



《关于请做好浙江福莱新材料股份有限公司公开发行
可转债发审委会议准备工作的函》

之

回复报告

保荐人（主承销商）



中信证券股份有限公司
CITIC Securities Company Limited

（广东省深圳市福田区中心三路8号卓越时代广场（二期）北座）

二〇二二年十月

中国证券监督管理委员会：

贵会于 2022 年 10 月 18 日下发的《关于请做好浙江福莱新材料股份有限公司公开发行可转债发审委会议准备工作的函》（以下简称“告知函”）收悉，中信证券股份有限公司（以下简称“保荐机构”或“中信证券”）作为浙江福莱新材料股份有限公司（以下简称“公司”、“发行人”、“申请人”或“福莱新材”）本次公开发行可转换公司债券的保荐机构，已会同发行人、发行人会计师天健会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“会计师”）等相关各方，本着勤勉尽责、诚实守信的原则，就告知函所提问题逐条进行了认真核查、讨论及回复，具体情况如下文，请予审核。

除另有说明外，本回复所用简称或名词释义与《募集说明书》中的释义相同。

本回复报告的字体代表以下含义：

黑体	告知函所列问题
宋体	对告知函所列问题的回复
楷体加粗	对《募集说明书》相关内容的修订和补充

特别说明：在本回复中，若合计数与各分项数值相加之和在尾数上存在差异，均为四舍五入所致。

问题1、关于业绩。

报告期申请人扣非归母净利润分别为9430.94万元、10665.39万元、11150.10万元和3320.62万元，其中2022年1-6月扣非归母净利润同比下降53.61%。报告期申请人主营业务毛利率分别为20.89%、20.34%、17.03%和13.17%，呈持续下降态势，其中主要产品广告喷墨打印材料、标签标识印刷材料毛利率均持续较大幅度下滑。

请申请人：（1）说明毛利率大幅下滑的原因及合理性，与同行业公司是否一致；报告期经营业绩走势与同行业公司是否存在重大差异及差异的原因；（2）结合2022年第三季度末在手订单预计毛利率、主要原材料价格变动等情况，说明未来毛利率是否可能持续下滑，相关风险披露是否充分；（3）结合经营模式、市场竞争环境、主要产品市场竞争力、市场前景等因素，说明行业经营环境和市场需求是否存在现实或可预见的重大不利变化，是否对可持续盈利能力造成重大不利影响；（4）说明2022年上半年公司营业收入、净利润、净资产收益率情况，2022年1-9月预计的营业收入、净利润、净资产收益率情况；定量分析导致公司2022年上半年净利润同比大幅度下滑的主要因素及影响数额；（5）结合2022年第三季度毛利率变动、第三季度业绩实现情况、第四季度业绩预计情况及在手订单等，说明业绩下滑的趋势是否扭转，是否存在导致经营业绩持续下滑的不利因素，是否构成本次发行障碍；说明如本次可转债在2022年完成发行，是否存在发行当年营业利润同比下降50%的风险，相关风险披露是否充分。

请保荐机构、申报会计师说明核查依据与过程，发表明确核查意见。

回复：

一、说明毛利率大幅下滑的原因及合理性，与同行业公司是否一致；报告期经营业绩走势与同行业公司是否存在重大差异及差异的原因

（一）公司毛利率下滑主要由于上游原材料价格受石油价格上涨而上涨以及新冠肺炎疫情导致市场需求的阶段性下降，具有合理性

报告期内，公司主营业务毛利率变动情况如下：

产品名称	2022年1-6月		2021年		2020年	
	毛利率变动	收入占比	毛利率变动	收入占比	毛利率变动	收入占比
广告喷墨打印材料	-3.56%	59.97%	-1.87%	67.41%	-0.86%	69.59%

产品名称	2022年1-6月		2021年		2020年	
	毛利率变动	收入占比	毛利率变动	收入占比	毛利率变动	收入占比
标签标识印刷材料	-4.03%	31.94%	-6.75%	27.29%	-3.24%	25.55%
电子级功能材料	-6.93%	3.43%	-7.79%	4.60%	0.40%	4.86%
功能基膜	-8.40%	4.66%	/	0.70%	/	-
合计	-3.86%	100.00%	-3.31%	100.00%	-0.55%	100.00%

报告期各期，公司广告喷墨打印材料、标签标识印刷材料占主营业务收入的比例超过 90%，广告喷墨打印材料、标签标识印刷材料毛利率的变动是公司整体毛利率变化的主要原因。

1、2020 年较 2019 年毛利率变动情况

2020 年度，公司毛利率比 2019 年下降 0.55%，主要原因为公司 2020 年执行新收入准则，将运费调整至营业成本导致营业成本增长。剔除此影响后，公司 2020 年毛利率上升 1.14%，毛利率上升主要原因有两个：

