

东莞六淳智能科技股份有限公司

东莞市大朗镇求富路社区富民南路 62 号

关于东莞六淳智能科技股份有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市申请文
件的审核问询函回复

保荐人（主承销商）



成都市高新区天府二街 198 号

深圳证券交易所：

贵所《关于东莞六淳智能科技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审核问询函》（审核函〔2021〕010965号）收悉。东莞六淳智能科技股份有限公司、华西证券股份有限公司、天健会计师事务所(特殊普通合伙)、北京市万商天勤律师事务所已严格按照要求对问询函所涉事项进行了落实，现回复如下，请予审核。

如无特别说明，本回复使用的简称与《东莞六淳智能科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书（申报稿）》中的释义相同。

审核问询函所列问题	黑体（不加粗）
审核问询函所列问题的回复	宋体（不加粗）
对招股说明书的修改、补充	楷体（加粗）
对招股说明书的引用	楷体（不加粗）
中介机构核查意见	宋体（不加粗）

招股说明书中对问询函中要求披露的回复内容，进行了补充披露。考虑到问询函中回复的完整性，不同问题的回复存在重复内容的情况。因此，招股说明书补充披露时，考虑招股说明书上下文联系及可读性，针对重复的内容进行了适当合并、节略，并按照招股说明书中编号重新进行了编排。

目 录

目 录	2
问题一：关于客户	3
问题二：关于富士康	28
问题三：关于鹏鼎控股	40
问题四：关于收入	53
问题五：关于采购和供应商	66
问题六：关于成本	114
问题七：关于毛利率	125
问题八：关于存货	147
问题九：关于应收账款	158
问题十：关于现金分红	168
问题十一：关于期间费用	174
问题十二：关于核心技术	177
问题十三：关于关联方资金拆借	194
问题十四：关于公司治理	199
问题十五：关于租赁与租赁瑕疵	202
问题十六：关于税收优惠	218
问题十七：关于对赌协议	220
问题十八：关于固定资产	222
问题十九：关于第三方回款	227
问题二十：关于收购	232
问题二十一：关于信息披露	242
问题二十二：关于股东信息核查	254

问题一：关于客户

申报文件显示：

(1) 发行人的直接客户主要为终端电子产品上游产业链的制造服务商、组件生产商，包括富士康、鹏鼎控股、京东方、台达电、瑞声科技、欧菲光、立讯精密等，产品最终应用于苹果、华为、小米、OPPO、VIVO、三星等品牌的终端电子产品。

(2) 报告期内发行人前五大客户占比分别为 91.28%、81.90%、72.63%，占比较高但不断下滑。其中，对报告期各期第一大客户富士康、报告期各期第二大客户鹏鼎控股销售收入合计占比分别为 71.67%、69.45%、59.94%。

(3) 欧菲光为发行人 2019 年第三大客户，发行人当年向其销售收入为 1,500.29 万元，销售收入占比为 5.06%。公开信息显示，苹果计划终止与欧菲光的采购关系。

(4) 报告期各期，发行人销售产品中最终应用于苹果公司产品的金额占比分别为 81.96%、76.81%、71.30%。

请发行人：

(1) 说明是否已取得苹果合格供应商资质，如已取得，请说明取得的过程，除苹果外的其他终端品牌商、制造服务商及组件生产商对发行人的供应商认证情况。

(2) 说明与各主要客户合作过程中是否发生过纠纷、合作是否出现过中断，结合发行人与富士康、鹏鼎控股相关协议条款，分析与富士康、鹏鼎控股合作的稳定性、可持续性，发行人对富士康、鹏鼎控股是否存在重大依赖。

(3) 说明富士康、鹏鼎控股功能性器件的其他供应商情况，向发行人采购额占其同类产品采购额比，是否存在某类产品因发行人质量或产量达不到客户要求而被竞争对手替代的情形或风险。

(4) 说明报告期内新客户的开拓情况，报告期内前五大客户收入占比持续下降的原因，发行人是否已采取有效措施降低客户集中度较高的风险。

(5) 分析并说明与欧菲光的合作背景、合作内容、产品应用终端、报告期

各期末应收账款余额及期后回款情况，欧菲光苹果业务发生重大变化对发行人与其合作的影响、对应收账款回款的影响，发行人其他客户是否存在类似重大客户流失的情形。

(6) 分析并说明对苹果是否构成重大依赖，订单是否具有可持续性，结合发行人与苹果合作的相关约定、苹果产业链转移和中美贸易摩擦情况，分析并披露发行人与苹果终止合作的风险，对发行人生产经营的影响，并进行重大风险提示。

请保荐人发表明确意见，请发行人律师对问题（1）、（2）、（6）发表明确意见，请申报会计师对问题（3）、（4）、（5）、（6）发表明确意见。

回复：

(一) 说明是否已取得苹果合格供应商资质，如已取得，请说明取得的过程，除苹果外的其他终端品牌商、制造服务商及组件生产商对发行人的供应商认证情况。

1. 发行人的合格供应商认证情况

在电子产业链中，终端品牌商、制造服务商、组件生产商，为保障上游的功能性器件供应商的供货质量、数量和响应速度，建立了一系列的考核体系和认证制度，对功能性器件供应商的研发能力、生产管理、产品品质、交付能力、综合服务等各方面进行综合评价，认证通过后，方可进入其合格供应商序列。

总体来看，行业内的合格供应商认证流程大致类似，评价认证是一项系统性工程，评估标准全面且严格，流程相对复杂，耗时较长且结果具有较大的不确认性。整个评价认证过程一般可分为四大阶段：

第一阶段：申请企业资质初评。待评估企业根据要求准备并报送全套申请材料，由客户对申请企业的基本资质进行初评。初评合格后方可进入第二阶段。

第二阶段：对申请企业进行现场审核。从研发能力、工艺水平、检测与品控、产能等方面对工厂资质进行全面评估，对于不符合项，需进行相应的整改。对申请企业进行现场审核的次数 1~3 次不等，现场审核合格后可进行第三阶段。

第三阶段：产品认证。针对首次导入的产品，需要对产品开发各阶段的资料

料进行审核，并对产品的性能、外观、尺寸、适配、可靠性等方面进行验证。

第四阶段：全部审核通过后，申请企业即可进入客户的合格供应商名录或取得供应商代码。

目前，发行人所获取的合格供应商认证，授予主体均为直接客户（即制造服务商、组件生产商，不包括终端品牌商）。合格供应商认证一旦获取，客户会定期进行例行检查或复审（通常每年一次），只要不出现严重质量责任事故等问题，认证资格长期有效。

报告期内，发行人前五大客户的合格供应商认证情况如下：

会计期间	序号	客户名称	销售额 (万元)	占营业收入比例	终端应用的主要品牌	认证情况
2021 年度	1	富士康	18,811.43	33.78%	苹果	已获得认证
	2	鹏鼎控股	12,735.37	22.87%	苹果	已获得认证
	3	瑞声科技	4,183.11	7.51%	苹果	已获得认证
	4	群创光电	3,704.51	6.65%	惠普、三星、ACER	已获得认证
	5	立讯精密	3,584.21	6.44%	苹果	已获得认证
		合计		43,018.62	77.25%	
2020 年度	1	富士康	14,354.31	35.56%	苹果	已获得认证
	2	鹏鼎控股	9,841.63	24.38%	苹果	已获得认证
	3	瑞声科技	1,995.85	4.94%	苹果	已获得认证
	4	景旺电子	1,596.23	3.95%	OPPO、VIVO	已获得认证
	5	精诚达	1,532.64	3.80%	华为、OPPO	已获得认证
		合计		29,320.66	72.63%	
2019 年度	1	富士康	12,538.48	42.26%	苹果	已获得认证
	2	鹏鼎控股	8,068.10	27.19%	苹果	已获得认证
	3	欧菲光	1,500.29	5.06%	华为、三星	已获得认证
	4	紫翔电子	1,143.76	3.86%	华为、VIVO、奥迪	已获得认证
	5	瑞声科技	1,046.02	3.53%	苹果	已获得认证
		合计		24,296.64	81.90%	

以富士康、鹏鼎控股、京东方、紫翔电子、瑞声科技等主要客户为例，详细说明发行人的合格供应商认证情况如下：

客户名称	认证时间及认证步骤	认证/合同续期情况	认证被撤销或不予延期的情形
富士康	<p>发行人在成立之初就与富士康建立了合作关系，取得了合格供应商的资质；由于时间久远，发行人未持续保留最初认证资料，无法确认认证过程的准确时间节点；但是，根据发行人的说明、历年的年度稽核资料并结合对富士康的走访情况，确认：富士康按照其既定的制度对发行人进行了对合格供应商认证，主要流程包括：</p> <p>（1）富士康向供应商发送图纸制样；</p> <p>（2）样品经由审核通过后，富士康组织内部团队（品质、供应链等）对供应商进行现场审核；</p> <p>（3）符合合格供应商标准的，经由内部评审通过，富士康为供应商创建交易代码，双方可以正式交易。</p>	<p>签订了长期合作的框架协议，在有效期满后1年后，除双方协商一致不续约外，合作协议到期后自动续约。</p>	<p>框架合作协议中约定，任何一方若有下列事由时，他方得以书面（包含电子邮件）通知终止本合同或订单：</p> <p>（1）有违反本合同或订单之约定，经他方以书面催告补正后，于通常之补正期间内仍不补正时；</p> <p>（2）受到命令或裁定解散、撤销营业登记，或依法声请或被声请解散、重整、破产、停业，或与他人合并时；</p> <p>（3）一方有决议转让或受让他人主要营业或财产、经票据交换所公告拒绝往来或经查有退票纪录者、主要资产被查封时；</p> <p>（4）有其它情事，致该方有不能履行本合同之虞时。</p>
鹏鼎控股	<p>发行人在成立之初就与鹏鼎控股建立了合作关系，取得了合格供应商的资质；由于时间久远，发行人未再保留最初认证资料，无法确认认证过程的准确时间节点；但是，根据发行人的说明、历年的年度稽核资料并结合对鹏鼎控股的走访情况，确认：鹏鼎控股按照其既定的制度对发行人进行了对合格供应商认证，主要流程包括：</p> <p>（1）鹏鼎控股向供应商发送图纸制样；</p> <p>（2）样品经由审核通过后，鹏鼎控股组织内部团队（品质、供应链等）对供应商进行现场审核；</p> <p>（3）符合合格供应商标准的，经由内部评审通过，鹏鼎控股为供应商创建交易代码，双方可以正式交易。</p>	<p>签订了长期合作的框架协议，在有效期满后5年后，除双方协商一致不续约外，合作协议到期后自动续约。</p>	<p>框架合作协议中约定：一方有重大违约之情事，经另一方书面通知且未于通知30日内补正或不能补正者，另一方有权以书面通知立即终止本合同及标准订单或总括订单及交货通知。发行人的重大违约情事包括但不限于迟延交货、提供不合格产品、违反保密义务、诚信廉洁条款及知识产权承诺和义务等。</p>
瑞声科技	<p>2018年1月，瑞声科技发送图纸给发行人询价；</p> <p>2018年7月，发行人向瑞声科技发送评审资料，进行评审；同时，签订保密协议、基本采购合同、质量保证协议等资料；</p> <p>2018年8月，基于实际需要，经初步评审后，创建临时的交易代码，开始进行交易。</p>	<p>签订了长期合作的框架协议，在有效期满后1年后，除双方协商一致不续约外，合作协议到期后自动续约。</p>	<p>框架协议中约定，如果发行人违反廉洁约定，瑞声科技有权单方解除合同；如果发行人窃取或通过第三方获取与本合同项下交易无关的瑞声科技的商业信息，瑞声科技有权终止双方合作。</p>

客户名称	认证时间及认证步骤	认证/合同续期情况	认证被撤销或不予延期的情形
	2019年12月,瑞声科技对发行人进行正式的现场审核; 2020年7月,瑞声科技基于正式的交易代码向发行人下达采购订单。		
京东方	2017年4月,发行人向京东方发送评审资料,进行评审; 2017年4月,京东方向发行人发送图纸询样,并邀请发行人报价; 2017年8月,京东方的品质、供应链、审计团队对发行人进行现场审核; 2018年1月,发行人与京东方签订基本采购合同。	签订了长期合作的框架协议。除双方协商一致不再合作之外,双方仍然按照订单继续合作。	框架协议中约定,如发行人违反廉洁承诺,京东方将视情节轻重进行经济处罚,或取消投标资格,或停止合作。
紫翔电子	2018年上半年,发行人向紫翔电子递交评审资料,进行评审; 2018年6月16日,紫翔电子对发行人进行现场审核; 2018年8月6日,紫翔电子对发行人进行打样测试; 2018年8月20日,创建交易代码,通过合格供应商认证。	签订了长期合作的框架协议,在有效期满1年后,除双方协商一致不续约外,合作协议到期后自动续约。	框架协议中约定,紫翔电子发现发行人销售假冒材料情况下,其有权启动淘汰发行人供应商资格的程序直至最终以淘汰。

报告期内,发行人持续保持了较高的产品质量,能够满足下游客户的产品需求,不存在合格供应商认证被撤销或不予延期的情况,具备与直接客户长期合作的能力。

2. 发行人是苹果公司的二级供应商,未直接取得苹果公司授予的资质认证

履行相应的合格供应商认证程序是电子产业链内各级参与企业必须遵守的规则。苹果公司的供应链体系分为一级供应商、二级供应商等若干层级。

苹果公司直接对一级供应商进行认证与管理,一级供应商直接从苹果公司获取订单。发行人竞争对手中,领益智造、安洁科技、恒铭达、博硕科技等已率先成为苹果公司一级认证的功能性器件供应商。一般情况下,苹果公司不直接采购功能性器件,但是,针对部分关键的功能性器件苹果公司会限定由经其认证的一级供应商进行供应;在进行新品开发时,苹果公司也主要邀请一级供应商参与配套开发;因此,通过一级认证后,功能性器件供应商可以更大范围、更深度地参与苹果公司的项目,可获取的订单资源更多、机会更多。此外,出于保持自身供应链稳定、安全等方面的考虑,苹果公司一般会更加注重维护一级供应商的利益,一级供应商的订单份额通常更有保障。

苹果公司通过一级供应商履行各自的合格供应商认证流程,实现对二级供应

商实施管理。功能性器件厂商通过了富士康、鹏鼎控股等一级供应商的合格供应商认证，则表明其可以生产并销售终端应用于苹果品牌的功能性器件。苹果公司对于二级供应商不实施直接管理，也不需要二级供应商单独认证。二级供应商订单从一级供应商处通过市场化竞争方式获取，苹果公司不会指派二级供应商的订单份额。

目前，发行人主要通过富士康、鹏鼎控股等一级供应商的合格供应商认证进入苹果供应链，属于二级供应商，未直接取得苹果公司授予的资质认证。

(二)说明与各主要客户合作过程中是否发生过纠纷、合作是否出现过中断，结合发行人与富士康、鹏鼎控股相关协议条款，分析与富士康、鹏鼎控股合作的稳定性、可持续性，发行人对富士康、鹏鼎控股是否存在重大依赖。

1.发行人与主要客户合作的稳定性

发行人与报告期各期的前五大客户合作情况如下：

序号	客户名称	是否发生过纠纷	合作历史	合作持续性
1	富士康	否	2017年开始合作	持续合作
2	鹏鼎控股	否	2017年开始合作	持续合作
3	欧菲光	否	2018年开始合作	持续合作
4	紫翔电子	否	2017年开始合作	持续合作
5	瑞声科技	否	2019年开始合作	持续合作
6	景旺电子	否	2016年开始合作	持续合作
7	精诚达	否	2018年开始合作	持续合作
8	群创光电	否	2020年开始合作	持续合作
9	立讯精密	否	2019年开始合作	持续合作

发行人与报告期各期的主要客户合作过程中均未发生过纠纷，相关合作也未出现过中断。

2. 结合发行人与富士康、鹏鼎控股相关协议条款来看，发行人与富士康、鹏鼎控股合作具有稳定性、可持续性，发行人对富士康、鹏鼎控股不构成重大依赖。

(1) 发行人与富士康、鹏鼎控股的合作具有稳定性、可持续性

①发行人已与富士康、鹏鼎控股签订长期合作合同，具备长期合作能力

发行人已与富士康、鹏鼎控股均签订了长期合作的框架协议。

客户名称	合同期限	终止合作的情形
富士康	签订了长期合作的框架协议，在有效期满1年后，除双方协商一致不续约外，合作协议到期后自动续约。	框架协议中约定，任何一方若有下列之事由时，他方得以书面（包含电子邮件）通知终止本合同或订单： （1）有违反本合同或订单之约定，经他方以书面催告补正后，于通常之补正期间内仍不补正时； （2）受到命令或裁定解散、撤销营业登记，或依法声请或被声请解散、重整、破产、停业，或与他人合并时； （3）一方有决议转让或受让他人主要营业或财产、经票据交换所公告拒绝往来或经查有退票纪录者、主要资产被查封时； （4）有其它情事，致该方有不能履行本合同之虞时。
鹏鼎控股	签订了长期合作的框架协议，在有效期满5年后，除双方协商一致不续约外，合作协议到期后自动续约。	框架协议中约定：一方有重大违约之情事，经另一方书面通知且未于通知30日内补正或不能补正者，另一方有权以书面通知立即终止本合同及标准订单或总括订单及交货通知。发行人的重大违约情事包括但不限于迟延交货、提供不合格产品、违反保密义务、诚信廉洁条款及知识产权承诺和义务等。

报告期内，发行人产品质量可靠、交付及时，能持续满足富士康、鹏鼎控股的需求，不存在违反保密、廉洁等重大违约事项，发行人具备与富士康、鹏鼎控股长期合作的能力。

②发行人向富士康、鹏鼎控股销售规模持续增长

发行人与富士康、鹏鼎控股合作情况良好，**发行人向富士康的销售收入从2019年度的12,538.48万元增加至2021年度的18,811.43万元，发行人向鹏鼎控股的销售收入由2019年度的8,068.10万元增加至2021年度的12,735.37万元。**发行人与富士康、鹏鼎控股的业务合作规模持续扩大，表明双方合作趋势不断向好。

③发行人持续具备富士康、鹏鼎控股的合格供应商认证

富士康、鹏鼎控股作为下游行业的领军企业，均执行完善的合格供应商认证和管理制度，对于供应商进入自身供应链体系有严格的准入审查。

发行人凭借长期积累的技术资源、丰富的生产经验、高精度的产品尺寸、高可靠性产品品质、快速响应能力，已通过富士康、鹏鼎控股的合格供应商认证，也获得了终端品牌商（例如，苹果公司）的认可，可以向富士康、鹏鼎控股销售功能性器件产品并最终应用于苹果等品牌的终端电子产品。合格供应商认证制度是同行业供应商的重要壁垒，发行人持续具备富士康、鹏鼎控股的合格供应商认

证，与富士康、鹏鼎控股的合作具有可持续性。

(2) 对富士康、鹏鼎控股的销售集中度较高未对发行人的持续经营能力构成重大不利影响

①对富士康、鹏鼎控股的销售集中度较高符合行业特性，具有行业普遍性

报告期内，发行人产品主要应用平板电脑、智能手机、笔记本/台式电脑、可穿戴电子设备等、新能源汽车电池、车载显示屏等不同的电子产品，发行人的直接客户为终端电子产品的整机制造服务商、核心组件生产商，终端客户为各类电子产品的品牌商；由于终端品牌集中度较高，导致发行人的客户集中度也较高。

在智能手机终端市场，IDC 统计数据显示，报告期内，前五大智能手机品牌全球出货量占比分别为 70.60%、71.30%、**70.90%**，苹果、三星、小米、华为等终端品牌市场占有率较高。在平板电脑终端市场，IDC 统计数据显示，报告期内，前五大平板电脑品牌全球出货量占比分别为 74.30%、78.40%、**78.30%**，苹果、三星、华为、联想等知名终端品牌市场占有率较高。发行人的产品最终用于苹果、华为、小米、VIVO、OPPO、三星等终端品牌，因此，发行人客户集中度较高的情况与下游的终端品牌市场集中度较高的情况是相互匹配的，符合行业特性。

同行业可比公司对富士康、鹏鼎控股的销售占比情况如下：

A. 博硕科技对富士康的销售比例

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
销售金额(万元)	9,041.66	27,360.24	32,919.38	21,361.24
占营业收入比例	46.55%	54.17%	83.91%	75.91%

注：博硕科技完成上市后未明确披露其主要客户名称，因此，此处仍然按照其招股说明书所披露会计期间列示。

B. 达瑞电子对鹏鼎控股的销售比例

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
销售金额(万元)	2,946.12	8,095.41	11,473.00	10,888.54
占营业收入比例	7.88%	9.34%	18.90%	29.74%

注：达瑞电子完成上市后未明确披露其主要客户名称，因此，此处仍然按照其招股说明书所披露会计期间列示。

C. 鸿富瀚对富士康、鹏鼎控股的销售比例

客户	项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
富士康	销售金额（万元）	22,634.09	16,300.37	13,717.16
	占营业收入比例	34.78%	36.65%	39.63%
鹏鼎控股	销售金额（万元）	26,129.39	15,983.98	12,890.21
	占营业收入比例	40.16%	35.94%	37.24%

注：鸿富瀚完成上市后未明确披露其主要客户名称，因此，此处仍然按照其招股说明书所披露会计期间列示。

由于富士康、鹏鼎控股在电子产业链中的优势地位，尤其是在苹果产业链中，富士康、鹏鼎控股都是各自领域的龙头企业；因此，电子产品精密功能性器件厂商较多面向富士康、鹏鼎控股进行集中销售。报告期内，发行人对富士康的销售收入占营业收入的比例分别为 42.26%、35.56%、33.78%，对鹏鼎控股的销售收入占营业收入的比例分别为 27.19%、24.38%、22.87%，集中度持续降低，未对发行人持续经营能力构成重大不利影响。

②对富士康、鹏鼎控股的销售集中度较高是发行人战略性选择优质客户的结果

富士康、鹏鼎控股分别为国内外知名的制造服务商和组件生产商，其中，富士康是全球领先的电子产品制造服务商（EMS）；鹏鼎控股是全球最大的 FPC 制造商；富士康、鹏鼎控股均是上市公司，资金实力雄厚、信用状况良好、业务范围涵盖消费电子、汽车电子等众多领域，拥有完善的制造服务体系、先进的生产管理经验。发行人通过与富士康、鹏鼎控股合作，不仅有助于提升自身的研发设计能力，也有利于进一步拓展自身产品在不同行业领域的应用机会，获得更多潜在客户的认可，提升盈利能力。因此，对富士康、鹏鼎控股的销售集中度较高是发行人战略性选择优质客户的结果。

③发行人与富士康、鹏鼎控股之间是互利合作关系

发行人与富士康、鹏鼎控股之间是基于双方业务需要的共赢关系。电子产业分工精细化程度较高，涉及供应商、零配件众多，发行人的产品是整个供应链中重要一环。凭借丰富的生产经验、创新的生产工艺及快速响应能力，发行人保障了富士康、鹏鼎控股等主要客户供应链的安全、及时、可靠；同时，发行人还可以提供涵盖材料选型、产品试制与测试、批量生产、及时配送及后续跟踪服务等一体化综合解决方案，从而与富士康、鹏鼎控股之间形成了长期、稳定的互利合

作关系。

④发行人通过公开、透明的市场竞争获取富士康、鹏鼎控股的订单，相关交易定价公允

富士康、鹏鼎控股都是上市公司，信息披露制度完善，运行管理规范。发行人与富士康、鹏鼎控股之间均不存在关联关系，主要依靠长期积累的技术资源、丰富的生产经验、高精度的产品尺寸、高可靠性产品品质、快速响应能力赢得终端品牌商（例如，苹果公司）的认可，并基于充分竞争的市场化原则与富士康、鹏鼎控股等直接客户达成交易。富士康、鹏鼎控股通常会选择多家合格供应商进行询价，而发行人则根据客户提供的产品图纸确认材料和工艺，结合耗用材料、人工及制造费用等生产成本，综合考虑工艺难度、市场需求情况及合理利润等因素进行报价，经过比价、议价并考察供应商试制样本后，富士康、鹏鼎控股最终选定入围供应商以及确定交易价格，双方交易定价完全遵循市场化方式，具有公允性。

⑤发行人具备独立获取业务的能力，主营业务具有可持续发展的基础

发行人具有独立、完整的产供销系统和独立面向市场自主经营的能力，业务具有稳定性及可持续性。

报告期内，依靠自身建立起来的研发设计能力、客户服务能力、快速响应能力、产品生产能力和品质等综合实力，发行人不仅与富士康、鹏鼎控股等现有核心客户的合作持续深化，业务规模增长明显，而且开发新产品、新客户的成效也十分突出。发行人基于市场需求的变化和现有产品、技术的积累，不断拓展丰富产品种类，成功拓展在声学和车载类产品领域的研发、生产与销售业务；报告期内，发行人重点开发了欧菲光、瑞声科技、群创光电等新客户，其中，欧菲光为世界知名的摄像头模组、指纹识别模组等组件生产商，瑞声科技为世界知名的微型声学器件供应商，群创光电为知名的显示面板生产企业，这些新客户服务的终端品牌包括苹果、华为、三星、小米等。客户群体和产品类别的不断拓展和延伸凸显了发行人独立面向市场获得订单的能力，不存在依赖单一客户的情况。

(三) 说明富士康、鹏鼎控股功能性器件的其他供应商情况，向发行人采购额占其同类产品采购额比，是否存在某类产品因发行人质量或产量达不到客户要求而被竞争对手替代的情形或风险。

1. 富士康、鹏鼎控股功能性器件的其他供应商情况，向发行人采购额占其同类产品采购额的比例

除发行人之外，在同行业可比公司中，富士康的功能性器件主要供应商还有领益智造、恒铭达、博硕科技、安洁科技等。由于富士康旗下业务单元众多，且运营相对独立，发行人主要面向富士康旗下的业成科技（成都）有限公司、业成光电（深圳）有限公司销售；根据业成科技（成都）有限公司、业成光电（深圳）有限公司提供的关于其自身的功能性器件采购金额估算信息，报告期内业成科技（成都）有限公司、业成光电（深圳）有限公司向发行人采购额占其同类产品采购额的比例约 5%，至多不超过 10%。

除发行人之外，在同行业可比公司中，鹏鼎控股的功能性器件主要供应商还有鸿富瀚、达瑞电子、深圳市东旭达五金塑胶制品有限公司、苏州工业园区久泰精密电子有限公司等。根据鹏鼎控股的招股说明书等公开信息披露文件并结合对鹏鼎控股实地走访了解的情况，报告期内鹏鼎控股向发行人采购功能性器件金额占其同类产品采购的比例估计为 10%左右，至多不超过 20%。

2. 是否存在某类产品因发行人质量或产量达不到客户要求而被竞争对手替代的情形或风险

报告期内，发行人不存在某类产品因发行人质量或产量达不到客户要求而被竞争对手替代的情形。但是，正如发行人在招股说明书“第四节 风险因素”之“一、经营风险”之“（二）市场竞争加剧的风险”披露：

“从国内来看，电子产品精密功能性器件行业市场竞争较为激烈，行业集中度较低，行业内大多数企业规模偏小，产品技术含量与附加值较低，企业整体竞争力较弱，部分具备技术、产能优势的企业在不同的细分市场、销售区域和终端客户群体中拥有各自的竞争优势，形成相对稳定的竞争格局。但是，由于下游市场需求巨大，持续吸引越来越多具备相关技术和生产能力的企业加入本行业，现有的竞争对手也在不断通过技术创新、管理创新、区域拓展，甚至降低价格等方

式与发行人开展竞争，发行人面临着市场竞争加剧的风险。”

因此，当发行人在技术创新、管理创新、产能扩张、产品质量等方面跟不上客户需求时，存在被竞争对手替代的风险。发行人已在招股说明书“第四节 风险因素”之“一、经营风险”之“（二）市场竞争加剧的风险”补充披露如下：

此外，终端电子产品更新迭代迅速，其对功能性器件的质量要求也不断提升，产品质量无法及时跟进终端品牌商要求的功能性器件厂商将逐步被淘汰。如果发行人未能对技术和产能进行持续升级，则可能因市场竞争逐渐加剧而面临市场份额下降甚至被竞争对手替代的风险，对发行人持续经营造成不利影响。

（四）说明报告期内新客户的开拓情况，报告期内前五大客户收入占比持续下降的原因，发行人是否已采取有效措施降低客户集中度较高的风险。

1. 报告期内新客户的开拓情况

（1）不断开发新的产品应用领域，拓宽终端应用范围

终端电子产品更新迭代迅速，市场竞争激烈，终端品牌商致力于通过技术、性能、款式等持续升级，以吸引消费者关注，进行差异化竞争；相应地，功能性器件厂商也需要为这些日新月异的终端电子产品配套开发新产品以获取业务机会。报告期内，发行人因显示屏、摄像头、FPC 等零组件在不同电子产品上应用的普及，同步开发了配套无人机、AR/VR 等新兴电子产品相关的功能性器件，从而与大疆、FACEBOOK 等知名终端品牌商建立了合作关系。

另一方面。随着相关制造产业的能力提升，精密电子零部件被应用在更多的新行业中，如航空航天、智能装备、轨道交通等，特别是新能源汽车。继智能手机、平板电脑之后，新能源汽车已成为新一代终端电子产品应用的典型代表，其电池、车身、显示屏等应用产品附加值更高、产业链协同效应更加显著、市场空间更加广阔、战略意义更加凸显。新能源汽车产销量的快速扩张，提升了功能性器件等组成部件的市场需求。报告期内，发行人与通用汽车、大众汽车、路虎等知名终端品牌商建立了合作关系。

（2）依托下游组件需求迭代升级，持续开发新的直接客户

受到产品设计、新功能导入、元器件变更、行业需求变化以及工艺变换等多

种因素影响,终端电子产品需要更多的新型组件辅助。OLED屏、生物识别、Touch ID、多摄像头等层出不穷的组件带动了相关功能性器件需求的增长。报告期内,发行人重点开发了欧菲光、瑞声科技、群创光电等新的下游组件生产商,其中,欧菲光为全球领先的摄像头模组、指纹识别模组等组件生产商,瑞声科技是全球领先的微型声学器件供应商,群创光电为全球知名的显示面板生产商;这些新开发的组件生产商配套服务的终端品牌包括苹果、华为、三星、夏普等。

报告期各期前十大客户中,属于报告期内新增客户的销售金额情况如下:

序号	新增客户名称	新增年度	销售金额(万元)		
			2021年度	2020年度	2019年度
1	瑞声科技	2019年	4,183.11	1,995.85	1,046.02
2	吉利德	2020年	1,744.38	714.49	-
3	群创光电	2020年	3,704.51	1,417.20	-
4	立讯精密	2019年	3,584.21	519.99	254.34
5	奈电软性科技电子(珠海)有限公司	2021年	699.86		
合计			13,916.07	4,647.53	1,300.36

2. 报告期内前五大客户收入占比持续下降的原因

报告期内,发行人对主要客户的销售收入保持了较好的增长趋势。

客户名称	销售收入(万元)		
	2021年度	2020年度	2019年度
富士康	18,811.43	14,354.31	12,538.48
鹏鼎控股	12,735.37	9,841.63	8,068.10
瑞声科技	4,183.11	1,995.85	1,046.02

报告期内,富士康、鹏鼎控股、瑞声科技等主要客户的销售收入均持续增长,前五大客户收入占比下降的主要原因在于发行人持续开拓新客户、新产品,导致销售收入更加分散,具体情况详见本题“(四)”之“1”相关内容。

3. 发行人已采取有效措施降低客户集中度较高的风险

发行人已采取有效措施降低客户集中度较高的风险,具体措施包括不断开发新的产品应用领域,拓宽终端应用范围;依托下游组件需求迭代升级,持续开发新的直接客户等,具体情况详见本题“(四)”之“1”。

(五) 分析并说明与欧菲光的合作背景、合作内容、产品应用终端、报告期各期末应收账款余额及期后回款情况, 欧菲光苹果业务发生重大变化对发行人与其合作的影响、对应收账款回款的影响, 发行人其他客户是否存在类似重大客户流失的情形。

1. 发行人与欧菲光的合作背景、合作内容、产品应用终端

欧菲光主营业务为光学光电业务、微电子业务和智能汽车业务, 主要产品包括微摄像头模组、光学镜头、触摸屏及触控显示全贴合模组、指纹识别模组、3D Sensing 模组以及智能汽车电子产品, 广泛应用于以智能手机、平板电脑、智能汽车等为代表的消费电子和智能汽车领域。

指纹识别技术是准确可靠的生物身份信息鉴别方式之一。指纹识别芯片的产业链分为两大部分: 一部分为芯片传感器电路方案和算法设计; 一部分是指纹识别芯片传感器的制造、封装以及模组制造。欧菲光是指纹识别芯片模组制造的龙头企业。根据欧菲光的公告, “在指纹识别模组领域, 传统的电容式指纹识别模组的主力供应商包括欧菲光、丘钛和合力泰等。屏下指纹识别分为光学式和超声波式两种, 技术壁垒较电容式指纹识别模组更高。目前光学式屏下指纹识别模组仅欧菲光、丘钛和信利较好地满足了终端手机厂商的大规模量产需求, 而超声波式屏下指纹则仅有欧菲光和 GIS 实现了量产。” 2019 年, 欧菲光指纹识别产品实现营业收入 69.52 亿元, 同比增长 41.33%, 出货量 2.55 亿颗, 同比增长 21.87%。

2018 年, 发行人开拓了欧菲光的功能性器件业务。发行人向欧菲光供应的主要产品为智能手机指纹识别模组所配套的各类功能性器件, 终端应用品牌主要为华为、三星、小米等, 2018-2021 年, 对其实现销售收入为 164.36 万元、1,500.29 万元、685.39 万元和 394.20 万元。

2. 报告期各期末发行人对欧菲光的应收账款余额及期后回款情况

时点	应收账款余额 (万元)	截至 2022 年 5 月 15 日 已回款金额 (万元)	截至 2022 年 5 月 15 日 未回款金额 (万元)
2021 年末	217.83	192.86	24.97
2020 年末	260.34	260.34	0.00
2019 年末	1,036.55	1,036.55	0.00

报告期各期末, 发行人对欧菲光的应收账款余额分别为 1,036.55 万元、

260.34万元和217.83万元。截至2022年5月15日，欧菲光对发行人的回款正常，应收账款未有逾期现象。

3. 欧菲光苹果业务发生重大变化对发行人与其合作的影响、对应收账款回款的影响

根据前述的合作背景可知，发行人向欧菲光供应的主要产品是华为、三星、小米等品牌智能手机的功能性器件，与欧菲光的苹果业务发生重大变化没有直接关系，暂未导致双方合作的不利变化。

根据欧菲光2021年3月17日披露的《关于特定客户业务发生重大变化的公告》（公告编号：2021-026），境外特定客户计划终止与欧菲光及其子公司的采购关系，后续欧菲光将不再从特定客户取得业务订单。欧菲光在《关于对深交所2020年年报问询函回复的公告》（公告编号：2021-069）中披露：2019年经审计特定客户相关业务营业收入占2019年经审计营业总收入的22.54%；2020年特定客户相关业务营业收入占2020年经审计营业总收入的30.01%。

报告期内，欧菲光均能够持续按照双方合同约定的信用期按时付款。截至2022年2月28日尚未回款的应收账款金额较小，未回款部分均在信用期内。欧菲光苹果业务的重大变化对发行人应收账款回款未产生不利影响。

4. 发行人其他客户是否存在类似重大客户流失的情形

除欧菲光外，发行人主要客户未发生与其主要客户终止合作情况，对发行人持续经营能力没有重大影响。

（六）分析并说明对苹果是否构成重大依赖，订单是否具有可持续性，结合发行人与苹果合作的相关约定、苹果产业链转移和中美贸易摩擦情况，分析并披露发行人与苹果终止合作的风险，对发行人生产经营的影响，并进行重大风险提示。

1. 发行人对苹果是否构成重大依赖，订单是否具有可持续性

（1）关于发行人对苹果品牌依赖性的分析

苹果是发行人产品终端应用的主要品牌。发行人凭借长期积累的技术资源、丰富的生产经验、高精度的产品尺寸、高可靠性产品品质、快速响应能力，逐步

发展成为获得苹果公司认可的二级供应商。报告期内，发行人终端应用于苹果品牌的功能性器件销售收入分别为 22,692.20 万元、28,667.95 万元、**42,365.36** 万元，占主营业务收入比例分别为 76.81%、71.30%、**76.59%**，相应毛利贡献分别为 7,394.46 万元、10,574.44 万元、**17,762.55** 万元，占比较高，发行人对苹果品牌存在重大依赖；但是，发行人对苹果品牌的依赖不属于重大不利影响，具体原因分析如下：

①行业本身具有客户集中较高的普遍现象

由于终端电子产品市场竞争激烈，终端品牌日益分化，行业整体呈现消费习惯向知名品牌集中的趋势；同时，综合竞争力较强的终端品牌产品通常涵盖面较广，在智能手机、平板电脑、笔记本/台式电脑、可穿戴电子设备等方面均有涉及，因此，终端品牌集中度不断提高。IDC 统计数据显示，报告期内，前五大智能手机品牌全球出货量占比分别为 70.60%、71.30%、70.90%，苹果、三星、小米、华为等终端品牌市场占有率较高。在平板电脑终端市场，IDC 统计数据显示，报告期内，前五大平板电脑品牌全球出货量占比分别为 74.30%、78.40%、78.30%，苹果、三星、华为、联想等知名终端品牌市场占有率较高。

随着终端品牌的集中，产业链整体亦呈现出客户集中度较高的态势。2019 至 2021 年期间，同行业可比公司功能性器件产品终端应用的主要品牌及前五大客户集中度情况如下：

公司名称	应用的主要终端品牌	前五大客户销售占比		
		2021 年	2020 年	2019 年
飞荣达	华为、爱立信、思科、诺基亚、中兴、三星、FACEBOOK 以及 GOOGLE 等	38.02%	48.54%	52.59%
恒铭达	苹果、华为、小米等	65.89%	58.71%	74.36%
智动力	三星、OPPO、VIVO、小米、GOOGLE、夏普等	68.66%	67.61%	71.20%
安洁科技	微软、华为、联想、苹果	29.31%	40.49%	41.85%
领益智造	苹果、华为、OPPO、VIVO、小米	45.49%	44.26%	38.90%
鸿富瀚	苹果、微软、华为、英特尔、小米等	86.21%	91.04%	90.74%
达瑞电子	苹果、华为、Jabra、OPPO、Oculus 等	57.16%	58.15%	66.27%
博硕科技	苹果、华为、OPPO、VIVO、小米等	95.33%	90.49%	92.40%
平均值		60.76%	62.41%	66.04%

电子产品精密功能性器件行业存在客户集中度较高的普遍现象。

②苹果是终端市场的领军品牌，目前的终端应用品牌结构是发行人主动选择的结果

苹果是全球领先的终端品牌，产品线覆盖各类终端电子产品，在智能手机、平板电脑、可穿戴电子设备等细分领域占有较高的市场份额，相应的零组件采购规模庞大，具有较强的综合竞争优势。同时，基于维系和发展健康的供应链生态，苹果公司注重其供应链的管理和价值提升，致力于保障其供应链各环节的合理盈利空间，是电子产业链中优质的终端品牌商。因此，以苹果品牌终端应用为主，是发行人主动进行市场选择的结果。

③发行人具备独立面向市场获取业务的能力，其苹果产业链的订单都是通过公开、透明的市场竞争获取的

苹果产业链的整体透明度较高，产品信息、产业链布局以及主要市场参与者的情况均相对公开透明，发行人的主要直接客户一般都是境内外上市公司或大型跨国企业，信息披露制度完善，运行管理规范。发行人依靠长期积累的技术资源、丰富的生产经验、高精度的产品尺寸、高可靠性产品品质、快速响应能力赢得苹果产业链上的制造服务商、组件生产商及苹果公司的认可，发行人与终端的苹果公司以及相应的制造服务商、组件生产商等直接客户之间均不存在关联关系，双方交易均系基于充分竞争的市场化原则达成，发行人具备完全独立面向市场获取业务的能力。

④发行人的直接客户以苹果产业链的组件生产商、制造服务商为主，但不存在依赖单一直接客户的情况

终端电子产品由大量的零组件构成。除部分特别重要的功能性器件由苹果公司直接限定供应商之外，苹果产业链上的各组件生产商、制造服务商均系自主选择其功能性器件供应商。发行人通过市场化竞争方式获得富士康、鹏鼎控股、瑞声科技、京东方、立讯精密等多家组件生产商、制造服务商的供应商资格和产品订单，从而间接向苹果公司供应功能性器件，获得苹果产业链二级供应商地位。发行人所涉苹果业务不存在依赖单一直接客户的情况。报告期内，发行人对苹果产业链主要直接客户的应用于苹果品牌的产品销售收入及占比如下：

客户名称	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	销售金额 (万元)	占主营业务收入 比例	销售金额 (万元)	占主营业 收入比例	销售金额 (万元)	占主营业 收入比例
富士康	18,784.03	33.96%	14,281.28	35.52%	12,283.23	41.58%
鹏鼎控股	12,588.79	22.76%	9,628.17	23.95%	7,993.78	27.06%
瑞声科技	4,183.11	7.56%	1,995.73	4.96%	1,046.02	3.54%
京东方	1,351.17	2.44%	1,055.00	2.62%	534.22	1.81%
立讯精密	3,548.90	6.42%	488.12	1.21%	254.34	0.86%
合计	40,456.00	73.14%	27,448.31	68.27%	22,111.58	74.85%

⑤发行人主要的直接客户市场地位稳固，不存在重大不确定性

发行人所涉苹果业务的主要直接客户包括富士康、鹏鼎控股、瑞声科技、京东方、立讯精密等，均系各自细分领域的龙头企业，市场地位稳固。其中，富士康是全球领先的电子产品制造服务商（EMS）；鹏鼎控股是全球最大的 FPC 制造商；瑞声科技是全球领先的微型声学器件供应商；京东方是全球半导体显示产品龙头企业。上述组件生产商、制造服务商具有较高的市场信誉、较好的回款质量以及较强的盈利能力，其本身的持续经营不存在重大不确定性，发行人通过集中资源为上述优质客户服务，形成了长期稳定的合作关系。

⑥发行人已实施了多元化的客户布局

发行人以客户为导向，在生产过程、品质管理、库存管理、产品交付管理等方面与客户达到高度协同，能够参与到终端产品研发和设计之中，及时了解市场需求，为客户提供从研发设计、功能测试到产品生产、客户服务等一体化应用解决方案，满足不同终端品牌商的定制化需求。报告期内，除苹果之外，发行人已与华为、VIVO、OPPO、三星、小米、惠普、戴尔、联想等国内外知名终端品牌商形成了合作关系，发行人有能力满足其他终端品牌商的供货需求。

(2) 发行人终端应用于苹果品牌的订单可持续性分析

报告期内，发行人终端应用为苹果品牌的功能性器件销售收入情况如下：

终端应用品牌	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	销售额 (万元)	占比	销售额 (万元)	占比	销售额 (万元)	占比
苹果	42,365.36	76.59%	28,667.95	71.30%	22,692.20	76.81%

如上表所示，报告期内发行人终端应用为苹果品牌的功能性器件销售收入呈上升趋势，与苹果品牌的合作关系具有稳定性和持续性。

苹果公司针对供应链有较为严格的持续管控和准入条件，供应商需要具备较强的研发及技术实力、较大的生产规模和稳定的供货能力以及较强的资金实力等，而新竞争者要进入苹果供应链体系需要经过长期、严格的考察。作为二级供应商，虽然苹果公司对发行人不实施直接管理，也不会直接指派发行人的订单份额，但是，发行人基于苹果供应链的长期合作关系已经形成了较高的客户关系壁垒，强化了发行人与终端苹果品牌合作的可持续性。

截至 2022 年 5 月 15 日，发行人终端应用为苹果品牌的功能性器件产品在手订单或采购计划安排为 18,233.09 万元。整体而言，发行人终端应用于苹果品牌的功能性器件产品订单具有可持续性。

2. 发行人与苹果公司终止合作的风险以及对发行人生产经营的影响

(1) 发行人与苹果公司合作的相关约定

发行人凭借长期积累的技术资源、丰富的生产经验、高精度的产品尺寸、高可靠性产品品质、快速响应能力，已在苹果产业链中建立较为稳定的供应商地位。但是，作为二级供应商，发行人与苹果公司之间并没有直接的合同或协议关系，不存在具体的合作约定。苹果公司通过一级供应商履行各自的合格供应商认证流程，实现对二级供应商的管理，因此，只要发行人能够持续满足一级供应商的认证和管理要求，就能够实现与苹果公司的持续合作。参考前述发行人与主要的直接客户之间关于合格供应商资格的约定，发行人的合格供应商认证被撤销或不予延期的情形一般包括：

①违反合约或订单之约定，经催告补正后，于通常之补正期间内仍不补正时；

②受到命令或裁定解散、撤销营业登记，或依法被解散、重整、破产、停业，或与他人合并时；

③一方有决议转让或受让他人主要营业或财产、经票据交换所公告拒绝往来或经查有退票纪录者、主要资产被查封时；

④一方发生重大违约，经通知要求补正或不能补正；重大违约之情事包括但

不限于迟延交货、提供不合格产品、违反保密义务、廉洁条款及知识产权承诺和义务等。

(2) 苹果产业链转移和中美贸易摩擦情况

①苹果产业链转移的分析

近年来受中国人工成本上涨、中美贸易摩擦等因素影响，苹果公司着手将其中国境内供应链的部分产能转移到印度、越南等国家和地区。但是，基于中国在市场、制造方面的优势及在苹果产业链中的重要性，苹果产业链转移难度较大，预计短期内不会对发行人的持续经营构成重大不利影响，主要原因分析如下：

A. 中国具有明显的产业集群优势

经过多年的快速发展，中国已形成具有明显优势的电子产业集群。印度、越南等国家的产业配套、基础设施、工人素质等普遍与中国存在较大差距，短期内难以替代中国；与美国、日本、韩国等国家相比，中国在人力成本、物流速度、产业扶持等方面仍保持了突出的比较优势。

B. 苹果公司转换供应商的成本较高

苹果公司对其产业链上的供应商在技术实力、制造能力、资金实力、质量控制等方面均具有较高要求，供应商认证严格、复杂、周期较长，形成了较高的进入壁垒，供应商在苹果产业链中具有相对稳定性；中国境内的供应商在苹果产业链中已相互配合多年，苹果公司更换供应商的效率损失成本较高。

C. 中国在苹果产业链的重要地位仍在强化

2012年，苹果公司全球供应商共有156家，来自中国境内的供应商仅有8家。2018年，苹果公司全球供应商共有778家，来自中国境内的供应商达到356家，占比45.76%。2019年，苹果公司全球供应商共有807家，来自中国境内的供应商383家，占比47.46%。事实上，苹果产业链上的中国境内供应商数量一直在增加，中国在苹果产业链的总体地位处于上升态势。

此外，由于印度、越南等国家缺少成熟的供应链和基础设施，苹果产业链转移主要采取原有供应商到海外建厂的方式，目前主要是富士康、鹏鼎控股等一级供应商在印度、越南等建设工厂；未来，如果富士康、鹏鼎控股等继续加大其在

中国境外的产能布局，发行人也可以筹划在海外就近建厂，为主要客户继续提供配套服务。

②中美贸易摩擦对发行人的影响

短期而言，中美贸易摩擦对发行人的影响较小，主要表现为：

A. 苹果品牌的终端电子产品未被加征关税

苹果公司的终端电子产品主要由中国境内的制造服务商（EMS）完成整机组装，其在全球范围内销售的终端电子产品主要从中国进口。虽然自 2018 年 4 月起中美双方进行了多轮对进出口产品的互征关税，但是，苹果品牌的智能手机、平板电脑、笔记本电脑等终端电子产品未纳入美国征税清单。

B. 发行人主要苹果产业链客户仍以国内生产采购为主

发行人主要的苹果产业链客户富士康的生产基地位于深圳、郑州、成都、重庆等地，鹏鼎控股的生产基地位于深圳、淮安、秦皇岛等地。由于发行人苹果产业链客户的生产基地主要位于中国境内，其采购及生产活动也集中在中国境内，因此，发行人现阶段受中美贸易摩擦影响有限。

但是，从长期来看，中美贸易摩擦存在较多不确定性因素，从而使得发行人所面对的商业环境也面临诸多变数；特别是当发行人的直接客户因为中美贸易摩擦产生重大不利影响时，可能会导致发行人受到相应的影响。例如，华为技术有限公司及其附属企业被美国商务部列入实体清单，华为品牌的智能手机尤其是高端智能手机无法获得相应芯片的持续、可靠供应，其市场影响力受到冲击，无法持续推出市场覆盖面更广的机型，导致发行人原本终端应用于华为品牌的若干功能性器件已不再生产、销售，失去良好的业绩增长点。同样地，欧菲光子公司南昌欧菲光科技有限公司被美国商务部列入实体清单，导致苹果等重要客户与欧菲光终止采购关系，其生产经营受到重大不利影响；虽然发行人为欧菲光指纹模组配套的产品不是应用于苹果品牌的终端产品，但是，在面临市场环境发生重大变化的背景下，欧菲光的经营方向、专注领域等不得不进行相应调整，其指纹模组业务对发行人的产品需求逐步萎缩。

随着中美贸易摩擦的发展、变化，未来可能出现的情景是多种多样的，发行人正在通过以下措施进行积极应对：

A. 开发更加多元化的应用场景和客户群体

发行人已经在 AR/VR、智能手表等可穿戴电子设备、新能源汽车等领域进行了有益开拓。报告期内，发行人的产品应用于可穿戴电子设备、汽车电子等领域的规模和收入占比不断提高。相应地，发行人的客户群体也不断多元化，东莞新能安科技有限公司、欣旺达等新能源电池、可穿戴电子设备领域的客户群体正不断扩大。

B. 积极发展立足国内市场的客户

报告期内，发行人在不同产业聚集区域设立子公司，通过服务当地主要客户，立足国内市场。例如，发行人通过设立昆山六淳已开发了主要面向国内终端市场的客户立讯精密、歌尔股份等战略客户，为发行人进一步发展面向国内终端市场的客户群体奠定了坚实基础。

C. 适时开展海外生产布局

报告期内，发行人已设立全资子公司新加坡六淳，计划以此作为平台进行全球生产供应链布局；发行人将以中国大陆地区为总部，推动在中国台湾地区、印度、越南等地区投资设立制造基地；不断扩充生产规模和整合上下产业链，优化产品配套服务，给客户提供就近化、快速化、专业化的服务，提升市场竞争力。

发行人已在招股说明书“重大事项提示”之“三、发行人特别提醒投资者注意‘风险因素’中的下列风险”之“（七）贸易摩擦与产业链外迁的风险”披露如下：

报告期内，发行人的产品大量应用于苹果等终端品牌。中国凭借自身巨大的市场需求潜力、优良的产业配套资源及相对低廉的人工成本等优势，在全球经济一体化的进程中发展成为全球最大的电子产品制造国和消费国；发行人目前重点布局的生产基地珠三角、长三角地区更是日益发展为具有全球影响力和竞争力的电子信息等世界级先进制造业产业集群，成为苹果产业链的重要布局区域。但是，随着中美贸易摩擦不断加剧，各种贸易壁垒不断涌现，苹果公司可能基于保障其供应链安全等因素的考虑，对相关供应链的区域布局进行再平衡，相关的苹果产业链存在向其他国家和地区转移的可能性；特别是越南、印度等国家的人力成本低廉、产业配套日趋成熟，苹果产业链甚至全球电子产业链都存在向上述地区加

速转移的可能。

在上述背景下，如果发行人无法有效维系现有客户关系或及时调整产业布局，不能在立足国内生产的基础上，适时向境外延伸，则无法“强化国内大循环的主导作用，以国际循环提升国内大循环效率和水平，实现国内国际双循环互促共进”，可能会对持续经营造成重大不利影响。

(3) 结合前述情况分析发行人与苹果终止合作的风险以及对发行人生产经营的影响

基于前述情况，发行人在招股说明书“重大事项提示”之“三、发行人特别提醒投资者注意‘风险因素’中的下列风险”之“（一）发行人与苹果公司终止合作的风险”，以及“第四节 风险因素”之“一、经营风险”中补充披露如下：

（八）发行人与苹果公司终止合作的风险

发行人凭借稳定的产品品质以及优秀的供货能力，已在苹果产业链中建立较为稳定的供应商地位。在稳固合作的基础上，虽然发行人面临与苹果公司终止合作的风险较小，但是仍存在可能导致合作终止的风险，包括但不限于以下方面：

1. 发行人面临持续的供应商管理。针对一级供应商，苹果出台了《Apple 供应商行为准则》，对供应商的合规经营、社会责任等方面做出了规范要求。作为二级供应商，虽然苹果公司不直接对发行人实施管理，但是，如果发行人出现违反《Apple 供应商行为准则》或其他违法、违规经营行为，仍然会影响其二级供应商地位，进而面临终止合作的风险。

2. 发行人的技术研发不能满足终端迭代需求。成为苹果产业链的二级供应商是发行人经过前期研发投入并逐步形成技术积累、制造优势的成果。发行人在与苹果公司持续的合作过程中保持了较强的配套研发、生产制造、售后服务能力。未来，如果发行人不能持续达到苹果公司的要求，则存在终止合作风险。

3. 发行人未能有效跟随苹果产业链布局。随着中美贸易摩擦不断加剧，各种贸易壁垒不断涌现，苹果公司可能基于保障其供应链安全等因素的考虑，对相关供应链的区域布局进行再平衡，相关的苹果产业链存在继续向其他国家和地区转移的可能。未来，如果发行人不能追随苹果产业链进行相应的产能布局，则面临终止合作的风险。

报告期内，发行人基于苹果产业链的毛利额贡献分别为 7,394.46 万元、10,574.44 万元、17,762.55 万元，占主营业务毛利额的比重分别为 74.54%、76.90%、86.67%。虽然苹果公司一般不干预其一级供应商对功能性器件的采购选择，但是，针对部分关键的功能性器件，苹果公司也会限定其一级供应商的采购范围；因此，如果发行人与苹果公司终止合作，将严重影响发行人维持和开发苹果公司限定供应商范围的这一部分功能性器件业务，失去相应的市场份额和业务合作机会；极端情况下，甚至不排除苹果公司对终止合作的功能性器件厂商实施进一步的供应链禁入措施，从而导致发行人失去全部的苹果产业链订单，对生产经营构成重大不利影响。此外，如果发行人与苹果公司终止合作，还可能对发行人声誉造成不利影响，影响发行人与业内其他制造服务商、组件生产商的合作关系。

（七）保荐人核查意见

1. 核查程序

保荐人主要实施了以下核查程序：

（1）查阅发行人主要客户对发行人进行合格供应商认证的过程记录邮件等；查阅发行人与主要客户之间长期合作的框架协议。

（2）实地走访主要客户，了解其对发行人进行合格供应商认证的情况，了解双方交易的历史、规模、背景等信息，了解其对发行人产品质量、生产能力等情况的评价，了解其采购发行人同类产品的规模。

（3）查阅报告期内发行人销售明细表，并抽查相应的订单、发货单、验收单等资料进行验证其与主要客户之间交易的持续性、新增客户开拓情况；检索裁判文书网等公开信息渠道，并结合对主要客户的实地走访情况，了解发行人与主要客户是否存在纠纷。

（4）函询富士康下属的业成科技（成都）有限公司、业成光电（深圳）有限公司，了解其采购发行人同类产品的规模。

（5）查阅富士康、鹏鼎控股等主要客户的公开信息披露文件；查阅同行业可比公司的公开信息披露文件。

(6) 审阅报告期内销售明细表，分析报告期内前五大客户收入占比下降的原因。

(7) 查阅欧菲光的公开信息披露文件，了解其苹果业务重大变化的情况以及影响；对欧菲光执行函证程序，就报告期内各年的交易金额、期末余额予以确认；查验发行人与欧菲光销售相关的原始单据，包括销售合同、签收单、对账单、发票、银行回单等，关注销售的真实性以及期末应收账款期后的回款情况。

(8) 查阅发行人在手订单及苹果产业链的采购计划安排情况，分析发行人终端应用为苹果品牌的功能性器件产品的订单可持续性。

(9) 查阅《Apple 供应商行为准则》，了解苹果公司针对供应商的管理规范。

(10) 对发行人管理层进行访谈，了解发行人降低客户集中度采取的措施、与欧菲光的合作背景等情况、欧菲光苹果业务发生重大变化的影响；了解发行人终止与苹果公司合作的相关风险，了解中美贸易摩擦、苹果产业链转移对发行人生产经营的影响。

(11) 查阅苹果公司的供应商名单，公开检索关于中美贸易摩擦的信息。

2. 核查结论

经核查，保荐人认为：

(1) 发行人是苹果公司的二级供应商，但未直接取得苹果公司授予的资质认证。

(2) 发行人取得的合格供应商认证都是下游制造服务商、组件生产授予的，不包括终端品牌商；报告期内前五大客户在内的主要客户都对发行人进行了合格供应商认证。

(3) 发行人与报告期各期的主要客户合作过程中均未发生过纠纷，相关合作也未出现过中断。

(4) 结合发行人与富士康、鹏鼎控股相关协议条款来看，发行人与富士康、鹏鼎控股的合作具有稳定性和可持续性，发行人对富士康、鹏鼎控股不存在重大不利影响的重大依赖。

(5) 富士康的其他功能性器件供应商包括领益智造、恒铭达、博硕科技、安洁科技等；报告期内，富士康旗下的业成科技（成都）有限公司、业成光电（深圳）有限公司向发行人采购额占其同类产品采购额的比例约 5%，至多不超过 10%。鹏鼎控股的其他功能性器件包括鸿富瀚、达瑞电子、深圳市东旭达五金塑胶制品有限公司、苏州工业园区久泰精密电子有限公司等；报告期内鹏鼎控股向发行人采购功能性器件金额占其同类产品采购的比例估计为 10%左右，至多不超过 20%。报告期内，发行人不存在某类产品因发行人质量或产量达不到客户要求而被竞争对手替代的情形；但是，当发行人在技术创新、管理创新、产能扩张、产品质量等方面跟不上客户需求时，存在被竞争对手替代的风险。发行人对于该等风险因素已作补充披露。

(6) 报告期内，发行人积极开发新产品、开拓新客户，已采取有效措施降低了客户集中的相关风险；报告期内前五大客户收入占比持续下降的主要原因在于发行人持续开拓新客户、新产品，导致销售收入更加分散。

(7) 发行人向欧菲光销售的功能性器件主要适配华为、三星、小米等品牌智能手机，欧菲光的苹果业务发生重大变化未对发行人与其合作产生不利变化，未对应收账款回款产生不利影响。除欧菲光之外，发行人的其他主要客户未发生与其主要客户终止合作情况。

(8) 发行人终端应用于苹果品牌的功能性器件销售收入以及利润贡献占比很高，对苹果品牌存在重大依赖，但是，发行人对苹果品牌的依赖不属于重大不利影响；发行人终端应用为苹果品牌的功能性器件产品的订单具有可持续性。

(9) 结合发行人与苹果合作的相关约定、苹果产业链转移和中美贸易摩擦情况，发行人与苹果终止合作的风险主要包括：①发行人面临持续的苹果供应链管理要求；②发行人的技术研发不能满足终端迭代需求；③发行人未能有效跟随苹果产业链布局。

(10) 发行人已披露与苹果终止合作的风险，以及对发行人生产经营的影响，并就相关风险进行了重大风险提示，相关披露真实、准确、完整。

问题二：关于富士康

申请文件显示，富士康为发行人报告期各期第一大客户，发行人各期对富士

康的销售收入分别为 10,403.82 万元、12,538.38 万元、14,354.31 万元，占营业收入的比重分别为 40.10%、42.26% 和 35.56%。发行人核心技术人员毛健曾在富士康任职。

公开资料显示，立讯精密收购苹果代工厂纬创，富士康、和硕、纬创是 iPhone 仅有的三家代工厂。

请发行人：

(1) 说明富士康采购发行人产品的主要终端应用品牌及产品型号，报告期内发行人对富士康的销售收入变动情况与富士康相关终端产品销售情况是否匹配。

(2) 说明毛健在富士康的具体任职，是否存在违反与富士康的竞业禁止协议等相关约定的情形，发行人相关核心技术是否来源于核心技术人员任职于富士康期间的职务发明，是否存在纠纷或潜在纠纷。

(3) 说明发行人与富士康约定的货物验收条款与其他客户是否存在差异、报告期内富士康的退换货情况。

(4) 说明立讯精密收购纬创是否会对富士康、发行人的业务产生重大不利影响。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，请发行人律师对问题（2）发表明确意见。

回复：

(一) 说明富士康采购发行人产品的主要终端应用品牌及产品型号，报告期内发行人对富士康的销售收入变动情况与富士康相关终端产品销售情况是否匹配。

1. 富士康采购发行人产品的主要终端应用品牌及产品型号

报告期内，富士康采购发行人产品的终端应用品牌主要是苹果，少量涉及戴尔、联想等品牌。

终端品牌	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	销售金额	占比	销售金额	占比	销售金额	占比

	(万元)		(万元)		(万元)	
苹果	18,784.03	99.85%	14,281.28	99.49%	12,283.23	97.96%
戴尔	-	-	0.67	0.00%	3.40	0.03%
联想	8.30	0.04%	71.75	0.50%	246.76	1.97%
其他品牌	19.09	0.10%	0.61	0.00%	5.08	0.04%
合计	18,811.43	100.00%	14,354.31	100.00%	12,538.48	100.00%

由于终端电子产品更新迭代迅速，市场竞争激烈，终端品牌商致力于通过技术、性能、款式等持续升级，进行差异化竞争，并通过产品发布会等形式将新款产品推向市场，吸引消费者关注，抢占市场份额。因此，新的产品型号对外发布有重要商业价值，属于终端品牌商的商业秘密。

在正式产品发布会之前，具体的产品型号等信息属于严格保密的范畴，包括发行人在内的供应链上相关企业均需遵守保密规定。在正式产品发布会之后，发行人可以结合公开信息综合判断部分功能性器件应用的终端电子产品型号，但是无法直接取得关于终端应用产品型号的权威依据。发行人根据富士康采购发行人产品的特征及量产时间，比对终端电子产品型号的形状、大小、结构，再结合终端电子产品型号发布时间等公开信息，判断富士康采购发行人部分功能性器件产品主要用于 iPad Air（第 3 代）、iPad Air（第 4 代）、iPad Pro（第 4 代）-12.9 英寸、iPad Pro（第 5 代）-12.9 英寸、iPad Pro（第 2 代）-11 英寸、iPad Pro（第 3 代）-11 英寸、ipad mini（第 5 代）、ipad mini（第 6 代）等型号。

2. 报告期内发行人对富士康的销售收入变动情况与富士康相关终端产品销售匹配情况

富士康是全球最大的电子产品制造服务商（EMS），业务范围较广，经营体量较大。根据彭博市场调查机构（Bloomberg）统计，富士康在 2020 年度 EMS 领域的全球排名为第一位，全球市场占有率 40.9%，**2019 年至 2021 年**的销售金额分别为 124,380,640 万元、124,600,826.38 万元和 **138,015,709.00 万元**。

报告期内，发行人对富士康的销售金额按照同一控制下合并计算，具体的销售单位包括：（1）业成控股股份有限公司下属的业成科技（成都）有限公司及其子公司业成光电（深圳）有限公司等；（2）鸿富锦精密电子（重庆）有限公司及鸿富锦精密工业（深圳）有限公司；（3）富士康（昆山）电脑接插件有限

公司。其中，业成控股股份有限公司下属的业成科技（成都）有限公司及其子公司是发行人主要的销售对象。发行人向业成科技（成都）有限公司及其子公司的销售收入与业成控股股份有限公司合并口径的销售收入匹配情况如下：

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
业成控股股份有限公司（6456.TW）合并口径的销售收入（万元）	3,032,772	2,951,372	2,787,174
发行人向业成科技（成都）有限公司及其子公司的销售收入（万元）	18,644.06	14,281.89	12,282.83
占比	0.61%	0.48%	0.44%

（二）说明毛健在富士康的具体任职，是否存在违反与富士康的竞业禁止协议等相关约定的情形，发行人相关核心技术是否来源于核心技术人员任职于富士康期间的职务发明，是否存在纠纷或潜在纠纷。

1. 毛健在富士康的任职情况

1997 年至 2016 年期间，毛健曾在富士康体系内多个业务单元任职。前述期间，毛健的具体任职岗位情况如下：

期间	职务	主要负责事务
1997 年至 2012 年	模具模修主管	负责金属连接器的模具维修
2012 年至 2014 年	生产主管	负责苹果数据线的生产线管理
2014 年至 2016 年	模具模修课课长	负责服务器机壳模具维修

毛健与富士康体系内任职单位均未签署竞业禁止相关协议或其他约定。

2. 发行人相关核心技术来源情况

发行人相关核心技术来源情况列示如下：

序号	发行人的核心技术名称	技术来源	技术来源的具体过程
1	新型圆刀排废装置	自主研发	详见“问题十二”之“（一）”之“2”。
2	双面胶冲切工艺	自主研发	
3	可重复利用材料的圆刀装置	自主研发	
4	无基材胶的无刀痕工艺	自主研发	
5	多功能异步模切技术	自主研发	
6	大规格产品拼接技术	自主研发	
7	卫星式圆刀设备下切工艺	自主研发	
8	可半断的活动分切治具	自主研发	

序号	发行人的核心技术名称	技术来源	技术来源的具体过程
9	热固导电胶强钢片贴合技术	自主研发	
10	冲压共用模架装置	自主研发	
11	冲贴一体化技术（PNL）	自主研发	
12	十字冲压技术	自主研发	
13	全自动片料品检设备	自主研发	
14	金属与非金属复合加工技术	自主研发	

综上，发行人的核心技术均来自于自主研发。

经访谈毛健在富士康体系内的主要任职单位、主管领导以及部分同事等确认，毛健任职富士康期间的岗位均为生产类别岗位，主要职责是模具维修、生产线管理等，不涉及产品、技术研发等工作。经检索毛健在富士康体系内所任职单位全部在申请中以及已获授的专利，不存在毛健为发明人的情况。

3. 发行人相关核心技术不是来源于核心技术人员任职于富士康期间的职务发明，不存在纠纷或潜在纠纷

（1）发行人核心技术均为自主研发，具备自主研发能力

虽然毛健是发行人认定的核心技术人员之一，但是，发行人已经建立了完整研发立项流程和相关研发制度，所有的核心技术均是在日常生产经营过程中由全体研发人员群策群力形成的，是集体智慧的结晶；同时，发行人长期积累的行业知识、技术诀窍、项目经验等要素也对核心技术的形成发挥了重要作用，不存在单独依赖某一具体研发人员的情况。

经过多年积累，发行人掌握了电子产品精密功能性器件各生产环节的核心技术，多项技术在行业内处于领先或先进水平，有效降低了员工的劳动强度和企业生产的综合成本，提高了设备的生产效率、原材料的利用率、产品质量，最终提高了企业的经济效益。**截至报告期末，发行人已取得各类实用新型专利 86 项、发明专利 5 项。**

（2）毛健在富士康、发行人两个不同单位任职时从事的工作、涉及的产品存在明显差异

任职富士康期间，毛健主要从事金属连接器、服务器机壳的模具维修，以及数据线的生产线管理等工作；

入职发行人时，毛健主要负责补强钢片等功能性器件的生产线管理工作，目前主要负责补强钢片等冲压工艺类功能性器件的设计研发工作。

发行人现有产品与毛健在富士康体系内任职涉及的产品存在明显差异。

(3) 发行人、毛健与富士康之间不存在纠纷、争议

经查询裁判文书网等网站，毛健、发行人与富士康之间均不存在诉讼情况。

毛健及其在富士康体系任职期间的前同事以及毛健在富士康期间的任职单位均确认，毛健、发行人与富士康之间均不存在争议、纠纷或潜在纠纷。

毛健承诺，不存在利用或部分利用其在与发行人建立劳动关系前所任职的单位的职务成果、商业秘密、专利或非专利技术知识产权成果，也不存在将前述知识产权成果以发行人的名义申请相关专利或应用于发行人生产经营活动的情况，若其违反前述承诺，将承担对发行人造成的损失。

