

苏州鼎佳精密科技股份有限公司

江苏省苏州市昆山市张浦镇源进路68号



关于苏州鼎佳精密科技股份有限公司
公开发行股票并在北交所上市申请文件
的第二轮审核问询函的回复

保荐机构（主承销商）



深圳市福田区福田街道益田路5023号平安金融中心B座第22-25层

二〇二五年三月

北京证券交易所:

贵所于 2025 年 2 月 17 日出具的《关于苏州鼎佳精密科技股份有限公司公开发行股票并在北交所上市申请文件的第二轮审核问询函》(以下简称“《问询函》”)已收悉,苏州鼎佳精密科技股份有限公司(以下简称“发行人”、“鼎佳精密”、“公司”、“本公司”)、平安证券股份有限公司(以下简称“保荐机构”或“平安证券”)、容诚会计师事务所(特殊普通合伙)(以下简称“申报会计师”)、广东信达律师事务所(以下简称“发行人律师”)等相关方对《问询函》所列问题逐项进行了落实,现对《问询函》重点问题沟通如下。

除另有说明外,本重点问题沟通材料所用简称或名词的释义与《苏州鼎佳精密科技股份有限公司招股说明书(申报稿)》中的含义相同。

本问询函回复中的字体代表以下含义:

问询函所列问题	黑体(加粗)
对问询函所列问题的回复	宋体
对招股说明书的修改或补充披露	楷体(加粗)
对招股说明书的引用	宋体(不加粗)

特别说明:本重点问题沟通材料中若合计数与各分项数值相加之和或相乘在尾数上存在差异,均为四舍五入所致。

目 录

目 录	3
问题 1. 与主要客户合作稳定性	4
问题 2. 关于 2024 年上半年业绩增长的真实合理性	40
问题 3. 募投项目的产能消化风险	51
问题 4. 其他问题	76

问题 1. 与主要客户合作稳定性

根据申请文件及问询回复：（1）报告期内，发行人向巨腾国际、神基股份、康舒科技等客户销售收入持续下降，2023 年较 2021 年下降 38.19%；向仁宝电脑销售金额先降后升，2023 年销售大幅增加主要系获取了仁宝电脑的新機種订单，发行人产品迭代周期为 1-2 年。（2）除上述仁宝电脑及其指定采购商等主要客户外，发行人报告期内向立讯精密销售金额持续下降，2022 年防护性产品同比下降 54.31%，2023 年功能性产品同比下降 47.31%，其中销售的部分機種已停产；发行人向台达电子销售金额从 2021 年 1,691.08 万元增长至 2023 年 3,529.03 万元，2024 年 1-6 月销售金额为 724.99 万元。（3）发行人与纳天柯自 2023 年开始合作，销售产品均为防护性产品，2024 年上半年成为发行人前五大客户。2023 年、2024 年上半年销售金额分别为 1,017.26 万元、865.37 万元，对应毛利率低于防护性产品综合毛利率。（4）2021 年-2023 年，笔记本电脑出货量由 2.75 亿台降至 1.99 亿台。

请发行人：（1）结合公司主要产品应用所涉相关消费电子领域的市场发展情况、相关终端的出货量及市场需求、发行人在主要客户的供应体系中采购占比及同类产品竞争力、主要产品迭代周期、主要客户经营状况及采购金额下降的具体原因等，说明发行人是否能持续稳定获取订单，对仁宝电脑及其指定采购商、立讯精密等主要客户销售是否存在持续下降的风险，期后业绩是否稳定可持续，相关风险揭示是否充分。（2）量化分析神基股份、立讯精密采购所涉停产机型对发行人经营业绩的影响，能否获取其他机型的订单及收入实现情况；说明台达电子 2021 年-2023 年采购金额大幅增加的原因及合理性，2024 年上半年采购金额下降的原因及持续性。结合上述情况，以及主要客户 2024 年及期后销售情况，分析说明发行人与主要客户合作是否稳定可持续。（3）补充说明纳天柯与发行人合作的具体背景，相关主体是否与发行人及其控股股东、实际控制人、董监高、关键岗位人员存在关联关系；说明发行人向纳天柯销售的同类产品在报告期内的销售情况及对应客户，向纳天柯销售大幅增加的商业合理性及真实性，是否与纳天柯实际生产经营情况相匹配，销售合同未明确约定运输方式及费用承担、付款条件、售后条件等是否符合行业惯例；结合细分产品内

容，对比向其他客户销售的同类产品，说明相关交易价格是否公允，毛利率低于综合毛利率的原因及合理性，是否存在利益输送情形或特殊利益安排。（4）列表说明报告期内发行人新老客户情况（数量、销售金额及比例），新客户销售产品类型及销售占比；结合新老客户进入和退出情况、老客户复购率、与主要客户的框架协议到期后续签情况等，说明公司是否存在主要客户终止合作或减少交易规模的风险，是否存在被竞争对手替代的风险。

请保荐机构、申报会计师核查上述问题并发表明确意见。

【回复】

一、结合公司主要产品应用所涉相关消费电子领域的市场发展情况、相关终端的出货量及市场需求、发行人在主要客户的供应体系中采购占比及同类产品竞争力、主要产品迭代周期、主要客户经营状况及采购金额下降的具体原因等，说明发行人是否能持续稳定获取订单，对仁宝电脑及其指定采购商、立讯精密等主要客户销售是否存在持续下降的风险，期后业绩是否稳定可持续，相关风险揭示是否充分

（一）结合公司主要产品应用所涉相关消费电子领域的市场发展情况、相关终端的出货量及市场需求、发行人在主要客户的供应体系中采购占比及同类产品竞争力、主要产品迭代周期、主要客户经营状况及采购金额下降的具体原因等，说明发行人是否能持续稳定获取订单，对仁宝电脑及其指定采购商、立讯精密等主要客户销售是否存在持续下降的风险

1、消费电子领域的市场发展情况、相关终端的出货量及市场需求

（1）发行人各应用领域销售收入

报告期各期及 2024 年全年（经审阅），发行人主要从事消费电子功能性产品及防护性产品的设计、研发、生产与销售，公司产品按照不同应用领域列示产品销售收入具体情况如下：

单位：万元、%

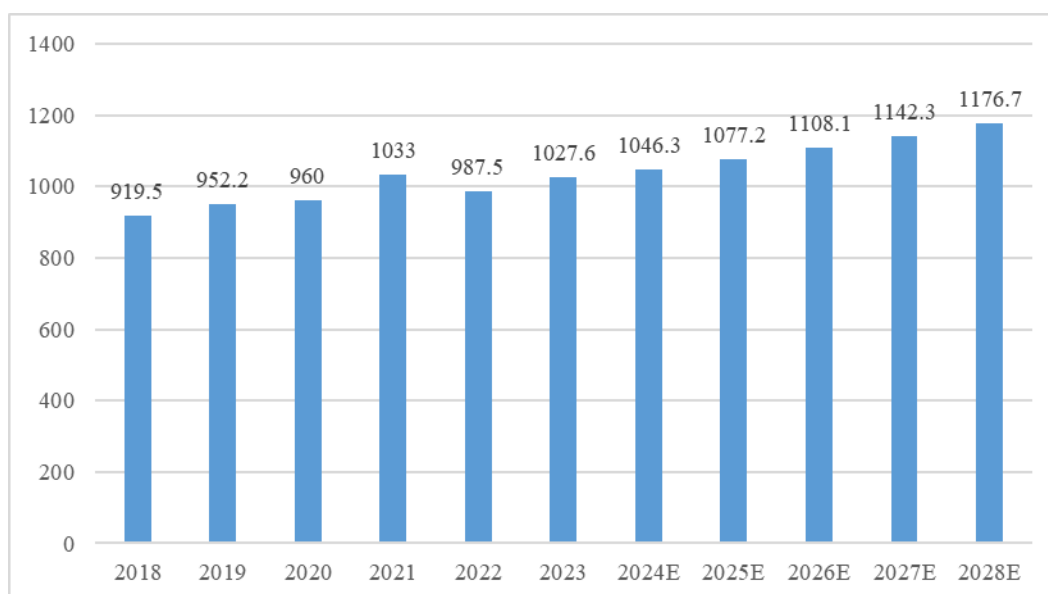
应用领域	2024 年度(经审阅)		2024 年 1-6 月		2023 年度		2022 年度		2021 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
笔记本电脑类	32,328.27	80.02	14,020.23	78.06	28,316.21	77.81	26,406.50	80.95	32,939.27	84.95
汽车与新能源类	2,240.91	5.55	998.85	5.56	1,812.76	4.98	1,002.46	3.07	396.69	1.02
游戏机类	644.44	1.60	250.70	1.40	2,205.02	6.06	1,400.00	4.29	1,164.36	3.00
电子配件类	530.16	1.31	298.57	1.66	996.51	2.74	1,355.24	4.15	1,245.39	3.21
半导体类	894.67	2.21	398.06	2.22	634.26	1.74	1,045.03	3.20	986.07	2.54
平板电脑类	947.69	2.35	574.60	3.20	341.77	0.94	525.91	1.61	606.18	1.56
其他	2,811.80	6.96	1,420.63	7.91	2,085.22	5.73	887.28	2.72	1,438.66	3.71
合计	40,397.94	100.00	17,961.64	100.00	36,391.75	100.00	32,622.41	100.00	38,776.61	100.00

报告期各期，发行人笔记本电脑领域收入分别为 32,939.27 万元、26,406.50 万元、28,316.21 万元及 14,020.23 万元，占比分别为 84.95%、80.95%、77.81% 及 78.06%，为公司产品的主要应用领域，2024 年度，笔记本电脑领域经审阅收入为 32,328.27 万元，占比 80.02%，已基本恢复至 2021 年度收入高点。此外，2024 年度，发行人笔记本电脑领域及汽车与新能源领域合计收入 34,569.18 万元，较 2021 年度增加 1,233.22 万元，同比增长 3.70%。

（2）消费电子领域的市场发展情况、相关终端的出货量及市场需求

近年来，伴随着互联网技术的发展、消费电子产品制造水平的提高、居民收入水平的提升，促使消费电子产品与互联网相融合逐步成为趋势，使用消费电子产品逐步成为居民日常生活的一部分，消费电子产品的销售额也不断提高。根据 Statista 数据显示，2018 年至 2023 年，全球消费电子产品市场整体呈增长态势，市场规模从 2018 年的 9,195 亿美元增长至 2023 年的 10,276 亿美元，预计 2028 年将进一步增长至 11,767 亿美元，整体依旧保持高位。

2018-2028（E）全球消费电子市场规模（单位：十亿美元）



数据来源：Statista

笔记本电脑是消费电子功能性及防护性产品的重要应用领域，2020 年，全球公共卫生事件推动居家办公需求，全球对笔记本电脑的需求量大幅增长。根据 Canalys 数据显示，2020 年全球笔记本电脑出货量增至 2.35 亿台，同比增长 25%。2021 年，全球公共卫生事件仍然在影响办公习惯，全球笔记本电脑出货量达到 2.75 亿台，达到历史新高。2022 年，尽管出货量有所下滑，但仍保持在 2020 年的高出货量水平，全球出货量超出 2.23 亿台。2023 年，受到需求疲软和渠道去库存影响，导致笔记本电脑市场萎缩明显，全年出货量约 1.99 亿台，同比下滑 10.90%，全球 PC 出货量 2.47 亿台，同比下降 13%。2024 年，全球 PC 市场趋于稳定，出货量增长 3.8%，达到 2.55 亿台¹。

随着人工智能的发展，AI 技术作为新的推动力，正广泛应用于各行各业。以 ChatGPT、DeepSeek 为代表的 AI 大模型浪潮已经到来，AI 赋能消费电子的趋势已经越来越明显。根据联想与 IDC 共同发布的《AI PC 产业（中国）白皮书》，2024 年被视为 AI PC 市场元年，其中 IDC 预测，AI PC 在中国 PC 市场中新机的装配比例将在未来几年中快速攀升，成为 PC 市场的主流。AI 笔记本电脑和 AI

¹ 根据 Canalys 的数据及分析，2024 年第一季度，全球笔记本电脑出货量达到 4,510 万台，同比增长 4.2%；2024 年第二季度，全球笔记本电脑出货量达 5,000 万台，同比增长 4%；2024 年第三季度，全球笔记本电脑出货量达 5,350 万台，同比增长 2.8%；2024 年第四季度，全球笔记本电脑出货量达 5,370 万台，同比增长 6.2%。其暂未披露 2024 年度全球笔记本电脑出货量数据及同比增幅。

台式电脑合计销售额将从 2023 年的 141 亿快速攀升至 2027 年的 1,312 亿，增长 8.3 倍。除此之外，根据 Canalys 预计，2026 年 AI PC 的出货量将达到 1.54 亿台，到 2028 年有望达到 2.08 亿台，2024-2028 年的五年复合增速将达到 42%。

未来，随着 5G 和 AI 等新技术的不断进步和应用场景的不断扩大，下游消费电子产业的更新换代与复苏有望加速，消费电子产品仍具有较大的发展空间，消费电子防护性及功能性产品面临较好的发展机遇，具有广阔的市场空间。

2、发行人在主要客户的供应体系中采购占比及同类产品竞争力、主要产品迭代周期、主要客户经营状况及采购金额下降的具体原因等，说明发行人是否能持续稳定获取订单，对仁宝电脑及其指定采购商、立讯精密等主要客户销售是否存在持续下降的风险

(1) 主要客户经营状况

除纳天柯外，公司主要客户均为消费电子行业知名制造服务商或组件生产商，自身经营规模较大。报告期内，公司主要客户经营情况如下：

单位：人民币亿元、%

主要客户	2024 年 1-6 月		2023 年度		2022 年度		2021 年度
	收入	同比变动	收入	同比变动	收入	同比变动	收入
仁宝电脑	976.16	-7.72	2,191.27	-10.21	2,440.51	-14.23	2,845.58
巨腾国际	27.49	-14.24	63.08	-14.75	73.99	-19.98	92.47
神基股份	39.19	-2.13	80.55	9.37	73.65	5.88	69.56
台达电子	438.43	-4.27	935.60	5.81	884.20	21.26	729.17
立讯精密	1,035.98	5.74	2,319.05	8.35	2,140.28	39.03	1,539.46
和硕科技	1,139.32	-18.70	2,910.90	-2.67	2,990.83	2.84	2,908.19
纳天柯	未披露	不适用	未披露	不适用	未披露	不适用	未披露
康舒科技	33.52	44.25	63.23	8.43	58.31	15.60	50.44

数据来源：Wind

报告期各期，各主要客户的收入变动存在一定差异。

2021 年度至 2022 年度，发行人收入与仁宝电脑、巨腾国际收入变动相近的主要原因系客户主营业务与发行人均受到消费电子行业市场环境、笔记本电脑市场变动情况的影响较为显著。如仁宝电脑以 3C 类消费电子产品为主营业务；巨

腾国际以笔记本电脑与二合一电脑为核心产品，主要产品应用的领域与发行人较为相近。

2023 年度，仁宝电脑、巨腾国际及和硕科技收入有所下降，与公司收入变动趋势相反，其主要原因，一是当期公司持续加深与仁宝电脑等客户之间的合作，公司当期获得仁宝电脑当年生产的某品牌笔记本电脑新机种的订单，导致公司当期对仁宝电脑的整体销售额同比增长 2,328.25 万元；二是当期公司积极拓展新客户，扩大对汽车与新能源领域的销售，故与前述客户收入变动趋势有所差异。

2024 年 1-6 月，公司营业收入同比增长 1,201.21 万元，增幅为 7.10%，同期，仁宝电脑、巨腾国际、神基股份、台达电子、和硕科技等主要客户的收入同比有所下降，与公司总收入变动趋势相反，其主要原因，一是受益于公司积极进行新客户、新产品、新领域的拓展，当期与部分客户合作规模有所增加，如公司 2024 年 1-6 月对京东方及其指定客户实现营业收入 601.01 万元，同比增长 564.29 万元；二是因公司当期获取仁宝电脑新机种订单同比有所增加，公司对仁宝电脑收入同比增长 445.29 万元；三是虽然 2024 年 1-6 月公司对仁宝电脑指定全部组件生产商的销售收入无明显增加，但受延续机型本期销售收入增加等因素的影响，对神基股份、和硕科技等客户的销售收入同比有所增长。

（2）主要产品迭代周期

报告期各期及 2024 年度，前五大终端机型笔记本电脑对应的功能性产品收入如下表所示：

单位：万元

机型	2024 年度（经审阅）	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度	2021 年度
机型 1	186.22	79.31	411.61	2,308.52	3,837.53
机型 2	234.88	131.34	749.67	1,348.38	2,410.48
机型 3	9.85	3.56	76.08	600.65	1,463.26
机型 4	1.60	0.17	51.37	589.52	1,434.37
机型 5	141.49	79.57	86.74	409.26	1,263.60
机型 6	1,218.15	504.86	958.86	916.75	1,050.61
机型 7	34.55	21.74	663.10	760.49	7.33
机型 8	2,159.97	949.28	2,064.77	-	-

机型 9	177.45	109.75	1,304.46	-	-
机型 10	373.38	110.54	1,197.73	-	-
机型 11	1,034.96	492.57	1,068.00	-	-
机型 12	972.47	322.46	90.14	-	-
机型 13	970.68	371.09	126.48	-	-

由上表可见，除个别畅销机型外，各主要机型迭代周期较短，销售高峰期通常为 1-2 年，且公司可以持续稳定获取新机型订单。

（3）公司在主要客户的供应体系中采购占比及同类产品竞争力

根据主要客户报告期内与公司进行交易的主要主体向公司出具的《说明函》/《访谈纪要》，公司在其同类产品供应体系中的采购占比及同类产品竞争力情况如下：

客户名称	发行人在主要客户的供应体系中采购占比及同类产品竞争力
仁宝电脑	仁宝信息技术（昆山）有限公司（占报告期内发行人对仁宝电脑销售收入的比例为 58.17%）：苏州鼎佳作为本公司模切类产品的重要供应商，2021 年-2024 年度，占本公司同类材料采购总金额的比例稳步增加，苏州鼎佳供应的模切类产品在本公司采购的同类产品中具备较强的竞争力。 仁宝资讯工业（昆山）有限公司（占报告期内发行人对仁宝电脑销售收入的比例为 20.10%）：苏州鼎佳作为本公司模切类产品的重要供应商，2021 年-2024 年度，占本公司同类材料采购总金额的比例稳步增加，苏州鼎佳供应的模切类产品在本公司采购的同类产品中具备较强的竞争力。
巨腾国际	巨宝精密加工（江苏）有限公司（占报告期内发行人对巨腾国际销售收入的比例为 22.35%）：鼎佳精密为本公司模切类产品排名前 2 的供应商，2021 年度-2024 年度采购占比均在 40%以上且逐年增长，在同类产品供应商中具备较强的竞争力。 苏州大智资讯配件有限公司（占报告期内发行人对巨腾国际销售收入的比例为 16.23%）：鼎佳精密为本公司模切类产品排名前二的供应商，2021 年度-2024 年度采购占比均在 40%左右且逐年增长，在同类产品供应商中具备较强的竞争力。
神基股份	苏州汉扬精密电子有限公司（占报告期内发行人对神基股份销售收入的比例为 44.18%）：占本公司同类产品的采购 4-5 成，相比其他竞争对手，鼎佳精密产品和服务的优势体现在性价比高等方面。
台达电子	中达电子（江苏）有限公司（占报告期内发行人对台达电子销售收入的比例为 96.25%）：鼎佳精密为本公司包装类产品采购排名前三的供应商，2024 年度占同类产品的采购比例约为 25%，且各期采购占比稳步提升，

	在同类产品供应商中具备较强的竞争力。
立讯精密	日善电脑配件（嘉善）有限公司（占报告期内发行人对立讯精密销售收入的比例为 49.47%）：鼎佳精密为本公司模切类产品供应商，在仁宝指定供应商中排名第一，2021 年-2024 年在本公司同类产品采购占比稳步提高，鼎佳精密供应的模切类产品在本公司同类产品中具备较强的竞争力。 苏州立讯技术有限公司（占报告期内发行人对立讯精密销售收入的比例为 32.41%）：鼎佳精密为本公司的供应商，2021 年-2024 年度，占本公司同类材料采购总金额的比例稳步提升。
和硕科技	凯硕电脑（苏州）有限公司（占报告期内发行人对和硕科技销售收入的比例为 34.71%）：占本公司采购比例一半左右，相比其他竞争对手，鼎佳精密产品和服务在性价比、服务及时等方面具备优势。
纳天柯	2023 年采购占比约 5%，相比其他竞争对手，鼎佳精密的产品及服务在质量稳定、服务及时等方面具备优势。
康舒科技	沪华五金电子（吴江）有限公司（占报告期内发行人对康舒科技销售收入的比例为 53.49%）：鼎佳精密作为本公司模切类产品供应商，采购金额在仁宝指定供应商中位列前三，2021 年-2024 年在本公司同类产品中采购占比稳步提高，鼎佳精密供应的模切类产品在本公司采购的同类产品中具备较强的竞争力。 重庆市铜梁区沪华五金电子有限公司（占报告期内发行人对康舒科技销售收入的比例为 46.51%）：2021 年-2024 年度，本公司向鼎佳精密采购的辅材类产品的采购占比约为 25%-30%，鼎佳精密供应的辅材类材料在本公司采购的同类产品中具备较强的竞争力。

