2021 年 度	1	广西桂华及其关联方 [注 2]	3,102.48	7.31%
	2	世轩实业及其关联方[注 4]	2,822.75	6.65%
	3	中国茧丝绸交易市场	2,421.94	5.71%
	4	云南绸库及其关联方[注 1]	1,826.76	4.31%
	5	润源丝织	1,588.55	3.74%
	合 计		11,762.48	27.73%

单位：万元

年度	序号	供应商名称	采购金额	占当期采购金额的比例
2020 年度	1	星野集团及其关联方[注 5]	2,789.46	6.65%
	2	世轩实业及其关联方[注 4]	1,515.96	3.61%
	3	千思纺织	1,436.60	3.42%
	4	康龙丝绸	1,129.40	2.69%
	5	顺丰丝绸	1,098.20	2.62%
	合 计		7,969.62	18.99%

[注 1] 云南绸库丝绸有限公司和杭州山村丝绸有限公司为同一体系内关联公司，按合并口径统一披露

[注 2] 广西桂华丝绸有限公司和广西南宁桂华丝绸有限公司为同一体系内关联公司，按合并口径统一披露

[注 3] 湖州卓豪丝绸有限公司、湖州骏鹏丝绸有限公司为同一体系内关联公司，按合并口径统一披露

[注 4] 浙江世轩实业有限公司和湖州菱湖东方丝绸科技有限公司为同一体系内关联公司，按合并口径统一披露

[注 5] 杭州武林工贸有限公司、浙江星野集团有限责任公司及杭州启潮工贸有限责任公司同受浙江省东联集团有限责任公司控制，按合并口径统一披露

报告期内前五大供应商的基本情况如下：

序号	公司名称	成立时间 [注]	合作起始时间	主要股东[注]	主要向公司销售商品	合作情况说明
1	世轩实业及其关联方	2017 年	2016 年 [注 2]	顾明珠 60%、湖州市菱湖东方丝织厂 40%	丝绸面料	公司与该供应商合作情况良好，报告期各期其均为公司前五大供应商
2	桐乡市乾宏纺织品有限公司	2009 年	2019 年	金月飞 70%、陆云娟 30%	丝绸面料	公司与该供应商合作情况良好，其自 2021 年度开始均为公司重要供应商，2023 年 1-9 月为公司前五大供应商
3	湖州卓豪丝绸有限公司及其关联方	2015 年	2020 年	沈新娜 50%、沈哲豪 50%	丝绸面料	其为公司 2020 年度新开发供应商，合作情况良好，该供应商 2023 年 1-9 月为公司前五大供应商
4	广西桂华及其关联方	2000 年	2020 年	广西桂华丝绸科技有限公司及 49 名自然人	丝 绸 面 料、生丝、丝绵	公司为发挥原材料集中采购的价格优势，针对蚕丝被产品逐步采购丝绵、胎套等原材料后加工为蚕丝被芯，故新开发供应商广西桂华，除丝绵外公司也向该供应商采购白坯面料、生丝用于自用，其自 2021 年度开始均为前五大供应商

序号	公司名称	成立时间 [注]	合作起 始时间	主要股东[注]	主要向公 司销售商 品	合作情况说明
5	云南绸库及其关联方	2009 年	2020 年	王灿 90%、王学廉 10%	丝 绸 面 料、家纺	公司与该供应商合作情况良好，其自 2021 年度开始均为公司前五大供应商
6	康龙丝绸	2012 年	2008 年 [注 2]	沈美丽 50%、凌最铨 50%	丝绸面料	公司与该供应商合作情况良好，报告期各期其均为公司重要供应商
7	东阳市六环饰品有限公司	2002 年	2019 年	蒋忠泉 70%、卢月芳 30%	箱包、帆布袋	公司与该供应商合作情况良好，其自 2021-2022 年度均为公司重要供应商，因公司相关产品订单波动，2023 年 1-9 月公司向其采购较少
8	千思纺织	2005 年	2008 年	徐连荣 80%、施银香 20%	蚕丝被芯	公司原向其采购蚕丝被芯，后逐步自行购买丝绵加工为蚕丝被芯用于家纺产品，故对其采购金额呈下降趋势
9	顺丰丝绸	2001 年	2016 年	曹亚平 59%、曹丹希 41%	丝绸面料	公司相关产品订单有波动，对供应商的采购额有所波动
10	润源丝织	2000 年	2000 年	沈志平 73.25%、陈桂凤 26.75%	丝绸面料	公司相关产品订单有波动，对供应商的采购额有所波动
11	中国茧丝绸交易市场	1992 年	2020 年	事业单位	生丝	新增生丝大宗交易对手方，2021-2022 年度交易量较大，公司后续已控制大宗交易规模，预计未来不会成为主要供应商
12	星野集团及其关联方	1991 年	2020 年	浙江东联集团有限责任公司 100%	口罩加工	2020 年初口罩社会需求较为旺盛时，公司因产能不足向其采购口罩外协加工服务，后因公司产品调整已不再合作

[注]对于同一体系内关联公司，成立时间、主要股东按照成立时间最早的主体进行统计

注：合作时间晚于客户成立时间的主要原因系公司在客户成立之前即与客户其他相关方建立了合作关系

除湖州卓豪丝绸有限公司、星野集团、中国茧丝绸交易市场、广西桂华外，公司与报告期内前五大供应商均已建立了多年合作关系。报告期内公司前五大供应商变化的主要原因系：

1) 公司产品线较多，而丝绸面料因姆米、工艺、品种的不同存在较多细分品类，公司出于对产品品质的要求，在采购丝绸面料时会选择在各自品类具有优势的供应商，故公司向其主要丝绸面料供应商的采购金额会根据销售产品需求产生一定波动；

2) 公司部分产品调整，如口罩产品销售变化、生丝大宗交易业务、自行购买丝绵加工成蚕丝被芯等从而导致向茧丝绸市场、广西桂华、千思纺织等供应商采购金额发生波动。

综上，公司与各期前五大供应商合作总体稳定，前五大供应商变动具备合理性。

(五) 说明报告期内大宗交易的主要对手方、具体合约金额、对各期收入及损益的影响，量化测算各期交易累计合约金额及各报告期末发行人在手合约情况及风险敞口，并结合相关业务决策流程、人员权限及审批情况说明对该类业务的风险防控措施，是否能够有效控制投资风险，是否存在超过授权限额进行高风险投资的情形

1. 说明报告期内大宗交易的主要对手方、具体合约金额、对各期收入及损益的影响，量化测算各期交易累计合约金额及各报告期末公司在手合约情况及风险敞口

(1) 公司生丝大宗交易可分为远期合约交易及实物交易，公司生丝远期合约交易以茧丝绸市场作为直接对手方，生丝实物交易主要通过茧丝绸市场进行远期合约到期的实物交割，存在与其他供应商、客户的现货交易

公司生丝大宗交易可分为远期合约交易及实物交易，公司生丝远期合约交易主要在茧丝绸市场设计和开发的“中国茧丝绸市场合同交易系统”上进行，茧丝绸市场对买卖双方的报价进行撮合，远期合约买卖双方不发生直接往来，也无法得知对方信息。公司生丝远期合约每手交易的保证金根据成交合约金额的不同主要为 2 万元左右，占每手远期合约金额比例约 8%。报告期内公司生丝远期合约交易情况如下：

项 目	2023年1-9月	2022年度	2021年度	2020年度
买入合约数量（手）	89	186	356	114
卖出合约数量（手）	73	271	141	100
累计保证金发生额（万元）	397.78	989.31	1,121.71	323.40

公司开单所占用保证金在进行平仓或持有至到期交割完成后会返还保证金账户，即保证金可循环使用。报告期内，公司年度累计保证金发生额为 323.40 万元、1,121.71 万元、989.31 万元、397.78 万元。

报告期内，公司生丝实物交易对手方及明细如下：

单位：万元

2023 年 1-9 月			
客 户	金 额	供 应 商	金 额

浙江嘉欣丝绸股份有限公司	455.20		
嘉兴市海鼎丝绸有限公司	231.52		
浙江金蚕网供应链管理有限公司	166.89		
鑫缘茧丝绸集团股份有限公司	126.78		
优尼士贸易（上海）有限公司	77.42		
合 计	1,057.81	合 计	

2022 年度

客 户	金额	供应商	金额
中国茧丝绸交易市场	1,195.36	中国茧丝绸交易市场	2,047.54
浙江金蚕网供应链管理有限公司	613.61		
嘉兴市海鼎丝绸有限公司	284.18		
鑫缘茧丝绸集团股份有限公司	164.39		
优尼士贸易（上海）有限公司	98.51		
合 计	2,356.05	合 计	2,047.54

2021 年度

客 户	金额	供应商	金额
广西丝绸（集团）有限公司	652.59	中国茧丝绸交易市场	2,421.94
中国茧丝绸交易市场	47.84	广西桂华丝绸有限公司	619.53
合 计	700.43	合 计	3,041.47

2020 年度

客 户	金额	供应商	金额
		浙江金蚕网供应链管理有限公司	547.29
合 计		合 计	547.29

公司可通过茧丝绸市场的远期合约到期后实物交割实现对生丝的远期采购与销售。远期合约持有到期后，交割双方均直接与市场及市场指定的结算机构发生货物（提货单）及资金的往来，交易过程中买卖双方不存在资金往来，亦无需签署交易合同，双方一般也无法得知彼此的具体信息，公司的交易对手方均为茧丝绸市场。公司与其他客户、供应商均为现货交易。

(2) 公司生丝大宗交易对公司营业收入及损益影响

报告期内，公司生丝大宗交易对各期收入及损益的影响如下：

单位：万元

项 目	2023年1-9月	2022年度	2021年度	2020年度
-----	-----------	--------	--------	--------

单位：万元

项 目	2023年1-9月	2022年度	2021年度	2020年度
生丝远期合约损益①	28.40	178.82	-168.55	29.15
生丝实物交易收入	1,057.81	2,356.05	700.43	
生丝实物交易毛利②	42.73	160.32	143.21	
生丝大宗交易损益合计（①+②）	71.13	339.14	-25.34	29.15
营业收入	49,751.36	54,896.99	66,962.29	73,570.31
对营业收入的影响（生丝实物交易收入/营业收入）	2.13%	4.29%	1.05%	
利润总额	2,568.47	-684.62	5,256.58	7,141.92
对利润总额的影响（（①+②）/利润总额）	2.77%	-49.54%	-0.48%	0.41%

公司买入、卖出的远期合约属于金融资产，分类为交易性金融资产，交易及持有产生的收益计入投资收益、公允价值变动损益等项目，对公司的营业收入无影响。

报告期内，公司生丝实物交易收入分别为 0 万元、700.43 万元、2,356.05 万元、1,057.81 万元，占营业收入的比重分别为 0%、1.05%、4.29%、2.13%。

报告期内，公司生丝大宗交易损益分别为 29.15 万元、-25.34 万元、339.14 万元、71.13 万元，占利润总额的比重分别为 0.41%、-0.48%、-49.54%、2.77%。

2022 年度生丝大宗交易对收入及损益影响较大的主要原因系当年度生丝价格已处于相对高位，公司卖出以前年度在相对低价买入的生丝较多。

(3) 报告期末公司在手合约风险敞口较小

报告期各期末，公司在手合约及风险敞口情况如下：

项 目	2023 年 1-9 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
当期合约交易量（手）	162	457	497	214
期末在手买入合约（手）	24		129	32
期末在手卖出合约（手）	8		15	18
期末在手合约占用保证金（万元）	70.40		309.60	78.13

自 2022 年下半年以来，生丝价格已基本稳定在 40 万/吨以上，处于相对高位，公司再从事生丝大宗交易已无太大必要。公司自 2022 年下半年开始已停止生丝实物的买入（包括交割买入、现货买入），并相应地减少了远期合约的交易。公司于 2023 年 4 月将交易保证金的董事会授权额度下调至 300 万元，远期合约

交易的最大风险敞口金额即为董事会授权额度金额。报告期末公司在手合约共计 32 手，实际占用保证金 70.40 万元，风险敞口较小。

2. 结合相关业务决策流程、人员权限及审批情况说明对该类业务的风险防控措施，是否能够有效控制投资风险，是否存在超过授权限额进行高风险投资的情形

(1) 公司生丝大宗交易相关业务流程和风控措施

1) 生丝实物交易的流程及风控措施

公司所采购生丝部分自用用于自有产品生产，部分用于出售，其主要流程及风控措施如下：

① 公司总经理办公会定期汇总讨论分析生产部门原材料需求计划、生丝市场价格波动预期等明确当年度生丝采购数量上限、单价上限等，由贸易业务部负责落实货源；

② 贸易业务部根据总经理办公会授权、生产需求计划并结合市场行情，选择开立交割日在未来 1-12 月之后的远期合约或者直接购买生丝现货。开立远期合约由交易专员进行操作，生丝现货买入或远期合约持有到期买入交割由贸易业务部启动采购流程，根据金额分别由经分管领导、财务总监、总经理（董事长）审批；

③ 贸易业务部日常维护潜在的生丝大宗交易客户资源，若经研判短期内公司生产自用库存充足，则向总经理办公会提请卖出策略，经讨论同意后，贸易业务部综合研判远期合约价格及客户报价，通过开立交割日在未来的远期合约或者直接向客户出售实物进行销售，当直接出售生丝或远期合约持有到期实物交割时，贸易业务部则启动销售流程，根据金额分别由经分管领导、财务总监、总经理（董事长）审批。

整体而言，生丝实物交易业务每一笔交易均严格按照采购、销售相关制度进行逐级审批及复核，同时其年度采购、销售决策由总经理办公会集体讨论做出，结合公司生丝年需求量以及生丝价格趋势预测，控制了采购数量和单价上限，风险可控。

2) 远期合约交易的流程及风控措施

远期合约交易在开立合约时使用保证金结算，公司通过对保证金账户控制即可控制交易量，锚定风险上限。同时，由于远期合约价格每天均有波动，公司通过授权专人操作、事后审核的方式控制风险，其主要流程及风控措施如下：

① 公司严格按照董事会所规定的交易保证金上限对保证金使用实行总量控制，保证金划转也统一按照公司资金管理制度执行，确保远期合约交易的最大风险敞口为董事会所授权的保证金额度；

② 贸易业务部下设交易小组专门负责远期合约交易，每天收市后测算及定期向财务部复核人员上报交易流水、已占用的保证金金额等信息；

③ 财务部每月从茧丝绸市场获取月度交易对账单、资金流水情况进行汇总审查，计算损益情况，并由财务总监向总经理办公会汇报；

④ 贸易业务部每季度撰写交易情况总结报告提交总经理办公会，讨论近期交易情况，并明确下一步的交易策略；

⑤ 远期合约交易至交割日前，财务部会提醒交易小组及时平仓，若贸易业务部认为有必要进行实物交割的，需填写实物交割申请，报分管领导、财务总监、总经理（董事长）审批，对其交易数量及单价进行复核，申请通过后再按照公司销售、采购管理制度的要求进行逐级审批、收发货物等。

此外，由于远期合约交易使用保证金交易，相对风险较大，为更好的控制风险，贸易业务部相关人员会定期或不定期走访丝绸行业上下游企业、生丝主要产地，参与同行业交流，获取生丝行情的一手信息，提高决策的科学合理性。公司董事会亦通过了《期货交易管理制度》规定交易保证金使用上限，经公司 2023 年 4 月第二届董事会第二十二次会议修订的《期货交易管理制度》明确规定，远期合约交易占用保证金额度不超过 300 万元。

综上，公司通过严格限制交易保证金额度控制了远期合约交易的整体规模，通过定期审核交易策略，强化远期合约交易到期交割的审核流程，控制了实物交割的规模，从而控制该业务的整体风险。

（2）公司不存在超过授权限额进行高风险投资的情形

报告期内，公司针对生丝实物交易的每笔采购、销售行为均按照相应金额规定的权限经分管领导、财务总监、总经理（董事长）审批。针对生丝远期合约，贸易业务部定时汇总信息上报公司决策层明确下一阶段的交易策略，公司财务部严格按照经董事会审议通过的制度，控制账户保证金打入金额，从而控制交易规

模和整体风险。报告期内，公司风险控制有效运行，不存在超过授权限额进行高风险投资的情形。

(3) 公司已进一步控制该业务规模

公司从事该项业务的背景系 2020 年生丝价格进入快速上涨周期，公司担心原材料成本的上涨会对利润产生一定侵蚀，故通过该项业务部分减少原材料价格上涨的不利影响，自 2022 年下半年以来，生丝价格已基本稳定在 40 万以上，处于相对高位，公司再从事生丝大宗交易已无太大必要。公司自 2022 年下半年开始已停止生丝的买入（包括交割买入、现货买入），并相应地减少了远期合约的交易，对于远期合约交易业已控制的保证金规模不超过 300 万元。预计公司未来生丝大宗交易占公司收入、利润的比重将进一步下降。

(六) 收购帛阳科技的背景和原因，收购价格的定价依据以及公允性，是否存在业绩承诺，并结合实现业绩情况、商誉的形成过程、商誉减值测试过程等，说明商誉是否存在减值迹象

1. 收购帛阳科技的背景和原因，收购价格的定价依据以及公允性，是否存在业绩承诺

(1) 公司通过增资、购买股权而控制帛阳科技主要系看好其核心团队研发能力及所研发的“丝绸面料绿色环保印染技术”发展应用前景

帛阳科技由上海帛阳于 2020 年 12 月 28 日全额出资设立，注册资本为 500 万元。2021 年 4 月，公司以现金 450 万元认购帛阳科技 125 万元新增注册资本，增资价格为每注册资本 3.60 元，增资完成后，公司持有帛阳科技 20%股权。

