关于苏州鼎精密科技股份有限公司
向不特定合格投资者公开发行股票并上市申请文件的审核问询函中有关财务会计问题的专项说明

容诚专字[2025]230Z1059 号

容诚会计师事务所（特殊普通合伙）
中国·北京

目　录

问题 2 关联交易的合理性及是否存在占用发行人资产 1
回复： 2
一、发行人说明 2
二、申报会计师的核查情况 9
问题 3 关于业绩下滑风险 11
回复： 13
一、发行人说明 13
二、申报会计师的核查情况 45
三、按照《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第 1 号》1-15 关于经营业绩大幅下滑的相关规定进行核查，说明核查情况并发表明确意见 ... 47
问题 4 收入确认合规性及核查充分性 48
回复： 50
一、发行人说明 50
二、申报会计师的核查情况 104
三、结合对报告期内发行人与主要客户的销售合同核查情况，说明相关收入确认是否与发行人收入确认政策一致，是否存在虚增、跨期确认收入等情形，收入确认及列报是否符合企业会计准则的要求 108
四、按照《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第 1 号》1-20 关于境外销售的相关规定进行核查 109
问题 5 产销量与存货及营业成本的匹配性 116
回复： 119
一、发行人说明 119
二、申报会计师的核查情况 185
三、说明对存货的监盘、函证情况，参与存货监盘的时间、地点、人员、监盘比例等，替代性程序是否充分 189
问题 6 应收款项金额较高的合理性及坏账计提充分性 191
回复： 192
一、发行人说明 192
二、申报会计师的核查情况 204
三、核查应收款项的结算、确认、付款是否符合合同约定，应收账款确认和计量、坏账准备计提政策是否符合企业会计准则规定 205
四、详细列示各期的函证情况，包括但不限于发函数量、具体内容、应收账款和预收账款金额及比例，回函数量、回函金额及比例、差异金额及差异原因，对未回函的函证履行的替代程序及充分性 207
问题 7 毛利率下滑风险 208
回复： 209
一、发行人说明 209
二、申报会计师的核查情况 233
问题 8 其他财务问题 235
回复： 236
一、发行人说明 236
二、申报会计师的核查情况 247

容诚会计师事务所(特殊普通合伙)
总所：北京市西城区阜成门外大街 22 号
1 幢 10 层 1001-1 至 / 1001-26 (100037)
TEL:010-6600 1391 FAX:010-6600 1392
E-mail:bj@rsmchina.com.cn
https//WWW.rsm.global/china/

关于苏州鼎佳精密科技股份有限公司向不特定合格投资者公开发行股票并上市申请文件的审核问询函中有关财务会计问题的专项说明

容诚专字[2025]230Z1059 号

北京证券交易所：

根据贵所 2024 年 7 月 26 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审核问询函》（以下简称“问询函”）的要求，容诚会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“我们”）对问询函中提到的需要申报会计师说明或发表意见的问题进行了认真核查。现做专项说明如下：

（除特别注明外，以下金额单位为人民币元）

问题 2 关联交易的合理性及是否存在占用发行人资产

根据申请文件，（1）2021 年 5 月 14 日，发行人前身华尔迪有限与实际控制人李结平签订股权转让协议，李结平将其持有的飞博特 44.00%的股权以 13.83 万元的价格转让给华尔迪有限。2020 年 10 月 20 日，华尔迪有限向合肥联宝提供《连带责任保证函》，为飞博特提供不可撤销的连带责任保证，保证范围为供应商在主合同项下应向合肥联宝支付的全部款项。（2）2022 年 5 月，实际控制人曹云和发行人子公司鼎佳科技签署《股份转让协议》，曹云将其持有的鼎佳材料 100%的股权以 0 元的价格转让给鼎佳科技。截至 2021 年 12 月 31 日，鼎佳材料净资产为-2.96 万元。鼎佳材料由曹云于 2015 年 3 月在香港设立，于 2021 年 12 月 26 日向香港工商部门提交撤销注册申请，2022 年 10 月，鼎佳材料完成相关程序。华尔迪有限为鼎佳材料于 2019 年 10 月 22 日签订的长期采购总合同提供连带责任保证。此外，曹云设立鼎佳材料时未办理境外投资外汇登记手续。（3）昆山臻佳系李结平控制的企业，报告期内，昆山臻佳注册地为公司名下房产，发行人与昆山臻佳签订了《无偿使用证明》。（4）未解决潜在同业竞争，2021 年 11 月 5 日，发行人子公司昆山鼎佳和新赫睿（曹云胞弟曹绪威曾

持有 90%股权并任执行董事、总经理的企业，已于 2022 年 7 月注销）签订了设备资产转让协议，新赫睿将机器设备以 62.78 万元的价格转让给昆山鼎佳。

请发行人：（1）说明鼎佳材料 2021 年 12 月申请撤销后，发行人子公司仍向曹云收购其股权的合理性；曹云设立鼎佳材料时未办理境外投资外汇登记手续是否存在受到行政处罚的风险，鼎佳材料撤销注册前是否存在其他违规行为，如存在，请详细说明相关法律风险对发行人的影响。（2）结合收购前鼎佳材料的业务经营情况、与发行人及相关主体的资金往来情况等，说明是否存在利益输送或其他损害发行人利益的情形；请进一步说明各关联交易的合理性、必要性和交易价格的公允性。（3）说明向李结平收购飞博特股权前即为飞博特提供连带责任保证、向曹云收购鼎佳材料前即为鼎佳材料提供连带责任保证是否构成违规担保；报告期内，昆山臻佳无偿使用公司名下房产是否构成对发行人的资金（资产）占用。发行人针对前述情形是否履行内部审议程序及披露义务，目前是否采取有效整改措施；本次申请材料中关于资金占用、违规担保情形的披露是否真实、准确、完整，是否存在重大遗漏。

请保荐机构、发行人律师及申报会计师核查上述事项并发表明确意见。

回复：

一、发行人说明

（一）说明鼎佳材料 2021 年 12 月申请撤销后，发行人子公司仍向曹云收购其股权的合理性；曹云设立鼎佳材料时未办理境外投资外汇登记手续是否存在受到行政处罚的风险，鼎佳材料撤销注册前是否存在其他违规行为，如存在，请详细说明相关法律风险对发行人的影响

1、说明鼎佳材料 2021 年 12 月申请撤销后，发行人子公司仍向曹云收购其股权的合理性

（1）先行撤销注册鼎佳材料的原因及必要性

鼎佳材料于 2015 年 3 月由曹云在中国香港设立，自设立之日起至 2022 年 5 月被鼎佳科技收购前均由曹云持有 100%股权。曹云设立鼎佳材料时未办理境外投资外汇登记手续，为规范该等瑕疵，并避免同业竞争，公司于 2021 年 1 月在

中国香港新设鼎佳科技，逐步承接鼎佳材料相关业务，并于业务承接后撤销注册鼎佳材料。

截至 2021 年 12 月，公司对于是否收购鼎佳材料的股权尚处于论证阶段；同时经检索查询香港公司注册处官方网站，香港公司完成撤销注册需取得香港税务局出具的不反对撤销通知书、由公司注册处发出撤销注册通知书、完成刊登宪报公告等相关程序，预计完成时间较长。公司及其实际控制人考虑到不论是否收购鼎佳材料，均计划撤销注册该公司，同时鉴于彼时公司拟以 2022 年 6 月 30 日为申报基准日向深圳证券交易所申请首次公开发行股票并在主板上市，为及时在报告期内完成瑕疵事项整改，保证业务合规性，鼎佳材料于 2021 年 12 月先行启动撤销注册程序。

鼎佳材料于 2022 年 6 月 30 日前取得香港税务局出具的不反对撤销通知书、向香港公司注册处提交撤销注册申请书及由香港公司注册处在宪报刊登撤销注册公告等撤销注册主要工作，最终于 2022 年 10 月完成公示并由香港公司注册处刊登宪报宣布撤销及予以解散。

（2）鼎佳材料启动撤销注册后，子公司收购其股权的合理性

鼎佳材料启动撤销注册流程时，公司尚处在论证收购鼎佳材料股权的必要性及具体实施方案阶段，故鼎佳材料先行启动撤销注册程序，以保证及时规范鼎佳材料设立时的瑕疵事项。

经公司与中介机构充分论证，为避免同业竞争、减少关联交易，同时基于鼎佳材料存续期间承担公司及其子公司境外销售中转平台职能，未从事其他生产经营活动，业务经营中仅留存少量收益用于覆盖鼎佳材料经营成本，公司认为收购鼎佳材料 100%股权，将鼎佳材料纳入合并范围，并按同一控制下企业合并对其财务报表进行追溯合并处理符合业务实质，具有必要性。

2022 年 4 月，公司召开第一届董事会第五次会议，审议通过了《关于全资子公司香港鼎佳电子科技有限公司拟收购香港鼎佳电子材料有限公司 100%股份暨关联交易的议案》。2022 年 5 月，鼎佳科技与曹云签订股份转让相关协议，由鼎佳科技以 0 元收购曹云持有的鼎佳材料 100%股权。本次股权转让完成后，鼎佳材料成为公司全资子公司。

根据罗拔臣律师事务所出具的法律意见书，鼎佳材料撤销注册程序符合香港法律规定，本次股权转让符合香港法律规定。

2、曹云设立鼎佳材料时未办理境外投资外汇登记手续是否存在受到行政处罚的风险，鼎佳材料撤销注册前是否存在其他违规行为，如存在，请详细说明相关法律风险对发行人的影响

（1）曹云设立鼎佳材料时未办理境外投资外汇登记手续受到行政处罚的风险极低

曹云设立鼎佳材料时未办理境外投资外汇登记手续，根据《中华人民共和国外汇管理条例》《个人外汇管理办法》的相关规定，违反外汇登记管理规定的，对个人可以处 5 万元以下的罚款。根据《中华人民共和国行政处罚法》《国家外汇管理局行政处罚办法》的相关规定，5 万元以下罚款不属于较大数额罚款，曹云未办理境外投资外汇登记而进行境外直接投资不构成重大违法违规行为。

根据《中华人民共和国行政处罚法》的规定，违法行为在二年内未被发现的，不再给予行政处罚。鼎佳材料已于 2022 年 10 月完成撤销注册，外汇登记违规行为后果已消除，行政处罚时效已届满，曹云因设立鼎佳材料时未办理境外投资外汇登记手续而受到行政处罚的风险极低。

根据曹云的《无犯罪记录证明》及外汇主管部门网站公开披露信息，报告期内，曹云不存在因违反外汇相关法律法规而被行政处罚的情形。

（2）鼎佳材料撤销注册前不存在其他违规行为

根据罗拔臣律师事务所出具的法律意见书，鼎佳材料撤销注册前**不存在**受到行政处罚的情形。

（二）结合收购前鼎佳材料的业务经营情况、与发行人及相关主体的资金往来情况等，说明是否存在利益输送或其他损害发行人利益的情形；请进一步说明各关联交易的合理性、必要性和交易价格的公允性

1、结合收购前鼎佳材料的业务经营情况、与发行人及相关主体的资金往来情况等，说明是否存在利益输送或其他损害发行人利益的情形

（1）收购前鼎佳材料的业务经营情况

鼎佳材料于2021年12月10日结业，并于同月启动撤销注册程序，于2022年10月完成撤销注册。2021年12月10日至鼎佳材料完成撤销注册期间，鼎佳材料未开展生产经营活动。报告期内，鼎佳材料主要财务数据如下：

单位：万元

项目	截至2021年12月31日/2021年度
总资产	6.05
净资产	-2.96
营业收入	2,573.24
净利润	151.27

注：上述财务数据已经容诚会计师审计，鼎佳材料2021年度净利润为151.27万元主要系因信用减值损失转回所致。

公司根据部分下游客户的需求，以出口复进口模式对其进行销售。出口复进口模式下，公司境内生产主体在海关办理出口申报手续并向鼎佳材料出口货物，并将货物运至境内保税区，完成报关出口；客户向鼎佳材料采购产品，自行或委托第三方向海关办理进口申报手续，并将货物运至其境内厂区签收确认，完成报关进口。出口复进口模式下销售产品均由公司及其境内子公司提供，由鼎佳材料向客户完成销售并收取客户货款后与公司结算。

自鼎佳材料设立至其撤销注册，鼎佳材料承担公司出口复进口模式下的销售中转平台职能，未从事其他生产经营活动。鼎佳材料业务经营中仅留存少量收益用于覆盖鼎佳材料经营成本，具有合理性，不存在损害公司利益或进行利益输送的情形。

（2）与发行人及相关主体的资金往来情况

报告期内，鼎佳材料被收购前与公司前身华尔迪有限及其子公司重庆鼎佳存在资金往来，该往来系基于日常经营业务发生的货款往来，具体为鼎佳材料于2021 年度向华尔迪有限及重庆鼎佳合计支付货款 964.87 万美元。根据鼎佳材料报告期内的银行流水和资金明细账，2021 年度，鼎佳材料合计收取客户支付的货款963.28万美元。报告期内，鼎佳材料被收购前与华尔迪有限及重庆鼎佳的资金往来系因正常经营业务形成，具有合理性，不存在损害公司利益或进行利益输送的情形。

除上述货款往来外，报告期内，公司及其子公司、董事、监事、高级管理人员及主要关联方与鼎佳材料之间不存在其他资金往来。

针对上述事项，公司实际控制人曹云已作出承诺：“香港鼎佳电子材料有限公司（以下简称鼎佳材料）与苏州华尔迪胶粘五金制品有限公司（以下简称华尔迪有限）及其子公司发生的资金往来均系基于日常经营业务发生的货款往来。鼎佳材料存续期间未进行分红，本人未在鼎佳材料领取薪酬，不存在利益输送或其他损害苏州鼎佳精密科技股份有限公司（以下简称鼎佳精密，包含其前身华尔迪有限）利益的情形，不存在利用鼎佳材料：

①配合鼎佳精密及其子公司通过虚构交易方式将大额资金转出，再将上述资金设法转入鼎佳精密客户，以实现鼎佳精密及其子公司收入、利润的虚假增长的情形；

②配合鼎佳精密及其子公司通过私下利益交换等方法进行恶意串通以实现鼎佳精密及其子公司收入、盈利的虚假增长的情形；

③代鼎佳精密及其子公司支付成本、费用或者采用无偿或不公允的交易价格向鼎佳精密及其子公司提供经济资源的情形；

④其他关联交易非关联化的情况。”

综上所述，报告期内，鼎佳材料被收购前与公司及相关主体不存在利益输送或其他损害公司利益的情形。

2、请进一步说明各关联交易的合理性、必要性和交易价格的公允性

公司新设鼎佳科技并逐步承接鼎佳材料业务前，由鼎佳材料承担出口复进口模式下的销售中转平台职能。如前所述，公司及其子公司与鼎佳材料之间的关联交易均系基于下游客户需求而形成的正常商业经营行为，系公司出口复进口业务的重要组成部分，具有合理性、必要性。

报告期内，公司及其子公司与鼎佳材料的交易价格和鼎佳材料与终端客户的交易价格之间整体采用“平进平出”的原则确定，鼎佳材料仅留存少量收益用于覆盖鼎佳材料日常业务手续费、代理记账费、审计费等管理费用，金额较小，除该等必要费用外，鼎佳材料未留存收益。该等关联交易价格公允。

综上所述，鼎佳材料被收购前与华尔迪有限、重庆鼎佳发生的关联交易具有合理性、必要性，交易价格公允。

（三）说明向李结平收购飞博特股权前即为飞博特提供连带责任保证、向曹云收购鼎佳材料前即为鼎佳材料提供连带责任保证是否构成违规担保；报告期内，昆山臻佳无偿使用公司名下房产是否构成对发行人的资金（资产）占用。发行人针对前述情形是否履行内部审议程序及披露义务，目前是否采取有效整改措施；本次申请材料中关于资金占用、违规担保情形的披露是否真实、准确、完整，是否存在重大遗漏

1、说明向李结平收购飞博特股权前即为飞博特提供连带责任保证、向曹云收购鼎佳材料前即为鼎佳材料提供连带责任保证是否构成违规担保

（1）华尔迪有限向李结平收购飞博特股权前即为飞博特提供连带责任保证是否构成违规担保

2020年10月，华尔迪有限召开股东会，全体非关联股东一致同意由华尔迪有限为飞博特向合肥联宝就合肥联宝与飞博特之间的业务往来提供连带责任保证担保。

2020年10月，华尔迪有限向合肥联宝出具《连带责任保证函》，同意就合肥联宝与飞博特订立的合同及其相关附件、订单、工作说明或其他相关附属文件项下飞博特对合肥联宝所负一切债务提供连带责任保证担保。

2021 年 9 月，为在不高于净资产 5%的范围内控制风险敞口，华尔迪有限向合肥联宝出具《最高额保证函》，为合肥联宝与飞博特订立的《采购协议》及其相关附件、订单、工作说明或其他相关附属文件项下飞博特对合肥联宝所负一切债务在不超过 900 万元另加合肥联宝行使《最高额保证函》下权利和救济所发生的费用的范围内提供不可撤销的连带责任保证担保；同时，华尔迪有限于2020年10月出具的《连带责任保证函》自动失效。

为进一步保障公司权益，2021 年 9 月，飞博特时任股东共同出具《声明函》，约定由华尔迪有限根据《最高额保证函》向合肥联宝承担担保责任后，各股东应按届时持有的飞博特股权比例同比例承担《最高额保证函》约定的保证担保责任。

公司实际控制人李结平已出具《关于鼎佳精密对飞博特提供担保相关事项的承诺函》：“如公司将根据《最高额保证函》向合肥联宝承担担保责任，本人将在公司收到合肥联宝发出的书面说明或通知后 20 日内，向公司支付公司在《最高额保证函》项下应承担的担保责任中的 44%款项。如本人未能在上述约定期限内向公司支付应付款项，除需向公司足额支付该等款项外，还需承担由此给公司造成的一切损失，并使公司恢复到未遭受该等损失之前的经济状态。如本人违反上述承诺，公司有权等额扣留应向本人支付的薪酬及分红款。”

报告期内，公司及其子公司与合肥联宝不存在诉讼、仲裁、纠纷或潜在纠纷。

（2）华尔迪有限向曹云收购鼎佳材料前即为鼎佳材料提供连带责任保证是否构成违规担保

2019年10月，华尔迪有限召开股东会，全体非关联股东一致同意由华尔迪有限为鼎佳材料向神基股份就其与鼎佳材料的业务往来提供连带责任保证担保，并签署相关协议。

2019年10月，神基股份、鼎佳材料与华尔迪有限共同签署《长期采购总合约书》，约定神基股份向鼎佳材料采购产品，并由华尔迪有限向神基股份提供连带保证担保，保证范围为鼎佳材料因履行《长期采购总合约书》所产生的全部债务及神基股份实现债权的费用，保证期间至鼎佳材料债务履行完毕止。

根据罗拔臣律师事务所出具的法律意见书，鼎佳材料已于 2021 年 12 月结业，《长期采购总合约书》已履行完毕，保证期间已届满，同时，鼎佳材料已于 2022 年10月撤销注册，鼎佳材料撤销注册时无尚未清偿的债权债务。报告期内，公司与神基股份不存在诉讼、仲裁、纠纷或潜在纠纷。

综上，华尔迪有限为飞博特提供连带责任保证担保、为鼎佳材料提供连带责任保证担保均已履行华尔迪有限内部批准程序，符合当时适用的《中华人民共和国公司法》（2018修正）及公司章程的相关规定，不构成违规担保。

2、报告期内，昆山臻佳无偿使用公司名下房产是否构成对发行人的资金（资产）占用

昆山臻佳为公司的员工持股平台，除持有公司股份外，未实际开展经营业务，租赁公司房产仅用于注册地址登记使用，未实际占用公司资源。

昆山臻佳无偿使用公司名下房产事项已经公司内部决策程序批准。根据当时适用的《公司章程》《关联交易管理制度》，2021 年 11 月，公司总经理作出决定，同意公司向昆山臻佳无偿出租房产用于登记注册地址。公司于 2024 年 4 月召开第一届董事会第二十三次会议、第一届监事会第十五次会议，并于 2024 年 5 月召开 2023 年年度股东大会，审议通过《关于确认最近三年公司与关联方交易情况的议案》；于 2024 年 11 月召开第二届董事会第三次会议、第二届监事会第二次会议，于 2024 年 12 月召开 2024 年第四次临时股东会，审议通过《关于确认最近一期公司与关联方交易情况的议案》，就该等关联交易作出确认，独立董事已就该议案发表同意的独立意见。

综上，昆山臻佳无偿使用公司名下房产不构成对公司的资金（资产）占用。

3、发行人针对前述情形是否履行内部审议程序及披露义务，目前是否采取有效整改措施；本次申请材料中关于资金占用、违规担保情形的披露是否真实、准确、完整，是否存在重大遗漏

如前所述，华尔迪有限为飞博特、鼎佳材料提供连带责任保证担保及昆山臻佳无偿使用公司名下房产均已履行必要的内部审议或批准程序。公司已在招股说明书“第六节 公司治理”之“七、关联方、关联关系和关联交易情况”之“（二）关联交易情况”之“2、经常性关联交易”和“第十节 其他重要事项”之“2、其他或有事项”中披露该等事项。

针对前述事项，鼎佳材料已撤销注册，无尚未清偿的债权债务，且公司就鼎佳材料与神基股份相关交易的担保期限已届满；公司已就向合肥联宝提供连带责任保证担保事项在不高于净资产 5%的范围内控制风险敞口，且飞博特各股东已出具担保责任分摊声明函；昆山臻佳未实际开展经营业务，租赁公司房产仅用于注册地址登记使用，未占用公司资源。

综上，公司已就为飞博特、鼎佳材料提供连带责任保证担保及昆山臻佳无偿使用公司名下房产履行了必要的内部审议或批准程序及披露义务，本次申请材料中关于资金占用、违规担保情形的披露真实、准确、完整，不存在重大遗漏。

二、申报会计师的核查情况

（一）核查程序：

就上述事项，我们主要执行了以下核查程序：

1.查阅鼎佳材料周年申报表、公司注册证明书、章程、股东名册、鼎佳材料股份转让协议及其补充协议、香港税务局出具的不反对撤销通知书，公司注册处发出的撤销注册通知书及刊登宪报公告记录等材料；

2.查阅罗拔臣律师事务所针对鼎佳材料出具的法律意见书，鼎佳材料报告期内主要业务合同、银行流水、资金明细账、财务报表等材料；

3.查阅《中华人民共和国外汇管理条例》《个人外汇管理办法》《中华人民共和国行政处罚法》《国家外汇管理局行政处罚办法》关于外汇处罚相关规定；

4. 取得实际控制人曹云就鼎佳材料设立背景、经营情况、资金往来情况、撤销注册情况及个人境外投资外汇登记情况等出具的书面说明及承诺文件，查询外汇主管部门网站公开披露信息，并查阅曹云的无犯罪记录证明文件、报告期内个人银行流水等材料；

5.查阅发行人及其子公司报告期内的银行流水、发行人董事、监事、高级管理人员及发行人主要关联方报告期内的银行流水；

6.查阅发行人及华尔迪有限关于对外担保及关联交易作出的股东会决议，发行人总经理就关联租赁出具的决定书，发行人第一届董事会第五次会议、第一届董事会第二十三次会议、第二届董事会第三次会议、第一届监事会第十五次会议、第二届监事会第二次会议、2023 年年度股东大会、2024 年第四次临时股东会会议文件；

7.查阅发行人及华尔迪有限对外担保、关联租赁发生时适用的《公司章程》《关联交易管理制度》等内部制度文件；

8.查阅神基股份、鼎佳材料与华尔迪有限共同签署的《长期采购总合约书》，华尔迪有限向合肥联宝出具的《连带责任保证函》《最高额保证函》，飞博特股东出具的《声明函》，**发行人实际控制人李结平出具的《关于鼎佳精密对飞博特提供担保相关事项的承诺函》**等文件；

9.实地走访汉达精密电子（昆山）有限公司、苏州汉扬精密电子有限公司、合肥联宝；

10.查阅昆山臻佳租赁文件、工商登记材料、报告期内的财务报表、银行流水等文件，实地查看发行人生产经营场所；

11.针对昆山臻佳检索查询国家企业信用信息公示系统、企查查网站公开披露信息，针对鼎佳材料检索查询香港公司注册处官方网站公开披露信息；

12.取得发行人就撤销注册鼎佳材料及收购其股权、鼎佳材料经营及业务情况、与发行人及相关主体资金往来情况、对外担保、关联交易、资金占用等事项的书面说明文件。

（二）核查意见：

经核查，我们认为：

1、鼎佳材料于 2021 年 12 月申请撤销注册后，发行人子公司仍向曹云收购其股权具有必要性、合理性。曹云因设立鼎佳材料时未办理境外投资外汇登记手续而受到行政处罚的风险极低，报告期内，曹云不存在因违反外汇相关法律法规而被行政处罚的情形。根据罗拔臣律师事务所出具的法律意见书，鼎佳材料撤销注册前不存在受到行政处罚的情形。

2、报告期内，鼎佳材料被收购前与发行人及相关主体不存在利益输送或其他损害发行人利益的情形。鼎佳材料被收购前与华尔迪有限、重庆鼎佳发生的关联交易具有合理性、必要性，交易价格公允。

3、华尔迪有限为飞博特提供连带责任保证担保、为鼎佳材料提供连带责任保证担保均已履行华尔迪有限内部批准程序，符合当时适用的《中华人民共和国公司法》（2018 修正）的相关规定，不构成违规担保。昆山臻佳无偿使用公司名下房产不构成对发行人的资金（资产）占用。华尔迪有限及发行人已就为飞博特、鼎佳材料提供连带责任保证担保及昆山臻佳无偿使用发行人名下房产履行了必要的内部审议或批准程序及披露义务，本次申请材料中关于资金占用、违规担保情形的披露真实、准确、完整，不存在重大遗漏。

问题 3 关于业绩下滑风险

根据申请文件及公开信息：（1）2020 年-2023 年，发行人营业收入分别为 30,873.87 万元、39,152.58 万元、32,890.85 万元、36,662.93 万元；归母扣非净利润分别为 5,127.89 万元、7,447.64 万元、5,363.47 万元、5,001.77 万元，其中，2022 年汇兑收益为 1,464.95 万元。2022 年收入及归母扣非净利润大幅下降主要系消费电子产品需求量下滑，仁宝电脑等主要客户需求量减少所致。（2）报告期内，发行人功能性产品销量分别为 91,364.62 万件、71,989.39 万件、84,791.28 万件；防护性产品销量分别为 7,447.91 万件、6,382.28 万件、6,606.43 万件，功能性产品及防护性产品销量下降。

（1）报告期内业绩下滑的原因及期后下滑风险。请发行人：①结合发行人所属细分行业发展情况、下游市场需求、同行业竞争对手经营情况、主要产品类别、主要客户及应用领域、销售区域、销售模式等，详细量化分析说明报告期各期销售收入变动的原因及真实合理性，与同行业可比公司变动趋势是否一致。②结合在手订单情况、报告期内订单转化实现情况、期后业绩情况及下游行业发展趋势、主要客户经营情况及需求变化趋势等，分析说明发行人是否存在业绩大幅下滑的风险，并充分揭示相关风险，做出重大事项提示。③量化分析汇率波动对经营业绩的影响及应对措施有效性，说明是否会对公司经营业绩构成重大不利影响，风险揭示是否充分；说明报告期各期汇兑损益与境外收入规模的匹配性。

（2）与主要客户合作稳定性。①说明进入主要客户供应商体系的背景、方式及资质要求，与主要客户合作的年限、成为合格供应商的年份及有效期；结合销售产品类型、销售数量、价格、销售金额及占比等，量化分析说明报告期内向主要客户销售变动的原因及合理性。③说明仁宝电脑等主要客户报告期内向发行人采购金额是否与其经营规模匹配，向发行人采购金额占其同类产品采购金额比例是否存在下滑情形；结合主要客户的经营情况及下游应用领域发展情况，分析说明发行人与主要客户合作是否稳定可持续。④补充披露发行人开拓新客户方面的主要措施及执行效果。

请保荐机构、申报会计师：（1）核查上述事项并发表明确意见，详细说明核查方式、核查范围、核查过程、核查结果及结论。（2）按照《北京证券交易

所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第 1 号》1-15 关于经营业绩大幅下滑的相关规定进行核查，说明核查情况并发表明确意见。（3）提供前述事项的核查工作底稿。

回复：

一、发行人说明

（一）报告期内业绩下滑的原因及期后下滑风险

1、结合发行人所属细分行业发展情况、下游市场需求、同行业竞争对手经营情况、主要产品类别、主要客户及应用领域、销售区域、销售模式等，详细量化分析说明报告期各期销售收入变动的原因及真实合理性，与同行业可比公司变动趋势是否一致

报告期各期，公司销售收入分别为 32,890.85 万元、36,662.93 万元及 40,760.68 万元，2023 年度较 2022 年度上升 11.55%，2024 年度较 2023 年度上升 11.18%。

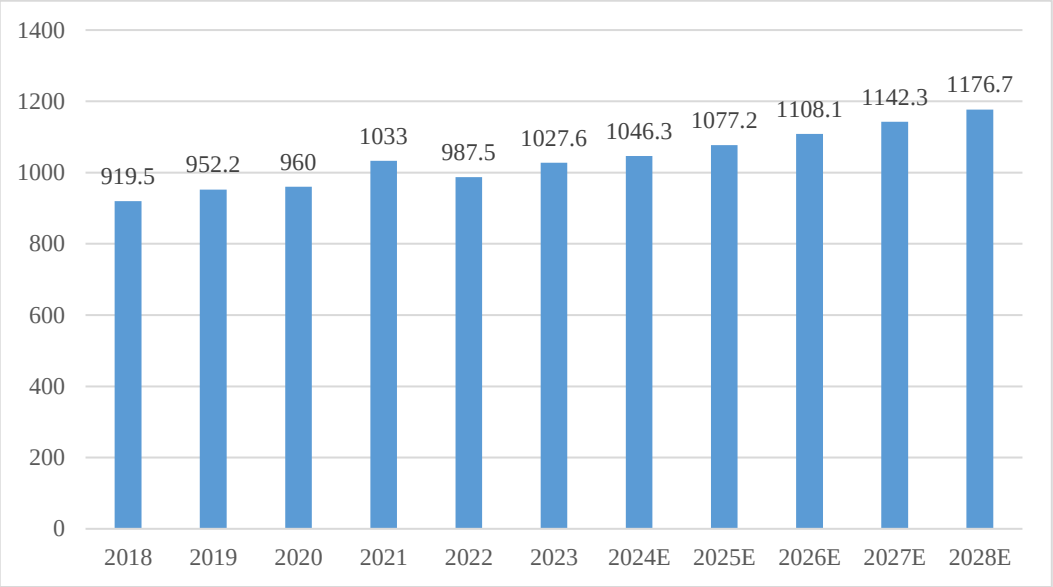
（1）发行人所属细分行业发展情况及下游市场需求

公司细分产品主要应用在消费电子产品尤其是笔记本电脑产品的内外部，其市场空间与笔记本电脑等消费电子产品的市场发展情况及市场空间规模紧密相关。公司各细分产品的市场空间及市场竞争格局情况如下：

①行业市场空间

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

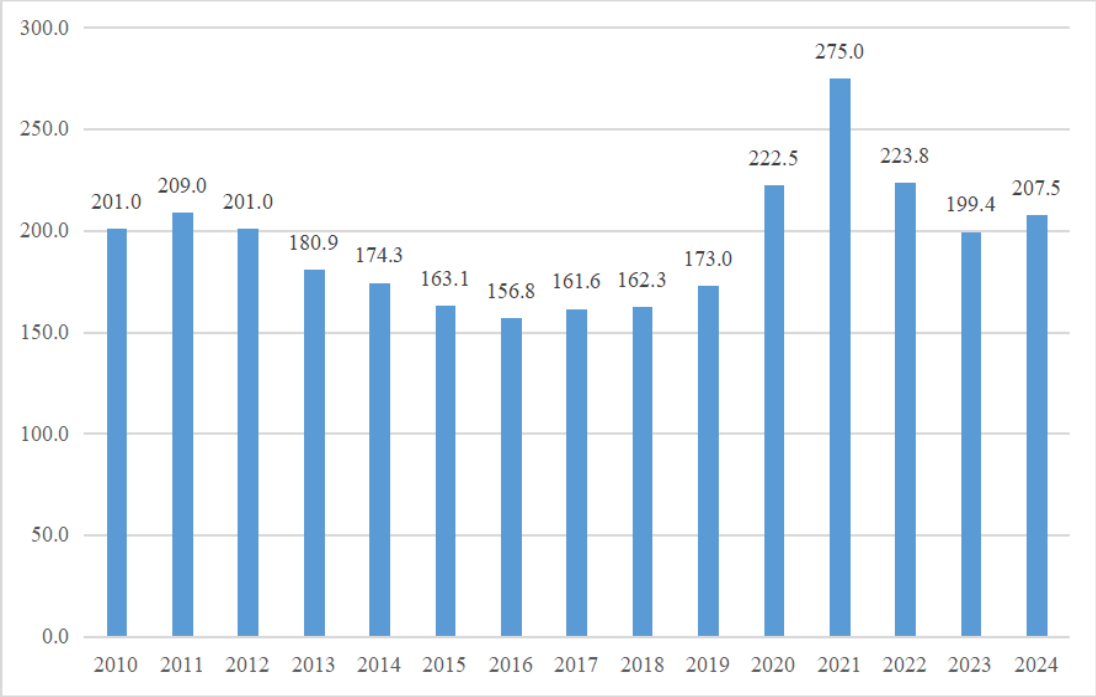
笔记本电脑是消费电子功能性及防护性产品的重要应用领域，在近十年的发展过程中，整体出现较大的波动。具体来讲，全球市场的出货量自 2011 年开始出现明显下滑，主要由于智能手机和平板电脑等可替代消费电子产品的快速普及，笔记本电脑所承载的娱乐休闲功能被智能手机、平板电脑所分流，出货量连续 5 年呈下滑趋势。但随着越来越多的轻薄商务笔记本电脑、二合一混合笔记本电脑的出现，智能手机和平板电脑对笔记本电脑行业的冲击正逐步消退，2017 年开始全球出货量企稳回升。

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。据 IDC 数据显示，2020 年全球笔记本电脑出货量增至 2.23 亿台，同比增长 28.61%。2021 年，全球公共卫生事件仍然在影响办公习惯，根据 Canalys 数据显示，2021 年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，随着公共卫生事件得到控制，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%。2024 年，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 年第一季度，全球出货量达到 4,510 万台，同比增长 4.2%，2024 年第二季度，全球出货量达 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%。2024 年全年，全球 PC 市场趋于稳定，出货量增长 3.8%，达到 2.55 亿台。

5G 时代下，云端会承担更多的计算功能，终端电脑将会更加轻便。5G 技术带来的低延迟和高网速，可以大幅促进云服务的普及。在此背景下，笔记本电脑为增加便携性，将会进一步缩减本地硬件的体积，使得机身的尺寸进一步缩减。同时，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 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。AI 技术加持的手机、电脑等将重新定义用户体验，拉开新一轮产品创新周期。

2010-2024 年全球笔记本电脑出货量（单位：百万台）



数据来源：IDC、Statista、Canalys；

注：Canalys 暂未披露 2024 年度全球笔记本电脑出货量数据及同比增幅。2024 年度全球笔记本电脑出货量数据系根据 Canalys 披露的季度数据以及 Canalys 披露的 2023 年全球出货量数据调整得到。

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行业竞争格局

我国消费电子功能性产品及防护性产品行业的竞争格局在过去的二十多年时间里发生了较大的变化，少数具有设计开发能力、大规模生产能力、高产品质量的企业逐步替代国外厂商成为下游主流终端品牌的核心供应商。但由于我国消费电子功能性产品及防护性产品行业起步较晚，在产业经验及生产能力方面尚有不足，综合实力突出的大型企业相对较少，行业的集中度有待提升。

在国内，消费电子功能性产品及防护性产品生产商数量众多，随着消费电子产品市场渗透率的不断提高，我国消费电子功能性产品及防护性产品行业竞争形势日益激烈，各厂商在技术创新、成本管控、下游开拓等方面展开全面竞争。同时，随着下游消费电子产品逐渐朝智能化、大屏化、轻薄化、便携化方向发展，促使功能性产品及防护性产品的性能及精密度发生变化，对上游制造商的要求越来越高，导致存在规模偏小、研发实力弱、产品生产工序较为简单、品质要求相对不高、产品同质化严重等问题的小厂商竞争力逐渐下降。而国内具备一定规模的大型生产企业在研发设计能力、生产工艺水平、生产实践经验及产品的品质、价格、交货周期等方面具备优势，获得了下游主流品牌的青睐。因此马太效应日渐明显，出现强者恒强的局势，未来市场将会进一步往头部企业集中。

由前述细分行业发展情况及下游市场需求可知，公司销售收入变动趋势与行业发展情况及下游市场需求基本一致。2021 年度，行业发展较好，下游笔记本电脑出货量达历史新高，公司收入水平处于较高的位置，2022 年度，下游笔记本电脑出货量有所下滑，公司收入较2021年度有所下滑，2023年度，笔记本电脑市场继续下滑，但公司注重对新产品、新客户、新领域的开发及拓展，收入较2022年度有小幅上升。2024 年**度**，笔记本电脑全球出货量同比增长，同时国家出台了电子产品类“以旧换新”等补贴政策，刺激了消费电子市场的发展，公司收入较2023年同期有一定的上升。

（2）同行业竞争对手经营情况

报告期内，同行业竞争对手同类型产品收入及变动情况如下：

单位：万元、%

公司	产品分类	2024 年 1-6 月		2023 年度		2022 年度
		收入	变动	收入	变动	收入
达瑞电子	消费电子功能性器件	42,356.97	130.81	45,837.93	-26.40	62,275.60
光大同创	功能性产品	23,158.75	32.84	43,814.25	11.71	39,221.72
	防护性产品	25,052.05	8.36	52,333.51	-6.05	55,704.85
捷邦科技	精密功能件及结构件	31,165.88	1.15	64,134.37	-34.21	97,479.57
鸿富瀚	消费电子产品功能性器件	28,272.43	35.82	52,967.88	-6.07	56,389.50
恒铭达	消费电子类产品	74,391.58	38.45	152,484.32	21.67	125,322.74
平均值	**功能性产品**	**39,869.12**	**47.81**	**71,847.75**	**-5.63**	**76,137.83**
	防护性产品	**25,052.05**	**8.36**	**52,333.51**	**-6.05**	**55,704.85**
公司	**功能性产品**	**12,863.21**	**8.81**	**25,524.97**	**7.76**	**23,687.32**
	防护性产品	**5,098.43**	**2.67**	**10,866.78**	**21.62**	**8,935.09**

注 **1、因同行业可比公司 2024 年度数据还未披露，2024 年仍然为 1-6 月数据同比，下同**。
2、表中 2024 年 1-6 月收入变动数据为较 2023 年同期数据的变动比例，下同。

报告期内，同行业竞争对手同类型产品收入波动主要受到下游消费电子行业景气度的影响，同时受客户结构、产品应用领域等因素的影响，波动幅度不尽相同。

2023 年度，功能性产品方面，受益于国内外宏观环境变化相关不利因素造成的影响有所减弱，公司与光大同创、恒铭达等同行业竞争对手的功能性产品收入同比均出现不同程度的增长。达瑞电子消费电子功能性器件产品 2023 年收入同比减少 26.40%，根据其公开披露信息，主要原因系受消费电子行业当期景气度不佳，终端产品市场需求下滑，以及下游厂商去库存的影响，上游电子组件行业增长承压，传递至上游生产设备行业的压力进一步增大；捷邦科技精密功能件及结构件产品 2023 年收入同比减少 34.21%，根据其公开披露信息，主要原因系大客户终端产品出货量下滑，导致其订单下降；鸿富瀚消费电子产品功能性器件产品 2023 年收入同比减少 6.07%，根据其公开披露信息，主要原因系受宏观经济和行业因素的影响，消费电子市场需求下降，终端客户去库存减少部分订单。防护性产品方面，2023 年度，受纸质类及吸塑类产品收入同比增长较大的影响，公司的防护性产品收入同比增长 21.62%，光大同创防护性产品收入同比较为稳定。

2024 年 1-6 月，受益于全球消费电子行业有所复苏的影响，公司与同行业竞争对手功能性产品及防护性产品的收入均同比出现不同程度的增长。

（3）主要产品类别

报告期内，公司按主要产品类别的收入及同比变动情况如下：

单位：万元，%

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度
	收入	变动	收入	变动	收入
功能性产品	**28,903.77**	**13.24**	25,524.97	7.76	23,687.32
防护性产品	**11,474.36**	**5.59**	10,866.78	21.62	8,935.09
合计	**40,378.13**	**10.95**	**36,391.75**	**11.55**	**32,622.41**

报告期内，公司功能性产品及防护性产品收入**同比**均呈现**上升**趋势。

①功能性产品

报告期内，公司功能性产品细分产品类别的收入及同比变动情况如下：

单位：万元，%

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度
	收入	变动	收入	变动	收入
电磁屏蔽类	**6,246.49**	**-8.86**	6,853.61	25.15	5,476.37
粘贴组装类	**6,264.13**	**16.27**	5,387.40	-1.44	5,465.96
绝缘精密类	**5,216.74**	**36.38**	3,825.18	9.19	3,503.35
缓冲减震类	**4,137.07**	**13.91**	3,631.90	2.47	3,544.24
外观保护类	**3,935.83**	**27.27**	3,092.49	-3.66	3,209.97
精密机构类	**2,114.22**	**22.95**	1,719.54	-0.18	1,722.64
防尘透气类	**989.29**	**-2.52**	1,014.85	32.70	764.79
合计	**28,903.77**	**13.24**	**25,524.97**	**7.76**	**23,687.32**

公司功能性产品中，电磁屏蔽类、粘贴组装类、绝缘精密类、缓冲减震类与外观保护类产品的销售收入占比较高，收入变动对功能性产品影响显著。

2023 年度，公司功能性产品自下半年起销量有所上涨，主要是由于公司积极获取新订单，获取了仁宝电脑、巨腾国际等客户新机种的订单，故相应公司产品的销量有所上涨，带动电磁屏蔽类、绝缘精密类、缓冲减震类及防尘透气类产品收入均有不同程度的上涨。其中，电磁屏蔽类产品销售收入同比增长 25.15%，主

要是由于新机种对该类产品的需求量较大例如 ILG10、ILYE3 等，其中，新增多种铜箔麦拉、铝箔麦拉类产品，合计带动销售增长约 1,827.64 万元，总体带动功能性产品收入上涨。

2024 年度，公司功能性产品销售收入持续上涨，其中，粘贴组装类、绝缘精密类、缓冲减震类、外观保护类及精密机构类产品的销售收入同比有所上涨，与整体销售趋势相同，而电磁屏蔽类及防尘透气类产品的销售收入同比有所下降，主要原因是不同机种迭代对公司各类功能性产品销售收入的影响有所不同，其中，ILG10 及 HH514 机型于 2024 年上半年逐渐被更新迭代，分别导致电磁屏蔽类产品销售金额下降 877.68 万元及 542.10 万元，而 IDQ50 机型被更新迭代导致防尘透气类产品下降 147.18 万元。

②防护性产品

报告期内，公司防护性产品细分产品类别的收入及变动情况如下：

单位：万元，%

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度
	收入	变动	收入	变动	收入
纸质类	6,110.67	18.63	5,151.06	42.21	3,622.19
吸塑类	2,125.86	-25.01	2,834.78	31.16	2,161.27
EPE 类	2,302.23	6.43	2,163.11	-2.58	2,220.38
PE 及其他类	935.61	30.34	717.84	-22.92	931.26
合计	**11,474.37**	**5.59**	**10,866.78**	**21.62**	**8,935.09**

防护性产品中，纸质类产品、吸塑类及 EPE 类产品的销售收入占比较高，对防护性产品收入变动影响显著。

2023 年度，防护性产品收入同比增长 21.62%，其中，纸质类产品和吸塑类产品收入分别同比增长 42.21%和 31.16%，其主要原因，一是公司当期向新增客户纳天柯销售纸质类产品收入同比增长 1,017.26 万元；二是台达电子当年向公司采购应用于游戏机相关的纸质类和吸塑类产品，导致公司纸质类及吸塑类产品收入同比分别增长 309.94 万元和 492.41 万元。

2024 年度，公司防护性产品收入同比增长 5.59%，较为稳定，但各细分品类收入变动较大。其中，纸质类产品收入同比增长 18.63%，其主要原因是当期公司

向纳天柯销售的纸质类产品收入同比增长**470.22**万元。吸塑类产品收入同比减少**25.01%**，其主要原因是台达电子向公司采购的应用于游戏机类产品领域的吸塑类产品收入同比减少**1,138.94**万元。

（4）主要客户

报告期内，公司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		2023年度		2022年度
	收入	变动	收入	变动	收入
仁宝电脑	**8,938.36**	**7.11**	8,344.91	38.70	6,016.66
巨腾国际	**2,958.77**	**-0.37**	2,969.87	7.92	2,752.02
神基股份	**2,740.77**	**26.37**	2,168.89	-20.31	2,721.77
台达电子	**2,275.91**	**-35.51**	3,529.03	48.53	2,376.03
立讯精密	**1,558.95**	**16.03**	1,343.56	-22.91	1,742.85
和硕科技	**1,880.35**	**50.43**	1,249.97	-15.52	1,479.55
合计	**20,353.11**	**3.81**	**19,606.23**	**14.73**	**17,088.88**

2023年**度**，公司对仁宝电脑及巨腾国际的收入**同比有所增长**，主要是由于公司获取了较多仁宝电脑生产新机种所需产品的采购订单，同时仁宝电脑作为制造服务商，对部分新机种所需产品通过巨腾国际等组件生产商向公司采购。

2023年**度**，公司对台达电子收入持续增长，主要是由于游戏机等下游产品出货量的上涨带动台达电子对公司吸塑类和纸质类等产品的采购。

2023年**度**，公司对神基股份、立讯精密、和硕科技、康舒科技等主要客户的采购呈下滑趋势，主要是由于仁宝电脑作为制造服务商，对公司的部分机种采购通过指定组件生产商如神基股份、立讯精密的子公司日善电脑配件（嘉善）有限公司等公司向公司进行采购来完成，由于仁宝电脑的采购安排变动，新机种所需产品更少通过前述企业进行采购，故公司对前述企业的收入下降。

2024年**度**，除台达电子及巨腾国际外，公司对主要客户的销售均呈上涨趋势，与消费电子行业的发展趋势相符。公司对台达电子收入下降主要原因是台达电子减少了对应用于游戏机等领域的相关产品的采购。

（5）应用领域

报告期内，公司不同应用领域下收入情况如下：

单位：万元，%

应用领域	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
笔记本电脑类	**31,666.31**	**78.42**	28,316.21	77.81	26,406.50	80.95
游戏机类	**1,098.10**	**2.72**	2,205.02	6.06	1,400.00	4.29
汽车与新能源类	**2,230.35**	**5.52**	1,812.76	4.98	1,002.46	3.07
电子配件类	**530.16**	**1.31**	996.51	2.74	1,355.24	4.15
半导体类	**894.67**	**2.22**	634.26	1.74	1,045.03	3.20
平板电脑类	**1,162.15**	**2.88**	341.77	0.94	525.91	1.61
其他	**2,796.39**	**6.93**	2,085.22	5.73	887.28	2.72
合计	**40,378.13**	**100.00**	**36,391.75**	**100.00**	**32,622.41**	**100.00**

报告期内，公司不同应用领域下收入存在一定的变动。其中，笔记本电脑类产品为公司销售产品的主要应用领域，收入变动趋势与总体收入变动趋势相符，与下游笔记本电脑需求量及市场规模紧密相关，其中，虽然 2023 年度全球笔记本电脑出货量有所下降，但公司获得了较多仁宝电脑新机种产品配件的订单，故而应用于笔记本电脑类领域的产品的收入有所上升。2023 年**度**，应用于游戏机类领域的产品的收入**有所**增长，主要是由于台达电子增加对公司游戏机相关的吸塑类和纸质类等产品的采购。2024 年**度**，台达电子减少了相关产品的采购，公司应用于游戏机类领域的产品的收入下降幅度较大。报告期内，为减少对某一特定应用领域的依赖，公司近年来不断寻找除消费电子外其他可适用的领域，如汽车与新能源类，应用于前述应用领域的产品的销售收入逐年上涨。

（6）销售区域

报告期内，公司内销销售区域包括华东、西南及其他地区，外销销售区域包括境内保税区、出口复进口及境外销售。报告期内，公司各销售区域的收入及变动情况如下：

单位：万元，%

类型	区域	2024 年度		2023 年度		2022 年度
		收入	变动	收入	变动	收入
内销	华东	**16,546.95**	**4.82**	15,785.31	25.00	12,628.53
	西南	**4,023.23**	**-9.75**	4,458.02	19.16	3,741.24
	其他	**2,502.03**	**73.36**	1,443.28	-14.75	1,692.94

外销	境内保税区	**12,571.18**	**10.75**	11,350.90	10.33	10,288.20
	出口复进口	**2,935.35**	**30.12**	2,255.88	-22.71	2,918.83
	境外销售	**1,799.39**	**63.83**	1,098.36	-18.80	1,352.67
合计		**40,378.13**	**10.95**	**36,391.75**	**11.55**	**32,622.41**

2022 年度，除内销西南地区外，各区域收入均有所下降，主要受到消费电子行业发展速度减缓、下游需求变动影响。2022 年度，公司逐渐加强重庆地区的产业布局，对台达电子及纵贯线等客户的销售收入同比有所上涨，故内销西南地区销售额上升较多。

2023 年度，受益于国内外宏观环境变化相关不利因素造成的影响逐渐减弱，同时公司对新产品、新客户、新领域的开发及拓展，内销主要地区的销售收入有所上涨。外销收入中出口复进口及境外销售有所下降，主要受消费电子行业逐渐向越南等东南亚地区转移的影响，部分外销客户直接向越南等东南亚地区的相关企业进行采购。

2024 年**度**，受向台达电子、纵贯线等客户销售收入下滑的影响，内销西南地区的销售额同比有所下降；内销其他区域收入同比增长 **73.36**%，主要是由于公司新增开拓多家华南地区客户，导致华南地区销售收入同比增长 **1,097.99** 万元，其中东莞捷荣技术股份有限公司、东莞市品扬五金科技有限公司、惠州市盈旺精密技术股份有限公司**、精电(河源)显示技术有限公司、东莞市橙工电子科技有限公司**及广东省西勤精密模具有限公司共新增销售收入 **1,073.95** 万元。外销业务各区域收入同比均有所上涨，与整体销售趋势一致。

（7）销售模式

报告期内，公司内销业务的销售模式包括签收结算及寄售，外销业务的销售模式包括 DDU/DDP、FOB/CIF 及寄售。报告期内，公司各销售模式的收入及其变动情况如下：

单位：万元，%

类型	**销售模式**	**2024 年度**		**2023 年度**		**2022 年度**
		收入	**变动**	**收入**	**变动**	**收入**
内销	签收结算	**21,488.43**	**5.78**	20,314.87	23.65	16,429.38
	寄售	**1,583.78**	**15.46**	1,371.74	-16.02	1,633.32

类型	销售模式	2024 年度		2023 年度		2022 年度
		收入	变动	收入	变动	收入
外销	DDU/DDP	**4,269.80**	**23.20**	3,465.63	-38.18	5,606.00
	FOB/CIF	**11,373.75**	**10.95**	10,251.36	34.40	7,627.28
	寄售	**1,662.37**	**68.23**	988.14	-25.50	1,326.42

2023 年度，受益于国内外宏观环境变化相关不利因素造成的影响逐渐减弱，同时公司积极开拓新的应用领域及新客户，内销签收结算及外销 FOB/CIF 各类产品收入均有所回升。内销寄售、外销 DDU/DDP 及外销寄售模式下的立讯精密、康舒科技、联想集团、神基股份及可成科技等客户的采购规模有所下降，造成相应销售模式下的产品收入有所下降。2024 年**度**，公司各销售模式下的销售均有所上涨，与整体销售趋势相符，受越南仁宝电脑合作规模扩大的影响，外销业务中寄售模式收入同比增长较多。

综合以上分析，公司报告期各期销售收入先降后趋于平稳，主要是受行业下游发展趋势及需求变动影响，具备合理性，销售收入真实。公司与同行业可比公司变动趋势存在一定的差异，主要是由于公司产品结构、应用领域等与可比公司存在一定差异，差异原因合理。

2、结合在手订单情况、报告期内订单转化实现情况、期后业绩情况及下游行业发展趋势、主要客户经营情况及需求变化趋势等，分析说明发行人是否存在业绩大幅下滑的风险，并充分揭示相关风险，做出重大事项提示

（1）在手订单情况及报告期内订单转化实现情况

截至 **2025 年 2 月 28 日**，公司在手订单金额为 **1,498.40** 万元。以消费电子、汽车与新能源等应用领域为主，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。

报告期内，公司订单转化实现情况如下表所示：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
期初在手订单	**1,869.29**	2,218.35	2,383.04
本期新增订单①	**40,798.32**	36,042.69	32,457.72

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
本期实现收入②	**40,378.13**	36,391.75	32,622.41
期末在手订单	**2,289.48**	1,869.29	2,218.35
订单转化率③=②/①[1]	**98.97%**	95.11%	93.63%

报告期各期，发行人订单转化率分别为 93.63%、95.11%和 **98.97%**，公司订单转化率较高。

（2）期后业绩情况

2025 年 1-2 月，公司实现营业收入 6,138.07 万元（未经审计），同比增长 16.47%，期后业绩较为稳定。

综上所述，公司期后经营状况较为稳定。报告期基准日后，公司经营模式、核心管理团队、税收政策等方面均未发生重大不利变化。

（3）下游行业发展趋势、主要客户经营情况及需求变化趋势

①下游行业发展趋势

具体内容详见本问题回复“一、（一）、1、（1）发行人所属细分行业发展情况及下游市场需求”。

结合下游行业发展态势可知，消费电子行业于 2022 年度需求下降，2023 年度虽在传统笔记本电脑领域有所下滑，但由于 5G、AI 等技术的发展，整体行业逐步迎来复苏，2024 年**度**，消费电子行业发展势头较好，与公司报告期内收入先降低后上升的趋势较为相符。

②主要客户经营情况及需求变化趋势

A、主要客户经营情况

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 年度		2023 年度		2022 年度
	营业收入	同比变动	营业收入	同比变动	营业收入
仁宝电脑	**2,031.66**	**-7.28**	2,191.27	-10.21	2,440.51
台达电子	**946.32**	**1.15**	935.60	5.81	884.20

巨腾国际	**未披露**	**未披露**	63.08	-14.75	73.99
神基股份	**79.56**	**-1.23**	80.55	9.37	73.65
立讯精密	**未披露**	**未披露**	2,319.05	8.35	2,140.28
和硕科技	**2,519.28**	**-13.45**	2,910.90	-2.67	2,990.83
平均值	**1,394.21**	**-1.59**	**1,416.74**	**-1.20**	**1,433.91**
公司	**4.08**	**11.18**	**3.67**	**11.47**	**3.29**

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。

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，公司当期中标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；二是当期公司积极扩大对汽车与新能源领域的销售，导致当期该领域收入同比增长 810.31 万元；三是公司积极拓展新的客户，如当期对新增客户纳天柯的销售收入 1,017.26 万元，故与前述客户收入变动趋势有所差异。

2024 年度，公司营业收入同比增长 4,097.75 万元，增幅为 11.18%，同期，仁宝电脑、神基股份、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 年度对京东方及其指定客户实现营业收入 1,075.93 万元，同比增长 790.06 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 593.45 万元；三是 2024 年度公司对仁宝电脑指定全部组件生产商的销售收入同比增加 1,053.88 万元。

B、主要客户需求变化趋势

报告期内，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，其需求变化主要受消费电子行业整体发展情况的影响，详见本问题回复“一、（一）、1、（1）公司所属细分行业发展情况及下游市场需求”。

综上所述，公司所在电子消费行业具有较大的发展空间，消费电子功能性及防护性产品面临较好的发展机遇，不存在业绩大幅下滑的风险。

（4）充分揭示相关风险，做出重大事项提示

公司已在招股说明书“重大事项提示”之“五、特别风险提示”之“（七）业绩**下滑**风险”及“第三节 风险因素”之“一、经营风险”之“（六）业绩**下滑**风险”及中补充披露如下：

“2022 年度、2023 年度和 **2024 年**，公司的营业收入分别为 32,890.85 万元、36,662.93 万元及 **40,760.68 万元**，公司归属于母公司所有者的净利润分别为 5,357.09 万元、5,194.88 万元及 **5,955.14 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**，发行人营业收入同比增长 **11.18%，归属于母公司所有者的净利润同比增长 14.63%**。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。”

3、量化分析汇率波动对经营业绩的影响及应对措施有效性，说明是否会对公司经营业绩构成重大不利影响，风险揭示是否充分；说明报告期各期汇兑损益与境外收入规模的匹配性

（1）量化分析汇率波动对经营业绩的影响及应对措施有效性，说明是否会对公司经营业绩构成重大不利影响，风险揭示是否充分

假定人民币收入、外币收入、公司营业成本及其他因素保持不变，外币兑人民币汇率变动±1%、±3%对公司营业收入、利润总额的影响金额及影响幅度如下：

单位：万元

项目		2024 年度	2023 年度	2022 年度
营业收入金额		**40,760.68**	36,662.93	32,890.85
其中：以外币结算的营业收入金额		**17,305.92**	14,705.14	14,559.70
利润总额		**6,795.08**	5,966.96	6,390.39
人民币贬值 1%	对营业收入的影响额	**173.06**	147.05	145.60
	占营业收入比例	**0.42%**	0.40%	0.44%

	对利润总额的影响	**411.47**	305.71	242.69
	占利润总额的比例	**6.06%**	5.12%	3.80%
人民币贬值 3%	对营业收入的影响额	**519.18**	441.15	436.79
	占营业收入比例	**1.27%**	1.20%	1.33%
	对利润总额的影响	**1,234.42**	917.14	728.06
	占利润总额的比例	**18.17%**	15.37%	11.39%
人民币升值 1%	对营业收入的影响额	**-173.06**	-147.05	-145.60
	占营业收入比例	**-0.42%**	-0.40%	-0.44%
	对利润总额的影响	**-411.47**	-305.71	-242.69
	占利润总额的比例	**-6.06%**	-5.12%	-3.80%
人民币升值 3%	对营业收入的影响额	**-519.18**	-441.15	-436.79
	占营业收入比例	**-1.27%**	-1.20%	-1.33%
	对利润总额的影响	**-1,234.42**	-917.14	-728.06
	占利润总额的比例	**-18.17%**	-15.37%	-11.39%

注：上述对利润总额的影响数已考虑收入变动对应收账款坏账准备的影响及各期末持有的美元资产受汇率变动对财务费用的影响。

根据上表测算，公司利润总额对汇率波动的影响较敏感，但在企业实际经营中，由于一年中汇率存在上下波动、公司实施的汇率管理措施、全年收入分布情况等，导致实际汇率波动对利润总额的影响程度低于上表测算数据。

为应对汇率波动对业绩造成的影响，公司采取了以下措施应对风险：

①加强外汇政策研究

公司密切关注结算汇率的实时变动，强化财务人员关于汇率相关知识和技能的培训以及风险意识，制定有针对性的外币货币资金管理政策及应收账款管理措施。

②适时调整结汇窗口期

公司结合汇率变动情况及人民币资金的使用需求，以合理规避汇率风险为主要目的，适时调整结汇周期，以降低汇率变动对公司的影响。

③加大对外销应收款项的管控

针对外销应收款项，公司及时催促客户按期支付，减少期末外币应收款项的余额。

④合理使用远期结售汇等金融工具

公司在确保安全性和流动性的前提下，利用银行金融工具，通过对外汇汇率的走势研判，利用合约锁定结汇汇率，以降低汇率波动风险。报告期内，公司择机购买远期结售产品以对冲汇率波动风险。

报告期内，在岸人民币当年期初期末汇率变动和公司当年汇兑损益金额占利润总额比例情况如下：

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
汇率变动比例	**1.49%**	1.70%	9.17%
汇兑损益金额（万元）（“-”为损失）	**282.83**	-25.42	1,464.95
占利润总额的比例	**4.16%**	-0.43%	22.92%

注：美元汇率变动比率=（期末美元兑人民币汇率中间价-期初美元兑人民币汇率中间价）/期初美元兑人民币汇率中间价。

报告期各期，公司汇兑损益占利润总额比例均与敏感性分析测算金额存在一定差异，但趋势整体相符。总体而言，公司应对汇率变动的相关措施行之有效，汇率变动对公司造成的影响可控，不会对公司经营业绩构成重大不利影响。

（2）说明报告期各期汇兑损益与境外收入规模的匹配性

报告期各期，公司汇兑损益与美元结算的销售收入金额情况如下表所示：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
美元结算的销售收入金额	**17,194.26**	14,705.14	14,559.70
美元结算的应收账款周转率（次）	**2.03**	2.00	1.86
与销售相关的汇兑损益（“-”为收益）	**-46.39**	129.28	-1,036.03
美元结算收入汇兑损益率	**-0.55%**	1.76%	-13.26%
美元汇率变动比率	**1.49%**	1.70%	9.17%

注 1：美元结算收入汇兑收益率=与销售相关的汇兑损益/（美元结算的销售收入金额/美元结算的应收账款周转率）；

注 2：美元汇率变动比率=（期末美元兑人民币汇率中间价-期初美元兑人民币汇率中间价）/期初美元兑人民币汇率中间价。

报告期内，公司的出口业务主要以美元结算。2022 年度，随着人民币的大幅贬值，当期产生与销售相关的汇兑收益 1,036.03 万元；2023 年度，人民币对美元汇率存在一定波动，当期产生与销售相关的汇兑损失 129.28 万元；2024 年**度**，受人民币汇率小幅贬值及营业收入的时间性分布影响，当期产生与销售相关的汇兑

