创业板投资风险提示

本次股票发行后拟在创业板市场上市，该市场具有较高的投资风险。创业板公司具有创新投入大、新旧产业融合成功与否存在不确定性、尚处于成长期、经营风险高、业绩不稳定、退市风险高等特点，投资者面临较大的市场风险。投资者应充分了解创业板市场的投资风险及本公司所披露的风险因素，审慎作出投资决定。

深圳市杰美特科技股份有限公司

SHENZHEN JAME TECHNOLOGY CORP., LTD.

（深圳市龙华区龙华街道清祥路清湖工业园宝能科技园6栋B座19楼E单位）

首次公开发行股票并在创业板上市
招股说明书
（注册稿）

本公司的发行申请尚需经深圳证券交易所和中国证监会履行相应程序。本招股说明书不具有据以发行股票的法律效力，仅供预先披露之用。投资者应当以正式公告的招股说明书作为投资决定的依据。

保荐机构（主承销商）

东兴证券股份有限公司
DONGXING SECURITIES CO.,LTD.

（北京市西城区金融大街5号新盛大厦B座12、15层）

声 明

中国证监会、交易所对本次发行所作的任何决定或意见，均不表明其对注册申请文件及所披露信息的真实性、准确性、完整性作出保证，也不表明其对发行人的盈利能力、投资价值或者对投资者的收益作出实质性判断或保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

根据《证券法》的规定，股票依法发行后，发行人经营与收益的变化，由发行人自行负责；投资者自主判断发行人的投资价值，自主作出投资决策，自行承担股票依法发行后因发行人经营与收益变化或者股票价格变动引致的投资风险。

发行人及全体董事、监事、高级管理人员承诺招股说明书及其他信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

发行人控股股东、实际控制人承诺本招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

公司负责人和主管会计工作的负责人、会计机构负责人保证招股说明书中财务会计资料真实、完整。

发行人及全体董事、监事、高级管理人员、发行人控股股东、实际控制人以及保荐人、承销的证券公司承诺因发行人招股说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的，将依法赔偿投资者损失。

保荐人及证券服务机构承诺因其为发行人本次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

本次发行概况

发行股票类型	人民币普通股（A 股）
发行股数	公司首次公开发行股份总数不超过3,200.00万股且不低于本次公开发行后总股本的 25%。其中，（1）公司发行新股数量不超过3,200.00 万股；（2）本次发行不涉及公司股东公开发售股份
每股面值	1.00 元
每股发行价格	【 】元
预计发行日期	【 】年【 】月【 】日
拟上市的证券交易所和板块	深圳证券交易所，创业板
发行后总股本	不超过 12,800.00 万股
保荐人（主承销商）	东兴证券股份有限公司
招股说明书签署日期	【 】年【 】月【 】日

重大事项提示

公司特别提请投资者注意，在作出投资决策之前，务必仔细阅读本招股说明书“风险因素”章节的全部内容，并特别关注以下重要事项及风险。

一、特别风险提示

公司提醒投资者认真阅读本招股说明书“第四节 风险因素”全部内容，并特别提醒投资者关注“风险因素”中的下列风险：

（一）市场竞争加剧的风险

公司智能手机保护类产品、平板电脑保护类产品在国内均有较多的企业进行生产和销售，主营业务产品面临着质量、价格、品牌等多方面竞争压力。移动智能终端行业更新换代较快，未来市场竞争格局可能会发生较大变化，若公司不能持续优化产品设计、提高生产质量、增强公司品牌竞争力，将影响公司现有的行业和市场地位，使公司面临市场份额及盈利能力下降的风险。

（二）主要原材料价格波动风险

公司生产经营所需的主要原材料是塑胶壳、塑胶原料、PU 料、彩盒等材料。近年来，受市场供需等因素的影响，主要原材料价格波动增加了公司的生产经营成本，并可能导致产品毛利率的波动。公司若不能将部分原材料价格的波动向客户转嫁，或者由于价格调整存在一定的滞后性，公司面临主要原材料价格波动对经营业绩带来不利影响的风险。

（三）下游行业波动风险

智能手机保护类产品和平板电脑保护类产品为公司主营业务产品，2017 年、2018 年和 2019 年公司上述两类产品的销售收入合计分别为 45,849.35 万元、60,208.83 万元和 76,606.61 万元，占当期主营业务收入的比例分别为 89.33%、97.05%和 98.65%。上述两类产品作为智能手机和平板电脑的配件，其销量与智能手机和平板电脑的出货量呈明显的相关性。自 2015 年起，智能手机市场增速开始放缓，主要发达国家已逐步进入存量时代，二次换机需求成为拉动中高端手机销量的主要动力。如果未来智能手机和平板电脑出货量增速持续下降，公司智能手机保护类产品和平板电脑保护类产品将面临下游市场需求不足的风险。

根据 IDC 数据，预计到 2022 年，全球移动终端市场出货量如下：

单位：百万部

项目	2018 年	2022 年	年复合增长率
智能手机	1,405	1,574	2.88%
平板电脑	149	129	-3.54%

假定公司 2020 年智能手机保护类产品销售收入按 2.88%增长率计算，平板电脑保护类产品销售收入按-3.54%增长率计算，则上述两类产品的销售收入将由 2019 年的 76,606.61 万元仅增加至 2020 年的 78,113.95 万元，考虑到公司 2019 年扩产导致的固定资产折旧等固定成本增加以及下游终端智能产品的需求能力减弱，可能导致净利润下滑的风险。

（四）汇率波动风险

随着汇率制度改革不断深入，人民币汇率波动日趋市场化。公司出口业务主要采用美元结算，因此人民币汇率波动在一定程度上会对公司的经营业绩造成影响。报告期各期发生汇兑损益金额分别为-893.35 万元、894.81 万元和 294.59 万元。若未来公司外销收入金额持续上升，而人民币汇率受国内、国外经济环境影响产生较大幅度波动，公司可能面临一定的汇率波动风险。

（五）所得税税率变动风险

2016 年 11 月，公司被认定为高新技术企业，认定有效期 3 年，在此期间企业所得税按应纳税所得额的 15%税率计缴。公司于 2019 年通过了高新技术企业资质复审，取得了证书编号为 GR201944202811 的高新技术企业证书，颁发日期为 2019 年 12 月 9 日，证书有效期三年。若公司未来不能通过高新技术企业认证或相应的税收优惠政策发生变化，使得公司无法享受相关税收优惠政策，则未来所得税费用的上升将对公司的经营业绩产生一定影响。

（六）自有品牌推广风险

自有品牌的建设要求公司具备较强的营运能力和资金实力，如果公司在长期投入建设后，自有品牌业务未能保持足够的市场影响力，或在激烈的竞争环境下未能凸显竞争优势，则自有品牌业务投入可能为公司带来一定的经营风险。

（七）进口国政策及国际贸易环境变化风险

报告期各期，公司对美国地区的销售收入分别为 15,130.81 万元、21,528.49 万元和 29,320.40 万元，占当期公司营业收入的比例分别为 27.97%、33.28%和 35.35%。2019 年 9 月 1 日起，公司对美国地区销售的产品纳入加征 15%关税的商品清单。

美国加征关税措施实施后，ODM/OEM 业务方面，由于美国主要 ODM/OEM 客户与公司合作时间较长、合作关系融洽，对公司的产品质量、交货及时性等认可度较高，公司仍按照以往定价方式与客户进行业务往来，公司并未受到加征关税影响，且目前订单情况稳定，未来也具有持续性；自有品牌业务方面，公司虽承担了加征关税带来的单位成本增加，但由于公司在美国的自有品牌产品销售单价较高，相对最终销售单价，加征关税带来的单位成本增加较小，且公司可通过价格调整、拓展销售市场等方式减少加征关税带来的影响。

随着中美贸易关系的缓和，根据中美贸易第一阶段协定，2020 年 2 月 14 日起，公司出口至美国的产品加征关税税率调减至加征 7.5%。但如果中美贸易摩擦继续升级，继续提高加征关税税率或未来美国客户均要求由公司承担部分或全部关税成本，会对公司对美国产品出口以及经营业绩产生一定不利影响。

（八）客户相对集中风险

报告期内，公司 50%以上的收入来自于 ODM/OEM 业务，客户主要为智能终端配件行业的国际知名品牌商以及大型智能终端制造商。这类企业规模普遍较大，较高的年采购额为公司创造高收入的同时，也形成了公司客户集中度较高的现状。报告期各期，公司向前 5 大客户（按照同一控制下合并计算的口径）的销售额占公司同期营业收入的比例分别为 50.53%、62.88%和 71.56%。虽然公司与主要客户关系稳定，但是如果公司的主要客户大幅降低对公司产品的采购额或终止与公司的合作，将对公司经营业绩产生不利影响。其中，报告期各期，公司对华为的销售收入分别为 12,697.48 万元、26,517.85 万元和 37,711.47 万元，占营业收入比例分别为 23.47%、40.99%和 45.47%。若未来华为智能手机和平板电脑出货量出现大幅下滑，将对公司经营业绩产生不利影响。

（九）新型冠状病毒肺炎疫情对公司的影响

2020 年 1 月新型冠状病毒肺炎疫情爆发，致使全国各行各业均遭受了不同

程度的影响，并已在全球范围内蔓延。截至本招股说明书签署日，国内疫情已得到有效控制，但美国作为公司主要海外市场，疫情尚未得到有效控制。生产方面，公司主要供应商集中于珠三角地区，自 2020 年 3 月初起，公司基本已实现满产。国内销售方面，由于近一个月的停产，以及部分国内客户采购计划延后，导致公司 2020 年一季度国内收入有一定程度下滑。国外销售方面，疫情虽然影响了部分客户的采购计划，但以沃尔玛为代表的主要客户并未受到影响，公司 2020 年 1-6 月对海外客户的销售收入较去年同期有一定程度的增长。**营业收入方面，公司 2020 年 1-6 月外销金额为 21,199.25 万元，较 2019 年 1-6 月的外销金额 16,401.34 万元增长了 4,797.91 万元，同比增长 29.25%。在美国新冠肺炎疫情如此严重的背景下，公司外销收入仍能持续稳定增长，主要有以下三方面原因：①新冠肺炎疫情不会对移动智能终端配件的需求产生消极影响，由于视频会议、在线教育、游戏娱乐等需求的增加，一定程度上甚至会促进消费者对移动智能终端及其配件的需求；②海外需求并未受到影响的背景下，公司积极抓住海外市场畅通的销售渠道，抓紧组织生产和物流，积极满足海外客户需求；③本次疫情是系统性事件，不影响公司行业地位，疫情影响下，公司作为行业内成规模的企业，更有韧性组织复工复产，并协调物流运输等，从而获取更大的市场份额。保荐机构认为：上述原因导致的增长具有可持续性；整体行业方面，由于 5G 普及且新冠肺炎疫情带来的在线会议办公、在线教育和网络游戏娱乐等行业的发展，移动智能终端及其配件的需求会持续增长；另外，发行人作为行业内成规模的企业，在新冠肺炎疫情期间充分满足了客户需求，并且新开拓了 Tech21 等优质客户，发行人与上述新老客户的合作有望持续加深。**

整体上，因发生新型冠状病毒肺炎疫情，公司日常生产经营受到一定程度的影响，公司 2020 年 1-6 月经营业绩略有下滑。但本次疫情是系统性事件，对公司行业地位不会产生不利影响。**根据大信会计师事务所（特殊普通合伙）出具的大信阅字[2020]第 5-00005 号《审阅报告》，公司 2020 年 1-6 月营业收入 38,155.92 万元，同比下降 3.11%；归属于母公司所有者的净利润 5,688.70 万元，同比下降 7.58%；扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润 5,572.43 万元，同比下降 10.40%。**

虽然疫情已在中国被有效控制，但随着疫情在全球范围内的扩散，如果疫情

在全球范围内不能及时得到遏制，则可能会对公司经营业绩产生一定的不利影响。一方面，如果疫情持续扩散得不到遏制，全球移动智能终端出货量可能出现下滑，因而带动公司配套的保护类产品销售额下滑；另一方面，如果疫情导致海外的商业活动长时间中断，也可能引起公司产品在海外市场的滞销。综上所述，若海外疫情长时间得不到遏制，则公司存在经营业绩下滑的风险。

二、本次发行相关的重要承诺

与本次发行相关的重要承诺，包括发行前股东所持股份的限售安排和自愿锁定股份承诺、持股及减持意向的承诺、稳定股价的措施及承诺等。具体内容请详见本招股说明书“第十节 投资者保护”之“六、发行人、股东、实际控制人、发行人的董事、监事、高级管理人员以及本次发行的保荐人及证券服务机构等作出的重要承诺”。

三、利润分配事项

关于发行前滚存利润的分配事项以及发行后股利分配政策，请详见本招股说明书“第十节 投资者保护”之“二、股利分配及发行前滚存利润安排”和“四、本次发行完成前滚存利润的分配安排”。

四、财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况

财务报告审计截止日至本招股说明书签署日，公司经营情况正常，产业政策、税收政策、行业市场环境、经营模式、主要产品或服务的定价方式、主要客户和供应商未发生重大变化，董事、监事、高级管理人员及核心技术人员未发生重大变更，未发生其他可能影响投资者判断的重大事项。

公司财务报告的审计截止日为 2019 年 12 月 31 日，针对截至 **2020 年 6 月 30 日**的相关财务信息未经审计，但大信会计师事务所（特殊普通合伙）对公司 **2020 年 6 月 30 日**的合并及母公司资产负债表，**2020 年 1-6 月**的合并及母公司利润表、合并及母公司现金流量表，以及财务报表附注进行了审阅，出具了大信阅字[2020]**第 5-00005** 号《审阅报告》，主要财务数据如下：

（一）合并资产负债表主要数据

单位：万元

项目	2020 年 6 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	变动比例
资产总额	77,525.29	74,057.77	4.68%
负债总额	21,108.47	23,341.78	-9.57%
所有者权益合计	56,416.82	50,715.99	11.24%
归属于母公司所有者的权益合计	56,416.82	50,715.99	11.24%

（二）合并利润表主要数据

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年 1-6 月	变动比例
营业收入	38,155.92	39,379.74	-3.11%
营业利润	6,644.45	7,673.12	-13.41%
利润总额	6,630.04	7,447.27	-10.97%
净利润	5,688.70	6,155.06	-7.58%
归属于母公司所有者的净利润	5,688.70	6,155.06	-7.58%
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	5,572.43	6,219.20	-10.40%

（三）合并现金流量表主要数据

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年 1-6 月	变动比例
经营活动产生的现金流量净额	1,646.83	8,521.67	-80.67%
投资活动产生的现金流量净额	-1,555.80	-754.83	106.11%
筹资活动产生的现金流量净额	998.41	-1,039.16	-196.08%

目 录

声 明 1
本次发行概况 2
重大事项提示 3
一、特别风险提示 3
二、本次发行相关的重要承诺 7
三、利润分配事项 7
四、财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况 7
目 录 9
第一节 释 义 13
一、普通术语 13
二、专业术语 15
第二节 概 览 16
一、发行人及本次发行的中介机构基本情况 16
二、本次发行概况 16
三、发行人报告期的主要财务数据和财务指标 17
四、发行人主营业务经营情况 17
五、发行人创新、创造、创意特征，科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况 18
六、发行人选择的具体上市标准 19
七、发行人公司治理特殊安排等重要事项 19
八、募集资金用途 20
第三节 本次发行概况 21
一、本次发行的基本情况 21
二、本次发行的有关当事人 21
三、发行人与中介机构关系的说明 22
四、有关本次发行的重要时间安排 23
第四节 风险因素 24
一、技术与创新风险 24
二、经营风险 24
三、财务及税务风险 29
四、与募集资金投资项目相关的风险 30
五、发行失败风险 31

第五节 发行人基本情况.....32
一、发行人基本情况.....32
二、发行人设立情况.....32
三、发行人报告期内的股本和股东变化情况.....34
四、发行人报告期内重大资产重组情况、在其他证券市场的上市/挂牌情况.....35
五、发行人股权关系及组织结构.....36
六、发行人控股、参股子公司的基本情况.....38
七、发起人、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况.....44
八、发行人股本情况.....52
九、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员.....58
十、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属持有公司股份情况.....63
十一、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的其他对外投资情况.....64
十二、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员薪酬情况.....65
十三、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员兼职情况.....67
十四、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员之间存在的亲属关系.....68
十五、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员与公司签订的协议及作出的重要承诺及其履行情况.....68
十六、董事、监事、高级管理人员的任职资格.....68
十七、董事、监事、高级管理人员最近两年的变动情况.....69
十八、员工及其社会保障情况.....70
第六节 业务与技术.....80
一、发行人主营业务及主要产品.....80
二、发行人所处行业的基本情况.....110
三、公司的生产销售情况及主要客户.....159
四、发行人采购情况和主要原材料.....173
五、发行人主要固定资产和无形资产.....185
六、公司特许经营权情况.....215
七、发行人核心技术及研发情况.....215
八、发行人境外经营情况.....225
九、关于公司名称冠有“科技”字样的说明.....225
第七节 公司治理与独立性.....227
一、公司治理制度的建立健全及运行情况.....227
二、发行人特别表决权股份情况.....235
三、发行人协议控制架构情况.....235

四、公司内部控制制度情况.....235
五、发行人近三年违法违规情况.....235
六、发行人近三年资金占用和对外担保情况.....237
七、发行人独立性情况.....237
八、同业竞争.....238
九、关联方及关联交易.....240
十、报告期内关联交易制度的执行情况及独立董事意见.....244
十一、发行人关于确保关联交易公允和减少关联交易的措施.....245
十二、报告期内发行人关联方变化情况.....246
第八节 财务会计信息与管理层分析.....249
一、盈利能力或财务状况的主要影响因素分析.....249
二、财务报表.....251
三、审计意见.....257
四、财务报表的编制基础、遵循企业会计准则的声明、合并财务报表范围及变化情况.....257
五、报告期采用的主要会计政策和会计估计.....259
六、经注册会计师核验的非经常性损益表.....283
七、主要税种税率、享受的主要税收优惠政策.....284
八、主要财务指标.....285
九、分部信息.....287
十、新旧收入准则对收入的确认原则的说明.....287
十一、经营成果分析.....288
十二、资产状况分析.....334
十三、偿债能力、流动性及持续经营能力分析.....358
十四、重大投资、资本性支出、重大资产业务重组或股权收购合并事项.....373
十五、盈利预测报告.....373
十六、报告期内会计报表附注中或有事项、承诺事项、期后事项和其他重要事项.....373
第九节 募集资金运用与未来发展规划.....377
一、募集资金运用概况.....377
二、募集资金投资项目具体情况.....381
三、未来发展规划.....405
第十节 投资者保护.....410
一、投资者关系的主要安排.....410
二、股利分配及发行前滚存利润安排.....411

三、发行人报告期内的股利分配情况.....415
四、本次发行完成前滚存利润的分配安排.....416
五、发行人股东投票机制的建立情况.....416
六、发行人、股东、实际控制人、发行人的董事、监事、高级管理人员以及本次发行的保荐人及证券服务机构等作出的重要承诺.....416
第十一节 其他重要事项.....436
一、重大合同.....436
二、对外担保情况.....438
三、重大诉讼或仲裁情况.....438
四、发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员和核心技术人员作为一方当事人的重大诉讼或仲裁事项.....439
五、发行人董事、监事、高级管理人员和核心技术人员最近三年涉及行政处罚、被司法机关立案侦查、被中国证监会立案调查情况.....439
六、发行人控股股东、实际控制人报告期内是否存在重大违法行为.....440
七、其他涉及国家安全、公共安全、生态安全、生产安全、公众健康安全等领域的重大违法行为.....440
第十二节 声明.....441
发行人及其全体董事、监事、高级管理人员声明.....441
发行人控股股东、实际控制人声明.....442
保荐机构（主承销商）声明.....443
保荐机构（主承销商）董事长声明.....444
保荐机构（主承销商）总经理声明.....445
发行人律师声明.....446
审计机构声明.....447
资产评估机构声明.....448
资产评估机构更名的说明.....449
验资机构声明.....450
第十三节 附 件.....451

第一节 释 义

本招股说明书中，除文义另有所指，下列词语或简称具有如下含义：

一、普通术语

杰美特、杰美特股份、公司、本公司、股份公司、发行人	指	深圳市杰美特科技股份有限公司
杰美特有限	指	深圳市杰美特科技有限公司，公司前身
大埠投资	指	深圳市大埠投资合伙企业（有限合伙），公司股东
复星创泓	指	上海复星创泓股权投资基金合伙企业（有限合伙），曾为公司股东
达晨创泰	指	深圳市达晨创泰股权投资企业（有限合伙），公司股东
达晨创恒	指	深圳市达晨创恒股权投资企业（有限合伙），公司股东
达晨创瑞	指	深圳市达晨创瑞股权投资企业（有限合伙），公司股东
杰之洋	指	东莞市杰之洋塑胶实业有限公司，公司全资子公司
中创卓越	指	深圳市中创卓越科技有限公司（曾用名“深圳市中创投资有限公司”），公司全资子公司
杰鸿塑胶	指	东莞市杰鸿塑胶科技有限公司，公司全资子公司，已注销
杰幂数据	指	北京杰幂数据技术有限公司，公司全资子公司，已注销
美国道瑞	指	Doria International Inc.，中创卓越在美国的全资子公司
香港道瑞	指	Doria International Limited，中创卓越在香港的全资子公司，已解散
杰之洋五联分公司	指	东莞市杰之洋塑胶实业有限公司凤岗五联分公司
智汇时代	指	深圳市中创智汇时代科技有限公司，曾是中创卓越全资子公司
中创思锐	指	深圳市中创思锐电子商务有限公司，中创卓越全资子公司
东莞分公司	指	深圳市杰美特科技有限公司东莞分公司，已于 2014 年 8 月注销
沃尔玛	指	沃尔玛百货有限公司，全球大型零售企业之一，在 2018《财富》世界 500 强企业中位列第 1 位
苹果	指	Apple Inc.，美国的一家高科技公司，致力于设计、开发和销售消费电子、软件、在线服务和个人计算机，在 2018《财富》世界 500 强企业中位列第 11 位
三星	指	三星集团，是韩国最大的跨国企业集团，业务涉及电子、金融、机械、化学等众多领域，在 2018《财富》世界 500 强企业中位列第 12 位
亚马逊、Amazon、Amazon.com	指	美国最大的网络电子商务公司之一，是一家综合服务提供商，业务范围除了网上零售以外，还包括网络服务（AWS）、外包物流服务（FBA）、自助数字出版平台（DTP）等，在 2018《财富》世界 500 强企业中位列第 18 位
Verizon	指	Verizon Communications Inc.，美国前三大电信运营商，在 2018《财富》世界 500 强企业中位列第 37 位
华为	指	华为技术有限公司，全球领先的 ICT(信息与通信)基础设施和智能终端提供商，在 2018《财富》世界 500 强企业中位列第 72 位
Target/塔吉特	指	美国塔吉特公司，美国第二大零售商，在 2018《财富》世界 500 强企业中位列第 116 位
联想	指	联想集团，是中国的一家知名移动通信设备制造公司，提供包括个人电脑、工作站、服务器、存储、智能电视以及智能手机、平板电脑和应用软件等一系列移动互联产品，在 2018《财富》世界 500 强企业中位列第 240 位
百思买/Best Buy	指	百思买集团,全球最大家用电器和电子产品零售集团之一，在 2018《财富》世界 500 强企业中位列第 261 位
Targus	指	Targus Group International,Inc.，美国知名移动智能终端配件提供商，

		在笔记本电脑包领域居于业界领先地位
Otterbox	指	美国著名消费电子产品保护类品牌，旗下产品种类繁多，包括手机、平板电脑等的保护类配件，以及耳机、数据线、电脑包等各种配件
ZAGG	指	ZAGG Inc.，公司总部设在美国盐湖城，主要业务为生产和销售全系列的移动设备配件，产品包括平板电脑的蓝牙键盘、外挂电池、移动设备保护套/贴膜、音频耳机，蓝牙音响类，游戏类产品等；2009 年 11 月于美国纳斯达克上市（NASDAQ:ZAGG）
Incipio	指	Incipio Group，美国知名电子产品配件制造与销售商，主要设计、制造、销售电子产品保护套及其他数码配件，旗下有 Incipio、Incase、Griffin、Tavik、Clamcase 等子公司，拥有 Coach、Kate spade、Tumi、DIESEL 等品牌的授权，业务覆盖全球
Griffin	指	Griffin Technology,Inc.，美国配件类产品著名品牌，现已成为全球最大的个人电脑和数码产品周边配件的提供商之一，业务覆盖美洲、欧洲、非洲及亚太地区，2016 年 8 月成为 Incipio 的子公司
Thule	指	瑞典智能终端配件供应公司，全球领先的汽车顶架系统的制造企业，产品涵盖行李架和托架、行李箱、手机保护套等
Pelican	指	Pelican Products,Inc.，全球知名安全防护箱和顶级防爆强光手电生产商，生产的系列专业电筒和防护箱产品被广泛使用于各行业领域
ELECOM	指	宜丽客，是日本最大消费电子配件公司，东京证券交易所上市公司，代码 6750.TSE，主要产品涵盖蓝牙通信类配件、手机配件、造型耳机、通话类耳机、鼠标、笔记本包、数码相机包、清洁产品、鼠标垫、防护产品等
InnovHK	指	Innovhk Limited，Innov8 Group 香港子公司
Innov8	指	Innov8 Group，法国领先的 3C 产品及其配件品牌商和分销商，主要销售智能手机、平板电脑、智能手环、VR/AR 眼镜、平衡车、耳机、摄像头、蓝牙音箱、无人机、自拍杆、平板电脑和智能手机保护套等多种产品，旗下包括 ascendeo、InnovHK 等多家子公司，同时经营 Omuvit、So Seven 等多个品牌
X-doria	指	道瑞，中创卓越自有品牌
OPPO	指	移动通信设备制造公司广东欧珀移动通信有限公司创建的一个专注于智能手机领域的手机品牌
vivo	指	移动通信设备制造公司维沃移动通信有限公司创建的一个专注于智能手机领域的手机品牌
小米	指	北京小米科技有限责任公司，是一家专注于智能硬件和电子产品研发的移动互联网公司
金立	指	深圳市金立通信设备有限公司，是一家集研发、生产、销售于一体的国家高新技术企业
开润股份	指	安徽开润股份有限公司，是一家主要以 ODM/OEM 的业务模式为国际知名品牌客户提供包袋类产品的研发设计与生产制造服务，同时还经营部分自有品牌业务，主要产品为商务包袋、户外休闲包袋、平板电脑与手机保护套等；2016 年 12 月于深圳证券交易所创业板挂牌上市
品胜股份	指	广东品胜电子股份有限公司，是一家为电池模组类产品的研发、生产和销售商，主要产品包括移动电源、手机电池、相机电池、充电线、耳机、智能排插等；2015 年 11 月于全国中小企业股份转让系统挂牌
罗技	指	Logitech International SA，全球最著名的电脑周边设备供应商，其中以键鼠类设备最为知名；1997 年 3 月于美国纳斯达克上市（NASDAQ:LOGI）
IDG	指	International Data Group，美国国际数据集团，全球著名咨询公司
IDC	指	International Data Corporation，国际数据公司，IDG 旗下公司，是一家全球领先的媒体出版、研究咨询、会展服务公司
iPhone/iPad	指	苹果公司的手机/平板系列产品
VR	指	Virtual Reality,虚拟现实技术,是一种可以创建和体验虚拟世界的计算机仿真系统，利用计算机生成一种模拟环境，是一种多源信息融合的、交互式的三维动态视景和实体行为的系统仿真
AR	指	Augmented Reality，增强现实技术，将真实世界信息和虚拟世界信息“无缝”集成的新技术，把原本在现实世界的一定时间空间范围内很难体验到的实体信息(视觉信息、声音、味道、触觉等),通过电脑等科学技术，模拟仿

		真后再叠加，将虚拟的信息应用到真实世界，被人类感官所感知，从而达到超越现实的感官体验
iF 设计奖	指	iF Design Award，由汉诺威工业设计论坛举办，为世界上最权威的工业设计奖，与德国红点奖、美国 IDEA 奖并称三大世界设计奖
公司章程	指	深圳市杰美特科技股份有限公司章程
报告期	指	2017 年、2018 年、2019 年
证监会、中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
保荐机构、主承销商、东兴证券	指	东兴证券股份有限公司
发行人会计师、大信会计师事务所、大信	指	大信会计师事务所（特殊普通合伙）
发行人律师、北京国枫	指	北京国枫律师事务所
发行人评估机构、亚太联华	指	北京亚太联华资产评估有限公司（曾用名：河南亚太联华资产评估有限公司）
元、万元、亿元	指	人民币元、万元、亿元

二、专业术语

移动智能终端、终端	指	安装具有开放式操作系统，使用宽带无线移动通信技术实现互联网接入，通过下载、安装应用软件和数字内容为用户提供服务的终端产品
OEM	指	Original Equipment Manufacturer，原始设备制造商，指由采购方提供设备和技术，由制造方提供人力和场地，采购方负责销售，制造方负责生产的一种生产方式。
ODM	指	Original Design Manufacturer，原始设计制造商，指由采购方委托制造方，由制造方从设计到生产一手包办，而由采购方负责销售的生产模式。
3C	指	计算机(Computer)、通讯(Communication)和消费电子产品(Consumer Electronic)三类电子产品的简称
注塑	指	注塑是一种工业产品生产造型的方法，将热塑性塑料或热固性料利用塑料成型模具制成各种形状的塑料制品
喷涂	指	通过喷枪或碟式雾化器，借助于压力或离心力，分散成均匀而微细的雾滴，施涂于被涂物表面的涂装方法
PU 料	指	Poly Urethane，化学中文名称“聚氨酯”，是聚氨酯成份的表皮，广泛适用于做箱包、服装、鞋、车辆和家具的装饰
模具	指	工业生产上用以生产成型产品的工具，主要通过所成型材料物理状态的改变来实现物品外形的加工
夹具	指	机械加工过程中用来固定加工对象，使之占有正确的位置，以接受加工的装置
表面处理	指	在基体材料表面上人工形成一层与基体的机械、物理和化学性能不同的表层的工艺方法
套啤	指	一种特殊的塑料成型工艺，是一种将某种塑胶原材料在一次的塑胶模具内成型后，将成型后的零件取出，放入二次成型的模具内再次注入同种或者另外一种塑胶材料成型的工艺；更复杂的会是多次成型，使塑胶产品的外型和工艺达到用户需求，亦称为二次注塑成型。
RoHS	指	由欧盟立法制定的一项强制性标准，全称是《关于限制在电子电器设备中使用某些有害成分的指令》（Restriction of Hazardous Substances）
REACH	指	欧盟法规《化学品的注册、评估、授权和限制》（Regulation Concerning the Registration, Evaluation, Authorization and Restriction of Chemicals）的简称，由欧盟建立，并于 2007 年 6 月 1 日起实施的化学品监管体系

特别说明：本招股说明书中部分合计数与各项直接相加之和在尾数上有差异，或部分比例指标与相关数值直接计算的结果在尾数上有差异，这些差异是由四舍五入造成的。

第二节 概 览

本概览仅对招股说明书全文作扼要提示。投资者作出投资决策前，应认真阅读招股说明书全文。

一、发行人及本次发行的中介机构基本情况

（一）发行人基本情况			
中文名称	深圳市杰美特科技股份有限公司	成立日期	2006 年 5 月 30 日
注册资本	9,600.00 万元	法定代表人	黄新
注册地址	深圳市龙华区龙华街道清祥路清湖工业园宝能科技园 6 栋 B 座 19 楼 E 单位	主要生产经营地址	深圳市龙华区龙华街道清祥路清湖工业园宝能科技园 6 栋 B 座 19 楼 E 单位 东莞市凤岗镇官井头村猫公沥厂房
控股股东	谌建平、杨美华	实际控制人	谌建平、杨美华
行业分类	C396 智能消费设备制造	在其他交易场所（申请）挂牌或上市的情况	不适用
（二）本次发行的有关中介机构			
保荐人	东兴证券股份有限公司	主承销商	东兴证券股份有限公司
发行人律师	北京国枫律师事务所	其他承销机构	—
审计机构	大信会计师事务所（特殊普通合伙）	评估机构	北京亚太联华资产评估有限公司

二、本次发行概况

（一）本次发行的基本情况			
股票种类	人民币普通股（A 股）		
每股面值	1.00 元		
发行股数	不超过 3,200 万股	占发行后总股本比例	不低于发行后总股本的 25%
其中：发行新股数量	不超过 3,200 万股	占发行后总股本比例	不低于发行后总股本的 25%
股东公开发售股份数量	—	占发行后总股本比例	—
发行后总股本	12,800 万股		
每股发行价格	【】元		
发行市盈率	【】倍（发行价格除以每股收益，每股收益按照发行前一年度经审计的扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司股东的净利润除以本次发行后总股本计算）		
发行前每股净资产	【】元	发行前每股收益	【】元
发行后每股净资产	【】元	发行后每股收益	【】元
发行市净率	【】倍（按本次每股发行价格除以发行后每股净资产计算）		
发行方式	网下向询价对象配售和网上向符合条件的社会公众投资者定价发行相结合的方式进行；或按中国证监会、深圳证券交易所规定的其他发行方式		
发行对象	符合资格的询价对象和已开立深圳证券交易所创业板股票交易账户的自然人、法人及其他机构（国家法律、行政法规、所适用的其他规范性文件及		

	公司须遵守的其他监管要求所禁止者除外），中国证监会或深圳证券交易所另有规定的，按照其规定处理
承销方式	余额包销
募集资金总额	【】万元
募集资金净额	【】万元
募集资金投资项目	移动智能终端配件产能扩充项目
	技术研发中心建设项目
	品牌建设及营销网络升级项目
发行费用概算	【】万元
（二）本次发行上市的重要日期	
刊登发行公告日期	【】年【】月【】日
开始询价推介日期	【】年【】月【】日
刊登定价公告日期	【】年【】月【】日
申购日期和缴款日期	【】年【】月【】日
股票上市日期	【】年【】月【】日

三、发行人报告期的主要财务数据和财务指标

项目	2019 年 12 月 31 日/2019 年度	2018 年 12 月 31 日/2018 年度	2017 年 12 月 31 日/2017 年度
资产总额（万元）	74,057.77	61,489.15	47,268.48
归属于母公司所有者权益（万元）	50,715.99	40,477.32	35,459.49
资产负债率（母公司）（%）	18.62%	19.53%	6.41%
营业收入（万元）	82,934.29	64,692.04	54,105.84
净利润（万元）	13,116.28	6,129.54	3,982.84
归属于母公司所有者的净利润（万元）	13,116.28	6,129.54	3,982.84
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润（万元）	13,433.99	6,002.94	3,615.59
基本每股收益（元）	1.37	0.64	0.41
稀释每股收益（元）	1.37	0.64	0.41
加权平均净资产收益率（%）	29.62	15.80	10.23
经营活动产生的现金流量净额（万元）	16,297.25	6,877.40	4,520.72
现金分红（万元）	2,880.00	1,056.00	3,000.00
研发投入占营业收入的比例（%）	3.87	4.54	3.50

四、发行人主营业务经营情况

公司是一家专业从事移动智能终端配件的研发、设计、生产及销售的高新技术企业，产品类型以智能手机与平板电脑保护类配件为主，涵盖移动电源、数据线等其他配件。公司坚持以 ODM/OEM 与自有品牌相结合的方式开拓市场，坚持做大 ODM/OEM 业务、做强自有品牌的思路，为客户提供更优质的产品和服务。

（一）ODM/OEM 业务——为全球知名移动智能终端制造商、配件品牌商提供 ODM/OEM 的产品生产服务

作为国内较早从事移动智能终端配件产品 ODM/OEM 业务的企业之一，公司拥有成熟的开发设计团队和专业的制造技术，是业内为数不多的具有从产品设计到模具开发到生产制造到包装入库全工序、大规模生产能力的企业之一，能够提供针对客户需求的保护类配件快速样品、设计支持、规模量产等方面的综合服务。凭借丰富的设计、生产经验，以及稳定、可靠的质量保证，公司与华为、vivo 等智能终端制造商以及 Targus、Pelican 等国际知名智能终端配件品牌商建立了良好、稳定的合作关系，产品广泛应用于华为、苹果、vivo 等品牌终端。

（二）自有品牌业务——移动智能终端配件自有品牌运营

基于 ODM/OEM 业务所积累的行业经验与市场基础，公司进一步拓展定位于中高端配件产品的“X-doria”自有品牌。X-doria 凭借良好的产品设计理念和精良的制造工艺迅速构建市场知名度与品牌影响力，在第 46 届国际消费电子展（CES）上荣获“Global iBrands Top 20（全球苹果产业链领先品牌 20 强）”、“产品创新设计奖”等殊荣。目前公司自有品牌主要客户已涵盖沃尔玛、亚马逊、Target、百思买等全球零售百强客户，产品销售遍及美国、欧洲和日本等多个国家或地区。2020 年 5 月 10 日，第四个中国品牌日当天，《中国日报》和《中国新闻周刊》等三大知名媒体在微博官方账号盘点了那些“出征海外，跻身全球行业巨头却鲜有人知的中国品牌”，Defense 系列手机壳也位列其中，共同并列的品牌有宁德时代、传音科技（手机）、安克创新（充电宝）和海康威视等六个品牌。

五、发行人创新、创造、创意特征，科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况

（一）公司创新、创造、创意特征

公司自 2006 年成立起，一直从事移动智能终端配件的研发、设计、生产及销售，在本行业各个环节均积累了丰富的经验。公司创新、创造、创意特征主要体现在两个方面：一是创造性地将多种材料结合应用于保护类产品，并积累了丰富的多种材料结合的设计开发及生产制造能力和经验；二是经过持续多年专注于

本行业的积累，具备了深刻把握中高端消费者需求的创意设计能力。

（二）公司科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况

科技创新方面，公司系国家高新技术企业，自成立以来一直专注于移动智能终端配件行业，在研发设计和生产制造方面积累了多项专利和核心技术，覆盖产品设计、模具设计、加工工艺等领域。公司在产品的研发设计与生产制造方面拥有丰富的经验，能够满足行业内知名客户对大规模采购、快速响应、高品质工艺的要求，同时也具备深刻把握中高端消费者需求的创意设计能力。公司目前的技术储备足以支撑未来业务的发展，公司仍将不断加强研发设计，鼓励科技创新，继续提高公司市场份额。

模式创新和业态创新方面，公司十多年来的发展经历，走出了一条属于杰美特独有的创新之路：第一阶段创新，先发展 ODM/OEM 业务锤炼生产制造能力，再提升研发设计能力发展自有品牌业务，直至 ODM/OEM 业务与自有品牌业务双轮驱动；第二阶段创新，自有品牌业务实行“先海外，后国内”的市场策略，先在发达国家成熟市场经过激烈的市场竞争，具有一定市场影响力之后再重点突破国内市场，直至把公司打造成为移动智能终端配件领域的全球知名品牌。

新旧产业融合情况，公司所处的移动智能终端配件行业，是新旧产业融合的典型。公司下游行业是日新月异的移动智能终端行业，一方面，公司业务包含了传统的生产制造，属于旧产业；另一方面，公司需要不断根据下游新兴行业发展进行研发设计、生产销售等方面的创新创造，属于新产业。公司自成立以来，一直伴随着移动智能终端的变化发展而不断进行创新创造，持续将适应新兴产业的创意设计与传统生产制造相结合，公司主营产品不断推陈出新，并同时积极建立并完善多层次的客户结构，从而在移动智能终端配件行业持续取得较好的业绩。

六、发行人选择的具体上市标准

根据《深圳证券交易所创业板股票发行上市审核规则》第二十二条，选择的具体上市标准为“（一）最近两年净利润均为正，且累计净利润不低于人民币 5,000 万元”。

七、发行人公司治理特殊安排等重要事项

截至本招股说明书签署日，公司不存在公司治理特殊安排等重要事项。

八、募集资金用途

序号	项目名称	总投资额（万元）	拟投入募集资金（万元）	项目备案文件
1	移动智能终端配件产能扩充项目	31,678.30	27,678.30	深龙岗发改备案（2019）0053 号
2	技术研发中心建设项目	4,256.76	4,256.76	深龙岗发改备案（2019）0052 号
3	品牌建设及营销网络升级项目	12,621.90	12,621.90	深龙岗发改备案（2019）0675 号
合计		48,556.96	44,556.96	-

上述拟投资项目的实际投入时间将按照募集资金实际到位时间和项目的进展情况调整。在募集资金到位前，公司可根据实际情况利用自筹资金先行投入建设，待募集资金到位后依照相关法律法规规定的程序予以置换。

第三节 本次发行概况

一、本次发行的基本情况

股票种类	人民币普通股（A 股）		
每股面值	1.00 元		
发行股数	不超过 3,200 万股	占发行后总股本比例	不低于发行后总股本的 25%
其中：发行新股数量	不超过 3,200 万股	占发行后总股本比例	不低于发行后总股本的 25%
股东公开发售股份数量	—	占发行后总股本比例	—
每股发行价格	【】元		
发行市盈率	【】倍（发行价格除以每股收益，每股收益按照发行前一年度经审计的扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司股东的净利润除以本次发行后总股本计算）		
发行前每股净资产	【】元	发行前每股收益	【】元
发行后每股净资产	【】元	发行后每股收益	【】元
发行市净率	【】倍（按本次每股发行价格除以发行后每股净资产计算）		
发行方式	网下向询价对象配售和网上向符合条件的社会公众投资者定价发行相结合的方式进行；或按中国证监会、深圳证券交易所规定的其他发行方式		
发行对象	符合资格的询价对象和已开立深圳证券交易所创业板股票交易账户的自然人、法人及其他机构（国家法律、行政法规、所适用的其他规范性文件及公司须遵守的其他监管要求所禁止者除外），中国证监会或深圳证券交易所另有规定的，按照其规定处理		
承销方式	余额包销		
发行费用概算	共计【】万元，其中保荐及承销费用【】万元、审计、验资费用【】万元、律师费用【】万元、发行手续费用及股票登记费等【】万元		

二、本次发行的有关当事人

（一）保荐人（主承销商）

名称	东兴证券股份有限公司
法定代表人	魏庆华
住所	北京市西城区金融大街 5 号新盛大厦 B 座 12、15 层
联系电话	010-66555645
传真	010-66555103
保荐代表人	彭丹、贾卫强
项目协办人	陈炘锴
项目组成员	魏赛、陆丽彬、孔令坤、陶裕州、马证洪、徐晶晶、孟利明

（二）律师事务所

名称	北京国枫律师事务所
负责人	张利国
住所	北京市东城区建国门内大街 26 号新闻大厦 7 层

电话	010-88004488/66090088
传真	010-66090016
经办律师	孙林、熊洁、李霞

（三）会计师事务所

名称	大信会计师事务所（特殊普通合伙）
负责人	胡咏华
住所	北京市海淀区知春路 1 号学院国际大厦 1504 室
电话	0755-23996596
传真	0755-23996562
经办注册会计师	陈鹏、姚翠玲

（四）资产评估机构

名称	北京亚太联华资产评估有限公司
法定代表人	杨钧
住所	北京市西城区车公庄大街 9 号院 1 号楼 2 门 1401
电话	010-88312680
传真	010-88312675
经办资产评估师	李东峰、郭宏

（五）股票登记机构

名称	中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司
住所	广东省深圳市福田区深南大道 2012 号深圳证券交易所广场 25 楼
电话	0755-25938000
传真	0755-25988122

（六）收款银行

名称	东兴证券股份有限公司
住所	中国民生银行股份有限公司北京金融街支行
账号	604050806
大额支付账号	305100001145

（七）拟上市的证券交易所

名称	深圳证券交易所
住所	深圳市福田区深南大道 2012 号
电话	0755-88668888
传真	0755-82083164

三、发行人与中介机构关系的说明

截至本招股说明书签署日，本公司与本次发行有关的保荐人、承销机构、证

券服务机构及其负责人、高级管理人员及经办人员之间不存在直接或间接的股权关系或其他权益关系。

四、有关本次发行的重要时间安排

刊登发行公告日期	【】年【】月【】日
开始询价推介日期	【】年【】月【】日
刊登定价公告日期	【】年【】月【】日
申购日期和缴款日期	【】年【】月【】日
股票上市日期	【】年【】月【】日

第四节　风险因素

投资者在评价本次发行的股票时，除本招股说明书提供的其他资料外，应特别认真地考虑下述各项风险因素。公司披露的风险可能对公司产生不利的影响，投资者需要谨慎考虑，根据自己的独立判断做出投资决策。

一、技术与创新风险

（一）产品、技术创新风险

一方面，移动智能终端行业发展快速，移动智能终端产品存在更新换代周期较短的特点，如果公司不能紧跟移动智能终端配件需求的变化节奏，快速开发出适配新型终端的配件产品，将面临市场份额下降的风险；另一方面，消费者偏好的快速转变是公司不断推出新产品、扩大市场规模的源动力，但如果公司不能快速把握市场变化，研究开发能够满足消费者需求的新产品，或对市场发展趋势把握出现偏差，公司可能面临客户流失，或不能获取不断增长的客户，继而引发公司收入规模和竞争力下降的风险。

（二）研发、技术人才流失的风险

作为移动智能终端配件行业的高新技术企业，高素质的人才对公司未来的发展举足轻重。基于研发、技术团队在移动智能终端配件领域突出的技术能力，公司逐步建立起业内竞争优势。如果主要技术人员大量流失，可能对公司的研发和生产活动造成不利影响，进而影响公司经营业绩。

二、经营风险

（一）进口国政策及国际贸易环境变化风险

报告期各期，公司对美国地区的销售收入分别为 15,130.81 万元、21,528.49 万元和 29,320.40 万元，占当期公司营业收入的比例分别为 27.97%、33.28%和 35.35%。2019 年 9 月 1 日起，公司对美国地区销售的产品纳入加征 15%关税的商品清单。

美国加征关税措施实施后，ODM/OEM 业务方面，由于美国主要 ODM/OEM 客户与公司合作时间较长、合作关系融洽，对公司的产品质量、交货及时性等认可度

较高，公司仍按照以往定价方式与客户进行业务往来，公司并未受到加征关税影响，且目前订单情况稳定，未来也具有持续性；自有品牌业务方面，公司虽承担了加征关税带来的单位成本增加，但由于公司在美国的自有品牌产品销售单价较高，相对最终销售单价，加征关税带来的单位成本增加较小，且公司可通过价格调整、拓展销售市场等方式减少加征关税带来的影响。

随着中美贸易关系的缓和，根据中美贸易第一阶段协定，2020 年 2 月 14 日起，公司出口至美国的产品加征关税税率调减至加征 7.5%。但如果中美贸易摩擦继续升级，继续提高加征关税税率或未来美国客户均要求由公司承担部分或全部关税成本，会对公司对美国产品出口以及经营业绩产生一定不利影响。

（二）市场竞争加剧风险

公司智能手机保护类产品、平板电脑保护类产品在国内均有较多的企业进行生产和销售，主营业务产品面临着质量、价格、品牌等多方面竞争压力。移动智能终端行业更新换代较快，未来市场竞争格局可能会发生较大变化，若公司不能持续优化产品设计、提高生产质量、增强公司品牌竞争力，将影响公司现有的行业和市场地位，使公司面临市场份额及盈利能力下降的风险。

（三）主要原材料价格波动风险

公司生产经营所需的主要原材料是塑胶壳、塑胶原料、PU 料、彩盒等材料。受市场供需等因素的影响，若主要原材料价格上升，将增加公司的生产经营成本，并导致产品毛利率的波动。公司若不能将部分原材料价格的波动向客户转嫁，或者由于销售价格调整存在一定的滞后性，公司面临主要原材料价格波动对经营业绩带来不利影响的风险。

（四）下游行业波动风险

智能手机保护类产品和平板电脑保护类产品为公司主营业务产品，报告期各期公司上述两类产品的销售收入合计分别为 45,849.35 万元、60,208.83 万元和 76,606.61 万元，占当期主营业务收入的比例分别为 89.33%、97.05%和 98.65%。上述两类产品作为智能手机和平板电脑的配件，其销量与智能手机和平板电脑的出货量呈明显的相关性。自 2015 年起，智能手机市场增速开始放缓，主要发达国家已逐步进入存量时代，二次换机需求成为拉动中高端手机销量的主要动力。

如果未来智能手机和平板电脑出货量增速持续下降，公司智能手机保护类产品和平板电脑保护类产品将面临下游市场需求不足的风险。

根据 IDC 数据，预计到 2022 年，全球移动终端市场出货量如下：

单位：百万部

项目	2018 年	2022 年	年复合增长率
智能手机	1,405	1,574	2.88%
平板电脑	149	129	-3.54%

假定公司 2020 年智能手机保护类产品销售收入按 2.88%增长率计算，平板电脑保护类产品销售收入按-3.54%增长率计算，则上述两类产品的销售收入将由 2019 年的 76,606.61 万元仅增加至 2020 年的 78,113.95 万元，考虑到公司 2020 年扩产导致的固定资产折旧等固定成本增加以及下游终端智能产品的需求能力减弱，可能导致净利润下滑的风险。

（五）客户相对集中风险

报告期内，公司 50%以上的收入来自于 ODM/OEM 业务，客户主要为智能终端配件行业的国际知名品牌商以及大型智能终端制造商。这类企业规模普遍较大，较高的年采购额为公司创造高收入的同时，也形成了公司客户集中度较高的现状。报告期各期，公司向前 5 大客户（按照同一控制下合并计算的口径）的销售额占公司同期营业收入的比例分别为 50.53%、62.88%和 71.56%。如果公司的主要客户大幅降低对公司产品的采购额或终止与公司的合作，将对公司经营业绩产生不利影响。其中，报告期各期，公司对华为的销售收入分别为 12,697.48 万元、26,517.85 万元和 37,711.47 万元，占营业收入比例分别为 23.47%、40.99%和 45.47%。若未来华为智能手机和平板电脑出货量出现大幅下滑，将对公司经营业绩产生不利影响。

（六）自有品牌推广风险

自有品牌的建设要求公司具备较强的营运能力和资金实力，如果公司在长期投入建设后，自有品牌业务未能保持足够的市场影响力，或在激烈的竞争环境下未能凸显竞争优势，则自有品牌业务投入可能为公司带来一定的经营风险。

（七）人力成本上涨的风险

随着我国经济的快速发展，城市居民最低工资标准不断提高，社会保障体系不断完善，企业存在人力成本快速上升的情况。人力成本是公司成本的重要构成之一，如果人力成本持续提高，将对公司经营业绩造成一定不利影响。未来若公司不加大科技和品牌投入力度，提高公司生产自动化程度，提升产品附加值，公司将面临更大的人力成本增加的压力。

（八）存货跌价风险

公司自有品牌业务的经营模式要求公司备有一定的产品库存，以便及时满足市场的需求，但这同时也为公司带来了存货跌价的风险。报告期各期末，公司存货账面价值分别为 5,996.43 万元、6,995.99 万元和 6,821.03 万元，占当期总资产比例分别为 12.69%、11.38%和 9.21%。公司存货滞销风险主要存在两方面，一方面，移动智能终端新产品的发布将造成公司老款产品出现滞销风险；另一方面，公司需要对新一代终端产品展开市场需求预测、制定采购方案、拟定生产计划，但有时市场变化使得公司难以准确预测，故而存在一定的存货滞销风险。

（九）房屋租赁风险

公司主要采取租赁房产的方式展开生产经营。子公司杰之洋租赁东莞市凤岗镇官井头股份经济联合社位于官井头村猫公沥的厂房 5 栋、宿舍 5 栋共计 34,395.24 平方米房屋用于生产经营和员工住宿。该房屋系凤岗镇官井头村的集体建设用地，地上房屋产权属于官井头村集体所有，未取得房产证。东莞市凤岗镇人民政府、凤岗镇住房规划建设局 2019 年 3 月出具证明“所在地块是官井头村的集体建设用地，属于工业用地，未纳入改造范围，符合《官井头北片区控制性详细规划》。”如果短期内因发生厂房改造、终止租赁等因素导致公司搬迁，可能对公司的生产经营产生一定影响。因此，若有不可抗力因素导致公司搬迁，新场地装修和拆装与搬运成本，以及可能增加的生产成本，会对公司的业绩造成一定影响。

（十）公司产品结构单一风险

报告期内，公司主要经营智能移动终端保护类产品。报告期各期，公司智能手机保护类产品和平板电脑保护类产品收入占公司主营业务收入的比例分别为 89.33%、97.05%和 98.65%，公司的产品结构单一。如果在短期内出现智能移动

终端出货量大幅下降等情况，将会对本公司的营业收入和盈利能力带来一定不利影响。

（十一）ODM/OEM 客户限制公司经营自有品牌业务的风险

公司 ODM/OEM 客户主要分为两类，一类是大型移动智能终端制造商，如华为、vivo 等；另一类是海外知名配件品牌商。对于移动智能终端制造商，周边配件产品生态的重要性正与日俱增。移动智能终端制造商都十分重视周边产品生态的建设，对于有一定经营实力和销售规模的供应商，鼓励供应商生产与其智能手机、平板电脑相兼容的配件产品，因此不存在此类 ODM/OEM 客户限制公司经营自有品牌业务的风险。对于海外知名配件品牌商，与公司合作至今，并未限制公司经营自有品牌的手机/平板保护类产品，未来限制公司经营自有品牌业务的风险较小。首先，海外配件品牌商的产品线丰富，通常不局限于手机/平板保护壳，其产品包含各类电子产品配件；其次，即便在手机/平板电脑保护类产品领域，并未如手机行业形成苹果、华为、三星等几个少数品牌，本行业品牌众多，各品牌均有广阔的发展空间，在上述背景下，海外知名配件品牌商客户选择公司作为供应商，注重公司的产品质量、交期、价格、服务等因素。

但如果未来海外知名配件品牌商客户在与公司合作过程中，对公司经营自有品牌业务进行相关限制，则可能对公司的经营业绩产生一定的不利影响。

（十二）新型冠状病毒肺炎疫情对公司的影响

2020 年 1 月新型冠状病毒肺炎疫情爆发，致使全国各行各业均遭受了不同程度的影响，并已在全球范围内蔓延。截至本招股书签署日，国内疫情已得到有效控制，但美国作为公司主要海外市场，疫情尚未得到有效控制。生产方面，公司主要供应商集中于珠三角地区，自 2020 年 3 月初起，公司基本已实现满产。国内销售方面，由于近一个月的停产，以及部分国内客户采购计划延后，导致公司 2020 年一季度国内收入有一定程度下滑。国外销售方面，疫情虽然影响了部分客户的采购计划，但以沃尔玛为代表的主要客户并未受到影响，公司 2020 年 1-6 月对海外客户的销售收入较去年同期有一定程度的增长。**营业收入方面，公司 2020 年 1-6 月外销金额为 21,199.25 万元，较 2019 年 1-6 月的外销金额 16,401.34 万元增长了 4,797.91 万元，同比增长 29.25%。在美国新**

冠肺炎疫情如此严重的背景下，公司外销收入仍能持续稳定增长，主要有以下三方面原因：①新冠肺炎疫情不会对移动智能终端配件的需求产生消极影响，由于视频会议、在线教育、游戏娱乐等需求的增加，一定程度上甚至会促进消费者对移动智能终端及其配件的需求；②海外需求并未受到影响的背景下，公司积极抓住海外市场畅通的销售渠道，抓紧组织生产和物流，积极满足海外客户需求；③本次疫情是系统性事件，不影响公司行业地位，疫情影响下，公司作为行业内成规模的企业，更有韧性组织复工复产，并协调物流运输等，从而获取更大的市场份额。保荐机构认为：上述原因导致的增长具有可持续性；整体行业方面，由于5G普及且新冠肺炎疫情带来的在线会议办公、在线教育和网络游戏娱乐等行业的发展，移动智能终端及其配件的需求会持续增长；另外，发行人作为行业内成规模的企业，在新冠肺炎疫情期间充分满足了客户需求，并且新开拓了 Tech21 等优质客户，发行人与上述新老客户的合作有望持续加深。

整体上，因发生新型冠状病毒肺炎疫情，公司日常生产经营受到一定程度的影响，公司 2020 年 1-6 月经营业绩略有下滑。但本次疫情是系统性事件，对公司行业地位不会产生不利影响。**根据大信会计师事务所（特殊普通合伙）出具的大信阅字[2020]第 5-00005 号《审阅报告》，公司 2020 年 1-6 月营业收入 38,155.92 万元，同比下降 3.11%；归属于母公司所有者的净利润 5,688.70 万元，同比下降 7.58%；扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润 5,572.43 万元，同比下降 10.40%。**

虽然疫情已在中国被有效控制，但随着疫情在全球范围内的扩散，如果疫情在全球范围内不能及时得到遏制，则可能会对公司经营业绩产生一定的不利影响。一方面，如果疫情持续扩散得不到遏制，全球移动智能终端出货量可能出现下滑，因而带动公司配套的保护类产品销售额下滑；另一方面，如果疫情导致海外的商业活动长时间中断，也可能引起公司产品在海外市场的滞销。综上所述，若海外疫情长时间得不到遏制，则公司存在经营业绩下滑的风险。

三、财务及税务风险

（一）应收账款增加及发生坏账的风险

报告期各期末，公司应收账款账面价值分别为 17,169.00 万元、23,435.74 万元和22,968.51万元，占当期营业收入的比例分别为31.73%、36.23%和27.69%。虽然公司应收账款的产生均与公司正常的生产经营和业务发展有关，且应收账款的账龄大部分在一年以内，应收账款质量较高，但随着公司经营规模的进一步扩大，应收账款金额可能持续增加，如果宏观经济环境、客户经营状况等发生变化，应收账款不能及时收回而形成坏账损失，公司的经营成果可能会受到较大的不利影响。

此外，报告期各期末，应收账款前五大客户合计占比分别为 50.30%、68.59%和 75.55%，集中度相对较高，单个大客户应收账款出现坏账可能对公司整体利润情况产生较大的不利影响。

（二）所得税税率变动风险

2016 年 11 月，公司被认定为高新技术企业，认定有效期 3 年，在此期间企业所得税按应纳税所得额的 15%税率计缴。公司于 2019 年通过了高新技术企业资质复审，取得了证书编号为 GR201944202811 的高新技术企业证书，颁发日期为 2019 年 12 月 9 日，证书有效期三年。若公司未来不能通过高新技术企业认证或相应的税收优惠政策发生变化，使得公司无法享受相关税收优惠政策，则未来所得税费用的上升将对公司的经营业绩产生一定影响。

（三）汇率波动风险

随着汇率制度改革不断深入，人民币汇率波动日趋市场化。公司出口业务主要采用美元结算，因此人民币汇率波动在一定程度上会对公司的经营业绩造成影响。报告期各期发生汇兑损益金额分别为-893.35 万元、894.81 万元和 294.59 万元。若未来公司外销收入金额持续上升，而人民币汇率受国内、国外经济环境影响产生较大幅度波动，公司可能面临一定的汇率波动风险。

四、与募集资金投资项目相关的风险

（一）募集资金投资项目实施风险

公司本次募集资金将主要用于公司主营业务方面的投资，在确定投资项目时已经过充分的可行性研究论证，投资项目具有良好的技术基础、市场基础和效益预期。然而，公司募集资金投资项目的可行性分析是基于当前市场环境、技术发

展趋势、现有技术基础等因素做出的，由于投资项目从实施到达产需要一定的时间，在此过程中，公司面临着技术进步、产业政策变化、市场变化等诸多不确定风险，若不能按计划顺利完成，则会直接影响项目投资回报及公司预期收益。

（二）发行后净资产收益率下降的风险

报告期各期末，公司的净资产分别为 35,459.49 万元、40,477.32 万元和 50,715.99 万元。本次股票发行完成后，公司净资产规模将显著上升，折旧及摊销金额也将随之上升。由于募集资金投资项目投产运营需要逐步发挥效益，在项目尚未产生收益或发生不利市场变化导致募集资金投资项目未达预期效益时，公司的净利润可能无法与净资产同比增长，存在净资产收益率下降的风险。

（三）规模扩张导致的管理风险

随着公司的业务发展和本次发行募投项目的建设完成，公司未来的生产经营规模将进一步扩张，管理难度将大幅提升。在经营稳定性的保障上也对公司管理层的经营管理能力和内部控制体系的制度建设及执行效率提出了更高的要求。如果公司管理水平不能跟上规模扩张的需要，将对公司的经营发展和持续盈利能力造成不利影响。

五、发行失败风险

本次发行的发行结果将受到证券市场整体情况、公司经营业绩、投资者对本次发行的认可程度等多种内外部因素决定，若本次发行过程中，公司的投资价值无法获得投资者的认可，导致发行认购不足，则公司可能存在发行失败的风险。

第五节 发行人基本情况

一、发行人基本情况

公司名称	深圳市杰美特科技股份有限公司
英文名称	SHENZHEN JAME TECHNOLOGY CORP., LTD.
注册资本	9,600.00 万元
法定代表人	黄新
有限公司成立日期	2006 年 05 月 30 日
股份公司成立日期	2014 年 10 月 23 日
公司住所	深圳市龙华区龙华街道清祥路清湖工业园宝能科技园 6 栋 B 座 19 楼 E 单位
邮政编码	518000
联系电话	0755-36993151
传真	0755-36993152
电子邮箱	jmt@jamepda.com
公司网址	www.jamepda.com
负责信息披露和投资者关系的部门	证券法务中心
信息披露负责人	周波
信息披露负责人电话	0755-36993151

二、发行人设立情况

（一）发行人前身有限责任公司的设立情况

公司前身为深圳市杰美特科技有限公司，2006 年 5 月 22 日，黄新和张银仙签署《深圳市杰美特科技有限公司章程》，约定有限公司注册资本为 100 万元。其中，张银仙以现金出资 92 万元，占注册资本的比例为 92%；黄新以现金出资 8 万元，占注册资本的比例为 8%。

2006 年 5 月 24 日，深圳日正会计师事务所出具《验资报告》（深日正验字（2006）第 148 号），验证截至 2006 年 5 月 24 日止，杰美特有限已收到出资各方缴纳的注册资本合计 100 万元，均以货币出资。

2006 年 5 月 30 日，深圳市工商行政管理局（现更名为“深圳市市场监督管理局”）核发 4403061228109 号《企业法人营业执照》。

杰美特有限设立时的股权结构如下：

序号	股东名称	出资金额（万元）	持股比例（%）

1	张银仙	92.00	92.00
2	黄新	8.00	8.00
合计		100.00	100.00

（二）股份有限公司的设立情况

2014 年 9 月 5 日，立信会计师事务所（特殊普通合伙）出具《审计报告》（信会师报字[2014]第 310564 号），确认截至 2014 年 7 月 31 日，杰美特有限的净资产为 27,095.87 万元。

2014 年 9 月 6 日，河南亚太联华资产评估有限公司出具《净资产价值评估报告》（亚评报字[2014]115 号），确认截至 2014 年 7 月 31 日，杰美特有限的净资产评估价值为 29,334.77 万元。

2014 年 9 月 5 日，杰美特有限召开股东会，同意以杰美特有限截至 2014 年 7 月 31 日经立信会计师事务所(特殊普通合伙)审计的净资产值 270,958,664.14 元为基数，折为股份公司股本 9,600 万股，整体变更为股份有限公司，剩余 174,958,664.14 元计入股份公司的资本公积，各发起人持股比例不变。

2014 年 9 月 20 日，杰美特股份召开创立大会暨第一次股东大会，审议通过了《深圳市杰美特科技股份有限公司章程》等议案，并选举了公司第一届董事会董事成员及股东代表监事。

2014 年 9 月 20 日，立信会计师事务所（特殊普通合伙）出具《验资报告》（信会师报字[2014]第 310565 号），审验确认杰美特有限截至 2014 年 7 月 31 日经审计的净资产为 270,958,664.14 元，上述净资产折合实收资本 9,600 万元，资本公积 174,958,664.14 元。

2014 年 10 月 23 日，经深圳市市场监督管理局核准，公司整体变更设立股份公司完成工商备案登记，并领取了新的《营业执照》。

整体变更设立时公司的发起人及持股情况如下：

序号	发起人名称	持股数量（万股）	持股比例（%）
1	谌建平	4,552.3009	47.4198
2	杨美华	1,517.4336	15.8066
3	黄新	1,517.4336	15.8066
4	复星创泓	912.0000	9.5000

序号	发起人名称	持股数量（万股）	持股比例（%）
5	大埠投资	572.8320	5.9670
6	达晨创泰	172.4736	1.7966
7	达晨创恒	169.4208	1.7648
8	达晨创瑞	138.1056	1.4386
9	陈振国	30.0863	0.3134
10	黄卫东	14.4000	0.1500
11	邢世平	3.5136	0.0366
合计		9,600.0000	100.0000

三、发行人报告期内的股本和股东变化情况

（一）2017 年 1 月，股权转让

2017 年 1 月 1 日，黄新与许佩丽就股权转让事宜签订《股权转让协议》，股东黄新将所持有的公司 3.3125%的股权转让给自然人许佩丽，上述股份转让的单价为 6.98 元/股。具体转让情况如下：

转让方	转让方转让前持股情况		转让股数（万股）	转让金额（万元）	转让比例（%）	受让方
	持股数量（万股）	持股比例（%）				
黄新	1,517.4336	15.8066	318.0000	2,219.3750	3.3125	许佩丽

本次股权转让完成后，公司的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	谌建平	4,552.3009	47.4198
2	杨美华	1,517.4336	15.8066
3	黄新	1,199.4336	12.4941
4	大埠投资	572.8320	5.9670
5	黄志浩	367.7419	3.8306
6	许佩丽	318.0000	3.3125
7	达晨创泰	172.4736	1.7966
8	达晨创恒	169.4208	1.7648
9	李永松	147.0968	1.5323
10	付德武	147.0968	1.5323
11	邓东浩	147.0968	1.5323
12	达晨创瑞	138.1056	1.4386
13	陈娜娜	102.9677	1.0726
14	陈振国	30.0863	0.3134
15	黄卫东	14.4000	0.1500
16	邢世平	3.5136	0.0366

合计	9,600.0000	100.0000

（二）2019 年 1 月，股权转让

2019 年 1 月 30 日，公司股东黄新与李春梅经法院调解离婚，约定黄新将其所持有的公司 4.50%的股权转让给李春梅。本次股权转让系家庭财产分割，受让方无需支付股权转让价款。

李春梅的详细情况及最近 5 年的经历如下：

序号	股东名称	详细情况	近五年从业经历
1	李春梅	女，1980 年 2 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号：421003198002******，住址：广东省深圳市南山区	2015 年 12 月至今担任深圳市腾龙翔科技有限公司执行董事、总经理

2019 年 2 月 15 日，公司 2019 年第一次临时股东大会作出决议，同意就本次股份转让签署章程修正案。

2019 年 4 月 3 日，公司就上述事项完成了工商变更登记手续，本次股权转让完成后，公司的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	谌建平	4,552.3009	47.4198
2	杨美华	1,517.4336	15.8066
3	黄新	767.4336	7.9941
4	大埠投资	572.8320	5.9670
5	李春梅	432.0000	4.5000
6	黄志浩	367.7419	3.8306
7	许佩丽	318.0000	3.3125
8	达晨创泰	172.4736	1.7966
9	达晨创恒	169.4208	1.7648
10	李永松	147.0968	1.5323
11	付德武	147.0968	1.5323
12	邓东浩	147.0968	1.5323
13	达晨创瑞	138.1056	1.4386
14	陈娜娜	102.9677	1.0726
15	陈振国	30.0863	0.3134
16	黄卫东	14.4000	0.1500
17	邢世平	3.5136	0.0366
合 计		9,600.0000	100.00

四、发行人报告期内重大资产重组情况、在其他证券市场的上市

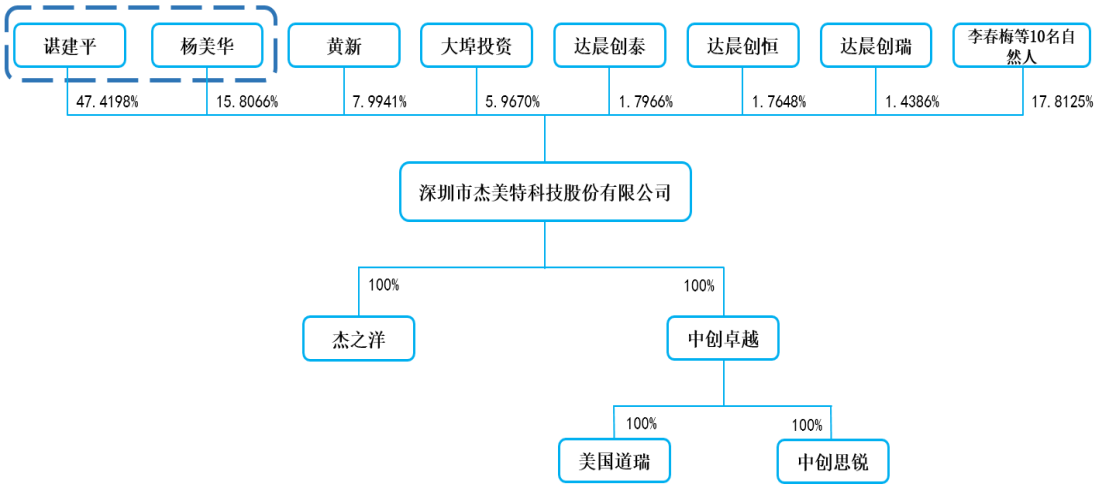
/挂牌情况

报告期内，公司未发生重大资产重组事项；公司自设立以来未在其他证券市场上市或挂牌。

五、发行人股权关系及组织结构

（一）股权结构图

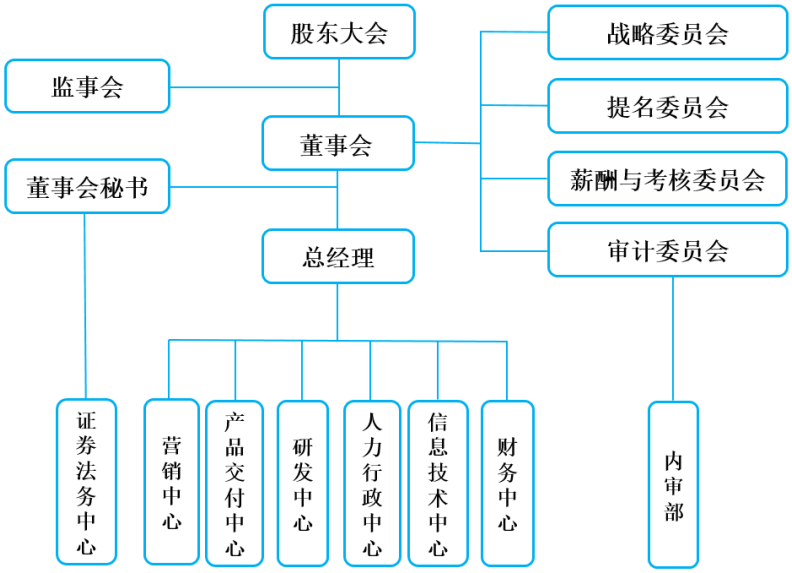
截至本招股说明书签署日，公司的股权结构如下：



注：谌建平、杨美华夫妇为公司控股股东及实际控制人。

（二）组织结构图

截至本招股说明书签署日，公司的组织结构以及各部门的职责情况如下：



1、证券法务中心

负责公司股东大会、董事会、监事会和董事会专门委员会会议筹备及资料准备、整理和保管工作；负责公司信息披露管理工作；协调处理公司决策、经营和管理中的法律事务，审核各类法律合同和文书。

2、营销中心

对市场和客户信息进行收集、汇总、分析，拟定销售规划；依照公司批准的销售规划制定营销策略和客户开发计划；按计划推动销售、回款的完成、控制各项费用；负责客户关系管理以及客户档案资料的建立与维护。

3、产品交付中心

承担统筹公司产品交付的责任；开展生产规划、采购管理等工作，持续优化现有的采购供应链管理体系，建立稳固的供应链合作伙伴关系，通过对优质供应商进行现场管理、品质管理和成本控制管理等方面的改善和推动，降低采购供应链总成本，提高采购供应链的竞争力和附加值；有效整合与协调公司资源，以合理投入，保证向客户按时按量交付产品。

4、研发中心

开展研发规划、产品开发与改良、技术管理等工作，确保公司产品开发满足市场需求，达成公司业绩目标，并为公司未来持续发展培育研发人才与优势技术；承担公司工艺技术管理的责任，通过开展工程技术管理、工装治具管理、试产推进等工作，提高生产效率，降低生产成本，标准化生产作业流程，保障公司生产的竞争优势。

5、人力行政中心

编制、审核年度员工招聘、培训计划；拟定岗位设置、员工配置、职能分配等人员管理方案；定期组织对公司各级管理人员和关键岗位人员的考核、评议；负责公司日常行政事务的处理，后勤保障工作的有序进行，公司治安管理、消防管理、安全检查及突发事件的处理等。

6、信息技术中心

承担公司计算机管理的发展规划和预算工作；负责公司所属硬件和软件的维

护；开发公司的办公自动化管理系统；建立企业内部局域网和网站，推广本企业所经营的产品，提升企业整体形象。

7、财务中心

负责公司日常财务核算，参与公司的经营管理；根据公司资金运作情况，合理调配资金，确保公司资金正常运转；搜集公司经营活动情况、资金动态、营业收入和费用开支的资料并进行分析。

8、内审部

对公司的内部控制情况进行检查和评估，对公司的会计资料及其他经济资料进行审计；协助建立、健全反舞弊机制，向审计委员会报告内部审计计划的执行情况，并提出改进建议；编制年度审计工作计划，实施常规审计，并协助外部审计开展工作。

六、发行人控股、参股子公司的基本情况

截至本招股说明书签署日，公司拥有 2 家子公司和 2 家孙公司，具体情况如下：

（一）子公司情况

1、杰之洋

企业名称	东莞市杰之洋塑胶实业有限公司
统一社会信用代码	91441900081249341X
成立时间	2013 年 10 月 31 日
注册资本	500 万元
实收资本	500 万元
法定代表人	黄新
股权结构	杰美特持有其 100%股权
注册地和主要生产经营地	东莞市凤岗镇官井头小布二路 5 号
经营范围	研发、产销：塑胶制品、电子产品、手机配件，硅胶套，皮具制品，五金制品，模具；货物进出口、技术进出口。（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）
主营业务与发行人主营业务的关系	主要从事移动智能终端配件的研发设计及生产，是发行人主营业务的重要组成部分

该公司最近一年的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2019 年 12 月 31 日/2019 年度

项目	2019 年 12 月 31 日/2019 年度
总资产	13,746.83
净资产	1,157.00
净利润	794.23

注：上述数据业经大信会计师事务所审计。

2、中创卓越

企业名称	深圳市中创卓越科技有限公司（曾用名“深圳市中创投资有限公司”）
统一社会信用代码	91440300553877734Q
成立时间	2010 年 04 月 01 日
注册资本	1,000 万元
实收资本	1,000 万元
法定代表人	黄新
股权结构	杰美特持有其 100%股权
注册地和主要生产经营地	深圳市龙华区龙华街道清湖社区清湖村宝能科技园 6 栋 17 层 B 座
经营范围	投资兴办实业(具体项目另行申报)；在合法取得的土地使用权范围内从事房地产开发经营业务；通讯产品、工业产品、电子产品、计算机软硬件的技术开发、技术咨询、销售及其他国内贸易（法律、行政法规、国务院决定规定在登记前须批准的项目除外）；工业产品设计、电子产品设计、模具设计、品牌策划、市场营销策划；经营进出口业务（法律、行政法规、国务院决定禁止的项目除外,限制的项目须取得许可后方可经营）
主营业务与发行人主营业务的关系	主要负责发行人自有品牌的研发设计及销售推广，是发行人主营业务的重要组成部分

该公司最近一年的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2019 年 12 月 31 日/2019 年度
总资产	14,477.00
净资产	5,974.42
净利润	2,264.86

注：上述数据业经大信会计师事务所审计。

3、美国道瑞

企业名称	Doria International,Inc.
成立时间	2009 年 11 月 16 日
已发行股份	20,000 美元
股权结构	中创卓越持有其 100%股权
注册地和主要生产经营地	美国加州洛杉矶威尔夏大道 12424 号 1120 室
主营业务及与发行人主营业务的关系	主要负责发行人自有品牌的设计及北美、欧洲市场的推广，是发行人主营业务的重要组成部分

该公司最近一年的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2019 年 12 月 31 日/2019 年度
总资产	9,348.14
净资产	345.57
净利润	1,373.48

注：上述数据业经大信会计师事务所审计。

报告期内，美国道瑞的主要资产负债情况和经营情况如下表所示：

单位：万元

项目	2019 年末/2019 年度	2018 年末/2018 年度	2017 年末/2017 年度
流动资产	8,989.36	7,325.54	4,497.90
非流动资产	358.77	258.38	174.99
总资产	9,348.14	7,583.91	4,672.89
总负债	9,002.57	8,614.21	6,456.04
净资产	345.57	-1,030.30	-1,783.15
营业收入	17,278.31	10,594.79	6,910.53
净利润	1,373.48	808.81	391.13

报告期内，美国道瑞的营业收入快速增长，盈利规模逐年增加，财务结构逐步好转，已经可以为公司提供一定的利润贡献，是公司自有品牌业务的重要组成部分。

公司于 2012 年完成了对美国道瑞的股权收购，自收购以来，公司主要通过美国道瑞进行美国市场的开发，主要面向北美市场进行公司自有产品的产品开发、销售及市场调研工作。

为了让美国道瑞能够更好地帮助公司实现经营战略与业绩目标，公司对美国道瑞采取母公司授权下的 CEO 负责制，美国道瑞 CEO 由中创卓越委派，以实现公司内部控制与经营效率综合收益的最大化效果。

经营管理过程中，公司主要通过以下几个方面实现对美国道瑞的管理：

（1）业务方面：美国道瑞 CEO 需要在每个会计年度年初时，就上一年度的经营情况向公司进行汇报，公司根据反馈情况和自身计划为美国道瑞制定当年的发展目标与经营计划；美国道瑞需要在每月向公司汇报当月业绩完成情况，并发回月度财务报告供公司审阅。

（2）财务方面：公司会于每年年初向美国道瑞制定财务预算，对于超预算

的费用支出，美国道瑞需要向中创卓越提出预算申请，经中创卓越审批后方可支出；同时，美国道瑞需要每个月向公司上报月度财务报告，交公司财务及内审人员审阅。每年度，公司安排内审部门定期对美国道瑞的财务数据进行审计，同时年末委托境外会计师事务所进行外部审计工作。

（3）人员方面：公司对美国道瑞实行 CEO 负责制，即由中创卓越向美国道瑞委派 CEO，并由其负责美国道瑞的日常经营管理工作。美国道瑞 CEO 负责当地的员工聘任工作，针对重要岗位职员的招聘和薪酬评定由总部参与，其他岗位招聘由其直接负责并向总部进行报备。

（4）产品研发方面：公司为更好地迎合北美地区消费者偏好，通过美国道瑞于当地聘请了多名产品设计师，美国道瑞会将产品设计情况发回公司，经公司研发部门审核后，由公司安排生产与销售订单。

（5）业绩评价方面：公司会在每个会计年度初，根据往年的产品销售与公司整体经营目标情况，对美国道瑞的销售和产品研发制定相应的业绩要求，公司会根据美国道瑞按月发回的业绩完成情况进行中期控制，并于年终对美国道瑞的业绩完成情况进行最终评价。

4、中创思锐

企业名称	深圳市中创思锐电子商务有限公司
统一社会信用代码	91440300335124697M
成立时间	2015 年 04 月 10 日
注册资本	500 万元
实收资本	350 万元
法定代表人	向振华
股权结构	中创卓越持有其 100%股权
注册地和主要生产经营地	深圳市龙华区龙华街道清湖社区清湖村宝能科技园 6 栋 17 层 B 座
经营范围	在网上从事商贸活动(不含限制项目)；国内贸易、经营进出口业务（不含专营、专控、专卖商品）；供应链管理。(以上各项涉及法律、行政法规、国务院决定禁止的项目除外，限制的项目须取得许可后方可经营)
主营业务与发行人主营业务的关系	主要从事发行人自有品牌网络电商平台的销售业务，与发行人的主营业务一致

该公司最近一年的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2019 年 12 月 31 日/2019 年度
总资产	28.05

项目	2019 年 12 月 31 日/2019 年度
净资产	-149.69
净利润	-10.59

注：上述数据业经大信会计师事务所审计。

（二）参股公司情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在参股公司。

（三）分公司情况

截至本招股说明书签署日，公司子公司杰之洋设有一家分公司，其基本信息如下：

企业名称	东莞市杰之洋塑胶实业有限公司凤岗五联分公司
统一社会信用代码	91441900MA532C0N0G
成立时间	2019 年 3 月 28 日
法定代表人	熊敏
注册地和主要生产经营地	广东省东莞市凤岗镇五联联兴路 30 号
经营范围	研发、产销:塑胶制品、电子产品、手机配件,硅胶套,皮具制品,五金制品,模具；货物或技术进出口（国家禁止或涉及行政审批的货物和技术进出口除外）。（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）

（四）报告期内转让、注销子公司情况

1、报告期内转让、注销子公司情况如下：

序号	公司名称	成立时间	存续期间的主营业务	注销/转让时间	注销/转让原因	存续期间是否存在违法违规行为
1	杰鸿塑胶	2015 年 3 月	未实际开展业务	2018 年 3 月	未实际开展业务	否
2	杰幂数据	2016 年 5 月	软件开发、数据分析	2018 年 12 月	业务开展效果未达预期	否
3	香港道瑞	2012 年 1 月	未实际开展业务	2018 年 6 月	未实际开展业务	否
4	智汇时代	2016 年 8 月	主要从事智能电子产品及其配件的销售	2017 年 2 月	实际业务开展效果未达预期	否

相关资产、人员、债务处置情况：

（1）杰幂数据主要资产为计算机软件著作权以及电脑、打印机等办公设备，计算机软件著作权已转让给公司，办公设备已由公司收回，其注销前雇佣员工 7 人，均已于 2017 年 9 月协商解除劳动合同，不存在任何纠纷；

（2）智汇时代整体转让后，相关资产、债务由转让后的智汇时代承继，员工仍按照与智汇时代签署的《劳动合同》履职；杰鸿塑胶、香港道瑞均未实际开

展经营活动，不涉及资产、人员和债务的处置。

综上，报告期内公司转让、注销子公司、相关资产、人员、债务的处置合法合规。

2、子公司智汇时代转让后与发行人交易情况

2016 年 12 月 30 日，中创卓越与无关联自然人郑小荣签订股权转让协议并经公证，约定中创卓越将其持有智汇时代 100%的股权转让给郑小荣，相关资产、人员相应转让。2017 年 2 月 17 日，本次股权转让的工商变更登记手续办理完成。

智汇时代成立初期，主要依托其母公司中创卓越的渠道资源，并未直接与下游客户国美、五星电器签订产品供应合同，而是由母公司中创卓越作为合同签署主体。由于智汇时代完成对外转让后，当年的业务合同无法及时变更签署主体，经受让方与发行人协商约定，智汇时代转让后当年，其与国美、五星电器进行交易时仍由中创卓越代为销售，即先由智汇时代销售给中创卓越，再由中创卓越供应给国美、五星电器。具体情况如下：

年份	交易方	主要交易内容	采购金额（万元）	占当期营业成本比重
2017	智汇时代	平衡车、VR 设备等智能设备产品	224.11	0.62%

鉴于上述交易的定价采用平进平出原则，发行人未通过上述交易赚取差价，不存在智汇时代为发行人承担成本、费用或输送利益的情形。

3、保荐机构核查意见

经核查，保荐机构认为：

（1）报告期内发行人子公司杰鸿塑胶、杰幂数据注销，香港道瑞解散，智汇时代转让等行为主要系相关主体未实际经营或经营效果未达预期，为消除主体冗杂进行的合理行为，且履行了必要的审批程序；上述主体存续期间不存在违法违规行为，相关资产、人员、债务处置合法合规，不存在纠纷或潜在纠纷。

（2）报告期内发行人转让智汇时代 100%股权的行为真实、合法有效，相关资产、人员一并转让，受让方与发行人及其实际控制人、董监高不存在关联关系；智汇时代转让后的当年仍与发行人发生少量交易，主要系因转让当年部分业务合

同签署主体无法及时变更，约定由发行人子公司中创卓越继续代为销售，该部分交易定价采用平进平出原则，不存在为发行人承担成本、费用或输送利益等情形。

七、发起人、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况

（一）控股股东及实际控制人基本情况

截至本招股说明书签署日，谌建平、杨美华夫妇合计持有公司 63.2264%的股份，系公司控股股东及实际控制人。其中，谌建平直接持有公司 45,523,009 股股份，占公司股本总额的 47.4198%；杨美华直接持有公司 15,174,336 股股份，占公司股本总额的 15.8066%。其基本情况如下：

1、谌建平

谌建平先生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码为 431202198305******，住所为广东省深圳市南山区香山中街。

2、杨美华

杨美华女士，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码为 431281198210******，住所为广东省深圳市福田区华发北路。

谌建平、杨美华夫妇简历详见本招股说明书之“第五节 发行人基本情况”之“九、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员”之“（一）公司董事会成员”部分。

（二）其他持有发行人 5%以上股份的主要股东情况

截至本招股说明书签署日，黄新直接持有公司 7,674,336 股股份，占公司股本总额的 7.9941%；大埠投资直接持有公司 5,728,320 股股份，占公司股本总额的 5.9670%。此外，达晨创泰、达晨创恒、达晨创瑞的执行事务合伙人均为深圳市达晨财智创业投资管理有限公司，三者合计持有公司 4,800,000 股股份，占公司股本总额的 5%。

1、黄新

黄新先生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码为 429006197812******，

住所为深圳市南山区香山中街。

黄新先生简历详见本招股说明书之“第五节 发行人基本情况”之“九、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员”之“（一）公司董事会成员”部分。

2、大埠投资

大埠投资系公司员工持股平台，除持有公司股份外，无其他实际经营业务。截至本招股说明书签署日，其基本情况如下：

企业名称	深圳市大埠投资合伙企业（有限合伙）
统一社会信用代码	91440300062719627U
成立时间	2013 年 02 月 04 日
出资额	361.947 万元
执行事务合伙人	杨绍煦
注册地址	深圳市龙华区龙华街道梅龙路与布龙路交界处金地梅陇镇花园一期 1 栋 3 座 17A
经营范围	股权投资、投资咨询、投资管理（以上不含证券、保险、基金、金融业务、人才中介服务及其它限制项目）；投资兴办实业（具体项目另行申报）

截至本招股说明书签署日，大埠投资合伙人及其出资的具体情况如下：

序号	姓名	出资额（万元）	出资比例（%）	合伙人性质	现任职务
1	杨绍煦	143.8604	39.7463	普通合伙人	杰美特土建项目经理
2	谌光平	71.9100	19.8675	有限合伙人	中创卓越董事、美国道瑞执行董事
3	向长塔	47.9400	13.2450	有限合伙人	杰美特董事长助理
4	熊敏	47.9400	13.2450	有限合伙人	杰美特董事、副总经理
5	张玉辉	12.6400	3.4922	有限合伙人	杰美特董事、产品交付中心总监
6	朱德颜	9.4800	2.6192	有限合伙人	杰美特财务负责人
7	周波	9.4800	2.6192	有限合伙人	杰美特董事会秘书
8	刘辉	4.7940	1.3245	有限合伙人	杰美特人力行政中心总监
9	卞尔丽	3.8352	1.0596	有限合伙人	杰美特副总经理助理
10	李琼霞	3.8352	1.0596	有限合伙人	杰美特监事会主席、人力行政中心人事行政经理
11	刘述卫	3.8352	1.0596	有限合伙人	杰美特监事、信息技术中心经理
12	李云	2.3970	0.6623	有限合伙人	杰之洋品保中心品质经理
合计		361.9470	100.0000	-	-

3、达晨创泰、达晨创恒、达晨创瑞

截至本招股说明书签署日，达晨创泰、达晨创恒、达晨创瑞均主要从事投资业务，与公司主营业务不存在业务联系。其基本情况如下：

（1）达晨创泰

企业名称	深圳市达晨创泰股权投资企业（有限合伙）
统一社会信用代码	9144030057312481XF
成立时间	2011 年 04 月 20 日
出资额	125,260 万元
执行事务合伙人	深圳市达晨财智创业投资管理有限公司(委派代表：刘昼)
注册地址	深圳市福田区莲花街道深南大道特区报业大厦 2301
主要生产经营地	深圳市福田区莲花街道深南大道特区报业大厦 2301
经营范围	创业投资业务，代理其他创业投资企业等机构或个人的创业投资业务，创业投资咨询业务，为创业企业提供创业管理服务业务，参与设立创业投资企业与创业投资管理顾问机构
与发行人主营业务的关系	与发行人主营业务无关

截至本招股说明书签署日，达晨创泰合伙人及其出资的具体情况如下：

序号	合伙人名称	出资额（万元）	出资比例（%）	合伙人类型
1	深圳市达晨财智创业投资管理有限公司	1,260.00	1.0059	普通合伙人
2	天津歌斐嘉安股权投资基金合伙企业(有限合伙)	14,500.00	11.5759	有限合伙人
3	上海景穆投资管理有限公司	13,400.00	10.6977	有限合伙人
4	珠海臻浩股权投资中心（有限合伙）	11,000.00	8.7817	有限合伙人
5	天津歌斐基业股权投资基金合伙企业(有限合伙)	10,000.00	7.9834	有限合伙人
6	天津歌斐兴业股权投资基金合伙企业(有限合伙)	5,000.00	3.9917	有限合伙人
7	季平	3,200.00	2.5547	有限合伙人
8	佛山市凯吉投资服务有限公司	3,000.00	2.3950	有限合伙人
9	丁鼎	3,000.00	2.3950	有限合伙人
10	王胜英	2,500.00	1.9958	有限合伙人
11	施海蓉	2,200.00	1.7563	有限合伙人
12	百世财富(北京)投资有限公司	2,200.00	1.7563	有限合伙人
13	常州市欧凡路实业有限公司	2,000.00	1.5967	有限合伙人
14	共青城朗旭投资管理合伙企业(有限合伙)	2,000.00	1.5967	有限合伙人
15	陈林林	2,000.00	1.5967	有限合伙人
16	董霞	2,000.00	1.5967	有限合伙人
17	康沙南	2,000.00	1.5967	有限合伙人
18	李智慧	2,000.00	1.5967	有限合伙人
19	陈立英	2,000.00	1.5967	有限合伙人
20	刘永良	2,000.00	1.5967	有限合伙人
21	潘腾飞	2,000.00	1.5967	有限合伙人
22	万山	2,000.00	1.5967	有限合伙人
23	吴应真	2,000.00	1.5967	有限合伙人
24	徐水友	2,000.00	1.5967	有限合伙人
25	叶飞	2,000.00	1.5967	有限合伙人
26	郁永康	2,000.00	1.5967	有限合伙人

序号	合伙人名称	出资额（万元）	出资比例（%）	合伙人类型
27	张维	2,000.00	1.5967	有限合伙人
28	深圳市海富恒盈股权投资基金企业(有限合伙)	2,000.00	1.5967	有限合伙人
29	上海中页营销策划事务所(普通合伙)	2,000.00	1.5967	有限合伙人
30	江小满	2,000.00	1.5967	有限合伙人
31	陈广	2,000.00	1.5967	有限合伙人
32	广州市高科通信技术股份有限公司	2,000.00	1.5967	有限合伙人
33	冯志凌	2,000.00	1.5967	有限合伙人
34	刘增艳	2,000.00	1.5967	有限合伙人
35	胡敏	2,000.00	1.5967	有限合伙人
36	张剑南	2,000.00	1.5967	有限合伙人
37	马朝明	2,000.00	1.5967	有限合伙人
38	查骏	2,000.00	1.5967	有限合伙人
39	范安容	1,000.00	0.7983	有限合伙人
40	于飞	1,000.00	0.7983	有限合伙人
合计		125,260.00	100.0000	-

根据《中华人民共和国证券投资基金法》、《私募投资基金监督管理暂行办法》及《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》等法律法规要求，达晨创泰已于 2014 年 4 月 22 日完成私募投资基金产品备案，基金编号为“SD2286”。

（2）达晨创恒

企业名称	深圳市达晨创恒股权投资企业（有限合伙）
统一社会信用代码	91440300573133812C
成立时间	2011 年 04 月 19 日
出资额	123,040 万元
执行事务合伙人	深圳市达晨财智创业投资管理有限公司(委派代表：刘昼)
注册地址	深圳市福田区深南大道特区报业大厦 2305
主要生产经营地	深圳市福田区深南大道特区报业大厦 2305
经营范围	创业投资业务，代理其他创业投资企业等机构或个人的创业投资业务，创业投资咨询业务，为创业企业提供创业管理服务业务，参与设立创业投资企业与创业投资管理顾问机构
与发行人主营业务的关系	与发行人主营业务无关

截至本招股说明书签署日，达晨创恒合伙人及其出资的具体情况如下：

序号	合伙人名称	出资额（万元）	出资比例（%）	合伙人类型
1	深圳市达晨财智创业投资管理有限公司	1,240.00	1.0078	普通合伙人
2	上海歌斐钥擎投资中心（有限合伙）	12,400.00	10.0780	有限合伙人

序号	合伙人名称	出资额（万元）	出资比例（%）	合伙人类型
3	吴培生	6,000.00	4.8765	有限合伙人
4	珠海臻浩股权投资中心（有限合伙）	6,000.00	4.8765	有限合伙人
5	勇晓京	5,600.00	4.5514	有限合伙人
6	昆山歌斐嘉汇股权投资中心(有限合伙)	5,000.00	4.0637	有限合伙人
7	张姚杰	5,000.00	4.0637	有限合伙人
8	上海歌斐惟勤股权投资中心(有限合伙)	4,800.00	3.9012	有限合伙人
9	赵怀刚	4,000.00	3.2510	有限合伙人
10	张国平	3,300.00	2.6821	有限合伙人
11	骆丽群	3,000.00	2.4382	有限合伙人
12	赵建新	3,000.00	2.4382	有限合伙人
13	傅忆钢	2,500.00	2.0319	有限合伙人
14	施玲玲	2,200.00	1.7880	有限合伙人
15	魏文杰	2,200.00	1.7880	有限合伙人
16	王承	2,200.00	1.7880	有限合伙人
17	顾菊芳	2,200.00	1.7880	有限合伙人
18	陈坤生	2,000.00	1.6255	有限合伙人
19	丁东晖	2,000.00	1.6255	有限合伙人
20	董剑英	2,000.00	1.6255	有限合伙人
21	方忠良	2,000.00	1.6255	有限合伙人
22	赵丽	2,000.00	1.6255	有限合伙人
23	吕秀玲	2,000.00	1.6255	有限合伙人
24	任英	2,000.00	1.6255	有限合伙人
25	周雅观	2,000.00	1.6255	有限合伙人
26	张家港保税区聚亨咨询服务有限公司	2,000.00	1.6255	有限合伙人
27	王重良	2,000.00	1.6255	有限合伙人
28	沈海娟	2,000.00	1.6255	有限合伙人
29	吴毅	2,000.00	1.6255	有限合伙人
30	王庆芬	2,000.00	1.6255	有限合伙人
31	张铁	2,000.00	1.6255	有限合伙人
32	杭州金临贸易有限公司	2,000.00	1.6255	有限合伙人
33	昆山歌斐谨承股权投资中心(有限合伙)	2,000.00	1.6255	有限合伙人
34	苏州瑞顺创业投资企业(有限合伙)	2,000.00	1.6255	有限合伙人
35	卢济荣	2,000.00	1.6255	有限合伙人
36	金洪辉	2,000.00	1.6255	有限合伙人
37	马丹娟	2,000.00	1.6255	有限合伙人
38	昆山歌斐谨弘股权投资中心(有限合伙)	2,000.00	1.6255	有限合伙人
39	黄丽萍	2,000.00	1.6255	有限合伙人
40	林时乐	2,000.00	1.6255	有限合伙人

序号	合伙人名称	出资额（万元）	出资比例（%）	合伙人类型
41	林尊	2,000.00	1.6255	有限合伙人
42	於祥军	1,800.00	1.4629	有限合伙人
43	曲丽萍	1,600.00	1.3004	有限合伙人
44	濮翔	1,000.00	0.8127	有限合伙人
合计		123,040.00	100.0000	-