2022 年 2 月，公司以现金 1,650 万元收购上海帛阳持有的帛阳科技 31%股权（193.75 万元注册资本），收购价格为每注册资本 9.08 元，收购完成后，公司持有帛阳科技 51%股权，取得了控制权。

公司属于纺织服装行业，拥有数码印花工厂，生产环节涉及数码喷印过程，近年来，国家愈加重视生态环境保护，环保监管进一步趋严，公司涉及的数码喷印环节虽然已经是行业内较为环保的生产方式，但是进一步推进绿色和可持续发展是行业发展的必然趋势，公司一直密切关注相关行业技术前沿动态，并致力于自身绿色、环保印染技术的研发。

帛阳科技核心团队研发的项目能够通过一系列技术手段，实现染色加工过程中的管理和控制一体化，有效降低染色加工成本、提高染色的质量，同时达到节

能减排的诉求。出于对这个研发项目的发展前景的看好，公司基于自身已有的研发和技术积累较早地与绵阳科技的研发团队开展了合作，并于 2021 年 11 月正式将该技术运用于其他产品生产工艺的改进后，通过收购股权的方式取得绵阳科技的控制权，以确保未来该技术在其他领域的应用能够顺利开展。公司已与相关核心技术人员签署竞业协议和保密协议，确保相关发明专利和技术团队的安全及稳定性。

经公司与绵阳科技合作研发，应用了丝绸面料绿色环保印染技术的相关面料已上市销售。

(2) 公司向绵阳科技增资、购买股权的价格主要参照未来现金流折现定价，收购价格公允，不存在业绩承诺

1) 2021 年 4 月增资价格主要参照预计可节约的成本，价格公允

公司通过前期与绵阳科技技术团队开展合作试验，在公司双面印花工艺应用其技术，免去水洗工艺，耗水量减少 99%以上，总能耗减少约 44%，带来了可观的经济价值。

经双方商谈，公司向绵阳科技增资 450.00 万元以获得其 20.00%的股权。公司经评估后认为将绵阳科技研发的技术应用于公司其他产品生产工艺能够相当程度上节约污水处理等相关成本，预计投资成本可在 5 年内收回。该增资价格具有公允性与合理性。

2) 2022 年 2 月收购价格参照绿色环保印染技术未来收益折现值确定，价格公允

经公司与绵阳科技合作研发，2021 年 11 月，应用了丝绸面料绿色环保印染技术，具有抗皱、绿色环保等突出优点的新丝绸面料产品开始量产。2022 年初，公司根据相关面料的销售情况预估了未来将相关技术应用在已有产品工艺上、开发新产品或提供技术服务所能够取得的收益，具体情况如下：

项 目	明确的预测期间（万元）					
	2022 年	2023 年	2024 年	2025 年	2026 年	2027 年后
收入	850.00	1,105.00	1,436.50	1,795.63	2,154.75	2,154.75
成本	510.00	663.00	861.90	1,077.38	1,292.85	1,292.85
税费	255.00	331.50	430.95	538.69	646.43	646.43
利润	340.00	442.00	574.60	718.25	861.90	861.90

项 目	明确的预测期间（万元）					
	2022 年	2023 年	2024 年	2025 年	2026 年	2027 年后
净利润	264.56	343.93	498.11	622.63	747.16	747.16
加：折旧与摊销	26.92	34.99	45.49	56.86	68.23	68.23
减：资本性支出	85.00	25.50	33.15	35.91	35.91	35.91
现金流量	206.48	353.42	510.45	643.58	779.48	779.48
折现率	10.35%	10.35%	10.35%	10.35%	10.35%	10.35%
折现时点（期中）	1.0000	2.0000	3.0000	4.0000	5.0000	6.0000
折现系数	0.9573	0.8645	0.7695	0.6849	0.6096	4.9360
现金流量折现值	197.66	305.53	392.79	440.79	475.17	3,847.54
Σ（折现值合计）	5,659.49					

根据上述测算，绵阳科技相关技术应用于相关产品后相关资产组组合可实现收益的现金流折现价值为 5,659.49 万元，绵阳科技 31%的股权价值约为 1,754 万元，经双方协商，收购价格定为 1,650 万元，该收购价格公允。

公司上述增资、股权收购之决策执行均建立在公司对绵阳科技相关研发能力、技术应用前景的研判、预估的基础上，且相关技术将应用于公司原有产品之生产工艺，并开发新产品、提供技术服务，其经济效益将在公司体系内进行整体呈现，并非仅在绵阳科技单一主体内实现，故绵阳科技及其股东未签署业绩承诺。

综上所述，公司 2021 年 4 月增资绵阳科技之价格参考相关技术节约成本金额，2022 年 2 月收购绵阳科技 31%股权之价格参考预计相关技术及产品未来实现收入之现金流量净额，价格公允，公司与绵阳科技及其股东签署的协议中不存在业绩承诺。

2. 结合实现业绩情况、商誉的形成过程、商誉减值测试过程等，说明商誉是否存在减值迹象

(1) 商誉系公司通过增资、收购股权而取得绵阳科技 51%股权所形成

2021 年 4 月与 2022 年 2 月，公司通过增资及收购股权取得了绵阳科技 51%的股权。按照会计准则，公司将所支付的对价高于取得的可辨认净资产公允价值部分确认为商誉，共计 1,458.32 万元。

(2) 公司收购绵阳科技后，其相关技术应用并未完全在绵阳科技运行

通过与绵阳科技的合作研发，公司已将丝绸面料绿色环保印染等技术应用于已有产品生产工艺，并进一步开发了新产品以及对外提供技术服务。绵阳科技本

身以研发工作为主，其收入主要来源于技术服务费。

2022 年度和 2023 年 1-9 月，绵阳科技主要财务数据如下：

单位：万元

公司名称	2023 年 1-9 月/2023 年 9 月 30 日	2022 年度/2022 年 12 月 31 日
总资产	1,008.86	923.21
净资产	994.80	913.14
营业收入	279.75	266.17
净利润	76.10	72.06

(3) 绵阳科技商誉的评估方式

公司在向绵阳科技增资、进行股权收购时，进行相应估值的基础是绵阳科技相关技术在未来可实现的技术应用、新品开发收益、技术服务收入等。基于双方各自技术开发能力和生产能力差异，自双方达成合作以来，最终形成以绵阳科技丝绸面料绿色环保印染等技术搭载于公司平台上，进一步提升公司现有产品生产环节工艺水平，并开发了新丝绸业务（包括丝绸面料销售、数码印花加工等），计划逐步开展印染一体机业务（包括印染一体机对外销售及服务业务及配套助剂、墨水销售业务等）的合作模式。

基于当前的合作模式，公司主要利用自身优势改进工艺，开发新产品，而绵阳科技则以研发工作为主。为全面、准确地评估“丝绸面料绿色环保印染关键技术研发及产业化应用”相关资产组组合的价值，公司依据《企业会计准则》相关规定，将合并口径下与之相关的存货、设备类固定资产、在建工程、无形资产及商誉确认为同一个资产组组合，通过对该资产组组合可回收价值的评估并与账面价值比较来确认相关商誉是否出现减值迹象。

根据《企业会计准则第 8 号——资产减值》与中国资产评估协会《以财务报告为目的的评估指南》之相关规定，在执行商誉减值测试涉及的评估业务时，对应的评估对象可能是单项资产，也可能是资产组或资产组合。故公司以商誉相关的资产组组合委托坤元资产评估有限公司（以下简称“坤元评估”）进行评估具有合理性。

自 2022 年起，丝绸面料绿色环保印染技术开始全面实际应用，相关资产组组合 2022 年度及 2023 年 1-9 月的经营情况如下：

单位：万元

项 目	2023 年 1-9 月	2022 年度
营业收入	2,241.00	3,072.29
营业成本	1,375.90	2,420.49
毛利率	38.60%	21.22%

2022 年度，应用了丝绸面料绿色环保印染技术的新丝绸业务开始全面运营，并随着产品的推广与市场接受程度的上升，逐步发展成熟，其经营业绩已超越了 2022 年初公司收购绵阳科技股权时对其 2022 年度基于相关技术实现收入、利润的预期。

2023 年 1-9 月，新丝绸业务营业收入为 2,241.00 万元，毛利率为 38.60%，经营情况良好，主要系公司应用该技术已开发了自有品牌的新产品，市场销售情况良好，且应用新丝绸技术加工面料数量为 36.08 万米，较上年同期增长 10.47%。

(4) 关键假设及其理由

坤元评估对相关资产组组合的可回收价值进行评估，所依赖的主要假设包括宏观环境及企业经营环境相对稳定、相关公司管理层勤勉尽责、相关收入成本费用等均匀发生、会计政策不出现重大变化等。

公司、万事利数码及绵阳科技目前持续经营能力不存在重大疑虑事项，公司预计未来将持续使用相关资产从事生产经营活动，相关资产组合的基准假设不会发生变化，在可预见的将来，宏观经济环境未观察到有实质性的变化，导致相关假设不成立。

(5) 资产组组合估值主要参数分析

坤元评估依据宏观经济形势、行业发展情况、历史经营数据、未来发展规划等因素，对资产组组合可回收价值进行了评估，具体如下：

单位：万元

项目/年度	预测期					
	2023 年	2024 年	2025 年	2026 年	2027 年	永续期
营业收入	4,110.15	5,149.53	5,829.22	6,466.34	7,037.22	7,037.22
营业成本	3,049.98	3,773.62	4,260.46	4,741.01	5,182.69	5,182.69
税金及期间费用	778.83	970.40	1,082.95	1,193.38	1,286.17	1,286.17
营业利润	236.95	349.89	422.85	462.11	492.35	492.35
息前税后利润总额	233.98	336.62	404.58	443.73	473.29	473.29
加：折旧与摊销	101.15	101.15	101.15	101.15	54.90	54.90

单位：万元

项目/年度	预测期					
	2023 年	2024 年	2025 年	2026 年	2027 年	永续期
减：资本性支出	72.00	0.00	0.00	0.00	67.38	67.38
减：营运资金增加	-50.77	103.18	63.48	59.60	57.26	
企业自由现金流量	313.90	334.59	442.25	485.28	403.56	460.82
折现率	9.41%	9.41%	9.41%	9.41%	9.41%	9.41%
折现期	0.50	1.50	2.50	3.50	4.50	
折现系数	0.9560	0.8738	0.7987	0.7300	0.6672	7.0903
折现额	300.09	292.37	353.23	354.26	269.25	3,267.33
可回收金额	4,840.00					

评估相关的主要参数分析如下：

1) 收益期

由于相关资产组组合所在的公司、绵阳科技持续经营，存续期间为永续期，资产组组合中的设备等主要资产可通过资本性支出更新以保证经营业务的持续，故评估收益期为无限期，具体采用分段法对资产组组合的收益进行预测。

综合考虑行业产品周期性、公司与绵阳科技发展情况及坤元评估的市场调查和预测，以 5 年（即 2027 年末）为分割点。即基准日后 5 年（2023 年至 2027 年）根据实际情况和政策、市场等因素对收入、成本费用、利润等进行合理预测，假设第 6 年以后各年与第 5 年持平，即预测期截止 2027 年底，预计资产组组合于 2028 年达到稳定经营状态。

2) 营业收入

资产组组合的主要业务包括新丝绸业务与一体机相关业务两类。其中新丝绸业务主要包括丝绸面料销售、数码印花加工服务等，业务模式相对成熟，随着宏观经济的稳定、消费需求的复苏而增长较快。一体机相关业务包括依托自有印染一体机的印染加工业务、印染一体机对外销售和服务，以及配套助剂、墨水等耗材的对外销售业务等。印染一体机技术已基本定型，预计将于 2023 年起逐步对外推广。

本次预测为坤元评估依据宏观经济环境、行业增长趋势及公司发展规划，以历史数据为基础，结合当前经营情况及项目洽谈情况进行估计，预计 2023-2027 年营业收入复合增长率 16.79%。在预测期中，各细分业务的销售价格将随着市

场开拓、业务成熟呈稳定或下降趋势，前期营业收入增长率较高主要是由于新业务开拓、基数较小，消费环境好转，市场需求较为旺盛等因素。基于谨慎性考虑，永续年增长率为 0。

3) 营业成本

营业成本以预计单位成本与预计产品数量进行计算，主要基于历史单位成本变动情况及未来业务拓展情况进行估测。

新丝绸业务的业务模式已基本稳定，其预计数量依据丝绸面料销售、数码印花加工服务等分类预测，单位成本基于市场竞争与新产品更新预计将保持稳定。一体机相关业务中，印染一体机加工业务随着技术完善与市场开拓，预计加工成本与产品售价保持同步下降；印染一体机销售业务预计单台设备成本稳定，相关耗材成本预计随着市场开拓、批量扩大而呈下降趋势。在预测期中，随着业务的增长与逐渐成熟，营业成本增长率变动趋势与营业收入增长率基本一致。基于谨慎性考虑，永续年增长率为 0。

4) 毛利率

以所预测的营业收入与营业成本计算，2023-2027 年预测期内各年毛利率在 25.79%-26.91%之间，2028 年及以后毛利率为 26.35%，整体毛利率水平较为稳定，不存在较大波动。

对于当前已开展的新丝绸业务，公司已开发出应用新丝绸技术的自有品牌产品，销售情况获得市场认可，2023 年 1-9 月，新丝绸业务整体毛利率为 38.60%，已高于预期毛利率。

5) 税金及附加、期间费用、资产/信用减值损失

税金及附加、除财务费用、人工薪酬外的期间费用、资产/信用减值损失均参考历史数据按照营业收入的一定比例进行估算，销售、管理、研发人员人均薪酬在 2022 年职工薪酬基础上考虑一定增长，研发人员人数预期稳定，销售、管理人员人数根据销售需求估计。财务费用主要为利息收入，以预计各期最低现金保有量与基准日活期存款利率估计。

上述各项占营业收入的比例均较为稳定，不存在较大幅度的波动。

6) 折现率

由于资产组组合与绵阳科技营运资产组组合重合度较高，未来现金流风险程度与绵阳科技经营风险基本相当，故折现率以绵阳科技加权平均资本成本(WACC)

为基础经调整后确定。其中权益资本成本按照资本资产定价模型（CAPM）估计，债务资本成本采用基准日适用 LPR 利率估计，计算得加权平均资本成本为 9.41%。

综上所述，相关资产组组合以 2022 年 12 月 31 日为评估基准日，根据评估基准日可获取的信息，结合相关业务历史数据、行业发展趋势和未来市场拓展情况下，对相关资产组组合进行评估，已考虑评估时点的经营及风险情况，依据较为充分，参数设置较为合理。

2023 年 4 月 24 日，坤元评估出具《杭州万事利丝绸文化股份有限公司拟对收购杭州帛阳新材料科技有限公司股权形成的商誉进行减值测试涉及的相关资产组组合价值评估项目资产评估说明》（坤元评报〔2023〕370 号）。经评估，相关资产组组合可回收价值为 4,840.00 万元。

(6) 商誉减值的具体计算过程

项目名称	金额
资产组组合的账面价值（含商誉）①	4,450.55
资产组组合公允价值减去处置费用后的净额②	/
资产组组合预计未来现金流现值③	4,840.00
资产组组合可回收价值④=max（②，③）	4,840.00
商誉减值金额⑤=max（①-④，0）	-

经评估，相关资产组组合可回收现金流现值大于账面价值，不存在减值迹象。2022 年度商誉减值测试均符合《企业会计准则第 8 号——资产减值》以及《会计监管风险提示第 8 号——商誉减值》的相关规定。公司会持续关注相关资产组组合的业绩实现情况，按企业会计准则要求定期对相关商誉进行减值测试。

综上所述，因收购帛阳科技而形成的相关商誉在 2022 年度不存在减值迹象。

（七）最近一期末是否持有金额较大的财务性投资（包括类金融业务），自本次发行董事会决议日前六个月至今，发行人新投入或拟投入的财务性投资及类金融业务的具体情况，是否符合《证券期货法律适用意见第 18 号》的相关要求，是否涉及调减情形

1. 公司最近一期末不存在持有金额较大的财务性投资（包括类金融业务）

截至 2023 年 9 月 30 日，公司可能涉及财务性投资的相关科目情况具体如下：

序号	项 目	账面价值（万元）	是否属于财务性投资
1	交易性金融资产	102.15	否
2	应收款项融资	50.53	否

序号	项 目	账面价值（万元）	是否属于财务性投资
3	其他应收款	409.13	否
4	其他流动资产	962.01	否
5	长期股权投资	99.11	否
6	其他非流动金融资产	200.00	是
7	投资性房地产	1,830.74	否
8	其他非流动资产	312.58	否

（1）交易性金融资产

截至 2023 年 9 月 30 日，公司交易性金融资产的账面价值为 102.15 万元，具体情况如下：

单位：万元

项 目	金 额
权益工具投资	
衍生金融资产	102.15
合 计	102.15

截至 2023 年 9 月 30 日，公司交易性金融资产中权益工具投资系公司持有的丰万投资 16.67% 的出资份额，账面价值为 0。2016 年 10 月，公司向丰万投资增资 200.00 万元。丰万投资对外投资梁祝婚庆集团有限公司，2020 年丰万投资持有的底层资产梁祝婚庆集团有限公司经营不善，拟进行清算，故上述投资公允价值期末减计为 0。2021 年 11 月，丰万投资将所持有的梁祝婚庆集团有限公司股权转让给宁波红线宴会管理服务有限公司。丰万投资目前已无实际经营，且已完成清算审计，公允价值于 2020 年末已减计为 0，该事项不涉及募集资金调减情形。