① 广告喷墨打印材料自身毛利率有所提升（剔除执行新收入准则的影响后），2020 年下半年，公司广告喷墨打印材料下游行业需求旺盛，全行业产品提价；

② 毛利率较高的标签业务规模和收入占比提高，2020 年度，公司标签业务毛利率与 2019 年基本一致（剔除执行新收入准则的影响后），而其收入占比则由 2019 年的 18.93%提高到 2020 年的 25.55%。

2、2021 年较 2020 年毛利率变动情况

2021 年度，公司毛利率较 2020 年下降 3.31%，主要由于原材料价格均经历了较大幅度的增长，虽然公司产品销售价格也有所增长，但未能完全对冲原材料上涨对毛利率的影响：

① 2021 年，受石油价格上涨影响，公司广告喷墨打印产品主要原材料 PP 合成纸、PVC、纸类、胶水价格涨幅分别为 16.10%、32.69%、18.09%、69.60%，带动单位直接材料成本上涨 0.26 元/平米，涨幅 22.31%，虽然公司广告喷墨打印产品单价上涨金额 0.31 元/平米高于单位成本上涨金额 0.29 元/平米，但广告喷墨打印产品单价上涨幅度 19.25%略低于单位成本上涨幅度 21.95%，导致公司广告喷墨打印产品毛利率略降 1.87%；

② PP 合成纸同样为公司标签标识印刷材料主要原材料，2021 年 PP 合成纸价格涨幅达 16.10%，带动单位直接材料成本上涨 0.13 元/平米，涨幅 20.94%，但由于标签标识印刷材料下游客户主要为艾利集团、芬欧蓝泰、冠豪高新等境内外大型不干胶标签厂商，下游客户议价能力较强，标签标识印刷材料 2021 年单价上涨金额 0.11 元/平米，其上涨幅度 11.74% 低于单位直接材料成本上涨幅度，导致 2021 年标签标识印刷材料毛利率下降 6.75%。

3、2022年1-6月较2021年毛利率变动情况

2022年1-6月，公司毛利率较2021年下降3.86%，主要原因系受国内新冠疫情波动影响，市场需求发生阶段性萎缩，行业竞争态势更加激烈，公司为提高市场占有率，维护重要客户市场份额，阶段性的推出以价换量的销售策略，保证了销售收入的持续增长，但同时也影响了公司的经营利润：

① 受新冠肺炎疫情反复导致国内线下活动活跃度降低，从而使公司产品需求阶段性下降、市场竞争加剧影响，2022年1-6月，公司广告喷墨打印产品销售价格较2021年下降0.02元/平米；同时受上半年电费、天然气价格上涨影响，公司广告喷墨打印产品制造费用上涨0.02元/平米，两方面原因共同导致公司广告喷墨打印材料2022年1-6月毛利率下降3.56%。

② 2022年1-6月，公司标签标识印刷材料毛利率较2021年下降4.03%，主要原因系行业竞争态势更加激烈，公司为提高市场占有率，维护重要客户市场份额，阶段性的推出以价换量的销售策略，保证了销售收入的持续增长，销售单价下降0.09元/平米。

(二) 公司毛利率与同行业可比公司平均水平变动趋势基本保持一致，与同行业可比公司毛利率的差异具有合理原因

报告期内，公司与可比上市公司综合毛利率指标如下：

公司简称	股票代码	2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
纳尔股份	002825.SZ	19.31%	17.71%	22.32% ^[注]	18.00%
仙鹤股份	603733.SH	12.96%	19.98%	20.47%	18.70%
斯迪克	300806.SZ	27.19%	26.96%	25.13%	25.92%
均值	-	19.82%	21.55%	22.64%	20.87%
发行人	605488.SH	12.62%	17.25%	20.65%	21.30%

数据来源：Wind 资讯

注：纳尔股份 2020 年将运杂费计入销售费用而非营业成本，故其 2020 年年报披露的毛利率为 23.99%；为增强其与其他公司的可比性，此处将运杂费计入纳尔股份营业成本，计算得出纳尔股份 2020 年调整后毛利率为 22.32%。

由上表可知，整体上看，报告期内公司毛利率与同行业可比公司平均水平变动趋势基本保持一致。除本公司之外，同行业各公司之间毛利率也有较大差异，主要是不同公司之间的细分行业、产品品类、业务模式及管理精细化程度不同所致。

1、纳尔股份

纳尔股份的主要产品为车身贴，该类产品从生产工艺和用途上与公司的广告喷墨打印材料相似。报告期内，纳尔股份车身贴毛利率与公司广告喷墨打印材料毛利率对比情况如下：

项目	2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年
纳尔股份车身贴毛利率	16.06%	11.77%	19.08%	17.05%
公司广告喷墨打印材料毛利率	12.12%	15.68%	17.54%	18.40%

2020 年，公司执行新收入准则，运输成本计入产品成本，剔除此影响后，广告喷墨打印材料 2020 年毛利率较 2019 年上升 0.54%，与纳尔股份毛利率变动方向一致。