收益 46.39 万元。 由于公司以美元结算的应收账款受到收入金额、发生时点、收款账期、结汇时点、汇率变动等多种因素的影响，因此，销售相关的汇兑损益与境外收入之间存在一定勾稽关系，但不具有严格线性关系。

综上所述，汇率波动对公司经营业绩具有一定的影响，但公司通过一系列汇率管控措施，将该等影响控制在可控范围内，公司已于招股说明书“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”中进行了充分的风险提示。

境外收入相关的汇兑损益与以美元结算的收入之间具有一定的关系，但由于公司与客户之间的结算时点、结汇时点等因素，故两者不具有严格线性关系，汇兑损益整体变动趋势与美元汇率波动情况一致。

（二）与主要客户合作稳定性

1、说明进入主要客户供应商体系的背景、方式及资质要求，与主要客户合作的年限、成为合格供应商的年份及有效期；结合销售产品类型、销售数量、价格、销售金额及占比等，量化分析说明报告期内向主要客户销售变动的原因及合理性

（1）说明进入主要客户供应商体系的背景、方式及资质要求，与主要客户合作的年限、成为合格供应商的年份及有效期

公司主要通过上门拜访、业务研讨、客户推荐等方式进行客户开发。上门拜访的开发方式主要指通过行业协会、展会以及网络信息获取下游终端品牌厂商或其组件厂商、制造服务商的需求信息从而进行上门拜访，通过展示自身的综合实力进入对方的供应商体系，最终获取合作机会；业务研讨的开发方式指通过将自身搜集研究的市场信息与长期合作的终端品牌厂商进行沟通，了解对方新产品的需求信息，从而介入对方新产品的研发活动，获取进一步的合作机会；客户推荐的开发方式指公司凭借自身在行业内的良好口碑，积累优质的终端品牌厂商客户，此类客户会向其组件厂商或制造服务商进行推荐，包括将公司作为指定采购供应商之一推荐给其直接制造供应商。此外公司客户开发方式还有朋友推荐等方式。

公司进入主要客户供应商体系的背景、方式、资质要求及成为供应商的年份列示如下：

主要客户	客户开发方式	资质要求	成为合格供应商的年份
仁宝电脑	业务研讨、客户推荐、上门拜访、朋友推荐等	ISO 标准、EICC 标准	2012 年起
台达电子	客户推荐、上门拜访等	ISO 标准、EICC 标准	2019 年起
巨腾国际	由仁宝指定采购供应商之一等	质量认证体系	2012 年起
神基股份	由仁宝指定采购供应商之一等	ISO 标准、EICC 标准	2009 年起
立讯精密	客户推荐、上门拜访	质量认证体系	2017 年起
和硕科技	上门拜访等	ISO 标准、EICC 标准	2010 年起

公司与主要客户合作历史较长且具有稳定性，其中与仁宝电脑、神基股份、巨腾国际、和硕科技等主要客户合作时间均在十年以上。公司进入主要客户供应商名录的资质与认证流程严格，要求较高。公司主要客户对产业链内合格供应商具有严格的认定标准和准入制度，会综合考量供应商的生产环境管理、生产安全管理、产品责任管理等制度。公司进入合格供应商均需履行较长时间的审批及认证程序，成为合格供应商后，公司客户会定期对公司进行稽核检查，在满足定期稽核的条件下不会被轻易更换，主要客户替换供应商的意愿较低，合作具有可持续性。

（2）结合销售产品类型、销售数量、价格、销售金额及占比等，量化分析说明报告期内向主要客户销售变动的原因及合理性

报告期内，公司主要客户各期收入情况如下：

单位：万元，%

序号	客户名称	2024 年度	2023 年度	2022 年度
1	仁宝电脑	**8,938.36**	8,344.91	6,016.66
2	台达电子	**2,275.91**	3,529.03	2,376.03
3	巨腾国际	**2,958.77**	2,969.87	2,752.02
4	神基股份	**2,740.77**	2,168.89	2,721.77
5	立讯精密	**1,558.95**	1,343.56	1,742.85
6	和硕科技	**1,880.35**	1,249.97	1,479.55
合计		**20,353.12**	**19,606.23**	**17,088.88**
占主营业务收入比例		**50.41%**	**53.88%**	**52.38%**

①仁宝电脑

A、功能性产品

a.销售金额及占比

单位：万元

项目	2024 年度		2023 年度		2022 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
电磁屏蔽类	**3,828.71**	**47.46%**	4,637.98	61.83%	2,788.43	51.81%
绝缘精密类	**2,328.15**	**28.86%**	1,203.17	16.04%	1,070.49	19.89%
粘贴组装类	**986.16**	**12.23%**	824.29	10.99%	788.45	14.65%
缓冲减震类	**585.62**	**7.26%**	513.28	6.84%	325.04	6.04%
精密机构类	**166.18**	**2.06%**	200.42	2.67%	193.47	3.59%
防尘透气类	**61.73**	**0.77%**	67.98	0.91%	90.70	1.69%
外观保护类	**110.06**	**1.36%**	54.45	0.73%	125.96	2.34%
合计	**8,066.61**	**100.00%**	**7,501.57**	**100.00%**	**5,382.54**	**100.00%**

报告期内，公司向仁宝电脑销售的功能性产品主要为电磁屏蔽类、绝缘精密类及粘贴组装类产品。

报告期内，公司对仁宝电脑电磁屏蔽类产品销售金额及占比先升后降，上升主要系受新产品的推出所致，其中，2023 年度销售金额上涨较多，主要是由于公司 2023 年度对仁宝电脑推出较多新品，新增销售品类 207 个，共计新增收入 2,994.55 万元，故 2023 年的新品整体拉高了电磁屏蔽类产品的销售总额。2024 年**度**，公司对仁宝电脑销售的电磁屏蔽类产品同比下降 **17.45%**，主要是由于部分机型不再生产，相应减少电磁屏蔽类产品销售 **921.98** 万元。

公司对仁宝电脑绝缘精密类产品及粘贴组装类产品销售金额先降后升，与公司总体销售趋势保持一致。

b.销售数量及价格

公司对仁宝电脑销售功能性产品单价及数量如下表所示：

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度
	金额/数量	变动	金额/数量	变动	金额/数量
销售收入(万元)	**8,066.61**	**7.53%**	7,501.56	39.37%	5,382.54

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度
	金额/数量	变动	金额/数量	变动	金额/数量
单价(元/万件)	3,950.95	-16.78%	4,747.68	8.09%	4,392.21
销量(万件)	20,416.87	29.22%	15,800.49	28.93%	12,254.73

报告期内，公司对仁宝电脑的功能性产品销售单价先升后降，产品销量**持续上升**。2023 年**度**，公司向仁宝电脑销售的功能性产品单价上升主要是由于随着平均单价较高的应用于新机种的产品的推出，电磁屏蔽类产品的销售占比逐年上涨。2024 年**度**，由于单价较低的缓冲减震类泡棉产品销量增加了 30.39%，整体拉低了产品单价。

B、防护性产品

a.销售金额及占比

单位：万元

项目	2024 年度		2023 年度		2022 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
EPE 类	669.18	76.76%	606.60	71.93%	265.28	41.83%
纸质类	91.26	10.47%	127.59	15.13%	158.40	24.98%
PE 类及其他	101.06	11.59%	75.19	8.92%	184.79	29.14%
吸塑类	10.26	1.18%	33.97	4.03%	25.65	4.04%
合计	871.76	100.00%	843.35	100.00%	634.12	100.00%

报告期内，公司对仁宝电脑销售的主要防护性产品为 EPE 类及纸质类。其中，EPE 类产品销售金额先降后升，销售占比持续上升，2023 年及 2024 年**度**，EPE 类产品的销售金额上升幅度较大，主要是由于公司应用于一体机包装的泡棉类产品销量增加，该类产品相比于应用于笔记本包装的泡棉类产品的单价较高，因此带动 EPE 类产品总体销售金额及占比上升。报告期内，纸质类产品销售金额持续减少，主要是由于仁宝电脑对于纸箱类产品的需求不断减少，总体带动纸质类产品销售金额及占比下滑。

b.销售数量及价格

公司对仁宝电脑销售防护性产品单价及数量如下表所示：

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度
	金额/数量	变动	金额/数量	变动	金额/数量
销售收入（万元）	**871.76**	**3.37%**	843.35	32.99%	634.13
单价（元/万件）	**42,543.87**	**4.80%**	40,595.41	134.96%	17,277.37
销量（万件）	**204.91**	**-1.37%**	207.75	-43.40%	367.03

报告期内，公司对仁宝电脑的防护性产品销售单价持续上升，产品销量持续下降。主要是由于公司应用于一体机包装的泡棉类产品销量增加，该类产品相比于应用于笔记本包装的泡棉类产品的单价较高。

②巨腾国际

A.销售金额及占比

报告期内，**除 2024 年度有少量防护性产品的销售外，**公司对巨腾国际销售均为功能性产品，销售情况如下：

单位：万元

项目	2024 年度		2023 年度		2022 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
粘贴组装类	**827.36**	**28.09%**	777.37	26.18%	836.89	30.41%
外观保护类	**655.62**	**22.26%**	594.72	20.03%	627.26	22.79%
电磁屏蔽类	**392.64**	**13.33%**	451.95	15.22%	410.57	14.92%
防尘透气类	**319.89**	**10.86%**	439.32	14.79%	246.94	8.97%
缓冲减震类	**351.54**	**11.94%**	397.04	13.37%	490.62	17.83%
绝缘精密类	**384.49**	**13.05%**	278.79	9.39%	104.20	3.79%
精密机构类	**13.90**	**0.47%**	30.67	1.03%	35.55	1.29%
合计	**2,945.44**	**100.00%**	**2,969.87**	**100.00%**	**2,752.02**	**100.00%**

报告期内，公司对巨腾国际的主要销售产品为粘贴组装类、外观保护类、电磁屏蔽类、防尘透气类及缓冲减震类。其中，粘贴组装类、**外观保护类**、电磁屏蔽类产品销售金额及占比相对较为稳定；防尘透气类产品于 2023 年度销售金额增加较多，主要是由于喇叭网类产品销售额增长约 61.55 万元，另外新增了对导电网产品的采购需求约 90.21 万元；缓冲减震类产品 2023 年度及 2024 年**度**较 2022 年度销售金额及占比下降较多，主要是由于虽然采购的产品品类增加，但采购占比最大的泡棉类产品采购需求分别同比减少了 98.58 万元及 **57.11** 万元，总体拉低了缓冲减震类产品的销售金额。

B.销售数量及单价

报告期内，公司对巨腾国际功能性产品销售收入及单价、销量变动明细如下：

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度
	金额/数量	变动	金额/数量	变动	金额/数量
销售收入（万元）	**2,945.44**	**-0.82%**	2,969.87	7.92%	2,752.02
单价（元/万件）	**2,276.25**	**-7.38%**	2,457.72	-28.97%	3,460.22
销量（万件）	**12,939.89**	**7.08%**	12,083.84	51.93%	7,953.32

2022年度及2023年度，公司对巨腾国际销售价格变动较大，主要系受内部细分产品变化的影响，收入占比较高的粘贴组装类产品的平均价格波动较大所致。2024 年**度**，公司对巨腾国际的销售价格下降 **7.38%**，主要是由于单价较低的绝缘精密类产品收入占比增加所致。

③神基股份

A、功能性产品

a.销售金额及占比

单位：万元

项目	2024 年度		2023 年度		2022 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
外观保护类	**1,059.93**	**39.93%**	625.67	30.36%	745.88	28.73%
粘贴组装类	**623.36**	**23.48%**	594.21	28.83%	920.98	35.48%
电磁屏蔽类	**341.31**	**12.86%**	284.15	13.79%	335.38	12.92%
缓冲减震类	**294.02**	**11.08%**	275.47	13.37%	347.83	13.40%
绝缘精密类	**244.17**	**9.20%**	222.84	10.81%	222.55	8.57%
防尘透气类	**91.72**	**3.46%**	58.65	2.85%	23.49	0.90%
合计	**2,654.50**	**100.00%**	**2,060.99**	**100.00%**	**2,596.10**	**100.00%**

报告期内，公司对神基股份功能性产品的销售主要为外观保护类、粘贴组装类、电磁屏蔽类、缓冲减震类及绝缘精密类，公司对其功能性产品的销售金额先降后升，主要是 2023 年**度**，由于部分机种迭代，需求量逐年减少，而 2024 年**度**，公司获得了新机型电脑的订单，故销售金额有所上涨。

电磁屏蔽类及绝缘精密类产品销售占比基本保持稳定；外观保护类产品销售金额先降后升，主要是受到保护膜类产品销售需求影响；粘贴组装类产品销售大幅减少，主要是由于部分对胶带类产品需求量较大的机种需求量减少；缓冲减震类产品**销售金额先降后升，主要是受到泡棉类产品销售需求影响**。

b.销售数量及单价

报告期内，公司对神基股份功能性产品销售收入及单价、销量变动明细如下：

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度
	金额/数量	变动	金额/数量	变动	金额/数量
销售收入（万元）	**2,654.50**	**28.80%**	2,060.99	-20.61%	2,596.10
单价（元/万件）	**2,297.17**	**1.35%**	2,266.50	-24.92%	3,018.68
销量（万件）	**11,555.56**	**27.08%**	9,093.28	5.73%	8,600.11

2023 年度，公司对神基股份的功能性产品销售单价同比下降 24.92%，主要是由于产品结构变动，单价较高的外观保护类及粘贴组装类产品销量下滑。**2024 年度，受新增机型影响，公司对神基股份的销量及销售收入同比增长较多。**

B、防护性产品

a.销售金额及占比

单位：万元

项目	2024 年度		2023 年度		2022 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
纸质类	**72.59**	**84.15%**	86.25	79.94%	95.63	76.10%
吸塑类	**7.93**	**9.19%**	13.07	12.12%	19.50	15.51%
PE 类及其他	**5.13**	**5.94%**	7.08	6.57%	8.90	7.08%
EPE 类	**0.62**	**0.72%**	1.49	1.38%	1.65	1.31%
合计	**86.27**	**100.00%**	**107.90**	**100.00%**	**125.67**	**100.00%**

报告期内，公司对神基股份销售的防护性产品主要为纸质类产品，**整体金额较小**。

b.销售数量及单价

报告期内，公司对神基股份防护性产品销售收入及单价、销量变动明细如下：

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度
	金额/数量	变动	金额/数量	变动	金额/数量
销售收入（万元）	86.27	-20.05%	107.90	-14.14%	125.67
单价（元/万件）	3,703.34	-2.20%	3,786.63	-27.52%	5,224.28
销量（万件）	232.95	-18.25%	284.95	18.46%	240.55

2023 年度，公司对神基股份防护性产品的销售单价同比下降 27.52%，主要是由于单价较低的 PE 类产品销量增加较多。

④台达电子

A.销售金额及占比

报告期内，公司对台达电子功能性产品**销售规模较小**。报告期内，公司对台达电子防护性产品的销售情况如下：

单位：万元

项目	2024 年度		2023 年度		2022 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
吸塑类	1,095.09	49.79%	2,082.79	59.06%	1,407.85	59.25%
纸质类	824.40	37.48%	1,157.86	32.83%	672.17	28.29%
PE 类及其他	267.68	12.17%	281.47	7.98%	257.29	10.83%
EPE 类	12.41	0.56%	4.46	0.13%	38.71	1.63%
合计	**2,199.58**	**100.00%**	**3,526.59**	**100.00%**	**2,376.03**	**100.00%**

从上表可知，公司对台达电子销售的主要产品为吸塑类和纸质类产品，销售金额先升后降，其中，2023 年度，公司对台达电子销售的纸质类和吸塑类产品销售收入同比增长较多，主要是由于台达电子游戏机相关产品的下游需求增长，导致其对吸塑类和纸质类产品需求量的增加。2024 年**度**，台达电子因为下游需求的影响，对公司的采购下降。

B.销售数量及价格

报告期内，公司对台达电子防护性产品销售收入及单价、销量变动明细如下：

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度
	金额/数量	变动	金额/数量	变动	金额/数量
销售收入（万元）	**2,199.58**	**-37.63%**	3,526.59	48.42%	2,376.03
单价（元/万件）	**8,799.48**	**-45.03%**	16,007.33	32.99%	12,036.82
销量（万件）	**2,499.67**	**13.46%**	2,203.11	11.61%	1,973.96

2022 年度，公司与台达电子合作规模扩大，公司向其销售的无盖纸箱、吸塑类产品及应用于笔记本电脑的刀卡等产品的收入规模同比增长较多。

2023 年度，随着公司向台达电子销售的应用于游戏机的相关产品增加，公司对台达电子防护性产品的销量及销售单价均同比有所增加。

2024 年度，受 PS5 游戏机产品全球出货量同比下滑等因素的影响，公司对台达电子的整体销售收入有所下滑。2024 年下半年，台达电子新增产品收入的增长弥补了 PS5 游戏机类等相关老产品收入减少的影响，公司对台达电子整体收入的同比降幅明显收窄。

⑤立讯精密

A、功能性产品

a.销售金额及占比

单位：万元

项目	2024 年度		2023 年度		2022 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
缓冲减震类	**169.95**	**25.67%**	168.08	32.47%	366.33	37.28%
粘贴组装类	**181.30**	**27.38%**	155.24	29.99%	337.88	34.39%
外观保护类	**122.19**	**18.45%**	93.96	18.15%	177.64	18.08%
防尘透气类	**120.56**	**18.21%**	48.57	9.38%	40.17	4.09%
电磁屏蔽类	**54.92**	**8.29%**	30.75	5.94%	31.81	3.24%
绝缘精密类	**13.26**	**2.00%**	20.53	3.97%	28.73	2.92%
精密机构类	**-**	**-**	0.58	0.11%	-	-
合计	**662.18**	**100.00%**	**517.69**	**100.00%**	**982.57**	**100.00%**

从上表可知，公司对立讯精密销售的主要产品为缓冲减震类、粘贴组装类及外观保护类。其中，外观保护类产品销售占比相对较为稳定，缓冲减震类及粘贴组装类产品销售占比呈下降趋势，主要是由于立讯精密对发行人采购的相关机种

停产，故而导致相应产品种类销售额减少。2024 年**度**，防尘透气类产品销售金额及占比大幅上升，主要是由于新增了包裹泡棉、保护膜、**胶带**等产品的**销量有所增加**。

b.销售数量及单价

报告期内，公司对立讯精密功能性产品销售收入及单价、销量变动明细如下：

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度
	金额/数量	变动	金额/数量	变动	金额/数量
销售收入（万元）	**662.18**	**27.91%**	517.69	-47.31%	982.57
单价（元/万件）	**3,068.80**	**-17.15%**	3,704.16	-18.38%	4,538.22
销量（万件）	**2,157.79**	**54.39%**	1,397.59	-35.45%	2,165.10

报告期内，**2023 年度公司对立讯精密功能性产品的单价及销量均下滑**，主要是由于立讯精密向公司采购产品对应的相关机种停产，故而导致产品结构发生变化。2024 年**度**，销售单价同比下滑 **17.15%**，而销量同比增加 **54.39%**，主要是由于单价较低的功能性泡棉等产品销量上升所致。

B、防护性产品

a.销售金额及占比

单位：万元

项目	2024 年度		2023 年度		2022 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
纸质类	**466.68**	**52.04%**	364.68	44.16%	349.83	46.01%
EPE 类	**224.37**	**25.02%**	349.26	42.29%	286.57	37.69%
PE 类及其他	**187.48**	**20.91%**	104.76	12.68%	123.34	16.23%
吸塑类	**18.24**	**2.03%**	7.17	0.87%	0.54	0.07%
合计	**896.77**	**100.00%**	**825.86**	**100.00%**	**760.28**	**100.00%**

报告期内，公司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。**2023 年度**，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**度，纸质类产品销售金额及占比有所上升，主要是纸箱等产品销量有所增长**；PE 类及其他的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。

b.销售数量及单价

报告期内，公司对立讯精密防护性产品销售收入及单价、销量变动明细如下：

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度
	金额/数量	变动	金额/数量	变动	金额/数量
销售收入（万元）	**896.77**	**8.59%**	825.86	8.63%	760.28
单价（元/万件）	**26,963.65**	**-11.07%**	30,319.03	23.12%	24,625.25
销量（万件）	**332.58**	**22.10%**	272.39	-11.77%	308.74

报告期内，公司对立讯精密的防护性产品销量**持续增长**，受产品结构变动的影响，报告期各期销售单价**有所波动**。

⑥和硕科技

A、功能性产品

a.销售金额及占比

单位：万元

项目	2024 年度		2023 年度		2022 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
电磁屏蔽类	**183.10**	**15.34%**	81.08	9.62%	197.39	22.75%
精密机构类	**509.18**	**42.65%**	494.82	58.72%	247.17	28.49%
绝缘精密类	**230.94**	**19.34%**	143.81	17.07%	138.05	15.91%
缓冲减震类	**108.09**	**9.05%**	56.12	6.66%	134.02	15.45%
粘贴组装类	**111.26**	**9.32%**	49.80	5.91%	100.97	11.64%
外观保护类	**50.65**	**4.24%**	17.07	2.03%	49.86	5.75%
防尘透气类	**0.61**	**0.05%**	-	-	-	-
合计	**1,193.82**	**100.00%**	**842.71**	**100.00%**	**867.46**	**100.00%**

从上表可知，公司对和硕科技销售的功能性产品主要为电磁屏蔽类、精密机构类、绝缘精密类、缓冲减震类**及粘贴组装类**等产品。其中，电磁屏蔽类、绝缘精密类、缓冲减震类**及粘贴组装类**产品销售金额**先降后升**，主要是**受其自身采购安排的影响**。精密机构类产品收入逐年增加，主要是由于公司自 2022 年起取得和硕科技代工的某品牌笔记本电脑所用五金件的订单。

b.销售数量及单价

报告期内，公司对和硕科技功能性产品销售收入、单价、销量及其变动情况如下：

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度
	金额/数量	变动	金额/数量	变动	金额/数量
销售收入（万元）	1,193.82	41.66%	842.71	-2.85%	867.46
单价（元/万件）	2,485.90	-19.85%	3,101.49	14.29%	2,713.78
销量（万件）	4,802.38	76.75%	2,717.10	-15.00%	3,196.49

报告期内，受产品结构变化的影响，公司对和硕科技功能性产品的销售单价及销量出现不同程度的变动。

B、防护性产品

a.销售金额及占比

单位：万元

项目	2024 年度		2023 年度		2022 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
吸塑类	252.01	36.71%	191.43	47.00%	228.90	37.40%
纸质类	287.54	41.88%	101.36	24.89%	162.82	26.60%
PE 类及其他	104.43	15.21%	114.31	28.07%	217.87	35.59%
EPE 类	42.56	6.20%	0.18	0.04%	2.50	0.41%
合计	**686.53**	**100.00%**	**407.27**	**100.00%**	**612.09**	**100.00%**

报告期内，公司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， 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有所下滑；2024 年度，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。

b.销售数量及单价

报告期内，公司对和硕科技防护性产品销售收入、单价、销量及其变动情况如下：

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度
	金额/数量	变动	金额/数量	变动	金额/数量
销售收入（万元）	**686.53**	**68.57%**	407.27	-33.46%	612.09
单价（元/万件）	**12,356.71**	**82.76%**	6,761.02	8.20%	6,248.57
销量（万件）	**555.59**	**-7.77%**	602.38	-38.51%	979.57

报告期内，公司对和硕科技的防护性产品销量持续下滑，主要是由于受和硕科技自身采购需求的影响，报告期各期销售单价变动幅度较大。

综合以上情况，向主要客户销售变动的情况及原因具备合理性。

2、说明仁宝电脑等主要客户报告期内向发行人采购金额是否与其经营规模匹配，向发行人采购金额占其同类产品采购金额比例是否存在下滑情形；结合主要客户的经营情况及下游应用领域发展情况，分析说明发行人与主要客户合作是否稳定可持续

（1）仁宝电脑等主要客户报告期内向发行人采购金额是否与其经营规模匹配，向发行人采购金额占其同类产品采购金额比例是否存在下滑情形

报告期内，客户经营规模与其对公司的采购金额比较如下：

客户	项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
仁宝电脑	营业收入（人民币亿元）	**2,031.66**	2,191.27	2,440.51
	对发行人的采购金额（人民币万元）	**8,938.36**	8,344.91	6,016.66
	采购金额占营业收入比例（%）	**0.04**	0.04	0.03
巨腾国际	营业收入（人民币亿元）	27.49	63.08	73.99
	对发行人的采购金额（人民币万元）	1,372.93	2,969.87	2,752.02
	采购金额占营业收入比例（%）	0.50	0.47	0.37
神基股份	营业收入（人民币亿元）	**79.56**	80.55	73.65
	对发行人的采购金额（人民币万元）	**2,740.77**	2,168.89	2,721.77
	采购金额占营业收入比例（%）	**0.34**	0.27	0.37
台达电子	营业收入（人民币亿元）	**946.32**	935.60	884.20
	对发行人的采购金额（人民币万元）	**2,275.91**	3,529.03	2,376.03
	采购金额占营业收入比例（%）	**0.02**	0.04	0.03
立讯精密	营业收入（人民币亿元）	1,035.98	2,319.05	2,140.28
	对发行人的采购金额（人民币万元）	701.59	1,343.56	1,742.85

	采购金额占营业收入比例（%）	0.01	0.01	0.01
和硕科技	营业收入（人民币亿元）	**2,519.28**	2,910.90	2,990.83
	对发行人的采购金额（人民币万元）	**1,880.35**	1,249.97	1,479.55
	采购金额占营业收入比例（%）	**0.01**	0.00	0.01

注：1、因巨腾国际、立讯精密尚未披露 2024 年度数据，上表中数据系 2024 年 1-6 月数据；
2、数据来源：Wind

由上表可知，仁宝电脑等主要客户报告期内向公司采购金额与其经营规模相匹配。

报告期各期，公司对神基股份的销售占其经营规模的比例有所下降，主要原因系公司与前述客户之间的合作系由仁宝电脑指定，仁宝电脑对不同机种、不同组件选择的组件生产商有所不同，报告期各期公司取得的由前述客户生产的新机种订单金额有所减少。

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》，受访客户均认可公司产品及服务，并表示未来会继续与公司进行合作。

综合以上因素，仁宝电脑等主要客户报告期内向公司采购金额与其经营规模相匹配，部分客户向公司采购金额占其整体销售收入比例存在下滑情形，但具备合理性。

（2）结合主要客户的经营情况及下游应用领域发展情况，分析说明发行人与主要客户合作是否稳定可持续

公司主要客户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，主要客户经营情况如下：

单位：万元，%

主要客户	2024 年度		2023 年度		2022 年度
	收入	同比变动	收入	同比变动	收入
仁宝电脑	**2,031.66**	**-7.28**	2,191.27	-10.21	2,440.51
巨腾国际	**未披露**	**未披露**	63.08	-14.75	73.99
神基股份	**79.56**	**-1.23**	80.55	9.37	73.65
台达电子	**946.32**	**1.15**	935.60	5.81	884.20
立讯精密	**未披露**	**未披露**	2,319.05	8.35	2,140.28
和硕科技	**2,519.28**	**-13.45**	2,910.90	-2.67	2,990.83

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。

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 年度，公司营业收入同比增长 4,097.75 万元，增幅为 11.18%，同期，仁宝电脑、神基股份、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 年度对京东方及其指定客户实现营业收入 1,075.93 万元，同比增长 790.06 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 593.45 万元；三是 2024 年度公司对仁宝电脑指定全部组件生产商的销售收入同比增加 1,053.88 万元。

下游市场发展态势方面，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。2024 年，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 年第一季度，全球出货量达到 4,510 万台，同比增长 4.2%，2024 年第二季度，全球出货量达 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%。2024 年全年，全球 PC 市场趋于稳定，出货量增长 3.8%，达到 2.55 亿台**。

综合以上因素，公司与主要客户合作稳定可持续。根据保荐机构、申报会计师及公司律师对公司报告期内主要客户的实地走访记录，主要客户的主要合作主体对公司的评价较为正面，自建立合作关系起与公司的合作未有中断且预计未来仍将继续合作。

3、补充披露发行人开拓新客户方面的主要措施及执行效果

公司在招股说明书“第五节 业务与技术”之“一、发行人主营业务、主要产品或服务情况”之“（四）主要经营模式”之“4、销售模式”中补充披露如下：

“……为公司带来新的客户资源。

自 2023 年度开始，发行人持续加强与消费电子现有客户的深度合作，已在广东和越南等地新建生产基地，扩大业务合作规模。除此以外，发行人新客户开发成果显著，2023 年度，发行人成为京东方的合格供应商，部分产品已实现批量供货；2024 年度，发行人被戴尔成功纳入其合格供应商体系。未来发行人拟进一步拓展自身产品的应用领域，在保障消费电子产品业务领域的同时，加强汽车、光电等领域相关客户的开发，有助于进一步提升公司收入规模，具体说明如下：

（1）新客户开发

公司凭借在消费电子相关产品领域的技术实力与市场竞争力，持续开拓与新客户的业务合作，**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。除此之外，公司已被戴尔成功纳入其合格供应商体系**。公司持续开拓增加新客户群体数量，并与一些行业内知名企业建立了业务合作关系，随着发行人与新客户业务合作的深入，将有助于公司未来经营业绩的持续增长。

（2）新领域客户的开发

发行人在保障消费电子产品业务领域的同时，持续加强汽车及新能源领域相关客户的开发，其中包括和胜股份、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客户。报告期内，发行人在汽车及新能源领域的客户数量和销售金额持续增长，发行人产品在汽车及新能源领域的应用将有助于提升公司经营业绩和抗风险能力。

（3）境内外市场的开拓

公司 2023 年分别在广东和越南成立了子公司，广东子公司已取得多家客户的订单，具体包括深鹏科技有限公司和精电（河源）显示技术有限公司等；越南

鼎佳厂房已于 2024 年 5 月通过当地消防验收并正式投入生产，越南鼎佳按客户需求供应消费电子功能性产品和防护性产品，主要客户包括越南仁宝、华勤技术、越南宏塑等，根据主要客户未来生产规模及预计可获取的订单比例，客户订单量预计将逐步增加。随着发行人广东和越南两个基地产能的逐步释放，有利于公司更好的服务华南和东南亚地区客户，提升公司品牌知名度，带动公司在广东和东南亚业务的快速发展。”

二、申报会计师的核查情况

（一）核查程序：

就上述事项，我们主要执行了以下核查程序：

1、查阅公司财务报告，了解公司的财务状况、经营成果和现金流量情况，访谈公司管理层，了解公司报告期净利润、毛利率、经营活动现金流量净额等变动的原因，分析公司偿债能力与持续经营能力；

2、使用 iFIND 软件，获取并筛选同行业可比公司，获取可比公司公开披露招股说明书及年度报告，筛选同行业企业并对比收入情况，了解同行业可比公司收入变化的原因；查询主要客户公开披露信息，获取其主要财务数据；

3、查阅公司所属行业相关统计资料及国家政策，了解公司所属行业的竞争格局、行业未来发展的技术与区域方向；

4、获取公司的销售明细表，核查并分析各年度按销售地域、应用领域、销售模式的销售金额及变动情况；访谈公司管理层，了解公司产品结构、业务规模、市场竞争状况等对产品收入、成本及毛利率变动的影响，分析公司与同行业可比公司毛利率差异的原因；

5、对报告期内公司主要客户执行函证程序。报告期内，应收账款及收入发函及回函比例如下：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
营业收入	**40,760.68**	36,662.93	32,890.85
发函金额	**36,061.79**	32,619.62	29,970.49
发函比例	**88.47%**	88.97%	91.12%

回函金额	**34,458.90**	31,741.87	29,576.28
回函比例	**95.56%**	97.31%	98.68%

针对客户未回函情况，我们实施了替代测试程序。针对客户回函不符情况，分析回函差异不符原因、取得差异调节表，并检查了差异原因相关的支持性单据；

6、对主要客户进行走访，了解其与公司是否存在关联关系、合作背景、合作模式、业务真实性、合同履行情况、定价方式、信用政策、结算方式、产品质量、是否存在争议或纠纷、未来合作意愿等内容。报告期内，通过走访核查金额覆盖营业收入比例如下：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
营业收入	**40,760.68**	36,662.93	32,890.85
走访金额	**29,764.44**	**28,491.27**	**25,811.27**
走访比例	**73.02%**	**77.71%**	**78.48%**

7、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，细节测试核查情况如下表所示：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
营业收入	**40,760.68**	36,662.93	32,890.85
细节测试金额	**17,285.86**	15,933.94	13,767.22
细节测试比例	**42.41%**	43.46%	41.86%

8、查询人民币兑美元汇率走势，了解公司应对汇率变动采取的措施，核查其是否行之有效；

9、了解公司应对业绩下滑采取的具体措施，期后经营状况并查阅在手订单及期后合同，了解其开拓客户的具体途径，新增客户情况，对主要新增客户进行走访，核查公司对提高经营业绩采取措施的有效性及业绩可持续性。

（二）核查意见：

经核查，我们认为：

1、报告期各期销售收入变动均具有合理性，存在与同行业可比公司变动趋势不一致的情形，主要受产品结构不同的影响，具备合理性；

2、发行人不存在业绩大幅下滑的风险，发行人已于招股说明书中对业绩大幅下滑事项做出了重大风险提示；

3、汇率波动会对公司经营业绩构成一定影响，但影响可通过积极的措施进行风险控制，不存在重大不利影响。发行人已于招股说明书中进行了充分的风险提示；

4、报告期各期汇兑损益与境外收入规模相匹配；

5、报告期内向主要客户销售变动原因均具备合理性；

6、仁宝电脑等主要客户报告期内向发行人采购金额与其经营规模变动趋势存在不一致的情况，且部分主要客户向发行人采购金额及占主要客户收入的比例存在下滑情形，但该类情况具备合理性。发行人与主要客户的合作稳定可持续；

7、报告期内，发行人积极开拓新产品、新客户、新应用领域方面，相关措施行之有效。

三、按照《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第 1 号》1-15 关于经营业绩大幅下滑的相关规定进行核查，说明核查情况并发表明确意见

序号	业务规则适用指引	核查程序	核查结论
1	经营能力或经营环境是否发生变化，如发生变化应关注具体原因，变化的时间节点、趋势方向及具体影响程度	通过公开查询发行人所处行业的行业研究、法律法规、相关政策等资料，分析相关行业经营环境是否出现变化等情况。	发行人经营能力或经营环境未发生重大不利变化。
2	发行人正在采取或拟采取的改善措施及预计效果，结合前瞻性信息或经审核的盈利预测（如有）情况，判断经营业绩下滑趋势是否已扭转，是否仍存在对经营业绩产生重大不利影响的事项	获取发行人报告期末在手订单，了解公司 2025 年 1-2 月业绩情况。	不存在对发行人经营业绩产生重大不利影响的情况。
3	发行人所处行业是否具备强周期特征、是否存在严重产能过剩、是否呈现整体持续衰退，发行人收入、利润变动情况与同行业可比公众公司情况是否基本一致	通过公开渠道，获取发行人所处行业的发展趋势、市场规模等资料，分析相关行业是否出现需求萎缩	发行人所处行业不具备强周期特征、不存在严重产能过剩、未呈现整体持续衰退，发行人收入、利润

		等情况；获取同行业上市公司公开资料。	变动情况与同行业可比公众公司情况基本一致。
4	因不可抗力或偶发性特殊业务事项导致经营业绩下滑的，相关事项对经营业绩的不利影响是否已完全消化或基本消除	通过走访客户，查看所属行业相关研究资料，与财务负责人等进行沟通，了解报告期内发行人业绩变动情况及原因。	发行人不存在对经营业绩产生重大不利影响的事项。

经核查，发行人不存在《指引第 1 号》第 1-15 条关于经营业绩大幅下滑的情形。

问题 4 收入确认合规性及核查充分性

根据申请文件，报告期内，发行人主营业务收入分别为 39,152.58 万元、32,890.85 万元、36,662.93 万元；境外销售收入金额分别为 18,086.42 万元、14,559.70 万元、14,705.14 万元，占主营业务收入的比例分别为 46.64%、44.63%、40.41%。发行人存在多种销售模式，内销模式下分为签收结算、寄售两种，外销模式下分为 FOB/CIF、DDU/DDP、寄售三种。

（1）收入确认时点及依据。根据申请文件，发行人不同销售模式下收入确认方法为：国内销售在客户签收货物后确认收入，采用 FOB/CIF 模式销售的以报关单上记载的出口日期作为收入确认时点，采用 DDU/DDP 模式销售的在客户签收货物后确认收入，境内、境外寄售模式下在客户领用产品后根据实际领用产品数量及金额确认收入。报告期内，发行人存在将外销出口货物直接送达收货人，事后又利用库存货物至海关补申报的行为。请发行人：①结合不同销售模式的销售流程，说明各种销售模式下收入具体确认时点及依据（如单据及关键控制节点），是否符合企业会计准则的规定及行业惯例，是否存在提前确认收入的情形，并说明相关内控执行情况。②按照境内、境外分类列表说明各期前十大销售合同的客户名称、合同内容（合同原文，下同）、数量、金额、签订日期、约定完成期限、发货日期、报关日期（如有）、装运/提单日期（如有）、签收日期及具体凭证、收入确认日期、付款条件、售后等其他义务发生时间及成本金额（按合同约定阶段）等主要条款。③说明报告期内先送货后向海关申报的产品销售模式、数量、金额、涉及的主要客户情况，发生上述行为的背景和原因，是否构成重大违法违规行为，上述行为是否表明发行人存在重大内控缺陷，发行人收入确认依据是否充分，收入确认时点是否准确，采取的整改措施及有

效性；是否存在其他违法违规事项或财务内控不规范行为，相关会计处理是否符合企业会计准则的规定。

（2）关于不同销售模式收入确认情况。请发行人：①补充披露报告期各期采取不同销售模式的客户数量、收入金额及占比，不同收入确认模式下主要客户的具体情况，包括但不限于客户名称、销售的主要产品及销售金额。②结合同行业可比公司情况，按照境内、境外分类说明寄售模式是否符合行业惯例；说明公司报告期内对主要寄售客户的销售情况、关于寄售货物与客户的主要权利义务约定，包括但不限于销售的产品类型、交易金额、寄售模式下公司与客户的对账方式、对账凭据、对账周期；是否存在同一客户既有寄售模式，又有其他销售模式的情形；结合上述情况及对账时间与领用时间的差异、双方关于产品使用数量存在差异的处理方式，以及有关产品调拨入库、领用出仓、领用开票等方面的内控制度的制定和执行情况，说明该模式下收入确认金额是否准确，是否存在通过调整对账时间等方式调整收入的情形，对寄售模式下不同客户执行的收入确认政策是否存在差异。③结合不同销售模式下主要客户有关产品交付、保管、所有权及风险转移的具体约定，说明相关保险、运输、仓储期间发生货损等情况下费用与责任承担的约定情况，并列示报告期内公司不同销售模式下的费用内容、金额、会计处理方式。

（3）境外收入真实性。发行人境外销售按销售区域可分为境内保税区、出口复进口、境外销售三种。请发行人：①按照国际贸易术语的相关定义，说明境内保税区、出口复进口、境外销售的含义及划分标准，三种销售区域下的结算方式、跨境资金流动情况、结换汇情况，是否符合行业惯例；②按不同销售区域及对应的销售模式，分别列示主要客户情况及销售金额，说明收入确认金额是否准确。③说明通过保税仓交货对应的主要客户及性质（如经销商、贸易商与生产商）、保税仓地点、存放时间、货物后续去向、仓库租赁及仓储费用承担情况，是否存在货物在保税仓长期滞留、期末已确认收入但未发运情形。④说明报告期内物流运输记录、资金划款凭证、发货验收单据、出口单证、海关数据、出口信用保险数据、外汇管理局数据、各期汇兑损益、出口退税数据等与公司境外销售收入是否匹配，并说明差异原因及合理性。⑤说明主要境外客户的结算方式、信用政策。

请保荐机构、申报会计师：（1）核查前述事项并发表明确意见。（2）结合对报告期内发行人与主要客户的销售合同核查情况，说明相关收入确认是否与发行人收入确认政策一致，是否存在虚增、跨期确认收入等情形，收入确认及列报是否符合企业会计准则的要求。（3）按照《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第 1 号》1-20 关于境外销售的相关规定进行核查。（4）详细说明对报告期内发行人收入真实性的核查情况及核查结论。

回复：

一、发行人说明

（一）收入确认时点及依据

1、结合不同销售模式的销售流程，说明各种销售模式下收入具体确认时点及依据（如单据及关键控制节点），是否符合企业会计准则的规定及行业惯例，是否存在提前确认收入的情形，并说明相关内控执行情况

（1）结合不同销售模式的销售流程，说明各种销售模式下收入具体确认时点及依据（如单据及关键控制节点）

报告期内，公司销售分为内销和外销，其中内销以签收结算为主，外销以 DDU/DDP、FOB/CIF 模式为主。此外，公司应客户要求使用寄售模式（VMI 模式），即将产品运至客户指定仓储地点并按实际领用数量定期结算的销售模式。

报告期内，公司各销售模式下收入具体确认时点及依据如下：

销售类别	销售模式	销售流程	收入具体确认时点	单据	关键控制节点
内销	签收结算	①公司根据客户订单中的约定将产品运送至客户指定地点，并经客户确认签收时，取得客户签收单，公司根据客户签收单确认收入；②双方在约定的对账时间，核对对账周期内的实际签收数据，并最终确认单价形成对账单。	公司在向客户交付货物、客户签收货物时确认收入	客户签收单	公司移交实物并取得相关支持性单据
	VMI 模式	①公司根据客户订单中的约定将产品运送至客户指定地点，双方核对无误后办理入库；②双方根据约定对账时间和周期对账，通过系统数据或邮件	公司将产品交付至客户指定的供应商管理库存仓库，客户根据其生产需求自供应商管理库存	系统数据或邮件的寄售货物领用清单	客户领用时点并取得相关支持性单据

		核对对账周期内的领用情况，根据合同约定或双方协商确认的结算价格，形成对账单，经审核后根据该对账单开具增值税发票。	仓库领用产品，公司在客户领用产品后根据实际领用产品数量及金额确认收入		
外销	DDU/DDP	①公司根据客户订单中的约定，完成海关出口申报并将货物运送至客户指定地点，客户完成进口申报手续后进行确认签收，公司根据客户签收单确认收入；②双方在约定的对账时间，核对对账周期内的实际签收数据，并最终确认单价形成对账单。	公司在向客户交付货物，客户签收货物后确认收入	客户签收单	公司移交实物并取得相关支持性单据
	FOB/CIF	①公司根据客户订单中的约定，完成海关出口申报并将货物运送至境内保税区或客户指定地点；②双方在约定的对账时间，核对对账周期内的实际签收数据，并最终确认单价形成对账单。	以报关单据记载的出口日期作为确认收入的时点	出口报关单据	公司就商品办理出口手续并取得相关报关单据的时点
	VMI模式	①公司根据客户订单中的约定，完成海关出口申报并将货物运送至客户指定地点；②双方根据约定对账时间和周期对账，通过系统数据或邮件核对对账周期内的领用情况，根据合同约定或双方协商确认的结算价格，形成对账单，经审核后根据该对账单开具增值税发票。	公司将产品交付至客户指定的供应商管理库存仓库，客户根据其生产需求自供应商管理库存仓库领用产品，公司在客户领用产品后根据实际领用产品数量及金额确认收入	系统数据或邮件确认的寄售货物领用清单	客户领用时点并取得相关支持性单据

（2）是否符合企业会计准则的规定及行业惯例，是否存在提前确认收入的情形，并说明相关内控执行情况

①是否符合企业会计准则的规定

根据《企业会计准则第 14 号——收入》（2017）第四条规定：“企业应当在履行了合同中的履约义务，即在客户取得相关商品控制权时确认收入。取得相关商品控制权，是指能够主导该商品的使用并从中获得几乎全部的经济利益。”

根据《企业会计准则第 14 号——收入》（2017）第十三条规定：“对于在某一时点履行的履约义务，企业应当在客户取得相关商品控制权时点确认收入。在判断客户是否已取得商品控制权时，企业应当考虑下列迹象：

- 企业就该商品享有现时收款权利，即客户就该商品负有现时付款义务。
- 企业已将该商品的法定所有权转移给客户，即客户已拥有该商品的法定所有权。

● 企业已将该商品实物转移给客户，即客户已实物占有该商品。

● 企业已将该商品所有权上的主要风险和报酬转移给客户，即客户已取得该商品所有权上的主要风险和报酬。

● 客户已接受该商品。

● 其他表明客户已取得商品控制权的迹象。

报告期内，公司收入分为签收结算、VMI 模式、DDU/DDP 和 FOB/CIF 模式，各模式满足《企业会计准则》认定客户取得商品控制权要求规定情况如下：

客户取得商品控制权迹象	签收结算模式	DDU/DDP 贸易模式	FOB/CIF 贸易模式	VMI 模式
①企业就该商品享有现时收款权利，即客户就该商品负有现时付款义务	是	是	是	是
②企业已将该商品的法定所有权转移给客户，即客户已拥有该商品的法定所有权	是	是	是	是
③企业已将该商品实物转移给客户，即客户已实物占有该商品	是	是	是	是
④企业已将该商品所有权上的主要风险和报酬转移给客户，即客户已取得该商品所有权上的主要风险和报酬	是	是	是	是
⑤客户已接受该商品	是	是	是	是

公司在取得相关签收单/报关单据/领用数据时确认收入，满足《企业会计准则》中取得商品控制权的相关规定，公司收入确认时点准确。

②是否符合行业惯例

报告期内，公司不同销售模式收入确认政策、时点与同行业可比公司的对比情况如下：

主体	销售及贸易模式	收入确认政策
达瑞电子（300976.SZ）	内销	根据合同或订单约定，公司将产品交付至客户指定地点，客户对货物进行签收，待客户完成货物及款项核对确认后，确认销售收入实现；
	外销	转厂出口：根据合同或订单约定，将产品发运至客户指定的地点，完成出口报关手续，确认销售收入实现。直

		接出口：根据合同或订单约定，将产品发运至相关港口或客户指定的保税区或保税物流园区，完成出口报关手续，确认销售收入实现
光大同创（301387.SZ）	内销	根据与客户签订的合同或订单要求，将产品送达客户指定的地点，由客户签收后确认收入
	外销 FOB 模式	FOB 模式销售以产品完成出口报关手续并取得报关核准及单据后确认收入
	外销 DAP 模式	DAP 模式销售以产品完成出口报关手续且在产品运抵合同约定地点交付给客户后确认收入
	供应商管理库存（VMI）模式	根据与客户签订的合同或订单要求，将产品送达客户指定的 VMI 仓库，由客户领用后确认收入
捷邦科技（301326.SZ）	内销	公司在向客户交付货物，客户对货物签收后确认收入
	外销 DDU/DDP/DAP 模式	公司在向客户交付货物，客户签收货物后确认收入
	外销 FOB/CIF 等模式	以报关单上记载的出口日期作为确认收入的时点
	供应商管理库存（VMI）模式	公司将产品交付至客户指定的供应商管理库存仓库，客户根据其生产需求自供应商管理库存仓库领用产品，公司在客户领用时根据实际领用产品数量及金额确认收入实现
鸿富瀚（301086.SZ）	内销	按客户订单要求送至指定地点并签收后确认收入
	外销	按客户订单要求将产品发运至相关港口或客户指定的保税区或物流园区，履行出口报关手续，取得相关凭据后确认收入。自动化设备及相关产品按客户合同或订单要求送至客户指定地点，经客户验收并获取客户验收资料时确认收入；相关零配件：按客户合同或订单要求送至指定地点，待客户对相关零配件及款项核对确认后确认销售收入实现
	供应商管理库存（VMI）模式	供应商管理库存模式下收入确认方法客户根据其生产需求自供应商管理库存仓库领用产品，公司按客户实际领用产品数量及金额确认收入
恒铭达（002947.SZ）	内销	内销收入在公司将产品运送至合同约定交货地点并由客户确认接受、已收取价款或取得收款权利且相关的经济利益很可能流入时确认
	外销	外销收入在公司已根据合同约定将产品发运至相关港口或客户指定的保税区或保税物流园区，完成出口报关，取得报关单、提单，已收取货款或取得了收款权力且相关的经济利益很可能流入时确认
	供应商管理库存（VMI）模式	VMI 模式下收入确认方法公司将产品交付至客户指定的 VMI 仓库，客户根据其生产需求自 VMI 仓库领用产品，公司按客户实际领用产品数量及金额确认收入实现。VMI 模式下销售业务属于在某一时点履行的履约义务，在客户领用、已收取价款或取得收款权利且相关的经济利益很可能流入时确认收入
公司	内销签收结算	采用签收结算模式的，公司在向客户交付货物，客户签收货物后确认收入
	外销 FOB/CIF 模式	出口销售采用 FOB/CIF 模式，以报关单据上记载的出口日期作为确认收入的时点

	外销 DDU/DDP 模式	出口销售采用 DDU/DDP 模式的，公司在向客户交付货物，客户签收货物后确认收入
	供应商管理库存（VMI）模式	采用 VMI 模式的，公司将产品交付至客户指定的供应商管理库存仓库，客户根据其生产需求自供应商管理库存仓库领用产品，公司在客户领用产品后根据实际领用产品数量及金额确认收入

如上表所示，公司不同销售模式收入确认政策、时点与同行业可比公司不存在重大差异。其中，同行业可比公司未对外销按具体销售模式披露收入确认方法进行明确的，外销均按照完成产品出口报关手续，以报关单据上记载的出口日期作为确认收入的时点，与公司 FOB/CIF 等模式收入确认的方式一致。

③是否存在提前确认收入的情形，并说明相关内控执行情况

公司收入确认时点满足《企业会计准则》中的相关规定，且不同销售模式收入确认政策、时点与同行业可比公司相符。公司内外销收入按照制定的会计政策取得收入确认依据后才予以确认，收入确认时点准确，不存在延迟或提前确认收入情形。

公司报告期内除曾存在将货物直接送达收货人，事后又利用库存货物至海关补申报的行为外，无其他内控缺陷，上述内控缺陷已于 2022 年完成整改，整改后内部控制制度健全。报告期内，公司制定了《销售及收款循环制度》《会计政策和会计估计》等相关内控制度，明确了销售环节中的业务岗位、业务主管岗位、仓管岗位、财务岗位等岗位的职责，并对销售计划与审批、客户管理、信用管理、销售合同和业务订单管理、发货与退货、客诉处理与销货退货管理、销售业务系统流程管理、应收和收款管理、财务核算管理等进行了规范，可以有效的控制销售的业务环节。具体内控制度主要款项和执行情况如下：

A.客户授信作业

新客户要求信用交易时，由业务人员收集客户资料并填写客户基本资料表，并预估客户每月交易金额后，拟定欲申请之信用交易金额，送业务部门主管签核。业务部门主管签发信用交易金额后，由业务送交财务部依《授信管理办法》进行授信作业复核，权责主管核定其信用交易金额后，公司在 ERP 系统中建立客户基本资料。

B.订单处理作业和交货作业

客户通过供应商管理系统或邮件方式向公司下达订单需求，业务人员接获客户订单后，针对订单内容对产品各方面进行审核。上述内容审核确认后，由业务助理于 ERP 订单系统中键入客户订单相关信息并打印客户正式订单及邮件式排程等呈权责主管核准。业务人员与客户确认具体出货时间后，再分别依据内销、外销按照具体销售流程进行办理销售出货流程，出货时，业务人员制作销货单并送至仓库予以备货，仓库安排车辆送货至客户或快递物流形式送至客户。最后请客户对销货单予以签回。

C.客户对账结算及收入确认

公司与客户根据约定对账时间和周期对账，通过系统数据或邮件核对对账周期内的收货情况，根据合同约定或双方协商确认的结算价格，形成对账单，经审核后根据该对账单开具增值税专用发票。收入确认的具体依据为客户签收单/出口报关单据/系统数据或邮件确认的寄售货物领用清单。

其中，基于客户签收单确认收入的情况，运输相关人员将客户签收单信息及时反馈给业务部门人员，业务部门人员及时将客户签收单送至财务部门，财务部核对信息无误后进行收入确认；基于出口报关单据确认收入的情况，业务部门完成出口报关手续，并安排相关人员将货物送至境内保税区或客户指定地点后，及时将出口报关单据等报关资料及时反馈至财务部门，财务部核对信息无误后进行收入确认；基于系统数据或邮件的寄售货物领用清单确认收入的情况，业务部门人员根据约定对账时间和周期对账，通过系统数据或邮件核对对账周期内的客户领用情况，并及时将经双方确认的领用明细反馈至财务部门，财务部核对信息无误后进行收入确认。此外，公司收入确认存在暂估确认收入的情形，主要系：公司以产品控制权转移为收入确认时点，以客户签收单为收入确认依据，各期末，公司对已领用或已签收但未对账的货物进行收入暂估。

综上所述，公司建立了对应的销售业务内控管理制度并严格按照相关内控制度要求执行。公司收入确认时点满足《企业会计准则》中的相关规定，且不同销售模式收入确认政策、时点符合行业惯例。公司内外销收入按照制定的会计政策取得收入确认依据后才予以确认，收入确认时点准确，不存在延迟或提前确认收入情形。

2、按照境内、境外分类列表说明各期前十大销售合同的客户名称、合同内容（合同原文，下同）、数量、金额、签订日期、约定完成期限、发货日期、报关日期（如有）、装运/提单日期（如有）、签收日期及具体凭证、收入确认日期、付款条件、售后等其他义务发生时间及成本金额（按合同约定阶段）等主要条款

（1）报告期各期境内、境外前十大销售客户明细如下

销售类别	客户名称	主要合作主体	2024年度是否为前十大客户	2023年度是否为前十大客户	2022年度是否为前十大客户
内销	台达电子工业股份有限公司	台达电子工业股份有限公司及其关联公司	是	是	是
	巨腾国际控股有限公司	大昶（重庆）电子科技有限公司	是	是	是
		巨宝精密加工（江苏）有限公司			
		巨腾（内江）资讯配件有限公司			
		苏州大智资讯配件有限公司			
	立讯精密工业股份有限公司	苏州立讯技术有限公司及其关系企业	是	是	是
	炳荣精密	苏州炳荣精密五金制品有限公司	是	是	是
		重庆炳荣精密制造有限公司			
	纳天柯	纳天柯包装辅料（上海）有限公司	是	是	/
	英力股份	真准电子（昆山）有限公司	是	是	/
	宇海精密	重庆宇海科技有限公司	是	是	/
	富士康集团	富钰精密组件（昆山）有限公司及其关系企业	**是**	是	是
	苏州春秋电子科技股份有限公司	合肥经纬电子科技有限公司	**是**	是	是

	纵贯线	宜宾纵贯线科技股份有限公司	/	是	/
	榕增光电科技有限公司	昆山榕增光电科技有限公司	/	/	是
	加百裕（昆山）电子有限公司	加百裕（昆山）电子有限公司	/	/	是
	神基股份	神基科技股份有限公司及其关系企业	/	/	是
	华勤技术	东莞华誉精密技术有限公司 华勤技术股份有限公司及其关联公司	/	/	是
	浙江中科冠腾科技股份有限公司	浙江中科冠腾科技股份有限公司	是	/	/
外销	仁宝电脑	仁宝电脑工业股份有限公司及其关联企业	是	是	是
	神基股份	神基科技股份有限公司及其关系企业	是	是	是
	和硕科技	和硕联合科技股份有限公司及其关联企业	是	是	是
	可成科技	可成科技股份有限公司及其关联企业	是	是	是
	康舒科技	沪华五金电子（吴江）有限公司 重庆市铜梁区沪华五金电子有限公司	是	是	是
	苏州复盈新材股份有限公司	苏州复盈新材股份有限公司	/	是	是
	TECHNO QUARTZ INC	杭州泰谷诺石英有限公司	是	是	是
	联想集团	联宝（合肥）电子科技有限公司	是	是	是
	才众电脑	才众电脑（深圳）有限公司	/	是	是
	台达电子工业股份有限公司	台达电子工业股份有限公司	/	是	/
	广达集团	达丰（重庆）电脑有限公司 研精舍（上海）精密机械加工有限公司	是	/	/
	南通祐嘉	**祐嘉（南通）精密科技有限公司**	**是**	/	/

	巨圣国际有限公司	巨圣电子（昆山）有限公司	是	/	是

（2）报告期内境内前十大销售合同主要条款

客户名称	合同签订主体名称	合同内容、数量、金额	签订日期	约定完成期限	运输方式及费用承担	收入确认日期/签收日期及具体凭证	付款条件	售后等其他义务发生时间及成本金额
台达电子工业股份有限公司	台达电子工业股份有限公司及其关联公司	甲方依其需求并依据本合约之规定向乙方订购本产品并开立各个订单，由乙方为甲方设计、或生产本产品	2022/5/25	未明确具体期限，按客户需求分批次发货	未明确约定	客户签收时/客户签收单	月结 60 天	本产品自甲方完成验收之日起 36 个月内，乙方应负本产品之保固、维修责任，乙方应保证其产品在寿命期内运转良好。
巨腾国际控股有限公司	大昶（重庆）电子科技有限公司	本合同的标的为供方依据相应规定提供给需方的产品或服务。	2021/6/8	未明确具体期限，按客户需求分批次发货	1.需方可按订单所载贸易条款之规定指定订购标的之运送人、运送方式、路线； 2.运送费用及运送途中所生危险由供需双方按订单所载贸易条款之相关权利义务各自负担； 3.所送货物因供方原因造成被拒收后，后续一切费用均由供方负担。	客户签收时/客户签收单	未明确约定，以订单为准	1.订购标的自需方验收合格日起六个月为保证期； 2.供方同意于保证期内正常使用之损坏负免费换修之责任，若因特殊状况须由需方重工时,则经由需方同意并告知供方应付之金额后,由需方自行重工。供方须支付之重工金额得自需方应支付给供方之款项中扣除。
	巨宝精密加工（江苏）有限公司	本合同的标的为供方依据相应规定提供给需方的产品或服务。	2019/1/1	未明确具体期限，按客户需求分批次发货	1.需方可按订单所载贸易条款之规定指定订购标的之运送人、运送方式、	客户签收时/客户签收单	未明确约定，以订单为准	1.订购标的自需方验收合格日起 24 个月为保证期； 2.供方同意于保证期内正常使用之损坏负免费换修

					路线； 2.运送费用及运送途中所生危险由供需双方按订单所载贸易条款之相关权利义务各自负担； 3.所送货物因供方原因造成被拒收后，后续一切费用均由供方负担。			之责任，若因特殊状况须由需方重工时,则经由需方同意并告知供方应付之金额后,由需方自行重工。供方须支付之重工金额得自需方应支付给供方之款项中扣除。
	巨腾（内江）资讯配件有限公司	本合同的标的为供方依据相应规定提供给需方的产品或服务。	2021/6/19	未明确具体期限，按客户需求分批次发货	1.需方可按订单所载贸易条款之规定指定订购标的之运送人、运送方式、路线； 2.运送费用及运送途中所生危险由供需双方按订单所载贸易条款之相关权利义务各自负担； 3.所送货物因供方原因造成被拒收后，后续一切费用均由供方负担。	客户签收时/客户签收单	以订单为准	1.订购标的自需方验收合格日起六个月为保证期； 2.供方同意于保证期内正常使用之损坏负免费换修之责任，若因特殊状况须由需方重工时,则经由需方同意并告知供方应付之金额后,由需方自行重工。供方须支付之重工金额得自需方应支付给供方之款项中扣除。
	苏州大智资讯配件有限公司	本合同的标的为供方依据相应规定提供给需方的产品或服务。	2019/1/1	未明确具体期限，按客户需求分批次发货	1.需方可按订单所载贸易条款之规定指定订购标的之运送人、运送方式、路线；	客户签收时/客户签收单	未明确约定，以订单为准	1.订购标的自需方验收合格日起 24 个月为保证期； 2.供方同意于保证期内正常使用之损坏负免费换修之责任，若因特殊状况须由需方重工时,则经由需方

					2.运送费用及运送途中所生危险由供需双方按订单所载贸易条款之相关权利义务各自负担； 3.所送货物因供方原因造成被拒收后，后续一切费用均由供方负担。			同意并告知供方应付之金额后,由需方自行重工。供方须支付之重工金额得自需方应支付给供方之款项中扣除。
立讯精密工业股份有限公司	苏州立讯技术有限公司及其关系企业	甲方或其关系企业均有权依本约规定自行、单独向乙方订购或定作产品。该订购或定作产品的数量、规格、价格、功能、付款、交期、及（或）其他要求，将载明于本约附件、订单上。	2023/4/21	未明确具体期限，按客户需求分批次发货	乙方应自行承担为履行本约所产生的全部运输费用及其保险费用。	客户领用时点/客户领用数据、客户签收时/客户签收单	100%货款于双方每月对账确认，甲方收到相关对账资料、请款资料、发票并核实无误后，每月 25 日为付款日，具体按照采购订单约定的月结条件支付，如采购订单无额外约定，则按照建档资料中的月结条件。	本条所有保证不因甲方检验、受领产品或付款而失其效力。自甲方接受产品起一年内，乙方提供免费售后服务。如另有约定或法律法规另有规定更长期限的，直接适用更长期限。
炳荣精密	苏州炳荣精密五金制品有限公司	采购单由甲方以委外加工单、传真或邮件的方式提供给乙方。	2019/1/1	未明确具体期限，按客户需求分批次发货	乙方应严格按照采购订单要求的交货日期进行交货，将产品送至甲方指定的交货地点	客户签收时/客户签收单	未明确约定，以订单为准	未明确约定

