

关于太仓展新胶粘材料股份有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市申请文件
的第四轮审核问询函中有关财务事项的说明

目 录

一、关于业绩下滑风险·····	第 1—17 页
二、关于第一大供应商 3M 集团及发行人持续经营能力·····	第 17—30 页

关于太仓展新胶粘材料股份有限公司 首次公开发行股票并在创业板上市申请文件 的第四轮审核问询函中有关财务事项的说明

天健函〔2022〕920号

深圳证券交易所：

由东吴证券股份有限公司转来的《关于太仓展新胶粘材料股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第四轮审核问询函》（审核函〔2022〕010444号，以下简称审核问询函）奉悉。我们已对审核问询函所提及的太仓展新胶粘材料股份有限公司（以下简称展新股份公司或公司）财务事项进行了审慎核查，现汇报如下。

一、关于业绩下滑风险

申请文件及问询回复显示：

（1）报告期各期，发行人扣非后归母净利润分别为 4,424.68 万元、7,822.05 万元、5,243.16 万元，2021 年同比下滑 32.97%。

（2）2022 年 1-3 月，发行人营业收入同比下滑 13.70%，但扣非后归母净利润增长 17.70%。发行人预计 2022 年 1-6 月收入下滑 12.60%至 18.07%，扣非后归母净利润变动-6.20%至 4.63%。

（3）发行人预计 2022 年全年营业收入为 75,000 万元至 85,000 万元，同比增长 4.47%至 18.40%，扣非后归母净利润为 5,000 万元至 6,000 万元，同比增长-4.67%至 14.39%。发行人分析主要原因包括对蓝思科技销售的 iPad 触控平板电脑用产品将于下半年实现批量出货、预计多款 AMOLED 柔性显示器件产品全年相关收入将有所增长等。

（4）报告期各期，发行人产品应用于智能手机领域收入占比分别为 65.91%、

第 1 页 共 30 页

54.89%、74.18%。

公开信息显示,2022年一-季度,国内市场手机总体出货量同比下降29.20%。

请发行人:

(1) 结合报告期后对主要客户逐月销售收入金额及在手订单同比、环比变化情况、疫情对发行人及主要供应商及客户生产经营的影响情况,量化分析2022年上半年业绩变动原因。

(2) 结合对蓝思科技销售的iPad触控平板电脑用产品、AMOLED柔性显示器件产品、半导体制造用胶膜产品、反射膜类产品等截至目前销售收入、在手订单、客户需求及开拓情况、下游行业变动趋势、同行业可比公司业绩变动趋势,分析2022年全年业绩预计的依据是否充分、谨慎,会否出现毛利率、扣非后净利润等发生大幅下降风险,持续经营能力会否发生重大不利变化,并在招股说明书特别风险提示部分补充披露相关风险。

(3) 量化分析说明2022年一-季度营业收入持续下降且降幅较大,但净利润增长的原因。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

(一) 结合报告期后对主要客户逐月销售收入金额及在手订单同比、环比变化情况、疫情对发行人及主要供应商及客户生产经营的影响情况,量化分析2022年上半年业绩变动原因

1. 报告期后对主要客户逐月销售收入金额及在手订单同比、环比变化情况

(1) 报告期后主要客户逐月销售收入情况

单位:万元

项目	京东方		华星光电		天马微电子		业成科技		维信诺	
	销售金额	环比变动	销售金额	环比变动	销售金额	环比变动	销售金额	环比变动	销售金额	环比变动
2022年1月	2,849.32	-	969.25	-	437.30	-	510.62	-	304.80	-
2022年2月	1,344.56	-52.81%	540.38	-44.25%	439.26	0.45%	318.46	-37.63%	131.80	-56.76%
2022年3月	1,507.89	12.15%	463.02	-14.32%	935.48	112.97%	653.97	105.36%	293.69	122.83%
2022年4月	1,178.58	-21.84%	439.51	-5.08%	865.85	-7.44%	614.59	-6.02%	431.21	46.82%
2022年5月 (预计)	1,348.00	14.37%	365.90	-16.75%	870.80	0.57%	481.00	-21.74%	422.00	-2.13%
2022年6月 (预计)	1,065.50	-20.96%	559.00	52.77%	560.00	-35.69%	448.80	-6.69%	674.80	59.91%
2022年1-6 月(预计)	9,293.86	-	3,337.07	-	4,108.69	-	3,027.44	-	2,258.29	-

2021年1-6月	8,745.60	-	9,944.97	-	6,695.43	-	3,950.22	-	1,970.75	-
同比变动	6.27%	-	-66.44%	-	-38.63%	-	-23.36%	-	14.59%	-
同比变动金额	548.26	-	-6,607.90	-	-2,586.74	-	-922.78	-	287.54	-

注：除公司前五大主要客户外，其余收入主要为光学膜类产品、柔性显示器件产品和半导体制造用胶膜产品

如上表，从逐月销售收入来看，主要客户各月销售收入随出货进度的不同而有所波动，2月由于春节假期的影响销售收入相对较低；从分客户1-6月累计销售收入情况来看，公司对京东方和维信诺的销售收入同比略有增长，导致收入下滑的主要是华星光电和天马微电子。公司对华星光电销售的终端客户主要是小米和三星，华星光电同比降幅较大，主要原因为一方面对华星光电销售的柔性显示器件产品下降较多，原因为小米折叠屏项目2022年上半年未再产生收入；另一方面由于在疫情等因素影响下终端市场需求下滑导致华星光电采购的OCA光学胶膜减少。天马微电子下降金额较多主要原因是由于在疫情等因素影响下终端市场需求下滑导致其采购减少。总体来看，受疫情影响下游市场需求疲软等因素影响，2022年1-6月主要客户销售收入总体呈下降趋势。

(2) 报告期后在手订单情况

截至2022年5月31日，公司主要客户在手订单环比、同比变动如下：

单位：万元

项目	京东方		华星光电		天马微电子		业成科技		维信诺	
	在手订单金额	环比变动	在手订单金额	环比变动	在手订单金额	环比变动	在手订单金额	环比变动	在手订单金额	环比变动
2022年1月	1,384.27		568.33		523.02		347.72		137.08	
2022年2月	710.55	-48.67%	439.38	-22.69%	565.94	8.21%	321.23	-7.62%	128.86	-6.00%
2022年3月	1,415.31	99.18%	624.72	42.18%	733.27	29.57%	754.03	134.73%	242.60	88.27%
2022年4月	1,814.82	28.23%	658.37	5.39%	785.32	7.10%	730.64	-3.10%	347.95	43.43%
2022年5月	1,359.14	-25.11%	858.56	30.41%	541.96	-30.99%	316.16	-56.73%	137.89	-60.37%
2021年5月	1,535.54	12.98%	1,062.44	23.75%	418.73	-22.74%	223.66	-29.26%	160.05	16.07%
同比变动	-11.49%		-19.19%		29.43%		41.36%		-13.84%	

注：在手订单统计截止日为每月末

如上表，截至2022年5月31日，公司主要客户在手订单金额合计为3,213.71万元。从客户下达订单至公司交付产品，一般周期平均在20天左右，但2022年

上半年尤其是三四月份，由于疫情管控导致生产、运输受到影响，部分订单交付时间有所延长，故积累的在手订单规模相对较大。

2. 疫情对公司及主要供应商及客户生产经营的影响情况

(1) 疫情对公司生产经营的影响

在二季度上海及苏州地区疫情影响下，公司生产经营所在地经历了静态管理期，公司采取了一系列的保障措施，一定程度上保证了公司正常、稳定的生产经营，但疫情期间存在员工住厂闭环管理，物流成本迅速增长等情况，导致二季度公司的员工补助、物流费用等相关支出额外增加，同时部分机种的客户需求计划量有所减少，疫情管控也导致公司部分发货计划受到影响。

(2) 疫情对公司主要供应商的影响

二季度由于上海疫情影响，3M 集团上海仓库的 OCA 光学胶原材料，以及公司在昆山等地供应商的辅耗材曾短暂停运，延缓了公司部分产品的正常交货计划。目前，疫情对公司主要供应商的影响较为有限，公司能够正常向供应商采购原材料，保证满足正常生产、销售的需求。

(3) 疫情对公司主要客户的影响

疫情对公司主要客户的影响主要体现在两方面：一方面，由于受疫情的影响，目前终端消费市场不景气，智能手机等消费电子产品销量下滑幅度较大，影响了主要客户对公司的采购量；二是由于受疫情管控影响，公司部分发货计划受阻，或者虽然可以发货但运输成本大幅增加。上述因素影响了公司的收入和利润水平。