2021 年及 2022 年 1-6 月，公司广告喷墨打印材料毛利率与纳尔股份车身贴毛利率存在差异的原因主要为：

① 2021 年纳尔股份车身贴毛利率降幅更大，主要系纳尔股份车身贴主要材料为 PVC，而公司广告喷墨打印材料主要材料为 PP 合成纸，PVC 与 PP 合成纸虽然都是石油产业链产品，但二者价格变动情况存在差异。2021 年，PP 合成纸价格较上年上涨 16.10%、PVC 价格较上年上涨 32.69%，原材料价格变动趋势的差异导致毛利率变动差异；

② 2022 年 1-6 月，纳尔股份车身贴毛利率有所增加、而公司广告喷墨打印材料毛利率有所下降，主要系经营模式和销售策略差异所致。

经营模式方面，纳尔股份车身贴的境外销售占比较高，根据其公告，车身贴境外销售占比在 50%以上，境外销售的毛利率更高且受影响较小，而公司广告喷墨打印材料境外销售占比约为 10%-15%。2022 年 1-6 月，纳尔股份的外销车身贴收入占比较上年上升 6.84%，带动其车身贴毛利率的增长。

销售策略方面，2022 年上半年公司为应对新冠肺炎疫情反复导致国内线下活动活跃度降低，从而使公司产品需求受到阶段性下降、市场竞争加剧的影响，公司阶段性的推出以价换量的销售策略，保证了销售收入的持续增长，广告喷墨打印材料销售收入同比增长 3.22%，而纳尔股份车身贴销售收入同比下降 3.69%，销售策略的不同也导致两个公司毛利率变动的不同。

2、仙鹤股份

仙鹤股份主营业务为特种纸的生产与销售，其中标签离型用纸（属于仙鹤股份日用消费系列）与公司标签标识材料所属标签领域相同。报告期内，仙鹤股份日用消费系列毛利率与公司标签标识印刷材料毛利率对比情况如下：

项目	2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年
仙鹤股份日用消费系列毛利率	12.96% ^[注]	17.19%	15.92%	15.61%
公司标签标识印刷材料毛利率	17.38%	21.41%	28.15%	31.39%

注：仙鹤股份未披露 2022 年 1-6 月分产品毛利率，此处列示仙鹤股份 2022 年 1-6 月整体毛利率。

公司标签标识印刷材料毛利率与仙鹤股份日用消费系列毛利率存在差异的原因主要是仙鹤股份的标签离型用纸俗称“底纸”，表面呈油性，对粘胶剂具有隔离作用，是标签印刷材料的辅料；而公司标签标识印刷材料为薄膜类面纸，可直接用以喷涂印刷，是标签印刷材料的主料。因此，两者的毛利率差异主要是由于两者的产品功能和作用不同所导致的销售价格差异较大。

3、斯迪克

斯迪克的主要产品为功能性薄膜材料，其与公司的电子级功能材料相似。报告期内，斯迪克毛利率与公司电子级功能材料毛利率对比情况如下：

项目	2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年
斯迪克毛利率	27.19%	26.96%	25.13%	25.92%
公司电子级功能材料毛利率	4.61%	11.54%	19.32%	18.92%

报告期内，公司电子级功能材料收入占比较小，分别为 6,392.51 万元、6,105.17 万元、7,681.28 万元、3,044.68 万元，收入占比低于 5%，对公司毛利率影响较小。公司电子级功能材料毛利率与斯迪克毛利率存在差异主要由于公司电子级功能材料业务尚处于探索发展中，且产品结构变化较大导致：2021 年及 2022 年 1-6 月，公司电子级功能材料毛利率下降，主要系保护膜产品、胶带产品收入占比上升，两类产品对原材料

的要求也更高、原材料价格相对较高，同时生产流程更为复杂、生产速率较慢、直接人工与制造费用较高，导致产品成本上涨幅度高于产品价格上涨幅度。

（三）公司已对2022年1-6月业绩下滑进行了充分披露，相关披露合法合规

《上海证券交易所股票上市规则（2022年修订）》第5.1.1条规定：

“上市公司预计年度经营业绩和财务状况将出现下列情形之一的，应当在会计年度结束后1个月内进行预告：

“（一）净利润为负值；

“（二）净利润实现扭亏为盈；

“（三）实现盈利，且净利润与上年同期相比上升或者下降50%以上；

“（四）扣除非经常性损益前后的净利润孰低者为负值，且扣除与主营业务无关的业务收入和不具备商业实质的收入后的营业收入低于1亿元；

“（五）期末净资产为负值；

“（六）本所认定的其他情形。

“公司预计半年度经营业绩将出现前款第（一）项至第（三）项情形之一的，应当在半年度结束后15日内进行预告。”