	重庆炳荣精密制造有限公司	本合约适用于所有乙方向甲方供应之物料，物料之详细名称与数量等以订货单上所列者为准。	2018/6/20	未明确具体期限，按客户需求分批次发货	乙方应依据订货单规定时间将物料运送至交货地	客户签收时/客户签收单	未明确约定，以订单为准	乙方保证所提供给甲方之物料能满足甲方之质量与规格要求，且与被承认之样品质量一致，乙方了解应负起所提供物料之全部及持续的质量责任。
纳天柯	纳天柯包装辅料（上海）有限公司	销售纸盒包装用品，销售产品的具体品种、型号、数量等以甲、乙双方确认的订单为准，本协议与甲乙双方确认的订单共同作为本协议有效的组成部分。	2023/3/1	未明确具体期限，按客户需求分批次发货	未明确约定	客户签收时/客户签收单	未明确约定，以订单为准	未明确约定
英力股份	真准电子（昆山）有限公司	甲方每周以传真或者电子邮件的方式向乙方下达次周的订单(订单应注明物料编码，物料名称、规格型号、数量、交货日期)，作为乙方交货的依据乙方应在收到甲方订单后 1 日内回复，并确认回传给甲方；确认后的订单，乙方必须严格执行。	2019/1/10	未明确具体期限，按客户需求分批次发货	未明确约定产品途中运输费、装卸费及甲方接收之前的一切风险及费用由乙方承担	客户签收时/客户签收单	1.乙方每月 10 号前将上月所送货物的对账单以邮件形式发给甲方对应的采购人员核对,逾期半年以上未提供对账单的,甲方将不予以对账及付款； 2.甲方每月在收到乙方开具的增值税发票后，应在收到	产品质保期自甲方投入使用后算起 1 年。质保期内乙方对产品质量实行三包，乙方对产品质量及其产生的不良后果承担全部责任。

							乙方发票之日起 150 日内付款至乙方指定银行账户。	
宇海精密	重庆宇海科技有限公司	品名、规格、价格如甲方之订单（包括但不限于订购单，清楚记载甲方采购意愿的文件）所示	2023/4/17	未明确具体期限，按客户需求分批次发货	未明确约定	客户签收时/客户签收单	1.乙方接受甲方，货款到期后之下月 15 日为付款日之计算方式。双方交易中如乙方应付罚款或违约金予甲方，甲方得自乙方应付款项中扣除，不需再经乙方同意； 2.乙方如已完成甲方之订购交货检验验收等要求，惟乙方单方自交货日后逾期 120 天未主动向甲方采购员及采购主管提出请款作业，甲方可视为乙方放弃原有的产权，无条件改	乙方免费保修服务期限自甲方验收货品合格日起算 5 年(并视为保用年限)，如乙方所提供或双方另行协议的保修期限较年长者，则以较长者期限为准。

							以免费赠送甲方。	
富士康集团	富钰精密组件（昆山）有限公司及其关系企业	“总括订单(Blanket Order)”系指本公司依本合约规定之通知方式向供应商发出之长期采购参考依据，总括订单应与本公司发出的交货通知构成交易之完整协议,总括订单单独存在时,不构成本公司之购买义务。总括订单之交期及/或数量以交货通知所载信息为准,总括订单之单价应以本公司付款前双方约定之最新有效价格为准。	2019/3/12	未明确具体期限，按客户需求分批次发货	1.运输及出货文件：供应商应依本合约第 2.5 条之规定及本公司指定之运输方式运送产品，或自行选择最佳运输方式以满足本公司之需求，供应商应及时提供完整、正确之出货文件； 2.“价格”系指本公司付款前双方协商同意之最新有效价格。除另有约定外，价格包含政府税费、运费、保险费、包装费等所有产销费用"	客户签收时/客户签收单	“月结”系指本公司向供应商订购之产品，经本公司受领验收后，除双方有事先的定之结算基准或付款条件外，依本合约 2.13 条及其他条款的定，以月为结算单位，按月结算应给付之价金，并自结算月之次月双方协议之日起算给付日。	保固期:除非双方另有约定外，产品之免费保固期自本公司验收合格之日起算 5 年。前述保固期约定适用于供应商替换或修理后之产品。
苏州春秋电子科技股份有限公司	合肥经纬电子科技有限公司	产品的数量、价格以每批具体的采购订单为准，采购订单经甲乙双方确认后即为有效合同	2020/8/12	未明确具体期限，按客户需求分批次发货	未明确约定运费及其他杂费由乙方承担	客户签收时/客户签收单	乙方提供货物到甲方指定地点，经验收合格，并向甲方提供发票后，货款由甲方以电汇形式或汇票形式支付。付款方式以订	乙方负担其向甲方提供产品的品质、安全性、稳定性、所有权担保及其它相关担保责任,保证产品完全符合甲方需要，绝无设计、制作及材料瑕疵，并具备约定之品质，担保产品无安全或卫生上的危险;如乙方提供产品不合格而

							单为准。特殊情况下,经双方协商同意后，付款方式及期限可作调整。	需另行交付物品的,乙方应负担所发生之一切费用，另行交付物品亦负此担保责任。
纵贯线	宜宾纵贯线科技股份有限公司	订单：指甲方发给乙方的包含产品型号、数量、价格、交货条件、支付条件等内容的正式订货通知，是乙方应按照本合同履行交货义务的文件。订单中仅具备型号、数量两项内容即为有效。	2022/7/29	未明确具体期限，按客户需求分批次发货	乙方应选择最适合于保护货物的运输方式进行运输。如甲方对运输方式有特别要求，乙方应按甲方要求运输。运输费用（包含装卸、搬运费用）由乙方自行负担。	客户签收时/客户签收单	付款期限：乙方应凭订单及发票（二者缺一不可）向甲方申请付款。如订单无特别约定，付款期限为 2 个月。	如因乙方少量货物不合格导致甲方客户基于安全考虑或发生行车事故、或发生电器安全事故时要求甲方全部更换相关部件（该部件不限于乙方货物，包括与乙方货物组合使用的其他零部件)，乙方同意无条件更换或退货，并承担相应费用（包括与乙方货物组合使用的零部件的费用）及因此而给甲方造成的损失。
榕增光电科技有限公司	昆山榕增光电科技有限公司	品名、规格、价格、交期依甲方之订单所示，并得由双方同意后随时修改。	2019/1/1	未明确具体期限，按客户需求分批次发货	1.运送途中所发生危险由乙方自行负担； 2.运送费用由双方商议，可于采购单上标示。	客户签收时/客户签收单	（1）甲方于每次订购产品交清并经验收合格后次月结 120 天支付货款，如有罚款甲方得径行扣除； （2）乙方应于每月 25 日前向甲方开发票，开票前需先与	1.订购产品自甲方验收合格日起 36 个月内为保证期； 2.保证期满后乙方应继续提供订购产品之维护服务； 3.保用期间内正常使用状况下如订购产品不堪使用，且未能修复时，乙方应按尚未届满期间比例计罚支付甲方。

							甲方采购负责人以书面方式对帐。	
加百裕（昆山）电子有限公司	加百裕（昆山）电子有限公司	本合约适用于所有乙方提供甲方之物料，物料之详细名称、数量、价格、交货期限等以订货单上所列者为准	2018/10/30	未明确具体期限，按客户需求分批次发货	未明确约定	客户签收时/客户签收单	乙方于本产品验收合格后，应检附订单、验收单、请款明细、发票等文件向甲方请款，甲方于核对无误后，甲方开立支票或电汇予乙方。	乙方应担保本产品无设计、品质、材质与工艺上的瑕疵，亦无安全、环保和卫生上之危险。乙方交付之货物如有上开瑕疵或危险，致甲方、甲方人员或甲方客户受第三人请求者，乙方应提供一切协助，并赔偿甲方、甲方人员或甲方客户因此所生之一切损失，包括但不限于因此所支出之诉讼费与律师费、甲方客户向甲方请求赔偿之数额等。如甲方因此需更换新品者，乙方应负责更换新品，其运费及重工费由乙方负担之。
神基股份	神基科技股份有限公司及其关系企业	品名、规格、价格如买方之订单所示	2022/9/29、2022/6/7	未明确具体期限，按客户需求分批次发货	1.买方可指定产品之运送人、运送方式、路线、包装方式； 2.除双方另有约定外，本合约所产生之运送费用及相关费用、运送途中所生风险均由供应商负担。	客户签收时/客户签收单	供应商应于每次产品交清并经买方进料检验入库后，向买方提供产品交易之合法发票以及对账单情况，买方以月结 120 天依	1.产品自买方进料检验合格之日起 36 个月内为保固期； 2.于保固期内，供应商同意对产品正常使用之损坏负免费换修责任。若经买方事先同意，供应商可依产品价金百分之五支付买方，由买方自行维修，买

							买方付款日付款。	方可迳自应付货款中扣除前述费用； 3.保固期满后，供应商应继续提供产品售后维护服务，惟售后服务费用由双方另行议定。
华勤技术	东莞华誉精密技术有限公司	甲方发给乙方的正式订货通知，其内容包括产品型号、数量、价格、交货条款、支付条款等。	2021/4/18	未明确具体期限，按客户需求分批次发货	除非双方另有约定，否则乙方应承担交货前的一切费用，包括但不限于运输、保险及卸货等费用。	客户签收时/客户签收单	甲方在收到乙方的货物并检验合格之日起6天内办理付款手续	1.除非另有约定，乙方交付的产品应符合双方书面约定的质量标准。 2.对乙方应承担的缺陷产品，在不损害甲方基于可适用法律规定的其他权利的前提下，甲方有权根据其选择，分别或同时采取以下措施处理缺陷产品：退回缺陷产品；要求乙方承担费用立即对这些产品进行维修或更换；要求乙方对缺陷产品做降价处理；对缺陷产品做降价、退货或赔偿处理所产生的甲方应收款，乙方应当及时向甲方支付或由甲方向乙方或乙方代理商付款时进行相应抵扣。乙方应在收到甲方的缺陷产品通知后(三)个工作日内采取上述处理措施。由此而发生的费用由乙方自行承担

	华勤技术股份有限公司及其关联公司	采购订单是甲方向乙方发出的契约性单据，旨在确定产品的名称、规格型号、价格、数量、环保属性、交货时间、交货地点和交货条件等。采购订单一经本协议双方书面确认，即应对本协议双方产生约束力。	2022/9/19	未明确具体期限，按客户需求分批次发货	未明确约定	客户签收时/客户签收单	双方对账完成并确认后，按照双方确认的商务及付款条款付款。	乙方应始终对自己提供的产品质量负责
浙江中科冠腾科技股份有限公司	浙江中科冠腾科技股份有限公司	采购单中所记载的采购单价根据甲、乙双方的协议确定，采购单价依甲方最新核准单价为准。 采购单价指交货至甲方工厂或甲方指定地点的不含税价格	2023/6/1	未明确具体期限，按客户需求分批次发货	运输费用由乙方承担。运输过程中产品毁损灭失的风险由乙方自行承担，产品的风险应在产品到达甲方指定的目的地被接受且经验收合格时转移，其中服务、安装等的风险应在通过甲方验收测试后转移给甲方	客户签收时/客户签收单	付款方式为月结 150 天，月结日为每月 25 号，付款日为到期月的 30 日	乙方向甲方保证交货之商品完全符合承认书或样品的规格，乙方不得任意变更原物料之设计材质及规格。如验收结果认定货物料质量不符合本合同规定标准的，则视为乙方没有按时交货，乙方须承担第四条第(三)款的违约责任，且乙方须在 2 天内无条件更换不合格的货物，更换货物的运输费用由乙方承担。

注 1：公司与客户确定合作时，先以签订框架协议的形式，框架协议对销售产品的品类、各方权利义务等基本交易要素进行约定，后续以订单形式实现具体销售。框架协议中未对发货日期、报关日期（如有）、装运/提单日期（如有）、售后义务的成本金额、具体产品销售数量、单价、金额等义务进行明确约定，故上述表格中未列示相关内容，下同；

注 2：立讯精密工业股份有限公司集团下日善电脑配件（嘉善）有限公司、昆山立讯射频科技有限公司（该公司自 2022 年 9 月更名为苏州立讯技术有限公司），销售模式为 VMI 模式，收入确认时点为客户领用时；
注 3：公司与神基股份科技有限公司的关联企业汉达精密电子（昆山）有限公司签订合同的时间为 2022 年 9 月 29 日，与苏州汉扬精密电子有限公司签订合同的时间为 2022 年 6 月 7 日；
注 4：前十大销售客户仅列示报告期内交易金额重大的主要客户，报告期内合同不存在重大变动的未重复列示。

（3）报告期内境外前十大销售合同主要条款

客户名称	合同签订主体名称	合同内容、数量、金额	签订日期	约定完成期限	运输方式及费用承担	收入确认日期/签收日期及具体凭证	付款条件	售后等其他义务发生时间及成本金额
仁宝电脑	仁宝电脑工业股份有限公司及其关联企业	供货方应按照订购单或按仁宝其后之书面指示载明的产品规格、数量、时间、地点及其他条件交货	2012/4/1、2011/10/26、2020/4/10	未明确具体期限，按客户需求分批次发货	供货方指定的产品承运人应事前经仁宝书面确认，如果仁宝对供货方指定的承运人的服务不满意，可随时要求供货方更换承运人，供货方应另行指定经双方书面确认的其他承运人。	公司办理出口手续并取得相关报关单据时/出口报关单据	仁宝将按照双方所约定的价格、付款条件以及供货方交付之产品，向供货方支付货款。	上述供货方对方产品的保证不因交货前检验、交付产品、签收产品、验收产品、支付货款或本合同终止而无效。上述保证的有效期从产品交付仁宝七年内有效，并且该保证对仁宝及其客户或其权利义务继受者同样有效。
神基股份	神基科技股份有限公司及其关系企业	品名、规格、价格如买方之订单所示	2021/3/1、2019/10/22	未明确具体期限，按客户需求分批次发货	1.买方可指定产品之运送人、运送方式、路线、包装方式； 2.除双方另有约定外，本合约所产生之运送费用及相关费用、运送途中所	客户签收时/客户签收单、公司办理出口手续并取得相关报关单据	供应商应于每次产品交清并经买方进料检验入库后，向买方提供产品交易之合法发票以及对账单情况，买方以	1.产品自买方进料检验合格之日起 36 个月内为保固期； 2.于保固期内，供应商同意对产品正常使用之损坏负免费换修责任。若经买方事先同意，供应商可依产品价金百分之

					生风险均由供应商负担。	时/出口报关单据	月结 120 天依买方付款日付款。	五支付买方，由买方自行维修，买方可迳自应付货款中扣除前述费用； 3.保固期满后，供应商应继续提供产品售后维护服务，惟售后服务费用由双方另行议定。
和硕科技	和硕联合科技股份有限公司及其关联企业	本合约适用于所有乙方向甲方供应之物料，物料之详细名称与数量等以订货单上所列者为准。	2021/9/20、2014/5/6、2012/1/14	未明确具体期限，按客户需求分批次发货	乙方应依据甲方订单规定时间将物料运送至交货地	公司办理出口手续并取得相关报关单据时/出口报关单据	1.付款条件为当月结一百二十天； 2.应付帐款立帐日以甲方验收完成日起算。	乙方保证所提供给甲方之物料能满足甲方之质量与规格要求，且与被承认之样品质量一致，乙方了解应负起所提供物料之全部及持续的质量责任。物料之质量与规格要求等规范，双方同意依照附件二之物料质量规范共同遵守之。
可成科技	可成科技股份有限公司及其关联企业	除双方另有约定外，有关采购产品或服务之品名、规格交付日期、数量、价格、付款方式、功能及其他要求之商业条件，应以订购单或采购合约为准。	2018/10/9	未明确具体期限，按客户需求分批次发货	除订购单或采购合约另有规定外，将产品运送至买方指定之目的地之费用，由供应商负担之，供应商并应为免于买方于产品运送过程中遭遇损失或损害之目的而投保商业上合理的保险。	客户签收时/客户签收单	供应商应检具发票、请款资料及买方验收合格报告等依订购单或采购合约上之约定向买方请款，买方于产品或服务验收合格并确认发票、	如有任何产品或服务未能符合上述保固条件，供应商应依买方选择且以供应商之费用，免费替换或修复瑕疵产品或服务、或退还该价款并加计利息，或委托第三人提供无瑕疵之产品或服务，对于因此实际产生之费用或损害，供应

							请款资料完备无误后付款。	商应对买方负赔偿责任。
	可成科技（宿迁）有限公司及其关联公司	关于原物料之品名规格、交货日期、数量、价格以及付款方式，应以个别大宗原物料采购合同为准。	2021/3/1、2023/4/25	未明确具体期限，按客户需求分批次发货	除大宗原物料采购合同另有规定外，将原物料运送至买方指定之目的地之费用由卖方负担之，卖方并应为免于买方于原物料运送过程中遭遇损失或损害之目的而投保商业上合理的保险	客户签收时/客户签收单	卖方应随货检附发票，每月2日前将上月所交的货物请款，除大宗原物料采购合同上另有约定者外，买方于收取发票且原物料验收合格并确认无误后120日内付款	如有任何原物料未能符合上述保固条件,卖方应依买方选择且以卖方之费用免费替换或修复瑕疵原物料或退还该原物料之货款并加计利息，对于因此实际产生之费用或损害，卖方应对买方负赔偿责任
康舒科技	沪华五金电子（吴江）有限公司	采购订单是确定合同货物的名称、价格、数量、交期等内容，已经协议双方签章或代表签字，即对本协议双方产生约束力	2018/1/1、2021/2/1	未明确具体期限，按客户需求分批次发货	未明确约定	客户签收时/客户签收单	未明确约定	乙方始终对自己提供的产品质量负担保责任，包括但不限于在甲方生产、销售过程中以及甲方客户的生产、销售过程中及包含有乙方产品的最终投放市场后的产品，当因乙方提供的物料导致甲方所销售之产品出现质量或环境问题，乙方都应承担相应法律责任及赔偿损失。
	重庆市铜梁区沪华五金	采购订单是确定合同货物的名称、价格、数量、交期等内容，	2015/12/18、2021/2/1	未明确具体期限，按客户需求分批次发货	未明确约定	客户领用时点/客户领用数据	未明确约定	乙方始终对自己提供的产品质量负担保责任，包括但不限于在甲方生

	电子有限公司	已经协议双方签章或代表签字，即对本协议双方产生约束力						产、销售过程中以及甲方客户的生产、销售过程中及包含有乙方产品的最终投放市场后的产品，当因乙方提供的物料导致甲方所销售之产品出现质量或环境问题，乙方都应承担相应法律责任及赔偿损失。
苏州复盈新材股份有限公司	苏州复盈新材股份有限公司	品名、规格、价格、交期依甲方之订购单所示，并得由双方书面同意后方可修改。双方各持有标准样品1件为交付验收依据。	2021/3/15	未明确具体期限，按客户需求分批次发货	1.运送途中所发生危险由乙方自行负担； 2.运送费用由乙方承担。	客户签收时/客户签收单	未明确约定	乙方需提供订购产品之维护服务
TECHNO QUARTZ INC	TECHNO QUARTZ INC	Party A to supply packaging products to Party B, the variety and quantity of the order confirmed by both A and B shall prevail. 甲方向乙方供应包装产品，订单的品种和数量以甲、乙双方确认为准。	2006/7/25	未明确具体期限，按客户需求分批次发货	未明确约定，以订单为准	公司办理出口手续并取得相关报关单据时/出口报关单据	Party A and Party B shall reconcile the actual transaction volume of the previous shipping month before 15th each month, Payment shall be made last day of the next month after the	未明确约定

							completion of the shipping. 甲乙双方应于每月 15 日前核对上一发货月份的实际交易量，并于发货完成后的次月最后一天付款。	
	杭州泰谷诺石英有限公司	甲方向乙方供应包装产品的品种、数量以甲、乙双方确认的订单为准。	2020/11/20	订单期限和供货期限由具体的订单规定，按客户需求分批次发货	未明确约定，以订单为准	客户签收时/客户签收单	甲乙双方在每月 10 日前对上月的实际交易量进行对账，乙方应于对账无误后 30 日将款项一次性支付给甲方	未明确约定
联想集团	联宝（合肥）电子科技有限公司	“产品”：是指相关工作说明中所列明的硬件、软件或其它部件，如相关工作说明中未列明具体产品，则产品是指双方不时确认的订单描述的产品，包括产品的任何升级、更新、改进、新版本或功能性替	2020/12/25	未明确具体期限，按客户需求分批次发货	除非双方另有约定，否则产品将由供应商负责安排承运商交付至指定地点并负责运输及保险。	客户领用时点/客户领用数据	月结 120 天	保证期限：适用于上款项的保证期限至少为五年，自联宝收到产品且确认验收合格之日起算。保让范围内修理或更换后的产品，保证期限自供应商送回联宝之日起重新计算。保证范围外修理或更换的产品，供应商应保证其至

		换，以及双方介绍、引入的任何新产品，但不考虑产品的价格和性能。也称“货物”						少在六个月期限内能够正常使用。保证期限的规定并不限制和减免供应商就(I)产品存在批量故障;(II)产品存在不符合相关可适用的法律、法规、规范、标准及其它要求的问题，可能导致联宝、联宝销售商或用户被处罚及其它类似问题的:或(III)产品本身存在或可能存在导致失火、燃烧、爆炸及其它危害人身财产安全的隐患等情况应承担的义务和责任。
才众电脑	才众电脑（深圳）有限公司	未明确约定	2022/11/12	未明确具体期限，按客户需求分批次发货	除双方另有约定外，产品价格包含运费、保险费、包装费、政府税费等所有产销费用。	公司办理出口手续并取得相关报关单据时/出口报关单据	未明确约定	乙方应确保甲方及其客户免于因乙方违反本合约第 12.1 条的保证导致甲方、甲方客户或他人遭受任何损失、损害、处罚、成本、费用或责任、索赔、指控，并于甲方要求时代为应诉、为甲方抗辩，保障甲方的利益不受损害并赔偿甲方因此而支出的费用(包括但不限于合理的诉讼费和律师费)。

台达电子工业股份有限公司	台达电子工业股份有限公司	甲方依其需求并依据本合约之规定向乙方订购本产品并开立各个订单，由乙方为甲方设计、或生产本产品	2022/5/25	未明确具体期限，按客户需求分批次发货	未明确约定	客户签收时/客户签收单	月结 60 天	本产品自甲方完成验收之日起 36 个月内，乙方应负本产品之保固、维修责任，乙方应保证其产品在寿命期内运转良好。
广达集团	QUANTA COMPUTER INC	The Purchase Order (“Purchase Order” shall be deemed accepted by Supplier unless a notice ofrefusal with irreparable reasons has been submitted to Quanta within two days of the receipt of such Purchase Order. 采购订单 （“采购订单”）应视为供应商已接受，除非在收到此类采购订单后两天内已向广达提交具有无法弥补原因的拒绝通知。	2021/6/10	未明确具体期限，按客户需求分批次发货	未明确约定，以订单为准	公司办理出口手续并取得相关报关单据时/出口报关单据	未明确约定	未明确约定
巨圣国际有限公司	巨圣电子（昆山）有限公司	甲方及其关联企业向乙方采购产品，以所下订单为准	2019/1/3	未明确具体期限，按客户需求分批次发货	乙方向甲方提供产品的价格条件为 Door or Door 至甲方厂区或甲方指定的其它交货地点。甲方向乙方所下订	客户签收时/客户签收单	未明确约定，以订单为准	产品的质量保证期为产品验收合格投入使用后三年。保证期内若出现任何产品质量问题，乙方保证按照甲方要求进行免费保修、更换或退

					单上价格为该单交易总价，包括产品及配件价格、配套设施和技术数据、安装与运输费、税费、培训费、保固费及装卸费等，即该交易总价为乙方将产品交付到约定交货地点验收前的一切费用，除甲乙双方另有书面协议外，乙方不再向甲方收取任何其它费用。			货。乙方承诺在甲方通知后的 24 小时内提出问题分析报告，并在甲方通知后 3 天内提供产品改善方案。如甲方就乙方产品向任何第三方作出了延递保证，该第三方有权按照本合约的规定直接要求乙方进行退换货或维修，乙方确认，确保按第三方的要求进行退货或维修，并承担因此而产生的一切费用。
南通祐嘉	**祐嘉（南通）精密科技有限公司**	**甲方及其关联企业向乙方采购产品，以所下订单为准**	**2024/6/22**	**未明确具体期限，按客户需求分批次发货**	**乙方向甲方提供产品的价格条件为 Door or Door 至甲方厂区或甲方指定的其它交货地点。甲方向乙方所下订单上价格为该单交易总价，包括产品及配件价格、配套设施和技术数据、安装与运输费、税费、培训费、保固费及装卸费等，即该交易总**	**客户签收时/客户签收单**	**未明确约定，以订单为准**	**产品的质量保证期为产品验收合格投入使用后三年。保证期内若出现任何产品质量问题，乙方保证按照甲方要求进行免费保修、更换或退货。乙方承诺在甲方通知后的 24 小时内提出问题分析报告，并在甲方通知后 3 天内提供产品改善方案。如甲方就乙方产品向任何第三方作出了延递保证，该第三方有权按照本合约的规**

					价为乙方将产品交付到约定交货地点验收前的一切费用，除甲乙双方另有书面协议外，乙方不再向甲方收取任何其它费用。			**定直接要求乙方进行退换货或维修，乙方确认，确保按第三方的要求进行退货或维修，并承担因此而产生的一切费用。**

注 1、公司与神基科技股份有限公司及其关系企业签订合同的时间中，子公司香港鼎佳电子材料有限公司为 2019 年 10 月 22 日，公司子公司香港鼎佳电子科技有限公司为 2021 年 3 月 1 日；

注 2、公司子公司香港鼎佳电子材料有限公司与沪华五金电子（吴江）有限公司签订合同时间为 2018 年 1 月 1 日，公司子公司香港鼎佳电子科技有限公司与沪华五金电子（吴江）有限公司签订合同时间为 2021 年 2 月 1 日，公司子公司香港鼎佳电子材料有限公司与重庆沪市铜梁区沪华五金电子有限公司签订合同时间为 2015 年 12 月 18 日，公司子公司香港鼎佳电子科技有限公司与重庆沪市铜梁区沪华五金电子有限公司签订合同时间为 2021 年 2 月 1 日；

注 3、公司与仁宝电脑签订合同的时间中，公司及子公司重庆鼎佳绝缘材料有限公司为 2012 年 4 月 1 日，公司子公司昆山市鼎佳电子材料有限公司为 2011 年 10 月 26 日，公司子公司昆山飞博特电子科技有限公司为 2020 年 4 月 10 日；

注 4、公司与和硕科技签订合同的时间中，公司签订时间为 2021 年 9 月 20 日，公司子公司昆山市鼎佳电子材料有限公司为 2014 年 5 月 6 日，公司子公司重庆鼎佳绝缘材料有限公司为 2012 年 1 月 14 日。

3、说明报告期内先送货后向海关申报的产品销售模式、数量、金额、涉及的主要客户情况，发生上述行为的背景和原因，是否构成重大违法违规行为，上述行为是否表明发行人存在重大内控缺陷，发行人收入确认依据是否充分，收入确认时点是否准确，采取的整改措施及有效性；是否存在其他违法违规事项或财务内控不规范行为，相关会计处理是否符合企业会计准则的规定

（1）说明报告期内先送货后向海关申报的产品销售模式、数量、金额、涉及的主要客户情况

“出口复进口”是一种企业运用海关特殊监管区域“境内关外”的特殊功能从而达成与境内非保税区客户完成外币交易的交易模式。在该种业务模式下，境内生产商通过在香港注册的境外全资子公司与相关客户进行交易。该业务模式下，具体交易流程如下：①客户向境外子公司下达采购订单；②境外子公司向境内生产商采购货物；③境内生产商根据最终客户的要求将货物发送至保税区；④境内生产商将货物由境内保税区发送至客户；⑤客户安排向境外子公司付款；⑥境外子公司向境内生产商付款。

报告期内，公司先送货后向海关申报产品的销售流程系公司先将客户所需产品直接送至客户后，再另行利用库存货物至海关补履行报关程序，属于对“出口复进口”业务模式的错误应用。

2021 年-2022 年度，公司先送货后向海关申报的产品销售数量、金额、涉及的主要客户情况具体如下：

单位：万 PCS、万元

主要客户	2022 年度		2021 年度	
	销售数量	销售金额	销售数量	销售金额
公司 A	432.02	114.73	2,907.65	737.85
公司 B	23.49	7.03	787.38	305.02
公司 C	92.64	34.57	866.60	326.59
合计	**548.15**	**156.33**	**4,561.63**	**1,369.46**

占当期营业收入比例	—	**0.48%**	—	**3.50%**

（2）发生上述行为的背景和原因，是否构成重大违法违规行为，上述行为是否表明发行人存在重大内控缺陷

报告期内，公司存在通过子公司香港鼎佳电子材料有限公司及香港鼎佳电子科技有限公司的向中国境内客户销售商品的行为。在此模式下，公司向客户收取美元并在满足出口退税的条件下申请了出口退税。在客户的交期时间较紧张同时公司人员对海关进出口业务的程序理解不深入的情况下，公司为了满足客户的及时交货需求，在未向海关申报的情况下直接将货物送达公司客户，并由客户签收。后续，公司利用另一批库存货物向海关进行补申报，在办理完出口手续后公司将该等货物从综保区取出回到公司。公司针对上述出口行为，在取得整套出口免抵退资料后，向税务局申请办理了出口免抵退流程并取得出口退税。

报告期内，公司曾存在将货物直接送达收货人，事后又利用库存货物至海关补申报的行为，公司从谨慎性角度已将该等销售调整为内销，并主动向主管税务机关申报补缴了相应的增值税及附加税税款等。该行为被昆山海关认定为违反《中华人民共和国海关法》第二十四条第一款之规定，未影响海关税款征收，根据《中华人民共和国海关法》第二十四条第一款、《中华人民共和国海关行政处罚实施条例》第十五条第(二)项的规定，对公司科处罚款人民币 0.05 万元整。

《中华人民共和国海关行政处罚实施条例》第十五条第(二)项规定:“影响海关监管秩序的，予以警告或者处 1000 元以上 3 万元以下罚款”。

公司已对相关违法行为进行了整改，并缴纳罚款、主动向主管税务机关申报补缴了相应的增值税及附加税税款等，公司上述行政处罚不属于情节严重的行政处罚，不会影响公司本次发行上市的实质条件。

公司上述行为的发生，主要系在客户交期时间较紧张同时公司人员对海关进出口业务的程序理解不深入，公司为了满足客户的及时交货需求而发生，不

属于重大内控缺陷。且公司已于 2022 年完成整改，并且整改后已健全内部控制制度。

（3）发行人收入确认依据是否充分，收入确认时点是否准确，采取的整改措施及有效性

公司从谨慎性角度已将该等销售调整为内销，按照客户签收时确认收入进行会计处理，收入确认依据为客户签收单，收入确认依据充分、收入确认时点准确。

公司采取的整改措施具体如下：

①对公司的销售与收款循环内控制度进行重新梳理，并优化完善公司内控制度，加强内控管理，要求各部门严格按照内控制度进行工作操作；

②公司于 2022 年开始对公司业务人员进行相关流程培训教育，严格要求公司相关人员必须在办理完报关流程后方可将货物送至客户处并取得客户签收单据；

③公司已完成相关数据统计工作，向国家税务总局昆山市税务局申报增值税及附加税并完成相关税费的缴纳工作。

通过执行以下程序，测试公司整改有效性，具体程序如下：

①对公司相关业务人员进行询问，了解公司现行报关、出货流程均严格按照内控制度进行，在办理完报关流程后再将货物送至客户指定地点并取得客户签收单据；

②对整改完毕后的签收单、报关单据等单据进行检查，未发现先送货后报关的情形。

综上所述，针对先送货后向海关申报的问题，公司已于 2022 年完成整改，经检查整改措施有效。

（4）是否存在其他违法违规事项或财务内控不规范行为，相关会计处理是否符合企业会计准则的规定

根据国家税务总局昆山市税务局出具的《税务事项证明》《无欠税证明》、国家税务总局重庆市铜梁区税务局出具的《无欠税证明》、国家税务总局东莞市税务局常平税务分局出具的《无欠税证明》、境外律师出具的《法律意见书》、公司确认，并经通过检索查询国家税务总局重大税收违法失信案件信息公布栏，报告期内，公司及其子公司不存在因违反税务相关法律、法规及规范性文件的规定受到行政处罚的情形。

公司对照《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第 2 号》“2-10 财务内控不规范情形”的要求进行全面自查，报告期内具体情况如下表：

序号	财务内控不规范的情形	是否存在相关情形	是否已整改
1	无真实业务支持情况下，通过供应商等取得银行贷款或为客户提供银行贷款资金走账通道（简称“转贷”行为）	否	不适用
2	向关联方或供应商开具无真实交易背景的商业票据，通过票据贴现获取银行融资	否	不适用
3	与关联方或第三方直接进行资金拆借	否	不适用
4	频繁通过关联方或第三方收付款项，金额较大且缺乏商业合理性	否	不适用
5	利用个人账户对外收付款项	否	不适用
6	出借公司账户为他人收付款项	否	不适用
7	违反内部资金管理规定对外支付大额款项、大额现金收支、挪用资金	否	不适用
8	被关联方以借款、代偿债务、代垫款项或者其他方式占用资金	否	不适用
9	票据与印章管理不规范	否	不适用
10	会计账簿及凭证管理不规范，存在账外账	否	不适用
11	在销售、采购、研发、存货管理等重要业务循环中存在财务内控重大缺陷	否	不适用

报告期内，公司不存在其他财务内控不规范情形。

综上所述，报告期各期公司不存在其他违法违规事项或财务内控不规范行为，相关会计处理符合企业会计准则的规定。

（二）关于不同销售模式收入确认情况

1、补充披露报告期各期采取不同销售模式的客户数量、收入金额及占比，

不同收入确认模式下主要客户的具体情况，包括但不限于客户名称、销售的主要产品及销售金额

（1）补充披露报告期各期采取不同销售模式的客户数量、收入金额及占比

公司已在招股说明书“第八节 管理层讨论与分析”之“三、盈利情况分析”之“（一）营业收入分析”之“4.主营业务收入按销售模式分类”中补充披露如下：

“报告期各期采取不同销售模式的客户数量、主营业务收入金额及占比情况如下：

单位：万元

销售类型	销售模式	2024年度			2023年度		
		客户数量	收入金额	占比（%）	客户数量	收入金额	占比（%）
内销	签收结算	343	21,488.43	53.22	283	20,314.87	55.82
	寄售	7	1,583.78	3.92	8	1,371.74	3.77
小计		350	23,072.21	57.14	291	21,686.61	59.59
外销	DDU/DDP	28	4,269.80	10.57	18	3,465.63	9.52
	FOB/CIF	32	11,373.75	28.17	29	10,251.36	28.17
	寄售	3	1,662.37	4.12	2	988.14	2.72
小计		60	17,305.92	42.86	49	14,705.14	40.41
合计		410	40,378.13	100.00	340	36,391.75	100.00

（续上表）

销售类型	销售模式	2022年度		
		客户数量	收入金额	占比（%）
内销	签收结算	260	16,429.38	50.36
	寄售	4	1,633.32	5.01
小计		264	18,062.71	55.37
外销	DDU/DDP	14	5,606.00	17.18
	FOB/CIF	22	7,627.28	23.38
	寄售	2	1,326.42	4.07

小计	38	14,559.70	44.63
合计	302	32,622.41	100.00

注：上述客户数量按照法人主体统计。

报告期内，公司存在多种销售模式，内销模式下分为签收结算、寄售两种，外销模式下分为 FOB/CIF、DDU/DDP、寄售三种，公司内销模式下客户数量分别为 264 家、291 家和 350 家，其中签收结算的客户数量最多，各期收入占比分别为 50.36%、55.82%和 53.22%；外销模式下客户数量分别为 38 家、49 家和 60 家，其中 FOB/CIF 的客户数量最多，各期收入占比分别为 23.38%、28.17%和 28.17%；内、外销模式下主营业务收入呈先降后升趋势，主要系受到下游产品需求量波动所致。”

（2）不同收入确认模式下主要客户的具体情况，包括但不限于客户名称、销售的主要产品及销售金额

①公司内销模式下以签收方式确认收入业务主要客户的销售产品及金额情况

公司内销模式下以签收方式确认收入业务主要客户的销售产品及金额情况如下：

单位：万元

主要客户集团名称	主要销售产品	2024 年度	2023 年度	2022 年度
巨腾国际*1	功能性产品	2,950.04	2,969.87	2,752.02
纳天柯*2	防护性产品	1,487.49	1,017.26	-
台达电子*3	防护性产品	2,239.87	3,528.95	2,345.15
炳荣精密*4	功能性产品	1,086.33	1,334.82	517.93
神基股份*5	功能性产品	388.75	435.68	435.77
英力股份*6	功能性产品	915.92	746.29	379.14
合计		9,068.40	10,032.87	6,430.01

注 1：巨腾国际包括：巨腾（内江）资讯配件有限公司、巨宝精密加工（江苏）有限公司、大昶（重庆）电子科技有限公司、苏州大智资讯配件有限公司等；

注 2：纳天柯包括纳天柯包装辅料(上海)有限公司及其下属企业；

注 3：台达电子包括：中达电子(江苏)有限公司、台达电子（重庆）有限公司、台达电子（东莞）有限公司等；

注 4：炳荣精密包括：苏州炳荣精密五金制品有限公司、重庆炳荣精密制造有限公司等；

注 5：神基股份包括：汉达精密电子（昆山）有限公司、苏州汉扬精密电子有限公司等；
注 6：英力股份包括：安徽英力电子科技股份有限公司、英力电子科技（重庆）有限公司、真准电子（昆山）有限公司等。

②公司内销模式下以寄售方式确认收入业务主要客户的销售产品及金额情况

公司内销模式下以寄售方式确认收入业务主要客户的销售产品及金额情况如下：

单位：万元

主要客户集团名称	主要销售产品	2024 年度	2023 年度	2022 年度
立讯精密*1	功能性产品、防护性产品	**1,554.16**	1,342.48	1,570.87
康舒科技*2	功能性产品	**29.62**	29.26	62.45
合计		**1,583.78**	**1,371.74**	**1,633.32**

注 1：立讯精密包括：日善电脑配件（嘉善）有限公司、苏州立讯技术有限公司、日达智造科技（如皋）有限公司等；
注 2：康舒科技包括：重庆市铜梁区沪华五金电子有限公司等。

③公司外销模式下以 DDU/DDP 方式确认收入业务主要客户的销售产品及金额情况

公司外销模式下以 DDU/DDP 方式确认收入业务主要客户的销售产品及金额情况如下：

单位：万元

主要客户集团名称	主要销售产品	2024 年度	2023 年度	2022 年度
神基股份	功能性产品	**2,135.20**	1,262.15	2,259.94
康舒科技	功能性产品	**739.10**	558.55	653.05
可成科技*1	功能性产品	**555.24**	671.40	1,237.93
巨圣国际	功能性产品	**553.26**	536.65	73.18
南通祐嘉	功能性产品	**132.60**	-	-
仁宝电脑*2	功能性产品	**0.92**	329.74	563.98
复盈新材	功能性产品	**-1.29**	27.04	587.64
合计		**4,115.03**	**3,385.53**	**5,375.72**

注 1：可成科技包括：可成科技股份有限公司、可功科技（宿迁）有限公司等；
注 2：仁宝电脑包括：仁宝资讯工业（昆山）有限公司、仁宝电脑（成都）有限公司、仁宝电脑（重庆）有限公司、仁宝电子科技（昆山）有限公司等。

④公司外销模式下以 FOB/CIF 方式确认收入业务主要客户的销售产品及金额情况

公司外销模式下以 FOB/CIF 方式确认收入业务主要客户的销售产品及金额情况如下：

单位：万元

主要客户集团名称	主要销售产品	2024 年度	2023 年度	2022 年度
仁宝电脑*1	功能性产品	**8,216.47**	7,944.14	5,301.55
和硕科技*2	功能性产品	**1,877.37**	1,246.51	1,362.83
TECHNO QUARTZ INC*3	防护性产品	**708.91**	425.95	790.36
神基股份	功能性产品	**216.82**	471.06	26.06
合计		**11,019.57**	**10,087.66**	**7,480.80**

注 1：仁宝电脑包括：仁宝电脑工业股份有限公司、仁宝电脑（成都）有限公司、仁宝电脑（重庆）有限公司、仁宝信息技术（昆山）有限公司、仁宝资讯工业（昆山）有限公司等；
注 2：和硕科技包括：和硕联合科技股份有限公司、凯全电子（重庆）有限公司、凯硕电脑（苏州）有限公司、名硕电脑（苏州）有限公司、旭硕科技（重庆）有限公司等；
注 3：TECHNO QUARTZ INC 包括：TECHNO QUARTZ INC、杭州泰谷诺石英有限公司等。

⑤公司外销模式下以寄售方式确认收入业务主要客户的销售产品及金额情况

公司外销模式下以寄售方式确认收入业务主要客户的销售产品及金额情况如下：

单位：万元

主要客户集团名称	主要销售产品	2024 年度	2023 年度	2022 年度
仁宝电脑*1	功能性产品	**683.07**	-	-
联想集团*2	功能性产品	**473.26**	471.80	640.85
康舒科技	功能性产品	**535.65**	516.35	685.58
合计		**1,691.98**	**988.15**	**1,326.43**

注 1：仁宝电脑系 COMPAL (VIETNAM) CO., LTD；
注 2：联想集团系联宝（合肥）电子科技有限公司。

由上表可知，报告期内，不同销售模式下主要客户集团较为稳定；2024 年**度**寄售模式下新增仁宝电脑主要系公司与仁宝电脑子公司业务需求所致。

2、结合同行业可比公司情况，按照境内、境外分类说明寄售模式是否符合行业惯例；说明公司报告期内对主要寄售客户的销售情况、关于寄售货物与客户的主要权利义务约定，包括但不限于销售的产品类型、交易金额、寄售模式下公司与客户的对账方式、对账凭据、对账周期；是否存在同一客户既有寄售模式，又有其他销售模式的情形；结合上述情况及对账时间与领用时间的差异、双方关于产品使用数量存在差异的处理方式，以及有关产品调拨入库、领用出仓、领用开票等方面的内控制度的制定和执行情况，说明该模式下收入确认金额是否准确，是否存在通过调整对账时间等方式调整收入的情形，对寄售模式下不同客户执行的收入确认政策是否存在差异

（1）结合同行业可比公司情况，按照境内、境外分类说明寄售模式是否符合行业惯例

公司的同行业可比公司境内、境外寄售模式情况如下：

主体	境内寄售模式处理	境外寄售模式处理
达瑞电子（300976.SZ）	未见披露有关寄售模式的处理	
光大同创（301387.SZ）	根据与客户签订的合同或订单要求，将产品送达客户指定的 VMI 仓库，由客户领用后确认收入，未单独披露境外寄售模式处理，视同境内、境外一致	
捷邦科技（301326.SZ）	公司将产品交付至客户指定的供应商管理库存仓库，客户根据其生产需求自供应商管理库存仓库领用产品，公司在客户领用产品后根据实际领用产品数量及金额确认收入实现	在 VMI 销售模式下，公司确认外销收入的时点为客户领用，依据客户领用报表中从 VMI 仓领用数量及单价确认销售收入
鸿富瀚（301086.SZ）	根据客户自 HUB 仓领用情况定期结算并以结算单金额确认收入，未单独披露境外寄售模式处理，视同境内、境外一致	
恒铭达（002947.SZ）	公司将产品交付至客户指定的 VMI 仓库，客户根据其生产需求自 VMI 仓库领用产品，公司按客户实际领用产品数量及金额确认收入实现，未单独披露境外寄售模式处理，视同境内、境外一致	
本公司	客户根据其生产需求自寄售仓库领用产品，公司在客户领用产品后根据当月实际领用产品数量及金额按月确认收入	

注：数据来源为上述公司公布的定期报告或招股说明书

公司境内、境外的寄售模式处理方法均为自客户实际领用产品数量及金额作为收入确认时点，与同行业可比公司处理方法一致，符合行业惯例。

（2）说明公司报告期内对主要寄售客户的销售情况、关于寄售货物与客户的主要权利义务约定，包括但不限于销售的产品类型、交易金额、寄售模

式下公司与客户的对账方式、对账凭据、对账周期

报告期内，公司采取寄售模式的主要客户名称、销售产品类型、交易金额情况如下：

单位：万元

主要客户名称	销售内容	2024 年度	2023 年度	2022 年度
立讯精密	防护性产品、功能性产品	**1,554.16**	1,342.48	1,570.87
仁宝电脑	功能性产品	**683.07**	-	-
联想集团	功能性产品	**473.26**	471.80	640.85
康舒科技	功能性产品	**535.65**	545.61	748.03
合计		**3,246.15**	**2,359.89**	**2,959.75**

报告期内，公司与寄售客户约定的主要权利条款、对账方式、对账凭据和对账周期如下表所示：

单位：万元

客户名称	货物控制权转移条款	对账方式	对账凭据	对账周期
康舒科技	寄售物资在客户未领用前，其所有权和风险负担仍属于公司	每月固定期间进行邮件对账	领用明细、对账单	上月 1 日-上月 31 日
联想集团	寄售物料在客户未领用前，其所有权仍归属于公司，产品领用后所有权和风险责任转移给客户	每月固定期间进行邮件/系统对账	领用明细、对账单	上月 1 日-上月 31 日
立讯精密*1	客户依实际需求从寄售仓库领料入客户之生产线仓库或其指定之厂商时，视为交货，所领取物料之风险与所有权由公司转移给客户	每月固定期间进行**系统**对账	领用明细、对账单	上月 11 日-本月 10 日
立讯精密*2	在客户受领产品后或双方完成结转程序后，产品的所有权和风险由公司转移给客户。受领系指产品进入客户生产线或客户指定之厂房	每月固定期间进行邮件对账	领用明细、对账单	上月 15 日-本月 14 日
仁宝电脑	寄售物资在客户未领用前，其所有权和风险负担仍属于公司	每月固定期间进行邮件对账	领用明细、对账单	上月 1 号-上月 31 号

注 1：指立讯精密集团下日善电脑配件（嘉善）有限公司；

注 2：指立讯精密集团下昆山立讯射频科技有限公司，该公司自 2022 年 9 月更名为苏州立讯技术有限公司。

除与客户对账外，公司还采取以下措施对寄售仓存货进行管控：

①业务人员不定期前往客户寄售仓库/供应商管理第三方仓库，与对方采

购和仓管人员当面沟通货物流转和结存情况；如发现有长期未领用的，与客户沟通处理方案；

②公司每半年对寄售仓库的库存进行盘点，如存在差异，公司与客户共同查找原因并进行处理。

（3）是否存在同一客户既有寄售模式，又有其他销售模式的情形

报告期内，公司对同一客户同时存在寄售和非寄售销售模式的情形，具体销售情况如下表所示：

单位：万元

客户名称	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	寄售	非寄售	寄售	非寄售	寄售	非寄售
立讯精密	1,554.16	4.79	1,342.48	1.07	1,570.87	171.97
康舒科技	535.65	739.64	545.61	558.95	748.03	654.24
仁宝电脑	683.07	8,255.29	-	-	-	-
合计	2,772.88	8,999.72	1,888.09	560.02	2,318.90	826.21

立讯精密、康舒科技和仁宝电脑均属于消费电子领域中知名制造服务商或组件生产商，其部分子公司出于精益生产需要采用寄售模式，部分子公司未采用寄售模式。出于响应客户需求及建立长久合作关系的考虑，公司与同一客户同时存在寄售模式和非寄售模式的情形，对同一客户采用不同销售模式具有合理性。

（4）结合上述情况及对账时间与领用时间的差异、双方关于产品使用数量存在差异的处理方式，以及有关产品调拨入库、领用出仓、领用开票等方面的内控制度的制定和执行情况，说明该模式下收入确认金额是否准确，是否存在通过调整对账时间等方式调整收入的情形，对寄售模式下不同客户执行的收入确认政策是否存在差异。

报告期内，公司与寄售客户的对账周期、对账时间如下表所示：

寄售客户	对账周期	对账时间
康舒科技	上月 1 日-上月 31 日	每月 10 日前

联想集团	上月 1 日-上月 31 日	每月月初
立讯精密*1	上月 11 日-本月 10 日	每月 10 日-15 日
立讯精密*2	上月 15 日-本月 14 日	每月 15 日
仁宝电脑	上月 1 日-上月 31 日	每月 15 日

注 1：指立讯精密集团下日善电脑配件（嘉善）有限公司；
注 2：指立讯精密集团下昆山立讯射频科技有限公司，该公司自 2022 年 9 月更名为苏州立讯技术有限公司。

寄售模式下公司在每月固定期间内与客户对账，双方就对账周期内产品领用情况进行确认。报告期内，客户寄售仓库/供应商管理第三方仓库对寄售产品管理清晰，若双方对于产品使用数量存在差异，双方共同查明差异原因，明确责任主体，协商处理。

公司制定了《苏州鼎佳精密科技股份有限公司 VMI 库存管理内部控制制度》以进行寄售模式销售与库存管理，对寄售模式发货、领用、对账等环节等进行了明确规定。公司根据客户需求信息将货物运抵客户寄售仓库/供应商管理第三方仓库，双方核对无误后办理入库；客户领用后，会通过供应商管理平台或通过邮件等方式进行对账并形成对账单；经审核后根据该对账单开具增值税专用发票。收入确认的具体依据为系统数据或邮件确认的寄售货物领用清单。公司建立了具有针对性和有效的寄售业务内控管理制度并严格按照相关内控制度要求执行，报告期内相关内控措施健全有效，收入确认金额准确。

公司与寄售模式客户主要通过系统及邮件方式对账，以领用明细为对账依据。双方根据约定定期对账，对账时点周期根据不同客户交易习惯和实操便利性存在一定差异。报告期内，公司与上述客户按照领用时点确认收入，对账方式、对账周期及时点未发生过变动，不存在调整对账时间以调节收入的情形，且对寄售模式下不同客户执行的收入确认政策不存在差异。

3、结合不同销售模式下主要客户有关产品交付、保管、所有权及风险转移的具体约定，说明相关保险、运输、仓储期间发生货损等情况下费用与责任承担的约定情况，并列示报告期内公司不同销售模式下的费用内容、金额、会计处理方式。

报告期内，公司在不同销售模式下主要客户有关产品交付、保管、所有权

及风险转移的具体约定，以及相关保险、运输、仓储期间发生货损等情况下费用与责任承担情况如下：

项目	签收结算	DDU/DDP	FOB/CIF	寄售
交付与保管	公司将产品送至客户指定地点进行交付			
所有权及风险转移	产品交付或验收合格后转移至客户	产品交付或验收合格后转移至客户	产品交付或客户验收合格后转移至客户	寄售产品在未领用前归公司所有，领用后转移至客户
保险费用承担	合同未约定，公司实际并未发生保险费用			
运费费用承担	合同未明确约定，实际由公司承担	合同未明确约定，实际由公司承担自公司所在地运输到客户指定目的地发生的费用	合同未明确约定，实际由公司承担自公司所在地运输到客户指定目的地发生的费用	合同未明确约定，实际由公司承担
存货毁损灭失	交付后客户承担			如系第三方寄售仓管理不善导致损毁灭失，由仓库管理方承担仓储期间商品发生毁损的责任，如系客户向公司提供保管产品所需的仓库，由公司承担仓储期间商品发生毁损的责任

在不同销售模式下，公司主要费用为运输费、仓储费、报关费等运杂费，报告期各期，公司运杂费等相关费用金额分别为 677.18 万元、752.82 万元和 868.09 万元，呈现先降后升趋势，与营业收入变动趋势一致。公司对于不同的销售模式均采用物流货运、快递配送、厂车自送三种方式运输。

报告期内，按照不同运输方式产生的运输费金额和占比如下：

单位：万元

运输方式	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
物流货运	500.15	68.59%	403.40	61.25%	410.72	68.21%
快递配送	145.64	19.97%	148.36	22.53%	98.02	16.28%
厂车自送	83.40	11.44%	106.85	16.22%	93.40	15.51%

合计	**729.19**	**100.00%**	**658.61**	**100.00%**	**602.13**	**100.00%**
营业收入	**40,760.68**		36,662.93		32,890.85	
占营业收入比	**1.79%**		1.80%		1.83%	

报告期各期，公司运输费金额分别为 602.13 万元、658.61 万元和 **729.19** 万元，占营业收入比分别为 1.83%、1.80%和 **1.79%，保持基本稳定**。

根据新收入准则的规定，公司将销售产品控制权转移之前发生的运输费、仓储费、报关费等运杂费计入营业成本中。

（三）境外收入真实性

1、按照国际贸易术语的相关定义，说明境内保税区、出口复进口、境外销售的含义及划分标准，三种销售区域下的结算方式、跨境资金流动情况、结换汇情况，是否符合行业惯例；

（1）按照国际贸易术语的相关定义，说明境内保税区、出口复进口、境外销售的含义及划分标准

境内保税区：指在中国境内设立的、具备保税加工、保税仓储、进出口贸易和进出口商品展示等功能的海关特殊监管区域。

出口复进口：是一种企业运用海关特殊监管区域“境内关外”的特殊功能从而达成与境内非保税区客户完成外币交易的交易模式。

境外销售：指在国际贸易中，将商品销售给位于不同国家或中国大陆以外的地区的买方的行为。

划分标准：主要依据货物的流动和监管方式进行划分。公司境内保税区销售为公司直接向中国境内保税区客户进行销售，由公司及子公司完成海关出口申报并将货物运至境内保税区，客户进行签收确认后双方完成境内保税区交易过程；出口复进口销售为公司境内生产主体在向海关办理出口申报手续并向香港子公司出口货物，并将货物运至境内保税区，完成报关出口,客户或委托第三方向海关办理进口申报手续，并将货物运至其境内厂区签收确认，完成报关进口；境外销售为公司将产品销售至中国台湾、日本、越南等国家或地区。

（2）三种销售区域下的结算方式、跨境资金流动情况、结换汇情况，是否符合行业惯例

公司与境外客户的结算方式主要为电汇，结算货币主要为美元，跨境资金流入主要为境外销售回款。

报告期内，公司及其子公司收付汇、结换汇的原币情况如下：

单位：万美元

销售区域	项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
境内保税区	收汇	**1,401.20**	1,362.22	1,942.54
出口复进口	收汇	**497.63**	292.42	713.59
境外销售	收汇	**173.45**	157.07	279.74
结汇		**1,432.90**	243.80	1,220.10

报告期内，公司已在具有经营外汇资质的银行开立了收取外汇的外币账户，以出口报关单据等出口单证办理了出口收汇手续，并通过指定银行进行收汇及结算。

公司客户直接付汇，不存在受到外汇管制由第三方代付情形，公司涉外销售的结算方式、跨境资金流动及结换汇行为均符合国家外汇及税务等相关法律法规的规定，符合行业惯例。

2、按不同销售区域及对应的销售模式，分别列示主要客户情况及销售金额，说明收入确认金额是否准确

报告期内，不同销售区域及对应的销售模式主要客户情况及销售金额如下表所示：

单位：万元

销售区域	销售模式	主要客户名称	2024 年度	2023 年度	2022 年度
境内保税区	FOB/CIF	仁宝电脑	**8,135.95**	7,644.26	5,267.86
		和硕科技	**1,877.37**	1,246.51	1,362.83
		神基股份	**-**	418.70	-
		TECHNO QUARTZ INC	**568.81**	349.80	653.31

	DDU/DDP	神基股份	**1,187.62**	683.81	1,592.11
		仁宝电脑	**0.92**	329.74	563.98
	VMI	联想集团	**473.26**	471.80	640.85
合计			**12,243.93**	**11,144.62**	**10,080.94**
出口复进口	DDU/DDP	神基股份	**947.58**	578.34	667.84
		康舒科技	**714.84**	558.55	653.05
		巨圣国际有限公司	**552.20**	536.65	73.18
		苏州复盈新材股份有限公司	**-1.29**	27.04	587.64
		可成科技	**23.68**	18.44	186.97
	VMI	康舒科技	**506.03**	516.35	685.58
合计			**2,743.04**	**2,235.37**	**2,854.26**
境外销售	FOB/CIF	仁宝电脑	**80.52**	299.88	33.69
		TECHNO QUARTZ INC	**140.10**	76.16	137.05
		华硕集团	**11.05**	14.01	63.39
		神基股份	**216.82**	52.36	26.06
	DDU/DDP	可成科技	**531.55**	652.97	1,050.96
	VMI	仁宝电脑	**683.07**	-	-
合计			**1,663.11**	**1,095.38**	**1,311.15**

神基股份、仁宝电脑在保税区内不同模式间的收入变动主要系集团内不同交易主体间变动以及模式变更所致。

报告期内，公司外销收入分为 DDU/DDP、FOB/CIF 贸易方式和 VMI 模式，各模式满足《企业会计准则》中取得商品控制权的相关规定，公司在取得相关签收单/报关单据/领用通知单时确认收入，符合《企业会计准则》的相关规定，公司收入确认金额准确。

3、说明通过保税仓交货对应的主要客户及性质（如经销商、贸易商与生产商）、保税仓地点、存放时间、货物后续去向、仓库租赁及仓储费用承担情况，是否存在货物在保税仓长期滞留、期末已确认收入但未发运情形

（1）说明通过保税仓交货对应的主要客户及性质（如经销商、贸易商与生产商）、保税仓地点、存放时间、货物后续去向、仓库租赁及仓储费用承担情况

报告期内，公司通过保税仓交货的主要客户及性质（如经销商、贸易商与生产商）、保税仓地点、存放时间、货物后续去向、仓库租赁及仓储费用承担情况如下：

主要客户	具体客户名称	性质	保税仓地点
仁宝电脑	仁宝电脑（成都）有限公司	生产商	中国（四川）自由贸易试验区成都市高新综合保税区（双流园区）
	仁宝电脑（重庆）有限公司	生产商	重庆渝北两路寸滩保税港空港功能区
	仁宝电子科技（昆山）有限公司	生产商	昆山综合保税区
	仁宝信息技术（昆山）有限公司	生产商	昆山综合保税区
	仁宝资讯工业（昆山）有限公司	生产商	昆山综合保税区
	COMPAL(VIETNAM)CO.,LTD	生产商	广西凭祥综合保税区
神基股份	汉达精密电子（昆山）有限公司	生产商	昆山综合保税区
和硕科技	和硕联合科技股份有限公司	生产商	苏州高新区综合保税区
	凯全电子（重庆）有限公司	生产商	重庆渝北两路寸滩保税港空港功能区
	凯硕电脑（苏州）有限公司	生产商	苏州高新区综合保税区
	名硕电脑（苏州）有限公司	生产商	苏州高新区综合保税区
	世硕电子（昆山）有限公司	生产商	昆山综合保税区
	旭硕科技（重庆）有限公司	生产商	重庆渝北两路寸滩保税港空港功能区
TECHNO QUARTZ INC	杭州泰谷诺石英有限公司	生产商	杭州综合保税区
联想集团	联宝（合肥）电子科技有限公司	生产商	合肥经济技术开发区综合保税区

报告期内，公司存在以下两种情形通过保税仓中转货物：

①出口拼箱

出口拼箱业务，是指拼箱公司将承揽的不同收货人的小件货物，拼装入集装箱后将整箱交付船公司承运的一种国际货物运输方式。相较采用整箱出口方式,采用拼箱方式出口订箱更容易,能有效节约等箱时间，具有操作简单便捷、

成本低的优势，且满足小批量走货客户需求，在节省整体物流运输成本的同时，也提升了产品物流效率。

公司出口拼箱业务流程，是指公司将货物通过快递等方式将产品邮寄至指定仓库，或者委托货代公司上门提货，由货代公司根据货物的性质、数量等因素，将多个货物拼装在一个或多个集装箱或运输工具内；拼箱完成后，货代公司将货物运送至海关指定监管仓库内卸货，货代公司协助公司完成出口报关和报检手续，报关手续完成后再重新装箱，开始货物运输过程。

公司的出口拼箱业务属于出口企业常见的一种操作形式，通常是在货运代理的整体安排下执行，执行的频次并不具备规律性，且并非针对公司某些特定客户才会使用，因此公司对任一境外客户的销售均有可能涉及出口拼箱。此外，海关监管区域或保税区仅作为货物在完成检验、报关前的临时存放地，因此货物的存放时间通常较短，也不涉及仓库租赁及仓储费用承担等情形。货物后续去向主要依据客户与公司协商的收货地址而定。

②进入特殊区域或出口监管仓库

对于进入特殊区域的货物,属于视同出口。根据《财政部国家税务总局关于出口货物劳务增值税和消费税政策的通知》(税[2012]39 号)，特殊区域共 7 类：出口企业经海关报关进入国家批准的出口加工区、保税物流园区、保税港区、综合保税区、珠澳跨境工业区（珠海园区）、中哈霍尔果斯国际边境合作中心（中方配套区域）、保税物流中心（B 型）。本公司涉及的相关情形主要系应客户方要求,将产品发送至境内的综合保税区。属于出口业务中较为常见的类型，符合行业惯例。

公司在货物进入特殊区域的情形涉及的主要客户中，联宝（合肥）电子科技有限公司对应保税仓位于合肥经济技术开发区综合保税区，该保税仓系公司向深圳市前海晨供应链管理有限公司租赁，因此公司需承担相应租赁费，报告期各期仓储费分别为 0.81 万元、0.66 万元和 0.54 万元。根据报告期各期末自深圳市前海晨供应链管理有限公司处取得的进出存报表，报告期各期末不存在产品长期滞留的情况，存放时间均不超过 1 年。据了解，上述货物后续去向主

要为客户位于综合保税区内的生产车间。

除联宝（合肥）电子科技有限公司外，其他客户相关保税仓由客户租赁，因此需客户承担相应租赁费。由客户自行负责入仓后的商品管理即发出事宜，因此，公司无法确切了解产品在保税仓中的具体存放时间，但结合与客户日常的业务沟通，并考虑到公司与客户长久以来的业务持续性，且客户均为公司终端客户、期末公司产品结存较少，因此公司产品不存在于保税仓中长期存放的情形。

