

东莞六淳智能科技股份有限公司

广东省东莞市大朗镇富民南路 62 号

关于东莞六淳智能科技股份有限公司 首次公开发行股票并在创业板上市申请文 件的第三轮审核问询函回复

保荐人（主承销商）



成都市高新区天府二街 198 号

深圳证券交易所：

贵所《关于东莞六淳智能科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第三轮审核问询函》（审核函〔2022〕010282号）收悉。东莞六淳智能科技股份有限公司、华西证券股份有限公司、天健会计师事务所（特殊普通合伙）、北京市万商天勤律师事务所已严格按照要求对问询函所涉事项进行了落实，现回复如下，请予审核。

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

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

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

目 录

目 录.....	3
问题一：关于第一大客户富士康.....	4
问题二：关于苹果一级供应商资质.....	13
问题三：关于原材料价格波动.....	24
问题四：关于实际控制人对外投资及兼职.....	41

问题一：关于第一大客户富士康

申请文件及问询回复显示：

（1）富士康系发行人第一大客户，占发行人报告期各期营业收入比例分别为 40.10%、42.26%、35.56%、40.60%。

（2）报告期各期发行人对富士康销售金额分别为 10,403.82 万元、12,538.48 万元、14,354.31 万元和 9,554.30 万元，基本应用于 iPad 系列产品。发行人称与富士康合作未拓展至 iPhone 业务的原因系未成为富士康 A 事业群（负责 iPhone 业务）的合格供应商。

公开信息显示，受新冠疫情影响富士康深圳园区自 3 月 14 日起暂停营运，发行人所在地东莞大朗镇近期亦受疫情影响较为严重。

请发行人：

（1）结合与富士康的合作模式，说明发行人未成为富士康 A 事业群合格供应商的原因，是否有成为其合格供应商计划及是否存在障碍。

（2）说明近期新冠疫情是否对发行人生产经营、客户订单构成重大不利影响。

请保荐人发表明确意见。

回复：

（一）结合与富士康的合作模式，说明发行人未成为富士康 A 事业群合格供应商的原因，是否有成为其合格供应商计划及是否存在障碍。

1. 发行人未成为富士康 A 事业群合格供应商的原因

正如发行人在第二轮问询函回复中所述，富士康旗下企业分为若干个产品事业群（Business Group, BG），并按照产品或产品系列组织其业务活动，不同的产品事业群分别独立运营，一个产品事业群就类似于一家独立的企业，分别拥有各自独立的供应链体系，分别独立发展与供应商的合作关系；因此，发行人在开发客户的过程中，也是分别与富士康旗下不同产品事业群进行接触、发展、合作，并根据各自的经营策略考虑进行双向选择。发行人根据自身在不同

发展阶段的技术主攻方向、人才梯队结构、生产设备安排等情况，首先开发了富士康 B 事业群等主要客户。按照本行业发展的逻辑，富士康 A 事业群也在发行人的目标客户拓展范围之内，但是，在自身产能资源、人力资源、资金等各方面资源有限的情况下，发行人需要在立足于服务好现有客户群的基础上，有策略、有计划地陆续拓展包括富士康 A 事业群在内的其他客户。

事实上，面向富士康旗下不同产品事业群的拓展，就类似面向不同客户的拓展一样，是一个逐步渐进的过程。与发行人类似的电子产品塑料包装行业上市公司王子新材（002735）在招股说明书中就曾披露其从富士康旗下消费电子产品事业群逐步渗透扩展至其它事业群的发展历程：

2001 年，王子新材凭借近距离供货的区位优势经考核成为富士康的合格供应商，期初主要为其消费电子产品事业群等事业群提供 PE 胶袋与缠绕膜产品。随着合作的不断深入，王子新材供应的包材品种和数量也不断增加，并在 2001-2006 年期间逐渐渗透至富士康其它事业群：2003 年左右，响应富士康手机生产中周转托盘的需求，王子新材推出多款塑料托盘制品，以及多功能防静电袋等功能性塑料包装膜产品；2006 年左右，王子新材开始为富士康提供珍珠棉、异型材等缓冲包材，产品线进一步丰富。2007 年，富士康资讯系统整合与服务产品事业群的 AP3 事业处、消费电子产品事业群的 MOEG 事业处搬迁至武汉，王子新材在武汉建设生产基地提供近距离服务....

根据王子新材（002735）的案例可知，在面对富士康旗下不同产品事业群时，上游配套的供应商厂商需要在立足自身主营业务的基础上针对不同事业群的产品需求侧重点，不断丰富、深化自身的产品线，并把握好恰当的合作时机，才能逐步拓展、渗透进入不同的产品事业群。已成为富士康旗下某一个产品事业群的合格供应商，并不意味着必然会成为其他相似、类似产品事业群的合格供应商；任何一家企业开发客户都是持续、渐进的过程，富士康旗下不同产品事业群的拓展也是如此。

2. 发行人关于发展成为富士康 A 事业群的合格供应商的计划以及是否存在障碍

（1）发行人关于发展成为富士康 A 事业群合格供应商的计划

正如发行人在招股说明书所述，随着中美贸易摩擦不断加剧，各种贸易壁垒不断涌现，苹果公司基于保障其供应链安全等因素的考虑，一直致力于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越南、印度等其他国家和地区转移的计划；同时，由于上述国家缺少成熟的消费电子供应链和基础设施，苹果产业链转移主要采取原有供应商到海外建厂的方式，目前富士康等主要 iPhone 系列产品的配套厂商均在越南、印度等国家和地区建设工厂，以适应苹果公司全球供应链布局情况的变化。相应地，作为苹果产业链的重要参与者，发行人也一直在为海外的生产基地布局做前期准备，发行人在新加坡设立的全资子公司就是未来在越南、印度等国家或地区投资建厂的平台。

但是，近年来，由于越南、印度等国家和地区的人力资源、基础设施配套不完善等问题，富士康等在海外的工厂发生了一些订单回流中国境内生产的情况，富士康的 iPhone 配套产业链转移计划存在一定不确定性。未来，随着 iPhone 产业链布局调整更加清晰，发行人将择机推动海外建厂计划，主动做好 iPhone 产业链的配套，争取发展成为富士康 A 事业群的合格供应商。但是，现阶段而言，由于下游产业链转移的不确定性等因素，发行人发展为富士康 A 事业群的计划尚未有明确的时间表。

（2）发行人发展成为富士康 A 事业群合格供应商不存在实质性障碍

在电子产业链中，终端品牌商、制造服务商、组件生产商，为保障上游的功能性器件供应商的供货质量、数量和响应速度，建立了一系列的考核体系和认证制度，对功能性器件供应商的研发能力、生产管理、产品品质、交付能力、综合服务等各方面进行综合评价。总体来看，行业内的合格供应商认证内容、条件等大致类似，虽然富士康旗下不同产品事业群存在各自独立的供应链体系，但是，针对合格供应商的认证也遵循行业基本规律，其认证内容、条件等大同小异。参考发行人在富士康 B 事业群的合格供应商认证以及年度稽核情况，其主要考察内容包括：质量控制体系、文件记录系统、物料管理、设计能力、供应链管理、生产过程管理、识别与可追踪系统、环境保护等方面。

发行人在上述质量控制体系、物料管理、生产过程管理等硬性考核指标方面长期经受了富士康 B 事业群以及其他苹果产业链配套厂商的考察、稽核，已经形成一整套稳定成熟、适应范围较广的运营管理体系，能够满足产业链上不

同下游厂商对供应商的硬性考核指标要求。当然，除了前述硬性考核指标之外，供应商的产能规模、资金实力、团队沟通能力等方面的表现也会是富士康 A 事业群等下游客户择优选择供应商的考虑因素，只是这些因素并没有限定的标准或要求，不会构成供应商认证的实质性障碍。随着发行人的不断成长，其产能规模、资金实力、团队沟通能力等软实力也在不断增强；未来，发行人争取富士康 A 事业群合格供应商资质的基础将会越来越可靠。

（二）说明近期新冠疫情是否对发行人生产经营、客户订单构成重大不利影响。

根据东莞市新型冠状病毒肺炎疫情防控指挥部办公室 2022 年 2 月 25 日发布的《东莞市新型冠状病毒肺炎疫情防控指挥部办公室通告（第 50 号）》，2 月 25 日凌晨，东莞市大朗镇在发热门诊主动就诊人员核酸检测中，发现 1 例新冠肺炎确诊病例，市、镇两级疫情防控指挥部立即启动应急响应，对六淳科技所在地大朗镇全域进行交通管制；因物流的限制因素，对产品发货的时效性产生一定的不利影响。

根据深圳市新型冠状病毒肺炎疫情防控指挥部 2022 年 3 月 13 日晚间发布的《关于做好全市三轮全员核酸检测的通告》，通告要求除保障市民生活和城市基本运行的水、电、燃油、燃气、通讯、环卫、粮油肉菜供应等公共服务类企业与保障香港供应企业之外，所有企业一律居家办公，暂停生产经营活动。上述措施自 3 月 14 日至 20 日期间实行，后续将根据疫情防控形势动态调整。发行人主要客户富士康的深圳各园区（龙华、观澜等）配合当地政府新冠疫情防控工作，即日起暂停营运，实际复工时间待当地政府通知。因此，即日起，发行人面向富士康深圳厂区的销售订单暂停执行。

根据东莞市新型冠状病毒肺炎疫情防控指挥部办公室 2022 年 3 月 15 日发布的《关于进一步做好全市核酸检测工作的通告（第 54 号）》，除保障市民生活和城市基本运行的水、电、燃油、燃气、通讯、环卫、粮油肉菜供应等公共服务类企业与保障香港供应企业之外，发生本土疫情的镇街（园区），所有企业一律停止生产活动；未发生本土疫情的镇街（园区），实行封闭式管理的产业园区，在严格落实各项防疫措施的前提下，维持基本生产。六淳科技所在地大朗镇属于本土疫情的镇街（园区），因此，六淳科技已响应政府防疫政策，根据通

告于 2022 年 3 月 14 日在东莞厂区实施临时停产，全体员工实行居家办公，全力配合政府防疫工作，遏制疫情扩散。根据东莞市新型冠状病毒肺炎疫情防控指挥部办公室 2022 年 3 月 17 日发布的《东莞市新型冠状病毒肺炎疫情防控指挥部办公室通告（第 55 号）》，从 3 月 18 日 6 时起恢复公交、地铁运营，全力保障群众的正常生产生活，落实分区分级分类实施差异化疫情防控措施，“一企一策”“一厂一案”，保障企业必要的生产经营；六淳科技恢复封闭式生产。

