

目 录

一、关于客户	第 3—18 页
二、关于富士康	第 18—28 页
三、关于鹏鼎控股	第 29—38 页
四、关于收入	第 39—51 页
五、关于采购和供应商	第 51—100 页
六、关于成本	第 101—112 页
七、关于毛利率	第 112—134 页
八、关于存货	第 134—144 页
九、关于应收账款	第 144—154 页
十、关于现金分红	第 154—159 页
十一、关于期间费用	第 159—162 页
十二、关于关联方资金拆借	第 162—167 页
十三、关于租赁与租赁瑕疵	第 167—179 页
十四、关于固定资产	第 179—183 页
十五、关于第三方回款	第 183—188 页
十六、关于收购	第 188—194 页
十七、关于信息披露	第 194—196 页

关于东莞六淳智能科技股份有限公司 IPO 审核问询函中有关财务事项的说明

天健函〔2023〕8-35号

深圳证券交易所:

我们已对《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,以下简称审核问询函)所提及的东莞六淳智能科技股份有限公司(以下简称六淳科技或公司)财务事项进行了审慎核查,并出具了《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中有关财务事项的说明》(天健函〔2021〕8-54号、天健函〔2022〕8-20号、天健函〔2022〕8-196号)。因公司补充了最近一期财务数据,我们为此作了追加核查,现汇报如下。

本说明中,期后数据未经审计,除非文义另有所指,下列词语或简称具有如下含义:

六淳科技、公司	指	东莞六淳智能科技股份有限公司
六淳有限	指	东莞六淳智能科技有限公司,公司前身
淮安六淳	指	淮安六淳智能科技有限公司
秦皇岛六淳	指	秦皇岛六淳智能科技有限公司
宁波六淳	指	宁波六淳智能科技有限公司
昆山六淳	指	昆山六淳智能科技有限公司
珠海六淳	指	珠海六淳智能科技有限公司
六淳精密	指	东莞六淳精密电子科技有限公司
深圳六淳	指	六淳胶粘制品(深圳)有限公司
六淳能源	指	东莞六淳能源科技有限公司
深创投	指	深圳市创新投资集团有限公司
东莞红土创投	指	东莞红土创业投资基金合伙企业(有限合伙)
鹏鼎投资	指	鹏鼎控股投资(深圳)有限公司

苹果公司	指	Apple Inc.
苹果	指	Apple Inc. 旗下的电子产品品牌
华为	指	华为技术有限公司及其旗下的电子产品品牌
三星	指	韩国三星电子株式会社及其旗下的电子产品品牌
VIVO	指	维沃移动通信有限公司及其旗下的电子产品品牌
OPPO	指	广东欧珀移动通信有限公司及其旗下的电子产品品牌
小米	指	小米科技有限责任公司及其旗下的电子产品品牌
夏普	指	夏普株式会社及其旗下的电子产品品牌
鹏鼎控股	指	鹏鼎控股(深圳)股份有限公司及其下属子公司, 包括庆鼎精密电子(淮安)有限公司、宏启胜精密电子(秦皇岛)有限公司等
立讯精密	指	立讯精密工业股份有限公司及其下属子公司
歌尔股份	指	歌尔股份有限公司及其下属子公司
欧菲光	指	欧菲光集团股份有限公司及其下属子公司
富士康	指	鸿海精密工业股份有限公司及其控制的企业, 包括但不限于业成光电(深圳)有限公司、业成科技(成都)有限公司、业成光电(无锡)有限公司、鸿富锦精密电子(重庆)有限公司、鸿富锦精密工业(深圳)有限公司、富士康(昆山)电脑接插件有限公司、重庆璟镁精密电子有限公司及富誉电子科技(淮安)有限公司等
莫仕	指	Molex Incorporated 及其下属子公司, 包括东莞莫仕连接器有限公司
京东方	指	京东方科技集团股份有限公司及其下属子公司
台达电	指	台达电子工业股份有限公司及其下属子公司
景旺电子	指	深圳市景旺电子股份有限公司及其下属子公司
新宇腾跃	指	深圳市新宇腾跃电子有限公司及其下属子公司
瑞声科技	指	瑞声科技控股有限公司及其下属子公司
群创光电	指	群创光电股份有限公司及其下属子公司
精诚达	指	深圳市精诚达电路科技股份有限公司及其下属子公司
吉利德	指	吉利德显示元器件(上海)有限公司
瑞仪光电	指	瑞仪光电股份有限公司及其下属子公司
紫翔电子	指	珠海紫翔电子科技有限公司
璨鸿光电	指	苏州璨鸿光电有限公司
韩国大德	指	DAEDUCK ELECTRONICS Co., Ltd.
楷威电子	指	楷威电子股份有限公司
奈电科技	指	奈电软性科技电子(珠海)有限公司
中京电子	指	珠海中京元盛电子科技有限公司
鸿富瀚	指	深圳市鸿富瀚科技股份有限公司及其下属子公司

博硕科技	指	深圳市博硕科技股份有限公司及其下属子公司
达瑞电子	指	东莞市达瑞电子股份有限公司及其下属子公司
恒铭达	指	苏州恒铭达电子科技股份有限公司及其下属子公司
智动力	指	深圳市智动力精密技术股份有限公司及其下属子公司
飞荣达	指	深圳市飞荣达科技股份有限公司及其下属子公司
安洁科技	指	苏州安洁科技股份有限公司及其下属子公司
领益智造	指	广东领益智造股份有限公司及其下属子公司
宁波万詮	指	宁波万詮光电科技有限公司

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。(审核问询函问题1)

(一)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，向公司采购额占其同类产品采购额的比例

除公司之外，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，公司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)有限公司向公司采购额占其同类产品采购额的比例约5%，至多不超过10%。

除公司之外，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披露信息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公司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公司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，公司不存在某类产品因公司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，正如公司在招股说明书“第三节 风险因素”之“二、与行业相关的风险”之“(三)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公司开展竞争，公司面临着市场竞争加剧的风险。”

因此，当公司在技术创新、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。公司已在招股说明书“第三节 风险因素”之“二、与行业相关的风险”之“（三）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。如果公司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，对公司持续经营造成不利影响。

（二）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，公司因显示屏、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，公司与通用汽车、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，公司重点开发了欧菲光、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)		
			2022年度	2021年度	2020年度
1	吉利德	2020年	1,269.45	1,744.38	714.49
2	群创光电	2020年	3,259.76	3,704.51	1,417.20
3	奈电科技	2021年	760.03	699.86	
4	苏州呈润电子有限公司	2021年	1,285.82	15.61	
合计			6,575.06	6,164.36	2,131.69

2. 报告期内主要客户收入占比持续下降的原因

报告期内，公司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)		
	2022年度	2021年度	2020年度
鹏鼎控股	16,644.73	12,735.37	9,841.63
瑞声科技	6,109.60	4,183.11	1,995.85
立讯精密	5,373.57	3,584.21	519.99
群创光电	3,259.76	3,704.51	1,417.20

由上表可知，报告期内，鹏鼎控股、瑞声科技、群创光电、立讯精密等主要客户的销售收入整体呈增长趋势，主要客户收入占比下降的主要原因还包括公司持续开拓新客户、新产品，导致销售收入更加分散，具体情况详见本说明一(二)1之所述。

3. 公司已采取有效措施降低客户集中度较高的风险

公司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，具体情况详见本说明一(二)1之所述。

(三) 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. 公司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，公司开拓了欧菲光的功能性器件业务，公司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 年-2022 年，对其实现销售收入为 164.36 万元、1,500.29 万元、685.39 万元、394.20 万元、658.03 万元。

2. 报告期各期末公司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 2023 年 2 月末 已回款金额(万元)	截至 2023 年 2 月末 未回款金额(万元)
2022 年末	460.10	101.61	358.49

2021 年末	217.83	217.83	0.00
2020 年末	260.34	260.34	0.00

报告期各期末，公司对欧菲光的应收账款余额分别为 260.34 万元、217.83 万元和 460.10 万元。截至 2023 年 2 月末，欧菲光对公司的回款正常，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公司与其合作的影响、对应收账款回款的影响

根据前述的合作背景可知，公司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 2023 年 2 月末尚未回款部分均在信用期内。欧菲光苹果业务的重大变化对公司应收账款回款未产生不利影响。

4. 公司其他客户是否存在类似重大客户流失的情形

除欧菲光外，公司主要客户未发生与其主要客户终止合作情况，对公司持续经营能力没有重大影响。

（四）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. 公司对苹果是否构成重大依赖，订单是否具有可持续性

（1）关于公司对苹果品牌依赖性的分析

苹果是公司产品终端应用的主要品牌。公司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，公司终端应用于苹果品牌的功能性器件销售收入分别为 28,667.95 万元、42,365.36 万元、41,359.42 万元，占主营业务收入比例分别为 71.30%、76.59%、76.35%，相应毛利贡献分别为 10,574.44 万元、17,762.55 万元、15,591.06 万元，占比和金额均较高，公司对苹果品牌存在重大依赖；但是，公司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 71.30%、70.90%、69.90%，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 78.40%、78.30%、79.10%，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%

注：截至本说明出具日，领益智造、博硕科技、达瑞电子、智动力均尚未公告其 2022 年度报告，因此，此表仍然按照 2019-2021 年的数据列示

由上表可见，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公司主动选择的结果

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要是公司主动进行市场选择的结果。

3) 公司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，公司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。公司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，公司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，公司具备完全独立面向市场获取业务的能力。

4) 公司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。公司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。公司所涉苹果业务不存在依赖单一直接客户的情况。报告期内，公司对苹果产业链

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	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	销售金额(万元)	占主营业务收入比例	销售金额(万元)	占主营业务收入比例	销售金额(万元)	占主营业务收入比例
富士康	8,647.53	15.96%	18,784.03	33.96%	14,281.28	35.52%
鹏鼎控股	16,162.05	29.83%	12,588.79	22.76%	9,628.17	23.95%
瑞声科技	6,109.60	11.28%	4,183.11	7.56%	1,995.73	4.96%
京东方	456.99	0.84%	1,351.17	2.44%	1,055.00	2.62%
立讯精密	5,363.34	9.90%	3,548.90	6.42%	488.12	1.21%
合计	36,739.51	67.82%	40,456.00	73.14%	27,448.31	68.27%

5) 公司主要的直接客户市场地位稳固，不存在重大不确定性

公司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，公司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) 公司已实施了多元化的客户布局

公司以客户为导向，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，公司已与华为、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，公司有能够满足其他终端品牌商的供货需求。

(2) 公司终端应用于苹果品牌的订单可持续性分析

报告期内，公司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	2022 年度		2021 年度		2020 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	41,359.42	76.35%	42,365.36	76.59%	28,667.95	71.30%

如上表所示，报告期内公司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，虽然苹果公司对公司不实施直接管理，也不会直接指派公司的订单份额，但是，公司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，强化了公司与终端苹果品牌合作的可持续性。

截至 2023 年 2 月末，公司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 7,703.08 万元。整体而言，公司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. 公司与苹果公司终止合作的风险以及对公司生产经营的影响

(1) 公司与苹果公司合作的相关约定

公司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，公司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，只要公司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。参考前述公司与主要的直接客户之间关于合格供应商资格的约定，公司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，预计短期内不会对公司的持续经营构成重大不利影响，主要原因分析如下：

① 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。

② 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。

③ 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，公司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) 中美贸易摩擦对公司的影响

短期而言，中美贸易摩擦对公司的影响较小，主要表现为：

① 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。

② 公司主要苹果产业链客户仍以国内生产采购为主

公司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。由于公司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,公司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,从而使得公司所面对的商业环境也面临诸多变数;特别是当公司的直接客户因为中美贸易摩擦产生重大不利影响时,可能会导致公司受到相应的影响。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,导致公司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;虽然公司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,其指纹模组业务对公司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,公司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

公司已经在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,公司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,公司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，公司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，公司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，为公司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，公司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；公司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。

公司已在招股说明书“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，公司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；公司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，如果公司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) 结合前述情况分析公司与苹果终止合作的风险以及对公司生产经营的影响

基于前述情况，公司在招股说明书“第二节 概览”之“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“1. 发行人与苹果公司终止合作的风险”以及“第三节 风险因素”之“一、与发行人相关的风险”之“（一）经营风险”中补充披露如下：

6. 公司与苹果公司终止合作的风险

公司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，虽然公司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) 公司面临持续的供应商管理。针对其直接认证的合格供应商，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公司实施管理，但是，如果公司出现违反《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) 公司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公司经过前期研发投入并逐步形成技术积累、制造优势的成果。公司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，如果公司不能持续达到苹果公司的要求，则存在终止合作风险。

3) 公司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，如果公司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，公司基于苹果产业链的毛利额贡献分别为 10,574.44 万元、17,762.55 万元、15,591.06 万元，占主营业务毛利额的比重分别为 76.90%、86.67%、88.94%。虽然苹果公司一般不干预其制造服务商、组件生产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，苹果公司会指定制造服务商、组件生产商向由其直接认证的功能性器件厂商采购；因此，如果公司与苹果公司终止合作，将严重影响公司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,从而导致公司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,如果公司与苹果公司终止合作,还可能对公司声誉造成不利影响,影响公司与业内其他制造服务商、组件生产商的合作关系。

(五) 核查程序及结论

1. 核查程序

我们主要实施了如下核查程序:

(1) 向富士康旗下的业成科技(成都)有限公司、业成光电(深圳)有限公司进行函证,了解其采购公司同类产品的规模;

(2) 查阅富士康、鹏鼎控股等主要客户的公开披露信息;查阅同行业可比公司的公开披露信息,了解同行业客户集中度情况,富士康、鹏鼎控股功能性器件的采购情况;

(3) 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;

(4) 查阅欧菲光的公开披露信息,了解其苹果业务重大变化的情况以及影响;

(5) 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;查验公司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;

(6) 查阅公司在手订单及苹果产业链的采购计划安排情况,分析公司终端应用为苹果品牌的功能性器件产品的订单可持续性;

(7) 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;

(8) 对公司管理层进行访谈,了解公司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;了解公司终止与苹果公司合作的相关风险,了解中美贸易摩擦、苹果产业链转移对公司生产经营的影响;

(9) 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,我们认为:

(1) 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)有限公司向公司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公司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，公司不存在某类产品因公司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，当公司在技术创新、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。公司对于该等风险因素已作补充披露；

(2) 报告期内，公司积极开发新产品、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公司持续开拓新客户、新产品，导致销售收入更加分散；

(3) 公司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公司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，公司的其他主要客户未发生与其主要客户终止合作情况；

(4) 公司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，公司对苹果品牌的依赖不属于重大不利影响；公司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。

(5) 结合公司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，公司与苹果终止合作的风险主要包括：1) 公司面临持续的苹果供应链管理要求；2) 公司的技术研发不能满足终端迭代需求；3) 公司未能有效跟随苹果产业链布局；

(6) 公司已披露与苹果终止合作的风险，以及对公司生产经营的影响，并就相关风险进行了重大风险提示。

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。(审核问询函问题 2)

(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. 富士康采购公司产品的主要终端应用品牌及产品型号

报告期内，富士康采购公司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	2022 年度		2021 年度		2020 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	8,647.53	95.96%	18,784.03	99.85%	14,281.28	99.49%
戴尔	126.91	1.41%			0.67	0.00%
联想	180.13	2.00%	8.30	0.04%	71.75	0.50%
其他品牌	57.37	0.64%	19.09	0.10%	0.61	0.00%
合计	9,011.94	100.00%	18,811.43	100.00%	14,354.31	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，包括公司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，公司

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。公司根据富士康采购公司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,判断富士康采购公司部分功能性器件产品主要用于 iPad Air(第3代)、iPad Air(第4代)、iPad Air(第5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. 报告期内公司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的匹配情况

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,公司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公司主要的销售对象。报告期内,公司向业成科技(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	2022 年度	2021 年度	2020 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)	2,851,737	3,032,772	2,951,372
公司向业成科技(成都)有限公司及其子公司的销售收入(万元)	8,558.64	18,644.06	14,281.89
占比	0.30%	0.61%	0.48%

(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. 公司相关核心技术来源情况

公司相关核心技术来源情况如下：

序号	公司的核心技术名称	技术来源
1	新型圆刀排废装置	自主研发
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
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

由上表可知，公司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. 公司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) 公司核心技术均为自主研发，具备自主研发能力

虽然毛健是公司认定的核心技术人员之一，但是，公司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，公司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，公司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，公司已取得各类实用新型专利 124 项、发明专利 8 项。

(2) 毛健在富士康、公司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；入职公司时，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。公司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) 公司、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、公司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、公司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，其在与公司建立劳动关系前所任职的单位的职务成果、商业秘密、专利或非专利技术等知识产权成果，也不存在将前述知识产权成果以公司的名义申请相关专利或应用于公司生产经营活动的情况。若其违反前述承诺，将承担对公司造成的损失。

公司合法拥有其专利、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，公司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

选取公司与富士康、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”。

由上表可知，公司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

报告期内，富士康的退换货情况如下：

项 目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
退换货金额(万元)	132.70	32.62	81.85
退换货数量(万 PCS)	103.61	24.91	43.16
退换货数量/销售数量	1.12%	0.19%	0.39%