（2）是否存在货物在保税仓长期滞留、期末已确认收入但未发运情形

出口拼箱情形下，海关监管区域或保税区均为在产品报关出口流程中较为常见的一个临时存放地，因此货物不存在于此类仓库长期滞留的情形。只有在报关完成后，该部分货物才会离开监管区域而进行装船，公司根据报关单据确认收入，因此不存在期末已确认收入但未发运情形。

货物进入综合保税区的情形下，属于视同出口。公司在办妥海关报关手续且将各类产品运至客户指定地点（综合保税区），并向客户确认收货情况后才确认收入。该情形下不存在期末已确认收入但未发运情形。结合与客户日常的业务沟通，并考虑到公司与客户长久以来的业务持续性以及公司产品滞销的情形较少，因此可知公司产品不存在于保税仓中长期滞留的情形。

4、说明报告期内物流运输记录、资金划款凭证、发货验收单据、出口单证、海关数据、出口信用保险数据、外汇管理局数据、各期汇兑损益、出口退税数据等与公司境外销售收入是否匹配，并说明差异原因及合理性

（1）境外销售收入与发货验收单据金额、物流运输记录金额的匹配情况

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
账面外销收入①	**17,305.92**	14,730.27	14,559.70
发货验收单据对应收入②	**17,481.76**	14,723.84	14,406.97
上年发货本年确认收入③	**57.96**	64.39	217.12
本年发货下年确认收入④	**233.80**	57.96	64.39

发货签收单据调整后的收入⑤=②+③-④	**17,305.92**	14,730.27	14,559.70
差异⑥=⑤-①	-	-	-

2022 年度至 2024 年度，公司存在当年发出的发出商品未达到收入确认条件于次年确认收入的情形，剔除该因素影响后，发货及物流运输单据对应的收入与当期境外销售收入匹配。

公司不同境外销售模式的货物运输方式及运输承担情况如下：

境外销售模式	货物运输方式	运费承担
境内保税区	物流货运、快递配送、厂车自送	公司承担到达发运港的运输费用
出口复进口	物流货运、快递配送、厂车自送	公司承担货物运送到客户指定地点的运费
境外销售	物流货运、快递配送	公司承担到达发运港前的运输费用（可成科技股份有限公司：公司承担货物运送到客户指定地点的运费）

报告期内，公司销售的货物运输方式主要有物流货运、快递配送、厂车自送三种方式，不同境外销售模式下运费承担存在一定差异。报告期内，公司并未根据不同客户、不同销售区域选择特定的运输方式。

报告期内，公司销售运费与营业收入匹配性如下所示：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
运费	**729.19**	658.61	602.13
营业收入	**40,760.68**	36,662.93	32,890.85
运费占比	**1.79%**	**1.80%**	**1.83%**

报告期各期，公司销售运费占营业收入的比例分别为 1.83%、1.80%和 **1.79%，报告期内公司销售运费占营业收入比例保持基本稳定**。综上所述，报告期内，公司销售运费与营业收入具有匹配性，销售运费占比差异原因主要受货物运输方式结构占比变化和客户需求频率加快的影响所致。

（2）境外销售收入与资金划款凭证的匹配情况

报告期各期，公司外销收入回款均通过银行转账方式实现，收款情况如下表：

单位：万美元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
账面外销收入①	**2,417.46**	2,103.18	2,192.05
账面境外销售收款金额②	**2,072.28**	1,811.71	2,935.87
加：期末应收账款余额③	**1,362.36**	1,021.15	730.18
减：期初应收账款余额④	**1,021.15**	730.18	1,512.39
加：期初预收账款余额⑤	**0.19**	0.20	0.20
减：期末预收账款余额⑥	**0.06**	0.19	0.20
测算境外销售收入⑦=②+③-④+⑤-⑥	**2,413.62**	2,102.69	2,153.66
差异金额⑧=⑦-①	**-3.84**	-0.50	-38.39
差异率⑨=⑧/⑦	**-0.16%**	-0.02%	-1.78%
其中差异原因：			
先送货后报关调整收入金额⑩	**-**	-	27.88
实际差异⑪=⑦-(①+⑩)	**-3.84**	-0.50	-66.27
实际差异率（⑫=⑪/⑦）	**-0.16%**	-0.02%	-3.08%

除 2022 年度，因公司将先送货后向海关申报部分视同内销，导致公司外销收入与根据收款测算的外销收入之间存在差异。2022 年度境外收款金额较账面外销收入金额大，系公司 2021 年度销售额大幅增长，公司 2022 年度收回 2021 年销售款项较多。经对比分析，公司资金划款凭证与境外销售收入总体匹配，不存在实质性差异。

（3）境外销售收入与出口单证、海关数据的匹配情况

报告期各期，公司外销收入与海关出口数据之间的差异情况如下表所示：

单位：万美元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
账面外销收入①	**2,417.46**	2,103.18	2,192.05
海关出口数据②	**2,436.58**	2,123.96	2,228.99
差额（③=②-①）	**19.12**	20.77	36.94
差异率（④=③/②）	**0.78%**	0.98%	1.66%
其中差异原因：			
时间性差异⑤	**6.54**	0.75	5.57
视同内销处理⑥	**-**	-	27.88

货样广告品⑦	**1.09**	4.09	6.13
其他差异⑧	**-**	-	-4.09
实际差异⑨=③-⑤-⑥-⑦-⑧	**11.49**	15.93	1.45
实际差异率（⑩=⑨/②）	**0.47%**	0.75%	0.07%

注：海关出口数据来源于海关电子口岸数据。

报告期各期，公司外销收入低于海关出口数据，与海关出口数据差异率分别为 1.66%、0.98%和 **0.78%**，差异的主要原因为：

①公司收入确认时点与海关出口报关时点存在时间性差异

在 DDU/DDP 贸易模式下，公司确认外销收入的时点为客户签收，比如可成科技股份有限公司。根据《中华人民共和国海关统计条例》，海关统计出口货物的日期，按照办结海关手续的日期统计。因此，在 DDU/DDP 模式下海关申报时点与收入确认时点存在时间性差异。

在寄售模式下，公司确认外销收入的时点为客户领用。如合肥联宝寄售仓设置在保税区内，已完成报关手续放置在寄售仓但客户尚未领用的货物仍属于公司存货。因此，在寄售模式下，海关申报时点与收入确认时点存在时间性差异。

综上所述，时间性差异系公司收入确认时点与海关出口报关数据统计口径存在差异引起。

②视同内销

报告期内，公司曾存在将货物直接送达收货人，事后又利用库存货物至海关补申报的行为，公司从谨慎性角度已将该等销售调整为内销，并主动向主管税务机关申报补缴了相应的增值税及附加税税款，故账面外销收入金额与出口申报金额存在一定差异。

③货样广告品

公司新产品在正式供货前需经过试样过程，公司会以货样广告品名义将外销客户的样品进行申报出口，公司对该部分货样广告品并未确认收入，故与出

口申报金额存在一定差异。

综上，公司外销收入与海关出口数据存在一定差异，差异原因系公司收入确认时点与海关出口报关数据统计时点存在差异、外销收入视同内销处理引起账面外销收入金额与出口申报金额存在差异、货样广告品进行申报出口但账面未确认收入引起账面外销收入金额与出口申报金额存在差异，上述差异原因具有合理性，外销收入与海关数据相匹配。

（4）境外销售收入与出口信用保险数据的匹配情况

出口信用保险是承保出口商在经营出口业务的过程中防止因进口商的商业风险或进口地的政治风险而遭受损失的一种信用保险，该保险并非外销业务中的强制险种，故公司报告期内未购买出口信用保险，境外销售收入与出口信用保险数据无法匹配。

报告期各期，公司**主要**境外客户的资信情况如下所示：

序号	公司名称	注册地	资信情况
1	可成科技股份有限公司	中国台湾	成立于 1984 年，系台湾证券交易所上市公司
2	TECHNO QUARTZ INC	日本	成立于 1976 年，系东京证券交易所上市公司
3	华硕电脑股份有限公司	中国台湾	成立于 1990 年，系台湾证券交易所上市公司
4	DELTA ELECTRONICS（THAILAND）PUBLIC CO.,LTD.	泰国	成立于 1971 年，系台湾证券交易所上市公司台达电子子公司，近年来台达电子从关键元器件制造商转型为整体节能解决方案提供者，系知名电子产品制造商
5	MPT Solution （Vietnam） Company Limited	越南	成立于 2005 年，系台湾证券交易所上市公司神基股份子公司
6	仁宝电脑工业股份有限公司	中国台湾	成立于 1984 年，系台湾证券交易所上市公司
7	**COMPAL (VIETNAM)CO.LED.**	**越南**	**系台湾证券交易所上市公司仁宝电脑子公司**

从上表可知，公司境外地区客户大多为消费电子行业知名公司或其子公司，规模较大且信用状况良好，报告期内公司未发生因进口商的商业风险或进口地

的政治风险而遭受损失的情形。

报告期各期，公司境外地区销售占比情况如下表所示：

单位：万元

项目	**2024 年度**	2023 年度	2022 年度
境外销售收入	**1,799.39**	1,098.36	1,352.67
其中：**主要**境外客户销售收入金额	**1,654.79**	1,095.38	1,315.89
主营业务收入	**40,378.13**	36,391.75	32,622.41
境外销售占比	**4.46%**	3.02%	4.15%
其中：**主要**境外客户销售占比	**4.10%**	3.01%	4.03%

从上表可知，公司境外地区销售占主营业务收入的比例较低。

综上所述，公司境外地区销售占比较低、客户大多为规模较大且信用状况良好的国际知名公司，故公司并未购买由中信保等保险机构承保的保险。

公司已**通过**中国出口信用保险公司投保短期出口信用保险中小企业综合保险，**为应收账款提供保障**。

（5）境外销售收入与外汇管理局数据的匹配情况

由于外汇管理局不再提供检索全年结算外汇金额服务，公司未能获取该项数据。

（6）境外销售收入与各期汇兑损益的匹配情况

报告期各期，公司汇兑损益情况如下：

单位：万元

项目	**2024 年度**	**2023 年度**	**2022 年度**
汇兑损失	**421.43**	1,221.49	1,525.01
汇兑收益	**704.25**	1,196.07	2,989.95
汇兑损益合计（损失为"-",收益为"+"）	**282.83**	-25.42	1,464.95
外销收入	**17,305.92**	14,730.27	14,559.70
汇兑损益/外销收入	**1.63%**	-0.17%	10.06%

报告期内，美元兑人民币的汇率走势情况如下：

报告期内，公司的出口业务主要以美元结算。2022 年度随着人民币的大幅贬值，当期产生汇兑收益 1,464.95 万元；2023 年度，人民币对美元汇率存在一定波动，当期产生汇兑损失 25.42 万元；2024 年**度**，受人民币汇率小幅贬值及营业收入的时间性分布影响，当期产生汇兑收益 **282.83** 万元。

由于以外币结算的销售收入受到收入金额、发生时点、收款账期、结汇时点、汇率变动等多种因素的影响，因此，汇兑损益与外销收入之间存在一定勾稽关系，但不具有线性关系。

（7）境外销售收入与出口退税数据的匹配情况

报告期各期，公司外销收入与出口退税数据之间的差异情况如下表所示：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
外销收入①	**17,305.92**	14,730.27	14,559.70
出口退税申报外销收入②	**15,533.79**	11,691.61	6,983.56
差额（③=②-①）	**-1,772.13**	-3,038.66	-7,576.14
差异率（④=③/②）	**-11.41%**	-25.99%	-108.49%
其中差异原因：			
时间性差异⑤	**-1,551.23**	-2,793.11	-2,220.38

视同内销⑥	-	0.00	-5,694.31
实际差异⑦=③-（⑤+⑥）	-220.90	-245.55	338.55
实际差异率（⑧=⑦/②）	-1.42%	-2.10%	4.85%

①时间性差异

申请出口退税需要单证齐备，受单证传递时效性与税务机关审核等因素影响，故出口退税申报时间与收入确认时点相比存在一定差异。

②视同内销

报告期内，公司对存在报关瑕疵的销售业务视同内销处理并缴纳增值税，故外销收入金额与出口退税申报金额存在一定差异。

③其他差异

除时间性差异、视同内销外，因延期收汇备案办理不及时，无法正常申报出口退税以及报关金额与实际对账金额存在差异，导致外销收入与出口退税申报数据存在一定差异。

综上，公司外销收入与出口退税数据存在一定差异，差异原因系因单证传递时效性与税务机关审核等因素的影响，出口退税申报时间与收入确认时点相比存在一定差异，视同内销处理引起账面外销收入金额与出口退税申报金额存在差异，延期收汇备案办理不及时而无法正常申报出口退税，上述原因具有合理性，外销收入与出口退税数据相匹配。

（5）说明主要境外客户的结算方式、信用政策

报告期内，公司主要境外客户的结算方式、信用政策情况如下表所示：

客户名称	结算方式	信用政策
仁宝电脑	电汇	月结 120 天
神基股份	电汇	月结 120 天
可成科技	电汇	月结 135 天
和硕科技	电汇	月结 120 天
巨圣电子（昆山）有限公司	电汇	月结 120 天

康舒科技	电汇	月结 120 天
苏州复盈新材股份有限公司	电汇	月结 120 天
TECHNO QUARTZ INC	电汇	月结 90 天
华硕集团	电汇	月结 120 天

由上表可知，公司主要境外客户的结算方式以电汇为主，信用政策基本为月结 90-135 天。

二、申报会计师的核查情况

（一）核查程序：

就上述事项，我们主要执行了以下核查程序：

1.了解、评价公司销售与收款循环的内部控制制度、与收入确认相关的内部控制的设计有效性，并对关键控制流程运行的有效性进行了测试；

2.了解公司收入确认依据，评价收入确认依据是否符合企业会计准则规定；了解公司销售模式、销售收入确认政策，查阅公司报告期内主要客户销售合同及履约单据资料关于收入确认的条款内容，查阅公司报告期内主要客户销售合同，核查收入确认政策是否符合公司的实际经营情况，是否符合企业会计准则的要求；

3.查阅同行业可比公司销售模式、收入实现过程、相关产品的流转和控制权转移时点及收入确认依据，分析公司收入确认政策与同行业可比公司是否存在重大差异；

4.获取公司销售明细表及对应的记账凭证、合同、订单及邮件、送货单、报关单据、提单/签收单、对账单、发票及回款单据等资料，对报告期内大额销售进行细节测试和穿行测试，通过检查销售数量、销售单价、产品规格、收入确认时点等信息，评价收入是否记录于恰当的会计期间；对收入执行截止性测试，抽样核查签收单、报关单据、客户供应商管理系统发布的领用或入库列表等资料，将上述原始单据的签收日期或领用日期与公司收入确认日期进行比较，关注是否存在跨期事项；

5.对公司出口复进口业务中先送货后向海关申报的模式中涉及的客户进行实地走访，与客户的主要业务负责人或者经办人员了解业务发生的背景原因、是否履行报关手续等信息进行确认；

6.获取公司报告期内销售明细表，统计各期不同销售模式的客户数量、收入金额和占比及不同销售模式下主要客户的名称、销售的主要产品和销售金额。

7.查阅同行业可比公司公开披露信息，并将相关情况与公司进行对比，了解公司境内、境外关于寄售模式收入确认政策是否符合行业惯例；

8.获取并查阅公司报告期内销售明细表，了解寄售模式与非寄售模式的销售情况，对于同一客户同时存在寄售和非寄售销售模式的情形，向公司财务负责人、业务负责人了解情况；获取公司的寄售客户清单，并查阅寄售客户的销售合同和对账单，了解寄售模式下的对账时点、对账周期、对账时间与领用时间是否存在差异；获取部分寄售客户库存清单、领用对账单，核实对账单领用数据的准确性；

9.访谈公司财务负责人、业务负责人，了解公司寄售模式下的具体流程、存货流转和收入确认相关的内部控制管理制度，了解公司与客户之间的交易惯例、交易流程和结算流程等

10.查阅公司不同销售模式下主要客户签订的合同及相关协议，检查关于交货、运费承担、验收、存货管理、所有权转移、运费结算等条款约定内容；获取公司相关费用明细，并结合《企业会计准则》的要求分析会计处理的合规性；获取并查阅发行人报告期内运输费用明细表，了解运费承担方式及报告期内运费变动情况，向发行人业务负责人、财务负责人等相关人员了解变动原因及合理性，分析产品销售与运费的匹配情况；

11.获取公司各期美元账户的明细表，了解不同销售区域下的结算方式、跨境资金流动情况，统计不同销售区域下公司收付汇、结换汇金额

12.对公司境外销售和出口复进口业务执行穿行测试和收入截止性测试，通过抽取报告期内主要客户的产品合同、订单和邮件排程，并取得其对应的出

库单、出口报关单据、销售发票及银行收款回单等单据，并与记账凭证、财务数据进行核对；

13.查询消费电子行业上市及拟上市公司公开披露的信息，关注其存在出口复进口业务模式的原因，并将相关情况与公司进行对比，分析公司出口复进口业务是否符合行业惯例；

14.对公司相关业务人员进行访谈，了解通过保税仓交货的业务发生背景及原因、销售流程等，分析公司通过保税仓交货的合理性、是否存在期末已确认收入未发运的情形；

15.获取报告期内公司发货明细、美金账户银行明细账、海关电子口岸系统数据及出口退税申报数据、各期汇兑损益数据，将相关数据与公司境外销售收入进行比对，分析境外销售的真实性和准确性；将账面确认的外销收入与其进行对比分析，对主要境外客户执行走访程序；

16.查阅公司境内外前十大销售的销售合同，核查销售合同中主要合同条款，分析合同约定收入确认时点是否与公司收入确认政策相一致；

17.对报告期内公司主要客户执行函证程序，函证内容包括应收账款余额、销售收入金额及回款金额；

18.对主要客户进行走访，获取客户的营业执照复印件、工商资料、受访人身份证明等资料，对客户代表等执行访谈程序，了解其与公司的合作背景、合作模式、业务真实性、合同履行情况、定价方式、信用政策、结算方式、产品质量、是否存在争议或纠纷、未来合作意愿等内容，询问客户是否与公司及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员之间是否存在关联关系、是否与公司关联方存在往来。

（二）核查意见：

经核查，我们认为：

1. 报告期内，对于境内外销售业务，公司均取得了充分的收入确认依据，

收入确认政策符合《企业会计准则》的相关规定，与行业惯例保持一致；

2. 报告期内，公司内外销收入按照制定的会计政策取得收入确认依据后才予以确认，收入确认时点准确，不存在延迟或提前确认收入情形；

3. 公司建立了具有针对性和有效的销售业务内控管理制度并严格按照相关内控制度要求执行；

4. 公司已分别按照境内、境外分类列表说明各期前十大销售合同的客户名称、合同内容等主要条款；

5. 报告期内，先送货后向海关申报的产品销售金额占营业收入比例较小；

6. 公司报告期内存在的先送货后向海关申报的行为不属于重大内控缺陷；

7. 公司已对先送货后向海关申报相关违法行为进行了整改，公司上述行政处罚不属于情节严重的行政处罚，不会影响本次发行上市的实质条件，未构成重大违法违规行为；

8. 公司从谨慎性角度已将先送货后向海关申报的对应销售调整为内销，按照签收结算收入确认原则在向客户交付货物、客户签收货物时确认收入，收入确认依据为客户签收单，收入确认依据充分、收入确认时点准确；

9. 针对先送货后向海关申报的问题，公司已于 2022 年完成整改，经检查整改措施有效；

10.报告期各期公司不存在其他违法违规事项或财务内控不规范行为，各类会计处理符合企业会计准则的规定；

11.公司采取的境内、外寄售模式符合行业惯例；公司对同一客户采用不同模式销售合理；公司寄售模式下的销售符合《企业会计准则》收入确认相关规定，相关财务内控制度健全并有效执行；

12. 境内保税区、出口复进口、境外销售三种销售区域下的结算方式、跨境资金流动情况、结换汇情况符合行业惯例；

13.报告期内，公司营业收入真实、准确、完整，收入确认时点准确并符合《企业会计准则》的规定，不同销售区域对应的的销售模式的收入确认金额准确；

14.公司已充分说明通过保税仓交货对应的主要客户及性质、保税仓地点、存放时间、货物后续去向、仓库租赁及仓储费用承担情况；

15.货物进入综合保税区的情形下，属于视同出口。公司在办妥海关报关手续且将各类产品运至客户指定地点（综合保税区内仓库），并向客户确认收货情况后才确认收入，该情形下不存在期末已确认收入但未发运情形；

16.结合公司不同销售模式下收入确认政策及对主要客户销售合同的核查情况，不存在货物在保税仓长期滞留的情形；

17.公司境外销售收入与发货验收单据、物流运输记录、资金划款凭证互相匹配；

18.公司境外销售收入与海关出口数据、出口退税数据存在一定差异，差异原因具有合理性，境外销售已实现真实销售、最终销售；

19.由于外汇管理局不再提供检索全年结算外汇金额服务，公司未能获取该项数据。

三、结合对报告期内发行人与主要客户的销售合同核查情况，说明相关收入确认是否与发行人收入确认政策一致，是否存在虚增、跨期确认收入等情形，收入确认及列报是否符合企业会计准则的要求

1.对报告期内公司与主要客户的销售合同核查情况，其相关收入确认是否与公司收入确认政策一致，是否存在虚增、跨期确认等情形

对公司各项业务收入合同的核查情况，其合同或协议条款约定的内容是否与公司披露的收入确认方法相一致实施了以下核查程序：

①查阅报告期内主要客户销售合同，包括销售或服务内容、签收验收条款、质量保证条款等；

报告期各期，我们对公司营业收入合同核查比例如下：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
营业收入	**40,760.68**	36,662.93	32,890.85
合同核查金额	**31,857.53**	28,138.38	25,198.73
核查占比	**78.16%**	76.75%	76.61%

经核查，我们认为：公司合同或协议条款约定的内容与公司披露的收入确认方法相一致，不存在虚增、跨期确认收入等情形

②了解公司收入确认会计政策及各类业务收入确认的具体方法和依据；

③查阅同行业可比公司收入确认政策，关注公司收入确认政策是否符合行业惯例，与同行业可比公司是否存在重大差异；

④结合收入准则、合同条款、业务特征等分析公司相关业务收入的确认与计量依据是否与披露的收入确认方法相一致；

⑤对销售收入进行截止测试，检查收入是否确认于正确的财务报表期间。

经核查，申报会计师认为：公司合同或协议条款约定的内容与公司披露的收入确认方法相一致，不存在虚增、跨期确认收入等情形。

2.收入确认及列报是否符合企业会计准则的要求

公司在取得相关签收单/报关单据/领用数据时确认收入，满足《企业会计准则》中取得商品控制权的相关规定。发行人相关收入确认与其收入确认政策一致，报告期内发行人收入不存在虚增、跨期等情形，收入确认及列报符合《企业会计准则》的要求。

四、按照《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第 1 号》1-20 关于境外销售的相关规定进行核查

（一）核查说明

1、境外销售业务的开展情况，包括但不限于主要进口国和地区情况，主

要客户情况、与发行人是否签订框架协议及相关协议的主要条款内容，境外销售模式、订单获取方式、定价原则、信用政策等

（1）主要进口国和地区情况

公司外销方式与同行业可比公司相近，以境内保税区、境外销售为主。境内保税区销售模式为公司直接向中国境内保税区客户进行销售，由公司及子公司完成海关出口申报并将货物运至境内保税区，客户进行签收确认后双方完成境内保税区交易过程；出口复进口销售为公司境内生产主体在向海关办理出口申报手续并向香港子公司出口货物，并将货物运至境内保税区，完成报关出口，客户或委托第三方向海关办理进口申报手续，并将货物运至其境内厂区签收确认，完成报关进口；境外销售为公司将产品销售至中国台湾、日本、越南等国家或地区。

（2）主要客户情况、与发行人是否签订框架协议及相关协议的主要条款内容，境外销售模式、订单获取方式、定价原则、信用政策等

①主要客户情况、与发行人是否签订框架协议及相关协议的主要条款内容

主要客户情况、与公司是否签订框架协议及相关协议的主要条款内容，详见本问题回复之“一（一）2（2）报告期各期境外前十大销售合同主要条款”。

②境外销售模式

境外销售模式详见本问题回复之”一（三）（1）按照国际贸易术语的相关定义，说明境内保税区、出口复进口、境外销售的含义及划分标准，三种销售区域下的结算方式、跨境资金流动情况、结换汇情况，是否符合行业惯例”。

③订单获取方式

报告期各期**主要**境外客户的开发方式如下表所示：

序号	公司名称	开发方式
1	可成科技股份有限公司	客户推荐（客户指定范围）

2	TECHNO QUARTZ INC	其他（业务开发）
3	华硕电脑股份有限公司	客户推荐（客户指定范围）
4	DELTAELECTRONICS（THAILAND）PUBLICCO.,LTD.	客户推荐（客户指定范围）
5	MPT Solution（Vietnam）Company Limited	客户推荐（客户指定范围）
6	仁宝电脑工业股份有限公司	客户推荐（客户指定范围）

注：境外主要客户中 COMPAL （VIETNAM)CO.LED.为仁宝电脑工业股份有限公司子公司，故上表未列示。

④定价原则、信用政策

报告期内，公司考虑生产成本、订单规模、产品市场竞争能力、合作关系、未来订单预期、支付方式与信用期、汇率波动、贸易方式、贸易政策变化、仓储方式等因素，根据自身产品生产成本加成一定利润的方式与外销客户协商后进行定价：公司信用政策根据客户规模及历史交易情况确定，一般为月结 60-150 天左右。

2、发行人在销售所涉国家和地区是否依法取得从事相关业务所必须的法律法规规定的资质、许可，报告期内是否存在被境外销售所涉及国家和地区处罚或者立案调查的情形

报告期内，公司出口产品为消费电子功能性产品及防护性产品，销售地区和国家主要为境内保税区、中国台湾地区及东南亚国家。根据公司确认并经主办券商访谈公司保税区及境外主要客户、公司业务主要负责人，报告期内，公司向境外出口销售的产品均正常清关，不存在因未取得相关资质、许可而被境外国家或地区海关禁止入境的情况。公司在销售所涉国家和地区不存在需要依法取得从事相关业务所必需的资质、许可的情况，报告期内，公司不存在被相关国家和地区处罚或者立案调查的情形。

3、相关业务模式下的结算方式、跨境资金流动情况、结换汇情况，是否符合国家外汇及税务等相关法律法规的规定

相关业务模式下的结算方式、跨境资金流动情况、结换汇情况详见本问题回复之“一、（三）、（1）按照国际贸易术语的相关定义，说明境内保税区、

出口复进口、境外销售的含义及划分标准，三种销售区域下的结算方式、跨境资金流动情况、结换汇情况，是否符合行业惯例”。

（1）外汇规定

经核查，报告期内，公司外销模式下的跨境资金流动主要为境外销售回款流入，结算方式为电汇，结算货币为美元。公司已在具有经营外汇资质的银行开立了外币账户，办理了出口收汇手续，通过指定银行进行收汇，并根据资金需求及结合汇率变动情况进行结汇。

报告期内，公司外销模式下的跨境资金流动为正常经营中产生的境外销售回款，结算方式合理，结换汇情况未有异常。根据公司确认的报告期内的营业外支出明细并经检索查询国家企业信用信息公示系统、信用中国、企查查、公司及其境内子公司所在地国家外汇管理局官方网站“外汇行政处罚信息查询”栏目公开披露信息，报告期内，公司不存在因违反外汇相关法律、法规及规范性文件的规定而受到行政处罚的情形。

（2）税务合规性

根据公司报告期内的纳税申报表、完税凭证、公司增值税出口退税申报文件等材料及公司确认，并访谈公司财务负责人，报告期内，公司就其境外销售业务、境内保税区业务、出口复进口业务所涉税务事项依法向税务部门完成纳税申报手续及缴纳税款，并享受增值税免征和退还增值税政策。报告期内，公司曾存在将货物直接送达收货人，事后又利用库存货物至海关补申报的行为，公司从谨慎性角度已将该等销售调整为内销，并主动向主管税务机关申报补缴了相应的增值税及附加税税款等，该行为被昆山海关处以0.05万元罚款的行政处罚。

根据国家税务总局昆山市税务局出具的《税务事项证明》《无欠税证明》、国家税务总局重庆市铜梁区税务局出具的《无欠税证明》、国家税务总局东莞市税务局常平税务分局出具的《无欠税证明》、境外律师出具的《法律意见书》、公司确认并经检索查询国家税务总局重大税收违法失信案件信息公布栏，

报告期内，公司及其子公司不存在因违反税务相关法律、法规及规范性文件的规定受到行政处罚的情形。

综上，报告期内，除先送货后向海关申报事项外，公司外销模式下的结算方式、跨境资金流动、结换汇等符合国家外汇及税务等法律法规的规定，且先送货后向海关申报事项不属于重大违法违规事项。

4、报告期境外销售收入与海关报关数据是否存在较大差异及差异原因是否真实合理

公司外销收入与海关出口数据存在一定差异，差异原因具有合理性，详见本问题回复之“一、（三）、4、（3）境外销售收入与出口单证、海关数据的匹配情况”。

5、出口退税等税收优惠的具体情况

截至本回复报告出具日，公司及其境内子公司拥有的相关进出口资质具体如下：

序号	证书编号	注册号	持有人	发证机关	发证日期	有效期
1	海关进出口货物收发货人备案回执	3223962132	鼎佳精密	中华人民共和国海关	2021 年 11 月 8 日	长期
2	中华人民共和国海关报关单位注册登记证书	323960291	昆山鼎佳	中华人民共和国昆山海关	2018 年 2 月 8 日	长期
3	中华人民共和国海关报关单位注册登记证书	5024960480	重庆鼎佳	中华人民共和国西永海关	2011 年 12 月 23 日	长期
4	海关进出口货物收发货人备案回执	322393099Y	飞博特	中华人民共和国昆山海关	2020 年 1 月 14 日	长期
5	海关进出口货物收发货人备案回执	32239309AM	昆山亨钜	中华人民共和国海关	2021 年 11 月 16 日	长期
6	报关单位备案证明	50249604CE	重庆鼎佳科技	中华人民共和国渝州海关	2022 年 4 月 25 日	长期
7	报关单位备案证明	44199656MB	广东鼎佳	中华人民共和国常平海关	2023 年 11 月 2 日	长期

公司及其境内子公司均拥有进出口经营权，自营出口产品增值税实行“免、抵、退”的出口退税政策。

6、进口国和地区的有关进口政策、汇率变动等贸易环境对发行人持续经营能力的影响

（1）进口国和地区的有关进口政策对发行人持续经营能力的影响

报告期内，公司出口产品为消费电子功能性产品及防护性产品，销售地区和国家主要为境内保税区、中国台湾地区及东南亚国家，上述国家和地区均与我国常年保持较好的贸易关系，公司对除美国以外的前述区域的销售收入并未受到贸易摩擦的影响。

（2）进口国和地区的有关汇率变动等贸易环境对发行人持续经营能力的影响

报告期内，美元对人民币的平均汇率分别为 6.7261、7.0467 和 **7.1217**，波动幅度较大。汇率波动将影响公司产品销售单价及产生汇兑损益，报告期内，公司汇兑损益分别为 1,464.95 万元、-25.42 万元和 **282.83** 万元。结算货币与人民币之间的汇率可能随着国内外政治、经济环境的变化而波动，具有较大的不确定性，使公司面临汇率波动风险。公司在招股说明书中已就“汇率波动风险”进行风险披露。

7、主要境外客户与发行人及其关联方是否存在关联方关系及资金往来

申报会计师获取并核查了报告期内发行人及其控股股东、实际控制人、子公司、董事（独立董事除外）、监事、高级管理人员、关键岗位人员资金流水，就关联关系及资金往来等事宜访谈了公司客户，并获取了客户出具的无关联关系声明或相关确认函等。

经核查，申报会计师认为，发行人主要境外客户与发行人及其关联方不存在关联方关系及资金往来（正常业务资金往来除外）。

（二）核查程序及结论

1、核查程序

（1）查阅报告期内公司外销模式下主要客户的销售合同、订单、发票、收款凭证等交易文件；

（2）访谈公司相关业务人员，了解外销在产品定价、信用政策、结算方式等情况；

（3）查阅公司及其境内子公司《海关进出口货物收发货人备案回执》《中华人民共和国海关报关单位注册登记证书》等；

（4）取得中华人民共和国南京海关、中华人民共和国重庆海关出具的《企业信用状况证明》，取得国家税务总局昆山市税务局出具的《税务事项证明》《无欠税证明》、国家税务总局重庆市铜梁区税务局出具的《无欠税证明》、国家税务总局东莞市税务局常平税务分局出具的《无欠税证明》

（5）访谈公司财务负责人，了解公司外销模式下的结算方式、跨境资金流动、结汇情况等；

（6）查阅公司及其子公司报告期内的增值税纳税申报表、免抵退税申报表、完税证明、报关单据等；

（7）检索查询国家企业信用信息公示系统、信用中国、公司及其境内子公司所在地国家外汇管理局官方网站“外汇行政处罚信息查询”栏目、国家税务总局重大税收违法失信案件信息公布栏等网站公开披露信息。

（8）获取发行人海关进出口报关记录，查阅并统计发行人报关明细及报关金额，并与发行人账面记录的外销金额进行比对，分析差异原因；

（9）通过网络检索，查阅公司报告期内主要客户的官方网站，以了解主要客户的基本情况、财务状况、与公司之间是否存在关联关系等；

（10）获取并核查了报告期内发行人及其控股股东、实际控制人、子公司、董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员资金流水；

（11）申报会计师对发行人境外销售执行函证程序、实地走访等收入核查

程序，具体执行情况如下：

函证执行情况：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
境外销售收入金额	**1,799.39**	1,098.36	1,352.67
发函金额	**1,431.45**	1,071.89	1,292.70
函证确认金额	**1,431.45**	914.47	1,251.40
回函可确认比例	**100.00%**	85.31%	96.81%

走访执行情况：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
境外销售收入金额	**1,799.39**	1,098.36	1,352.67
走访金额	**1,358.84**	929.36	1,062.23
走访比例	**75.52%**	84.61%	78.53%

2、核查结论

经核查，我们认为：

公司境外销售业务开展过程合法合规，境外销售收入确认符合企业会计准则规定，收入具备真实性、准确性、完整性。

问题 5 产销量与存货及营业成本的匹配性

根据申请文件：（1）报告期各期，公司主营业务成本分别为 24,424.04 万元、22,054.76 万元和 24,364.66 万元，同比变动-9.70%、10.47%；其中直接材料占比分别为 82.40%、76.56%和 79.82%。（2）报告期各期末，公司存货账面余额分别为 3,169.63 万元、3,531.69 万元、2,907.12 万元，其中，库存商品的账面余额分别为 1,718.62 万元、1,585.32 万元、1,554.20 万元。（3）报告期内，功能性产品产量分别为 91,762.52 万件、72,057.21 万件、86,173.03 万件，销量分别为 91364.62 万件、71989.39 万件、84791.28 万件；防护性产品产量分别为 7278.41 万件、6534.95 万件、6863.94 万件，销量分别为 7,447.91 万件、6,382.28 万件、6,606.43 万件。

（1）产销量与存货及营业成本的匹配性。请发行人：①说明在原材料平均价格下降、功能性产品及防护性产品销量呈波动下降趋势的情形下，主营业务成本与原材料价格及产品销量的匹配性，2023 年主营业务成本相较于 2021 年基本持平的原因及合理性。②说明原材料采购价格、数量、产品产销量与存货余额的匹配性，在产销率逐渐下降、库存商品结余逐年增加的情形下，库存商品账面余额逐年下降的原因及合理性。③说明报告期各期制造费用明细构成情况，分析并披露其中波动较大的项目金额变动的原因，说明单位制造费用金额及占比的变动原因。

（2）存货计价准确性及减值风险。根据申请文件，报告期内，发行人存货跌价准备余额分别为 248.62 万元、658.06 万元及 732.65 万元，占期末余额比例分别为 7.84%、18.63%及 25.20%。其中原材料跌价准备计提比例分别为 3.88%、5.63%、15.03%，库存商品跌价计提比例分别为 11.88%、34.65%、36.57%，主要系一年以上库龄存货增长所致；发行人报告期内存货跌价准备存在大额转销或转回情形，如 2022 年库存商品的存货跌价准备计提金额为 368.67 万元，转销或转回金额为 349.64 万元。请发行人：①按库龄列示存货结构，说明与同行业可比公司存货规模及结构是否存在显著差异；说明一年以上库龄存货的具体内容、增长的原因及合理性，结合产品生产周期、使用寿命、同行业可比公司存货周转率、产品更新迭代周期、下游客户需求、公司备货策略，说明一年以上库龄存货是否存在滞销情形。结合订单支持率、未来消费电子市场需求及公司存货管理政策分析存货跌价准备是否会继续扩大，公司的应对措施及有效性。②说明各期末各类存货跌价准备的具体测算过程，包括但不限于存货跌价准备计提比例、可变现净值的确认依据、减值测算过程等，说明发出商品未计提跌价准备的原因及合理性，与同行业可比公司是否存在明显差异。③结合存货跌价准备计提时间、转销或转回判断标准等分别说明各类别存货跌价准备转销或转回的合理性，是否符合企业会计准则的规定，说明转销产品的具体情况，包括但不限于产品型号、数量、对应客户及定价情况。④说明存货盘点具体情况：按存放地点披露原材料、在产品、库存商品、发出商品的金额，发行人对异地存放的存货的内控制度运行有效性；区分存货存放地点，

说明报告期各期存货盘点情况，包括对各期末各项存货的盘点范围、时间、地点、各类存货盘点方法、盘点比例、账实相符的情况、盘点结果，是否存在盘点差异及原因、处理措施等。说明报告期各期寄售模式下存货仓储分布情况、存货相关会计处理合规性，存货盘点的具体方法，是否进行实地盘点，相关存货库龄及减值计提情况，是否存在长期放置于客户仓库的存货。说明保税仓、寄售仓、外协仓等仓库的日常管理情况，存货的日常保管责任及归属情况。

（3）供应商变动合理性。根据申请文件，报告期内，发行人前五大供应商采购占比分别为 21.97%、22.37%、21.47%，前五大供应商较为分散，前五大供应商及前五大外协供应商变动较为频繁。请发行人：①结合生产经营特征、原材料采购种类及市场供应情况、主要供应商经营规模、合作方式，说明供应商较为分散的合理性，是否与同行业可比公司相符。②按供应商规模、合作年限、客户性质分层列示供应商数量及采购情况，各期新增和减少供应商数量及采购占比情况，说明供应商选择的依据。③区分原材料、产品采购类型，说明各主要供应商（含外协供应商）名称、类型、成立时间、注册资本、实缴资本、注册地址、实际控制人、业务内容及经营规模、合作方式、合作历史、各期采购内容、金额及占比等，说明供应商采购规模变化的原因与合理性，是否与发行人存在关联关系，对外协产品的质量管理制度及执行情况，向外协供应商采购价格的公允性。

（4）外协加工成本核算准确性。根据申请文件，报告期内，发行人生产模式包括自产及外协加工（OEM、委托加工），外协加工采购金额分别为 7,426.08 万元、4,764.32 万元和 3,710.89 万元，占主营业务成本的比例分别为 30.38%、21.60%、15.23%，呈下降趋势，前五大外协供应商变动较为频繁，且存在对同一外协加工商既有 OEM 模式又有委托加工模式的情形。报告期内，发行人功能性产品自产产量分别为 56,543.38 万件、50,730.43 万件、47,231.67 万件，防护性产品自产产量分别为 6,720.76 万件、5,670.70 万件、5,440.89 万件，产量呈下降趋势。请发行人：①列示各期外协采购产品数量，结合外协采购产品类型、单价等，说明采购数量是否与采购金额相匹配，在外协采购金额及自产产量下降的情形下，2023 年防护性产品及功能性产品产量

上升的原因及合理性。②区分细分产品类别，结合产品结构、料工费变动情况，列示自产产品及外协加工产品单位成本变动情况并说明变动的原因及合理性，与同行业可比公司的差异情况及合理性。③说明外协加工产品与自产产品成本的差异情况，外协采购金额下降的原因及合理性；说明 OEM、委托加工的成本核算方式，分析外协加工成本核算准确性、合规性，对既有 OEM 模式又有委托加工模式的外协加工商的成本核算是否准确。

请保荐机构、申报会计师：（1）核查上述问题并发表明确意见，说明核查方式、过程、范围及结论。（2）说明对存货的监盘、函证情况，参与存货监盘的时间、地点、人员、监盘比例等，替代性程序是否充分。

回复：

一、发行人说明

（一）产销量与存货及营业成本的匹配性

1、说明在原材料平均价格下降、功能性产品及防护性产品销量呈波动下降趋势的情形下，主营业务成本与原材料价格及产品销量的匹配性，2023 年主营业务成本相较于 2021 年基本持平的原因及合理性

（1）在原材料平均价格下降、功能性产品及防护性产品销量呈波动下降趋势的情形下，主营业务成本与原材料价格及产品销量的匹配性

报告期内，公司主营业务成本、产品销量与单位直接材料及其变动情况如下表所示：

单位：元/万 PCS，万件，万元

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度
	金额	变动	金额	变动	金额
主营业务成本	**28,108.52**	**15.37%**	24,364.66	5.50%	22,054.76
其中：直接材料	**22,360.62**	**14.98%**	19,447.73	15.17%	16,885.91
直接材料占主营业务成本比例	**79.55%**	**-0.27%**	79.82%	3.26%	76.56%
产品销量	**115,131.91**	**25.43%**	91,787.39	15.96%	79,156.94
单位直接材料成本	**1,942.17**	**-8.34%**	2,118.78	-0.68%	2,133.22

报告期内，公司直接材料占主营业务成本的比例分别为 76.56%、79.82%及**79.55%**，其变动对主营业务成本有主要影响，其金额及占比变动趋势与主营业务成本总体变动趋势一致。2023 年度，直接材料金额增幅高于主营业务成本增幅，其主要原因系当期产销量增长，直接人工、制造费用占主营业务成本的比例有所下降。

报告期内，公司各主要原材料的平均采购价格及其变动情况如下

单位：元/平方米、元/件

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度
	价格	变动	价格	变动	价格
胶带类	**13.52**	**-15.48%**	16.00	-13.75%	18.55
电磁屏蔽类	**19.25**	**8.82%**	17.69	-0.84%	31.92
泡棉类	**28.30**	**-5.72%**	30.02	-5.95%	17.84
纸板及纸盒类	**1.75**	**-6.28%**	**1.87**	**-1.55%**	1.90
聚酯薄膜类	**5.34**	**-10.21%**	5.95	0.51%	5.92
保护膜类	**2.87**	**-15.73%**	3.40	-14.57%	3.98
离型膜类	**1.80**	**-6.67%**	1.93	-12.67%	2.21
合计	**4.30**	**-11.43%**	**4.85**	**-18.62%**	**5.96**

报告期内，公司分产品类型的产品销量及营业成本情况如下表所示：

单位：万件、万元

产品大类	细分品类	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
		销量	营业成本	销量	营业成本	销量	营业成本
功能性产品	粘贴组装类	**18,158.01**	**4,057.57**	14,370.69	3,102.81	12,914.06	3,290.24
	电磁屏蔽类	**20,528.01**	**3,776.26**	16,867.37	4,027.67	10,087.57	3,471.08
	绝缘精密类	**27,491.13**	**3,414.60**	21,649.60	2,611.22	22,211.21	2,382.06
	缓冲减震类	**23,820.69**	**2,714.53**	18,292.20	2,350.86	15,075.88	2,132.97
	外观保护类	**11,040.19**	**2,815.68**	8,913.71	2,188.01	8,032.10	2,424.26
	精密机构类	**1,560.36**	**1,265.84**	718.14	1,043.75	814.07	1,101.49
	防尘透气类	**4,464.00**	**755.68**	3,979.57	731.73	3,549.22	416.97
	小计	**107,062.40**	**18,800.15**	**84,791.28**	**16,056.06**	**72,684.12**	**15,219.08**
防护性产品	纸质类	**3,112.21**	**4,931.64**	2,628.68	4,112.89	1,707.63	2,822.44
	吸塑类	**774.28**	**2,049.95**	821.76	2,270.78	713.04	1,844.63
	EPE 类	**823.74**	**1,501.54**	683.26	1,353.04	864.45	1,451.99

	PE 及其他类	**3,359.28**	**825.23**	2,862.41	571.89	3,187.70	716.61
	小计	**8,069.51**	**9,308.37**	**6,996.11**	**8,308.60**	**6,472.82**	**6,835.68**
合计		**115,131.91**	**28,108.52**	**91,787.39**	**24,364.66**	**79,156.94**	**22,054.76**

①功能性产品

单位：万件、万元

细分品类	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	销量	营业成本	销量	营业成本	销量	营业成本
粘贴组装类	**18,158.01**	**4,057.57**	14,370.69	3,102.81	12,914.06	3,290.24
电磁屏蔽类	**20,528.01**	**3,776.26**	16,867.37	4,027.67	10,087.57	3,471.08
绝缘精密类	**27,491.13**	**3,414.60**	21,649.60	2,611.22	22,211.21	2,382.06
缓冲减震类	**23,820.69**	**2,714.53**	18,292.20	2,350.86	15,075.88	2,132.97
外观保护类	**11,040.19**	**2,815.68**	8,913.71	2,188.01	8,032.10	2,424.26
精密机构类	**1,560.36**	**1,265.84**	718.14	1,043.75	814.07	1,101.49
防尘透气类	**4,464.00**	**755.68**	3,979.57	731.73	3,549.22	416.97
合计	**107,062.40**	**18,800.15**	**84,791.28**	**16,056.06**	**72,684.12**	**15,219.08**

报告期内，公司功能性产品主营业务成本分别为 15,219.08 万元、16,056.06 万元及 **18,800.15** 万元，呈**逐年增长**趋势。

A、2023 年度

2023 年度，各功能性产品单位成本、销量及其同比变动情况如下表所示：

单位：元/万 PCS，万件

细分品类	2023 年度		2022 年度		变动	
	平均单位成本	销量	平均单位成本	销量	平均单位成本	销量
绝缘精密类	1,206.13	21,649.60	1,072.46	22,211.21	12.46%	-2.53%
缓冲减震类	1,285.17	18,292.20	1,414.82	15,075.88	-9.16%	21.33%
电磁屏蔽类	2,387.85	16,867.37	3,440.95	10,087.57	-30.60%	67.21%
粘贴组装类	2,159.12	14,370.69	2,547.80	12,914.06	-15.26%	11.28%
外观保护类	2,454.66	8,913.71	3,018.21	8,032.10	-18.67%	10.98%
防尘透气类	1,838.72	3,979.57	1,174.83	3,549.22	56.51%	12.13%
精密机构类	14,534.01	718.14	13,530.75	814.07	7.41%	-11.78%

2023 年度功能性产品主要销售品类为绝缘精密类、缓冲减震类、电磁屏蔽类及粘贴组装类产品。

2023 年度绝缘精密类产品销量略有减少，但平均单位成本增长 12.46%，主要是由于单位成本较低的麦拉垫圈类产品销量减少，总体导致绝缘精密类产品总成本上升。缓冲减震类产品平均单位成本下降 9.16%，销量上涨 21.33%，主要是由于单位成本较低的泡棉类产品销量大幅上涨，带动缓冲减震类产品总成本上升。电磁屏蔽类产品平均单价下降 30.60%，而销量上升 67.21%，主要是由于单位成本较低的导电布胶带、Gasket 等产品销量大幅上涨，该类产品有规格小、单价低、成本低、数量大的特点。粘贴组装类产品单位成本下降 15.26%，而销量上涨 11.28%，主要受巨腾国际当期对单位成本较低的 FCHDL50TA00 等型号胶带产品的采购量大幅增加的影响。

以上功能性产品的主要产品品类总体造成功能性产品销量增长幅度高于主营业务成本增长幅度。

B、2024 年**度**

2024 年**度**，各功能性产品单位成本、销量及其同比变动情况如下表所示：

单位：元/万 PCS，万件

细分品类	2024 年度		2023 年度		变动	
	平均单位成本	销量	平均单位成本	销量	平均单位成本	销量
绝缘精密类	1,242.07	27,491.13	1,206.13	21,649.60	2.98%	26.98%
缓冲减震类	1,139.57	23,820.69	1,285.17	18,292.20	-11.33%	30.22%
电磁屏蔽类	1,839.56	20,528.01	2,387.85	16,867.37	-22.96%	21.70%
粘贴组装类	2,234.59	18,158.01	2,159.12	14,370.69	3.50%	26.35%
外观保护类	2,550.39	11,040.19	2,454.66	8,913.71	3.90%	23.86%
防尘透气类	1,692.83	4,464.00	1,838.72	3,979.57	-7.93%	12.17%
精密机构类	8,112.49	1,560.36	14,534.07	718.14	-44.18%	117.28%

2024 年**度**，公司功能性产品主要为粘贴组装类、电磁屏蔽类、缓冲减震类及绝缘精密类产品。受下游消费电子市场回暖的影响，功能性产品各细分品类销量均上升。粘贴组装类产品平均单位成本较为稳定，销量同比增长 **26.35%**。电磁屏蔽类产品平均单位成本降低 **22.96%**，主要是由于 2024 年**度**销售了较多的导电布产品，其单位成本均较低。绝缘精密类产品平均单位成本**较为稳定，销量同比增长 26.98%**。缓冲减震类产品单位成本下降 **11.33%**，主要是由于 2024

年度销售了较多单价较低的泡棉类产品，故而整体拉低了缓冲减震类产品的平均单位成本。

综上所述，报告期各期功能性产品主营业务成本主要受原材料价格及产品销售结构的影响，各期主营业务成本与原材料价格及产品销量相匹配。

②防护性产品

单位：万件、万元

细分品类	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	销量	营业成本	销量	营业成本	销量	营业成本
纸质类	3,112.21	4,931.64	2,628.68	4,112.89	1,707.63	2,822.44
吸塑类	774.28	2,049.95	821.76	2,270.78	713.04	1,844.63
EPE 类	823.74	1,501.54	683.26	1,353.04	864.45	1,451.99
PE 及其他类	3,359.28	825.23	2,862.41	571.89	3,187.70	716.61
合计	8,069.51	9,308.37	6,996.11	8,308.60	6,472.82	6,835.68

报告期内，公司防护性产品主营业务成本分别为 6,835.68 万元、8,308.60 万元及 9,308.37 万元，呈逐年增长趋势。

A、2023 年度

2023 年度，各防护性产品单位成本、销量及其同比变动情况如下表所示：

单位：万元

细分品类	2023 年度		2022 年度		变动	
	平均单位成本	销量	平均单位成本	销量	平均单位成本	销量
纸质类	15,646.25	2,628.68	16,528.47	1,707.63	-5.34%	53.94%
吸塑类	27,633.01	821.76	25,870.06	713.04	6.81%	15.25%
EPE 类	19,802.59	683.26	16,796.61	864.45	17.90%	-20.96%
PE 及其他类	1,997.94	2,862.41	2,248.05	3,187.70	-11.13%	-10.20%

2023 年度，公司纸质类产品平均单位成本同比下降 5.34%，同时销量同比增长 53.94%，其主要原因，一是当期纸板及纸盒类原材料采购单价同比下降 1.55%，二是当期新增客户纳天柯导致产品结构及销量出现变化。

B、2024 年度

2024 年**度**，各防护性产品单位成本、销量及其同比变动情况如下表所示：

单位：万元

细分品类	2024 年度		2023 年度		变动	
	平均单位成本	销量	平均单位成本	销量	平均单位成本	销量
纸质类	15,846.10	3,112.21	15,646.22	2,628.68	1.28%	18.39%
吸塑类	26,475.71	774.28	27,633.13	821.76	-4.19%	-5.78%
EPE 类	18,228.35	823.74	19,802.71	683.26	-7.95%	20.56%
PE 及其他类	2,456.57	3,359.28	1,997.93	2,862.41	22.96%	17.36%

2024 年**度**，纸质类产品平均单位成本同比**较为稳定**，销量同比增长 **18.39%**，其主要原因，一是上海百分茶供应链有限公司向公司采购部分单位成本较低的产品的采购量有所减少，二是纳天柯、**浙江中科冠腾科技股份有限公司**、**TECHNO QUARTZ INC** 的纸质类产品采购量同比大幅增长。吸塑类产品平均单位成本有所下滑，其主要原因系台达电子游戏机相关产品订单减少，该类产品规格较大，因此单位成本高于应用于笔记本电脑领域的吸塑类产品的平均单位成本。EPE 类产品单位成本同比下滑 **7.95%**，销量同比增长 **20.56%**，其主要原因是富士康集团当期小规格泡棉产品采购量增加。

综上所述，报告期各期防护性产品主营业务成本主要受原材料价格及产品销售结构的影响，各期主营业务成本与原材料价格及产品销量相匹配。

综合以上分析，公司主营业务成本与原材料采购价格及产品销量的变动具有匹配性。

（2）2023 年主营业务成本相较于 2021 年基本持平的原因及合理性

2021 年度及 2023 年度，公司各产品的销量、单位成本、总成本及其变动情况如下表所示：

产品大类	项目	2023 年度		2021 年度
		数量/金额	变动	数量/金额
功能性产品	销量（万件）	84,791.28	-7.51%	91,680.60
	单位成本（元/万件）	1,893.60	-0.75%	1,907.85
	总成本（万元）	16,056.06	-8.21%	17,491.26

防护性产品	销量（万件）	6,996.11	-7.11%	7,531.79
	单位成本（元/万件）	11,876.03	29.02%	9,204.70
	总成本（万元）	8,308.60	19.85%	6,932.79
合计	**销量（万件）**	**91,787.39**	**-7.48%**	**99,212.39**
	单位成本（元/万件）	**2,654.47**	**7.83%**	**2,461.79**
	总成本（万元）	**24,364.66**	**-0.24%**	**24,424.04**

注：为保证分析过程中数据统一，上表中各成本数据为不包括合同履约成本的金额。

2023 年度，功能性产品及防护性产品销量相较于 2021 年度均有所下滑，但受纸质类产品销量及单位成本增加导致防护性产品单位成本增加的影响，2023 年度公司主营业务成本相较于 2021 年度基本持平。

综合以上情况，2023 年与 2021 年相比较，功能性产品销量减少，但单位成本保持稳定，导致功能性产品总成本降低；而防护性产品销量减少，但由于产品内部结构变化，单位成本大幅上升，防护性产品总成本上升。综合前述情况，2023 年与 2021 年主营业务成本相近，但其中的产品结构、单位成本、销量均不尽相同，具有合理性。

2、说明原材料采购价格、数量、产品产销量与存货余额的匹配性，在产销率逐渐下降、库存商品结余逐年增加的情形下，库存商品账面余额逐年下降的原因及合理性

（1）原材料采购价格、数量、产品产销量与存货余额的匹配性

报告期内，公司原材料（含外协）采购情况与存货余额的匹配情况如下表所示：

单位：万元

序号	项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
1	主要原材料期初余额	**1,001.17**	1,539.04	1,062.93
2	加：主要原材料（含外协）采购金额	**23,462.69**	20,069.39	18,269.12
3	减：主要原材料期末余额	**1,222.94**	1,001.17	1,539.04
4	减：其他原材料发出	**1,091.25**	920.58	886.38
5	直接材料成本（1+2-3-4）	**22,149.67**	19,686.68	16,906.64

6	加：直接人工	**2,105.80**	1,711.76	1,771.84
7	加：制造费用	**2,774.01**	2,452.35	2,719.83
8	加：期初在产品	**194.19**	269.84	250.49
9	减：期末在产品	**275.66**	194.19	269.84
10	产品生产成本（5+6+7+8-9）	**26,948.00**	23,926.44	21,378.96
11	加：期初库存商品	**1,554.20**	1,585.32	1,718.62
12	减：期末库存商品	**1,239.81**	1,554.20	1,585.32
13	加：期初发出商品	**157.56**	137.49	137.59
14	减：期末发出商品	**173.19**	157.56	137.49
15	加：合同履约成本	**868.09**	752.82	677.18
16	推算的主营业务成本（10+11-12+13-14+15）	**28,114.85**	24,690.31	22,189.53
17	财务报表的主营业务成本	**28,108.52**	24,364.66	22,054.76
18	差异率	**0.02%**	1.34%	0.61%

注：4.其他原材料发出包括研发项目、直接销售等领用。

报告期内，公司由原材料（含外协）采购及生产成本、存货变动推算至主营业务成本与实际结算的财务报表中主营业务成本差异率为 0.61%、1.34%及**0.02%**，原材料采购与存货变动、成本结转情况基本匹配。

产品产销量与存货余额的匹配性见本问题回复“一、（一）、2、（2）在产销率逐渐下降、库存商品结余逐年增加的情形下，库存商品账面余额逐年下降的原因及合理性”。

（2）在产销率逐渐下降、库存商品结余逐年增加的情形下，库存商品账面余额逐年下降的原因及合理性

报告期内，公司主要产品产销率及库存商品（含发出商品）结存数量匹配情况如下表所示：

单位：万件

项目	2024 年度/2024 年末	2023 年度/2023 年末	2022 年度/2022 年末
产量	**115,933.97**	93,812.17	78,632.28
销量	**113,571.55**	91,269.95	78,462.21
产销率	**97.96%**	97.29%	99.78%
期末结存数量	**7,429.26**	7,957.72	8,880.87

注：上表中产量、销量及期末结存数量数据未包含飞博特数据。

报告期各期，公司产销率低于 100%，但主要产品库存商品（含发出商品）结存数量逐年下降，主要原因是受消费电子行业产品迭代速度较快及下游客户对产品质量管控较为严格等因素的影响，发行人存在部分产品报废的情形，此外，此外发行人在开拓业务过程中需要向客户提供赠品进行试验，公司各期产量中统计了该部分赠品数量，但销量中未包含该部分赠品数量。

报告期各期末，公司库存商品（含发出商品）、金额及同比变动情况如下表所示：

单位：万件、万元、元/万件

项目	2024 年末		2023 年末		2022 年末
	金额/数量	比例	金额/数量	比例	金额/数量
期末结存数量	7,429.26	-6.64%	7,957.72	-10.39%	8,880.87
期末结存金额	1,265.52	-18.08%	1,544.74	1.02%	1,529.11
单位成本	1,703.43	-12.25%	1,941.18	12.74%	1,721.80

2022 年度，公司产品产销率较高，期末库存商品（含发出商品）的平均单位成本同比较为稳定。2023 年度，受当期单位成本较高的防护性产品的产销量较低的影响，期末库存商品（含发出商品）平均单位成本同比增长 12.74%。

综合以上因素，在产销率逐渐下降，生产产品扣除销售产品结余逐年增加的情形下，库存商品账面余额逐年下降具备合理性。

3、说明报告期各期制造费用明细构成情况，分析并披露其中波动较大的项目金额变动的原因，说明单位制造费用金额及占比的变动原因。

（1）报告期各期制造费用明细构成情况

报告期各期，公司制造费用明细构成及其同比变动情况，如下表所示：

单位：万元

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度
	金额	变动	金额	变动	金额
职工薪酬	1,109.70	30.33%	851.44	7.86%	789.40
折旧与摊销	666.43	18.28%	563.44	-10.63%	630.48

委托加工费	**664.77**	**69.49%**	392.22	-19.90%	489.64
模具费	**287.37**	**6.09%**	270.87	-8.91%	297.37
水电费	**251.04**	**14.27%**	219.69	-34.80%	336.97
其他	**-205.30**	**-232.72%**	154.69	-12.09%	175.97
合计	**2,774.01**	**13.12%**	**2,452.35**	**-9.83%**	**2,719.83**

（2）分析并披露其中波动较大的项目金额变动的原因

报告期内，公司制造费用分别为 2,719.83 万元、2,452.35 万元及 **2,774.01 万元**，主要由职工薪酬、折旧及摊销费、加工费、模具费、水电费等构成，“其他”项目包括机物料消耗、价差等。具体分析如下：

①职工薪酬

公司制造费用中职工薪酬主要包括车间管理人员、产品检测人员等的工资、社保公积金及福利费，报告期内呈逐年上升趋势，主要系总用工人数增加以及人均薪酬增加影响所致。

②折旧与摊销

制造费用中的折旧及摊销费主要系房屋建筑物、机器设备的折旧费用以及装修工程、模具摊销费用等。报告期内，2023 年较 2022 年，公司生产趋于稳定，部分机器已达折旧年限后继续使用，导致折旧费用减少。2024 年**度**，由于广东鼎佳及越南鼎佳投入生产运营，故相应的机器设备分别于 2023 年下半年及 2024 年 1 月开始折旧，故折旧与摊销相应增加。

③委托加工费

报告期内，公司委托加工费波动变化，主要系公司根据自身产能情况，生产以及根据不同的外部需求将部分产品通过委托加工的方式进行生产的变动导致以委托加工形式生产的部分产生变动。

④模具费

公司制造费用中模具费主要核算生产过程中使用的模具费用。报告期内，模具费随着客户对新的产品定制需求而变动，2022 年度，公司部分模具到达

了使用寿命，公司对该部分模具进行了二次开模或修模，故 2022 年度模具费相对较高。

⑤水电费

2023 年度及 2024 年**度**，公司采用光伏发电的方式满足部分用电需求，因此公司制造费用中的水电费金额**较 2022 年度**有所减少。

⑥其他

2024 年**度**，公司制造费用中的其他同比减少 **359.99** 万元，主要原因系公司与部分原材料供应商进行价格协商，当期耗用时尚未完成结算的原材料的最终结算价格降低约 **543.73 万元**。

（3）单位制造费用的金额及占比的变动原因

报告期内，公司单位制造费用的金额及占比情况如下：

单位：元/万件

项目	2024 年度			2023 年度			2022 年度	
	金额	占比	金额变动	金额	占比	金额变动	金额	占比
单位制造费用	**240.94**	**9.87%**	**-10.64%**	269.64	10.07%	-21.85%	345.03	12.33%