根据深圳市新型冠状病毒肺炎疫情防控指挥部 3 月 20 日发布的《深圳市新型冠状病毒肺炎疫情防控指挥部通告（2022）3 号》，全市党政机关、企事业单位、生产经营单位等恢复正常工作秩序和生产经营。发行人面向富士康深圳厂区的销售订单恢复执行。

根据上述情况，概括近期疫情对发行人生产经营的影响如下：

1. 对订单交付的影响

根据前述深圳市的防疫政策要求，2022 年 3 月 14 日-3 月 20 日期间，富士康旗下位于深圳市的工厂临时停产，其主动推迟执行的订单金额约 21.42 万元，该部分订单已按照富士康深圳厂区的要求顺延执行，不涉及发行人加班加点进行补充生产的情况。

根据前述东莞市的防疫政策要求，2022 年 3 月 14 日-3 月 18 日期间，六淳科技停产，除了富士康深圳厂区因自身停产而主动推迟的订单生产安排之外，原定计划交付的其他客户（包括富士康成都厂区）订单规模约 460.16 万元无法执行。经发行人向该部分订单相关主要客户进行确认，其中：宁德时代旗下全资子公司四川时代新能源科技有限公司要求发行人在原定日期基础上顺延执行其订单，订单金额约 66.10 万元，不涉及加班加点进行补充生产的情况；其余客户已将订单已交由其他供应商完成，发行人无法继续执行该部分订单，失去相应的销售收入 394.06 万元，也不涉及加班加点补充生产的情况。

2. 对客户关系的影响

前述订单涉及的主要客户是富士康、鹏鼎控股、台达电、欧菲光、四川时代新能源科技有限公司等。由于前述订单无法交付系防疫管控措施导致，因此，相关订单涉及的客户均表示谅解，不涉及向发行人要求赔付等情况。

3. 对安全库存的影响

新冠疫情持续已有较长时间，发行人在设置安全库存水平时已充分考虑原材料短缺、停产等因素，因此，针对近期的新冠疫情影响发行人没有进一步调整原材料、库存商品的安全库存管理。对发行人生产经营会造成影响的疫情管控措施一般包括暂停物流、暂停生产等，考虑到发行人的产品生产周期较短（发行人产品按批次生产，不同数量会影响整批产品的生产周期，每批次产品的生产周期主要为 2—5 天），该等疫情管控措施下进一步提高存货的安全库存水平没有实际意义，主要原因是：（1）当疫情防控导致物流暂停时，发行人只需充分利用现有安全库存水平下的原材料完成近期（客户通常提前 3 天左右下达正式订单）在手订单即可，因为在物流受阻无法交付订单情况下，继续增加原材料、产成品的安全库存，也无法实现销售、创造经济效益。（2）当疫情防控需要暂停生产时，更高水平的原材料、库存商品的安全库存同样无法实现销售、创造效益，也无法减轻损失，反而增加营运资金的占用。

近期疫情管控期间，发行人未出现原材料短缺等情况，现有的安全库存水平能够满足生产经营需求。

4. 对未来生产安排的影响

前述订单多数已被客户转移给其他供应商，无法继续执行；少部分订单按照客户要求原定日期基础上顺延执行。因此，在未来的生产安排中，发行人没有计划组织补充生产等，不涉及工人加班加点等相关安排。

5. 采取的应对措施

为最大限度降低负面影响、控制风险，发行人已采取以下应对措施：

（1）按照政府疫情防控要求，严格落实疫情防控措施，防范疫情扩散风险；

（2）积极与客户沟通，优化产能安排，努力实现产品的交付；

（3）在严格遵守疫情防控要求的前提下，提前做好复工复产准备工作，争取尽快恢复正常生产经营，减少损失；

（4）加强与政府沟通，继续积极协调物流资源，尽可能减小物流受阻带来

的影响；

(5) 各园区、各子公司进一步做好疫情防控，适度提前储备防疫物资和生产物料。

(三) 业绩情况

1. 2022 年一季度

项目	2022 年 1-3 月/2022 年 3 月 31 日	2021 年 1-3 月/2021 年 3 月 31 日
营业收入 (万元)	14,098.98	10,684.98
毛利额 (万元)	5,366.84	2,888.29
毛利率	38.07%	27.03%
利润总额 (万元)	3,100.96	1,230.95
净利润 (万元)	2,642.44	972.39

注：上表数据未经审计。

2022 年一季度毛利率较高，而 2021 年一季度毛利率相对较低，主要原因：

(1) 子公司昆山六淳前期持续亏损，到 2021 年 8 月才开始盈利，拉低了 2021 年一季度的整体毛利率；(2) 子公司秦皇岛六淳 2020 年底新增一条生产线，2021 年主要开展设计打样活动，量产较少，2021 年一季度处于亏损状态，到 2021 年下半年才逐步实现盈利，也导致 2021 年一季度的整体毛利率偏低；

(3) 到 2022 年一季度，发行人在 2021 年进行打样的新产品开始逐步放量，新产品毛利率相对较高，提高了 2022 年一季度的整体毛利率。

2. 2022 年上半年预计

根据发行人目前收到的客户需求预测，并结合对历史毛利率水平等参数的估计，预计 2022 年上半年的业绩情况如下：

项目	2022 年 1-6 月/2022 年 6 月 30 日	2021 年 1-6 月/2021 年 6 月 30 日
营业收入 (万元)	24,000—32,000	23,534.57
毛利额 (万元)	8,000—12,000	7,502.59
毛利率	33%—37%	31.88%
利润总额 (万元)	5,000—7,500	3,853.41
净利润 (万元)	4,500—6,500	3,151.31

注：2022年上半年的数值区间仅为初步预计；2021年上半年数据已经审计。

（四）核查意见

1. 核查程序

保荐人主要实施了以下核查程序：

（1）审阅富士康的年度报告等公开信息，了解其组织架构、运营模式等背景信息；审阅其他上市公司关于其开拓富士康旗下不同产品事业群的历程的信息披露。

（2）访谈发行人管理层，了解发行人成为富士康 A 事业群合格供应商的原因，以及对发展成为富士康 A 事业群合格供应商的计划。

（3）公开检索关于中美贸易摩擦背景下苹果产业链转移相关的信息，了解富士康关于其 iPhone 产业链配套的布局情况。

（4）审阅发行人通过富士康 B 事业群以及其他苹果产业链配套厂商合格供应商认证以及年度稽核的资料，了解其对合格供应商考察的内容、条件等，作为对比发行人未来发展成为富士康 A 事业群合格供应商的参照。

（5）审阅东莞市、深圳市等地关于近期新冠疫情防控的政策公告，查阅关于发行人主要客户因疫情暂停生产的新闻、公告等。

（6）访谈发行人管理层，了解近期新冠疫情对发行人生产经营的影响。

（7）查阅发行人与主要客户之间关于近期疫情影响下订单交付安排的沟通记录，并据此估算发行人受影响的订单金额。

（8）针对发行人停产期间受影响订单相关主要客户进行邮件函询，了解其对该等订单的后续执行方案，是否涉及要求发行人赔付等。

2. 核查结论

经核查，保荐人认为：

（1）发行人未成为富士康 A 事业群合格供应商的原因：富士康旗下不同产品事业群各自独立运营，一个产品事业群就是一家独立的客户；发行人在开发客户的过程中，也是分别与富士康旗下不同产品事业群进行接触、发展、合作，并根据各自的经营策略考虑进行双向选择；发行人根据自身在不同发展阶

段的技术主攻方向、人才梯队结构、生产设备安排等情况，首先开发了富士康 B 事业群等主要客户。按照本行业发展的逻辑，富士康 A 事业群也在发行人的目标客户拓展范围之内，但是，在自身产能资源、人力资源、资金等各方面资源有限的情况下，发行人需要在立足于服务好现有客户群的基础上，有策略、有计划地陆续拓展包括富士康 A 事业群在内的其他客户。

(2) 富士康 A 事业群是发行人致力于开发的目标客户之一，发行人也为此做了一定的前期准备；但是，考虑到富士康 A 事业群正在进行海外的产业链转移布局，且由于新冠疫情影响等原因，其产业链转移尚存在不确定性，发行人针对富士康 A 事业群的开发计划尚未形成明确的时间表。

(3) 总体来看，行业内的合格供应商认证内容、条件等大致类似，虽然富士康旗下不同产品事业群存在各自独立的供应链体系，但是，针对合格供应商的认证也遵循行业基本规律，其认证内容、条件等大同小异。参考发行人在富士康 B 事业群的合格供应商认证以及年度稽核情况，发行人在质量控制体系、物料管理、生产过程管理等硬性考核指标方面长期经受了富士康 B 事业群以及其他苹果产业链配套厂商的考察、稽核，已经形成一整套稳定成熟、适应范围较广的运营管理体系，能够满足产业链上不同下游厂商对供应商的硬性考核指标要求，不存在争取富士康 A 事业群合格供应商认证的实质性障碍。

(4) 近期新冠疫情对发行人生产经营、客户订单存在一定不利影响，但是尚未构成重大不利影响。

问题二：关于苹果一级供应商资质

申请文件及问询回复显示：

(1) 苹果在进行新品开发时主要邀请其一级供应商参与，未来项目量产后也将由参与开发的一级供应商成为该项目主要供应商。发行人主要竞争对手领益智造、安洁科技、恒铭达、博硕科技均已取得苹果一级供应商资质。

(2) 发行人目前为苹果二级供应商。发行人认为，取得苹果的一级供应商资质不存在实质障碍，但需在审慎考虑市场竞争状况、运营资金要求、人才储备等因素的基础上考虑是否取得一级供应商资质。

请发行人结合目前市场竞争状况、运营资金要求、人才储备情况等事项，进一步分析说明一、二级供应商对产品销售、毛利率等方面存在的差异，取得苹果一级供应商资质是否存在实质性障碍，对发行人成长性是否存在不利影响。

请保荐人发表明确意见。

回复：

(一) 目前市场竞争状况、运营资金要求、人才储备情况等事项

正如发行人在第二轮问询函回复中所述，苹果公司在进行新品开发时，如果需要同步配套开发新品的个别功能性器件，苹果公司会邀请由其直接认证的合格供应商参与；能够参与苹果公司的新品开发项目，则未来该等项目量产后，参与开发的功能性器件厂商将成为该项目的主要供应商。但是，苹果公司在新品开发时需要同步细化到考虑功能性器件设计的情况不多，更常见的情况是：开发配套功能性器件的任务由整机制造服务商、组件生产商完成的。因此，功能性器件厂商一般是参与整机制造服务商、组件生产商的新品开发设计；也就是说，即使取得了苹果公司直接认证的合格供应商资质（包括同行业的领益智造、安洁科技、恒铭达等）也很少直接参与苹果公司主持的新品开发项目。