发行人合法拥有其专利、非专利技术、商业秘密等无形资产，不存在侵犯他方知识产权、技术秘密、商业秘密等情况，不存在任何争议、纠纷或潜在纠纷。

综上所述，发行人的核心技术均为自主研发取得，不是来源于核心技术人员任职于富士康期间的职务发明，不存在纠纷或潜在纠纷。

(三) 说明发行人与富士康约定的货物验收条款与其他客户是否存在差异、报告期内富士康的退换货情况。

1. 货物验收条款差异情况

选取发行人与富士康、鹏鼎控股、欧菲光、紫翔电子、瑞声科技、景旺电子的货物验收条款对比如下：

序号	客户名称	货物验收条款
1	富士康	“双方无特别约定，则货品之风险依照订单所约定之交易条件转移；若依 Hub 仓库方式交货，货品之所有权及风险于买方自 Hub 提领出货品时起移转与买方；若货品于买方自 Hub 提领前发生毁损、灭失或其它情事，买方概无付款义务，卖方亦不得向买方主张任何责任”。
2	鹏鼎控股	“乙方应于交货前依规格自行检验产品。甲方要求时，应提供质量体系认证证书。产品虽经甲方依规格验收或因甲方放弃验收权而未经验收，不得视为免除乙方依本合同及相关法律应负之保固、瑕疵保证及产品责任。甲方或者甲方指定第三方进行产品抽样检验时，采用等同 ISO2859.1 -1999 抽样标准（AQL=0.4，

		C=0) 或甲方通知更新之抽样标准依照规格进行验收。
3	欧菲光	“需方应于供方产品送达约定地点后五个工作日内核对产品名称、数量、包装等，办理收货确认手续。若数量较大或有其他原因，五个工作日内无法完成验货，则需方有权通知供方延长验货时间，但验货时间最长不得超过十五个工作日。 产品交付前产品所有权由供方保留，产品灭失与损坏风险由供方承担。产品交付后产品所有权由需方享有，产品发生的灭失和损坏的风险由需方承担，但所有权和风险责任转移并不免除供方由于其自身原因或产品固有缺陷导致的产品故障、损坏或灭失所应承担的责任”。
4	紫翔电子	“乙方每次交货时甲方需在乙方的送货单据上签字确认，并以甲方接受物料之时视为完成向甲方交付物料。但是，物料需要进行到货检查时，以物料到货检查合格之时视为完成向甲方交付该物料，甲方完成该到货检查后应立即在乙方送货单据上签字确认”。
5	瑞声科技	“卖方将货物运输至指定交货地后，买方有权依本合同约定的质量标准及买方的验收方式和程序对货物进行验收。 对于数量，买方在收货时仅按大包装方式进行清点，具体的数量买方应在收货后十五个工作日内清点，卖方可要求参加，卖方不参加的，以买方的清点结果为准。 具体验收方式及程序以双方签署的《质量保证协议》为准”。
6	景旺电子	“甲方应在收到乙方交付的货物后按照双方签署的《品质保证协议》和 / 或双方约定的交付标准进行验收。甲方在验收过程中，如发现货物的品种、型号、规格颜色质量不符合约定的，应一面妥为保管，一面在 2 个工作日内向乙方提出书面异议；乙方在接到甲方书面异议后 1 个工作日内（另有规定或当事人另行商定期限者除外）负责处理，否则，即视为默认甲方提出的异议和处理意见。甲方对乙方货物的验收，不视为免除了乙方对交付货物的质量担保”。

发行人与包括富士康在内的主要客户约定的货物验收条款均大同小异，包括富士康在内的主要客户都是知名上市公司，其对采购订单的货物验收条款都采用各自内部统一的格式条款，具体内容的文字表述根据客户自身内部管理规定有所不同，但是表达的内容本身不存在实质性差异。

2. 报告期内的富士康退换货情况

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
退换货金额（万元）	32.62	81.85	60.91
退换货数量（万 PCS）	24.91	43.16	103.74
退换货数量/销售数量	0.19%	0.39%	1.08%

总体而言，报告期内，富士康订单所涉产品良率基本稳定，处于合理、可控范围。报告期各期退换货产品金额、数量的变化，主要是各期涉及退换货的产品规格型号不同导致的；事实上，同一规格型号产品的退换货比例很低，不存在发行人无法达到富士康的产品质量要求而导致大量退货等情况。报告期内，发行人向富士康销售的产品中，退换货数量排名前十的产品情况如下：

会计期间	序号	料号	退换货数量 (万 pcs)	销售数量 (万 pcs)	退换货比例	销售金额 (万元)
2021 年度	1	02-CDX-A-10180	7.00	37.06	18.89%	8.56
	2	02-SZYC-A-10817	1.01	210.35	0.48%	244.48
	3	02-SZYC-A-10329	0.50	231.14	0.22%	854.89
	4	02-CDX-A-10110	0.28	239.31	0.12%	1,362.23
	5	02-SZYC-A-10793	0.25	53.80	0.46%	33.48
	6	02-CDX-A-10194	0.20	11.02	1.81%	0.20
	7	02-CDX-A-10188	0.20	10.96	1.81%	6.05
	8	02-CDX-A-10126	0.19	250.75	0.07%	967.89
	9	02-SZYC-A-10647	0.09	56.29	0.17%	195.93
	10	02-CDX-A-10083	0.06	10.22	0.56%	1.71
	合计		9.78	1,110.91		3,675.42
2020 年度	1	02-SZYC-A-0250	5.21	51.20	10.18%	6.29
	2	02-SZYC-A-10384	5.01	204.06	2.46%	1,071.91
	3	02-SZYC-A-10313	3.54	150.22	2.36%	140.90
	4	02-SZYC-A-10327	2.80	105.82	2.65%	384.85
	5	02-SZYC-A-10279	2.49	106.34	2.34%	638.71
	6	02-SZYC-A-10326	2.29	575.51	0.40%	317.80
	7	02-SZYC-A-10566	1.92	18.34	10.47%	1.10
	8	02-SZYC-A-0126	1.27	68.33	1.86%	22.89
	9	02-SZYC-A-10426	1.21	79.20	1.53%	4.59
	10	02-SZYC-A-10318	1.20	108.21	1.11%	124.50
	合计		26.94	1,467.23		2,713.54
2019 年度	1	02-SZYC-A-10427	20.80	523.80	3.97%	30.73
	2	02-SZYC-A-10426	17.80	534.25	3.33%	30.44
	3	02-SZYC-A-0127	5.35	192.33	2.78%	816.85
	4	02-SZYC-A-10448	3.63	70.37	5.16%	2.94
	5	02-SZYC-A-0249	2.25	196.45	1.15%	64.10
	6	02-SZYC-A-0253	2.20	50.21	4.38%	21.00
	7	02-SZYC-A-0073	1.40	204.04	0.69%	482.99
	8	02-SZYC-A-10329	1.32	154.62	0.85%	700.92
	9	02-SZYC-A-10318	1.21	79.38	1.52%	96.88
	10	02-SZYC-A-10288	0.96	81.08	1.18%	61.51

会计期间	序号	料号	退换货数量 (万 pcs)	销售数量 (万 pcs)	退换货比例	销售金额 (万元)
	合计		56.92	2,086.53		2,308.36

(四) 说明立讯精密收购纬创是否会对富士康、发行人的业务产生重大不利影响。

根据立讯精密《关于签署收购框架协议暨关联交易的公告》（公告编号：2020-056），2020年7月17日，立讯精密及控股股东立讯有限公司与纬创投资通股份有限公司（以下简称“纬创股份”）、WIN SMART CO., LTD.（以下简称“WIN”）签署了《收购框架协议》，立讯精密（或控股子公司）拟与立讯有限公司共同出资以现金收购 WIN 直接及间接控制的全资子公司纬创投资（江苏）有限公司（以下简称“江苏纬创”）及纬新资通（昆山）有限公司（以下简称“昆山纬新”）的 100% 股权。

纬创股份是 iPhone 产品的全球三大 EMS 之一。纬创股份 iPhone 的 EMS 市场份额 10% 左右，和硕的市场份额 20% 左右，富士康的市场份额 70% 左右。昆山纬新是纬创股份在中国境内的主要 iPhone 组装工厂，本次收购完成之后，纬创股份的 iPhone 组装产能将主要布局在印度等中国境外地区。

立讯精密收购昆山纬新后，不会对富士康、发行人的业务构成重大不利影响，主要原因分析如下：

1. 立讯精密收购昆山纬新对 iPhone 的 EMS 市场竞争格局构成一定影响，但是对富士康整体的冲击不大

2011 年，立讯精密藉由收购昆山联滔电子有限公司首次进入苹果供应链，主要为苹果公司供应连接线；2016 年，立讯精密通过全资子公司昆山联滔电子有限公司增资控股美特科技（苏州）有限公司进入微型电声器件领域；2017 年，立讯精密成为苹果公司 AirPods 的制造服务商。本次藉由收购昆山纬新获得纬创股份在中国境内的主要 iPhone 组装工厂，立讯精密进一步强化了对苹果产业链的渗透。

根据市场研究机构天风国际证券集团有限公司（以下简称天风国际）的报告，本次收购完成后，预计立讯精密将从 2021 年开始组装并出货 iPhone 13，预估立讯精密 2021 年 iPhone 出货量约 1,000 万部，其中 80-90% 为 iPhone 13 Pro；按照

天风国际估计的 iPhone13 系列产品 2021 年出货量 8,300–8,800 万部计算，立讯精密在 iPhone13 系列产品的 EMS 市场份额将达到 10% 左右。同时，天风国际认为，立讯精密很可能在 2022 年下半年取得新款 iPhone NPI（New Product Introduction）。如果能在 2022 年下半年顺利取得新款 iPhone NPI，则立讯精密 2022 年的 iPhone 出货量将显著成长至 3,000–3,500 万部，2023 年 iPhone 出货量将超越和硕，成为新款 iPhone 的全球第二大 EMS。但是，立讯精密预期获取 iPhone 产品的 EMS 市场份额在较大程度上是基于对纬创股份中国境内产能的取代；即使按照前述的预期市场份额估算，富士康的市场地位也不会大幅下降，而且，富士康的苹果产线更加丰富，不仅包括 iPhone，还包括 iPad、iMac、MacBook 等产品，短期内立讯精密的加入不会对富士康的整体市场份额造成较大的冲击。

2. 发行人面向富士康销售的产品基本都是应用于 iPad 系列产品，立讯精密进入 iPhone 的 EMS 供应链，不会对发行人的产品销售构成不利影响

按照同一控制下合并计算，报告期内发行人对富士康销售金额分别为 12,538.48 万元、14,354.31 万元和 **18,811.43 万元**，其中，对业成科技（成都）有限公司及其子公司的销售金额分别为 12,282.83 万元、14,281.89 万元和 **18,644.06 万元**，绝大部分是应用于 iPad 系列产品（发行人对富士康旗下子公司的其余销售主要是应用于戴尔、联想等终端品牌的电子产品）。

报告期内，发行人终端应用为 iPhone 的直接客户主要是鹏鼎控股、紫翔电子、瑞声科技、京东方等组件生产商，不涉及富士康的 iPhone 的制造。比如，发行人面向鹏鼎控股、紫翔电子销售的功能性器件主要应用于 iPhone 的 FPC 组件；发行人面向京东方销售的功能性器件主要应用于 iPhone 的显示屏。

如前所述，立讯精密收购昆山纬新这一事件本身，主要影响 iPhone 的 EMS 市场竞争格局，对 iPhone 的其他组件市场竞争格局没有直接影响，对 iPad 等产品的上游供应链市场竞争格局也没有直接影响。因此，基于发行人目前的产品结构和终端应用情况，立讯精密收购昆山纬新这一事件本身，不会对发行人的产品销售构成不利影响。

3. 富士康、立讯精密均与发行人建立了良好合作关系，且发行人与立讯精密的合作规模持续增长

下游的电子产品制造服务商（EMS）具有集中度较高的特点，随着发行人不断拓展市场，富士康、立讯精密等知名电子产品制造服务商（EMS）均已发展成为发行人的直接客户。报告期内，发行人向富士康、立讯精密的销售情况如下：

公司名称	销售金额（万元）		
	2021 年度	2020 年度	2019 年度
富士康	18,811.43	14,354.31	12,538.48
立讯精密	3,584.21	519.99	254.34

凭借长期积累的技术资源、丰富的生产经验、高精度的产品尺寸、高可靠性产品品质、快速响应能力，发行人与富士康、立讯精密等电子产品制造服务商（EMS）均建立起良好的合作关系，业务合作持续、稳定；其中，发行人与立讯精密的交易规模还呈现出持续快速增长的趋势。事实上，随着立讯精密的苹果供应链渗透率不断深化，基于过往发行人在苹果供应链中的优良表现，可望进一步扩大与立讯精密的合作，从而有利于降低发行人对直接客户的销售集中度。

（五）保荐人核查意见

1. 核查程序

保荐人主要实施了以下核查程序：

（1）查阅富士康及其控制的业成控股股份有限公司的公开信息披露文件，了解其销售情况。

（2）对发行人管理层进行访谈，了解富士康采购发行人产品的终端应用品牌、机型等情况；根据发行人关于终端电子产品适用机型的说明，以报告期内发行人对富士康的销售明细表相关信息为基础，并结合公开信息复核、验证发行人销售给富士康的产品终端应用的品牌、机型。

（3）审阅富士康体系内相关任职单位为毛健出具的《离职证明》以及毛健自 1999 年 12 月—2021 年 7 月的《深圳市社会保险历年参保缴费明细表》；审阅毛健自富士康体系离职后半年内的银行资金流水记录，确认毛健从富士康体系离职的时间；审阅发行人与毛健历次签订的劳动合同、发行人首次向毛健支付薪

酬的银行转账记录，确认毛健入职发行人的时间。

(4) 通过国家知识产权局专利检索及分析系统检索毛健在富士康体系内任职单位的全部在申请中以及已获授权的专利，检查是否存在毛健为发明人的情况。

(5) 查阅发行人的发明专利以及核心技术的立项书、结题报告等，了解发明专利以及核心技术的形成过程。

(6) 对毛健及其在富士康任职期间的同事进行访谈，对毛健在富士康期间的部分任职单位员工进行访谈，确认毛健在富士康期间的任职岗位及主要负责的工作内容、是否与富士康之间存在纠纷争议等情况；取得发行人出具的说明与承诺以及毛健出具的《承诺函》；通过全国法院失信被执行人名单信息公布与查询系统、中国裁判文书网、中国执行信息公开网、人民法院公告网等网站，确认了发行人、毛健与富士康之间不存在纠纷或潜在纠纷。

(7) 查阅发行人与富士康、鹏鼎控股、欧菲光、紫翔电子、瑞声科技、景旺电子等主要客户的销售合同、订单，了解各自约定的货物验收条款内容，对比是否存在实质性差异；查阅报告期内发行人对富士康的销售明细表，复核富士康的退换货情况。

(8) 对发行人管理层进行访谈，了解立讯精密收购昆山纬新对富士康、发行人业务的影响；查阅公开信息披露文件、行业研究报告，了解立讯精密收购昆山纬新对下游行业竞争格局的影响。

2. 核查结论

经核查，保荐人认为：

(1) 富士康采购发行人产品的主要终端应用品牌为苹果，主要涉及 iPad Air（第 3 代）、iPad Air（第 4 代）、iPad Pro（第 4 代）-12.9 英寸、iPad Pro（第 5 代）-12.9 英寸、iPad Pro（第 2 代）-11 英寸、iPad Pro（第 3 代）-11 英寸、iPad mini（第 5 代）、iPad mini（第 6 代）等产品型号；报告期内发行人对富士康的销售，主要是针对其下属的业成控股股份有限公司，报告期内发行人对业成控股股份有限公司的销售收入变动趋势与业成控股股份有限公司的销售收入变动趋势基本匹配。

(2) 毛健曾在富士康体系内多个业务单元任职，均未签署竞业禁止协议等相关文件。发行人相关核心技术不是来源于核心技术人员任职于富士康期间的职务发明，不存在纠纷或潜在纠纷。

(3) 发行人与富士康约定的货物验收条款与其他客户不存在实质性差异；报告期内富士康的退换货情况符合双方的货物验收条款约定。

(4) 立讯精密收购昆山纬新不会对富士康、发行人的业务构成重大不利影响。

问题三：关于鹏鼎控股

申请文件显示：

(1) 报告期各期鹏鼎控股均为发行人第二大客户，发行人向其销售金额分别为 8,191.75 万元、8,068.10 万元、9,841.63 万元，占当期营业收入的比例分别为 31.57%、27.19%、24.38%，2019 年销售金额和比例均出现下滑。

(2) 2020 年 12 月，鹏鼎控股的全资子公司鹏鼎投资对发行人增资，持有发行人 146.1039 万股，持股比例 3.55%。

请发行人：

(1) 说明鹏鼎投资增资发行人的原因，增资前后是否约定了鹏鼎控股向发行人采购的最低金额或其他利益安排。

(2) 基于鹏鼎控股为发行人重要客户的实际情况，结合发行人与鹏鼎控股相关协议及安排具体内容，从实质重于形式原则分析鹏鼎投资是否对发行人具有重大影响，未将其认定为关联方的依据是否充分。

(3) 结合发行人向鹏鼎控股销售金额占其同类产品采购金额的比例变动情况、同类产品销售毛利率变化情况，分析并说明 2019 年鹏鼎控股向发行人采购金额出现下滑，2020 年又快速增长的原因，是否与鹏鼎投资入股发行人有关。

请保荐人、发行人律师对问题（1）发表明确意见，请保荐人、申报会计师对问题（2）、（3）发表明确意见。

回复：

(一) 说明鹏鼎投资增资发行人的原因，增资前后是否约定了鹏鼎控股向发行人采购的最低金额或其他利益安排。

1. 鹏鼎投资增资发行人的原因

资本市场存在较多企业持有上游公司股权的案例，举例如下：

序号	信息来源	上游公司名称	下游公司名称	下游公司披露的入股上游公司原因	下游公司持有上游公司的股权比例	下游公司是否将入股的上游公司认定为关联方
1	《晶晨半导体（上海）股份有限公司首次公开发行股票并在科创板上市招股说明书》	晶晨股份（688099）	TCL	符合 TCL 围绕其主业相关上下游企业的产业投资理念。	TCL 王牌电器（惠州）有限公司直接持有 11.29% 股份	是
			创维	晶晨股份在视频、音频相关系统芯片领域具有突出的研发能力	深圳创维创业投资有限公司持有 2.03% 股份	否
			小米集团	2018 年 11 月，小米集团通过 People Better 入股晶晨股份，此前，晶晨股份与小米集团已保持长期的合作关系。	小米集团通过 People Better Limited 持有 3.51% 股份	否
2	《苏州天禄光科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股意向书》	天禄科技（301045）	京东方 A（000725）	天津显智链投资中心（有限合伙）对天禄科技所处的导光板行业有一定研究，看好天禄科技发展前景，认可对天禄科技的投资价值，投资天禄科技符合其战略规划。	京东方通过全资子公司京东方创新投资有限公司持有天津显智链投资中心（有限合伙）72.09% 出资比例，天津显智链投资中心（有限合伙）持有天禄科技 3.30% 股份	否
3	《江苏灿勤科技股份有限公司科创板首次公开发行股票招股说明书（注册稿）》	江苏灿勤科技股份有限公司	华为技术有限公司	哈勃投资入股灿勤科技主要基于如下考虑：（1）华为是世界领先的 5G 通信设备供应商之一，而灿勤科技在电子陶瓷行业深耕多年，是国内市场具有 5G 介质波导滤波器大规模量产能力的少数生产商之一。哈勃投资通过入股灿勤科技提高华为 5G 基站射频器件供	哈勃投资与华为技术有限公司均由华为投资控股有限公司持有 100% 股权。哈勃投资持有灿勤科技 4.58%。	否

序号	信息来源	上游公司名称	下游公司名称	下游公司披露的入股上游公司原因	下游公司持有上游公司的股权比例	下游公司是否将入股的上游公司认定为关联方
				应链的安全性，进一步加强与发行人的战略合作关系，确保华为 5G 基站业务的快速稳定发展。（2）灿勤科技在微波介质陶瓷元器件领域形成的技术水平和发展前景得到了华为认可。		
4	《苏州宇邦新型材料股份有限公司招股说明书并在创业板上市招股说明书（申报稿）》	苏州宇邦新型材料股份有限公司	天合光能（688599）	天合光能系国内光伏组件行业龙头企业。宇邦新材生产的光伏焊带为光伏组件的重要辅材。由于宇邦新材在光伏焊带领域具有较强的技术优势，双方于 2008 年开始开展业务合作，形成了稳定、良好的业务合作关系。天合光能基于对行业的了解，看好宇邦新材未来的发展前景。	天合光能通过其子公司天合智慧能源增资入股，持有宇邦新材 1.92% 的股份。	否

上下游持股模式增进了企业之间交流合作，保证了采购渠道或者销售渠道，有利于降低经营风险，具有充分的商业合理性。

鹏鼎控股是发行人的长期合作伙伴，对发行人所处的电子产品精密功能性器件行业具有深入研究，看好发行人的发展前景，认可对发行人的投资价值，在获知发行人增资计划时表达了入股意向，希望借助股权联系进一步加深与发行人上下游之间的合作。

为了巩固与鹏鼎控股的合作关系，增强客户黏性，经综合考虑，发行人接受鹏鼎控股入股。

2. 增资前后是否约定了鹏鼎控股向发行人采购的最低金额或其他利益安排

增资前后，发行人与鹏鼎控股之间均未约定采购的最低金额或其他利益安排。报告期内，发行人与鹏鼎控股之间的交易安排（包括信用期、付款方式、货物验收等内容）持续稳定，未发生变化，详见本题（三）之“1. 鹏鼎投资入股前后，发行人向鹏鼎控股销售的产品均价、毛利率、销售金额占其同类产品采购

金额的比例等情况对比”。

(二) 基于鹏鼎控股为发行人重要客户的实际情况，结合发行人与鹏鼎控股相关协议及安排具体内容，从实质重于形式原则分析鹏鼎投资是否对发行人具有重大影响，未将其认定为关联方的依据是否充分。

1. 发行人与鹏鼎控股相关协议及安排具体内容

发行人与鹏鼎控股之间签署了长期合作的框架性《采购合同》，在此合同项下，鹏鼎控股根据其生产经营计划，定期向发行人提供需求预测，并在预定的交货日期前向发行人下达具体的采购订单。

具体的采购订单的信息比较简单，主要是每批次采购产品的价格、数量、金额等信息，而框架性的《采购合同》则是关于双方长期合作的权利义务约定，其主要内容如下：

条款	提要	具体内容
第 1 条	释义	略
第 2 条	交易条款	逐条列示如下：
2.1	Lead Time	乙方提供之 Lead Time 应符合业界标准，经甲方同意后生效，乙方应依甲方要求随时调整及变更 Lead Time 。甲方得对其进行不定期检讨，如需调整，应经双方协商同意后始生效力。
2.2	需求预估	甲方得定期或不定期向乙方发出未来 12 周或双方另行约定时间段之需求预估。 乙方应于收到需求预估后 2 日内以书面确认回复，未于前述期限内回复者，视为默示确认。 乙方如无法满足需求预估之要求，应立即以书面叙明原因及调整建议，回复甲方。乙方应依确认之需求预估备料及预备产能，惟纵经确认之需求预估尚不构成甲方之下单或购买义务。
2.3	订单确认	乙方收到甲方标准订单或交货通知后，应于 2 日内向甲方回复确认。乙方未依前述期限回复甲方者，视为默示确认标准订单、总括订单及 / 或交货通知所载之一切条件。
2.4	产品料号	乙方交货时应于产品包装上标注甲方定义之产品料号或其它依甲方规定之辨识方法。
2.5	交货条件	除双方另行约定交货条件者外，乙方应依 DDP 条件(依 Incoterms 2010 解释) 交货。
2.6	交货发生	经双方同意后，乙方应对双方约定之产品采用【JIT】或【VMI】交货方式。
2.7	交货迟延	乙方无法依标准订单或交货通知所定交期或数量交付产品时，应立即通知甲方。 甲方有权采取以下任一措施：(1) 要求乙方以更快速之运输方法交货，并承担费用；(2) 解除或终止该笔标准订单、总括订单及 / 或交货通知。乙方应赔偿甲方因此所受之损害及所增加的费用(含有关的关税、空运费等)。本条的规定亦适用于乙方应甲方要求采取补救措施但无

条款	提要	具体内容
		法按要求交付产品的情形。
2.8	交货弹性	甲方得依本合同规定之通知方式,于乙方交货前,取消标准订单、总括订单及/或交货通知,或根据实际需要增加或减少标准订单或交货通知所载产品数量,上述通知送达后生效。
2.9	变更交期	甲方得于产品交货前变更标准订单或交货通知中所载之交货日期或交货地点。
2.10	价格检讨	乙方就其所提供之产品,应对甲方提供最优惠之价格,经甲方要求,乙方应依双方协商确认之合理幅度调降产品价格,除双方另有约定外,价格调降应适用于嗣后交货之所有标准订单及/或交货通知所载之产品。本条款之价格调整不得视同甲方放弃依本合同或相关法律得享之救济权。
2.11	税率	本合同约定含税价的,含税价所依据的税率为合同签订日税率,本合同有效期间。如遇法规政策对本合同业务相关税率进行调整,则双方一致同意对合同价格进行变更。变更方式为,先按含税价及原税率计算出未税价,再依新税率计算含税价并据以结算,即:结算含税价=原含税价+(1+原税率)X(1+新税率)。法规政策文件对新税率适用时间做出明确规定的,依其规定;未做出规定的,对法规政策文件生效后开具发票的业务,无论业务发生时间,均适用新税率。
2.12	货币	除双方另行约定货币者外,本合同之货款支付应以人民币为之。
2.13	付款方式	本合同之货款支付应以电汇为之,并由乙方承担银行相关手续费用,甲方得径自货款金额中扣除之。
2.14	付款条件	月结,甲方收受产品并验收合格后,于结算月之文月 XX 日前付款。双方以订单或其他方式另有约定者除外。
2.15	付款凭证	乙方应备齐下列文件向甲方请款:发票(Invoice)、提单(如有)、报关单(如有)、送货单(如有)、发票(Invoice)应包含以下项目(1)料号;(2)文件准备不齐全导致甲方迟延付款,甲方不负含迟延等之任何责任。
2.16	抵销	若乙方因本合同之履行对甲方负担任何赔偿债务时,甲方得就其对乙方之到期或未到期之货款债务互相抵销之。
2.17	验收方式	乙方应于交货前依规格自行检验产品。甲方要求时,应提供质量体系认证证书。产品虽经甲方依规格验收或因甲方放弃验收权而未经验收,不得视为免除乙方依本合同及相关法律应负之保固,瑕疵保证及产品责任。甲方或者甲方指定第三方进行产品抽样检验时,采用等同 ISO2859.1-1999 抽样标准(AQL=0.4, C=0)或甲方通知更新之抽样标准依照规格进行验收。
2.18	不合格产品	若在验收时或验收后发现不合格产品,甲方得以下列一种或多种方式进行知理:(1)要求乙方补足短少数量及更换不合格产品;(2)要求乙方修理或翻新产品;(3)如无法更换、修理或翻新者,要求乙方提供功能相同之替代品(4)要求扣减价金(5)要求乙方筛选合格品;(6)要求退还已给付予乙方之货款并退回该不合格产品所属之标准订单或交货通知之全数产品;(7)拒付货款;(8)要求乙方指派专人驻厂随时处理退货,换货及退款等事宜;(9)取消标准订单或交货通知。因产品不合格所发生之费用及风险负担应由乙方承担。
2.19	保固期	除非双方另有约定外,产品之免费保固期自甲方验收合格之日起算 5 年。前述保固期约定适用于乙方替换或修理后之产品。
2.20	改善报告	乙方应承诺,产品经甲方或甲方指定第三方验收后,于甲方或使用人使用期间内,应与规格、验收标准/及环保标准相符,并无任何设计、材料及制程上之瑕疵。当产品具有瑕疵或不符合质量规定,乙方应依

条款	提要	具体内容
		甲方品保要求及时提供书面改善报告。
2.21	包装	乙方之产品包装应符合甲方之指示；如甲方未指示时，应依业界标准如防潮、防锈、防静电及防刮伤（撞伤）等要求，以保证产品之运输及储存安全，且无损其商用价值。如产品对人身健康有危险时，乙方应在产品上清楚标识。如乙方未依甲方要求或业界标准之包装方式及材质包装产品，或包装有瑕疵时：（1）乙方应赔偿甲方因产品包装不当所致费用及损失；（2）甲方有权部分或全部予以退货，如因此所衍生交货迟延责任，乙方亦应负责。
2.22	运输及出货文件	乙方应依本合同约定的交货条件及甲方指定之运输方式运送产品，或自行选择最佳运输方式以满足甲方之需求。乙方应及时提供完整、正确之出货文件。
2.23	产品寿命终止	乙方承诺产品寿命终止后，维持 7 年产品零件供应。乙方应于产品寿命终止前 12 个月以书面通知甲方，并经甲方同意后后方可进行产品寿命终止。
2.24	变更管理	产品外观、装配、功能、质量、可靠度、认证要求之工程及流程或制造地点如有任何变更时，乙方应以事前 12 个月书面通知甲方，并检附工程、流程，产品、制造地点等变更及其它相关变更之合格测试或样品测试文件。在取得甲方评估验证（包括材质、质量、价格等）认可后，方可开展上述变更。
2.25	知识产权	如有因产品生产所需而由甲方提供之绘围、设计、型式、数据、工具、设备及其它与产品相关之数据文件及所涉之所有权及知识产权，均属甲方所有。除为履行本合同目的所需者外，非经甲方事前书面同意，乙方不得将前述知识产权相关的数据/权利用作其它任何用途，包括但不限于不得利用前述数据/权利设计、研发、制造或销售任何商品，或提供给第三人使用、收益，亦不得出售、租借予他人或为其它处分，当甲方要求归还时，乙方应立即无条件交还甲方，若违反上述约定，甲方得依其选择要求乙方应于每次违反时支付新台币一百万元（或相当价值之币别）或乙方因上述违反行为所可收取之金额的 30% 作为违约金。就供应予甲方的所有产品，乙方同意将该等产品所含有的所有知识产权以永久性的、不可撤销的、不可转让的、免费的方式授权予甲方及其客户，以使甲方及其客户有权在全球范围使用依本合同所供应的产品以进行其它产品的制造，并得为相应销售、许诺销售或进口。
第 3 条	保证及责任	主要涉及双方陈述保证、保证责任、损害赔偿范围、不侵权保证、检查、环境保护、社会责任、违约与损害赔偿等条款
第 4 条	其他	主要涉及合同期限、合同终止、保密义务、诚信廉洁条款、不竞争条款、检举义务、不可抗力、转让与转包、合同适用等条款
第 5 条	特别约定	
5.1		乙方为履行本合同，在中华人民共和国内地使用（包含但不限于以使用自有车辆、租用、托运、委托等方式使用）重型柴油车、重型燃气车的，车辆均必须达到国家第五阶段机动车污染物排放标准及以上排放标准，否则造成甲方遭受有关部门处罚等不利的，乙方应对甲方所遭受的损失进行赔偿。
附件		

上述主要条款均系采用鹏鼎控股对外签署采购合同、订单等文件的通用条款，鹏鼎控股与其他供应商签署的采购文件的主要条款与此基本相同。

2. 从实质重于形式原则分析鹏鼎投资是否对发行人具有重大影响

参考《企业会计准则第2号——长期股权投资》应用指南之“三、关于重大影响的判断”的规定，从实质重于形式原则逐项分析判断鹏鼎控股及其子公司鹏鼎投资对发行人是否具有重大影响如下：

序号	《企业会计准则第2号——长期股权投资》应用指南之“三、关于重大影响的判断”	是否符合
1	(一) 在被投资单位的董事会或类似权力机构中派有代表。	否。鹏鼎控股及其子公司鹏鼎投资均未向发行人董事会派有代表。
2	(二) 参与被投资单位财务和经营政策制定过程。	否。鹏鼎控股及其子公司鹏鼎投资均不参与发行人财务和经营政策制定过程。
3	(三) 与被投资单位之间发生重大交易。	否。按照《深圳证券交易所创业板股票上市规则（2020年）》7.1.1条第二款的规定，鹏鼎控股向发行人购买与日常经营相关的原材料，不属于与发行人之间发生的重要交易。
4	(四) 向被投资单位派出管理人员。	否。鹏鼎控股及其子公司鹏鼎投资均未向发行人派出管理人员。
5	(五) 向被投资单位提供关键技术资料。	否。鹏鼎控股及其子公司鹏鼎投资均未向发行人提供关键技术资料。

根据上表的逐项判断结论，按照实质重于形式的原则，鹏鼎投资对发行人不具有重大影响。

3. 未将鹏鼎控股认定为关联方的依据是否充分

《深圳证券交易所创业板股票上市规则（2020年）》7.2.3条明确规定了构成关联法人的各种情形，逐条分析如下：

序号	具体条款	发行人涉及的相关事实	是否构成关联法人
1	(一) 直接或者间接控制上市公司的法人或者其他组织；	发行人的实际控制人为唐淑芳、莫舒润夫妇，鹏鼎投资未直接或间接控制发行人。	否
2	(二) 由前项所述法人直接或者间接控制的除上市公司及其控股子公司以外的法人或者其他组织；	(1) 发行人的实际控制人为唐淑芳、莫舒润夫妇； (2) 鹏鼎投资的控股股东为鹏鼎控股，鹏鼎控股无实际控制人。	否
3	(三) 由本规则第7.2.5条所列上市公司的关联自然人直接或者间接控制的，或者担任董事（独立董事除外）、高级管理人员的，除上市公司及其控股子公司以外的法人或者其他组织；	(1) 发行人的实际控制人为唐淑芳、莫舒润夫妇，董事为唐淑芳、詹月明、余海舰、钱文晖、肖汉军、徐洪辉，高级管理人员为唐淑芳、詹月明、余海舰； (2) 鹏鼎投资的控股股东为鹏鼎控股，鹏鼎控股无实际控制人；鹏	否

序号	具体条款	发行人涉及的相关事实	是否构成关联法人
		鼎投资的执行董事、总经理为萧得望。	
4	(四) 持有上市公司 5% 以上股份的法人或者一致行动人；	(1) 鹏鼎投资持有发行人 3.5461% 股份； (2) 持有发行人 5% 以上的股东为唐淑芳、莫舒润、达晨创通、追远投资，鹏鼎投资与该等股东不存在一致行动关系。	否
5	(五) 中国证监会、本所或者上市公司根据实质重于形式的原则认定的其他与上市公司有特殊关系，可能造成上市公司对其利益倾斜的法人或者其他组织。	详见下文	否

如上表所示，根据《深圳证券交易所创业板股票上市规则（2020 年）》7.2.3 条第（一）项至第（四）项规定，鹏鼎投资均不构成发行人的关联方，下面重点分析第（五）项的规定。

《深圳证券交易所创业板股票上市规则（2020 年）》7.2.3 条第（五）项规定，“中国证监会、深圳证券交易所或者上市公司根据实质重于形式的原则认定其他与上市公司有特殊关系，可能造成对其利益倾斜的法人或者其他组织”，为上市公司关联法人。发行人认定：鹏鼎控股不存在可能造成发行人对其利益倾斜的特殊关系。具体理由和依据如下：

(1) 鹏鼎投资持有发行人的股份比例不足 5%，无权任命董事、监事、高级管理人员、员工，对发行人的生产经营无法施加重大影响。

(2) 鹏鼎投资入股发行人的价格与同一时期其他外部投资者的入股价格相同，不存在利益让渡的情形。鹏鼎投资入股发行人的价格为每股 20.53 元，该价格与同一时期深创投、东莞红土创投、董芳梅等其他外部投资者的入股价格相同，价格公允。发行人不存在低价授予股份而向鹏鼎投资让渡利益的情形。

(3) 鹏鼎投资入股发行人、鹏鼎控股与发行人开展业务交易，二者系各自独立事件，不存在互为因果的关系。鹏鼎投资入股发行人系认可发行人的未来发展前景，属于财务投资人，不参与发行人的经营管理。根据鹏鼎控股的公告，其设立全资子公司鹏鼎投资主要为便于其对外投资业务的发展所需，鹏鼎投资开展对外投资业务与鹏鼎控股开展日常采购活动之间是相互独立的。

(4) 作为上市公司，鹏鼎控股已公开披露投资入股发行人相关事宜，鹏鼎控股未将发行人认定为关联方。

(5) 发行人与鹏鼎控股仅存在日常业务往来，发行人在资产、业务、财务、人员、机构等方面均与鹏鼎控股保持了独立性。

(6) 发行人与鹏鼎控股之间自 2017 年起持续合作，鹏鼎控股向发行人的采购系基于其对发行人的产品质量、技术水平、供货能力等的认可，而非因投资入股而发生采购行为。

(7) 发行人与鹏鼎控股之间的交易价格公允，不存在利益输送。鹏鼎控股采购功能性器件时，通常会选择多家合格供应商进行询价，而发行人则根据鹏鼎控股提供的产品图纸确认材料和工艺，结合耗用材料、人工及制造费用等生产成本，综合考虑工艺难度、市场需求情况及合理利润等因素进行报价，经过比价、议价并考察供应商试制样本后，鹏鼎控股最终选定入围供应商以及确定交易价格，双方交易定价完全遵循市场化方式，具有公允性，发行人与鹏鼎控股之间无特殊利益安排。

(8) 发行人已建立较为完善的市场开拓机制，除鹏鼎控股之外，发行人与下游众多的知名制造服务商、组件生产商开展业务往来。**报告期内，发行人对鹏鼎控股的销售收入占比分别为 27.19%、24.38%、22.87%，呈逐年下降趋势，不存在对其业务上的重大依赖。**

综上所述，发行人未将鹏鼎控股认定为关联方的依据充分。

(三) 结合发行人向鹏鼎控股销售金额占其同类产品采购金额的比例变动情况、同类产品销售毛利率变化情况，分析并说明 2019 年鹏鼎控股向发行人采购金额出现下滑，2020 年又快速增长的原因，是否与鹏鼎投资入股发行人有关。

1. 鹏鼎投资入股前后，发行人向鹏鼎控股销售的产品均价、毛利率、销售金额占其同类产品采购金额的比例等情况对比

鹏鼎投资于 2020 年 10 月开始与发行人接洽商谈增资入股事宜，于 2020 年 12 月完成增资入股的工商变更登记。鹏鼎投资入股前后，发行人向鹏鼎控股销售的产品均价、毛利率对比如下：

对比项目	2020年第三季度 (洽谈入股前)	2020年第四季度 (洽谈入股持续过程阶段)	2021年第一季度 (完成入股后)	2021年第二季度 (完成入股后)
销售数量(万PCS)	29,095.35	24,713.00	21,009.00	20,968.24
销售金额(万元)	3,610.47	2,928.07	2,246.34	2,638.57
销售均价(元/PCS)	0.1241	0.1185	0.1069	0.1258
毛利率	39.70%	37.62%	29.45%	30.49%
订单主要条款	1.信用期: 月结90天; 2.交货方式: DDP。	1.信用期: 月结90天; 2.交货方式: DDP。	1.信用期: 月结90天; 2.交货方式: DDP。	1.信用期: 月结90天; 2.交货方式: DDP。

注: 按照双方《采购合同》约定, 贸易术语遵循《国际贸易术语解释通则(2010)》; 因此, 此处 DDP 是指: 当卖方在指定的目的地或该区域内双方协商一致的指定交货点将已办理完进口清关手续的、仍处于抵达的运输工具之上, 且已作好卸货准备的货物交由买方处置时, 即视为完成交货的一种交货方式。卖方承担货物运输至指定目的地或该区域内指定交货点期间的一切风险。

鹏鼎控股与发行人洽谈增资入股前一个季度(即 2020 年第三季度)与洽谈入股整个持续过程阶段(即 2020 年第四季度), 发行人对鹏鼎控股的销售均价、毛利率、订单主要条款等均未发生重大变化; 鹏鼎控股完成增资入股后的 2021 年第一季度、第二季度, 发行人对鹏鼎控股的销售均价、订单主要条款等未发生重大变化, 但是毛利率下降较多, 这主要与行业的季节性变化规律有关, 而与鹏鼎控股的增资入股无关。每年的第一、二季度往往是行业销售淡季, 发行人销售的功能性器件产品主要适配终端电子产品的存量机型, 随着终端电子产品生命周期的演进和市场竞争的加剧, 其包括功能性器件在内的上游零部件利润空间也在不断压缩; 每年的第三、四季度一般是行业销售旺季, 随着终端电子产品的新机型逐步发布, 包括功能性器件等在内上游零部件开始大规模备货, 适配新机型的功能性器件产品的利润空间一般相对较高, 因此, 第三、四季度的整体毛利率一般高于第一、二季度。

报告期内鹏鼎控股向发行人采购功能性器件金额占其同类产品采购的比例 10%左右, 未因鹏鼎投资入股发行人而发生重大变化。2018 年度、2019 年度、2020 年度, 鹏鼎控股向发行人采购功能性器件金额占其同类产品采购的比例分别为 12%、10%、12%。

2. 2019 年鹏鼎控股向发行人采购金额下滑, 2020 年又快速增长的原因

发行人采用就近建厂的模式实时跟进客户需求, 在东莞、淮安、秦皇岛、昆

山、宁波均建立了生产基地，为客户提供贴近式的研发、生产和服务，大幅缩短了产品的交付周期，有效提高客户满意度和客户粘性。

根据鹏鼎控股的公开信息披露，鹏鼎控股母公司及其子公司宏启胜精密电子（秦皇岛）有限公司、庆鼎精密电子（淮安）有限公司的主营业务是相同的，均是印制电路板的设计、研发、制造与销售业务，而且三家主体的经营规模分布比较均衡，2018年-2021年，其销售规模分别列示如下：

经营主体	销售金额（万元）			
	2021年度	2020年度	2019年度	2018年度
鹏鼎控股（深圳）股份有限公司（母公司）	1,555,885.11	1,340,598.49	1,317,848.00	1,378,982.65
庆鼎精密电子（淮安）有限公司	1,045,378.61	901,517.73	799,402.12	755,469.26
宏启胜精密电子（秦皇岛）有限公司	985,205.81	1,024,030.45	858,511.25	714,577.16

针对鹏鼎控股在淮安的子公司庆鼎精密电子（淮安）有限公司、在秦皇岛的子公司宏启胜精密电子（秦皇岛）有限公司，发行人分别相应设立淮安六淳、秦皇岛六淳提供贴近服务；针对鹏鼎控股（深圳）股份有限公司，则由母公司六淳科技提供贴近服务。2018—2021年，发行人及其子公司与鹏鼎控股及其子公司之间的交易情况如下：

交易主体		销售金额（万元）			
发行人	鹏鼎控股	2021年度	2020年度	2019年度	2018年度
六淳科技	鹏鼎控股（深圳）股份有限公司	1,612.82	951.59	1,286.11	1,867.36
淮安六淳	庆鼎精密电子（淮安）有限公司	6,768.39	5,523.72	4,222.74	3,952.43
秦皇岛六淳	宏启胜精密电子（秦皇岛）有限公司	4,354.16	3,366.33	2,559.26	2,371.96
合计		12,735.37	9,841.63	8,068.10	8,191.75

2018年-2021年，淮安六淳对庆鼎精密电子（淮安）有限公司的销售金额持续快速增长，秦皇岛六淳对宏启胜精密电子（秦皇岛）有限公司的销售金额稳定增长；六淳科技对鹏鼎控股（深圳）股份有限公司的销售金额前3年持续下滑，2021年恢复增长。因此，受前述因素的综合影响，合并报表口径下发行人对鹏鼎控股的销售金额呈现出2019年度下滑，2020年度又快速增长的现象。

庆鼎精密电子（淮安）有限公司、宏启胜精密电子（秦皇岛）有限公司都是鹏鼎控股（深圳）股份有限公司合并报表范围内的全资子公司，基于市场需求结构变化、产能相互调剂等因素，合并报表口径下各经营主体承担着不同的生产经营目标和任务，在具体采购订单的决策等方面拥有各自不同的考虑因素。相应地，发行人及其子公司在与前述主体交易时，也是遵循各自交易、独立决策的原则，因此，报告期内，不同主体之间的交易具有不同的变化趋势。具体分析如下：

（1）六淳科技对鹏鼎控股（深圳）股份有限公司销售金额 2018-2020 年持续下滑、2021 年又恢复性增长的原因

作为母公司，鹏鼎控股（深圳）股份有限公司经营规模庞大，经营管理体系复杂，供应商必须付出更大的管理精力、保留更多的产能冗余、投入更多的前期研发等，才能获得足够的采购订单保障。同时，鹏鼎控股（深圳）股份有限公司位于深圳，其周边的合格供应商众多，竞争激烈，往往导致利润水平偏低。因此，针对鹏鼎控股（深圳）股份有限公司的招标或竞价采购项目，六淳科技基于自身所处的发展阶段以及资源禀赋等因素考虑，有策略地退出了较多项目的竞争。**2021 年，因鹏鼎投资入股发行人，双方基于股权纽带而逐步加强合作，六淳科技与鹏鼎控股(深圳)股份有限公司在公平市场条件下开始了更多新项目的合作，销售金额又恢复性增长。**

（2）淮安六淳对庆鼎精密电子（淮安）有限公司销售金额持续快速增长的原因

作为发行人最早设立的子公司，淮安六淳在淮安地区专注为庆鼎精密电子（淮安）有限公司提供配套服务，随着其技术沉淀，运营经验日渐成熟，产品良率控制日趋向好，逐步形成了较为明显的竞争优势，双方合作关系也不断深化；相应地，淮安六淳争取到的庆鼎精密电子（淮安）有限公司订单份额持续提升，因此，报告期内，淮安六淳对庆鼎精密电子（淮安）有限公司销售金额持续快速增长；规模效应也不断凸显，销售毛利率提高，报告期内，淮安六淳对庆鼎精密电子（淮安）有限公司销售毛利率分别为 21.46%、39.07%和 **41.99%**。

（3）秦皇岛六淳对宏启胜精密电子（秦皇岛）有限公司销售金额稳定增长的原因

秦皇岛六淳设立时间相对较晚，产能扩张、技术沉淀、运营经验处于逐步提升的过程。通过持续努力，报告期内，秦皇岛六淳对宏启胜精密电子（秦皇岛）有限公司销售金额稳步增长。

（四）保荐人核查意见

1. 核查程序

保荐人主要实施了以下核查程序：

（1）查阅发行人与鹏鼎控股之间签署的框架性《采购合同》，了解发行人与鹏鼎控股相关协议及安排具体内容，基于实质重于形式的原则分析鹏鼎投资是否对发行人具有重大影响。

（2）实地走访鹏鼎控股，了解其增资发行人的原因，了解其与发行人之间交易价格形成机制、交易规模变化原因等情况，了解增资前后双方是否约定了鹏鼎控股向发行人采购的最低金额或其他利益安排。

（3）查阅报告期内发行人对鹏鼎控股的销售明细表，结合鹏鼎投资增资发行人的时间，复核增资前后发行人对鹏鼎控股的产品销售价格、销售规模、毛利率变化情况，分析前述变化情况是否与鹏鼎投资增资发行人存在联系；结合鹏鼎投资增资发行人的时间，抽查增资前后发行人对鹏鼎控股的销售订单，检查相关合同条款是否发生变化。

（4）对发行人管理层进行访谈，了解 2019 年鹏鼎控股向发行人采购金额出现下滑、2020 年又快速增长的原因，判断该等情况与鹏鼎投资入股发行人是否有关；同时，结合报告期内发行人对鹏鼎控股的销售明细验证发行人管理层的相关说明。

2. 核查结论

经核查，保荐人认为：

（1）鹏鼎投资增资发行人的原因是：鹏鼎控股看好发行人的发展前景，希望借助股权联系进一步加深与发行人上下游之间的合作，同时，发行人也希望巩固与鹏鼎控股的合作关系，因此，双方达成增资合意。增资前后均未约定鹏鼎控股向发行人采购的最低金额或其他利益安排。

(2) 基于鹏鼎控股为发行人重要客户的实际情况，结合发行人与鹏鼎控股相关协议及安排具体内容，从实质重于形式原则分析来看，鹏鼎投资对发行人的生产经营和独立性不具有重大影响，未将其认定为关联方的依据充分。

(3) 2019 年鹏鼎控股向发行人采购金额出现下滑，2020 年又快速增长的直接原因是：**2018 年-2021 年**，淮安六淳对庆鼎精密电子（淮安）有限公司的销售金额持续快速增长，秦皇岛六淳对宏启胜精密电子（秦皇岛）有限公司的销售金额稳定增长；六淳科技对鹏鼎控股（深圳）股份有限公司的销售金额**前 3 年**持续下滑，**2021 年恢复增长**；受前述因素的综合影响，合并报表口径下发行人对鹏鼎控股的销售金额呈现出 2019 年度下滑，2020 年度又快速增长的现象。该等现象的本质是鹏鼎控股及其子公司均基于各自承担的生产经营任务独立进行采购决策，与鹏鼎投资入股发行人无关。

问题四：关于收入

申请文件显示：

(1) 报告期各期发行人收入季节性明显，下半年收入占比分别为 62.54%、57.63%、63.80%。

(2) 发行人产品最终应用于苹果、华为、小米、OPPO、VIVO、三星等品牌的终端电子产品，但未披露具体金额。

(3) 报告期发行人智能手机类产品销售收入为 10,498.85 万元、13,346.83 万元、16,594.40 万元，呈持续增长趋势。

(4) 报告期各期发行人笔记本/台式电脑类产品销售收入分别为 382.99 万元、554.42 万元、2,750.96 万元，2020 年大幅增长。

(5) 报告期内发行人外销收入分别为 1,068.51 万元、1,853.75 万元、4,024.28 万元，增速较快，主要系向境内保税区/物流园/出口加工区的销售增速较快导致。

(6) 报告期内发行人存在 VMI 销售模式。

(7) 发行人未披露退换货情况。

请发行人：

(1) 结合发行人主要客户下半年销售收入占比情况，分析并说明发行人下半年收入占比与发行人主要客户收入季节性是否匹配，与同行业可比公司是否存在较大差异。

(2) 说明报告期各期发行人产品应用于终端品牌商的销售金额、占比情况。

(3) 结合发行人主要客户需求、发行人产品最终应用情况等，说明在报告期内智能手机出货量连续下滑的情形下发行人智能手机类产品收入持续增长的原因。

(4) 结合笔记本/台式电脑类产品主要客户报告期内销售情况等，量化分析2020年笔记本电脑/台式电脑类产品销售收入大幅增长的原因。

(5) 说明报告期内发行人向境内保税区/物流园/出口加工区销售收入增速较快的原因，相关销售主要涉及的客户，是否存在主要客户送货地点和结算方式发生变化的情形，对发行人运输费用、出口退税、汇兑损益等方面的影响。

(6) 说明报告期内 VMI 模式的主要客户、销售收入及占比、发出商品至确认收入的平均时长报告期内是否存在较大波动。

(7) 说明报告期内不同产品、不同销售模式下客户的退换货政策，报告期各期退换货金额、占当期营业收入比例、退换货主要原因。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

(一) 结合发行人主要客户下半年销售收入占比情况，分析并说明发行人下半年收入占比与发行人主要客户收入季节性是否匹配，与同行业可比公司是否存在较大差异。

1. 报告期各期，发行人下半年收入占比与发行人主要客户收入季节性相匹配

报告期内，发行人主要客户的下半年营业收入占比情况如下：

客户名称	2021 年下半年	2020 年下半年	2019 年下半年
富士康	54.98%	61.60%	58.56%
鹏鼎控股	64.09%	66.12%	64.91%

京东方	51.08%	55.10%	52.58%
平均值	56.72%	60.94%	58.68%
发行人	57.66%	63.80%	57.63%

报告期内，发行人主要客户下半年营业收入占比平均值分别为 58.68%、60.94%、**56.72%**，与发行人一样也呈现出下半年收入占比较高的季节性特点。

2. 报告期各期，发行人下半年收入占比与同行业可比公司不存在较大差异

报告期内，发行人与同行业可比公司下半年收入占比情况如下：

公司简称	2021 年下半年	2020 年下半年	2019 年下半年
飞荣达	60.52%	49.72%	65.21%
恒铭达	67.88%	65.93%	63.43%
智动力	48.16%	62.48%	51.08%
安洁科技	58.41%	53.43%	55.82%
领益智造	58.07%	57.56%	59.87%
博硕科技	64.12%	71.70%	73.16%
达瑞电子	51.07%	61.05%	69.73%
鸿富瀚	57.30%	68.48%	62.83%
平均值	58.19%	61.29%	62.64%
发行人	57.66%	63.80%	57.63%

同行业可比公司营业收入同样呈现出一定的季节性特征，上半年销售额占比偏低，下半年销售额占比较高，与发行人不存在重大差异。

(二)说明报告期各期发行人产品应用于终端品牌商的销售金额、占比情况。

报告期内，发行人功能性器件产品应用于终端品牌的销售情况如下：

终端品牌	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	销售金额 (万元)	占比	销售金额 (万元)	占比	销售金额 (万元)	占比
苹果	42,365.36	76.59%	28,667.95	71.30%	22,692.20	76.81%
华为	2,021.73	3.65%	4,654.62	11.58%	2,415.88	8.18%
OPPO	1,892.18	3.42%	1,314.70	3.27%	1,007.35	3.41%
惠普	2,345.39	4.24%	1,160.62	2.89%	1.11	0.00%
VIVO	628.32	1.14%	1,029.48	2.56%	207.42	0.70%
三星	1,239.51	2.24%	765.33	1.90%	1,810.54	6.13%

夏普	1,896.62	3.43%	714.49	1.78%	-	-
戴尔	318.29	0.58%	521.01	1.30%	3.40	0.01%
小米	95.89	0.17%	494.43	1.23%	652.35	2.21%
通用	298.84	0.54%	156.03	0.39%	156.03	0.53%
其他	2,213.83	4.00%	727.23	1.81%	595.21	2.01%
合计	55,315.96	100.00%	40,205.90	100.00%	29,541.49	100.00%

(三) 结合发行人主要客户需求、发行人产品最终应用情况等,说明在报告期内智能手机出货量连续下滑的情形下发行人智能手机类产品收入持续增长的原因。

1. 发行人终端应用的手机品牌市场占有率持续上升

报告期内,虽然全球智能手机出货量连续下滑,但仍保持在高位,且前五大终端品牌智能手机出货量占比持续上升。全球智能手机出货量及变动趋势情况如下:

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
全球智能手机出货量(亿台)(a)	13.55	12.92	13.71
出货量前五大品牌智能手机出货量(亿台)(b)	9.61	9.22	9.68
占比(b/a)	70.92%	71.36%	70.61%
其中:苹果(亿台)	2.36	2.06	1.91
华为(亿台)	未披露	1.89	2.41
小米(亿台)	1.91	1.48	1.26
三星(亿台)	2.72	2.67	2.96
OPPO(亿台)	1.28	未披露	1.14
VIVO(亿台)	1.34	1.12	未披露

数据来源: IDC。

发行人智能手机应用类功能性器件产品最终应用于苹果、华为、小米、三星、OPPO、VIVO 等全球主要的智能手机品牌。在全球智能手机保持较高出货量的同时,主流终端品牌的占有率逐步提高,全球前五大品牌智能手机出货量占比由2019年70.61%提升至2021年的70.92%。终端品牌市场占有率的提高,给发行人的销售收入增长提供了空间。

报告期内,发行人应用于苹果、华为、小米、三星、OPPO、VIVO 等终端

品牌智能手机的功能性器件收入情况如下：

终端品牌	智能手机应用类功能性器件产品的收入（万元）		
	2021 年	2020 年	2019 年
苹果	15,846.65	9,195.00	7,486.11
华为	723.71	4,135.71	2,028.17
OPPO	1,891.85	1,314.70	1,007.35
VIVO	584.92	1,029.16	207.42
三星	679.32	282.81	1,729.68
小米	95.50	494.43	652.35
合计	19,821.94	16,451.81	13,111.08

发行人应用于苹果、华为、小米、三星、OPPO、VIVO 等主流终端品牌的销售规模持续上升，符合主流终端品牌持续增长的态势。

2. 发行人主要客户销售状况良好，需求稳定

报告期内，发行人智能手机应用类功能性器件的主要客户销售情况如下：

会计期间	序号	客户名称	发行人对其销售的智能手机应用类产品收入（万元）	占发行人智能手机应用类产品总收入的比例
2021 年度	1	鹏鼎控股	8,698.36	43.53%
	2	立讯精密	2,751.83	13.77%
	3	瑞声科技	2,402.19	12.02%
	4	精诚达	696.21	3.48%
	5	景旺电子	638.11	3.19%
		合计		15,186.69
2020 年度	1	鹏鼎控股	6,767.87	40.78%
	2	景旺电子	1,596.23	9.62%
	3	精诚达	1,532.64	9.24%
	4	瑞声科技	1,337.80	8.06%
	5	赣州明高科技股份有限公司	978.74	5.90%
		合计		12,213.28
2019 年度	1	鹏鼎控股	5,883.27	44.08%
	2	欧菲光	1,500.29	11.24%
	3	珠海紫翔	1,143.76	8.57%

会计期间	序号	客户名称	发行人对其销售的智能手机应用类产品收入（万元）	占发行人智能手机应用类产品总收入的比例
	4	瑞声科技	1,043.04	7.81%
	5	景旺电子	995.30	7.46%
		合计	10,565.65	79.16%

上述主要客户中，鹏鼎控股、景旺电子、欧菲光、瑞声科技为上市公司。发行人向 4 家上市公司销售的智能手机应用类产品收入占当期同类收入的比例为 70.59%、62.53%、**60.60%**。

除鹏鼎控股和立讯精密单独披露了通讯用板的收入分类之外，景旺电子、欧菲光、瑞声科技都没有单独披露其应用于智能手机类产品的收入分类；但是，该等上市公司披露的主营业务、产品主要应用于智能手机等终端产品，因此，可以从其主营业务收入的变动趋势印证发行人下游的客户需求是充沛的：

客户名称	主营业务收入（万元）		
	2021 年度	2020 年度	2019 年度
鹏鼎控股	3,330,364.37	2,984,243.83	2,661,038.75
景旺电子	919,531.29	690,307.38	621,286.13
瑞声科技	1,766,696.70	1,764,250.00	1,813,075.00
欧菲光	2,257,209.57	4,684,770.24	5,173,002.41
立讯精密	15,225,762.60	9,179,343.43	6,209,916.66

3. 发行人与老客户合作加深，并持续拓展新客户

(1) 深挖已有客户需求，合作不断深入

随着与老客户合作的深入，在合作过程中不断挖掘老客户产品需求，2020 年原有主要客户鹏鼎控股、景旺电子等客户的订单持续增加，2020 年发行人对上述客户销售金额较 2019 年增加 1,485.53 万元，**2021 年发行人对上述客户销售金额较 2020 年增加 972.37 万元**，具体情况如下：

客户名称	智能手机应用类功能性器件销售收入（万元）				
	2021 年度较 2020 年度新增销售收入	2020 年度较 2019 年度新增销售收入	2021 年度销售收入	2020 年度销售收入	2019 年度销售收入
鹏鼎控股	1,930.49	884.60	8,698.36	6,767.87	5,883.27
景旺电子	-958.12	600.93	638.11	1,596.23	995.30

合计	972.37	1,485.53	9,336.47	8,364.10	6,878.57
----	--------	----------	----------	----------	----------

注：2021年景旺电子优质订单减少，发行人战略性选择客户订单，对其销售收入减少。

(2) 新客户开拓战略取得成效

报告期内，发行人积极推进新客户开拓战略，取得明显成效。瑞声科技、立讯精密等报告期内新增客户订单规模增加，具体情况如下：

报告期新增客户	智能手机应用类功能性器件销售收入（万元）		
	2021年度	2020年度	2019年度
瑞声科技	2,402.19	1,337.80	1,043.04
立讯精密	2,751.83	490.75	254.34
合计	5,154.02	1,828.55	1,297.38

(四) 结合笔记本/台式电脑类产品主要客户报告期内销售情况等，量化分析2020年笔记本电脑/台式电脑类产品销售收入大幅增长的原因。

报告期内，发行人笔记本/台式电脑类功能性器件的主要销售客户情况如下：

客户名称	2021年度		2020年度		2019年度	
	销售金额（万元）	占比	销售金额（万元）	占比	销售金额（万元）	占比
群创光电	3,629.34	55.16%	1,416.75	51.50%	-	-
吉利德	1,744.38	26.51%	263.81	9.59%	-	-
瑞仪光电	135.11	2.05%	347.53	12.63%	-	-
台达电	96.30	1.46%	194.56	7.07%	163.67	29.52%
鸿富锦（重庆）	15.79	0.24%	72.42	2.63%	255.46	46.07%
昆山丰华	-	0.00%	3.39	0.12%	105.79	19.08%
其他客户	958.97	14.57%	452.51	16.45%	29.60	5.34%
合计	6,579.89	100.00%	2,750.96	100.00%	554.52	100.00%

注：鸿富锦（重庆）指鸿富锦精密电子（重庆）有限公司，昆山丰华指昆山丰华电子科技有限公司，上表中的销售金额指销售给该部分客户的笔记本/台式电脑应用类产品的收入金额。

如上表所示，2020年、2021年发行人笔记本/台式电脑应用类功能性器件收入增长主要来自于新设子公司宁波六淳开发的新客户群创光电和昆山六淳开发的新客户吉利德、瑞仪光电等。

(五) 说明报告期内发行人向境内保税区/物流园/出口加工区销售收入增速较快的原因, 相关销售主要涉及的客户, 是否存在主要客户送货地点和结算方式发生变化的情形, 对发行人运输费用、出口退税、汇兑损益等方面的影响。

虽然报告期内发行人向境内保税区/物流园/出口加工区销售收入增长较快, 但不存在主要客户送货地点和结算方式发生变化, 进而对发行人运输费用、出口退税、汇兑损益等方面造成影响的情形。

报告期内发行人向境内保税区/物流园/出口加工区销售收入的增长主要来自于新开发的客户, 该等新客户的销售情况如下:

客户名称	2021 年		2020 年		2019 年	
	外销收入金额 (万元)	占比	外销收入金额 (万元)	占比	外销收入金 额(万元)	占比
群创光电	3,625.52	46.01%	1,348.66	38.07%	-	-
吉利德	1,744.38	22.14%	695.81	19.64%	-	-
瑞声科技	1,022.37	12.97%	597.18	16.86%	532.40	46.88%
瑞仪光电	26.20	0.33%	346.41	9.78%	-	-
台达电	1,074.53	13.64%	403.03	11.38%	347.51	30.60%
鸿富锦	34.20	0.43%	72.42	2.04%	255.65	22.51%
其他客户	353.29	4.48%	78.77	2.22%	-	-
合计	7,880.49	100.00%	3,542.29	100.00%	1,135.56	100.00%

2020 年、2021 年发行人向境内保税区/物流园/出口加工区销售收入增长主要来自于新设子公司宁波六淳开发的新客户群创光电, 以及子公司昆山六淳开发的新客户吉利德、瑞仪光电等。

(六) 说明报告期内 VMI 模式的主要客户、销售收入及占比、发出商品至确认收入的平均时长报告期内是否存在较大波动。

报告期内, 发行人采用 VMI 模式确认收入的客户仅欧菲光的子公司江西欧迈斯微电子有限公司一家。2020 年 9 月下旬起, 江西欧迈斯微电子有限公司开始按照 VMI 模式与发行人进行结算。2020 年、2021 年发行人按照 VMI 模式确认销售收入金额分别为 163.57 万元、342.17 万元, 占营业收入的比例分别为 0.41%、0.61%。

报告期内, VMI 模式下, 发行人发出商品到收入确认时间为 7~15 天, 不存

在较大波动。

(七)说明报告期内不同产品、不同销售模式下客户的退换货政策，报告期各期退换货金额、占当期营业收入比例、退换货主要原因。

1. 报告期内不同产品、不同销售模式下客户的退换货政策

发行人的产品都是电子产品精密功能性器件，可以应用于不同的场景（例如，平板电脑、智能手机等方面），发挥不同的作用和功能（例如，粘贴、固定、导电、导热、绝缘、屏蔽、缓冲等），但是，不同应用场景、发挥不同作用和功能的功能性器件本质都是同一类产品，不会因此而适用不同的退换货政策。同时，发行人的销售模式都是直销模式，不存在不同的销售模式，不存在由此导致的不同退换货政策。

因此，总体而言，发行人的退换货政策是相同的，不存在针对不同产品、不同销售模式采取不同的退换货政策。发行人的退换货政策均是一致的：根据发行人与客户签订的销售合同，在产品质保期内，当产品出现质量问题时客户可以进行退换货；在产品质保期外，发行人不接受退换货。

但是，在具体的销售过程中，发行人面对不同客户，适用不同的销售情景，具体收入确认方法略有不同（包括国内销售、直接出口、转厂出口及 VMI 等情景），相应的退换货具体方法存在一定差异。下面针对不同的销售收入确认方法以及相应的退换货具体方法说明如下：

(1) 国内销售

①收入确认方法

发行人将产品交付客户后，客户对产品数量、外观等进行检查，检查确认无误后，在送货单上进行签收确认。由于发行人每个产品的样品均经过客户检验，每批次成品均经过发行人严格检测，因此，客户对产品进行签收后，该批产品控制权、所有权相关的主要风险和报酬均已经转移，发行人根据签收的送货单确认收入。

②退换货方法

在验收过程中及产品质保期内，当发行人产品出现质量问题时客户可进行退

换货；在产品质保期外，发行人不予退换货。

（2）直接出口销售

①收入确认方法

发行人以产品发运至相关港口或客户指定的保税区或保税物流园区，履行出口报关手续，取得相关凭据后确认销售收入。

②退换货方法

在直接出口销售情景下，主要根据客户物理位置（在中国境内/中国境外）以及退换货物流成本，采取不同的退换货具体方法：当客户位于中国境内保税区/物流园/出口加工区，退换货方法同“国内销售”；当客户位于中国境外，由于物流成本较高，一般采用由发行人补充发货或者直接扣除货款的方式满足客户的退换货需求。

（3）转厂出口销售

①收入确认方法

根据《海关对出口加工区监管的暂行办法》《海关出口加工区货物出区深加工结转管理办法》等相关规定，进料深加工结转（即俗称转厂出口，下同）模式销售模式是一种间接出口的销售方式，主要是指企业将保税进口料件进行深加工后的产品转至另一企业进一步装配加工后复出口的经营行为。对转出企业而言，深加工结转视同出口，应办理出口报关手续；对转入企业而言，深加工结转视同进口。

进料深加工结转销售情景下，发行人先与上游材料商确认报关方式和报关代码，供应商在进行保税交易之前向海关预批深加工结转申请表；发行人在收到供应商提供的进口报关资料后自行报关，取得进口报关单退单后转财务付汇。在材料采购完成后，发行人进行研发和生产，生产完成后将产成品转厂到下游的整机制造服务商或组件生产商处进行继续生产，并由发行人进行出口报关、下游整机制造服务商或组件生产商进行进口报关，发行人取得出口报关单退单后转财务收汇。在整个转厂出口销售的流程中，中间产品和最终产品不进行内销，而是根据进料深加工手册进行转厂结转。转厂结转时，由发行人将完工产品交付给客户，

客户对产品进行数量、外观等检查无误后，对送货单进行签收。客户对送货单进行签收后产品控制权、所有权的主要风险和报酬已经转移，发行人在客户对货物签收后确认收入。

②退换货方法

同“国内销售”。

(4) VMI 模式下销售

①收入确认方法

发行人根据客户需求进行生产，并将产品运送至客户指定仓库。在客户领用之前，位于指定仓库的产品所有权归发行人，客户领用产品后，产品的所有权转移至客户。发行人将产品交付至客户指定的供应商管理库存仓库，客户根据其生产需求自供应商管理库存仓库领用产品，发行人按客户实际领用产品数量及金额确认收入。

②退换货方法

VMI 模式下的销售，产品进入 VMI 仓库前先进行质量检验，当产品从 VMI 仓库领用进入工厂生产环节时再次进行品质检验，检验不合格可进行退货处理；领用后出现质量问题，不直接退回 VMI 仓库，按照正常模式的退货流程处理。