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，存在部分销售规模小的产品由于生产批次少、工艺熟练程度不够而出现退换货比例较高的情况，但不存在公司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，公司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)
2022 年度	1	2-D-M-100-000085	8.08	92.79	8.71%	73.16
	2	2-D-M-001-000082	6.81	107.95	6.31%	31.23
	3	2-D-M-100-000016	6.54	235.78	2.77%	356.59
	4	2-D-M-100-000039	6.35	96.09	6.61%	26.59
	5	2-D-M-100-000170	6.02	30.03	20.05%	24.69
	6	2-D-M-100-000043	4.55	39.40	11.55%	32.09
	7	2-D-M-001-000066	4.40	100.18	4.39%	126.19
	8	2-D-M-100-000047	4.34	92.31	4.70%	9.01
	9	2-D-M-001-000065	4.16	96.39	4.32%	103.71
	10	2-D-M-001-000062	4.14	114.39	3.62%	431.97
	合计			55.39	1,005.30	
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	

(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、公司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。

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，富士康的市场地位不会大幅下降；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. 公司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，不会对公司的产品销售构成不利影响

按照同一控制下合并计算，报告期内公司对富士康销售金额分别为 14,354.31 万元、18,811.43 万元和 9,011.94 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 14,281.89 万元、18,644.06 万元和 8,558.64 万元，绝大部分是应用于 iPad 系列产品(公司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，公司终端应用为 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，公司面向鹏鼎控股、紫翔电子销售的功能性器件主要应用于 iPhone 的 FPC 组件；公司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，基于公司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公司的产品销售构成不利影响。

3. 富士康、立讯精密均与公司建立了良好合作关系，且公司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，随着公司不断拓

展市场，富士康、立讯精密等知名电子产品制造服务商(EMS)均已发展成为公司的直接客户。报告期内，公司向富士康、立讯精密的销售情况如下：

公司名称	销售金额(万元)		
	2022 年度	2021 年度	2020 年度
富士康	9,011.94	18,811.43	14,354.31
立讯精密	5,373.57	3,584.21	519.99

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，公司与富士康、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。公司与立讯精密的交易规模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，基于过往公司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，从而有利于降低公司对直接客户的销售集中度。

(五) 核查程序及结论

1. 核查程序

我们主要实施了如下核查程序：

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

(2) 对公司管理层进行访谈，了解富士康采购公司产品的终端应用品牌、机型等情况；根据公司关于终端电子产品适用机型的说明，以报告期内公司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、验证公司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；审阅公司与毛健历次签订的劳动合同、公司首次向毛健支付薪酬的银行转账记录，确认毛健入职公司的时间；

(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) 查阅公司的发明专利以及核心技术的立项书、结题报告等相关资料，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;取得公司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,确认公司、毛健与富士康之间不存在纠纷或潜在纠纷;

(7) 查阅公司与富士康、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;查阅报告期内公司对富士康的销售明细表,复核富士康的退换货情况;

(8) 对公司管理层进行访谈,了解立讯精密收购昆山纬新对富士康、公司业务的影响;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,我们认为:

(1) 富士康采购公司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 Air(第5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;报告期内公司对富士康的销售,主要是针对其下属的业成控股股份有限公司,报告期内公司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。公司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) 公司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、公司的业务构成重大不利影响。

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。(审核问询函问题 3)

(一) 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. 公司与鹏鼎控股相关协议及安排具体内容

公司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，定期向公司提供需求预测，并在预定的交货日期前向公司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)文件准备不齐面导致甲方迟延付款，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，于甲方或使用期间内，应与规格、验收标准或/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持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(包括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公司具有重大影响

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公司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公司董事会派有代表。
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公司财务和经营政策制定过程。

3	(三)与被投资单位之间发生重要交易。	否。按照《深圳证券交易所创业板股票上市规则》7.1.1条第二款的规定，鹏鼎控股向公司购买与日常经营相关的原材料，不属于与公司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公司派出管理人员
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公司提供关键技术资料。

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

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》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	公司涉及的相关事实	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；	公司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公司。	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)公司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)公司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；鹏鼎投资的执行董事、总经理为萧得望。	否
4	(四)持有上市公司5%以上股份的法人或者一致行动人；	(1)鹏鼎投资持有公司3.5461%股份； (2)持有公司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》7.2.3条第(一)项至第(四)项规定，鹏鼎投资均不构成公司的关联方，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》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。公司认定:鹏鼎控股不存在可能造成公司对其利益倾斜的特殊关系。具体理由和依据如下:

(1) 鹏鼎投资持有公司的股份比例不足 5%,无权任命董事、监事、高级管理人员、员工,对公司的生产经营无法施加重大影响;

(2) 鹏鼎投资入股公司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。鹏鼎投资入股公司的价格为每股 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。公司不存在低价授予股份而向鹏鼎投资让渡利益的情形;

(3) 鹏鼎投资入股公司、鹏鼎控股与公司开展业务交易,二者系各自独立事件,不存在互为因果的关系。鹏鼎投资入股公司系认可公司的未来发展前景,属于财务投资人,不参与公司的经营管理。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公司相关事宜,鹏鼎控股未将公司认定为关联方;

(5) 公司与鹏鼎控股仅存在日常业务往来,公司在资产、业务、财务、人员、机构等方面均与鹏鼎控股保持了独立性;

(6) 公司与鹏鼎控股之间自 2017 年起持续合作,鹏鼎控股向公司的采购系基于其对公司的产品质量、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) 公司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,而公司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，公司与鹏鼎控股之间无特殊利益安排；

(8) 公司已建立较为完善的市场开拓机制，除鹏鼎控股之外，公司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，公司对鹏鼎控股的销售收入占比分别为 24.38%、22.87%、30.34%，不存在对其业务上的重大依赖。

综上所述，公司未将鹏鼎控股认定为关联方的依据充分。

(二) 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，公司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 月开始与公司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，公司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；	1. 信用期：月结 90 天；	1. 信用期：月结 90 天；	1. 信用期：月结 90 天；
	2. 交货方式：DDP。	2. 交货方式：DDP。	2. 交货方式：DDP。	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

鹏鼎控股与公司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)，公司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，公司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，公司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公司采购功能性器件金额占其同类产品采购的比例 10% 左右，未因鹏鼎投资入股公司而发生重大变化。

2. 2019 年鹏鼎控股向公司采购金额下滑，2020 年又快速增长的原因

公司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。

因此，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(以下简称庆鼎精密)、在秦皇岛的子公司宏启胜精密电子(秦皇岛)有限公司(以下简称宏启胜精密)，公司分别相应设立子公司淮安六淳、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。庆鼎精密、宏启胜精密电虽是鹏鼎控股(深圳)股份有限公司子公司，但基于市场需求结构变化、产能相互调剂等因素，鹏鼎控股内部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，公司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。因此报告期内公司向鹏鼎控股的产品交付由六淳科技及其子公司分别与鹏鼎控股及其子公司独立完成。

2018 年-2022 年，公司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)				
公司	鹏鼎控股	2022 年度	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	3,815.17	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	7,978.90	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	4,850.66	4,354.16	3,366.33	2,559.26	2,371.96
合 计		16,644.73	12,735.37	9,841.63	8,068.10	8,191.75

由上表可知,2018年-2022年,淮安六淳对庆鼎精密的销售金额持续快速增长,秦皇岛六淳对宏启胜精密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,合并报表口径下公司对鹏鼎控股的销售金额2019年度下滑,2020年度又快速增长。不同主体之间的交易呈现不同的变化趋势原因分析如下:

(1) 六淳科技报告期内对鹏鼎控股(深圳)股份有限公司销售金额2018年-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条件等因素考虑,有策略地退出了较多项目的竞争。2021年,因鹏鼎投资入股公司,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

作为公司最早设立的子公司,淮安六淳在淮安地区专注为庆鼎精密提供配套服务,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订单份额持续提升,因此,报告期内,淮安六淳对庆鼎精密的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销售毛利率分别为39.07%、41.99%和43.52%。

(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的销售金额稳步增长。

（三）核查程序及结论

1. 核查程序

我们主要实施了如下核查程序：

（1）查阅公司与鹏鼎控股之间签署的框架性《采购合同》，了解公司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公司具有重大影响；

（2）查阅报告期内公司对鹏鼎控股的销售明细表，结合鹏鼎投资增资公司的时间，复核增资前后公司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公司存在联系；结合鹏鼎投资增资公司的时间，抽查增资前后公司对鹏鼎控股的销售订单，检查相关合同条款是否发生变化；

（3）对公司管理层进行访谈，了解 2019 年鹏鼎控股向公司采购金额出现下滑、2020 年又快速增长的原因，判断该等情况与鹏鼎投资入股公司是否有关；同时，结合报告期内公司对鹏鼎控股的销售明细验证公司管理层的相关说明。

2. 核查结论

经核查，我们认为：

（1）基于鹏鼎控股为公司重要客户的实际情况，结合公司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，鹏鼎投资对公司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；

（2）2019 年鹏鼎控股向公司采购金额出现下滑，2020 年又快速增长的直接原因是：2018-2020 年，淮安六淳对庆鼎精密的销售金额持续快速增长，秦皇岛六淳对宏启胜精密的销售金额稳定增长；受前述因素的综合影响，合并报表口径下公司对鹏鼎控股的销售金额 2019 年度下滑，2020 年度又快速增长。上述变动情况产生的原因系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，与鹏鼎投资入股公司无关。

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。(审核问询函问题 4)

(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. 公司下半年收入占比与公司主要客户收入季节性相匹配

2019-2022 年，公司主要客户的下半年营业收入占比情况如下：

客户名称	2022 年下半年	2021 年下半年	2020 年下半年	2019 年下半年
富士康	尚未披露	54.98%	61.60%	58.56%
鹏鼎控股	尚未披露	64.09%	66.12%	64.91%
京东方	尚未披露	51.08%	55.10%	52.58%
平均值		56.72%	60.94%	58.68%
公司	52.01%	57.66%	63.80%	57.63%

2022 年下半年，公司与富士康旗下的业成科技终止合作，导致公司 2022 年下半年对富士康销售大幅下滑，因此不具有可比性。

2019-2021 年，公司主要客户下半年营业收入占比平均值分别为 58.68%、60.94%和 56.72%，与公司一样也呈现出下半年收入占比较高的季节性特点。

2. 公司下半年收入占比与同行业可比公司不存在较大差异

2019-2022 年，公司与同行业可比公司下半年收入占比情况如下：

公司简称	2022 年下半年	2021 年下半年	2020 年下半年	2019 年下半年
飞荣达	58.23%	60.52%	49.72%	65.21%
恒铭达	62.14%	67.88%	65.93%	63.43%
智动力	尚未披露	48.16%	62.48%	51.08%
安洁科技	53.31%	58.41%	53.43%	55.82%
领益智造	尚未披露	58.07%	57.56%	59.87%
博硕科技	尚未披露	64.12%	71.70%	73.16%
达瑞电子	尚未披露	51.07%	61.05%	69.73%
鸿富瀚	55.76%	57.30%	68.48%	62.83%
平均值	57.36%	58.19%	61.29%	62.64%
公司	52.01%	57.66%	63.80%	57.63%

注：截至本说明出具日，领益智造、博硕科技、达瑞电子、智动力尚未公告其 2022 年度报告

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，与公司不存在重大差异。

(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，公司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	2022 年度	2021 年度	2020 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	41,359.42	76.35%	42,365.36	76.59%	28,667.95	71.30%
华为	1,890.17	3.49%	2,021.73	3.65%	4,654.62	11.58%
OPPO	1,234.94	2.28%	1,892.18	3.42%	1,314.70	3.27%
惠普	2,060.11	3.80%	2,345.39	4.24%	1,160.62	2.89%
VIVO	319.41	0.59%	628.32	1.14%	1,029.48	2.56%
三星	1,021.43	1.89%	1,239.51	2.24%	765.33	1.90%
夏普	1,324.71	2.45%	1,896.62	3.43%	714.49	1.78%
戴尔	834.96	1.54%	318.29	0.58%	521.01	1.30%
小米	53.08	0.10%	95.89	0.17%	494.43	1.23%
通用	72.38	0.13%	298.84	0.54%	156.03	0.39%
其他	4,003.41	7.39%	2,213.83	4.00%	727.23	1.81%
合计	54,174.01	100.00%	55,315.96	100.00%	40,205.90	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. 公司终端应用的手机品牌市场占有率保持较高水平

报告期内，全球智能手机出货量呈现先上升后下滑的特点，前五大终端品牌智能手机出货量略有下滑，但仍保持较高水平。全球智能手机出货量及变动趋势情况如下：

项 目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
全球智能手机出货量(亿台) (a)	12.06	13.55	12.92
出货量前五大品牌智能手机出货量(亿台) (b)	8.42	9.61	9.22
占比 (b/a)	69.82%	70.92%	71.36%
其中：苹果(亿台)	2.26	2.36	2.06
华为(亿台)	未披露	未披露	1.89
小米(亿台)	1.53	1.91	1.48
三星(亿台)	2.61	2.72	2.67
VIVO(亿台)	0.99	1.28	未披露
OPPO(亿台)	1.03	1.34	1.12

数据来源：IDC

公司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。全球智能手机保持较高出货量给公司的销售收入增长提供了空间。

报告期内，公司应用于苹果、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)		
	2022 年	2021 年	2020 年
苹果	20,883.56	15,846.65	9,195.00
华为	571.68	723.71	4,135.71
OPPO	1,179.54	1,891.85	1,314.70
VIVO	308.35	584.92	1,029.16
三星	458.44	679.32	282.81
小米	53.07	95.50	494.43
合 计	23,454.64	19,821.94	16,451.81

公司应用于主流终端品牌的销售规模与主流终端品牌发展趋势基本一致。

2. 公司主要客户销售状况良好，需求稳定

报告期内，公司对智能手机应用类功能性器件主要客户的销售情况如下：

会计期间	序号	客户名称	公司对其销售的智能手机应用类产品收入(万元)	占公司智能手机应用类产品总收入的 比例
2022 年度	1	鹏鼎控股	11,984.58	49.21%
	2	立讯精密	3,851.34	15.81%
	3	瑞声科技	2,867.66	11.78%
	4	奈电科技	760.03	3.12%
	5	日本电产精密马达科技（东莞）有限公司	566.39	2.33%
		合 计	20,030.00	82.25%
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	76.00%

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	73.60%

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。公司向 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 62.53%、60.60%、64.43%。

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公司下游的客户需求是充沛的：

客户名称	主营业务收入（万元）		
	2022 年度	2021 年度	2020 年度
鹏鼎控股	尚未披露	3,330,364.37	2,984,243.83
景旺电子	尚未披露	919,531.29	690,307.38
瑞声科技	2,115,015.20	1,766,696.70	1,764,250.00
欧菲光	尚未披露	2,257,209.57	4,684,770.24
立讯精密	尚未披露	15,225,762.60	9,179,343.43

注：截至本说明出具日，上述部分客户尚未公告 2022 年度报告

3. 公司与老客户合作加深，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、立讯精密、瑞声科技的订单持续增加，2021 年公司对上述客户销售金额较 2020 年增加 5,255.96 万元，2022 年公司对上述客户销售金额较 2021 年增加 4,851.20 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				
	2022 年较 2021 年 新增销售收入 (万元)	2021 年较 2020 年 新增销售收入 (万元)	2022 年度销售 收入(万元)	2021 年度销售 收入(万元)	2020 年度销售 收入(万元)
鹏鼎控股	3,286.22	1,930.49	11,984.58	8,698.36	6,767.87

立讯精密	1,099.51	2,261.08	3,851.34	2,751.83	490.75
瑞声科技	465.47	1,064.39	2,867.66	2,402.19	1,337.80
合计	4,851.20	5,255.96	18,703.58	13,852.38	8,596.42

(2) 新客户开拓战略取得成效

报告期内，公司积极推进新客户开拓战略，取得明显成效。奈电科技、日本电产精密马达科技(东莞)有限公司、中京电子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)		
	2022 年度	2021 年度	2020 年度
奈电科技	760.03	604.25	
日本电产精密马达科技(东莞)有限公司	566.39	335.96	
中京电子	530.33	437.14	
合计	1,856.75	1,377.35	

(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，公司笔记本/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	2022 年度		2021 年度		2020 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	3,137.96	40.48%	3,629.34	55.16%	1,416.75	51.50%
吉利德	1,082.60	13.97%	1,744.38	26.51%	263.81	9.59%
瑞仪光电	106.33	1.37%	135.11	2.05%	347.53	12.63%
台达电	229.73	2.96%	96.30	1.46%	194.56	7.07%
鸿富锦(重庆)	20.05	0.26%	15.79	0.24%	72.42	2.63%
昆山丰华					3.39	0.12%
其他客户	3,174.75	40.96%	958.97	14.57%	452.51	16.45%
合计	7,751.42	100.00%	6,579.89	100.00%	2,750.96	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 年公司笔记本/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、昆山六淳开发的新客户吉利德、瑞仪光电等。2022年，公司笔记本/台式电脑应用类功能性器件面向其他客户的销售规模增加较多，主要是公司的主要客户富士康为MacBook等笔记本电脑所配套的触控模组增长较快，公司为其相应配套的功能性器件产品因此也增加较多。