根据《中华人民共和国证券投资基金法》、《私募投资基金监督管理暂行办法》及《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》等法律法规要求，达晨创恒已于 2014 年 4 月 22 日完成私募投资基金产品备案，基金编号为“SD2349”。

（3）达晨创瑞

企业名称	深圳市达晨创瑞股权投资企业（有限合伙）
统一社会信用代码	91440300573108297Y
成立时间	2011 年 04 月 19 日
出资额	100,303 万元
执行事务合伙人	深圳市达晨财智创业投资管理有限公司(委派代表：刘昼)
注册地址	深圳市福田区莲花街道深南大道特区报业大楼 2303
主要生产经营地	深圳市福田区莲花街道深南大道特区报业大厦 2303
经营范围	创业投资业务，代理其他创业投资企业等机构或个人的创业投资业务，创业投资咨询业务，为创业企业提供创业管理服务业务，参与设立创业投资企业与创业投资管理顾问机构
与发行人主营业务的关系	与发行人主营业务无关

截至本招股说明书签署日，达晨创瑞合伙人及其出资的具体情况如下：

序号	合伙人名称	出资额（万元）	出资比例（%）	合伙人类型
1	深圳市达晨财智创业投资管理有限公司	1,003.00	1.0000	普通合伙人
2	湖南电广传媒股份有限公司	30,000.00	29.9094	有限合伙人
3	珠海臻浩股权投资中心（有限合伙）	14,000.00	13.9577	有限合伙人
4	朱少东	6,600.00	6.5801	有限合伙人
5	佛山市新盈科技有限公司	5,000.00	4.9849	有限合伙人
6	胡刚	3,300.00	3.2900	有限合伙人
7	上海清科凯通投资管理合伙企业(有限合伙)	2,700.00	2.6918	有限合伙人
8	广东恒丰投资集团有限公司	2,200.00	2.1934	有限合伙人
9	周垂富	2,000.00	1.9940	有限合伙人
10	上海市杨浦区金融发展服务中心	2,000.00	1.9940	有限合伙人
11	珠海歌斐纯冕股权投资基金中心（有限合伙）	2,000.00	1.9940	有限合伙人
12	福城(天津)投资管理发展有限公司	2,000.00	1.9940	有限合伙人

序号	合伙人名称	出资额（万元）	出资比例（%）	合伙人类型
13	黄颖斐	2,000.00	1.9940	有限合伙人
14	李帼珍	2,000.00	1.9940	有限合伙人
15	西藏鋑泓投资管理有限公司	2,000.00	1.9940	有限合伙人
16	王炜	2,000.00	1.9940	有限合伙人
17	高松	2,000.00	1.9940	有限合伙人
18	林丽丽	2,000.00	1.9940	有限合伙人
19	季豪	2,000.00	1.9940	有限合伙人
20	江苏汇鸿国际集团中锦控股有限公司	2,000.00	1.9940	有限合伙人
21	陆金龙	2,000.00	1.9940	有限合伙人
22	上海歌斐钥擎投资中心（有限合伙）	2,000.00	1.9940	有限合伙人
23	赵继勇	2,000.00	1.9940	有限合伙人
24	苏州工业园区鼎成天晟创业投资中心(有限合伙)	1,700.00	1.6949	有限合伙人
25	杨小玲	1,400.00	1.3958	有限合伙人
26	宾树雄	1,400.00	1.3958	有限合伙人
27	常州市久益股权投资中心(有限合伙)	1,000.00	0.9970	有限合伙人
合计		100,303.00	100.0000	-

根据《中华人民共和国证券投资基金法》、《私募投资基金监督管理暂行办法》及《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》等法律法规要求，达晨创瑞已于 2014 年 4 月 22 日完成私募投资基金产品备案，基金编号为“SD2350”。

（4）达晨财智

深圳市达晨财智创业投资管理有限公司系达晨创泰、达晨创恒、达晨创瑞的执行事务合伙人，具体情况如下：

企业名称	深圳市达晨财智创业投资管理有限公司
统一社会信用代码	91440300682017028L
成立时间	2008 年 12 月 15 日
注册资本	18,668.5714 万元
法定代表人	刘昼
注册地址	深圳市福田区深南大道特区报业大楼 2303
主要生产经营地	深圳市福田区深南大道特区报业大厦 2303
经营范围	受托管理创业投资企业创业资本；创业投资咨询；为创业企业提供创业管理服务（法律、行政法规、国务院决定禁止的项目除外，限制的项目须取得许可后方可经营）；股权投资；财务咨询、企业管理咨询、受托资产管理（不含证券、保险、基金、金融业务、人才中介服务及其它限制项目）
与发行人主营业务的关系	与发行人主营业务无关

截至本招股说明书签署日，深圳市达晨财智创业投资管理有限公司的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	深圳市达晨创业投资有限公司	6,534.00	35.00
2	湖南电广传媒股份有限公司	3,733.71	20.00
3	刘昼	1,866.86	10.00
4	肖冰	1,866.86	10.00
5	深圳市财智创享咨询服务合伙企业(有限合伙)	1,073.44	5.75
6	邵红霞	830.75	4.45
7	胡德华	522.72	2.80
8	刘旭峰	448.05	2.40
9	齐慎	448.05	2.40
10	熊人杰	373.37	2.00
11	傅忠红	373.37	2.00
12	梁国智	280.03	1.50
13	熊维云	242.69	1.30
14	黄琨	74.67	0.40
合计		18,668.57	100.0000

根据《中华人民共和国证券投资基金法》、《私募投资基金监督管理暂行办法》及《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》等法律法规要求，深圳市达晨财智创业投资管理有限公司已于2014年4月22日完成私募投资基金管理人登记，登记编号为“P1000900”。

（三）控股股东及实际控制人控制的其他企业

截至本招股说明书签署日，除控股杰美特及其下属公司外，谌建平和杨美华夫妇控制的其他企业具体情况如下：

1、生活汇（已注销）

企业名称	深圳市生活汇贸易发展有限公司
统一社会信用代码	91440300571978539E
成立时间	2011年03月29日
注册资本	500万元
法定代表人	杨朝顺
注册地址	深圳市龙华新区大浪办事处龙胜社区新区大道东侧潜龙曼海宁花园(北区)6栋8A
经营范围	家居用品、家居饰品、生活日用品、厨具、餐具、家具、家用电器、数码产品、电子产品、文具用品、箱包、服饰、保健用品、礼品的设计、购销及其他国内贸易（法律、行政法规禁止的项目除外,法律、行政法规限制的项目须取得许可证后方可经营）；兴办实业（具体项目另行申报）；货物及技术进出口（不含专营、专控、专卖商品及

	限制项目）
主营业务及与发行人主营业务的关系	主营生活家居用品研发和销售，与发行人不存在同业竞争
注销时间	2019 年 4 月 25 日

截至公司注销前，其股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	谌建平	325.00	65.00
2	杨朝顺	175.00	35.00
合计		500.00	100.00

2、怡轩航

企业名称	深圳市怡轩航有限公司
统一社会信用代码	914403003425859699
成立时间	2015 年 05 月 26 日
注册资本	100 万元
法定代表人	杨美华
注册地址	深圳市南山区沙河街道华侨城天鹅堡 D 栋 19C
经营范围	投资兴办实业(具体项目另行申报)；国内贸易；经营进出口业务
主营业务及与发行人主营业务的关系	未开展实质性经营活动，与发行人不存在同业竞争

截至本招股说明书签署日，怡轩航的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	杨美华	100.00	100.00
合计		100.00	100.00

（四）控股股东及实际控制人持有公司的股份是否存在质押或其他有争议的情况

截至本招股说明书签署日，公司控股股东和实际控制人谌建平、杨美华夫妇持有公司的股份不存在质押或其他有争议的情况。

八、发行人股本情况

（一）本次发行前总股本、本次发行及公开发售的股份，以及本次发行及公开发售的股份占发行后总股本的比例

本次发行前公司总股本为 9,600 万股，本次拟向社会公开发行不超过 3,200 万股股份，占发行后公司总股本的比例不低于 25.00%。本次发行全部为新股发行，原股东不公开发售股份。

如本次发行新股 3,200 万股，则本次发行前后公司的股本结构如下：

序号	股东名称	发行前股本结构		发行后股本结构	
		持股数量（万股）	持股比例（%）	持股数量（万股）	持股比例（%）
1	谌建平	4,552.3009	47.4198	4,552.3009	35.5649
2	杨美华	1,517.4336	15.8066	1,517.4336	11.8550
3	黄新	767.4336	7.9941	767.4336	5.9956
4	大埠投资	572.8320	5.9670	572.8320	4.4753
5	李春梅	432.0000	4.5000	432.0000	3.3750
6	黄志浩	367.7419	3.8306	367.7419	2.8730
7	许佩丽	318.0000	3.3125	318.0000	2.4844
8	达晨创泰	172.4736	1.7966	172.4736	1.3475
9	达晨创恒	169.4208	1.7648	169.4208	1.3236
10	李永松	147.0968	1.5323	147.0968	1.1492
11	付德武	147.0968	1.5323	147.0968	1.1492
12	邓东浩	147.0968	1.5323	147.0968	1.1492
13	达晨创瑞	138.1056	1.4386	138.1056	1.0790
14	陈娜娜	102.9677	1.0726	102.9677	0.8044
15	陈振国	30.0863	0.3134	30.0863	0.2350
16	黄卫东	14.4000	0.1500	14.4000	0.1125
17	邢世平	3.5136	0.0366	3.5136	0.0275
18	社会公众股股东	-	-	3,200.0000	25.0000
合计		9,600.0000	100.0000	12,800.00	100.0000

（二）本次发行前的前十名股东

本次发行前，公司前十名股东合计持有公司 9,016.7332 万股股份，持股比例合计为 93.9243%，具体情况如下：

序号	股东姓名	持股数量（万股）	持股比例（%）	股东性质
1	谌建平	4,552.3009	47.4198	自然人股东
2	杨美华	1,517.4336	15.8066	自然人股东
3	黄新	767.4336	7.9941	自然人股东
4	大埠投资	572.8320	5.9670	非国有法人股东
5	李春梅	432.0000	4.5000	自然人股东
6	黄志浩	367.7419	3.8306	自然人股东
7	许佩丽	318.0000	3.3125	自然人股东
8	达晨创泰	172.4736	1.7966	非国有法人股东
9	达晨创恒	169.4208	1.7648	非国有法人股东
10	李永松	147.0968	1.5323	自然人股东
合计		9,016.7332	93.9243	-

注：公司第十一名和第十二名股东分别为自然人付德武和邓东浩，各持有 147.0968 万股，与第十名股东李永松持股数量相同。

（三）发行人本次发行前的前十名自然人股东及其在发行人处担任的职务

序号	股东姓名	持股数量（万股）	持股比例（%）	在公司任职情况
1	谌建平	4,552.3009	47.4198	董事长
2	杨美华	1,517.4336	15.8066	董事、副总经理
3	黄新	767.4336	7.9941	董事、总经理
4	李春梅	432.0000	4.5000	未担任职务
5	黄志浩	367.7419	3.8306	董事
6	许佩丽	318.0000	3.3125	未担任职务
7	李永松	147.0968	1.5323	未担任职务
8	付德武	147.0968	1.5323	未担任职务
9	邓东浩	147.0968	1.5323	未担任职务
10	陈娜娜	102.9677	1.0726	未担任职务
合计		8,499.1681	88.5331	-

（四）最近一年发行人新增股东的持股数量及变化情况

最近一年，公司新增股东为自然人李春梅。2019 年 1 月 30 日，公司股东黄新与李春梅经法院调解离婚，约定黄新将其所持有的公司 4.50%的股权转让给李春梅。本次股权转让完成后，李春梅直接持有公司 4,320,000 股股份，占公司股本总额的 4.50%。本次股权转让系家庭财产分割，受让方无需支付股权转让价款。

李春梅的详细情况及最近 5 年的经历如下：

序号	股东名称	详细情况	近五年从业经历
1	李春梅	女，1980 年 2 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号：421003198002******，住址：广东省深圳市南山区	2015 年 12 月至今担任深圳市腾龙翔科技有限公司执行董事、总经理

2019 年 2 月 15 日，杰美特股份 2019 年第一次临时股东大会作出决议，同意就本次股份转让签署章程修正案。

2019 年 4 月 3 日，杰美特股份就上述事项完成了工商变更登记手续。

（五）本次发行前各股东之间的关联关系

1、股东谌建平、杨美华为夫妻关系，为公司控股股东及实际控制人，其中，谌建平直接持有公司 47.4198%的股份，杨美华直接持有公司 15.8066%的股份。

2、大埠投资系公司员工持股的合伙企业，直接持有公司 5.9670%的股份，

其普通合伙人暨执行事务合伙人杨绍煦为杨美华胞弟，杨绍煦在大埠投资中的出资比例为 39.7463%；其有限合伙人谌光平为谌建平胞兄，谌光平在大埠投资中的出资比例为 19.8675%。

3、达晨创泰、达晨创恒、达晨创瑞均为深圳市达晨财智创业投资管理有限公司作为普通合伙人暨执行事务合伙人管理的投资基金，分别持有公司 1.7966%、1.7648%、1.4386%的股份，合计持有公司 5%的股份。

4、报告期内黄新、李春梅曾为夫妻关系，双方于 2019 年 1 月 30 日正式离婚。根据广东省深圳市龙华区人民法院（2019）粤 0309 民初 1790 号《民事调解书》，黄新已与李春梅对包括所持公司股份在内的财产进行了明确划分，双方对各自所持有的公司股份无异议。目前黄新持有公司 767.4336 万股股份，持股比例为 7.9941%。李春梅持有公司 432.00 万股股份，持股比例为 4.5%。

除此之外，公司股东之间不存在关联关系。

（六）公开发售股份情况以及对公司的控制权、治理结构及生产经营产生的影响

公司本次拟向社会公众公开发行不超过人民币普通股 3,200 万股，全部为新股发行，本次发行原股东不公开发售股份。

（七）公司内部职工股、工会持股、职工持股会持股、信托持股或股东数量超过二百人的情况

公司不存在内部职工股、工会持股、职工持股会持股、信托持股的情况。

截至本招股说明书签署日，公司登记在册的直接股东共有 17 名，其中自然人股东 13 名，股东大埠投资为持股平台，穿透至最终持股的股东人数为 12 名；股东达晨创泰、达晨创恒和达晨创瑞已完成私募投资基金备案登记，根据《私募投资基金监督管理暂行办法》的相关规定可作为合格投资者按照一名股东计算。综上，公司股东人数穿透计算为 28 人，不存在股东人数超过二百人的情况。

（八）对赌协议及其解除情况

1、发行人历史上存在已解除的对赌协议

（1）对赌协议签订情况

为增强资金实力、优化治理结构，2014 年 4 月，公司及公司控股股东、实际控制人与复星创泓、达晨创恒、达晨创瑞、达晨创泰、邢世平、陈振国、黄卫东之间签署《增资协议书》及相关补充协议，约定了增资入股以及特定条件下的股权回购或补偿等事宜。

（2）对赌协议解除情况

2016 年 12 月，复星创泓分别与黄志浩、邓东浩、付德武、李永松、陈娜娜签订《股权转让协议》，转让其持有发行人的全部股权；

2017 年 11 月，达晨创恒、达晨创瑞、达晨创泰、邢世平、陈振国、黄卫东分别与公司及实际控制人谌建平、杨美华签署《关于<关于深圳市杰美特科技有限公司之增资协议书>相关补充协议及约定的解除协议》（以下简称《解除协议》），确认相关补充协议及约定全部终止履行，各方不再享有《增资协议书》的相关补充协议及约定项下的任何权利或权益，不再承担任何义务或责任，相互之间无需承担任何补偿；确认各方对投资入股杰美特事宜不存在任何争议和纠纷或潜在争议和纠纷。

2019 年 3 月 28 日，公司全体股东分别出具《承诺函》，承诺其与发行人及/或其实际控制人、其他股东等主体之间不存在对赌等特殊协议或安排的情形；2020 年 6 月 22 日，公司现有股东签署确认函，确认与公司及公司实际控制人之间不存在对赌协议或类似安排。

2、保荐机构、律师核查意见

经核查，保荐机构认为：发行人历史上存在的相关对赌协议均已真实、有效终止，发行人及控股股东、实际控制人与其他股东之间已不存在对赌协议或其他类似安排，符合《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》的相关规定，曾经存在的对赌协议不会对本次发行构成实质性障碍。

经核查，发行人律师认为：发行人对赌协议已清理完毕，不会对发行人本次发行上市存在不利影响。

（九）发行人设立以来历次股本变动过程曾经存在的其他瑕疵事项

1、2009 年解除委托持股事项

2006 年杰美特有限成立时，曾存在委托持股情况，股东张银仙是谌建平的母亲，其持有的杰美特有限全部出资额系代谌建平持有。为规范持股关系，2009 年 3 月 12 日，谌建平与张银仙通过股权转让的方式解除了双方的委托持股关系，通过该次股权转让，谌建平持有杰美特 92%的股权。张银仙和谌建平均已就委托持股及解除委托持股的相关事项进行了确认。

2009 年 4 月 15 日，杰美特有限通过股东会决议，全体股东一致同意上述股权转让事项。2009 年 5 月 6 日，杰美特有限就此次股权转让完成工商变更登记，至此，杰美特有限的委托持股解除完毕，未再发生委托持股的情况。

2、2009 年谌建平与黄新股权转让未及时办理工商登记手续

2009 年，谌建平与黄新协商以 200 万元价格转让其持有的杰美特有限 12 万元出资额，黄新于 2009 年 9 月 25 日向谌建平支付了 200 万元股权转让款；由于谌建平、黄新系发行人创始股东，在公司经营管理过程中搭配默契、信任基础较为牢固，所以双方未特别注重转让程序中的工商变更登记环节，直至 2013 年谌建平转让部分股权给杨美华时才一并办理工商登记手续。

2013 年 3 月 18 日，谌建平与黄新正式签订《股权转让协议》，约定谌建平将其持有的杰美特有限 12%的股权（即 12 万元出资额）以 200 万元的价格转让给黄新，并于 2013 年 3 月 28 日完成工商变更登记，相关个人所得税款、滞纳金业已缴纳。

谌建平、黄新均确认对本次股权转让事项不存在任何异议，亦不存在任何纠纷或潜在纠纷。

3、保荐机构核查意见

经核查，保荐机构认为：发行人实际控制人谌建平与其母亲张银仙均已确认对委托持股及后续解除委托持股的相关事项不存在任何纠纷或潜在纠纷；发行人实际控制人谌建平与黄新均已确认相互之间的股权转让不存在任何纠纷或潜在纠纷；发行人已就上述委托持股解除、股权转让事项完成工商变更登记，相关当事人涉及的税费业已缴纳完毕；发行人及相关当事人未因此受到过行政处罚，前述瑕疵不构成重大违法行为，亦不存在纠纷或者被处罚风险，不会对本次发行构成实质性障碍。

发行人律师认为：发行人实际控制人谌建平与其母亲张银仙均已确认对委托持股及后续解除委托持股的相关事项不存在任何纠纷或潜在纠纷；发行人实际控制人谌建平通过代持设立杰美特有限不违反任何须适用的法律、法规的禁止性、限制性规定，也不存在违反竞业禁止约定的情形。

九、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员

（一）公司董事会成员

截至本招股说明书签署日，公司董事会由 9 名董事组成，其中独立董事 3 名。公司董事全部由股东大会选举产生，每届任期三年，任期届满可连选连任。

公司董事的基本情况如下：

序号	姓名	职务	提名人	选聘情况	任期
1	谌建平	董事长	董事会	2017 年第三次临时股东大会	2017 年 9 月-2020 年 9 月
2	杨美华	董事	董事会	2017 年第三次临时股东大会	2017 年 9 月-2020 年 9 月
3	黄新	董事	董事会	2017 年第三次临时股东大会	2017 年 9 月-2020 年 9 月
4	黄志浩	董事	董事会	2017 年第三次临时股东大会	2017 年 9 月-2020 年 9 月
5	熊敏	董事	董事会	2018 年第二次临时股东大会	2018 年 5 月-2020 年 9 月
6	张玉辉	董事	董事会	2018 年第三次临时股东大会	2018 年 12 月-2020 年 9 月
7	钱荣	独立董事	董事会	2020 年第一次临时股东大会	2020 年 3 月-2020 年 9 月
8	虞熙春	独立董事	董事会	2017 年第三次临时股东大会	2017 年 9 月-2020 年 9 月
9	杨小平	独立董事	董事会	2017 年第三次临时股东大会	2017 年 9 月-2020 年 9 月

1、谌建平，男，1983 年 5 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，EMBA 学历。曾任深圳市佳盟科技有限公司董事、总经理，曾任深圳市生活汇贸易发展有限公司执行董事。2006 年 5 月创办杰美特有限，2009 年 4 月至 2013 年 3 月担任有限公司监事，2013 年 3 月至今担任公司董事长，负责公司业务和发展战略等全方面领导工作。兼任子公司中创卓越董事长。

2、杨美华，女，1982 年 10 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，中专学历。2006 年杰美特有限设立时加入公司，2013 年 3 月至今担任公司董事，2014 年 9 月至今担任分管销售业务的副总经理。兼任子公司中创卓越董事、深圳市怡轩航有限公司执行董事。杨美华女士系发行人董事长谌建平先生的配偶。

3、黄新，男，1978 年 12 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，国家人力资源管理师。曾任深圳市索菱实业有限公司品管部品质经理，比亚

迪股份有限公司项目管理部工程师、顺年饰物（深圳）有限公司副总经理等职。2006 年杰美特有限设立时加入公司，担任执行董事、总经理、法定代表人。2013 年 3 月辞去执行董事并担任公司董事。黄新先生 2015 年 7 月被深圳市人力资源和社会保障局认定为深圳市高层次专业人才，2017 年 6 月被深圳市龙华区人才工作领导小组办公室认定为龙舞华章计划 A 类人才。兼任中创卓越总经理、董事、中创思锐执行董事，杰之洋执行董事、经理。

4、黄志浩，男，1993 年 10 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。曾任深圳市金瑞亿投资发展有限公司、深圳市新怡川资产管理有限公司董事长助理，2017 年 1 月至今任股份公司董事，兼任深圳市红犇资本管理有限公司监事。

5、熊敏，男，1983 年 8 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。曾任中山市格美通用电子有限公司开发工程师、东莞市江森塑胶科技有限公司总经理，2015 年 11 月至今，历任公司制造总监、副总经理等职，2018 年 5 月至今担任公司董事。兼任子公司中创卓越董事。

6、张玉辉，男，1984 年 3 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。曾担任湖北秦吉达药业有限责任公司业务代表，2006 年杰美特有限设立时加入公司，历任产品交付中心总监等职，2018 年 12 月至今担任公司董事。

7、钱荣，女，1982 年 4 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，研究生学历。曾任职于深圳市经理人传媒有限公司、深圳市锦安财富管理有限公司。2020 年 3 月至今担任公司独立董事。钱荣女士目前担任广东森阳银瑞投资管理有限公司执行副总裁，兼任徽商壹号（深圳）投资企业（有限合伙）执行事务合伙人、徽商贰号（深圳）投资企业（有限合伙）执行事务合伙人、徽商叁号（深圳）投资企业（有限合伙）执行事务合伙人、林丰企业管理（东莞）有限公司执行董事、深圳齐心集团股份有限公司独立董事、深圳市合康医疗科技有限公司监事。

8、虞熙春，男，1962 年 7 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，研究生学历，中国注册会计师、中国注册税务师。曾任安徽省望江县商业局会计、深圳大华会计师事务所项目经理、深圳市永明会计师事务所有限责任公司总审计师、深圳正大华明会计师事务所合伙人、深圳前海汇溪资本管理有限公司总经理、深

圳市永明华深税务师事务所有限公司监事。2017 年 4 月至今担任公司独立董事。兼任深圳市义达会计师事务所有限责任公司董事、深圳市尚荣医疗股份有限公司独立董事、万泽实业股份有限公司独立董事、深圳市瑞华税务师事务所有限公司董事、深圳市义达山河税务师事务所有限公司执行董事、深圳赫尔士科技有限公司监事、深圳陆桥科技股份有限公司监事、深圳市潜龙物业管理有限公司监事、威海乳山（深圳）潜龙房地产有限公司监事。

9、杨小平，男，1969 年 2 月生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士研究生学历，注册会计师、高级审计师。曾任陕西省渭南市物资局财务、深圳南方民和会计师事务所有限责任公司项目经理、深圳市天音通信发展有限公司审计经理、深圳市赢合科技股份有限公司独立董事。2016 年 11 月至今担任公司独立董事。兼任深圳市贯众管理咨询有限公司执行董事及总经理、深圳平海会计师事务所（普通合伙）执行事务合伙人、广德天运新技术股份有限公司独立董事。

（二）公司监事会成员

截至本招股说明书签署日，公司监事会由 5 名监事组成，其中 2 名由职工代表大会选举产生。公司监事任期三年，任期届满可连选连任。

公司监事的基本情况如下：

序号	姓名	职务	提名人	选聘情况	任期
1	李琼霞	监事会主席、职工代表监事	职工代表大会	职工代表大会、第二届监事会第一次会议	2017 年 9 月-2020 年 9 月
2	易青蓉	监事	监事会	2017 年第三次临时股东大会	2017 年 9 月-2020 年 9 月
3	刘述卫	监事	监事会	2017 年第三次临时股东大会	2017 年 9 月-2020 年 9 月
4	王玲	监事	监事会	2017 年第三次临时股东大会	2017 年 9 月-2020 年 9 月
5	粟小丽	职工代表监事	职工代表大会	职工代表大会	2017 年 9 月-2020 年 9 月

1、李琼霞，女，1981 年 11 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。曾任深圳市福义乐磁性材料有限公司人力资源主管、深圳市利景高通通信技术有限公司行政人事经理、深圳市网联网络技术有限公司人事经理等职务。2009 年 12 月加入公司担任行政人事经理。2013 年 3 月至今担任公司监事，兼任子公司中创卓越监事。

2、易青蓉，女，1983 年 5 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历，助理会计师。曾任一造科技（深圳）有限公司财务科长，2012 年 7 月加入

公司，历任总账会计、审计经理，目前担任公司内审部经理。2017 年 1 月至今担任公司监事。兼任子公司中创卓越监事、中创思锐监事。

3、刘述卫，男，1984 年 2 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，武汉大学本科学历。曾任职于公司人力行政中心资讯部，现任公司信息技术中心经理。2014 年 9 月至今担任公司监事。

4、王玲，女，1974 年 2 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，厦门大学研究生学历。曾任湖南省广电局财务处科员、湖南电广传媒股份有限公司投资经理、深圳市达晨创业投资有限公司投资总监、长沙巨星轻质建材股份有限公司董事、南昌百特生物高新技术股份有限公司董事、武汉晶泰科技股份有限公司董事、深圳市智能制造软件开发有限公司董事、广东旭业光电科技股份有限公司董事、东莞铭普光磁股份有限公司董事、御芯唯(厦门)电子有限公司总经理等职。2014 年 4 月至今担任公司监事。兼任深圳市三合通发精密五金制品有限公司董事、北京掌上维度科技股份有限公司董事、厦门立桐投资管理有限公司执行董事兼总经理、御芯微电子（厦门）有限公司总经理、新疆鹏瑞股权投资有限公司监事、山东机客网络技术有限公司董事、常州立杨创业投资合伙企业(有限合伙)执行事务合伙人委派代表等职。

5、粟小丽，女，1982 年 6 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。曾任珠海市海威尔电器有限公司采购经理，现任公司资金主管。2014 年 9 月至今担任公司职工代表监事。兼任子公司中创卓越监事。

（三）公司高级管理人员

公司高级管理人员包括总经理、副总经理、董事会秘书及财务负责人。截至本招股说明书签署日，公司高级管理人员合计 5 名，基本情况如下：

序号	姓名	职务	选聘情况	任期
1	黄新	总经理	第二届董事会第一次会议	2017 年 9 月-2020 年 9 月
2	杨美华	副总经理	第二届董事会第一次会议	2017 年 9 月-2020 年 9 月
3	熊敏	副总经理	第二届董事会第一次会议	2017 年 9 月-2020 年 9 月
4	朱德颜	财务负责人	第二届董事会第一次会议	2017 年 9 月-2020 年 9 月
5	周波	董事会秘书	第二届董事会第八次会议	2018 年 11 月-2020 年 9 月

1、黄新先生，参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“九、董事、

监事、高级管理人员与核心技术人员”之“（一）公司董事会成员”。

2、杨美华女士，参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“九、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员”之“（一）公司董事会成员”。

3、熊敏先生，参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“九、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员”之“（一）公司董事会成员”。

4、朱德颜，男，1982 年 12 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，会计师。曾任深圳市德金税务师事务所有限公司审计助理、深圳市普华科技有限公司成本会计、瑞华相框制造（深圳）有限公司财务科长，2011 年 3 月加入公司，历任公司成本主管、成本经理、财务经理，2017 年 7 月至今担任公司财务负责人。

5、周波，男，1987 年 6 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。曾任深圳市达丽声电子有限公司外贸商务、深圳市三诺电子有限公司商务主管、湖南兴泰工程造价咨询有限公司董事长助理、隶源基首饰（深圳）股份有限公司证券事务代表。2017 年 8 月加入公司担任证券事务代表，2018 年 11 月至今担任公司董事会秘书。

（四）核心技术人员

截至本招股说明书签署日，公司核心技术人员共 6 人，基本情况如下：

序号	姓名	职务
1	黄新	总经理
2	熊敏	副总经理
3	Eddie Lee	孙公司美国道瑞设计总监
4	闸文涛	研发中心总监
5	刘军	子公司中创卓越产品总监
6	朱建平	皮具部经理

1、黄新，参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“九、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员”之“（一）公司董事会成员”。

2、熊敏，参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“九、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员”之“（一）公司董事会成员”。

3、Eddie Lee，1981 年 12 月出生，韩国国籍，拥有美国永久居留权。2005

年毕业于美国加利福尼亚艺术中心设计学院，专业科学工业设计，本科学历。2006年至2010年在贝尔金从事iPad/iPod相关配件的设计，以及概念引领。2010年至2012年曾在Fabrique（LA）、Ashcraft Design（LA）工作，分别从事戴尔和惠普产品套件的市场研究与设计及哈曼卡顿、希捷市场研究、提供设计概念以及其他设计项目开发。从事设计相关工作已达14年，设计的希捷GoFlex产品曾荣膺2012年德国iF产品设计奖。2012年加入美国道瑞，2014年至今担任美国道瑞设计总监。

4、闸文涛，1982年4月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。曾担任东莞捷荣技术股份有限公司项目经理、亿和精密工业控股有限公司项目开发部经理，2017年加入本公司，现任股份公司研发中心总监。

5、刘军，1985年11月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。曾担任江林实业（香港）有限公司副总经理，2007年加入本公司，现任公司子公司中创卓越产品总监。

6、朱建平，1979年9月出生，中国国籍，大专学历。曾担任东莞长安乌沙宝业皮具厂储备干部、东莞市长安震林皮具加工厂项目主管、东莞进升塑料制品有限公司经理、厂长，2014年加入本公司，现任公司皮具部经理，主要负责皮革类保护产品的开发和设计、生产工艺的制定及研发、生产团队的管理工作。

十、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属持有公司股份情况

（一）直接持股情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属直接持有公司股份的情况如下：

姓名	职务	直接持股数量（万股）	直接持股比例
谌建平	董事长	4,552.3009	47.4198%
黄新	董事、总经理	767.4336	7.9941%
杨美华	董事、副总经理	1,517.4336	15.8066%
黄志浩	董事	367.7419	3.8306%
合计		7,204.9100	75.0511%

（二）间接持股情况

截至本招股说明书签署日，大埠投资持有公司 5.9670%的股份，公司部分董事、监事、高级管理人员和核心技术人员及其近亲属通过对大埠投资出资而间接持有公司股份，具体如下：

姓名	亲属关系/职务	间接持股数量（万股）	间接持股比例
杨绍煦	杨美华胞弟	227.6795	2.3717%
谌光平	谌建平胞兄	113.8074	1.1855%
熊敏	董事、副总经理	75.8716	0.7903%
张玉辉	董事、产品交付中心总监	20.0044	0.2084%
朱德颜	财务负责人	15.0036	0.1563%
周波	董事会秘书	15.0036	0.1563%
李琼霞	监事会主席	6.0697	0.0632%
刘述卫	监事	6.0697	0.0632%
合计		479.5096	4.9949%

截至本招股说明书签署日，除上述情况外，公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属均未以其他方式直接或间接持有公司股份。

（三）董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属直接或间接持有发行人股份的质押或冻结情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属直接或间接持有的公司股份不存在质押或冻结的情形。

十一、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的其他对外投资情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员除直接或间接持有公司股份以外，其他主要对外投资情况如下：

姓名	职务	对外投资企业名称	投资金额（万元）	出资比例	是否与公司存在利益冲突
杨美华	董事、副总经理	深圳市怡轩航有限公司	100.00	100.00%	否
黄志浩	董事	深圳市红犇资本管理有限公司	700.00	7.00%	否
钱荣	执行事务合伙人	徽商壹号（深圳）投资企业（有限合伙）	419.7960	10.14%	否
	执行事务合伙人	徽商贰号（深圳）投资企业（有限合伙）	194.7015	6.62%	否
	执行事务合伙人	徽商叁号（深圳）投资企业（有限合伙）	450.00	90.00%	否
	股东	深圳市恒贯股权投资基金管理有限公司	600.00	60.00%	否
	股东	深圳市联合创投拾陆号投资合伙企业（有限合伙）	220.00	10.19%	否

姓名	职务	对外投资企业名称	投资金额（万元）	出资比例	是否与公司存在利益冲突
	股东	深圳市贯丰鑫火伍号投资企业（有限合伙）	45.00	90.00%	否
	监事	深圳市合康医疗科技有限公司	100.00	10.00%	否
	执行董事、总经理	深圳昱荣和资产管理有限公司	200.00	20.00%	否
虞熙春	独立董事	深圳赫尔士科技有限公司	12.50	25.00%	否
		深圳市义达山河税务师事务所有限公司	2.40	8.00%	否
		深圳市义达会计师事务所有限责任公司	7.50	3.00%	否
		芜湖亿科菲投资管理中心（有限合伙）	100.00	2.37%	否
		宁波梅山保税港区纯茗投资管理中心（有限合伙）	100.00	1.80%	否
杨小平	独立董事	深圳市贯众管理咨询有限公司	50.00	100.00%	否
		深圳平海会计师事务所（普通合伙）	11.00	55.00%	否
王玲	监事	一芯（厦门）管理咨询合伙企业（有限合伙）	480.00	80.00%	否
		厦门立桐投资管理有限公司	750.00	75.00%	否
		御芯微电子（厦门）有限公司	190.00	38.00%	否
		新疆鹏瑞股权投资有限公司	338.00	10.00%	否
		深圳市好家庭实业有限公司	29.1667	0.55%	否
		深圳市好家庭体育发展有限公司	23.7296	0.36%	否
		深圳市攸乐创业投资咨询合伙企业（有限合伙）	150.00	75.00%	否

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员除上述对外投资外，无其他主要对外投资情况。上述人员的对外投资与公司不存在利益冲突。

十二、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员薪酬情况

（一）公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员的薪酬构成、确定依据及履行程序

公司独立董事享有独立董事津贴，由公司参照资本市场独立董事薪酬的一般水平予以确定，除此之外不享有其他福利待遇。公司其他董事、监事不享受单独的董事、监事津贴，外部董事黄志浩，外部监事王玲也不享有其他薪酬、福利待遇。除上述人员之外，公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员均在公司领取职工薪酬，职工薪酬主要由固定工资和绩效奖金构成。薪酬的确定依据为公司所处行业及地区的薪酬水平，结合公司的实际经营情况制定。

（二）公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员最近一年从公司及其

关联企业领取薪酬的情况

公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员于 2019 年在公司领取薪酬情况如下：

姓名	职务	2019 年公司领薪（万元）	备注
谌建平	董事长	181.64	-
杨美华	董事、副总经理	116.49	-
黄新	董事、总经理	164.40	-
熊敏	董事、副总经理	134.39	-
张玉辉	董事、产品交付中心总监	48.42	-
黄志浩	董事	-	未在公司领取薪酬
钱荣	独立董事	-	在公司领取独立董事津贴，2020 年 3 月新聘任
杨小平	独立董事	6.00	在公司领取独立董事津贴
虞熙春	独立董事	6.00	在公司领取独立董事津贴
李琼霞	监事会主席	21.24	-
粟小丽	职工监事	14.90	-
刘述卫	监事	19.17	-
易青蓉	监事	28.44	-
王玲	监事	-	未在公司领取薪酬
周波	董事会秘书	45.01	-
朱德颜	财务负责人	47.10	-
Eddie Lee	核心技术人员	$24.34	领薪金额单位为万美元
闸文涛	核心技术人员	38.70	-
刘军	核心技术人员	33.80	-
朱建平	核心技术人员	27.24	-

注：以上薪酬均为税前金额。

公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员除上述薪酬外，未在公司享受其他待遇和退休金计划等福利。截至本招股说明书签署日，公司非独立董事、监事、高级管理人员及核心技术人员未在关联企业领取薪酬。

（三）报告期董事、监事、高级管理人员及核心技术人员薪酬总额占各期公司利润总额的比重

报告期内，公司关键管理人员薪酬总额占当期利润总额的比例情况如下：

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
薪酬总额（万元）	839.20	547.74	445.48
利润总额（万元）	14,999.76	7,069.72	4,400.56

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
占利润总额比例	5.59%	7.75%	10.12%

十三、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员兼职情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员的主要对外兼职情况如下：

姓名	公司职务	兼职企业名称	兼职企业与公司的关联关系	兼职职务
杨美华	董事、副总经理	深圳市怡轩航有限公司	杨美华持有其 100%股权	执行董事
黄志浩	董事	深圳市红犇资本管理有限公司	无关联关系	监事
钱荣	独立董事	广东森阳银瑞投资管理有限公司	公司独立董事担任该单位执行副总裁	执行副总裁
		徽商壹号（深圳）投资企业（有限合伙）	公司独立董事担任该单位执行事务合伙人	执行事务合伙人
		徽商贰号（深圳）投资企业（有限合伙）	公司独立董事担任该单位执行事务合伙人	执行事务合伙人
		徽商叁号（深圳）投资企业（有限合伙）	公司独立董事担任该单位执行事务合伙人	执行事务合伙人
		林丰企业管理（东莞）有限公司	公司独立董事担任该单位执行董事	执行董事
		深圳齐心集团股份有限公司	无关联关系	独立董事
		深圳市合康医疗科技有限公司	无关联关系	监事
		深圳昱荣和资产管理有限公司	公司独立董事担任该单位执行董事、总经理	执行董事、总经理
杨小平	独立董事	深圳平海会计师事务所（普通合伙）	公司独立董事担任该单位执行事务合伙人	执行事务合伙人
		深圳市贯众管理咨询有限公司	公司独立董事担任该单位执行董事	执行董事、总经理
		广德天运新技术股份有限公司	无关联关系	独立董事
虞熙春	独立董事	深圳市义达山河税务师事务所有限公司	公司独立董事担任该单位执行董事	执行董事
		深圳市义达会计师事务所有限责任公司	公司独立董事担任该单位董事	董事
		深圳市瑞华税务师事务所有限公司	公司独立董事担任该单位董事	董事
		深圳市尚荣医疗股份有限公司	无关联关系	独立董事
		万泽实业股份有限公司	无关联关系	独立董事
		深圳赫尔士科技有限公司	无关联关系	监事
		深圳陆桥科技股份有限公司	无关联关系	监事
		深圳市潜龙物业管理有限公司	无关联关系	监事
		威海乳山(深圳)潜龙房地产有限公司	无关联关系	监事
王玲	监事	厦门立桐投资管理有限公司	公司监事担任该单位执行董事	执行董事兼总经理
		御芯微电子(厦门)有限公司	公司监事担任该单位高管	总经理
		北京掌上维度科技股份有限公司	公司监事担任该单位董事	董事

姓名	公司职务	兼职企业名称	兼职企业与公司的关联关系	兼职职务
		山东机客网络技术有限公司	公司监事担任该单位董事	董事
		深圳市三合通发精密五金制品有限公司	公司监事担任该单位董事	董事
		新疆鹏瑞股权投资有限公司	无关联关系	监事
		常州立杨创业投资合伙企业(有限合伙)	无关联关系	执行事务合伙人委派代表

十四、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员之间存在的亲属关系

除谌建平与杨美华为夫妻关系外，公司董事、监事、高级管理人员以及核心技术人员相互之间不存在亲属关系。

十五、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员与公司签订的协议及作出的重要承诺及其履行情况

（一）公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员所签署的协议

在本公司任职并专职领薪的董事、监事、公司全体高级管理人员与核心技术人员均与公司签订了《劳动合同书》，《劳动合同书》、《公司章程》中明确了任职责任与义务、辞职规定及离职后的持续义务。

本公司高级管理人员、核心技术人员与本公司签订了《保密协议》、《保密及竞业限制协议》，自加入本公司起遵守公司的保密规章、制度，履行与其工作岗位相应的保密职责。

除此之外，公司的董事、监事、高级管理人员和核心技术人员未与公司签订其他协议。截至本招股说明书签署日，上述协议履行正常，不存在违约情形。

（二）公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员作出的重要承诺

公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员所作出的重要承诺详见本招股说明书“第十节 投资者保护”之“六、发行人、股东、实际控制人、发行人的董事、监事、高级管理人员以及本次发行的保荐人及证券服务机构等作出的重要承诺”。

十六、董事、监事、高级管理人员的任职资格

公司董事、监事和高级管理人员均符合有关法律、行政法规、规范性文件规定和《公司章程》规定的任职资格，相关人员诚信记录良好，从未受到中国证券监督管理委员会的行政处罚或者证券交易所的公开谴责，也未受到司法机关的处罚。

十七、董事、监事、高级管理人员最近两年的变动情况

（一）公司董事近两年的变化及其原因

2018 年初，公司董事为谌建平、杨美华、黄新、杨子幸、江海清、黄志浩、陈燕燕（独立董事）、杨小平（独立董事）、虞熙春（独立董事）。最近两年，公司董事变动情况如下：

序号	2020 年 3 月至今	2018 年 12 月	2018 年 5 月	2018 年初
1	谌建平	谌建平	谌建平	谌建平
2	杨美华	杨美华	杨美华	杨美华
3	黄新	黄新	黄新	黄新
4	熊敏	熊敏	**熊敏**	杨子幸
5	张玉辉	**张玉辉**	-	江海清
6	黄志浩	黄志浩	黄志浩	黄志浩
7	**钱荣（独立董事）**	陈燕燕（独立董事）	陈燕燕（独立董事）	陈燕燕（独立董事）
8	杨小平（独立董事）	杨小平（独立董事）	杨小平（独立董事）	杨小平（独立董事）
9	虞熙春（独立董事）	虞熙春（独立董事）	虞熙春（独立董事）	虞熙春（独立董事）

注：加粗字体表示当期变动的董事。

公司最近两年董事的变化主要系完善公司治理结构、正常人员调整等原因：董事杨子幸、江海清因个人原因提出离职，公司为完善法人治理结构，引入内部高管加入董事会，有利于公司的稳定和经营发展。另外，独立董事陈燕燕由于个人原因在 2020 年 2 月请辞公司独立董事，公司于 2020 年 3 月选举钱荣为新任独立董事。

报告期内，公司包括实际控制人谌建平、杨美华夫妇以及黄新在内的主要董事未发生变化，公司治理结构、盈利能力持续保持稳定，董事任职资格及变更程序符合法律、法规和规范性文件以及《公司章程》的规定。最近两年，公司董事未发生重大变化。

（二）公司监事的变化及其原因

最近两年，公司监事保持稳定，未发生重大变化。

（三）公司高级管理人员的变化及其原因

2018 年初，公司高级管理人员分别为总经理黄新、副总经理杨美华和熊敏、副总经理兼董事会秘书江海清及财务负责人朱德颜。最近两年，公司高级管理人员变动情况如下：

序号	2018 年 11 月至今	2018 年初
1	黄新 （总经理）	黄新 （总经理）
2	杨美华 （副总经理）	杨美华 （副总经理）
3	熊敏 （副总经理）	熊敏 （副总经理）
4	周波 （董事会秘书）	-
5	-	江海清 （副总经理兼董事会秘书）
6	朱德颜 （财务负责人）	朱德颜 （财务负责人）

最近两年，江海清因个人原因辞任公司副总经理兼董事会秘书，公司结合实际经营运作需要选聘原证券事务代表周波担任董事会秘书，履行了必要的法律程序，符合相关法律、法规和公司章程的规定。

报告期内公司实际控制人未发生变化，核心管理层成员稳定，上述变动未对公司经营战略、经营模式产生重大影响，没有影响公司经营决策的稳健性、盈利能力的可持续性。

十八、员工及其社会保障情况

（一）员工人数及变化情况

报告期各期末，公司员工人数及变化情况如下：

项目	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
员工人数（人）	1,331	938	1,084

报告期内，公司主要劳务用工方式包括自有员工、劳务派遣和劳务外包。2018 年公司员工人数较 2017 年下降的原因主要系公司全资子公司杰之洋将生产过程中部分简单工序外包给第三方公司完成，公司对该工序的用工需求降低，以及公司自动化程度提高所致。报告期内，公司减少的员工涉及的工作岗位主要为中创

卓越的销售人员以及杰之洋工厂的产品组装及包装等辅助性、临时性岗位。2019年末员工人数较2018年末增长较大主要原因为2019年度业务增长较好，公司员工需求有所增加。

公司合作的劳务外包或劳务派遣单位与公司及公司的实际控制人、董事、监事及高级管理人员不存在关联关系，亦不存在为公司承担人员费用的情形。

报告期内，公司的劳务派遣人员情况如下：

项目	2019年度	2018年度	2017年度
杰之洋平均员工人数	1,204	769	850
平均劳务派遣人数	39	65	160
劳务派遣人员占比	3.14%	7.79%	15.84%

注：上述平均员工人数=各年度每月员工人数的总数/12；平均劳务派遣人数=各年度每月劳务派遣人数的总数/12。

由上表可知，杰之洋2017年存在平均劳务派遣人数占比大于10%的情况。

报告期内，杰之洋曾经存在使用被派遣劳动者数量超过其用工总量的10%的情形，不符合《劳务派遣暂行规定》的有关规定，但就上述不规范用工情形，杰之洋已自行整改，且未受到劳动行政部门行政处罚，其目前使用的被派遣劳动者数量未超过其用工总量的10%，符合《劳务派遣暂行规定》的有关规定；杰之洋报告期内曾经存在的使用被派遣劳动者数量超过其用工总量的10%的情形不构成发行人本次发行上市的实质性法律障碍。

（二）员工结构

1、员工专业结构

截至2019年12月31日，公司员工的专业结构如下：

专业结构	员工人数（人）	占员工总数的比例（%）
技术人员	183	13.75%
生产人员	986	74.08%
销售人员	81	6.09%
管理人员	71	5.33%
采购人员	10	0.75%
合计	**1,331**	**100.00%**

2、员工学历结构

截至2019年12月31日，公司员工的学历结构如下：

学历结构	员工人数（人）	占员工总数的比例（%）
大专以下	1,078	80.99
大专	147	11.04
本科及以上	106	7.96
合计	**1,331**	**100.00**

3、员工年龄结构

截至 2019 年 12 月 31 日，公司员工的年龄结构如下：

年龄结构	员工人数（人）	占员工总数的比例（%）
30 岁以下	471	35.39
31～40 岁	531	39.89
41 岁以上	329	24.72
合计	**1,331**	**100.00**

（三）员工社保、住房公积金情况

1、社保、公积金缴纳情况

公司员工的聘用、解聘均按照《中华人民共和国劳动合同法》的有关规定办理。公司为员工提供必要的社会保障计划，已按照国家及地方政府的规定，执行养老保险、医疗保险、生育保险、工伤保险、失业保险等社会保险制度及住房公积金管理制度。

截至报告期末，除因手续尚未办理完成、员工自愿放弃等特殊情况外，公司均于签订劳动合同并符合办理缴纳社保和住房公积金条件后，及时为员工缴纳社保和住房公积金。

①报告期内，公司为员工缴纳社保和住房公积金的人数及比例情况如下：

项目		2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
社会保险	员工总数	1,331	938	1,084
	缴纳人数	1,393	945	1,136
	缴纳人数占比	104.66%	100.75%	104.80%
住房公积金	员工总数	1,331	938	1,084
	缴纳人数	1,293	908	1,060
	缴纳人数占比	97.15%	96.80%	97.79%

报告期内，公司及其子公司为员工缴纳社会保险和住房公积金的人数与员工人数存在少量差异主要系以下几种原因：(1)部分月份存在社会保险、住房公积金缴纳人数超过员工人数的情况，主要是部分员工在当月社会保险、住房公积金

划扣完毕后离职，该部分人员未统计在当月末的员工人数中以及发行人在报告期初存在为个别非公司员工缴纳社会保险的情况；(2)员工新入职或档案调入时间已过社会保险或者住房公积金名单统一提交时间，导致当月未能缴纳，在下月或档案调入后缴纳；(3)部分员工由于工作地点在外地因此在外地购买了社会保险/住房公积金；(4)美国道瑞的员工无需在中国境内缴纳社会保险/住房公积金；(5)个别员工自愿放弃购买社会保险/住房公积金。

②报告期内，公司社会保险和住房公积金缴纳金额情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
养老保险	675.42	440.44	464.08
医疗保险	170.12	114.28	117.30
生育保险	34.03	21.99	18.53
工伤保险	14.47	15.84	33.70
失业保险	22.63	17.84	20.09
社保合计	916.68	610.39	653.70
住房公积金	223.23	167.09	184.78
五险一金合计	1,139.90	777.48	838.48

③报告期内，公司及子公司社会保险和住房公积金各期缴纳基数与缴纳比例

报告期内，公司及子公司在为员工缴纳各项社会保险及住房公积金时，按照员工的不同职级，结合公司及子公司的整体薪资水平，以不低于缴纳地最低缴纳基数为前提确认了员工的分档缴纳基数，缴纳比例则严格按照当地社会保险、住房公积金规定的比例进行缴纳。公司缴纳社会保险及住房公积金的比例如下：

杰美特社会保险和住房公积金各期缴纳比例：

年度	项目		养老保险	医疗保险	生育保险	工伤保险	失业保险	住房公积金
2019 年 12 月	缴纳比例	单位	14%、13%	0.45%/5.20%	0.45%	0.16%	0.56%	5.00%
		个人	8%	0.10%/0.20%/2.00%	-	-	0.30%	5.00%
2018 年 12 月	缴纳比例	单位	14%、13%	0.45%/0.60%/5.20%	0.45%	0.32%	0.63%	5.00%
		个人	8%	0.10%/0.20%/2.00%	-	-	0.30%	5.00%
2017 年 12 月	缴纳比例	单位	14%、13%	0.45%/6.20%	0.5%	0.63%	1.00%	5.00%
		个人	8%	0.10%/2.00%	-	-	0.50%	5.00%

子公司中创卓越社会保险和住房公积金各期缴纳比例：

年度	项目	养老保险	医疗保险	生育保险	工伤保险	失业保险	住房公积金

年度	项目		养老保险	医疗保险	生育保险	工伤保险	失业保险	住房公积金
2019 年 12 月	缴纳比例	单位	14%、13%	0.60%/5.20%	0.45%	0.07%	0.63%	5.00%
		个人	8%	0.20%/2.00%	-	-	0.30%	5.00%
2018 年 12 月	缴纳比例	单位	14%、13%	0.60%/5.20%	0.45%	0.14%	0.56%	5.00%
		个人	8%	0.20%/2.00%	-	-	0.30%	5.00%
2017 年 12 月	缴纳比例	单位	14%、13%	0.60%/6.20%	0.5%	0.28%	1.00%	5.00%
		个人	8%	0.20%/2.00%	-	-	0.50%	5.00%

子公司杰之洋社会保险和住房公积金各期缴纳比例：

年度	项目		养老保险	医疗保险	生育保险	工伤保险	失业保险	住房公积金
2019 年 12 月	缴纳比例	单位	13.00%	1.60%	0.70%	0.25%	0.32%	5.00%
		个人	8.00%	0.50%	-	-	0.20%	5.00%
2018 年 12 月	缴纳比例	单位	13.00%	1.60%	0.70%	0.50%	0.50%	5.00%
		个人	8.00%	0.50%	-	-	0.20%	5.00%
2017 年 12 月	缴纳比例	单位	13.00%	1.60%	0.70%	0.90%	0.50%	5.00%
		个人	8.00%	0.5%	-	-	0.20%	5.00%

子公司中创思锐社会保险和住房公积金各期缴纳比例

年度	项目		养老保险	医疗保险	生育保险	工伤保险	失业保险	住房公积金
2019 年 12 月	缴纳比例	单位	13.00%	0.60%	0.45%	0.07%	0.70%	5.00%
		个人	8.00%	0.20%	-	-	0.30%	5.00%

注：中创思锐2017年末、2018年末不存在在职人员，仅由中创卓越员工兼职处理少量公司业务。

截至报告期期末，子公司美国道瑞为美国公司，不适用《中华人民共和国社会保险法》等国家相关法规的规定，杰鸿塑胶、杰幂数据、香港道瑞已经注销或解散，智汇时代已对外转让，无需缴纳社会保险和住房公积金。

截至报告期期末，因新入职员工手续尚未办理完成和员工自愿放弃等特殊原因，导致公司存在尚未为部分员工缴纳社会保险及住房公积金的情形，可能被相关部门要求补缴。

2、社保与公积金缴纳的合规情况

公司及下属子公司所在地的社会保险及住房公积金管理部门，已出具相关证明文件，确认报告期内公司及下属子公司未发生因违反社会保险法律法规而被处罚的情形，不存在因违反住房公积金相关的法律、法规而受到处罚的情形。

3、社会保险和公积金需补缴金额测算情况

报告期内，公司社会保险和公积金需补缴金额及占同期营业利润比例情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
可能需补缴社会保险金额-单位部分	16.80	10.68	9.01
可能需补缴住房公积金金额-单位部分	0.81	0.72	0.72
合计可能需补缴五险一金总额-单位部分	17.61	11.40	9.73
可能需补缴五险一金占营业利润比例	0.11%	0.16%	0.22%

注：上述补缴测算金额不包括报告期内已经注销或转让的公司。

由上表可知，公司及下属子公司社保和公积金需补缴纳的金额占当期营业利润比例较低，对公司盈利水平不构成重大影响。除缴纳住房公积金外，杰之洋还为员工提供免费或者收取象征性租金(75 元/月)的员工宿舍。

社保与公积金缴纳的合规情况：公司及下属子公司所在地的社会保险及住房公积金管理部门，已出具相关证明文件，确认报告期内公司及下属子公司未发生因违反社会保险法律法规而被处罚的情形，不存在因违反住房公积金相关的法律、法规而受到处罚的情形。

公司控股股东及实际控制人谌建平、杨美华夫妇出具了《关于发行人社保及公积金依法缴纳的承诺》：“如有关部门依法要求公司及其全资子公司为员工补缴公司首次公开发行股票之前应缴纳的社保费用和住房公积金，或公司因未为员工缴纳社保费用或住房公积金而遭受任何罚款或损失，公司实际控制人谌建平、杨美华夫妇将承担全部社保费用以及住房公积金和由此产生的额外费用，保证公司不会因此遭受任何损失”。

综上，公司上述行为不构成重大违法行为，对本次发行不构成法律障碍。

（四）发行人薪酬制度及员工收入水平

1、员工薪酬政策

为合理设置薪酬结构，充分激发员工的工作积极性，公司制定了一系列与薪酬绩效、考核评分相关的制度。根据《薪酬管理制度》有关规定，员工薪酬由基础工资、绩效工资和年终奖组成。

公司的薪酬政策将根据国家政策和物价水平、外部薪酬市场状况等宏观因素的变化，行业及地区薪酬竞争状况，企业发展战略的变化，公司整体效益达成等情况，对公司岗位薪级薪档进行统一性调整。

2、薪酬委员会对工资奖金的规定及上市前后高管薪酬安排

根据《董事会薪酬与考核委员会工作细则》有关规定，公司董事会薪酬与考核委员会负责拟定和审查公司董事及经理人员的考核办法和薪酬计划或方案，并根据其履职情况进行绩效考评。公司及公司董事会薪酬与考核委员会未对上市后高管薪酬做出特别安排。

3、员工薪酬水平及变化情况

报告期内，公司各级别员工年度平均薪酬水平及变化情况如下：

单位：万元/年

职级类别	2019 年度		2018 年度		2017 年度
	平均薪酬	变动	平均薪酬	变动	平均薪酬
高层级	59.25	37.06%	43.23	10.95%	38.96
中层级	28.57	30.97%	21.81	14.19%	19.10
基层级	6.80	0.99%	6.74	14.04%	5.91
职级类别	2019 年度		2018 年度		2017 年度
	平均薪酬	变动	平均薪酬	变动	平均薪酬
技术人员	11.09	16.72%	9.50	7.82%	8.81
生产人员	5.92	5.02%	5.63	21.14%	4.65
销售人员	23.25	26.66%	18.35	35.21%	13.57
管理人员	19.67	47.23%	13.36	10.26%	12.12
采购人员	7.81	9.88%	7.11	10.39%	6.44
总人均	**8.48**	**3.18%**	**8.22**	**17.06%**	**7.02**

注：平均薪酬=全年工资及奖金/全年员工加权平均人数；上述统计不含劳务派遣人员和劳务外包。

由上表可知，报告期内，公司员工总收入水平、各岗位和各级别员工的平均薪酬水平整体呈上升趋势。

报告期内，公司员工薪酬水平与同行业上市公司比较情况如下：

单位：万元/年

公司名称	2019 年度	2018 年度	2017 年度	公司所在地
开润股份	3.37	7.15	6.39	安徽滁州市
品胜股份	-	-	4.40	广东深圳市

公司名称	2019 年度	2018 年度	2017 年度	公司所在地
ZAGG	-	-	-	美国
公司平均薪酬	**8.48**	**8.22**	**7.02**	**深圳市、东莞市**

注 1：同行业可比公司员工薪酬=应付职工薪酬中工资、奖金、津贴和补贴的贷方发生额/期末员工人数；

注 2：ZAGG 为美国纳斯达克上市公司，无法从其年报中获取平均薪酬。

注 3：2017 年 10 月，品胜股份已从全国中小企业股份转让系统退市，故该公司 2017 年数据引用其 2017 年半年度报告数据进行年化处理。

由上表可知，报告期内公司员工平均薪酬水平高于同行业可比公司。随着公司生产经营的持续健康发展，公司将更加重视职工薪酬体系建设，进一步提升公司在当地的人才吸引力。

报告期内，公司员工薪酬水平与当地平均工资的比较情况如下：

单位：万元/年

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度	公司所在地
深圳市年平均薪酬	-	6.36	5.93	深圳市
东莞市年平均薪酬	6.37	5.87	5.34	东莞市
公司年平均薪酬	**8.48**	**8.22**	**7.02**	**深圳市、东莞市**

注 1：深圳市年平均薪酬是引用深圳市统计局公布的城镇私营单位从业人员年平均工资，东莞市年平均薪酬是引用是东莞市统计局公布的东莞市职工年平均工资。

注 2：深圳市统计局尚未公布 2019 年度城镇工资水平数据，暂不作对比。

报告期内，公司人均薪酬逐年稳步增长，且高于深圳市、东莞市等当地平均薪酬，主要原因为公司不断加强成本费用报销审批流程，强化内控管理制度，成本费用得到有效控制，同时对全体员工采取有效的激励政策，业绩规模不断增长，人均薪酬亦稳步提升。

4、各年度的人工成本总额、员工总数，列入生产成本、销售费用、管理费用、研发费用的人数、划分标准级别分布、入职时间分布、人工成本费用、人均成本情况

报告期各期末，公司员工人数及变化情况如下：

项目	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
员工人数（人）	1,331	938	1,084
人工成本总额（万元）	13,722.22	9,053.21	8,981.49

注：上述人工成本总额统计金额不含劳务派遣和劳务外包。

报告期内，公司员工按入职时间分布结构如下：

单位：人

入职时间	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
1 年以下	706	364	505
1-2 年	166	150	147
2-3 年	100	87	144
3-4 年	58	105	84
4-5 年	90	62	79
5 年以上	211	170	125
合计	**1,331**	**938**	**1,084**

报告期内，公司员工按划分标准级别人数分布结构如下：

单位：人

职级类别	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
高层级	24	19	14
中层级	52	60	46
其他人员	1,255	859	1,024
合计	**1,331**	**938**	**1,084**

报告期各期末，生产成本、销售费用、管理费用、研发费用的人数结构如下：

单位：人

类别	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
生产成本	1,091	672	835
销售费用	81	93	101
管理费用	71	95	85
研发费用	82	74	59
其他	6	4	4
合计	**1,331**	**938**	**1,084**

报告期内，生产成本、销售费用、管理费用、研发费用的人工成本费用及人均薪酬情况如下：

单位：万元

类别	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	人工成本	人均	人工成本	人均	人工成本	人均
生产成本	8,164.78	7.48	4,865.33	7.24	4,765.18	5.71
销售费用	2,422.58	29.91	1,987.98	21.38	2,097.44	20.77
管理费用	1,913.43	26.95	1,318.23	13.88	1,382.74	16.27
研发费用	1,110.21	13.54	809.47	10.94	705.11	11.95
其他	111.22	18.54	72.20	18.05	31.02	7.76
合计	**13,722.22**	**10.31**	**9,053.21**	**9.65**	**8,981.49**	**8.28**

注：上述人工成本总额为当年度的工资、奖金、社保公积金和福利费用等总薪酬，人均人工成本=人工成本总额/期末人数；人工成本计算口径为不含劳务派遣和劳务外包。

报告期内，随着业绩规模不断扩大，收入不断增长，人工成本总额整体呈上升趋势，人均薪酬整体稳步增长，管理费用和研发费用中人均成本的变动主要受期末人数增减变化影响。

第六节　业务与技术

一、发行人主营业务及主要产品

（一）发行人主营业务情况

公司是一家专业从事移动智能终端配件的研发、设计、生产及销售的高新技术企业，产品类型以智能手机与平板电脑保护类配件为主，涵盖移动电源、数据线等其他配件。公司坚持做大 ODM/OEM 业务、做强自有品牌的思路，为客户提供更优质的产品和服务。

1、ODM/OEM 业务——为全球知名移动智能终端制造商、配件品牌商提供 ODM/OEM 的产品生产服务

作为国内较早从事移动智能终端配件产品 ODM/OEM 业务的企业之一，公司拥有成熟的开发设计团队和专业的制造技术，是业内为数不多的具有“研发设计—模具开发—生产制造—包装入库”全工序以及大规模生产能力的企业之一，能够针对客户需求，提供设计支持、快速样品、规模量产等方面的综合服务。凭借丰富的研发设计、多工艺生产经验，以及稳定、可靠的质量保证，公司与华为等智能终端制造商以及 Targus、Pelican 等国际知名智能终端配件品牌商建立了良好、稳定的合作关系，产品广泛应用于华为、苹果等品牌终端。

2、自有品牌业务——移动智能终端配件自有品牌运营

基于 ODM/OEM 业务所积累的行业经验与市场基础，公司坚持以品质取胜，不断创新产品设计并创立了自有品牌“X-doria”，以该品牌开展定位于中高端的移动智能终端配件产品业务，产品线涵盖保护类配件、移动电源等。“X-doria”品牌产品凭借良好的设计理念和精良的制造工艺迅速构建市场知名度与品牌影响力，在第 46 届国际消费电子展（CES）上荣获“Global iBrands Top 20（全球苹果产业链领先品牌 20 强）”、“产品创新设计奖”等荣誉。目前，公司自有品牌主要客户已涵盖沃尔玛、亚马逊、Target、百思买等全球零售百强客户，产品销售遍及美国、欧洲及日本等多个国家或地区。2020 年 5 月 10 日，第四个中国品牌日当天，《中国日报》和《中国新闻周刊》等三大知名媒体在微博官方账号盘点了那些“出征海外，跻身全球行业巨头却鲜有人知的中国品牌”，Defense

系列手机壳也位列其中，共同并列的品牌有宁德时代、传音科技（手机）、安克创新（充电宝）和海康威视等六个品牌。

自成立以来，公司的主营业务未发生重大变化。

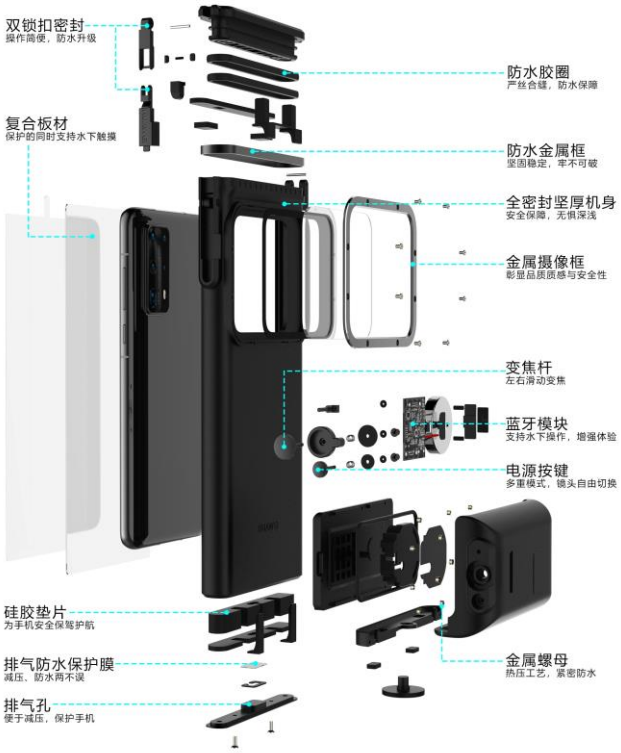
（二）发行人主要产品及收入介绍

公司在智能手机、平板电脑等移动智能终端保护类配件市场上处于重要地位，合作客户遍布美国、欧洲及日本等多个国家和地区，包括华为、vivo、Targus、Pelican 等著名品牌以及沃尔玛、亚马逊、百思买等重要零售商。公司注重技术研发与创新，紧跟下游市场发展趋势，凭借良好的商业口碑不断开拓市场份额，取得客户的信赖，并与其建立了良好的业务合作关系。按业务类型划分，报告期内公司部分产品如下：

1、ODM/OEM 业务

ODM/OEM 业务主要产品为智能手机保护类产品、平板电脑保护类产品以及其他产品。部分产品图示如下：

（1）智能手机保护类产品



（2）平板电脑保护类产品

2、自有品牌业务

自有品牌业务主要产品为智能手机保护类产品、平板电脑保护类产品、智能手表保护类产品以及其他移动智能终端配件产品。

（1）智能手机保护类产品

（2）手表保护类及其他产品

3、主营业务收入的构成

报告期内，公司主营业务收入包括 ODM/OEM 业务收入、自有品牌业务收入以及代理业务收入，具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
ODM/OEM 业务	54,456.52	70.12%	44,174.17	71.20%	34,204.72	66.65%
自有品牌业务	23,083.05	29.72%	17,297.33	27.88%	13,864.15	27.01%
代理业务	118.12	0.15%	570.51	0.92%	3,254.12	6.34%
合计	**77,657.69**	**100.00%**	**62,042.01**	**100.00%**	**51,322.99**	**100.00%**

报告期内，公司主营业务收入按销售区域分类情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
国内销售	39,304.42	50.61%	31,415.01	50.64%	21,488.96	41.87%
出口销售	38,353.27	49.39%	30,627.00	49.36%	29,834.03	58.13%
合计	**77,657.69**	**100.00%**	**62,042.01**	**100.00%**	**51,322.99**	**100.00%**

（三）发行人主营业务模式

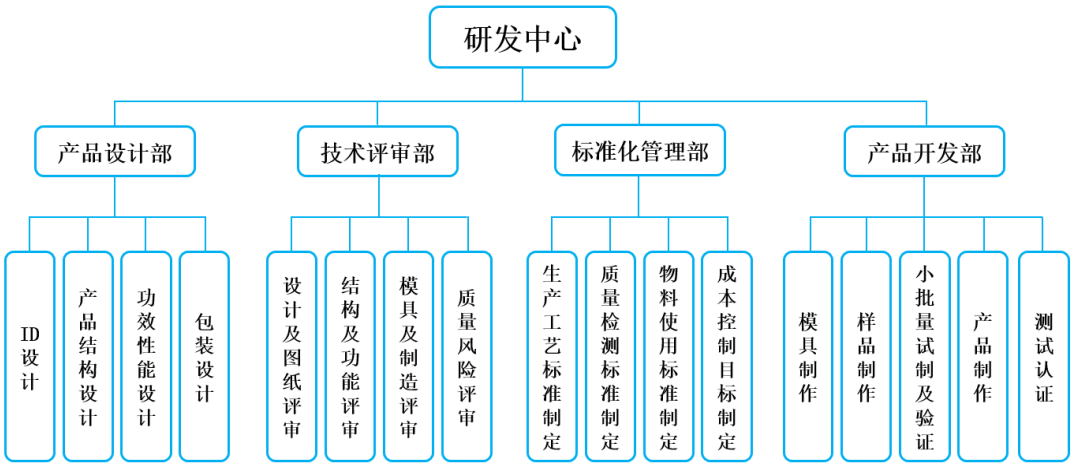
公司作为移动智能终端配件产品制造商，报告期内主要通过 ODM 模式、OEM 模式及自有品牌开展经营。移动智能终端配件产品制造商 ODM 模式与 OEM 模式的差异在于发行人是否进行产品的研发和设计。ODM 模式下，客户向公司提供市场

信息、终端客户需求、细分市场目标以及部分产品的构思，公司负责进行产品研发、设计和制造。自主研发设计能力、先进的制造技术以及优秀的质量控制是移动智能终端配件企业能够进入国内外知名手机配件客户供应链的重要门槛。

1、研发模式

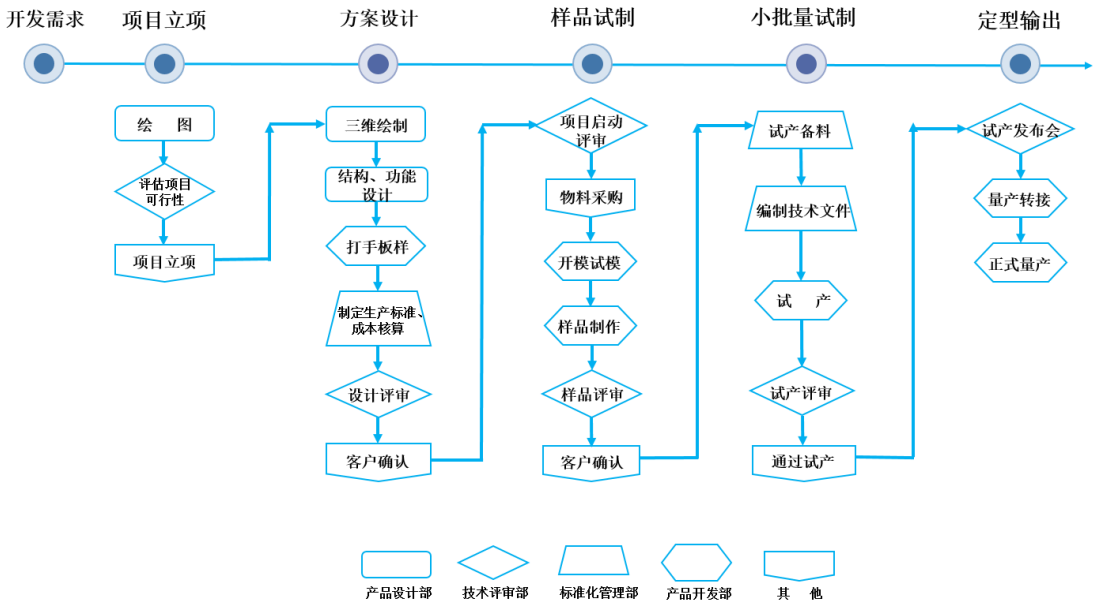
（1）研发机构设置

近年来，移动智能终端配件行业特别是移动智能终端保护类产品领域发展变化的节奏较快，在注塑类产品、皮套类产品、套装类产品等方面新技术层出不穷，为了契合快节奏的行业发展趋势，缩短产品研发周期，公司一直以来注重对研发中心的建设，针对新特材料、新工艺技术、新产品结构进行研发。研发中心架构如下图所示：



（2）研发体系和流程

公司以市场为导向开展研发工作，制定了完善的研发管理体系，有效规范研发工作的开展，确保技术研发的稳定、高效进行。随着研发实力不断提升，公司不仅能够协助客户优化设计方案，而且能够前瞻性地储备多项工艺技术，满足客户的概念性需求。公司产品研发流程如下图所示：



2、采购模式

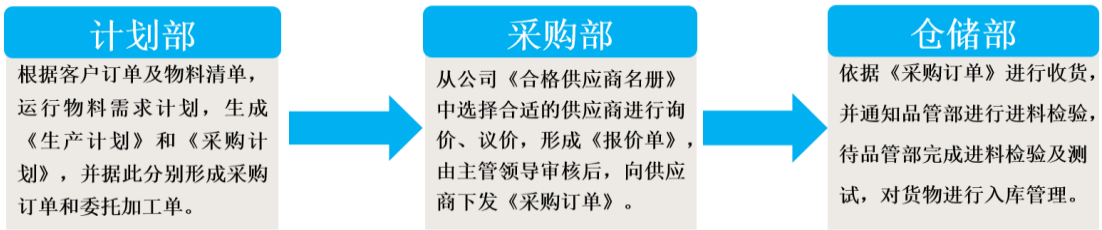
公司采购的物料主要包括主件类、注塑类、喷涂类、包装类材料以及部分成品等，除少部分原材料供应商由客户指定外，均自主采购。报告期内，公司还会利用专业化分工优势，采取直接采购半成品及委托外协厂商加工的方式补充产能。

（1）ODM/OEM 采购模式

公司 ODM/OEM 业务所需物资一般实行“以产定购”的采购模式，即依据订单安排采购，但对于通用型原材料，基于规模采购的原因，往往备有一定的安全库存，但安全库存规模一般较小。

公司 ODM/OEM 业务的采购管理流程涵盖产品交付中心下设的计划部、采购部及仓储部等三个主要业务部门，分别承担统筹公司生产规划、采购管理和仓储管理等工作，即根据实际订单需求组织原材料、委托外协加工、外购半成品等采购活动，有效整合协调公司采购资源，保证向客户按时按量交付产品。

ODM/OEM 业务采购的具体流程如下：



计划部在收到销售订单后，负责对整体采购业务制定采购计划，根据货物交期、产能负荷、采购周期、生产周期等制定交货计划。采购部依据《采购计划》形成采购订单，依据《生产计划》产生委外加工单。

采购部根据采购内容、采购策略、成本控制、新产品开发等情况负责对新供应商的开发与评审，将符合要求的供应商按级别列入《合格供应商名册》，并根据采购内容从中选择合适的供应商进行询价、议价，形成《报价单》，由主管领导审核后，确定最终采购供应商，如是顾客指定的供应商，则在指定供应商处采购。

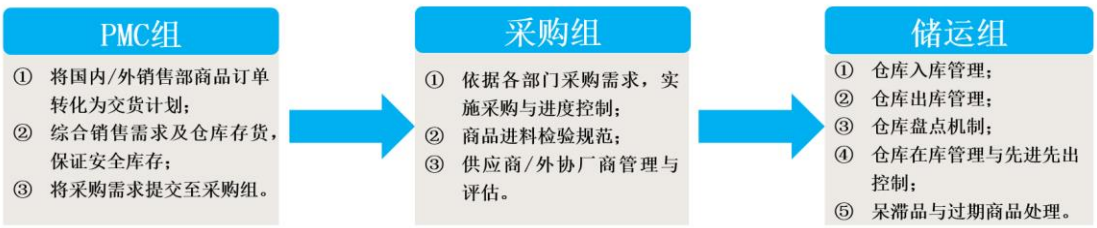
合作确定后，公司与供应商签订相应的交期、品质保障、保密协议等，严格约束产品的品质与交期；仓储部根据《采购订单》进行收货，并通知品管进行进料检验，待品管部完成进料检验及测试后，仓储部开始后续的货物入库管理工作。

（2）自有品牌采购模式

自有品牌采购业务由子公司中创卓越独立负责。为保证一定的市场响应速度，自有品牌采取设置常备库存的经营模式，一般按照客户订单情况及对市场的预期制定采购计划安排。

中创卓越的供应链管理部下辖 PMC（Product Material Control，生产及物料控制管理）、采购、储运三大职能，总体负责自有品牌的销售供应计划、物料控制、采购管理、商品仓储及配送等工作。

自有品牌业务采购的具体流程如下：



PMC 组负责将国内/外销售部商品订单转化为交货计划，跟进采购交付及仓库发货，同时充分考虑销售需求及安全库存的影响，进行严格的需求核算，并发出采购申请；依据 PMC 提交的采购需求及库存管理需求，采购组实施采购，确保各部门采购需求按时按量满足；储运组负责商品入库、出库、退货及仓库现场管理等。

（3）动态化的供应链管理

经过多年的经验积累，公司已建立一套科学、严谨的供应链管理体系。针对供应商开发、年度审核、动态管理等方面建立《采购控制程序》、《供应商管理控制程序》、《采购价格管理制度》等一系列内控制度，从供应商评估和导入，到过程管制及来料监控，再到考核评估，最后到供应商淘汰，均已形成标准化管理，确保了采购活动的高品质、及时性、经济性。

①新供应商的开发与导入。公司根据季度、年度供应链考核结果，以及未来产品开发、生产之需要，制定《供应商开发计划》；采购部根据新供应商开发需求，严格按照 ISO 9000 质量管理体系相关标准，向目标供应商发放《供应商调查表》并收集其经营资质证书，初步审查和判定符合要求的供应商，杜绝劣质供应商的流入，为公司产品质量保证把好第一关。

②合格供应商的评估与筛选。针对不同类别的供应商（A 类、B 类、C 类等）采取不同的考察办法：对于需要现场审查的 A 类（构成产品的主要材质或组成部分的材料）、B 类（包装印刷品等）供应商，由采购部联合研发部、品管部、体系部进行现场评审，重点考察供应商生产经营的合规性、技术水平、质量控制标准、生产能力与交期、价格水平等，并形成《供应商评估报告》。通过上述考核的供应商经总经办核准后正式列入《合格供应商名册》，且双方合作之前须签定《品质保证协议》、《产品交付保证协议》、《廉洁与保密协议》等严格的体系管理文件。

③供应商的日常合作管理。针对已导入的合格供应商，公司制订了从产品开发、样品试制、小批量生产、大货生产、来料检测等严格的品质检验规范用于合作过程的执行依据。供应商来料，需经过公司专业实验人员对来料的外观、结构、功能、使用环境等各项目进行测试，验证合格后方可入仓；针对国际专业的环保

测试方面，公司会根据客户要求委托国际专业机构测试。除实验测试方面，公司会根据供应商或采购品种等级采取不同的抽样方式，对影响产品核心品质的采购品种，采用全面检测方式，并按“零收一退”的原则执行来料验收，确保所有采购物资或产品均符合相关行业或客户要求。

④供应商的监控与维护：公司已制定严谨的供应商考评机制，定期对供应商进行科学、系统的考核，包括品质、交付、成本、服务，以及新产品开发的支持力度等。针对不同级别的供应商采取不同的采购额度限制以及持续考察办法，采购部联合品管部、研发中心等部门对合格供应商实行日常监督、月度考核、半年考核以及全年审核。对于年度考核纳入 A 级的供应商，公司将进行重点扶持并纳入战略性合作；对于 B 级供应商，即进行重点监督和培养，逐步提升其管理水平，以期达到本司相关合作之要求；对 C 级供应商，采取逐步培养加淘汰方式。在此基础之上，所有《合格供应商名册》需至少每三个月更新一次，以实现对供应商的动态化管理。

通过上述动态化管理机制，公司持续优化采购供应链管理体系，与供应商形成了持续、稳定的采购关系，提升了供应链的稳定性，增强了供应链的整体竞争力。

3、生产模式

（1）概况

公司 ODM/OEM 业务实行“以销定产”为主的定制化生产模式；自有品牌业务运营主体中创卓越拥有完整的供应链管理体系，自身不从事具体生产工作，根据实际订单情况及市场预测情况委托杰之洋或第三方生产。

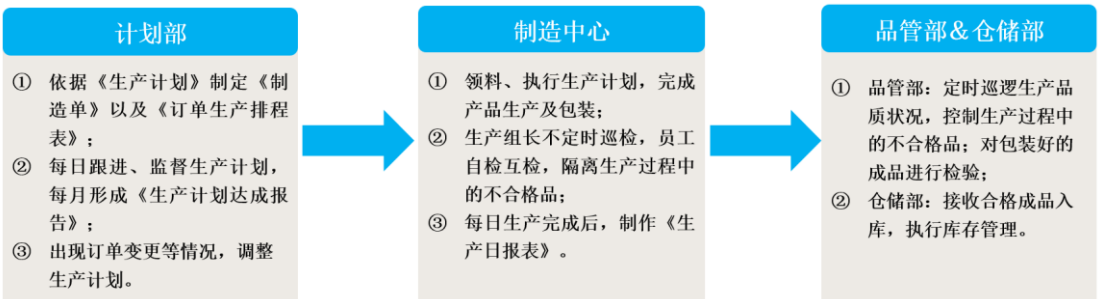
业务类型	生产模式	具体内容
ODM/OEM	以销定产	客户向公司提供外观、工艺等设计及需求，以订单模式向公司采购，公司完成结构设计并根据需要对外观、工艺进行优化，待样品取得客户认可后，开始批量生产并交付
		公司完成产品外观、工艺、结构设计，并制作样品供客户挑选，待客户选择后，其以订单模式向公司采购，公司开始批量生产并交付
自有品牌	订单生产 + 市场预测	自有品牌业务由子公司中创卓越独立负责运营，其不参与具体生产环节，主要根据客户订单及市场预测制定产品需求后，由杰之洋或第三方生产。中创卓越对生产过程及产品质量进行管控，从而将精力更多地集中于产品设计、技术更新及品牌运营

（2）生产安排模式

报告期内，公司灵活选择自主生产与外协生产相结合的方式完成生产计划。

该模式是公司在市场化背景下的合理选择：①移动智能终端配件市场需求庞大，且具有一定周期性，公司在生产旺季仍需采用外协方式适度扩充产能；②公司所在的莞深地区拥有成熟的加工业务产业链，公司出于专业化分工及降低成本考虑，将部分技术门槛较低、具有人工密集型特点的简易工序或产品外发生产。

自主生产模式下，公司自身的生产制造职能主要由子公司杰之洋承担，具体由制造中心负责。制造中心下设模具部、注塑部、喷涂部、皮具部以及包装部等生产职能部门，通过开展生产规划与组织，按时、保质、保量提供产品以满足客户需求。品管部定时巡查生产品质状况，控制生产过程中的不合格品、并负责成品检验，仓储部待产品检验合格后接收入库，并执行库存管理。具体流程如下：



除自主生产模式外，公司还会通过委托加工和外购半成品、成品的方式扩充产能，外购半成品、成品主要是注塑件、皮套半成品以及保护类成品等，采用的方式为公司向合格供应商直接采购符合规格、质量标准的半成品部件、成品；委托加工工序主要是采用去料加工模式将包装、皮套加工、表面处理等简易工序进行外协加工。

公司主营的保护类产品品种繁多，不同产品生产所需的工艺环节较多且差异较大。通过采取上述灵活机动的生产模式，根据不同厂家的生产能力和工艺特点进行外协生产，并实施严格的质量管控体制，公司可在最大程度上建立并发挥供应链管理优势。

（3）质量控制

公司推行全面质量管理，实施全过程质量控制。公司对产品质量控制措施贯穿产品从加工到入库的整个过程，在每一阶段均设有严格的质量控制措施，公司对产品品质控制的一般流程如下：

环节	自主生产质量控制	外协生产质量控制

环节	自主生产质量控制	外协生产质量控制
供应商甄选阶段	对原材料供应商进行资质审核，建立供应商评估机制，考虑原材料质量、交货期等因素，经研发中心、品管部、采购部等综合评估考核后选择	对外协厂商进行资质审核，制定外发加工管理办法并建立供应商评估表，综合评估外协厂商生产能力、交期、质量及成本等管控措施
加工生产阶段	公司制造中心严格按公司制定的质量控制标准开展生产；对于新产品的生产，由公司制造中心、研发中心项目管理人员、品质中心测试工程师组织小批量试产和验证，直至生产能力、产品品质可达到量产水平后，再依据订单安排批量性生产；品管部对自主生产进行全程质量管控	与外协厂商在采购合同中明确约定生产所执行的检测标准、工艺技术要求等规范性条款；外协厂商在批量生产前先进行小量生产试做，送交公司品管部等检测合格，方可投入批量生产；外协厂商由公司派驻品质控制人员进行质量管控
交货验收阶段	产品订单完成批量生产后，公司品管部对送货前的产品，按照一定比例进行检验，检验合格后由品质部开具合格的验货报告，方可送货	产品订单完成批量生产后，公司派驻外协厂商的品质控制人员对送货前的产品，按照一定比例进行现场检验，检验合格后由驻厂品管控制人员开具合格的验货报告，方可送货
成品入库阶段	产品入库需携带装箱清单、验货报告等必备资料，品管部的人员按一定比例进行最终入库检验；检验判定合格时，仓储部办理成品入库手续，未经检验的产品不予接收入库	产品入库需携带装箱清单、验货报告等必备资料，品管部的质检人员按一定比例进行最终入库检验；检验判定合格时，仓储部办理成品入库手续，对确定为不符合质量标准或公司生产要求的产品，公司不予接收入库并要求其返工或退货

4、销售模式

根据业务类型不同，公司销售模式如下：

销售模式	具体内容	主要客户类型
ODM/OEM	直接向特定的品牌商/终端制造商销售配件类产品： 1）在 ODM 模式下，公司根据市场需求或客户委托进行产品的设计研发，并根据客户订单批量生产 2）在 OEM 模式下，公司直接按根据客户给定的设计与需求试制样品并批量生产	1）知名品牌商：Targus、Pelican 等； 2）大型智能终端厂商：华为、vivo
自有品牌	自有品牌主要采用经销模式，从营销能力、销售渠道、信用等多方面遴选优质经销商，与其建立长期稳定的合作关系；通过经销商的营销资源以及网络渠道，能够迅速打开公司产品销售市场，以实现公司品牌的提升	1）大型家电连锁卖场（百思买等）； 2）大型商场超市（沃尔玛、Target 等）； 3）大型电商（亚马逊等）； 4）电信运营商渠道； 5）国内外中小批发/经销商

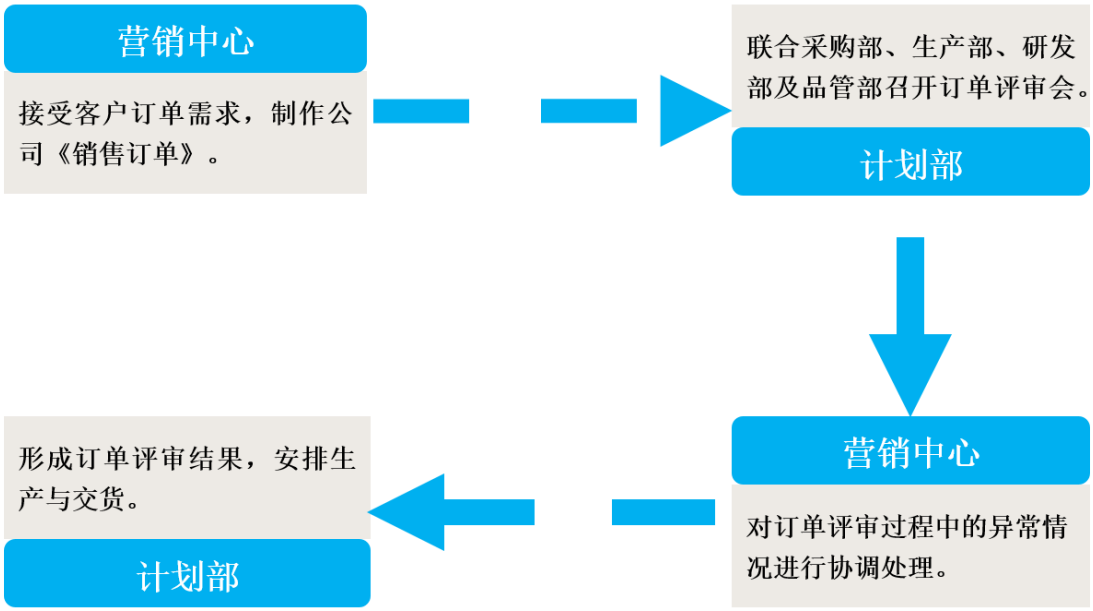
（1）ODM/OEM 直销模式

ODM/OEM 直销模式下，公司根据客户委托需求，进行产品的研究开发，并根据客户订单情况组织生产，然后直接销售给 ODM/OEM 客户。该模式下，存货周转速度快、资金占用少，公司能够专注于产品质量提升和生产工艺改进，未来 ODM/OEM 销售仍将是公司重要的收入来源。

ODM/OEM 直销模式一般业务流程为：公司在与采购额较大的客户洽谈合作意向后，该类客户将对公司进行考察，具体包括：①审核公司经营资质；②现场检验公司生产能力、研发技术水平、管理水平、品质控制、环保状况等。客户对公司考察并综合评估合格后，将公司列入其《合格供应商名录》，向公司发放供应

商代码，并签署框架协议，就货物品质、包装、交期、定价原则、付款周期等进行约定，具体交易价格依照后续订单执行。

公司 ODM/OEM 销售业务从下单到交货的具体流程如下图所示：



ODM/OEM 业务销售渠道的拓展方式主要包括：参加国际电子产品展会、通过环球资源及阿里巴巴等平台网站推广以及客户推荐等。公司积极参加国际市场顶级的全球性展会，如美国国际消费电子展（International Consumer Electronics Show，CES）、迪拜海湾信息技术展（Gulf Information Technology Exhibition，GITEX）、香港电子产品展（HK Electronics Fair）、德国柏林国际消费类电子展览会（Internationale Funkausstellung Berlin，IFA）、计算机世界（北京）（Macworld）等。此类展会规模庞大，参展、观展方众多，一方面为公司新产品、新创意提供了重要的展示平台，形成公司重要的业务拓展渠道，在展示公司产品多样化的同时，广泛而有效地与潜在客户进行交流；另一方面为公司了解行业新技术、新趋势提供了重要的信息渠道，是公司持续与时俱进，保持创新力的关键。

经过多年的市场积累，公司 ODM/OEM 业务已经形成了较为成熟的多维市场，包括：①为移动智能终端厂商提供配套产品或服务，如华为等；②与国际知名品牌商合作，如 Targus、Pelican 等。

（2）自有品牌销售模式

公司自有品牌主要采用经销模式，通过集中优势资源和精力做好销售管理和

销售支持，借助经销商深度的网络优势迅速建立起覆盖广泛、体系健全的营销服务网络，时刻关注产品销售流量、用户等数据，实施精细化运营，实现快速响应市场变化，迅速占领和扩大市场份额。

①购销与代销模式

公司自有品牌经销模式分为购销和代销两类。

购销模式，即买断式销售。公司与客户签署框架协议，就货物品质、包装、交期、定价原则、付款周期等进行约定，具体交易价格依照后续订单执行。公司在将产品交付给客户时，相应的风险和报酬已转移给对方。购销模式下，主要客户为百思买、沃尔玛、Target 等。

代销模式，即寄售模式。公司与客户签署框架协议，就货物品质、包装、交期、定价原则、付款周期等进行约定。公司在将产品交付给客户时，相应的风险和报酬未转移给对方。公司定期与客户进行对账确认收入，代销模式下，主要客户为亚马逊等。

②销售管理及主要客户结构

自有品牌销售模式下，公司制定了严格的经销商选择与审核规程。区域销售经理根据当地市场环境确定客户类型，如优质授权店、商超店、零售店等，并针对潜在客户的情况进行整理分析，制作《客户情况统计表》，通过考察经营资质、经营能力，比较信誉、资金实力、市场影响力、客户服务水平等因素，择优选择优质客户。在日常管理中，公司定期针对经销商的经营效率，付款及时性、配合度、成长能力进行考核评价，加大对优质经销商的支持力度，淘汰不合格经销商，持续优化客户结构。

经过多年的拓展与维护，公司产品已进入百思买等大型家电连锁卖场，沃尔玛、Target 等大型商场超市，亚马逊等线上零售商，以及 Verizon 等电信运营商渠道，以及诸多国内外中小批发/经销商等建立了长期、稳定的合作关系。此外，公司与亚马逊等主流电商平台签署合作协议，充分利用亚马逊平台在用户资源、营销渠道等方面的优势，助力公司提升线上销售规模和品牌影响力。

③线上销售与线下销售模式

公司自有品牌的销售模式除购销与代销模式分类外，从另一维度来讲分为线上销售模式和线下经销商模式。报告期内，发行人线上销售模式包括线上 B2C 模式和电商入仓模式，线下销售模式主要采取与区域性渠道经销商合作的方式。

A、线上销售

公司线上 B2C 模式主要是直销模式，销售平台为子公司美国道瑞独立运营的官网以及合作的第三方平台，第三方平台主要包括天猫、京东、淘宝、E-Bay 等。公司通过线上 B2C 模式直接向个人顾客等终端消费者进行销售业务，具体流程为当消费者在第三方平台下单后，由业务员根据电商平台订单管理系统确认销售业务，并将订单信息发送物流部门安排对应发货，通过第三方支付平台向消费者进行货款收付，消费者收到商品后在平台确认收货，公司根据系统显示客户签收货物后确认，同时公司也将对应结转库存。当消费者进行付款确认或默认确认收货期满后系统自动转款，订单销售完成。

公司电商入仓模式下，主要业务流程为：公司按照第三方平台要求，自行委托或者由第三方平台指定物流公司将商品发往电商平台指定仓库存放，由电商平台负责订单管理及后续的物流配送。消费者直接在电商平台下单并付款，电商平台在提前收取消费者货款或在货到付款等两种形式下通过指定物流单位向消费者直接发货。一般产品的售后退货、换货等服务由电商平台负责，公司根据约定配合电商平台完成一系列售后服务工作。合作的客户主要包括国美在线、苏宁易购、Amazon.com 等。

线上销售模式	合作方式	主要平台
线上 B2C 模式	直销模式	天猫、京东、X-Doria.com（Shopify）
电商入仓模式	代销模式	Amazon.com、国美在线、苏宁易购

（a）发行人线上 B2C 模式主要有以京东、天猫为代表的国内线上销售模式，和以 X-doria.com 网站、e-Bay 网站为代表的国外线上销售模式。

项目	线上 B2C 模式	
	国内线上销售模式	国外线上销售模式
操作流程	中创在京东、天猫平台自营旗舰店，由公司人员直接对接终端客户，提供销售、客服及售后服务。客户下单后中创仓库根据订单详情发货，公司自选物流方承接物流服务。消费者付款时，京东等平台将作为收款方显示在终端客户的账单上。	美国道瑞自行运营网站 X-Doria.com 或在 e-Bay 网站上运营，销售 X-Doria.com 相关产品，由道瑞员工对接终端客户，提供相关客服和销售服务。客户购买产品，支付方式主要为信用卡，美国道瑞作为直接收款方。
定价方式	根据产品部的零售价格确定京东、天猫上的	道瑞在基于对 shopify 收取的银行走账

项目	线上 B2C 模式	
	国内线上销售模式	国外线上销售模式
	最终售价。	手续费，运费以及预测的广告预算金额中制定在其平台上的售价；此行为有助于道瑞完成其销售总量及利润率的要求。
结算方式	出货后30天或者客户确认收货后15天收到京东、天猫平台付款。	交易完成后，支付平台将在第二个工作日将上一个工作日的支付收据发送至道瑞；每日进行结算。
收入确认时点	系统显示买家确认收货	道瑞向终端客户发货后确认收入
收入确认依据	系统显示买家确认收货截图	系统显示交易完成