2. 报告期各期退换货金额、占当期营业收入比例、退换货主要原因

(1) 报告期，发行人退换货金额占比较小

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
退换货金额（万元）	529.22	784.48	543.68
营业收入（万元）	55,693.46	40,369.04	29,668.84
退换货金额占比（%）	0.95	1.94	1.83

报告期内，发行人产品质量较为稳定，发行人退换货金额占当期营业收入的比例分别为 1.83%、1.94%和 0.95%；2021 年，发行人退换货金额占营业收入的比例下降至 0.95%，一方面是因为发行人销售的不同规格型号产品单价差异较大，退换货规格型号差异导致退换货总金额占比变动；另一方面，随着报告期内新设子公司的生产工艺不断成熟，产品质量稳步提升，退换货逐步减少。

（2）退换货主要原因分析

退换货主要原因包括泡棉粘黏、脏污、压痕、溢胶不良、反离型、裁切不良等因素未完全达到要求。

一方面，随着终端电子产品轻薄化、集成化、精密化趋势不断强化，发行人也致力于不断采用新的生产工艺，适应下游客户的需求；但是，新工艺完全成熟前，产品良率往往较难控制，客户提出的退换货较多。比如，2021年，客户紫翔电子的退换货金额较多，就是因为本期发行人向紫翔电子销售的产品主要是采用新工艺生产的3D钢片，目前阶段该工艺尚未达到完全成熟的程度，因此短期内退换货相对较多。

另一方面，2017年、2019年，发行人先后在秦皇岛、昆山设立子公司开发新客户，并相继于2018年、2019年投产。投产初期，该等子公司的生产工艺处于逐步成熟的过程中，产品质量尚不够稳定，退换货相对较多。

（八）保荐人核查意见

1. 核查程序

保荐人主要实施了以下核查程序：

（1）审阅发行人报告期内销售明细表，了解其季度分布情况，分析发行人下半年主营业务收入高于上半年的原因；查阅发行人主要客户和同行业上市公司年度报告、招股说明书等公开信息，将主要客户及同行业可比公司收入季节性波动情况与发行人进行比较分析。

（2）审阅发行人报告期内销售明细表，查看其应用于终端品牌的情况；访谈发行人管理层，了解发行人产品应用于终端品牌的划分依据，并获取发行人的相关说明文件；结合发行人主要客户的公开信息披露，对发行人划分的终端品牌应用情况进行验证。

（3）查阅全球智能手机出货量等行业资讯，分析发行人应用的终端品牌出货量变动情况与发行人相应产品收入变动情况是否匹配；根据报告期内销售明细表，分析发行人智能手机应用类产品的客户结构、对主要客户销售收入变动情况、新增客户情况；审阅智能手机应用类产品的主要客户公开信息披露文件，分析其

收入变动趋势与发行人相应产品收入变动趋势是否匹配。

(4) 访谈发行人管理层，了解发行人子公司情况、业务布局情况、产品线拓展情况；审阅报告期内销售明细表，分析其笔记本/台式电脑应用类产品收入变动情况、客户结构变动情况、新增客户情况。

(5) 审阅报告期内销售明细表，分析发行人向境内保税区/物流园/出口加工区销售变动原因、主要客户变动情况；抽查主要客户的送货单和报关单，检查送货地点和结算方式变动情况；查验发行人对主要的境内保税区/物流园/出口加工区内客户的送货地点和结算方式是否发生变化；审阅发行人报告期内运输费用、出口退税、汇兑损益明细，查验其变动情况。

(6) 审阅发行人主要客户的销售合同、销售订单，查验关于销售模式、交易约定条款、退换货、货款结算方式等内容；获取采用 VMI 模式确认收入的所有客户的销售收入明细、客户接收和领用公司发出商品的明细，检查发出商品至确认收入的平均时长情况。

(7) 审阅发行人主要客户销售合同，查验销售合同中关于产品退换政策及产品保质期条款；审阅发行人退换货政策、流程文件以及报告期内的退换货明细，了解退换货原因。

2. 核查结论

经核查，保荐人认为：

(1) 报告期内，发行人下半年收入高于上半年的情况与发行人所在行业及其业务的季节性特点、主要客户的收入季节性特点相符，与同行业可比公司不存在重大差异。

(2) 报告期内，发行人产品应用的终端品牌与自身经营情况、主要客户的主营业务情况相符。

(3) 报告期内，发行人产品应用的智能手机终端品牌市场占有率持续上升，主要客户销售状况良好，需求稳定；发行人通过深挖已有客户需求，不断深入合作，积极推进新客户开拓战略，推动自身销售收入持续增长。

(4) 2020 年，发行人笔记本电脑/台式电脑应用类产品销售收入增长的原因

主要是新设子公司宁波六淳开发的群创光电及昆山六淳开发的瑞仪光电及吉利德等客户带来的新增销售收入。

(5) 报告期内，虽然发行人向境内保税区/物流园/出口加工区销售收入增速较快，但不存在主要客户送货地点和结算方式发生变化，因此，不存在由此导致的运输费用、出口退税、汇兑损益等方面影响；报告期内，发行人向境内保税区/物流园/出口加工区销售收入增长较快是因为 2019 年和 2020 年新设子公司开拓了较多位于境内保税区/物流园/出口加工区的新客户。

(6) 报告期内，发行人采用 VMI 模式结算确认收入的客户仅涉及江西欧迈斯微电子有限公司；2020 年 9 月下旬起，江西欧迈斯微电子有限公司按照 VMI 模式与发行人进行产品交接及货款结算；2020 年、2021 年发行人按照 VMI 模式确认销售收入分别为 163.57 万元、342.17 万元，占当期营业收入的比例为 0.41%、0.61%；VMI 模式下，发行人的发出商品至确认收入的平均时长约为 7~15 天，不存在较大波动。

(7) 发行人产品可应用于不同场景（智能手机、平板电脑等），具有不同功能（导电类、绝缘类等），但是都是同一类产品；发行人销售模式均为直销模式，不存在不同销售模式。因此，发行人的退换货政策总体是统一的，即：根据发行人与客户签订的销售合同，在产品质保期内，当产品出现质量问题时客户可以进行退换货；在产品质保期外，发行人不接受退换货。在面向不同客户群体销售时，可能因为客户位于不同地区（境内、境外、保税区等），采取的具体收入确认方法略有差异，相应退换货的方法也略有差异，但是本质的退换货政策是一致的。报告期，发行人退换货金额较小，报告期各期金额均未超过 1,000 万元，占当期收入的比例不超过 2%，主要原因是泡棉粘黏、脏污、压痕、溢胶不良、反离型、裁切不良等因素。

问题五：关于采购和供应商

申请文件显示：

(1) 报告期各期发行人向前五大供应商采购金额占比分别为 24.64%、28.53%、26.46%。

(2) 惠州市海力奇电子有限公司、东莞市将能胶粘制品有限公司分别成立

于 2015 年、2017 年。发行人与上述两家供应商合作分别始于 2016 年、2017 年。

(3) 报告期内发行人存在由终端品牌商指定供应商的情形，各期指定采购金额为 9,346.35 万元、8,675.74 万元、12,709.65 万元，占当期采购总金额的比例分别为 78.31%、78.91%、79.11%。

(4) 报告期内，发行人的主要原材料胶带、保护膜等采购金额波动较大。

(5) 发行人报告期各期采购委外生产成品金额分别为 1,708.08 万元、2,795.26 万元、4,684.96 万元，金额及占比均呈上升趋势。

(6) 楷威电子股份有限公司为客户指定供应商，系发行人 2020 年第三大供应商，发行人当年向楷威电子采购规模为 1,221.57 万元。2020 年楷威电子营业收入规模约为 370 万美元。

请发行人：

(1) 结合报告期各期均有交易的供应商采购金额占当期采购总额的比例，分析报告期内发行人供应商的稳定性。

(2) 说明惠州海力奇、东莞将能成立时间较短即成为发行人主要供应商的原因，发行人各期前十大供应商是否存在成立时间较短、注册资本较小的情况。

(3) 说明报告期内前两大客户富士康、鹏鼎控股指定采购原材料情况，包括原材料类型、金额、供应商名称、占发行人采购金额的比例等，并结合同类产品采购价格，分析并说明指定供应商和非指定供应商的采购价格是否存在较大差异。

(4) 说明报告期内原材料中胶带采购金额 2019 年出现明显下滑，保护膜 2020 年采购金额及占比大幅上升的原因。

(5) 说明采购委外生产成品且采购金额和占比持续升高的原因，是否符合行业惯例，与同行业可比公司是否存在较大差异。

(6) 结合同行业可比公司同类产品采购价格、公开市场价格、相同原材料向不同供应商采购价格，分析并说明发行人原材料采购价格是否公允。

(7) 说明报告期内发行人贸易供应商的采购情况，包括采购金额及占比、采购主要内容、最终货源情况。

(8) 说明发行人向楷威电子的指定采购具体情况，包括指定客户名称，发行人向楷威电子采购金额大幅增长的原因，占楷威电子收入比例变化情况，与发行人向指定客户销售金额变动情况是否匹配。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

(一) 结合报告期各期均有交易的供应商采购金额占当期采购总额的比例，分析报告期内发行人供应商的稳定性。

2018年-2021年均有交易的供应商采购金额占当期采购总额的比例如下：

项目	2021年度	2020年度	2019年度	2018年度
各期均有交易的供应商采购额（万元）	15,084.23	14,340.38	12,164.55	11,220.53
各期采购总额（万元）	25,904.80	20,750.11	13,789.47	13,642.84
占比	58.23%	69.11%	88.22%	82.24%

注：为了确保定期报告更新前后数据的一致性、可比性，确保上述定义的“报告期内均有交易的供应商”不因报告期的变化而出现实质性差异，因此，在更新2021年年度报告时，仍然以2018年度为起点定义“报告期内均有交易的供应商”。

从供应商数量来看，2018年-2021年与发行人交易的供应商数量分别为260家、312家、480家和567家，其中，各期均持续交易的主要供应商105家（按2018年-2021年累计交易金额大于20万元计算），占比分别为49.23%、41.03%、26.23%和18.52%。

2018年-2021年，发行人各期均有交易的供应商采购额占各期采购总额的比例较高，该比例变化原因包括：

1. 终端电子产品更新迭代迅速，相应的功能性器件也需要持续迭代升级，单一型号规格的功能性器件产品生命周期较短；智能手机迭代相对较快，主流的终端品牌每年至少举行一次发布会更新若干型号的智能机，因此，相应的智能手机应用类的功能性器件生命周期一般为1年左右（基于旧款手机维修备货的功能性器件除外）；平板电脑、笔记本/台式电脑等电子产品更新速度相对较慢，相应的功能性器件生命周期可能达到2~3年。基于终端电子产品功能、性能、规格、型号等方面的迭代升级，其相应功能性器件的原材料配方也会发生变化。更重要的是，随着新款电子产品的推出，各家功能性器件供应商都需要为此重新竞

争订单，市场竞争格局会重新洗牌，各家供应商所能获得的新订单产品与上一年生产的产品也存在诸多差异；因此，功能性器件生产企业需要采购的原材料也会发生相应变化。

2. 发行人采用就近建厂的模式实时跟进客户需求，在东莞、淮安、秦皇岛、昆山、宁波均建立了生产基地，为客户提供贴近式的研发、生产和服务；相应地，发行人不同生产基地一般采用就近选择供应商进行采购的方式。随着发行人位于不同地区的子公司经营规模日益扩大，当地供应商不断增加，相应的采购规模也不断扩大。**2018年-2021年**前十大供应商中，昆山恩胜精密科技有限公司、楷威电子股份有限公司均为子公司昆山六淳 2019 年设立后开发的新供应商，宁波长阳科技股份有限公司则是子公司宁波六淳 2020 年设立后在宁波地区开发的新供应商。随着各家子公司经营规模的逐步增长，其相应的供应商采购规模也是不断提高的，因此，各期均有交易的供应商采购额占当期采购总额的比例逐年下降。

3. 总体而言，发行人上游原材料市场供应充足，同一品牌原材料国内代理商数量较多，可选择的范围较广。**2018年-2021年**，与发行人合作的供应商数量数百家，涉及具体料号累计数千个。因此，发行人会对供应商进行持续考察，引入竞争机制，保障采购品质，降低采购成本。**2018年-2021年**，随着发行人经营规模的持续扩张，采购规模不断扩大，合作的供应商数量不断增加，因此，发行人拥有更大选择余地对供应商进行优胜劣汰，在保障供应链稳定的同时进行必要的优化。

(二) 说明惠州海力奇、东莞将能成立时间较短即成为发行人主要供应商的原因，发行人各期前十大供应商是否存在成立时间较短、注册资本较小的情况。

1. 发行人各期前十大供应商是否存在成立时间较短、注册资本较小的情况

报告期各期前十大供应商的基本情况汇总如下：

序号	供应商名称	主营业务	成立时间	注册资本	合作历史
1	阿波罗展贸科技（深圳）有限公司	TOYO 等品牌功能性材料的代理销售	2006 年	300.00 万元	2016 年开始持续合作
2	DAESANG S.T CO.,LTD.	大象牌功能性材料的生产及销售	2005 年	4.00 亿韩元	2016 年开始持续合作
3	深圳市亚飞亚电子科技有限公司	3M 等品牌功能性材料的代理销售	2012 年	100.00 万元	2016 年开始持续合作

4	德莎胶带（上海）有限公司	德莎胶带在中国的子公司，区内以化学产品为主的生产和国际贸易及代理	1999年	100.00 万美元	2016年开始持续合作
5	深圳市向鸿科技有限公司	3M等品牌功能性材料的代理销售	2013年	300.00 万元	2016年开始持续合作
6	惠州市海力奇电子有限公司	电子产品精密功能性器件生产、加工和销售	2015年	1,000.00 万元	2016年开始持续合作
7	深圳市狄之娇科技有限公司	3M等品牌功能性材料的代理销售	2016年	200.00 万元	2017年开始持续合作
8	东莞市将能胶粘制品有限公司	电子产品精密功能性器件生产、加工和销售	2017年	300.00 万元	2017年开始持续合作
9	威茂电子（深圳）有限公司	日东等品牌功能性材料的代理销售	2000年	80.00 万美元	2016年开始持续合作
10	深圳市凯洋创富科技有限公司	3M等品牌功能性材料的代理销售	2011年	500.00 万元	2016年开始持续合作
11	深圳市金泉益科技有限公司	高端精密金属蚀刻设计、生产和销售	2017年	50.00 万元	2018年开始持续合作
12	东莞弘国贸有限公司	德莎等品牌功能性材料的代理销售	2008年	300.00 万港币	2016年开始持续合作
13	东莞市卓毅佳五金制造有限公司	电子产品精密功能性器件生产、加工和销售	2014年	500.00 万元	2016年开始持续合作
14	楷威电子股份有限公司	笔记本电脑中光学膜片的制造和销售、电子材料批发、电子组件制造	2011年	10.00 亿台币	2020年开始持续合作
15	昆山恩胜精密科技有限公司	电子产品精密功能性器件生产、加工和销售	2018年	200.00 万元	2019年开始持续合作
16	长阳科技	反射膜、光学基膜、背板基膜及其他特种功能膜的研发、生产和销售。	2010年	28,517.7557 万元	2019年开始持续合作
17	东莞市三友祥实业有限公司	电子产品精密功能性器件生产、加工和销售	2010年	50.00 万元	2016年开始持续合作

注：长阳科技指宁波长阳科技股份有限公司及其子公司长阳科技（香港）有限公司。

报告期各期前十大供应商中，个别供应商存在成立时间较短、注册资本较小的情况，具体涉及：惠州市海力奇电子有限公司、东莞市将能胶粘制品有限公司、昆山恩胜精密科技有限公司、深圳狄之娇科技有限公司、深圳市金泉益科技有限公司。

2. 惠州海力奇、东莞将能等成立时间较短、注册资本较小的企业成为发行人主要供应商的原因

（1）惠州市海力奇电子有限公司

惠州市海力奇电子有限公司成立于2015年6月24日，注册资本1,000.00万元；2016年下半年成为发行人的供应商并持续合作。法律形式上，惠州市海

力奇电子有限公司在成立后 1 年就成为发行人的供应商；但是，实际上惠州市海力奇电子有限公司的实际控制人黎海清从事模切加工行业多年，除目前实际控制并运营惠州市海力奇电子有限公司之外，还经营过一家从事相同业务的企业——深圳市海力奇电子有限公司，该公司早在 2006 年就已经成立。

惠州市海力奇电子有限公司是一家主要生产模切工艺类功能性器件的企业，拥有完善的研发和生产团队，其生产技术团队工艺技术沉淀时间长，拥有多条平刀工艺的生产线，产能规模满足发行人的实际需求。经多次打样测试，惠州市海力奇电子有限公司能够满足发行人对产品工艺、质量等方面要求。

发行人向惠州市海力奇电子有限公司购买委托加工的成品，报告期内，发行人向惠州市海力奇电子有限公司采购额分别为 796.59 万元、863.72 万元、**177.82** 万元，占其各期销售额的比例分别为 64.60%、63.88%、**23.98%**。

（2）东莞市将能胶粘制品有限公司

东莞市将能胶粘制品有限公司成立于 2017 年 3 月 7 日，注册资本 300.00 万元；2017 年下半年成为发行人的供应商并持续合作。

东莞市将能胶粘制品有限公司是一家主要生产模切工艺类功能性器件的企业，主要从事结构复杂、大尺寸的模切工艺类功能性器件的生产，拥有十余条平刀工艺的生产线，产能规模满足发行人的实际需求，拥有千级无尘车间，较完善的研发生产团队；主要创始人吕球生系生产技术人员出身，2006 年至 2013 年曾先后就职于功能性器件行业的贝迪科技（东莞）有限公司、深圳市伟铂工业有限公司等企业，并担任工程主管岗位，技术能力强、沉淀时间较长。2013 年、2017 年，吕秋生分别创立了东莞市将能电子材料有限公司和东莞市将能胶粘制品有限公司，从事模切工艺类功能性器件加工。经多次打样测试，东莞市将能胶粘制品有限公司能够满足发行人对产品工艺、质量等方面要求。

发行人向东莞市将能胶粘制品有限公司购买委托加工的成品，报告期内，发行人向东莞市将能胶粘制品有限公司采购额分别为 586.94 万元、685.01 万元、**159.19** 万元，占其各期销售额的比例分别为 48.75%、46.22%、**15.85%**。

（3）昆山恩胜精密科技有限公司

昆山恩胜精密科技有限公司成立于 2018 年 12 月 26 日，注册资本 200.00 万

元，住所：昆山市周市镇陆杨富杨路 11 号 6 号房。

昆山六淳成立于 2019 年 1 月 21 日，注册资本 1,000.00 万元，住所：昆山市巴城镇立基路 111 号 5 号厂房。

昆山六淳成立后，根据客户需求开发设计了一款冲压工艺类的功能性器件，该产品的特点在于试制过程中需要根据样品效果对模具进行多次加工改进。但是，昆山六淳成立不久，技术沉淀较少，特别是在模具设计、制造和加工方面经验不足，亟需寻找技术过硬的委外生产商协助。

昆山恩胜精密科技有限公司成立之初即组建了由行业资深从业人员构成的技术团队，建立了完善的模具设计、制造和加工体系，已获授权专利 8 项，进入实质审查的发明专利 2 项，是江苏省科技厅认定的科技型中小企业，技术水平较高，尤其擅长冲压工艺类的功能性器件的生产加工。

昆山恩胜精密科技有限公司成立时间早于昆山六淳，且两家企业相距不远（约 6 公里），基于区域产业聚集、双方技术互补等因素，昆山六淳将前述产品交予昆山恩胜精密科技有限公司委外生产。

报告期内，昆山六淳向昆山恩胜精密科技有限公司采购金额分别为 206.46 万元、650.33 万元、**326.23** 万元，占昆山恩胜精密科技有限公司各期销售额的比例分别为 73.79%、64.50%、**25.17%**。

（4）深圳市狄之娇科技有限公司

深圳市狄之娇科技有限公司成立于 2016 年 12 月 30 日，注册资本 200.00 万元；2017 年下半年成为发行人的供应商并持续合作。

深圳市狄之娇科技有限公司是 3M 品牌的授权代理商，主要从事 3M 品牌的导电材料等代理销售业务。深圳市狄之娇科技有限公司代理的 3M 品牌导电胶、导电铜箔等原材料是苹果公司常见的指定品牌，因此，发行人主要客户富士康、鹏鼎控股经常会在发送给发行人的产品设计图纸上指定使用 3M 品牌的导电胶、导电铜箔等原材料。

报告期内，发行人向深圳市狄之娇科技有限公司购买导电胶、导电铜箔等材料金额分别为 154.19 万元、305.62 万元、**661.59** 万元，占深圳市狄之娇科技有

限公司各期销售额的比例分别为 35.94%、62.41%、**78.04%**。

(5) 深圳市金泉益科技有限公司

深圳市金泉益科技有限公司成立于 2017 年 10 月 17 日，注册资本 50.00 万元。2018 年下半年成为发行人的供应商并持续合作。

由于金属蚀刻工艺对环保要求较高，发行人一般是从外协加工厂商处直接购买经蚀刻加工后的钢片再进一步加工。深圳市金泉益科技有限公司主要从事金属材料蚀刻加工业务，拥有数十条生产线，能蚀刻不锈钢、铜、铝、镍等各种金属；基于其蚀刻钢片的性能和价格优势，发行人与深圳市金泉益科技有限公司建立了合作关系。

报告期内，发行人向深圳市金泉益科技有限公司采购蚀刻钢片金额分别为 502.45 万元、101.44 万元、**9.66** 万元，占深圳市金泉益科技有限公司各期销售额的比例分别为 44.34%、8.92%、**0.76%**。

综上所述，惠州海力奇、东莞将能等成立时间较短、注册资本较小的企业成为发行人主要供应商均具有合理原因，该等供应商与发行人不存在关联关系或其他利益安排；除正常业务往来之外，报告期内，发行人与该等供应商不存在其他资金往来。

(三) 说明报告期内前两大客户富士康、鹏鼎控股指定采购原材料情况，包括原材料类型、金额、供应商名称、占发行人采购金额的比例等，并结合同类产品采购价格，分析并说明指定供应商和非指定供应商的采购价格是否存在较大差异。

1. 关于招股说明书所披露“终端品牌商指定采购的情况”的若干解释

(1) 指定的目的：保障品质

电子产业使用的原材料多为高分子化学品和精细化工产品相关材料，种类繁多，且不同品牌、不同材质、不同规格及性能的材料差异较大，价格跨度也较大。随着终端电子产品的性能、应用领域的变化，其对精密功能性器件的性能指标会产生不同要求，为保证终端电子产品的稳定性和良品率，终端品牌商在其产品开发阶段，会根据其产品的属性和性能要求，对所需的精密功能性器件的原材料进

行研发测试，通过测试结果确定应用于最终产品的关键原材料。

（2）指定的主体：终端品牌商为主

正如发行人招股说明书所披露，所谓指定采购，主要是基于终端品牌商（例如，苹果、华为、三星等）的指定，具体表现形式是：终端品牌商在其产品设计图纸中会严格设定其产品相应的功能性器件的标准和要求，包括使用的关键原材料的品牌、型号规格等，通过制造服务商、组件生产商等直接客户（例如，富士康、鹏鼎控股等）向发行人发送产品设计图纸，发行人据此进行相应的功能性器件设计、生产，包括采购原材料。当然，在终端电子产品的制造过程中，制造服务商、组件生产商也可能基于各自的生产实践向终端品牌商指出其产品设计图纸不合理或者需要完善的地方，此时，经终端品牌商同意，制造服务商、组件生产商可以在一定范围内对产品设计图纸进行个别的变更或补充，包括对图纸原本指定的原材料品牌、规格性格等进行个别的变更或补充。

（3）指定的含义

基于保障终端电子产品品质的目的，发行人需要从源头上严格遵循终端品牌商以及直接客户（包括制造服务商、组件生产商）对原材料的品质要求。因此，所谓指定采购，并不是指终端品牌商或直接客户与发行人之间存在明确的约定，就发行人的原材料采购活动进行了任何特殊的利益安排，只是基于对产品品质的控制而进行的源头管理。

直接客户提供的产品设计图纸绝大多数都只记载原材料的品牌、规格型号等信息，并不包括具体的供应商名称。发行人基于图纸进行原材料的货源搜寻时，如果市场上存在两家或以上的供应商，发行人可以在满足品牌、规格型号的前提下自行选择不同的供应商进行采购，因此，在分类上视为终端品牌商指定品牌的采购；如果产品设计图纸指明了具体的供应商名称或者市场上实际只存在一家供应商，在分类上则视为终端品牌商指定供应商的采购。

由于终端品牌商指定采购的根本目的在于保障终端电子产品的稳定性、品质等，因此，其指定的原材料品牌一般都是国际知名品牌，例如：3M、德莎、日东等。这些国际知名品牌的原材料生产企业一般都是大型跨国公司，其在中国境内的销售较多通过代理商、经销商进行，因此，同一款国际知名品牌的原材料往

往存在多家代理商、经销商；当然，个别国际知名品牌也会基于各自不同情况采取不同的销售策略，例如，德莎在中国境内就主要由自己的子公司德莎胶带（上海）有限公司进行生产和销售。

终端品牌商指定品牌的情况下，发行人拥有广泛的自主选择空间，可以自行在市场中寻找经营指定品牌原材料的供应商，既可以选择品牌原厂供应商，也可以选择此品牌的代理商，并按照此品牌对外销售的市场价格进行协商谈判采购，发行人对最终供应商的确定、供货量、产品价格及款项结算均具有完全的自主选择权。少数情况下，某些特殊的原材料本身就是原材料生产厂商为终端品牌商专门定制的，或者市场上只存在一家供应商，此时，发行人严格遵循终端品牌商的供应链管理体系要求，为确保原材料质量、性能符合要求，只会向这一家供应商采购。

2. 富士康、鹏鼎控股指定采购情况

如前所述，所谓原材料的指定采购主要都是终端品牌商指定的；因此，当不同直接客户均为同一终端电子产品配套时，其提供给发行人的产品设计图纸载明的原材料品牌、规格型号等信息可能是一样的。富士康下属的业成科技是发行人的主要直接客户之一，其主要为 iPad 等产品配套生产显示屏，而发行人的另一主要直接客户京东方也为 iPad 等产品配套生产显示屏，因此，富士康、京东方提供给发行人的部分产品设计图纸载明的原材料品牌、规格型号存在重叠的情况。就采购端统计而言，同一品牌、规格型号的原材料很难区分哪些是基于富士康的产品图纸载明而采购的，哪些是基于京东方的产品图纸载明而采购的。针对这种重叠的情况说明如下：

客户名称	原材料类型	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
		金额 (万元)	占指定采购 的比例	金额 (万元)	占指定采购 的比例	金额 (万元)	占采购总额 的比例
富士康	导电类、胶带类等	5,263.12	30.79%	4,348.92	34.22%	3,607.36	41.58%
同时涉及富士康、京东方，难以区分	胶带类	-	-	-	-	-	-
鹏鼎控股	胶带类、保护膜、离型材料等	3,792.99	22.19%	2,910.76	22.90%	2,925.53	33.72%
合计		9,056.11	52.98%	7,259.68	57.12%	6,532.89	75.30%

基于上述表格，报告期内涉及的主要供应商如下：

会计期间	序号	公司名称	供应商类别	采购金额(万元)	主要的原材料品牌	采购内容	占原材料采购总额的比例
2021年度	1	深圳市凯洋创富科技有限公司	贸易供应商	1,076.98	3M	导电布、导电铜箔、单面胶、双面胶等	4.99%
	2	深圳市亚飞亚电子科技有限公司	贸易供应商	1,052.55	3M	导电布、导电铜箔、单面胶、双面胶等	4.88%
	3	德莎胶带(上海)有限公司	生产厂商的销售子公司	791.34	德莎	单面胶、双面胶、导电胶、热熔胶	3.67%
	4	阿波罗展贸科技(深圳)有限公司	贸易供应商	671.06	TOYO	双面胶、热熔胶、导电胶	3.11%
	5	DAESANG S. T CO., LTD	生产厂商	405.31	大象	单面胶	1.88%
	合计			3,997.25			18.52%
2020年度	1	深圳市亚飞亚电子科技有限公司	贸易供应商	1,117.48	3M	导电胶、导电布、导电铜箔	6.96%
	2	DAESANGS.TCO., LTD	生产厂商	869.55	大象	导电胶、导电布	5.41%
	3	深圳市凯洋创富科技有限公司	贸易供应商	609.29	3M	导电布、导电铜箔、导电胶、单面胶、双面胶、	3.79%
	4	东莞市航达电子有限公司	生产厂商	454.11	航达	离型膜、硅胶膜、原膜、保护膜等	2.83%
	5	深圳市卓邦包装制品厂	贸易供应商	377.06	3M、罗杰斯	单面胶、双面胶、热熔胶、导电胶、导电布等	2.35%
	合计			3,427.49			21.33%
2019年度	1	深圳市向鸿科技有限公司	贸易供应商	1,038.32	3M	双面胶、导电铜箔	9.44%
	2	深圳市亚飞亚电子科技有限公司	贸易供应商	867.06	3M	导电胶、导电布、导电铜箔	7.89%
	3	深圳市凯洋创富科技有限公司	贸易供应商	524.86	3M	单面胶、双面胶、导电胶、导电布、导电铜箔	4.77%
	4	阿波罗展贸科技(深圳)有限公司	贸易供应商	372.06	TOYO	双面胶、热熔胶、导电胶	3.38%
	5	威茂电子(深圳)有限公司	贸易供应商	314.04	日东	单面胶、双面胶、防震材料	2.86%
	合计			3,116.35			28.35%

3. 指定采购和非指定采购的价格对比情况

(1) 报告期内按照指定供应商、指定品牌以及非指定三大情景划分的主要

原材料基本情况

①终端品牌商指定供应商的情景

报告期内，终端品牌商指定供应商情景下的前十大原材料基本情况如下：

会计期间	序号	料号	类别	供应商名称	指定该供应商的主体以及指定原因	平均价格(元/平方米)
2021年度	1	01-YZAE4-009	保护膜	楷威电子股份有限公司	1.由终端品牌商夏普指定。 2.指定原因：楷威电子股份有限公司参与了终端品牌商夏普显示屏的设计研发，为其专门研发、生产相应原材料，因此，在吉利德、瑞仪光电等发行人的直接客户提供给发行人的产品设计图纸中指明需要使用楷威电子股份有限公司相应型号原材料。	128.90
	2	01-10030694	光学类	长阳科技(香港)有限公司	1.由终端品牌商夏普指定。 2.指定原因：宁波长阳科技股份有限公司参与了终端品牌商惠普的终端电子产品的设计研发，为其专门研发、生产相应原材料，因此，在发行人的直接客户群创光电提供给发行人的产品设计图纸中指明需要使用其子公司长阳科技(香港)有限公司相应型号原材料。	6.81
	3	01-10030776	光学类	长阳科技(香港)有限公司	1.由终端品牌商夏普指定。 2.指定原因：宁波长阳科技股份有限公司参与了终端品牌商惠普的终端电子产品的设计研发，为其专门研发、生产相应原材料，因此，在发行人的直接客户群创光电提供给发行人的产品设计图纸中指明需要使用其子公司长阳科技(香港)有限公司相应型号原材料。	7.50
	4	01-EBIG3-001	胶带类	深圳市新纶新材料有限公司	1.由终端品牌商苹果指定。 2.指定原因：深圳市新纶科技股份有限公司参与了终端品牌商苹果的终端电子产品的设计研发，为其专门研发、生产相应原材料，因此，在发行人的直接客户鹏鼎控股提供给发行人的产品设计图纸中指明需要使用深圳市新纶科技股份有限公司相应型号原材料。	137.54
	5	01-10030752	光学类	台湾下田股份有限公司	1.由发行人的直接客户群创光电指定。 2.指定原因：发行人的直接客户群创光电提供给发行人的产品设计图纸中指明需要使用TORAY品牌相应型号原材料；而台湾下田股份有限公司是该等原材料在中国境内的独家代理商。	8.24
	6	01-YZAE4-004	保护膜	楷威电子股份有限公司	1.由终端品牌商夏普指定。 2.指定原因：楷威电子股份有限公司参与了终端品牌商夏普显示屏的设计研发，为其专门研发、生产相应原材料，因此，在吉利德、瑞仪光电等发行人的直接客户提供给发行人的产品设计图纸中指明需要使用楷威电子股份有限公司相应型号原材料。	105.38
	7	01-YZAE4-005	保护膜	楷威电子股份有限公司	1.由终端品牌商夏普指定。 2.指定原因：楷威电子股份有限公司参与了终端品牌商夏普显示屏的设计研发，为其专门研发、生产相应原材料，因此，在吉利德、瑞仪光电等发行人的直接客户提供给发行人的产品设计图纸中指明需要使用楷威电子股份有限公司相应型号原材料。	134.74
	8	01-YZAE4-014	保护膜	楷威电子股份有限公司	1.由终端品牌商夏普指定。 2.指定原因：楷威电子股份有限公司参与了终端品牌商夏普显示屏的设计研发，为其专门研发、生产相应原材料，因此，在吉利德、瑞仪光电等发行人的直接客户提供给发行人的产品设计图纸中指明需要使用楷威电子股份有限公司相应型号原材料。	138.57
	9	01-110709	泡棉类	苏州德佑新	1.由发行人的直接客户群创光电指	244.34

会计期间	序号	料号	类别	供应商名称	指定该供应商的主体以及指定原因	平均价格(元/平方米)
2020年度		34		材料科技股份有限公司	定。 2.指定原因：苏州德佑胶带技术有限公司参与了群创光电的电脑显示屏模组的设计研发，为其专门研发、生产相应原材料，因此，在发行人的直接客户群创光电提供给发行人的产品设计图纸中指明需要使用苏州德佑胶带技术有限公司相应型号原材料。	
	10	01-YZAE4-013	保护膜	楷威电子股份有限公司	1.由终端品牌商夏普指定。 2.指定原因：楷威电子股份有限公司参与了终端品牌商夏普显示屏的设计研发，为其专门研发、生产相应原材料，因此，在吉利德、瑞仪光电等发行人的直接客户提供给发行人的产品设计图纸中指明需要使用楷威电子股份有限公司相应型号原材料。	101.19
	1	01-YZAE4-009	保护膜	楷威电子股份有限公司	1.由终端品牌商夏普指定。 2.指定原因：楷威电子股份有限公司参与了品牌商夏普显示屏的设计研发，为其专门研发、生产相应原材料，因此，在吉利德、瑞仪光电等发行人的直接客户提供给发行人的产品设计图纸中指明需要使用楷威电子股份有限公司相应型号原材料。	142.53
	2	01-YZAE4-002	保护膜	楷威电子股份有限公司		131.66
	3	01-YZAE4-005	保护膜	楷威电子股份有限公司		147.49
	4	01-10030694	光学类	长阳科技（香港）有限公司	1.由终端品牌商夏普指定。 2.指定原因：宁波长阳科技股份有限公司参与了品牌商惠普的终端电子产品的设计研发，为其专门研发、生产相应原材料，因此，在发行人的直接客户群创光电提供给发行人的产品设计图纸中指明需要使用其子公司长阳科技（香港）有限公司相应型号原材料。	7.39
	5	01-ABARA2-001	保护膜	东莞市航达电子有限公司	1.由发行人的直接客户鹏鼎控股指定。 2.指定原因：东莞市航达电子有限公司参与了鹏鼎控股的FPC产品的设计研发，为其专门研发、生产相应原材料，因此，在发行人的直接客户鹏鼎控股提供给发行人的产品设计图纸中指明需要使用东莞市航达电子有限公司相应型号原材料。	22.27
	6	01-ABARD2-002	保护膜	东莞市航达电子有限公司		20.88
	7	01-YZAE4-004	保护膜	楷威电子股份有限公司	1.由终端品牌商夏普指定。 2.指定原因：楷威电子股份有限公司参与了品牌商夏普显示屏的设计研发，为其专门研发、生产相应原材料，因此，在吉利德、瑞仪光电等发行人的直接客户提供给发行人的产品设计	117.06

会计期间	序号	料号	类别	供应商名称	指定该供应商的主体以及指定原因	平均价格(元/平方米)
					图纸中指明需要使用楷威电子股份有限公司相应型号原材料。	
	8	01-BFARD 5-003	离型材料	东莞市航达电子有限公司	1.由发行人的直接客户鹏鼎控股指定。 2.指定原因：东莞市航达电子有限公司参与了鹏鼎控股的FPC产品的设计研发，为其专门研发、生产相应原材料，因此，在发行人的直接客户鹏鼎控股提供给发行人的产品设计图纸中指明需要使用东莞市航达电子有限公司相应型号原材料。	13.19
	9	01-EBAAD 4-001	胶带类	深圳市新纶科技股份有限公司	1.由终端品牌商苹果指定。 2.指定原因：深圳市新纶科技股份有限公司参与了终端品牌商苹果的终端电子产品的设计研发，为其专门研发、生产相应原材料，因此，在发行人的直接客户鹏鼎控股提供给发行人的产品设计图纸中指明需要使用深圳市新纶科技股份有限公司相应型号原材料。	62.10
	10	01-EBAAD 6-001	胶带类	美信新材料股份有限公司	1.由终端品牌商苹果指定。 2.指定原因：美信新材料股份有限公司参与了品牌商苹果的终端电子产品研发，为其专门研发、生产相应原材料，因此，在发行人的直接客户富士康提供给发行人的产品设计图纸中指明需要使用美信新材料股份有限公司相应型号原材料。	26.72
2019年度	1	01-KZZB-001	绝缘类	罗杰斯科技(苏州)有限公司	1.由终端品牌商苹果指定。 2.指定原因：罗杰斯参与了终端品牌商苹果的终端电子产品研发，为其专门研发、生产相应原材料，因此，在发行人的直接客户鹏鼎控股提供给发行人的产品设计图纸中指明需要使用其下属子公司罗杰斯科技(苏州)有限公司相应型号原材料。	4,452.70
	2	01-ABARD 2-002	保护膜	东莞市航达电子有限公司	1.由发行人的直接客户鹏鼎控股指定。 2.指定原因：东莞市航达电子有限公司参与了鹏鼎控股的FPC产品的设计研发，为其专门研发、生产相应原材料，因此，在发行人的直接客户鹏鼎控股提供给发行人的产品设计图纸中指明需要使用东莞市航达电子有限公司相应型号原材料。	20.97
	3	01-ABARA 2-001	保护膜	东莞市航达电子有限公司	1.由终端品牌商苹果指定。 2.指定原因：美信新材料股份有限公司参与了品牌商苹果的终端电子产品研发，为其专门研发、生产相应原材料，因此，在发行人的直接客户鹏鼎控股提供给发行人的产品设计图纸中指明需要使用美信新材料股份有限公司相应型号原材料。	22.32
	4	01-EBAAD 6-001	胶带类	美信新材料股份有限公司	1.由终端品牌商苹果指定。 2.指定原因：美信新材料股份有限公司参与了品牌商苹果的终端电子产品	26.64

会计期间	序号	料号	类别	供应商名称	指定该供应商的主体以及指定原因	平均价格(元/平方米)
	5	01-DBKBF 1-003	胶带类	美信新材料股份有限公司	研发, 为其专门研发、生产相应原材料, 因此, 在发行人的直接客户富士康提供给发行人的产品设计图纸中指明需要使用美信新材料股份有限公司相应型号原材料。	301.72
	6	01-BFARD 5-003	离型材料	东莞市航达电子有限公司	1.由发行人的直接客户鹏鼎控股指定。 2.指定原因: 东莞市航达电子有限公司参与了鹏鼎控股的FPC产品的设计研发, 为其专门研发、生产相应原材料, 因此, 在发行人的直接客户鹏鼎控股提供给发行人的产品设计图纸中指明需要使用东莞市航达电子有限公司相应型号原材料。	13.22
	7	01-BFAAA 5-012	离型材料	浙江耀阳新材料科技有限公司	1.由终端品牌商苹果指定。 2.指定原因: 浙江耀阳新材料科技有限公司参与了终端品牌商苹果的终端电子产品的设计研发, 为其专门研发、生产相应原材料, 因此, 在发行人的直接客户鹏鼎控股提供给发行人的产品设计图纸中指明需要使用浙江耀阳新材料科技有限公司相应型号原材料。	7.57
	8	01-EBMA D4-003	胶带类	深圳市新纶科技股份有限公司	1.由终端品牌商苹果指定。 2.指定原因: 深圳市新纶科技股份有限公司参与了终端品牌商苹果的终端电子产品的设计研发, 为其专门研发、生产相应原材料, 因此, 在发行人的直接客户鹏鼎控股提供给发行人的产品设计图纸中指明需要使用深圳市新纶科技股份有限公司相应型号原材料。	256.05
	9	01-AAAA K5-001	胶带类	苏州市新广益电子有限公司	1.由发行人的直接客户鹏鼎控股指定。 2.指定原因: 苏州市新广益电子有限公司参与了鹏鼎控股的FPC产品的设计研发, 为其专门研发、生产相应原材料, 因此, 在发行人的直接客户鹏鼎控股提供给发行人的产品设计图纸中指明需要使用苏州市新广益电子有限公司相应型号原材料。	36.00
	10	01-ECNAD 6-001	胶带类	广东东溢新材料科技有限公司	1.由发行人的直接客户紫翔电子指定。 2.指定原因: 广东东溢新材料科技有限公司参与了紫翔电子的FPC产品的设计研发, 为其专门研发、生产相应原材料, 因此, 在发行人的直接客户紫翔电子提供给发行人的产品设计图	34.36

会计期间	序号	料号	类别	供应商名称	指定该供应商的主体以及指定原因	平均价格(元/平方米)
					纸中指明需要使用广东东溢新材料科技有限公司相应型号原材料。	

报告期内，上述前十大原材料采购金额合计数占当期终端品牌商指定供应商采购总额的比例分别为 66.06%、55.09%和 **59.91%**。

②终端品牌商指定品牌的情况

报告期内，终端品牌商指定品牌情景下的前十大原材料基本情况如下：

会计期间	序号	料号	类别	品牌	用途	市场可选的主要供应商	平均价格(元/平方米)
2021年度	1	01-EEGBL1-002	导电类	3M	用于 ipad 显示屏，柔韧性较好，包裹性强，具有粘贴、固定、导电、屏蔽等多重功能。	深圳市亚飞亚电子科技有限公司、深圳市凯洋创富科技有限公司、深圳市狄之娇科技有限公司等	233.57
	2	01-DEKBF2-001	胶带类	大象	用于 ipad 显示屏，贴合性能好，包裹性强，具有粘贴、固定、导电、屏蔽等多重功能。	DAESANG S. T CO., LTD、英特盛科技股份有限公司、General Interface Solution Limited 等	165.25
	3	01-EEGBL1-001	导电类	3M	用于 ipad 显示屏，柔韧性较好，包裹性强，具有粘贴、固定、导电、屏蔽等多重功能。	深圳市凯洋创富科技有限公司、深圳市亚飞亚电子科技有限公司等	184.42
	4	01-EEGBB1-003	胶带类	TOYO	用于智能手机 FPC，具有补强、支撑补强、导通等多重功能	阿波罗展贸科技（深圳）有限公司、深圳前海东洋科技有限公司、格雷蒙科技（深圳）有限公司等	300.88
	5	01-EEKBL1-011	胶带类	3M	用于 ipad 显示屏，柔韧性较好，包裹性强，具有粘贴、固定、导电、屏蔽等多重功能。	深圳市亚飞亚电子科技有限公司、深圳市凯洋创富科技有限公司	296.38
	6	01-10330091	光学类	SKG	用于消费电子光学类产品，将光源加以扩散，让射出的光分布更加均匀，从正面看不到散射点的影子。	SKG HI-TECH AND MARKETING CO., LTD、苏州百登贸易有限公司等	8.70
	7	01-EEKBL1-013	胶带类	3M	用于 ipad 显示屏，柔韧性较好，包裹性强，具有粘贴、固定、导电、屏蔽等多重功能。	深圳市亚飞亚电子科技有限公司、深圳市凯洋创富科技有限公司等	259.06

会计期间	序号	料号	类别	品牌	用途	市场可选的主要供应商	平均价格(元/平方米)
	8	01-EEKBL1-003	导电类	3M	用于 ipad 显示屏, 柔韧性较好, 包裹性能强, 具有粘贴、固定、导电、屏蔽等多重功能。	深圳市亚飞亚电子科技有限公司、深圳市凯洋创富科技有限公司、深圳市狄之娇科技有限公司等	182.60
	9	01-FBOAF2-002	泡棉类	日东	用于智能手机 FPC, 具有阻燃、耐磨、耐热、耐寒、缓冲、吸音、防震、密封等多重用途和功能	威茂电子(深圳)有限公司、晋昌电子材料(深圳)有限公司、苏州晋昌胶粘制品有限公司、昆山新粘度电子材料有限公司等	217.45
	10	01-EEMBK1-001	胶带类	德莎	用于智能手机 FPC, 具有补强、支撑补强、导通等多重功能	德莎胶带(上海)有限公司、天津市博纳泽工贸有限公司、东莞弘国贸易有限公司、科电贸易(上海)有限公司等	318.81
2020年度	1	01-EEGBL1-001	导电类	3M	用于 ipad 显示屏, 柔韧性较好, 包裹性能强, 具有粘贴、固定、导电、屏蔽等多重功能。	深圳市凯洋创富科技有限公司、深圳市亚飞亚电子科技有限公司、深圳市向鸿科技有限公司、深圳市狄之娇科技有限公司等	183.77
	2	01-EEGBL1-002	导电类	3M	用于 ipad 显示屏, 柔韧性较好, 包裹性能强, 具有粘贴、固定、导电、屏蔽等多重功能。	深圳市亚飞亚电子科技有限公司、深圳市狄之娇科技有限公司、深圳市向鸿科技有限公司等	236.56
	3	01-DEKBF2-001	胶带类	大象	用于 ipad 显示屏, 贴合性能好, 包裹性强, 具有粘贴、固定、导电、屏蔽等多重功能。	DAESANG S.T CO., LTD、英特盛科技股份有限公司等	172.99
	4	01-EDNAQ2-002	胶带类	TOYO	用于智能手机 FPC, 具有补强、支撑补强、导通等多重功能。	阿波罗展贸科技(深圳)有限公司、深圳前海东洋科技有限公司、格雷蒙科技(深圳)有限公司等	302.43
	5	01-EEKBL1-003	导电类	3M	用于 ipad 显示屏, 柔韧性较好, 包裹性能强, 具有粘贴、固定、导电、屏蔽等多重功能。	深圳市亚飞亚电子科技有限公司、深圳市凯洋创富科技有限公司等	182.84
	6	01-10330091	光学类	SKC	用于消费电子光学类产品, 将光源加以扩散, 让射出的光分布更加均匀, 从正面看不到散射点的影子。	SKC HI-TECH AND MARKETING CO., LTD、苏州百登贸易有限公司等	9.29
	7	01-EAAIK1-002	胶带类	3M	用于平板电脑中电子	深圳市卓邦包装制品	528.48

会计期间	序号	料号	类别	品牌	用途	市场可选的主要供应商	平均价格 (元/平方米)
					元器件之间的粘结, 具有优良的导电、耐高温性能。	厂、上海普邦贸易有限公司等	
	8	01-FBOA F2-002	泡棉类	日东	用于平板电脑中起防震等作用, 具有优秀抗压缩变形、超高的回弹性、耐冲击性, 具有耐磨、耐热、耐寒、缓冲、吸音、防震、密封等多重功能。	威茂电子(深圳)有限公司、晋昌电子材料(深圳)有限公司、苏州晋昌胶粘制品有限公司、昆山新粘度电子材料有限公司等	219.27
	9	01-EEGB B1-003	胶带类	TOYO	用于智能手机 FPC, 具有补强、支撑补强、导通等多重功能	阿波罗展贸科技(深圳)有限公司、深圳前海东洋科技有限公司、格雷蒙科技(深圳)有限公司等	301.94
	10	01-DBGG 2-001	胶带类	德莎	用于智能手机的线性马达, 具有绝缘功能, 功能性较强	德莎胶带(上海)有限公司、天津市博纳泽工贸有限公司、东莞弘国贸易有限公司、科电贸易(上海)有限公司等	114.52
2019年度	1	01-EEGB L1-001	导电类	3M	用于 ipad 显示屏, 柔韧性较好, 包裹性能强, 具有粘贴、固定、导电、屏蔽等多重功能。	深圳市向鸿科技有限公司、深圳市凯洋创富科技有限公司、深圳市亚飞亚电子科技有限公司、苏州朗晶晖电子材料有限公司等	178.12
	2	01-EEGB L1-002	导电类	3M	用于 ipad 显示屏, 柔韧性较好, 包裹性能强, 具有粘贴、固定、导电、屏蔽等多重功能。	深圳市亚飞亚电子科技有限公司、深圳市向鸿科技有限公司等	228.07
	3	01-EDNA Q2-002	胶带类	TOYO	用于智能手机 FPC, 具有补强、支撑补强、导通等多重功能。	阿波罗展贸科技(深圳)有限公司、深圳前海东洋科技有限公司、格雷蒙科技(深圳)有限公司等	310.02
	4	01-EDNA Q2-001	胶带类	TOYO	用于智能手机 FPC, 具有补强、支撑补强、导通等多重功能。	阿波罗展贸科技(深圳)有限公司、深圳前海东洋科技有限公司、格雷蒙科技(深圳)有限公司等	411.82
	5	01-EBMA D4-001	胶带类	日东	用于智能手机 FPC, 具有良好的包裹性, 起固定粘结等作用。	晋昌电子材料(深圳)有限公司、苏州晋昌胶粘制品有限公司等	72.79
	6	01-EAAI K1-002	胶带类	3M	用于平板电脑中电子元器件之间的粘结,	上海普邦贸易有限公司、深圳市卓邦包装制	629.87

会计期间	序号	料号	类别	品牌	用途	市场可选的主要供应商	平均价格(元/平方米)
					具有优良的导电、耐高温性能。	品厂等	
	7	01-EBAA D3-002	胶带类	日东	用于智能手机 FPC, 起粘粘零部件的用途。	昆山新粘度电子材料有限公司、威茂电子(深圳)有限公司等	119.97
	8	01-EEKB L1-003	导电类	3M	用于 ipad 显示屏, 柔性较好, 包裹性能强, 具有粘贴、固定、导电、屏蔽等多重功能。	深圳市狄之娇科技有限公司、深圳市凯洋创富科技有限公司、深圳市卓邦包装制品厂等	187.79
	9	01-DBGG 2-001	胶带类	德莎	用于智能手机的线性马达, 具有绝缘功能, 功能性较强。	德莎胶带(上海)有限公司、天津市博纳泽工贸有限公司、东莞弘国贸易有限公司、科电贸易(上海)有限公司等	114.51
	10	01-FBOA F2-002	泡棉类	日东	用于平板电脑中起防震等作用, 具有优秀抗压压缩变形、超高的回弹性、耐冲击性, 具有耐磨、耐热、耐寒、缓冲、吸音、防震、密封等多重功能。	威茂电子(深圳)有限公司、晋昌电子材料(深圳)有限公司、苏州晋昌胶粘制品有限公司、昆山新粘度电子材料有限公司等	218.58

报告期内, 上述前十大原材料采购金额合计数占当期终端品牌商指定品牌采购总额的比例分别为 51.32%、49.39% 和 **45.06%**。

③终端品牌商未指定的情况

报告期内, 终端品牌商未指定情景下的前十大原材料基本情况如下:

会计期间	序号	料号	类别	品牌	用途	主要供应商名称	平均价格(元/平方米/元/pes)
2021 年度	1	01-DBAA D2-010	胶带类	伊诺尔	作为中间基材支撑产品, 具有支撑、粘贴、固定等作用。	江苏伊诺尔新材料科技有限公司	12.68
	2	01-ZACE C-004	金属类	-	主要有粘贴、固定、导电等作用。	广德均瑞电子科技有限公司	0.01
	3	01-BAAA E5-002	离型材料	品奥	用于生产排废, 功能性要求不高。	苏州品奥电子材料有限公司	1.15
	4	01-BXBA G5-001	离型材料	泰德思	用于生产排废, 功能性要求不高。	昆山普亿特化电子有限公司	3.63
	5	01-BFAA D5-043	离型材料	泰得思	用于生产排废, 功能性要求不高。	深圳泰得思科技有限公司	5.30
	6	01-DBGM F1-002	胶带类	伊诺尔	作为中间基材支撑产品, 具有粘贴、固定等作用。	江苏伊诺尔新材料科技有限公司	26.12

会计期间	序号	料号	类别	品牌	用途	主要供应商名称	平均价格 (元/平方米/元/pcs)
	7	01-AAAR A2-001	保护膜	伟利信	作为产品盖膜,起到保护胶体和遮蔽产品中间材料的作用。	佛山伟利信电子材料有限公司	6.70
	8	01-AAAA D2-071	保护膜	微克	作为产品盖膜,起到保护胶体和遮蔽产品中间材料的作用。	广东微克新材料有限公司	2.46
	9	01-BFAR E5-001	离型材料	金恒晟	用于生产排废,功能性要求不高。	深圳市金恒晟科技有限公司	4.43
	10	01-AAAE A2-006	保护膜	伟利信	作为产品盖膜,起到保护胶体和遮蔽产品中间材料的作用。	佛山伟利信电子材料有限公司	6.70
2020 年度	1	01-BFAL H5-001	离型材料	耐恒	用于生产排废,功能性要求不高。	深圳市英鑫诺科技有限公司	1.83
	2	01-EBIB N2-001	胶带类	德莎	作为中间基材支撑产品,具有粘贴、固定等作用。	东莞市立阳精密科技有限公司、深圳市立东阳科技有限公司	280.00
	3	01-BFA AD5-043	离型材料	泰德思	用于生产排废,功能性要求不高。	深圳泰得思科技有限公司	5.30
	4	01-BXB AG5-001	离型材料	泰德思	用于生产排废,功能性要求不高。	昆山普亿特化电子有限公司	3.70
	5	01-DBA AD2-010	胶带类	伊诺尔	作为中间基材支撑产品,具有支撑、粘贴、固定等作用。	江苏伊诺尔新材料科技有限公司	13.64
	6	01-BFAR E5-001	离型材料	金恒晟	用于生产排废,功能性要求不高。	深圳市金恒晟科技有限公司东莞分公司	4.43
	7	01-ABA HD5-013	胶带类	杰力	用于生产排废,功能性要求不高。	深圳市杰力电工材料有限公司、	1.78
	8	01-BGA KD5-002	离型材料	思贝克	氟素离型膜,作为硅胶材料过程装贴、出货料带使用。	昆山思贝克精密复合材料有限公司	10.00
	9	01-AAA RA2-001	保护膜	伟利信	用于出货过程中覆盖产品,起到保护和遮蔽作用。	佛山伟利信电子材料有限公司	7.08
	10	01-ABA HD5-001	胶带类	其他国产品牌	用于生产排废,功能性要求不高。	深圳市英鑫诺科技有限公司	1.97
2019 年度	1	01-BFAL H5-001	离型材料	耐恒	用于生产排废,功能性要求不高。	深圳市英鑫诺科技有限公司	1.86
	2	01-DEK BI1-002	胶带类	伊诺尔	生产使用型材料,主要是粘贴、导电、遮蔽等作用。	江苏伊诺尔新材料科技有限公司	103.73
	3	01-DBA AD2-012	胶带类	伊诺尔	生产辅助类材料,粘贴于产品表面。	江苏伊诺尔新材料科技有限公司	13.79
	4	01-ABA HD5-001	胶带类	其他国产品牌	用于生产排废,功能性要求不高。	深圳市英鑫诺科技有限公司	2.01

会计期间	序号	料号	类别	品牌	用途	主要供应商名称	平均价格 (元/平方米/元/pcs)
	5	01-BXB AG5-001	离型材料	泰德思	用于生产排废,功能性要求不高。	昆山普亿特化电子有限公司	3.85
	6	01-BGA AE5-004	离型材料	金恒晟	生产辅助类材料,功能性要求不高。	深圳市金恒晟科技有限公司东莞分公司	4.41
	7	01-AAA RA2-001	保护膜	伟立信	用于出货过程中覆盖产品,起到保护和遮蔽作用。	佛山伟立信电子材料有限公司	7.34
	8	01-AAA AD2-010	保护膜	伟立信	用于出货时覆盖产品,起保护核心和遮蔽作用。	佛山伟立信电子材料有限公司	6.69
	9	01-BGA KD5-002	离型材料	思贝克	氟素离型膜,作为硅胶材料过程装贴、出货料带使用。	昆山思贝克精密复合材料有限公司	10.00
	10	01-ABA HD5-013	胶带类	杰力	用于生产排废,功能性要求不高。	深圳市杰力电工材料有限公司	1.85

报告期内,上述前十大原材料采购金额合计数占当期终端品牌商没有明确指定的原材料采购总额的比例分别为 20.44%、16.50%和 **14.35%**。

发行人指定供应商和指定品牌采购的原材料主要为生产用主材,功能性要求高,单价高,非指定采购的原材料主要为生产耗用型辅助材料,功能性要求不高,单价低。

(2) 指定采购与非指定采购的价格比较

①指定供应商的原材料具有特殊性,只有一家供应商,其采购价格没有可比性。

终端品牌商指定供应商的情况下,一般由于该原材料具有特殊性,市场上的供应商只有一家,发行人只向这一家供应商采购,不存在向非指定供应商采购的情况。因此,针对同一款原材料不存在指定供应商与非指定供应商两个采购价格可供比较。

②指定品牌的原材料一般是主材,大多是国际知名品牌,是发行人的原材料采购来源主体;非指定品牌的原材料一般是辅材,主要是其他品牌,占各期采购总额的比例很低。

报告期内,按原材料大类划分,指定品牌的原材料采购金额和非指定品牌采购金额情况如下:

大类	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	指定品牌采购金额 (万元)	非指定品牌采购金额 (万元)	指定品牌采购金额 (万元)	非指定品牌采购金额 (万元)	指定品牌采购金额 (万元)	非指定品牌采购金额 (万元)
胶带类	7,097.40	964.86	4,657.66	743.39	3,662.48	596.95
保护膜	23.32	1,339.75	122.29	898.70	20.35	639.21
导电类	3,330.28	0.28	2,613.15	8.92	2,658.18	0.88
金属类	751.98	369.81	1,260.30	98.03	1,122.80	76.63
离型材料	94.98	1,423.56	35.54	1,072.38	3.54	771.21
光学类	475.94	1.89	237.79	97.86	-	-
泡棉类	614.82	38.33	402.15	36.70	142.83	11.75
绝缘类	370.51	160.51	102.47	132.38	27.59	103.38
其他	152.74	187.77	166.05	267.16	69.95	118.46
合计	12,911.99	4,486.76	9,597.41	3,355.50	7,707.72	2,318.47

报告期内，胶带类、导电类等主材主要根据终端品牌商指定品牌进行采购，而离型材料和其他辅材一般没有终端品牌商的明确指定要求，主要由发行人自行选择决定。

报告期内，按照原材料大类划分，指定品牌的原材料采购均价和非指定品牌采购的原材料采购均价对比情况如下：

大类	单位	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
		指定品牌采购均价	非指定品牌采购均价	指定品牌采购均价	非指定品牌采购均价	指定品牌采购均价	非指定品牌采购均价
胶带类	元/平方米	84.44	5.37	79.60	4.43	79.07	4.72
保护膜	元/平方米	30.41	3.77	14.67	4.08	46.76	4.58
导电类	元/平方米	219.58	96.77	201.01	359.32	186.12	80.46
金属类	元/pcs	0.06	0.01	0.14	0.97	0.08	0.39
	元/kg	119.18	76.04	-	-	-	-
离型材料	元/平方米	5.85	2.94	18.56	3.20	10.87	3.10

同一大类别下，指定品牌的原材料采购均价明显高于非指定品牌的原材料采购均价，主要是因为：

①终端品牌商所指定的品牌一般属于同行业性能较好的国际知名品牌，例如，3M、德莎、日东等品牌，技术规格高、品牌认知度强，该等品牌的原材料

平均价格总体上高于其他品牌。

②国际知名品牌的原材料，其性能良好、产品参数符合终端品牌商的要求，如料号为 01-DBAAD2-020 的 3M 品牌的导电铜箔，采购均价约为 280 元/平方米，单价较高；以胶带类材料为例，料号为 01-AAAAD4-002 的 3M 品牌的单面胶，采购均价约为 600 元/平方米，而国产品牌的同类单面胶材料均价约为 100 元/平方米，价格差异巨大。

③同一大类的原材料名目下，涉及的材料规格型号众多，材料性能、用途也存在差异，价格差异跨度较大；同一大类原材料在指定品牌采购和非指定采购两种情景下采购的具体内容也存在重大差异，比如胶带类材料，指定品牌采购的胶带主要为生产使用型主材，以导电胶、热熔胶和其他单面胶、双面胶为主，对产品的粘贴、导电等核心功能起到关键作用，功能性较强，单价较高。而非指定品牌采购的胶带主要为生产耗用型辅材，以产品生产过程中的排废类胶带和承载类胶带为主，功能性要求不高，单价较低。因此，按大类划分的指定品牌采购的原材料和非指定品牌采购的原材料可比性较差。以 2021 年指定品牌采购金额和非指定品牌采购数量最大的胶带类材料为例：

指定类型	材料料号	类型	品牌	采购数量 (万平方米)	采购均价 (元/平方米)	用途、性能和价格差异
指定品牌采购	01-DEKBF 2-001	单面胶	指定品牌 ——大象	4.51	165.25	用于 ipad 显示屏，贴合性能好，包裹性强，具有粘贴、固定、导电、屏蔽等多重功能，功能性强，单价高
非指定品牌采购	01-ABAHD 5-008	opp 胶带	非指定不知名 国产品牌	53.39	0.68	系辅助排废料，对性能要求不高，单价低。

综上所述，同一大类材料中，指定品牌采购和非指定品牌采购的原材料具体细分类别、性能、用途均存在较大差异。指定品牌采购的原材料品牌为行业内知名的国际品牌，且主要属于生产使用型主材，对产品的核心功能起关键作用，功能性要求较高。非指定采购的原材料主要为国产品牌，且主要为生产耗用型辅材，功能性要求不高。因此，指定品牌采购的原材料单价普遍高于非指定采购的原材料的单价具有合理性。

(四) 说明报告期内原材料中胶带采购金额 2019 年出现明显下滑, 保护膜 2020 年采购金额及占比大幅上升的原因。

报告期内, 胶带类原材料及保护膜类原材料采购情况如下:

大类	项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
胶带类	采购数量 (万 pcs)	279.07	243.48	180.61	213.22
	采购均价 (元/pcs)	32.02	25.71	25.98	29.99
	采购金额 (万元)	8,935.30	6,259.67	4,693.06	6,393.88
保护膜	采购数量 (万 pcs)	395.36	264.19	151.09	130.18
	采购均价 (元/pcs)	8.16	10.25	5.95	7.49
	采购金额 (万元)	3,224.13	2,708.34	899.60	975.54

报告期内胶带类原材料 2019 年出现大幅下降, 保护膜类原材料 2020 年采购金额及占比出现大幅上升主要原因系受订单需求结构变化引起胶带类、保护膜类原材料需求减少以及各型号胶带类、保护膜类原材料采购结构变化引起采购价格变动。具体分析如下:

1. 胶带类原材料 2019 年出现大幅下降原因分析

报告期内, 不同类别原材料的采购数量变化本质是由于下游订单需求结构变化导致的, 由于发行人生产的功能性器件产品规格型号特别多, 且报告期内变动较大, 因此, 不同类别的原材料构成比例存在一定的波动。

(1) 在含胶带类原材料产品生产规模与销售规模基本匹配的背景下, 报告期内胶带类原材料的采购规模变化本质是含胶带类原材料产品的订单需求变化驱动的。

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
1. 含胶带类原材料产品的销售金额 (万元)	37,585.64	30,807.51	23,086.36	24,433.22
2. 含胶带类原材料产品自产入库金额 (万元)	24,847.94	17,777.22	14,602.89	15,499.25
3. 含胶带类原材料产品的生产规模与销售规模的比值 (即匹配程度)	66.11%	57.70%	63.25%	63.44%

总体而言, 含胶带类原材料产品的生产规模与销售规模基本匹配。从销售端的产品结构来看, 2019 年度含胶带类原材料产品的订单需求减少, 导致发行人自主生产该类产品的规模也随之下降, 从而导致胶带类原材料采购规模下降。含

胶带类原材料的产品订单减少，主要是因为发行人当期策略性选择承接了较多销售价格、利润空间更高的冲压工艺类功能性器件订单，而冲压工艺类功能性器件不涉及使用胶带类原材料。

(2) 从采购量和生产耗用量的比例关系来看，报告期内胶带类原材料的采购数量和生产领用量的匹配程度较高。

项目	2021年	2020年	2019年	2018年
采购数量（万平方米）	279.07	243.48	180.61	213.22
生产领用量（万平方米）	233.86	199.98	167.25	186.59
生产领用量/采购数量	83.80%	82.13%	92.60%	87.51%

除生产领用外，胶带类原材料还部分用于研发打样以及少量对外直接销售，因此，报告期内胶带类原材料的采购数量和生产领用量之间的比例存在一定波动；但是，该比例关系总体稳定，胶带类原材料的采购数量总体是由生产耗用需求带动，而生产耗用需求量又是由销售订单需求驱动的。

(3) 不同型号的胶带类原材料采购结构变化影响

2018-2021年，前五大规格型号的胶带类原材料采购情况如下：

会计期间	序号	料号	采购金额 (万元)	采购比例	采购均价 (元/平方米)
2021年度	1	01-DEKBF2-001	744.16	26.10%	165.25
	2	01-EEGGB1-003	361.57	12.68%	300.88
	3	01-EEKBL1-011	361.22	12.67%	296.38
	4	01-EEKBL1-013	312.99	10.98%	259.06
	5	01-EEMBK1-001	228.09	8.00%	318.81
		小计		2,008.03	70.43%
2020年度	1	01-DEKBF2-001	868.96	45.68%	172.99
	2	01-EDNAQ2-002	359.01	18.87%	302.43
	3	01-EAAIK1-002	206.11	10.84%	528.48
	4	01-EEGGB1-003	177.95	9.35%	301.94
	5	01-DBGG2-001	155.07	8.15%	114.52
		小计		1,767.10	92.90%
2019年度	1	01-EDNAQ2-002	271.99	19.53%	310.02
	2	01-EBMAD4-001	227.82	16.36%	72.79

会计期间	序号	料号	采购金额 (万元)	采购比例	采购均价 (元/平方米)
	3	01-EDNAQ2-001	217.39	15.61%	411.82
	4	01-EAAIK1-002	204.71	14.70%	629.87
	5	01-EBAAD3-002	175.36	12.59%	119.97
	小计		1,097.27	78.78%	
2018年度	1	01-DEKBF2-001	1,011.42	40.96%	174.29
	2	01-EDNAQ2-002	766.94	31.06%	316.23
	3	01-EENAO4-001	283.62	11.49%	541.59
	4	01-ECGBF1-001	163.02	6.60%	286.92
	5	01-EDNAQ2-001	162.41	6.58%	412.82
	小计		2,387.41	96.68%	

注：上表中的采购占比系该材料采购金额占前十大胶带类原材料采购总额的比例。

电子产业使用的原材料多为高分子化学品和精细化工产品相关材料，种类繁多，不同规格、不同性能的材料间存在一定的价格差异。同时，受客户结构、销售结构、产品结构变化及终端品牌厂商指定采购情况等因素的影响，各期各型号胶带类原材料采购结构也存在变化。

2019年前五大规格型号的胶带类原材料采购比重、采购均价是最低的，较2018年发生大幅度的下降，主要是受销售端的产品结构变化影响，当年采购的胶带类原材料多属于价格较低的规格型号。

2. 保护膜类原材料 2020 年采购金额及占比大幅上升原因

报告期内，不同类别原材料的采购数量变化本质是由于下游订单需求结构变化导致的，由于发行人生产的功能性器件产品规格型号特别多，且报告期内变动较大，因此，不同类别的原材料构成比例存在一定的波动。