(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

虽然报告期内公司向境内保税区/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，进而对公司运输费用、出口退税、汇兑损益等方面造成影响的情形。

报告期内公司向境内保税区/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	2022年		2021年		2020年	
	境内保税区/物流园/出口加工区收入金额(万元)	占比	境内保税区/物流园/出口加工区收入金额(万元)	占比	境内保税区/物流园/出口加工区收入金额(万元)	占比
群创光电	3,068.81	34.64%	3,625.52	46.01%	1,348.66	38.07%
吉利德	1,266.29	14.29%	1,744.38	22.14%	695.81	19.64%
瑞声科技	2,992.07	33.77%	1,022.37	12.97%	597.18	16.86%
瑞仪光电	105.01	1.19%	26.20	0.33%	346.41	9.78%
台达电	1,005.75	11.35%	1,074.53	13.64%	403.03	11.38%
鸿富锦(重庆)	51.50	0.58%	34.20	0.43%	72.42	2.04%
其他客户	369.41	4.17%	353.29	4.48%	78.77	2.22%
合计	8,858.85	100.00%	7,880.49	100.00%	3,542.29	100.00%

2020年、2021年公司向境内保税区/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；2022年公司向境内保税区/物流园/出口加工区销售收入增长主要系子公司昆山六淳向瑞声科技销售规模扩大。

(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，公司采用 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 模式与公司进行收入结算。2020 年、2021 年、2022 年公司按照 VMI 模式确认销售收入金额分别为 163.57 万元、342.17 万元、533.40 万元，占营业收入的比例分别为 0.41%、0.61%、0.97%。

报告期内，VMI 模式下，公司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

公司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实质都是同一类产品，不会因此而适用不同的退换货政策。同时，公司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，公司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。公司的退换货政策均是一致的：根据公司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，公司不接受退换货。

但是，在具体的销售过程中，公司面对不同客户，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

公司将产品交付客户后，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。由于公司每个产品的样品均经过客户检验，每批

次成品均经过公司严格检测，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，公司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，当公司产品出现质量问题时客户可进行退换货；在产品质保期外，公司不予退换货。

(2) 直接出口销售

1) 收入确认方法

公司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，一般采用由公司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活动。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，公司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；公司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，公司进行研发和生产，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，并由公司进行出口报关、下游整机制造服务商或组件生产商进行进口报关，公司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，由公司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，公司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

公司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公司，客户领用产品后，产品的所有权转移至客户。公司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，公司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，公司退换货金额占比较小

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
退换货金额(万元)	556.40	529.22	784.48
营业收入(万元)	54,867.60	55,693.46	40,369.04
退换货金额占比(%)	1.01	0.95	1.94

报告期内，公司产品质量较为稳定，公司退换货金额占当期营业收入的比例分别为 1.94%、0.95%和 1.01%；报告期内，公司退换货金额占营业收入的比例总体呈下降趋势，一方面是因为公司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。

随着终端电子产品轻薄化、集成化、精密化趋势不断强化，公司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，就是因为本期公司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。

（八）核查程序及结论

1. 核查程序

我们主要实施了如下核查程序：

（1）审阅公司报告期内销售明细表，了解其季度分布情况，分析公司下半年主营业务收入高于上半年的原因；查阅公司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公司进行比较分析；

（2）审阅公司报告期内销售明细表，查看其应用于终端品牌的情况；访谈公司管理层，了解公司产品应用于终端品牌的划分依据，并获取公司的相关说明文件；结合公司主要客户的公开信息披露，对公司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，分析公司应用的终端品牌出货量变动情况与公司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，分析公司智能手机应用类产品的客户结构、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披露信息，分析其收入变动趋势与公司相应产品收入变动趋势是否匹配；

（4）访谈公司管理层，了解公司子公司情况、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，分析公司向境内保税区/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；查验公司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；审阅公司报告期内运输费用、出口退

税、汇兑损益明细，查验其变动情况；

(6) 审阅公司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) 审阅公司主要客户销售合同，查验销售合同中关于产品退换政策及产品保质期条款；审阅公司退换货政策、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，我们认为：

(1) 报告期内，公司下半年收入高于上半年的情况与公司所在行业及其业务季节性特点、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，公司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，公司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；公司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，公司笔记本电脑/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，虽然公司向境内保税区/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，公司向境内保税区/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，公司采用 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 模式与公司进行产品交接及货款结算；2020 年、2021 年、2022 年按照 VMI 模式确认

销售收入分别为 163.57 万元、342.17 万元、533.40 万元，占当期营业收入的比例为 0.41%、0.61%、0.97%；VMI 模式下，公司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) 公司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；公司销售模式均为直销模式，不存在不同销售模式。因此，公司的退换货政策总体是统一的，即：根据公司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，公司不接受退换货。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，但是退换货政策是一致的。报告期，公司退换货金额较小，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。

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。(审核问询函问题 5)

(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

报告期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	2022 年度	2021 年度	2020 年度
各期均有交易的供应商采购额(万元)	20,222.52	22,199.45	17,327.78
各期采购总额(万元)	26,879.00	25,904.80	20,750.11
占 比	75.24%	85.70%	83.51%

从供应商数量来看，报告期与公司交易的供应商数量分别为 480 家、567 家和 530 家，其中，各期均持续交易的供应商共有 234 家，公司与主要供应商合作较稳定。

报告期内，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. 总体而言，公司上游原材料市场供应充足，同一品牌原材料国内代理厂商数量较多，可选择的范围较广。报告期内，与公司合作的供应商数量数百家，涉及具体料号累计数千个。因此，公司会对供应商进行持续考察，引入竞争机制，应客户指定采购要求，选择国际化知名品牌供应商，保障采购品质，降低采购成本，例如，2022 年公司新开发了采购规模较大的供应商深圳市明鑫工业材料有限公司，基于客户指定品牌采购开发了采购规模较大的苏州市美之迪电子有限公司，因此，2022 年，均有交易的供应商采购额占各期采购总额的比例有所下降。报告期内，随着公司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，公司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. 公司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和销售	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	500.00 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	500.00万元	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	2.87亿元	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
18	General Interface Solution Limited	触控模块之生产及销售	2011年	75,090万元	2021年开始采购业务并持续合作
19	东莞市欧菱金属材料有限公司	金属材料、模具制品的生产和销售	2009年	200.00万元	2016年开始持续合作
20	深圳市明鑫工业材料有限公司	金属材料销售	2002年	2,000.00万元	2022年开始合作
21	上海普邦贸易有限公司	3M等品牌功能性材料的代理销售	2002年	500.00万元	2017年开始合作
22	苏州富进佳科技有限公司	泡棉贸易	2000年	400.00万元	2017年开始合作

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

由上表可知，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公司主要供应商的原因

(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 年下半年成为公司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 年就成为公司的供应商；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，产能规模满足公司的实际需求。经多次打样测试，惠州市海力奇电子有限公司能够满足公司对产品工艺、质量等方面要求。

公司向惠州市海力奇电子有限公司购买委托加工的成品，2019 年、2020 年、2021 年、2022 年 1-6 月，公司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、21.46 万元，占其各期销售额的比例分别为 64.60%、63.88%、23.98%、9.24%，占比持续下降，2022 年 7-12 月，公司向其采购金额为 6.62 万元，采购金额较小。

(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 年下半年成为公司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，产能规模满足公司的实际需求，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公司对产品工艺、质量等方面要求。

公司向东莞市将能胶粘制品有限公司购买委托加工的成品，报告期内公司向东莞市将能胶粘制品有限公司采购额分别为685.01万元、159.19万元、4.21万元，占其各期销售额的比例分别为46.22%、15.85%、3.27%。

(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650.33万元、326.23万元、543.98万元，占昆山恩胜精密科技有限公司各期销售额的比例分别为64.50%、25.17%、36.01%。

(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 年下半年成为公司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，公司主要客户富士康、鹏鼎控股经常会在发送给公司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。

2019 年、2020 年、2021 年、2022 年 1-6 月，公司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、109.06 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%、51.96%。2022 年 7-12 月，公司向狄之娇采购金额为 0.00 万元。

(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 500.00 万元。2018 年下半年成为公司的供应商并持续合作。

由于金属蚀刻工艺对环保要求较高，公司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，公司与深圳市金泉益科技有限公司建立了合作关系。

2019 年至 2021 年，公司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%，2022 年公司对金泉益采购金额为 1.35 万元，采购金额极小。

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公司主要供应商均具有合理原因，该等供应商与公司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，公司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

正如公司招股说明书所披露，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）向公司发送产品设计图纸，公司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，公司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公司之间存在明确的约定，就公司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。公司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，公司可以在满足品牌、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，公司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，公司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，公司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，其提供给公司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公司的主要直接客户之一，其主要为 iPad 等产品配套生产显示屏，而公司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、京东方提供给公司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	2022 年度		2021 年度		2020 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)	占指定采 购的比例
富士康	导电类、胶带类 等	3,572.40	20.38%	5,263.12	30.79%	4,348.92	34.22%
鹏鼎控股	胶带类、保护 膜、离型材料等	5,006.96	28.56%	3,792.99	22.19%	2,910.76	22.90%
合 计		8,579.36	48.93%	9,056.11	52.98%	7,259.68	57.12%

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
2022 年度	1	德莎胶带（上海）有 限公司	生产厂商	1,064.38	德莎	单面胶、双面 胶、导电胶、 热熔胶	4.72%
	2	阿波罗展贸科技（深 圳）有限公司	贸易供应商	853.98	TOYO	双面胶、热熔 胶、导电胶	3.79%
	3	深圳市亚飞亚电子 科技有限公司	贸易供应商	691.77	3M	导电布、导电 铜箔、单面胶、 双面胶等	3.07%
	4	General Interface Solution Limited	贸易供应商	681.48	大象	单面胶	3.02%
	5	上海普邦贸易有限 公司	贸易供应商	599.47	3M	导电布、导电 铜箔、单面胶、 双面胶等	2.66%
	合 计				3,891.09		
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	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	DAESANGS. TCO., LTD	生产厂商	405.31	大象	单面胶	1.88%
	合 计				3,997.25		
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%

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）
2022年度	1	1M-E-B-K-J-000004	胶带类	新纶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：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，在公司的直接客户鹏鼎控股提供给公司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。	119.92
	2	1M-Z-Z-A-G-000026	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、瑞仪光电等公司的直接客户提供给公司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。	129.73

3	1M-R-Z-A-E-000011	光学类	宁波长阳科技股份有限公司	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，在公司的直接客户群创光电提供给公司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。	7.57
4	1M-R-Z-A-E-000008	光学类	宁波长阳科技股份有限公司	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、瑞仪光电等公司的直接客户提供给公司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。	6.98
5	1M-Z-Z-A-G-000022	保护膜	楷威电子股份有限公司	1. 由公司的直接客户立讯精密指定。 2. 指定原因：公司的直接客户立讯精密提供给公司的产品设计图纸中指明需要使用JKD品牌相应型号原材料；而太仓金煜带电子材料有限公司为该材料在国内的唯一生产厂商。	136.93
6	1M-Z-Z-A-G-000031	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：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，在公司的直接客户群创光电提供给公司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。	132.76
7	1M-T-Z-Z-Z-000001	保护膜	楷威电子股份有限公司	1. 由公司的直接客户立讯精密指定。 2. 指定原因：公司的直接客户立讯精密提供给公司的产品设计图纸中指明需要使用JKD品牌相应型号原材料；而太仓金煜带电子材料有限公司为该材料在国内的唯一生产厂商。	110.48
8	1M-D-B-A-J-000011	胶带类	太仓金煜电子材料有限公司	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，在公司的直接客户群创光电提供给公司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。	33.43
9	1M-R-Z-A-E-000001	光学类	宁波长阳科技股份有限公司	1. 由公司的直接客户群创光电指定。 2. 指定原因：公司的直接客户群创光电提供给公司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	7.51
10	1M-R-Z-A-E-000009	光学类	台湾下田股份有限公司	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、瑞仪光电等公司的直接客户提供给公司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。	8.14

					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。	
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、生产的相应原材料，因此，在吉利德、瑞仪光电等公司的直接客户提供给公司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，在公司的直接客户群创光电提供给公司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，在公司的直接客户鹏鼎控股提供给公司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。	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，在公司的直接客户鹏鼎控股提供给公司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. 由公司的直接客户群创光电指定。 2. 指定原因：公司的直接客户群创光电提供给公司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	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	134.74

	8	01-YZAE4-014	保护膜	楷威电子股份有限公司	研发、生产相应原材料,因此,在吉利德、瑞仪光电等公司的直接客户提供给公司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	01-11070934	泡棉类	苏州德佑新材料科技股份有限公司	1. 由公司的直接客户群创光电指定。 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,在公司的直接客户群创光电提供给公司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。	244.34
	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、瑞仪光电等公司的直接客户提供给公司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
2020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品牌商夏普显示屏的设计研发,为其专门研发、生产的相应原材料,因此,在吉利德、瑞仪光电等公司的直接客户提供给公司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	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、生产的相应原材料,因此,在公司的直接客户群创光电提供给公司的产品	131.66
	3	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: 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、生产的相应原材料,因此,在公司的直接客户群创光电提供给公司的产品	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、生产的相应原材料,因此,在公司的直接客户群创光电提供给公司的产品	7.39

				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。	
5	01-ABARA2-001	保护膜	东莞市航达电子有限公司	1. 由公司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、生产的相应原材料，因此，在公司的直接客户鹏鼎控股提供给公司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	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、生产的相应原材料，因此，在吉利德、瑞仪光电等公司的直接客户提供给公司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。	20.88
7	01-YZAE4-004	保护膜	楷威电子股份有限公司	1. 由公司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、生产的相应原材料，因此，在公司的直接客户鹏鼎控股提供给公司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。	117.06
8	01-BFARD5-003	离型材料	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：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、生产的相应原材料，因此，在公司的直接客户鹏鼎控股提供给公司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。	13.19
9	01-EBAAD4-001	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、生产的相应原材料，因此，在公司的直接客户鹏鼎控股提供给公司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

					司相应型号原材料。	
10	01-EBAAD6-001	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、生产的相应原材料，因此，在公司的直接客户富士康提供给公司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

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 55.09%、59.91%和 58.28%。

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）
2022年度	1	1M-E-F-G-M-00001	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	235.62
	2	1M-D-F-L-F-00001	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	163.00
	3	1M-E-B-N-C-00001	胶带类	昭和	用于 iphone 中组件，起粘结作用	苏州市美之迪电子有限公司及日本昭和和其他代理商	4,571.90
	4	1M-Z-D-N-U-00008	胶带类	三惠	用于智能手机和平板电脑摄像头和指纹识别模组，起粘贴、导电等多重功能。	深圳市向鸿科技有限公司、深圳市中村电子材料有限公司等	280.07
	5	1M-D-B-F-J-00012	胶带类	德莎	用于 iphone 马达部件中马达壳体上印刷标签	昆山国泰机电科技有限公司、东莞弘国贸易有限公司、德莎胶带（上海）有限公司等	136.24

	6	1M-Z-Z -A-A-0 00008	绝缘类	ANS	对双面胶起固定承托作用，具有离型性质，用完可与双面胶剥离开来	苏州内沃隆电子材料有限公司及 ANS world co.ltd 其他国内代理商	23.68
	7	1M-E-B -G-D-0 00139	胶带类	德莎	用于智能手机、笔记本电脑固定 LCD 面板及背光模组及 FPC 软板与其它零部件之间起粘粘、固定等多重功能。	东莞弘国贸易有限公司、德莎胶带（上海）有限公司等	65.00
	8	1M-F-Z -K-F-0 00032	泡棉类	罗杰斯	用于 iphone 马达部件中，起填充、缓冲作用	深圳科俊电子材料有限公司、苏州富进佳科技有限公司等	141.20
	9	1M-A-B -G-D-0 00477	胶带类	德莎	用于智能手机、笔记本电脑固定 LCD 面板及背光模组及 FPC 软板与其它零部件之间起粘粘、固定等多重功能。	东莞弘国贸易有限公司、德莎胶带（上海）有限公司等	255.92
	10	1M-E-F -G-M-0 00001	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	235.62
2021 年度	1	01-EEG BL1-00 2	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	233.57
	2	01-DEK BF2-00 1	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-EEG BL1-00 1	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等	184.42
	4	01-EEG BB1-00 3	胶带类	TOY O	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-EEK BL1-01 1	胶带类	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	296.38
	6	01-103 30091	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	8.70
	7	01-EEK BL1-01 3	胶带类	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	259.06
	8	01-EEK BL1-00 3	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-FBO AF2-00 2	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-EEM BK1-00 1	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-EEG BL1-00 1	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-EEG BL1-00 2	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-DEK BF2-00 1	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-EDN AQ2-00 2	胶带类	TOY 0	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-EEK BL1-00 3	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	01-103 30091	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-EAA IK1-00 2	胶带类	3M	用于平板电脑中电 子元器件之间的粘 结，具有优良的导 电、耐高温性能	深圳市卓邦包装制品 厂、上海普邦贸易有 限公司等	528.48
8	01-FBO AF2-00 2	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-EEG BB1-00 3	胶带类	TOY 0	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-DBG G2-001	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