由于公司根据当时初步核算数据预计2022年上半年净利润与上年同期相比下降50%以上，2022年7月12日，公司公告了《2022年半年度业绩预减公告》，符合《上海证券交易所股票上市规则（2022年修订）》的规定。

公司《2022年半年度报告》公告的扣除非经常性损益前后归属于母公司股东的净利润较《2022年半年度业绩预减公告》中预计的数据分别高0.79%、0.82%，差异极小，符合《上海证券交易所股票上市规则（2022年修订）》第5.1.10条要求业绩预告“披露情况与公司实际情况不存在重大差异”的规定。此外，公司《2022年半年度报告》中亦对2022年上半年公司业绩下滑的原因进行了分析。

综上，公司已对2022年1-6月业绩下滑进行了充分披露，相关披露合法合规。

二、结合2022年第三季度末在手订单预计毛利率、主要原材料价格变动等情况，说明未

来毛利率是否可能持续下滑，相关风险披露是否充分

（一）2022年第三季度末在手订单预计毛利率、主要原材料价格变动等情况

截至2022年9月末，公司在手订单及预计毛利率情况如下：

产品名称	金额（万元）	预计毛利率
广告喷墨打印材料	4,317.71	12.68%
标签标识印刷材料	3,930.43	23.29%
电子级功能材料	1,181.15	0.95%
功能基膜	368.14	5.44%
合计	9,797.43	15.25%

注 1：公司订单周期较短，广告喷墨打印材料在手订单通常支撑半个月至一个月的收入，标签标识印刷材料、功能基膜在手订单通常支撑一个月至两个月的收入；

注 2：预计毛利率根据在手订单产品销售价格与截止 2022 年 9 月 30 日库存商品成本和预计的运输成本确定。

2022年9月末至本回复出具日，公司采购的主要原材料价格情况如下：

单位：元/千克

材料名称	2022年9月末至本回复出具日		2022年第三季度		2022年1-6月		2021年度
	采购单价	变动幅度	采购单价	变动幅度	采购单价	变动幅度	采购单价
PP 合成纸	10.19	0.15%	10.18	-4.09%	10.61	-3.20%	10.96
PET 膜	9.22	-3.13%	9.52	-7.48%	10.29	-6.22%	10.97
PVC	8.34	-5.41%	8.82	-17.17%	10.65	-3.88%	11.08
纸类（全部纸类）	9.13	1.68%	8.98	5.03%	8.55	4.74%	8.16
胶水	6.65	-4.54%	6.97	-21.35%	8.86	-6.09%	9.43
CPP 膜	9.60	-2.49%	9.85	-5.57%	10.43	-2.09%	10.65

由上表可知，2022年第三季度公司主要原材料PP合成纸、PET膜、PVC、胶水、CPP膜的采购单价较2022年上半年均有一定幅度下降；2022年9月末至本回复出具日主要原材料价格各有涨跌、总体平稳。总体来看，2022年下半年以来公司主要原材料价格较2021年及2022年上半年有所下降，材料成本端压力已有所缓解。

（二）未来毛利率是否可能持续下滑，相关风险披露是否充分

2022年1-6月公司主营业务毛利率为13.17%，2022年第三季度随着主要原材料价格下降，公司主营业务毛利率为14.20%，较2022年上半年增加1.03个百分点。

如前文所述，截至2022年9月末公司主要产品在手订单的预计毛利率为15.25%，较2022年上半年增加2.08个百分点；且2022年下半年以来主要原材料采购价格较2021年及2022年上半年有所下降，预计未来毛利率持续下滑的可能性较小。

发行人已在募集说明书“第三节 风险因素”之“二/（六）产品价格波动及毛利率持续下滑的风险”中进行了相关风险披露：

“报告期内，公司主营业务毛利率分别为20.89%、20.34%、17.03%和13.17%，呈持续下滑趋势。其波动与公司产品结构、销售价格、原材料价格密切相关。

“2022年第三季度，公司主营业务毛利率为14.20%，较上半年已有所增长；截至2022年9月末公司在手订单的预计毛利率为15.25%，2022年下半年以来主要原材料采购价格较2021年及2022年上半年有所下降。

“近年来，国内功能性涂布复合材料行业市场竞争日趋激烈，价格战成为市场竞争的重要手段，若未来公司不能持续进行自主创新和技术研发，产品的功能及效果无法适应市场需求变化，或市场竞争加剧，均可能使公司产品面临售价降低的风险；同时，公司主要原材料属于石油化工领域，其采购价格与石油化工相关大宗商品价格走势密切相关，若未来公司产品售价降低或主要原材料价格大幅上涨，公司主营业务毛利率面临持续下滑的风险。”

三、结合经营模式、市场竞争环境、主要产品市场竞争力、市场前景等因素，说明行业经营环境和市场需求是否存在现实或可预见的重大不利变化，是否对可持续盈利能力造成重大不利影响