(1) 在含保护膜类原材料产品生产规模与销售规模基本匹配的背景下，报告期内保护膜类原材料的采购规模变化本质是含保护膜类原材料产品的订单需求变化驱动的。

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
1. 含保护膜类原材料产品的销售金额 (万元)	43,032.62	30,968.04	21,294.17	20,469.81
2. 含保护膜类原材料产成品自产入库金额 (万元)	25,915.14	18,961.61	13,714.33	13,010.21

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
3.含保护膜类原材料产品的生产规模与销售规模的比值（即匹配程度）	60.22%	61.23%	64.40%	63.56%

总体而言，含保护膜类原材料产品的生产规模与销售规模基本匹配。从销售端的产品结构来看，2020 年含保护膜类原材料产品的订单需求快速增长，导致发行人自主生产该类产品的规模大幅上升，从而带动保护膜带类原材料采购规模大幅增长。此外，发行人于 2019 年新设的子公司昆山六淳 2020 年向终端品牌商指定的供应商楷威电子股份有限公司采购了 1,221.57 万元保护膜类原材料，具体向其采购的原因详见本题（八）。因此，发行人 2020 年保护膜类原材料采购规模增长较快。

（2）从采购量和生产耗用量的比例关系来看，报告期内保护膜类原材料的采购数量和生产领用量的匹配程度较高。

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
采购数量（万平方米）	395.36	264.19	151.09	130.18
生产领用量（万平方米）	363.08	230.20	147.25	119.39
生产领用量/采购数量	91.83%	87.14%	97.46%	91.71%

除生产领用外，保护膜类原材料还部分用于研发打样以及少量对外直接销售，因此，报告期内保护膜类原材料的采购数量和生产领用量之间的比例存在一定波动；但是，该比例关系总体稳定，保护膜类原材料的采购数量总体是由生产耗用需求带动，而生产耗用需求量又是由销售订单需求驱动的。

（3）不同型号的保护膜类原材料采购结构变化影响

2018 年-2021 年，前五大规格型号的保护膜类原材料采购情况如下：

会计期间	序号	料号	采购金额 (万元)	采购比例	采购均价 (元/平方米)
2021 年度	1	01-YZAE4-009	676.10	38.67%	128.90
	2	01-YZAE4-004	164.68	9.42%	105.38
	3	01-YZAE4-005	156.87	8.97%	134.74
	4	01-YZAE4-014	143.61	8.21%	138.57
	5	01-AZAA2-003	139.83	8.00%	15.18
			小计	1,281.09	73.28%
2020	1	01-YZAE4-009	309.71	22.31%	142.53

会计期间	序号	料号	采购金额 (万元)	采购比例	采购均价 (元/平方米)
年度	2	01-YZAE4-002	205.25	14.79%	131.66
	3	01-YZAE4-005	203.58	14.67%	147.49
	4	01-ABARA2-001	168.77	12.16%	22.27
	5	01-ABARD2-002	168.48	12.14%	20.88
	小计		1,055.79	76.07%	
2019 年度	1	01-ABARD2-002	92.49	27.66%	20.97
	2	01-ABARA2-001	91.08	27.24%	22.32
	3	01-AAARA2-001	38.05	11.38%	7.34
	4	01-AAAAD2-010	37.61	11.25%	6.69
	5	01-ABAED5-006	35.63	10.65%	2.03
	小计		294.86	88.17%	
2018 年度	1	01-ABARD2-002	143.02	30.10%	23.43
	2	01-ABARA2-001	93.00	19.57%	24.89
	3	01-AAADD2-005	71.94	15.14%	8.53
	4	01-AAAAA2-025	60.91	12.82%	6.67
	5	01-ABAED5-001	47.26	9.95%	2.64
	小计		416.13	87.57%	

注：上表中的采购占比系该材料采购金额占前十大保护膜原材料采购总额的比例。

2020 年度，前五大规格型号的保护膜类原材料材料的采购比例、采购均价与 2019 年、2018 年存在较大差异。2020 年度，发行人新开发了吉利德、瑞仪光电等直接客户，该等客户系为终端品牌夏普配套生产显示屏相关组件的；根据终端品牌商夏普的要求，发行人为吉利德、瑞仪光电等客户生产配套的功能性器件时，也必须采购终端品牌商夏普指定的若干款保护膜类原材料；该等指定的保护膜类原材料系在夏普的终端电子产品设计研发时就专门为之配套研发的，采购价格较高；随着发行人对吉利德、瑞仪光电等直接客户销售规模扩大，前述指定的保护膜类原材料采购规模也不断增长。

(五) 说明采购委外生产成品且采购金额和占比持续升高的原因，是否符合行业惯例，与同行业可比公司是否存在较大差异。

1. 采购委外生产成品且采购金额和占比持续升高的原因

(1) 市场需求持续增长背景下，产能扩张受限

发行人经营规模持续增长，但是，产能扩张幅度却有限；特别是，作为主要的生产作业单位，母公司的生产经营场地系租赁未办理房屋产权证的厂房，为了避免可能发生的搬迁损失，发行人谨慎控制产能扩张的速度。报告期内，发行人产能、自产产量及销量情况如下：

会计期间	产能(万 pcs)	自产产量(万 pcs)	销量(万 pcs)	产能利用率	产销率
2021 年度	257,368.91	230,409.62	265,700.24	89.53%	115.32%
2020 年度	184,738.26	159,367.49	183,277.30	86.27%	115.00%
2019 年度	145,267.57	131,707.17	155,162.63	90.67%	117.81%

针对销售旺季产能不足的问题，发行人主要通过委外生产成品来解决。

(2) 提高投入产出效益，优化产能安排

部分订单由于客户要求交付时间紧、批量较小、工艺繁琐，自行生产的经济效益较低，为保证对客户的快速响应、满足客户交货需求、维护良好的客户关系，发行人将部分产品进行委外生产，从而确保将自身的产能投入到更有价值的生产活动中。

2. 同行业比较情况

发行人招股说明书选取的同行业可比公司为飞荣达、智动力、安洁科技、恒铭达、领益智造、博硕科技、达瑞电子七家 A 股上市公司以及截至招股说明书签署日已注册的鸿富瀚，选取的标准侧重于产品特点、收入结构等方面的相似性，而委外生产的金额和占比不是每家可比公司披露的必备内容，如果局限于前述公司，可能导致可比范围受限。事实上，在上市公司收购同行业企业的重组报告书等公开信息披露文件中，也存在委外生产、对外直接采购成品的案例，具有参考价值，可以展示更广泛的同行业情况。

(1) 同行业关于委外生产的相关披露内容

公司	信息来源	主要内容
博硕科技 (300951)	《博硕科技：首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书》	公司产品销售存在一定季节性和周期性，在产品旺季规模化批量生产时，公司为保证对客户的快速响应，满足客户交货需求，将部分工艺简单产品或零部件进行外协加工。 报告期内，发行人产量（件数）分别为 17.22 亿件、15.12 亿件和 27.34 亿件，其中部分产品为委外加工，为更好的体现产量（件数）与产量（工时）的匹配关系，需以自产产量作为产量（件数）的统计口径。
达瑞电子	《达瑞电	公司产品主要采取自行生产的方式，但由于环保资质限制或降低生产成本的需要，公司将部

公司	信息来源	主要内容																																																																						
(300976)	子：首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书》	<p>分简单工序委托给外协供应商生产。在外协加工管理上，公司根据订单的需求数量和工期要求，确定委托加工厂家以及具体的技术要求、质量验收要求和工期要求等；同时根据情况需要委派公司员工驻厂监造，确保产品质量符合要求。</p> <p>.....</p> <p>主要原材料构成及占原材料采购总额的比重如下：</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">项目</th> <th colspan="2">2020年1-6月</th> <th colspan="2">2019年度</th> <th colspan="2">2018年度</th> <th colspan="2">2017年度</th> </tr> <tr> <th>金额(万元)</th> <th>比例</th> <th>金额(万元)</th> <th>比例</th> <th>金额(万元)</th> <th>比例</th> <th>金额(万元)</th> <th>比例</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>胶带类</td> <td>4,087.74</td> <td>28.39%</td> <td>10,762.61</td> <td>32.41%</td> <td>7,550.00</td> <td>33.33%</td> <td>5,533.29</td> <td>33.85%</td> </tr> <tr> <td>.....</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>外购品类</td> <td>1,249.71</td> <td>8.68%</td> <td>2,306.63</td> <td>6.95%</td> <td>598.80</td> <td>2.64%</td> <td>429.63</td> <td>2.63%</td> </tr> <tr> <td>.....</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <p>.....</p>	项目	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度		金额(万元)	比例	金额(万元)	比例	金额(万元)	比例	金额(万元)	比例	胶带类	4,087.74	28.39%	10,762.61	32.41%	7,550.00	33.33%	5,533.29	33.85%									外购品类	1,249.71	8.68%	2,306.63	6.95%	598.80	2.64%	429.63	2.63%																									
项目	2020年1-6月			2019年度		2018年度		2017年度																																																																
	金额(万元)	比例	金额(万元)	比例	金额(万元)	比例	金额(万元)	比例																																																																
胶带类	4,087.74	28.39%	10,762.61	32.41%	7,550.00	33.33%	5,533.29	33.85%																																																																
.....																																																																								
外购品类	1,249.71	8.68%	2,306.63	6.95%	598.80	2.64%	429.63	2.63%																																																																
.....																																																																								
久泰精密	《锦富技术：发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金暨关联交易报告书（草案）（修订稿）》	<p>受总产能、交货周期、项目品质差异等因素的影响，报告期内公司从产能瓶颈、项目品质、产能效率、经济效益、生产风险等角度出发，选择将部分产品订单委外加工，委外订单通常是一些价格偏低、良率不高、自行生产经济效益不高或收益风险较大，同时占据公司有限的产能资源的订单。委外产品多数集中在非软板、非天线产品中，相对低端。</p> <p>.....</p> <p>受总产能、交货周期、项目品质差异、经济效益等因素的影响，报告期内久泰精密选择将部分产品委外加工。外协厂通常采用成品交付形式，即负责从原材料采购至模切生产的全部工序，标的公司负责明确标准规格、性能指标以及质量验收。</p>																																																																						
阿特斯	《智动力：非公开发行A股股票涉及购买资产暨关联交易报告书（草案）（修订稿）》	<p>目前，阿特斯主要产品为手机后盖板、闪光灯罩、红外灯罩、接近光灯罩、听筒网、智能手表心率盖板、车载中控面板等。</p> <p>.....</p> <p>报告期内，标的公司向前5名供应商（同一控制下合并口径）采购情况如下：</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>年度</th> <th>序号</th> <th>供应商</th> <th>采购内容</th> <th>金额(万元)</th> <th>占比</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="5">2019年度</td> <td>1</td> <td>深圳市智动力精密技术股份有限公司</td> <td>手机盖板</td> <td>24,754.37</td> <td>34.10%</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>宁国市千洪电子有限公司</td> <td>复合板、双面胶</td> <td>3,833.66</td> <td>5.28%</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>汕头超声显示器技术有限公司</td> <td>玻璃板</td> <td>3,190.37</td> <td>4.40%</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>中山市涂艺塑胶科技有限公司</td> <td>喷涂</td> <td>2,766.34</td> <td>3.81%</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>东莞市泽浩腾纳米科技有限公司</td> <td>表面硬化</td> <td>2,567.64</td> <td>3.54%</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>合计</td> <td></td> <td>37,112.38</td> <td>51.13%</td> </tr> <tr> <td rowspan="5">2018年度</td> <td>1</td> <td>深圳市汇万川塑胶薄膜有限公司</td> <td>复合板</td> <td>4,853.66</td> <td>14.83%</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>宁国市千洪电子有限公司</td> <td>复合板、双面胶</td> <td>3,800.70</td> <td>11.61%</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>东莞起名高新喷涂有限公司</td> <td>喷涂服务</td> <td>1,485.29</td> <td>4.54%</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>阿特斯（香港）实业有限公司</td> <td>复合板、PET</td> <td>1,473.28</td> <td>4.50%</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>惠州市正胜精工科技有限公司</td> <td>玻纤板</td> <td>1,373.23</td> <td>4.20%</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>合计</td> <td></td> <td>12,986.16</td> <td>39.68%</td> </tr> </tbody> </table>	年度	序号	供应商	采购内容	金额(万元)	占比	2019年度	1	深圳市智动力精密技术股份有限公司	手机盖板	24,754.37	34.10%	2	宁国市千洪电子有限公司	复合板、双面胶	3,833.66	5.28%	3	汕头超声显示器技术有限公司	玻璃板	3,190.37	4.40%	4	中山市涂艺塑胶科技有限公司	喷涂	2,766.34	3.81%	5	东莞市泽浩腾纳米科技有限公司	表面硬化	2,567.64	3.54%			合计		37,112.38	51.13%	2018年度	1	深圳市汇万川塑胶薄膜有限公司	复合板	4,853.66	14.83%	2	宁国市千洪电子有限公司	复合板、双面胶	3,800.70	11.61%	3	东莞起名高新喷涂有限公司	喷涂服务	1,485.29	4.54%	4	阿特斯（香港）实业有限公司	复合板、PET	1,473.28	4.50%	5	惠州市正胜精工科技有限公司	玻纤板	1,373.23	4.20%			合计		12,986.16	39.68%
年度	序号	供应商	采购内容	金额(万元)	占比																																																																			
2019年度	1	深圳市智动力精密技术股份有限公司	手机盖板	24,754.37	34.10%																																																																			
	2	宁国市千洪电子有限公司	复合板、双面胶	3,833.66	5.28%																																																																			
	3	汕头超声显示器技术有限公司	玻璃板	3,190.37	4.40%																																																																			
	4	中山市涂艺塑胶科技有限公司	喷涂	2,766.34	3.81%																																																																			
	5	东莞市泽浩腾纳米科技有限公司	表面硬化	2,567.64	3.54%																																																																			
		合计		37,112.38	51.13%																																																																			
2018年度	1	深圳市汇万川塑胶薄膜有限公司	复合板	4,853.66	14.83%																																																																			
	2	宁国市千洪电子有限公司	复合板、双面胶	3,800.70	11.61%																																																																			
	3	东莞起名高新喷涂有限公司	喷涂服务	1,485.29	4.54%																																																																			
	4	阿特斯（香港）实业有限公司	复合板、PET	1,473.28	4.50%																																																																			
	5	惠州市正胜精工科技有限公司	玻纤板	1,373.23	4.20%																																																																			
		合计		12,986.16	39.68%																																																																			
千洪电子	《新纶科技：发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金暨关联交易报告书》	<p>公司大部分产品自行生产，但由于重要客户临时性、偶发性、不可预测性的紧急订单需求，公司少部分产品采用直接对外采购成品的方式补足。</p>																																																																						
致尚科技	《深圳市致尚科技	<p>同时，为了更好的服务客户，同时出于成本及业务发展考虑，针对客户订单中小批量的电子连接器产品，公司会直接在市场采购合格产品搭配公司产品出售。</p>																																																																						

公司	信息来源	主要内容
	股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书（申报稿）》	

(2) 同行业关于委外生产金额和占比的统计数据

公司名称	主营业务	委外生产规模（万 PSC）				委外生产的产量占当期全部产量的比例			
		-	2019 年度	2018 年度	2017 年度	-	2019 年度	2018 年度	2017 年度
博硕科技 (300951)	电子产品功能性器件的设计、 研发、生产和销售	-	1.83	1.20	3.82	-	6.69%	7.94%	22.18%
公司名称	主营业务	委外生产规模（万元）				外购成品占当期采购总额的比例			
		2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
达瑞电子 (300976)	消费电子功能性和结构性器件 的研发、生产和销售，以及相关 3C 智能装配自动化设备的 研发、生产、销售和租赁	1,249.71	2,306.63	598.8	429.63	8.68%	6.95%	2.64%	2.63%
公司名称	主营业务	委外生产规模（万元）				委外生产的采购额占当期采购总额的比例			
		2020 年 1-7 月	2019 年度	2018 年度	-	2020 年 1-7 月	2019 年度	2018 年度	-
久泰精密	消费电子领域的功能性精密模 切器件的研发、生产、研发与 销售	5,856.68	5,002.78	2,601.83	-	19.52%	13.23%	7.61%	-
公司名称	主营业务	委外生产规模（万元）				委外生产成品采购金额占当期采购总额的比例			
		-	2019 年度	2018 年度	-	-	2019 年度	2018 年度	-
阿特斯	消费电子结构性器件的研发、 生产和销售	-	24,754.37	-	-	-	34.10%	-	-
公司名称	主营业务	委外生产规模（万元）				对外采购成品金额占当期采购总额的比例			
		-	2017 年度	2016 年度	2015 年度	-	2017 年度	2016 年度	2015 年度
千洪电子	手机等消费电子功能性器件的 研发、生产和销售	-	5,590.46	3,746.44	575.90	-	15.25%	11.19%	4.96%
公司名称	主营业务	委外生产规模（万元）				采购成品金额占当期采购总额的比例			

		-	2020 年度	2019 年度	2018 年度	-	2020 年度	2019 年度	2018 年度
致尚科技	精密电子零部件的研发和制造	-	2,728.95	2,004.51	7,443.71	-	9.09%	7.31%	24.78%
公司名称	主营业务	委外生产规模（万元）				采购成品金额占当期采购总额的比例			
		2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
发行人	电子产品精密功能性器件的研发、生产和销售	4,323.91	4,684.96	2,795.26	1,708.08	16.69%	22.58%	20.27%	12.52%

注：久泰精密的数据来源于《锦富技术：发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金暨关联交易报告书（草案）（修订稿）》；千洪电子数据来源于《新纶科技：发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金暨关联交易报告书》；致尚科技的数据来源于《深圳市致尚科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书（申报稿）》。

(3) 结论

在社会化分工日益深化的大背景下，同行业公司采用委外生产对其产能进行补充的情况比较常见。发行人采购委外生产的成品符合行业惯例，与同行业可比公司不存在重大差异。发行人委外生产的采购金额和占比持续升高，是发行人自身产能扩张有限的特殊情况导致的，同行业也存在委外生产金额和占比持续升高的情况，例如，达瑞电子、久泰精密、阿特斯、千洪电子等。

(六) 结合同行业可比公司同类产品采购价格、公开市场价格、相同原材料向不同供应商采购价格，分析并说明发行人原材料采购价格是否公允。

1. 发行人与同行业可比公司采购价格对比

电子行业具有产品种类众多、更新迭代快、产品性能和内部结构差异大等特点。功能性器件产品在消费电子产品中应用广泛，需根据客户不同的需求进行定制开发，针对不同应用场景、不同功能、不同种类、规格型号差异，耗用的原材料和价格存在较大差异。

报告期内，发行人采购金额较大的胶带类、导电类、保护膜、金属类、离型材料等原材料情况如下：

大类	单价单位	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
		金额 (万元)	单价	金额 (万元)	单价	金额 (万元)	单价
胶带类	元/m ²	8,935.30	32.02	6,259.67	25.71	4,693.06	25.98
保护膜	元/m ²	3,224.13	8.16	2,708.34	10.25	899.60	5.95
导电类	元/m ²	3,330.56	219.55	2,622.25	201.24	2,659.06	186.04
金属类	元/pes	454.39	0.03	1,358.32	0.15	1,199.43	0.08
	元/kg	674.04	103.73				
离型材料	元/m ²	1,597.23	3.15	1,256.61	3.58	897.56	3.41

上述类别的原材料的采购价格与同行业可比公司对比如下：

(1) 胶带类

公司名称	大类	细分类别	规格型号	2021 年 (元/平方米)	2020 年 (元/平方米)	2019 年 (元/平方米)	2018 年 (元/平方米)
恒铭达	胶带	PET 胶带及其他排废胶带	-	未披露	未披露	未披露	10.96

达瑞电子	胶带类	双面胶、单面胶、PI 胶带、导电胶、硅胶带、热熔胶、导电热熔胶、热固胶等	-	未披露	25.60	20.95	26.87
博硕科技	胶类	-	3M55256	未披露	15.21	15.28	15.06
鸿富瀚	胶粘类	未披露	-	未披露	29.57	27.98	30.03
发行人	胶带类	双面胶、单面胶、热熔胶、导电胶、排废胶带等各种胶带	-	32.02	25.71	25.98	29.99

注 1：恒铭达 2018 年数据系 1-6 月数据，达瑞电子和博硕科技 2020 年数据系 1-6 月数据，下同。

注 2：同行业上市公司一般在招股说明书中披露其具体类别的原材料采购均价等信息，在其完成上市后的公开信息中不再披露类似信息；因此，此处仍然主要列示其 2018-2020 年期间数据。

同行业可比公司披露的胶带类原材料在细分类别、规格型号等方面存在差异。

恒铭达主要采购 PET 胶带及其他排废类胶粘材料，主要用于生产过程中的排废，品质要求不高，因此，采购单价较低。

达瑞电子采购的胶带类产品有功能性强、层数较多等特点，且主要为 3M、德莎、日东等国际知名品牌，因此，采购单价相对较高；但是，由于生产耗用单面胶的占比有所提高，因此，采购均价存在下降的情况。

鸿富瀚和发行人的胶带类原材料均主要应用于 FPC 和显示屏类产品，主要客户均为富士康、鹏鼎控股，在下游产品中主要起固定、粘贴、高温遮蔽等作用，功能性较强，主要品牌为国际知名品牌，如 3M、日东、TOYO、德莎等，因此，采购单价相对较高。

博硕科技披露了型号为 3M55256 的 3M 品牌胶带，其采购均价与发行人采购的 3M55256 的 3M 品牌胶带采购均价比较接近；报告期内，发行人采购的 3M55256 的 3M 品牌胶带采购均价分别为 15.79 元/m²、17.37 元/m²、**15.31 元/m²**；报告期内，发行人采购该胶带金额分别为 1.28 万元、1.43 万元、**1.03 万元**，采购金额较小。

(2) 保护膜

公司名称	大类	细分材料	规格型号	2021年 (元/平方米)	2020年 (元/平方米)	2019年 (元/平方米)	2018年 (元/平方米)
恒铭达	保护膜	BOPP 保护膜等	-	未披露	未披露	未披露	1.47
达瑞电子	保护膜类	包括 PET（聚对苯二甲酸乙二醇酯）单/双层保护膜、OPP（邻苯基苯酚）单/双层保护膜、PE（聚乙烯）单/双层保护膜、BOPP（双向拉伸聚丙烯）单/双层保护膜、PP（聚丙烯）单/双层保护膜等多个品类	-	未披露	5.15	5.37	5.30
博硕科技	保护膜	-	PTGL0504-25	未披露	未披露	未披露	7.27
		-	JG75T20-50	未披露	11.1	11.10	11.10
		-	PFA6050B-HG	未披露	4.23	4.31	4.23
		-	PEA5030B	未披露	1.55	1.51	1.46
鸿富瀚	保护类材料	未披露	-	未披露	5.39	5.74	5.05
发行人	保护膜	保护膜（HD-防静电保护膜）、蓝色硅胶保护膜、棱镜片等	-	8.16	10.25	5.95	7.49

注：同行业上市公司一般在招股说明书中披露其具体类别的原材料采购均价等信息，在其完成上市后的公开信息中不再披露类似信息；因此，此处仍然主要列示其 2018-2020 年期间数据。

同行业可比公司保护膜类原材料在分类标准、细分类别、规格型号等方面存在差异。

恒铭达的保护膜采购来源主要为国内供应商，用于消费电子防护产品、消费电子外盒保护膜，以 BOPP 保护膜及制程膜为主，因此采购单价相对较低。

达瑞电子、鸿富瀚采购的保护膜类原材料，主要用于生产客户购置的保护膜件、自身功能件产品保护以及生产过程保护，因此，采购单价较低。

博硕科技不同型号的保护膜类原材料由于用途、材质不同，因此，采购价格存在较大差异。

发行人保护膜主要包含保护膜（防静电保护膜）、蓝色硅胶保护膜、棱镜片等。其中，保护膜主要起遮蔽、保护屏幕的作用，主要用于显示屏类产品，蓝色硅胶保护膜主要起保护屏幕的作用，主要应用于摄像头模组和光学模组类产品，

棱镜片主要起光源扩散、色散等作用，功能性较强，因此，采购单价较高。发行人向直接客户鹏鼎控股指定供应商东莞市航达电子有限公司采购的防静电保护膜，材料品质要求较高，导致保护膜类原材料整体均价较高。2020 年发行人子公司昆山六淳向终端品牌商夏普指定的供应商楷威电子股份有限公司采购的棱镜片系专门定制的原材料，采购单价较高，进一步提高了 2020 年度的整体均价。

(3) 导电类

公司	大类	细分类别	2021 年 (元/平方米)	2020 年 (元/平方米)	2019 年 (元/平方米)	2018 年 (元/平方米)
恒铭达	导电屏蔽类	覆铜板、吸波材等	未披露	未披露	未披露	198.73
达瑞电子	绝缘屏蔽类	导电铜铝箔	未披露	38.33	44.83	54.41
		导电布	未披露	85.18	97.21	100.19
博硕科技	未披露	未披露	未披露	未披露	未披露	未披露
鸿富瀚	导电屏蔽类材料	未披露	未披露	19.22	11.41	7.65
发行人	导电类	导电铜箔、导电布	219.55	201.24	186.04	195.17

注：同行业上市公司一般在招股说明书中披露其具体类别的原材料采购均价等信息，在其完成上市后的公开信息中不再披露类似信息；因此，此处仍然主要列示其 2018-2020 年期间数据。

同行业可比公司导电类材料的分类标准、细分类别等方面存在差异。

恒铭达的导电屏蔽类材料主要为覆铜板、吸波材等，功能性较强，因此，采购单价较高。

达瑞电子将导电铜铝箔和导电布归属于绝缘屏蔽类材料，未单独披露导电铜箔和导电铝箔的单价，且导电铜铝箔和导电布采购均价较低，可比性较差。

博硕科技未披露其导电类材料采购情况，鸿富瀚未披露其导电屏蔽类材料的具体构成，可比性较差。

发行人导电类材料主要为导电铜箔和导电布。其中，导电铜箔主要起导电、导热、静电屏蔽等作用，导电布主要起防静电的作用，功能性较强。导电铜箔中主要构成为 3M 品牌的 3304BC 及 3304BC-S 两个型号的原材料，采购均价较高，该两个型号原材料主要应用于发行人销售规模最大、销售均价较高的平板电脑应用类功能性器件。报告期内，3M3304BC 及 3M3304BC-S 采购情况如下：

规格型号	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	采购金额(万元)	采购单价(元/平方米)	采购金额(万元)	采购单价(元/平方米)	采购金额(万元)	采购单价(元/平方米)
3M3304BC	497.94	184.42	1,144.90	183.77	1,910.43	178.12
3M3304BC-S	2,397.59	233.57	1,060.48	236.56	589.14	228.07

报告期内,3M3304BC 及 3M3304BC-S 采购总额占导电类材料采购金额的比例分别为 94.00%、84.10% 和 **86.94%**。

(4) 金属类

同行业可比公司未单独披露金属类材料采购情况。发行人金属类包含钢片、铜片、铝片和镍片,主要起固定、防护、屏蔽等作用,购买单价主要以元/PCS 进行计量,每 PCS 金属类材料面积小、重量轻,所以均价较低。

(5) 离型材料

公司	大类	细分类别	规格型号	2021 年 (元/平方米)	2020 年 (元/平方米)	2019 年 (元/平方米)	2018 年 (元/平方米)
恒铭达	离型材料	蓝色离型膜、氟素离型膜等	-	未披露	未披露	未披露	1.94
达瑞电子	离型材料	离型膜	-	未披露	3.23	3.34	3.50
博硕科技	离型材料	-	RT75FL132	未披露	11.06	11.3	10.76
		-	HTY080010 1-RB13	未披露	1.48	1.47	1.46
鸿富瀚	未披露	未披露	-	未披露	未披露	未披露	未披露
发行人	离型材料	离型膜、离型纸	-	3.15	3.58	3.41	3.63

注 1: 恒铭达 2018 年数据系 1-6 月数据,达瑞电子和博硕科技 2020 年数据系 1-6 月数据。

注 2: 同行业上市公司一般在招股说明书中披露其具体类别的原材料采购均价等信息,在其完成上市后的公开信息中不再披露类似信息;因此,此处仍然主要列示其 2018-2020 年期间数据。

同行业可比公司保护膜类原材料的分类标准、细分类别、规格型号等方面存在差异。

恒铭达的离型材料主要应用于消费电子防护产品、消费电子外盒保护膜,对离型材料的品质、性能要求不高,因此采购均价较低。

达瑞电子的离型膜供应商主要为东莞市瑞信包装材料有限公司、苏州博灿电

子有限公司和关联方东莞市跃乐电子科技有限公司，采购均价相对较高。

博硕科技的离型材料由于规格型号差异较大，采购均价各不相同。

发行人的离型材料主要包含离型膜和离型纸等，主要用于产品承载和生产加工过程中对双面胶进行遮蔽和保护。其中，向直接客户鹏鼎控股指定供应商东莞市航达电子有限公司采购的防静电离型膜，品质要求较高，因此采购均价较高。发行人生产的硅胶类产品需要购买经氟素处理的离型膜，采购价格较高，且采购规模较大。因此，发行人的离型材料整体采购均价较高。

2. 公开市场价格

(1) 发行人执行严格的询价采购制度

发行人严格按照《采购控制程序》，对采购审批流程、材料质量控制等关键环节实施规范化管理，建立及维护《合格供应商名册》。客户指定具体供应商的，需严格按照客户供应链管理体系执行，保障材料质量、性能符合要求，采购价格公平、合理。对于客户未明确指定的供应商采购，采购部门根据生产部门的具体需求选择多个供应商进行询价，根据询价评审结果，确定最终的供应商。

发行人与主要供应商之间不存在关联关系，发行人的控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员和主要业务人员未在供应商之间占有权益，发行人采购原材料均严格按照采购制度执行，采购价格公允。

(2) 报告期内同一型号原材料的询价情况

报告期内，发行人向多个供应商采购同一型号原材料（报告期内采购金额前五大原材料）的询价情况如下：

存货编号	报价（元/平方米、美元/平方米）			供应商
	2021 年度	2020 年度	2019 年度	
01-EEGBL1-001	-	179.31	179.31	供应商 1
	186.97	184.71	179.31	供应商 2
	-	184.71	179.31	供应商 3
	184.71	184.71	184.71	供应商 4
	-	184.74	-	供应商 5
	-	185.84	-	供应商 6

存货编号	报价（元/平方米、美元/平方米）			供应商
	2021 年度	2020 年度	2019 年度	
01-DEKBF2-001	25.50\$	-	-	供应商 1
	25.50\$			供应商 2
01-EDNAQ2-002	300.00	305.00	318.58	供应商 1
01-EEGBL1-002	229.62	245.09	245.09	供应商 1
		237.64	203.64	供应商 2
	229.37	238.05	234.51	供应商 3
		237.93	-	供应商 4
	230.00	230.00	-	供应商 5
	232.50	236.28	236.28	供应商 6
		234.69	-	供应商 7
01-EDNAQ2-001	409.00	409.28	412.82	供应商 1
01-EEKBL1-003	183.60	180.00	187.00	供应商 1
	186.00	186.00	187.00	供应商 2
	-	183.67	193.56	供应商 3
	-	-	187.00	供应商 4
	184.05	183.67	187.05	供应商 5
01-YZAE4-009	21.052\$	21.231\$	-	供应商 1
01-10030694	1.064\$	1.064\$	-	供应商 1

综上所述，发行人的主要原材料采购价格均系基于公开市场价格形成的，具有公允性。

3. 相同原材料不同供应商采购价格

(1) 2019 年排名前五原材料采购及其供应商情况如下：

序号	料号	类别	供应商名称	采购均价 (元/平方米)	采购金额 (万元)	占原材料 采购总额 的比例
1	01-EEGB L1-001	导电类	深圳市向鸿科技有限公司	178.28	960.72	8.74%
			深圳市凯洋创富科技有限公司	180.62	427.17	3.89%
			深圳市亚飞亚电子科技有限公司	180.16	321.52	2.92%
			苏州朗晶晖电子材料有限公司	161.06	113.55	1.03%

序号	料号	类别	供应商名称	采购均价 (元/平方米)	采购金额 (万元)	占原材料 采购总额 的比例
			深圳市狄之娇科技有限公司	181.54	87.47	0.80%
2	01-EEGB L1-002	导电类	深圳市亚飞亚电子科技有限公司	238.72	511.59	4.65%
			深圳市向鸿科技有限公司	176.19	77.55	0.71%
3	01-EDNA Q2-002	胶带类	阿波罗展贸科技(深圳)有限公司	310.02	271.99	2.47%
4	01-EBMA D4-001	胶带类	晋昌电子材料(深圳)有限公司	72.91	111.19	1.01%
			苏州晋昌胶粘制品有限公司	72.94	98.47	0.90%
			淮安市鸿富瀚科技有限公司	71.72	17.57	0.16%
			重庆创群电子材料有限公司昆山分公司	58.41	0.58	0.01%
5	01-EDNA Q2-001	胶带类	阿波罗展贸科技(深圳)有限公司	411.82	217.39	1.98%
合计					3,216.78	29.26%

(2) 2020年排名前五大原材料采购及其供应商情况如下:

序号	料号	类别	供应商名称	采购均价 (元/平方米)	采购金额 (万元)	占原材料 采购总额 的比例
1	01-EEGB L1-001	导电类	深圳市凯洋创富科技有限公司	184.71	471.93	2.94%
			深圳市亚飞亚电子科技有限公司	184.71	299.23	1.86%
			深圳市向鸿科技有限公司	179.31	199.93	1.24%
			深圳市狄之娇科技有限公司	184.71	101.59	0.63%
			深圳市稻兴科技有限公司	184.74	44.34	0.28%
			馨美(上海)国际贸易有限公司	185.84	27.88	0.17%
2	01-EEGB L1-002	导电类	深圳市亚飞亚电子科技有限公司	237.93	657.39	4.09%
			深圳市狄之娇科技有限公司	231.57	136.63	0.85%
			名腾国际贸易(深圳)有限公司	237.93	83.28	0.52%
			深圳市向鸿科技有限公司	237.64	71.29	0.44%
			深圳市稻兴科技有限公司	230.00	50.60	0.31%

序号	料号	类别	供应商名称	采购均价 (元/平方米)	采购金额 (万元)	占原材料 采购总额 的比例
			深圳市凯洋创富科技有限公司	236.28	41.35	0.26%
			馨美(上海)国际贸易有限公司	234.69	19.95	0.12%
3	01-DEKB F2-001	胶带类	DAESANGS.TCO., LTD	172.99	868.96	5.41%
4	01-EDNA Q2-002	胶带类	阿波罗展贸科技(深圳)有限公司	302.43	359.01	2.23%
5	01-EEKB L1-003	导电类	深圳市亚飞亚电子科技有限公司	180.81	198.90	1.24%
			深圳市凯洋创富科技有限公司	186.68	87.07	0.54%
			上海普邦贸易有限公司	183.67	31.15	0.19%
			深圳市卓邦包装制品厂	187.00	11.89	0.07%
			深圳市狄之娇科技有限公司	183.67	9.73	0.06%
合计					3,772.09	23.48%

(3) 2021 年度排名前五大原材料采购及其供应商情况如下:

序号	料号	类别	供应商名称	采购均价 (元/平方米)	采购金额 (万元)	占原材料 采购总额 的比例
1	01-EEGBL 1-002	导电类	深圳市亚飞亚电子科技有限公司	234.46	1,232.08	5.71%
			深圳市凯洋创富科技有限公司	234.46	618.43	2.87%
			深圳市狄之娇科技有限公司	229.37	536.73	2.49%
			深圳市稻兴科技有限公司	230.00	10.35	0.05%
2	01-DEKBF 2-001	胶带类	DAESANGS. TCO., LTD	166.55	405.31	1.88%
			General Interface Solution Limited	163.73	338.85	1.57%
3	01-YZAE4 -009	保护膜	楷威电子股份有限公司	128.90	676.10	3.13%
4	01-EEGBL 1-001	导电类	深圳市凯洋创富科技有限公司	184.42	489.63	2.27%
			深圳市亚飞亚电子科技有限公司	184.71	8.31	0.04%
5	01-10030 694	光学类	长阳科技(香港)有限公司	6.81	482.66	2.24%
合计					4,798.45	22.23%

报告期内, 发行人向不同供应商购买相同原材料的价格差异不大, 存在少数

差异的原因为各供应商在营业规模、采购渠道、产品剩余保质期长短等方面存在差异。

(七) 说明报告期内发行人贸易供应商的采购情况，包括采购金额及占比、采购主要内容、最终货源情况。

报告期内，发行人向贸易供应商的采购情况如下：

原材料大类	采购金额（万元）		
	2021 年度	2020 年度	2019 年度
胶带类	4,839.77	3,003.96	2,934.13
导电类	3,317.93	2,558.92	2,554.61
泡棉类	479.31	318.02	132.64
金属类	456.71	196.16	134.79
保护膜	175.20	130.57	48.20
光学类	470.36	126.80	-
绝缘类	224.95	83.85	13.78
离型材料	117.24	36.13	2.50
其他	44.94	2.99	4.79
总计	10,126.41	6,457.40	5,825.45

报告期内，发行人向贸易供应商采购原材料的金额合计占当期原材料采购金额的比例分别为 52.99%、40.20%、**46.92%**。

由于发行人产品种类繁多，且产品更新迭代快，为了防范材料积压呆滞的风险，发行人根据客户订单信息及采购产品的交货排期进行备料，同时考虑到所需材料市场供应充足，采用小批量多批次采购，提升存货的流动性，保持存货较高的周转。虽然发行人的采购总体需求大，但是具体材料品种繁多，单一材料采购金额相对较小，部分原材料直接向生产厂商采购不具有批量采购的价格优势，同时还需承担材料积压风险，因此，发行人存在向原材料贸易商进行采购的情况。报告期内，发行人前五大贸易供应商采购情况如下：

1. 2019 年前五大贸易供应商情况

序号	供应商名称	采购金额（万元）	采购内容	占贸易供应商采购总额的比例	最终货源（原厂品牌）
1	深圳市向鸿科技有限公司	1,041.73	导电铜铝箔、导电布	17.88%	3M

2	深圳市亚飞亚电子科技有限公司	871.03	导电铜铝箔、导电胶、导电布	14.95%	3M
3	阿波罗展贸科技(深圳)有限公司	638.01	热熔胶、导电胶	10.95%	TOYO
4	深圳市凯洋创富科技有限公司	539.06	导电铜铝箔、导电胶、导电布	9.25%	3M
5	威茂电子(深圳)有限公司	376.17	单面胶、双面胶、泡棉类	6.46%	日东
合计		3,465.99		59.50%	

2. 2020 年前五大贸易供应商情况

序号	供应商名称	采购金额(万元)	采购内容	占贸易供应商采购总额的比例	最终货源(原厂品牌)
1	深圳市亚飞亚电子科技有限公司	1,245.86	导电铜铝箔、导电胶、导电布	19.29%	3M
2	阿波罗展贸科技(深圳)有限公司	691.64	热熔胶、导电胶	10.71%	TOYO
3	深圳市凯洋创富科技有限公司	672.42	导电铜铝箔、导电胶、导电布	10.41%	3M
4	东莞弘国贸有限公司	558.68	单面胶、双面胶	8.65%	德莎
5	深圳市卓邦包装制品厂	382.89	导电胶、导电布、热熔胶、泡棉	5.93%	3M、罗杰斯
合计		3,551.49		55.00%	

3. 2021 年前五大贸易供应商情况

序号	供应商名称	采购金额(万元)	采购内容	占贸易供应商采购总额的比例	最终货源(原厂品牌)
1	深圳市亚飞亚电子科技有限公司	2,298.43	导电铜铝箔、双面胶	22.70%	3M
2	深圳市凯洋创富科技有限公司	1,455.15	导电铜铝箔、双面胶	14.37%	3M
3	阿波罗展贸科技(深圳)有限公司	771.56	单面胶、双面胶	7.62%	TOYO
4	东莞弘国贸有限公司	728.46	导电铜铝箔、导电布、单面胶	7.19%	德莎
5	深圳市狄之娇科技有限公司	661.59	热熔胶、导电胶	6.53%	3M
合计		5,915.20		58.41%	

报告期内发行人贸易供应商主要为 3M、德莎、日东等国际知名品牌的代理商，其最终货源来自其代理品牌的原生产厂商。

(八) 说明发行人向楷威电子的指定采购具体情况, 包括指定客户名称, 发行人向楷威电子采购金额大幅增长的原因, 占楷威电子收入比例变化情况, 与发行人向指定客户销售金额变动情况是否匹配。

1. 指定采购的具体情况

发行人全资子公司昆山六淳设立后, 新开发了吉利德、瑞仪光电等客户, 该等客户都是为终端品牌商夏普配套生产相应显示屏组件的厂商。夏普在研发应用于笔记本电脑的液晶显示屏背光模组时, 楷威电子股份有限公司参与了设计研发工作, 专门为夏普品牌的液晶显示屏背光模组开发了若干款专用的棱镜片材料, 夏普在向上游供应商提供的产品设计图纸中明确载明了该原材料的供应商——楷威电子股份有限公司的名称, 以及相应的原材料规格型号等信息。

根据终端品牌商夏普对产品品质的要求, 吉利德、瑞仪光电等直接客户提供给昆山六淳的产品设计图纸, 也都明确指明其相关产品的功能性器件需要使用楷威电子股份有限公司的原材料, 因此, 昆山六淳严格遵循终端品牌商的供应链管理体系要求, 确保材料质量、性能符合要求, 由此形成对楷威电子股份有限公司的原材料采购。

2. 发行人向楷威电子采购金额大幅增长的原因

2019 年设立投产后, 昆山六淳重点开发了吉利德、瑞仪光电、璨鸿光电等客户。随着发行人对吉利德、瑞仪光电、璨鸿光电等夏普供应链企业的销售额大幅增长, 基于前述终端品牌商夏普指定采购的原因, 发行人向楷威电子股份有限公司的采购金额也相应大幅增长。

报告期内, 发行人对吉利德、瑞仪光电等夏普供应链企业的销售金额, 以及发行人向楷威电子股份有限公司的采购金额匹配情况如下:

项目	客户名称	2021 年度 /2021 年末	2020 年度 /2020 年末	2019 年度 /2019 年末
发行人对夏普供应链的销售金额 (万元)	吉利德	1,744.38	714.49	-
	瑞仪光电	135.07	347.53	-
	璨鸿光电	17.18	75.72	-
	小计	1,896.62	1,137.74	-
发行人向楷威电子股份有限公司的 采购金额(万元)	-	1,402.79	1,221.57	9.19

发行人向楷威电子股份有限公司购买原材料的期末结存金额（万元）	-	114.81	195.28	9.19
--------------------------------	---	--------	--------	------

发行人向楷威电子股份有限公司的采购金额与发行人向对应客户销售金额变动情况基本匹配。

报告期内，楷威电子股份有限公司向发行人销售金额占其收入总规模的比例约 30%~50%。

（九）保荐人核查意见

1. 核查程序

保荐人主要实施了以下核查程序：

（1）审阅发行人报告期采购明细表，查验报告期各期均有交易的供应商采购金额及比例变动情况，了解发行人与主要供应商的合作历史、持续合作情况，审阅主要供应商的公开信息等情况，确认发行人采购的稳定性。

（2）访谈发行人管理层，了解惠州海力奇、东莞将能等供应商成立时间较短即成为发行人主要供应商的原因，了解各期前十大供应商存在的成立时间较短即成为发行人主要供应商的原因、注册资本较小的原因；通过公开信息查证该等供应商的工商登记信息、官方网站、专利登记信息、经营资质（包括品牌代理资质）等，了解其成立时间、注册资本、主营业务、股权结构、技术发展水平、关联方情况、代理品牌情况等，获取部分供应商的实际控制人行业相关从业经历相关资料，核查该等供应商与发行人的关联关系等情况，对发行人与该等供应商合作的理由等进行验证；对包括该等供应商在内的报告期内主要供应商进行实地走访，了解采购模式、定价依据、技术状况、产能情况等双方合作情况，以及发行人与主要供应商之间是否存在与业务无关的资金往来或任何形式的利益安排；结合对发行人实际控制人及其控制的其他企业、董监高、其他关键人员的银行资金流水核查情况，核查其是否与该等供应商或其实际控制人存在资金往来。

（3）访谈发行人管理层，了解终端品牌商指定采购原材料的目的、主体和含义等情况，了解发行人指定供应商采购、指定品牌采购和非指定采购的划分依据，并获取发行人相关说明文件进行验证；审阅富士康、鹏鼎控股及其他主要客户指定采购的原材料明细，了解其供应商名称、原材料类型、金额和占比等；审

阅报告期内指定供应商、指定品牌采购和非指定采购的主要原材料的产品说明书等资料，了解其用途、性能等，验证该等原材料被指定供应商采购、指定品牌采购以及未被指定采购的原因和背景；访谈部分指定供应商，了解客户指定发行人向其采购的背景和原因。

(4) 审阅发行人报告期采购明细表，查验其中胶带类、保护膜等原材料采购金额和占比变动的的原因，分析含胶带类和保护膜类原材料的产品销售情况和生产情况，分析发行人销售、生产和采购业务活动的匹配情况。

(5) 审阅同行业可比公司的公开信息披露文件，验证其委外生产成品的规模、占比等情况；了解发行人委外生产成品的原因、采购金额和占比变动的的原因；分析委外生产成品变动趋势与发行人销售状况、产能和生产状况匹配情况。

(6) 审阅发行人报告期采购明细表，分析各类原材料采购价格，结合同行业可比公司公开披露的同类原材料的采购价格，比较分析各大类原材料的构成、用途和性能及价格；获取报告期发行人采购的主要原材料的询价资料，验证原材料采购价格的公允性；比较同一款原材料不同供应商采购价格的差异情况及原因。

(7) 通过查询公开资料，确认发行人的贸易供应商确认的准确性；查验主要贸易供应商的工商信息、代理品牌信息和最终货源情况。

(8) 审阅发行人报告期采购明细表，了解发行人向楷威电子采购指定采购原材料的明细，与发行人向下游客户销售情况进行匹配性分析；对楷威电子以及指定发行人向楷威电子采购原材料的客户进行访谈，确认其与发行人进行交易的业务背景、指定采购情况及报告期收入规模。

2. 核查结论

经核查，保荐人认为：

(1) **2018年-2021年**均有交易的供应商采购金额占当期采购总额的比例分别为 82.24%、88.22%、69.11%和 **58.23%**，发行人的供应商结构变化具有合理性。

(2) 惠州海力奇、东莞将能成立时间较短即成为发行人主要供应商的原因主要是因为其实际控制人本身具备较长的从业经验，具备相应的技术沉淀基础，

经过多次打样测试，能够满足发行人委外生产的要求和产能规模。报告期各期前十大供应商中，部分供应商存在成立时间较短、注册资本较小的情况，但是，该等供应商本身具备相应的技术基础、所在区域于发行人处于同一产业集群范围、相关从业人员具备经验或者发行人的下游客户推荐等情况，发行人与该等供应商合作具有合理的商业理由。

(3) 报告期内前两大客户富士康、鹏鼎控股指定采购原材料主要涉及导电类、胶带类、保护膜、离型材料等，都是本行业常用原材料；主要供应商包括深圳市亚飞亚电子科技有限公司、深圳市凯洋创富科技有限公司、DAESANGS.TCO., LTD、德莎胶带（上海）有限公司、深圳市狄之娇科技有限公司、东莞市航达电子有限公司、深圳市卓邦包装制品厂等，都是行业内知名的原材料生产厂商或者国际知名品牌原材料的代理商；报告期各期，该等供应商前五名合计采购金额占发行人当期原材料采购金额比例分别为 28.35%、21.33%和 18.52%。

(4) 结合同类产品采购价格来看，同一款原材料，指定供应商往往是由于该等原材料具有特殊性，原材料供应商参与终端品牌商的初期设计研发，导致终端供应商为保障产品质量而在产品设计图纸中预先载明了供应商的名称，因此，市场上往往只有一家供应商，才被划分为指定供应商采购，因此，不存在指定供应商和非指定供应商的采购价格可供比较。基于保障品质的原因，终端品牌商指定品牌的原材料一般是主材，大多是国际知名品牌，价格相对价高；非指定品牌的原材料一般是辅材，主要是其他品牌，价格相对较低，且占各期采购总额的比例很低；因此，按照原材料大类划分，某一大类原材料名目下，指定品牌的原材料采购均价会明显高于非指定品牌的原材料采购均价；这种指定品牌与非指定品牌原材料之间的采购价格差异，并非同一款原材料价格差异，而是同一大类下各种规格型号原材料采购价格的均值差异，从终端品牌商保障产品质量的角度而言，这种差异具有合理性。

(5) 报告期内胶带类原材料采购金额 2019 年出现明显下滑的原因包括：部分胶带类原材料采购价格下降；发行人的订单结构变化导致生产所需胶带类原材料减少。2020 年发行人保护膜类原材料采购金额及占比大幅上升的原因：发行人新开发了吉利德、瑞仪光电等客户，发行人为其配套的功能性器件必须遵循终

端品牌商夏普的要求采购指定的保护膜类原材料，该等保护膜类原材料系专门研发的，采购价格较高，且随着发行人对吉利德、瑞仪光电等客户销售规模的增长，相应的指定保护膜类原材料也增长较快。

(6) 2018年—2020年，发行人采购委外生产成品的金额和占比持续升高的原因：①客户订单需求持续增长背景下，发行人产能扩张幅度有限，通过委外生产解决部分订单需求。②部分订单不具备规模效应，为了提高投入产出效益，优化产能安排。发行人采购委外生产成品符合行业惯例，同行业公司存在较多采购委外生产成品的金额和占比持续升高的案例，不存在重大差异。

(7) 结合同行业可比公司同类产品采购价格、公开市场价格、相同原材料向不同供应商采购价格来看，发行人原材料采购价格是公允的。

(8) 发行人贸易供应商主要是 3M、德莎、日东、TOYO 等国际知名品牌原材料的代理商，报告期内发行人向其采购金额合计分别为 5,825.45 万元、6,457.40 万元和 **10,126.41 万元**，占比分别为 52.99%、40.20%、**46.92%**，采购主要内容广泛涉及胶带类、导电类、泡棉类、金属类、保护膜、光学类、绝缘类、离型材料等各类行业常见的原材料，最终货源均是来自各大国际知名品牌原材料的原生产厂商。

(9) 发行人向楷威电子的采购的指定原材料最终来源是基于终端品牌商夏普的指定，直接来源是发行人下游的吉利德、瑞仪光电等直接客户提供的产品设计图纸。发行人向楷威电子采购金额大幅增长的原因主要是因为该等指定原材料的采购都是发行人新开发的客户吉利德、瑞仪光电等的订单带来的，发行人向楷威电子采购的原材料与发行人向吉利德、瑞仪光电等客户销售相应产品的情况相互匹配。报告期内，楷威电子向发行人销售金额占其收入总规模的比例 30%~50%。

问题六：关于成本

申请文件显示：

(1) 报告期各期，发行人直接材料占比分别为 72.36%、69.44%、71.87%，2019 年直接材料占比下降，主要系当期原材料采购单价下降较快。

(2) 报告期各期，发行人委托加工费分别为 2.94 万元、129.80 万元、512.44

万元，成品委外采购金额分别为 1,438.86 万元、2,436.69 万元、4,024.89 万元。

请发行人：

(1)结合报告期内各主要原材料采购单价及占比波动情况，分析并说明 2019 年直接材料成本下降的原因，发行人主营业务成本中原材料占比与同行业可比公司是否存在较大差异。

(2)结合委外加工定价方式、同时期不同供应商报价情况、委外加工与自行加工成本比较情况等，说明委外加工、委外成品采购价格是否公允，主要供应商及其关联方与发行人是否存在关联关系或其他密切关系。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

(一)结合报告期内各主要原材料采购单价及占比波动情况，分析并说明 2019 年直接材料成本下降的原因，发行人主营业务成本中原材料占比与同行业可比公司是否存在较大差异。

1. 发行人报告期内营业成本构成变动

报告期内，公司主营业务成本由直接材料、直接人工和制造费用构成，其中直接材料是主营业务成本的主要组成部分。电子产品精密功能性器件具有数量庞大、品种众多、非标准化等特点，需要根据客户个性化需求进行打样和量产，原辅料配置、价格及损耗程度、各期生产人员薪酬、不同品种、规格型号产品的结构复杂程度及生产工艺难易程度均存在差异，从而导致各期直接材料、直接人工、制造费用占主营业务成本的比例存在一定波动。2018 年-2021 年，发行人主营业务成本构成如下：

会计期间	主营业务成本构成			
	直接材料	直接人工	制造费用	合计
2021 年	67.39%	10.96%	21.66%	100.00%
2020 年	71.87%	10.41%	17.72%	100.00%
2019 年	69.44%	11.45%	19.12%	100.00%
2018 年	72.36%	11.31%	16.32%	100.00%

发行人生产所耗用原材料主要为各种胶带（包含双面胶、单面胶、热熔胶、

导电胶等各种胶带)、保护膜、导电材料、金属材料(钢、铜、铝)、离型材料等。

2019 年度,直接材料成本占主营业务成本的比例下降,主要原因:第一,当期原材料采购单价下降较快;第二,2019 年发行人通过产品排版优化、应用异步模切技术、循环使用原材料等工艺改进措施,提高了原材料的利用率,降低了主要原材料的耗用。

2021 年,直接材料成本占主营业务成本比例较 2020 年度下降,主要原因是:第一,2021 年发行人减少了外购成品的比例;第二,2020 年受新冠疫情影响,政府实施社保费用减免,减轻了发行人的人工成本负担,而 2021 年生产工人的薪酬水平上涨较快,导致直接人工和制造费用增速较快,压缩了直接材料的占比;第三,为了推动业务迅速发展,发行人打样了较多新产品,导入期的新产品均需要投入模具成本,导致制造费用占比上升,直接材料占比下降。

2. 报告期内主要原材料、成品采购情况

大类	单位	2021 年度			2020 年度		
		金额(万元)	占比	单价	金额(万元)	占比	单价
胶带类	元/平方米	8,935.30	34.49%	32.02	6,259.67	30.17%	25.71
委外生产成品	元/pes	4,323.91	16.69%	0.10	4,684.96	22.58%	0.15
保护膜	元/平方米	3,224.13	12.45%	8.16	2,708.34	13.05%	10.25
导电类	元/平方米	3,330.56	12.86%	219.55	2,622.25	12.64%	201.24
金属类	元/pes	454.39	1.75%	0.03	1,358.32	6.55%	0.15
	元/kg	674.04	2.60%	103.73	-	-	-
离型材料	元/平方米	1,597.23	6.17%	3.15	1,256.61	6.06%	3.58
光学类	元/平方米	1,626.23	6.28%	7.59	654.62	3.15%	8.32
泡棉类	元/平方米	794.73	3.07%	75.23	466.09	2.25%	72.82
绝缘类	元/平方米	538.03	2.08%	6.16	255.44	1.23%	3.92
其他	元/平方米	406.26	1.57%	0.84	483.81	2.33%	1.08
合计		25,904.80	100.00%		20,750.11	100.00%	
大类	单位	2019 年度			2018 年度		
		金额(万元)	占比	单价	金额(万元)	占比	单价
胶带类	元/平方米	4,693.06	34.03%	25.98	6,393.88	46.87%	29.99

委外生产成品	元/pcs	2,795.26	20.27%	0.11	1,708.08	12.52%	0.08
保护膜	元/平方米	899.60	6.52%	5.95	975.54	7.15%	7.49
导电类	元/平方米	2,659.06	19.28%	186.04	2,025.49	14.85%	195.17
金属类	元/pcs	1,199.43	8.70%	0.08	815.36	5.98%	0.12
离型材料	元/平方米	897.56	6.51%	3.41	1,013.78	7.43%	3.63
光学类	元/平方米	-	-	-	-	-	-
泡棉类	元/平方米	154.58	1.12%	84.91	190.08	1.39%	153.54
绝缘类	元/平方米	263.63	1.91%	5.02	129.59	0.95%	2.94
其他	元/平方米	227.29	1.65%	0.58	391.04	2.87%	3.29
合计		13,789.47	100.00%		13,642.84	100.00%	

就上述表格而言，报告期内采购占比较大的原材料为胶带类、保护膜、导电类、金属类、离型材料。报告期内直接材料占比及变动原因分析如下：

2019 年度，上述主要材料采购单价均不同程度降低，导致当年直接材料占比下降。

2020 年度，直接材料成本占主营业务成本的比例上升，主要原因：第一，2020 年外购成品类金额较 2019 年增加 1,889.70 万元，生产委外比例（委外比例=（外购成品金额+委托加工费金额）/主营业务成本）由 2019 年的 14.91% 上升为 19.65%，实现销售的外购成品成本在主营业务成本——直接材料成本中进行体现；第二，受新冠疫情影响，2020 年部分原材料采购单价有所上涨。

2021 年度，主要原材料中，胶带类、导电类原材料价格上涨，但直接材料占主营业务成本的比例下降，主要原因为，2021 年委外生产成品采购金额较 2020 年减少 361.05 万元，生产委外比例由 2020 年的 19.65% 下降为 14.00%。

3. 同行业可比公司的主营业务成本中原材料占比情况

公司名称	2021 年度	2020 年度	2019 年度
飞荣达	63.72%	67.15%	72.12%
智动力	未披露明细	未披露明细	45.53%
恒铭达	76.83%	76.13%	76.75%
领益智造	60.10%	56.89%	60.19%
博硕科技	78.75%	77.72%	77.04%

达瑞电子	64.63%	65.98%	67.50%
鸿富瀚	62.02%	61.64%	60.20%
平均值	67.68%	67.59%	65.62%
发行人	67.39%	71.87%	69.44%
剔除委外生产的成品后	62.76%	65.81%	64.36%

注：博硕科技的生产模式有两种，分别为自制和 OEM，OEM 主要系夹治具及自动化设备业务，由于营业成本中的原材料占比针对自制模式才有意义，因此，选取的博硕科技数据主要是其自制模式下的营业成本数据。2021 年 2 月，博硕科技完成上市后，不再单独披露其自制和 OEM 模式的营业成本；因此，2020 年数据实际为博硕科技招股说明书披露的 2020 年 1-6 月数据，2021 年度营业成本数据则来自其年度报告，未区分自制和 OEM 模式。

报告期内，同行业可比公司主营业务成本的直接材料占比均值分别为 65.62%、67.59% 和 **67.68%**，而发行人主营业务成本的直接材料占比分别为 69.44%、71.87% 和 **67.39%**，略高于行业平均水平，主要原因系发行人存在部分通过委外生产的成品，这部分产品的成本直接计入直接材料成本中。报告期内，剔除委外生产的成品后，发行人的直接材料占主营业务成本的比例分别为 64.36%、65.81% 和 **62.76%**，与行业平均水平相当。

（二）结合委外加工定价方式、同时期不同供应商报价情况、委外加工与自行加工成本比较情况等，说明委外加工、委外成品采购价格是否公允，主要供应商及其关联方与发行人是否存在关联关系或其他密切关系。

1. 委外加工、委外成品采购价格公允

（1）委外生产的定价方式

报告期内，发行人的委外生产包括成品委外生产和部分工序委外生产两种情况。其中，部分工序委外生产平均单价的变动受到不同工序类型、加工费用、运输包装费用、利润等因素影响；成品委外生产的平均单价受到不同型号设备组装的难易程度、主料成本、辅料成本、模具及机器设备费用、人工费用、运输包装费用、利润等因素影响。前述两种情况的委外生产定价方式中的具体影响因素包括：

序号	类别	定价影响因素
1	部分工序委外生产	（1）加工费用：加工成本，包括设备费用、人工成本（模具委外加工比较多）； （2）运输包装费用：运输及包装费用、场地费用； （3）利润：受交付客户的利润情况及谈判能力影响。
2	成品委外生产	（1）主料成本：与一次性生产数量和预期完工时间相关，当生产数量越大，备料时间越充裕，相应的分摊后成本则越低； （2）辅料成本：与一次性生产数量和预期完工时间相关，当生产

		<p>数量越大，备料时间越充裕，相应的分摊后成本则越低；</p> <p>(3) 模具及机器设备费用：产品加工过程中使用到的设备、模具费用；</p> <p>(4) 人工费用：包括开机人员费用、手工整理费用等，受工序复杂度的影响；</p> <p>(5) 运输包装费用：运输及包装费用、场地费用；</p> <p>(6) 不良率：受工艺难度影响；</p> <p>(7) 利润：受交付客户的利润情况及谈判能力影响。</p>
--	--	--

(2) 同时期不同供应商报价情况

发行人制定了《采购控制程序》《供应商管理程序》等采购内控制度对采购流程、关键岗位及各岗位工作人员主要职责、付款与对账规则、供应商管理等方面进行了规范。对于一般采购，发行人要求具有相应资质的合格供应商根据定制化产品的工艺要求进行报价，当采购人员接收到各供应商提供的报价单后，需进行比价和议价程序。在权衡产品质量、单价、交货速度、售后服务水平、资信实力等综合因素的基础上进行评估选择。在各供应商其他条件均相同的情况下，发行人按低价原则进行采购。同时，为降低成本，提高行业竞争力，发行人会根据客户的季度或年度降价要求向自己上游的供应商不定期提出相应的降价要求。

发行人将采购申请、采购执行、验收入库和最终付款等关键环节分配给不同职能部门人员负责，以此实现审批与实施、采购与付款等各项职责的分离，保证原材料采购价格的公允性。

发行人产品属于定制化产品，不同产品之间、不同委外工序之间的价格不具有可比性；因此，下面区分部分工序委外生产和成品委外生产两种情况，分别选取其具有可比性的同类工序、同款产品进行价格比较。

①部分工序委外生产的报价情况

主要委外工序（PVD、阳极和电泳）的大额交易报价情况对比如下：

序号	工序	类型	2021 年度		2020 年度	
			供应商	单价 (元/pcs)	供应商	单价 (元/pcs)
1	PVD	中选供应商报价	东莞市拓邦硕实业有限公司	0.18	东莞市华鑫精密有限责任公司	0.27
		备选供应商报价	东莞市华鑫精密有限责任公司	0.19	东莞市拓邦硕实业有限公司	0.28
			东莞赛诺高德蚀刻科技有限公司	0.20	东莞赛诺高德蚀刻科技有限公司	0.31

2	阳极	中选供应商报价	东莞京朗金属制品有限公司	0.18	-	-
		备选供应商报价	东莞市同跃五金有限公司	0.19	-	-
3	电泳	中选供应商报价	苏州宝隆金属涂装有限公司	0.12		
		备选供应商报价	苏州金鑫泰精密电子有限公司	0.13		
		备选供应商报价	东莞市信泰涂装技术有限公司	0.22		

PVD、阳极、电泳等工序的生产工艺复杂、对环保要求较高，发行人不从事该等工序的生产，主要通过委外生产解决。

2019年，发行人承接的部分新产品涉及PVD工序，发行人将该部分工序委外生产，但是产量较小。

2020年，PVD工序委外生产的需求增加，发行人引入多家厂商竞价，PVD委外生产的单价下降；通过询价资料的对比可知，中选供应商和备选供应商的报价不存在重大差异；部分新品涉及电泳工序，发行人将该部分工序委外生产，但是产量较小。

2021年，发行人电泳工序委外生产的需求增加，此外新增阳极工序的委外生产需求，发行人选择与质优价低的委外供应商进行合作。

②成品委外生产价格情况

报告期内成品委外生产的前五大产品报价情况对比如下：

料号	类型	2021年		2020年度		2019年度	
		供应商名称	单价(元/pcs)	供应商名称	单价(元/pcs)	供应商名称	单价(元/pcs)
02-JCD-B-10164	中选供应商报价	东莞市卓毅佳五金制造有限公司	0.21	-	-	-	-
	备选供应商报价	东莞市绿展电子科技有限公司	0.25	-	-	-	-
02-LCJW-B-10568	中选供应商报价	东莞市卓毅佳五金制造有限公司	0.21	-	-	-	-
	备选供应商报价	东莞市绿展电子科技有限公司	0.23	-	-	-	-
02-QTW-B-	中选供应	东莞耀兴联	3.00	-	-	-	-

10035	商报价	合数控科技 有限公司					
	备选供应 商报价	东莞市华鑫 精密有限责 任公司	3.05	-	-	-	-
02-JCD-B- 10116	中选供应 商报价	-	-	东莞市卓毅 佳五金制造 有限公司	1.17	-	-
	备选供应 商报价	-	-	东莞市绿展 电子科技有 限公司	1.25	-	-
02-JCD-B -10149	中选供 应商报 价	东莞市卓毅 佳五金制造 有限公司	0.23	东莞市卓毅 佳五金制造 有限公司	0.25	-	-
	备选供 应商报 价	东莞市绿展 电子科技有 限公司	0.25	东莞市绿展 电子科技有 限公司	0.28	-	-
02-LCJW- B-10489	中选供 应商报 价	东莞市卓毅 佳五金制造 有限公司	0.21	东莞市卓毅 佳五金制造 有限公司	0.30	-	-
	备选供 应商报 价	东莞市绿展 电子科技有 限公司	0.23	东莞市绿展 电子科技有 限公司	0.35	-	-
02-SZYC-A -0127	中选供应 商报价	-	-	-	-	惠州市海力 奇电子有限 公司	2.86
	备选供应 商报价	-	-	-	-	东莞市将能 胶粘制品有 限公司	2.95
02-SZYC-A -10322	中选供应 商报价	-	-	-	-	惠州市海力 奇电子有限 公司	0.84
	备选供应 商报价	-	-	-	-	东莞市将能 胶粘制品有 限公司	0.88
02-SZYC-A -10324	中选供应 商报价	-	-	-	-	惠州市海力 奇电子有限 公司	1.04
	备选供应 商报价	-	-	-	-	东莞市将能 胶粘制品有 限公司	1.20
02-SZYC-A -10325	中选供应 商报价	-	-	-	-	惠州市海力 奇电子有限 公司	0.83
	备选供应 商报价	-	-	-	-	东莞市将能 胶粘制品有 限公司	0.95
02-SZYC-A -10326	中选供应 商报价	-	-	-	-	惠州市海力 奇电子有限 公司	0.44
	备选供应 商报价	-	-	-	-	东莞市将能 胶粘制品有 限公司	0.52
02-SZYC-A -10607	中选供应 商报价	-	-	-	-	惠州市海力 奇电子有限 公司	1.03

	备选供应商报价	-	-	-	-	东莞市将能胶粘制品有限公司	1.20
--	---------	---	---	---	---	---------------	------

委外生产的同款成品，不同合格供应商报价中，发行人坚持按照优质、低价原则进行采购，采购价格公允。

(3) 委外加工与自行加工成本比较

委外加工的采购单价与自行加工的单位成本之比较需要基于同一规格型号产品才具有可比性。报告期内，部分产品同时存在委外生产和自主生产的情况（以下简称比价产品），涉及委外生产的采购金额分别为 136.04 万元、1,849.55 万元、**738.89 万元**，自行加工的生产成本分别为 371.32 万元、1,418.31 万元、**1,716.48 万元**。选取其中委外生产的采购规模较大的比价产品逐一列示其委外生产的采购均价、自行加工生产的单位成本对比如下：

会计期间	物料代码	委外加工单价（元/PCS）	自行加工单价（元/PCS）
2021年度	2-K-M-096-000034	0.16	0.14
	02-SZYC-A-10717	0.26	0.27
	2-K-M-095-000001	0.04	0.02
	02-AKMX-A-10704	0.14	0.13
	02-HQSXA-0105	0.04	0.05
	02-AKMX-A-10703	0.06	0.07
2020年度	02.AAC0-B.10546	0.44	0.33
	02-JCD-B-10084	1.32	0.90
	02-JCD-B-10076	1.38	0.92
	02-MG001-A-10001	1.16	0.73
	02.HLF0-B.1003	0.12	0.10
	02.AAC0-B.10542	0.10	0.11
	02.HLF0-B.10006	0.12	0.10
	02-MG001-B-10025	1.65	1.60
	02-JCD-B-10104	1.30	1.07
	02-AKMX-A-10593	2.87	3.25
	02-AKMX-A-10704	0.14	0.11
	02-XNA-A-10009	0.21	0.25
	02-SZYC-A-10313	0.74	0.79