3. 2022 年上半年业绩下滑及变动原因

2022 年 1-6 月业绩预测过程

单位：万元

项 目	2022年1-6月(预计)	2021年1-6月	同比变动金额	同比变动比例
营业收入	29,602.15	36,614.61	-7,012.46	-19.15%
营业成本	24,179.57	29,668.11	-5,488.54	-18.50%
毛利	5,422.58	6,946.50	-1,523.92	-21.94%
毛利率	18.32%	18.97%	-	-0.65%
期间支出	3,472.13	3,963.99	-491.86	-12.41%
期间收益	16.23	32.33	-16.10	-49.80%
营业利润	1,966.68	3,014.84	-1,048.16	-34.77%

利润总额	1,966.68	3,014.58	-1,047.90	-34.76%
所得税	172.70	209.46	-36.76	-17.55%
净利润	1,793.98	2,805.12	-1,011.14	-36.05%

注：期间支出包括税金及附加、期间费用、资产减值损失和信用减值损失科目，下同；期间收益包括其他收益、投资收益、资产处置收益科目

如上表，2022年1-6月预计营业收入同比下降19.15%，净利润同比下降36.05%，净利润同比降幅较大，且降幅大于营业收入，主要原因为：(1)受疫情影响下游市场需求疲软，营业收入下降19.15%；(2)2022年1-6月期间支出下降幅度低于营业收入，主要原因为4月人民币大幅贬值，造成公司4月汇兑损失为423.88万元，同时4月受疫情影响员工补助、物流支出等相关费用有所增加，额外增加费用约110万元；(3)光学膜2022年1-6月预计销售收入为4,481.31万元，该产品毛利率相对较低，拉低了整体的毛利率水平，导致公司整体毛利率同比略降0.65%。

综上所述，结合公司已实现销售收入及对上半年剩余时间的收入预计，2022年1-6月公司业绩预计情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年1-6月	变动比例
营业收入	29,000-31,000	36,614.61	-20.80%至-15.33%
归属于母公司所有者的净利润	1,710-2,010	2,805.12	-39.04%至-28.35%
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	1,700-2,000	2,771.79	-38.67%至-27.84%

2022年上半年业绩下滑，主要原因为受疫情影响下游市场需求疲软，收入有所下滑，受疫情、人民币贬值等因素影响，汇兑损益、员工补助、物流支出等相关费用有所增加，净利润有所下降。公司在“招股说明书 重大事项提示/四、财务报告审计截止日后的财务信息及主要经营情况/（三）2022年1-6月业绩预计”结合最新预计情况进行了更新。

（二）结合对蓝思科技销售的 iPad 触控平板电脑用产品、AMOLED 柔性显示器件产品、半导体制造用胶膜产品、反射膜类产品等截至目前销售收入、在手订单、客户需求及开拓情况、下游行业变动趋势、同行业可比公司业绩变动趋势，分析 2022 年全年业绩预计的依据是否充分、谨慎，会否出现毛利率、扣非后净利润等发生大幅下降风险，持续经营能力会否发生重大不利变化，并在招

股说明书特别风险提示部分补充披露相关风险

1. 对蓝思科技销售的 iPad 触控平板电脑用产品、AMOLED 柔性显示器件产品、半导体制造用胶膜产品、反射膜类产品等截至目前销售收入、在手订单情况

(1) 截至目前销售收入情况

单位：万元

产品名称	2022 年 1-5 月销售收入
对蓝思科技销售的 iPad 触控平板电脑用产品[注]	-
AMOLED 柔性显示器件产品	309.64
半导体制造用胶膜产品	642.74
反射膜类产品	3,184.31

[注] 对蓝思科技销售的 iPad 触控平板电脑用产品 2021 年 12 月小批样品验证销售收入为 3.85 万元，已进入试产验证阶段，预计下半年验证通过后能够批量出货

(2) 截至 2022 年 5 月 31 日，在手订单情况如下

单位：万元

产品名称	在手订单金额
对蓝思科技销售的 iPad 触控平板电脑用产品[注]	-
AMOLED 柔性显示器件产品	625.79
半导体制造用胶膜产品	135.80
反射膜类产品	326.20

2. 客户需求及开拓情况、下游行业变动趋势、同行业可比公司业绩变动趋势

(1) 客户需求及开拓情况

2022 年至今，公司积极开拓各类产品市场及客户，满足客户多样化的需求，取得了一定进展，具体如下：

1) 对蓝思科技销售的 iPad 触控平板电脑用产品

2021 年随着欧菲光与苹果终止合作关系，蓝思科技正逐渐进一步切入触控显示面板业务，目前，公司已与蓝思科技进行新一轮的业务合作，并已进入试产验证阶段，预计下半年验证通过后能够批量出货。

2) AMOLED 柔性显示器件产品

2021 年，公司柔性显示器件产品主要应用于小米 MIX FOLD，实现销售收入 2,701.92 万元。截至本反馈意见回复出具之日，公司多款 AMOLED 柔性显示器件产品处于量产、验证或试样阶段，1-5 月预计销售收入为 309.64 万元，截至 5 月 31 日，在手订单为 625.79 万元，业务增长较快，同时，公司与京东方等客户就柔性显示器件产品签订了战略合作协议。

3) 半导体制造用胶膜产品

公司半导体制造用胶膜业务部分产品新增长电科技、紫光宏茂、中辰矽晶等知名客户实现量产出货，另与中芯国际、日月新半导体、华润微、华天科技等知名客户开展合作，产品正在认证中。

4) 反射膜类产品

公司凭借积累的 OCA 精密无尘模切技术、行业优势，于 2021 年起开始积极拓展反射膜类产品的精密无尘模切加工业务，2022 年 1-5 月公司该产品实现销售收入约为 3,184.31 万元，公司反射膜类产品的主要客户为下游背光显示模组企业，主要为隆利科技(300752)、宝明科技(002992)、南极光(300940)等上市公司。此外，公司的多款用于 VR 眼镜的增光膜产品已处于认证阶段，后续有望为公司提供新的业绩增长点。

(2) 下游行业变动趋势

根据中国信通院的统计，受零部件短缺、疫情反复、需求疲软等多方面因素影响，2022 年一季度国内智能手机出货量同比下降 29.20%。根据小米集团 2022 年一季报，新冠疫情的反复导致整体市场消费需求疲软，部分线下门店的正常运营及客流量受到一定程度的影响。根据 CINNO 的统计，2022 年一季度全球 AMOLED 智能手机面板出货量同比下降 8.00%，但京东方、华星光电、维信诺等主要国产厂商的市场份额为 22.6%，同比上升 7.00%。因此，根据 2022 年一季度的市场数据来看，主要受疫情影响，公司主要产品的下游行业市场规模较 2021 年有所下降。但下游消费电子产品市场仍然保持了较大的规模，同时公司主要客户在 AMOLED 智能手机面板的全球份额持续攀升，是未来推动公司业绩增长的有利因素。

(3) 同行业可比公司业绩变动趋势

2022 年一季度公司与同行业公司业绩变动情况如下：

单位：万元

公司名称	营业收入		扣非后归母净利润	
	金额	同比变动幅度	金额	同比变动幅度
安洁科技	105,455.08	44.68%	8,836.43	5,375.55%
飞荣达	75,345.59	20.29%	-4,593.54	-574.51%
智动力	48,710.19	-21.02%	619.35	-86.46%
公司	14,971.75	-13.70%	1,363.32	17.70%

如上表，2022 年一季度公司的营业收入有所下降，公司的扣非后归母净利润同比略有上升，而飞荣达和智动力的扣非后归母净利润均同比大幅下滑，且飞荣达处于亏损状态。根据飞荣达与智动力披露的公开信息，业绩下滑的主要原因为市场行情等因素的影响。安洁科技 2021 年以来开拓新能源汽车类产品效果显著，且该部分业务毛利率相对较高，故一季度表现较好。

总体来看，公司的业绩变动趋势在同行业可比公司中总体处于中上游水平，公司在精密无尘模切行业中具备较强的抗风险能力和市场竞争力。

3. 2022 年三季度及全年业绩预计

(1) 公司 2022 年三季度业绩预计情况

单位：万元

项 目	2022 年三季度（预计）	2021 年三季度	变动比例
营业收入	17,000.00-19,000.00	15,438.89	10.11%至 23.07%
归属于母公司所有者的净利润	1,070.00-1,270.00	1,114.10	-3.96%至 13.99%
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	1,050.00-1,250.00	1,056.70	-0.63%至 18.29%