除新品开发之外，苹果产业链上的功能性器件存量市场目前市场竞争状况、运营资金要求、人才储备情况等事项如下：

1. 市场竞争状况

苹果产业链上的功能性器件市场可以细分为关键功能性器件市场和基础性器件市场。

目前，关键功能性器件国内市场的主要参与者包括领益智造、安洁科技、恒铭达、捷邦科技、博硕科技等。其中：领益智造、安洁科技等既是全行业的龙头企业，也是关键功能性器件细分市场的强有力竞争者，其在该细分市场经营时间长，经营规模大，资金实力雄厚，占有的市场份额较高；而恒铭达主要优势在于外盒保护膜类产品，博硕科技则属于新进入者，尚未形成规模。关键功能性器件市场参与者相对较少，头部集中特征明显，市场竞争格局相对稳定，总体的毛利率水平相对较高；更重要的是，关键功能性器件的种类一般较少，同时，单一规格型号的需求量又较大，因此，功能性器件行业“非标准、多品种、多批次、小批量”特点导致难以提高规模效应的弊端可以得到很大程度的改善，这也是同行业争取进入关键功能性器件细分市场的主要目的之一。

基础性器件国内市场的主要参与者则既包括领益智造、安洁科技、恒铭达、捷邦科技、博硕科技等取得苹果公司直接认证合格供应商资质的功能性器件厂商（即所谓一级供应商），也包括六淳科技、鸿富瀚、苏州久泰精密技术股份有限公司、深圳市东旭达五金塑胶制品有限公司等未取得苹果公司直接认证合格供应商资质的功能性器件厂商（即所谓二级供应商）。相对关键功能性器件市场而言，基础性器件市场规模更大，但是，由于参与者较多，市场竞争更加激烈，总体的毛利率水平相对较低；市场参与者需要凭借各自的竞争优势才能在特定的区域市场或者特定的工艺技术领域等方面获得超越市场平均水平的毛利率，而且这些特定的竞争优势需要与时俱进才能维持相应的竞争地位。

2. 营运资金要求

关键功能性器件种类少、单一规格型号产品需求量大，有利于功能性器件厂商提升规模效应，提高特定产品的毛利率；但是，苹果公司指定采购的关键功能性器件往往由于其对终端品质影响较大，会被苹果公司提出更高的生产要求，包括冗余的产能储备、更高的原材料备货水平、更多的人力资源储备等。

这些更高的生产要求会带来更多的营运资金需求。以恒铭达为例，其在招股说明书中曾披露：自 2015 年 3 季度开始，恒铭达与苹果公司设计研发团队就产品设计架构、材料选型进行了多次模拟方案探讨、产品迭代设计、样品试制、生产测试，并不断根据苹果公司的意见进行针对性设计、修改和完善。经过长期的沟通探讨，恒名单最终通过了苹果公司复杂的产品开发流程，2016 年 3 月开始成为苹果手机外盒保护膜新型产品的指定供应商。因此，恒铭达 2016 年的主要产品新增了一类：“外盒保护膜”；恒铭达的“外盒保护膜”2016 年、2017 年销售收入分别为 9,375.11 万元和 14,309.30 万元；按照恒铭达相应年度的整体营运资本周转率测算，仅一个“外盒保护膜”产品，恒铭达 2016 年和 2017 年就分别需要营运资金 3,114.65 万元和 5,962.21 万元。以发行人报告期内一款销售规模较大的苹果产业链功能性器件产品（产品编号：02-CDX-A-10103）为例，该款产品 2021 年销售收入 1,874.11 万元，按照发行人 2021 年度整体的营运资本周转率 1.87 次测算，该款产品需要营运资金 1,002.55 万元。与恒铭达相比，发行人经营苹果产业链基础功能性器件所需的营运资金规模要小很多。

虽然某一款或几款关键功能性器件的毛利率可能更高，但是，如果功能性器件厂商的整体运营能力没有提升，或者不能适应同时运营关键功能性器件和基础功能性器件，不能很好地驾驭因为苹果公司更高生产要求带来的资金运用、产能调配等资源协同问题，反而可能拖累功能性器件厂商的整体盈利能力。

3. 人才储备情况

进入关键功能性器件细分市场，意味着需要与苹果公司进行更密切、直接的联系、沟通，及时、主动获取苹果公司的服务需求，更加全面、深入地贴近终端品牌商。为此，功能性器件厂商需要储备相应的人才，尤其是具备全球化沟通能力的人才，甚至设置专门的机构从事相关工作，也会因此而产生相应的成本费用，投入产出效益需要恰当权衡。比如，该细分市场现有的主要参与者领益智造、安洁科技、捷邦科技等基本都在美国设立了相应机构专门开展客户关系维护、技术支持等工作。

公司名称	在美国设立的机构	在美国设立相关机构的目的是
------	----------	---------------

领益智造	全资子公司 TRIUMPH LEAD GROUP USA,INC	为了满足自身业务的拓展需求，在美国设立全资子公司，拟利用其进行海外的业务拓展及客户关系维护工作
安洁科技	全资子公司 ANJIE USA INC	更好地配套现有客户提供更好的技术支持及服务，树立、提升公司的国际化形象，增强公司国际综合竞争能力，为公司未来在海外市场提供更多的信息及服务
捷邦科技	全资子公司 J.POND CORP.	从事欧美市场的开拓及客户服务

从领益智造、安洁科技、捷邦科技等的业务发展情况来看，其在国际化人才队伍建设方面的投入取得了合理回报，相关的人力资源投入与其在关键功能性器件细分市场的地位是匹配的；市场上的其他主要功能性器件厂商目前仍然以开展国内客户服务为主，尚未涉及成规模、成体系的国际化人才储备，也未因此设置专门的机构等，这也是不同市场的参与者根据各自的实际业务需求做出的合理安排，符合各自的发展节奏，适应各自的发展阶段。

（二）功能性器件行业内一、二级供货资质在产品销售、毛利率等方面存在的差异。

基于前述情况，将苹果产业链上的功能性器件企业按照是否取得苹果公司直接认证的合格供应商资质来分别比较其在产品销售、毛利率方面的差异如下：

1. 产品销售方面的差异

供应商类别	产品类别	产品举例	是否为苹果公司指定采购
取得苹果公司直接认证的合格供应商资质的功能性器件企业（即所谓一级供应商）	关键功能性器件	整机装配环节使用的功能性器件；芯片升级所需的导热系数更高的散热件；电池容量增大所需配套绝缘性能更高的绝缘片等。	是
	基础功能性器件	FPC 配套的功能性器件、触控模组配套的功能性器件、非重要升级电池配套的绝缘片、非重要升级芯片配套的散热片等。	否
未取得苹果公司直接认证的合格供应商资质的功能性器件企业（即所谓二级供应	基础功能性器件	FPC 配套的功能性器件、触控模组配套的功能性器件、非重要升级电池配套的绝缘	否

商)		片、非重要升级芯片配套的散热片等。	
----	--	-------------------	--

苹果产业链上的功能性器件企业，按照其是否取得苹果公司直接认证的合格供应商资质划分为所谓一级供应商、二级供应商，二者在产品销售方面的差异则体现为：由于其取得了苹果公司直接认证的合格供应商资质，一级供应商既可以销售涉及苹果公司指定采购的关键功能性器件，又可以销售不涉及苹果公司指定采购的基础功能性器件；而二级供应商由于未取得苹果公司直接认证的合格供应商资质，只销售不涉及苹果公司指定采购的基础功能性器件。

剔除苹果公司指定采购这一限定因素后，关键功能性器件与基础功能性器件在工艺、质量、性能等方面没有本质区别。在不考虑成本、效率、良率、稳定性等因素的情况下，针对同一款功能性器件产品，无论是否取得苹果公司直接认证的合格供应商资质，行业内的主要企业基本都可以生产出来。

2. 毛利率方面的差异

(1) 理论与实践的差异

理论上，某款功能性器件之所以被苹果公司认定为关键功能性器件，是因为该款功能性器件的终端品质风险较大，需要功能性器件厂商投入更多的人力资源、采用更高规格的原材料、实施更加精细的管理等，苹果公司也可能接受更高的采购价格；因此，基于被苹果公司指定采购的地位，关键功能性器件往往被认为具有一定的价格优势甚至溢价空间，从而具有获取相对基础功能性器件更高水平毛利率的可能性。但是，在实际执行过程中能否获取更高水平毛利率，还要取决于具体企业的实际运营能力，包括管理的精细程度、产品良率的控制、人力成本差异、原材料采购成本以及存货管理水平等。

(2) 具体产品与同一类别产品的毛利率差异

从公开信息检索情况来看，同行业在审企业捷邦科技在其《关于捷邦精密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第二轮审核问询函的回复》中披露其与同行业鸿富瀚的产品应用于平板电脑、电脑领域毛利率差异情况如下：

公司名称	应用领域	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
------	------	-----------	--------	--------	--------

鸿富瀚	平板电脑	未披露	42.64%	41.02%	36.80%
	电脑类	未披露	38.77%	39.29%	37.64%
捷邦科技	平板电脑	20.80%	24.51%	30.13%	36.16%
	笔记本电脑	37.61%	32.35%	30.77%	37.49%

根据捷邦科技的对比，鸿富瀚不存在由终端品牌商直接指定客户向其采购功能性器件产品的情形，而是由组件生产商、制造服务商客户自主采购；而捷邦科技应用于苹果终端产品的精密功能件主要由苹果指定其制造服务商或组件生产商向捷邦科技采购，相关销售价格由捷邦科技与苹果公司协商确定；也就是说，捷邦科技是苹果公司直接认证的合格供应商，是拥有一级供货资质的功能性器件厂商；鸿富瀚是二级供货资质的功能性器件厂商，**根据公开信息披露，其平板电脑的终端应用品牌为苹果和微软**。然而，上述产品毛利率对比情况表明，拥有一级供货资质功能性器件厂商的产品毛利率并不必然高于二级供货资质的功能性器件厂商；2018年，鸿富瀚与捷邦科技的平板电脑应用类、电脑应用类产品毛利率都基本相当，但是，2019年、2020年鸿富瀚这两类产品毛利率反而明显高于捷邦科技。