会计期间	物料代码	委外加工单价(元/PCS)	自行加工单价(元/PCS)
	02-LCJW-B-10398	0.03	0.03
	02-MG001-B-10125	0.73	0.59
	02-AKMX-A-10703	0.06	0.06
	02-ZHXX-A-10248	0.07	0.06
2019年度	02-MG001-B-10025	1.70	1.18
	02-SZYC-A-0124	0.43	0.47
	02-OFGX-B-10020	0.13	0.09
	02-XXJW-B-10200	0.04	0.04
	02-XXJW-B-10256	0.04	0.04
	02-XXBJ-A-10009	0.02	0.01
	02-XXJW-B-10201	0.03	0.03
	02-XXJW-B-10257	0.03	0.03
	02-XXBJ-A-10011	0.02	0.02

多数情况下，同一规格型号产品委外生产的采购均价与发行人自行加工的单位成本较为接近，但是，受淡旺季切换、订单紧急程度、产品附加值大小、工艺条件、供应商合理利润、竞争报价等多种因素的影响，委外生产的采购均价也可能与发行人自行生产的单位成本形成较大的差距。

2. 主要供应商及其关联方与发行人不存在关联关系或其他密切关系

报告期内，发行人主要的委外生产供应商情况如下：

会计期间	序号	主要供应商名称	供应商及其关联方与发行人是否存在关联关系或其他密切关系	委外生产采购金额(万元)	占当期委外生产采购总额的比例
2021年度	1	东莞市卓毅佳五金制造有限公司	否	1,116.47	22.91%
	2	东莞市三友祥实业有限公司	否	553.95	11.37%
	3	深圳市亚飞亚电子科技有限公司	否	490.23	10.06%
	4	昆山恩胜精密科技有限公司	否	323.76	6.64%
	5	东莞市景巍光电材料有限公司	否	234.14	4.80%
			小计		2,718.55
2020年度	1	东莞市卓毅佳五金制造有限公司	否	1,289.84	24.82%
	2	惠州市海力奇电子有限公司	否	863.72	16.62%
	3	东莞市将能胶粘制品有限公司	否	685.01	13.18%

	4	昆山恩胜精密科技有限公司	否	609.87	11.73%
	5	东莞市华鑫精密有限责任公司	否	420.43	8.09%
	小计			3,868.86	74.44%
2019 年度	1	惠州市海力奇电子有限公司	否	796.59	27.24%
	2	东莞市将能胶粘制品有限公司	否	586.94	20.07%
	3	东莞市卓毅佳五金制造有限公司	否	325.60	11.13%
	4	东莞市三友祥实业有限公司	否	278.15	9.51%
	5	昆山恩胜精密科技有限公司	否	206.46	7.06%
	小计			2,193.74	75.01%

注：受同一实际控制人控制已合并计算采购额。

报告期内，上述委外生产供应商及其关联方与发行人不存在关联关系或其他密切关系可能导致利益倾斜的情形。

（三）保荐人核查意见

1. 核查程序

保荐人主要实施了以下核查程序：

（1）审阅发行人的生产工艺、成本核算方法及核算流程文件，分析发行人的成本核算方法是否符合其实际生产流程，确认报告期是否保持核算的一致性。

（2）抽查成本计算单，检查直接材料、直接人工及制造费用的分配是否正确，分析报告期内营业成本明细构成及其变动。

（3）审阅报告期内的采购明细表，并抽查采购合同、发票、入库单等进行细节检查；检查主要供应商采购合同中约定的采购价格、采购内容等主要条款，分析报告期内主要原材料采购单价波动的原因。

（4）查阅同行业可比公司公开信息披露文件，分析发行人主营业务成本中原材料占比是否存在较大差异，分析差异原因。

（5）访谈发行人管理层，了解采购流程、询价比价流程以及委外生产的定价方式、供应商选择方法等；审阅报告期内不同供应商报价资料；针对同一款产品既存在自行生产又存在委外生产的，对比分析其委外生产与自行生产的成本差异，分析差异原因。

（6）访谈委外生产的主要供应商，了解其与发行人以及发行人股东、实际

控制人、董事、监事及高级管理人员是否存在关联关系。

(7) 查阅委外生产的主要供应商的工商登记信息，将其实际控制人、法定代表人、主要股东、董事、监事及其投资企业信息与发行人员工花名册、董事、监事、高级管理人员信息进行比对，关注是否存在重合。

2. 核查结论

经核查，保荐人认为：

(1) 结合报告期内各主要原材料采购单价及占比波动情况，2019 年直接材料成本下降的原因主要包括：当期原材料采购单价下降较快；2019 年发行人通过产品排版优化、应用异步模切技术、循环使用原材料等工艺改进措施，提高了原材料的利用率，降低了主要原材料的耗用。发行人主营业务成本中原材料占比略高于同行业平均水平，主要原因系发行人存在部分通过委外生产的成品，这部分产品的成本计入直接材料成本中；剔除委外生产的成品后，直接材料成本占主营业务成本的比重与行业水平相当，不存在较大差异。

(2) 结合委外加工定价方式、同时期不同供应商报价情况、委外加工与自行加工成本比较情况等来看，发行人委外加工、委外成品采购价格公允，主要供应商及其关联方与发行人不存在关联关系或其他密切关系。

问题七：关于毛利率

申请文件显示：

(1) 发行人报告期综合毛利率分别为 32.52%、33.48%、34.24%，略低于同行业平均值的 36.63%、38.12%、36.03%。

(2) 受产品结构、应用领域、客户结构等诸多因素的影响，同行业上市公司主营业务毛利率水平差异较大。同行业中，达瑞电子、博硕科技的功能性器件产品应用于智能手机的比例在 70%以上，鸿富瀚的功能性器件产品应用于智能手机的比例为 50%左右，而发行人的产品应用于智能手机的比例为 40%左右。

请发行人：

(1) 结合同行业可比公司平板电脑类、智能手机类产品的客户类型、终端品牌应用情况、客户集中度情况等，说明发行人平板电脑类、智能手机类产品毛

利率与可比公司相比是否存在明显差异。

(2) 按细分产品类型说明报告期内消费电子功能性器件毛利率情况；结合报告期内发行人产品应用于 iPhone 不同机型销售额及毛利率具体差异情况，量化分析消费电子功能性器件毛利率波动原因；说明报告期内应用于苹果产品和非苹果产品的毛利率差异情况。

(3) 量化说明笔记本/台式电脑类产品、可穿戴电子设备等产品毛利率显著低于汽车电子类产品的原因，上述业务毛利率与可比公司相比是否存在明显差异。

(4) 结合期后毛利率情况和原材料价格变动情况，说明发行人毛利率是否存在进一步下滑风险，相关风险提示是否充分。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

(一) 结合同行业可比公司平板电脑类、智能手机类产品的客户类型、终端品牌应用情况、客户集中度情况等，说明发行人平板电脑类、智能手机类产品毛利率与可比公司相比是否存在明显差异。

1. 同行业可比公司平板电脑类、智能手机类产品的客户类型、终端品牌应用情况、客户集中度情况等

公司简称	披露的客户类型	披露的主要客户	披露的终端应用品牌	客户集中度（前五大客户收入占比）	客户集中度（第一大客户收入占比）
安洁科技	根据其官网，包括终端品牌商、制造服务商、组件生产商。	2010年首发招股说明书披露的平板电脑类、智能手机类产品主要客户为苏州维信电子有限公司、维讯柔性电路板（苏州）有限公司。 目前的智能手机类产品主要客户包括华为、OPPO、VIVO，其他未披露。	苹果、华为、微软、谷歌、联想、OPPO、VIVO、小米	2019年：41.85% 2020年：40.49% 2021年：29.31%	2019年：17.99% 2020年：18.83% 2021年：7.25%
飞荣达	根据其2017年首发招股说明书判断，包括终端品牌商、制造服务商、组件生产商。	目前的智能手机类产品主要客户包括华为、中兴、诺基亚、爱立信、小米、联想，	华为、中兴、诺基亚、爱立信、小米、MOTO、三	2019年：52.59% 2020年：48.54% 2021年：38.02%	2019年：27.22% 2020年：22.23% 2021年：16.67%

公司简称	披露的客户类型	披露的主要客户	披露的终端应用品牌	客户集中度(前五大客户收入占比)	客户集中度(第一大客户收入占比)
	牌商、制造服务商、组件生产商。 目前的披露主要包括终端品牌商,其他未披露。	其他未披露。	星等		
智动力	根据其年度报告判断,包括终端品牌商、制造服务商、组件生产商。	2017年首发招股说明书披露的平板电脑类、智能手机类产品主要客户为三星、欧菲光、蓝思科技、长盈精密、劲胜精密、捷荣技术。 2020年度报告披露的智能手机类客户包括三星、OPPO、VIVO、小米,其他未披露。	三星、OPPO、VIVO、小米、夏普等	2019年:71.20% 2020年:67.61% 2021年:68.66%	2019年:32.90% 2020年:31.15% 2021年:31.88%
恒铭达	根据其2019年首发招股说明书,包括制造服务商、组件生产商。	2019年首发招股说明书披露的平板电脑类、智能手机类产品主要客户为富士康、嘉联益、淳华、正崧、莫仕、信维通信、安费诺。	苹果、华为、小米等	2019年:74.36% 2020年:58.71% 2021年:65.89%	2019年:34.48% 2020年:22.90% 2021年:29.03%
领益智造	根据其2017年重组报告书,包括制造服务商、组件生产商。	2017年重组报告书披露的平板电脑类、智能手机类产品主要客户为富士康、和硕、瑞声科技、蓝思科技、伯恩光学、广达等。	苹果、华为、OPPO、VIVO及小米	2019年:38.90% 2020年:44.26% 2021年:45.49%	2019年:16.14% 2020年:21.17% 2021年:23.84%
博硕科技	制造服务商、组件生产商	富士康、昆山力盟、超声电子、丘钛科技、信利光电、欧菲光、比亚迪、努比亚等。	苹果、华为、OPPO、VIVO、小米等	2019年:92.40% 2020年:90.49% 2021年:95.33%	2019年:54.17% 2020年:60.76% 2021年:69.00%
达瑞电子	制造服务商、组件生产商	三星视界、鹏鼎控股、台郡科技、立讯精密。	苹果、华为、OPPO等	2019年:66.27% 2020年:58.15% 2021年:57.16%	2019年:41.43% 2020年:25.46% 2021年:30.56%
鸿富瀚	制造服务商、组件生产商	富士康、鹏鼎控股、京东方、村田公司、蓝思科技、欧菲光、昆山联滔电子有限公司、安费诺等	苹果、华为、小米等	2019年:90.74% 2020年:91.04% 2021年:86.21%	2019年:36.65% 2020年:40.16% 2021年:33.27%
六淳科技	制造服务商、组件生产商	富士康、鹏鼎控股、京东方、景旺电子、新宇腾跃、欧菲光、紫翔电子、瑞声科技	苹果、华为、小米、OPPO、VIVO、三星	2019年:81.90% 2020年:72.63% 2021年:77.25%	2019年:42.26% 2020年:35.56% 2021年:33.78%

公司简称	披露的客户类型	披露的主要客户	披露的终端应用品牌	客户集中度（前五大客户收入占比）	客户集中度（第一大客户收入占比）
		等	等		

2. 同行业毛利率对比分析

上述同行业可比公司中，飞荣达、智动力、安洁科技、领益智造未按应用场景分类披露其营业收入、毛利率等信息，因此，主要选取恒铭达、鸿富瀚、达瑞电子、博硕科技 4 家进行分析比较。

（1）平板电脑应用类产品的毛利率

公司名称	2021 年度			2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	收入金额（万元）	收入占比	毛利率	收入金额（万元）	收入占比	毛利率	收入金额（万元）	收入占比	毛利率	收入金额（万元）	收入占比	毛利率
恒铭达	21,022.74	19.03%	40.96%	20,367.58	31.65%	44.90%	10,265.12	17.55%	47.87%	9,232.73	18.44%	44.56%
鸿富瀚	未披露	未披露	未披露	16,382.15	32.58%	42.64%	9,306.27	28.76%	41.02%	4,298.20	14.89%	36.80%
达瑞电子	未披露	未披露	未披露	4,249.46	15.92%	39.70%	8,710.38	14.30%	45.60%	8,388.67	20.73%	47.91%
博硕科技	未披露	未披露	未披露	-	-	-	-	-	-	-	-	-
发行人	25,308.50	45.75%	45.49%	19,705.82	49.01%	39.10%	14,898.79	50.43%	38.02%	14,245.57	54.99%	40.12%

注 1：博硕科技未披露其平板电脑应用类产品收入信息。

注 2：同行业可比公司的具体应用类别产品的毛利率只在其招股说明书中披露，其完成上市后的公开信息未再披露，因此，此处仍然以 2018—2020 年数据进行比较。

（2）智能手机应用类产品的毛利率

公司名称	2021 年度			2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	收入金额（万元）	收入占比	毛利率	收入金额（万元）	收入占比	毛利率	收入金额（万元）	收入占比	毛利率	收入金额（万元）	收入占比	毛利率
恒铭达	39,346.22	35.62%	20.82%	16,536.15	25.69%	34.23%	24,911.37	42.59%	47.58%	26,512.19	52.96%	49.76%
鸿富瀚	未披露	未披露	未披露	25,886.04	51.48%	43.98%	17,126.95	52.94%	42.19%	20,768.14	71.97%	36.94%
达瑞电子	未披露	未披露	未披露	18,739.68	70.22%	47.54%	46,880.41	76.99%	50.47%	28,263.98	69.83%	41.02%
博硕科技	未披露	未披露	未披露	11,225.34	76.59%	42.64%	32,984.86	65.34%	51.96%	26,668.44	67.98%	56.92%
发行人	19,982.62	36.12%	32.54%	16,594.40	41.27%	31.99%	13,346.83	45.18%	29.61%	10,498.85	40.53%	23.67%

注 1：博硕科技 2020 年为 1-6 月数据。

注 2：达瑞电子收入由三部分构成：消费电子功能性器件、可穿戴电子产品结构性器件、3C 智能装配自动化设备，此处仅选取了与发行人业务相似的消费电子功能性器件的部分进行对比，2020 年为 1-6 月数据。达瑞电子在平板电脑的数据取自消费电子功能性器件——电脑类。

注 3：同行业可比公司的具体应用类别产品的毛利率只在其招股说明书中披露，其完成上市后的公开信息未再披露，因此，此处仍然以 2018—2020 年数据进行比较。

(3) 毛利率差异的原因分析

①客户结构差异

在终端品牌客户方面，发行人、鸿富瀚、博硕科技、达瑞电子、恒铭达都以服务苹果品牌为主，兼顾华为、三星、OPPO、VIVO、小米等品牌，但是，在兼顾的具体品牌方面也存在一定差异，例如，在平板电脑应用类、智能手机应用类产品方面，鸿富瀚披露的终端品牌未包括OPPO、VIVO、三星；达瑞电子披露的终端品牌未包括OPPO、小米；博硕科技披露的终端品牌未包括三星；发行人覆盖的终端应用品牌相对更广泛，全面涵盖了苹果、华为、三星、OPPO、VIVO、小米等。这主要是因为：发行人在服务以苹果品牌为主的同时，致力于扩大品牌覆盖面，降低客户集中度，持续进行了较多的新客户开发，承接了较多新产品试制、打样以及小批量产品生产，多品种、多批次、小批量的特点更加突出，在投入相同生产、管理等资源的情况下，实际产出的效益相对较低，拉低了发行人平板电脑应用类、智能手机应用类产品的整体毛利率。

针对同行业的终端品牌销售结构数据而言，主要有近期上市的鸿富瀚、达瑞电子、博硕科技可供参考，具体对比分析如下：

A. 发行人全部产品的终端品牌销售结构

终端品牌	2021年度		2020年度		2019年度		2018年度	
	销售金额 (万元)	占比	销售金额 (万元)	占比	销售金额 (万元)	占比	销售金额 (万元)	占比
苹果	42,365.36	76.59%	28,667.95	71.30%	22,692.20	76.81%	21,234.63	81.96%
华为	2,021.73	3.65%	4,654.62	11.58%	2,415.88	8.18%	409.20	1.58%
OPPO	1,892.18	3.42%	1,314.70	3.27%	1,007.35	3.41%	846.95	3.27%
惠普	2,345.39	4.24%	1,160.62	2.89%	1.11	0.00%	62.53	0.24%
VIVO	628.32	1.14%	1,029.48	2.56%	207.42	0.70%	989.12	3.82%
三星	1,239.51	2.24%	765.33	1.90%	1,810.54	6.13%	589.52	2.28%
夏普	1,896.62	3.43%	714.49	1.78%	-	-	-	-
戴尔	318.29	0.58%	521.01	1.30%	3.40	0.01%	114.17	0.44%
小米	95.89	0.17%	494.43	1.23%	652.35	2.21%	461.04	1.78%
通用	298.84	0.54%	156.03	0.39%	156.03	0.53%	239.12	0.92%
其他	2,213.83	4.00%	727.23	1.81%	595.21	2.01%	960.83	3.71%

合计	55,315.96	100.00%	40,205.90	100.00%	29,541.49	100.00%	25,907.10	100.00%
----	-----------	---------	-----------	---------	-----------	---------	-----------	---------

B. 鸿富瀚全部产品的终端品牌销售结构

终端品牌	2020年		2019年		2018年	
	销售金额 (万元)	占比	销售金额 (万元)	占比	销售金额 (万元)	占比
苹果	37,959.21	75.49%	25,342.80	78.33%	19,837.59	68.74%
微软	4,592.82	9.13%	3,733.72	11.54%	2,613.54	9.06%
华为	877.26	1.74%	819.76	2.53%	2,442.07	8.46%
英特尔	482.54	0.96%	526.73	1.63%	687.73	2.38%
小米	796.75	1.58%	0.49	0.00%	12.22	0.04%
亚马逊	2,055.37	4.09%	229.29	0.71%	478.83	1.66%
诺基亚	107.82	0.21%	531.96	1.64%	1,008.52	3.49%
宏碁	106.79	0.21%	237.26	0.73%	505.52	1.75%
通用及其他	3,307.78	6.58%	931.57	2.88%	1,271.98	4.41%
合计	50,286.34	100.00%	32,353.58	100.00%	28,858.00	100.00%

注：同行业可比公司的按照终端品牌应用分类的产品毛利率只在其招股说明书中披露，其完成上市后的公开信息未再披露，因此，此处仍然以其招股说明书列示的会计期间进行比较。

C. 达瑞电子全部产品的终端品牌销售结构

终端品牌	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	销售收入 (万元)	占比	销售收入 (万元)	占比	销售收入 (万元)	占比	销售收入 (万元)	占比
苹果	10,025.34	29.56%	19,283.67	23.87%	19,668.82	38.12%	14,282.60	40.60%
华为	10,041.80	29.60%	27,408.27	33.93%	6,626.72	12.84%	1,106.81	3.15%
Jabra	5,524.79	16.29%	11,307.32	14.00%	6,851.41	13.28%	5,476.70	15.57%
OPPO	805.90	2.38%	7,857.71	9.73%	7,136.67	13.83%	1,858.29	5.28%
Oculus	567.98	1.67%	3,340.68	4.14%	27.27	0.05%	24.97	0.07%
Sony	361.11	1.06%	2,309.10	2.86%	2,065.28	4.00%	4,915.44	13.97%
Bose	181.72	0.54%	1,614.32	2.00%	1,906.88	3.70%	1,972.05	5.61%
Sennheiser	749.32	2.21%	1,564.19	1.94%	425.31	0.82%	242.18	0.69%
GoPro	222.16	0.65%	829.10	1.03%	-	-	-	-
vivo	155.47	0.46%	596.42	0.74%	1,946.93	3.77%	816.58	2.32%
亚马逊	219.14	0.65%	138.82	0.17%	-	-	4.25	0.01%
三星	1,723.72	5.08%	48.44	0.06%	0.79	0.00%	-	-

小米	1,163.85	3.43%	6.30	0.01%	31.62	0.06%	-	-
其他	2,178.30	6.42%	4,468.47	5.53%	4,905.94	9.51%	4,480.48	12.74%
总计	33,920.62	100.00%	80,772.81	100.00%	51,593.64	100.00%	35,180.35	100.00%

注：同行业可比公司的按照终端品牌应用分类的产品毛利率只在其招股说明书中披露，其完成上市后的公开信息未再披露，因此，此处仍然以其招股说明书列示的会计期间进行比较。

D. 博硕科技智能手机应用类产品的终端品牌销售结构

终端品牌	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	销售金额(万元)	占比	销售金额(万元)	占比	销售金额(万元)	占比	销售金额(万元)	占比
苹果	7,152.34	63.72%	26,444.98	80.17%	24,384.01	91.43%	25,487.66	95.01%
华为	2,222.71	19.80%	3,660.04	11.10%	1,742.52	6.53%	1,323.15	4.93%
VIVO	822.87	7.33%	1,225.46	3.72%	419.40	1.57%	-	-
OPPO	723.96	6.45%	512.50	1.55%	109.24	0.41%	-	-
小米	269.09	2.40%	399.75	1.21%	-	-	-	-
其他品牌	34.37	0.31%	742.13	2.25%	13.27	0.05%	16.28	0.06%
合计	11,225.34	100.00%	32,984.86	100.00%	26,668.44	100.00%	26,827.09	100.00%

注1：博硕科技只披露了智能手机应用类产品和汽车电子应用类产品的终端品牌销售结构；由于单独的汽车电子应用类产品的终端品牌销售结构参考价值不大，此处不再列示。

注2：同行业可比公司的按照终端品牌应用分类的产品毛利率只在其招股说明书中披露，其完成上市后的公开信息未再披露，因此，此处仍然以其招股说明书列示的会计期间进行比较。

在直接客户方面，发行人、鸿富瀚、博硕科技、恒铭达都以富士康为第一大客户，而达瑞电子以三星视界为第一大客户；发行人、鸿富瀚、达瑞电子都以鹏鼎控股为第二大客户，而博硕科技以昆山力盟等为第二大客户，恒铭达以立讯精密等为第二大客户。

达瑞电子对第一大客户三星视界的集中度先升后降，相应的毛利率也存在类似变化；达瑞电子向三星视界的销售收入占比从2017年度的11.58%上升至2019年度的41.43%，优质客户销售金额增加，导致其消费电子功能性器件毛利率从2017年度的38.63%上升至2019年度的48.95%；2020年度，达瑞电子对三星视界的销售收入占比下降至25.46%，消费电子功能性器件毛利率也下跌至44.98%。

鸿富瀚对第一大客户富士康以及第二大客户鹏鼎控股的集中度提升，直接拉动了平板电脑应用类、智能手机应用类产品的毛利率。

客户	业务类型	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额 (万元)	比例	金额 (万元)	比例	金额 (万元)	比例
鹏鼎控股	智能手机、平板电脑、电脑类	15,006.88	29.84%	10,475.65	32.38%	10,441.19	36.18%
富士康	智能手机、平板电脑、电脑类和智能设备及其他	12,358.72	24.58%	9,368.28	28.96%	6,457.29	22.38%
合计		37,959.21	75.49%	25,342.80	78.33%	19,837.59	68.74%
毛利率		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
智能手机应用类产品		42.64%		42.19%		36.94%	
平板电脑应用类产品		42.64%		41.02%		36.80%	

注 1：比例是指占当期消费电子功能性器件销售收入的比率。

注 2：同行业可比公司的上述数据只在其招股说明书中披露，其完成上市后的公开信息未再披露，因此，此处仍然以其招股说明书列示的 2018-2020 年期间进行比较。

2018-2020 年，博硕科技前五大客户收入占比分别为 98.23%、92.40%、90.49%，其中，对第一大客户富士康的集中度分别为 83.91%、54.17%、60.76%，相应的智能手机应用类产品毛利率分别为 56.92%、51.96%、42.64%，客户集中度直接影响了其毛利率的变化。客户集中度越高，产品品类可能更少，有利于规模化的生产效益，提升产品毛利率。

恒铭达主要对第一大客户富士康销售智能手机应用类产品，报告期内，恒铭达对富士康的集中度分别为 34.48%、22.90%、**29.03%**，相应的智能手机应用类产品毛利率分别为 47.58%、34.23%、**20.82%**，随着客户集中度的快速下降，恒铭达相应的智能手机应用类产品毛利率也下降较快。

发行人的平板电脑应用类产品主要面向第一大客户富士康下属的业成科技销售，虽然报告期内发行人对富士康的集中度持续下降，但是，平板电脑应用类产品仍然保持了相对稳定，主要是因为发行人在降低客户集中度的过程中，注重发挥比较优势，集中资源主要在相同、类似领域进行市场开拓，新开发的京东方、瑞声科技等客户，均为发行人带来了平板电脑应用类产品的收入，较好地支撑了该品类产品的持续盈利能力。发行人的智能手机应用类产品主要面向第二大客户鹏鼎控股销售，虽然报告期内发行人对鹏鼎控股的集中度也持续下降，但是，基于上述同样的原因，发行人集中资源开发了欧菲光、赣州明高科技股份有限公司、精诚达等智能手机应用类产品的优质客户，该类产品的毛利率不仅没有下降，**2018-2021 年呈持续上升趋势。**

②产品结构存在差异

达瑞电子的平板电脑应用类、智能手机应用类产品主要销售给第一大客户三星视界，全部用于 OLED 屏，相对应用于其他领域的功能性器件，面积更大、选材、层次结构、精密制造等要求更高，是 OLED 显示模组制造重要配件之一，产品附加价值更高，因此，其毛利率较高。

博硕科技的智能手机应用类产品应用于新机型的比例较高，相对于成熟稳定的机型，新机型屏幕尺寸增大，对功能性器件的设计研发要求较高，生产工艺程序有所增加，产品毛利率整体较高。

鸿富瀚的平板电脑应用类产品主要是触控屏类功能性器件，主要应用于 iPad 产品，与发行人的情况类似，因此，二者的毛利率比较接近。鸿富瀚的智能手机应用类产品主要是 FPC 类的功能性器件，终端主要应用于 iPhone 新机型，由于 iPhone 新机型具有较强创新性和性价比，其相应的功能性器件工艺也更加复杂，毛利率相对较高。

发行人与鸿富瀚存在相似之处，即：发行人的平板电脑应用类产品也主要是触控屏类功能性器件，主要应用于 iPad 产品，因此，毛利率与鸿富瀚接近；智能手机应用类产品也主要是 FPC 类功能性器件，但是，发行人的终端应用于 iPhone 新机型的规模相对较小，毛利率偏低。

恒铭达披露的平板电脑应用类、智能手机应用类产品，实际上包括了三类具体产品：功能性器件、防护产品和外盒保护。参考恒铭达 2019 年首发招股说明书，其平板电脑应用类、智能手机应用类产品下功能性器件、防护产品、外盒保护膜的毛利率情况如下：

项目	2018 年 1-6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
1.手机类产品	43.41%	45.78%	40.99%	36.57%
①功能性器件	39.36%	44.38%	39.38%	36.26%
②防护产品	44.97%	44.46%	38.13%	37.12%
③外盒保护膜	43.53%	47.21%	44.53%	-
2.平板电脑类产品	37.81%	42.06%	31.99%	37.06%
①功能性器件	33.76%	35.12%	27.80%	40.45%
②防护产品	43.79%	45.66%	35.39%	26.93%

③外盒保护膜	-	-	-	-
--------	---	---	---	---

注：恒铭达的上述数据只在其招股说明书中披露，其完成上市后的公开信息不再披露，因此，此处仍然以其招股说明书列示的会计期间进行比较。

无论是平板电脑应用类还是智能手机应用类，恒铭达的防护产品、外盒保护膜毛利率普遍高于功能性器件的毛利率，导致其披露的平板电脑应用类、智能手机应用类产品的整体毛利率更高。参考历史数据，恒铭达的平板电脑应用类功能性器件产品毛利率与发行人相应的功能性器件产品毛利率基本相当，恒铭达的智能手机应用类功能性器件产品毛利率估计在 30%~40% 之间。

③竞争优势存在差异

在行业内，智能手机应用类产品由于其下游市场容量大，产品更新迭代快，可能争取到的利润空间更高，因此，属于市场竞争较为激烈的领域。起步较早、积累深厚的同行业企业往往都以智能手机应用类产品为主，以 2020 年为例，发行人与同行业可比公司的产品应用场景对比情况如下：

	披露的应用场景	2020 年 主营业务收入金额（万元）	占比
鸿富瀚	智能手机	25,886.04	51.48%
	平板电脑	16,382.15	32.58%
	电脑类	4,876.65	9.70%
	智能设备及其他	3,141.50	6.25%
	小计	50,286.35	100.00%
	达瑞电子	披露的应用场景	2020 年 1—6 月 主营业务收入金额（万元）
手机类		18,739.68	70.22%
电脑类		4,249.46	15.92%
其他类		3,698.44	13.86%
小计		26,687.58	100.00%
博硕科技	披露的应用场景	2020 年 1—6 月 主营业务收入金额（万元）	占比
	智能手机	11,225.34	76.59%
	汽车电子	2,235.47	15.25%
	智能穿戴及其他	1,196.41	8.16%
	小计	14,657.22	100.00%
发行人	披露的应用场景	2020 年 主营业务收入金额（万元）	占比

平板电脑	19,705.82	49.01%
智能手机	16,594.40	41.27%
笔记本/台式电脑	2,750.96	6.84%
可穿戴电子设备等	975.34	2.43%
汽车电子	179.38	0.45%
小计	40,205.90	100.00%

注 1：达瑞电子、博硕科技 2020 年度报告未披露具体应用场景分类；达瑞电子的其他类是指可穿戴电子产品、光伏电源等领域，电脑类包括平板电脑、笔记本电脑。

注 2：飞荣达、智动力、安洁科技、领益智造未披露其具体应用场景的收入分类；恒铭达所披露的收入按照应用场景分类不仅包括功能性器件，还包括防护产品、外盒保护膜，导致可比性较差，因此，此处未列示。

同行业中，达瑞电子、博硕科技的功能性器件产品应用于智能手机的比例在 70% 以上，鸿富瀚的功能性器件产品应用于智能手机的比例为 50% 左右，而发行人的产品应用于智能手机的比例为 40% 左右。在智能手机应用类产品方面，发行人起步相对较晚，技术沉淀相对薄弱，相关运营积累也相对较少，在同行业内属于整体经营规模较小的企业，市场竞争优势不突出。部分同行业公司基于已经形成的先发优势，尤其是在具体订单方面，其获得单一规格型号产品的订单规模往往较大，特别是涉及新的重要产品发布时，为了保障供应链的稳定性，下游客户也倾向于集中向少数供应商采购同一规格型号的产品，因此，这些优势企业拥有明显的规模效应，产品毛利率较高。

相对智能手机而言，平板电脑的市场竞争强度较小。根据 IDC 数据，2021 年，iPad 的市场份额为 34.2%；相应地，发行人的平板电脑应用类产品面对的竞争对手也较少，主要面向 iPad 系列产品进行配套，市场竞争相对缓和。更重要的是，发行人在平板电脑应用类产品方面起步较早，技术积累深厚，运营经验丰富，规模经济效应比较突出，发行人处于相对有利的竞争地位，因此，相应的产品毛利率较高。

④经营策略存在差异

受淡旺季切换、订单紧急程度、产品附加值大小、工艺条件等因素的影响，行业内企业通常会将部分销售订单或部分工艺环节进行委外生产。一般而言，相比完全自主生产，由于受托加工企业要赚取合理利润，委托生产同款产品的销售毛利率会低于自主生产；因此，如果委外生产占比较高会拉低整体的毛利率。

发行人与同行业可比公司委外生产对比情况如下：

公司名称	2020年 委外比例	2019年 委外比例	2018年 委外比例	备注
鸿富瀚	0.34%	0.24%	0.50%	
达瑞电子	7.31%	6.18%	2.14%	2020年系1-6月份数据
博硕科技	0.28%	2.28%	2.04%	2020年系1-6月份数据
平均值	2.64%	2.90%	1.56%	
发行人	19.65%	14.91%	9.78%	

注1：委外比例=（外购成品金额+委托加工费金额）/主营业务成本；

注2：其他同行业可比公司未披露委外生产的具体比例。

注3：同行业可比公司的委外生产数据只在其招股说明书中披露，其完成上市后的公开信息未披露委外生产数据，因此，此处仍然以2018—2020年数据进行比较。

与鸿富瀚、达瑞电子、博硕科技相比，报告期内发行人委外生产的比例较高，因此影响了整体毛利率。报告期内，发行人平板电脑应用类和智能手机应用类产品自主生产和委外生产情况如下：

会计期间	平板电脑应用类产品				智能手机应用类产品			
	自主生产		委外生产		自主生产		委外生产	
	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比
2021年度	12,993.85	94.19%	801.50	5.81%	11,660.12	86.50%	1,819.61	13.50%
2020年度	10,111.76	84.26%	1,889.34	15.74%	9,314.61	82.53%	1,971.91	17.47%
2019年度	7,899.31	85.55%	1,334.56	14.45%	8,477.30	90.23%	917.70	9.77%

为了说明委外生产对发行人整体毛利率的影响，发行人在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十三、经营成果分析”之“（三）毛利、毛利率及其变动情况分析”之“4. 同行业比较”之“（2）委外生产比例”补充披露如下：

报告期内，发行人委外生产的毛利率和主营业务的整体毛利率对比如下：

项目	2021年度		2020年度		2019年度	
	整体的毛利率	委外生产的毛利率	整体的毛利率	委外生产的毛利率	整体的毛利率	委外生产的毛利率
发行人的全部主营业务产品	37.05%	24.78%	34.20%	21.37%	33.58%	25.76%

注：委外生产的毛利率=（委外生产的成品采购数量×相应成品当期对外销售均价-委外生产的成品采购成本）/（委外生产的成品采购数量×相应成品当期对外销售均价）。

总体而言，委外生产的毛利率低于发行人主营业务的整体毛利率；因此，在

发行人委外生产比例较高的情况下，2018年-2020年，发行人的整体毛利率低于同行业的鸿富瀚、达瑞电子和博硕科技。2021年，随着下游客户订单持续放量，发行人通过新增机器设备，充实产能，降低了平板电脑应用类产品的委外生产比例，平板电脑应用类产品毛利率有较大提升，整体毛利率与同行业的鸿富瀚、达瑞电子和博硕科技差距越来越小。

综上所述，发行人平板电脑应用类、智能手机应用类产品的毛利率与同行业可比公司存在一定差异，主要是由于各公司客户结构、产品结构、竞争优势、经营策略等方面有所差异导致的，具有合理性，符合行业实际情况。

(二) 按细分产品类型说明报告期内消费电子功能性器件毛利率情况；结合报告期内发行人产品应用于 iPhone 不同机型销售额及毛利率具体差异情况，量化分析消费电子功能性器件毛利率波动原因；说明报告期内应用于苹果产品和非苹果产品的毛利率差异情况。

1. 按细分产品类型说明报告期内消费电子功能性器件毛利率情况

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十三、经营成果分析”之“（三）毛利、毛利率及其变动情况分析”之“3.主营业务毛利率及变动情况分析”披露如下：

报告期内，发行人主营业务收入毛利率和毛利额占比情况如下：

应用场景分类	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	毛利额占比	毛利率	毛利额占比	毛利率	毛利额占比	毛利率
平板电脑	56.18%	45.49%	56.03%	39.10%	57.10%	38.02%
智能手机	31.73%	32.54%	38.60%	31.99%	39.83%	29.61%
笔记本/台式电脑	6.31%	19.66%	4.19%	20.94%	1.59%	28.39%
可穿戴电子设备等	4.69%	33.08%	0.74%	10.49%	0.91%	15.39%
汽车电子	1.09%	41.29%	0.44%	33.38%	0.57%	36.03%

2. 结合报告期内发行人产品应用于 iPhone 不同机型销售额及毛利率具体差异情况，量化分析消费电子功能性器件毛利率波动原因

发行人的产品全部都是电子产品精密功能性器件。报告期内，发行人电子产品精密功能性器件毛利率波动的主要原因包括：产品结构变化、产品规模效应、工艺优化、市场竞争、委外生产比例等。发行人已在招股说明书“第八节 财务

会计信息与管理层分析”之“十三、经营成果分析”之“（三）毛利、毛利率及其变动情况分析”之“3.主营业务毛利率及变动情况分析”部分对不同应用场景下（包括平板电脑、智能手机等应用场景）的产品毛利率变化进行了总体分析。

由于发行人产品的终端应用品牌主要是苹果，因此，还可以从发行人产品应用于 iPhone、iPad 等产品不同机型的角度分析进一步细化分析产品毛利率波动原因，对产品结构变化因素展开分析。但是，需要说明的是：新的产品型号对外发布有重要商业价值，属于终端品牌商的商业秘密。在正式产品发布会之前，具体的产品型号等信息属于严格保密的范畴，包括发行人在内的供应链上相关企业均需遵守保密规定。在正式产品发布会之后，发行人可以根据直接客户富士康、鹏鼎控股等采购发行人产品的特征及量产时间，比对终端电子产品型号的形状、大小、结构，再结合终端电子产品型号发布时间等公开信息进行判断，但是，发行人无法直接取得关于终端应用产品型号的权威依据。

（1）iPad 系列产品毛利率

报告期内，发行人 iPad 系列产品毛利率变动如下：

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	绝对值	变动幅度	绝对值	变动幅度	绝对值	变动幅度
销售额 (万元)	24,888.25	6,017.84	18,870.41	4,071.32	14,799.09	575.32
毛利率	45.75%	6.26%	39.49%	1.41%	38.07%	-2.07%

平板电脑是发行人产品最大的应用场景，报告期内销售收入占比分别为 50.43%、49.01%和 **45.75%**；其中，iPad 系列产品销售额占全部平板电脑应用类产品销售额的比例分别为 99.33%、95.76%、**98.34%**。平板电脑应用类产品的生命周期较长，在一定的生命周期内其生产工艺相对稳定、成熟，毛利率相对较高。

2019 年，iPad 系列产品毛利率同比下降 2.07%，主要原因：2019 年发行人主要适配 iPad Pro（第 3 代）、iPad Air（第 3 代）机型。其中，iPad Pro（第 3 代）2018 年 10 月面市，iPad Air（第 3 代）机型为 2019 年 3 月面市。按照 iPad 系列产品生命周期来看，2018 年发行人主要为 iPad Pro（第 3 代）机型上市前备货，当年毛利率相对较高；到 2019 年，iPad Pro（第 3 代）机型已臻成熟，按照苹果供应链的惯例，相关配套零部件均会持续降价，因此，2019 年 iPad Pro（第

3代) 机型毛利率有所下降。

由于 iPad 系列产品的销售额占比非常高，因此，发行人 2019 年平板电脑应用类产品的整体毛利率略有下滑。

2020 年度开始，随着工艺的逐步成熟、稳定，发行人 iPad 系列产品毛利率保持了持续稳定，相应地，平板电脑应用类产品的整体毛利率也基本稳定。

2021 年度，随着下游客户订单持续放量，发行人通过新增机器设备，充实产能，平板电脑应用类产品的委外生产比例由 2020 年的 15.74% 下降到 2021 年的 5.81%，自行生产的毛利率通常高于委外生产，ipad 系列产品毛利率有较大提升。适配的机型方面，2021 年度发行人平板电脑应用类产品主要适配 ipad Pro 系列和 iPad Air（第 4 代）等单价较高的新机型，毛利率较高。

(2) iPhone 系列产品毛利率

报告期内，iPhone 系列产品毛利率变动如下：

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	绝对值	变动幅度	绝对值	变动幅度	绝对值	变动幅度
销售额 (万元)	15,846.65	6,651.65	9,195.00	1,708.89	7,486.11	678.85
毛利率	35.57%	3.47%	32.10%	9.88%	22.22%	-3.36%

智能手机是发行人产品第二大应用场景，报告期内，销售收入占比分别为 45.18%、41.27% 和 **36.12%**；其中，iPhone 系列产品销售额占全部智能手机应用类产品销售额的比例分别为 56.09%、55.41%、**79.30%**。智能手机的迭代速度更快，生命周期相对更短，需要配套厂商持续研发投入、不断进步，市场竞争也更加激烈，在未形成明显规模效益和竞争优势之前，其适配的功能性器件产品毛利率相对较低。

2019 年，iphone 系列产品毛利率同比下降 3.36%，主要原因是：2018 年度发行人主要适配第十代 iphoneX，以及第十一代 iphoneXS、iPhoneXS MAX、iphoneXR 机型；其中，第十代 iphoneX 2017 年 9 月面市，按照 iphone 系列产品生命周期来看，2019 年度已接近销售尾期，毛利率下降较快；第十一代的 iphoneXS、iPhoneXS MAX、iphoneXR 机型 2018 年 9 月面市，到 2019 年也属于成熟机型，进入毛利率下降周期；相对 2018 年度而言，2019 年度整体应用于

iphone 存量机型的产品收入占比较高，而应用于 iphone 存量机型的产品毛利率通常低于应用于 iphone 新机型的产品的毛利率。但是，当期发行人为华为 P30、Mate30 等手机以及三星 Galaxy S10 系列手机适配的功能性器件销售额占比也较高，且毛利率也较高；因此，尽管 2019 年 iPhone 系列产品毛利率略有下滑，但是，2019 年智能手机应用类产品的整体毛利率呈上升趋势。

2020 年，iPhone 系列产品毛利率同比上涨 9.88%，主要是发行人通过工艺优化，有效提高了材料利用率；除工艺改进等因素影响之外，从终端适配机型来看，毛利率上升的主要原因还包括：iPhone12 等第十四代机型 2020 年 10 月面市，2020 年发行人的功能性器件主要为该等机型上市备货；由于 iPhone12 等第十四代机型的创新性较强，其适配的功能器件附加值较高，毛利率也相对较高。iPhone 系列产品毛利率的提升有力地推动了 2020 年智能手机应用类产品的整体毛利率。

2021 年，iPhone 系列产品毛利率同比上涨了 3.47%。从终端适配机型来看，主要原因是：2021 年，应用于华为品牌手机的订单需求减少，发行人加大了应用于 iPhone13 系列产品的打样投入，由于 iPhone13 系列终端手机市场需求强劲，应用于 iPhone13 系列新机型的产品的收入规模较大，应用于新机型的产品的毛利率通常较高，提高了 iPhone 系列产品和智能手机应用类产品的整体毛利率。

3. 报告期内应用于苹果产品和非苹果产品的毛利率差异情况

报告期内应用于苹果产品和非苹果产品的毛利率差异如下：

品牌类别	2021 年度	2020 年度	2019 年度
苹果	41.93%	36.89%	32.59%
非苹果	21.09%	27.53%	36.88%

苹果品牌的终端电子产品销售价格较高，整体供应链的利润空间也更大，因此，报告期内，发行人终端应用于苹果品牌的功能性器件总体上毛利率相对较高。2019 年度，由于发行人致力于开拓新客户、新的终端应用品牌，当年部分终端应用于三星等品牌的产品收入增长较快，且毛利率较高，甚至超过了终端应用于苹果品牌的产品毛利率。剔除三星品牌的高端产品影响，2019 年度终端应用于非苹果品牌的产品毛利率 24.91%。2021 年度，应用于华为智能手机高端机型的高毛利产品大幅度减少，拉低了非苹果应用品牌产品的整体毛利率。

(三) 量化说明笔记本/台式电脑类产品、可穿戴电子产品等产品毛利率显著低于汽车电子类产品的原因, 上述业务毛利率与可比公司相比是否存在明显差异。

汽车电子类产品相对更新换代速度较慢, 定型后产品生命周期长, 后续的持续更新及投入相对较低, 因此毛利率相对较高且比较稳定。笔记本/台式电脑应用类产品、可穿戴电子产品等应用类产品更新迭代相对更快, 生命周期相对更短, 产生的规格型号相对较多, 如果单一规格型号的生产规模较小, 则无法发挥规模效应, 导致毛利率偏低。以 2020 年度为例, 发行人汽车电子类产品的规格型号不超过 100 个, 可穿戴电子产品等应用类产品和笔记本/台式电脑应用类产品的规格型号都超过 500 个。由于品类比较多, 单一品种的规模效应不明显, 导致可穿戴电子产品等应用类产品和笔记本/台式电脑应用类产品毛利率较低。此外, 由于可穿戴电子产品等应用类产品尚未形成规模, 发行人进行了较多的委外生产, 也进一步影响了其毛利率。具体分析如下:

1. 可穿戴电子产品等应用类产品毛利率低的原因

目前, 发行人的可穿戴电子产品等应用类收入规模相对较小, 产品品类多, 批量规模较小, 规模效应低, 不同产品毛利率差异较大。同时, 发行人进行了较多的委外生产, 进一步影响了其毛利率, 具体的委外生产情况如下:

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
委外生产的成品数量 (万 PCS)	18,620.39	10,065.12	7,859.61
销售数量 (万 PCS)	27,229.65	13,244.36	8,692.24
比例	68.38%	76.00%	90.42%

报告期内, 发行人主要通过委外生产向客户交付可穿戴电子产品等应用类功能性器件的成品, 因此, 总体的毛利率较低。

同行业可比公司的可穿戴电子产品等类似业务毛利率各不相同。

公司名称	应用场景	2021 年度		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		收入 (万元)	毛利率	收入 (万元)	毛利率	收入 (万元)	毛利率	收入 (万元)	毛利率
鸿富瀚	智能设备及其他	-	-	3,141.50	23.35%	2,000.61	38.79%	2,386.90	36.22%
博硕科技	智能穿戴及其他	-	-	-	-	2,272.78	37.11%	668.04	20.17%

达瑞电子	可穿戴结构性器件	-	-	-	-	19,879.56	42.77%	11,119.65	43.90%
发行人	可穿戴电子设备等	2,904.39	33.08%	975.34	10.49%	584.25	15.39%	540.56	14.55%

注：同行业可比公司的具体应用类别产品毛利率只在其招股说明书中披露，其完成上市后的公开信息未再披露，因此，此处以其招股说明书列示的会计期间进行比较。

达瑞电子的可穿戴电子产品结构性器件主要有耳机耳套及部件、VR 头戴及眼罩以及收纳盒及其他等，虽然结构性器件可以归类为广义功能性器件的一类，但是，其与狭义的功能性器件仍然存在一定的差异，涉及的客户群体及应用领域、终端产品品牌等方面存在较大差异，对应消费市场发展状况也存在较大差异。达瑞电子的可穿戴电子产品结构件主要客户为歌尔股份、伟易达、美律电子、伟创力、FM OPERATIONS、Sennheiser 等，产品应用于头戴耳机、VR 眼镜、智能音箱等领域，终端品牌主要包括 Jabra、Bose、Sony、Facebook、Sennheiser 等。达瑞电子的可穿戴电子产品结构件所处市场技术更新相对较慢，产品生命周期相对更长，后续的持续更新及投入相对较低，相关产品毛利率总体较高且稳定。

鸿富瀚的“智能设备及其他产品”终端应用主要为 Beats 品牌耳机、Air Pods、Echo 智能音箱等相关产品，Beats 耳机和亚马逊 Echo 音箱为主要适配终端。应用于亚马逊 Echo 音箱以带有胶粘功能的泡棉和金属结构件为主，加工工艺相对简单，毛利率为 16.24%，该类收入总计 1,852.36 万元，占智能设备及其他类别总收入的 58.96%，降低了该类别的销售毛利率。

发行人可穿戴电子设备等应用类产品的终端应用主要是 Apple watch、5G 通信基站中涉及的通讯类产品等。

2018 年度，发行人的产品主要应用于诺基亚、华为等 5G 通信基站涉及的通讯类产品，该部分产品主要通过委外生产的方式交货，毛利率较低，毛利率为 12.72%，收入规模占同类收入的 84.08%。

2019 年度，发行人应用于诺基亚、华为等通讯类产品的功能性器件开始适配一些新品，销售单价较高，毛利率有所提升。但是，与此同时，发行人积极开拓 Apple Watch 类产品的应用，2019 年度进行了较多打样、小批量试制等工作，由于导入期毛利率较低，一定程度上抵销了前述通讯类产品毛利率提升的影响，全年毛利率整体变化不大。

2020 年度，发行人的产品仍主要应用于诺基亚、华为等通讯类产品，但是，

由于部分委外加工商受新冠疫情影响复工迟缓，发行人将该部分订单调整为自主生产，毛利率在前期的基础上有所下降；同时，2020年度，发行人开发了新客户东莞新能安科技有限公司，终端应用主要为储能电池，由于新能源行业客户系发行人计划发展的重点战略类客户，导入期的销售价格、毛利率相对较低，一定程度上影响了可穿戴电子设备等应用类产品的整体毛利率。

2021年度，发行人产品主要应用于华为、诺基亚等5G通信基站产品和Apple Watch Series、Apple Watch SE系列产品，此外还有部分应用于储能电池的功能性器产品。其中，应用于Apple Watch Series、Apple Watch SE系列产品的功能性器件销售量较大，毛利率较高，提升了可穿戴电子设备等应用类产品的整体毛利率。2021年度，该部分产品收入规模占同类收入的比例为27.25%。

2. 笔记本/台式电脑应用类产品毛利率低的原因

发行人的笔记本/台式电脑应用类产品品类多，批量规模较小，规模效应低，不同产品毛利率差异较大。同行业可比公司中，上市时间较久远的，大多没有披露其应用于不同领域的产品收入、毛利率。近期上市的同行业可比公司中，博硕科技没有笔记本/台式电脑应用类产品；达瑞电子虽然披露了“电脑类”产品，但是其分类口径不同，实际包括了平板电脑、笔记本电脑以及台式电脑，因此其“电脑类”产品的收入规模较大，毛利率较高，整体的可比性较差。以下仅以鸿富瀚的情况进行对比。

公司名称	应用场景	2021年度		2020年度		2019年度		2018年度	
		收入(万元)	毛利率	收入(万元)	毛利率	收入(万元)	毛利率	收入(万元)	毛利率
鸿富瀚	电脑类	-	-	4,876.65	39.77%	3,919.74	39.29%	1,404.78	37.64%
发行人	笔记本/台式电脑	6,579.89	19.66%	2,750.96	20.94%	554.52	28.39%	382.99	25.86%

注：鸿富瀚具体应用类别产品毛利率只在其招股说明书中披露，其完成上市后的公开信息未再披露，因此，此处以2018-2020年期间进行比较。

鸿富瀚的电脑应用类产品的收入规模明显大于发行人。

2018年度，发行人笔记本/台式电脑应用类产品主要应用于戴尔、联想等品牌，该类产品收入金额163.24万元，占同类收入42.62%，发行人主要通过委外生产形式向客户交付成品，毛利率较低。其中，折价销售给关联方深圳六淳23.25万元，进一步拉低了本类产品的整体毛利率。但是，在笔记本/台式电脑应用类

下，发行人也致力于开发苹果品牌的应用，本期应用于 iMac Pro 的产品收入占同类收入 38.96%，苹果产品定位高端，毛利率高达 45.31%。

2019 年度，发行人笔记本/台式电脑应用类产品主要应用于 iMac Pro 和 MacBook Air 等产品，占同类收入 53.65%，毛利率为 37.00%，收入金额和占比增加，提升了本类产品的整体毛利率；部分应用于戴尔、联想等品牌笔记本电脑的产品收入金额 255.46 万元，占同类收入 46.07%，主要通过委外生产形式向客户交付成品，毛利率较低。

2020 年度，发行人笔记本/台式电脑应用类产品收入增长较快，主要来自于新设子公司宁波六淳开发的新客户群创光电和昆山六淳开发的新客户吉利德，终端主要应用于惠普、夏普、戴尔等品牌笔记本电脑/台式电脑等。宁波六淳和昆山六淳投产时间不长，生产工艺水平尚不成熟，毛利率较低，该部分产品当期收入规模 1,945.43 万元，占同类收入 70.72%，毛利率为 15.93%，拉低了本类产品的整体毛利率。

2021 年度，发行人笔记本/台式电脑应用类产品收入仍然主要来自于 2020 年开发的新客户群创光电和吉利德，客户结构和产品结构变化较小，毛利率与 2020 年相比变动较小。

(四) 结合期后毛利率情况和原材料价格变动情况，说明发行人毛利率是否存在进一步下滑风险，相关风险提示是否充分。

1. 期后毛利率情况

项目	2022 年 1-2 月	2021 年度	2020 年度
综合毛利率	36.93%	37.11%	34.24%

2. 期后原材料价格变动情况

大类	单价对应的单位	2022 年 1-2 月		2021 年度		2020 年度	
		采购占比	单价	采购占比	单价	采购占比	单价
胶带类	元/平方米	33.80%	36.91	34.49%	32.02	30.17%	25.71
委外生产成品	元/pcs	19.84%	0.12	16.69%	0.10	22.58%	0.15
保护膜	元/平方米	14.81%	10.62	12.45%	8.16	13.05%	10.25
导电类	元/平方米	5.75%	229.89	12.86%	219.55	12.64%	201.24

金属类	元/pcs	2.20%	0.02	1.75%	0.03	6.55%	0.15
	元/kg	2.82%	105.41	2.60%	103.73	-	-
离型材料	元/平方米	4.79%	3.27	6.17%	3.15	6.06%	3.58
光学类	元/平方米	8.05%	7.48	6.28%	7.59	3.15%	8.32
泡棉类	元/平方米	2.98%	98.40	3.07%	75.23	2.25%	72.82
绝缘类	元/平方米	1.96%	7.76	2.08%	6.16	1.23%	3.92
其他	元/平方米	3.00%	0.82	1.57%	0.84	2.33%	1.08

3. 发行人毛利率是否存在进一步下滑风险，相关风险提示是否充分

2022年1-2月，发行人综合毛利率相对2021年度有所下降，主要系发行人所在行业的季节性影响。

但是，根据报告期原材料价格变动趋势来看，发行人部分类别的原材料采购均价确实出现了持续上涨的趋势，包括胶带类、导电类等。因此，发行人在招股说明书“第四节 风险因素”之“一、经营风险”之“（六）原材料价格上涨或不能及时供应的风险”补充披露如下：

报告期发行人的产品成本主要是由材料成本和人工成本组成，其中，材料成本占生产成本的比例70%左右。原材料价格波动会对发行人经营成本产生一定的影响，在其他因素不变的情况下，直接材料价格每上涨1%，报告期各期主营业务毛利率将分别减少0.45个百分点、0.45个百分点和0.41个百分点。

发行人采购的主要原材料类别不同程度存在上涨的可能。2021年以来，原油、钢材、有色金属等影响发行人原材料价格的大宗商品持续涨价，从第三季度开始，发行人主要采购的国际知名品牌3M、罗杰斯等厂商就部分型号原材料陆续向发行人发出了涨价通知。未来，如果原油、钢材、有色金属等大宗商品价格持续上涨，其对发行人主要原材料价格的影响程度将不断深化，发行人将面临主要原材料价格大幅上涨的不利影响，毛利率存在下滑的风险。

（五）保荐人核查意见

1. 核查程序

保荐人主要实施了以下核查程序：

（1）审阅报告期内销售明细表，从发行人的产品应用场景、季度分布、客

户群体、终端应用品牌等多维度分析其毛利率的合理性，分析其毛利率变动原因。

(2) 审阅发行人与主要客户签订的销售合同，查验发行人下游主要客户、产品应用领域及客户集中度情况。

(3) 审阅同行业上市公司招股说明书及年度报告等公开信息披露文件，查看同行业上市公司产品结构、产品应用领域及客户集中度等情况，分析发行人产品毛利率与同行业可比公司毛利率的差异原因。

(4) 审阅发行人关于其产品终端应用品牌、机型的说明文件，结合终端品牌的发布等公开信息进行交叉验证。

(5) 审阅发行人期后主要财务数据以及原材料采购明细表，分析发行人期后毛利率变动情况以及原材料价格变化情况，结合对发行人管理层的访谈，判断发行人是否存在毛利率进一步下滑的风险。

2. 核查结论

经核查，保荐人认为：

(1) 由于发行人与同行业可比公司在委外生产比例、国际知名品牌原材料采购比例、客户类型、终端品牌应用、客户集中度等方面存在一定差异，导致平板电脑应用类、智能手机应用类产品毛利率与同行业可比公司存在一定差异，具有合理性。

(2) 报告期内，发行人电子产品精密功能性器件毛利率波动的主要原因包括：产品结构变化、产品规模效应、工艺优化、市场竞争、委外生产比例等；其中，由于发行人产品的终端应用品牌主要是苹果，因此，从发行人产品应用于iPhone、iPad等产品不同机型的角度来看，发行人产品毛利率波动与适配的终端机型存在一定的联系；一般来说，新推出的机型由于终端销售价格高，整个供应链的利润空间也相对较大，随着终端产品生命周期的演进，发行人适配的功能性器件产品毛利率会相应下降。总体而言，报告期内发行人电子产品精密功能性器件的毛利率波动具有合理性。

(3) 发行人的笔记本/台式电脑应用类产品、可穿戴电子设备等应用类产品毛利率显著低于汽车电子类产品主要还是由于未达到规模效应，同时，又基于经

营策略考虑将部分订单进行了委外生产，进一步影响了毛利率。上述业务毛利率与同行业可比公司相比存在一定的差异，主要是因为在笔记本/台式电脑应用类产品、可穿戴电子设备等应用类归属下，各家企业之间在应用的终端品牌、具体应用领域、客户群体、工艺难度、竞争优势等方面均存在不同情况，该等差异符合行业特点和企业实际情况，具有合理性。

(4) 结合期后毛利率情况和原材料价格变动情况来看，发行人毛利率存在进一步下滑风险，发行人已在招股说明书进一步补充进行了相关风险提示。

问题八：关于存货

申请文件显示：

(1) 报告期各期末，发行人的存货账面金额分别为 1,678.38 万元、1,222.73 万元、2,321.40 万元，报告期内发行人存货周转率为 12.64、13.60、14.98，大幅高于同行业公司平均值的 7.29、7.59、7.03。

(2) 报告期各期末，发行人原材料余额分别为 1,193.71 万元、617.38 万元和 1,353.46 万元，2019 年出现大幅下降。

(3) 报告期各期末，发行人计提的存货跌价准备金额分别为 251.75 万元、213.96 万元、262.86 万元。发行人对在产品、库存商品、发出商品按 6 个月以内和 6 个月以上进行分类，对原材料按 1 年以内和 1 年以上进行分类，对库龄的分类标准不一致。

请发行人：

(1) 结合报告期内发行人接到订单后生产、交货时长、备货备料政策、与可比公司经营模式的差异等，分析发行人存货周转率大幅高于同行业的原因。

(2) 结合发行人报告期各期末在手订单情况、原材料备货政策等，分析并说明报告期各期末原材料波动的原因，存在库龄较长原材料的原因。

(3) 结合存货库龄表，说明报告期各期末存货跌价准备计提过程，不同存货库龄分类不一致的原因，存在 6 个月以上库龄库存商品的原因。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明对存货的监盘情况。

回复：

(一) 结合报告期内发行人接到订单后生产、交货时长、备货备料政策、与可比公司经营模式的差异等，分析发行人存货周转率大幅高于同行业的原因。

1. 发行人的采购、生产、交货时长等相关情况

发行人的经营模式与同行业可比公司之间不存在明显差异，都是采用以销定产、以产定购的经营模式。但是，与同行业可比公司相比，在具体的经营策略、面临的微观经营环境、产品结构和客户结构等方面存在各自的差异，发行人也基于此形成了符合自身实际的生产流程、备货备料政策等。由于同行业可比公司未披露其接到订单后生产、交货时长、备货备料政策等，以下仅就发行人自身实际执行情况分析列示其采购、生产、销售流程时长：

序号	存货周转过程	天数
1	采购计划	1-3 天
2	原材料备货	7-21 天
3	领料分拣	1-2 天
4	生产加工	1-3 天
5	质检及包装	1-2 天
6	成品仓储及销售	5-10 天
合计	-	16-41 天

发行人的存货周转天数一般在 25~30 天，与前述发行人原材料备货、生产、交货流程所需天数基本匹配，符合实际经营情况。

2. 发行人存货周转率高于同行业可比公司平均值的原因

报告期各期，发行人与同行业可比公司存货周转率如下：

项目	公司简称	2021 年	2020 年	2019 年
存货周转率（次）	飞荣达	3.80	4.33	5.31
	恒铭达	5.48	5.69	7.19
	智动力	7.29	7.51	7.44
	安洁科技	5.57	5.21	4.60
	领益智造	5.52	5.61	6.01
	博硕科技	14.55	14.92	16.37
	达瑞电子	5.77	5.65	7.68
	鸿富瀚	6.06	7.35	6.09

	平均值	6.76	7.03	7.59
	发行人	13.03	14.98	13.60

报告期内，发行人的存货周转率分别为 13.60 次、14.98 次和 **13.03 次**，高于同行业可比公司的平均水平，主要原因如下：

(1) 发行人委外生产的成品周转期较短，提高了整体的存货周转率

基于产能季节性饱和、生产效率等方面考虑，与同行业相比，报告期内发行人的成品委外生产规模较大。成品委外生产通常采用成品交付形式，节约了发行人原材料备货和生产时间，存货周转期较短，对整体的存货周转率有一定的影响。主营业务成本剔除当期成品委外生产成本后，发行人的存货周转率和存货周转天数如下：

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
存货周转率（次）	11.42	12.34	11.68
存货周转天数（天）	31.52	29.18	30.83

注：计算存货周转天数时，一年按 360 天计算。

剔除成品委外生产影响后，发行人存货周转率与同行业可比公司的差距缩小。

(2) 发行人采取相对灵活的备货策略，保持了较低的安全库存水平

发行人与同行业可比公司库存商品的备货比例如下：

公司简称	2021 年度	2020 年度	2019 年度
飞荣达	101%	88%	114%
恒铭达	95%	107%	62%
智动力	82%	77%	64%
安洁科技	143%	151%	139%
领益智造	191%	142%	160%
博硕科技	54%	31%	64%
达瑞电子	75%	61%	55%
鸿富瀚	34%	55%	28%
平均值	92%	89%	86%
发行人	36%	34%	30%

注：备货比例=库存商品余额/当期月均营业成本，库存商品不含发出商品。

报告期各期末，发行人库存商品备货比例在 30%~36%之间，低于同行业可比公司的平均值。发行人保持较低的库存商品安全库存量，主要原因：发行人集中优势生产资源为主要客户服务，加强与客户的密切联系，可以随时根据主要客户的需求进行灵活排产，缩短采购、生产周期，有效地降低了库存商品备货比例。因此，发行人各期末库存商品金额较小，库存周转率较高。

（3）业务结构差异

达瑞电子、鸿富瀚和博硕科技均存在自动化设备业务，以 2020 年为例，达瑞电子、鸿富瀚和博硕科技的自动化设备业务收入占比分别为 6.19%、21.39%、30.04%。自动化设备往往需要进行组装安装、调试验收，并且从自动化设备的发货到安装验收完毕时间跨度一般较长，因此会降低其整体存货周转率。

（4）收入确认时点差异

与包括发行人在内的其他同行业公司相比，飞荣达、达瑞电子的收入确认时点存在较大差异：飞荣达、达瑞电子以客户完成货物及款项核对（即取得客户对账单）作为收入确认时点，而包括发行人在内的其他同行业公司均以客户验收（即取得客户签收单）作为收入确认时点。相较而言，飞荣达、达瑞电子的收入确认时点会存在一定滞后，因为客户签收并实际使用之后，一般要在次月才能与供应商完成对账单。因此，以客户对账单为收入确认时点一般会在期末存在较大金额的发出商品，导致在财务报表上反映的存货周转速度更慢，周转天数更多。

综上所述，发行人存货周转率高于同行业可比公司具有合理性，符合发行人实际经营情况。

（二）结合发行人报告期各期末在手订单情况、原材料备货政策等，分析并说明报告期各期末原材料波动的原因，存在库龄较长原材料的原因。

1. 发行人报告期各期末的客户采购计划情况和原材料备货政策

（1）报告期各期末在手订单情况

发行人采用“以产定购”的采购模式，根据客户的订单或客户提供的采购计划进行生产安排，并结合原材料库存情况制定自己的原材料采购计划。2018 年末、2019 年末、2020 年末和 2021 年末，原材料及其对应的客户采购计划情况如

下：

项目	2021 年末	2020 年末	2019 年末	2018 年末
原材料（万元）	1,959.80	1,490.24	738.57	1,341.31
期末的客户采购计划（万元）	11,691.08	9,536.03	5,102.45	5,001.32
原材料/客户采购计划	16.76%	15.63%	14.47%	26.82%

2018 年末、2019 年末、2020 年末和 2021 年末，原材料与客户采购计划比分别为 26.82%、14.47%、15.63%和 **16.76%**。除 2018 年末原材料占客户采购计划的比例较高之外，其他各期末的比例均较为稳定。由此可见，报告期各期末的原材料主要系为满足客户采购计划而采购、储备形成。

（2）原材料备货政策

发行人采购的主要原材料包括单/双面胶带、保护膜、离型膜、泡棉、海绵、导电布、导电胶、铜箔、铝箔等，上述材料具有生产周期短、响应速度快的特点。通常而言，发行人所需的主要原材料市场供应比较充足，因此，为了提高存货管理效率，发行人对供应商的配送时效性要求较高，供应商普遍在接受订单后 3~5 天内发货至发行人工厂。

发行人根据客户的订单或客户提供的采购计划进行备料。国内原材料，一般按照 1~2 周的需求量备货。进口原材料，发行人会根据客户的订单或客户提供的采购计划进行备料，一般提前 45~60 天向供应商下达采购订单，并按照 2~3 周的需求量备货。

2. 报告期各期末原材料波动的原因

基于“以产定购”的采购模式，总体而言，报告期各期末的原材料金额主要随着期末客户采购计划金额变动而变动。

从各期末原材料金额与期末客户采购计划金额的比例来看，除 2018 年的比例偏高之外，其余各期的比例均较为稳定。2018 年原材料金额相对期末客户采购计划金额偏大的原因：客户订单或客户提供的采购计划是发行人进行生产安排和原材料备货的主要依据，但并非唯一依据；在实际执行过程中，发行人可以根据实际情况以及其他渠道的市场信息进行判断，对原材料采购进行必要的调整。2018 年，发行人的内控制度体系尚处于不断完善过程中，对于基于客户订单或

采购计划进行原材料备货的制度，发行人当年根据其他非正式渠道信息进行了突破和例外处理，为争取更优质、更大规模的订单，及时响应客户可能的生产任务量增加，实施了相对激进的原材料备货。

自 2019 年开始，发行人加强了原材料备货管理，进一步完善了相关的内控制度，严格按照客户的订单或客户提供的采购计划实施原材料采购，期末原材料与客户采购计划的比例较为稳定，原材料金额主要随着期末客户采购计划金额变动而变动。

3. 存在库龄较长原材料的原因

报告期各期末，发行人的原材料库龄情况如下：

库龄 (单位： 万元)	2021 年末		2020 年末		2019 年末	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
0-6 个月	1,584.72	80.86%	1,218.53	81.77%	545.07	73.80%
6-12 个月	252.61	12.89%	139.85	9.38%	72.31	9.79%
1 年以上	122.47	6.25%	131.86	8.85%	121.19	16.41%
合计	1,959.80	100.00%	1,490.24	100.00%	738.57	100.00%

发行人根据客户的订单或客户提供的采购计划，并结合原材料库存情况制定自己的采购计划，进行原材料备货，绝大多数原材料在报告期各期末均处于备货及领用的持续交替状态。

库龄 1 年以上的原材料主要有两种情况：（1）已上市的部分老型号终端电子产品存在维修需求，发行人根据客户要求进行了相应的原材料备货；（2）因客户提供的采购计划与实际订单出现偏差或者变化，发行人提前准备的原材料暂时未能投入生产，形成呆滞料。

总体而言，库龄较长的原材料金额较小，处于合理范围以内，且发行人已对库龄在 1 年以上的原材料全额计提存货跌价准备，存货跌价准备计提充分。

（三）结合存货库龄表，说明报告期各期末存货跌价准备计提过程，不同存货库龄分类不一致的原因，存在 6 个月以上库龄库存商品的原因。

1. 发行人存货库龄情况

库龄	2021 年末	2020 年末	2019 年末
----	---------	---------	---------

(单位: 万元)	金额	占比	金额	占比	金额	占比
0-6 个月	2,874.42	85.57%	2,243.68	86.82%	1,204.10	83.81%
6-12 个月	320.92	9.55%	188.29	7.29%	82.77	5.76%
1 年以上	163.72	4.87%	152.28	5.89%	149.83	10.43%
合计	3,359.05	100.00%	2,584.26	100.00%	1,436.70	100.00%
存货跌价准备	303.41		262.86		213.96	
计提比例	9.03%		10.17%		14.89%	