截至 2023 年 9 月 30 日，公司交易性金融资产中的衍生金融资产由生丝大宗交易形成的交易保证金构成，账面价值为 102.15 万元。公司主要从事丝绸相关产品的研发设计、生产与销售，生丝作为丝绸面料的重要成分，当丝价出现较大波动时，会带动公司主要原材料成本的波动，而公司销售定价往往不能柔性变动，这将对公司的经营业绩造成一定的影响。公司从 2020 年开始从事生丝大宗交易，主要是为了应对当时丝价大幅上涨的风险，减少丝价大幅变动对公司经营业绩造成的不利影响，因此，不属于为获取收益而进行的财务性投资。

（2）应收款项融资

截至 2023 年 9 月 30 日，公司应收款项融资的账面价值为 50.53 万元，系银行承兑汇票，不属于财务性投资。

(3) 其他应收款

截至 2023 年 9 月 30 日，公司其他应收款的账面价值为 409.13 万元，主要系与日常生产经营活动相关的押金保证金、出口退税款和应收暂付款，不属于财务性投资。

(4) 其他流动资产

截至 2023 年 9 月 30 日，公司其他流动资产的账面价值为 962.01 万元，主要系预缴企业所得税、待抵扣增值税进项税和其他待摊费用，不属于财务性投资。

(5) 长期股权投资

截至 2023 年 9 月 30 日，公司长期股权投资的账面价值为 99.11 万元，具体情况如下：

单位：万元

被投资单位名称	认缴金额	实缴金额	投资时点	持股比例	期末账面价值	占最近一期末归母净资产比例	是否属于财务性投资
布调科技	120.00	120.00	2018 年 4 月投资 60 万元 2018 年 7 月投资 60 万元	8.00%	99.11	0.15%	否
万事新兰	70.00	70.00	2022 年 3 月 8 日投资 70 万元				否
合 计	190.00	190.00	/	/	99.11	0.15%	/

注：根据《杭州布调科技有限公司之增资协议》第 4 条之约定，截至本回复报告出具日，杭州双印文化传播有限公司和杭州布调投资管理合伙企业（有限合伙）尚未完成对布调科技的实缴出资，万事利数码印花按照 15%的比例享有利润分配权

布调科技设立于 2017 年 6 月，注册资本为 1,500 万元，2018 年，子公司杭州万事利丝绸数码有限公司（以下简称万事利数码）认缴、实缴注册资本 120.00 万元，占比 8%。万事利数码入股布调科技后，以“零对价”获得“一种同步双面纺织物数码喷绘机及其展布方法”及“一种同步双面纺织物数码喷绘机”两项专利实施许可，上述两项专利与公司现有的核心技术实现双面数码印花的技术路径不同，系公司早期数码双面印花技术研发过程中的相应技术储备，与上述两项许可专利相关的技术研发暂未实现产业化。2022 年度和 2023 年 1-9 月，布调科

技营业收入分别为 141.22 万元和 208.42 万元，主要系印花加工交易撮合服务收入。公司通过投资布调科技，旨在加强双面数码印花技术领域的研发、生产能力，进行技术储备，符合公司主营业务发展方向，且该项投资不以获取投资收益为目的，未来亦无通过出售该公司获得投资收益的计划，不属于财务性投资。

万事新兰设立于 2022 年 1 月，注册资本为 200 万元，子公司杭州万事利文化创意发展有限公司（以下简称万事利文创）认缴、实缴注册资本 70.00 万元，占比 35%。其他合作方从事电商销售多年，曾有运营同类型产品位列多个平台同品类销售额排名第一的成功案例。此次合作旨在以抖音、微信视频号等平台为基础，借助合作方多年在兴趣电商、私域运营领域的成功经验，将万事利旗下子品牌“忻兰系列”产品在抖音、微信视频号等渠道推广销售，2022 年度公司通过万事新兰实现销售收入 1,078.75 万元，2023 年以来，公司产品的线上销售策略优化，重点发力主流电商平台，通过万事新兰实现的销售收入锐减，故于本年 8 月经友好协商签署股权转让协议，约定万事利文创将持有的万事新兰股权以 70.00 万元的价格转让给原合作方梁冰。公司原设立参股万事新兰是为了进一步拓展线上渠道，通过与外部具有丰富经验电商营销团队合资的模式，更有效地推动公司产品在新渠道快速发展，符合公司主营业务发展方向，且本次股权转让以实缴金额平价转让，不以获取投资收益为目的，不属于财务性投资。

（6）其他非流动金融资产

截至 2023 年 9 月 30 日，公司其他非流动金融资产的账面价值为 200.00 万元，主要系子公司万事利文创对外投资叮叮当当产生。2022 年 5 月，万事利文创签署《关于杭州叮叮当当科技有限公司之增资协议》，认缴 200.00 万元，持有叮叮当当 4%的股权，并于同年 6 月缴纳了 200.00 万元出资额。叮叮当当名下的叮当智采平台主要系面向大型企业客户提供一站式跨品类弹性福利的采购平台。叮叮当当的核心团队来自于知名企业，拥有丰富的企业级应用开发经验，且已成功服务于国内众多大型央企、银行等知名企业，积累了较多优质客户资源。公司一方面看好企业数字化采购市场的发展前景，另一方面希望开拓万事利产品在企业采购平台的销售渠道。目前，叮叮当当已初步完成叮当智采平台构建，并实现在微信端的生态服务能力，进入市场化拓展阶段。2022 年度和 2023 年 1-9 月叮叮当当实现营业收入 4,151.11 万元和 9,308.69 万元，预计在技术完善和领域拓展稳定后经营业绩能实现持续快速增长。叮当智采平台尚在初步发展期，公

司通过该平台实现万事利产品的销售收入较小，综合考虑公司的投资背景、对主营业务效益的影响较小等情况，将其认定为财务性投资。

万事利文创支付叮叮当当投资款的时间为 2022 年 6 月，公司审议本次发行事项的董事会召开时间为 2023 年 4 月 4 日，距离前述投资时间间隔已超过 6 个月。因此，万事利文创对叮叮当当的投资不需要从本次募集资金总额中扣除。

（7）投资性房地产

截至 2023 年 9 月 30 日，公司投资性房地产的账面价值为 1,830.74 万元，主要系子公司万事利数码对外出租闲置房产所致，不属于财务性投资。

（8）其他非流动资产

截至 2023 年 9 月 30 日，公司其他非流动资产的账面价值为 312.58 万元，主要是预付工程设备款，不属于财务性投资。

综上所述，截至 2023 年 9 月 30 日，公司持有的财务性投资余额为 200.00 万元，占 2023 年 9 月末归母净资产的比例为 0.31%，占比较小。因此，公司最近一期末不存在持有金额较大的财务性投资（包括类金融业务）的情况。

2. 自本次发行董事会决议日前六个月至今，公司不存在新投入或拟投入的财务性投资及类金融业务的情况，符合《证券期货法律适用意见第 18 号》的相关要求，不涉及募集资金调减情形

（1）关于财务性投资及类金融业务的认定标准

根据《证券期货法律适用意见第 18 号》之“一、关于第九条‘最近一期末不存在金额较大的财务性投资’的理解与适用”：

“（一）财务性投资的类型包括但不限于：投资类金融业务；非金融企业投资金融业务（不包括投资前后持股比例未增加的对集团财务公司的投资）；与公司主营业务无关的股权投资；投资产业基金、并购基金；拆借资金；委托贷款；购买收益波动大且风险较高的金融产品等。

（二）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、渠道为目的的拆借资金、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。”

根据《监管规则适用指引——发行类第 7 号》：“除人民银行、银保监会、证监会批准从事金融业务的持牌机构为金融机构外，其他从事金融活动的机构均为类金融机构。类金融业务包括但不限于：融资租赁、融资担保、商业保理、典

当及小额贷款等业务。”

(2) 自本次发行董事会决议日前六个月至今，公司新投入或拟投入的财务性投资及类金融业务的具体情况，是否符合《证券期货法律适用意见第 18 号》的相关要求，是否涉及调减情形

公司于 2023 年 4 月 4 日召开第二届董事会第二十一次会议，审议通过本次向特定对象发行股票的相关议案，自本次发行相关董事会决议日前六个月起至回复报告出具日，公司不存在实施或拟实施的财务性投资及类金融业务，具体情况分析如下：

1) 类金融业务

自本次发行相关董事会决议日前六个月起至本回复报告出具日，公司不存在对融资租赁、商业保理和小贷业务等类金融业务投资的情况。

2) 投资产业基金、并购基金

自本次发行相关董事会决议日前六个月起至本回复报告出具日，公司不存在实际设立或投资产业基金、并购基金的情况。

3) 拆借资金

自本次发行相关董事会决议日前六个月起至本回复报告出具日，公司不存在对外资金拆借、借予他人的情况。

4) 委托贷款

自本次发行相关董事会决议日前六个月起至本回复报告出具日，公司不存在将资金以委托贷款的形式借予他人的情况。

5) 以超过集团持股比例向集团财务公司出资或增资

自本次发行相关董事会决议日前六个月起至本回复报告出具日，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况。

6) 购买收益波动大且风险较高的金融产品

自本次发行相关董事会决议日前六个月起至本回复报告出具日，公司不存在购买收益波动大且风险较高的金融产品的情况。

7) 非金融企业投资金融业务

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

8) 拟实施的财务性投资的具体情况

自本次发行相关董事会决议日前六个月起至本回复报告出具日，公司不存在拟实施财务性投资的相关安排。

综上所述，自本次发行相关董事会决议日前六个月起至本回复报告出具日，公司不存在新投入或拟投入的财务性投资及类金融业务的情况。公司符合《证券期货法律适用意见第 18 号》的相关要求，不涉及募集资金调减情形。

（八）请结合相关未决诉讼或仲裁的最新进展情况，说明发行人预计负债等计提是否充分谨慎

1. 公司未决诉讼或仲裁的最新进展情况

截至本回复报告出具日，公司及子公司尚存未决诉讼 2 起，其中一审已判决正在上诉中 1 起，已立案未判决 1 起；另有已判决诉讼 1 起，已和解的诉讼 1 起，公司及子公司不存在仲裁事项。公司相关诉讼情况如下：

原告	被告	诉讼事项	诉讼状态	诉讼金额	预计负债计提情况
深圳市盈和皮具有限公司	公司	实用新型专利纠纷	一审已判决，二审正在审理中，未判决	要求赔偿 190.35 万元	确认预计负债 190.35 万元
LVMH 工艺公司及关联方	公司及子公司	合作协议纠纷	已判决	判决净支付 526.15 万元，扣除预收款项后确认诉讼损失 119.71 万元	确认预计负债 119.71 万元
万事利数码	广州亿尚品服饰有限公司	拖欠货款	已立案，未判决	要求赔偿 2.56 万元	不涉及预计负债
公司	南通经济技术开发区素里家纺经营部、南通魅堡文化创意有限公司、上海格物致品网络科技有限公司	涉嫌侵权使用公司名称、注册商标等	已完成和解[注]	要求赔偿 50.00 万元	不涉及预计负债

[注]截至本回复报告出具日，公司与南通经济技术开发区素里家纺经营部、南通魅堡文化创意有限公司已签署《和解协议书》，该诉讼已终结

上述 4 起诉讼中，公司作为原告的诉讼有 2 起，不涉及预计负债的计提，针对作为被告的 2 起诉讼，公司已根据诉讼金额或判决金额全额计提预计负债。

（1）公司与深圳市盈和皮具有限公司的未决诉讼

2022 年 2 月 18 日，深圳市盈和皮具有限公司（以下简称盈和皮具）向深圳

市中级人民法院提起诉讼，认为公司以生产经营为目的制造、许诺销售、销售其专利产品“带优盘记事本”，侵犯其实用新型专利，请求公司立即停止制造、许诺销售、销售相关侵权产品，销毁库存侵权产品，赔偿其人民币 187.00 万元并承担诉讼费等其他费用 3.35 万元。截至 2022 年财务报告出具日，该诉讼未判决。

2023 年 5 月 8 日，深圳市中级人民法院就公司与盈和皮具的诉讼案件作出判决。根据民事判决书，公司应立即停止制造、许诺销售、销售侵权产品，销毁相关库存，并向盈和皮具赔偿经济损失人民币 30.00 万元，维权费用 3.30 万元，并承担案件受理费 0.80 万元。该判决为一审判决。2023 年 5 月 30 日，公司已向中华人民共和国最高人民法院（以下简称最高法）提起上诉，认为上述诉讼所涉专利权不满足专利权授权标准，请求最高法撤销一审判决，驳回盈和皮具一审诉请；盈和皮具亦已向最高法提起上诉，其赔偿诉求未发生变化。

根据《中华人民共和国民事诉讼法》的相关规定，人民法院不得超出诉讼请求进行裁判。即使公司最终未能胜诉，需赔偿金额亦不会超过盈和皮具的诉讼请求。公司基于谨慎原则已在 2022 年度财务报告中按照盈和皮具截至 2022 年度财务报告出具日的诉讼请求最高额确认预计负债 190.35 万元。

（2）公司及子公司与 LVMH 工艺公司及相关方已决诉讼

公司与 LVMH 工艺公司及相关方于 2018 年 8 月签订合作协议，双方约定由公司向 LVMH 工艺公司下属企业排他地（即未经 LVMH 工艺公司同意，不得与其直接竞争对手签订与双面印花工艺相关的协议）提供公司拥有的双面印花工艺相关的设备、技术、培训等服务，以协助 LVMH 集团旗下奢侈品公司推出带有“万事利”相关标识的产品。公司已按合同履行义务，并交付设备和技术，对人员进行了培训，相关产品已在 LVMH 集团旗下 Dior（迪奥）品牌产品上运用，按约定带有“万事利”标识的产品已在全球市场进行销售。

2019 年 5 月 24 日，LVMH 工艺公司向巴黎商事法院提起诉讼，根据相关诉讼文件，涉及金额总计约 177.74 万欧元，其中请求返还金额 75.58 万欧元（20.00 万欧元技术服务费已记为收入，50.02 万欧元设备转让款及 5.56 万欧元人员培训差旅费已记为预收账款），请求赔偿金额 102.16 万欧元（后 LVMH 工艺公司将该金额调整为 102.04 万欧元）。公司 2020 年 3 月已进行反诉，要求 LVMH 工艺公司及相关方继续按合同约定支付设备转让和技术服务费余款，并赔偿相应的损失。

法国当地时间 2021 年 12 月 9 日，法国巴黎商事法院就公司与 LVMH 工艺公司及其子公司的诉讼案件作出判决，驳回 LVMH 工艺公司及其子公司总计约 177.62 万欧元诉求中的部分诉求并支持了公司的部分反诉诉求。根据法庭判决，应付款相抵后，公司需要向 LVMH 工艺公司及其子公司净支付的金额共计 72.88 万欧元及利息，扣除万事利科技以前年度预收设备款项后，根据当年末汇率换算，公司需确认诉讼损失 119.71 万元。2022 年 10 月 24 日及 2022 年 11 月 4 日，相关判决已送达公司及有关子公司。截至本回复报告出具日，公司及子公司、LVMH 工艺公司及其相关方均未就上述判决提起上诉，亦尚未执行完毕，公司已在法院判决当年度确认预计负债 119.71 万元。

(3) 万事利数码与广州亿尚品服饰有限公司的未决诉讼

2022 年 3 月 22 日，万事利数码与广州亿尚品服饰有限公司（以下简称亿尚品服饰）签订《广州亿尚品服饰有限公司订购合同》，约定亿尚品服饰向万事利数码订购生丝纺等产品共计 7.37 万元，后经协商后合同总价增至 7.63 万元。万事利数码已按合同要求提供相应产品并于 2022 年 5 月 17 日开具发票，但亿尚品服饰仅分两次支付货款共计 5.21 万元，尚欠货款 2.52 万元。

2023 年 2 月 15 日，万事利数码向广州市白云区人民法院提起诉讼，要求亿尚品服饰支付剩余货款及逾期利息共计人民币 2.56 万元。2023 年 10 月 12 日，广州市白云区人民法院下发《受理案件通知书》（（2023）粤 0111 民初 25480 号），予以立案，尚未进行判决。该未决诉讼不会造成公司经济利益的流出，无需确认预计负债。

(4) 公司与南通经济技术开发区素里家纺经营部、南通魅堡文化创意有限公司、上海格物致品网络科技有限公司的未决诉讼

公司发现南通经济技术开发区素里家纺经营部（以下简称“素里家纺”）在上海格物致品网络科技有限公司（以下简称“格物致品”）经营的“抖音商城”中开设店铺，使用公司企业名称、注册商标等宣传公司从未生产、销售过的产品，并由南通魅堡文化创意有限公司（以下简称“魅堡文化”）开具发票。截至公证证据保全时，销售额为 27.09 万元。

2023 年 2 月 13 日，公司向南通通州湾江海联动开发示范区人民法院提起诉讼，要求素里家纺、魅堡文化停止生产、销售侵权产品，销毁相关库存，并赔偿公司经济损失共计人民币 50.00 万元；格物致品删除侵权产品的售卖链接，并由

素里家纺、魅堡文化、格物致品共同承担诉讼费用。

截至本回复报告出具日，公司已与素里家纺、魅堡文化签署《和解协议书》，约定由素里家纺、魅堡文化向公司赔偿人民币 15.50 万元，并不再侵犯公司的注册商标使用权等相关合法权益；公司在收到赔偿款后撤回诉讼、不再重新起诉，且不再追究素里家纺、魅堡文化因侵犯公司合法权益涉及的其他法律责任。公司已收到相关赔偿款并撤回诉讼，该诉讼已终结，不会造成公司经济利益的流出，无需确认预计负债。

