

关于胜蓝科技股份有限公司申请向不特定对象发行可转换债券的审核问询函的回复

司农专字[2025]24007290206 号

目 录

报告正文.....	1-151
报告签章.....	152

深圳证券交易所：

由东莞证券股份有限公司转来的贵所《关于胜蓝科技股份有限公司申请向不特定对象发行可转换公司债券的审核问询函》（审核函（2025）020007 号）（以下简称“问询函”）奉悉。对此，我们作了认真研究，并根据问询函的要求，对胜蓝科技股份有限公司（以下简称“发行人”“公司”或“胜蓝股份”）的有关问题进行了核查，并对相关问题的核查情况说明如下：

如无特别说明，本文中所用的术语、名称、简称与《胜蓝科技股份有限公司向不特定对象发行可转换公司债券募集说明书》中的释义具有相同含义。

本问询函回复的字体代表以下含义：

问询函所列问题	黑体（加粗）
对问询函所列问题的回复	宋体
涉及对募集说明书的修改、补充	楷体加粗

在本问询函回复中，若合计数与各分项数值相加之和在尾数上存在差异，均为四舍五入所致。

问题 1

根据申报材料，公司主营业务包括消费类电子连接器及组件、新能源汽车连接器及组件、光学透镜。报告期内，公司营业收入分别为 130,280.12 万元、117,038.93 万元、124,132.36 万元、92,341.50 万元；扣非归母净利润分别为 9,565.09 万元、4,864.21 万元、7,264.76 万元、8,479.19 万元；公司境外收入分别为 19,823.48 万元、23,629.19 万元、22,798.41 万元和 22,713.45 万元，占主营业务收入的比例分别为 15.65%、20.59%、18.84%和 25.23%，外销毛利率分别为 20.80%、24.03%、30.06%和 37.74%。

报告期各期末，公司应收票据和应收款项融资账面价值合计分别为 6,825.77 万元、14,571.85 万元、22,225.13 万元和 11,626.45 万元，应收票据主要为商业承兑汇票，账面价值分别为 6,800.65 万元、14,253.93 万元、21,796.66 万元、8,077.95 万元，商业承兑汇票坏账准备分别为 342.86 万元、715.99 万元、1,097.69 万元、406.57 万元；应收账款账面余额分别为 55,783.58 万元、46,091.14 万元、48,596.81 万元和 50,713.70 万元，应收账款账面余额占同期营业收入的比例分别为 42.82%、39.38%、39.15%和 41.19%。公司存货账面余额分别为 16,462.74 万元、15,446.73 万元、16,975.29 万元、16,816.76 万元，发出商品账面余额分别为 3,046.5 万元、2,083.22 万元、1,927.69 万元、2,661.01 万元，占存货比例为 18.51%、13.49%、11.36%、15.82%；存货周转率分别为 6.85、5.78、5.90、5.49，呈下降趋势。报告期内，公司对前五名客户的销售金额合计占营业收入比例分别为 35.82%、43.53%、44.04%和 31.36%。报告期内，销售费用金额分别为 2,204.19 万元、3,782.23 万元、4,060.45 万元和 2,043.09 万元。

最近一期末，公司交易性金融资产账面价值为 6,000.00 万元，长期股权投资账面价值为 10,465.68 万元，其他应收款账面价值 392.67 万元。根据申报材料，前次发行可转债 33,000.00 万元，其中包括补充流动资金 5,000.00 万元，预备费和铺底流动资金 3,452.27 万元；根据公司公告，前次发行可转债结余资金 3,654.05 万元（含理财收益）永久补充流动资金。公司 2020 年上市以来累计融资 6.48 亿元，最近三年累计分红 3,286.24 万元。

根据申报材料，2023 年发行人受让深圳市富方达科技有限公司（以下简称富方达）51%股权，交易后发行人持有股权占比 51%，购买日 51%股份对应的净资产账面价值为 11,332,596.38 元，双方参考净资产进行协商定价，公司以 1,045.50 万元价格受让；根据公开信息，富方达及其子公司报告期内涉及多项法律纠纷，存在被法院列为被执行人的情形。

请发行人：（1）结合行业发展及竞争状况、公司竞争优势、下游客户需求、对主要客户信用政策及销售情况等，分业务板块说明收入、净利润、毛利率等方面波动的原因及合理性，收入与利润变动存在差异的原因及合理性，结合同行业可比公司业绩变动情况，说明业绩波动是否符合行业趋势。（2）结合报告期境外销售的主要业务模式和经营情况，说明对主要客户销售情况及是否发生较大变动；结合境外收入回款情况、报告期内函证涉及金额占境外收入的比例、回函率情况，说明回函相符的金额及比例，未回函原因及对未回函客户收入的核查是否履行替代程序及充分性；结合汇率变动及境外市场环境、相关进出口政策变动等情况，说明境外销售毛利率持续升高的原因及合理性，量化分析汇率波动等对毛利率及公司业绩的影响，以及公司的应对措施。（3）结合（1）和应收类科目占收入比例、账龄、回款情况说明应收类科目余额和占比变动的原因及合理性，应收票据及应收款项融资金额自 2022 年显著上升的原因及合理性，结合坏账准备计提政策及相关客户的信用变化情况，说明坏账准备计提是否充分。（4）结合发货流程及收入确认情况、盘点安排、期后结转情况及平均结转周期、账龄等，说明发出商品形成的原因及合理性，相关收入确认的情况，是否存在长期未被接收或退回的商品；进一步结合（1）、订单覆盖率、存货跌价准备计提政策及同行业可比公司情况等，说明存货金额及其结构变化的原因及是否与业绩波动情况相匹配，存货周转率逐步下降的原因及合理性，结合计提减值损失对应的产品类型、具体计算过程和依据，说明存货跌价准备计提是否充分。（5）结合发行人主要客户的合作进展情况，说明报告期内前五大客户占比发生变化的原因和合理性，原有主要客户是否存在流失或销售减少的情况，区分消费类电子、新能源汽车等业务板块说明客户集中度，并结合新能源汽车等行业近年来新增产能及预期投产等情况，说明发行人对主要客户销售变化是否具有合理性，合作关系是否具有持续性和稳定性。（6）补充说明公司销售服务费的具体内容，并请结合发行人业务销售模式、

销售费用具体项目占比情况等，说明报告期内销售费用金额及结构变动的原因及合理性，是否与同行业可比公司一致。（7）列示长期股权投资、其他应收款等财务性投资相关科目具体情况，具体说明报告期内其他应收款中其他的内容，结合发行人主营业务与对被投资企业之间合作、销售、采购等情况，说明相关投资不认定为财务性投资的原因及合理性，发行人最近一期末是否持有金额较大的财务性投资（包括类金融业务），自本次发行董事会决议日前六个月至今，发行人新投入或拟投入的财务性投资及类金融业务（如有）的具体情况，并结合前次募投项目非资本性支出、节余资金补流等情况，说明前募资金实际补流金额、占当次募集资金总额的比例，是否符合《证券期货法律适用意见第 18 号》的规定及最新监管要求。（8）补充说明发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、持股 5%以上的股东是否参与本次可转债的发行认购；如是，在本次可转债认购前后六个月内是否存在减持发行人已发行可转债的计划或安排，若无，出具承诺并披露。（9）结合公司章程规定，说明报告期内公司分红情况是否符合相关安排。（10）结合富方达及其董监高相关法律纠纷及执行情况，说明截至目前发行人未决诉讼或仲裁的涉案具体金额及最新进展情况，报告期内所涉行政处罚（如有）的具体事由、处罚情况、整改情况及整改措施的有效性，是否构成损害投资者合法权益或者社会公共利益的重大违法行为，是否构成本次发行障碍。

请发行人补充披露（1）-（5）相关风险。

请保荐人核查并发表明确意见，请会计师核查（1）-（7）并发表明确意见，请发行人律师核查（8）-（10）并发表核查意见。

【回复】

一、结合行业发展及竞争状况、公司竞争优势、下游客户需求、对主要客户信用政策及销售情况等，分业务板块说明收入、净利润、毛利率等方面波动的原因及合理性，收入与利润变动存在差异的原因及合理性，结合同行业可比公司业绩变动情况，说明业绩波动是否符合行业趋势

（一）结合行业发展及竞争状况、公司竞争优势、下游客户需求、对主要客户信用政策及销售情况等，分业务板块说明收入、净利润、毛利率等方面波

动的原因及合理性

1、收入波动的原因及合理性

报告期内，公司不同业务板块收入波动情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-3 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度
	金额	增长率	金额	增长率	金额	增长率	金额
消费类电子连接器及组件	22,670.36	18.28%	85,068.16	17.11%	72,639.91	6.26%	68,359.76
新能源汽车连接器及组件	8,123.30	23.17%	30,869.46	-28.14%	42,956.92	6.93%	40,173.93
光学透镜	2,157.55	6.25%	8,045.08	48.71%	5,409.90	-13.14%	6,228.48
合计	32,951.21	18.56%	123,982.71	2.46%	121,006.73	5.44%	114,762.18

报告期内，公司主营业务收入总额整体小幅波动，主要受消费类电子连接器及组件和新能源汽车连接器及组件收入波动的影响。

(1) 消费类电子连接器及组件

报告期内，公司消费类电子连接器及组件收入分别为 68,359.76 万元、72,639.91 万元、85,068.16 万元和 22,670.36 万元，收入波动呈现增长的趋势。

2023 年度，公司消费类电子连接器及组件的销售收入较 2022 年度增加 4,280.15 万元，增长 6.26%，主要原因系：一方面，2023 年下半年下游消费类电子市场需求回暖，公司当期消费类电子连接器中 USB 类别连接器销售收入有所增长，同比增加 2,033.52 万元；另一方面，2023 年 4 月公司收购特普伦，使得当年度公司新增消费类产品收入 1,814.14 万元。

2024 年，公司消费类电子连接器及组件的销售收入较上年同期增加 12,428.25 万元，增长 17.11%，主要原因系：①随着通信服务器、消费级无人机等领域市场的发展，以及公司持续地加大客户开拓、产品开发力度，公司在服务器、消费级无人机等领域的连接器产品销售较好，其中服务器、消费级无人机领域的收入分别同比增长 2,435.16 万元、3,240.48 万元；②公司消费类电子连接器及组件业务的第四大客户客户 E 和第五大客户客户 H 收入分别同比增长 1,357.71 万元、811.77 万元；其中，对客户 E 收入增长的主要原因系客户 E 的散热风扇产品在下游服务器、显卡等领域（英伟达、浪潮、华为等）销

售较好，同时其向公司下达的服务器、显卡领域散热风扇类线束采购订单增加；对客户 H 收入增长的主要原因系随着公司与客户 H 的合作加深，公司产品获得了客户 H 的认可，客户 H 向公司采购的消费类线束产品随之增加；③国内及全球的手机、PC 类产品市场有一定的恢复，带动了公司传统消费电子类连接器产品的销售增加。

2025 年 1-3 月，公司消费类电子连接器及组件的销售收入较上年同期增加 3,503.58 万元，增长 18.28%，主要原因系：①公司在服务器、消费级无人机等领域的连接器产品销售较好，其中服务器、消费级无人机领域的收入分别同比增长 801.15 万元、1,177.02 万元；②公司消费类电子连接器及组件业务的第四大客户客户 E 和第五大客户客户 H 收入分别同比增长 416.33 万元、478.66 万元，当期客户 E 和客户 H 收入增长的原因与前述 2024 年收入增长原因一致。

①行业发展

消费电子类产品需要用到许多不同种类的电子连接器及组件，经过多年发展，消费电子已经成为全球连接器第三大下游应用领域（来源于 Bishop&Associates、中银证券数据）。消费电子是电子信息制造业中的重要类别，与广大人民的生活需求息息相关，包括智能手机、PC 产品、可穿戴设备、家电、无人机及其他数码类产品等，其中智能手机、PC 产品占比相对较大。

A、下游智能手机、PC 行业

a、全球智能手机、PC 产品市场规模波动情况

2023 年度，全球智能手机、PC 出货量仍有所下滑。根据 wind 数据，2023 年全球智能手机出货量 11.71 亿部，同比下滑约 3%；全球 PC 出货量达 2.56 亿台，同比下滑约 12%。2023 年下半年，全球消费类电子市场需求回暖。

2024 年度，全球消费电子消费市场需求逐步恢复。根据 IDC 的统计，2024 年全球智能手机出货量同比增长 6.4%，达到约 12.4 亿部；根据 Canalys 预测，预计到 2024 年全年，全球 PC 出货量将达到 2.67 亿台，同比增长 8%。

b、中国智能手机、PC 产品市场规模波动情况

根据 Canalys、IDC 以及 WIND 的数据，2023 年度中国智能手机出货量增

幅约 5%，PC 出货量下滑约 9%。

IDC 统计数据显示，2024 年全年中国智能手机市场出货量约 2.86 亿台，同比增长 5.6%。此外，IDC 预测 2024 年中国 PC 市场出货量同比增长 3.8%。IDC 在其发布的《2025 年中国智能手机市场十大洞察》中提到，2023 年开始的换机周期有望在 2025 年延续，2025 年中国智能手机市场出货量将达到 2.89 亿，同比增长 1.6%，未来几年出货量保持稳定。

B、下游服务器行业

根据市场咨询机构 Gartner 发布的《2024 年第一季度全球服务器市场报告》，2024 年第一季度全球服务器市场销售额为 407.5 亿美元，同比增长 59.9%，出货量 282.0 万台，同比增长 5.9%。根据 Gartner 最新发布全球服务器市场追踪报告，2024 年前三季度全球服务器销售额 1,515.6 亿美元，同比增长 65.0%，增速较快。

C、下游消费级无人机行业

根据汇睿咨询数据，2023 年全球消费级无人机市场规模 55.06 亿美元，并将在 2030 年前以 21.25% 的年复合增长率增长至 212.12 亿美元。

②竞争状况

消费电子连接器行业竞争充分、市场化程度高，竞争格局相对稳定。因连接器产品下游应用领域广，市场需求大，近年来，国际连接器巨头陆续在国内设立生产基地，开发中国市场；国内连接器行业经过多年的发展，也诞生一批规模较大的连接器企业，从而形成了充分竞争的市场格局。消费电子连接器由于规模大、技术相对成熟，产业已经逐步转移到中国厂商，竞争较为充分，利润率相对较低。中国消费电子连接器行业起步较晚，中小企业数量较多；技术水平较国外连接器巨头较低，且以中低端产品为主，竞争相对较激烈。

③公司竞争优势

A、客户资源优势

在消费类电子领域，公司直接为日本电产、联想集团、小米、TCL、日立集团、京瓷集团、浪潮集团、和硕电脑集团等厂商供货，通过向富士康、立讯精密等公司供货将产品应用在华为、OPPO、vivo、Nokia、联想、惠普、戴尔

等品牌；上述优质客户对供应商的产品质量管控能力和综合实力有严格的要求，供应商资质认证过程严格且周期长，合作关系一旦建立会在较长时间内维持稳定。此外，主要客户分属多个不同细分领域，也拓展了公司业务成长空间，增强了公司的抗风险能力。

B、核心技术优势

电子连接器制造的核心技术能力在于产品的研发设计能力、精密模具的加工组装能力和自动化生产设备的设计和实现能力。公司在技术创新方面做了大量的投入，一方面，自主研发了自动组装机和自动检测机等专用机器设备并投入使用；另一方面，持续加强研发体系的建设，形成了集产品研发、制造工程技术研发和产品质量保证技术为一体的研发体系，提升了研发效率。

公司掌握了连接器制造的一系列核心技术，如压接（铆压）技术、精密注塑成型技术、冲压件精密模内成型技术等。截至 **2025 年 3 月 31 日**，发行人及其子公司共拥有 **432** 项专利，其中发明专利 **40** 项，涵盖了消费类电子连接器及组件、新能源汽车连接器及组件等领域。

C、品牌声誉优势

公司深耕消费类电子连接器和新能源汽车电子连接器多年，与众多品牌建立了良好的、稳定的合作关系，树立了良好的品牌声誉。公司自成立以来始终以客户需求为导向，坚持技术创新，管理运营上不断追求精益求精，先后获得了“高新技术企业”“广东省名牌产品”“东莞市科学技术进步奖”“东莞市专利优秀奖”“东莞市实施重点企业规模与效益倍增计划企业”等荣誉。公司将充分利用品牌优势，深耕现有客户、开拓新客户，持续提升公司品牌影响力。

D、优秀专业的管理团队

公司坚持以人为本，人才是公司最重要的资本。公司通过了十多年的发展，培养和引进了一大批优秀的专业人才，覆盖了研发、设计、销售、财务、生产、管理等各方面，以打造一支优秀的管理团队。

公司重视对员工系统性培训，不断提高员工的综合素质和专业技能，针对不同岗位职责要求，公司会对新老员工进行定期和不定期专项培训，使得员工

技能能够得到快速的成长，为公司的持续发展储备了阶梯人才。

公司秉承共同发展理念，对优秀的骨干人才实施股权激励，未来也会持续对公司发展作出贡献的优秀人才做持续有效的股权激励，打造利益共同体，凝聚更多的人才增强公司的核心竞争力。

④下游客户需求

从全球市场来看，预计全球消费电子市场稳步增长。根据 Statista 的数据，全球消费电子市场规模在 2018-2022 年处于整体上升趋势，从 2018 年 9,194.8 亿美元增长至 2022 年 9,874.7 亿美元。Statista 预计，2023-2028 年全球消费电子市场规模将整体保持增长趋势，预计 2028 年全球消费电子市场规模将达到 11,530.5 亿美元。

预计未来五年我国消费电子行业将保持现有规模，稳定发展；智能家居、可穿戴设备、智能音箱、AR/VR、无人机、物联网终端等新应用或是新的增长点。例如，未来无人机连接器的市场需求预计将持续增长，根据 Verified Market Research 所发布的数据，全球无人机市场规模在 2021 年达到 269 亿美元，预计到 2030 年将达到 721 亿美元，从 2022 年到 2030 年的复合年增长率为 17.22%。在我国无人机市场方面，我国无人机市场规模仅次于美国，根据 Mordor Intelligence 数据，我国无人机市场规模自 2019 年 20.2 亿美元增长至 2023 年 56.7 亿美元，复合增长率达到 29.44%，预计 2024-2029 年复合增长率为 16.26%。根据 Gartner 报告显示，得益于 AIGC 技术的快速迭代，2024 年全球服务器市场规模将达到 2,164.0 亿美元，预计 2023 年-2028 年市场将以 18.8% 的年复合增长率保持高速增长。

2025 年初，中国宣布实施全国范围的国补政策，实施范围包括手机、笔记本电脑、平板电脑、智能穿戴等的 3C 产品，该政策预计将对消费电子类的市场需求产生较大的刺激作用，带动产业链企业的良好发展。

消费电子的技术升级，促进了电子连接器行业的技术发展与更新。近年来，平板电脑、智能音箱等新兴消费性电子产品向便携化、轻薄化、高性能、智能化的方向发展，消费电子产品功能越来越多，产品尺寸越来越小。为了满足产品对于产品性能与超薄厚度的双重需求，种类多元化、微型化、多功能、良好电磁兼容性等的消费电子连接器将迎来良好市场发展空间。

⑤对主要客户信用政策及销售情况

报告期内，公司消费类电子连接器及组件业务主要客户信用政策及销售情况如下：

单位：万元

年度	序号	客户名称	信用政策	销售金额	占营业收入的比例
2025 年 1-3 月	1	客户 C	月结 90 天 月结 120 天	1,792.55	7.91%
	2	客户 B	月结 90 天	1,507.68	6.65%
	3	客户 F	月结 90 天	1,484.10	6.55%
	4	客户 H	月结 165 天	1,042.75	4.60%
	5	客户 H	月结 60 天	893.98	3.94%
	合计		-	6,721.06	29.65%
2024 年度	1	客户 B	月结 90 天	8,838.74	10.39%
	2	客户 C	月结 90 天 月结 120 天	6,664.54	7.83%
	3	客户 F	月结 90 天	3,379.00	3.97%
	4	客户 H	月结 165 天	3,053.52	3.59%
	5	客户 H	月结 60 天	2,142.43	2.52%
	合计		-	24,078.23	28.30%
2023 年度	1	客户 B	月结 90 天	10,567.26	14.55%
	2	客户 C	月结 90 天 月结 120 天	7,055.54	9.71%
	3	客户 K	月结 120 天	1,928.40	2.65%
	4	客户 V	月结 60 天	1,887.32	2.60%
	5	客户 M	月 结 30/60/90 天	1,847.73	2.54%
	合计		-	23,286.25	32.06%
2022 年度	1	客户 B	月结 90 天	11,985.84	17.53%
	2	客户 C	月结 90 天 月结 120 天	5,355.38	7.83%
	3	客户 N	月结 90 天	2,885.84	4.22%
	4	客户 M	月 结 30/60/90 天	2,044.01	2.99%
	5	客户 Z	月结 102 天	1,867.73	2.73%
	合计		-	24,138.79	35.31%

注：客户 C、客户 M 存在两个以上信用政策的原因系依据合同约定，公司对同一集团客户内不同主体执行不同信用政策。

如上表所示，公司报告期内消费类电子连接器及组件业务主要客户的信用政策未发生变化，不存在放松信用期刺激销售的情形。

(2) 新能源汽车连接器及组件

报告期内，公司新能源汽车连接器及组件产品实现收入分别为 40,173.93 万

元、42,956.92 万元、30,869.46 万元和 8,123.30 万元，增长率分别为 6.93%、-28.14%和 23.17%，呈现先下降后增长的情况。

2023 年，公司新能源汽车连接器及组件业务增长 6.93%，主要原因系随着公司与客户 A 合作的加深，客户 A 增加了对公司的家庭储能类重载连接器采购量，导致公司收入同比增加 5,516.30 万元。

2024 年，公司新能源汽车连接器及组件业务下滑 28.14%，主要原因系：客户 A 基于提升自身家庭储能类产品生产自制率的目的，减少了对公司的家庭储能类重载连接器采购量，导致公司收入同比减少 8,764.45 万元；客户 D 对新能源汽车电池模组制造方案进行更新换代升级，升级后取消了侧板类连接件，从而减少了对公司的侧板类连接件采购额，导致公司收入同比下降 2,279.12 万元。

2025 年 1-3 月，公司新能源汽车连接器及组件业务同比增长 23.17%，主要原因系：①公司优化产品成本结构，积极参与客户 A 的精密结构件产品招投标，使得当期公司对客户 A 的精密结构件产品收入增长 2,659.31 万元，同比增长 160.82%；②在客户 A 提升自身家庭储能类产品生产自制率后，其自产的家庭储能类重载连接器出现了品质与交期不能匹配需求的情况；在前述背景下其又逐步增加了对公司重载连接器产品的采购量，使得公司对其的重载连接器收入增长 773.65 万元，同比增长 212.05%。

①行业发展

根据 Bishop & Associates、中银证券统计数据，汽车是连接器的第二大应用领域。市场规模方面，根据 Bishop & Associates 的数据，2021 年全球汽车连接器市场扭转连续两年下降趋势，同比增长 20.5%达到 170.5 亿美元，2022 年全球汽车连接器市场继续保持增长趋势达到 184.4 亿美元。其中我国汽车连接器 2022 年市场规模全球占比 25.2%，达到 46.4 亿美元，随着汽车消费刺激政策的出台及新能源车快速普及带来的单车连接器价值量提升，中国汽车连接器市场规模有望迎来快速提升。

相较于传统燃油汽车，新能源汽车对连接器的需求量显著增加，新能源汽车单车使用连接器价值量远高于传统燃油汽车。汽车电动化、智能化趋势对汽车的动力系统、智能驾驶座舱、电子电气系统等均带来重要变革，对车载连接

器，尤其是高压、高速连接器的需求将同步提升。目前，普通单一车型所使用的连接器达到 600-1,000 个。随着去碳化、新能源汽车电动化成为全面共识，单车对于连接器的需求将大幅度提升。根据 Bishop & Associates 的预测数据，至 2025 年全球和国内汽车连接器市场规模将分别达到 194.52 亿美元和 44.68 亿美元。

根据《中国汽车产业发展年报 2021》（工信部），近年来，全球新能源车的销量持续呈强劲增长趋势，销量在 2017 年、2018 年和 2020 年分别突破了 100 万辆、200 万辆和 300 万辆大关。根据 Clean Technica 的研究数据，2023 年全球新能源汽车市场销量为 1,368.93 万辆，同比增长超过 30%，新能源汽车渗透率为 16%；2024 上半年，全球新能源车销量达约 717 万辆，同比增长 23%，新能源汽车渗透率为 18%。

受益于国家政策支持、消费者需求变动以及环境保护的需要，我国新能源汽车行业快速发展。根据中国汽车工业协会统计，我国新能源汽车销量由 2020 年的 136.7 万辆增长至 2023 年 949.5 万辆，增长较快。2016 年至 2021 年的 5 年时间，我国新能源汽车销售渗透率从 1%提升至 13.4%，2023 年我国新能源车销售渗透率超过 31%。根据中国汽车工业协会数据，2024 年 1-6 月我国新能源车销量为 494.4 万辆，同比增长 32%，新能源车渗透率达到 35%。

②竞争状况

近年来，新能源汽车连接器行业市场竞争日趋激烈。在新能源汽车连接器高端市场，欧美、日本的大型连接器企业凭借充足的研发资金及多年的技术沉淀，在业务规模和产品质量上均有较大优势，尤其高性能专业型连接器产品方面处于领先地位，并通过不断推出高端产品占据一定市场份额。根据国信证券研究所数据，在汽车连接器领域，欧美的泰科、安费诺、莫仕、安波福，以及日本的航空电子、矢崎等在高端市场排名靠前。而国内汽车连接器领域的主要制造商中航光电、航天电器、得润电子等，凭借积累的经验、技术水平等能力，发力进入高端市场，导致新能源汽车连接器高端市场竞争程度有所增强。但由于高端连接器市场的参与者整体数量仍较少，使得参与者的利润空间、竞争格局相对稳定。

在新能源汽车连接器中低端市场，新能源汽车连接器市场参与者数量众

多，市场集中度较低，价格竞争与同质化产品竞争严重。随着国内新能源汽车行业的快速发展，国内新能源汽车连接器企业依托国内庞大的市场领域，通过积累制造经验和投入先进技术，涌现出一批规模较大的连接器企业以及大量的中小连接器企业，主要集中在中低端市场领域，部分优秀企业向高端市场进军。

基于波特五力模型的分析角度，公司认为目前阶段影响新能源汽车连接器行业竞争状况的因素由大至小依次为：A、下游客户议价能力较强，最终将导致连接器厂商“强者恒强、弱者退出”。B、现有竞争者竞争强度逐渐增强，提升连接器行业市场集中度。C、上游供应商议价能力较强，压缩连接器行业利润空间、加剧行业竞争。D、潜在进入者威胁较小，对行业内竞争格局影响亦较小。E、替代品威胁较小，短期内对行业内竞争格局几乎不存在影响。

③公司行业地位

自 2014 年以来，公司深耕新能源汽车连接器领域十余年，在国内新能源汽车连接器领域处于中上游地位。在新能源汽车连接器技术领域，公司掌握了连接器制造的一系列核心技术，如压接（铆压）技术、精密注塑成型技术、冲压件精密模内成型技术等；截至 2025 年 3 月 31 日公司及其子公司共拥有 77 项新能源汽车连接器相关的专利，其中发明专利 9 项。

在新能源汽车连接器市场领域，2024 年度公司新能源汽车连接器及组件收入为 30,869.46 万元，具有一定规模水平，处于行业中游。在新能源汽车连接器领域，公司直接与比亚迪、长城汽车、广汽集团、小鹏汽车、欣旺达等企业建立了稳定合作关系。近年来，公司的新能源汽车连接器产品和技术得到客户的肯定和认可，获得一汽旗下富奥股份的“优秀供应商奖”，欣旺达集团的“最佳交付奖”等。

④公司竞争优势

A、研发及技术优势

经过十余年的行业深耕与技术积累，公司在新能源汽车连接器领域建立起了全方位的研发体系，建立起了涵盖项目立项、研发投入核算、知识产权管理等全方位的电子连接器研发体系，提升了研发效率；公司拥有了丰富的技术人

才，截至报告期末公司拥有研发人员 348 人，占员工总人数 11.38%。在新能源汽车连接器技术领域，公司掌握了连接器制造的一系列核心技术，如压接（铆压）技术、精密注塑成型技术、冲压件精密模内成型技术等；截至报告期末公司及其子公司共拥有 77 项新能源汽车连接器相关的专利，其中发明专利 9 项。公司新能源汽车连接器的制造技术水平处于国内同行业前列。

B、客户资源优势

在新能源汽车领域，公司直接与比亚迪、长城汽车、广汽集团、小鹏汽车、欣旺达等企业建立了稳定合作关系。为满足客户对连接器产品日益提升的要求，公司进一步优化连接器产品结构，积极向新能源汽车高压连接器领域拓展，为未来业务的快速发展奠定坚实基础。上述优质客户对供应商的产品质量管控能力和综合实力有严格的要求，供应商资质认证过程严格且周期长，合作关系一旦建立会在较长时间内维持稳定。此外，主要客户分属多个不同细分领域，也拓展了公司业务的成长空间，增强了公司的抗风险能力。

C、销售团队优势

公司在新能源汽车连接器领域深耕十余年，培养出销售经验丰富的营销团队，负责国内华南、华东、华北、西南等多个区域销售。公司销售团队凭借对客户技术路线及供应链需求的精准把控，形成了从前期方案设计、中期测试验证到后期量产交付的全周期快速响应机制，与比亚迪、长城汽车等新能源汽车厂商在技术、采购部门建立了高效协同流程。公司销售核心成员由具备行业头部企业背景的资深工程师、业务经理及技术专家组成，在与比亚迪、广汽集团、长城汽车、欣旺达等多年合作关系中积累了丰富销售经验。

D、品牌声誉优势

自 2014 年以来，公司深耕新能源汽车连接器领域十余年，与众多品牌建立了良好的合作关系，树立了良好的品牌声誉。公司自成立以来始终以客户需求为导向，坚持技术创新，管理运营上不断追求精益求精，先后获得了“高新技术企业”“广东省名牌产品”“东莞市科学技术进步奖”“东莞市专利优秀奖”“东莞市实施重点企业规模与效益倍增计划企业”等荣誉。

⑤公司竞争劣势

公司新能源汽车连接器业务的竞争劣势主要为在高压连接器等高端市场份额存差距。目前，公司的新能源汽车连接器包括低压类、射频类、线束类、高压类等，但在高压连接器等高端领域的销售规模较小，市场亦份额较小。此外，在综合研发实力、生产工艺积累、品牌影响力及销售网络覆盖等方面，公司与泰科、安费诺、莫仕等国际领先厂商相比仍然存在一定差距。

⑥下游客户需求

A、新能源汽车连接器市场需求

根据 Bishop & Associates 的数据，2022 年汽车连接器占整体连接器市场的 21.9%。在全球双碳政策的驱动下，全球新能源汽车销量以及渗透率将持续提升，这将驱动汽车连接器的市场规模进一步增长。根据 EV Tank 和伊维经济研究院共同发布的数据，全球新能源汽车销量从 2020 年的 331.1 万辆增长至 2023 年的 1,465.3 万辆，期间 CAGR 高达 64.18%。未来，新能源汽车市场预计将延续增势，EV Tank 预计 2030 年全球新能源汽车销量将达到 4,700 万辆。

B、新能源汽车充电领域连接器市场需求

随着国内新能源汽车产销量大幅增长，新能源汽车保有量快速攀升，充电基础设施的建设也将迅猛发展。截至 2023 年底，全国充电基础设施累计数量为 859.6 万台，同比增加 65.0%。根据彭博新能源财经《新能源汽车市场长期展望》，到 2025 年新能源汽车保有量将达到 7,700 万辆，充电基础设施需求量将超过 2,500 万台，充电枪及充电领域连接器等配套产品的市场空间广阔。

⑦对主要客户信用政策及销售情况

报告期内，公司新能源汽车连接器及组件业务主要客户信用政策及销售情况如下：

单位：万元

年度	序号	客户名称	信用政策	销售金额	占营业收入的比例
2025 年 1-3 月	1	客户 A	月结 60 天	5,741.63	70.68%
	2	客户 D	月结 120 天	650.14	8.00%
	3	客户 L	月结 90 天	286.57	3.53%
	4	客户 AA	月结 60 天	137.14	1.69%
	5	客户 U	月结 90 天	117.84	1.45%
	合计		-	6,933.33	85.35%
2024 年度	1	客户 A	月结 60 天	16,411.05	53.16%

	2	客户 D	月结 120 天	3,579.78	11.60%
	3	客户 L	月结 90 天	2,129.41	6.90%
	4	客户 U	月结 90 天	788.24	2.55%
	5	客户 O	月结 90 天	779.85	2.53%
	合计		-	23,688.33	76.74%
2023 年度	1	客户 A	月结 60 天	27,391.04	63.76%
	2	客户 D	月结 120 天	5,008.11	11.66%
	3	客户 L	月结 90 天	2,088.86	4.86%
	4	客户 E	月结 165 天	1,107.00	2.58%
	5	客户 U	月结 90 天	1,044.55	2.43%
	合计		-	36,639.56	85.29%
2022 年度	1	客户 A	月结 60 天	20,871.35	51.95%
	2	客户 D	月结 90 天	7,042.78	17.53%
	3	客户 U	月结 90 天	2,748.62	6.84%
	4	客户 P	月结 90 天	2,359.05	5.87%
	5	客户 O	月结 90 天	1,739.43	4.33%
	合计		-	34,761.23	86.53%

报告期内，公司新能源汽车连接器及组件业务主要客户的信用政策变化的为客户 D 和客户 E。公司对客户 D 和客户 E 的信用期延长，主要基于公司与该两家客户合作时间较长、客户历史回款情况良好，且该两家客户均为综合实力较强的上市公司，故公司同意给予适当延长，具有合理性，不存在放松信用期刺激销售的情形。

公司自 2023 年起对客户 D 的信用期延长 30 天，主要原因系 2022 年度公司与客户 D 销售交易金额较大，客户 D 要求公司在信用政策上给予一定支持；公司对客户 E 的信用政策自 2023 年起延长 15 天，变动较小。

报告期内，公司对客户 D 和客户 E 应收账款的期后回款情况如下：

单位：万元

时点	客户	应收账款金额	期后回款金额	期后回款比例	期后回款截止时间
2025 年 3 月 31 日	客户 D	1,943.40	804.49	41.40%	2025 年 4 月末
	客户 E	2,653.37	382.26	14.41%	2025 年 4 月末
2024 年 12 月 31 日	客户 D	2,184.15	1,861.72	85.24%	2025 年 4 月末
	客户 E	2,195.80	1,145.18	52.15%	2025 年 4 月末
2023 年 12 月 31 日	客户 D	2,071.24	2,071.24	100.00%	2024 年度
	客户 E	1,848.51	1,848.51	100.00%	2024 年度
2022 年 12 月 31 日	客户 D	3,096.84	3,096.84	100.00%	2023 年度
	客户 E	1,486.88	1,486.88	100.00%	2023 年度

由上表可知，公司在 2023 年度延长客户 D 和客户 E 的信用期后，2023 年末对客户 D 和客户 E 的应收账款期后回款比例均为 100.00%，与延长两者信用

期前的 2022 年末应收账款期后回款比例 100.00%相同，表明公司对两者的信用政策变更未对应收账款期后回款产生重大不利影响。截至 2025 年 4 月末，公司对客户 E 的 2024 年末应收账款期后回款率为 52.15%，回款率相对较低，主要原因系公司对客户 E 的信用期为 165 天，而回款时间间隔为 120 天，在这种情况下存在部分应收账款未到回款截止时间点，使得期后回款率较低。截至 2025 年 4 月末，公司对客户 D 和客户 E 的 2025 年 3 月末应收账款期后回款率分别为 41.40%、14.41%，回款率相对较低，主要原因系公司对客户 D 和客户 E 的信用期分别为 120 天、165 天，而回款时间间隔为 30 天，在这种情况下存在较多应收账款未到回款截止时间点，使得期后回款率较低。

报告期内，公司对客户 D 和客户 E 的应收账款坏账计提情况如下：

单位：万元

时点	客户	应收账款原值	应收账款坏账准备	坏账计提比例
2025 年 3 月 31 日	客户 D	1,943.40	97.69	5.03%
	客户 E	2,653.37	133.37	5.03%
2024 年 12 月 31 日	客户 D	2,184.15	109.79	5.03%
	客户 E	2,195.80	110.37	5.03%
2023 年 12 月 31 日	客户 D	2,071.24	104.13	5.03%
	客户 E	1,848.51	92.94	5.03%
2022 年 12 月 31 日	客户 D	3,096.84	159.33	5.14%
	客户 E	1,486.88	74.58	5.02%

由上表可知，报告期内公司对客户 D 和客户 E 的应收账款坏账计提比例较稳定，不存在重大异常。报告期内，公司对客户 D 和客户 E 的应收账款坏账准备均按照对应的应收账款组合计提坏账，均不存在需要单项计提坏账而导致应收账款坏账计提金额大幅增加的情况。

（3）光学透镜

报告期内，公司光学透镜产品实现收入分别为 6,228.48 万元、5,409.90 万元、8,045.08 万元和 2,157.55 万元，整体呈先下降后增长态势。公司生产的光学透镜产品主要包括折射式透镜和反射式透镜，其功能是改变 LED 背光模组的光照角度，以改善光的均匀分布，主要应用于中大尺寸电视机显示屏领域。

2023 年度，公司光学透镜产品收入下滑 13.14%，主要原因系：一方面，终端产品电视机出货量持续下滑，引起上游 LED 显示屏以及配套使用的光学透镜需求量降低，导致了公司的收入下滑；根据奥维云网数据统计，2023 年全球电

视机出货量为 19,954.83 万台，同比下降 3.5%。另一方面，公司主动减少低毛利的折射透镜产品，而境内采用折射透镜模式的 LED 厂商较多，使得公司 2023 年度境内收入下降较多。

2024 年度，公司光学透镜产品收入增长 48.71%，主要原因系：一方面，终端产品电视机出货量同比增加，引起公司收入增长；根据奥维睿沃（AVC Revo），2024 年全球 TV 面板出货达到 250.4M（2.504 亿片），同比增长 4.7%。另一方面，公司与境外终端客户三星、境外 LED 厂商客户 I、客户 G 共同开发透镜产品，获得了三星的认可，使得对客户 I、客户 G 的境外相关收入分别同比增长 1,504.35 万元、2,084.04 万元，增长率分别为 2.62 倍、5,661.55 倍，增长较多。截至 2025 年 4 月末，公司对客户 I、客户 G 的 2024 年销售收入回款率均为 100%，回款良好。

2、毛利率波动的原因及合理性

报告期内，公司主营业务收入按产品类别划分的毛利率及变动情况如下：

项目	2025 年 1-3 月			2024 年度			2023 年度			2022 年度		
	毛利率	收入占比	加权平均毛利率贡献	毛利率	收入占比	加权平均毛利率贡献	毛利率	收入占比	加权平均毛利率贡献	毛利率	收入占比	加权平均毛利率贡献
消费类电子连接器及组件	26.69%	68.80%	18.36%	24.36%	68.61%	16.71%	23.58%	60.03%	14.15%	22.66%	59.57%	13.50%
新能源汽车连接器及组件	17.45%	24.65%	4.30%	17.35%	24.90%	4.32%	21.06%	35.50%	7.48%	17.19%	35.01%	6.02%
光学透镜	41.27%	6.55%	2.70%	43.71%	6.49%	2.84%	38.21%	4.47%	1.71%	33.84%	5.43%	1.84%
主营业务毛利率	25.37%	100.00%	25.37%	23.87%	100.00%	23.87%	23.34%	100.00%	23.34%	21.35%	100.00%	21.35%

报告期内，公司主营业务毛利率主要由消费类电子连接器及组件和新能源汽车连接器及组件业务毛利率贡献。

（1）消费类电子连接器及组件

报告期内，公司消费类电子连接器及组件产品毛利率分别为 22.66%、23.58%、24.36%和 26.69%，整体略有上升。

报告期内，公司消费类电子连接器及组件产品毛利率整体呈上升趋势，主要原因系：为应对外部市场环境变动，一方面公司调整销售策略和产品结构，聚集于核心产品、具有较好利润空间的产品，主动减少部分低毛利率产品的销售；另一方面公司在生产经营过程中强化降本增效，从而使得消费类电子连接

器及组件产品毛利率有一定水平的提升。

2025 年 1-3 月，公司消费类电子连接器及组件产品毛利率较 2024 年度增长 2.33 个百分点，增长相对较大，主要原因系：2025 年 1-3 月，受春节假期的影响公司营业成本中水电、人员薪酬等变动制造费用金额减少，导致当期营业成本中月均制造费用下降 11.52%，同时当期月均收入增长 6.60%，前述因素共同使得毛利率增长。

(2) 新能源汽车连接器及组件

报告期内，公司新能源汽车连接器及组件产品的毛利率分别为 17.19%、21.06%、**17.35%**和 **17.45%**，除 2023 年度毛利率相对较高外其他期间毛利率整体变动较小。

2023 年度，公司新能源汽车连接器及组件产品毛利率为 21.06%，较 2022 年度增长 3.87 个百分点，主要原因系：2023 年度，公司销售的家庭储能类重载连接器销量、产量较大，产品生产的规模效应较强，使得该类产品毛利率较高，从而带动了新能源汽车连接器及组件产品毛利率有所提高。**2023 年度，公司家庭储能类重载连接器产量增长 89.92%，从而使得对应的产品平均单位成本下降 10.05%，体现出生产的规模效应增强。在前述背景下，尽管 2023 年度公司家庭储能类重载连接器产品平均单价下降 4.32%，但由于平均单位成本降幅大于平均单价降幅，从而使得新能源汽车连接器及组件产品毛利率增长 4.33 个百分点。**

(3) 光学透镜

报告期内，公司光学透镜产品毛利率分别为 33.84%、38.21%、**43.71%**和 **41.27%**，整体呈上升趋势，主要原因系：①公司毛利率相对较高的境外光学透镜收入占比增加，报告期内境外光学透镜收入占比分别为 2.94%、10.01%、51.75%和 57.57%；境外光学透镜毛利率较高的主要原因系：一方面，境外客户为大型企业，更注重产品的品质与服务，对价格的敏感度较国内客户低；同时，境外光学透镜产品为公司自研产品，产品研发及测试授权认证难度大且周期长，在公司与客户协商定价时会充分考虑产品前期的研发投入，故产品的平均销售单价和毛利率相对较高；另一方面，报告期内美元兑人民币汇率上升提高了境外光学透镜业务毛利率；②公司调整光学透镜产品的销售策略和产品结

构，聚集于核心、具有较好利润空间的反射透镜产品，主动减少低毛利率折射透镜产品的销售，同时在生产经营过程中强化降本增效，从而使得光学透镜产品毛利率有一定水平的提升。

2023 年，公司光学透镜产品毛利率为 38.21%，增加 4.37 个百分点，主要原因系公司毛利率相对较高的境外光学透镜收入增加，从而使得光学透镜毛利率增加；2023 年，公司光学透镜境外收入增加 391.97 万元，增长率为 214.04%。