发行人对存货采用成本与可变现净值孰低计量,按照单个存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。报告期各期末,发行人的存货跌价准备金额分别为 213.96 万元、262.86 万元和 **303.41 万元**,计提比例分别为 14.89%、10.17% 和 **9.03%**。

2. 各期末存货跌价准备计提过程

(1) 原材料

库龄	金额(万元)		
	2021 年末	2020 年末	2019 年末
0-6 个月	1,584.72	1,218.53	545.07
6-12 个月	252.61	139.85	72.31
1 年以上	122.47	131.86	121.19
合计	1,959.80	1,490.24	738.57
存货跌价准备	122.70	136.79	121.19
计提比例	6.26%	9.18%	16.41%

发行人原材料主要是胶带、保护膜、离型材料等功能性材料。受终端电子产品更新换代较快的影响,电子产品精密功能性器件产品存在更新快、结构变化频繁、客户要求交期短等特点,未及时投入生产的原材料,产生跌价的可能性较大。因此,结合行业特点,发行人对库龄超过 1 年的原材料全额计提跌价准备;同时,在定期盘点过程中,发行人要求盘点人员关注相关原材料是否存在呆滞、损坏等无法使用的情况,对无法使用的原材料全额计提跌价准备。

此外,报告期各期末,对于未计提跌价准备的、1 年以内且不存在呆滞、损坏等情况的原材料进行减值测试;发生减值的原材料,按照单个存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。

(2) 库存商品

库龄	金额（万元）		
	2021 年末	2020 年末	2019 年末
0-6 个月	930.95	672.53	474.50
6-12 个月	68.31	48.44	10.45
1 年以上	41.24	20.41	28.64
合计	1,040.49	741.39	513.59
存货跌价准备	180.71	126.07	92.77
计提比例	17.37%	17.00%	18.06%

发行人的库存商品为电子产品精密功能性器件。受终端电子产品更新换代较快的影响，下游客户对发行人产品要求的交期较短，未及时交付的库存商品，产生跌价的可能性较大。因此，结合行业特点，发行人对库龄 6 个月以上的库存商品全额计提跌价准备；同时，定期盘点时，发行人要求盘点人员关注库存商品是否存在呆滞、损坏以及技术落后等情况，对呆滞、损坏、质量不良等库存商品全额计提跌价准备。

此外，报告期各期末，对未计提跌价准备的、6 个月以内且不存在呆滞、损坏等情况的库存商品进行减值测试；对发生减值的库存商品，按照单个存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。

(3) 在产品及发出商品

项目	库龄	金额（万元）		
		2021 年末	2020 年末	2019 年末
在产品	0-6 个月	340.05	339.62	184.53
发出商品	0-6 个月	18.70	13.01	-
合计		358.75	352.63	184.53
存货跌价准备		-	-	-

发行人的在产品是期末已经生产领用材料、尚未完工的产品。发行人产品生产周期较短，采用“以销定产”的生产模式。因此，结合自身业务特点，期末发行人根据在产品盘点情况，对实际已停产预计不再投入使用或已损坏的在产品进行报废处理。报告期各期末结存的在产品不存在跌价情况。

发出商品期末结存金额较小，且库龄均在 6 个月以内，对应的订单价格高于

成本及销售过程中发生的费用，不存在需要计提存货跌价准备的情况。

3. 不同存货库龄分类不一致的原因

发行人库存商品主要为电子产品精密功能性器件，受终端电子产品更新换代较快的影响，发行人产品更新快、客户要求交期短，未及时交付的库存商品产生跌价的可能性较大。通常超过6个月未实现销售的库存商品再实现销售的可能性较小。因此，发行人结合自身业务特点，在划分库存商品的库龄时，以6个月为划分标准。

功能性原材料虽然也受下游更新迭代较快的影响，但是，大多数原材料具有通用性，可以用于不同型号规格的产品。在实际生产过程中，6个月以上、1年以内的原材料使用率较高。因此，结合行业特点及实际经营情况，发行人仅对库龄超过1年的原材料全额计提跌价准备，即在划分原材料的库龄时，以1年为划分标准。

综上所述，针对原材料和库存商品采取不同的库龄划分标准符合行业特点和发行人的生产经营实际情况，具有合理性。

4. 存在6个月以上库龄库存商品的原因

受下游终端电子产品更新换代较快的影响，客户要求交期短，发行人一般根据客户提供的采购计划进行备货、排产。对于客户预期未来采购需求量较大的产品，发行人会提前生产备货从而保证对客户的及时交付；但是，客户提供的采购计划并不具有约束力，只是基于当时条件所作的最佳估计，实际执行过程中随时存在各种因素导致的变化，因此，当客户实际下达的订单量与前期提供的采购计划量存在差异时，可能导致发行人提前备货的库存商品的库龄超过6个月。

此外，基于产品质量保证、合理损耗等因素，客户可能会提出换货、补货要求，发行人一般会在生产过程中进行少量备货，因此，也会存在6个月以上库龄的库存商品。

（四）保荐人核查意见

1. 核查程序

保荐人主要实施了以下核查程序：

(1) 了解与存货管理及存货跌价准备计提相关的关键内部控制，评价内部控制设计的合理性，并测试相关内部控制运行的有效性。

(2) 访谈发行人管理层，了解发行人的生产、采购模式，备货政策及期末客户采购计划情况，分析存货结构变动以及存货余额变动的原因及各期备货情况的合理性。

(3) 审阅存货库龄明细表，了解存货结构及库龄情况，并核查长库龄存货原因。

(4) 审阅存货跌价明细表，了解存货跌价准备计提政策，检查存货跌价计提依据和方法是否合理，复核存货跌价准备计提是否正确。

(5) 查阅同行业可比公司年度报告、招股说明书等公开资料，计算报告期内存货周转率/周转天数，比较分析发行人存货周转率/周转天数与同行业可比公司的差异合理性。

2. 核查结论

经核查，保荐人认为：

(1) 发行人存货周转率高于同行业主要原因包括：发行人的主营业务相对单一，且在客户集中度较高的背景下，注重对客户需求的快速响应，形成了自己相对有利的竞争优势；而同行业公司除了功能性器件业务之外，往往还涉足自动化设备生产、夹治具等业务，相对发行人的业务更复杂且规模更大；此外，发行人在产能扩张有限的背景下，实施了较大规模的委外生产，该等外购成品的周转较快，也提高了发行人的整体存货周转效率。

(2) 总体而言，发行人根据客户订单以及采购计划进行原材料备货，报告期各期末原材料主要随着期末在手订单以及客户采购计划而变动；期末1年以上长库龄的原材料主要系基于部分终端产品维修需求、客户需求变动或产品更新换代等原因形成的结存，发行人已对该部分原材料全额计提跌价准备。

(3) 报告期各期末发行人按照存货成本与可变现净值孰低计量，按照单个存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备，存货跌价准备计提充分。

(4) 发行人根据各类存货的特性划分不同存货的库龄，其中，库存商品主

要为电子产品精密功能性器件，更新换代较快，未及时交付的库存商品跌价的可能性较大，因此以6个月为划分标准；功能性原材料虽然存在更新迭代的问题，但是，大多数原材料具有通用性，因此，在划分原材料的库龄时以1年为划分标准。发行人针对不同存货划分不同的库龄进行管理，更加符合实际情况，优化了存货管理效果。

(5) 发行人存在6个月以上库龄库存商品，主要是当客户实际下达的订单量与前期提供的采购计划量存在差异时，可能导致发行人提前备货的库存商品的库龄超过6个月。此外，基于产品质量保证、合理损耗等因素，客户可能会提出换货、补货要求，发行人一般会在生产过程中进行少量备货，因此，也会存在6个月以上库龄的库存商品，具有合理性。

3. 对存货监盘情况的说明

(1) 存货监盘程序

保荐人和申报会计师对于2020年末和**2021年末**发行人的存货执行了监盘程序，申报会计师对2019年末发行人的存货执行了监盘程序，具体监盘程序如下：

盘点开始前，了解存货的内容、性质及存放场所，获取发行人的存货盘点制度、盘点计划，评价盘点工作安排的合理性，并根据盘点计划安排相应监盘人员，制定存货监盘计划。

盘点过程中，在盘点人员盘点时进行观察：①确定发行人盘点人员是否遵守盘点计划；②确定盘点人员是否准确地记录存货的数量和状况；③抽取部分存货品种与发行人员工共同清点。在监盘过程中，关注存货的状况，是否存在呆滞、报废、不良等情况。

盘点结束前，再次观察盘点现场，以确定所有应纳入盘点范围的存货均已盘点；检查盘点表单，复核盘点结果汇总记录。

报告期各期末的监盘比例如下：

时点	存货期末余额(万元)	监盘金额(万元)	监盘比例
2021年末	3,359.05	2,188.26	65.15%
2020年末	2,584.26	2,049.38	79.30%
2019年末	1,436.69	761.44	53.00%

（2）替代性程序

保荐人对发行人 2019 年末存货执行了以下替代程序：

①了解发行人盘点制度、人员和存货情况，了解、评价发行人采购与付款循环、生产与仓储相关的内部控制，并测试相关内部控制的有效性。

②复核申报会计师对 2019 年末发行人存货执行的监盘程序，检查并确认盘点差异得到合理解释。

③复核发行人 2019 年末存货盘点计划、盘点表，检查并确认盘点差异得到合理解释，且发行人已就盘点差异作了相应的会计处理。

④比较分析报告期各期末存货余额构成情况及变动情况，分析存货余额的合理性。

综上，发行人已建立健全存货盘点制度并有效执行，存货管理良好，除存在零星盘点差异外，基本账实相符，且发行人均已及时对盘点差异进行了适当的处理。

问题九：关于应收账款

申请文件显示：

（1）报告期各期末，发行人应收账款金额分别为 13,526.30 万元、11,709.80 万元和 20,665.60 万元，占各期营业收入的比例分别为 52.13%、39.47%、51.19%。

（2）发行人账龄在一年以内的应收账款比例分别为 99.91%、99.63% 和 99.77%。发行人对主要客户提供的信用期为 90-120 天。

（3）报告期各期，发行人应收账款周转率分别为 2.08、2.35、2.49，可比公司平均值为 3.06、3.36、3.15。

请发行人：

（1）结合客户信用账期、四季度销售情况等，分析并说明 2019 年应收账款金额和占比大幅下降，2020 年又大幅增加的原因。

（2）说明应收账款周转率低于同行业的原因。

（3）披露报告期各期末应收账款账龄表（其中账龄 1 年以内的按 0-3 个月、

3-6个月、6-12个月细分）。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明对发行人报告期内应收账款的函证情况，包括发函金额及占比、回函金额及占比，未回函客户的主要情况包括客户名称、未回函金额、原因等。

回复：

（一）结合客户信用账期、四季度销售情况等，分析并说明 2019 年应收账款金额和占比大幅下降，2020 年又大幅增加的原因。

1. 主要客户信用期、季度销售情况

发行人给予客户的信用账期，主要为收款起始日 90 天、120 天，收款起始日分为客户收到发票的日期、双方对账确认交易金额的日期、送货月份最后 1 天的日期等类型。结合客户实际的付款审批流转时间，发行人通常在确认收入后 4~5 个月内实现正常的销售回款。因此，发行人报告期各期末的应收账款余额主要是当期最后 5 个月销售收入形成的。

报告期各期末，发行人对应收账款余额前五名客户信用政策、销售收入、应收账款情况如下：

（1）2021 年度

客户名称	信用政策	四季度含税销售额（万元）	当期最后 5 个月含税销售额（万元）	期末应收账款余额（万元）
富士康	票到 90 天，每月固定日期付款，若到票日晚于付款日，则顺延一个月	4,625.29	8,383.60	7,127.53
鹏鼎控股	月结 90 天	4,135.34	8,239.55	4,150.67
立讯精密	月结 90 天	1,624.42	2,866.76	2,564.51
瑞声科技	入账后 90 天	1,385.34	2,661.29	2,370.24
群创光电	验收后 120 天	1,092.75	1,984.20	1,585.81
小计		12,863.14	24,135.40	17,798.77

（2）2020 年度

客户名称	信用政策	四季度含税销售额（万元）	当期最后 5 个月含税销售额（万元）	期末应收账款余额（万元）
富士康	票到 90 天，每月固定日期付款，若到票日晚于付款日，则顺延一个月	5,517.80	8,671.66	7,886.15

鹏鼎控股	月结 90 天	3,308.72	6,134.06	3,556.38
群创光电	验收后 120 天	793.11	1,426.11	1,278.60
瑞声科技	入账后 90 天	925.74	1,396.37	1,271.16
京东方	月结 90 天	725.63	1,018.97	1,026.33
小计		11,271.00	18,647.16	15,018.62

注：应收账款余额大于最后 5 个月含税销售收入一般系应收款逾期导致，该逾期款已于期后收回，下同。

(3) 2019 年度

客户名称	信用政策	四季度含税销售额（万元）	当期最后 5 个月含税销售额（万元）	期末应收账款余额（万元）
富士康	票到 90 天，每月固定日期付款，若到票日晚于付款日，则顺延一个月	2,949.17	5,669.88	4,852.42
鹏鼎控股	月结 90 天	3,352.61	5,802.72	3,387.88
欧菲光	收到发票的次月起 90 天	399.02	764.66	1,036.55
瑞声科技	入账后 90 天	692.29	1,032.94	910.62
紫翔电子	月结 90 天	330.40	692.14	324.83
小计		7,723.49	13,962.36	10,512.30

如上表所示，报告期，发行人对主要客户“信用政策”未发生变化；发行人“期末应收账款余额”普遍都大于“第四季度含税收入”，但基本都小于“当期最后 5 个月含税收入”，与发行人正常的回款周期 4~5 个月情况相符。个别客户偶发少量逾期款，均已于期后收回，发行人不存在大额、长期未收回的应收账款。

2. 2019 年应收账款金额和占比大幅下降，2020 年又大幅增加的原因

(1) 主要原因：发行人 2019 年、2020 年第四季度收入变化的影响

会计期间	应收账款账面价值		第四季度收入		第四季度收入占应收账款账面价值的比例
	金额（万元）	增幅	金额（万元）	增幅	
2021 年末/2021 年度	22,731.50	10.00%	14,940.61	9.82%	65.73%
2020 年末/2020 年度	20,665.60	76.48%	13,604.23	68.37%	65.83%
2019 年末/2019 年度	11,709.80	-13.43%	8,080.20	-12.27%	69.00%
2018 年末/2018 年度	13,526.30	--	9,210.81	--	68.10%

如上表所示，2018 年-2021 年，第四季度收入占应收账款账面价值的比例分别为 68.10%、69.00%、65.83% 和 65.73%，占比较高且稳定。

从第四季度收入变动幅度与当期应收账款账面价值变动幅度来看，二者也是相互匹配的：2019 年第四季度收入同比下降 12.27%，导致 2019 年末应收账款同比下降 13.43%；2020 年第四季度收入同比上涨 68.37%，导致 2020 年末应收账款同比上涨了 76.48%。

由此可知，2019 年应收账款金额和占比大幅下降，2020 年又大幅增加的原因主要是受 2019 年、2020 年第四季度收入变化的影响。

（2）发行人 2019 年、2020 年第四季度收入变化的原因

主要原因是：**2018-2020 年**，发行人对主要客户富士康、京东方的销售收入，在第四季度存在较大幅度的波动；此外，**2020 年**，新增客户吉利德和群创光电的销售收入分别集中在第四季度和下半年，进一步加剧了第四季度收入的波动。

①2019 年第四季度收入下降的原因

主要原因是：2019 年发行人对主要客户富士康、京东方的第四季度销售收入下降。

2019 年，受终端品牌苹果的新品发布会时间提前影响，富士康的销售收入相对集中在前三季度，第四季度的销售收入占比下降，导致发行人对其 2019 年四季度销售收入同比减少 2,036.06 万元。

2019 年，发行人未能成功竞标京东方的新产品项目，而存量项目的销售规模按照其正常的生命周期逐步萎缩，导致 2019 年四季度对京东方的销售收入同比减少 745.30 万元。

②2020 年第四季度收入大幅增长的原因

一方面，主要是因为发行人 2020 年对富士康、京东方的第四季度销售收入恢复正常水平。2020 年，终端品牌苹果的新品发布会时间继续过往惯例，因此，富士康的第四季度销售收入占比又恢复正常水平，相应地，发行人第四季度的销售收入也大幅增长。同时，发行人 2020 年成功竞标京东方的新产品，当年第四季度对京东方的销售收入又恢复正常水平。

另一方面，主要是因为发行人当年新开发了群创光电、吉利德等客户，销售收入相对集中于下半年和第四季。吉利德系发行人 2020 年新增客户，发行人对

吉利德的销售主要集中在第四季度，直接增加当年第四季度收入 580.05 万元；群创光电系发行人 2020 年 8 月新增客户，当年对群创光电实现销售收入 1,417.20 万元，其中 788.51 万元系第四季度实现。

(3) 剔除前述特殊情况后，应收账款与销售收入的匹配性分析

项目（单位：万元）	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
应收账款账面价值	22,731.50	20,665.60	11,709.80	13,526.30
营业收入	55,693.46	40,369.04	29,668.84	25,946.36
应收账款账面价值/营业收入	40.82%	51.19%	39.47%	52.13%
剔除富士康、京东方、群创光电、吉利德后应收账款账面价值	13,362.21	10,330.33	7,072.05	5,685.79
剔除富士康、群创光电、京东方、吉利德后营业收入	30,081.98	22,828.04	16,596.14	13,475.27
剔除富士康、群创光电、京东方、吉利德后应收账款账面价值/营业收入	44.42%	45.25%	42.61%	42.19%

如上表所示，2018 年-2021 年，剔除第四季度收入变动较为显著的富士康、京东方、群创光电、吉利德 4 家主要客户后，各期末应收账款余额变动正常，应收账款占各期营业收入的比例为 42.19%、42.61%、45.25% 和 **44.42%**，基本稳定。

(二) 应收账款周转率低于同行业的原因

报告期内，发行人与同行业可比公司应收账款周转率情况如下：

项目	公司简称	2021 年	2020 年	2019 年
应收账款 周转率 (次)	飞荣达	2.76	2.81	2.89
	恒铭达	2.50	2.11	2.10
	智动力	3.32	3.97	5.66
	安洁科技	3.58	3.16	2.70
	领益智造	3.65	3.90	3.49
	博硕科技	1.85	1.85	1.69
	达瑞电子	4.18	4.27	5.70
	鸿富瀚	2.83	3.16	2.67
	平均值	3.08	3.15	3.36
	发行人	2.57	2.49	2.35

报告期内，发行人应收账款周转率分别为 2.35 次、2.49 次和 **2.57 次**，略低

于同行业可比公司的平均水平，主要原因：同行业之间的主要客户结构存在一定差异，而不同客户协商确定的信用期也不尽相同，与各自的竞争优势、谈判能力、关系深度等方面因素密切相关。

发行人与同行业可比公司的主要客户及信用期情况如下：

公司名称	主要客户	主要客户信用期
飞荣达	华为、中兴、诺基亚、爱立信、小米、联想等	30~90 天账期
恒铭达	富士康、嘉联益、淳华、正崧、莫仕、信维通信、安费诺等	收款起始日 90 天至 165 天不等，收款起始日主要为收到发票当日、客户收到发票日的次月 1 日
智动力	三星、OPPO、VIVO、小米、夏普等	收款起始日 15~105 天，收款起始日分为客户收到发票的日期、双方对账确认交易金额的日期、送货月份的最后 1 天等类型。 2016 年，对三星及附属公司的销售收入占比超过 70%，信用期为收款起始日 40 天。
安洁科技	华为、OPPO、VIVO 等	对客户应收款信用政策主要集中在 3 至 4 个月账期内。
领益智造	富士康、和硕、瑞声科技、蓝思科技、伯恩光学、广达等	通常为 2~3 个月信用期，其中富士康月结 45/60/90 天，和硕月结 60 天，瑞声科技月结 90/60 天，伯恩光学月结 60/30 天，蓝思科技月结 60 天。
博硕科技	富士康、昆山力盟、超声电子、丘钛科技、信利光电、欧菲光、比亚迪、努比亚等	发票日月结 60 天、90 天、120 天。
达瑞电子	三星视界、鹏鼎控股、台郡科技、立讯精密等	月结 30 天、60 天、75 天、90 天、120 天。
鸿富瀚	富士康、鹏鼎控股、京东方、村田公司、蓝思科技、欧菲光、昆山联滔电子有限公司、安费诺等	消费电子功能性器件：结算后 60~90 天；自动化设备：交机并结算 70%-80%。
发行人	富士康、鹏鼎控股、京东方、瑞声科技、欧菲光、景旺电子等	月结 90~120 天。

注：来源于各公司年度报告、招股说明书等公开资料。

发行人与同行业可比公司的主要客户不尽相同，而不同客户之间的信用期普遍存在一定程度的差异：发行人给主要客户的信用期集中在 90~120 天，而同行业可比公司给客户的信用期在 30~165 天不等。与同行业可比公司相比，发行人给客户的信用期相对较长，与发行人的应收账款周转率水平基本一致。

此外，同行业可比公司中，达瑞电子、智动力和领益智造的应收账款周转率明显高于其他同行业企业，也导致了同行业可比公司的平均水平偏高。达瑞电子、智动力和领益智造的应收账款周转率偏高与其各自的特殊情况有关，具体分析如

下：

(1) 根据达瑞电子招股说明书，达瑞电子给予第一大客户三星视界的信用期为“月结 30 天”，剩余客户信用期主要为“月结 90 天”。三星视界的优质结算周期待遇直接决定了达瑞电子的应收账款周转率明显高于同行业。

(2) 根据智动力招股说明书，其给予客户的信用期限为“收款起始日 15~105 天”，总体的信用期短于同行业水平。智动力的核心客户为三星及其附属公司。根据智动力招股说明书，2016 年智动力对三星及附属公司的销售收入占比超过 70%，信用期为收款起始日 40 天。三星及附属公司的优质结算周期待遇对智动力的应收账款周转率较高具有决定性作用。

(3) 作为本行业龙头企业，领益智造的规模大，产品种类多，客户集中度较低，行业地位较高，给予客户的信用期也相对较短。根据其重组报告书，领益智造通常给予客户 2~3 个月信用期，其中富士康月结 45/60/90 天，和硕集团月结 60 天，瑞声科技月结 90/60 天，伯恩集团月结 60/30 天，蓝思科技月结 60 天。领益智造给客户的信用期普遍短于发行人，因此其应收账款周转率高于发行人。

剔除达瑞电子、智动力和领益智造后，同行业可比公司的应收账款周转率平均水平如下：

项目	公司简称	2021 年	2020 年	2019 年
应收账款周转率（次）	飞荣达	2.76	2.81	2.89
	恒铭达	2.50	2.11	2.10
	安洁科技	3.58	3.16	2.70
	博硕科技	1.85	1.85	1.69
	鸿富瀚	2.83	3.16	2.67
	平均值	2.70	2.62	2.41
	发行人	2.57	2.49	2.35

发行人的应收账款周转率明显高于同行业平均水平主要是因为个别的行业内企业特殊情况导致的；剔除该等存在特殊情况的企业之后，发行人的应收账款周转率与同行业平均水平基本一致。

(三)披露报告期各期末应收账款账龄表(其中账龄1年以内的按0-3个月、3-6个月、6-12个月细分)。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十四、财务状况分析”之“(一)资产状况分析”之“1.流动资产分析”之“(3)应收账款”之“②应收账款账龄及坏账准备计提分析”之“B.采用组合计提坏账准备的应收账款情况”补充披露如下:

报告期各期末,发行人采用账龄分析法计提的坏账准备情况如下表:

账龄	2021 年末			
	账面余额 (万元)	占比	坏账准备 (万元)	计提比例
1 年以内	23,857.70	99.56%	1,192.89	5.00%
其中: 0-3 个月	20,369.71	85.00%	1,018.49	5.00%
3-6 个月	3,025.20	12.62%	151.26	5.00%
6-12 个月	462.79	1.93%	23.14	5.00%
1-2 年	74.58	0.31%	14.92	20.00%
2-3 年	14.05	0.06%	7.03	50.00%
3 年以上	17.00	0.07%	17.00	100.00%
合计	23,963.33	100.00%	1,231.82	5.14%
账龄	2020 年末			
	账面余额 (万元)	占比	坏账准备 (万元)	计提比例
1 年以内	21,726.28	99.77%	1,086.31	5.00%
其中: 0-3 个月	17,751.67	81.52%	887.58	5.00%
3-6 个月	3,500.97	16.08%	175.05	5.00%
6-12 个月	473.64	2.17%	23.68	5.00%
1-2 年	20.08	0.09%	4.02	20.00%
2-3 年	19.13	0.09%	9.57	50.00%
3 年以上	10.00	0.05%	10.00	100.00%
合计	21,775.50	100.00%	1,109.90	5.10%
账龄	2019 年末			
	账面余额 (万元)	占比	坏账准备 (万元)	计提比例
1 年以内	12,292.69	99.63%	614.63	5.00%
其中: 0-3 个月	9,972.54	80.82%	498.63	5.00%

3-6 个月	2,313.94	18.76%	115.70	5.00%
6-12 个月	6.21	0.05%	0.31	5.00%
1-2 年	35.93	0.29%	7.19	20.00%
2-3 年	6.00	0.05%	3.00	50.00%
3 年以上	4.00	0.03%	4.00	100.00%
合计	12,338.63	100.00%	628.82	5.10%

报告期各期末，发行人账龄在一年以内的应收账款比例分别为 99.63%、99.77%和 99.56%，应收账款资产质量较好，账龄结构稳定、合理，不存在账龄较长的大额应收账款。

（四）保荐人核查意见

1. 核查程序

保荐人主要实施了以下核查程序：

（1）了解发行人与销售、收款相关的关键内部控制，评价相关内部控制设计的合理性，并测试相关内部控制运行的有效性。

（2）审阅报告期内主要客户销售合同，检查信用政策是否发生变化，分析是否存在放宽信用政策扩大销售的情形。

（3）实地走访主要客户，了解其经营情况，就报告期内各年的交易金额、期末应收款余额、报告期内信用政策予以确认。

（4）对主要客户执行函证程序，就报告期内各年的交易金额、期末余额予以确认。

（5）访谈发行人管理层，了解对主要客户的信用政策、应收账款回款情况、坏账准备计提情况等。

（6）审阅报告期应收账款明细表，了解各期末余额、各期周转率情况，了解各期末应收主要客户款项、占比、信用期等情况，分析主要客户期末余额变动的原因，并抽查合同、发货单、签收单等进行验证。

（7）查阅同行业可比公司年度报告、招股说明书等公开信息，复核计算报告期内应收账款周转率，结合发行人业务情况及信用政策，分析其应收账款周转率低于同行业可比公司的合理性。

2. 核查结论

经核查，保荐人认为：

(1) 2019 年应收账款金额和占比大幅下降，2020 年又大幅增加的原因系销售收入季节性波动导致的期末应收账款余额变动，属于正常、合理变动。2019 年，受终端品牌苹果的新品发布会时间提前影响，富士康的销售收入相对集中在前三季度，第四季度的销售收入占比下降，导致发行人对其 2019 年四季度销售收入同比减少 2,036.06 万元；2019 年，发行人未能成功竞标京东方的新产品项目，而存量项目的销售规模按照其正常的生命周期逐步萎缩，导致 2019 年四季度对京东方的销售收入同比减少 745.30 万元。2020 年，终端品牌苹果的新品发布会时间继续过往惯例，因此，富士康的第四季度销售收入占比又恢复正常水平，相应地，发行人第四季度的销售收入占比也大幅增长。同时，发行人 2020 年重新竞标京东方的新产品成功，当年第四季度对京东方的销售收入又恢复正常水平。此外，发行人当年新开发了群创光电、吉利德等客户，销售收入相对集中于下半年和第四季。

(2) 发行人应收账款周转率低于同行业，主要原因是发行人与部分同行业可比公司的客户结构存在差异，而不同客户协商确定的信用期不尽相同，与各自的竞争优势、谈判能力、关系深度等方面因素密切相关。

(3) 发行人已在招股说明书补充披露报告期各期末应收账款账龄表（其中账龄 1 年以内的按 0-3 个月、3-6 个月、6-12 个月细分）。

3. 应收账款函证情况的说明

报告期内，应收账款余额发函及回函情况如下：

截止日	应收账款余额 (万元)	函证金额 (万元)	函证比例	回函金额 (万元)	回函金额占 发函金额比例
2021 年末	23,963.33	22,184.41	92.58%	22,184.41	100.00%
2020 年末	21,775.50	20,551.11	94.38%	20,551.11	100.00%
2019 年末	12,338.63	11,283.71	91.45%	11,283.71	100.00%

注：报告期内回函金额、回函金额占发函金额比例按照回函客户的函证金额填列。

被函证客户的期末应收账款余额占期末应收账款余额均在 90% 以上，**报告期各期末**，被函证客户均已回函，回函比例为 100%。

问题十：关于现金分红

申请文件显示，发行人于 2019 年、2020 年分别进行了两次现金分红，分红金额分别为 3,000.00 万元、3,119.18 万元。同期发行人经营活动产生的现金流量净额为 1,332.04 万元、-4,142.31 万元。

请发行人：

(1) 分析并说明在报告期各期经营活动产生的现金流量净额与净利润差异较大、2020 年为负的情况下持续大额现金分红的原因，是否具备必要性、恰当性。

(2) 结合资金流水情况，说明报告期内实际控制人对历次分红资金的使用情况，是否与客户、供应商及其关联方存在直接或间接资金往来。

请保荐人、申报会计发表明确意见。

回复：

(一) 分析并说明在报告期各期经营活动产生的现金流量净额与净利润差异较大、2020 年为负的情况下持续大额现金分红的原因，是否具备必要性、恰当性。

1. 报告期各期经营活动产生的现金流量净额与净利润差异较大、2020 年为负的分析

报告期内，发行人经营活动产生的现金流量净额与净利润差异较大，低于净利润的主要原因是受到经营性应收项目变动的影响。

报告期各期，采用间接法计算的经营产生的现金流量净额如下：

项目（单位：万元）	2021 年度	2020 年度	2019 年度
将净利润调节为经营活动现金流量：			
净利润	10,775.43	6,192.14	3,054.43
加：资产减值准备	747.76	1,173.34	144.80
固定资产折旧、油气资产折耗、生产性生物资产折旧	851.33	632.10	489.12
使用权资产折旧	616.52	-	-
无形资产摊销	21.89	17.25	5.34

项目（单位：万元）	2021 年度	2020 年度	2019 年度
长期待摊费用摊销	229.38	167.10	135.61
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）	7.46	70.08	-
固定资产报废损失（收益以“-”号填列）	29.04	24.80	35.36
公允价值变动损失（收益以“-”号填列）	-	-	-
财务费用（收益以“-”号填列）	135.34	31.22	223.76
投资损失（收益以“-”号填列）	21.29	6.11	-
递延所得税资产减少（增加以“-”号填列）	-139.36	-51.54	30.70
递延所得税负债增加（减少以“-”号填列）	-	-	-
存货的减少（增加以“-”号填列）	-1,363.55	-1,721.70	153.26
经营性应收项目的减少（增加以“-”号填列）	-1,970.80	-12,586.39	-4,173.06
经营性应付项目的增加（减少以“-”号填列）	839.53	1,903.15	-595.28
其他	-	-	1,828.01
经营活动产生的现金流量净额	10,801.28	-4,142.31	1,332.04

影响经营性应收项目的原因：

（1）2019 年主要是受发行人开展应收账款保理融资的影响

2019 年经营性应收项目增加较多的主要原因：发行人与嘉铭融资租赁（上海）有限公司开展应收账款保理融资。会计处理方面，发行人将向嘉铭融资租赁（上海）有限公司融资转入款项作为短期借款核算，嘉铭融资租赁（上海）有限公司坐扣发行人客户转入的货款时，发行人终止确认对应的应收账款，并减少短期借款。2019 年，通过上述交易终止确认的应收账款金额为 5,902.02 万元。现金流量表及其附表编制方面，发行人将通过应收账款保理业务流入资金列报在“现金流量表筹资活动——取得借款收到的现金”，故上述交易中终止确认的应收账款金额也未作为经营性应收项目的减少（增加以“-”号填列）处理。

假设将上述“保理融资业务”终止确认的应收账款金额作为“经营性应收项目的减少”列报，则 2019 年模拟测算的经营活动现金流量净额为 7,234.06 万元，高于当期净利润。

（2）2020 年主要是受行业收入季节性分布及发行人 2020 年下半年收入增

长的影响

2020 年经营性应收项目增加较多的主要原因：受行业季节性的影响，同行业公司一般都是下半年收入大于上半年，且第四季度收入金额及占比通常高于其他季度。发行人 2020 年第四季度收入金额占全年的收入金额的比例为 33.84%，占比较高，相应的经营性应收项目增加较多。此外，受子公司宁波六淳新开发群创光电、昆山六淳新开发吉利德、瑞仪光电等因素影响，2020 年下半年，发行人收入规模增长较快，2020 年主营业务收入规模较 2019 年增加 10,664.41 万元，其中 2020 年第四季度主营业务收入规模较 2019 年第四季度增加 5,524.02 万元。

2. 现金分红必要性

(1) 发行人 2019 年 12 月 3 日审议通过 2017 年、2018 年度利润分配方案，向股东分配 3,000.00 万元（含税）现金股利。

2019 年，发行人持续保持较快发展态势，盈利能力提升。在发行人具备分红能力和条件的情况下（如上分析，2019 年模拟测算的经营活动现金流量净额高于当期净利润），发行人向其股东唐淑芳、莫舒润夫妇分配以前年度的利润（截至 2018 年末，发行人未分配利润为 6,652.16 万元），是对唐淑芳、莫舒润夫妇过往年度投入的股东回报，分红具有必要性。

(2) 发行人在 2020 年 5 月 22 日审议通过 2019 年度利润分配方案，向股东分配 2,500.00 万元（含税）现金股利。

2020 年上半年，发行人继续保持良好发展态势，具备分红能力和条件（如上分析，2020 年经营活动现金流量净额为负，主要是受行业收入季节性分布及发行人 2020 年下半年收入增长的影响），发行人向其股东唐淑芳、莫舒润夫妇以及员工持股平台（东莞泰富、东莞泰弘）分配以前年度的利润（截至 2019 年末，发行人未分配利润为 6,774.94 万元），是对唐淑芳、莫舒润夫妇以及核心员工过往投入的股东回报，分红具有必要性。

(3) 发行人在 2020 年 9 月 30 日审议通过利润分配方案，向股东分配 619.181 万元（含税）现金股利。

2020 年 9 月 30 日，发行人作出股东会决议，同意全体股东作为发起人将六淳有限整体变更为股份有限公司，并以截至 2020 年 8 月 31 日的净资产折股作为

对股份公司的出资，其中 3,750.00 万元作为股份公司的股本，其余计入股份公司资本公积。因本次整体变更导致股东股份增加，股东涉及个人所得税缴纳事项，故经全体股东审议同意实施现金分红，用于发行人代扣代缴个人所得税，分红具有必要性。

3. 现金分红的恰当性

项目	2021 年度/末	2020 年度/末	2019 年度/末
支付现金股利金额（万元）	-	3,119.18	3,000.00
资产负债率（合并）	23.32%	21.61%	44.76%
现金及现金等价物净增加额（万元）	3,823.90	6,836.10	4,077.60
流动比率（倍）	3.81	4.02	1.82
速动比率（倍）	3.45	3.73	1.69

报告期历次现金分红，发行人均依法召开股东会/股东大会，经全体股东审议通过后实施；报告期内，发行人资产负债率稳步下降，现金及现金等价物净增加额、流动比率和速动比率均持续上升，财务状况良好，短期偿债能力较强，现金分红未影响发行人的运营能力及偿债能力。

因此，报告期现金分红具有恰当性。

（二）结合资金流水情况，说明报告期内实际控制人对历次分红资金的使用情况，是否与客户、供应商及其关联方存在直接或间接资金往来。

报告期内，股东股利已派发完毕，各年度分红明细情况如下：

股东名称	2020 年度（万元）	2019 年度（万元）
唐淑芳	1,971.15	2,100.00
莫舒润	838.45	900.00
东莞泰富	104.26	-
东莞泰弘	101.83	-
达晨创通	44.23	-
追远投资	42.46	-
肖毅鹏	10.61	-
程丽英	1.77	-
皮昕	1.77	-
董永斌	2.65	-

合计	3,119.18	3,000.00
----	----------	----------

如上表所述，作为直接股东，报告期内，唐淑芳、莫舒润夫妇 2019 年度、2020 年度应取得含税分红款合计 5,809.60 万元，扣除唐淑芳以股权分红款抵偿其欠付发行人款项 357.51 万元、发行人代扣唐淑芳和莫舒润的分红个人所得税 1,161.92 万元、代扣 2020 年整体变更为股份有限公司时唐淑芳和莫舒润应缴纳的个人所得税 384.08 万元，唐淑芳和莫舒润作为直接股东从发行人获得的分红款金额为 3,906.09 万元。

实际控制人之莫舒润作为员工持股平台东莞泰富、东莞泰弘的有限合伙人，报告期内从员工持股平台获得分红款金额 37.27 万元。

上述分红款项合计 3,943.37 万元的主要用途和流向情况如下：

序号	金额(万元)	用途	备注
1	1,699.14	购置房产	
2	500.00	借出	出借给唐淑芳的近亲属用于经商，借款人已于 2021 年 1 月和 6 月分别归还 100 万元和 300 万元
3	300.00	股权投资	投资东莞泰富股权投资合伙企业（有限合伙）
4	300.00	股权投资	投资东莞泰弘股权投资合伙企业（有限合伙）
5	228.24	股权投资	投资广东伟斯盾智能装备有限公司
6	400.00	归还债务	清偿对昆山科丽盈塑胶有限公司的债务
7	240.00	归还债务	清偿对六淳胶粘制品（深圳）有限公司的债务
8	249.57	购买理财产品	
9	26.42	个人消费及其他	
合计	3,943.37		

经核查实际控制人唐淑芳、莫舒润夫妇的银行资金流水的交易对手情况，其与发行人客户、供应商及其关联方不存在资金往来。

（三）保荐人核查意见

1. 核查程序

保荐人主要实施了以下核查程序：

（1）访谈实际控制人唐淑芳、莫舒润，了解分红的背景及原因，分红款项的主要用途和流向，确认其是否与发行人客户、供应商及关联方存在资金往来。

(2) 查阅现金分红的股东会相关文件及报告期内发行人的所有银行账户(含已注销账户)的银行流水,检查分红的实施情况。

(3) 查阅员工持股平台东莞泰富股权投资合伙企业(有限合伙)、东莞泰弘股权投资合伙企业(有限合伙)报告期内的全部银行资金流水,核查分红的实施情况。

(4) 陪同发行人实际控制人、董事(外部董事、独立董事除外)、监事、高级管理人员、主要财务人员等前往主要商业银行逐一查询、打印其报告期内银行资金流水,并取得相关人员出具的已提供报告期内全部银行账户及资金流水的承诺;获取独立董事和外部董事(由达晨创通委派)自行提供报告期间个人银行资金流水,并由其出具的已提供报告期内全部银行账户及资金流水的承诺。对前述银行资金流水中单笔支出大于5万元的流水内容进行核实,检查相应的合同、发票等客观证据或进行访谈确认资金用途,核实其分红款取得及支出情况,核查实际控制人个人银行流水的交易对手,与发行人报告期内主要客户、供应商及其股东、法定代表人、董事、监事及高级管理人员等关联方进行比对,关注是否存在资金往来。

2. 核查结论

经核查,保荐人认为:

(1) 发行人经营活动产生的现金流量净额与净利润差异较大,低于净利润的主要原因是受到经营性应收项目变动的影响,其中,2019年发行人开展应收账款保理融资,保理融资中终止确认的应收账款金额未作为经营性应收项目的减少,导致经营活动产生的现金流量净额较少;2020年主要是受行业收入季节性分布及发行人2020年下半年收入增长的影响,导致期末经营性应收项目增加较多。

(2) 报告期内,发行人持续进行现金分红均具有合理商业理由,具备必要性和恰当性。

(3) 报告期内,发行人实际控制人收到的分红款主要用于购买房产、向亲属提供借款、对外股权投资等,不存在与发行人客户、供应商及关联方的资金往来。

问题十一：关于期间费用

申请文件显示：

(1) 报告期各期，发行人销售费用中职工薪酬分别为 494.00 万元、513.49 万元、595.85 万元，人均薪酬分别为 13.29 万元/人、13.37 万元/人、12.24 万元/人，2020 年出现下降。

(2) 发行人报告期各期销售费用分别为 890.22 万元、1,091.44 万元、1,206.62 万元。

请发行人：

(1) 说明 2020 年销售费用中人均薪酬下降的原因。

(2) 结合报告期内销售收入增长情况、销售人员数量、销售提成政策等，分析并说明销售费用中职工薪酬、业务招待费、差旅办公费、其他费用增长的匹配性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

(一) 2020 年销售费用中人均薪酬下降的原因

报告期内，发行人销售费用中的人均薪酬变动情况如下：

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
职工薪酬（万元）	892.94	595.85	513.49
平均人数（人）	61.00	49.00	38.00
人均薪酬（万元/人）	14.68	12.24	13.37
人均月薪（元/人）	12,070.06	10,202.91	11,138.61

注：平均人数=每月发放工资人数的平均值；人均薪酬=当期职工薪酬总额/平均人数，下同。

子公司昆山六淳于 2019 年初设立，年中开始生产销售，2020 年随着业务规模的扩大，招聘了较多销售助理人员；子公司宁波六淳于 2020 年上半年设立，下半年开始生产销售，招聘了较多销售助理人员。昆山六淳、宁波六淳新聘任的销售助理人员以初级职位为主，薪酬水平相对较低，从而拉低了发行人销售人员整体的平均薪酬。具体如下：

公司	项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
昆山六淳、 宁波六淳	职工薪酬（万元）	241.30	112.11	27.11
	平均人数（人）	19.00	12.00	2.00
	人均薪酬（万元/人）	12.87	9.15	12.05
	人均月薪（元/人）	10,724.38	7,626.66	10,039.22
母公司及 其他子公 司合计	职工薪酬（万元）	651.64	483.74	486.38
	平均人数（人）	42.00	37.00	36.00
	人均薪酬（万元/人）	15.48	13.28	13.45
	人均月薪（元/人）	12,903.86	11,069.63	11,206.99

除上述因素之外，2020 年新冠疫情疫情期间出台的社保费用减免政策也使得发行人 2020 年度人均薪酬降低约 0.58 万元。

（二）结合报告期内销售收入增长情况、销售人员数量、销售提成政策等，分析并说明销售费用中职工薪酬、业务招待费、差旅办公费、其他费用增长的匹配性。

报告期内，发行人销售费用构成与变动情况如下：

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额 (万元)	占营业收 入比	金额 (万元)	占营业收 入比	金额 (万元)	占营业收 入比
职工薪酬	892.94	1.60%	595.85	1.48%	513.49	1.73%
业务招待费	328.54	0.59%	203.52	0.50%	175.38	0.59%
运杂费	195.29	0.35%	149.43	0.37%	105.40	0.36%
差旅办公费	179.86	0.32%	161.72	0.40%	234.98	0.79%
折旧及摊销	100.54	0.18%	41.45	0.10%	28.92	0.10%
其他	45.46	0.08%	54.64	0.14%	33.27	0.11%
合计	1,742.63	3.13%	1,206.62	2.99%	1,091.44	3.68%

报告期内，销售费用随着业务规模的增长而逐年增加。销售费用占营业收入的比例分别为 3.68%、2.99%和 3.13%。2020 年销售费用率下降，主要原因是 2020 年度销售人员人均薪酬下降，且受新冠疫情影响，销售人员出差频次降低，导致差旅费用有所减少。

1. 销售人员薪酬

销售人员的薪酬包括固定薪酬、绩效考核奖励，绩效考核奖励综合考虑新老

客户销售额、销售人员老客户的业务维系以及新客户、新项目的开发拓展等情况。

随着业务规模的增长，发行人持续扩大销售队伍；除 2020 年销售人员人均薪酬有所下降外，其他年度销售人员人均薪酬均有所上涨，薪酬总额也不断上涨；但是，总体而言，销售人员薪酬上涨幅度低于销售收入的增长幅度，在一定程度上降低了发行人的销售费用率。

2020 年销售人员人均薪酬下降原因详见本题（一）。

2. 业务招待费

报告期内，发行人的业务招待费总体呈现增长趋势。业务招待费主要是开拓市场、拜访或接待客户发生的费用，该类费用随着发行人业务规模的增长而增加，与营业收入增长趋势基本一致。

3. 差旅办公费及其他费用

2020 年度差旅办公费较 2019 年度有所减少，主要是受新冠疫情影响，销售人员出差频率降低，特别是远距离的出差大幅度减少。

2021 年度继续受新冠疫情影响，销售人员出差频率无明显改变，因此差旅办公费较 2020 年无明显增加。

其他费用（如运杂费、折旧摊销费等）随着发行人业务规模的增长而增加。

（三）保荐人核查意见

1. 核查程序

保荐人主要实施了以下核查程序：

（1）了解与销售费用相关的关键内部控制，评价这些控制的设计合理性，并测试内部控制执行的有效性。

（2）审阅报告期内销售费用明细表，分析报告期内销售费用变动情况，判断其变动的合理性，对异常变动项目查明变动原因；计算分析销售费用主要项目发生额占营业收入的比率，分析销售费用变动与营业收入变动的匹配性。

（3）审阅发行人的《销售奖金制度》以及报告期内销售人员名单，分析报告期内销售人员薪酬总额、人数及平均薪酬变动情况，分析销售费用中人员薪酬

变动的合理性。

(4) 选择重要销售费用支出项目，检查合同、发票、付款单、费用报销单等原始凭证，检查发生的费用与原始凭证记载的交易事项是否相符，金额是否一致，是否记录在恰当的会计期间。

2. 核查结论

经核查，保荐人认为：

(1) 2020 年度销售费用中人均薪酬较 2019 年度下降的原因主要是当期子公司昆山六淳、宁波六淳由于业务发展需要新招聘较多初级岗位销售人员，拉低了整体的销售人员人均薪酬水平；此外，2020 年新冠疫情下的社保费用减免政策也对发行人的销售人员人均薪酬有一定程度影响。

(2) 结合报告期内销售收入增长情况、销售人员数量、销售人员结构等因素分析，报告期内销售费用中职工薪酬、业务招待费、差旅办公费和其他费用的变动情具有合理性，业务招待费、差旅办公费和其他费用均与销售增长情况基本匹配，职工薪酬则与销售人员结构、薪酬社保政策等因素更加相关。

问题十二：关于核心技术

申请文件显示：

(1) 发行人拥有各类实用新型专利 70 项、发明专利 4 项，低于可比公司平均水平。

(2) 发行人 4 项发明专利中，1 项为 2015 年通过受让取得，其余 3 项专利申请日期均为 2018 年。

(3) 发行人核心技术人员为郑志昌、毛健。二人分别入职于 2015 年、2018 年。

请发行人：

(1) 说明报告期内核心技术人员变动情况，各项发明专利及其他核心技术的形成过程、发明人及其目前任职情况，是否来源于职务发明，是否存在违反竞业限制情形，是否存在纠纷或潜在纠纷。

(2) 结合发行人发明专利数量少于同行业可比公司，说明发行人核心技术是否为独有技术、是否存在被仿效和被替代的风险，并说明发行人在消费电子功能性和结构性器件领域的竞争优势。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

回复：

(一) 说明报告期内核心技术人员变动情况，各项发明专利及其他核心技术的形成过程、发明人及其目前任职情况，是否来源于职务发明，是否存在违反竞业限制情形，是否存在纠纷或潜在纠纷。

1. 报告期内核心技术人员变动情况

报告期期初，发行人未对核心技术人员进行认定。

发行人主要技术人员郑志昌，2015 入职至今，历任发行人工程师、淮安六淳工程主管、模切工程主管，目前担任发行人的模切工程主管职位，主要负责模切工艺研发工作。

发行人主要技术人员毛健，2018 年入职至今，担任工程经理职位，主要负责冲压工艺研发工作。

2020 年 10 月，经发行人管理层商议，确定如下核心技术人员认定标准：

- “1、与公司签订了正式的研发岗位劳动合同及保密协议；
- 2、目前在公司研发工作上承担领导职能或担任重要职务，承担研发项目核心技术工作的技术骨干，参与发行人研发项目不少于 5 项；
- 3、为公司的技术和产品研发作出了重要贡献；
- 4、结合公司经营需要和相关人员对企业研发及生产发挥的实际作用综合认定。”

根据上述条件，经发行人总经理推选并经管理层评议，发行人认定郑志昌、毛健为发行人核心技术人员。

2. 各项发明专利及其他核心技术的形成过程

(1) 发明专利的形成过程

截至报告期末，发行人拥有 5 项发明专利，其形成过程如下：

序号	名称	专利号	形成过程	发明人
1	一种有机硅改性丙烯酸压敏胶及其制备方法	201510424393.3	2014 年 1 月深圳六淳正式立项研发有机硅改性丙烯酸压敏胶及其制备方法；2014 年 7 月，实施中期检查，基本完成主要技术难点的方案设计；2015 年 5 月，完成项目研发目标，实现项目验收；2015 年 7 月，申请专利；2017 年 3 月 29 日，深圳六淳将专利申请权转让给发行人；2017 年 11 月 21 日，发行人取得该发明专利的授权。	刘湖、肖杰、胡信长
2	一种热固导电胶与补强钢片的贴合工艺	201810011749.4	为满足终端市场对电子产品轻薄化的需求，2017 年 5 月，发行人立项研发热固导电胶强钢片贴合技术；2017 年 10 月，实施中期检查，基本完成主要技术难点的方案设计；2017 年 12 月，完成项目研发目标，实现项目验收；2018 年 1 月，申请专利；2020 年 3 月，取得专利授权。	莫舒润、胡华军
3	一种钢片冲切去毛刺加工工艺	201810055820.9	2017 年 2 月，发行人立项研发钢片冲切去毛刺加工工艺，开始方案设计；2017 年 6 月，实施中期检查，基本完成主要技术难点的方案设计；2017 年 10 月，完成研发目标，实现项目验收；2018 年 1 月，对涉及的关键技术方案进行总结，形成资料，启动相关专利申请专利；2019 年 9 月，取得专利授权。	莫舒润、李问年
4	一种无刀印薄膜加工工艺	201810055834.0	2017 年 1 月，发行人立项研发无刀印薄膜加工工艺，开始方案设计；2017 年 10 月，实施中期检查，基本完成主要技术难点的方案设计；2017 年 12 月，完成研发目标，实现项目验收；2018 年 1 月，对涉及的关键技术方案进行总结，形成资料，启动相关专利申请专利；2020 年 9 月，取得专利授	莫舒润、李问年

序号	名称	专利号	形成过程	发明人
			权。	
5	一种双面胶冲切工艺	202010048161.3	为提升双面胶冲切的精度，减少调整模具的频率，提高生产效率，发行人于2019年4月立项研发基于不同套孔冲切产品结构相关方案；2019年7月，实施中期检查，基本完成主要技术难点的方案设计；2019年12月，完成研发目标，实现项目验收。2020年1月，对涉及的关键技术方案进行总结，形成资料，启动相关专利申请；2021年7月，相关的专利获得授权。	莫舒润、吴堂谊

(2) 其他核心技术的形成过程

序号	技术名称	形成过程	取得的具体技术成果
1	新型圆刀排废装置	为提升圆刀模切设备排废到整卷出货的效率，优化产品质量和加工工艺，发行人于2017年12月立项研发新型圆刀排废装置；2018年4月，实施中期检查，基本完成主要技术难点的方案设计；2018年8月，完成研发目标，实现项目验收。2018年12月，对涉及的关键技术方案进行总结，形成资料，启动相关专利申请；2019年9月，相关的专利获得授权。	一种新型圆刀排废装置（专利号：201822242858.5；公告号：CN209364819U）
2	双面胶冲切工艺	为提升双面胶冲切的精度，减少调整模具的频率，提高生产效率，发行人于2019年4月立项研发基于不同套孔冲切产品结构相关方案；2019年7月，实施中期检查，基本完成主要技术难点的方案设计；2019年12月，完成研发目标，实现项目验收。2020年1月，对涉及的关键技术方案进行总结，形成资料，启动相关专利申请；2021年7月，相关的专利获得授权。	双面胶冲切工艺（专利号：202010048161.3；公告号：CN111251361A）
3	可重复利用材料的圆刀装置	为了提升圆刀装置材料的利用率，发行人于2018年6月立项研发可重复利用材料的圆刀装置；2018年9月，实施中期检查，基本完成主要技术难点的方案设计；2018年12月，完成研发目标，实现项目验收。2019年1月，对涉及的关键技术方案进行总结，形成资料，启动相关专利申请；2019年12月，相关的专利获得授权。	一种可重复利用材料的圆刀装置（专利号：201920124851.5；公告号：CN209717937U）
4	无基材胶的无刀痕工艺	为了减少生产过程中常见的溢胶等不良现象，提升产品质量水平，发行人于2019年6月立项研发无基材胶的无刀痕工艺，	主要形成的成果为一系列的专有技术组合，其中，应用广泛、创新性较强的

序号	技术名称	形成过程	取得的具体技术成果
		开展基础性、方向性探索，致力于形成一系列工艺技术组合。2019年12月，基本完成项目研发目标，确立了下一步各研发子项目。其中，涉及应用广泛的无刀痕PNL背胶工艺研发子项目于2020年6月正式立项，开始方案设计；2020年8月，实施中期检查，基本完成主要技术难点的方案设计；2020年10月，完成研发目标，对涉及的关键技术方案进行总结，形成资料，同步启动相关专利申请。	单项技术：“一种胶体模切防反离型加工工艺”正在申请专利（申请号：202011153764.6），尚未取得授权。
5	多功能异步模切技术	鉴于行业应用石墨、铁氧体、纳米晶、导电胶等昂贵材料日益广泛，为提高材料利用率，提升产品的良率和效率，发行人于2019年8月立项研发多功能异步模切技术，开展基础性、方向性探索，致力于形成一系列工艺技术组合。2020年3月，基本完成项目研发目标，确立了下一步各研发子项目。	主要形成的成果为一系列的专有技术组合，尚未申请专利。
6	大规格产品拼接技术	规格较大且工艺复杂的产品套位偏差概率较高，为了提升产品良率、降低成本，发行人于2019年7月立项研发大规格产品拼接技术，开展基础性、方向性探索，致力于形成一系列工艺技术组合。2019年12月，基本完成项目研发目标，确立了下一步各研发子项目。其中，涉及应用广泛的拼接式PNL背胶研发子项目于2020年7月正式立项，开始方案设计；2020年10月，基本完成主要技术难点的方案设计，同步启动相关专利申请；2020年12月，完成项目研发目标，实现项目验收。	主要形成的成果为一系列的专有技术组合，其中，应用广泛、创新性较强的单项技术：“一种大规格背胶模切工艺”正在申请专利（申请号：202011154138.9），尚未取得授权。
7	卫星式圆刀设备下切工艺	为了提升生产效率，保障产品质量，发行人于2020年6月立项研发卫星式圆刀设备下切工艺；2020年10月，实施中期检查，基本完成主要技术难点的方案设计；2020年12月，完成项目研发目标，实现项目验收。	主要形成的成果为一系列的专有技术组合，尚未申请专利。
8	可半断的活动分切治具	针对平刀卷料产品定位难度大、工艺步骤多、不可控因素多等实践中的难题，发行人于2020年1月立项研发可半断的活动分切治具。2020年3月，实施中期检查，基本完成主要技术难点的方案设计。2020年6月，完成研发目标，实现项目验收。	主要形成的成果为一系列的专有技术组合，尚未申请专利。
9	热固导电胶强钢片贴合技术	为满足终端市场对电子产品轻薄化的需求，2017年5月，发行人立项研发热固导电胶强钢片贴合技术；2017年10月，实施中期检查，基本完成主要技术难点的方案设计；2017年12月，完成项目研发目标，实现项目验收；2018年1月，申请专	一种热固导电胶与补强钢片的贴合工艺（专利号：201810011749.4；公告号：CN 108124377 B）已获专利授权。

序号	技术名称	形成过程	取得的具体技术成果
		利；2020年3月，取得专利授权。	
10	冲压共用模架装置	设计专用模具制作样品费用高、制作周期长、专用治具制样工艺复杂，精度差；为此，发行人于2018年12月立项研发冲压共用模架装置，致力于形成一系列工艺技术组合。2019年9月，基本完成项目研发目标，确立了下一步各研发子项目。	主要形成的成果为一系列的专有技术组合，尚未申请专利。
11	冲贴一体化技术（PNL）	过往实践中，拼版（PNL）产品往往先完成冲压工序再转贴而成，由于经过多个工站，加工周期长，生产效率低；为此，发行人于2019年6月立项研发冲贴一体化技术（PNL），开展基础性、方向性探索，致力于形成一系列工艺技术组合；2020年5月，基本完成研发目标，确立了下一步各研发子项目。	主要形成的成果为一系列的专有技术组合，尚未申请专利。
12	十字冲压技术	行业通行技术一般先冲压再进行外观检验最后包装，生产周期长，效率低，将冲压料带与包材载带在模具内呈现十字排版，可以实现冲压落料后直接冲到载带内自动包装；为此，2019年8月，发行人立项研发十字冲压技术，致力于开发一系列的工艺路线；2020年7月，基本完成研发目标，确立了下一步各研发子项目。	主要形成的成果为一系列的专有技术组合，尚未申请专利。
13	全自动片料品检设备	平板电脑类的功能性器件一般是片料产品，有条件实现全自动机器检测，替代人工检测，提高效率；为此，2019年12月，发行人立项研发全自动片料品检设备，开发一系列技术应用的方案；2020年9月，基本完成研发目标，确立了下一步各研发子项目。其中： （1）应用广泛的双向自调防偏移智能导向机构的研发子项目于2020年4月正式立项；2020年6月，实施中期检查，基本完成主要技术难点的方案设计；2020年10月，完成研发目标，同步启动相关专利申请；2021年7月，取得专利授权。 （2）相关配套的钢片自动载带包装机的研发子项目于2019年5月立项；2019年9月，实施中期检查，基本完成主要技术难点的方案设计；2019年12月，完成研发目标，实现项目验收；2020年1月，申请专利。	主要形成的成果为一系列的专有技术组合，其中，应用广泛、创新性较强的单项技术：“一种用于视觉分选机的筛选装置”（专利号：202022415097.6；公告号：CN 213700853 U）、“一种钢片自动包装机”（专利号：202020094765.7；公告号：CN 212048023 U）已获专利授权；“一种钢片自动包装机”正在申请专利（申请号：202010049319.9），尚未取得授权。
14	金属与非金属复合加工技术	行业通用工艺一般是金属材料、非金属材料分开制作，再交由客户自行组合，产业链整体效率较低，且品质无法保证；为此，发行人于2019年1月立项研发金属与非金属复合加工技术，开展基础性、方向性探索，致力于形成一系列工艺技术组合。2020年2月，基本完成研发目标，确立了	主要形成的成果为一系列的专有技术组合，尚未申请专利。

序号	技术名称	形成过程	取得的具体技术成果
		下一步各研发子项目。其中，应用广泛的钢片贴胶转贴工艺的研发子项目于 2019 年 2 月正式立项；2019 年 4 月，实施中期检查，基本完成主要技术难点的方案设计；2019 年 9 月，完成研发目标，实现项目验收。	

3. 发明人及其目前任职情况，是否来源于职务发明，是否存在违反竞业限制情形，是否存在纠纷或潜在纠纷

(1) 各项发明专利涉及的发明人任职情况

发行人前述各项发明专利涉及的发明人任职情况如下：

序号	发明人	入职时间	离职时间	目前任职情况
1	莫舒润	2015 年 12 月	-	现任发行人审计部负责人
2	吴堂谊	2019 年 8 月	-	现任发行人工程部工程师
3	李问年	2015 年 12 月	2018 年 7 月	拒绝访谈，未知其现任职单位及职务
4	胡华军	2017 年 7 月	2018 年 3 月	经沟通，其拒绝披露现任职单位及职务
5	刘湖	不适用。参与该项发明专利的研发时为关联方深圳六淳的员工，不是发行人的员工。	不适用	东莞市海洛实业有限公司副总裁
6	肖杰	不适用。参与该项发明专利的研发时为关联方深圳六淳的外部顾问，不是发行人的员工	不适用	西陇科学股份有限公司研发工程师
7	胡信长	不适用。参与该项发明专利的研发时为关联方深圳六淳的外部顾问，不是发行人的员工	不适用	广东卓效律师事务所律师

上述发明人中：

①刘湖、肖杰、胡信长

刘湖、肖杰、胡信长均系“一种有机硅改性丙烯酸压敏胶及其制备方法”的

发明人；刘湖系发行人关联方深圳六淳员工，统筹负责前述专利相关研发项目工作，肖杰、胡信长为外部合作方。

根据肖杰、胡信长与深圳六淳签署的《合作开发协议》，“一种有机硅改性丙烯酸压敏胶及其制备方法”为有机硅改性丙烯酸压敏胶开展合作研发项目工作成果，该专利知识产权成果归深圳六淳单独享有。

2017年1月，深圳六淳与六淳有限签署《专利权转让协议》，将“一种有机硅改性丙烯酸压敏胶及其制备方法”的专利申请权转让给六淳有限。2017年11月21日，发行人取得该发明专利的授权。

刘湖、肖杰、胡信长在深圳六淳任职或与深圳六淳合作研发期间，不存在违反竞业限制、保密协议或其他法律文件的情形，亦不存在侵犯第三方知识产权、商业秘密等情况，未因该等合作及相关专利，与深圳六淳、六淳科技及其他第三方主体之间产生争议、纠纷或潜在纠纷。

②其他专利发明人

除前述三人外，其他专利发明人在发明期间均在发行人任职并从事与发明内容相关的工作，其研发成果均为职务发明。

除李问年明确表示不接受访谈外，经其他专利发明人访谈或电话沟通确认，其入职发行人前不存在与其前单位签署竞业禁止协议的情形，亦未领取竞业禁止补偿金，均不存在违反竞业禁止的情形。其他专利发明人与发行人之间不存在与上述发明或其他核心技术相关的纠纷或潜在纠纷。

经检索全国法院失信被执行人名单信息公布与查询系统、中国裁判文书网、中国执行信息公开网、人民法院公告网等网站，发行人与专利发明人之间不存在诉讼情况。

(二) 结合发行人发明专利数量少于同行业可比公司，说明发行人核心技术是否为独有技术、是否存在被仿效和被替代的风险，并说明发行人在消费电子功能性和结构性器件领域的竞争优势。

1. 发行人发明专利数量少于同行业可比公司的原因

公司简称	公司成立日期	公司上市时间	公司主营业务范围	披露专利数量的截止日期	专利数量(项)	发明专利数量(项)
------	--------	--------	----------	-------------	---------	-----------

公司简称	公司成立日期	公司上市时间	公司主营业务范围	披露专利数量的截至日期	专利数量(项)	发明专利数量(项)
飞荣达	1993年11月10日	2017年1月26日	1.电磁屏蔽材料及器件； 2.导热材料及器件； 3.其他电子器件。	截至2020年12月31日	489	175
智动力	2004年7月26日	2017年8月4日	1.消费电子功能性器件； 2.消费电子结构性器件； 3.精密光学器件。	截至2020年12月31日	104	10
领益智造	1994年11月25日	2018年1月19日	1.精密功能及结构件； 2.显示及触控模组； 3.材料业务； 4.贸易及物流服务； 5.充电器； 6.5G产品； 7.其他产品。	截至2020年12月31日	1,388	94
博硕科技	2016年8月26日	2021年2月26日	1.电子产品功能性器件业务； 2.夹治具及自动化设备。	截至2021年12月31日	103	8
达瑞电子	2003年9月16日	2021年4月19日	1.消费电子功能性器件； 2.可穿戴电子产品结构性器件； 3.3C智能装配自动化设备。	截至2021年3月29日	90	10
鸿富瀚	2008年2月13日	2021年10月20日	1.消费电子功能性器件； 2.自动化设备。	截至2020年12月31日	62	3
发行人	2015年12月2日	-	电子产品精密功能性器件	截至报告期末	91	5

注1：发行人招股说明书披露的同行业可比公司安洁科技、恒铭达的专利数量系摘自其公开信息披露文件，该等文件披露的统计截止日期相对久远，参考性较弱，此处不再列示。

注2：主营业务范围以同行业可比公司的公开信息披露文件所列收入构成进行列示。

注3：领益智造系重组上市，2018年1月19日就重组资产过户事宜完成了工商变更登记手续。

(1) 部分同行业可比公司成立时间较早，技术积累更深厚

领益智造成立于1994年，起步较早，经营规模和研发投入远远超过其他同行业公司可比公司，因此，其发明专利数量也是最多的；飞荣达成立于1993年，达瑞电子成立于2003年，二者经营时间都较为长久，专利技术积累也比较深厚，因此发明专利数量较多。发行人成立时间相对较短，技术积累相对较少，而发明专利不仅需要较深的技术积累，而且从申请至授权的周期也较长。因此发行人的发明专利数量相对较少。与发行人成立时间相距较近的博硕科技、鸿富瀚，其发明专利数量也少于发行人。

(2) 同行业可比公司经营规模更大，上市时间较早，研发投入更有保障

领益智造的经营时间长，积累深厚，2018 年初完成重组上市后，畅通了融资渠道，研发投入不断加大，其发明专利数量更是持续增长；飞荣达、智动力都是 2017 年上市的，借助上市融资后，有力支撑了研发投入，扩大了研发队伍，因此其发明专利数量也较多。

作为未上市企业，发行人在发展初期经营规模相对较小，研发投入相对较少，研发人员数量也有限，因此，取得的发明专利较少。近年来，随着经营规模逐年扩大，发行人也逐步加大研发投入，目前正在审查状态的发明专利申请 8 项，主要涉及模切防反离型加工工艺、导电胶多层材料组贴工艺等。随着研发活动的持续投入，发行人后续获取发明专利数量会有所增加，通过发明专利体现的研发成果会更加明显。

(3) 发展初期发行人对专利申请的重视程度不足

在业务开展过程中，下游客户并不以发行人所拥有的专利数量作为评判依据，因此，在前期发展过程中，发行人未能充分重视专利申请，直接导致发行人的发明专利数量较少。从发行人拥有的发明专利申请时间来看，主要是 2018 年计划登陆资本市场之后逐步重视发明专利才申请的。

(4) 发行人的知识产权保护策略与同行业可比公司存在一定差异

电子产品精密功能性器件的单项技术需在一系列技术组合中方能充分发挥作用，而整个技术组合大面积失密可能性较小，因此，发行人主要针对部分应用领域较广、创新性较强的工艺申请发明专利。虽然发行人发明专利数量少于同行业可比公司，但是技术水平并不弱。出于技术保密的考虑，发行人的部分核心技术（例如，全自动片料品检设备研发、金属与非金属复合加工技术等）涉及的工艺技术未公开申请专利。因此，发明专利数量并不能完全体现发行人技术水平。

(5) 发行人的业务、技术结构与同行业可比公司存在一定差异

发行人专注于电子产品精密功能性器件业务，且目前涉足的工艺领域主要集中于模切、冲压以及在此基础上的复合工艺，缺少 CNC、注塑、压铸等其他的工艺，因此，发行人的发明专利也局限于模切、冲压类工艺技术。而作为行业龙头企业，领益智造不仅业务范围广泛涉及精密功能性器件、显示及触控模组、充

电器、5G 产品等，而且，领益智造在功能性器件领域的工艺也全面覆盖模切、冲压、CNC、注塑、压铸等类别，因此，领益智造的发明专利数量最多。类似地，达瑞电子等还存在自动化设备等非功能性器件业务板块的发明专利，导致其总体的发明专利数量更多；比如，达瑞电子合计 10 项发明专利，其中，3C 智能装配自动化设备业务的发明专利 3 项，可穿戴电子产品结构性器件业务的发明专利 1 项。