报告期内，公司单位制造费用金额及占比均呈**逐年下降**趋势，2023 年较 2022 年单位制造费用降低 21.85%，主要系 2023 年度公司制造费用整体下降，同时公司产销量上升，相应摊薄了单位制造费用，公司 2023 年制造费用整体下降原因为：①2023 年度公司产能较为充足，除时效需求较高等产品外，公司较少使用委托加工方式进行生产，故委托加工费有所降低；②部分机器已达预计可使用年限仍在继续使用，该部分机器不再计提折旧，造成折旧与摊销有所降低；③为降低成本，与部分原材料供应商进行价格协商，已使用但未结算的原材料最终结算价格降低约 318.25 万，抵减进料价差，导致制造费用整体有所降低。2024 年**度**单位制造费用同比降低 **10.64%**，主要是由于 2024 年**度**销量较 2023 年**度**增加了 **25.43%**，摊薄了单位制造费用所致。

（二）存货计价准确性及减值风险

1、按库龄列示存货结构，说明与同行业可比公司存货规模及结构是否存在显著差异

（1）按库龄列示存货结构

报告期各期，公司存货的具体库龄分布情况如下所示：

①2024 年 12 月 31 日

单位：万元

类别	存货余额	1年以内		1年以上	
		金额	占比	金额	占比
原材料	1,222.94	1,089.75	89.11%	133.19	10.89%
在产品	275.66	274.90	99.72%	0.76	0.28%
库存商品	1,239.81	1,058.85	85.40%	180.96	14.60%
发出商品	173.19	173.19	100.00%	-	-
合计	2,911.60	2,596.69	89.18%	314.91	10.82%

②2023 年 12 月 31 日

单位：万元

类别	存货余额	1年以内		1年以上	
		金额	占比	金额	占比
原材料	1,001.17	850.70	84.97%	150.47	15.03%
在产品	194.19	180.38	92.89%	13.82	7.12%
库存商品	1,554.20	1,171.96	75.41%	382.24	24.59%
发出商品	157.56	157.56	100.00%	-	-
合计	2,907.12	2,360.60	81.20%	546.52	18.80%

③2022 年 12 月 31 日

单位：万元

类别	存货余额	1年以内		1年以上	
		金额	占比	金额	占比
原材料	1,539.04	1,463.80	95.11%	75.24	4.89%
在产品	269.84	261.89	97.05%	7.95	2.95%
库存商品	1,585.32	1,186.43	74.84%	398.89	25.16%

发出商品	137.49	137.49	100.00%	-	-
合计	**3,531.69**	**3,049.61**	**86.35%**	**482.08**	**13.65%**

报告期各期末，公司存货库龄主要集中在 1 年以内，1 年以内存货占比分别为 86.35%、81.20%和 **89.18%**。公司库龄 1 年以上的存货主要为原材料、库存商品。**报告期内**，公司 1 年以上存货占比**呈现先升后降趋势**，其主要原因系：

A、消费电子行业生产周期较快，下游客户会根据自己的生产计划随时调整订单排程或更新设计图纸，下游客户的需求变更导致公司部分库存商品库龄增加；

B、2022 年开始，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，公司结合换模时间、生产效率、售后服务等因素为考虑售后更换备件和快速相应客户临时订单需求，在生产环节生产的数量往往略多于订单量。

由于公司产品适用的终端产品生命周期为 1-2 年，对于库龄超过 1 年的存货，公司谨慎判断其未来再次销售的可能性较小，因此对 1 年以上存货全额计提跌价准备。**2024 年度，公司将部分库龄 1 年以上的存货进行报废处理，导致 2024 年末库龄 1 年以上的存货占比有所下降。**

（2）说明与同行业可比公司存货规模及结构是否存在显著差异

①与同行业可比公司存货规模是否存在显著差异

报告期各期末，公司与同行业可比公司存货规模情况如下：

单位：万元

公司名称	2024 年 12 月 31 日/2024 年度			2023 年 12 月 31 日/2023 年度		
	存货账面价值	存货占总资产比例	存货占营业成本比例	存货账面价值	存货占总资产比例	存货占营业成本比例
达瑞电子	**未披露**	**未披露**	**未披露**	25,742.70	7.00%	24.42%
光大同创	**未披露**	**未披露**	**未披露**	12,569.16	6.13%	17.95%
恒铭达	**未披露**	**未披露**	**未披露**	20,986.83	7.49%	16.59%
捷邦科技	**未披露**	**未披露**	**未披露**	7,911.63	4.91%	14.87%

鸿富瀚	**未披露**	**未披露**	**未披露**	7,658.73	3.10%	18.58%
行业平均值	**未披露**	**未披露**	**未披露**	**14,973.81**	**5.72%**	**18.48%**
公司	**2,541.68**	**4.38%**	**8.96%**	2,873.63	6.50%	12.93%

（续上表）

公司名称	2022 年 12 月 31 日/2022 年度		
	存货账面价值	存货占总资产比例	存货占营业成本比例
达瑞电子	24,461.84	6.89%	24.81%
光大同创	8,723.30	6.89%	12.32%
恒铭达	28,837.07	11.58%	27.01%
捷邦科技	10,101.42	5.84%	13.66%
鸿富瀚	10,531.09	4.48%	24.76%
行业平均值	**16,530.94**	**7.14%**	**20.51%**
公司	2,873.63	6.50%	12.93%

注：上述可比公司数据来源于公开披露的年度审计报告。

从上表可知，公司存货占总资产比例处于行业平均水平；公司存货占营业成本比例低于行业平均水平，主要系公司 OEM 比例较高导致公司承担较小的存货备货风险。报告期各期末存货占总资产的比例与同行业可比公司相比不存在显著差异。

②与同行业可比公司存货结构是否存在显著差异

报告期各期末，公司与同行业可比公司存货构成情况如下所示：

期间	项目	达瑞电子	光大同创	恒铭达	捷邦科技	鸿富瀚	行业平均	公司
2024 年 12 月 31 日	原材料	**未披露**	**未披露**	**未披露**	**未披露**	**未披露**	**未披露**	**42.00%**
	在产品	**未披露**	**未披露**	**未披露**	**未披露**	**未披露**	**未披露**	**9.47%**
	库存商品	**未披露**	**未披露**	**未披露**	**未披露**	**未披露**	**未披露**	**42.58%**
	发出商品	**未披露**	**未披露**	**未披露**	**未披露**	**未披露**	**未披露**	**5.95%**
2023 年 12 月 31 日	原材料	19.97%	35.38%	32.39%	20.74%	33.60%	28.42%	34.44%
	在产品	10.49%	3.55%	11.28%	16.15%	14.55%	11.20%	6.68%

	库存商品	31.19%	56.21%	40.03%	47.32%	17.82%	38.51%	53.46%
	发出商品	38.35%	4.86%	16.30%	15.80%	34.03%	21.87%	5.42%
2022 年 12 月 31 日	原材料	19.53%	35.80%	27.29%	36.45%	24.69%	28.75%	43.58%
	在产品	12.47%	1.57%	12.53%	9.33%	12.05%	9.59%	7.64%
	库存商品	41.21%	62.42%	38.63%	37.71%	12.67%	38.53%	44.89%
	发出商品	26.79%	0.21%	21.55%	16.51%	50.60%	23.13%	3.89%

A、原材料占比高于同行业可比公司

报告期各期，公司原材料占存货余额比例分别为 43.58%、34.44%和 **42.00%**，公司原材料余额占存货余额的比例高于同行业可比公司平均水平，主要原因是公司原材料品号繁多，同时为确保能够及时满足客户的交货需求，根据订单或预测订单的情况进行原材料备料，故公司各期末存货原材料占比较高。

B、在产品占比低于同行业可比公司

报告期各期，公司在产品占存货余额比例分别为 7.64%、6.68%和 **9.47%**，占比保持稳定但低于同行业可比公司平均水平，主要系部分同行业可比公司如鸿富瀚、达瑞电子存在自动化设备生产及销售业务，该业务生产周期较长。

C、库存商品占比高于同行业可比公司、发出商品占比低于同行业可比公司

报告期各期，库存商品余额占存货余额的比例分别为 44.89%、53.46%和 **42.58%**，高于同行业可比公司平均水平；发出商品占存货余额的比例分别为 3.89%、5.42%和 **5.95%**，低于同行业可比公司平均水平。

公司在售产品型号数量众多，为保障发货的及时性，公司一般按照客户排程或供货计划进行适当备货，此外公司主要客户均在公司周边城市，公司可以及时响应客户需求，因此库存商品余额占存货余额较高，发出商品占存货余额比例较低。

同时公司与同行业可比公司在业务模式存在一定差异，鸿富瀚存在自动化设备业务且该业务占 2021 年度-2023 年度营业收入比例较高，自动化设备往往需要进行组装安装、调试验收，并且从自动化设备的发货到安装验收完毕时间跨度一般较长，故鸿富瀚发出商品余额较大；达瑞电子存在自动化设备业务的同时，与主要客户三星视界的业务采用深加工结转模式，具体为达瑞电子当月发货，当月末双方对账，达瑞电子在次月报关后满足收入确认条件并确认收入，故达瑞电子发出商品余额较大。

综上所述，公司库存商品余额占存货余额的比例高于同行业、发出商品余额占存货余额的比例低于同行业平均水平具有合理性。

2、说明一年以上库龄存货的具体内容、增长的原因及合理性，结合产品生产周期、使用寿命、同行业可比公司存货周转率、产品更新迭代周期、下游客户需求、公司备货策略，说明一年以上库龄存货是否存在滞销情形

（1）一年以上库龄存货的具体内容

报告期内，公司一年以上库龄的存货如下所示：

项目	2024 年 12 月 31 日		2023 年 12 月 31 日		2022 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
库存商品	180.96	57.47%	382.24	69.94%	398.89	82.74%
原材料	133.19	42.29%	150.47	27.53%	75.24	15.61%
在产品	0.76	0.24%	13.82	2.53%	7.95	1.65%
合计	314.91	100.00%	546.52	100.00%	482.08	100.00%

由上表可知，公司库龄超过 1 年的存货主要为原材料和库存商品，同时公司存在部分在产品库龄在一年以上，主要系客户临时取消订单等，公司不再对其进行生产。对库龄一年以上的主要存货进行分析说明，具体如下：

①原材料

报告期各期末，公司原材料库龄超过 1 年的具体情况如下：

单位：万元

项目	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日

	金额	占比	金额	占比	金额	占比
胶带类	**29.30**	**22.00%**	53.15	35.32%	39.37	52.32%
电磁屏蔽类	**26.55**	**19.93%**	24.62	16.36%	7.06	9.39%
泡棉类	**20.76**	**15.59%**	15.42	10.25%	7.77	10.33%
保护膜类	**5.75**	**4.32%**	17.45	11.60%	2.27	3.02%
聚酯薄膜类	**3.34**	**2.51%**	4.92	3.27%	1.16	1.55%
离型膜类	**2.83**	**2.12%**	1.61	1.07%	0.80	1.06%
其他类	**44.66**	**33.53%**	33.30	22.13%	16.80	22.33%
合计	**133.19**	**100.00%**	**150.47**	**100.00%**	**75.24**	**100.00%**

注：其他类主要含金属粉末、网料等原材料。

此表可见，公司库龄超过 1 年的原材料主要是胶带类、电磁屏蔽类、保护膜类、泡棉类等主要原材料。报告期各期末，库龄超过 1 年的原材料金额分别为 75.24 万元、150.47 万元和 **133.19** 万元，占原材料的比例分别为 4.89%、15.03%和 **10.89%**。2023 年末和 2024 年末，公司库龄超过 1 年的原材料占比较高，主要系公司在生产过程中需根据实际需求对原材料分切成不同规格尺寸，部分材料分切后的尺寸相对较小导致在生产过程中使用概率相对较小，故导致一年以上原材料余额逐年增长。公司基于谨慎性考虑，对于 1 年以上库龄的原材料全额计提跌价准备。

②库存商品

报告期各期末，公司库存商品库龄超过 1 年的具体情况如下：

单位：万元

项目	2024 年 12 月 31 日		2023 年 12 月 31 日		2022 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
功能性产品	**171.87**	**94.98%**	320.18	83.76%	359.67	90.17%
防护性产品	**9.09**	**5.02%**	62.06	16.24%	39.22	9.83%
合计	**180.96**	**100.00%**	**382.24**	**100.00%**	**398.89**	**100.00%**

报告期各期末，库龄超过 1 年的库存商品金额分别为 398.89 万元、382.24 万元和 **180.96** 万元，占库存商品的比例分别为 25.16%、 24.59%和 **14.60%**，公司 1 年以上库龄的库存商品主要为功能性产品，主要受下游客户需求变更影

响以及公司根据销售预期额外增加少量成品备货所致。公司对于 1 年以上库龄的库存商品已全额计提跌价准备。

综上所述，报告期各期末，公司存货整体库龄主要集中在 1 年以内，公司各类存货库龄超过 1 年的原因具有合理性。

（2）一年以上存货大幅增长的原因及合理性

公司主要采用“以销定产”的生产管理模式制定生产计划并组织生产。报告期内，公司一年以上的存货大幅增长的主要原因如下：

①消费电子行业生产周期较快，下游客户会根据自己的生产计划随时调整订单排程或更新设计图纸，下游客户的需求变更导致公司部分存货库龄增加；

②2022 年开始，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，公司结合换模时间、生产效率、售后服务等因素，为考虑售后更换备件和快速响应客户临时订单需求，在生产环节生产的数量往往略多于订单量。

综上所述，报告期内，公司一年以上的存货大幅增长符合实际情况，具备合理性。

（3）结合产品生产周期、使用寿命、同行业可比公司存货周转率、产品更新迭代周期、下游客户需求、公司备货策略，说明一年以上库龄存货是否存在滞销情形

报告期内，公司产品生产周期、使用寿命、产品更新迭代周期、下游客户需求、备货策略如下所示：

项目	说明
产品生产周期	公司产品生产周期短，绝大多数产品均可以在 5 天内完成生产。
使用寿命	功能性产品：大多数产品作为笔记本等最终产品的组成零件，如非质量问题导致更换外，公司产品将在最终产品组装完成后一直使用； 防护性产品：多为对客户产品起到包装、保护作用的产品，对客户而言为一次性产品。
产品更新迭代周期	1-2 年

下游客户需求	消费电子行业正处于持续的技术革新和产品持续优化阶段，公司客户产品普遍呈现定制化、多样化的特点。
备货策略	原材料：综合考虑销售预测、销售订单及库存情况安排采购，对于部分新增物料通过临时采购的形式获得； 库存商品：综合考虑销售预测、销售订单及库存情况安排生产，控制库存。

从上表可知，公司产品生产周期较短、产品具有定制化、多样化的特点且公司产品对于客户而言非可重复使用的产品。报告期内，公司综合考虑销售预测、销售订单及库存情况安排生产以控制库存。

报告期各期，公司与同行业可比公司存货周转率对比情况如下所示：

项目	**2024 年度**	2023 年度	2022 年度
达瑞电子	**未披露**	3.99	4.85
光大同创	**未披露**	6.26	7.91
恒铭达	**未披露**	4.27	3.76
捷邦科技	**未披露**	4.74	6.95
鸿富瀚	**未披露**	3.75	3.91
行业平均值	**未披露**	**4.60**	**5.47**
公司	**9.75**	7.62	6.64

上表可知，公司存货周转率高于行业平均值，主要系一方面公司持续强化存货管理,积极控制存货规模，另一方面公司除自主生产外，还通过 OEM 方式生产并销售导致公司存货规模低于同行业可比公司平均值，进而导致存货周转率高于行业平均值。

报告期各期，各类别存货的期后累计结转金额及比例如下：

①2024 年 12 月 31 日

单位：万元

存货类别	**期末存货余额**	**截至 2025 年 2 月 28 日期后结转金额**	**截至 2025 年 2 月 28 日期后结转占比**
原材料	**1,222.94**	**701.06**	**57.33%**
在产品	**275.66**	**271.50**	**98.49%**
库存商品	**1,239.81**	**765.22**	**61.72%**
发出商品	**173.19**	**152.88**	**88.27%**
合计	**2,911.60**	**1,890.66**	**64.94%**

②2023 年 12 月 31 日

单位：万元

存货类别	期末存货余额	截至 2025 年 2 月 28 日期后结转金额	截至 2025 年 2 月 28 日期后结转占比
原材料	1,001.17	**869.85**	**86.88%**
在产品	194.19	**193.59**	**99.69%**
库存商品	1,554.20	**1,406.22**	**90.48%**
发出商品	157.56	157.56	100.00%
合计	**2,907.12**	**2,627.22**	**90.37%**

③2022 年 12 月 31 日

单位：万元

存货类别	期末存货余额	截至 2025 年 2 月 28 日期后结转金额	截至 2025 年 2 月 28 日期后结转占比
原材料	1,539.04	**1,438.09**	**93.44%**
在产品	269.84	**269.37**	**99.83%**
库存商品	1,585.32	**1,558.06**	**98.28%**
发出商品	137.49	137.49	100.00%
合计	**3,531.69**	**3,403.02**	**96.36%**

从上述各年度、各类别存货的期后累计结转金额及比例情况表可知，公司库存商品消耗速度较慢，主要系虽然公司积极出售库龄超过 1 年的存货，但库龄超过 1 年的存货后续结转整体较慢，除前述情况外公司各类别存货的期后累计结转情况较好。

综上所述，公司存货期后结转情况较好且公司产品生产周期较短、周转速度较快，公司积极出售库龄超过 1 年的存货，一年以上库龄的存货金额整体较低，不存在重大滞销情形。

（4）结合订单支持率、未来消费电子市场需求及公司存货管理政策分析存货跌价准备是否会继续扩大，公司的应对措施及有效性

①结合订单支持率、未来消费电子市场需求及公司存货管理政策分析存货跌价准备是否会继续扩大

A、订单支持率

报告期各期末，公司存货余额与公司订单、业务规模情况对比如下：

单位：万元

项目	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
存货账面余额	**2,911.60**	2,907.12	3,531.69
在手订单金额	**1,498.40**	1,869.29	2,218.35
在手订单覆盖率	**51.46%**	64.30%	62.81%
主营业务收入	**40,378.13**	36,391.75	32,622.41
存货占主营业务收入比	**7.21%**	7.99%	10.83%

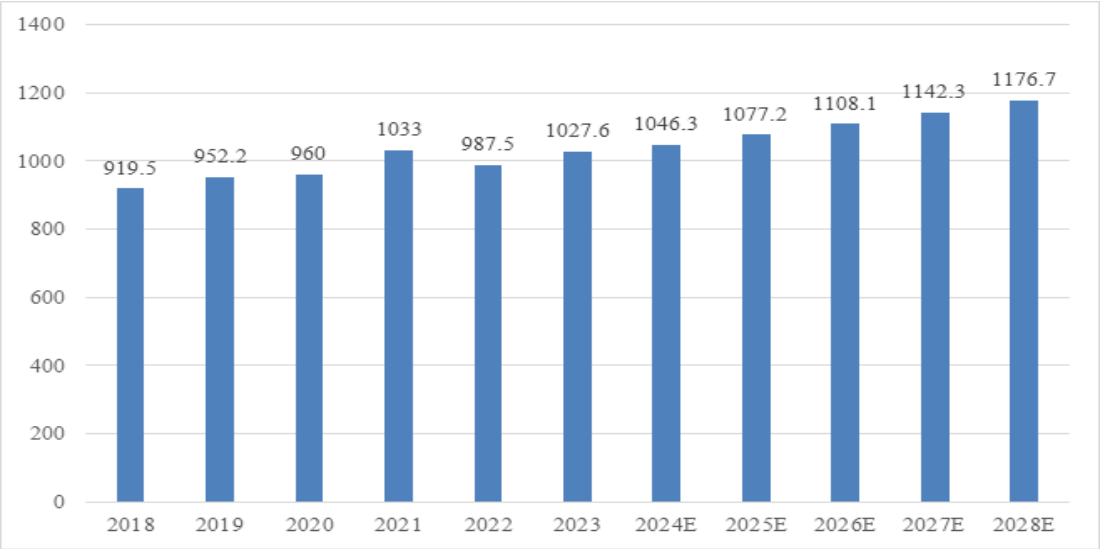
公司生产的功能性产品和防护性产品主要为消费电子行业中 3C 产品的辅助配套材料，基于其行业特征和生产周期，普遍存在订单交期较短、订单金额较小、订单频率较高的特点，故期末在手订单金额较低。

报告期内，公司存货余额在手订单覆盖率、存货占主营业务收入比例保持基本稳定。

B、未来消费电子市场需求

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，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。

C、公司存货管理政策分析

公司主要执行“以销定产，以产定购”的模式，即根据下游客户订单量，结合产品生产需求、开发测试需求、原材料库存情况以及预测市场发展情况制定备料计划从而最终对上游原材料供应商进行采购。另外，公司也会根据下游客户指定的原材料材质或物料品号进行定向采购，且公司生产周期相对较短，因此公司存货周转相对较快。

综上所述，自 2023 年开始，公司已严格执行存货管理政策导致 2023 年末存货余额较 2022 年末余额呈现较大幅度减少，未来消费电子市场需求呈现稳定增长的趋势，表明公司产品仍有较大的市场需求。

②公司的应对措施及有效性

为降低公司产品存货跌价准备继续扩大的风险，公司采取以下措施：

A、每周由事业部总经理牵头业务部对公司现场库存情况进行分析；

B、召集技术研发部、业务部、生管部等部门召开库存分析会议，对库龄较长的产品提出解决方案；

C、将库存呆滞情况与业务部门考核进行挂钩；

D、要求业务部门填制销售订单时提供客户需求的佐证资料，避免超订单

生产。

综上所述，公司已针对产品跌价准备继续扩大的风险制定相关应对措施，一年以上的存货跌价准备增加金额与 2022 年相比有减少的趋势，应对措施积极有效。

3、说明各期末各类存货跌价准备的具体测算过程，包括但不限于存货跌价准备计提比例、可变现净值的确认依据、减值测算过程等，说明发出商品未计提跌价准备的原因及合理性，与同行业可比公司是否存在明显差异

（1）说明各期末各类存货跌价准备的具体测算过程，包括但不限于存货跌价准备计提比例、可变现净值的确认依据、减值测算过程等

报告期内，公司跌价准备测试方法及可变现净值确定的方法如下所示：

项目	可变现净值确定的方法	跌价准备测试的方法
原材料	以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值。	（1）库龄在一年以内的原材料 公司原材料采购主要用于生产而非直接销售，用其生产的产成品的可变现净值高于成本的，该材料仍然按照成本计量；由于公司原材料主要为胶带类、电磁屏蔽类、泡棉类、**纸板及纸盒类**等均为通用型材料，可以满足不同产品的生产需求，对于库龄在 1 年以内的原材料（除呆滞、待报废、不良品外），结合预计加工成本并结合销售费用及相关税费后，可变现净值一般大于成本，故未计提跌价准备； （2）库龄在一年以上或品质异常的原材料 公司考虑到公司产品对材料性能有一定要求，但原材料长期不使用各项性能指标都会降低，故出于谨慎性考虑公司对于1年以上库龄原材料以及呆滞、待报废、不良品原材料全额计提跌价准备。
库存商品、发出商品	以该存货的预计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值。	（1）库龄在一年以内的库存商品 1 年以内的库存商品，公司根据其订单价格或近期销售价格扣除相应的销售费用（金额包含合同履约成本金额）及税费后的可变现价值判断其是否存在跌价，并按照可变现净值与成本的差额计提跌价准备。 （2）库龄在一年以上或品质异常的库存商品 对于1年以上库龄库存商品以及呆滞、待报废、不良品库存商品全额计提减值。

在产品	在正常生产经营过程中，以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值	公司在产品存货结存金额系根据未完工单剩余材料成本核算在产品结存金额。其可变现净值确定方法和原材料可变现净值确定方法一致。同时，公司对于 1 年以上库龄的在产品以及呆滞、待报废、不良品的在产品全额计提跌价准备。

同行业可比公司存货跌价准备计提方法如下所示：

公司简称	存货跌价计提政策
达瑞电子	存货可变现净值是按存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额。在确定存货的可变现净值时，以取得的确凿证据为基础，同时考虑持有存货的目的以及资产负债表日后事项的影响。 资产负债表日，存货成本高于其可变现净值的，计提存货跌价准备。本公司通常按照单个存货项目计提存货跌价准备，资产负债表日，以前减记存货价值的影响因素已经消失的，存货跌价准备在原已计提的金额内转回。
鸿富瀚	资产负债表日，存货应当按照成本与可变现净值孰低计量。当存货成本高于其可变现净值的，应当计提存货跌价准备。可变现净值，是指在日常活动中，存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额。产成品、库存商品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，在正常生产经营过程中，以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值;需要经过加工的材料存货，在正常生产经营过程中，以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值;为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，其可变现净值以合同价格为基础计算，若持有存货的数量多于销售合同订购数量的，超出部分的存货的可变现净值以一般销售价格为基础计算。计提存货跌价准备后，如果以前减记存货价值的影响因素已经消失，导致存货的可变现净值高于其账面价值的,在原已计提的存货跌价准备金额内予以转回，转回的金额计入当期损益。
恒铭达	资产负债表日，存货按成本与可变现净值孰低原则计价。对于存货因遭受毁损、全部或部分陈旧过时或销售价格低于成本等原因，预计其成本不可收回的部分，提取存货跌价准备。存货跌价准备按单个存货项目的成本高于其可变现净值的差额提取。产成品、发出商品和用于出售的材料等可直接用于出售的存货，其可变现净值按该等存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定;用于生产而持有的材料等存货，其可变现净值按所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定; 为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，其可变现净值以合同价格为基础计算。
捷邦科技	于资产负债表日，存货按照成本与可变现净值孰低计量，对成本高于可变现净值的，计提存货跌价准备，计入当期损益。如果以前计提存货跌价准备的影响因素已经消失，使得存货的可变现净值高于其账面价值，则在原已计提的存货跌价准备金额内，将以前减记的金额予以恢复，转回的金额计入当期损益。 可变现净值，是指在日常活动中，存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额。计提存货跌价准备时，各项存货按照单个存货项目计提存货跌价准备；与在同一地区生产和销售的产品系列相关、具有相同或类似最终用途或目的，且难以与其他项目分开计量的存货，合并计提存货跌价准备。
光大同创	资产负债表日，存货采用成本与可变现净值孰低计量。存货可变现净值是按存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额。在确定存货的可变现净值时，以取得的确凿证据为基础，同时考虑持有存货的

	目的以及资产负债表日后事项的影响，除有明确证据表明资产负债表日市场价格异常外，本期期末存货项目的可变现净值以资产负债表日市场价格为基础确定，其中： （1）产成品、商品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，在正常生产经营过程中以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值； （2）需要经过加工的材料存货，在正常生产经营过程中以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；资产负债表日，同一项存货中一部分有合同价格约定、其他部分不存在合同价格的，分别确定其可变现净值，并与其对应的成本进行比较，分别确定存货跌价准备的计提或转回的金额。 期末按照存货类别计提存货跌价准备。计提存货跌价准备后，如果以前减记存货价值的影响因素已经消失，导致存货的可变现净值高于其账面价值的，在原已计提的存货跌价准备金额内予以转回，转回的金额计入当期损益。

由上表可知，报告期内，公司可变现净值的确定依据与存货跌价准备计提的具体依据与同行业可比公司基本一致，均采用按成本与可变现净值孰低计量，存货成本高于其可变现净值的，计提存货跌价准备，计入当期损益。

（2）说明发出商品未计提跌价准备的原因及合理性，与同行业可比公司是否存在明显差异

报告期各期末，公司发出商品的余额分别为 137.49 万元、157.56 万元和 **173.19** 万元，占各期末存货余额的比例分别为 3.89%、5.42%和 **5.95%**。公司发出商品占存货比例较低且公司不存在一年以上库龄的发出商品。在对期末发出商品进行减值测试时，公司以预计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值。经测算，未发生跌价情形。

综上，公司就发出商品未计提跌价准备的原因充分且具有合理性。

报告期内，同行业可比公司发出商品情况如下所示：

单位：万元

公司简称	项目	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
达瑞电子	发出商品金额	未披露	10,442.39	6,872.16
	发出商品存货跌价准备金额	未披露	299.90	45.93
	发出商品存货跌价计提比例	未披露	2.87%	0.67%
	存货余额	未披露	27,227.92	25,651.14

	发出商品占存货余额的比例	**未披露**	38.35%	26.79%
光大同创	发出商品金额	**未披露**	640.79	19.44
	发出商品存货跌价准备金额	**未披露**	-	-
	发出商品存货跌价计提比例	**未披露**	-	-
	存货余额	**未披露**	13,175.16	9,206.04
	发出商品占存货余额的比例	**未披露**	4.86%	0.21%
恒铭达	发出商品金额	**未披露**	4,099.86	7,341.39
	发出商品存货跌价准备金额	**未披露**	54.10	131.78
	发出商品存货跌价计提比例	**未披露**	1.32%	1.79%
	存货余额	**未披露**	25,158.51	34,070.84
	发出商品占存货余额的比例	**未披露**	16.30%	21.55%
捷邦科技	发出商品金额	**未披露**	1,691.97	1,937.58
	发出商品存货跌价准备金额	**未披露**	166.43	56.36
	发出商品存货跌价计提比例	**未披露**	9.84%	2.91%
	存货余额	**未披露**	10,707.07	11,735.35
	发出商品占存货余额的比例	**未披露**	15.80%	16.51%
鸿富瀚	发出商品金额	**未披露**	3,301.81	6,211.15
	发出商品存货跌价准备金额	**未披露**	340.78	504.18
	发出商品存货跌价计提比例	**未披露**	10.32%	8.12%
	存货余额	**未披露**	9,703.24	12,274.27
	发出商品占存货余额的比例	**未披露**	34.03%	50.60%
可比公司平均值	**发出商品金额**	**未披露**	**4,035.36**	**4,476.34**
	发出商品存货跌价准备金额	**未披露**	**215.30**	**184.56**
	发出商品存货跌价计提比例	**未披露**	**5.34%**	**4.12%**
	存货余额	**未披露**	**17,194.38**	**18,587.53**
	发出商品占存货余额的比例	**未披露**	**23.47%**	**24.08%**
发出商品存货跌价计提比例区间		**未披露**	**未披露**	**0.00%-8.12%**
公司	发出商品金额	**173.19**	157.56	137.49

	发出商品存货跌价准备金额	-	-	-
	发出商品存货跌价计提比例	-	-	-
	存货余额	**2,911.60**	2,907.12	3,531.69
	发出商品占存货余额的比例	**5.95%**	5.42%	3.89%

从上表可知，公司发出商品情况与光大同创类似，占存货余额比例较小，且均未计提跌价准备。公司未计提跌价准备与同行业可比公司相比不存在明显差异。

4、结合存货跌价准备计提时间、转销或转回判断标准等分别说明各类别存货跌价准备转销或转回的合理性，是否符合企业会计准则的规定，说明转销产品的具体情况，包括但不限于产品型号、数量、对应客户及定价情况

（1）结合存货跌价准备计提时间、转销或转回判断标准等分别说明各类别存货跌价准备转销或转回的合理性，是否符合企业会计准则的规定

公司严格按照会计准则要求制定存货跌价准备计提政策。公司于每个会计期末进行盘点，对存货的状态、价值做出基本判断，针对于存货状态为不良品、呆滞品、库龄在一年以上等异常状态时，公司对其全额计提跌价准备；同时对于非异常状态的存货，公司对其进行减值测试。减值测试过程具体为：对于库存商品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，其可变现净值按该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定；用于生产而持有的材料存货，其可变现净值按所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定。公司将测算的可变现净值与成本进行比较，若成本高于其可变现净值，则将成本减记至可变现净值，并计提存货跌价准备。

综上所述，报告期内公司存货跌价准备计提时点准确。

公司通过对产品进行再重工利用、销售等方式实现对已计提跌价准备存货的再利用；经评估确实无法再重工利用或销售的，公司会对其进行报废处理。公司的大额存货跌价准备转销或转回的原因均系存货已处置或资产可变现净值

回升，造成以前减记存货价值的影响因素已经消失，原因及依据合理。

公司在符合存货跌价准备转回的条件时，在原已计提的存货跌价准备的金额内转回。

①存货跌价准备转销时，会计处理如下：

借：存货跌价准备

贷：主营业务成本

②存货跌价准备转回时，会计处理如下：

借：存货跌价准备

贷：资产减值损失

综上所述，公司相关会计处理符合企业会计准则的规定。

（2）说明转销产品的具体情况，包括但不限于产品型号、数量、对应客户及定价情况

报告期内，公司转销产品的具体情况，如下所示：

单位：万元

类别	转销方式	2024 年 12 月 31 日		2023 年 12 月 31 日		2022 年 12 月 31 日	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
库存商品-功能性产品	使用/报废	385.40	67.55%	173.61	47.56%	16.75	26.16%
	对外出售	30.59	5.36%	78.25	21.44%	25.88	40.41%
	小计	415.99	72.91%	251.86	69.00%	42.63	66.57%
库存商品-防护性产品	使用/报废	26.09	4.57%	28.44	7.79%	6.20	9.68%
	对外出售	30.59	5.36%	2.42	0.66%	-	
	小计	56.68	9.93%	30.86	8.45%	6.20	9.68%
原材料	使用/报废	84.47	14.80%	60.44	16.56%	12.04	18.80%
在产品	使用/报废	13.42	2.35%	21.84	5.98%	3.17	4.95%
合计		570.57	100.00%	365.00	100.00%	64.04	100.00%

鉴于公司转销产品涉及的具体品号较多，如 2023 年度转销产品的品号超

过 2,300 个，下面列举部分产品对外销售情况，具体如下所示：

①2024 年度

品号	规格/型号	数量	客户名称	定价情况
FC4LY00XX08	A20.1.0-37(530101-00089)4LY08	7,586.00	福州钧玮金属有限公司	按照市场价确定，与正常交易价格基本一致
FCFPW50TA82	195*8	1,574,700.00	苏州大智资讯配件有限公司	
FCJPR6DME60	325.26*97.31	69,956.00	巨宝精密加工（江苏）有限公司	
FCGDB10ALP2	275.54*73	15,093.00	苏州汉扬精密电子有限公司	
FCGDB10ALo2	279.29*44.65	15,080.00	苏州汉扬精密电子有限公司	
FCGDC41PRJ1	193.51*6.12	1,350.00	汉达精密电子（昆山）有限公司	
FCGLI42ALV0	177.63*126.7	1,500.00	仁宝信息技术（昆山）有限公司	
DZ2020112803	600（封口12MM）*130*0.06	1,006.00	中达电子（江苏）有限公司	
ZX2022053103	498*398*211	3,153.00	中达电子（江苏）有限公司	
BCGDP50MY09	254.4*102.43	100.00	仁宝电脑（成都）有限公司	

②2023 年度

品号	规格/型号	数量	客户名称	定价情况
FCB2686AL08	256.62*115.33	26,000.00	上海勤允电子科技有限公司	按照市场价确定，与正常交易价格基本一致
FCFDX40TAP3	188.11*12.1	3,000.00	昆山精亿杰精密技术有限公司	
86022-00001	-	30,714.00	联宝(合肥)电子科技有限公司	
86023-00001	-	9,768.00	桐庐优视医疗器械有限公司	
86023-00002	-	9,768.00	桐庐优视医疗器械有限公司	
FCEDC50MYS0	302.39*91.34	2,988.00	仁宝信息技术（昆山）有限公司	
FCHPJ40TAD0	181.75*13	50,075.00	苏州炳荣精密五金制品有限公司	
FCDGE10SP11	50*50	14,000.00	苏州汉扬精密电子有限公司	
FCFPM50MY1D	335.8*167.58	200.00	仁宝资讯工业（昆山）有限公司	

FCCAV00TA66	284.1*7.8	78,358.00	苏州汉扬精密电子有限公司	
FCEDC50TAF0	192*2.5	112,600.00	苏州汉扬精密电子有限公司	
FCEPK50SP10	30*15	45,000.00	巨宝精密加工（江苏）有限公司	

③2022 年度

品号	规格/型号	数量	客户名称	定价情况
FCDPC50TAE0	204*8	6,386.00	仁宝资讯工业（昆山）有限公司	按照市场价确定，与正常交易价格基本一致
FCEDB40SP60	8*4.4	7,450.00	苏州汉扬精密电子有限公司	
FCX5700AL08	70E00320	1,200.00	巨圣电子（昆山）有限公司	
FCEDQ71SP70	90*70	1,914.00	可功科技（宿迁）有限公司	
FCB2772SP40	50*8	8,000.00	南昌华勤电子科技有限公司	
FCNB260SP19	118.8*7	2,469.00	南昌华勤电子科技有限公司	
FCNB260SP16	64*53.9	468.00	南昌华勤电子科技有限公司	
FCDAZ10ALG0	40*20	2,954.00	仁宝信息技术（昆山）有限公司	
FCFPW50MYo0	13*4.3	4,205.00	巨宝精密加工（江苏）有限公司	
FCFPW50MYQ0	17.4*11.2	2,872.00	巨宝精密加工（江苏）有限公司	
FCEDI41SPA0	14.5*8.05	4,500.00	苏州汉扬精密电子有限公司	
FCFDX31SP73	50*5	950.00	苏州大智资讯配件有限公司	
FCDPF50MY24	30.07*11.91	3,420.00	仁宝资讯工业（昆山）有限公司	
FCEDQ71SP80	90*70	184.00	可功科技（宿迁）有限公司	

从上表可知，公司通过出售转销产品的定价均按照市场价进行定价。

5、说明存货盘点具体情况：按存放地点披露原材料、在产品、库存商品、发出商品的金额，发行人对异地存放的存货的内控制度运行有效性；区分存货存放地点，说明报告期各期存货盘点情况，包括对各期末各项存货的盘点范围、时间、地点、各类存货盘点方法、盘点比例、账实相符的情况、盘点结果，是否存在盘点差异及原因、处理措施等。说明报告期各期寄售模式下存货仓储分布情况、存货相关会计处理合规性，存货盘点的具体方法，是否进行实地盘点，相关存货库龄及减值计提情况，是否存在长期放置于客户仓库的存货。说明保税仓、寄售仓、外协仓等仓库的日常管理情况，存货的日常保管责任及归属情况

（1）按存放地点披露原材料、在产品、库存商品、发出商品的金额，发行人对异地存放的存货的内控制度运行有效性

①存放地点披露原材料、在产品、库存商品、发出商品的金额

报告期各期末，公司存货分布情况如下所示：

单位：万元

日期	存放地点	存货类别	账面余额	占比
2024 年 12 月 31 日	昆山厂区	原材料	1,012.36	34.77%
		库存商品	1,066.91	36.64%
		在产品/半成品	241.12	8.28%
	重庆厂区	原材料	188.88	6.49%
		库存商品	119.80	4.11%
		在产品/半成品	34.42	1.18%
	广东厂区	原材料	3.15	0.11%
		库存商品	25.17	0.86%
	越南厂区	原材料	12.44	0.43%
		库存商品	17.48	0.60%
		在产品/半成品	0.13	0.00%
	马鞍山厂区	原材料	6.11	0.21%
		库存商品	10.45	0.36%
	合肥	发出商品	33.76	1.16%
	嘉善	发出商品	20.31	0.70%
	重庆及在途	发出商品	12.40	0.43%
	昆山及在途	发出商品	32.28	1.11%
	越南地区	发出商品	74.45	2.56%
小计			2,911.60	100.00%
2023 年 12 月 31 日	昆山厂区	原材料	871.27	29.97%
		库存商品	1,236.26	42.53%
		在产品/半成品	166.43	5.72%
	重庆厂区	原材料	128.89	4.43%
		库存商品	312.07	10.73%
		在产品/半成品	27.76	0.95%
	广东厂区	原材料	1.01	0.03%

		库存商品	5.87	0.20%
	合肥	发出商品	34.63	1.19%
	嘉善	发出商品	26.01	0.89%
	重庆及在途	发出商品	26.60	0.91%
	昆山及在途	发出商品	70.32	2.42%
小计			**2,907.12**	**100.00%**
2022 年 12 月 31 日	昆山厂区	原材料	1,341.99	38.00%
		库存商品	1,289.09	36.50%
		在产品/半成品	236.48	6.70%
	重庆厂区	原材料	197.05	5.58%
		库存商品	296.23	8.39%
		在产品/半成品	33.36	0.94%
	合肥	发出商品	54.27	1.54%
	嘉善	发出商品	21.25	0.60%
	重庆	发出商品	32.63	0.92%
	昆山及在途	发出商品	29.34	0.83%
小计			**3,531.69**	**100.00%**
2021 年 12 月 31 日	昆山厂区	原材料	816.85	25.77%
		库存商品	1,349.48	42.58%
		在产品/半成品	167.13	5.27%
	重庆厂区	原材料	246.08	7.76%
		库存商品	369.14	11.65%
		在产品/半成品	83.36	2.63%
	合肥	发出商品	24.32	0.77%
	嘉善	发出商品	50.62	1.60%
	重庆	发出商品	53.38	1.68%
	昆山及在途	发出商品	9.27	0.29%
小计			**3,169.63**	**100.00%**

从上表可知，报告期内公司存放存货的主要地点未发生明显变化，2023 年度及 2024 年**度**新增存放地点主要系新增子公司开始生产经营所致。

②发行人对异地存放的存货的内控制度运行有效性

异地存放的存货入库流程：

公司在 ERP 系统中编制调拨单将产品从成品仓调拨至异地仓库，仓库人员根据审批后的调拨单进行发货并经客户签收。

异地存放的存货出库及结存流程：

公司根据客户实际领用数据编制销货单，ERP 系统会根据审批后的销货单扣减系统库存并结转销货成本。

公司定期获取客户或第三方的关于异地存放的存货明细数据并将其与公司 ERP 系统数据进行比对，如有差异将查明原因并进行处理；同时，公司不定期去异地仓进行盘点。

综上，公司对异地存放的存货的内控制度运行有效。

（2）区分存货存放地点，说明报告期各期存货盘点情况，包括对各期末各项存货的盘点范围、时间、地点、各类存货盘点方法、盘点比例、账实相符的情况、盘点结果，是否存在盘点差异及原因、处理措施等

①区分存货存放地点，说明报告期各期存货盘点情况，包括对各期末各项存货的盘点范围、时间、地点、各类存货盘点方法、盘点比例、账实相符的情况、盘点结果

报告期各期末，存货存放地点情况详见本问题回复“一、（二）、5.（1）”。

报告期各期末,公司财务部组织资材部等部门对公司存货进行全面年终盘点。资材部、财务部为存货盘点的主要责任部门，资材部的存货管理人员负责存货的日常管理，财务部为存货盘点的监盘部门，对存货盘点进行监督。盘点前，资材部制定完整的盘点计划并完成人员的指派，明确盘点时间、参与人员等事项并确保各项存货于盘点前登记入账完毕。财务部门对盘点结果进行复盘，如存在差异则查明原因，经总经理批准后交由财务部、资材部调整入账。

盘点时，盘点人员核对存货名称、规格型号、数量情况，以确保存货数量的完整性及准确性。报告期各期末，公司盘点情况如下所示：

项目	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
盘点时间	2024/12/30、2024/12/31、2025/1/2、2025/1/2、2025/1/10	2023/12/29、2023/12/30、2023/12/31	2022/12/30、2022/12/31
盘点地点	昆山厂区内仓库、重庆厂区内仓库、日善仓、重庆沪华仓、合肥联宝仓等仓库、广东鼎佳厂区仓库		
盘点人员	财务人员、仓库人员等		
盘点范围	原材料、在产品、库存商品、发出商品		
盘点方法	点数、称重		
盘点程序	1、公司制定详细的盘点计划，对盘点人员、分组及注意事项等做出安排； 2、确认所有的出入库均已录入 ERP 系统中； 3、仓储部门于盘点日前将存货整理整齐，保证存货卡片标识清楚，盘点期间存货暂时停止出入库； 4、盘点结束后将所有的盘点表收回汇总送至财务部，形成盘点小结； 5、财务部根据盘点差异表，形成处理意见，经管理层批准后进行相关账务处理。		
盘点结果	存货账实相符		

由上表可知，**报告期各期**盘点均无差异。

②盘点结果，是否存在盘点差异及原因、处理措施等盘点结果，是否存在盘点差异及原因、处理措施

报告期各期末，公司各类存货盘点差异情况如下所示：

单位：万元

项目	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
期末存货总金额①	2,911.60	2,907.12	3,531.69
盘点金额②	2,647.55	2,690.66	3,329.62
其中：原材料	1,209.37	996.50	1,456.07
库存商品	1,096.05	1,434.74	1,558.59
在产品	275.66	194.19	269.84
发出商品	66.46	65.23	45.12
盘点比例（%）③=②/①	90.93%	92.55	94.28
盘点差异金额	-		

由上表可知，**报告期各期**盘点均无差异。

（3）说明报告期各期寄售模式下存货仓储分布情况、存货相关会计处理

合规性，存货盘点的具体方法，是否进行实地盘点，相关存货库龄及减值计提情况，是否存在长期放置于客户仓库的存货。说明保税仓、寄售仓、外协仓等仓库的日常管理情况，存货的日常保管责任及归属情况

①报告期各期寄售模式下存货仓储分布情况

报告期各期，公司主要寄售模式仓储分布情况如下所示：

时间	客户名称	仓库位置	金额（万元）
2024 年 12 月 31 日	仁宝（越南）有限公司	越南	**74.45**
	日善电脑配件（嘉善）有限公司	嘉善	**20.31**
	苏州立讯技术有限公司	苏州	**12.08**
	联宝（合肥）电子科技有限公司	合肥	**33.76**
	重庆市铜梁区沪华五金电子有限公司	重庆	**12.40**
	小计		**153.00**
2023 年 12 月 31 日	日善电脑配件（嘉善）有限公司	嘉善	26.01
	苏州立讯技术有限公司	苏州	54.24
	联宝（合肥）电子科技有限公司	合肥	34.63
	重庆市铜梁区沪华五金电子有限公司	重庆	4.59
	小计		119.47
2022 年 12 月 31 日	日善电脑配件（嘉善）有限公司	嘉善	21.25
	联宝（合肥）电子科技有限公司	合肥	54.27
	重庆市铜梁区沪华五金电子有限公司	重庆	23.87
	小计		99.39

②寄售模式下存货相关会计处理的合规性

寄售模式下，公司根据客户要求将货物运送至寄售仓库，寄售仓库的签收仅为公司产品的暂收和代为保管。在客户从寄售仓库领用前，寄售产品的所有权、控制权仍属于公司。客户自寄售仓库领用寄售产品后，视为完成最终验收，所有权转移，此时，公司完成了销售合同履约义务，销售收入金额已确定，寄售产品相关的成本能够可靠计量。

客户实际领用后，公司每月定期依据与客户核对无误的系统领用记录确认收入，或取得对账单后依据双方核对无误的对账单确认收入，会计处理为：

借：应收账款

贷：营业收入

贷：应交税费

同时相应结转成本，具体会计处理为

借：营业成本

贷：库存商品

寄售模式下，公司在客户领用后确认收入符合《企业会计准则》相关规定，具体论述详见“问题 4.收入确认合规性及核查充分性、一、（一）、1”。

综上所述，寄售模式下存货相关会计处理合规。

③寄售模式下存货盘点的具体方法，是否进行实地盘点

报告期内，公司对寄售模式下的存货通过计数、称重的方式进行盘点。寄售仓库的盘点由销售人员等人员参与，日常采取定期盘点方式盘点存货。

④寄售模式下相关存货的库龄及减值计提情况，是否存在长期放置于客户仓库的存货

对于寄售存货，公司根据订单约定将产品发货至客户指定的寄售仓库，客户按需领用，使用后每月在供应商管理系统对账模块或以电子对账单的形式与公司核对实际使用数量，公司按实际使用数量确认收入并开票结算，报告期末已发送至客户寄售仓库但尚未使用的产品形成寄售存货。

寄售模式下，公司产品库龄均为一年以内。

各期末发出商品进行减值测试时，以预计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值与存货成本进行对比，经测试未发生跌价情形，未计提跌价准备。

在日常管理中当公司发货后客户长期不领用时，公司会与客户沟通了解原因并确定解决方案，故不存在长期放置于客户仓库的存货

⑤说明保税仓、寄售仓、外协仓等仓库的日常管理情况，存货的日常保管责任及归属情况

公司可能通过保税仓中转货物的情形有两种，具体回复详见“问题 4.收入确认合规性及核查充分性、一、（三）、3、（1）”。

除海晨仓外，公司涉及的保税仓、寄售仓、外协仓等仓库，均非公司租赁或所有，其日常管理均不受公司管理。

公司主要寄售仓、外协仓日常管理情况等如下表所示：

仓库名	仓库性质	客户/供应商名称	日常管理情况	日常保管责任及归属情况
日善仓	寄售仓	日善电脑配件（嘉善）有限公司	由日善电脑配件（嘉善）有限公司负责管理	VMI 仓为日善电脑配件（嘉善）有限公司场地，寄售物资验收寄存后，日善电脑配件（嘉善）有限公司代为保管
海晨仓	寄售仓	联宝（合肥）电子科技有限公司	由深圳市前海晨供应链管理有限公司负责管理	深圳市前海晨供应链管理有限公司应对货物在深圳市前海晨供应链管理有限公司的管理、保管和控制期间的灭失或损坏承担责任。货物灭失和损坏的风险应自深圳市前海晨供应链管理有限公司接收昆山飞博特电子科技有限公司的货物起至将货物转移给昆山飞博特电子科技有限公司指定收货人时止
沪华仓	寄售仓	重庆市铜梁区沪华五金电子有限公司	由重庆市铜梁区沪华五金电子有限公司负责管理	VMI 仓为重庆市铜梁区沪华五金电子有限公司场地，寄售物资验收寄存后，重庆市铜梁区沪华五金电子有限公司代为保管。供方已确认重庆市铜梁区沪华五金电子有限公司仓库现有存储条件，满足防尘、防潮、防晒。如果寄售物资有特殊存储条件要求的，供方应及时书面告知，否则，存储不当责任由供方承担。除非双方书面确认，供方不得将物资自行从仓库取走或向任何第三方转让、抵押、租赁或做其他处置
立讯仓	寄售仓	苏州立讯技术有限公司	由苏州立讯技术有限公司负责管理	除非双方书面确认，昆山市鼎佳电子材料有限公司

				不得将产品自行从仓库取走或向任何第三方转让、抵押、租赁或做其他处置。昆山市鼎佳电子材料有限公司已确认苏州立讯技术有限公司仓库现有存储条件，满足昆山市鼎佳电子材料有限公司产品或物料的存放要求。如产品有特殊存储条件要求的，昆山市鼎佳电子材料有限公司应及时书面告知，否则，存储不当责任由昆山市鼎佳电子材料有限公司承担
越南仁宝仓	寄售仓	仁宝（越南）有限公司	由越南仁宝租赁，日常管理由飞力达供应链管理（越南）有限公司永福分公司负责管理	VMI 仓为越南仁宝租赁场地，寄售物资验收寄存后由飞力达供应链管理（越南）有限公司永福分公司负责管理
康普生仓	外协仓	昆山康普生电子材料有限公司	由昆山康普生电子材料有限公司负责管理	产品交付前，产品的保管、保护由昆山康普生电子材料有限公司承担，直至通过苏州鼎佳精密科技股份有限公司初步验收后风险转移至苏州鼎佳精密科技股份有限公司。如因昆山康普生电子材料有限公司操作、储存不当等原因而损坏、遗失的任何产品均由昆山康普生电子材料有限公司自行负责

由上表可知，公司主要寄售仓、外协仓日常管理均由客户/供应商或者第三方公司进行管理，日常保管责任也均归属于客户/供应商或者第三方公司。

（三）供应商变动合理性

1、结合生产经营特征、原材料采购种类及市场供应情况、主要供应商经营规模、合作方式，说明供应商较为分散的合理性，是否与同行业可比公司相符

（1）生产经营特征、原材料采购种类及市场供应情况

公司产品主要为功能性产品和防护性产品，产品类型、品号众多，公司各产品涉及的应用领域较为广泛，主要包括消费电子、汽车等领域，产品的定制化程度较高。在实施采购方面，公司主要根据下游客户的订单采取“以销定产，

以产定购”的模式。即根据下游客户订单量，结合产品生产需求、开发测试需求、原材料库存情况以及预测市场发展情况制定备料计划，从而最终对上游原材料供应商进行采购。公司主要原材料系根据类型统计，主要包括胶带类、泡棉类、电磁屏蔽类、**纸板及纸盒类**、聚酯薄膜类、保护膜类等，同一类型内原材料料号众多，市场上供应商数量较多，市场供应较为充足。

（2）主要供应商经营规模、合作方式

报告期内，主要供应商的经营规模与合作方式如下：

序号	供应商名称	经营规模	合作方式
1	德莎胶带（上海）有限公司	2020 年收入约 23 亿元	双方签订框架协议约定对产品的交货、验收和品质要求。发行人根据需求与供应商签订单笔合同，约定具体采购内容，供应商根据合同和备货情况安排发货。
2	江苏斯迪克新材料科技股份有限公司	2023 年收入约 19.69 亿元	
3	昆山市苏裕纸制品有限公司	2022 年收入约 8 亿元	
4	昆山鸣朋纸业有限公司	2023 年收入约 6 亿元	
5	**苏州万弘新材料科技有限公司**	**2022 年收入约 4,200 万元**	
6	昆山奥博环保科技有限公司	2023 年收入约 9,500 万元	
7	苏州金平塑业有限公司	2023 年收入约 8,000 万元	
8	浙江原邦材料科技有限公司	2023 年收入约 7,000 万元	
9	无锡百晟科技有限公司	2023 年收入约 6,000 万元	
10	苏州博菲斯新材料有限公司	2023 年收入约 3,000 万元	
11	昆山晨正达电子科技有限公司	2023 年收入约 1,500 万元	

注：1、按报告期内前五大供应商列示，并剔除每年重合供应商后为 **11** 家；
2、供应商经营规模数据来源为供应商访谈。

（3）公司供应商较为分散的合理性及同行业可比公司情况

公司生产所需的原材料并非稀缺资源，供应充足、为充分竞争市场，为提升原材料质量和保障供应稳定，公司会就同一类型原材料开发多家合格供应商，降低对单一供应商的依赖。同时，基于产品质量的考虑，存在部分客户指定原材料品牌范围的情形，从而导致供应商较为分散，具体如下：

①国内消费电子行业供应链体系较完善，原材料供应充足，为公司就同一类型原材料开发多家合格供应商提供了有利条件；

②上游行业市场竞争较为激烈，提供的产品具有一定的通用性，因此对公司而言，供应商转换成本低，不存在对特定供应商重大依赖的情形；

③上游各种原材料质量标准与价格体系相对透明，公司可结合产品的实际需求，择优选择供应商。

2022 年至 2023 年度，公司前五大供应商的采购占比与同行业可比公司的对比情况如下：

公司	2023 年度	2022 年度
达瑞电子	34.44%	19.90%
光大同创	24.65%	未披露
捷邦科技	27.76%	30.65%
鸿富瀚	20.73%	19.62%
恒铭达	41.78%	37.18%
平均值	**29.87%**	**26.84%**
本公司	**19. 79%**	**22.37%**

注：同行业可比公司暂未披露 2024 年度数据

由上表可知，公司前五大供应商采购占比处于同行业可比公司的合理区间范围内，同行业内供应商集中度普遍不高。其中，公司与鸿富瀚占比较为接近。总体来看，公司的供应商集中度与同行业可比上市公司不存在重大差异。

2、按供应商规模、合作年限、客户性质分层列示供应商数量及采购情况，各期新增和减少供应商数量及采购占比情况，说明供应商选择的依据

（1）按供应商规模、合作年限、客户性质分层列示供应商数量及采购情况

①供应商规模

报告期内，按向供应商采购规模分层列示原材料供应商数量及采购情况如下：

单位：家、万元

期间	项目	10 万元以下	10-50 万元	50-100 万元	100-500 万元	500 万元以上	合计
2024 年度	数量	301	92	31	24	9	457

	采购金额	**582.21**	**2,077.13**	**2,170.75**	**4,716.63**	**7,149.51**	**16,696.22**
	采购占比	**3.49%**	**12.44%**	**13.00%**	**28.25%**	**42.82%**	**100.00%**
2023 年度	数量	244	80	27	25	8	**384**
	采购金额	570.01	1,879.42	1,941.74	5,034.17	5,722.20	**15,147.55**
	采购占比	3.76%	12.41%	12.82%	33.23%	37.78%	**100.00%**
2022 年度	数量	206	79	28	26	5	**344**
	采购金额	455.7	1,990.42	1,954.16	5,623.93	3,970.23	**13,994.44**
	采购占比	3.26%	14.22%	13.96%	40.19%	28.37%	**100.00%**

报告期内，公司原材料采购金额在 100 万元以上的供应商数量分别为 31 家、33 家和 **33** 家，采购金额占比分别为 68.56%、71.01%和 **71.07%**，原材料供应商数量和采购金额占比较为稳定。

②合作年限

报告期内，按合作年限分层列示原材料供应商数量、采购金额情况如下：

单位：家、万元

期间	项目	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年以上	合计
2024 年**度**	数量	**163**	**65**	**29**	**200**	**457**
	采购金额	**936.58**	**2,696.26**	**652.41**	**12,413.97**	**16,699.22**
	采购占比	**5.61%**	**16.15%**	**3.91%**	**74.34%**	**100.00%**
2023 年度	数量	100	43	52	189	**384**
	采购金额	1,863.42	504.16	1,123.38	11,656.60	**15,147.55**
	采购占比	12.30%	3.33%	7.42%	76.95%	**100.00%**
2022 年度	数量	87	60	43	154	**344**
	采购金额	623.51	1,708.17	1,810.80	9,851.95	**13,994.44**
	采购占比	4.46%	12.21%	12.94%	70.40%	**100.00%**

注：时间以首次合作当年开始起算。

报告期内，公司对合作 3 年以上的原材料供应商采购占比较高，符合公司实际情况。

③供应商性质

报告期内，按供应商性质分层列示原材料供应商数量、采购金额情况如下：

单位：家、万元

期间	项目	生产商	贸易商	合计
2024 年度	数量	**338**	**119**	**457**
	采购金额	**12,669.13**	**4,030.09**	**16,699.22**
	采购占比	**75.87%**	**24.13%**	**100.00%**
2023 年度	数量	307	77	**384**
	采购金额	11,938.31	3,209.23	**15,147.55**
	采购占比	78.81%	21.19%	**100.00%**
2022 年度	数量	278	66	**344**
	采购金额	10,828.10	3,166.34	**13,994.44**
	采购占比	77.37%	22.63%	**100.00%**

报告期内，公司原材料供应商整体较为稳定，主要供应商类型为生产型企业，符合公司实际情况。

（2）各期新增和减少供应商数量及采购占比情况

①新增供应商数量及采购占比情况

报告期内，公司新增原材料供应商数量及采购情况如下：

单位：家、万元

期间	新增供应商数量	新增供应商采购金额	采购占比
2024 年度	**163**	**936.58**	**5.61%**
2023 年度	128	2,038.44	13.46%
2022 年度	104	786.57	5.62%

注：新增供应商指本期相对于上期新增的供应商。

报告期内，公司新增原材料供应商数量分别为 104 家、128 家和 **163** 家，对新增原材料供应商的采购金额分别 786.57 万元、2,038.44 万元和 **936.58** 万元，占当期原材料采购总额的比例分别为 5.62%、13.46%和 **5.61%**。

②减少供应商数量及采购占比情况

报告期内，公司减少原材料供应商数量及采购情况如下：

单位：家、万元

期间	减少供应商数量	减少供应商采购金额	采购占比
2024 年度	**103**	**1,076.54**	**6.45%**

2023 年度	88	681.92	4.50%
2022 年度	91	661.00	4.72%

注：减少供应商指本期相对于上期减少的供应商。

报告期内，公司减少原材料供应商数量分别为 91 家、88 家和 **103** 家，减少原材料供应商的采购金额分别 661.00 万元、681.92 万元和 **1,076.54** 万元，占当期原材料采购总额的比例分别为 4.72%、4.50%和 **6.45%**。

报告期内，公司原材料供应商变动系基于合作情况和产品结构的考虑，并依据公司供应商管理制度做出的合理商业行为。除 2024 年上半年不具有可比性外，原材料供应商变动造成的采购金额变化占当期原材料采购总额的比例较小，不存在因原材料供应商变动导致采购发生重大变动的情形。

（3）供应商选择的依据

公司建立了采购及供应商管理制度，在采购中会综合考虑供应商的业务资质、产品质量、产品价格、交货期、信用期、服务等因素选取原材料供应商，对评估合格的原材料供应商纳入合格供应商名录。同时，公司每年对合格供应商进行更新优化，与供应能力良好的供应商建立长期合作关系，逐步淘汰不合格供应商，同时积极开发新供应商。在日常业务开展中，公司优先选择价格合理并能满足交付时间和交付质量要求的原材料供应商。

3、区分原材料、产品采购类型，说明各主要供应商（含外协供应商）名称、类型、成立时间、注册资本、实缴资本、注册地址、实际控制人、业务内容及经营规模、合作方式、合作历史、各期采购内容、金额及占比等，说明供应商采购规模变化的原因与合理性，是否与发行人存在关联关系，对外协产品的质量管理制度及执行情况，向外协供应商采购价格的公允性

（1）区分原材料、产品采购类型，说明各主要供应商（含外协供应商）名称、类型、成立时间、注册资本、实缴资本、注册地址、实际控制人、业务内容及经营规模、合作方式、合作历史、各期采购内容、金额及占比