2. 预计负债计提充分、谨慎

公司已在 2022 年年度报告中确认预计负债 310.06 万元。其中公司与盈和皮具之未决诉讼仍在上诉过程中，公司按照盈和皮具之诉讼请求全额计提预计负债 190.35 万元；公司及子公司与 LVMH 工艺公司及相关方的诉讼已完成一审判决，截至本回复报告出具日，双方均未提起上诉，公司按照一审判决结果确认预计负债 119.71 万元。

综上，公司预计负债计提充分、谨慎。

（九）核查程序及结论

1. 核查程序

（1）针对问题（1），我们主要实施了以下核查程序：

1) 访谈公司管理层，了解公司经营策略调整情况、营业收入持续下降的原因以及相关应对措施；

2) 取得公司报告期内收入成本明细表，按照分产品、分渠道和分季度分析主营业务收入变动情况；

3) 查阅行业报告以及国家统计局、中国纺织工业联合会等相关数据，了解公司所属行业及下游行业相关政策、现状及发展趋势；

4) 查阅同行业可比公司定期报告，对比其营业收入变动情况，分析公司主营业务收入变动的合理性及相关不利影响持续性。

（2）针对问题（2），我们主要实施了以下核查程序：

1) 访谈公司财务总监，了解公司 2022 年度净利润亏损的具体原因；

2) 取得公司 2022 年度利润表、生产成本结构表、期间费用明细表等相关科目明细表，分析公司损益类各科目变动情况；

3) 查阅同行业可比公司 2022 年年度报告，对比分析公司 2022 年度净利润

亏损是否与同行业可比公司水平一致。

(3) 针对问题(3)，我们主要实施了以下核查程序：

1) 取得公司报告期各期末的存货明细表、在手订单情况，查阅报告期内同行业可比公司定期报告，对比公司与同行业可比公司平均存货周转率，分析公司最近一年一期存货周转率较低的原因及合理性；

2) 查阅公司的会计政策，了解并判断公司存货跌价准备计提方法的合理性；

3) 取得公司报告期各期存货跌价准备测算明细表，复核管理层对可变现净值的估计以及期末存货跌价准备的计算过程；

4) 查阅同行业可比公司存货跌价准备计提政策和计提比例，复核分析公司存货跌价准备计提的充分性。

(4) 针对问题(4)，我们主要实施了以下核查程序：

1) 查阅中国茧丝绸交易市场工商资料、其在嘉兴市事业单位登记管理局的登记信息；获取了中国茧丝绸交易市场交易、结算、交割制度；查询了中国茧丝绸交易市场的公开新闻信息；实地走访了中国茧丝绸交易市场；

2) 查阅报告期内生丝价格公开市场信息；

3) 查阅报告期内公司生丝远期合约买卖明细、交易流水、结算单据及实物交割凭证、银行回单、提货单、大宗交易单据等；

4) 访谈公司生丝大宗交易相关负责人员；

5) 查阅报告期内前五大客户、供应商的企查查企业信用报告；对新增前五大客户、供应商履行了访谈程序；查阅了公司与主要客户、供应商的合同，抽取部分交易进行穿行测试。

(5) 针对问题(5)，我们主要实施了以下核查程序：

1) 查阅公司在茧丝绸市场的交易明细、资金流水、结算单据、实物交割凭证、银行回单、提货单等；获取了茧丝绸市场交易、结算、交割制度；查询中国茧丝绸交易市场的公开新闻信息；实地走访中国茧丝绸交易市场；

2) 获取了报告期内生丝价格公开市场信息；

3) 获取了公司生丝大宗贸易所涉及对手方及交易明细，对主要客户、供应商进行了现场走访；

4) 访谈公司生丝大宗交易相关负责人员，获取《期货交易管理制度》《总经理办公会议事规则》等，了解制度建设情况及内部控制建立及执行情况；查阅

公司在茧丝绸市场的保证金划转记账凭证、审批单据、银行回单；抽取部分交易进行穿行测试，获取了交易审批单据、合同、发票、出库/入库单据、银行回单等；获取了公司财务部定期汇总审查的远期合约交易明细；

5) 查阅总经理办公会议记录；

6) 查阅公司报告期内的年度报告及其他公开披露信息。

(6) 针对问题（6），我们主要实施了以下核查程序：

1) 通过企查查等渠道查询绵阳科技的基本信息、专利技术等情况，访谈其原股东，走访经营场地，了解增资、收购的背景；

2) 取得公司收购绵阳科技时的评估报告，了解其定价公允性；

3) 取得公司增资、收购绵阳科技股权的相关合同，查阅并向双方确认是否存在业绩承诺相关条款；

4) 取得绵阳科技 2023 年 1-9 月经营业绩，相关资产组组合 2021 年度、2022 年度及 2023 年 1-9 月经营情况，分析其变动趋势并与收购时预期进行比对；

5) 取得并复核坤元评估对资产组组合可回收价值出具的评估报告，判断是否存在商誉减值迹象；

6) 取得公司出具的关于公司对绵阳科技增资、收购股权的相关说明。

(7) 针对问题（7），我们主要实施了以下核查程序：

1) 查阅《证券期货法律适用意见第 18 号》《监管规则适用指引——发行类第 7 号》关于财务性投资及类金融业务的相关规定；

2) 取得公司最近一期末财务报表及相关会计科目明细账，逐项核查是否存在财务性投资（包括类金融业务）；

3) 查阅公司股东大会、董事会、监事会会议资料、总经理办公会会议资料，核查公司是否存在财务性投资（包括类金融业务）；

4) 取得投资协议、清算专项审计报告等，通过国家企业信用信息公示系统查询被投资单位工商经营范围，分析被投资单位主营业务与公司主营业务是否具备协同效应；

5) 访谈公司财务总监，了解公司是否存在对外投资产业基金或并购基金、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高的金融产品、非金融企业投资金融业务等情形，并取得公司对该事项的说明。

(8) 针对问题（14），我们主要实施了以下核查程序：

1) 取得公司与盈和皮具诉讼一审判判决书、公司向最高法起诉书、盈和皮具向最高法起诉书、最高法发出的传票，公司起诉亿尚品服饰起诉书，公司起诉素里家纺、魅堡文化、格物致品起诉书、和解协议书及收款凭证，了解诉讼进展情况；

2) 取得巴黎商事法院判决书原文、译文及送达资料，了解诉讼进展情况；

3) 取得公司出具的关于诉讼、仲裁情况的说明；

4) 访谈财务总监并复核公司财务报告中预计负债的计提明细。

2. 核查结论

(1) 针对问题（1），经核查，我们认为：

2020 年-2022 年，公司营业收入持续下降主要受经营策略调整、宏观经济形势波动、终端消费市场需求不振等因素影响，具有合理性。报告期内，公司主营业务收入的波动趋势与同行业可比公司平均水平基本一致。2023 年以来，随着社会运行渐趋平稳，公司积极响应国家提出的关于恢复和扩大消费的战略规划，线上线下共同发力完善营销渠道布局，大力开拓深受市场认可的新丝绸防皱面料等优质业务，推进募投项目建设，2023 年 1-9 月公司主营业务收入及经营利润较上年同期已呈现明显好转态势，若后续宏观经济形势和终端市场消费需求未出现突发性变化，相关不利影响预计不会持续。

(2) 针对问题（2），经核查，我们认为：

2022 年度，受宏观经济形势波动、终端消费市场不振和下游客户销售业绩下滑的影响，公司销售收入不及预期，且固定成本不随收入下降而同比例减少，因此公司毛利率下降。公司积极应对销售收入下滑对经营业绩的不利影响，一方面加强费用管理，减少非必要费用支出，另一方面大力开拓线上渠道，增加广告宣传和线上平台建设投入，因此公司期间费用未能实现下降。综合上述原因，2022 年度公司净利润亏损；2022 年度，公司经营业绩波动趋势与同行业可比公司的平均水平基本一致。

(3) 针对问题（3），经核查，我们认为：

1) 受销售业绩不及预期、应对原材料价格上涨提前备货、主营业务具有季节性特征等因素影响，公司最近一年一期存货周转率较低，2023 年 1-9 月，随着销售业绩的回升，公司存货周转率较 2022 年度略有提升，上述情形具备合理

性；

2) 公司存货跌价准备计提与存货结构、库龄情况相匹配；公司丝绸文化创意品存货跌价准备计提政策与同行业可比公司安正时尚相似，与其他可比公司存在一定差异，但上述差异具备合理性，若按照分库龄的固定计提比例计提存货跌价准备，对公司各期经营业绩影响程度较小；公司丝绸纺织制品存货跌价准备计提政策与同行业可比公司相似；公司整体存货跌价计提比例与同行业可比公司不存在明显差异，公司存货跌价准备计提充分。

(4) 针对问题（4），经核查，我们认为：

1) 出于摊薄在生丝价格上行时期原材料成本的目的，公司在报告期内开始储备生丝部分自用、部分出售，因茧丝绸市场是公司生丝实物交易的主要对手方之一，单笔及累计交易金额较大，故报告期内茧丝绸市场同时位列前五大客户及供应商；

2) 中国茧丝绸交易市场为经嘉兴市事业单位登记管理局登记的事业单位，公司与其不存在关联关系或其他密切关系；

3) 公司与茧丝绸市场主要交易品种为 3A、4A 级生丝，成交价格为远期合约开单时点所锁定的市场实时价格，价格公允，款项结算及时；

4) 公司与主要客户、供应商已建立多年的合作关系，总体合作稳定。公司产品线众多且客户相对较为分散，向主要客户的销售金额会因客户需求变化有所波动；公司向主要供应商的采购因公司每年的销售产品需求产生波动。报告期内公司前五大客户、供应商变动具备合理性。

(5) 针对问题（5），经核查，我们认为：

1) 公司生丝大宗交易可分为远期合约交易及实物交易，公司生丝远期合约交易以茧丝绸市场作为直接对手方，生丝实物交易主要通过茧丝绸市场进行远期合约到期的实物交割，存在与其他供应商、客户的现货交易。公司年度累计保证金发生额为 323.40 万元、1,121.71 万元、989.31 万元、397.78 万元，其中每手交易的保证金占每手远期合约金额比例约 8%。公司生丝实物交易收入分别为 0 万元、700.43 万元、2,356.05 万元、1,057.81 万元；公司生丝大宗交易损益分别为 29.15 万元、-25.34 万元、339.14 万元、71.13 万元。报告期末公司在手合约共计 32 手，实际占用保证金 70.40 万元，风险敞口较小；

2) 公司生丝实物交易业务实行按采购、销售管理等相关制度授予的权限逐级审批制度,且年度采购、销售策略由总经理办公会集体讨论决定;公司远期合约交易实行保证金额度控制制度及交易行为定期复核、审查制度从而控制交易规模和整体风险。报告期内公司风险控制有效,不存在超过授权限额进行高风险投资的情形。

(6) 针对问题(6),经核查,我们认为:

公司收购帛阳科技主要原因系看好丝绸面料绿色环保印染关键技术的未来应用与发展前景,希望通过收购行为保证相关发明专利和技术团队的安全及稳定性。公司收购帛阳科技股权价格主要参照未来现金流现值确定,定价公允,公司与帛阳科技及其股东签署的协议中不存在业绩承诺。

经资产减值测试,2022年12月31日,因增资及收购帛阳科技股权所产生的商誉1,458.32万元不存在减值迹象。

(7) 针对问题(7),经核查,我们认为:

1) 截至2023年9月30日,公司持有的财务性投资余额为200.00万元,占2023年9月末归母净资产的比例为0.31%,占比较小。公司不存在持有金额较大的财务性投资(包括类金融业务)的情况;

2) 自本次发行相关董事会决议日前六个月起至本回复报告出具日,公司不存在新投入或拟投入的财务性投资及类金融业务的情况;

3) 公司符合《证券期货法律适用意见第18号》的相关要求,不涉及募集资金调减情形。

(8) 针对问题(14),经核查,我们认为:

经核查,截至本回复报告出具日,公司及子公司尚存未决诉讼2起,其中一审已判决、二审尚未作出判决1起,已立案未判决1起;另有已判决诉讼1起,已和解的诉讼1起,不存在仲裁事项,针对作为被告的诉讼,公司已根据诉讼金额或判决金额在2022年度财务报告全额计提预计负债。公司预计负债计提充分、谨慎。

二、关于前次募投资金使用、本次募投各项投资支出的合理性、效益测算、前募和本次募投完工后对公司未来经营业绩的影响

本次向特定对象发行股票数量不超过 56,505,657 股(含本数),拟募集资

金总额不超过 60,000 万元（含本数），发行方式为竞价发行，已确定发行对象丝弦投资系公司实际控制人控制的企业、公司持股 5%以上股东，其承诺以不低于 500 万元、不超过 10,000 万元认购本次发行的股票。发行人按照本次发行股数上限、丝弦投资认购金额下限测算，预计本次发行完成后，万事利集团持有公司股份比例不低于 31.49%，实际控制人屠红燕、屠红霞、李建华、王云飞、沈柏军合计持有公司股份比例不低于 47.69%，不会导致公司实际控制权发生变化。

发行人前次募集资金到位时间为 2021 年 9 月，截至 2023 年 3 月 31 日，资金累计使用比例为 29.89%；其中，“年产 280 万米数码印花生产线技术改造项目”预期在 2023 年 9 月达到预定可使用状态。2022 年 4 月，发行人计划向不特定对象发行可转债募集资金不超过 32,000.00 万元，但于 2023 年 4 月终止该计划，改为向特定对象发行股票募集资金不超过 60,000.00 万元，投向项目不变。本次募集资金拟投向“万事利人工智能工厂项目”，新增 1,000 万米数码印花产能，用于生产丝巾、品牌服装、家纺、丝绸面料、数码印花加工等产品或服务。最近一年一期数码印花加工的产能利用率不足 70%，显著低于 2021 年度。本次募投项目的数码印花加工产品毛利率测算为 16.09%，显著高于报告期内 5.85%的平均水平。

请发行人补充说明：

（1）-（3）……。 （4）前次募集资金累计使用比例不足 30%，请结合项目建设最新进展，说明资金使用比例较低的原因，项目能否按期达到可使用状态；（5）……。 （6）本次募投项目仍投向与前次募投项目相似的数码印花产线，生产印花米数相差不到 4 倍，但投资金额相差 10 倍，请以列表等方式详细说明前募项目与本募项目的区别和联系，包括但不限于工艺技术、生产设备、智能化程度等方面，并结合可比公司 and 前募项目的单位投入产出情况等，说明本次募集资金项目规划是否具有经济性，在前次募集资金使用进度较低的情况下，本次募集资金的必要性和合理性，是否存在频繁、过度融资的情形；（7）……。 （8）2023 年 4 月发行人终止可转债发行计划，改为向特定对象发行股票并大幅提高拟募集资金，请说明终止可转债计划前，项目是否已经开始投资建设，并说明终止可转债变更为定向增发的具体原因及合理性，并列示本次募投项目的具体投资构成明细，结合本募各明细项目所需资金的测算假设及主要计算过程，说

明各项投资支出的必要性和合理性，是否包含董事会前投入的资金，非资本性支出和补流比例是否符合要求；（9）结合项目产品毛利率、单位价格、单位成本等关键参数情况，对效益预测中与现有业务以及同行业可比公司差异较大的关键参数进行对比分析，就相关参数变动的影响进行敏感性分析，说明效益测算是否合理谨慎；（10）结合新增固定资产和无形资产的金额、转固时点等，特别是 2022 年业绩亏损的情况下，说明前次和本次募投项目建成后新增折旧和摊销对发行人未来经营业绩的影响，包含产能爬坡期和达产期的影响；（11）……。

请发行人补充披露（1）（2）（5）（6）（7）（9）（10）相关风险。请保荐人核查并发表明确意见，

请发行人律师核查（1）（2）（3）（5）（11）并发表明确意见，请会计师核查（4）（6）（8）（9）（10）并发表明确意见。请保荐人和会计师对截至最新的前次募集资金使用进度情况出具专项报告。（问询函第 2 条（4）（6）（8）（9）（10））

（一）前次募集资金累计使用比例不足 30%，请结合项目建设最新进展，说明资金使用比例较低的原因，项目能否按期达到可使用状态

截至 2023 年 9 月 30 日，公司对募集资金实际使用情况详见以下募集资金使用情况对照表：

前次募集资金使用情况对照表

单位：万元

募集资金总额：11,763.81						已累计使用募集资金总额：4,495.76				
变更用途的募集资金总额：0.00 变更用途的募集资金总额比例：0.00						各年度使用募集资金总额： 2021 年度：2,122.46 2022 年度：1,250.19 2023 年 1-9 月：1,123.11				
投资项目			募集资金投资总额			截止日募集资金累计投资额				项目达到预定可使用状态日期（或截止日项目完工程度）
序号	承诺投资项目	实际投资项目	募集前承诺投资金额	募集后承诺投资金额	实际投资金额	募集前承诺投资金额	募集后承诺投资金额	实际投资金额	实际投资金额与募集后承诺投资金额的差额	
1	展示营销中心建设项目	展示营销中心建设项目	5,123.70	5,123.70	505.21	5,123.70	5,123.70	505.21	-4,618.49	2024 年 9 月
2	年产 280 万米数码印花生产线技术改造项目	年产 280 万米数码印花生产线技术改造项目	3,222.58	3,222.58	1,863.13	3,222.58	3,222.58	1,863.13	-1,359.45	2023 年 9 月
3	数字化智能运营体系建设项目	数字化智能运营体系建设项目	3,417.53	3,417.53	2,127.42	3,417.53	3,417.53	2,127.42	-1,290.11	2024 年 9 月
	合 计		11,763.81	11,763.81	4,495.76	11,763.81	11,763.81	4,495.76	-7,268.05	