综上所述，与部分同行业可比公司相比，发行人的发明专利数量相对较少，主要是由于发行人经营时间、技术积累、研发投入、专注的业务领域、知识产权保护策略等因素存在差异导致的，具有合理性。

2. 发行人核心技术是否为独有技术、是否存在被仿效和被替代的风险

(1) 发行人的核心技术是在行业通用技术的基础上，通过自主研发形成具有独特性的技术

电子产品精密功能性器件行业涉及的模切、冲压、CNC、压铸等工艺都属于通用技术，行业内企业都在不同程度上掌握该等技术。行业通用技术或原理为发行人核心技术的研发和应用提供了理论基础，但是，通用技术所能实现的基础功能与终端市场需求之间往往存在较大差距。

发行人的主要产品对产品设计方案、材料选择、尺寸精度、模切精度、组装公差、粘接强度等都有很高的要求，不仅需要高精度的设备，更需要针对不同材料特性、加工参数进行优化与调节，不断改进模具，持续培训操作人员。此外，高精度的生产过程还需要高精度的质量控制与检验方法进行配合，才能够确保产品的稳定性与可靠性。发行人通过长期的探索和不懈的努力，建立了设备调试与纠错的系统方法，培养了一批水平过硬、经验丰富的技术人员，形成了核心技术所需的人员队伍、设备体系，积累了核心技术应用的丰富经验，形成了目前具有独特性的核心技术体系。

(2) 发行人核心技术的独特性主要体现在节省材料耗用、提高生产效率、保障产品质量等方面

如前所述，行业内企业的生产工艺都具有一定的通用性，一般很难证明是否仅仅只是自己独有的技术，但是，由于面向的终端需求不同、技术实现路径差异、

研发经验积累等因素，不同企业的技术在应用水平方面必然存在差异，从而会形成各自核心技术的独特性，并以此展开竞争，在各自擅长的领域占据相应的市场地位。发行人经过多年的经验积累和技术创新形成的核心技术在节省材料耗用、提高生产效率、保障产品质量等方面形成了自己的独特性，具体分析如下：

序号	核心技术名称	独特性
1	新型圆刀排废装置	使用圆刀时利用点对点套位工艺实现独立胶体废料排除，可以节省排废辅料，降低生产成本，减少排废膜对产品本身的污染，提升产品良率 8% 左右，降低加工成本 15% 左右。
2	双面胶冲切工艺	采用不同套孔冲切产品结构，减少累计公差，控制产品内框和外框尺寸公差，可独立调节外框或内框尺寸，调模难度降低，节省调模时间；与同行业对比，突破以往工艺无法达到图面尺寸管控的局限，提升产品精度，整体工艺提升良率高于行业 15% 左右。
3	可重复利用材料的圆刀装置	提升圆刀装置材料的利用率，可降低产品成本 40% 左右。
4	无基材胶的无刀痕工艺	利用贴合换背方式将无基材双面胶转移到轻离型膜上，利用小孔套位或者圆压圆工艺使产品达到 COVER 无刀痕，良率和效率均高于同行业水平。
5	多功能异步模切技术	针对高价值材料（片材、吸波材、石墨、导电胶、贵金属等）使用 CCD 光感追标，配合异步操作系统和设计方案，主材料利用率达到 80% 以上；相比同行业，良率提升 8%，成本降低 20% 左右。
6	大规格产品拼接技术	针对规格较大且工艺复杂的产品，利用材料小孔套位将其拆解后拼接，减低套位偏差概率，产品良率控制在 90% 以上，成本大幅降低。
7	卫星式圆刀设备下切工艺	在卫星式圆刀设备安装下切刀，有效解决小孔难排、产品表面压印等问题，产品公差控制在 0.1MM 以内，CPK 达到 1.33，工艺稳定，便于调机，误差管控高于同行业水平。
8	可半断的活动分切刀具	改进刀具，加装至平刀模切设备，依靠弹簧或螺母控制刀具深度，可自由调节切层深度，有效简化产品工艺，加工成本降低 10% 左右，提升效率及良率。
9	热固导电胶强钢片贴合技术	将热固导电胶和不锈钢补强钢片在高温高压的状态下压合在一起；通过环境温度控制、热压机压强控制和热压机模具的温度控制，不锈钢补强钢片可以达到 0.13~0.15mm 的厚度；相比传统 FPC 先贴胶再贴钢片效率更高，产品品质稳定性更好，成本大幅降低，整体成本下降 50% 以上。
10	冲压共用模架装置	针对同类产品采用通用型精密冲压模架，降低样品交货时间：普通钢片样品交期可压缩 2 天，屏蔽罩及 3D 类样品交期可压缩 6 天；相对传统方式，交期提前 50% 以上，工艺成本降低 50% 以上。
11	冲贴一体化技术（PNL）	以往 PNL 类产品需要冲压成卷料，然后贴片机转贴到 PNL 膜上。该技术可实现冲贴一体化，直接在精密冲压五金模具内完成冲切钢片再自动贴合到 PNL 膜上，一套模具内完成多项工艺，大大降低成本，品质稳定性明显提高，良率可达到 99% 以上。
12	十字冲压技术	冲压料带与包材载带在模具内呈现十字排版，实现冲压落料后产品直接冲到载带内实际自动包装，相比传统方式产能提高 2 倍以上，产品品质明显提升，人工耗费减少 60% 以上。
13	全自动片料品检设备	该设备主要针对平板电脑类片料产品检验，可以将模切好的半成品直接自动上机品检、不良剔除、良品收纳等，完全取代传统的人工品检，品检效率达到 6,000pcs/小时，检验准确率能达到 99.97%，高于同行业

序号	核心技术名称	独特性
		自动化水平。
14	金属与非金属复合加工技术	以金属材料为主体通过冲压/模切工艺将非金属材料（热熔胶、PI、石墨等）贴合成一体，满足客户的模组配件需求。相对传统的不同材质功能性器件分别加工、逐层贴合，产品品质更加稳定，良率大幅提升，成本降低 30% 以上

(3) 基于终端市场需求不断迭代、行业技术进步迅速等因素，发行人的核心技术始终存在被淘汰或被替代的风险

由于终端电子产品市场竞争激烈，终端品牌商致力于通过技术、性能的持续升级，吸引消费者关注，进行差异化竞争。相应地，功能性器件厂商也需要为这些日新月异的终端电子产品不断开发新技术、新产品，才能获取业务机会。因此，发行人所处行业技术进步较快，行业内企业都面临技术被淘汰或被替代的风险。

发行人现有的核心技术具有独特性，在一定程度上构建了发行人的竞争优势。但是，随着终端电子产品的持续迭代，市场上始终会出现更优化、更先进的工艺技术；如果发行人不能及时掌握市场需求动态，不能及时调整技术路线和产品，不能持续为新产品开发提供有效支持，则发行人的现有核心技术面临被淘汰的风险；因此，发行人需要不断地加大研发投入，持续升级、更新自己的核心技术体系，保持与市场需求的密切联系。

此外，目前发行人掌握的功能性器件加工工艺主要是模切、冲压以及二者的复合工艺，而 CNC、注塑、压铸等工艺还有待发行人进一步拓展。当新产品开发的需要应用更广泛工艺，发行人又未能及时拓展相关技术领域，则可能被竞争对手的技术所替代。

3. 发行人在电子产品精密功能性器件领域的竞争优势

除了具有独特性的核心技术之外，发行人在电子产品精密功能性器件领域的竞争优势主要体现为：

(1) 业务模式优势

由于终端电子产品具有技术含量高、技术进步快、差异化强、生产分工细、产业链条长、市场规模大及全球垄断竞争的市场结构，因此，电子产业具有地域化集聚、专业化分工、社会化协作等特点，从而活化资源、扩大信息交流、增强柔性、降低交易成本、促进技术创新，适应全球差异化竞争的需求。因此，发行

人所发展的业务模式也充分适应行业特点，形成了明显的业务模式优势。具体包括：

①以大客户为导向协同生产

发行人以大客户为导向，在生产过程、品质管理、库存管理、产品交付管理等方面与主要客户达到高度协同，从而与其建立了长期稳定的合作关系，取得了良好的业绩。

②以大客户为导向协同开发

凭借长期积累的技术资源、丰富的生产经验、高精度的产品尺寸、高可靠性产品品质及快速响应能力，发行人与下游客户形成了长期稳定、高度协同的合作关系，能够参与到终端客户的产品研发和设计之中，及时了解市场需求，为客户提供从研发设计、功能测试到产品生产、客户服务等一体化应用解决方案。通过参与终端客户的产品研发设计，发行人有效提高了产品附加值，深化了与客户的关系，增强了合作粘性。

③以业务需求为导向的定制化采购

发行人建立了与供应商长期稳定的合作关系，确保了品质、成本和交期优势。在此过程中，发行人积累了丰富的原材料数据信息和使用经验，对不同原材料的材质特性、使用效果、加工工艺等方面的认知日益丰富和全面，进而提高了发行人与供应商、客户交流时专业水准，增强了发行人关于客户和渠道资源的凝聚能力。

④就近建厂，贴近客户服务

发行人采用就近建厂的模式实时跟进客户需求，在东莞、淮安、秦皇岛、昆山、宁波、珠海等地均建立了生产基地，不仅为客户提供贴近式的研发、生产和服务，大幅缩短了产品的交付周期，有效提高了客户满意度和客户粘性，形成了明显的服务优势；而且还享有产业集群效应优势，包括形成稳定的人际关系，学习先进的商业理念，及时感知行业发展的最新动向，共享产业区的配套设施（如人才、政策、基础设施）等产生的产业集群效应。

（2）技术研发优势

经过多年积累，发行人已掌握了电子产品精密功能性器件各生产环节的核心技术，多项技术在行业内处于领先或先进水平，有效降低了员工的劳动强度和企业的综合成本，提高了设备的生产效率、原材料的利用率、产品质量，最终提高了企业的经济效益。**截至报告期末，发行人已取得各类实用新型专利 86 项、发明专利 5 项。**

发行人建立了一支具有持续创新能力的技术研发团队，技术骨干均具备丰富的行业经验，对产品设计、生产流程、制造工艺等环节具有深刻理解，能够对客户的产品设计、功能需求、生产流程等问题做出快速精准的判断，配合发行人完善的新产品研发设计流程和供应链管理体系，能够及时高效地为客户提供所需的产品及服务。

发行人具有自主研发与改进设备的能力。通过不断改进生产设备，优化精密模具设计，创新工艺流程，发行人实现了原材料复合、模切、转贴、排废等多种工艺流程的一体化作业，有效提升了设备生产效率、原材料的利用率及产品良率，降低了生产成本，提高了市场竞争力。

随着下游终端电子产品轻薄化、集成化、精密化趋势不断强化，功能性器件的加工工艺愈加复杂，传统单一的模切、冲压等工艺技术只能生产各自独立的背胶、钢片等产品，当下游生产线组装这些不同工艺生产的功能性器件时可能遭遇各种难以克服的技术难题。例如，传统模切材料——热熔胶带往往具有一定的流动性，在与金属材质的功能性器件进行贴合时，产品边缘往往会溢胶/偏胶 0.15 毫米左右，溢胶容易吸取空气的毛丝及其它脏污及其脱落等，造成产品外观及功能不良，导致产品报废。发行人应用金属和热熔胶复合工艺创新一种内缩胶结构的产品，将热熔胶粘附在金属器件表层上，热熔胶的面积小于金属材料面积，并使得热熔胶的边缘和钢片的边缘形成一圈宽度均匀的溢胶带，从而有效解决了复合材料加工的难题。又比如，传统单一模切或冲压工艺生产的功能性器件，在下游客户进一步加工时需要反复多次进行贴合，制作周期长且品质不稳定，容易出现偏胶、缺胶、汽包等异常，造成产品外观及功能不良，导致产品报废，制造成本较高；发行人综合应用模切工艺、冲压工艺分别生产客户所需的各种金属与非金属功能性器件，再利用自主研发的自动化设备进行精准贴合，一步到位满足客户的模组配件需求，帮助客户减少生产工序，提高生产效率。通过帮助客户解决

此类技术难题，发行人形成了差异化竞争优势，进一步提升了自身所处产业链的价值含量。

（3）客户资源优势

发行人凭借长期积累的技术资源、丰富的生产经验、高精度的产品尺寸、高可靠性产品品质、快速响应能力得到了下游制造服务商、组件生产商及终端品牌商的高度认可。目前，发行人已进入富士康、鹏鼎控股、京东方、台达电、瑞声科技、欧菲光、立讯精密等国内外知名的制造服务商及组件生产商的供应链体系。

发行人与知名客户之间建立了长期稳固的合作关系，在原有产品和领域保持良好合作的基础上，不断在新产品、项目上开展合作，提高企业牌知名度，进一步扩大在其他潜在优质客户中的市场份额。

通过与知名厂商建立合作关系，发行人可以伴随着客户的成长而快速成长，并可以与客户在原有产品和领域有着良好合作的基础上拓宽合作范围、在其他产品或项目上开展合作。此外，发行人长期为知名的终端品牌商供应产品有助于提高行业知名度并因此获得其他潜在客户认可而赢得其订单。

（4）质量控制优势

电子产品精密功能性器件是电子产品的重要组成部分，终端电子产品的品牌商对其产品功能、质量、品牌维护要求较高，对于功能性器件供应商的选择十分谨慎，尤其注重产品的品质及生产过程的质量控制。

发行人致力于对电子产品精密功能性器件的研发设计与生产工艺的改良，严把产品质量关，通过了 ISO14001: 2015 环境管理体系认证、ISO9001: 2015 质量管理体系认证以及 IATF16949:2016 汽车行业质量管理体系等，建立了完善、有效的质量管理体系，质量控制贯穿研发设计、供应商管理、原材料检验、生产管理、销售等整个生产经营过程，形成了数十个产品质量程序控制文件，为产品的质量提供了强有力的保证。

（三）保荐人核查意见

1. 核查程序

保荐人主要实施了以下核查程序：

(1) 审阅了发行人核心技术人员劳动合同、发行人员工花名册、发行人核心技术人员参与研发项目的立项报告等相关文件、发行人关于认定核心技术人员的决定等文件，核查发行人对核心技术人员的认定过程及其依据。

(2) 审阅了发行人的各项发明专利及其他核心技术的相关立项报告、结题报告等资料，了解其技术特点及其在产品中的应用。

(3) 现场到国家知识产权局查询发行人已获授权专利及正在申请中专利的相关资料。

(4) 访谈部分专利发明人，确认其在发明相关专利期间的任职情况、与发行人不存在争议纠纷等事项。

(5) 针对发行人受让自关联方深圳六淳的发明专利“一种有机硅改性丙烯酸压敏胶及其制备方法”，审阅发行人与关联方深圳六淳签署的《专利转让协议》、关联方深圳六淳与发明人中的外部合作方肖杰、胡信长签署的《合作开发协议》，并就相关事项对肖杰、胡信长进行了访谈，确认了相关专利等知识产权的归属，以及各方之间是否存在争议、纠纷或潜在纠纷。

(6) 检索全国法院失信被执行人名单信息公布与查询系统、中国裁判文书网、中国执行信息公开网、人民法院公告网等网站，确认发行人与各项发明专利的发明人之间不存在诉讼情况。

2. 核查结论

经核查，保荐人认为：

(1) 报告期内发行人的核心技术人员未发生变动；根据各项发明专利及其他核心技术的形成过程、发明人及其目前任职情况，发行人的各项发明专利均属于职务发明，不存在违反竞业限制情形，不存在纠纷或潜在纠纷。

(2) 发行人的核心技术是基于行业通用技术，通过自主研发形成具有独特性的技术，在节省材料耗用、提高生产效率、保障产品质量等方面具有自身的独特性，在一定程度上构建了发行人的竞争优势；但是，基于终端市场需求不断迭代、行业技术进步迅速等因素，发行人的核心技术与行业内其他企业一样，始终存在被淘汰或被替代的风险；因此，除了具有独特性的核心技术之外，发行人还

在业务模式、技术研发体系、客户资源、产品质量控制等方面构建了自己的行业竞争优势。

问题十三：关于关联方资金拆借

申请文件显示，发行人 2018 年向深圳六淳拆入 719.50 万元，偿还 4,388.95 万元，支付资金占用费 110.18 万元；2019 年向深圳六淳拆出 612.20 万元，收回 711.35 万元，支付资金占用费 12.06 万元。此外，发行人与其实际控制人之间也存在较多的资金拆借，例如 2018 年发行人向唐淑芳拆出 1,099.11 万元，收回 3,057.89 万元。

请发行人说明与关联方深圳六淳、实际控制人唐淑芳和莫舒润之间资金拆借的具体情况，包括相关资金用途、归还情况、计息公允性等。

请保荐人、发行人律师、申报会计师发表明确意见。

回复：

（一）发行人与关联方、实际控制人之间资金拆借明细、用途及归还情况

1. 2018 年度关联方资金拆入、拆出及资金占用费

关联方	拆入金额（万元）	偿还金额（万元）	资金占用费（万元）
莫舒润	50.00	251.30	4.01
深圳六淳	719.50	4,388.95	110.18
小计	769.50	4,640.25	114.19
关联方	拆出金额（万元）	收回金额（万元）	资金占用费（万元）
唐淑芳	1,099.11	3,057.89	-98.91
小计	1,099.11	3,057.89	-98.91

注：资金占用费为负数是发行人收取资金利息，下同。

2. 2019 年度关联方资金拆出及资金占用费

关联方	拆出金额（万元）	收回金额（万元）	资金占用费（万元）
唐淑芳	65.60	71.56	-0.93
深圳六淳	612.20	711.35	-12.06
小计	677.80	782.92	-12.99

发行人与关联方、实际控制人之间资金拆借在 2019 年底已全部结清，自 2020 年开始，没有再发生资金拆借。对资金拆借按同期银行贷款基准利率计算的资金

利息在 2020 年底也全部结清。

3. 报告期内发行人与关联方、实际控制人之间的资金拆入、拆出明细和用途

(1) 报告期内拆入明细及用途

关联方名称	拆入时间	拆入金额(万元)	偿还时间	偿还金额(万元)
莫舒润	2018 年度			
	2018/4/18	50.00	2018/4/19	50.00
			2018/6/14	201.30
	小计	50.00		251.30
关联方名称	拆入时间	拆入金额(万元)	偿还时间	偿还金额(万元)
深圳六淳	2018 年度			
	2018/1/11	108.00	2018/1/24	10.00
	2018/1/18	35.00	2018/2/6	1.00
	2018/1/19	6.00	2018/2/6	4.00
	2018/1/31	10.00	2018/2/7	200.00
	2018/2/5	5.00	2018/2/9	500.00
	2018/2/8	200.00	2018/3/1	50.00
	2018/2/27	13.00	2018/3/2	120.00
	2018/3/5	58.00	2018/3/8	4.00
	2018/3/20	18.00	2018/3/21	5.00
	2018/4/18	25.00	2018/4/3	4.00
	2018/4/28	12.00	2018/5/8	3.00
	2018/6/25	22.00	2018/5/18	5.00
	2018/6/29	150.00	2018/6/1	89.88
	2018/6/29	21.00	2018/6/29	150.00
	2018/7/30	16.50	2018/7/4	2.30
	2018/9/14	20.00	2018/9/20	0.50
	-	-	2018/9/30	182.38
	-	-	2018/10/10	20.00
	-	-	2018/10/10	452.89
-	-	2018/10/11	500.00	
-	-	2018/10/11	50.00	

	-	-	2018/10/18	700.00
	-	-	2018/11/6	285.00
	-	-	2018/11/6	950.00
	-	-	2018/11/15	50.00
	-	-	2018/12/14	50.00
	小计	719.50		4,388.95

报告期内，发行人仅在 2018 年有资金拆入，发行人分别向实际控制人莫舒润、关联方深圳六淳拆入资金 50 万元、719.5 万元，借入资金主要用于发行人日常经营周转。

(2) 报告期内拆出明细及用途

关联方名称	拆出时间	拆出金额(万元)	收回时间	收回金额(万元)
	2018 年度			
	2018/1/2	50.00	2018/1/26	1.90
	2018/1/3	10.00	2018/4/16	30.00
	2018/1/11	10.00	2018/4/18	50.00
	2018/1/11	35.00	2018/5/16	20.00
	2018/1/17	10.00	2018/10/9	3.04
	2018/1/25	320.00	2018/10/10	450.00
	2018/1/25	10.00	2018/10/10	20.45
	2018/1/26	80.00	2018/10/11	500.00
	2018/1/29	25.00	2018/10/12	50.00
唐淑芳	2018/1/29	3.00	2018/10/18	500.00
	2018/2/1	10.00	2018/10/19	200.00
	2018/2/1	5.45	2018/11/6	500.00
	2018/2/2	20.00	2018/11/7	500.00
	2018/2/6	5.00	2018/11/8	186.95
	2018/2/8	4.00	2018/11/23	4.56
	2018/2/27	10.00	2018/12/31	41.00
	2018/3/1	10.00	-	-
	2018/3/3	2.00	-	-
	2018/3/5	80.00	-	-
	2018/3/6	5.00	-	-

	2018/3/26	50.00	-	-
	2018/4/17	50.00	-	-
	2018/4/24	10.00	-	-
	2018/4/28	5.00	-	-
	2018/5/4	5.00	-	-
	2018/6/1	25.00	-	-
	2018/6/5	5.00	-	-
	2018/6/8	5.00	-	-
	2018/6/12	10.00	-	-
	2018/6/14	205.00	-	-
	2018/6/20	5.00	-	-
	2018/7/20	3.10	-	-
	2018/7/26	12.00	-	-
	2018/10/10	4.56	-	-
	小计	1,099.11		3,057.89
	2019 年度			
	2019/1/3	50.00	2019/1/3	50.00
	2019/1/24	3.00	2019/3/21	2.40
	2019/4/1	2.60	2019/3/22	0.20
	2019/6/12	5.00	2019/12/26	18.96
	2019/8/14	5.00		
	小计	65.60		71.56
关联方名称	拆出时间	拆出金额(万元)	收回时间	收回金额(万元)
	2019 年度			
	2019/2/19	200.00	2019/2/27	150.00
	2019/2/20	300.00	2019/2/28	200.00
	2019/2/25	0.20	2019/10/30	100.00
	2019/2/25	2.00	2019/12/26	21.35
	2019/3/27	100.00	2019/12/26	40.00
	2019/4/23	5.00	2019/12/26	100.00
	2019/8/22	5.00	2019/12/26	100.00
	小计	612.20		711.35

报告期内，发行人在 2018 年和 2019 年存在资金拆出。

2018 年发行人向实际控制人唐淑芳拆出资金合计 1,099.11 万元，唐淑芳收到该资金后主要用于购买理财、垫付员工工资（已调整确认为发行人费用）、向朋友提供借款等。

2019 年发行人分别向实际控制人唐淑芳、关联方深圳六淳拆出资金 65.60 万元、612.20 万元，唐淑芳收到资金后主要用于办理出国签证资金证明及个人消费；深圳六淳收到该资金后主要用于临时拆借给深圳市新德昌精密有限公司周转，该借款已收回。

（二）发行人与关联方、实际控制人之间资金拆借计息情况

发行人与关联方、实际控制人之间资金拆借计息情况如下：

年度	名称	全年加权平均占用资金（万元）	利率	资金占用费（万元）
2018 年度	唐淑芳	2,273.90	4.35%	-98.91
	莫舒润	92.26	4.35%	4.01
	深圳六淳	2,532.78	4.35%	110.18
2019 年度	唐淑芳	21.47	4.35%	-0.93
	深圳六淳	277.22	4.35%	-12.06

发行人与关联方深圳六淳、实际控制人唐淑芳和莫舒润之间的资金拆借，均按照中国人民银行公布的同期银行贷款基准利率计算资金占用费，利息计算公允。

（三）保荐人核查意见

1. 核查程序

保荐人主要实施了以下核查程序：

（1）陪同发行人实际控制人前往主要商业银行逐一查询、打印其报告期内银行资金流水，并取得其出具的已提供报告期内全部银行账户及资金流水的承诺；现场前往关联方深圳六淳的全部开户银行，获取其报告期内所有账户的银行资金流水。对前述银行资金流水中单笔大额支出（自然人 5 万元以上、法人 10 万元以上）的流水内容进行核实，检查相应的合同、发票等客观证据或进行访谈确认资金用途。

（2）现场前往发行人的全部开户银行，获取报告期内所有银行账户交易流

水，逐一检查关联方资金拆借记录。

(3) 根据资金拆借日期及金额，采用中国人民银行公布的同期银行贷款基准利率重新计算关联方资金占用利息。

2. 核查结论

经核查，保荐人认为：

发行人报告期内与关联方深圳六淳、实际控制人资金拆借的原因及用途具有合理性，双方按照中国人民银行公布的同期银行贷款基准利率计算资金占用费，利息计算公允。

问题十四：关于公司治理

申请文件显示，发行人共有唐淑芳、余海舰、詹月明、钱文晖、肖汉军、徐洪辉 6 名董事，其中肖汉军、徐洪辉为独立董事。

请发行人说明对董事会、监事会席位的提名安排及合理性，结合董事会人数、构成等说明如何保障董事会有效形成决议。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

回复：

(一) 董事会、监事会席位的提名安排及合理性

1. 公司章程关于董事、监事提名的规定

发行人现行有效的《公司章程》第七十六条及拟于上市后启用的《公司章程（草案）》第八十一条规定：

公司董事会换届选举或补选董事时，董事会、合并或单独持有公司 3% 以上股份的股东可以提出非职工代表担任的普通董事候选人，由董事会审核后提请股东大会选举；

公司监事会换届选举或补选监事时，监事会、合并或单独持有公司 3% 以上股份的股东可以提出非职工代表担任的监事候选人，由监事会审核后提请股东大会选举；

职工代表担任的监事由职工通过职工代表大会、职工大会或其他形式民主选

举产生后直接进入监事会。

2. 发行人董事会、监事会提名安排及合理性

(1) 董事会

2020年10月18日，发行人设立了本届董事会，董事提名及构成情况如下：

序号	姓名	职务	是否为外部董事	提名人
1	唐淑芳	董事长	否	实际控制人
2	詹月明	董事	否	
3	余海舰	董事	否	
4	钱文晖	董事	是	达晨创通
5	肖汉军	独立董事	是	实际控制人
6	徐洪辉	独立董事	是	

本次选举董事会的股东大会召开时，实际控制人直接持股发行人 77.54%，达晨创通持股 7.14%。按照前述《公司章程》规定，作为持股 3%以上的股东，实际控制人和达晨创通，拥有提名董事候选人的权利，本次选举的提名安排符合规定。

发行人董事会人数为 6 人，符合《公司法》第 108 条关于股份公司董事会由 5 至 19 人组成的规定；发行人董事会独立董事为 2 名，未低于董事会总人数的 1/3，且包含一名会计专业人士，符合《关于在上市公司建立独立董事制度的指导意见》规定；发行人外部董事占比 1/2，董事会人员构成符合《深圳证券交易所创业板上市公司规范运作指引》3.2.2 第一款的规定。因此，董事会构成符合《公司法》等法律法规、规则的规定。

(2) 监事会

2020年10月18日，发行人设立了本届监事会，监事提名及构成情况如下：

序号	姓名	职务	提名人/选举方式
1	汪丽丽	监事会主席	职工代表监事，经全体职工代表 100%同意选举产生
2	郑志昌	监事	实际控制人
3	李碧艳	监事	

本次选举监事的股东大会召开时，实际控制人直接持股发行人 77.54%。按照前述《公司章程》规定，作为持股 3%以上的股东，实际控制人拥有提名非职

工监事候选人的权利，本次选举的提名安排符合规定。

发行人监事会人数为 3 人，2 名股东代表监事，1 名职工代表监事，符合《公司法》第 117 条关于股份公司监事会人数不得少于 3 人，监事会应当包括股东代表和适当比例的职工代表，其中职工代表的比例不得低于三分之一的规定。因此，监事会构成符合《公司法》规定。

（二）结合董事会人数、构成等说明如何保障董事会有效形成决议

如上所述，发行人董事会人数为 6 人，其中外部董事占比 1/2、独立董事占比 1/3，符合《公司法》等法律法规、规则的规定。

1. 发行人董事会人数及构成不影响有效决议的形成

发行人的董事人数、构成系发行人基于其现阶段的股权结构、法规要求以及业务规模等因素综合考虑的，且已取得了发行人全体股东的一致同意。根据发行人现行《公司章程》第 108 条及拟上市后启用的《公司章程（草案）》第 117 条规定，“董事会作出决议，必须经全体董事的过半数通过”。即发行人董事会对于一般表决事项需至少取得 4 名董事同意方可通过，人数设置为 6 人不会影响其作出有效决议。

此外，深圳证券交易所创业板上市的公司也存在采用 6 人组成董事会的案例，例如泰格医药（300347）、新强联（300850）、天华超净（300390）等（截至 2021 年 8 月 31 日检索情况）。

2. 设立至今，发行人董事会均形成有效决议

截至招股说明书签署日，发行人历次董事会会议的全部议案均经发行人董事会审议通过，不存在弃权票、反对票情形，在董事会实际运行过程中未发生无法形成决议的情况。

因此，发行人董事会人数、构成的能够保障董事会有效形成决议。

（三）保荐人核查意见

1. 核查程序

保荐人主要实施了以下核查程序：

(1) 审阅发行人现行有效的《公司章程》及上市后适用的《公司章程（草案）》，结合《公司法》《关于在上市公司建立独立董事制度的指导意见》《深圳证券交易所创业板上市公司规范运作指引》等法律法规对公司法人治理结构的要求，确认发行人董事会、监事会组成情况符合《公司章程》及法律法规要求。

(2) 审阅发行人创立大会、历次股东大会、董事会、监事会的会议决议、会议记录等资料，确认发行人不存在无法形成决议的情况。

(3) 检索深圳证券交易所创业板已上市企业中由 6 人组成董事会的案例。

2. 核查结论

经核查，保荐人认为：

发行人董事会、监事会席位的提名安排符合公司章程规定，人员构成、比例符合相关法律法规，具有合理性；董事会人数、构成能够保障董事会有效形成决议。

问题十五：关于租赁与租赁瑕疵

申请文件显示：

(1) 发行人租赁的 7 处房屋建筑物均未办理房屋租赁备案手续，其中，租赁的东莞市大朗镇求富路股份经济联合社的厂房（29,620.00 平方米）未取得房屋所有权证，且部分由发行人转租给独立第三方东莞市华淳医疗科技有限公司。向淮安开发控股有限公司等租赁的多处房屋均为瑕疵租赁厂房，存在可能被认定为违章建筑需要拆除，使发行人面临被迫搬迁的风险。

(2) 发行人募投项目“电子产品精密功能性器件生产项目（迁建）”为针对租赁瑕疵所做的搬迁计划，所需土地已签署国有建设用地出让合同，正在办理土地使用权证书。

(3) 发行人生产经营场地为租赁取得，无自有土地使用权和房屋建筑物等长期资产。向秦皇岛北岛博智科技孵化器有限公司租赁的房产租赁期限已于 2021 年 6 月 21 日届满。

请发行人：

(1) 说明租赁的各类房产占发行人相关用途房产面积的占比，发行人重要

生产、经营场所是否依赖于租赁房产，租赁价格是否公允，未办理租赁备案、未能提供产权文件等各类瑕疵租赁房产的用途、面积及占比，是否为发行人生产经营主要场所，对发行人生产经营的影响，测算搬迁费用、说明费用承担主体和搬迁周期等。

(2) 说明报告期内转租给东莞市华淳医疗科技有限公司的具体情形、转租价格及其公允性，是否存在纠纷、发行人是否有权转租，发行人与东莞市华淳医疗科技有限公司及其关联方是否存在关联关系或其他密切关系。

(3) 说明向秦皇岛北岛博智科技孵化器有限公司租赁已到期或即将到期房产的具体续期安排、是否存在无法续期风险、是否为生产经营重要场所，若无法续期对发行人生产经营的影响。

(4) 说明发行人募投项目土地使用权证书的办理进展，是否存在实质性障碍。

(5) 说明发行人各项租赁房产的出租方、实际所有人（如有）、转租承租方等报告期内与发行人实际控制人、董监高、主要财务人员、发行人主要客户或供应商是否存在资金往来。

请保荐人、发行人律师发表明确意见，请申报会计师对问题（1）、（2）、（5）发表明确意见。

回复：

（一）说明租赁的各类房产占发行人相关用途房产面积的占比，发行人重要生产、经营场所是否依赖于租赁房产，租赁价格是否公允，未办理租赁备案、未能提供产权文件等各类瑕疵租赁房产的用途、面积及占比，是否为发行人生产经营主要场所，对发行人生产经营的影响，测算搬迁费用、说明费用承担主体和搬迁周期等。

1. 租赁的各类房产占发行人相关用途房产面积的比例

报告期内发行人未拥有任何房产的所有权；发行人各种用途的房产均为租赁；因此，租赁的各类房产占发行人相关用途房产面积的比例为 100%。

2. 发行人重要生产经营场所对租赁房产不构成重大依赖

虽然发行人现有的生产经营场所均为租赁，但是，发行人对该等租赁房产不构成重大依赖，原因分析如下：

(1) 发行人主要生产设备均为可移动的模切机、冲床等设备，如果需要搬离现有租赁房产，除产生搬迁费用外，无需其他大额投入。

(2) 除需根据生产经营实际需求进行装修（主要是无尘车间的装修）之外，发行人对租赁房产的原有状态没有特殊要求，可替代性较强。

(3) 发行人目前租赁房产所在地区周边存在较多同类型的厂房，可替代的房产资源较为丰富。

(4) 发行人已充分考虑现有瑕疵租赁房产可能导致的搬迁风险，本次发行募投项目针对主要租赁房产——东莞市大朗镇求富路社区富民南路 62 号（以下简称“富民南路 62 号厂房”）可能发生的搬迁风险，筹建了自有的生产车间、办公楼、研发中心等。目前，募投项目所需土地已经取得，建设周期 24 个月。

截至报告期末，发行人及其子公司厂房租赁面积合计 40,401.80 平方米，依据募投项目规划，发行人募投迁建项目拟建设自有厂房共计 34,275.60 平方米。募投项目建设完成后，发行人东莞厂区将整体搬迁至自有厂房，届时发行人自有厂房将占发行人全部厂房面积的 61.36%，发行人将形成以自有房产为主，租赁房产为辅的局面，对租赁房产的依赖性大幅下降。

3. 租赁价格是否公允

发行人及其子公司所租赁房产的价格均系与出租方基于市场化原则、参考同地段和类型房产的出租价格后协商确定；经对比核验，发行人及其子公司所租赁房产的租赁价格与周边同类的其他房产租赁价格不存在重大差异，价格具有公允性，具体情况如下：

发行人租赁的房产			周边可供对比房产		
承租主体	坐落位置	租赁价格(元/平方米/月)	坐落位置	租赁价格(元/平方米/月)	信息来源
六淳科技	东莞市大朗镇求富路社区富民南路 62 号	18	东莞市大朗镇富民工业二园三号	17.19	临近厂房租赁合同

发行人租赁的房产			周边可供对比房产		
承租主体	坐落位置	租赁价格(元/平方米/月)	坐落位置	租赁价格(元/平方米/月)	信息来源
			东莞市黄江镇刁朗村	18.18	临近厂房租赁合同
			东莞市大朗镇洋乌工业区	18	网络公开信息
			东莞市大朗镇松柏朗新园路	18	网络公开信息
淮安六淳	淮安经济技术开发区飞耀北路16号/淮安经济技术开发区飞耀北路6号日资工业园	9.68/8.00	淮安经济技术开发区飞耀北路6号	8	临近厂房租赁合同
			淮安经济技术开发区鸿海南路	9.9	网络公开信息
			淮安经济技术开发区飞耀南路与徐杨路交叉口	11.1	网络公开信息
秦皇岛六淳	秦皇岛市经济技术开发区永定河道一期15号标准厂房北侧二层	13.24	秦皇岛市经济技术开发区永定河道9号	15	临近厂房租赁合同
	秦皇岛市经济技术开发区永定河道9号	14.1	秦皇岛市经济技术开发区峨眉山路	13.5	网络公开信息
			秦皇岛市经济技术开发区王校庄	13.5	网络公开信息
宁波六淳	宁波市北仑区龙角山路539号办公楼壹号厂房	19	宁波市柴楼村	21.54	临近厂房租赁合同
			宁波市北仑区大碶街道	18	网络公开信息
			宁波市北仑区大碶工业园	18	网络公开信息
昆山六淳	昆山市巴城镇立基路111号B栋5号	26.52	昆山市巴城区红杨路	27	网络公开信息
	昆山市巴城镇立基路111号厂区内B栋6号	24.38	昆山市巴城区石牌镇	27	网络公开信息
珠海六淳	珠海市金湾区三灶镇机场西路689号3#厂房车间一楼1单元	24.37	珠海市金湾区三灶镇	18	网络公开信息
	珠海市金湾区三灶镇机场西路689号3#厂房车间3楼2单元	13.63	珠海市金湾区三灶镇	18	网络公开信息

发行人租赁的房产			周边可供对比房产		
承租主体	坐落位置	租赁价格(元/平方米/月)	坐落位置	租赁价格(元/平方米/月)	信息来源
六淳精密	东莞市大朗镇石厦村富民南路70号B幢一层	25	东莞市大朗镇石厦村富民南路70号	25	出租方报价函

4. 未办理租赁备案、未能提供产权文件等各类瑕疵租赁房产的用途、面积及占比，是否为发行人生产经营主要场所，对发行人生产经营的影响

截至本回复出具日，除秦皇岛六淳租赁的厂房未办理租赁备案外，发行人及其子公司租赁的其他生产经营性房产均已办理租赁备案手续；经实地走访秦皇岛住房与城乡建设局、秦皇岛六淳住所地主管公安机关，相关部门均表示，当地房屋租赁备案手续仅针对居住房屋开展，暂无主管部门对接办理厂房租赁备案手续。同时，发行人实际控制人、控股股东已承诺：“若因未办理租赁备案、租赁房屋未取得房屋产权证、使用划拨地上建筑等原因导致发行人遭受处罚和/或损失的，或因前述原因导致发行人需要在租赁期限届满前搬迁的，本人将无条件、连带地全额承担该处罚导致罚金及其他损失。”根据《民法典》第706条的规定，未办理登记备案手续不影响租赁合同的效力，且发行人实际控制人、控股股东已承诺就有可能导致的处罚和损失承担责任，因此不会对发行人的生产经营产生重大不利影响。

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“五、发行人与业务相关的主要固定资产及无形资产等资源要素”之“（三）资产租赁情况”之“1. 租赁备案的瑕疵”调整披露如下：

上述第3-4项租赁房产均未办理房屋租赁备案手续…….

截至报告期末，发行人生产经营所用房产建筑面积合计为40,401.80平方米，其中存在各类瑕疵的租赁房产情况如下：

序号	房产坐落	瑕疵原因	房产用途	建筑面积(平方米)	面积占比	是否为发行人生产经营主要场所	对发行人生产经营的影响
1	东莞市大朗镇求富路社区富民南路62号	出租方仅拥有集体土地所有权证，未拥有房屋所有权证，相关厂房构成违章建	生产车间以及附属办公楼	18,818.80	46.58%	是	存在导致搬迁损失的风险

		筑。					
2	秦皇岛市经济技术开发区永定河道一期15号标准厂房北侧二层	1. 出租方与产权方为不定期租赁,存在解除租赁关系的风险。 2. 出租方的转租行为未取得产权方的书面同意。 3. 租赁房屋所在土地系划拨地。 4. 未办理租赁备案。	生产车间以及附属办公	2,328.00	5.76%	是	存在导致搬迁损失的风险
3	秦皇岛市经济技术开发区永定河道9号	未办理租赁备案	生产车间以及附属办公	1,165.00	2.88%	是	无实质影响
合计				22,311.80	55.22%		

(1) 第1项瑕疵租赁存在导致发行人搬迁损失的风险

第1项房屋所在土地的所有权属于东莞市大朗镇求富路股份经济联合社(以下简称求富路联社),但是,由于该房屋的建设未依法取得建筑工程规划许可,属于违章建筑,无法办理房屋所有权证;如果第1项房产所在地住建主管部门要求拆除该等违章建筑,则发行人无法继续使用第1项房产,存在导致搬迁损失的风险。

(2) 第2项瑕疵租赁存在导致发行人搬迁损失的风险

第2项存在以下瑕疵:

①出租方与产权方之间为不定期租赁关系,产权方可随时主张与出租方解除租赁关系:存在导致发行人搬迁损失的风险

秦皇岛六淳所使用的位于秦皇岛市经济技术开发区永定河道一期15号标准厂房北侧二层厂房(以下简称永定河道一期15号厂房),产权人为秦皇岛开发区国有资产经营有限公司(以下简称“国资公司”),北岛博智(秦皇岛)科技股份有限公司(以下简称“北岛博智”)与国资公司签署了关于永定河道一期15号厂房的租赁合同,租赁期限至2021年4月29日。

基于其与国资公司的租赁合同和相关授权,北岛博智与秦皇岛六淳于2018年6月22日签署《孵化企业入驻协议书》,将永定河道一期15号厂房提供给秦

皇岛六淳使用，有效期至 2021 年 6 月 21 日。2021 年 8 月 20 日，北岛博智与秦皇岛六淳签署《企业入驻协议书》约定，秦皇岛六淳可使用永定河道一期 15 号厂房至 2022 年 8 月 28 日。

北岛博智与国资公司之间的租赁期限于 2021 年 4 月 29 日届满之后，由于国资公司相关资产管理政策正在调整中，国资公司暂未与北岛博智续签租赁协议；但是，北岛博智仍继续使用永定河道一期 15 号厂房等相关房产，截至目前国资公司未就北岛博智使用相关房产的行为提出异议。根据《民法典》第 734 条规定，租赁期限届满，承租人继续使用租赁物，出租人没有提出异议的，原租赁合同继续有效，但是租赁期限为不定期。因此，北岛博智与国资公司之间的租赁关系仍有效，但租赁期限应被认定为不定期租赁；国资公司在合理期限之前通知北岛博智后，可随时解除与北岛博智间的租赁合同。

综上，北岛博智与国资公司之间为不定期的租赁关系，如果国资公司要求解除其与北岛博智间的租赁合同，秦皇岛六淳将无法继续依《企业入驻协议书》约定使用永定河道一期 15 号厂房，存在搬迁风险。

②出租方的转租行为未取得产权方的书面同意：对发行人生产经营无实质性影响

北岛博智与国资公司之间的租赁合同未明确约定北岛博智是否有权转租，北岛博智也没有出示其取得国资公司同意转租的书面文件。但是，自 2018 年 6 月 22 日签署《孵化企业入驻协议书》后，秦皇岛六淳已使用永定河道一期 15 号厂房至今。

国资公司未就秦皇岛六淳使用前述厂房的事实提出过明确异议，也未曾要求秦皇岛六淳搬离永定河道一期 15 号厂房。根据《民法典》第 718 条规定：“出租人知道或者应当知道承租人转租，但是在六个月内未提出异议的，视为出租人同意转租”。因此，北岛博智在其承租期限内将永定河道一期 15 号厂房以孵化场所名义提供给秦皇岛六淳使用，虽未取得国资公司的书面同意，但是国资公司未就此提出明确异议，应视为国资公司认可该等转租关系。

秦皇岛六淳在上述期间内使用该房屋的行为合法有效，不会因此对秦皇岛六淳的生产经营造成重大不利影响。

③租赁房屋所在土地系划拨地，房屋所有权人是否将租金中所含土地收益上缴国家未知：对发行人生产经营无实质性影响

永定河道一期 15 号厂房的土地使用权类型为划拨，房产规划用途为工交仓储。《房地产管理法》第 56 条规定，以营利为目的，房屋所有权人将以划拨方式取得使用权的国有土地上建成的房屋出租的，应当将租金中所含土地收益上缴国家。具体办法由国务院规定。

由此可知，《房地产管理法》未禁止出租以划拨方式取得使用权的国有土地上建成的房屋，因此，秦皇岛六淳与北岛博智签署的协议并未违反法律法规的强制性规定，用于生产经营也不涉及擅自改变该土地及房屋用途，不会对发行人的生产经营造成重大不利影响。

④未履行租赁备案的瑕疵：对发行人生产经营无实质性影响

第 2 项租赁房产未办理备案手续，但是，根据《民法典》第 706 条的规定，未办理登记备案手续不影响租赁合同的效力。

(3) **第 3 项**瑕疵租赁对发行人生产经营无实质性影响

第 3 项租赁房产未办理备案手续，但是，根据《民法典》第 706 条的规定，未办理登记备案手续不影响租赁合同的效力。

5. 测算搬迁费用、说明费用承担主体和搬迁周期等

(1) 搬迁费用的测算

如前述表格所示，第 1 项和**第 2 项**租赁房产存在搬迁损失风险，因此，根据发行人的历史数据以及当前市场行情，并结合发行人生产经营的实际需求，测算可能发生的搬迁费用如下：

①第 1 项租赁房屋如果搬迁可能发生的费用测算

序号	涉及的建筑物用途	费用项目	测算依据	测算金额 (万元)
1	普通生产车间、办公室、宿舍、展厅以及公共区域等	无	直接使用租赁的房屋，作为过渡用房，无需装修，无其他费用	-
2	万级无尘车间	装修费	按照目前使用面积 380 平方米，参考装修单价 1,600 元/平方米	60.80

序号	涉及的建筑物用途	费用项目	测算依据	测算金额 (万元)
3	千级无尘车间	装修费	按照目前使用面积 800 平方米, 参考装修单价 2,400 元/平方米	192.00
4	-	运输费	参考目前的运费市场价格以及周边目标租赁区域的物理距离	6.00
5	-	设备安装费	参考目前的安装费市场价格、装卸需求、现有设备的使用情况	22.00
合计				280.80

②第 2 项租赁房屋如果搬迁可能发生的费用测算

序号	费用项目	测算依据	测算金额 (万元)
1	生产车间、办公室等装修费	参考目前所使用厂房在 2018 年装修时的价格, 并适当考虑一定的涨价因素	121.06
2	运输费	参考目前的运费市场价格以及周边目标租赁区域的物理距离	0.85
3	设备安装费	参考目前的安装费市场价格、装卸需求、现有设备的使用情况	3.70
合计			125.61

上述第 1 项和第 2 项租赁房屋如果搬迁可能发生的费用合计 406.41 万元。

(2) 搬迁费用承担主体

发行人实际控制人已出具承诺, 针对本次发行前已存在的瑕疵租赁房产, 如因瑕疵导致发行人搬迁损失的, 将无条件、连带地承担发行人全部损失。

(3) 搬迁周期

根据发行人的历史经验并参考其他企业情况, 搬迁厂房所需的时间约 60 天, 其中: 租赁新的厂房约 5 天, 无尘车间装修 45 天, 设备搬迁、安装及调试等 10 天。发行人具有成熟的生产工艺和产品质量措施, 原有设备安装后, 经设备调试和良率爬坡约 7 天, 即可达到正常生产状态。

(二) 说明报告期内转租给东莞市华淳医疗科技有限公司的具体情形、转租价格及其公允性，是否存在纠纷、发行人是否有权转租，发行人与东莞市华淳医疗科技有限公司及其关联方是否存在关联关系或其他密切关系。

1. 转租的背景与具体情形

2015年，唐淑芳作为财务投资人参与了李龙观等人组织的东莞市华淳医疗科技有限公司（以下简称华淳医疗）设立，设立时华淳医疗的股权比例为：李龙观 35%、刘伟 25%、李成杰 25%、唐淑芳 15%。唐淑芳自始未担任董事、监事、经理等职务，也未参与华淳医疗的生产经营管理活动。

在设立过程中，华淳医疗拟租赁富民南路 62 号的部分厂房作为生产经营场所，但是，基于管理便利等方面考虑，出租方求富路联社要求整体出租。与此同时，唐淑芳、莫舒润夫妇也一直在东莞寻找厂房，拟设立六淳有限；基于共同投资华淳医疗的关系，李龙观等建议唐淑芳、莫舒润夫妇一起承租富民南路 62 号厂房。

经各方协商，2015年11月，唐淑芳、莫舒润夫妇以发行人前身——六淳有限的名义与求富路联社签订《厂房租赁合同》整体承租富民南路 62 号厂房，租赁面积 29,620.00 平方米，租赁期限至 2020 年 6 月 14 日。经求富路联社书面同意，六淳科技前述厂房中的 11,032.50 平方米转租给了华淳医疗。

2020年6月，六淳科技与求富路联社续签了富民南路 62 号厂房的《厂房租赁合同书》，租赁期限至 2025 年 6 月 14 日。经求富路联社书面同意，六淳科技继续转租 11,032.50 平方米厂房给华淳医疗。

2021年7月，六淳科技与华淳医疗签署《转租协议之补充协议》，约定自 2021 年 8 月 1 日起，华淳医疗转租面积平方米变更为 10,801.20 平方米。

2. 转租价格及其公允性

基于前述转租背景，发行人转租给华淳医疗的价格，与发行人向求富路联社承租的价格完全一致。如前所述，发行人向求富路联社承租的价格是公允的，因此，发行人对华淳医疗的转租价格也是公允的。

3. 不存在纠纷

就六淳科技转租给东莞市华淳医疗科技有限公司一事，各方均确认：

(1) 六淳科技与东莞市华淳医疗科技有限公司之间不存在纠纷；

(2) 六淳科技与出租方暨产权方求富路联社之间不存在纠纷；

(3) 东莞市华淳医疗科技有限公司与出租方暨产权方求富路联社之间不存在纠纷。

4. 转租行为已取得出租方暨产权方的同意

上述转租已取得出租方暨产权方求富路联社的书面同意，转租行为合法有效。

5. 发行人与东莞市华淳医疗科技有限公司及其关联方不存在关联关系或其他密切关系

如前所述，2015年，发行人的实际控制人之一唐淑芳与李龙观等人共同投资设立华淳医疗。后因经营不善，刘伟、李成杰、唐淑芳寻求退出华淳医疗；2016年1月，李龙观受让了刘伟、李成杰、唐淑芳的全部股权。至此，唐淑芳不再是华淳医疗的股东。

除上述情况之外，发行人与华淳医疗及其关联方不存在关联关系或其他密切关系。

(三)说明向秦皇岛北岛博智科技孵化器有限公司租赁已到期或即将到期房产的具体续期安排、是否存在无法续期风险、是否为生产经营重要场所，若无法续期对发行人生产经营的影响。

1. 发行人子公司秦皇岛六淳向秦皇岛北岛博智科技孵化器有限公司租赁已到期的具体续期安排、是否存在无法续期风险

北岛博智系秦皇岛经济技术开发区重点高科技、产业化平台性企业，从事开发区产业孵化工作。为鼓励和支持双创工作，秦皇岛经济技术开发区管理委员会将包括永定河道一期15号厂房在内的部分厂房交由北岛博智作为孵化场所使用。鉴于秦皇岛经济技术开发区管理委员会下属全资子公司秦皇岛国有资产经营有限公司登记为永定河道一期15号厂房所有权人，北岛博智与国资公司签署了

关于永定河道一期 15 号厂房的租赁合同，租赁期限至 2021 年 4 月 29 日。

关于入驻孵化园区使用永定河道一期 15 号厂房，秦皇岛六淳与北岛博智于 2018 年 6 月 22 日签署了《孵化企业入驻协议书》，有效期至 2021 年 6 月 21 日。2021 年 8 月 20 日，北岛博智与秦皇岛六淳签署《企业入驻协议书》约定，秦皇岛六淳可使用永定河道一期 15 号厂房至 2022 年 8 月 28 日。

北岛博智与国资公司之间的租赁期限于 2021 年 4 月 29 日届满之后，由于国资公司相关资产管理政策正在调整中，国资公司暂未与北岛博智续签租赁协议；但是，北岛博智仍继续使用永定河道一期 15 号厂房等相关房产，截至目前国资公司未就北岛博智使用相关房产的行为提出异议。根据《民法典》第 734 条规定，租赁期限届满，承租人继续使用租赁物，出租人没有提出异议的，原租赁合同继续有效，但是租赁期限为不定期。因此，北岛博智与国资公司之间的租赁关系仍有效，但租赁期限应被认定为不定期租赁；国资公司在合理期限之前通知北岛博智后，可随时解除与北岛博智间的租赁合同。

综上，北岛博智与国资公司之间为不定期的租赁关系，如果国资公司要求解除其与北岛博智间的租赁合同，秦皇岛六淳将无法继续依《企业入驻协议书》约定使用永定河道一期 15 号厂房，存在搬迁风险。

2. 是否为生产经营重要场所，若无法续期对发行人生产经营的影响

永定河道一期 15 号厂房是秦皇岛六淳的重要生产经营场所之一，若无法继续使用，将会导致秦皇岛六的搬迁损失，具体金额测算详见本题（一）之“5. 测算搬迁费用、说明费用承担主体和搬迁周期等”相关内容。

（四）说明发行人募投项目土地使用权证书的办理进展，是否存在实质性障碍。

发行人已于 2021 年 7 月 1 日取得本次募投项目用地的粤（2021）东莞不动产权第 0180568 号《不动产权证书》，本次募投项目相关用地已不存在实质性障碍。

(五) 说明发行人各项租赁房产的出租方、实际所有人(如有)、转租承租方等报告期内与发行人实际控制人、董监高、主要财务人员、发行人主要客户或供应商是否存在资金往来。

1. 发行人各项租赁房产的出租方、实际所有人(如有)、转租承租方等主体情况

序号	承租人	出租人	实际所有人	转租承租方	发行人承租的主要房产情况			
					租赁地址	面积 (平方米)	租赁期限	用途
1	六渟科技	东莞市大朗镇求富路股份经济联合社	东莞市大朗镇求富路股份经济联合社	华渟医疗	东莞市大朗镇求富路社区富民南路62号	18,818.80	2020年6月15日至2025年6月14日	工业
2	淮安六渟	淮安开发控股有限公司	淮安开发控股有限公司	不适用, 淮安六渟未转租	淮安经济技术开发区飞耀北路16号	3,000.00	2016年4月1日至2026年3月31日	工业
					淮安经济技术开发区飞耀北路6号日资工业园	1,200.00	2021年3月15日至2026年3月14日	工业
3	秦皇岛六渟	秦皇岛北岛博智科技孵化器有限公司	秦皇岛开发区国有资产经营有限公司	不适用, 秦皇岛六渟未转租	秦皇岛市经济技术开发区永定河道一期15号标准厂房北侧二层	2,328.00	2021年8月29日至2022年8月28日	工业
4	秦皇岛六渟	河北福恩特电气设备有限公司	河北福恩特电气设备有限公司	不适用, 秦皇岛六渟未转租	秦皇岛市经济技术开发区永定河道9号	1,165.00	2020年11月5日至2022年11月4日	工业
5	宁波六渟	宁波市北仑区飞达甬丰电器有限公司	宁波市北仑区飞达甬丰电器有限公司	不适用, 宁波六渟未转租	宁波市北仑区龙角山路539号办公楼壹号厂房	3,943.00	2020年8月1日至2025年7月31日	工业
6	昆山六渟	中沃机械(苏州)有限公司	中沃机械(苏州)有限公司	不适用, 昆山六渟未转租	昆山市巴城镇立基路111号B栋5号	4,138.00	2019年1月1日至2025年1月31日	工业
7	昆山六渟	中沃机械(苏州)有限公司	中沃机械(苏州)有限公司	昆山鑫博耀精密模具有限有限公司	昆山市巴城镇立基路111号厂区内B栋6号	1,999.00	2020年9月1日至2025年1月31日	工业
8	珠海六渟	珠海市畅合发展有限公司	广东世荣兆业股份有限公司	不适用, 珠海六渟未转租	珠海市金湾区三灶镇机场西路689号3#厂房车间一楼1单元	860.00	2021年7月1日至2027年8月31日	工业
9	珠海	珠海市畅	广东世荣兆	不适用, 珠海	珠海市金湾区	1,800.00	2021年7月1	工业

序号	承租人	出租人	实际所有人	转租承租方	发行人承租的主要房产情况			
					租赁地址	面积 (平方米)	租赁期限	用途
	六淳	合发展有限公司	业股份有限公司	六淳未转租	三灶镇机场西路689号3#厂房车间3楼2单元		日至2027年8月31日	
10	六淳精密	东莞市美丽湾创意产业园有限公司	东莞市美丽湾创意产业园有限公司	不适用,六淳精密未转租	东莞市大朗镇石厦村富民南路70号B幢一层	1,150.00	2022年1月1日至2024年3月18日	工业

注1: 昆山六淳向中沃机械(苏州)有限公司租赁昆山市巴城镇立基路111号厂区内B栋6号厂房建筑面积合计3,999.00平方米; 2021年3月11日, 按照昆山六淳与出租方中沃机械(苏州)有限公司关于转租的协议约定, 昆山六淳将第7项租赁房屋的部分建筑(面积2,000平方米)转租给昆山鑫博耀精密模具有限公司。

注2: 发行人、珠海六淳与珠海市畅合发展有限公司签署《三方协议》, 由珠海六淳作为承租方, 概括性继承发行人与珠海市畅合发展有限公司所订立《厂房租赁合同》中全部权利、义务。

2. 上述主体报告期内与发行人实际控制人、董监高、主要财务人员、发行人主要客户或供应商是否存在资金往来

报告期内, 出租方暨产权方淮安开发与发行人主要客户鹏鼎控股在淮安的子公司庆鼎精密电子(淮安)有限公司存在租金往来。

淮安开发是经淮安市人民政府批准设立, 隶属于淮安经济技术开发区管理委员会的国有独资公司, 主要职责是代表开发区管委会筹集建设资金, 并作为国有资产投资主体, 承担授权范围内的国有资产的投资、开发、管理和运营。淮安开发为业主开发的日资工业园位于淮安经济技术开发区迎宾大道以北, 飞耀路以西, 荷香路以东, 青岛路以南, 包含研发楼、办公楼、宿舍(食堂)楼、工业类标准厂房等。

鹏鼎控股在淮安的子公司庆鼎精密电子(淮安)有限公司承租了淮安开发旗下日资工业园的厂房; 而淮安六淳为贴近服务庆鼎精密电子(淮安)有限公司, 也在日资工业园内租赁厂房, 为庆鼎精密电子(淮安)有限公司提供配套研发、生产服务。因此, 淮安六淳所租赁厂房的出租方暨产权方, 同时也是庆鼎精密电子(淮安)有限公司相应厂房的出租方; 因此, 淮安开发与庆鼎精密电子(淮安)有限公司存在租金往来。

除上述情况之外, 发行人各项租赁厂房的出租方、实际所有人、转租承租方等报告期内与发行人实际控制人、董监高、主要财务人员、发行人主要客户或供

应商不存在其他资金往来。

（六）保荐人核查意见

1. 核查程序

保荐人主要实施了以下核查程序：

（1）审阅发行人及其子公司厂房租赁合同、不动产权证书（如有）、不动产权利人查询文件（如有）、出租方与产权人签署的租赁协议（如需）、房屋租赁备案证明文件（如有）；审阅了发行人及其子公司当地主管部门出具的证明或确认文件；针对部分瑕疵租赁房产，对出租方、产权方或当地主管部门进行访谈确认。

（2）针对发行人转租华淳医疗的事项，审阅发行人与华淳医疗签署的《转租协议》、求富路联社许可转租的证明文件；审阅华淳医疗的全套工商档案，了解其关联方情况；访谈了发行人实际控制人以及华淳医疗的原控股股东李龙观，了解转租华淳医疗的背景和原因；取得华淳医疗主要股东、董监高填写的调查表、华淳医疗出具的《说明函》、通过天眼查、国家企业信用信息公示系统等验证华淳医疗的关联方情况，了解发行人与华淳医疗及其关联方是否存在关联关系或其他密切关系。

（3）针对承租永定河道一期 15 号厂房，审阅了秦皇岛六淳与北岛博智签署的《企业入驻协议书》；对北岛博智、国资公司相关负责人进行访谈确认；取得发行人出具的说明文件。

（4）针对募投项目用地，审阅了发行人与东莞市自然资源局签署的《国有建设用地使用权出让合同》、不动产权证书。

（5）针对租赁价格的公允性，审阅了发行人及其子公司周边其他单位的厂房租赁协议及其租赁价格；通过房产中介网站 58 同城网（<https://www.58.com/>）、赶集网（<http://ganji.com/>）等检索发行人及其子公司同一行政区划、同类用途、类似面积房产的租赁价格。

（6）针对瑕疵租赁，复核发行人测算的搬迁费用并结合发行人历史情况以及同行业公告、周边类似企业的公告等公开信息进行验证；取得发行人实际控制

人就瑕疵租赁事项出具的承诺文件。

(7) 陪同发行人实际控制人、董事（外部董事、独立董事除外）、监事、高级管理人员、主要财务人员等前往主要商业银行逐一查询、打印其报告期内银行资金流水，并取得相关人员出具的已提供报告期内全部银行账户及资金流水的承诺；获取独立董事和外部董事（由达晨创投委派）自行提供报告期间个人银行资金流水，并由其出具的已提供报告期内全部银行账户及资金流水的承诺。对前述银行资金流水中单笔支出大于 5 万元的流水内容进行核实，检查相应的合同、发票等客观证据或进行访谈确认资金用途，检查前述银行资金流水是否涉及发行人租赁房产的出租方、实际所有人、转租的承租方。

(8) 对报告期内发行人租赁厂房的出租方、实际所有人等进行函证，确认其报告期内与发行人实际控制人、董监高、主要财务人员、发行人主要客户或供应商是否存在资金往来。

2. 核查结论

经核查，保荐人认为：

(1) 报告期内，租赁的各类房产占发行人相关用途房产面积比例为 100%，但是，基于发行人主要设备可移动且安装简单、对厂房无特殊要求、可替代性强、且发行人已通过募投项目自建厂房，因此，发行人对租赁房产不构成重大依赖。

(2) 报告期内，发行人主要租赁房屋的价格均系与无关联的第三方基于市场化原则协商确定，与周边同类房屋的租赁价格不存在重大差异，租赁价格公允。

(3) 未办理租赁备案、未能提供产权文件等各类瑕疵租赁房产的用途均为生产车间及附属办公，**建筑面积合计 22,311.80 平方米，占全部租赁面积的比例为 55.22%**，属于发行人生产经营的主要场所；除富民南路 62 号厂房、永定河道一期 15 号厂房存在搬迁损失风险之外，其余瑕疵租赁对发行人生产经营无实质性影响；经测算，如果因为瑕疵租赁被迫搬迁，可能产生的搬迁损失合计 406.41 万元；根据发行人实际控制人出具的承诺，前述搬迁费用由其全部承担；按照发行人的经验估计，搬迁周期约 60 天。

(4) 2015 年 11 月，六淳有限与求富路联社签订《厂房租赁合同》整体承租富民南路 62 号厂房，租赁面积 29,620.00 平方米，租赁期限至 2020 年 6 月 14

日；经求富路联社书面同意，六淳科技前述厂房中的 11,032.50 平方米转租给了华淳医疗。2020 年 6 月，六淳科技与求富路联社续签了富民南路 62 号厂房的《厂房租赁合同书》，租赁期限至 2025 年 6 月 14 日；经求富路联社书面同意，六淳科技继续转租 11,032.50 平方米厂房给华淳医疗。2021 年 7 月，六淳科技与华淳医疗签署《转租协议之补充协议》，约定自 2021 年 8 月 1 日起，华淳医疗转租面积平方米变更为 10,801.20 平方米。发行人转租给华淳医疗的价格与发行人向求富路联社承租的价格相同，转租价格公允。转租行为已取得出租方暨产权方求富路联社的书面同意，不存在纠纷。

(5) 2015 年，唐淑芳曾参股华淳医疗；后因经营不善，唐淑芳等人寻求退出华淳医疗；2016 年 1 月，李龙观受让了刘伟、李成杰、唐淑芳的全部股权。至此，唐淑芳不再是华淳医疗的股东。除上述情况之外，发行人与华淳医疗及其关联方不存在关联关系或其他密切关系。

(6) 永定河道一期 15 号厂房的使用，秦皇岛六淳已于 2021 年 8 月 20 日与北岛博智签署了《企业入驻协议书》，但是，截至本回复出具日，北岛博智与产权方国资公司关于永定河道一期 15 号厂房的使用尚未签署协议，目前处于不定期租赁状态；因此，国资公司可以随时主张解除合同，要求秦皇岛六淳在合理期限内搬离。永定河道一期 15 号厂房目前属于秦皇岛六淳的重要生产经营场所之一。如果秦皇岛六淳无法继续使用，可能导致其搬迁损失，经测算相关搬迁费用合计 125.61 万元。

(7) 发行人已于 2021 年 7 月 1 日取得本次募投项目用地的粤（2021）东莞不动产权第 0180568 号《不动产权证书》，本次募投项目相关用地已不存在实质性障碍。

(8) 报告期内，淮安开发与发行人主要客户鹏鼎控股在淮安的子公司庆鼎精密电子（淮安）有限公司存在正常的租金往来；除上述情况之外，发行人各项租赁厂房的出租方、实际所有人、转租承租方等报告期内与发行人实际控制人、董监高、主要财务人员、发行人主要客户或供应商不存在其他资金往来。

问题十六：关于税收优惠

申请文件显示，发行人为国家高新技术企业，认定有效期至 2021 年 11 月

27 日，报告期各期税收优惠占利润总额比例为 7.43%、11.30%、8.11%。

请发行人分析说明发行人高新技术证书是否存在续期障碍、发行人是否符合续期条件，说明如无法续期对发行人经营业绩的影响，并进行风险提示。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

回复：

（一）请发行人分析说明发行人高新技术证书是否存在续期障碍、发行人是否符合续期条件

六淳科技原持有广东省科学技术厅、广东省财政厅、国家税务总局广东省税务局于 2018 年 11 月 28 日核发的《高新技术企业证书》，证书编号 GR201844005350，有效期三年。

经查询高新技术企业认定管理工作网（<http://www.innocom.gov.cn/>），2021 年 12 月 20 日，六淳科技已经被认定为“高新技术企业”。六淳科技已通过高新技术企业复审，证书正处于待领取状态，高新技术企业证书不存在续期障碍。

（二）说明如无法续期对发行人经营业绩的影响，并进行风险提示

发行人已在招股说明书“第四节 风险因素”之“五、税收优惠政策变化风险”补充披露如下：

六淳科技为国家高新技术企业。根据《中华人民共和国企业所得税法》及《高新技术企业认定管理办法》的相关规定，六淳科技自被认定为高新技术企业之日起三年内减按 15% 税率计缴企业所得税。

根据前述政策测算报告期发行人享受税收优惠对净利润的影响如下：

项目（单位：万元）	2021 年度	2020 年度	2019 年度
所得税优惠	745.47	610.22	440.41
利润总额	12,183.95	7,520.76	3,895.70
所得税优惠/利润总额	6.12%	8.11%	11.30%
扣除所得税优惠后的净利润	10,029.96	5,581.93	2,614.02

未来，如果六淳科技不能继续被认定为高新技术企业，或国家针对高新技术企业的税收优惠政策作出调整，将对发行人的经营业绩产生一定程度的不利影

响。

（三）核查程序和核查意见

1. 核查程序

（1）审阅了发行人现有《高新技术企业证书》。

（2）审阅了发行人高新技术企业复审申请材料，并查询了高新技术企业认定管理工作网（<http://www.innocom.gov.cn/>）。

（3）审阅了发行人全套工商档案。

（4）审阅了发行人已取得专利的专利证书，并通过国家知识产权局现场查询发行人所拥有的已授权专利。

（5）审阅了发行人的员工花名册、社保缴纳记录等。

（6）审阅了天健会计师出具的《审计报告》。

（7）取得了发行人住所地政府主管部门出具的证明文件。

2. 核查意见

经核查，保荐人认为：2021年12月20日，发行人已经被认定为“高新技术企业”，高新技术证书不存在续期障碍。

问题十七：关于对赌协议

申请文件显示，发行人及其控股股东、实际控制人唐淑芳、莫舒润与发行人的其他股东签署的《股东协议》中存在对赌条款，虽自发行人本次发行并上市的辅导备案登记受理时自动终止履行，但仍存在效力恢复条款。

请发行人说明上述对赌协议中与对赌相关的全部条款是否均已终止，仍含有效力恢复条款的原因、是否保留其他形式的利益安排，是否符合本所《创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题13的要求。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