（b）发行人电商入仓模式主要有以国美、苏宁易购为代表的国内线上销售模式，和以亚马逊为代表的国外线上销售模式。

项目	电商入仓模式	
	国内电商入仓模式	国外电商入仓模式
操作流程	中创将货物发到国美、苏宁仓库，由国美、苏宁直接对接终端客户，提供销售、客服及售后服务，国美、苏宁在线将作为收款方显示在终端客户的账单上。	道瑞将货物发到亚马逊物流中心（FBA），由亚马逊直接对接终端客户，进行销售和相关客服，亚马逊将作为收款方显示在终端客户的账单上。
定价方式	以中创的建议零售价格为基准，参考国美、苏宁按对应产品类别要求的毛利率，最终决定国美、苏宁的最终售价。	道瑞在基于对亚马逊收取的佣金，存储运费以及预测的广告预算金额中制定在其平台上的售价；此行为有助于道瑞完成其销售总量及利润率的要求。
结算方式	月结 45 天付款（国美）或月结 90 天付款（苏宁）	每季度末结算上一期售出的货物
收入确认时点	中创收到国美、苏宁的代销清单后，开票完成后并确认收入。	收到亚马逊的代销清单后确认收入
收入确认依据	代销清单	代销清单

报告期内，公司合作的主要平台各期销售收入及占自有品牌业务收入比例的情况如下：

单位：万元

平台	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	销售收入	占自有品牌业务收入比	销售收入	占自有品牌业务收入比	销售收入	占自有品牌业务收入比
天猫平台	65.75	0.28%	64.79	0.37%	58.97	0.43%
京东平台	2.39	0.01%	8.12	0.05%	49.26	0.36%
苏宁平台	-	0.00%	36.42	0.21%	0.00	0.00%
国美平台	-	0.00%	1.97	0.01%	87.38	0.63%
Amazon	5,113.58	22.15%	2,013.45	11.64%	2,206.63	15.92%
Shopify	116.01	0.50%	71.18	0.41%	102.63	0.74%
eBay	4.43	0.02%	-	-	-	-
合计	**5,302.15**	**22.97%**	**2,195.93**	**12.69%**	**2,504.87**	**18.08%**

报告期内，公司与电商平台的合作模式包括线上 B2C 销售和电商入仓，各期销售额分别为 2,504.87 万元、2,195.93 万元和 5,302.15 万元，其中主要以在

Amazon.com 平台上的销售为主。公司线上销售收入占营业收入比例整体较小，报告期各期，占营业收入的比例分别为 4.63%、3.39%和 6.39%。

经核查，保荐机构认为：发行人线上销售自营店的整体收入规模较小，对经营业绩影响较小；亚马逊的电商入仓的销售均是真实发生，发行人安排销售人员监督和评价亚马逊的销售物流情况，以此确认最终实现销售，并根据代销清单确认销售收入。

B、线下销售模式

公司线下销售模式主要采取买断式销售和代理式经销方式，与区域性经销商或大型商超进行合作。公司与经销商定期签订合同，双方约定交货方式、结算方式、付款方式、信用期限及违约责任等。公司与经销商结算方式一般分为三种情况：第一种是先款后货方式提前支付货款，这种方式主要是针对首次或者早期合作，对经销商的信用状况、品牌信誉度、竞争力等判断不足情形下采取的方式；第二种为分期付款，这种方式针对双方合作程度进一步加深阶段；最后一种为到期全额付款，经销商按合同约定时间支付货款,这类客户主要针对信用状况非常好且长期合作的客户，比如：沃尔玛、百思买等大型经销商或商超。公司在采用预收款模式下，需在确认对方订单后发出付款通知，对方在收到付款通知后一定期限内完成全额付款；公司在收到线下经销商的全额款项后向线下经销商进行发货。不同结算方式下，公司与经销商签订框架合同，公司按经销商邮件订单进行发货，以对方签收并提交签收凭据时或将其运达指定地点签收后确认商品销售收入。与线下代销模式下的经销商合作时，双方收到经核对的代销清单后确认收款，采取全款结算的方式。

关于线下买断式销售的收入确认原则，公司主要与线下经销商在销售合同中明确约定产品所有权自线下经销商验收或签收入库后发生转移。线下经销商确认收货时点，商品所有权上的主要风险和报酬转移给线下经销商，公司于是在线下经销商确认收货后确认销售收入。线下代销模式下，公司与经销商以商品所有权转移至终端消费者并实现收款为时点，根据双方经确认的代销清单时确认销售收入。根据公司与经销商签订的合同，除合同中另有特殊约定外，公司只接受经销商因产品质量问题产生的退货。

（a）经销商的变化情况

报告期内，公司自有品牌的经销商数量、经销收入及占比情况如下：

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
经销商数量（家）	172	194	218
经销收入（万元）	22,906.37	17,155.08	13,562.09
经销收入占主营收入比	29.50%	27.65%	26.42%

报告期各期，公司自有品牌经销商数量分别为218家、194家和172家，经销收入分别为13,562.09万元、17,155.08万元和22,906.37万元，经销收入占主营收入比分别为26.42%、27.65%和29.50%。报告期内，公司经销商数量逐年减少，且经销收入的客户集中度较高，经销收入主要来自于沃尔玛、亚马逊、Target和Best Buy等少数几个知名客户。公司自有品牌业务为了提升市场品牌影响力，改变市场战略布局的思路，减少和众多中小型且业绩不佳经销商的合作，采取与优质经销商深度稳定合作的战略，从而使得报告期内经销商总体家数降低。报告期内，公司积极与沃尔玛、亚马逊等知名客户加强深度合作，逐渐形成新的业绩增长点，销售收入持续提升。随着公司在美国市场的推广渗透效应和新产品的投放，以及与沃尔玛、亚马逊的合作继续加强，在美国地区的产品销售量价齐升，使得2019年度的销售规模和占比明显增长。

（b）主要经销商客户的情况

Ⅰ、沃尔玛

沃尔玛百货有限公司，即公司（WalMart Inc.简称“沃尔玛”）（NYSE:WMT），是一家美国的世界性连锁企业，以营业额计算为全球最大的公司，其控股人为沃尔顿家族。总部位于美国阿肯色州的本顿维尔。沃尔玛主要涉足零售业，是世界上雇员最多的企业，连续 5 年在美国《财富》杂志世界 500 强企业中居首位。沃尔玛主要有沃尔玛购物广场、山姆会员店、沃尔玛商店、沃尔玛社区店等四种营业方式。在 27 个国家拥有的 58 个品牌下 11,300 多家分店以及电子商务网站。沃尔玛全球 2019 财年营收达到 5,144 亿美元，全球员工总数超 220 万名。

Ⅱ、亚马逊

亚马逊公司（Amazon，简称“亚马逊”），是美国最大的网络电子商务公司，位于华盛顿州的西雅图。亚马逊成立于 1994 年，是网络上最早开始经营电子商

务的公司之一，开始只经营网络的书籍销售业务，现已成为全球商品品种最多的网上零售商和全球第二大互联网企业。 亚马逊及其它销售商为客户提供数百万种独特的全新、翻新及二手商品，如图书、影视、音乐和游戏、数码下载、电子和电脑、家居园艺用品、玩具、婴幼儿用品、食品、服饰、鞋类和珠宝、健康和个人护理用品、体育及户外用品、玩具、汽车及工业产品等。

Ⅲ、塔吉特

塔吉特百货公司（Target Corporation）是美国一家高级折扣零售公司，创始人为乔治顿，该公司成立于 1902 年，总部位于明尼苏达州明尼阿波利斯。它是美国第二大折扣零售商，仅次于沃尔玛，在美国 47 个州设有 1330 家商店，提供时尚前沿的零售服务。2013 年，该公司在世界 500 强名单中排名第 36 位，它是标准普尔 500 指数成分股。

Ⅳ、百思买

百思买集团(Best Buy),是全球最大的家用电器和电子产品的零售和分销及服务集团。BEST BUY 企业集团包括 BEST BUY 零售、音乐之苑集团、未来商场公司、Magnolia Hi-Fi、以及热线娱乐公司、Future Shop、五星电器。BEST BUY 在北美同行业中处于领先地位，着眼于企业展望、使命和价值观。BEST BUY 名列全美《财富》200 强第 66 位，全球 500 强企业第 142 位。

报告期内，公司主要经销商客户为沃尔玛、Target、百思买和亚马逊这四家知名线上/线下零售商。由于上述经销商客户的各期退换货金额较为稳定，公司依据一定的退货概率估算退货金额冲减当期收入符合公司经济业务实质，具有合理性；根据销售收入预估退货金额冲减收入符合收入确认的谨慎性原则和要求。报告期内，上述预估政策得到一贯执行，公司已经在财务制度中明确规定并严格执行。

公司根据最后四个月的销售收入预估退货金额的原则如下：基于历史经验，公司对上述四家客户销售退货一般发生在销售后的三个月内；由于各期退货金额较为稳定，各期期末公司对上述几家零售商在各期末前四个月内销售的货物依据平均退货率预估退货金额，并将预估退货金额与最后三个月实际退货金额进行对比，如果预估金额大于实际退货金额则差额为期末预估退货金额，反之则无需预

估退货金额；由于沃尔玛、Target、百思买和亚马逊这四家客户各期退换货金额较为稳定且占比较小，对中期或定期报告的财务信息披露的真实性和准确性不构成重大影响。

（c）自有品牌经销模式实现的销售毛利率和 ODM/OEM 销售模式实现的毛利率的比较情况

模式类型	2019 年度	2018 年度	2017 年度
经销模式	55.83%	45.26%	53.61%
ODM/OEM 模式	32.08%	25.92%	26.47%
差异额	23.76%	19.34%	27.14%

公司经销模式主要对应的是公司自有品牌业务，ODM/OEM 模式对应的是 ODM/OEM 业务，自有品牌业务毛利率高于 ODM/OEM 业务。报告期内自有品牌模式下经销产品销售毛利率高于 ODM/OEM 模式下直销产品毛利率，主要有如下因素：首先，自有品牌模式下，公司产品具有品牌溢价，相对给客户代工生产增加了附加值；第二，自有品牌模式下，公司自有品牌产品贯穿设计、生产和终端销售各环节，需承担前后期更多的费用和滞销风险，产品定价时需考虑更高的毛利加成；最后，自有品牌模式下，公司自建销售渠道，更能够清晰的把控市场信息，通过产品设计、定价策略等将公司的制造优势和品牌优势转化为更高的毛利率。

报告期内，2018 年度经销的毛利受产品清货和处置呆滞产品影响较低外，其他年度差异相对稳定，符合行业的合理情况和商业合作惯例，不存在通过经销商模式实现的销售毛利率和其他销售模式实现的毛利率差异较大的情况。2019 年度由于自有品牌的产品结构调整等因素，经销模式下销售单价提升较多，从而使得经销毛利率的变动幅度大于 ODM/OEM 模式下的变动幅度。

（d）自有品牌海外经销与国内经销的毛利率比较情况

项目类型	2019 年度	2018 年度	2017 年度
境内经销	48.00%	17.43%	40.25%
境外经销	57.11%	53.71%	59.14%
差异额	9.11%	36.28%	18.89%

报告期内，公司自有品牌境外经销的毛利率高于国内经销模式下的毛利率，主要系境内外产品结构和产品材质不同所致：公司向海外经销商的销售收入中，产品工艺程序较多、材料投入大，使得产品定价相对更高；同时，境外经销的产

品结构以中高端 Defense 系列产品为主，对毛利贡献较大，从而毛利率更高。报告期内境外经销的毛利率相对稳定，境内经销 2018 年的毛利异常变动，主要境内清货和产品结构权重变化影响，2019 年经销商结构继续调整，客户的销售集中度得到提升，使得毛利水平稳中有升。2019 年境外经销毛利率较 2018 年小幅增加，主要系增值税征收率由 16%下降到 13%，使得以征退税率差额计算的不得免征和抵扣税额减少，对外销产品成本有所降低；同时，公司提高海运物流的比重，使得对美国道瑞入库产品承担的运费物流费有所降低，进一步使得产品采购成本得到优化；此外，境外毛利率还受到汇率变动的影响。

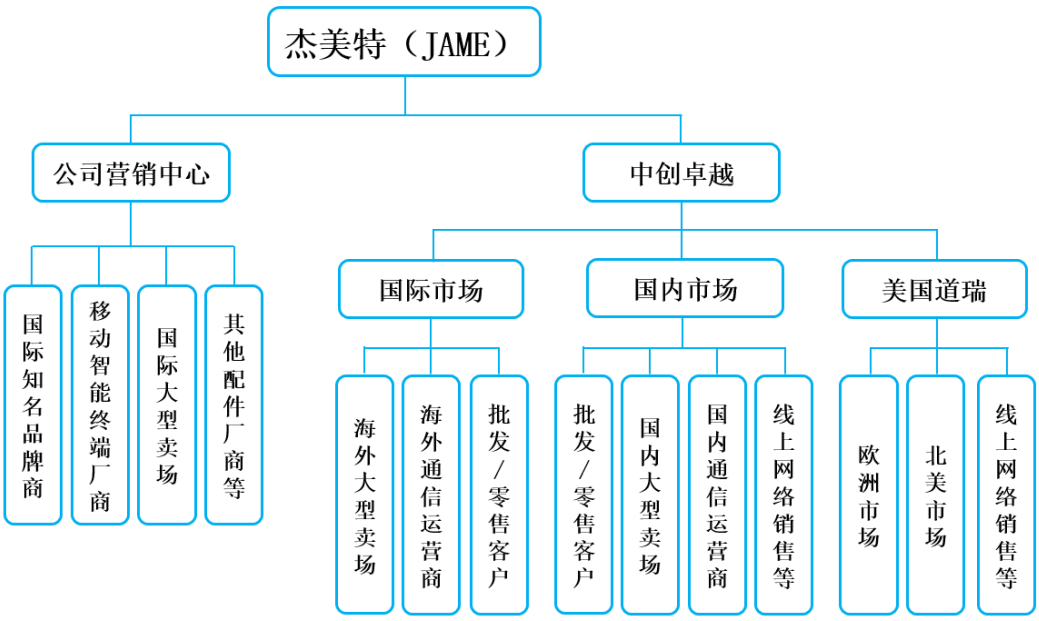
（3）销售机构设置

公司销售体系由三部分构成，杰美特销售团队（ODM/OEM 业务）、中创卓越销售团队（自有品牌/代理品牌）和美国道瑞销售团队（自有品牌）。

杰美特营销中心承担 ODM/OEM 业务营销及项目管理责任，通过开展营销规划、市场管理、销售与客户管理等工作，实现公司的业务目标，并为公司未来业绩持续发展培育营销力量与积累客户资源。营销中心下设市场拓展部和客服部，其中：客服部分为销售管理团队和项目管理团队，市场拓展部负责开展销售、客户开发与管理、订单与交货管理等工作；项目管理团队负责开展项目人员组织、项目进度管理、产品质量、成本及报价管理、包装及打样管理；销售管理团队负责客户关系开拓与维护，项目开发与管理、订单与交货管理、报关船务等工作。

中创卓越销售团队负责自有品牌、其他代理品牌产品的销售与推广，同时其境外子公司美国道瑞的销售团队，协助自有品牌产品进行北美、欧洲市场销售渠道的开拓与维护。

杰美特销售机构设置如下图所示：



5、公司采取目前经营模式的原因、关键因素、变化情况及未来变化趋势

（1）公司采用目前经营模式的主要原因

公司经营模式根据多年的经营管理经验累积形成，与行业市场特点、行业发展趋势、公司实际经营需要、行业上下游的发展状况相适应，能够有效保障公司各职能部门的稳定运营，并优化成本费用控制。

公司采购模式的关键是对合格供应商的开发与筛选。移动智能终端配件产品市场需求变化较快，新材料应用成为产品发展的重要动力，要求公司不断更新合格供应商，以满足原材料的及时、充足供应。

公司生产模式的关键是品质控制。公司定位于中高端市场，品质控制是公司持续保持领先的重要因素，从模具制作到产品成型，再到喷涂装饰，以及包装环节，公司执行全过程的品质管控。

公司销售模式的关键是快速的市场反应能力和多渠道的市场拓展能力，通过准确把握市场偏好变化，与下游终端厂商及品牌商密切合作，同时加强公司多元化销售渠道的铺设，来保证公司产品持续获得市场青睐。

（2）影响公司经营模式的关键因素以及经营模式和影响因素在报告期内的变化情况及未来变化趋势

报告期内，公司采购、生产、销售模式没有发生变化，并随着消费者偏好和

行业竞争格局的变化而不断完善。在采购模式方面，随着公司产品的多元化，公司供应商数量和规模逐步增长，有效为公司提供了采购保障；在生产模式方面，公司自产能力不断提升，品质控制进一步加强；在销售模式方面，公司一方面加强与知名终端厂商、配件厂商的合作，提高优质客户稳定性的同时能够较好捕捉最终消费者的偏好变化，另一方面充分利用大型连锁商场、互联网平台的市场优势，有效扩大公司产品的营销范围。

报告期内，影响公司经营模式的关键因素没有发生变化。预计未来，公司的经营模式及影响经营模式的关键因素不会发生重大变化。

（四）发行人主要产品演变和技术发展情况

1、移动智能终端配件行业发展历程

公司成立以来始终致力于移动智能终端配件行业的深耕与发展，伴随着国内外移动智能终端配件行业的变革与发展，公司从单一从事 ODM/OEM 业务、为国外配件品牌商提供移动智能终端配件的生产制造服务，逐步转型升级为面向全球移动智能终端制造商、知名配件品牌商提供专业的研发、生产一体化服务，同时以自有品牌 X-doria 为消费者提供兼具高品质和时尚性的移动智能终端配件，业务范围覆盖国际和国内移动智能终端配件市场。

伴随着移动智能终端配件行业的兴起、发展与成熟，公司各阶段的发展历程如下：

（1）2006 年-2011 年：行业快速兴起，消费者使用习惯逐步养成

20 世纪 90 年代中后期以来，随着手机等移动通讯终端的普及，手机保护类配件逐步进入消费市场，2007 年苹果第一代手机上市引领 3G 智能手机进入市场爆发期，由于智能手机具有易碎屏、不耐摔等特征，因此随着以智能手机为代表的移动智能终端的全面普及，保护类配件的使用习惯也开始养成。依靠包括智能手机、平板电脑在内的国际移动智能终端市场的迅猛增长，移动智能终端配件行业在该期间内快速兴起，市场呈现产品供不应求、行业利润水平丰厚、从业企业数量迅猛增长的特征。

公司成立于 2006 年，设立以来即从事保护类配件的生产业务，由于成立较早，公司得以抓住移动智能终端市场发展的红利快速成长。该阶段公司主要服务

于国外知名移动智能终端配件品牌商，与该类客户的合作提升了公司的品质管控能力和生产技术能力，为公司的长远发展奠定了坚实的技术、人才基础。

（2）2012 年-2015 年：市场增长趋势减缓，行业竞争加剧，利润水平下滑

经历了发展初期的快速爆发式增长，随着渗透率的提升，2012 年开始全球智能手机、平板电脑的发展进入到了新阶段，其出货量呈现稳步增长而增速下降的特征，与之配套的配件行业增长趋势趋缓，与此同时，移动智能终端配件行业因前期发展速度较快，行业进入从业企业数量过多、竞争加剧趋于无序、利润水平下滑的新阶段。

公司经过前期的发展与积累，2012 年净利润水平已达到七千多万元，但在行业竞争加剧的背景下，公司也主动进行调整转型：一方面加强自有品牌的设计和推广，实现从自主生产到自有品牌的业务链延伸；另一方面，公司将发展重心及技术、人才资源向华为等移动智能终端制造商客户倾斜，进入未来有高速发展的头部客户市场，抢占行业制高点。由于剧烈的竞争和公司业务结构的调整转型，公司在该阶段经历了毛利率下降、利润水平下滑等短期阵痛，但公司坚守创新和严格的品质管控，在该期间完成了业务结构的调整转型，为后续的恢复与全面发展积蓄势能。

（3）2016 年至今：市场出清，头部聚集效应显现，行业进入成熟发展期

2016 年以来，包括智能手机、平板电脑在内的移动智能终端市场出货量增长停滞，市场正式进入存量博弈阶段，品牌的头部聚集效应愈发明显，且呈现出国产手机市场份额快速提升的特征。同时，移动智能终端配件行业也进入市场出清阶段，该阶段一部分新进入者和产品开发与品质管控能力不足的竞争者不断被淘汰，行业进入了全面能力竞争阶段，强者恒强，呈现出头部厂商占有率与市场地位不断提高的特征，行业开始进入成熟发展周期。

在新的发展阶段，头部移动智能终端制造商如华为、苹果、三星、vivo 等对供应商的产品质量、交付期限等的要求进一步提升，其下游供应商也更加集中，通过狠抓产品质量，并逐步提升产能，公司对华为等移动智能终端制造商的出货量持续大幅提升，抢占了移动智能终端制造商的头部客户，对国际知名移动智能终端配件品牌商的销售额也逐步恢复；同时，个人消费者对保护类配件产品的功

能性与时尚性的需求亦更趋多样化，而公司自有品牌及设计经过多年的持续投入与沉淀，在国际主流市场已获得高度认可，陆续进入以百思买为代表的大型家电连锁卖场，以沃尔玛、Target 为代表的大型商场超市等，以亚马逊为代表的线上零售商，以及以 Verizon 为代表的电信运营商，多维度的销售渠道已基本建立，销售收入快速增长。

目前，公司国际、国内市场业务比例均衡，市场地位稳步提升，进入了 ODM/OEM 业务与自有品牌业务共同发展的新阶段。

2、2012-2015 年，公司利润下滑的具体影响因素

（1）前期行业新进入企业众多，在行业增长趋势放缓的背景下无序竞争

2006 年-2011 年，由于移动智能终端行业发展迅猛，配件企业产品也供不应求，利润水平丰厚，吸引了大量企业逐渐新进入到本行业中。2012-2015 年，随着智能手机、平板电脑的出货量呈现虽仍有增长但增速下降放缓的特点，行业内前期新进入的众多企业为求生存，竞争加剧趋于无序。在上述背景下，公司在 2012 年-2015 年盈利下滑，至 2015 年达到近年来最低点。

（2）客户结构相对不够丰富，多层次的客户结构尚未建立

2012-2015 年，公司正逐渐建立多层次的客户结构，自有品牌业务也正处于逐渐开拓之中。2015 年，公司自有品牌业务收入为 12,996.50 万元，美国道瑞虽已打入 Amazon 和 Target 渠道，但对 Amazon 和 Target 的销售收入较少。2015 年，美国道瑞尚未开拓百思买和沃尔玛两家重要客户。Amazon、Target、百思买和沃尔玛是美国最重要的四个销售渠道，公司自有品牌业务尚未建立完整的销售渠道。ODM/OEM 业务方面，公司虽然对海外知名配件品牌商取得了良好的销售收入和毛利，但对移动智能终端商，由于采购规模还未大幅增长，未体现规模效应，尚未实现较好的盈利。

（3）行业竞争加剧背景下，公司主动进行业务结构调整的短期阵痛

2012 年-2015 年，在行业竞争加剧的背景下，公司进行了业务结构调整的尝试。一方面，如公司计划利用原有销售渠道，通过开展代理业务增加公司收入，同时深化与零售商的合作，但该业务并未如预期，公司也逐渐终止了该项业务尝试。另一方面，公司此阶段业务结构的重要调整，契合了行业发展趋势，为后续

的恢复与全面发展积蓄势能，此类业务调整尝试包括：增强自有品牌设计、推广等投入，支持美国道瑞业务拓展，加强自有品牌建设，实现从自主生产到自有品牌的业务链延伸；加强研发和重点客户拓展，将发展重心及技术、人才资源向华为等移动智能终端制造商客户倾斜，进入未来有高速发展的头部客户市场，抢占行业制高点。

业务结构的调整，使得公司在 2015 年收入下滑的过程中，成本和费用并未相应减少，因此公司在该阶段经历了毛利率下降、利润水平下滑等短期阵痛，但公司坚守研发设计创新和严格的品质管控，积极开拓新客户新渠道，在该期间完成了业务结构的调整，为后续 2016 年起的恢复与进一步发展奠定了扎实的基础。

3、2015 年的因素已经消除，且发行人的经营情况再次受到相关因素的影响较小

2016 年以来，行业进入成熟发展期，市场出清，头部聚集效应显现，发行人多层次客户结构已建立，业务结构调整完成，自有品牌业务和 ODM/OEM 业务同步发展良好。

（1）行业进入成熟发展期，品质差、竞争力弱的企业不断被淘汰，头部聚集效应显现

2016 年以来，包括智能手机、平板电脑在内的移动智能终端市场出货量增长停滞，市场正式进入存量博弈阶段，品牌的头部聚集效应愈发明显，且呈现出国产手机市场份额快速提升的特征。同时，移动智能终端配件行业也进入市场出清阶段，该阶段一部分新进入者和产品开发与品质管控能力不足的竞争者不断被淘汰，行业进入了全面能力竞争阶段，强者恒强，呈现出头部厂商占有率与市场地位不断提高的特征，行业开始进入成熟发展周期。

在上述市场背景下，虽然报告期内智能手机、平板电脑等移动智能终端出货量并未增长，但发行人作为行业内规模较大的企业，呈现出良好的发展态势：

①头部移动智能终端制造商如华为等对供应商的产品质量、交付期限等的要求进一步提升，其下游供应商也更加集中，通过狠抓产品质量，并逐步提升产能，发行人对华为、vivo 等移动智能终端制造商的出货量持续大幅提升，抢占了移动智能终端制造商的头部客户。

②凭借交期及时、品质工艺过硬等优点，发行人对国际知名移动智能终端配件品牌商的销售额也逐步恢复。

③随着消费者逐渐认识到保护壳日常接触频次极高，消费者也越来倾向于花较高的价格选择防摔功能更好、更时尚美观、材质对人体无危害的知名品牌产品，消费者理念的转变，更加促使低劣产品生产厂家的淘汰，发行人报告期内以 Defense 系列为代表的中高端自有品牌产品销售收入持续增长。

（2）发行人已建立多层次的客户结构

2012 年-2015 年，发行人已意识到多层次的客户结构的重要性，并在竞争剧烈的上述期间，努力拓展客户渠道，为 2016 年以来的复苏及进一步发展打下基础。报告期期初，发行人已初步建立以配件品牌商、移动智能终端制造商、大型连锁/在线零售商为主的多层次客户结构，包括华为为代表的知名移动智能终端制造商，以 Targus 为代表的知名移动智能终端品牌商，以百思买为代表的大型家电连锁卖场，以 Target 为代表的大型商场超市等，以亚马逊为代表的线上零售商。报告期内，随着市场变化，发行人愈加丰富自身的客户结构，重点新开拓了沃尔玛、vivo 等知名客户，自有品牌产品也打入以 Verizon 为代表的电信运营商商店。2020 年上半年，公司新开发了 OPPO、Tech21 等知名客户，多层次的客户结构愈加完善。

（3）发行人业务结构合理，经营区域布局均衡

经过 2012 年-2015 年市场竞争激烈的阶段，发行人也经过调整尝试，在 2015 年末，发行人即确立了“做大 ODM/OEM 业务、做强自有品牌”的战略。报告期内，发行人始终坚持以 ODM/OEM 与自有品牌相结合的方式开拓市场，两种业务模式均稳步增长。另外，发行人已形成国内/国外良好的区域经营布局，报告期内国内/国外收入占比均衡。发行人持续布局溢价空间较大的海外市场，依托美国道瑞积极发展自有品牌业务，整体上发行人目前已形成覆盖中国、美国、日本、欧洲等地的良好业务区域布局。目前，公司国际、国内市场业务比例均衡，市场地位稳步提升，进入了 ODM/OEM 业务与自有品牌业务共同发展的新阶段。

（4）发行人市场占有率较低，存量竞争时代市场空间依然巨大

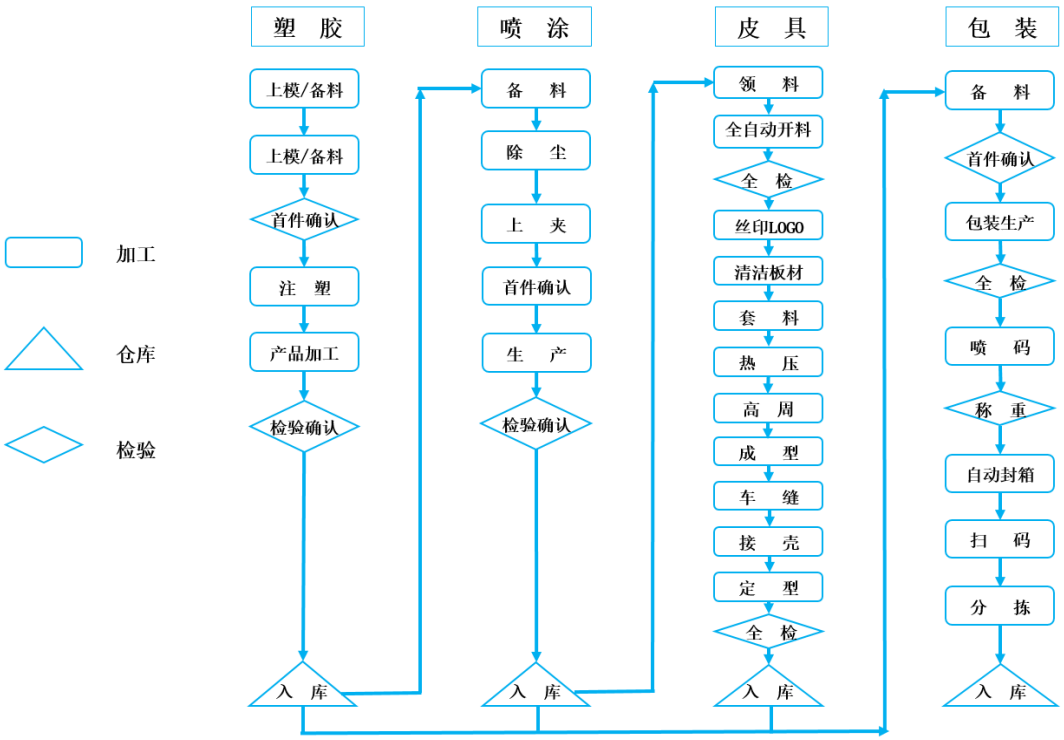
2016 年起，包括智能手机、平板电脑的移动智能终端市场已进入存量竞争

时代，二次换机需求成为拉动移动智能终端销量的主要动力。在新的发展阶段，终端厂商通过丰富产品功能、优化使用体验激发消费者换机需求，3D Touch、曲面屏、三摄、多摄、面部识别、柔性屏等智能手机创新点不断涌现，未来 5G 商用以及人工智能移动终端时代的到来将推动新一轮大规模换机热潮，根据 IDC 的预测，到 2022 年全球智能手机年出货量将达到 15.7 亿部。因此，即使在存量竞争时代，移动智能终端配件的市场空间仍然广阔。

2016 年至 2018 年，公司主要产品智能手机保护壳在全球的市场占有率逐步提升，从 2016 年的 1.53%提升至 2019 年的 4.94%。但从整体市场看，发行人作为行业内极少数移动智能终端保护类产品销量超过 7,000 万个的企业，市场占有率仍较低，具有广阔的市场空间供公司发展，尤其在自有品牌业务方面，发行人市场占有率更低。未来，随着 5G 技术产业和人工智能的快速发展，以智能手机和平板电脑为代表的传统移动智能终端仍将保持较高的更新换代频率，而以智能手表等为代表的新型移动智能终端仍在不断涌现和发展变化，上述移动智能终端的行业发展特点，保证了移动智能终端配件行业仍具有良好的收入增长空间。

（五）主要产品的工艺流程图

公司生产的产品主要为以智能手机、平板电脑保护类产品为代表的移动智能终端配件。主要产品的工艺流程如下图所示：



（六）环境保护情况

公司主营业务为智能终端配件的研发、生产和销售，主要产品为智能手机和平板电脑保护类产品，生产经营所产生的污染物为少量废水、废气、固体废物及噪声，经过环保处理后符合国家排放标准，不属于重污染行业。

1、公司环保及安全生产标准

公司在生产经营过程中十分重视环境保护工作，已通过了安全生产标准化二级认证及 ISO 14001:2015 环境管理体系认证。目前本公司已全面执行欧盟 RoHS 指令，已建立公司 RoHS 保障体系，在物料选择、供应商管理、来料、储存、生产等各个运行环节均按照该体系进行控制，确保 RoHS 保障体系运行有效。

2、主要污染物及处理设施情况

自成立以来，公司一直十分重视环境保护问题，建立了一套完备的环境保护制度，以及与此相关的环境保护措施。

公司生产中所产生污染物较少，主要为废气、废水和固体废弃物，经过环保处理后符合国家排放标准。本公司高度重视对环境的保护，同时环境保护也是客户对本公司考察的重要指标。本公司针对环境保护制定了《废水、废气、噪音控制程序》、《废弃物管理程序》、《监视与测量管理程序》、《环境物质管理手册》、《有害物质管控标准》、《环境健康安全控制程序》、《有害物质风险评估程序》等办法，于每年年初制定当年《环境目标、指标及管理方案》并严格执行。公司通过了 ISO 14001:2015 国际环境管理体系认证，环保信用良好。

①废气污染

公司生产废气包括注塑热压废气、涂装废气、机加工粉尘。

公司主要采用 PC（Polycarbonate，聚碳酸酯）、TPU（Thermoplastic Polyurethanes，热塑性聚氨酯弹性体橡胶）、TPE（Thermoplastic Elastomer，热塑性弹性体）等作为原料进行塑化注塑，其中有少量低聚物挥发产生有机废气，公司厂房具有良好的通风功能，并且在厂房内安排排风设备，经抽风集气后车间外排放，排放浓度符合《大气污染物综合排放标准》（GB16297-1996）二级标准要求。

喷涂车间在涂装过程中会产生废气，本公司为喷涂生产线配套建设了环保工程，喷涂废气经活性炭吸附防治设施处理后降解。

公司模具机加工过程中磨床加工工序会产生轻微机加工粉尘，公司厂房有排风设施，粉尘被吸入抽风机后进入沉淀水池实现收集。

②废水污染

公司废水主要包括生产废水和生活污水。

注塑工序、模具制作工序、喷漆工艺中使用的生产废水均循环使用不外排，并定期补充少量水。少量的生产废水由公司外包给有资质的环保回收公司回收处理。

生活污水主要为卫生间污水、食堂污水、员工宿舍污水。公司制定了相关的程序以控制可能造成的水污染。首先将污水和雨水分管道排放，并绘制了污水排放网管图；其次采取相应的工程治理措施，确保排放达到相应的政府法规要求；再次对于污水排放情况由行政部进行巡视检查，以避免异常情况的发生；最后公司每年都会进行不少于一次的环境监测。

③固体废弃物处理

公司主要的废弃物为废塑料（塑料边角料及次品塑料件）、非金属（模具加工过程中产生的非金属）、塑料粉尘、废包装材料以及生活垃圾。所有的废弃物均按照“分类回收、集中保管、统一处理”的原则进行。按照废弃物是否有用或有害，结合本公司的实际情况，本公司将所有的废弃物分成可回收利用（A 类）、不可回收利用（B 类）、危险废弃物（C 类）、RoHS 类（有害物质超标废弃物）。A 类可回收利用的废弃物如废纸、废塑料、非金属等定期由人力资源部联络废品回收公司负责回收，并不定期的监督检查其对危险废弃物的处理情况，防止二次污染。B 类不可回收利用的废弃物如生活垃圾等由人力资源部组织清理。C 类危险废弃物处置：由人力资源部收集后通知体系部进行网上危险废弃物申报，安排第三方资质机构进行统一回收处理，第三方资质机构出具《危险废物转移联单》。RoHS 类超标类废弃物处置：由品管部收集转移后 4 小时内通知体系部进行网上危险废弃物申报，体系部在收到信息后 24 小时内安排第三方资质机构进行统一回收处理，第三方资质机构出具《危险废物转移联单》。

3、报告期内的环保合法合规情况

报告期内，公司未发生过重大的环境污染事件，未受到相关的环保处罚。

二、发行人所处行业的基本情况

（一）发行人所属行业及确定所属行业的依据

公司主要产品属于移动智能终端之配件产品，本公司行业紧随移动智能终端发展，是消费电子产业的组成部分，与移动智能终端产品共同受到移动通信、智能终端等技术的发展及相关政策的影响。根据中国证监会颁布的《上市公司行业分类指引》(2012 年修订)，公司属于“C 制造业”之子类 “C39 计算机、通信和其他电子设备制造业”。根据国家统计局发布的《国民经济行业分类（GB/T4754-2017）》，公司从事的移动智能终端配件行业属于“C39 计算机、通信和其他电子设备制造业”中的“C396 智能消费设备制造”。

（二）行业主管部门、监管体制、主要法律法规及政策

1、行业监管体制

本行业涉及的监管机构包括国家发展改革委员会（以下简称“发改委”）、国家工业和信息化部（以下简称“工信部”）等政府部门。政府部门对行业的监督管理仅限于产业政策制定、行业发展规划等宏观层面、中观层面管理，行业内企业的生产经营则是完全基于市场化方式自主经营。

发改委为本行业制定指导性产业政策，工信部的职责为拟订并组织实施通信业的发展规划、制定并组织实施通信业的行业规划、计划和产业政策、监测分析通信业运行态势、负责提出通信业固定资产投资规模和方向，统筹规划公用通信网、互联网、专用通信网。

本行业伴随移动智能终端的发展而发展，中国通信工业协会（CCIA）发起的“中国手机及配件品控自律联盟”为其全国性行业自律组织。中国通信工业协会品控自律联盟由手机企业、配件企业、权威检测机构和科研院所组成，成立初期联盟内成员即共同签署了联盟自律公约，建立了以中国电子技术标准化研究院赛西实验室等国检机构为代表的“中国通信工业检测平台”。通过增强企业自律，注重质量诚信，强化品牌信任，关注消费安全，维护消费权益的宗旨，来促进行

业的健康发展，为企业把好质量关、为广大消费者增加可靠的消费引导，让消费者能买到真正放心使用的好产品。

2、行业主要法律法规及政策

我国大力支持移动智能终端、移动通信网络、消费电子发展的相关政策正在持续积极地促进移动智能终端及其配件行业的发展，行业主要法律法规及政策如下：

发布单位	文件/战略名称	发布时间	重点内容
工信部	《关于推动 5G 加快发展的通知》	2020 年 3 月	丰富 5G 技术应用场景。培育新型消费模式。鼓励基础电信企业通过套餐升级优惠、信用购机等举措，促进 5G 终端消费，加快用户向 5G 迁移。
工信部、发改委	《扩大和升级信息消费三年行动计划（2018-2020 年）》	2018 年 7 月	提出加快第五代移动通信（5G）标准研究、技术试验，推进 5G 规模组网建设及应用示范工程；2020 年以前确保启用 5G 商用。
发改委	《2018 年新一代信息基础设施建设工程拟支持项目名单》	2018 年 2 月	将中国移动、中国电信和中国联通的 5G 规模组网建设及应用示范工程列入拟支持项目名单。
国务院	《关于进一步扩大和升级信息消费持续释放内需潜力的指导意见》	2017 年 8 月	提出加快第五代移动通信（5G）标准研究、技术试验和产业推进，力争 2020 年启动商用
发改委、科技部、工信部、财政部	《战略性新兴产业重点产品和服务指导目录（2016 版）》	2017 年 2 月	根据《“十三五”国家战略性新兴产业发展规划》确定得 5 大领域 8 个产业、40 个重点方向，进一步细化到近 4,000 项细分的产品和服务，将智能手机、手持平板电脑、车载智能终端等新一代信息终端设备和可穿戴终端设备等列为战略性新兴产业。
国务院	《“十三五”国家战略性新兴产业发展规划》	2016 年 11 月	到 2020 年，战略性新兴产业增加值占国内生产总值比重达到 15%，力争到 2020 年，高端装备与新材料产业产值规模超过 12 万亿元；优化新材料产业化及应用环境，加强新材料标准体系建设，提高新材料应用水平
国务院	《中华人民共和国国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》	2016 年 3 月	实施制造强国战略，支持新一代信息技术等产业发展壮大
国务院	《关于加快高速宽带网络建设推进网络提速降费的指导意见》	2015 年 5 月	加快基础设施建设，大幅提高网络速率到 2017 年底，全国所有设区市城区和大部分非设区市城区家庭具备 100Mbps 光纤接入能力，直辖市、省会城市等主要城市宽带用户平均接入速率超过 30Mbps，基本达到 2015 年发达国家平均水平，其他设区市城区和非设区市城区宽带用户平均接入速率达到 20Mbps，80%以上的行政村实现光纤到村，农村宽带家庭普及率大幅提升，4G 网络全面覆盖城市和农村，移动宽带人口普及率接近中等发达国家水平
国务院	《中国制造 2025》	2015 年 5 月	以特种金属功能材料、高性能结构材料、功能性高分子材料、特种无机非金属材料和先进复合材料为发展重点，加快研发先进熔炼、凝固成型、气相沉积、型材加工、高效合成等新材料制备关键技术和装备，加强基础研究和体系建设，突破产业化制备瓶颈
国务院	《推进消费扩大和升级，	2014 年 10 月	国务院会议要求重点推进六大领域消费：扩大

发布单位	文件/战略名称	发布时间	重点内容
	促进经济提质增效》		移动互联网、物联网等信息消费，提升宽带速度，支持网购发展和农村电商配送，加快健康医疗、企业监管等大数据应用
国务院	《国务院关于促进信息消费扩大内需的若干意见》	2013 年 8 月	加快信息基础设施演进升级；增强信息产品供给能力；培育信息消费需求；提升公共服务信息化水平；加强信息消费环境建设；完善支持政策
发改委	《产业结构调整指导目录》（2011 年本）（2013 修正）	2013 年 2 月	鼓励数字音乐、手机媒体、网络出版等数字内容服务；鼓励数字蜂窝移动通信网建设；鼓励数字音乐、手机媒体、动漫游戏等数字内容产品的开发系统；鼓励非金属制品精密模具设计、制造；鼓励生物可降解塑料及其系列产品的开发、生产与应用；鼓励动态塑化和塑料拉伸流变塑化的技术应用及装备制造
发改委、科技部、工信部、商务部、国家知识产权局	《当前优先发展的高技术产业化重点领域指南》	2011 年 6 月	将数字移动通信产品和网络设备作为国家高技术产业化的重点领域。鼓励 4C（计算机、通信、消费电子、内容）融合产品等新型消费类电子产品
美国消费电子协会、数字欧洲（DIGITAL EUROPE）及日本环保产品优先购入调查共通化协议会	Joint Industry Guide（JIG）-Material Composition Declaration for Electrotechnical Products	2011 年 3 月	为全球电子技术产品供应链申报其产品材料成分信息提供指南；该指南制定了材料申报的基本要求，同时企业可视其需求咨询其它物质的相关要求
欧盟	the Registration, Evaluation, Authorisation and Restriction of Chemicals（REACH）	2007 年 6 月	REACH 指令要求凡进口和在欧洲境内生产的化学品必须通过注册、评估、授权和限制等一组综合程序，以更好更简单地识别化学品的成分来达到确保环境和人体安全的目的。该指令主要有注册、评估、授权、限制等几大项内容。任何商品都必须有一个列明化学成分的登记档案，并说明制造商如何使用这些化学成分以及毒性评估报告
工信部	《电子信息产品污染控制管理办法》	2007 年 3 月	控制和减少电子信息产品废弃后对环境造成的污染，促进生产和销售低污染电子信息产品，保护环境和人体健康
欧盟	《关于限制在电子电器设备中使用某些有害成分的指令》(Restriction of Hazardous Substances，RoHS）	2006 年 7 月	该标准用语规范电子电气产品的材料及工艺标准，使之更加有利于人体健康及环境保护。该标准的目的在于消除电器电子产品中的铅、汞、镉、六价铬、多溴联苯和多溴二苯醚共 6 项物质，并重点规定了铅的含量不能超过 0.1%

3、行业主要法律法规及政策对公司经营发展的影响

以信息化、智能化为突出特点的移动智能终端产业受到国家产业政策的大力引导和扶持，国家相关部门出台的一系列支持移动智能终端、移动通信网络、消费电子发展的法律法规及相关政策文件，推动了我国移动智能终端产业的健康发展。由于公司所处行业与移动智能终端产业景气度高度关联，在移动智能终端产业受益于政策、技术红利快速发展的同时，也将为相关配件行业带来新的发展机遇，有利于公司充分发挥技术、规模和人才优势，充分参与移动智能终端产业的

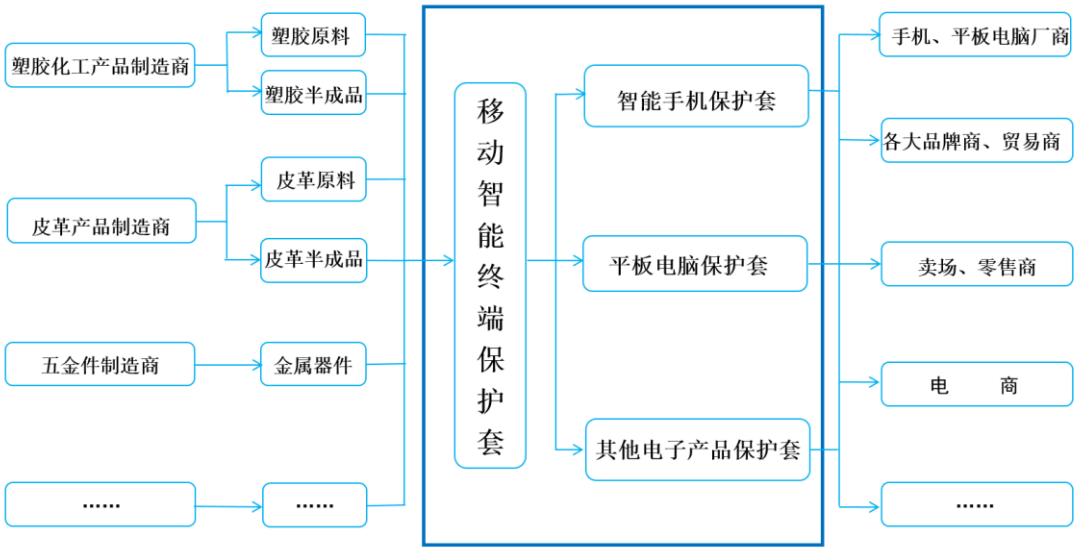
深度发展。

移动智能终端，目前已成为消费者日常生活必不可少的产品，在新型冠状病毒肺炎疫情期间，由于视频聊天会议、线上授课、游戏影视娱乐等应用，使用频次更加频繁，因此不仅存量规模巨大，更新换代需求更是不会消失。目前，5G 的升级换代需求仍可支撑行业高速增长。疫情对全球经济造成了较大影响，在此背景下，各国都在推出经济刺激政策，加快 5G、人工智能、工业互联网、物联网等新型基础设施建设的“新基建”已成为多个国家的共识。对于中国而言，数字基础设施建设是支撑未来经济社会发展的“新基建”的重心和基础。2020 年 3 月 24 日，工信部发布的《关于推动 5G 加快发展的通知》明确指出，加快推进主要城市的网络建设，并向有条件的重点县镇逐步延伸覆盖；同时，鼓励基础电信企业通过套餐升级优惠、信用购机等举措，促进 5G 终端消费，加快用户向 5G 迁移。因此，随着 5G 的普及和 5G 终端的持续更新换代，公司移动智能终端配件产品仍具有广阔的市场空间。

（三）行业发展情况和未来发展趋势

1、公司所处行业与上、下游行业关系

移动智能终端配件行业的上下游企业类型较多。以其子行业保护类配件为例，上游供应商主要是塑胶、皮革、金属器材原料以及喷涂材料的供应商，下游主要为移动智能终端产品制造企业、品牌商和终端消费者等。



（1）与上游行业的关系

上游行业主要生产本行业所需的各种原材料，包括塑胶原料、皮革原料、金属器件材料等，以及各种涂料。我国的基础工业门类较为齐全，在基础化工原料、皮革制品、金属器件等领域，均有大量企业提供原材料供应和配套服务。上游的原材料、零部件已形成完整的供应链体系，能够保障本行业的正常需求。

（2）与下游行业的关系

下游行业主要有智能手机、平板电脑、渠道终端、电商平台等领域。本行业景气度与下游行业景气度高度关联。未来行业下游需求量的稳步增长，特别是发展中国家需求的增长，将有利于本行业规模的增长。同时，下游国际知名厂商为了适应产品周期缩短、产品更新换代快的行业特点，对本行业企业的产能保障和设计能力有较高的要求，本行业企业一旦进入其供应链体系便可以得到较为稳定的订单。因此，本行业与下游行业有着紧密的合作伙伴关系。

2、移动智能终端配件行业概况及发展历程

（1）移动智能终端配件行业概况

移动智能终端配件，是指使用智能手机、平板电脑等移动智能终端时适配的附件产品，主要包括壳套保护类、电源配件类、耳机视听类、外设拓展类、饰品配件类等。

移动智能终端配件主要分类

注：公司主营产品以保护类配件为主，兼营电源配件类、耳机视听类等其他配件。

按照市场属性的不同，移动智能终端配件可区分为原装标准品和市场零售件。其中，原装标准品是指在移动智能终端设备投放市场时的标准配备，并与之共同对外销售的配件，原装标准品并不一定是由移动智能终端制造厂商生产，也

可能是由移动智能终端制造厂商指定配套的零部件生产厂商生产的配件；市场零售件是指除原装标配件以外的移动智能终端配件产品，其包括应用于移动智能终端配件更换以及售后维修领域的配件，也包括消费者在购买移动智能终端设备后另购的其他周边类配件。

随着全球移动智能终端产业的持续发展，以智能手机、平板电脑为代表的移动智能终端已深入至人类生活的方方面面，智能终端消费市场的稳步发展为相关的配件行业提供了广阔的发展空间，伴随着配件行业的发展，消费者的功能化、个性化和美学消费需求日益明显，配件市场的发展水平不断提高，市场空间亦持续扩大。根据 FMI（Future Market Insights）对全球手机配件市场进行调查并发布的《2015-2025 手机配件市场：全球行业分析及机遇评估》，预计 2015-2025 年间全球手机配件市场的年复合增长率达 6.9%，其中保护壳类年复合增长率为 5.9%。

（2）移动智能终端保护类配件发展历程

公司主营移动智能终端保护类配件的研发、设计、生产与销售。保护类配件的出现与发展，与智能手机、平板电脑等移动智能终端行业的发展息息相关，其在我国主要经历了如下几个发展阶段：

移动智能终端保护类配件发展历程

资料来源：网络整理

①萌芽期

20 世纪 80 年代末，第一部手机摩托罗拉 3200 进入中国市场，高昂的价格和稀有属性促发保护需求，保护类配件应运而生。早期的保护类配件功能单一，以最基本的防护、实用为主，做工简单，一般以原厂配送为主。

②起步期

20 世纪 90 年代中后期，手机价格逐步下降，受众人群扩大，且手机品牌、外型、功能开始快速演变，保护类配件也开始从材质、款式、颜色上有所变化，但仍以防护功能为主，尚未形成大规模产业化。

③全面发展期

2007 年，苹果第一代手机上市，开启 3G 智能手机时代，引领智能手机进入市场爆发期，以智能手机为代表的移动智能终端开始全面普及。在新科技、新消费、新时尚的作用下，消费者差异化、个性化需求变得愈加强烈，保护类配件行业迎来全面发展。保护类配件亦开始摆脱单一保护性功能，产品定位逐步由配件转变为配饰，设计风格从单一到多元，带动行业进入快速发展阶段，涌现大量新进企业开始从事保护类配件生产。与此同时，国外领先保护类配件企业也开始品牌化进程，为之后的市场地位奠定了基础。

④稳定成熟期

2015 年以来，全球智能手机及平板电脑从高速成长期逐步进入稳定期，下游保护类配件行业相应进入结构调整期，发展方式从粗放型的增量扩张向精细化的品牌运营转变，行业发展日趋成熟。随着消费升级与行业整合趋势深化以及消费者对产品设计、品牌、工艺要求的全新定位，中小配件厂商依赖的粗放式的价格竞争模式难以维系，保护类配件行业竞争进一步聚焦在产品研发设计、品牌筛选定位、销售网络维护与建设上，市场中一些优秀企业逐步脱颖而出，行业品牌格局逐渐显现，行业集中度也逐步提升。

与此同时，市场消费习惯也在发生变化。随着移动支付、娱乐、办公、购物等日常行为对手机等移动智能终端依赖程度的加深，手机已成为了日常生活必需品，对保护类配件的消费习惯也呈现出从功能性消费向品质、时尚性消费、从低频次消费向高频次消费的转变。伴随着智能手机、平板电脑等移动智能终端产品继续朝轻薄化、便携化方向发展，屏幕易碎、机身不结实、外形结构单一、续航

时间短等缺陷仍将普遍存在，相应能起到保护、外观个性化美化、功能附加作用的保护类配件行业在未来仍具备长远而广阔的发展空间。

3、移动智能终端行业发展现状和发展趋势

移动终端作为简单通信设备伴随移动通信发展已有几十年的历史。自 2007 年开始，智能化引发了移动终端产业的变革和跨界融合，移动智能终端行业成为信息通信技术领域发展的核心驱动力之一。移动智能终端引发的颠覆性变革揭开了移动互联网产业发展的序幕，开启了一个新的技术产业周期。快速的产品技术迭代和高强度的市场竞争使移动智能终端市场逐步成熟，以智能手机、平板电脑为代表的移动智能终端产品迅速普及，广泛渗透至人类社会生活的方方面面，成为推动产业发展的重要动力。

从 2G 到 5G，移动通信网络升级带来的信号传输速率和信号稳定性越来越高，由此引发的信息结构变化和容量大幅增长将使得移动智能终端行业快速增长。移动智能终端搭载了通信、社交、商务、娱乐等一系列功能，并由此带动移动智能终端配件、外壳、屏幕、声学元器件、光学元器件等一系列零部件的升级，推动了智能终端设备形态、功能的演变，成为大众生活中不可或缺的一部分。

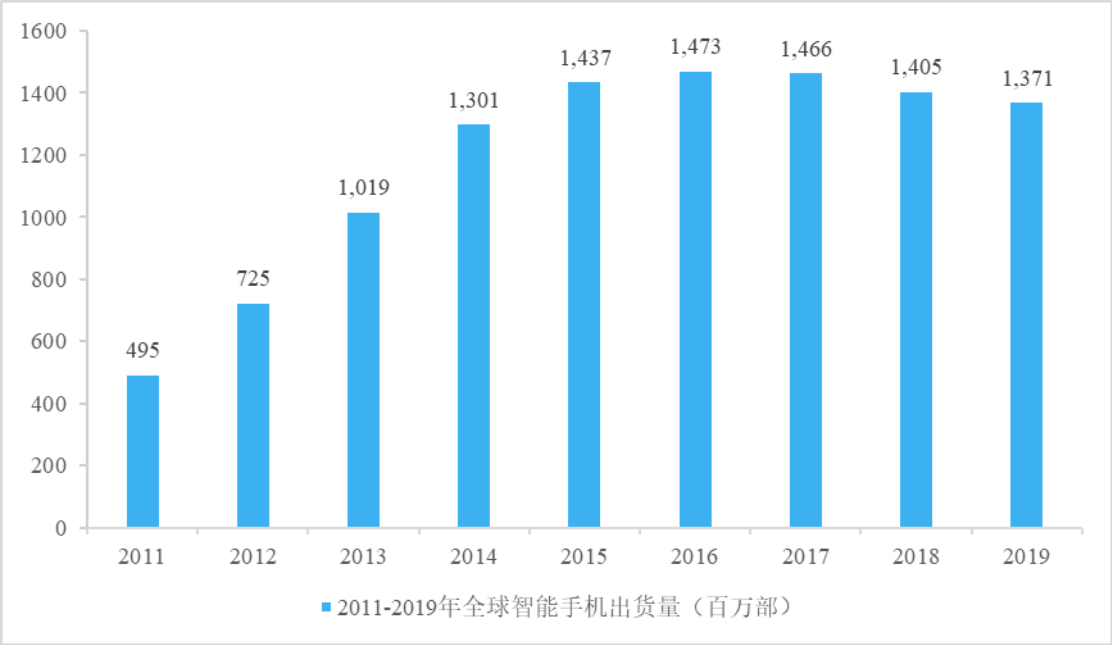
（1）市场概况

①全球市场概况

智能手机、平板电脑全球普及率上升，产品更新换代加快，市场规模不断扩大，带动保护类、移动电源等周边产品领域的快速发展。

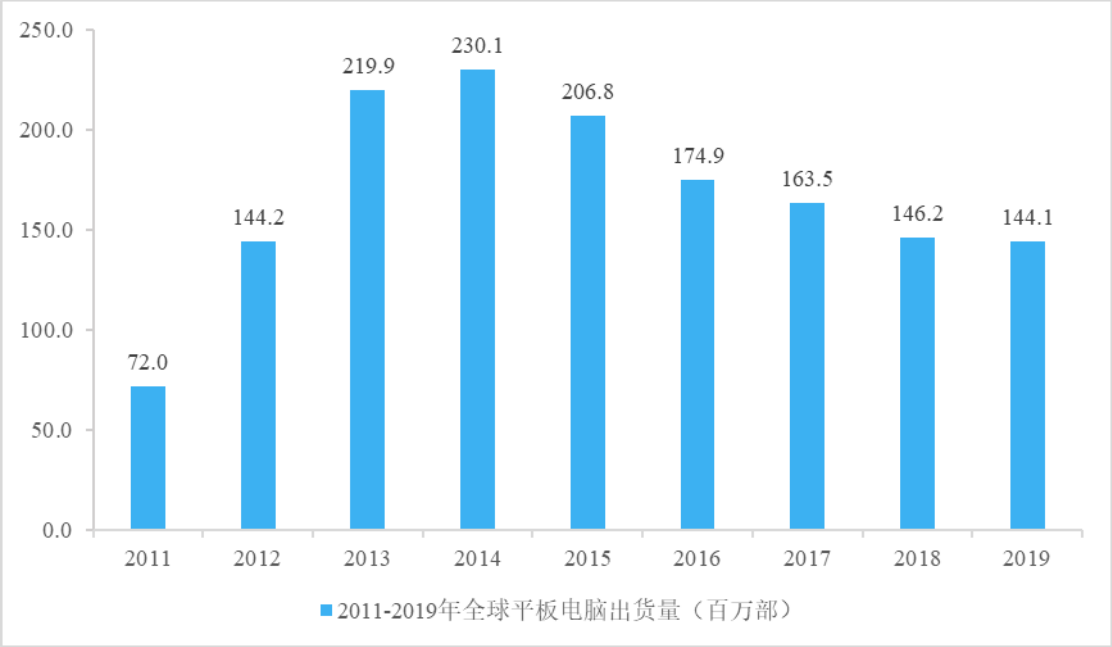
智能手机市场方面，根据 IDC 发布的数据，2011 年至 2016 年全球智能手机出货量呈逐年增长趋势，年均复合增速达到 24.40%，呈现出高速增长的状态；经历了发展前期的快速增长，随着智能手机渗透率的不断提高，2015 年起智能手机出货量增速逐步放缓，行业进入到平稳成长期及成熟期，主要发达国家市场进入了存量时代，二次换机需求成为拉动手机销量的主要动力。在新的发展阶段和发展模式下，终端厂商通过丰富产品功能、优化使用体验激发消费者换机需求，3D Touch、曲面屏、三摄、多摄、面部识别、柔性屏等智能手机创新点不断涌现，未来 5G 商用以及人工智能移动终端时代的到来将推动新一轮大规模换机热潮，推动智能手机行业的持续发展。根据 IDC 的预测，到 2022 年全球智能手机年出

货量将达到 15.7 亿部，技术革新、品牌建设与产品差异化将进一步成为促进行业增长的驱动力。



数据来源：IDC 研究报告

平板电脑市场方面，根据 Wind 数据显示，2011 年至 2013 年是全球平板电脑行业高速发展时期，全球平板电脑出货量持续上升，年复合增速达到 74.75%。根据 IDC 研究报告数据显示，进入 2015 年后，受手机大屏化等因素的影响，全球平板电脑出货量出现一定程度的下滑，近年来，平板电脑出货量持续保持稳定，2019 年全球平板电脑年出货量为 1.44 亿台。



数据来源：2011-2013 年全球平板电脑出货量均来源于 Wind，2014-2019 年全球平板电脑出货量来源于 IDC 研究报告

目前全球智能手机及平板电脑消费市场逐渐走向成熟，在存量市场进行技术升级、提升产品迭代速度以缩短消费者更新换代周期，以及增量市场的发掘开拓成为智能手机市场的主要驱动力，全球智能手机市场在新阶段的发展呈现出以下特征：

ⅰ.技术升级提升产品迭代速度是存量市场主要推动力。根据艾瑞咨询《中国人工智能手机行业研究报告》的调查数据显示，83.2%的受访对象表示在购置手机后 2 年之内便更换新机，持续的产品更新需求促进了智能手机市场的持续发展。另外，5G 技术产业的发展必将推动 AI（人工智能）移动智能终端的快速发展，人工智能技术的火热席卷全球，包括计算机视觉、语音识别、自然语言理解、机器翻译等在内的 AI 技术通过提升用户体验、提高效率、替代人力等方式在各类场景发挥价值，将引领全球范围内的新一波换机潮。相较于智能手机、平板电脑等移动智能终端领域，相关配件市场有着更大的发展空间。随着智能手机、平板电脑市场规模逐渐趋于稳定，同质化现象日趋明显，纯硬件发展已无法满足市场需求，消费者购买终端产品的考量逐渐从简单的产品参数转变为自身个性化的需求，以保护类产品为代表的形式各样的配件能够在很大程度上满足不同消费者的个性化需求，相关产品领域仍存在广阔的市场空间。此外，越来越多的终端厂商在拓展品牌业务领域的同时，也进一步加大了对相关配件的重视与筛选，终端厂商与配件厂商合作增强，原装标准品与市场零售件市场的共同发展将进一步推动移动智能终端配件行业的持续发展。

ⅱ.市场发展阶段存在差异，存量功能机尚未被完全替代，发展中国家智能手机增量需求可期。根据全球知名的市场研究机构 eMarketer 研究显示，其预计到 2019 年全球智能手机渗透率将达到为 55.7%，其中新加坡、韩国等经济发达国家智能手机渗透率分别高达 88.9%、88.4%，而中国、印度等国家智能手机渗透率预计将达到 63.3%、39%，整体上发展中国家的增量空间依然十分可观；根据 IDC 的统计及预测，2018 年至 2022 年，以非洲、印度、孟加拉国等为代表的全球主要发展中国家（地区）的智能手机出货量的年均复合增速将明显高于全球成熟市场的平均增速。非洲、印度、孟加拉国等全球主要发展中国家市场成为今

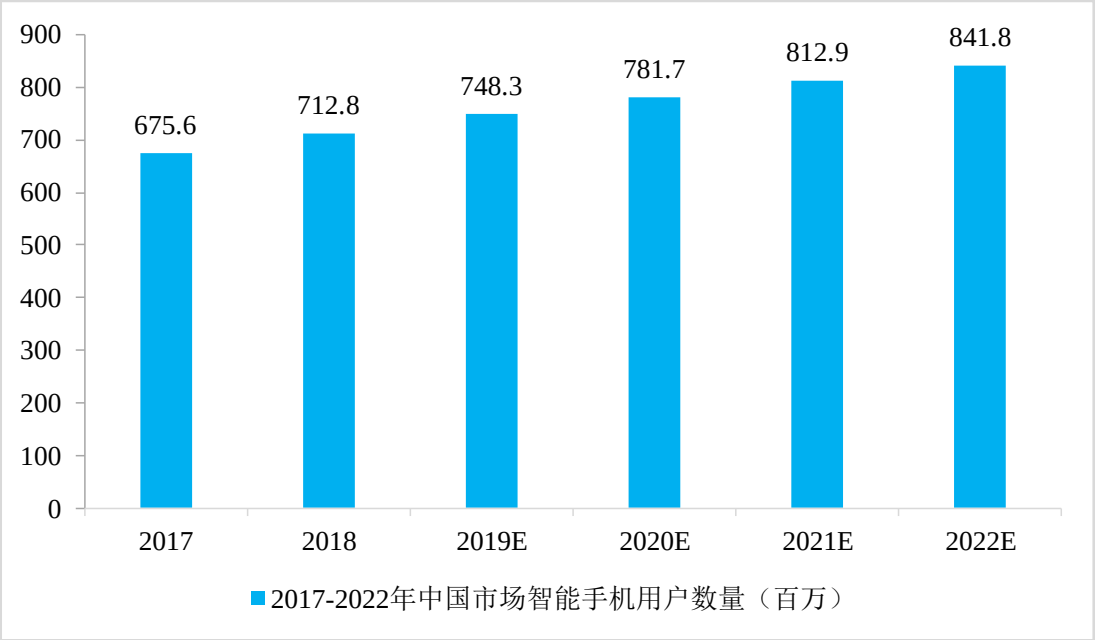
后多年全球手机销量增长的主要来源。

具体就发展中国家市场而言，一方面，受各国经济发展水平的差异化限制，发展中国家市场中还有一定比例的人口尚未使用上手机，通信基础设施投资进度差异也使得 3G、4G 网络尚未完全取代 2G 网络，功能手机仍有市场空间；同时，受电力供应短缺、通信基础设施建设滞后等因素影响，以非洲为代表的新兴市场消费者具有同时携带两部手机的使用习惯，这种使用行为和习惯也一定程度上延长了功能手机在市场上的生命周期。综合而言，功能手机在全球主要发展中国家市场仍然存在较大的市场空间和结构性需求。

另一方面，发展中国家普遍具有相对年轻化的人口结构，每年都有数以千万计的年轻人进入劳动力市场，对手机消费形成刚性需求；同时，根据 IDC 的统计及预测，以非洲、印度、中东、孟加拉国和印度尼西亚为代表的主要发展中国家市场 2018 年智能手机出货量在该等市场手机出货总量中的比例尚低于 50%，预计到 2022 年，前述主要新兴市场智能手机的出货量占比将达到 70.38%，成长空间显著。

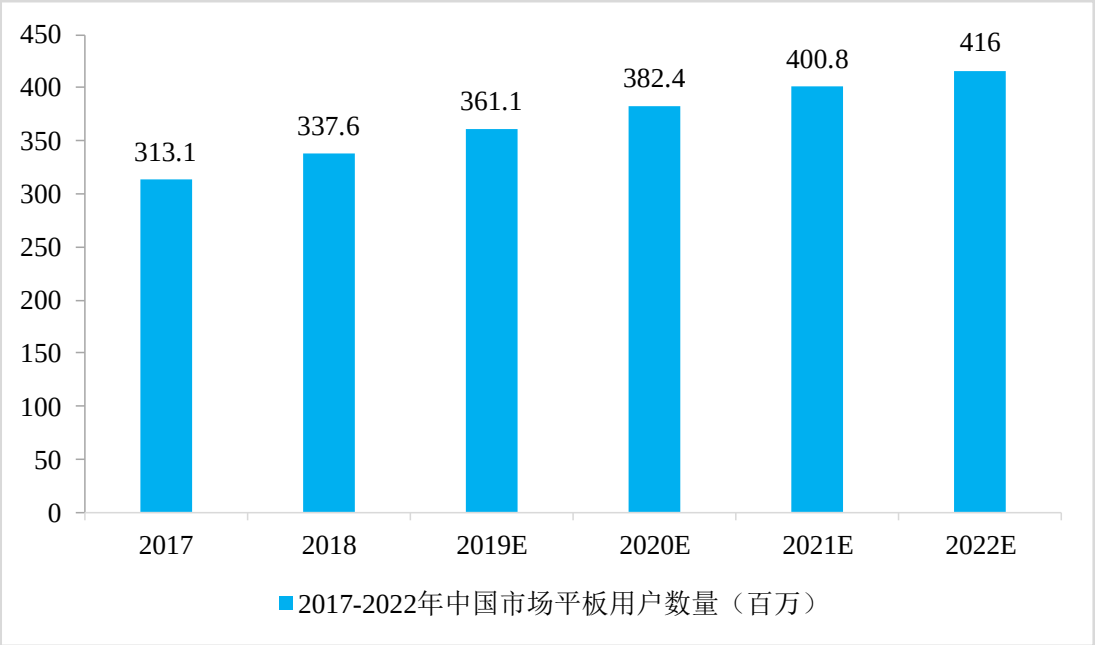
②中国市场概况

目前，中国已经成为全球智能手机最大的消费国以及重要的生产国。一方面，中国是人口大国，中国的智能手机市场规模巨大；另一方面，中国的智能手机市场正处于消费升级、产品渗透率上升、高端产品需求加大的发展阶段，呈现出市场集中度提升、且国产品牌手机市场占有率稳步提高的发展特征。根据 IDC 研究报告的数据，2018 年中国智能手机出货量达到 3.98 亿部，占全球智能手机出货量的 25%以上。随着智能手机市场的发展，智能手机用户数量保持稳定增长，根据 Statista 的统计报告数据显示，受益于智能手机功能的增加以及市场渗透率的提升，截至 2018 年末，中国智能手机用户数量达到 7.1 亿户，预计未来年度将保持稳步增长，2022 年用户数量将达到 8.4 亿户。



数据来源：Statista 研究报告

在平板电脑市场方面，虽然行业出货量呈现一定的下滑趋势，但整体市场用户数量仍保持增长，根据 Statista 的统计报告数据显示，截至 2018 年末，中国市场平板电脑用户数量为 3.4 亿户，同比增长 7.82%，预计到 2022 年用户数量将达到 4.2 亿户。



数据来源：Statista 研究报告

伴随着智能手机行业的发展，国内智能手机行业市场集中度逐步提升，华为、vivo、OPPO 和小米稳居国内智能手机市场前四名，市场份额持续提升，国内智

能手机越来越受到国内消费者青睐，虽然国内智能手机出货量总体呈现出下降的态势，但是国内主要手机厂商的智能手机出货量稳中有升，未来几年中国智能手机出货量增速会略高于全球平均水平。

中国前五大智能手机厂商出货量及市场份额情况					
厂商名称	出货量（百万部）		市场份额（%）		出货量同比变化（%）
	2019 年	2018 年	2019 年	2018 年	
华为	140.6	105.0	38.3	26.4	33.9
VIVO	66.5	76.0	18.1	19.1	-12.5
OPPO	62.8	78.9	17.1	19.8	-20.4
小米	40.0	52.0	10.9	13.1	-23.1
苹果	32.8	36.3	8.9	9.1	-9.6
其他	23.9	49.5	6.5	12.5	-51.7
合计	**366.7**	**397.7**	**100.0**	**100.0**	**-7.8**

数据来源：IDC 研究报告

③市场竞争格局

智能手机和平板电脑行业的市场集中度较大，前 5 名厂商的市场格局、产品规划等竞争特点，对相关配件产品的应用分布和发展方向有重大影响。

根据 IDC 发布的数据，2019 年全球智能手机出货量为 13.71 亿部，其中排名前 5 的厂商分别是三星、华为、苹果、小米和 OPPO。出货量同比增长情况显示，2019 年国内手机厂商出货量的增长相对较为明显，华为的出货量增幅超过 15%，而苹果的出货量出现负增长，随着国产手机得到更多消费者的认可，未来华为等国产手机的出货量有望保持持续增长。

主要智能手机供应商出货量及市场份额情况					
供应商名称	出货量（百万部）		市场份额（%）		出货量同比变化（%）
	2019 年	2018 年	2019 年	2018 年	
三星	295.7	292.3	21.6	20.8	1.2
华为	240.6	206.0	17.6	14.7	16.8
苹果	191.0	208.8	13.9	14.9	-8.5
小米	125.6	122.6	9.2	8.7	2.4
OPPO	114.3	113.1	8.3	8.1	1.1
其他	403.6	462.0	29.4	32.9	-12.6
合计	**1,371.0**	**1,404.9**	**100.0**	**100.0**	**-2.4**

数据来源：IDC 研究报告

目前，平板电脑市场格局已相对成熟，呈现出苹果 iPad 一家独大的局面。

根据 IDC 发布的数据，2019 年出货量排名前 5 的平板电脑厂商分别为苹果、三星、华为、亚马逊、联想，市场份额均相对稳定。

中国的平板电脑厂商以华为、联想为代表。根据 IDC 发布的数据，2019 年华为、联想平板电脑出货量分别为 1,410 万部和 850 万部，2018 年分别为 1,460 万部和 880 万部，出货量有所上升。总体来看，中国平板电脑品牌未来有望继续提升市场份额，增强竞争优势。

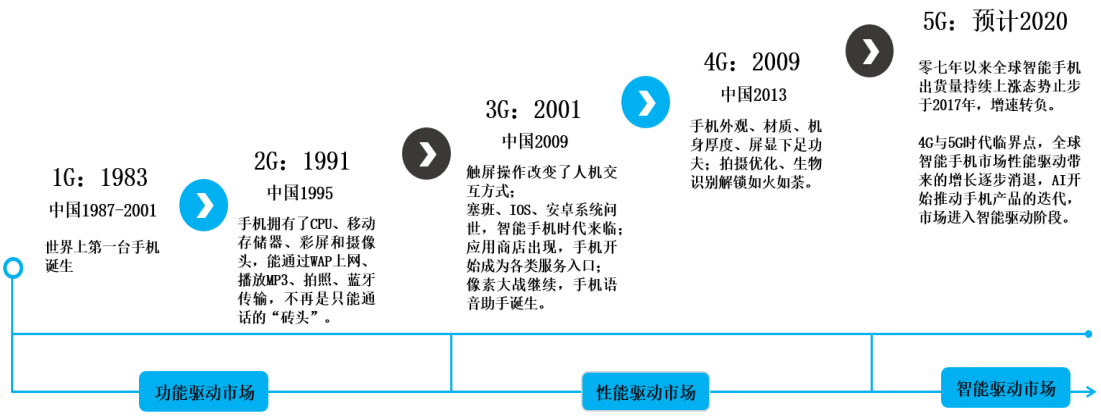
主要平板电脑供应商出货量及市场份额情况					
供应商名称	出货量（百万部）		市场份额（%）		出货量同比变化（%）
	2019 年	2018 年	2019 年	2018 年	
苹果	49.9	43.3	34.6	29.6	15.2
三星	21.7	23.4	15.1	16.0	-7.3
华为	14.1	14.6	9.8	10.0	-3.4
亚马逊	13.0	11.8	9.0	8.1	10.2
联想	8.5	8.8	5.9	6.0	-3.4
其他	37.0	44.3	25.7	30.3	-16.5
合计	**144.1**	**146.2**	**100.0**	**100.0**	-1.4

数据来源：IDC 研究报告

④5G 网络的商用与普及带动智能手机加速迭代

自 2012 年至今，智能手机市场高速发展，三四线城市及以下智能手机市场被深度激发，至 2018 年，我国 4G 渗透率已经到达 70%，手机市场 3G 向 4G 升级的结构性红利渐失，进入存量换机阶段。但即使进入存量竞争时代，智能手机仍是最具市场潜力的消费电子产品，除传统通讯功能外，一定程度上智能手机结合数码相机、音乐播放器、游戏机、录像机、电视机等多种电子产品功能。近年来，随着 3D Touch、曲面屏、三/多摄、脸部识别等智能手机创新点不断涌现，持续刺激换机需求，智能手机的存量市场仍蕴藏巨大潜力。

全球移动通信网络发展历程



资料来源：艾瑞咨询中国人工智能手机行业研究报告

我国在 2018 年正式启动“网络强国建设三年行动”，根据工信部等部委的工作规划，该行动将进一步加大网络基础设施建设，并将在 2020 年启动 5G 网络商用，随 5G 时代而来的必将是相应的技术更新和设备迭代。5G 网络对智能手机等移动终端提出了更高的硬件要求，智能手机的芯片、射频模组等核心部件需要升级换代才能满足 5G 网络速率高、容量大和延迟低的要求。5G 网络将以更快的传输速度和更短的响应时间为我们带来移动革命。与 4G 相比，5G 最大的特点无疑是速度，不论是上行还是下行速度，而其连接的设备数量也会有质的飞跃。在更快速度的情况下，移动视频、音频产业、智能家居、VR、AR 等都将在 5G 网络下实现，随着应用功能和应用场景的增加，智能手机行业将迎来新一轮的变革式发展。

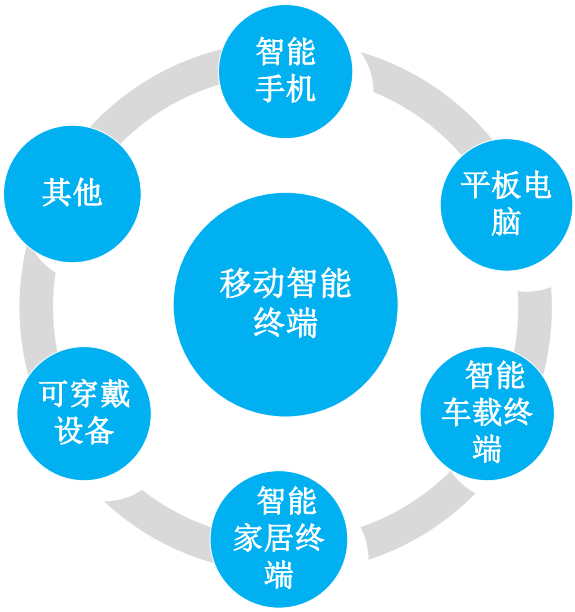
目前，智能手机厂商亟待寻找触达消费者购买欲的市场热点，从快充、脸部识别，到曲面屏、多摄，火热的概念与进步的技术所带来的差异化与用户体验提升，始终是存量换机的核心命题。长期来看，由于作为当前市场主流产品的 4G 手机不适用 5G 标准，5G 的推广将显著刺激消费者的换机需求，同时带动手机配件市场的进一步发展与此同时，5G 将会成为国产手机新的分水岭，品牌厂商有望借此契机真正实现品牌的全球化，并向全球发起一场以 5G 为基础的创新运动。相反，没有能力在技术上继续投入的手机厂商将面临市场的彻底淘汰。在此基础上，“AI+手机”将作为一项长期部署持续渗透市场、迭代升级。

针对 5G 及“AI+手机”给公司带来的发展机遇，公司拟通过实施募投项目“移动智能终端配件产品扩产项目”与“技术研发中心建设项目”，扩大产能，实现产品的多元化和高端化，满足技术发展带来的市场需求。

（2）其他移动智能终端产品市场情况

作为互联网应用服务的重要载体，移动智能终端的产品界定和种类随着技术的不断发展而进步，移动智能硬件产品体系已初步形成，硬件功能与应用生态加速完善。随着 5G 和 AI（人工智能）的到来，人们将进入万物互联的智慧时代。AI 让人与万物的交互更加自然，5G 让物联网成为现实，覆盖到更多的场景。除了沿着智能手机、平板电脑等确定性路径快速成长，随着物联网等技术的强势推动，形式各样的终端类型层出不穷，作为新兴移动智能终端领域的可穿戴设备、智能家居、智能汽车、VR/AR 设备等，都很有可能催生巨大的潜在市场。根据 IDC 对中国智能终端市场的预测，预计 2019 年超过 65%的智能终端产品将引入人工智能应用，包括手机、智能家居产品。公司在把握现有业务由移动智能终端升级迭代所带来的结构性红利的同时，还有更多的机会开发移动智能终端潜力市场。

移动智能终端产品分类



公司产品开发项目组积极寻找潜在的市场机会和潜在客户，并观察国际上移动智能终端行业的最新发展趋势。苹果在 2014 年 9 月发布会上对外展示了智能手表 Apple Watch，公司迅速反应，自有品牌 X-doria 旗下的“Defense”系列迅速推出相应的 Apple Watch 保护壳产品，凭借卓越的品质和精美的外观以及实用性打开智能手表保护壳海外市场，产品获得以百思买为代表的大型家电连锁卖场的青睐，报告期内公司生产的适用于 Apple Watch 的保护壳、表带等相关新

兴配件产品销量持续上升。

经过前期市场磨合，智能可穿戴设备已成为大量消费者随身必备设备的组成部分，从而促使全球智能可穿戴设备形成规模化的出货量。据国际数据公司（IDC）全球季度可穿戴设备跟踪报告预测，2023 年全球可穿戴设备出货量达到 2.79 亿部，2019-2023 年均增速 8.9%。

2019-2023 年全球可穿戴设备出货量，市场份额，年复合增长率预测					
产品	出货量（百万部）		市场份额（%）		年复合增长率（%）
	2023 年	2019 年	2023 年	2019 年	
穿戴式设备	8.5	3.0	3.1	1.5	30.2
耳戴式设备	86.5	54.4	31.0	27.4	12.3
手表	131.3	90.6	47.1	45.6	9.7
腕带	50.4	49.0	18.1	24.7	0.7
其他	2.3	1.7	0.8	0.8	8.2
合计	**279.0**	**198.5**	**100.0**	**100.0**	**8.9**

数据来源：IDC 研究报告

国内市场方面，据易观智库数据显示，中国除智能手机外的其他移动智能终端市场规模在 2016 年达到 3,315 亿元，预计 2019 年将达到 5,412 亿元，年均复合增速将达到 17.75%。工信部、发改委印发《智能硬件产业创新发展专项行动（2016-2018 年）》，提出“到 2018 年，我国智能硬件全球市场占有率超过 30%，产业规模超过 5,000 亿元”。在政策、技术及经济等因素的多重驱动下，中国移动智能终端市场有望保持稳定的增长态势。

5G 时代的到来使万物互联成为可能，带动新型移动智能终端产品的兴起，将为提前布局的相关配件厂商带来新的盈利增长点。公司能够凭借敏锐的市场洞察力，以及迅速的市场反应能力，快速捕捉相关市场信息，并迅速研究开发相关产品，这是在移动智能终端市场产品迭代迅速的环境下，公司能够持续稳定发展的重要原因之一。

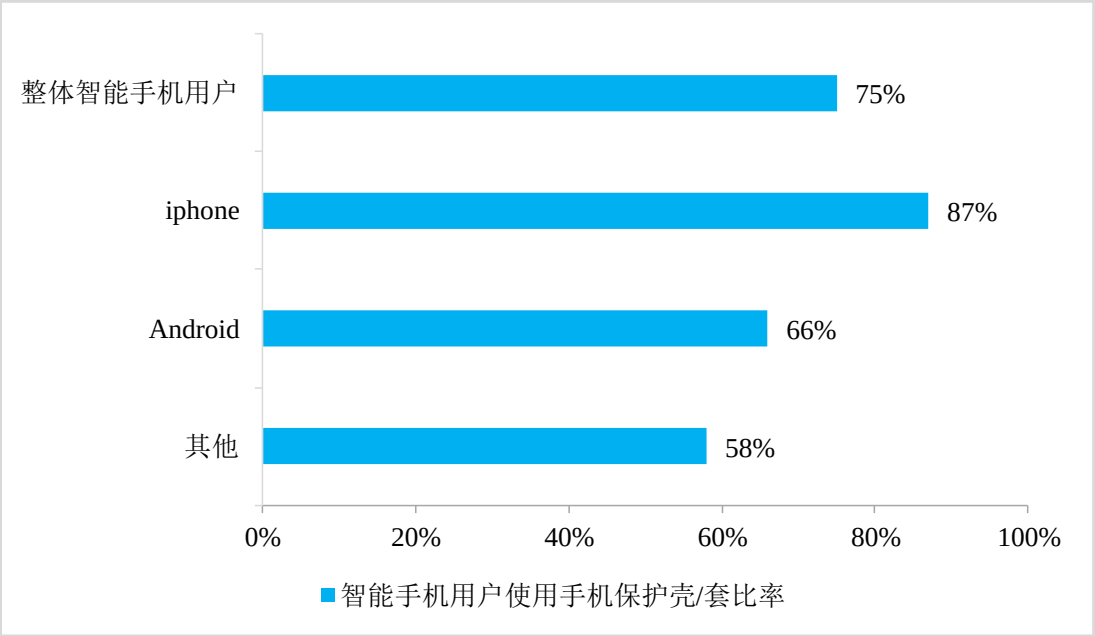
3、移动智能终端配件产业发展现状

移动智能终端配件市场的活跃度与智能手机、平板电脑等移动智能终端行业的景气度紧密相关，终端行业的快速发展有效促进了配件产业规模的扩大、产品类型的细分与优化。

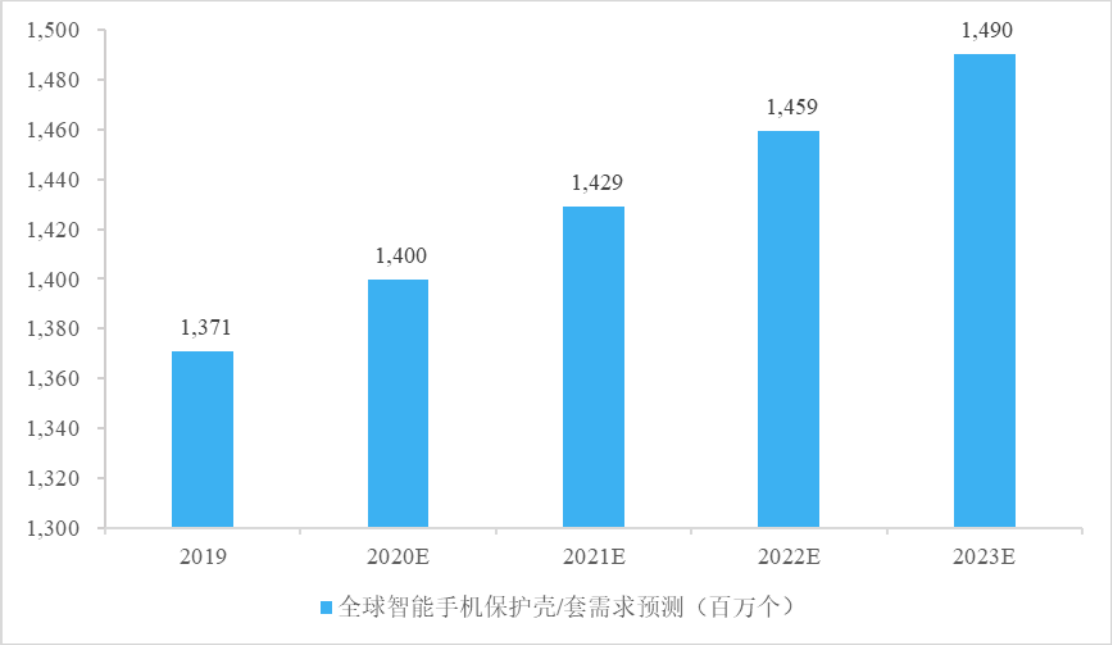
（1）移动智能终端保护类配件行业市场容量

作为最主要的配件产品之一，在智能手机和平板电脑行业经历过去几年的爆发式增长后，保护类配件市场已经形成一条相对成熟的产业链，且已具备一定的产业规模。

根据市场调研机构 NPD Reaserch 的分析报告，整体智能手机用户中，75%的智能手机用户会为自己的智能手机配备至少一个手机保护套/壳，且其中 25%的人拥有不止一个保护套/壳，以便在需要改变手机外观的时候使用。结合 IDC 咨询对智能手机出货量的预测数据，到 2022 年全球智能手机保护套/壳的需求量将达到 14.9 亿个以上。



数据来源：NPD Research



注 1：根据全球知名市场研究机构 NPD Group Inc.的数据显示，75%的智能手机用户都会选择安装保护壳，且 25%的人拥有不止一个保护壳以便在需要改变手机外观的时候使用，故假设 1 部智能手机配套 1 个保护壳。

注 2：全球智能手机出货量数据来源于 IDC。

相较于智能手机，平板电脑屏幕较大、手持稳定性较弱，同时，从使用功能出发，平板电脑对支撑功能的需求大于智能手机，因此，其保护性需求更为必要，平板电脑保护类产品销量将大概率同步于平板电脑的销售量。

总体而言，以智能手机、平板电脑为代表的传统移动智能终端行业虽然整体已经进入存量竞争阶段，但未来保护类配件行业增长的驱动力依然存在：

①智能手机和平板电脑普遍具有屏幕面积大、轻薄的特点，由于现有技术水平的限制，大多数智能手机和平板电脑的材质仍无法抵抗一定强度的冲击，机身受到刮擦的现象亦十分普遍，特别是平板电脑更大的屏幕意味着用户在使用过程中更加容易与其它物品发生摩擦或者碰撞，增加屏幕破坏的风险。此外，保护类配件在很大程度上依附于手机本身的产品价值，智能手机的价格普遍高于功能性手机，消费者也更愿意为价格相对高的智能手机配备保护类配件。

②随着智能手机和平板电脑等移动智能终端产品形态与功能的不断变化与升级，保护类配件的类型也在不断细分，功能进一步优化。具有智能休眠、键盘输入、蓝牙、支撑等多样化功能的保护类配件大大拓展了终端产品的实用性，深受消费者喜爱。随着移动智能终端行业竞争不断加剧，大型终端制造商也开始寻

求同配件厂商联合，为自己的终端产品“量身定制”配件产品，以提升产品价值与客户体验，实现互利双赢。

③消费升级促使消费需求日趋多样化，除了对移动智能终端的换代诉求强劲，用户对于能够体现其个人喜好与时尚品位的保护类配件需求不断深化，相关产品日益显示出时尚化、个性化、定制化的趋势，要求配件行业在适应移动智能终端更新换代频率加快的同时，还必须紧跟时尚潮流、不断推陈出新，这也为配件行业长期稳定发展注入了持久动力。

除此之外，基于巨大的存量市场，移动智能终端频繁更新换代将为相关保护类配件带来持续稳定的用量需求，保证其长期稳定增长。

（2）其他移动智能终端配件产品

市场研究机构 Research and Markets 的数据表明，随着新兴经济体市场需求的增长、消费者对智能手机外观、功能等要求的细化，全球手机配件市场保持稳定增长。随着 5G 和 AI（人工智能）的到来，人们将进入万物互联的智慧时代。5G 让物联网成为现实，覆盖到更多的场景，除去最主要的保护类配件，移动电源、耳机、音箱、外置存储产品、自拍器等配件的销量都将随着终端市场的膨胀而增长，吸引更多的供应商和厂家加入移动智能终端的生态圈。各种功能型耳机、音箱结合当前的无线通信和集成芯片的优势，充分展现移动智能终端的拓展性，满足客户的个性化需求；而外置存储产品、多功能型数据传输装置、自拍器等特殊功能配件的出现，则进一步拓展了配件市场空间。此外，以可穿戴设备为代表的新兴移动智能终端产品不断涌现，相关配件产品市场需求将迎来新的增长点。

4、移动智能终端配件产业发展的趋势

（1）以保护类配件为代表的智能手机配件仍是未来主要发展方向之一

智能手机的快速演化、全球人口和人均可支配收入的增长，将导致包括保护类、充电宝、充电器、耳机等产品在内的智能手机配件产品的需求快速增长。市场研究机构 Future Market Insight 研究表明，2015 年至 2025 年，以北美、拉丁美洲、欧洲、亚太地区、中东、非洲为主要地区的全球移动智能终端配件市场年均复合增长率将达到 6.9%，并且到 2025 年末，全球市场规模将达到 1,217.26 亿美元，亚太地区（日本除外）、北美、西欧将共同占有 79.6%的市场份额，亚

太地区（日本除外）、拉美地区及中东地区将是增长最快的地区。

与此同时，基于全球庞大的人口基数及前期爆发式的增长积累，智能手机存量市场亦蕴藏巨大潜力。随着智能手机逐步进入存量竞争时代，各终端厂商将竭尽所能加速创新升级以激发用户换机需求，纵观过去几年，曲面屏、脸部识别、三/多摄、3D Touch 等功能创新不断涌现，持续推动换机热潮。而目前，各大手机厂商均加强对生物识别技术的运用，且相继推出具有折叠功能的新型手机，并且随着 5G 和 AI（人工智能）的到来，以目前智能手机的配置将逐渐满足不了消费者的要求。在大存量的基础上，存量创新引发的相对增长仍然会带来需求绝对数量的巨大提升，受此影响，智能手机配件的替代空间也将被打开，持续的替换机需求将推动保护类配件行业的长期稳定发展。

（2）技术革新、消费升级持续推动行业发展

伴随移动智能终端技术的快速演进、新兴产品不断出现，配件行业结构类型、市场边界也将持续拓展，而消费升级将引发消费者对相关品牌、设计、工艺的全新定位，材料新型化、功能丰富化、设计时尚化将成为行业未来的发展方向。

以保护类配件为例，未来相关产品发展主要侧重于三个方面：①产品设计更加新颖、材料新型化：随着保护类配件厂商对环保的重视及研发投入的增加，新材料应用和结构设计将在保证外观的同时能够提供更好的抗摔、防刮、避震功能，重量和手感也将得到优化，提升保护类配件的实用性；②功能丰富化：移动智能终端高频的使用带动越来越多的保护类产品开始充当功能性配件的角色，更多的功能被集成在保护外壳上以提升智能手机应用体验；③行业朝着时尚化发展：随着消费观念的改变，设计精湛的保护类配件能够有效提升消费者的时尚化、个性化特征，展示个人魅力，宣扬个性，将更加受到年轻一代消费者的喜爱。

（3）市场集中度将逐步提高，优势企业将占据有利位置

国内移动智能终端配件行业市场集中度较低，长期以来存在大量中小企业，该等企业大多数设计能力不足、技术水平落后、产品质量较差，从而导致低端市场呈现过度竞争和无序竞争的格局。随着全球移动智能终端产业的快速发展，将吸引更多的供应商和厂家加入移动智能终端生态圈，与之配套的配件行业的竞争将更加激烈，行业面临整合重组，“洗牌”速度将进一步加快。

以保护类配件为例，一方面，随着智能手机及平板电脑增长趋于稳定，保护类配件行业进入存量博弈阶段，企业之间的差异化竞争将愈发激烈，发展方式将从粗放型的增量扩张向精细化的品牌运营转变，行业发展将日趋成熟。另一方面，消费升级引致消费者对产品设计、品牌、工艺的全新定位，可以预见，一大批无品牌、无技术优势的中小企业的市场压力将大大加剧，低价竞争策略下的微利空间将进一步压缩，最终被市场淘汰，行业集中度将明显提升。面对上述新的市场发展趋势，在品牌知名度、研发设计、供应链管理、客户资源等方面具有较大优势的规模以上企业，能够更好地适应用户需求变化，把握市场发展机遇，扩大经营规模，提升竞争力和盈利能力，具有更大的市场潜力，有望在行业整合过程中进一步提升优势地位。

5、移动智能终端市场变动趋势对发行人的影响

（1）近年来，全球智能手机市场增速放缓，平板电脑市场缓慢下滑

近年来，全球智能手机覆盖率逐步提升，全球智能手机出货量已由持续增长阶段转向增速放缓阶段，行业已由增量竞争向存量竞争转变。平板电脑市场方面，受手机大屏化等因素的影响，平板电脑出货量近年来缓慢下滑。根据 IDC 数据，近年来全球移动终端市场出货数量如下：

单位：百万台

项目	2012 年	2013 年	2014 年	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年
智能手机	725	1,019	1,301	1,437	1,473	1,466	1,405	1,371
平板电脑	144	220	230	207	175	164	146	144
合计	**869**	**1,239**	**1,531**	**1,644**	**1,648**	**1,630**	**1,551**	**1,515**

（2）移动智能终端市场头部聚集效应加强，存量市场仍蕴藏巨大潜力

近年来，全球移动智能终端市场逐步从高速成长期进入成熟期，一些竞争优势不鲜明、产品质量不过硬的移动智能终端制造商不断被淘汰，头部聚集效应愈发显现。同时，以智能手机市场为例，近年来 3D Touch、曲面屏、三/多摄、脸部识别等智能手机创新点不断涌现，持续刺激换机需求；未来 5G 商用以及人工智能移动终端时代的到来将推动新一轮大规模换机热潮。综上，智能手机的存量市场仍蕴藏巨大潜力。具体从移动智能终端厂商而言，在整体市场增速放缓或略有下滑的背景下，仍有部分移动智能终端制造商出现了高速增长的态势，例如智能手机市场的华为和小米，平板电脑市场的华为和亚马逊。