①原材料主要供应商

公司采购的主要原材料为胶带类、泡棉类、电磁屏蔽类、**纸板及纸盒类**、聚酯薄膜类、保护膜类等，报告期内，各类主要原材料的主要供应商及采购情况如下：

A、胶带类

单位：万元

期间	供应商名称	采购金额	占同类型采购额的比例
2024 年度	**无锡百晟科技有限公司**	**605.17**	**17.15%**
	江苏斯迪克新材料科技股份有限公司	**515.93**	**14.62%**
	德莎胶带（上海）有限公司	**508.20**	**14.40%**
	苏州博菲斯新材料有限公司	**313.36**	**8.88%**
	合肥萩城复合材料有限公司	**215.57**	**6.11%**
	合计	**2,158.23**	**61.15%**
2023 年度	无锡百晟科技有限公司	654.27	20.68%
	德莎胶带（上海）有限公司	473.36	14.96%
	江苏斯迪克新材料科技股份有限公司	404.32	12.78%
	合肥萩城复合材料有限公司	226.75	7.17%
	苏州博菲斯新材料有限公司	220.03	6.95%
	合计	**1,978.73**	**62.54%**
2022 年度	德莎胶带（上海）有限公司	670.68	20.37%
	江苏斯迪克新材料科技股份有限公司	444.86	13.51%
	无锡百晟科技有限公司	309.38	9.40%
	苏州博菲斯新材料有限公司	239.50	7.28%
	苏州驭奇材料科技有限公司	204.63	6.22%
	合计	**1,869.05**	**56.78%**

B、泡棉类

单位：万元

期间	供应商名称	采购金额	占同类型采购额的比例
2024 年度	**垦柏恩复合材料（昆山）有限公司**	**386.04**	**19.69%**
	江苏凯鸿电子新材料有限公司	**208.52**	**10.64%**
	苏州群盛电子有限公司	**171.49**	**8.75%**
	深圳市正瀚材料有限公司	**163.45**	**8.34%**

期间	供应商名称	采购金额	占同类型采购额的比例
	耀强新材料科技（江苏）有限公司	**122.21**	**6.23%**
	合计	**1,051.71**	**53.65%**
2023 年度	垦柏恩复合材料（昆山）有限公司	365.35	19.64%
	苏州林大新型材料科技有限公司	150.60	8.10%
	江苏凯鸿电子新材料有限公司	141.65	7.61%
	泰州庆坤新材料科技有限公司	141.16	7.59%
	东莞市雄驰电子有限公司	108.07	5.81%
	合计	**906.83**	**48.75%**
2022 年度	垦柏恩复合材料（昆山）有限公司	458.38	23.32%
	昆山艾尔格林电子材料有限公司	153.05	7.79%
	泰州庆坤新材料科技有限公司	152.35	7.75%
	苏州林大新型材料科技有限公司	142.82	7.27%
	江苏凯鸿电子新材料有限公司	106.56	5.42%
	合计	**1,013.16**	**51.55%**

C、电磁屏蔽类

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 年度	**浙江原邦材料科技有限公司**	**1,053.12**	**53.72%**
	江苏中达电子科技有限公司	**719.08**	**36.68%**
	合计	**1,772.20**	**90.40%**
2023 年度	浙江原邦材料科技有限公司	547.76	29.66%
	江苏中达电子科技有限公司	410.55	22.23%
	湖北亿田鑫科技有限公司	214.88	11.63%
	昆山霖胜富电子有限公司	163.83	8.87%
	苏州博菲斯新材料有限公司	149.31	8.08%
	合计	**1,486.33**	**80.47%**
2022 年度	昆山霖胜富电子有限公司	383.80	20.04%
	苏州博菲斯新材料有限公司	348.91	18.22%
	湖北亿田鑫科技有限公司	344.00	17.96%
	江苏中达电子科技有限公司	227.18	11.86%
	湖北富和冠电子材料有限公司	167.08	8.72%
	合计	**1,470.97**	**76.80%**

注：2024 年度同类别原材料供应商较为集中，故主要供应商的选取标准为该材料合计采购金额前两大的供应商。

D、纸板及纸盒类

单位：万元

期间	供应商名称	采购金额	占同类型采购额的比例
2024 年度	**昆山奥博环保科技有限公司**	**1,216.65**	**36.39%**
	昆山鸣朋纸业有限公司	**565.69**	**16.92%**
	昆山美泰纸业有限公司	**549.06**	**16.42%**
	昆山市苏裕纸制品有限公司	**405.60**	**12.13%**
	合计	**2,737.00**	**81.87%**
2023 年度	**昆山奥博环保科技有限公司**	**840.68**	**29.87%**
	昆山市苏裕纸制品有限公司	709.97	**25.23%**
	昆山鸣朋纸业有限公司	598.61	**21.27%**
	昆山美泰纸业有限公司	419.86	**14.92%**
	合计	**2,569.12**	**91.29%**
2022 年度	昆山鸣朋纸业有限公司	956.12	50.28%
	昆山美泰纸业有限公司	456.37	24.00%
	昆山市苏裕纸制品有限公司	366.47	19.27%
	合计	**1,778.96**	**93.55%**

注：同类别原材料供应商较为集中，主要供应商的选取标准为报告期内该材料合计采购金额**超 80%**的供应商。

E、聚酯薄膜类

单位：万元

期间	供应商名称	采购金额	占同类型采购额的比例
2024 年度	**苏州金平塑业有限公司**	**785.80**	**47.52%**
	苏州万弘新材料科技有限公司	**242.63**	**14.67%**
	合计	**1,028.43**	**62.19%**
2023 年度	苏州金平塑业有限公司	906.68	47.47%
	苏州万弘新材料科技有限公司	606.42	31.75%
	合计	**1,513.10**	**79.22%**
2022 年度	苏州金平塑业有限公司	877.06	53.53%
	苏州万弘新材料科技有限公司	297.73	18.17%
	合计	**1,174.79**	**71.70%**

注：同类别原材料供应商较为集中，主要供应商的选取标准为报告期内该材料合计采购金额前两大的供应商。

F、保护膜类

单位：万元

期间	供应商名称	采购金额	占同类型采购额的比例
2024 年度	**江苏斯迪克新材料科技股份有限公司**	**453.70**	**68.23%**
	昆山艾斯美电子新材料有限公司	**34.60**	**5.20%**
	合计	**488.30**	**73.44%**
2023 年度	江苏斯迪克新材料科技股份有限公司	502.06	71.28%
	昆山艾斯美电子新材料有限公司	64.23	9.12%
	合计	**566.29**	**80.40%**
2022 年度	江苏斯迪克新材料科技股份有限公司	591.79	66.92%
	昆山艾斯美电子新材料有限公司	93.93	10.62%
	合计	**685.72**	**77.54%**

注：同类别原材料供应商较为集中，主要供应商的选取标准为报告期内该材料合计采购金额前两大的供应商。

G、其他原材料

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 年度	**昆山皓腾包装材料有限公司**	**183.53**	**6.44%**
	昆山泾博然电子材料有限公司	**143.96**	**5.06%**
	无锡佰成塑料包装材料有限公司	**129.61**	**4.55%**
	深圳市深九龙科技有限公司	**100.26**	**3.52%**
	太仓嘉坤包装材料有限公司	**82.74**	**2.91%**
	合计	**640.09**	**22.48**
	昆山泾博然电子材料有限公司	152.24	**6.33%**
	昆山皓腾包装材料有限公司	144.79	**6.02%**
	苏州工业园区长均贸易有限公司	125.59	**5.23%**
	太仓嘉坤包装材料有限公司	100.28	**4.17%**
	无锡佰成塑料包装材料有限公司	**95.58**	**3.98%**
	合计	**618.48**	**25.73%**
2022 年度	无锡佰成塑料包装材料有限公司	178.96	8.73%
	昆山市锦溪镇恒丰塑料包装厂	141.97	6.93%
	思凯瑞电子科技（苏州）有限公司	110.21	5.38%

	苏州市鸿利源包装材料有限公司	79.51	3.88%
	泰州庆坤新材料科技有限公司	69.74	3.40%
	合计	**580.39**	**28.32%**

②外协加工主要供应商

公司采购的主要外协产品为功能性产品和防护性产品，主要外协加工供应商及采购总额情况如下：

A、功能性产品

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年度	**昆山晨正达电子科技有限公司**	**925.39**	**11.88%**
	昆山嘉士隆新材料有限公司	**775.89**	**9.96%**
	昆山康普生电子材料有限公司	**642.98**	**8.25%**
	昆山中冠兴电子科技有限公司	**522.37**	**6.70%**
	重庆市璧山区邦德兴业电子有限公司	**494.84**	**6.35%**
	合计	**3,361.48**	**43.14%**
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年度	重庆市璧山区邦德兴业电子有限公司	338.78	7.60%
	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%**

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。

B、防护性产品

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 年度	**旭福包装制品（苏州）有限公司**	**190.21**	**35.77%**
	昆山爱德佳包装材料有限公司	**148.44**	**27.91%**
	合计	**338.66**	**63.68%**
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%**

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。

公司与前述主要供应商（含外协供应商）的合作方式为买断式采购，产品交付给公司后，由公司承担产品毁损等风险。前述主要供应商（含外协供应商）相关信息具体如下：

供应商（含外协供应商）名称	类型	成立时间	注册资本	实缴资本	注册地址	实际控制人	业务内容	经营规模	合作历史	采购内容	采购类型
无锡百晟科技有限公司	贸易商	2001-12-14	210 万美元	210 万美元	无锡新吴区硕放工业园三期 A 区	徐金树	新型电子元器件研发生产；胶带、胶水、贴片等销售	2023 年收入约 6,000 万元	约 2017 年开始	胶水、胶带	胶带类
德莎胶带（上海）有限公司	生产商	1999-01-06	200 万美元	200 万美元	中国（上海）自由贸易试验区富特北路 386 号 2 幢 202 室	TESATAPE ASIAPACIFICPTE.LTD.	塑料制品、日用百货的批发；胶带等销售	2020 年收入约 23 亿元	2019 年之前开始	胶带	胶带类
江苏斯迪克新材料科技股份有限公司	生产商	2006-06-21	45,330.0503 万元人民币	45,330.0503 万元人民币	江苏省泗洪经济开发区双洋西路 6 号	金闯、施蓉	胶粘带制品、光学膜、多功能涂层复合薄膜等研发、生产、销售	2023 年收入约 19.69 亿元	2012 年开始	胶带、保护膜	胶带类、保护膜类
合肥萩城复合材料有限公司	生产商	2018-10-15	100 万元人民币	40 万元人民币	安徽省合肥市高新区红枫路 8 号红枫智谷创业园 A1 栋 2 楼	滕超	复合材料买卖、橡胶制品、包装材料等销售	2023 年收入约大几百万元	2020 年 4 月开始	易拉胶、双面胶	胶带类
苏州博菲斯新材料有限公司	贸易商	2016-01-05	2,000 万元人民币	100 万元人民币	昆山市玉山镇城北水秀路 1405 号 5 号房	王燕	胶带、EMI、保护膜等销售	2023 年收入约 3,000 万元	2017 年 1 月开始	胶带、EMI	胶带类、电磁屏蔽类
苏州驭奇材料科技有限公司	生产商	2014-01-15	417.6875 万元人民币	417.6875 万元人民币	江苏省常熟高新技术产业开发区湖山路 99 号求真楼 T2 幢 502 室	周作成	电磁屏蔽材料等研发和销售	2021 年收入约 5,000 万元	2020 年 11 月开始	屏蔽材料	胶带类
垦柏恩复合材料（昆山）有限公司	贸易商	2016-03-25	300 万元人民币	-	昆山市张浦镇滨江路 542 号 3 号厂房	黄文豪	塑料制品、包装材料销售；橡胶制品、塑料制品制造	2023 年收入约 1.1 亿元	2016 年开始	泡棉	泡棉类
苏州林大新型材料科技有限公司	生产商	2018-02-02	350 万元人民币	350 万元人民币	苏州市吴中区木渎镇木东路 413 号	张红晓	泡棉材料、硅胶制品等研发和销售；绝缘材料等加工和销售	2023 年收入约 4,000 万元	2018 年 10 月开始	泡棉	泡棉类
江苏凯鸿电子新材料有限公司	生产商	2021-02-03	1,000 万元人民币	-	靖江市生祠镇生东路 8-9 号	吴建伟	新材料技术研发；电子材料、塑料制品等制造及销售	2023 年收入约 4,000 万元	2019 年开始	珍珠棉	泡棉类
泰州庆坤新材料科技有限公司	生产商	2018-09-11	2,000 万元人民币	600 万元人民币	泰州市姜堰区顾高镇工业园维娜大道 1 号	杨大智	纳米材料研发、销售；塑料制品等制造、加工、销售	2023 年收入约 7,000 万元	2021 年开始	珍珠棉	泡棉类、其

											他原材料类
东莞市雄驰电子有限公司	生产商	2007-04-09	2,001 万元人民币	2,001 万元人民币	东莞市塘厦镇林村新亚洲工业区 56 号	黄灵智	包装用纸制品、硅橡胶制品、绝缘散热材料等生产和销售	未提供	2022 年开始	泡棉	泡棉类
昆山艾尔格林电子材料有限公司	生产商	2012-09-10	50 万元人民币	50 万元人民币	玉山镇昆北路 1505 号 5 号房	陈维国	电子材料、电子产品、包装材料等销售	2023 年收入约 2,800 万元	2015 年左右开始	EVA 泡棉、EPDM	泡棉类
浙江原邦材料科技有限公司	生产商	2012-10-22	3,387.755143 万元人民币	3,387.755143 万元人民币	浙江省舟山市定海区舟山高新技术产业园区新港一道 19 号	胡庆江	吸波材料的生产、研发、销售	2023 年收入约 7,000 万元	2023 年 5 月开始	吸波材	电磁屏蔽类
江苏中达电子科技有限公司	生产商	2013-06-08	500 万元人民币	500 万元人民币	靖江市经济技术开发区城北园区纬一路 89 号 1 幢	徐敏	电子元件及组件研究、设计、制造、销售	2023 年收入约 5,500 万元	2020 年开始	铜箔、胶带	电磁屏蔽类
湖北亿田鑫科技有限公司	生产商	2015-12-23	3,000 万元人民币	3,000 万元人民币	罗田县凤山镇经济园区	方洪涛	金属材料、塑料制品等制造和销售	2021 年收入约 8,000 万元	2019 年开始	铜铝箔	电磁屏蔽类
昆山霖胜富电子有限公司	生产商	2013-09-25	10 万美元	10 万美元	江苏省昆山开发区伟业路 8 号 224 室	李正磊	电子产品、绝缘材料、抗静电材料、耐高温防护材料、导电防护材料、散热材料等批发	2022 年收入约 4,500 万元	2020 年 11 月开始	吸波材	电磁屏蔽类、功能性产品
湖北富和冠电子材料有限公司	生产商	2018-12-20	600 万元人民币	450 万元人民币	湖北省天门市天门工业园锦江大道	刘超	电子导电材料，屏蔽材料等研发、生产加工及销售	2021 年收入约 7,000 万元	2012 年开始	导电材料	电磁屏蔽类
昆山市苏裕纸制品有限公司	生产商	2008-03-18	11,300 万元人民币	11,300 万元人民币	昆山市巴城镇石牌长发路 28 号	王建锋	瓦楞纸板、瓦楞纸箱生产、加工、销售	2022 年收入约 8 亿元	2018 年开始	瓦楞纸板	**纸板及纸盒类**
昆山鸣朋纸业有限公司	生产商	2008-09-28	17,500 万元人民币	10,700 万元人民币	昆山市张浦镇俱巷路 188 号	李中顺	纸箱、纸盒、纸板、纸制品生产加工；纸制品等批发零售	2023 年收入约 6 亿元	2016 年开始	瓦楞纸板	**纸板及纸盒类**
昆山美泰纸业有限公司	生产商	2010-10-12	7,500 万元人民币	1,525 万人民币	淀山湖镇双和南路 258 号	沈国荣	纸箱、纸板生产、销售；原纸销售	2023 年收入约 3.7 亿元	2016 年 12 月开始	瓦楞纸板	**纸板及纸盒类**
苏州金平塑业有限公司	生产商	2008-10-24	769 万元人民币	769 万元人民币	吴江市汾湖镇金家坝金杨路	何建平	塑胶片材生产、加工、销售；塑胶制品销售等	2023 年收入约 8,000 万元	2019 年开始	PET 片材	聚酯薄膜

苏州万弘新材料科技有限公司	生产商	2012-02-09	300 万元人民币	300 万元人民币	苏州市相城区黄埭镇东桥长旺路 200 号	周春兰	涤纶（PET）片材、聚酯片材等研发、生产、销售	2022 年收入约 4,200 万元	2020 年 9 月开始	APET 卷材	聚酯薄膜
昆山艾斯美电子新材料有限公司	贸易商	2015-06-02	100 万元人民币	67.5 万元人民币	昆山市张浦镇同创路 68 号 2 幢	王美林	保护膜、胶粘制品、塑胶材料等销售	2023 年收入约 2,500 万元	2015 年开始	保护膜、胶带	保护膜类
昆山奥博环保科技有限公司	生产商	2006-01-20	1,000 万元人民币	500 万元人民币	昆山市千灯镇宏洋路 302 号 007 幢号	俞良	纸制品等制造和销售	2023 年收入约 9,500 万元	2013 年底至 2014 年初开始	彩箱、彩盒	**纸板及纸盒类**
昆山泾博然电子材料有限公司	贸易商	2018-05-04	100 万元人民币	-	昆山市周市镇新镇横长泾 585 号	窦道兰	电子材料、电子产品、绝缘材料、塑料制品、包装材料、塑胶制品等销售	2023 年收入约 4,000 万元	2023 年 3 月开始	PC 类	其他原材料
昆山皓腾包装材料有限公司	生产商	2015-03-30	200 万元人民币	50 万元人民币	千灯镇石浦声荣路 280 号 4 号房	胡国伟	聚苯乙烯（EPS）泡沫塑料包装制品的成型加工、生产和销售	2023 年收入约 600 万元	2019 年开始	EPS 泡沫塑料	其他原材料
苏州工业园区长均贸易有限公司	贸易商	2011-07-19	100 万元人民币	100 万元人民币	苏州工业园区亭和路 73 号	WAHHONGTECHNOLOGYLIMITED	液晶显示器材料、高机能材料及其成型品、复合材料、电子零配件等批发	未提供	2023 年开始	石墨	其他原材料
太仓嘉坤包装材料有限公司	生产商	2018-10-19	400 万元人民币	-	太仓市沙溪镇洪泾村造纸机械厂（路西）	周洪平	纸制品、纸护角、复合纸板生产、加工、销售	2023 年收入约 4,500 万元	2018 年开始	纸护角	其他原材料
无锡佰成塑料包装材料有限公司	生产商	2016-07-08	1,000 万元人民币	1,000 万元人民币	无锡市锡山区东港镇红豆工业城 87 号	侯亚洁	塑料中空板、物流包装材料的加工、销售	2020 年收入约 2,200 万元	2015 年开始	板材	其他原材料
昆山市锦溪镇恒丰塑料包装厂	生产商	2000-08-15	0.9 万元人民币	-	锦溪镇文昌路	朱连伟	塑料包装袋加工、塑料制品销售	2023 年收入约 750 万元	2018 至 2019 年开始	塑料袋	其他原材料
思凯瑞电子科技（苏州）有限公司	生产商	2021-04-30	68 万元人民币	-	苏州市吴江区东太湖生态旅游度假区（太湖新城）菀坪社区同安西路 92 号	胡晓俊	塑料制品、塑料包装箱、包装材料等制造和销售	2023 年收入约 500 万元	2021 年 7 月开始	PE 袋	其他原材料
苏州市鸿利源包装材料有限公司	生产商	2003-09-16	50 万元人民币	50 万元人民币	苏州市吴中区甪直镇淞港村（板桥）	方强	气泡袋生产、加工、销售；PE 胶袋、珍珠棉等加工销售	2023 年收入约 1,758 万元	2013 年开始	气泡袋、片	其他原材料

昆山爱德佳包装材料有限公司	生产商	2017-07-03	500 万元人民币	50 万元人民币	昆山市周庄镇高勇路 8 号 2 号楼（2#厂房）	周英	纸制品的生产、销售；包装材料、包装制品、塑料制品等销售	2023 年收入近 4,000 万元	2020 年开始	纸箱、EPE	防护性产品
旭福包装制品（苏州）有限公司	生产商	2021-03-11	200 万元人民币	-	太仓市浏河镇珠江路 30 号 2#楼一层、二层	潘丽霞	包装材料及制品、塑料制品、木制容器销售；纸制品制造和销售	2023 年收入约 2,300 万元	2021 年 5 月开始	杯托	防护性产品
昆山晨正达电子科技有限公司	生产商	2018-03-30	300 万元人民币	-	昆山市周市镇康庄支路 189 号 3 号房	张超	电子产品的技术研发、销售；电子产品的加工、销售；五金制品、橡胶制品、包装材料的销售	2023 年收入约 1,500 万元	2018 年至 2019 年开始	保护膜、胶带	功能性产品
昆山中冠兴电子科技有限公司	生产商	2017-12-11	200 万元人民币	200 万元人民币	昆山市周市镇青阳北路 553 号 2 号房	史军	电子科技领域内的技术开发；电子产品、塑料制品生产、销售；绝缘材料、五金制品等销售	2023 年收入约 700 万元	2018 年开始	麦拉	功能性产品
重庆市璧山区艺光华杰电子有限公司	生产商	2016-12-27	50 万元人民币	-	重庆市璧山区璧泉街道金剑路 568 号 2 幢	杨国华	生产、销售：电子配件、电子原材料、电子产品、模切、胶粘制品、绝缘材料、包装材料、模具加工；从事货物及技术进出口业务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可从事经营活动）	2022 年收入约 700-800 万元	2022 年 7-8 月开始	麦拉、双面胶	功能性产品
昆山康普生电子材料有限公司	生产商	2013-06-14	200 万元人民币	200 万元人民币	周市镇盛达路 16 号 3 号房	朱洪战	泡棉材料、导电材料、绝缘材料、工业用胶带、保护膜 PVC/PC 材料生产、销售	2023 年收入近 2,000 万元	约 2014 年开始	绝缘材料等	功能性产品
重庆市璧山区邦德兴业电子有限公司	生产商	2016-11-23	200 万元人民币	200 万元人民币	重庆市璧山区璧泉街道铁山路 1 号附 7 号（集群注册）	贾剑明	密封胶、橡胶制品、塑料制品等制造和销售；胶粘制品等加工和销售	2023 年收入约 1,200 万元	2016 年开始	胶带	功能性产品
重庆东洁电子材料有限公司	生产商	2016-09-27	5 万元人民币	5 万元人民币	重庆市璧山区璧泉街道紫竹二路 8 号三楼办公 3	何礼兴	电子材料、绝缘材料、胶带材料、包装材料生产和销售；模切材料加工	2023 年收入约 700 万元	2017 年开始	3C 产品材料	功能性产品
昆山泽一辉电子材料有限公司	生产商	2014-12-15	300 万元人民币	43.31 万元人民币	昆山市张浦镇新富路 338 号 4 号房	曹文华	电子元器件、塑料制品制造；包装材料、塑料制品、电子产品、金属制品、电子材料销售	2020 年收入约 1,200 万元	2020 年开始	胶带、绝缘片	功能性产品

深圳市正瀚材料有限公司	贸易商	2019-07-24	100 万元人民币	100 万元人民币	深圳市宝安区西乡街道南昌社区南昌第三工业区裕兴科技园 C 栋 509	莫海胜	发泡材料、胶粘材料、隔音材料、膜材料、触控显示一体化材料、胶水、合成材料销售	未提供	2021 年开始	泡棉、泡棉胶带等	泡棉类
苏州群盛电子有限公司	贸易商	2012-08-17	200 万元人民币	50 万元人民币	苏州市吴中区角直镇机场路 165-88 号 2 号厂房	滕飞	电子元器件、绝缘材料、五金制品、模具生产、加工、销售	未提供	2021 年开始	泡棉材料	泡棉类
深圳市深九龙科技有限公司	贸易商	2013-09-16	500 万元人民币	-	深圳市宝安区航城街道鹤洲社区鹤洲鸿图工业园 2 号厂房 5 层	罗奇辉	电子产品、胶带，防尘网及防水膜生产及销售	未提供	2023 年 2 月开始	网纱	其他原材料
昆山嘉士隆新材料有限公司	生产商	2022-09-28	100 万元人民币	-	昆山市张浦镇振新西路 369 号 4 号房	邓亚丽	电力电子元器件、塑料制品制造；电子专用材料、包装材料及制品、塑料制品、电子元器件销售	2023 年收入约 350 万元	2023 年 3 月开始	胶带、绝缘片	功能性产品
耀强新材料科技（江苏）有限公司	**生产商**	**2020-05-15**	**1,100 万元**	**-**	**如皋市长江镇华江大道 1 号**	**刘天华**	**包装装潢印刷品印刷；文件、资料等其他印刷品印刷**	**2024 年度收入约 6,700 万元**	**2022 年 6 月开始合作**	**EPE 珍珠棉**	**泡棉类**

注：1、供应商成立时间、注册资本、实缴资本、注册地址、实际控制人、业务内容数据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），供应商经营规模、合作历史数据资料来源为供应商访谈、供应商说明函；

2、部分发行人与供应商合作开始日期早于供应商成立时间，主要原因系发行人与该供应商成立前的关联公司存在合作关系。

（2）供应商采购规模变化的原因与合理性，是否与发行人存在关联关系，对外协产品的质量管理制度及执行情况，向外协供应商采购价格的公允性

①供应商采购规模变化的原因与合理性，是否与公司存在关联关系

报告期内，公司主要供应商采购规模存在变化，主要原因系：

A、公司产品结构变化，对于原材料的采购种类亦有所变动，导致公司在报告期内对于不同供应商的采购规模有所变化；

B、公司建立了规范的采购和供应商管理制度，在采购中会综合考虑供应商的业务资质、产品质量、产品价格、交货期、信用期、服务等因素选取供应商，为保证原材料的供应及提高生产效率，公司会结合价格、交付能力及信用期等因素确定最终的供应商，亦会导致主要供应商采购规模的变化。

综上所述，报告期内公司的主要供应商采购规模变化具有合理性。

保荐机构及申报会计师实地走访了主要供应商并获取其出具的《无关联关系确认函》等资料，获取了主要供应商出具的《说明函》，并登录国家企业信用信息公示系统、企查查等查询主要供应商工商信息。经核查，上述主要供应商与公司不存在关联关系。

②对外协产品的质量管理制度及执行情况

公司已制定《采购及付款循环》和《采购与供方管制程序》等外协产品相关的质量管理制度。根据制度要求，由公司采购部门寻求有承制能力的外协厂商，公司对外协厂商的业务资质、产品质量等进行评价考核，对评估合格的外协厂商纳入公司合格供应商名录。品质部门负责对外协产品品质进行检验，并根据验收入库产品的品质状况对外协厂商进行考评。采购部门和品质部门每年根据外协厂商提供产品的质量等交货状况，对合格供应商进行综合评估。

报告期内，公司严格执行对外协产品的质量管理制度，外协产品质量控制情况良好。

③向外协供应商采购价格的公允性

公司大多数产品均为定制品，规格型号、加工难度、工艺流程的不同导致不

同型号的产品价格差异较大。公司采用外协加工模式前，会综合考虑产品生产工艺、大规模批量生产等因素测算加工成本，对产品进行成本核价，并严格按照供应商管理制度询价。公司通过与不同供应商询价和议价，在满足质量要求的前提下，结合供应商工艺水平、报价和前期合作情况，择优选取合适的外协供应商。双方按照市场原则进行定价和交易，外协产品定价不会与公司成本核价产生重大差异，故公司向外协供应商采购价格具备公允性。

（四）外协加工成本核算准确性

1、列示各期外协采购产品数量，结合外协采购产品类型、单价等，说明采购数量是否与采购金额相匹配，在外协采购金额及自产产量下降的情形下，2023 年防护性产品及功能性产品产量上升的原因及合理性

（1）列示各期外协采购产品数量，结合外协采购产品类型、单价等，说明采购数量是否与采购金额相匹配

报告期各期，公司外协采购情况如下所示：

单位：万件、万元、元/万件

产品类型	模式	2024 年度			2023 年度		
		数量	金额	单位成本	数量	金额	单位成本
功能性产品	委托加工	18,194.43	903.84	496.77	8,406.17	390.85	464.96
	OEM 模式	53,892.93	6,879.02	1,276.42	38,944.89	5,206.09	1,336.78
防护性产品	委托加工	-	-	-	-	-	-
	OEM 模式	1,597.65	540.98	3,386.09	2,114.17	886.17	4,191.57

（续上表）

产品类型	模式	2022 年度		
		数量	金额	单位成本
功能性产品	委托加工	11,188.55	1,030.96	921.45
	OEM 模式	21,329.38	3,425.60	1,606.05
防护性产品	委托加工	6.67	1.51	2,257.33
	OEM 模式	880.10	792.41	9,003.55

注：公司在 OEM 模式下存在向供应商销售部分原材料后再采购 OEM 产品的情形。为了便于比较各类产品的数量、金额、单位成本，上表的 OEM 模式采购金额为公司从供应商采购的总价。

报告期各期，公司 OEM 模式下功能性产品和防护性产品的产品采购均价呈现持续下滑的趋势，其主要原因系公司报告期各期逐渐增加 OEM 模式下各类产品中

单位成本相对较低的产品的采购数量。

报告期各期，公司委托加工模式下主要产品为功能性产品，受产品结构及委外工序结构不同的影响，报告期各期委托加工模式下功能性产品采购均价整体呈现**先升后降**的趋势。

综上所述，公司外协采购的采购数量与采购金额相匹配，单价变动主要系外协产品结构变动所致。

（2）在外协采购金额及自产产量下降的情形下，2023 年防护性产品及功能性产品产量上升的原因及合理性

为保证产品质量，公司在 OEM 模式下存在向供应商销售部分原材料后再采购 OEM 产品的情形。如前表所示，按照从 OEM 供应商采购总额计算，则 2023 年度防护性产品及功能性产品 OEM 采购数量及采购金额均有增长。此外，公司 2023 年外协采购的单位成本同比下降，外协采购数量与采购金额相比增幅更大。

综上所述，2023 年公司防护性产品及功能性产品产量上升具有合理性。

2、区分细分产品类别，结合产品结构、料工费变动情况，列示自产产品及外协加工产品单位成本变动情况并说明变动的原因及合理性，与同行业可比公司的差异情况及合理性

（1）区分细分产品类别，结合产品结构、料工费变动情况，列示自产产品及外协加工产品单位成本变动情况并说明变动的原因及合理性

公司外协加工分为 OEM 模式及委托加工两种，其中委托加工模式下公司主要为工序委外，公司为其支付的加工费属于自产产品成本的组成部分。报告期内，公司各细分产品的自产单位成本与 OEM 模式单位成本的变动情况如下：

1）功能性产品

①自产产品单位成本分析

报告期内，公司自产功能性产品的单位成本及其变动情况如下：

单位：元/万件

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度
	金额	变动	金额	变动	金额

单位成本	**2,123.41**	**-5.62%**	2,249.96	2.14%	2,202.91

受公司产品型号繁多，产品更新迭代速度较快导致各期产品结构存在较大差异的影响，各功能性产品细分产品的单位成本波动较大。总体而言，2023 年度，公司自产功能性产品的单位成本同比增长 2.14%，较为稳定；2024 年**度**，公司自产功能性产品的单位成本较 2023 年度下降 **5.62%**。

报告期各期，公司自产功能性产品的单位直接材料、直接人工、制造费用及其变动情况如下：

单位：元/万件、%

项目	2024 年度			2023 年度			2022 年度	
	单位成本	变动	占比	单位成本	变动	占比	单位成本	占比
直接材料	**1,531.33**	**-54.89**	**72.11**	1,586.22	61.15	70.50	1,525.07	69.23
直接人工	**261.99**	**2.57**	**12.34**	259.42	-2.95	11.53	262.37	11.91
制造费用	**330.09**	**-74.23**	**15.55**	404.32	-11.15	17.97	415.47	18.86
合计	**2,123.41**	**-126.55**	**100.00**	**2,249.96**	**47.05**	**100.00**	**2,202.91**	**100.00**

2024 年**度**，公司自产功能性产品的单位成本较 2023 年度下降 126.55 元/万件，主要原因如下：

A、单位材料成本较 2023 年度下降 **54.89** 元/万件，主要原因，一是当期公司主要原材料采购价格下降，如公司 2024 年**度**的胶带类、电磁屏蔽类、聚酯薄膜类与保护膜类原材料平均采购价格较 2023 年度分别下降 **15.48%、5.72%、10.21%和 15.73%**。

B、单位制造费用下降 74.23 元/万件，主要系公司 2024 年度自产产量增长 16.32%导致单位制造费用被摊薄所致。

②OEM 模式产品单位成本分析

公司采用 OEM 模式生产的功能性产品主要包括电磁屏蔽类、防尘透气类、缓冲减震类、绝缘精密类、外观保护类及粘贴组装类产品。报告期内，前述产品的单位采购成本及其变动情况如下：

单位：元/万件

细分产品	2024 年度		2023 年度		2022 年度
	单位成本	变动	单位成本	变动	单位成本

电磁屏蔽类	**590.69**	**-17.57%**	716.62	-49.36%	1,415.16
防尘透气类	**1,420.09**	**-35.02%**	2,185.49	64.44%	1,329.03
缓冲减震类	**656.72**	**1.48%**	647.17	0.75%	642.34
绝缘精密类	**1,155.62**	**-16.05%**	1,376.54	-4.08%	1,435.02
外观保护类	**2,495.30**	**8.80%**	2,293.52	-6.69%	2,458.04
粘贴组装类	**1,902.76**	**9.90%**	1,731.40	-6.61%	1,853.88

注：为保证数据可比性，上表中单位成本系将公司销售给OEM厂商的原材料成本进行还原后的数据，下同。

受公司产品型号繁多，产品更新迭代速度较快导致各期产品结构存在较大差异的影响，OEM 模式下各功能性产品细分产品的单位采购成本波动较大。

A、2023 年度较 2022 年度变动分析

2022 年度及 2023 年度，公司 OEM 模式下采购的各功能性产品细分产品单位成本及其变动比例、采购数量占比情况列示如下：

单位：元/万件

产品类别	单位成本			采购数量占比	
	2023 年度	2022 年度	变动比例	2023 年	2022 年
电磁屏蔽类	716.62	1,415.16	-49.36%	24.59%	14.47%
防尘透气类	2,185.49	1,329.03	64.44%	5.34%	8.19%
缓冲减震类	647.17	642.34	0.75%	17.92%	11.44%
绝缘精密类	1,376.54	1,435.02	-4.08%	18.41%	26.16%
外观保护类	2,293.52	2,458.04	-6.69%	15.49%	13.36%
粘贴组装类	1,731.40	1,853.88	-6.61%	18.24%	26.35%

2023 年度，公司通过 OEM 模式采购的主要功能性产品的平均单位成本同比下降 15.59%，其主要原因，一是粘贴组装类、电磁屏蔽类、绝缘精密类、外观保护类 OEM 模式产品单位成本下降，二是粘贴组装类、绝缘精密类等单位成本相对较高的产品 OEM 模式占比下降。公司细分产品类别众多，2023 年，公司加大了对缓冲减震类产品中单位 OEM 成本较低的产品采购比例，如泡棉类产品，同时公司增加了电磁屏蔽类中 OEM 单位成本较低的产品如 Gasket、导电布胶带的采购比例，导致电磁屏蔽类单位采购成本下降，以上因素综合导致整体 OEM 模式功能性产品单位成本下降。

B、2024 年度较 2023 年度变动分析

2023 年度及 2024 年**度**，公司 OEM 模式下采购的各功能性产品细分产品单位成本及其变动比例、采购数量占比情况列示如下：

单位：元/万件

产品类别	单位成本			采购数量占比	
	2024 年度	2023 年度	变动比例	2024 年度	2023 年度
电磁屏蔽类	**590.69**	716.62	**-17.57%**	**21.60%**	24.59%
防尘透气类	**1,420.09**	2,185.49	**-35.02%**	**4.24%**	5.34%
缓冲减震类	**656.72**	647.17	**1.48%**	**18.78%**	17.92%
绝缘精密类	**1,155.62**	1,376.54	**-16.05%**	**23.51%**	18.41%
外观保护类	**2,495.30**	2,293.52	**8.80%**	**14.36%**	15.49%
粘贴组装类	**1,902.76**	1,731.40	**9.90%**	**17.51%**	18.24%

2024 年**度**公司通过 OEM 模式采购的主要功能性产品的平均单位成本同比下降 **4.52%**，无明显波动。当期防尘透气类产品单位成本同比下降 **35.02%**，其主要原因为当期采购 **1,045.04** 万件单位成本较低的喇叭网产品。

2）防护性产品

①自产产品单位成本分析

报告期内，公司自产防护性产品的单位成本及其变动情况如下：

单位：元/万件

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度
	金额	变动	金额	变动	金额
单位成本	**12,734.57**	**-9.54%**	14,077.48	36.85%	10,287.05

受公司产品型号繁多，产品更新迭代速度较快导致各期产品结构存在较大差异的影响，各防护性产品细分产品的单位成本波动较大。总体而言，2023 年度，公司自产防护性产品的单位成本同比增长 36.85%；2024 年**度**，公司自产防护性产品的单位成本较 2023 年度下降 **9.54%**。

报告期内，公司自产防护性产品的单位直接材料、直接人工、制造费用及其变动情况如下：

单位：元/万件、%

项目	2024 年度			2023 年度			2022 年度	
	单位成本	变动	占比	单位成本	变动	占比	单位成本	占比

直接材料	**10,289.17**	**-1,783.68**	**80.80%**	12,072.85	3,502.74	85.76	8,570.11	83.34
直接人工	**1,000.48**	**50.25**	**7.86%**	950.23	227.18	6.75	723.05	7.03
制造费用	**1,444.92**	**390.52**	**11.35%**	1,054.40	64.23	7.49	990.17	9.63
合计	**12,734.57**	**-1,342.91**	**100.00**	**14,077.48**	**3,794.14**	**100.00**	**10,283.34**	**100.00**

A、2023 年较 2022 年变动分析

2023 年自产产品单位成本较 2022 年增长 3,794.14 元/万件，其中，单位制造费用同比较为稳定，单位材料成本及单位人工同比有所增长，主要原因如下所示：

a、2023 年单位材料成本较 2022 年增长 3,502.74 元/万件，主要原因受自产产品销售结构影响，当期单位材料成本较低的 PE 及其他类产品销量同比减少较多，单位材料成本较高的纸质类产品销量同比增长较多，导致 2023 年单位材料成本较 2022 年略有上升。

b、2023 年单位人工较 2022 年增长 227.18 元/万件，主要原因为人均薪酬上升。

B、2024 年**度**较 2023 年度变动分析

2024 年**度**，自产产品单位成本较 2023 年度减少 **1,342.91** 元/万件，**2024 年度单位成本**较 2023 年度有所变动的主要原因如下所示：

a、**2024 年度单位直接材料较 2023 年度减少 1,783.68 元/万件，主要原因为当期公司主要原材料采购价格下降，如公司 2024 年度的纸板及纸盒类平均采购价格较 2023 年度下降 6.28%。**

b、2024 年**度**单位人工较 2023 年度增长 **50.25** 元/万件，主要原因为应对业务规模增长及新设子公司生产需求而增加生产人员数量同时公司提高人员工资所致。

b、2024 年**度**单位制造费用较 2023 年度增长 **390.52** 元/万件，主要原因为**部分防护性产品生产子公司尚处于产能爬坡阶段、产量较低导致单位制造费用较高**；同时，受台达电子游戏机相关产品订单下滑等因素的影响，导致 2024 年**度**防护性产品销量有所下滑。

②OEM 模式产品单位成本分析

报告期内，公司采用 OEM 模式生产的防护性产品的单位采购成本及其变动情况如下：

单位：元/万件

细分产品	2024 年度		2023 年度		2022 年度
	单位成本	变动	单位成本	变动	单位成本
纸质类	**3,885.46**	**-46.80%**	7,303.91	-15.59%	8,652.72
EPE 类	**43,030.24**	**76.34%**	24,402.41	129.73%	10,622.44
吸塑类	**24,873.60**	**309.47%**	6,074.54	-75.96%	25,267.62
PE 及其他类	**1,596.08**	**2.41%**	1,558.59	66.68%	935.07

报告期内，公司通过 OEM 模式采购的防护性产品结构变动较大，同时，由于不同类别、不同型号产品对原材料类别、规格、尺寸、性能的要求以及工艺流程等均有所不同导致各类别产品的 OEM 模式成本存在较大差异。

A、2023 年度较 2022 年度变动分析

2022 年度及 2023 年度，公司 OEM 模式下采购的各防护性产品细分产品单位成本及其变动比例、采购数量占比情况列示如下：

单位：元/万件

产品类别	单位成本			采购数量占比	
	2023 年度	2022 年度	变动比例	2023 年度	2022 年度
纸质类	7,303.91	8,652.72	-15.59%	24.57%	47.39%
EPE 类	24,402.41	10,622.44	129.73%	5.34%	36.68%
吸塑类	6,074.54	25,267.62	-75.96%	0.01%	3.53%
PE 及其他类	1,558.59	935.07	66.68%	70.07%	12.40%

2023 年度，公司 OEM 模式防护性产品单位成本同比下降 53.45%，主要系受产品结构变动的影响。其中，2023 年公司通过 OEM 模式采购的单位成本较低的袋子类产品数量较多，导致当期 PE 及其他类产品采购数量占比同比增长 57.66 个百分点。此外，单位成本较高的 EPE 类产品当期采购占比有所下滑。

B、2024 年度较 2023 年度变动分析

2024 年度及 2023 年度，公司 OEM 模式下采购的各防护性产品细分产品单位成本及其变动比例、采购数量占比情况列示如下：

单位：元/万件

产品类别	单位成本			采购数量占比	
	2024 年度	2023 年度	变动比例	2024 年度	2023 年度
纸质类	**3,885.46**	7,303.91	**-46.80%**	**33.51%**	24.57%
EPE 类	**43,030.24**	24,402.41	**76.34%**	**2.24%**	5.34%
吸塑类	**24,873.60**	6,074.54	**309.47%**	**0.43%**	0.01%
PE 及其他类	**1,596.08**	1,558.59	**2.41%**	**63.82%**	70.07%

2024 年度，公司 OEM 模式防护性产品单位成本较 2023 年度下降 **21.08%**，主要系受产品结构变动的影响。其中，纸质类产品单位成本同比下降 **46.80%**，主要原因系当期公司通过 OEM 模式采购的主要纸质类产品为单位成本较低的杯托类产品，纸质类产品中单位成本较高的纸箱类产品的 OEM 采购数量大幅减少。

（2）与同行业可比公司的差异情况及合理性

公司同行业可比公司均未披露主要产品的料工费结构，仅披露了主营业务的料工费结构，将公司自产产品主营业务的料工费结构与同行业可比公司进行对比，具体如下：

2023 年度							
项目	达瑞电子	光大同创	捷邦科技	鸿富瀚	恒铭达	行业平均	公司
直接材料	75.52%	60.49%	72.26%	60.37%	73.88%	68.50%	80.97%
直接人工	11.45%	11.40%	11.58%	19.00%	13.02%	13.29%	8.09%
制造费用	13.03%	28.11%	16.15%	20.64%	13.10%	18.21%	10.94%
合计	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**
2022 年度							
项目	达瑞电子	光大同创	捷邦科技	鸿富瀚	恒铭达	行业平均	公司
直接材料	69.23%	63.51%	72.19%	63.63%	74.31%	68.57%	73.99%
直接人工	15.33%	9.19%	11.79%	20.21%	11.27%	13.56%	10.26%
制造费用	15.44%	27.30%	16.02%	16.16%	14.42%	17.87%	15.75%
合计	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**

注 1：数据来源于上市公司招股说明书、反馈回复等公开披露文件；
注 2：同行业可比公司中光大同创披露数据为剔除 OEM 外协后的自产成本料工费结构数据；光大同创 2022 年度数据未披露外协采购情况，取自招股说明书中 2022 年 1-6 月数据；
注 3：同行业可比公司中只有捷邦科技披露了合同履约成本，为保持同一比较口径，将捷邦科技料工费结构数据去除合同履约成本计算列示。

和同行业可比公司相比， 2022 年度公司料工费结构和捷邦科技、恒铭达公司较为接近，和光大同创、达瑞电子、鸿富瀚结构占比存在差异，分析如下：

①公司与光大同创相比，光大同创制造费用中委外加工费以及厂房租金占营业成本比例较高，导致制造费用占比较高，拉低了直接材料占比。2022 年度，光大同创的制造费用中厂房租金为 782.19 万元，委外加工费为 2,581.69 万元，合计占营业成本比例 15.89%。

②公司与达瑞电子、鸿富瀚相比料工费结构存在差异，主要是由于各公司产品类型及结构存在差异，达瑞电子的主要产品为消费电子功能性器件、可穿戴电子产品结构性器件、3C 智能装配自动化设备；鸿富瀚的主要产品为消费电子功能性器件、自动化设备业务。由于应用领域、应用产品、应用效果等不同，导致公司与达瑞电子、鸿富瀚的产品在尺寸大小、规格型号、材料选型、生产过程、功能指标、性能效果等多个方面均存在差异，投入生产材料、人工成本、厂房及设备投入费用也不同，导致成本结构存在差异。

2023 年度，公司料工费结构与同行业可比公司相比，直接材料占比偏高，直接人工及制造费用占比偏低。主要是由于 2023 年度公司将单价较低、使用原材料价格较低的产品大批量以 OEM 形式进行生产，自产的产品相应用料成本较高，而人工及制费成本均为固定成本，其总额不与生产产品品类或生产方式相关，故用料成本上升直接导致整体料工费中用料比例升高。

综上，公司料工费结构和同行业可比公司存在差异但具有合理性。

3、说明外协加工产品与自产产品成本的差异情况，外协采购金额下降的原因及合理性；说明 OEM、委托加工的成本核算方式，分析外协加工成本核算准确性、合规性，对既有 OEM 模式又有委托加工模式的外协加工商的成本核算是否准确

（1）说明外协加工产品与自产产品成本的差异情况

公司外协加工分为 OEM 模式及委托加工两种，其中委托加工模式下公司主要为工序委外，公司为其支付的加工费并未包含全部材料成本，委托加工模式下的产品单位成本与自产产品的成本不具有可比性，故仅将自产产品中的直接人工与制造费用与委托加工模式成本进行比较，具体分析详见本问题回复“一、（四）、2、（1）区分细分产品类别，结合产品结构、料工费变动情况，列示自产产品及外协加工产品单位成本变动情况并说明变动的原因及合理性、1）功

能性产品”。

报告期内，公司通过自产及通过OEM模式采购的各类产品的单位成本及差异情况如下表所示：

单位：元/万件

产品类别	项目	2024年度单位成本	2023年度单位成本	2022年度单位成本
功能性产品	自产产品①	**2,123.41**	2,249.96	2,202.91
	OEM模式②	**1,276.29**	1,339.92	1,617.75
	差异（②-①）	**-847.12**	-910.04	-585.16
防护性产品	自产产品①	**12,734.57**	14,077.48	10,287.05
	OEM模式②	**3,390.50**	4,296.00	9,049.95
	差异（②-①）	**-9,344.07**	-9,781.48	-1,237.11

报告期内，受不同模式下销售产品结构存在较大差异的影响，各类产品自产产品单位成本与OEM模式单位成本之间存在较大差异。报告期各期，公司各主要产品销售毛利率对比如下：

细分品类	生产模式	2024年度	2023年度	2022年度
功能性产品	自产	**38.30%**	40.24%	37.62%
	OEM	**32.82%**	34.50%	36.68%
	差异	**5.48%**	5.74%	0.94%
防护性产品	自产	**22.86%**	27.61%	27.48%
	OEM	**20.49%**	22.61%	19.86%
	差异	**2.37%**	5.00%	7.62%

注：上表中自产各产品毛利率计算过程已剔除包含合同履约成本影响。

报告期内，公司自产及 OEM 模式下的功能性产品、防护性产品毛利率无明显差异，因此单位成本存在差异具备合理性。

综上所述，报告期内公司外协加工产品与自产产品成本存在差异，但差异原因具有合理性。

（2）外协采购金额下降的原因及合理性

因公司产品型号众多，受不同规格、厚度、密度、功效等影响，即使是同一产品类别，但不同型号间由于规格、厚度、密度、尺寸等不同会导致单位成本相差较大。自 2022 年开始，公司开始逐步加大将单位成本较低且数量较大、

耗时较长的产品通过 OEM 生产的力度，如 2022 年度客户对于电磁屏蔽类产品中导电泡棉类产品的需求增加，该类产品相对于电磁屏蔽类产品中其他类别产品具有体积小、单位成本低的特点，公司选择将其通过 OEM 模式的方式进行生产；2023 年，公司在之前的基础上又开始减少电磁屏蔽类中 OEM 单位成本较高的吸波材产品的 OEM 采购比例。

综上所述，公司外协采购金额下降的原因具有合理性：

（3）说明 OEM、委托加工的成本核算方式，分析外协加工成本核算准确性、合规性，对既有 OEM 模式又有委托加工模式的外协加工商的成本核算是否准确

①说明 OEM、委托加工的成本核算方式，分析外协加工成本核算准确性、合规性

OEM 模式下，公司按照采购单价归集产品成本；委托加工模式下，公司归集材料成本以及按照委外加工单价及加工量计算相应的加工费，其中材料成本系按照月末一次加权平均法计价计算。

产品生产完成检验合格后，根据产品入库单结转库存产品成本。公司的产品成本结转采用实际成本法，产成品的发出按月末一次加权平均法作为发出单价的计量，由当月产成品的入库与出库情况匹配实际成本。每月末公司根据本期已销售的各种商品的成本，满足收入确认条件后，同时计算应结转的主营业务成本，借记“主营业务成本”科目，贷记“库存商品”、“发出商品”等科目。

报告期内，公司严格执行上述成本归集分配方法，相关成本归集方法符合《企业产品成本核算制度（试行）》的相关规定，金额分配准确。

②对既有 OEM 模式又有委托加工模式的外协加工商的成本核算是否准确

OEM 模式下，公司按照正常的产品采购入库流程进行管理，按照采购单价归集产品成本；委托加工模式下，公司通过委托加工单等方式管理其材料成本，按照委外加工单价及加工量计算相应的加工费。

在 OEM 模式下，公司销售成本系根据当月移动加权平均成本与销售数量结转对应销售成本；在委托加工模式下，公司计算委托加工成本（含材料成本与加

工费）并计算公司负责工序的人工与制费确认完工入库成本，并根据当月移动加权平均成本与销售数量结转对应销售成本。

综上所述，公司对于OEM模式产品和委托加工模式按照各自的业务单据进行管理并进行成本核算，故对于既有OEM模式又有委托加工模式的外协加工商的成本核算不会出现混同的情形，成本核算准确。

二、申报会计师的核查情况

（一）核查程序：

就上述事项，我们主要执行了以下核查程序：

1、获取发行人报告期内采购统计表、销售明细表，分析原材料价格与产品销量的匹配性；

2、获取发行人报告期内产销量数据及收发存数据，分析库存商品账面余额与产销率变动的原因及合理性；

3、查阅发行人采购相关制度，访谈发行人采购负责人，了解公司业务特点、原材料采购情况、上游行业竞争情况，与主要供应商的采购方式、合作情况，供应商的选择依据、对外协产品的质量管理机制及执行情况；了解发行人有关成本核算的具体方法和流程以及日常成本管理的内控执行情况，并对发行人产品成本归集及核算中的关键控制点进行测试；

4、查阅同行业可比公司年度报告和招股说明书，获取其供应商集中度情况，分析发行人供应商较为分散的原因及合理性，并与同行业可比公司进行对比分析；

5、了解主要供应商的基本情况以及交易变动原因等信息，核查主要供应商是否与发行人存在关联关系，通过国家企业信用信息系统、企查查等方式查询主要供应商工商信息，交叉比对主要供应商的董事、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。

6、实地走访主要供应商并获取其出具的《无关联关系确认函》等资料，获取主要供应商出具的《说明函》，了解相关供应商与公司合作情况、交易规模、

是否与公司、董监高及其他关联方存在关联关系、了解与外协供应商的定价规则及公允性等。

7、访谈发行人相关人员，了解发行人的产品生产周期、使用寿命、产品更新迭代周期、下游客户需求、备货策略情况、未来消费电子市场需求、应对存货减值的措施并评价措施的有效性及存货管理政策，分析发行人存货跌价准备是否会继续扩大，以及存货结构变动的合理性；

8、查阅同行业可比公司公开披露信息，比较发行人与同行业可比公司存货结构差异、存货周转率差异；

9、获取发行人期末订单；

10、获取存货库龄表，检查库龄划分是否正确，并通过访谈了解库龄超过 1 年的存货是否存在滞销或销售退回情形，是否与客户存在纠纷或潜在纠纷；检查长库龄存货产生的原因，是否发生呆滞、变质或无法使用的情况；

11、获取发行人存货跌价测试方法和覆盖范围，检查存货跌价计提方法是否符合会计准则的规定，复核发行人存货的可变现净值的确定原则，检查其可变现净值计算的正确性，将发行人存货跌价准备计提比例与同行业公司进行比较，结合存货库龄结构及期后结转情况，分析存货跌价准备计提的充分性；询问发行人相关人员，了解发出商品未计提跌价准备的原因并判断合理性；

12、询问发行人相关人员，了解各类别存货跌价准备转销或转回的原因并判断是否符合企业会计准则的规定，了解转销产品的具体情况，包括但不限于产品型号、数量、对应客户及定价情况；

13、获取发行人存货盘点制度及发行人报告期各期末的存货盘点表，复核报告期各期末盘点数量与账存数量是否存在重大差异及相关会计处理的准确性。了解存货盘点计划，包括时间、人员、盘点范围、拟实施的盘点方法，制定监盘计划并确定监盘工作重点，传达给监盘人员；对发行人各期末的存货盘点执行监盘程序，复核实物数量与账存数量是否相符；

14、获取发行人报告期各期寄售模式下存货仓储分布情况、存货相关会计处理，询问发行人相关人员存货盘点的具体方法，是否进行实地盘点，相关存

货库龄及减值计提情况，是否存在长期放置于客户仓库的存货；询问发行人相关人员，了解保税仓、寄售仓、外协仓等仓库的日常管理情况，存货的日常保管责任及归属情况；

15、获取并查阅发行人报告期内销售收入成本明细表，了解主要产品料工费情况、各产品间单位成本结构的差异情况，就其变动及差异情况向发行人财务总监、生产负责人了解并确认合理性；

16、查阅同行业可比公司公开披露信息，获取同行业可比公司披露的可比产品的料工费结构信息，与发行人情况进行对比，分析差异情况及合理性；

17、获取报告期内发行人 OEM 加工和委托加工明细表；查阅发行人与主要外协厂商签订的《产品加工合约书》（或《采购合同》）和《质量协议书》。

（二）核查意见：

经核查，我们认为：

1、发行人主营业务成本与原材料价格及产品销量相匹配；

2、2023 年主营业务成本相较于 2021 年基本持平的情况具备合理性；

3、原材料采购价格、数量、产品产销量与存货余额相匹配；

4、在产销量逐渐下降、库存商品结余逐年增加的情形下，库存商品账面余额逐年下降具备合理性；

5、公司存货占总资产比例处于行业平均水平，报告期各期末存货规模与同行业可比公司相比不存在明显差异；报告期各期末，公司存货结构与同行业可比公司存在差异，差异原因具有合理性；

6、报告期内，公司一年以上库龄存货金额逐年增长，增长原因具有合理性；公司一年以上库龄存货不存在重大滞销情形；

7、报告期内公司存货跌价准备呈现增长趋势，但增速呈现减缓趋势；公司已针对产品的滞销风险制定相关应对措施，一年以上的存货跌价准备增加金额同比减少，应对措施积极有效；

8、报告期内，公司可变现净值的确定依据与存货跌价准备计提的具体依据

与同行业可比公司一致，均采用按成本与可变现净值孰低计量，存货成本高于其可变现净值的，计提存货跌价准备，计入当期损益；公司就发出商品未计提跌价准备的原因充分且具有合理性；公司发出商品未计提跌价准备与同行业可比公司相比不存在明显差异；

9、公司存货跌价准备转销或转回具有合理性，相关会计处理符合企业会计准则的规定；

10、为提升原材料质量和保障供应稳定，公司会就同一类型原材料开发多家合格供应商，降低对单一供应商的依赖。同时，基于产品质量的考虑，存在部分客户指定原材料品牌范围的情形，从而导致供应商较为分散。发行人供应商较为分散具备合理性，与同行业可比公司不存在重大差异；

11、报告期内，公司主要供应商变动系基于合作情况和产品结构的考虑，并依据公司供应商管理制度做出的合理商业行为，变动合理；

12、公司主要供应商与发行人、董监高及其他关联方不存在关联关系；

13、发行人建立了对外协产品的质量管理制度且执行有效；

14、发行人与外协供应商按照市场原则进行定价和交易，外协产品定价不会与发行人成本核价产生重大差异，发行人向外协供应商的采购价格具有公允性；

15、公司外协采购的采购数量与采购金额相匹配，单价变动主要系外协采购产品结构变动所致；

16、在外协采购金额及自产产量下降的情形下，2023 年防护性产品及功能性产品产量上升具备合理性；

17、报告期内，发行人主要产品的单位料工费存在变动情况，主要受产品结构及占比、原材料价格波动等因素影响，变动具备合理性；各产品间单位成本结构存在差异，主要受产品特性及工艺流程等因素影响，差异具有合理性；发行人单位成本结构与同行业可比公司相比，存在一定差异但具有合理性；

18、公司外协采购金额下降原因主要系外协采购结构变化所致，变动原因具有合理性；报告期内，公司严格执行成本归集分配方法，相关成本归集方法符合《企业会计准则》的相关规定，金额分配准确；公司对于 OEM 模式产品和委托

加工模式有不同的管理流程，故对于既有 OEM 模式又有委托加工模式的外协加工商的成本核算不会出现混同的情形，成本核算准确。

三、说明对存货的监盘、函证情况，参与存货监盘的时间、地点、人员、监盘比例等，替代性程序是否充分

（一）说明存货监盘的具体情况，包括参与监盘时间、地点、人员、监盘比例等

项目	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
监盘时间	2024/12/30、2024/12/31、2025/1/1、2025/1/2、2025/1/10	2023/12/26、2023/12/30、2023/12/31、2024/1/1、2024/1/5	2022/12/31、2023/1/1、2023/1/2、2023/1/4、2023/1/10
监盘范围	原材料、库存商品、在产品、发出商品		
监盘地点	昆山厂区内仓库、重庆厂区内仓库、合肥联保仓、嘉善日善仓、重庆沪华 HUB 仓		
监盘人员	保荐机构、申报会计师、公司仓库人员、公司财务人员		
监盘方式	现场监盘		

（二）各类存货监盘方法及程序

1、了解发行人存货盘点制度及相关内控制度，获取发行人仓库清单以及存货存放地点清单，了解存货的性质、重要程度、存放地点，分析其完整性；

2、了解存货盘点计划，包括时间、人员、盘点范围、拟实施的盘点方法，制定监盘计划并确定监盘工作重点，传达给监盘人员；

3、在监盘前，观察存货盘点现场，检查存货是否已经适当整理，是否摆放整齐，是否附有盘点标识，仓库是否已经停止流动；

4、监盘过程中执行双向抽盘程序，从存货盘点记录中选取项目追查至存货实物，或选取部分实物追查至存货盘点记录，核对存货名称、规格型号、数量情况；

5、监盘过程中，通过观察及询问程序，评估存货的状态，如是否存在毁损的情形；

6、如存在盘点差异，了解产生差异的原因，并确定是否存在调整事项；

7、监盘结束后，获取及复核包含盘点人、监盘人签字记录的盘点表及汇总表，存在账实差异的，查明原因并获取支持文件；若盘点时间不在资产负债表日，将盘点结果正推/倒推至资产负债表日，验证账面存货余额的准确性。并根据盘点结果，形成存货监盘小结。

（三）各类存货监盘比例

报告期内，我们对发行人期末存货的监盘比例如下：

单位：万元

日期	存货类别	账面金额	监盘金额	监盘比例
2024 年 12 月 31 日	原材料	**1,222.94**	**1,209.37**	**98.89%**
	在产品	**275.66**	**275.66**	**100.00%**
	库存商品	**1,239.81**	**1,096.05**	**88.40%**
	发出商品	**173.19**	**66.46**	**38.38%**
合计		**2,911.60**	**2,647.55**	**90.93%**
2023 年 12 月 31 日	原材料	1,001.17	996.50	99.53%
	在产品	194.19	151.18	77.85%
	库存商品	1,554.20	1,306.08	84.04%
	发出商品	157.56	65.23	41.40%
合计		**2,907.12**	**2,518.99**	**86.65%**
2022 年 12 月 31 日	原材料	1,539.04	1,449.31	94.17%
	在产品	269.84	120.06	44.49%
	库存商品	1,585.32	1,485.99	93.73%
	发出商品	137.49	95.98	69.81%
合计		**3,531.69**	**3,151.35**	**89.23%**

报告期内，我们对公司存货的监盘比例分别为 89.23%、86.65%和 **90.93%**，监盘比例充分。

4.实施的其他替代程序的性质及具体情况、监盘比例的充分性

除了监盘程序外，对发出商品执行函证程序，对于发出商品执行程序情况如下：

单位：万元

项目	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日

发出商品存货余额	**173.19**	157.56	137.49
监盘金额	**66.46**	65.23	95.98
发函金额	**86.52**	64.56	16.13
回函确认金额	**74.45**	-	14.68
未回函-执行替代程序金额	**12.08**	64.56	1.45
合计确认发出商品余额	**140.91**	129.79	112.11
合计确认比例	**81.36%**	82.37%	81.54%