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 49.39%、45.06%和 22.99%。

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)
2022 年度	1	1C-F-A-Z -B-00251 8	金属类	-	主要有粘贴、固定、 导电等作用	深圳市众联成精 密金属材料有限公司	77.06
	2	3~H~C~04 3~000027	金属类	-	主要有粘贴、固定、 导电等作用	珠海市博迈五金 电子有限公司	1.27
	3	1M-E-D-N -Z-00000 4	胶带类	三惠	用于智能手机/电脑 等 3C 产品内部的 FPC 软板与其它零部 件之间连接作用	昀宏(上海)贸 易有限公司	286.32
	4	1M-A-Z-A -D-00000 9	保护膜	国产品 牌 H HIGH-T ECH EGIS	用于 iPad 显示模组 中 LED 灯板的中转保 护	苏州恒悦新材料 股份有限公司	15.15
	5	1M-A-Z-A -D-00001 2	保护膜	国产品 牌 H HIGH-T ECH EGIS	用于 iPad 显示模组 中 LED 灯板的中转保 护	苏州恒悦新材料 股份有限公司	16.90
	6	1C-B-E-Z -D-00208 1	金属类	-	主要有粘贴、固定、 导电等作用	东莞市欧菱金属 材料有限公司	26,082.30
	7	21000000 001	金属类	-	主要有粘贴、固定、 导电等作用	佛山市更豪精密 制品有限公司	216.81
	8	1C-Z-C-A -Z-00208 7	金属类	-	主要有粘贴、固定、 导电等作用	深圳市明鑫工业 材料有限公司	0.24
	9	1C-B-A-A -B-00000 1	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
	10	1C-E-Z-Z -B-00000 4	金属类	-	主要有粘贴、固定、 导电等作用	广东和润新材料 股份有限公司	0.04
2021 年度	1	01-DBAAD 2-010	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-ZACEC-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-BAAAE5-002	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-BXBAG5-001	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-BFAAD5-043	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-DBGMF1-002	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
	7	01-AAARA2-001	保护膜	伟立信	作为产品盖膜, 起到保护胶体和遮蔽产品中间材料的作用	佛山伟立信电子材料有限公司	6.70
	8	01-AAAAD2-071	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-BFARE5-001	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-AAAEA2-006	保护膜	伟立信	作为产品盖膜, 起到保护胶体和遮蔽产品中间材料的作用	佛山伟立信电子材料有限公司	6.70
2020年度	1	01-BFALH5-001	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-EBIBN2-001	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-BFAAD5-043	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-BXBAG5-001	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-DBAAD2-010	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-BFARE5-001	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-ABAHD5-013	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-BGAKD5-002	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-AAARA 2-001	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	7.08
10	01-ABAHD 5-001	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

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 16.50%、14.35%和 24.87%。

由上述表格可知，公司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，公司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，是公司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	2022 年度		2021 年度		2020 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	8,288.15	741.72	7,097.40	964.86	4,657.66	743.39
保护膜	850.37	875.16	23.32	1,339.75	122.29	898.70
导电类	1,457.97	80.79	3,330.28	0.28	2,613.15	8.92
金属类	817.63	1,766.69	751.98	369.81	1,260.30	98.03
离型材料	474.17	981.94	94.98	1,423.56	35.54	1,072.38
光学类	255.11		475.94	1.89	237.79	97.86
泡棉类	905.67	21.44	614.82	38.33	402.15	36.70

绝缘类	460.62	102.91	370.51	160.51	102.47	132.38
其他	756.42	452.71	152.74	187.77	166.05	267.16
合计	14,266.10	5,023.37	12,911.99	4,486.76	9,597.41	3,355.50

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，而对于离型材料和其他辅材，终端品牌商的指定要求相对较少，主要由公司自行选择决定。

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	2022 年度		2021 年度		2020 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	66.19	5.60	84.44	5.37	79.60	4.43
保护膜	元/平方米	5.50	3.99	30.41	3.77	14.67	4.08
导电类	元/平方米	228.72	140.10	219.58	96.77	201.01	359.32
金属类	元/pcs	0.09	0.04	0.06	0.01	0.14	0.97
	元/kg	112.44	120.16	119.18	76.04	-	-
离型材料	元/平方米	5.33	2.71	5.85	2.94	18.56	3.20

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-AAAD4-002 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-DEKB F2-001	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-ABAH D5-008	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

2018-2022 年，胶带类原材料及保护膜类原材料采购情况如下：

大类	项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
胶带类	采购数量(万 pcs)	273.23	279.07	243.48	180.61	213.22
	采购均价(元/pcs)	35.89	32.02	25.71	25.98	29.99
	采购金额(万元)	9,806.30	8,935.30	6,259.67	4,693.06	6,393.88
保护膜	采购数量(万 pcs)	393.58	395.36	264.19	151.09	130.18

采购均价(元/pcs)	7.33	8.16	10.25	5.95	7.49
采购金额(万元)	2,884.36	3,224.13	2,708.34	899.60	975.54

胶带类原材料采购金额 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,主要系订单需求结构变化引起胶带类、保护膜类原材料需求变动以及各型号胶带类、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. 胶带类原材料采购金额 2019 年大幅下降原因分析

报告期内,不同类别原材料采购数量变化系下游订单需求结构变化导致,由于公司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采购规模变化系含胶带类原材料产品的订单需求变化引起的。

项目	2022 年度	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)	40,959.47	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)	25,218.71	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)	61.57%	66.11%	57.70%	63.25%	63.44%

由上表可知,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,导致公司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,主要是因为公司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	2022 年度	2021 年	2020 年	2019 年	2018 年
采购数量(万平方米)	273.23	279.07	243.48	180.61	213.22
生产领用量(万平方	253.39	233.86	199.98	167.25	186.59

米)					
生产领用量/采购数量	92.74%	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) 不同型号胶带类原材料采购结构变化影响

2018年以来，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)
2022年度	1	1M-D-F-L-F-000001	681.48	22.17%	163.00
	2	1M-E-D-N-Z-000003	387.51	12.61%	299.31
	3	1M-E-B-K-J-000004	315.71	10.27%	119.92
	4	1M-E-B-N-C-000001	296.99	9.66%	4,571.90
	5	1M-Z-D-N-U-000008	269.76	8.78%	280.07
		小计		1,951.45	63.49%
2021年度	1	01-DEKBF2-001	744.16	26.10%	165.25
	2	01-EEGBB1-003	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-EEGBB1-003	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

	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-EENA04-001	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。

由上表可知，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，不同类别原材料采购数量变化系下游订单需求结构变化导致，由于公司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采购规模变化系含保护膜类原材料产品的订单需求变化引起的。

项目	2022 年度	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)	38,552.67	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)	25,999.48	25,915.14	18,961.61	13,714.33	13,010.21
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)	67.44%	60.22%	61.23%	64.40%	63.56%

由上表可知, 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, 导致公司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, 公司于 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说明五(八)之所述。因此, 公司 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	2022 年度	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
采购数量(万平方米)	393.58	395.36	264.19	151.09	130.18
生产领用量(万平方米)	356.78	363.08	230.20	147.25	119.39
生产领用量/采购数量	90.65%	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 年以来, 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)
2022 年度	1	1M-Z-Z-A-G-000026	279.00	21.26%	129.73
	2	1M-Z-Z-A-G-000022	202.61	15.44%	136.93
	3	1M-Z-Z-A-G-000031	189.37	14.43%	132.76
	4	1M-T-Z-Z-Z-000001	179.43	13.67%	110.48

	5	1M-A-Z-A-D-000009	124.03	9.45%	15.15
	小 计		974.44	74.25%	
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 年度	1	01-YZAE4-009	309.71	22.31%	142.53
	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

由上表可知，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，公司新开发了吉利

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，公司为吉利德、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；随着公司对吉利德、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

公司经营规模持续增长，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，公司谨慎控制产能扩张的速度。报告期内，公司产能、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
2022 年度	395,681.22	329,016.52	367,966.74	83.15%	111.84%
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%

针对销售旺季产能不足的问题，公司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，公司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

公司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》	<p>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,发行人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。</p> <p>.....</p> <p>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。</p>																																																					
达瑞电子 (300976)	《达瑞电子:首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书》	<p>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	<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>																																																					

	案)(修订稿))																																																																					
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="6">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>合 计</td> <td></td> <td>37,112.38</td> <td>51.13%</td> </tr> <tr> <td rowspan="6">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>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	《深圳市致尚科技股份有限公司首次公开	<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>																																																																				

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	-	-	24,754.37	-	-	-	-	34.10%	-	-

	和销售										
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				
		2022年度	2021年度	2020年度	2019年度	2018年度	2022年度	2021年度	2020年度	2019年度	2018年度
公司	电子产品精密功能性器件的研发、生产和销售	4,322.57	4,323.91	4,684.96	2,795.26	1,708.08	16.08%	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）》

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。公司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。公司委外生产的采购金额和占比持续升高，是公司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. 公司与同行业可比公司采购价格对比

电子行业具有产品种类繁多、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。

2019-2022年，公司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	2022年度		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	金额(万元)	单价
胶带类	元/m ²	9,806.30	35.89	8,935.30	32.02	6,259.67	25.71	4,693.06	25.98
保护膜	元/m ²	2,884.36	7.33	3,224.13	8.16	2,708.34	10.25	899.60	5.95
导电类	元/m ²	1,538.76	221.37	3,330.56	219.55	2,622.25	201.24	2,659.06	186.04
金属类	元/pes	1,037.73	0.05	454.39	0.03	1,358.32	0.15	1,199.43	0.08
	元/kg	1,712.46	117.37	674.04	103.73				
离型材料	元/m ²	1,510.90	3.31	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	2022年(元/平方米)	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	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	未披露	25.60	20.95	26.87
博硕科技	胶类	-	3M55256	未披露	未披露	15.21	15.28	15.06
鸿富瀚	胶粘类	未披露	-	未披露	未披露	29.57	27.98	30.03
公司	胶带类	双面胶、单面胶、热熔胶、导电胶、排废胶带等各种胶带	-	35.89	32.02	25.71	25.98	29.99

注：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

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。

鸿富瀚和公司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，其采购均价与公司采购的 3M55256 的 3M 品牌胶带采购均价比较接近；2019-2022 年，公司采购的 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、15.25 元/m²；2019-2022 年，公司采购该胶带金额分别为 1.28 万元、1.43 万元、1.03 万元、2.11 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	2022 年 (元/平方米)	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	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	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	未披露	7.27
		-	JG75T20-50	未披露	未披露	11.1	11.10	11.10
		-	PFA6050B-HG	未披露	未披露	4.23	4.31	4.23
		-	PEA5030B	未披露	未披露	1.55	1.51	1.46
鸿富瀚	保护类材料	未披露	-	未披露	未披露	5.39	5.74	5.05
公司	保护膜	保护膜(HD-防静电保护膜)、蓝色硅胶保护膜、棱镜片等	-	7.33	8.16	10.25	5.95	7.49

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。

公司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。公司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 年公司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	2022 年度(元)	2021 年	2020 年(元)	2019 年(元)	2018 年(元)
----	----	------	------------	--------	-----------	-----------	-----------

			/平方米)	(元/平方 米)	/平方米)	/平方米)	/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	未披露	198.73
达瑞电子	绝缘屏蔽类	导电铜铝箔	未披露	未披露	38.33	44.83	54.41
		导电布	未披露	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	未披露
鸿富瀚	导电屏蔽类 材料	未披露	未披露	未披露	19.22	11.41	7.65
公司	导电类	导电铜箔、导 电布	221.37	219.55	201.24	186.04	195.17

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。

公司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，这两个型号原材料主要应用于公司销售规模最大、销售均价较高的平板电脑应用类功能性器件。2019-2022 年，3M3304BC 及 3M3304BC-S 采购情况如下：

规格 型号	2022 年度		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)	采购金额 (万元)	采购单 价(元/ 平方米)
3M3304BC	270.88	192.11	497.94	184.42	1,144.90	183.77	1,910.43	178.12
3M3304BC-S	838.82	235.62	2,397.59	233.57	1,060.48	236.56	589.14	228.07

2019-2022 年，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%、86.94%和 72.12%。

(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。公司金属类包含钢片、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	2022 年（元/平方米）	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	未披露	1.94
达瑞电子	离型材料	离型膜	-	未披露	未披露	3.23	3.34	3.50
博硕科技	离型材料	-	RT75FL132	未披露	未披露	11.06	11.30	10.76
		-	HTY080010 1-RB13	未披露	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	未披露
公司	离型材料	离型膜、离型纸	-	3.31	3.15	3.58	3.41	3.63

注：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

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。

公司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。公司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，公司的离型材料整体采购均价较高。

2. 公开市场价格

(1) 公司执行严格的询价采购制度

公司严格按照《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。

公司与主要供应商之间不存在关联关系，公司的控股股东、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，公司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，公司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
	2022 年度	2021 年度	2020 年度	
01-EEGBL1-001	-	-	179.31	供应商 1
	221.32	186.97	184.71	供应商 2
	244.25	-	184.71	供应商 3
	244.20	184.71	184.71	供应商 4
	-	-	184.74	供应商 5
	-	-	185.84	供应商 6
01-DEKBF2-001	25.50\$	25.50\$	-	供应商 1
	25.50\$	25.50\$	-	供应商 2
01-EDNAQ2-002	297.88	300.00	305.00	供应商 1
01-EEGBL1-002	232.76	229.62	245.09	供应商 1
	-	-	237.64	供应商 2
	244.25	229.37	238.05	供应商 3
	-	-	237.93	供应商 4
	-	230.00	230.00	供应商 5
	221.32	232.50	236.28	供应商 6
	-	-	234.69	供应商 7
01-EDNAQ2-001	-	409.00	409.28	供应商 1
01-EEKBL1-003	211.35	183.60	180.00	供应商 1
	185.53	186.00	186.00	供应商 2

	-	-	183.67	供应商 3
	-	-	-	供应商 4
	214.00	184.05	183.67	供应商 5
01-YZAE4-009	21.052\$	21.052\$	21.231\$	供应商 1
01-10030694	1.064\$	1.064\$	1.064\$	供应商 1
1C-F-A-Z-B-002518	80.30	-	-	供应商 1
1M-E-B-K-J-000004	95.05	-	-	供应商 1

综上所述，公司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) 2020 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-EEGBL1-001	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-EEGBL1-002	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%
			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-DEKBF2-001	胶带类	DAESANGS. TCO., LTD	172.99	868.96	5.41%

4	01-EDNAQ2-002	胶带类	阿波罗展贸科技(深圳)有限公司	302.43	359.01	2.23%
5	01-EEKBL1-003	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%

(2) 2021 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-EEGBL1-002	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-DEKBF2-001	胶带类	DAESANG S. 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-EEGBL1-001	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	01-10030694	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%

(3) 2022 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	1M-E-F-G-M-000001	导电类	深圳市亚飞亚电子科技有限公司	235.11	593.64	2.63%
			深圳市凯洋创富科技有	236.09	142.84	0.63%

			限公司			
			深圳市狄之娇科技有限公司	238.00	102.34	0.45%
2	1M-D-F-L-F-000001	胶带类	General Interface Solution Limited	163.00	681.48	3.02%
3	1C-F-A-Z-B-002518	金属类	深圳市明鑫工业材料有限公司	79.67	506.78	2.25%
4	1M-E-D-N-Z-000003	胶带类	阿波罗展贸科技(深圳)有限公司	299.31	387.51	1.72%
5	1M-E-B-K-J-000004	胶带类	新纶功能材料(深圳)有限公司	119.92	315.71	1.40%
合 计					2,730.30	12.10%

由上述表格可知,报告期内,公司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,公司向贸易供应商的采购情况如下:

原材料大类	采购金额(万元)		
	2022年度	2021年度	2020年度
胶带类	5,501.20	4,839.77	3,003.96
导电类	1,450.98	3,317.93	2,558.92
泡棉类	624.31	479.31	318.02
金属类	356.53	456.71	196.16
保护膜	155.82	175.20	130.57
光学类	365.86	470.36	126.80
绝缘类	279.78	224.95	83.85
离型材料	247.45	117.24	36.13
其他	418.03	44.94	2.99
合 计	9,399.97	10,126.41	6,457.40

报告期内,公司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40.20%、46.92%、41.67%。

由于公司产品种类繁多,且产品更新迭代快,为了防范材料积压呆滞的风险,公司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。虽然公司的采购总体需求大,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,公司存在向原材料贸易商进行采购的情况。报告期内,公司前五大贸易供应商采购情况如下:

1. 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%	

2. 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%	

3. 2022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	1,220.07	导电铜铝箔、双面胶	12.98%	3M