根据 IDC 数据，2017 年-2019 年全球智能手机市场出货数量如下：

单位：百万台

供应商名称	2019 年	2018 年	2017 年	年均增长率
三星	295.7	292.3	317.7	-3.5
华为	240.6	206.0	154.2	24.9
苹果	191.0	208.8	215.8	-5.9
16.4%小米	125.6	122.6	92.7	1.2
OPPO	114.3	113.1	111.7	-16.1
其他	403.6	462.0	573.4	-3.3
合计	**1,371.0**	**1,404.9**	**1,465.5**	**-3.5**

根据 IDC 数据，2017 年-2019 年全球平板市场出货数量如下：

单位：百万台

供应商名称	2019 年	2018 年	2017 年	年均增长率
苹果	49.9	43.3	43.8	6.7
三星	21.7	23.4	24.9	-6.6
华为	14.1	14.6	12.5	6.2
亚马逊	13.0	11.8	16.7	-11.8
联想	8.5	8.8	10.3	-9.2
其他	37.0	44.3	55.3	-18.2
合计	**144.1**	**146.2**	**163.5**	-6.1

（3）移动智能终端市场进入成熟期，头部聚集效应加强，对公司经营业绩影响较小

报告期内，虽然包括智能手机、平板电脑在内的移动智能终端市场正式从高速增长期步入成熟期，市场进入存量博弈阶段，但对公司经营业绩影响较小。剔除公司主动削减的代理业务，公司 ODM/OEM 和自有品牌两块业务实现了主营业务收入和毛利的快速增长，公司净利润也逐年增长，具体如下：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
主营业务收入（ODM/OEM 和自有品牌业务）	77,539.57	61,471.50	48,068.87
毛利（ODM/OEM 和自有品牌业务）	30,389.49	19,319.81	16,498.81
净利润（公司）	13,116.28	6,129.54	3,982.84

报告期内，在移动智能终端市场进入成熟期，头部聚集效应加强的背景下，公司经营业绩受影响较小的原因主要有如下四点：

①头部移动智能终端制造商集中度提升，公司实施“大客户战略”

头部移动智能终端商具有产量大、市场覆盖范围广以及产品更新频率高的特点，对移动智能终端配件产品的采购需求量大且增长迅速。报告期内，随着华为手机在全球的热销，其对保护类产品的需求快速增加。在产能不足的背景下，公司随着客户集中度的提升重点加强了对大客户的深度服务。

②公司多层次客户结构逐步建立

报告期内，公司整体发展战略始终为以 ODM/OEM 业务为基础，重点发展自有品牌业务，建立以移动智能终端配件品牌商、移动智能终端制造商、大型连锁/在线零售商为主的多层次客户结构。

ODM/OEM 业务方面，除原有对海外知名移动智能终端配件品牌商的代工业务外，报告期内公司对国内移动智能终端制造商的代工业务也迅速增加。自有品牌业务方面，经过多年的持续投入与沉淀，陆续进入以百思买为代表的大型家电连锁卖场，以沃尔玛、Target 为代表的大型商场超市等，以亚马逊为代表的线上零售商，以及以 Verizon 为代表的电信运营商等,多维度的销售渠道已基本建立，销售收入快速增长。

③移动智能终端配件行业，同样进入全面能力竞争的成熟发展阶段

作为移动智能终端的配套产业，公司所处的配件行业与智能手机、平板电脑等移动智能终端行业具有紧密相关性。近年来，包括智能手机、平板电脑在内的移动智能终端市场进入存量博弈阶段，品牌的头部聚集效应愈发明显。在上述背景下，移动智能终端配件行业也进入市场出清阶段，该阶段一部分新进入者和产品开发与品质管控能力不足的竞争者不断被淘汰，行业进入了全面能力竞争阶段，强者恒强，呈现出头部厂商占有率与市场地位不断提高的特征，行业开始进入成熟发展周期。在新的发展阶段，头部移动智能终端制造商如华为、苹果、三星等对供应商的产品质量、交付期限等的要求进一步提升，其下游供应商也更加集中，通过狠抓产品质量，并逐步提升产能，公司对华为等移动智能终端制造商的出货量持续大幅提升，抢占了移动智能终端制造商的头部客户，对国际知名移动智能终端配件品牌商的销售额也逐步恢复

④整体市场空间广阔，公司市场占有率仍较低

从市场份额来看，公司属于国内移动智能终端配件行业内生产与收入规模较

大、排名较前的专业生产企业。2016 年至 2018 年，公司主要产品智能手机保护类产品在全球的市场占有率逐步提升，从 2016 年的 1.53%提升至 2019 年的 4.94%。但从整体市场看，仍有广阔的市场空间供公司发展，尤其在自有品牌业务方面，公司市场占有率更低，随着公司继续加强品牌建设和开拓销售渠道，公司经营业绩仍有稳定增长的空间。报告期内，公司在美国的自有品牌业务销售收入逐步提升，例如对沃尔玛的销售额从 2017 年的 152.31 万元增加到 2018 年的 5,278.25 万元，2019 年全年仍保持了较好的增长并实现销售额 9,284.23 万元。未来，随着 5G 技术产业和人工智能的快速发展，以智能手机和平板电脑为代表的传统移动智能终端仍将保持较高的更新换代频率，而以智能手表、智能手环等为代表的新型移动智能终端仍在不断涌现和发展变化，上述移动智能终端的行业发展特点，保证了移动智能终端配件行业仍具收入增长空间。

（四）发行人创新、创造、创意特征

公司自 2006 年成立起，一直从事移动智能终端配件的研发、设计、生产及销售，在本行业各个环节均积累了丰富的经验。公司创新、创造、创意特征主要体现在两个方面：一是创造性地将多种材料结合应用于保护类产品，并积累了丰富的多种材料结合的设计开发及生产制造能力和经验；二是经过持续多年专注于本行业的积累，具备了深刻把握中高端消费者需求的创意设计能力。

1、公司创造性地将多种材料结合应用于保护类产品，并积累了丰富的多种材料结合的设计开发及生产制造能力和经验，相关产品市场反应良好。

随着移动智能终端行业的快速发展，功能化、个性化消费需求日益明显，使得配件市场空间亦不断扩大。尤其是 2007 年第一代触摸屏 iPhone 诞生以来，保护类配件的市场需求迅猛发展。

保护类配件行业发展之初，传统手机壳通常是一次注塑成型、单一材料的塑胶壳，且早期加工工艺也较差，产品毛边、毛刺等瑕疵较多。而公司多年来，一直精研各种材料特性，创造性地将传统塑胶、TPU、金属、液态硅胶、皮革、电子器件、人造水晶等多种材料相结合运用于公司产品设计中，并积累了丰富的多种材料相结合的生产制造能力和经验。公司自主设计的自有品牌产品 Defense 系列手机壳，近年来在美国市场上持续畅销，其也是公司自成立以来，运用多种材

料结合创造的最佳产品案例。

以公司自主设计的自有品牌产品 Defense 系列手机壳为例，其多重防摔系统运用了 TPU 软胶、铝合金、PC 后盖、TPE 减震材质，并良好地将上述材料进行注塑结合，TPU 软胶边框内部还加工形成了类似泡泡的缓震“气囊”。该系列手机壳的最外层是厚实的高弹 TPU 软胶材质，相当于汽车的防撞前梁，可充分抵御手机摔落时受到的第一波撞击；接着和 TPU 材质紧密贴合的金属外框是一个铝合金框架，相当于汽车的合金车架，可迅速将受到的撞击力分散至手机壳背面的 PC 后盖和内层的 TPE 减震材质，避免单点受力过大；最后，TPU 软胶边框内部布满了缓震“气囊”，跟汽车安全气囊一样，缓震气囊也是手机的最后一道防护，能够最大程度帮助手机壳与手机接触的地方进行卸力。部分品类的自有品牌手机壳，甚至会在摔落时最可能接触的四个角填充防撞性能极好的 Polyone 材料，更增强手机壳的防撞、防摔性能。

2、经过持续多年专注于本行业的积累，公司具备了深刻把握中高端消费者需求的创意设计能力，Defense 系列手机壳、Apple Watch 表壳等自主设计产品持续畅销。

公司成立之初，主要以不断提高生产制造水平为重心，彼时公司主要客户为以 Tagus 为代表的海外知名配件品牌商，此类海外知名品牌商具有采购规模大、交期及时性要求高、品质工艺要求严格等特点，从而锻炼了公司产品质量管控能力、快速响应能力、稳定量产能力等多方面的生产制造能力。

而随着移动智能终端的日益普及，以手机壳为代表的移动智能终端保护类产品不仅仅是具有防摔、防撞的功能性产品，已成为具有个性化、时尚化的消费品。在此背景下，一方面大型移动智能终端制造商等 ODM/OEM 客户也要求供应商提升研发设计水平，从而为其保护类配件生态的建设和丰富提供助力；另一方面更重要的是，公司在具备生产制造、品质管控、快速响应等核心竞争力的基础上，继续提升研发设计水平、打造自有品牌、获取品牌溢价已成为公司开拓前进的最重要方向。

自 2012 年起，公司开始着力打造自有品牌产品，同时在深圳和洛杉矶这两个世界创意之都，不断加强研发设计团队建设，提升研发设计水平，打造 X-doria

自有品牌。凭借着多年来积累的生产制造经验，以及公司核心团队一直专注于保护类配件全球市场的国际化视野，公司持续推进自有品牌产品的研发、设计、生产和推广销售，深入挖掘、研究消费者需求，开发出了面向中高端市场的 Defense 系列手机壳、Apple Watch 表壳等持续畅销的保护类配件产品。根据全球知名市场研究机构 NPD 的数据显示，公司 Defense 系列手机壳在美国市场的份额持续提升，已成为美国市场的重要品牌之一；适配 Apple Watch 的表壳更是在该细分领域，已成为美国市场份额最高的产品。因此，公司目前已具备深刻把握中高端消费者需求的创意设计能力，未来在移动智能终端配件领域，将持续推进创新创意设计。

（五）发行人科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况

1、科技创新

公司自成立以来，一直专注于移动智能终端配件行业，在研发设计和生产制造方面积累了多项专利和核心技术。公司系国家高新技术企业，公司高度重视研发设计和生产制造技术在企业发展中的重要性，具有较强的科技创新能力。2019 年，公司研发费用投入为 3,212.13 万元，占营业收入的比例达到 3.87%。公司目前的技术储备足以支撑未来业务的发展。

经过多年的发展，公司以研发设计和生产制造技术为驱动，已经形成一支拥有较强研发设计和生产制造技术实力的研发设计队伍，覆盖产品设计、模具设计、加工工艺等领域。在产品的研发设计与生产制造方面拥有丰富的经验，能够满足行业内知名客户对大规模采购、快速响应、高品质工艺的要求，同时也具备深刻把握中高端消费者需求的创意设计能力。自成立以来，公司十分重视锤炼生产制造能力，不断加强自主研发设计，鼓励科技创新，在市场竞争中凭借过硬的产品质量和良好的设计水平，不断提高公司市场份额。

公司科技创新水平的具体表征请见本招股说明书之“第六节 业务与技术”之“七、发行人核心技术及研发情况”。

2、模式创新和业态创新

模式创新和业态创新方面，公司十多年来的发展经历，走出了一条属于杰美特独有的创新之路。简单概括可分为两个阶段：第一阶段，先发展 ODM/OEM 业务

锤炼生产制造能力，再提升研发设计能力发展自有品牌业务，直至 ODM/OEM 业务与自有品牌业务双轮驱动；第二阶段，自有品牌业务实行“先海外，后国内”的市场策略，先在发达国家成熟市场经过激烈的市场竞争，具有一定市场影响力之后再重点突破国内市场，直至把公司打造成为移动智能终端配件领域的全球知名品牌。

（1）目前，公司第一阶段的目标已经完成。

2019 年，自有品牌业务收入达到 23,083.05 万元，较上年增长 33.45%，占当年主营业务收入的比例达到 29.72%。截至目前，公司自有品牌业务的收入仍在持续增长。报告期内，公司 Defense 系列手机壳在美国市场的份额持续提升，已具有较强品牌影响力；公司自有品牌的适配 Apple Watch 的表壳更是在该细分领域占据美国市场份额第一。因此，公司已构成 ODM/OEM 业务与自有品牌业务双轮驱动的业务模式。

（2）2020 年，公司第二阶段的目标正在完成，这也是公司今年的重点开拓方向。

①自有品牌业务方面，公司采取“先国外，后国内”的市场策略，符合不同市场发展阶段的实际情况。

除保护功能属性外，移动智能终端保护类产品已成为具有时尚属性的消费品，这一点在发达国家成熟市场上尤其明显。美国市场上，手机壳、平板电脑保护壳等细分领域，均有非常知名的品牌，例如手机壳领域的 Otterbox，甚至例如 Coach、Kate Spade 等轻奢类品牌，Under Armour、阿迪达斯等运动品牌，均有销售自己品牌的手机保护壳。在移动智能终端配件领域，国外消费者已建立较强的品牌意识，消费者愿意为自主设计的品牌产品支付较高价格。目前，公司自主设计的 Defense 系列新品，在美国市场上的终端零售价普遍在 30 美元左右。

目前，国内移动智能终端保护壳领域正处于消费理念的转变期。随着智能手机等电子产品成为日常必需品，国内消费者认识到保护壳日常接触频次极高，消费者也越来倾向于花较高的价格选择防摔功能更好、更时尚美观、材质对人体无危害的知名品牌产品。在这个消费理念转型期，低劣产品生产厂家将逐渐被淘汰，公司自有品牌产品在国内市场具有极大的发展空间。报告期内公司在国内销售自

有品牌产品金额仍较低，2019 年自有品牌业务的国内收入占比仅为 14.19%。

②近年来“国潮”趋势崛起，提升国内品牌知名度正符合中国制造转型升级

2017 年，中国国务院同意设立第一个“中国品牌日”，以鼓励本土品牌的创新和发展，加强本土品牌在国内和国外市场的进一步发展。中国本土品牌拥抱“国潮”趋势、提升产品质量、努力改善并让品牌形象变得更时髦，同时加强创新发展。报告期内，公司产品质量过硬并已得到诸多世界五百强客户验证，自有品牌产品更是在发达国家成熟市场上经受了激烈的竞争考验，因此目前亟需将质量过硬、设计良好的中国品牌产品推向更广阔的国内市场。目前，在国内市场的移动智能终端保护类配件领域，尚无知名品牌产品，公司将抓住这一契机，在国内消费者理念转变期，积极推广公司自有品牌产品。

2020 年 5 月 10 日是第四个中国品牌日，当日，国内三大知名媒体——《中国日报》、《中国新闻周刊》、《新闻晨报》，分别发布了一篇主题为“强国时代国牌璀璨”的微博长图文，盘点了那些“出征海外，跻身全球行业巨头却鲜有人知的中国品牌”，Defense 系列手机壳也位列其中，共同并列的品牌有宁德时代、传音科技（手机）、安克创新（充电宝）和海康威视等六个品牌。

未来，公司将持续推进自有品牌的创新创意设计，将公司产品由主打的智能手机、智能手表、平板电脑等保护壳逐渐衍生至 TWS 耳机保护套等各类移动智能终端配件产品，直至把公司打造成为移动智能终端配件领域的全球知名品牌。

（3）新旧产业融合情况

公司所处的移动智能终端配件行业，是新旧产业融合的典型。一方面，公司业务包含了传统的生产制造，属于旧产业；另一方面，公司需要不断根据下游新兴行业发展进行研发设计、生产销售等方面的创新创造，属于新产业。

公司下游行业是移动智能终端行业，近二十年来，移动智能终端行业的发展最为日新月异，意味着公司也需持续的创新创造，以满足市场上各类新需求。公司自成立以来，一直伴随着移动智能终端的变化发展而不断进行创新创造，持续将适应新兴产业的创意设计与传统生产制造相结合，公司主营产品不断推陈出新，并同时积极建立并完善多层次的客户结构，从而在移动智能终端配件行业持续取得较好的业绩。

2007 年之前，手机保护类配件主要用于方便携带手机，典型如扣在皮带上的手机皮套。2007 年，第一代 iPhone 上市，引领手机行业进入触摸屏智能手机时代，由于这类智能手机具有易碎屏、不耐摔等特征，因此保护类配件的使用习惯开始养成。之后随着包括智能手机、平板电脑在内的全球移动智能终端市场的迅猛增长，公司抓住市场机遇迅速成长。随后，公司凭借各项研发设计、生产制造等方面的优势，建立了 ODM/OEM 业务与自有品牌业务双轮驱动的业务格局，以及正持续完善的多层次客户结构，较好地将传统生产制造行业与新兴的移动智能终端配件行业相融合。

另外，移动智能终端配件行业仍在不停地持续进化。比如随着智能手机的日益普及，手机壳正成为突出个性化和时尚属性的消费品，而不仅仅是防护功能产品，这对公司在创意设计方面提出了新的挑战。另外，新的移动智能终端正不断涌现，Apple Watch 的出现，公司设计生产了适配 Apple Watch 的表壳，并在美国市场取得了细分市场第一的成绩。报告期内，以 AirPods 为代表的 TWS 耳机逐渐流行，公司也开发了适配的耳机保护套开始小批量销售。

未来，移动智能终端的发展变化仍将持续，公司仍将继续提升研发设计水平，继续努力做好新旧产业的融合。

（六）发行人市场地位、技术水平及特点

1、市场地位

公司一直专注于移动智能终端配件的研发、设计、生产与销售，始终坚持以市场为导向，以技术研发、产品设计及高品质生产为主要手段，通过规模化生产及供应链优化管理增强产品的成本优势，致力于为客户提供高质量、高性价比的产品和服务。通过多年的发展，公司以丰富的生产、业务经验为基础，充分发挥品牌运营的作用，形成“ODM/OEM+自有品牌”双向驱动的良性经营格局，有效提升公司运营能力，确立了公司在行业内的竞争地位。

随着经济竞争日益向全球范围内展开，知名终端制造厂商与配件品牌商与 ODM/OEM 生产企业的合作日益紧密。公司凭借过硬的生产工艺和产品质量，通过了客户严格的供应商筛选体系，与众多业内知名企业建立了长期稳定的合作关系，并持续为其提供全流程、定制化的产品生产加工解决方案。主要客户包括华

为等移动智能终端制造商以及 Targus、Pelican 等国际知名的移动智能终端配件品牌商。公司已在众多优质客户中树立起良好的口碑及声誉，这些客户不仅是公司的重要收入和盈利来源，也关乎公司在行业中的竞争地位和品牌形象。通过与之建立长期友好合作的关系，公司积累一定的工艺和技术成果的同时，也实现了公司营业收入、市场份额及竞争地位的进一步提升。

面对行业同质化竞争日益加剧的情形，公司凭借充足的技术基础、生产经验和快速的市场反应能力，紧跟行业前沿发展趋势，重点打造自有品牌 X-doria。X-doria 定位于中高端市场，坚持时尚、简约的设计风格，覆盖的产品包括苹果、华为、三星等。目前 X-doria 已建立线上线下完善的销售渠道，客户遍及美国、法国等多个国家或地区，形成了一定的品牌影响力。线下实体渠道主要包括大型家电连锁卖场（如百思买）、大型商场超市（如沃尔玛、Target）以及电信运营商渠道（如 Verizon）等；线上渠道主要包括主流的电商平台，与亚马逊等主要的线上平台达成了长期、稳定的合作关系。未来，随着行业集中度的提升以及消费者对中高端产品需求的释放，公司的竞争地位将会进一步提升。

具体从市场份额来看，公司属于国内移动智能终端配件行业内生产与收入规模较大、排名较前的专业生产企业。2017 年以来，公司主要产品智能手机保护壳在全球的市场占有率逐步提升，具体情况如下：

项目	2019 年	2018 年	2017 年	2016 年
全球智能手机出货量（百万部）	1,371.00	1,404.90	1,465.50	1,473.40
全球智能手机保护壳销量（百万个）	1,371.00	1,404.90	1,465.50	1,473.40
公司智能手机保护壳销量（百万个）	67.71	58.04	32.95	22.60
公司市场占有率（%）	4.94	4.13	2.25	1.53

注 1：由于行业层面未单独统计、发布全球智能手机保护壳的销售数据，公司根据专业研究报告的相关数据推算公司全球市场占有率。

注 2：根据全球知名市场研究机构 NPD Group Inc.的数据显示，75%的智能手机用户都会选择安装保护壳，且 25%的人拥有不止一个保护壳以便在需要改变手机外观的时候使用，故假设 1 部智能手机配套 1 个保护壳。

注 3：全球智能手机出货量数据来源于 IDC。

从行业发展经验来看，随着市场竞争的日益加剧，市场整合不可避免，缺乏核心竞争力、规模较小的企业将逐步退出市场，市场份额将逐步向实力较强的品牌企业集中。公司将通过不断努力与创新，持续提升企业核心竞争力和盈利能力，以赢得更大的市场份额，逐步将公司打造成业界一流的品牌商。

2、技术水平及特点

移动智能终端保护类配件的制作涵盖了结构设计、精密模具开发、注塑生产、喷涂印刷、品质检测等过程，每一环节环环相扣，只有经过合理的结构及外观设计、精确的模具、合理的工艺调试、稳定的生产和精湛的后处理才能生产出满足市场需求的高品质产品。经过多年发展，行业内各生产环节已形成相对成熟的技术水平。

（1）结构设计、模具开发

结构设计、模具开发是使材料成型，同时也是能成批生产出具有一定形状和尺寸要求产品的关键，在很大程度上决定着产品的质量、效益和新产品开发能力。随着产品外观要求、复杂度的日益提升，保护类配件的构成部件类型不断丰富，结构设计、模具开发过程中需对材料选用、内部结构、加工工序等方面进行综合考虑，具体包括：（1）确定造型设计合理可靠，制造工艺能够实现；（2）确定每个部件的制造工艺、结构强度、安装定位、互配性；（3）确定产品功能符合要求，用户使用体验良好。与此同时，结构设计要尽量减小模具开发和制造的难度，降低模具成本和生产成本。

（2）注塑成型技术

随着消费升级带来的消费理念转变，人们对于保护类配件的精美度、复杂度、质量等要求也愈来愈高，注塑成型成为产品生产过程中的关键环节。对于塑胶成型应用，经过多年的注塑工艺发展，我国注塑设备已具备较高的生产水平，双色注塑成型技术、套啤技术、高速高压注塑成型技术现已广泛应用到了保护类配件生产领域，但国外设备在工艺、检测技术方面仍具备一定优势。

（3）多种新材料组合应用

新材料应用是未来行业技术发展的主要方向，随着移动智能终端产品的普及，消费者对配件产品个性化的需求将日益增加，不同产品的高低端定位不同，也将选用不同的材质。此外，移动智能终端产品的造型不同，用途不同也对材料应用提出新的要求，比如曲面屏、可穿戴等特性对新材料的柔韧性提出了更高的要求。因此，行业内企业需要熟悉各终端的结构特点、材料特性等以定制出高度贴合的配件产品，通过对不同特性的材料组合，以实现抗摔、防水、防震等保护

功能以及美观、时尚的外观需求，对企业的设计、开发和生产能力有较高要求。

（4）表面处理

对于移动智能终端保护类配件的表面处理工艺，其主要目的是满足产品的装饰作用，并兼具耐蚀、耐磨性或其他特殊功能要求。表面处理工艺能够增加产品的附加值，令产品呈现出丰富的视觉体验效果及不同的外观质感。合理地运用表面处理工艺，能够增添产品的美感，创造产品差异化的特点，从而吸引消费者的关注，而即使是一个较小的瑕疵也会破坏外观的美观度。因此，成熟稳定的表面处理技术能够提升产品优良率，保障交付，这对于生产商尤为重要。

（5）品质检测

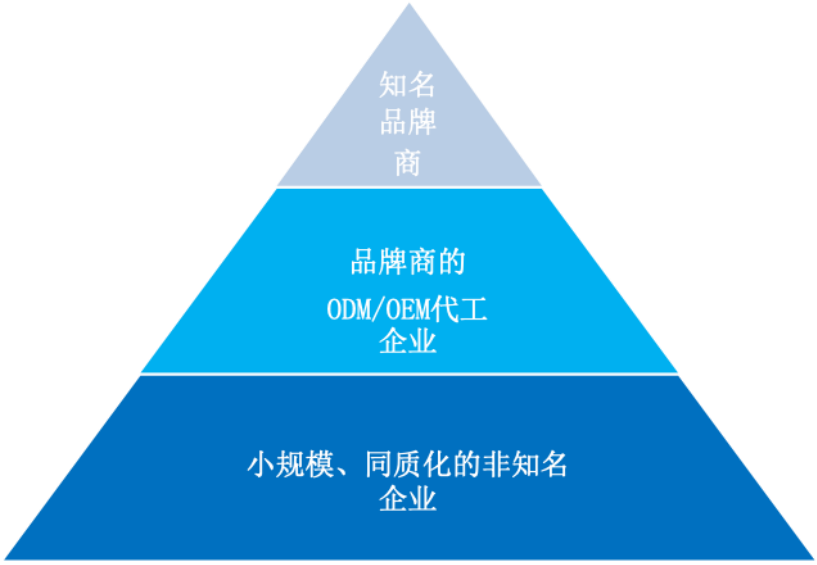
移动智能终端配件产品从最初的基础原材料到最终成品之间生产环节较多，工艺流程较长，包括模具制作、上模、调试、喷涂、丝印、套料、组装等，每个工艺均对最终成品的品质产生影响。这就要求行业内企业具备高精密度的生产、检测设备，拥有经验丰富的专业人才，建立各环节的检验规范，实行严密的品质测试。

（七）发行人在行业中的竞争地位

1、行业竞争格局

随着以智能手机、平板电脑为代表的移动智能终端市场领域的快速扩大，与之对应的配件行业整体也进入了一个稳步发展的阶段，全球范围内涌现出大量的配件产品厂商，促使移动智能终端配件行业形成了高度市场化、充分竞争的格局。

随着行业竞争形态的演变与产业分工的细化，拥有品牌资源与营销渠道的企业在市场竞争中逐渐脱颖而出，部分企业开始专注于产品设计、品牌推广及营销渠道建设，并通过持续优化采购供应链管理体系，建立稳固的供应链合作伙伴关系，将生产委托给代工企业。在此背景下，整个行业形成了品牌运营和ODM/OEM生产两个主要竞争领域，同时因整体市场规模较大，行业内还存在大量小规模、同质化的非知名企业，三者共同构成了当前移动智能终端配件市场的金字塔形竞争格局。



（1）知名品牌商

在国际移动智能终端配件行业的竞争过程中，美国、欧洲、日本等发达国家和地区企业凭借设计团队、销售渠道、技术、品牌、资金等优势，在国际竞争格局中占据有利地位，如 Otterbox、Targus 等。该等知名品牌商的竞争聚焦于产品设计、营销网络建设及供应链管理：作为移动智能终端产品的配件，产品设计感构成消费者购买中高端配件产品的重要考量因素；在营销渠道方面，知名品牌商主要通过建立全球分销合作伙伴以及在线销售方式推广产品，而具备完善营销网络的品牌商在竞争中体现出更强的竞争优势；在具体生产环节上，则充分利用专业化分工优势，不断引入先进的供应链管理方式和技术，重点打造自有供应链管理体系，通过对优质 ODM/OEM 供应商进行技术保密、现场管理、品质管理和成本控制管理等方面的改善和推动，确保产品供应的高品质与稳定性。

随着下游消费市场对移动智能终端配件的要求提升，未来产品竞争的重点将集中于中高端领域，对参与企业的能力要求进一步提高，只有致力于整合研发设计、品牌、渠道等环节优势资源，并建立稳固生产供应链的优质企业才能保持并不断增强竞争力。

公司基于长期的 ODM/OEM 业务所积累的研发设计及技术经验，进一步以 ODM/OEM 和自有品牌并举的方式开拓市场，坚持做大 ODM/OEM 业务、做强自有品牌的思路，积极发展定位于中高端领域的 X-doria 自有品牌业务。凭借可靠的产品质量、良好的产品体验与强大的渠道优势，自有品牌 X-doria 已在国内外近

20 个国家或地区注册了自有商标，客户遍及美国、欧洲和日本等多个国家或地区，在行业内赢得了较高的品牌声誉，顺应了移动智能终端配件行业发展的整体趋势，有助于公司在未来市场竞争中掌握主动权。

（2）ODM/OEM 厂商

在移动智能终端配件产业链中，虽然知名品牌商、终端厂商掌握着品牌影响力、销售渠道等优势，但出于专业化分工降低成本的考虑，往往选择将配件产品的制造以 ODM/OEM 模式外包给其他企业，与之建立长期合作关系，以此提高供应链的可控性与稳定性，降低采购供应链总成本。在此背景下，ODM/OEM 厂商对于整个移动智能终端配件行业的发展具有越来越重要的影响。

经过多年的发展，中国企业已成为重要的移动智能终端配件生产、出口基地，构成了移动智能终端配件产业链的重要一环。众多知名品牌商、终端厂商在我国寻求 ODM/OEM 生产合作，该等客户群体信誉良好，资本实力较为雄厚，若取得稳定合作，将形成 ODM/OEM 厂商重要的竞争优势。知名品牌商、终端厂商通常也会对 ODM/OEM 厂商的经营资质、生产规模、技术水平、产品品质、货物交期、社会责任体系、反恐体系、环境管理体系等多方面进行严格评估，并进行验厂审核，这也在一定程度上为优质 ODM/OEM 厂商缩小了竞争范围，预留了市场空间。目前，国内部分 ODM/OEM 厂商凭借较高的产品性价比与国外主流配件品牌商、终端厂商建立了长期良好的合作关系。公司依靠良好的技术水平与产品品质，在 ODM/OEM 业务方面形成了稳定、优质的客户群，包括智能终端厂商华为等，以及知名品牌商 Targus、Pelican 等。

（3）小规模、同质化的非知名企业

由于移动智能终端配件产品类型多样、工艺复杂程度不一，中低端市场进入门槛较低，行业内企业参差不齐。部分厂商处于较为初级的贴牌生产阶段，依靠单一生产工序优势为部分 ODM/OEM 厂商提供外协加工服务。同时，市场上还存在大量的小规模、同质化的企业，该类企业往往存在生产设备落后、规模化生产不足、技术积累不足等问题，产品品质也难以得到有效控制，主要通过低价策略参与市场竞争，造成该层面的生产厂商竞争尤为激烈，在行业竞争中处于弱势地位，随着行业发展日趋成熟，市场集中度逐步提高，该类企业的生存空间将进一步缩

小。总体而言，移动智能终端配件行业市场化程度较高。

2、行业内主要竞争对手情况

行业内主要品牌商包括 OtterBox、Targus、ELECOM、ZAGG 等，国内主要 ODM/OEM 企业包括天富励德、卡士莫、凯普达等。公司凭借较强的研发设计能力，高品质的产品生产工艺和严格的质量控制标准，通过 ZAGG、Targus 等知名品牌商严格的供应商筛选审核，与之建立了良好、稳定的 ODM/OEM 合作关系，为其代工生产智能手机保护类、平板电脑保护类产品等，为公司持续发展壮大，增强国际竞争力积累了丰富的技术经验与行业基础。

行业内主要企业基本情况如下：

（1）品牌商领域

①OtterBox

OtterBox 成立于 1998 年，是美国著名移动智能终端产品保护类配件品牌。旗下产品种类繁多，包括手机、平板电脑等的保护类配件，以及耳机、数据线、电脑包等各种配件，不同产品分别适用于苹果、三星等多个品牌移动智能终端。OtterBox 针对不同消费者的需求开发出了丰富的保护类配件系列，如防御者系列、炫彩几何系列、通勤者系列、真皮系列等，在北美手机保护类配件领域具有领先的销量和知名度。

②Targus

Targus 成立于 1982 年，为移动解决方案的全球领先供应商，致力于为笔记本用户提供全方面的移动解决方案。Targus 在各大洲设立了办事处，配送体系遍布 145 个以上的国家与地区，业务领域现已拓展到包括笔记本电脑、数码音乐及视频配件、人体工程学背包等在内的完整品牌体系。

③ELECOM

ELECOM 成立于 1986 年，目前是日本最大的移动智能终端配件公司。公司拥有丰富的产品品类，主要涵盖蓝牙通信类配件、手机配件、造型耳机、通话类耳机、鼠标、笔记本包、数码相机包、清洁产品、鼠标垫等。

④ZAGG

ZAGG 公司，始创于 2005 年，公司总部设在美国盐湖城，是一家全球性的移动设备配件和技术公司，提供创新优质的产品解决方案，以保护个性化和提升消费者的移动体验。ZAGG 生产和销售全系列的移动设备配件，包括平板电脑的蓝牙键盘、外挂电池、移动设备保护套/贴膜、音频耳机，蓝牙音响类，游戏类产品等等。

（2）ODM/OEM 领域

①卡士莫实业（东莞）有限公司

卡士莫实业（东莞）有限公司成立于 2011 年，注册资本 1,100 万美元，为台港澳法人独资企业。卡士莫实业（东莞）有限公司经营范围包括生产和销售移动通信设备配件、电脑周边配件、服装、体育用品、袋类产品及提供相关售后服务；从事与公司产品同类商品的批发和进出口业务。

②东莞市天富励德实业有限公司

东莞市天富励德实业有限公司成立于 2004 年，注册资本 2,000 万元人民币，经营范围包括电子产品及其配件的研发、生产；皮具制品、礼品手袋、硅橡胶制品及相关模具的设计、生产及技术研发；销售：塑胶制品、皮具制品、电子产品；货物进出口、技术进出口。

③凯普达材料技术（深圳）有限公司

凯普达材料技术（深圳）有限公司成立于 2005 年，注册资本 1,100 万香港元，为台港澳法人独资企业。凯普达材料技术（深圳）有限公司经营范围包括生产经营各类塑料包装容器、各类电器包装托盘、各类塑料片材、中空板板材及制品，提供相关技术咨询和售后服务。

3、主要竞争优势

（1）行业先发优势

公司是行业内较早从事移动智能终端配件的研发、设计、生产、销售业务的公司之一，核心管理人员均拥有多年的行业管理经验，对公司和行业的发展有深刻理解，在国内配件行业 ODM/OEM 领域中拥有较为明显的先发优势。

经过十几年的沉淀，公司建立起了以大型移动智能终端制造商和全球知名移

动智能终端配件品牌商为主的 ODM/OEM 业务市场布局，在下游客户中建立了良好的产品口碑，拥有了一批稳定、优质的合作伙伴。通过移动智能终端制造商华为等，以及国际知名移动智能终端配件品牌商如 Targus、Pelican 等对经营资质、生产规模、技术水平、产品品质、货物交期、环境管理体系等多方面的严格评估及验厂审核，成为其重要供应商，进一步印证了公司在 ODM/OEM 领域的行业地位与品牌实力。

持续的行业先发优势及覆盖广泛的优质客户群体为公司业务发展提供了有力保障，为公司奠定了持续发展的重要基础，是公司核心竞争力的重要组成部分。

名称	Logo	概况	区域
华为	HUAWEI	华为技术有限公司是全球领先的 ICT(信息与通信)基础设施和智能终端提供商，于 1987 年正式注册成立，总部位于中国深圳	亚洲/中国
Incipio	INCIPIO	Incipio Group，美国知名电子产品配件制造与销售商，主要设计、制造、销售电子产品保护套及其他数码配件，旗下有 Incipio、Incase、Griffin、Tavik、Clamcase 等子公司，拥有 Coach、Kate spade、Tumi、DIESEL 等品牌的授权，业务覆盖全球	北美/美国
Targus	Targus	泰格斯，移动解决方案的全球领先供应商，致力于为笔记本用户提供全方面的移动解决方案。Targus 在各大洲设立了办事处，配送体系遍布 145 个以上的国家与地区，业务领域现已拓展到包括笔记本电脑、数码音乐及视频配件、人体工程学背包等在内的完整品牌体系	北美/美国
Pelican	PELICAN	派力肯，全球知名安全防护箱和顶级防爆强光手电生产商，生产的系列专业电筒和防护箱产品被广泛使用于各行业领域	北美/美国
Thule	THULE	拓乐，全球最大的汽车顶架系统制造商之一，产品包括车顶架、自行车和水上运动器材托架、车顶箱等；其他产品领域包括野营车附件、拖车、保护类配件等	欧洲/瑞典

（2）大规模、多品种、高品质的量产优势

公司主营的保护类产品类型众多，各型号产品的工序复杂程度不一，需结合产品结构、原料材质、客户需求的差异，有针对性地开展方案设计、打样、模具开发、上夹/上模/备料、首件确认、检验、注塑、喷涂、开料、丝印、热压、成型、边接、车缝等诸多工序。公司在生产经营中积累了丰富的经验，总结了一整套适合企业自身特点的研发体系与生产模式。公司从采购环节即开始根据交货品种、周期、产能负荷、生产周期制定计划，保障公司的生产运营；在生产过程中，针对不同材质、不同工序开展技术改进、优化排程以提升生产效率。各环节的紧密合作使得公司能够获得较高的生产速度，以更低成本、更短周期和更高质量完

成订单生产，获得客户的更高的满意度。随着国内手机越来越受到全世界用户的青睐，公司准确把握住国产手机崛起的契机。报告期内，公司对华为的销售额大幅增长，从 2017 年的 12,697.48 万元增长至 2019 年的 37,711.49 万元，反映出公司雄厚的研发技术、极速的项目管理和订单交付能力，以及卓越的产品品质管控能力。

经过多年的生产积累，公司凭借先进的制造设备、完善的工艺体系和高效的经营管理建立起稳定快速的量产能力，是目前行业内少数几家拥有大规模、全工序、高品质生产制造能力的企业之一，能够保证从研发设计、样品试制、改进工艺到稳定量产在较短的周期内完成，及时、全面地响应客户多样化产品及服务需求，在快速变化的市场环境中为公司抢得市场先机。

（3）成熟的技术积累优势

移动智能终端配件生产技术难度主要体现在精密模具的设计开发、多材料新工艺的组合应用、细节尺寸的精准管控等方面。经过十多年的持续积累，公司已发展成为掌握保护类产品量产所需的全部必要工艺流程和拥有大量工艺技术储备的高新技术企业。依托成熟的材料设计加工体系、丰富的技术应用资源、完整的生产工艺，公司具备从材料应用、技术测试、项目开发到量产的每一个环节为客户提供全方位服务的综合能力。在此基础上，公司积极参与下游客户的技术研发合作，从产品源头开始参与，共同探讨产品技术指标的实现工艺，确保技术研发和产品品控的深度合作。以公司参与研发生产的防水保护类产品为例，该产品采用军用防震、防水保护标准，由数十项零部件组装而成，任一部件的错漏都将导致产品出现严重缺陷，要求在模具设计、材料运用、精度控制、部件组合等每一环节均做到严格管控和精密安排，公司凭借成熟的技术积累和全面的生产工艺，快速实现了产品开发与量产，及时满足客户交付需求。

除此之外，公司在生产经营过程中针对注塑类、皮套类、套装类等产品积累了大量核心技术，有效提升了公司的生产技术优势。详细技术情况请参见本节“七、发行人核心技术及研发情况”之“（一）主要产品核心技术、先进性和应用情况”。

（4）持续的研发设计优势

保护类产品类型繁多，非标准化特征明显，因此产品的快速设计能力对缩短产品周期、提升市场反应速率具有非常重要的意义。公司于设立之初即从事终端配件行业，拥有一支从业经验丰富、创新意识突出的强大的研发团队，经过多年的行业积淀，能够迅速捕捉到行业消费习惯的变化，把握消费者的消费偏好，具有敏锐的市场反应能力和快速的新品设计能力。例如随着苹果公司 iPhone 智能手机和 iPad 平板电脑风靡全球，公司前瞻性地挖掘到相关市场的巨大商业潜力，与国际知名配件品牌商达成供货合作；此外，公司紧抓智能手机轻薄化趋势，率先设计推出透明 PC 材质、TPE 材质（套啤工艺）的轻薄保护类产品，迅速获得市场认可，为公司快速发展创造了有利条件。

公司强调以品牌立足，持续的新品研发设计，优异的产品设计团队是公司紧跟市场动态、持续具备竞争力的有力保证。报告期内，公司大力培养专业的研发设计团队，主要包括定位于欧美市场的美国道瑞设计团队、定位于亚太市场的中创卓越自有品牌设计团队以及为 ODM/OEM 业务配套服务的杰美特设计团队。除自有设计外，公司积极拓展与国内外知名设计机构合作，深化研发设计能力。近年来，公司紧跟行业消费热点的变化，不断推出经典产品，自有品牌“X-doria”旗下的“Defense”系列产品凭借其良好的设计以及高品质体验深受北美、欧洲消费者欢迎，为亚马逊热销商品。

截至本招股说明书签署日，公司及子公司共拥有专利 202 项，其中发明专利 6 项，实用新型专利 103 项，外观设计专利 93 项。2012 年被认定为深圳市高新技术企业，2013 年被认定为国家高新技术企业，2016 年、2019 年再次被认定为国家高新技术企业。

（5）严格的体系管理优势

注重体系管理是公司长期坚持的重要方针，凭借规范化的现代化管理和可靠的产品品质，公司获得 ISO 9001:2015 质量体系认证、ISO 14001:2015 环境体系认证。严格的质量管控和全面的管理体系已成为公司的重要竞争优势。

公司建立了一套含控制程序、检验规范、可靠性测试项目在内的完备的质量管理和控制体系，实现对产品从概念设计、开发制样、供应商筛选、来料检验，到生产制程控制、成品检验、售后服务等全过程的监控与管理。在产品开发阶段

制定《样品开发管理制度》，规范样品的开发、检测、签样，集中将重大问题解决在开发制样阶段；在采购阶段制定《采购控制程序》，确保所采购的产品和服务均能符合要求；在生产阶段制定《生产过程控制程序》对生产过程中影响产品质量的各种因素加以控制，并严格执行工艺标准，保证质量控制的持久有效；在质量检测阶段，公司拥有经验丰富的专业检测团队，建立了产品检测实验室，产品从方案设计到大规模生产入库需历经抗冲击测试、高低温测试、跌落测试、盐雾测试等数十道检测工序；在出货阶段制定《成品及出货检验程序》，以有效防止出货中批量不合格品的出现；在客户服务过程中制定《客户满意度调查控制程序》，紧密跟踪产品使用情况，及时获取产品质量的反馈信息。此外，公司严格按照国际标准，针对环境保护、健康安全、劳工权益、商业道德等方面建立了完善的社会责任体系，由于相关规范成本较高及行业整体意识不足，社会责任体系的构建与实行亦是公司领先于行业的重要表现之一。

全面、良好的体系管理是赢得客户认同与尊重的前提，公司连续多年通过国际知名终端配件品牌商 Targus、Pelican 严格的供应商认证审核，并成为华为手机配件的供应商，为公司长期稳定发展奠定了基础。

（6）自有品牌优势

移动智能终端配件行业市场规模大，竞争程度高，随着消费需求持续升级，品牌认可度是影响客户选择的重要因素，而品牌认可度则需要靠高质量的生产工艺和产品基础、长期持续的客户运营与品牌推广而慢慢沉淀出来。

相对于行业大部分 ODM/OEM 生产企业，公司是业内较早从事自有品牌运营的企业之一，定位中高端消费群体的自有品牌“X-doria”在市场上已具备一定的知名度与品牌影响力。

公司自有品牌培育了独立且具竞争力的设计运营团队、搭建了覆盖广泛、体系健全的多元化营销服务网络。公司产品已进入以百思买为代表的大型家电连锁卖场，以沃尔玛、Target 代表的大型商场超市等，以 Verizon 为代表的电信运营商渠道，销售区域涵盖国内、北美、欧洲和日本等多个国家或地区。此外，公司与亚马逊等主流线上平台建立了收益共享、长期稳定的合作关系，积极拓展多元化销售渠道，市场占有率还有很大的提升空间。

（7）良好的企业文化和优秀的团队

经过多年的生产实践和技术公关，公司已熟练掌握主要产品的生产工艺与流程，培养了一支精干的研发技术团队，公司具备丰富的行业经验，具有较完善的生产管理体系，已形成各职能部门权责明确、相互制衡的内部管理机制。

人才在公司的发展中扮演着关键角色，为了吸引、并留住优秀的人才，公司自设立以来，一直致力于打造员工与企业共同成长的企业文化，经过多年的沉淀，目前，公司已形成以“让杰美特员工成为值得受人尊重且富有幸福感的人”为核心的独特企业文化。良好的企业文化不仅增强了员工对公司的认同感、归属感，同时公司注重对员工的培训，将大大提升公司的软实力。

4、主要竞争劣势

（1）生产、研发条件制约公司的进一步发展

伴随着全球移动智能终端产业快速发展以及我国对国际产能的广泛承接，公司业务规模保持在较高的水平。但受公司现有厂房、设备、人员等方面的限制，导致公司高峰期产能不足，无法完全满足市场需要，对公司的经营形成不利影响。与此同时，公司目前的研发条件也受现有软件、硬件设施的制约，无法满足公司进一步加大研发投入、创新发展的需要。

（2）经营规模扩张面临资金压力

为了适应移动智能终端产品的快速发展，迎合消费者消费偏好的快速变化，公司必须通过较大的研发投入和迅速扩大优势产品的生产抢占市场先机。同时，公司作为国际知名厂商的合格供应商，必须保持较高水平的产能规模和一定数量的库存和一定长度的信用期。此外，公司的自动化生产线的改造、设备升级换代等工作也需要大量的资金支持。经过多年的发展，公司虽然已具备了一定的规模和实力，但考虑到自有厂房接下来的建设投入，仍然面临着资金紧张压力。

（八）发行人面临的机遇与挑战

1、面临的机遇

（1）传统移动智能终端行业市场预期良好

以智能手机为代表的传统移动智能终端产品出货量虽然出现了负增长，但据

Statista 的研究报告数据预测，到 2020 年,全球手机用户将增长至 47.8 亿。除了发达经济体的稳定增长外，以亚太（日本除外）、拉美国家为代表的新兴经济体经济的迅速增长，带动其国内消费结构升级，以智能手机为代表的移动智能终端市场扩展迅速。由新兴市场带来的配件市场快速发展仍将持续，并将成为带动行业发展的下一个增长热点。

（2）移动智能终端更新换代迅速

随着信息化、智能化技术的快速变迁，行业竞争的日趋激烈，以智能手机为代表的传统智能终端迭代频率日益加快，产品更新周期缩短，基于庞大用户基数下的更新换代需求将为相关配件行业，特别是保护类配件提供源源不断的市场需求。此外，从目前移动智能终端的发展趋势看，终端设备仍在向功能更强大、设备更轻薄的方向发展，由于设备瘦身和屏幕占比高的趋势越来越明显，设计和工艺水平不但刺激了消费者对保护类配件的巨大需求，也为其他配件类产品行业提供了发展契机。

（3）新型智能终端快速升级带来行业新的发展机遇

信息化是当今世界经济和社会发展的大趋势，以信息化带动工业化、实现跨越式发展已成为我国的基本战略。其中，以信息化、智能化为突出特点的移动智能终端产业受到国家产业政策的大力引导和扶持，《中国制造 2025》（国发[2015]28 号）明确鼓励研发新型智能终端等设备，推动核心信息通信设备体系化发展与规模化应用。我国在 2018 年正式启动“网络强国建设三年行动”，根据工信部等部委的工作规划，该行动将进一步加大网络基础设施建设。随着 5G 和 AI（人工智能）的到来，人们将进入万物互联的智慧时代，大量持观望心态的消费者将推动新的一波换机潮。未来，随着智能化技术的不断深入发展，移动智能终端将与信息等领域新技术深度融合，应用范围进一步拓展，整个行业将面临新的一片蓝海。由于本行业与移动智能终端产业景气度高度关联，在移动智能终端产业受益于政策、技术红利快速发展的同时，也将为相关配件行业带来新的发展机遇。

（4）时尚个性化的需求，将引领移动智能终端配件消费升级

随着社会经济的持续快速发展，个人消费正由大众化逐渐朝着个性化和时尚

化转变，手机作为一个量产的工业产品，难以在生产的时候实现硬件的个性化，移动智能终端配件行业等反映“消费娱乐化”趋势的领域正迎来高速发展期。保护类配件作为人们随身携带的移动智能终端的时尚载体，可以弥补智能手机、平板电脑较为单一的外观设计，充分展示个人的时尚诉求，与个人消费的偏好相契合，不同材质不同风格的移动智能终端保护套像个人装饰品一样逐步发展为一种展示个性的媒介，一种社会文化和流行时尚的载体。由于移动智能终端配件的消费品和易耗品属性使得其更新换代周期更短，将为行业带来持续稳定的需求输出，由移动智能终端产生的配件需求甚至超过了终端本身的数量，市场空间巨大且持久稳定。

（5）产业集中速度加快

目前，行业内生产厂商较多，但规模化企业较少，整体技术水平不高，主要采用价格竞争手段。随着下游客户智能终端制造商、配件品牌商领域已逐渐形成了一批行业巨头，它们对配件产品品质、研发实力、价格水平、交货期限都提出了更高的要求，只有规模相当并满足条件的少量大型配件厂商才能与之建立长期、稳定的业务合作，并不断提高自身产品的竞争实力与市场份额。与此同时，国家逐步加大对环保事项的监管力度，日趋完善健全的法律体系和严格的执法标准将进一步挤压中小配件厂商的生存空间，客观上为移动智能终端配件行业的良性发展创造了有序的市场环境。随着行业竞争的深入，预计国内移动智能终端配件行业将进入整合期，产业集中速度加快，大型移动智能终端配件厂商凭借其多年的技术积淀、精细的生产控制和过硬的产品质量，将逐步占据行业主导地位，引领行业走向成熟。

（6）全球化采购、稳定的产业链生态将保障行业稳定发展

全球经济一体化趋势促成了移动智能终端配件采购的国际化，为国内配件企业进入世界移动智能终端制造商、配件品牌商的全球采购系统创造了机会。全球大型移动智能终端制造商、配件品牌商通过严格的前期考察、中期测评、后期考核等环节选定具备良好研发、生产、管理水平的大型配件厂商建立长期合作关系。在良好合作的前提下，采购规模一般逐年提高，这种产业链生态的形成将有效促进国内大型配件厂商的长期稳步发展。

随着与全球大型移动智能终端制造商、配件品牌商业务合作的日益紧密，我国移动智能终端配件行业将走向技术水平逐渐升级，生产工艺不断优化，产品质量持续提升的发展道路，对进一步提升国际竞争力具有重大的推动作用。

2、面临的挑战

（1）行业规范程度较低，知识产权保护不足

当前，我国移动智能终端配件产品的生产企业较多，行业规范程度较低，虽然已经进入到市场出清阶段，但仍存在部分厂家在竞争中采用劣质原材料恶意压低价格，不遵守环保要求以及公平竞争规范，影响了行业的有序竞争；同时，外观设计的知识产权保护一直是行业发展的薄弱环节，恶意抄袭和侵权阻碍了行业的健康发展。

（2）行业内缺乏国际化的研发、设计人才

随着消费者对移动智能终端配件产品的外观、品质、功能、材料要求不断提高，行业急需具备国际视野的研发、设计人才，从而能够持续向市场推出新产品，实现行业的升级。当前，行业内国际化的研发、设计人才较为缺乏。

（九）发行人与同行业可比公司情况比较

公司报告期内主要从事移动智能终端配件的研发、设计、生产及销售，所属行业为移动智能终端配件行业，公司从所属行业、业务模式、细分产品类型以及信息披露完整性等角度考虑，选取开润股份（股票代码：300577）、品胜股份（股票代码：834028）和 ZAGG（股票代码：ZAGG）作为公司的可比公司。公司选取了 3 家公司在毛利率、期间费用率、资产结构等方面进行了详细比较，参见本招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”。

（十）进口国政策的影响

公司产品主要出口美国、欧洲、日本等国家和地区，产品出口一般要通过欧盟 RoHS 指令、REACH 限制等环保要求。

RoHS 是一种指令，本身没有法律效力，要欧盟成员国进一步转换成本国的法律才具有法律效力。REACH 则是法规，具有法律效力。RoHS 从物品出发,主要针对成品的管理，其主旨要求在用材料是安全且其环境影响可以控制。REACH 从

物质出发，主要针对化学品的管理，其主旨要求在用的化学物质安全可控。

RoHS、REACH 的实行，会导致我国出口企业的产品注册成本增加，评估、许可审批时间延长，在一定程度上提高了出口成本，降低了竞争力。

1、中美贸易摩擦基本情况

截至本招股说明书签署日，美国对中国出口美国商品加征关税涉及公司产品的具体情况如下：

加征关税清单批次	实施情况	加征税率	涉及公司产品情况
第一批约 340 亿美元	已实施	2018 年 7 月 6 日起实施加征额外的 25%关税	不涉及
第二批约 160 亿美元	已实施	2018 年 8 月 23 日起实施加征额外的 25%关税	
第三批约 2,000 亿美元	已实施	2018 年 9 月 24 日实施加征额外的 10%关税； 2019 年 5 月 10 日上调关税税率至 25%	不涉及
第四批约 3,000 亿美元	已实施	2019 年 9 月 1 日开始加征 15%的关税； 2020 年 2 月 14 日下调关税税率至 7.5%	涉及公司出口至美国的保护类产品

2、贸易摩擦对发行人经营业绩造成影响的说明

（1）ODM/OEM 业务方面，公司已与主要美国 ODM/OEM 客户就美国政府对其产品加征关税的情况进行了沟通，但并未就分担情况进行相关约定，公司仍按照以往定价方式与客户进行业务往来，公司并未受到加征关税影响，且目前订单情况稳定，具有持续性。

美国主要 ODM/OEM 客户与公司合作时间较长、合作关系融洽，对公司的产品质量、交货及时性等认可度较高，主要 ODM/OEM 大客户因为关税问题更换供应商的意愿较小。

目前移动智能终端保护类产品的生产国和出口国主要为中国，中国珠三角区域具有供应链优势，墨西哥、越南等国家只能生产较为简单的保护类产品，客户通过从其他国家进口替代存在一定难度。移动智能终端保护类配件产品属于兼具时尚性和功能性的消费品，销售单价和毛利率较高，加征关税对客户影响相对较小。智能手机、平板电脑保护类产品更新换代较快，其适配的智能手机、平板电脑每年都会出新品，因此每年保护类产品都会有新产品上市，相对其他多年不变设计的产品，移动智能终端保护类产品的定价弹性更大，每年均可以针对新产品进行重新定价，因此也给予了客户转嫁成本的可能性和便利性。

（2）自有品牌业务方面，美国市场销售的产品是由美国道瑞向母公司中创

卓越采购，公司承担了加征 15%的关税。由于美国市场销售的自有品牌产品毛利率较高，加征 15%关税对公司影响较小，目前公司尚未就加征关税而专门对终端销售价格进行调整。若未来中美贸易摩擦持续恶化，公司未来也有空间和能力通过终端销售价格调整、拓展销售等方式来减小中美贸易摩擦带来的影响。

（3）加征关税前后对公司经营情况的影响

2019 年 9 月 1 日起，公司销售美国的产品额外加征 15%的关税。加征关税前后，发行人销售额、售价、成本及毛利率变化情况如下：

单位：万个、万元、元/个

期间	销售数量	销售收入	销售成本	平均售价	平均成本	毛利率
2019 年 1-8 月	415.07	17,102.41	9,743.83	41.20	23.48	43.03%
2019 年 9-12 月	259.61	12,217.99	6,038.40	47.06	23.26	50.58%

如上表所示，2019 年 9 月 1 日加征关税后，9 月-12 月平均售价、毛利率及销售收入与 2019 年 1-8 月各月平均数据相比，略有上升，表明加征关税后公司的经营状况并未受到不利影响。

（4）加征关税对未来业绩的模拟测算

①若未来美国 ODM/OEM 客户要求关税加征带来的税负成本由买卖双方共同分担，则需考虑加征关税带来的影响。假设未来公司与客户采取额外税负成本共担的情形下，发行人美国地区 ODM/OEM 业务加征关税对净利润的影响如下：

单位：万元

项目	ODM/OEM 出口至美国金额①	影响税后净利润金额	预估净利润②	影响税后净利润比例③=①/②
20%关税承担比例	12,554.65	160.07	13,116.28	1.22%
40%关税承担比例	12,554.65	320.14	13,116.28	2.44%
80%关税承担比例	12,554.65	640.29	13,116.28	4.88%
100%关税承担比例	12,554.65	800.36	13,116.28	6.10%

注：1、假设 2020 年 1 月 1 日开始执行 7.5%关税税率测算；

2、假设发行人未来年度净利润与 2019 年度持平；

3、假设不考虑汇率变动。

②中创卓越销售给美国道瑞金额加征关税对净利润的影响如下：

单位：万元

项目	中创卓越销售给美国道瑞金额①	影响税后净利润金额	预估净利润②	影响税后净利润比例③=①/②
100%关税承担比例	8,803.22	495.18	13,116.28	3.78%

注：1、假设 2020 年 1 月 1 日开始执行 7.5%关税税率测算；

2、假设未来年度净利润与 2019 年度持平；

3、假设不考虑汇率变动。

③上述模拟测算基于极端情况下未来对公司可能产生的影响，实际截至目前加征关税并未对公司造成影响

ODM/OEM 业务方面，由于公司产品兼具时尚性和功能性，更新换代周期较快，因此毛利率较高且定价弹性较大；且公司所处珠三角区域具有显著的供应链优势，公司与客户合作关系稳定，客户较难从其他国家进行进口替代。截至目前，公司并未就分担情况与客户进行相关约定，公司仍按照以往定价方式与美国客户进行业务往来。

自有品牌业务方面，公司在美国的自有品牌业务毛利率较高，销售单价较高。加征关税带来的单位成本增加，相对于最终销售单价而言，相对较小。若未来中美贸易摩擦持续恶化，公司也有空间和能力通过终端销售价格调整、拓展销售等方式来减小中美贸易摩擦带来的影响。

为了应对中美贸易摩擦的影响，公司正积极开发新市场和新客户。一方面，公司通过开拓对其他国家或地区的出口业务（例如日本、东南亚、中东等）；另一方面，公司正逐步开拓其他知名移动智能终端制造商客户，如 2019 年下半年公司已开始给 vivo 供货，2020 年已取得 OPPO 供应商资质。

如果未来中美贸易摩擦加剧，美国加征关税的税率逐步提高，将可能造成承担部分增加关税的成本，但是销售收入持续增长也会增加公司盈利总额，持续经营能力不会出现重大风险。因此，中美贸易摩擦带来的关税冲击，预计不会对公司目前及未来的经营状况造成重大影响。

3、对美国地区的销售情况

报告期内，发行人外销出口及对美国地区的产品销量、单价、销售额的具体情况如下：

单位：万个

项目	2019 年		2018 年		2017 年
	销量	变动率	销量	变动率	销量
外销情况	987.60	9.37%	903.03	2.44%	881.52
美国销售情况	674.68	23.54%	546.14	47.06%	371.38

单位：元/个

项目	2019 年		2018 年		2017 年
	单价	增减额	单价	增减额	单价
外销情况	38.84	4.92	33.92	0.07	33.84
美国销售情况	43.46	4.04	39.42	-1.32	40.74

单位：万元

项目	2019 年		2018 年		2017 年
	销售额	变动率	销售额	变动率	销售额
外销情况	38,353.27	25.23%	30,627.00	2.66%	29,834.03
美国销售情况	29,320.40	36.19%	21,528.49	42.28%	15,130.81

自 2018 年 5 月中美贸易摩擦开始以来，公司对美国地区的产品销售未出现不利变化，公司积极推动对国外市场的品牌渗透和覆盖力度。受益于公司与美国沃尔玛、亚马逊等客户的深度合作，销往美国地区的产品出现销量和销售额显著增长的情况，其中 2018 年较 2017 年的销量与销售额增幅均达到 40%以上，2019 年较 2018 年的销量增幅超过 20%、销售额增幅达 30%以上。2019 年，公司新产品、新工艺带来产品成本上涨，以致外销产品单价也随之提高。

自中美贸易摩擦及关税措施发生以来，发行人外销营收规模仍保持一定的增长，经营业绩未受影响。

4、截至目前，中美贸易摩擦对公司影响较小

（1）公司自有品牌产品主要是手机壳、表壳等直接面向普通民众的日常消费品，受中美贸易摩擦影响程度最小，目前仅加征 7.5%的关税。

（2）美国道瑞是公司全资孙公司，在美国当地一直合法合规运营，在美国当地依法纳税，解决就业，中美贸易摩擦不会对美国道瑞的运营产生影响。

（3）加征关税导致的成本增加对自有品牌产品的单位成本影响较小，占销售价格的比例也较低，对自有品牌业务影响较小。

（4）公司自有品牌产品是具有时尚属性的消费品，且每年会根据新款手机等推出新款产品，新款产品可重新定价，增加的关税成本相对终端售价占比较低，若未来中美贸易摩擦加剧，公司转嫁关税成本存在空间和便利性。

（5）目前，虽然公司自有品牌业务在美国持续增长，美国市场消费能力强，公司自有品牌业务在美国市场占比仍较低，随着沃尔玛、亚马逊等主流渠道的持续扩展，以及 X-doria 品牌知名度的提升，公司自有品牌业务在美国具有增

长的可持续性

5、中美贸易摩擦背景下，公司可能的应对措施

（1）公司将继续坚持“做大 ODM/OEM 业务、做强自有品牌”，继续同步开拓国内和国外市场，扩大产能，提高规模效应。

（2）公司将继续推进品牌建设，提升自有品牌产品品牌溢价，通过提升公司品牌影响力，可提高公司产品的定价弹性，增加品牌溢价，有助于公司可持续发展和抵御中美贸易摩擦的风险。

（3）公司将继续提升研发设计、生产制造、品质管控、快速响应等核心竞争力，继续提升全方位服务能力

（4）公司将继续开拓市场和客户，丰富和完善公司多层次的客户结构，未来，随着公司愈加完善的多层次客户结构，和国内国外更多区域的经营布局，可有效抵御中美贸易摩擦带来的风险。

三、公司的生产销售情况及主要客户

（一）公司主要产品的生产销售情况

1、公司产能及产能利用率情况

报告期内，公司主要产品为智能手机和平板电脑的保护类产品。公司产品属于非标准产品，生产环节涉及多道工序，不同产品在结构、外观、材料、生产工艺复杂程度方面不尽相同，生产工序也随之而异，以成品生产数量无法真实反映出公司所具有的产能情况。为此，以关键生产设备的利用率来进行统计公司的产能利用率。

关键生产设备为对公司整体产能影响最大的生产设备，当前公司产品生产瓶颈工序主要是注塑环节，故以注塑工序设备即注塑机作为关键生产设备。因产品结构、材质的差异，不同产品注塑次数不同，部分产品一次注塑即可，部分产品需多次注塑。按照注塑机每注塑一次为一个单位产出（每一单位产出以“啤”为单位）计算，可以得到实际保护类产品所耗用的注塑次数。根据换算出的标准注塑次数，公司注塑产能利用率如下：

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
注塑产能（啤）	51,499,008	22,369,248	18,285,696
注塑产量（啤）	56,770,557	25,531,502	17,183,553
注塑产能利用率	110.24%	114.14%	93.97%

注 1：产量为公司全年注塑机实际注塑次数（为客观反映公司自身实际产能情况，故统计口径限于公司自产产品，不包含委托外协加工和外购半成品）。

注 2：产能为公司注塑机在正常运转下全年理论注塑次数。

注 3：注塑产能利用率=（实际注塑次数/理论注塑次数）×100%。

报告期内，公司产能基本达到饱和状态，为有效满足客户需求，确保及时交付产品，公司综合利用委托外协加工、外购半成品等方式补充产能，并于 2016 年新购置一批设备投入运转，2017 年产能不足情形得到一定改善。2018 年和 2019 年，随着公司收入规模持续扩大，产能瓶颈问题愈加突出，公司再次购入一批注塑机和数控机床，以缓解产能不足压力。本次募投项目的顺利实施，将有助于扩大公司自产产能，突破生产瓶颈，使公司发挥出规模效应，提高供货能力，更好地满足客户需求。

2、公司产量、销量及产销率情况

报告期内，公司主要产品产量、销量、产销率情况如下：

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
产量（万个）	7,089.84	6,295.59	3,503.18
销量（万个）	7,025.50	6,154.60	3,534.70
产销率	99.09%	97.76%	100.90%

注 1：产量为公司入库保护类成品数量，统计口径包括公司自主生产、委托外协加工、外购的产品数量；销量为公司保护类成品实际销售的产品数量。

注 2：产销率=销量/产量×100%。

报告期内，公司主要产品的产量、销量、产销率均处于较高水平，且随着公司品牌影响力、渠道资源、业务规模的持续扩张，公司产销率相对平稳，产品销售状况良好。

报告期内，公司按产品类型分类的主要产品产量、销量、产销率情况如下：

产品类型	项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
智能手机保护类产品	产量（万个）	6,840.94	5,971.86	3,270.02
	销量（万个）	6,770.97	5,803.51	3,294.64
	产销率	98.98%	97.18%	100.75%

产品类型	项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
平板电脑保护类产品	产量（万个）	248.90	323.74	233.16
	销量（万个）	254.53	351.08	240.06
	产销率	102.26%	108.45%	102.96%

报告期内，公司智能手机保护类产品的销量保持持续增长的趋势，而平板电脑保护类产品呈现波动趋势，两类产品出现不同的变动形势，主要受智能手机触摸屏宽屏化应用的市场冲击，消费者的个人外观喜好从智能手机的小屏化逐步转向宽屏化，宽屏智能手机开始逐步侵蚀平板电脑的市场份额，使得平板电脑的全球需求量降低，与其相关的配件产品需求也出现下滑，公司相关配套产品的销量随智能移动终端产品的结构供需变化而变动。

3、主营业务收入的构成

报告期内，公司主营收入包括 ODM/OEM 业务收入、自有品牌业务收入以及代理业务收入，具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
ODM/OEM 业务	54,456.52	70.12%	44,174.17	71.20%	34,204.72	66.65%
自有品牌业务	23,083.05	29.72%	17,297.33	27.88%	13,864.15	27.01%
代理业务	118.12	0.15%	570.51	0.92%	3,254.12	6.34%
合计	**77,657.69**	**100.00%**	**62,042.01**	**100.00%**	**51,322.99**	**100.00%**

报告期内，公司自有品牌中系列产品的各期销售情况如下：

单位：万个、万元、元/个

产品类型	2019 年度					
	产品系列	销量	销售额	销售单价	单位成本	收入占比
自有品牌	苹果系列	361.72	19,583.26	54.14	23.12	84.84%
	三星系列	52.81	2,885.62	54.64	26.20	12.50%
	3C 系列	14.48	327.04	22.58	17.52	1.42%
	华为系列	6.88	202.26	29.39	15.06	0.88%
	其他系列	2.39	84.87	35.58	23.98	0.37%
	合计	**438.28**	**23,083.05**	**52.67**	**23.18**	**100.00%**

（续）

产品类型	2018 年度					
	产品系列	销量	销售额	销售单价	单位成本	收入占比

自有品牌	华为系列	8.85	212.51	24.01	14.60	1.23%
	苹果系列	514.51	14,659.90	28.49	15.06	84.75%
	其他系列	67.27	858.67	12.76	11.72	4.96%
	三星系列	49.93	1,566.24	31.37	15.30	9.05%
	合计	**640.56**	**17,297.33**	**27.00**	**14.72**	**100.00%**

（续）

产品类型	2017 年度					
	产品系列	销量	销售额	销售单价	单位成本	收入占比
自有品牌	华为系列	5.63	98.63	17.51	9.85	0.71%
	苹果系列	283.51	10,955.52	38.64	16.92	79.02%
	其他系列	38.67	966.55	25.00	18.18	6.97%
	三星系列	48.66	1,843.45	37.89	17.76	13.30%
	合计	**376.47**	**13,864.15**	**36.83**	**17.05**	**100.00%**

4、主要消费群体

公司主要产品为移动智能终端配件产品，当前主要定位于中高端机型配套保护类产品，主要包括华为系列机型、苹果系列机型等。公司主要消费群体与上述机型使用者高度重叠，主要为使用上述机型的终端消费者。

报告期内，公司各期品牌属性类别的销售情况如下：

单位：万个、万元、元/个

序号	品牌系列	2019 年度			
		数量	销售额	销售单价	单位成本
1	华为系列	5,890.08	35,223.26	5.98	4.06
2	苹果系列	827.12	32,608.32	39.42	20.92
3	三星系列	141.94	4,698.09	33.10	17.83
4	富士通系列	14.65	1,116.02	76.17	46.54
5	索尼系列	43.82	1,001.56	22.86	12.86
合计		**6,917.62**	**74,647.24**	**10.79**	**6.51**
序号	**品牌系列**	**2018 年度**			
		数量	**销售额**	**销售单价**	**单位成本**
1	华为系列	4,757.23	25,660.02	5.39	3.96
2	苹果系列	967.15	27,928.20	28.88	18.33
3	三星系列	157.03	3,393.09	21.61	13.76
4	富士通系列	16.50	843.87	51.15	35.66
5	condor 系列	148.48	754.80	5.08	4.26
合计		**6,046.38**	**58,579.97**	**9.69**	**6.60**

序号	品牌系列	2017 年度			
		数量	销售额	销售单价	单位成本
1	华为系列	2,134.90	11,729.34	5.49	4.68
2	苹果系列	735.84	26,309.00	35.75	20.58
3	三星系列	71.75	2,590.35	36.10	19.80
4	索尼系列	88.24	1,866.99	21.16	12.48
5	金立系列	173.76	891.02	5.13	4.10
合计		3,204.48	43,386.70	13.54	8.85

注：上述“系列”非指客户，如“华为系列“是指公司为所有客户 ODM/OEM 以及自有品牌所销售的该品牌手机配件产品综合情况，而非指华为客户。

5、主要销售区域

报告期内，公司主营业务收入按销售区域分类情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
国内销售	39,304.42	50.61%	31,415.01	50.64%	21,488.96	41.87%
出口销售	38,353.27	49.39%	30,627.00	49.36%	29,834.03	58.13%
合计	77,657.69	100.00%	62,042.01	100.00%	51,322.99	100.00%

6、主要产品销售价格变化

（1）按产品系列

报告期内，公司主要产品平均价格变动趋势如下：

单位：元/件

产品类型	品牌	2019 年度	2018 年度	2017 年度
智能手机	苹果系列	36.93	27.03	31.11
	其他系列	6.52	5.71	6.42
平板电脑	苹果系列	57.59	38.61	50.64
	其他系列	32.64	20.38	32.79

报告期内，公司主要销售产品为智能手机和平板电脑保护类配件，产品的非标准化特征明显，导致不同产品因适用机型、材质、工艺不同，价格存在一定差异。

智能手机苹果系列方面，2018 年，由于 iPhone XS 系列在全球市场销售低迷，公司相应的保护套产品也面临激烈竞争，单价略有下降。2019 年，苹果系列保护类产品中面向中高端客户的 Defense 系列产品占比提升，带动整体单价提

升。其他系列方面，2018 年，TPU 类产品占比逐步提升，该类产品具有加工工序少，溢价低，但出货量大的特点，导致公司相应产品单价逐年降低。2019 年，公司对华为销售的供其单独零售的高端系列产品占比提升，从而带动其他系列产品单价上升。

报告期内，全球平板电脑出货量呈下降趋势。2018 年，随着下游平板电脑市场需求的下降，公司平板电脑保护类产品单价有一定程度下滑。另外，平板电脑保护类产品单价还受下游客户需求及产品类型差异影响。2019 年，公司平板电脑保护类产品销售收入为 10,886.84 万元，相对智能手机保护类产品销售收入较少，平均单价易受个别客户和新开发项目影响，公司对 Incipio、Targus 等主要平板电脑保护类产品客户的销售单价有所提升，因此拉动了整体平板电脑的保护类产品的单价。

（2）按产品类别和主要材质

报告期内，公司主要产品销售价格变动趋势如下：

单位：元/件

业务类型	产品类别	品名	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
			主营业务收入占比	销售单价	主营业务收入占比	销售单价	主营业务收入占比	销售单价
ODM/OEM	手机保护类产品	皮套成品	21.10%	23.40	17.78%	21.00	16.73%	16.87
		TPU 盒成品	22.52%	3.41	22.28%	3.35	7.84%	4.49
		塑胶壳/透明盒成品	12.43%	18.35	14.31%	14.46	16.33%	5.54
		套装成品	0.10%	18.55	0.22%	31.92	2.86%	37.89
		其他	0.00%	6.85	0.09%	27.22	0.27%	7.12
		小计	56.15%	6.86	54.69%	6.43	44.03%	7.59
	平板保护类产品	皮套成品	9.15%	40.38	10.55%	39.17	12.23%	41.78
		其他	1.48%	27.73	2.18%	11.85	1.21%	31.98
		套装成品	2.97%	72.27	3.44%	68.18	7.27%	69.44
		小计	13.60%	42.36	16.17%	32.10	20.72%	47.59
	其他产品	其他	0.37%	13.35	0.34%	9.72	1.90%	48.95
	合计		**70.12%**	**8.21**	**71.20%**	**7.88**	**66.65%**	**10.62**
自有品牌	手机保护类产品	Defense 产品	25.52%	59.78	22.85%	53.71	14.42%	53.82
		塑胶壳/透明盒成品	2.39%	27.56	1.41%	9.88	2.98%	20.92
		其他	0.56%	40.07	1.62%	5.68	6.44%	31.12
		小计	28.47%	53.96	25.88%	30.31	23.84%	38.62

	平板保护类产品	其他	0.42%	63.10	0.31%	4.95	0.75%	23.22
	其他产品	其他	0.83%	27.69	1.69%	14.51	2.42%	28.89
	合计		**29.72%**	**52.67**	**27.88%**	**27.00**	**27.01%**	**36.83**
代理品牌	代理其他	代理其他	0.15%	30.97	0.92%	44.43	6.34%	79.95
	合计		**0.15%**	**30.97**	**0.92%**	**44.43**	**6.34%**	**79.95**

报告期内主要产品销售价格变动的原因及合理性说明如下：

①ODM/OEM 业务

A、手机保护类产品

皮套成品：该项目核算 ODM/OEM 业务模式下生产耗用材料主要为皮具的手机保护类产品。由于皮套类产品工艺较为复杂，其销售单价偏高，报告期各期销售单价分别为 16.87 元、21 元及 23.40 元，呈稳定上升趋势。2018 年度及 2019 年度皮套成品销售单价上升较大，主要是由于 2018 年、2019 年产品材质、生产工艺发生变化。皮套类产品的工艺制作由 PC 壳与贴皮的方式改进为套啤与贴皮方式，以及翻盖皮套的面盖增加光学镀膜和 AF 涂层工艺等新工艺，此类新产品的溢价能力及附加值较高，从而使皮套成品的销售价格逐渐上升。

TPU 盒成品：该项目核算 ODM/OEM 业务模式下生产耗用材料主要为 TPU 的手机保护类产品。报告期销售单价分别为 4.49 元、3.35 元及 3.41 元。2018 年，TPU 盒成品的销售单价逐年下降，主要是由于主要客户用于随机附赠的散装 TPU 类产品采购量逐年上升，该类产品由于工艺较为简单，生产成本较低，相应的销售价格偏低。2019 年，TPU 盒成品的销售单价上涨，主要是由于公司一款 TPU 新产品采用了 IML 工艺（模内注塑），此类产品当期实现销量超过 50 多万个，单位售价在 30-40 元之间，相对于传统 TPU 的销售单价 3 元左右，拉高了 TPU 产品的整体销售单价，导致 2019 年全年售价有所上升。

塑胶壳/透明盒成品：该项目核算 ODM/OEM 业务模式下生产耗用材料主要为塑胶材料的手机保护类产品，报告期销售单价分别为 5.54 元、14.46 元及 18.35 元。2017 年散装塑胶壳/透明盒成品平均单价较低，主要是由于散装类产品占比较高，2017 年散装塑胶壳/透明盒销售收入占比为 26%,2018 年及 2019 年该比例下降约为 10%及 4%。散装类塑胶壳/透明盒产品工艺较为简单，售价偏低，ODM/OEM 业务客户大量采购此类产品用于随手机附赠。2018 年和 2019 年，塑胶壳/透明

盒成品价格逐渐上升，主要是由于随手机附赠的散装类产品占比降低，部分售价较高的新品推出提升了此类产品的售价，如 2019 年上半年发行人销售的华为潜水系列塑胶壳/透明盒成品单位售价为 100 元/pcs 以上，销售收入占比为 25%，销售数量占比为 3%，综合导致 2019 年整体单位售价大幅增长。（注：公司产品包装采用精装和散装两种方式。一般而言，客户采购用于随机附赠的产品，采用散装的方式；如果是单独零售的，每个产品需经过设计精良的包装盒进行精装）

B、平板保护类

该项目核算 ODM/OEM 业务模式下生产耗用材质主要为皮具、套装的平板保护类成品。报告期内销售单价变动较小。

②自有品牌业务

自有品牌业务主要产品为手机保护类产品。

Defense 系列产品：该项目核算自有品牌业务中与智能终端手机产品相关的 Defense 系列保护类产品。报告期各期，Defense 系列手机保护类产品销售单价分别为 53.82 元、53.71 元及 59.78 元。Defense 系列是公司设计的中高端系列产品，产品定价较高，由于 2018 年底公司开发的新款 Defense 系列产品售价略有提高，导致 2019 年 Defense 系列产品销售单价略有提高。

塑胶壳/透明盒成品：该项目核算自有品牌业务模式下生产耗用材料主要为塑胶材料的手机保护类产品。报告期各期销售单价为 20.92 元、9.88 元及 27.56 元。2018 年度销售单价大幅下降，2019 年销售单价大幅上升。2018 年销售价格偏低，主要是因为当年滞销品清货处理，低价处理了 50 多万个塑胶壳/透明盒成品，且平均处理单价较低，导致 2018 年塑胶壳/透明盒成品销售单价下降幅度较大。2019 年度，生产销售的苹果、三星系列塑胶壳/透明盒新产品涉及套啤工艺，导致 2019 年塑胶壳/透明盒成品单位成本大幅上涨，其销售单价也相应较高。

（二）报告期内前五名客户销售情况

1、报告期内，公司向前五名客户销售情况

单位：万元

序号	前五名客户名称	销售收入	占当期营业收入的比例
2019 年度			

1	华为终端有限公司	37,711.49	45.47%
2	沃尔玛	9,284.23	11.19%
3	Amazon.com	5,113.58	6.17%
4	Incipio Group	4,051.56	4.89%
5	Targus Group	3,190.91	3.85%
合计		**59,351.77**	**71.56%**
2018 年度			
1	华为终端有限公司	26,517.85	40.99%
2	沃尔玛	5,278.25	8.16%
3	Targus Group	3,445.90	5.33%
4	Incipio Group	3,420.60	5.29%
5	Amazon.com	2,013.45	3.11%
合计		**40,676.06**	**62.88%**
2017 年度			
1	华为终端有限公司	12,697.48	23.47%
2	Incipio Group	5,780.48	10.68%
3	Targus Group	4,124.52	7.62%
4	Pelican Products,Inc.	2,531.27	4.68%
5	Amazon.com	2,206.63	4.08%
合计		**27,340.38**	**50.53%**

注：公司前五名客户的销售收入情况已将受同一实际控制人控制的销售客户合并计算。

本公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员、主要关联方或持有公司5%以上股份的股东均不拥有上述客户的权益，上述客户及其控股股东、实际控制人不存在是公司前员工、前关联方、前股东及实际控制人的密切家庭成员等可能导致利益倾斜的情形。

由前表可以看出，公司报告期内前五名客户销售集中度相对较高，但不存在对单一客户销售占比超过 50%以上的重大依赖情况。

（1）公司主要客户集中度较高且占比逐年上升的原因和合理性

报告期内，公司前五名客户销售收入占营业收入的比重分别为 50.53%、62.88%和 71.56%，占营业收入的比例逐年上升。公司客户集中度较高且逐年上升，一方面与近年来移动智能终端行业头部聚集效应愈发显著的行业趋势相符；另一方面，也与公司在下游行业集中度提升的背景下，受限于产能不足而选择加深服务大客户的战略有关。

报告期内，全球智能手机、平板电脑出货量已经保持平稳甚至略有下滑，移动智能终端市场正式从高速增长期步入成熟期，头部聚集效应加强，苹果、华为、三星、vivo、OPPO 和小米等占据主要市场份额，市场进入存量博弈阶段。作为移动智能终端的配套产业，公司所处的配件行业也进入市场出清阶段，该阶段一部分新进入者和产品开发与品质管控能力不足的竞争者不断被淘汰，行业进入了全面能力竞争阶段，强者恒强，呈现出头部厂商占有率与市场地位不断提高的特征。

在新的发展阶段，头部移动智能终端制造商如华为、苹果、三星等对供应商的产品质量、交付期限等的要求进一步提升，其下游供应商也更加集中，通过狠抓产品质量，并逐步提升产能，公司对华为等移动智能终端制造商的出货量持续大幅提升，抢占了移动智能终端制造商的头部客户，对国际知名移动智能终端配件品牌商的销售额也逐步恢复。

在自有品牌业务方面，经过多年积累，报告期内公司面向中高端市场的 Defense 系列产品，凭借良好的设计和过硬的产品质量，在海外市场持续受到消费者青睐，对沃尔玛和 Amazon 的销售收入快速提升。

综上，在全球智能手机、平板电脑出货量增长停滞的情况下，公司紧跟下游行业头部聚集效应的趋势，产能受限的情况下增强对大客户的服务，并积极通过沃尔玛等大客户拓展自有品牌业务，公司主要客户集中度较高且占比逐年上升符合行业趋势，具有合理的原因。公司前五名客户的销售收入占比与同行业可比上市公司的比较情况如下：

公司名称	2019 年度	2018 年度	2017 年度
开润股份	62.27%	68.39%	74.33%
品胜股份	-	-	16.10%
ZAGG	-	-	-
本公司	71.56%	62.88%	50.53%
同行业平均值	62.27%	68.39%	74.33%

注 1：数据根据各公司年度报告和公开转让说明书、招股说明书公布财务数据计算。
注 2：ZAGG 为美国纳斯达克上市公司。
注 3：2017 年 10 月，品胜股份已从全国中小企业股份转让系统退市，该公司 2017 年数据为 1-6 月占比，不作比较处理。

从上表与同行业可比公司来看，公司前五大客户的销售占比与可比公司较为

接近，同行业公司同样呈现客户集中度较高的情形。

（2）公司采用公开、公平的手段或方式独立获取业务

报告期内，公司主要客户均为知名企业，公司严格按照主要客户的采购制度和要求，通过客户供应链体系采购的方式获取订单。公司与主要客户一般签订战略合作协议，客户在日常采购中通过邮件或自身系统向公司下达订单需求，公司根据订单要求安排生产，公司获取业务的手段公开、公平，方式独立。

（3）与前五名客户合作业务的稳定性和可持续性

消费电子领域，智能终端品牌商一般会对供应商的研发设计水平、管理能力、产品品质、产品功能等技术参数提出较高要求。公司作为国内主要移动智能终端保护类配件的制造商之一，具有较强的研发设计能力、生产技术能力和品质管控能力，能够随时适应移动智能终端市场的迭代更新速度，满足不同客户的专属性、及时性和高品质等定制化需求。

报告期内，公司始终坚持以 ODM/OEM 与自有品牌相结合的方式开拓市场，上述两块业务在报告期内发展态势均较好。另外，报告期内公司客户结构愈加丰富，已建立以移动智能终端配件品牌商、移动智能终端制造商、大型连锁/在线零售商为主的多层次客户结构。目前由于受限于产能约束，公司通常将核心资源集中服务于资金实力雄厚、市场声誉较高的优质客户，依托突出的新产品研发能力、品质保障能力、快速供货能力、优质售后等优势，与前五大客户建立了长期稳定、可持续且紧密的业务合作关系。

（4）公司对前五大客户不存在重大依赖

报告期内，公司每个会计年度前五大客户的营业收入或营业毛利贡献占比均未出现单一客户超过 50%的情形。在发展早期，公司销售主要集中以苹果品牌为核心系列产品，受益于苹果产品在世界范围内畅销，使得公司在发展初期即取得了良好的业绩。随着不同移动智能终端品牌厂商的先后崛起，比如：HTC、金立、联想、三星、华为等智能终端品牌，历史上公司也配套生产销售对应品牌的多款产品。报告期内，随着华为的快速崛起，三星在海外市场的强势，目前公司逐渐形成了以上述三个品牌系列为主，外加一些小品牌系列补充的产品格局。

公司在经营发展过程中，凭借丰富的行业经验，时刻紧贴行业需求和行业前

沿应用的发展趋势，积极推进技术研发和新产品开发，依靠优质的创新服务赢得客户。报告期内，公司通过一系列举措，逐步在原有客户生态基础上进行外延式发展，先后开发了富士通、索尼、vivo、OPPO 等品牌客户及沃尔玛等连锁商超客户。通过与大型智能终端品牌商和大型商超企业建立长期的合作，公司在行业内树立了良好的口碑，业务规模得以快速发展；公司拥有持续开发新客户的能力，未来也将积极开发新客户，拓展新业务，继续推进“加深服务大客户”的战略选择。

综上，公司对前五大客户不存在重大依赖。公司与主要客户关系稳定，但如果主要客户大幅降低对公司产品的采购额或终止与公司的合作，将对公司经营业绩产生不利影响。

2、报告期内新增客户的情况说明

报告期内，公司前五大客户基本稳定，随着公司收入的增长，公司的客户集中度略有变动，其中沃尔玛为 2018 年新增前五大客户，双方合作的具体情况如下：

企业名称	Walmart（纽约证券交易所上市公司）
国内/国外客户	美国
注册时间	1969 年 10 月
经营范围	从事零售业，包括各种折扣店、超市、社区便利店
合作历史及途径	自 2017 年起开始合作，上门洽谈
采购方式	框架合同+系统下单
购买的主要产品	手机、平板电脑保护类产品及其他

随着公司推进全球化战略以来，先后与亚马逊、百思买、Target 等美国大型商超形成密切合作，为了进一步加大对美国地区的市场覆盖，2017 年开始与沃尔玛开展合作。鉴于公司在产品设计、产品质量、品牌影响力等方面均具有一定比较优势，沃尔玛铺设公司产品的门店数量和产品款式的扩展速度呈较快增长；为了增强与沃尔玛的黏性，公司根据终端市场的消费需求定期对产品实用性和时尚性等功能进行更新升级，从而保证了客户的持续性需求。

3、报告期经销模式前五大客户情况

报告期内，公司主要经销收入来自于沃尔玛、Amazon、百思买和 Target 等少数几个全球知名客户。

报告期内，公司前五大经销商客户的销售情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	销售内容	销售收入	占当期经销收入的比例	占当期营业收入的比例
2019 年度					
1	沃尔玛	苹果/三星系列	9,284.23	40.53%	11.19%
2	Amazon.com	苹果/三星/3C 系列	5,113.58	22.32%	6.17%
3	Best Buy	苹果系列	1,085.37	4.74%	1.31%
4	Jarir Bookstore	华为/苹果/三星系列	864.23	3.77%	1.04%
5	北京福创永华科技有限公司	华为/苹果/三星系列	734.40	3.21%	0.89%
合计			17,081.81	74.57%	20.60%
2018 年度					
1	沃尔玛	苹果系列	5,278.25	30.77%	8.16%
2	Amazon.com	苹果/三星系列	2,013.45	11.74%	3.11%
3	Target	苹果系列	1,291.19	7.53%	2.00%
4	Best Buy	苹果系列	1,001.72	5.84%	1.55%
5	瑞鑫翔（深圳）科技有限公司	华为/苹果/三星系列	956.18	5.57%	1.48%
合计			10,540.79	61.44%	16.29%
2017 年度					
1	Amazon.com	苹果/三星系列	2,206.63	16.27%	4.08%
2	Target	苹果系列	1,525.27	11.25%	2.82%
3	Best Buy	苹果系列	1,338.92	9.87%	2.47%
4	瑞鑫翔（深圳）科技有限公司	华为/苹果/三星/其他系列	676.57	4.99%	1.25%
5	Ascendeo	华为/苹果/三星系列	552.05	4.07%	1.02%
合计			6,299.44	46.45%	11.64%

报告期内，公司前五大经销商客户与本公司不存在关联关系。本公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员、关联方以及本公司股东与前五名经销商客户之间没有关联关系，也未在其中占有权益。

经核查，保荐机构认为报告期内发行人实际控制人、控股股东及其相关人员与主要经销商不存在大额资金往来，亦不存在与经销商的最终客户关联关系的情形。发行人在经销模式下的销售均是真实发生的，最终实现销售。

4、报告期境外销售前五大客户情况

公司境外客户主要分为两类，一是 ODM/OEM 业务模式下，以 Targus 为代表的海外知名配件品牌类客户；二是自有品牌业务模式下，以沃尔玛为代表的海外

知名经销商。

报告期内，公司境外收入前五大客户的销售情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	销售内容	销售收入	占当期外销收入的比例	占当期营业收入的比例
2019 年度					
1	沃尔玛	苹果/三星系列	9,284.23	22.98%	11.19%
2	Amazon.com	苹果/三星/3C 系列	5,113.58	12.66%	6.17%
3	Incipio Group	苹果/三星/其他系列	4,051.56	10.03%	4.89%
4	Targus Group	苹果/三星/其他系列	3,190.91	7.90%	3.85%
5	百思买	苹果/三星系列	2,429.95	6.02%	2.93%
合计			24,070.24	59.59%	29.02%
2018 年度					
1	沃尔玛	苹果系列	5,278.25	16.49%	8.16%
2	Targus Group	苹果系列	3,445.90	10.77%	5.33%
3	Incipio Group	苹果/三星/其他系列	3,420.60	10.69%	5.29%
4	Amazon.com	苹果/三星/其他系列	2,013.45	6.29%	3.11%
5	百思买	苹果/三星系列	1,842.00	5.76%	2.85%
合计			16,000.21	50.00%	24.73%
2017 年度					
1	Incipio Group	苹果/三星/其他系列	5,780.48	18.63%	10.68%
2	Targus Group	苹果/三星/其他系列	4,124.52	13.29%	7.62%
3	Pelican Products, Inc.	苹果/其他系列	2,531.27	8.16%	4.68%
4	Amazon.com	苹果/三星系列	2,206.63	7.11%	4.08%
5	INNOVHK Limited	索尼系列	1,886.09	6.08%	3.49%
合计			16,528.98	53.27%	30.55%

注：百思买的销售金额合并统计了 Best Buy、Best Buy Asia Pacific Limited、Best Buy China Limited 的销售额。其中 Best Buy 对应的是公司自有品牌产品的经销，其余两个主体对应的是 ODM/OEM 业务。

报告期内，公司境外前五大客户与本公司不存在关联关系。本公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员、关联方以及本公司股东与境外前五名客户之间没有关联关系，也未在其中占有权益。

经核查，保荐机构认为：ODM/OEM 业务模式下，公司直接将产品销售给海外知名配件品牌商；自有品牌业务模式下，公司主要通过子公司和孙公司进行出口及境外销售，境外的销售业务通过沃尔玛、Amazon、百思买等客户实现向终端消费者的最终销售。

5、关于公司客户又是竞争对手的情况说明

报告期内，公司主要业务为 ODM/OEM 业务和自有品牌业务。ODM/OEM 业务客户分为两类，一类是以华为为代表的大型移动智能终端制造商；另一类是海外知名配件品牌商。对于华为这样的移动智能终端制造商，公司经营自有品牌的配件产品反而有益于其配件生态的建设，不存在与客户的竞争关系。对于海外知名配件品牌商，公司自有品牌业务与这类客户具有同样类型的下游客户，理论上可能存在一定的竞争关系。报告期内，公司与海外配件品牌商客户合作稳定，并未产生任何纠纷。另外，在移动智能终端配件领域，市场空间巨大，单个配件品牌商市场份额均较低；且海外配件品牌商的产品线丰富，通常不局限于手机/平板保护壳，其产品包含各类电子产品配件。在市场空间足够广阔的背景下，配件品牌商更注重对自身的品牌建设，对供应商更强调质量、成本、交期等生产制造优势，并未限制公司发展自有品牌业务，公司生产自有品牌产品也不会与 ODM/OEM 业务产生竞争。但如果未来海外知名配件品牌商客户在与公司合作过程中，对公司经营自有品牌业务进行相关限制，则可能对公司的经营业绩产生一定的不利影响。公司已在本招股说明书之“第四节、风险因素”之“二、经营风险”之“（十一）ODM/OEM 客户限制公司经营自有品牌业务的风险”进行充分提示风险。

四、发行人采购情况和主要原材料

（一）原材料采购情况及其价格变动趋势

1、原材料采购情况

公司主营产品类型多样，生产经营所需物资种类繁多，采购构成较为复杂，主要包括主件类、塑胶原料、彩盒、PU 料、玻纤板、油漆等。公司主要采购品种供应充足，未出现因材料采购不足导致的产品生产不正常的情形。

单位：万元

采购类型	2019 年度	2018 年度	2017 年度
主件类	13,170.17	13,873.26	9,023.82
塑胶原料	4,664.17	2,154.94	1,339.72
彩盒	2,205.57	2,121.89	1,761.99
PU 料	1,438.81	1,561.26	1,012.26
玻纤板	1,007.64	1,053.23	533.93
油漆	633.40	381.08	233.77

注 1：主件类材料是制作保护类产品的关键基础部件，对其进行喷涂、组装、包装等工序后即可制成成品，按照不同材质、类型可分为塑胶壳、TPU 盒、透明盒等；

注 2：塑胶原料是制作注塑件的基础原料，主要包括 PC（聚碳酸酯）原料等；

注 3：PU 料、玻纤板主要用于制作皮套保护类产品；

注 4：彩盒主要用于产品外部包装；

注 5：油漆主要用于注塑件表面处理。

公司生产所需能源动力主要为电、水等。公司主要生产基地位于东莞市凤岗镇，毗邻深圳市龙岗区，周边产业服务配套齐全，电、水供应均较为充足。报告期内，公司能源消耗金额较小，对盈利能力影响有限，且供应有保障，能满足生产和发展需要。

2、主要采购品种价格变动趋势

报告期内，公司主要采购品种单价情况如下表所示：

采购类型	2019 年度	2018 年度	2017 年度
主件类（元/件）	3.50	2.57	2.75
塑胶原料（元/千克）	30.62	30.69	28.48
彩盒（元/件）	2.55	2.58	2.78
PU 料（元/码）	24.90	26.42	25.35
玻纤板（元/片）	2.61	2.20	1.72
油漆（元/千克）	56.42	52.04	54.24

报告期内，公司主要采购品种的价格变化与其市场波动有关。与此同时，公司产品类型多样，所需材质依据市场需求变化而变化，即便同类材料，亦会因产品需求不同采购不同型号的材料。因此采购价格变动除了受市场因素影响外，还受到公司产品结构、特征变化影响。

（二）报告期内前五名供应商采购情况

1、报告期内，公司向前五名供应商的采购情况如下：

单位：万元

序号	前五名供应商名称	采购额	占当期营业成本的比例
2019 年度			
1	东莞市捷之和塑胶实业有限公司	3,844.12	7.61%
2	东莞市米灏塑胶原料有限公司	3,342.56	6.62%
3	深圳市福鑫成塑胶模具有限公司	3,107.67	6.15%
4	东莞市前延塑胶模具制品有限公司	1,750.70	3.47%

序号	前五名供应商名称	采购额	占当期营业成本的比例
5	深圳磐诺达科技有限公司	1,669.13	3.30%
合计		13,714.17	27.15%
2018 年度			
1	东莞市捷之和塑胶实业有限公司	5,488.52	12.40%
2	深圳市福鑫成塑胶模具有限公司	2,994.39	6.76%
3	东莞市前延塑胶模具制品有限公司	1,615.62	3.65%
4	东莞市嘉泰塑胶科技有限公司	1,300.96	2.94%
5	东莞市华盟五金制品有限公司	1,128.30	2.55%
合计		12,527.77	28.30%
2017 年度			
1	深圳市福鑫成塑胶模具有限公司	1,646.60	4.56%
2	东莞市捷之和塑胶实业有限公司	1,610.34	4.46%
3	东莞宇安实业有限公司	935.57	2.59%
4	东莞市嘉泰塑胶科技有限公司	865.93	2.40%
5	罗技（中国）科技有限公司	738.40	2.05%
合计		5,796.84	16.07%