截至 2023 年 9 月 30 日，公司前次募集资金合计使用 4,495.76 万元，占前次募集资金净额的 38.22%。

1. 展示营销中心建设项目

截至 2023 年 9 月 30 日,公司展示营销中心建设项目使用资金 505.21 万元,占承诺投资金额的 9.86%。

本项目计划在北京、上海、西安三地各购置商铺并建设一处展示营销中心,主要用于中国传统丝绸文化宣传、公司品牌建设、全品类产品销售、企业客户体验,搭建线上粉丝体验入口,为消费者提供一站式教育、体验、设计、选购及售后服务。

上述三地的商业经营、工程施工等活动自 2022 年以来受宏观经济波动的影响较为严重。而展示营销中心的宣传、销售作用较为依赖客流,考虑到经济环境对实体店客流量的影响、以及开展该项目的经济效益,公司暂未在上述三地购买商铺。截至本回复报告出具日,公司已在北京通过租赁商铺的形式建设展示营销中心,公司在上海的展示营销中心正在选址中,预计 2023 年将购置或租赁商铺并完成装修、设备采购、试运营等建设计划,公司在西安的展示营销中心建设正在规划中。该项目拟建成时间为 2024 年 9 月,预计能够按期达到可使用状态。

根据公司内部规划,本项目 2023 年 10-12 月预计将增加商铺购置、租赁、装修,以及设备采购、运营管理等支出 3,000.00-5,000.00 万元,前次募集资金不足的部分将使用自有资金投入。

2. 年产 280 万米数码印花生产线技术改造项目

截至 2023 年 9 月 30 日,公司年产 280 万米数码印花生产线技术改造项目使用资金 1,863.13 万元,占承诺投资金额的 57.81%。

本项目计划在杭州万事利丝绸工业园投建年产 280 万米数码印花生产线,以进一步扩大数码印花生产能力,提升产品竞争力。

截至本回复报告出具日,该项目已能达到预计产能。前次募集资金到位前公司已开始项目建设,由于部分月份已呈现产能严重不足的趋势,且上市前公司资金实力相对不足,故以满足产能为主旨,选择了价格相对便宜,稳定性、自动化相对较低的设备,以自身多年的生产经验来弥补设备的不足。前次募集资金到位后,因公司整体募集资金较少,且展示营销中心项目所需资金较多,为提高资金使用效率,公司拟将该项目节余募集资金全部用于展示营销中心项目。该项目拟建成时间为 2023 年 9 月,已进入达产期并于 2023 年 10 月经第三届董事会第四次会议和第三届监事会第四次会议审议结项。

3. 数字化智能运营体系建设项目

截至 2023 年 9 月 30 日，公司数字化智能运营体系建设项目使用资金 2,127.42 万元，占承诺投资金额的 62.25%。

本项目计划开发产品个性化定制平台，推进人工智能、大数据等信息化技术在设计、研发、销售、柔性化生产、供应链等业务环节的运用，促进企业技术创新、品类创造和智能生产，提高企业综合竞争力。

截至本回复报告出具日，公司已对信息化管理系统进行部分升级，优化了供应链管理系统，将工作流程、实物流程、资金流程和信息流程协同管控，同时对现有 ERP 信息系统进行扩容升级、开发应用模块，通过数字化、信息化方式管理企业日常运营工作。本项目相关硬件设备、软件系统正在按计划购置中，该项目拟建成时间为 2024 年 9 月，预计能够按期达到可使用状态。

根据公司内部规划，本项目 2023 年 10-12 月预计将增加软硬件、工程费用等支出 300.00 万元。

综上，前次募集资金使用比例相对较低，主要原因系“展示营销中心建设项目”受宏观经济波动的影响较为严重而适当放缓建设节奏，随着经济调控政策逐步落实，生产经营环境改善，公司已制定后续投资计划，并将加快投资进度，各前次募投项目预计能够按期达到可使用状态。

(二) 本次募投项目仍投向与前次募投项目相似的数码印花产线，生产印花米数相差不到 4 倍，但投资金额相差 10 倍，请以列表等方式详细说明前募项目与本募项目的区别和联系，包括但不限于工艺技术、生产设备、智能化程度等方面，并结合可比公司和前募项目的单位投入产出情况等，说明本次募集项目规划是否具有经济性，在前次募集资金使用进度较低的情况下，本次募集资金的必要性和合理性，是否存在频繁、过度融资的情形

1. 以列表等方式详细说明前募项目与本募项目的区别和联系，包括但不限于工艺技术、生产设备、智能化程度等方面

(1) 前次募投项目和本次募投项目的差别和联系

前次募投项目“年产 280 万米数码印花生产线技术改造项目”与本次募投项目“万事利人工智能工厂项目”均围绕公司主营业务展开、提升数码印花核心工艺产能，但两个项目之间仍存在一定区别，主要如下：

项 目	年产 280 万米数码印花生产线技术改造项目	万事利人工智能工厂项目
建设内容	技术改造项目，无需新建厂房	扩产项目，需要新建厂房，基础设施建设费用为 43,076.85 万元
工艺技术	(1) 核心技术：双面数码印花工艺、数码印花色彩管理技术； (2) 技术效果：主要旨在提升丝绸面料数码印花效果，即“所见即所得”	(1) 核心技术：在原有核心技术基础上，进一步应用了近年来研发的绿色环保印染技术、AIGC 图形创意生成技术； (2) 技术效果：进一步减少数码印花环节的污水排放，提升环保程度；产品类型可延伸至棉、麻、涤纶等非丝绸面料；通过人工智能设计与数码印花工艺的结合，提升个性化定制生产、小批量订单快反生产能力
生产设备	在原先环保设备尚有处理产能的情况下，购置了国产品牌的数码印花设备约 30 余台，且大部分设备选择了价格相对较低（喷头数量较少，运行效率相对较低）的型号不存在国外技术封锁等情况	购置数码印花设备以及前道、后道设备、环保设备等配套设备，数码印花设备约 50 台，包含 4 台进口品牌的美佳尼高速数码印花机。相较于国产设备，美佳尼高速数码印花机的运行效率和稳定性存在一定优势，公司已使用该品牌设备多年，合作情况良好；近年来国产设备不断迭代进步，能够对其实现替代，不存在国外技术封锁等情况
智能化程度	仅补充了数码印花设备，提升了生产环节的智能化水平	整体加强全工厂的智能化建设，对订单系统、生产管理系统、仓储物流系统、质量检测系统等进行智能化升级，使用相应软、硬件设备实现生产可视化、数据电子化，构建“柔性快反”产业链

建设内容方面，前次募投项目建设期间，公司在生产、污染物排放和能耗的方面尚有余量，因此仅需数码印花相关设备的购置，无需新建厂房配套设置，随着前次募投项目相关产能陆续实现，公司当前生产场地污染物排放和能耗指标已接近满负荷运行，因此本次募投项目为实现新增产能，需要新建厂房。

工艺技术方面，前次募投项目聚焦双面数码印花工艺、数码印花色彩管理技术等核心技术，实现丝绸面料数码印花“所见即所得”；随着近年来公司生产工艺不断发展，前述核心技术已能成熟地产业化应用，在行业“推进绿色低碳转型”发展理念推动下，公司近年来通过研发“绿色环保印染技术”，降低污水排放水平，提升了工艺环保程度，并将产品线进一步拓展至棉、麻、涤纶等非丝绸面料；同时公司利用多年来积累的包含超过 5,000 种颜色的数码印花数字化图库结合人工智能设计理念，进一步提升了花型设计能力，从而能够满足市场日益增长的个性化定制、快反生产需求。

生产设备方面，前次募投项目系技术改造项目，公司已拥有配套的环保设备，主要购置满足产能需求的数码印花设备，而由于前次募集资金不及预期，公司购

置了部分性能相似但单价相对较低的数码印花设备，以尽快满足数码印花生产需求；本次募投项目因需重新建设厂房，购置环保设备、前道及后道配套设备约 7,500 万元，同时随着数码印花设备不断更新换代，本次拟购置运行效率、生产精度更高的数码印花设备约 50 台，以构建完整的数字化、智能化生产线。

智能化程度方面，前次募投项目主要购置数码印花设备以提升产能，故仅在一定程度上提升生产环节的智能化水平；本次募投项目旨在加强全工厂、全流程的智能化水平，主要通过对订单系统、生产管理系统、仓储物流系统、质量检测系统等进行了智能化升级，购置自动化立体仓库、搬运设备约 2,000 万元，软硬件系统及设备约 1,400 万元，以提升订单、采购、生产、交付、仓储、装配、物流和质量检测等全流程的智能化水平。

(2) 前次募投项目、本次募投项目扩产情况

截至本回复报告出具日，前次募投项目“年产 280 万米数码印花生产线技术改造项目”已能达到预计产能，并置换部分旧产能，总产能提升至约 500 万米；本次募投项目完全投产后总产能预计提升至约 1,400 万米。前次募投项目、本次募投项目预计产能扩张情况如下：

单位：万米，倍

公司现有 年化产能 ①[注 1]	前次募投 项目扩张 产能②	前次募投 项目置换 旧产能③ [注 2]	本次募投项 目拟新增产 能④	本次募投 项目拟置 换旧产能 ⑤[注 2]	本次募投项 目完全投产 后预计总产 能⑥=①+④- ⑤	本次募投项目完全投产后 产能预计扩张倍数⑦=⑥/ ①-1
503.36	280.00	20.00	983.35	100.00	1,386.71	1.75

[注 1]公司现有年化产能根据 2023 年 9 月 30 日数码印花设备的年化产能测算

[注 2]公司综合考虑折旧年限、实际工艺需求确定需置换的旧产能

2023 年 1-9 月，公司实际产量为 297.73 万米，若公司 2023 年 10-12 月经营情况能保持 1-9 月平均水平，预计 2023 年产能利用率仍将维持在 80%以上。

公司当前经营情况已较 2022 年有较为明显的改善，公司丝绸文化创意品业务随着线下门店、线上网店相结合的零售渠道发展战略稳步推进，2023 年将新增约 35 家线下门店，不断扩张和丰富线上平台产品类别、适时进行促销活动，且公司作为杭州第 19 届亚运会官方供应商（2023 年 9 月召开），凭借丰富的国际盛会服务经验，将进一步彰显公司的品牌形象，通过相关产品销售及宣传提升市场知名度。公司丝绸纺织制品业务随着下游市场需求逐步复苏，2023 年 1-9

月月均在手订单约为 1,900 万元,其中 2023 年 9 月末在手订单超过 3,800 万元,2023 年公司将在充分发挥真丝业务优势的基础上,兼顾非真丝业务的拓展,且公司四季度系业务旺季,预计四季度业务规模较 1-9 月仍有一定的增长。因此,若公司能够维持 2023 年 1-9 月经营情况并通过前述措施实现业务规模一定增长,预计 2023 年产能利用率将维持在 80%以上。

本次募投项目预计将在 2028 年完全达产,达产后产能预计较本次募投项目实施前增加约 900 万米,公司总产能将达到本次募投项目实施前的 2.75 倍,将再扩张 1.75 倍,公司稳步推进线下门店、线上网店相结合的零售渠道发展战略,发挥核心工艺优势以维护长期稳定的战略合作关系、培育更多有快反及小批量个性化订单需求的新客户、参与亚运会等国际盛会提升市场知名度等多项措施,预计将有效实现产能扩张及消化。

(3) 前次募投项目和本次募投项目投资结构的差异

公司前次募投项目“年产 280 万米数码印花生产线技术改造项目”、本次募投项目“万事利人工智能工厂项目”的具体投资情况及差异如下:

单位: 万元

序号	名称	前次募投项目		本次募投项目	
		金额	占比	金额	占比
1	基础设施建设费	150.00	2.54%	43,076.85	60.45%
2	设备购置及安装费	4,635.00	78.40%	17,155.44	24.07%
3	工程建设其他费用			3,852.24	5.41%
4	预备费	239.25	4.05%	3,093.98	4.34%
5	铺底流动资金	887.65	15.01%	4,083.00	5.73%
合 计		5,911.90	100.00%	71,261.51	100.00%

公司前次募投项目主要投资为“设备购置及安装费”,占比为 78.40%,而本次募投项目主要投资为“基础设施建设费”占比为 60.45%、“设备购置及安装费”占比为 24.07%,前次募投项目、本次募投项目投资结构存在差异。产生上述情形的主要原因系公司现有厂房生产空间、能耗、污染物排放空间已不足,新增产能需要重新建设厂房,报批新增相关能耗、污染物排放指标;而前次募投项目为技术改造项目,仅对公司现有厂房进行装修。

(4) 本次募投项目新建厂房的必要性和经济性

1) 现有生产用房产已充分使用,对外租赁房产均未用于工业生产活动

截至本回复报告出具日，万事利数码自有房产中可使用面积为 50,258.31 平方米，其中对外租赁房产共计 8,208.50 平方米，占比 16.33%，承租方主要用于仓储及办公用途，万事利数码所有生产用房均已充分使用，不存在闲置的情况，本次募投项目新增约 1,000 万米数码印花产能，完全达产后预计实现产能将再扩张 1.75 倍，对于生产用房存在较大需求，公司现有房产无法满足本次募投项目实施需求。

2) 公司生产存在一定污染物排放，现有房产难以满足本次募投项目的环保需求

公司生产环节的绿色环保水平较为明显地优于传统印花企业，但数码印花过程中仍会产生一定污染物，由于自有房产所在区域产业规划、环保政策等调整，公司取得政府部门批准以提高污染物排放指标已较为困难。近年来公司自有房产、现有项目建设时所配套设置的环保处理设备已接近满负荷运行，污染物实际排放量已接近排放指标。本次募投项目实施后产能显著增长，环保处理需求、污染物排放指标相应增长，现有房产难以满足本次募投项目的环保需求。

3) 在外承租厂房难以满足本次募投项目的需求

本次募投项目所使用的宽幅水洗机、宽幅定型机等机器设备需要柱间跨度规格不小于 9*12 米，后整理工序设备需要一楼层高不低于 9 米，二楼不低于 5-6 米，而按照普通标准建造的厂房柱间跨度规格一般仅 6*6 米左右，一楼层高一般不高于 8 米，二楼层高仅 4 米左右。另外，本次募投项目运营过程中会产生相应的废水、废气与固体废弃物，对于厂房附属的污染治理设施也有着较为严格的要求，若想寻找适用的出租厂房存在一定的困难。

4) 公司具有提前布局新工厂的需要

公司自有房产位于杭州市相对中心地段，随着城市的持续发展，所在区域的产业规划进行了调整，工业园区向相对偏远地段转移，附近较大生产型企业已开始逐步外迁，在自有房产新增生产建设项目、污染治理能力亦难以获得相关政府部门批准，故公司有必要提前布局建设新工厂以维持自身产能、满足市场需求。

5) 新建厂房在成本上具有经济性

本次募投项目新建厂房在使用期内使用成本约为 0.27 元/（日·平方米），低于募投项目所计划建设土地周边厂房的出租价格 0.44-1.00 元/（日·平方米），新建厂房较租赁厂房拥有较为明显的经济性。具体情况如下：

建造成本（万元）	土地成本（万元）	建筑面积（万平方米）	使用成本（元/日·平方米）	可比价格（元/日·平方米）
43,076.85	4,809.34	15.48	0.27	0.44-1.00

注：使用成本以残值率 5%、使用年限为折旧年限 30 年计算，可比价格来源于周边区域工业厂房的网上挂牌价格

2. 结合可比公司和前募项目的单位投入产出情况等，说明本次募集项目规划是否具有经济性

因本次募投项目投资主要用于基础设施建设费、设备购置及安装费，且与产能扩张关联度高，故针对上述两项投资内容进行对比。且因本次募投项目需新建生产与办公场地、购置数码印花设备及其配套设备，前次募投项目无需建设厂房、仅购置数码印花设备以进行技术改造，故公司本次募投项目与现有同类项目可比性更强，具体对比情况如下所示。

(1) 基础设施建设具有经济性

公司本次募投项目旨在提升数码印花产能，与同行业可比公司存在一定差异，且前次募投项目为技术改造项目，无需新建厂房，本次募投项目与前次募投项目的基础设施建设不具有可比性，故将本次募投项目与公司现有同类项目的单位产能所需基础设施建设面积的对比情况如下：

项 目	厂房建设面积（平方米）	达产数码印花年产能（万米）	单位产能所需基础设施建设面积（平方米/万米）
本次募投项目	125,699.00	983.35	127.83
现有同类项目	42,049.81[注]	503.36[注]	83.54

[注]公司现有同类项目的厂房建设面积、达产数码印花年产能的统计口径分别为 2023 年 9 月末、2023 年年化产能

本次募投项目的单位产能所需基础设施建设面积高于现有同类项目，主要原因系其智能生产流水线需要更大的空间，且需建设配套的仓储、物流系统等。本次募投项目的建设依托数字化智能运营体系，将建成集人工智能信息和设计、智能生产和物流配送、工业互联网和 5G 技术融合应用及研发于一体的人工智能工厂，实现从物料、生产、物流、装配直至质检的实时数据检测体系，相较于现有传统工厂，需要更大的空间以配备相关设备；同时，本次募投项目不仅是产能扩张的需要，也是公司推进战略布局、打造前沿丝绸时尚科创中心的重要载体，单位投入产出情况与现有同类项目的差异存在合理性。

公司现有数码印花厂区建设年代久远，造价可比性较弱，故选取同行业可比公司相关项目比较单位面积基础设施建设投资金额，具体情况如下：

公司	项目	基础设施建设费用（万元）	基础设施建设面积（平方米）	单位面积基础设施建设投资金额（万元/平方米）
公司	万事利人工智能工厂项目	43,076.85	154,799.00[注 1]	0.28
朗姿股份	北京生产基地改扩建项目	4,113.67	13,571.00	0.30
爱慕股份	在越南投资建设生产基地	16,949.94	20,092.20	0.84[注 2]
嘉欣丝绸	缅甸服装生产基地项目	4,200.00	未披露	/
梦洁股份	智能工厂建设项目	13,981.00	未披露	/
	蚕丝原料基地建设项目	3,404.56	18,964.00	0.18
水星家纺	生产基地及仓储物流信息化建设项目	18,556.60	75,130.60	0.25