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)
2	阿波罗展贸科技(深圳)有限公司	878.50	单面胶、双面胶	9.35%	TOYO
3	General Interface Solution Limited	681.48	单面胶	7.25%	大象
4	上海普邦贸易有限公司	617.84	胶带类、导电类	6.57%	3M
5	苏州富进佳科技有限公司	603.84	泡棉类、胶带类	6.42%	罗杰斯
合计		4,001.73		42.57%	

报告期内公司贸易供应商主要为 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

公司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. 公司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。随着公司对吉利德、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，公司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，公司对吉利德、瑞仪光电等夏普供应链企业的销售金额，以及公司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	2022 年度/2022 年末	2021 年度/2021 年末	2020 年度/2020 年末
公司对夏普供应链的销售金额(万元)	吉利德	1,269.45	1,744.38	714.49
	瑞仪光电	55.26	135.07	347.53
	璨鸿光电	-	17.18	75.72
	小 计	1,324.71	1,896.62	1,137.74
公司向楷威电子股份有限公司的采购金额(万元)	-	971.77	1,402.79	1,221.57
公司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)	-	63.53	114.81	195.28

由上述表格可知，公司向楷威电子股份有限公司的采购金额与公司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公司销售金额占其收入总规模的比例约30%~50%。

（九）核查程序及结论

1. 核查程序

我们主要实施了如下核查程序：

（1）审阅公司报告期采购明细表，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，了解公司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，确认公司采购的稳定性；

（2）访谈公司管理层，了解惠州海力奇、东莞将能等供应商成立时间较短即成为公司主要供应商的原因，了解各期前十大供应商存在的成立时间较短即成为公司主要供应商的原因、注册资本较小的原因；通过国家企业信用信息公示系统、天眼查、供应商官方网站、国家知识产权局专利检索及分析系统等公开信息渠道查证该等供应商的工商登记信息、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资料，

核查该等供应商与公司的关联关系等情况，对公司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，以及公司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；结合对公司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) 访谈公司管理层，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，了解公司指定供应商采购、指定品牌采购和非指定采购的划分依据，并获取公司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，了解客户指定公司向其采购的背景和原因；

(4) 审阅公司报告期采购明细表，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，分析公司销售、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披露信息，验证其委外生产成品的规模、占比等情况；了解公司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公司销售状况、产能和生产状况匹配情况；

(6) 审阅公司报告期采购明细表，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；获取报告期公司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，确认公司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) 审阅公司报告期采购明细表，了解公司向楷威电子采购指定采购原材料的明细，与公司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公司向楷威电子采购原材料的客户进行访谈，确认其与公司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，我们认为：

(1) 报告期内，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 83.51%、85.70%和 75.24%，公司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公司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，能够满足公司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、所在区域于公司处于同一产业集群范围、相关从业人员具备经验或者公司的下游客户推荐等情况，公司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公司当期原材料采购金额比例分别为 21.33%、18.52%和 17.25%；

(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；公司的订单结构变化导致生产所需胶带类原材料减少。2020 年公司保护膜类原材料采购金额及占比大幅上升的原因系：公司新开发了吉利德、瑞仪光电等客户，公司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，且随着公司对吉利德、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，公司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，公司产能扩张幅度有限，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。公司采购委外生产成品符合行业惯例，同行业企业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，公司原材料采购价格是公允的；

(8) 公司贸易供应商主要是 3M、德莎、日东、TOYO 等国际知名品牌原材料的代理商，报告期内公司向其采购金额合计分别为 6,457.40 万元、10,126.41 万元和 9,399.97 万元，占比分别为 40.20%、46.92%和 41.67%，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) 公司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，直接来源是公司下游的吉利德、瑞仪光电等直接客户提供的产品设计图纸。公司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公司新开发的客户吉利德、瑞仪光电等的订单带来的，公司向楷威电子采购的原材料与公司向吉利德、瑞仪光电等客户销售相应产品的情况相互匹配。报告期内，楷威电子向公司销售金额占其收入总规模的比例 30%~50%。

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。(审核问询函问题 6)

(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. 公司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。2019-2022 年，公司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
2022 年	63.82%	12.26%	23.93%	100.00%
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%

公司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年公司通过产品排版优化、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年度,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:第一,直接材料采购中的外购成品来自于委外生产,2021年公司减少外购成品的采购规模,改为采购原材料自行加工;第二,2021年不再实施社保费用减免,生产工人的薪酬水平上涨较快,直接人工和制造费用增速较快,降低了直接材料的占比;第三,2021年度,公司新项目数量增多,模具成本增长较快,推动制造费用的增长,也促进了营业成本中的制造费用占比上升、直接材料占比下降。

2022年度,直接材料成本占主营业务成本的比例较2021年度下降,主要原因:平板电脑应用类产品需要耗用的材料,特别是导电类材料价格更高,占主营业务成本的比例较高;2022年度,公司与原第一大客户业成科技终止合作后,平板电脑应用类产品产销量下降较快,导致营业成本中的直接材料占比下降;此外,2022年上半年新增的机器设备较多,相应的折旧费用金额和占比提高较多,也促进了营业成本中的制造费用占比上升、直接材料占比下降。

2. 2019-2022年,主要原材料、成品采购情况

大类	单位	2022年度			2021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	9,806.30	36.48%	35.89	8,935.30	34.49%	32.02
委外生产成品	元/pes	4,322.57	16.08%	0.09	4,323.91	16.69%	0.10
保护膜	元/平方米	2,884.36	10.73%	7.33	3,224.13	12.45%	8.16
导电类	元/平方米	1,538.76	5.72%	221.37	3,330.56	12.86%	219.55
金属类	元/pes	1,037.73	3.86%	0.05	454.39	1.75%	0.03
	元/kg	1,712.46	6.37%	117.37	674.04	2.60%	103.73
离型材料	元/平方米	1,510.90	5.62%	3.31	1,597.23	6.17%	3.15
光学类	元/平方米	1,267.39	4.72%	7.86	1,626.23	6.28%	7.59

泡棉类	元/平方米	1,028.44	3.83%	51.22	794.73	3.07%	75.23
绝缘类	元/平方米	565.22	2.10%	7.31	538.03	2.08%	6.16
其他	元/平方米	1,204.87	4.48%	0.25	406.26	1.57%	0.84
合计		26,879.00	100.00%		25,904.80	100.00%	

(续上表)

大类	单位	2020 年度			2019 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	6,259.67	30.17%	25.71	4,693.06	34.03%	25.98
委外生产成品	元/pcs	4,684.96	22.58%	0.15	2,795.26	20.27%	0.11
保护膜	元/平方米	2,708.34	13.05%	10.25	899.60	6.52%	5.95
导电类	元/平方米	2,622.25	12.64%	201.24	2,659.06	19.28%	186.04
金属类	元/pcs	1,358.32	6.55%	0.15			
	元/kg				1,199.43	8.70%	0.08
离型材料	元/平方米	1,256.61	6.06%	3.58	897.56	6.51%	3.41
光学类	元/平方米	654.62	3.15%	8.32	-	-	-
泡棉类	元/平方米	466.09	2.25%	72.82	154.58	1.12%	84.91
绝缘类	元/平方米	255.44	1.23%	3.92	263.63	1.91%	5.02
其他	元/平方米	483.81	2.33%	1.08	227.29	1.65%	0.58
合计		20,750.11	100.00%		13,789.47	100.00%	

根据上表数据可知，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。2019-2022 年，直接材料占比变动分析如下：

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——直接材料成本中体现；第二，2020 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%。

2022 年度，主要原材料价格变动较小，但 2022 年直接材料成本占主营业务成本的比例较 2021 年度下降，主要原因：平板电脑应用类产品需要耗用的材料，特别是导电类材料价格更高，占主营业务成本的比例较高；2022 年度，公司与原第一大客户业成科技终止合作后，平板电脑应用类产品产销量下降较快，导致营业成本中的直接材料占比下降；此外，2022 年上半年新增的机器设备较多，相应的折旧费用金额和占比提高较多，也促进了营业成本中的制造费用占比上升、直接材料占比下降。

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	2022 年	2021 年度	2020 年度
飞荣达	62.99%	63.72%	67.15%
智动力	未披露	未披露明细	未披露明细
恒铭达	74.31%	76.83%	76.13%
领益智造	未披露	60.10%	56.89%
博硕科技[注]	未披露	78.75%	77.72%
达瑞电子	未披露	64.63%	65.98%
鸿富瀚	63.63%	62.02%	61.64%
平均值	66.98%	67.68%	67.59%
公司	63.82%	67.39%	71.87%
剔除委外生产的成品后	58.98%	62.76%	65.81%

[注]博硕科技的生产模式有两种，分别为自制和 OEM，OEM 系夹治具及自动化设备，2020 年的数据为其招股说明书披露的 2020 年 1-6 月自制部分；2021 年的营业成本数据来自年度报告，未区分自制和 OEM 模式

2020 年、2021 年，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 67.59%和 67.68%，而公司主营业务成本的直接材料占比分别为 71.87%和 67.39%，略高于行业平均水平，主要原因系公司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，公司的直接材料占主营业务成本的比例分别为 65.81%、62.76%和 58.98%，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，公司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，当生产数量越大，备料时间越充裕，相应的分摊后成本则越低； (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； (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； (5)运输包装费用：运输及包装费用、场地费用； (6)不良率：受工艺难度影响； (7)利润：受交付客户的利润情况及谈判能力影响。

2. 同时期不同供应商报价情况

公司制定了《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，公司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，公司按

低价原则进行采购。同时，为降低成本，提高行业竞争力，公司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。

公司将采购申请、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。

公司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	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
			供应商	单价(元 /pcs)	供应商	单价(元 /pcs)	供应商	单价(元 /pcs)
1	PVD	中选 供应商 报价	纳峰真空镀膜（上海）有限公司	0.30	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	维达力实业（深圳）有限公司	0.38	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	0.20	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	0.20	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	0.11	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	苏州金鑫泰 精密电子有 限公司	0.13		
		备选 供应商 报价	信泰涂装技术有限 公司	0.19	东莞市信泰 涂装技技术 有限公司	0.22		

4	蚀刻	中选供应商报价	东莞市兴之扬电子科技有限公司	1.29			
		备选供应商报价	珠海市博迈五金电子有限公司	1.32			

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

2020年，PVD工序委外生产的需求增加，公司引入多家厂商竞价，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，公司将该部分工序委外生产，但是产量较小。

2021年，公司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，公司选择与质优价低的委外供应商进行合作。

2022年，公司冲压工艺类产品市场需求增加，公司购买金属后选择质优价低的蚀刻工艺供应商进行加工。

(2) 成品委外生产价格情况

报告期内成品委外生产的主要产品报价情况对比如下：

料号	类型	2022年度		2021年度		2020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）
2-K-C-09	中选供应商报价	昆山恩胜精密科技有限公司	0.35	-	-	-	-
6-000011	备选供应商报价	东莞市捷普塑胶五金制品有限公司	0.38	-	-	-	-
2-D-C-01	中选供应商报价	东莞市卓毅佳五金制造有限公司	0.19	-	-	-	-
5-000072	备选供应商报价	东莞市绿展电子科技有限公司	0.20	-	-	-	-
2-D-M-04	中选供应商报价	深圳市廷顺科技有限公司	0.25	-	-	-	-
6-000064	备选供应商报价	深圳市景明橡塑制品有限公司	0.30	-	-	-	-
2-K-C-09	中选供应商报价	昆山恩胜精密科技有限公司	0.12	-	-	-	-
6-000347	备选供应商报价	东莞市捷普塑胶五金	0.13	-	-	-	-

	商报价	制品有限公司					
2-D-M-04 6-000064	中选供应商报价	深圳市廷顺科技有限公司	0.25	-	-	-	-
	备选供应商报价	深圳市景明橡塑制品有限公司	0.30	-	-	-	-
2-D-C-00 6-001670	中选供应商报价	东莞市绿展电子科技有限公司	0.025				
	备选供应商报价	东莞市卓毅佳五金制造有限公司	0.028				
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 -10035	中选供应商报价			东莞耀兴联合数控科技有限公司	3.00		
	备选供应商报价			东莞市华鑫精密有限公司	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-	中选供应			东莞市卓	0.21	东莞市	0.30

B-10489	商报价			毅佳五金制造有限公司		卓毅佳五金制造有限公司	
	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

由上表可知，委外生产的同款成品，不同合格供应商报价中，公司坚持按照优质、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 1,849.55 万元、738.89 万元、550.99 万元，自行加工的生产成本分别为 1,418.31 万元、1,716.48 万元、957.47 万元。选取其中委外生产的采购规模较大的比价产品逐一系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)
2022 年度	2-K-M-073-000317	0.03	0.01
	2-K-M-097-000080	0.03	0.04
	2-K-M-097-000132	0.04	0.01
	2-N-M-180-000195	0.79	0.48
	2-K-M-073-000053	0.03	0.03
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.HLFO-B.1003	0.12	0.10
	02.AACO-B.10542	0.10	0.11
	02.HLFO-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
	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-ZHZX-A-10248	0.07	0.06

由上表可知，多数情况下，同一规格型号产品委外生产的采购均价与公司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公司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公司不存在关联关系或其他密切关系

报告期内，公司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公司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
2022年度	1	东莞市卓毅佳五金制造有限公司	否	782.99	15.26%
	2	深圳市亚飞亚电子科技有限公司	否	551.91	10.76%
	3	昆山恩胜精密科技有限公司	否	543.98	10.61%
	4	东莞市三友祥实业有限公司	否	505.76	9.86%
	5	深圳市廷顺科技有限公司	否	257.32	5.02%

	小 计			2,641.95	51.51%
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	55.78%
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%

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公司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) 核查程序及结论

1. 核查程序

我们主要实施了如下核查程序：

(1) 审阅公司的生产工艺、成本核算方法及核算流程文件，分析公司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、入库单等进行细节测试；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，分析公司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) 访谈公司管理层，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，了解其与公司以及公司股东、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公司员工花名册、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，我们认为：

(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 年公司通过产品排版优化、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。公司主营业务成本中原材料占比略高于同行业平均水平，主要原因系公司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，公司委外加工、委外成品采购价格公允，主要供应商及其关联方与公司不存在关联关系或其他密切关系；

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。(审核问询函问题 7)

(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% 2022 年：39.90%	2019 年：17.99% 2020 年：18.83% 2021 年：7.25% 2022 年：14.62%
飞荣达	根据其 2017 年首发招股说明书判断，	目前的智能手机类产品主要客户包括华为、中兴、诺基	华为、中兴、诺基亚、爱立	2019 年：52.59% 2020 年：48.54% 2021 年：38.02%	2019 年：27.22% 2020 年：22.23% 2021 年：16.67%

	包括终端品牌商、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。	亚、爱立信、小米、联想,其他未披露。	信、小米、MOTO、三星等	2022年: 43.45%	2022年: 15.16%
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、正崴、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% 2022年: 76.02%	2019年: 34.48% 2020年: 22.90% 2021年: 29.03% 2022年: 36.11%
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% 2022年: 82.12%	2019年: 36.65% 2020年: 40.16% 2021年: 33.27% 2022年: 27.91%
六渥科技	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、瑞声科技等	苹果、华为、 小米、OPPO、 VIVO、三星等	2019年: 81.90% 2020年: 72.63% 2021年: 77.25% 2022年: 73.63%	2019年: 42.26% 2020年: 35.56% 2021年: 33.78% 2022年: 30.34%

注：截至本说明出具日，领益智造、博硕科技、达瑞电子、智动力尚未公告其 2022 年度报告

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	2022 年度			2021 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
恒铭达	未披露	未披露	未披露	21,022.74	19.03%	40.96%
鸿富瀚	未披露	未披露	未披露	未披露	未披露	未披露
达瑞电子	未披露	未披露	未披露	未披露	未披露	未披露
博硕科技	未披露	未披露	未披露	未披露	未披露	未披露
公司	15,254.96	28.16%	35.76%	25,308.50	45.75%	45.49%
公司名称	2020 年度			2019 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
恒铭达	20,367.58	31.65%	44.90%	10,265.12	17.55%	47.87%
鸿富瀚	16,382.15	32.58%	42.64%	9,306.27	28.76%	41.02%
达瑞电子	4,249.46	15.92%	39.70%	8,710.38	14.30%	45.60%
博硕科技	-	-	-	-	-	-
公司	19,705.82	49.01%	39.10%	14,898.79	50.43%	38.02%

注 1：博硕科技未披露其平板电脑应用类产品收入信息；恒铭达 2022 年度

未再单独列示平板电脑应用类产品的收入

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 2019—2020 年数据进行比较，下同

(2) 智能手机应用类产品的毛利率

公司名称	2022 年度			2021 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
恒铭达	未披露	未披露	未披露	39,346.22	35.62%	20.82%
鸿富瀚	未披露	未披露	未披露	未披露	未披露	未披露
达瑞电子	未披露	未披露	未披露	未披露	未披露	未披露
博硕科技	未披露	未披露	未披露	未披露	未披露	未披露
公司	24,353.15	44.95%	32.16%	19,982.62	36.12%	32.54%
公司名称	2020 年度			2019 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
恒铭达	16,536.15	25.69%	34.23%	24,911.37	42.59%	47.58%
鸿富瀚	25,886.04	51.48%	43.98%	17,126.95	52.94%	42.19%
达瑞电子	18,739.68	70.22%	47.54%	46,880.41	76.99%	50.47%
博硕科技	11,225.34	76.59%	42.64%	32,984.86	65.34%	51.96%
公司	16,594.40	41.27%	31.99%	13,346.83	45.18%	29.61%