拥有一级供货资质可以获得苹果公司指定采购的订单，这种订单不仅具有一定的价格优势，而且由于关键功能性器件一般种类少、同款需求量大，持续稳定生产的容易形成规模效应；因此，在被指定采购的这一款产品上，容易获得相对非指定采购的其他类似产品更高的毛利率。但是，某一大类别（例如智能手机应用类、平板电脑应用类等）功能性器件产品的毛利率高低及其变化趋势往往受该类别下众多具体规格型号产品结构变化的影响，因为同一类别下不同规格型号的功能性器件产品毛利率有高有低，结构变化影响很大；因为某一大类别产品往往还受到本类别条目下多种规格型号结构变化的影响，尤其是对功能性器件行业而言，主要的功能性器件厂商每年生产的产品规格型号都成千上万，划分为若干类别（包括智能手机类、平板电脑类等）时，每一类别条目下的具体规格型号产品仍然众多，产品结构影响很大。拥有苹果公司直接认证合格供应商资质的功能性器件厂商并非只做涉及苹果公司指定采购的关键功能性器件；无论是领益智造、安洁科技，还是捷邦科技等，由于苹果公司指定采购的关键功能性器件本身就不多，这些企业的产品结构中也只有一部分是关键功能性器件。按照某一大类别（比如按照终端应用场景分类为智能手机类、平板电脑类等）来划分产品、比较同一大类产品的整体毛利率时，相关类别下的

产品既包括关键功能性器件，也包括基础功能性器件，一般很难区分相关毛利率差异是因为一、二级供货资质差异导致，还是产品结构变化的影响。

综上所述，拥有苹果公司直接认证的合格供应商资质，能够获得苹果公司指定采购的关键功能性器件订单，该等订单一般具有价格优势、规模效应等，理论上，其毛利率应该高于类似规格但是并非苹果公司指定采购的基础功能性器件；但是，受具体企业的运营能力差异、具体的产品结构变化等多种因素影响，其实际毛利率可能呈现不同的情况。

（三）取得苹果一级供应商资质是否存在实质性障碍，对发行人成长性是否存在不利影响。

1. 是否存在实质性障碍

结合前述的市场竞争状况、营运资金要求、人才储备情况等事项来看，发行人取得苹果公司直接认证合格供应商资质是否存在实质性障碍分析如下：

（1）市场竞争状况

发行人在第二轮问询函回复中曾论述，“关键功能性器件细分市场目前主要是领益智造、安洁科技等少数行业龙头企业在进行竞争，这些头部企业经营积累深厚，市场竞争难度较高，且整个细分市场已经形成了相对均衡态势；一旦新的竞争者加入，势必打破原有的竞争格局，加剧竞争状况，压低经营利润空间”。但是，进入关键功能性器件细分市场仍然具有加强与苹果公司联系、提高市场声誉等方面的好处，而且目前的细分市场格局并非一成不变，尤其是在终端电子产品快速迭代背景下，苹果产业链的新产品、新材料、新技术的不断应用，总会创造一些新加入该细分市场的恰当机会，例如，前述恒铭达发展成为苹果公司指定供应商的情况就是很好的范例，发行人需要在考虑时机、成本等多方面因素后进行理性抉择。

与领益智造、安洁科技等关键功能性器件细分市场的核心参与者相比，发行人存在一定差距；但是，与该细分市场的其他参与者相比，发行人的竞争实力是比较接近或者基本相当的，具备跨越该细分市场门槛的基础；结合目前该细分市场参与者仍然较少情况来看，发行人取得苹果公司直接认证合格供应商资质、进入该细分市场仍然是具有正面、积极的意义，目前的竞争状况不会构

成实质性障碍。

(2) 营运资金储备

就营运资金需求而言，参考恒铭达当年开发一个苹果新品所需营运资金标准（约 5,000 万元），以发行人截至报告期末持有的货币资金余额 **18,518.15 万元**来看，在不考虑其他因素的前提下，可以支持发行人开发 3 个左右的苹果新品，满足发行人取得苹果公司直接认证合格供应商资质的需求。但是，考虑到上述货币资金余额只是截至报告期末的时点数，且发行人持有的货币资金多数已有明确用途（包括建设本次发行募投项目等），发行人实际上可用于支持开发苹果新品的资金是不充沛的；因此，发行人需要通过本次发行募集资金满足更多的建设资金需求、营运资金需求等，才能支持更长远的发展目标。营运资金储备是发行人争取苹果公司直接认证合格供应商资质的障碍因素。

(3) 人才储备

除领益智造、安洁科技、捷邦科技等之外，行业内其他主要的功能性器件厂商一般没有成规模、成体系地储备国际化人才，发行人也是如此。从长远目标来看，进入苹果产业链关键功能性器件细分市场最终需要一支国际化人才队伍，才能很好支持全面贴近服务苹果公司的目的，为自身赢得更多、更好的商业机会。因此，从国际化人才储备角度来看，发行人与领益智造、安洁科技等行业龙头企业还有一定的差距；但是，参考关键功能性器件细分市场其他参与者的情况来看，在刚刚进入该细分市场阶段，或者在与苹果公司密切沟通需求尚不迫切的情况下，缺乏国际化人才储备对取得苹果公司直接认证的合格供应商资质并不构成实质性障碍。

综上所述，除资金需求之外，就市场竞争状况、人才储备等方面而言，发行人取得苹果公司直接认证的合格供应商资质不存在实质性障碍。

2. 对成长性是否存在不利影响

就苹果产业链相关功能性器件市场而言，基础功能性器件市场属于主体部分，而关键功能性器件市场属于非主体部分，这既是产业链分工的意义所在，也是苹果公司提高供应链管理效率的必然要求。如果终端电子产品不涉及重大的技术变革，苹果公司通常更倾向于由整机制造服务商、组件生产商自主采

购；即使涉及重大技术迭代升级，相关新技术的应用成熟度也是不断提高的，最初被指定采购的关键功能性器件的终端品质风险将逐步可控，苹果公司会适时调整其供应链的管控策略，从而强化竞争、降低成本；此时，前代的关键功能性器件会逐步演变成为基础功能性器件，不再需要苹果公司指定采购，而改由整机制造服务商、组件生产商自主采购。此外，随着终端电子产品的市场竞争压力不断加强，苹果公司给予整机制造服务商、组件生产商的自主空间会越来越大，从而促进供应链的整体成本下降。基于市场竞争、自主选择产生的采购结果往往具有更高的效率，也减轻了苹果公司直接介入的压力，节省了苹果公司对供应链管理的资源投入。因此，发行人目前所立足的苹果产业链基础功能性器件市场不仅是苹果产业链上功能性器件的主体市场，而且具有不断扩张的趋势，具备广阔的发展空间；从发行人以及其他主要立足苹果产业链基础功能性器件市场的企业过往业绩增长记录来看，这一点也得到了充分印证。

除苹果产业链之外，发行人的未来成长还有其他重要支撑。报告期内非苹果品牌应用类产品销售收入占比分别为 28.70%、23.41%、**23.65%**。2020 年发行人对苹果产业链的依赖度下降，2021 年受华为事件影响，非苹果品牌应用类产品销售收入占比有所回升；但是，未来，随着中美贸易摩擦的发展，国产品牌的终端电子产品将会加速成长，发行人有望开发新的业绩增长点。

除了传统消费电子的应用之外，发行人还致力于发展其他产品应用领域，包括汽车电子、工业电子等。目前，汽车电子领域的应用已经初见成效，报告期内销售收入占比分别为 0.45%、0.98%、**2.30%**；发行人已成为新能源科技有限公司（Amperex Technology Limited, ATL）、宁德时代、景旺电子、欣旺达等新能源汽车产业代表性企业的合格供应商，为发行人的客户群体多元化奠定了良好基础，也为发行人的业务增长点创造了新的空间。

更重要的是，目前发行人取得苹果公司直接认证合格供应商资质的实质性障碍因素在于资金储备方面，而该障碍因素是暂时的，可以通过本次发行募集资金得到快速解决，或者自己内生性发展逐步积累而得到解决；因此，从发行人未来成长性角度而言，并不构成不利因素。

综上所述，由于资金等因素导致发行人取得苹果公司直接认证合格供应商资质的暂时性障碍，不会对发行人的未来成长性构成不利因素。

（三）核查意见

1. 核查程序

保荐人主要实施了以下核查程序：

（1）访谈发行人管理层，了解目前市场竞争状况、运营资金要求、人才储备情况等事项对于苹果产业链上关键功能性器件、基础功能性器件两个细分市场的影响和表现，了解立足两个不同细分市场的主要功能性器件厂商在产品销售、毛利率等方面存在的差异情况。

（2）审阅同行业公开信息披露文件，了解立足苹果产业链上关键功能性器件、基础功能性器件两个不同细分市场的同行业企业在产品销售、毛利率等方面存在的差异情况。

（3）查阅发行人的销售明细表等资料，了解发行人经营苹果产业链基础功能性器件的销售规模，并测算其所需的营运资金需求；了解发行人在苹果产业链之外的业务开拓情况。

2. 核查结论

经核查，保荐人认为：

（1）苹果产业链上的功能性器件企业，按照其是否取得苹果公司直接认证的合格供应商资质划分为所谓一级供应商、二级供应商，二者在产品销售方面的差异则体现为：由于其取得了苹果公司直接认证的合格供应商资质，一级供应商既可以销售涉及苹果公司指定采购的关键功能性器件，又可以销售不涉及苹果公司指定采购的基础功能性器件；而二级供应商由于未取得苹果公司直接认证的合格供应商资质，只销售不涉及苹果公司指定采购的基础功能性器件。二者在毛利率方面的差异则体现为：关键功能性器件一般具有价格优势、规模效应等，理论上，其毛利率应该高于类似规格但是并非苹果公司指定采购的基础功能性器件；但是，受具体企业的运营能力差异、具体的产品结构变化等多种因素影响，其实际毛利率可能呈现不同的情况。

（2）除资金需求之外，就市场竞争状况、人才储备等方面而言，发行人取得苹果公司直接认证的合格供应商资质不存在实质性障碍；考虑到苹果产业链

基础功能性器件市场具有广阔的市场空间、发行人拥有除苹果产业链之外其他业务增长点以及资金储备的障碍因素具有暂时性，因此，发行人取得苹果公司直接认证合格供应商资质的资金储备障碍，不会对发行人的未来成长性构成不利因素。

问题三：关于原材料价格波动

申请文件及问询回复显示，发行人主要原材料包括胶带、保护膜、导电材料、金属材料、离型材料等。2021 年上半年，发行人胶带、导电胶等原材料平均采购单价均已出现明显上涨。

公开信息显示，2020 年以来石油、铜等大宗商品出现大幅波动，对发行人胶带、保护膜、金属材料等原材料价格产生较大影响。

请发行人结合主要原材料价格变动情况，进一步量化分析说明原材料价格大幅波动对发行人毛利率及经营业绩的影响，原材料价格与下游产品价格是否具备传导机制，招股说明书有关原材料价格波动的风险提示是否充分。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