2024 年，公司光学透镜产品毛利率为 43.71%，增加 5.50 个百分点，主要原因系毛利率相对较高的境外光学透镜收入规模增加较多，从而使得光学透镜毛利率增加；2024 年，公司光学透镜境外收入增加 3,588.39 万元，增长率为 623.96%。截至 2025 年 4 月末，公司光学透镜业务的 2024 年境外销售收入回款率为 100%，回款良好。

3、净利润波动的原因及合理性

(1) 2023 年度净利润波动的原因及合理性

2023 年度，公司主要经营数据及其变动情况具体如下：

单位：万元

项目			2023 年度	2022 年度	变动情况	
					金额/百分比	比例
收益类项目	消费类电子连接器及组件	营业收入	72,639.91	68,359.76	4,280.15	6.26%
		毛利率	23.58%	22.66%	0.92%	-
		毛利	17,124.99	15,489.35	1,635.64	10.56%
	新能源汽车连接器及组件	营业收入	42,956.92	40,173.93	2,782.98	6.93%
		毛利率	21.06%	17.19%	3.87%	-
		毛利	9,047.80	6,903.91	2,143.89	31.05%
	光学透镜	营业收入	5,409.90	6,228.48	-818.58	-13.14%
		毛利率	38.21%	33.84%	4.37%	-
		毛利	2,067.02	2,107.66	-40.64	-1.93%
	其他业务毛利		293.03	337.12	-44.08	-13.08%
费用类项目	营业毛利合计		28,532.85	24,838.04	3,694.81	14.88%
	其他收益		1,468.26	1,051.51	416.75	39.63%
	投资收益		1,207.81	90.25	1,117.56	1238.32%
	税金及附加		779.71	565.39	214.32	37.91%
	销售费用		4,060.45	3,782.23	278.23	7.36%
	管理费用		7,945.35	7,615.64	329.70	4.33%
	研发费用		9,025.51	7,650.88	1,374.63	17.97%
	财务费用		554.60	-715.31	1,269.91	-177.53%

	信用减值损失	1,244.52	468.23	776.29	165.79%
	资产减值损失	1,179.69	742.86	436.83	58.80%
	资产处置收益	72.73	-49.17	121.90	-247.89%
	营业外净支出	96.25	83.34	12.91	15.49%
	所得税费用	-1,060.30	293.33	-1,353.63	-461.47%
	净利润（收益类项目-费用类项目）	7,310.40	5,542.37	1,768.03	31.90%

2023 年度，公司净利润较 2022 年度增长 1,768.03 万元，增幅 31.90%，主要原因系：当年度公司消费类电子连接器及组件营业收入增加较多，使得对应毛利额增长 1,635.64 万元；当年度公司新能源汽车连接器及组件营业收入、毛利率增加，使得对应毛利额增长 2,143.89 万元；当年度公司投资收益同比增加 1,117.56 万元。

①当年度公司消费类电子连接器及组件营业收入增加较多

2023 年度，公司消费类电子连接器及组件的销售收入较 2022 年度增加 4,280.15 万元，增长 6.26%，主要原因系：一方面，2023 年下半年下游消费类电子市场需求回暖，公司当期消费类电子连接器中 USB 类别连接器销售收入有所增长，同比增加 2,033.52 万元；另一方面，2023 年 4 月公司收购特普伦，使得当年度公司新增消费类产品收入 1,814.14 万元。

②当年度公司新能源汽车连接器及组件营业收入、毛利率增加

2023 年度，公司新能源汽车连接器及组件的销售收入较 2022 年度增加 2,782.98 万元，增长 6.93%，公司下游新能源汽车行业终端需求旺盛，带动新能源汽车及其配套产业链快速发展。根据同花顺 iFinD 数据测算，全球新能源汽车销量 2021 年至 2023 年的复合增长率为 45.70%，增长较快。

2023 年度，公司新能源汽车连接器及组件产品毛利率为 21.06%，较 2022 年度增长 3.87 个百分点，主要原因系：2023 年度，公司销售的重载连接器销量、产量较大，产品生产的规模效应较强，使得该类产品毛利率较高，从而带动了新能源汽车连接器及组件产品毛利率有所提高。

③当年度公司投资收益同比增加 1,117.56 万元

2023 年度，公司对联营企业和合营企业的投资收益为 1,151.41 万元，金额较大，主要原因系所属期间公司联营企业连捷精密、昭明电子经营业绩情况较好，净利润规模较大；基于此，公司根据企业会计准则的规定以所持股份比

例确认了对应的投资收益。2024 年度，公司对联营企业和合营企业的投资收益金额为 1,400.40 万元，金额较大，主要原因与 2023 年度公司确认对连捷精密、昭明电子的投资收益情况一致。

公司对连捷精密、昭明电子的投资收益金额较大，主要原因系连捷精密、昭明电子分别受益于下游行业的良好发展态势，净利润规模较大，具体分析如下：

A、连捷精密

连捷精密主要生产通讯终端类连接器、光电类连接器、电气电源连接器、手机用屏蔽类小五金等配套类产品，下游主要应用领域包括通讯领域（应用于 5G 通信、服务器、交换机等大型数据储存和交换设备）、光伏领域（应用于光伏逆变器等）。因此，连捷精密属于电子连接器行业，下游行业包括通讯行业、光伏行业，不同下游行业变动趋势如下：

a、通讯行业

在通讯行业中的服务器、交换机领域，根据 Gartner 报告显示，得益于 AIGC 技术的快速迭代，2024 年全球服务器市场规模将达到 2,164.0 亿美元，预计 2023 年-2028 年市场将以 18.8%的年复合增长率保持高速增长。根据 IDC 数据统计，2022 年全球交换机市场规模已达到 365 亿美元，2022 年至 2027 年的年均复合增长率约为 4.6%。

根据 IDC 预测，预计到 2028 年，全球 ICT 基础设施（包括交换机、路由器、WLAN、服务器、存储和安全硬件等）市场规模将达到 29,458 亿元，较 2024 年预测数增长 35.4%。

b、光伏行业

根据中国光伏行业协会、国家能源局数据，全球和国内光伏逆变器 IGBT 市场规模将从 2022 年的 36.80 亿元和 13.99 亿元逐年增长至 2026 年的 71.95 亿元和 27.30 亿元，2022-2026 年，复合增速分别为 18.25%和 18.20%。

综上，连捷精密行业变动趋势与公司投资收益变动趋势具有一致性。

B、昭明电子

昭明电子主要产品为精密结构件、精密模具及刀具，主要应用于消费电子

领域（应用于智能手机、笔记本等）、算力基础架构硬件领域（应用于数据中心服务器等）和新能源电池（应用于新能源汽车电池、储能电池等）等领域。因此，昭明电子属于精密五金行业，下游行业包括消费电子行业、数据中心行业、新能源电池行业，不同下游行业变动趋势如下：

a、消费电子行业

从全球市场来看，预计全球消费电子市场稳步增长。根据 Statista 的数据，全球消费电子市场规模在 2018-2022 年处于整体上升趋势，从 2018 年 9,194.8 亿美元增长至 2022 年 9,874.7 亿美元。Statista 预计，2023-2028 年全球消费电子市场规模将整体保持增长趋势，预计 2028 年全球消费电子市场规模将达到 11,530.5 亿美元。

b、数据中心行业

根据 PS Market Research 数据，2023 年全球数据中心市场规模达到 2,920.4 亿美元，预计 2022-2030 年将以 10.9% 的年复合增长率增长，至 2030 年达到 6,027.6 亿美元。其中，根据 Gartner 报告显示，得益于 AIGC 技术的快速迭代，2024 年全球服务器市场规模将达到 2,164.0 亿美元，预计 2023 年-2028 年市场将以 18.8% 的年复合增长率保持高速增长。

c、新能源电池行业

新能源汽车电池、储能电池为新能源电池的两个重要领域。在新能源汽车领域，根据 EV Tank 和伊维经济研究院共同发布的数据，全球新能源汽车销量从 2020 年的 331.1 万辆增长至 2023 年的 1,465.3 万辆，期间 CAGR 高达 64.18%。未来，新能源汽车市场预计将延续增势，EV Tank 预计 2024 年全球新能源汽车销量将达到 1,830 万辆，2030 年全球新能源汽车销量将达到 4,700 万辆。

在储能电池领域，根据 EVTank 数据，2022 年全球储能锂电池产业出货量达到 159.3GWh，同比增长 140.3%，2023 年出货量上升至 224.2GWh，同比增长 40.7%，预计到 2025 年，全球储能电池出货量将逼近 500GWh，到 2030 年，储能电池出货量有望达到 2,300GWh，市场规模将超 3 万亿。

综上，连捷精密行业变动趋势与公司投资收益变动趋势具有一致性。

(2) 2024 年度净利润波动的原因及合理性

2024 年度，公司主要经营数据及其变动情况具体如下：

单位：万元

项目			2024 年度	2023 年度	变动情况	
					金额/百分比	比例
收益类项目	消费类电子连接器及组件	营业收入	85,068.16	72,639.91	12,428.25	17.11%
		毛利率	24.36%	23.58%	0.78%	-
		毛利	20,724.35	17,124.99	3,599.36	21.02%
	新能源汽车连接器及组件	营业收入	30,869.46	42,956.92	-12,087.46	-28.14%
		毛利率	17.35%	21.06%	-3.71%	-
		毛利	5,354.92	9,047.80	-3,692.88	-40.82%
	光学透镜	营业收入	8,045.08	5,409.90	2,635.18	48.71%
		毛利率	43.71%	38.21%	5.50%	-
		毛利	3,516.38	2,067.02	1,449.36	70.12%
	其他业务毛利		1,122.31	293.03	829.28	283.00%
	营业毛利合计		30,717.96	28,532.85	2,185.11	7.66%
	其他收益		1,587.61	1,468.26	119.35	8.13%
投资收益		1,378.61	1,207.81	170.80	14.14%	
费用类项目	税金及附加		1,023.25	779.71	243.54	31.24%
	销售费用		3,864.16	4,060.45	-196.29	-4.83%
	管理费用		8,924.98	7,945.35	979.63	12.33%
	研发费用		8,375.70	9,025.51	-649.81	-7.20%
	财务费用		-364.15	554.60	-918.75	-165.66%
	信用减值损失		25.99	1,244.52	-1,218.53	-97.91%
	资产减值损失		1,076.81	1,179.69	-102.88	-8.72%
	资产处置收益		28.11	72.73	-44.62	-61.35%
	营业外净支出		114.70	96.25	18.45	19.17%
	所得税费用		576.09	-1,060.30	1,636.39	-154.33%
	净利润（收益类项目-费用类项目）			10,038.55	7,310.40	2,728.16

2024 年，公司净利润较 2023 年增长 2,728.16 万元，增幅 37.32%，主要原因系：当期公司消费类电子连接器及组件营业收入增加较多，使得对应毛利额增长 3,599.36 万元；当期公司光学透镜营业收入、毛利率增加，使得对应毛利额增长 1,449.36 万元；当期公司信用减值损失同比下降 1,218.53 万元；此外，当期公司新能源汽车连接器及组件营业收入下降较多，使得对应毛利额下降 3,692.88 万元。

①当期公司消费类电子连接器及组件营业收入增加较多

2024 年，公司消费类电子连接器及组件的销售收入较上年同期增加 12,428.25 万元，增长 17.11%，主要原因具体参见本回复“问题 1”之“一”

之“（一）”之“1”之“（1）消费类电子连接器及组件”的相关内容。

②当期公司光学透镜营业收入、毛利率增加

2024 年，公司光学透镜产品收入较上年同期增加 2,635.18 万元，增长 48.71%，主要原因系：一方面，终端产品电视机出货量同比增加，引起公司收入增长；根据奥维睿沃（AVC Revo），2024 年全球 TV 面板出货达到 250.4M（2.504 亿片），同比增长 4.7%。另一方面，公司与境外终端客户三星、境外 LED 厂商客户 I、客户 G 共同开发透镜产品，获得了三星的认可，使得境外相关收入增长较多。

2024 年，公司光学透镜产品毛利率为 43.71%，提升较大，主要原因系毛利率相对较高的境外光学透镜收入规模增加较多，从而使得光学透镜毛利率增加；2024 年，公司光学透镜境外收入增加 3,588.39 万元，增长率为 623.96%。

③当期公司信用减值损失同比下降 1,218.53 万元

2024 年，公司信用减值损失较上年度下降 1,218.53 万元，主要原因系 2024 年末公司商业承兑汇票账面余额为 11,920.62 万元，较 2023 年末下降 9,876.04 万元，使得应收票据坏账损失同比减少 878.02 万元。

④当期新能源汽车连接器及组件营业收入下降较多

2024 年，公司新能源汽车连接器及组件业务下滑 28.14%，主要原因系：客户 A 基于提升自身家庭储能类产品生产自制率的目的，减少了对公司的家庭储能类重载连接器采购量，导致公司收入同比减少 8,764.45 万元；客户 D 对新能源汽车电池模组制造方案进行更新换代升级，升级后取消了侧板类连接件，从而减少了对公司的侧板类连接件采购额，导致公司收入同比下降 2,279.12 万元。

（3）2025 年 1-3 月净利润波动的原因及合理性

2025 年 1-3 月，公司主要经营数据及其变动情况具体如下：

单位：万元

项目			2025 年 1-3 月	2024 年 1-3 月	变动情况	
					金额/百分比	比例
收益类项目	消费类电子连接器	营业收入	22,670.36	19,166.78	3,503.58	18.28%
		毛利率	26.69%	25.58%	1.11%	-

	及组件	毛利	6,051.46	4,902.94	1,148.52	23.43%
	新能源汽车连接器及组件	营业收入	8,123.30	6,595.01	1,528.29	23.17%
		毛利率	17.45%	15.47%	1.98%	-
		毛利	1,417.72	1,020.08	397.64	38.98%
	光学透镜	营业收入	2,157.55	2,030.67	126.88	6.25%
		毛利率	41.27%	51.08%	-9.81%	-
		毛利	890.40	1,037.36	-146.96	-14.17%
	其他业务毛利		179.78	351.23	-171.45	-48.81%
	营业毛利合计		8,539.36	7,311.62	1,227.74	16.79%
	其他收益		246.46	178.48	67.98	38.09%
	投资收益		237.77	279.46	-41.69	-14.92%
费用类项目	税金及附加		287.18	162.86	124.32	76.34%
	销售费用		894.77	889.22	5.55	0.62%
	管理费用		2,561.18	1,939.11	622.07	32.08%
	研发费用		1,649.53	1,912.94	-263.41	-13.77%
	财务费用		-39.13	13.30	-52.43	-394.11%
	信用减值损失		33.17	174.25	-141.08	-80.96%
	资产减值损失		483.44	534.58	-51.14	-9.57%
	资产处置收益		2.34	-0.45	2.79	-620.43%
	营业外净支出		22.62	25.20	-2.58	-10.25%
	所得税费用		80.16	71.42	8.74	12.23%
净利润（收益类项目-费用类项目）			3,048.33	2,047.13	1,001.20	48.91%

2025 年 1-3 月，公司净利润较 2024 年 1-3 月增长 1,001.20 万元，增幅 48.91%，主要原因系：当期公司消费类电子连接器及组件营业收入增长较多，使得对应毛利额增长 1,148.52 万元；当期公司新能源汽车连接器及组件营业收入增长较多，使得对应毛利额增长 397.64 万元；此外，当期公司管理费用增加 622.07 万元，导致净利润相应下降。

①当期公司消费类电子连接器及组件营业收入增长较多

2025 年 1-3 月，公司消费类电子连接器及组件的销售收入较上年同期增加 3,503.58 万元，增长 18.28%，主要原因系：①公司在服务器、消费级无人机等领域的连接器产品销售较好，其中服务器、消费级无人机领域的收入分别同比增长 801.15 万元、1,177.02 万元；②公司消费类电子连接器及组件业务的第四大客户客户 E 和第五大客户客户 H 收入分别同比增长 416.33 万元、478.66 万元。

②当期公司新能源汽车连接器及组件营业收入、毛利率增加

2025 年 1-3 月，公司新能源汽车连接器及组件业务收入较上年同期增加

1,528.29 万元，增长 23.17%，主要原因系：①公司优化产品成本结构，积极参与客户 A 的新能源汽车电池精密结构件产品招投标，使得当期公司对客户 A 的新能源汽车电池精密结构件业务收入增长 2,659.31 万元；②随着客户 A 增加对公司家庭储能重载连接器产品的采购量，公司对客户 A 的家庭储能重载连接器收入增长 773.65 万元。

③当期公司管理费用增加 622.07 万元，导致净利润相应下降

2025 年 1-3 月，公司管理费用较上年同期增加 622.07 万元，主要原因系随着公司经营规模增长，公司的管理人员数量、业务招待次数、固定资产规模随之增长，使得管理费用中的职工薪酬、业务招待费用和折旧摊销费用较上年同期分别增加 352.49 万元、89.90 万元和 67.03 万元。

（二）收入与利润变动存在差异的原因及合理性

报告期内，公司收入与利润变动存在差异的原因及合理性具体参见本回复之“问题 1”之“一、结合行业发展及竞争状况”之“（一）结合行业发展及竞争状况”之“3、净利润波动的原因及合理性”。

（三）结合同行业可比公司业绩变动情况，说明业绩波动是否符合行业趋势

1、收入波动符合行业趋势

（1）消费类电子连接器及组件

报告期内，公司消费类电子连接器及组件收入增长率与同行业可比上市公司收入增长率对比情况如下：

同行业可比上市公司	证券代码	产品类别	2025 年 1-3 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
得润电子	002055.SZ	消费电子产品，主要是连接器	未披露	12.53%	5.24%	-
意华股份	002897.SZ	消费电子连接器产品	未披露	33.54%	-11.89%	-
信音电子	301329.SZ	消费电子连接器	未披露	10.78%	-25.66%	-
鸿日达	301285.SZ	连接器产品，主要是 3C 消费电子领域	未披露	9.11%	15.72%	-
平均值			未披露	16.49%	-4.15%	-

公司	消费类电子连接器及组件	18.28%	17.11%	6.26%	-
----	-------------	--------	--------	-------	---

由上表可知，公司消费类电子连接器及组件收入波动趋势基本符合行业波动趋势。消费电子终端行业较广泛，包括智能手机、PC、家电、家庭娱乐产品、智能可穿戴设备、AR/VR、消费级无人机等；尽管公司与同行业可比公司均存在消费类连接器业务，但每家公司侧重的终端领域仍存在一定差异，从而使得每家公司的消费类连接器收入结构存在差异，最终导致收入波动存在差异具有合理性。

得润电子消费电子领域产品主要包括家电连接器及线束、电脑连接器、LED 连接器、通讯连接器等。信音电子消费电子连接器主要包括电源连接器、影音连接器、传输连接器等（不包括笔记本电脑连接器）。鸿日达连接器产品主要包括卡类连接器、I/O 连接器、耳机连接器、电池连接器及其他类连接器，应用于多种类型的手机、耳机、数据线等手机周边产品，电脑及其他消费电子产品。公司的消费类电子连接器及组件主要包括 USB 连接器、Wafer 连接器、FPC 连接器、线束连接器等，广泛应用于手机、电脑、电视、相机以及消费级无人机、服务器等领域。

（2）新能源汽车连接器及组件

报告期内，公司新能源汽车连接器及组件收入增长率与同行业可比上市公司收入增长率对比情况如下：

同行业可比上市公司	证券代码	产品类别	2025 年 1-3 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
得润电子	002055.SZ	汽车电子及新能源汽车业务，主要是连接器	未披露	-40.26%	0.30%	-
徕木股份	603633.SH	汽车类产品，主要是连接器	未披露	48.04%	6.36%	-
瑞可达	688800.SH	新能源汽车连接器	未披露	59.46%	-1.98%	-
平均值			未披露	22.41%	1.56%	-
公司		新能源汽车连接器及组件	23.17%	-28.14%	6.93%	-

2023 年度，公司新能源汽车连接器及组件收入增长率与同行业可比上市公司收入增长率趋势相一致，具有合理性。

2024 年，公司新能源汽车连接器及组件收入增长率与得润电子一致，均为负增长；同期，与瑞可达的新能源汽车连接器正收入增长率存在较大差异。公

司 2024 年新能源汽车连接器及组件收入增长率为负，主要原因系客户 A 基于提升自身家庭储能类产品生产自制率的目的，减少了对公司的家庭储能类重载连接器采购量，导致公司收入同比减少 8,764.45 万元，具有合理性。

(3) 光学透镜

报告期内，公司光学透镜收入增长率分别为-13.14%、48.71%和 6.25%。经检索公开资料，不存在与公司光学透镜产品、应用领域等完全一致的上市公司，故无法选择同行业公司进行对比分析光学透镜收入波动情况。鉴于公司光学透镜产品主要应用于中大尺寸电视机显示屏领域，与下游终端产品电视机出货量相关性较强，因此将公司光学透镜产品收入与终端电视机出货量趋势进行对比。

根据奥维云网数据统计，2023 年全球电视机出货量为 19,954.83 万台，同比下降 3.5%；排名前五的全球电视品牌中海信、TCL 出货量同比增长，三星、LG、小米出货量同比下降。其中，三星全球总出货量为 3,640 万台，同比有所下降，排名第一位；海信系电视全球出货量为 2,590 万台，位居世界第二，同比有所增长；TCL 以 2,550 万台出货量位列第三位，同比有所下降。

根据奥维睿沃（AVC Revo），2024 年全球 TV 面板出货达到 250.4M（2.504 亿片），同比增长 4.7%。根据 Omdia 发布数据，2024 年全球电视市场出货量 2.08 亿台。其中，海信系电视全年出货量达到 2914 万台，出货量份额占 14%，增幅约 13%。根据 TCL 电子（1070.HK）发布的数据，2024 年 TCL 电视全球出货量约 2900 万台，创历史新高，同比增速达 14.8%。

综上，公司光学透镜产品收入波动基本符合终端电视机出货量趋势，收入波动具有合理性。

2、毛利率波动符合行业趋势

(1) 消费类电子连接器及组件

报告期内，公司消费类电子连接器及组件毛利率与同行业可比上市公司毛利率对比情况如下：

同行业可比上市公司	证券代码	产品类别	2025 年 1-3 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
-----------	------	------	--------------	---------	---------	---------

得润电子	002055.SZ	消费电子产品，主要是连接器	未披露	18.45%	20.47%	18.99%
意华股份	002897.SZ	消费电子连接器产品	未披露	23.15%	20.78%	17.69%
信音电子	301329.SZ	消费电子连接器	未披露	20.46%	24.42%	24.65%
鸿日达	301285.SZ	连接器产品，主要是 3C 消费电子领域	未披露	15.09%	15.89%	21.26%
平均值			未披露	19.29%	20.39%	20.65%
公司		消费类电子连接器及组件	26.69%	24.36%	23.58%	22.66%

报告期内，公司消费类电子连接器及组件毛利率整体高于同行业可比上市公司平均毛利率水平，主要原因系：一方面公司调整销售策略和产品结构，聚集于核心产品、具有较好利润空间的产品，主动减少部分低毛利率产品的销售；另一方面公司在生产经营过程中强化降本增效，从而使得消费类电子连接器及组件产品毛利率有一定水平的提升。

（2）新能源汽车连接器及组件

报告期内，公司新能源汽车连接器及组件毛利率与同行业可比上市公司毛利率对比情况如下：

同行业可比上市公司	证券代码	产品类别	2025 年 1-3 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
得润电子	002055.SZ	汽车电子及新能源汽车业务，主要是连接器	未披露	-3.22%	16.90%	15.51%
徕木股份	603633.SH	汽车类产品，主要是连接器	未披露	25.99%	32.27%	26.42%
瑞可达	688800.SH	新能源汽车连接器	未披露	22.49%	25.10%	27.50%
平均值			未披露	15.09%	24.76%	23.14%
公司		新能源汽车连接器及组件	17.45%	17.35%	21.06%	17.19%

报告期内，公司新能源汽车连接器及组件毛利率与同行业可比上市公司平均毛利率水平整体相差不大，具有合理性。

（3）光学透镜

经检索公开资料，不存在与公司光学透镜产品、应用领域等完全一致的上市公司，故无法选择同行业公司进行对比分析光学透镜毛利率波动情况。为分析毛利率波动与行业趋势符合性，选择已公开披露的透镜产品毛利率数据进行对比，具体情况如下：

证券代码	证券简称	主要产品类型	下游应用领域	2025 年 1-3 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
688127.SH	蓝特光学	玻璃非球面透	车载镜头、高清安防监控、无人机镜头、智能手	未披露	51.93%	46.57%	38.87%

		镜	机等；激光雷达、测距仪、光通讯等领域				
688502.SH	茂莱光学	透镜	半导体-检测装备、生命科学-其他、航空航天、半导体-光刻机	未披露	未披露	未披露	37.04%
-	丹耀光学	透镜、胶合透镜	机器视觉物镜、激光聚焦扫描镜头、口腔扫描仪、医疗内窥镜、望远观瞄镜等	未披露	未披露	55.86%	56.79%
平均		-	-	未披露	51.93%	51.22%	44.23%
胜蓝股份		光学透镜	中大尺寸电视机显示屏领域	41.27%	43.71%	38.21%	33.84%

注 1：茂莱光学未披露其 2022 年度透镜毛利率，故采用其 2022 年 1-6 月透镜毛利率进行替代；

注 2：丹耀光学未披露其 2023 年度透镜、胶合透镜毛利率，故采用其 2023 年 1-6 月透镜、胶合透镜毛利率进行替代。

由上表可知，不同公司透镜产品的下游应用领域较广泛，且存在一定差异，故公司透镜产品毛利率与上表其他公司存在差异具有一定合理性。从整体上讲，公司光学透镜产品的毛利率呈上升趋势，与上表的其他公司平均毛利率变动趋势基本一致。

3、与同行业可比公司的扣非后归母净利润波动存在差异，具有合理性

报告期内，公司与同行业可比公司扣除非经常性损益后归属于母公司普通股股东的净利润（简称“扣非后归母净利润”）波动情况如下：

证券代码	证券简称	主营业务	2025 年 1-3 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
002055.SZ	得润电子	(1) 主营电子连接器和精密组件的研发、制造和销售，产品广泛应用于家用电器、计算机及外围设备、通讯、智能手机、LED 照明、智能汽车、新能源汽车等各个领域； (2) 2023 年度营业收入总额 59.87 亿元，均为直销模式，主要收入结构：家电与消费类电子占比 48.26%，汽车电气系统占比 13.38%，汽车电子及新能源汽车业务占比 36.01%； (3) 2023 年度境内、境外营业收入比例：境内占比 48.57%，境外占比 51.43%	不适用	不适用	不适用	不适用
002897.SZ	意华股份	(1) 主营业务为连接器业务及太阳能支架业务。连接器业务以通讯连接器为核心，消费电子连接器为重要构成，汽车等其他连接器为延伸； (2) 2023 年度营业收入总额 50.59 亿元，均为直销模式，主要收入结构：通讯连接器产品占比 19.42%，消费电子连接器产品占比 4.97%，其他连接器及组件产品占比 10.88%，太阳能支架占比 62.00%； (3) 2023 年度境内、境外营业收入比例：境内	不适用	不适用	不适用	不适用

		占比 40.27%，境外占比 59.73%				
301329.SZ	信音电子	(1) 主营业务为连接器的研发、生产和销售，产品主要应用于笔记本电脑、消费电子和汽车等领域； (2) 2023 年度营业收入总额 7.74 亿元，直销模式占比 89.49%，经销模式占比 10.51%；主要收入结构：笔记本电脑连接器占比 57.72%，汽车及其他连接器占比 16.55%，消费电子连接器占比 23.84%； (3) 2023 年度境内、境外营业收入比例 64.91%：境内占比，境外占比 35.09%	-35.85%	-12.39%	-27.15%	-
301285.SZ	鸿日达	(1) 从事精密电子连接器及金属结构件的研发、生产及销售，产品广泛用于以手机、笔记本电脑、智能可穿戴设备为代表的 3C 消费电子行业； (2) 2023 年度营业收入总额 7.21 亿元，均为直销模式，主营业务基本上还是依赖于 3C 消费电子行业，主要收入结构：连接器占比 78.47%，机构件占比 16.24%； (3) 2023 年度境内、境外营业收入比例：境内占比 96.04%，境外占比 3.96%	-832.53%	-152.84%	-45.90%	-
603633.SH	徕木股份	(1) 从事以连接器和屏蔽罩为主的精密电子元件研发、生产和销售，产品可分为汽车精密连接器及配件、组件，汽车精密屏蔽罩及结构件，手机精密连接器，手机精密屏蔽罩及结构件； (2) 2023 年度营业收入总额 10.01 亿元，均为直销模式，主要收入结构：汽车类产品占比 70.91%，手机类产品占比 26.59%； (3) 2023 年度境内、境外营业收入比例：境内占比 86.09%，境外占比 13.91%	-15.70%	-3.95%	12.27%	-
688800.SH	瑞可达	(1) 从事连接器产品的研发、生产、销售和服务。在新能源汽车连接器市场，公司开发了全系列高压大电流连接器及组件、换电连接器等系列产品。 (2) 2023 年度营业收入总额 15.39 亿元，均为直销模式，主要收入结构：新能源连接器占比 88.83%，通信连接器占比 6.91% (3) 2023 年度境内、境外营业收入比例：境内占比 88.24%，境外占比 11.76%	80.11%	32.21%	-47.39%	-
平均值		-	-200.99%	-34.24%	-27.04%	-
公司		(1) 专注于电子连接器及精密零组件和新能源汽车连接器及其组件的研发、生产及销售，主要产品包括消费类电子连接器及组件、新能源汽车连接器及组件、光学透镜等。 (2) 2023 年度营业收入总额 12.41 亿元，均为直销模式，主要收入结构：消费类电子连接器及组件占比 58.52%，新能源汽车连接器及组件占比 34.61%，光学透镜占比 4.36% (3) 2023 年度境内、境外营业收入比例：境内占比 81.63%，境外占比 18.37%	38.91%	33.12%	49.35%	-

注 1：2022 年度、2023 年度和 2024 年度得润电子扣非后归母净利润均为负，可比性不强，故予以剔除；

注 2：意华股份的相关净利润指标不适用，主要原因系意华股份 2022 年度、2023 年度

和 2024 年度的太阳能支架及配件收入占比分别为 58.13%、62.00%和 56.63%，占比较高，使得无法区分其连接器业务相关净利润指标的整体情况；下文在对比同行业可比公司整体收入层面前五大客户集中度、存货明细项目结构变化、销售费用明细项目结构变化时，亦将意华股份进行剔除。

报告期内，公司与同行业可比公司信音电子、鸿日达、徠木股份、瑞可达的扣非后归母净利润存在差异，分析如下：

企业的扣非后归母净利润为综合性指标，其波动受到企业营业收入、毛利率、期间费用、相关税费、其他收益、投资收益等不同会计项目变动的影响。而会计项目变动既受到政策环境、行业竞争程度、下游市场需求等外部因素的影响，又受到企业自身组织架构、管理水平、销售模式、员工结构、对行业变化的反应速度等内部因素影响。例如，在企业内部环境稳定时，企业的营业收入、毛利率指标受行业竞争程度、下游市场需求影响较大；对于期间费用，除维持生产经营的固定成本外，企业对费用金额的支出拥有较大自主权。因此，不同公司的扣非后归母净利润波动存在差异具有合理性。

公司与得润电子、信音电子、徠木股份、鸿日达虽均为电子连接器企业，具有一定可比性，但每家公司的收入结构、客户群体、管理水平、销售模式、员工结构、对行业变化的反应速度等均存在一定差异。

综上，公司与同行业可比公司的扣非后归母净利润波动存在差异，具有合理性。企业净利润受收入、毛利率影响较大，公司与同行业可比公司信音电子、鸿日达、徠木股份、瑞可达等的不同领域业务收入、毛利率对比分析参见本题目上文相关回复。公司与同行业可比公司的扣非后归母净利润波动情况具体分析如下：

（1）2023 年度扣非后归母净利润波动与同行业可比公司对比分析情况

2023 年度，信音电子扣非后归母净利润降幅 27.15%，主要原因系信音电子的下游行业笔记本电脑、消费电子和汽车等领域的市场需求量大幅下滑，以致全年度营收明显下滑，引起营业毛利下滑 2,119.45 万元；此外，当年度汇兑收益同比减少 2,740.71 万元。

2023 年度，鸿日达扣非后归母净利润降幅 45.90%，主要原因系鸿日达本报

告期内营业收入增长以及毛利率下降，综合使得营业毛利变动较小，但销售费用、管理费用、研发费用分别增长 590.91 万元、822.91 万元、927.76 万元，使得净利润下滑程度较大。

2023 年度，徕木股份扣非后归母净利润增幅 12.27%，主要原因系徕木股份汽车类产品营业收入同比增长 6.36%，毛利率提高 5.85 个百分点；手机类产品营业收入同比增长 30.55%，毛利率提高 5.41 个百分点。

2023 年度，瑞可达扣非后归母净利润降幅 47.39%，主要原因系瑞可达当年度收入不及上年度，扩充海外销售团队和海外销售办事处，海外建厂费用增加，加大研发投入等；其中，在下游重卡换电产品销售订单有所减少、车载智能网联连接器产品市场拓展不及预期、海外通信项目延期、主要客户价格有所调整等影响下，营业收入同比减少 4.32%，毛利率下降 2.02 个百分点；销售费用、管理费用、研发费用分别增长 1,163.25 万元、4,653.13 万元、2,768.70 万元，综合使得净利润下滑程度较大。

公司 2023 年度扣非后归母净利润增长较大主要受当年度营业收入、毛利率、投资收益的影响，具体参见本回复之“问题 1”之“一、结合行业发展及竞争状况”之“（一）结合行业发展及竞争状况”之“3、净利润波动的原因及合理性”之“（2）2023 年度净利润波动的原因及合理性”。

（2）2024 年扣非后归母净利润波动与同行业可比公司对比分析情况

2024 年度，信音电子扣非后归母净利润降幅 12.39%，主要原因系信音电子当期营业收入略微上涨 1.67%，但毛利率同比下降 3.84 个百分点，综合使得营业毛利下滑 2,654.63 万元。

2024 年度，鸿日达扣非后归母净利润降幅 152.84%，主要原因系：①鸿日达 2024 年度确认的股份支付费用为 1,989 万元，而 2023 年该项费用为 19.8 万元，当期增长较多；②为拓展新的业务发展机会，当期管理费用及研发费用较上年同期增长较快，合计增长 3,939.82 万元。

2024 年度，徕木股份扣非后归母净利润降幅 3.95%，变动不大。

2024 年度，瑞可达扣非后归母净利润增幅 32.21%，主要原因系尽管瑞可达当期毛利率同比下降 2.95 个百分点，但营业收入同比增长 55.29%，综合使

得营业毛利增加 14,429.07 万元。

公司 2024 年度扣非后归母净利润增长较大主要受当期营业收入、毛利率、信用减值损失的影响，具体参见本回复之“问题 1”之“一、结合行业发展及竞争状况”之“（一）结合行业发展及竞争状况”之“3、净利润波动的原因及合理性”之“（3）2024 年度净利润波动的原因及合理性”。

（3）2025 年 1-3 月扣非后归母净利润波动与同行业可比公司对比分析情况

2025 年 1-3 月，信音电子扣非后归母净利润降幅 35.85%，主要原因系尽管信音电子当期营业收入同比增长 5.64%，但毛利率同比下降 3.23 个百分点，综合使得营业毛利下降 357.03 万元。

2025 年 1-3 月，鸿日达扣非后归母净利润降幅 832.53%，主要原因系：①尽管鸿日达当期营业收入同比增长 7.60%，但毛利率同比下降 7.38 个百分点，综合使得营业毛利下降 895.69 万元；②当期鸿日达管理人员薪酬增加和子公司东台润田二期厂房投入使用折旧增加，使得管理费用增加了 487.91 万元。

2025 年 1-3 月，徕木股份扣非后归母净利润降幅 15.70%，主要原因系尽管徕木股份当期营业收入同比增长 5.63%，但毛利率同比下降 2.75 个百分点，综合使得营业毛利下降 537.98 万元。

2025 年 1-3 月，瑞可达扣非后归母净利润增幅 80.11%，主要原因系尽管瑞可达当期毛利率同比下降 1.14 个百分点，但营业收入同比增长 64.66%，综合使得营业毛利增加 6,570.79 万元。

公司 2025 年 1-3 月扣非后归母净利润增长较大主要受当期营业收入、毛利率的影响，具体参见本回复之“问题 1”之“一、结合行业发展及竞争状况”之“（一）结合行业发展及竞争状况”之“3、净利润波动的原因及合理性”之“（3）2025 年 1-3 月净利润波动的原因及合理性”。

（四）中介机构核查情况

1、核查程序

针对上述事项，发行人会计师主要执行了以下核查程序：

（1）访谈发行人高级管理人员，了解发行人收入、净利润、毛利率等方面

波动的原因及合理性，收入与利润变动存在差异的原因及合理性，业绩波动是否符合行业趋势；

（2）查询行业研究报告、同行业可比公司公告等资料，了解发行人所处的行业发展情况、市场空间及行业竞争格局等状况；

（3）获取发行人定期报告、临时公告以及收入成本明细表等资料，分析发行人收入、毛利率、期间费用、减值损失、投资收益、其他收益、营业外收支等的匹配性；了解发行人各细分产品的下游应用领域及产品情况和主要客户及变化情况；

（4）获取发行人主要客户的信用政策资料，分析公司对主要客户的信用政策是否有较大变动；

（5）获取同行业可比公司的招股说明书、年度报告等资料，分析同行业可比公司收入、毛利率、净利润波动的原因及合理性；

（6）获取公司对境外光学透镜客户以及对客户 D 和客户 E 的期后回款资料，分析相关客户期后回款数据的准确性及合理性；

（7）获取公司家庭储能重载连接器的销量、收入、成本等数据，分析其规模效应情况以及对公司新能源汽车连接器及组件业务毛利率的影响；

（8）获取连捷精密、昭明电子下游行业波动的行业资料，分析公司对连捷精密、昭明电子的投资收益是否与其下游行业的波动趋势相符合；

（9）获取上市公司电视机出货量相关资料，分析公司光学透镜产品的收入波动是否与前述出货量数据相一致。

2、核查意见

经核查，发行人会计师认为：

（1）报告期内，发行人不同业务板块的收入、毛利率波动原因具有合理性，净利润波动具有合理性；

（2）报告期内，发行人收入与利润变动存在差异的原因具有合理性；

（3）报告期内，发行人收入、毛利率波动符合行业趋势；与同行业可比公司的扣非后归母净利润波动存在差异，具有合理性。

二、结合报告期境外销售的主要业务模式和经营情况，说明对主要客户销售情况及是否发生较大变动；结合境外收入回款情况、报告期内函证涉及金额占境外收入的比例、回函率情况，说明回函相符的金额及比例，未回函原因及对未回函客户收入的核查是否履行替代程序及充分性；结合汇率变动及境外市场环境、相关进出口政策变动等情况，说明境外销售毛利率持续升高的原因及合理性，量化分析汇率波动等对毛利率及公司业绩的影响，以及公司的应对措施

（一）结合报告期境外销售的主要业务模式和经营情况，说明对主要客户销售情况及是否发生较大变动

1、报告期内境外销售的主要业务模式和经营情况

（1）境外销售的主要业务模式

报告期内，公司境外销售采取直接销售的模式，以消费类连接器、光学透镜类产品的客户群体为主。公司销售团队业务能力较强，通过参加展会、拜访潜在客户、现有客户介绍等多种方式积极开拓新客户。

（2）境外销售经营情况

报告期内，公司境外销售区域主要为亚洲、欧洲等地区，境外主营业务收入分别为 23,629.19 万元、22,798.41 万元、30,395.04 万元和 8,679.92 万元，占主营业务收入的比例分别为 20.59%、18.84%、24.52%和 26.34%，公司境外主营业务收入整体呈上升趋势。

2、报告期内境外主要客户销售情况

报告期内，公司境外主要客户销售情况如下：

单位：万元

客户名称	2025 年 1-3 月			2024 年度			2023 年度			2022 年度	
	金额	增长率	排名	金额	增长率	排名	金额	增长率	排名	金额	排名
客户 C	1,824.26	15.29%	1	6,329.10	-1.65%	1	6,435.60	21.97%	1	5,276.55	1
客户 G	594.33	2.34%	4	2,322.92	100.00%	2	0.37	100.00%	-	-	-
客户 I	647.74	21.52%	3	2,132.11	293.80%	3	541.42	1425.58%	-	35.49	-
客户 M	224.24	-50.79%	-	1,822.78	-27.52%	4	2,514.84	-4.43%	2	2,631.33	2
客户 K	764.54	78.04%	2	1,717.67	-10.93%	-	1,928.40	26.86%	3	1,520.13	4
客户 J	514.22	14.45%	-	1,797.17	25.74%	5	1,429.25	17.47%	4	1,216.74	5
客户 H	389.73	38.23%	-	1,127.78	25.18%	-	900.90	-23.17%	5	1,172.52	-

客户 B	16.55	-60.88%	-	169.19	9.60%	-	154.37	-91.93%	-	1,912.30	3
客户 E	541.29	89.69%	5	1,141.42	55.80%	-	732.61	-15.76%	-	869.68	-
合计	5,516.89	-	-	18,560.14	-	-	14,637.76	-	-	14,634.73	-
境外收入	8,701.09	12.95%	-	30,814.50	35.16%	-	22,798.41	-3.86%	-	23,713.03	-
占比	63.40%	-	-	60.23%	-	-	64.21%	-	-	61.72%	-

注 1：上表中 2025 年 1-3 月增长率为年化收入的增长率；

注 2：上表中境外收入为境外主营业务收入与境外其他业务收入的合计数。

报告期内，公司主要客户收入变动较大情况如下：

（1）客户 C：报告期内，公司与该客户合作情况稳定。随着 2023 年下半年苹果等终端品牌一系列新产品的发布以及新技术的加速应用，市场呈现复苏迹象，公司自该客户取得的订单也较 2022 年有所上升。

（2）客户 G：报告期内，公司向该客户主要销售光学透镜产品。其属于韩国 LED 面板市场的主要中间供应商之一，在 LED 面板领域具有显著的市场地位。公司与其以及境外终端客户三星共同开发透镜产品，获得了三星的认可，从而使得公司相关收入增长较多。

（3）客户 I：报告期内，公司向该客户主要销售光学透镜产品。其为韩国上市公司，属于韩国 LED 面板市场的主要中间供应商之一。随着公司开发的产品获得了境外终端客户三星的认可，而其作为三星 LED 重要的制造商，向公司的采购订单逐渐增加，从而使得公司相关收入增长较多。

（4）客户 B：报告期内，公司向该客户主要销售消费类电子连接器产品。2022 年，该客户要求公司将部分产品向其越南子公司供货；2023 年起，该客户要求公司将境外供货的产品逐渐转移至国内。公司根据客户需求调整了交付区域，因此自 2023 年起，公司对该客户的境外销售量显著下降。

（5）客户 M：报告期内，公司向该客户主要销售消费类电子连接器产品。2024 年 10 月起，该客户的越南子公司场地搬迁，使得相关生产计划有所延迟，同时双方合作的老项目结束而新项目放量需要时间，前述因素共同导致该客户减少了对公司产品的采购，因此 2024 年至 2025 年 1-3 月，公司对该客户的境外销售量显著下降。