注：受同一实际控制人控制的供应商，合并口径披露。

本公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员、主要关联方或持有公司5%以上股份的股东均不拥有上述供应商的权益。

2、关于前五大供应商之控股股东、实际控制人是发行人前员工的情形的说明

（1）关于东莞市嘉泰塑胶科技有限公司（以下简称“嘉泰塑胶”）的情况的说明

①交易背景

嘉泰塑胶成立于 2014 年 9 月 22 日，设立时股东之间的持股比例为曾嵘持股 51%，王敏持股 29%，周林涛持股 20%。曾嵘在硅胶行业工作多年，具备丰富的硅胶制品公司运营与市场开拓经验，希望能涉足移动智能终端配件领域，扩大原有的硅胶制品业务。周林涛投资东莞嘉泰主要是因其前同事王敏的撮合，其希望通过投资东莞嘉泰获取一定财务收益，东莞嘉泰设立时，周林涛系公司的员工，其系 2011 年 8 月入职公司，直至 2017 年 10 月离职，曾担任公司总经办主任。王敏在 2010 年 9 月至 2014 年 9 月期间在发行人担任营销中心客户经理。

后因东莞嘉泰各股东经营理念不同且业务发展未达到预期，曾嵘、周林涛在

2015 年先后退出东莞嘉泰，东莞嘉泰由王敏独自经营管理。王敏后续亦通过其控制的东莞市久瑞硅橡胶科技有限公司（以下简称“东莞久瑞”）、深圳市贸顺创新科技有限公司（以下简称“深圳贸顺”）向公司提供硅胶类产品。报告期内，上述三家供应商合并披露，合称“嘉泰系”。

②交易定价的公允性分析

报告期内，公司向嘉泰系的采购总额分别为 865.93 万元、1,300.96 万元和 1,422.53 万元，嘉泰系公司主要从事硅胶制品的生产与销售，向公司提供硅胶套、液态硅胶、硅胶垫、硅胶塞等产品，对公司与嘉泰系公司之间的交易情况分析如下：

A、公司向嘉泰系采购硅胶套与其他供应商的采购价格对比

发行人向“嘉泰系”采购			
采购物料	2017 年-2019 年		
	数量(万个)	金额（万元）	单位成本（元/个）
硅胶套	301.31	1,765.86	5.86
发行人向“同类其他供应商”采购			
采购物料	2017 年-2019 年		
	数量(万个)	金额（万元）	单位成本（元/个）
硅胶套	32.14	212.14	6.60

报告期内，公司向嘉泰系采购硅胶套的平均单价为 5.86 元/个，低于公司向同类其他供应商采购硅胶套的平均单价 6.60 元/个，主要原因系公司向嘉泰系采购是大批量采购，批量采购具有规模经济效应，而对同类其他供应商的采购是小批量采购。小批量采购一般不在常规的生产采购计划中，具有临时性、突发性，此类采购需要供应商优先安排，通常价格相对略高。报告期内，公司形成主要向嘉泰系采购硅胶产品的原因是因为嘉泰系硅胶加工技术较为成熟，其产品质量稳定，交期与服务方面都配合不错，所以公司与其保持了持续良好的合作关系。因此，公司向嘉泰系采购硅胶套的平均采购单价略低于同类其他供应商的平均采购价格，具有合理性。

B、公司向嘉泰系采购液态硅胶委托外协加工服务的单价对比

报告期内，公司向嘉泰系和深圳市博越硅橡胶制品有限公司（以下称“深圳博越”）采购的液态硅胶委托外协加工服务情况如下所示：

单位：万元

发行人向“嘉泰系”采购			
采购物料	2017 年-2019 年		
	数量(万个)	金额（万元）	单位成本（元/个）
委托外协加工液态硅胶	191.72	1,637.51	8.54
发行人向“同类其他供应商”采购——深圳博越			
采购物料	2019 年		
	数量(万个)	金额（万元）	单位成本（元/个）
委托外协加工液态硅胶	13.12	101.85	7.76

报告期各期，向嘉泰系采购液态硅胶委托外协加工服务的金额分别为123.85万元、690.46 万元和 823.20 万元。由于液态硅胶应用于移动智能终端保护类产品是新的材料应用，2017 年-2018 年公司选择硅胶加工经验较为丰富的嘉泰系进行合作，未向其他供应商采购同类服务。自 2018 年起，液态硅胶产品的需求量逐增，公司着手开发新的供应商，经过前期询价和品质比选，公司于 2019 年上半年开始与深圳博越合作，向其采购液态硅胶外协加工服务。

经比对，公司向嘉泰系采购的平均价格高于向深圳博越采购的平均价格，系由于公司在选择新供应商时，会重点考察其质量、价格与交期，新供应商如希望取得更多更稳定的订单，需要与公司原供应商相比，在前述三者中具有更突出的优势，故深圳博越为了与公司开展业务合作，在保证品质、交期的前提下，愿以一定的价格优势来与嘉泰系竞争。因此，公司向嘉泰系采购的液态硅胶外协加工服务的价格相对高于深圳博越的采购价格，具有合理性。

通过前述公司向嘉泰系主要采购的硅胶套产品和液态硅胶委托外协加工服务价格的对比，公司向嘉泰系采购的平均单价与同类其他供应商平均单价不存在明显差异，公司向嘉泰系采购价格公允；且向嘉泰系采购硅胶套的平均采购单价略低于同类其他供应商的平均采购价格，具有合理性。

③公司与嘉泰系公司之间不存在利益倾斜的情形

综上，公司与嘉泰系公司间的交易具备合理性，交易定价公允，不存在利益倾斜的情形。

（2）关于东莞市捷之和塑胶实业有限公司（以下简称“捷之和”）和深圳市旭升泰模具塑胶有限公司（以下简称“旭升泰”）的情况的说明

①交易背景

捷之和为公司报告期内的前五大供应商之一，其实际控制人为周平，周平同为公司供应商旭升泰的实际控制人。旭升泰主要从事塑胶模具、塑胶制品的研发、生产及销售，2012 年至 2016 年期间旭升泰为公司的供应商，后续周平通过新设立的企业捷之和向发行人供应产品。2016 年 1 月至 2016 年 4 月期间，周平曾在公司有短暂任职，担任模具开发部总监，其任职背景为公司分管塑胶模具部门的负责人离职，而公司在与周平合作过程中了解到其在塑胶行业工作多年，具有丰富的技术经验，在急需用人之际，聘请其担任模具开发部总监。在试用期间因双方管理理念存在差异，且周平不适应受雇担任职员的定位，故从公司离职。离职后，周平继续从事塑胶行业，为便于贴近塑胶生产需求更为广泛的东莞，周平与其他股东共同设立捷之和，旭升泰的相关资产人员转移至捷之和并扩大生产经营规模，经周平主动拓展，且基于对周平行业经验、技术能力的认可，公司与捷之和开展合作。在后续合作过程中，捷之和能够持续按期保质供货，故成为公司主要供应商。

②交易情况说明

报告期内，公司向旭升泰、捷之和的采购情况如下：

单位：万元

公司	采购内容	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
旭升泰和捷之和	TPU 盒	3,125.88	7.93%	4,875.59	13.20%	448.79	1.68%
	塑胶壳	71.23	0.18%	216.65	0.59%	665.37	2.49%
	PC 板	79.47	0.20%	151.84	0.41%	220.21	0.82%
	其他	567.54	1.44%	244.43	0.66%	275.97	1.03%
	合计	**3,844.12**	**9.75%**	**5,488.52**	**14.85%**	**1,610.34**	**6.02%**

报告期内，公司向旭升泰和捷之和的采购金额分别为 1,610.34 万元、5,488.52 万元和 3,844.12 万元，其中 2018 年度的采购金额上升较快，主要是由于当年度公司对 ODM/OEM 业务重要客户销售了大量 TPU 保护类产品，因此限于自身产能约束，向捷之和采购了较多 TPU 半成品。考虑到此类业务有稳定增长空间，公司于 2019 年初开始正式筹备拓建新厂以提升产能，2019 年 6 月，杰之洋五联分公司正式投产，公司在 2019 年下半年对捷之和的采购量随之减少。

③交易定价的公允性分析

公司向捷之和、旭升泰采购的价格是由供应商核算成本后报价(包括机台费用、材料费用、人工费、其他费用等)，公司再参考市场同类产品的销售价格确定。报告期内，公司向捷之和、旭升泰采购商品主要为 TPU 盒、塑胶壳、PC 板，公司还向其他第三方供应商分别采购相同规格型号的同类产品。报告期内，公司同类产品向捷之和、旭升泰及第三方供应商采购的价格情况如下：

单位：元/个

项目	捷之和、旭升泰平均采购单价	其他第三方供应商平均采购单价
TPU 盒	1.72	1.72
塑胶壳	1.54	1.54
PC 板	1.15	1.13

如上表所示，公司向捷之和、旭升泰采购单价与与其他第三方可比价格不存在明显差异，价格公允，不存在导致利益倾斜的情形。

3、报告期内新增供应商的情况说明

报告期内，公司新增的前五大供应商包括东莞市米灏塑胶原料有限公司（以下简称“米灏塑胶”）、东莞市米儿塑胶原料有限公司（以下简称“米儿塑胶”，与东莞市米灏塑胶原料有限公司受同一实际控制人控制）、深圳磐诺达科技有限公司（以下简称“磐诺达”）、东莞市前延塑胶模具制品有限公司（以下简称“前延塑胶”）和东莞市华盟五金制品有限公司（以下简称“华盟五金”），公司与上述供应商的合作情况如下：

（1）米灏塑胶、米儿塑胶

①基本情况

A、米灏塑胶

公司名称	东莞市米灏塑胶原料有限公司
注册资本	500 万元
实际控制人	贺平
注册时间	2017-07-05
股权结构	贺平 100.00%
经营范围	销售:塑胶原料(不含化学危险品)。
合作历史	2019 年至今

B、米儿塑胶

公司名称	东莞市米儿塑胶原料有限公司
注册资本	2,000 万元人民币
实际控制人	贺平
注册时间	2010-04-20
股权结构	贺平 98.00%；贺大可 2.00%
经营范围	研发、生产、销售:塑胶原料(不含危险化学品);货物或技术进出口(国家禁止或涉及行政审批的货物或技术进出口除外)。
合作历史	2017 年至 2019 年

②合作方式

供应商名称	进入前五大供应商时间	2019 年度采购金额（万元）	采购方式	结算方式	付款周期
米灏塑胶	2019 年度	2,953.01	询价采购	承兑汇票、银行转账	月结 60 天
米儿塑胶		389.54	询价采购	承兑汇票、银行转账	月结 30 天

③新增交易的原因及合作的连续性和持续性

米灏塑胶与米儿塑胶同受自然人贺平控制，主要向公司供应塑胶原料。米儿塑胶成立于 2010 年，在塑胶行业经营多年，因地处东莞地区，在运输距离上具备优势，且其产品质量、付款期限、服务水平等方面具有较好的口碑，因此 2017 年米儿塑胶通过了公司供应商评价考核后与公司正式开展合作，后该供应商因集团内部发展战略的调整，另行成立了东莞市米灏塑胶，公司遂通过米灏塑胶进行合作，基于对质量的认可和双方良好的合作基础，随着公司需求上升，采购额亦逐渐上升。

截至本招股说明书签署日，公司与米灏塑胶仍保持持续合作关系。

（2）磐诺达

①基本情况

公司名称	深圳磐诺达科技有限公司
注册资本	200 万元人民币
实际控制人	涂志华
注册时间	2017-08-29
股权结构	涂志华 42.5%；潘登朝 34.42%；朱光勇 23.08%
经营范围	国内贸易(不含专营、专控、专卖商品);货物进出口、技术进出口(法律、行政法规、国务院决定禁止的项目除外,限制的项目须取得许可后方可经营)。五金、模具、塑胶、电子的生产及加工、销售(以上不含再生资源的购销、回收储存及分拣整理和禁止、限制项目)
合作历史	2018 年至今

②合作方式

供应商名称	进入前五大供应商时间	2019 年度采购金额（万元）	采购方式	结算方式	付款周期
磐诺达	2019 年度	1,669.13	询价采购	银行转账	月结 30 天

③新增交易的原因及合作的连续性和持续性

磐诺达主要向公司供应 TPU 盒、塑胶壳、塑胶模产品。磐诺达成立于 2017 年，该公司负责人创业前于公司供应商深圳市华中思明通科技有限公司处负责工厂管理，熟悉相关产品生产且前期对公司有所了解，创业后主动接洽公司承接涉及新工艺、新项目的产品加工及生产，公司 2018 年与磐诺达开展合作，2019 年公司中标的涉及新工艺的 TPU 类产品订单较多，因此向磐诺达采购之 TPU 类半成品数量快速上升。

截至本招股说明书签署日，公司与磐诺达仍保持持续合作关系。

（3）前延塑胶

①基本情况

公司名称	东莞市前延塑胶模具制品有限公司
注册资本	50 万元人民币
实际控制人	刘良涛、张紧响
注册时间	2016-4-8
股权结构	刘良涛 50%；张紧响 50%
经营范围	产销、加工:塑料制品、模具、电子产品、金属制品;货物进出口、技术进出口。(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)
合作历史	2017 年至今

②合作方式

供应商名称	进入前五大供应商时间	2018 年度采购金额（万元）	采购方式	结算方式	付款周期
前延塑胶	2018 年度	1,615.62	询价采购	银行转账	月结 30 天

③新增交易的原因及合作的连续性和持续性

前延塑胶主要向公司供应塑胶壳和 TPU 盒。前延塑胶成立于 2016 年，其负责人创业之前在同类厂商中负责技术管理工作，具备较高的生产技术水平，且经考察多次注塑类产品质量良好，因此 2017 年公司开发其成为供应商，主要向其采购为塑胶壳。2018 年后，随着公司销售收入的快速增长，公司对其塑胶壳、TPU 盒的采购量有较大增长，2019 年度，公司向其采购总额为 1,750.70 万元，

为公司第四大供应商。

截止本招股说明书签署日，公司与前延塑胶仍保持持续合作关系。

（4）华盟五金

①基本情况

公司名称	东莞市华盟五金制品有限公司
注册资本	100 万人民币
实际控制人	汪德森
注册时间	2013-10-18
股权结构	汪德森（75%），苏瑞（25%）
经营范围	产销、加工：金属制品、通用机械设备、模具、电子产品、塑料制品
合作历史	2015 年至今

②合作方式

供应商名称	进入前五大供应商时间	2018 年度采购金额（万元）	采购方式	结算方式	付款周期
华盟五金	2018 年度	1,128.30	询价采购	银行转账	月结 60 天

③新增交易的原因及合作的连续性和持续性

华盟五金主要向公司供应五金件产品。华盟五金成立于 2013 年，公司自 2015 年即与其开展合作至今。五金件主要应用于公司自有品牌产品，尤其是主打强保护性能的“Defense”系列，因此随着公司自有品牌产品销售额的增加，2018 年度及 2019 年度对华盟五金采购金额快速上升，分别达到 1,128.30 万元和 1,218.65 万元，华盟五金亦成为公司主要供应商。

截止本招股说明书签署日，公司与华盟五金仍保持持续合作关系。

（三）报告期内公司的采购情况

单位：万元

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
原材料	35,239.26	89.35%	32,920.62	89.10%	22,039.03	82.45%
成品	1,024.43	2.60%	1,082.37	2.93%	1,321.95	4.95%
代理业务产品	-10.24	-0.03%	98.09	0.27%	1,643.99	6.15%
委托加工服务	3,185.11	8.08%	2,847.52	7.71%	1,723.86	6.45%
合计	**39,438.56**	**100.00%**	**36,948.60**	**100.00%**	**26,728.83**	**100.00%**

（四）报告期内公司按业务类型直接采购半成品、成品的情况

单位:万元

2019 年度						
业务类型	类型	采购金额	采购数量	主要采购内容	对应的销售金额	占采购总额的比例
ODM/OEM 业务	成品	207.61	44.36	TPU 成品、塑胶壳成品	457.69	0.53%
	半成品	5,178.87	2,091.04	TPU、塑胶壳类主件	11,100.57	13.13%
自有品牌	成品	816.82	52.10	数据线成品、移动电源成品	2,158.96	2.07%
	半成品	1,107.79	94.97	塑胶壳主件等	4,831.98	2.81%
代理业务	成品	-10.24	-0.05	耳机及手机无线充电器等	-12.00	-0.03%
2018 年度						
业务类型	类型	采购金额	采购数量	主要采购内容	对应的销售金额	占采购总额的比例
ODM/OEM 业务	成品	248.85	86.50	TPU 成品、塑胶壳成品	458.10	0.67%
	半成品	7,489.19	3,980.54	TPU、塑胶壳类主件	13,580.74	20.27%
自有品牌	成品	833.51	71.42	保护类产品、移动电源等	1,211.26	2.26%
	半成品	2,036.75	192.93	塑胶壳主件等	7,437.68	5.51%
代理业务	成品	98.09	0.40	蓝牙耳机	109.75	0.27%
2017 年度						
业务类型	类型	采购金额	采购数量	采购主要内容	对应销售金额	占采购总额的比例
ODM/OEM 业务	成品	205.19	158.66	TPU 成品、塑胶壳成品	330.61	0.77%
	半成品	3,341.42	1,811.20	TPU、塑胶壳类主件	6,670.15	12.50%
自有品牌	成品	1,116.76	67.93	保护类产品、数据线、移动电源等	2,343.63	4.18%
	半成品	2,044.69	138.57	表带、保护套主件、塑胶壳主件等	5,723.02	7.65%
代理业务	成品	1,643.99	21.89	鼠标/键盘、耳机、手环等	1,814.92	6.15%

注：此处的半成品是指可以直接使用，但需要经过包装才能对外销售的保护类产品。

（五）委托加工情况

报告期内公司委托加工主要环节包括成品包装、皮具加工、表面处理、硅胶加工、注塑加工及雕刻加工等。委托加工的原材料或其他委托加工物资由公司自行采购或者生产。公司根据销售订单安排生产计划，决定是否外发委托加工。公司通过支付加工费与委托加工商进行结算。

加工单价采取成本加成的原则予以确定，通常为：①测算委托加工的单位直接成本，主要包括人工成本、加工费用和其他费用。人工费用为按照计件的单位人工成本或非计件模式下核算单位产品人工成本确定；加工费用主要是耗用的辅料、设备折旧、能源费用等；其他费用主要是包装、运输、税费等；②参考供应

商具体行业的毛利率水平，给予供应商一定的毛利空间。

报告期内委托加工费金额及占当年度采购总额的比例为：

单位：万元

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
委托加工费	3,185.11	8.08%	2,847.52	7.71%	1,723.86	6.45%

报告期内公司向前五大委托加工商采购服务如下：

单位：万元

委外加工商名称	委托加工内容	金额	占采购总额的比例	是否关联方
2019 年度				
东莞市久瑞硅橡胶科技有限公司	硅胶加工	824.43	2.09%	否
东莞市杰信美皮革制品有限公司	皮具加工	380.62	0.97%	否
深圳市绘锦恒科技有限公司	3D 打印	363.37	0.92%	否
深圳市福鑫成塑胶模具有限公司	注塑	315.43	0.80%	否
东莞市前延塑胶模具制品有限公司	注塑	211.47	0.54%	否
2018 年度				
东莞市嘉泰塑胶科技有限公司	硅胶加工	694.45	1.88%	否
东莞市杰信美皮革制品有限公司	皮具加工	477.56	1.29%	否
深圳市瑞镕五金塑胶制品有限公司	表面处理	249.45	0.68%	否
深圳市绘锦恒科技有限公司	3D 打印	170.41	0.46%	否
深圳市晨峰纸品包装有限公司	包装	132.53	0.36%	否
2017 年度				
东莞市杰信美皮革制品有限公司	皮具加工	414.96	1.55%	否
深圳光大同创新材料有限公司	包装	264.50	0.99%	否
苏州创佳电子材料有限公司	组装加工	125.29	0.47%	否
东莞市嘉泰塑胶科技有限公司	硅胶加工	124.45	0.47%	否
东莞市淞劲电子有限公司	表面处理	119.06	0.45%	否

注：2018 年东莞市嘉泰塑胶科技有限公司的采购金额合并统计了东莞市久瑞硅橡胶科技有限公司、深圳市贸顺创新科技有限公司的采购额。

（六）主要能源采购情况

1、能源使用情况

报告期内公司使用的能源主要是电和水，具体金额与均价见下表：

类型	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额（万元）	均价（元/千瓦时）	金额（万元）	均价（元/千瓦时）	金额（万元）	均价（元/千瓦时）

电	763.28	0.76	639.64	0.77	583.91	0.78
类型	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额（万元）	均价（元/立方米）	金额（万元）	均价（元/立方米）	金额（万元）	均价（元/立方米）
水	23.98	2.49	24.35	2.46	18.67	2.46

公司经营活动中使用的水主要为生活用水，生产过程中使用能源以电力为主。电力和水的均价波动不大。

2、能源消耗与生产的匹配性

注塑设备为公司关键生产设备，对公司产能影响最大。产品生产过程中消耗电能最大的生产车间是注塑车间，注塑车间的产量变化直接影响当期电量消耗的情况。报告期各期，发行人电量消耗、注塑车间产量如下：

类别	2019 年度	较上期变动比例	2018 年度	较上期变动比例	2017 年度
电能（万度）	1,006.72	21%	832.46	12%	745.25
注塑车间（万啤）	5,677.06	122%	2,553.15	49%	1,718.36

2018 年电能消耗上升了 12%，注塑车间产量上升 49%，主要系①生产的 TPU 类产品占比上升，TPU 类产品生产工艺简单，耗电量低；②生产工艺复杂的套啤产品数量下降，2017 年、2018 年套啤产品产量啤次分别为 557.92 万啤、228.65 万啤。③发行人于 2018 年 3 月及 4 月购置了 30 台能耗低、效率高的新注塑设备，降低了单位能耗。2019 年耗电量相比 2018 年上升 21%，注塑车间产量相比 2018 年上升 122%，主要系 2019 年杰之洋五联分公司新购入注塑设备，新注塑设备的标准啤时间比原有注塑设备短，生产效率有所提高；并且，2019 年杰之洋五联分公司生产的产品以单价较低的 TPU 类产品为主，TPU 类产品生产工艺简单，五联分公司新注塑设备可大量、快速生产上述产品，生产效率较高，降低了单位能耗，消耗的电量变动趋势与注塑车间产量变动趋势一致。

综上，发行人报告期耗能情况与产量相匹配。

五、发行人主要固定资产和无形资产

（一）主要固定资产

截至 2019 年 12 月 31 日，公司的固定资产情况如下表所示：

固定资产分类	原值（万元）	累计折旧（万元）	净值（万元）	成新率
机器设备	7,391.78	3,535.84	3,855.94	52.17%

固定资产分类	原值（万元）	累计折旧（万元）	净值（万元）	成新率
运输设备	546.93	292.42	254.51	46.53%
电子设备	1,526.83	893.14	633.69	41.50%
合计	**9,465.54**	**4,721.40**	**4,744.14**	**50.12%**

注：成新率=固定资产净值/固定资产原值。

截至 2019 年 12 月 31 日，公司固定资产总体成新率为 50.12%，各项固定资产使用状态良好，目前不存在重大资产报废的可能。

截至报告期期末，公司及下属企业固定资产分布情况如下：

单位：万元

主体	项目	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
杰美特	固定资产原值	1,727.63	1,347.34	1,118.57
	累计折旧	890.28	863.47	789.66
	固定资产净值	837.35	483.87	328.92
杰之洋	固定资产原值	6,932.33	6,209.73	6,082.32
	累计折旧	3,469.54	3,026.43	2,591.97
	固定资产净值	3,462.79	3,183.30	3,490.35
中创卓越	固定资产原值	487.68	472.33	166.77
	累计折旧	245.93	166.04	116.23
	固定资产净值	241.75	306.28	50.55
中创思锐	固定资产原值	8.17	8.17	8.17
	累计折旧	6.09	4.76	3.14
	固定资产净值	2.08	3.41	5.02
美国道瑞	固定资产原值	309.72	235.05	117.92
	累计折旧	109.55	52.57	33.86
	固定资产净值	200.17	182.48	84.05
杰幂	固定资产原值	-	-	2.66
	累计折旧	-	-	0.58
	固定资产净值	-	-	2.09

报告期内，公司固定资产主要分布在母公司、子公司杰之洋和中创卓越名下，其中杰之洋作为生产基地，其固定资产原值较高，主要为生产用机器设备，母公司主要为研发和管理型主体，其固定资产主要为办公设备和研发设备，中创卓越主要为销售公司，其设备主要为办公设备和电子设备。

1、主要生产设备

截至 2019 年 12 月 31 日，本公司主要生产设备（账面原值 50 万元以上）情况如下：

设备名称	数量	原值（万元）	净值（万元）	成新率
全自动封闭式无尘涂装生产线	1	492.31	217.73	44.23%
日钢全自动射出成型机	10	444.44	135.48	30.48%
住友全自动射出成型机 SZ130EV	4	383.55	123.12	32.10%
发那科注塑机 S-2000I300A	4	296.30	92.72	31.29%
优铸 120T	14	218.05	207.47	95.15%
智能物流皮套加工线	2	211.11	125.79	59.59%
伺服注塑机(YZ120S-II)	15	175.56	145.76	83.03%
伺服注塑机(YZ120S-II)	15	167.95	140.8	83.83%
住友全自动射出成型机 SE130DUZ	5	195.00	104.83	53.76%
北村数控精密加工中心	1	159.98	50.06	31.29%
海天注塑机 MA1600/260-A	10	153.85	45.66	29.68%
阿奇夏米尔精密数控火花机	3	128.21	38.05	29.68%
Objet 快速成型系统	1	115.38	3.46	3.00%
首熙注塑中央供料系统	1	115.18	44.42	38.57%
汤浅商事立式数控精密加工中心	1	112.82	34.39	30.48%
3 轴 CNC	1	112.07	96.67	86.26%
智能物流自动化分捡包装线	1	105.13	62.64	59.58%
百塑立式注塑机	1	92.31	44.56	48.27%
阿通电脑裁断机	1	89.74	50.57	56.35%
阿通电脑裁断机	1	89.74	54.92	61.20%
佳明 128T	5	81.86	77.89	95.15%
住友注塑机 SE130DU	1	76.92	27.18	35.34%
住友注塑机 SE130DU	1	68.38	26.37	38.56%
重庆康明斯柴油发电机(KTAA19-G6A 派沃)	2	67.52	19.49	28.87%
手机皮套高周波热合机	42	66.41	24.00	36.14%
数控电火花加工机(CNC 放电加工机)	1	54.27	16.54	30.48%
自动化识别与缺陷检测系统	1	53.68	32.85	61.20%
全自动注塑成型机 EC130S-3Y(东芝)	5	200.86	57.99	28.87%
四工位皮套电压高周波机	4	78.63	48.12	61.20%
住友 130DU 注塑机	2	58.29	13.80	23.67%
佳明 120T	4	53.81	51.20	95.15%
三轴横走式机械手/QR800WD-S3	26	87.43	83.90	95.96%
伺服注塑机/YZ120S-II	20	235.04	225.54	95.96%

上述设备均为公司外购取得，目前均在正常使用。

2、经营性房产

截至本招股说明书签署日，公司及子公司主要经营性房产均通过租赁取得，主要租赁房产如下：

序号	承租方	出租方	面积（㎡）	租金	房产位置	用途	租赁期限
1	杰美特	深圳市中林实业发展有限公司	1,321.93	首个租赁年度79,315.8 元/月，自2019年9月15日起月租金年复式递增10%	深圳市龙华新区龙华办事处清祥路清湖工业园宝能科技园6栋17层B座ABCDG单位	办公	2018.09.15-2021.09.14
2	杰美特	深圳市中林实业发展有限公司	291.79	首个租赁年度18,966.35 元/月，自2018年9月8日起月租金年复式递增10%	深圳市龙华新区龙华办事处清祥路清湖工业园宝能科技园6栋B座19楼E单位	办公	2017.09.08-2020.09.07
3	杰之洋	凤岗镇官井头股份经济联合社	34,395.24	429,940.50元/月（2017年10月1日之前），472,934.55元/月（2017年10月1日之后）	官井头村猫公沥厂房5栋、宿舍5栋	厂房	2012.10.01-2022.09.30
4	中创卓越	深圳市中林实业发展有限公司	614.14	首个租赁年度36,848.4 元/月，自2019年9月15日起月租金年复式递增10%	深圳市龙华新区龙华办事处清祥路清湖工业园宝能科技园6栋17层B座EF单位	办公	2018.09.15-2021.09.14
5	杰之洋	东莞市侨安实业投资有限公司	约10,330	前两个年度306,493.75元/月，每满两年在原有基础上递增10%	东莞市凤岗镇五联新兴村联兴路30号东莞侨安科技园3幢1、2、3层整层	厂房	2019.04.01-2024.03.31
6	杰之洋	东莞市侨安实业投资有限公司	约416.67（共10套）	11,000元/月	东莞市凤岗镇五联新兴村联兴路30号东莞侨安科技园5栋4-5层宿舍第409-412及519-524号房	厂房	2020.06.01-2021.05.31
7	杰之洋	东莞市侨安实业投资有限公司	约750.00（共18套）	19,800元/月，每满两年在上一租期的基础上递增10%	东莞市凤岗镇五联新兴村联兴路30号东莞侨安科技园5栋5层宿舍第501-518号房	厂房	2019.06.01-2024.05.31
8	杰之洋	东莞市侨安实业投资有限公司	--	首月租金为56,202元/月，每满两年在原有基础上递增10%	东莞市凤岗镇五联新兴村联兴路30号东莞侨安科技园3幢5楼厂房	厂房	2020.07.01-2024.03.31
9	美国道瑞	Douglas Emmett	3,154平方英尺(约	11,669.80美元/月	美国加州洛杉矶威尔夏大道	办公	2019.12.01-2024.12.31

序号	承租方	出租方	面积（㎡）	租金	房产位置	用途	租赁期限
		1999,LLC	293 平方米)	(2019.12.01-2020.11.30) 12,078.24 美元/月 (2020.12.01-2021.11.30) 12,500.98 美元/月 (2021.12.01-2022.11.30) 12,938.52 美元/月 (2022.12.01-2023.11.30) 13,391.36 美元/月 (2023.12.01-2024.11.30) 13,860.06 美元/月 (2024.12.01-2024.12.31)	12424 号 1120 室		

注：根据美国律师出具的 Legal Opinion on Foreign Enterprise: Doria International, Inc.，美国道瑞上述第 9 项房产租赁合法有效；

注：东莞市侨安实业投资有限公司，以下简称“侨安实业”。

截至本招股说明书签署日，上述第 3 项租赁房产的出租方凤岗镇官井头股份经济联合社尚未取得房屋产权证书，系东莞市凤岗镇官井头村的集体建设用地，地上房屋产权属于东莞市凤岗镇官井头村集体所有。

公司在发展前期，资金实力有限，为了集中有限资源加快业务发展，从而选择了租赁厂房和办公用房的经营模式。随着公司业务规模的不断壮大和资金实力的逐步提高，公司已在深圳市龙岗区自购土地使用权自建房产拟作生产和办公之用，并作为本次发行上市募集资金投资项目的实施地点。公司目前的生产经营场所主要通过租赁取得，但并不会对公司生产经营稳定性产生重大不利影响，具体如下：

①公司正常使用租赁的官井头房产不存在障碍

杰之洋自 2012 年 10 月至今，一直正常使用租赁的官井头房产，在使用过程中未发生影响生产经营稳定性的情况。

就该租赁房产未取得房屋产权证书事宜，2019 年 3 月 25 日，官井头联合社及东莞市凤岗镇官井头村民委员会出具《关于东莞市杰之洋塑胶实业有限公司租

赁厂房的证明》，确认本次租赁标的所在地块系东莞市凤岗镇官井头村的集体建设用地，地上房屋产权属于东莞市凤岗镇官井头村集体所有；租赁标的所在地块(含地上建筑物)尚未纳入公共基础设施项目征收拆迁范围，尚未纳入城市更新改造范围；在租赁期限内，没有规划对其进行改造或拆除，亦不会将其规划列入政府拆迁或城市更新改造范围。同时，官井头联合社确认，如在租赁期限内因上述厂房被强制拆迁或其他不可抗原因致使杰之洋与官井头联合社无法继续履行租赁合同，官井头联合社将尽早通知杰之洋给予合理的搬迁时间，并按约定赔偿杰之洋的损失。

2019 年 3 月 25 日，东莞市凤岗镇人民政府住房规划建设局和东莞市凤岗镇人民政府确认，本次租赁标的符合《官井头北片区控制性详细规划》，本次租赁标的所在地块系东莞市凤岗镇官井头村的集体建设用地，属于工业用途，未纳入改造范围。

根据《东莞市集体建设用地使用权流转管理办法》第六条的规定，集体建设用地所有者出让、出租、抵押集体建设用地使用权，必须经本集体村民会议 2/3 以上(含本数，下同)成员或 2/3 以上村民代表书面同意，并签名确认。2014 年 5 月 29 日，东莞市凤岗镇官井头村召开村民代表会议，经东莞市凤岗镇官井头村 2/3 以上村民代表讨论决定，同意本次租赁事宜。

2019 年 8 月 30 日，东莞市凤岗镇人民政府、东莞市凤岗镇官井头村村民委员会、东莞市凤岗镇官井头股份经济联合社共同出具《权属证明》，确认上述出租不动产不存在产权争议，不属于法律规定不得出租的情形，在未来五年内不存在改变用途情况和不存在拆除该房产的计划；该房产没有被列入政府拆迁房产规划；杰之洋租赁使用该房产没有任何障碍，权属来源合法。

②公司实际控制人已出具承诺

公司实际控制人谌建平先生和杨美华女士已出具《承诺函》，承诺如在杰之洋与官井头联合社签署的租赁合同有效期内，因租赁厂房拆迁、改造或其他原因导致无法继续正常使用，其将全额承担因此给杰之洋造成的损失。

③公司正在建设自有房产

公司自有房产正在建设中，预计建筑面积为 27,300 平方米，公司拟将本次

发行上市募集资金投资项目在自有房产内实施，按发行人目前承租的生产经营场地面积以及自有房产预计建筑面积合计数测算（未考虑因启用自有房产可能会减少的租赁面积），待项目建成后公司自有房产面积所占比例将达到 36.06%，将有效缓解公司生产经营场所主要通过租赁取得的现状。

④可寻找其他可替代的租赁房源

公司所处深圳、东莞地区能满足公司生产经营要求的厂房和办公用房资源丰富，即使官井头房产因其他客观原因导致租赁合同无法正常履行或租赁期满后不能续租的，公司及子公司亦能重新在当地寻找到合适的场所进行搬迁，不会对生产经营造成重大不利影响。

⑤搬迁费用的情况说明

按照目前市场情况进行估算，如其生产经营相关资产需从官井头房产整体搬迁，则主要会涉及机器设备的拆装及搬运、新生产场地装修，可能发生的搬迁周期及费用测算如下：

项目	周期(日)	费用(万元)
新生产场地装修	30～40日，可提前装修，不影响生产	438(可分期摊销)
拆装与搬运	7～10日，可利用周末或节假日实施	41.50
合计	-	**479.50**

如发生需要搬迁的情况，公司将采取整体规划、分步骤进行的方式合理安排搬迁进度和时间；在提前装修建设的情况下，整体搬迁可在 10 日内全部完成，不会对发行人的生产经营产生较大影响。

⑥租赁备案的情况说明

公司承租上述厂房和宿舍等配套建筑主要用于工业生产，未改变其工业用地的用途，符合《土地管理法》的相关规定，且公司作为承租方租赁官井头房产已按照《广东省城镇房屋租赁条例》及《东莞市非住宅房屋租赁登记备案业务工作指引(2017 年修订)》的要求办理了租赁备案登记，公司不存在因上述承租事项受到行政处罚的风险。

综上，官井头房产是发行人的主要生产经营场所，对发行人的生产经营有重要影响。官井头房产虽未取得产权证书，但其产权归属不存在争议，且该房产在未来五年内不存在改变用途以及拆迁的计划，也没有被列入政府拆迁房产规划，

官井头房产产权证书未能取得不影响发行人对该房产的正常使用，发行人已自2012年10月正常使用至今，且不会对发行人的生产经营稳定性产生重大不利影响，发行人亦不存在因上述承租事项受到行政处罚的风险。如发行人生产经营相关资产确需从官井头房产整体搬迁，发行人较易找到可替代的厂房，且经测算的预计搬迁周期及搬迁费用均对发行人影响较小，发行人实际控制人已承诺将全额承担如不能在租赁期间内正常使用该房产而给杰之洋造成的损失。发行人作为生产制造企业，在发展前期选择了租赁厂房和办公用房的经营模式，符合发行人自身的实际情况，随着发行人经营规模的不断扩大，发行人已开始购地自建房产。因此，发行人生产经营场所主要通过租赁取得对本次发行上市不构成实质性法律障碍。

（二）无形资产

本公司无形资产主要包括土地使用权、计算机软件、著作权等，截至 2019年12月31日，公司账面无形资产的情况如下：

单位：万元

资产类别	取得方式	账面原值	累计摊销	账面价值
土地使用权				
土地使用权	出让	6,334.50	1,087.55	5,246.95
计算机软件				
计算机软件	购买	134.73	72.11	62.62
金飞跃系统	购买	27.35	24.62	2.74
PKG-3512-F(proe 软件)	购买	13.68	9.34	4.33
宏远报价系统软件	购买	9.00	8.55	0.45
易飞管理软件	购买	34.78	32.86	1.92
T100 软件	购买	192.69	34.48	158.21
微软版权	购买	15.38	15.38	-
金碟软件	购买	14.83	14.83	-
安融溢信 IP-guard 终端安全管理软件	购买	10.91	1.64	9.28
安融内网安全软件	购买	5.81	5.81	-
中望 CAD	购买	17.70	0.29	17.40
MicrosoftWinproCHNS 操作系统专业版	购买	14.16	0.24	13.92
BPM 软件	购买	9.70	0.32	9.38
其他	购买	23.64	21.19	2.45
著作权				

资产类别	取得方式	账面原值	累计摊销	账面价值
远航计算机软件著作权登记费用	购买	8.70	8.70	-
合计		6,867.56	1,337.92	5,529.64

截至本招股说明书签署日，公司商标、专利、软件著作权、作品著作权、土地使用权等无形资产的情况如下：

1、商标

（1）国内商标

截至本招股说明书签署日，本公司及子公司共拥有国内注册商标 94 项，具体情况如下表所示：

序号	权利人	商标	国际分类号	注册号	有效期限	取得方式
1	杰美特	CORE CASES	9	8716147	2012.04.21-2022.04.20	原始取得
2	杰美特	WITCHEASY	9	8716291	2011.10.14-2021.10.13	原始取得
3	杰美特	FOWER SUPPORT	9	8716177	2012.02.14-2022.02.13	原始取得
4	杰美特	杰美特	9	7913118	2011.03.28-2021.03.27	原始取得
5	杰美特	TRAXTA	9	8832047	2011.11.28-2021.11.27	原始取得
6	杰美特	ILOUNGE	9	8716202	2011.10.14-2021.10.13	原始取得
7	杰美特	ICOAT	9	8716187	2012.04.21-2022.04.20	原始取得
8	杰美特	JUICY CPADE	9	8716224	2011.10.14-2021.10.13	原始取得
9	杰美特	JAME	9	8697578	2011.10.07-2021.10.06	原始取得
10	中创卓越	SEEDOO	9	8711741	2013.07.07-2023.07.06	原始取得
11	中创卓越	SEEDOO	18	8711779	2014.02.07-2024.02.06	原始取得
12	中创卓越	seedoo	42	12688618	2014.10.21-2024.10.20	原始取得
13	中创卓越	seedoo	18	12688613	2014.10.21-2024.10.20	原始取得
14	中创卓越	seedoo	17	12688573	2014.10.21-2024.10.20	原始取得
15	中创卓越	seedoo	22	12688515	2015.03.28-2025.03.27	原始取得

序号	权利人	商标	国际分类号	注册号	有效期限	取得方式
16	中创卓越	seedoo	35	12688572	2015.03.28-2025.03.27	原始取得
17	中创卓越	seedoo	20	12688434	2015.04.07-2025.04.06	原始取得
18	中创卓越	seedoo	6	12688426	2015.04.07-2025.04.06	原始取得
19	中创卓越	seedoo	9	12708318	2015.12.14-2025.12.13	原始取得
20	中创卓越	思度	10	17532645	2016.09.21-2026.09.20	原始取得
21	中创卓越	思度	9	17569240	2016.09.28-2026.09.27	原始取得
22	中创卓越	思度	18	17533666	2016.12.07-2026.12.06	原始取得
23	中创卓越	思度	42	17534088	2016.12.07-2026.12.06	原始取得
24	中创卓越	思度	17	17533533	2016.09.21-2026.09.20	原始取得
25	中创卓越	思度	35	17533640	2016.11.21-2026.11.20	原始取得
26	中创卓越	道锐	35	17533582	2016.11.21-2026.11.20	原始取得
27	中创卓越	道锐	9	17569239	2016.12.07-2026.12.06	原始取得
28	中创卓越	道锐	42	17533738	2016.12.07-2026.12.06	原始取得
29	中创卓越	道锐	18	17533442	2016.09.21-2026.09.20	原始取得
30	中创卓越	道锐	17	17532681	2016.09.21-2026.09.20	原始取得
31	中创卓越	道锐	10	17532340	2016.09.21-2026.09.20	原始取得
32	中创卓越	道锐	14	17569241	2016.09.28-2026.09.27	原始取得
33	中创卓越	KidFit	42	14812983	2015.07.14-2025.07.13	原始取得

序号	权利人	商标	国际分类号	注册号	有效期限	取得方式
34	中创卓越	KidFit	35	14812930	2015.07.14-2025.07.13	原始取得
35	中创卓越	JAPOD	9	5407843	2019.06.07-2029.06.06	受让取得
36	中创卓越	TaiTou	9	19578742	2017.08.14-2027.08.13	原始取得
37	中创卓越	智尚时代	38	20699341	2017.09.14-2027.09.13	原始取得
38	中创卓越	智尚时代	41	20699324	2017.09.14-2027.09.13	原始取得
39	中创卓越	智尚时代	35	20699286	2017.11.07-2027.11.06	原始取得
40	美国道瑞	x-doria	36	11852376	2014.05.21-2024.05.20	原始取得
41	美国道瑞	x-doria	34	11852296	2014.05.21-2024.05.20	原始取得
42	美国道瑞	x-doria	45	11860138	2014.05.21-2024.05.20	原始取得
43	美国道瑞	x-doria	7	11840082	2014.05.14-2024.05.13	原始取得
44	美国道瑞	x-doria	44	11860072	2014.05.21-2024.05.20	原始取得
45	美国道瑞	x-doria	43	11862408	2014.05.21-2024.05.20	原始取得
46	美国道瑞	x-doria	42	11859968	2014.05.21-2024.05.20	原始取得
47	美国道瑞	x-doria	4	11835560	2014.05.14-2024.05.13	原始取得
48	美国道瑞	x-doria	26	11852040	2014.05.21-2024.05.20	原始取得
49	美国道瑞	x-doria	27	11846267	2014.05.21-2024.05.20	原始取得
50	美国道瑞	x-doria	19	11840646	2014.05.14-2024.05.13	原始取得
51	美国道瑞	x-doria	16	11840555	2014.05.14-2024.05.13	原始取得
52	美国道瑞	x-doria	13	11840293	2014.05.14-2024.05.13	原始取得
53	美国道瑞	x-doria	24	11846117	2014.05.21-2024.05.20	原始取得
54	美国道瑞	x-doria	6	11839974	2014.05.21-2024.05.20	原始取得
55	美国道瑞	x-doria	15	11840415	2014.05.14-2024.05.13	原始取得
56	美国道瑞	x-doria	23	11846058	2014.05.21-2024.05.20	原始取得
57	美国道瑞	x-doria	38	11852547	2014.05.21-2024.05.20	原始取得
58	美国道瑞	x-doria	29	11846553	2014.05.21-2024.05.20	原始取得
59	美国道瑞	x-doria	5	11835643	2014.05.14-2024.05.13	原始取得
60	美国道瑞	x-doria	21	11845991	2014.05.21-2024.05.20	原始取得

序号	权利人	商标	国际分类号	注册号	有效期限	取得方式
61	美国道瑞	x-doria	14	11845851	2014.05.21-2024.05.20	原始取得
62	美国道瑞	x-doria	3	11835469	2014.05.14-2024.05.13	原始取得
63	美国道瑞	x-doria	40	11859771	2014.05.21-2024.05.20	原始取得
64	美国道瑞	x-doria	20	11845927	2014.05.21-2024.05.20	原始取得
65	美国道瑞	x-doria	8	11840125	2014.05.21-2024.05.20	原始取得
66	美国道瑞	x-doria	37	11852490	2014.06.07-2024.06.06	原始取得
67	美国道瑞	x-doria	1	11835273	2014.05.14-2024.05.13	原始取得
68	美国道瑞	x-doria	12	11840241	2014.05.14-2024.05.13	原始取得
69	美国道瑞	x-doria	10	11840155	2014.05.14-2024.05.13	原始取得
70	美国道瑞	x-doria	41	11859836	2014.05.21-2024.05.20	原始取得
71	美国道瑞	x-doria	22	11846025	2014.05.21-2024.05.20	原始取得
72	美国道瑞	x-doria	9	7922631	2011.03.28-2021.03.27	原始取得
73	美国道瑞	x-doria	28	11846464	2014.05.21-2024.05.20	原始取得
74	美国道瑞	x-doria	33	11852243	2014.05.28-2024.05.27	原始取得
75	美国道瑞	x-doria	11	11840193	2014.05.14-2024.05.13	原始取得
76	美国道瑞	x-doria	31	11852153	2014.07.14-2024.07.13	原始取得
77	美国道瑞	x-doria	25	11846195	2014.06.21-2024.06.20	原始取得
78	美国道瑞	x-doria	2	11835421	2014.07.07-2024.07.06	原始取得
79	美国道瑞	x-doria	32	11852194	2014.07.14-2024.07.13	原始取得
80	美国道瑞	x-doria	39	11852607	2014.07.07-2024.07.06	原始取得
81	美国道瑞	x-doria	30	11852105	2014.07.14-2024.07.13	原始取得
82	美国道瑞	x-doria	9	12065681	2016.09.14-2026.09.13	原始取得
83	美国道瑞	x-doria	35	12048139	2017.05.21-2027.05.20	原始取得
84	美国道瑞	x-doria	18	12048050	2017.03.21-2027.03.20	原始取得
85	美国道瑞	x-doria	17	12047792	2017.08.14-2027.08.13	原始取得
86	中创卓越	Defense Lux	35	33810466	2019.06.21-2029.06.20	原始取得
87	中创卓越	Defense Lux	9	33767000	2019.07.21-2029.07.20	原始取得

序号	权利人	商标	国际分类号	注册号	有效期限	取得方式
88	中创卓越	Defense Shield	9	33770124	2019.07.21-2029.07.20	原始取得
89	中创卓越	Defense Shield	35	33755408	2019.07.21-2029.07.20	原始取得
90	中创卓越	Defense Clear	9	33766802	2019.07.21-2029.07.20	原始取得
91	中创卓越	Defense Clear	35	33748859	2019.07.21-2029.07.20	原始取得
92	中创卓越	道瑞	9	35386856	2019.10.07-2029.10.06	原始取得
93	中创卓越	Defense Glass	35	33764051	2019.12.28-2029.12.27	原始取得
94	中创卓越	DEFENSE	9；35	33673342	2020.01.28-2030.01.27	原始取得

（2）国际商标

截至本招股说明书签署日，本公司及子公司共拥有国际注册商标 23 项。

序号	权利人	商标	国家/地区	注册号	注册日	取得方式
1	美国道瑞	x-doria	韩国	40-0928858	2012.07.27	原始取得
2	美国道瑞	x-doria	日本	5412675	2011.05.20	原始取得
3	美国道瑞	x-doria	澳大利亚	1394003	2011.08.08	原始取得
4	美国道瑞	x-doria	香港	301754686	2010.11.04	原始取得
5	美国道瑞	x-doria	台湾	01515097	2012.05.01	原始取得
6	美国道瑞	x-doria	印度	1073005	2012.08.25	原始取得
7	美国道瑞	x-doria	俄罗斯	449398	2011.12.16	原始取得
8	美国道瑞	x-doria	土耳其	201106737	2012.07.17	原始取得
9	美国道瑞	x-doria	南非	2011/00616	2012.05.08	原始取得
10	美国道瑞	x-doria	印度尼西亚	IDM000360817	2012.07.11	原始取得
11	美国道瑞	x-doria	美国	3967177	2011.05.24	原始取得
12	美国道瑞	X-DORIA	美国	4880667	2016.01.05	原始取得
13	美国道瑞	X-DORIA	美国	4892277	2016.01.26	原始取得
14	美国道瑞	x-doria	美国	4892278	2016.01.26	原始取得
15	美国道瑞	x-doria	美国	4897836	2016.02.09	原始取得
16	美国道瑞	x-doria	哈萨克斯坦	42451	2013.12.04	原始取得
17	中创卓越	x-doria	墨西哥	1357509	2013.03.26	原始取得
18	中创卓越	x-doria	伊朗	183993	2011.10.24	原始取得
19	中创卓越	x-doria	沙特阿拉伯	143202816	2012.02.26	原始取得
20	中创卓越	x-doria	马来西亚	2011050206	2012.06.12	原始取得
21	中创卓越	x-doria	科威特	105272	2012.06.19	原始取得
22	中创卓越	x-doria	黎巴嫩	144740	2012.08.09	原始取得

序号	权利人	商标	国家/地区	注册号	注册日	取得方式
23	中创卓越	x-doria	瑞士	635200	2012.10.15	原始取得

（3）许可使用情况

根据公司全资子公司中创卓越与卢锦茵签署的《商标使用授权书》、卢锦茵签署的《声明书》以及厦门市鹭江公证处出具的“（2019）厦鹭证内字第 99115 号”《公证书》，卢锦茵将其拥有的商标注册号为 28498374 的“及御”商标转让给中创卓越，自商标转让合同签字之日起，该商标在申请办理转让期间，中创卓越拥有该商标的无偿许可使用权，具体情况如下：

许可方	被许可方	许可标的	许可产品	许可期限
卢锦茵	中创卓越	及御 （商标注册号：28498374）	核定使用商品/服务项目（国际分类：9）USB闪存盘；可下载的手机应用软件；智能手表（数据处理）；人脸识别技术；导航仪器；行车记录仪；耳机；照相机（摄影）；眼镜；电池	自2019.11.27至商标转让申请核准之日止(商标有效期为2018.12.14-2028.12.13）

2、专利

截至本招股说明书签署日，本公司及子公司共拥有专利 202 项，具体情况如下表所示：

序号	专利权人	专利名称	专利类型	专利号	申请日	取得方式	期限
1	杰美特	iPhone手机套的制作方法	发明专利	2012102526027	2012.07.20	原始取得	20 年
2	杰美特	电子产品保护套制作工艺	发明专利	2012102526898	2012.07.20	原始取得	20 年
3	杰美特	一种免翻盖可视保护套及其制作方法	发明专利	201410564391X	2014.10.22	原始取得	20 年
4	杰美特	杀菌手机护壳	发明专利	2015800022836	2015.02.02	受让取得	20 年
5	杰美特	一种耐磨导热硅橡胶材料及其制备方法	发明专利	2015109323934	2015.12.15	受让取得	20 年
6	杰之洋	一种抗黄变抗菌手机壳保护套及其制备方法	发明专利	2016105919647	2016.07.26	受让取得	20 年
7	杰美特	电子产品保护套	实用新型	2010205504276	2010.09.30	原始取得	10 年
8	杰美特	数码产品背夹	实用新型	2010205504079	2010.09.30	原始取得	10 年
9	杰美特	数码产品支架保护壳	实用新型	2010205504134	2010.09.30	原始取得	10 年
10	杰美特	带支架的数码产品保护壳	实用新型	2010205504149	2010.09.30	原始取得	10 年
11	杰美特	保护数码产品的组件	实用新型	201020550412X	2010.09.30	原始取得	10 年
12	杰美特	数码产品外壳	实用新型	2010205504083	2010.09.30	原始取得	10 年

序号	专利权人	专利名称	专利类型	专利号	申请日	取得方式	期限
13	杰美特	手腕套	实用新型	2010206042471	2010.11.12	原始取得	10 年
14	中创卓越	数码产品保护组件	实用新型	2011201486428	2011.05.11	原始取得	10 年
15	中创卓越	背夹	实用新型	2011201486305	2011.05.11	原始取得	10 年
16	中创卓越	带背夹的保护组件	实用新型	2011201486220	2011.05.11	原始取得	10 年
17	中创卓越	保护壳	实用新型	2011201486184	2011.05.11	原始取得	10 年
18	中创卓越	带旋转支架的数码产品保护套	实用新型	2011201486273	2011.05.11	原始取得	10 年
19	杰美特	耳机架及设有耳机架的耳机	实用新型	2011204131564	2011.10.26	原始取得	10 年
20	杰美特	耳机架	实用新型	2011204131615	2011.10.26	原始取得	10 年
21	杰美特	手机保护套	实用新型	2011204131600	2011.10.26	原始取得	10 年
22	中创卓越	快速对位保护贴	实用新型	2011204697717	2011.11.23	原始取得	10 年
23	杰美特	iPhone手机套	实用新型	2012203538239	2012.07.20	原始取得	10 年
24	杰美特	数码产品保护组件	实用新型	2012201701876	2012.04.20	原始取得	10 年
25	杰美特	电子产品保护套	实用新型	2012203539763	2012.07.20	原始取得	10 年
26	杰美特	一种手持智能终端保护套	实用新型	2012203539320	2012.07.20	原始取得	10 年
27	杰美特	具有内扣边的热熔贴合IPhone手机套	实用新型	2012203538578	2012.07.20	原始取得	10 年
28	中创卓越	便携式电子设备保护壳	实用新型	2013201443563	2013.03.27	原始取得	10 年
29	中创卓越	便携式电子设备保护壳	实用新型	2013201444424	2013.03.27	原始取得	10 年
30	中创卓越	便携式电子设备保护壳	实用新型	2013201443578	2013.03.27	原始取得	10 年
31	中创卓越	便携式电子设备保护壳	实用新型	201320144353X	2013.03.27	原始取得	10 年
32	中创卓越	便携式移动电子设备保护壳	实用新型	2013205628037	2013.09.11	原始取得	10 年
33	杰美特	多功能平板电脑底座	实用新型	201420353026X	2014.06.27	原始取得	10 年
34	杰美特	多次套啤手机保护套	实用新型	2014203698631	2014.07.04	原始取得	10 年
35	杰美特	双面图案保护套	实用新型	2014204645379	2014.08.18	原始取得	10 年
36	杰美特	支架保护套	实用新型	2014205267368	2014.09.12	原始取得	10 年
37	杰美特	一种带有滑动接听功能的保护套	实用新型	2014205959782	2014.10.15	原始取得	10 年
38	杰美特	插卡保护套	实用新型	2014206032514	2014.10.17	原始取得	10 年
39	杰美特	套啤一体支撑手机保护套	实用新型	2014206063993	2014.10.20	原始取得	10 年
40	杰美特	对接支架保护壳	实用	2014206145476	2014.10.22	原始	10 年

序号	专利权人	专利名称	专利类型	专利号	申请日	取得方式	期限
			新型			取得	
41	杰美特	具有WIFI增强功能的手机保护套	实用新型	2014206738306	2014.11.12	原始取得	10 年
42	杰美特	具有支架功能的双转轴结构保护套	实用新型	2014206739417	2014.11.12	原始取得	10 年
43	杰美特	底端脱离式三防保护壳	实用新型	2014206737197	2014.11.12	原始取得	10 年
44	杰美特	防摔手机保护套	实用新型	201420675710X	2014.11.12	原始取得	10 年
45	杰美特	二次注塑的电子通讯产品的边框结构	实用新型	2014207951287	2014.12.15	原始取得	10 年
46	杰美特	一种无转轴无扣位支架保护套	实用新型	2015202284099	2015.04.15	原始取得	10 年
47	杰美特	一种支架及一种充电支架	实用新型	2015205125215	2015.07.15	原始取得	10 年
48	杰美特	一种可拆卸又可作支架的充电手机壳	实用新型	2015205236684	2015.07.17	原始取得	10 年
49	杰美特	TF卡加无线充电手机壳	实用新型	2015205240088	2015.07.17	原始取得	10 年
50	杰美特	分离式电子产品充电背夹	实用新型	2015205240073	2015.07.17	原始取得	10 年
51	杰美特	大容量充电平板套	实用新型	2015205292735	2015.07.20	原始取得	10 年
52	杰美特	大容量充电平板套	实用新型	2015205606022	2015.07.29	原始取得	10 年
53	杰美特	一种超级防撞防摔高弹性硅胶保护套	实用新型	2015205604258	2015.07.29	原始取得	10 年
54	杰美特	弧形保护膜	实用新型	2015205831514	2015.08.05	原始取得	10 年
55	杰美特	超薄铝合金框模内注塑加超薄镜片可触摸皮套面盖	实用新型	201520584845X	2015.08.05	原始取得	10 年
56	杰美特	无线充电手机支架	实用新型	2015205941459	2015.08.07	原始取得	10 年
57	杰美特	超薄铝合金框模内注塑皮套面盖	实用新型	2015206108344	2015.08.14	原始取得	10 年
58	杰美特	高硬度复合板与注塑PC板组成的可触摸皮套面盖	实用新型	2015211313993	2015.12.30	原始取得	10 年
59	杰美特	多功能防水保护套	实用新型	2015211338859	2015.12.30	原始取得	10 年
60	杰美特	弧形硅胶钢化玻璃无缝保护膜	实用新型	2016200199359	2016.01.08	原始取得	10 年
61	杰美特	内置磁铁多功能保护套	实用新型	2016200172498	2016.01.08	原始取得	10 年
62	杰美特	半自动贴膜器	实用新型	2016207260004	2016.07.08	原始取得	10 年
63	杰之洋	一种耐磨损模具	实用新型	2017201593713	2017.02.21	原始取得	10 年
64	杰之洋	一种多功能指环扣保护套	实用新型	2017201584979	2017.02.21	原始取得	10 年
65	杰之洋	一种点阵透光保护套	实用新型	2017201585399	2017.02.21	原始取得	10 年
66	杰之洋	一种智能终端的保护套	实用新型	2017201586527	2017.02.21	原始取得	10 年

序号	专利权人	专利名称	专利类型	专利号	申请日	取得方式	期限
67	杰之洋	一种斜行位脱扣装置	实用新型	2017201554600	2017.02.21	原始取得	10 年
68	杰之洋	一种底流道多点进胶推坷	实用新型	2017201554761	2017.02.21	原始取得	10 年
69	杰之洋	一种新型推坷弹块	实用新型	2017201557632	2017.02.21	原始取得	10 年
70	杰美特	一种高弹性防摔抗震保护壳	实用新型	2017201353461	2017.02.15	原始取得	10 年
71	杰美特	一种自带吸附功能车载导航固定架	实用新型	2017201355274	2017.02.15	原始取得	10 年
72	杰美特	一种全自动化生产的推坷弹块	实用新型	2017201355293	2017.02.15	原始取得	10 年
73	杰美特	一种液态硅胶防水保护套	实用新型	2017201453510	2017.02.17	原始取得	10 年
74	杰美特	一种带压合支架扣的皮套支架	实用新型	2017201483075	2017.02.17	原始取得	10 年
75	杰美特	一种多功能磁吸保护套	实用新型	2017201483094	2017.02.17	原始取得	10 年
76	杰美特	一种多功能防水保护套	实用新型	2017201472121	2017.02.17	原始取得	10 年
77	杰美特	一种带滑屏功能的防震保护套	实用新型	2017203020453	2017.03.24	原始取得	10 年
78	杰美特	一种防水纹保护套	实用新型	2017207639566	2017.06.28	原始取得	10 年
79	杰美特	一种金属效果边框的多层保护套	实用新型	2017207838428	2017.06.30	原始取得	10 年
80	杰美特	一种软胶、硬胶和钢化玻璃一体成型的保护套	实用新型	2017207838964	2017.06.30	原始取得	10 年
81	杰美特	一种玻璃软胶保护套	实用新型	2017207839134	2017.06.30	原始取得	10 年
82	杰美特	一种金属效果边框的保护套	实用新型	2017207839257	2017.06.30	原始取得	10 年
83	杰美特	一种手机设备固定夹机构	实用新型	2017211479023	2017.09.08	原始取得	10 年
84	杰美特	一种手机自拍杆转轴机构	实用新型	2017211479199	2017.09.08	原始取得	10 年
85	杰美特	一种手机自拍杆双转轴机构	实用新型	2017211479292	2017.09.08	原始取得	10 年
86	杰美特	无线充电车载支架	实用新型	2017216365917	2017.11.29	原始取得	10 年
87	杰美特	记忆软体保护套	实用新型	2018206088170	2018.04.26	原始取得	10 年
88	杰美特	一种车载指环支架	实用新型	2018209586708	2018.06.21	原始取得	10 年
89	中创卓越	一种手机防摔保护壳	实用新型	2018210708284	2018.07.06	原始取得	10 年
90	杰美特	一种防眩光抗蓝光玻璃手机膜	实用新型	2018211233738	2018.07.16	原始取得	10 年
91	杰美特	一种防眩光玻璃手机膜	实用新型	2018211601227	2018.07.16	原始取得	10 年
92	中创卓越	一种减振耐刮型手机壳	实用新型	2018213894646	2018.08.28	原始取得	10 年
93	中创卓越	一种全透后盖手机壳	实用新型	2018213894896	2018.08.28	原始取得	10 年

序号	专利权人	专利名称	专利类型	专利号	申请日	取得方式	期限
94	中创卓越	一种磨砂背板手机壳	实用新型	2018213895013	2018.08.28	原始取得	10 年
95	中创卓越	一种耐摔、阻燃型、便携式移动电源外壳	实用新型	2018218439322	2018.11.09	原始取得	10 年
96	中创卓越	一种组合安装式香薰风扇	实用新型	2019201196239	2019.01.23	原始取得	10 年
97	中创卓越	一种可拆卸的旋转香薰风扇	实用新型	2019203983239	2019.03.27	原始取得	10 年
98	中创卓越	一种军工级防摔保护壳	实用新型	2019207600635	2019.05.24	原始取得	10 年
99	中创卓越	一种全透明防摔手机保护套	实用新型	2019207610586	2019.05.24	原始取得	10 年
100	中创卓越	一种透明全包型手机保护套	实用新型	2019207612473	2019.05.24	原始取得	10 年
101	中创卓越	一种透明防脏污防摔的手机保护壳	实用新型	2019207822359	2019.05.28	原始取得	10 年
102	杰美特	多功能一体三角支架手机套及平板电脑套	实用新型	2019209846413	2019.06.27	原始取得	10 年
103	杰美特	平板电脑通用款保护套	实用新型	2019212136462	2019.07.30	原始取得	10 年
104	杰美特	多功能一体可无线充三角支架手机套	实用新型	2019212708423	2019.08.07	原始取得	10 年
105	中创卓越	一种多层分散吸收式防摔手机壳	实用新型	2019214878433	2019.09.09	原始取得	10 年
106	杰美特	磁吸海马扣移动电子产品保护套	实用新型	2019214978573	2019.09.10	原始取得	10 年
107	中创卓越	一种具有装饰元件的手机壳	实用新型	2019215718075	2019.09.20	原始取得	10 年
108	杰美特	多功能插卡站立手机套	实用新型	2019220114624	2019.11.20	原始取得	10 年
109	杰美特	一种多功能一体带活动支架手机套	实用新型	2019223818018	2019.12.26	原始取得	10 年
110	杰美特	耳塞挂（EAP-39JP）	外观设计	2011303843302	2011.10.26	原始取得	10 年
111	杰美特	数码保护套（弧度皮套款）	外观设计	2012303293932	2012.07.20	原始取得	10 年
112	杰美特	手机保护套	外观设计	2014300920071	2014.04.16	原始取得	10 年
113	杰美特	滑动解锁手机套（HT-745JA）	外观设计	2014302179411	2014.07.02	原始取得	10 年
114	杰美特	电子产品皮套	外观设计	2014302179464	2014.07.02	原始取得	10 年
115	杰美特	带支架的手机保护套（HT29JA）	外观设计	2014302180527	2014.07.02	原始取得	10 年
116	杰美特	透明皮料保护套	外观设计	2014302181178	2014.07.02	原始取得	10 年
117	杰美特	手机保护套（PU+PC）	外观设计	2014302181197	2014.07.02	原始取得	10 年
118	杰美特	手机保护套（HT-59JA）	外观设计	2014302182382	2014.07.02	原始取得	10 年
119	杰美特	手机保护壳	外观	2014302401144	2014.07.16	原始	10 年

序号	专利权人	专利名称	专利类型	专利号	申请日	取得方式	期限
			设计			取得	
120	杰美特	手机保护套	外观设计	2014301960466	2014.06.23	原始取得	10 年
121	杰美特	平板电脑支架保护套	外观设计	2014302401163	2014.07.16	原始取得	10 年
122	杰美特	手机保护壳	外观设计	2014304064395	2014.10.24	原始取得	10 年
123	杰美特	手机保护套（WIFI增强移动支撑HA-39D）	外观设计	201530092923X	2015.04.10	原始取得	10 年
124	杰美特	手机保护套（时尚三防）	外观设计	2015300929193	2015.04.10	原始取得	10 年
125	杰美特	三角支架手机壳	外观设计	201530098788X	2015.04.15	原始取得	10 年
126	杰美特	带无线充电的车载手机支架（1）	外观设计	2015302064198	2015.06.19	原始取得	10 年
127	杰美特	带充电背夹的平板保护套（AIR2平板）	外观设计	201530206172X	2015.06.19	原始取得	10 年
128	杰美特	可拆卸手机充电保护壳（支架式）	外观设计	2015302061787	2015.06.19	原始取得	10 年
129	杰美特	带无线充电的车载手机支架（2）	外观设计	2015302063617	2015.06.19	原始取得	10 年
130	杰美特	拆卸可作支架的充电手机壳	外观设计	2015302064179	2015.06.19	原始取得	10 年
131	杰美特	带无线充和SD卡的手机保护壳（IPHONE6/6+）	外观设计	2015302064200	2015.06.19	原始取得	10 年
132	杰美特	带移动电源的手机壳（分离式 U6）	外观设计	2015302591389	2015.07.17	原始取得	10 年
133	杰美特	带移动充电电源和支架的手机壳（时尚车造型U6）	外观设计	2015302591726	2015.07.17	原始取得	10 年
134	杰美特	平板保护套	外观设计	2015302850769	2015.07.31	原始取得	10 年
135	杰美特	带自拍杆的手机保护壳（便携式）	外观设计	2015302591251	2015.07.17	原始取得	10 年
136	杰美特	智能手表充电支架	外观设计	2015302544602	2015.07.15	原始取得	10 年
137	杰美特	平板保护皮套	外观设计	2015302849704	2015.07.31	原始取得	10 年
138	杰美特	手机保护壳（液态硅胶）	外观设计	2015302850754	2015.07.31	原始取得	10 年
139	杰美特	平板保护套	外观设计	2015302850773	2015.07.31	原始取得	10 年
140	杰美特	平板套（带可伸展扩大的键盘）	外观设计	2015302847925	2015.07.31	原始取得	10 年
141	杰美特	手机保护膜（iPhone/三星）	外观设计	2015303167153	2015.08.21	原始取得	10 年
142	杰美特	手机皮套	外观设计	2015303167401	2015.08.21	原始取得	10 年
143	杰美特	平板保护套	外观设计	2015302847450	2015.07.31	原始取得	10 年
144	杰美特	包装盒	外观设计	2016303115257	2016.07.08	原始取得	10 年
145	杰美特	半自动贴膜器	外观设计	2016303119794	2016.07.08	原始取得	10 年

序号	专利权人	专利名称	专利类型	专利号	申请日	取得方式	期限
146	杰美特	车载支架（无线充电）	外观设计	2017306046107	2017.12.01	原始取得	10 年
147	杰美特	手机保护套（U10-5546DA）	外观设计	2017304503517	2017.09.21	原始取得	10 年
148	杰美特	手机保护套（U10-3977DA）	外观设计	2017304503536	2017.09.21	原始取得	10 年
149	杰美特	手机保护套（U10-3011DA）	外观设计	2017304503555	2017.09.21	原始取得	10 年
150	杰美特	手机保护套（U8-357）	外观设计	2017304503714	2017.09.21	原始取得	10 年
151	杰美特	手机保护套（U10-3941DA）	外观设计	2017304507734	2017.09.21	原始取得	10 年
152	杰美特	手机保护套（U10-3924DA）	外观设计	2017304507753	2017.09.21	原始取得	10 年
153	杰美特	手机保护套（NT8-5546DA）	外观设计	2017304510826	2017.09.21	原始取得	10 年
154	杰美特	手机保护套（U10-3940DA）	外观设计	2017304510968	2017.09.21	原始取得	10 年
155	中创卓越	数码产品保护套（SA/LG/SN-2531G）	外观设计	2011301040060	2011.05.04	原始取得	10 年
156	中创卓越	数码产品保护套（SN-302）	外观设计	2011301040041	2011.05.04	原始取得	10 年
157	中创卓越	数码产品保护套	外观设计	2011301040037	2011.05.04	原始取得	10 年
158	中创卓越	手机套（SPOTS波尔卡系列）	外观设计	201330085704X	2013.03.27	受让取得	10 年
159	中创卓越	手机套（RAPT魔幻空间系列）	外观设计	2013300855294	2013.03.27	受让取得	10 年
160	中创卓越	手机套（SCENE PLUS炫晶系列）	外观设计	2013300856511	2013.03.27	受让取得	10 年
161	中创卓越	手机套（刀锋DEFENSE 720° 系列）	外观设计	2013300857410	2013.03.27	受让取得	10 年
162	中创卓越	便携式移动电子装置保护壳	外观设计	2013304380699	2013.09.11	受让取得	10 年
163	中创卓越	手机保护套（DASH睿杰系列）	外观设计	2013306164406	2013.12.11	受让取得	10 年
164	中创卓越	旅行充电器（XR DUAL）	外观设计	2013306166863	2013.12.11	受让取得	10 年
165	中创卓越	保护套（ipadmini智能支架系列）	外观设计	2013306166882	2013.12.11	受让取得	10 年
166	中创卓越	车载充电器（XC）	外观设计	201330616690X	2013.12.11	受让取得	10 年
167	中创卓越	音频连接器（AUX）	外观设计	2013306163704	2013.12.11	受让取得	10 年
168	中创卓越	手机保护套（DASHICON艺术印花系列）	外观设计	2013306163812	2013.12.11	受让取得	10 年
169	中创卓越	手机保护套（SHILD宝盾系列）	外观设计	2013306166897	2013.12.11	受让取得	10 年
170	中创卓越	保护套（ipadminiSMARTJACKET欧罗系列）	外观设计	2013306169414	2013.12.11	受让取得	10 年
171	中创卓越	儿童手环（KF001）	外观设计	2014301837476	2014.06.16	受让取得	10 年
172	中创卓越	手机防摔壳	外观设计	2018303632801	2018.07.06	原始取得	10 年

序号	专利权人	专利名称	专利类型	专利号	申请日	取得方式	期限
173	中创卓越	手机防摔保护壳	外观设计	2018303627273	2018.07.06	原始取得	10 年
174	中创卓越	迷你风扇	外观设计	2018303627269	2018.07.06	原始取得	10 年
175	杰美特	手机前膜	外观设计	2018303830728	2018.07.16	原始取得	10 年
176	中创卓越	手机保护套（Defense Ultra）	外观设计	201830473334X	2018.08.24	原始取得	10 年
177	中创卓越	手机壳（Dash软性边框）	外观设计	2018304733354	2018.08.24	原始取得	10 年
178	中创卓越	手机壳（Defense360X）	外观设计	2018304734925	2018.08.24	原始取得	10 年
179	中创卓越	手机壳（干花贝壳）	外观设计	201830473503X	2018.08.24	原始取得	10 年
180	中创卓越	手机保护套（Defense Shield）	外观设计	2018304735010	2018.08.24	原始取得	10 年
181	中创卓越	手机壳（Defense Clear）	外观设计	2018304732154	2018.08.24	原始取得	10 年
182	中创卓越	手机壳（Defense 360）	外观设计	201830473221X	2018.08.24	原始取得	10 年
183	中创卓越	手机保护套（Defense Lux）	外观设计	2018304733369	2018.08.24	原始取得	10 年
184	中创卓越	手机保护套（Defense Lux Dropshield）	外观设计	2018304735133	2018.08.24	原始取得	10 年
185	中创卓越	电镀透明手机壳	外观设计	2018304730303	2018.08.24	原始取得	10 年
186	中创卓越	补妆镜（无线充）	外观设计	2018305265099	2018.09.19	原始取得	10 年
187	中创卓越	移动电源（Defense）	外观设计	2018305303372	2018.09.20	原始取得	10 年
188	中创卓越	数据线	外观设计	2018306636452	2018.11.21	原始取得	10 年
189	中创卓越	保护套（无线蓝牙耳机）	外观设计	2018306683082	2018.11.23	原始取得	10 年
190	中创卓越	数据线	外观设计	2018306683063	2018.11.23	原始取得	10 年
191	中创卓越	移动电源	外观设计	2018306683097	2018.11.23	原始取得	10 年
192	中创卓越	音频转接线	外观设计	2019300077929	2019.01.08	原始取得	10 年
193	中创卓越	手机保护套（透明）	外观设计	2019302394020	2019.05.16	原始取得	10 年
194	中创卓越	手机保护套（tactical）	外观设计	2019302393634	2019.05.16	原始取得	10 年
195	中创卓越	手机保护套（prime）	外观设计	201930239299X	2019.05.16	原始取得	10 年
196	中创卓越	手机保护套（Air）	外观设计	2019302369175	2019.05.16	原始取得	10 年
197	中创卓越	手机保护套（360X）	外观设计	2019302368933	2019.05.16	原始取得	10 年

序号	专利权人	专利名称	专利类型	专利号	申请日	取得方式	期限
198	杰美特	保护套（V01-398V0）	外观设计	2019302532618	2019.05.22	原始取得	10 年
199	杰美特	保护套（V01-740V0）	外观设计	2019302537221	2019.05.22	原始取得	10 年
200	中创卓越	耳机保护套（Defense Trek）	外观设计	2019303940008	2019.07.23	原始取得	10 年
201	杰美特	平板通用款保护套	外观设计	2019304094270	2019.07.30	原始取得	10 年
202	杰美特	耳机套（5811IN）	外观设计	201930503252X	2019.09.12	原始取得	10 年

注：据谌光平与中创卓越签署的《专利转让合同》以及国家知识产权局出具的《手续合格通知书》，上表所列第 163-170 项专利权为中创卓越于 2014 年受让自谌光平。因中创卓越员工工作失误，漏缴了上述专利年费，导致上述专利权终止；中创卓越发现后及时向国家知识产权局提出恢复专利权请求并补缴了上述专利的年费，2019 年 10 月 12 日，国家知识产权局出具《恢复权利请求审批通知书》，同意恢复中创卓越上述专利权，截至本招股说明书签署日，上述专利为有效专利。

公司受让取得的专利、软件著作权的情况如下：

①受让取得的专利情况

单位：万元

权利人	专利	专利号	交易对方（或代理方）	交易对价（含税）	会计处理
杰美特	杀菌手机护壳	2015800022836	柳超	3.60	计入研发费用
杰美特	一种耐磨导热硅橡胶材料及其制备方法	2015109323934	苏州鑫德杰电子有限公司	4.50	计入研发费用
杰之洋	一种抗黄变抗菌手机壳护套及其制备方法	2016105919647	福建师范大学泉港石化研究院	3.00	计入研发费用
中创卓越	手机套(RAPT 魔幻空间系列)	2013300855294	谌光平	-	-
中创卓越	手机套(SCENEPLUS 炫晶系列)	2013300856511	谌光平	-	-
中创卓越	手机套(SPOTS 波尔卡系列)	201330085704X	谌光平	-	-
中创卓越	手机套(刀锋 DEFENSE720° 系列)	2013300857410	谌光平	-	-
中创卓越	便携式移动电子装置保护壳	2013304380699	谌光平	-	-
中创卓越	儿童手环(KF001)	2014301837476	谌光平	-	-
中创卓越	手机保护套（DASH 睿杰系列）	2013306164406	谌光平	-	-
中创卓越	旅行充电器（XR DUAL）	2013306166863	谌光平	-	-
中创卓越	保护套(ipadmini 智能支架系列)	2013306166882	谌光平	-	-
中创卓越	车载充电器（XC）	201330616690X	谌光平	-	-
中创卓越	音频连接器（AUX）	2013306163704	谌光平	-	-
中创卓越	手机保护套(DASHICON 艺术印	2013306163812	谌光平	-	-

权利人	专利	专利号	交易对方（或代理方）	交易对价（含税）	会计处理
	花系列）				
中创卓越	手机保护套(SHILD 宝盾系列)	2013306166897	谌光平	-	-
中创卓越	保护套（ipadminiSMARTJACKET 欧罗系列）	2013306169414	谌光平	-	-

上述发明专利受让背景及合同主要内容：公司从事生产经营所需要的主要核心技术通过自主研发取得。同时，为集中公司研发资源，提高公司研发效率，就部分产品、部分生产环节所涉及的技术，公司通过购买第三方已有专利的使用权以满足生产需要。2018 年 6 月 7 日，公司与深圳迈辽技术转移中心有限公司签订《专利（申请）权转让合同》，双方协商，同意将专利号为：2015109323934，名称为：一种耐磨导热硅橡胶材料及其制备方法的专利进行专利权转让；以及同意将专利号为：2015800022836，名称为：杀菌手机护壳的专利进行专利转让，专利转让费共 8.1 万元(含税)，款项已支付完毕，并向国家知识产权局提交著录项目变更，转让手续已经完成。深圳迈辽技术转移中心有限公司成立于 2014 年，是一家以专利交易和专利运营的企业，其受专利使用权所有人柳超、苏州鑫德杰电子有限公司委托，代理出售了上述两项发明专利。2020 年 2 月 10 日，杰之洋与福建师范大学泉港石化研究院签订了《专利（申请）权转让合同》，双方协商，同意将专利号为：2016105919647，名称为一种抗黄变抗菌手机壳护套及其制备方法的专利进行专利转让，专利转让费共 3 万元（含税），款项已经支付完毕，并向国家知识产权局提交著录项目变更，转让手续已经完成。

上述外观设计专利受让背景及合同主要内容：由于外观设计专利以个人名义申请较为便利且注册费用较低，中创卓越在申请专利注册的过程中，便将部分专利注册到公司法定代表人谌光平名下。后续，中创卓越基于规范经营，便对专利所有权进行还原，从谌光平名下无偿受让了上述外观专利，并办理了专利权人名称变更手续。

3、软件著作权

截至本招股说明书签署日，本公司及其子公司拥有计算机软件著作权共 9 项，具体情况如下表所示：

序号	项目名称	著作权人	登记号	证书号	首次发表日期	取得方式

序号	项目名称	著作权人	登记号	证书号	首次发表日期	取得方式
1	数码产品新材料注塑温度控制软件 V1.1	杰美特	2012SR123109	软著登字第 0491145 号	2012.10.20	原始取得
2	注塑机节能智能控制系统 V3.0	杰美特	2012SR123064	软著登字第 0491100 号	2012.10.27	原始取得
3	环保材料的备料工艺管理软件 V1.8	杰美特	2012SR122793	软著登字第 0490829 号	2012.10.12	原始取得
4	数码产品组件装配管理软件 V1.3	杰美特	2012SR122790	软著登字第 0490826 号	2012.09.07	原始取得
5	数码产品外壳生产自动化控制软件 V1.0	杰美特	2012SR122786	软著登字第 0490822 号	2012.10.20	原始取得
6	数码生产线进料智能管理软件 V2.2	杰美特	2012SR122782	软著登字第 0490818 号	2012.10.08	原始取得
7	JM 电商评论爬虫系统 V1.35	杰美特	2018SR688999	软著登字第 3018094 号	未发表	受让取得
8	JM 店铺数据图表展现系统 V1.2	杰美特	2018SR689007	软著登字第 3018102 号	未发表	受让取得
9	JM 商品唯一标示码爬虫系统 V1.30	杰美特	2018SR689004	软著登字第 3018099 号	未发表	受让取得

报告期内，公司受让取得的软件著作权情况

权利人	项目名称	证书号	交易对方	交易对价	计入科目
杰美特	JM 电商评论爬虫系统 V1.35	软著登字第 3018094 号	杰幂数据	-	-
杰美特	JM 店铺数据图表展现系统 V1.2	软著登字第 3018102 号	杰幂数据	-	-
杰美特	JM 商品唯一标示码爬虫系统 V1.30	软著登字第 3018099 号	杰幂数据	-	-

软件著作权受让背景：上述软件著作权系公司从子公司北京杰幂数据技术有限公司受让所得，设立杰幂数据目的是为了迎合电商发展大数据业务，后因业务开展不太理想而注销，公司无偿受让了上述软件著作权，并于 2018 年 8 月在中华人民共和国国家版权局完成著作权转让登记。

4、作品著作权

截至本招股说明书签署日，本公司及其子公司已取得作品著作权 15 项，均为美术作品，具体情况如下表所示：

序号	著作权人	作品名称	登记号	作品类别	创作完成日期
1	中创卓越	x-doria品牌logo	国作登字-2018-F-00633670	美术作品	2011.02.18
2	美国道瑞	“X-DORIA”美术设计彩稿	国作登字-2013-F-00091970	美术作品	2011.11.15
3	中创卓越	“Seedoo”美术设计黑白稿	国作登字-2014-F-00120787	美术作品	2013.07.01
4	中创卓越	seedoo	国作登字-2020-F-01008185	美术作品	2013.07.20
5	中创卓越	Defense	国作登字-2020-F-01008184	美术作品	2014.03.20

6	杰美特	“现代传承”美术设计	国作登字-2015-F-00185297	美术作品	2015.03.03
7	杰美特	“繁花似锦”美术设计	国作登字-2015-F-00207936	美术作品	2015.05.03
8	杰美特	“飞翔空中的羊”美术设计	国作登字-2015-F-00207937	美术作品	2015.05.10
9	中创卓越	瑞奇小猪（RIKI）	国作登字-2019-F-00702137	美术作品	2018.10.01
10	中创卓越	决色	国作登字-2020-F-00973172	美术作品	2018.11.01
11	中创卓越	龟毒	国作登字-2020-F-00973173	美术作品	2018.11.01
12	杰美特	杰美特善熵学院（JAME SHANSHANG COLLEGE OF BUSINESS）	国作登字-2019-F-00770526	美术作品	2018.12.20
13	中创卓越	决色图案	国作登字-2020-F-01030206	美术作品	2019.10.18
14	中创卓越	决色logo	国作登字-2020-F-01030207	美术作品	2019.11.20
15	中创卓越	决色DEFENSE	国作登字-2020-F-01030205	美术作品	2019.12.10

5、土地使用权

截至本招股说明书签署日，公司拥有的土地使用权系通过招拍挂程序竞得的深圳市龙岗区平湖街道 G04203-0095 号宗地，该地块为工业用地，土地面积 4,555.27 平方米，使用年限 30 年，从 2014 年 11 月 26 日至 2044 年 11 月 25 日止。2014 年 11 月 26 日，深圳市规划和国土资源委员会龙岗管理局与公司签署了《深圳市土地使用权出让合同书》（深地合字（2014）2017 号），公司已全额缴纳土地出让金，并于 2015 年 7 月 17 日取得深房地字第 6000686656 号房地产证。

根据公司与中国银行股份有限公司深圳布吉支行签订的“2016 年圳中银布借字第 0127 号”《固定资产借款合同》及相关补充协议，以及“2016 年圳中银布抵字第 0009 号”《抵押合同》，上述宗地已抵押予中国银行股份有限公司深圳布吉支行，主债权期间为自实际提款日起 120 个月（若为分期提款，则自第一个实际提款日起算），所担保主债权金额为 14,000 万元。2017 年 1 月 24 日，公司就上述抵押事宜办理了抵押登记手续，并取得了“粤（2017）深圳市不动产证明第 0022016 号”《不动产登记证明》。

（三）被许可使用资产情况

公司及其子公司由于需要使用国外知名公司创建的卡通人物形象来修饰保护类产品的外观，因而存在经协议约定或授权在中国大陆许可使用相关资产的情况。

截至本招股说明书签署日，公司已获得 Captain Marvel(惊奇队长)、Ant-Man（蚁人）、Wasp（黄蜂侠）、Avengers（复仇者）等相关使用授权，具体情况如下表所示：

序号	许可方	许可内容	许可产品	许可区域	许可期限
1	华特迪士尼（中国）有限公司	MARVEL CLASSIC STYLE GUIDES 1.Avengers Classic Style Guide 2.Marvel Kawaii Art Collection Style Guide MARVEL MOVIE STYLE GUIDES 1.Avengers：Infinity War Movie Style Guide 2.Ant-Man and the Wasp Movie Style Guide 3.Captain Marvel Movie Style Guide 4.Avengers 4 Movie Style Guide Talent's Name or In-Character Likeness is Used 重要限制：被许可方并未获许可或授权将 Spider-Man 或 Spider-Man 家族人物形象(如：Venom、Green Goblin、Lizard 等)	1、以下手机周边配件产品：保护壳、屏幕保护膜、保护套、外部移动电源、手机支架、USB 数据线、手机自拍杆 2、以下 USB 驱动小物件：USB 驱动夜灯、USB 驱动迷你香薰机、USB 驱动迷你风扇 3、无线音箱 4、无线头戴式耳机/入耳式耳机	中华人民共和国(不包括香港特别行政区、澳门特别行政区和台湾)	2018 年 7 月至 2020 年 6 月

被许可使用资产协议约定的许可使用费条款如下：

华特迪士尼（中国）有限公司		
许可方	许可费率	保证金付款计划
华特迪士尼（中国）有限公司	区域内的批发销售：向批发商、零售商和网络零售商的批发销售 发票总额的百分之十五(15.00%)	2018 年 7 月 1 日-2019 年 6 月 30 日：本协议签署之时，付款 650,000.00 元，2018 年 11 月 15 日付款 650,000.00 元，共计 1,300,000.00 元； 2019 年 7 月 1 日-2020 年 6 月 30 日：2019 年 7 月 15 日付款 780,000.00 元，2019 年 12 月 15 日付款 780,000.00 元，共计 1,560,000.00 元。
	向消费者零售销售：通过被许可方的店铺和被许可方的网上店铺向消费者的零售销售 向消费者零售销售总额的百分之七点五(7.50%)	
	使用剧中真人演员名称或角色形象的额外增加的提成费率 如该使用被授权，额外增加的提成费率为百分之一点五(1.5%)	
注：上文所列的金额不包括任何增值税。被许可方应自行负责就其根据许可协议支付给迪士尼的保证金、和所有其他提成费支付 6%的中国增值税（这一税率可能会根据中国法律变更）。上述每一笔保证金付款应被视作被许可方拟作出的独立、单独的付款，归入上述任何一笔保证金款项的许可产品销售所产生的提成费，不得计入任何其他保证金款项。		

报告期内，公司各期支付的许可使用费、许可产品销售额及销售数量情况如下：

单位：万元

许可方	项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
华特迪士尼（中国）有限公司	支付许可使用费金额	165.36	133.90	103.00
	销售数量（万个）	8.23	24.73	28.40
	许可产品销售金额	202.78	289.04	560.77
利鸥品牌策划（上海）有限公司	支付许可使用费金额	-	234.58	213.39
	销售数量（万个）	11.53	50.93	45.42
	许可产品销售金额	217.78	660.22	663.60

许可销售产品存货情况如下：

单位：万个、万元

项目	2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日	
	数量	金额	数量	金额
华特迪士尼（中国）有限公司许可产品	14.93	108.99	23.89	182.89
利鸥品牌策划（上海）有限公司许可产品	14.59	154.91	29.19	268.62

利鸥品牌策划（上海）有限公司的商标 HelloKitty 许可于 2019 年 3 月末到期，根据许可协议的约定，被许可方收到终止通知书的当天或在期满日(以适用者为准)当天的库存或在制或在运的许可商品可继续在 90 天的期限内(“产品库存贩卖期”)出售或分发。截至 2019 年 12 月 31 日，利鸥品牌策划（上海）有限公司许可产品存货期末余额为 154.91 万元，公司已全额计提存货跌价准备。利鸥品牌策划（上海）有限公司许可产品各年销售收入占公司销售收入总额比例很低，非收入主要来源，对公司业绩不存在重大影响。

（四）资质许可情况

1、生产、经营活动相关的资质和许可

报告期内，公司及下属子公司主要从事移动智能终端配件的研发、设计、生产和销售，主要产品包括智能手机保护类产品、平板电脑保护类产品、智能手表保护类产品和其他移动智能终端配件产品等，涉及注塑、喷涂、包装等具体工序。根据《中华人民共和国工业产品生产许可证管理条例》，公司及下属子公司无需办理生产许可证。

截至本招股说明书签署日，公司拥有以下与经营活动相关的资质和许可：

序号	持有人	资质/证书名称	证书编号	有效期
1	杰美特	对外贸易经营者备案登记表	02040780	长期有效
2	杰美特	中华人民共和国海关报关单位注册登记证书	4403966793	长期有效

序号	持有人	资质/证书名称	证书编号	有效期
3	中创卓越	对外贸易经营者备案登记表	03062934	长期有效
4	中创卓越	中华人民共和国海关报关单位注册登记证书	4403169C1C	长期有效
5	中创卓越	企业境外投资证书	境外投资证第 N4403201500236 号	长期有效
6	中创思锐	对外贸易经营者备案登记表	03056623	长期有效
7	中创思锐	中华人民共和国海关报关单位注册登记证书	4403161Z8C	长期有效

综上，公司及下属子公司已具备了持续从事生产经营各类业务所必需的业务资质，且不存在失效情形，亦不存在被吊销、撤销、注销、撤回的法律风险，公司维持该等资质不存在法律风险或障碍，不会对公司持续经营造成重大不利影响。

2、污染物排放许可情况

（1）排污许可证的续期事宜

公司的产品主要由全资子公司杰之洋及其五联分公司实施生产，杰之洋持有的编号为“4419672014000015”《广东省污染物排放许可证》有效期于 2019 年 9 月 22 日届满。

根据国家生态环境部于 2019 年 12 月 20 日发布的《固定污染源排污许可分类管理名录（2019 年版）》，杰之洋及其五联分公司属于“橡胶和塑料制品业”，生产活动对污染物产生量、排放量和对环境的影响程度很小，属于实行排污许可登记管理的企业，无需申请排污许可证，应当在全国排污许可证管理信息平台填报排污登记表，登记基本信息、污染物排放去向、执行的污染物排放标准以及采取的污染防治措施等信息。

2020 年 5 月 23 日，杰之洋已完成固定污染源排污登记手续，并取得登记编号为“91441900081249341X001Y”的《固定污染源排污登记回执》，有效期为 2020 年 5 月 23 日至 2025 年 5 月 22 日。2020 年 6 月 16 日，五联分公司完成固定污染源排污登记手续，并取得登记编号为“91441900MA532CON0G001W”的《固定污染源排污登记回执》，有效期为 2020 年 6 月 16 日至 2025 年 6 月 15 日。

（2）公司生产经营中主要污染物的排放情况

公司所处行业不属于重污染行业，公司的产品主要由全资子公司杰之洋及其

新设分支机构五联分公司实施生产。报告期内，公司聘请第三方专业监测机构对杰之洋进行废气、生活污水和噪音的监测，并取得第三方机构出具的检测报告；五联分公司亦已聘请第三方专业监测机构对其主要污染物排放进行监测。

①根据杰之洋原《广东省污染物排放许可证》及其建设项目环评验收文件、第三方机构出具的检测报告，杰之洋生产经营中主要污染物及排放情况如下：

项目	排放标准	污染物	标准限值	检测排放量或最高值	达标情况	检测报告	报告日期
喷漆、注塑工序废气	广东省《家具制造行业挥发性有机化合物排放标准》（DB44/814-2010）第II时段排放限值；广东省《印刷行业挥发性有机化合物排放标准》（DB44/815-2010）第II时段排放限值较严值；合成树脂工业污染物排放标准（GB31572-2015）表4排放限制	苯	1mg/m³	0.08mg/m³	达标	（华科）环境检测（2019）第0930007号《检测报告》	2019.09.30
		甲苯与二甲苯	15mg/m³、20mg/m³	0.99mg/m³	达标		
		总VOCs	30mg/m³	6.06mg/m³	达标		
		非甲烷总烃	100mg/m³	3.44mg/m³	达标		
生活污水	《广东省地方标准水污染物排放限值》（DB44/26-2001）第二时段二级标准	PH值	6-9	7.09	达标	WTH19H11076720K《检测报告》	2019.11.19
		悬浮物	100mg/L	11mg/L	达标		
		化学需氧量	110mg/L	12mg/L	达标		
		五日生化需氧量	30mg/L	4.3mg/L	达标		
		氨氮	15mg/L	0.174mg/L	达标		
		总磷	1.0mg/L	0.03 mg/L	达标		
		动植物油	15mg/L	0.42・mg/L	达标		
厂界噪声	《工业企业厂界环境噪声排放标准》（GB12348-2008）2类标准	昼间	60分贝	58/59分贝	达标	（华科）环境检测（2019）第1225008号《检测报告》	2019.12.25
		夜间	50分贝	48/49分贝	达标		
危险废物	杰之洋生产过程中涉及少量危险废弃物，包括废矿物油、废胶水、零散废水等，公司已与有资质的第三方签署协议，将其生产过程中产生的危险废物委托给有资质的第三方机构处理，未对外自行排放						

②根据五联分公司建设项目环境影响报告表、环评验收文件及第三方机构出具的检测报告，五联分公司生产经营中主要污染物及排放情况如下：

项目	排放标准	污染物	标准限值	检测排放量或最高值	达标情况	检测报告	报告日期

注塑工序废气	合成树脂工业污染物排放标准（GB31572-2015）表4排放限制	非甲烷总烃	100mg/m³	2.39mg/m³	达标	国华检字（GHJ1906109）《监测报告》	2019.07.05
厂界噪声	《工业企业厂界环境噪声排放标准》（GB12348-2008）3类标准	昼间	65分贝	62分贝	达标		
		夜间	55分贝	54分贝	达标	国华检字（GHJ1909101）《监测报告》	2019.09.20
危险废物	五联分公司生产过程中产生的少量危险废物主要为废活性炭（因环保设施运行产生），公司已与有资质的第三方签署协议，将其生产过程中产生的危险废物委托给有资质的第三方机构处理，未对外自行排放						

综上，公司主要污染物排放符合国家和地方的相关排放标准。

（3）公司环保设施处理能力达标，目前处于有效运行状态

公司子公司杰之洋及其五联分公司拥有的环保设施主要为废气处理设施。杰之洋采用的废气处理设施包括水喷淋设备、紫外光催化分解设备和活性炭吸附设备，根据第三方专业机构对杰之洋废气处理设备出具的专项《环境检测报告》，前述废气处理设施对杰之洋排放的污染物苯、甲苯、二甲苯、总 VOCs、非甲烷总烃的去除率均在90%以上，各项污染物排放均未超过相关执行标准的标准限值；五联分公司采用的废气处理设施为“UV 光解催化装置+活性炭吸附装置”，根据第三方专业机构出具的《监测报告》，前述废气处理设施对五联分公司排放的污染物非甲烷总烃的去除率在 80%以上，各项污染物排放均未超过相关执行标准的标准限值。除前述废气处理设施外，杰之洋的生活污水经三级化粪池处理后，合规排放至市政下水管道，对噪声源也采取了适当隔音降噪处理措施。公司主要环保设施处理能力达标，目前处于有效运行状态。

（4）报告期环保投入与排污量相匹配

公司环保投入费用主要由环保设备、排污费、检测费、维修费等构成，报告期各期，投入费用分别为 49.21 万元、25.05 万元和 99.27 万元。公司通过查阅报告期内历年的第三方检测报告、环保主管部门监督检查文件，公司的环保投入和相关费用支出情况与公司生产经营所产生的污染物排放量相匹配。