注 1：以上数据不代表公司最终可实现业绩，亦不构成公司盈利预测及业绩承诺

注 2：2022 年三季度业绩预计与 2022 年全年业绩预测方法一致，在下文详细阐述

(2) 公司 2022 年全年业绩预计情况

单位：万元

项 目	2022 年度（预计）	2021 年度	变动比例
营业收入	65,000.00-70,000.00	71,790.13	-9.46%至-2.49%
归属于母公司所有者的净利润	3,850.00-4,550.00	5,776.38	-33.35%至-21.23%
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	3,800.00-4,500.00	5,245.04	-27.55%至-14.20%

注：以上数据不代表公司最终可实现业绩，亦不构成公司盈利预测及业绩承诺

4. 分析 2022 年全年业绩预计的依据是否充分、谨慎

(1) 预测过程

1) 收入

公司首先对 2022 年预计的收入情况进行预测，2022 年全年收入由 1-5 月已实现销售收入及 6-12 月预测收入两部分构成。对于 6-12 月预测收入，公司首先以在手订单及客户给出的需求计划(目前公司客户给出的需求计划一般为三个月，即覆盖 6-8 月)作为预测依据，对于 9-12 月没有需求计划和在手订单的收入预测，公司以 6-8 月的平均预测销售额作为参考。半导体制造用胶膜产品由于无需求计划，公司根据 1-5 月份销售情况预计 2022 年 1-6 月相比上年同期略微下滑，但考虑到已与长电科技、紫光宏茂、中辰矽晶等新增知名客户已实现批量出货，出于谨慎性，预测 2022 年该产品销售与 2021 年持平。

经预测，公司预计 2022 年营业收入为 6.65 亿元，具体明细如下：

单位：万元

类别	2022 年预计销售收入	2021 年度销售收入	同比变动
OCA 光学胶膜	48,847.19	61,942.80	-21.14%
柔性显示器件	1,906.24	2,701.92	-29.45%
光学膜	11,944.31	1,370.54	771.50%
半导体制造用胶膜	1,900.00	1,867.45	1.74%
其它胶膜、胶带	1,301.77	1,744.97	-25.40%
其它业务收入	650.41	2,046.26	-68.21%
合计	66,549.92	71,673.94	-7.15%

2) 毛利

公司在收入预测结果的基础上，进一步预测了各业务产品的毛利率情况，2022 年一季度 OCA 光学胶膜产品的毛利率为 20.68%，但考虑到报告期内该产品的平均毛利率为 18.29%，且 2022 年全年该产品的毛利率情况尚存在不确定性，虽毛利率相对较高的 OLED 用产品销售占比持续提升，但出于谨慎，公司预测 2022 年度 OCA 光学胶膜的毛利率预计约为 19%。其他产品的毛利率主要参考报告期内毛利率波动情况综合考量确定，公司预计 2022 年度半导体制造用胶膜的毛利率

为 37%，柔性显示器件的毛利率为 19%，其他胶膜、胶带的毛利率为 38%。由于光学膜是公司的新产品，公司主要根据已实现销售的同类产品的毛利率情况及与客户签订的相关产品销售协议综合确定。经上述测算，公司预计 2022 年度的毛利额为 11,710.18 万元。

3) 期间支出

公司剔除了各年度期间支出中股份支付费用、汇兑损益等与收入不相关的期间支出后，以报告期各年度的平均期间支出占收入的比例为 8.79%作为 2022 年度的期间支出占收入的比例，以 2022 年度预测收入乘以上述平均期间支出占收入的比例后再加上 2022 年度的股份支付费用及汇兑损益等与收入不相关的期间支出后，测算公司 2022 年度期间支出为 7,250.08 万元。

4) 所得税

公司以报告期各期公司的所得税费用占利润总额的比例作为参考，预计 2022 年度所得税费用约为利润总额的 10%，对应的所得税费用为 446.01 万元。

经上述分步测算，公司预计 2022 年度净利润为 4,014.09 万元。

(2) 关于光学膜产品在 2022 年收入大幅增长的情况

1) OCA 光学胶与光学膜的异同点

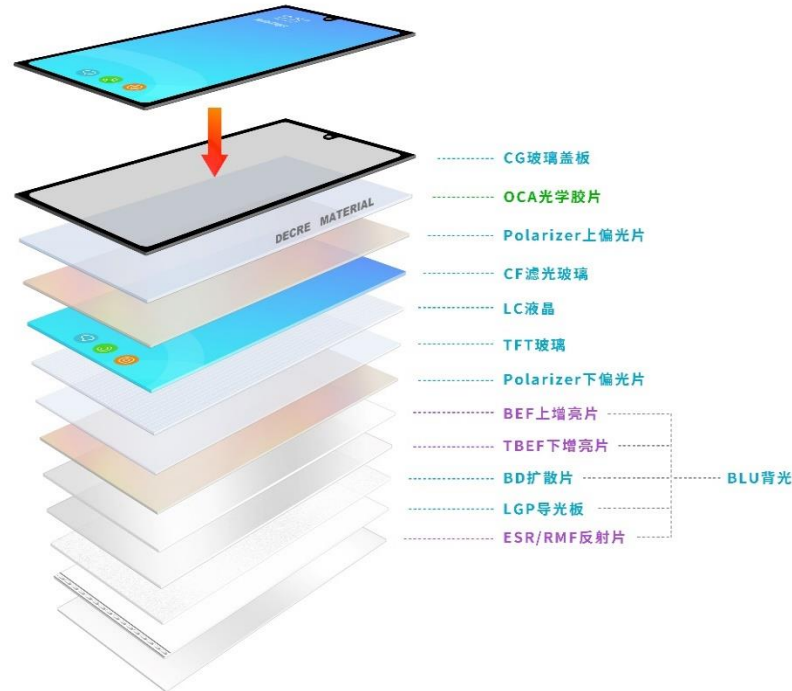
① 功能性的异同

OCA 光学胶的功能主要分为粘结功能和光学功能。粘结功能体现在它的粘结性，用于粘结透明光学器件（如触控屏、显示屏、玻璃盖板、柔性盖板等）；光学功能体现在它的透光性，高程度的透光性保证了显示屏的亮度、对比度、清晰度和触控流畅度。

光学膜的功能主要体现在光学功能上，公司目前的光学膜产品主要为反射片和增亮膜。其中反射片的光学功能为将透过导光板的光线重新反射，从而减少光的损失，提高光线的利用率；增亮膜的光学功能为将通过导光板扩散的光线进行折射和聚拢，增加光线的亮度。

以 LCD 显示屏结构图为例，OCA 光学胶及光学膜的示意图如下：

Incell LCD显示屏结构图



注：绿色为公司主要产品 OCA 光学胶膜产品；紫色为公司已量产的光学膜产品

② 应用领域的异同

OCA 光学胶与光学膜均为应用于智能手机、平板电脑、智能穿戴等消费电子产品的光学器件，但各自应用的细分领域存在异同点。OCA 光学胶可以应用于各类具有贴合需求的触控显示屏，包括但不限于 LCD 触控显示、AMOLED 触控显示等。而光学膜主要应用于具有背光模组结构的 LCD 触控显示屏，光学膜还可用于 VR 眼镜。

③ 生产工艺、技术的异同

公司生产的 OCA 光学胶片材与光学膜片材的主要生产技术均为精密无尘模切加工，在工艺、产品的结构、质检、包装等环节略有不同。

2) 光学膜产品业绩大幅增长的原因

① 市场空间较大，能够为公司提供新的业绩增长点

光学膜产品普遍应用于以 LCD 触控显示为主的智能手机、平板电脑等各类电

子产品，因此具备较大的市场规模，是公司努力开拓的方向之一。除 LCD 触控显示领域外，公司部分用于 VR 眼镜的光学膜产品已处于量产阶段。VR 虚拟现实、增强现实技术在支撑服务疫情防控、加快企业复工复产、强化服务保障、提高抗疫效率中发挥了积极作用。根据 iMedia Research 数据的统计，2020 年全球 VR 市场规模为 26 亿美元，2021 年将增长至 37 亿美元，并预计将于 2023 年突破 50 亿美元。同时，由于 2021 年起欧菲光及终端市场需求有所下滑等因素影响，公司需要积极开拓业务，寻找新的业绩增长点。