注 1：博硕科技 2020 年为 1-6 月数据；恒铭达 2022 年度未再单独列示智能手机应用类产品的收入

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，此处仅选取了与公司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

(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，公司、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；公司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：公司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，拉低了公司平板电脑应用类、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. 公司全部产品的终端品牌销售结构

终端品牌	2022 年度		2021 年度		2020 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	41,359.42	76.35%	42,365.36	76.59%	28,667.95	71.30%
华为	1,890.17	3.49%	2,021.73	3.65%	4,654.62	11.58%
OPPO	1,234.94	2.28%	1,892.18	3.42%	1,314.70	3.27%
惠普	2,060.11	3.80%	2,345.39	4.24%	1,160.62	2.89%
VIVO	319.41	0.59%	628.32	1.14%	1,029.48	2.56%
三星	1,021.43	1.89%	1,239.51	2.24%	765.33	1.90%
夏普	1,324.71	2.45%	1,896.62	3.43%	714.49	1.78%
戴尔	834.96	1.54%	318.29	0.58%	521.01	1.30%
小米	53.08	0.10%	95.89	0.17%	494.43	1.23%
通用	72.38	0.13%	298.84	0.54%	156.03	0.39%
其他	4,003.41	7.39%	2,213.83	4.00%	727.23	1.81%
合计	54,174.01	100.00%	55,315.96	100.00%	40,205.90	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%

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%
合计	33,920.62	100.00%	80,772.81	100.00%	51,593.64	100.00%	35,180.35	100.00%

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：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

在直接客户方面，公司、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；公司、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：比例是指占当期消费电子功能性器件销售收入的比率

2018年-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，2019年-2021年，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。

公司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，虽然报告期内公司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，主要是因为公司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，均为公司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。公司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，虽然报告期内公司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，公司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年-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，与公司的情况类似，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。

公司与鸿富瀚存在相似之处，即：公司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，公司的终端应用于 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：恒铭达上市后未再披露相关信息

由上表可知，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公司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，公司与同行业可比公司的产品应用场景对比情况如下：

鸿富瀚	披露的应用场景	2020 年 主营业务收入金额(万元)	占比
	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)	占比
	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%
公司	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

由上表可知，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，而公司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，公司起步相对较晚，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，2022 年，iPad 的市场份额为 38%；相应地，公司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，公司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，公司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。

2018 年-2020 年，公司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%	
公司	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：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

由上表可知，与鸿富瀚、达瑞电子、博硕科技相比，报告期内公司委外生产的比例较高，因此影响了整体毛利率。报告期内，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
2022 年度	9,626.46	91.88%	850.83	8.12%	14,398.73	88.77%	1,821.84	11.23%
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%

为了说明委外生产对公司整体毛利率的影响，公司在招股说明书“第六节 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，公司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	2022 年度		2021 年度		2020 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
公司的全部主营业务产品	32.36%	23.40%	37.05%	24.78%	34.20%	21.37%

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)

由上表可知，总体而言，委外生产的毛利率低于公司主营业务的整体毛利率；因此，在公司委外生产比例较高的情况下，2018 年-2020 年，公司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，公司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。2022 年，公司委外生产比例变动不大，但平板电脑应用类产品受业成科技与公司终止采购合作影响，毛利率下降较多。

综上所述，公司平板电脑应用类、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

公司已在招股说明书“第六节 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，公司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	2022 年度		2021 年度		2020 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	31.12%	35.76%	56.18%	45.49%	56.03%	39.10%
智能手机	44.68%	32.16%	31.73%	32.54%	38.60%	31.99%
笔记本/台式电脑	13.66%	30.88%	6.31%	19.66%	4.19%	20.94%
可穿戴电子设备等	8.27%	26.03%	4.69%	33.08%	0.74%	10.49%
汽车电子	2.26%	31.88%	1.09%	41.29%	0.44%	33.38%

2. 结合报告期内公司产品应用于 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

公司的产品全部都是电子产品精密功能性器件。报告期内，公司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。公司已在招股说明书“第六节 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。

由于公司产品的终端应用品牌主要是苹果，因此，还可以从公司产品应用于 iPhone、iPad 等产品不同机型的角度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，包括公司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，公司可以根据直接客户富士康、鹏鼎控股等采购公司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，公司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，公司 iPad 系列产品毛利率变动如下：

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	绝对值	变动值	绝对值	变动值	绝对值	变动值
销售额(万元)	14,511.33	-10,376.92	24,888.25	6,017.84	18,870.41	4,071.32
毛利率	36.91%	-8.84%	45.75%	6.26%	39.49%	1.41%

平板电脑是公司产品主要的应用场景之一，报告期内销售收入占比分别为 49.01%、45.75%和 28.16%。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 95.76%、98.34%、95.13%。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。

2021 年度，随着下游客户订单持续放量，公司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 年度公司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。

2022 年上半年，受行业季节性影响，公司产品主要适配的平板电脑以存量机型为主，毛利率相对较低；2022 年下半年，公司对业成科技营业收入锐减，大批量、工艺熟练程度高、规模效益显著且毛利率较高的平板电脑应用类功能性器件营业收入减少；上述因素的综合影响下，2022 年整体毛利率下降较多。

(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	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	绝对值	变动值	绝对值	变动值	绝对值	变动值
销售额(万元)	20,883.56	5,036.91	15,846.65	6,651.65	9,195.00	1,708.89

毛利率	35.75%	0.18%	35.57%	3.47%	32.10%	9.88%
-----	--------	-------	--------	-------	--------	-------

智能手机是公司产品主要的应用场景之一，报告期内，销售收入占比分别为 41.27%、36.12%和 44.95%；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 55.41%、79.30%、85.76%。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。

2020 年，iPhone 系列产品毛利率同比上涨 9.88%，主要是公司通过工艺优化，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 年公司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，公司加大了应用于 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 系列新机型的收入规模较大，应用于新机型的产品毛利率通常较高，提高了 iPhone 系列产品和智能手机应用类产品的整体毛利率。

2022 年，iPhone 系列产品毛利率较 2021 年变动不大。从终端适配机型来看，公司当期主要适配 iPhone14 系列机型，公司深入挖掘鹏鼎控股、立讯精密、瑞声科技等主要客户的需求，大批量、工艺熟练程度高且适配 iPhone14 系列主打机型的产品销售规模提升，毛利率略有提升。

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	2022 年度	2021 年度	2020 年度
苹果	37.70%	41.93%	36.89%
非苹果	15.13%	21.09%	27.53%

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，公司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。

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。

2022 年度，公司对业成科技营业收入锐减，大批量、工艺熟练程度高、规模效益显著且毛利率较高的应用于苹果品牌的功能性器件营业收入减少，导致应用于苹果品牌的产品整体毛利率有所下降；应用于非苹果品牌的产品收入有所减少，而机器设备折旧等成本提升较多，导致毛利率继续下滑。

(三) 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

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、可穿戴电子设备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，公司汽车电子类产品的规格型号不超过 100 个，可穿戴电子设备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，导致可穿戴电子设备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，由于可穿戴电子设备等应用类产品尚未形成规模，公司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. 可穿戴电子设备等应用类产品毛利率低的原因

目前，公司的可穿戴电子设备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，公司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	2022 年度	2021 年度	2020 年度
委外生产的成品数量(万 PCS)	12,260.41	18,620.39	10,065.12
销售数量(万 PCS)	37,588.72	27,229.65	13,244.36
比例	32.62%	68.38%	76.00%

由上表可知，2020-2021 年，公司主要通过委外生产向客户交付可穿戴电子设备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设备等类似业务毛利率各不相同。

公司名称	应用场景	2022 年度	
		收入(万元)	毛利率
鸿富瀚	智能设备及其他	-	-
博硕科技	智能穿戴及其他	-	-
达瑞电子	可穿戴结构性器件	-	-
公司	可穿戴电子设备等	5,571.17	26.03%

(续上表)

公司名称	应用场景	2021 年度		2020 年度	
		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%
博硕科技	智能穿戴及其他	-	-	-	-
达瑞电子	可穿戴结构性器件	-	-	-	-
公司	可穿戴电子设备等	2,904.39	33.08%	975.34	10.49%

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。

公司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。

2020 年度，公司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，公司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，公司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公司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，公司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，该部分产品收入占同类收入的比例为 27.25%。

2022 年度，公司产品主要应用于 Apple Watch Series、Apple Watch SE 系列产品和华为 5G 通信基站，此外还应用于微软智能穿戴设备。其中，适配微软品牌的智能穿戴设备的产品主要销售给 2021 年新开发客户深圳市信维通信股份有限公司，该部分产品在 2022 年数次降价，全年呈大幅亏损状态，从而拉低了可穿戴电子设备等应用类产品的整体毛利率。2022 年度，该部分产品收入规模占同类收入的比例为 8.49%。

2. 笔记本/台式电脑应用类产品毛利率低的原因

公司的笔记本/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	2022 年度	
		收入（万元）	毛利率
鸿富瀚	电脑类		
公司	笔记本/台式电脑	7,751.42	30.88%

（续上表）

公司名称	应用场景	2021 年度	2020 年度
------	------	---------	---------

		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%
公司	笔记本/台式电脑	6,579.89	19.66%	2,750.96	20.94%

由上表可知，鸿富瀚的电脑应用类产品的收入规模明显大于公司。

2020年度，公司笔记本/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，公司笔记本/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。

2022年毛利率上升原因：2022上半年，前期研发的适配MacBook的功能性器件产品开始放量，销售规模提升较多，该类产品毛利率较高，从而提升了笔记本/台式电脑应用类功能性器件整体毛利率。

(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	2023年1-2月	2022年度	2021年度	2020年度
综合毛利率	26.11%	32.30%	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	2023年1-2月		2022年度		2021年度		2020年度	
		采购占比	单价	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	34.56%	27.88	17.98%	35.89	34.49%	32.02	30.17%	25.71
委外生产成品	元/pcs	21.68%	0.11	8.27%	0.09	16.69%	0.10	22.58%	0.15
保护膜	元/平方米	7.37%	4.88	5.43%	7.33	12.45%	8.16	13.05%	10.25
导电类	元/平方米	2.27%	191.13	4.38%	221.37	12.86%	219.55	12.64%	201.24
金属类	元/pcs	2.87%	0.03	3.86%	0.05	1.75%	0.03	6.55%	0.15

	元/kg	3.81%	105.03	6.37%	117.37	2.60%	103.73	-	-
离型材料	元/平方米	9.38%	3.45	2.76%	3.31	6.17%	3.15	6.06%	3.58
光学类	元/平方米	7.02%	4.44	4.72%	7.86	6.28%	7.59	3.15%	8.32
泡棉类	元/平方米	3.01%	75.14	2.02%	51.22	3.07%	75.23	2.25%	72.82
绝缘类	元/平方米	3.38%	9.50	0.83%	7.31	2.08%	6.16	1.23%	3.92
其他	元/平方米	4.08%	0.46	1.41%	0.25	1.57%	0.84	2.33%	1.08

期后原材料整体均价变动较大，主要原因：(1) 公司与原第一大客户业成科技终止合作后，原为业成科技配套生产所需各类价格较高的原材料采购规模大幅减少，导致胶带类、导电类等主要类别的原材料整体采购价格下降较快；(2) 2023年1-2月仅包含两个自然月，且受春节假期影响，部分产品尚处于打样阶段，未形成规模销售，与之适配的原材料购买金额较小，物料品种远少于2022年全年；2022年，公司采购的原材料有4,000多个规格型号，而2023年1-2月采购的原材料仅1,000多个规格型号；就同一规格型号的产品而言，2023年1-2月采购均价较2022年全年采购均价变化较小。

3. 公司毛利率是否存在进一步下滑风险，相关风险提示是否充分

2023年1-2月，公司综合毛利率相对2022年有所下降，主要原因系2023年1-2月及上半年其他月份为行业销售淡季，公司销售规模最大的智能手机应用类产品适配的智能手机以存量机型为主，毛利率相对较低，此外，由于主要客户业成科技于2022年11月与公司终止业务合作，毛利率较高的产品收入规模和占比下滑，诸多因素使得公司毛利率及业绩承压。

但是，根据报告期原材料价格变动趋势来看，公司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，公司在招股说明书“第三节 风险因素”之“一、与发行人相关的风险”“(一)经营风险”之“4. 原材料价格上涨或不能及时供应的风险”补充披露如下：

报告期公司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公司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、0.41个百分点和0.47个百分点。

2021年以来，原油、钢材、有色金属等影响公司原材料价格的大宗商品持续涨价，从第三季度开始，公司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公司发出了涨价通知。未来，如果原油、钢材、有色金属等大宗商品价格持续上涨，其对公司主要原材料价格的影响程度将不断深化，公司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）核查程序及结论

1. 核查程序

我们主要实施了如下核查程序：

（1）审阅报告期内销售明细表，从公司的产品应用场景、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）审阅公司与主要客户签订的销售合同，查验公司下游主要客户、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，分析公司产品毛利率与同行业可比公司毛利率的差异原因；

（4）审阅公司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）审阅公司期后主要财务数据以及原材料采购明细表，分析公司期后毛利率变动情况以及原材料价格变化情况，结合对公司管理层的访谈，判断公司是否存在毛利率进一步下滑的风险。

2. 核查结论

经核查，我们认为：

（1）由于公司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，公司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，由于公司产品的终端应用品牌主要是苹果，因此，从公司产品应用于 iPhone、iPad 等产品不同机型的角度来看，公司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，公司适配的功能性器件产品毛利率会相应下降。总体而言，报告期内公司电子产品精密功能性器件的毛利率波动具有合理性；

(3) 公司的笔记本/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，公司毛利率存在进一步下滑风险，公司已在招股说明书进一步补充进行了相关风险提示。

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。(审核问

询函问题 8)

(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. 公司的采购、生产、交货时长等相关情况

公司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，公司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，以下仅就公司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

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

2. 公司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，公司与同行业可比公司存货周转率如下：

项目	公司简称	2022 年	2021 年	2020 年
存货周转率 (次)	飞荣达	4.14	3.80	4.33
	恒铭达	4.31	5.48	5.69
	智动力	尚未披露	7.29	7.51
	安洁科技	4.93	5.57	5.21
	领益智造	尚未披露	5.52	5.61
	博硕科技	尚未披露	14.55	14.92
	达瑞电子	尚未披露	5.77	5.65
	鸿富瀚	4.54	6.06	7.35

项目	公司简称	2022 年	2021 年	2020 年
	平均值	4.48	6.76	7.03
	公司	9.46	13.03	14.98

报告期内，公司的存货周转率分别为 14.98 次、13.03 次和 9.46 次，高于同行业可比公司的平均水平，主要原因如下：

(1) 公司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，报告期内公司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，节约了公司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，公司的存货周转率和存货周转天数如下：

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
存货周转率(次)	8.36	11.42	12.34
存货周转天数(天)	43.07	31.52	29.18

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，公司存货周转率与同行业可比公司的差距缩小。

(2) 公司采取相对灵活的备货策略，保持了较低的安全库存水平

公司与同行业可比公司库存商品的备货比例如下：

公司简称	2022 年度	2021 年度	2020 年度
飞荣达	108%	101%	88%
恒铭达	148%	95%	107%
智动力	尚未披露	82%	77%
安洁科技	162%	143%	151%
领益智造	尚未披露	191%	142%
博硕科技	尚未披露	54%	31%
达瑞电子	尚未披露	75%	61%
鸿富瀚	44%	34%	55%
平均值	116%	97%	89%
公司	64%	36%	34%

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，公司库存商品备货比例低于同行业可比公司的平均值。公司保持较低的库存商品安全库存量，主要原因：公司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，公司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

与包括公司在内的其他同行业企业相比，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，而包括公司在内的其他同行业企业均以客户验收(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，公司存货周转率高于同行业可比公司具有合理性，符合公司实际经营情况。

(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. 公司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

公司采用“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。2020 年末、2021 年末和 2022 年末，原材料及其对应的客户采购计划情况如下：

项目	2022 年末	2021 年末	2020 年末
原材料(万元)	3,029.52	1,959.80	1,490.24

期末的客户采购计划(万元)	11,373.49	11,691.08	9,536.03
原材料/客户采购计划	26.64%	16.76%	15.63%

2020年末、2021年末和2022年末,原材料与客户采购计划比分别为15.63%、16.76%和26.64%。除2022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。2022年末原材料占客户采购计划的比例较高主要系2022年春节时间较早,为应对春节前的原材料供应紧张,公司提前准备原材料。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

公司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,公司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,公司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天内发货至公司工厂。

公司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,公司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2022年的比例偏高之外,其余各期的比例均较为稳定。2022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公司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,公司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。因2022年春节时间较早,为应对春节前的原材料供应紧张,公司提前准备原材料。