报告期内，公司主营业务未发生改变，经营模式未发生重大变化。虽然市场竞争环境有所加剧，市场需求出现阶段性下降，但公司主要产品保持市场竞争力，市场前景良好。具体分析如下：

（一）经营模式

报告期内，公司经营模式未发生重大变化。

公司销售模式分为直销模式和经销模式。公司产品应用场景广泛，为更好满足下游客户需求，公司累计成立10余家二级销售子公司，发展千余家经销商。其中，经销

收入占比60%左右，主要集中在广告喷墨打印材料；直销收入占比40%左右，主要为标签标识印刷材料。

公司生产模式为“以销定产”。生产制造中心根据销售订单制定生产计划，负责销售、采购和生产部门之间的整体协调，并根据销售订单的数量和交货时间安排生产量和生产顺序，从而保证生产和出货的有序性。

公司采购模式为“以产定购”。采购中心每月编制采购计划，根据工艺流程特点及生产计划进行采购需求分析，结合材料库存状况制订采购计划，经批准后由采购中心进行询价、选择供应商并签订采购合同。

（二）市场竞争环境

受疫情影响，公司所处市场竞争环境有所加剧，但公司仍保持市场竞争力。

2022年上半年，受疫情反复影响，国内市场需求疲软，市场竞争加剧，同时上游大宗原材料价格上涨。公司采取以价换量的经营政策，市场占有率不降反增，从第三季度开始，随着下游市场进入传统旺季，疫情得到有效控制，公司经营业绩实现明显好转。

公司注重核心客户的维护和开拓。公司同艾利集团、江苏金大、芬欧蓝泰、冠豪高新等核心客户保持良好的战略合作关系，核心客户不仅能为公司带来稳定的订单，还能进一步提升公司的品牌影响力，帮助公司更好开拓下游客户。

随着国家产业整合、绿色环保等管控措施的相继出台，规模企业的综合经营及竞争优势逐步体现。公司具备较强的产品研发能力、市场开拓能力、供应链整合能力，凭借优质产品及良好口碑，依托规模优势，公司将进一步扩大市场占有率，巩固市场龙头地位。

（三）主要产品市场竞争力

公司主要产品具有市场竞争力，主要体现在品类全、质量佳、交期短、售后优、性价比高、品牌力强等方面。

公司拥有一支高水平研发团队，设有浙江省省级高新技术企业研究开发中心、嘉兴市级高新技术研究开发中心、浙江省博士后工作站。

经过多年的积累，公司目前拥有数百个不同规格、不同特性的产品型号，可以满足客户多样化的需求，实现多领域市场覆盖。公司产品通过了包括RoHS、REACH在内的多项环保、食品安全类检测，产品质量可靠。同时，公司注重生产管理规范，已经通过了ISO 9001:2015质量管理体系认证、ISO 14001:2015环境管理体系认证、ISO 45001:2018职业健康安全管理体系认证。公司生产管理的标准化、制度化、精细化水平不断提高，有效保证了产品生产质量，增强了公司产品市场竞争力。

公司建立了覆盖全国的营销网络，布局四大销售片区，设立十余家销售子公司，发展千余家经销商，能为全国客户提供及时可靠的售前、售中、售后服务。同时，公司注重核心客户的维护和开拓，与行业龙头企业保持良好的战略合作关系，不仅直接体现了公司较强的产品竞争力，也进一步提升了公司的品牌影响力。

公司注重供应链的拓展整合，巩固公司的产品质量优势及成本优势。2021年，公司收购功能基膜生产商烟台富利70%股权，参股胶水供应商上海碳欣，显著提高了公司原材料自供比例，有利于进一步提升公司产品市场竞争力。

公司始终致力于专业化品牌经营，注重良好的品牌形象打造。公司“福莱森特”喷绘耗材被认定为“浙江名牌产品”，2021年被授予“艾利全球创新供应商奖”称号等，公司品牌形象受到市场和客户的广泛认可，有助于产品市场竞争力的形成。

（四）市场前景

公司具有良好的市场前景。公司所处行业为功能性涂布复合材料制造行业，近年来多次受到政府的政策鼓励。主要产品下游应用广泛，市场空间广阔。

1、标签标识印刷材料

标签标识印刷材料主要用于日化产品、食品饮料、电子产品的标签标识印刷。随着国家产业整合、绿色环保等管控措施的相继出台，标签标识印刷行业产能集中度逐步提高，公司与行业龙头企业保持良好合作，有望在下游行业调整中受益。

根据Smithers Pira发布的《标签印刷的未来2024》，2019-2024年全球标签印刷市场的年复合增长率为4%，到2024年总产值将达到499亿美元。

2、广告喷墨打印材料

广告喷墨打印材料主要用于室内外实体广告宣传品打印。根据Smithers Pira发布的《2025年喷墨印刷的未来》，2020-2025年全球喷墨打印市场的年增长率将达5.5%，到2025年市场规模将达1,182亿美元。