（一）结合主要原材料价格变动情况，进一步量化分析说明原材料价格大幅波动对发行人毛利率及经营业绩的影响。

1. 报告期内主要原材料价格变动情况

（1）按照“大类”划分，各主要类别原材料的采购均价变动情况

按照“大类”划分，报告期内，各主要类别原材料的采购均价变动情况如下：

序号	大类	单位	平均价格		
			2020 年度	2021 年度	2022 年度
1	胶带类	元/平方米	25.71	32.02	35.89
2	导电类	元/平方米	201.24	219.55	221.37
3	保护膜	元/平方米	10.25	8.16	7.33
4	金属类	元/pcs	0.15	0.03	0.05
		元/kg	-	103.73	117.37
5	离型材料	元/平方米	3.58	3.15	3.31

如上表所示，胶带类原材料采购均价在 2021 年增长较快，增长幅度达到 24.54%，**2022 年涨幅也达到 12.09%**；导电类原材料采购均价报告期内**主要呈上升趋势**，波动幅度分别为 9.10%和 **0.83%**，波动幅度相对温和；保护膜类原材

料采购均价报告期内呈现**持续**下降趋势，波动幅度分别为-20.39%和-10.17%，波动幅度较大；金属类原材料（**计量单位为元/pcs 的部分**）采购均价报告期内呈现**先下降再上升**趋势，波动幅度分别为-80.00%和 66.67%；离型材料的采购均价报告期内相对稳定。

报告期各期，发行人采购的原材料具体规格型号分别达到 3,000 多款、5,000 多款和 **4,000 多款**，不同规格型号的原材料价格差异较大；按“大类”统计的各主要类别原材料采购均价会因为该类别下不同规格型号原材料采购结构变化而波动，并不能直接反映具体规格型号的原材料价格变化。

随着终端电子产品的品质要求越来越高，性能强、价格高的原材料需求量也不断提升，相应规格型号的原材料采购规模扩大，导致最常用的原材料类别——胶带类和导电类原材料的整体采购均价呈上升趋势；例如，由于新款 iPad Pro 于 2021 年 4 月 21 日发布，发行人为该机型配套的功能性器件所需使用的 01-EEKBL1-011 与 01-EEKBL1-013 胶带类原材料价格较高（单价分别为约 300 元/平方米、约 260 元/平方米），其占胶带类原材料采购总额的比例，从 2020 年的 0.41%提升为 2021 年的 7.55%，提升了胶带类原材料的整体采购均价，**2022 年，为当年度发布的新机型 iPhone14 配套的功能性器件所需使用的 1M-E-B-N-C-000001 与 1M-E-B-N-C-000003 胶带类原材料价格极高（单价分别为约 4,500 元/平方米、4,300 元/平方米），其占胶带类原材料采购总额的比例从 2021 年的 0.00%提升为 2022 年的 5.02%，提升了胶带类原材料的整体采购均价；又比如，2021 年，价格更高、品质更好的 3M3304BC-S 型号的导电类原材料采购金额和占比较 2020 年提升较大。**

保护膜类原材料由于客户订单涉及的产品规格型号变化较大，报告期内发行人所需采购的原材料规格型号变化也较大，整体采购均价波动缺乏明显规律；其中，2020 年发行人子公司昆山六淳向终端品牌商夏普指定的供应商楷威电子股份有限公司采购的棱镜片系专门定制的原材料，采购价格较高；而且当年发行人采取了较为谨慎的备货策略，针对该款定制原材料的备货水平较高，拉高了当年保护膜类原材料的整体采购均价；2021 年，发行人经营前述产品的经验更丰富后，及时调整备货策略，针对该款定制原材料的备货水平有所下降，因此，2021 年保护膜类原材料的整体采购均价有所下降；**2022 年，该类保**

护膜整体采购金额和占比继续下降，保护膜类原材料整体采购单价进一步降低。

金属类原材料在报告期内的主要计量单位是元/pcs，即按照每片金属计价，但是，不同规格型号的金属类原材料每一片的尺寸大小是不同的，其价格与尺寸大小密切相关。金属类原材料整体均价呈现先下降后上升的趋势，主要与各期采购的金属类原材料的尺寸相关，2020年，发行人采购的部分金属类原材料的尺寸较大（例如，01-ZAXDXX-005、01-ZAEDXX-022等型号），其采购均价较高，且采购金额占比从2019年的1.43%提升到2020年的31.99%，从而拉高了2020年金属类原材料的整体采购均价。2021年，从整体的采购结构来看，2021年度，采购价格低于0.03元/pcs的小尺寸金属类原材料的采购数量、采购数量占比等均相对2020年度大幅提升，拉低了当年“金属类原材料”的整体采购均价。2022年，由于下游需求变化及发行人经营策略的调整，金属类原材料采购金额迅速扩大，采购结构变化，尺寸更大，均价更高的金属类原材料增加，导致金属类原材料整体采购均价提升。

离型材料在发行人产品所需原材料中处于相对次要地位，报告期内采购的离型材料具体规格型号的变化相对较小，因此，整体采购均价相对稳定；其中，2021年采购均价下降略多，主要是因为：发行人向客户指定供应商采购的一款规格型号为01-BFARD5-003的防静电离型膜材料价格较高，但是，该款原材料所生产的产品订单2021年大幅减少，相应地，该款原材料的采购金额从2020年的113.39万元下降到2021年的55.31万元，导致离型材料类别的整体采购均价有所下降。2022年，离型材料整体采购均价较2021年变化不大。

(2) 按照规格型号区分，各主要类别下具体原材料采购均价变动情况

下面选取各主要类别在2019年-2022年的前五大且在2019年-2022年采购总额超过100万元的具体规格型号原材料，分析其报告期内的采购均价变动情况如下：

①胶带类原材料

物料代码	2019年		2020年		2021年		2022年		2020年较2019年价格变动	2021年较2020年价格变动	2022年较2021年价格变动	2019-2022年采购总额(万元)
	均价(元/平方米)	金额(万元)	均价(元/平方米)	金额(万元)	均价(元/平方米)	金额(万元)	均价(元/平方米)	金额(万元)				
01-EDNAQ2-002	310.02	271.99	302.43	359.01	300.89	177.99	299.61	94.68	-2.45%	-0.51%	-0.42%	903.68
01-EBMAD4-001	72.79	227.82	71.72	23.45	70.80	0.71	74.80	3.19	-1.47%	-1.28%	5.64%	255.16
01-EDNAQ2-001	411.82	217.39	411.17	55.29	409.28	40.76	405.28	42.80	-0.16%	-0.46%	-0.98%	356.24
01-EAAIK1-002	629.87	204.71	528.48	206.11	502.77	170.85	506.78	162.17	-16.10%	-4.86%	0.80%	743.84
01-EBAAD3-002	119.97	175.36	116.74	19.20	116.74	0.55	123.00	1.70	-2.69%	0.00%	5.36%	196.81
01-DEKBF2-001	171.98	94.79	172.99	868.96	165.25	744.16	163.00	681.48	0.59%	-4.47%	-1.36%	2,389.39
01.EEGBB1.003	306.37	78.57	301.94	177.95	300.88	361.57	299.31	387.51	-1.45%	-0.35%	-0.52%	1,005.60
01-DBGG2-001	114.51	107.18	114.52	155.07	114.52	100.04	124.45	70.32	0.01%	0.00%	8.67%	432.61
01-EEKBL1-011	-	-	300.22	13.52	296.38	361.22	298.49	79.87	-	-1.28%	0.71%	454.62
01-EEKBL1-013	-	-	284.36	12.15	259.06	312.99	260.71	76.58	-	-8.90%	0.64%	401.71
01-EEMBK1-001	320.26	27.77	314.61	14.16	318.81	228.09	317.80	105.87	-1.76%	1.33%	-0.32%	375.89
01-EBIG3-001	-	-	139.83	82.29	137.54	203.54	119.92	315.71	-	-1.64%	-12.81%	601.53
1M-Z-D-N-U-000008	-	-	-	-	282.97	135.07	280.07	269.76	-	-	-1.02%	404.83
01-EBAAD4-018	-	-	68.68	1.63	65.20	93.07	65.00	248.37	-	-5.07%	-0.31%	343.07
1M-E-B-N-C-000001	-	-	-	-	-	-	4,571.90	296.99	-	-	-	296.99

②导电类原材料

物料代码	2019年		2020年		2021年		2022年		2020年较2019年价格变动	2021年较2020年价格变动	2022年较2021年价格变动	2019-2022年采购总额(万元)
	均价(元/平方米)	金额(万元)	均价(元/平方米)	金额(万元)	均价(元/平方米)	金额(万元)	均价(元/平方米)	金额(万元)				
01-EEGBL1-001	178.12	1,910.43	183.77	1,144.90	184.42	497.94	186.97	173.88	3.17%	0.35%	1.38%	3,727.15
01-EEGBL1-002	228.07	589.14	236.56	1,060.48	233.57	2,397.59	235.62	838.82	3.72%	-1.26%	0.88%	4,886.02
01-EEKBL1-003	187.79	165.22	182.84	338.75	182.60	312.02	193.31	170.89	-2.64%	-0.13%	5.87%	986.88
01-DBAAF2-020	-	-	278.77	2.53	279.02	85.10	282.96	28.30	-	0.09%	1.41%	115.93
1M-J-F-Y-R-000001	-	-	-	-	551.00	0.74	499.21	124.13	-	-	-9.40%	124.87

③保护膜类原材料

物料代码	2019年		2020年		2021年		2022年		2020年较2019年价格变动	2021年较2020年价格变动	2022年较2021年价格变动	2019-2022年采购总额(万元)
	均价(元/平方米)	金额(万元)	均价(元/平方米)	金额(万元)	均价(元/平方米)	金额(万元)	均价(元/平方米)	金额(万元)				
01-ABARD2-002	20.97	92.49	20.88	168.48	20.87	91.97	19.34	55.43	-0.43%	-0.05%	-7.33%	408.38
01-ABARA2-001	22.32	91.08	22.27	168.77	22.25	88.75	20.83	51.84	-0.22%	-0.09%	-6.38%	400.44
01-AAARA2-001	7.34	38.05	7.08	43.86	6.70	60.14	6.70	24.50	-3.54%	-5.37%	0.00%	166.55
01-AAAAD2-010	6.69	37.61	6.45	38.56	6.21	30.66	6.12	9.89	-3.59%	-3.72%	-1.45%	116.72
01-YZAE4-002	-	-	131.66	205.25	-	-	-	-	-	-	0.00%	205.25
01-YZAE4-009	-	-	142.53	309.71	128.90	676.10	129.73	279.00	-	-9.56%	0.64%	1,264.80
01-YZAE4-004	-	-	117.06	161.25	105.38	164.68	-	-	-	-9.98%	-	325.94
01-YZAE4-005	-	-	147.49	203.58	134.74	156.87	136.93	202.61	-	-8.64%	1.63%	563.07
01-YZAE4-014	-	-	148.86	23.08	138.57	143.61	132.76	189.37	-	-6.91%	-4.19%	356.06
01-AZAA2-003	-	-	-	-	15.18	139.83	15.15	124.03	-	-	-0.20%	263.86