综上所述，发行人在主要客户同类产品的供应体系中占据较高的采购份额，且在同类产品中竞争力较强。

（4）发行人是否能持续稳定获取订单，对仁宝电脑及其指定采购商、立讯精密等主要客户销售是否存在持续下降的风险

报告期各期及 2024 年度（经审阅），公司对主要客户的销售收入如下：

单位：万元、%

序号	客户名称	是否为仁宝指定组件生产商	2024 年度 (经审阅)	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度	2021 年度
1	仁宝电脑	-	8,946.12	3,940.19	8,344.91	6,016.66	7,347.07
2	巨腾国际	是	2,958.77	1,372.93	2,969.87	2,752.02	3,723.84
3	神基股份	是	2,740.77	1,249.18	2,168.89	2,721.77	4,192.95
4	台达电子	否	2,275.91	724.99	3,529.03	2,376.03	1,691.08
5	立讯精密	部分	1,558.95	701.59	1,343.56	1,742.85	2,708.06

6	和硕科技	否	1,881.83	865.45	1,249.97	1,479.55	1,957.87
7	纳天柯	否	1,487.49	865.37	1,017.26	-	-
8	康舒科技	是	1,275.29	483.69	1,104.55	1,402.26	2,183.99
合计		-	23,125.13	10,203.39	21,728.04	18,491.14	23,804.86
占营业收入比例		-	56.71	56.29	59.26	56.22	60.80

A.仁宝电脑及其指定采购商

报告期内，公司向仁宝电脑、巨腾国际、神基股份及康舒科技销售的主要产品为功能性产品。报告期内，公司功能性产品既直接向仁宝电脑销售，又存在仁宝电脑指定发行人作为巨腾国际、神基股份、康舒科技等仁宝电脑的供应商的采购供应商之一，即由巨腾国际、神基股份、康舒科技等采购公司产品从而使公司作为仁宝电脑间接供应商的情形，具体原因如下：公司功能性产品在消费电子内部用途较多，巨腾国际、神基股份、康舒科技等组件生产商在完成仁宝电脑相关的生产相关消费电子组件的订单时需要使用公司产品，而仁宝电脑等制造服务商在获取组件生产商供应的组件产品后，进一步组装成笔记本等成品时，也需要使用公司功能性产品。在该等模式下，仁宝电脑通常会指定上述组件生产商向包含发行人在内的两家及以上同类型供应商进行采购。同一消费电子产品中，公司供应给组件生产商和制造服务商产品通常不同。

报告期各期，公司对仁宝电脑的收入整体呈现先下降后上升的趋势，2024年度，公司对仁宝电脑的销售收入（经审阅）为 8,946.12 万元，较 2021 年度增长 21.76%。

2022 年度，下游笔记本电脑出货量有所下滑，发行人对主要客户的收入较 2021 年度有所下滑；2023 年度，笔记本电脑市场继续下滑，但发行人积极获取了仁宝电脑等客户新机种的订单，受各组件生产商承接仁宝电脑订单有所差异的影响，部分组件生产商的销售收入有所下滑，但发行人对仁宝电脑指定采购商的整体销量较 2022 年度有所上升（详见下表）；2024 年度，受益于 Windows 11 的更新和 AI PC 的发展，笔记本电脑出货量同比上升，除巨腾国际收入小幅下滑外，公司上述各主要客户的收入均同比有所增长，且发行人对仁宝电脑指定采购商的整体销量较 2021 年度上升 1.35%。

2021 年度至 2024 年度，公司对全部仁宝电脑指定组件生产商的销售数量及销售金额如下：

单位：万件、万元

项目	2024 年度（经审阅）		2023 年度		2022 年度		2021 年度	
	数量	金额	数量	金额	数量	金额	数量	金额
仁宝电脑指定采购商	62,791.30	14,227.22	53,831.24	13,173.34	44,570.04	13,545.93	61,954.79	18,942.48

B.立讯精密

报告期各期及 2024 年度（经审阅），公司对立讯精密销售的功能性产品、防护性产品的金额及占比如下：

单位：万元、%

项目	2024 年度（经审阅）		2024 年 1-6 月		2023 年度		2022 年度		2021 年度	
	销售金额	销售占比	销售金额	销售占比	销售金额	销售占比	销售金额	销售占比	销售金额	销售占比
功能性产品	662.18	42.48	301.75	43.01	517.69	38.53	982.57	56.38	1,044.18	38.56
其中：仁宝电脑指定功能性产品收入	661.97	42.46	301.73	43.01	511.60	38.08	971.23	55.73	1,038.85	38.36
防护性产品	896.77	57.52	399.84	56.99	825.86	61.47	760.28	43.62	1,663.88	61.44
合计	1,558.95	100.00	701.59	100.00	1,343.55	100.00	1,742.85	100.00	2,708.06	100.00

公司作为仁宝电脑向立讯精密子公司日善电脑配件（嘉善）有限公司指定的功能性产品供应商之一，报告期各期，公司向立讯精密销售功能性产品收入的变动原因，详见本问询回复“问题 1”之“一”之“（一）”之“2”之“（4）”之“A. 仁宝电脑及其指定采购商”。2024 年度，公司经审阅的对立讯精密销售功能性产品收入 662.18 万元，同比增长 27.91%。

发行人对立讯精密防护性产品主要销售类别为纸质类及 EPE 类产品。其中，纸质类产品 2022 年较 2021 年销售占比下降较多，主要是由于立讯精密因为下游平板类产品、笔记本电脑类产品及 5G 天线类产品需求影响，导致从公司采购的刀卡、吸塑、纸箱等产品的规模减少；EPE 类产品报告期内销售收入及占比均有所上升，主要是由于泡棉类产品采购规模有所增加。2024 年 1-6 月，PE 类及其他销售金额及占比有所上升，主要是新增用于穿戴类电子设备的 PE 膜、PP 箱等 10 余个品种的产品的采购。2024 年度，公司经审阅的对立讯精密销售防护

性产品收入 896.77 万元，同比增长 8.59%。

C.其他主要客户

a.台达电子

发行人与台达电子的合作情况及稳定性详见本问询回复“问题 1”之“二”之“(二)说明台达电子 2021 年-2023 年采购金额大幅增加的原因及合理性，2024 年上半年采购金额下降的原因及持续性”。

b.和硕科技

报告期各期及 2024 年度（经审阅），公司对和硕科技销售的功能性产品、防护性产品的金额及占比如下：

单位：万元、%

项目	2024 年度（已审阅）		2024 年 1-6 月		2023 年度		2022 年度		2021 年度	
	销售金额	销售占比	销售金额	销售占比	销售金额	销售占比	销售金额	销售占比	销售金额	销售占比
功能性产品	1,195.30	63.52	574.68	66.40	842.71	67.42	867.46	58.63	1,155.28	59.01
防护性产品	686.53	36.48	290.77	33.60	407.27	32.58	612.09	41.37	802.59	40.99
合计	1,881.83	100.00	865.45	100.00	1,249.98	100.00	1,479.55	100.00	1,957.87	100.00

公司对和硕科技销售的功能性产品主要应用于笔记本电脑领域，但终端产品品牌与仁宝电脑及其指定采购商有所不同。2024 年度，公司经审阅的对和硕科技销售功能性产品收入 1,195.30 万元，同比增长 41.84%。

报告期内，发行人对和硕科技防护性产品主要销售产品类别为吸塑类、纸质类和 PE 类及其他类，2022 年度及 2023 年度，受和硕科技自身采购需求变化的影响，其向公司采购的防护性产品规模逐年下滑，2024 年 1-6 月，受和硕科技对应用于某款笔记本电脑的电池框产品及应用于某款新能源电动车的纸质类产品采购需求增加的影响，公司对和硕科技的防护性产品销售收入同比有所增长。2024 年度，公司经审阅的对和硕科技销售防护性产品收入 686.53 万元，同比增长 68.57%。

c.纳天柯

发行人与纳天柯的合作情况及稳定性详见本问询回复“问题 1”之“三”之“（二）说明发行人向纳天柯销售的同类产品在报告期内的销售情况及对应客户，向纳天柯销售大幅增加的商业合理性及真实性，是否与纳天柯实际生产经营情况相匹配，销售合同未明确约定运输方式及费用承担、付款条件、售后条件等是否符合行业惯例”。

综上所述，公司具备持续稳定获取订单的能力，除纳天柯外，在消费电子行业复苏的大背景下公司对仁宝电脑及其指定采购商、立讯精密等主要客户销售不存在持续下降的风险。

（二）期后业绩是否稳定可持续，相关风险揭示是否充分

容诚会计师对公司截至 2024 年 12 月 31 日的合并及母公司资产负债表、2024 年度的合并及母公司利润表和合并及母公司现金流量表以及相关报表附注进行了审阅，并出具了《审阅报告》（容诚专字[2025]230Z0489 号）。公司 2024 年度经审阅的业绩数据及同比变动情况如下：

单位：万元

项目	2024 年度(经审阅)	2023 年度	变动比例
营业收入	40,780.49	36,662.93	11.23%
营业利润	6,765.93	6,068.49	11.49%
净利润	5,964.43	5,198.72	14.73%
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	6,060.69	5,001.77	21.17%

2024 年度，公司经审阅营业收入 40,780.49 万元，同比增长 11.23%；营业利润 6,765.93 万元，同比增长 11.49%；净利润 5,964.43 万元，同比增长 14.73%，扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润 6,060.69 万元，同比增长 21.17%。主要系（1）随着下游笔记本电脑行业需求回暖，公司销售收入同比保持增长；（2）公司外销收入占比相对较高，外销结算货币主要为美元，受汇率波动影响，2024 年度汇兑损益金额同比有所增长；（3）公司本期新增计提的信用减值损失和资产减值损失同比减少。

对于汇率变动风险，公司已在《招股说明书》“重大事项提示”之“五、特别风险提示”及“第三节 风险因素”之“三、财务风险”中补充披露如下：

“2021 年度、2022 年度、2023 年度和 2024 年 1-6 月，公司外销收入分别为 18,086.42 万元、14,559.70 万元、14,705.14 万元和 7,644.49 万元，占主营业务收入的比例分别为 46.64%、44.63%、40.41%和 42.56%。公司外销收入占比相对较高，外销结算货币主要为美元，部分客户直接以美元定价，美元兑人民币汇率波动将对公司外销收入和经营业绩带来一定程度的影响。如果人民币对美元升值，公司将产生汇兑损失，而人民币贬值，公司将产生汇兑收益。2021 年度、2022 年度、2023 年度和 2024 年 1-6 月，公司汇兑损益分别为 265.35 万元、-1,464.95 万元、25.42 万元和-146.66 万元，占利润总额的比例分别为 3.06%、-22.92%、0.43%和-4.55%。同时，假设其他因素均不发生变化，在人民币升值 1%的情况下，将导致报告期内公司营业收入下降 180.86 万元、145.60 万元、147.05 万元和 76.21 万元，占营业收入的比例分别为-0.46%，-0.44%，-0.40%和-0.42%；利润总额下降 314.34 万元、242.69 万元、305.71 万元和 300.03 万元，占利润总额的比例分别为-3.62%、-3.80%、-5.12%和-9.31%，利润总额对汇率波动敏感性较高。如果未来美元兑人民币的结算汇率短期内出现大幅波动，将对公司经营业绩产生较大影响。”

对于客户相对集中的风险，公司已在《招股说明书》“重大事项提示”之“五、特别风险提示”之“（一）客户相对集中的风险”及“第三节 风险因素”之“一、经营风险”之“（一）客户相对集中的风险”中补充披露如下：

“公司产品主要应用于笔记本电脑、平板电脑、智能可穿戴设备等消费电子产品领域中，公司直接客户包括仁宝电脑、台达电子、巨腾国际、神基股份、立讯精密、康舒科技、和硕科技、华勤技术、可成科技、京东方等制造服务商和组件生产商，产品最终应用于戴尔、惠普、联想、华硕、索尼、技嘉、宏基等知名消费电子品牌产品。受下游品牌集中度较高、客户对供应链集中管理等因素的影响，产业链呈现集中化的特征。

按同一集团控制下的客户合并计算，2021 年度、2022 年度、2023 年度和 2024 年 1-6 月，公司前五大客户的合计销售收入分别为 20,155.92 万元、15,609.33 万元、18,356.26 万元和 8,293.12 万元，占营业收入的比重分别为 51.49%、47.46%、50.07%和 45.75%，客户集中度较高。2021 年-2024 年度，公司对仁宝电脑的销

售收入占公司营业收入的比重分别为 18.77%、18.29%、22.76%和 21.94%（经审阅），同时，公司对巨腾国际、神基股份、立讯精密及康舒科技等客户的销售收入中，由仁宝电脑指定的功能性产品的销售收入占公司营业收入的比重分别为 48.38%、41.18%、35.93%和 34.89%（经审阅），总体占比较高。

未来，若现有主要制造服务商和组件生产商采购需求出现变化，或者增加对其他同类供应商的采购，或者主要制造服务商和组件生产商在市场竞争中经营情况和资信状况发生重大不利变化，则主要客户对公司的采购金额可能大幅下降，从而对公司的生产销售和业绩带来不利影响。**如果未来公司被仁宝电脑取消供应商资格，将对公司经营业绩及持续经营情况产生重大不利影响。”**

对于业绩下滑风险，公司已将原《招股说明书》“重大事项提示”之“五、特别风险提示”之“（七）业绩波动的风险”及“第三节 风险因素”之“三、财务风险”之“（六）业绩波动的风险”修改为“业绩下滑的风险”并补充披露如下：

“（七）业绩下滑的风险

2021 年度、2022 年度、2023 年度和 2024 年 1-6 月，公司的营业收入分别为 39,152.58 万元、32,890.85 万元、36,662.93 万元及 18,125.36 万元，公司归属于母公司所有者的净利润分别为 7,663.51 万元、5,357.09 万元、5,194.88 万元及 2,807.17 万元。2022 年，因下游消费电子行业需求下滑，公司订单减少导致收入规模下降，**收入同比下滑 15.99%，归属于母公司所有者的净利润同比下滑 30.10%**。2023 年随着公司积极开发新产品，拓展新客户、新领域，公司收入逐渐恢复，利润仍存在小幅下滑，**归属于母公司所有者的净利润同比下滑 3.03%**。2024 年上半年，发行人营业收入同比增长 7.10%，净利润同比增长 14.43%。**公司业绩受宏观经济情况，下游市场空间等多种因素影响，如果未来宏观环境不景气或者消费电子行业的内外部环境发生重大不利变化，公司将面临经营业绩下滑的风险。”**

综上所述，发行人期后业绩稳定可持续，相关风险揭示充分。

二、量化分析神基股份、立讯精密采购所涉停产机型对发行人经营业绩的影响，能否获取其他机型的订单及收入实现情况；说明台达电子 2021 年-2023 年采购金额大幅增加的原因及合理性，2024 年上半年采购金额下降的原因及持续性。结合上述情况，以及主要客户 2024 年及期后销售情况，分析说明发行人与主要客户合作是否稳定可持续。

（一）量化分析神基股份、立讯精密采购所涉停产机型对发行人经营业绩的影响，能否获取其他机型的订单及收入实现情况

1、量化分析神基股份、立讯精密采购所涉停产机型对发行人经营业绩的影响

报告期内，发行人对神基股份和立讯精密销售收入及变动情况如下：

单位：万元、%

客户名称	2024 年度（经审阅）		2024 年 1-6 月		2023 年度		2022 年度		2021 年度
	收入	变动	收入	变动	收入	变动	收入	变动	收入
神基股份	2,740.77	26.37	1,249.18	22.15	2,168.89	-20.31	2,721.77	-35.09	4,192.95
立讯精密	1,558.95	16.03	701.59	2.69	1,343.56	-22.91	1,742.85	-35.64	2,708.06

发行人对神基股份和立讯精密销售同时存在功能性和防护性产品，其中功能性产品涉及笔记本电脑的内部组装，因此机型的停产及机型迭代主要涉及公司的功能性产品，神基股份和立讯精密功能性产品收入如下：

单位：万元、%

客户名称	2024 年 1-6 月		2023 年度		2022 年度		2021 年度
	收入	变动	收入	变动	收入	变动	收入
神基股份	1,201.99	24.42	2,060.99	-20.61	2,596.10	-34.86	3,985.53
立讯精密	301.75	32.50	517.69	-47.31	982.57	-5.90	1,044.18

2021 年-2023 年，神基股份和立讯精密功能性产品收入下降，2024 年 1-6 月相比 2023 年 1-6 月已同比增长。

报告期各期，神基股份和立讯精密采购的功能性产品所涉停产机型对应的上期销售收入如下：

单位：万元

项目	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度
神基股份对应的上期销售收入	316.35	1,636.97	1,089.18

占对神基股份上期功能性产品收入比例	15.35%	63.05%	27.33%
占对神基股份上期总收入比例	14.59%	60.14%	25.98%
立讯精密对应的上期销售收入	241.58	898.19	378.35
占对立讯精密上期功能性产品收入比例	46.66%	91.41%	36.23%
占对立讯精密上期总收入比例	17.98%	51.54%	13.97%

注：1、机型停产指机型经过销售高峰后期间，不包含延伸机型销售和期后小规模尾单出货期；

2、第 N 年停产机型销售收入=第 N 年停产机型当年销售收入+第 N+1 年停产机型在第 N 年销售收入。

报告期内，神基股份采购功能性产品所涉停产机型对发行人经营业绩的影响为：（1）2022 年度，因 2021 年或 2022 年年中机型停产，停产机型对应的 2021 年收入为 1,089.18 万元，占 2021 年神基股份功能性产品收入比例为 27.33%，占 2021 年神基股份总收入比例为 25.98%。

（2）2023 年度，因 2022 年或 2023 年年中机型停产，停产机型对应的 2022 年收入为 1,636.97 万元，占比分别为 63.05%和 60.14%。

（3）2024 年 1-6 月，因 2023 年或 2024 年 1-6 月机型停产，停产机型对应的 2023 年收入为 316.35 万元，占比分别为 15.35%和 14.59%。

报告期内，立讯精密采购功能性产品所涉停产机型对发行人经营业绩的影响为：（1）2022 年度，因 2021 年或 2022 年年中机型停产，停产机型对应的 2021 年收入为 378.35 万元，占 2021 年神基股份功能性产品收入比例为 36.23%，占 2021 年神基股份总收入比例为 13.97%。

（2）2023 年度，因 2022 年或 2023 年年中机型停产，停产机型对应的 2022 年收入为 898.19 万元，占比分别为 91.41%和 51.54%。

（3）2024 年 1-6 月，因 2023 年或 2024 年 1-6 月机型停产，停产机型对应的 2023 年收入为 241.58 万元，占比分别为 46.66%和 17.98%。

综上，由于笔记本电脑更新换代较快，报告期内神基股份和立讯精密每年均有机型停产，机型停产对发行人收入存在一定影响。

2、能否获取其他机型的订单及收入实现情况

报告期内，神基股份和立讯精密采购的功能性产品新增机型销售收入如下：

单位：万元

项目	2024 年度 1-6 月	2023 年度	2022 年
神基股份	571.69	1,157.28	752.85
占对神基股份功能性产品收入比例	47.56%	56.15%	29.00%
占对神基股份总收入比例	45.77%	53.36%	27.66%
立讯精密	232.56	310.16	291.72
占对立讯精密功能性产品收入比例	77.07%	59.91%	29.69%
占对立讯精密总收入比例	33.15%	23.08%	16.74%

注：第 N 年新增机型销售收入=第 N-1 年新增机型在第 N 年收入+第 N 年新增机型当年销售收入。

报告期内，神基股份采购功能性产品所涉新增机型对发行人经营业绩的影响为：（1）2022 年度，新增机型收入为 752.85 万元，占 2022 年神基股份功能性产品收入比例为 29.00%，占 2022 年神基股份总收入比例为 27.66%。

（2）2023 年度，新增机型收入为 1,157.28 万元，占 2023 年神基股份功能性产品收入比例为 56.15%，占 2023 年神基股份总收入比例为 53.36%。

（3）2024 年 1-6 月，新增机型收入为 571.69 万元，占 2024 年 1-6 月神基股份功能性产品收入比例为 47.56%，占 2024 年 1-6 月神基股份总收入比例为 45.77%。

报告期内，立讯精密采购功能性产品所涉新增机型对发行人经营业绩的影响为：（1）2022 年度，新增机型收入为 291.72 万元，占 2022 年立讯精密功能性产品收入比例为 29.69%，占 2022 年立讯精密总收入比例为 16.74%。