3、电子级功能材料

电子级功能材料产品主要应用于消费电子、汽车电子等行业。根据IDC预测，2024年全球手机出货量将达到14.79亿部、可穿戴设备出货量将达到63.71亿部。此外，新能源汽车的快速发展也为汽车电子行业带来了巨大的发展动力。

4、功能基膜材料

功能基膜材料包括双向拉伸聚丙烯薄膜（BOPP）系列产品和改性聚酯收缩膜（OPETG）系列产品。BOPP系列产品因其质轻，印刷精美，环境友好的特点，广泛应用于包装，印刷，标签，烟草，电子，电工等领域，目前全国BOPP总产能近700万吨/年，预计未来将保持增长。

综上，公司的行业经营环境和市场需求不存在现实或可预见的重大不利变化，不会对公司的可持续盈利能力造成重大不利影响。

四、说明2022年上半年公司营业收入、净利润、净资产收益率情况，2022年1-9月预计的营业收入、净利润、净资产收益率情况；定量分析导致公司2022年上半年净利润同比大幅度下滑的主要因素及影响数额

（一）2022年上半年公司营业收入、净利润、净资产收益率情况，2022年1-9月预计的营业收入、净利润、净资产收益率情况

公司2022年上半年和2022年1-9月营业收入、净利润、净资产收益率（未经审计）情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2022年1-9月
营业收入	96,170.68	147,663.78
净利润	3,616.08	5,982.53
归属于母公司股东的净利润	3,602.22	5,963.71
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	3,320.62	5,628.23

加权平均净资产收益率	3.49%	5.79%
扣除非经常性损益后加权平均净资产收益率	3.22%	5.46%

（二）定量导致公司2022年上半年净利润同比大幅度下滑的主要因素及影响数额

公司2022年上半年净利润同比大幅度下滑主要原因系产品毛利率下降使得产品毛利下降，导致在费用整体变动不大的情况下净利润大幅下降，具体变动金额如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年1-6月	变动金额	变动幅度
营业收入	96,170.68	79,392.72	16,777.96	21.13%
营业成本	84,038.43	63,017.67	21,020.76	33.36%
营业毛利	12,132.25	16,375.05	-4,242.80	-25.91%
营业利润	3,900.42	8,202.53	-4,302.10	-52.45%
利润总额	3,885.63	8,206.80	-4,321.17	-52.65%
净利润	3,616.08	7,403.03	-3,786.94	-51.15%
归属于母公司所有者的净利润	3,602.22	7,410.11	-3,807.90	-51.39%

由上表可知，2022年上半年，公司费用整体变动不大，净利润同比大幅度下滑主要由于成本增长金额高于收入增长金额导致，即毛利率的下降是2022年上半年净利润同比大幅度下滑的主要因素。2022年1-6月，公司各产品收入占比及毛利率变化情况如下：

产品名称	2022年1-6月			2021年1-6月			毛利率变动
	收入占比	毛利率	毛利贡献率	收入占比	毛利率	毛利贡献率	
广告喷墨打印材料	59.97%	12.12%	7.27%	65.98%	18.18%	12.00%	-6.06%
标签标识印刷材料	31.94%	17.38%	5.55%	29.98%	24.84%	7.45%	-7.46%
电子级功能材料	3.43%	4.61%	0.16%	4.04%	16.14%	0.65%	-11.53%
功能基膜	4.66%	4.19%	0.20%	-	-	-	/
合计	100.00%	13.17%	13.17%	100.00%	20.10%	20.10%	-6.93%

由上表可知，广告喷墨打印材料和标签标识印刷材料毛利率贡献率最大，公司2022年上半年毛利率下降主要系上述两种产品毛利率下降所致，两种产品毛利率下降的具体分析详见本回复“一、/（一）”。

五、结合2022年第三季度毛利率变动、第三季度业绩实现情况、第四季度业绩预计情况及在手订单等，说明业绩下滑的趋势是否扭转，是否存在导致经营业绩持续下滑的不利

因素，是否构成本次发行障碍；说明如本次可转债在2022年完成发行，是否存在发行当年营业利润同比下降50%的风险，相关风险披露是否充分

（一）公司2022年第三季度毛利率有所回升、业绩下降幅度减少，预计第四季度业绩同比有所提高

1、公司2022年第三季度毛利率有所回升、业绩下降幅度减少

公司2022年第三季度综合毛利率为13.86%，较2022年1-6月的毛利率12.62%有所回升，同时第三季度业绩下降幅度减少。公司2022年第三季度主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2022年第三季度（未经审计）		2022年1-9月（未经审计）	
	金额	同比增长	金额	同比增长
营业收入	51,493.11	11.40%	147,663.78	17.55%
毛利率	13.86%	-1.46%	13.05%	-5.62%
营业利润	2,634.71	-21.67%	6,535.13	-43.50%
利润总额	2,602.33	-32.46%	6,487.96	-46.20%
净利润	2,366.45	-32.24%	5,982.53	-45.09%
归属于母公司股东的净利润	2,361.49	-32.36%	5,963.71	-45.29%
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	2,307.61	-3.58%	5,628.23	-41.07%