01-YZAE4-013	-	-	119.58	16.40	101.19	121.79	110.48	179.43		-15.38%	9.18%	317.62
--------------	---	---	--------	-------	--------	--------	--------	--------	--	---------	-------	--------

④金属类原材料

物料代码	2019年		2020年		2021年		2022年		2020年较2019年价格变动	2021年较2020年价格变动	2022年较2021年价格变动	2019-2022年采购总额(万元)
	均价(元/pcs)	金额(万元)	均价(元/pcs)	金额(万元)	均价(元/pcs)	金额(万元)	均价(元/pcs、元/kg)	金额(万元)				
01-ZAXCXX-008	0.0386	119.32	0.0376	105.05	0.0338	7.09	0.0357	6.97	-2.59%	-10.11%	5.62%	238.43
01-ZFGBDX-021	0.1112	117.22	-	-	-	-	-	-	-	-	-	117.22
01-ZXXIXX-003	0.0398	104.95	0.0400	23.21	0.0381	4.14	0.0382	1.22	0.50%	-4.75%	0.26%	133.51
01-ZAXDXX-005	1.0483	82.87	0.9884	224.17	-	-	-	-	-5.71%	-	-	307.04
01-ZAEDXX-022	0.3412	43.09	0.3023	210.31	-	-	-	-	-11.40%	-	-	253.39
01-ZABEXX-003	0.3400	0.73	0.2553	176.06	0.2300	2.27	-	-	-24.91%	-9.91%	-	179.07
01-ZAXCXX-012		-	0.0442	71.85	0.0384	112.64	0.0372	72.46	-	-13.12%	-3.13%	256.95
1C-F-A-Z-B-002518	-	-	-	-	-	-	79.6714	506.78	-	-	-	506.78
01-ZAGEC-004	-	-	-	-	0.0095	71.92	0.0079	85.37	-	-	-16.84%	157.29
3~H~C~043~000027	-	-	-	-			1.2684	190.59			-	190.59
1C-B-E-Z-D-002081	-	-	-	-			26,082.3006	128.69			-	128.69

⑤离型材料类原材料

物料代码	2019年		2020年		2021年		2022年		2020年较2019年价格变动	2021年较2020年价格变动	2022年较2021年价格变动	2019-2022年采购总额(万元)
	均价(元/平方米)	金额(万元)	均价(元/平方米)	金额(万元)	均价(元/平方米)	金额(万元)	均价(元/平方米)	金额(万元)				

01-BFALH5-001	1.86	80.51	1.83	93.52	1.82	27.18	-	-	-1.61%	-0.55%	-	201.21
01-BFAAD5-043	5.30	21.84	5.30	53.23	5.30	65.56	5.07	35.48	0.00%	0.00%	-4.41%	176.11
01-BFARE5-001	4.36	12.54	4.43	47.17	4.43	42.84	3.80	16.63	1.61%	0.00%	-14.22%	119.18
01. BXBAG5. 001	3.85	39.61	3.70	51.74	3.63	68.34	3.58	47.45	-3.90%	-1.89%	-1.42%	207.14
01-BFARD5-003	13.22	60.93	13.19	113.39	13.19	55.31	10.71	38.37	-0.23%	0.00%	-18.84%	268.00

具体到不同规格型号的原材料来看，报告期内，各主要类别下的主要原材料采购均价基本都呈下降趋势。基于“大类”划分的相关类别原材料采购均价上升等现象，主要是该类别条目下具体规格型号的原材料采购结构变化导致。事实上，同一规格型号原材料的采购均价持续下降是符合行业特点的。由于终端电子产品更新迭代速度较快，随着其上市后生命周期的演进，市场竞争的加剧，终端价格是呈不断下降趋势的；相应地，为了强化市场竞争力，终端品牌商一般会定期要求其供应商根据工艺优化、规模效应提升等因素重新报价，降低终端品牌商的采购成本，产业链上的各级厂商也因此定期要求各自的上游供应商重新报价，降低各自的采购成本；作为产业链的成员之一，发行人的产品销售价格会有不同程度的下降。为此，发行人通过与供应商积极协商，通过要求供应商进行定期降价的策略来满足客户的降价目标并保证自身利润空间，同一规格型号主要原材料采购均价多数会呈下降趋势。自 2020 年以来，大宗商品价格上涨的背景下，发行人也一直与主要供应商保持良好沟通，基本维持了主要原材料价格不变或者降低。

同行业公开信息基本能够印证上述情况：根据博硕科技的招股说明书，2018 年至 2020 年 1-6 月期间，其典型规格型号的胶类原材料、泡棉类原材料、传导材料、光学膜等采购价格呈下降趋势，其他典型规格型号的原材料价格也基本保持稳定；根据鸿富瀚的保荐工作报告，其 2018 年至 2020 年 1-6 月期间的主要胶粘类材料的采购单价呈下降趋势；根据主要经营光学胶膜的在审企业太仓展新胶粘材料股份有限公司的招股说明书，其销售的同种类 OCA 光学胶膜的单价在 2018 年至 2021 年 1-6 月呈下降趋势，如客户对相关产品降价，其也会要求供应商相应降低原材料的价格。

上述情况在产业链上游供应商的公开信息中亦能得到体现。主要经营导电胶带及导电泡棉的在审企业隆扬电子（昆山）股份有限公司（以下简称隆扬电子）在其招股说明书中披露：“一般情况下，由于消费类电子产品更新换代周期相对较短，新产品上市初期一般定价较高，在上市一定期间后逐步下降，由此会导致公司在内的各级供应商的产品售价也会在该产品的生命周期内呈现出逐步下降的趋势。故公司同一料号的产品在报告期内整体呈下降趋势”。

（3）大宗商品市场波动对原材料价格的影响

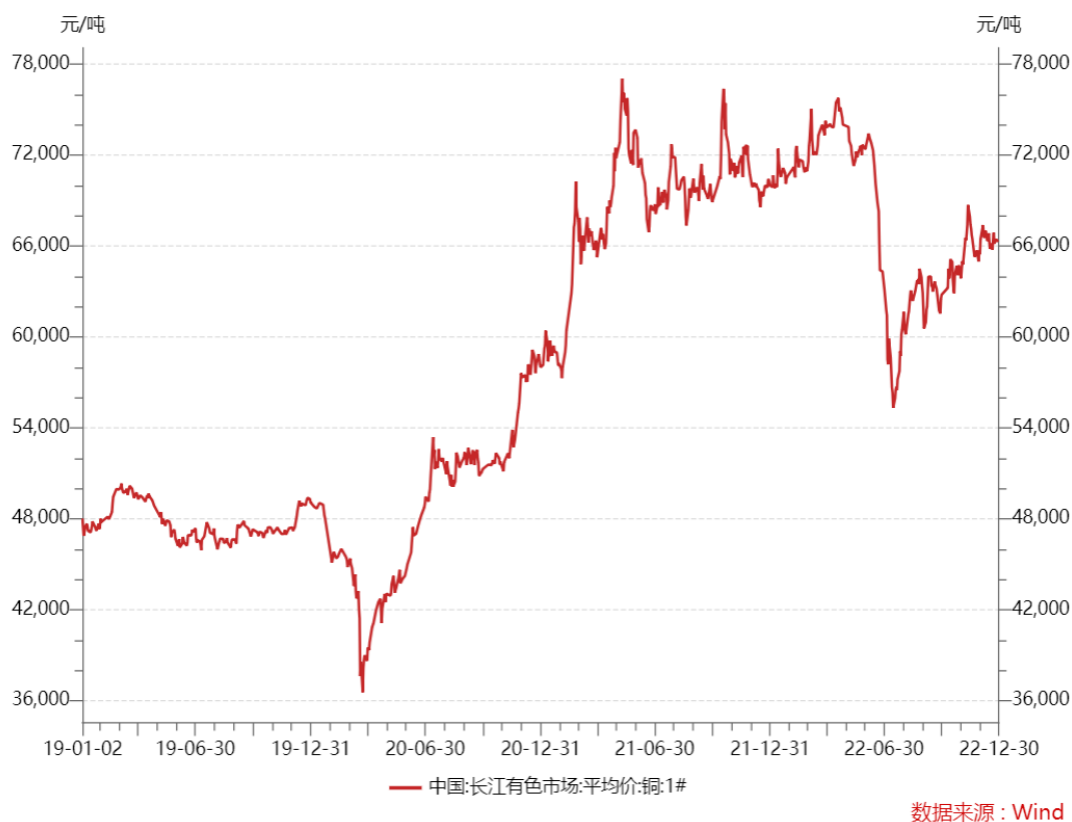
发行人采购的胶带类、保护膜类、离型材料主要是高分子化学品和精细化工产品相关材料，主要受石油等大宗商品影响；金属类原材料主要是钢材、铜、铝等，受钢材、铜、铝等大宗商品的影响；导电类原材料的影响因素则包括石油、有色金属等大宗商品。

2019-2022 年，国际原油价格呈现先下降后上升的整体趋势。2019 年一季度稳步上升，后面三个季度总体下降；2020 年一季度国际原油价格大幅下降，然后触底反弹，后面三个季度总体上涨趋势。2021 年基本维持持续上涨趋势。



数据来源：Wind

2019-2022 年，铜的价格呈现先下降后上升的整体趋势。2019 年总体呈下降趋势，四季度有所回升；2020 年一季度总体下降，后面三个季度持续上涨；2021 年一季度继续上涨，二季度冲高后回落，三、四季度总体平稳，维持高位运行；2022 年一、二季度持续上涨，三、四季度开始回落。



2019–2022 年，铝的价格呈现先下降后上升的整体趋势。2019 年总体保持平稳，四季度开始下降；2020 年一季度持续大幅下降，2020 年 3 月底触底后反弹，三、四季度持续上涨；2021 年前三个季度总体呈上涨趋势，四季度总体大幅回调，12 月又有所回升；**2022 年上半年大幅回落**，下半年有所反弹回升。



以热轧薄板钢为例，**2019–2022 年**，其价格呈现先下降后上升的整体趋势。2019 年一、二季度上涨，三季度冲高后回落总体呈下降趋势，四季度有所回升；2020 年一、二季度价格总体下降，三、四季度持续上涨；2021 年前三个季度总体呈上涨趋势，四季度有所回落；**2022 年上半年持续走低，下半年企稳后略有回升。**