（2）2023 年度，新增机型收入为 310.16 万元，占 2023 年立讯精密功能性产品收入比例为 59.91%，占 2023 年立讯精密总收入比例为 23.08%。

（3）2024 年 1-6 月，新增机型收入为 232.56 万元，占 2024 年 1-6 月立讯精密功能性产品收入比例为 77.07%，占 2024 年 1-6 月立讯精密总收入比例为 33.15%。

综上，公司能够获取神基股份、立讯精密新机型的订单并实现相应的收入。新增机型订单能够大幅缓冲停产机型的影响，此外受整体市场环境的影响，2021年至2023年发行人对神基股份和立讯精密销售收入存在一定下滑。2024年度，公司对神基股份、立讯精密的销售收入（经审阅）均实现同比增长。

（二）说明台达电子 2021 年-2023 年采购金额大幅增加的原因及合理性，2024 年上半年采购金额下降的原因及持续性

1、台达电子 2021 年-2023 年采购金额大幅增加的原因及合理性

报告期内及 2024 年度，发行人对台达电子的销售收入及变动情况如下：

单位：万元、%

客户名称	2024 年（经审阅）		2024 年 1-6 月		2023 年度		2022 年度		2021 年度
	收入	变动	收入	变动	收入	变动	收入	变动	收入
台达电子	2,275.91	-35.51	724.99	-62.73	3,529.03	48.53	2,376.03	40.50	1,691.08

公司对台达电子销售的主要为防护性产品，功能性产品仅 2023 年度有少量送样交易，涉及收入金额 2.44 万元。

公司对台达电子销售的防护性产品主要运用于台达电子 PS5 游戏机类及笔记本电脑类等非游戏机相关产品。报告期内，发行人对台达电子防护性产品销售收入如下：

单位：万元

项目	2024 年度（经审阅）		2024 年 1-6 月		2023 年度		2022 年度		2021 年度
	收入	变动金额	收入	变动金额	收入	变动金额	收入	变动金额	收入
游戏机类	643.56	-1,561.46	250.70	-1,000.03	2,205.02	805.02	1,400.00	235.65	1,164.36
非游戏机类	1,632.35	310.78	473.37	-220.02	1,321.57	345.54	976.03	449.30	526.72
合计	2,275.91	-1,250.68	724.07	-1,220.05	3,526.59	1,150.56	2,376.03	684.95	1,691.08

报告期内，公司对台达电子游戏机类和非游戏机类均呈现先上升后下降的趋势。公司对台达电子游戏机类销售收入变动主要受 PS5 游戏机终端销售变动影响。公司对台达电子非游戏机类销售收入变动主要受台达电子笔记本电脑类产品需求变动影响，其中 2022 年新增收入主要来源于用于笔记本电脑相关产品的纸质类产品新增品号较多，对应收入出现较大增加导致，2022 年新增收入超过 1

万元的品号达到 20 个，全部新增品号收入合计达 419.85 万元。2023 年收入增长和 2024 年 1-6 月收入下降受新老产品需求变动共同影响导致，其中 2023 年新增收入超过 1 万元的品号为 18 个，全部新增品号收入合计为 208.30 万元，2024 年新增收入超过 1 万元的品号为 41 个，全部新增品号收入合计为 801.02 万元。

根据台达电子披露数据显示，2021 年至 2024 年 6 月，台达电子销售收入及变动情况如下：

单位：人民币亿元、%

主要客户	2024 年 1-6 月		2023 年度		2022 年度		2021 年度
	营业收入	同比变动	营业收入	同比变动	营业收入	同比变动	营业收入
台达电子	438.43	-4.27	935.60	5.81	884.20	21.26	729.17

根据索尼株式会社披露数据显示，2021 年至 2024 年 6 月，PS5 游戏机终端销售数量及变动情况如下：

单位：百万台、%

项目	2024 年 1-6 月		2023 年度		2022 年度		2021 年度
	数量	同比变动	数量	同比变动	数量	同比变动	数量
销售数量	6.9	-28.13	22.7	55.48	14.6	14.06	12.8

报告期内，发行人对台达电子防护性产品 PS5 游戏机类产品销售收入同比变动比例如下：

单位：%

项目	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度
PS5 游戏机类产品	-79.96	57.50	20.24

综上，台达电子 2021 年-2023 年采购金额大幅增加具有合理性，原因如下：
(1) PS5 游戏机终端销售数量持续提升，使得发行人对台达电子 PS5 游戏机类及相关产品的销售收入持续提升；(2) 2021 年-2023 年公司向台达电子销售的非游戏机类产品收入增长，一方面是随着台达电子收入增长，其向公司采购需求增加，另一方面，新增产品贡献收入增量。

2、2024 年上半年采购金额下降的原因及持续性

根据前述分析，台达电子 2024 年上半年向公司采购金额下降的原因为：(1)

2024 年 1-6 月，PS5 游戏机产品全球出货量同比下降 28.13%，由此导致台达电子对公司游戏机类产品采购下降；同时，台达电子主动降低了 PS5 游戏机配套产品的库存，从而进一步减少了其对公司的采购；（2）2024 年 1-6 月，台达电子收入同比略有下降，其向公司采购产品需求减少。前述因素共同导致 2024 年 1-6 月台达电子向公司下达的游戏机类等产品的订单有所减少，使得公司对台达电子的整体销售收入同比出现较大幅度的下滑。

2024 年经审阅数据显示，公司对台达电子销售收入为 2,275.91 万元，同比下降 35.51%，但 2024 年下半年同比降幅明显收窄，2024 年下半年公司对台达电子销售收入为 1,550.92 万元，而 2023 年下半年为 1,583.99 万元，同比下降 2.09%。2024 年下半年公司对台达电子销售收入降幅收窄的主要原因为 2024 年下半年台达电子新增产品部分弥补了 PS5 游戏机类等相关老产品的收入下降，2021 年-2024 年，公司对台达电子非游戏机类收入持续增长。公司与台达电子合作时间较长，合作期间无间断，台达电子对公司评价良好，因此，公司与台达电子合作稳定，且销售收入不存在持续大幅下滑的情形。

（三）结合上述情况，以及主要客户 2024 年及期后销售情况，分析说明发行人与主要客户合作是否稳定可持续

报告期各期及 2024 年度（经审阅），发行人对主要客户的销售收入及变动情况如下：

单位：万元、%

客户名称	2024 年度 (经审阅)	2024 年 1-6 月		2023 年度		2022 年度		2021 年度
	收入	收入	变动	收入	变动	收入	变动	收入
仁宝电脑	8,946.12	3,940.19	14.00	8,344.91	38.70	6,016.66	-18.11	7,347.07
巨腾国际	2,958.77	1,372.93	-5.76	2,969.87	7.92	2,752.02	-26.10	3,723.84
神基股份	2,740.77	1,249.18	22.15	2,168.89	-20.31	2,721.77	-35.09	4,192.95
台达电子	2,275.91	724.99	-62.73	3,529.03	48.53	2,376.03	40.50	1,691.08
立讯精密	1,558.95	701.59	2.69	1,343.56	-22.91	1,742.85	-35.64	2,708.06
和硕科技	1,881.83	865.45	38.86	1,249.97	-15.52	1,479.55	-24.43	1,957.87
纳天柯	1,487.49	865.37	2,345.97	1,017.26	-	-	-	-
康舒科技	1,275.29	483.69	6.55	1,104.55	-21.23	1,402.26	-35.79	2,183.99

客户名称	2024 年度 (经审阅)	2024 年 1-6 月		2023 年度		2022 年度		2021 年度
	收入	收入	变动	收入	变动	收入	变动	收入
合计	23,125.13	10,203.39	5.44	21,728.04	17.51	18,491.14	-22.32	23,804.86

2024 年，除巨腾国际销售收入保持相对稳定，台达电子销售收入同比下降外，公司主要客户销售收入出现同比增长。公司与纳天柯合作情况详见本问询回复“问题 1”之“三”之“（一）补充说明纳天柯与发行人合作的具体背景，相关主体是否与发行人及其控股股东、实际控制人、董监高、关键岗位人员存在关联关系”。

发行人与绝大部分主要客户合作超过五年且持续稳定合作，未出现合作间断的情形，其中与仁宝电脑、神基股份、巨腾国际、康舒科技等主要客户合作时间均在十年以上。除纳天柯外，发行人与主要客户均为在消费电子领域的业务合作，而消费电子特别是笔记本电脑领域供应链已相对稳定，公司凭借自身的竞争优势，不仅能够维持现有客户的合作，与现有客户保持持续稳定的合作关系，且能够逐步拓展新客户。

综上，除纳天柯外，公司与主要客户合作稳定且可持续。

三、补充说明纳天柯与发行人合作的具体背景，相关主体是否与发行人及其控股股东、实际控制人、董监高、关键岗位人员存在关联关系；说明发行人向纳天柯销售的同类产品在报告期内的销售情况及对应客户，向纳天柯销售大幅增加的商业合理性及真实性，是否与纳天柯实际生产经营情况相匹配，销售合同未明确约定运输方式及费用承担、付款条件、售后条件等是否符合行业惯例；结合细分产品内容，对比向其他客户销售的同类产品，说明相关交易价格是否公允，毛利率低于综合毛利率的原因及合理性，是否存在利益输送情形或特殊利益安排

（一）补充说明纳天柯与发行人合作的具体背景，相关主体是否与发行人及其控股股东、实际控制人、董监高、关键岗位人员存在关联关系

1、纳天柯与发行人合作的具体背景

纳天柯主营业务为包装材料及辅料、服装服饰及辅料等，主要产品为包装鞋盒，主要客户包括沃尔玛、Costco（开市客），纳天柯股东为 Fitz Roy HOLDINGS,LLC，为一家注册在美国的公司。发行人业务承揽人通过朋友介绍与纳天柯进行业务开拓，昆山鼎佳的纸制类产品能够满足纳天柯的产品需求，在经过供应商准入、产品报价议价、样品验证、签署合作协议等流程后，公司开始与纳天柯进行业务合作。公司与纳天柯于 2023 年 6 月实现产品销售，2024 年 10 月，纳天柯要求公司产品进一步降价，公司无法满足降价要求，由此纳天柯暂时停止向公司下达订单，公司与纳天柯暂停合作。

公司对纳天柯 2024 年（经审阅）全年销售收入为 1,487.49 万元，毛利金额为 124.85 万元，公司对纳天柯毛利金额占公司总毛利金额的比例为 1.01%，占比很低。

2、相关主体是否与发行人及其控股股东、实际控制人、董监高、关键岗位人员存在关联关系

纳天柯与发行人及其控股股东、实际控制人、董监高、关键岗位人员不存在关联关系。

（二）说明发行人向纳天柯销售的同类产品在报告期内的销售情况及对应客户，向纳天柯销售大幅增加的商业合理性及真实性，是否与纳天柯实际生产经营情况相匹配，销售合同未明确约定运输方式及费用承担、付款条件、售后条件等是否符合行业惯例

1、说明发行人向纳天柯销售的同类产品在报告期内的销售情况及对应客户

报告期内，发行人向纳天柯销售的产品全部为防护性产品中的纸质类产品，报告期内，发行人防护性产品中的纸质类产品的销售情况及对应的报告期内每年前五大客户销售情况如下：

单位：万元、%

客户名称	2024年1-6月	2023年	2022年	2021年
纳天柯	865.37	1,017.26	-	-
浙江中科冠腾科技股份有限公司	305.81	111.65	-	-
台达电子	304.45	1,157.86	672.17	116.85

客户名称	2024年1-6月	2023年	2022年	2021年
华孚精密科技（马鞍山）有限公司	197.88	340.51	228.57	127.17
立讯精密	195.93	364.68	349.83	1,118.19
上海百分茶供应链有限公司	122.99	331.59	144.11	-
富士康集团	27.17	165.20	306.01	99.32
加百裕（昆山）电子有限公司	70.26	147.19	256.32	245.82
和硕科技	115.20	101.36	162.82	295.94
技嘉科技	12.21	28.76	94.96	261.70
仁宝电脑	35.91	127.59	158.40	259.76
其他客户	706.90	1,257.40	1,249.00	978.84
合计	2,960.09	5,151.06	3,622.19	3,503.59

2、向纳天柯销售大幅增加的商业合理性及真实性，是否与纳天柯实际生产经营情况相匹配

纸制品行业需求较大，但竞争较激烈，公司通过规模、产品质量、及时供应等优势，在经过供应商准入，产品报价议价，样品验证、签署合作协议等流程后获取了纳天柯业务，该等业务是替代纳天柯原有供应商，因此纳天柯转换供应商后，在较短时间内即出现纳天柯向公司采购大幅增长的情形，公司向纳天柯销售大幅增加具有商业合理性及真实性。

2023 年公司向纳天柯销售收入为 1,017.26 万元，根据访谈获悉，纳天柯向公司采购占其采购总额的比例约为 5%，占比较低，2023 年，纳天柯销售额为 1.5 亿元，公司向纳天柯销售规模与纳天柯实际生产经营情况相匹配。

3、销售合同未明确约定运输方式及费用承担、付款条件、售后条件等是否符合行业惯例

（1）公司与纳天柯合作的资金流、单据流、货物流

A. 资金流

公司与纳天柯直接进行结算，由纳天柯向公司支付货款。

B. 单据流转

公司单据随同货物一起送至客户，客户对公司产品进行检查验收，无误后在公司送货单上签字并由物流人员带回。

C.货物流

按照行业惯例由公司负责或公司指定单位将产品运输至纳天柯指定的收货地点，若在运输途中有损耗，由公司承担相关损失。

D.相关款项的回收情况

报告期各期，公司向纳天柯的销售收入及期末应收账款情况如下：

单位：万元、%

项目	2024 年度/2024 年 12 月 31 日（经审阅）	2023 年度/2023 年 12 月 31 日
营业收入	1,487.49	1,017.26
应收账款	195.87	796.35
占比	13.17%	78.28%

截至 2025 年 2 月 28 日，公司对纳天柯的应收账款已全部收回。

（2）销售合同未明确约定运输方式及费用承担、付款条件、售后条件等是否符合行业惯例

根据公司与纳天柯签订的《销售框架协议》，未明确约定运输方式及费用承担、付款条件、售后条件等条款。

A.关于运输方式及费用承担：《销售框架协议》中虽未明确约定运输方式及费用承担，但在“五、产品交付”中约定：4、货物已经送达采购订单确定的交货地点，货物风险自甲方转移至乙方，货物损毁、灭失、遗失等风险概由乙方自行负责；同时在“六、产品验收”中约定了验收标准、方法等，该等情形下，行业惯例为公司将货物运送到纳天柯指定地点，且运输费用由公司承担。公司与台达电子、重庆宇海科技有限公司、加百裕（昆山）电子有限公司、康舒科技等客户销售框架协议也存在未明确约定运输方式及费用承担的情形，该等客户均为公司将产品运送到其指定地点，且运输费用由公司承担。

B.关于付款条件：《销售框架协议》中虽未明确约定付款条件，但在纳天柯下达的订单中明确约定了付款条件为月结 60 天。公司与巨腾国际、炳荣精密等客户销售框架协议也存在未明确约定付款条件，而是在订单中约定付款条件的情形。

C.关于售后条件：公司与纳天柯签订的《销售框架协议》中未明确约定售后条件，主要因为公司销售给纳天柯的产品为鞋盒等纸制品，纳天柯的终端客户为沃尔玛、Costco（开市客）等零售行业，其与消费电子行业通常在《销售框架协议》中约定保质期的惯例存在差异。根据访谈，如果供应商存在质量瑕疵的售后情况，一般按照行业惯例由发行人处理，除此之外，双方无其他售后条款要求，该等要求与纳天柯其他供应商一致。

综上所述，公司与纳天柯签订的《销售框架协议》，未明确约定运输方式及费用承担、付款条件、售后条件等条款不影响双方权利义务的履行，双方未发生纠纷或潜在纠纷的情形，符合行业惯例。

（三）结合细分产品内容，对比向其他客户销售的同类产品，说明相关交易价格是否公允，毛利率低于综合毛利率的原因及合理性，是否存在利益输送情形或特殊利益安排

报告期内，公司纸质类产品不同细分类型销售收入、单位价格和毛利率情况如下：

单位：万元、元/件、%

类型		项目	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度	2021 年度
其他类	纳天柯	销售收入	865.37	1,017.26	-	-
		销售单价	2.60	2.47	-	-
		毛利率	8.00	10.69	-	-
	除纳天柯外	销售收入	153.12	404.08	233.82	116.41
		销售单价	0.53	0.52	0.57	1.37
		毛利率	13.32	6.01	3.42	5.03
汽车及新能源、消费电子及其他电子产品类		销售收入	1,941.83	3,729.72	3,388.36	3,387.19
		销售单价	2.14	2.59	2.62	1.62
		毛利率	25.44	24.27	23.37	20.37
合计		销售收入	2,960.31	5,151.06	3,622.19	3,503.59
		销售单价	1.93	1.96	2.12	1.61
		毛利率	19.72	20.15	22.08	19.86

公司纸质类产品其他类包括零售、快消品、玩具等细分行业客户产品包装，公司纸质类产品其他类和汽车及新能源、消费电子及其他电子产品类销售价格存在一定差异且不同年度间价格存在一定变动，主要原因为公司纸质类产品型号较

多，不同产品规格尺寸、使用材质、工艺难度、运输距离、所处行业竞争程度等存在差异，导致产品价格存在差异，根据对纳天柯访谈，纳天柯向鼎佳精密采购产品与其他同类型产品采购价格不存在明显差异，纳天柯与鼎佳精密无关联关系。综上所述，公司向纳天柯销售价格公允。

公司纸质类产品其他类毛利率低于汽车及新能源、消费电子及其他电子产品类的毛利率，主要原因一方面是不同的下游行业的竞争程度存在差异，竞争越激烈，毛利率越低；另一方面是公司需要深度参与汽车及新能源、消费电子及其他电子产品类的纸制品的配套开发，开发和服务周期更长，产品附加值相对较高，毛利率相对更高。

与公司纸制品业务类似的同行业可比上市公司主营业务等情况如下：

序号	企业名称	主营业务	产品	应用领域	主要客户
1	和兴包装 (002228.SZ)	从事中高档瓦楞纸箱、纸板及缓冲包装材料的研发与设计、生产、销售及服务。	瓦楞包装、彩盒包装、缓冲包装、工业用纸	家用电器、快速消费品、消费电子、零售等行业	海尔、美的、格力、海信、宝洁、蓝月亮、立白、富士康、戴尔、华勤、小米、飞利浦、伊利、蒙牛、康师傅、达利、旺旺、百威英博、青岛啤酒、华润、京东商城、顺丰、宁德时代、海康威视、比亚迪等知名企业客户
2	美盈森(002303.SZ)	从事运输包装产品、精品包装产品、标签产品及电子功能材料模切产品的研发、生产与销售，并为客户提供包装产品创意设计、结构设计、包装方案优化、包装材料第三方采购与包装产品物流配送、供应商库存管理以及现场辅助包装作业等包装一体化深度服务。	轻型包装产品、重型包装产品、第三方采购	消费电子、食品饮料、白酒、家用电器等行业	客户主要系国内外知名企业，如 Samsung、Canon、HP、Bose、联想、小米、富士康、华为、茅台习酒、五粮液、泸州老窖、剑南春、旺旺、伊利、美的、TCL、海信、京东、顺丰、比亚迪等

序号	企业名称	主营业务	产品	应用领域	主要客户
3	大胜达（603687.SH）	公司是一家生产研发高质量、高强度的瓦楞纸箱、纸板产品的高新技术企业	纸箱、纸板	啤酒、饮料、家用电器等行业	主要客户为顺丰、苏泊尔、华润啤酒、农夫山泉、松下电器等
4	佳合科技（872392.BJ）	公司的主营业务为纸质包装与展示产品的研发、设计、生产和销售	彩印产品、水印产品、纸板	家居用品领域，如家用电器、家具等行业	进入众多国际卖场、零售公司的供应链，如：家得（HOMEDEPOT）、塔吉特（TARGET）、沃尔玛（Walmart）、劳氏（Lowe's）、百思买（Bestbuy）、麦德龙（METRO）、奇堡（Tchibo）等，国内知名客户如康佳、海康威视等。

报告期内，前述公司与公司纸制品业务类似的产品销售收入和对应毛利率情况如下：

单位：亿元、%

项目	产品类型	2024 年 1-6 月		2023 年度		2022 年度		2021 年度	
		收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率
和兴包装	瓦楞包装	46.69	11.17	101.43	11.31	120.49	8.25	127.78	8.72
美盈森	轻型包装产品	11.03	26.97	20.30	25.06	25.66	17.87	22.93	21.35
大胜达	瓦楞纸箱	6.61	7.36	13.55	8.88	15.82	10.27	15.75	8.71
佳合科技	水印	1.00	12.20	1.37	11.16	1.27	14.53	1.62	11.76
发行人	纸质类产品	0.30	19.72	0.52	20.15	0.36	22.08	0.35	19.86