② 现有资源的有效整合，能够实现收入的快速增长

3M 集团本身从事部分光学膜产品的加工业务，但由于其模切良率、效率不具备优势、模切环节成本较高，因此有意将光学膜的加工业务对外转移。经公司与 3M 集团沟通，公司通过向 3M 集团采购反射片、增亮膜光学膜产品原材料卷材，并进行精密无尘模切加工成片材，能够顺利切入光学膜产品市场。凭借积累的 OCA 精密无尘模切技术、行业优势，公司于 2021 年下半年起开始积极拓展光学膜产品的精密无尘模切加工业务，快速取得成效。2022 年 1-6 月公司预计实现销售收入为 4,481.31 万元，光学膜产品模切加工行业的市场规模较大，因此公司能够在短期内实现销售收入的快速增长，随着与主要客户合作的稳定和深入，公司预计 2022 年全年光学膜产品收入约为 12,000 万元。

根据公司上半年实现的光学膜收入、在手订单及客户给予的需求计划等资料，公司预计 2022 年光学膜的主要客户收入如下：

单位：万元

客户名称	2022 年预计销售收入
深圳市南极光电子科技股份有限公司	3,622.09
深圳市山本光电股份有限公司	1,915.36
深圳市隆利科技股份有限公司	1,414.78
江西联创致光科技有限公司	1,300.70
东莞市一佳光电材料有限公司	916.09
深圳市宝明科技股份有限公司	866.40
其他	1,908.88
合计	11,944.31

3) 光学膜产品的毛利率情况

目前公司光学膜主要产品仍应用于 LCD 触控显示领域，该部分存量市场规模

较大，竞争也相对激烈，公司预计 2022 年光学膜产品的综合毛利率约在 5%-8% 之间。此外，公司 2022 年 1-6 月预计实现应用于 VR 眼镜产品的光学膜产品销售收入约为 20 万元，毛利率约为 60%。

4) 下游的应用领域及主要客户

目前公司的光学膜产品主要应用于 LCD 触控显示领域，终端产品主要是智能手机、平板电脑等消费电子产品，除 LCD 触控显示领域外，公司部分用于 VR 眼镜的产品已处于量产阶段。LCD 触控显示领域的主要客户为下游背光显示模组企业，主要为隆利科技(300752)、宝明科技(002992)、南极光(300940)等上市公司。

(3) 其他影响预测不确定性的因素

1) 终端市场趋势变动情况

2022 年 5 月 31 日国务院印发了《扎实稳住经济的一揽子政策措施》以最大限度减少疫情对经济社会发展的影响，随着各地出台经济刺激政策，终端消费市场预计下半年有望有所修复。

2) 2022 年第四季度收入情况

由于在手订单及客户给出的需求计划仅能覆盖 6-8 月，公司以 6-8 月的月平均销售额作为 2022 年第四季度销售收入的预测基础。

3) 2022 年 6-12 月新中标项目情况

由于公司无法预测未来公司新机种、新项目的投标、中标以及量产情况，故无法对 2022 年 6-12 月新中标项目及带来的销售收入进行预测，故未在收入预测中体现。2021 年公司前五大客户 OCA 光学胶膜产品在 6-12 月新中标的项目带来的销售收入约为 4,000 万元，因此 2022 年 OCA 光学胶膜产品的实际销售收入存在高于预测值的可能性。

4) 柔性显示器件、半导体制造用胶膜的收入预测

公司柔性显示器件与半导体制造用胶膜产品的销售收入较小，业务尚处于爬坡期，柔性显示器件目前以在手订单和需求计划进行收入预测，半导体制造用胶膜产品主要以 1-5 月已实现销售收入情况作为全年预测基础，但未考虑试样、验证中的产品和项目以及新量产客户后续快速起量的可能，因此随着上述两块业务的发展，实际实现销售收入存在高于预测值的可能性。

5) 汇率波动情况

受 4 月人民币大幅贬值影响，公司 1-5 月由于人民币贬值产生的汇兑损失约

为 440 万元，公司 2022 年预测净利润中已将上述汇兑损失扣减，但因汇率变动不确定性较大，2022 年预测净利润中未考虑未来汇率变动对公司业绩的影响。由于公司存在较大规模的美元借款，且主要原材料主要采用美元结算，若人民币持续贬值，会对公司产生一定的不利影响。

6) 新冠疫情的影响

在二季度上海及苏州地区疫情影响下，公司生产经营所在地经历了静态管理期，公司采取了一系列的保障措施，保证了公司正常、稳定的生产经营。由于疫情，公司的收入受到一定的影响，同时员工补助、物流费用等相关支出额外增加，但暂未对公司产生重大不利影响，若后续疫情持续甚至加重，新冠疫情仍有可能造成公司生产经营停滞，收入、净利润进一步下滑。

综上，公司预计 2022 年全年实现营业收入为 6.5-7.0 亿元，预计扣非后归母净利润为 3,800-4,500 万元。公司主要基于已实现销售收入及在手订单、客户给出的需求计划等信息预测收入，主要基于毛利率、期间支出占收入比例、所得税费用占利润总额的比例的历史波动情况进一步预测净利润。

5. 会否出现毛利率、扣非后净利润等发生大幅下降风险，持续经营能力会否发生重大不利变化，并在招股说明书特别风险提示部分补充披露相关风险。

从外部环境来看，虽然 2022 年第一季度全球智能手机销量有所下滑，但总体销量仍然保持在一个较大的规模，为 3 亿部左右；同时根据 IDC 数据显示，2022 年第一季度国内平板电脑市场出货量约 676 万台，同比增长 8.1%；根据 DSCC 的统计，2022 年第一季度全球可折叠手机总出货量为 222 万部，同比增长 571%，公司柔性显示器件产品未来市场空间广阔；另根据 CINNO 的统计，2022 年一季度全球 AMOLED 智能手机面板出货量同比下降 8.00%，但京东方、华星光电、维信诺等主要国产厂商的市场份额为 22.6%，同比上升 7.00%，公司的主要客户在全球 AMOLED 智能手机市场份额进一步提升。另外公司的主要客户和供应商均为国内外知名企业，实力较强，经营状况正常。因此公司的外部环境未发生重大不利变化。

公司 2022 年一季度的毛利率、扣非后净利润同比呈上升趋势，目前公司主要经营状况正常。

在二季度上海及苏州地区疫情影响下，公司生产经营所在地经历了静态管理期，公司采取了一系列的保障措施，保证了公司正常、稳定的生产经营。由于疫

情,公司的收入受到一定的影响,同时员工补助、物流费用等相关支出额外增加,但暂未对公司产生重大不利影响,若后续疫情持续甚至加重,新冠疫情仍有可能造成公司生产经营停滞,收入、净利润进一步下滑。

(三) 量化分析说明 2022 年一季度营业收入持续下降且降幅较大,但净利润增长的原因

展新股份公司 2022 年一季度经审阅后的财务报表中主要项目及变动情况

单位: 万元

项 目	2022年1-3月	2021年1-3月	变动比例
营业收入	14,971.75	17,349.49	-13.70%
营业成本	12,063.00	14,201.70	-15.06%
毛利率	19.43%	18.14%	1.28%
销售费用	208.68	216.77	-3.73%
管理费用	542.89	591.67	-8.24%
研发费用	798.28	1,049.25	-23.92%
财务费用	-12.43	156.92	-107.92%
净利润	1,369.46	1,163.78	17.67%
归属于母公司所有者的净利润	1,369.46	1,163.78	17.67%
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	1,363.32	1,158.34	17.70%

公司 2022 年 1-3 月营业收入为 14,971.75 万元,同比下降 13.70%,毛利率略有上升。扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润为 1,363.32 万元,同比增长 17.70%,主要原因如下:

1. 毛利率较上年同期有所上升

公司 2022 年 1-3 月毛利率有所上升的主要原因为公司在满足公司生产需要的基础上,在 2021 年下半年公司优化了人员结构,生产人员从 2021 年 6 月末的 320 人减少到 2021 年末的 273 人,提高了整体生产管理运行效率,同时积极与供应商议价,降低了采购价格,并优化了工艺,提高了毛利率水平。

2. 期间费用较上年同期有所减少

公司 2022 年 1-3 月销售费用、管理费用、研发费用和财务费用等期间费用合计为 1,537.41 万元,较上年同期减少 477.19 万元,降幅为 23.69%,减少的主要明细如下:

单位: 万元

报表项目	明细项目	2022年1-3月	2021年1-3月	变动金额	变动比例
管理费用	职工薪酬	283.61	324.95	-41.34	-12.72%
研发费用	职工薪酬	361.74	465.26	-103.53	-22.25%
	直接材料	273.57	423.70	-150.13	-35.43%
财务费用	汇兑损益	-63.92	79.45	-143.38	-180.45%
合计		855.00	1,293.36	-438.36	-33.89%

由上表，随着营业收入的下降，公司各项费用相应呈下降趋势，公司 2022 年 1-3 月管理费用和研发费用中的职工薪酬分别为 283.61 万元和 361.74 万元，较上年同期分别减少了 12.72%和 22.25%；研发费用中的直接材料为 273.57 万元，较上年同期分别减少了 35.43%。同时，由于汇率的波动，2021 年一季度汇兑损益损失为 79.45 万元，2022 一季度汇兑损益收益为 63.92 万元，同比汇兑损益收益净增加额为 143.38 万元。

（四）核查程序及结论

1. 核查程序

我们实施了以下核查程序：

(1) 获取并查阅了 2022 年 1-6 月公司主要客户、各类产品的销售收入及预测收入明细，与去年同期进行比对分析；

(2) 获取并查阅了公司在手订单明细；

(3) 对公司相关人员进行访谈，了解疫情对公司及其主要客户及供应商的影响；

(4) 对公司相关人员进行访谈，并抽查相关订单，了解公司各类业务开拓情况；

(5) 查阅同行业可比公司及公开市场资料，了解行业发展趋势及状况；

(6) 了解公司 2022 年业绩预计的过程，并取得公司 2022 年业绩预计中主要客户 6-8 月需求计划；

(7) 对公司相关人员进行访谈，了解 2022 年一季度营业收入及净利润变动的的原因。

2. 核查结论

经核查，我们认为：

(1) 公司 2022 年 1-6 月预计实现营业收入 29,000 至 31,000 万元，同比

-20.80%至-15.33%，预计实现扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润1,700至2,000万元，同比-38.67%至-27.84%，主要原因为受疫情影响下游市场需求疲软，收入有所下滑，受疫情、人民币汇率贬值等因素影响，汇兑损益、员工补助、物流支出等相关费用额外有所增加，净利润有所下降；

(2) 公司2022年1-3月营业收入为14,971.75万元，同比下降13.70%，扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润为1,363.32万元，同比增长17.70%，主要原因为1)公司优化了人员结构，提高了整体生产管理运行效率，同时积极与供应商议价，降低了采购价格，并优化了工艺，提高了毛利率水平；2)各项费用随营业收入有所下降，汇兑损益收益同比有所增加。

二、关于第一大供应商 3M 集团及发行人持续经营能力

申请文件及问询回复显示：

(1) 发行人报告期内向 3M 集团采购金额占采购总额比分别为 83.19%、85.81% 和 83.13%，其中向 3M 集团采购主要原材料 OCA 光学胶金额占全部 OCA 光学胶的采购比例分别为 97.43%、99.91%和 99.23%，报告期内发行人向 3M 集团采购 OCA 光学胶占比接近 100%。

(2) 目前发行人的终端客户苹果有指定原材料供应商为 3M 的情况，涉及发行人的主要客户有业成科技和欧菲光，涉及的产品为触控显示平板电脑。

(3) 2018 年至 2021 年发行人向蓝思科技销售金额大幅降低，各期金额分别为 1,927.97 万元、1,368.15 万元、519.38 万元、4.31 万元，主要由于 2019 年之后由于蓝思科技逐步开始向 3M 直接采购光学胶原材料。

请发行人：

(1) 结合国内 OCA 光学胶供应商市场竞争情况与可选择国产替代供应商情况、发行人与其他 OCA 光学胶厂商的合作情况、发行人 OCA 光学胶膜产品的主要竞争优势、主要客户选择 OCA 光学胶膜的标准及其采购模式等，进一步说明向 3M 集团采购集中度高的商业合理性，分析对 3M 重大依赖风险及 3M 经营情况变化对发行人生产经营额影响。

(2) 说明主营业务的产业链价值，目前该行业发展趋势及模切加工环节获利可持续性；OCA 光学胶膜模切厂商市场竞争情况，对于上下游企业来说发行人作为模切加工商是否具有不可替代性，发行人是否具有持续经营能力。

(3) 说明对苹果业务上半年销售情况及在手订单情况。

(4) 说明报告期内其他主要客户是否存在转为直接向 3M 采购的情形。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

(一) 结合国内 OCA 光学胶供应商市场竞争情况与可选择国产替代供应商情况、发行人与其他 OCA 光学胶厂商的合作情况、发行人 OCA 光学胶膜产品的主要竞争优势、主要客户选择 OCA 光学胶膜的标准及其采购模式等，进一步说明向 3M 集团采购集中度高的商业合理性，分析对 3M 重大依赖风险及 3M 经营情况变化对发行人生产经营额影响

1. 国内 OCA 光学胶供应商市场竞争情况与可选择国产替代供应商情况

目前 OCA 光学胶核心技术基本掌握在 3M 集团、三菱化学、日东电工等国外知名企业手中，这些企业积累了丰富的行业经验，掌握了研发和生产的核心技术，同时凭借完备的产品体系和全球的销售网络，在业内建立了良好的品牌形象，占据较大的市场份额。但随着国内 5G 消费电子、AMOLED 显示需求持续提升，OCA 光学膜的国产化进程不断加速，涌现出了斯迪克(300806)、晶华新材(603683)、新纶科技(002341)、苏州凡赛特材料科技有限公司(以下简称苏州凡赛特)等多家国内 OCA 光学胶供应商。

目前国产 OCA 光学胶在材料性能、品质等方面与国外品牌还有着较大的差距，国产 OCA 光学胶主要仍应用于返修市场及部分二、三线品牌，公司主要客户以一线终端品牌为主，基本采用进口 OCA 光学胶。2021 年公司新引入了国产 OCA 光学胶供应商苏州凡赛特，向其采购 LCD 手机屏用 OCA 光学胶原材料应用于公司部分产品。总体来看，由于国产 OCA 光学胶与进口 OCA 光学胶在材料性能、品质等方面仍存较大的差距，公司目前对国产替代供应商的选择性相对较小。

2. 公司与其他 OCA 光学胶厂商的合作情况

报告期内，公司除向 3M 集团，采购 OCA 光学胶原材料外，其他主要供应商的采购情况如下：

单位：万元

供应商名称	采购金额		
	2021 年度	2020 年度	2019 年度
三菱化学	2.47	30.27	864.08
苏州凡赛特	311.76	-	-

供应商名称	采购金额		
	2021 年度	2020 年度	2019 年度
合计	314.23	30.27	864.08

如上表，报告期内，公司主要向 3M 集团采购 OCA 光学胶，除 3M 集团外，公司还向三菱化学、苏州凡赛特采购，但采购金额相对较小。

3. 公司 OCA 光学胶膜产品的主要竞争优势

(1) 产品精度较高

精密无尘模切对于模切精度有着较高的要求，行业一般要求对模切精度的误差在正负 100 微米以内，公司能够控制在正负 50 微米以内。公司精密无尘模切方面的核心技术主要为技术和工艺的改造和创新，公司通过对生产工艺进行创意性改造，以满足客户的定制化需求，如公司发明专利“光学胶线状气泡位置调整装置及系统”解决了在 OCA 精密无尘模切过程中易产生气泡的问题，公司通过发明专利“一种圆孔带遮光黑边的 OCA 光学胶的制备方法及其模切装置”，能够将 OCA 光学胶遮光黑边与圆孔精度误差控制在正负 50 微米以内。

(2) 产品尺寸多样化

消费电子类产品具有种类多、更新迭代速度快的特点，终端产品对 OCA 光学胶膜的需求多样且规格众多。公司可以为触控显示屏客户提供涵盖从智能手机、平板电脑、智能穿戴、笔记本电脑、汽车车载显示屏及超大规格电子商用白板等不同尺寸、形状、结构的高质量 OCA 光学胶膜器件。一般来说，不同尺寸、用途及要求的 OCA 光学胶膜产品，需要更全面的模具设计、产品结构、包装设计能力以及更强的研发、工艺技术能力。同时，公司注重生产工艺的创新设计，能够根据客户需求对生产工艺进行创意性改造，从而满足客户在尺寸方面定制化的需求。