(二) 结合境外收入回款情况、报告期内函证涉及金额占境外收入的比例、回函率情况, 说明回函相符的金额及比例, 未回函原因及对未回函客户收入的核查是否履行替代程序及充分性

1、报告期内境外收入回款情况

报告期内, 公司境外收入回款情况如下:

单位: 万元

项目	2025 年 1-3 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
境外销售收入	8,701.09	30,814.50	22,798.41	23,713.03
境外收入回款金额	3,319.53	29,092.12	22,743.99	23,621.18
境外收入回款比例	38.15%	94.41%	99.76%	99.61%

综上, 公司 2022 年-2024 年境外收入回款情况较好; 2025 年 1-3 月公司境外收入回款率较低, 主要原因系境外收入回款率计算的截止时点为 2025 年 4 月 30 日, 与报告期期末仅间隔 1 个月, 大部分款项未到约定的收款期。

2、报告期内函证涉及金额占境外收入的比例、回函率情况

报告期内, 保荐机构和申报会计师对境外客户函证情况如下:

单位: 万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
境外销售收入①	30,814.50	22,798.41	23,713.03
发函金额②	25,418.80	14,134.20	12,903.25
发函比例③=②/①	82.49%	62.00%	54.41%
回函金额④	23,253.02	13,138.76	10,875.60
回函比例⑤=④/②	91.48%	92.96%	84.29%
其中: 回函相符金额⑥	15,443.48	8,392.58	8,038.11
回函相符的比例⑦=⑥/②	66.41%	63.88%	73.91%
回函调节后相符的金额⑧	7,809.54	4,746.18	2,837.49
回函相符及回函调节后相符的金额⑨=⑥+⑧	23,253.02	13,138.76	10,875.60
回函相符及回函调节后相符的比例⑩=⑨/②	91.48%	92.96%	84.29%

注 1: 对于 2022 年度、2023 年度和 2024 年度发函比例, 保荐机构的发函比例分别为 54.41%、62.00%和 59.47%, 申报会计师的发函比例分别为 54.41%、62.00%和 82.49%;

注 2: 回函调节后相符的金额⑧: 指客户回函不相符, 但通过调节差异后相符的金额。

2022 年度至 2024 年度, 保荐人和会计师对境外收入的发函比例为 54.41%、62.00%及 82.49%, 回函比例分别为 84.29%、92.96%和 91.48%, 回函

比例较高。对于回函不符的境外收入，保荐人和会计师经过回函差异分析及替代测试后可确认相符，因此将回函相符和调节后相符的合计金额列示为回函调节后相符的金额。2022 年度至 2024 年度，回函相符和调节后相符的合计金额占发函金额的比例分别为 84.29%、92.96%和 91.48%，比例较高。

为确保报告期内收入的真实性和准确性，保荐人和会计师针对境外主要客户独立执行了函证程序，并对函证过程进行了控制。同时编制差异调节表，对收发函信息进行验证确认，并对客户回函情况进行验证统计，对于回函存在差异的通过核验差异调节表确认相关差异事项的原因及合理性。

公司客户未回函的原因主要系：①境外客户商业文化习惯与我国存在差异，部分客户认为回复函证并非其法定义务，回函确认及签章等事项涉及内部较多行政流程，使得回函意愿较低。②部分境外客户系大型集团公司，集团内与公司合作的主体数量较多，函证内容核对涉及其内部跨部门沟通，流程较为繁杂，使得回函意愿较低。

(1) 2022-2024 年度，公司境外收入回函不符情况如下：

单位：万美元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
发行人账面收入金额①	1,092.26	673.22	421.79
客户回函金额②	1,093.41	681.02	417.85
差异金额③=①-②	-1.15	-7.80	3.94
差异率④=③/①	-0.11%	-1.16%	0.93%

2022-2024 年度，公司境外收入回函不符的金额较小，针对回函不符情况，保荐人及申报会计师执行替代测试，核查其销售合同或订单、收入确认凭证、出库单、海关出口报关单、银行回单等，并将函证差异根据原始单据进行差异分析。经核实，境外函证回函差异均为入账时间差异，所有差异均通过与客户补充进行对账后调节相符。

(2) 针对未回函以及未发函的客户，保荐人及申报会计师执行替代测试，主要包括：

- ①检查与境外主要客户签订的相关购销合同、订单，复核货品名称、规格型号、数量、金额以及结算方式等主要条款；
- ②检查与境外收入相关的销售出库单、发票、报关单、提单等原始出口单

据，核查收入发生的真实性、收入确认依据的充分性、收入确认时点的恰当性以及收入确认金额的准确性等；

③检查与客户的交易流水等银行单据并对形成的应收款项进行期后回款查验，2022 年度至 2024 年度，保荐人和会计师核查未回函外销收入和外销应收账款的期后回款金额占未回函外销收入的比例情况如下：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
未回函外销收入的期后回款金额①	2,165.38	995.44	2,027.65
未回函外销收入金额②	2,165.38	995.44	2,027.65
未回函外销收入的期后回款金额占未回函外销收入的比例③=①/②	100.00%	100.00%	100.00%
未回函外销应收账款的期后回款金额④	549.93	1,027.48	832.02
未回函外销应收账款金额⑤	549.93	1,027.48	832.02
未回函外销应收账款的期后回款金额占未回函外销应收账款的比例⑥=④/⑤	100.00%	100.00%	100.00%

④对于出口外销收入，获取报告期内发行人电子口岸数据，并与账面出口外销收入进行核对，以及获取发行人出口退税申报数据并与账面出口外销收入数据进行勾稽核对：

单位：万元

项目		2025 年 1-3 月	2024 年	2023 年	2022 年
外销收入①		8,701.09	30,814.50	22,798.41	23,629.19
海关报关金额匹配	海关报关金额②	8,316.03	30,328.55	21,690.33	21,955.89
	集团内部抵消金额（境外子公司确认为收入但不涉及报关的金额）③	282.96	983.99	1,525.04	1,902.70
	调整后海关报关金额④=②+③	8,599.00	31,312.53	23,215.37	23,858.59
	差异金额（调整后海关报关金额-外销收入）⑤=④-①	-102.09	498.03	416.96	229.40
	差异率（差异金额/外销收入）⑥=⑤/①	-1.17%	1.62%	1.83%	0.97%
出口免抵退税申报销售金额匹配	出口免抵退税申报销售金额⑦	11,517.19	25,411.97	19,429.95	19,299.63
	转厂出口（报关但不申报免抵退税）⑧	701.52	1,835.66	1,626.25	2,011.56
	集团内部抵消金额（境外子公司确认为收入但不涉及报关及免抵退税申报的	282.96	983.99	1,525.04	1,902.00

金额) ⑨				
本期申报以前年度未申报免抵退税金额⑩	3,925.05	-	-	-
本期已出口但尚未申报免抵退税金额⑪	-	3,082.63	634.56	639.81
调整后出口免抵退税申报销售金额⑫=⑦+⑧+⑨-⑩+⑪	8,576.62	31,314.25	23,215.79	23,853.00
差异金额(出口免抵退税申报销售金额-外销收入) ⑬=⑫-①	-124.47	499.75	417.38	223.81
差异率(差异金额/外销收入) ⑭=⑬/①	-1.43%	1.62%	1.83%	0.95%

由上表可知，未回函客户外销收入与海关数据存在差异。主要原因系（1）电子口岸数据使用外币计量，统计折算成人民币时采用年平均汇率，与账面确认出口外销收入时所采用的汇率存在差异；（2）电子口岸数据以结关日期为统计时点，出口退税申报数据以单证齐全后填制申报表日期为统计时点，与账面外销收入确认时点存在时间差异。

综上，公司电子口岸数据、出口退税申报数据与账面出口外销收入差异率合理，出口外销收入真实准确。

经过上述核查，未发函、未回函及回函差异收入对应的报关单、提单、销售出库单据、发票、合同等文件与公司账面记载相匹配，回函差异事项不属于财务报表错报，相关客户的收入金额可确认，发行人的外销收入真实发生、账面记载金额准确。

综上所述，保荐人及申报会计师执行上述程序确定公司报告期内境外销售收入的真实性，具有充分性。

（三）结合汇率变动及境外市场环境、相关进出口政策变动等情况，说明境外销售毛利率持续升高的原因及合理性，量化分析汇率波动等对毛利率及公司业绩的影响，以及公司的应对措施

1、结合汇率变动及境外市场环境、相关进出口政策变动等情况，说明境外销售毛利率持续升高的原因及合理性

（1）汇率变动情况

报告期内，公司境外销售主要以美元计价；在其他条件不变的情况下，美元兑人民币汇率上升会提高境外销售毛利率，汇率下降则拉低境外销售毛利率。报告期内，美元兑人民币汇率走势情况如下：



报告期内，美元兑人民币汇率整体增加（即美元升值），使得公司境外销售毛利率有所增加。

（2）境外市场环境、相关进出口政策变动情况

报告期内，公司境外主营业务收入按销售区域划分如下：

单位：万元

区域	2025 年 1-3 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
境外销售	8,679.92	26.34%	30,395.04	24.52%	22,798.41	18.84%	23,629.19	20.59%
其中：亚洲	7,276.18	22.08%	26,294.28	21.21%	7,631.93	6.31%	10,471.58	9.12%
欧洲	814.37	2.47%	3,006.38	2.42%	2,014.94	1.67%	1,856.11	1.62%
美国	573.71	1.74%	1,051.41	0.85%	1,678.13	1.39%	1,315.87	1.15%
合计	32,951.21	100.00%	123,982.71	100.00%	121,006.73	100.00%	114,762.18	100.00%

注：上表中的比例为占主营业务收入的比例。

报告期内，公司境外主营业务收入分别为 23,629.19 万元、22,798.41 万

元、30,395.04 万元和 8,679.92 万元，占主营业务收入的比例分别为 20.59%、18.84%、24.52%和 26.34%。公司境外收入总体有所上升，主要产品进口国涉及亚洲的马来西亚、越南、新加坡、泰国以及欧洲的法国等地区、国家。近期，前述相关国家的产品进口政策未有重大变化。

报告期内，公司来自于美国的收入占比分别为 1.15%、1.39%、0.85%和 1.74%。2025 年以来，美国政府宣布对所有中国输美商品多次加征关税；这些关税措施预计将拉低未来公司对美国客户的毛利率，从而对公司来自于美国的业绩产生一定不利影响，但预测不会对公司总体经营业绩产生大的不利影响。

(3) 境外销售毛利率波动原因具体分析

报告期内，公司境外主营业务销售毛利率分别为 24.03%、30.06%、35.60%和 35.08%，整体呈上升趋势。

项目	2025 年 1-3 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
境外销售毛利率	35.08%	35.60%	30.06%	24.03%
美元兑人民币汇率波动的影响	0.58%	0.60%	3.58%	-

2023 年度，公司境外销售毛利率较上年度增加 6.04 个百分点，主要原因系 2023 年度美元兑人民币汇率增加，汇率波动使得境外销售毛利率上升 3.58 个百分点；2023 年度剔除汇率波动影响后的境外销售毛利率为 26.49%，较 2022 年境外销售毛利率 24.03%略有上升。

2024 年度，公司境外销售毛利率较上年度增加 5.54 个百分点，主要原因系 2024 年公司境外销售中的产品结构发生变化，毛利率相对较高的光学透镜收入规模增加较多，从而使得境外销售毛利率增加；2024 年，随着公司在境外销售中的光学透镜新客户开拓、新产品导入，公司光学透镜境外收入增加 3,588.39 万元，增长率为 623.96%，使得境外销售毛利率增加 7 个百分点。

2、量化分析汇率波动等对毛利率及公司业绩的影响，以及公司的应对措施

(1) 量化分析汇率波动等对毛利率及公司业绩的影响

报告期内，公司外销主要以美元计价；公司确认收入的美元兑人民币中间价平均汇率及其变动情况如下：

期间	平均汇率	变动率
----	------	-----

2025 年 1-3 月	7.1772	0.94%
2024 年度	7.1102	0.96%
2023 年度	7.0424	5.15%
2022 年度	6.6972	-

报告期内，美元兑人民币汇率波动对公司毛利率及利润总额的影响具体量化分析如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-3 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
实际销售收入	33,669.18	128,735.17	124,132.36	117,038.93
实际毛利率	25.36%	23.86%	22.99%	21.22%
将外销收入按上一年度美元兑人民币中间价平均汇率折算后的销售收入	33,591.55	128,450.90	123,014.05	-
折算后重新计算的毛利率	25.19%	23.69%	22.29%	-
汇率波动对毛利率变动的影响	0.17%	0.17%	0.70%	-
汇兑收益	13.38	573.58	220.38	910.92
利润总额	3,128.49	10,614.64	6,250.10	5,835.69
汇兑收益占利润总额的比例	0.43%	5.40%	3.53%	15.61%

由上表可知，报告期内，美元兑人民币汇率波动对公司毛利率影响分别为 0.70%、0.17%和 0.17%，影响相对较小。

2022 年度、2023 年度、2024 年度和 2025 年 1-3 月，公司汇兑收益金额均为正值，与利润总额的比例分别为 15.61%、3.53%、5.40%和 0.43%；与 2022 年度、2023 年度、2024 年和 2025 年 1-3 月美元兑人民币呈现升值趋势（参见前述美元兑人民币汇率走势情况）相符合，具有匹配性。2022 年度，公司汇兑收益金额与利润总额的比例为 15.61%，比值较大，主要原因系：一方面，2022 年度美元兑人民币汇率急剧上升，使得公司当年度汇兑收益金额较大；另一方面，2022 年度，公司净利润较 2021 年度下降 5,177.67 万元，降幅 48.30%。

综上所述，报告期内，公司毛利率和汇兑收益金额与汇率波动趋势保持一致，不存在重大异常波动情形。

（2）为降低汇率波动影响而采取的应对措施

报告期内，汇率波动对公司经营业绩产生了一定程度的影响。为降低汇率波动对公司经营业绩的不利影响，公司采取了一系列的积极应对措​​施，具体如下：

（1）公司在外销产品定价时考虑汇率波动因素影响，以减少汇率波动对公司经营业绩的不利影响；

(2) 公司不断提升外币资金管理效率，提前制定外币资金需求与使用计划，提高外币资金使用效率，降低汇率大幅波动造成的汇兑损失。

(3) 公司加强对财务人员的汇率风险相关专业培训，提升财务人员对外币波动的分析判断能力和风险管理能力。

未来，公司将继续跟进分析汇率波动对经营业绩可能产生的不利影响，并将视情况采取汇率套期保值等多种措施降低汇率波动的影响，保证公司经营业绩的稳定。

(四) 中介机构核查情况

1、核查程序

针对上述事项，发行人会计师主要执行了以下核查程序：

(1) 访谈发行人管理层，了解公司境外销售的主要业务模式、境外销售毛利率持续升高的原因及合理性、公司针对汇率波动的应对措施；

(2) 取得发行人境外销售明细表，核查境外销售经营情况及主要客户情况，分析报告期内公司境外销售收入变动、毛利率变动的合理性；

(3) 对 **2022 年度至 2024 年度** 中金额较大的境外销售实施了函证程序，并将函证结果与公司账面记录进行核对，对回函不符客户进行不符调节，对未回函客户执行替代测试；

(4) 获取境外市场环境及汇率变动的资料，分析境外市场环境的贸易关系、政治环境以及汇率变动情况等。

2、核查意见

经核查，发行人会计师认为：

(1) **发行人境外收入具有真实性**，主要客户销售情况及发生较大变动的原因具有合理性；

(2) 对于涉及境外销售未回函的函证，针对未回函客户收入的核查已履行充分适当的替代程序；

(3) 发行人境外销售毛利率持续升高的原因具有合理性，汇率波动对毛利率及公司业绩具有一定的影响，公司的相关应对措施具有有效性。

三、结合（1）和应收类科目占收入比例、账龄、回款情况说明应收类科目余额和占比变动的原因及合理性，应收票据及应收款项融资金额自 2022 年显著上升的原因及合理性，结合坏账准备计提政策及相关客户的信用变化情况，说明坏账准备计提是否充分

（一）结合（1）和应收类科目占收入比例、账龄、回款情况说明应收类科目余额和占比变动的原因及合理性

1、应收类科目占收入比例、账龄、回款情况

（1）应收类科目占收入比例

项目	2025 年 3 月 31 日 /2025 年 1-3 月		2024 年 12 月 31 日 /2024 年度		2023 年 12 月 31 日 /2023 年度		2022 年 12 月 31 日/2022 年 度
	金额	变动率	金额	变动率	金额	变动率	金额
应收票据账面余额	15,824.96	16.50%	13,583.95	-40.79%	22,940.65	52.49%	15,044.46
应收账款账面余额	51,763.21	-1.80%	52,711.56	8.47%	48,596.81	5.44%	46,091.14
应收款项融资账面余额	1,557.08	4700.46%	32.44	-91.51%	382.17	57.03%	243.38
应收类科目小计	69,145.26	4.25%	66,327.95	-7.77%	71,919.63	17.17%	61,378.98
营业收入	33,669.18	-7.49%	128,735.17	3.71%	124,132.36	6.06%	117,038.93
应收类科目占营业收入比例	51.34%	-	51.52%	-	57.94%	-	52.44%

注：2025 年 1-3 月应收类科目占营业收入比例经年化处理。2025 年 1-3 月营业收入变动率为对比 2024 年 10-12 月营业收入的增长率。

报告期内，公司应收类科目占收入比例分别为 52.44%、57.94%、51.52%和 51.34%，整体较为平稳。报告期内，公司应收类科目账面余额主要变动原因情况如下：

①应收票据变动分析

报告期内，公司应收票据主要为应收客户 A 的票据。报告期各期末，公司应收票据变动率分别为 52.49%、-40.79%和 16.50%，主要原因系：受公司对客户 A 销售交易金额和客户 A 票据期限的影响较大。一方面，2022 年-2023 年，公司对客户 A 的销售收入分别为 22,755.53 万元、29,099.92 万元，2023 年较 2022 年增幅 27.88%，使得应收票据增长较大。2024 年，公司对客户 A 的销售收入为 18,470.70 万元，降幅为 36.53%，使得应收票据下降幅度较大。另一方面，客户 A 自 2022 年起对开立的票据承兑期限延长 3 个月，从而使得公司应收

票据金额自 2022 年起整体增加；基于向公司的采购规模较大，客户 A 要求公司接受由 3 个月票据承兑改为 6 个月票据承兑的结算方式，而公司鉴于与客户 A 的合作时间较长、合作规模较大以及客户 A 综合实力较强等因素，同意客户 A 的结算方式变更。

在剔除客户 A 的影响后，报告期内公司应收票据账面余额变动情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 3 月 31 日		2024 年 12 月 31 日		2023 年 12 月 31 日		2022 年 12 月 31 日
	金额	变动率	金额	变动率	金额	变动率	金额
应收票据	15,824.96	16.50%	13,583.95	-40.79%	22,940.65	52.49%	15,044.46
其中：客户 A	13,226.49	19.28%	11,088.73	-47.16%	20,983.83	58.46%	13,242.59
其中：其他客户	2,598.47	4.14%	2,495.22	27.51%	1,956.83	8.60%	1,801.87

由上表可知，在剔除客户 A 应收票据后，2023 年末较 2022 年末及 2025 年 3 月末较 2024 年末变动较为平稳。2024 年末应收票据较 2023 年度增加 27.51%，主要是由于 2024 年新增客户小鹏汽车采用票据进行结算，公司对其的期末未到期应收票据增加 436.99 万所致。

②应收账款变动分析

报告期内，公司应收账款变动率分别为 5.44%、8.47%和-1.80%，营业收入变动率分别为 6.06%、3.71%和-7.49%，报告期内变动率趋势基本一致，具有合理性。

③应收款项融资变动分析

报告期各期末，公司应收款项融资分别为 243.38 万元、382.17 万元、32.44 万元和 1,557.08 万元。2025 年 3 月末，公司应收款项融资增长较多，主要原因系：每年末公司根据经营需要，通常会对持有的银行承兑汇票进行贴现，以满足公司运营资金需求，从而使得每年末的应收款项融资金额较小。在 2025 年 3 月末时，因未到年末时点，公司未贴现较多银行承兑汇票，导致该时点的应收款项融资余额大于各年末金额。

(2) 应收类科目账龄情况

①应收票据

报告期各期末，公司应收票据账面余额及账龄情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 3 月 31 日		2024 年 12 月 31 日		2023 年 12 月 31 日		2022 年 12 月 31 日
	金额	变动率	金额	变动率	金额	变动率	金额
应收票据	15,824.96	16.50%	13,583.95	-40.79%	22,940.65	52.49%	15,044.46
其中：1 年以内	15,824.96	16.50%	13,583.95	-40.79%	22,940.65	52.49%	15,044.46

报告期内，公司应收票据账龄均在 1 年以内。

②应收账款

报告期各期末，公司应收账款账面余额及账龄情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 3 月 31 日		2024 年 12 月 31 日		2023 年 12 月 31 日		2022 年 12 月 31 日
	金额	变动率	金额	变动率	金额	变动率	金额
应收账款	51,763.21	-1.80%	52,711.56	8.47%	48,596.81	5.44%	46,091.14
其中：1 年以内	50,456.74	-1.64%	51,297.25	8.60%	47,233.44	5.47%	44,784.60
1-2 年	615.95	-20.84%	778.13	-26.21%	1,054.59	72.48%	611.44
2-3 年	182.16	-30.93%	263.73	10.77%	238.09	196.48%	80.30
3-4 年	437.05	44.83%	301.76	3908.01%	7.53	-90.73%	81.21
4-5 年	3.60	-52.17%	7.53	-88.08%	63.16	65.07%	38.26
5 年以上	67.72	7.22%	63.16	100.00%	-	-100.00%	495.32

报告期各期末，公司 1 年以内的应收账款余额分别为 44,784.60 万元、47,233.44 万元、51,297.25 万元和 50,456.74 万元，占应收账款余额比例分别为 97.17%、97.19%、97.32%和 97.48%，占比较高。

③应收款项融资

报告期各期末，公司应收款项融资账面余额及账龄情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 3 月 31 日		2024 年 12 月 31 日		2023 年 12 月 31 日		2022 年 12 月 31 日
	金额	变动率	金额	变动率	金额	变动率	金额
应收款项融资原值	1,557.08	4700.46%	32.44	-91.51%	382.17	57.03%	243.38
其中：1 年以内	1,557.08	4700.46%	32.44	-91.51%	382.17	57.03%	243.38

报告期内，公司应收款项融资账龄均在 1 年以内。

(3) 应收类科目期后回款情况

报告期各期末，公司应收类科目账面余额及期后回款情况如下：

单位：万元

报告期	项目	金额	期后回款金额	期后回款比例	期后回款截止期间
2025 年 3 月 31 日	应收票据	15,824.96	16.78	0.11%	2025 年 4 月 30 日
	应收账款	51,763.21	12,384.75	23.93%	2025 年 4 月 30 日
	应收款项融资	1,557.08	-	0.00%	2025 年 4 月 30 日
2024 年 12 月 31 日	应收票据	13,583.95	6,722.29	49.49%	2025 年 4 月 30 日
	应收账款	52,711.56	42,964.31	81.51%	2025 年 4 月 30 日
	应收款项融资	32.44	5.84	18.02%	2025 年 4 月 30 日
2023 年 12 月 31 日	应收票据	22,940.65	22,940.65	100.00%	2024 年度
	应收账款	48,596.81	47,723.67	98.20%	2024 年度
	应收款项融资	382.17	382.17	100.00%	2024 年度
2022 年 12 月 31 日	应收票据	15,044.46	15,044.46	100.00%	2023 年度
	应收账款	46,091.14	44,808.66	97.22%	2023 年度
	应收款项	243.38	243.38	100.00%	2023 年度

由上表可知，公司 2022 年末和 2023 年末应收账款期后回款情况较好；

2024 年末、2025 年 3 月末公司应收票据、应收账款期后回款率不高，主要原因系期后回款统计的截止时点为 2025 年 4 月 30 日，与报告期期末间隔仅 1-4 个月，时间较短，公司应收票据和应收款项融资的收款期限大部分为 6 个月，应收账款信用期大部分为月结 60 天-120 天，应收款项未到收款期。

（二）应收票据及应收款项融资金额自 2022 年显著上升的原因及合理性

1、应收票据及应收款项融资科目变动情况

报告期内，公司应收票据及应收款项融资变动情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 3 月 31 日 /2025 年 1-3 月		2024 年 12 月 31 日 /2024 年度		2023 年 12 月 31 日 /2023 年度		2022 年 12 月 31 日/2022 年度
	金额	变动率	金额	变动率	金额	变动率	金额
应收票据账面原值	15,824.96	16.50%	13,583.95	-40.79%	22,940.65	52.49%	15,044.46
应收款项融资账面原值	1,557.08	4700.46%	32.44	-91.51%	382.17	57.03%	243.38
合计	17,382.04	27.66%	13,616.39	-41.62%	23,322.82	52.56%	15,287.84

报告期内，公司应收款项融资科目主要核算信用等级较高银行（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、招商银行、浦发银行、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）承兑的银行承兑汇票；应收票据科目主要核算信用等级一般银行承兑的银行承兑汇票以及商业承兑汇票。

报告期内，公司应收票据科目以及应收款项融资科目自 2022 年显著上升的

原因参见本回复之“问题 1”之“三、结合（1）和应收类科目占收入比例”之“（一）结合（1）和应收类科目占收入比例”之“1、应收类科目占收入比例、账龄、回款情况”。

2、应收票据及应收款项融资科目变动与同行业可比公司对比情况

报告期内，公司应收票据及应收款项融资主要为新能源汽车连接器及组件产品的客户，因此选取新能源汽车连接器业务收入占比较高的同行业可比公司进行对比。报告期内，公司应收票据及应收款项融资科目增长率与同行业可比公司对比情况如下：

项目	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
得润电子	不适用	不适用	不适用
徕木股份	18.34%	107.96%	155.39%
瑞可达	22.63%	-9.86%	62.77%
平均值	20.49%	49.05%	109.08%
公司	-41.62%	52.56%	113.26%

注 1：2023 年度及 2024 年度，得润电子的汽车电子及新能源汽车业务收入占比 36.01%和 24.87%，占比较低，故不适用；

2022 年末和 2023 年末，公司应收票据及应收款项融资科目增长率与同行业可比公司增长率较一致。2024 年末，公司应收票据及应收款项融资科目负增长，主要原因系公司的新能源汽车连接器及组件业务当期收入同比下降 28.14%，具有合理性。2024 年末，同行业可比公司徕木股份、瑞可达的应收票据及应收款项融资科目正增长，分析如下：瑞可达的新能源汽车连接器业务当期收入同比增长 59.46%，徕木股份的汽车精密连接器及组件、配件业务当期收入同比增长 49.68%。

综上，报告期内公司应收票据及应收款项融资的波动具有合理性。

（三）结合坏账准备计提政策及相关客户的信用变化情况，说明坏账准备计提是否充分

报告期内，公司应收类科目坏账计提情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 3 月 31 日			2024 年 12 月 31 日		
	账面余额	坏账准备	账面价值	账面余额	坏账准备	账面价值

应收票据	15,824.96	681.39	15,143.58	13,583.95	601.37	12,982.58
应收账款	51,763.21	4,147.06	47,616.15	52,711.56	4,235.15	48,476.41
应收款项融资	1,557.08	-	1,557.08	32.44	-	32.44
合计	69,145.26	4,828.45	64,316.81	66,327.95	4,836.52	61,491.43
项目	2023 年 12 月 31 日			2022 年 12 月 31 日		
	账面余额	坏账准备	账面价值	账面余额	坏账准备	账面价值
应收票据	22,940.65	1,097.69	21,842.96	15,044.46	715.99	14,328.47
应收账款	48,596.81	3,747.47	44,849.34	46,091.14	3,472.13	42,619.01
应收款项融资	382.17	-	382.17	243.38	-	243.38
合计	71,919.63	4,845.16	67,074.47	61,378.98	4,188.11	57,190.86

报告期各期末，公司应收票据及应收款项融资各期账龄均为一年以内；报告期各期末，公司应收账款账龄情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 3 月 31 日		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	金额	占比
1 年以内	50,456.74	97.48%	51,297.25	97.32%	47,233.44	97.19%	44,784.60	97.17%
1-2 年	615.95	1.19%	778.13	1.48%	1,054.59	2.17%	611.44	1.33%
2-3 年	182.16	0.35%	263.73	0.50%	238.09	0.49%	80.30	0.17%
3-4 年	437.05	0.84%	301.76	0.57%	7.53	0.02%	81.21	0.18%
4-5 年	3.60	0.01%	7.53	0.01%	63.16	0.13%	38.26	0.08%
5 年以上	67.72	0.13%	63.16	0.12%	0.00	0.00%	495.32	1.07%
合计	51,763.21	100.00%	52,711.56	100.00%	48,596.81	100.00%	46,091.14	100.00%

报告期各期末，公司的应收账款主要为账龄在一年以内的应收账款，账龄超过一年的应收账款占比较小，表明公司应收账款回款情况良好。

1、公司坏账准备计提政策

对于应收票据、应收账款、应收款项融资，若某一客户信用风险特征与组合中其他客户显著不同，或该客户信用风险特征发生显著变化，本公司对该应收款项单项计提坏账准备。除单项计提坏账准备的应收款项之外，本公司依据信用风险特征对应收款项划分组合，在组合基础上计算坏账准备。

对于应收票据、应收账款、应收款项融资及合同资产具体划分组合情况如下：

应收票据组合

(1) 应收票据组合 1：银行承兑汇票

(2) 应收票据组合 2：商业承兑汇票

应收账款组合

- (1) 应收账款组合 1: 应收上市公司客户
- (2) 应收账款组合 2: 应收其他公司客户
- (3) 应收账款组合 3: 应收合并报表范围内公司款项

对于划分为组合的应收票据、应收款项融资，本公司参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，通过违约风险敞口和整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失。

报告期各期末，公司根据企业会计准则和公司会计政策要求计提的应收款项融资（信用等级较高银行的银行承兑汇票）坏账准备金额为零。

对于划分为组合的应收账款，本公司参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，编制应收账款账龄/逾期天数与整个存续期预期信用损失率对照表，计算预期信用损失。

报告期内，公司按照不同账龄测算的应收账款坏账计提比例如下：

账龄	坏账计提比例			
	2025 年 3 月 31 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
1 年以内	6.16%	6.18%	5.94%	5.20%
1-2 年	34.12%	34.00%	50.90%	71.92%
2-3 年	60.17%	58.93%	75.85%	81.78%
3-4 年	73.04%	72.80%	82.75%	82.76%
4 年以上	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

注：上表的应收账款坏账计提比例不考虑单项计提坏账准备的情况。

自 2024 年起，公司对账龄 1 年以上的应收账款进行积极催收，引起 2024 年、2025 年 1-3 月长账龄的应收账款回款金额增加，这使得测算 2024 年、2025 年 1-3 月账龄 1 年以上的应收账款迁徙率下降，最终导致 2024 年末、2025 年 3 月末的 1 年以上坏账计提比例较以前年度有所下降。

报告期内，同行业上市公司应收账款按照账龄的坏账计提比例如下：

名称	得润电子	意华股份	信音电子	鸿日达	徕木股份	瑞可达
1 年以内	1.65%	5.00%	未披露	5.00%	5.00%	5.00%
1-2 年	28.82%	10.00%		20.00%	10.00%	10.00%
2-3 年	77.82%	50.00%		50.00%	25.00%	30.00%
3 至 4 年	100.00%	100.00%		100.00%	50.00%	50.00%
4 至 5 年					70.00%	80.00%

5年以上					100.00%	-
------	--	--	--	--	---------	---

注：得润电子按照账龄测算的应收账款坏账计提比例为其 2024 年度家电与消费类电子客户组合和汽车电子行业客户组合合计后的计提比例。

由上表可知，公司按照账龄测算的坏账准备计提政策较同行业上市公司具有谨慎性。

2、相关客户的信用变化情况

报告期内，公司主要客户的信用政策变化情况如下：

客户名称	2025 年 1-3 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
客户 A	月结 60 天	月结 60 天	月结 60 天	月结 60 天
客户 B	月结 90 天	月结 90 天	月结 90 天	月结 90 天
客户 C	月结 90 天，月结 120 天	月结 90 天，月结 120 天	月结 90 天，月结 120 天	月结 90 天，月结 120 天
客户 D	月结 120 天	月结 120 天	月结 120 天	月结 90 天
客户 E	月结 165 天	月结 165 天	月结 165 天	月结 150 天
客户 P	月结 90 天	月结 90 天	月结 90 天	月结 90 天
客户 Z	月结 102 天	月结 102 天	月结 102 天	月结 102 天
客户 N	月结 90 天	月结 90 天	月结 90 天	月结 90 天

报告期内，公司对主要客户信用政策变化的为客户 D 和客户 E。公司对客户 D 和客户 E 的信用期延长，主要基于公司与该两家客户合作时间较长、客户历史回款情况良好，且该两家客户均为综合实力较强的上市公司，故公司同意给予适当延长，具有合理性。

3、与同行业可比公司对比情况

报告期各期末，公司应收票据及应收款项融资坏账计提情况与同行业可比公司对比情况如下：

公司名称	2025 年 3 月 31 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
得润电子	未披露	0.27%	0.23%	0.37%
意华股份	未披露	0.74%	1.22%	2.61%
信音电子	未披露	0.00%	0.00%	0.00%
鸿日达	未披露	2.72%	2.00%	2.93%
徕木股份	未披露	0.00%	0.00%	0.00%
瑞可达	未披露	0.14%	0.81%	0.47%
平均值	未披露	0.65%	0.71%	1.06%
公司	3.92%	4.42%	4.71%	4.68%

相较于同行业可比公司，公司的应收票据及应收款项融资坏账准备计提充分，具有谨慎性。

报告期各期末，公司应收账款坏账计提情况与同行业可比公司对比情况如下：

公司名称	2025年3月31日	2024年12月31日	2023年12月31日	2022年12月31日
得润电子	未披露	21.23%	15.43%	15.54%
意华股份	未披露	16.69%	5.73%	6.28%
信音电子	未披露	1.32%	1.13%	1.13%
鸿日达	未披露	6.02%	5.47%	5.72%
徕木股份	未披露	8.67%	8.32%	7.87%
瑞可达	未披露	8.57%	9.72%	7.77%
平均值	未披露	10.41%	7.63%	7.39%
公司	8.01%	8.03%	7.71%	7.53%

2024 年度，得润电子与意华股份按单项计提坏账准备的应收账款分别增加 1.23 亿元和 2.08 亿元，使得上述可比公司 2024 年度单项计提坏账比例显著提高。

除去上述因素影响，报告期各期末，公司应收账款坏账准备计提比例与同行业可比上市公司平均水平基本一致，不存在显著差异。

综上，公司已根据坏账准备计提政策，足额计提坏账准备。

（四）中介机构核查情况

1、核查程序

针对上述事项，发行人会计师主要执行了以下核查程序：

（1）访谈发行人高级管理人员，了解发行人应收类科目余额和占比变动的原因及合理性，以及坏账准备计提的情况；

（2）获取发行人定期报告，分析发行人资产减值会计政策的合理性，复核报告期内政策的一贯性；分析检查应收款项账龄划分及坏账计提的合理性和准确性；

（3）对 2022 年度至 2024 年度金额较大的应收账款余额实施函证程序，了解应收账款的回款情况；

（4）获取应收类科目期后回款明细，检查报告期各期应收款项的期后回款情况。

2、核查意见

经核查，发行人会计师认为：应收类科目余额和占比变动的原因具有合理性；应收票据及应收款项融资金额波动的原因具有合理性；报告期内，公司坏账准备计提充分。

四、结合发货流程及收入确认情况、盘点安排、期后结转情况及平均结转周期、账龄等，说明发出商品形成的原因及合理性，相关收入确认的情况，是否存在长期未被接收或退回的商品；进一步结合（1）、订单覆盖率、存货跌价准备计提政策及同行业可比公司情况等，说明存货金额及其结构变化的原因及是否与业绩波动情况相匹配，存货周转率逐步下降的原因及合理性，结合计提减值损失对应的产品类型、具体计算过程和依据，说明存货跌价准备计提是否充分

（一）结合发货流程及收入确认情况、盘点安排、期后结转情况及平均结转周期、账龄等，说明发出商品形成的原因及合理性，相关收入确认的情况，是否存在长期未被接收或退回的商品

报告期各期末，公司存货账面余额的账龄情况如下：

单位：万元

项目/报告期	2025年3月31日		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	金额	占比
存货期末余额	19,592.48	100.00%	17,892.57	100.00%	16,975.29	100.00%	15,446.73	100.00%
其中：1年以内	18,192.77	92.86%	16,607.05	92.82%	15,936.21	93.88%	14,651.60	94.85%
1-2年	980.57	5.00%	947.49	5.30%	827.90	4.88%	607.67	3.93%
2-3年	261.65	1.34%	243.24	1.36%	178.41	1.05%	110.68	0.72%
3年以上	157.49	0.80%	94.80	0.53%	32.77	0.19%	76.78	0.50%

报告期内，公司一年以内存货库龄占比分别为 94.85%、93.88%、92.82%和 92.86%，表明公司存货质量整体较高。

1、公司发货流程及收入确认时点

报告期各期末，公司发出商品基本均由 VMI 模式下的发出货物构成。公司 VMI 模式发货流程：在收到客户的出货申请后，公司业务跟单根据客户出货申请通知仓库进行备货，业务跟单随后打印出货单。出货单在业务跟单及仓库人员签字盖章后，随货物一起发往客户指定仓库。在货物到达客户指定仓库后，

客户仓管在商品验收无误后签收出货单，完成商品交付；公司以客户实际领用产品时点作为控制权发生转移时点，确认收入。

2、公司针对发出商品的盘点安排

在 VMI 模式下，客户仓库存在严格的管理规定及内部管控要求，且存放于 VMI 仓的存货一直处于流动状态。在年末时点，由于客户自身存在盘点工作等，客户通常较难配合公司进行 VMI 仓的发出商品现场盘点，故公司年末时点未对发出商品进行盘点。在日常工作中，公司未对发出商品进行盘点，主要原因系公司每月通过供应链电子数据交换平台以及邮件对账方式与客户领用产品情况进行核对，以达到对发出商品进行盘点的目的，故公司能对发出商品进行有效管理，发出商品损毁灭失风险较低。

关于发出商品金额的准确性，保荐人及申报会计师执行的核查程序如下：

（1）检查公司与客户期后对发出商品的结算、开票、回款、确认收入情况；报告期内，公司发出商品期后结转比例分别为 99.67%、95.88%、91.03%和 66.81%，2025 年 3 月末期后结转比例较低，主要原因是期后结转统计截止期间为 2025 年 4 月 30 日，部分发出商品未到与客户约定的结算期故未结转，其余报告期间结转情况整体较好；（2）检查公司与客户签订的销售框架合同、销售订单，核实合同中关于 VMI 条款的约定，核对商品型号、数量、金额等信息，确保与实际发出商品情况相符；（3）检查发出商品对应的出货签收单、物流单，确认发出商品的型号、数量、规格、日期等信息与账面记录一致，确认商品已由客户签收进入其仓库；（4）针对公司通过客户供应链系统与客户进行发出商品的对账，登录客户供应链系统，将系统中的入库、领用、库存等记录与公司账面进行核对，获取发行人与客户的对账记录并检查了对账过程；（5）在报告期前后进行截止性测试，确认发出商品的记录均计入正确的会计期间。

3、公司发出商品期后结转情况、平均结转周期、账龄以及收入确认情况

报告期各期末，公司发出商品累计结转金额、结转比例以及收入确认情况如下：

单位：万元

项目/报告期	2025 年 3 月 31 日 /2025 年 1-3 月	2024 年 12 月 31 日/2024 年 度	2023 年 12 月 31 日/2023 年 度	2022 年 12 月 31 日/2022 年 度
发出商品期末余额①	2,832.34	2,743.10	1,927.69	2,083.22
期后结转成本金额②	1,892.33	2,497.14	1,848.29	2,076.35
结转比例③=②÷①	66.81%	91.03%	95.88%	99.67%
确认收入金额④	2,297.22	3,316.73	2,247.68	2,531.09

报告期各期末，公司发出商品账龄以及平均结转周期情况如下：

单位：万元

项目/报告期	2025 年 3 月 31 日 /2025 年 1-3 月	2024 年 12 月 31 日/2024 年 度	2023 年 12 月 31 日/2023 年度	2022 年 12 月 31 日/2022 年度
发出商品期末余额	2,832.34	2,743.10	1,927.69	2,083.22
其中：1 年以内	2,809.74	2,669.80	1,898.18	2,058.87
1-2 年	21.19	65.83	24.40	18.41
2-3 年	1.40	3.05	5.11	5.93
3 年以上	-	4.42	0.62	0.56
VMI 模式平均结转周期	45 天左右			

由上表可知，报告期内公司发出商品的**账龄较短**，周转速度较快，表明公司存货管理整体处于良好状态，能够有效匹配销售进度，符合公司的业务运营模式。报告期各期末，部分尚未结转的发出商品主要系在 VMI 模式下，公司交付给客户的部分产品中包含维修用配件。由于这些配件需由客户根据实际需求领用，因此尚未结转。该情况属于公司正常业务流程中的合理安排，符合 VMI 模式的管理特点。除此之外，公司不存在大额长期呆滞的发出商品。

4、发出商品形成的原因及合理性

在 VMI 模式下，公司发货至客户的指定仓库，客户在使用货物后根据实际领用情况与公司结算；公司按照客户领用数量、金额进行收入确认，未领用的数量形成发出商品库存。VMI 模式是近年来大中型企业在生产过程中常采用的模式，尤其在电子信息产品制造、汽车制造等零部件种类、型号数量众多的生产行业中得到较多应用。一方面，对于供应商来说，能够根据获取的客户实时消耗数据和 VMI 仓库存情况进行及时补货，快速响应客户的需求；另一方面，对于客户来说，可以有效地降低其库存量并减少资金的消耗。在 VMI 模式下，交易双方都可以最大可能地减少由于独立预测而带来的不确定性导致的资金、商品周转和货物配送时间成本的浪费，降低了供应链的总成本，适应市场及行业发展的需要，具有其快速发展的合理性。

5、是否存在长期未被接收或退回的商品

截至 2025 年 3 月 31 日，公司 1 年以上发出商品余额为 22.60 万元，占比仅为期末发出商品总额的 0.80%。该部分发出商品主要系公司在 VMI 销售模式下，货物发往客户仓库时包含部分维修用备件，而这些备件尚未被客户领用所致。该情况属于 VMI 模式下的正常业务安排，符合公司与客户的业务约定及管理流程。

综上所述，公司发出商品的形成原因具有合理性，且最近一期期末不存在长期未被客户接收或退回的商品。

（二）进一步结合（1）、订单覆盖率、存货跌价准备计提政策及同行业可比公司情况等，说明存货金额及其结构变化的原因及是否与业绩波动情况相匹配，存货周转率逐步下降的原因及合理性