[注 1]除厂房外，本次募投项目还需建设配套食堂及宿舍楼、仓库、垃圾站、室外工程、围护工程、其他配套设施等

[注 2]爱慕股份的在越南投资建设生产基地项目建设地点、内容与其他同行业公司可比公司差异较大，可比性较弱

注：同行业可比公司信息摘自公开披露的报告

综上，本次募投项目的单位产能所需基础设施建设面积、单位面积基础设施建设投资金额与现有同类项目、同行业可比公司同类项目不存在重大差异，本次募投项目的基础设施建设具有经济性。

(2) 设备购置及安装具有经济性

公司与同行业可比公司的产品类别、生产设备差异较大，本次募投项目的设备购置及安装情况与其可比性较弱；本次募投项目为扩产项目，设备类别较多，包含专用设备完成面料前处理、数码喷印、后道加工等数码印花完整工序，以及配套的智能仓储设备、环保系统设备、其他设备等，而前次募投项目为技改项目，采购的设备仅为数码印花设备，不含其他配套设备，可比性亦较弱。故选取现有同类项目与本次募投项目对比，具体情况如下：

项 目	设备原值（万元）	达产数码印花年产能（万米）	单位产能投资金额（元/米）
本次募投项目	17,155.44	983.35	17.45
现有同类项目	9,971.16	503.36	19.81

注：公司现有同类项目的设备原值、数码印花产能的统计口径分别为 2023 年 9 月末、2023 年年化产能

综上，本次募投项目的单位产能所需设备投资金额与现有同类项目不存在重大差异，本次募投项目的设备购置及安装具有经济性。

3. 在前次募集资金使用进度较低的情况下，本次募集资金的必要性和合理性，是否存在频繁、过度融资的情形

受宏观经济波动、生产经营环境变动影响，前次募集资金使用进度较低，随着经济形势逐步好转，公司根据自身发展规划，已对前次募集资金制定了明确的使用计划，加快前次募投项目建设，参见本回复报告之“问题二”之“（一）前次募集资金累计使用比例不足 30%，请结合项目建设最新进展，说明资金使用比例较低的原因，项目能否按期达到可使用状态”。本次募集资金的必要性和合理性分析如下：

（1）本次募集资金的必要性

1) 发挥双面数码印花核心工艺优势，提高市场份额

公司拥有双面数码印花核心工艺优势，已开发出了数码印花色彩管理体系并熟练掌握了双面数码印花生产工艺，在该领域拥有了较强的竞争优势，公司未来发展需要充分发挥优势、不断提高市场份额。公司凭借“梦幻伦敦双面异色丝巾”、“青逸凝香”免水洗旗袍分别获中国纺织工业联合会颁发的2018年度十大类纺织创新产品、2020年度十大类纺织创新产品荣誉。公司双面数码印花面料发展前景较好，并已与鄂尔多斯、歌力思、朗姿股份、爱慕股份、锦泓集团、雅莹集团、安正时尚等知名企业形成合作关系，目前双面数码印花工艺在国内外仍处于市场开拓期，公司拟通过本次募投项目扩大数码印花产能，发挥核心工艺优势，提高市场份额。

2) 缓解核心产能紧缺趋势，优化自主生产产品结构，保障供应链快速反应能力，提升综合竞争力

公司核心产能呈现逐步紧缺的趋势，随着公司不断发展，未来产能存在缺口，自主生产比例、供应链快速反应能力有待进一步提升。公司针对具有核心竞争力的数码印花加工工艺采取自主加工方式，而对于面料染色、传统台版印花、成衣加工、丝巾卷边、蚕丝被加工等技术含量相对较低，行业竞争充分，可替代性较强的工艺/环节采取外协生产的模式。2021年，公司数码印花产能为446.36万米，

产能利用率已超过105%，2022年虽受宏观经济波动的影响订单量、产能利用率有所下滑，但2023年1-9月产能利用率已恢复至80%以上，部分月份产能利用率已超过100%，核心产能呈现紧缺趋势。随着公司数码印花工艺的不断成熟，近年来公司逐步将适合数码印花的丝巾产品转为自主生产，未来拟进一步提升自主加工比例；同时公司计划将品牌服装、家纺等产品均自主完成数码印花工艺，数码印花产能需求将进一步增长。在公司产能饱和的情况下，外协生产存在不确定性，存在可能无法及时满足消费者定制化、多元化需求的问题，这对公司的发展产生了限制。综上，本次募投项目自建设至完全达产需要5年，预计未来公司的数码印花产能将存在较大缺口，且公司现有工厂位于杭州市相对中心地段，随着城市持续发展、工业园区向相对偏远地区转移，公司有必要提前布局建设新工厂，提高自主加工产能，以满足市场需求，提升品牌影响力，并优化公司自主生产产品结构，保障供应链的快速反应能力，提升综合竞争力。

3) 数码印花设备更新迭代加速，公司主要生产设备成新率较低，本次募投项目可替代部分旧产能

数码印花设备作为公司的核心生产设备，对于公司充分发挥数码印花核心工艺优势具有重要作用，随着数码印花设备不断更新迭代，以及公司生产设备成新率不断降低，公司有必要购置新型高效的生产设备。近年来，数码印花设备制造商在喷印效果一致性、运行稳定性、高速运行、高性价比等方面不断完成技术突破、产品创新，公司生产设备需要适时更新以满足不断提升的生产工艺水平需求。此外，公司大量生产设备使用时间已较长，有必要替换为生产效率更高、产品质量更好的新设备，截至2023年9月30日，公司专用设备账面原值为7,174.00万元、账面净值为2,353.32万元，成新率仅32.80%。本次募投项目可替换公司部分旧产能，进一步提升公司的核心竞争能力。

4) 提升数字化生产管理水平，提高生产运营效率

丝绸行业的数字化转型持续推进，公司有必要进一步提升数字化生产管理水平。本次募投项目计划购置自动化立体仓库，对设备、生产线、工厂物流等进行合理布局，确保生产供应链资源有效利用；计划采用先进的生产制造管理系统，对生产数据进行采集与监控，确保工厂数据、设备的安全性，保障产品质量。本次募投项目将实现柔性化生产，建立工厂智能单元，提升人工智能技术在生产、装配、物流和质量检测等各环节的应用水平。本次募投项目建成后，智造技术赋

能、数据化思维、信息化应用程度共融的整体解决方案，将提高公司的生产运营效率。

5) 提升绿色低碳发展水平，提高污染防治能力

商务部于2021年9月发布的《关于茧丝绸行业“十四五”发展的指导意见》，提出“推进产业绿色低碳转型”。根据国家提出的碳达峰、碳中和的目标，以建设资源节约、环境友好型产业为重要着力点，合理布局产业链，严格控制高耗能、高污染排放项目建设。加快推广高效率、低能耗、循环回用、清洁生产等技术装备的推广应用，重点推动缫丝、绢纺、印染相关企业技术改造，提升行业整体节能减排水平。中国印染行业协会于2021年12月发布的《印染行业“十四五”发展指导意见》，提出“坚持绿色发展理念，践行责任导向的绿色产业定位。加强污染防治，加大节能减排工艺、技术和装备的研发和推广力度。进一步完善印染行业清洁生产评价指标体系，指导和推动印染企业依法实施清洁生产。深入推进印染园区绿色化改造，不断提高园区绿色低碳发展水平”。

公司根据现有产能需求置备了必要的环保设施，生产经营过程中产生的废气、废水、固体废物及噪声能够得到合理有效的控制，但随着公司产能不断扩张、产业政策针对绿色低碳发展水平提出更高要求，现有厂房、环保设备无法满足未来的生产及环保的需求。因此，公司有必要建设新厂房、购置相对节能的生产设备、新型环保设备，以满足节能减排、污染防治所需。

(2) 本次募集资金的合理性

1) 产业政策支持茧丝绸行业发展，鼓励加速转型

商务部于2021年9月发布的《关于茧丝绸行业“十四五”发展的指导意见》，提出“强化产品形态功能及消费体验等方面的创意设计，开展个性化定制、柔性化生产，满足不同消费群体需要。开展企业品牌价值评价研究，加大‘高档丝绸标志’行业公共品牌推广力度，跟踪培育一批拥有自主知识产权、核心技术和市场竞争力强的知名品牌”。

工信部、农业农村部等六部门于2020年9月联合印发《桑蚕丝丝绸产业高质量发展行动计划（2021-2025年）》，提出“发展智能绿色制造，推动丝绸企业数字化转型，推动资源综合利用丰富产品种类，提高产品质量打造丝绸精品，提升创意设计水平培育丝绸品牌，传承弘扬传统丝绸文化，保护利用丝绸文化遗产，推动桑蚕丝国际产能合作，支持丝绸产业国际合作”。

浙江省政府于 2017 年 6 月发布的《浙江省全面改造提升传统制造业行动计划（2017-2020 年）》，提出“推动纺织制造业向高端、智能、绿色、集聚方向发展。加强无水少水印染、高速低成本数码印花技术、功能性面料整理技术的研发与应用。重点发展高品质纺织面料、高端丝绸和家纺产品，拓展产业用纺织品应用。推动家纺行业大规模个性化定制。加快数字化、智能化纺织装备的开发与应用”。

国家及地方政府相继出台了相关政策支持丝绸企业的发展，促进茧丝绸行业加速转型，培育成创新设计能力强、智能制造水平高、品牌影响力大、能引领世界丝绸发展潮流的优势产业。

2) 居民消费能力及消费升级，推动行业市场容量增长

中国经济的持续发展以及居民消费能力的持续提升为丝绸产品市场容量的增长奠定了重要经济基础。国家统计局数据显示，城镇居民人均年消费性支出水平由 2010 年的 13,471 元增长到 2022 年的 30,391 元，年均复合增长率 7.02%；农村居民人均年消费性支出水平由 2010 年的 4,381 元增长到 2022 年的 16,632 元，年均复合增长率 11.76%。2019-2020 年，受宏观经济增速放缓、中美贸易摩擦等因素的影响，纺织服装、服饰业规模以上企业营业收入分别同比下滑 3.40%、11.30%，同期国内丝绸商品销售额亦呈现不同程度的下滑。据国家统计局统计，2021 年全国社会消费品零售总额人民币 44.08 万亿元，累计同比增长 12.46%，其中限额以上企业(单位)商品零售额人民币 15.37 万亿元，累计同比增长 13.79%；细分项下服装鞋帽、针、纺织品类人民币 1.38 万亿元，累计同比 11.95%；2021 年纺织服装、服饰业规模以上企业实现营业收入 14,823.40 亿元，同比增长 6.50%，重回增长态势，行业市场容量增长；2022 年受宏观经济波动影响，行业增长态势受到一定程度阻碍，但随着我国经济调控政策逐步落实，预计未来市场容量将延续良好的增长态势。

3) 数码印花市场快速增长，取代传统印花方式的趋势日趋凸显

公司未来将稳步提升数码印花产品占比，不断增强自产能力、盈利能力，更好地满足市场对于数码印花产品的需求。相较于传统印染，数码印花在小批量、色彩丰富度、花型多样性、安全环保等方面更具优势，未来数码印花产品将占据更大市场。中国印染行业协会调研数据显示，2015-2021 年，中国数码喷墨印花行业呈现快速发展的态势，产量由 4 亿米增长到 25 亿米，年均增速 35.80%。2021

年，中国印花布产量约 170 亿米，数码喷墨印花产量 25 亿米。预计“十四五”时期，中国数码喷墨印花行业有望保持 20% 的复合增长率，2025 年中国数码喷墨印花产量将超过 50 亿米，数码印花行业市场前景广阔。数码印花工艺既满足了以客户“个性化、小批量、交货快、花型多、高品质”为导向的终端需求，又满足了以节能降耗、绿色环保、持续发展为导向的社会需求，取代传统印花方式成为印染主流技术的趋势日趋凸显，具有较大的发展空间。公司通过长期、持续的研发投入和生产经验积累，形成了数码印花色彩管理技术和双面数码印花工艺两项核心技术，在行业内已处于相对领先地位。

4) 公司品牌影响力不断提升，拥有丰富的盛会服务经验及优质的客户资源

公司于 2021 年 9 月在深圳证券交易所挂牌交易，上市后品牌影响力不断提升。根据持续优化销售终端的战略布局，公司将在国内其他主要城市建设展示营销中心，扩大终端销售规模、强化品牌形象。

凭借多年来对产品质量的严格控制以及对丝绸文化属性的深入研究与产品创新，公司已成为国家级盛会礼宾服务的重要保障单位之一，主要丝绸文化创意品成功服务了北京奥运会、上海世博会、广州亚运会、G20 杭州峰会、北京“一带一路”国际合作高峰论坛、厦门金砖国家领导人会晤、北京冬奥会等一系列国际盛会。此外，公司系杭州第 19 届亚运会官方供应商，截至本回复报告出具日，公司已取得 33 个 SKU 特许商品授权，16 个线下门店、7 个亚运场馆店获得特许零售店批准，2023 年 1-9 月公司亚运相关产品销售金额超过 3,300 万元，亚运会期间（2023 年 9 月 23 日-10 月 8 日）丝绸文化创意品销售金额超过 3,900 万元，公司产品获得市场高度认可，品牌影响力将不断提升。同时，公司拥有行业内领先的丝绸双面数码印花生产工艺，凭借先进的技术工艺及优质的产品服务，公司与鄂尔多斯、歌力思、朗姿股份、爱慕股份、雅莹集团、安正时尚等众多知名企业建立了合作关系。

5) 公司拥有扎实的技术储备与丰富的经验积累，为项目提供技术支持

通过大量的研究和应用，公司形成了前处理、精准定位喷印和印后处理等关键工艺，开发出双面同花同色、同花异色、异花异色等双面数码印花新产品，同时在技术上解决了丝绸面料在印花过程中的弹性和渗透问题，总结出设备对花型的可识别性和双面异色工艺的化学反应规律，成为实现双面数码印花技术产业化的少数企业之一。公司通过数码印花工艺生产的双面数码喷墨印花丝绸围巾，其

标准已被列入浙江省品牌建设联合会的 2018 年度第三批“浙江制造”标准制定计划，体现了公司在双面数码印花领域的技术创新性和先进性。2023 年 1-9 月数码印花产能 369.32 万米，扎实的技术储备与丰富的经验积累可保障本项目的顺利实施。

综上，本次募投项目与前次募投项目存在一定差异，本次募投项目规划具有经济性，前次募集资金使用方向明确，受宏观经济波动等因素导致使用进度较低，本次募投项目建设和融资具有必要性和合理性，不存在频繁、过度融资的情形。

(三) 2023 年 4 月发行人终止可转债发行计划，改为向特定对象发行股票并大幅提高拟募集资金，请说明终止可转债计划前，项目是否已经开始投资建设，并说明终止可转债变更为定向增发的具体原因及合理性，并列示本次募投项目的具体投资构成明细，结合本募各明细项目所需资金的测算假设及主要计算过程，说明各项投资支出的必要性和合理性，是否包含董事会前投入的资金，非资本性支出和补流比例是否符合要求

1. 请说明终止可转债计划前，项目是否已经开始投资建设，并说明终止可转债变更为定向增发的具体原因及合理性

2023 年 4 月 4 日，公司召开了第二届董事会第二十一次会议和第二届监事会第十九次会议，审议通过了终止向不特定对象发行可转换公司债券以及向特定对象发行股票的议案。本次募投项目自 2021 年 11 月开始陆续投资，即在终止可转债计划前已经开始投资建设，本次募集资金拟投入金额不包含董事会前投入的资金。

公司终止可转债变更为向特定对象发行股票，主要是由于随着公司经营情况发生变化，原方案已不再适应公司实际需要，具体原因及合理性如下：

(1) 公司 2022 年经营业绩情况不满足可转债发行的相关规定

根据原《创业板上市公司证券发行注册管理办法（试行）》（2023 年 2 月废止）第九条的相关规定，上市公司向不特定对象发行可转换公司债券，必须满足“最近二年盈利，净利润以扣除非经常性损益前后孰低者为计算依据”的发行条件。2022 年度，受宏观经济形势波动、国内消费需求不振的影响，公司经营业绩不及预期，公司预测公司 2022 年度经营业绩将亏损，预计不能满足向不特定对象发行可转换公司债券的发行条件，故在 2022 年四季度已开始筹划变更融资品种。

(2) 向特定对象发行股票方案募集资金规模更大,能够更好地满足募投项目的需要

本次募投项目“万事利人工智能工厂”总投资金额 71,261.51 万元,对资金的需求量较大。

根据原《深圳证券交易所创业板上市公司证券发行上市审核问答》(深证上〔2020〕511 号)第二十一条相关规定,上市公司向不特定对象发行可转换公司债券,需要满足“本次发行完成后,累计债券余额不超过最近一期末净资产的 50%”的有关规定。截至 2022 年 3 月末,公司净资产为 66,261.47 万元,因此,公司将本次向不特定对象发行可转换公司债券募集资金上限设置为不超过 32,000.00 万元。