(3) 产品外观、洁净度高

OCA 光学胶膜产品对外观洁净度的要求很高，产品的外观以及洁净度直接决定了光学胶产品使用后的屏幕图像视觉效果和触控显示屏模组的贴合良率，精密无尘模切后的 OCA 光学胶膜除要求高精度、静电释放量小外，同时要求无尘、无异物、无脏污、无凹凸点、无水波纹、无压痕、无毛边、无褶皱、无溢胶、无气泡、无吸附等不良现象。公司生产车间均为高度洁净的无尘车间，通过严格的无尘度监控，最大程度保证了产品的洁净度。同时，公司通过在设备精密度、模具

设计、加工工艺、辅耗材搭配、包装设计等方面积累的丰富经验，满足了下游客户对产品外观的高要求。

(4) 品质的稳定

OCA 光学胶膜成品的生产具有较高的工艺技术要求。在生产工艺和技术方面，关键在于提高产品的良率和品质稳定可靠。公司拥有多种精密、智能化的检测设备，可对产品进行相关测试，确保产品的性能外观和尺寸精度。公司凭借多年在OCA 精密无尘模切领域积累的丰富经验，对生产、质检各个流程、细节进行管理和把控，保证了产品的品质稳定和高良率，有效满足了客户的需求，在市场竞争中保持优势地位。

(5) 快速响应和服务优势

OCA 光学胶精密无尘模切加工行业产品与服务密不可分。由于下游行业对OCA 光学胶的需求规格多且更新换代速度快，因此下游客户的采购具有采购频率高、单次采购量较小的特点，这对公司的响应速度提出了很高的要求。因此，OCA 光学胶膜精密无尘模切行业除了产品本身的模切精度和品质，模切厂商的快速响应和服务能力也十分重要。

为保证对客户的快速供货，并降低客户仓储成本，凭借多年的经验积累和技术水平，公司将生产过程中的生产线布局、机器配置、仓库设计、人员配置、生产进程控制等环节细分量化，精确控制各个生产环节，使得公司具备快速计算成本、准确制定报价单、灵活协调生产、及时供货到位的能力，满足客户的及时交货要求，提高客户的经营效率。同时，通过内部精细的生产管理和及时有效的沟通反馈，公司能够为客户提供精细化和快速的服务，得到客户普遍的认可。

4. 主要客户选择 OCA 光学胶膜的标准及其采购模式

(1) 主要客户的采购模式

公司的主要客户均为国内显示面板领域的知名企业，其具有严格的供应商选择标准，一般需要经历产品品质认证、品质管理体系稽核、供应商信用评价等阶段，正式通过审核、导入为合格供应商等多个阶段，从开始认证到量产供货正常需要数月乃至数年的时间。

成功导入供应商后，主要客户一般以招标形式进行采购，公司在中标前的报价阶段，需要确定某款机型产品所使用的OCA 光学胶膜的品牌及型号并提交报价。公司中标后，客户通过向公司下达订单正式进行采购。

(2) 主要客户选择 OCA 光学胶膜的标准

在产品方面，主要客户选择 OCA 光学胶膜的标准主要有材料的性能、产品的品质，产品的价格等，在供应商能力方面，主要客户选择的标准主要有品质稳定性、产能、响应速度、服务能力、研发能力、工艺和技术能力等。除了价格以外，产品的品质稳定、响应速度、服务能力对主要客户选择供应商同样重要。

5. 进一步说明向 3M 集团采购集中度高的商业合理性

如上所述，国产 OCA 光学胶在材料性能、品质等方面与国外品牌还有着较大的差距，暂未获得一线终端品牌的广泛认可，因此公司主要向进口 OCA 光学胶供应商进行采购。在国外进口 OCA 光学胶品牌中，公司向 3M 集团采购集中度高的原因主要为以下几方面：

(1) 公司与 3M 集团持续稳定的合作关系

公司和 3M 集团之间的主要合作，是从 2014 年开始的。合作的背景是当时公司在 OCA 光学胶精密无尘模切领域已经有一定的市场地位，下游客户较多，3M 集团作为材料行业的领军企业，与公司合作共同开拓市场。

考虑到 3M 集团的产品质量较好，付款条件较优，服务更好，且双方合作顺畅，因此公司对 3M 集团的采购规模越来越大，2017 年 3M 集团成为公司第一大供应商至今，双方已经形成了战略合作的关系。公司是 3M 目前在国内最大的 OCA 精密无尘模切加工合作伙伴之一。

(2) 3M 集团本地化服务更好、付款条件更优

从采购方式来看，三菱化学采用的是经销商销售制度，公司采购三菱化学的产品需要通过其经销商从海外购买；而公司与 3M 是直接合作的关系，有利于双方直接的沟通和交流，同时，为了更方便的向公司等精密无尘模切加工企业供货，3M 在上海、四川等地设有仓库，对公司的采购需求就近备料，供货速度较快，有利于公司库存管理，提高存货的周转速度。同时，3M 的付款条件更优，给予公司一个月的信用期，而公司通过经销商向三菱化学采购一般需要货到付款。

(3) 3M 集团的 OCA 光学胶产品质量较高，在 AMOLED 方面拥有较强的技术实力

3M 集团、三菱化学、日东电工等世界知名材料企业在 OCA 光学胶的技术指标、性能方面均能满足一线品牌客户需求，产品质量较高，但基于各自对行业发展的前景和方向的判断不同，侧重点不完全一样，如 3M 集团在 AMOLED 柔性显示

屏用OCA光学胶方面积累较多，拥有较强的技术实力，获得了一线品牌客户的广泛认可。因此，由于3M集团较高的产品品质、在AMOLED领域较强的技术实力，结合AMOLED柔性显示屏的发展趋势，公司向3M采购集中度高。

(4) 集中采购带来的成本规模效应

消费电子行业竞争激烈，且更新换代速度快，终端产品上市初期往往定价较高，但随着产品进入成熟期，为抢占更多的市场份额，往往会迅速降价。下游终端产品的降价也会导致触控显示屏降价。为保持适度的利润空间，触控显示屏企业也会将降价的压力部分转移到上游的OCA光学胶模切厂商，公司通过向3M集团集中采购，有利于公司降低采购成本，提高采购效率，便利供应链的管理，充分发挥成本的规模效应。

综上，公司出于3M集团的产品品质、技术能力、双方的合作历史、3M集团的本地化和服务、成本规模效应等考虑集中向3M采购，具有商业合理性。

6. 分析对3M重大依赖风险及3M经营情况变化对公司生产经营额影响。

(1) 市场上存在其他的OCA光学胶供应商

OCA光学胶的技术含量较高，目前，市场上光学胶原材料的供应商主要是3M、日东电工、三菱化学等国外知名企业。这些企业积累了丰富的行业经验，掌握了研发和生产的核心技术，同时凭借完备的产品体系和全球的销售网络，在业内建立了良好的品牌形象，占据较大的市场份额。因此公司对单一供应商采购占比较高符合行业特性，虽然目前3M集团的市场占有率较高，但市场上还存在其他的光学胶原材料供应商，光学胶原材料市场存在竞争。

(2) 公司和3M是互惠互利的合作伙伴关系

公司的优势在于：1) 公司拥有国内领先的OCA光学胶精密无尘模切加工技术，自动化程度高，产品质量好、良率高；2) 公司规模较大，拥有较强的资金实力，具备大规模采购和供货的能力；3) 公司拥有较强的客户资源优势。由于公司技术先进、质量可靠、规模较大，同时交货速度快、服务能力强，公司的主要客户包括京东方、华星光电、天马微电子、业成科技、维信诺等，囊括了国内主要的触控显示企业；4) 从合作内容来看，除正常的采购外，公司还会保持对产品应用的持续跟踪，收集客户的反馈意见并在研究分析后向3M提供有针对性的改进建议，作为下游客户和上游材料供应商之间的沟通纽带，及时、准确地反馈市场信息，以便3M更快地对市场需求做出反应。因此，公司和3M是互惠互利的合作伙伴关

系。

2014年前，3M集团OCA光学胶在中国市场上销售量较小，当时的欧菲光、及后续的京东方、华星光电、天马微电子等主流触控显示屏厂全贴合用OCA光学胶膜均主要采用三菱化学，同时公司、怡钛积等精密无尘模切厂商也是以采购三菱化学为主，2014年，3M集团联系公司表示希望双方在OCA光学胶领域展开合作，并给出了相对三菱化学较优惠的合作条件，后公司考虑3M集团的各项优势，与3M集团展开合作，并将3M集团OCA光学胶精密无尘模切为成品后，对欧菲光、京东方等客户进行批量供货，3M集团OCA在欧菲光、京东方等客户端份额持续上升，至此，公司为代表的OCA光学胶精密无尘模切加工企业通过精湛的加工技术、大规模的供货能力、快速响应速度、优质的客户资源将3M集团OCA光学胶推向市场，其市场份额持续提高。