由上表可知，可比上市公司与公司纸制品业务类似产品的毛利率差异较大，公司纸制品业务整体毛利率低于美盈森，但高于其他可比上市公司。根据佳合科技第二轮问询回复，佳合科技与美盈森、大胜达毛利率差异原因解释如下：

1、报告期内，美盈森毛利率高于佳合科技水印产品的毛利率，其解释原因之一为：美盈森的下游行业主要是消费电子行业，主要客户为知名企业，毛利率相对较高。美盈森的客户包括亚马逊、小米、三星、惠普、戴尔等知名企业，包装相对精美，以包装一体化服务为特色，深度参与下游客户的生产流程，产品附

加值相对较高，因此毛利率水平较高；公司的下游行业主要是家居行业，包括家用电器、家具等，其中水印产品较彩印产品包装相对简单、实用，附加值相对较低。

2、报告期内，大胜达毛利率低于佳合科技水印产品的毛利率，其解释原因之一为：大胜达下游客户与发行人相比存在一定差异，大胜达的客户主要为啤酒、饮料、小型家用电器等行业，大部分隶属于社会消费品行业，发行人的客户主要为家居用品领域，较多商品最终销往国际知名卖场、零售公司，对包装产品的要求更高，产品附加值相对较高。

由此可见，同属于纸制品包装业务，但由于客户、客户所属行业及不同客户对包装产品要求的不同，会导致毛利率差异较大。

综上所述，公司销售给纳天柯产品毛利率低于纸质类中汽车及新能源、消费电子及其他电子产品类产品的毛利率具有合理性，公司与纳天柯无关联关系，不存在利益输送情形或特殊利益安排。

四、列表说明报告期内发行人新老客户情况（数量、销售金额及比例），新客户销售产品类型及销售占比；结合新老客户进入和退出情况、老客户复购率、与主要客户的框架协议到期后续签情况等，说明公司是否存在主要客户终止合作或减少交易规模的风险，是否存在被竞争对手替代的风险

（一）列表说明报告期内发行人新老客户情况（数量、销售金额及比例），新客户销售产品类型及销售占比

报告期内公司新老客户情况（数量、销售金额及比例），新客户销售产品类型及销售占比情况如下：

项目		2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度	2021 年度
新客户	客户数量（家）	80	102	97	73
	销售金额（万元）	432.47	2,170.63	1,375.75	1,503.88
	其中：功能性产品销售占比	74.49%	39.87%	53.39%	67.24%
	防护性产品销售占比	25.51%	60.12%	46.61%	32.76%
	销售金额占比	2.41%	5.96%	4.22%	3.88%

老客户	客户数量（家）	231	216	189	178
	销售金额（万元）	17,529.17	34,221.12	31,246.66	37,272.73
	其中：功能性产品销售占比	71.54%	72.06%	73.46%	76.71%
	防护性产品销售占比	28.46%	27.94%	26.54%	23.29%
	销售金额占比	97.59%	94.04%	95.78%	96.12%
合计		17,961.64	36,391.75	32,622.41	38,776.61

注：1、客户家数情况已考虑同一控制下合并；

2、新客户统计口径为前两年无交易而本年度有交易的客户。

公司始终重视老客户的维护及新客户的拓展。报告期内，公司新客户家数分别为 73 家、97 家、102 家和 80 家，销售贡献率分别为 3.88%、4.22%、5.96%和 2.41%，2021-2023 年呈上涨趋势，2024 年 1-6 月份新客户数量下滑主要系统统计周期为半年所致。按照全年口径统计后，2024 年度（经审阅数据）新增客户 152 家，新客户销售贡献率 3.78%；老客户数量 238 家，销售贡献率 96.22%。

公司深耕消费电子行业，经过长时间的持续发展，已经具备一定的客户基础和市场知名度。一方面通过良好的产品质量和及时响应客户需求来积极开拓市场；另一方面通过不断提升自身技术水平，扩大产品应用领域，深度挖掘客户的潜在需求，加强老客户粘性的同时也注重满足新客户的需求。2021-2023 年新客户数量及销售额均有所增长。除 2023 年外功能性产品在新客户中销售占比较高，2023 年防护性产品在新客户中占比大于功能性产品，主要系 2023 年新增客户纳天柯，其主要销售防护性纸质类产品，公司替代其原有供应商，销售放量速度快。报告期内，老客户的数量分别为 178 家、189 家、216 家和 231 家，销售占比分别为 96.12%、95.78%、94.04%和 97.59%，老客户依然是公司销售的主要来源，但新客户的增长为公司未来的业务拓展提供了新的动力。

（二）结合新老客户进入和退出情况、老客户复购率、与主要客户的框架协议到期后续签情况等，说明发行人是否存在主要客户终止合作或减少交易规模的风险，是否存在被竞争对手替代的风险

2021 年度至 2024 年度公司的客户变动情况如下所示：

单位：家

项目	新客户 进入数 量	老客户 退出数 量	净变动 数量	新客户 开拓率	老客户 流失率	客户净 增长	上年客户 总数
2024 年度	152	81	71	47.80%	25.47%	22.33%	318
2023 年度	102	70	32	35.66%	24.48%	11.19%	286
2022 年度	97	62	35	38.65%	24.70%	13.94%	251
2021 年度	73	49	24	32.16%	21.59%	10.57%	227
均值	106	66	41	39.19%	24.21%	14.97%	271

注：1、2024 年度数据业经审阅；
2、本期老客户退出数量=本年度老客户数量-上年度老客户数量；新客户开拓率=本期新客户进入数量/上年客户总数；老客户流失率=本期老客户退出数量/上年客户总数。

由上表可知，2021 年度至 2024 年度公司的新客户开拓率分别为 32.16%、38.65%、35.66%和 47.80%，均值为 39.19%。老客户的流失率分别为 21.59%、24.70%、24.48%和 25.47%，均值为 24.21%。

随着公司的发展，新客户开拓率和老客户流失率总体呈现上升趋势，但新客户开拓率大于老客户流失率，新客户的持续流入有效抵消老客户的流失，实现了客户净增长。客户总量的持续增加，表明公司业务发展良好，稳定性较强。同时新客户开拓率增长，表明公司对市场的吸引力较强，在品牌建设、营销策略和市场渗透方面表现突出，品牌影响力在不断提升，具有较强的竞争力。

报告期内，老客户收入规模如下所示：

单位：万元、家

收入规模	项目	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度	2021 年度
100 万以上	家数	45	59	56	48
	收入	14,592.04	31,337.26	28705.64	35,011.03
	占营业收入比	80.51%	85.47%	87.28%	89.42%
50-100 万(含)	家数	20	26	20	18
	收入	1,392.09	1,717.79	1425.97	1,280.41
	占营业收入比	7.68%	4.69%	4.34%	3.27%
50 万元(含) 以下	家数	166	131	113	112
	收入	1,545.04	1,166.07	1,115.05	981.29
	占营业收入比	8.52%	3.18%	3.39%	2.51%

由上可知，2021 年度至 2023 年度公司老客户交易规模在 100.00 万元以上的

客户数量持续增长，收入占比保持基本稳定。2024 年 1-6 月，老客户交易规模在 100.00 万元以上的客户数量和收入占比有所下降，主要系统计周期仅 6 个月，部分客户的交易额尚未达到 100.00 万元，仍处于较低层级。故该层级的收入占比下降，100.00 万元以下层级的收入占比上升。

报告期内，公司年度销售额在 50.00-100.00 万元的客户收入占比呈逐年上涨趋势，除 2024 年 1-6 月外，客户数量也逐年上涨。其中，客户数量 2024 年 1-6 月较 2023 年有所减少，销售收入占比却增大，主要系部分大客户收入接近该层级上限，如 MPT Solution（Vietnam）Company Limited、广德竹昌电子科技有限公司等即将突破 100.00 万元，降低了统计周期短对该层级的影响。

报告期内，公司收入规模在 50.00 万元及以下的老客户数量及对应销售金额逐年增加，其中 2024 年 1-6 月收入占营业收入较上年增长较大，主要系统计周期较短，部分客户处于下沉状态。

报告期各期，老客户复购率情况如下：

单位：万元

项目	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度	2021 年度
老客户本期复购金额	17,529.17	34,221.12	31,246.66	37,272.73
营业收入	18,125.36	36,662.93	32,890.85	39,152.58
客户复购率	96.71%	93.34%	95.00%	95.20%

注：客户复购率=老客户本期复购金额/营业收入。

从客户复购率角度看，报告期各期的老客户复购率均超过 90%，保持相对稳定，客户满意度较高、粘性较强。

截至本问询回复签署日，公司与报告期前五大客户签署的正在执行中的框架协议有效期情况具体如下：

集团名称	主要客户	协议签署日期	协议有效期
仁宝电脑	仁宝信息技术（昆山）有限公司	2012/4/1、	本协议长期有效，如需终止甲乙双方需提前 90 天书面形式通知
	仁宝资讯工业（昆山）有限公司	2011/10/26、	
	仁宝电脑（成都）有限公司	2020/4/10	
巨腾	巨腾（内江）资讯配件有限公司	2021/6/19	有效期间三年，有效期满自

国际			动延展一年，延展次数不限。
	大昶（重庆）电子科技有限公司	2021/6/8	有效期间三年，有效期满自动延展一年，延展次数不限。
	巨宝精密加工（江苏）有限公司	2019/1/1	有效期间三年，有效期满自动延展一年，延展次数不限。
神基股份	汉达精密电子（昆山）有限公司	2022/9/29、 2022/6/7、 2021/3/1、 2019/10/22	有效期三年，若任一方在本合约期满前三个月内皆无以书面通知他方不再约，本合约有效期间将在期满后自动延展三年，尔后亦同。
	苏州汉扬精密电子有限公司		有效期三年，若任一方在本合约期满前三个月内皆无以书面通知他方不再约，本合约有效期间将在期满后自动延展三年，尔后亦同。
	MPT Solution (Vietnam) Company Limited		有效期三年，若任一方在本合约期满前三个月内皆无以书面通知他方不再约，本合约有效期间将在期满后自动延展三年，尔后亦同。
和硕科技	凯硕电脑（苏州）有限公司	2021/9/20、	无具体约定
	旭硕科技（重庆）有限公司	2014/5/6、	
	名硕电脑（苏州）有限公司	2012/1/14	
纳天柯包装辅料（上海）有限公司	纳天柯包装辅料（上海）有限公司	2023/3/1	有效期两年，协议有效期届满后，如甲乙双方对协议条款均未书面提出异议，则协议期限自动延续，直至协议一方书面提出异议并经另一方书面同意为止
台达电子	中达电子（江苏）有限公司	2022/5/25	本合约有效期限五年，自签约日起算，到期日三十天前双方若均无以书面表示终止之意思表示时则本合约自动展延一年，后之延展亦同
	台达电子（重庆）有限公司		
	台达电子（东莞）有限公司		
立讯精密	日善电脑配件（嘉善）有限公司	2023/4/21	本约有效期限自合同生效日起一年。如在期限届满前三十天任何一方未以书面方式通知对方不再续约的，则本约自动延长一年，嗣后亦同。
	苏州立讯技术有限公司		
	日达智造科技（如皋）有限公司		
康舒科技	沪华五金电子（吴江）有限公司	2018/1/1、 2021/2/1	签订时生效除非合同变更或合作关系取消，如合同双方

			有一方严重违反合同条款， 另一方可以立即终止本合同， 无须事先通知。
--	--	--	--

报告期内，与前五大客户皆签订了较长期的合同。其中与仁宝电脑签订的是长期有效协议，如需终止需甲乙双方提前书面通知；与巨腾国际、神基股份、纳天柯包装辅料（上海）有限公司、台达电子、立讯精密签订的是到期自动延展且延展次数不限的协议，且除巨腾国际外如需终止协议需提前提出书面异议；与康舒科技签订的是不提异议继续执行的协议。公司与纳天柯合作情况详见本问询回复“问题 1”之“三”之“（一）补充说明纳天柯与发行人合作的具体背景，相关主体是否与发行人及其控股股东、实际控制人、董监高、关键岗位人员存在关联关系”。

公司主要客户合同的自动延展机制体现了合作的长期化趋势，表明客户对公司的认可，降低了合作中断或被替代的可能性。为公司提供了稳定的业务基础，有效规避了客户流失和竞争替代的风险，确保了业务的可持续性。

综上，2021 年度至 2024 年度公司新客户拓展率持续高于老客户流失率，2021 年度至 2023 年度老客户中交易规模在 100.00 万元以上的客户数量逐年增加。报告期内，老客户的复购率稳定在 90%以上，并且与主要客户均建立了长期稳定的合作关系，客户留存率较高。因此，公司与主要客户终止合作或交易规模缩减的风险较低，且不存在被竞争对手替代的风险。

五、请保荐机构、申报会计师核查上述问题并发表明确意见

（一）核查程序

针对上述事项，保荐机构、申报会计师构执行了以下核查程序：

1、查阅公司销售明细表、审计报告及审阅报告，了解产品销售的明细分类、细分产品结构、不同消费电子应用领域等情况及主要产品迭代周期情况、对客户销售规模、进入退出情况进行对比分析。

2、查阅发行人所属行业研究报告，了解行业发展趋势、行业市场空间及竞

争格局、笔记本电脑全球出货量、消费电子行业及笔记本电脑细分行业市场需求变动情况等。

3、获取主要客户主要合作主体出具的《说明函》/《访谈纪要》，了解发行人在主要客户的供应体系中采购占比、同类产品竞争力及采购金额下降的具体原因。

4、使用 Wind 软件，查询主要客户公开披露信息，了解其主要经营数据。

5、查阅申报会计师出具的《审阅报告》（容诚专字[2025]230Z0489 号），了解发行人期后业绩情况。

6、查阅《招股说明书》并访谈公司业务负责人，了解期后业绩的稳定、可持续性及相关风险揭示的充分性。

7、通过访谈公司业务负责人，了解发行人主要客户业务情况，包括机型停产，新增产品获取情况及对仁宝电脑及其指定采购商、立讯精密等主要客户销售是否存在持续下降的风险；

8、对比分析神基股份和立讯精密功能性产品销售明细，确定停产机型、新增机型情况；

9、获取台达电子和索尼株式会社公开披露资料，走访台达电子，对比分析发行人报告期内台达电子销售收入变动情况及变动原因。

10、对纳天柯、发行人前运营总监进行访谈，获取公司与纳天柯合作背景、关联关系、采购占比等资料；根据发行人与纳天柯签订的《销售框架协议》、纳天柯下达的采购订单，查看发行人与其他客户签订的销售合同，分析发行人销售条款是否符合行业惯例。

11、对比分析发行人纸制品主要客户销售情况，以及不同类别毛利率，获取纸制品同行业可比上市公司资料并对比分析。

12、通过查看发行人、发行人控股股东、实际控制人、董监高、关键岗位人员银行流水，获取纳天柯出具的访谈记录及无关联关系承诺函，通过查询公开资

料等，确认发行人与纳天柯是否存在关联关系。

13、访谈发行人主要客户，了解其基本情况、开始合作时间、合同履行情况等；获取主要客户框架协议，检查协议到期后续签等情况，了解发行人与客户合作稳定性。

（二）核查意见

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

1、发行人产品所处消费电子市场保持稳定增长，笔记本电脑细分市场企稳回升；发行人产品性能优越，主要客户合作稳定，持续在主营领域及新领域拓展、开发新客户，并已取得一定成效，下游应用领域及发行人产品需求不存在持续萎缩的风险。

2、发行人在主要客户同类产品的供应体系中占据较高的采购份额，且在同类产品中竞争力较强，主要客户采购金额下降的主要原因系受终端行业变动的影响，发行人能够持续稳定获取订单，除纳天柯外，在消费电子行业复苏的大背景下公司对仁宝电脑及其指定采购商、立讯精密等主要客户销售不存在持续下降的风险。

3、发行人期后业绩稳定可持续，相关风险揭示充分。

4、神基股份、立讯精密采购所涉停产机型对发行人经营业绩存在一定影响，发行人能够获取神基股份、立讯精密新机型订单并实现收入；

5、台达电子 2021 年-2023 年采购金额大幅增加和 2024 年上半年采购金额下降具有合理性，2024 年下半年收入降幅已明显收窄，发行人与台达电子销售收入不存在持续大幅下滑的情形；

6、除纳天柯外，发行人与主要客户合作稳定且可持续；

7、纳天柯与发行人及其控股股东、实际控制人、董监高、关键岗位人员不存在关联关系；

8、报告期内，发行人向纳天柯销售大幅增加具有商业合理性及真实性，与

纳天柯实际生产经营情况相匹配；

9、发行人向纳天柯销售合同未明确约定运输方式及费用承担、付款条件、售后条件等符合行业惯例；

10、发行人与纳天柯相关交易价格公允；

11、发行人向纳天柯销售的产品毛利率低于综合毛利率具有合理性，不存在利益输送情形或特殊利益安排。

12、2021-2024 年发行人新客户拓展率持续高于老客户流失率，2021-2023 年老客户中交易规模在 100.00 万元以上的客户数量逐年增加。报告期内，老客户的复购率均在 90%以上，且与主要客户建立了长期稳定的合作关系，客户留存率较高，除因无法满足纳天柯进一步降价需求而暂停合作外，发行人不存在与主要客户终止合作或减少交易规模的风险，不存在被竞争对手替代的风险。

问题 2. 关于 2024 年上半年业绩增长的真实合理性

根据申请文件及问询回复：（1）2024 年第一季度，笔记本电脑市场全球出货量达到 4,510 万台，同比增长 4.2%，2024 年第二季度，出货量达 5,000 万台，同比增长 4%，发行人 2024 上半年收入同比增长 7.12%。（2）发行人 2024 年进入戴尔及宁德时代供应商体系。

请发行人：（1）结合笔记本电脑市场全球出货量、终端客户需求、新老客户变化等情况，说明 2024 年上半年业绩同比增长的真实合理性。（2）补充说明发行人进入戴尔及宁德时代供应商体系的背景，与戴尔及宁德时代的合作模式、合作约定或安排、订单签订情况及收入实现情况等。

请保荐机构、申报会计师：（1）核查上述事项并发表明确意见。（2）区分内销外销，详细说明对主要客户的走访情况，走访对象选取标准、选取范围，区分实地走访、视频访谈等，说明访谈获取的支持性证据、受访人员是否能代表被访谈单位，是否实地查看发行人产品使用情况等；说明被走访单位未在核查相关底稿上盖章，是否能有效支撑收入真实性核查结论。

【回复】

一、结合笔记本电脑市场全球出货量、终端客户需求、新老客户变化等情况，说明 2024 年上半年业绩同比增长的真实合理性

（一）笔记本电脑市场全球出货量、终端客户需求、新老客户变化等情况

1、笔记本电脑市场全球出货量

报告期内，笔记本电脑市场全球出货量情况详见本问询回复“问题 1”之“一”之“（一）”之“1、消费电子领域的市场发展情况、相关终端的出货量及市场需求”。

2、终端客户需求及复购率

（1）复购率

报告期内，客户复购率情况详见本问询回复“问题 1”之“四”之“（二）

结合新老客户进入和退出情况、老客户复购率、与主要客户的框架协议到期后续签情况等，说明发行人是否存在主要客户终止合作或减少交易规模的风险，是否存在被竞争对手替代的风险”。

（2）终端客户需求

报告期内，公司产品终端应用领域主要为笔记本电脑、汽车新能源、平板电脑、半导体、电子配件及游戏机等，其中以笔记本电脑占比最高。2024 年上半年受益于行业回暖，客户需求开始回升带动发行人营业收入增长。

总体来看，公司产品终端应用领域主要为笔记本电脑、汽车新能源、平板电脑、半导体、电子配件及游戏机，客户产品需求广阔，终端客户需求量将保持在较高水平。

3、新老客户变化

报告期内，客户复购率情况详见本问询回复“问题 1”之“四”之“（一）列表说明报告期内发行人新老客户情况（数量、销售金额及比例），新客户销售产品类型及销售占比”。

（二）2024 年上半年业绩同比增长的真实合理性

公司 2024 年上半年业绩同比情况如下所示：

单位：万元

项目	2024 年 1-6 月	2023 年 1-6 月	变动比例
营业收入	18,125.36	16,924.15	7.10%
营业成本	12,277.20	11,075.43	10.85%
毛利率	32.27%	34.56%	-2.29%
期间费用（销售费用+管理费用+研发费用）	2,792.29	2,606.48	7.13%
财务费用	-412.92	-239.14	72.67%
营业利润	3,168.08	3,015.13	5.07%
营业外收入	55.60	-	100.00%
营业外支出	1.17	140.69	-99.17%
所得税费用	412.93	419.08	-1.47%
净利润	2,809.59	2,455.36	14.43%
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	2,667.88	2,433.37	9.64%