而向特定对象发行股票募集资金规模并未受法规的限制,仅发行股数受限。根据《〈上市公司证券发行注册管理办法〉第九条、第十条、第十一条、第十三条、第四十条、第五十七条、第六十条有关规定的适用意见——证券期货法律适用意见第 18 号》第四条有关规定,上市公司申请向特定对象发行股票的,拟发行的股份数量原则上不得超过本次发行前总股本的百分之三十。截至 2023 年 3 月末,公司总股本为 188,352,192 股,结合公司本次募集资金投资项目“万事利人工智能工厂项目”的资金缺口情况及投资计划,并参考公司今年以来二级市场的股票价格,公司将本次向特定对象发行股票的发行方案设置为募集资金总额不超过 60,000.00 万元,发行股数不超过 56,505,657 股。募集资金规模较可转债更大,更能满足募投项目对资金的需求。

综上,自公司向不特定对象发行可转债预案公布以来,公司会同相关中介机构一直积极推进本次向不特定对象发行可转债事项的各项工作。但受到宏观经济形势波动、国内消费需求不振的影响,公司预计其 2022 年度业绩情况不能满足原向不特定对象发行可转换公司债券的发行条件,同时根据法律法规中对于创业板上市公司不同再融资品种融资上限的有关规定,综合考虑宏观经济环境的变动与资本市场的运行情况,结合公司战略发展规划、总体融资周期及资金安排等因素,经审慎分析、研究与沟通,决定将本次再融资品种调整为向特定对象发行股票,并将拟募集资金金额调整为不超过 60,000.00 万元,相关决策具有合理性。

2. 列示本次募投项目的具体投资构成明细，结合本募各明细项目所需资金的测算假设及主要计算过程，说明各项投资支出的必要性和合理性，是否包含董事会前投入的资金，非资本性支出和补流比例是否符合要求

(1) 本次募投项目的具体投资构成明细

本项目总投资额为 71,261.51 万元，其中公司拟使用募集资金投入金额为 60,000.00 万元。项目具体投资情况如下：

单位：万元

序号	名称	投资总额	董事会前投入金额	募集资金拟投入金额	是否属于资本性支出
1	基础设施建设费	43,076.85	2,615.65	40,461.20	是
2	设备购置及安装费	17,155.44		17,155.44	是
3	工程建设其他费用	3,852.24	529.13	2,383.36	是
4	预备费	3,093.98			否
5	铺底流动资金	4,083.00	64.13		否
合 计		71,261.51	3,208.92	60,000.00	/

(2) 本次募投项目各明细项目所需资金的测算假设及主要计算过程

1) 基础设施建设费

基础设施建设由厂房、配套食堂及宿舍楼、仓库、垃圾站、室外工程、围护工程、其他配套设施（变配电系统、电梯、充电桩等）等构成，具体如下：

序号	项目	面积（m ² ）	单价（元/m ² ）	金额（万元）
1	厂房	125,699.00	2,420.61	30,426.87
2	配套食堂及宿舍楼	21,700.00	3,110.00	6,748.70
3	仓库、垃圾站	7,400.00	3,560.00	2,634.40
4	室外工程	57,338.18	295.59	1,694.88
5	围护工程	400.00	15,000.00	600.00
6	其他配套设施（变配电系统、电梯、充电桩等）	/	/	972.00
合 计		154,799.90	/	43,076.85

2) 设备购置及安装费

本次募投项目购置的设备由专用设备、智能仓储设备、环保设备、其他设备构成，具体如下：

序号	设备类别	设备名称	数量	金额（万元）
----	------	------	----	--------

序号	设备类别	设备名称	数量	金额（万元）
1	专用设备	数码印花设备	50	5,872.00
2		水洗机	6	2,330.00
3		定型机	2	1,420.00
4		大风机	5	741.00
5		其他专用设备	96	1,793.00
6	智能仓储设备	自动化仓库	3	1,530.00
7		机房及网络建设设备	303	886.44
8		搬运设备	16	540.00
9		控制系统	2	300.00
10		其他智能仓储设备	26	243.00
11	环保系统设备	环保系统	2	1,400.00
12	其他设备	空调、电脑等	140	100.00
合 计			651	17,155.44

3) 工程建设其他费用

工程建设其他费用主要包括建设单位管理费及其他费用（勘察设计费、监理费、三通一平费、咨询评估费、临时设施费等），预计为 3,852.24 万元。

4) 预备费

预备费根据基础设施建设费、设备购置及安装费、工程建设其他费用以固定比例计提，为 3,093.98 万元。

5) 铺底流动资金

本次募投项目流动资金采用分项详细估算法测算，对流动资产和流动负债主要构成要素（应收票据及应收账款、预付账款、存货、应付票据、应付账款、预收账款、合同负债等）进行分项估算周转率，以预计营业收入、预计营业成本计算各分项占用资金额，从而估算每年所需流动资金。

经测算，本次募投项目所需流动资金 13,609.08 万元，其中铺底流动资金按照 30%估算，即 4,083.00 万元。

(3) 各项投资支出的必要性和合理性

1) 建设投资

本项目通过建设生产与办公场地、购置先进的生产设备及产线，新增约 1,000 万米数码印花产能，用于生产丝巾、品牌服装、家纺、丝绸面料、数码印花加工等产品及服务，以扩大公司自产能力和产能规模，提升市场影响力，为公

司未来业务发展提供可靠的扩产基础,进一步巩固公司市场地位,提高市场份额。公司需新建厂房、构筑生产线并进行相应的施工和装修,其产生的基础设施建设费、设备购置及安装费、工程建设其他费用、预备费等均具有合理资金规划,为必要支出。

2) 铺底流动资金

根据项目建设周期及运转情况,进行相应比例的铺底流动资金配置,是支持项目运转的必要支出。

(4) 包含董事会前投入的资金,非资本性支出和补流比例符合要求

1) 董事会前投入资金情况

本项目总投资额为 71,261.51 万元,截至本次发行董事会决议日已投资 3,208.92 万元,尚未投资 68,052.60 万元,其中公司拟使用募集资金投入金额为 60,000.00 万元,本次募集资金拟投入金额不包含董事会前投入的资金。

2) 非资本性支出和补流比例符合要求

① 相关法规要求

根据《〈上市公司证券发行注册管理办法〉第九条、第十条、第十一条、第十三条、第四十条、第五十七条、第六十条有关规定的适用意见——证券期货法律适用意见第 18 号》(以下简称《证券期货法律适用意见第 18 号》)第五条关于募集资金用于补流还贷如何适用第四十条“主要投向主业”的理解与适用:

“ (一) 通过配股、发行优先股或者董事会确定发行对象的向特定对象发行股票方式募集资金的,可以将募集资金全部用于补充流动资金和偿还债务。通过其他方式募集资金的,用于补充流动资金和偿还债务的比例不得超过募集资金总额的百分之三十。

.....

(三) 募集资金用于支付人员工资、货款、预备费、市场推广费、铺底流动资金等非资本性支出的,视为补充流动资金。资本化阶段的研发支出不视为补充流动资金。工程施工类项目建设期超过一年的,视为资本性支出。”

② 本次募投项目的非资本性支出和补充流动资金情况

本次发行的募集资金总额不超过 60,000.00 万元(含本数),扣除发行费用后,募集资金净额拟投资项目及其非资本性支出情况参见本问询回复之“问题二”之“(三) 2. (1) 本次募投项目的具体投资构成明细”。

本次募投项目的资本性支出为 64,084.53 万元，非资本性支出为 7,176.98 万元。其中本次募集资金均用于资本性支出，非资本性支出金额占比未超过 30%，符合相关法规要求。

(四) 结合项目产品毛利率、单位价格、单位成本等关键参数情况，对效益预测中与现有业务以及同行业可比公司差异较大的关键参数进行对比分析，就相关参数变动的的影响进行敏感性分析，说明效益测算是否合理谨慎

1. 结合项目产品毛利率、单位价格、单位成本等关键参数情况，对效益预测中与现有业务以及同行业可比公司差异较大的关键参数进行对比分析

(1) 本次募投项目产品与报告期内同类产品及同行业可比公司毛利率比较
本次募投项目产品与报告期内公司同类产品毛利率对比如下：

产品类别	本次募投项目毛利率	报告期内平均毛利率	报告期内毛利率范围
丝巾	69.66%	67.72%	65.56%~71.24%
家纺	44.91%	42.56%	40.99%~44.12%
品牌服装	45.42%	50.73%	47.23%~57.39%
丝绸面料	17.94%	21.17%	19.22%~23.06%
数码印花加工	16.09%	9.26%	-2.18%~17.80%

本次募投项目的丝巾、家纺毛利率略高于报告期内平均毛利率，主要原因系报告期内丝巾的印花加工部分外协生产，家纺的印花加工完全外协生产，本次募投项目建成后，能够实现较高的自产比例，毛利率相应提升。

本次募投项目的数码印花加工毛利率显著高于报告期内平均水平，主要原因系 2022 年和 2023 年 1-9 月订单量较小、固定成本较高，毛利率分别为-2.18%和 5.29%，2020-2021 年数码印花加工的毛利率分别为 17.80%和 16.14%，本次募投项目的数码印花加工毛利率与之差异较小，且 2018-2019 年数码印花加工毛利率为 18.16%和 27.01%，亦高于本次募投项目的毛利率。本次募投项目达产年预计营业收入 92,614.00 万元，其中预计数码印花加工收入 4,080.00 万元，占项目营业收入比例为 4.41%，对项目的效益预测不产生重大影响。

本次募投项目产品与 2020-2022 年度和 2023 年 1-9 月同行业可比公司同类产品毛利率对比如下：

可比公司		2023 年 1-9 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
丝绸文化创	安正时尚	46.89%	47.12%	47.11%	43.27%

可比公司		2023 年 1-9 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
意品-丝巾、 品牌服装	太平鸟	56.52%	48.22%	52.93%	52.49%
	朗姿股份[注1]	62.35%	62.94%	57.01%	53.65%
	地素时尚	74.81%	75.36%	76.59%	76.60%
	日播时尚	59.08%	55.69%	57.63%	57.16%
	歌力思	67.88%	63.81%	67.02%	66.23%
	锦泓集团	69.30%	69.20%	69.62%	67.68%
	欣贺股份	70.09%	69.29%	71.49%	72.03%
	爱慕股份	65.92%	66.26%	67.55%	66.96%
	洪兴股份	35.88%	37.67%	38.79%	40.66%
	算术平均数	60.87%	59.56%	60.58%	59.72 %
	本次募投-丝巾	69.66%			
	本次募投-品牌服装	45.42%			
丝绸文化创 意品-家纺	罗莱生活	44.68%	45.96%	45.00%	43.18%
	富安娜	54.59%	53.10%	52.14%	53.90%
	梦洁股份	42.99%	33.08%	37.75%	39.94%
	水星家纺	40.05%	38.70%	37.95%	35.27%
	算术平均数	45.58%	42.71%	43.21%	43.07%
	本次募投-家纺	44.91%			
丝绸纺织制 品-丝绸面料	嘉欣丝绸-面料	15.87%[注 2]	18.38%	17.36%	15.87%
	本次募投-丝绸面料	17.94%			
丝绸纺织制 品-数码印花 加工	嘉欣丝绸-印染	29.84%[注 2]	28.80%	32.68%	28.28%
	本次募投-数码印花加工	16.09%			

[注 1] 朗姿股份同时经营品牌女装、婴童服饰及医美业务，毛利率仅包含品牌女装相关业务，其中 2023 年三季报未分产品披露毛利率，故以 2023 年 1-6 月品牌女装相关业务毛利率列示

[注 2] 嘉欣丝绸同时经营面料、印染、其他业务，2023 年三季报未分产品披露毛利率，故以 2023 年 1-6 月面料、印染业务毛利率分别列示

公司家纺、丝绸面料等产品的毛利率与同行业可比公司的同类业务毛利率不存在重大差异。相较于同行业可比公司的同类业务毛利率，公司丝巾毛利率较高、品牌服装毛利率较低，主要原因系丝巾与品牌女装产品存在一定差异；而公司的品牌服装兼具商务需求与个人消费需求，针对采购金额和频次较高、合作关系较

为稳定的客户，公司通常给予较为优惠的折扣，而品牌女装产品主要面向个人消费需求，对实体门店人流量依赖性较强，通常会制定相对较高的标价与折扣以覆盖门店租金、商场专柜分成等固定费用，因此毛利率较低。公司数码印花加工业务毛利率低于嘉欣丝绸印染业务毛利率，主要原因系公司数码印花加工与传统印染在运营模式上存在一定差异。数码印花设备在个性化、小批量、交货快、花型多、高品质、节能降耗、绿色环保、持续发展等方面更具优势，传统印染设备更新换代较慢，产品摊销的制造费用较小，因而毛利率较高，而公司数码印花加工业务主要设备折旧金额较高，因而毛利率相对较低。各类产品的毛利率经测算具有合理性和谨慎性。

(2) 本次募投项目产品与报告期内同类产品单价比较情况

因公司产品与同行业可比公司存在一定差异，故本次募投项目产品单价仅与报告期内同类产品进行对比，具体情况如下：

单位：元/件，元/米

产品类别	本次募投项目单价	报告期内平均单价	报告期内单价范围
丝巾	175.23	179.42	166.04~206.54
家纺	712.81	736.43	619.53~878.34
品牌服装	367.88	559.84	497.94~608.95
丝绸面料	71.68	75.74	61.26~85.79
数码印花加工	12.75	11.12	9.08~13.48

公司本次募投项目的丝巾、家纺、丝绸面料单价与报告期内同类产品单价无重大差异；本次募投项目的品牌服装单价低于报告期内同类产品单价的主要原因系品牌服装款式众多，本次募投项目生产部分单价较低的产品；本次募投项目的数码印花加工单价高于报告期内同类产品单价的主要原因系本次募投项目发挥公司在新丝绸防皱面料加工工艺的优势，该类数码印花加工单价较高。同行业可比公司产品类别与公司存在差异，无法直接对比，经与报告期内现有产品对比，本次募投项目预测单价具有合理性和谨慎性。

(3) 本次募投项目产品与报告期内同类产品单位成本比较情况

因公司产品与同行业可比公司存在一定差异，故本次募投项目产品单位成本仅与报告期内同类产品进行对比，具体情况如下：

单位：元/件，元/米

产品类别	本次募投项目单位成本	报告期内平均单位成本	报告期内单位成本范围
------	------------	------------	------------

产品类别	本次募投项目单位成本	报告期内平均单位成本	报告期内单位成本范围
丝巾	53.16	57.61	55.46~60.05
家纺	392.72	422.14	363.53~490.83
品牌服装	200.77	277.02	212.17~308.08
丝绸面料	58.83	59.84	47.35~68.89
数码印花加工	10.70	10.24	7.46~13.11

公司本次募投项目的丝巾、家纺、丝绸面料、数码印花加工单位成本与报告期内同类产品单位成本无重大差异；本次募投项目的品牌服装单位成本低于报告期内同类产品单价的主要原因系品牌服装款式众多，本次募投项目生产部分单位成本较低的产品。同行业可比公司产品类别与公司存在差异，无法直接对比，经与报告期内现有产品对比，本次募投项目预测单位成本具有合理性和谨慎性。

综上，本次募投项目各类产品的毛利率、单位价格、单位成本与公司现有业务以及同行业可比公司不存在重大差异，仅数码印花加工因 2022 年和 2023 年 1-9 月订单量较小、固定成本较高导致本次募投项目的该类产品毛利率高于报告期内平均水平，但与业务量稳定年份的毛利率不存在重大差异。

2. 就相关参数变动的影响进行敏感性分析，说明效益测算是否合理谨慎
本次募投项目达产后正常经营年份的主要财务指标如下：

序号	收益指标	数值
1	营业收入（万元）	92,614.00
2	净利润（万元）	10,497.01
3	项目投资内部收益率（所得税后）	12.46%
4	项目投资财务净现值（万元）（所得税后）	7,829.34
5	项目投资静态回收期（年）（所得税后，含建设期）	8.45

本次募投项目中，预计毛利率、单位价格、单位成本均系关键参数，对效益指标产生较大影响，敏感性分析如下：

（1）毛利率敏感性分析

假设条件	内部收益率（所得税后）	投资回收期（所得税后，含建设期）（年）
毛利率上升 10%	25.09%	5.91
毛利率上升 5%	18.43%	6.90
毛利率不变	12.46%	8.45
毛利率下降 5%	6.99%	9.34

假设条件	内部收益率（所得税后）	投资回收期（所得税后，含建设期）（年）
毛利率下降 10%	1.54%	9.85

本项目毛利率在上升 10%至下降 10%之间波动时，本项目内部收益率（所得税后）在 1.54%至 25.09%之间波动，投资回收期（所得税后，含建设期）在 5.91 年至 9.85 年之间波动。当毛利率下降 12.40%时，本项目达到盈亏平衡点。

（2）单位价格敏感性分析

假设条件	内部收益率（所得税后）	投资回收期（所得税后，含建设期）（年）
单位价格上升 10%	18.66%	6.85
单位价格上升 5%	15.63%	7.51
单位价格不变	12.46%	8.45
单位价格下降 5%	9.13%	9.16
单位价格下降 10%	5.62%	9.47

本项目单位价格在上升 10%至下降 10%之间波动时，本项目内部收益率（所得税后）在 5.62%至 18.66%之间波动，投资回收期（所得税后，含建设期）在 6.85 年至 9.47 年之间波动。当单位价格下降 17.89%时，本项目达到盈亏平衡点。

（3）单位成本敏感性分析

假设条件	内部收益率（所得税后）	投资回收期（所得税后，含建设期）（年）
单位成本上升 10%	7.51%	9.30
单位成本上升 5%	10.02%	9.09
单位成本不变	12.46%	8.45
单位成本下降 5%	14.82%	7.71
单位成本下降 10%	17.12%	7.14