1、公司订单覆盖率情况

报告期内，公司在手订单以及订单覆盖率情况如下：

单位：万元

项目/报告期	2025 年 3 月 31 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
在手订单金额①	18,014.83	15,850.14	14,749.53	14,871.17
存货账面余额②	19,592.48	17,892.57	16,975.29	15,446.73
主营业务收入③	32,951.21	123,982.71	121,006.73	114,762.18
主营业务成本④	24,591.63	94,387.06	92,766.92	90,261.25
订单覆盖率⑤= (①×④/③) ÷ ②	68.62%	67.44%	66.61%	75.72%

报告期各期末，公司在手订单覆盖率较高，订单较为充足，能够有效支持公司的业务发展。

2、公司存货跌价准备计提政策

公司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。对于数量繁多、单价较低的存货，按存货类别计提存货跌价准备，其中：

（1）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；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。

(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。

3、存货结构变化与同行业可比公司对比情况

报告期各期末，公司的存货构成及波动如下：

项目	2025 年 3 月 31 日		2024 年 12 月 31 日		2023 年 12 月 31 日		2022 年 12 月 31 日
	占比	波动	占比	波动	占比	波动	占比
原材料	23.15%	1.87%	21.28%	-3.17%	24.45%	-0.05%	24.50%
在产品	24.36%	2.07%	22.28%	-0.44%	22.72%	-0.81%	23.53%
库存商品	35.47%	-2.87%	38.35%	-0.19%	38.54%	5.08%	33.46%
发出商品	14.46%	-0.87%	15.33%	3.97%	11.36%	-2.13%	13.49%
委托加工物资	2.56%	-0.20%	2.76%	-0.17%	2.93%	-2.08%	5.02%
合计	100.00%	-	100.00%	-	100.00%	-	100.00%

报告期内，公司存货以原材料、在产品、库存商品及发出商品为主，合计占存货账面余额比例分别为 **94.98%**、97.07%、**97.24%**和 **97.44%**。公司存货主要明细科目与同行业可比公司对比情况如下：

(1) 原材料

公司	2025 年 3 月 31 日		2024 年 12 月 31 日		2023 年 12 月 31 日		2022 年 12 月 31 日
	占比	波动	占比	波动	占比	波动	占比
得润电子		未披露	23.78%	-15.38%	39.16%	4.16%	35.00%
信音电子		未披露	3.26%	-0.60%	3.86%	-0.26%	4.13%
鸿日达		未披露	10.93%	-2.67%	13.60%	-6.60%	20.20%
徕木股份		未披露	28.34%	-6.28%	34.62%	0.35%	34.27%
瑞可达		未披露	29.81%	-7.31%	37.12%	2.07%	35.05%
平均数		未披露	19.22%	-6.45%	25.67%	-0.06%	25.73%
公司	23.15%	1.88%	21.28%	-3.17%	24.45%	-0.05%	24.50%

注 1：得润电子原材料包括低值易耗品及包装物；

注 2：徕木股份原材料包括周转材料。

公司的原材料主要为铜材、塑胶材料等。报告期内，公司原材料占比与同行业可比公司平均值较一致，具有合理性；原材料结构占比波动分别为-0.05%、-3.17%、**1.88%**，整体变动趋势比较平稳。

同行业可比公司中，信音电子、鸿日达原材料占比较公司略低，原因分析如下：

信音电子的主要产品为笔记本电脑连接器、消费电子连接器以及应用于汽车雷达、信号传输等部件的连接器；鸿日达连接器产品主要包括卡类连接器、I/O 连接器、耳机连接器、电池连接器及其他类连接器，应用于多种类型的手机、耳机、数据线等手机周边产品，电脑及其他消费电子产品。这部分产品对于新能源汽车类产品所需的贵金属原材料的需求较其他涉及新能源产品的公司偏低。因此以上可比公司各期期末的原材料金额占比较小。

同行业可比公司中，得润电子、徕木股份、瑞可达原材料占比较公司略高，原因分析如下：新能源汽车类连接器及组件产品所需的贵金属原材料单价较高，2023、2024 年度得润电子的汽车电子及新能源汽车业务收入占比 36.01%和 24.87%，2023、2024 年度徕木股份的汽车类产品收入占比 65.09%和 78.21%，2023、2024 年度瑞可达的新能源汽车业务收入占比 88.83%和 91.62%。

(2) 在产品

公司	2025 年 3 月 31 日		2024 年 12 月 31 日		2023 年 12 月 31 日		2022 年 12 月 31 日
	占比	波动	占比	波动	占比	波动	占比
得润电子		未披露	13.52%	-3.67%	17.19%	2.92%	14.26%
信音电子		未披露	21.79%	-1.15%	22.94%	0.55%	22.39%
鸿日达		未披露	36.16%	5.55%	30.61%	6.10%	24.51%
徕木股份		未披露	38.23%	6.74%	31.49%	-4.86%	36.35%
瑞可达		未披露	8.28%	1.95%	6.33%	0.75%	5.58%
平均数		未披露	23.60%	1.89%	21.71%	1.09%	20.62%
公司	24.36%	2.07%	22.28%	-0.44%	22.72%	-0.81%	23.53%

注 1：得润电子、信音电子、鸿日达和徕木股份在产品包括半成品。

公司产品主要为定制化产品，在承接客户订单后，公司依据客户订单交期情况合理安排生产，相应的形成一定数量的在产品。报告期内，公司在产品占比与同行业可比公司平均值较一致，具有合理性；在产品结构占比波动分别为-0.81%、-0.44%和 2.07%，整体变动趋势比较平稳。

公司 2025 年 3 月末在产品占比增加 2.07%，主要原因系公司会在年末集中清理当年度积存的工单，而 2025 年 3 月末并非年末，公司尚未对积存工单进行清理所致。

(3) 库存商品

公司	2025 年 3 月 31 日		2024 年 12 月 31 日		2023 年 12 月 31 日		2022 年 12 月 31 日
	占比	波动	占比	波动	占比	波动	占比
得润电子		未披露	41.99%	19.38%	22.61%	-0.02%	22.63%
信音电子		未披露	71.55%	2.70%	68.85%	-0.63%	69.48%
鸿日达		未披露	40.26%	2.30%	37.96%	-6.40%	44.36%
徕木股份		未披露	15.65%	-6.09%	21.74%	-0.23%	21.96%
瑞可达		未披露	19.74%	-2.96%	22.70%	-1.79%	24.48%
平均数		未披露	37.84%	3.07%	34.77%	-1.81%	36.58%
公司	35.47%	-2.87%	38.35%	-0.19%	38.54%	5.08%	33.46%

公司库存商品主要为根据现有订单生产完成但尚未发货的产品及部分根据市场需求提前备货的货物。报告期内，公司库存商品占比与同行业可比公司平均值较一致，具有合理性；库存商品结构占比波动分别为 5.08%、-0.19%和-2.87%；

公司 2023 年末库存商品结存较多，主要原因系 2023 年公司新并购了特普伦、富方达科技两家公司，2023 年期末上述两家公司库存商品余额为 646.56 万元，导致公司整体库存商品规模增加。

公司 2025 年 3 月末库存商品占比减少 2.87%，主要原因系公司会在年末集中清理当年度积存的工单，而 2025 年 3 月末并非年末，公司尚未对积存工单进行清理所致。

在可比公司中，信音电子库存商品结构占比较高，主要原因系该可比公司的产成品主要存放在 HUB 仓内，而其客户通常要求在 HUB 仓内预留部分库存，故该可比公司期末产成品的余额较高。

(4) 发出商品

公司	2025 年 3 月 31 日		2024 年 12 月 31 日		2023 年 12 月 31 日		2022 年 12 月 31 日
	占比	波动	占比	波动	占比	波动	占比
得润电子		未披露	14.37%	-4.48%	18.85%	-4.30%	23.15%
信音电子		未披露	0.51%	-0.18%	0.69%	-0.44%	1.13%
鸿日达		未披露	10.15%	-3.68%	13.83%	6.67%	7.17%
徕木股份		未披露	9.73%	1.11%	8.62%	4.98%	3.64%
瑞可达		未披露	40.12%	7.82%	32.30%	0.03%	32.28%
平均数		未披露	14.98%	0.12%	14.86%	1.39%	13.47%
公司	14.46%	-0.87%	15.33%	3.97%	11.36%	-2.13%	13.49%

公司发出商品基本均由 VMI 模式下的发出货物构成。报告期内，公司发出，商品占比与同行业可比公司平均值较一致，具有合理性；发出商品结构占比波动分别为-2.13%、3.97%和-0.87%，波动较小。

可比公司中，公司发出商品结构占比与得润电子、鸿日达相近，与信音电子、徕木股份、瑞可达结构不一致，主要原因系：

信音电子的发出商品占比偏低，主要是信音电子采用 HUB 仓进行库存管理，存放在 HUB 仓库内的存货仍然需要该可比公司对其进行管理，因此该可比公司将 HUB 仓的存货划分为库存商品而非发出商品。

徕木股份的发出商品占比偏低，主要是徕木股份从发货到确认收入的周期较短。内销产品收入确认：公司已根据合同约定将产品运至交货地点且经客户验收。外销产品收入确认：公司已根据合同约定将产品报关、离港，取得提单，产品销售收入金额已确定。

瑞可达的发出商品占比偏高，主要原因系瑞可达的发出商品主要为新能源连接器产品，该可比公司的新能源行业客户主要为新能源整车厂及配套生产商，终端用户系各大新能源汽车整车厂。鉴于新能源连接器产品的终端用户系新能源整车厂，整车厂的行业特点之一系其与供应商的结算周期较长。该可比公司出于谨慎性考虑，未经与客户核对确认的产品列示于发出商品，故新能源连接器产品发出商品余额较大。2022 年度、2023 年度和 2024 年度，瑞可达的新能源汽车连接器产品收入占比分别为 86.37%、88.83%和 91.62%。

4、存货金额及其结构变化与业绩波动匹配情况

报告期内，公司存货金额及其结构变化与业绩波动匹配情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 3 月 31 日/2025 年 1-3 月			2024 年 12 月 31 日/2024 年度			2023 年 12 月 31 日/2023 年度			2022 年 12 月 31 日/2022 年度
	账面余额	金额变动率	结构变动率	账面余额	金额变动率	结构变动率	账面余额	金额变动率	结构变动率	账面余额
原材料	4,536.70	19.17%	1.87%	3,807.06	-8.28%	-3.17%	4,150.79	9.65%	-0.05%	3,785.37
在产品	4,771.94	19.69%	2.07%	3,987.07	3.39%	-0.44%	3,856.46	6.11%	-0.81%	3,634.31
库存商品	6,950.12	1.30%	-2.87%	6,861.20	4.87%	-0.19%	6,542.32	26.57%	5.08%	5,168.88
发出商品	2,832.34	3.25%	-0.87%	2,743.10	42.30%	3.97%	1,927.69	-7.47%	-2.13%	2,083.22
委托加工物资	501.38	1.47%	-0.20%	494.14	-0.78%	-0.17%	498.03	-35.74%	-2.08%	774.97
合计	19,592.48	9.50%	-	17,892.57	5.40%	-	16,975.29	9.90%	-	15,446.73
营业收入	33,669.18	17.18%	-	128,735.17	3.71%	-	124,132.36	6.06%	-	117,038.93

注：2025 年 1-3 月营业收入变动率为对比 2024 年 1-3 月营业收入的增长率

2022 年度、2023 年度、2024 年度及 2025 年 1-3 月，公司实现营业收入分

别为 117,038.93 万元、124,132.36 万元、128,735.17 万元、33,669.18 万元；各期营业收入变动率分别为 6.06%、3.71%、17.18%；各期末存货余额变动率分别为 9.90%、5.40%、9.50%，存货余额变动趋势与营业收入变动趋势相匹配。

5、存货周转率逐步下降的原因及合理性

(1) 公司存货周转率情况

报告期内，公司存货周转率分别为 5.78 次、5.90 次、5.62 次和 5.36 次；公司 2023 年度存货周转率较高，2024 年度、2025 年 1-3 月存货周转率有所下降，具体计算过程如下：

单位：万元

项目	2025 年 3 月 31 日 /2025 年 1-3 月		2024 年 12 月 31 日/2024 年度		2023 年 12 月 31 日 /2023 年度		2022 年 12 月 31 日/2022 年 度
	金额	变动率	金额	变动率	金额	变动率	金额
营业成本①	25,129.82	-74.36%	98,017.20	2.53%	95,599.52	3.69%	92,200.89
存货余额②	19,592.48	9.50%	17,892.57	5.40%	16,975.29	9.90%	15,446.73
平均存货③	18,742.53	7.51%	17,433.93	7.54%	16,211.01	1.61%	15,954.74
存货周转率④	5.36	-4.61%	5.62	-4.71%	5.90	2.05%	5.78

注 1：存货周转率=营业成本/平均存货，最近一期存货周转率已按年化处理

2023 年度，公司存货周转率上升 2.05%，主要原因系：受下游新能源行业需求旺盛影响，公司新能源汽车连接器及组件收入同比增长 6.93%，引起新能源业务存货库存去化加快（存货周转速度上升 5.87%），最终使得公司整体存货周转率略有上升。

2024 年度，公司存货周转率下降 4.71%，主要受公司 2024 年新能源汽车连接器及组件存货周转率较 2023 年下降 28.11%影响，具体分析如下：在“以销定产”、“以产定采”的模式下，公司存货规模受订单及收入影响较大。为维持正常生产经营需要，公司 2024 年末存货规模较 2023 年末并未有重大变化。但由于 2024 年度公司新能源汽车连接器及组件业务收入较 2023 年同期下降 28.14%，使得销售成本相应下降 24.76%。因此，公司 2024 年度新能源汽车连接器及组件存货周转率较 2023 年下降较多，从而导致了公司整体存货周转率下降 4.71%。

2025 年 1-3 月，公司存货周转率下降 4.61%，主要受公司 2025 年 1-3 月

消费类电子连接器及组件存货周转率较 2024 年下降 5.21%影响，具体分析如下：公司消费类电子连接器及组件产品 2025 年 1-3 月收入增长 18.28%（收入增长原因具体参见本回复“问题 1”之“一”之“（一）”之“1”之“（1）消费类电子连接器及组件”），使得公司为完成收入所需要的备货增加，导致 2025 年 3 月末存货余额较 2024 年末增长 13.31%；同时，计算 2025 年 1-3 月年化存货周转率的营业成本为根据 2025 年 1-3 月的营业成本年化测算，而公司 1-3 月受元旦、春节假期影响一般营业成本较低，使得年化后的营业成本较 2024 年度仅增长 3.31%，最终导致 2025 年 1-3 月存货周转率下降。

(2) 公司存货周转率与同行业对比情况

报告期内，公司存货周转率指标与同行业可比上市公司对比情况如下：

单位：次				
名称	2025 年 1-3 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
得润电子	未披露	5.43	3.70	3.89
意华股份	未披露	2.91	2.60	2.52
信音电子	未披露	6.12	5.55	4.90
鸿日达	未披露	3.84	3.22	2.46
徕木股份	未披露	1.41	1.22	1.31
瑞可达	未披露	3.50	2.87	3.63
平均值	未披露	3.87	3.19	3.12
公司	5.36	5.62	5.90	5.78

注 1：存货周转率=营业成本/平均存货余额

2022 年度、2023 年度和 2024 年度，公司存货周转率与信音电子较为接近，整体高于同行业可比上市公司平均水平，主要原因如下：

①公司主要采用“以销定产、以产定采”的经营模式，除少部分基于安全库存原则而额外备货的产品外，原材料库存主要根据生产计划确定，在产品、库存商品及发出商品与客户订单相对应，不存在存货长期积压和滞销的情形。

②公司与同行业可比上市公司生产和销售的产品结构不同，也是导致存货周转率存在差异的原因。其中，公司与信音电子的连接器产品主要应用于消费类电子行业，由于消费类电子行业客户普遍对产品交期的要求较高，故存货周转较快。而主营业务主要为新能源汽车业务的可比公司存货周转相对较慢。如徕木股份的汽车类产品业务 2022 年-2024 年分别占其主营业务收入的比例为 74.65%、70.91%和 78.21%，对应的存货周转率为 1.31、1.22 和 1.41；如瑞可达新能源连接器产品业务 2022 年-2024 年分别占其主营业务收入的比例为

86.37%、88.83%和 91.63%，对应的存货周转率为 3.63、2.87、3.50。因此公司与同行业可比上市公司存货周转率存在差异具有合理性。

（三）结合计提减值损失对应的产品类型、具体计算过程和依据，说明存货跌价准备计提是否充分

1、公司计提减值损失对应的产品类型

报告期内，公司存货计提减值损失对应的产品类型明细如下：

单位：万元

存货类别	2025 年 3 月 31 日			2024 年 12 月 31 日		
	账面余额	存货跌价准备	计提比例	账面余额	存货跌价准备	计提比例
消费类电子连接器及组件	13,157.98	797.73	6.06%	11,612.72	828.57	7.13%
新能源汽车连接器及组件	5,751.24	365.40	6.35%	5,335.23	331.69	6.22%
光学透镜	683.26	15.12	2.21%	944.62	22.01	2.33%
合计	19,592.48	1,178.25	6.01%	17,892.57	1,182.27	6.61%
存货类别	2023 年 12 月 31 日			2022 年 12 月 31 日		
	账面余额	存货跌价准备	计提比例	账面余额	存货跌价准备	计提比例
消费类电子连接器及组件	11,114.46	947.78	8.53%	10,023.07	590.81	5.89%
新能源汽车连接器及组件	5,274.90	294.28	5.58%	4,861.88	278.66	5.73%
光学透镜	585.93	12.93	2.21%	561.78	29.69	5.28%
合计	16,975.29	1,254.99	7.39%	15,446.73	899.16	5.82%

报告期各期末，公司存货跌价准备金额分别为 899.16 万元、1,254.99 万元、1,182.27 万元和 1,178.25 万元。主要计提的产品类型为消费类电子连接器及组件和新能源汽车连接器及组件。具体分析如下：

（1）报告期内，消费类电子连接器及组件存货跌价准备计提比例分别为 5.89%、8.53%、7.13%、6.06%。2023 年末计提比例有明显提高，主要原因系 2023 年公司并购的特普伦、富方达科技两家公司存在一定数量的长库龄存货。因此，在 2023 年末至 2025 年 3 月末，公司对上述两家子公司跌价准备计提比例相对较高。

在剔除上述两家子公司影响后，报告期内各期消费类电子连接器及组件存货跌价准备计提比例分别为 5.47%、5.89%、6.81%和 5.69%。其中，2023 年末、2024 年末公司消费类电子连接器及组件存货跌价准备计提比例相对较高，主要原因系：一方面，2023 年末、2024 年末公司消费类电子连接器的主要原

材料铜材、橡胶材料价格有所上涨，导致存货成本增加；另一方面，受 FPC 类、WAFER 类、USB 类等消费电子连接器竞争激烈影响，公司相关产品售价下降，从而导致了存货可变现净值下降。在前述两个因素的共同影响下，公司计提的存货跌价准备增加。2022 年至 2024 年之间，铜材及天然橡胶均价变动对比情况如下：

单位：元

原材料	2022 年末 30 日均价	2023 年末 30 日均价	2022-2023 增长率	2023 年末 30 日均价	2024 年末 30 日均价	2023-2024 增长率
铜材	66,329.57	68,969.20	3.98%	68,969.20	74,479.70	7.99%
天然橡胶	12,297.00	12,590.00	2.38%	12,590.00	17,138.77	36.13%

注 1：数据来源于 iFinD；

注 2：选取铜材、天然橡胶各期末 30 日均价的原因：公司存货平均库龄在 30 天左右，因此报告期各期末前 30 天材料价格对跌价准备影响金额较大。

2025 年 1-3 月，公司消费类电子连接器及组件订单的平均销售单价有所提高，引起 2025 年 3 月末消费类电子连接器及组件跌价测试的预计售价较 2024 年末增长了 12.15%，从而使得 2025 年 3 月末消费类电子连接器及组件存货跌价准备计提比例较 2024 年末有所减少。

（2）报告期内，公司新能源汽车连接器及组件存货跌价准备计提比例分别为 5.73%、5.58%、6.22%、6.35%。其中，2024 年末及 2025 年 3 月末公司新能源汽车连接器及组件存货跌价准备计提比例相对较高，主要原因：受新能源连接器领域市场竞争激烈、价格竞争加剧的影响，2024 年末及 2025 年 3 月末公司新能源汽车连接器及组件产品预计售价较 2023 年末降低了 8.53%和 3.84%，导致了存货可变现净值下降，从而使得 2024 年末及 2025 年 3 月末的存货跌价准备计提比例较 2023 年增加。

2、公司计提减值损失具体计算过程和依据

报告期内，公司存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照单个存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。具体计算过程、依据如下：

项目	存货跌价准备测算的计算过程	主要依据
原材料	需要经过加工，在正常生产经营过程中以所生产的产成品的预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	1. 预计售价根据最近期间销售价格确定；

	后的金额确定其可变现净值。	2. 相关税费=当期税金及附加/当期营业收入*预计收入；
在产品	通常需要经过进一步加工，在正常生产经营过程中以所生产的产成品的预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。	3. 预计销售费用=当期销售费用/当期营业收入*预计收入；
库存商品	通常直接用于出售，以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	4. 预计完工成本由管理层参考历史人工成本，材料成本及历史制造费用占比等因素综合预计。
发出商品	通常直接用于出售，以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	
委托加工物资	通常需要经过进一步加工，在正常生产经营过程中以所生产的产成品的预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。	

最近一期期末，公司计提减值准备的具体计算过程以及依据如下：

单位：万元

存货类别	账面余额	成本与可变现净值孰低额	跌价准备金额	跌价比例
原材料	4,536.70	4,336.85	199.85	4.41%
在产品	4,771.94	4,641.98	129.96	2.72%
库存商品	6,950.12	6,209.33	740.79	10.66%
发出商品	2,832.34	2,738.69	93.65	3.31%
委托加工物资	501.38	487.37	14.01	2.79%
合计	19,592.48	18,414.22	1,178.25	6.01%

3、与同行业可比上市公司存货跌价准备对比情况

公司与同行业可比上市公司存货跌价准备对比情况如下：

名称	证券代码	2025年3月31日	2024年度	2023年度	2022年度
得润电子	002055.SZ	未披露	6.52%	8.80%	8.17%
意华股份	002897.SZ	未披露	9.26%	9.01%	7.18%
信音电子	301329.SZ	未披露	7.97%	10.60%	13.53%
鸿日达	301285.SZ	未披露	11.44%	12.57%	6.81%
徕木股份	603633.SH	未披露	1.24%	1.19%	1.15%
瑞可达	688800.SH	未披露	5.64%	5.90%	4.91%
平均值		未披露	7.01%	8.01%	6.96%
公司		6.01%	6.61%	7.39%	5.82%

注 1：存货跌价准备计提比例=期末存货跌价准备/期末存货账面余额；

注 2：最近一期同行业可比上市公司存货跌价准备比例为截至 2024 年末的数据，公司存货跌价准备比例为截至 2025 年 3 月末的数据。

报告期各期，公司存货跌价准备计提比例与得润电子、意华股份、瑞可达相对较为接近，略低于同行业可比上市公司平均水平。同行业可比上市公司的存货跌价计提比例差异较大，主要原因系同行业可比上市公司的产品结构及细分市场、客户类型及终端应用领域、业务模式等不尽相同，使得不同企业的存

货明细构成、备货模式、库龄情况等存在差异，导致了不同企业间的存货跌价计提比例差异较大，具有合理性；其中，信音电子、鸿日达存货跌价准备计提比例较高，徕木股份的存货跌价准备计提比例较低。

综上，报告期各期末，公司按前述的存货跌价准备计提依据计算各类存货的可变现净值，原材料、在产品、库存商品、发出商品和委托加工物资存在可变现净值低于成本的情形，公司相应计提存货跌价准备，存货跌价准备计提较为充分。

（四）中介机构核查情况

1、核查程序

针对上述事项，发行人会计师主要执行了以下核查程序：

（1）访谈发行人高级管理人员，了解公司存货管理政策、存货期末余额构成及变动的合理性；了解存货跌价准备计提的具体计算方法、可变现净值的确定依据和计算过程及相关假设和参数；

（2）查阅同行业可比公司的定期报告等公开资料，了解并复核同行业可比公司存货金额及其结构变化的原因与业绩波动的匹配情况，以及存货周转率与公司的差异情况；

（3）获取存货跌价准备计提明细表，复核存货跌价准备计算的关键指标，确认相关指标口径是否合理；复核存货跌价准备计算过程，确认存货跌价准备计提的充分性。

2、核查意见

经核查，发行人会计师认为：

1、公司发出商品形成的原因具有合理性，**金额计量准确**，最近一期期末公司不存在长期未被接收或退回的**发出商品**。

2、公司存货金额及其结构变化的原因与业绩波动情况相匹配，存货周转率逐步下降具有合理性。

3、公司存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照单个存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备，相关依据合理，存货跌价准备计提较为充

分。

五、结合发行人主要客户的合作进展情况，说明报告期内前五大客户占比发生变化的原因和合理性，原有主要客户是否存在流失或销售减少的情况，区分消费类电子、新能源汽车等业务板块说明客户集中度，并结合新能源汽车等行业近年来新增产能及预期投产等情况，说明发行人对主要客户销售变化是否具有合理性，合作关系是否具有持续性和稳定性

（一）结合发行人主要客户的合作进展情况，说明报告期内前五大客户占比发生变化的原因和合理性，原有主要客户是否存在流失或销售减少的情况

1、发行人主要客户的合作进展情况

报告期内，公司与前五大客户的合作进展情况如下：

客户名称	客户类型	获客方式	首次接触时间	首次供货时间	最新合作情况
客户 A	A 股上市公司	通过业务人员主动拜访自行开发	2014 年	2014 年	长期合作
客户 B	A 股上市公司	通过业务人员主动拜访自行开发	2007 年	2007 年	长期合作
客户 C	中国台湾上市公司	终端客户推荐	2007 年	2007 年	长期合作
客户 D	A 股上市公司	业务人员主动拜访自行开发	2015 年	2016 年	长期合作
客户 E	中国台湾上市公司	通过业务人员主动拜访自行开发	2009 年	2011 年	长期合作
客户 P	日本东京上市公司	通过业务人员主动拜访自行开发	2010 年	2011 年	长期合作
客户 F	无人机厂商，占据全球消费级无人机市场超 70%份额	通过业务人员主动拜访自行开发	2018 年	2019 年	长期合作

2、报告期内前五大客户占比发生变化的原因和合理性

报告期内，公司与前五大客户的交易内容，以及对前五大客户的收入排名变动情况如下：

客户名称	交易内容	收入排名			
		2025 年 1-3 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
客户 A	新能源汽车连接器、电池精密结构件；家庭储能重载连接器、低压电子线束；配套电子烟使用的充电线束；模具等	1	1	1	1
客户 C	消费类电子连接器及组件	2	3	3	4
客户 B	消费类电子连接器及组件	3	2	2	2
客户 F	无人机用同轴线和连接器；配套无人机使用充电	4	当期非前五大	当期非前五大	当期非前五大

	线束；				
客户 E	消费类电子线、消费类线材、消费类电子连接器及组件、高压连接器	5	4	5	
客户 D	新能源汽车连接器、电池精密结构件；侧板、模具等	当期非前五大	5	4	3
客户 P	消费类电子线、消费类线材		当期非前五大	当期非前五大	5

(1) 2023 年度公司前五大客户占比变化情况

2023 年度，公司前五大客户收入占比变化情况如下：

2022 年度				2023 年度		
序号	前五大客户名称	客户类型	收入占比	前五大客户类型	收入占比	变化百分点
1	客户 A	前五大客户	19.44%	原前五大客户	23.44%	4.00
2	客户 B		10.27%		8.54%	-1.73
3	客户 D		6.17%		4.10%	-2.07
4	客户 C		4.58%		5.69%	1.11
5	客户 P		3.07%	非前五大客户	1.57%	-1.50
6	客户 E	非前五大客户	1.90%	新前五大客户	2.26%	0.36
前五大客户合计			43.53%	前五大客户合计	44.04%	0.51

2023 年度，公司前五大客户收入占比增长 0.51 个百分点，主要原因系随着新能源汽车行业及光伏家庭储能的发展，公司向客户 A 销售的新能源汽车类连接器、家庭储能类连接器销售收入增长较大，使得对其的收入占比增长 4.00 个百分点。

2023 年度，客户 E 新进入公司前五大客户行列，主要原因系随着客户 E 的散热风扇产品在下游服务器、显卡等领域（英伟达、浪潮、华为等）销售较好，且公司开发的线束产品在性能、质量方面符合其要求，以及公司的实验室测试、产品生产能力满足其需求，其向公司下达的服务器、显卡领域散热风扇类线束采购订单增加，从而使得公司对其的收入增加。2023 年度，客户 E 对外披露的营业收入超 100 亿元人民币，增长 6%左右。

(2) 2024 年公司前五大客户占比变化情况

2024 年，公司前五大客户收入占比变化情况如下：

2023 年度				2024 年度		
序号	前五大客户名称	客户类型	收入占比	前五大客户类型	收入占比	变化百分点
1	客户 A	前五大客户	23.44%	原前五大客户	14.35%	-9.09%
2	客户 B		8.54%		6.92%	-1.62%
3	客户 C		5.69%		5.37%	-0.32%

4	客户 D		4.10%		2.83%	-1.27%
5	客户 E		2.26%		2.87%	0.61%
前五大客户合计			44.04%	前五大客户合计	32.33%	-11.71%

2024 年，公司前五大客户收入占比降低 11.71 个百分点，主要原因系客户 A 基于提升自身家庭储能类产品生产自制率的目的，减少了对公司的家庭储能类重载连接器采购量，导致公司收入同比减少 8,764.45 万元，从而使得公司对其的收入占比降低 9.09 个百分点。

(2) 2025 年 1-3 月公司前五大客户占比变化情况

2025 年 1-3 月，公司前五大客户收入占比变化情况如下：

2024 年度				2025 年 1-3 月		
序号	前五大客户名称	客户类型	收入占比	前五大客户类型	收入占比	变化百分点
1	客户 A	前五大客户	14.35%	原前五大客户	18.78%	4.43%
2	客户 B		6.92%		4.67%	-2.25%
3	客户 C		5.37%		5.43%	0.06%
4	客户 D		2.83%	非前五大客户	2.10%	-0.73%
5	客户 E		2.87%	原前五大客户	3.39%	0.52%
6	客户 F	非前五大客户	2.63%	新前五大客户	4.41%	1.78%
前五大客户合计			32.33%	前五大客户合计	36.67%	4.34%

2025 年 1-3 月，公司前五大客户收入占比增长 4.34 个百分点，主要原因系：①公司优化产品成本结构，积极参与客户 A 的新能源汽车电池精密结构件产品招投标，使得当期公司对客户 A 的新能源汽车电池精密结构件业务收入增长 2,659.31 万元，同比增长 160.82%；②随着客户 A 增加对公司家庭储能重载连接器产品的采购量，公司对客户 A 的家庭储能重载连接器收入增长 773.65 万元，同比增长 212.05%，从而使得公司对客户 A 的收入占比增长 4.43 个百分点。

2025 年 1-3 月，客户 F 进入公司前五大客户行列，主要原因系公司开发的极细铜轴连接器产品满足了客户 F 的需求，实现了对客户 F 原有日本供应商的替代，且客户 F 的无人机产品在终端市场销售较好，从而引起向公司采购产品较多。

3、原有主要客户是否存在流失或销售减少的情况

报告期内，公司原有前五大客户各期销售收入情况如下：

单位：万元

客户名称	2025 年 1-3 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度
	销售收入	增长率	销售收入	增长率	销售收入	增长率	销售收入
客户 A	6,322.77	132.79%	18,470.70	-36.53%	29,099.92	27.88%	22,755.53
客户 B	1,570.67	-37.83%	8,904.57	-15.97%	10,597.45	-11.82%	12,018.36
客户 D	707.08	-3.81%	3,638.63	-28.57%	5,094.14	-29.44%	7,219.64
客户 C	1,829.13	-2.35%	6,915.59	-2.12%	7,065.37	31.75%	5,362.79
客户 P	52.00	-82.63%	704.83	-63.94%	1,954.52	-45.61%	3,593.32
合计	10,481.65	28.61%	38,634.32	-28.20%	53,811.40	5.62%	50,949.64
营业收入总额	33,669.18	17.18%	128,735.17	3.71%	124,132.36	6.06%	117,038.93

(1) 原有主要客户流失或销售减少的情况

①客户 A

2024 年，公司对客户 A 销售收入减少，主要原因系：客户 A 基于提升自身家庭储能类产品生产自制率的目的，减少了对公司的家庭储能类重载连接器采购量，导致公司收入同比减少 8,764.45 万元。公司与客户 A 合作的情况如下：

客户	合作的产品类别	后续是否继续合作，合作是否稳定	收入下降的不利影响因素是否消除	保持继续合作的措施
客户 A	新能源汽车连接器、电池精密结构件；家庭储能类重载连接器、低压电子线束；配电子烟使用的充电线束；模具等	A、后续公司与客户 A 继续合作。2025 年 1-3 月，公司对客户 A 的收入为 6,322.77 万元，同比增长 132.79%； B、自 2014 年以来，公司与客户 A 合作十余年，在合作过程中公司的产品质量、产品技术水平、售后服务、交货周期等方面均得到客户 A 的认可，合作具有一定的稳定性、持续性	收入下降的不利影响因素有所减弱。2025 年 1-3 月，公司对客户 A 的家庭储能重载连接器收入为 1,138.50 万元，同比增长 212.05%。截至 2025 年 3 月末，公司收到的客户 A 2025 年 4-6 月家庭储能重载连接器预测订单金额约为 1,300 万元	A、提高自身新能源汽车连接器、电池精密结构件以及家庭储能重载连接器的品质、做好降本增效与精细化管理，向客户 A 提供更优质、更有性价比的产品； B、加强对前次可转债募投项目射频连接器和本次募投项目高压连接器的投入、宣传及推广，积极参与客户 A 的前述产品需求的竞标； C、强化“挖掘细分行业需求、规划产品解决方案、推广产品与开拓客户”的业务战略发展方式，积极开拓对客户 A 的其他产品业务

②客户 B

报告期内，公司对客户 B 销售收入减少，主要原因系自 2022 年以来消费电子市场整体需求疲软、产业链价格竞争激烈，基于此公司主动优化订单承接、减少了低毛利率产品订单，使得公司向客户 B 销售的 TYPE-C 连接器收入下降。

③客户 D

自 2023 年以来，公司对客户 D 销售收入减少，主要原因系客户 D 对新能源汽车电池模组制造方案进行更新换代升级，升级后取消了侧板类连接件，从而减少了对公司的侧板类连接件采购额，导致公司 2024 年度收入同比下降 2,279.12 万元，同时公司与客户 D 合作的新项目未及时放量，前述因素共同导致了公司对客户 D 的销售收入减少。近期，公司与客户 D 合作的 3 个新能源汽车连接器新项目，均已获得终端汽车厂商以及客户 D 的定点，产品开发、小批量试产已经完成，正在做量产准备，分别预计在 2025 年 6 月、2025 年 12 月、2026 年 3 月放量。

④客户 P

报告期内，公司对客户 P 收入持续减少的主要原因系：一方面，受客户 P 自身产品销量不畅影响，其向公司采购的线束产品减少；另一方面，客户 P 将其生产产能从中国转移至越南，其在越南当地开发新的线束配套厂商并就近购买，从而减少了对公司线束产品的采购额。

(2) 针对原有主要客户销售减少的应对措施及效果

针对原有主要客户销售减少，公司采取了如下的应对措施：遵循“挖掘细分行业需求、规划产品解决方案、推广产品与开拓客户”的销售方式，积极开拓新客户、深挖原有客户的新需求，以增加销售增长点。例如，针对储能、无人机、服务器、自动机器人等细分行业领域，公司强化行业研究，对细分行业客户的连接器应用场景进行调研与分析，深挖客户的痛点、难点、未满足点，归纳可以开发或优化的产品需求。然后，公司组织团队进行产品方案的规划、验证、开发，形成针对性的产品解决方案。最后，公司按照不同细分行业客户的需求进行精准化的营销，从而开拓新客户或满足老客户的新需求。通过前述的应对措施，2024 年公司在客户结构方面取得了一定的效果：

单位：万元

公司对客户收入规模区间	客户数量		平均每家客户交易规模		收入交易规模		
	家数	增长率	金额	增长率	金额	增长额	增长率
5,000 万以上	3.00	-25.00%	11,430.29	-11.83%	34,290.87	-17,566.02	-33.87%
1,000-5,000 万之间	17.00	21.43%	2,061.95	21.20%	35,053.19	11,235.94	47.18%
500-1,000 万之间	27.00	28.57%	669.93	-7.14%	18,088.23	2,937.39	19.39%
100-500 万之间	114.00	34.12%	215.23	-3.05%	24,536.56	5,665.72	30.02%

10-100 万之间	410.00	14.21%	34.75	2.95%	14,245.48	2,129.72	17.58%
10 万以下	1,699.00	12.22%	1.48	-3.21%	2,520.83	200.05	8.62%
总计	2,270.00	13.67%	56.71	-8.76%	128,735.17	4,602.80	3.71%

注 1：主要客户采用同一控制下合并口径；

注 2：增长率和增长额均为 2024 年同比 2023 年的销售数据指标。

2024 年，除 5,000 万收入规模以上客户外，公司其他业务规模的客户数量、收入交易规模均有不同程度的增长，表明公司开拓客户、服务客户的能力在逐步增强。其中，在“1000-5000 万收入之间”的大型客户层面，公司收入规模同比增加 11,235.94 万元，增长金额较大。

（二）区分消费类电子、新能源汽车等业务板块说明客户集中度，并结合新能源汽车等行业近年来新增产能及预期投产等情况，说明发行人对主要客户销售变化是否具有合理性，合作关系是否具有持续性和稳定性

1、区分消费类电子、新能源汽车等业务板块说明客户集中度

（1）公司消费类电子、新能源汽车业务板块的客户集中度

报告期内，公司消费类电子、新能源汽车业务板块的前五大客户集中度情况如下：

项目	2025 年 1-3 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
消费类电子连接器及组件	29.65%	28.30%	32.06%	35.31%
新能源汽车连接器及组件	85.35%	76.74%	85.29%	86.53%

由上表可知，报告期内公司消费类电子连接器及组件业务的客户集中度主要在 25%至 35%之间，客户集中度相对较高；新能源汽车连接器及组件业务的客户集中度主要在 75%至 85%之间，客户集中度较高。报告期内，公司消费类电子连接器及组件业务和新能源汽车连接器及组件业务的客户集中度从整体上均有所降低，主要原因系公司对两个业务板块的客户 B、客户 N、客户 A 等主要客户销售收入减少。

从产业链竞争格局特征来看，电子连接器下游消费类电子、新能源汽车应用领域客户集中度相对较高，引起上游供应商的客户集中度较高，具备合理性。

①公司消费类电子连接器及组件业务具有一定客户集中度的原因及合理性

公司消费类电子连接器下游的终端市场相对较集中，使得公司的客户集中

度较高。经过长期的市场竞争，消费电子终端市场已形成很高的行业集中度，头部厂商占有了较大的市场份额；消费电子下游终端市场的集中引起了上游产业链的相对集中。根据 IDC 统计，2023 年全球智能手机出货量达到 11.7 亿台，前五大品牌（苹果、三星、小米、OPPO 和传音）出货量占比达 70%；根据 Gartner 统计，2023 年全球 PC 行业总出货量 2.418 亿台，前五大品牌（联想、惠普、戴尔、苹果、华硕）出货量占比达到 76.4%。

②新能源汽车连接器及组件业务客户集中度较高的原因及合理性

公司新能源汽车连接器下游的新能源汽车终端行业市场相对较集中，使得公司的客户集中度较高。在新能源汽车领域，新能源汽车行业集中度较高；根据中国汽车流通协会乘用车市场信息联席分会公布数据，2024 年度新能源汽车 TOP10 厂商市场份额约为 70%，其中客户 A 在国内新能源汽车行业市场占据主导地位，占中国新能源汽车市场份额为 32.5%。

2025 年 1-3 月，公司新能源汽车连接器及组件业务收入中客户 A 占比 70.68%；2025 年 1-3 月，公司总收入中客户 A 占比 18.78%。因此，公司在新能源汽车连接器及组件业务中对客户 A 具有较大依赖性，而在公司整体层面对客户 A 不存在较大依赖性。

（2）公司整体收入层面的客户集中度

经检索公开资料，同行业可比公司未披露其各自的消费类电子连接器和新能源汽车连接器领域前五大客户集中度，使得公司无法区分不同业务板块进行客户集中度的对比分析。因此，公司采用整体收入层面的客户集中度与同行业可比公司的整体收入层面前五大客户集中度进行比较，具体情况如下：

公司名称	2025 年 1-3 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
得润电子	未披露	未披露	34.96%	44.90%
信音电子	未披露	53.75%	56.85%	52.01%
鸿日达	未披露	55.22%	51.73%	55.56%
徕木股份	未披露	48.51%	45.45%	46.60%
瑞可达	未披露	37.64%	33.53%	42.73%
同行业平均值	未披露	48.78%	44.50%	48.36%
胜蓝股份	36.67%	32.33%	44.04%	43.53%

由上表可知，公司客户集中度低于同行业平均值，具有合理性。

2、结合新能源汽车等行业近年来新增产能及预期投产等情况，说明发行

人对主要客户销售变化是否具有合理性，合作关系是否具有持续性和稳定性

报告期内，公司主要客户销售变化情况如下：

客户名称	客户类型	下游行业	客户行业近年来新增产能及预期投产情况	销售变化	合作变动原因及合理性	合作关系
客户 B	A 股上市公司	消费电子行业-智能手机、PC 等	近年来，智能手机、PC 等产品在终端市场的销量疲软，造成全球智能手机、PC 产能利用率相对不高，各大终端厂商新增产能投资更趋谨慎；全球新增产能主要集中于东南亚地区；由技术驱动带动的折叠屏手机、AI PC 等产能占比提升相对较大	有所下降	自 2022 年以来消费电子市场整体需求疲软、产业链价格竞争激烈，基于此公司主动优化订单承接、减少了低毛利率产品订单	具有持续和稳定性
客户 C	中国台湾上市公司			有所下降	主要为客户订单的季节波动	
客户 E	中国台湾上市公司			增长	公司开发的连接器产品协助客户降低成本，且优化产线提高产品性能，获得了客户的认可	
客户 P	日本东京上市公司			有所下降	日本电产因下游汽车厂商客户的新能源汽车销量不佳，使得其减少了向公司的相关连接器产品采购额	
客户 T	A 股上市公司	消费电子行业-服务器	受自动驾驶、AIOT 与边缘运算等新兴应用驱动，诸多大型云服务商开始加大投入 AI 相关的基础设施建设，AI 服务器需求量迅速增长。根据 Gartner 报告显示，得益于 AIGC 技术的快速迭代，2024 年全球服务器市场规模将达到 2,164.0 亿美元，预计 2023 年-2028 年市场将以 18.8%的年复合增长率保持高速增长	增长	随着终端服务器需求量市场增加，以及公司的大力开拓，公司的收入随之增加	
客户 R	A 股上市公司			增长		
客户 S	A 股上市公司全资子公司			增长		
客户 F	无人机厂商，占据全球消费级无人机市场超 70%份额	消费电子行业-消费级无人机	根据 Verified Market Research 所发布的数据，全球无人机市场规模在 2021 年达到 269 亿美元，预计到 2030 年将达到 721 亿美元，从 2022 年到 2030 年的复合年增长率为 17.22%。在我国无人机市场方面，我国无人机市场规模仅次于美国，根据 Mordor Intelligence 数据，我国无人机市场规模自 2019 年 20.2 亿美元增长至 2023 年 56.7 亿美元，复合增长率达到 29.44%，预计 2024-2029 年复合增长率为 16.26%	增长	随着消费级无人机市场需求量增加，以及公司的大力开拓，公司的收入随之增加	
客户 A	A 股上市公司	新能源汽车行业	根据艾媒咨询数据显示，中国新能源汽车市场规模从 2017 年到 2023 年逐年上升，2023 年中国新能源汽车市场规模为 1.15 万亿元，同比增长 162%，预计在接下来的两年中，中国新能源汽车市场规模也将始终呈现快速上升趋势，2025 年有望达到 2.31 万亿。此外，根据官方发言，2025 年小米汽车计划总产能提升至 30 万辆/年，小鹏汽车计划总产能较 2024 年翻一倍	有所下降	客户基于提升自身家庭储能类产品生产自制率的目的，减少了对公司的家庭储能类重载连接器采购量	
客户 D	A 股上市公司			有所下降	客户对新能源汽车电池模组制造方案进行更新换代升级，升级后取消了侧板类连接件，从而减少了对公司的侧板类连接件采购额	
客户 L	中国香港上市			增长	随着客户新能源汽车销	