公司 2024 年上半年业绩较上年同期增加 14.43%，具体分析如下所示：

1、营业收入增长

受益于行业回暖及公司在主要客户同类产品的供应体系中占据较高的采购份额，且在同类产品中竞争力较强的影响，公司对主要客户的销售收入同比增长 5.44%，具体分析详见本问询回复“问题 1”之“一”之“（一）结合公司主要产品应用所涉相关消费电子领域的市场发展情况、相关终端的出货量及市场需求、发行人在主要客户的供应体系中采购占比及同类产品竞争力、主要产品迭代周期、主要客户经营状况及采购金额下降的具体原因等，说明发行人是否能持续稳定获取订单，对仁宝电脑及其指定采购商、立讯精密等主要客户销售是否存在持续下降的风险”。

同时，报告期内公司客户复购率即老客户销售占比均稳定在 90.00%以上。

2、财务费用变动

公司 2024 年上半年财务费用同比增长 72.67%，主要系受汇率波动影响及公司减少美元的结汇导致汇兑损益及美元账户利息收入较同期增长明显。

3、营业外收入与营业外支出

营业外收入本期增加主要系经法院判决及双方协商，公司无需支付供应商的部分款项；营业外支出本期同比减少 99.17%，主要系上年同期公司存在较大金额的滞纳金，该事项在 2024 年 1-6 月不存在。

综上所述，公司 2024 年 1-6 月业绩增长具有合理性。

审计截止日后，公司 2024 年度经审阅的业绩数据较上年同期也呈现增长，其中净利润较上年同期增长 14.73%，具体对比情况及分析详见本问询回复“问题 1”之“一”之“（二）期后业绩是否稳定可持续，相关风险揭示是否充分”。

综上所述，公司 2024 年上半年业绩同比增长是真实合理的。

二、补充说明发行人进入戴尔及宁德时代供应商体系的背景，与戴尔及宁德时代的合作模式、合作约定或安排、订单签订情况及收入实现情况等

（一）公司与戴尔合作情况

1、合作背景及进展

戴尔是全球领先的科技公司之一，在多个领域具有重要的行业地位，其中在个人电脑市场，戴尔是全球前三的 PC 制造商之一。

2024 年 5 月，公司拜访戴尔建立初步联系，向戴尔介绍公司规模概况，产品信息，行业经验等。同月公司与戴尔完成了保密协议的签订；2024 年 11 月，戴尔通知公司已通过质量体系稽核和质量过程稽核。

在此期间，公司积极配合戴尔进行新机种导入的成本评估、打样、试产、组装，测试验证等相关开发工作。公司已顺利通过汉达精密电子（昆山）有限公司、可功科技（宿迁）有限公司、合肥经纬电子科技有限公司等组件生产商的新机种新产品导入阶段的测试验证，2024 年 11 月开始进入量产阶段并进行交货。

2、公司与戴尔的合作模式、合作约定或安排、订单签订情况

公司与戴尔的合作模式、合作约定或安排、订单签订情况属于商业秘密，已申请豁免披露。

3、收入实现情况

2024 年度，公司就戴尔指定的产品收入实现情况如下所示：

单位：万元

客户名称	收入金额
合肥精深精密科技有限公司	172.78
汉达精密电子（昆山）有限公司	120.61
富钰精密组件（昆山）有限公司	112.17
合肥博大精密科技有限公司	76.08
合肥经纬电子科技有限公司	56.02
可功科技（宿迁）有限公司	16.09
合计	553.74

注：上述数据业经审阅。

（二）公司与宁德时代合作情况

1、合作背景及进展

宁德时代作为全球领先的动力电池和储能系统制造商，其在电池组的生产、

运输和存储环节对包装材料存在需求。

2022 年 11 月，公司与宁德时代建立起初步联系，公司向其介绍公司规模概况、产品信息、行业经验等。2023 年 2 月，宁德时代组织多部门人员来本公司进行实地考察。2023 年 12 月，宁德时代通知并本公司进行报价考核并于 2024 年 1 月通过报价考核。在经过供应商准入、样品验证等流程后，2024 年 5 月，公司与宁德时代签订了《框架采购合同》后参与宁德时代的正式报价。

2、公司与宁德时代的合作模式、合作约定或安排、订单签订情况

(1) 合作模式

公司应先通过宁德时代的供应商体系认证并通过审核方可被纳入供应商体系，只有进入宁德时代供应商体系内的供应商方可参与产品竞价。

公司与宁德时代供应商体系内的其他供应商一同向宁德时代提供产品报价进行竞价，竞价成功后取得相关产品的供货资格。在后续日常交易过程中，公司按照客户订单要求进行供货，供货后客户按照约定的账期进行货款支付。

(2) 合作约定或安排、订单签订情况

2024 年 5 月，公司与宁德时代新能源科技股份有限公司子公司江苏时代新能源科技有限公司签订《框架采购合同》，合同主要条款如下所示：

项目	合同约定
订单	4.2.1 甲方将通过书面形式或双方约定的其他形式向乙方发送订单及其变更（以下统称“订单”）。订单在送达乙方后立即生效，除非甲方通知乙方该订单被变更或撤销，乙方应遵照订单履行交货义务。
产品交付	4.3.1 除非另有约定，乙方应负责以符合甲方和产品需要的适当包装和运输方式自行将产品运输或代办托运至甲方指定的地点，并承担相关管理、包装、储存、装卸（含目的地指定地点卸货）、运输及保险等费用。产品毁损灭失的风险自产品交付给甲方，并由甲方指定人员签收之后转移至甲方。 4.3.2 除非订单另有约定，否则双方同意产品应按 DDP（完税后交货）条款交货，另外，乙方仍需承担上述 4.3.1 条规定之所有义务。
付款	4.6.1 甲方对所交付产品全部验收合格并予以确认后，根据订单及双方约定之付款条件以及确认的收货情况，向乙方支付产品货款。
合同有效期	14.1 本合同有效期三年，自甲乙双方盖章签署之日起生效并自动替代之前签署的任何类似口头或书面框架协议，直至有效期结束之日终止或经双方协商后书面确认终止，除非被新的框架采购合同替代或根据下列规定提前终止。

公司与客户签订的合同为框架性协议，具体采购内容以客户订单或排程为准。

3、收入实现情况

2024 年度经审阅的对宁德时代的收入为 2.46 万元。主要系在后续竞价过程中公司按照竞价对毛利进行测算后认为毛利率较低，故而放弃订单竞价。

三、请保荐机构、申报会计师：（1）核查上述事项并发表明确意见。（2）区分内销外销，详细说明对主要客户的走访情况，走访对象选取标准、选取范围，区分实地走访、视频访谈等，说明访谈获取的支持性证据、受访人员是否能代表被访谈单位，是否实地查看发行人产品使用情况等；说明被走访单位未在核查相关底稿上盖章，是否能有效支撑收入真实性核查结论。

（一）核查上述事项并发表明确意见

1、核查程序

针对上述事项，保荐机构、申报会计师构执行了以下核查程序：

（1）查阅公司所属行业相关统计资料；

（2）获取公司的销售明细表，核查并分析各年度复购情况、新老客户变动情况并统计戴尔与宁德时代销售收入情况；获取公司 2024 年度《审阅报告》并访谈公司管理层，了解公司 2024 年上半年业绩增长原因；

（3）询问业务部负责人，了解发行人与戴尔、宁德时代的合作背景、合作模式、合作约定或安排、订单签订情况；查阅发行人与宁德时代签订的合同条款。

2、核查意见

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

（1）发行人所处行业在 2024 年呈现回暖趋势、报告期内发行人客户复购率即老客户销售占比均稳定在 90.00%以上，同时经审阅的 2024 年度业绩数据较往年同期呈现增长趋势；发行人 2024 年上半年业绩同比增长是真实合理的；

（2）发行人进入戴尔及宁德时代供应商体系的背景具有合理性，与戴尔及

宁德时代的合作模式、合作约定或安排未见异常；发行人对戴尔已实现批量供货，未实现向宁德时代的批量供货但原因具有合理性。

（二）区分内销外销，详细说明对主要客户的走访情况，走访对象选取标准、选取范围，区分实地走访、视频访谈等，说明访谈获取的支持性证据、受访人员是否能代表被访谈单位，是否实地查看发行人产品使用情况等；说明被走访单位未在核查相关底稿上盖章，是否能有效支撑收入真实性核查结论

1、对主要客户的走访情况

（1）走访对象选取标准、选取范围

保荐机构和申报会计师以客户法人主体为统计口径，按照下述方式合并选取走访对象：①按照客户法人主体收入排名，选取至少包含报告期各期主营业务收入前二十大客户；②报告期各期已走访客户收入合计超过 70%。

（2）区分内销外销统计对主要客户的走访情况

报告期内，保荐机构和申报会计师对发行人主要客户进行走访，区分内销外销统计对主要客户的走访情况具体如下所示：

销售类型	项目	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度	2021 年度
内销	家数（家）	35	36	35	34
	对应收入（万元）	6,199.37	13,617.85	12,250.60	15,502.07
	占内销主营业务收入比例	60.09%	62.79%	67.82%	74.92%
外销	家数（家）	16	16	16	16
	对应收入（万元）	6,525.53	12,954.51	13,284.06	16,920.67
	占外销主营业务收入比例	85.36%	88.10%	91.24%	93.55%
合计	家数（家）	41	41	41	40
	对应收入（万元）	12,724.90	26,572.36	25,534.67	32,422.74
	占营业收入比例	70.20%	72.48%	77.63%	82.81%

注：合计走访客户家数与内、外销走访客户家数合计数不一致系部分客户同时存在内外销。

（3）区分实地走访、视频访谈统计对主要客户的走访情况

报告期内，保荐机构和申报会计师对发行人主要客户进行走访，区分实地走访、视频访谈统计对主要客户的走访情况具体如下所示：

走访方式	项目	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度	2021 年度
实地走访	家数（家）	40	40	40	39
	对应收入（万元）	12,420.40	25,919.39	24,483.71	30,823.19
	占营业收入比例	68.52%	70.70%	74.44%	78.73%
视频访谈	家数（家）	1	1	1	1
	对应收入（万元）	304.51	652.97	1,050.96	1,599.55
	占营业收入比例	1.68%	1.78%	3.20%	4.09%
合计	家数（家）	41	41	41	40
	对应收入（万元）	12,724.90	26,572.36	25,534.67	32,422.74
	占营业收入比例	70.20%	72.48%	77.63%	82.81%

报告期内，保荐机构和申报会计师对可成科技股份有限公司进行视频访谈，未进行实地访谈主要系客户在中国台湾，通行证办理存在一定难度。保荐机构和申报会计师对可成科技股份有限公司的具体访谈过程为由信达律师事务所的项目组成员开启视频并现场查看被访谈人员工牌/名片，保荐机构和申报会计师以视频接入的方式全程参与访谈。

2、说明访谈获取的支持性证据

保荐机构和申报会计师对主要客户访谈获取的核查证据包括被访谈人的名片/工牌、经对方签字或盖章确认的访谈问卷、营业执照复印件、与客户合影、承诺函等。

3、受访人员是否能代表被访谈单位、是否实地查看发行人产品使用情况

（1）受访人员是否能代表被访谈单位

公司客户的受访人员一般为客户的负责人或采购经办人，在走访过程中对受访人员身份真实性进行验证，主要包括：在访谈过程中与访谈对象确认其姓名、所任职公司基本情况及所担任的公司职务等基本信息，获取访谈对象的名片、工作牌或身份证明资料，查看其办公场地单位名称标志是否与受访目标单位一致，并与被访谈人现场合影。视频访谈的，整个视频访谈过程保持全程录屏，并留存视频。

通过上述程序，保荐机构和申报会计师认为受访人员可以代表被访谈单位。

（2）是否实地查看发行人产品使用情况

在访谈过程中，保荐机构和申报会计师实地走访了客户的经营场所，并对部分客户的生产车间和仓库进行查看，以了解客户对发行人产品的实际使用情况。

4、说明被走访单位未在核查相关底稿上盖章，是否能够有效支撑收入真实性
核查结论

报告期内，保荐机构和申报会计师对主要客户走访情况如下所示：

是否盖章	项目	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度	2021 年度
已盖章	家数（家）	12	12	11	10
	对应收入（万元）	2,865.60	5,982.59	4,741.97	5,516.55
	占营业收入比例	15.81%	16.32%	14.42%	14.09%
未盖章	家数（家）	29	29	30	30
	其中：属于上市公司 或上市公司子公司	27	27	28	28
	对应收入（万元）	9,859.30	20,589.76	20,792.70	26,906.19
	占营业收入比例	54.40%	56.16%	63.22%	68.72%
合计	家数（家）	41	41	41	40
	对应收入（万元）	12,724.90	26,572.36	25,534.67	32,422.74
	占营业收入比例	70.20%	72.48%	77.63%	82.81%

注：上市公司包含在中国内地上市、中国香港、中国台湾、美国等国家或地区证券交易所挂牌上市的。

因为受客户印章管理要求及用印文件性质，部分客户未在访谈文件上进行盖章确认，但客户受访人员已在访谈文件上进行签字确认。同时，从上表可知，未在访谈文件上盖章确认的多为上市公司或上市公司子公司。

针对于收入真实性，保荐机构和申报会计师除执行走访程序外，还执行细节测试及函证程序，针对于上述访谈文件未盖章客户的具体执行情况如下所示：

（1）细节测试

对报告期内销售业务进行细节测试，获取公司报关单据、签收单、对账单、记账凭证、发票及回款单据等资料。

报告期各期，保荐机构执行的细节测试核查情况如下表所示：

单位：万元

项目	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度	2021 年度
走访问卷未盖章客户的营业收入	9,859.30	20,589.76	20,792.70	26,906.19

项目	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度	2021 年度
对走访问卷未盖章客户执行的细节测试金额	4,176.26	9,970.84	8,930.43	9,207.47
细节测试比例	42.36%	48.43%	42.95%	34.22%

报告期各期，申报会计师执行的细节测试核查情况如下表所示：

单位：万元

项目	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度	2021 年度
走访问卷未盖章客户的营业收入	9,859.30	20,589.76	20,792.70	26,906.19
对走访问卷未盖章客户执行的细节测试金额	5,617.61	13,022.41	10,559.71	10,986.61
细节测试比例	56.98%	63.25%	50.79%	40.83%

（2）函证程序

对上述未在核查相关底稿上盖章的被走访单位，保荐机构及申报会计师针对发行人与客户之间的交易情况执行了独立的函证程序，具体情况如下表所示：

单位：万元

项目	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度	2021 年度
走访问卷未盖章客户的营业收入	9,859.30	20,589.76	20,792.70	26,906.19
发函金额	9,469.34	20,205.05	19,383.34	25,946.10
发函比例	96.04%	98.13%	93.22%	96.43%
保荐机构回函可确认金额	8,667.81	18,636.70	18,947.86	23,385.16
申报会计师回函可确认金额	9,310.94	19,435.84	19,319.46	23,700.58
去重后回函可确认金额	9,310.94	19,498.99	19,320.94	25,079.08
回函可确认金额占发函金额比例	98.33%	96.51%	99.68%	96.66%

注：回函可确认金额包括回函相符的函证，及回函不符但经执行替代程序可确认交易金额的函证。

除此以外，保荐机构和申报会计师还对客户期后回款进行检查，报告期各期末应收账款的期后回款情况如下所示：

单位：万元

项目	2024 年 6 月 30 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日
应收账款余额①	18,800.27	19,893.89	14,756.22	21,704.90
期后回款金额②	17,066.53	19,545.55	14,514.56	21,671.95
期后回款比例③=②/①	90.78%	98.25%	98.36%	99.85%

注：上述期后回款统计至 2024 年 12 月 31 日。

综合上述程序，保荐机构和申报会计师认为被走访单位虽然未在访谈底稿上盖章，但未对发行人的收入真实性核查结论产生影响。

问题 3. 募投项目的产能消化风险

根据申请文件及问询回复：（1）本次募投项目分别在昆山现有厂房和重庆租赁厂房实施，均用于新增功能性器件和防护性产品产能，合计新增功能性器件生产规模约 225,000 万件/年，新增防护性产品生产规模约 22,500 万件/年。

（2）2021 年-2023 年功能性产品、防护性产品产能利用率均逐年下滑，2024 年上半年未见明显改善，主要原因包括终端市场需求下滑、公司将部分产品由自产转为委外生产等。（3）报告期内，发行人功能性产品和防护性产品的自产产量逐年下滑，而外协采购净额占主营业务成本的比例分别为 30.40%、21.60%、21.81%、28.08%。

请发行人：（1）结合报告期内主要产品下游行业情况及市场需求变化趋势、2024 年上半年笔记本电脑出货量同比上升等情况，说明下游需求改善而发行人的产能利用率未见明显改善是否合理。结合报告期内产能变动情况、发行人通过 OEM 模式和委托加工模式进行外协加工的背景，说明发行人自产产能冗余的情况下大比例进行外协加工的合理性，发行人自产产量下滑的背景及合理性。

（2）说明发行人自行生产、通过 OEM 模式和委托加工模式外协加工生产的主要差异，包括但不限于产品种类、毛利率水平、营收变动情况，说明外协加工的必要性和合理性，发行人是否存在将外协环节纳入自产的计划，是否存在对外协厂商的依赖。（3）结合同种工序外协成本和自主生产的成本差异情况、不同供应商提供同类外协加工服务的单价情况，分析说明外协加工费用定价的合理性，是否存在代垫成本费用情形。说明报告期内外协厂商的具体情况，包括但不限于成立时间、生产地、设备及人员，与发行人合作历史、合作模式、发行人采购占其收入比重、与发行人及其控股股东、实际控制人、董监高等是否存在关联关系等。（4）结合自产、外协及产能利用率等情况，主要产品市场容量、发行人市场份额、行业地位、发行人现有及潜在订单、已有产能及拟建产能情况等，说明募投项目选取的合理性，是否存在过度扩产的情况，具体产品推广措施、市场开拓措施，是否存在产能消化风险。

请保荐机构核查上述问题并发表明确意见。

【回复】

一、结合报告期内主要产品下游行业情况及市场需求变化趋势、2024 年上半年笔记本电脑出货量同比上升等情况，说明下游需求改善而发行人的产能利用率未见明显改善是否合理。结合报告期内产能变动情况、发行人通过 OEM 模式和委托加工模式进行外协加工的背景，说明发行人自产产能冗余的情况下大比例进行外协加工的合理性，发行人自产产量下滑的背景及合理性

（一）结合报告期内主要产品下游行业情况及市场需求变化趋势、2024 年上半年笔记本电脑出货量同比上升等情况，说明下游需求改善而发行人的产能利用率未见明显改善是否合理

报告期内主要产品下游行业情况及市场需求变化趋势详见本问询回复“问题 1”之“一”之“（一）”之“1、消费电子领域的市场发展情况、相关终端的出货量及市场需求”。

报告期各期及 2024 年下半年、2024 年全年，发行人产能、自产产量及产能利用率情况如下：

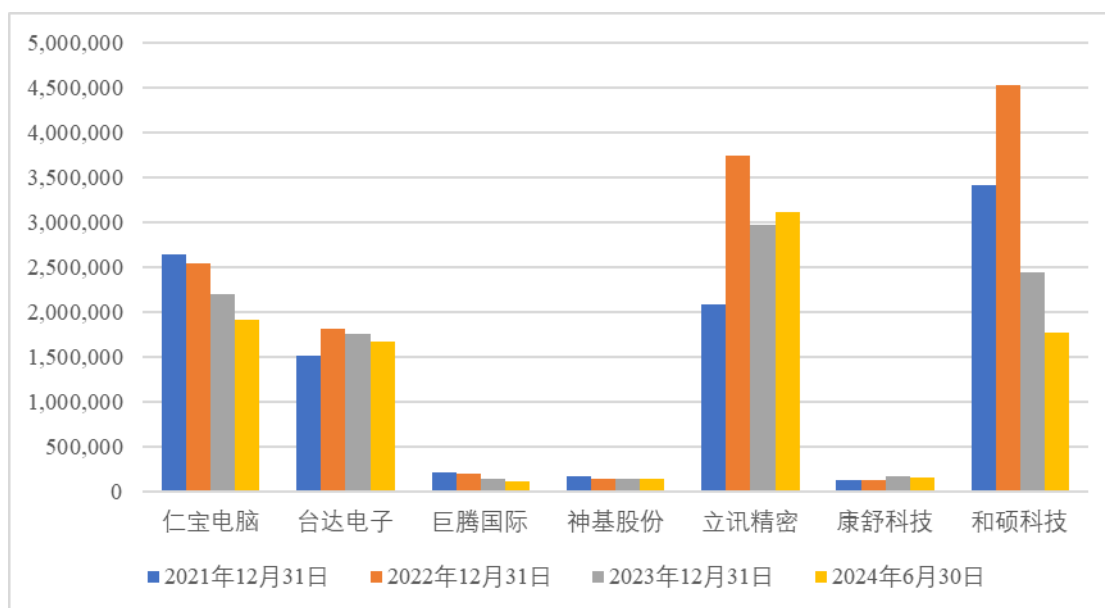
单位：万件

产品名称	项目	2024 年度	2024 年 7-12 月	2024 年 1-6 月	2023 年 度	2022 年 度	2021 年 度
功能性产品	产能	62,433.81	31,954.23	30,479.58	60,959.16	54,604.68	58,132.53
	自产产量	54,006.55	30,301.71	23,704.84	47,231.67	50,730.43	56,543.38
	产能利用率	86.50%	94.83%	77.77%	77.48%	92.90%	97.27%
防护性产品	产能	8,536.27	4,846.94	3,689.32	7,125.65	6,160.30	6,965.08
	自产产量	6,440.50	3,816.20	2,624.30	5,524.97	5,694.97	6,720.76
	产能利用率	75.45%	78.73%	71.13%	77.54%	92.45%	96.49%