2、公司预计第四季度业绩同比有所提高

公司预计2022年第四季度业绩同比有所提高，具体预计情况如下：

单位：万元

项目	2022年第四季度（预计）		2022年（预计）	
	金额	同比增长	金额	同比增长
营业收入	52,600.00	14.56%	200,263.78	16.75%
毛利率	13.65%	0.29%	13.21%	-4.04%
营业利润	3,123.37	29.47%	9,658.50	-30.90%
利润总额	3,123.37	44.20%	9,611.32	-32.44%
净利润	2,839.86	50.28%	8,822.39	-31.00%
归属于母公司股东的净利润	2,739.86	48.32%	8,703.57	-31.73%
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	2,469.86	54.40%	8,098.09	-27.37%

项目	2022年第四季度（预计）		2022年（预计）	
	金额	同比增长	金额	同比增长
加权平均净资产收益率		2.60%		8.38%
扣除非经常损益后加权平均净资产收益率		2.35%		7.80%

注：公司2022年第四季度及2022年全年业绩情况系公司管理层结合当前的市场和公司的发展情况、公司在手订单等作出的初步预计，不构成公司的盈利预测或业绩承诺。

由上表可知，公司预计2022年全年营业利润下滑30.90%、归属于母公司股东的净利润下降31.73%、扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润下降27.37%，下降幅度小于50%。2022年预计加权平均净资产收益率为8.38%，预计扣除非经常损益后加权平均净资产收益率为7.80%，高于6%。

（二）公司在手订单规模保持稳定，未来业绩不存在重大不确定性

报告期各期末及截至目前，公司在手订单规模保持稳定，未来业绩不存在重大不确定性。公司在手订单规模如下：

单位：万元

项目	2022.10.23	2022.9.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
期末在手订单金额	12,503.93	9,797.43	7,031.23	5,626.11	4,564.29

由上表可知，报告期内，公司在手订单规模稳定增长，对公司业绩形成了稳定支撑，不存在在手订单量下滑，导致公司未来业绩不存在重大不确定性的风险。

（三）公司业绩下滑趋势已经缓和，石油价格上涨与新冠肺炎疫情导致国内线下活动活跃度降低两个影响公司业绩的主要不利因素已趋于平稳，不会对本次发行构成障碍

由本回复“五、/（一）”中公司2022年第三季度业绩实现情况及第四季度业绩预计情况可知，公司业绩下滑趋势已经缓和。

同时，由本回复“一、”中分析可知，石油价格上涨与新冠肺炎疫情导致国内线下活动活跃度降低是两个影响公司业绩的主要不利因素：1、国际石油价格自2020年5月开始上涨，2022年3至6月达到历史较高水平，2022年6月以来呈下降趋势，石油价格进一步上涨从而进一步影响公司毛利率的可能性较低；2、2022年6月起，随着上海疫情得到控制，国内线下经济活动得到恢复，疫情影响进一步扩散导致线下活动停滞从而进一步

影响发行人毛利率的可能性也较低。

因此，影响公司业绩的主要不利因素已趋于平稳，2019年至2021年，公司加权平均净资产收益率（以扣除非经常性损益前后净利润孰低者为计算依据）分别为29.28%、26.49%和14.18%，且2022年预计加权平均净资产收益率（以扣除非经常性损益前后净利润孰低者为计算依据）为7.80%，均高于6%，预计不会对本次发行构成障碍。

（四）本次可转债如在2022年完成发行，发行当年营业利润同比下降50%的风险极低，本次发行募集说明书中将进一步提示相关风险

由本回复“五、/（一）”中公司2022年业绩预计情况可知，随着公司2022年第三季度、第四季度业绩企稳回升，公司预计2022年全年营业利润下滑30.90%，降幅低于50%；同时，公司2022年1-9月已实现营业利润6,535.13万元，第四季度仅需实现营业利润超过454.09万元，则2022年全年营业利润即超过2021年全年50%，根据公司2022年1-9月毛利率及费用率水平，公司仅需完成截止2022年9月30日订单即可实现。因此，本次可转债如在2022年完成发行，发行当年营业利润同比下降50%的风险极低。

公司拟在本次发行募集说明书对于公司业绩下滑的风险提示如下：

“报告期内，公司营业收入分别为126,850.02万元、126,909.04万元、171,531.95万元和96,170.68万元，主营业务毛利率分别为20.89%、20.34%、17.03%和13.17%，归属于母公司所有者的净利润分别为10,271.84万元、12,036.02万元、12,748.78万元和3,602.22万元。