回复：

(一) 请发行人说明上述对赌协议中与对赌相关的全部条款是否均已终止, 仍含有效力恢复条款的原因、是否保留其他形式的利益安排, 是否符合本所《创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 13 的要求。

1. 与《股东协议》有关的对赌条款

(1) 《股东协议》的签署及效力

发行人的股东曾分别于 2020 年 7 月 23 日、2020 年 12 月 15 日、2021 年 1 月 27 日签署《股东协议》。其中, 2020 年 7 月 23 日、2020 年 12 月 15 日的《股东协议》已终止, 且被 2021 年 1 月 27 日《股东协议》取代。2021 年 1 月 27 日的《股东协议》由发行人全体股东签订, 发行人未参与该协议的签署, 不是该协议的任何一方, 也不存在由发行人承担回购等对赌条款义务的约定。

2021 年 11 月, 发行人全体股东签署了《股东协议之对赌条款解除协议》, 各方一致同意, 自解除协议签署日起, 2021 年 1 月 27 日签署的《股东协议》“第三条 回购”及第三条项下全部条款均应解除且视为自始无效, 实际控制人自始不承担任何对赌、回购义务和责任, 且不恢复效力。

同时, 上述解除协议中还约定, 自解除协议签署及生效后, 各股东与发行人和/或实际控制人之间, 不存在任何仍有效的(或待生效、待恢复效力的)、超出中国法律规定和发行人《公司章程》规定的对赌、回购安排。

至此, 发行人、发行人股东之间涉及对赌的条款安排已终止, 符合《审核问答》问题 13 的清理要求。

2. 与股权激励平台(东莞泰富、东莞泰弘)有关的对赌条款

为实施股权激励计划, 东莞泰富、东莞泰弘的有限合伙人、普通合伙人共同签署了《合伙协议书》《合伙份额认购协议》和《权益约定书》。

《权益约定书》作为《合伙协议书》的补充协议, 系莫舒润与东莞泰富、东莞泰弘及其有限合伙人分别签署。《权益约定书》第五条约定有限合伙人在一定情况下享有回售权, 同时明确约定: “回售权于六淳科技提交上市辅导申请之日起停止履行, 于六淳科技递交首次公开发行股票并上市申请之日起失效且丧失法律约束力”。

2021年8月，股权激励平台（东莞泰富、东莞泰弘）全体有限合伙人分别与莫舒润另行签署了《权益约定书之补充协议》，明确终止履行《权益约定书》“第五条 乙方的回售权”项下的全部条款，且在任何情形下均不再恢复法律效力，并确认各方间不存在其他形式的利益安排。

因此，东莞泰富、东莞泰弘合伙人间涉及对赌的条款安排已终止，符合《审核问答》要求。

（二）保荐人核查意见

1. 核查程序

保荐人主要实施了以下核查程序：

（1）审阅了发行人实际控制人、发行人股东等主体，就历次投资事项签署的《增资协议》《股权转让协议》《股东协议》《股东协议之对赌条款解除协议》等协议文件。

（2）审阅了员工股权激励对象签署的《合伙协议书》《合伙份额认购协议》《权益约定书》《权益约定书之补充协议》。

（3）取得了发行人股东出具的书面说明文件。

2. 核查结论

经核查，保荐人认为：

（1）发行人、发行人股东之间涉及对赌的条款安排已终止，符合《审核问答》问题 13 的要求。

（2）东莞泰富、东莞泰弘的合伙人间签署的协议中，涉及对赌的条款安排已终止，符合《审核问答》问题 13 的要求。

问题十八：关于固定资产

申请文件显示：

（1）报告期各期发行人营业收入与机器设备原值的比值分别为 7.65、6.85、7.03，发行人产能与机器设备原值的比值分别为 39.22、33.56、32.17，总体均呈下降趋势。

(2) 发行人未披露报告期各期计提的累计折旧金额。

请发行人：

(1) 结合发行人经营模式、机器设备原值与产能、业务量或经营规模的匹配性，与同行业可比公司是否存在较大差异。

(2) 说明报告期各期各类固定资产计提的累计折旧金额、分析累计折旧计提是否充分。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

(一) 结合发行人经营模式、机器设备原值与产能、业务量或经营规模的匹配性，与同行业可比公司是否存在较大差异。

1. 机器设备原值与产能、业务量和经营规模的匹配性

发行人产品为电子产品精密功能性器件，加工工艺主要包括模切、冲压等，主要生产设备为模切机、冲床、热压机等。报告期内，发行人机器设备原值与产能、业务量和经营规模的匹配情况如下：

项目	2021 年度 /2021.12.31	2020 年度 /2020.12.31	2019 年度 /2019.12.31
机器设备原值（万元）	9,053.60	5,742.79	4,328.78
产能（万 PCS）	257,368.91	184,738.26	145,267.57
产量（万 PCS）	230,409.62	159,367.49	131,707.17
营业收入（万元）	55,693.46	40,369.04	29,668.84
营业收入/机器设备原值	6.15	7.03	6.85
产能/机器设备原值	28.43	32.17	33.56

报告期内，发行人的产能随着机器设备原值的增加而逐年提升，符合发行人的生产实际情况，具有合理性。

2020 年末机器设备增长幅度与产能增长幅度基本匹配。

2021 年末机器设备增长幅度大于产能增长幅度，主要是因为 2021 年机器设备的增长主要集中在下半年。2021 年度机器设备原值增加 3,310.81 万元，其中下半年增加 2,198.67 万元。

2. 发行人与同行业可比公司的对比情况

发行人与同行业可比公司营业收入与机器设备原值的比值情况如下：

公司简称	2021 年	2020 年	2019 年
飞荣达	2.84	3.57	4.25
恒铭达	4.96	4.40	6.14
智动力	3.41	3.87	3.79
安洁科技	1.80	1.43	1.54
领益智造	2.79	3.69	3.16
博硕科技	10.62	16.28	15.45
达瑞电子	8.87	8.05	12.56
鸿富瀚	5.70	6.19	7.60
平均值	5.12	5.93	6.81
发行人	6.15	7.03	6.85

就收入与机器设备原值的比值而言，发行人与同行业可比公司平均值基本相近，高于恒铭达、飞荣达、智动力、安洁科技和领益智造，低于博硕科技和达瑞电子。

达瑞电子的比值较高，主要原因：①达瑞电子的产品毛利率较高，单位机器设备创造的收入高于其他同行业公司；②达瑞电子的业务收入结构不仅局限于功能性器件业务，但是，功能性器件业务的机器设备占全部机器设备原值的 90% 以上；达瑞电子的可穿戴电子产品结构性器件及 3C 智能装配自动化设备业务收入也较多，这类业务需要较多的人工作业，而对机器设备的需求比较少。

博硕科技的比值较高，主要原因：①博硕科技的产品毛利率较高，单位机器设备创造的收入高于其他同行业公司；②博硕科技的产品中，保护类产品占比较高，保护类产品具有产品面积较大、层次少的特点，相同产值的产品下，机器设备使用量更小。

鸿富瀚的比值也相对较高，主要原因：①鸿富瀚的产品毛利率也相对较高；②与达瑞电子类似，鸿富瀚也存在自动化设备业务，且收入占比不低，这类业务需要较多的人工作业，而对机器设备的需求比较少。在剔除自动化设备业务后，发行人与鸿富瀚营业收入与机器设备原值的比值情况如下：

公司简称	2021 年	2020 年	2019 年
鸿富瀚	未披露	7.34	7.77
发行人	6.15	7.03	6.85

剔除自动化设备业务后，发行人和鸿富瀚的比值均为 7 倍左右，基本相近。

同行业可比公司中，安洁科技的精密结构件、精密金属件、智能手机后盖等产品、领益智造的精密功能结构件和显示及触控模组等产品、智动力的结构性电子器件和光学件等产品通常需要大量设备生产，且该类业务占比较大，因此其销售收入与机器设备原值的比值低于其他同行业公司。此外，安洁科技、智动力、飞荣达、领益智造等自上市以来持续募集资金购置新的机器设备、扩大产能，其募投项目涉及的机器设备购置标准较高，按照最新的市场价格计算，受物价上涨、技术进步、自动化程度提高等因素的影响，其设备投入金额相对较高。比如，智动力 2017 年首发上市募投项目“消费电子产品功能性器件生产基地建设项目”新增机器设备 24,551.08 万元，因此，智动力 2016 年的收入与机器设备原值的比值为 5.05，到 2018 年就变为 2.14。类似地，飞荣达 2017 年首发上市募投项目“电磁屏蔽及导热绝缘器件扩产项目”新增机器设备 7,124.10 万元，因此，飞荣达 2015 年的收入与机器设备原值的比值为 11.50，到 2018 年就变为 6.42。

总体而言，同行业企业之间由于各自的业务结构差异、产品结构差异、设备购置时间、设备购置标准、融资时机等多种因素影响，其机器设备原值与经营规模呈现出不同的匹配关系，并没有统一的标准。

发行人的机器设备原值变动趋势与产能变动趋势、经营规模变动趋势相互匹配，符合发行人的生产经营实际情况与行业特点。

（二）说明报告期各期各类固定资产计提的累计折旧金额、分析累计折旧计提是否充分。

报告期各期，发行人固定资产折旧计提情况如下：

固定资产类别	2021 年度	2020 年度	2019 年度
机器设备（万元）	710.59	518.63	424.00
运输工具（万元）	46.90	39.01	20.35
办公设备及其他（万元）	93.84	74.46	44.77
合计	851.33	632.10	489.12

报告期内，发行人计提折旧金额逐年上升，主要是由于发行人业务规模持续扩张，固定资产规模增加导致。

发行人固定资产折旧政策和折旧年限与同行业可比公司对比情况如下：

公司简称	折旧方法	机器设备 (年)	运输工具 (年)	房屋及建筑 物(年)	办公设备及 其他(年)
飞荣达	年限平均法	10	5	20	5
恒铭达	年限平均法	10	4	20-30	3-5
智动力	年限平均法	10	5	20-30	3-5
安洁科技	年限平均法	10	5	20	5
领益智造	年限平均法	10	4	20	3-5
博硕科技	年限平均法	5-10	5	不适用	3-5
达瑞电子	年限平均法	2-10	5	不适用	4-5
鸿富瀚	年限平均法	3-10	4	20	3-5
发行人	年限平均法	5-10	5	不适用	3-5

发行人与同行业可比公司均采用年限平均法；发行人折旧年限与同行业可比公司的折旧年限基本一致，最长折旧年限均未超过同行业可比公司同类设备的折旧年限。因此，发行人折旧政策合理，固定资产折旧计提充分。

（三）保荐人核查意见

1. 核查程序

保荐人主要实施了以下核查程序：

（1）对发行人长期资产采购相关的内部控制设计进行了解评价，并测试控制执行的有效性。

（2）查阅固定资产卡片、固定资产明细表，了解报告期内的固定资产变动情况。

（3）实地监盘固定资产，抽盘固定资产数量，观察是否存在长期闲置或毁损的固定资产，观察是否存在减值迹象。

（4）审阅重要的固定资产采购合同，抽查相应的原始凭证（如发票、验收单、付款申请单、银行水单等）。

（5）复核计算报告期各期固定资产原值变动与发行人产能、经营规模的匹

配性，并进行与同行业对比分析。

(6) 了解发行人的固定资产折旧计提政策，并进行与同行业对比分析；测算发行人的固定资产折旧金额。

2. 核查结论

经核查，保荐人认为：

(1) 发行人报告期内机器设备原值的变动与产能、业务量、经营规模相符，符合公司实际情况，与同行业可比，具有合理性；

(2) 发行人各项固定资产的折旧政策符合行业惯例，累计折旧的计提是充分的。

问题十九：关于第三方回款

申请文件显示，报告期各期通过第三方回款金额分别为 3,278.69 万元、10,261.01 万元、5,908.75 万元，占当期营业收入比例分别为 12.64%、34.49%、14.64%。上述第三方回款全部为应收账款保理业务形成。发行人与嘉铭融资租赁签订了保理业务合同，将应收客户业成科技的贷款转让给嘉铭融资租赁，由嘉铭融资租赁为发行人提供有追索权的保理融资。

请发行人：

(1) 结合销售模式，说明仅对业成科技应收账款进行保理的原因。

(2) 结合保理协议主要条款，说明相关应收账款的回款情况和终止确认情况，发行人因保理业务需承担的成本，发行人回款能力是否无异常。

请保荐人、申报会计师、发行人律师发表明确意见，并说明对回款资金是否来源于发行人及其实际控制人、董监高或其他关联方的核查过程、依据及结论。

回复：

(一) 结合销售模式，说明仅对业成科技应收账款进行保理的原因。

发行人与客户签订框架协议，对信用期限、付款方式等进行约定，给予客户的信用期限一般为收款起始日 90~120 天。发行人产品从原材料采购至销售出库的周期在 30 天左右，发行人与供应商的采购付款信用期一般为 60 天~90 天。在

正常的情况下，发行人向上游供应商支付货款到收到下游客户货款之间存在30~60天的资金收付时间差，发行人需要用自有资金先行支付采购货款。随着经营规模不断扩大，资金需求也不断增加，因此发行人与嘉铭融资租赁（上海）有限公司（以下简称嘉铭融资租赁）签订了《国内保理业务合同》（合同编号：FAC102075），进行应收账款保理融资，以满足资金需求。

根据前述《国内保理业务合同》“第三条 应收账款转让及申请保理融资”之约定：“3.1 本合同的签署并不意味着甲方有义务受让乙方提出转让申请的全部应收账款并给予保理融资。对于乙方根据本合同提出的应收账款转让及保理融资申请，甲方有权予以审核并自行决定是否受让及是否给予保理融资。”对于是否同意向发行人提供应收账款保理融资，嘉铭融资租赁具有决定权。嘉铭融资租赁会对发行人申请保理融资的应收账款的债务人资金实力、征信情况等进行审核，从而决定是否提供保理融资。

发行人仅对业成科技应收账款进行保理的原因如下：

1. 发行人对业成科技的应收账款质量较好，融资方的接受程度高

业成科技系业内知名的电子产品组件生产商，资金实力较强，征信情况良好，是中国台湾证券交易所上市公司（股票代码：6456.TW），也是富士康旗下主要企业之一。因此，嘉铭融资租赁比较认可发行人对业成科技的应收账款质量，同意为该等应收账款提供保理融资。

2. 发行人对业成科技的应收账款规模足够大，以其保理融资满足发行人需求

业成科技是发行人第一大直接客户，发行人对业成科技的应收账款规模较大，以其应收账款进行保理融资足以满足资金需求，因此，未再以其他客户的应收账款进行保理融资。

（二）结合保理协议主要条款，说明相关应收账款的回款情况和终止确认情况，发行人因保理业务需承担的成本，发行人回款能力是否无异常。

1. 发行人与嘉铭融资租赁签署保理融资业务合同的主要条款

主要条款	主要内容
------	------

保理融资金额和期限和利率	乙方将应收账款债权及相关权利转让甲方，甲方审查确认后，按照每次《应收账款转让申请核准书》核准之金额给予乙方融资；甲方给予乙方的每笔应收账款发票对应的保理融资的期限自融资发放日起至甲乙双方约定的融资还款日止，具体见《应收账款转让申请核准书》；本合同项下保理融资利率及付息方式见《应收账款转让申请核准书》。
应收账款的回收	由乙方向购货方申请将回款账户更改为以乙方为名的银行监管账户，督促购货方及时将应收款项存入以下应收账款保理账户.....
保理融资的归还	除本合同另有约定外，只有在甲方收到受让应收账款对应购货方付款，且乙方全额清偿保理融资本金、融资利息、违约金以及乙方对甲方的其他应付款后，甲方可将余额支付给乙方（本合同另有约定除外）。
应收账款回购条件、方式和程序	本合同项下的保理业务属于有追索权保理，对符合下列条件的有追索权保理业务，乙方应按照甲方的通知来进行回购：a.保理融资到期日，甲方未收到购货方付款，或购货方付款金额不足以偿付融资本金、融资利息、违约金和有关费用；b.乙方出现合同约定的违约及违约责任。

注：甲方为嘉铭融资租赁，乙方为发行人。

按照合同约定，由发行人通知客户（业成科技）将应收货款的收款账户改为由嘉铭融资租赁监管的银行账户（即保理账户），在收到客户（业成科技）回款后，嘉铭融资租赁有权从保理账户直接扣划对应的融资本息及相关费用，并将余额即未申请保理融资的应收货款归还至发行人的银行账户。

2. 发行人应收账款保理的会计处理、终止及成本

由于发行人的应收账款保理业务为附有追索权的债权转让，在收到应收账款保理融资款时，根据《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》，发行人的应收账款不符合终止确认条件；发行人继续确认应收账款，并根据原有账龄计提坏账准备；发行人将收到的保理融资款确认为一项金融负债。

在债务人清偿了货款后，即应收账款取得回款后，嘉铭融资租赁直接从保理账户扣划对应的融资本息及相关费用，并将余额归还至发行人的银行账户，发行人终止确认相关应收账款。

发行人与保理业务相关应收账款终止确认情况如下：

项目	2021 年度（万元）	2020 年度（万元）	2019 年度（万元）
业成科技回款至保理账户的应收账款	-	5,908.75	16,163.03
其中：扣划保理融资本息后归还发行人的应收账款，即第三方回款金额	-	5,908.75	10,261.01
因保理融资终止确认	-	-	5,902.02

的应收账款			
保理融资本金	-	-	5,763.12
保理融资利息	-	-	138.91

2019年12月增资后，发行人运营资金需求有所缓解，2020年未再实施保理融资，并于2020年6月底通知客户（业成科技）将收取贷款的银行账户改为发行人自有账户。至此，发行人不再存在因应收账款保理形成的第三方回款。

如上表所示，发行人因开展保理业务所需承担的成本主要系提前收款所承担的利息费用。2019年度，发行人因此承担的费用金额为138.91万元，金额较小。

3. 发行人保理相关应收账款的回款能力

保理融资期间，客户业成科技均能及时支付货款，发行人保理相关应收账款的回款能力正常。**2018-2020年**，业成科技的应收账款期后回款情况如下：

项目	2020年末	2019年末	2018年末
应收账款账面余额（万元）	7,864.91	4,788.09	6,978.29
期后回款金额（万元）	7,864.91	4,788.09	6,978.29
期后回款统计截止日	2021年末	2020年末	2019年末
期后回款比例	100.00%	100.00%	100.00%

（三）保荐人核查意见

1. 核查程序

保荐人主要实施了以下核查程序：

（1）审阅发行人与嘉铭融资租赁签订的保理合同，检查债权转让通知单、发票清单、银行收款回单等相关单据。

（2）核查了嘉铭融资租赁与发行人是否存在关联关系，将其与发行人关联方名单进行比对。

（3）对嘉铭融资租赁进行函证，确认保理业务的真实性、准确性；对客户业成科技进行函证，确认销售收入的真实性、准确性。

（4）获取客户业成科技向发行人保理银行账户付款的银行回单，验证业成科技回款的真实性。

(5)在基本户银行现场获取发行人及其子公司《已开立银行结算账户清单》，再根据《已开立银行结算账户清单》所列银行账户，前往各家银行现场打印其报告期内全部银行账户的资金流水；同时，获取应收账款、预收账款明细账，查看报告期内销售回款记录对应的银行对手方是否为发行人客户。

2. 核查结论

经核查，保荐人认为：

(1) 发行人仅对业成科技应收账款进行保理的原因：①发行人对业成科技的应收账款质量较好，融资方的接受程度高；②发行人对业成科技的应收账款规模足够大，以其保理融资满足发行人需求。

(2) 按照合同约定，由发行人通知客户（业成科技）将应收货款的收款账户改为由嘉铭融资租赁监管的银行账户（即保理账户），在收到客户（业成科技）回款后，嘉铭融资租赁从保理账户直接扣划对应的融资本息及相关费用，并将余额即未申请保理融资的应收货款归还至发行人的银行账户。2019 年度，发行人与保理业务相关应收账款的回款金额为 16,163.03 万元，终止确认应收账款的金额为 5,902.02 万元，发行人因保理业务需承担的成本为 138.91 万元；自 2020 年开始，发行人未再实施应收账款保理融资。发行人回款能力无异常。

3. 回款资金是否来源于发行人及其实际控制人、董监高或其他关联方的核查过程、依据及结论

(1) 核查过程与核查依据

①陪同发行人实际控制人、董事（外部董事、独立董事除外）、监事、高级管理人员、主要财务人员等前往主要商业银行逐一查询、打印其报告期内银行资金流水，并取得相关人员出具的已提供报告期内全部银行账户及资金流水的承诺；获取独立董事和外部董事（由达晨创投委派）自行提供报告期间个人银行资金流水，并由其出具的已提供报告期内全部银行账户及资金流水的承诺。对前述银行资金流水中单笔支出大于 5 万元的流水内容进行核查：关注上述人员是否与发行人及关联方之间、是否与发行人主要客户、供应商之间存在资金往来；关注是否存在大额存现的情况；对款项性质为大额借款或资金往来的，了解交易对方情况及资金往来背景，核查交易原因及真实性。

②在基本户银行现场获取发行人的主要关联法人深圳六淳、昆山科丽盈的《已开立银行结算账户清单》，再根据《已开立银行结算账户清单》所列银行账户，前往各家银行现场打印其报告期内全部银行账户的资金流水；对前述银行账户流水中单笔支出大于 10 万元的资金流水内容进行核查，通过天眼查、国家企业信用信息公示系统查阅相关交易对方经营范围、主要管理层等工商信息，将银行流水交易对手方与发行人供应商和客户清单进行比对，关注是否与发行人主要客户、供应商之间存在资金往来。

③对嘉铭融资租赁进行函证，确认保理业务的真实性、准确性；对客户业成科技进行函证，确认销售收入的真实性、准确性。

④获取客户业成科技向发行人保理银行账户付款的银行回单，验证业成科技回款的真实性。

（2）核查结论

回款资金确系来源于客户业成科技，是基于真实销售收入产生的，不是来源于发行人及其实际控制人、董监高或其他关联方。

问题二十：关于收购

申请文件显示，2020 年 7 月，发行人子公司宁波六淳以 649.41 万元对价收购了宁波万詮整体业务、人员及资产，属于非同一控制下重组。发行人称收购目的为拓展群创光电等客户的业务发展需要。本次收购形成商誉 241.37 万元，截至报告期末未出现减值损失。

请发行人：

（1）说明发行人上述收购的背景，收购前宁波万詮的客户与发行人重合情况，结合宁波万詮报告期各期的营业收入、毛利率、净利润等主要财务数据，说明收购对价的公允性、商誉的确认过程、商誉减值的测试过程。

（2）说明收购宁波万詮系“为拓展群创光电等客户的业务发展需要”的具体含义，未采用收购其股权的方式完成收购的原因及合理性。

（3）说明宁波万詮实际控制人及其穿透后的股东与发行人及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员、客户、供应商是否存在关联关系。

请保荐人、申报会计师对问题（1）发表明确意见，请保荐人、发行人律师对问题（2）、（3）发表明确意见。

回复：

（一）说明发行人上述收购的背景，收购前宁波万詮的客户与发行人重合情况，结合宁波万詮报告期各期的营业收入、毛利率、净利润等主要财务数据，说明收购对价的公允性、商誉的确认过程、商誉减值的测试过程。

1. 说明发行人上述收购的背景，收购前宁波万詮的客户与发行人重合情况

（1）上述收购的背景

面对下游行业以及终端应用领域客户集中度较高的大背景，发行人致力于：

（1）不断开发新的产品应用领域，拓宽终端应用范围，通过为显示屏、摄像头、FPC 等不同零组件配套开发功能性器件，获取新的业务机会。（2）依托下游组件需求迭代升级，持续开发新的直接客户。随着 OLED 屏、生物识别、Touch ID、多摄像头等层出不穷的组件带动了相关功能性器件需求的发展，尤其是群创光电等全球知名的显示面板生产商，成为发行人重点开发的潜在客户，并且有利于进一步打开面向夏普等更多的终端品牌应用市场。

本次收购前，发行人尚未进入群创光电的供应链，而宁波万詮是群创光电的合格供应商。群创光电等客户重视供应链的稳定性，在一定时期内会维持相对均衡的合格供应商数量，在未发生重大变化或其他事件的情况下，一般不会轻易切换供应商或者新增供应商。通过本次收购，发行人获得宁波万詮从事原有业务相关资产、人员等，强化了通过群创光电合格供应商认证的基础，宁波万詮也实现了从群创光电供应链体系的有序退出，加快了发行人进入群创光电供应链的进程。

（2）收购前宁波万詮的客户与发行人重合情况

收购前发行人与宁波万詮的客户重合度较低，主要有天实企业股份有限公司、瑞仪光电等客户，其销售额占宁波万詮当期营业收入比重较低，具体明细如下：

项目	2020年1-7月	2019年度	2018年度
----	-----------	--------	--------

对天实企业股份有限公司的销售金额（万元）	155.09	243.04	353.56
对瑞仪光电的销售金额（万元）	75.05	128.68	76.68
合计金额（万元）	230.14	371.72	430.24
占比	9.00%	7.58%	8.64%

发行人收购宁波万詮整体业务、人员及资产于 2020 年 7 月 31 日完成交割，交割完成后宁波万詮已不再经营。

2. 结合宁波万詮报告期各期的营业收入、毛利率、净利润等主要财务数据，说明收购对价的公允性

（1）宁波万詮报告期各期的营业收入、毛利率、净利润等主要财务数据

收购前，宁波万詮于报告期各期的营业收入、毛利率、净利润等主要财务数据如下：

项目	2020 年 1-7 月	2019 年度	2018 年度
营业收入（万元）	2,558.04	4,904.39	4,980.42
营业成本（万元）	2,216.19	4,206.62	4,365.22
毛利率	13.36%	14.23%	12.35%
净利润（万元）	2.55	-107.29	-29.06

宁波万詮业务规模较小，对下游产品、终端产品的跟踪设计、研发投入不足，自身产品结构相对陈旧，毛利率较低。

（2）本次收购对价的公允性

宁波万詮主要生产应用于笔记本/台式电脑等场景的电子产品精密功能性器件，涉及的工艺主要为模切工艺，其业务、技术等与发行人主营业务具有高度相似性，交易双方为同行业，对交易标的有关知识和信息基本对称。

宁波万詮及其实际控制人及其穿透后的股东，与发行人及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员、主要客户、主要供应商均不存在关联关系，详见本题之“（三）相关内容。因此，发行人与宁波万詮之间不存在关联关系或其他密切关系。

综上所述，本次收购交易中，交易双方按自愿原则，在双方有关知识和信息基本对称的条件下，根据各自利益并经过充分协商达成最终交易价格，是公平的

市场价值，相关收购对价具有公允性。

3. 商誉的确认过程

发行人聘请开元资产评估有限公司对购买日的可辨认资产进行评估，并出具《资产评估报告》（开元评报字〔2020〕670号）。

根据前述评估报告，购买日可辨认净资产的公允价值为 408.04 万元。根据企业会计准则，发行人将收购对价 649.41 万元与购买日可辨认净资产的公允价值 408.04 万元的差额 241.37 万元确认为商誉。

4. 商誉减值的测试过程

（1）商誉减值测试的具体方法

发行人根据《企业会计准则第 8 号—资产减值》及《会计监管风险提示第 8 号—商誉减值》的规定对商誉进行减值测试。按照相关规定，对包含商誉的资产组进行减值测试，由于无法可靠估计资产组的公允价值减去处置费用后的净额，故以预计未来现金流量的现值作为其可回收金额。发行人采用收益法（未来现金流量折现法）模型计算资产组的未来现金流量现值。根据测算的资产组可回收金额与包括商誉在内的资产组账面价值进行比较，以判断商誉是否存在减值。

（2）商誉减值的测试过程

① 2021 年 12 月末收益法下的商誉减值测试过程

项目	预测数据(万元)					
	2022 年	2023 年	2024 年	2025 年	2026 年	永续年
一、营业收入	5,147.23	5,753.97	6,147.47	6,454.85	6,648.49	6,648.49
减：营业成本	3,884.71	4,266.10	4,562.39	4,816.19	5,014.36	5,014.36
税金及附加	33.06	42.07	45.15	46.94	39.48	39.48
销售费用	223.23	245.51	265.09	283.71	301.44	301.44
管理费用	339.22	365.69	390.14	416.43	442.37	442.37
研发费用	327.01	363.26	395.50	425.50	454.29	454.29
财务费用	0.59	0.65	0.69	0.73	0.75	0.75
二、利润总额	339.41	470.68	488.52	465.35	395.80	395.80
加：折旧与摊销	147.96	148.12	148.62	147.39	148.91	146.95
减：资本性支出(维护)	290.27	16.05	7.30	39.40	610.94	168.96

减：营运资金追加	1,556.94	173.30	110.69	86.90	52.96	
三、资产组自由现金流量	-1,359.84	429.45	519.15	486.44	-119.18	373.79
四、折现率	15.37%	15.37%	15.37%	15.37%	15.37%	15.37%
折现系数	0.9310	0.8070	0.6995	0.6063	0.5255	3.4190
五、资产组自由现金流量现值	-1,266.01	346.57	363.14	294.93	-62.63	1,278.00
六、资产组可回收价值						950.00
七、包含商誉在内资产组的账面价值	不含商誉资产组账面价值				608.86	
	商誉账面价值				241.37	
	合计				850.23	

截至 2021 年 12 月 31 日，收益法下的资产组预计未来现金流量现值为 950 万元，包含商誉在内的资产组账面价值为 850.23 万元，资产组可回收金额大于包含商誉在内资产组的账面价值，商誉不存在减值，不需要计提减值准备。

②商誉减值测试过程中估计的主要参数情况及其合理性

在预测资产组未来现金流量现值时，公司估计的参数主要包括营业收入、营业成本、期间费用及折现率。具体如下：

A. 营业收入预测以历史营业收入为基础，结合公司的发展规划、市场供需情况等因素预测未来五年各年的增长率在 3%~13.82%，五年以后至永续期间保持稳定。

B. 营业成本预测未来五年各年的增长率在 4.11%~10.83%，与营业收入增长幅度相匹配，五年以后至永续期间保持稳定。

C. 期间费用：期间费用率参考历史期间费用率水平，并结合未来预算费用情况预测未来五年各年的增长率在 6.44%~12.48%。

D. 折现率：

2021 年末，公司采用的折现率为 15.37%。折现率采用税前全部资本加权平均资本成本 BTWACC 确定，其计算公式如下：

$$BTWACC = E / (D+E) \times Re / (1-t) + D / (D+E) \times Rd。$$

其中：D 为债务的市场价值；E 为股权市值；Re 为权益资本成本；Rd 为债务资本成本；t 为企业所得税率。

权益资本成本 Re 采用资本资产定价模型 (CAPM) 计算，公式如下：

$$Re=Rf+\beta(Rm-Rf)+Rs=Rf+\beta\times ERP+Rs。$$

上述参数取值如下：

缩写	项目	2021年12月31日
Rf	无风险收益率	3.97%
ERP	即市场风险溢价	7.12%
β	Beta 系数	1.05
Rs	特有风险收益率	3.00%
BTWACC	税前加权资本成本(折现率)	15.37%

(二) 说明收购宁波万詮系“为拓展群创光电等客户的业务发展需要”的具体含义，未采用收购其股权的方式完成收购的原因及合理性。

1. 收购宁波万詮系“为拓展群创光电等客户的业务发展需要”的具体含义

如前所述，本次收购前，发行人正在计划积极拓展群创光电等重点客户。如果发行人能够在群创光电等供应链体系中收购一家现有的合格供应商，将有利于发行人缩短投资、购买机器设备等固定资产的周期，加速取得群创光电等客户合格供应商资格的进程。

宁波万詮正是群创光电多年的合格供应商，其实际控制人因个人商业规划等原因，有意调整在中国境内的投资，出售宁波万詮。

基于上述背景，发行人与宁波万詮达成了以资产和业务收购为目标的收购合意。

目前，宁波六淳已取得群创光电、瑞仪光电等目标客户的合格供应商资格，且已与前述主要客户发生交易，实现了交易目的。

上述背景即为“为拓展群创光电等客户的业务发展需要”的具体含义。

2. 未采用收购其股权的方式完成收购的原因及合理性

发行人通过成立子公司宁波六淳收购宁波万詮业务及资产、人员，而未采用收购宁波万詮股权的方式，主要是基于以下几个方面考虑：

(1) 收购资产符合双方交易目的

发行人仅对符合发行人要求的宁波万詮的主要资产有收购意向，而对于宁波万詮的应收账款、其他应收款、部分呆滞料等无意收购。发行人与宁波万詮在就

本次交易最初进行谈判时即确定了该收购原则。《整体业务收购协议》中也明确了固定资产的具体范围、价格、质量要求及原材料（存货）收购的具体范围、价格、库龄时间要求等。

(2) 在实现收购目标的前提下充分控制收购风险

如上所述，发行人收购宁波万途的目标是缩短投资、购买机器设备等固定资产的周期，并无意购买、承担或者继受宁波万途的其他资产和负债。如果收购宁波万途股权，首先需全面了解宁波万途的历史沿革、资产和负债情况，在此基础上完成非收购范围内资产、负债和人员的剥离等工作，将大大拉长谈判和交易的时间，徒增交易的复杂度，且在收购股权后需承担历史或有负债、历史潜在纠纷、第三方违约（例如宁波万途的历史应收账款无法按预期收回）等可能存在的或有事项导致的风险。选择资产收购方式，既能满足发行人的收购目标，又能减少双方交易谈判的难度和交易时间，还可在一定范围内规避不必要的或有风险。

(3) 有利于发行人根据自身需求选聘宁波万途的前员工

采用资产收购方式，发行人可以根据其自身一贯的管理政策和方式，在劳资双方协商一致的前提下选聘宁波万途的前员工，推动其子公司宁波六淳建立符合实际生产需求的员工队伍。此外，由宁波万途与其员工自行协商薪酬、补偿等事宜，并由宁波万途独立相应费用，有利于清晰划分宁波万途和发行人新设子公司宁波六淳之间对员工的雇主责任。

综上所述，发行人未采用收购宁波万途股权的方式完成收购具有合理性。

(三) 说明宁波万途实际控制人及其穿透后的股东与发行人及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员、客户、供应商是否存在关联关系。

根据宁波万途的工商登记资料和公开信息，宁波万途目前的唯一股东为 TELLING INTERNATIONAL CORP。根据宁波万途的穿透股东信息，宁波万途的实际控制人为刘振源、纪夙媛夫妇。

1. TELLING INTERNATIONAL CORP.的穿透股权结构

TELLING INTERNATIONAL CORP. 的注册地为萨摩亚。TELLING

INTERNATIONAL CORP.股权结构为：

股东名称	持有已发行股份比例
CHI Su-Yuan	55.47%
Focus International Corp.	25.53%
CWE Holding Co.,LTD	19%
合计	100%

上述股东中：

(1) CHI Su-Yuan（纪夙媛）与刘振源为夫妻关系。

(2) Focus International Corp.是一家注册在萨摩亚的企业，唯一股东为刘振源（LIU Chen-Yuan），并由其实际控制。

(3) CWE Holding Co.,LTD 是一家注册在萨摩亚的企业，唯一股东为台湾长华电材股份有限公司（股票代码：8070.TW）。

(4) 刘振源、纪夙媛夫妇为宁波万詮、TELLING INTERNATIONAL CORP.的实际控制人。

综上所述，刘振源、纪夙媛夫妇为宁波万詮的实际控制人；刘振源、纪夙媛、台湾长华电材股份有限公司为宁波万詮穿透后的股东。

2. 刘振源、纪夙媛夫妇与发行人及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员、客户、供应商不存在关联关系

(1) 刘振源、纪夙媛关联企业 Focus International Corp.与发行人存在交易

报告期内，发行人曾向 Focus International Corp.采购原材料，累计采购金额 107.20 万元（不含税），交易价格公允，不存在利益输送情况。除前述交易外，发行人与 Focus International Corp.之间不存在其他资金往来。

(2) 刘振源、纪夙媛的关联企业天实企业股份有限公司与发行人存在交易

天实企业股份有限公司是一家贸易公司。报告期内，天实企业股份有限公司与发行人间存在贸易往来，其中：发行人对其累计销售金额 **390.13 万元**（不含税）；发行人向其累计采购金额 **19.03 万元**（不含税）。天实企业股份有限公司系依据自身需要向发行人采购产品，具有商业合理性，交易价格公允，不存在利

益输送情况。除前述交易外，发行人与天实企业股份有限公司之间不存在其他资金往来。

除上述情况之外，刘振源、纪凤媛夫妇与发行人及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员、客户、供应商不存在关联关系。

3. 台湾长华电材股份有限公司与发行人及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员、客户、供应商不存在关联关系

台湾长华电材股份有限公司及其董事、高级管理人员，不是发行人的股东、实际控制人，也未在发行人处担任职务。台湾长华电材股份有限公司的主要股东（华立企业股份有限公司、新欣投资股份有限公司）不是发行人股东。

台湾长华电材股份有限公司及其董事、高级管理人员，与发行人主要客户、主要供应商之间不存在控股关系，且未在发行人主要客户、主要供应商担任董事、监事、高级管理人员职务。

综上所述，台湾长华电材股份有限公司与发行人及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员、客户、供应商不存在关联关系。

（四）保荐人核查意见

1. 核查程序

保荐人主要实施了以下核查程序：

（1）审阅宁波六淳、宁波万詮及其他相关主体签署的《整体业务收购协议》；访谈了发行人实际控制人唐淑芳、莫舒润，以及宁波万詮实际控制人刘振源，了解收购宁波万詮的交易背景等事项。

（2）审阅 TELLING INTERNATIONAL CORP.、Focus International Corp 的离岸公司注册信息文件、刘振源、纪凤媛的身份证明文件、中国台湾地区上市公司长华电材股份有限公司公开信息披露文件，获取并审阅经宁波万詮及穿透后部分股东签章确认的股权穿透《确认函》，审阅刘振源、纪凤媛填写的《调查表》，核实宁波万詮实际控制人及穿透后股东及其关联方等情况。

（3）对于发行人报告期内的主要客户、主要供应商进行实地走访或视频访谈，取得其出具的确认函或结合对其主要股东、董事、总经理等公开信息的检索

情况进行验证；与宁波万詮实际控制人及穿透后股东进行了交叉比对，确认宁波万詮实际控制人及其穿透后的股东与发行人及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员、客户、供应商是否存在关联关系。

(4) 获取宁波万詮收购前报告期内的客户清单，将其与发行人报告期内的客户清单进行匹配分析，检查发行人客户与宁波万詮收购前客户是否存在重合。

(5) 审阅宁波万詮收购前报告期内相关财务报表等，分析其报告期内的经营情况。

(6) 了解发行人的商誉确认过程，复核计算商誉确认金额，判断发行人的商誉确认金额的准确性。

(7) 了解发行人商誉减值测试的具体方法，查阅相应的评估报告，评估商誉减值测试过程中所使用的关键假设和参数的合理性，复核商誉减值测试计算过程和未来现金流量净现值的计算准确性。

2. 核查结论

经核查，保荐人认为：

(1) 收购宁波万詮前，发行人与宁波万詮的客户重合度较低，主要有天实企业股份有限公司、瑞仪光电等客户，宁波万詮对该等客户的销售额占宁波万詮当期营业收入比例较低。

(2) 发行人收购宁波万詮的交易，交易各方均系同行业熟悉情况的对手方，交易双方为同行业，对交易标的有关知识和信息基本对称，且交易双方均无关联关系或其他密切关系；交易双方经过充分协商后确定的收购价格，具有公允性。

(3) 发行人已根据《企业会计准则》的相关规定进行了商誉减值测试，测试采用的具体方法及选取的参数具有合理性，报告期内发行人的商誉不存在减值情况。

(4) 发行人未采用收购宁波万詮股权的方式完成收购具有合理性。

(5) 报告期内，宁波万詮实际控制人刘振源、纪凤媛夫妇的关联企业 Focus International Corp.、天实企业股份有限公司与发行人之间存在正常的购销交易，总体交易金额较小，且交易价格均系按照市场化原则协商确定，不存在利益输送

情况。除此之外，宁波万詮实际控制人及其穿透后的股东与发行人及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员、客户、供应商不存在关联关系。

问题二十一：关于信息披露

申请文件显示：

- (1) 宁波六淳存在劳务派遣员工超过其本身用工总量比例 10% 的情况。
- (2) 报告期内发行人存在应缴纳未缴纳社会保险和住房公积金的情形。
- (3) 发行人存在部分经营资质已到期、将到期情形。
- (4) 发行人未完整披露实际控制人履历。
- (5) 报告期各期末，发行人长期待摊费用余额分别为 114.63 万元、301.71 万元、319.69 万元。

请发行人：

- (1) 披露保荐人、发行人律师关于应缴未缴社会保险和住房公积金相关事项是否属于重大违法行为的核查意见。
- (2) 披露报告期内发行人及其子公司、宁波六淳劳务派遣具体情况及用工比例，保荐人、发行人律师关于相关事项是否存在被处罚风险、是否属于重大违法行为的核查意见。
- (3) 披露发行人是否已具备生产经营所需的全部经营资质，相关资质到期的续期情况、是否存在实质性障碍。
- (4) 披露实际控制人的完整履历。
- (5) 披露报告期内长期待摊费用的具体内容、金额、摊销年限，说明摊销年限确认依据。

请保荐人、申报会计师、发行人律师发表明确意见。

回复：

(一) 披露保荐人、发行人律师关于应缴未缴社会保险和住房公积金相关事项是否属于重大违法行为的核查意见。

发行人及其子公司均已取得住所地劳动行政主管部门、住房公积金管理部门出具的无违法违规证明，具体情况如下：

主体	出具合规证明的部门	合规证明的内容	合规证明出具的时间
六淳科技	东莞市人力资源和社会保障局	2018年1月1日至2020年12月31日期间，在我市不存在违反人力资源和社会保障法律法规而受到行政处罚的记录。	2021/02/01
		2021年1月1日至2021年6月30日期间，在我市不存在违反人力资源和社会保障法律法规而受到行政处罚的记录。	2021/07/16
		2021年7月1日至2021年12月31日期间，在我市不存在违反人力资源和社会保障法律法规而受到行政处罚的记录。	2022/1/12
淮安六淳	淮安经济技术开发区人力资源和社会保障局	自2018年1月至2021年1月，为职工正常参加社会保险，缴纳社会保险费，未发现其违反劳动和社会保障方面的法律、法规行为，也没有因违反劳动和社会保障方面的法律、法规而受到处罚的情况。	2021/01/20
		自2018年1月至2021年6月，为职工正常参加社会保险，缴纳社会保险费，未发现其违反劳动和社会保障方面的法律、法规行为，也没有因违反劳动和社会保障方面的法律、法规而受到处罚的情况。	2021/07/02
		自2021年7月至今，为职工正常参加社会保险，缴纳社会保险费，未发现其违反劳动和社会保障方面的法律、法规行为，也没有因违反劳动和社会保障方面的法律、法规而受到处罚的情况。	2022/2/24
昆山六淳	昆山市人力资源和社会保障局	自2019年1月21日起至2020年12月31日止，无因违反劳动和社会保障方面的有关法律、法规、规章等规范性文件而受到任何处罚。	2021/02/09
	昆山市巴城镇综合行政执法局	自2021年1月1日起至2021年6月30日没有因违法劳动保障法律法规被我局行政处罚的记录。	2021/08/05
		自2021年7月1日起至2021年12月31日没有因违法劳动保障法律法规被我局行政处罚的记录。	2022/1/21
	昆山市社会保险基金管理中心	未受到社会保险方面的行政处罚。	2021/01/11
		未受到社会保险方面的行政处罚。	2021/07/09
		未受到社会保险方面的行政处罚。	2022/1/17
秦皇岛六淳	秦皇岛经济技术开发区人力资源和社会保障局	自2018年1月1日至今，在我局按时足额为其员工缴纳五险（养老、医疗、工伤、失业、生育），缴费情况符合法律、法规及规范性文件的要求，不存在迟延履行、拒不缴纳等违反社保管理规定的情形，也不存在因违法受到任何行政处罚的情形。	2021/01/05
		自2021年1月1日至今，在我局按时足额为其员工	2021/07/30

主体	出具合规证明的部门	合规证明的内容	合规证明出具的时间
		工缴纳五险（养老、医疗、工伤、失业、生育），缴费情况符合法律、法规及规范性文件的要求，不存在迟延履行、拒不缴纳等违反社保管理规定的情形，也不存在因违法受到任何行政处罚的情形。	
		自 2021 年 7 月 31 日至今，在我局按时足额为其员工缴纳五险（养老、医疗、工伤、失业、生育），缴费情况符合法律、法规及规范性文件的要求，不存在迟延履行、拒不缴纳等违反社保管理规定的情形，也不存在因违法受到任何行政处罚的情形。	2022/3/4
宁波六淳	宁波市北仑区人力资源和社会保障局	2020 年 3 月 24 日至今，该公司不存在违反劳动保障相关法律，未有受到我局行政处罚（处理）情况。	2021/01/06
		2021 年 1 月 1 日至今，该公司不存在违反劳动保障相关法律，未有受到我局行政处罚（处理）情况。	2021/07/14
		2021 年 7 月 1 日至今，该公司不存在违反劳动保障相关法律，未有受到我局行政处罚（处理）情况。	2022/1/25
珠海六淳	珠海市金湾区人力资源和社会保障局	2021 年 7 月 9 日至 2021 年 12 月 31 日期间，暂未发现因违反劳动法律法规被我局处罚过。	2022/3/10
六淳精密	东莞市人力资源和社会保障局	2021 年 7 月 16 日至 2021 年 12 月 31 日期间，在我市不存在违反人力资源和社会保障法律法规而受到行政处罚的记录。	2022/1/12
六淳科技	东莞市住房公积金管理中心	在本市不存在住房公积金重大违法违规记录。	2021/02/05
		在本市不存在住房公积金重大违法违规记录。	2021/07/12
		在本市不存在住房公积金重大违法违规记录。	2022/01/07
淮安六淳	淮安市住房公积金管理中心	缴存期间未发现违反住房公积金法律、法规的行为。	2021/03/05
		缴存期间未发现违反住房公积金法律、法规的行为。	2021/08/28
		缴存期间未发现违反住房公积金法律、法规的行为。	2022/02/16
昆山六淳	苏州市住房公积金管理中心	该公司在住房公积金方面未受到任何行政处罚和行政处理。	2021/01/15
		该公司在住房公积金方面未受到任何行政处罚和行政处理。	2021/07/19
		该公司在住房公积金方面未受到任何行政处罚和行政处理。	2022/01/17
秦皇岛六淳	秦皇岛市住房公积金管理中心	该单位 2020 年 6 月至 2020 年 11 月属于连续存缴无欠缴状态。	2021/01/5
		该单位 2021 年 1 月至 2021 年 6 月属于连续存缴无欠缴状态，不存在因违反公积金法律、行政法规而受到行政处罚的情形。	2021/08/04
		该单位 2021 年 7 月至 2022 年 2 月属于连续存缴无欠缴状态，不存在因违反公积金法律、行政法规而受到行政处罚的情形。	2022/03/11

主体	出具合规证明的部门	合规证明的内容	合规证明出具的时间
宁波六淳	宁波市北仑区住房资金管理中心	该公司已在本中心为员工办理住房公积金缴存登记手续，已为员工缴存住房公积金。自2020年10月16日至2020年12月31日期间没有因违反住房公积金法规被我中心处罚。	2021/01/07
		该公司已在本中心为员工办理住房公积金缴存登记手续，已为员工缴存住房公积金。自2021年1月1日至2021年6月30日期间没有因违反住房公积金法规被我中心处罚。	2021/08/04
		该公司已在本中心为员工办理住房公积金缴存登记手续，已为员工缴存住房公积金。自2021年7月1日至2021年12月31日期间没有因违反住房公积金法规被我中心处罚。	2022/01/26
珠海六淳	珠海市住房公积金管理中心	珠海六淳智能科技有限公司自2021年8月1日至2021年12月31日为其单位员工缴存住房公积金，该单位在此期间无我中心行政处罚记录。	2022/01/12
六淳精密	东莞市住房公积金管理中心	在本市不存在住房公积金重大违法违规记录。	2022/01/13

发行人已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“十一、发行人员工情况”之“（三）报告期社会保险和住房公积金缴纳情况”之“2. 员工社会保障合规情况”补充披露如下：

经核查，保荐人、发行人律师认为：报告期内，发行人个别应缴未缴社会保险和住房公积金相关事项不属于涉及国家安全、公共安全、生态安全、生产安全、公众健康安全等领域的重大违法行为，不会对发行人本次发行构成实质性影响。

（二）披露报告期内发行人及其子公司、宁波六淳劳务派遣具体情况及用工比例，保荐人、发行人律师关于相关事项是否存在被处罚风险、是否属于重大违法行为的核查意见。

发行人已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“十一、发行人员工情况”之“（四）劳务派遣情况”补充披露如下：

报告期内，发行人及其子公司的劳务派遣用工比例如下：

时间	公司名称	正式员工人数	劳务派遣人员数量	用工总量	劳务派遣人员占比
2021年末	六淳科技	365	18	383	4.70%
	秦皇岛六淳	114	1	115	0.87%
	淮安六淳	141	10	151	6.62%

时间	公司名称	正式员工人数	劳务派遣人员数量	用工总量	劳务派遣人员占比
	昆山六淳	170	17	187	9.09%
	宁波六淳	80	8	88	9.09%
	珠海六淳	41	0	41	-
	六淳精密	15	0	15	-
	合计	926	54	980	5.51%
2020 年末	六淳科技	340	18	358	5.03%
	秦皇岛六淳	101	0	101	0.00%
	淮安六淳	138	11	149	7.38%
	昆山六淳	184	9	193	4.66%
	宁波六淳	77	19	96	19.79%
	合计	840	57	897	6.35%
2019 年末	六淳科技	293	5	298	1.68%
	秦皇岛六淳	92	2	94	2.13%
	淮安六淳	122	28	150	18.67%
	昆山六淳	87	0	87	-
	宁波六淳	-	-	-	-
	合计	594	35	629	5.56%

经核查，保荐人、发行人律师认为：

(1) 截至报告期末，发行人已按照法律法规要求进行规范

2019 年末、2020 年末，发行人子公司淮安六淳、宁波六淳存在劳务派遣员工占用工总量比例超过 10%的情况，违反了《劳务派遣暂行规定》第二十条“劳务派遣单位、用工单位违反劳动合同法和劳动合同法实施条例有关劳务派遣规定的，按照劳动合同法第九十二条规定执行”及《劳动合同法》第九十二条第二款“劳务派遣单位、用工单位违反本法有关劳务派遣规定的，由劳动行政部门责令限期改正；逾期不改正的，以每人五千元以上一万元以下的标准处以罚款，对劳务派遣单位，吊销其劳务派遣业务经营许可证”的规定。但是，发行人已按照相关法律法规进行了规范，截至报告期末发行人及其子公司劳务派遣用工占比总量比例均未超 10%，报告期内曾经存在劳务派遣用工比例超标而受到处罚的风险较小。

(2) 报告期内曾经存在的劳务派遣用工比例超标不属于重大违法行为

发行人及其子公司均已取得住所地劳动行政主管部门出具的无违法违规证明，且发行人子公司淮安六淳、宁波六淳曾经存在劳务派遣用工比例超过 10% 的情况不属于涉及国家安全、公共安全、生态安全、生产安全、公众健康安全等领域的重大违法行为。发行人及其子公司取得的合规证明具体情况如下：

主体	出具合规证明的部门	合规证明的内容	合规证明出具的时间
六淳科技	东莞市人力资源和社会保障局	2018年1月1日至2020年12月31日期间，在我市不存在违反人力资源和社会保障法律法规而受到行政处罚的记录。	2021/02/01
		2021年1月1日至2021年6月30日期间，在我市不存在违反人力资源和社会保障法律法规而受到行政处罚的记录。	2021/07/16
		2021年7月1日至2021年12月31日期间，在我市不存在违反人力资源和社会保障法律法规而受到行政处罚的记录。	2022/1/12
淮安六淳	淮安经济技术开发区人力资源和社会保障局	自2018年1月至2021年1月，为职工正常参加社会保险，缴纳社会保险费，未发现其违反劳动和社会保障方面的法律、法规行为，也没有因违反劳动和社会保障方面的法律、法规而受到处罚的情况。	2021/01/20
		自2018年1月至2021年6月，为职工正常参加社会保险，缴纳社会保险费，未发现其违反劳动和社会保障方面的法律、法规行为，也没有因违反劳动和社会保障方面的法律、法规而受到处罚的情况。	2021/07/02
		自2021年7月至今，为职工正常参加社会保险，缴纳社会保险费，未发现其违反劳动和社会保障方面的法律、法规行为，也没有因违反劳动和社会保障方面的法律、法规而受到处罚的情况。	2022/2/24
昆山六淳	昆山市人力资源和社会保障局	自2019年1月21日起至2020年12月31日止，无因违反劳动和社会保障方面的有关法律、法规、规章等规范性文件而受到任何处罚。	2021/02/09
	昆山市巴城镇综合行政执法局	自2021年1月1日起至2021年6月30日没有因违法劳动保障法律法规被我局行政处罚的记录。	2021/08/05
		自2021年7月1日起至2021年12月31日没有因违法劳动保障法律法规被我局行政处罚的记录。	2022/1/21
	昆山市社会保险基金管理中心	未受到社会保险方面的行政处罚。	2021/01/11
		未受到社会保险方面的行政处罚。	2021/07/09
		未受到社会保险方面的行政处罚。	2022/1/17
秦皇岛六淳	秦皇岛经济技术开发区人力资源和社会保障局	自2018年1月1日至今，在我局按时足额为其员工缴纳五险（养老、医疗、工伤、失业、生育），缴费情况符合法律、法规及规范性文件的要求，不存在迟延履行、拒不缴纳等违反社保管理规定的行为，也不存在因违法受到任何行政处罚的情形。	2021/01/05

主体	出具合规证明的部门	合规证明的内容	合规证明出具的时间
		自 2021 年 1 月 1 日至今，在我局按时足额为其员工缴纳五险（养老、医疗、工伤、失业、生育），缴费情况符合法律、法规及规范性文件的要求，不存在迟延履行、拒不缴纳等违反社保管理规定的情形，也不存在因违法受到任何行政处罚的情形。	2021/07/30
		自 2021 年 7 月 31 日至今，在我局按时足额为其员工缴纳五险（养老、医疗、工伤、失业、生育），缴费情况符合法律、法规及规范性文件的要求，不存在迟延履行、拒不缴纳等违反社保管理规定的情形，也不存在因违法受到任何行政处罚的情形。	2022/3/4
宁波六淳	宁波市北仑区人力资源和社会保障局	2020 年 3 月 24 日至今，该公司不存在违反劳动保障相关法律，未有受到我局行政处罚（处理）情况。	2021/01/06
		2021 年 1 月 1 日至今，该公司不存在违反劳动保障相关法律，未有受到我局行政处罚（处理）情况。	2021/07/14
		2021 年 7 月 1 日至今，该公司不存在违反劳动保障相关法律，未有受到我局行政处罚（处理）情况。	2022/1/25
珠海六淳	珠海市金湾区人力资源和社会保障局	2021 年 7 月 9 日至 2021 年 12 月 31 日期间，暂未发现因违反劳动法律法规被我局处罚过。	2022/3/10
六淳精密	东莞市人力资源和社会保障局	2021 年 7 月 16 日至 2021 年 12 月 31 日期间，在我市不存在违反人力资源和社会保障法律法规而受到行政处罚的记录。	2022/1/12

（3）实际控制人已出具承诺，对可能的损失进行全额补偿

发行人实际控制人已出具承诺：“若发行人因首次公开发行股票并上市完成前，存在劳务派遣用工人数量超用工总量 10% 的情形，而受到主管部门的处罚或遭受其他损失的，本人将全额补偿发行人因此遭受的损失。”

综上所述，报告期内发行人曾经存在劳务派遣用工比例超 10% 的情况，但是目前已纠正，被处罚的风险较小，且不属于涉及国家安全、公共安全、生态安全、生产安全、公众健康安全等领域的重大违法行为，不会对发行人本次发行上市构成实质性不利影响。

（三）披露发行人是否已具备生产经营所需的全部经营资质，相关资质到期的续期情况、是否存在实质性障碍。

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“六、发行人的经营资质

情况”更新披露如下：

截至招股说明书签署日，发行人及其子公司已取得从事生产经营所需的全部业务资质，具体包括：

资质名称	持证主体	内容	证书编号	有效期至
海关进出口货物收发货人备案回执	六淳科技	企业经营类别为进出口货物收发人	4419960QWT	-
对外贸易经营者备案登记表	六淳科技	-	04880637	-
IATF16949:2016 汽车行业质量管理体系证书	六淳科技	聚酯绝缘片、冲压金属补强板、模切密封泡棉的生产	0350038	2022年8月15日
ISO9001:2015 质量管理体系证书	六淳科技	工业胶带、绝缘片、铝片、铜片、塑胶片、钢片的加工和销售	NOA1610967	2022年5月4日
ISO14001:2015 环境管理体系证书	六淳科技	工业胶带、五金冲压件（铜片、铝片、钢片）、五金配件（铜片、钢片）、塑胶片的加工和销售	NOA2111034	2024年9月5日
IECQ 符合性证书有害物质过程管理	六淳科技	工业胶带、绝缘片、铝片、铜片、塑胶片、五金制品的加工	IECQ-H NQAGB 21.0086	2024年6月16日
职业健康安全管理体系认证证书	六淳科技	工业胶带、绝缘片、铝片、铜片、塑胶片、钢片的加工和销售	NOA2111033	2024年9月5日
报关单位注册登记证书	淮安六淳	企业经营类别为进出口货物收发人	3208961956	-
对外贸易经营者备案登记表	淮安六淳	-	01844709	-
IATF16949:2016 汽车行业质量管理体系	淮安六淳	绝缘片的生产	0360011	2022年10月7日
ISO9001:2015 质量管理体系证书	淮安六淳	金属冲压件，工业胶带的生产（资质许可除外）	CI/139805Q	2023年3月23日
ISO14001:2015 环境管理体系证书	淮安六淳	金属冲压件，工业胶带的生产（资质许可除外）	CI/140511E	2024年3月16日
海关进出口货物收发货人备案回执	昆山六淳	企业经营类别为进出口货物收发人	3223960A5B	-
对外贸易经营者备案登记表	昆山六淳	-	04155888	-
IATF16949:2016 汽车行业质量管理体系	昆山六淳	聚酯绝缘片及接线端子的生产	0373316	2023年10月11日
IECQ 符合性证书有害物质过程管理	昆山六淳	用于消费性电子产品的五金冲压配件和模切制品（工业胶带和聚酯绝缘片）的生产	IECQ-HCCATS21.0016	2024年7月4日
ISO9001:2015 质	昆山	五金冲压件、工业胶带和聚	42319Q30191ROS	2022年6月

资质名称	持证主体	内容	证书编号	有效期至
质量管理体系证书	六淳	酯绝缘片模切件，嵌件注塑件，用于消费性电子、汽车等的加工和服务		23日
ISO14001:2015 环境管理体系证书	昆山六淳	五金冲压件、工业胶带和聚酯绝缘片模切件，用于消费性电子、汽车等的加工和服务所涉及的相关管理活动	42319E30121R0S	2022年8月27日
海关进出口货物收发货人备案回执	宁波六淳	企业经营类别为进出口货物收发货人	33029606X7	-
对外贸易经营者备案登记表	宁波六淳	-	02828901	-
IATF16949:2016 汽车行业质量管理体系	宁波六淳	导航仪背光模组组件的生产	0409885	2024年7月8日
ISO9001:2015 质量管理体系证书	宁波六淳	显示器组件、LED灯用光学及缓冲组件的生产	CNQMS049610	2024年7月8日
ISO14001:2015 环境管理体系证书	宁波六淳	仪用功能材料（液晶显示器用精密薄膜、柔性线路板及新型仪表材料）的生产	CNEMS039958	2022年8月1日
ISO9001:2015 质量管理体系证书	秦皇岛六淳	粘胶制品的模切加工	01722Q10034RIS	2024年11月12日
ISO9001:2015 质量管理体系证书	珠海六淳	工业胶带、绝缘片、铝片、铜片、塑胶片、钢片的加工和销售	U21Q2GZ8023406R0S	2024年11月14日
ISO14001:2015 环境管理体系证书	珠海六淳	工业胶带、绝缘片、铝片、铜片、塑胶片、钢片的加工和销售及所涉及场所的相关环境管理活动	U21E2GZ8023407R0S	2024年11月14日

上述相关资质已到期或即将到期的情况均已依法续期，不存在续期的实质性障碍。

（四）披露实际控制人的完整履历。

发行人已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“八、持有发行人5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（一）控股股东及实际控制人”补充披露如下：

莫舒润，男，1973年出生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码为441229197305*****，大专学历，现任发行人审计部负责人。1994年至2002年，曾任职于中山嘉华电子有限公司、东莞樟木头日益利电子厂、珠海连康电子厂、中山三礼电子有限公司。2012年10月-2020年11月，任深圳六淳副董事长；

2013年10月-2019年1月，任广州技达渊电子科技有限公司执行董事、总经理；2016年11月-2018年10月，任深圳市领一通信技术有限公司执行董事；2018年1月-2019年7月，任东莞市启汇新材料科技有限公司执行董事、总经理；2003年至今，任昆山科丽盈塑胶有限公司执行董事、总经理；2007年至今，任昆山盛祥泰电子绝缘材料有限公司董事；2021年11月至今，担任东莞路湖信息咨询有限公司执行董事、总经理；2015年12月-2021年3月，任六淳有限、发行人总经理办公室负责人；2021年4月至今，任发行人审计部负责人。

(五)披露报告期内长期待摊费用的具体内容、金额、摊销年限，说明摊销年限确认依据。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十四、财务状况分析”之“（一）资产状况分析”之“2. 非流动资产分析”之“（8）长期待摊费用”补充披露如下：

发行人的长期待摊费用包括生产经营租赁房屋的装修费、车间改造费和雨污分流工程支出等。长期待摊费用的摊销年限根据预计受益期限与相应租赁房屋的剩余租赁期限孰短确定。报告期各期末，长期待摊费用余额分别为301.71万元、319.69万元和421.14万元，占非流动资产的比例分别为7.11%、5.57%和2.69%，占比较低。具体情况如下：

①2021年度

具体内容	摊销年限	金额（万元）			
		期初余额	本期增加	本期摊销	期末余额
东莞厂房装修费	5年	10.94	67.66	16.65	61.95
东莞车间改造费	5年	19.53	55.96	13.8	61.69
东莞工厂雨污分流工程	5年	17.62	-	3.64	13.98
秦皇岛厂房装修费	3年	38.59	40.59	46.18	33.00
淮安厂房装修费	3年	5.45	66.23	15.09	56.59
昆山厂房装修费	3年	76.43	-	70.55	5.88
昆山车间改造费	3年	130.24	-	48.31	81.93
宁波厂房装修费	5年	14.86	-	1.71	13.15
珠海厂房装修费	3年	-	93.05	10.34	82.71
精密厂房装修费	5年	-	4.31	0.36	3.95

其他	3年、5年	6.03	3.02	2.74	6.31
合计	-	319.69	330.82	229.37	421.14

②2020年度

具体内容	摊销年限	金额(万元)			
		期初余额	本期增加	本期摊销	期末余额
东莞厂房装修费	5年	35.18		24.24	10.94
东莞车间改造费	5年	30.49		10.96	19.53
东莞工厂雨污分流工程	5年		18.23	0.61	17.62
秦皇岛厂房装修费	3年	75.32		36.73	38.59
淮安厂房装修费	3年	11.23		5.78	5.45
昆山厂房装修费	3年	146.98		70.55	76.43
昆山车间改造费	3年		144.92	14.68	130.24
宁波厂房装修费	5年		17.15	2.29	14.86
其他	3年、5年	2.51	4.78	1.26	6.03
合计	-	301.71	185.08	167.10	319.69

③2019年度

具体内容	摊销年限	金额(万元)			
		期初余额	本期增加	本期摊销	期末余额
东莞厂房装修费	5年	59.42		24.24	35.18
东莞车间改造费	5年	27.10	13.26	9.87	30.49
秦皇岛厂房装修费	3年	15.58	90.75	31.01	75.32
淮安厂房装修费	3年	10.38	5.99	5.14	11.23
昆山厂房装修费	3年		211.65	64.67	146.98
其他	5年	2.15	1.04	0.68	2.51
合计	-	114.63	322.69	135.61	301.71

(六) 保荐人核查意见

1. 核查程序

保荐人主要实施了以下核查程序：

(1) 查阅发行人及其子公司所在地社保、住房公积金主管部门出具的无违法证明。

(2) 访谈发行人人力资源主要负责人，了解发行人的劳动派遣情况；获取发行人关于其劳务派遣情况的说明，并查阅发行人与劳务派遣单位费用结算单等资料，验证报告期末的劳务派遣人数；查阅发行人及其子公司所在地的劳动行政主管部门出具的报告期内发行人不存在重大违法行为的证明。

(3) 查阅发行人全部生产经营相关的经营资质证书，并与公示信息进行复核验证。

(4) 查阅实际控制人莫舒润的调查表及简历，进一步明确其完整履历。

(5) 查阅发行人的长期待摊费用明细表，了解长期待摊费用的摊销期限和依据，结合对同行业的摊销期限，验证发行人的长期待摊费用的摊销期限合理性；复核长期待摊费用的摊销金额以及会计处理是否正确。

2. 核查结论

经核查，保荐人认为：

(1) 发行人已在招股说明书补充披露了保荐人、发行人律师关于应缴未缴社会保险和住房公积金相关事项是否属于重大违法行为的核查意见。

(2) 发行人已在招股说明书补充披露了报告期内发行人及其子公司、宁波六淳劳务派遣具体情况及用工比例；发行人已在招股说明书补充披露了保荐人、发行人律师关于相关事项是否存在被处罚风险、是否属于重大违法行为的核查意见。

(3) 发行人已在招股说明书补充披露了发行人是否已具备生产经营所需的全部经营资质，相关资质到期的续期情况、是否存在实质性障碍。

(4) 发行人已在招股说明书补充披露了披露实际控制人的完整履历。

(5) 发行人已在招股说明书补充披露了披露报告期内长期待摊费用的具体内容、金额、摊销年限，以及摊销年限的确认依据；相关披露信息符合发行人实际情况，发行人的长期待摊费用主要系租赁房屋的装修费等，其摊销年限依据资产预计受益期限与相应租赁房产剩余租赁期限孰短确定，确定摊销年限的依据具有合理性。

问题二十二：关于股东信息核查

请发行人严格按照中国证监会《监管规则适用指引——关于申请首发上市企业股东信息披露》和本所相关规定，对发行人披露的股东信息进行全面深入核查，逐条认真落实核查工作，提交专项核查说明。

回复：

发行人已严格按照中国证监会《监管规则适用指引——关于申请首发上市企业股东信息披露》和贵所相关规定，对发行人披露的股东信息进行全面深入核查，逐条认真落实核查工作，并在首次申报时提交了《华西证券股份有限公司关于东莞六淳智能科技股份有限公司股东信息披露专项核查报告》和《北京市万商天勤律师事务所关于东莞六淳智能科技股份有限公司股东信息披露专项核查报告》。

本次反馈回复**更新**，发行人又单独提交了《华西证券股份有限公司关于东莞六淳智能科技股份有限公司证监会系统离职人员入股的专项说明》和《北京市万商天勤律师事务所关于东莞六淳智能科技股份有限公司证监会系统离职人员入股的专项说明》。

（本页无正文，为东莞六淳智能科技股份有限公司《关于东莞六淳智能科技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审核问询函回复》之签章页）

法定代表人：



唐淑芳

东莞六淳智能科技股份有限公司

2022年7月4日



（本页无正文，为华西证券股份有限公司《关于东莞六淳智能科技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审核问询函回复》之签章页）

保荐代表人： 罗李黎
罗李黎

厉琪
厉琪



保荐机构总经理声明

本人作为东莞六淳智能科技股份有限公司保荐机构华西证券股份有限公司的总经理，现就本次审核问询函回复郑重声明如下：

“本人已认真阅读东莞六淳智能科技股份有限公司本次审核问询函回复的全部内容，了解报告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，本次审核问询函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。”

保荐机构总经理：
杨炯洋