注：1、产能计算以关键生产环节的机器设备单位工时标准产量、生产工时为计算依据，下同；
2、由于飞博特销售金额占比较低且其主要生产金属粉末注射成型产品，生产工艺存在较大差异，因此未对其产能和产量进行统计列示，下同。

根据市场调查机构 Counterpoint Research 发布的报告，2024 年第 1 季度全球个人电脑（PC）出货量在连续下跌 8 个季度之后首次实现正增长，该增长是在 2023 年第一季度相对较低的基数上实现的。随着 2024 年上半年库存水平基本正常化，PC 厂商正在推进更多新机型。

2021 年-2024 年上半年发行人主要客户存货变动情况（单位：万元人民币）



数据来源：Wind

公司产能利用率变动受下游需求改善影响的同时亦会受到笔记本电脑终端厂商、制造服务商库存缓冲、需求确认与订单传递、供应链时滞等多方面因素影响。发行人所处行业下游市场复苏情况在 2024 年下半年产能利用率得到体现，因此 2024 年上半年虽然发行人产能利用率未见明显改善，但是 2024 年下半年产能利用率明显上升，整体来看 2024 年度发行人主要产品产能利用率相比于 2023 年度提升较大。

综上所述，2024 年上半年发行人主要产品下游行业需求改善而发行人的产能利用率未见明显改善具有合理性。

（二）结合报告期内产能变动情况、发行人通过 OEM 模式和委托加工模式进行外协加工的背景，说明发行人自产产能冗余的情况下大比例进行外协加工的合理性，发行人自产产量下滑的背景及合理性

1、结合报告期内产能变动情况、发行人通过 OEM 模式和委托加工模式进行外协加工的背景，说明发行人自产产能冗余的情况下大比例进行外协加工的合理性

（1）报告期内产能变动情况

报告期内，发行人主要产品产能变动情况如下表所示：

单位：万件

产品名称	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度	2021 年度
------	--------------	---------	---------	---------

	产能	产能增长率	产能	产能增长率	产能	产能增长率	产能
功能性产品	30,479.58	-	60,959.16	11.64%	54,604.68	-6.07%	58,132.53
防护性产品	3,689.32	3.55%	7,125.65	15.67%	6,160.30	-11.55%	6,965.08

注：2024 年 1-6 月产能增长率为年化数据与 2023 年度数据的对比。

受全球公共卫生事件的影响，发行人昆山生产基地 2022 年度存在停工停产一个月的情形，受此影响，2022 年在计算公司产能的过程中，公司扣除了鼎佳精密和昆山鼎佳一个月机器设备的产能，从而导致发行人 2022 年产能下降而 2023 年产能又上升的情形。

发行人于 2022 年 3 月、2023 年 8 月和 10 月新设全资子公司重庆鼎佳科技、广东鼎佳和越南鼎佳，于 2024 年 6 月新设全资子公司马鞍山鼎佳，同时，公司陆续进行生产设备更新，进而带动了公司产能的提升。

（2）发行人通过 OEM 模式和委托加工模式进行外协加工的背景

报告期各期及 2024 年全年，发行人产能、产量、产能利用率及外协加工相关情况如下：

单位：万件

产品名称	项目	2024 年度	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度	2021 年度
功能性产品	产能	62,433.81	30,479.58	60,959.16	54,604.68	58,132.53
	自产产量	54,006.55	23,704.84	47,231.67	50,730.43	56,543.38
	产能利用率	86.50%	77.77%	77.48%	92.90%	97.27%
	OEM 产量	53,889.27	25,003.79	38,941.36	21,326.78	35,219.14
	总产量	107,895.82	4,8708.63	86,173.03	72,057.21	91,762.52
	总产量/产能	172.82%	159.81%	141.36%	131.96%	157.85%
	自产销售收入占比	65.89%	63.73%	70.18%	78.12%	63.47%
防护性产品	产能	8,536.27	3,689.32	7,125.65	6,160.30	6,965.08
	自产产量	6,440.50	2,624.30	5,524.97	5,694.97	6,720.76
	产能利用率	75.45%	71.13%	77.54%	92.45%	96.49%
	OEM 产量	1,597.65	654.27	2,114.17	880.10	547.15
	总产量	8,038.15	3,278.57	7,639.14	6,575.07	7,267.91
	总产量/产能	94.16%	88.87%	107.21%	106.73%	104.35%
	自产销售收	94.32%	94.98%	89.93%	89.22%	92.25%

	入占比					
--	-----	--	--	--	--	--

注：1、2024 年度自产销售收入数据业经审阅；
2、自产销售收入占比情况包含飞博特，由于飞博特销售金额占比较低且其主要生产金属粉末注射成型产品，生产工艺存在较大差异，因此未对其产能、产量情况进行统计列示。

发行人在综合考虑预留产能需求、产品所需工艺、结构复杂程度、经济效益等情况下，会将部分产品通过 OEM 模式和委托加工模式进行外协加工。主要原因如下：

①预留产能需求：消费电子功能性产品及防护性产品行业受下游消费电子行业的出货情况影响而呈现一定的季节性。受 9 月份为大学升学季及下半年比较集中的各大节日促销等因素影响，主要的销售旺季会体现在下半年，发行人上下半年之间产量不均衡。以发行人功能性产品为例，2024 年上半年产能利用率为 77.77%，2024 年下半年产能利用率为 94.83%。除此之外，发行人各月度之间产量亦不均衡，例如，2024 年下半年部分月份，发行人主要产品单月产能利用率已超过 100%。

同时，发行人主要客户对供应链管理具有较高的要求，产品需求和订单时常进行动态调整或临时加急，部分情况下客户要货需求相对集中，公司在收到客户的新需求后，需在短时间内制造并向客户交付产品，进而造成高峰期的生产压力较大。而公司产品通常需要通过批量生产才能在保障产品品质的同时获得成本优势，因此公司难以在接到加急订单且自身产能不足时临时寻求外协供应商安排生产。

鉴于上述原因，为加快响应速度，满足客户及时交货需求，提高客户满意度，加大客户粘性，发行人采取自产与外协相结合的方式安排产能，且在日常生产中预留部分机动产能以应对上述情况。

②消费电子行业产品具有快速迭代的产品特性，客户订单具有高频率、定制化的特点。2022 年以来，受市场环境因素影响下游客户主动降低库存，订单逐渐转变为多批次、小批量的形式，导致发行人生产批次增加，公司生产过程中的换模次数显著增加，有效生产时长下降，导致公司产能实际利用效率有所下滑。

③受制于专业设备及环保要求，发行人部分涉及表面处理等后处理工序及油

性印刷等工序无法自行加工。从提高生产效率降低成本的角度出发，且为了严格遵守相关环保审批要求，报告期内，发行人选择将相关工序或产品委托专业外协厂商进行加工。

经查阅发行人同行业可比公司报告期内的招股说明书、问询回复、定期报告等公开披露信息，发行人同行业可比公司中，光大同创、达瑞电子、捷邦科技、鸿富瀚存在外协加工采购，具体情况如下：

公司名称	主营产品	外协加工采购情况
光大同创	消费电子防护性及功能性产品	2021 年度和 2022 年度 1-6 月，OEM 及委托加工成本占主营业务成本比例分别为 38.95%和 42.09%。
达瑞电子	消费电子功能性产品、结构性器件、3C 智能装配自动化设备	存在 OEM 模式、委托加工模式，通过公开披露资料无法获知 OEM 模式、委托加工模式数据信息。
鸿富瀚	消费电子功能性器件、自动化设备	存在委托加工模式，通过公开披露资料无法获知委托加工模式数据信息。
捷邦科技	定制化的精密功能件和结构件	2021 年度外协采购占主营业务成本比例为 19.34%。
发行人	消费电子功能性产品和防护性产品	2021 年度、2022 年度、2023 年度和 2024 年 1-6 月，OEM 模式销售收入占比分别为 29.73%、18.84%、23.93%和 27.40%。

注：上表外协加工、劳务外包采购情况中部分年度/期间未体现财务数据系因未能在公开披露资料中查询到相关信息。

综上所述，报告期内发行人产能变动主要受全球公共卫生事件导致的停工停产、新设子公司及生产设备更新升级等因素影响。发行人在自产产能冗余的情况下选择通过 OEM 模式和委托加工模式进行外协加工，系综合考虑预留产能需求、产品所需工艺、结构复杂程度、经济效益、生产安排、客户订单不均衡等因素，或因受制于专业设备及环保要求无法自行生产加工情况下进行的，是公司基于市场情况、客户需求、自身产能规划等因素进行的商业选择，具备必要性和合理性。

2、发行人自产产量下滑的背景及合理性

报告期各期及 2024 年全年，发行人主要产品自产产量情况如下表所示：

单位：万件

产品名称	2024 年度	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度	2021 年度
功能性产品	54,006.55	23,704.84	47,231.67	50,730.43	56,543.38

防护性产品	6,440.50	2,624.30	5,524.97	5,694.97	6,720.76
-------	----------	----------	----------	----------	----------

注：由于飞博特销售金额占比较低且其主要生产金属粉末注射成型产品，生产工艺存在较大差异，因此未对产量统计列示。

2021 年度至 2023 年度，发行人主要产品自产产量有所下滑的主要背景如下：

2021 年度至 2023 年度，发行人所处行业下游 PC 市场和笔记本电脑市场全球出货量出现下滑，于 2024 年度回升，具体情况详见本问询回复“问题 1”之“一”之“（一）”之“1、消费电子领域的市场发展情况、相关终端的出货量及市场需求”。2021 年度，发行人处于满负荷运转状态，功能性产品和防护性产品产能利用率分别达到 97.27%和 96.49%；随着 2022 年和 2023 年终端市场需求下降导致上游功能性产品和防护类产品需求同步下滑，发行人自产产量亦有所下滑，2024 年 1-6 月，发行人主要产品自产产量有所回升。

消费电子功能性产品及防护性产品行业受下游消费电子行业的出货情况影响而呈现一定的季节性，主要的销售旺季会体现在下半年。2024 年下半年，发行人功能性产品和防护性产能利用率分别为 94.83%和 78.73%。2024 年度，发行人功能性产品自产产量 54,006.55 万件，同比增长 14.34%；防护性产品自产产量 6,440.50 万件，同比增长 16.57%。

综上所述，发行人自产产量 2021 年度至 2023 年度下滑、2024 年度回升具有合理性。

二、说明发行人自行生产、通过 OEM 模式和委托加工模式外协加工生产的主要差异，包括但不限于产品种类、毛利率水平、营收变动情况，说明外协加工的必要性和合理性，发行人是否存在将外协环节纳入自产的计划，是否存在对外协厂商的依赖

（一）说明发行人自行生产、通过 OEM 模式和委托加工模式外协加工生产的主要差异，包括但不限于产品种类、毛利率水平、营收变动情况，说明外协加工的必要性和合理性

报告期内，发行人外协加工模式包括 OEM 及委托加工模式，公司委托加工模式下外协加工的产品主要为功能性产品的部分子件，由于委托加工过程中仅包

括部分工序，总体金额相对较小，且仅结算加工费，故产品种类、毛利率水平、营收变动情况无法测算。

报告期各期，公司自行生产（含委托加工模式）、通过 OEM 模式外协加工生产的各产品收入、占同类产品收入的比例及毛利率情况如下：

单位：万元、%

产品类别	细分	项目	2024 年度	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度	2021 年度
功能性产品	OEM 模式	收入金额	9,861.06	4,664.85	7,612.77	5,183.11	10,815.70
		收入占比	34.11	36.27	29.82	21.88	36.53
		毛利率	32.86	31.77	34.50	36.68	37.36
	自产模式	收入金额	19,051.95	8,198.36	17,912.20	18,504.21	18,789.04
		收入占比	65.89	63.73	70.18	78.12	63.47
		毛利率	38.53	42.55	40.24	37.62	44.91
	产能利用率	产能利用率（不含 OEM）	86.51	77.77	77.48	92.90	97.27
		产能利用率（含 OEM）	172.82	159.81	141.36	131.96	157.85
防护性产品	OEM 模式	收入金额	651.81	256.01	1,094.16	963.49	710.71
		收入占比	5.68	5.02	10.07	10.78	7.75
		毛利率	20.49	20.52	22.61	19.86	21.55
	自产模式	收入金额	10,833.12	4,842.42	9,772.62	7,971.60	8,461.16
		收入占比	94.32	94.98	89.93	89.22	92.25
		毛利率	23.11	23.41	27.61	27.48	28.60
	产能利用率	产能利用率（不含 OEM）	75.45	71.13	77.54	92.45	96.49
		产能利用率（含 OEM）	94.16	88.87	107.21	106.73	104.35
合计	OEM 模式	收入金额	10,512.87	4,920.86	8,706.92	6,146.59	11,526.41
		收入占比	26.02	27.40	23.93	18.84	29.73
		毛利率	32.10	31.18	33.01	34.04	36.39
	自产模式	收入金额	29,885.07	13,040.77	27,684.83	26,475.81	27,250.20
		收入占比	73.98	72.60	76.07	81.16	70.27
		毛利率	32.94	35.44	35.78	34.57	39.85

注：1、为提升数据可比性，上表中自产各产品毛利率计算过程已剔除合同履行成本影响；
2、2024 年度数据业经审阅。

报告期各期，发行人自行生产、通过 OEM 模式外协加工的产品结构差异较大。整体来看，报告期各期公司功能性产品和防护性产品中自产产品毛利率均高于 OEM 模式产品毛利率，具备合理性。公司自产及外协加工模式生产的产品在定价模式等方面不存在差异，其毛利率差异主要受不同生产模式带来的产品单位成本的影响及产品结构差异的影响。

外协加工的必要性和合理性详见本问询回复之“问题 3”之“一”之“(二)结合报告期内产能变动情况、发行人通过 OEM 模式和委托加工模式进行外协加工的背景，说明发行人自产产能冗余的情况下大比例进行外协加工的合理性，发行人自产产量下滑的背景及合理性”。

(二) 发行人是否存在将外协环节纳入自产的计划，是否存在对外协厂商的依赖

1、发行人是否存在将外协环节纳入自产的计划

未来公司计划借助募投项目的推进以及自有资金的合理投入，进一步扩充和优化厂房、机器设备等固定资产，提升产能水平。除受制于专业设备及环保要求发行人暂时无法自行加工的情形外，公司将综合考虑自身产能、人员配置、质量管理、成本效益等因素，逐步将外协环节纳入自产。

2、是否存在对外协厂商的依赖

发行人外协加工分为 OEM 模式和委托加工模式。报告期内，发行人与报告期各年度/期间前五名外协供应商交易的具体情况如下：

单位：万元

年度	序号	供应商名称	交易金额	外协加工模式	占同类交易金额比例
2024 年 1-6 月	1	昆山晨正达电子科技有限公司	431.43	OEM 模式	11.21%
	2	昆山嘉士隆新材料有限公司	367.97	OEM 模式	9.56%
	3	昆山康普生电子材料有限公司	293.65	OEM 模式	7.63%
	4	昆山中冠兴电子科技有限公司	281.67	OEM 模式，委托加工模式	7.32%
	5	重庆市璧山区邦德兴业电子有限公司	235.03	OEM 模式	6.11%
	合计		合计	1,609.76	41.84%
2023 年度	1	昆山晨正达电子科技有限公司	512.43	OEM 模式，委托加工模式	7.90%
	2	重庆市璧山区邦德兴业电子有限公司	475.36	OEM 模式	7.33%

年度	序号	供应商名称	交易金额	外协加工模式	占同类交易金额比例
	3	昆山中冠兴电子科技有限公司	447.14	OEM 模式，委托加工模式	6.90%
	4	重庆市璧山区艺光华杰电子有限公司	286.32	OEM 模式	4.42%
	5	昆山爱德佳包装材料有限公司	272.28	OEM 模式	4.20%
	合计		1,993.54	-	30.75%
2022 年度	1	重庆市璧山区邦德兴业电子有限公司	338.78	OEM 模式	6.45%
	2	昆山中冠兴电子科技有限公司	293.06	OEM 模式，委托加工模式	5.58%
	3	昆山爱德佳包装材料有限公司	252.92	OEM 模式	4.82%
	4	昆山晨正达电子科技有限公司	235.16	OEM 模式，委托加工模式	4.48%
	5	重庆东洁电子材料有限公司	198.52	OEM 模式	3.78%
	合计		1,318.41	-	25.11%
2021 年度	1	昆山泽一辉电子材料有限公司及其关联方	592.56	OEM 模式，委托加工模式	6.81%
	2	昆山晨正达电子科技有限公司	569.74	OEM 模式，委托加工模式	6.54%
	3	昆山中冠兴电子科技有限公司	518.42	OEM 模式，委托加工模式	5.95%
	4	昆山霖胜富电子有限公司	470.53	OEM 模式	5.40%
	5	重庆市璧山区邦德兴业电子有限公司	456.39	OEM 模式	5.24%
	合计		2,607.65	-	29.95%

注：交易金额及占同类交易金额比例按照包括对 OEM 供应商的材料销售额的采购总金额计算。

报告期各期，发行人与前五名外协供应商交易金额占同类交易金额的比例分别为 29.95%、25.11%、30.75%和 41.84%，其中单一外协供应商交易金额占比最高未超 12%，外协供应商较为分散，发行人不存在严重依赖单一或少数外协供应商的情形。

在发行人主导的外协加工业务中，公司始终负责或掌握产业链核心环节的主动权，具体体现为：从产品开发阶段的客户沟通、精密模具开发，到批量生产前

的产品性能评估、工程验证（包括材料适配性、结构稳定性等）、材料复合、样品制作及小批量试投等全流程关键节点。外协供应商仅依据发行人提供的标准化图纸、工艺参数及品质规范执行加工任务，其生产活动不涉及发行人核心技术的应用。除表面处理等后处理工序及油性印刷等工序发行人目前无法进行自产需进行外协外，发行人就其产品均具备自行生产能力。

发行人外协供应商主要位于昆山市和重庆市，与发行人主要生产基地距离较近。发行人地处消费电子产业集群区域，制造加工业高度发达，产业成熟度及市场化程度较高，附近中小企业具有基础的加工设备，相关物流运输等方面配套较为成熟和完善，产能供给充分且工艺标准化程度高，可替代性较强。

综上所述，发行人对外协供应商不存在依赖关系。

三、结合同种工序外协成本和自主生产的成本差异情况、不同供应商提供同类外协加工服务的单价情况，分析说明外协加工费用定价的合理性，是否存在代垫成本费用情形。说明报告期内外协厂商的具体情况，包括但不限于成立时间、生产地、设备及人员，与发行人合作历史、合作模式、发行人采购占其收入比重、与发行人及其控股股东、实际控制人、董监高等是否存在关联关系等

（一）结合同种工序外协成本和自主生产的成本差异情况、不同供应商提供同类外协加工服务的单价情况，分析说明外协加工费用定价的合理性，是否存在代垫成本费用情形

报告期内，公司工序外协（即委托加工模式，下同）产品主要为功能性产品，报告期各期，功能性产品工序外协金额占比分别为 97.99%、99.85%、100.00%、100.00%。公司工序外协流程如下：