（5）报告期内和截至本招股说明书签署日，公司的环保守法情况和各项环境保护内控制度建设和执行情况，以及关于是否符合相关环保法律法规、国家和行业标准的要求的情况

根据深圳市生态环境局、东莞市生态环境局出具的守法证明文件、公司营业外支出明细表等，公司及子公司杰之洋 2017 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日期间未受到环保主管部门的行政处罚。公司控制的其他企业中创卓越、中创思锐、美国道瑞不从事生产。

通过查询广东省生态环境厅公众网（http://gdee.gd.gov.cn）、深圳市生态环境局（http://meeb.sz.gov.cn）、东莞市生态环境局（http://dgepb.dg.gov.cn）官方网站的环境行政处罚信息，2017 年 1 月 1 日起至本招股说明书签署日，公司及子公司不存在因违反有关环境保护方面的法律法规而受到行政处罚的公示信息。

报告期内，公司针对环境保护制定并执行了《废水、废气、噪音控制程序》、《废弃物管理程序》、《监视与测量管理程序》、《环境物质管理手册》、《有害物质管控标准》、《环境健康安全控制程序》、《有害物质风险评估程序》等相关制度文件，前述文件对管理目的、工作内容、作业细则等作出了明确规定，同时针对不同的环保事项规定了不同的管理和职能部门以及各部门的具体负责内容。此外，公司还通过了 ISO 14001:2015 国际环境管理体系认证。

综上，公司建立了环境保护相关内控制度并能够得到有效执行；公司及子公司报告期内的生产经营活动符合有关环境保护的要求，不存在违反有关环境保护的法律、法规而受到行政处罚的情形。

六、公司特许经营权情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在特许经营权。

七、发行人核心技术及研发情况

（一）主要产品核心技术、先进性和应用情况

经过多年持续投入和经验积累，在生产与工艺领域，公司已经形成了多项核心技术，公司的核心技术体系可以有效支撑公司主要产品的研发和生产，保证公司主营业务收入的平稳增长。目前公司的核心技术体系包含注塑类产品技术、皮套类产品技术、套装类产品技术及其他技术。公司的核心技术体系和来源情况如下：

产品大类	序号	技术名称	技术先进性	是否取得专利	对应产品	技术来源
注塑类产品技术	1-1	可生物降解的生物聚酯化合物保护套结构生产工艺技术	生物降解的生物聚酯化合物(PBS聚丁二酸丁二醇脂)保护套实用新型技术是目前行业内最环保的材料，为本企业的高速发展提供新的产品、新的利润增长点、新的竞争力。	否	K2-392TE	原始创新
	1-2	软胶套软胶多色工艺模具与成型技术	该项目用软胶套啤成型，可增加防震抗摔功能，能更加好的保护手机，延长产品的使用寿命，增加多种拼色效果，改变原来手触感。	ZL201520560425.8	K1-592BG U12-592BG K1-5920BG U10-3924DA	原始创新
	1-3	聚氨酸弹性体橡胶与高温D30材料的一体成型工艺技术	由于 D30 材料的特性防摔性能非常好，温热塑性聚氨酸弹性体橡胶与高温 D30 材料结合可以更好的将护套的弹性保护性能发挥到极致。	ZL201720135346.1	H8-3920D U8-3974D U10-3974D POT-3920D	原始创新
	1-4	异形聚碳酸酯与热塑性橡胶生产工艺技术	异形聚碳酸酯与橡胶材料多次套啤注塑成型工艺，是一种革新的精密注塑技术，聚碳酸酯与橡胶材料多次套啤注塑成型工艺突破了传统注塑二次套啤的诸多局限，通过高精度的模具加工工艺，极大的改善了异形产品毛边的产生与产能的提高及稳定性。使之产品达到不变形；材料与材料结合处不脱层；产品结构工艺更独特，外观更新颖、更独特。	ZL201920760063.5	U5-396U V8-39PN V9-39PN H10S-3943PN	原始创新
	1-5	超高温聚碳酸酯与多硬度热塑性聚氨酯弹性透明体橡胶一体成型工艺技术	超高温聚碳酸酯与多硬度热塑性聚氨酯弹性透明体橡胶一体成型工艺，是一种革新的精密注塑技术，超高温聚碳酸酯与多硬度热塑性聚氨酯弹性透明体橡胶一体成型工艺突破了传统注塑二次套啤的诸多局限，通过高精度的模具加工工艺，极大的改善了产品毛边的产生与产能的提高及稳定性。使之产品达到不变形；材料与材料结合处不脱层；产品结构工艺更独特，外观更新颖、更漂亮。	ZL201920761058.6	WL2-392DM H10-392DM A20-3924DA K1-3925CT K2-3925CT	原始创新
	1-6	聚对苯二甲酸乙二醇脂板材贴合硅酸凝胶片材生产技术	采用聚对苯二甲酸乙二醇脂板材贴合硅酸凝胶片材生产技术，表面平滑有光泽，耐蠕变、抗疲劳性、耐摩擦性与尺寸稳定性好，硬度高，耐弱酸和有机溶剂，有透光性佳，制作的产品既简单又大方，外观新颖又能很好的保护手机。	ZL201420464537.9	U13-3944PN MB-2631G HC-2632G	原始创新
	1-7	超薄聚碳酸酯、热塑性聚氨酯弹性体生产工艺技术	该技术通过复杂的产品及模具结构设计，结合注塑成型参数控制及原料调配的同时实现更高的精准度。在此技术的基础上，公司可以设计出厚度仅为 0.5mm，并且表面高光无痕，外观优良，高韧性和耐磨性的产品，在激烈的市场竞争中牢牢抓住消费者对轻薄、外观精致、保护性俱佳的产品需求。	否	U6-3911DA U7-3911DA U10-3011DA WL1-3911AN	原始创新
	1-8	热塑性聚氨酯弹性橡胶与Aluminium材料一	该技术基于公司自主研究的聚氨酯与 Aluminium 通过高温注塑前的定位技术、聚氨酯与 Aluminium	ZL201520610834.4	V8-49DA V9-49DA AW1-49DA	原始创新

产品大类	序号	技术名称	技术先进性	是否取得专利	对应产品	技术来源
		体成型生产技术	定位封胶技术，将金属材质和塑胶材质进行模内熔接，此技术精度要求须控制在 0.01～0.03mm 以内。通过以上专业人员的反复实践论证，最终实现行业内的成熟工艺并实现量产性。		AW2-49DA AW7-49DA AW8-49DA	
	1-9	聚氨酯弹性体与热塑性橡胶双色一体成工艺生产技术	该技术运用对模具设计、材料配比、模具注塑参数的设置，成功突破了技术中成型时定位困难，注塑时易串色，出模时易变形，易产生披锋等技术难点；使产品稳定性更高、材料接合处不脱层、大幅提升产品质量。热塑性超强抗冲击橡胶的抗冲击能力比普通橡胶强很多，减少了因跌落而损坏机器的风险。	ZL201420675710.X	K2-596BG H10S-592BG H10-592BG H10P-592BG	原始创新
	1-10	液态硅橡胶、聚碳酸酯加钕鋼铁一体成型生产技术	该技术运用液态硅橡胶、聚碳酸酯加钕鋼铁一体成型生产技术，通过设计制造超精密模具，高温定位防变形技术，多材料成型注塑工艺技术，使液态硅橡胶与聚碳酸酯、钕鋼铁无缝一体成型。该技术生产之产品能满足用户的手感体验与可视屏幕欣赏，还可以实现免开盖滑屏解锁功能、多功能操作的需求。	ZL201620017249.8	PL-745HW	原始创新
	1-11	银离子抗菌保护套生产制造技术	该技术通过银离子抗菌剂与聚碳酸酯物料进行配比，实现了抗菌保护壳生产制造技术，确保人们在使用保护壳时，能方便、快捷、安全地自动杀抑附着在保护壳上的部分有害微生物和细菌。	ZL201580002283.6 ZL201610591964.7	BMM-30DA K1-592DA 系列 K2-3943DA 系列	引进消化吸收再创新
	1-12	高活性吸附材料多色成型免喷涂工艺生产技术	该技术通过精密模具结构组合式设计原理，更换不同材料颜色搭配的成型技术。在多套模具尺寸精度难控制的前提下利用成型调试工艺技术。使产品达到外观时尚，可具备大量生产的可行性。	ZL201820608817.0	K1-290DA K2-290DA K3-290DA B48-2631G STB8-2631G	引进消化吸收再创新
	1-13	多功能一体数码保护套三角支架结构应用技术	该技术通过全结构新设计，包括主体采用 PC 与 TPU 套啤成形，支架部件为五金支架，包括硅胶套 1、支架 2、垫片 3、耐磨圈 4、转轴 5、面盖 6、手机套主体 7 及底盖 8，所述支架设有旋转部和支撑部，耐磨圈设在支架旋转部的内部，耐磨圈 4 与对应的支架旋转部设计成干涉形式，非常紧配可任意角度停留，加上三角支架尾端套有硅胶套，有效的解决了滑动问题，启到了防滑作用，实现反面支撑，任意角度的应用拍照、摄像等功能；三角旋转支架部件，开合顺手灵活自然，其形状与支架配合紧贴，闭合时支架旋转致可以收纳在主体槽隙中，隐身于数码保护套为一体，使整个手机套的外观平整，美观。	ZL201921270842.3 ZL201920984641.3	K1-397MTF K2-397MTF K3-397MTF PI4X-397MTF	原始创新
皮套类产品技	2-1	皮革曲面贴合工艺技术	传统的平面贴皮工艺，到曲面的位置就只能用软胶或硬胶代替，手感差，效率低，该技术使产品质量更	ZL201410564391.X	U10-3974G NLE-743XB U9-3974G	原始创新

产品大类	序号	技术名称	技术先进性	是否取得专利	对应产品	技术来源
术			稳定，且产能大幅提高，节省了大量的人工成本，有效的保证了生产效率。		H9-3974G H9P-3974G	
	2-2	真皮热塑型保护壳技术	使用热塑成型技术，可满足客户外观需求，量产良率高，此类结构更有手感，更有档次。	否	SAM-741CH HAR-741CX MT056-740V	原始创新
	2-3	透明热塑性聚氨酯与聚碳酸酯弧面成型生产技术	该技术通过的高精密真空贴合设备，将透明热塑性聚氨酯与聚碳酸酯结合到一起，再通过精密热弯模具将其热弯成型。此技术解决了原有的只能平面贴皮技术，弧面贴皮易开口和起皱的技术难点。运用此技术生产的产品可以不用开盖即可实现滑屏解锁、直接接打电话、阅读、打游戏等功能，同时对主机屏幕也进行了完美的保护。	否	SM21-745INK PF41-745INK PF32-745INK	原始创新
	2-4	电子器件与皮革一体化生产技术	该技术能够将多种电子器件与各类皮革原材料进行完美的组合，通过模内热压、高周波、超声波等技术进行一体化生产，以丰富皮套功能的用途。	ZL201220353976.3 ZL2012102526898	KU-731QG DU-731QG	引进消化吸收再创新
	2-5	聚氨基甲酸酯材料与聚碳酸酯一体射出成型技术	该技术是基于软质聚氨基甲酸酯材料与聚碳酸酯材料一体成型生产工艺技术，突破了传统手工附皮或单一注塑工艺。通过在模具中精准的定位，实现了软质聚氨基甲酸酯材料与聚碳酸酯材料一体注塑成型，增强了产品的质感，提高了生产效率。	否	V8-5978DA V9-5978DA U10-5978DA K1-3978ST K2-3978ST K3-3978ST	原始创新
	2-6	多材料与皮革热压成型技术	该技术将聚碳酸酯材料和钕铁硼注塑或粘接成型，然后与聚酰胺纤维、聚氨酯弹性体皮革运用高周热压融入一体。通过模内注塑定位技术、聚碳酸酯与钕铁硼定位封胶技术，高周热压焊接技术，实现了产品多材料、多功能的运用和组合。	ZL201520228409.9	HE-39471ZG HI-39471ZG HJ-745AE HF-745AE HH-745AE	原始创新
套装类产品技术	3-1	聚碳酸酯与高活性吸附材料超强抗摔三防保护套生产制造技术	该技术集注塑温控技术、模具设计研发、物料配比一体，突破了传统双色模具产能低下、模具制造周期长等难点，直接多个部件组合成一体，实现了产品的抗摔、抗刮花、防尘、防水等功能，高活性吸附材料的柔软性给用户带来很强的手感体验，满足消费者对数码产品更高的保护需求。	ZL201420673719.7 ZL201520560425.8 ZL201720135346.1	HL-26321IN TB3-26321IN HF-2632RN U12-3935G U13-3935G V8-3935G V9-3935G HA-393G	引进消化吸收再创新
	3-2	超高温热塑性聚氨酯弹性体橡胶与聚碳酸酯材料中框压合多段式Polyone材料技术加可互换背板组装技术	超高温热塑性聚氨酯弹性体橡胶与聚碳酸酯材料中框一体成型技术加多段式 Polyone 材料压合技术，解决了传统超高温热塑性聚氨酯弹性体橡胶与聚碳酸酯材料中框产品不能压合 Polyone 材料的工艺局限性以及传统注塑二次套啤的诸多局限；通过高精度的模具加工工艺，解决了有凹槽的 PC 件中框缩水、变形、批锋等问题，同时，实现了两种材料套啤产品无法实现压合 Polyone 材料的工艺技	否	MB-3974LO MB-3975LO ST-3974LO	原始创新

产品大类	序号	技术名称	技术先进性	是否取得专利	对应产品	技术来源
			术难题。产品结构工艺更独特，外观更新颖。			
	3-3	可触控视窗面盖紧密无段差贴合工艺技术	可触控视窗面盖紧密无段差贴合工艺技术研发，是一种创新的表面工艺技术，手感良好。视窗高透明，观看基本信息，可触控操作，免翻开面盖接听电话，且表面硬度达到2H级别抗刮伤，工艺精美。	ZL201420612085.4	DSA-741TY DZH-741TY NN-741TY	原始创新
	3-4	可申缩平板电脑固定座3生产制造技术	该技术通过对角固定的方式来固定机器，通过弹簧的拉力可灵活运用于不同尺寸的平板电脑，解决了传统产品结构的造型复杂，拆装机时步骤繁琐等弊端。产品不管从外观还是结构上都得到了进一步的改善，其简洁大方的造型深得广大消费者的喜爱。	否	CZZJ2-3925ZT	原始创新
	3-5	聚碳酸酯与热塑性橡胶带支架一体成型防滑支架工艺生产技术	该技术运用聚碳酸酯与热塑性橡胶材料成型工艺生产技术，聚碳酸酯与热塑性橡胶二次注塑模具定位技术，突破了传统聚碳酸酯与热塑性橡胶成型时易变形等技术难点；运用热塑性橡胶材料防滑之特点，使产品可以实现多角度张开站立功能，比传统的单聚碳酸酯支架站立更牢固，实现可不同角度的观看体验，满足了客户多视角观赏需求。	ZL201020550414.9 ZL201020550413.4 ZL201420526736.8	CLA-3931G HC-2632G HD-2632G HE-2632G	原始创新
	3-6	聚碳酸酯与硅、橡胶材料多次套啤透明注塑成型工艺	该工艺技术运用对聚碳酸酯与橡胶多次套啤注塑生产技术、聚碳酸酯与橡胶材料定位封胶技术等原理，突破了传统注塑二次套啤的诸多局限，实现多次套啤成型技术。在高精度模具的配合下，使产品稳定性更高、材料接合处不脱层、产品结构和外观时尚新颖并大幅提升产品质量，实用性。	否	K1-290DA K2-290DA K3-290DA SAM-290CH PAN-290CJ	原始创新
其他技术	4-1	3D热弯板材贴合技术	产品表面3D热弯板材贴合技术，是一种革新的贴合技术，该技术具有外光色彩绚丽，既要有抗摔性能强，又要有玻璃的通透感，同时表面又具备防划伤，刮花的功能。	ZL201520583151.4	PAT-74XN YAS-74XN	原始创新
	4-2	液态硅胶IP68防水壳应用技术	该项目选用液态硅胶成形，同上壳挤压产生过盈配合，从而达到防水目的，性能更稳定，耐热及老化性更强，更符合环保要求。	ZL201521133885.9 ZL201720145351.0 ZL201720147212.1	V8-3944PN U13-3944PN SAM-3024HW	原始创新
	4-3	产品拉拔力自动测试检测技术	该工艺技术基于对高分子聚氨酯材料测试仪的线形跟踪记录技术的研发，突破了传统测试仪只能对最终结果做跟踪记录的难点，波浪跟踪记录技术能做到将皮料所受力的整过过程记录下来，形成波浪曲线，使测试的结果更准确，让技术人员能快速的找出受力薄弱点，	否	WL2-747DM PF13-747DM HH-745AE	引进消化再创新

产品大类	序号	技术名称	技术先进性	是否取得专利	对应产品	技术来源
			从而提升产品质量。			
	4-4	热压、高周及冲切一体化生产技术	该技术基于对热压、高周熔接、冲切成型于一体的新型工艺技术，采用的技术方案是将传统的单独个体的热压、高周、冲压成型工艺等进行合并，将传统的 3 人作业方式压缩至 1 人，大大节省了人力成本，缩短了生产周期，提升生产效率。	否	YSL-292TY PAN-290TY DSA-290 SAM-290	引进消化再创新
	4-5	皮料压合全自动封边生产工艺技术	该技术采用四轴联动自动设备代替纯手工封边（油边）作业，实现 360 度全方位油边生产及不规则曲面涂布技术；经过多参数可变式控制，设计出合理完善的曲面涂布轨迹；通过调整气压、速度及涂布方式等关键的可变参数，实现快速、自动涂布作业，大大提高了生产效率和品质。	否	K1-747DM K2-747DM K3-747DM PF43-747DM	引进消化再创新
	4-6	全自动开料生产工艺技术	该技术基于高精度无刀模、无废料自动开料设备，配合内部图纸设计输入，实现了将传统的分条、开料、切片、排废等工艺合为一体，一次性完成开料动作，既缩短产品周期，又提高生产效率。而且不需要设计笨重的模具，只需配备标准的刀片，即可自动完成开料，节省开模时间及费用。此技术实现了无边料开料，减少了材料的用量，节省了材料成本，且有利于对环境的保护并减少资源浪费。	ZL201210252602.7	AMZ-743XA NLE-743XB K1-743ODA K2-743ODA K3-743ODA	引进消化再创新
	4-7	可插多张卡的生产技术（专利申请中）	该技术为解决市面上手机套只能插卡固定一张或固定几张，如果少一张或几张，会松动掉出的问题，该技术同时也解决了支架的问题，用卡片当支架有效的实际应用中的难题。无论是一张还是多张都可以固定也可以当支架。	ZL2019220114624 ZL2019111407461	K1-553OHM K2-553OHM K3-553OHM	技术整合
	4-8	自动无间隙贴皮技术	1、全新设计工装模治具，通过精密模切定出精准产品的外形和大小，材料与材料结合处不脱层无缝连接。2、利用高周热压模成型高度贴合，造就紧密贴合无缝连接之美的完整产品。3、可实现自动化生产，性能更稳定、良率更高，节省大量人工成本。	否	XX-740OPP NLE-740J MTO82-741V	原始创新
	4-9	无痕迹吹气顶出脱模技术	1、利用无痕迹吹气顶出脱模技术技术可实现智能机器手取产品代替人工手取产品，效率提高 3 倍。2、吹气位置设计在进胶区域，二次加工刀模切水口进胶区域，吹气顶出区域避开产品件上，实现无痕迹顶出，外观精美无瑕疵、无纹印。3、实现模具自动化和降低产品成本、提高生产效率。	否	H11-55CD K2-55CD P725A02-55ZT AMZ-55XA STA-55XB	原始创新

（二）科研实力和成果情况

1、公司知识产权情况

公司取得的专利情况详见本招股说明书“第六节 业务与技术”之“五、发行人主要固定资产和无形资产”之“（二）无形资产”之“2、专利”。

2、重要奖项情况

基于 ODM/OEM 业务所积累的行业经验与市场基础，公司坚持以品质取胜，不断创新产品设计并创立了自有品牌“X-doria”，以该品牌开展定位于中高端的移动智能终端配件产品业务，产品线涵盖保护类配件、移动电源等。“X-doria”品牌产品凭借良好的设计理念和精良的制造工艺迅速构建市场知名度与品牌影响力，在第 46 届国际消费电子展（CES）上荣获“Global iBrands Top 20（全球苹果产业链领先品牌 20 强）”、“产品创新设计奖”等荣誉。目前，公司自有品牌产品系列丰富，主要客户已涵盖沃尔玛、亚马逊、Target、百思买等全球零售百强客户，产品销售遍及美国、欧洲及日本等多个国家或地区。

2020 年 5 月 10 日是第四个中国品牌日，当日，国内三大知名媒体——《中国日报》、《中国新闻周刊》、《新闻晨报》，分别发布了一篇主题为“强国时代国牌璀璨”的微博长图文，盘点了那些“出征海外，跻身全球行业巨头却鲜有人知的中国品牌”，Defense 系列手机壳也位列其中，共同并列的品牌有宁德时代、传音科技（手机）、安克创新（充电宝）和海康威视等六个品牌。

（三）正在进行的研发项目及进展情况

1、正在从事的研发项目及技术水平

（1）截至本招股书说明书签署日，公司正在从事的主要研发项目情况如下表所示：

序号	项目名称	主要负责人员	目前阶段
1	可降解/生物基材料再开发及应用	熊敏	正在研发
2	聚碳酸酯热塑型保护套工艺技术研发	熊敏	正在研发
3	3D 炫彩模内装饰技术	熊敏	正在研发
4	全透液态硅胶三次注塑技术	黄新	正在研发
5	超薄液态硅胶保护壳系列	黄新	正在研发
6	柔性屏类可折叠保护套	黄新	小批量试产中
7	带蓝牙模组 IP68 级通用型潜水保护壳	黄新	小批量试产中

序号	项目名称	主要负责人员	目前阶段
8	高耐久 PU 皮革电池盖系列	黄新	正在研发
9	3D 曲面 PU 皮革电池盖高压一体成型技术	黄新	正在研发
10	平板五金转轴 PU 皮革套	熊敏	正在研发
11	抗菌防污+抗 H1N1 病毒手机保护套研发	黄新	正在研发
12	聚碳酸酯与聚氨酯弹性体无缝喷涂技术开发	熊敏	正在研发
13	全透聚碳酸酯与全透热塑性聚氨酯弹性体橡胶壳保护套	熊敏	正在研发
14	密闭空气弹簧防摔减震技术	黄新	正在研发
15	多层分散吸收式防摔技术	黄新	正在研发
16	四角金属防摔技术	黄新	正在研发

（2）公司相关科研项目与行业技术水平的比较情况如下：

序号	项目名称	行业技术发展趋势及行业技术水平	在研项目计划目标/技术水平
1	可降解/生物基材料再开发及应用	塑胶造成白色污染，可降解材料是未来工业发展的必然趋势。全球“禁塑”，生物降解塑料需求增长迅速，未来替代空间巨大。	可降解热塑性聚氨酯弹性体橡胶/可降解聚碳酸酯/可降解布料在保护套行业的应用及后工艺的开发。在进行掩埋，焚化，堆肥等处理后不会对环境带来任何负面影响，降低工业垃圾。带动行业选材新方向，充分体现社会价值。
2	聚碳酸酯热塑型保护套工艺技术研发	追求更轻薄，更强保护性能，实现一体化成形工艺。	聚碳酸酯热塑满足产品结构的多样化，降低制造难度。全方位保护，2 米 4 角 6 面防跌防摔。可通过高温 60 度，低温-30 度极限环境模拟测试。
3	3D 炫彩模内装饰技术	现有市场图案装饰技术，图案油墨感重，色彩效果一般，长期使用甚至容易掉色或变色，且油墨与人体直接接触，不够安全。	此技术将油墨及闪粉利用 UV 披覆工艺转印至 PET 膜片，另一膜片表面光学镀图案，通过模内镶嵌将单片或多片成型好的图案膜片封闭在热塑性聚氨酯弹性体中，使得产品表面无油膜层，图案长期使用不变色，不掉色，绿色环保，更安全。并且形成硬度极高，实现三菱 2H 高硬度抗刮，和 108 度水滴角防指纹。且图案立体，颜色更绚丽，还原屏幕色彩视觉，达到时尚炫彩效果。并应用在聚碳酸酯成形工艺中，以达到产品外观多元化的目，丰富了图案加工工艺。
4	全透液态硅胶三次注塑技术	液态硅胶表面手感细腻、防水防滑，有着十分优异的弹性和记忆性。防摔抗震效果高于其他同类材料。目前硅胶产品为传统实色，颜色单调乏味，背板不透明，市场局限性大。	1、研发透明液态硅胶和聚碳酸酯三次注塑技术，并继承传统硅胶的优点。2、满足食品级材料要求，环保无毒。3、表面喷涂手感漆，极致婴儿肌肤手感。4、升级按键工艺，采用撞色套 K 按键，三次注塑，颜色更丰富，按键更加稳固耐用。
5	超薄液态硅胶保护壳系列	传统的液态硅胶保护壳，内腔贴超纤，套上手机后，显得厚重，且存在容易掉漆、粘灰尘、不抗污等问题。	超薄液态硅胶保护壳，采用聚碳酸酯模内成型液态硅胶技术，内腔采用独特激光雕纹处理，代替超纤贴膜，贴机效果好，不伤手机，无水印。硅胶外表面保护层采用行业顶级喷涂表面处理工艺，马丁代尔测试可达到 8000 次，漆面牢固，抗刮耐磨，不粘灰尘。

序号	项目名称	行业技术发展趋势及行业技术水平	在研项目计划目标/技术水平
6	柔性屏类可折叠保护套	解决目前市场上折叠类手机保护难的痛点。	利用热塑性聚氨酯弹性体韧性、回弹性作为保护套的链接中介，呈现高效联动折叠，开合随心，轻巧便捷；四周全包结构，起到周全防护，简约时尚。
7	带蓝牙模组IP68级通用型潜水保护壳	市面上的潜水保护壳外形臃肿，体积大，笨重，且一款手机型号匹配一款壳，防水深度一般在2.5米以内，水下触屏拍照不灵敏。随着市场发展，消费者对产品的外观、功能、安全等级提出更高的要求，常规潜水壳已不能满足。	该款潜水保护壳，多款机型通用，绿色环保；通过锁扣式密封结构设计，若干螺母锁紧，结合高温模内成型工艺，实现多层密封，防水等级可达IP68级。独有的蓝牙模块，拆装便捷，并设有变焦杆，在水下，可通过操控蓝牙模块，可调节取景画面或录像，放大缩小画面。深潜时长可达30分钟，深度大于3米。水上也可通过视窗触屏操作，灵活方便。
8	高耐久PU皮革电池盖系列	玻璃电池盖，跌落时有摔裂的风险，防摔效果差。选择开发高耐久PU电池盖耐摔，手感好，美观大方。降低因塑胶，玻璃，或五金材料对5G信号传输阻断功率。	1、高耐久PU的抗刮、耐脏污性能优异。2、高耐久PU手机电池盖手感舒适,防滑效果好。3、高耐久PU与手机电池盖背板通过高强度热敏胶粘合，防摔性能卓越。4、比同类产品更轻，整机的轻量化可提升使用体验5、后期工艺简单多样，可喷涂、打印等，方便消费者自行订制。6、降低材料介电系数，提升5G信号传输。
9	3D曲面PU皮革电池盖高压一体成型技术	市场PU皮革电池盖仍停留在2.5D曲面阶段，外观效果较差，同时防跌效果不好。	1、突破了产品3D曲面的设计要求。2、瞬间的高压成型,可以满足产品80度/-40度高低温极限测试。3、无骨位切边，满足极限的空间要求，减薄整机厚度。4、切边一体成型，4侧面行位同上下一体形成无间隙密封压合。模具自带升温及极速冷却系统，提升生产效率。
10	平板五金转轴PU皮革套	五金转轴平板具有外观简洁，且在使用过程中，五金转轴可以实现触屏的可观视觉角度自由调整，选择转轴类平板保护套，可以提升客户体验感受，提高产品档次，显得精美高贵。	大部分平板都是利用板材对折及三角支架等结构的方向来实现角度需求，而且存在笨重且不简洁等弊端；五金转轴来做平板PU皮革套，转轴可以在平板皮套中起到一个支撑作用，消费者在使用平板时可自由0-180度视觉角度调整，更是可以达到翻转5万次极限测试条件。
11	抗菌防污+抗H1N1病毒手机保护套研发	智能手机和平板电脑已经成为人们最离不开的产品之一，但它却携带着高于厕所座位上10倍多的细菌，尤其是金黄色葡萄球菌和大肠杆菌甚至可以在坚硬表面上存活数月长的时间，给消费者的健康带来一定的影响。	由于是原材料内部直接添加抗菌剂，因此在不影响保护套本身的安全可靠的防摔性能的前提下，增加了使产品具有抗菌性，抗菌性能可达到2小时之内减少99.5%的微生物。抗菌剂直接渗入材料本身，可以保证永久持续保护作用。为智能产品戴上抗菌保护套，也是为消费者隔绝了细菌伤害。
12	聚碳酸酯与聚氨酯弹性体无缝喷涂技术开发	常规聚碳酸酯喷涂后的产品，表面油漆残留，会造成聚氨酯弹性体结合分离，虽然CNC加工后可以满足套啤性能，但是成本比高。	1、突破了油漆和热塑性聚氨脂弹性体完美结合。2、降低成本，省掉CNC加工。3、增加聚碳酸酯和聚氨酯弹性体粘合力，进一步提高产品质量和生产效率。
13	全透聚碳酸酯与全透热塑性聚氨酯弹性体橡胶壳保护套	全透热塑性聚氨酯弹性体橡胶有比较好的手感，耐黄，透光性，及高弹性。	利用全透热塑性聚氨酯弹性体橡胶同聚碳酸酯模一体成形，透出聚碳酸酯材料本色，体现手机整体颜色，层次分明，并利用聚碳酸酯支撑热塑性聚氨酯弹性体橡胶起到抗摔作用。
14	密闭空气弹簧防摔减震技术	传统防摔技术，软胶材料越厚实，防摔性能越好，但是手机壳会更厚重。国内消费者对于这种厚重防摔手机壳，普遍接受度很低。如果想要达到防摔	此技术通过空气弹簧技术原理，达到轻薄防摔。通过模内注塑成型工艺，形成结构性密闭的腔体，受撞击力时可形变、可回弹，达到超强弹性分散冲击能力；再结合两种高弹性不通的热塑性橡胶级弹性体材料一体成

序号	项目名称	行业技术发展趋势及行业技术水平	在研项目计划目标/技术水平
		又需要做到轻薄，很难权衡利弊。	型，通过结构防摔原理，达到超强等级轻薄防摔，可过 3 米高度的 4 角 6 面多角度跌落防摔，满足众多消费者的需求。
15	多层分散吸收式防摔技术	手机做工越来越精致易碎，维修费用昂贵。因此消费者对手机壳的要求不仅限于保护手机外观无损，更要手机“无内伤”。而市面上现有防摔技术，只强调跌落测试，而未强调手机本身因跌落而造成的损伤。	此项目技术通过创新力学原理的结构性防摔，像汽车防撞系统保护人那样，让冲击力层层扩散，以减少其对手机的直接撞击，从“外观”到“内核”全面保护手机。再迁移了安全带的原理，将手机壳边沿包裹做紧，让手机在摔机时不会掉出。在硬聚碳酸酯或者单材质基础上，通过与金属边，热塑性聚氨酯弹性体边框，热塑性橡胶级弹性体内框，并内有减震气囊，通过四层设计组成多层分散吸收式结构。可过 3 米高度的 4 角 6 面多角度跌落防摔，并且手机无内伤。
16	四角金属防摔技术	传统保护壳，都是使用软/硬塑胶等材质制成，来达到防摔的目的，结构硬度一般，耐用性不高，防摔等级不高。	此项目技术，通过采用更耐冲击的金属合金材料，并从保护壳传统 6 面设计开发第 7 面斜面设计，经过数控加工中心雕铣成型，通过结构设计，模内注塑成型技术，与硬聚碳酸酯，热塑性聚氨酯弹性体结合，紧密卡接。实现超强结构刚度，且完美包裹四角，达到高防摔等级。可过 3 米高度的 4 角 6 面多角度跌落防摔，可抗 100KG 的重物压过，产品不变形。

2、研发支出情况

报告期内，公司研发费用占营业收入的比例如下表所示：

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
研发费用（万元）	3,212.13	2,939.33	1,895.95
营业收入（万元）	82,934.29	64,692.04	54,105.84
占营业收入的比例	3.87%	4.54%	3.50%

（四）核心技术人员和研发人员情况

公司拥有稳定的研发队伍，截至报告期末，公司技术人员共 183 人，占员工总人数比重为 13.75%。

公司的核心技术人员情况请参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“九、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员”之“（四）核心技术人员”的相关内容。

约束措施方面，公司与国内核心技术人员均签订了《保密及竞业限制协议》。激励措施方面，公司对核心技术人员的薪酬考核会与公司业绩情况直接相挂钩，未来，公司拟对核心技术人员实行股权激励措施。

报告期内，公司核心技术人员整体较为稳定。其中，核心技术人员 Allen Liu

于 2020 年初离职，Allen Liu 为美国道瑞高级设计师。目前，美国道瑞设计总监 Eddie Lee 自 2012 年入职以来一直较为稳定，Allen Liu 的离职不会对美国道瑞的设计业务造成重大影响。

（五）技术保密制度

公司与涉及关键技术的人员签署了相关的保密协议，员工对研发和生产过程中所获知的各项机密信息，承担保密责任。同时，为了防止技术信息、技术资料的外泄，公司针对一些高度保密项目，制定了专门的保密项目管控流程。

项目研发过程中，研发人员组成的项目小组对研发项目技术资料的保密负责，研发人员不得将阶段性研发成果的书面版或电子版文件携带出公司，研发的阶段性成果严禁对外公布。

公司支持研发人员与国际国内专业研究机构、技术专家学习、沟通、交流，并鼓励研发人员在专业期刊上发表技术论文，但所有的技术论文均需对关键技术点进行屏蔽，并需经过领导团队审查方可发表。

公司研发项目的技术档案由专人负责保管，未经授权不得调阅或借用。

（六）保持技术创新的机制和安排

详细技术情况请参见本节“一、发行人主营业务及主要产品”之“（三）发行人主营业务模式”之“1、研发模式”。

八、发行人境外经营情况

截至本招股说明书签署日，公司拥有一家境外经营主体，即美国道瑞。其基本情况详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“六、发行人控股、参股子公司的基本情况”之“（一）子公司情况”。

九、关于公司名称冠有“科技”字样的说明

自成立以来，公司一直坚持科技创新，持续进行技术研发和投入，不断提升公司整体的科技品质和市场竞争能力。

2012 年，公司前身杰美特有限获得深圳市科技创新委员会、深圳市财政委员会联合颁布的《深圳市高新技术企业》。

2013 年 7 月，杰美特有限获得深圳市科技创新委员会、深圳市财政委员会、深圳市国家税务局、深圳市地方税务局联合发布的《高新技术企业证书》，有效期 3 年。

2016 年 11 月，公司获得深圳市科技创新委员会、深圳市财政委员会、深圳市国家税务局、深圳市地方税务局联合发布的《高新技术企业证书》，有效期 3 年。

2019 年 12 月，公司获得深圳市科技创新委员会、深圳市财政局、国家税务总局深圳市税务局联合发布的《高新技术企业证书》，有效期 3 年。

截至本招股说明书签署日，本公司及子公司共拥有专利 202 项，其中发明专利 6 项、实用新型专利 103 项、外观专利 93 项，计算机软件著作权共 9 项。使公司继续保持在行业内的技术领先地位。

基于上述理由，本公司在名称中沿用了股份制改造前的字号，并冠有“科技”字样。

第七节　公司治理与独立性

一、公司治理制度的建立健全及运行情况

自成立以来，公司根据《公司法》、《证券法》等有关法律、法规、规范性文件和中国证监会的要求，逐步建立健全了由股东大会、董事会及各专门委员会、监事会、独立董事和高级管理人员组成的治理结构。同时，公司结合自身实际情况，制定了《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《总经理工作细则》、《董事会秘书工作细则》、《独立董事工作制度》、《关联交易管理制度》、《对外担保管理制度》、《对外投资管理制度》等规范性文件。

报告期内，公司严格按照各项规章制度规范运行，公司股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会专门委员会和董事会秘书均能依照《公司法》和《公司章程》规定履行职责，通过上述组织机构的建立和相关制度的实施，公司已经逐步建立了科学规范的法人治理结构，切实保障了公司及全体股东的利益。

（一）股东大会运行情况

根据《公司法》及有关规定，公司制定了《股东大会议事规则》，公司现行《股东大会议事规则》系经 2014 年 9 月 20 日召开的创立大会暨第一次股东大会审议通过，并经 2015 年第一次临时股东大会、2017 年第四次临时股东大会以及 2019 年第二次临时股东大会重新修订和完善。公司的《公司章程》明确规定了股东大会的职责、权限等，《股东大会议事规则》针对股东大会的召开程序制定了详细规划。主要内容如下：

1、股东大会的职权

根据《公司章程》，股东大会是公司的权力机构，依法行使下列职权：

（1）决定公司经营方针和投资计划；

（2）选举和更换非由职工代表担任的董事、监事，决定有关董事、监事的报酬事项；

（3）审议批准董事会的报告；

（4）审议批准监事会的报告；

（5）审议批准公司的年度财务预算方案、决算方案；

（6）审议批准公司的利润分配方案和弥补亏损方案；

（7）对公司增加或者减少注册资本做出决议；

（8）对发行公司债券做出决议；

（9）对公司合并、分立、解散、清算或者变更公司形式作出决议；

（10）修改《公司章程》；

（11）对公司聘用、解聘会计师事务所做出决议；

（12）审议批准《公司章程》第三十九条规定的担保事项；

（13）审议公司在一年内购买、出售重大资产超过公司最近一期经审计总资产 30%的事项；

（14）公司与关联方发生的交易(公司获赠现金资产和提供担保除外)金额在 3,000 万元以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值 5%以上的关联交易；

（15）审议批准变更募集资金用途事项；

（16）审议股权激励计划；

（17）审议法律、行政法规、部门规章或《公司章程》规定应当由股东大会决定的其他事项。

《公司章程》第三十九条规定：

公司下列对外担保行为，在董事会审议通过后，须提交股东大会审议通过：

（1）公司及其控股子公司的对外担保总额，超过公司最近一期经审计净资产的 50%以后提供的任何担保；

（2）单笔担保额超过公司最近一期经审计净资产 10%的担保；

（3）为资产负债率超过 70%的担保对象提供的担保；

（4）连续 12 个月内担保金额超过公司最近一期经审计总资产的 30%；

（5）对股东、实际控制人及其它关联方提供的担保；

（6）连续 12 个月内担保金额超过公司最近一期经审计净资产的 50%且绝对金额超过 5,000 万元；

（7）根据法律、行政法规、规范性文件的规定应由股东大会审批的其他对外担保。

2、股东大会运行情况

截至本招股说明书签署日，自股份公司成立以来，公司先后召开 29 次股东大会。公司一直严格依照有关法律、法规和《公司章程》的规定执行股东大会制度，股东认真履行股东义务，依法行使股东权利。股东大会机构和制度的建立及执行，对完善公司治理结构和规范公司运作发挥了积极的作用。

（二）董事会运行情况

根据《公司法》及有关规定，公司制定了《董事会议事规则》，公司现行《董事会议事规则》系经 2014 年 9 月 20 日召开的创立大会暨第一次股东大会审议通过，并经 2017 年第四次临时股东大会以及 2019 年第二次临时股东大会重新修订和完善。公司的《公司章程》规定了董事的职责、权限及董事会会议的基本制度，《董事会议事规则》针对董事会的召开程序制定了详细规则。主要内容如下：

1、董事会的构成

《公司章程》规定：公司设董事会，对股东大会负责。董事会由 9 名董事组成，其中 3 名为独立董事，设董事长 1 人。

2、董事会职权

董事会行使下列职权：

（1）召集股东大会，并向股东大会报告工作；

（2）执行股东大会的决议；

（3）决定公司的经营计划和投资方案；

（4）制订公司的年度财务预算方案、决算方案；

（5）制订公司的利润分配方案和弥补亏损方案；

（6）制订公司的增加或者减少注册资本、发行债券或者其他证券及上市方

案；

（7）拟订公司重大收购、回购本公司股票或者合并、分立和解散及变更公司形式的方案；

（8）在股东大会授权范围内，决定公司对外投资、收购出售资产、资产抵押、对外担保事项、委托理财、关联交易等事项；

（9）决定公司内部管理机构的设置；

（10）聘任或者解聘公司总经理、董事会秘书；根据总经理的提名，聘任或者解聘公司副总经理、财务负责人等高级管理人员，并决定其报酬事项和奖惩事项；

（11）制订公司的基本管理制度；

（12）制订《公司章程》的修改方案；

（13）向股东大会提请聘请或更换为公司审计的会计师事务所；

（14）听取公司总经理的工作汇报并检查总经理的工作；

（15）法律、行政法规、部门规章或《公司章程》或股东大会授予的其他职权。

公司董事会设立审计委员会，并根据需要设立战略、提名、薪酬与考核等相关专门委员会。专门委员会对董事会负责，依照本章程和董事会授权履行职责，提案应当提交董事会审议决定。专门委员会成员全部由董事组成，其中审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会中独立董事占多数并担任召集人，审计委员会的召集人为会计专业人士。董事会负责制定专门委员会工作规程，规范专门委员会的运作。

超过股东大会授权范围的事项，应当提交股东大会审议。

3、董事会运行情况

截至本招股说明书签署日，自股份公司成立以来，公司先后召开 49 次董事会会议。公司董事会一直严格按照有关法律、法规和《公司章程》的规定规范运作，并严格履行相关召集程序及其他义务；公司董事严格按照《公司章程》和《董

事会议事规则》行使自己的权利。

（三）监事会运行情况

根据《公司法》及有关规定，公司制定了《监事会议事规则》，公司现行《监事会议事规则》系经 2014 年 9 月 20 日召开的创立大会暨第一次股东大会审议通过，并经 2017 年第四次临时股东大会以及 2019 年第二次临时股东大会重新修订和完善。公司的《公司章程》规定了监事的职责、权限及监事会会议的基本制度，《监事会议事规则》针对监事会的召开程序制定了详细规则。主要内容如下：

1、监事会的构成

依据《公司章程》规定，公司设监事会。监事会由 5 名监事组成，其中监事会包括股东代表 3 名和公司职工代表 2 名。监事会设主席 1 人，监事会主席由全体监事过半数选举产生。监事会中的职工代表由公司职工通过职工代表大会民主选举产生。

2、监事会职权

根据《公司章程》的规定，监事会行使下列职权：

（1）应当对董事会编制的公司定期报告进行审核并提出书面审核意见；

（2）检查公司财务；

（3）对董事、高级管理人员执行公司职务的行为进行监督，对违反法律、行政法规、《公司章程》或者股东大会决议的董事、高级管理人员提出罢免的建议；

（4）当董事、高级管理人员的行为损害公司的利益时，要求董事、高级管理人员予以纠正；

（5）提议召开临时股东大会，在董事会不履行《公司法》规定的召集和主持股东大会职责时召集和主持股东大会；

（6）向股东大会提出提案；

（7）依照《公司法》第一百五十一条的规定，对董事、高级管理人员提起诉讼；

（8）发现公司经营情况异常，可以进行调查；必要时，可以聘请会计师事务所、律师事务所等专业机构协助其工作，费用由公司承担；

（9）《公司章程》规定或股东大会授予的其他职权。

3、监事会的运行情况

截至本招股说明书签署日，自股份公司成立以来，公司先后召开 18 次监事会会议。公司监事会一直严格按照有关法律、法规和《公司章程》的规定规范运作，并严格履行相关召集程序及其他义务；公司监事严格按照《公司章程》和《监事会议事规则》行使自己的权利。

（四）独立董事制度的建立健全及履行职责情况

1、独立董事的构成及比例

为进一步规范法人治理结构，建立科学完善的现代企业制度，促进公司规范运作，公司于 2014 年 9 月 20 日召开创立大会暨第一次股东大会审议通过了《独立董事工作制度》，并经 2017 年第四次临时股东大会以及 2019 年第二次临时股东大会重新修订和完善。

截至本招股说明书签署日，公司共有三名独立董事，达到董事总人数的三分之一。独立董事基本情况详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“九、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员”之“（一）董事会成员”。

2、独立董事对公司实际发生的作用

自独立董事制度设立以来，公司独立董事依据有关法律法规和《公司章程》、《独立董事工作制度》勤勉尽责、独立审慎地履行了义务和权利，为公司的重大经营决策及相关关联交易发表了独立意见，认真监督管理层的工作，对公司完善法人治理结构和规范运作起到了积极的作用。

（五）董事会秘书制度的建立健全及履行职责情况

1、董事会秘书的制度安排

《公司章程》规定：公司设董事会秘书 1 名，负责公司股东大会和董事会会议的筹备、文件保管以及公司股东资料管理，办理信息披露事务等事宜。

董事会秘书是公司的高级管理人员，对公司和董事会负责，《董事会秘书工作细则》规定，董事会秘书履行如下职责：

（1）负责公司和相关当事人与证券监管机构之间的沟通和联络，保证深圳证券交易所可以随时与其取得工作联系；

（2）负责处理公司信息披露事务，协调公司信息披露工作，组织制订公司信息披露事务管理制度，督促公司及相关信息披露义务人遵守信息披露相关规定；

（3）负责公司投资者关系管理和股东资料管理工作，协调公司与证券监管机构、股东及实际控制人、保荐人、证券服务机构、媒体等之间的信息沟通；

（4）组织筹备董事会会议和股东大会，参加股东大会、董事会会议、监事会会议及高级管理人员相关会议，负责董事会会议记录工作并签字确认；

（5）负责公司信息披露的保密工作，在未公开重大信息出现泄露时，及时向深圳证券交易所报告并公告；

（6）关注公共媒体报道并主动求证真实情况，督促董事会及时回复深圳证券交易所所有问询；

（7）组织董事、监事和高级管理人员进行证券法律法规、深圳证券交易所制定的相关规则的培训，协助前述人员了解各自在信息披露中的权利和义务；

（8）督促董事、监事和高级管理人员遵守证券法律法规、深圳证券交易所制定的相关规则及《公司章程》，切实履行其所作出的承诺；在知悉公司作出或者可能作出违反有关规定的决议时，应当予以提醒并立即如实地向深圳证券交易所报告；

（9）《公司法》、《证券法》、中国证监会和深圳证券交易所要求履行的其他职责。

2、董事会秘书制度规范运行情况

公司董事会秘书自任职以来，严格按照《公司法》、《公司章程》和《董事会秘书工作细则》的规定，认真履行各项职责，在落实三会制度、完善公司法人治理结构、促进公司规范运作等方面发挥了积极作用。

（六）董事会专门委员会的设置情况

为进一步完善公司治理结构，更好地发挥独立董事的作用，公司董事会下设战略委员会、审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会，分别负责公司的发展战略、审计、董事及高级管理人员的推选、管理和考核等工作。

1、战略委员会

公司于 2014 年第二次临时股东大会同意设立董事会战略委员会，审议并通过《董事会战略委员会工作细则》。董事会战略委员会由三名董事组成，其中独立董事 1 名。截至本招股说明书签署日，董事会战略委员会成员分别为谌建平、熊敏、虞熙春。

2、审计委员会

公司于 2014 年第二次临时股东大会同意设立董事会审计委员会，审议并通过《董事会审计委员会工作细则》。董事会审计委员会由三名董事组成，其中独立董事 2 名，且独立董事至少有一名为会计专业人士。截至本招股说明书签署日，董事会审计委员会成员分别为杨小平、黄新、虞熙春，其中杨小平、虞熙春系会计专业人士。

3、提名委员会

公司于 2014 年第二次临时股东大会同意设立董事会提名委员会，审议并通过《董事会提名委员会工作细则》。董事会提名委员会由三名董事组成，其中独立董事 2 名。截至本招股说明书签署日，董事会提名委员会成员分别为钱荣、谌建平、杨小平。

4、薪酬与考核委员会

公司于 2014 年第二次临时股东大会同意设立董事会薪酬与考核委员会，审议并通过《董事会薪酬与考核委员会工作细则》。董事会薪酬与考核委员会由三名董事组成，其中独立董事 2 名。截至本招股说明书签署日，董事会提名委员会成员分别为虞熙春、杨美华、钱荣。

5、董事会专门委员会规范运行情况

自公司设立董事会专门委员会以来，各专门委员会依照有关法律、法规和《公司章程》、各专门委员会工作细则勤勉尽职地履行职权，在公司的战略发展、内

部控制、人才培养与激励等方面起到了积极作用，有效完善了公司治理结构，提升了公司规范运行水平。

（七）公司治理存在的缺陷及改进情况

截至本招股说明书签署日，公司股东大会、董事会及专门委员会、监事会、独立董事和董事会秘书能够依法规范运行，形成了职责明确、相互制衡、科学高效的公司治理体系，未出现重大违法违规现象，公司法人治理结构不断得到完善。

二、发行人特别表决权股份情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在特别表决权股份或类似安排的情况。

三、发行人协议控制架构情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在协议控制架构的安排。

四、公司内部控制制度情况

（一）公司内部控制完整性、合理性及有效性的自我评估

公司董事会对内部控制的完整性、合理性和有效性进行了合理的评估，认为：根据公司财务报告内部控制重大缺陷的认定情况，于 2019 年 12 月 31 日，不存在财务报告内部控制重大缺陷，公司已按照企业内部控制规范体系和相关规定的要求在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制；根据公司非财务报告内部控制重大缺陷认定情况，于 2019 年 12 月 31 日，公司未发现非财务报告内部控制重大缺陷。

（二）注册会计师对本公司内部控制的鉴证意见

大信会计师事务所（特殊普通合伙）对公司内部控制制度进行了审核，并出具了“大信专审字[2020]第 5-00008 号”《关于深圳市杰美特科技股份有限公司内部控制鉴证报告》，结论意见为：贵公司按照《企业内部控制基本规范》和相关规定于 2019 年 12 月 31 日在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。

五、发行人近三年违法违规情况

公司严格按照《公司法》等相关法律法规和《公司章程》的规定规范运作、依法经营。根据工商、税务、土地、劳动与社会保障等主管部门的证明或意见，

及保荐机构、发行人律师的审慎核查，公司报告期内不存在重大违法违规行为。报告期内，公司受到的行政处罚列示如下：

2017 年 10 月 12 日，皇岗海关作出“皇关物综决字[2017]0718 号”《行政处罚决定书》，中创卓越于 2017 年 9 月 21 日以一般贸易方式向皇岗海关申报出口手机保护套等货物一批，经海关查验，发现存在部分报关单申报出口手机保护套但实际未出口或者实际出口数量与申报不符、部分产品申报毛重、净重与实际不符等情况。皇岗海关根据《中华人民共和国海关行政处罚实施条例》第十五条(五)项的规定，决定对中创卓越科处罚款 0.25 万元。

中创卓越上述违规行为均系具体业务承办人员疏忽大意错误填写报关单、遗漏少量货品装箱以及称重错误所致，并非主观故意造成；中创卓越在收到前述《行政处罚决定书》后，按时足额缴纳了罚款，并在公司内部进行了及时整改，未造成严重后果。公司为加强出口产品的规范化操作，于 2017 年 11 月 15 日制定了《出货规范与海关要求管理办法》，在出口产品部门管理方面规定了业务部、报关、仓库部及品管部的部门职能权责；在操作程序方面规定了生产车间管控、制程管控、成品检验管控及成品入库的管控内容及工作流程，同时公司还在出口产品的出货前准备、集装箱检查、保安监督及出口报关异常处理等方面制定了标准化措施。

中创卓越因上述违规行为而遭受的行政处罚罚款金额为 0.25 万元，前述罚款金额占公司资产总额、净资产及净利润比例极小，在性质、金额及结果上均未对公司及中创卓越的业务开展及持续经营产生重大不利影响，亦未对公司的经营成果和财务状况产生重大不利影响。

根据深圳海关企业管理处于 2018 年 2 月 13 日出具的《深圳海关企业管理处关于深圳市中创投资有限公司资信状况的函》，深圳海关企业管理处认定中创卓越 2017 年 10 月 12 日因违规被皇岗海关处罚款 0.25 万元的事项不属于重大违法违规。

保荐机构认为：该行政处罚所涉违规行为不属于重大违法违规行为，不会对发行人申请本次发行上市构成实质性法律障碍，发行人不存在受到行政处罚且情节严重的情形。

发行人律师认为：该行政处罚所涉违规行为不属于重大违法违规行为，不会对发行人申请本次发行上市构成实质性法律障碍。

除上述行政处罚外，报告期内，公司不存在其他行政处罚。

六、发行人近三年资金占用和对外担保情况

公司具有严格的资金管理制度，报告期内不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业以借款、代偿债务、代垫款项或其他方式占用的情形。《公司章程》及《对外担保管理制度》已明确对外担保的审批权限和审议程序，报告期内不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业进行违规担保的情形。

七、发行人独立性情况

公司自设立以来，严格按照《公司法》、《证券法》等有关法律、法规和《公司章程》的要求规范运作，在资产、人员、财务、机构、业务等方面与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业相互独立，具有完整的业务体系及面向市场独立经营的能力。

（一）资产完整方面

公司系由杰美特有限整体变更成立，原杰美特有限的所有资产均由公司合法继承，相关资产的权属及变更手续已办理完毕。公司拥有独立于股东的生产经营场所，拥有独立、完整的采购、生产和销售系统，对与生产经营有关的土地、厂房、机器设备以及商标、专利、著作权等资产均拥有合法的所有权或使用权，不存在依靠股东的生产经营场所进行生产经营的情况。

（二）人员独立方面

公司根据国家有关企业劳动、人事和工资管理等规定，建立了独立的人事档案、人事聘用和任免制度以及考核、奖惩制度，与公司员工签订了劳动合同，并建立了独立的工资管理、福利与社会保障体系。公司董事、监事及高级管理人员严格按照《公司法》、《公司章程》等规定的程序合法选举或聘任，不存在超越董事会或股东大会做出人事任免的情况。公司的总经理、副总经理、财务负责人和董事会秘书等高级管理人员未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其他职务，未在控股股东、实际控制人及其控制的其他

企业领薪；公司的财务人员未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职。

（三）财务独立方面

公司设立了独立的财务部门，配备了专职财务人员，已建立独立的财务核算体系、能够独立作出财务决策、具有规范的财务会计制度和对子公司的财务管理制度。公司拥有独立的银行账户，未与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户。公司作为独立的纳税人，依法进行纳税申报并履行纳税义务。

（四）机构独立方面

公司设有股东大会、董事会、监事会等决策、执行、监督机构并制定了相应的议事规则，各机构按照《公司法》、《公司章程》等有关规定独立行使各自职权。公司已建立健全内部经营管理机构、独立行使经营管理职权，与控股股东和实际控制人及其控制的其他企业间不存在机构混同的情形。

（五）业务独立方面

公司已建立完整的业务流程，具有完整的业务体系，能够独立面对市场自主经营。公司业务独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间不存在同业竞争或者显失公平的关联交易。

（六）关于发行人主营业务、控制权、管理团队和核心技术人员的变动

公司主营业务、控制权、管理团队和核心技术人员稳定，最近 2 年内主营业务和董事、高级管理人员及核心技术人员均没有发生重大不利变化；控股股东和受控股股东、实际控制人支配的股东所持发行人的股份权属清晰，最近 2 年实际控制人没有发生变更，不存在导致控制权可能变更的重大权属纠纷。

（七）影响持续经营重大影响的事项

截至本招股说明书签署日，公司不存在主要资产、核心技术、商标的重大权属纠纷，重大偿债风险，重大担保、诉讼、仲裁等或有事项，经营环境已经或将要发生的重大变化等对持续经营有重大影响的事项。

八、同业竞争

（一）是否存在同业竞争情况的说明

公司控股股东及实际控制人为谌建平、杨美华夫妇。截至本招股说明书签署日，杨美华女士除持有公司股份外，还持有深圳市怡轩航有限公司 100%的股权，并担任其执行董事。除此之外，公司控股股东及实际控制人未控制其他公司，亦未在其他企业担任董事、监事及高级管理人员。

深圳市怡轩航有限公司经营范围为“投资兴办实业（具体项目另行申报）；国内贸易；经营进出口业务”，尚未开展实质性经营活动。上述企业的主营业务与公司的业务均不相同或相近，不构成同业竞争情形。

综上，公司控股股东、实际控制人及其控制的其他企业与公司不存在同业竞争关系。

（二）关于避免同业竞争的承诺

为避免损害发行人及其他股东利益，避免同业竞争，发行人控股股东、实际控制人谌建平、杨美华夫妇承诺：

1、本人及本人控制的其他企业目前不存在从事与杰美特及其所控制的企业相同、相似并构成竞争的业务。

2、本人及本人控制的其他企业将严格遵守国家有关法律、法规、规范性法律文件的规定，不在中国境内或境外，以任何方式直接或间接从事与杰美特及其所控制的企业相同、相似并构成竞争的业务，亦不会直接或间接对与杰美特及其所控制的企业从事相同、相似并构成竞争业务的其他企业进行收购或进行有重大影响（或共同控制）的投资。

3、本人及本人控制的其他企业如从任何第三方获得的任何商业机会与杰美特及其所控制的企业经营的业务有竞争或可能构成竞争，则本人将立即通知杰美特，并尽力将该商业机会让予杰美特。

4、本人承诺不会将杰美特及其控制的企业的专有技术、销售渠道、客户信息等所有商业秘密以任何方式透露给与其存在业务竞争关系的公司或其他机构、组织。

5、本人承诺不会教唆或诱导杰美特及其控制的企业的客户不与其进行业务

往来或交易。

6、若违反上述承诺，本人将接受如下约束措施：

（1）由此所得收益归杰美特所有，本人应向杰美特董事会上缴该等收益。

（2）本人应在接到杰美特董事会通知之日起 20 日内启动有关消除同业竞争的相关措施，包括但不限于依法终止有关投资、转让有关投资股权或业务、清算注销有关同业竞争的公司，并及时向杰美特及社会公众投资者披露消除同业竞争的相关措施的实施情况。

（3）由此给杰美特及其他股东造成的全部损失，本人将承担相应的赔偿责任。本人拒不赔偿相关损失的，杰美特有权相应扣减其应向本人支付的分红，作为本人的赔偿。

上述承诺自签署之日起至本人直接或间接持有杰美特 5%以上股份的期间内持续有效。

九、关联方及关联交易

（一）关联方及关联关系

根据《公司法》和《企业会计准则第 36 号—关联方披露》等法律法规关于关联方和关联关系的有关规定，截至本招股说明书签署日，公司主要关联方如下：

1、控股股东及实际控制人

关联方名称	关联关系
谌建平、杨美华	公司控股股东及实际控制人，合计持有公司 63.2264%的股份

谌建平、杨美华的基本情况详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“九、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员”之“（一）公司董事会成员”部分。

2、其他持股 5%以上股东及其一致行动人

关联方名称	关联关系
黄新	自然人股东，持有公司 7.9941%的股份
大埠投资	非自然人股东，持有公司 5.9670%的股份
达晨创泰、达晨创恒、达晨创瑞	非自然人股东，合计持有公司 5%的股份

上述股东的基本情况详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“九、

董事、监事、高级管理人员与核心技术人员”之“（一）公司董事会成员”部分和“第五节 发行人基本情况”之“七、发起人、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（二）其他持有发行人 5%以上股份的主要股东情况”部分。

3、董事、监事、高级管理人员

董事、监事、高级管理人员的具体情况，详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“九、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员”。

4、其他关联自然人

公司的其他关联自然人包括：与实际控制人谌建平和杨美华夫妇关系密切的家庭成员，与持股 5%以上的自然人股东黄新关系密切的家庭成员，与公司董事、监事、高级管理人员关系密切的家庭成员。

5、子公司、联营企业

报告期内的子公司如下：

关联方名称	关联关系
杰之洋	公司全资子公司
中创卓越	公司全资子公司
杰鸿塑胶	公司全资子公司，已注销
杰幂数据	公司全资子公司，已注销
美国道瑞	中创卓越全资子公司
中创思锐	中创卓越全资子公司
香港道瑞	中创卓越全资子公司，已解散
智汇时代	中创卓越全资子公司，已转让

截至本招股说明书签署日，公司无联营企业。上述子公司的基本情况参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“六、发行人控股、参股公司的基本情况”。

6、控股股东、实际控制人及其关系密切的家庭成员担任董事（独立董事除外）、高级管理人员或直接、间接控制的其他企业

关联方名称	关联关系
深圳市生活汇贸易发展有限公司	谌建平持有 65%的股权，已于 2019 年 4 月注销
深圳市怡轩航有限公司	杨美华持有 100%的股权

关联方名称	关联关系
深圳市天娱投资企业（有限合伙）	谌建平胞兄谌光平持有 65%的有限合伙份额，已于 2020 年 3 月注销
深圳市福田区远望源通讯市场诺亚方舟通讯行	谌建平胞兄谌光平控制的个体工商户，已于 2018 年 1 月注销
深圳市云图国际滑翔运动俱乐部有限公司	杨美华胞弟杨绍煦曾持有 30%股权并担任总经理的企业，已于 2016 年 4 月转让全部股权，并于 2017 年 7 月后不再担任总经理职务

7、其他持股 5%以上的自然人股东及其关系密切的家庭成员担任董事（独立董事除外）、高级管理人员或直接、间接控制的其他企业

截至本招股说明书签署日，公司其他持股 5%以上的自然人股东为黄新，黄新及其关系密切的家庭成员未直接或间接控制或重大影响合并报表范围之外的其他企业，未担任合并报表范围之外企业的董事（独立董事除外）、高级管理人员。

8、公司董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员担任董事（独立董事除外）、高级管理人员或直接、间接控制的其他企业

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员担任董事、高级管理人员以及直接或间接控制的其他企业主要如下表所示：

关联方名称	关联关系
广东嘉应医药有限公司	董事黄志浩父亲黄利兵担任对方执行董事、经理
广东加应投资有限公司	董事黄志浩父亲黄利兵持有对方 50%的股权
广东嘉应制药股份有限公司	董事黄志浩胞弟黄志瀚担任对方董事
广东森阳银瑞投资管理有限公司	独立董事钱荣担任对方执行副总裁
徽商壹号（深圳）投资企业（有限合伙）	独立董事钱荣担任对方执行事务合伙人
徽商贰号（深圳）投资企业（有限合伙）	独立董事钱荣担任对方执行事务合伙人
徽商叁号（深圳）投资企业（有限合伙）	独立董事钱荣担任对方执行事务合伙人
深圳市恒贯股权投资基金管理有限公司	独立董事钱荣持有对方 60.00%的股权
深圳市贯丰鑫火伍号投资企业（有限合伙）	独立董事钱荣直接持有其 90.00%的合伙份额，并通过其控股的深圳市恒贯股权投资基金管理有限公司持有其 10.00%的合伙份额
林丰企业管理（东莞）有限公司	独立董事钱荣担任对方执行董事
深圳昱荣和资产管理有限公司	独立董事钱荣担任对方执行董事、总经理
深圳市宏光伟业投资有限公司	独立董事钱荣配偶刘志刚持有对方 95.00%股权，并担任其执行董事、总经理
深圳华洋裕丰投资发展有限公司	独立董事钱荣配偶刘志刚持有对方 80.00%股权
深圳市劲嘉物业管理有限公司	独立董事钱荣配偶刘志刚担任对方执行董事
珠海市香洲刚刚有需商行	独立董事钱荣配偶刘志刚投资的个体工商户

关联方名称	关联关系
深圳恒润达光电网印科技有限公司	独立董事钱荣配偶刘志刚担任对方副董事长，并间接持有18.40%股权
深圳市贯丰鑫火贰号投资企业（有限合伙）	独立董事钱荣父亲钱扬胜控股的深圳市贯丰股权投资基金管理有限公司持有98%合伙份额
深圳市云创精密医疗科技有限公司	独立董事钱荣父亲钱扬胜控股的深圳市贯丰股权投资基金管理有限公司持有79%股权
舟山云创精密医疗科技有限公司	独立董事钱荣父亲钱扬胜控制的深圳市云创精密医疗科技有限公司持有100%股权
深圳市贯丰股权投资基金管理有限公司	独立董事钱荣父亲钱扬胜持有对方51.00%的股权，并担任其执行董事、总经理
深圳市聿铭科技有限公司	独立董事钱荣父亲钱扬胜、妹妹钱正华各持有对方50.00%的股权，其中钱扬胜担任其执行董事、总经理
深圳市鹏城联创业投资管理有限公司	独立董事钱荣父亲钱扬胜控股的深圳市贯丰股权投资基金管理有限公司持有其100.00%的股权
深圳市凯能丰电子设备有限公司	独立董事钱荣妹妹之配偶杜剑平持有对方100.00%的股权，并担任其执行董事、总经理
深圳海聿科技有限公司	独立董事钱荣妹妹之配偶杜剑平持有对方50.00%的股权，并担任其执行董事、总经理
深圳平海会计师事务所（普通合伙）	独立董事杨小平担任对方执行事务合伙人，并持有其55%的合伙份额
深圳市贯众管理咨询有限公司	独立董事杨小平担任对方执行董事、总经理，并持有其 100%股权
深圳市义达山河税务师事务所有限公司	独立董事虞熙春担任对方执行董事
深圳市义达会计师事务所有限责任公司	独立董事虞熙春担任对方董事
深圳市瑞华税务师事务所有限公司	独立董事虞熙春担任对方董事
一芯(厦门)管理咨询合伙企业(有限合伙)	监事王玲持有对方80%的合伙份额
厦门立桐投资管理有限公司	监事王玲持有对方75%的股权，并担任执行董事兼总经理
御芯微电子(厦门)有限公司	监事王玲持有对方38%的股权，并担任总经理
北京掌上维度科技股份有限公司	监事王玲担任对方董事
山东机客网络技术有限公司	监事王玲担任对方董事
深圳市三合通发精密五金制品有限公司	监事王玲担任对方董事
常州立杨创业投资合伙企业(有限合伙)	监事王玲担任该合伙企业执行事务合伙人委派代表
深圳市攸乐创业投资咨询合伙企业（有限合伙）	监事王玲持有对方75%的合伙份额并担任执行事务合伙人
深圳市福田区金洁商行	监事粟小丽配偶的父亲甘茂生经营

（二）关联交易

1、经常性关联交易

（1）购销商品、提供和接受劳务的关联交易

①采购商品、接受劳务的关联交易

报告期内，公司不存在向关联方采购商品或接受关联方提供劳务的经常性关联交易。

②销售商品、提供劳务的关联交易

报告期内，公司不存在向关联方销售商品或向关联方提供劳务的经常性关联交易。

（2）关联租赁

报告期内，公司与关联方间不存在关联租赁。

（3）关键管理人员薪酬

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
关键管理人员薪酬（万元）	839.20	547.74	445.48

报告期内，公司向董事、监事和高级管理人员支付的薪酬总额分别为 445.48 万元、547.74 万元和 839.20 万元。

2、偶发性关联交易

报告期内，公司与关联方存在偶发关联担保，具体情况如下：

担保方	被担保方	担保金额（万元）	担保起始日	担保是否已经履行完毕
谌建平、杨美华、黄新	深圳市杰美特科技股份有限公司	4,000.00	2018.03.14	是
谌建平、杨美华、黄新[注]、中创卓越、杰之洋、怡轩航	深圳市杰美特科技股份有限公司	14,000.00	自实际提款日起（若为分期提款，则自第一个实际提款日起算）	否
谌建平、杨美华、黄新、中创卓越、杰之洋	深圳市杰美特科技股份有限公司	4,000.00	2016.10.18	是
本公司、谌建平、杨美华、黄新	深圳市中创卓越科技有限公司	1,500.00	2016.06.10	是
谌建平、杨美华、黄新	深圳市杰美特科技股份有限公司	5,000.00	2019.03.08	是

注：根据 2020 年 5 月 21 日签署的《固定资产借款合同第三次补充协议》，经各方同意，已免除原担保人黄新的担保责任。

3、报告期内关联交易对公司财务状况和经营成果的影响

报告期内，公司的经常性关联交易为支付关键管理人员等的薪酬；公司的偶发性关联交易主要是关联方为公司及下属子公司的银行授信、借款提供担保，系基于银行筹资提供的合理增信措施，不存在损害公司及其他非关联股东利益的情况。

十、报告期内关联交易制度的执行情况及独立董事意见

（一）关联交易决策履行程序

股份公司设立后，公司不断建立健全关联交易管理制度，对于必要的关联交易，建立了完善的决策、监督体系，以确保关联交易按照公允价格进行，平等保护公司及非关联股东的利益。具体的制度安排包括：《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》及《关联交易管理制度》中明确规定了关联交易的决策权限、程序等事项。

报告期内，公司董事会、股东大会分别在关联董事、关联股东回避表决的情形下，对公司报告期内发生的关联交易进行了审核，公司发生的关联交易决策程序符合《公司章程》及相关制度的规定，不存在损害公司和公司股东合法权益的情形。

（二）独立董事对关联交易公允性发表的意见

公司全体独立董事均已对公司报告期内的关联交易进行审核，并发表以下意见：发行人报告期内发生的关联交易遵循了平等、自愿、等价、有偿的原则，有关协议所确定的条款是公允的、合理的，关联交易的价格未偏离市场独立第三方的价格，不存在损害公司和公司股东合法权益的情形；关联交易议案的表决严格按照《公司章程》及《关联交易管理制度》执行，关联董事在董事会审议关联交易议案时均回避表决，决策程序合法、合规。

十一、发行人关于确保关联交易公允和减少关联交易的措施

（一）制定完善并严格执行相关制度

公司制定了《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《关联交易管理制度》、《独立董事工作制度》等规章制度，对关联交易的决策权限、决策程序及关联董事、关联股东的回避表决制度进行了详细的规定。

未来公司将尽量避免或减少与关联方之间的关联交易，对于无法避免的关联交易，公司将遵循公平、公正、公开以及等价有偿的基本商业原则，切实履行信息披露的有关规定，避免损害全体股东特别是中小股东的合法权益。

（二）控股股东、实际控制人关于规范、减少关联交易的承诺

公司控股股东、实际控制人谌建平、杨美华承诺：

1、将充分尊重杰美特及其控制的企业的独立法人地位，将善意地享有并履

行作为控股股东、实际控制人的权利与义务，保证杰美特在资产、业务、财务、人员、机构等方面的独立性，不违反法律法规的规定利用控股股东、实际控制人地位及与杰美特之间的关联关系损害杰美特利益和其他股东的合法权益。

2、本人及本人控制的其他企业亦将不会以任何理由和方式占用杰美特的资金或其他资产。

3、本人及本人控制的其他企业将尽量减少与杰美特发生关联交易，如关联交易无法避免，将按照公平合理和正常的商业交易条件进行，不会要求或接受杰美特给予比在任何一项市场公平交易中第三者更优惠的条件；在杰美特对涉及本人及本人控制的其他企业的关联交易进行决策时，本人将严格遵守国家有关法律、法规、规范性法律文件以及《深圳市杰美特科技股份有限公司章程》、《深圳市杰美特科技股份有限公司关联交易管理制度》的规定，自觉回避，严格履行法定审批程序并进行充分信息披露。

4、将严格和善意地履行与杰美特签订的各种关联交易协议，不会向杰美特谋求任何超出上述规定以外的利益或收益。

5、本人将通过对所控制的其他企业的控制权，促使该等企业按照同样的标准遵守上述承诺。

6、若违反上述承诺，本人将接受如下约束措施：

（1）如杰美特及杰美特的其他股东由此遭受损失的，在有关损失金额确认后，本人将在杰美特董事会通知的时限内赔偿杰美特及其股东因此遭受的损失；本人拒不赔偿相关损失的，杰美特有权相应扣减其应向本人支付的分红，作为本人的赔偿。

（2）本人应配合杰美特消除或规范相关关联交易，包括但不限于依法终止关联交易、采用市场公允价格等。

十二、报告期内发行人关联方变化情况

公司的关联方情况详见本节“九、关联方及关联交易”之“（一）关联方及关联关系”，报告期内曾与公司存在关联关系的关联方的情况如下：

（一）报告期内曾与公司存在关联关系的自然人

关联方名称	关联关系说明
杨子幸	报告期内曾担任董事
徐亮	报告期内曾担任董事
江海清	报告期内曾担任董事、副总经理、董事会秘书
王长颖	报告期内曾担任董事
刘宁	报告期内曾担任独立董事
陈燕燕	报告期内曾担任独立董事
陈春林	报告期内曾担任监事
吴华秀	报告期内曾担任财务负责人

（二）报告期内曾与公司存在关联关系的法人

关联方名称	关联关系说明
杰鸿塑胶	曾为公司全资子公司，已于 2018 年 3 月注销
杰幂数据	曾为公司全资子公司，已于 2018 年 12 月注销
香港道瑞	曾为中创卓越全资子公司，已于 2018 年 6 月注销
智汇时代	曾为中创卓越全资子公司，已于 2017 年 2 月对外转让所持股份
深圳市生活汇贸易发展有限公司	实际控制人谌建平曾持有 65%的股权，已于 2019 年 4 月 25 日注销
深圳市福田区远望源通讯市场诺亚方舟通讯行	实际控制人谌建平胞兄谌光平曾控制的个体工商户，已于 2018 年 1 月注销
深圳市云图国际滑翔运动俱乐部有限公司	实际控制人杨美华胞弟杨绍煦曾持有 30%股权并担任总经理的企业，已于 2016 年 4 月转让全部股权，并于 2017 年 7 月后不再担任总经理职务
深圳市天娱投资企业（有限合伙）	谌建平胞兄谌光平持有 65%的有限合伙份额，已于 2020 年 3 月注销
东莞市新威汽车配件有限公司	发行人的自然人股东李春梅暨发行人持股 5%以上的自然人股东黄新的前妻曾于 2015 年 10 月至 2019 年 2 月持有该公司 70%股权
深圳市腾龙翔科技有限公司	发行人的自然人股东李春梅暨发行人持股 5%以上的自然人股东黄新的前妻于 2015 年 12 月至今担任该公司执行董事、总经理并持股 100%
御芯唯(厦门)电子有限公司	监事王玲曾于 2019 年 4 月至 2019 年 10 月担任对方总经理
广东旭业光电科技股份有限公司	监事王玲曾于 2014 年 12 月至 2018 年 4 月担任该公司董事
长沙巨星轻质建材股份有限公司	监事王玲曾于 2010 年 6 月至 2018 年 7 月担任该公司董事
深圳市智能制造软件开发有限公司	监事王玲曾于 2018 年 2 月至 2018 年 12 月担任该公司董事
东莞铭普光磁股份有限公司	监事王玲曾于 2013 年 10 月至 2018 年 5 月担任该公司董事
南昌百特生物高新技术股份有限公司	监事王玲曾于 2016 年 5 月至 2018 年 8 月担任该公司董事
武汉晶泰科技股份有限公司	监事王玲曾于 2017 年 9 月至 2019 年 1 月担任该公司董事
深圳前海汇溪资本管理有限公司	独立董事虞熙春曾于 2015 年 11 月至 2018 年 1 月担任该公司总经理
深圳市振鸿好运皮具有限公司	监事粟小丽于 2012 年 8 月起持有该公司 50%股权，该公司已于 2017 年 6 月被吊销
深圳市华天气象科技股份有限公司	独立董事虞熙春曾于 2008 年 8 月至今担任该公司董事，该公司已于 2012 年 1 月被吊销

注 1、根据李春梅的说明，深圳市腾龙翔科技有限公司未有实际经营业务。

注 2、根据粟小丽的说明并经查询国家企业信用信息公示系统，深圳市振鸿好运皮具有限公司从 2015 年至今未实际经营，且未按照规定期限公示 2014 年、2015 年年度报告；该公司因长期停业未经营于 2017 年 6 月 23 日被深圳市市场监督管理局龙华分局吊销营业执照。粟小丽仅在该公司持股，未担任法定代表人，该公司被吊销营业执照不影响粟小丽担任发行人监事的任职资格和正常履职。

注 3、根据虞熙春的说明并经查询国家企业信用信息公示系统的公示信息，深圳市华天气象科技股份有限公司于 2012 年 1 月被吊销，虞熙春未担任该公司的法定代表人，该公司被吊销营业执照不影响虞熙春担任发行人独立董事的任职资格和正常履职。

此外，报告期内公司原任董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员，以及上述人员在报告期内曾直接或间接控制的，或者由其担任董事（独立董事除外）、高级管理人员的除公司及其子公司以外的其他企业亦为公司曾经的关联方。

智汇时代完成对外转让后，于 2017 年与公司发生的交易金额为 224.11 万元，交易的具体情况参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“六、发行人控股、参股子公司的基本情况”之“（四）报告期内转让、注销子公司情况”之“2、子公司智汇时代转让后与发行人交易情况”，此外，公司不存在与上述原关联方发生后续交易的情况。

第八节　财务会计信息与管理层分析

本节财务会计数据和相关的讨论分析反映了公司报告期经审计的财务状况、经营成果和现金流量情况。引用的财务会计数据，非经特别说明，均引自经审计的财务报告。投资者欲更详细地了解公司财务状况、经营成果和现金流量情况，请阅读本招股说明书所附财务报告和审计报告全文，以获取全部的财务资料。

一、盈利能力或财务状况的主要影响因素分析

（一）盈利能力主要影响因素

1、产品及市场环境特点的影响因素

公司主营移动智能终端保护类配件的研发、设计、生产与销售，收入主要来源于移动智能终端保护类配件产品。保护类配件的出现与发展，与智能手机、平板电脑等移动智能终端行业的发展密切相关，市场容量与移动智能终端行业景气度亦保持着紧密联系。移动智能终端产品在全球市场的渗透率，技术升级导致的产品迭代速度以及消费者更新换代周期等因素，均会相应影响对公司智能终端保护类产品的需求。

目前，全球范围而言，发展中国家的智能手机渗透率较低，仍有较大增长空间。另外，随着 5G 技术产业和人工智能的快速发展，以智能手机和平板电脑为代表的传统移动智能终端仍将保持较高的更新换代频率，而以智能手表、智能手环等为代表的新型移动智能终端仍在不断涌现和发展变化，上述移动智能终端的行业发展特点，保证了移动智能终端配件行业具备相应的收入增长空间。

2、业务模式的影响因素

公司的销售模式主要包括 ODM/OEM 直销模式和自有品牌销售模式；在生产模式方面，公司 ODM/OEM 业务实行“以销定产”为主的定制化生产模式，自有品牌业务主要根据客户订单及市场预测制定产品需求后组织研发及生产；采购模式方面，公司采购的物料主要包括主件类、注塑类、喷涂类、包装类材料以及部分成品等，公司 ODM/OEM 业务一般实行“以产定购”的采购模式，自有品牌采取设置常备库存的经营模式，一般按照客户订单情况及对市场的预期进行采购。

公司的上游行业为各种材料企业，我国的基础工业门类较为齐全，在基础化

工原料、皮革制品、金属器件等领域均有大量企业提供原材料供应和配套服务，上游市场供应链体系完整，能够保障本行业的正常需求，公司下游主要为知名品牌商、大型智能终端厂商、大型家电连锁卖场、商超和电商企业，主要客户经营规模较大、资信情况良好。

3、行业竞争程度的影响因素

移动智能终端配件行业高度市场化、充分竞争，因此产品质量、品牌建设和营销渠道对收入影响较大。中国制造业从代工生产转向品牌建设已是必然趋势，好的产品设计能给客户良好的第一印象，还可能大大提升产品的溢价。

公司以为国内外知名品牌和手机厂商进行 ODM/OEM 代工起步，积累了成熟的生产技术和丰富的质量控制经验。同时，公司积极推动自有品牌业务，专注于自有品牌产品的研发设计、品牌推广及渠道建设，目前，公司自有的 X-doria 品牌业务发展良好，并且在美国市场逐步建立起亚马逊、百思买、沃尔玛、Target 等大型零售渠道和以 Verizon 为代表的电信运营商渠道。与同行业公司相比，公司具备相应的领先优势。

关于公司盈利能力和财务状况的详细分析详见本节“十一、经营成果分析”和“十二、资产状况分析”。

（二）对发行人具有核心意义、或其变动对业绩变动具有较强预示作用的财务或非财务指标

1、公司的主营业务收入和毛利率对公司具有核心意义，其变动对业绩变动具有较强的预示作用

报告期各期，公司主营业务收入分别为 51,322.99 万元、62,042.01 万元和 77,657.69 万元，2017 年-2019 年主营业务收入的年均复合增长率为 23.01%，在智能手机出货量增速放缓的背景下，公司通过把握下游行业发展特点，加强了与华为、沃尔玛等重点客户的合作，主营业务收入保持较好的增长态势。

主营业务毛利率可用来预示公司产品的竞争力和获利能力。报告期内，公司主营业务毛利率分别为 32.81%、31.23%和 39.13%，公司盈利能力良好，毛利率基本保持稳定并有所提升。

2、业务类型和产品结构调整是影响公司业绩变动主要非财务指标

报告期内，公司根据移动智能终端行业发展趋势，坚持做大 ODM/OEM 业务、做强自有品牌，不断缩减代理业务，上述业务类型的调整会影响公司业绩变动。另外，随着下游智能手机和平板电脑等不同类型、不同品牌的移动智能终端出货量的变化，以及消费习惯和功能性、审美需求的不断演进，公司也紧随市场趋势，通过不断研发和技术创新，并通过设计创新和工艺改进对产品结构进行调整。因此，未来公司能否继续通过技术创新和设计创新，推出符合客户需求的更新换代产品，将影响公司营业收入及经营业绩的持续增长。

二、财务报表

（一）合并资产负债表

单位：元

项目	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
流动资产：			
货币资金	246,639,748.68	137,135,387.65	84,056,421.69
应收票据	-	618,000.00	762,413.49
应收账款	229,685,141.30	234,357,405.92	171,689,971.93
预付款项	11,840,840.36	10,908,640.12	14,141,014.61
其他应收款	9,516,526.65	6,588,177.84	16,743,181.03
存货	68,210,321.99	69,959,879.90	59,964,347.52
其他流动资产	2,328,178.58	12,290,694.48	2,043,378.90
流动资产合计	**568,220,757.56**	**471,858,185.91**	**349,400,729.17**
非流动资产：			
固定资产	47,441,414.16	41,593,334.43	39,609,810.12
在建工程	53,543,129.93	35,772,029.05	13,899,043.64
无形资产	55,296,386.44	55,215,774.48	57,502,044.50
长期待摊费用	3,822,095.18	1,740,010.51	2,403,830.81
递延所得税资产	11,985,204.13	8,712,151.67	9,869,387.97
其他非流动资产	268,752.21	-	-
非流动资产合计	**172,356,982.05**	**143,033,300.14**	**123,284,117.04**
资产总计	**740,577,739.61**	**614,891,486.05**	**472,684,846.21**
流动负债：			
短期借款	-	-	-
应付票据	35,840,393.65	30,142,009.96	13,375,016.79
应付账款	120,602,222.54	127,767,026.93	85,330,457.12
预收款项	3,243,751.31	3,998,789.72	1,682,968.00

项目	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
应付职工薪酬	20,246,864.62	12,349,736.53	7,115,132.51
应交税费	16,627,138.16	9,837,867.06	5,323,084.43
其他应付款	2,853,489.65	2,791,854.79	3,263,257.40
其中:应付利息	53,337.08	44,916.66	-
应付股利	-	-	-
一年内到期的非流动负债	1,718,283.00	1,490,416.72	-
流动负债合计	201,132,142.93	**188,377,701.71**	**116,089,916.25**
非流动负债：			
长期借款	26,603,923.08	19,757,266.29	-
预计负债	3,898,861.39	-	-
递延收益	1,782,900.00	1,983,300.00	2,000,000.00
非流动负债合计	**32,285,684.47**	**21,740,566.29**	**2,000,000.00**
负债合计	**233,417,827.40**	**210,118,268.00**	**118,089,916.25**
所有者权益：			
股本	96,000,000.00	96,000,000.00	96,000,000.00
资本公积	174,958,664.14	174,958,664.14	174,958,664.14
其他综合收益	-2,017,090.81	-2,040,960.02	-1,483,831.21
盈余公积	26,712,737.31	17,775,764.19	12,664,771.60
未分配利润	211,505,601.57	118,079,749.74	72,455,325.43
归属于母公司所有者权益合计	507,159,912.21	404,773,218.05	354,594,929.96
所有者权益合计	**507,159,912.21**	**404,773,218.05**	**354,594,929.96**
负债和所有者权益总计	**740,577,739.61**	**614,891,486.05**	**472,684,846.21**

（二）合并利润表

单位：元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
一、营业收入	**829,342,937.25**	**646,920,378.93**	**541,058,359.66**
减：营业成本	505,074,521.37	442,728,068.01	360,747,179.06
税金及附加	5,839,705.20	2,129,721.50	2,400,629.92
销售费用	86,485,593.45	62,184,519.33	59,974,685.02
管理费用	41,124,397.73	32,351,300.93	31,527,217.27
研发费用	32,121,332.95	29,393,328.01	18,959,511.49
财务费用	-3,322,193.62	-9,231,387.26	8,873,472.20
其中：利息费用	-	-	20,446.45
利息收入	734,162.89	643,441.08	419,891.47
加：其他收益	2,110,529.41	2,112,570.00	1,743,395.00
投资收益（损失以“-”号填列）	3,127,563.28	-	2,285,185.84
信用减值损失（损失以“-”号填列）	-3,772,393.40	-	-

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-8,238,885.26	-18,175,827.94	-18,525,795.45
资产处置收益（损失以“-”号填列）	-	-170,010.95	-241,288.87
二、营业利润（亏损以“-”号填列）	**155,246,394.20**	**71,131,559.52**	**43,837,161.22**
加：营业外收入	148,286.33	534,906.72	1,006,035.94
减：营业外支出	5,397,103.77	969,236.92	837,602.18
三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	**149,997,576.76**	**70,697,229.32**	**44,005,594.98**
减：所得税费用	18,834,751.81	9,401,812.42	4,177,214.47
四、净利润（净亏损以“-”号填列）	**131,162,824.95**	**61,295,416.90**	**39,828,380.51**
归属于母公司股东的净利润	131,162,824.95	61,295,416.90	39,828,380.51
持续经营净利润	131,162,824.95	61,315,879.66	40,464,119.16
终止经营净利润	-	-20,462.76	-635,738.65
五、其他综合收益的税后净额	**23,869.21**	**-557,128.81**	**1,196,889.36**
归属母公司所有者的其他综合收益的税后净额	23,869.21	-557,128.81	1,196,889.36
（一）不能重分类进损益的其他综合收益	-	-	-
（二）将重分类进损益的其他综合收益	23,869.21	-557,128.81	1,196,889.36
1.外币财务报表折算差额	23,869.21	-557,128.81	1,196,889.36
六、综合收益总额	**131,186,694.16**	**60,738,288.09**	**41,025,269.87**
归属于母公司所有者的综合收益总额	131,186,694.16	60,738,288.09	41,025,269.87
七、每股收益：			
（一）基本每股收益（元/股）	1.37	0.64	0.41
（二）稀释每股收益（元/股）	1.37	0.64	0.41

（三）合并现金流量表

单位：元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
一、经营活动产生的现金流量：			
销售商品、提供劳务收到的现金	866,842,749.40	615,948,187.82	493,159,102.40
收到的税费返还	21,285,637.87	21,986,647.96	29,595,213.80
收到其他与经营活动有关的现金	3,562,803.72	4,071,881.86	5,774,539.61
经营活动现金流入小计	**891,691,190.99**	**642,006,717.64**	**528,528,855.81**
购买商品、接受劳务支付的现金	470,060,041.90	372,385,009.45	297,630,808.61
支付给职工以及为职工支付的现金	144,983,246.60	112,068,759.12	100,650,939.38
支付的各项税费	39,978,575.83	23,549,282.37	31,645,440.46
支付其他与经营活动有关的现金	73,696,847.23	65,229,687.52	53,394,468.70
经营活动现金流出小计	**728,718,711.55**	**573,232,738.46**	**483,321,657.15**
经营活动产生的现金流量净额	**162,972,479.44**	**68,773,979.18**	**45,207,198.66**
二、投资活动产生的现金流量：			
取得投资收益收到的现金	3,127,563.28	20,895.55	69,506.08

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	-	2,626,500.00	392,200.00
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	1,301,235.02
收到其他与投资活动有关的现金	1,146,000,000.00	14,000,000.00	37,000,000.00
投资活动现金流入小计	**1,149,127,563.28**	**16,647,395.55**	**38,762,941.10**
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	34,925,308.56	35,538,934.23	9,706,505.92
支付其他与投资活动有关的现金	1,146,000,000.00	14,000,000.00	35,000,000.00
投资活动现金流出小计	**1,180,925,308.56**	**49,538,934.23**	**44,706,505.92**
投资活动产生的现金流量净额	**-31,797,745.28**	**-32,891,538.68**	**-5,943,564.82**
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金	-	-	-
取得借款收到的现金	7,074,523.07	25,000,000.00	-
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	800,000.00
筹资活动现金流入小计	**7,074,523.07**	**25,000,000.00**	**800,000.00**
偿还债务支付的现金	-	3,752,316.99	820,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	30,111,904.73	11,694,350.02	30,020,446.45
筹资活动现金流出小计	**30,111,904.73**	**15,446,667.01**	**30,840,446.45**
筹资活动产生的现金流量净额	**-23,037,381.66**	**9,553,332.99**	**-30,040,446.45**
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	**490,435.25**	**786,388.49**	**-1,834,343.52**
五、现金及现金等价物净增加额	**108,627,787.75**	**46,222,161.98**	**7,388,843.87**
加：期初现金及现金等价物余额	130,278,583.67	84,056,421.69	76,667,577.82
六、期末现金及现金等价物余额	**238,906,371.42**	**130,278,583.67**	**84,056,421.69**

（四）母公司资产负债表

单位：元

项目	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
流动资产：			
货币资金	221,684,380.56	88,339,500.67	53,910,292.53
应收票据	-	-	319,592.39
应收账款	196,648,493.54	276,201,478.88	213,868,773.57
预付款项	7,442,708.98	6,734,258.23	5,497,893.92
其他应收款	3,034,656.51	1,643,146.67	13,473,746.02
存货	722,748.28	1,772,820.41	2,602,318.10
其他流动资产	1,145,885.78	8,821,097.80	1,075,623.08
流动资产合计	**430,678,873.65**	**383,512,302.66**	**290,748,239.61**
非流动资产：			
长期股权投资	25,780,772.36	25,780,772.36	25,780,772.36
固定资产	8,373,499.36	4,838,668.21	3,289,187.35

项目	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
在建工程	53,543,129.93	35,772,029.05	13,899,043.64
无形资产	54,602,428.91	54,717,915.03	56,919,977.62
长期待摊费用	189,127.87	214,053.04	844,831.12
递延所得税资产	2,792,161.98	2,396,730.51	1,320,355.97
其他非流动资产	-	-	-
非流动资产合计	**145,281,120.41**	**123,720,168.20**	**102,054,168.06**
资产总计	**575,959,994.06**	**507,232,470.86**	**392,802,407.67**
流动负债：			
应付票据	35,840,393.65	30,142,009.96	12,375,016.79
应付账款	19,089,355.52	28,705,286.28	5,938,744.54
预收款项	2,428,908.31	3,540,300.57	588,134.71
应付职工薪酬	8,510,330.53	3,032,815.00	1,123,000.00
应交税费	8,358,840.34	9,350,974.13	1,909,606.95
其他应付款	1,517,272.42	1,073,795.93	1,261,524.60
其中：应付利息	53,337.08	44,916.66	-
应付股利	-	-	-
一年内到期的非流动负债	1,718,283.00	1,490,416.72	-
流动负债合计	**77,463,383.77**	**77,335,598.59**	**23,196,027.59**
非流动负债：			
长期借款	26,603,923.08	19,757,266.29	-
预计负债	1,383,750.00	-	-
递延收益	1,782,900.00	1,983,300.00	2,000,000.00
非流动负债合计	**29,770,573.08**	**21,740,566.29**	**2,000,000.00**
负债合计	**107,233,956.85**	**99,076,164.88**	**25,196,027.59**
所有者权益：			
股本	96,000,000.00	96,000,000.00	96,000,000.00
资本公积	174,958,664.14	174,958,664.14	174,958,664.14
盈余公积	26,712,737.31	17,775,764.19	12,664,771.60
未分配利润	171,054,635.76	119,421,877.65	83,982,944.34
所有者权益合计	**468,726,037.21**	**408,156,305.98**	**367,606,380.08**
负债和所有者权益总计	**575,959,994.06**	**507,232,470.86**	**392,802,407.67**

（五）母公司利润表

单位：元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
一、营业收入	**597,321,295.10**	**482,591,892.96**	**372,431,795.57**
减：营业成本	432,266,293.21	374,697,729.77	289,779,880.26
税金及附加	3,712,061.42	562,209.60	412,891.07

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售费用	12,819,021.67	11,954,521.25	9,251,212.57
管理费用	25,295,079.37	16,900,381.94	15,956,633.29
研发费用	24,027,614.08	16,460,420.81	11,242,759.47
财务费用	-1,957,665.15	-4,020,973.04	3,942,129.67
其中：利息费用	-	-	-
利息收入	648,923.54	384,723.62	272,429.60
加：其他收益	1,813,529.41	1,415,670.00	758,895.00
投资收益（损失以“-”号填列）	2,357,539.99	-1,899,154.65	-
信用减值损失（损失以“-”号填列）	-1,132,527.07	-	-
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-119,932.76	-7,240,074.56	-6,587,627.29
资产处置收益（损失以“-”号填列）	-	-	-1,166.16
其他收益			
二、营业利润（亏损以“-”号填列）	**104,077,500.07**	**58,314,043.42**	**36,016,390.79**
加：营业外收入	43,000.05	233,173.19	674,561.85
减：营业外支出	1,726,760.13	300,067.00	88,635.03
三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	**102,393,739.99**	**58,247,149.61**	**36,602,317.61**
减：所得税费用	13,024,008.76	7,137,223.71	4,782,142.92
四、净利润（净亏损以“-”号填列）	**89,369,731.23**	**51,109,925.90**	**31,820,174.69**
五、其他综合收益的税后净额	-	-	-
六、综合收益总额	**89,369,731.23**	**51,109,925.90**	**31,820,174.69**
七、每股收益			
（一）基本每股收益	-	-	-
（二）稀释每股收益	-	-	-

（六）母公司现金流量表

单位：元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
一、经营活动产生的现金流量：			
销售商品、提供劳务收到的现金	731,088,065.35	458,670,727.30	348,448,410.74
收到的税费返还	13,154,043.70	16,807,811.13	26,145,966.90
收到其他与经营活动有关的现金	2,353,812.95	2,579,413.39	2,071,818.52
经营活动现金流入小计	**746,595,922.00**	**478,057,951.82**	**376,666,196.16**
购买商品、接受劳务支付的现金	495,253,398.02	386,591,558.77	286,539,224.24
支付给职工以及为职工支付的现金	22,212,462.21	16,280,724.47	14,942,406.22
支付的各项税费	18,537,589.64	6,711,677.12	7,498,285.86