如上所述，公司与3M集团是互惠互利的合作关系，且市场上存在三菱化学、日东电工等其他OCA光学胶供应商，公司出于3M集团的产品品质、技术能力、双方的合作历史、3M集团的本地化和服务、成本规模效应等考虑集中向3M采购，公司对3M集团不存在重大依赖。3M集团作为世界材料领域的领先企业，目前经营状况正常，未发生重大不利变化，不会对公司的生产经营造成不利影响。

目前3M集团与公司的合作正常稳定，考虑到公司集中向3M集团采购的现状，以及3M集团经营情况变化可能对公司带来的不利影响，公司已在招股说明书中作出如下风险提示：

“供应商高度集中于3M集团的风险”

报告期内，公司的主要供应商为3M。公司主要从3M采购OCA光学胶原材料。报告期内，公司从3M采购的金额占原材料采购总额的比例分别为83.19%、85.81%和83.13%，采购光学胶占光学胶原材料采购总额的比例分别为97.43%、99.91%和99.23%，占比较高。

公司首先以加工商的形式与3M集团合作，随着双方合作关系的稳定与深入，公司加工业务收入快速增长，凭借公司与3M集团既有的采购关系、较强的客户资源优势、快速的反应能力和良好的售后服务，基于客户的需求，公司与3M集团签订经销协议并成为其经销商，从事加工业务的同时也从事部分经销业务。对于新产品，3M集团一般会先自行模切加工后通过经销商对外销售产成品。报告期内，公司经销部分主要是OCA光学胶膜，销售金额分别为11,329.59万元、

9,367.13 万元和 9,478.03 万元，占主营业务收入的比重分别为 22.13%、12.41% 和 13.61%。

3M 全名为明尼苏达矿务及制造业公司，拥有 100 多年的历史，为世界知名的跨国企业。公司与 3M 形成了长期、稳定、良好、互惠的合作关系，合作历史多年。如果公司主要原材料供应商出现较大的变化或外贸环境出现重大变化等因素导致原材料供应不足，将对公司的经营业绩产生不利的影响。”

(二) 说明主营业务的产业链价值，目前该行业发展趋势及模切加工环节获利可持续性；OCA 光学胶膜模切厂商市场竞争情况，对于上下游企业来说发行人作为模切加工商是否具有不可替代性，发行人是否具有持续经营能力

1. 说明主营业务的产业链价值

消费电子行业产业链上下游环节较多，分工精细化趋势日益显著。由于 OCA 光学胶膜产品的单价与其他组件相比低，但直接影响终端产品的显示效果，因此下游客户对品质具有较高的要求，因此要求 OCA 精密无尘模切企业在研发、团队、资金等方面进行大量投入，保证对下游客户大批量、高品质、稳定的供货，故在产业链中形成了针对该类业务的精细化分工。公司在产业链中的价值主要体现在以下几个方面：

(1) 优化产业链分工，提高资源配置效率

公司主营 OCA 光学胶膜精密无尘模切加工业务，产业链上游是原材料厂商，下游是触控显示屏厂商，终端是智能移动产品厂商。公司位于产业链中游的模切加工环节，精密无尘模切加工工序是产业链中的重要环节，直接影响 OCA 光学胶片的外观、尺寸等品质优劣，最终影响终端产品的质量和可靠性，而模切加工的不良率品质水平则直接影响触控显示模组的贴合良率和成本。因此，OCA 光学胶精密无尘模切加工业务对于设备投入、工艺研发、品质管理等都有着严格的要求。

上游材料厂商(3M、三菱化学、日东电工等)专注于高端 OCA 光学胶原材料的研发和生产，下游厂商(京东方、华星光电、天马微电子等)专注于触控显示屏的研发和生产，公司专注于精密无尘模切加工业务，集中优势提高 OCA 光学胶膜成品的品质和良率，有利于上下游企业集中优势资源专注于自身分工，实现产业链整体价值最大化，最终提高行业整体的资源配置效率。

(2) 提供高质量的产品、满足客户的全方位需求

消费电子类产品具有种类多、更新迭代速度快的特点，终端产品对 OCA 光学

胶膜的需求多样且规格众多。公司可以为触控显示屏客户提供涵盖从智能手机、平板电脑、智能穿戴、笔记本电脑、汽车车载显示屏及超大规格电子商用白板等不同尺寸、形状、结构的高质量 OCA 光学胶膜器件。随着公司行业经验的丰富和技术实力的加强，除了能为客户提供高质量的产品外，还能凭借对各种材料的深入了解和实际运用经验，为下游客户提供产品设计、材料选择、产品试制和测试验证等全方位服务。

(3) 作为客户和供应商沟通的纽带，为双方提供有价值的信息

除了提供产品外，公司还会保持对产品应用的持续跟踪，收集客户的反馈意见并在研究分析后向上游原材料商提供有针对性的改进建议、新材料开发，充当下游客户和上游材料供应商之间的沟通纽带，及时、准确地沟通市场信息，以便产业链更快地对市场需求做出反应。公司凭借合法合规经营、长期积累的信用、良好的沟通、生产加工技术、服务优势等，赢得了上下游龙头企业的认可和信赖，与其均建立了紧密、稳定的合作关系，同时提高了产业链的整体运行效率，更好地满足了终端产品在材料方面的需求。

(4) 促进国际分工合作，实现互利共赢

公司作为 OCA 光学胶精密无尘模切加工领域的领先厂商，与 3M 这家世界先进的材料供应商保持了长期稳定的合作关系，是 3M 在国内重要的 OCA 光学胶精密无尘模切加工合作伙伴。报告期内，3M 是公司的主要供应商，公司与 3M 常年保持了信息交换、技术交流沟通，共同促进了行业的整体发展。有利于促进跨国合作、实现互利共赢。

(5) 树立细分行业标杆，促进行业发展

我国 OCA 光学胶精密无尘模切加工行业的发展起步相对较晚，市场较为分散，目前国内存在众多的模切厂商，其业务规模、产品加工质量及品质稳定可靠性参差较大。在多年的发展中，公司积累了大量优质的客户、优良的技术、优秀的生产管理经验，已成为国内 OCA 光学胶精密无尘模切加工领域的知名企业。种类繁多、快速迭代的消费电子产品对光学胶模切加工行业的要求日益提高，公司始终紧跟行业发展需求，持续不断优化公司精密无尘模切加工工艺、提高产品品质稳定性和良率、提升服务客户满意度。

2. 目前该行业发展趋势及模切加工环节获利可持续性

(1) 目前该行业发展趋势

近年来，OCA 光学胶膜精密无尘模切行业的市场竞争有所加强，产品价格、毛利率总体呈下降趋势，同时，随着智能手机、平板电脑等电子产品不断更新换代，对行业内精密无尘模切加工企业的技术要求和产品品质要求越来越高，行业市场集中度有望进一步提升。此外，尽管受疫情影响短期内市场需求有所下滑，但消费电子行业终端市场规模仍然较大，且总体保持稳定。随着京东方、华星光电等国内龙头面板企业在全全球市场份额的持续上升，国内 OCA 光学胶膜精密无尘模切加工行业的市场规模未来有望进一步提升。同时，与直板智能手机一般使用 1 片 OCA 光学胶不同，折叠屏手机一般需要 3 片 OCA 光学胶进行贴合组装，因此，随着折叠屏手机的兴起与普及，该行业的市场空间将进一步扩大。

(2) 模切加工环节获利可持续性

近年来，由于市场竞争的加强，精密无尘模切加工环节的产品单价、毛利率总体呈下降趋势，精密无尘模切加工企业的盈利空间收窄。随着市场竞争的压力不断从下游向上游传递，3M 集团、三菱化学等市场上主要的 OCA 光学胶膜材料供应商相应降低原材料的销售价格，以维持各自的市场份额，因此，精密无尘模切加工企业的材料成本相应有所降低，利润水平维持在合理的区间内。报告期内，公司的毛利率分别为 19.19%、20.05%和 17.85%。2022 年一季度，公司的毛利率为 19.43%，较 2021 年有所上升。未来，随着市场竞争的常态化，精密无尘模切加工行业的市场集中度有望进一步上升，精密无尘模切加工环节的毛利率预计将维持在合理的区间内有所波动，总体保持平稳。因此，精密无尘模切加工环节获利具有可持续性。