1、前期准备阶段

（1）明确工序要求：生管部门提出外协加工的工序内容，包括工艺标准、质量要求、生产数量、交货时间等；

（2）评估自身成本：技术研发部分析公司自行加工该工序的成本，作为定

价参考。

2、供应商选择与洽谈

（1）发送询价单：向合格外协供应商进行询价并填写《手工比价单》，通常选择 2-3 家合格外协厂商。

（2）进行商务洽谈：与供应商就价格、质量、交货期深入洽谈，了解其报价依据和可调整空间。

3、价格核算与确定

（1）成本分析：对供应商的报价进行成本拆解分析，判断其合理性，同时结合自身成本评估和市场价格情况，确定合理价格区间。

（2）综合评估：综合考虑供应商的综合实力、服务水平、价格合理性等因素

（3）定价决策：根据综合评估结果，确定最终的工序外协加工单价。

4、后续跟踪

（1）价格跟踪：在过程中，关注供应商的交货执行情况，若供应商成本结构有重大变化，及时协商调整价格。

（2）绩效评估：定期对供应商的加工质量、交货期、服务等进行绩效评估，评估结果作为后续合作和定价调整的重要依据。

报告期各期，公司同种工序外协成本和自主生产的成本差异情况、不同供应商提供同类外协加工服务的单价情况如下：

单位：万元、万件、元/件

期 间	主件品号	工序 名称	数量	采购金 额	自产核 价成本	外协厂 A 报价	外协厂 B 报价	外协厂 C 报价
2024 年 1-6 月	FCIDB40MYK0	手工	75.75	1.50	0.02	0.03	0.03	<u>0.02</u>
	FCEDB10MYF1	手工	25.45	1.49	0.06	0.07	<u>0.06</u>	0.07
	FCEDB10TAH1	手工	32.49	0.32	0.01	0.01	<u>0.01</u>	0.01
2023	FCILYE3AL1B	手工	77.17	22.03	0.30	0.33	<u>0.32</u>	-

年度	FCIDB40PR73	手工	37.31	6.27	0.17	<u>0.18</u>	0.22	0.20
	FCGDF40PR30	模切、手工	30.91	4.86	0.16	<u>0.16</u>	0.17	0.18
2022年度	FCGDF40PRP0	模切、手工	119.75	22.03	0.20	<u>0.19</u>	0.20	-
	FCFPZ50MYK0	模切、手工	17.78	13.69	0.80	<u>0.85</u>	0.95	-
	FCGDF40AL10	手工	59.21	10.96	0.20	0.21	<u>0.20</u>	0.23
2021年度	FCGDF40PRV2	手工	70.80	11.65	0.19	<u>0.20</u>	0.22	-
	FCGDB55MY80	模切、手工	5.75	11.37	2.21	<u>2.35</u>	2.39	-
	BCGDC41MYQ0	模切、手工	19.17	10.56	0.58	<u>0.60</u>	0.62	-

注：1、自产核价成本=各产品 1 小时的人均标准工资/各产品的标准产量；

2、表格中带下划线的金额为最终提供外协服务的厂商报价。

报告期内，同种工序自主生产的成本与外协成本且不存在重大差异。

综上所述，公司外协加工费用定价合理，不存在代垫成本费用情形。

（二）说明报告期内外协厂商的具体情况，包括但不限于成立时间、生产地、设备及人员，与发行人合作历史、合作模式、发行人采购占其收入比重、与发行人及其控股股东、实际控制人、董监高等是否存在关联关系等

报告期内，发行人功能性产品的主要外协加工供应商及采购总额情况如下：

单位：万元

期间	供应商名称	采购金额	占同类型采购的比例
2024 年 1-6 月	昆山晨正达电子科技有限公司	431.43	11.88%
	昆山嘉士隆新材料有限公司	367.97	10.13%
	昆山康普生电子材料有限公司	293.65	8.09%
	昆山中冠兴电子科技有限公司	281.67	7.76%
	重庆市璧山区邦德兴业电子有限公司	235.03	6.47%
	合计	1,609.76	44.33%
2023 年度	昆山晨正达电子科技有限公司	512.43	9.16%
	重庆市璧山区邦德兴业电子有限公司	475.36	8.49%
	昆山中冠兴电子科技有限公司	447.14	7.99%
	重庆市璧山区艺光华杰电子有限公司	286.32	5.12%
	重庆东洁电子材料有限公司	268.55	4.80%
	合计	1,989.81	35.55%
2022 年	重庆市璧山区邦德兴业电子有限公司	338.78	7.60%

期间	供应商名称	采购金额	占同类型采购的比例
度	昆山中冠兴电子科技有限公司	293.06	6.58%
	昆山晨正达电子科技有限公司	235.16	5.28%
	重庆东洁电子材料有限公司	198.52	4.45%
	昆山泽一辉电子材料有限公司	191.64	4.30%
	合计	1,257.16	28.21%
2021 年 度	昆山泽一辉电子材料有限公司及其关联方	592.56	7.29%
	昆山晨正达电子科技有限公司	569.74	7.01%
	昆山中冠兴电子科技有限公司	518.42	6.38%
	昆山霖胜富电子有限公司	470.53	5.79%
	重庆市璧山区邦德兴业电子有限公司	456.39	5.61%
	合计	2,607.64	32.07%

注：采购金额及占同类型采购金额比例为外协加工采购总额数据。

报告期内，发行人防护性产品的主要外协加工供应商及采购总额情况如下：

单位：万元

期间	供应商名称	采购金额	占同类型采购的比例
2024 年 1-6 月	旭福包装制品（苏州）有限公司	102.32	47.33%
	昆山爱德佳包装材料有限公司	57.23	26.48%
	合计	159.55	73.81%
2023 年度	昆山爱德佳包装材料有限公司	272.28	30.73%
	旭福包装制品（苏州）有限公司	176.88	19.96%
	合计	449.16	50.69%
2022 年度	昆山爱德佳包装材料有限公司	252.92	31.86%
	旭福包装制品（苏州）有限公司	133.93	16.87%
	合计	386.85	48.73%
2021 年度	昆山爱德佳包装材料有限公司	225.41	38.33%
	苏州恺乐包装材料有限公司	82.04	13.95%
	合计	307.45	52.28%

注：1、同类产品供应商较为集中，主要供应商的选取标准为报告期内该产品合计采购金额前两大的供应商；

2、采购金额及占同类型采购金额比例为外协加工采购总额数据。

上述主要外协供应商的具体情况如下：

序号	名称	成立时间	生产地	主要生产设备类型	设备金额	人员数量 (含兼职)	合作历史	合作模式	发行人采购 占其收入比 重	与发行人及 其控股股东、 实际控制人、 董监高等是 否存在关联 关系
1	昆山晨正达 电子科技有限公司	2018-3-30	江苏省 昆山市	分条机、模切 机、贴合机、 切片机、套冲 机等	120 万	约 20 人	2019 年开始	买断式采购	70%-80%	否
2	昆山嘉士隆 新材料有限公司	2022-9-28	江苏省 昆山市	模切机、贴合 机、切片机、 切差机等	165 万	约 5 人	2023 年 3 月 开始	买断式采购	约 80%	否
3	昆山康普生 电子材料有限公司	2013-6-14	江苏省 昆山市	分条机、切卷 机、贴合机、 模切机、切片 机、圆刀机等	500 万	约 25 人	约 2014 年开 始	买断式采购	30%-40%左 右	否
4	昆山中冠兴 电子科技有限公司	2017-12-11	江苏省 昆山市	全网印刷机、 套冲机、丰网 印刷机、模切 机、分条机、 切片机等	200 万	约 20 人	2018 年开始	买断式采购	85%左右	否
5	重庆市璧山 区邦德兴业电 子有限公司	2016-11-23	重庆市 璧山区	异步模切机， 跳刀机，贴合 机，分条机， 切片机等	约 100 万	约 20 人	2016 年开始	买断式采购	约 30%-35%	否

序号	名称	成立时间	生产地	主要生产设备类型	设备金额	人员数量 (含兼职)	合作历史	合作模式	发行人采购 占其收入比 重	与发行人及 其控股股东、 实际控制人、 董监高等是 否存在关联 关系
6	重庆市璧山区艺光华杰电子有限公司	2016-12-27	重庆市璧山区	模切机、套孔机、贴合机、分切机、分条机、机械冲床等	约 120 万	约 20 人	2022 年 7-8 月开始	买断式采购	2024 年约 30%	否
7	重庆东洁电子材料有限公司	2016-9-27	重庆市璧山区	模切机、套冲机、备料机、切片机等	约 100 万	约 20 人	2017 年开始	买断式采购	30%-40%	否
8	昆山泽一辉电子材料有限公司	2014-12-15	江苏省昆山市	圆刀机、异步机、套冲机	约 200 万	约 30 人	2015 年开始	买断式采购	2024 年约 9%	否
9	昆山霖胜富电子有限公司	2013-9-25	广东省深圳市	未提供	未提供	约 20 人	2020 年 11 月开始	买断式采购	2023 年度不足 10%	否
10	旭福包装制品（苏州）有限公司	2021-3-11	江苏省太仓市	模切机、打角机、输送线、开槽机、覆膜机、裱纸机、糊盒机、压泡机、打包机等	约 1,450 万	17 人	2021 年 5 月开始	买断式采购	22%左右	否

序号	名称	成立时间	生产地	主要生产设 备类型	设备金额	人员数量 (含兼职)	合作历史	合作模式	发行人采购 占其收入比 重	与发行人及 其控股股东、 实际控制人、 董监高等是 否存在关联 关系
11	昆山爱德佳 包装材料有限公司	2017-7-3	江苏省 昆山市	裁切机、冲压 机、贴合机、 拉槽机等	约 300 万	86 人	2020 年开始	买断式采购	6%-8%左右	否
12	苏州恺乐包 装材料有限公司	2010-12-20	江苏省 苏州市	片材机 1 台、 粉碎机 1 台	约 200 万	15 人	2021 年开始	买断式采购	约 20%	否

注：供应商成立时间来源为国家企业信用信息公示系统、企查查等公开网站（若相关公示信息与其他查询系统不一致，以国家企业信用信息公示系统为准），供应商生产地、主要生产设备类型、设备金额、人员数量、合作历史、发行人采购占其收入比重、与发行人及其控股股东、实际控制人、董监高等是否存在关联关系等数据资料来源为供应商访谈、供应商说明函；

四、结合自产、外协及产能利用率等情况，主要产品市场容量、发行人市场份额、行业地位、发行人现有及潜在订单、已有产能及拟建产能情况等，说明募投项目选取的合理性，是否存在过度扩产的情况，具体产品推广措施、市场开拓措施，是否存在产能消化风险

（一）结合自产、外协及产能利用率等情况，主要产品市场容量、发行人市场份额、行业地位、发行人现有及潜在订单、已有产能及拟建产能情况等，说明募投项目选取的合理性，是否存在过度扩产的情况

1、自产、外协及产能利用率情况

报告期各期及 2024 年下半年、2024 年全年，公司主要产品自产、外协及产能利用率情况如下表所示：

单位：万件

产品名称	项目	2024 年度	2024 年 7-12 月	2024 年 1-6 月	2023 年 度	2022 年 度	2021 年 度
功能性产品	产能	62,433.81	31,954.23	30,479.58	60,959.16	54,604.68	58,132.53
	自产产量	54,006.55	30,301.71	23,704.84	47,231.67	50,730.43	56,543.38
	产能利用率	86.50%	94.83%	77.77%	77.48%	92.90%	97.27%
	OEM 产量	53,889.27	28,885.49	25,003.79	38,941.36	21,326.78	35,219.14
	总产量	107,895.82	59,187.20	4,8708.63	86,173.03	72,057.21	91,762.52
	总产量/产能	172.82%	185.22%	159.81%	141.36%	131.96%	157.85%
防护性产品	产能	8,536.27	4,846.94	3,689.32	7,125.65	6,160.30	6,965.08
	自产产量	6,440.50	3,816.20	2,624.30	5,524.97	5,694.97	6,720.76
	产能利用率	75.45%	78.73%	71.13%	77.54%	92.45%	96.49%
	OEM 产量	1,597.65	943.38	654.27	2,114.17	880.10	547.15
	总产量	8,038.15	4,759.58	3,278.57	7,639.14	6,575.07	7,267.91
	总产量/产能	94.16%	98.20%	88.87%	107.21%	106.73%	104.35%

注：由于飞博特销售金额占比较低且其主要生产金属粉末注射成型产品，生产工艺存在较大差异，因此未对其产能、产量情况进行统计列示。

如上表所示，报告期内，发行人存在通过 OEM 模式和委托加工模式进行外协加工的情形。2021 年至 2024 年上半年，发行人功能性产品 OEM 产量分别为 35,219.14 万件、21,326.78 万件、38,941.36 万件和 25,003.79 万件；发行人防护性产品 OEM 产量分别为 547.15 万件、880.10 万件、2,114.17 万件和 654.27 万件。如全部 OEM 产品均由发行人自行生产，报告期内，发行人功能性产品产能利用

率为 157.85%、131.96%、141.36%和 159.81%，防护性产品产能利用率为 104.35%、106.73%、107.21%和 88.87%，保持在较高水平。

2021 年度至 2023 年度，受终端市场需求下滑影响，发行人主要产品产能利用率有所下滑。2024 年度，随着发行人下游市场环境改善，发行人主要产品产能利用率亦出现回升。

2、发行人主要产品市场容量

发行人主要产品市场容量情况详见本问询回复“问题 1”之“一”之“(一)”之“1、消费电子领域的市场发展情况、相关终端的出货量及市场需求”。

3、发行人市场份额、行业地位

公司主要从事消费电子功能性产品及防护性产品的设计、研发、生产与销售，其中消费电子功能性产品为公司主要产品。报告期内，消费电子功能性产品销售收入占主营业务收入比例分别为 76.35%、72.61%、70.14%和 71.61%。公司消费电子功能性产品主要应用于消费电子产品中的笔记本电脑领域，销售收入占主营业务收入比例分别为 84.95%、80.95%、77.81%和 78.06%。

在笔记本电脑应用领域，公司根据仁宝电脑等客户不同机型，生产销售定制化的成套功能性产品（主要包括电磁屏蔽类、粘贴组装类、绝缘精密类、缓冲减震类、外观保护类和防尘透气类等六类产品，不包括精密机构类产品），以公司向仁宝电脑销售的 9 种主流机型对应的成套功能性产品的平均价格和 2023 年笔记本电脑出货量测算发行人笔记本电脑功能性产品折算为标准套数情况如下表所示：

项目	金额/数量
笔记本电脑全球出货量（亿台）（a）	1.99
笔记本电脑成套功能性产品平均价格 ² （元/台）（b）	28.33
发行人笔记本电脑功能性产品销售额（亿元）（c）	2.29
发行人笔记本电脑功能性产品折算为标准套数（万套）（d=c/b）	808.78
发行人笔记本电脑功能性产品折算为标准套数全球市场占有率（e=d/a）	4.06%

注：1、上表数据口径为 2023 年全年数据；
2、假设 2023 年单台笔记本电脑生产制造所需功能性产品的价格为发行人向仁宝电脑销售的 9 种主流机型对应的成套功能性产品的平均价格；
3、一台笔记本电脑对应标准套数为一套。

如上表所示，通过前述假设测算出公司笔记本电脑功能性产品折算为标准套数为 808.78 万套，全球市场占有率为 4.06%，具有一定的市场地位。2023 年，发行人第一大客户仁宝电脑的笔记本电脑出货量为 3,400.00 万台，约占笔记本电脑全球出货量的 17.09%。公司在笔记本电脑领域深耕多年，与下游各大知名厂商建立了良好的合作关系，成为了其重要的供应商，同时，公司与台达电子、巨腾国际、神基股份、立讯精密、康舒科技、和硕科技、可成科技等知名制造服务商或组件生产商建立了长期业务合作关系，公司通过不断的强化自身实力，并积极开拓下游市场，使得自己的市场份额提升，持续性的提升市场竞争力。

4、发行人现有及潜在订单

公司生产的功能性产品和防护性产品主要为消费电子行业中笔记本电脑等 3C 产品的辅助配套材料，基于其行业特征和生产周期，普遍存在订单交期较短、订单金额较小、订单频率较高的特点。截至 2024 年 12 月 31 日，发行人与主要客户的合作情况未发生重大变更，发行人在手订单金额为 2,289.48 万元，以消费电子、汽车与新能源等应用领域为主。

发行人经过多年的积累，凭借强大的技术研发、优秀的企业文化、及时响应客户需求的能力，逐渐在市场中积累了良好的口碑和优质的客户资源。报告期内，公司已与仁宝电脑、台达电子、巨腾国际、神基股份、立讯精密、康舒科技、和硕科技、可成科技等知名制造服务商或组件生产商建立了长期业务合作关系，同时，2024 年 11 月公司与戴尔的合作开始进入量产阶段并进行交货。发行人与戴尔的详细合作情况详见本问询回复之“问题 2”之“二”之“（一）公司与戴尔合作情况”。

5、发行人拟建产能情况

2025 年 3 月 5 日，公司召开第二届董事会第六次会议、第二届监事会第五次会议，审议通过了《关于调整公司申请公开发行股票并在北交所上市方案的议案》。本次调整后，公司公开发行新股的募集资金扣除发行费用后，将按照轻重缓急顺序投资以下项目：

单位：万元、万件

序号	项目名称	项目总投资	调整前募集资金使用金额	调整后募集资金使用金额	项目对应产能
----	------	-------	-------------	-------------	--------

1	苏州鼎佳精密科技股份有限公司消费电子精密功能性器件生产项目	13,722.27	13,722.27	13,722.27	150,000
2	昆山市鼎佳电子材料有限公司包装材料加工项目	6,695.69	6,695.69	6,695.69	15,000
3	消费电子精密功能性器件生产项目	5,951.97	5,951.97	5,037.62	75,000
4	消费电子防护材料生产项目	3,885.80	3,885.80	-	7,500
合计		30,255.73	30,255.73	25,455.58	-

公司本次募投项目为苏州鼎佳精密科技股份有限公司消费电子精密功能性器件生产项目、昆山市鼎佳电子材料有限公司包装材料加工项目和消费电子精密功能性器件生产项目，拟使用募集资金 25,455.58 万元。通过本次募投，拟形成年产 225,000.00 万件功能性产品及年产 15,000.00 万件防护性产品。项目建设期预计 2 年，建设第 2 年开始试生产，项目第二年整体生产负荷预计将达到 15%，随着生产负荷逐步提升，建设完成后第 6 年（T+7 年）生产负荷预计可达到 100%。

公司在设计产能时需考虑生产高峰期的生产能力及出货需求。2022 年以来，受市场环境影​​响下游客户主动降低库存，订单逐渐转变为多批次、小批量的形式，且对于产品需求和订单时常进行动态调整或临时加急，部分情况下客户发货需求相对集中，进而造成高峰期的生产压力较大。公司主要采取“以销定产”的生产模式，在综合考虑产品所需工艺、结构复杂程度、经济效益、生产安排等情况下，公司选择牺牲部分利益通过外协加工方式缓解高峰时期的生产压力。通过本次扩产，公司能够有效降低外协采购需求并显著提升公司在生产高峰期的生产能力，确保高效交付产品，满足客户需求，提升公司的盈利能力。

综上所述，发行人所处消费电子行业符合国家政策鼓励发展的方向，市场发展前景广阔。本次募投项目投产运行有助于发行人进一步巩固和提升市场份额及行业地位。同时，发行人主要客户的整体订单情况良好，为募投项目投产建设后产能消化提供了有利保障，预期具有较好的经济效益。公司在进行本次募投项目产能规划时已将产能的分步释放考虑在内，阶梯式分年实现稳产，公司未来拥有较长时间用于新增产能的消化准备。由于募投项目产能存在逐步释放过程，产能消化压力不会在短期内集中出现。公司募投项目选取合理，不存在过度扩产的情况。

（二）具体产品推广措施、市场开拓措施，是否存在产能消化风险

1、深化现有客户合作

公司自 2003 年起涉足消费电子行业，以“成为全球科技领域客户鼎力臻佳的合作伙伴”为愿景，凭借多年积累的强大技术研发能力、优秀的企业文化以及对客户需求的快速响应，公司在市场上建立了良好的声誉并积累了优质的客户资源。目前，公司第一大客户仁宝电脑为行业内排名前二的笔记本电脑制造服务商，另外公司也与巨腾国际、台达电子、神基股份、立讯精密、和硕科技、可成科技等知名制造服务商建立了长期业务合作关系，同时，2024 年 11 月公司与戴尔的合作开始进入量产阶段并进行交货，公司具有较强的订单获取基础。

公司将在继续满足现有客户对现有产品需求的基础上，进一步深化与客户的合作关系，持续拓展交付产品种类。同时，公司会始终与客户保持深度交流与沟通，依据市场动态与客户实际需求，通过优化产品供应链、提升生产效率、保证产品质量等方式，不断完善产品布局，丰富产品结构体系，持续为客户提供高品质、高可靠性的产品和服务。

2、积极开拓新客户

2024 年度，公司新开发 152 名客户，新增客户产生的营业收入合计 1,528.53 万元，其中销售金额较大的客户包括精电（河源）显示技术有限公司、苏州呈润电子有限公司、惠州市盈旺精密技术股份有限公司、祐嘉（南通）精密科技有限公司等。

基于汽车及新能源领域蓬勃发展的趋势与巨大潜力，公司将在稳固消费电子产品业务领域现有优势的基础上，加大这两大领域相关客户的开拓力度。公司计划组建专业的市场拓展团队，深入研究市场需求及客户偏好，精准定位目标客户群体。通过主动拜访客户、邀请客户参观厂区等多种方式逐步增强与汽车及新能源领域客户的联系。报告期内，公司已开发的汽车及新能源领域相关客户包括和胜股份、麦格纳（太仓）汽车科技有限公司、宜宾纵贯线科技股份有限公司等。除此之外，公司将积极开拓海外市场，从而进一步提升公司收入规模，保障募投资项目新增产能顺利消化。