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
支付其他与经营活动有关的现金	37,243,340.07	24,595,155.20	22,898,791.77
经营活动现金流出小计	**573,246,789.94**	**434,179,115.56**	**331,878,708.09**
经营活动产生的现金流量净额	**173,349,132.06**	**43,878,836.26**	**44,787,488.07**
二、投资活动产生的现金流量：			
取得投资收益收到的现金	2,357,539.99	20,895.55	69,506.08
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	-	-	2,000.00
收到其他与投资活动有关的现金	804,000,000.00	14,000,000.00	35,000,000.00
投资活动现金流入小计	**806,357,539.99**	**14,020,895.55**	**35,071,506.08**
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	20,527,361.46	25,828,089.81	8,361,387.61
支付其他与投资活动有关的现金	804,000,000.00	14,000,000.00	35,000,000.00
投资活动现金流出小计	**824,527,361.46**	**39,828,089.81**	**43,361,387.61**
投资活动产生的现金流量净额	**-18,169,821.47**	**-25,807,194.26**	**-8,289,881.53**
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金	-	-	-
取得借款收到的现金	7,074,523.07	25,000,000.00	-
筹资活动现金流入小计	7,074,523.07	25,000,000.00	-
偿还债务支付的现金	-	3,752,316.99	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	30,111,904.73	11,694,350.02	30,000,000.00
筹资活动现金流出小计	**30,111,904.73**	**15,446,667.01**	**30,000,000.00**
筹资活动产生的现金流量净额	**-23,037,381.66**	**9,553,332.99**	**-30,000,000.00**
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	**326,377.68**	**-52,570.83**	**-1,434,697.23**
五、现金及现金等价物净增加额	**132,468,306.61**	**27,572,404.16**	**5,062,909.31**
加：期初现金及现金等价物余额	81,482,696.69	53,910,292.53	48,847,383.22
六、期末现金及现金等价物余额	**213,951,003.30**	**81,482,696.69**	**53,910,292.53**

三、审计意见

大信会计师事务所对公司 2017 年 12 月 31 日、2018 年 12 月 31 日和 2019 年 12 月 31 日的母公司及合并资产负债表，2017 年度、2018 年度和 2019 年度的母公司及合并利润表、母公司及合并现金流量表、母公司及合并股东权益变动表进行了审计，并出具了标准无保留意见的“大信审字[2020]第 5-00006 号”的《审计报告》。

四、财务报表的编制基础、遵循企业会计准则的声明、合并财务报表范围及变化情况

（一）财务报表的编制基础

公司财务报表以持续经营为基础，根据实际发生的交易和事项，按照财政部颁布的《企业会计准则-基本准则》和具体会计准则等规定（以下合称“企业会计准则”），并基于以下所述重要会计政策、会计估计进行编制。

（二）持续经营

自报告期末起 12 个月内，公司的持续经营能力不存在任何疑虑。

（三）遵循企业会计准则的声明

公司编制的财务报表符合《企业会计准则》的要求，真实、完整地反映了本公司 2019 年 12 月 31 日、2018 年 12 月 31 日、2017 年 12 月 31 日的财务状况以及 2019 年度、2018 年度、2017 年度的经营成果和现金流量等相关信息。

（四）合并财务报表范围及变化情况

1、合并财务报表范围

报告期内，公司合并报表范围基本情况如下表：

子公司	是否纳入合并报表范围		
	2019 年度	2018 年度	2017 年度
深圳市中创卓越科技有限公司	是	是	是
东莞市杰之洋塑胶实业有限公司	是	是	是
Doria International Inc	是	是	是
深圳市中创思锐电子商务有限公司	是	是	是
东莞市杰鸿塑胶科技有限公司	否	是	是
北京杰幂数据技术有限公司	否	是	是
Doria International Limited	否	是	是
深圳市中创智汇时代科技有限公司	否	否	是

2、报告期内合并报表范围变更情况

（1）单次处置对子公司投资即丧失控制权的情形

子公司名称	股权处置比例（%）	股权处置方式	丧失控制权的时点	丧失控制权时点的确定依据
深圳市中创智汇时代科技有限公司	100.00	转让	2017 年 2 月	收到转让款

（2）通过清算等方式处置的子公司

①北京杰幂数据技术有限公司成立于 2016 年 5 月 24 日，注册资本为人民币 200 万元，于 2018 年 12 月 13 日注销；

②东莞市杰鸿塑胶科技有限公司成立于 2015 年 3 月 26 日，注册资本为人民币 100 万元，于 2018 年 3 月 26 日注销；

③Doria International Limited 成立于 2012 年 1 月 12 日，注册资本为港币 38.751 万元，于 2018 年 6 月 1 日注销。

五、报告期采用的主要会计政策和会计估计

（一）会计期间

公司会计年度为公历年度，即每年 1 月 1 日起至 12 月 31 日止。

（二）营业周期

公司以一年 12 个月作为正常营业周期，并以营业周期作为资产和负债的流动性划分标准。

（三）记账本位币

公司以人民币为记账本位币。

（四）收入

1、销售商品收入确认和计量原则

企业已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；企业既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制；收入的金额能够可靠地计量；相关的经济利益很可能流入企业；相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量，确认商品销售收入实现。

公司销售商品分为内销产品和外销产品。（此处内销是指非跨境销售业务）

内销产品以货物发送到客户并签收作为风险、报酬转移的时点，FOB 模式的外销产品以货物报关出口，在指定的装运港越过船舷起作为风险、报酬转移的时点。

公司各类产品收入确认政策情况如下：

销售模式	分类	收入确认具体政策	款项结算方式
内销	正常购销	货物发送到客户并签收后确认收入。	银行转账或票据
	委托代销	根据双方确认无误的委托代销清单后确认收入。	电汇

销售模式	分类	收入确认具体政策	款项结算方式
外销	FOB 模式	对于 FOB 模式下需要交港装船的外销业务，当货物在指定的装运港交港装船（俗称越过船舷）之后，公司会收到客户方货代公司签收的提单，公司以收到提单的时点确认风险报酬转移。	电汇
		对于以 FOB 作价，交客户指定仓库的，以指定仓库签收作为风险报酬转移时点。	电汇
		对于以 FOB 作价，由客户指定物流到厂自提的，以客户指定的物流签收时点作为风险报酬转移时点。	电汇

公司与同行业可比公司的收入确认政策对比情况如下：

名称	收入确认一般政策	收入确认具体政策
开润股份	公司已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购买方；公司既没有保留与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制；收入的金额能够可靠地计量；相关的经济利益很可能流入企业；相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量时，确认商品销售收入实现。	①公司国内直接销售：公司以客户完成产品验收并签收或取得结算单作为收入确认时点，在取得经客户签收的验收单或销售出库单或结算单后，公司财务部按合同或订单约定价格计量确认收入。 ②公司出口直接销售：采用 FOB 模式交易的客户，公司以产品完成报关出口离岸作为收入确认时点，在取得经海关审验的产品出口报关单和货代公司出具的货运提单后，公司财务部按照合同或订单约定价格计量确认收入；采用 DDP 或 DDU 模式交易的客户，公司以客户提货并签收确认作为收入确认时点，在取得经客户验收并签字确认的签收单后，公司财务部按照合同或订单约定价格计量确认收入。
品胜电子	在已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给买方，既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售商品实施有效控制，收入的金额能够可靠地计量，相关的经济利益很可能流入企业，相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量时，确认商品销售收入的实现。	本公司销售主要分为代销式经销、买断式销售、网络平台销售等模式，其中：对于代销式经销，在发货给对方并取得对方代销清单时作为风险报酬转移时点，于此时确认收入； 对于买断式销售，根据双方签订的合同和订单，本公司发出货品并交付给对方时作为风险报酬转移时点，于此时确认收入； 对于网络平台销售，本公司根据网络订单通过物流发货给客户，对方确认收货后作为风险报酬转移时点，于此时确认收入。
公司	企业已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；企业既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制；收入的金额能够可靠地计量；相关的经济利益很可能流入企业；相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量，确认商品销售收入实现。	①内销产品以货物发送到客户并签收作为风险、报酬转移的时点，内销又分为正常购销和委托代销两种方式，正常购销的收入确认标准为货物发送到客户并签收后确认收入。委托代销的收入确认标准为根据双方确认无误的委托代销清单后确认收入。 ②FOB 模式的外销产品以货物报关出口，在指定的装运港越过船舷起作为风险、报酬转移的时点。 根据客户的不同需求及合同约定的具体交付模式，外销业务主要存在如下几种情况：对于 FOB 模式下需要交港装船的外销业务，当货物在指定的装运港交港装船（俗称越过船舷）之后，公司会收到客户方货代公司签收的提单，公司以收到提单的时点确认风险报酬转移；对于以 FOB 作价，交客户指定仓库的，以指定仓库签收作为风险报酬转移时点；对于以 FOB 作价，由客户指定物流到厂自提的，以客户指定的物流签收时点作为风险报酬转移时点。

公司收入确认政策符合《企业会计准则》的规定，与同行业可比公司收入确认政策不存在重大差异，公司收入确认政策合理。

经核查，保荐机构认为：发行人收入确认政策准确、有针对性，符合发行人实际经营情况和行业经营特点。

2、根据客户的不同需求及合同约定的具体交付模式，外销业务主要存在如

下几种情况

（1）对于 FOB 模式下需要交港装船的外销业务，当货物在指定的装运港交港装船（俗称越过船舷）之后，公司会收到客户方货代公司签收的提单，公司以收到提单的时点确认风险报酬转移；

（2）对于以 FOB 作价，交客户指定仓库的，以指定仓库签收作为风险报酬转移时点；

（3）对于以 FOB 作价，由客户指定物流到厂自提的，以客户指定的物流签收时点作为风险报酬转移时点。

（五）现金及现金等价物的确定标准

公司在编制现金流量表时所确定的现金，是指本公司库存现金以及可以随时用于支付的存款。在编制现金流量表时所确定的现金等价物，是指持有的期限短、流动性强、易于转换为已知金额现金、价值变动风险很小的投资。

（六）外币业务和外币报表折算

1、外币业务折算

公司对发生的外币交易，采用与交易发生日即期汇率折合本位币入账。资产负债表日外币货币性项目按资产负债表日即期汇率折算，因该日的即期汇率与初始确认时或者前一资产负债表日即期汇率不同而产生的汇兑差额，除符合资本化条件的外币专门借款的汇兑差额在资本化期间予以资本化计入相关资产的成本外，均计入当期损益。以历史成本计量的外币非货币性项目，仍采用交易发生日的即期汇率折算，不改变其记账本位币金额。以公允价值计量的外币非货币性项目，采用公允价值确定日的即期汇率折算，折算后的记账本位币金额与原记账本位币金额的差额，作为公允价值变动(含汇率变动)处理，计入当期损益或确认为其他综合收益。

2、外币财务报表的折算

公司的控股子公司、合营企业、联营企业等，若采用与公司不同的记账本位币，需对其外币财务报表折算后，再进行会计核算及合并财务报表的编报。资产负债表中的资产和负债项目，采用资产负债表日的即期汇率折算，所有者权益项

目除“未分配利润”项目外，其他项目采用发生时的即期汇率折算。利润表中的收入和费用项目，采用交易发生日的近似汇率折算。折算产生的外币财务报表折算差额，在资产负债表中所有者权益项目其他综合收益下列示。外币现金流量按照系统合理方法确定的，采用交易发生日的近似汇率折算。汇率变动对现金的影响额，在现金流量表中单独列示。处置境外经营时，与该境外经营有关的外币报表折算差额，全部或按处置该境外经营的比例转入处置当期损益。

（七）企业合并

1、同一控制下的企业合并

同一控制下企业合并形成的长期股权投资合并方以支付现金、转让非现金资产或承担债务方式作为合并对价的，公司在合并日按照所取得的被合并方在最终控制方合并财务报表中的净资产的账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本。合并方以发行权益性工具作为合并对价的，按发行股份的面值总额作为股本。长期股权投资的初始投资成本与合并对价账面价值（或发行股份面值总额）的差额，应当调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。

2、非同一控制下的企业合并

对于非同一控制下的企业合并，合并成本为购买方在购买日为取得对被购买方的控制权而付出的资产、发生或承担的负债以及发行的权益性证券的公允价值之和。非同一控制下企业合并中所取得的被购买方符合确认条件的可辨认资产、负债及或有负债，在购买日以公允价值计量。购买方对合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，体现为商誉价值。购买方对合并成本小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的，经复核后合并成本仍小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，计入当期营业外收入。

（八）合并会计报表编制方法

1、合并财务报表范围

公司将全部子公司（包括公司所控制的单独主体）纳入合并财务报表范围，包括被公司控制的企业、被投资单位中可分割的部分以及结构化主体。

2、统一母子公司的会计政策、统一母子公司的资产负债表日及会计期间

子公司与公司采用的会计政策或会计期间不一致的，在编制合并财务报表时，按照公司的会计政策或会计期间对子公司财务报表进行必要的调整。

3、合并财务报表抵销事项

合并财务报表以母公司和子公司的资产负债表为基础，已抵销了母公司与子公司、子公司相互之间发生的内部交易。子公司所有者权益中不属于母公司的份额，作为少数股东权益，在合并资产负债表中所有者权益项目下以“少数股东权益”项目列示。子公司持有母公司的长期股权投资，视为企业集团的库存股，作为所有者权益的减项，在合并资产负债表中所有者权益项目下以“减：库存股”项目列示。

4、合并取得子公司会计处理

对于同一控制下企业合并取得的子公司，视同该企业合并于自最终控制方开始实时控制时已经发生，从合并当期的期初起将其资产、负债、经营成果和现金流量纳入合并财务报表；对于非同一控制下企业合并取得的子公司，在编制合并财务报表时，以购买日可辨认净资产公允价值为基础对其个别财务报表进行调整。

5、处置子公司的会计处理

在不丧失控制权的情况下部分处置对子公司的长期股权投资，在合并财务报表中，处置价款与处置长期股权投资相对应享有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产份额之间的差额，调整资本公积（资本溢价或股本溢价），资本公积不足冲减的，调整留存收益。

因处置部分股权投资等原因丧失了对被投资方的控制权的，在编制合并财务报表时，对于剩余股权，按照其在丧失控制权日的公允价值进行重新计量。处置股权取得的对价与剩余股权公允价值之和，减去按原持股比例计算应享有原有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产的份额之间的差额，计入丧失控制权当期的投资收益，同时冲减商誉。与原有子公司股权投资相关的其他综合收益等，在丧失控制权时转为当期投资收益。

（九）金融工具（2019 年 1 月 1 日起适用）

1、金融工具的分类及重分类

金融工具，是指形成一方的金融资产并形成其他方的金融负债或权益工具的合同。

（1）金融资产

公司将同时符合下列条件的金融资产分类为以摊余成本计量的金融资产：①公司管理金融资产的业务模式是以收取合同现金流量为目标；②该金融资产的合同条款规定，在特定日期产生的现金流量仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。

公司将同时符合下列条件的金融资产分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产：①公司管理金融资产的业务模式既以收取合同现金流量又以出售该金融资产为目标；②该金融资产的合同条款规定，在特定日期产生的现金流量，仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。

对于非交易性权益工具投资，公司可在初始确认时将其不可撤销地指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产。该指定在单项投资的基础上作出，且相关投资从发行者的角度符合权益工具的定义。

除分类为以摊余成本计量的金融资产和以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产之外的金融资产，公司将其分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。在初始确认时，如果能消除或减少会计错配，公司可以将金融资产不可撤销地指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

公司改变管理金融资产的业务模式时，将对所有受影响的相关金融资产在业务模式发生变更后的首个报告期间的第一天进行重分类，且自重分类日起采用未来适用法进行相关会计处理，不对以前已经确认的利得、损失（包括减值损失或利得）或利息进行追溯调整。

（2）金融负债

金融负债于初始确认时分类为：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债；金融资产转移不符合终止确认条件或继续涉入被转移金融资产所形成的金融负债；以摊余成本计量的金融负债。所有的金融负债不进行重分类。

2、金融工具的计量

公司金融工具初始确认按照公允价值计量。对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产和金融负债，相关交易费用直接计入当期损益；对于其他类别的金融资产或金融负债，相关交易费用计入初始确认金额。因销售产品或提供劳务而产生的、未包含或不考虑重大融资成分的应收账款或应收票据，公司按照预期有权收取的对价金额作为初始确认金额。金融工具的后续计量取决于其分类。

（1）金融资产

①以摊余成本计量的金融资产。初始确认后，对于该类金融资产采用实际利率法以摊余成本计量。以摊余成本计量且不属于任何套期关系的金融资产所产生的利得或损失，在终止确认、重分类、按照实际利率法摊销或确认减值时，计入当期损益。

②以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。初始确认后，对于该类金融资产（除属于套期关系的一部分金融资产外），以公允价值进行后续计量，产生的利得或损失（包括利息和股利收入）计入当期损益。

③以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债务工具投资。初始确认后，对于该类金融资产以公允价值进行后续计量。采用实际利率法计算的利息、减值损失或利得及汇兑损益计入当期损益，其他利得或损失均计入其他综合收益。终止确认时，将之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入当期损益。

（2）金融负债

①以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债。该类金融负债包括交易性金融负债（含属于金融负债的衍生工具）和指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债。初始确认后，对于该类金融负债以公允价值进行后续计量，除与套期会计有关外，交易性金融负债公允价值变动形成的利得或损失

（包括利息费用）计入当期损益。指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债的，由企业自身信用风险变动引起的该金融负债公允价值的变动金额，计入其他综合收益，其他公允价值变动计入当期损益。如果对该金融负债的自身信用风险变动的影响计入其他综合收益会造成或扩大损益中的会计错配的，公司将该金融负债的全部利得或损失计入当期损益。

②以摊余成本计量的金融负债。初始确认后，对此类金融负债采用实际利率法以摊余成本计量。

3、公司对金融工具的公允价值的确认方法

如存在活跃市场的金融工具，以活跃市场中的报价确定其公允价值；如不存在活跃市场的金融工具，采用估值技术确定其公允价值。估值技术主要包括市场法、收益法和成本法。在有限情况下，如果用以确定公允价值的近期信息不足，或者公允价值的可能估计金额分布范围很广，而成本代表了该范围内对公允价值的最佳估计的，该成本可代表其在该分布范围内对公允价值的恰当估计。公司利用初始确认日后可获得的关于被投资方业绩和经营的所有信息，判断成本能否代表公允价值。

4、金融资产和金融负债转移的确认依据和计量方法

（1）金融资产

公司金融资产满足下列条件之一的，予以终止确认：①收取该金融资产现金流量的合同权利终止；②该金融资产已转移，且公司转移了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬；③该金融资产已转移，虽然公司既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有报酬的，但未保留对该金融资产的控制。

公司既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有报酬的，且保留了对该金融资产控制的，按照继续涉入被转移金融资产的程度确认有关金融资产，并相应确认相关负债。

金融资产转移整体满足终止确认条件的，将以下两项金额的差额计入当期损益：①被转移金融资产在终止确认日的账面价值；②因转移金融资产而收到的对价，与原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金

额（涉及转移的金融资产为分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产）之和。

金融资产部分转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和未终止确认部分之间，先按照转移日各自的相对公允价值进行分摊，然后将以下两项金额的差额计入当期损益：①终止确认部分在终止确认日的账面价值；②终止确认部分收到的对价，与原计入其他综合收益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产为分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产）之和。

（2）金融负债

金融负债（或其一部分）的现时义务已经解除的，公司终止确认该金融负债（或该部分金融负债）。

金融负债（或其一部分）终止确认的，公司将其账面价值与支付的对价（包括转出的非现金资产或承担的负债）之间的差额，计入当期损益。

（十）预期信用损失的确定方法及会计处理方法（2019 年 1 月 1 日起适用）

1、预期信用损失的确定方法

公司以预期信用损失为基础，对以摊余成本计量的金融资产（含应收款项）、分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债权投资（含应收款项融资）、租赁应收款、进行减值会计处理并确认损失准备。

（1）较低信用风险的金融工具计量损失准备的方法

对于在资产负债表日具有较低信用风险的金融工具，公司可以不用与其初始确认时的信用风险进行比较，而直接做出该工具的信用风险自初始确认后未显著增加的假定。

如果金融工具的违约风险较低，债务人在短期内履行其合同现金流量义务的能力很强，并且即便较长时期内经济形势和经营环境存在不利变化但未必一定降低借款人履行其合同现金流量义务的能力，该金融工具被视为具有较低的信用风险。

（2）应收款项、租赁应收款计量损失准备的方法

公司对于由《企业会计准则第 14 号—收入》规范的交易形成的应收款项（无论是否含重大融资成分），以及由《企业会计准则第 21 号—租赁》规范的租赁应收款，均采用简化方法，即始终按整个存续期预期信用损失计量损失准备。

根据金融工具的性质，公司以单项金融资产或金融资产组合为基础评估信用风险是否显著增加。除了单项评估信用风险的应收款项外，公司根据信用风险特征将应收票据、应收账款划分为若干组合，在组合基础上计算预期信用损失，确定组合的依据如下：

确定组合的依据	类似信用风险特征（账龄）
应收客户款	本组合为向合并范围内关联方之外的客户销售或提供劳务产生的应收账款。
合并范围内关联方往来	本组合为向合并范围内关联方销售或提供劳务产生的应收账款。

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

对于划分为组合的应收账款，基于所有合理且有依据的信息，对该应收账款坏账准备的预期信用损失率进行估计如下：

账龄	预期信用损失率(%)
0 至 3 个月（含 3 个月）	2
3 至 6 个月	5
6 个月至 1 年	10
1 至 2 年	20
2 至 3 年	30
3 至 4 年	50
4 至 5 年	80
5 年以上	100

如果有客观证据表明某项应收账款已经发生信用减值，则公司对该应收账款单项计提坏账准备并确认预期信用损失。

（3）其他金融资产计量损失准备的方法

对于除上述以外的金融资产，如：债权投资、其他债权投资、其他应收款、除租赁应收款以外的长期应收款等，公司依据其他应收款信用风险自初始确认后是否已经显著增加，采用相当于未来 12 个月内、或整个存续期的预期信用损失的金额计量减值损失。

除了单项评估信用风险的其他应收款外，基于其信用风险特征，将其划分为不同组合：

确定组合的依据	类似信用风险特征（账龄）
合并范围内关联方往来	本组合为日常经常活动中与合并范围内关联方产生的应收款项。
应收其他款项	本组合为日常经常活动中的其他应收款项。
应收退税款	本组合为日常经常活动中应收取的出口退税等应收款项。

对于划分为应收其他款项组合的其他应收账款，基于所有合理且有依据的信息，对该其他应收账款坏账准备的预期信用损失率进行估计如下：

账龄	预期信用损失率(%)
0 至 3 个月（含 3 个月）	2
3 至 6 个月	5
6 个月至 1 年	10
1 至 2 年	20
2 至 3 年	30
3 至 4 年	50
4 至 5 年	80

如果有客观证据表明某项其他应收账款已经发生信用减值，则公司对该其他应收账款单项计提坏账准备并确认预期信用损失。

2、预期信用损失的会计处理方法

为反映金融工具的信用风险自初始确认后的变化，公司在每个资产负债表日重新计量预期信用损失，由此形成的损失准备的增加或转回金额，应当作为减值损失或利得计入当期损益，并根据金融工具的种类，抵减该金融资产在资产负债表中列示的账面价值或计入预计负债（贷款承诺或财务担保合同）或计入其他综合收益（以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债权投资）。

（十一）金融工具（2019 年 1 月 1 日之前适用）

1、金融工具的分类及确认

金融资产于初始确认时分类为：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、持有至到期投资、应收款项、可供出售金融资产。除应收款项以外的金融资产的分类取决于公司对金融资产的持有意图和持有能力等。金融负债于初始确认时分类为：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债以及其他金融负债。

2、金融工具的计量

公司金融工具初始确认按公允价值计量。后续计量分类为：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、可供出售金融资产及以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债按公允价值计量；持有到期投资、贷款和应收款项以及其他金融负债按摊余成本计量；在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，以及与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产或者衍生金融负债，按照成本计量。公司金融资产或金融负债后续计量中公允价值变动形成的利得或损失，除与套期保值有关外，按照如下方法处理：①以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债公允价值变动形成的利得或损失，计入公允价值变动损益。②可供出售金融资产的公允价值变动计入其他综合收益。

3、金融资产减值

以摊余成本计量的金融资产发生减值时，按预计未来现金流量(不包括尚未发生的未来信用损失)现值低于账面价值的差额，计提减值准备。如果有客观证据表明该金融资产价值已恢复，且客观上与确认该损失后发生的事项有关，原确认的减值损失予以转回，计入当期损益。

当有客观证据表明可供出售金融资产发生减值时，原直接计入股东权益的因公允价值下降形成的累计损失予以转出并计入减值损失。对已确认减值损失的可供出售债务工具投资，在期后公允价值上升且客观上与确认原减值损失后发生的事项有关的，原确认的减值损失予以转回并计入当期损益。对已确认减值损失的可供出售权益工具投资，期后公允价值上升直接计入股东权益。

对于权益工具投资，公司判断其公允价值发生“严重”或“非暂时性”下跌的具体量化标准、成本的计算方法、期末公允价值的确定方法，以及持续下跌期间的确定依据为：

公允价值发生“严重”下跌的具体量化标准	期末公允价值相对于成本的下跌幅度已达到或超过 50%。
公允价值发生“非暂时性”下跌的具体量化标准	连续 12 个月出现下跌。
成本的计算方法	取得时按支付对价（扣除已宣告但尚未发放的现金股利或已到付息期但尚未领取的债券利息）和相关交易费用之和作为投资成本。
期末公允价值的确定方法	存在活跃市场的金融工具，以活跃市场中的报价确定其公允价值；如不存在活跃市场的金融工具，采用估值技术确定其公允价值。
持续下跌期间的确定依据	连续下跌或在下跌趋势持续期间反弹上扬幅度低于 20%，反弹持续时间未超过 6 个月的均作为持续下跌期间。

4、应收账款

公司应收款项主要包括应收账款、长期应收款和其他应收款。在资产负债表日有客观证据表明其发生了减值的，公司根据其账面价值与预计未来现金流量现值之间差额确认减值损失。

（1）单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项

单项金额重大的判断依据或金额标准	单个客户或单个债务人应收账款账面余额超过 200 万元以上的款项，单个客户或单个债务人其他应收款账面余额超过 100 万元以上的款项。
单项金额重大并单项计提坏账准备的计提方法	按应收款项个别认定及账龄分析法相结合，根据其账面价值与预计未来现金流量现值之间差额确认。

（2）按组合计提坏账准备的应收款项

确定组合的依据	
采用账龄分析法计提坏账准备的组合	应收款项账龄
采用不计提坏账准备的组合	收回风险较小的员工备用金及借款、出口退税款、预付中介机构服务费、纳入合并范围的应收关联方款项等
按组合计提坏账准备的计提方法	
采用账龄分析法计提坏账准备的组合	账龄分析法
采用不计提坏账准备的组合	不计提坏账准备

组合中，采用账龄分析法计提坏账准备：

账龄	应收账款计提比例(%)	其他应收款计提比例(%)
0-3 个月以内（含 3 个月，以下同）	2.00	2.00
3-6 个月	5.00	5.00
6 个月-1 年	10.00	10.00
1-2 年	20.00	20.00
2-3 年	30.00	30.00

账龄	应收账款计提比例(%)	其他应收款计提比例(%)
3-4 年	50.00	50.00
4-5 年	80.00	80.00
5 年以上	100.00	100.00

（3）单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收账款

单项计提坏账准备的理由	对个别应收款项可收回性作出具体评估后，经确认款项不能收回
坏账准备的计提方法	按应收款项个别认定法，根据其账面价值与预计未来现金流量现值之间差额确认

（十二）存货

1、存货的分类

存货是指公司在日常活动中持有以备出售的产成品或商品、处在生产过程中的在产品、在生产过程或提供劳务过程中耗用的材料和物料等。主要包括原材料、委托加工材料、低值易耗品、在产品、自制半成品、产成品（库存商品）、委托代销商品等。

2、发出存货的计价方法

存货发出时，采取加权平均法确定其发出的实际成本。

3、存货跌价准备的计提方法

资产负债表日，存货按照成本与可变现净值孰低计量，并按单个存货项目计提存货跌价准备，但对于数量繁多、单价较低的存货，按照存货类别计提存货跌价准备。

4、存货的盘存制度

公司的存货盘存制度为永续盘存制。

5、低值易耗品和包装物的摊销方法

低值易耗品和包装物采用一次转销法摊销。

（十三）成本核算方法

公司采用实际成本法核算生产成本。以批次（工单）为对象对各工单产品的成本进行归集分配，根据逐步结转分步法核算产品成本。工单按照生产工艺流程

进行区分，一般顺序为注塑→喷涂→皮具→包装，每道生产工艺流程的工单均独立进行成本归集与核算。

1、成本归集原则

公司的生产成本包括直接材料、直接人工和制造费用。直接材料根据实际领用的原材料成本按工单进行归集，原材料的发出领用按加权平均法计价；直接人工按照生产人员当月实际发生的薪酬归集；制造费用以当月实际发生的费用按类别归集。不同批次产品的直接人工和制造费用按各车间各工单实际投入工时为基准分摊。

2、成本在完工产品和在产品之间的分配

各工单均以工单材料的投入占比确定约当产量，按照约当产量法分配工单中完工产品成本与在产品成本。

3、主营业务成本的结转

产成品入库后，公司按照加权平均法计算产品出库成本，在所销售产品确认收入时结转该产品的销售成本。

（十四）长期股权投资

1、初始投资成本确定

对于企业合并取得的长期股权投资，如为同一控制下的企业合并，应当在合并日按照所取得的被合并方在最终控制方合并财务报表中的净资产的账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本；非同一控制下的企业合并按照购买日确定的企业合并成本作为长期股权投资的初始投资成本；以支付现金取得的长期股权投资，初始投资成本为实际支付的购买价款；以发行权益性证券取得的长期股权投资，初始投资成本为发行权益性证券的公允价值；通过债务重组取得的长期股权投资，其初始投资成本应当按照《企业会计准则第 12 号——债务重组》的有关规定确定；非货币性资产交换取得的长期股权投资，初始投资成本应当按照《企业会计准则第 7 号——非货币性资产交换》的有关规定确定。

2、后续计量及损益确认方法

投资方能够对被投资单位实施控制的长期股权投资应当采用成本法核算，对联营企业和合营企业的长期股权投资采用权益法核算。投资方对联营企业的权益性投资，其中一部分通过风险投资机构、共同基金、信托公司或包括投连险基金在内的类似主体间接持有的，无论以上主体是否对这部分投资具有重大影响，投资方都应当按照《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》的有关规定，对间接持有的该部分投资选择以公允价值计量且其变动计入损益，并对其余部分采用权益法核算。

3、确定对被投资单位具有共同控制、重大影响的依据

对被投资单位具有共同控制，是指对某项安排的回报产生重大影响的活动必须经过分享控制权的参与方一致同意后才能决策，包括商品或劳务的销售和购买、金融资产的管理、资产的购买和处置、研究与开发活动以及融资活动等；对被投资单位具有重大影响，是指当持有被投资单位 20%以上至 50%的表决权资本时，具有重大影响。或虽不足 20%，但符合下列条件之一时，具有重大影响：在被投资单位的董事会或类似的权力机构中派有代表；参与被投资单位的政策制定过程；向被投资单位派出管理人员；被投资单位依赖投资公司的技术或技术资料；与被投资单位之间发生重要交易。

（十五）固定资产

1、固定资产确认条件

固定资产指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的，使用寿命超过一个会计年度的有形资产。同时满足以下条件时予以确认：与该固定资产有关的经济利益很可能流入企业；该固定资产的成本能够可靠地计量。

2、固定资产分类折旧方法

公司固定资产主要分为：机器设备、电子设备、运输设备等；折旧方法采用年限平均法。根据各类固定资产的性质和使用情况，确定固定资产的使用寿命和预计净残值。并在年度终了，对固定资产的使用寿命、预计净残值和折旧方法进行复核，如与原先估计数存在差异的，进行相应的调整。除已提足折旧仍继续使用的固定资产和单独计价入账的土地之外，公司对所有固定资产计提折旧。

类别	折旧方法	预计使用寿命（年）	预计净残值率（%）	年折旧率（%）

类别	折旧方法	预计使用寿命（年）	预计净残值率（%）	年折旧率（%）
机器设备	年限平均法	5-10	3	9.7-19.4
电子设备	年限平均法	3-5	3-5	19.0-32.3
运输设备	年限平均法	5	3	19.4

3、融资租入固定资产的认定依据、计价方法

融资租入固定资产为实质上转移了与资产所有权有关的全部风险和报酬的租赁。融资租入固定资产初始计价为租赁期开始日租赁资产公允价值与最低租赁付款额现值较低者作为入账价值；融资租入固定资产后续计价采用与自有固定资产相一致的折旧政策计提折旧及减值准备。

（十六）在建工程

公司在建工程分为自营方式建造和出包方式建造两种。在建工程在工程完工达到预定可使用状态时，结转固定资产。预定可使用状态的判断标准，应符合下列情况之一：固定资产的实体建造（包括安装）工作已经全部完成或实质上已经全部完成；已经试生产或试运行，并且其结果表明资产能够正常运行或能够稳定地生产出合格产品，或者试运行结果表明其能够正常运转或营业；该项建造的固定资产上的支出金额很少或者几乎不再发生；所购建的固定资产已经达到设计或合同要求，或与设计或合同要求基本相符。

（十七）借款费用

1、借款费用资本化的确认原则

公司发生的借款费用，可直接归属于符合资本化条件的资产的购建或者生产的，予以资本化，计入相关资产成本；其他借款费用，在发生时根据其发生额确认为费用，计入当期损益。符合资本化条件的资产，是指需要经过相当长时间的购建或者生产活动才能达到预定可使用或者可销售状态的固定资产、投资性房地产和存货等资产。

2、资本化金额计算方法

资本化期间，是指从借款费用开始资本化时点到停止资本化时点的期间。借款费用暂停资本化的期间不包括在内。在购建或生产过程中发生非正常中断、且中断时间连续超过 3 个月的，应当暂停借款费用的资本化。

借入专门借款，按照专门借款当期实际发生的利息费用，减去将尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或进行暂时性投资取得的投资收益后的金额确定；占用一般借款按照累计资产支出超过专门借款部分的资产支出加权平均数乘以所占用一般借款的资本化率计算确定，资本化率为一般借款的加权平均利率；借款存在折价或溢价的，按照实际利率法确定每一会计期间应摊销的折价或溢价金额，调整每期利息金额。

实际利率法是根据借款实际利率计算其摊余折价或溢价或利息费用的方法。其中实际利率是借款在预期存续期间的未来现金流量，折现为该借款当前账面价值所使用的利率。

（十八）研究与开发

公司研发支出按照研发项目进行归集，归集范围包括公司研发中心在产品、技术、材料、工艺、标准的研究和开发过程中发生的各项费用，根据各项支出的性质以及研发活动最终形成无形资产是否具有较大不确定性，分为研究阶段支出和开发阶段支出。研究阶段的支出，于发生时计入当期损益；开发阶段的支出，同时满足下列条件的，确认为无形资产：

1、完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；

2、具有完成该无形资产并使用或出售的意图；

3、无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品；

4、有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；

5、归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠计量。

不满足上述条件的开发阶段的支出，于发生时计入当期损益。前期已计入损益的开发支出在以后期间不再确认为资产。已资本化的开发阶段的支出在资产负债表上列示为开发支出，自该项目达到预定可使用状态之日起转为无形资产列报。

公司研发支出不满足上述资本化条件，于发生时全部计入当期损益。

（十九）无形资产

1、无形资产的计价方法

公司无形资产按照成本进行初始计量。购入的无形资产，按实际支付的价款和相关支出作为实际成本。投资者投入的无形资产，按投资合同或协议约定的价值确定实际成本，但合同或协议约定价值不公允的，按公允价值确定实际成本。自行开发的无形资产，其成本为达到预定用途前所发生的支出总额。

公司无形资产后续计量方法分别为：使用寿命有限无形资产采用直线法摊销，并在年度终了，对无形资产的使用寿命和摊销方法进行复核，如与原先估计数存在差异的，进行相应的调整；使用寿命不确定的无形资产不摊销，但在年度终了，对使用寿命进行复核，当有确凿证据表明其使用寿命是有限的，则估计其使用寿命，按直线法进行摊销。

使用寿命有限的无形资产摊销方法如下：

资产类别	使用寿命	摊销方法
土地使用权	30 年	直线法
著作权	5 年	直线法
计算机软件	5 年	直线法

2、使用寿命不确定的判断依据

公司将无法预见该资产为公司带来经济利益的期限，或使用期限不确定等无形资产确定为使用寿命不确定的无形资产。使用寿命不确定的判断依据为：来源于合同性权利或其他法定权利，但合同规定或法律规定无明确使用年限；综合同行业情况或相关专家论证等，仍无法判断无形资产为公司带来经济利益的期限。

每年年末，对使用寿命不确定无形资产使用寿命进行复核，主要采取自下而上的方式，由无形资产使用相关部门进行基础复核，评价使用寿命不确定判断依据是否存在变化等。

3、内部研究开发项目的研究阶段和开发阶段具体标准，以及开发阶段支出符合资本化条件的具体标准

内部研究开发项目研究阶段的支出，于发生时计入当期损益；开发阶段的支出，满足确认为无形资产条件的转入无形资产核算。

（二十）长期资产减值

长期股权投资、采用成本模式计量的投资性房地产、固定资产、在建工程、采用成本模式计量的生产性生物资产、油气资产、无形资产、商誉等长期资产于资产负债表日存在减值迹象的，进行减值测试。减值测试结果表明资产的可收回金额低于其账面价值的，按其差额计提减值准备并计入减值损失。

可收回金额为资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间的较高者。资产减值准备按单项资产为基础计算并确认，如果难以对单项资产的可收回金额进行估计的，以该资产所属的资产组确定资产组的可收回金额。资产组是能够独立产生现金流入的最小资产组合。

在财务报表中单独列示的商誉，无论是否存在减值迹象，至少每年进行减值测试。减值测试时，商誉的账面价值分摊至预期从企业合并的协同效应中受益的资产组或资产组组合。测试结果表明包含分摊的商誉的资产组或资产组组合的可收回金额低于其账面价值的，确认相应的减值损失。减值损失金额先抵减分摊至该资产组或资产组组合的商誉的账面价值，再根据资产组或资产组组合中除商誉以外的其他各项资产的账面价值所占比重，按比例抵减其他各项资产的账面价值。

上述资产减值损失一经确认，以后期间不予转回价值得以恢复的部分。

（二十一）长期待摊费用

公司长期待摊费用是指已经支出，但受益期限在一年以上（不含一年）的各项费用。长期待摊费用按费用项目的受益期限分期摊销。若长期待摊的费用项目不能使以后会计期间受益，则将尚未摊销的该项目的摊余价值全部转入当期损益。

（二十二）职工薪酬

职工薪酬，是指企业为获得职工提供的服务或解除劳动关系而给予的各种形式的报酬或补偿。职工薪酬主要包括短期薪酬、离职后福利、辞退福利和其他长期职工福利。

1、短期薪酬

在职工为公司提供服务的会计期间，将实际发生的短期薪酬确认为负债，并计入当期损益，其他会计准则要求或允许计入资产成本的除外。公司发生的职工福利费，在实际发生时根据实际发生额计入当期损益或相关资产成本。职工福利费为非货币性福利的，按照公允价值计量。企业为职工缴纳的医疗保险费、工伤保险费、生育保险费等社会保险费和住房公积金，以及按规定提取的工会经费和职工教育经费，在职工提供服务的会计期间，根据规定的计提基础和计提比例计算确定相应的职工薪酬金额，并确认相应负债，计入当期损益或相关资产成本。

2、离职后福利

公司在职工提供服务的会计期间，根据设定提存计划计算的应缴存金额确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。根据预期累计福利单位法确定的公式将设定受益计划产生的福利义务归属于职工提供服务的期间，并计入当期损益或相关资产成本。

3、辞退福利

公司向职工提供辞退福利时，在下列两者孰早日确认辞退福利产生的职工薪酬负债，并计入当期损益：公司不能单方面撤回因解除劳动关系计划或裁减建议所提供的辞退福利时；公司确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本或费用时。

4、其他长期职工福利

公司向职工提供的其他长期职工福利，符合设定提存计划条件的，应当按照有关设定提存计划的规定进行处理；除此外，根据设定受益计划的有关规定，确认和计量其他长期职工福利净负债或净资产。

（二十三）预计负债

当与或有事项相关的义务是公司承担的现时义务，且履行该义务很可能导致经济利益流出，同时其金额能够可靠地计量时确认该义务为预计负债。公司按照履行相关现时义务所需支出的最佳估计数进行初始计量，如所需支出存在一个连续范围，且该范围内各种结果发生的可能性相同，最佳估计数按照该范围内的中间值确定；如涉及多个项目，按照各种可能结果及相关概率计算确定最佳估计数。

资产负债表日应当对预计负债账面价值进行复核，有确凿证据表明该账面价值不能真实反映当前最佳估计数，应当按照当前最佳估计数对该账面价值进行调整。

（二十四）股份支付

本公司股份支付包括以权益结算的股份支付和以现金结算的股份支付。以权益结算的股份支付换取职工提供服务的，以授予职工权益工具的公允价值计量。存在活跃市场的，按照活跃市场中的报价确定；不存在活跃市场的，采用估值技术确定，包括参考熟悉情况并自愿交易的各方最近进行的市场交易中使用的价格、参照实质上相同的其他金融工具的当前公允价值、现金流量折现法和期权定价模型等。

在各个资产负债表日，根据最新取得的可行权人数变动、业绩指标完成情况等后续信息，修正预计可行权的股票期权数量，并以此为依据确认各期应分摊的费用。对于跨越多个会计期间的期权费用，一般可以按照该期权在某会计期间内等待期长度占整个等待期长度的比例进行分摊。

（二十五）政府补助

1、政府补助的类型及会计处理

政府补助是指公司从政府无偿取得的货币性资产或非货币性资产（但不包括政府作为所有者投入的资本）。政府补助为货币性资产的，应当按照收到或应收的金额计量。政府补助为非货币性资产的，应当按照公允价值计量；公允价值不能可靠取得的，按照名义金额计量。与日常活动相关的政府补助，按照经济业务实质，计入其他收益。与日常活动无关的政府补助，计入营业外收支。

政府文件明确规定用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助，确认为与资产相关的政府补助。政府文件未明确规定补助对象的，与资产相关的政府补助确认为递延收益。确认为递延收益的金额，在相关资产使用寿命内按照合理、系统的方法分期计入当期损益。

除与资产相关的政府补助之外的政府补助，确认为与收益相关的政府补助。与收益相关的政府补助用于补偿企业以后期间的相关费用或损失的，确认为递延收益，并在确认相关费用的期间，计入当期损益；用于补偿企业已发生的相

关费用或损失的，直接计入当期损益。

2、政府补助确认时点

政府补助在满足政府补助所附条件并能够收到时确认。按照应收金额计量的政府补助，在期末有确凿证据表明能够符合财政扶持政策规定的相关条件且预计能够收到财政扶持资金时予以确认。除按照应收金额计量的政府补助外的其他政府补助，在实际收到补助款项时予以确认。

（二十六）递延所得税资产和递延所得税负债

根据资产、负债的账面价值与其计税基础之间的差额（未作为资产和负债确认的项目按照税法规定可以确定其计税基础的，确定该计税基础为其差额），按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计算确认递延所得税资产或递延所得税负债。

递延所得税资产的确认以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限。资产负债表日，有确凿证据表明未来期间很可能获得足够的应纳税所得额用来抵扣可抵扣暂时性差异的，确认以前会计期间未确认的递延所得税资产。如未来期间很可能无法获得足够的应纳税所得额用以抵扣递延所得税资产的，则减记递延所得税资产的账面价值。

对于子公司及联营企业投资相关的应纳税暂时性差异，确认递延所得税负债，除非公司能够控制暂时性差异转回的时间且该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回。对与子公司及联营企业投资相关的可抵扣暂时性差异，当该暂时性差异在可预见的未来很可能转回且未来很可能获得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额时，确认递延所得税资产。

（二十七）租赁

经营租赁的会计处理方法：经营租赁的租金支出在租赁期内按照直线法计入相关资产成本或当期损益。

融资租赁的会计处理方法：以租赁资产的公允价值与最低租赁付款额的现值两者中较低者作为租入资产的入账价值，租入资产的入账价值与最低租赁付款额之间的差额作为未确认融资费用，在租赁期内按实际利率法摊销。最低租赁付款额扣除未确认融资费用后的余额作为长期应付款列示。

（二十八）持有待售和终止经营

公司将同时满足下列条件的非流动资产或处置组划分为持有待售类别：一是根据类似交易中出售此类资产或处置组的惯例，在当前状况下即可立即出售；二是出售极可能发生，即企业已经就一项出售计划作出决议且获得确定的购买承诺，预计出售将在一年内完成。有关规定要求企业相关权力机构或者监管部门批准后方可出售的，应当已经获得批准。

初始计量或在资产负债表日重新计量持有待售的非流动资产或处置组时，其账面价值高于公允价值减去出售费用后的净额的，应当将账面价值减记至公允价值减去出售费用后的净额，减记的金额确认为资产减值损失计入当期损益，同时计提持有待售资产减值准备。

资产负债表中持有待售的非流动资产或持有待售的处置组中的资产列示为持有待售资产，持有待售的处置组中的负债列示为持有待售负债。

终止经营是满足下列条件之一的、能够单独区分的组成部分，且该组成部分已被公司处置或被公司划归为持有待售类别：该组成部分代表一项独立的主要业务或一个单独的主要经营地区；该组成部分是拟对一项独立的主要业务或一个单独的主要经营地区进行处置的一项相关联计划的一部分；该组成部分是专为转售而取得的子公司。

（二十九）主要会计政策、会计估计的变更

财政部于 2017 年度发布了《企业会计准则第 42 号——持有待售的非流动资产、处置组和终止经营》，自 2017 年 5 月 28 日起施行，对于施行日存在的持有待售的非流动资产、处置组和终止经营，要求采用未来适用法处理。

财政部于 2017 年度修订了《企业会计准则第 16 号——政府补助》，修订后的准则自 2017 年 6 月 12 日起施行，对于 2017 年 1 月 1 日存在的政府补助，要求采用未来适用法处理；对于 2017 年 1 月 1 日至施行日新增的政府补助，也要求按照修订后的准则进行调整。

财政部于 2017 年发布了修订后的《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》、《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》、《企业会计准则第 24 号——套期会计》、《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》（上述四项准

则以下统称“新金融工具准则”）。公司自 2019 年 1 月 1 日起执行新金融工具准则。

新金融工具准则将金融资产划分为三个类别：（1）以摊余成本计量的金融资产；（2）以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产；（3）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。在新金融工具准则下，金融资产的分类是基于公司管理金融资产的业务模式及该资产的合同现金流量特征而确定。新金融工具准则取消了原金融工具准则中规定的持有至到期投资、贷款和应收款项、可供出售金融资产三个类别。新金融工具准则以“预期信用损失”模型替代了原金融工具准则中的“已发生损失”模型。

财政部于 2019 年 4 月发布了《关于修订印发 2019 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会[2019]6 号）（以下简称“财务报表格式”），执行企业会计准则的企业应按照企业会计准则和该通知的要求编制 2019 年度中期财务报表和年度财务报表及以后期间的财务报表。

会计政策变更的影响如下：

单位：万元

会计政策变更内容和原因	受影响的报表项目名称	2019 年受影响的报表项目金额	2018 年受影响的报表项目金额	2017 年受影响的报表项目金额
资产处置收益列报调整	资产处置收益	-	-17.00	-24.13
在利润表中分别列示持续经营损益和终止经营损益	终止经营净利润	-	-2.05	-63.57
与公司日常活动相关的政府补助计入其他收益	其他收益	211.05	211.26	174.34
研发费用单独披露	管理费用	4,112.44	3,235.13	3,152.72
研发费用单独披露	研发费用	3,212.13	2,939.33	1,895.95
应收账款的信用减值损失	信用减值损失	-377.24	-	-
资产减值损失	资产减值损失	-823.89	-	-

六、经注册会计师核验的非经常性损益表

公司会计师对公司报告期的非经常性损益明细表进行了鉴证，并出具了“大信专审字[2020]第 5-00007 号”《非经常性损益审核报告》。依据经注册会计师核验的非经常性损益明细表，公司报告期非经常性损益的具体内容、金额和扣除非经常性损益后的净利润金额以及非经常性损益对当期净利润的影响情况如下：

单位：元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
非流动性资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	-	-170,010.95	-241,288.87
计入当期损益的政府补助（与企业业务密切相关，按照国家统一标准定额或定量享受的政府补助除外）	2,120,344.19	2,414,396.91	2,584,434.00
委托他人投资或管理资产的损益	-	-	-
除上述各项之外的其他营业外收支净额	-5,258,632.22	-736,157.11	-672,605.24
其他符合非经常性损益定义的损益项目	-	-	2,285,185.84
非经常性损益对利润总额的影响	-3,138,288.03	1,508,228.85	3,955,725.73
减：所得税影响额	38,791.41	242,179.59	283,269.41
减：少数股东影响数	-	-	-
归属于母公司的非经常性损益影响数	-3,177,079.44	1,266,049.26	3,672,456.32
扣除非经常性损益前的净利润	131,162,824.95	61,295,416.90	39,828,380.51
扣除非经常性损益后的净利润	134,339,904.39	60,029,367.64	36,155,924.19
上述影响额占当期净利润比例	-2.42%	2.07%	9.22%

七、主要税种税率、享受的主要税收优惠政策

（一）公司主要税种和税率

税种	计税依据	税率
增值税	按税法规定计算的销售货物和应税劳务收入为基础计算销项税额，在扣除当期允许抵扣的进项税额后，差额部分为应交增值税	17%、16%、13%
城市维护建设税	按实际缴纳的增值税、营业税计征	7%、5%
教育费附加	按实际缴纳的增值税、营业税计征	3%
地方教育费附加	按实际缴纳的增值税、营业税计征	2%
企业所得税	应纳税所得额	注

注：不同所得税纳税主体适用所得税税率情况

纳税主体名称	所得税税率
深圳市杰美特科技股份有限公司	15%
深圳市中创卓越科技有限公司	25%
东莞市杰之洋塑胶实业有限公司	25%
东莞市杰鸿塑胶科技有限公司	25%
北京杰幂数据技术有限公司	25%
Doria International Limited	16.5%
Doria International Inc	2017 年联邦税为 15.00%至 39.00%，州税 8.84%，同时按最低限 800 美元缴纳；2018 年、2019 年联邦税为 21%、州税 8.84%，同时按最低限 800 美元缴纳
深圳市中创思锐电子商务有限公司	25%
深圳市中创智汇时代科技有限公司	25%

（二）税收优惠

2016 年 11 月 21 日，深圳市杰美特科技股份有限公司取得编号为 GR201644203300 的高新技术企业证书，认定有效期为三年。根据《中华人民共和国企业所得税法》第二十八条及其实施条例第九十三条规定，深圳市龙华新区国家税务局龙华税务分局于 2017 年 3 月 17 日出具了深国税龙华通[2017]41901 号《税务事项通知书》，同意本公司 2016 年 1 月 1 日至 2018 年 12 月 31 日期间实际执行高新技术企业的优惠企业所得税率 15%。2019 年 12 月 9 日，根据《高新技术企业认定管理办法》（国科发火[2016]32 号）和《高新技术企业认定管理工作指引》（国科发火[2016]195 号）有关规定，公司作为深圳市 2019 年第一批拟认定高新技术企业予以公示；2020 年 2 月 17 日全国高新技术企业认定管理工作领导小组办公室下发《关于深圳市 2019 年第一批高新技术企业备案的复函》（国科火字[2020]46 号），公司经公示无异议后已获高新技术企业备案，高新技术企业证书编号为 GR201944202811（发证日期：2019 年 12 月 9 日）。

报告期内，公司税收政策不存在重大变化，税收优惠政策对公司经营成果不存在重大影响。公司对税收优惠不存在严重依赖，未来高新技术企业的税收优惠也具有可持续性。

八、主要财务指标

（一）主要财务指标

项目	2019 年末	2018 年末	2017 年末
流动比率（倍）	2.83	2.50	3.01
速动比率（倍）	2.49	2.13	2.49
资产负债率（母公司）	18.62%	19.53%	6.41%
每股净资产（元/股）	5.28	4.22	3.69
项目	**2019 年度**	**2018 年度**	**2017 年度**
应收账款周转率（次）	3.25	2.93	3.24
存货周转率（次）	6.17	5.32	3.70
息税折旧摊销前利润（万元）	16,290.28	8,314.53	5,722.50
利息保障倍数（倍）	113.61	59.95	2,153.24
研发投入占营业收入的比例	3.87%	4.54%	3.50%
每股经营活动产生的现金流量净额（元/股）	1.70	0.72	0.47
每股净现金流量（元/股）	1.13	0.48	0.08
归属于母公司股东的净利润（万元）	13,116.28	6,129.54	3,982.84
归属于母公司股东扣除非经常性损益后的净利润（万元）	13,433.99	6,002.94	3,615.59

无形资产（扣除土地使用权后）占净资产比例	0.56%	0.16%	0.23%

注：上述财务指标计算如下：

1、流动比率＝流动资产／流动负债

2、速动比率＝（流动资产-存货）／流动负债

3、资产负债率（母公司）＝总负债／总资产×100%

4、应收账款周转率＝营业收入／（应收账款期初期末平均余额+应收票据期初期末平均余额）

5、存货周转率＝营业成本／存货期初期末平均余额

6、息税折旧摊销前利润＝利润总额+利息支出+当年折旧提取数+当年无形资产摊销额+长期待摊资产摊销

7、每股净资产＝所有者权益合计／发行在外普通股加权平均数

8、利息保障倍数＝息税前利润/利息支出

9、每股经营活动产生的现金流量净额＝经营活动产生的现金流量净额／发行在外普通股加权平均数

10、每股净现金流量＝现金及现金等价物净增加（减少）额／发行在外普通股加权平均数

11、无形资产（土地使用权除外）占净资产的比例=无形资产（土地使用权除外）／所有者权益合计

（二）净资产收益率及每股收益

本公司按中国证监会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 9 号--净资产收益率和每股收益的计算及披露》（2010 年修订）计算最近三年净资产收益率和每股收益如下：

项目		加权平均净资产收益率（%）	每股收益(元/股)	
			基本每股收益	稀释每股收益
2019 年	归属于公司普通股股东净利润	28.92	1.37	-
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	29.62	1.40	-
2018 年	归属于公司普通股股东净利润	16.13	0.64	-
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	15.80	0.63	-
2017 年	归属于公司普通股股东净利润	11.27	0.41	-
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	10.23	0.38	-

注：计算公式说明如下：

加权平均净资产收益率=P÷(E0+NP÷2+Ei×Mi÷M0-Ej×Mj÷M0±Ek×Mk÷M0)

其中：P 分别对应于归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润；NP 为归属于公司普通股股东的净利润；E0 为归属于公司普通股股东的期初净资产；Ei 为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产；Ej 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产；M0 为报告期月份数；Mi 为新增净资产下一月份起至报告期期末的月份数；Mj 为减少净资产下一月份起至报告期期末的月份数；Ek 为因其他交易或事项引起的净资产增减变动；Mk 为发生其他净资产增减变动下一月份起至报告期期末的月份数。

基本每股收益=P÷S

S=S0+S1+Si×Mi÷M0－Sj×Mj÷M0－Sk

其中：P 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润；S 为发行在外的普通股加权平均数；S0 为期初股份总数；S1 为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数；Si 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数；Sj 为报告期因回购等减少股份数；Sk 为报告期缩股数；M0 为报告期月份数；Mi 为增加股份下一月份起至报告期期末的月份数；Mj 为减少股份下一月份起至报告期期末的月份数。

稀释每股收益=[P+(已确认为费用的稀释性潜在普通股利息－转换费用)×(1-所得税率)]/(S0+S1+Si×Mi÷M0－Sj×Mj÷M0-Sk+认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数)。

其中：P 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润。公司在计算稀释每股收益时，应考虑所有稀释性潜在普通股的影响，直至稀释每股收益达到最小。

九、分部信息

公司属于单一经营分部，主要为移动智能终端保护类产品的生产和销售，母公司深圳市杰美特科技股份有限公司以及子公司东莞市杰之洋塑胶实业有限公司为生产企业，其他子公司为销售公司，销售杰美特、杰之洋公司生产的产品，同时代理销售部分外单位智能终端保护类产品及配件，管理层将集团业务作为一个整体实施管理、评估经营成果。因此，本招股说明书无需列报分部信息。

十、新旧收入准则对收入的确认原则的说明

财政部于 2017 年对原收入准则和建造合同准则进行了修订，形成了《企业会计准则第 14 号——收入》（以下简称“新收入准则”）。对于执行企业会计准则的境内企业，要求自 2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则。新收入准则对收入的确认原则要求企业在履行合同中的履约义务，即客户取得相关商品（或服务）控制权时确认收入。原准则将收入区分为销售商品收入、提供劳务收入和让渡资产使用权收入，并强调在将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购买方时确认销售商品收入。

公司现行收入确认原则如下：公司销售商品分为内销产品和外销产品，内销又分为正常购销和委托代销两种方式，正常购销的收入确认标准为货物发送到客户并签收后确认收入。委托代销的收入确认标准为根据双方确认无误的委托代销清单后确认收入。FOB 模式的外销产品以货物报关出口，在指定的装运港越过船舷起作为收入确认时点。

上述收入确认时点均表明公司在收入确认时，已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购买方，亦表明公司已履行合同中的履约义务，客户取得相关

商品（或服务）控制权，与新收入准则以控制权转移将作为收入确认时点的依据一致，所以按照新收入准则中收入确认原则，公司收入确认时点未发生变化，新收入准则的实行对公司收入确认未产生影响。

公司业务模式分为 ODM/OEM 直销模式和自有品牌销售模式。

公司不同业务模式下按照合同条款确认销售收入的时点：销售的商品在约定交货地点经客户指定收货人签收确认、根据双方确认无误的委托代销清单后确认收入、以货物报关出口，在指定的装运港越过船舷的时点；上述收入确认时点符合新准则在收入确认的基本判断标准，即要求企业在履行合同中的履约义务，客户取得相关商品（或服务）控制权时确认收入。与原收入准则确认原则规定的在将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购买方时确认销售商品收入的确认时点一致。所以在不同的业务模式下，按照新收入准则中收入确认原则，公司收入确认时点未发生变化，新收入准则的实行对公司收入确认未产生影响。

十一、经营成果分析

（一）报告期内的经营情况概述

报告期内，公司利润表主要项目变动情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度
	金额	增幅	金额	增幅	金额
营业收入	82,934.29	28.20%	64,692.04	19.57%	54,105.84
营业成本	50,507.45	14.08%	44,272.81	22.73%	36,074.72
期间费用合计	15,640.91	36.37%	11,469.78	-3.89%	11,933.49
营业利润	15,524.64	118.25%	7,113.16	62.26%	4,383.72
利润总额	14,999.76	112.17%	7,069.72	60.66%	4,400.56
净利润	13,116.28	113.98%	6,129.54	53.90%	3,982.84

（二）营业收入分析

1、营业收入整体情况

（1）报告期内，公司营业收入构成情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比

主营业务收入	77,657.69	93.64%	62,042.01	95.90%	51,322.99	94.86%
其他业务收入	5,276.60	6.36%	2,650.03	4.10%	2,782.85	5.14%
合计	**82,934.29**	**100.00%**	**64,692.04**	**100.00%**	**54,105.84**	**100.00%**

报告期内，主营业务收入占比均在93%以上，主要为移动智能终端配件类产品销售收入，公司主营业务突出。其他业务收入占比较低，主要为模具、样品等销售收入。

近年来，信息技术产业链不断完善，软硬件和应用程序的充分融合促进了移动智能终端生态圈日趋成熟，性能和功能的双向拓展使得智能手机、平板电脑等更贴近人们的日常生活。随着移动智能终端产品普及率的提升，推陈出新速度加快，消费者对移动智能终端配件特别是保护类产品的需求持续稳定增长，从而为相关产品生产厂商带来重要发展契机。特别是对于保护类配件产品，除保护功能属性外，移动智能终端保护类产品已成为具有时尚属性的消费品。2016 年以来，经历了爆发式增长阶段后，以智能手机和平板电脑为代表的移动智能终端出货量增长停滞，市场进入存量博弈阶段。但存量竞争时代移动智能终端更新换代的市场空间仍然巨大，且随着移动智能终端行业头部聚集效应显著，公司在产能受限的背景下，实施“加深服务大客户”战略，对华为、沃尔玛等重要客户的销售收入持续提升。因此，报告期内公司以 ODM/OEM 业务和自有品牌业务为主的主营业务收入总体呈上升趋势。

（2）2018 年起公司营业收入快速增长的主要原因

①华为手机出货量大幅增长，公司销售的供华为随手机附赠的 In-box 产品和供华为单独售卖的产品同时增长

2018 年，公司华为系列产品销售额为 25,660.02 万元，较 2017 年度的 11,729.34 万元增长 118.77%。2018 年，公司华为系列产品销售额的提升，主要有两方面原因：一是华为手机出货量较上年大幅增长，由 2017 年的 1.542 亿台增长至 2018 年的 2.06 亿台，在整体智能手机出货量下降的背景下逆势上涨 33.6%，相应地，华为采购的随手机附赠的 In-box 保护壳数量大幅增加；二是华为智能手机全球市场份额达到新高度，与苹果市场份额相近，越来越重视周边产品生态的建设，因此采购的单独零售的价格较高的手机保护壳也相应增加。

2019 年，受益于华为品牌新机型的持续推出，华为出货量保持快速增长，带动公司的华为系列销售保持增长态势，从而实现销量增加；同时，公司采取新工艺技术、新产品与华为高端手机的配套定位，使得产品定价水平也得到提升；因此，公司实现华为系列产品的销售额 35,223.26 万元，较 2018 年度同比增长了 37.27%。

②公司持续开拓自有品牌业务，带动提高了苹果系列产品和三星系列产品的销售额

另外，2018 年公司持续开拓自有品牌业务，尤其定位于中高端的 Defense 系列产品收入持续增加，从而提升了苹果系列产品和三星系列产品的销售额。

综上，公司 2018 年、2019 年收入大幅增长，一是顺应了华为智能手机热销的趋势；二是公司积极开拓自有品牌业务，公司 2018 年、2019 年收入大幅增长具有合理的原因。报告期内，尽管全球智能手机、平板电脑出货量略有下滑，公司通过前期的积淀，配件产品已具备品牌化效应，在存量竞争时代仍能够持续扩大收入规模。报告期内，公司主要产品销售额的变化与客户自身销售规模相匹配。

2、主营业务收入按产品构成分析

报告期内，主营业务收入按产品类型分类如下：

单位：万元

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
智能手机保护类产品	65,719.77	84.63%	49,987.32	80.57%	34,831.02	67.87%
平板电脑保护类产品	10,886.84	14.02%	10,221.51	16.48%	11,018.33	21.47%
代理业务产品	118.12	0.15%	570.51	0.92%	3,250.37	6.33%
其他产品	932.96	1.20%	1,262.66	2.04%	2,223.27	4.33%
合计	**77,657.69**	**100.00%**	**62,042.01**	**100.00%**	**51,322.99**	**100.00%**

注：由于 Apple Watch 也具有通讯联网、安装 APP 等类似 iPhone 功能，且体积较小，因此也把 Apple Watch 保护类产品归为智能手机保护类产品。

报告期内，公司主营业务收入主要来自智能手机保护类产品和平板电脑保护类产品的销售，该两类产品的销售收入占主营业务收入的比例分别为 89.33%、97.05%和 98.65%。代理业务产品主要为代理销售罗技等品牌产品，其他产品收入主要为销售“X-doria”品牌充电宝、数据线等移动智能终端配件产

品收入，该两类业务产生的收入占比相对较低。

公司主营业务收入2018年较2017年增加10,719.02万元，其中智能手机保护类产品增加 15,156.30 万元，而平板电脑保护类、代理业务和其他产品销售收入分别减少796.82万元、2,679.86万元和960.61万元。

公司主营业务收入2019年较2018年增加15,615.68万元，其中智能手机保护类产品增加15,732.45万元，平板电脑保护类产品增加665.33万元，而代理业务和其他产品销售收入分别减少452.39万元和392.70万元。

（1）智能手机保护类产品收入变动分析

全球移动互联网技术的发展和4G技术的普及，直接推动作为移动互联网主要载体的智能手机更新换代，随之带动了智能手机保护类产品等配件市场规模的稳步扩张。报告期内，公司智能手机保护类产品实现收入分别为 34,831.02万元、49,987.32万元和65,719.77万元。

2018年智能手机保护类产品实现收入49,987.32万元，与2017年相比，增幅达到 43.51%。收入大幅增长的原因主要包括两方面：首先，经过前期的业务结构调整，公司已完成了对国内移动智能终端制造头部客户市场的布局，随着2018年华为手机业务的迅猛增长，公司对其销售收入从2017年度的12,697.48万元增长至2018年度的26,517.85万元；其次，公司自有品牌经过多年的持续投入与沉淀，在国际主流市场认可度加深，多维度的销售渠道已基本建立，以百思买为代表的大型家电连锁卖场，以沃尔玛、Target 为代表的大型商场超市等渠道销售情况良好，对美国沃尔玛新增销售收入 5,125.94 万元，带动自有品牌产品销售规模增长。

2019年智能手机保护类产品实现收入65,719.77万元，与2018年相比，增幅达到 31.47%。由于华为手机保护类产品业务发展态势良好，公司坚持服务大客户战略，2019 年度对华为销售的手机保护类产品达到 32,474.96 万元；另外，公司自有品牌继续发展良好，2019年度对沃尔玛销售收入达到9,284.23万元。综上，2019年较2018年，智能手机保护类产品收入规模有较大程度提升。

（2）平板电脑保护类产品收入变动分析

报告期内，公司平板电脑保护类产品实现收入分别为 11,018.33 万元、

10,221.51 万元和 10,886.84 万元，呈现出一定的波动。

2018 年，受大屏化智能手机的持续冲击，娱乐功能外使用场景的局限性影响，全球平板电脑出货量继续下滑，但因商用市场中政府和教育行业大单的拉动，降速有所放缓。在全球需求趋稳的背景下，公司紧抓国内平板电脑头部制造商业务发展、市场份额提升的契机，实现国内平板电脑保护类产品销售收入的上升，2018 年度公司平板电脑保护类产品实现销售收入 10,221.51 万元，较 2017 年度存在一定程度的下降。2019 年，公司平板电脑保护类产品销售收入与 2018 年基本持平。

（3）代理业务收入变动分析

报告期内，公司向罗技等知名品牌、客户采购电子产品后，利用自身销售渠道优势，委托国美、苏宁、宏图三胞等下游大型连锁零售商进行销售。代理业务可利用公司现有的销售渠道，增加公司收入，同时深化与零售商的合作；但同时，发展代理业务资金投入和管理层精力投入均较大，对公司的资源占用较高。报告期内，公司整体发展战略始终为以 ODM/OEM 业务为基础，重点发展自有品牌业务，建立以移动智能终端配件品牌商、移动智能终端制造商、大型连锁/在线零售商为主的多层次客户结构。报告期内，在公司整体战略实施稳步向前的情况下，公司逐步削减毛利率低、资金占用量大的代理业务，使得代理业务收入规模逐年下降。

3、主营业务收入按地区构成分析

报告期内，公司主营业务收入按地区构成分类如下：

单位：万元

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
国内销售	39,304.42	50.61%	31,415.01	50.64%	21,488.96	41.87%
出口销售	38,353.27	49.39%	30,627.00	49.36%	29,834.03	58.13%
合计	**77,657.69**	**100.00%**	**62,042.01**	**100.00%**	**51,322.99**	**100.00%**

报告期内，公司的境内与境外销售收入规模相当，整体均保持增长趋势。公司境外客户主要为国际知名移动智能终端配件品牌商和大型连锁/在线零售商，知名移动智能终端品牌商包括 Targus、Pelican 等，大型连锁/在线零售商

包括亚马逊、百思买、沃尔玛和 Target 等，出口国家包括美国、意大利、法国等，境内客户主要为华为、vivo 等知名手机厂商。

2018 年，公司内销收入及外销收入均实现增长：内销收入较上年大幅增长 9,926.05 万元，主要系对华为销售收入大幅增长所致，公司对华为的销售收入从 2017 年的 12,697.48 万元增长至 2018 年的 26,517.85 万元；外销收入方面，通过对美国销售渠道的持续开拓，公司实现了对全球最大连锁零售商沃尔玛的重点突破，同时继续保持与亚马逊、百思买和 Target 等客户稳定的合作，外销收入维持稳定并保持增长。

2019 年，公司的内外销收入规模继续保持良好的增长趋势，受益于华为在 2018-2019 年期间陆续推出多款畅销机型，以及苹果公司同步推出 iPhone 11、iPhone XS 等新机型的带动效应。内销方面，在华为手机畅销新品的带动下，公司销售收入较 2018 年增长了 25.11%，其中公司向华为的销售收入为 37,711.49 万元，业绩贡献较大；外销方面，公司对亚马逊的主营业务收入实现业绩翻番，由 2018 年的 2,013.45 万元增长至 5,113.58 万元，以及对沃尔玛的销售实现较大幅度增长，实现主营业务销售 9,284.23 万元，增幅达 75.90%，外销收入基本与国内销售趋势保持同步。

（1）报告期内，公司对主要前五大进口国或地区的销售金额及占比如下：

单位：万元

年度	海外销售主要国家或地区	销售金额	占总外销收入比重
2019 年	美国	29,320.40	76.45%
	日本	2,742.42	7.15%
	澳大利亚	1,020.49	2.66%
	中国香港	995.98	2.60%
	沙特阿拉伯	885.42	2.31%
	合计	**34,964.71**	**91.17%**
2018 年	美国	21,528.49	70.29%
	日本	1,779.16	5.81%
	英国	1,429.46	4.67%
	中国香港	889.51	2.90%
	澳大利亚	723.89	2.36%
	合计	**26,350.51**	**86.03%**
2017 年	美国	15,130.81	50.72%

	葡萄牙	5,534.85	18.55%
	中国香港	2,530.71	8.48%
	英国	1,312.23	4.40%
	意大利	919.63	3.08%
	合计	**25,428.23**	**85.23%**

报告期内，公司外销业务中进口国或地区包括美国、英国、意大利、法国、葡萄牙、中国香港等，其中以美国为最主要的进口国家，报告期各期的销售额分别为15,130.81万元、21,528.49万元和29,320.40万元，占外销收入比分别为50.72%、70.29%和76.45%，受与配件品牌商及沃尔玛的深度合作带来的业绩增长，销往美国地区的收入规模逐年增加。

4、主营业务收入按业务类型分析

（1）报告期内，公司主营业务收入按业务类型分类如下：

单位：万元

项目	2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
ODM/OEM业务	54,456.52	70.12%	44,174.17	71.20%	34,204.72	66.65%
自有品牌业务	23,083.05	29.72%	17,297.33	27.88%	13,864.15	27.01%
代理业务	118.12	0.15%	570.51	0.92%	3,254.12	6.34%
合计	**77,657.69**	**100.00%**	**62,042.01**	**100.00%**	**51,322.99**	**100.00%**

报告期内公司业务类型包括ODM/OEM业务、自有品牌业务和代理业务。

报告期内，公司ODM/OEM业务产生的收入分别为34,204.72万元、44,174.17万元和54,456.52万元，呈持续上升的趋势，主要由于公司对华为的ODM/OEM业务收入增长较大，对其销售金额从2017年的11,492.32万元增长至2019年的34,802.92万元。

在保持ODM/OEM业务稳步发展的同时，公司积极拓展自有品牌业务，深耕下游渠道，产品已通过亚马逊、百思买、沃尔玛、Verizon等多家境内外知名电商、大型连锁零售商及电信运营商渠道进入市场销售。除持续供应智能手机、平板电脑保护类产品，公司亦依托其优质客户资源和技术积累，切入智能可穿戴设备配件领域，向亚马逊、百思买、Target等知名连锁零售商提供“X-doria”品牌Apple Watch保护类产品。

2018年-2019年，公司在保持与百思买、亚马逊和Target等知名连锁零售

商稳定合作的同时，积极拓宽销售渠道，重点加深了与沃尔玛的合作，2018 年度和 2019 年度，公司对沃尔玛分别实现同比新增销售收入 5,125.94 万元、4,005.98 万元，使得公司 2018 年度和 2019 年度自有品牌销售收入整体较上年分别增长 24.76%和 33.45%。

（2）报告期内，公司自有品牌的经销模式下经销与代销的销售情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
经销	22,906.37	99.23%	17,155.08	99.18%	13,562.10	97.82%
其中：购销	17,784.19	77.04%	15,054.97	87.04%	10,837.63	78.17%
代销	5,122.18	22.19%	2,100.11	12.14%	2,724.47	19.65%
直销	176.68	0.77%	142.25	0.82%	302.05	2.18%
合计	**23,083.05**	**100.00%**	**17,297.33**	**100.00%**	**13,864.15**	**100.00%**

报告期内，公司各期自有品牌的销售收入分别为 13,864.15 万元、17,297.33 万元和 23,083.05 万元，主要以经销销售收入为主，分别占自有品牌收入比例为 97.82%、99.18%和 99.23%，经销规模占比相对比较稳定。报告期期初，公司自有品牌业务经销商数量较多，数量较多的小规模经销商增加了公司的管理难度，因此报告期内，公司加深对大客户的服务，精简小规模经销商。例如报告期内公司重点开拓的沃尔玛，2018 年公司对沃尔玛较 2017 年新增销售收入 5,125.94 万元，2019 年，公司对沃尔玛销售收入达到 9,284.23 万元。

报告期内，公司自有品牌收入主要来自境外（主要为美国地区）且采用经销模式。报告期各期，公司来自于境外自有品牌的收入分别为 9,698.62 万元、13,229.78 万元和 19,807.81 万元，呈现逐年增长的趋势。

①公司自有品牌收入主要集中于定位于中高端的 Defense 系列产品，其单位售价较高，美国消费水平较高，因此美国地区一直是电子产品及配件争夺的主要市场之一。

②除保护功能属性外，美国市场上，移动智能终端保护类产品已成为具有时尚属性的消费品。美国消费者对于此类产品已建立较强的品牌意识，公司自有品牌产品，更易在美国市场上推广销售。

③报告期内，国内市场仍存在一些小品牌、杂牌产品，中高端自有品牌产品在国内市场仍处于开拓阶段，销售金额较小，从而突出了自有品牌产品收入主要来自于美国市场。但目前国内消费者理念正处于转变期，因认识到对于保护壳日常接触频次极高，国内消费者也越来倾向于花较高的价格选择防摔功能更好、更时尚美观、材质对人体无危害的知名品牌产品。公司产品已供应给华为、沃尔玛、百思买等知名客户，自有品牌产品已在美国市场取得一定知名度，为在国内市场发展推广自有品牌产品夯实了良好的产品基础。

因此，报告期内公司自有品牌收入主要来自于境外地区，公司未来将同时积极开拓国内市场。公司自有品牌业务在美国公司主要通过沃尔玛、Target、百思买和 Amazon 等成熟的经销商将产品销售给终端消费者。

5、主营业务收入季节性分析

报告期内，公司各个季度主营业务收入占年度主营业务收入的比例如下：

单位：万元

主营业务收入	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
第一季度	17,482.25	22.51%	9,404.93	15.16%	11,142.48	21.71%
第二季度	19,550.35	25.18%	15,777.58	25.43%	12,466.17	24.29%
第三季度	19,426.95	25.02%	16,971.67	27.36%	11,750.51	22.90%
第四季度	21,198.15	27.30%	19,887.83	32.06%	15,963.83	31.10%
合计	**77,657.69**	**100.00%**	**62,042.01**	**100.00%**	**51,322.99**	**100.00%**

公司下游客户主要为移动智能终端配件品牌商、移动智能终端制造商及大型连锁/在线零售商，下游客户对智能终端配件产品的采购受到智能手机或平板电脑新机发布时间的影响。一般而言，智能终端产品新发布之初，会进入一段时间的热销期，进而带动相关配件产品销售量的提升。因此，公司销售收入的季节性波动与智能手机或平板电脑厂商新产品发布时间趋同。报告期内，苹果等公司一般在下半年推出新产品，使得公司四季度销售收入较高，营业收入呈现一定的季节性波动特征。

6、主营业务收入业务类型及模式分析

报告期内，公司按业务与产品类型的境内外不同模式下的销售情况如下：

单位：万个、万元、元/个

项目类型					2019 年度				
					数量	销售金额	单价	占比	毛利率
ODM/OEM	智能手机保护类产品	境内	直销	买断	5,845.91	33,204.31	5.68	42.76%	32.58%
		境外	直销	买断	515.28	10,402.44	20.19	13.40%	34.23%
	平板电脑保护类产品	境内	直销	买断	114.97	2,767.88	24.07	3.56%	22.41%
		境外	直销	买断	134.45	7,796.47	57.99	10.04%	30.63%
	其他产品	境内	直销	买断	9.12	2.57	0.28	0.00%	-135.73%
		境外	直销	买断	12.26	282.85	23.07	0.36%	29.66%
自有品牌	智能手机保护类产品	境内	直销	买断	0.68	39.14	57.56	0.05%	70.40%
			经销	买断	91.84	2,786.66	30.34	3.59%	50.46%
				代销	1.55	35.48	22.87	0.05%	44.16%
		境外	直销	买断	0.59	107.31	180.72	0.14%	85.17%
			经销	买断	280.98	14,088.59	50.14	18.14%	49.39%
				代销	34.14	5,055.84	148.10	6.51%	79.56%
	平板电脑保护类产品	境内	直销	买断	0.26	11.39	44.04	0.01%	55.12%
			经销	买断	1.28	25.85	20.17	0.03%	47.84%
				代销	0.05	0.88	18.45	0.00%	1.74%
		境外	直销	买断	-	-	-	0.00%	0.00%
			经销	买断	3.52	284.36	80.73	0.37%	49.18%
				代销	-	-	-	0.00%	0.00%
	其他产品	境内	直销	买断	0.45	17.59	39.04	0.02%	37.20%
			经销	买断	16.57	346.14	20.89	0.45%	29.29%
				代销	0.38	12.09	31.92	0.02%	32.39%
		境外	直销	买断	0.01	1.24	196.35	0.00%	81.74%
			经销	买断	5.91	252.58	42.77	0.33%	45.15%
				代销	0.08	17.89	226.72	0.02%	85.94%
代理品牌	代理其他	境内	直销	买断	-	-	-	0.00%	0.00%
			经销	买断	3.42	53.24	15.57	0.07%	-30.65%
				代销	0.01	1.18	135.56	0.00%	98.75%
		境外	直销	买断	0.03	11.89	355.86	0.02%	54.52%
			经销	买断	0.25	11.96	48.51	0.02%	-160.43%
				代销	0.10	39.85	379.90	0.05%	57.83%
合计		-	-	-	7,074.08	77,657.69	10.98	100.00%	39.13%

（续）

项目类型					2018 年度				
					数量	销售金额	单价	占比	毛利率
ODM/OEM	智能手机保护类产品	境内	直销	买断	4,790.44	23,996.74	5.01	38.68%	27.43%
		境外	直销	买断	483.39	9,933.51	20.55	16.01%	28.71%

项目类型					2018 年度				
					数量	销售金额	单价	占比	毛利率
	平板电脑保护类产品	境内	直销	买断	166.90	2,638.44	15.81	4.25%	15.56%
		境外	直销	买断	145.60	7,391.92	50.77	11.91%	21.08%
	其他产品	境内	直销	买断	17.67	141.79	8.03	0.23%	18.05%
		境外	直销	买断	4.31	71.78	16.64	0.12%	31.29%
自有品牌	智能手机保护类产品	境内	直销	买断	1.32	58.08	43.98	0.09%	61.93%
			经销	买断	261.71	2,994.63	11.44	4.83%	24.40%
				代销	2.72	44.48	16.32	0.07%	50.61%
		境外	直销	买断	0.48	69.52	143.78	0.11%	84.46%
			经销	买断	239.81	10,877.04	45.36	17.53%	51.59%
				代销	23.64	2,013.33	85.17	3.25%	67.20%
	平板电脑保护类产品	境内	直销	买断	0.17	9.34	56.31	0.02%	74.11%
			经销	买断	36.69	96.10	2.62	0.15%	-152.49%
				代销	0.64	18.33	28.69	0.03%	69.56%
		境外	直销	买断	-	-	-	-	-
			经销	买断	1.09	67.40	61.67	0.11%	51.18%
				代销	-	-	-	-	-
	其他产品	境内	直销	买断	0.05	3.66	70.82	0.01%	54.12%
			经销	买断	66.80	819.08	12.26	1.32%	8.52%
				代销	0.74	23.85	32.34	0.04%	29.76%
		境外	直销	买断	0.01	1.66	332.08	0.00%	70.61%
			经销	买断	4.69	200.72	42.78	0.32%	33.76%
				代销	0.00	0.12	397.70	0.00%	75.46%
代理品牌	代理其他	境内	直销	买断	0.03	2.28	85.43	0.00%	-233.48%
			经销	买断	11.73	477.38	40.70	0.77%	10.13%
				代销	1.09	90.85	83.73	0.15%	13.67%
合计		-	-	-	6,261.71	62,042.01	9.91	100.00%	31.23%

（续）

项目类型					2017 年度				
					数量	销售金额	单价	占比	毛利率
ODM/OEM	智能手机保护类产品	境内	直销	买断	2,461.62	12,282.82	4.99	23.93%	16.23%
		境外	直销	买断	516.25	10,314.46	19.98	20.10%	30.78%
	平板电脑保护类产品	境内	直销	买断	50.04	1,256.54	25.11	2.45%	12.57%
		境外	直销	买断	173.38	9,375.24	54.07	18.27%	33.71%
	其他产品	境内	直销	买断	10.14	529.96	52.26	1.03%	62.09%
		境外	直销	买断	9.78	445.70	45.55	0.87%	53.47%
自有品牌	智能手机保护类产	境内	直销	买断	7.74	107.56	13.89	0.21%	43.89%
			经销	买断	123.98	2,672.23	21.55	5.21%	42.39%

项目类型					2017 年度				
					数量	销售金额	单价	占比	毛利率
	品			代销	12.09	208.72	17.27	0.41%	52.79%
		境外	直销	买断	0.61	102.36	167.37	0.20%	81.94%
			经销	买断	150.85	6,937.38	45.99	13.52%	55.77%
				代销	21.50	2,205.49	102.59	4.30%	74.81%
	平板电脑保护类产品	境内	直销	买断	1.64	66.62	40.71	0.13%	40.69%
			经销	买断	8.93	140.23	15.71	0.27%	28.38%
				代销	5.00	122.74	24.53	0.24%	55.88%
		境外	直销	买断	-	-	-	-	-
			经销	买断	1.08	56.95	52.77	0.11%	52.65%
				代销	0.00	0.02	52.52	0.00%	33.90%
	其他产品	境内	直销	买断	0.57	25.25	44.46	0.05%	58.67%
			经销	买断	29.84	635.81	21.30	1.24%	29.41%
				代销	4.56	186.38	40.83	0.36%	31.06%
		境外	直销	买断	0.00	0.27	190.29	0.00%	25.20%
			经销	买断	8.04	395.04	49.13	0.77%	31.83%
				代销	0.03	1.12	35.97	0.00%	54.73%
代理品牌	代理其他	境内	直销	买断					
			经销	买断	32.38	2,208.75	68.21	4.30%	7.68%
				代销	8.32	1,045.37	125.62	2.04%	16.53%
合计		-	-	-	3,638.38	51,322.99	14.11	100.00%	32.81%

7、主营业务收入品牌系列分析

报告期内，公司各期品牌属性类别的销售情况如下：

单位：万个、万元、元/个

序号	品牌系列	2019 年			
		数量	销售额	销售单价	单位成本
1	华为系列	5,890.08	35,223.26	5.98	4.06
2	苹果系列	827.12	32,608.32	39.42	20.92
3	三星系列	141.94	4,698.09	33.10	17.83
4	富士通系列	14.65	1,116.02	76.17	46.54
5	索尼系列	43.82	1,001.56	22.86	12.86
合计		6,917.62	74,647.24	10.79	6.51
序号	品牌系列	2018 年			
		数量	销售额	销售单价	单位成本
1	华为系列	4,757.23	25,660.02	5.39	3.96
2	苹果系列	967.15	27,928.20	28.88	18.33
3	三星系列	157.03	3,393.09	21.61	13.76

4	富士通系列	16.50	843.87	51.15	35.66
5	condor 系列	148.48	754.80	5.08	4.26
合计		**6,046.38**	**58,579.97**	**9.69**	**6.60**
序号	**品牌系列**	**2017 年**			
		数量	**销售额**	**销售单价**	**单位成本**
1	华为系列	2,134.90	11,729.34	5.49	4.68
2	苹果系列	735.84	26,309.00	35.75	20.58
3	三星系列	71.75	2,590.35	36.10	19.80
4	索尼系列	88.24	1,866.99	21.16	12.48
5	金立系列	173.76	891.02	5.13	4.10
合计		**3,204.48**	**43,386.70**	**13.54**	**8.85**

注：上述“系列”非指客户，如“华为系列“是指公司为所有客户 ODM/OEM 以及自有品牌所销售的该品牌手机配件产品综合情况，而非指华为客户。

报告期内，公司定位于移动智能终端产品的品牌专属性，产品系列随移动终端品牌市场的变化而变化。目前，市场主流的移动智能终端手机品牌为华为、苹果、三星、索尼、OPPO、vivo、小米等，移动智能终端平板电脑品牌为华为、苹果、三星、富士通、小米、联想等，其他智能移动终端配套产品或电子产品品牌为罗技、索尼、360、暴风魔镜等。公司进入华为、苹果品牌的配套产品供应商服务市场较早，产品系列以这两大品牌为主。

报告期内，公司华为系列产品销量逐年增加，销售单价呈先降后升趋势。公司作为华为核心供应商，受益于 2017 年以来华为品牌手机在全球热销，持续提升全球市场份额，因此公司华为系列的销量逐年增加。2018 年，华为向公司定制产品中对产品材质及规格型号相应调整，TPU 盒材质产品性价比较高，单价相对较低，当年度华为向公司采购了大量单价较低的 TPU 盒产品，从而拉低了平均单价。2019 年，公司新增多个新款智能手机配套产品项目，新项目采取最新工艺水平，在原有工序上增加多步工序，增加多样性的材料投入，使得产品性能和外观更为多元化；新工艺和材质结构增加带来产品性能优化，产品定价得到较大提升。

报告期内，公司苹果系列产品销量维持稳定状态，2018 年较 2017 年的销量增加系降价促销消化款式老旧产品；公司产品属于外观时尚型，迭代更新速度要契合消费者的个性需求，款式老旧的产品被个人消费者的可接受度较弱，公司每年会选取降价或打包处理等方式清理款式老旧的滞销产品，2018 年清理滞

销品带来销量增长，从而使得销售单价较 2017 年出现下降。2019 年，公司苹果系列产品销售数量相对减少，销售单价有一定程度提升，主要由于公司销售苹果系列产品结构调整，Defense 系列产品占比上升，Defense 系列是公司设计的面向中高端市场的产品，售价较高，因此销售单价有一定提升。

报告期内，公司坚持走品牌战略路线，代理品牌业务权重逐步降低，以致罗技代理产品系列等代理业务出现下滑。自 2015 年与 Innov8 开展合作至今，陆续拓展了欧洲地区的业务覆盖，2017 年由于客户定制索尼系列产品，使得公司索尼系列出现较大幅度的增加；公司与客户于 2017 年开展富士通平板配套产品的合作并得到对方深度认可，带来富士通平板配套产品的销量在 2018 年出现明显增长，2019 年继续保持常态化的合作关系，销售规模略有上涨。

报告期内，公司自有品牌中系列产品的各期销售情况如下：

单位：万个、万元、元/个

产品类型	2019 年度					
	产品系列	销量	销售额	销售单价	单位成本	收入占比
自有品牌	苹果系列	361.72	19,583.26	54.14	23.12	84.84%
	三星系列	52.81	2,885.62	54.64	26.20	12.50%
	3C 系列	14.48	327.04	22.58	17.52	1.42%
	华为系列	6.88	202.26	29.39	15.06	0.88%
	其他系列	2.39	84.87	35.58	23.98	0.37%
	合计	**438.28**	**23,083.05**	**52.67**	**23.18**	**100.00%**

（续）

产品类型	2018 年度					
	产品系列	销量	销售额	销售单价	单位成本	收入占比
自有品牌	华为系列	8.85	212.51	24.01	14.60	1.23%
	苹果系列	514.51	14,659.90	28.49	15.06	84.75%
	其他系列	67.27	858.67	12.76	11.72	4.96%
	三星系列	49.93	1,566.24	31.37	15.30	9.05%
	合计	**640.56**	**17,297.33**	**27.00**	**14.72**	**100.00%**

（续）

产品类型	2017 年度					
	产品系列	销量	销售额	销售单价	单位成本	收入占比
自有品牌	华为系列	5.63	98.63	17.51	9.85	0.71%
	苹果系列	283.51	10,955.52	38.64	16.92	79.02%

产品类型	2017 年度					
	产品系列	销量	销售额	销售单价	单位成本	收入占比
	其他系列	38.67	966.55	25.00	18.18	6.97%
	三星系列	48.66	1,843.45	37.89	17.76	13.30%
	合计	**376.47**	**13,864.15**	**36.83**	**17.05**	**100.00%**

报告期内，公司的自有品牌按照智能移动终端品牌定位，主要分为华为系列、苹果系列、三星系列及其他系列；其他系列主要内容为除手机、平板外，还包括诸如移动电源3C类的其他产品系列。

报告期内，公司自有品牌以苹果系列为核心，并辐射三星系列及华为系列，其中：苹果系列产品2017年度、2018年度和2019年度的销售收入占自有品牌收入比分别为79.02%、84.75%和84.84%。

自有品牌苹果系列产品方面，2018年公司清理部分积压过时产品，使得2018年度产品销售价格与成本得到不同程度的降低。2019年，公司根据终端消费者对手机保护壳性能的个性化偏好，采取新工艺和新材质进行产品升级，并且更加专注于面向中高端市场的Defense系列产品，随着苹果手机iPhone 11、iPhoneXs等新机型的推出，苹果系列手机保护类产品的销售单价相应提高，从而实现收入规模的增长。

随着华为手机品牌的高端市场需求刺激效应，公司自有品牌也开始关注中高端消费市场的需求，深耕高端市场产品的投入；受高端手机销量的提振，公司自有品牌华为系列出现量价齐升的态势。

报告期内，公司自有品牌除苹果系列、华为系列外，另一主打品牌三星系列产品的销售呈先降后升的趋势，报告期各期占自有品牌收入分别为13.30%、9.05%和12.50%。一方面，国内市场品牌竞争加剧，三星的中国市场份额受到其他竞争品牌挤压而逐年下滑，因此公司减少了与三星中国公司定制化产品的合作业务，使得2017年与2018年公司三星系列产品的销售出现大幅下降；另一方面，受益于三星在国际市场上的持续强势地位，公司2019年配套开发的Defense三星系列产品在境外销售也随之得到增长。同时，其他小众系列产品的市场增速放缓，使得2018年到2019年整体销量出现较大变动。

报告期内，公司自有品牌其他系列产品受产品种类多、专属品牌及规格型号

繁多等影响，其他系列产品的变动呈现不规律性。

8、退换货情况

报告期内，公司各期退换货情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
退换货金额	892.82	1,028.20	939.82
销售收入金额	82,934.29	64,692.04	54,105.84
退换货占销售收入比例	1.08%	1.59%	1.74%

报告期内，公司主要与亚马逊、Target、BestBuy、沃尔玛等客户发生退换货，各期退换货金额占销售收入的比例分别为 1.74%、1.59%和 1.08%，退货情况为多批次小额退货，各期均不存在期后集中大额退换货情况。报告期内，退换货金额相对较为稳定，退换货金额占比较低，对公司的整体经营不存在重大影响。

2017 年度，公司客户退换货占比相较于其他各期较高，主要是由于经销商授权范围变更，迪士尼限制授权后导致下游经销商不能继续销售此类产品系列。报告期内，公司积极推进经销政策的优化，持续筛选优质客户，实施“加深服务大客户”战略，精简中小经销商，使得报告期内经销商的退换货情况持续改善，退换货率逐年下降。

公司的销售退货分两种情况，一是退款并退货，二是退款货物无实际退回，其具体财务处理方法如下：（1）对于有实物退回的情况，已确认收入的售出商品发生退回的，在发生销货退回时冲减当期销售收入，同时冲减当期营业成本；（2）对于无实物退回的情况，一般为退货产品单位再利用价值较低或几乎没有，退货发生的物流成本过高，货物退回后再利用的经济利益较低，已确认收入的售出商品发生退回的，在发生销货退回时冲减当期销售收入。这部分损失的存货应属于公司主营业务成本的一部分，而非管理不善造成的损失，所以对于未退回存货视同已经发生的营业成本，不予冲减退货当期营业成本。

9、第三方回款的情况说明

报告期内，公司第三方回款的具体情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
第三方回款金额	1,159.20	1,049.79	1,080.61

其中：同一集团内回款	771.73	483.64	470.84
实际控制人/股东代付	367.47	563.15	442.87
营业收入	**82,934.29**	**64,692.04**	**54,105.84**
第三方回款占营业收入比	1.40%	1.62%	2.00%

报告期内，公司各期第三方回款金额分别为 1,080.61 万元、1,049.79 万元和 1,159.20 万元，占营业收入比例分别为 2.00%、1.62%和 1.40%，第三方回款金额占营业收入的比例逐年下降。报告期内，公司客户通过第三方回款主要有如下原因：一是部分客户如个体工商户等，为方便及时结算、资金周转，客户通过实际控制人、控股股东等个人账户支付给公司货款；二是部分客户因其资金周转及外汇结算等原因委托其所属集团的其他关联企业代为向公司支付款项。

报告期内，公司第三方回款的付款方由客户指定，客户根据自身的交易习惯和结算便利，采取第三方代支付货款，符合一般的商业行为。第三方回款涉及的原始交易业务真实存在，不存在虚构交易或调节账龄情形，第三方回款涉及的交易与合同约定、原始单据一致，具有必要性及商业合理性。报告期内，公司及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员或其他关联方与第三方回款的支付方不存在关联关系或其他利益安排。

经核查，保荐机构认为：发行人第三方回款对应的销售收入真实，第三方回款与对应业务匹配，具有可验证性。

10、现金交易的情况说明

（1）现金交易金额及比例

①报告期内，公司现金收入情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
现金收款金额	52.27	57.97	15.06
营业收入金额	82,934.29	64,692.04	54,105.84
占比	**0.06%**	**0.09%**	**0.03%**

报告期内，公司现金收款主要为零星销售保护类产品收款和材料、废品销售收款，金额较小，占各期营业收入比例很低。

2017 年度，深圳市福田区远望源通讯市场诺亚方舟通讯行（以下简称“诺亚方舟通讯行”）现金支付货款 10.00 万元，由于诺亚方舟通讯行支付公司前期

货款时已在注销过程中，为方便完成交易，便通过现金进行结算。诺亚方舟通讯行属于个体工商户，主要从事通讯产品的零售，其经营者谌光平为公司实际控制人谌建平胞兄。除此之外，公司与现金交易的客户不存在关联关系，交易均具有商业实质。

②报告期内，公司现金采购情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
现金采购金额	10.99	8.08	6.26
采购总额	39,438.56	36,948.60	26,728.83
占比	**0.03%**	**0.02%**	**0.02%**

报告期内，公司现金支付主要为零星采购低值易耗品和物料等非主要材料，公司通过现金采购占报告期各期采购总额的比例很低。公司与现金交易的供应商不存在关联关系，交易均具有商业实质。

（2）现金交易的原因及合理性，是否符合行业经营特点

报告期内，公司销售中存在极少量的现金交易，主要为零星销售保护类产品收款、废品和废旧材料销售收款，存在现金销售的原因包括：一方面，此类现金交易客户主要为个人或个体工商户，其交易习惯用现金付款，且交易金额较小等因素，客户只接受以现金交易方式；另一方面，由于部分客户临时性采购或所在地外汇支付审批较为严格，为及时收回货款，采取了现金交易形式。

公司采购中存在少量现金交易，主要为经营过程中零星的原材料、办公用品等物资的采购，由于采购金额小，为方便及时完成交易，部分采购采用了现金方式。

公司现金交易属于日常零散产品销售或采购支出的情形，符合行业经营特点。现金交易金额占报告期各期营业收入或采购金额比例非常低，处于合理的水平范围。

经核查，保荐机构认为：发行人各期现金交易真实，原因合理，符合行业经营特点。

（三）营业成本分析

1、营业成本整体情况

报告期内，公司营业成本构成情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务成本	47,273.02	93.60%	42,666.77	96.37%	34,481.76	95.58%
其他业务成本	3,234.43	6.40%	1,606.04	3.63%	1,592.96	4.42%
合计	**50,507.45**	**100.00%**	**44,272.81**	**100.00%**	**36,074.72**	**100.00%**