从报告期内各主要类别下主要规格型号的原材料采购均价变化情况来看，发行人采购的原材料价格变化趋势与相关的大宗商品市场价格走势并不完全同步，主要原因包括：①从大宗商品到发行人所采购的各类原材料需要经过多个产业链环节，价格传导链条较长，产业链上各相关厂商会逐级消化大宗商品涨价带来的成本压力。事实上，功能性器件企业的上游原材料供应商的毛利率一般都较高，对大宗商品价格上涨的承受能力较强。以国内相关功能性材料代表性企业世华科技、隆扬电子为例，其毛利率一般都在 60%左右。②面对大宗商品价格的上涨，上游的功能性材料厂商会采取各种降本提效等措施将相关影响降低，以尽可能维持其对主要客户供货价格的稳定，巩固自身的市场地位。例如，A 股上市公司斯迪克的主要产品功能性薄膜材料及电子级胶粘材料 2019 年度、2020 年度的销售单价分别为 4.91 元/平方米、3.97 元/平方米。A 股上市公司中石科技主要产品为导热材料、EMI 屏蔽材料等，其 2019 年度、2020 年度的销售单价分别为 126.52 元/平方米、119.50 元/平方米。一般情况下，大宗商品价格上涨对发行人采购的主要原材料价格影响有限。

2020 年以来，石油、有色金属等大宗商品价格的大幅波动对上游的功能性

材料价格产生了较大影响，但是，基于上述原因，报告期内发行人主要原材料价格仍然保持了稳中有降的趋势。随着大宗商品价格的长期、持续上涨，上游的功能性材料涨价压力也在不断加大，2021 年三季度开始，部分供应商无法持续消化大宗商品涨价带来的成本压力，已明确向发行人发出了涨价通知；因此，发行人所采购的主要原材料价格上涨趋势从 2021 年三四季度才开始逐步显现，导致相关原材料 2021 年度的采购均价没有体现为上涨趋势。

同行业在审企业捷邦科技在《关于捷邦精密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第二轮审核问询函的回复》中披露了类似的情况：

“2021 年初以来，有色金属、基础化工价格整体有所上升，从第二三季度开始，逐渐向下游传导，消费电子产业链的部分上游原材料如胶粘类、金属件等价格有所上升。2021 年 1-9 月，发行人加强与供应商的谈判力度，原材料整体价格保持平稳，未对公司经营业绩和盈利能力构成重大不利影响。自 2021 年三季度开始，发行人采购的 3M 品牌等原材料价格整体略有上涨，目前对发行人影响较小”。

2. 原材料价格大幅波动对发行人毛利率及经营业绩影响的量化分析

报告期内，发行人直接材料成本占营业成本的比例约为 70%，原材料采购价格的波动对主营业务毛利率的影响较大。同时发行人产品定价采用成本加成原则，能够一定程度转移和消化原材料价格波动带来的风险。

假设其他因素不变，且原材料采购价格变动时发行人能够同步调整产品销售价格，则原材料采购价格变动对发行人毛利率变动的影响测算如下：

项目	产品毛利率变动幅度			
	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年
原材料采购价格上升 1%	-0.45%	-0.45%	-0.41%	-0.47%
原材料采购价格上升 5%	-2.24%	-2.29%	-2.07%	-2.16%
原材料采购价格上升 10%	-4.40%	-4.49%	-4.06%	-4.18%
原材料采购价格下跌 1%	0.45%	0.45%	0.41%	0.47%
原材料采购价格下跌 5%	2.24%	2.29%	2.07%	2.16%
原材料采购价格下跌 10%	4.40%	4.49%	4.06%	4.18%

但是，实践中，产品销售价格的调整与原材料价格变动并非完全同步，二者价格变动幅度也往往不一致。

假设原材料采购价格波动而产品销售价格未调整，则原材料采购价格变动对发行人毛利率变动的的影响测算如下：

项目	产品毛利率变动幅度			
	2019年	2020年	2021年	2022年
原材料采购价格上升 1%	-1.36%	-1.36%	-1.14%	-1.38%
原材料采购价格上升 5%	-6.86%	-6.89%	-5.72%	-6.71%
原材料采购价格上升 10%	-13.72%	-13.80%	-11.44%	-13.39%
原材料采购价格下跌 1%	1.36%	1.36%	1.14%	1.38%
原材料采购价格下跌 5%	6.86%	6.89%	5.72%	6.71%
原材料采购价格下跌 10%	13.72%	13.80%	11.44%	13.39%

（二）原材料价格与下游产品价格是否具备传导机制，招股说明书有关原材料价格波动的风险提示是否充分。

1. 原材料价格与下游产品价格之间的传导机制

发行人的上游原材料价格与发行人下游的产品价格之间存在双向传导机制。

一方面，下游的终端电子产品降价会逐级向发行人以及发行人上游的功能性材料行业传导。终端电子产品更新迭代速度较快，新产品上市后，上一代产品并不会立即退出市场，而是降价继续销售；因此，每一代终端电子产品都存在一个降价销售的周期。针对进入降价销售周期的上一代终端电子产品，整个供应链都需要消化其降价，产业链上的各级厂商通常会定期或不定期与各自的上游供应商协商降价，以维持各自在产业链上的竞争地位。在整个电子产业链中，终端品牌商相对强势，包括发行人在内的上游供应商都致力于不断挖潜增效，降低生产成本，提升产品良率，力争能够持续满足终端产品的降价需求。

另一方面，上游的功能性材料是发行人产品成本的重要组成部分，其价格波动能有效传导到下游产品。报告期内，发行人采用“以销定产、以产定购”的经营模式：①面向客户销售新产品时，客户一般会选择多家合格供应商进行询价，而发行人则根据客户提供的产品图纸确认材料和工艺，结合耗用材料、

人工及制造费用等生产成本，综合考虑工艺难度、市场需求情况及合理利润等因素进行报价，经过比价、议价并考察供应商试制样本后，客户最终选定入围供应商以及确定最终交易价格；新料号产品定价已经考虑了原材料价格上涨因素，规避了原材料价格上涨对产品毛利的影响。②面向客户持续销售存量老产品时，原材料价格短期内波动或波动比例较小，销售价格一般不做调整；如果主要原材料发生行业性、普遍性的持续上涨，增长趋势短期内不会改变且涨幅较大时，发行人也可以结合原材料上涨幅度及产品毛利情况主动与客户协商确定产品价格调整幅度，产品价格调整时间一般滞后于原材料上涨时间。

报告期内，主营业务成本中直接材料占比约 70%，因此，上游原材料的价格变动会影响生产成本中直接材料的金额和比重，进而影响单位成本，最终传导至产品销售单价，二者之间存在一定的联动性；但是，二者之间并非简单、直接的线性关系，主要原因包括：

(1) 由于终端电子产品始终存在降价销售周期，下游客户在与发行人商业谈判过程中也会达成周期性降价安排；综合考虑市场竞争状况后，在可接受的毛利率水平区间范围内，发行人会下调产品价格提升产品性价比、市场竞争力。此外，发行人还会通过持续优化生产管理、改进工艺技术、提升产品良率等各种措施，降低生产成本，应对下游客户的降价要求。在这种情况下，上游原材料价格与产品销售价格不存在联动关系。

(2) 发行人的产品定价除受到生产成本影响外，还受到较多其他因素影响。发行人产品的规格型号较多，不同产品的功能性、复合层数、工艺、尺寸、形状等有所不同，会影响到相应产品的定价；与客户合作历史长短会导致定价不同、客户的议价能力高低也会影响产品的定价等。

综上所述，发行人的原材料采购价格与产品销售价格存在一定的相互传导作用，但是，由于产品定价还需要考虑产品类别、配置要求、市场竞争、客户合作历史等多个因素，并由发行人与客户双方协商确定，原材料采购价格与产品销售价格并非直接的线性关系。如果上游原材料发生行业性、普遍性持续上涨，且上涨趋势短期内不会改变，发行人会启动产品销售价格调整机制，将原材料上涨的风险向客户进行传导。

2. 对原材料价格上涨的补充风险提示

发行人已在招股说明书“第三节 风险因素”之“一、与发行人相关的风险”之“（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：

报告期发行人的产品成本主要是由材料成本和人工成本组成，其中，材料成本占生产成本的比例 70%左右。原材料价格波动会对发行人经营成本产生一定的影响，在其他因素不变的情况下，直接材料价格每上涨 1%，报告期各期主营业务毛利率将分别减少 0.45 个百分点、0.41 个百分点、0.47 个百分点。

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

（三）核查意见

1. 核查程序

保荐人、申报会计师主要实施了以下核查程序：

（1）审阅发行人报告期内的采购明细表，了解报告期内主要原材料的采购价格变化情况；审阅同行业以及上游产业相关企业的公开信息披露文件，结合其主要原材料或主要产品的价格变动趋势验证发行人的主要原材料价格变动趋势。

（2）访谈发行人管理层，了解报告期内主要原材料价格变化，以及原材料价格与产品销售价格之间的传导机制。

（3）查阅主要品牌原材料厂商向发行人发出的原材料涨价通知。

（4）基于条件假设测算，对原材料价格大幅波动对发行人毛利率及经营业绩影响进行敏感性分析。

2. 核查结论

经核查，保荐人、申报会计师认为：

（1）结合发行人主要原材料价格变动情况来看，原材料价格大幅波动对发行人毛利率及经营业绩的影响主要表现为：在大宗商品价格持续大幅上升的情况下，发行人可能存在销售价格涨幅小于原材料价格涨幅情形；如果发行人主要原材料市场价格出现较大幅度波动，虽然发行人采用成本加成定价原则适时适度提高产品定价，但大宗商品价格发生剧烈变化将会降低发行人的毛利率水平，如果发行人相关产品价格未能随大宗商品原材料同步上涨，存在原材料价格大幅波动给生产经营带来不利影响的风险。

（2）发行人的原材料采购价格与产品销售价格存在一定的相互传导作用，但并非简单、直接的线性关系；如果上游原材料发生行业性、普遍性持续上涨，且上涨趋势短期内不会改变，发行人会启动产品销售价格调整机制，将原材料上涨压力向下游市场传导。

（3）发行人已在招股说明书对有关原材料价格波动的风险进行了进一步的充分提示。

问题四：关于实际控制人对外投资及兼职

申请文件及问询回复显示，发行人实际控制人之一的莫舒润报告期内在广州技达渊电子科技、深圳市领一通信技术、东莞市启汇新材料科技、昆山科丽盈塑胶、昆山盛祥泰电子绝缘材料、东莞路湖信息咨询等多家公司担任董事及高级管理人员。