虽然发行人所处行业市场前景广阔，且公司对本次募投资项目做了充分的行业分析和市场调研并制定了完善的市场开拓措施，但若未来宏观经济环境、产

业政策、市场环境等因素发生重大不利变化，亦或公司产品推广措施、市场开拓措施没有得到较好的执行，都可能对本次募投项目新增产能消化造成不利影响。公司已在招股说明书“重大事项提示”之“五、特别风险提示”之“（八）新增产能无法消化和产能利用率下降的风险”和“第三节 风险因素”之“五、募集项目风险”披露募投项目相关风险。

五、请保荐机构核查上述问题并发表明确意见

（一）核查程序

针对上述事项，保荐机构执行了以下核查程序：

1、查阅发行人所属行业研究报告，了解行业发展趋势、笔记本电脑全球出货量、消费电子行业及笔记本电脑细分行业市场需求变动情况等；

2、使用 Wind 软件，查询主要客户公开披露信息，了解其主要经营数据；

3、访谈发行人业务负责人，了解报告期内发行人产能变动情况及原因、发行人通过 OEM 模式和委托加工模式进行外协加工的背景、发行人自产产量下滑的背景；

4、查阅发行人报告期主要外协供应商清单，通过国家企业信用信息公示系统、企查查等公开网站查询发行人报告期内主要外协供应商工商信息，交叉比对主要外协供应商的董事、监事、高级管理人员名单与发行人的董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员名单，核查主要外协供应商与发行人是否存在关联关系；

5、查阅发行人与报告期内主要外协供应商签署的协议，实地走访发行人报告期内主要外协供应商并获取其出具的《无关联关系确认函》等资料，获取主要外协供应商出具的《说明函》，了解相关供应商的成立时间、生产地、设备及人员情况，与发行人合作历史、合作模式、发行人采购占其收入比重、与发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员等是否存在关联关系等；

6、访谈发行人高级管理人员，了解发行人外协加工涉及主要内容、外协加工的必要性和合理性、发行人是否存在将外协环节纳入自产的计划；取得发行人出具的关于外协加工的必要性和合理性、将外协环节纳入自产的计划、是否对外

协厂商存在依赖等情况的相关说明；

7、获取并查阅发行人本次募投项目编制的可行性研究报告，查阅募投项目产能规划情况，，查阅发行人第二届董事会第六次会议、第二届监事会第五次会议相关文件，并结合发行人自产、外协及产能利用率等情况，主要产品市场容量、发行人市场份额、行业地位、发行人现有及潜在订单、已有产能及拟建产能情况等，分析发行人是否存在过度扩产的情形；

8、查阅《招股说明书》并访谈发行人高级管理人员，了解发行人在手订单情况、产品推广措施、市场开拓措施，分析发行人是否存在产能消化风险。

（二）核查意见

经核查，保荐机构认为：

1、发行人产能利用率变动受下游需求改善影响的同时亦会受到笔记本电脑终端厂商、制造服务商库存缓冲、需求确认与订单传递、供应链时滞等多方面因素影响。2024 年上半年，发行人产能利用率在下游需求改善时未见明显改善具有合理性。

2、发行人在自产产能冗余的情况下选择通过 OEM 模式和委托加工模式进行外协加工系综合考虑预留产能需求、产品所需工艺、结构复杂程度、经济效益、生产安排、客户订单情况等因素，或因受制于专业设备及环保要求无法自行生产加工情况下进行的，是其基于市场情况、客户需求、自身产能规划、成本效益等因素进行的商业选择，具备必要性和合理性。发行人自产产量下降主要系因终端市场需求下滑，具有合理性。

3、发行人存在将外协环节纳入自产的计划，将综合考虑自身产能、人员配置、质量管理、成本效益等因素逐步推进。发行人报告期主要外协供应商较为分散，市场供给充沛，可替代性较强，发行人不存在严重依赖单一或少数外协供应商的情形。

4、发行人外协加工费用定价具有合理性，不存在代垫成本费用情形；发行人报告期内主要外协供应商与发行人及其董监高、其他关联方不存在关联关系；

5、发行人所处消费电子行业符合国家政策鼓励发展的方向，市场发展前景广阔，发行人具有一定的市场地位。发行人主要客户的整体订单情况良好，为募投项目投产建设后产能消化提供了有利保障。发行人在进行本次募投项目产能规划时已将产能的分步释放考虑在内，阶梯式分年实现稳产，公司募投项目选取合理，不存在过度扩产的情况。发行人已有具体产品推广措施、市场开拓措施，对于新增产能不能完全消化的风险，发行人已在招股书中进行了披露。

问题 4. 其他问题

风险揭示充分性。请发行人逐项梳理招股说明书关于风险事项的揭示是否充分、准确，进一步量化分析并完善汇率变动、毛利率下滑、下游及终端应用行业是否具有明显周期性特征等相关风险提示。

【回复】

一、请发行人逐项梳理招股说明书关于风险事项的揭示是否充分、准确，进一步量化分析并完善汇率变动、毛利率下滑、下游及终端应用行业是否具有明显周期性特征等相关风险提示

公司已逐项梳理了招股说明书关于风险事项的揭示并进行了完善，具体修改如下：

（一）汇率变动相关风险提示

公司已在《招股说明书》“重大事项提示”之“五、特别风险提示”之“（四）汇率变动的风险”及“第三节 风险因素”之“三、财务风险”之“（三）汇率变动的风险”中补充披露如下：

“2021 年度、2022 年度、2023 年度和 2024 年 1-6 月，公司外销收入分别为 18,086.42 万元、14,559.70 万元、14,705.14 万元和 7,644.49 万元，占主营业务收入的比例分别为 46.64%、44.63%、40.41%和 42.56%。公司外销收入占比相对较高，外销结算货币主要为美元，部分客户直接以美元定价，美元兑人民币汇率波动将对公司外销收入和经营业绩带来一定程度的影响。如果人民币对美元升值，公司将产生汇兑损失，而人民币贬值，公司将产生汇兑收益。2021 年度、2022 年度、2023 年度和 2024 年 1-6 月，公司汇兑损益分别为 265.35 万元、-1,464.95 万元、25.42 万元和 -146.66 万元，占利润总额的比例分别为 3.06%、-22.92%、0.43%和 -4.55%。同时，假设其他因素均不发生变化，在人民币升值 1%的情况下，将导致报告期内公司营业收入下降 180.86 万元、145.60 万元、147.05 万元和 76.21 万元，占营业收入的比例分别为 -0.46%、-0.44%、-0.40%和 -0.42%；利润总额下降 314.34 万元、242.69 万元、305.71 万元和 300.03 万元，占利润总额的比例分别为 -3.62%、-3.80%、-5.12%和 -9.31%，利润总额对汇率波动敏感性较高。如果未来美元兑人民币的结算汇率短期内出现大幅波动，将对公司经营业

绩产生较大影响。”

（二）毛利率下滑相关风险提示

公司已在《招股说明书》“重大事项提示”之“五、特别风险提示”之“（二）毛利率下滑的风险”及“第三节 风险因素”之“三、财务风险”之“（一）毛利率下滑的风险”中补充披露如下：

“2021 年度、2022 年度、2023 年度和 2024 年 1-6 月，公司主营业务毛利率分别为 37.01%、32.39%、33.05%和 32.11%，报告期内，公司主营业务毛利率先降后保持相对稳定。

从市场竞争角度来看，自 2021 年以来，笔记本电脑为代表的消费电子行业市场增速有所放缓，市场同类竞争日益激烈。公司主要终端品牌客户持续加强成本管理，进而影响上游供应商盈利能力。消费电子行业产品更新迭代较快、旧款产品通常会定期或不定期降价。如果市场竞争进一步加剧，公司产品销售价格持续下降，则公司毛利率存在下降的风险。

从产品结构来看，报告期内，公司功能性产品的销售占比分别为 76.35%、72.61%、70.14%和 71.61%，毛利率分别为 40.92%、35.75%、37.10%和 37.10%；防护性产品的销售占比分别为 23.65%、27.39%、29.86%和 28.39%，毛利率分别为 24.41%、23.50%、23.54%和 19.52%，公司功能性产品占比较高，毛利率高于防护性产品的毛利率。如果未来功能性产品的销售占比下降，则公司毛利率存在下滑的风险。此外，公司在消费电子行业之外积极开拓新能源汽车、光电等领域业务。上述领域的功能性产品毛利率整体低于消费电子领域。如果发行人功能性产品上述领域收入占比提升较大，也会导致毛利率存在下滑风险。

从原材料成本来看，报告期内发行人主要原材料价格呈持续下降趋势。假设除公司原材料价格变动外，其他因素均不发生变化，原材料价格上涨 5%的情况下，将导致报告期内公司主营业务毛利率分别下降 2.60%、2.59%、2.67%和 2.67%。如果未来公司主要原材料价格持续或短期内大幅上涨，而公司又未能将风险传导到客户，则公司毛利率存在下降的风险。”

（三）下游及终端应用行业是否具有明显周期性特征

发行人核心产品主要服务于消费电子领域的笔记本电脑细分市场。笔记本电脑作为大众消费电子产品的核心品类，其市场需求变动与全球宏观经济环境，及全球公共卫生事件等影响范围较广的突发事件等相关。宏观经济层面，全球经济增速、居民消费能力、企业 IT 预算等核心指标直接决定终端需求总量；突发公共卫生事件通过影响产业链供应链稳定性、消费者购买节奏等环节，往往导致需求短期剧烈波动。因此，笔记本电脑需求与宏观经济周期及宏观突发事件呈现一定相关性，行业本身并没有明显的周期性。对于下游及终端应用行业的周期性特征相关问题，公司已将《招股说明书》“重大事项提示”之“五、特别风险提示”之“（六）下游应用领域市场需求变动的风险”及“第三节 风险因素”之“二、市场风险”之“（四）下游应用领域市场需求变动的风险”修改为“下游应用领域市场空间萎缩的风险”并进一步完善了相关表述，具体披露如下：

“（六）下游应用领域市场空间萎缩的风险

发行人产品主要应用于消费电子产品中的笔记本电脑领域，消费电子行业及笔记本电脑细分行业需求受宏观经济波动及全球公共卫生事件等影响较大，近年来需求下降明显。2020 年至 2021 年，受公共卫生事件影响，笔记本电脑等消费电子产品需求量大幅增长，2021 年全球笔记本电脑出货量达到 2.47 亿台，同比增长 26.5%。2022 年以来，消费电子行业需求大幅下降，行业整体形势低迷，全球笔记本电脑出货量约为 2.2 亿台，同比下降 11.2%。2023 年，受到需求疲软和渠道去库存影响，笔记本电脑市场萎缩明显，全年出货量约 1.99 亿台，同比下滑 10.90%。2024 年度，受益于 Windows 11 的更新和 AI PC 的发展，笔记本电脑出货量同比上升，根据 Canalys 的数据及分析，2024 年全球全年出货量约 2.02 亿台。

近年来受全球通胀、地缘冲突、经济增速放缓等因素影响，笔记本电脑等消费电子产品市场空间萎缩明显，消费电子需求仍处于逐步复苏过程中。虽然 5G、AI 等新技术的推陈出新，会在一定程度上降低行业周期性的影响，但如果宏观环境不景气或者消费电子行业的内外部环境发生较大变化，产品下游应用领域市场空间将存在持续萎缩的风险。”

（四）业绩下滑相关风险提示

公司已将原《招股说明书》“重大事项提示”之“五、特别风险提示”之“（七）业绩波动的风险”及“第三节 风险因素”之“三、财务风险”之“（六）业绩波动的风险”修改为“业绩下滑的风险”并补充披露如下：

“（七）业绩下滑的风险

2021 年度、2022 年度、2023 年度和 2024 年 1-6 月，公司的营业收入分别为 39,152.58 万元、32,890.85 万元、36,662.93 万元及 18,125.36 万元，公司归属于母公司所有者的净利润分别为 7,663.51 万元、5,357.09 万元、5,194.88 万元及 2,807.17 万元。2022 年，因下游消费电子行业需求下滑，公司订单减少导致收入规模下降，收入同比下滑 15.99%，归属于母公司所有者的净利润同比下滑 30.10%。2023 年随着公司积极开发新产品，拓展新客户、新领域，公司收入逐渐恢复，利润仍存在小幅下滑，归属于母公司所有者的净利润同比下滑 3.03%。2024 年上半年，发行人营业收入同比增长 7.10%，净利润同比增长 14.43%。公司业绩受宏观经济情况，下游市场空间等多种因素影响，如果未来宏观环境不景气或者消费电子行业的内外部环境发生重大不利变化，公司将面临经营业绩下滑的风险。”

（五）产能消化相关风险提示

公司已在《招股说明书》“重大事项提示”之“五、特别风险提示”及“第三节 风险因素”之“三、财务风险”中补充披露了“新增产能无法消化和产能利用率下降的风险”，具体内容如下：

“（八）新增产能无法消化和产能利用率下降的风险

报告期内，公司功能性产品的产能利用率分别为 97.27%、92.90%、77.48% 和 77.77%，防护性产品的产能利用率分别为 96.49%、92.45%、77.54%和 71.13%，整体呈下降趋势。同时通过本次募集资金投资项目建设，公司将新增消费电子功能性器件生产规模约 225,000 万件/年，消费电子防护性产品生产规模约 15,000 万件/年，公司募投项目产能增幅较大。未来，若下游市场及终端市场对相关产品的需求不能保持有效增长或公司市场开拓未能达到预期等，将导致新增的产能无法完全消化，公司将面临扩产后产能利用率下降的风险。”

（六）客户相对集中的风险

公司已在《招股说明书》“重大事项提示”之“五、特别风险提示”之“（一）客户相对集中的风险”及“第三节 风险因素”之“一、经营风险”之“（一）客户相对集中的风险”中补充披露如下：

“公司产品主要应用于笔记本电脑、平板电脑、智能可穿戴设备等消费电子产品领域中，公司直接客户包括仁宝电脑、台达电子、巨腾国际、神基股份、立讯精密、康舒科技、和硕科技、华勤技术、可成科技、京东方等制造服务商和组件生产商，产品最终应用于戴尔、惠普、联想、华硕、索尼、技嘉、宏基等知名消费电子品牌产品。受下游品牌集中度较高、客户对供应链集中管理等因素的影响，产业链呈现集中化的特征。

按同一集团控制下的客户合并计算，2021 年度、2022 年度、2023 年度和 2024 年 1-6 月，公司前五大客户的合计销售收入分别为 20,155.92 万元、15,609.33 万元、18,356.26 万元和 8,293.12 万元，占营业收入的比重分别为 51.49%、47.46%、50.07%和 45.75%，客户集中度较高。**2021 年-2024 年度，公司对仁宝电脑的销售收入占公司营业收入的比重分别为 18.77%、18.29%、22.76%和 21.94%（经审阅），同时，公司对巨腾国际、神基股份、立讯精密及康舒科技等客户的销售收入中，由仁宝电脑指定的功能性产品的销售收入占公司营业收入的比重分别为 48.38%、41.18%、35.93%和 34.89%（经审阅），总体占比较高。**

未来，若现有主要制造服务商和组件生产商采购需求出现变化，或者增加对其他同类供应商的采购，或者主要制造服务商和组件生产商在市场竞争中经营情况和资信状况发生重大不利变化，则主要客户对公司的采购金额可能大幅下降，从而对公司的生产销售和业绩带来不利影响。**如果未来公司被仁宝电脑取消供应商资格，将对公司经营业绩及持续经营情况产生重大不利影响。”**

（七）原材料价格下降的风险

公司已在《招股说明书》“重大事项提示”之“五、特别风险提示”之“（三）原材料价格上涨的风险”及“第三节 风险因素”之“三、财务风险”之“（二）客户相对集中的风险”中补充披露如下：

“2021 年度、2022 年度、2023 年度和 2024 年 1-6 月，公司材料成本占主营业务成本的比例分别为 82.40%、76.56%、79.82%和 78.66%，材料成本是公司产品成本的主要组成部分。假设除公司原材料价格变动外，其他因素均不发生变化，原材料价格上涨 5%的情况下，将导致报告期内公司利润总额分别下降 1,006.33 万元、844.30 万元、972.39 万元和 479.57 万元，对公司利润总额影响较大。公司采购的主要原材料为胶带类、电磁屏蔽类、泡棉类、纸板类、聚酯薄膜类和保护膜类等。近年来，受到经济环境、消费电子领域市场波动等影响，公司原材料价格整体呈下降趋势。如未来主要原材料价格大幅上涨，将对公司经营业绩产生不利影响。”

（八）同质化竞争加剧的风险

公司已在《招股说明书》“重大事项提示”之“五、特别风险提示”之“（九）同质化竞争加剧的风险”及“第三节 风险因素”之“二、市场风险”之“（五）同质化竞争加剧的风险”中补充披露如下：

“（九）同质化竞争加剧的风险

公司主要产品为消费电子功能性及防护性产品，国内消费电子功能性产品及防护性产品市场集中度较低，技术含量参差不齐，多数企业集中在中低端市场，公司面临同质化竞争的风险。公司深耕消费电子产品行业，已在核心技术和客户资源等方面建立了差异化竞争优势，若公司未能巩固并提升现有的竞争优势和差异化产品竞争力，将对公司市场竞争能力造成不利影响。”

二、核查程序及核查意见

（一）核查程序

针对上述事项，保荐机构执行了以下核查程序：

1、查阅发行人所属行业的行业研究报告，了解行业发展趋势、行业市场空间及竞争格局、笔记本电脑全球出货量、消费电子行业及笔记本电脑细分行业市场需求变动情况等，了解公司下游及终端应用行业发展情况，是否具有明显周期性特征；

2、查阅公司销售明细表、审计报告及审阅报告，对公司业绩情况、主要客

户的销售情况等进行分析；

3、查询人民币兑美元汇率走势，了解汇率变动对公司的具体影响；

4、获取并查阅本次募投项目编制的可行性研究报告，访谈发行人管理层，了解产能利用率持续下滑的情况；

5、查阅格式指引中有关风险事项的披露标准，核查发行人《招股说明书》关于风险事项的揭示是否充分、准确。

（二）核查意见

经核查，保荐机构认为：发行人已全面梳理招股说明书中“重大事项提示”和“第三节 风险因素”的内容，已结合要求对相关风险披露及提示进行了修改。

除上述问题外，请发行人、保荐机构、申报会计师、发行人律师对照《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票注册管理办法》《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 46 号——北京证券交易所公司招股说明书》《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 47 号——向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市申请文件》《北京证券交易所股票上市规则（试行）》等规定，如存在涉及股票公开发行并在北交所上市要求、信息披露要求以及影响投资者判断决策的其他重要事项，请予以补充说明。

【回复】

发行人、保荐机构、申报会计师、发行人律师已对照《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票注册管理办法》《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 46 号——北京证券交易所公司招股说明书》《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 47 号——向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市申报文件》《北京证券交易所股票上市规则（试行）》等规定，对涉及股票公开发行并在北交所上市要求、信息披露要求以及影响投资者判断决策的其他重要事项进行了梳理，不存在涉及向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市要求、信息披露要求以及影响投资者判断决策的其他重要事项。

（本页无正文，为《关于苏州鼎佳精密科技股份有限公司公开发行股票并在北交所上市申请文件的第二轮审核问询函的回复》之签字盖章页）

法定代表人：


李结平

苏州鼎佳精密科技股份有限公司

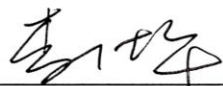


2025年3月9日

发行人法定代表人声明

本人已认真阅读苏州鼎佳精密科技股份有限公司公开发行股票并在北交所上市申请文件的审核问询函回复的全部内容，确认本次审核问询函回复内容不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对本审核问询函回复内容的真实性、准确性、完整性、及时性承担相应的法律责任。

法定代表人：


李结平

苏州鼎佳精密科技股份有限公司



2025年3月9日

（本页无正文，为平安证券股份有限公司《关于苏州鼎佳精密科技股份有限公司公开发行股票并在北交所上市申请文件的第二轮审核问询函的回复》之签字盖章页）

保荐代表人：

龙佳喜

龙佳喜

汪颖

汪颖



平安证券股份有限公司

2015年3月9日

保荐机构（主承销商）法定代表人、董事长声明

本人已认真阅读苏州鼎佳精密科技股份有限公司公开发行股票并在北交所上市申请文件的审核问询函回复的全部内容，了解审核问询函回复涉及问题的核查过程、本公司的内核及风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，审核问询函回复不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性、及时性承担相应的法律责任。

保荐机构法定代表人、董事长：

何之江



平安证券股份有限公司

2025年3月9日