针对未回函客户，我们执行了替代程序：通过检查对应的销售订单、出库单、发票、收款回单、对方入库明细等替代程序，确认相关发出商品情况真实。

综上，报告期内，我们对发行人存货的监盘比例分别为 89.23%、86.65%和**90.93%**，监盘比例充分。

问题 6 应收款项金额较高的合理性及坏账计提充分性

根据申请文件：（1）报告期各期末，公司已背书或贴现且未终止确认的银行承兑汇票分别为 824.98 万元、410.90 万元、315.73 万元。（2）报告期各期，公司应收账款分别为 21,704.90 万元、14,756.22 万元、19,893.89 万元，占营业收入的比例分别为 55.44%、44.86%、54.26%。（3）报告期内，应收票据坏账准备的计提比例分别为 0.11%、0.61%、0.25%，应收账款的坏账准备的计提比例分别为 5.15%、6.59%、6.44%。

请发行人：（1）结合报告期各期应收票据的具体背景，分析说明应收票据相关会计处理是否符合企业会计准则的规定。（2）说明报告期内应收账款金额较高的原因及合理性，应收账款规模、结构及应收账款周转率与同行业可比公司是否存在显著差异。（3）说明信用期发生延长的客户数量、收入情况，信用政策整体是否发生重大变化；结合对主要客户信用政策及变化情况、新增客户与存量客户信用政策差异情况等，说明应收账款变动与收入变动的匹配性，是否存在放宽信用政策刺激销售的情形，相关信用政策是否符合行业惯例。（4）补充说明逾期款项和未逾期款项的划分标准，逾期款项的形成过程、账龄、可收回性；说明不含按单项计提坏账准备的应收账款自然账龄、坏账准备计提比例；结合应收款项逾期情况、期后回款情况、坏账准备计提比例与同行业的对比情况、应收款项核销情况等，分析说明报告期内应收款项坏账准备计提是否

充分。

请保荐机构、申报会计师：（1）核查上述事项并发表明确意见，并核查应收款项的结算、确认、付款是否符合合同约定，应收账款确认和计量、坏账准备计提政策是否符合企业会计准则规定。（2）详细列示各期的函证情况，包括但不限于发函数量、具体内容、应收账款和预收账款金额及比例，回函数量、回函金额及比例、差异金额及差异原因，对未回函的函证履行的替代程序及充分性。

回复：

一、发行人说明

（一）结合报告期各期应收票据的具体背景，分析说明应收票据相关会计处理是否符合企业会计准则的规定

应收票据系由公司向客户销售商品，客户使用票据结算而产生的，其承兑银行大部分为信用等级较高的银行，如上海浦东发展银行、民生银行等。公司收到票据后，会进行背书转让或贴现，对已背书或贴现但未到期的票据，公司会判断其是否满足终止确认条件，若不满足终止确认条件，则继续确认为应收票据，到期实际兑付后再予以终止确认。

报告期各期，公司对已背书或贴现且未到期的票据的会计处理如下：

承兑单位	票据类型	报表科目列示	背书/贴现后处理
信用等级较高的银行	银行承兑汇票	应收款项融资	终止确认
信用等级一般的其他商业银行或商业承兑汇票承兑人	银行承兑汇票/商业承兑汇票	应收票据	不终止确认

注：信用等级较高的银行包括 6 家大型商业银行和 9 家全国性股份制商业银行，6 家大型商业银行分别为中国银行、中国农业银行、中国建设银行、中国工商银行、中国邮政储蓄银行、交通银行，9 家全国性股份制商业银行分别为招商银行、上海浦东发展银行、中信银行、中国光大银行、华夏银行、中国民生银行、平安银行、兴业银行、浙商银行。

根据《企业会计准则第 23 号—金融资产转移》的相关规定，企业已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方的，应当终止确认该金融资产；保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，应当继续确认该金融资产。

参考《上市公司执行企业会计准则案例解析（2024）》，公司对收取的票

据按照承兑人信用等级施行分类管理：

1、将15家信用等级较高银行承兑的应收票据分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产，计入应收款项融资，该类票据承兑人信用等级较高，贴现或背书后公司被追溯的可能性较小，可以判断票据所有权上的主要风险和报酬已经转移，且不存在不能如期兑付的情形，故公司将已背书或贴现未到期应收款项融资终止确认。

2、将其他商业银行承兑的银行承兑汇票和商业承兑汇票分类为以摊余成本计量的金融资产，计入应收票据，该类票据贴现或背书后公司仍存在被追溯风险，票据相关的信用风险和延期付款风险仍没有转移，因此在背书或贴现时继续确认应收票据，待到期兑付后终止确认。

综上所述，报告期内，公司将信用等级较高的银行承兑汇票确认为应收款项融资，将信用等级一般的银行承兑汇票或商业承兑汇票确认为应收票据。公司对应收款项融资背书或贴现时予以终止确认，对应收票据背书或贴现时不予终止确认，而是在到期实际承兑后予以终止确认，符合《企业会计准则》的规定。

（二）说明报告期内应收账款金额较高的原因及合理性，应收账款规模、结构及应收账款周转率与同行业可比公司是否存在显著差异。

1、报告期内应收账款金额较高的原因及合理性

报告期内，公司各年末应收账款余额情况如下：

单位：万元

项目	2024年12月31日	2023年12月31日	2022年12月31日
应收账款余额	**21,953.51**	19,893.89	14,756.22
应收账款增长率	**10.35%**	**34.82%**	**-**

报告期内，公司各年度营业收入情况如下：

单位：万元

项目	2024年度	2023年度	2022年度
营业收入	**40,760.68**	**36,662.93**	**32,890.85**
营业收入增长率	**11.18%**	**11.47%**	-

报告期内应收账款金额较高主要系受公司的信用政策及营业收入的变动所

致。由上表可知，2023 年**度**收入较 **2022 年度**增长 11.47%，应收账款余额也随之相应增长了 **34.82%，主要系营业收入主要在 2023 年下半年增长，**加之公司的信用政策为月结 120-180 天，主要客户于信用期内付款，致使报告期内应收账款**增幅高于营业收入增幅，**具备合理性。

2、应收账款规模、结构及应收账款周转率与同行业可比公司是否存在显著差异

（1）应收账款规模与同行业可比公司对比情况

报告期内，公司应收账款规模与同行业可比公司对比情况如下：

单位：万元

期间	公司名称	应收账款余额	营业收入	应收账款余额/营业收入
2024 年 12 月 31 日/2024 年度	达瑞电子	**未披露**	**未披露**	**未披露**
	光大同创	**未披露**	**未披露**	**未披露**
	捷邦科技	**未披露**	**未披露**	**未披露**
	鸿富瀚	**未披露**	**未披露**	**未披露**
	恒铭达	**未披露**	**未披露**	**未披露**
	平均值	**未披露**	**未披露**	**未披露**
	本公司	**21,953.51**	**40,760.68**	**53.86%**
2023 年 12 月 31 日/2023 年度	达瑞电子	38,994.66	139,783.20	27.90%
	光大同创	50,396.84	100,651.86	50.07%
	捷邦科技	22,273.09	67,819.36	32.84%
	鸿富瀚	43,631.07	67,062.33	65.06%
	恒铭达	97,867.22	181,826.22	53.82%
	平均值	**50,632.58**	**111,428.59**	**45.94%**
	本公司	19,893.89	36,662.93	54.26%
2022 年 12 月 31 日/2022 年度	达瑞电子	49,595.13	146,931.58	33.75%
	光大同创	38,626.35	99,570.40	38.79%
	捷邦科技	37,565.48	103,445.24	36.31%
	鸿富瀚	44,857.91	71,526.55	62.72%
	恒铭达	76,621.76	154,775.92	49.50%
	平均值	**49,453.32**	**115,249.94**	**44.22%**
	本公司	14,756.22	32,890.85	44.86%

2022 年末、2023 年末和 2024 年末，公司应收账款余额分别为 14,756.22 万元、19,893.89 万元和 **21,953.51** 万元，公司应收账款余额占营业收入比例分别为 44.86%、54.26%和 **53.86%**，相较于同行业可比公司，公司收账款余额占营业收入比例较高，主要是因为公司主要客户与同行业可比公司客户存在差异，同时公司给予主要客户整体信用期相对较长。报告期内，公司应收账款余额占营业收入比例整体较为稳定，主要客户应收账款信用期基本保持不变，公司应收账款与公司收入规模相匹配。

（2）应收账款账龄结构与同行业可比公司对比情况

报告期内，公司应收账款账龄结构与同行业可比公司对比情况如下：

期间	公司名称	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年以上
2024 年 12 月 31 日	达瑞电子	**未披露**	**未披露**	**未披露**	**未披露**
	光大同创	**未披露**	**未披露**	**未披露**	**未披露**
	捷邦科技	**未披露**	**未披露**	**未披露**	**未披露**
	鸿富瀚	**未披露**	**未披露**	**未披露**	**未披露**
	恒铭达	**未披露**	**未披露**	**未披露**	**未披露**
	平均值	**未披露**	**未披露**	**未披露**	**未披露**
	本公司	**98.42%**	**0.48%**	**0.94%**	**0.16%**
2023 年 12 月 31 日	达瑞电子	99.22%	0.78%	0.00%	0.00%
	光大同创	99.26%	0.70%	0.04%	0.00%
	捷邦科技	99.64%	0.36%	0.00%	0.00%
	鸿富瀚	91.45%	7.75%	0.77%	0.03%
	恒铭达	99.37%	0.55%	0.08%	0.00%
	平均值	97.79%	2.03%	0.18%	0.01%
	本公司	98.60%	1.22%	0.07%	0.10%
2022 年 12 月 31 日	达瑞电子	99.98%	0.02%	0.00%	0.00%
	光大同创	99.95%	0.05%	0.00%	0.00%
	捷邦科技	99.79%	0.20%	0.00%	0.00%
	鸿富瀚	97.59%	2.38%	0.03%	0.01%
	恒铭达	99.73%	0.26%	0.00%	0.00%
	平均值	99.41%	0.59%	0.01%	0.00%
	本公司	99.56%	0.21%	0.00%	0.22%

报告期各期末，公司应收账款账龄主要集中在 1 年以内，占比分别为99.56%、98.60%和 **98.42%**，与同行业可比公司基本一致。

（3）应收账款周转率与同行业可比公司对比情况

报告期各期，公司应收账款周转率与同行业可比公司对比情况如下所示：

单位：次/年

公司名称	2024 年度	2023 年度	2022 年度
达瑞电子	**未披露**	3.16	3.63
光大同创	**未披露**	2.26	2.50
捷邦科技	**未披露**	2.27	2.92
鸿富瀚	**未披露**	1.52	1.97
恒铭达	**未披露**	2.08	2.23
平均值	**未披露**	**2.26**	**2.65**
本公司	**1.95**	2.12	1.80
扣除达瑞电子后行业平均周转率	**未披露**	2.03	2.40
扣除后行业平均回款周期	**未披露**	**177.00**	**150.00**
公司回款周期	**185.00**	**170.00**	**200.00**
回款周期差异	**未披露**	**-7.00**	**50.00**

2022 年度、2023 年度和 2024 年度，公司应收账款周转率分别为 1.80 次/年、2.12 次/年和 **1.95** 次/年，总体呈现先升后降的趋势。

同行业可比公司应收账款周转率平均值分别为 2.65 次/年、2.26 次/年，公司应收账款周转率低于同行业可比公司平均水平。达瑞电子应收账款周转率明显偏高主要系其第一大客户均为三星及其关联公司，信用账期为月结 30 天，主要客户群体和客户信用期不同，不具有可比性。扣除达瑞电子后，同行业可比公司应收账款周转率平均值分别为 2.40 次/年、2.03 次/年，回款周期平均为 150 天、177 天， 2022 年度公司回款周期与同行业可比公司回款周期相比长 50 天，存在差异， 2023 年度公司回款周期与同行业可比公司回款周期相比差异较小。

公司客户信用政策主要为月结 120-180 天，根据惯例，月结通常为经双方对账确认后起算（或经双方对账后次月 1 日起算），受对账时间点、客户财务部收到发票时点和付款时间点等影响，月结方式下，通常都会存在正常的跨月支付的情况，因此实际回款周期通常比月结天数要长 1-2 月，公司回款周期与同行业

可比公司回款周期差异天数区间保持一致，具有合理性。

综上所述，报告期内，公司应收账款规模及应收账款周转率与同行业可比公司存在差异，主要系公司信用期较同行业可比公司略长所致；公司应收账款结构与同行业可比公司基本一致。

（三）说明信用期发生延长的客户数量、收入情况，信用政策整体是否发生重大变化；结合对主要客户信用政策及变化情况、新增客户与存量客户信用政策差异情况等，说明应收账款变动与收入变动的匹配性，是否存在放宽信用政策刺激销售的情形，相关信用政策是否符合行业惯例。

1、说明信用期发生延长的客户数量、收入情况，信用政策整体是否发生重大变化

报告期内，公司结合客户的订单规模、合作程度、商业信誉、结算需求、双方商业谈判等多项因素综合考虑是否同意客户信用期延长的申请。

公司 2022 年度和 2024 年度不存在信用期发生延长的客户，2023 年度，公司信用期发生延长的客户数量共 2 个，占当期客户数量比例为 0.59%，信用期延长客户 2023 年度的销售收入金额为 673.21 万元，占 2023 年度营业收入比例为 1.84%。信用期延长客户分别为凯硕电脑（苏州）有限公司、名硕电脑（苏州）有限公司，自 2023 年 9 月起，信用期从月结 120 天变更为月结 150 天，上述两家客户信用期政策变化系客户对各供应商统一协调账期，并非是对于某一供应商有此要求，具有商业合理性，不属于重大变化。

除上述情况外，报告期内，公司信用政策整体较为稳定，未发生重大变化。

2、结合对主要客户信用政策及变化情况、新增客户与存量客户信用政策差异情况等，说明应收账款变动与收入变动的匹配性，是否存在放宽信用政策刺激销售的情形，相关信用政策是否符合行业惯例

（1）主要客户信用政策及变化情况

报告期各期公司主要客户的信用政策情况如下：

客户名称	2024 年度	2023 年度	2022 年度
仁宝电脑	月结 120 天	月结 120 天	月结 120 天
和硕科技	月结 120 天/150 天	月结 120 天/150 天	月结 120 天/150 天
巨腾国际	月结 150 天	月结 150 天	月结 150 天
台达电子	月结 60 天	月结 60 天	月结 60 天
神基股份	月结 120 天	月结 120 天	月结 120 天
立讯精密	月结 90 天/120 天/180 天	月结 90 天/120 天/180 天	月结 90 天/120 天/180 天
康舒科技	月结 120 天/150 天	月结 120 天/150 天	月结 120 天/150 天
纳天柯	月结 60 天	月结 60 天	—

注:上述同一集团内，存在不同子公司信用政策存在差异的情形。

由上表可知，报告期内公司对主要客户的信用政策未发生变化，不存在放宽信用政策刺激销售的情形。

（2）新增客户与存量客户信用政策差异情况

报告期各期公司前五大新增客户的销售结算模式及信用政策情况如下：

单位：万元

期间	新增客户名称	收入金额	主要信用政策
2024 年度	精电（河源）显示技术有限公司	256.78	月结 30 天
	苏州呈润电子有限公司	164.53	月结 30 天
	惠州市盈旺精密技术股份有限公司	153.13	月结 120 天
	祐嘉（南通）精密科技有限公司	133.31	月结 120 天
	绍兴市柯桥区三化自动化有限公司	74.34	月结 90 天
	合计	782.09	—
	当年新增客户总销售收入	1,528.18	—
	占当年新增客户销售收入的比例	51.18%	—
2023 年度	纳天柯	1,017.26	月结 60 天
	东莞市品扬五金科技有限公司	208.29	月结 120 天
	京东方科技集团股份有限公司	149.61	月结 120 天
	福州钧玮金属有限公司	144.52	月结 90 天
	浙江中科冠腾科技股份有限公司	128.96	月结 150 天
	合计	1,648.64	—
	当年新增客户总销售收入	2,054.13	—
	占当年新增客户销售收入的比例	80.26%	—

2022 年度	宜宾纵贯线科技股份有限公司	300.75	月结 60 天
	上海百分茶供应链有限公司	144.11	月结 30 天
	昆山明矿精密材料有限公司	137.74	月结 90 天
	麦格纳（太仓）汽车科技有限公司	87.88	月结 90 天
	郧西县鑫源工业投资开发有限公司	59.08	月结 60 天
	合计	**729.56**	—
	当年新增客户总销售收入	**1076.83**	—
	占当年新增客户销售收入的比例	**67.75%**	—
	占当年新增客户销售收入的比例	**67.94%**	—

注：京东方科技集团股份有限公司包括高创（苏州）电子有限公司和合肥京东方视讯科技有限公司；纵贯线包括宜宾纵贯线科技股份有限公司和溧阳纵贯线换热器有限公司；长盈精密包括广东长盈精密技术有限公司、昆山长盈精密技术有限公司和宁德长盈新能源技术有限公司。

公司结合客户的订单规模、合作程度、商业信誉、结算需求、双方商业谈判等多项因素审慎确定对各客户的具体付款政策，对于客户行业知名度较高的，销售规模较大的客户，给予较长的信用期，对于规模较小的客户，给予的信用期则较短。

由上表可知，公司各年度新增客户中，如联宝（合肥）电子科技有限公司、京东方科技集团股份有限公司等客户，虽是报告期新增客户，但其行业知名度较高，订单规模较大，公司与该部分客户的信用期为 120-150 天，而东莞市宏联电子有限公司、福州钧玮金属有限公司等客户，则采用月结 30-90 天的信用政策，与公司存量客户不存在重大差异。

（3）应收账款变动与收入变动的匹配性

公司应收账款变动与收入变动的匹配性详见本问询回复“问题 6 应收款项金额较高的合理性及坏账计提充分性之一、（二）、（1）”之回复。

（4）是否存在放宽信用政策刺激销售的情形，相关信用政策是否符合行业惯例

报告期内，公司信用政策整体未发生重大变化，信用期发生延长的客户数量共 2 个，其在报告期各期的收入金额分别为 814.75 万元、673.21 万元和 686.53 万元，客户自 2023 年信用期延长后，收入较 2022 年度相比，并未大幅增长，不存在放宽信用政策刺激销售的情形。

公司与同行业可比公司对主要客户的信用政策对比情况如下：

可比公司	主要客户	主要客户信用政策
恒铭达	富士康	月结 90 天
	立讯精密	月结 90 天
	广达	次月结 90 天
	和硕	月结 120 天
	安费诺	月结 90 天
达瑞电子	三星视界	月结 30 天
	鹏鼎控股	月结 90 天
	立讯精密	月结 75 天、90 天，设备租赁月结 30 天，设备销售验收后 90 天
	台郡科技	次月结 90 天，设备租赁月结 90 天
	其他客户	其余主要客户为月结 90-120 天
捷邦科技	富士康	发票日月结 90 天，客户固定在月初周四付款，若到期日晚于付款日，往后顺延一个周
	向隆电子	当月结 90 天，客户固定在月底付款
	广达电脑	当月结 90 天，客户固定在月底付款
	仁宝电脑	次月结 90 天，客户固定在每月 5 日、15 日付款
	比亚迪	发票月结 90 天，客户固定在每月 25 日左右付款
光大同创	联想集团	票到 45 天-120 天；票到月结 45 天-60 天
	纬创资通	票到月结 120 天
	立讯精密	票到月结 90 天
	仁宝电脑	票到 120 天
	歌尔股份	票到月结 60 天-90 天
	和硕科技	货到月结 120 天
鸿富瀚	鹏鼎控股	设备类：交机 70%，验收 30%，月结 30 天；非设备类：结算后 90 天
	村田公司	结算后 60 天
	维信电子、复扬电子	结算后 120 天
	京东方	交机并结算 80%，验收 10%，质保金 10%
	其他客户	结算后 90 天
本公司	仁宝电脑、和硕科技、巨腾国际、立讯精密、台达电子等	除台达电子月结 60 天外，主要为月结 120-180 天

数据来源：可比公司招股说明书、审核问询函的回复意见等。

公司信用期主要为月结 120-180 天，同行业可比公司信用期一般为月结 90 天-120 天，相关信用政策符合行业惯例。

（四）补充说明逾期款项和未逾期款项的划分标准，逾期款项的形成过程、账龄、可收回性；说明不含按单项计提坏账准备的应收账款自然账龄、坏账准备计提比例；结合应收款项逾期情况、期后回款情况、坏账准备计提比例与同行业的对比情况、应收款项核销情况等，分析说明报告期内应收款项坏账准备计提是否充分。

1、补充说明逾期款项和未逾期款项的划分标准，逾期款项的形成过程、账龄、可收回性

（1）逾期款项和未逾期款项的划分标准

逾期款项和未逾期款项的划分标准为根据公司客户的信用期进行划分。公司信用期主要为月结 120-180 天，根据惯例，月结通常为经双方对账确认后起算（或发票开具后算），超出客户所属信用期时点的应收账款划分为逾期款项。

（2）逾期款项的形成过程、账龄、可收回性

逾期款项的形成原因主要系发票等单据未能及时流转、客户付款审批流程较长、部分客户受生产经营环境多变影响导致资金周转变慢等原因未按照合同约定的信用期或付款节点支付货款。

报告期各期末，公司逾期应收账款账龄分布情况如下所示：

单位：万元

项目	2024 年 12 月 31 日		2023 年 12 月 31 日		2022 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 年以内	**830.53**	**77.11%**	988.10	97.03%	849.78	92.38%
1 至 2 年	**228.10**	**21.18%**	27.63	2.71%	28.98	3.15%
2 至 3 年	**16.61**	**1.54%**	2.47	0.24%	2.13	0.23%
3 年以上	**1.86**	**0.17%**	0.20	0.02%	38.94	4.23%
合计	**1,077.10**	**100.00%**	1,018.39	100.00%	919.83	100.00%

报告期各期末，公司应收账款逾期情况及期后累计回款情况如下表所示：

单位：万元

项目	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
应收账款余额①	**21,953.51**	19,893.89	14,756.22
逾期应收账款余额②	**1,077.10**	1,018.39	919.83
逾期应收账款比例③=②/①	**4.91%**	5.12%	6.23%
逾期应收账款期后回款金额④	**466.38**	**773.69**	**897.71**
逾期应收账款期后回款比例⑤=④/②	**43.30%**	**75.97%**	97.60%

注 1：表中逾期是指各期期末应收账款余额超出合同约定付款时点的应收款金额；
注 2：表中期后回款金额统计至 **2025 年 2 月 28 日**。

报告期各期末，公司逾期应收账款金额分别为 919.83 万元、1,018.39 万元和 **1,077.10** 万元，逾期应收账款占各期末应收账款的比例分别为 6.23%、5.12%和 **4.91%**，占比较低且从 2022 年开始呈现逐年下降趋势。2024 年 **12** 月末逾期应收账款下降主要系炳荣精密、巨腾国际、仁宝集团等已陆续回款。公司逾期应收账款账龄主要集中在一年以内，其占比分别为 92.38%、97.03%和 **77.11%**，与公司信用政策匹配。其中，2024 年 **12** 月末应收账款 1-2 年逾期增加主要系昆山明矿精密材料有限公司、苏州上城环保包装材料有限公司逾期 **672-730** 天，占应收账款逾期总额 **21.12%**，已对其全额计提减值准备。

截至 **2025 年 2 月 28 日，2022** 年度至 2024 年**度**逾期应收账款累计期后回款金额分别为 **897.71 万元、773.69 万元和 446.38 万元**，逾期应收账款累计期后回款比例分别为 87.10%、75.95%和 **43.30%**，期后回款总体情况良好。2024 年 **12** 月末期后回款情况较低主要系统计周期较短。

逾期应收账款主要客户为昆山明矿精密材料有限公司及苏州上城环保包装材料有限公司占未回款的比例为 **21.21%**。公司与昆山明矿精密材料有限公司关于逾期货款的诉讼已一审判决，公司于 2024 年 3 月向昆山市人民法院提交《强制执行申请书》，但尚未执行到相关财产；2024 年 4 月，昆山市人民法院出具《执行案件立案通知书》；2024 年 8 月，昆山市人民法院发布公告，昆山明矿明显缺乏清偿能力，资产不足以清偿全部债务，昆山明矿被宣告破产，本案已了结。苏州上城环保包装材料有限公司已被限制高消费且处于经营异常状态，公司预计对其的应收账款余额难以回款，上述款项已全额计提坏账准备。除此之外，公司对于非客户财务状况恶化原因导致逾期的款项，已按信用风险特征组合制定相应坏账

准备计提比例足额计提坏账准备。

综上所述，公司逾期应收款项已充分管理，可收回性较高，不会对报表及期后数据产生重大影响。

2、说明不含按单项计提坏账准备的应收账款自然账龄、坏账准备计提比例

报告期各期末，公司不含按单项计提坏账准备的应收账款自然账龄、坏账准备计提比例情况如下：

单位：万元

账龄	2024 年 12 月 31 日			2023 年 12 月 31 日			2022 年 12 月 31 日		
	金额	坏账准备	计提比例	金额	坏账准备	计提比例	金额	坏账准备	计提比例
1 年以内	**21,607.63**	**1,080.38**	5.00	19,574.95	978.75	5.00	14,460.28	723.01	5.00
1-2 年	**64.34**	**6.43**	10.00	3.61	0.36	10.00	31.21	3.12	10.00
2-3 年	**0.43**	**0.21**	50.00	5.29	2.65	50.00	0.22	0.11	50.00
3 年以上	**25.43**	**25.43**	100.00	20.66	20.66	100.00	33.03	33.03	100.00
合计	**21,697.83**	**1,112.46**	5.13	**19,604.52**	**1,002.42**	**5.11**	**14,524.74**	**759.28**	**5.23**

报告期内，公司不含按单项计提坏账准备的应收账款自然账龄的坏账准备计提比例分别为 5.23%、5.11%及 5.13%。

3、结合应收款项逾期情况、期后回款情况、坏账准备计提比例与同行业的对比情况、应收款项核销情况等，分析说明报告期内应收款项坏账准备计提是否充分

（1）公司应收账款逾期情况、期后回款情况

公司应收账款逾期情况、期后回款情况详见本问询回复“问题 6 应收款项金额较高的合理性及坏账计提充分性之一、（四）、1、（2）”之回复。

（2）坏账准备计提比例与同行业的对比情况

报告期各期末，在信用特征风险组合中，公司与同行业上市公司应收账款坏账准备计提比例对比如下：

账龄	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3-4 年	4-5 年	5 年以上

达瑞电子	5.00%	10.00%	30.00%	50.00%	80.00%	100.00%
光大同创	5.00%	10.00%	30.00%	80.00%	100.00%	100.00%
捷邦科技	5.00%	10.00%	30.00%	50.00%	50.00%	100.00%
鸿富瀚	5.00%	20.00%	50.00%	100.00%	100.00%	100.00%
恒铭达	5.00%	10.00%	20.00%	30.00%	50.00%	100.00%
平均值	5.00%	12.00%	32.00%	62.00%	76.00%	100.00%
本公司	5.00%	10.00%	50.00%	100.00%	100.00%	100.00%

注：数据来源为上述公司公布的定期报告或招股说明书

由上表可知，公司坏账计提比例与同行业可比公司不存在重大差异。

（3）应收账款核销情况

报告期内，公司主要客户信用政策未发生重大变化，与主要客户保持长期稳定的合作关系，主要客户信誉情况良好，不存在应收账款核销的情形。

综上，报告期内公司的应收账款账龄较短，各期期后回款情况良好，报告期各期末按组合计提坏账准备的应收账款余额中，一年以内应收账款余额占比分别为 99.56%、99.85%和 **99.58%**，公司期末应收账款账龄情况较好。坏账计提比例与同行业可比公司不存在重大差异，坏账准备计提充分。

二、申报会计师的核查情况

（一）核查程序：

就上述事项，我们主要执行了以下核查程序：

1.了解公司关于应收票据相关的会计政策，并复核其会计处理是否符合企业会计准则的规定；

2.获取公司报告期内收入明细表、应收账款明细表，分析公司应收账款金额较高的原因及合理性，分析应收账款余额变动与收入变动、客户信用政策的匹配性；

3.查阅同行业可比公司的定期报告等公开资料，分析比较公司与同行业可比公司应收账款规模、结构及应收账款周转率差异情况及原因；

4.查阅公司与主要客户签订的销售合同，对公司报告期内主要客户进行访谈，查看信用政策条款，分析主要客户、新增客户及存量客户的信用政策的差异及

变化情况；查询同行业可比公司对客户的信用政策，核查公司对客户的信用政策与同行业是否存在较大差异，是否符合行业惯例；

5.了解发行人关于逾期款项的划分标准及形成过程等，获取公司应收账款账龄分析表，复核逾期应收账款划分是否正确；

6.获取公司报告期内应收账款期后回款统计表，检查期后回款银行回单；

7.了解公司报告期内应收账款坏账核销的情况；查询同行业可比公司坏账计提政策，对比公司坏账计提政策，判断是否存在较大差异。

（二）核查意见：

经核查，我们认为：

1.报告期各期应收票据相关会计处理，符合企业会计准则的规定；

2.报告期各期，发行人应收账款金额较高的原因具有合理性，发行人应收账款规模和应收账款周转率低于同行业可比公司平均水平，主要系客户结构不同和主要客户信用政策的不同所致；发行人应收账款结构与同行业可比公司基本一致；

3.报告期内，信用期发生延长的客户数量共 2 个，发行人信用政策整体未发生重大变化，新增客户与存量客户信用政策存在差异，差异原因系公司对交易规模较小的客户采取更谨慎的信用政策所致，不存在放宽信用政策刺激销售的情形，相关信用政策符合行业惯例；

4.报告期内应收账款的变动情况与营业收入变动情况基本一致，与发行人的信用政策有关；

5.发行人存在逾期应收账款，其占应收账款余额比例较小，期后回款情况正常，预计无法收回的已全额计提坏账准备，应收账款发生坏账的风险较小或总体影响较少，坏账计提比例与同行业可比公司相比不存在重大差异，坏账准备计提充分。

三、核查应收款项的结算、确认、付款是否符合合同约定，应收账款确认和计量、坏账准备计提政策是否符合企业会计准则规定

（一）核查说明

报告期内，公司对于应收款项的结算主要以合同作为结算依据，公司根据不同客户约定具体结算条款和支付周期，公司主要客户通常会依据合同约定时点向公司支付款项。根据下游主要客户的结算惯例及与公司签订的合同的相关约定，客户付款一般以发票开具为结算起点，并在发票开具后一定期限内支付。而公司收入及应收账款的确认时点则以产品控制权转移等具体情况来确定，即相关收入及应收账款的确认是在取得客户对相关产品的签收单据或报关单据或领用单据后，应收账款的确认与结算时点之间存在差异。

公司在满足收入确认条件时，将应收的合同或协议价款确定为应收账款。在收到客户的货款时冲减相应的应收账款，公司应收账款的确认和计量符合企业会计准则的相关规定。通过比较公司应收账款账务处理与《企业会计准则》应用指南的相关规定，公司应收账款的确认与计量和企业会计准则一致。

报告期内公司应收账款总体回款情况较好，对存在重大信用风险的客户已按单项全额计提坏账准备；对信用状况较好的客户按组合计提坏账准备，坏账准备计提充分，坏账准备计提政策符合会计准则规定。

（二）核查程序及结论

1、核查程序

（1）取得公司与主要客户签订的销售合同，了解合同约定的信用政策等条款；

（2）取得公司各期末应收账款明细表及银行流水，取得公司报告期内各期应收账款期后回款明细，并抽查银行回单，核查应收账款回款情况；

（3）对公司主要客户进行访谈，了解应收账款的结算、确认、付款等情况；并执行销售穿行测试，核查应收账款的结算、确认、付款是否符合合同约定。

2、核查结论

经核查，我们认为：

公司应收账款的结算、确认、付款符合合同约定；应收账款的确认、计量和坏账准备计提政策符合《企业会计准则》规定。

四、详细列示各期的函证情况，包括但不限于发函数量、具体内容、应收账款和预收账款金额及比例，回函数量、回函金额及比例、差异金额及差异原因，对未回函的函证履行的替代程序及充分性

我们对报告期各期末应收账款余额和预收账款（含合同负债）进行函证，函证内容主要包括报告期各期公司与主要客户的不含税交易额、回函金额和各期末对相应客户的应收账款及预收账款（含合同负债）余额。

报告期各期末应收账款的发函及回函情况如下：

单位：万元

项目	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
应收账款余额（A）	**21,953.51**	19,893.89	14,756.22
应收账款发函金额（B）	**19,367.99**	18,451.82	13,315.07
各期函证发函数量	**90**	108	128
发函率（C=B/A）	**88.22%**	92.75%	90.23%
应收账款回函金额（D）	**18,493.09**	18,028.25	13,068.05
各期函证回函数量	**84**	103	113
其中：回函相符数量	**30**	41	48
回函相符金额	**3,994.56**	3,729.77	3,049.94
经调节相符数量	**54**	62	65
经调节相符金额	**14,498.53**	14,298.48	10,018.11
回函率（F=D/B）	**95.48%**	97.70%	98.14%

报告期内，上述应收账款回函差异主要系公司根据收入确认原则确认收入并开具销售发票，客户期末未收到发票或收到发票的入账时间不同而形成的开票暂估差异，对于回函有差异的，申报会计师询问差异原因，查阅相关差异的支持凭证（包括但不限于销售合同、发货单、签收凭证、客户对账明细、发票、银行回单等），差异主要系双方入账时间性差异导致，根据取得的资料编制余额调节表，调节后余额相符。

报告期各期末预收账款（含合同负债）余额及占营业收入比例情况如下：

单位：万元

项目	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
预收账款余额（①）	**52.80**	54.90	46.62

营业收入金额（②）	**40,760.68**	36,662.93	32,890.85
预收账款占营业收入比例（③=①/②）	**0.13%**	0.15%	0.14%

报告期各期，公司预收账款（含合同负债）余额占营业收入比例较低且预收账款余额较小，未被选取作为发函对象。

对应收账款未回函客户申报会计师全部执行了替代测试程序。经核查，执行的替代程序具备充分性。

问题 7 毛利率下滑风险

根据申请文件及公开信息：（1）2020 年-2023 年，发行人毛利率分别为 40.22%、36.81%、32.40%、33.09%，呈波动下降趋势；2021-2023 年可比公司毛利率均值为 32.03%、32.37%、29.11%。（2）报告期内，外销毛利率分别为 42.57%、40.41%、43.78%，内销毛利率分别为 32.16%、25.93%、25.77%。（3）报告期内，对第一大客户仁宝电脑毛利率分别为 42.32%、41.52%、45.83%，高于综合毛利率。（4）发行人部分产品采用外协加工模式，未披露相关产品毛利率。

（1）毛利率下滑风险。报告期内，营业成本中直接材料金额分别为 20,126.61 万元、16,885.91 万元、19,447.73 万元，占比分别为 82.40%、76.56%、79.82%，对成本及毛利率影响较大。请发行人：①区分功能性产品、防护性产品的细分产品类别，结合产品结构、销售单价变动、原材料价格、单位人工及制造费用变动、下游客户需求、客户产品价格变动情况等，分析报告期内毛利率波动下滑的原因、合理性及持续性。②结合定价机制、与上下游议价能力、备货政策、原材料价格变动趋势及传导机制等，量化分析原材料价格上涨对毛利率及利润的影响，说明发行人是否承担原材料价格上涨的主要风险、应对措施及有效性。③结合下游行业需求、产品销售结构、产品销售价格及原材料成本等因素，说明未来毛利率是否存在进一步下滑风险。

（2）毛利率差异及波动合理性。请发行人：①结合竞争格局、与可比公司在细分产品领域、产品结构、定价标准、成本构成、终端消费电子品牌等方面的差异情况，说明发行人毛利率高于可比公司的合理性。区分产品类别、销售

模式、销售区域，说明发行人毛利率与可比公司的比较情况，分析毛利率差异的原因及合理性。②结合市场情况、产品结构、客户类型、销售单价、原材料价格、单位人工及制造费用、汇率波动等，分析内外销毛利率变动的原因，内外销毛利率及变动趋势存在差异的原因及合理性。③区分产品类别列示对主要大客户销售毛利率，结合客户议价能力、所在区域、销量、合作粘性等分析对主要客户销售毛利率是否存在明显差异，如存在，请分析原因并说明合理性。④说明自产及外协加工模式生产的各主要产品销售毛利率对比情况，并分析毛利率差异及原因。

请保荐机构、申报会计师核查上述事项，说明核查程序、范围、证据及结论，并发表明确意见。

回复：

一、发行人说明

（一）毛利率下滑风险

1、区分功能性产品、防护性产品的细分产品类别，结合产品结构、销售单价变动、原材料价格、单位人工及制造费用变动、下游客户需求、客户产品价格变动情况等，分析报告期内毛利率波动下滑的原因、合理性及持续性。

单位：万元

（1）产品结构的影响

产品大类	产品类别	2024 年度			2023 年度			2022 年度		
		收入金额	收入占比	毛利率	收入金额	收入占比	毛利率	收入金额	收入占比	毛利率
功能性产品	粘贴组装类	**6,264.13**	**15.51%**	**35.23%**	5,387.40	14.80%	42.41%	5,465.96	**16.76%**	39.80%
	电磁屏蔽类	**6,246.49**	**15.47%**	**39.55%**	6,853.61	18.83%	41.23%	5,476.37	**16.79%**	36.62%
	绝缘精密类	**5,216.74**	**12.92%**	**34.55%**	3,825.18	10.51%	31.74%	3,503.35	**10.74%**	32.01%
	缓冲减震类	**4,137.07**	**10.25%**	**34.39%**	3,631.90	9.98%	35.27%	3,544.24	**10.86%**	39.82%
	外观保护类	**3,935.83**	**9.75%**	**28.46%**	3,092.49	8.50%	29.25%	3,209.97	**9.84%**	24.48%
	精密机构类	**2,114.22**	**5.24%**	**40.13%**	1,719.54	4.73%	39.30%	1,722.64	**5.28%**	36.06%
	防尘透气类	**989.29**	**2.45%**	**23.61%**	1,014.85	2.79%	27.90%	764.79	**2.34%**	45.48%
	小计	**28,903.77**	**71.58%**	**34.96%**	**25,524.97**	**70.14%**	**37.10%**	**23,687.32**	**72.61%**	**35.75%**
防护性产品	纸质类	**6,110.67**	**15.13%**	**19.29%**	5,151.06	14.15%	20.15%	3,622.19	**11.10%**	22.08%
	吸塑类	**2,125.86**	**5.26%**	**3.57%**	2,834.78	7.79%	19.90%	2,161.27	**6.63%**	14.65%

	EPE 类	**2,302.23**	**5.70%**	**34.78%**	2,163.11	5.94%	37.45%	2,220.38	**6.81%**	34.61%
	PE 及其他类	**935.61**	**2.32%**	**11.80%**	717.84	1.97%	20.33%	**931.26**	**2.85%**	23.05%
	小计	**11,474.36**	**28.42%**	**18.88%**	**10,866.78**	**29.86%**	**23.54%**	**8,935.09**	**27.39%**	**23.50%**
合计		**40,378.13**	**100.00%**	**30.39%**	**36,391.75**	**100.00%**	**33.05%**	**32,622.41**	**100.00%**	**32.39%**

①功能性产品、防护性产品整体结构变动影响分析

报告期内，公司功能性产品、防护性产品收入占主营业务收入比例、毛利率情况如下：

产品大类	**2024 年度**		**2023 年度**		**2022 年度**	
	收入占比	**毛利率**	**收入占比**	**毛利率**	**收入占比**	**毛利率**
功能性产品	**71.58%**	**34.96%**	70.14%	37.10%	72.61%	35.75%
防护性产品	**28.42%**	**18.88%**	29.86%	23.54%	27.39%	23.50%
总计	**100.00%**	**30.39%**	**100.00%**	**33.05%**	**100.00%**	**32.39%**

报告期内，公司主营业务毛利率**先升后降**，主要受到产品结构**以及下游市场环境**的影响。其中，功能性产品毛利率**先升后降**，防护性产品 **2022 年度**-2023 年度毛利率基本保持稳定，**2024 年度**有所下滑。

报告期内，公司各产品结构变动对主营业务毛利率的影响情况如下表所示：

项目	**2024 年度较 2023 年度**			**2023 年度较 2022 年度**		
	收入比重变动影响	**毛利率变动影响**	**合计**	**收入比重变动影响**	**毛利率变动影响**	**合计**
功能性产品	**0.53%**	**-1.53%**	**-1.00%**	-0.88%	0.94%	**0.06%**
防护性产品	**-0.34%**	**-1.32%**	**-1.66%**	0.58%	0.01%	**0.59%**
合计	**0.20%**	**-2.86%**	**-2.66%**	**-0.30%**	**0.96%**	**0.66%**

2023 年度，公司主营业务毛利率同比增加 0.66 个百分点，主要系防护性产品收入占比同比增加 2.47 个百分点的影响；2024 年**度**，公司主营业务毛利率同比下滑 **2.66** 个百分点，主要系受防护性产品毛利率同比下滑 **1.66** 个百分点的影响。

②功能性产品、防护性产品的毛利率变动原因分析

A、功能性产品

单位：万元

产品类别	**2024 年度**			**2023 年度**			**2022 年度**		
	收入金额	**收入占比**	**毛利率**	**收入金额**	**收入占比**	**毛利率**	**收入金额**	**收入占比**	**毛利率**
粘贴组装类	**6,264.13**	**15.51%**	**35.23%**	5,387.40	14.80%	42.41%	5,465.96	**16.76%**	39.80%
电磁屏蔽类	**6,246.49**	**15.47%**	**39.55%**	6,853.61	18.83%	41.23%	5,476.37	**16.79%**	36.62%

绝缘精密类	**5,216.74**	**12.92%**	**34.55%**	3,825.18	10.51%	31.74%	3,503.35	**10.74%**	32.01%
缓冲减震类	**4,137.07**	**10.25%**	**34.39%**	3,631.90	9.98%	35.27%	3,544.24	**10.86%**	39.82%
外观保护类	**3,935.83**	**9.75%**	**28.46%**	3,092.49	8.50%	29.25%	3,209.97	**9.84%**	24.48%
精密机构类	**2,114.22**	**5.24%**	**40.13%**	1,719.54	4.73%	39.30%	1,722.64	**5.28%**	36.06%
防尘透气类	**989.29**	**2.45%**	**23.61%**	1,014.85	2.79%	27.90%	764.79	**2.34%**	45.48%
合计	**28,903.77**	**71.58%**	**34.96%**	**25,524.97**	**70.14%**	**37.10%**	**23,687.32**	**72.61%**	**35.75%**

报告期内，公司各功能性产品细分产品结构变动对功能性产品整体毛利率的影响情况如下所示：

项目	2024 年度较 2023 年度			2023 年度较 2022 年度		
	收入比重变动影响	毛利率变动影响	合计	收入比重变动影响	毛利率变动影响	合计
粘贴组装类	**0.24%**	**-1.56%**	**-1.32%**	-0.78%	0.55%	**-0.23%**
电磁屏蔽类	**-2.16%**	**-0.36%**	**-2.52%**	1.37%	1.24%	**2.61%**
绝缘精密类	**0.97%**	**0.51%**	**1.48%**	0.06%	-0.04%	**0.02%**
缓冲减震类	**0.03%**	**-0.13%**	**-0.10%**	-0.29%	-0.65%	**-0.94%**
外观保护类	**0.44%**	**-0.11%**	**0.33%**	-0.35%	0.58%	**0.23%**
精密机构类	**0.23%**	**0.06%**	**0.29%**	-0.19%	0.22%	**0.03%**
防尘透气类	**-0.15%**	**-0.15%**	**-0.30%**	0.34%	-0.70%	**-0.36%**
合计	**-0.41%**	**-1.73%**	**-2.14%**	**0.15%**	**1.20%**	**1.35%**

注：1、收入比重变动影响=（本期销售收入占比-上期销售收入占比）*上期毛利率；

2、毛利率变动影响=本期销售收入占比*（本期毛利率-上期毛利率）。

报告期内，公司功能性产品整体毛利率呈现**先升后降**的趋势。

2023 年度，公司功能性产品整体毛利率同比增长 1.35 个百分点，主要受电磁屏蔽类产品和缓冲减震类产品的影响。其中，电磁屏蔽类产品对功能性产品整体毛利率的影响为 2.61 个百分点，其主要原因，一是新机种中对于电磁屏蔽类新产品的需求量较大，整体带动电磁屏蔽类产品销量上升，导致当期电磁屏蔽类产品收入占比增加 3.73 个百分点，二是应用于新机种的新产品通常毛利率较高，故带动电磁屏蔽类产品毛利率上升；缓冲减震类产品对功能性产品整体毛利率的影响为-0.94 个百分点，其主要原因是产品结构变化导致毛利率同比下滑 4.55 个百分点。

2024 年度，公司功能性产品整体毛利率同比**下滑 2.14 个百分点，其中，电磁屏蔽类产品对功能性产品整体毛利率的影响为-2.52 个百分点，其主要原因系 ILG10、ILYE3 等机种迭代导致电磁屏蔽类产品当期收入占比下滑 5.24%**。

②防护性产品

单位：万元

产品类别	2024 年度			2023 年度			2022 年度		
	收入金额	收入占比	毛利率	收入金额	收入占比	毛利率	收入金额	收入占比	毛利率
纸质类	6,110.67	15.13%	19.29%	5,151.06	14.15%	20.15%	3,622.19	11.10%	22.08%
吸塑类	2,125.86	5.26%	3.57%	2,834.78	7.79%	19.90%	2,161.27	6.63%	14.65%
EPE 类	2,302.23	5.70%	34.78%	2,163.11	5.94%	37.45%	2,220.38	6.81%	34.61%
PE 及其他类	935.61	2.32%	11.80%	717.84	1.97%	20.33%	931.26	2.85%	23.05%
合计	11,474.36	28.42%	18.88%	10,866.78	29.86%	23.54%	8,935.09	27.39%	23.50%

报告期内，公司各防护性产品细分产品结构变动对防护性产品整体毛利率的影响情况如下所示：

项目	2024 年度较 2023 年度			2023 年度较 2022 年度		
	收入比重变动影响	毛利率变动影响	合计	收入比重变动影响	毛利率变动影响	合计
纸质类	1.18%	-0.46%	0.72%	1.50%	-0.91%	0.58%
吸塑类	-1.50%	-3.03%	-4.53%	0.27%	1.37%	1.64%
EPE 类	0.06%	-0.54%	-0.48%	-1.73%	0.57%	-1.16%
PE 及其他类	0.31%	-0.70%	-0.38%	-0.84%	-0.18%	-1.02%
合计	0.05%	-4.71%	-4.67%	-0.80%	0.84%	0.04%

注：1、收入比重变动影响=（本期销售收入占比-上期销售收入占比）*上期毛利率；
2、毛利率变动影响=本期销售收入占比*（本期毛利率-上期毛利率）。

2023 年度，防护性产品整体毛利率同比基本保持稳定，2024 年度，防护性产品总体毛利率同比下滑 4.67 个百分点。

2023 年度，公司防护性产品整体毛利率同比增长 0.04 个百分点，主要受 EPE 类产品及吸塑类产品的影响。其中，EPE 类产品对防护性产品整体毛利率的影响为-1.15 个百分点，其主要原因是部分机种停产，EPE 类产品收入占比同比下降 4.94 个百分点；吸塑类产品对防护性产品整体毛利率的影响为 1.65 个百分点，其主要原因是台达电子增加了向公司采购应用于 PS5 相关的吸塑类产品，并且该等产品，毛利率较高，从而使得吸塑类产品的占比及毛利率均同比增长。

2024 年度，公司防护性产品整体毛利率同比下滑 4.67 个百分点，主要受吸塑类产品的影响。吸塑类产品对防护性产品整体毛利率的影响为-4.53 个百分点，其主要原因，一是台达电子 PS5 相关产品订单减少，其向公司采购的应用于游戏机类产品领域的吸塑类产品收入同比减少 1,138.94 万元，二是同时该部分产品价

格下调降价导致公司吸塑类产品毛利率同比下滑 16.33 个百分点，从而使得吸塑类产品的占比及毛利率均同比大幅下滑。

（2）产品销售单价变动影响

报告期各期，功能性产品和防护性产品销售单价及变动情况如下：

单位：元/万件

分类	细分类型	2024 年度		2023 年度		2022 年度
		单价	变动	单价	变动	单价
功能性产品	粘贴组装类	3,449.79	-7.98%	3,748.88	-11.43%	4,232.57
	电磁屏蔽类	3,042.91	-25.11%	4,063.23	-25.15%	5,428.82
	绝缘精密类	1,897.61	7.40%	1,766.86	12.02%	1,577.29
	缓冲减震类	1,736.76	-12.53%	1,985.49	-15.54%	2,350.93
	外观保护类	3,565.00	2.76%	3,469.37	-13.19%	3,996.43
	精密机构类	13,549.54	-43.41%	23,944.21	13.15%	21,160.89
	防尘透气类	2,216.14	-13.10%	2,550.15	18.35%	2,154.80
	小计	2,699.71	-10.32%	3,010.33	-7.63%	3,258.94
防护性产品	纸质类	19,634.48	0.20%	19,595.65	-7.62%	21,211.82
	吸塑类	27,456.05	-20.41%	34,496.27	13.81%	30,310.76
	EPE 类	27,948.43	-11.72%	31,658.42	23.25%	25,685.35
	PE 及其他类	2,785.15	11.06%	2,507.80	-14.16%	2,921.41
	小计	14,219.40	-8.45%	15,532.60	12.52%	13,804.02

报告期内，公司功能性产品和防护性产品单价的变动主要受细分产品单价变动影响，具体来说：

2023年度及2024年度，功能性产品平均单价同比分别下降7.63%和10.32%，主要系受产品结构变动的影响，其中电磁屏蔽类收入占比较高，价格下降幅度较大，比如 2023 年神基股份向公司采购约 228.57 万件的某新型号 GASKET 电磁屏蔽类产品、2024年度神基股份某型号的铝箔电磁屏蔽类产品采购量较2023年度增加169万件，而前述产品单价均较低。

2023 年度，防护性产品平均单价较 2022 年度上涨 12.52%，其主要原因，一是当期 EPE 产品结构变化导致 EPE 类产品单价同比上涨 23.25%，二是当期台达电子采购的 221.32 万件某型号吸塑产品的单价较高，拉高了吸塑类产品的平均单价。2024年度，防护性产品平均单价较2023年度下降8.45%，主要原因是当期富士康集团采购的低单价泡棉类产品数量有所增加；吸塑类产品平均单价较2023年

度下降 11.72%，其主要原因系台达电子 PS5 相关产品订单减少，其向公司采购的应用于游戏机类产品领域的单价相对较高的吸塑类产品数量及单价有所下降。

（3）原材料价格、单位人工及制造费用变动

报告期内功能性产品和防护性产品销售单位成本及变动情况如下：

单位：元/万件

分类	细分类型	2024 年度		2023 年度		2022 年度
		单位成本	变动	单位成本	变动	金额
功能性产品	粘贴组装类	**2,234.59**	**3.50%**	2,159.12	-15.26%	2,547.80
	电磁屏蔽类	**1,839.56**	**-22.96%**	2,387.85	-30.60%	3,440.95
	绝缘精密类	**1,242.07**	**2.98%**	1,206.13	12.46%	1,072.46
	缓冲减震类	**1,139.57**	**-11.33%**	1,285.17	-9.16%	1,414.82
	外观保护类	**2,550.39**	**3.90%**	2,454.66	-18.67%	3,018.21
	精密机构类	**8,112.49**	**-44.18%**	14,534.01	7.41%	13,530.75
	防尘透气类	**1,692.83**	**-7.93%**	1,838.72	56.51%	1,174.83
	小计	**1,756.00**	**-7.27%**	**1,893.60**	**-9.56%**	**2,093.87**
防护性产品	纸质类	**15,846.10**	**1.28%**	15,646.25	-5.34%	16,528.47
	吸塑类	**26,475.71**	**-4.19%**	27,633.01	6.81%	25,870.06
	EPE 类	**18,228.35**	**-7.95%**	19,802.59	17.90%	16,796.61
	PE 及其他类	**2,456.56**	**22.95%**	1,997.94	-11.13%	2,248.05
	小计	**11,535.23**	**-2.87%**	**11,876.03**	**12.46%**	**10,560.59**

公司产品成本受市场竞争、客户结构、产品结构、原材料价格、人力成本、工艺技术等多种因素的影响。报告期内，公司功能性产品及防护性产品的原材料价格、单位人工及制造费用变动分析详见本回复“问题 5.产销量与存货及营业成本的匹配性”之“（四）、外协加工成本核算准确性”之“2、（1）”之回复。

（4）下游客户需求及客户产品价格变动情况

消费电子行业具有产品更新迭代较快、旧款产品定期或不定期降价的特征。以某畅销款终端品牌电脑为例，其 2021 年原价为 6,000 元，在一年后由于技术进步、新品发布以及市场竞争等因素，报告期内其价格逐步降至 4,800 元至 5,400 元之间。受整机价格逐步下降的影响，客户存在定期或不定期要求供应商调整组件价格的情形。

综上所述，公司报告期内毛利率波动下滑具备合理性。**报告期内，发行人2023年度毛利率同比有所上升，2024年度毛利率较2023年度存在一定下滑，发行人毛利率不存在持续下滑的情形，但存在进一步下滑的风险**。

2、结合定价机制、与上下游议价能力、备货政策、原材料价格变动趋势及传导机制等，量化分析原材料价格上涨对毛利率及利润的影响，说明发行人是否承担原材料价格上涨的主要风险、应对措施及有效性。

报告期内，公司主要原材料采购单价变动情况如下：

单位：元/平方米、件

项目	2024年度		2023年度		2022年度
	金额	变动	金额	变动	金额
胶带类	13.52	-15.48%	16.00	-13.75%	18.55
泡棉类	19.25	8.82%	17.69	-0.84%	17.84
电磁屏蔽类	28.30	-5.72%	30.02	-5.95%	31.92
纸板及纸盒类	1.75	-6.28%	1.87	-1.55%	1.90
聚酯薄膜类	5.34	-10.21%	5.95	0.51%	5.92
保护膜类	2.87	-15.73%	3.40	-14.57%	3.98
离型膜类	1.80	-6.67%	1.93	-12.67%	2.21
加权平均价格及变动率	4.30	-11.43%	4.85	-18.62%	5.96

由上表可知，报告期内公司主要原材料价格呈持续下降趋势。受公司各细分产品的品号规格、各期新品销售占比、不同产品所需原材料种类及技术差异等因素变动影响，不同期间功能性产品和防护性产品下各细分产品的核算内容存在较大的差异，同时，由于原材料成本结转时点相较原材料的采购时点具有一定时差，因此当期原材料价格情况对当期毛利率的影响较为复杂。

假设除公司原材料价格变动外，其他因素均不发生变化，原材料价格分别上涨5%、10%的情况下，对公司报告期内利润总额、主营业务毛利率等主要财务指标的影响敏感性分析如下：

单位：万元

原材料价格变动	项目	2024年度	2023年度	2022年度
上涨5%	利润总额变动额	-1,118.03	-972.39	-844.30
	利润总额变动率	-16.45%	-16.30%	-13.21%
	主营业务毛利率变动	-2.77%	-2.67%	-2.59%
上涨10%	利润总额变动额	-2,236.06	-1,944.77	-1,688.59

	利润总额变动率	**-32.91%**	-32.59%	-26.42%
	主营业务毛利率变动	**-5.54%**	-5.34%	-5.18%

由上表可见，在假设条件下，原材料价格上涨对公司的利润总额及主营业务毛利率的变动存在一定影响。在主要原材料价格持续或短期内大幅上涨的情况下，公司存在毛利率下降、利润下降的风险。报告期内，公司采用成本加成法拟定价格，在向客户报价时，公司销售和工程部门根据产品图纸确认材料和工艺，结合耗用原材料、人工工时及制造费用等生产成本，综合考虑生产工艺难度、市场需求情况、产品适用机型情况及合理利润等因素确定报价，双方协商后确定最终销售价格。

消费电子行业的下游客户会参考市场需求、机型迭代等情况，不定期要求供应商相应调整产品价格，而新品一般单价较高，总体而言，公司对下游客户议价能力较弱。

公司通常根据订单需求进行原材料采购，出于产品生产周期的考虑，通常对主要原材料进行适当备货。对于上游供应商，公司根据生产计划进行小规模高频率的采购，如发生下游客户要求公司降价从而导致毛利率下降幅度较大的情形，公司会与供应商就相应的原材料进行降价谈判，从而弱化下游客户降价对于毛利率带来的不利影响。如果上游原材料价格出现较大幅度上升，一方面公司与供应商进行充分议价，尽量降低价格上升幅度，另外一方面通过供应商比价，向更具价格优势的合格供应商采购，同时由于消费电子更新换代速度较快，公司在对新机型报价时，会综合考虑原材料价格上涨的因素通过成本加成方式报价，从而保障合适的毛利率水平。

综合以上情况，公司部分承担了原材料价格上涨的风险，但该部分风险会通过价格谈判、供应商比价等方式部分降低上游供应商价格上涨影响以及新机型报价时综合考虑原材料价格从而传导到客户，公司整体对材料成本的控制措施积极有效。

3、结合下游行业需求、产品销售结构、产品销售价格及原材料成本等因素，说明未来毛利率是否存在进一步下滑风险。

（1）下游行业需求

消费电子功能性产品及防护性产品行业的直接下游是消费电子产业，消费电子产品作为当前社会大众消费品重要的组成部分，其行业景气度直接受宏观经济运行情况的影响。2023 年度，消费电子产品行业中的笔记本电脑行业需求下滑幅度趋缓，2024 年**度**需求出现探底回升态势，同时，发行人通过深入挖掘客户需求，就新产品、新领域、新客户等方面进行了积极的开拓，**报告期各期**公司营业收入**同比持续**上涨。

（2）产品销售结构

报告期内，公司功能性产品的毛利率相对总体销售毛利率较高，而防护性产品的毛利率相对较低。从销售占比变动趋势看，功能性产品销售占比先下降后小幅上升，而防护性产品销售占比先上升后小幅下降，综合两类产品的自身毛利率水平，如未来功能性产品的销售占比进一步下降，则毛利率存在进一步下滑的可能。

公司在消费电子行业之外进一步拓展自身产品的应用领域，在保障传统消费电子产品如笔记本电脑等业务领域的同时，加强相关产品下游行业的延伸，如加强新能源汽车、光电等领域相关产品的研发、生产与销售，增加公司产品的竞争力和应用领域。报告期内，公司新增了包括合肥京东方视讯科技有限公司、麦格纳（太仓）汽车科技有限公司等新能源汽车、光电领域客户。而新能源汽车、光电等领域的功能性产品毛利率整体低于消费电子领域功能性产品毛利率水平，因此，如果公司功能性产品后续在消费电子领域之外的收入占比提升较大，也会在一定程度上导致毛利率下滑。

（3）产品销售价格及原材料成本

如前文所述，消费电子行业具有定期或不定期降价的特征，客户一般会定期或不定期要求供应商调整产品价格，而更新迭代的新品一般单价和毛利率相对较高。

当主要原材料价格上涨时，公司结合客户的订单需求情况，并参考客户供应商系统价格变动及机型迭代，与客户协商调价，一定程度上可以通过新机型成本加成报价及产品价格的调整传导原材料价格上涨带来的冲击，但成本能否有效传导至客户，也受到行业竞争、市场需求等多方面影响。

综上，随着公司积极开展客户与应用领域的开拓、新增客户的陆续交货，2023 年公司业绩及毛利率情况企稳，2024 年**度**发行人整体业绩**较 2023 年度**有所增长，但毛利率**有所下降，发行人未来毛利率存在进一步下滑的风险**，发行人已经在招股说明书中就有关毛利率下滑的风险进行了风险提示。

（二）毛利率差异及波动合理性

1、结合竞争格局、与可比公司在细分产品领域、产品结构、定价标准、成本构成、终端消费电子品牌等方面的差异情况，说明发行人毛利率高于可比公司的合理性。区分产品类别、销售模式、销售区域，说明发行人毛利率与可比公司的比较情况，分析毛利率差异的原因及合理性

（1）结合竞争格局、与可比公司在细分产品领域、产品结构、定价标准、成本构成、终端消费电子品牌等方面的差异情况，说明发行人毛利率高于可比公司的合理性

1）竞争格局

我国消费电子功能性产品及防护性产品行业的竞争格局在过去的二十多年时间里发生了较大的变化，现阶段我国内地企业成功崛起成为中国市场强有力的竞争势力，少数具有设计开发能力、大规模生产能力、高产品质量的企业逐步替代国外厂商成为下游主流终端品牌的核心供应商。但由于我国消费电子功能性产品及防护性产品行业起步较晚，在产业经验及生产能力方面尚有不足，综合实力突出的大型企业相对较少，行业的集中度有待提升。

在国内，消费电子功能性产品及防护性产品生产商数量众多，随着消费电子产品市场渗透率的不断提高，我国消费电子功能性产品及防护性产品行业竞争形势日益激烈，各厂商在技术创新、成本管控、下游开拓等方面展开全面竞争。同时，随着下游消费电子产品逐渐朝智能化、大屏化、轻薄化、便携化方向发展，新的智能终端产品层出不穷，促使功能性产品及防护性产品的性能及精密度发生变化，对上游制造商的要求越来越高，导致存在规模偏小、研发实力弱、产品生产工序较为简单、品质要求相对不高、产品同质化严重等问题的小厂商竞争力逐渐下降。而国内具备一定规模的大型生产企业在研发设计能力、生产工艺水平、生产实践经验及产品的品质、价格、交货周期等方面具备优势，获得了下游主流

品牌的青睐。因此马太效应日渐明显，出现强者恒强的局势，未来市场将会进一步往头部企业集中，小型生产厂商将逐步被淘汰。

2）产品结构

通过对比同行业可比公司招股说明书、年度报告中披露的主营业务收入分类情况，达瑞电子的消费电子产品功能性器件、鸿富瀚的消费电子功能性器件、捷邦科技的精密功能件及结构件和恒铭达公司的消费电子类产品与公司的功能性产品相近，光大同创功能性产品与防护性产品均与公司产品相近。报告期内，公司与同行业可比公司可比产品的毛利率情况如下所示：