	公司				量增加，其向公司采购的相关连接器产品增加	
客户 G	韩国 LED 企业	电视机领域	根据 Fortune Business Insights 数据，全球家电市场 2024-2032 年复合年增长率超 5%，其中彩电市场规模预计由 2024 年 3449.4 亿元增长至 2032 年 7386.5 亿元,复合年增长率高达 10%	增长	公司开发的产品获得终端厂商三星的认可，使得客户向公司的采购额增加收入	
客户 I	韩国上市公司			增长		

上述优质客户对供应商的产品质量管控能力和综合实力有严格的要求，供应商资质认证过程严格且周期长，合作关系一旦建立会在较长时间内维持稳定。

（三）公司与电子烟相关的业务情况

1、报告期内与电子烟相关的产品收入情况

报告期内，公司不涉及电子烟整机（以下简称“电子烟”）的生产、销售业务，仅生产配套电子烟使用的充电线束，该充电线束与电子烟在物理上相互独立。公司生产的配套电子烟使用的充电线束功能为向电子烟进行充电，主要由 Type C 接口（用于连接电子烟）、USB-A 2.0 接口（用于连接充电插头）、电子线材（连接充电线束的两个接口）构成，与人们日常使用的为智能手机、平板电脑等电子产品充电的充电线大同小异。报告期内，公司配套电子烟使用的充电线束产品如下：



报告期内，公司向电子烟客户销售的均为充电线束，相关客户、收入情况如下：

单位：万元					
年度	序号	客户名称	销售金额	占电子烟充电线束收	占营业收入的

				入的比 例	比例
2025 年 1-3 月	1	客户 A	331.75	96.31%	0.99%
	2	客户 AD	12.70	3.69%	0.04%
	合计		344.46	100.00%	1.02%
2024 年度	1	客户 A	1,356.66	97.09%	1.05%
	2	客户 AC	31.67	2.27%	0.02%
	3	客户 AD	8.67	0.62%	0.01%
	4	客户 AE	0.30	0.02%	0.00%
	合计		1,397.30	100.00%	1.09%
2023 年度	1	客户 A	1,325.56	69.41%	1.07%
	2	客户 AC	467.77	24.50%	0.38%
	3	客户 Z	116.3	6.09%	0.09%
	合计		1,909.63	100.00%	1.54%
2022 年度	1	客户 Z	1,867.73	55.80%	1.60%
	2	客户 A	1,459.11	43.59%	1.25%
	3	客户 AC	17.71	0.53%	0.02%
	4	客户 AD	2.9	0.09%	0.00%
	合计		3,347.45	100.00%	2.86%

报告期内，公司与电子烟相关的产品收入占营业收入比例分别为 2.86%、1.54%、1.09%和 1.02%，逐期下降，相关收入对公司整体收入规模的影响较小。

2、《电子烟管理办法》及强制性标准的施行对公司生产经营的影响

报告期内，公司不涉及电子烟的生产、销售业务，无需取得烟草专卖生产企业许可证等资质；公司生产的配套电子烟使用的充电线束，其不属于《电子烟管理办法》《电子烟》强制性国家标准的监管范围。因此，前述政策对公司与电子烟相关的充电线束生产经营无直接影响。

2022 年 3 月 11 日，国家烟草专卖局发布《电子烟管理办法》，并于同年 5 月 1 日正式施行。根据《电子烟管理办法》，电子烟包括烟弹、烟具以及烟弹与烟具组合销售的产品等，从事电子烟产品、雾化物、电子烟用烟碱等生产经营活动（含产品生产、代加工和品牌持有），需取得烟草专卖生产企业许可证；取得烟草专卖批发企业许可证的企业，应当经烟草专卖行政主管部门批准，变更许可范围后方可从事电子烟产品批发业务；从事电子烟零售业务，应当依法向烟草专卖行政主管部门申请领取烟草专卖零售许可证或者变更许可范围。

2022 年 4 月 12 日，国家市场监督管理总局、国家标准化管理委员会发布

《电子烟》强制性国家标准，并于同年 10 月 1 日起正式施行。在电子烟强制性标准方面，国家发布《电子烟》强制性国家标准界定了电子烟的术语和定义，规定了电子烟设计与原材料要求、技术要求，描述了试验方法，给出了标志和产品说明书。根据《电子烟》强制性国家标准，公司的与电子烟相关充电线束，不属于电子烟烟具、电子烟组件、烟弹、电子烟用材料等范畴。

（四）中介机构核查情况

1、核查程序

针对上述事项，发行人会计师主要执行了以下核查程序：

（1）访谈发行人高级管理人员，了解发行人主要客户的合作进展情况，以及报告期内前五大客户占比发生变化的原因和合理性等；

（2）获取发行人定期报告、临时公告以及销售收入成本明细表等资料，分析发行人原有主要客户是否存在流失或销售减少的情况，以及消费类电子、新能源汽车业务板块的客户集中度；

（3）查询行业研究报告、同行业可比公司公告等资料，了解发行人主要客户所处行业的发展情况、市场空间、未来前景以及近年来新增产能及预期投产等状况；

（4）获取同行业可比公司的招股说明书、年度报告等资料，分析同行业可比公司的客户集中度情况

（5）获取发行人销售收入成本明细表，检查是否存在与电子烟相关的产品收入情况；

（6）获取《电子烟管理办法》《电子烟》强制性国家标准，分析公司与电子烟相关的产品收入是否受到直接影响。

2、核查意见

经核查，发行人会计师认为：

（1）报告期内，发行人前五大客户占比发生变化原因具有合理性；

（2）报告期内，发行人存在原有主要客户流失、销售减少的情况；针对原有主要客户销售减少，发行人采取的应对措施及效果良好；

(3) 报告期内，发行人的消费类电子、新能源汽车业务板块客户集中度符合行业情况，具有合理性；

(4) 报告期内，发行人对主要客户销售变化具有合理性，合作关系具有持续性和稳定性。

六、补充说明公司销售服务费的具体内容，并请结合发行人业务销售模式、销售费用具体项目占比情况等，说明报告期内销售费用金额及结构变动的原因及合理性，是否与同行业可比公司一致

(一) 公司销售服务费的具体内容

报告期内，公司销售费用服务费明细如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-3 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
代理费及佣金	165.28	1,008.69	218.58	158.79
宣传服务费	-	26.85	84.18	27.78
其他	-	19.41	38.54	8.03
合计	165.28	1,054.95	341.30	194.60

报告期内，公司销售服务费主要为：

1、香港子公司富强精工根据与信达香港集团有限公司签署的《独家代理协议》，按照相关销售额计提的销售代理费；其中，2022 年度、2023 年度、2024 年度和 2025 年 1-3 月相关销售代理费分别为 145.52 万元、196.25 万元、205.44 万元和 53.53 万元；子公司广东光电按照相关销售额计提的客户 G 销售代理费，2024 年度和 2025 年 1-3 月相关销售代理费为 196.64 万元和 56.07 万元。

公司支付给以上公司的代理费具体内容为：公司指定供应商协助推广电子连接器产品在中国香港及海外的销售，并积极充分地进行广告宣传以促进商品的销售。推广成功后，公司依照推广的产品销售金额一定比例向供应商支付费用。为了开拓境外市场，境内企业支付境外销售佣金及服务费用属于电子连接器行业惯例，例如得润电子、信音电子等。

2、自 2024 年起，公司为了加强境内老客户的关系维护以及控制原有销售团队规模，引入了外部销售顾问团队辅助进行产品的市场渠道开拓和销售工

作。外部销售顾问团队主要协助发行人与客户签署销售合同及订单，跟踪贷款的回收工作，从而协助公司实现销售收入。销售推广顾问仅协助公司订单洽谈，销售订单由发行人通过招投标的方式获取并与客户直接签订销售合同。销售推广顾问仅提供销售方面的服务，不提供物流运输、后续质保等服务。公司按照销售金额的一定比例向外部销售顾问团队支付不超过特定金额的服务费。

其中，公司与供应商 N 签订了居间代理合同，委托其代理客户 A 及其集团子公司的销售及商务对接，2024 年度及 2025 年 1-3 月，公司向其支付相关服务费金额为 248.00 万元和 40.00 万元；公司与供应商 O 签订了居间代理合同，委托其代理客户 B 及其集团子公司的销售及商务对接，2024 年度及 2025 年 1-3 月，公司向其支付相关服务费金额为 270.00 万元和 0.00 万元。

（二）公司业务销售模式以及销售费用具体项目占比情况

1、公司业务销售模式

公司产品销售主要采取线下直销的模式，通过业务推广、参加展会、客户推荐等方式与客户建立合作关系，并由销售部负责对销售的全过程进行控制与管理。

2、公司销售费用具体项目占比情况

报告期内，公司销售费用的具体构成如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-3 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
职工薪酬	558.01	62.36%	1,453.39	37.61%	2,201.77	54.22%	2,648.41	70.02%
业务招待费	89.82	10.04%	806.56	20.87%	672.42	16.56%	362.50	9.58%
差旅费用	49.89	5.58%	306.52	7.93%	537.52	13.24%	269.98	7.14%
销售服务费	165.28	18.47%	1,054.95	27.30%	341.30	8.41%	194.60	5.15%
检测费用	18.92	2.11%	125.27	3.24%	244.50	6.02%	246.60	6.52%
其他	12.86	1.44%	117.47	3.04%	62.94	1.55%	60.14	1.59%
合计	894.77	100.00%	3,864.16	100.00%	4,060.45	100.00%	3,782.23	100.00%

报告期内，公司销售费用金额分别为 3,782.23 万元、4,060.45 万元、3,864.16 万元和 894.77 万元。2023 年度，公司销售费用金额较大，主要原因系：一方面，为留住并吸引优秀人才，2023 年度公司调增员工薪酬水平并招聘部分优秀人才，使得销售人员年均薪酬增长 19.25%、销售人员月度平均人数增

长 12.67%，从而导致职工薪酬增加 586.48 万元（不考虑股份支付费用）；另一方面，2023 年度公司加大了对境内外客户的出差拜访、面对面交流以及参加展会等，使得发生的与客户相关业务招待费、差旅费用增加 577.46 万元。

报告期内，公司计入职工薪酬的股份支付费用分别为 941.45 万元、-91.66 万元、-891.62 万元和 0.00 元，相关金额较大。根据企业会计准则解释相关规定，若激励对象未能达到非市场条件（服务期限条件、业绩条件等），则激励对象实际最终没有被授予权益工具，相应的与该股权激励计划相关的累计成本、费用为零，应将原已确认的费用冲回。2023 年度和 2024 年度，公司因 2021 年实施的股权激励因未满足非市场因素的业绩行权条件而被取消，根据相关企业会计准则规定冲减了在销售费用中原已经确认的股份支付费用金额，导致计入职工薪酬的股份支付费用为负。经核查，保荐人与发行人会计师认为发行人计入以及冲回销售费用的股份支付金额符合准则相关规定，金额计算正确。

鉴于股份支付费用金额较大，且各期股份支付费用的波动不具有可比性，为更准确地反映公司销售费用的实际构成与变动趋势，公司在进行费用结构分析时予以剔除股份支付费用的影响。剔除股份支付费用后，公司销售费用的具体项目占比情况如下：

单位：万元

销售费用类别	2025 年 1-3 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
职工薪酬（不含股份支付费用）	558.01	62.36%	2,345.02	49.31%	2,293.44	55.24%	1,706.96	60.09%
业务招待费	89.82	10.04%	806.56	16.96%	672.42	16.19%	362.50	12.76%
差旅费用	49.89	5.58%	306.52	6.45%	537.52	12.95%	269.98	9.50%
销售服务费	165.28	18.47%	1,054.95	22.18%	341.30	8.22%	194.60	6.85%
检测费用	18.92	2.11%	125.27	2.63%	244.50	5.89%	246.60	8.68%
其他	12.86	1.44%	117.47	2.47%	62.94	1.52%	60.14	2.12%
除股份支付外销售费用	894.77	100.00%	4,755.79	100.00%	4,152.12	100.00%	2,840.78	100.00%
加：股份支付费用	-	-	-891.62	-	-91.66	-	941.45	-
总额	894.77		3,864.16	-	4,060.45	-	3,782.23	-

报告期内，公司销售费用（不含股份支付费用）发生额分别为 2,840.78 万元、4,152.12 万元、4,755.79 万元及 894.77 万元，各期金额变动率分别为 46.16%、14.54%、0.63%（注：2024-2025 年发生额变动率为 2025 年 1-3 月发生额相较于 2024 年 1-3 月发生额的变动率，下同）。主要变动原因为职工薪酬

（不含股份支付费用）、业务招待费和差旅费用。具体分析如下：

（1）职工薪酬（不含股份支付费用）

报告期内，公司职工薪酬（不含股份支付费用）发生额分别为 1,706.96 万元、2,293.44 万元、2,345.02 万元和 558.01 万元，各期金额变动率分别为 34.36%、2.25%和 11.31%。具体分析如下：

项目	2025 年 1-3 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度
	金额/人数	变动	金额/人数	变动	金额/人数	变动	金额/人数
职工薪酬（不含股份支付费用；单位：万元）	558.01	-4.82%	2,345.02	2.25%	2,293.44	34.36%	1,706.96
销售人员月度平均人数（单位：个）	177.00	0.00%	177.00	4.73%	169.00	12.67%	150.00
人年均职工薪酬（单位：万元/年）	12.61	-4.82%	13.25	-2.37%	13.57	19.25%	11.38

注：2025 年 1-3 月的职工薪酬变动率，以及人年均职工薪酬及变动率采用年化方式（2025 年 1-3 月发生额×4）进行测算。

2023 年度，公司销售费用中职工薪酬（不含股份支付费用）增幅 34.36%，主要原因系为留住并吸引优秀人才，当年度公司调增员工薪酬水平并招聘部分优秀人才，使得销售人员年均薪酬增长 19.25%、销售人员月度平均人数增长 12.67%，从而导致职工薪酬增加较多。

2024 年度公司销售费用中职工薪酬（不含股份支付费用）较 2023 年度变动较为平稳。

2025 年 1-3 月，公司销售费用中职工薪酬（不含股份支付费用）降幅 4.82%，主要原因系 2025 年 1-3 月销售人员人均薪酬未包括当年度的年终奖金额，从而导致职工薪酬有所下降。

报告期内，公司职工薪酬（不含股份支付费用）结构各期占比分别为 60.09%、55.24%、49.31%、62.36%。2024 年度职工薪酬占比下降，主要是由于公司自 2024 年控制销售人员规模，引入了外部顾问团队辅助进行产品的市场渠道开拓和销售工作，对应销售服务费占比上升导致薪酬占比下降。2025 年 1-3 月职工薪酬占比上升，主要原因系 2025 年一季度期间包含春节假期，销售人员的业务招待费及差旅费发生额较少，减少了销售费用总额，导致薪酬占比上升。

（2）业务招待费及差旅费

报告期内，公司业务招待费及差旅费发生额分别为 632.48 万元、1,209.94 万元、1,113.08 万元和 139.70 万元，各期金额变动率为 91.30%、-8.01%和-49.80%。2023 年度，公司加大了对境内外客户的出差拜访、面对面交流以及参加展会等，使得发生的与客户相关业务招待费、差旅费用有所增加。2025 年 1-3 月公司业务招待费及差旅费下降 49.80%，主要原因系由于 2025 年一季度期间包含春节假期，因此业务招待费及差旅费发生额较少。

报告期内，公司业务招待费及差旅费结构各期占比分别为 22.26%、29.14%、23.40%、15.62%。2025 年 1-3 月，公司业务招待费及差旅费占比较低，主要原因系 2025 年一季度期间包含春节假期，因此业务招待费及差旅费发生额较少。除 2025 年一季度外，公司其余各期业务招待费及差旅费结构占比基本保持一致。

（三）销售费用结构变化与同行业可比公司对比情况

报告期内，公司销售费用率与同行业可比公司的对比情况如下：

公司名称	2025 年 1-3 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
得润电子	1.67%	2.55%	2.29%	1.82%
信音电子	6.81%	6.09%	6.91%	5.88%
鸿日达	3.90%	3.11%	2.64%	2.20%
徕木股份	2.35%	2.52%	2.86%	2.53%
瑞可达	1.96%	1.84%	2.47%	1.65%
平均	3.34%	3.22%	3.43%	2.82%
公司	2.66%	3.00%	3.27%	3.23%

注：销售费用率=销售费用/营业收入。

由上表可知，公司销售费用率与同行业可比公司平均水平接近。其中，信音电子销售费用率占比较同行业偏高，主要原因系：一方面，在外销业务中信音电子支付至境外第三方服务机构的推广服务费用金额较大，且其采用直销为主、经销为辅的销售模式（一般情况下经销方式较直销方式会产生较大的代理费及佣金）；2022-2024 年，信音电子销售费用中业务推广及宣传费占营业收入的比例分别为 1.84%、2.15%、1.62%；另一方面，信音电子将使用其他方知识产权授权而产生的权利金计入销售费用；2022-2024 年，信音电子销售费用中权利金占营业收入的比例分别为 0.52%、0.60%、0.50%。

报告期各期，公司销售费用主要由职工薪酬、业务招待费、差旅费以及销售服务费构成，各明细项目与同行业可比公司的销售费用构成对比如下：

1、职工薪酬

公司名称	2025 年 1-3 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
得润电子	未披露	41.83%	47.35%	52.94%
信音电子	未披露	38.73%	38.90%	42.07%
鸿日达	未披露	43.83%	54.36%	60.72%
徕木股份	未披露	65.20%	68.87%	75.53%
瑞可达	未披露	60.63%	52.39%	54.55%
平均	-	50.05%	52.38%	57.16%
公司	62.36%	49.31%	55.24%	60.09%

由上表可知，公司 2022 年和 2023 年职工薪酬结构占比较同行业略高，主要是由于公司主要由自有销售人员进行客户拓展以及维护，因此公司销售人员的薪酬比同行业公司略高。2024 年公司职工薪酬结构占比下降，主要是由于新客户的拓展以及老客户维护工作的增加，公司将部分新增的展业及维护的工作交给外部供应商去完成，同时控制了销售人员的增速所致。

报告期内，公司销售人员占比与同行业可比公司对比情况如下：

公司名称	2025 年 3 月 31 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
得润电子	未披露	2.78%	2.64%	3.24%
信音电子	未披露	9.07%	9.29%	10.93%
鸿日达	未披露	1.66%	1.78%	2.51%
徕木股份	未披露	5.09%	4.74%	5.73%
瑞可达	未披露	6.43%	7.30%	7.32%
平均	未披露	5.01%	5.15%	5.94%
公司	5.72%	6.44%	6.21%	6.17%

由上表可知，报告期各期末公司销售人员占比较同行业平均水平略高，因此销售人员薪酬结构占比较同行业平均水平略高具有合理性。

2、业务招待费及差旅费用

公司名称	2025 年 1-3 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
得润电子	未披露	12.90%	15.29%	11.66%
信音电子	未披露	6.72%	6.65%	4.52%
鸿日达	未披露	23.41%	25.27%	19.53%
瑞可达	未披露	17.27%	20.39%	18.77%
平均	-	15.07%	16.90%	13.62%
公司	15.62%	23.41%	29.14%	22.26%

注 1：鸿日达未分拆业务招待费和差旅费，考虑到业务招待费和差旅费均为企业内部

为了拓展客户需要发生的营销费用，为保证各期销售费用对比合理，将业务招待费和差旅费合并比较；

注 2：徕木股份在披露时未分拆业务招待费、差旅费和办公费，为保证各期销售费用对比合理，将其从可比公司中剔除。

报告期内，公司业务招待费及差旅费高于同行业公司，主要原因系公司销售模式以线下直销为主，主要通过销售业务人员实地拜访的方式开拓与维护客户关系，相关的招待费用及差旅费较高。**2022 年至 2023 年**，公司业务招待费及差旅费占比较高的主要原因系公司加强开拓日本市场客户引起的相关费用较大；**2024 年度**，公司业务招待费及差旅费占比较高的主要原因系为开拓境内客户而发生的接洽客户、商务宴请等相关费用金额较大。**2025 年 1-3 月**，公司业务招待费及差旅费占比较低，主要原因系由于 **2025 年一季度期间包含春节假期**，因此业务招待费及差旅费发生额较少。

同行业公司中，信音电子的业务招待费及差旅费用较低，主要原因系：一方面，信音电子销售模式为直销为主、经销为辅，主要客户是笔记本电脑品牌厂商和代工厂，使得与自行开拓客户的业务招待费及差旅费用较低；**2023 至 2024 年度**，信音电子直销收入占比 **89.49%和 87.51%**，经销收入占比 **10.51%和 12.49%**；另一方面，信音电子通过第三方服务机构在境外推广销售，**2022 年至 2024 年**各期业务推广及宣传费占销售费用比例分别为 **31.29%、31.12%和 26.57%**，从而使得自身的业务招待费及差旅费用占比较低。

3、销售服务费

公司销售服务费主要为境外销售的商业佣金，为了保证比较口径一致，以下选取同行业可比公司明确披露为销售佣金的数据进行比较：

公司	2025 年 1-3 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
得润电子	未披露	22.23%	20.14%	14.80%
公司	18.47%	22.18%	8.22%	6.85%

注：可比公司信音电子、鸿日达、徕木股份、瑞可达均未单独披露销售佣金。

由上表可知，**2022 年度、2023 年度**公司销售服务费占比与得润电子存在一定的差异。为了开拓境外市场，境内企业支付境外销售佣金及服务费用属于电子连接器行业惯例，例如得润电子、信音电子等。**2022 年度及 2023 年度**，公司

销售服务费中的佣金由境外销售交易形成，各期境外收入占主营业务收入的比例为 20.59%和 18.84%；而得润电子 2022 年度及 2023 年度境外收入占主营业务收入的比例分别为 39.57%、52.43%，占比较高。因此，2022 年度及 2023 年度公司销售服务费与得润电子相比存在差异具有合理性。

2024 年度及 2025 年 1-3 月，公司销售服务费有大幅增长，主要原因系公司为了加强境内老客户的关系维护以及控制原有销售团队规模，引入了外部销售顾问团队辅助进行产品的市场渠道开拓和销售工作。详见本回复（一）公司销售服务费的具体内容 1、2 之相关描述。

（四）中介机构核查情况

1、核查程序

针对上述事项，发行人会计师主要执行了以下核查程序：

（1）访谈发行人高级管理人员，了解公司各期业绩及销售费用变动的原因；

（2）查阅发行人同行业可比公司公开披露文件，了解其报告期内的经营模式、销售费用情况，并进行对比分析；

（3）获取发行人报告期内销售费用明细，分析主要营销费用的投入情况。

2、核查意见

经核查，发行人会计师认为：

（1）销售费用金额及结构变动的原因具有合理性；

（2）公司销售费用结构变化与同行业可比公司平均水平较为接近。

七、列示长期股权投资、其他应收款等财务性投资相关科目具体情况，具体说明报告期内其他应收款中其他的内容，结合发行人主营业务与对被投资企业之间合作、销售、采购等情况，说明相关投资不认定为财务性投资的原因及合理性，发行人最近一期末是否持有金额较大的财务性投资（包括类金融业务），自本次发行董事会决议日前六个月至今，发行人新投入或拟投入的财务性投资及类金融业务（如有）的具体情况，并结合前次募投项目非资本性支出、节余资金补流等情况，说明前募资金实际补流金额、占当次募集资金总额

的比例，是否符合《证券期货法律适用意见第 18 号》的规定及最新监管要求

（一）列示长期股权投资、其他应收款等财务性投资相关科目具体情况，具体说明报告期内其他应收款中其他的内容，结合发行人主营业务与对被投资企业之间合作、销售、采购等情况，说明相关投资不认定为财务性投资的原因及合理性，发行人最近一期末是否持有金额较大的财务性投资（包括类金融业务）

1、长期股权投资、其他应收款等财务性投资相关科目具体情况

截至 2025 年 3 月 31 日，公司可能涉及财务性投资（包括类金融业务）的相关科目具体情况如下：

单位：万元

报表项目	金额	核算内容	是否属于财务性投资
货币资金	31,110.21	库存现金、银行存款、其他货币资金	否
交易性金融资产	—		不适用
衍生金融资产	—		不适用
其他应收款	530.75	业务往来需要的押金、保证金	否
其他流动资产	9,741.29	待抵扣进项税额、预缴所得税	否
其他非流动资产	598.79	预付设备及工程款等	否
长期股权投资	11,011.84	对联营企业的股权投资	否
债权投资	—		不适用
其他债权投资	—		不适用
其他权益工具投资	1,280.19	对产业链企业的股权投资	否
长期应收款	—		不适用
其他非流动金融资产	—		不适用
投资性房地产	—		不适用

截至 2025 年 3 月 31 日，公司上表的财务报表项目不涉及垫资或资金占用，不属于财务性投资的具体分析如下：

（1）货币资金

2025 年 3 月 31 日，公司货币资金构成如下：

单位：万元

项目	2025. 3. 31	
	金额	比例
库存现金	14.41	0.05%
银行存款	27,037.62	86.91%
其他货币资金	4,058.18	13.04%
合计	31,110.21	100.00%

2025 年 3 月 31 日，公司其他货币资金 4,058.18 万元，其中 4,051.04 万元为开立银行承兑汇票的保证金，7.14 万元为存放于第三方支付平台的资金，不属于财务性投资。

(2) 其他应收款

2025 年 3 月 31 日，公司的其他应收款如下：

单位：万元

项目	2025 年 3 月 31 日
押金和保证金	330.07
其他款项	413.47
其中：应收第三方房租水电等款项	211.93
股权转让款	61.25
备用金	58.82
长账龄的预付软件款	30.80
长账龄的预付设备款	18.88
其他应付款重分类金额	15.41
社保公积金	16.17
税金款	0.21
减：坏账准备	212.79
合计	530.75

①股权转让款

A、股权转让款基本情况

2025 年 3 月 31 日，公司其他应收款中的 61.25 万元股权转让款为公司向惠州市讯电达信息技术中心（有限合伙）转让子公司万连科技 2.5%股权而应收的股权转让尾款。

B、股权转让款对应的万连科技投资属于公司围绕产业链下游以获取销售渠道的产业投资，不界定为财务性投资

2020 年，基于扩大公司电子连接器产品线上销售渠道以及服务中小客户需求的双重目的，公司出资设立全资子公司万连科技。万连科技主营业务为线上销售电子连接器产品，主要服务电子连接器领域的长尾客户群体，业务具有订单频繁、产品类型丰富、客户数量众多的特点。2024 年度，万连科技销售的公司自产电子连接器为 2,396.20 万元。

综上，公司其他应收款中的股权转让款不界定为财务性投资。

②长账龄的预付软件款、长账龄的预付设备款

基于会计谨慎性要求，为将向供应商预付的长期未结转款项计提减值损失，公司将“预付账款”报表项目中长账龄的预付软件款、长账龄的预付设备款重分类至“其他应收款”报表项目以计提减值损失。针对前述 2025 年 3 月末长账龄的预付软件款、长账龄的预付设备款，公司均已全额计提减值损失。

2025 年 3 月 31 日，公司其他应收款中 30.80 万元长账龄的预付软件款为公司向一家软件供应商预付的开发软件款项，但由于公司与对方在软件产品的使用参数、产品验收等方面存在差异，使得该预付款项长期未结转。2025 年 3 月 31 日，公司其他应收款中 18.88 万元长账龄的预付设备款为公司向三家模具、设备供应商预付的货款，但由于公司与对方在模具、设备产品的使用效果、产品验收等方面存在差异，使得该预付款项长期未结转。

因此，公司其他应收款中长账龄的预付软件款、长账龄的预付设备款不是投资行为，不属于财务性投资。

（3）其他流动资产

2025 年 3 月 31 日，公司其他流动资产金额 9,741.29 万元，均为公司的增值税待抵扣进项税额及公司预缴的企业所得税，不属于财务性投资。

（4）其他非流动资产

2025 年 3 月 31 日，公司其他非流动资产账面价值为 598.79 万元，均为公司的预付设备及工程款，不属于财务性投资。

（5）长期股权投资

2025 年 3 月 31 日，公司的长期股权投资如下：

单位：万元

序号	被投资单位	初始投资时点	后续追加/减少投资时点	后续处置计划	认缴金额	实缴金额	期末账面价值	持股比例
1	连捷精密	2021 年 4 月	无	拟长期持有	4,500.00	4,500.00	5,813.15	17.91%
2	昭明电子	2021 年 11 月	无	拟长期持有	3,150.00	3,150.00	5,198.69	6.60%
合计					7,650.00	7,650.00	11,011.84	-

公司上述的长期股权投资为围绕产业链上游的产业投资，符合公司主营业务及战略发展方向，不属于财务性投资。

①投资连捷精密情况

2021 年，基于对大数据、物联网以及人工智能的大趋势判断，公司看重与之相关的数据中心服务器的市场发展潜力，计划进入应用于服务器的电子连接器领域。但公司在该领域的技术积累较少，而连捷精密在该领域具备技术优势，在此背景下公司通过增资入股连捷精密的方式以加强双方合作，从而对公司开展服务器连接器业务进行战略布局。

连捷精密主要生产通讯终端类连接器、光电类连接器、电气电源连接器、手机用屏蔽类小五金等配套类产品，其在通讯连接器、高速连接器方面具有一定的技术积累。为了提升公司在通讯连接器、高速连接器方面的制造能力和技术水平，进一步提高市场竞争力和盈利能力，公司对连捷精密进行投资。在投资连捷精密后，公司与其签署战略合作协议，加强双方在通讯连接器技术研发、项目开发以及协同服务客户等方面的合作。报告期内，公司向连捷精密采购金额分别为 80.61 万元、89.15 万元、**903.46 万元和 289.77 万元**。

因此，公司对连捷精密的投资属于围绕产业链**上游**以获取技术协同的产业投资，符合公司主营业务及战略发展方向，不界定为财务性投资。

②投资昭明电子情况

2021 年，公司营业收入增长率为 42.41%，增长较快，对公司的精密五金制造能力、CNC 加工能力带来一定挑战。为保障未来及时交付客户订单以及扩大自身市场竞争力，公司期望扩充产能保障生产能力，而昭明电子恰好具备该能力，在此背景下公司通过增资入股昭明电子的方式以加强合作，从而进一步保障公司 CNC 加工能力。

昭明电子主要产品为精密结构件、精密模具及刀具，主要应用于消费电子、算力基础架构硬件和新能源电池等领域，其在精密五金加工制造、研发技术方面以及 CNC 加工产能方面存在优势，并且在消费电子领域拥有较多客户资源。基于此，为了提升公司精密五金制造能力、保障公司 CNC 加工能力，以及加强与昭明电子在服务消费电子客户方面的产业协同，公司对昭明电子进行投资。在投资昭明电子后，公司与其签署战略合作协议，加强昭明电子对公司 CNC 加工能力的保障以及加强双方协同服务客户等方面的合作。2024 年度，公司向昭明采购了少量产品，**具体金额为 0.32 万元**。

因此，公司对昭明电子的投资**主要**属于围绕产业链**上游**以获取生产能力的

产业投资，符合公司主营业务及战略发展方向，不界定为财务性投资。

综上，截至最近一期末，公司不存在持有金额较大的财务性投资（包括类金融业务）的情形。

（6）其他权益工具投资

2025 年 3 月 31 日，公司的其他权益工具投资如下：

单位：万元

序号	被投资单位	初始投资时点	后续追加/减少投资时点	后续处置计划	认缴金额	实缴金额	期末账面价值	持股比例
1	爱格玛	2025 年 2 月	无	拟长期持有	1,350.00	540.00	1,130.19	10.00%
2	翼蓝智算	2025 年 2 月	无	拟长期持有	150.00	-	150.00	15.00%
合计					1,500.00	540.00	1,280.19	-

注：2025 年 2 月底，胜蓝股份与爱格玛及其股东代表签署增资协议，约定胜蓝股份出资 1,350 万元取得爱格玛 12%股权；但其中 2%股权约定为在增资协议签署一年内以爱格玛的资金不足为前提条件进行增资，2025 年 3 月末胜蓝股份未对该 2%股权进行认缴增资，故 2025 年 3 月末公司基于会计准则的谨慎性要求未确认该 2%股权。

公司上述的其他权益工具投资为围绕产业链下游的产业投资，符合公司主营业务及战略发展方向，不属于财务性投资。

①投资爱格玛情况

爱格玛主要从事研发、生产、销售与感知算法应用相结合的硬件产品，主要产品包括无人机、感知模块等。在产业链上，爱格玛属于公司连接器及组件产品的下游客户，公司看重与其硬件产品在连接器及组件方面的协同效应，故增资入股爱格玛并计划长期持有爱格玛股权。在业务协同方面，公司可在连接器、电子线束等零部件方面配套爱格玛的硬件产品，且可开拓爱格玛的模组加工、成品组装业务，从而扩大公司销售业绩。

2025 年 3 月 18 日，公司与爱格玛签署《产品合作协议》，约定公司的连接器、模具等产品与爱格玛的智能控制板等硬件产品进行整合应用；爱格玛获取到属于前述合作领域的产品订单中，若涉及电子连接器及精密零组件的采购需求，爱格玛应选择公司作为唯一供应商，除非公司明确表示无法满足需求。截至本回复出具之日，公司承接了爱格玛的适配无人机使用的光纤桶项目，项目立项、市场调研、设备及模具厂家选择已经完成，已收到小批量订单，预计

2025 年 6 月量产。截至本回复出具之日，公司收到爱格玛订单总额为 6,025.55 元，已出货 2,876.11 元，未出货金额 3,149.44 元。

因此，公司对爱格玛的投资属于围绕产业链下游以开拓产品销售领域的产业投资，符合公司主营业务及战略发展方向，不界定为财务性投资。

②投资翼蓝智算（新成立公司）情况

2025 年 2 月底，胜蓝股份与深圳市华翼信息技术有限公司（以下简称“华翼信息”）同意共同成立深圳市翼蓝智算科技有限公司（以下简称“翼蓝智算”），投资协议约定胜蓝股份出资 150 万元，占注册资本的 15%，华翼信息出资 850 万元，占注册资本的 85%。同时，投资协议约定：甲（华翼信息）乙（胜蓝股份）双方将利用各自的资源和技术优势，助力目标公司（翼蓝智算）在 GPU（图形处理器）加速卡算力服务器、液冷技术及产品的研发、生产和销售，及 GPU 服务器集群的业务连续性、运维等关键领域的全面发展。

近年来，公司在散热领域进行布局、研发投入，于 2024 年 9 月成立专门的热传事业部，专注于液冷散热、风冷散热等相关的产品设计与研发。目前，在散热产品业务上，公司主要销售的是与散热相关的连接器线束、水冷部件，且相关产品在报告期内为公司的成熟产品；例如，公司向客户 E 销售应用在显卡散热风扇上的连接器线束以及应用在服务器上的水冷部件（如压铸水管等），与散热相关的产品占公司对客户 E 销售产品的 80%以上（2024 年公司对客户 E 收入 3,694.41 万元），前述产品的主要终端客户为浪潮、中芯国际、阳光电源、华为、英伟达等国内外厂商。华翼信息主营业务为向客户提供高性能计算领域的软硬件集成解决方案，客户资源包括神州数码、紫光集团、同济大学等，其部分团队成员拥有多年服务器行业工作经历，积累了丰富的服务器行业经验。

翼蓝智算经营范围包括“云计算装备技术服务；信息系统运行维护服务；数据处理和存储支持服务；云计算设备销售；云计算设备制造；基于云平台的业务外包服务”等，主营业务为风冷、液冷 AI 服务器，以及数据中心和数据中心设备的运维。在产业链上，翼蓝智算属于公司高速连接器、散热产品的下游客户。公司参与投资成立翼蓝智算，主要目的为拓宽高速连接器产品、散热产品的销售渠道，并计划长期持有翼蓝智算股权。在业务协同方面，公司的高速

连接器产品可配套翼蓝智算的服务器产品，并在服务器的液冷散热技术方面进行深入合作。截至本回复出具之日，翼蓝智算正在按照规划进行服务器产品的研发，并已经形成服务器样机，但尚未开展服务器产品的大批量生产与销售；在翼蓝智算的服务器样机开发过程中，公司热传事业部参与和提供了散热的解决方案开发与优化，主要是向翼蓝智算服务器产品提供了显卡散热和 CPU（中央处理器）散热的设计方案与对应样品（样品中使用了公司的高速连接器和散热模组），促进了翼蓝智算服务器产品的开发。未来，翼蓝智算拟生产销售的服务器产品亦需要使用公司的高速连接器和散热模组等产品。

因此，公司对翼蓝智算的投资属于围绕产业链下游以开拓产品销售领域的产业投资，符合公司主营业务及战略发展方向，不界定为财务性投资。

③其他权益工具投资减值情况

公司的其他权益工具投资为以公允价值计量且变动计入其他综合收益的金融资产，相关公允价值变动直接计入其他综合收益与其他权益工具投资会计科目，不存在减值准备情况。

2025 年 3 月 31 日，公司对爱格玛的其他权益工具投资账面价值为 1,130.19 万元，在 2025 年 1-3 月公司根据对爱格玛的持股比例确认的其他综合收益、其他权益工具投资金额为 5.19 万元；公司对翼蓝智算的其他权益工具投资账面价值为 150.00 万元，尚未根据翼蓝智算的公允价值变动确认其他综合收益与其他权益工具投资，主要原因系 2025 年 1-3 月翼蓝智算正在按照规划进行与服务器相关的项目研发，尚未开展实际经营，无法准确计量该投资的公允价值变动金额。

2、报告期内其他应收款中其他的内容

报告期内，公司其他应收款中其他的内容情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 3 月 31 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
应收第三方房租水电等款项	211.93	138.99	150.5	187.62
股权转让款	61.25	61.25	61.25	61.25
备用金	58.82	94.83	11.85	7.48
长账龄的预付软件款	30.8	30.8	30.8	30.8
长账龄的预付设备款	18.88	18.88	42.14	58.53

其他应付款重分类金额	15.41	15.41	35.43	300
社保公积金	16.17	17.7	13.46	8.77
税金款	0.21	0.46	7.99	7.89
合计	413.47	378.32	353.42	662.32

由上表可知，公司其他应收款中其他的内容不属于财务性投资。

（二）自本次发行董事会决议日前六个月至今，发行人新投入或拟投入的财务性投资及类金融业务（如有）的具体情况，并结合前次募投项目非资本性支出、节余资金补流等情况，说明前募资金实际补流金额、占当次募集资金总额的比例，是否符合《证券期货法律适用意见第 18 号》的规定及最新监管要求

1、自本次发行董事会决议日前六个月至今，发行人新投入或拟投入的财务性投资及类金融业务（如有）的具体情况

本次向不特定对象发行可转换公司债券董事会决议日（2024 年 12 月 5 日）前六个月起至本回复出具之日期间，公司不存在正在实施或拟实施财务性投资及类金融业务的情形。

2、结合前次募投项目非资本性支出、节余资金补流等情况，说明前募资金实际补流金额、占当次募集资金总额的比例，是否符合《证券期货法律适用意见第 18 号》的规定及最新监管要求

（1）前次可转债的募集资金实际补流金额

经中国证券监督管理委员会《关于同意胜蓝科技股份有限公司向不特定对象发行可转换公司债券注册的批复》（证监许可[2021]4024 号）同意注册，胜蓝股份向不特定对象发行可转换公司债券 3,300,000 张，每张面值为人民币 100 元，募集资金总额 330,000,000.00 元。截至本回复出具之日，公司前次可转债的募投项目已投资并实施完成，募集资金实际补流金额情况如下：

单位：万元

项目		项目类型	支出项目	使用募集资金金额
前次可转债的募集资金使用情况	高频高速连接器建设项目	资本性支出	工程建设、设备购置及安装	16,452.18
		非资本性支出/视为补流金额	预备费、铺底流动资金	-
		小计		16,452.18
	汽车射频连接器建设项目	资本性支出	工程建设、设备购置及安装	8,325.04
		非资本性支出/视为补流金额	预备费、铺底流动资金	-

		小计	8,325.04
	补充流动资金	补充流动资金	-
		5,000.77	
	累计使用金额合计		29,777.99
前次可转债的节余资金补流情况	非资本性支出/视为补流金额	-	3,654.05
其中：前次募集资金实际补流金额（即非资本性支出/视为补流金额与补充流动资金的合计金额）			8,654.82
前次募集资金实际补流金额占募集资金总额比例			26.23%

由上表可知，公司前次可转债的募集资金实际补流金额占募集资金总额比例为 26.23%，不超过募集资金总额的百分之三十，符合《证券期货法律适用意见第 18 号》的规定及最新监管要求。

公司前次可转债规划的募投项目预备费、铺底流动资金合计金额为 3,452.27 万元，而在实际使用中前述资金均投向土建工程建设，属于资本性支出，相关程序合规，且具有合理性。具体情况如下：

根据前次可转债的预案以及募集说明书相关内容，公司前次可转债的高频高速连接器建设项目和汽车射频连接器建设项目实施地点均为广东省东莞市东坑镇东坑横东路 225 号，合计建筑面积 31,822.73 平方米，规划的募投项目预备费、铺底流动资金合计金额为 3,452.27 万元；其中，高频高速连接器建设项目预备费、铺底流动资金分别为 498.48 万元、1,554.86 万元，汽车射频连接器建设项目预备费、铺底流动资金分别为 323.83 万元、1,075.10 万元。