3. 存在库龄较长原材料的原因

报告期各期末,公司原材料库龄情况如下:

库龄	2022年末	2021年末	2020年末
----	--------	--------	--------

	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比
0-6 个月	2,398.44	79.17%	1,584.72	80.86%	1,218.53	81.77%
6-12 个月	288.73	9.53%	252.61	12.89%	139.85	9.38%
1 年以上	342.36	11.30%	122.47	6.25%	131.86	8.85%
合 计	3,029.52	100.00%	1,959.80	100.00%	1,490.24	100.00%

公司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，公司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，公司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，且公司已对库龄在 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. 公司存货库龄情况

库龄	2022 年末		2021 年末		2020 年末	
	金额(万元)	占比	金额(万元)	占比	金额(万元)	占比
0-6 个月	4,534.31	82.20%	2,874.42	85.57%	2,243.68	86.82%
6-12 个月	529.03	9.59%	320.92	9.55%	188.29	7.29%
1 年以上	452.94	8.21%	163.72	4.87%	152.28	5.89%
合 计	5,516.28	100.00%	3,359.05	100.00%	2,584.26	100.00%
存货跌价准备	718.20		303.41		262.86	
计提比例	13.02%		9.03%		10.17%	

公司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，公司的存货跌价准备金额分别为 262.86 万元、303.41 万元和 718.20 万元，计提比例分别为 10.17%、9.03%和 13.02%。

2. 各期末存货跌价准备计提过程

(1) 原材料

库龄	金额(万元)		
	2022 年末	2021 年末	2020 年末
0-6 个月	2,398.44	1,584.72	1,218.53
6-12 个月	288.73	252.61	139.85
1 年以上	342.36	122.47	131.86
合 计	3,029.52	1,959.80	1,490.24
存货跌价准备	342.36	122.70	136.79
计提比例	11.30%	6.26%	9.18%

公司原材料主要是胶带、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,公司对库龄超过 1 年的原材料全额计提跌价准备;同时,在定期盘点过程中,公司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)		
	2022 年末	2021 年末	2020 年末
0-6 个月	1,614.88	930.95	672.53
6-12 个月	240.30	68.31	48.44
1 年以上	110.58	41.24	20.41
合 计	1,965.76	1,040.49	741.39
存货跌价准备	375.85	180.71	126.07
计提比例	19.12%	17.37%	17.00%

公司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,下游客户对公司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,公司对库龄 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，公司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)		
		2022年末	2021年末	2020年末
在产品	0-6个月	506.91	340.05	339.62
发出商品	0-6个月	14.09	18.70	13.01
合计		521.00	358.75	352.63
存货跌价准备		-	-	-

公司的在产品是期末已经生产领用材料、尚未完工的产品。公司产品生产周期较短，采用“以销定产”的生产模式。因此，结合自身业务特点，期末公司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

公司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，公司产品更新快、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，公司结合自身业务特点，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，公司仅对库龄超过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

公司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，公司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，公司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，可能导致公司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，公司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) 存货监盘情况

我们对公司 2019 年末、2020 年末、2021 年末和 2022 年末存货盘点实施了监盘程序。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，获取公司存货盘点制度、盘点计划，评价公司盘点工作安排的合理性，并根据公司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) 确定公司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公司员工共同清点。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
2022 年末	5,516.28	3,798.30	68.86%
2021 年末	3,359.05	2,188.26	65.15%
2020 年末	2,584.26	2,049.38	79.30%

综上，公司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，且公司均已及时对盘点差异进行了适当的处理。

（五）核查程序及结论

1. 核查程序

我们主要实施了如下核查程序：

（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，评价这些控制的设计，确定其是否得到执行，并测试相关内部控制运行的有效性；

（2）访谈公司管理层，了解公司的生产、采购模式，备货政策及期末在手订单情况，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，比较分析公司存货周转率/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，我们认为：

（1）公司存货周转率高于同行业主要原因包括：公司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，相对公司的业务更复杂且规模更大；此外，公司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，也提高了公司的整体存货周转效率；

（2）总体而言，公司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，公司已对该部分原材料全额计提跌价准备；

（3）报告期各期末公司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）公司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。公司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) 公司存在 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，可能导致公司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，公司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。

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。(审核问询函问题 9)

(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

公司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，公司通常在确认收入后 4-5 个月内实现正常的销售回款。因此，公司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。

2019-2022 年各期末，公司对应收账款余额前五名客户信用政策、销售收入、应收账款如下：

(1) 2022 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）
瑞声科技	入账后 90 天	2,084.79	3,804.83	3,292.20
立讯精密	月结 90 天	1,658.59	3,410.15	3,207.89
鹏鼎控股	月结 90 天	5,156.61	9,906.39	1,478.79
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	900.82	960.36	993.45
嘉联益	次月结 120 天	262.23	688.80	853.71
小 计		10,063.04	18,770.54	9,826.05

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

(2) 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

(3) 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

(4) 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，公司对主要客户“信用政策”未发生变化；公司“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”，与公司正常的回款周期 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，公司不存在大额、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) 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

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，具体如下：

公司 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	

2022 年末/2022 年度	16,700.12	-26.53%	13,088.68	-12.38%	78.37%
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-2022 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%、65.73%和 78.37%，占比较高且稳定。

从第四季度收入变动幅度与当期末应收账款账面价值变动幅度来看，二者也是匹配的：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) 公司 2019 年、2020 年第四季度收入变化的原因

公司 2019 年、2020 年第四季度收入变化的主要原因是：2018 年-2020 年，公司对主要客户富士康、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。

1) 2019 年第四季度收入下降的原因

2019 年第四季度收入下降的主要原因是：2019 年公司对主要客户富士康、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，导致公司对其 2019 年第四季度销售收入同比减少 2,036.06 万元。

2019 年，公司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。

2) 2020 年第四季度收入大幅增长的原因

一方面，主要是因为公司 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，公司第四季度的销售收入也大幅增长。同时，公司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，主要是因为公司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。吉利德系公司2020年新增客户，公司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；群创光电系公司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)	2022年度	2021年度	2020年度	2019年度	2018年度
应收账款账面价值	16,700.12	22,731.50	20,665.60	11,709.80	13,526.30
营业收入	54,867.60	55,693.46	40,369.04	29,668.84	25,946.36
应收账款账面价值/营业收入	30.44%	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	14,303.59	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	40,869.46	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	35.00%	44.42%	45.25%	42.61%	42.19%

如上表所示，2018年-2022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%、44.42%、35.00%，基本稳定。

(二) 应收账款周转率低于同行业的原因

报告期内，公司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	2022年	2021年	2020年
应收账款周转	飞荣达	3.03	2.97	2.90

率(次)	恒铭达	2.35	2.47	2.11
	智动力	尚未披露	3.32	3.97
	安洁科技	3.46	3.58	3.16
	领益智造	尚未披露	3.65	3.90
	博硕科技	尚未披露	1.85	1.85
	达瑞电子	尚未披露	4.02	4.27
	鸿富瀚	2.06	2.83	3.16
	平均值	2.73	3.09	3.17
	公司	2.78	2.57	2.49

报告期内,公司应收账款周转率分别为2.49次、2.57次和2.78次,2020-2021年略低于同行业可比公司的平均水平,主要原因系: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。

公司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,收款起始日主要为客户收到发票当日、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%。
公司	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

由上表可知，公司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：公司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，公司给客户的信用期相对较长，与公司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公司，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公司，因此其应收账款周转率高于公司。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	2022年	2021年	2020年
应收账款周转率(次)	飞荣达	3.03	2.97	2.90
	恒铭达	2.35	2.47	2.11
	安洁科技	3.46	3.58	3.16
	博硕科技	尚未披露	1.85	1.85
	鸿富瀚	2.06	2.83	3.16
	平均值	2.73	2.74	2.64
	公司	2.78	2.57	2.49

由上述情况可知，2020-2021年公司的应收账款周转率略低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，公司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)

报告期各期末，公司采用账龄分析法计提的坏账准备情况如下表：

账龄	2022年末			
	账面余额 (万元)	占比	坏账准备 (万元)	计提比例
1年以内	17,517.62	99.42%	875.88	5.00%
其中：0-3个月	14,123.30	80.16%	706.17	5.00%
3-6个月	3,276.71	18.60%	163.84	5.00%
6-12个月	117.60	0.67%	5.88	5.00%
1-2年	63.32	0.36%	12.66	20.00%
2-3年	15.46	0.09%	7.73	50.00%
3年以上	23.08	0.13%	23.08	100.00%
合计	17,619.47	100.00%	919.35	5.22%
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%

报告期各期末，公司账龄在一年以内的应收账款比例分别为 99.77%、99.56% 和 99.42%，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) 对公司报告期内应收账款的函证情况

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)	回函占发函 比例
2022年末	17,619.47	16,383.84	92.99%	16,383.84	100.00%
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%

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，期末被函证客户均已回函，回函比例 100%。

(五) 核查程序及核查意见

1. 核查程序

我们主要实施了如下核查程序：

(1) 了解公司与销售与收款相关的关键内部控制，评价这些控制的设计，确

定其是否得到执行，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) 访谈公司管理层，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，结合公司业务情况及信用政策，分析其应收账款周转率低于可比公司的合理性。

2. 核查结论

(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，导致公司对其 2019 年四季度销售收入同比减少 2,036.06 万元；2019 年，公司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，公司第四季度的销售收入占比也大幅增长。同时，公司 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，公司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) 公司应收账款周转率低于同行业，主要原因是公司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) 公司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)。

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。(审核问询函问题10)

(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，公司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)	2022年度	2021年度	2020年度
将净利润调节为经营活动现金流量:			
净利润	7,754.28	10,775.43	6,192.14
加:资产减值准备	673.58	747.76	1,173.34
固定资产折旧、油气资产折耗、生产性生物资产折旧	1,127.60	851.33	632.10
使用权资产折旧	821.49	616.52	-
无形资产摊销	36.74	21.89	17.25

项目（单位：万元）	2022 年度	2021 年度	2020 年度
长期待摊费用摊销	172.24	229.38	167.10
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）	-7.09	7.46	70.08
固定资产报废损失（收益以“-”号填列）	9.00	29.04	24.80
公允价值变动损失（收益以“-”号填列）	-	-	-
财务费用（收益以“-”号填列）	-360.39	135.34	31.22
投资损失（收益以“-”号填列）	154.36	21.29	6.11
递延所得税资产减少（增加以“-”号填列）	70.84	-139.36	-51.54
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）	-2,720.15	-1,363.55	-1,721.70
经营性应收项目的减少（增加以“-”号填列）	3,427.33	-1,970.80	-12,586.39
经营性应付项目的增加（减少以“-”号填列）	875.69	839.53	1,903.15
其他	-	-	-
经营活动产生的现金流量净额	12,035.51	10,801.28	-4,142.31

影响经营性应收项目的原因：

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。公司 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，公司收入规模增长较快，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) 公司在 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，公司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公司2020年下半年收入增长的影响），公司向其股东唐淑芳、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，公司未分配利润为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。

(2) 公司在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，公司作出股东会决议，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，用于公司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	2022年度/2022年末	2021年度/2021年末	2020年度/2020年末
支付现金股利金额(万元)	-	-	3,119.18
资产负债率(合并)	21.92%	23.32%	21.61%
现金及现金等价物净增加额(万元)	3,382.98	3,823.90	6,836.10
流动比率(倍)	3.22	3.81	4.02
速动比率(倍)	2.70	3.45	3.73

报告期历次现金分红，公司均依法召开股东会/股东大会，经全体股东审议通过实施；报告期内，公司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，现金分红未影响公司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公司款项 357.51 万元、公司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公司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，其与公司客户、供应商及其关联方不存在资金往来。

（三）核查程序及结论

1. 核查程序

我们主要实施了如下核查程序：

（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，确认其是否与公司客户、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公司的所有银行账户（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）陪同公司实际控制人、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，与公司报告期内主要客户、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，我们认为：

（1）公司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 年公司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公司 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，公司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，公司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，不存在与公司客户、供应商及关联方的资金往来。

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。(审核问询函问题 11)

(一) 说明 2020 年销售费用中人均薪酬下降的原因

2019-2022 年，公司销售费用中的人均薪酬变动情况如下：

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度	2019 年度
职工薪酬(万元)	964.32	892.94	595.85	513.49
平均人数(人)	67.00	61.00	49.00	38.00
人均薪酬(万元/人)	14.45	14.68	12.24	13.37
人均月薪(元/人)	12,038.95	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，从而拉低了公司销售人员整体的平均薪酬。具体如下：

公司	项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度	2019 年度
----	----	---------	---------	---------	---------

昆山六淳、宁波六淳	职工薪酬(万元)	279.62	241.30	112.11	27.11
	平均人数(人)	21.00	19.00	12.00	2.00
	人均薪酬(万元/人)	13.37	12.87	9.15	12.05
	人均月薪(元/人)	11,140.31	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)	684.70	651.64	483.74	486.38
	平均人数(人)	46.00	42.00	37.00	36.00
	人均薪酬(万元/人)	14.94	15.48	13.28	13.45
	人均月薪(元/人)	12,449.02	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公司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，公司销售费用构成与变动情况如下：

项目	2022年度		2021年度		2020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	964.32	1.76%	892.94	1.60%	595.85	1.48%
业务招待费	476.10	0.87%	328.54	0.59%	203.52	0.50%
运杂费	256.94	0.47%	195.29	0.35%	149.43	0.37%
差旅办公费	158.70	0.29%	179.86	0.32%	161.72	0.40%
折旧及摊销	99.36	0.18%	100.54	0.18%	41.45	0.10%
其他	65.39	0.12%	45.46	0.08%	54.64	0.14%
合计	2,020.81	3.68%	1,742.63	3.13%	1,206.62	2.99%

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2.99%、3.13%和3.68%。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，公司持续扩大销售队伍，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公司的销售费用率。

2020年销售人员人均薪酬下降原因详见本说明十一(一)之所述。

2. 业务招待费

报告期内,公司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,该类费用随着公司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)随着公司业务规模的增长而增加。

(三) 核查程序及结论

1. 核查程序

我们主要实施了如下核查程序:

(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,确定其是否得到执行,并测试相关内部控制运行的有效性;

(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) 审阅公司的《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，我们认为：

(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公司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。

十二、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。（审核问询函问题 13）

（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公司收取资金利息，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

公司与关联方、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. 报告期内公司与关联方、实际控制人之间的资金拆入、拆出明细和用途

(1) 2018-2022 年拆入明细及用途

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，公司仅在 2018 年有资金拆入，公司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，借入资金主要用于公司日常经营周转。

(2) 2018-2022 年拆出明细及用途

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
唐淑芳	2018/1/26	80.00	2018/10/11	500.00
	2018/1/29	25.00	2018/10/12	50.00
	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
深圳六淳				

	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，公司在 2018 年和 2019 年存在资金拆出。

2018 年公司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(已调整确认为公司费用)、向朋友提供借款等。

2019 年公司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

公司与关联方、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

公司与关联方深圳六淳、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) 核查程序及结论

1. 核查程序

我们主要实施了如下核查程序：

(1) 陪同公司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) 现场前往公司的全部开户银行，获取报告期内公司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，我们认为：

公司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。

十三、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。(审核问询函问题 15)

(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. 租赁的各类房产占公司相关用途房产面积的比例

报告期内公司未拥有任何房产的所有权，公司各种用途的房产均为租赁，因此，租赁的各类房产占公司相关用途房产面积的比例为 100%。

2. 公司重要生产经营场所对租赁房产不构成重大依赖

虽然公司现有的生产经营场所均为租赁，但是，公司对该等租赁房产不构成重大依赖，原因分析如下：

(1) 公司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，公司对租赁房产的原有状态没有特殊要求，可替代性较强。

(3) 公司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) 公司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，公司及其子公司厂房租赁面积合计 49,183.02 平方米，依据募投项目规划，公司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，公司东莞厂区将整体搬迁至自有厂房，届时公司自有厂房将占公司全部厂房面积的 56.07%，公司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

公司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，截至报告期末，公司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：

公司租赁的房产			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
			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北路	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	19	宁波市柴楼村	21.54	临近厂房租赁合同

	厂房		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
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，是否为公司生产经营主要场所，对公司生产经营的影响

截至本说明出具日，除秦皇岛六淳租赁的厂房未办理租赁备案外，公司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，公司实际控制人、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公司遭受处罚和/或损失的，或因前述原因导致公司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，且公司实际控制人、控股股东已承诺就有可能导致的处罚和损失承担责任，因此不会对公司的生产经营产生重大不利影响。

公司已在招股说明书“第五节 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、14项租赁房产均未办理房屋租赁备案手续……。

截至报告期末，公司生产经营所用房产建筑面积合计为49,183.02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	是否为公司生产经营主要场所	对公司生产经营的影响
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筑。	生产车间以及附属办公楼	22,326.60	45.39%	是	存在导致搬迁损失的风险
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. 租赁房屋所在土地系划拨地。 2. 未办理租赁备案。	生产车间以及附属办公	2,401.42	4.88%	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	2.37%	是	无实质影响
合计				25,893.02	52.65%		