请发行人说明报告期内发行人实际控制人在外兼职、投资具体情况，相关单位与发行人是否经营同类业务，与发行人供应商、客户是否重叠和资金往来。

请保荐人、发行人律师、申报会计师发表明确意见。

回复：

（一）报告期内发行人实际控制人在外兼职、投资具体情况，相关单位与发行人是否经营同类业务。

报告期内发行人实际控制人在外兼职（在发行人控股子公司兼职除外）、投资具体情况如下：

1. 实际控制人在发行人参股公司兼职

序号	主体名称	兼职、投资关系	报告期内 是否与发行人经营同类业务	报告期内与 发行人供应 商、客户是 否重叠或资 金往来	是否取得报 告期银行流 水
1	睿淳智能	发行人持股 49% 的参股公司，唐淑芳担任监事。	是。 为了开拓石墨烯材料的复合加工业务，发行人 2021 年 11 月 10 日参股设立了睿淳智能。	否	是
2	六淳能源	发行人持股 20% 的参股公司，唐淑芳担任总经理。（2023 年 2 月 13 日，通过购买六淳能源其他股东的股权，发行人持有六淳能源 70% 股权。）	是。 为了开拓新能源汽车相关的精密功能性器件业务，发行人 2020 年 1 月 9 日参股设立了六淳能源。	是	是

2. 截至本回复出具日，发行人实际控制人兼职、投资的其他单位

序号	主体名称	兼职、投资关系	报告期内是否与发行人经营同类业务	报告期内与发行人供应商、客户是否重叠或资金往来	是否取得报告期银行流水
1	昆山科丽盈塑胶有限公司	唐淑芳、莫舒润合计持股 100%，莫舒润担任执行董事、总经理，唐淑芳担任监事	否。 报告期内，未从事生产、经营活动，目前已无实际生产办公地。	否	是
2	深圳六淳	唐淑芳、莫舒润通过昆山科丽盈塑胶有限公司合计间接持股 100%，唐淑芳担任执行董事	否。 报告期内，发行人因生产经营需要向该深圳六淳租赁其保有的深圳牌照的车辆；深圳六淳目前已无实际生产办公地。	是	是
3	东莞市新德胜精密科技有限公司	唐淑芳持股 40%，为第二大股东	否。 2020 年 8 月 13 日设立，从事 CNC 车床（数控车床）小件的钻铣精加工。	否	是
4	广东伟斯盾智能装备有限公司	莫舒润持股 40%，为第二大股东	否。 2020 年 3 月 25 日设立，生产数控丝印机器。	否	是
5	东莞路湖信息咨询有限公司	莫舒润持股 90%，并担任执行董事、总经理	否。 作为广东伟斯盾智能装备有限公司的员工股权激励平台东莞瀚银股权投资合伙企业（有限合伙）的普通合伙人	否	尚未开立银行账户
6	东莞瀚银股权投资合伙企业（有限合伙）	东莞路湖信息咨询有限公司担任执行事务合伙人，莫舒润持有 79% 的合伙份额	否。 作为广东伟斯盾智能装备有限公司的员工股权激励平台	否	尚未开立银行账户
7	东莞泰富	莫舒润持有 310.2 万元合伙份额	否。 发行人持股平台之一	否	是
8	东莞泰弘	莫舒润持有 305.1 万元合伙份额	否。 发行人持股平台之一	否	是
9	昆山盛祥泰电子绝缘材料有限公司	唐淑芳、莫舒润担任董事	否。 报告期未从事生产、经营活动，已无实际生产办公地点。	否	否 (不具有控制权，所以无法取得，主要通过供应商/客户访谈、函证方式核查)

3. 报告期已转让股权或注销的单位

序号	主体名称	兼职、投资关系	报告期内是否与发行人经营同类业务	注销前或实际控制人持股期间，与发行人供应商、客户是否重叠或资金往来	是否取得报告期银行流水
1	深圳市华盟通信股份有限公司	唐淑芳曾持有该公司10万股，持股比例为0.7547%。2020年1月8日，唐淑芳转让全部股权，退出该公司。	否。 唐淑芳持股期间，从事手机等电子产品及配件的销售。 实际控制人持股比例低于1%，且于2020年1月8日已转让股权。	否	否（不具有控制权，所以无法取得，主要通过供应商/客户访谈、函证方式核查）

（二）与发行人供应商、客户是否重叠和资金往来。

如上所述，报告期与发行人供应商、客户存在重叠或资金往来的公司为六淳能源、深圳六淳。

1. 六淳能源

报告期，发行人与参股公司六淳能源存在供应商重叠：

重叠供应商 (单位：万元)	六淳能源采购				发行人采购			
	采购商品	2020年	2021年	2022年	采购商品	2020年	2021年	2022年
深圳科俊电子材料有限公司	泡棉类	-	0.15	-	泡棉类	14.59	8.84	34.86
深圳市森薄材料科技有限公司	罗杰斯硅胶	-	3.04	41.47	罗杰斯硅胶	7.11	-	-
东莞市俊慧塑胶有限公司	尼龙真空袋	-	-	0.58	包材及OPP胶带	70.09	76.65	55.91
东莞市胜昊新材料科技有限公司	胶带类	-	-	0.09	胶带类	-	0.06	1.82
昆山晶华兴业电子材料有限公司东莞分公司	胶带类	-	-	1.56	胶带类	5.64	9.21	0.14
深圳市联金邦科技有限公司	胶带类	-	-	2.07	三层聚酯板	8.26	0.98	3.19
东莞市金丰包装材料有限公司	胶带类	-	-	1.14	胶带类、保护膜	1.68	1.85	0.70
苏州品奥电子材料有限公司	离型材料	-	-	1.05	离型材料	9.41	135.19	120.71
东莞明讯薄膜材料科技有限公司	保护膜	-	-	0.09	保护膜、离型材料等	-	18.42	59.30
东莞市乔伟电子材料有限公司	离型材料	-	-	1.22	PET	1.41	2.83	1.62
东莞市德永塑胶制品有限公司	胶管芯	-	-	0.04	PE胶管	13.74	0.17	11.86

六淳能源、发行人向重叠供应商采购的产品均基于各自生产经营所需，交易具有真实性。

2. 深圳六淳

(1) 报告期前深圳六淳与客户的交易在报告内收回货款，导致发行人与深圳六淳存在客户重叠

重叠客户 (单位: 万元)	深圳六淳销售				发行人销售			
	销售商品	2020年	2021年	2022年	销售商品	2020年	2021年	2022年
达瑞电子	原材料	10.24	-	-	原材料	2.88	4.50	4.93

深圳六淳 2016 年和 2017 年有几笔向达瑞电子销售原材料的货款合计 10.24 万元，于 2020 年才全部收回。

(2) 报告期，因付款错误，导致发行人与深圳六淳存在同一单位资金往来

发行人向深圳市金博恩科技有限公司销售原材料，该公司将 2019 年的 1 笔 0.24 万元货款错误支付至深圳六淳账户。2021 年 4 月深圳六淳退款后，深圳市金博恩科技有限公司已经于 2021 年 5 月将该笔货款支付给发行人。

(三) 核查意见

1. 核查程序

保荐人、发行人律师、申报会计师主要实施了以下核查程序：

(1) 取得了发行人实际控制人填写的股东调查表、查询网络公开信息、工商登记资料等，确认实际控制人在外兼职、投资企业的具体情况。

(2) 取得了发行人实际控制人控制的其他企业及部分可施加重大影响的企业（昆山科丽盈塑胶有限公司、深圳六淳、东莞市新德胜精密科技有限公司、广东伟斯盾智能装备有限公司、东莞泰富、东莞泰弘、睿淳智能、六淳能源）的银行账户开立清单及报告期内银行流水、财务报表。通过银行流水情况，比对与发行人供应商、客户是否重叠或资金往来。

(3) 东莞路湖信息咨询有限公司、东莞瀚银股权投资合伙企业（有限合伙）尚未开展实际经营，出具了无开立银行账户的说明。

(4) 针对发行人报告期的前十大客户和供应商，首次申报或历次更新财务数据时，已实施访谈，访谈内容包含“与发行人实际控制人控制的其他企业”之间是否存在业务往来。

(5) 将 2019 年-2021 年发行人前十大供应商和前五大客户（属于同一控制下的供应商、客户，其交易额都是合并披露）中的法人主体，按照三年累计交易额排序，选取前十的客户、供应商实施函证，请其确认与前述实际控制人投资/兼职的公司之间报告期是否存在业务或资金往来。

(6) 持股比例低于 1%且已转让股权的深圳市华盟通信股份有限公司，无法取得银行流水或纳税报表，通过前述第（4）和（5）程序核查。对于已无实际经营且无法有效控制的公司（昆山盛祥泰电子绝缘材料有限公司），就无法取得银行流水，除通过前述第（4）和（5）程序核查，还实施了下述替代性核查程序：首次申报前，已取得昆山盛祥泰电子绝缘材料有限公司 2018 年-2020 年的纳税申报表，确认该公司未生产经营；实地走访昆山盛祥泰电子绝缘材料有限公司注册信息登记地址，未发现与昆山盛祥泰电子绝缘材料有限公司有关的生产经营迹象；

(7) 对于报告期存在供应商、客户重叠或资金往来的，实施如下补充核查：

①取得被核查兼职/投资单位对应的交易订单、收发货凭证、发票，核实资金往来具有交易的真实性；

②取得相关公司的确认函，确认发生交易或资金往来的真实性、不存在替发行人代垫成本费用情形。

2. 核查结论

经核查，保荐人、发行人律师、申报会计师认为：

(1) 报告期，发行人实际控制人对外兼职、投资的单位中，发行人的参股公司睿淳智能、六淳能源与发行人经营同类业务，其他单位报告期内或实际控制人持股期间从事的业务与发行人不同；

(2) 报告期，与发行人供应商、客户存在重叠或资金往来的公司为六淳能

源、深圳六淳，重叠或往来具有合理原因。

（本页无正文，为东莞六淳智能科技股份有限公司《关于东莞六淳智能科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第三轮审核问询函回复》之签章页）

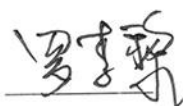
法定代表人： 唐淑芳

唐淑芳



（本页无正文，为华西证券股份有限公司《关于东莞六淳智能科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第三轮审核问询函回复》之签章页）

保荐代表人：



罗李黎



厉琪

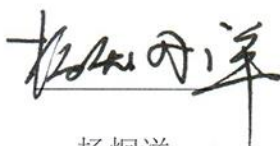


保荐机构总经理声明

本人作为东莞六淳智能科技股份有限公司保荐机构华西证券股份有限公司的总经理，现就本次审核问询函回复郑重声明如下：

“本人已认真阅读东莞六淳智能科技股份有限公司本次审核问询函回复的全部内容，了解报告涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，本次审核问询函回复不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。”

保荐机构总经理：



杨炯洋