可比产品	公司名称	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度
功能性产品	达瑞电子	26.05%	32.44%	37.40%
	光大同创	26.55%	31.84%	29.57%
	捷邦科技	26.25%	22.28%	29.82%
	鸿富瀚	35.35%	40.15%	42.50%
	恒铭达	33.38%	34.24%	36.49%
	平均值	**29.52%**	**32.19%**	**35.16%**
	公司	**37.10%**	**37.10%**	**35.75%**
	差异	**7.58%**	**4.91%**	**0.59%**
防护性产品	光大同创	23.49%	29.59%	29.33%
	公司	**19.52%**	**23.45%**	**23.50%**
	差异	**-3.97%**	**-6.14%**	**-5.83%**

①公司功能性产品毛利率与同行业可比公司差异情况

报告期各期，公司功能性产品毛利率与鸿富瀚较为接近，受产品结构不同等因素的影响，公司功能性产品毛利率与其他同行业可比公司之间存在一定的差异，具体而言:

A.达瑞电子

达瑞电子下游应用领域主要为智能手机、笔记本电脑、平板电脑、可穿戴电子产品等消费电子领域，终端用户为苹果、华为、OPPO、Jabra、Bose、Sony、Facebook、Sennheiser 等厂商，应用领域和终端客户的不同导致其与发行人的产品结构有所不同，毛利率有所差异。

2022 年度，公司功能性产品毛利率与达瑞电子可比产品毛利率较为接近，2023 年度，受消费电子业务阶段性承压的影响，达瑞电子消费电子功能性器件产品毛利率同比有所下滑。2024 年 1-6 月，达瑞电子消费电子功能性器件产品毛利率继续下滑。

B.光大同创

光大同创功能性产品毛利率中应用领域与发行人有所差异，其中光大同创的产品应用领域除个人电脑类产品外，同样应用于智能手机类产品及智能穿戴类产品，其中，智能穿戴类产品的毛利率显著高于其余两类产品的毛利率。

报告期各期，光大同创功能性产品毛利率持续低于公司功能性产品毛利率，其毛利率整体呈现波动下滑的趋势。根据其《招股说明书》披露信息，2022 年 1-6 月，受智能穿戴类产品收入占比下滑的影响，其功能性产品总体毛利率持续下滑。根据《深圳光大同创新材料股份有限公司投资者关系活动记录表》，2024 年上半年，受到行业因素和公司新增产能逐步投产的影响，其当期产品毛利率有所下降。

在与公司产品较为相似的个人电脑类产品方面，光大同创的个人电脑类产品包括模切类产品及碳纤维类产品。根据《光大同创关于深圳光大同创新材料股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第三轮审核问询函的回复》，其 2021 年度个人电脑类产品中收入占比较高的模切类产品的毛利率为 29.01%，亦低于公司模切类产品毛利率，主要原因系其当期部分个人电脑模切类产品应用于定位相对较低端、生命周期已相对较长的机型，该类产品更新换代速度慢，单位价格及毛利率水平较低。

C.捷邦科技

捷邦科技产品主要应用于平板电脑、笔记本电脑、一体机电脑、智能家居等消费电子产品领域。

报告期各期，受产品应用领域不同的影响，捷邦科技功能件及结构件产品毛利率低于公司功能性产品毛利率。2023 年度，其毛利率同比变动趋势与公司存在差异，根据《捷邦精密科技股份有限公司投资者关系活动记录表》，2023 年度其

毛利率下滑系受当年产销量减少，加之资阳生产基地及越南生产基地投入较高，导致其产成品分摊的成本较高，叠加消费电子行业市场竞争加剧影响，其毛利率水平进一步降低。

D.恒铭达

恒铭达消费电子类产品主要应用于手机、平板电脑、手表及其他消费电子类产品中。

报告期各期，受不同应用领域产品毛利率差异的影响，其消费电子类产品毛利率均低于公司功能性产品毛利率。2022 年度，随着其消费电子类产品的生产工艺提升及成本管控流程优化毛利率同比有所提升，其后，受其华阳通生产基地搬迁及新品打样及小批量生产的影响，其毛利率有所下滑。

②公司防护性产品毛利率与同行业可比公司差异情况

2022 年度-2024 年 1-6 月，公司防护性产品毛利率与光大同创毛利率的差异分别为**-5.83%**、-6.14%及-3.97%，主要是由于公司与光大同创在具体产品内容方面存在较大的差异所致，具有合理性，具体情况如下：

公司的产品内容更为广泛、产品结构更为多元化，涉及领域包括了纸质类、EPE 类、吸塑类、PE 及其他类等多个品类产品。而光大同创的防护性产品主要为袋类、EPE 类、吸塑类，产品种类相对较少且客户较为集中，规模效应更高。

3）定价标准

在定价标准方面，公司与可比公司的定价标准对比情况如下表：

公司名称	定价标准
达瑞电子	按照市场原则定价，经过发行人报价、比价等环节获得发行人的订单。
光大同创	未明确披露。
捷邦科技	公司通常以季度为单位进行定期报价，或针对新项目提出报价。客户收到报价后与各供应商进行比价并与公司进行充分协商，最终确定具体价格，定价方式公允。
鸿富瀚	以发行人与鹏鼎控股合作为例，在开发新产品前期阶段，鹏鼎控股同时向其 4 至 5 家供应商提供新产品的型号、工程图纸、数量、量产时间要求等信息，由供应商进行开发评估并通过其供应商系统提交报价。
恒铭达	公司在综合考虑产品良品率、产品生产成本、客户采购数量及其他市场因素影响后，与客户协商确定产品价格。

公司名称	定价标准
公司	报告期内，公司采用成本加成法拟定价格，在向客户报价时，公司销售和工程部门根据产品图纸确认材料和工艺，结合耗用原材料、人工工时及制造费用等生产成本，综合考虑生产工艺难度、市场需求情况及合理利润等因素确定报价，双方协商后确定最终销售价格。

由上表可知，发行人可比公司均以根据与客户协商方式进行报价，定价标准机制与可比公司不存在较大差异，定价机制对毛利率影响较小。

4）成本构成

在成本构成方面，公司同行业可比公司均未披露主要产品的料工费结构，仅披露了主营业务的料工费结构，同时，同行业可比公司**未披露 2024 年年度数据**，故将公司 2022 年度至 2023 年度自产产品主营业务的料工费结构与同行业可比公司进行对比，具体如下：

2023 年度							
项目	达瑞电子	光大同创	捷邦科技	鸿富瀚	恒铭达	行业平均	公司
直接材料	75.52%	60.49%	72.26%	60.37%	73.88%	68.50%	80.97%
直接人工	11.45%	11.40%	11.58%	19.00%	13.02%	13.29%	8.09%
制造费用	13.03%	28.11%	16.15%	20.64%	13.10%	18.21%	10.94%
合计	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
2022 年度							
项目	达瑞电子	光大同创	捷邦科技	鸿富瀚	恒铭达	行业平均	公司
直接材料	69.23%	63.51%	72.19%	63.63%	74.31%	68.57%	73.99%
直接人工	15.33%	9.19%	11.79%	20.21%	11.27%	13.56%	10.26%
制造费用	15.44%	27.30%	16.02%	16.16%	14.42%	17.87%	15.75%
合计	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

注 1：数据来源于上市公司招股说明书、反馈回复等公开披露文件；

注 2：同行业可比公司中光大同创披露数据为剔除 OEM 外协后的自产成本料工费结构数据；光大同创 2022 年度数据未披露外协采购情况，取自招股说明书中 2022 年 1-6 月数据；

注 3：同行业可比公司中只有捷邦科技披露了合同履约成本，为保持同一比较口径，将捷邦科技料工费结构数据去除合同履约成本计算列示。

注 4：公司直接材料中包含 OEM 采购成品。

相较于同行业可比公司， 2022 年度公司直接材料较同行业可比公司更高，而直接人工及制造费用占比更低，料工费结构和捷邦科技、恒铭达公司较为接近，和光大同创、达瑞电子、鸿富瀚结构占比存在差异，分析如下：

A、公司与光大同创相比，光大同创制造费用中委外加工费占营业成本比例较高，导致制造费用占比较高，拉低了直接材料占比。2022 年度，光大同创的制造费用中委外加工费为 2,581.69 万元，合计占营业成本比例 15.89%，公司委托加工费用为 489.64 万元，故而导致制造费用占比较光大同创更小。

B、公司与达瑞电子、鸿富瀚相比料工费结构存在差异，主要是由于各公司产品类型及结构存在差异，达瑞电子的主要产品为消费电子功能性器件、可穿戴电子产品结构性器件、3C 智能装配自动化设备；鸿富瀚的主要产品为消费电子功能性器件、自动化设备业务。由于产品结构、应用领域等不同，导致公司与达瑞电子、鸿富瀚的产品存在一定差异，投入的生产材料、人工成本、厂房及设备投入费用也不同，导致成本结构存在差异。

2023 年度，公司料工费结构与同行业可比公司相比，直接材料占比偏高，直接人工及制造费用占比偏低。主要是由于 2023 年度公司主营业务成本上升，但直接人工总金额保持稳定，制造费用金额存在一定程度的下降，从而使得公司直接材料占比进一步提升，而同行业可比公司 2023 年相比 2022 年保持相对稳定。

5）终端消费电子品牌

在终端消费电子品牌方面，公司与可比公司的对比情况如下表：

公司名称	终端消费品牌
达瑞电子	苹果、华为、OPPO、Jabra、Bose、Sony、Facebook、Sennheiser 等消费电子产品终端品牌
光大同创	联想集团、苹果、仁宝电脑、纬创资通等
捷邦科技	苹果、谷歌、亚马逊、SONOS 等
鸿富瀚	苹果、微软、亚马逊、华为、小米等
恒铭达	苹果、华为、小米、谷歌等
公司	戴尔、惠普、联想、华硕、索尼、技嘉、宏基等消费电子品牌

由上表可知，可比公司的主要终端消费电子品牌为苹果、华为等，主要是由于可比公司销售的产品除笔记本电脑外，也广泛应用于手机、智能化穿戴设备等，而发行人的产品主要应用于笔记本电脑，故终端品牌均为笔记本电脑品牌，故发行人在终端品牌方面与可比公司存在一定的差异，但该差异主要由细分产品领域及产品构成造成，与品牌的关联性较弱。

综上所述，报告期内，公司毛利率与同行业公司存在差异的主要原因系公司与同行业公司在产品结构等方面存在差异，具备合理性。

（2）区分产品类别、销售模式、销售区域，说明发行人毛利率与可比公司的比较情况，分析毛利率差异的原因及合理性

①产品类别

公司与可比公司按产品类别的毛利率差异情况详见本题“1、结合竞争格局、与可比公司在细分产品领域、产品结构、定价标准、成本构成、终端消费电子品牌等方面的差异情况，说明公司毛利率高于可比公司的合理性”之回复。

②销售模式

公司与同行业可比公司均采取直销的销售模式，不存在显著差异。

③销售区域

公司与可比公司按销售区域的毛利率比较如下：

销售区域	公司名称	2024 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度
内销	捷邦科技	22.00%	19.36%	18.95%
	光大同创	25.19%	30.53%	27.73%
	鸿富瀚	33.73%	35.66%	34.23%
	达瑞电子	21.24%	21.00%	33.48%
	恒铭达	26.29%	29.22%	25.02%
	平均值	25.69%	27.15%	27.88%
	公司	23.86%	25.77%	25.93%
	差异	-1.83%	-1.38%	-1.95%
外销	捷邦科技	25.14%	22.04%	30.50%
	光大同创	22.98%	29.91%	37.41%
	鸿富瀚	46.66%	52.29%	70.91%
	达瑞电子	26.90%	31.10%	31.76%
	恒铭达	32.03%	31.25%	34.76%
	平均值	30.74%	33.32%	41.07%
	公司	43.25%	43.78%	40.41%
	差异	12.51%	10.46%	-0.66%

报告期内，公司内销毛利率与同行业可比公司平均毛利率基本一致。2023 年度及 2024 年 1-6 月，公司外销毛利率与同行业可比公司平均值存在较大的差异。

报告期各期，各同行业可比公司之间的外销毛利率差异较大，公司外销毛利率低于鸿富瀚的外销毛利率，高于捷邦科技、光大同创及恒铭达的外销毛利率。2022 年达瑞电子外销毛利率同比下滑 10.72 个百分点，并于 2023 年度及 2024 年 1-6月持续小幅下滑，同期，受仁宝电脑等主要外销客户毛利率较为稳定等因素的影响，公司外销毛利率保持稳定。

2、结合市场情况、产品结构、客户类型、销售单价、原材料价格、单位人工及制造费用、汇率波动等，分析内外销毛利率变动的原因，内外销毛利率及变动趋势存在差异的原因及合理性

报告期内，公司内外销毛利率及变动情况如下：

单位：万元

区域	产品类别	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
		收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率
内销	功能性产品	13,988.81	25.61%	12,549.01	29.70%	11,106.00	30.49%
	防护性产品	9,083.40	14.73%	9,137.60	20.37%	6,956.70	18.65%
	小计	23,072.21	21.33%	21,686.61	25.77%	18,062.71	25.93%
外销	功能性产品	14,914.96	43.72%	12,975.96	44.25%	12,581.32	40.39%
	防护性产品	2,390.96	34.65%	1,729.18	40.32%	1,978.39	40.55%
	小计	17,305.92	42.47%	14,705.14	43.78%	14,559.70	40.41%
合计		40,378.13	30.39%	36,391.75	33.05%	32,622.41	32.39%

由上表可知，2023 年度，除外销功能性产品外，其余内外销分产品类型的毛利率均保持相对稳定，2024 年度，除外销功能性产品外，其余内外销毛利率分产品类型的毛利率相比上年同期均有所下降，总体而言，公司外销毛利率显著高于内销毛利率。

（1）市场情况

公共卫生事件导致消费电子行业市场需求于 2021 年集中释放，2022 年度整体市场情况不佳，发行人对应各个销售区域的销售毛利率有所下降。外销防护性产品毛利率逆势上升，主要是由于外销防护性产品本身销售规模较小，2022 年度销售额约 1,978.39 万元，占总体销售额比例为 6.06%，故少量高毛利产品销售带动整体毛利率上涨。

2023 年度，随着公共卫生事件带来的不利影响逐渐减弱，消费电子行业市场较 2022 年下滑趋势减缓，公司积极服务现有客户，获得客户笔记本电脑新机型产品订单较多，同时开拓新客户，故发行人销售毛利率趋于稳定，除外销功能性产品外，其余内外销分产品类型的毛利率变动较小，与整体毛利率趋势基本保持一致。

2024 年**度**，行业迎来回暖的趋势，公司收入**同比增长 11.18%**，受防护性产品内部毛利率较高的产品收入占比下降，导致发行人内外销毛利率均有小幅下降。

（2）产品结构

功能性产品与防护性产品按内外销分类的销售情况如下：

①功能性产品

单位：万元

区域	2024 年度			2023 年度		
	金额	收入占比	毛利率	金额	收入占比	毛利率
内销	**13,988.81**	**48.40%**	**25.61%**	12,549.01	49.16%	29.70%
外销	**14,914.96**	**51.60%**	**43.72%**	12,975.96	50.84%	44.25%
合计	**28,903.77**	**100.00%**	**34.96%**	**25,524.50**	**100.00%**	**37.10%**

（接上表）

区域	2022 年度		
	金额	收入占比	毛利率
内销	11,106.00	46.89%	30.49%
外销	12,581.32	53.11%	40.39%
合计	**23,687.32**	**100.00%**	**35.75%**

②防护性产品

单位：万元

区域	2024 年度			2023 年度		
	金额	收入占比	毛利率	金额	收入占比	毛利率
内销	**9,083.40**	**79.16%**	**14.73%**	9,137.60	84.09%	**20.37%**

区域	2024 年度			2023 年度		
	金额	收入占比	毛利率	金额	收入占比	毛利率
外销	**2,390.96**	**20.84%**	**34.65%**	1,729.18	15.91%	**40.32%**
合计	**11,474.36**	**100.00%**	**18.88%**	**10,866.78**	**100.00%**	**23.54%**

（接上表）

区域	2022 年度		
	金额	收入占比	毛利率
内销	6,956.70	77.86%	18.65%
外销	1,978.39	22.14%	40.55%
合计	**8,935.09**	**100.00%**	**23.50%**

由上表可知，对于功能性产品，内外销规模相当，而对于防护性产品，以内销为主。

2023 年度，外销功能性产品毛利率涨幅大于总体毛利率增长趋势，主要是由于外销电磁屏蔽类产品中，毛利率较高的新品较多。

2024 年**度**，内外销各产品毛利率变动趋势与整体保持一致。

（3）客户类型

公司的主要客户为消费电子产品领域的制造服务商和组件生产商，其中制造服务商给予供应商的利润空间更高。内销客户主要为组件生产商，更加关注成本的控制，对产品价格更加敏感，导致价格竞争激烈；外销客户主要为制造服务商，整体实力较强，注重产品品质、交期及服务，故愿意支付较高的价格获取更高品质的产品及服务，故外销毛利率相对较高。

（4）销售单价、原材料价格、单位人工及制造费用、汇率波动

①销售单价

报告期各期，公司功能性产品及防护性产品的内外销单价如下表所示：

单位：元/万件

产品大类	销售区域	2024 年度	2023 年度	2022 年度
功能性产品	内销	**2,207.86**	2,397.42	2,818.25
	外销	**3,412.79**	3,999.07	3,780.82
防护性产品	内销	**13,118.32**	15,041.26	13,854.30

	外销	**20,876.28**	18,773.22	13,630.08

报告期各期，公司内外产品单价有所差异，主要系由产品结构不同所致。报告期各期，发行人同时存在内外销的产品的单价及占同类产品相同销售区域收入总额的比例如下表所示：

单位：万件、万元、元/万件

类型	项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
功能性产品	内销数量	**674.32**	1,262.02	1,086.59
	内销金额	**139.80**	368.09	569.39
	内销单价	**2,073.27**	**2,916.67**	**5,240.18**
	占比	**1.00%**	**2.93%**	**5.13%**
	外销数量	**778.68**	708.68	1,353.06
	外销金额	**342.61**	454.55	736.13
	外销单价	**4,399.90**	**6,414.02**	**5,440.45**
	占比	**2.30%**	**3.50%**	**5.85%**
防护性产品	内销数量	**33.88**	37.09	169.13
	内销金额	**175.95**	78.56	106.26
	内销单价	**51,927.13**	**21,183.86**	**6,282.61**
	占比	**1.94%**	**0.86%**	**1.53%**
	外销数量	**22.25**	23.71	153.40
	外销金额	**54.79**	26.34	56.19
	外销单价	**24,628.17**	**11,105.77**	**3,662.68**
	占比	**2.29%**	**1.52%**	**2.84%**

注：上表中占比为重叠产品销售金额占当期对应产品大类内外销金额的占比。

由上表可知，除 2022 年度外，报告期各期公司同时存在内、外销的产品占比较低，可以看出，公司报告期各期内外销产品结构总体存在较大差异，受不同产品毛利率不同的影响，导致内外销毛利率有所不同。

2022 年度，公司同时存在内、外销的功能性产品外销单价略高于内销单价，但不存在明显差异，其主要原因系客户类型及产品类型不同。报告期各期重叠防护性产品、2023年度及2024年度重叠功能性产品的内、外销单价差异较大，其主要原因系内部细分产品结构及各产品的单价不同所致。对于 2022 年度内外销重叠产品，分别假设内销产品按照外销的价格计算收入金额、假设外销产品按照内销的价格计算收入金额，对公司营业收入的影响情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度

重叠产品内销收入金额（A1）	675.65
假设内销产品按照外销的价格计算的收入金额（B1）	677.46
影响金额（C1=B1-A1）	1.81
差异率（D1=C1/A1）	0.27%
重叠产品外销收入金额（A2）	792.31
假设外销产品按照内销的价格计算的收入金额（B2）	826.03
影响金额（C2=B2-A2）	33.72
差异率（D2=C2/A2）	4.26%

由上表可知，对于 2022 年度内外销重叠产品，分别假设内销产品按照外销的价格计算收入金额、假设外销产品按照内销的价格计算收入金额，对公司营业收入的影响金额较小，内外销产品销售单价不存在明显差异。因此，公司内外产品单价差异主要系由产品结构不同所致。

②原材料价格、单位人工及制造费用

由于内外销产品生产工艺一致，原材料均为国内统一采购，不存在生产端的显著差异，故原材料价格、单位人工及制造费用与内外销毛利率之间无显著关联。

③汇率波动

报告期内，与销售相关的汇兑收益和美元汇率变动比率匹配如下：

单位：万元

项目	2024 年**度**	2023 年度	2022 年度
美元结算的销售收入金额	**17,194.26**	14,705.14	14,559.70
美元结算的应收账款周转率（次）	**2.03**	2.00	1.86
与销售相关的汇兑收益（“-”为收益）	**-46.39**	129.28	-1,036.03
美元结算收入汇兑收益率	**-0.55%**	1.76%	-13.26%
美元汇率变动比率	**1.49%**	1.70%	9.17%

注 1：美元结算收入汇兑收益率=与销售相关的汇兑损益/（美元结算的销售收入金额/美元结算的应收账款周转率）

注 2：美元汇率变动比率=（期末美元兑人民币汇率中间价-期初美元兑人民币汇率中间价）/期初美元兑人民币汇率中间价

2022 年度，美元兑人民币自 4 月下旬起快速升值，公司外销销售毛利率相对内销销售毛利率差异为 14.48 个百分点；2023 年度及 2024 年**度**，美元兑人民币汇率整体趋于平稳，公司外销销售毛利率相对内销销售毛利率差异为 18.01 个百分点及 **21.14** 个百分点，由此可知，美元兑人民币汇率贬值会部分压缩**公司**外销毛

利空间，而美元兑人民币汇率升值会扩大**公司**外销毛利空间，但由于产品种类、销售结构等因素影响，汇率变动与外销毛利的变动非线性关系。

综合以上因素，内外销毛利率及变动趋势存在一定的差异，但具备合理性。

3、区分产品类别列示对主要大客户销售毛利率，结合客户议价能力、所在区域、销量、合作粘性等分析对主要客户销售毛利率是否存在明显差异，如存在，请分析原因并说明合理性

报告期各期前五大客户主要产品的毛利率情况如下所示：

客户名称	产品类别	2024 年度	2023 年度	2022 年度
公司 D	功能性产品	**	**	**
	防护性产品	**	**	**
	综合毛利率	**	**	**
公司 E	功能性产品	**	**	**
	防护性产品	**	**	**
	综合毛利率	**	**	**
公司 F	功能性产品	**	**	**
	防护性产品	**	**	**
	综合毛利率	**	**	**
公司 G	功能性产品	**	**	**
	防护性产品	**	**	**
	综合毛利率	**	**	**
公司 H	功能性产品	**	**	**
	防护性产品	**	**	**
	综合毛利率	**	**	**
公司 J	**功能性产品**	**	**	**
	防护性产品	**	**	**
	综合毛利率	**	**	**
整体毛利率	**功能性产品**	**34.96%**	**37.10%**	**35.75%**
	防护性产品	**18.88%**	**23.54%**	**23.50%**
	综合毛利率	**30.39%**	**33.05%**	**32.39%**

报告期各期，发行人主要客户中对公司 D、**公司 J** 销售的毛利率水平高于发行人整体销售毛利率，**2022 年对公司 H** 的销售毛利率和公司 E 的销售毛利率以及**2024 年对公司 F 的销售毛利率**水平与整体销售毛利率水平相近，其余各主要客户毛利率均低于整体销售毛利率。**2024 年度，公司向公司 E 销售的防护性产品毛利**

率为，主要系相关产品为公司子公司马鞍山鼎佳生产，马鞍山鼎佳成立时间较短，目前仍于处产能爬坡阶段，单位直接人工、单位制造费用等分摊成本较高。**

（1）客户议价能力

报告期内，公司主要客户整体规模较大，客户议价能力相对较强，但公司和客户合作关系稳固，公司能够按照成本加成原则进行产品报价，与主要客户能够对产品供应价格进行协商和议价。

就客户类型而言，公司的主要客户根据采购模式可分为两类：1）直接采购，例如公司 D、公司 J、公司 G 等；2）公司 D 等制造服务商指定组件生产商客户将公司作为采购供应商之一（即将公司作为供应商之一）。通常制造服务商的毛利率高于组件生产商。

对于主要销售客户，公司 D 除直接向公司进行采购外，也会指定其他客户将公司作为采购供应商之一进行间接采购。公司 D 的毛利率高于其指定向公司采购的组件生产商客户，主要是由于公司 D 在指定部分产品采购的过程中，由于公司的成本固定，公司 D 最终采购价格固定，产品利润会部分由组件生产商赚取，故公司销售的毛利率偏低。而当公司 D 直接向公司进行采购时，由于公司 D 本身为公司产品的最终客户，无需经过其他一级客户摊薄利润，故最终导致销售给公司 D 的产品毛利率高于销售给公司 D 的一级供应商。

（2）所在区域

公司的主要客户的经营地区如下表所示：

客户名称	主要经营地区	其他经营地区
公司 D	台湾地区	江苏苏州、四川成都、越南、重庆等
公司 E	台湾地区	四川内江、重庆、江苏苏州等
公司 F	台湾地区	江苏苏州、越南等
公司 G	台湾地区	江苏苏州、重庆、广东东莞、泰国等
公司 H	广东东莞	浙江嘉善、江苏苏州等
公司 J	**台湾地区**	**江苏苏州、重庆、越南、印度尼西亚等**

由上表可知，公司主要客户的主要经营地区境内集中于江苏苏州、重庆等，境外集中于中国台湾地区及越南，具有较高的同质性，故主要客户的经营地区对于公司对其销售毛利影响较小。

（3）销量

报告期内，公司对其主要客户的销量及毛利率列示如下：

单位：万件

客户名称	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	销量	毛利率	销量	毛利率	销量	毛利率
公司 D	**20,621.78**	**	16,008.24	**	12,621.75	**
公司 E	**12,953.43**	**	12,083.84	**	7,953.32	**
公司 F	**11,788.51**	**	9,378.22	**	8,840.66	**
公司 G	**3,207.49**	**	2,217.82	**	1,973.96	**
公司 H	**2,490.37**	**	1,669.98	**	2,473.83	**
公司 J	**5,357.97**	**	**3,319.48**	**	**4,176.06**	**

由上表可知，报告期内公司对公司 E 的产品销量相对公司 F 较多，**受产品结构不同的影响，毛利率在 2022 年和 2023 年高于后者，2024 年低于后者**。此外，公司对不同客户的销售毛利不同主要原因之一是由于其销售产品结构不同，如公司对公司 G 销售的产品品类主要为防护性产品，而防护性产品的毛利率本身较功能性产品更低。综合前述情况，由于公司对主要客户均已实现大批量销售，销售基数较大，故销量对毛利率的影响较弱。

（4）合作黏性

公司对其主要客户的合作历史列示如下：

序号	客户名称	合作时间	毛利率		
			2024 年度	2023 年度	2022 年度
1	公司 D	2012 年起	**	**	**
2	公司 E	2012 年起	**	**	**
3	公司 F	2009 年起	**	**	**
4	公司 G	2019 年起	**	**	**
5	公司 H	2017 年起	**	**	**
6	**公司 J**	**2010 年起**	**	**	**

公司与主要客户合作历史较长且具有稳定性，其中与公司 D、公司 F、公司 E、**公司 J** 等主要客户合作时间均在十年以上，但毛利率差异较大。公司主要客户毛利率差异与合作时间及合作黏性的关联性较弱。

综合前述分析，销售毛利率主要影响因素为客户的采购方式（即组件生产商直接采购或根据制造商客户指定组件生产商的供应商范围）及采购的产品类型，除此之外，主要客户所在区域大部分为台湾地区，合作历史大部分在十年以上，客户粘性均较强，故该部分因素对销售毛利率的影响相对较弱。

综上，公司对主要大客户的销售毛利率存在一定的差异性，差异具备合理性。

4、说明自产及外协加工模式生产的各主要产品销售毛利率对比情况，并分析毛利率差异及原因

报告期内，公司外协加工模式包括 OEM 及委托加工模式，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，故毛利率无法测算。

报告期各期，公司各主要产品销售毛利率对比如下：

细分品类	生产模式	2024 年度	2023 年度	2022 年度
功能性产品	自产	**38.30%**	40.24%	37.62%
	OEM	**32.82%**	34.50%	36.68%
	差异	**5.48%**	5.74%	0.94%
防护性产品	自产	**22.86%**	27.61%	27.48%
	OEM	**20.49%**	22.61%	19.86%
	差异	**2.37%**	5.00%	7.62%

注：上表中自产各产品毛利率计算过程已剔除合同履约成本影响。

报告期各期，公司自产产品毛利率略高于 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。具体分析详见本问询回复“问题 5”之“一、（四）、外协加工成本核算准确性”之“3、说明外协加工产品与自产产品成本的差异情况，外协采购金额下降的原因及合理性；说明 OEM、委托加工的成本核算方式，分析外协加工成本核算准确性、合规性，对既有 OEM 模式又有委托加工模式的外协加工商的成本核算是否准确”。

二、申报会计师的核查情况

（一）核查程序：

就上述事项，我们主要执行了以下核查程序：

1、查阅发行人审计报告，了解公司的财务状况、经营成果情况，访谈公司管理层，了解公司报告期净利润、毛利率等变动的原因；

2、使用 iFIND 软件，获取并筛选同行业可比公司，获取可比公司公开披露招股说明书、年度报告等资料，了解同行业可比公司定价标准，报告期内毛利率及其变化的原因等，与发行人毛利率及其变动进行对比分析；

3、查阅发行人所属行业相关统计资料及国家政策，了解公司所属行业的竞争格局、行业发展等；

4、获取发行人的销售明细表，核查并按照各年度销售地域、应用领域、销售模式、客户结构等，分析销售金额及毛利率情况；访谈公司管理层，了解公司产品结构、业务规模、市场竞争状况等对产品收入、成本及毛利率变动的影响，分析公司与同行业可比公司毛利率差异的原因；

5、获取外协产品与自产产品的明细表，并对其销售毛利进行分析，了解其毛利率变动的原因；

6、查阅公司主要客户公开资料，了解其主要经营业绩及主要经营区域。

7、对公司主要客户进行访谈，了解公司与主要客户的合作历史及合作情况，分析毛利率差异与前述因素的关系。

（二）核查意见：

经核查，我们认为：

1、报告期内发行人毛利率波动下滑受产品结构变动、产品价格和成本、下游客户需求等多重因素共同影响导致，具备合理性；

2、报告期内，发行人 2023 年度毛利率同比有所上升，2024 年度毛利率较 2023 年度存在一定下滑，发行人毛利率不存在持续下滑的情形，但存在进一步下滑的风险；

3、发行人部分承担了原材料价格上涨的风险，该部分风险会通过价格谈判、

供应商比价等方式部分降低上游供应商价格上涨影响以及新机型报价时综合考虑原材料价格从而传导到客户，发行人整体对材料成本的控制措施积极有效；

4、随着发行人积极开展客户与应用领域的开拓、新增客户的陆续交货，2023 年发行人业绩及毛利率情况企稳，毛利率趋于稳定，**2024 年毛利率存在下滑**，保荐机构已经在招股说明书中就有关毛利率下滑的风险进行了风险提示；

5、由于产品结构、应用领域等方面存在差异，发行人毛利率与可比公司存在一定的差异，该差异具备合理性；

6、发行人内外销毛利率变动趋势存在一定差异，该差异具有合理性；

7、发行人对主要大客户的销售毛利率存在一定的差异，主要是由于其合作方式和采购产品不同导致，具备合理性；

8、自产及外协加工模式生产的各主要产品的毛利率存在一定的差异，主要是由于产品结构和生产效益的影响，具备合理性。

问题 8 其他财务问题

（1）关于子公司。根据申请文件及公开信息：截至目前，发行人拥有 7 家全资子公司和 1 家控股子公司。其中，重庆鼎佳科技成立于 2022 年 3 月，定位于川渝区域市场；广东鼎佳成立于 2023 年 8 月，定位于华南区域市场；越南鼎佳成立于 2023 年 10 月，定位于东南亚市场；上述全资子公司 2023 年净利润均为负。请发行人：①说明重庆鼎佳科技、广东鼎佳、越南鼎佳的设立背景、与发行人主营业务的关系，拟在川渝、华南及东南亚市场开展业务相应的市场、技术、人员储备等情况，经营策略、未来规划、主要客户、主要产品定位等。②补充说明上述子公司亏损的原因，是否对公司的持续经营能力产生重大不利影响。③说明境外子公司的后续经营情况，发行人针对境外子公司内控制度的建立情况及执行有效性，包括但不限于发行人对境外子公司的资金管控情况等。

（2）应付账款金额较高及偿债能力。根据申请文件，报告期内，发行人应付账款余额分别为 12,580.93 万元、7,912.92 万元及 10,064.70 万元，分别占各期末流动负债比例为 70.52%、58.91%及 68.23%，主要性质为应付货款；发行人流动比率、速动比率低于同行业平均水平，资产负债率高于同行业水平；发

行人因拖欠货款 135.24 万元涉及诉讼事项。请发行人：①结合生产经营情况、采购付款流程、结算方式、付款周期、流动性情况等，说明报告期各期应付账款与采购金额、成本的匹配关系，应付账款余额较高的原因及合理性，与行业特征是否相符，应付账款周期是否与应收账款周期匹配。②与主要供应商期后结算情况，是否严格按照采购合同的条款按时付款，主要供应商与应付账款对象之间的匹配性；结合发行人付款政策、供应商资金规模、市场地位等，说明前五大应付账款与主要供应商的差异情况、存在差异的原因及合理性。

请保荐机构、申报会计师核查上述事项并发表明确意见。

回复：

一、发行人说明

（一）关于子公司

1、说明重庆鼎佳科技、广东鼎佳、越南鼎佳的设立背景、与发行人主营业务的关系，拟在川渝、华南及东南亚市场开展业务相应的市场、技术、人员储备等情况，经营策略、未来规划、主要客户、主要产品定位等

（1）说明重庆鼎佳科技、广东鼎佳、越南鼎佳的设立背景、与发行人主营业务的关系

公司全资子公司重庆鼎佳科技、广东鼎佳、越南鼎佳的设立背景、与公司主营业务的关系情况如下：

序号	子公司名称	设立时间	设立背景	与公司主营业务的关系情况
1	重庆鼎佳科技	2022 年 3 月	消费电子防护性产品是公司主要收入来源之一，根据公司业务规划，设立重庆鼎佳科技旨在开发川渝地区消费电子防护性产品市场，快速响应客户需求	从事消费电子防护性产品的设计、研发、生产与销售
2	广东鼎佳	2023 年 8 月	为了更好地推进公司业务发展，同时紧跟下游客户产业布局，及时服务下游客户，满足未来发展需求，提升公司产品竞争力，公司分别于 2023 年 8 月和 2023 年 10 月新设广东、越南子公司	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
3	越南鼎佳	2023 年 10 月		

（2）拟在川渝、华南及东南亚市场开展业务相应的市场、技术、人员储备等情况，经营策略、未来规划、主要客户、主要产品定位等

①在川渝、华南及东南亚市场开展业务相应的市场、技术、人员储备等情况

A、公司在川渝开展业务的市场情况

截至本回复出具日，川渝地区内发行人主要在重庆市开展业务。重庆自贸试验区作为全国第三批设立的自贸试验区之一，地处西部内陆城市，通过“一带一路”倡议的参与，成为衔接中欧班列、长江黄金水道和西部陆海新通道的重要纽带。

重庆市自2009年起开始发展笔记本电脑产业，通过大力招商引资，吸引了富士康、惠普、宏碁、华硕、联想等品牌和代工企业落户，迅速发展成为全球最大的笔记本电脑生产基地，拥有全球最大的电子信息产业集群，供给着全球近三分之一的笔记本电脑，还形成了“品牌+代工+配套”的垂直整合产业体系。根据重庆统计年鉴，2011 年重庆微型计算机设备产量为 2,547.82 万台，2019 年突破 7,000.00 万台，达到 7,614.25 万台，2022 年达到 8,631.92 万台；根据国家统计局数据显示，2023年重庆微型计算机设备产量累计产量为7,400.53万台。

B、公司在华南开展业务的市场情况

截止本回复出具日，华南地区内公司主要在广东省开展业务。广东地区新一代电子信息产业企业数量多、总量规模大，电子信息产业是广东主要支柱产业之一。目前，华硕、富士康、TCL、京东方等品牌或企业均已落户广东。根据《广东省发展新一代电子信息战略性支柱产业集群行动计划（2021-2025年）》制定的工作目标，到2025年，新一代电子信息产业营业收入6.6万亿元，年均增长6.0%，工业增加值约 1.4 万亿元，年均增长 7.0%。电子信息产业在广东省工业中占据重要地位，已初步形成了以深圳为研发中心，东莞、惠州等市为生产基地的珠江东岸电子信息产业集聚区。

C、公司在东南亚开展业务的市场情况

截至本回复出具日，东南亚内发行人主要在越南开展业务。根据越南统计总局报告，2023 年越南在计算机、电子产品及其组件方面的出口额达到了 573 亿美

元，同比实现了 3.2%的增长。2024 年前 11 个月，越南电子产品、计算机和初级零部件的出口额达到 652.20 亿美元。越南已超越印度成为仅次于中国的全球第二大手机出口国，第五大计算机出口国。

越南对外贸易的主要形式为来料加工，电子设备、机械设备与纺织品是出口的核心支柱。2012 年以来，越南出口的主导产业逐步由纺织业转变为电子工业。尤其在 2018 年以后，三星、LG、富士康等大型企业均在越南投资设厂，越南电子产业相关的进出口金额占比明显上扬。在产业转移方面，2023 年 4 月，广达电脑宣布将首次前往越南北部建厂。此前，鸿海（富士康）、和硕、仁宝、英业达、纬创均已在越南布局，随着广达的进入，全球主要的六大电子代工厂已齐聚越南。

D、公司相应技术、人员储备情况

在技术储备方面，重庆鼎佳科技、广东鼎佳及越南鼎佳开展业务所使用的技术均为发行人现有技术；在人员储备方面，重庆鼎佳科技、广东鼎佳及越南鼎佳在前期设立、经营过程中核心管理人员、技术人员主要由发行人统一招聘、培训并委派，其他人员则通过当地招聘，以老员工带动新员工的方式，逐步建立起多层次、多方面的人才队伍。

②经营策略、未来规划、主要客户、主要产品定位

A、重庆鼎佳科技、广东鼎佳的经营策略、未来规划、主要客户、主要产品定位

公司在稳步发展的基础上采取多点布局、分散经营的策略于重庆和广东设立全资子公司，紧跟下游客户需求贴近客户开展业务，降低物流成本，提升供货效率及快速响应客户的能力，通过提升产品质量和服务水平，增强客户满意度和忠诚度。重庆鼎佳科技从事消费电子防护性产品的设计、研发、生产与销售，广东鼎佳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，上述两家子公司主要产品定位与公司已有产品相同，未来将聚焦主业，提升市场占有率，并逐步实现盈利，全方位为川渝及华南区域新老客户提供消费电子防护性产品。截至本回复出具日，广东鼎佳主要客户包括京东方下属公司精电（河源）显示技术有限公司、**昂刻文化（北京）有限公司、广东**深鹏科技**股份**有限公司等；重庆

鼎佳科技主要客户包括台达电子（重庆）有限公司、重庆市铜梁区精亿电脑配件有限公司、重庆创想新瑞机械有限公司、重庆超晨汽车配件有限公司等。

B、越南鼎佳的经营策略、未来规划、主要客户、主要产品定位等

随着东南亚等国家消费电子产业链的发展，公司作为 3C 行业供应链中的一环，通过设立越南鼎佳积极主动拥抱行业变化。越南鼎佳主要从事消费电子功能性产品和防护性产品的生产、研发和销售，主要产品定位与国内相同。通过功能性产品和防护性产品两大业务板块，配合以3C行业为主的大客户战略，借助多元化卓越运营及成本管控，成为大客户的紧密战略合作伙伴，未来将把业务拓展至东南亚其他国家和地区。截至本回复出具日，越南鼎佳主要客户包括 COMPAL (VIETNAM) CO., LTD.（以下简称“越南仁宝”）、 **INNOVATION INDUSTRIAL VINA COMPANY LIMITED（以下简称“越南创新”）**、 FORE SHOT VIETNAM COMPANY LIMITED（以下简称“越南宏塑”）等。

2、补充说明上述子公司亏损的原因，是否对公司的持续经营能力产生重大不利影响

最近一年，公司全资子公司重庆鼎佳科技、广东鼎佳及越南鼎佳亏损的具体情况及原因如下表所示：

单位：万元

序号	主体	设立时间	2024 年度		主要亏损原因
			营业收入	净利润	
1	重庆鼎佳科技	2022 年 3 月	**300.77**	**-166.34**	尚处于运营前期，未进行规模化生产销售，人员、房租等固定支出较高
2	广东鼎佳	2023 年 8 月	**322.88**	**-194.52**	尚处于运营前期，未进行规模化生产销售，人员、房租等固定支出较高
3	越南鼎佳	2023 年 10 月	**131.66**	**-273.07**	截至 2023 年末尚处于前期建设阶段，**2024 年 5 月通过当地消防验收并正式投入生产，尚处于运营前期**

2024 年度，上述子公司扣除内部交易后营业收入合计为 **642.89** 万元，占公司当期营业收入的比例为**1.58%**，净利润合计为**-633.93** 万元，占公司当期净利润的绝对值比例为 **10.63%**。截至本回复出具日，重庆鼎佳科技、广东鼎佳和越南鼎

佳经营正常，相关子公司业绩亏损对公司整体影响较小，不会对公司的持续经营能力产生重大不利影响。

综上所述，公司全资子公司重庆鼎佳科技、广东鼎佳及越南鼎佳亏损原因具有合理性，上述子公司亏损金额较小且占比较低，经营正常，不会对公司的持续经营能力产生重大不利影响。

3、说明境外子公司的后续经营情况，发行人针对境外子公司内控制度的建立情况及执行有效性，包括但不限于发行人对境外子公司的资金管控情况等

（1）境外子公司的后续经营情况

发行人境外子公司越南鼎佳厂房已于 2024 年 5 月通过当地消防验收并正式投入生产。截至本回复出具日，越南鼎佳按客户需求供应消费电子功能性产品和防护性产品，主要客户包括越南仁宝、**越南创新**、越南宏塑等，根据主要客户未来生产规模及预计可获取的订单比例，客户订单量预计将逐步增加。此外，越南鼎佳将持续加大市场开拓力度，提升生产效率，并逐步扩大客户基础。

截至本回复出具日，越南鼎佳已与 COMPETITION TEAM TECHNOLOGY (VIETNAM) COMPANY LIMITED（以下简称“越南富士康”）、HQ TELECOM SINGAPORE PTE.LTD（以下简称“越南华勤”）及 CHUNQIU EIECTRONIC (VIETNAM) Co., LTD.（以下简称“越南春秋电子”）等知名客户建立了合作。

（2）公司针对境外子公司内控制度的建立情况及执行有效性

在内部控制方面，公司制定了各类财务、采购、生产、销售、人事等内部控制管理制度，公司境外子公司与境内子公司适用统一的制度管理、制度流程和决策程序。在人事经营管理方面，境外子公司管理人员主要由公司境内公司委派，并执行公司内部控制的相关要求，公司在境外子公司经营管理决策过程中起到主导作用。

在资金管控方面，公司境外子公司严格按照公司内部控制管理制度的要求对货币资金等有关事项进行控制和管理，确保与资金管理相关的内部控制制度获得有效执行。为了加强日常监控，保证资金安全，根据不相容岗位职责分离原则，公司境外子公司对于网银付款、现金存取、费用报销等事项设定了多级审批流程，

所有款项支付均按核决权限审批后由公司境内出纳人员统一付款。公司境内财务部门通过定期取得越南子公司的银行对账单及资金流水明细对相应财务事项进行核查和监督，公司管理层结合经营计划对境外资金的使用、保管和规模等进行日常监控。

根据容诚会计师出具的《内部控制**审计**报告》（**容诚审字[2025]230Z0192号**），公司于 2024 年 **12** 月 **31** 日按照《企业内部控制基本规范》和相关规定在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。

综上，公司已制定各类内部控制管理制度，能够对境外子公司实行有效管理；同时，公司境外子公司能够较好执行相应内部管理制度，公司资金管控有效，可以防范资金占用等不规范事项。

（二）应付账款金额较高及偿债能力

1、结合生产经营情况、采购付款流程、结算方式、付款周期、流动性情况等，说明报告期各期应付账款与采购金额、成本的匹配关系，应付账款余额较高的原因及合理性，与行业特征是否相符，应付账款周期是否与应收账款周期匹配

（1）生产经营情况、采购付款流程、结算方式、付款周期、流动性情况等

报告期内，公司采购金额分别为 18,758.76 万元、20,461.61 万元和 **25,022.56** 万元，采购量随着公司的生产需求变化调整，采购规模总体相对稳定。

报告期内，公司采购的原材料种类较多，主要包括胶带类、泡棉类、电磁屏蔽类、**纸板及纸盒类**、聚酯薄膜类、保护膜类等。除原材料外，公司还会向供应商采购外协加工服务，分别为 OEM 模式和委托加工模式。在 OEM 模式下，公司向 OEM 外协供应商提供设计图纸、技术参数等具体要求，OEM 外协供应商按照公司要求进行产品定制化生产，产品生产完成后提供给公司进行质检。在委托加工模式下，公司向外协供应商提供原材料或者半成品，外协供应商安排人员进行生产，产品生产完成后提供给公司进行质检。

公司采购时综合考虑产品质量、价格、供货周期和付款周期等因素，从公司的合格供应商目录中择优确定供应商，采购价格由交易双方协商确定。公司建立了健全的采购管理制度，并严格执行。采购付款流程为采购部门提出采购申请，

待供应商货物签收入库，每月与供应商定期对账，对账完成后由供应商开具发票。财务部收到发票并核对无误后进行账务处理。公司通过银行转账或票据结算的方式向供应商支付货款，付款周期一般为收到发票后 90-120 天。

报告期内，公司流动资产占总资产的比例分别为 82.71%、83.88%和 **86.45%**，资产结构总体稳定，具有较高的流动性。流动比率分别为 2.72 倍、2.91 倍和 **2.93** 倍，速动比率分别为 2.50 倍、2.76 倍和 **2.78** 倍，公司流动比率和速动比率均高于 1，不存在重大流动性风险。截至 2024 年末，公司货币资金达到 **25,688.70** 万元，且负债均为经营性债务，不存在银行借款或其他有息债务。综上，公司流动性风险整体较低。

（2）报告期各期应付账款与采购金额、成本的匹配关系，应付账款余额较高的原因及合理性，与行业特征是否相符，应付账款周期是否与应收账款周期匹配

①报告期各期应付账款与采购金额、成本的匹配关系

报告期内，应付票据和应付账款（以下简称“应付款项”）与采购金额、成本的情况列示如下：

单位：万元

项目	2024 年末/2024 年度	2023 年末/2023 年度	2022 年末/2022 年度
应付票据（A）	**2,506.49**	3,563.70	3,485.11
应付账款（B）	**13,212.96**	10,064.70	7,912.92
采购金额（C）	**25,022.56**	20,461.61	18,758.76
应付款项占采购金额比例[D=（A+B）/C]	**62.82%**	66.60%	60.76%
营业成本（D）	**28,377.76**	24,530.40	22,232.92
应付款项占营业成本比例[E=（A+B）/D]	**55.39%**	55.56%	51.27%

报告期各期末，公司应付款项占本期采购材料金额的比例分别为 60.76%、66.60%和 **62.82%**，公司应付款项占本期营业成本的比例分别为 51.27%、55.56%和 **55.39%**。报告期内上述比例存在一定波动。主要原因系公司应付款项账期约为半年，公司采购金额在上、下半年存在波动，同时，采购金额的波动基于销售的波动所致，具体为：2022 年末应付款项分别占本期采购金额和营业成本的比例较低，主要系公司 2022 年下半年销售订单减少，公司采购相应减少，致使 2022 年

上半年采购额高于 2022 年下半年采购额，公司 2022 年底应付款项余额较低。2023年末应付款项占本期采购金额的比例较高，主要系随着2023年下半年公司销售订单增加，采购相应增加，致使 2023 年下半年采购额高于 2023 年上半年采购额，公司2023年底应付款项余额较高。

综上，报告期各期公司应付款项与采购金额、成本的比例存在一定波动，主要系采购金额在上、下半年的波动所致，基于此原因，公司应付款项与采购金额、成本具有匹配性。

②应付账款余额较高的原因及合理性，与行业特征是否相符

2021 年至 2024 年 1-6 月，公司应付款项余额占流动负债的比重与同行业可比公司对比情况如下：

公司名称	2024 年 6 月 30 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日
达瑞电子	82.33%	81.39%	63.95%	70.01%
光大同创	65.79%	74.62%	39.66%	61.99%
捷邦科技	54.00%	54.88%	49.47%	65.61%
鸿富瀚	39.44%	57.98%	71.31%	49.04%
恒铭达	88.13%	77.35%	75.30%	84.95%
平均数	**65.94%**	**69.24%**	**59.94%**	**66.32%**
中位数	**65.79%**	**74.62%**	**63.95%**	**65.61%**
本公司	**91.25%**	**92.39%**	**84.85%**	**88.22%**

公司应付款项余额变动主要受采购金额、采购时点及付款账期共同影响。报告期内，公司应付款项余额略高于同行业可比公司平均水平，主要原因系公司主要资金来源为自有资金，不存在银行借款或其他有息债务，故公司负债均为经营性债务，应付款项余额占流动负债的比重较高。公司应付款项余额与行业略有差异，应付款项余额较高具备合理性。

③应付账款周期与应收账款周期的匹配关系

公司报告期内应付账款及应付票据周转天数（以下简称“应付款项付款周期”）与应收账款、应收票据及应收款项融资周转天数（以下简称“应收款项回款周期”）对比如下：

单位：天

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
应付款项付款周期	**186.15**	183.64	219.70
应收款项回款周期	**189.78**	175.72	209.12
应付款项付款周期/应收款项回款周期	**0.98**	1.05	1.05

注：1、应付款项付款周期=360*应付账款、应付票据平均余额/营业成本；2、应收款项回款周期=360*应收票据、应收账款、应收款项融资平均余额/营业收入。

报告期内，公司应付款项付款周期与应收款项回款周期主要受金额、采购时点、销售时点、营业成本、销售收入、销售时点及账期等共同影响，公司应付款项付款周期与应收款项回款周期相对稳定，具有匹配性。

2、与主要供应商期后结算情况，是否严格按照采购合同的条款按时付款，主要供应商与应付账款对象之间的匹配性；结合发行人付款政策、供应商资金规模、市场地位等，说明前五大应付账款与主要供应商的差异情况、存在差异的原因及合理性

（1）与主要供应商期后结算情况，是否严格按照采购合同的条款按时付款

公司与主要供应商应付款项期后结算情况如下：

①2024 年

单位：万元

公司名称	采购金额	应付款项余额	占应付款项余额的比例	付款政策	期后付款比例
昆山奥博环保科技有限公司	1,252.57	229.96	1.74%	按合同约定	90.34%
浙江原邦材料科技有限公司	1,053.12	690.64	5.23%	按合同约定	45.44%
江苏斯迪克新材料科技股份有限公司	983.86	557.39	4.22%	按合同约定	44.22%
昆山晨正达电子科技有限公司	869.24	511.29	3.87%	按合同约定	37.66%
苏州万弘新材料科技有限公司	806.78	389.96	2.95%	按合同约定	49.23%
合计	4,965.57	2,379.24	18.01%	-	48.46%

注：期后付款统计数据截止时间为 2025 年 2 月 28 日，期后付款金额等于银行转账、票据到期承兑及票据背书结算金额之和，下同。

②2023 年

单位：万元

公司名称	采购金额	应付款项余额	占应付款项余额的比例	付款政策	期后付款比例
江苏斯迪克新材料科技股份有限公司	909.41	769.54	5.65%	按合同约定	**100.00%**
苏州金平塑业有限公司	909.09	353.60	2.59%	按合同约定	100.00%
昆山奥博环保科技有限公司	841.36	601.98	4.42%	按合同约定	100.00%
昆山市苏裕纸制品有限公司	716.83	520.32	3.82%	按合同约定	100.00%
无锡百晟科技有限公司	673.35	516.06	3.79%	按合同约定	**100.00%**
合计	**4,050.04**	**2,761.50**	**20.26%**	**-**	**100.00%**

③2022 年

单位：万元

公司名称	采购金额	应付款项余额	占应付款项余额的比例	付款政策	期后付款比例
江苏斯迪克新材料科技股份有限公司	1,069.02	973.97	8.55%	按合同约定	100.00%
昆山鸣朋纸业有限公司	961.21	841.97	7.39%	按合同约定	100.00%
苏州金平塑业有限公司	886.61	767.20	6.73%	按合同约定	100.00%
德莎胶带（上海）有限公司	679.79	96.85	0.85%	按合同约定	100.00%
苏州博菲斯新材料有限公司	599.66	270.05	2.37%	按合同约定	100.00%
合计	**4,196.30**	**2,950.04**	**25.88%**	**-**	**100.00%**

由上表可知，公司与主要供应商期后结算情况良好。截至**2025 年 2 月 28 日**，公司对**昆山奥博环保科技有限公司、浙江原邦材料科技有限公司、江苏斯迪克新材料科技股份有限公司、昆山晨正达电子科技有限公司和苏州万弘新材料科技有限公司**的应付款项期后付款比例低于 100%，主要是应付款项或应付票据未到期所致。主要供应商的账龄均在 1 年以内，公司根据与主要供应商的合同约定及自身资金安排情况及时向供应商支付采购款项，付款时间与合同约定不存在重大差异，公司与主要供应商不存在重大逾期未支付款项，亦不存在货款结算相关的纠纷和诉讼。

（2）主要供应商与应付账款对象之间的匹配性

报告期各期末，公司应付款项余额前五大供应商与前十大主要供应商匹配情况如下：

①2024 年

单位：万元

供应商名称	应付款项余额	主要采购内容	采购金额	是否为前十大主要供应商
浙江原邦材料科技有限公司	**690.64**	**电磁屏蔽类**	**1,053.12**	是
江苏斯迪克新材料科技股份有限公司	**557.39**	**胶带类、保护膜类**	**983.86**	是
昆山晨正达电子科技有限公司	**511.29**	**保护膜、麦拉等**	**869.24**	是
昆山嘉士隆新材料有限公司	**454.85**	**胶带、绝缘片等**	**664.56**	是
无锡百晟科技有限公司	**430.80**	**胶带类等**	**623.02**	是

②2023 年

单位：万元

供应商名称	应付款项余额	主要采购内容	采购金额	是否为前十大主要供应商
江苏斯迪克新材料科技股份有限公司	769.54	胶带类、保护膜类	909.41	是
昆山奥博环保科技有限公司	601.98	**纸板及纸盒类**	841.36	是
昆山市苏裕纸制品有限公司	520.32	**纸板及纸盒类**	716.83	是
无锡百晟科技有限公司	516.06	胶带类等	673.35	是
昆山鸣朋纸业有限公司	509.47	**纸板及纸盒类**	627.79	是

③2022 年

单位：万元

供应商名称	应付款项余额	主要采购内容	采购金额	是否为前十大主要供应商
江苏斯迪克新材料科技股份有限公司	973.97	胶带类、保护膜类	1,069.02	是
昆山鸣朋纸业有限公司	841.97	**纸板及纸盒类**	961.21	是
苏州金平塑业有限公司	767.20	聚酯薄膜等	886.61	是
垦柏恩复合材料（昆山）有限公司	507.70	泡棉	458.38	是
昆山市苏裕纸制品有限公司	360.37	**纸板及纸盒类**	367.08	是

由上表可知，报告期内，公司的应付款项余额前五大供应商均为采购前十大供应商，公司前十大主要供应商与主要应付账款对象之间具备匹配性。

（3）结合发行人付款政策、供应商资金规模、市场地位等，说明前五大应付账款与主要供应商的差异情况、存在差异的原因及合理性

报告期内，应付款项余额前五大供应商列示如下：

①2024 年

公司名称	是否为前十大主要供应商	注册资本	市场地位	付款政策	差异情况
浙江原邦材料科技有限公司	**是**	**3,387.755143 万元人民币**	行业一般企业	按合同约定	无
江苏斯迪克新材料科技股份有限公司	**是**	**45,330.0503 万元人民币**	行业知名企业	按合同约定	无
昆山晨正达电子科技有限公司	**是**	**300 万元人民币**	行业一般企业	按合同约定	无
昆山嘉士隆新材料有限公司	**是**	**100 万元人民币**	行业一般企业	按合同约定	无
无锡百晟科技有限公司	**是**	**210 万美元**	行业一般企业	按合同约定	无

②2023 年

公司名称	是否为前十大主要供应商	注册资本	市场地位	付款政策	差异情况
江苏斯迪克新材料科技股份有限公司	是	45,330.0503 万元人民币	行业知名企业	按合同约定	无
昆山奥博环保科技有限公司	是	1,000 万元人民币	行业一般企业	按合同约定	无
昆山市苏裕纸制品有限公司	是	11,300 万元人民币	行业一般企业	按合同约定	无
无锡百晟科技有限公司	是	210 万美元	行业一般企业	按合同约定	无
昆山鸣朋纸业有限公司	是	17,500 万元人民币	行业一般企业	按合同约定	无

③2022 年

公司名称	是否为前十大主要供应商	注册资本	市场地位	付款政策	差异情况
江苏斯迪克新材料科技股份有限公司	是	45,330.0503 万元人民币	行业知名企业	按合同约定	无
昆山鸣朋纸业有限公司	是	17,500 万元人民币	行业一般企业	按合同约定	无
苏州金平塑业有限公司	是	769 万元人民币	行业一般企业	按合同约定	无
垦柏恩复合材料（昆山）有限公司	是	300 万元人民币	行业一般企业	按合同约定	无
昆山市苏裕纸制品有限公司	是	11,300 万元人民币	行业一般企业	按合同约定	无

综上，公司的应付款项余额前五大供应商均为采购前十大供应商，应付款项余额前五大供应商与前十大主要供应商基本匹配，不存在显著差异。

二、申报会计师的核查情况

（一）核查程序：

就上述事项，我们主要执行了以下核查程序：

1、访谈发行人高级管理人员，了解重庆鼎佳科技、广东鼎佳、越南鼎佳的设立背景、与发行人主营业务的关系，在川渝、华南及东南亚市场开展业务相应的市场、技术、人员储备等情况，经营策略、未来规划、主要客户、主要产品定位等情况；

2、通过公开信息查阅川渝、华南及东南亚 3C 行业市场情况；

3、访谈发行人财务负责人，了解重庆鼎佳科技、广东鼎佳、越南鼎佳 2023 年度亏损的原因，及境外子公司后续经营情况和发行人针对境外子公司内控制度的建立情况；

4、查阅重庆鼎佳科技、广东鼎佳、越南鼎佳与主要客户签订的业务合同、2023 年度财务报表，越南鼎佳 2024 年 1-9 月经审阅的财务报表；

5、获取并查阅发行人内部管理制度，境外资金使用审批单；

6、访谈发行人采购负责人，了解公司生产经营情况、采购付款流程、付款周期等；

7、获取发行人报告期各期采购明细表、应付账款明细表和应付票据台账，分析报告期各期应付款项余额较高的原因及合理性，并与同行业可比公司进行对比分析；

8、检查报告期各期发行人主要供应商期后付款情况，获取付款凭证、银行回单等支持性凭证；

9、检查报告期各期末发行人应付款项余额前五大供应商与报告期各期主要供应商的匹配情况。

（二）核查意见：

经核查，我们认为：

1、发行人子公司重庆鼎佳科技、广东鼎佳、越南鼎佳的设立背景、经营策略、未来规划、主要产品定位清晰，与发行人主营业务的关系紧密，主要客户明确，具备在川渝、华南及东南亚市场开展业务相应的市场、技术、人员储备；

2、发行人子公司重庆鼎佳科技、广东鼎佳和越南鼎佳亏损原因主要系报告期内尚处于运行前期，未进行规模化生产销售所致；越南鼎佳亏损原因主要系截至 2023 年末尚处于前期建设阶段所致，上述原因具有合理性。各子公司亏损金额较小且占比较低，经营正常，不会对公司的持续经营能力产生重大不利影响；

3、发行人境外子公司越南鼎佳厂房已于 2024 年 5 月通过当地消防验收并正式投入生产，越南鼎佳已向客户正常交货，客户订单量预期将逐步增加。发行人境外子公司越南鼎佳与发行人适用统一的制度管理、制度流程和决策程序，同时，发行人也对境外子公司资金进行了有效的监督和管理，相关内控有效，运行规范；

4、报告期各期应付款项与采购金额、营业成本相匹配，应付款项余额较高，与同行业存在一定差异，具备合理性；

5、报告期各期，发行人应付款项付款周期与应收款项回款周期相匹配；

6、公司与主要供应商期后结算情况正常，公司根据与主要供应商的合同约定及自身资金安排情况及时向供应商支付采购款项，付款时间与合同约定不存在重大差异；公司主要供应商与主要应付账款对象之间具备匹配性；

7、报告期各期末发行人应付款项余额前五大供应商与报告期各期主要供应商相匹配，不存在显著差异。

（此页无正文，为苏州鼎佳精密科技股份有限公司容诚专字[2025]230Z1059号报告之签字盖章页。）

容诚会计师事务所

（特殊普通合伙）

中国·北京

中国注册会计师：

熊明峰

中国注册会计师：

王鸣灿

中国注册会计师：

尚强

2025 年 3 月 26 日