(1) 第1项瑕疵租赁存在导致公司搬迁损失的风险

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，则公司无法继续使用第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公司搬迁损失的风险

第2项存在以下瑕疵：

1) 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，对公司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，秦皇岛六淳与秦皇岛开发区泰盛孵化器有限公司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，不会对公司的生产经营造成重大不利影响。

2) 未履行租赁备案的瑕疵：对公司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 项瑕疵租赁对公司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，根据公司的历史数据以及当前市场行情，并结合公司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
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

公司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，如因瑕疵导致公司搬迁损失的，将无条件、连带地承担公司全部损失。

(3) 搬迁周期

根据公司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。公司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、莫舒润夫妇以公司前身——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。2022年6月，六淳科技与华淳医疗签署《转租协议之补充协议V1》，约定自2022年7月1日起，华淳医疗转租面积平方米变更为2,557.40平方米。2022年8月，六淳科技与参股公司六淳能源签署《转租协议》，六淳科技按照自己承租价格平价转租4,736.00平方米给六淳能源；至此，六淳科技实际租赁面积为22,326.60平方米。

2. 转租价格及其公允性

基于前述转租背景，公司转租给华淳医疗的价格，与公司向求富路联社承租的价格完全一致。如前所述，公司向求富路联社承租的价格是公允的，因此，公司对华淳医疗的转租价格也是公允的。

3. 不存在纠纷

就六淳科技转租给华淳医疗一事，各方均确认：

- (1) 六淳科技与华淳医疗之间不存在纠纷；
- (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) 华淳医疗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. 公司与华淳医疗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，公司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，公司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. 公司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	公司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	六淳科技	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	华淳医疗	东莞市大朗镇求富路社区富民南路62号	22,326.60	2020年6月15日至2025年6月14日	工业
2	淮安六淳	淮安开发控股有限公司	淮安开发控股有限公司	不适用, 淮安六淳未转租	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	秦皇岛六淳	秦皇岛开发区泰盛孵化器有限公司	秦皇岛开发区国有资产经营有限公司	不适用, 秦皇岛六淳未转租	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	2,401.42	2022年8月29日至2023年8月28日	工业
4	秦皇岛六淳	河北福恩特电气设备集团有限公司	河北福恩特电气设备集团有限公司	不适用, 秦皇岛六淳未转租	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	宁波六淳	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, 宁波六淳未转租	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	昆山六淳	中沃机械(苏州)有限公司	中沃机械(苏州)有限公司	不适用, 昆山六淳	昆山市巴城镇立基路111号B	4,138.00	2019年1月1日至2025年1	工业

		限公司	限公司	未转租	栋 5 号		月 31 日	
7	昆山六淳	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	珠海六淳	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, 珠海六淳未转租	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	珠海六淳	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, 珠海六淳未转租	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	1,800.00	2021 年 7 月 1 日至 2027 年 8 月 31 日	工业
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
11	越南六淳	越南韩博科技有限公司	越南韩博科技有限公司	不适用, 越南六淳未转租	越南北江省协和县梅定乡和富工业区 CN-09 号地块	5,200.00	2022 年 8 月 15 日至 2024 年 8 月 14 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: 公司、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, 概括性继承公司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

注 3: 第 10 项租赁, 六淳精密与出租方已于报告期后协商终止协议

2. 上述主体报告期内与公司实际控制人、董监高、主要财务人员、公司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公司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，公司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公司实际控制人、董监高、主要财务人员、公司主要客户或供应商不存在其他资金往来。

(四) 核查程序及结论

1. 核查程序

我们主要实施了如下核查程序：

(1) 审阅公司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)；审阅了公司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) 针对公司转租华淳医疗的事项，审阅公司与华淳医疗签署的《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；访谈了公司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，了解公司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) 针对租赁价格的公允性，审阅了公司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/>) 等检索公司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；

(4) 针对瑕疵租赁，复核公司测算的搬迁费用，并结合公司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；取得公司实际控制人就瑕疵租赁事项出具的承诺文件；

(5) 陪同公司实际控制人、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，检查前述银行资金流水是否涉及公司租赁房产的出租方、实际所有人、转租的承租方；

(6) 对报告期内公司租赁厂房的出租方、实际所有人等进行函证，确认其报告期内与公司实际控制人、董监高、主要财务人员、公司主要客户或供应商是否存在资金往来。

2. 核查结论

经核查，我们认为：

(1) 报告期内，租赁的各类房产占公司相关用途房产面积比例为 100%，但是，基于公司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、且公司已通过募投项目自建厂房，因此，公司对租赁房产不构成重大依赖；

(2) 报告期内，公司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) 报告期内，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 25,893.02 平方米，占全部租赁面积的比例为 52.65%，属于公司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，其余瑕疵租赁对公司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；根据公司实际控制人出具的承诺，前述搬迁费用由其全部承担；按照公司的经验估计，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；2022 年 6 月，六淳科技与华淳医疗签署《转租协议之补充协议 V1》，约定自 2022 年 7 月 1 日起，华淳医疗转租面积平方米变更为 2,557.40 平方米。公司转租给华淳医疗的价格与公司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，公司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) 报告期内，淮安开发控股有限公司与公司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，公司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公司实际控制人、董监高、主要财务人员、公司主要客户或供应商不存在其他资金往来。

十四、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。（审核问询函问题 18）

（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

公司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，公司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	2022 年度/2022 年 末	2021 年度/2021 年 末	2020 年度/2020 年 末
机器设备原值(万元)	11,481.51	9,053.60	5,742.79
产能(万 PCS)	395,681.22	257,368.91	184,738.26
产量(万 PCS)	329,016.52	230,409.62	159,367.49
营业收入(万元)	54,867.60	55,693.46	40,369.04
营业收入/机器设备原值	4.78	6.15	7.03
产能/机器设备原值	34.46	28.43	32.17

报告期内，公司的产能随着机器设备原值的增加而逐年提升，符合公司的生产实际情况，具有合理性。

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。

2022 年，公司产能增长幅度大于机器设备增长幅度，主要原因系 2022 年智能手机应用类功能性器件为生产及销售规模最大的产品，产品尺寸相对较小，产量较高，而 2021 年平板电脑应用类功能性器件为生产及销售规模最大的产品，产品尺寸相对较大，产量较少。

2. 公司与同行业可比公司的对比情况

公司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	2022 年	2021 年	2020 年
飞荣达	3.18	2.84	3.57
恒铭达	5.39	4.96	4.40
智动力	尚未披露	3.41	3.87

安洁科技	1.91	1.80	1.43
领益智造	尚未披露	2.79	3.69
博硕科技	尚未披露	10.62	16.28
达瑞电子	尚未披露	8.87	8.05
鸿富瀚	4.41	5.70	6.19
平均值	3.72	5.12	5.93
公司	4.78	6.15	7.03

就收入与机器设备原值的比值而言，公司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，主要原因系：(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，主要原因系：(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，公司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	2022年	2021年	2020年
鸿富瀚	未披露	未披露	7.34
公司	4.78	6.15	7.03

由上表可知，2020年在剔除自动化设备业务后，公司和鸿富瀚的比值基本相近。

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。

公司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，符合公司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，公司固定资产折旧计提情况如下：

固定资产类别	2022 年度(万元)	2021 年度(万元)	2020 年度(万元)
机器设备	967.70	710.59	518.63
运输工具	72.43	46.90	39.01
办公设备及其他	87.46	93.84	74.46
合计	1,127.60	851.33	632.10

报告期内，公司计提折旧金额逐年上升，主要是由于公司业务规模持续扩张，固定资产规模增加导致。

公司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
公司	年限平均法	5-10	5	不适用	3-5

公司与同行业可比公司均采用年限平均法；公司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，公司折旧政策合理，固定资产折旧计提充分。

（三）核查程序及结论

1. 核查程序

我们主要实施了如下核查程序：

（1）了解公司与长期资产采购相关的关键内部控制，评价控制设计的合理性，确定其是否得到执行，并测试相关内部控制的运行有效性；

（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，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），查验固定资产采购的真实性和金额的准确性；

（5）复核计算报告期各期固定资产原值变动与公司产能、经营规模的匹配性，并进行与同行业对比分析；

（6）了解公司固定资产残值率、折旧年限等固定资产折旧计提政策，并与同行业对比分析；测算公司的固定资产折旧金额。

2. 核查结论

经核查，我们认为：

（1）公司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）公司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。

十五、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。(审核问询函问题 19)

(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

公司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。公司产品从原材料采购至销售出库的周期在 30 天左右，公司与供应商的采购付款信用期一般为 60~90 天。在正常情况下，公司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，公司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，因此公司与嘉铭融资租赁(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。”对于是否同意向公司提供应收账款保理融资，嘉铭融资租赁具有决定权。嘉铭融资租赁会对公司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。

公司仅对业成科技应收账款进行保理的原因如下：

1. 公司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公司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. 公司对业成科技的应收账款规模足够大，以其保理融资满足公司需求

业成科技是公司第一大直接客户，公司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. 公司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，乙方为公司

按照合同约定，由公司通知客户(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公司的银行账户。

2. 公司应收账款保理的会计处理、终止及成本

由于公司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》，公司的应收账款不符合终止确认条件，公司继续确认应收账款，并根据原有账龄计提坏账准备，公司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，并将余额归还至公司的银行账户，公司终止确认相关应收账款。

公司与保理业务相关应收账款终止确认情况如下：

项目	2022 年度 (万元)	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公司的应收账款，即第三方回款金额	-	-	5,908.75	10,261.01
因保理融资终止确认的应收账款	-	-		5,902.02
保理融资本金	-	-		5,763.12
保理融资利息	-	-		138.91

2019 年 12 月增资后，公司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)将收取货款的银行账户改为公司自有账户。至此，公司不再存在因应收账款保理形成的第三方回款。

如上表所示，公司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，公司因此承担的费用金额为 138.91 万元，金额较小。

3. 公司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，公司保理相关应收账款的回款能力正常。保理融资期间，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) 核查程序及结论

1. 核查程序

我们主要实施了如下核查程序：

(1) 审阅公司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公司是否存在关联关系，将其与公司关联方名单进行比对；

(3) 对嘉铭融资租赁进行函证，核查保理业务的真实性、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公司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公司及其子公司《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公司客户。

2. 核查结论

经核查，我们认为：

(1) 公司仅对业成科技应收账款进行保理的原因：1) 公司对业成科技的应收账款质量较好，融资方的接受程度高；2) 公司对业成科技的应收账款规模足够大，以其保理融资满足公司需求；

(2) 按照合同约定，由公司通知客户(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公司的银行账户。2019 年度，公司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，公司因保理业务需承担的成本为 138.91 万元；自 2020 年开始，公司未再实施应收账款保理融资。公司回款能力无异常。

3. 回款资金是否来源于公司及其实际控制人、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) 陪同公司实际控制人、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公司及其关联方之间、是否与公司主要客户、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公司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公司供应商和客户清单进行比对,关注是否与公司主要客户、供应商之间存在资金往来;

3) 对嘉铭融资租赁(上海)有限公司进行函证,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公司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,不是来源于公司及其实际控制人、董监高或其他关联方。

十六、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。(审核问询函问题 20)

(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) 公司收购宁波万詮整体业务、人员及资产的背景

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，公司致力于：(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，成为公司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，公司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，公司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，加快了公司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

收购前公司与宁波万途的客户重合度较低，主要有天实企业股份有限公司、瑞仪光电等客户，其销售额占宁波万途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%

公司收购宁波万途整体业务、人员及资产于2020年7月31日完成交割，交割完成后宁波万途已不再经营。

2. 结合宁波万途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) 宁波万途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，宁波万途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

宁波万途业务规模较小，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

宁波万途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、技术等与公司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。

宁波万途及其实际控制人及其穿透后的股东，与公司及其实际控制人、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。因此，公司与宁波万途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

公司聘请北京坤元至诚资产评估有限公司（曾用名：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，公司将收购对价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

公司根据《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。公司采用收益法（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) 2022年12月末收益法下的商誉减值测试过程

2022年12月末公司收益法下的商誉减值测试过程如下：

项目	预测数据(万元)					
	2023年	2024年	2025年	2026年	2027年	永续年
一、营业收入	4,676.53	5,301.57	5,831.72	6,123.30	6,307.01	6,307.01
减：营业成本	3,553.84	3,968.04	4,328.15	4,544.56	4,694.31	4,694.31
税金及附加	25.42	29.13	31.62	25.53	34.54	34.54
销售费用	268.32	292.27	314.00	329.52	342.50	342.50
管理费用	349.25	369.91	389.54	403.56	403.45	403.45
研发费用	224.90	243.42	260.95	275.73	289.63	289.63
财务费用	1.74	1.97	2.17	2.28	2.34	2.34
二、利润总额	253.06	396.83	505.28	542.13	540.22	540.22
加：折旧与摊销	156.83	157.59	156.36	157.88	153.91	169.10

减：资本性支出(维护)	16.05	7.30	39.40	535.78	24.21	221.27
减：营运资金追加	2,018.97	248.24	211.13	115.32	73.35	
三、资产组自由现金流量	-1,625.13	298.88	411.12	48.91	596.58	488.06
四、折现率	15.07%	15.07%	15.07%	15.07%	15.07%	15.07%
折现系数	0.93	0.81	0.70	0.61	0.53	3.53
五、资产组自由现金流量现值	-1,514.95	242.12	289.43	29.92	317.20	1,721.98
六、资产组可回收价值						1,086.00
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					699.76
	商誉账面价值					241.37
	合计					941.13

截至2022年12月31日,收益法下的资产组预计未来现金流量现值为1,086.00万元,包含商誉在内的资产组账面价值为941.13万元,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:

① 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%~17.29%,五年以后至永续期间保持稳定。

② 营业成本预测未来五年各年的增长率在3.30%~19.69%,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。

③ 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2.65%~7.51%。

④ 折现率:

2022年末,公司采用的折现率为15.07%。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 R_e 采用资本资产定价模型 (CAPM) 计算, 公式如下:

$$R_e = R_f + \beta (R_m - R_f) + R_s = R_f + \beta \times ERP + R_s。$$

上述参数取值如下:

缩写	项目	2022年12月31日
Rf	无风险收益率	3.93%
ERP	即市场风险溢价	6.58%
β	Beta 系数	0.7457
R _s	特有风险收益率	3.00%
BTWACC	税前加权资本成本(折现率)	15.07%

(二) 核查程序及结论

1. 核查程序

我们主要实施了如下核查程序:

(1) 审阅宁波六淳、宁波万途及其他相关主体签署的《整体业务收购协议》; 访谈了公司实际控制人唐淑芳、莫舒润, 以及宁波万途实际控制人刘振源, 了解收购宁波万途的交易背景等事项;

(2) 获取宁波万途收购前报告期内的客户清单, 将其与公司报告期内的客户清单进行匹配分析, 检查公司客户与宁波万途收购前客户是否存在重合;

(3) 审阅宁波万途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;

(4) 了解公司商誉的确认过程, 复核计算商誉确认金额, 判断公司商誉确认金额的准确性;

(5) 了解公司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计算的准确性。

2. 核查结论

经核查, 我们认为:

(1) 收购宁波万途前, 公司与宁波万途的客户重合度较低, 主要有天实企业股份有限公司、瑞仪光电等客户, 宁波万途对该等客户的销售额占宁波万途当期营业收入比例较低;

(2) 公司收购宁波万途的交易, 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) 公司已根据《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，报告期内公司的商誉不存在减值情况。

十七、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。(审核问询函问题 21)

(一) 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

公司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 319.69 万元、421.14 万元和 295.87 万元，占非流动资产的比例分别为 5.57%、2.69%和 1.19%，占比较低。具体情况如下：

1. 2022 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	61.95	12.28	14.16	60.07
东莞车间改造费	5年	61.69		17.02	44.68
东莞工厂雨污分流工程	5年	13.98		3.65	10.33
秦皇岛厂房装修费	3年	33.00		19.25	13.75
淮安厂房装修费	3年	56.59		22.71	33.88
昆山厂房装修费	3年	5.88		5.88	
昆山车间改造费	3年	81.93	8.70	49.03	41.61
宁波厂房装修费	5年	13.15	1.73	1.95	12.92
珠海厂房装修费	3年	82.71		31.02	51.69
精密厂房装修费	5年	3.95	5.40	4.12	5.23
用友系统服务费	3年		18.87	0.52	18.34
其他	3年、5年	6.31		2.93	3.38
合 计		421.14	46.97	172.24	295.87

2. 2021 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	13.80	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

3. 2020 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

(二) 核查程序及结论

1. 核查程序

我们主要实施了如下核查程序：

(1) 查阅长期待摊费用明细账，并抽查相关合同、付款单据等原始资料，验证长期待摊费用发生额的真实性；

(2) 了解长期待摊费用的摊销期限和依据，结合同行业长期待摊费用的摊销期限，查验长期待摊费用摊销期限的合理性；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，我们认为：公司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；相关披露信息符合公司实际情况，公司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。

专此说明，请予察核。

天健会计师事务所（特殊普通合伙）



中国注册会计师：

陈应爵



中国注册会计师：

黄娜



二〇二三年四月十三日