3. OCA 光学胶膜模切厂商市场竞争情况

除公司外，国内 OCA 光学胶膜主要的模切厂商还有厦门三德信科技股份有限公司、深圳怡钛积科技股份有限公司等企业。

厦门三德信科技股份有限公司成立于 2005 年，为客户提供光电显示行业专用的胶材、膜片材、专用吸塑包装及多工艺整体解决方案，主要产品包括 OCA 光学胶、偏光片、柔性盖板、吸塑托盘。曾经为新三板挂牌公司，2020 年已经摘牌。摘牌前 2017-2019 年销售收入为 13,179.33 万元、15,672.62 万元和 31,683.24 万元；深圳怡钛积科技股份有限公司成立于 2001 年，主要产品有 LCD-TFT 和 OLED 屏光学显示材料、氟化学材料、UV 树脂材料以及光学胶、偏光片等显示材料的精密成型，其在公司报告期内未披露过财务数据。

经测算，公司报告期内加工 OCA 的全球市场份额呈上升趋势，2021 年度接近 20%，OCA 光学胶膜精密无尘模切行业市场总体较为分散，公司作为领先的 OCA 光学胶精密无尘模切企业，已成为行业内排名靠前的主要企业之一，测算过程如下：

单位：亿片

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
公司加工 OCA 出货量[注 1]	2.90	2.46	2.02
全球智能手机出货量[注 2]	13.55	12.92	13.71
全球平板电脑出货量[注 2]	1.69	1.64	1.44
合计出货量	15.24	14.56	15.15
公司市场份额	19.03%	16.90%	13.33%

[注 1]公司加工 OCA 出货量未包含经销片材

[注 2]全球出货量来源于 IDC 的统计

4. 对于上下游企业来说公司作为模切加工商是否具有不可替代性

对于下游企业而言，由于公司的主要客户均为国内知名显示面板制造商，考虑到供应链的稳定与安全，一般会选择两个以上的主要供应商进行供货，因此理论上公司对下游企业存在一定的可替代性。但公司作为 OCA 光学胶精密无尘模切加工行业的领先厂商和主要企业之一，在产品的品质、稳定性、响应的速度、服务能力等方面具备较强的优势，因此下游企业均与公司保持长期、稳定的合作关系。

对于上游企业而言，公司的主要供应商是 3M 集团，除公司外，还有其他 OCA 光学胶膜精密无尘加工企业向 3M 集团进行采购，因此理论上公司对于 3M 集团存在一定的可替代性。但公司作为 OCA 光学胶精密无尘模切加工行业的主要企业之一，拥有国内领先的 OCA 光学胶精密无尘模切加工技术、具备大规模采购和供货的能力，公司凭借自身积累的工艺技术、客户资源优势、快速响应速度和服务能力，能够将 3M 集团的产品快速推向市场，提高其市场份额，因此 3M 集团与公司保持长期、稳定的合作关系。

同时，公司凭借 OCA 精密无尘模切加工领域积累的丰富经验，持续不断的研发创新投入，从精密无尘模切加工技术拓展延伸至精密无尘印刷、精密无尘激光切割、精密多层柔性器件贴合、组装的全面加工能力，在现有客户的基础上顺利

开拓了柔性显示器件业务，研发并量产的可折叠柔性盖板、可折叠缓冲器件等陆续批量交货，同时公司与京东方等客户就柔性显示器件产品签订了战略合作协议。公司的技术、业务拓展取得了一定成果，增强了客户粘性，增加了公司对下游企业的不可替代性。

综上，对于上下游企业来说，公司作为模切加工商理论上具有可替代性，但公司作为领先的OCA光学胶精密无尘模切企业，凭借自身积累的工艺技术、客户资源优势、快速响应速度和服务能力，一定程度上降低了替代可能性。

5. 公司是否具有持续经营能力

如上所述，公司主营业务在产业链中具备价值，目前公司所处行业发展趋势总体保持稳定，精密无尘模切加工环节获利具有可持续性，公司在行业内具备较强的市场竞争优势，对于上下游企业公司的可替代性较小，因此公司具有持续经营能力。

(三) 说明对苹果业务上半年销售情况及在手订单情况

2022年1-6月苹果业务销售情况

单位：万元

项 目	2022年1-4月(实际)	2021年5-6月(预测)	2022年1-6月(预计)
iPad OCA	2,064.81	926.02	2,990.84
iPhone OCA	820.88	115.00	935.88
苹果A产品 OCA[注]	32.83	15.79	48.62
合计	2,918.52	1,056.81	3,975.34

注：苹果A产品OCA使用的非3M品牌

如上表，2022年上半年预计实现苹果业务销售收入3,975.34万元。其中，用于iPadOCA光学胶膜产品销售收入2,990.84万元，用于iPhoneOCA光学胶膜产品销售收入935.88万元，用于苹果A产品OCA光学胶膜产品销售收入48.62万元。

截至2022年5月末，苹果业务在手订单金额为339.40万元，2021年5月末苹果业务在手订单金额为223.66万元，在手订单同比增长51.75%，主要为向业成科技销售的用于iPadOCA光学胶膜产品。公司对业成科技销售收入预计2022年1-6月同比下降23.36%，在手订单同比增长的原因主要为由于疫情管控导致生产、运输受到影响，部分订单交付时间有所延长，故积累的在手订单规模同比

有所增长。

(四) 说明报告期内其他主要客户是否存在转为直接向 3M 采购的情形

2018 年公司对蓝思科技实现销售收入 1,927.97 万元，蓝思科技成为公司第三大客户，公司与蓝思科技的交易主要为原材料卷材贸易业务，2019 年起由于蓝思科技逐步开始向 3M 集团直接采购光学胶原材料卷材，故与公司的交易逐渐减少。报告期内，除蓝思科技外，公司其他主要客户很稳定，向公司采购的均为 OCA 光学胶成品片材，不存在转为直接向 3M 采购的情形。

(五) 核查程序及结论

1. 核查程序

我们实施了以下核查程序：

(1) 获取了公司在报告期内向其他 OCA 光学胶供应商的采购数据，了解公司与其他 OCA 光学胶厂商的合作情况；

(2) 对公司有关人员访谈，了解公司的产品竞争优势，客户的采购流程、选择产品的标准；

(3) 访谈 3M 集团，了解双方的交易内容、结算方式、合作关系、未来发展前景等情况；

(4) 对公司有关人员访谈，了解公司与 3M 的合作历史与背景，双方的合作机制及合作原因，公司与上下游的分工合作情况，分析公司所处行业在产业链中的价值和地位；

(5) 查阅公开资料，了解行业发展情况及趋势，查阅公司的历史毛利率情况，分析波动趋势及公司所处行业的获利可持续性。

2. 核查结论

经核查，我们认为：

(1) 公司出于双方的合作历史、3M 集团的本地化和服务、3M 集团的产品品质、技术能力、成本规模效应等考虑集中向 3M 采购，具有商业合理性；公司与 3M 集团是互惠互利的合作关系，且市场上存在三菱化学、日东电工等其他 OCA 光学胶供应商，公司出于双方的合作历史、3M 集团的本地化和服务、3M 集团的产品品质、技术能力、成本规模效应等考虑集中向 3M 采购，公司对 3M 集团不存在重大依赖，考虑到公司集中向 3M 集团采购的现状，以及 3M 集团经营情况变化可能对公司带来的不利影响，公司已在招股说明书中作出风险提示；





(2) 消费电子行业分工精细化趋势日益显著，公司在产业链中的价值主要体现在优化产业链分工，提高资源配置效率，提供高质量的产品、满足客户的全方位需求，作为客户和供应商沟通的纽带，为双方提供有价值的信息等方面；

(3) 公司预计 2022 年上半年实现用于 iPad OCA 光学胶膜产品销售收入 2,990.84 万元，用于 iPhone OCA 光学胶膜产品销售收入 935.88 万元，用于苹果 A 产品 OCA 光学胶膜产品销售收入 48.62 万元，预计苹果业务总销售收入为 3,975.34 万元。截至 2022 年 5 月末，苹果业务在手订单金额为 339.40 万元，主要为向业成科技销售的用于 iPad OCA 光学胶膜产品；

(4) 报告期内，除蓝思科技外，公司其他主要客户很稳定，向公司采购的均为 OCA 光学胶成品片材，不存在转为直接向 3M 采购的情形。

专此说明，请予察核。



中国注册会计师：
中国注册会计师：

二〇二二年六月六日