本项目单位成本在上升 10%至下降 10%之间波动时，本项目内部收益率（所得税后）在 7.51%至 17.12%之间波动，投资回收期（所得税后，含建设期）在 7.14 年至 9.30 年之间波动。当单位成本上升 22.40%时，本项目达到盈亏平衡点。

综上，本次募投项目产品毛利率、单位价格、单位成本等关键参数与现有业务以及同行业可比公司不存在重大差异；结合敏感性分析，本次募投项目的效益测算合理、谨慎。

（五）结合新增固定资产和无形资产的金额、转固时点等，特别是 2022 年业绩亏损的情况下，说明前次和本次募投项目建成后新增折旧和摊销对公司未来经营业绩的影响，包含产能爬坡期和达产期的影响

1. 前次募投项目建成后新增折旧和摊销对公司未来经营业绩的影响

公司前次募投项目均涉及固定资产或无形资产投资，折旧和摊销方法如下：

资产类别	折旧或摊销年限（年）	预计净残值率	年折旧或摊销率
房屋及建筑物	30	5%	3.17%
专用设备	10	5%	9.50%
其他设备	5	5%	19.00%
软件	5	0%	20.00%
安装调试费用、装修费用	3	0%	33.33%

前次募投项目均未建设完毕，“展示营销中心建设项目”、“数字化智能运营体系建设项目”计划建设周期为 36 个月，“年产 280 万米数码印花生产线技术改造项目”计划建设周期为 24 个月，按照上述折旧和摊销方法并结合项目的营业收入、净利润预测，前次募投项目的新增固定资产和无形资产的折旧和摊销费用对公司未来营业收入、净利润的合计影响如下：

单位：万元

项目	T+1	T+2[注 3]	T+3	T+4	T+5	T+6	T+7	T+8	T+9	T+10
预测新增折旧摊销合计[注 1]	446.14	1,470.21	1,679.89	1,584.87	1,428.00	1,218.39	765.67	709.51	709.51	709.51
新增折旧及摊销占营业收入的比例										
现有业务收入[注 2]	65,143.20	65,143.20	65,143.20	65,143.20	65,143.20	65,143.20	65,143.20	65,143.20	65,143.20	65,143.20
新增折旧及摊销占现有业务的营业收入比例	0.68%	2.26%	2.58%	2.43%	2.19%	1.87%	1.18%	1.09%	1.09%	1.09%
募投项目“展示营销中心建设项目”预计营业收入	-	900.00	2,000.00	3,400.00	4,300.00	4,515.00	4,740.75	4,977.79	5,226.68	5,488.01
募投项目“年产 280 万米数码印花生产线技术改造项目”预计营业收入	-	5,199.93	10,399.86	10,399.86	10,399.86	10,399.86	10,399.86	10,399.86	10,399.86	10,399.86
募投项目预计营业收入合计	-	6,099.93	12,399.86	13,799.86	14,699.86	14,914.86	15,140.61	15,377.65	15,626.54	15,887.87
新增折旧及摊销占募投项目预计营业收入比例	/	24.10%	13.55%	11.48%	9.71%	8.17%	5.06%	4.61%	4.54%	4.47%
营业收入合计	65,143.20	71,243.13	77,543.06	78,943.06	79,843.06	80,058.06	80,283.81	80,520.85	80,769.74	81,031.07
新增折旧及摊销占总营业收入比例	0.68%	2.06%	2.17%	2.01%	1.79%	1.52%	0.95%	0.88%	0.88%	0.88%
新增折旧及摊销占净利润的比例										
现有业务净利润[注 2]	3,755.47	3,755.47	3,755.47	3,755.47	3,755.47	3,755.47	3,755.47	3,755.47	3,755.47	3,755.47
新增折旧及摊销占现有业务的净利润比例	11.88%	39.15%	44.73%	42.20%	38.02%	32.44%	20.39%	18.89%	18.89%	18.89%
募投项目“展示营销中心建设项目”预计净利润	-210.19	-182.73	-10.92	400.61	767.43	908.22	1,058.92	1,189.70	1,276.91	1,368.47
募投项目“年产 280 万米数码印花生产线技术改造项目”预计净利润	-94.58	342.06	1,131.75	1,109.89	1,144.30	1,144.30	1,164.55	1,164.55	1,164.55	1,164.55

单位：万元

项目	T+1	T+2[注 3]	T+3	T+4	T+5	T+6	T+7	T+8	T+9	T+10
募投项目预计净利润合计	-304.77	159.33	1,120.83	1,510.51	1,911.73	2,052.52	2,223.47	2,354.25	2,441.46	2,533.02
新增折旧及摊销占募投项目预计净利润比例	-146.39%	922.73%	149.88%	104.92%	74.70%	59.36%	34.44%	30.14%	29.06%	28.01%
净利润合计	3,450.70	3,914.80	4,876.30	5,265.98	5,667.20	5,807.99	5,978.94	6,109.72	6,196.93	6,288.49
新增折旧及摊销占整体净利润的比例	12.93%	37.56%	34.45%	30.10%	25.20%	20.98%	12.81%	11.61%	11.45%	11.28%

[注 1]固定资产及无形资产原值为转固时点的金额，“展示营销中心建设项目”主要投资房屋及建筑物、其他设备、装修费用并于 T+0 至 T+2 期转固，“年产 280 万米数码印花生产线技术改造项目”主要投资专用设备、装修费用、安装调试费用并于 T+0 至 T+1 期转固，“数字化智能运营体系建设项目”主要投资软件、其他设备、装修费用、安装调试费用并于 T+0 至 T+2 期转固

[注 2]现有业务的营业收入、净利润为根据 2020-2022 年平均营业收入、净利润测算。上述测算不考虑公司现有业务的未来收入增长以及净利润增长，不考虑其他项目对收入和净利润的影响，且不构成对公司未来业绩、盈利水平的承诺

注 1：T+2 至 T+4 期为爬坡期，T+5 至 T+10 为达产期

注 2：因“展示营销中心建设项目”、“数字化智能运营体系建设项目”存在较多的其他设备、安装调试费用、装修费用投入，折旧或摊销年限为 3-5 年，故爬坡期的新增折旧摊销费用高于达产期

前次募投项目新增收入可覆盖新增固定资产和无形资产带来的折旧和摊销费用。爬坡期内，前次募投项目预计年均新增折旧摊销费用为 1,578.32 万元，占年均整体营业收入的 2.08%，占年均整体净利润的 33.68%，占比较高，对公司净利润存在一定负面作用；达产期内，预计年均新增折旧摊销费用为 923.43 万元，占年均整体营业收入的 1.15%，占年均整体净利润的 15.37%。

2. 本次募投项目建成后新增折旧和摊销对公司未来经营业绩的影响

公司本次募投项目涉及固定资产或无形资产投资，折旧和摊销方法如下：

资产类别	折旧或摊销年限（年）	预计残值率	年折旧或摊销率
房屋及建筑物	30	5%	3.17%
专用设备	10	5%	9.50%
运输工具	5	5%	19.00%
其他设备	5	0%	20.00%
安装调试费用、装修费用	3	0%	33.33%

本次募投项目尚未建设完毕，计划建设周期为 36 个月，按照上述折旧和摊销方法并结合项目的营业收入、净利润预测，本次募投项目的新增固定资产和无形资产的折旧和摊销费用对公司未来营业收入、净利润的合计影响如下：

单位：万元

项目	T+1	T+2	T+3[注 3]	T+4	T+5	T+6	T+7	T+8	T+9	T+10
预测新增折旧摊销合计[注 1]			2,331.09	2,814.95	2,814.95	2,814.95	2,814.95	2,803.15	2,797.25	2,797.25
新增折旧及摊销占营业收入的比例										
现有业务收入[注 2]	65,143.20	65,143.20	65,143.20	65,143.20	65,143.20	65,143.20	65,143.20	65,143.20	65,143.20	65,143.20
新增折旧及摊销占现有业务的营业收入比例			3.58%	4.32%	4.32%	4.32%	4.32%	4.30%	4.29%	4.29%
募投项目“万事利人工智能工厂项目” 预计营业收入			55,568.40	74,091.20	92,614.00	92,614.00	92,614.00	92,614.00	92,614.00	92,614.00
新增折旧及摊销占募投项目预计营业收入比例	/	/	4.19%	3.80%	3.04%	3.04%	3.04%	3.03%	3.02%	3.02%
营业收入合计	65,143.20	65,143.20	120,711.60	139,234.40	157,757.20	157,757.20	157,757.20	157,757.20	157,757.20	157,757.20
新增折旧及摊销占总营业收入比例			1.93%	2.02%	1.78%	1.78%	1.78%	1.78%	1.77%	1.77%
新增折旧及摊销占净利润的比例										
现有业务净利润[注 2]	3,755.47	3,755.47	3,755.47	3,755.47	3,755.47	3,755.47	3,755.47	3,755.47	3,755.47	3,755.47
新增折旧及摊销占现有业务的净利润比例			62.07%	74.96%	74.96%	74.96%	74.96%	74.64%	74.48%	74.48%
募投项目“万事利人工智能工厂项目” 预计净利润			7,397.69	8,723.10	10,249.65	10,849.82	10,701.73	10,556.26	10,398.00	10,226.56
新增折旧及摊销占项目预计净利润比例	/	/	31.51%	32.27%	27.46%	25.94%	26.30%	26.55%	26.90%	27.35%
净利润合计	3,755.47	3,755.47	11,153.16	12,478.57	14,005.12	14,605.29	14,457.20	14,311.73	14,153.47	13,982.03
新增折旧及摊销占整体净利润的比例			20.90%	22.56%	20.10%	19.27%	19.47%	19.59%	19.76%	20.01%

[注 1] 固定资产及无形资产原值为转固时点的金额，“万事利人工智能工厂项目”主要投资房屋及建筑物、专用设备、其他设备并于 T+2 至 T+3 期转固

[注 2]T+1 至 T+10 期现有业务的营业收入、净利润为根据 2020-2022 年平均营业收入、净利润测算的年化数值。上述测算不考虑公司现有业务的未来收入增长以及净利润增长，不考虑其他项目对收入和净利润的影响，且不构成对公司未来业绩、盈利水平的承诺

注：T+3 至 T+4 期为爬坡期，T+5 至 T+10 期为达产期

本次募投项目新增收入可覆盖新增固定资产和无形资产带来的折旧和摊销费用。爬坡期内，本次募投项目预计年均新增折旧摊销费用为 2,573.02 万元，占年均整体营业收入的 1.98%，占年均整体净利润的 21.78%；达产期内，预计年均新增折旧摊销费用为 2,807.08 万元，占年均整体营业收入的 1.78%，占年均整体净利润的 19.70%。

综上，公司前次及本次募投项目新增收入可覆盖新增资产带来的折旧摊销费用，新增折旧摊销费用占整体营业收入的比例较低，爬坡期内占整体净利润的比例较高，但随着项目产能逐步释放，占比呈现下降趋势，不会对公司业绩产生重大不利影响。

(六) 核查程序及结论

1. 核查程序

(1) 针对问题（4），我们主要实施了以下核查程序：

- 1) 查阅前次募集资金使用情况报告，了解前次募集资金使用情况；
- 2) 查阅前次募集资金账户的银行流水，并以抽样的方式，检查前次募集资金支出相关的付款申请单、银行回单、采购合同等原始单据，实地走访查看前次募投项目进展情况；

3) 访谈公司财务总监、前次募投项目相关负责人，了解前次募投项目的最新进展、资金使用比例较低的原因、前次募集资金后续使用计划；

4) 查阅公司与房产中介公司签订的购置商铺委托协议。

(2) 针对问题（6），我们主要实施了以下核查程序：

- 1) 查阅前次募投项目、本次募投项目的可行性研究报告；
- 2) 访谈公司前次募投项目、本次募投项目的相关负责人，了解工艺技术、生产设备、智能化程度、需置换旧产能等情况；

3) 获取现有同类项目厂房的土地使用权证、固定资产清单，对比本次募投项目与公司现有同类项目单位产能所需基础设施建设面积情况、单位产能所需设备投资金额；

4) 查阅同行业可比公司公开披露的报告，了解近年来主要的可比项目情况，对比本次募投项目与同行业可比公司的可比项目的单位面积基础设施建设投资金额；

5) 访谈本次募投项目的相关负责人,了解本次募集资金的必要性和合理性,了解本次募投项目新建厂房的必要性和经济性;

6) 核查 2023 年 9 月末厂房使用情况、主要生产设备台账。

(3) 针对问题(8),我们主要实施了以下核查程序:

1) 查询本次募投项目已投入的资金台账,了解终止可转债计划前的投资建设情况;

2) 查阅公司 2022 年度业绩预告及 2022 年度业绩预告修正公告;

3) 查询《创业板上市公司证券发行注册管理办法(试行)》《深圳证券交易所创业板上市公司证券发行上市审核问答》《〈上市公司证券发行注册管理办法〉第九条、第十条、第十一条、第十三条、第四十条、第五十七条、第六十条有关规定的适用意见——证券期货法律适用意见第 18 号》等法律法规,了解现有法规体系对上市公司再融资融资规模的有关规定;

4) 访谈公司董事会秘书,了解公司变更再融资品种及调整融资规模的具体原因;

5) 查阅本次募投项目的可行性研究报告,了解具体投资构成明细、各明细项目所需资金的测算假设及主要计算过程、各项投资支出的必要性和合理性;

6) 查阅本次募投项目董事会前投入的资金台账;

7) 访谈公司本次募投项目相关负责人,了解本次募集资金拟用于各项投资支出的计划;

8) 核查本次募集资金用于补充流动资金比例是否符合《〈上市公司证券发行注册管理办法〉第九条、第十条、第十一条、第十三条、第四十条、第五十七条、第六十条有关规定的适用意见——证券期货法律适用意见第 18 号》的要求。

(4) 针对问题(9),我们主要实施了以下核查程序:

1) 查阅本次募投项目的可行性研究报告,复核各类别产品的毛利率、单位价格、单位成本等关键参数;

2) 获取公司报告期内收入成本明细表,计算本次募投项目产品报告期内的毛利率、单位价格、单位成本等情况;

3) 查询同行业可比公司 2020-2022 年年度报告、2023 年三季度报告,计算其与公司相近业务的毛利率;

4) 复核本次募投项目效益测算过程, 针对毛利率、单位价格、单位成本等关键参数进行敏感性分析。

(5) 针对问题(10), 我们主要实施了以下核查程序:

1) 查询公司年度报告等公开信息, 了解固定资产折旧、无形资产摊销政策;

2) 查询公司前次募投项目、本次募投项目的可行性研究报告, 复核新增折旧摊销费用、预计营业收入、预计净利润的计算过程, 判断与公司的会计政策是否相符, 判断新增折旧摊销费用对公司未来业绩的影响。

2. 核查结论

(1) 针对问题(4), 经核查, 我们认为:

受宏观经济波动、生产经营环境变化等因素影响, 公司前次募集资金使用比例较低。后续公司将加快前次募投项目建设进度, 已有较为明确的资金使用计划, 预计前次募投项目能够按期达到可使用状态。

(2) 针对问题(6), 经核查, 我们认为:

1) 前次募投项目、本次募投项目均围绕公司主营业务展开, 提升数码印花产能; 在建设内容、工艺技术、生产设备、智能化控制程度等方面, 前次募投项目与本次募投项目存在一定的区别, 本次募集资金存在必要性和合理性;

2) 从现有厂房使用情况、环保需求、承租厂房空间布置及污染物处理能力、公司所在区域产业规划等方面判断, 新建厂房具有必要性和经济性;

3) 本次募投项目的单位产能所需基础设施建设面积、单位面积基础设施建设投资金额与现有同类项目、同行业可比公司同类项目不存在重大差异, 本次募投项目的基础设施建设具有经济性; 本次募投项目的单位产能所需设备投资金额与现有同类项目不存在重大差异, 本次募投项目的设备购置及安装具有经济性;

4) 受宏观经济波动、生产经营环境变动影响, 前次募集资金使用进度较低, 公司已对前次募集资金制定了明确的使用计划, 将加快前次募投项目建设, 预计能够按期达到可使用状态, 本次募投项目建设和融资具有必要性和合理性, 不存在频繁、过度融资的情形。

(3) 针对问题(8), 经核查, 我们认为:

1) 终止可转债计划前, 本次募投项目已经开始投资建设, 本次募集资金拟投入金额不包含董事会前投入的资金;

2) 受宏观经济形势波动、国内消费需求不振的影响, 公司预计其 2022 年度

业绩情况不能满足原向不特定对象发行可转换公司债券的发行条件，同时根据法律法规中对于创业板上市公司不同再融资品种融资上限的有关规定，结合公司本次募投项目的资金缺口情况，公司将本次再融资品种调整为向特定对象发行股票，并将拟募集资金金额调整为不超过 60,000.00 万元，原因具有合理性；

3) 本次募投项目的各项投资支出具备必要性和合理性；

4) 本次募投项目的投资支出包含董事会前投入的资金，本次募集资金拟投入金额不包含董事会前投入的资金；

5) 本次募集资金的非资本性支出和补充流动资金比例符合相关监管要求。

(4) 针对问题（9），经核查，我们认为：

1) 本次募投项目产品的毛利率、单位价格、单位成本与现有业务以及同行业可比公司不存在重大差异；

2) 根据关键参数的敏感性分析，本次募投项目的效益测算合理、谨慎。

(5) 针对问题（10），经核查，我们认为：

公司前次及本次募投项目新增收入可覆盖新增资产带来的折旧摊销费用，新增折旧摊销费用占整体营业收入的比例较低，爬坡期内占整体净利润的比例较高，但随着项目产能逐步释放，占比呈现下降趋势，不会对公司业绩产生重大不利影响。

专此说明，请予察核。



中国注册会计师：



中国注册会计师：



二〇二三年十一月八日