“受上游石油及石油产品价格上涨，以及新冠肺炎疫情反复导致国内线下活动活跃度降低，从而使公司产品需求阶段性下降、市场竞争加剧、产品价格下降或无法完全体现成本上升的影响，公司2021年、2022年1-6月毛利率下降较多，进而影响公司盈利能力。

“若未来发生宏观经济景气度下行、市场竞争加剧、行业政策不利变化、下游行业景气度降低、上游石油及石油产品价格继续上涨、新冠肺炎疫情继续反复从而影响线下活动活跃度及公司广告喷墨打印材料需求以及其他对生产经营造成重大不利影响的情形，则公司的盈利能力可能进一步下滑，甚至存在本次可转债发行当年营业利润较上年下滑50%以上的风险。”

六、保荐机构、申报会计师核查意见

（一）核查程序

就上述事项，保荐机构、申报会计师履行了如下主要核查程序：

1、取得公司的财务报告与审计报告、收入成本明细表，访谈公司高级管理人员及相关负责人，了解并分析公司毛利率变动的原因；

2、查阅公司公告及《上海证券交易所股票上市规则》等信息披露规定，核查发行人对于业绩下滑的披露是否符合相关法律法规；

3、查阅可比上市公司公告，了解可比上市公司经营业绩，分析可比上市公司与发行人经营业绩变化差异的原因；

4、取得发行人在手订单明细、原材料采购明细，了解发行人在手订单毛利率情况及原材料采购价格变化情况，查阅报告期内石油价格变动情况，通过网络查询等方式了解石油价格、新冠肺炎疫情的最新动态；

5、查阅相关行业报告、行业政策，网络检索相关行业新闻，查阅发行人取得的主要奖项与证书资料，查阅发行人与主要客户签订的合同与订单；

6、对比分析公司季度财务数据，了解公司业绩变动趋势并分析相应原因，查阅公司2022年第四季度盈利预计情况；

7、核查发行人本次可转债募集说明书对于相关风险的披露情况。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、公司毛利率下滑主要由于上游原材料价格受石油价格上涨而上涨以及新冠肺炎疫情导致市场需求的阶段性下降，具有合理性；公司毛利率与同行业可比公司平均水平变动趋势基本保持一致，与同行业可比公司毛利率的差异具有合理原因；公司已对2022年1-6月业绩下滑进行了充分披露，相关披露合法合规。

2、2022年下半年以来，公司主要原材料价格较2021年及2022年上半年有所下降，材料成本端压力已有所缓解，2022年第三季度主营业务毛利率为14.20%，较2022年上半

年增加1.03个百分点；同时，公司在手订单预计毛利率平稳，预计未来毛利率持续下滑的可能性较小，公司已在募集说明书对相关风险进行了充分披露。

3、报告期内，公司主营业务未发生改变，经营模式未发生重大变化，虽然市场竞争环境有所加剧，市场需求出现阶段性下降，但公司主要产品保持了市场竞争力，市场前景良好，公司的行业经营环境和市场需求不存在现实或可预见的重大不利变化，不会对公司的可持续盈利能力造成重大不利影响

4、2022年上半年，公司费用整体变动不大，净利润同比大幅度下滑的主要原因是广告喷墨打印材料和标签标识印刷材料毛利率下降导致公司整体毛利率下滑。

5、公司2022年第三季度毛利率有所回升、业绩下降幅度减少，预计第四季度业绩同比有所提高；公司在手订单规模保持稳定，未来业绩不存在重大不确定性。

6、公司业绩下滑趋势已经缓和，石油价格上涨与新冠肺炎疫情导致国内线下活动活跃度降低两个影响公司业绩的主要不利因素已趋于平稳，不会对本次发行构成障碍；本次可转债如在2022年完成发行，发行当年营业利润同比下降50%的风险极低，公司已在募集说明书对相关风险进行了充分披露。

（本页无正文，为浙江福莱新材料股份有限公司关于《〈关于请做好浙江福莱新材料股份有限公司公开发行可转债发审委会议准备工作的函〉之回复报告》的盖章页）

浙江福莱新材料股份有限公司

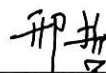


(本页无正文，为中信证券股份有限公司关于《〈关于请做好浙江福莱新材料股份有限公司公开发行可转债发审委会议准备工作的函〉之回复报告》的签署页)

保荐代表人：



卞朝帆



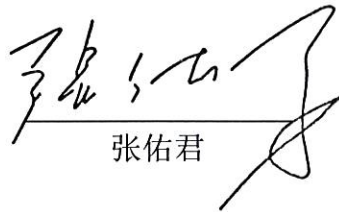
邢哲



保荐机构董事长声明

本人已认真阅读《〈关于请做好浙江福莱新材料股份有限公司公开发行可转债发审委会议准备工作的函〉之回复报告》的全部内容，了解本次回复涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，本次回复不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

董事长：


张佑君