在前次可转债规划设计阶段，公司可供实施前次可转债土建工程的地址仅为东坑镇东坑横东路 225 号。而在前次可转债土建工程实施过程中，公司于 2023 年度使用自有资金购买了位于东莞市长安镇银城六路 38 号的宗地编号为 2023WT032 号的土地，并规划实施“企业总部项目”。企业总部项目的实施地为东莞市长安镇，其具有地理位置优越（地处珠三角核心区域，交通便利且紧邻深圳市）、工业配套发达（五金模具产业基地、新能源汽车配套发达）的相对优势。为使前次可转债的募投项目充分利用前述地理、经济条件，且合理使用前次可转债募投项目的预备费、铺底流动资金，故公司决定在东莞市长安镇的企业总部项目中增加前次可转债的实施地点。公司前次可转债的募投项目增加实施地点未改变募集资金用途，不会对募投项目的实施造成实质性影响。

2024 年 4 月 24 日，公司董事会审议通过《关于部分募投项目增加实施地址的议案》；本次部分募投项目增加实施地点的事项在董事会的审议权限范围

内，无需提交股东大会审议。在增加实施地点后，公司前次可转债的募投项目增加建筑面积 10,969.74 平方米，增加投入金额 3,839.41 万元，其中包括前次可转债募投项目的预备费、铺底流动资金合计金额 3,452.27 万元的投入。

（2）IPO 的募集资金实际补流金额

经中国证券监督管理委员会《关于核准胜蓝科技股份有限公司首次公开发行股票的批复》（证监许可〔2020〕507 号）核准，并经深圳证券交易所同意，公司向社会公众公开发行了普通股（A 股）股票 3,723 万股，发行价为每股人民币 10.01 元，共募集资金 372,672,300.00 元。截至本回复出具之日，公司 IPO 的募投项目已投资并实施完成，募集资金实际补流金额情况如下：

单位：万元

项目	项目类型	支出项目	使用募集资金金额
IPO 的募集资金使用情况	电子连接器建设项目	资本性支出	16,716.50
		非资本性支出/视为补流金额	-
		小计	16,716.50
	新能源汽车电池精密结构件建设项目	资本性支出	6,634.61
		非资本性支出/视为补流金额	-
		小计	6,634.61
	研发中心建设项目	资本性支出	4,314.54
	补充流动资金	补充流动资金	5,000.00
	累计使用金额合计		32,665.65
IPO 的节余资金补流情况		非资本性支出/视为补流金额	-
其中：前次募集资金实际补流金额（即非资本性支出/视为补流金额与补充流动资金的合计金额）			5,000.00
前次募集资金实际补流金额占募集资金总额比例			13.42%

由上表可知，公司 IPO 的募集资金实际补流金额占募集资金总额比例为 13.42%，不超过募集资金总额的百分之三十，符合《证券期货法律适用意见第 18 号》的规定及最新监管要求。

（三）中介机构核查情况

1、核查程序

针对上述事项，发行人会计师主要执行了以下核查程序：

（1）访谈发行人高级管理人员，了解报告期内其他应收款中其他的内容，

了解发行人与被投资企业连捷精密、昭明电子之间合作、销售、采购等情况；
了解发行人对相关投资不认定为财务性投资的原因及合理性，以及最近一期末是否持有金额较大的财务性投资（包括类金融业务）；

（2）获取发行人定期报告、临时公告等资料，了解发行人报告期末长期股权投资、其他应收款等财务性投资相关科目具体情况；

（3）通过企查查、连捷精密和昭明电子官网等途径，网络查询连捷精密、昭明电子的基本情况；

（4）查阅董事会决议日前六个月至今的发行人投资相关科目明细账，检查理财产品购买合同、购买及赎回的银行回单，判断是否属于财务性投资；

（5）查阅前次募集资金使用鉴证报告，对发行人管理层进行访谈，了解前次募投项目中非资本性支出情况，测算前次募集资金中非资本性支出所占比例；

（6）获取报告期末长期股权投资、其他应收款等报表项目，分析是否涉及垫资或资金占用；

（7）获取公司投资爱格玛和翼蓝智算的投资协议、产品合作等资料，分析公司对爱格玛和翼蓝智算的投资不界定为财务性投资的合理性。

2、核查意见

经核查，发行人会计师认为：

（1）发行人已经列示长期股权投资、其他应收款等财务性投资相关科目具体情况，已经说明报告期内其他应收款中其他的内容；

（2）发行人将相关投资不认定为财务性投资的原因具有合理性；

（3）截至最近一期末，发行人不存在持有金额较大的财务性投资（包括类金融业务）的情形；

（4）自本次发行董事会决议日前六个月至今，发行人不存在正在实施或拟实施财务性投资及类金融业务的情形。

（5）发行人前次可转债的募集资金实际补流金额为 8,654.82 万元，占募集资金总额比例为 26.23%，不超过募集资金总额的百分之三十，符合《证券期货

法律适用意见第 18 号》的规定及最新监管要求；发行人 IPO 的募集资金实际补流金额为 5,000.00 万元，占募集资金总额比例为 13.42%，不超过募集资金总额的百分之三十，符合《证券期货法律适用意见第 18 号》的规定及最新监管要求。

问题 2

根据申报材料，前次 IPO 募投项目“新能源汽车电池精密结构件建设项目”承诺效益为 1,626.99 万元，2023 年及 2024 年 1-9 月实现效益分别为 1,723.16 万元、245.66 万元，募集说明书披露达到预计效益。前次可转债募投项目“高频高速连接器建设项目”承诺效益为 3,634.15 万元，2023 年及 2024 年 1-9 月实现效益分别为 706.19 万元、1,745.07 万元；“汽车射频连接器建设项目”承诺效益为 2,618.53 万元，2023 年及 2024 年 1-9 月实现效益分别为 202.13 万元、234.20 万元，募集说明书披露项目状态为在建；根据公司公告，截至 2024 年 12 月 31 日，前次可转债募投项目已实施完成。

请发行人：（1）说明前次 IPO 募投项目“新能源汽车电池精密结构件建设项目”最新效益实现情况，结合行业发展周期及竞争状况、下游客户需求及对主要客户销售情况、订单储备情况等，最近一年一期实现效益下滑的原因及合理性；结合报告期内项目建设、产能利用及效益实现情况，说明该项目是否达到预期效益，募集说明书相关披露是否准确。（2）补充说明前次可转债募投项目“高频高速连接器建设项目”“汽车射频连接器建设项目”转固时点、规模占比及最新效益实现情况，结合截至目前项目建设及产能利用情况，逐期说明该项目是否达到预期效益。

请发行人补充披露上述事项相关风险。

请保荐人及会计师核查并发表明确意见，请发行人律师核查（1）并发表明确意见。

【回复】

一、说明前次 IPO 募投项目“新能源汽车电池精密结构件建设项目”最新

效益实现情况，结合行业发展周期及竞争状况、下游客户需求及对主要客户销售情况、订单储备情况等，最近一年一期实现效益下滑的原因及合理性；结合报告期内项目建设、产能利用及效益实现情况，说明该项目是否达到预期效益，募集说明书相关披露是否准确

(一) 说明前次 IPO 募投项目“新能源汽车电池精密结构件建设项目”最新效益实现情况

2020 年 3 月，经中国证监会“证监许可〔2020〕507 号”文核准，并经深圳证券交易所同意，公司首次向社会公众公开发行人民币普通股（A 股）3,723 万股，每股面值 1.00 元，每股发行价格 10.01 元，募集资金总额为 37,267.23 万元，扣除不含税发行费用 5,107.57 万元后，募集资金净额为 32,159.66 万元，于 2020 年 6 月 29 日缴入公司募集资金账户。

截至 2025 年 3 月 31 日，公司 2020 年首次公开发行股票募集资金的实际使用情况如下：

单位：万元

募集资金总额			32,767.23			已累计使用募集资金总额			32,665.64	
						2020 年度			12,426.45	
						2021 年度			12,823.11	
累计变更用途的募集资金总额						2022 年度			7,255.80	
						2023 年度			160.29	
累计变更用途的募集资金总额比例						2024 年度			—	
						2025 年 1-3 月			—	
投资项目			募集资金投资总额			截止日募集资金累计投资额				项目达到预定可使用状态日期（或截止日）
序号	承诺投资项目	实际投资项目	募集前承诺投资金额	募集后承诺投资金额	实际投资金额	募集前承诺投资金额	募集后承诺投资金额	实际投资金额	实际投资金额与募集后承诺投资金额的差额	
1	电子连接器建设项目	电子连接器建设项目	16,315.63	16,315.63	16,716.50	16,315.63	16,315.63	16,716.50	400.87	2022/12/31
2	新能源汽车电池精密结构件建设项目	新能源汽车电池精密结构件建设项目	6,628.84	6,628.84	6,634.61	6,628.84	6,628.84	6,634.61	5.77	2022/12/31
3	研发中心建设项目	研发中心建设项目	4,215.19	4,215.19	4,314.54	4,215.19	4,215.19	4,314.54	99.35	2022/12/31
4	补充流动资金	补充流动资金	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	—	不适用
合计			32,159.66	32,159.66	32,665.64	32,159.66	32,159.66	32,665.64	505.98	不适用

报告期内，IPO 新能源汽车电池精密结构件建设项目的产能利用和效益实现情况如下：

单位：万元

项目名称	累计产能利用率	效益口径	2025 年 1-3 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度	2021 年度	2022 年末建成后累计效益	2024 年度是否达到预计效益
			投产期 (100%)	投产期 (100%)	投产期 (70%)	建设期	建设期		
新能源汽车电池精密结构件建设项目	75.22%	预计效益	-	1,626.99	263.20	-	-	-	否
		实际效益	307.88	430.05	1,723.16	510.13	335.39	2,461.09	

注 1：2022 年 12 月 31 日，IPO 新能源汽车电池精密结构件建设项目全面建成并全面投产，因而 2023 年度为投产期第一年（T+2 年，规划达产率 70%），2024 年度为投产期第二年（T+3 年，规划达产率 100%）；

注 2：公司相关信息披露文件仅预计达产后每年实现净利润情况，未预计各季度实现效益情况，且第一季度法定节假日较多，2025 年第一季度效益无法反映全年效益实现进度，根据《监管规则适用指引——发行类第 7 号》的规定，上表未列示 2025 年第一季度的预计效益和建成后累计预计效益；

注 3：由于公司 IPO 新能源汽车电池精密结构件的生产存在一定淡旺季情况，致使淡季产能利用率相对较低进而拉低全年平均产能利用率水平，实际生产中一般难以达到 100% 的设计产能利用率。一般而言，90%左右为相对满产状态的产能利用率水平。此外，2024 年，公司为应对市场变化，阶段性调整 IPO 新能源汽车电池精密结构件业务经营策略、收缩业务规模，主动放弃了价格、利润率较低的订单，导致相关业务产能利用率相对较低。2025 年，公司 IPO 新能源汽车电池精密结构件业务将转向更为积极的经营策略，产能利用率预计将有所回升。

IPO 新能源汽车电池精密结构件建设项目于 2022 年末全面建成并全面投产。2023 年度、2024 年度和 2025 年 1-3 月，募投项目累计实际效益 2,461.09 万元。

上述项目 2024 年度的实际效益为 430.05 万元，未达到 2024 年全年预计效益 1,626.99 万元，主要原因系：随着下游动力电池厂商竞争格局持续变化、市场集中度不断提升，市场增速放缓，动力电池精密结构件行业作为其上游配套产业竞争加剧，行业利润空间收窄，为应对市场竞争变化，2024 年公司阶段性调整相关经营策略、收缩业务规模；同时，由于原材料价格上升、劳务派遣招工成本上涨、加大针对下游客户潜在项目的前期投入，导致 IPO 新能源汽车电池精密结构件业务实现效益下滑，具体参见本回复“问题 2”之“一”之“（二）结合行业发展周期及竞争状况、下游客户需求及对主要客户销售情

况、订单储备情况等，最近一年一期实现效益下滑的原因及合理性”的相关内容。

（二）结合行业发展周期及竞争状况、下游客户需求及对主要客户销售情况、订单储备情况等，最近一年一期实现效益下滑的原因及合理性

2024 年，IPO 新能源汽车电池精密结构件业务实际效益下滑的主要原因系：①新能源汽车动力电池精密结构件行业竞争加剧、行业利润空间收窄，为应对市场竞争变化，2024 年公司阶段性调整相关经营策略、收缩业务规模；2024 年度，公司新能源汽车动力电池精密结构件销售收入下降 7,108.75 万元，为效益下滑的最主要影响因素；②2024 年上半年原材料价格上升，公司新能源汽车电池精密结构件业务直接材料成本增加，原材料价格上涨使得成本增加 135.71 万元；③2024 年公司新能源汽车电池精密结构件业务的劳务派遣人工成本上升，劳务派遣人工费用较上年同期增加 194.74 万元；④为应对日益加剧的行业竞争，储备未来业务资源，2024 年公司加大针对下游客户潜在项目的前期投入，研发管理费用较上年同期增加 137.30 万元。具体情况如下：

1、阶段性调整相关经营策略、收缩业务规模

（1）公司收缩业务规模的具体情况

①收缩业务规模的具体情况

为应对动力电池精密结构件行业市场变化以及客户 A 采购模式的变动，2024 年公司阶段性调整 IPO 新能源汽车电池精密结构件业务的经营策略、收缩业务规模，主动放弃价格、利润率较低的订单，维持公司 IPO 新能源汽车电池精密结构件业务的整体利润率水平。2023 年度、2024 年度和 2025 年 1-3 月，公司 IPO 新能源汽车电池精密结构件业务的销售收入和毛利率情况如下：

单位：万元

业务	项目	2025 年 1-3 月	2024 年度	2023 年度
IPO 新能源汽车电池精密结构件业务	销售收入	3,977.10	8,271.94	15,380.69
	毛利率	18.66%	15.43%	16.73%

2023 年度、2024 年度和 2025 年 1-3 月，公司 IPO 新能源汽车电池精密结构件业务的销售收入分别为 15,380.69 万元、8,271.94 万元和 3,977.10 万元，毛利率分别为 16.73%、15.43%和 18.66%。2024 年度，随着公司阶段性调

整相关经营策略、收缩业务规模，主动放弃价格、利润率较低的订单，IPO 新能源汽车电池精密结构件业务销售出现较大幅度下滑，但整体毛利率下降幅度较小；2025 年 1-3 月，随着新能源汽车市场内卷式竞争的局面的逐渐缓和，公司的新能源汽车电池精密结构件业务转向更为积极的经营策略，销售收入和毛利率均有所改善，具体参见本回复“问题 2”之“一”之“（二）”之“1”之“（1）”之“②主要客户收入变动情况”“③不利影响因素有所缓和”和“④公司的应对措施”的相关内容。

②主要客户收入变动情况

公司 IPO 新能源汽车电池精密结构件业务主要客户的具体情况如下：

单位：万元

年度	序号	客户名称	销售金额	占相关业务收入的比例	毛利率
2025 年 1-3 月	1	客户 A	2,373.73	59.68%	16.97%
	2	客户 D	545.16	13.71%	22.87%
	3	客户 L	286.57	7.21%	7.76%
	4	客户 AA	137.13	3.45%	21.20%
	5	客户 U	100.31	2.52%	3.46%
		合计	3,442.90	86.57%	16.91%
2024 年度	1	客户 A	2,740.55	33.13%	9.42%
	2	客户 L	2,129.41	25.74%	18.26%
	3	客户 D	1,775.40	21.46%	16.94%
	4	客户 Q	354.39	4.28%	14.32%
	5	客户 AA	343.86	4.16%	25.37%
		合计	7,343.62	88.78%	14.79%
2023 年度	1	客户 A	6,575.41	42.75%	11.51%
	2	客户 D	3,047.44	19.81%	21.79%
	3	客户 L	2,088.86	13.58%	25.95%
	4	客户 P	784.22	5.10%	22.04%
	5	客户 AA	775.84	5.04%	27.74%
		合计	13,271.76	86.29%	17.72%

公司自从事新能源汽车电池精密结构件业务以来，与客户 A 建立了长期稳定的合作关系。在 2023 年上半年及以前，客户 A 的新能源汽车电池精密结构件产品采购模式主要为与行业内的供应商签订长期采购合同方式进行合作，然后客户 A 在采购合同框架下通过采购订单的形式向供应商进行采购。2023 年下半年开始，客户 A 将原本的采购模式由“签订长期采购合同模式”调整为“供应商参与招投标竞价模式”，在供应商参与招投标竞价模式的施行初期客户 A 供应商中标后合作周期一般为 3-6 个月，后续客户 A 又将中标后合作周期逐渐

拉长为 9-12 个月。在前述背景下，在客户 A 采购模式转变前期阶段供应商竞争骤然加剧，后续随着招投标竞价模式对应的合作周期逐渐拉长、竞价频率降低，竞争程度有所缓和。

在客户 A 采取“供应商参与招投标竞价模式”后，公司阶段性调整对其的经营策略、收缩对其的销售规模，主动放弃价格、利润率较低的订单。公司对客户 A 的新能源汽车电池精密结构件销售额从 2023 年度的 6,575.41 万元下降至 2024 年度的 2,740.55 万元，毛利率从 2023 年度的 11.51%下降至 2024 年度的 9.42%。

2024 年，其他动力电池、新能源汽车厂商等客户也出现了一定程度采购压价的情形，公司阶段性主动放弃价格、利润率较低的订单，导致公司对其销售额下滑、毛利率有所下降。

2025 年以来，新能源汽车产业链内卷式竞争的局面有所缓和，公司的新能源汽车电池精密结构件业务转向更为积极的经营策略，销售收入和毛利率均有所改善。

③不利影响因素有所缓和

2024 年以来，新能源汽车产业链竞争加剧，价格竞争不利于我国新能源汽车产业长期高质量发展，2024 年 7 月中央政治局召开会议明确要强化行业自律，防止“内卷式”恶性竞争，强化市场优胜劣汰机制，畅通落后低效产能退出渠道。在国家的政策指引和宏观调控下，2025 年新能源汽车产业链内卷式竞争的局面有所缓和，新能源汽车产业未来将逐步迈入良性有序的发展轨道。

目前，公司大客户客户 A 的采购模式由供应商参与招投标竞价模式后 3-6 个月合作期限的模式，已改为招投标竞价模式后 9-12 个月合作期限，随着招投标竞价模式对应的合作周期逐渐拉长、竞价频率降低，竞争程度有所缓和。

④公司的应对措施

2025 年，公司的新能源汽车电池精密结构件业务将转向更为积极的经营策略：

A、加大力度回升原有业务规模。在客户 A 推行的供应商参与招投标竞价模式经历了前期模式转变带来的供应链扰动后，其逐渐形成了采购要兼顾价格

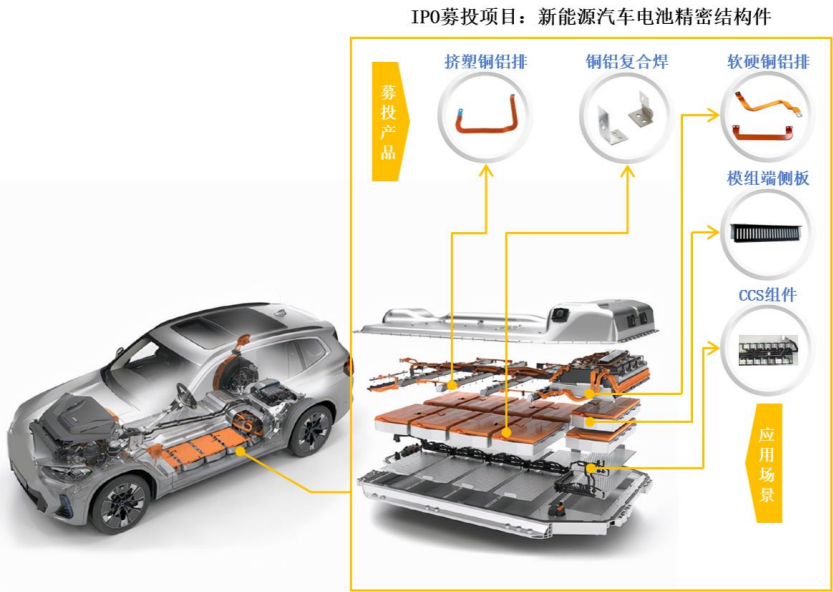
和品质的认识，供应商参与招投标竞价模式的格局趋向平稳。在此背景下，公司将加大力度承接原已和客户稳定合作的订单，回升原有业务规模；例如，2024 年 12 月公司中标了客户 A12 款新能源汽车电池精密结构件产品，根据中标通知书的预测需求量以及产品报价测算的总金额为 4,995.38 万元；

B、加强开拓新合作项目，公司已和客户 D 达成 3 个新项目合作，均已获得终端汽车厂商以及客户 D 的定点，产品开发、小批量试产已经完成，正在推进量产准备工作，预计在 2025 年 6 月、2025 年 12 月和 2026 年 3 月开始放量；同时，公司开发了客户 AH、客户 AI 等优质客户的量产项目，其中客户 AH 项目将在 2025 年 5 月份实现量产，客户 AI 项目预计 2026 年 3 月份实现量产；

C、实施更有效的成本费用管控措施，公司将通过优化产品生产工艺提升效率和良率降本，同时将进一步强化一体化采购的管理模式，提高公司的采购规模效应和议价能力，进而更加有效地进行成本管理、保障物料品质，提升公司的盈利空间和议价空间，以应对潜在的价格竞争。

(2) 下游动力电池行业的发展周期和竞争状况

IPO 新能源汽车电池精密结构件建设项目生产的主要产品为盖板/钢壳、软硬连接、线束等产品，主要应用在新能源汽车电池结构中，起到结构支撑、密封防爆、输送电流和信号传递等作用，属于新能源汽车动力电池精密结构件行业，下游市场主要为新能源汽车动力电池行业。



注：公司 IPO 新能源汽车电池精密结构件的应用场景。

根据中国汽车动力电池产业创新联盟定期发布的《动力电池月度信息》，2021-2024 年，我国动力电池产量分别为 219.70GWh、545.90GWh、778.10GWh 和 1,096.80GWh，同比增长 163.4%、148.5%、42.5%和 41.0%；动力电池销量分别为 186.0GWh、465.5GWh、616.3GWh 和 791.3GWh，同比增长 182.30%、150.30%、32.40%和 28.40%；动力电池装车量分别为 154.50GWh、294.60GWh、387.70GWh 和 548.40GWh，同比增长 142.80%、90.70%、31.60%和 41.50%。我国动力电池产销量、装车量在 2021-2022 年经历了高速增长后，在 2023-2024 年出现增速放缓。

我国动力电池行业主要由宁德时代、比亚迪、中创新航、国轩高科、亿纬锂能、欣旺达等少数几家头部厂商占据大部分市场份额。根据中国汽车动力电池产业创新联盟的统计数据，2021-2024 年前 5 家动力电池企业的动力电池装车市场份额分别为 83.4%、85.3%、87.4%和 84.1%，动力电池行业集中度较高并整体呈现集中度加剧的趋势。

2024 年，下游动力电池行业产销量、装车量增速放缓，动力电池行业集中度较高并整体呈现集中度加剧的趋势。公司的新能源汽车电池精密结构件业务作为动力电池的上游配套行业，相关产品受下游行业发展周期的影响较大。

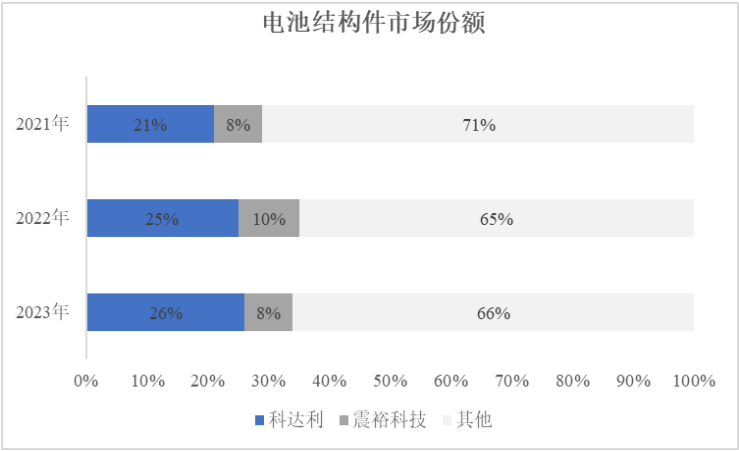
(3) 动力电池精密结构件行业的发展周期和竞争状况

2024 年，动力电池精密结构件行业作为动力电池行业上游配套产业随之增速放缓、进一步趋于集中化，市场竞争加剧、行业利润空间收窄。

根据高工产研锂电研究院（GGII）数据，我国锂电池精密结构件市场由 2017 年的 31.4 亿元增长至 2022 年的 338 亿元，年均复合增长率约为 61%，其中 2022 年锂电池精密结构件市场较上年增长接近 100%；预计 2025 年将达 800 亿元，年均复合增长率约 33%，增速较之前将有所放缓。

动力电池行业集中度较高导致动力电池精密结构件市场格局相对集中，主要原因系动力电池行业市场份额集中在少数几家头部厂商，仅较少数电池精密结构件制造企业能够进入其供应链体系，因而动力电池精密结构件行业受下游行业竞争格局的影响亦呈现较高的市场集中度。动力电池精密结构件的头部厂

商包括科达利、震裕科技等，合计市场份额超过 30%，其中科达利一家市场份额远超其他企业。



数据来源：iFinD，国金证券研究所整理

选取科达利、震裕科技、金杨股份、中瑞股份四家动力电池精密结构件行业上市公司的最近三年一期业绩表现进行比较如下：

单位：万元

公司	项目	2025 年 1-3 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度
		金额/比率	增减变动	金额/比率	增减变动	金额/比率	增减变动	金额/比率
科达利 (002850.SZ)	营业收入	302,173.10	20.46%	1,202,967.63	14.44%	1,051,136.01	21.47%	865,350.00
	净利润	38,582.92	25.04%	146,817.22	20.52%	121,815.59	33.43%	91,293.86
	净利率	12.77%	0.47%	12.20%	0.62%	11.59%	1.04%	10.55%
震裕科技 (300953.SZ)	营业收入	179,274.39	24.24%	712,869.25	18.45%	601,851.22	4.63%	575,233.20
	净利润	7,296.64	39.10%	25,394.91	493.77%	4,276.88	-58.73%	10,364.04
	净利率	4.07%	0.43%	3.56%	2.85%	0.71%	-1.09%	1.80%
金杨股份 (301210.SZ)	营业收入	32,413.07	26.59%	136,458.03	22.96%	110,974.45	-9.73%	122,940.98
	净利润	1,257.40	-11.24%	7,465.83	-1.80%	7,603.06	-39.10%	12,484.83
	净利率	3.88%	-1.65%	5.47%	-1.38%	6.85%	-3.30%	10.16%
中瑞股份 (301587.SZ)	营业收入	13,996.45	-16.96%	63,649.72	-7.33%	68,685.28	-10.07%	76,376.09
	净利润	720.62	-74.92%	7,472.23	-45.04%	13,596.62	-25.91%	18,352.01
	净利率	5.15%	-11.90%	11.74%	-8.06%	19.80%	-4.23%	24.03%

注 1：2025 年 1-3 月的增减变动系较上年同期数据计算；

注 2：营业收入、净利润增减变动为增减变动比例，净利率增减变动为增减变动值。

最近三年一期，动力电池精密结构件头部厂商科达利、震裕科技营业收入持续增长，而金杨股份、中瑞股份营业收入出现波动或连续下滑，表明动力电池精密结构件市场份额逐渐向头部厂商聚集，市场格局进一步集中。

最近三年一期，科达利作为国内动力电池精密结构件市场份额最大的企

业，净利润持续增长，净利率维持较高水平；震裕科技的净利润、净利率则出现较大波动；金杨股份、中瑞股份的净利润、净利率呈现下滑趋势，表明动力电池精密结构件的市场竞争加剧，行业利润空间收窄。

动力电池精密结构件行业增速放缓、进一步趋于集中化，导致市场竞争加剧、行业利润空间收窄，未来动力电池精密结构件市场格局可能进一步集中。

(4) 公司的竞争地位

公司自 2016 年开始从事新能源汽车电池精密结构件业务，同时公司把握住新能源汽车产业发展的契机，在 IPO 时启动新能源汽车电池精密结构件建设项目。自涉足新能源汽车电池精密结构件业务以来，公司掌握了挤塑工艺、原子复合焊接、精密注塑成型、冲压件精密模内成型等多项创新型技术，能够快速响应客户的各类定制化产品需求。公司建立了与下游客户高效协同的业务管理流程和客户服务体系，通过品质体系管理、全流程控制、自动化智能制造保障了客户对产品的一致性、可靠性、高品质、低成本等诉求。

公司的新能源汽车电池精密结构件业务规模与头部厂商相比仍有差距，头部厂商主要生产动力电池的电芯壳体等单价成本更高的标准化结构件产品，所占据的市场份额较大。基于动力电池精密结构件市场较为集中的竞争格局，公司聚焦模组端侧板、CCS 组件、软硬铜铝排等电池模组定制化结构件产品的长尾市场，积极与比亚迪、欣旺达集团、广汽埃安、小鹏汽车、长城汽车等动力电池、新能源汽车行业厂商建立起长期战略合作关系，形成了良好的市场口碑和品牌影响力。

(5) 公司的竞争优势与劣势

① 竞争优势

A、体系管理优势

公司的新能源汽车电池精密结构件需要结合部分汽车结构件的技术标准要求进行定制化设计和生产，产品需同时满足高度精密性和一致性要求，还需要具备耐高温性、高密封性、良好的安全性等特性。在技术工艺方面，精密结构件产业综合金属材料、机械工程学、化学、电子、机电、精密控制等多学科知识，精密结构件的制造工艺、质量控制等环节需要在长期的大规模生产中不断

改进完善，对体系化管理、协同具有较高要求。公司通过了 IATF 16949、ISO9001、ISO14001、QC080000 等体系认证和产品安规认证，建立了与下游客户高效协同的业务管理流程和客户服务体系，通过品质体系管理、全流程控制、自动化智能制造保障了客户对产品的一致性、可靠性、高品质、低成本等诉求，取得了多家下游动力电池、新能源汽车厂商的供应商资质认证。

B、供应链管理优势

除新能源汽车电池精密结构件业务外，公司主要从事消费电子、新能源汽车等连接器及组件的研发、生产及销售。新能源汽车电池精密结构件和电子连接器产品的物料采购在构成、渠道上具有较高的重合度，公司依托一体化采购的管理模式，在供应链管理上具有一定的采购规模效应和议价能力，能够有效地进行成本管理、保障物料品质，具备较为显著的供应链管理优势。

C、客户资源优势

公司的新能源汽车电池精密结构件与新能源汽车电子连接器业务的客户资源具有较高的重合度，新能源汽车厂商向公司采购电子连接器产品的同时一般也具有电池精密结构件的需求。公司能够依托多年来在新能源汽车电子连接器领域积累的众多优质客户资源和良好合作关系，为客户提供多元的产品矩阵。公司与比亚迪、长城汽车、广汽集团等企业建立了稳定合作关系，公司开展新能源汽车电池精密结构件业务具备客户资源优势。

D、技术工艺优势

经过多年发展，公司在新能源汽车电池精密结构件领域掌握了挤塑工艺、原子复合焊接、精密注塑成型、冲压件精密模内成型等多项创新型技术，结合公司与客户多年的联合开发和配套供应经验，能够快速响应客户的各类定制化产品需求。

E、品牌声誉优势

公司深耕新能源汽车领域多年，与众多品牌建立了良好的合作关系，树立了良好的品牌声誉。公司自成立以来始终以客户需求为导向，坚持技术创新，管理运营上不断追求精益求精，先后获得了“高新技术企业”“广东省名牌产品”“东莞市科学技术进步奖”“东莞市专利优秀奖”“东莞市实施重点企业

规模与效益倍增计划企业”等荣誉。公司将充分利用品牌声誉优势，持续深耕客户业务需求，不断提升公司新能源汽车电池精密结构件业务规模和盈利水平。

②竞争劣势

公司的新能源汽车电池精密结构件客户主要集中在比亚迪、欣旺达集团、广汽埃安、小鹏汽车、长城汽车等大型厂商，对主要客户的依赖程度较高。如果公司未能积极加大开拓其他客户，降低客户集中度，则可能面临主要客户采购需求下降或市场竞争加剧而导致的公司新能源汽车电池精密结构件业绩波动。

为应对市场竞争变化，2024 年公司阶段性调整相关经营策略、收缩业务规模，导致 IPO 新能源汽车电池精密结构件建设项目实现效益下滑，但在定制化结构件产品的长尾市场，公司具备一定的竞争地位和竞争优势，公司积极谋划、储备未来业务资源，促进新能源汽车电池精密结构件效益的实现。

2、原材料价格上升

公司生产新能源汽车电池精密结构件的主要原材料为铜材、铝材等金属和塑胶料等。2024 年上半年，受市场铜材、铝材等金属价格上涨影响，公司精密结构件产品直接材料成本增加，导致 IPO 新能源汽车电池精密结构件建设项目实现效益下滑。

2023 年 1 月至 2025 年 3 月铜材、铝材收盘价走势图如下：



数据来源：新浪财经

铝收盘价走势图（2023 年 1 月至 2025 年 3 月）

单位：元/吨



数据来源：新浪财经

2023 年度、2024 年度和 2025 年 1-3 月，公司 IPO 新能源汽车电池精密结构件业务的直接材料及其占销售收入的比例如下：

单位：万元

业务	项目	2025 年 1-3 月	2024 年度	2023 年度
IPO 新能源汽车电池精密结构件业务	销售成本	3,235.06	6,995.40	12,807.18
	其中：直接材料成本	2,190.11	4,728.95	8,409.40
	直接材料占销售成本比例	67.70%	67.60%	65.66%

公司 IPO 新能源汽车电池精密结构件业务的直接材料占销售成本比例从 2023 年度的 65.66% 上升至 2024 年度的 67.60%，增加 1.94 个百分点。按照 2024 年度的销售成本 6,995.40 万元、直接材料占销售成本比例变动 1.94% 测算，2024 年度原材料价格上涨的影响为 135.71 万元。

2024 年上半年，受市场铜材、铝材等金属价格上涨影响，公司精密结构件产品直接材料成本增加，导致 2024 年度 IPO 新能源汽车电池精密结构件业务实现效益下滑。

3、劳务派遣招工成本上涨

公司 IPO 新能源汽车电池精密结构件业务 2024 年度劳务派遣人工费用较上年同期增加 194.74 万元，主要原因系公司在阶段性调整经营策略、收缩业务规模时进行了生产人员调整，在后续市场回暖后的用工季出现用工缺口，难以在短期内完成正式生产人员招聘，导致劳务派遣招工成本上涨。

4、加大潜在项目的前期投入

公司 IPO 新能源汽车电池精密结构件业务 2024 年度研发管理人员的薪酬费用较上年同期增加 137.30 万元，主要原因系公司为应对日益加剧的行业竞争、储备未来业务资源，加大针对下游客户潜在项目的审厂、项目对接等前期投入所致。

5、下游客户需求

新能源汽车电池精密结构件属于定制化产品，需要结合部分汽车结构件的技术标准要求进行设计和生产，只有产品同时满足高度精密性和一致性要求的条件下，才能与国内外领先汽车厂商进行产品的联合开发和配套供应。

近年来，动力电池精密结构件市场需求虽总体随着下游动力电池、新能源汽车行业的发展而扩大，但伴随着下游动力电池行业产销量、装车量增速放缓向上游传导，下游动力电池行业集中度较高并整体呈现集中度加剧的趋势，叠加动力电池对精密结构件具有一定技术要求，对上游供应商的认证程序严格、复杂等因素，综合导致动力电池精密结构件行业增速放缓、进一步趋于集中化，造成下游客户的议价能力进一步提升，对单一供应商采购需求量的不确定性有所增加。

6、对主要新能源汽车客户销售情况、订单储备情况等

(1) 对主要新能源汽车客户销售情况

2023 年度、2024 年度和 2025 年 1-3 月，公司 IPO 新能源汽车电池精密结构件建设项目的销售收入分别为 15,380.69 万元、8,271.94 万元和 3,977.10 万元，2024 年度销售收入较上年出现下滑，主要原因系：随着下游动力电池厂商竞争格局持续变化、市场集中度不断提升，市场增速放缓，动力电池精密结构件行业作为其上游配套产业竞争加剧，叠加短期成本费用增加的影响，公司阶段性调整相关业务经营策略、收缩业务规模所致。IPO 新能源汽车电池精密结构件建设项目主要客户的销售情况如下：

单位：万元

年度	序号	客户名称	销售金额	占相关业务收入的比例
2025 年 1-3 月	1	客户 A	2,373.73	59.68%
	2	客户 D	545.16	13.71%
	3	客户 L	286.57	7.21%

	4	客户 AA	137.13	3.45%
	5	客户 U	100.31	2.52%
	合计		3,442.90	86.57%
2024 年度	1	客户 A	2,740.55	33.13%
	2	客户 L	2,129.41	25.74%
	3	客户 D	1,775.40	21.46%
	4	客户 Q	354.39	4.28%
	5	客户 AA	343.86	4.16%
	合计		7,343.62	88.78%
2023 年度	1	客户 A	6,575.41	42.75%
	2	客户 D	3,047.44	19.81%
	3	客户 L	2,088.86	13.58%
	4	客户 P	784.22	5.10%
	5	客户 AA	775.84	5.04%
	合计		13,271.76	86.29%

为应对市场竞争变化和短期成本费用增加的影响，公司阶段性调整相关业务经营策略、收缩业务规模导致了主要客户销售额下降，但主要客户结构未发生重大变化。

(2) 订单储备情况

截至 2025 年 3 月末，IPO 新能源汽车电池精密结构件建设项目的在手订单为 3,122.37 万元。在手订单和订单覆盖率情况具体如下：

单位：万元

项目	2025 年 3 月末/2025 年 1-3 月
在手订单金额①	3,122.37
存货账面余额②	3,424.60
主营业务收入③	3,977.10
主营业务成本④	3,235.06
订单覆盖率⑤= (①×④/③) ÷ ②	74.16%

2025 年 3 月末，公司 IPO 新能源汽车电池精密结构件业务的订单覆盖率为 74.16%，订单覆盖率较高。

公司具有一定在手订单支持公司 IPO 新能源汽车电池精密结构件业务的发展。

(3) 固定资产减值情况

公司 IPO 新能源汽车电池精密结构件业务的主要设备包括：注塑设备、冲压设备、机械手臂、切割设备、焊接设备、检测设备 etc 具有较高通用性的工业自动化设备，与公司生产电子连接器所使用的生产设备具有较高的通用性。因

而，在评估 IPO 新能源汽车电池精密结构件业务的固定资产的减值迹象以及可收回金额时需要考虑更广泛的市场条件和潜在用途。

此外，2024 年度公司 IPO 新能源汽车电池精密结构件业务效益有所下滑，主要原因系公司为应对市场变化，阶段性调整相关业务经营策略、收缩业务规模，主动放弃价格、利润率较低的订单，叠加短期内原材料价格、劳务派遣招工成本上涨，加大潜在项目的前期投入等因素所致。目前，公司的产线设备处于正常使用状态，主要客户结构未发生重大变化且具有一定在手订单，IPO 新能源汽车电池精密结构件业务仍处于正常的发展轨道。2025 年，公司 IPO 新能源汽车电池精密结构件业务将转向更为积极的经营策略，加大力度回升原有业务规模、加强开拓新合作项目、实施更有效的成本费用管控措施。

根据《企业会计准则》，公司应当在资产负债表日判断资产是否存在可能发生减值的迹象，对于资产负债表日存在减值迹象的部分，再进行减值测试。公司将《企业会计准则》规定的可能存在减值迹象的情况与公司实际情况逐项进行比对，判断是否有减值迹象，具体情况如下：

序号	减值迹象	是否存在减值迹象	备注
1	资产的市价当期大幅度下跌，其跌幅明显高于因时间的推移或者正常使用而预计的下跌	否	①公司 IPO 新能源汽车电池精密结构件业务的主要设备包括：注塑设备、冲压设备、机械手臂、切割设备、焊接设备、检测设备等具有较高通用性的工业自动化设备，其市价当期未发生大幅度下跌的情况； ②上述设备集中购置于 2022 年，已充分计提了折旧，不存在跌幅明显高于因时间的推移或正常使用而预计的下跌的情况
2	企业经营所处的经济、技术或者法律等环境以及资产所处的市场在当期或者将在近期发生重大变化，从而对企业产生不利影响	否	①2024 年度，公司 IPO 新能源汽车电池精密结构件业务效益有所下滑，主要原因系公司为应对市场变化，阶段性调整相关业务经营策略、收缩业务规模，主动放弃价格、利润率较低的订单，叠加短期内原材料价格、劳务派遣招工成本上涨，加大潜在项目的前期投入等因素所致，公司经营所处的经济、技术或者法律等环境未发生重大不利变化； ②公司 IPO 新能源汽车电池精密结构件业务的主要资产为具有较高通用性的工业自动化设备，其所处的市场在当期或者将在近期未发生重大不利变化
3	市场利率或者其他市场投资报酬率在当期已经提高，从而影响企业计算资产预计未来现金流量现值的折现率，导致资产可收回金额大幅度降低	否	市场利率或者其他市场投资报酬率在当期未发生重大变化

4	有证据表明资产已经陈旧过时或者其实体已经损坏	否	公司 IPO 新能源汽车电池精密结构件业务的主要设备集中购置于 2022 年，目前，公司设备处于正常使用状态，公司定期对设备进行维护更新，不存在资产已经陈旧过时或者其实体已经损坏的情形
5	资产已经或者将被闲置、终止使用或者计划提前处置	否	公司 IPO 新能源汽车电池精密结构件业务目前处于正常的发展轨道，产线设备处于正常使用状态。2025 年，公司 IPO 新能源汽车电池精密结构件业务将转向更为积极的经营策略，公司没有计划终止或重组该资产所属的经营业务，产线目前正常运转，不存在资产已经或者将被闲置、终止使用或者计划提前处置的情形
6	企业内部报告的证据表明资产的经济绩效已经低于或者将低于预期，如资产所创造的净现金流量或者实现的营业利润（或者亏损）远远低于（或者高于）预计金额	否	公司 IPO 新能源汽车电池精密结构件业务的主要设备包括：注塑设备、冲压设备、机械手臂、切割设备、焊接设备、检测设备等具有较高通用性的工业自动化设备，与公司生产的新能源汽车电子连接器所使用的生产设备环节具有较高的通用相通性，在评估固定资产的减值迹象时需要考虑更广泛的市场条件和潜在用途。公司整体的业务发展势头良好，不存在资产的经济绩效已经低于或者将低于预期的情形
7	其他表明资产可能已经发生减值的迹象	否	不存在其他表明资产可能已经发生减值的迹象

公司 IPO 新能源汽车电池精密结构件业务的固定资产不存在减值迹象，未计提减值准备具有合理性。

7、最近一年一期实现效益下滑的原因及合理性

2024 年度，公司 IPO 新能源汽车电池精密结构件建设项目实现效益下滑的主要原因系：行业层面，随着下游动力电池厂商竞争格局持续变化、市场集中度不断提升，市场增速放缓，动力电池精密结构件行业作为其上游配套产业竞争加剧，行业利润空间收窄，为应对市场竞争变化，2024 年公司阶段性调整相关业务经营策略、收缩业务规模；公司层面，由于原材料价格上升、劳务派遣招工成本上涨、加大针对下游客户潜在项目的前期投入，导致公司 IPO 新能源汽车电池精密结构件业务实现效益下滑。

随着新能源汽车市场内卷式竞争的局面的逐渐缓和，2025 年公司的新能源汽车电池精密结构件业务将转向更为积极的经营策略，通过实施：①加大力度承接原已和客户稳定合作的订单，回升原有业务规模；②加强开拓新合作项目，推进新增的量产项目落地；③实施更有效的成本费用管控措施，以应对潜在的价格竞争等，保障项目效益的实现。具体参见本回复“问题 2”之“一”

之“（二）”之“1”之“（1）公司收缩业务规模的具体情况”的相关内容。

（三）结合报告期内项目建设、产能利用及效益实现情况，说明该项目是否达到预期效益，募集说明书相关披露是否准确

2021 和 2022 年度，IPO 募投项目新能源汽车电池精密结构件建设项目正处于建设期，尚未全面建成，但募投项目随着建设进度逐步完成而陆续投入生产；2022 年 12 月 31 日，新能源汽车电池精密结构件建设项目达到预定可使用状态并全面投入使用。

新能源汽车电池精密结构件建设项目在 IPO 时规划的预计效益情况如下：

单位：万元

年度	T+1 年	T+2 年	T+3 年	T+4 年	T+5 年	T+6 年	T+7 年
项目进度	建设期	投产期	投产期	投产期	投产期	投产期	投产期
达产率	-	70%	100%	100%	100%	100%	100%
预计效益	-	263.20	1,626.99	1,563.60	1,468.36	1,363.59	1,187.37

项目建设期间及投产后，新能源汽车电池精密结构件建设项目的产能利用和效益实现情况如下：

单位：万元

项目名称	累计产能利用率	效益口径	2025 年 1-3 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度	2021 年度	2022 年末建成后累计效益	2024 年度是否达到预计效益
			投产期 (100%)	投产期 (100%)	投产期 (70%)	建设期	建设期		
新能源汽车电池精密结构件建设项目	75.22%	预计效益	-	1,626.99	263.20	-	-	-	否
		实际效益	307.88	430.05	1,723.16	510.13	335.39	2,461.09	

注 1：2022 年 12 月 31 日，IPO 新能源汽车电池精密结构件建设项目全面建成并全面投产，因而 2023 年度为投产期第一年（T+2 年，规划达产率 70%），2024 年度为投产期第二年（T+3 年，规划达产率 100%）；

注 2：公司相关信息披露文件仅预计达产后每年实现净利润情况，未预计各季度实现效益情况，且第一季度法定节假日较多，2025 年第一季度效益无法反映全年效益实现进度，根据《监管规则适用指引——发行类第 7 号》的规定，上表未列示 2025 年第一季度的预计效益和建成后累计预计效益。

IPO 新能源汽车电池精密结构件建设项目于 2022 年末全面建成并全面投产。IPO 新能源汽车电池精密结构件建设项目 2024 年度的实际效益为 430.05 万元，未达到 2024 年全年预计效益 1,626.99 万元，主要原因系：随着下游动力

电池厂商竞争格局持续变化、市场集中度不断提升，市场增速放缓，动力电池精密结构件行业作为其上游配套产业竞争加剧，行业利润空间收窄，为应对市场竞争变化，2024 年公司阶段性调整相关经营策略、收缩业务规模；同时，由于原材料价格上升、劳务派遣招工成本上涨、加大针对下游客户潜在项目的前期投入，导致 IPO 新能源汽车电池精密结构件业务实现效益下滑。随着新能源汽车市场内卷式竞争的局面的逐渐缓和，2025 年公司的新能源汽车电池精密结构件业务将转向更为积极的经营策略，通过实施：①加大力度承接原已和客户稳定合作的订单，回升原有业务规模；②加强开拓新合作项目，推进新增的量产项目落地；③实施更有效的成本费用管控措施，以应对潜在的价格竞争等，保障项目效益的实现。具体参见本回复“问题 2”之“一”之“（二）”之“1”之“（1）公司收缩业务规模的具体情况”的相关内容。

公司已在募集说明书“第八节 历次募集资金运用”之“二、前次募集资金使用情况”之“（二）前次募集资金的实际使用情况”之“7、前次募集资金投资项目实现效益情况”之“（1）2020 年首次公开发行股票募集资金投资项目”中补充披露如下内容：

“IPO 新能源汽车电池精密结构件建设项目于 2022 年末全面建成并全面投产。IPO 新能源汽车电池精密结构件建设项目 2024 年度的实际效益为 430.05 万元，未达到 2024 年全年预计效益 1,626.99 万元，主要原因系：随着下游动力电池厂商竞争格局持续变化、市场集中度不断提升，市场增速放缓，动力电池精密结构件行业作为其上游配套产业竞争加剧，行业利润空间收窄，为应对市场竞争变化，2024 年公司阶段性调整相关经营策略、收缩业务规模，同时，由于原材料价格上升、劳务派遣招工成本上涨、加大针对下游客户潜在项目的前期投入，导致 IPO 新能源汽车电池精密结构件建设项目实现效益下滑。”

（四）中介机构核查情况

1、核查程序

针对上述事项，发行人会计师主要执行了以下核查程序：

（1）获取并查阅发行人 IPO 募投项目的可行性研究报告、测算明细表，审阅 IPO 募投项目新能源汽车电池精密结构件建设项目的计算逻辑和测算过程；

(2) 获取并查阅会计师出具的关于前次募集资金存放与使用情况的鉴证报告、发行人的实际效益统计表等，核查发行人新能源汽车电池精密结构件建设项目基本情况、效益实现情况等；

(3) 查询相关行业统计数据、产业政策、研究报告、上市公司定期报告等，了解新能源汽车电池精密结构件建设项目所处行业发展周期、竞争状况、客户需求等；

(4) 获取并统计发行人 IPO 新能源汽车电池精密结构件建设项目的销售数据明细和在手订单，核查发行人相关销售情况及订单储备情况；

(5) 访谈相关人员，了解前次募投项目相关的行业发展及竞争状况、前次募投项目的效益情况、下游客户需求等情况。

2、核查意见

经核查，发行人会计师认为：

2023 年度、2024 年度和 2025 年 1-3 月，募投项目累计实际效益 2,461.09 万元，但 2024 年全年实际效益未达到 2024 年全年预计效益。

动力电池精密结构件行业增速放缓、进一步趋于集中化，市场竞争加剧，行业利润空间收窄，为应对市场竞争变化，2024 年公司阶段性调整相关经营策略、收缩业务规模；同时，由于原材料价格上升、劳务派遣招工成本上涨、加大针对下游客户潜在项目的前期投入，导致 IPO 新能源汽车电池精密结构件建设项目实现效益下滑。动力电池精密结构件行业市场竞争加剧，造成下游客户的议价能力进一步提升，对单一供应商采购需求量的不确定性有所增加。为应对市场竞争变化，公司阶段性调整相关业务经营策略、收缩业务规模导致了主要客户销售下降，但主要客户结构未发生重大变化，且具有一定在手订单支持公司 IPO 新能源汽车电池精密结构件业务的发展，相关设备主要为具有较高通用性的工业自动化设备，不存在减值迹象。

IPO 新能源汽车电池精密结构件建设项目于 2022 年末全面建成并全面投产，但 2024 年全年实际效益未达到 2024 年全年预计效益，公司已在募集说明书相关章节补充披露并进行风险提示。

二、补充说明前次可转债募投项目“高频高速连接器建设项目”“汽车射

频连接器建设项目”转固时点、规模占比及最新效益实现情况，结合截至目前项目建设及产能利用情况，逐期说明该项目是否达到预期效益

（一）补充说明前次可转债募投项目“高频高速连接器建设项目”“汽车射频连接器建设项目”转固时点、规模占比情况

截至 2025 年 3 月末，前次可转债募投项目高频高速连接器建设项目、汽车射频连接器建设项目的转固时点、规模占比情况如下：

单位：万元

序号	资产名称	地址名称	对应募投项目	转固时点	折旧年限	账面原值	账面原值占比
1	东坑一期 1 号办公楼	广东省东莞市东坑镇东坑横东路 225 号	高频高速连接器建设项目、汽车射频连接器建设项目	2023 年 7 月	20 年	409.28	0.55%
2	东坑一期 2 号厂房			2023 年 7 月	20 年	1,454.19	1.95%
3	东坑一期 3 号地下室			2023 年 7 月	20 年	172.62	0.23%
4	东坑二期 4 号厂房			2023 年 7 月	20 年	5,079.20	6.81%
5	东坑二期 5 号宿舍食堂			2023 年 7 月	20 年	2,972.65	3.99%
合计		-	-	-	-	10,087.94	13.53%

注：账面原值占比按照前次可转债转固固定资产账面原值占公司截至 2025 年 3 月末**固定资产**原值的比例计算。

公司按照企业会计准则的相关规定，在建工程按各项工程所发生的实际支出核算，在达到预定可使用状态时转作固定资产。所建造的固定资产已达到预定可使用状态，但尚未办理竣工决算手续的，自达到预定可使用状态之日起，根据工程预算、造价或者工程实际成本等，按估计的价值转入固定资产，并计提固定资产的折旧，待办理了竣工决算手续后再对原估计值进行调整。

对于建设工程，在工程完工后，公司组织工程部、承包方、外部监理机构对工程的建设情况、工程量进行重新核定，核定完成后，报送政府有关部门进行验收，并取得由有关政府部门出具的《建设工程规划条件核实合格证》、《建设工程消防验收备案凭证》等工程验收资料。公司内部确认工程达到验收标准后，移交各部门使用，并与工程部签署《工程移交单》，确认工程已达到预定可使用状态。签署《工程移交单》日起转入固定资产。

对于装修工程，在工程完工后，公司组织工程部以及使用部门对场地进行实地验收，使用部门确认工程达到验收标准后，签署《工程移交单》，确认工

程已达到预定可使用状态，自签署《工程移交单》日起转入固定资产。

（二）补充说明前次可转债募投项目“高频高速连接器建设项目”“汽车射频连接器建设项目”最新效益实现情况

截至 2025 年 3 月末，前次可转债募投项目高频高速连接器建设项目、汽车射频连接器建设项目的效益实现情况如下：

单位：万元

实际投资项目		截止日投资项目累计产能利用率	承诺效益	最近三年及一期实际效益				截止日累计实现效益	是否达到预计效益
序号	项目名称			2025 年 1-3 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度		
1	高频高速连接器建设项目	不适用	2025、2026、2027 年度规划的产能利用率分别为 40%、80%、100%，完全达产后可每年实现税后净利润 3,634.15 万元	661.33	2,350.25	706.19	不适用	3,717.77	不适用
2	汽车射频连接器建设项目	不适用	2025、2026、2027 年度规划的产能利用率分别为 40%、80%、100%，完全达产后可每年实现税后净利润 2,618.53 万元	245.48	347.34	202.13	不适用	794.95	不适用
3	补充流动资金	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用

注 1：公司 2025 年 1-3 月募投项目效益情况未经审计机构审验；

注 2：①《监管规则适用指引——发行类第 7 号》中 7-6 前次募集资金使用情况规定“七、前次募集资金使用情况报告应通过与前次募集说明书等相关信息披露文件中关于募集资金投资项目效益预测的相关披露内容进行逐项对照，以对照表的方式对比说明…最近 3 年实际效益、截止日累计实现效益、是否达到预计效益…”；②公司前次可转债募集说明书等相关信息披露文件仅预计达产后每年实现净利润情况，未预计各季度实现效益情况；③2023 年、2024 年为公司该募投项目的建设期，不适用效益预测；④2025 年为该募投项目投产第一年，而第一季度法定节假日较多，且处于项目投产后的业务逐步爬升初期，业务发展尚需一定过程，故 2025 年第一季度效益无法反映全年效益实现进度；综上所述，上表中的“是否达到预计效益”填写不适用；

注 3：2025 年为投产第一年，预计达产率为 40%，高频高速连接器建设项目和汽车射频连接器建设项目的全年预计效益分别为 1,605.98 万元和 1,201.28 万元；

注 4：补充流动资金项目主要是满足未来营运资金增长需求，有助于提高公司的核心竞争力和抗风险能力，从而增强公司的发展潜力，因此该项目的效益无法单独核算。

前次可转债募投项目高频高速连接器建设项目、汽车射频连接器建设项目于 2024 年 12 月末投资并实施完成。2025 年 1-3 月，前次可转债募投项目高频高速连接器建设项目、汽车射频连接器建设项目分别实现效益 661.33 万元、245.48 万元，合计 906.81 万元。

（三）结合截至目前项目建设及产能利用情况，逐期说明该项目是否达到预期效益

前次可转债募投项目高频高速连接器建设项目、汽车射频连接器建设项目于 2024 年 12 月末投资并实施完成。预计 2025 年度达到 40%产能、2026 年达到 80%产能、2027 年达到 100%产能。

前次可转债募投项目在建设期、效益期的预计效益、实际效益情况具体如下：

单位：万元

项目名称	效益口径	建设期			效益期		
		2022 年 5-12 月	2023 年度	2024 年度	2025 年度	2026 年度	2027 年度
预计产能利用率	-	不适用	不适用	不适用	40%	80%	100%
高频高速连接器建设项目	预计效益	不适用	不适用	不适用	1,605.98	3,411.08	3,634.15
	实际效益	不适用	706.19	2,350.25	661.33	不适用	不适用
汽车射频连接器建设项目	预计效益	不适用	不适用	不适用	1,201.28	2,477.66	2,618.53
	实际效益	不适用	202.13	347.34	245.48	不适用	不适用

注 1：预测效益、实际效益为净利润口径；

注 2：上表中前次可转债募投项目的 2025 年实际效益为 2025 年 1-3 月的实际效益数据，与 2025 年度的预计效益不具有可比性。

2023 年 7 月，前次可转债募投项目厂房、办公楼等在建工程转固后，尚需进行场地装修、设备购置、机器调试、生产试车等，因此 2023-2024 年度前次可转债募投项目尚处于建设阶段，并未全面建成。建设期内，募投项目产能随着建设进度陆续投产而产生了一定效益并保持增长，但募投项目产能尚在建设中，随着建设进度而陆续投产，并未全面投产，因而无法测算募投项目建设阶段的平均产能利用率，不适用预期效益。募投项目按照整体规划持续推进，在建设期内产生了一定效益并保持增长，业务开展总体顺利。

2025 年度全面投产后，随着 2025-2027 年度产能爬坡并达产，募投项目效益将进一步释放。全面投产后，公司积极推动募投项目业务端落地，2025 年 1-

3 月，高频高速连接器建设项目的实际效益为 661.33 万元。2025 年 1-3 月，汽车射频连接器建设项目的实际效益为 245.48 万元，实际效益较低的主要原因系：第一季度法定节假日较多，且处于项目投产后业务逐步爬升的初期，业务发展尚需一定过程；截至 2025 年 3 月末，公司汽车射频连接器业务的在手订单金额为 2,272.49 万元，具有一定在手订单储备，以保障汽车射频连接器项目预计效益的实现。

（四）中介机构核查情况

1、核查程序

针对上述事项，发行人会计师主要执行了以下核查程序：

（1）获取并查阅发行人前次可转债募投项目相关固定资产明细表，了解固定资产转固时点、实际使用情况等；

（2）获取并查阅发行人在建工程转固的相关资料，包括建设工程规划条件核实合格证、建设工程消防验收备案凭证、工程移交单等，确认固定资产转固程序符合相关会计准则规定；

（3）获取并查阅前次可转债募投项目的可行性研究报告、测算明细表，审阅前次募投项目的计算逻辑和测算过程；

（4）获取并查阅会计师出具的关于前次募集资金存放与使用情况的鉴证报告、发行人的实际效益统计表等，核查发行人前次可转债募投项目基本情况、效益实现情况等。

2、核查意见

经核查，发行人会计师认为：

前次可转债高频高速连接器建设项目、汽车射频连接器建设项目转固时点为 2023 年 7 月，截至 2025 年 3 月末，总体规模占固定资产原值的比例为 13.53%，公司在建工程转固符合企业会计准则的相关规定。

前次可转债募投项目高频高速连接器建设项目、汽车射频连接器建设项目于 2024 年 12 月末投资并实施完成。2025 年 1-3 月，前次可转债募投项目高频高速连接器建设项目、汽车射频连接器建设项目分别实现效益 661.33 万元、245.48 万元，合计 906.81 万元。

2023 年 7 月，前次可转债募投项目厂房、办公楼等在建工程转固后，尚需进行场地装修、设备购置、机器调试、生产试车等，因此 2023-2024 年度前次可转债募投项目尚处于建设阶段，并未全面建成。建设期内，募投项目产能随着建设进度陆续投产而产生了一定效益并保持增长，但募投项目产能尚在建设中，随着建设进度而陆续投产，并未全面投产，因而无法测算募投项目建设阶段的平均产能利用率，不适用预期效益。募投项目按照整体规划持续推进，在建设期内产生了一定效益并保持增长，业务开展总体顺利。

2025 年度全面投产后，公司积极推动募投项目业务端落地。2025 年 1-3 月，高频高速连接器建设项目的实际效益为 661.33 万元；汽车射频连接器建设项目的实际效益为 245.48 万元，实际效益较低的主要原因系第一季度法定节假日较多，且处于项目投产后业务逐步爬升的初期，业务发展尚需一定过程，但具有一定在手订单储备，保障汽车射频连接器项目预计效益的实现。

问题 3

本次发行可转债募集资金不超过 45,000.00 万元，用于“新能源汽车高压连接器及组件生产研发建设项目”“工业控制连接器生产研发建设项目”两个项目，建设地点均为广东省东莞市长安镇；公司最近一年一期在建工程中包括东莞市长安镇厂房工程 262.89 万元、5,235.32 万元。根据申报材料，上述项目尚未取得环评；本次募投项目产品虽已完成开发，但尚未取得下游新开拓客户的供应商资质认证。

根据申报材料，“新能源汽车高压连接器及组件生产研发建设项目”拟生产的产品为新能源汽车高压连接器及组件，主要应用在新能源汽车的高压零部件，系公司在现有新能源汽车连接器的业务基础上向高压连接器细分领域的进一步延伸，与前次募投项目在生产技术、工艺及应用领域存在差异，并提及“本次募投项目的实施属于新产品销售”，目前已完成产品研发并试产，暂未批量生产。本项目实施达产后年产能可达 800 万 pcs，单位价格按照拟生产产品的单位成本加上 28.62%的毛利率水平进行测算，预计可实现营业收入为 42,862.38 万元/年，预测毛利率高于公司新能源电子连接器及组件 18.19%的平均毛利率。

“工业控制连接器生产研发建设项目”拟生产的产品为工业控制连接器，主要应用为实现工业系统中的信号及电源传输，系公司在现有工控连接器业务领域的发展深入；报告期内，公司客户主要属于消费电子及新能源汽车领域，相关收入占比 97%以上，本募投项目的目标客户属于工业领域的自动化设备厂商；本项目产品“属于细分市场领域的新产品”，目前处于研发阶段，尚未进行大批量生产。本项目实施达产后年产能可达 4,800 万 pcs，单位价格按照拟生产产品的单位成本加上 28.84%的毛利率水平进行测算，预计可实现营业收入为 28,876.10 万元/年，预测毛利率较公司最近一期主营业务毛利率 24.77%更高。报告期内，发行人存在关联采购和销售等关联交易情形。

请发行人：（1）结合投资项目明细、在建工程核算情况，测算本募单位投入产出比并与前次募投项目、同行业可比项目进行对比，说明本募项目在本次发行董事会前的投资情况，本次募集资金投入是否包含董事会前投入的资金，非资本性支出比例是否符合要求，是否符合《监管规则适用指引——发行类第 7 号》7-4 的相关规定。（2）补充说明募投项目环评批复的办理进度及后续安排、预计取得时间，环评批复取得是否存在重大不确定性；结合募投项目投资备案调整的具体内容，说明是否已取得募投项目开展所需的相关资质、认证、许可及备案，募投项目实施是否存在重大不确定性。（3）结合本次募投项目拟生产产品类别细分情况、所需原材料、技术、应用领域、下游客户等，列示并说明本次募投各个项目与前次募投项目、公司现有业务的区别与联系，是否在前述方面具有协同性，进一步论述本次募投项目是否属于募集资金主要投向主业的情况，是否符合《注册办法》第四十条的规定。（4）结合所处行业特点、技术和人员储备、研发进展情况、产品测试、客户送样及认证情况、市场需求和销售渠道等，说明本次募投各个项目研发及客户认证最新进展，进一步说明本次募投项目实施是否存在重大不确定性。（5）结合行业市场空间及竞争格局、可比公司投资扩产情况、公司竞争优势、客户拓展及在手订单、预计新增产能及新增收入较现有水平增长情况等，说明本次各个募投项目新增产能规模的合理性及产能消化措施。（6）补充说明以单位成本加成毛利率进行效益预测的合理性，量化分析拟生产产品单位成本的预测过程，说明各主要参数、加成毛利率测算的具体依据及合理性，结合拟生产产品的市场价格、可比公司销售情况，说明本次各个募投项目以高于现有业务毛利率进行预测是否

谨慎合理。（7）结合现有及在建（租赁）工厂、宿舍及办公场所等面积和实际使用等情况，说明本次募集资金用于基建投资的具体内容及其必要性，是否可能出现闲置的情况，为防范闲置情形拟采取的措施及有效性。（8）补充说明本次募投项目投入或实施后是否会新增显失公平的关联交易，或者严重影响公司生产经营的独立性，如是，请明确相关解决措施并出具承诺。

请发行人补充披露上述事项相关风险。

请保荐人核查并发表明确意见，请会计师核查（1）（6）（8）并发表意见，请发行人律师核查（2）（8）并发表明确意见。

【回复】

一、结合投资项目明细、在建工程核算情况，测算本募单位投入产出比并与前次募投项目、同行业可比项目进行对比，说明本募项目在本次发行董事会前的投资情况，本次募集资金投入是否包含董事会前投入的资金，非资本性支出比例是否符合要求，是否符合《监管规则适用指引——发行类第 7 号》7-4 的相关规定

（一）结合投资项目明细、在建工程核算情况，测算本募单位投入产出比并与前次募投项目、同行业可比项目进行对比

公司在本次发行董事会前未向本次募投项目投入资金，本次募投项目的具体投资明细如下：

单位：万元

序号	工程和费用名称	投资金额	投资比例	投资性质
一、新能源汽车高压连接器及组件生产研发建设项目				
1	建设投资	19,883.05	77.74%	资本性支出
1-1	设备购置及安装费	10,244.34	40.05%	资本性支出
1-2	软件购置费	170.00	0.66%	资本性支出
1-3	土建工程费	8,841.99	34.57%	资本性支出
1-4	建设工程其它费用	626.72	2.45%	资本性支出
2	预备费	994.15	3.89%	非资本性支出
3	铺底流动资金	4,698.67	18.37%	非资本性支出
总计		25,575.87	100.00%	-
二、工业控制连接器生产研发建设项目				
1	建设投资	15,680.21	79.77%	资本性支出
1-1	设备购置及安装费	7,602.11	38.67%	资本性支出
1-2	软件购置费	170.00	0.86%	资本性支出

1-3	土建工程费	7,373.66	37.51%	资本性支出
1-4	建设工程其它费用	534.43	2.72%	资本性支出
2	预备费	784.01	3.99%	非资本性支出
3	铺底流动资金	3,193.48	16.25%	非资本性支出
总计		19,657.70	100.00%	-
合计		45,233.57	-	-

1、本次募投项目的单位投入产出比与前次募投项目的对比情况

公司本次募投项目的单位投入产出比与前次可转债募投项目、IPO 募投项目的对比情况如下：

单位：万元

时间	募投项目	募投产品	达产产值	投资金额	单位投入产出比
本次可转债	新能源汽车高压连接器及组件生产研发建设项目	新能源汽车高压连接器及组件	42,862.38	25,575.87	1.68
	工业控制连接器生产研发建设项目	工业控制连接器	28,876.10	19,657.69	1.47
	合计	-	71,738.48	45,233.57	1.59
前次可转债	高频高速连接器建设项目	高频高速连接器	29,737.05	18,669.17	1.59
	汽车射频连接器建设项目	汽车射频连接器	20,412.20	12,193.19	1.67
	合计	-	50,149.25	30,862.36	1.62
IPO	电子连接器建设项目	消费电子连接器	22,430.11	16,315.63	1.37
	新能源汽车电池精密结构件建设项目	新能源汽车电池精密结构件和连接器	7,139.16	6,628.84	1.08
	合计	-	29,569.27	22,944.47	1.29

注 1：单位投入产出比=达产产值/投资金额，后同；

注 2：前次可转债募投项目中的“补充流动资金”项目、IPO 募投项目中的“研发中心建设项目”和“补充流动资金”项目未在上表中列示，主要原因系“补充流动资金”项目主要系用于满足公司营运资金增长需求，而“研发中心建设项目”主要系增强公司核心产品研发能力，均无法直接产生项目产值，无法单独核算投入产出比，同时为了确保与本次募投项目对比口径的一致性，因而未在上表中列示。

公司本次募投项目的单位投入产出比与前次可转债募投项目接近，略高于 IPO 募投项目，主要原因系 IPO 募投项目新能源汽车电池精密结构件建设项目生产的主要产品为盖板/钢壳、软硬连接、线束等，主要应用在新能源汽车电池结构中，起到结构支撑、密封防爆、输送电流和信号传递等作用，并非完全为电子连接器产品，市场竞争更为激烈，与本次募投项目在产品、市场上存在差异，同时新能源汽车电池精密结构件建设项目的投资规模和达产产值均较小，规模效应较为不显著，也导致其单位投入产出比偏低。

2、本次募投项目的单位投入产出比与同行业可比项目的对比情况

公司本次募投项目总投资、土建工程及其他费用、设备及软件购置的投入产出比与同行业可比项目的对比情况如下：

单位：万元

公司	时间	募投项目	募投产品	达产产值	总投资		土建工程及其他费用		设备及软件购置	
					金额	单位投入产出比	金额	单位投入产出比	金额	单位投入产出比
鼎通科技 (688668.SH)	2022 年向特定对象发行股票	新能源汽车连接器生产建设项目	新能源汽车高压连接器、电控连接器、充电口电子锁连接器等	36,579.30	26,687.30	1.37	8,588.32	4.26	14,683.00	2.49
	2020 年首次公开发行股票	连接器生产基地建设项目	汽车连接器、高速通信连接器	58,109.73	39,118.00	1.49	9,312.29	6.24	18,078.00	3.21
瑞可达 (688800.SH)	2022 年向特定对象发行股票	新能源汽车关键零部件项目	新能源汽车连接器系统	60,000.00	44,659.10	1.34	22,044.49	2.72	16,549.00	3.63
	2021 年首次公开发行股票	高性能精密连接器产业化项目	新能源汽车连接器、通信连接器	43,250.00	33,107.31	1.31	15,607.43	2.77	12,744.82	3.39
方向电子 (预披露)	2024 年首次公开发行股票	惠州方向年产 6.26 亿只精密连接器建设项目	工业连接器、通信连接器	100,551.76	56,206.01	1.79	16,100.18	6.25	29,525.90	3.41
维峰电子 (301328.SZ)	2022 年首次公开发行股票	华南总部智能制造中心建设项目	新能源汽车连接器、工业控制连接器	72,650.00	44,098.51	1.65	16,890.00	4.30	15,743.00	4.61
平均值				61,856.80	40,646.04	1.52	14,757.12	4.19	17,887.29	3.46
胜蓝股份 (300843.SZ)	本次可转债	新能源汽车高压连接器及组件生产研发建设项目	新能源汽车高压连接器及组件	42,862.38	25,575.87	1.68	9,468.71	4.53	10,414.34	4.12
		工业控制连接器生产研发建设项目	工业控制连接器	28,876.10	19,657.69	1.47	7,908.09	3.65	7,772.11	3.72
		合计	-	71,738.48	45,233.57	1.59	17,376.80	4.13	18,186.45	3.94

注 1：本次募投项目中的“建设工程其他费用”项目系支付建设管理费、勘察设计费、工程监理费等与土建工程相关的费用，因而与“土建工程费”项目合并计算，与前次可转债、IPO 募投项目的对比口径保持一致；

注 2：同行业可比项目的土建工程及其他费用包括场地建设费、建筑安装费、勘察设计费、工程监理费等，不包含土地购置费，与本次募投项目的对比口径保持一致；

注 3：永贵电器 2024 年向不特定对象发行可转债的募投项目连接器智能化及超充产业升级项目不涉及土建工程，仅包含场地装修费用，其土建工程费和设备软件购置费的投入产出比与本次募投项目可比性较低，因而予以剔除。

公司本次募投项目总投资金额、土建工程及其他费用的单位投入产出比与同行业可比项目的平均水平接近，设备及软件购置的单位投入产出比略高于同行业可比项目的平均水平，但均处于同行业可比项目的整体范围内，不存在重大差异。

（二）说明本募项目在本次发行董事会前的投资情况，本次募集资金投入是否包含董事会前投入的资金

公司规划在东莞市长安镇银城六路 38 号建设企业总部项目，本次募投项目系公司企业总部项目的子项目。除本次募投项目外，企业总部项目还包括建设一幢研发大楼、地下室、设备用房等配套设施，公司拟自筹资金建设该固定资产。

2024 年 12 月 5 日，公司召开了第三届董事会第二十一次会议和第三届监事会第十四次会议，审议通过了本次发行可转债的相关议案。截至本次董事会，企业总部项目的在建工程为 6,660.22 万元，具体投资情况如下：

单位：万元

项目	企业总部项目			本次募投项目
	投资总额（①）	本次董事会前已投入金额（②）	尚未投资金额（③） =①-②	拟使用募集资金投入金额
土建投资	31,500.00	6,660.22	24,839.78	17,376.80
设备及技术投资	18,500.00	-	18,500.00	18,186.45
合计	50,000.00	6,660.22	43,339.78	35,563.25

注 1：企业总部项目已取得东莞市发展和改革局出具的《广东省企业投资项目备案证》（项目代码：2108-441900-04-01-845763），项目固定资产投资总额 5 亿元，其中土建投资 3.15 亿元、设备及技术投资 1.85 亿元，投资项目仅允许备案固定资产投资金额，因而备案金额不包含非资本性投资；

注 2：公司本次拟募集资金 45,000.00 万元，其中拟使用募集资金投入土建工程及其他费用 17,376.80 万元、设备及软件购置 18,186.45 万元，资本性支出合计 35,563.25 万元，剩余 9,436.75 万元为非资本性投入。

企业总部项目固定资产的投资总额为 50,000.00 万元，其中规划土建投资 31,500.00 万元，本次董事会前已投入 6,660.22 万元，尚未投资金额 24,839.78 万元，其中公司拟使用募集资金投入金额 17,376.80 万元，本次募集资金拟投入的金额不包含董事会前已投入的资金。

（三）非资本性支出比例是否符合要求

根据《证券期货法律适用意见第 18 号》第五条的相关规定，公司本次募投项目的非资本性支出比例符合相关规定的具体情况如下：

序号	相关规定	是否符合	具体情况
1	（一）通过配股、发行优先股或者董事会确定发行对象的向特定对象发行股票方式募集资金的，可以将募集资金全部用于补充流动资金和偿还债务。通过其他方式募集资金的，用于补充流动资金和偿还债务的比例不得超过募集资金总额的百分之三十。对于具有轻资产、高研发投入特点的企业，补充流动资金和偿还债务超过上述比例的，应当充分论证其合理性，且超过部分原则上应当用于主营业务相关的研发投入。	符合	公司本次向不特定对象发行可转换公司债券的募集资金将全部投入“新能源汽车高压连接器及组件生产研发建设项目”和“工业控制连接器生产研发建设项目”，不存在补充流动资金和偿还债务的情况，符合相关规定的要求。
2	（二）金融类企业可以将募集资金全部用于补充资本金。	不适用	公司为制造业企业，不属于金融类企业。
3	（三）募集资金用于支付人员工资、货款、预备费、市场推广费、铺底流动资金等非资本性支出的，视为补充流动资金。资本化阶段的研发支出不视为补充流动资金。工程施工类项目建设期超过一年的，视为资本性支出。	符合	本次募投项目中视为补充流动资金的项目包括： ①预备费 1,778.16 万元，占本次募投项目投资总额的 3.93%，主要用于在项目实施过程中，因国家政策性调整以及为解决意外事件而采取措施所增加的不可预见的费用； ②铺底流动资金 7,892.15 万元，占本次募投项目投资总额的 17.45%，主要用于支付人员工资、货款、推广费、税费等，保证项目建成后进行试运转、达到预期业务循环等。 前述预备费和铺底流动资金均为非资本性支出，合计 9,670.31 万元，占本次募投项目投资总额的 21.38%。 公司本次募集资金符合相关规定的要求。
4	（四）募集资金用于收购资产的，如本次发行董事会前已完成资产过户登记，本次募集资金用途视为补充流动资金；如本次发行董事会前尚未完成资产过户登记，本次募集资金用途视为收购资产。	不适用	本次募集资金将全部投入募投项目建设，不涉及收购资产的情形。
5	（五）上市公司应当披露本次募集资金中资本性支出、非资本性支出构成以及补充流动资金占募集资金的比例，并结合公司业务规模、业务增长情况、现金流状况、资产构成及资金占用情况，论证说明本次补充流动资金的原因及规模的合理性。	符合	本次募投项目中： ①资本性支出包括建设投资 35,563.25 万元，占本次募投项目投资总额的 78.62%，主要用于募投项目的土建工程、设备和软件购置及安装、建设工程其他费用； ②非资本性支出包括预备费 1,778.16 万元，占本次募投项目投资总额的 3.93%，主要用于在项目实施过程中，因国家政策性调整以及为解决意外事件而采取措施所增加的不可预见的费用；铺底流动资金 7,892.15 万元，占本次募投项目投资总额的 17.45%，主要用于

			支付人员工资、货款、推广费、税费等，保证项目建成后进行试运转、达到预期业务循环等；前述预备费和铺底流动资金合计 9,670.31 万元，占本次募投项目投资总额的 21.38%； ③不涉及补充流动资金的情形。 公司本次募集资金符合相关规定的要求。
--	--	--	--

公司本次募投项目的非资本性支出比例符合相关法规的规定。

（四）是否符合《监管规则适用指引——发行类第 7 号》7-4 的相关规定

根据《监管规则适用指引——发行类第 7 号》7-4 的相关规定，公司本次募集资金投入符合相关规定的具体情况如下：

序号	相关规定	是否符合	具体情况
1	一、上市公司募集资金应当专户存储,不得存放于集团财务公司。募集资金应服务于实体经济,符合国家产业政策,主要投向主营业务。对于科创板上市公司,应主要投向科技创新领域。	符合	①公司已经制定了《募集资金管理办法》。本次发行的募集资金到账后将存放于经公司董事会批准开立的募集资金专项账户中,确保专款专用,严格控制募集资金使用的各个环节。具体开户事宜将在发行前由公司董事会(或其授权人士)确定,并在发行公告中披露募集资金专项账户的相关信息; ②本次募投项目服务于实体经济,符合国家关于智能制造、电子元器件、新能源汽车等国家产业政策支持方向,属于主要投向公司主营业务; ③公司系深交所创业板上市公司,不适用科创板上市公司的相关规定。
2	二、募集资金用于收购企业股权的,发行人应披露交易完成后取得标的企业的控制权的相关情况。募集资金用于跨境收购的,标的资产向母公司分红不应存在政策或外汇管理上的障碍。	不适用	本次募集资金将全部投入募投项目建设,不涉及收购企业股权的情形。
3	三、发行人应当充分披露募集资金投资项目的准备和进展情况、实施募投项目的的能力储备情况、预计实施时间、整体进度计划以及募投项目的实施障碍或风险等。原则上,募投项目实施不应存在重大不确定性。	符合	①公司已按照相关规定在募集说明书“第三节 风险因素”“第七节 本次募集资金运用”等章节对募投项目的准备和进展情况、实施募投项目的的能力储备情况、预计实施时间、整体进度计划以及募投项目的实施障碍或风险等进行披露; ②公司拥有丰富的电子连接器研发、生产和销售经验,并已具备技术、人才、市场等方面的储备,具备实施本次募投项目的的能力;本次募投项目已完成项目建设所需要的投资项目备案、国有建设用地使用权、建设用地规划许可、建设工程规划许可、建筑工程施工许可、环评批复等前置审批程序,募投项目实施预计不存在重大不确定性。
4	四、发行人召开董事会审议再融资时,已投入的资金不得列入募集资金投资构成。	符合	本次募集资金拟投入的金额不包含董事会前已投入的资金。

5	五、保荐机构应重点就募投项目实施的准备情况，是否存在重大不确定性或重大风险，发行人是否具备实施募投项目的能力进行详细核查并发表意见。保荐机构应督促发行人以平实、简练、可理解的语言对募投项目描述，不得通过夸大描述、讲故事、编概念等形式误导投资者。对于科创板上市公司，保荐机构应当就本次募集资金投向是否属于科技创新领域出具专项核查意见。	符合	①保荐机构已根据相关规定在发行保荐书、发行保荐工作报告中就本次募投项目进行核查并发表意见； ②公司已在募集说明书等与本次发行相关的申请文件中以平实、简练、可理解的语言对募投项目描述，不存在通过夸大描述、讲故事、编概念等形式误导投资者的情形； ③公司系深交所创业板上市公司，不适用科创板上市公司的相关规定。
---	--	----	--

公司本次募集资金投入符合《监管规则适用指引——发行类第7号》7-4的相关规定。

（五）中介机构核查情况

1、核查程序

针对上述事项，发行人会计师主要执行了以下核查程序：

（1）获取并查阅发行人召开董事会的相关决议、公告文件等，了解关于本次募投项目的三会程序执行情况；

（2）获取并审阅发行人在董事会前在建工程资料，了解相关具体情况；

（3）获取 IPO 募投项目、前次可转债募投项目和本次募投项目可行性研究报告、测算明细表，查阅达产产值、投资金额等数据并测算相关单位投入产出比；

（4）查询同行业可比募投项目的招股说明书、募集说明书等，测算分析相关投入产出比指标；

（5）获取并查阅本次募投项目相关的投资项目备案文件，确认拟投资金额、投资项目基本情况等；

（6）查询《证券期货法律适用意见第18号》《监管规则适用指引——发行类第7号》监管文件，核查确认发行人的合规情况。

2、核查意见

经核查，发行人会计师认为：

公司本次募投项目的单位投入产出比与前次可转债募投项目接近，略高于 IPO 募投项目，主要原因系 IPO 募投项目与本次募投项目在产品、市场上存在差异，同时规模效应较为不显著，导致其单位投入产出比偏低；公司本次募投

项目的单位投入产出比与同行业可比项目的平均水平对比不存在重大差异。

本次募集资金拟投入的金额不包含董事会前已投入的资金。

公司本次募投项目的非资本性支出比例符合相关法规的规定，本次募集资金投入符合《监管规则适用指引——发行类第7号》7-4的相关规定。

六、补充说明以单位成本加成毛利率进行效益预测的合理性，量化分析拟生产产品单位成本的预测过程，说明各主要参数、加成毛利率测算的具体依据及合理性，结合拟生产产品的市场价格、可比公司销售情况，说明本次各个募投项目以高于现有业务毛利率进行预测是否谨慎合理

（一）补充说明以单位成本加成毛利率进行效益预测的合理性，量化分析拟生产产品单位成本的预测过程，说明各主要参数、加成毛利率测算的具体依据及合理性

1、以单位成本加成毛利率进行效益预测的合理性

在制造业行业中，企业通常采用成本加成、参考市场竞争对手定价或前述两者相结合的定价方法。其中，成本加成定价方法是指以产品制造成本（直接材料、人工、固定与变动制造费用等）为基础，叠加目标毛利率确定价格；该方法为基本定价方法，简单易行，且可以确保覆盖成本并实现利润。参考市场竞争对手定价方法是指以竞争对手的价格或利润率为基准制定产品价格；该方法能够快速响应竞争变化、避免因价格滞后导致份额流失，有利于企业在市场中保持竞争力。以成本加成为基础并参考市场竞争对手定价的方法为目前阶段主流的定价方法，能够同时获得前述两个定价方法的优势。

在实际业务中，公司与客户达成合作意向后，由公司编制产品报价单向客户列示拟合作开发产品预计售价的构成，报价单中的预计售价按照材料费、标准损耗费、制造成本、模具费、包材费、目标利润等加总计算，部分情形下公司会与客户约定原材料价格指数联动机制，即基于公开的原材料价格指数定期调整交易价格，保障双方的利益。报价单中的售价经过双方商定确认后，作为合同订单的实际售价进行交易。公司本次募投项目效益预测中的产品定价方式与实际业务中的定价方式一致。

公司本次募投项目产品的效益预测（产品定价方法）为以产品成本加上合

理毛利率水平为基础，并考虑同行业可参考平均毛利率以及产品竞争格局、市场需求等因素而定，属于以成本加成为基础并参考市场竞争对手定价的方法，符合行业惯例，具有合理性。在效益预测中，本次募投项目的产品成本包括材料成本、材料损耗、人工、加工费、模具分摊及保养费用、包装运输费等。本次募投项目的合理毛利率以公司已销售相似产品平均毛利率为基准，并考虑同行业可参考平均毛利率。其中，新能源汽车高压连接器及组件 28.62%毛利率为根据 2024 年 1-9 月已销售相似产品平均毛利率 41.36%为基础，并考虑同行业可参考平均毛利率等因素而定；工业控制连接器 28.84%毛利率为根据 2024 年 1-9 月已销售相似产品平均毛利率 28.21%为基础，并考虑同行业可参考平均毛利率等因素而定，具有谨慎性。

在制造业企业中，以成本加成为基础进行定价的案例情况如下：

公司	主营业务	主要定价方法
壹连科技 (301631.SZ)	从事电连接组件的研发、设计、生产和销售，主要产品涵盖电芯连接组件、动力传输组件以及低压信号传输组件等各类电连接组件，应用于新能源汽车、储能系统、工业设备、消费电子等多个领域	根据招股说明书的相关内容，壹连科技采取成本加成的定价模式，因而具有一定的原材料价格传导能力，通常会将部分原材料价格上涨的影响向下游传导
盛凌电子 (预披露)	从事连接产品研发、生产和销售，产品主要包括连接器、连接器组件等，广泛应用于通讯、工业控制和新能源等领域	根据审核问询回复的相关内容，盛凌电子向其主要客户 3M 销售连接器产品，双方交易参考成本加成和市场价格定价，交易价格公允
爱联科技 (预披露)	从事物联网模组和基于模组的系统集成部件或产品的设计、生产制造及销售，主要产品为无线局域网模组产品、无线广域网模组产品、工业物联网、车联网等细分领域的应用	根据审核问询回复的相关内容，爱联科技向华丰科技（华丰科技从事光、电连接器及线缆组件的研发、生产、销售，并为客户提供系统解决方案）采购的高速连接器插头、插座及组件具有较强定制性，华丰科技基于成本加成确定报价，向爱联科技销售相关产品的价格与向其他客户销售类似产品的价格大致相当
方向电子 (预披露)	从事精密连接器研发、生产和销售，广泛应用于数据中心、服务器、商用交换机、通信基站、路由器等通信终端和系统，以及工控机、工业交换机、储能设备、站点能源等工业领域终端设备	根据审核问询回复的相关内容，方向电子与中兴通信、华为、台达电子、共进股份、TP-LINK 等客户合作的定价方式为综合考虑成本以及竞标方的报价
湘潭电化 (002125.SZ)	从事的主要业务为电池材料业务和污水处理业务，其中公司的营业收入主要来源于电池材料业务	根据审核问询回复的相关内容，由于湘潭电化锰酸锂的产品价格随着碳酸锂价格的剧烈波动而波动，短期历史销售价格不具有代表性。因此募投项目首次效益预测的产品定价根据湘潭电化销售定价策略，参考行业长期和 2021 年至 2022 年毛利率水平，按照成本加成方式进行测算
华菱线缆 (001208.SZ)	从事电线电缆的研发、生产及销售，报告期内主要产品包括特种电缆、电力电缆、电气装备用电缆等	根据审核问询回复的相关内容，华菱线缆采取行业通用的“原材料成本+合理利润”的定价方式，铜材、铝材等原材料占产品成本的比重超过 80%，因此华菱线缆主要根据铜材、铝材等主

		要原材料的市场价格及采购价格情况，结合不同客户的交易量、产品类型、市场竞争情况等要素确定目标利润，最终与下游客户确定产品售价，与同行业可比公司的定价模式一致
--	--	--

2、募投项目产品的成本测算

本次募投项目的成本包括直接材料、直接人工、直接燃料及动力费和制造费用，具体测算过程如下：

单位：元/件、万件、万元

募投项目	规格名称	项目	生产成本									
			直接材料	直接人工	直接燃料及动力费	制造费用						总计
						折旧与摊销	一线管理人员工资及福利费	耗材	委外加工费	其他制造费用	小计	
新能源汽车高压连接器及组件生产研发建设项目	规格 A	单位成本	12.18	1.25	0.26	0.81	0.76	0.41	1.56	0.04	3.58	17.27
		销售数量	240.00	240.00	240.00	240.00	240.00	240.00	240.00	240.00	240.00	240.00
		总成本	2,922.53	300.78	61.81	194.58	182.63	98.78	373.70	9.46	859.14	4,144.27
	规格 B	单位成本	17.70	1.82	0.37	1.18	1.11	0.60	2.26	0.06	5.20	25.10
		销售数量	160.00	160.00	160.00	160.00	160.00	160.00	160.00	160.00	160.00	160.00
		总成本	2,831.65	291.43	59.89	188.52	176.95	95.71	362.08	9.16	832.43	4,015.39
	规格 C	单位成本	28.41	2.92	0.60	1.89	1.78	0.96	3.63	0.09	8.35	40.28
		销售数量	320.00	320.00	320.00	320.00	320.00	320.00	320.00	320.00	320.00	320.00
		总成本	9,090.55	935.57	192.27	605.23	568.06	307.27	1,162.39	29.42	2,672.37	12,890.77
	规格 D	单位成本	86.41	8.89	1.83	5.75	5.40	2.92	11.05	0.28	25.40	122.53
		销售数量	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00
		总成本	6,912.55	711.42	146.20	460.22	431.96	233.65	883.89	22.37	2,032.10	9,802.27
	合计	平均单位成本	27.20	2.80	0.58	1.81	1.70	0.92	3.48	0.09	8.00	38.57
		销售数量	800.00	800.00	800.00	800.00	800.00	800.00	800.00	800.00	800.00	800.00
		总成本	21,757.28	2,239.20	460.18	1,448.55	1,359.60	735.42	2,782.07	70.41	6,396.03	30,852.69
工业控制连接器生产研发建设项目	规格 E	单位成本	2.36	0.51	0.07	0.20	0.26	0.18	0.68	0.02	1.35	4.29
		销售数量	4,800.00	4,800.00	4,800.00	4,800.00	4,800.00	4,800.00	4,800.00	4,800.00	4,800.00	4,800.00
		总成本	11,344.42	2,440.80	356.83	980.20	1,267.20	874.50	3,264.50	82.42	6,468.84	20,610.89

注：生产成本为 T+5 年数据，即达产率 100%的生产成本数据。

成本测算各主要参数的具体依据如下：

(1) 直接材料

本次募投项目的直接材料主要包括铜材、塑胶材料等，具体为线端护套、胶芯、盖板、硅胶、螺母、PIN 针、包材等，原材料采购价格参照公司实际采购单价为基础确定。产品单位成本主要为直接材料成本，具体如下：

单位：元

募投项目	规格名称	材料类别	材料成本	材料名称
------	------	------	------	------

新能源汽车高压连接器及组件生产研发建设项目	规格 A	塑胶件	10.10	线端护套、胶芯主体、尾盖、端盖、二次锁、盲栓等
		硅胶件	1.23	头部硅胶、尾部硅胶、面部硅胶、内部硅胶
		五金件	0.84	端子、M4 螺母、PIN 针
		单位成本合计	12.18	-
	规格 B	塑胶件	5.92	插座外壳、插座胶芯、插针端子锁定块、插头胶芯等
		硅胶件	0.77	插座密封垫、对插密封圈、线缆密封圈
		五金件	11.01	插头外壳、铜排、插孔、屏蔽弹片、线缆外屏蔽环圆形、扭转弹簧等
		单位成本合计	17.70	-
	规格 C	塑胶件	10.27	外壳、前胶芯、后胶芯、插头尾盖、对插密封圈压板、手柄按扣等
		硅胶件	1.57	对插密封圈、线缆密封圈方形
		五金件	16.57	线缆外屏蔽环、线缆内屏蔽环、插孔等
		单位成本合计	28.41	-
	规格 D	塑胶件	59.96	正极上盖组件、负极上盖组件、负极箱体组件、负极下盖等
		五金件	26.45	正极低压小铜排、正极高压小铜排、负极高压/低压小铜排
		单位成本合计	86.41	-
工业控制连接器生产研发建设项目	规格 E	塑胶件	0.68	端子公端塑胶本体、塑胶盖子、穿墙卡件本体、端子母端塑胶本体
		五金件	1.68	四角铜、夹片、螺丝、端子脚、铜螺母
		单位成本合计	2.36	-

(2) 直接人工

本次募投项目的直接人工成本根据公司工资标准及一线生产人员安排计划为基础进行计算。

(3) 直接燃料及动力费

本次募投项目的直接燃料及动力费主要为水、电费。水费参照本次募投项目的预计人员用水、生产用水、实际水费平均单价等进行测试；电费参照本次募投项目的机器设备功率情况、预计产能情况、实际电费平均单价等进行测算。

(4) 制造费用

制造费用由折旧摊销费用、间接人工、耗材、委外加工费、其他制造费用等构成。折旧费用根据公司目前采用的会计政策，采用年限平均法计算；房屋和建筑物折旧年限为 20 年，机器设备平均折旧年限为 5-10 年，预计净残值率

为 5%；电子设备、办公设备及其他设备折旧年限为 5 年，预计净残值率为 5%，软件为 3 年，预计净残值率为 0%；间接人工根据公司工资标准及一线生产管理人员安排计划为基础进行计算；耗材、委外加工费、其他制造费用按照历史平均占总成本比例进行测算。

3、募投项目产品的毛利率测算

本次募投项目产品的新能源汽车高压连接器及组件 28.62%毛利率为根据 2024 年 1-9 月已销售相似产品平均毛利率 41.36%为基础，并考虑同行业可参考平均毛利率等因素而定；工业控制连接器 28.84%毛利率为根据 2024 年 1-9 月已销售相似产品平均毛利率 28.21%为基础，并考虑同行业可参考平均毛利率等因素而定，具有合理性、谨慎性。具体情况如下：

(1) 本次募投项目毛利率与公司应用于相关领域的产品平均毛利率对比

本次募投项目毛利率与公司截止 2025 年 3 月末应用于新能源汽车高压系统和工业自动化设备的连接器产品实际销售平均毛利率对比情况如下：

项目	应用于新能源汽车高压系统					应用于工业 自动化设备
规格类型	规格 A	规格 B	规格 C	规格 D	合计	规格 E
2024 年 1-9 月现有相似产品	41.36%					28.21%
2024 年现有相似产品	41.67%					31.35%
截至 2025 年 3 月末实际销售募投项目产品	42.51%	23.28%	暂未销售	22.63%	41.63%	暂未销售
本次募投项目测算	29.44%	29.83%	28.67%	25.72%	28.62%	28.84%

注 1：本次募投项目的新能源汽车高压连接器及组件产品 4 类规格和工业控制连接器 1 类规格均已推进至中试阶段且交付客户验证；

注 2：已销售募投项目产品系截至 2025 年 3 月的数据；其中规格 A 于 2024 年 1 月至 2025 年 3 月实现销售 867.09 万元，实际毛利率为 42.51%；规格 B 于 2024 年 1 月至 2025 年 3 月实现销售 8.31 万元，实际毛利率为 23.28%；规格 D 于 2024 年 1 月至 2025 年 3 月实现销售 32.06 万元，实际毛利率为 22.63%。

由上表可知，本次募投项目新能源汽车高压连接器及组件产品的综合毛利率为 28.62%，分别低于 2024 年 1-9 月、2024 年度现有相似产品的毛利率 41.36%与 41.67%，且低于公司截至 2025 年 3 月末的实际销售募投项目产品综合毛利率 41.63%。其中，规格 B 和规格 D 测算毛利率分别为 29.83%和 25.72%，高于截至 2025 年 3 月末实际销售的该产品毛利率 23.28%和 22.63%，

主要原因系规格 B 和规格 D 目前处于量产前的交样阶段，量产前交样阶段产生的销售规模较小，导致该产品的材料损耗较大、规模效应较小，从而使得该产品的单位平均成本较高、毛利率较低。因此，新能源汽车高压连接器及组件募投项目毛利率预测具有谨慎性。

本次募投项目的工业控制连接器募投项目毛利率为 28.84%，与 2024 年 1-9 月公司应用于工业自动化设备的相似规格连接器产品毛利率 28.21%接近，低于 2024 年度的毛利率 31.35%，故工业控制连接器募投项目毛利率预测具有合理性。

(2) 本次募投项目毛利率与同行业公司毛利率对比

①新能源汽车高压连接器及组件

经检索公开资料，不存在公开披露新能源汽车高压连接器毛利率的上市公司，故无法选择同行业上市公司的新能源汽车高压连接器毛利率进行对比分析。而为进一步进行本次募投项目新能源汽车高压连接器及组件产品毛利率与同行业连接器毛利率的对比，选择同行业上市公司的以新能源汽车高压连接器为重要产品的连接器毛利率和国际连接器巨头的连接器毛利率进行对比，可参考的同行业上市公司连接器毛利率情况如下：

A、同行业上市公司的以新能源汽车高压连接器为重要产品的连接器毛利率情况

公司	产品类别	毛利率情况	
		时间	毛利率
中航光电 (002179. SZ)	电连接器及集成互连组件，主要用于防务领域、民用航空、无线基站、数据中心、新能源汽车等领域；其中新能源汽车高压互连产品为重要产品之一	2024 年度	39.37%
瑞可达 (688800. SH)	新能源汽车连接器；其中高压连接器及组件产品为重要产品之一	2024 年度	22.49%
鼎通科技 (688668. SH)	新能源汽车连接器及其组件；其中高压连接器及其结构件为重要产品之一	2024 年度	23.50%
平均值		-	28.45%
胜蓝股份 (300843. SZ)	本次可转债募投项目产品，均为新能源汽车高压连接器及组件产品	募投项目预测期	28.62%

注：中航光电、瑞可达、鼎通科技的毛利率均为各自披露的最近一期财务数据。

由上表可知，公司本次募投项目新能源汽车高压连接器及组件的毛利率略高于同行业公司最近一期平均毛利率。其中，低于中航光电连接器产品毛利

率，主要原因系中航光电 2024 年度该类连接器产品收入规模超 160 亿元，品牌影响力较大、规模效应比较明显，使得该类连接器产品毛利率较高。

公司本次募投项目新能源汽车高压连接器及组件的毛利率高于瑞可达、鼎通科技连接器产品毛利率，主要原因系：瑞可达、鼎通科技的新能源汽车连接器产品不仅包含高端的新能源汽车高压连接器，还包括了其他低压连接器、交直流充电枪、电控连接器、铜软排等一般连接器产品，该类连接器产品毛利率一般较低；而高压连接器属于新能源汽车连接器领域的高端产品，技术门槛和技术壁垒相对较高，生产工艺与品管管理要求更高，使得毛利率往往高于其他类别新能源汽车连接器产品。因此，公司本次募投项目新能源汽车高压连接器及组件的毛利率高于瑞可达、鼎通科技连接器产品毛利率具有合理性。

B、国际连接器巨头的连接器毛利率情况

在国内新能源汽车高压连接器市场，泰科、安费诺等国际巨头仍占有较大的市场份额，毛利率水平整体高于国内连接器厂商，其产品价格具有较高溢价，相比较而言一般国产高压连接器产品在价格上具备一定优势。泰科、安费诺最近两个财年的毛利率情况如下：

项目	2024 财年	2023 财年
泰科（TEL. NYSE）	33.76%	32.53%
安费诺（APH. NYSE）	34.40%	31.50%
平均水平	34.08%	32.02%

数据来源：上市公司披露的财年年度报告。

随着新能源汽车渗透率的提升，叠加新能源汽车电气架构全面升级的发展趋势，作为关键零部件的连接器也必须进行相应的升级，从而带动市场需求增加。新能源汽车电气架构高压化市场空间广阔；同时，国际头部连接器厂商的产品价格具有较高溢价，相比较而言一般国产高压连接器产品在价格上具备一定优势，并且本次募投项目的技术性能指标和国内外主要厂商接近，具有一定的市场竞争力，能够保障本次募投项目拟生产的新能源汽车高压连接器和组件经济效益的实现。

综上所述，一方面，公司本次募投项目新能源汽车高压连接器及组件产品所选取的同行业公司连接器毛利率数据不具有完全可比性，与同行业公司连接器毛利率相比存在差异具有合理性。另一方面，所选取的同行业公司连接器毛

利率具有一定的可参考性，通过对比可以反映出公司本次募投项目新能源汽车高压连接器及组件毛利率具有谨慎性。

②工业控制连接器

本次募投项目毛利率与同行业公司工业控制连接器的毛利率对比情况如下：

公司名称	产品类别	毛利率	
		时间	毛利率
维峰电子 (301328.SZ)	工业控制连接器，产品主要包括板对板连接器以及线对板连接器	2024 年度	44.93%
方向电子	工业连接器，电源连接器、RJ 类连接器等	2023 年度	31.18%
盛凌电子	工业控制连接器，主要产品系列包括背板连接器、IC 连接器、D 型连接器、牛角连接器、Wafer、排针、排母等	2023 年度	41.06%
平均值		-	38.50%
胜蓝股份 (300843.SZ)	工业控制连接器，端子台连接器	募投项目预测期	28.84%

注：维峰电子、方向电子、盛凌电子的毛利率均为各自披露的最近一期财务数据。

由上表可知，公司本次募投项目的工业控制连接器毛利率低于同行业公司的毛利率水平，具有谨慎性。随着智能制造的转型升级，叠加国内自动化装备国产化替代进程加速，将带动工控连接器市场需求增长。同时，工业控制连接器应用场景的多样性创造了广泛的定制化市场需求，各类市场需求空白尚未被完全填补，需工业控制连接器厂商广泛挖掘客户需求并提供定制化服务，能够保障本次募投项目拟生产的工业控制连接器经济效益的实现。国内工业控制连接器市场主要由国际头部厂商主导，国内厂商竞争格局较为分散，国产化程度低，参与该细分市场领域的国内厂商较少，因而同行业可比公司毛利率较高，工业控制连接器募投项目毛利率具有谨慎性、合理性。

(3) 本次募投项目产品面临的年降情况以及公司应对措施

①本次募投项目产品面临的年降情况

根据行业惯例，年降一般指汽车整车厂商会根据整车定价情况、零部件生产工艺逐步成熟、采购量增加等，要求零部件供应商在配套零部件产品的生命周期内逐年适当下调供货价格的情形。公司本次募投项目新能源汽车高压连接器及组件产品属于汽车行业的零部件产品，会面临客户的年降要求，年降一般不超过 3%。本次募投项目工控连接器尽管不属于汽车行业的产品，但也会面临

客户的一定程度降价要求。

在本次募投项目效益预测中，公司设定的本次募投项目两类产品达产年单价较投产年单价均下降 2%，考虑了一定的年降因素。

②公司应对措施

公司为保证本次募投项目产品毛利率稳定，将采取以下措施：

A、充分发挥连接器产品所具有的规模效应与经验曲线特性。一般，在连接器产品生命周期的前期阶段连接器产销量较低，使得单位产品分摊的固定成本较高，且产品的良率相对不高，综合使得产品单位成本在该阶段较高；但随着连接器生产量的增长，规模效应与经验曲线特性逐渐显现，单位生产成本也将相应降低并维持募投产品毛利率的稳定。例如公司的家庭储能类重载连接器规模效应，2023 年度公司该类产品产量增长 89.92%，使得对应的产品平均单位成本下降 10.05%，表明规模效应较强；

B、不断开发本次募投项目的新能源汽车高压连接器和工控连接器新产品，纵向丰富产品系列与横向拓展产品类别。新产品的定价在开始时往往较高，同时也具有较高的毛利率，能够抵减老产品降价的部分影响，保持募投产品毛利率整体稳定；

C、在本次募投项目新能源汽车高压连接器和工控连接器的设计与生产方面持续进行研发投入，通过优化产品设计结构及材料选择、合理排产提高设备效率、加强人员管理提升人员能效、改进产品组装工艺水平等，进而降低产品单位生产成本。

综上所述，公司可通过提升规模效应与经验曲线特性、不断开发新产品以及优化产品设计与改进生产工艺等措施保证募投产品毛利率的稳定。

（二）结合拟生产产品的市场价格、可比公司销售情况

本次募投项目产品的销售价格如下：

序号	募投项目	生产产品	销售单价
1	新能源汽车高压连接器及组件生产研发建设项目	新能源汽车高压连接器及组件	24.47 元/件、35.77 元/件、56.47 元/件、164.95 元/件；平均 53.58 元/件
2	工业控制连接器生产研发建设项目	工业控制连接器	6.02 元/件

由上表可知，公司本次募投项目产品的新能源汽车高压连接器及组件、工

业控制连接器产品销售价格差异较大，主要原因系不同规格型号产品的功能用途、尺寸大小、外观结构等差异较大，价格存在差异具有合理性。

经检索公开资料，同行业公司未披露与公司本次募投项目产品相同的销售价格数据，且不存在相同产品的公开市场价格资料。由于电子连接器产品的规格型号较多，不同功能用途、尺寸大小、外观结构、材料选取、技术难度的电子连接器售价差异较大，故其他不同类型连接器产品的销售价格参考性较低，不具有可比性，无法进行产品销售价格的直接对比。关于电子连接器的产品类别，根据维峰电子 2024 年年度报告，目前其拥有 17 大产品系列，超过 50,000 个产品料号，广泛应用于工业控制与自动化设备、新能源汽车“三电”系统、光伏逆变系统等领域。为进一步对比，选取同行业公司募投项目的产品价格进行对比，具体情况如下：

单位：万元、万件、元/件

公司	时间	募投项目	募投产品	达产产值	达产产量	平均单价
鼎通科技 (688668.SH)	2022 年向特定对象发行股票	新能源汽车连接器生产建设项目	新能源汽车高压连接器、电控连接器、充电口电子锁连接器等	36,579.30	2,490.00	14.69
瑞可达 (688800.SH)	2022 年向特定对象发行股票	新能源汽车关键零部件项目	新能源汽车连接器系统	60,000.00	1,200.00	50.00
永贵电器 (300351.SZ)	2024 年向不特定对象发行可转债	连接器智能化及超充产业升级项目	大功率液冷超充枪、车载连接器、高速高频连接器、特种装备连接器等	40,662.50	791.00	51.41
新能源汽车连接器平均值				45,747.27	1,493.67	30.63
方向电子 (预披露)	2024 年首次公开发行股票	惠州方向年产 6.26 亿只精密连接器建设项目	工业连接器、通信连接器	100,551.76	62,000.00	1.62
维峰电子 (301328.SZ)	2022 年首次公开发行股票	华南总部智能制造中心建设项目	新能源汽车连接器、工业控制连接器	72,650.00	72,650.00	1.00
工业控制连接器平均值				86,600.88	67,325	1.29

注：维峰电子新增年产能 72,650 万件连接器。该数据根据维峰电子招股说明书披露的达产年产值 72,650.00 万元，以及其 2021 年每件连接器大约 1 元价格测算得出。

由上表可知，公司本次募投项目产品价格与同行业公司的价格差异较大，主要原因系：本次募投项目产品与同行业公司的连接器产品类别存在差异，本次募投项目新能源汽车高压连接器及组件包括 4 种规格型号产品，而同行业公司的连接器产品不仅包括高压连接器，还包括电控连接器、充电口电子锁连接器等多种不同类型连接器产品；本次募投项目工业控制连接器包括 1 种规格型

号产品，而同行业公司的连接器产品不仅包括工业控制连接器，还包括通信连接器或新能源汽车连接器。

综上，公司本次募投项目产品价格与同行业公司的价格可比性不强，存在差异具有合理性。

(三) 说明本次各个募投项目以高于现有业务毛利率进行预测是否谨慎合理

1、本次募投项目毛利率与公司电子连接器业务整体毛利率对比

报告期内，本次募投项目毛利率与电子连接器业务整体毛利率对比情况如下：

项目	产品类别	竞争格局	市场需求	期间	毛利率
电子连接器业务整体毛利率	消费类电子连接器及组件产品，包括 Wafer 连接器、USB 连接器、FPC 连接器、线束连接器、高速通讯连接器等；新能源汽车连接器及组件产品，包括软/硬连接、低压连接器、射频连接器、充电枪、精密结构件等；主要是中低端产品为主	①与智能手机、PC、家电等相关的传统消费电子类连接器，以及与新能源汽车相关的软/硬连接、低压连接器、射频连接器、充电枪、精密结构件等产品竞争较激烈； ②高速通讯连接器、消费级无人机连接器等竞争相对平和	①与智能手机、PC、家电等相关的传统消费电子类连接器产品市场需求呈现稳定或略有下降的情况； ②高速通讯连接器、消费级无人机连接器产品的市场需求呈现稳定增长趋势	2022 年度	20.63%
				2023 年度	22.64%
				2024 年度	22.49%
				2025 年 1-3 月	24.26%
				平均值	22.51%
新能源汽车高压连接器及组件生产研发建设项目	新能源汽车高压连接器及组件产品包括规格 A、规格 B、规格 C、规格 D；属于高端产品	泰科、安费诺等国际巨头仍占有较大的市场份额；市场参与者整体数量仍较少，使得参与者的利润空间、竞争格局相对稳定	市场需求规模较大，且随着新能源汽车产销量的增长呈现增长趋势。新能源汽车高压连接器的国产化程度低，国产替代空间大	募投项目预测期	28.62%
工业控制连接器生产研发建设项目	工业控制连接器产品包括规格 E；属于高端产品	泰科、安费诺等国际巨头仍占有较大的市场份额；国内厂商竞争格局较为分散，呈现长尾分散的竞争格局，竞争程度低于其他连接器市场领域	市场需求规模较大。应用场景的多样性创造了广泛的定制化市场需求，各类市场需求空白尚未被完全填补；叠加国内自动化装备国产化进程加速，将带动工控连接器市场需求增长	募投项目预测期	28.84%

注 1：电子连接器业务整体毛利率根据公司消费类电子连接器及组件和新能源汽车连接器及组件业务的毛利率加权平均计算；

注 2：本次募投项目的毛利率为达产后的平均毛利率水平。

公司本次募投项目产品的毛利率与现有电子连接器业务整体毛利率存在差异，主要原因系本次募投项目产品与现有电子连接器业务的技术水平、产品类

别、竞争格局、市场需求均存在较大差异；而现有电子连接器业务包含各类不同功能用途、尺寸大小、外观结构、材料选取、技术难度的连接器及组件产品，主要是毛利率相对较低的中低端产品，因此使得现有电子连接器业务整体毛利率较低。

公司本次募投项目聚焦的应用领域更具技术难度，属于电子连接器高端产品，对连接器在严苛工况环境下的机械性能、电气性能、环境性能均提出较高的要求，同时具有微型化、结构复杂、高精度的技术特征，因而本次募投项目产品的议价空间相对较大，毛利率较高具有合理性。本次募投项目聚焦的应用领域更具技术难度，具体技术难度参见本回复“问题 3”之“三”之“（二）”之“3”之“（3）”之“①本次募投项目具备技术储备”。

2、本次募投项目毛利率与公司已销售相似产品、已销售募投项目产品毛利率对比

公司本次募投项目产品的新能源汽车高压连接器及组件产品所选取的毛利率为 28.62%，而 2024 年 1-9 月公司已销售相似产品平均毛利率为 41.36%，截至 2025 年 3 月公司已实际销售募投项目产品毛利率为 41.63%；工业控制连接器产品所选取的毛利率为 28.84%，而 2024 年 1-9 月公司已销售相似产品平均毛利率为 28.21%。本次募投项目产品选取的毛利率低于或接近该产品或相似产品实际销售毛利率，因此，公司本次募投项目毛利率具有合理性、谨慎性。

综上所述，本次各个募投项目以高于现有业务毛利率进行预测具有谨慎性、合理性。

（四）IPO 新能源汽车电池精密结构件项目所存在的不利因素对本次新能源汽车高压连接器项目的效益预期影响较小

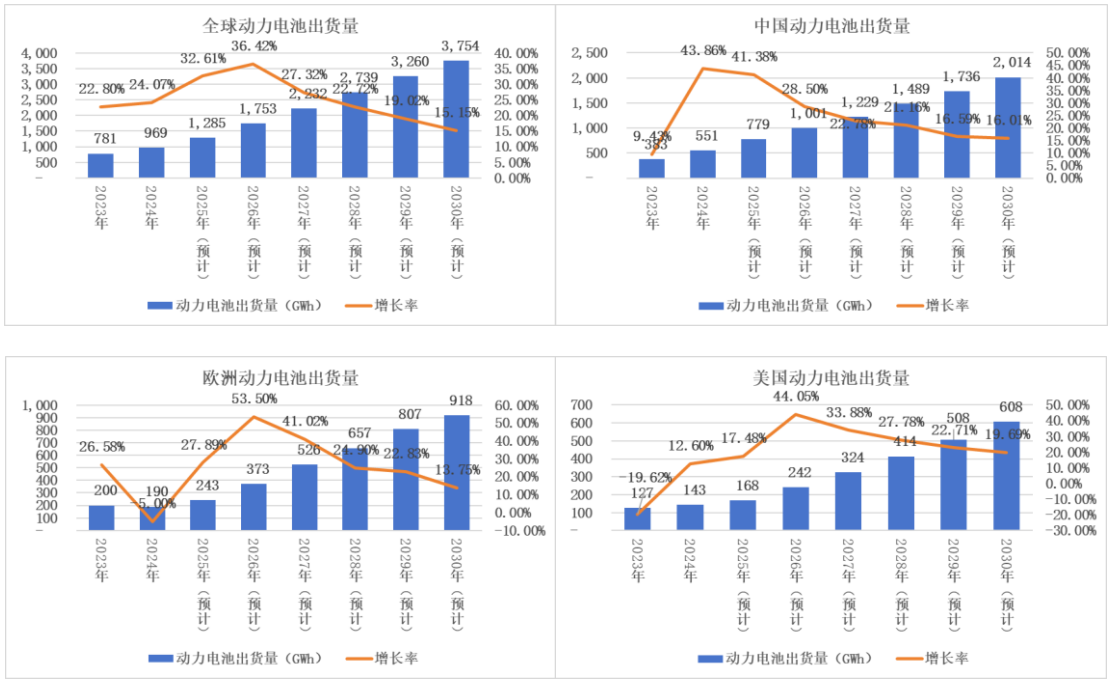
1、电池精密结构件行业的不利影响因素减弱，市场形势转好

2024 年，动力电池精密结构件行业增速放缓、进一步趋于集中化，导致市场竞争加剧、行业利润空间收窄。在此背景下，电池精密结构件厂商针对市场变化，调整采购招标模式或采取采购压价策略，对上游厂商造成一定冲击。2025 年以来，在国家的政策指引和宏观调控下，产业链内卷式竞争的局面有所缓和，市场秩序逐步趋稳。相关具体内容参见本回复“问题 2”之“一”之

“（二）”之“1、阶段性调整相关经营策略、收缩业务规模”的相关内容。

2025 年第 1 季度，根据中国汽车动力电池产业创新联盟发布的数据，我国动力电池和其他电池产量、销量和出口量分别为 326.3GWh、285.8GWh 和 61.5GWh，同比增长 74.9%、73.7%和 91.2%，动力电池产销量增幅较大、出口规模创新高；动力电池累计装车量 130.2GWh，同比增长 52.8%，增速大幅回升。

在经历了短期增速放缓和市场供需调整后，未来两年国际和国内动力电池行业的增速预计将大幅回升，未来五年市场空间容量仍具有较大增长潜力，从而带动上游动力电池精密结构件行业快速增长。未来全球、国内、美国和欧洲的动力电池出货量预测情况如下：



数据来源：高工产研行业报告

2025 年第 1 季度，竞争局面的缓和并随着市场形势的转好，公司新能源汽车电池精密结构件业务转向更为积极的经营策略，销售收入和毛利率均有所改善，2024-2025 年的季度数据如下：

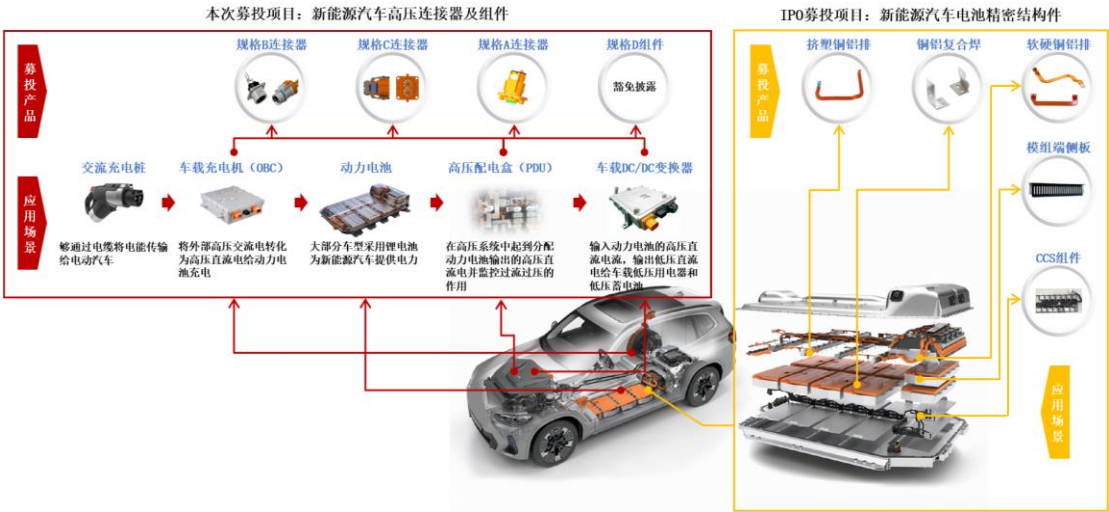
单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度			
	第 1 季度	第 4 季度	第 3 季度	第 2 季度	第 1 季度
销售收入	3,977.10	2,615.76	2,316.17	1,855.37	1,484.64
毛利率	18.66%	13.15%	15.28%	17.14%	17.56%

2025 年以来，新能源汽车电池精密结构件行业的不利影响因素减弱，市场形势转好。

2、电池精密结构件和高压连接器的产品属性和应用场景不尽相同，所属行业不同

新能源汽车电池精密结构件的主要产品包括盖板、钢壳、软硬连接、FPC 柔性采样线束等，应用在新能源汽车电池结构中，主要起到结构支撑、密封防爆等作用，由于电池精密结构件附带有线束等部件，因而也具有输送电流和信号传递的作用；而新能源汽车高压连接器的主要产品为电子连接器，应用在新能源汽车大三电系统（电机、电控、电池）和小三电系统（车载充电机、高压配电箱、DC/DC 变换器）等新能源汽车高压系统，主要起到连接各电子元器件，实现高压环境下的电信号传输和电流传递的功能。电池精密结构件和高压连接器的产品属性和应用场景图例如下：



电池精密结构件和高压连接器产品的具体区别参见本回复“问题 3”之“三”之“（一）”之“4、本次募投项目、前次募投项目和现有主业的区别与联系”的相关内容。

根据《上市公司行业分类指引》（2012 年修订），电池精密结构件属于金属制品业，高压连接器属于计算机、通信和其他电子设备制造业；根据《国民经济行业分类》（GB/T 4754—2017），电池精密结构件属于金属结构制造业，高压连接器属于计算机、通信和其他电子设备制造业。

因此，电池精密结构件和高压连接器的产品属性和应用场景不尽相同，所

属行业不同。

3、电池精密结构件和高压连接器的市场竞争格局不同，价格波动程度存在差异

新能源汽车电池精密结构件的技术门槛更低，更多中小规模企业参与市场竞争，竞争格局更为分散，价格竞争更为激烈，因而，下游客户的采购招标模式调整或采购压价策略对上游市场的价格扰动更大，导致对新能源汽车电池精密结构件项目效益的影响更大。而新能源汽车高压连接器的技术难度相对更高，市场参与者整体的数量仍较少，使得市场参与者的利润空间、竞争格局相对稳定，因而市场竞争对上游市场的价格波动影响更小，对新能源汽车高压连接器项目效益实现的影响相对更小。

4、电池精密结构件和高压连接器分别对应不同的客户采购部门，使得两者的采购在竞标和定价上具有一定的独立性、自主性

电池精密结构件和高压连接器虽均应用于新能源汽车，但在独立制造新能源汽车电池的新能源汽车厂商中由不同的独立采购部门管理，例如客户 A 存在前述的情况。一般情况下，电池精密结构件归属于电池事业部管理，而连接器归属于整车事业部管理，在新能源汽车厂商整体的管理原则和采购框架下不同事业部采购部门的竞标和定价具有一定的独立性、自主性。针对电池精密结构件的市场变化，电池事业部灵活地调整采购招标模式或采取采购压价策略，不必然导致整车事业部采取相同的采购政策调整。因而，新能源汽车精密结构件项目的效益下滑与新能源汽车高压连接器项目的效益预期关联性较小。

综上所述，IPO 新能源汽车电池精密结构件项目所存在的不利因素对本次新能源汽车高压连接器项目的效益预期影响较小。

（五）中介机构核查情况

1、核查程序

针对上述事项，发行人会计师主要执行了以下核查程序：

（1）获取并查阅发行人本次募投项目的可行性研究报告、测算明细表、统计分析募投产品单位成本数据，审阅各项成本明细的构成内容、测算逻辑、计算过程等；

(2) 查阅本次发行人、同行业可比公司公开披露的申请文件、定期报告、应用于相关领域的产品收入成本表、募投项目产品近期实际销售情况等，统计分析毛利率、平均单价，了解本次募投项目毛利率预测的谨慎性、合理性。

2、核查意见

经核查，发行人会计师认为：

公司本次募投项目产品的效益预测符合行业惯例，具有合理性。本次各个募投项目以高于现有业务整体毛利率进行预测具有谨慎性、合理性。

八、补充说明本次募投项目投入或实施后是否会新增显失公平的关联交易，或者严重影响公司生产经营的独立性，如是，请明确相关解决措施并出具承诺

(一) 补充说明本次募投项目投入或实施后是否会新增显失公平的关联交易，或者严重影响公司生产经营的独立性

公司本次向不特定对象发行可转换公司债券募集资金总额不超过 45,000.00 万元（含 45,000.00 万元），扣除发行费用后将用于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目投资总额	拟投入募集资金金额	实施主体
1	新能源汽车高压连接器及组件生产研发建设项目	25,575.87	25,500.00	胜蓝股份
2	工业控制连接器生产研发建设项目	19,657.70	19,500.00	胜蓝股份
合计		45,233.57	45,000.00	-

本次募投项目的实施主体均系胜蓝股份，项目用地均为自有，不存在向关联方租赁土地使用权或房产的情形；本次募投项目建设中涉及的建筑工程及设备将由外部开发商建设或向外部供应商购置，预计不存在由关联方提供产品或服务的情形；本次募投项目投产后，公司预计不会因募投项目生产产品向关联方采购生产所需原材料或接受劳务，亦无销售本次募投项目生产产品至关联方的计划。

(二) 公司、公司控股股东、实际控制人关于关联交易的承诺

公司已出具《关于关联交易的声明与承诺》，承诺：“若未来募投项目的实施不可避免地发生关联交易，不会严重影响公司生产经营的独立性。若未来由于募投项目的实施不可避免地发生关联交易，公司将按照有关法律法规、规

范性文件和公司章程等有关规定依法签订协议，履行合法程序，依法履行信息披露义务和办理有关报批程序。”

公司控股股东、实际控制人已出具《关于关联交易的声明与承诺》，承诺如下：

“一、本人/本公司确认本函旨在保障公司全体股东之权益而作出。

二、截至本函出具日，本人/本公司不存在因关联交易而损害公司及其他合法股东之合法权益之情形。

三、本人/本公司将尽量避免与公司之间产生关联交易事项；对于不可避免发生的关联业务往来或交易，将在平等、自愿的基础上，按照公平、公允和等价有偿的原则进行，交易价格将按照市场公认的合理价格确定。

四、本人/本公司将严格遵守有关法律、法规、规范性文件及公司《公司章程》等文件中关于关联交易事项回避表决的规定，所涉及的关联交易均将按照规定的决策程序进行，并将履行合法程序，及时对关联交易事项进行信息披露。

五、本人/本公司承诺不会利用关联交易转移、输送利润，不会通过行使公司的经营决策权损害公司及其他股东的合法权益。

六、本人/本公司确认本函所载的每一项承诺均为可独立执行之承诺。任何一项承诺若被视为无效或终止将不影响其他各项承诺的有效性。”

综上，本次募投项目投入或实施后不会新增显失公平的关联交易，或者严重影响公司生产经营的独立性。公司、公司控股股东胜蓝控股、实际控制人已出具《关于关联交易的声明与承诺》。

（三）中介机构核查情况

1、核查程序

针对上述事项，发行人会计师主要执行了以下核查程序：

（1）获取并查阅本次募投项目的可行性研究报告；

（2）访谈发行人负责人员，了解本次募投项目的投资建设规划、是否有向关联方采购或销售的计划、是否会新增关联交易；

（3）查阅发行人、发行人控股股东、实际控制人出具的《关于关联交易的声明与承诺》。

2、核查意见

经核查，发行人会计师认为：

本次募投项目投入或实施后不会新增显失公平的关联交易，或者严重影响公司生产经营的独立性。公司、公司控股股东、实际控制人已出具《关于关联交易的声明与承诺》。

（本页无正文，为《关于胜蓝科技股份有限公司申请向不特定对象发行可转换债券的审核问询函的回复》的签章页）



中国注册会计师：郭俊彬



中国注册会计师：彭程



中国 广州

二〇二五年五月二十三日



编号: S1052020060684G(1-1)

统一社会信用代码

91440101MA9W0YP8X3

营业执照

(副本)



扫描二维码登录
“国家企业信用
信息公示系统”
了解更多登记、
备案、许可、监
管信息。



名称 广东司和会计师事务所 (普通合伙)

类型 特殊普通合伙(普通合伙)

执行事务合伙人 吉争雄

出资额 壹仟贰佰壹拾陆万壹仟元 (人民币)

成立日期 2020年11月25日

主要经营场所 广州市南沙区南沙街兴沙路6号704房-2

经营范围 商务服务业 (具体经营项目请登录国家企业信用信息公示系统
查询, 网址: <http://www.gsxt.gov.cn/>。依法须经批准的项目, 经相关部门批准后方可开展经营活动。)



登记机关

2023年12月25日

国家企业信用信息公示系统网址:

<http://www.gsxt.gov.cn>

市场主体应当于每年1月1日至6月30日通过
国家企业信用信息公示系统报送公示年度报告

国家市场监督管理总局监制

证书序号:0005203

说明

- 1、《会计师事务所执业证书》是证明持有人经财政部门依法审批，准予执行注册会计师法定业务的凭证。
- 2、《会计师事务所执业证书》记载事项发生变动的，应当向财政部门申请换发。
- 3、《会计师事务所执业证书》不得伪造、涂改、出租、出借、转让。
- 4、会计师事务所终止或执业许可注销的，应当向财政部门交回《会计师事务所执业证书》。

会计师事务所

执业证书

名称: 广东司农会计师事务所(普通合伙)

合伙)

首席合伙人: 吉争雄

主任会计师:

经营场所: 广州市南沙区南沙街兴沙路6号704

房-2

特殊普通合伙

组织形式:

执业证书编号: 44010293

批准执业文号: 粤财德函〔2020〕27号

批准执业日期: 2020年12月9日

发证机关: 广东省财政厅

二〇二四年一月十五日

中华人民共和国财政部制



姓名	郭俊彬
Full name	
性别	男
Sex	
出生日期	1985-07-10
Date of birth	
工作单位	广东司农会计师事务所
Working unit	
身份证号码	(特殊普通合伙)
Identity card No.	440102198507104017



年度检验登记

Annual Renewal Registration

本证书经检验合格，继续有效一年。
This certificate is valid for another year after this renewal.



郭俊彬 440100790102

年 月 日
/y /m /d

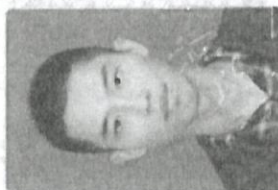
证书编号: 440100790102
No. of Certificate

批准注册协会: 广东省注册会计师协会
Authorized Institute of CPAs

发证日期: 2010 年 10 月 19 日
Date of Issuance /y /m /d

2021 年 6 月换发

姓名 彭程
Full name
性别 男
Sex
出生日期 1994-06-05
Date of birth
工作单位 广东正中珠江会计师事务所
Working unit
(特殊普通合伙)
身份证号码 441881199406050231
Identity card No.



证书编号: 440100790203
No. of Certificate

批准注册协会: 广东省注册会计师协会
Authorized Institute of CPAs

发证日期: 2019 年 06 月 03 日
Date of Issuance /y /m /d



年度检验登记 Annual Renewal Registration

本证书经检验合格, 继续有效一年。
This certificate is valid for another year after this renewal.

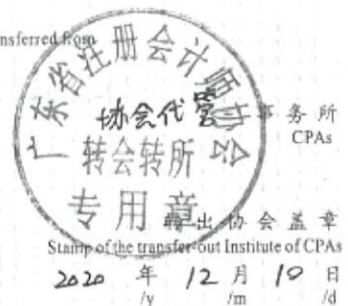


彭程 440100790203

年 /y 月 /m 日 /d

注册会计师工作单位变更事项登记 Registration of the Change of Working Unit by a CPA

同意调出
Agree the holder to be transferred from



同意调入
Agree the holder to be transferred to