报告期内，公司营业成本分别为 36,074.72 万元、44,272.81 万元和 50,507.45 万元，其中主营业务成本分别为 34,481.76 万元、42,666.77 万元和 47,273.02 万元，主营业务成本占当期营业成本的比例均超过 93%。其他业务成本主要为公司销售模具、样品等的产品成本，占各期营业成本的比例较低。

2、主营业务成本按业务类型分析

报告期内，公司主营业务成本按业务类型分类的构成情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
ODM/OEM 业务	36,989.39	78.25%	32,722.78	76.69%	25,150.15	72.94%
自有品牌业务	10,160.68	21.49%	9,428.90	22.10%	6,419.92	18.62%
代理业务	122.95	0.26%	515.08	1.21%	2,911.69	8.44%
合计	**47,273.02**	**100.00%**	**42,666.77**	**100.00%**	**34,481.76**	**100.00%**

报告期内，随着公司销售规模的扩大，主营业务成本也相应增长，公司按照业务类型分类的主营业务成本构成与主营业务收入构成基本一致。

报告期内，公司按业务类型产品类型的主要产品单位成本如下：

单位：元/个

类型	2019 年度	2018 年度	2017 年度
ODM/OEM			
手机保护类产品	4.59	4.64	5.85
平板保护类产品	30.30	25.80	32.73
自有品牌			
手机保护类产品	23.41	15.56	16.86
代理业务产品	32.23	40.11	71.54

报告期内,公司销售的保护类产品材质主要有 TPU 类产品、皮套成品、套装成品、硅胶套成品、塑胶壳/透明盒成品等类型。TPU 类产品生产工艺较为简

单，包装以散装为主，无需进行精装，生产成本相对较低；皮套成品、套装成品，由于生产加工工艺较为复杂，使用彩盒进行精包装，产品成本相对较高。自有品牌产品中 Defense 系列产品是公司面向欧美市场的中高端品牌，凭借优秀的设计以及高品质体验，受到海外消费者的青睐，同时产品生产需使用品质高的材料、需经过多种生产工艺进行精细加工，对材料及生产工艺的要求较高导致产品成本相对较高。

（1）ODM/OEM 手机保护类产品单位成本变动分析

报告期内 ODM/OEM 手机保护类产品单位成本呈下降趋势，主要是产品结构的变化，成本较低的 TPU 类产品销售占比上升，成本较高的套装成品、皮套产品及硅胶产品销售占比下降。ODM/OEM 手机保护类产品中，2017 年 TPU 类产品销售数量占比为 27.89%，2018 年及 2019 年该比例已经上升到 78.27%与 80.68%。TPU类产品生产工艺较为简单，包装以散装为主，无需进行精装，单位成本相对较低，2018 年和 2019 年平均成本分别为 2.38 元和 2.28 元。成本较高的套装成品、皮套产品及硅胶套成品销售占比从2016年的三成左右下降到2018年约为两成，2019 年继续下降到 11.08%。销售结构的改变导致 2018 年及 2019 年单位产品成本下降。

（2）ODM/OEM 平板保护类产品单位成本变动分析

报告期内，ODM/OEM 平板保护类产品单位成本分别为 32.73 元、25.80 元和 30.30 元，单位成本呈波动趋势，主要系产品结构的变化。2018 年度单位成本较 2017 年有所下降主要是 ODM/OEM 平板 TPU 类保护产品销售占比约 31.82%左右，其单位成本约为 7.48 元，拉低了产品平均成本；2019 年 ODM/OEM 平板 TPU 类保护产品销售较 2018 年下降 82.93%，成本较高的套装产品销量占比较 2018 年增长 5.35%，故 2019 年 ODM/OEM 平板保护类产品单位成本有所回升。

（3）自有品牌手机保护类产品单位成本变动分析

报告期内，自有品牌手机保护类产品单位成本分别为 16.86 元、15.56 元和 23.41 元。报告期内单位成本的波动主要系产品结构的变化，自有品牌手机保护类产品主要销售的是 Defense 系列产品及公司其他品牌产品，Defense 系列产品是公司面向欧美市场推出的中高端系列产品，对产品的材质及生产工艺要求较

高，毛利率也高于其他自有品牌的产品，同时产品成本相对较高，报告期各期平均成本分别为 20.93 元、22.37 元和 25.38 元。报告期各期，Defense 系列产品销售占自有品牌手机保护类产品比例分别为 43.48%、49.82%和 89.63%，由此可知 2019 年产品成本上升主要是 Defense 系列销售占比上升所致。2018 年自有品牌手机保护类产品成本略有下降，主要系当年度处置了一批已经计提存货跌价准备的呆滞品，该部分产品成本较低，拉低了 2018 年自有品牌手机保护类产品的平均成本。

（4）代理业务产品单位成本变动分析

报告期内，公司代理业务产品单位成本分别为 71.54 元、40.11 元和 32.23 元，包括销售鼠标/键盘、蓝牙耳机、智能眼镜、音箱等产品，其中销售金额较大的主要为鼠标/键盘类产品。2017 年单位成本较高，主要由于销售的无线鼠标、蓝牙耳机、智能眼镜、智能手表、智能手环等产品单位成本较高，拉高了平均单位成本。报告期内，随着公司逐渐削减并停止代理业务，采购的代理产品品类也逐渐倾向于单位价格较低的产品，以降低存货滞销风险。

3、主营业务成本按成本明细分类情况

报告期内，公司主营业务成本按成本明细分类如下：

单位：万元

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接材料	36,734.52	77.71%	34,645.09	81.20%	27,407.16	79.48%
直接人工	6,370.02	13.47%	4,912.66	11.51%	3,975.55	11.53%
制造费用	4,168.48	8.82%	3,109.01	7.29%	3,099.05	8.99%
合计	**47,273.02**	**100.00%**	**42,666.77**	**100.00%**	**34,481.76**	**100.00%**

报告期内，公司主营业务成本构成以直接材料为主，占比分别为 79.48%、81.20%和 77.71%。公司主要原材料包括塑胶原料、PU 料、主件类、包材等基础材料或部件以及自有品牌业务委托定制的保护类产品半成品、成品等。公司主营业务产品为移动智能终端保护类配件，该类产品能满足保护性、时尚性等多种需求，因此该类产品的材质、型号众多，不同材质、型号的产品在主要原材料投入，生产工艺流程等方面存在差别，导致报告期各期销售产品的物料、人工和费用的配比呈现一定的波动。

4、劳务外包的情况说明

报告期内，公司劳务外包金额及占当期营业成本比例的情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
劳务外包金额	1,306.90	2,233.20	-
营业成本	50,507.45	44,272.81	36,074.72
占比	**2.59%**	**5.04%**	**-**

2018 及 2019 年度公司存在劳务外包的情形，劳务外包金额分别为 2,233.20 万元和 1,306.90 万元，占当期营业成本比例分别为 5.04%和 2.59%，占比较低，对公司的营业成本不存在重大影响。

为了更加规范劳务派遣用工问题，公司于 2018 年开始将部分简易辅助性工序委托给外包公司，并和一些综合实力较强、和公司整体配合度较高的劳务外包公司进行劳务外包合作。劳务外包模式下公司将产品生产的一部分简易的辅助性工序（如包装等）外包给外部公司负责生产。劳务外包模式下，每一个外包的生产任务，公司会根据历史上公司自己员工完成时可能耗费的成本，估算完成该外包生产任务所愿意支付的成本，并通过跟合作的几家劳务外包公司了解价格等，确定每一个劳务外包生产任务的总价，并据此作为完成外包任务后的结算依据，劳务外包费用定价公允。

报告期内，公司及公司的实际控制人、董事、监事及高级管理人员与合作的劳务外包公司不存在关联关系，亦不存在劳务公司为公司承担人员费用的情形。

5、主要原材料、能源的采购情况

报告期内，主要原材料、能源的采购情况请参见本招股说明书之“第六节、业务与技术”之“四、发行人采购情况和主要原材料”之“（一）原材料采购情况及其价格变动趋势”、“（六）主要能源采购情况”。

（四）毛利及毛利率分析

1、营业毛利情况

（1）毛利总体构成情况

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度

	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务毛利	30,384.67	93.70%	19,375.24	94.89%	16,841.23	93.40%
其他业务毛利	2,042.17	6.30%	1,043.99	5.11%	1,189.89	6.60%
合计	**32,426.84**	**100.00%**	**20,419.23**	**100.00%**	**18,031.12**	**100.00%**

报告期内，公司主营业务毛利分别为 16,841.23 万元、19,375.24 万元和 30,384.67 万元，总体呈逐步上升趋势。主营业务毛利占当期营业毛利的比例均超过 93%，毛利构成稳定。

（2）主营业务毛利按业务类型分类

报告期内，公司主营业务按业务类型分类的毛利及毛利贡献率情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
ODM/OEM 业务	17,467.12	57.49%	11,451.39	59.10%	9,054.58	53.76%
自有品牌业务	12,922.37	42.53%	7,868.42	40.61%	7,444.23	44.20%
代理业务	-4.82	-0.02%	55.44	0.29%	342.42	2.03%
合计	**30,384.67**	**100.00%**	**19,375.24**	**100.00%**	**16,841.23**	**100.00%**

报告期内，公司坚持实施“做大 ODM/OEM 业务，做强自有品牌业务”的整体战略。报告期内，公司 ODM/OEM 业务毛利贡献率分别为 53.76%、59.10%和 57.49%，系公司的基础业务。同时，公司基于承接 ODM/OEM 客户订单所积累的技术基础，不断丰富自有品牌产品品类，深耕下游渠道，报告期内自有品牌业务毛利占比分别为 44.20%、40.61%和 42.53%，已经稳定为公司盈利的重要组成部分。目前，公司已形成 ODM/OEM 业务与自有品牌业务同步发展的良好业务结构。

2、主营业务毛利率分析

（1）主营业务毛利率按产品构成分析

报告期内，公司主营业务毛利率按产品构成分类如下：

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度
	毛利率	增减	毛利率	增减	毛利率
智能手机保护类产品	40.93%	6.43%	34.50%	-0.13%	34.63%
平板电脑保护类产品	29.08%	10.72%	18.36%	-13.26%	31.62%
代理业务产品	-4.08%	-13.80%	9.72%	-0.80%	10.52%
其他产品	34.58%	19.06%	15.52%	-27.39%	42.91%
主营业务毛利率	**39.13%**	**7.90%**	**31.23%**	**-1.58%**	**32.81%**

报告期内，公司主营业务综合毛利率分别为 32.81%、31.23%和 39.13%，公司盈利能力良好，综合毛利率整体保持稳定，具体产品毛利率分析情况如下：

①智能手机保护类产品毛利率分析

报告期内，公司智能手机保护类产品毛利率分别为 34.63%、34.50%和 40.93%，保持平稳并有一定程度上升。公司智能手机保护类产品主要包括华为系列和苹果系列，报告期内，随着华为手机在全球的持续热销，公司与华为的合作进一步深化，公司华为系列手机保护类产品销售额大幅上升。2019 年，由于公司 ODM/OEM 业务产品结构发生变化，附加值高、毛利率较高的产品系列占比提升，且公司自有品牌 Defense 系列产品占比提升等因素，导致 2019 年毛利率有一定程度提升。

②平板电脑保护类产品毛利率分析

报告期内，公司平板电脑保护类产品毛利率分别为 31.62%、18.36%和 29.08%，毛利率波动的原因分析如下：

2018 年，平板电脑市场较为平淡，保护类产品作为平板电脑的配件，整体市场需求同样较为疲弱，伴随着公司平板电脑保护类产品价格的下滑，该类产品的毛利率降至 18.36%。

2019 年，公司平板电脑保护类产品毛利率较 2018 年上升 10.72%，主要系公司紧跟智能终端新机型市场陆续推出新工艺产品，由于新品的性价比和溢价能力更强，部分毛利率较高的客户销售收入比重有所提高，拉升了平板电脑保护类产品的整体毛利率。

③代理业务产品毛利率分析

公司代理业务产品收入主要来源于代理销售罗技等品牌产品的销售收入。报告期各期，公司代理业务产品毛利率分别为10.52%、9.72%和-4.08%，代理业务收入的品牌构成和产品构成略有差异导致了代理业务毛利率的波动，2019 年代理业务毛利率为负是由于公司决定终止代理业务清货造成。

（2）主营业务毛利率按业务类型分析

报告期内，公司主营业务毛利率按业务类型分类如下：

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度
	毛利率	增减	毛利率	增减	毛利率
ODM/OEM 业务	32.08%	6.16%	25.92%	-0.55%	26.47%
自有品牌业务	55.98%	10.49%	45.49%	-8.20%	53.69%
代理业务	-4.08%	-13.80%	9.72%	-0.81%	10.52%
主营业务毛利率	**39.13%**	**7.90%**	**31.23%**	**-1.58%**	**32.81%**

报告期内，公司自有品牌业务的毛利率高于 ODM/OEM 业务，主要系公司自有品牌产品定位中高端，由公司自主设计和开拓渠道进行销售，产品品牌溢价率较高；而 ODM/OEM 模式下，产品价格由公司与移动智能终端配件品牌商、移动智能终端制造商等协商确定，产品溢价率较低。

报告期内，ODM/OEM 业务毛利率分别为 26.47%、25.92%和 32.08%。作为公司基础业务，ODM/OEM 产品的生产已形成相对成熟的流程体系，成本相对可控；公司亦与主要定制客户建立了良好的长期合作关系，相关产品经营策略和定价相对稳定。因此，2017 年-2018 年公司 ODM/OEM 业务毛利率保持在稳定水平。2019 年，ODM/OEM 业务毛利率有一定程度上升，主要由于公司向华为销售的产品毛利得到明显提升，使得境内手机业务整体毛利率出现较大增加，由 2018 年度的 27.43%上升到 2019 年的 40.93%。一方面，2019 年公司向华为公司供应新品，比如采取 IML 工艺（模内注塑）生产的 TPU 新品，此类产品相对于传统 TPU 的销售单价和毛利率较高；另一方面，公司为了提升产品性能和多样化功能改进了工艺水平，皮套类产品的工艺制作由 PC 壳与贴皮的方式改进为套啤与贴皮方式，以及翻盖皮套的面盖增加光学镀膜和 AF 涂层工艺等新工艺，此类新品市场反应良好，产品的溢价能力及附加值处于较高水平，皮套成品由此出现销量与销售单价同步增加的情况，提高皮套类成品的销售毛利水平。此外，部分客户的毛利率亦有所回升，例如客户 Targus 于 2018 年采取的全球供应商竞争性降价策略，使得当年该毛利率明显偏低，在公司 2019 年向其推出新品的情形下，毛利率得到一定回升。

报告期内，自有品牌业务毛利率分别为 53.69%、45.49%和 55.98%，总体保持在较高水平。2018 年，公司自有品牌业务毛利率由上年的 53.69%下降至 45.49%，主要原因为 2018 年度公司加大了老款自有品牌产品的促销力度。具体而言，2017 年四季度苹果发布了新品 iPhone X，其在屏幕尺寸、摄像头设计等

外观细节上均有较大改变，在此背景下，公司积极推动适配 iPhone6/6s/7 等手机保护类产品的促销，导致 2018 年自有品牌业务毛利率较上年有所下滑。2019 年，自有品牌业务中，公司积极主推自主设计的 Defense 系列产品，全年 Defense 系列销售占比提升，2019 年全年 Defense 系列产品销售占自有品牌手机保护类产品的比例自 2018 年度的 49.82%上升至 89.63%。Defense 系列产品是公司面向欧美市场的中高端品牌，对产品的材质及生产工艺要求较高，毛利率也高于其他自有品牌的产品，因此 2019 年公司自有品牌毛利率有一定程度提升。

报告期内公司逐渐精简运营，缩减毛利率较低的代理业务，公司代理业务毛利率分别为 10.52%、9.72%和-4.08%，2017-2018 年公司代理业务毛利率因收入的品牌构成和产品构成不同有所差异，2019 年代理业务毛利率为负是由于公司决定终止代理业务清货造成。

（3）主营业务毛利率按区域构成分析

报告期内，公司主营业务毛利率按区域构成分类如下：

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度
	毛利率	增减	毛利率	增减	毛利率
国内销售	33.08%	8.20%	24.88%	3.90%	20.98%
出口销售	45.33%	7.59%	37.74%	-3.59%	41.34%
主营业务毛利率	**39.13%**	**7.90%**	**31.23%**	**-1.58%**	**32.81%**

报告期内，公司出口销售业务毛利率整体高于国内销售业务毛利率，主要有三方面原因：一是国外客户对产品性能和设计的复杂程度要求高于国内客户，产品附加值较高，毛利率水平相对较高；第二，国外知识产权保护较严，消费者已建立较强的品牌意识，消费者愿意为自主设计的品牌产品支付较高价格；第三，报告期内公司代理业务全部为境内销售，代理业务的毛利率相对较低，整体拉低了境内销售综合毛利率。

2018 年度，国内销售毛利率较 2017 年略有提升，主要原因包括：①2018 年度国内销售收入大幅增长，公司整体效率提升，规模效应使得成本优势得以体现；②随着公司业务战略的调整，高毛利率的手机保护类产品业务占比快速提升，低毛利率的代理类业务的快速缩减。此外，2018 年出口销售毛利率较 2017 年有所下降，主要系平板电脑保护类产品受市场需求减弱，毛利率下降较快所致。

2019年度，国内销售毛利率较2018年继续提升，主要原因仍为：①2019年国内销售收入继续大幅增长，公司整体效率提升；②随着公司业务战略的调整，公司决定终止低毛利率的代理业务，高毛利率的手机保护类产品业务占比继续提升；③ODM/OEM业务和自有品牌业务，高附加值、高毛利率的产品系列占比同时有所提升。另外，2019年出口销售毛利率较2018年有一定程度提升，主要有两方面原因：一是由于人民币相对美元贬值，主要以美元计价的出口销售产品单价提升；二是由于 Defense 系列产品销售占比上升，带动出口销售毛利率提升。

（4）与同行业可比公司毛利率的比较

①同行业可比公司标准

本公司所属行业为移动智能终端配件行业，主要产品包括智能手机保护类产品和平板电脑保护类产品。目前，移动智能终端配件行业市场容量巨大，行业内厂商众多，为响应下游客户的多元化要求，各生产商结合自身的资源禀赋和生产要素优势采取错位竞争策略，业务各有侧重，其生产的产品和业务模式存在明显差异，目前在A股市场难以找到完全与公司可比的上市公司。

本公司从所属行业、业务模式、细分产品类型以及信息披露完整性等角度考虑，选取开润股份（股票代码：300577）、品胜股份（股票代码：834028）和ZAGG（股票代码：ZAGG）作为公司的可比公司。品胜股份和ZAGG与公司同属移动智能终端配件行业，但具体细分产品具有一定差异；开润股份业务模式与公司类似，同时经营 ODM/OEM 业务和自有品牌业务，并且其部分产品为平板电脑和智能手机保护类产品，与公司主要产品一致。

经核查，保荐机构认为：开润股份、品胜股份和ZAGG均为行业内知名的公司，上述公司与发行人在产品类型和应用领域方面具有一定的可比性。发行人同行业公司的选取标准客观，发行人已按照披露的选取标准全面、客观、公正地选取可比公司。

②与同行业可比公司主营业务毛利率的比较

报告期内，同行业可比公司主营业务毛利率情况如下：

公司名称	2019年度	2018年度	2017年度	经营范围

公司名称	2019 年度	2018 年度	2017 年度	经营范围
开润股份	28.58%	27.47%	29.60%	商务包袋、户外休闲包袋、平板电脑与手机保护套等。
品胜股份	-	-	37.62%	电池模组类产品、手机电池、数码相机电池、数码摄像机电池、数据线、耳机、读卡器等。
ZAGG	35.13%	34.53%	32.53%	移动设备配件，包括平板电脑的蓝牙键盘、外挂电池、移动设备保护套/贴膜、音频耳机，蓝牙音响类，游戏类产品等。
本公司主营业务毛利率	**39.13%**	**31.23%**	**32.81%**	**移动智能设备保护类产品等。**
同行业平均主营业务毛利率	31.86%	31.00%	33.25%	-

注 1：数据根据各公司年度报告和公开转让说明书、招股说明书公布财务数据计算。

注 2：ZAGG 为美国纳斯达克上市公司。

注 3：2017 年 10 月，品胜股份已从全国中小企业股份转让系统退市，故该公司 2017 年数据引用其 2017 年半年度报告，为便于比较，上述指标已作年化处理。

品胜股份和 ZAGG 与公司同样经营移动智能终端配件类消费品，开润股份与公司业务模式相近，且产品具有一定重合度。2017 年和 2018 年，公司主营业务毛利率基本与同行业平均水平相近。2019 年，公司主营业务毛利率较上年有一定程度提升，主要有两方面原因：一是公司自有品牌业务方面，毛利率较高的 Defense 系列产品销售占比提升；二是 ODM/OEM 业务产品结构发生变化，应用新工艺且毛利率和附加值较高的产品销量提升。

③与同行业可比公司类似产品毛利率比较

报告期内，公司主营业务毛利率按产品构成分类如下：

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度
	毛利率	增减	毛利率	增减	毛利率
智能手机保护类产品	40.93%	6.43%	34.50%	-0.13%	34.63%
平板电脑保护类产品	29.08%	10.72%	18.36%	-13.26%	31.62%
代理业务产品	-4.08%	-13.80%	9.72%	-0.80%	10.52%
其他产品	34.58%	19.06%	15.52%	-27.39%	42.91%
主营业务毛利率	**39.13%**	**7.90%**	**31.23%**	**-1.58%**	**32.81%**

公司主要产品毛利率与可比公司相同或相似产品已披露的毛利率对比如下：

A、开润股份

开润股份作为 A 股上市公司，股票代码为 300577，该可比企业主营业务为

包袋类产品的研发、设计、生产与销售。主要产品为：商务包袋、户外休闲包袋、平板电脑与手机保护套等。主营产品以出行装备的箱包为主，平板电脑与手机保护套作为配套附属业务。

根据上市公司年报，报告期内开润股份分产品主营业务毛利率情况如下：

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度
	毛利率	增减	毛利率	增减	毛利率
出行产品	28.58%	2.81%	25.77%	-4.04%	29.81%
其他	4.04%	-27.82%	31.87%	4.38%	27.49%
毛利率	**27.77%**	**1.79%**	**25.98%**	**-3.63%**	**29.61%**

注：报告期内开润股份调整了主营业务范围，故此处使用整体毛利率进行对比。

开润股份与公司业务模式相近，且产品具有一定重合度。根据开润股份披露的年度报告公开信息来看，可比企业开润股份在箱包业务逐年增长的情况下，平板电脑与手机保护套及其他的渠道配套产品方面的收入占比逐年下降。根据公开信息来看，开润股份的平板电脑与手机保护套产品与公司的产品属于同类型产品，从产品属性上具有可比性。

开润股份在商业模式上主要采取以 ODM/OEM 的业务模式为小米科技、联想集团、迪卡侬、华硕电脑、新秀丽等国际知名品牌客户提供包袋类产品的研发设计与生产制造服务。作为该可比企业的服务对象，相关客户主要集中在移动智能终端及 PC 终端等行业领域，向其提供相关 3C 产品的配套配件产品；从服务对象及服务领域来看，公司也是服务于移动智能终端制造商及 PC 终端制造商，比如华为、三星等大型终端制造商，具有服务对象领域的可比性。

整体来看，由于公司主要经营智能移动终端保护类产品，而开润股份主要经营出行类产品，二者存在一定差异，使得报告期内公司主要产品毛利率与开润股份主要产品毛利率存在一定差异。但由于二者业务模式相近，且产品具有一定重合度，使公司保护类产品毛利率变化趋势与开润股份出行类产品毛利率变化趋势基本相同，均呈现先下降后上升的趋势。

B、品胜股份

品胜股份为新三板公司（股票代码为 834028），该可比企业是 3C 智能移动周边产品龙头企业，2003 年创立于中国深圳，主要围绕手机、平板、智能电视“三块屏幕”的智能物联、电能支持、音视频播放、智能存储等领域为用户提供

品质卓越的产品与服务，并始终致力于让全球用户的数字体验更加精彩，驱动智能生活。

根据新三板公开披露信息，报告期内品胜股份分产品主营业务毛利率情况如下：

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度
	毛利率	增减	毛利率	增减	毛利率
电池模组	-	-	-	-	38.30%
数码配件	-	-	-	-	36.62%
主营业务毛利率	-	-	-	-	37.62%

注：2017 年 10 月，品胜股份已从全国中小企业股份转让系统退市，故该公司 2017 年数据引用其 2017 年半年度报告，且无法取得后续年度公开披露信息。

根据品胜股份披露的年度报告公开信息来看，公司的产品主要为电池模组类产品，主要包括应用于各种智能手机、IPAD 等移动设备的移动电源，及手机电池、数码相机电池及数码摄像机电池等电池类产品。此外，也提供诸如数据线、耳机、读卡器等周边数码配件产品。从产品属性对比来看，品胜股份经营移动电源、3C 电池产品、保护壳及其他周边配件产品，与公司销售手机、平板配套保护套类产品及 3C 产品具有产品同质性，由此产品性质而言，品胜股份与公司在产品分类上能够达到可比性。

由于品胜股份产品与公司产品存在一定差异，且品胜股份仅披露了 2017 年 1-6 月的毛利率，故无法比较报告期内公司产品与品胜股份的毛利率及毛利率变动趋势。

C、ZAGG

ZAGG 为美国纳斯达克上市公司(纳斯达克股票代码:ZAGG)，该可比公司始创于 2005 年，总部位于美国盐湖城，是一家全球性的移动设备配件和技术公司，提供创新优质的产品解决方案，以保护个性化和提升消费者的移动体验。ZAGG 生产和销售全系列的移动设备配件，包括平板电脑的蓝牙键盘、外挂电池、移动设备保护套/贴膜、音频耳机、蓝牙音响类、游戏类产品等等。ZAGG 公司旗下的品牌包括:ZAGG®、invisibleSHIELD(隐形盾)®、iFrogz™BRAVEN®、GEAR4®和 HALO®等品牌。其中 invisibleSHIELD(隐形盾)®是贴膜的缔造者，并且在全球市场占有率第一。

报告期内，ZAGG 公司仅披露整体毛利率，并未披露分产品毛利率。公司主营业务毛利率情况如下：

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度
	毛利率	增减	毛利率	增减	毛利率
主营业务毛利率	35.13%	0.60%	34.53%	2.00%	32.53%

ZAGG 致力于为全球手机、智能手表、平板电脑及其他主流移动设备，专业提供兼具功能性与设计感的外设配件。ZAGG 的主要产品包括便携式电子设备屏保、音频产品、移动电源、键盘和手机外壳，向便携式电子品牌市场提供配套服务，包括：苹果、谷歌、微软、摩托罗拉、戴尔、联想、黑莓、小米、华为和 HTC 等品牌，围绕保护和增强移动设备的产品解决方案进行营销和创新。从产品属性和行业划分对比，ZAGG 与公司属于同一细分市场的竞争者；同时，ZAGG 又作为公司的主要客户，由公司作为供应商角色向其提供定制化产品；由此来看，ZAGG 与公司在行业定位、产品属性上都具有可比性。

ZAGG 在最近三年财年的报告中显示，ZAGG 通过采取经销和零售分销模式，保持全球市场的领先地位，重要客户包括 Superior，Apple Inc.，亚马逊，百思买，沃尔玛，AT＆TInc.，Sprint Corp.，Verizon Communications Inc.，Genco Distribution Systems Inc 等主要零售商以及 T-Mobile International AG，Target Corporation，Walgreens Boots Alliance 和 Carphone Warehouse 等独立电子产品经销商。在服务的客户对象上，像百思买、亚马逊、沃尔玛及 Target 等均为双方重叠客户，客户基本属于大型商超或者零售经销商，客户同源同质化效应下，ZAGG 与公司具有可比性。

报告期内，ZAGG 整体毛利率水平呈现稳中有升的趋势，而公司整体毛利率水平在 2018 年略有下降，2019 年则稳定上升。这是由于虽然 ZAGG 与公司产品相似度较高，但 ZAGG 更加侧重屏幕保护产品，也生产移动电源等产品，在产品细分领域仍与公司存在一定差异。且 ZAGG 作为全球性综合移动设备配件商，在主要客户、产品用途和销售价格等方面与公司均有不同，使二者变动趋势存在一定差异。

综上所述，经核查，保荐机构认为，报告期内发行人主要产品与可比公司相同或相似产品的毛利率及毛利率变化趋势不存在较大差异，发行人主要产品的毛

利率不存在异常情况。

（五）期间费用分析

报告期内，公司销售费用、管理费用、研发费用及财务费用金额占当期营业收入的比例情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
销售费用	8,648.56	10.43%	6,218.45	9.61%	5,997.47	11.08%
管理费用	4,112.44	4.96%	3,235.13	5.00%	3,152.72	5.83%
研发费用	3,212.13	3.87%	2,939.33	4.54%	1,895.95	3.50%
财务费用	-332.22	-0.40%	-923.14	-1.43%	887.35	1.64%
合计	**15,640.91**	**18.86%**	**11,469.78**	**17.73%**	**11,933.49**	**22.06%**

报告期内，公司的期间费用分别为 11,933.49 万元、11,469.78 万元和 15,640.91 万元，占营业收入的比重分别为 22.06%、17.73%和 18.86%。其中，2018 年度研发费用较上年增加了 1,043.38 万元，增幅 55.03%，与公司加大研发投入、提高核心竞争力的战略相一致。报告期内，财务费用出现较大幅度的波动，主要是由于汇率变动的结果。

1、销售费用

报告期内，公司的销售费用明细如下：

单位：万元

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	2,422.58	28.01%	1,987.98	31.97%	2,097.44	34.97%
折旧费	86.36	1.00%	54.36	0.87%	42.58	0.71%
保险费	20.97	0.24%	35.08	0.56%	59.24	0.99%
运输费	2,313.06	26.75%	1,653.46	26.59%	1,153.64	19.24%
市场推广费	2,937.94	33.97%	1,427.61	22.96%	1,755.48	29.27%
样品费	116.83	1.35%	65.88	1.06%	38.50	0.64%
差旅费	194.80	2.25%	236.51	3.80%	208.04	3.47%
招待费	172.24	1.99%	153.46	2.47%	166.08	2.77%
租赁费	98.75	1.14%	138.49	2.23%	177.25	2.96%
其他	285.00	3.30%	465.61	7.49%	299.22	4.99%
合计	**8,648.56**	**100.00%**	**6,218.45**	**100.00%**	**5,997.47**	**100.00%**

报告期内，公司的销售费用分别为 5,997.47 万元、6,218.45 万元和 8,648.56 万元，占各期营业收入的比重分别为 11.08%、9.61%和 10.43%，基本保持稳定。公司的销售费用主要由职工薪酬、市场推广费和运输费构成，报告期内其合计占销售费用的比重分别为 83.48%、81.52%和 88.73%，其他项目的占比及金额变动对销售费用影响较小。

2018 年度公司运输费增长较快，与 2018 年度公司营业收入的增长相关。2018 年度，职工薪酬和市场推广费较上年有一定幅度的下降，主要是由于 2018 年公司继续削减代理业务，人员数量下降明显，同时随着客户集中度的提升公司重点加强了对大客户的深度服务，外出参展等相关费用支出相对较少。

公司销售激励政策：为促进公司业务不断发展，收入持续增长，公司专门制定了销售激励政策，销售人员的基本薪酬结构为：基本工资（固定底薪）+月度绩效奖励+季度绩效奖励+年度绩效奖励，公司考核体系分为公司销售目标、部门销售目标、关键绩效目标、费用控制和回款目标等考核指标，包括销售目标达成率、新旧客户激励点数、产品分类激励点数等多模式激励方式。

报告期内，公司销售费用中职工薪酬及销售员工人数情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
职工薪酬	2,422.58	1,987.98	2,097.44
销售人员人数（期末）	81.00	93.00	101.00
人均薪酬	29.91	21.38	20.77
营业收入	82,934.29	64,692.04	54,105.84
职工薪酬占营业收入比例	2.92%	3.07%	3.88%

报告期内，销售费用中职工薪酬 2018 年度较 2017 年度有所降低，主要原因是：（1）公司出于整体战略调整，逐步削减了毛利率偏低且需更多人力推广的代理业务，导致与此相关销售人员数量有较大幅度下降；（2）公司逐步与规模较大的经销商建立了长期稳定的合作关系，产品进入规模化销售阶段，导致对销售人员需求量有所下降；(3)公司注重与华为、沃尔玛等现有大客户的合作，此类客户无需投入大量销售人员，报告期内，公司对华为的销售额增长较快，但相对应销售成本并未大幅增加。

由上表可知，公司销售费用中职工薪酬总额 2018 年度较 2017 年度下降，但

人均薪酬呈上升趋势，主要得力于公司的销售激励政策，将公司的业绩目标与职工绩效薪酬挂钩，极大调动了员工积极性，促进了公司业务发展。

报告期内，公司2019年销售费用中职工薪酬较2018年出现较大增加，受益于公司业务迅猛发展和销售激励政策严格执行，销售收入大幅增长以及业绩目标得以实现，公司依据销售目标和达成情况计提了较多绩效与奖金，使得销售部门职工薪酬有所增长。

综上所述，公司营业收入增长的情况下，销售费用中职工薪酬总额减少与公司的实际经营情况是相符的，销售费用中职工薪酬变动合理。

2、管理费用

报告期内，公司的管理费用明细如下：

单位：万元

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	1,913.43	46.53%	1,318.23	40.75%	1,382.74	43.86%
折旧费	125.45	3.05%	91.54	2.83%	90.56	2.87%
办公费	117.17	2.85%	56.36	1.74%	66.25	2.10%
水电费	60.05	1.46%	54.52	1.69%	51.10	1.62%
差旅费	172.94	4.21%	93.54	2.89%	76.98	2.44%
租赁费	362.26	8.81%	301.13	9.31%	291.91	9.26%
无形资产摊销	256.98	6.25%	226.17	6.99%	239.75	7.60%
装修费	44.37	1.08%	133.69	4.13%	196.99	6.25%
业务招待费	410.60	9.98%	58.65	1.81%	47.38	1.50%
中介机构费用	62.64	1.52%	173.26	5.36%	65.75	2.09%
商标授权费	193.69	4.71%	332.64	10.28%	270.14	8.57%
其他	392.87	9.55%	395.40	12.22%	373.17	11.84%
合计	**4,112.44**	**100.00%**	**3,235.13**	**100.00%**	**3,152.72**	**100.00%**

报告期内，公司的管理费用分别为 3,152.72 万元、3,235.13 万元和 4,112.44 万元，主要由职工薪酬、租赁费和商标授权费构成，报告期内上述三项合计占管理费用的比重分别为 61.69%、60.34%和 60.05%。报告期内公司管理费用占营业收入的比重分别为 5.83%、5.00%和 4.96%，随着公司收入规模的扩大，规模化效应得以体现，同时公司积极提升管理效率，使得管理费用率呈逐步下降趋势。

3、研发费用

报告期内，公司的研发费用明细如下：

单位：万元

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	1,110.21	34.56%	809.47	27.54%	705.11	37.19%
材料费	1,788.55	55.68%	1,908.74	64.94%	984.52	51.93%
检测费	34.14	1.06%	10.91	0.37%	6.11	0.32%
办公费	18.51	0.58%	11.55	0.39%	0.88	0.05%
差旅费	30.69	0.96%	10.11	0.34%	12.05	0.64%
招待费	3.00	0.09%	1.31	0.04%	0.97	0.05%
专利费	47.82	1.49%	35.06	1.19%	12.29	0.65%
租金	40.88	1.27%	33.70	1.15%	32.45	1.71%
折旧费	77.64	2.42%	64.29	2.19%	79.99	4.22%
其他	60.70	1.89%	54.20	1.84%	61.58	3.25%
合计	**3,212.13**	**100.00%**	**2,939.33**	**100.00%**	**1,895.95**	**100.00%**

报告期内，公司的研发费用分别为 1,895.95 万元、2,939.33 万元和 3,212.13 万元，研发费用占营业收入的比重分别为 3.50%、4.54%和 3.87%。2018 年度，为继续提高核心竞争力，公司加大对研发的投入，研发费用相较前一年有较大增长。

（1）公司研发费用的归集范围、核算方法及会计处理情况

公司研发费用归集范围包括公司研发中心在产品、技术、材料、工艺、标准的研究和开发过程中发生的各项费用，主要包括：

职工薪酬：包括从事研究开发人员全年工资薪金，包括基本工资、奖金、津贴、补贴、年终加薪、加班工资以及与其任职或者受雇有关的其他支出，根据研发人员参与该研发项目的工时将其职工薪酬及股份支付费用归集至该项目，计入研发费用-职工薪酬科目。

材料费：包括从事研发活动领用的材料费用，根据该研发项目直接领用的材料数量与每月加权平均单位成本据实计算，计入研发费用-材料费科目。

租金：包括用于进行研发活动的办公场所的租赁费，根据研发人员所占办公场所面积分摊计算出各月租金金额，计入研发费用-租金科目。

折旧及摊销：包括为执行研究开发活动而购置的设备折旧、研发部门办公场地折旧、因研究开发活动购入的专有技术摊销，财务部门根据相应资产的原值、折旧或摊销年限及残值计算出每月的折旧、摊销金额进行归集、核算，计入研发费用-折旧费、研发费用-专利费。

其他：包括为研究开发活动所发生的其他费用，如办公费、通讯费、网络费等，财务部门在相关费用发生时进行核算，计入研发费用-检测费、办公费、差旅费、招待费、其他等。

报告期内，各研发项目进展情况、累计已投入费用及构成、拟达到的目标情况如下：

2019年度研发项目情况

单位：万元

项目	拟达到目标	累计投入	进度
可降解玉米淀粉 TPU 材料在手机套中的应用	不同比例的生物聚酯化合物成型技术；同一模具造型，不同一致的工艺技术；比较有造型的热成型，排气散热技术	190.66	研发完毕
光固化涂料与聚碳酸酯，聚氨酯弹性体结合生产工艺技术	保护套塑胶表面应用光固化涂料结合防开胶技术；聚碳酸酯材料与光固化涂料加工技术；聚碳酸酯增加光固化涂料后与聚氨酯弹性体材料成型不开胶，不脱离成型技术	134.33	研发完毕
石墨烯产品保护套研发	解决了传统手机套产品散热慢，温度高的问题；通过材料的应用石墨烯片中间开孔结构优化，解决了无线充过程中发热快，断充，充不满电或信号差的弊端；通过材料的应用石墨烯片中间开孔结构优化加快的了无线充的时间	142.24	研发完毕
IML 片材使用感光油墨印刷图案	与 IML 工艺的结合;与自修复片材的结合；对于光线的敏感度高；颜色多种变化	142.05	研发完毕
高温聚碳酸酯与 PET 片材双面 IML 生产技术	高温聚碳酸酯与 PET 片材双面 IML 成型技术；PET 片材印刷粘合剂，印刷油墨技术；高温聚碳酸酯与 PET 片材电镀层防脱层技术;高温聚碳酸酯与 PET 片材防脱层技术；保护套高温聚碳酸酯与 PET 片材双面 IML 成型加工技术；高温聚碳酸酯与 PET 片材双面 IML 成型不脱层，不冲墨成型技术；生产的成品产品，能通过 1 米跌落测试并且耐黄变的技术	157.18	研发完毕
多功能一体三角支架	反正面支撑；可任意角度停留；防滑；对无线充不会有影响	171.39	研发完毕
纳米级薄涂环保油漆在手机套中的应用	精细级的薄涂技术;高透光技术;轻薄（几乎无厚度）阻汗液技术	160.32	研发完毕
渐变染色水晶贴合工艺技术研发	普通数码产品保护外壳，增加渐变染色水晶贴合工艺技术研发后，使用手感爽滑及防指纹和耐刮花	130.25	研发完毕
360 度旋转支撑、超强防摔保护套工艺技术	变形量,可控制在 0.5mm 之内;定位误差,可控制在 0.05mm 之内;封胶位的溢胶量,	198.68	研发完毕

项目	拟达到目标	累计投入	进度
	可控制在 0.05mm 之内;混色区域,可控制在 0.2mm 之内		
聚氨酯材料塑型模具研发	一种能给手机添增质感，手感也会完成不一样。手机是会发热的，而皮套对手机透气性能好，看起来非常正式档次迈上一个新的里程碑	200.43	研发完毕
食品级共聚聚酯化合物制备工艺技术研发	外观成型变形量,可控制在 0.5mm 之内;CNC 加工孔位误差,可控制在 0.05mm 之内;产品整体弹性变量,可控制在 0.25mm 之内;一级外观面气泡缺陷区域,可控制在 0.2mm 之内	200.43	研发完毕
天然可降解软木压花 PU 保护套生产工艺技术研发	外观成型变形量,可控制在 0.5mm 之内;CNC 加工孔位误差,可控制在 0.05mm 之内;产品整体弹性变量,可控制在 0.25mm 之内;一级外观面气泡缺陷区域,可控制在 0.2mm 之内	212.01	研发完毕
增强无线充的散热功能的电子产品保护套	解决了传统手机套产品用槽散热慢，温度高的问题；通过材料的应用石墨烯片中间开孔结构优化，解决了无线充过程中发热快，断充，充不满电的弊端；通过材料的应用石墨烯片中间开孔结构优化加快的了无线充的时间	138.47	研发完毕
记忆弹性软胶与热态高活性吸附材料生产工艺技术	保护套塑胶内表面应用特殊的纳米处理济防开胶技术；TPPE 高性能材料与高活性吸附材料成型加工技术；TPPE 高性能材料与高活性吸附材料成型不开胶，不脱离成型技术；将 TTPPE 高性能材料与高活性吸附材料一体注塑成形实现记忆原形不变形技术；生产的成品产品，折弯 90～150 度不变形，不破裂，不损坏的技术	137.65	研发完毕
多功能车载手机指环支架技术	解决传统车载支架功能单一的问题，指环支架功能单一的问题；巧妙精细的多功能车载支架组合手机指环支架结构设计技术；手机指环支架组合到车载支架要求 8000 次以上功能完好的产品；在汽车内高温环境 60 度内车载支架支撑手机不固定完好不掉机的技术	80.92	研发完毕
Treva 生物基料+万华生物 TPU 在手机套中的应用	外观成型变形量,可控制在 0.5mm 之内;CNC 加工孔位误差,可控制在 0.05mm 之内;产品整体弹性变量,可控制在 0.25mm 之内;一级外观面气泡缺陷区域,可控制在 0.2mm 之内	73.78	研发完毕
食品级材料 Tritan 在手机套中的应用	外观成型变形量,可控制在 0.5mm 之内;CNC 加工孔位误差,可控制在 0.05mm 之内;产品整体弹性变量,可控制在 0.25mm 之内;一级外观面气泡缺陷区域,可控制在 0.2mm 之内	99.08	研发完毕
DefenseAir 防摔壳	高低温测试、太阳辐射测试、跌落测试、翻边测试、酒精耐磨测试、盐雾测试、弯折测试	192.09	研发完毕
Defense Tactical 防摔壳	高低温测试、定向跌落测试、翻边测试、酒精耐磨测试、盐雾测试、弯折测试	56.95	研发完毕
一种透明防脏污防摔的手机保护壳	防脏污测试、高低温测试、太阳辐射测试、跌落测试、翻边测试、酒精耐磨测试、盐雾测试、弯折测试	209.21	研发完毕
一种防摔、防滑手机壳	高低温测试、性能测试、防摔测试、拉力测试、防酒精测试、重力测试	123.67	研发完毕

项目	拟达到目标	累计投入	进度
耐磨防刮复合手机壳	耐磨测试、高低温测试、性能测试、防摔测试、拉力测试、防酒精测试、重力测试	60.37	研发完毕
合计		3,212.13	

2018 年度研发项目情况

单位：万元

项目	拟达到目标	累计投入	进度
热塑性聚氨酯弹性体与二氧化硅注塑一体成型生产工艺技术	热塑性聚氨酯弹性体与二氧化硅注塑一体不需要在通过人工反复组装粘接产品，无需周转产品，只需先加工和处理好的二氧化硅件放入注塑机中注塑成型，注塑成型产品不变形，不脱胶	65.94	研发完毕
聚对苯二甲酸乙二醇脂板材贴合硅酸凝胶片材生产工艺技术	产品中间位置可达到 5KG 以上，边缘位置可达到 3KG 以上,环保标准:满足 RoHS 及 REACH 要求，变形量：可做到 0.3mm 之内	131.88	研发完毕
可生物降解的生物聚酯化合物保护套生产工艺技术	外观成型变形量,可控制在 0.5mm 之内；CNC 加工孔位误差，可控制在 0.05mm 之内；产品整体弹性变量,可控制在 0.25mm 之内；一级外观面气泡缺陷区域，可控制在 0.2mm 之内	197.83	研发完毕
非典型纹理保护套套啤工艺技术研发	硬胶 PC 与软胶 TPU 装机折拆次数可达 1000 次不脱胶，不影响使用功能	181.75	研发完毕
聚碳酸酯套啤高活性吸附材料无缝贴合聚氨酯防护技术研发	跌落测试,可控制在 2 米跌落无破损;手感测试：绝佳;封胶位的溢胶量,可控制在 0.05mm 之内;混色区域,可控制在 0.2mm 之内	210.44	研发完毕
视窗面盖高密度表面贴合工艺技术	普通数码产品保护外壳，增加视窗面盖高密度表面贴合工艺技术研发后，使用手感爽滑及防指纹和耐刮花	172.18	研发完毕
双面模内镶件注塑视窗面盖技术研发	环保标准：满足 RoHS 及 REACH 要求，变形量：可做到 0.1mm 之内	200.88	研发完毕
聚碳酸酯套啤热塑性橡胶生产工艺技术	聚碳酸酯（Polycarbonate）表面热升华后，硬度达到 2H。产品套啤后的平整度小于 0.30MM，使用寿命比普通保护壳高出 20%	191.31	研发完毕
防摔抗震站立多功能保护套工艺技术	1、内硬胶ＰＣ与软胶ＴＰＵ折拆次数可达 1000 次不脱胶，不影响使用功能。 2、变形量,可控制在 0.6mm 之内;定位误差,可控制在 0.05mm 之内;封胶位的溢胶量,可控制在 0.05mm 之内;混色区域,可控制在 0.2mm 之内。 3、站立角度是否合理，能否站稳，可控制在 60-75 度之内。	118.39	研发完毕
聚氨酯弹性体橡胶与高温 Polyone 材料一体成型工艺技术	建立聚氨酯弹性体橡胶与高温 Polyone 材料一体成型工艺技术的粘合力、防震防摔	197.83	研发完毕
热塑性聚氨酯弹性体真空贴附聚碳酸酯工艺技术研发	表面无气泡、无折皱、无印痕、无桔皮、无彩虹印、无尘点、无毛丝、无刮花，能清彻看透屏幕并触摸操作屏幕。环保标准：满足 RoHS 及 REACH 要求。变形量：可做到 0.5mm 之内	65.94	研发完毕
拼接款保护套链接实用新型技术	变形量：可控制在 0.5mm 之内;定位误差：可控制在 0.05mm 之内；封胶位的溢胶量,可控制在 0.05mm 之内;混色区域:可控制在 0.2mm 之内	118.39	研发完毕
高透高硬度聚对苯二甲酸乙二醇酯加聚碳酸酯与高活性吸附材料一体成型工艺-	变形量：可控制在 0.6mm 之内；定位误差：可控制在 0.05mm 之内；套啤粘胶拉力 10KG，表面硬度可控制在 4H；批锋大小，可控制在	194.74	研发完毕

项目	拟达到目标	累计投入	进度
	0.1mm 之内，成品防水达到 IP8 级		
3D 点胶钢化玻璃保护膜	高低温测试 性能测试 防摔测试 拉力测试 防酒精测试 重力测试	57.76	研发完毕
高透夜光防爆玻璃壳	高低温测试 性能测试 防摔测试 拉力测试 防酒精测试 重力测试	71.00	研发完毕
干花移动电源	根据产品定义，达到产品的外观及功能要求；电性能测试、EMC 测试，包括后期进行相关的认证要求	293.78	研发完毕
童真智能音箱	电性能测试、EMC 测试，3C,FCC,BQB,SRRC 认证测试	141.42	研发完毕
液态硅胶防水结构保护套技术研发	1.液态硅胶成型与软硬胶套啤防水结构的研发技术；2.上下直扣，快捷、简单、方便、实用的多功能研发技术；3.上盖与下盖简单互配、易于组装，效率高、防水可检测性直观的生产技术；4.机器装入该保护套后能起到防尘、防摔、防水等多功能使用要求；	194.74	研发完毕
智能断电高速传输线	高低温测试、表面耐磨测试、插拔测试、盐雾测试、智能断电测试	133.12	研发完毕
合计		2,939.33	-

2017 年度研发项目情况

单位：万元

项目	拟达到目标	累计投入	进度
IML-UV 转印加电镀工艺技术研发	IML 片材 UV 转印加电镀，热压成形，注塑成形后可达到高温 65 度，低调温-20 度，测试 48 小时不脱层分离的技术指标	40.62	研发完毕
IML 精准定位工艺技术研发	IML 精准定位使片材与分型线间距可以控制在≦0.2mm	30.09	研发完毕
无线充电车载支架无线充电技术	变形量,可控制在 0.6mm 之内;磁力吸附 2.5kg,封胶位的溢胶量,可控制在 0.05mm 之内	124.74	研发完毕
多角度磁吸支架保护套生产工艺技术	内置卡片 3 张。后盖翻折后，站立角度：30°,45°；硬胶 PC 与软胶 TPU 拆装次数可达 1000 次不影响功能	24.70	研发完毕
防指纹、水纹保护套生产工艺技术	内硬胶 PC 与软胶 TPC 折拆次数可达 1000 次不脱胶，不影响使用功能	30.19	研发完毕
聚碳酸酯与聚氨酯一体成型后的手感油喷涂工艺	普通数码产品保护外壳，聚碳酸酯与聚氨酯一体成型后的手感油喷涂	95.91	研发完毕
面盖多功能站立（可拆卸）平板保护套生产工艺技术的研发	面盖脖子位的拉力可承受 3.5 KG。面盖翻折后，站立角度：15°～60°间；脖子位拆卸次数可达 1000 次	59.22	研发完毕
皮革曲面贴合生产工艺技术研发	皮革塑形为曲面的工艺难点突破；皮革塑形后冲切成型，要与塑胶壳外形匹配，需冲切精准；皮革塑形后与塑胶壳贴合，需贴合到位，无间隙，爬坡，气泡等	45.91	研发完毕
热塑性聚氨酯弹性体与曲面五金复合工艺生产技术的研发	装配手机后；1.5M 高度定向跌落，六面四角测试 OK。曲面五金框粘合力度：3.5KG；高温 75°，低温 25°，产品无开裂	46.97	研发完毕
软硬胶两次套啤及点胶贴合生产工艺技术的研发	装配手机后；1.5M 高度定向跌落，六面四角测试 OK。五金框粘合力度：3.5KG；高温 75°，低温 25°，产品无开裂	54.20	研发完毕
水滴角 AF 蓝光自修复膜 IML 生产工艺技术研发	普通数码产品保护外壳，增加水滴角 AF 蓝光自修复膜 IML 生产工艺后，可在一定时间内恢复如初	69.70	研发完毕

项目	拟达到目标	累计投入	进度
筒形皮料产品车缝工艺技术研发	变形量,可控制在0.5mm之内;定位误差,可控制在0.05mm之内;结合间隙,可控制在0.15mm之内	295.55	研发完毕
热塑型保护套生产工艺技术研发	外观成型变形量,可控制在0.5mm之内;冲切定位误差,可控制在0.05mm之内;周圈贴皮间隙,可控制在0.15mm之内;一级外观面气泡缺陷区域,可控制在0.2mm之内	63.57	研发完毕
指环扣类加成型保护套生产工艺技术	指环扣 与壳料铆合力 可达到5KG以上；指环结构旋转角度角度：360° 。支撑站立角度：30° ---60° 间。不加单独配件的情况下，总厚度仅加高2.0MM	105.39	研发完毕
3D热弯板材贴合技术	1.外观表面硬度强度能达到4H/1000g 2.外观效果具有玻璃的通透感，光泽炫丽，抗摔性强，表面带AF防指纹处理；3.3D热弯成型，更好的匹配贴合到PC壳上，板材和PC壳在弧形上完美结合过渡，确保优良的手感	84.18	研发完毕
光学镀膜结合UV喷涂技术	在光学镀膜上表面在增加UV喷涂，保护光学镀膜层，强化其表面硬度，达到防划伤，刮花，延长使用寿命。	78.91	研发完毕
硅胶贴合视窗面盖技术	产品中间位置可达到5KG以上，边缘位置可达到3KG以上,环保标准:满足RoHS及REACH要求，变形量：可做到0.3mm之内	49.88	研发完毕
尼龙绳套啤PVC材料工艺	2.0mm尼龙绳与PVC软胶套啤：总长5.00mmPVC套啤后最薄胶位单边0.5mm；公差可控制0.04mm可之内；封胶位的溢胶量，可控制在0.02mm之内；拉力50牛两种材料不会剥离	74.64	研发完毕
聚碳酸酯产品经过UV固化涂料再注塑工艺产品研发	变形量,可控制在0.5mm之内;定位误差,可控制在0.05mm之内;硬度,可控制在2H之内;混色区域,可控制在0.2mm之内	70.30	研发完毕
真皮套喷渐变颜色仿古实用新型技术生产工艺	一种能给手机添增质感，手感也会完成不一样。手机是会发热的，而真皮的手机透气性能好，看起来非常正式档次迈上一个新的里程碑	24.67	研发完毕
玻璃保护套	高低温测试 性能测试 防摔测试 拉力测试 防酒精测试 重力测试	52.86	研发完毕
车载无线充电器	根据产品定义，达到产品的外观及功能要求；电性能测试、EMC测试，包括后期进行相关的认证要求	74.96	研发完毕
磁吸收纳高速传输线	高低温测试、表面耐磨测试、插拔测试	97.17	研发完毕
无线充移动电源	根据产品定义，达到产品的外观及功能要求；电性能测试、EMC测试，包括后期进行相关的认证要求	71.51	研发完毕
新型车充	根据产品定义，达到产品的外观及功能要求；电性能测试、EMC测试，包括后期进行相关的认证要求	56.61	研发完毕
智能音箱	电性能测EMC测试3C,FCC,BQB,CE认证测试	73.49	研发完毕
合计		1,895.95	-

（3）材料费用情况分析

报告期内，公司研发支出中材料明细情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
领用原材料	60.86	303.43	163.75
样品首板费	833.63	417.80	393.05
模治具费	894.06	1,187.51	427.71
合计	**1,788.55**	**1,908.74**	**984.52**
研发费用支出	3,212.13	2,939.33	1,895.95
占比	**55.68%**	**64.94%**	**51.93%**

报告期内，公司各期研发费用中材料费支出分别为 984.52 万元、1,908.74 万元和 1,788.55 万元，占研发费用比例分别为 51.93%、64.94%和 55.68%，占比较高，主要原因为：（1）公司是一家专业从事移动智能终端配件的研发、设计、生产及销售的高新技术企业，产品类型以智能手机与平板电脑保护类配件为主，此类产品市场种类繁多，且更新换代较快，为了契合快节奏的行业发展趋势，缩短产品研发周期，公司不断加大研发投入，材料费支出占比较高；（2）研发人员在产品设计、工艺改进过程中，会领用较多材料进行试验，且材料为公司产品成本的主要构成部分，单位成本中材料成本占比较高，故导致研发费用中材料费用占比较大；（3）公司的生产模式分为 ODM/OEM 和自有品牌，ODM/OEM 模式中客户向公司提供外观、工艺等设计及需求，公司根据客户需求完成产品外观、工艺、结构设计，并制作样品，供客户选择，此过程需要制作较多样品进行试验，导致公司模治具费支出较多。

4、财务费用

报告期内，公司的财务费用明细如下：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
利息支出	-	-	2.04
减：利息收入	73.42	64.34	41.99
汇兑损失	-	-	893.35
减：汇兑收益	294.59	894.81	-
手续费支出	35.79	36.02	33.94
合计	**-332.22**	**-923.14**	**887.35**

报告期内，公司财务费用波动幅度较大，主要原因为人民币汇率波动导致公司汇兑损益大幅波动。

报告期内，公司的汇兑损益占利润总额的比例如下：

单位：万元

项目	2019 年	2018 年	2017 年
汇兑损益（“-”代表收益）	-294.59	-894.81	893.35
利润总额	14,999.76	7,069.72	4,400.56
汇兑损益占利润总额比例	-1.96%	-12.66%	20.30%

报告期内，汇兑损益占当期利润总额的比例逐年降低，对公司的业绩影响较小，分别为 20.30%、-12.66%和-1.96%。2019 年，公司采用远期结汇工具应对外汇风险，主要系与宁波银行深圳龙华支行订立的远期外汇买卖合约，交易金额为 900 万美元，平均汇率为 7.0634。

5、期间费用率与同行业可比公司比较分析

报告期内，公司期间费用率与同行业公司的比较情况如下：

单位名称	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售费用率			
开润股份	9.55%	9.27%	8.41%
品胜股份	-	-	13.02%
ZAGG	3.67%	2.23%	2.14%
平均数	**6.61%**	**5.75%**	**7.86%**
本公司	**10.43%**	**9.61%**	**11.08%**
管理费用率			
开润股份	7.57%	6.61%	8.02%
品胜股份	-	-	12.72%
ZAGG	29.50%	22.70%	23.12%
平均数	**18.54%**	**14.66%**	**14.62%**
本公司	**8.83%**	**9.54%**	**9.33%**
财务费用率			
开润股份	0.02%	-0.25%	0.59%
品胜股份	-	-	0.19%
ZAGG	0.94%	0.31%	0.40%
平均数	**0.48%**	**0.03%**	**0.39%**
本公司	**-0.40%**	**-1.43%**	**1.64%**

注 1：数据根据各公司年度报告和公开转让说明书、招股说明书公布财务数据计算。

注 2：ZAGG 为美国纳斯达克上市公司。

注 3：2017 年 10 月，品胜股份已从全国中小企业股份转让系统退市，故该公司 2017 年数据引用其 2017 年半年度报告，为便于比较，上述指标已作年化处理。

注 4：由于同行业公司未将管理费用和研发费用分开披露，为方便比较，计算以上管理费用率时将二者合并计算。

与同行业公司平均水平相比，公司销售费用率处于较高水平，与公司推进自有品牌产品的销售有关：报告期内公司投入了较大的人力与营销资源用于自有品牌产品的市场推广，随着营销网络的快速拓展，销售费用支出相应增加。相比之下，报告期早期，开润股份以 ODM/OEM 业务为主，销售费用率偏低；2018 年，开润股份虽加强了自有品牌业务的推广，但整体收入大幅增长，销售费用率仍保持在较低水平。品胜股份以自有品牌业务为主，移动电源等主要产品以“品胜”品牌面对消费者，相应的销售费用率较高，与公司水平相近。

公司管理费用率略低于同行业公司平均水平，主要系 ZAGG 的管理费用率较高所致：ZAGG 为美国公司，受地域、工资水平等因素的影响，其管理费用率水平与公司及选取的同行业公司存在较大差异。剔除 ZAGG 的影响后，2017 年、2018 年国内同行业公司的管理费用率平均水平为 10.37%、6.61%，与公司的管理费用率相近。

财务费用受利息费用、汇兑损益等的影响，不同公司之间存在较大差异，可比性较弱。总体而言，报告期内公司贷款规模较小，资产负债率较低，利息费用相对较低，但受到外销收入的影响，汇率波动对公司的财务费用产生较大影响。

（六）其他收益、营业外收支

1、其他收益

报告期内，公司其他收益全部计入非经常性损益，具体情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度	与资产相关/与收益相关
中小企业技术创新项目类	180.28	173.67	15.00	与收益相关
出口信保补贴款	30.77	17.90	60.89	与收益相关
机器换人项目补贴款	-	19.69	98.45	与收益相关
合计	**211.05**	**211.26**	**174.34**	

2、营业外收入

报告期内，公司营业外收入的具体情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
与日常活动无关的政府补助	0.98	30.18	84.10

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
其他	13.85	23.31	16.50
合计	**14.83**	**53.49**	**100.60**

报告期内，公司营业外收入主要来自于政府补助，且均为与收益有关的政府补助，公司计入营业外收入的各项政府补助具体明细如下：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度	与资产相关/与收益相关
深圳市龙华新区经济服务局 2017 年外贸稳增长奖励资助金	-	8.42	-	与收益相关
社保局稳岗补贴款	-	2.17	-	与收益相关
深圳市经济贸易和信息化委员会 2017 年春秋季展位费补贴	-	12.00	-	与收益相关
2017 年参展补贴	-	6.00	-	与收益相关
社保局稳岗补贴	-	1.59	-	与收益相关
深圳市龙华新区经济服务局 2016 年外贸稳增长奖励奖励资助金	-	-	10.00	与收益相关
2017 年第一批专利资助—深圳市场和质量监督管理委员会	-	-	1.00	与收益相关
龙华新区发展和财政局 2017 年品牌资助奖励	-	-	50.00	与收益相关
2016 巴西主办方补贴（深圳市创展世贸国际展览有限公司）	-	-	2.42	与收益相关
2016 提升国际化奖金第 7-10 批资助奖金（2016 年香港春季展，第十批）深圳市经济贸易和信息化委员会	-	-	9.27	与收益相关
2016 年 IFA 展补贴	-	-	5.42	与收益相关
2016 提升国际化经营能力资金第 18-22 批资助奖金	-	-	6.00	与收益相关
社保局稳岗补贴	0.98			与收益相关
合计	**0.98**	**30.18**	**84.10**	-

3、营业外支出

报告期内，公司营业外支出的具体情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
流动资产损坏报废损失	6.64	31.84	64.73
非流动资产损坏报废损失	31.92	26.81	3.49
对外捐赠	6.50	-	-
其他	494.65	38.27	15.53
合计	**539.71**	**96.92**	**83.76**

公司营业外支出主要为流动资产损坏报废损失、非流动资产损坏报废损失以及捐赠等支出，其中 2019 年度的营业外支出金额较大，主要是为竣工逾期的预

计罚金及利鸥的仲裁事项引起的预计负债计提支出，金额为 389.89 万元。具体情况请参见本节“十三、偿债能力、流动性及持续经营能力分析”之“（一）负债情况分析”之“2、非流动负债分析”之“（3）预计负债”。总体而言，报告期内公司营业外支出金额较小，对公司盈利能力的影响较小。

（七）信用减值损失

报告期内，公司信用减值损失构成情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
应收账款信用减值损失	-277.54	-	-
其他应收款信用减值损失	-99.69	-	-
合计	**-377.24**	**-**	**-**

报告期内，公司的信用减值损失包括应收账款和其他应收款的信用减值损失损失，公司已按照《企业会计准则》的规定制定了信用减值准备计提政策，按会计政策及资产的信用情况计提了足额的减值准备，不存在因减值准备计提不充足而影响公司持续经营能力的情况。

（八）资产减值损失

报告期内，公司资产减值损失构成情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
坏账损失	-	-1,005.84	-809.74
存货跌价损失	-823.89	-811.75	-1,042.84
合计	**-823.89**	**-1,817.58**	**-1,852.58**

报告期内，公司的资产减值损失包括坏账损失和存货跌价损失，公司已按照《企业会计准则》的规定制定了稳健的减值准备计提政策，按会计政策及资产质量的实际情况计提了足额的减值准备，不存在因减值准备计提不充足而影响公司持续经营能力的情况。

（九）投资收益

报告期内，公司投资收益的具体情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度

结构性理财的投资收益	312.76	-	-
处置长期股权投资产生的投资收益	-	-	228.52
合计	**312.76**	**-**	**228.52**

2017 年度公司产生的投资收益 228.52 万元系子公司中创卓越处置智汇时代 100%股权产生的。

（十）纳税情况

1、报告期内缴纳的税额

（1）增值税

单位：万元

项目	期初未交数	本期应交数	本期已交数	期末未交数
2017 年度	354.28	1,985.11	2,143.53	195.86
2018 年度	195.86	1,721.70	1,410.54	507.03
2019 年度	507.03	1,812.59	2,091.93	227.69

（2）企业所得税

单位：万元

项目	期初未交数	本期应交数	本期已交数	期末未交数
2017 年度	315.68	666.76	726.26	256.18
2018 年度	256.18	870.05	737.14	389.09
2019 年度	389.09	2,164.45	1,243.54	1,310.00

2、所得税费用

报告期内，公司所得税费用的具体情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
按税法及相关规定计算的当期所得税	2,210.78	824.46	667.18
递延所得税调整	-327.31	115.72	-249.46
所得税费用合计	**1,883.48**	**940.18**	**417.72**
当期利润总额	14,999.76	7,069.72	4,400.56
所得税费用占利润总额的比例	**12.56%**	**13.30%**	**9.49%**

3、所得税费用与会计利润的关系

报告期内，公司所得税费用金额分别为 417.72 万元、940.18 万元和 1,883.48 万元，占当期利润总额的比例分别为 9.49%、13.30%和 12.56%，所得

税费用与会计利润的关系如下：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
利润总额	14,999.76	7,069.72	4,400.56
按法定/适用税率计算的所得税费用	2,249.96	1,060.46	660.08
子公司适用不同税率的影响	572.65	390.03	-11.32
不可抵扣的成本、费用和损失的影响	59.63	29.65	16.27
使用前期未确认递延所得税资产的可抵扣亏损或可抵扣暂时性差异的影响	-528.47	-242.42	-154.79
本期未确认递延所得税资产的可抵扣暂时性差异或可抵扣亏损的影响	2.83	1.74	32.11
研发费用加计扣除的影响	-470.43	-299.28	-124.63
所得税费用	1,883.48	940.18	417.72

4、税收优惠对经营成果的影响

公司报告期内享受的税收优惠政策详见本节“七、主要税种税率、享受的主要税收优惠政策”，公司报告期内获得的税收优惠占同期利润总额的比例如下：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
企业所得税优惠金额	894.63	547.35	338.41
合并报表利润总额	14,999.76	7,069.72	4,400.56
税收优惠占比	5.96%	7.74%	7.69%

由上表可知，公司报告期内企业所得税优惠金额占同期合并报表利润总额的比例较小，对公司经营业绩不构成重大影响。

十二、资产状况分析

单位：万元

项目	2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动资产	56,822.08	76.73%	47,185.82	76.74%	34,940.07	73.92%
非流动资产	17,235.70	23.27%	14,303.33	23.26%	12,328.41	26.08%
资产总额	**74,057.77**	**100.00%**	**61,489.15**	**100.00%**	**47,268.48**	**100.00%**

报告期各期末，公司的资产总额分别为 47,268.48 万元、61,489.15 万元和 74,057.77 万元，报告期内公司资产结构相对稳定。

（一）流动资产分析

报告期各期末，公司的流动资产结构情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
货币资金	24,663.97	43.41%	13,713.54	29.06%	8,405.64	24.06%
应收票据	-	-	61.80	0.13%	76.24	0.22%
应收账款	22,968.51	40.42%	23,435.74	49.67%	17,169.00	49.14%
预付款项	1,184.08	2.08%	1,090.86	2.31%	1,414.10	4.05%
其他应收款	951.65	1.67%	658.82	1.40%	1,674.32	4.79%
存货	6,821.03	12.00%	6,995.99	14.83%	5,996.43	17.16%
其他流动资产	232.82	0.41%	1,229.07	2.60%	204.34	0.58%
合计	**56,822.08**	**100.00%**	**47,185.82**	**100.00%**	**34,940.07**	**100.00%**

报告期各期末，公司的流动资产主要由货币资金、应收账款、其他应收款及存货构成，上述四项流动资产合计占公司流动资产的比例分别为 95.15%、94.95%和 97.51%。公司主要流动资产项目分析如下：

1、货币资金

单位：万元

项目	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
现金	10.00	9.11	26.52
银行存款	23,128.45	12,445.40	7,628.95
其他货币资金	1,525.52	1,259.02	750.17
合计	**24,663.97**	**13,713.54**	**8,405.64**

报告期各期末，公司的货币资金余额占流动资产的比重分别为 24.06%、29.06%和 43.41%，货币资金主要由银行存款构成。公司注重货币资金的管理，报告期各期末公司货币资金余额整体呈上升趋势，反映了公司较好的现金管理和经营能力。

（1）公司货币资金主要包括现金、银行存款、其他货币资金。现金是为了满足日常经营过程中零星支付的需要而存放于企业的货币资金。银行存款主要是公司存放在各银行机构的货币资金。其他货币资金主要是为开具银行承兑汇票而存入各银行机构保证金账户的银行存款以及存入电商收付平台的货币资金。报告期各期末，公司货币资金情况存放情况如下：

单位：万元

项目	类别	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
存放于企业的现金	现金	10.00	9.11	26.52
存放于银行的货币资金	银行存款	23,128.45	12,445.40	7,628.95

	银行承兑票据保证金	1,433.62	1,205.68	718.75
	小计	24,562.07	13,651.09	8,347.70
存放于电商收付平台的资金	天猫等收付平台资金	91.91	53.34	31.42
合计		**24,663.97**	**13,713.54**	**8,405.64**

截至 2019 年 12 月 31 日，公司银行存款及其他货币资金科目存放明细表如下：

单位：万元

序号	存放地点	合计	存放方式		披露分类
			活期存款	保证金存款	
1	交通银行股份有限公司深圳香洲支行	9,290.53	9,290.53	-	银行存款
2	招商银行股份有限公司深圳益田支行	456.98	456.98	-	银行存款
3	招商银行股份有限公司深圳龙华支行	4,787.13	3,353.52	1,433.62	银行存款、其他货币资金
4	招商银行股份有限公司东莞凤岗支行	1,060.97	1,060.97	-	银行存款
5	中国建设银行股份有限公司深圳深南中路支行	52.55	52.55	-	银行存款
6	中国建设银行股份有限公司东莞凤岗支行	2.00	2.00	-	银行存款
7	中国银行股份有限公司深圳坂田支行	4,639.04	4,639.04	-	银行存款
8	华夏银行股份有限公司深圳龙华支行	257.74	257.74	-	银行存款
9	宁波银行股份有限公司深圳龙华支行	3,430.06	3,430.06	-	银行存款
10	上海浦东发展银行深圳泰然支行	194.14	194.14	-	银行存款
11	Pacific Western Bank	290.80	290.80	-	银行存款
12	华夏银行股份有限公司深圳分行竹子林支行	100.14	100.14	-	银行存款
合计		**24,562.07**	**23,128.45**	**1,433.62**	-

公司的银行存款账户均由杰美特及各个子公司独立开立，各主体独立支配资金。公司及子公司的银行存款主要存放于交通银行股份有限公司、招商银行股份有限公司、中国银行股份有限公司等银行机构，公司银行存款相关金额真实、准确。

（2）公司不存在与控股股东或其关联方签署金融服务协议，进而对公司及子公司账户资金进行向上归集的情形；不存在按照“零余额管理”方式对公司及子公司进行余额管理的情形；亦不存在其他通过银行进行资金归集或呈现余额管理的情形。公司货币资金余额为实际资金余额。

（3）公司持有大额货币资金并持续增长的情况下继续新增债务具有合理性与必要性。

①面对不断扩大的生产和经营规模，公司持有相对更多的货币资金以维持日

常运营是合理且必要的

随着公司与国外知名配件品牌商以及大型智能终端制造商的合作日益稳定，以及自有品牌产品在国际主流市场上获得高度认可，公司销售收入呈快速增长趋势。公司报告期内营业收入分别是 54,105.84 万元，64,692.04 万元和 82,934.29 万元，整体呈增长趋势。得益于公司经营业绩的稳定增长及经营管理水平的成熟与完善，公司经营性现金流亦同步增长，各期经营活动产生的现金流量净额分别是：4,520.72 万元，6,877.40 万元和 16,297.25 万元，良好的经营性现金流为公司积累了大额的货币资金，使公司在面对不断扩大的生产和经营规模时，能够持有相对更多的货币资金以维持日常运营。

②由于市场需求旺盛与公司产能不足产生矛盾，公司在扩充产能时需要加大资金投入，新增债务补充扩充产能建设的资金是合理且必要的。

近年来，随着移动智能终端的普及越来越广泛，促使移动智能终端配件的需求迅猛发展，给公司移动智能终端配件产品的发展带来了良好的机遇，同时也带来了一定的市场挑战。目前，公司的产能利用率较高，随着公司业务规模的持续扩张，现有产能已不足以支持公司快速发展的需要，产能不足的问题日益明显。为了及时解决公司产能瓶颈的问题，公司已开始加大对扩充产能建设的投入。

公司继续新增债务主要是为了支付平湖杰美特大厦项目建设工程款而借入的专门借款。公司在借入当期已将全部借入资金投入到在建工程中。公司在不影响经营的前提下，通过外部融资渠道来满足扩充产能对资金的需求。债务融资时间成本较低，公司可以通过债务融资的方式，降低公司资金使用的成本，提高运营资本的使用效率。因此，公司新增债务符合公司经营发展需要，具有合理性和必要性。

（4）资产结构同行业对比情况

报告期各期末，公司及同行业可比上市公司货币资金、货币资金占总资产比例情况如下：

单位:万元

公司名称	2019 年末/2019 年度		2018 年末/2018 年度		2017 年末/2017 年度	
	货币资金	占资产总额的比例	货币资金	占资产总额的比例	货币资金	占资产总额的比例

品胜股份	-	-	-	-	14,112.91	14.59%
开润股份	41,654.72	21.15%	23,989.67	17.02%	19,225.98	19.43%
ZAGG(USD)	1,780.10	3.79%	1,579.30	4.18%	2,498.90	7.79%
同行业平均	-	**12.47%**	-	**10.60%**	-	**13.93%**
杰美特	**24,663.97**	**33.30%**	**13,713.54**	**22.30%**	**8,405.64**	**17.78%**

注：可比公司尚未披露 2019 年年度财务报告，暂不作比较分析。

报告期内，发行人自 2017 年起货币资金占资产总额比例高于同行业平均，呈增长趋势。主要原因包括：一方面，近年来公司发展迅速，面对不断扩大的生产和经营规模，公司需要保持一定规模的资金以维持日常运营，因此需要占用及持有较多营运资金；另一方面，发行人未来在扩充产能项目等方面有较大规模的现金支出，因此保有规模较大的货币资金，使货币资金占资产总额的比例明显高于同行业公司，具备合理性。

2、应收账款

报告期各期末，公司的应收账款账面价值分别为 17,169.00 万元、23,435.74 万元和 22,968.51 万元，占流动资产的比重分别为 49.14%、49.67%和 40.42%，具体情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
应收账款余额	25,407.56	25,596.36	18,498.02
应收账款账面价值	22,968.51	23,435.74	17,169.00
应收账款账面价值占流动资产的比例	40.42%	49.67%	49.14%
营业收入	82,934.29	64,692.04	54,105.84
应收账款账面价值占营业收入的比例	**27.69%**	**36.23%**	**31.73%**

（1）应收账款规模的变动分析

公司结合客户的综合实力、付款状况、公司信誉等因素给予客户一定的信用期，因此报告期各期末的应收账款反映了公司期末未结算的销售货款，应收账款规模的变动主要受公司营业收入、客户结构和相关客户的回款速度等因素的影响。

2018 年末，公司应收账款余额较 2017 年末上升 7,098.34 万元，主要来源于对华为销售规模的持续增长。2019 年末应收账款余额与 2018 年末规模基本持

平，但 2019 年营业收入较 2018 年上升 18,242.26 万元，公司应收账款管理能力持续增强。

（2）应收账款分类披露（新金融工具准则适用）

单位：万元

类别	2019 年 12 月 31 日			
	账面余额		坏账准备	
	金额	比例	金额	预期信用损失率
按单项评估计提坏账准备的应收账款	1,141.53	4.49%	1,141.53	100.00%
按信用风险特征组合计提坏账准备的应收账款	24,266.03	95.51%	1,297.51	5.35%
其中：应收客户款	24,266.03	95.51%	1,297.51	5.35%
合计	**25,407.56**	**100.00%**	**2,439.04**	**9.60%**

单位：万元

类别	2019 年 1 月 1 日			
	账面余额		坏账准备	
	金额	比例	金额	预期信用损失率
按单项评估计提坏账准备的应收账款	1,019.52	3.98%	1,019.52	100.00%
按信用风险特征组合计提坏账准备的应收账款	24,576.84	96.02%	1,141.10	4.64%
其中：应收客户款	24,576.84	96.02%	1,141.10	4.64%
合计	**25,596.36**	**100.00%**	**2,160.62**	**8.44%**

（3）应收账款账龄分析

截至 2019 年 12 月 31 日，公司按信用风险组合计提坏账准备的应收账款账龄结构如下表所示：

单位：万元

账龄	2019 年 12 月 31 日			2019 年 1 月 1 日		
	账面余额	预期信用损失率	坏账准备	账面余额	预期信用损失率	坏账准备
0 至 3 个月	18,904.33	2%	378.09	19,507.81	2.00%	390.16
3 个月至 6 个月	1,749.80	5%	87.49	2,384.84	5.00%	119.24
6 个月至 1 年	2,113.36	10%	211.34	1,548.43	10.00%	154.84
1 至 2 年	733.24	20%	146.65	550.16	20.00%	110.03
2 至 3 年	363.53	30%	109.06	108.20	30.00%	32.46
3 至 4 年	58.79	50%	29.39	162.52	50.00%	81.26
4 至 5 年	37.37	80%	29.90	308.88	80.00%	247.10
5 年以上	305.60	100%	305.60	6.00	100.00%	6.00
合计	**24,266.03**	**-**	**1,297.51**	**24,576.84**	**-**	**1,141.10**

2017-2018 年各年年末应收账款账龄分析（原金融工具准则适用）：

2017-2018年各年年末，公司应收账款组合中按账龄组合分析法计提坏账准备的应收账款账龄结构如下表所示：

单位：万元

账龄	2018年12月31日		
	账面余额	占比	坏账准备
0至3个月	19,507.81	79.37%	390.16
3个月至6个月	2,384.84	9.70%	119.24
6个月至1年	1,548.43	6.30%	154.84
1至2年	550.16	2.24%	110.03
2至3年	108.20	0.44%	32.46
3至4年	162.52	0.66%	81.26
4至5年	308.88	1.26%	247.10
5年以上	6.00	0.02%	6.00
合计	**24,576.84**	**100.00%**	**1,141.10**

单位：万元

账龄	2017年12月31日		
	账面余额	占比	坏账准备
0至3个月	13,550.46	77.52%	271.01
3个月至6个月	2,461.72	14.08%	123.09
6个月至1年	788.63	4.51%	78.86
1至2年	151.55	0.87%	30.31
2至3年	187.93	1.08%	56.38
3至4年	331.54	1.90%	165.77
4至5年	7.85	0.04%	6.28
5年以上	0.00	0.00%	-
合计	**17,479.68**	**100.00%**	**731.69**

截至2019年12月31日，公司应收账款的账龄主要集中在3个月内，账龄在1年内的应收账款余额比例为93.82%，公司的应收账款账龄结构良好。公司建立并执行了较为严格的客户信用评价体系，安排专人负责应收账款的对账、回款的管理和逾期款项的催收，并为部分境外客户的应收账款购买了中国出口信用保险公司的信用保险，公司的应收账款质量良好，可回收性较强。

（4）公司逾期应收账款及回款情况

由于行业特点，公司主要客户为华为、沃尔玛、Amazon、Targus和Incipio等知名客户，且公司客户集中度较高，因此整体回款质量较好。截至2020年4月30日，公司严格按照合同约定账期和各期末应收账款账龄，统计出报告期各

期末公司逾期应收账款及其期后回款情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
逾期 0-1 年	4,529.51	5,566.65	5,328.58
逾期 1-2 年	727.40	1,125.54	350.38
逾期 2 年以上	1,683.72	656.96	368.99
逾期应收账款合计	6,940.63	7,349.15	6,047.95
应收账款期末余额	25,407.56	25,596.36	18,498.02
期末逾期金额占比	27.32%	28.71%	32.70%
应收账款期后回款	18,387.82	23,024.60	16,587.78
应收账款期后回款比例	72.37%	89.95%	89.67%

报告期各期末，公司存在一定的逾期应收账款，各期末应收账款逾期金额分别为 6,047.95 万元、7,349.15 万元和 6,940.63 万元。报告期各期末，应收账款逾期金额占应收账款期末余额比例分别为 32.70%，28.71%和 27.32%。截至 2019 年 12 月 31 日，公司计提坏账准备金额为 2,439.04 万元，已完全覆盖逾期一年以上的应收账款余额 2,411.12 万元。根据公司客户信用情况，逾期 0-1 年内的应收账款回收风险较小，逾期 1 年以上的应收账款存在不能收回的风险，但考虑坏账准备计提后，对公司利润总额影响较小。综上，报告期内公司不存在重大的逾期应收账款回收风险。

应收账款逾期主要有以下几个原因：①客户经营情况已恶化，公司已单项全额计提坏账准备，例如金立和乐视；②客户兼并收购，导致短时间资金周转紧张，但业务正常往来，回款逐渐恢复，后续回款基本不存在风险，例如 Incipio；③客户内部付款审批流程较长，导致未能完全按照销售合同约定的付款日期付款，后续回款不存在风险，例如 Targus。

截至 2019 年 12 月 31 日，主要的逾期客户情况如下：

单位：万元

单位名称	应收账款余额	逾期金额	客户信用状况
Incipio Group	3,964.37	2,818.32	Incipio 为美国知名配件品牌商，因横向并购扩张速度过快（收购的 Griffin 也为知名配件品牌），导致 2018 年出现资金周转紧张局面，支付货款速度降低，2019 年以来回款已逐渐回复。目前公司与其正常交易往来中，后期回款基本不存在风险。
深圳市金立通信设备有限公司	842.03	842.03	处于破产重整阶段，应收账款收回具有重大不确定性，已经单项全额计提坏账准备。

Targus Group	1,522.06	777.67	国际知名的移动智能终端配件品牌商，目前为持续经营状况，仅是由于其内部审批流程较长，且与公司签订合同约定的账期较短（签收后 60 天），才出现应收账款逾期，后续不存在回款风险。
北京京东世纪信息技术有限公司	247.11	247.11	报告期外因商务纠纷无法回款，账龄在 5 年以上，已经全额计提减值准备。
深圳市君诚友道商贸有限公司	231.71	231.71	以电商平台为主要销售渠道，对电商平台销售业务的开展较为熟练，目前为持续经营状态，后续回款基本不存在风险。
合计	**6,807.27**	**4,916.84**	-

对于已经注销、吊销或应收账款收回具有重大不确定性的客户，公司已经单项计提应收账款坏账准备。

截至 2019 年 12 月 31 日，公司按单项评估计提坏账准备的应收账款情况如下：

单位：万元

债务人名称	账面余额	坏账准备	账龄	预期信用损失率(%)	计提理由
深圳市金立通信设备有限公司	842.03	842.03	2-3 年	100.00	应收账款收回具有重大不确定性
乐融致新电子科技（天津）有限公司	176.31	176.31	3-4 年	100.00	应收账款收回具有重大不确定性
深圳市天辰易科技有限公司	60.01	60.01	3-5 年	100.00	公司已被吊销营业执照
广州金度通讯科技有限公司	40.00	40.00	3-5 年	100.00	公司已被吊销营业执照
郑州青祥电子科技有限公司	23.18	23.18	4 年以上	100.00	公司已注销
合计	**1,141.53**	**1,141.53**	-	-	-

深圳市金立通信设备有限公司由于经营不善，正处于破产重整阶段，公司根据法院公开受理深圳市金立通信设备有限公司破产申请的判决文件，对深圳市金立通信设备有限公司单项全额计提坏账准备。报告期内乐融致新电子科技（天津）有限公司（乐视旗下）经营困难，公司已全额计提坏账准备。

（6）应收账款前五名单位及金额

报告期各期末，公司应收账款余额前五名情况如下：

单位：万元

序号	前五名客户名称	账面余额	占应收账款总额的比例
2019 年 12 月 31 日			
1	华为终端有限公司	8,496.68	33.44%
2	Incipio Group	3,964.37	15.60%
3	沃尔玛	3,319.12	13.06%

序号	前五名客户名称	账面余额	占应收账款总额的比例
4	Amazon.com	1,895.68	7.46%
5	Targus Group	1,522.06	5.99%
合计		**19,197.91**	**75.55%**
2018 年 12 月 31 日			
1	华为终端有限公司	9,378.41	36.64%
2	Incipio Group	3,598.42	14.06%
3	沃尔玛	2,417.94	9.45%
4	百思买	1,105.00	4.32%
5	Target Corporation	1,056.33	4.13%
合计		**17,556.10**	**68.59%**
2017 年 12 月 31 日			
1	华为终端有限公司	4,140.65	22.38%
2	Incipio Group	2,578.59	13.94%
3	Amazon.com	956.34	5.17%
4	深圳市金立通信设备有限公司	842.03	4.55%
5	Target Corporation	786.73	4.25%
合计		**9,304.33**	**50.30%**

报告期内，公司应收款项按照账龄法计提坏账准备，同行业可比上市公司坏账准备计提政策情况，见下表：

公司名称	3 个月以内	3-6 个月	6-12 个月	1-2 年	2-3 年	3-4 年	4-5 年	5 年以上
开润股份	5%			10%	30%	50%	100%	100%
品胜股份	5%			10%	30%	50%	50%	100%
ZAGG	-	-	-	-	-	-	-	-
平均值	**5%**			**10%**	**30%**	**50%**	**50-100%**	**100%**
公司	**2%**	**5%**	**10%**	**20%**	**30%**	**50%**	**80%**	**100%**

注：ZAGG公司2017-2019年年度报告中未列示，无法取得应收账款坏账计提政策信息；

从同行业可比公司的坏账计提比例来看，公司应收账款坏账计提比例考虑1年以内按照信用政策期限分段处理原则，即分别采取 3 个月以内、3-6 个月、6-12 个月，同行业可比公司未考虑 3 个月信用期处理方式，直接采取 6 个月以内或1年以内的账期分布。以3个月内的坏账计提比例来看，略低于开润股份和品胜股份，主要是公司客户包括华为、亚马逊、沃尔玛、ZAGG、Target 等全球知名客户,这些客户信用状况非常良好；基于谨慎性原则，6 个月以上信用账期的计提比例来看均略高于或等于同行业，与同行业公司在产品属性、客户获取、收入确认、经营模式等方面不存在显著差异。同行业公司开润股份主要有

ODM业务和自有品牌业务，客户主要为联想集团、迪卡侬、华硕电脑、新秀丽及小米等；品胜股份主要经营自有品牌的 3C 类产品配件，客户主要为零售商或经销商。因此，公司与可比上市公司的坏账准备计提政策不存在显著差异。

综上，公司主要客户质量较好，应收账款回款风险较低，公司应收账款坏账准备计提政策与同行业可比公司不存在重大差异，坏账准备计提合理、充分。

3、应收票据

报告期各期末，公司的应收票据余额情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
银行承兑汇票	-	61.80	76.24
合计	**-**	**61.80**	**76.24**

报告期各期末，公司的应收票据余额分别为 76.24 万元、61.80 万元和 0 万元，公司的应收票据均系银行承兑汇票。报告期内，公司仅允许部分规模较大且信用良好的客户采用票据方式支付货款。

报告期各期末，公司已背书或贴现且在资产负债表日尚未到期的应收票据余额如下：

单位：万元

项目	2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	期末终止确认金额	期末未终止确认金额	期末终止确认金额	期末未终止确认金额	期末终止确认金额	期末未终止确认金额
银行承兑汇票	3,618.14	-	3,576.71	-	1,750.31	-
商业承兑汇票	4.17	-	-	-	-	-
合计	**3,622.31**	**-**	**3,576.71**	**-**	**1,750.31**	**-**

4、预付账款

报告期各期末，公司的预付账款余额情况如下：

单位：万元

账龄	2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	账面余额	比例	账面余额	比例	账面余额	比例
1 年以内	719.50	60.76%	704.43	64.58%	1,303.62	92.19%
1 至 2 年	109.01	9.21%	360.99	33.09%	110.49	7.81%
2 至 3 年	348.41	29.42%	25.44	2.33%	-	-

账龄	2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	账面余额	比例	账面余额	比例	账面余额	比例
3 年以上	7.17	0.61%	-	-	-	-
合计	**1,184.08**	**100.00%**	**1,090.86**	**100.00%**	**1,414.10**	**100.00%**

公司预付账款主要为预付的中介机构费用、供应商材料款、货品上架费、展会费用等。报告期各期末，预付账款占当期流动资产的比例分别为 4.05%、2.31%和 2.08%，占比较低。

截至 2019 年 12 月 31 日，公司预付账款期末余额前五名单位情况如下：

单位：万元

单位名称	账面余额	占预付账款总额的比例
东兴证券股份有限公司	405.66	34.26%
大信会计师事务所（特殊普通合伙）深圳分所	150.94	12.75%
北京国枫（深圳）律师事务所	113.21	9.56%
施华洛世奇（广州）贸易有限公司	97.80	8.26%
K2 Fabrication and Design	51.50	4.35%
合计	**819.11**	**69.18%**

截至 2019 年 12 月 31 日，预付账款中无持有本公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位欠款。

5、其他应收款

报告期各期末，公司的其他应收款账面价值分别为 1,674.32 万元、658.82 万元和 951.65 万元，其占流动资产的比例分别为 4.79%、1.40%和 1.67%。

单位：万元

项目	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
其他应收款余额	1,333.20	940.67	1,833.42
坏账准备	381.55	281.85	159.10
其他应收款账面价值	951.65	658.82	1,674.32

（1）其他应收款构成分析

报告期内，其他应收款余额主要由出口退税款和租赁押金等款项构成，具体如下：

单位：万元

款项性质	2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	金额	坏账准备	金额	坏账准备	金额	坏账准备

款项性质	2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	金额	坏账准备	金额	坏账准备	金额	坏账准备
出口退税款	569.73	-	239.78	-	1,296.02	-
押金	479.69	301.34	343.32	218.89	411.38	149.51
其他	283.78	80.21	357.57	62.96	126.03	9.59
合计	**1,333.20**	**381.55**	**940.67**	**281.85**	**1,833.42**	**159.10**

（2）不计提坏账准备分析

报告期各期末，公司选择不计提坏账准备的款项主要明细情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
出口退税	569.73	239.78	1,296.02
其他	-	9.89	60.80
合计	**569.73**	**249.68**	**1,356.82**

报告期内，公司不计提坏账准备的其他应收款项主要由出口退税构成。对于应收出口退税款，由于在产品出口经海关及税务征管部门确认后，出口退税款基本不会出现无法收回的情形，其信用风险显著低于其他类型的其他应收款，不适于使用账龄分析法计提坏账准备。因此，公司未对出口退税款计提坏账准备。

（3）期末余额前五名分析

报告期内，公司其他应收款各期期末余额前五名的单位情况如下：

单位：万元

单位名称	内容	期末余额	账龄	坏账准备	占期末余额的比例
2019 年 12 月 31 日					
应收出口退税	出口退税	569.73	0-3 个月	-	42.73%
东莞市凤岗镇官井头股份经济联合社	押金	159.96	5 年以上	159.96	12.00%
深圳市锦城胶粘制品有限公司	应收款	93.21	3-4 年	46.61	6.99%
东莞市侨安实业投资有限公司	押金	75.46	6 个月-1 年	7.55	5.66%
深圳市天邦光电有限公司	应收款	65.00	1-2 年	13.00	4.88%
合计		**963.36**	**-**	**227.11**	**72.26%**
2018 年 12 月 31 日					
应收出口退税	出口退税	239.78	6 个月内	-	25.49%
东莞市凤岗镇官井头股份经济联合社	押金	159.96	4-5 年	127.97	17.00%
深圳市锦城胶粘制品有限公司	应收款	115.21	2-3 年	34.56	12.25%
深圳市天邦光电有限公司	应收款	65.00	6 个月内	3.25	6.91%

深圳市中林实业发展有限公司	押金	51.75	2 年以内	1.90	5.50%
合计		**631.70**		**167.68**	**67.15%**
2017 年 12 月 31 日					
应收出口退税	出口退税	1,296.02	6 个月内	-	70.69%
东莞市凤岗镇官井头股份经济联合社	预缴房租及押金	211.34	0-3 个月/3-4 年	79.98	11.53%
深圳市星火文化产业运营管理有限公司	押金	21.88	1 年以内	2.19	1.19%
深圳供电局有限公司	押金	20.79	3 个月内	0.42	1.13%
珠海市魅创科技有限公司	保证金	20.00	1-2 年	4.00	1.09%
合计		**1,570.03**		**86.59**	**85.63%**

截至 2019 年 12 月 31 日，其他应收款余额中无持有本公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位欠款。

6、存货

报告期内，公司存货账面价值变动情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
存货	6,821.03	6,995.99	5,996.43

报告期各期末公司存货主要由原材料、在产品和库存商品等构成。随着公司库存管理水平和销售计划制定的进一步完善，以及内控水平的提升，报告期内，存货的账面价值占流动资产的比例持续下降，分别为 17.16%、14.83%和 12.00%。

报告期各期末，公司的存货余额构成情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
原材料	654.92	7.97%	912.09	11.16%	846.94	10.01%
低值易耗品	7.57	0.09%	10.08	0.12%	132.78	1.57%
在产品	703.91	8.57%	831.04	10.17%	444.47	5.25%
半成品	556.68	6.78%	529.73	6.48%	387.69	4.58%
库存商品	5,504.58	67.03%	4,866.18	59.56%	4,396.27	51.96%
发出商品	54.41	0.66%	82.62	1.01%	170.44	2.01%
委托加工物资	73.14	0.89%	166.55	2.04%	152.97	1.81%
委托代销商品	657.11	8.00%	772.57	9.46%	1,929.04	22.80%
合计	**8,212.32**	**100.00%**	**8,170.86**	**100.00%**	**8,460.60**	**100.00%**

（1）存货余额情况分析

报告期各期末，公司的存货余额分别为 8,460.60 万元、8,170.86 万元和 8,212.32 万元。公司的存货主要由库存商品、委托代销商品、原材料和在产品构成，其合计占存货余额的比例分别为 90.03%、90.35%和 91.58%。

2018 年，公司期末存货余额较 2017 年末出现一定幅度的下降，其中 2018 年末委托代销商品余额较期初减少 1,156.47 万元，主要系随着公司经营战略的调整，公司进一步削减了代理业务的比重，专注于 ODM/OEM 业务和自有品牌的运营。2019 年，公司期末存货余额较 2018 年末略有增长，主要由于公司收入规模增长，使得库存商品增加所致。

公司的存货余额较高，占流动资产的比例较高，主要有两方面原因：一方面由于苹果等公司一般在下半年推出新产品，使得公司四季度销售收入较高，相应的公司第四季度末存货余额较高；另一方面，公司自有品牌业务和代理业务的销售渠道主要为大型连锁/线上零售商，上述产品具有型号和种类较多的特点，为满足终端市场需求，公司需储备较多的成品，使得库存商品和委托代销商品的规模较高。

（2）原材料、库存商品、委托代销商品库龄情况

报告期各期末，公司的原材料、库存商品、委托代销商品库龄情况如下：

单位：万元

时间	项目	库龄			账面余额
		1 年以内	1-2 年	2 年以上	
2019 年 12 月 31 日	原材料	439.60	62.58	152.75	654.92
	库存商品	4,929.30	455.31	119.97	5,504.58
	委托代销商品	176.72	12.64	467.75	657.11
2018 年 12 月 31 日	原材料	598.09	45.23	268.77	912.09
	库存商品	4,415.42	284.76	166.00	4,866.18
	委托代销商品	36.33	328.38	407.86	772.57
2017 年 12 月 31 日	原材料	312.42	79.02	455.51	846.94
	库存商品	2,145.19	1,162.84	1,088.24	4,396.27
	委托代销商品	659.47	451.70	817.86	1,929.04

报告期各期末，库龄超过一年的原材料主要是塑胶原料，塑胶原料使用量大，前期公司备货较多，报告期内公司主动加强存货管理，提高原材料周转率，降低

原材料库存。

报告期各期末，库龄超一年的库存商品主要是手机保护类产品，报告期内公司优化库存管理，库存商品的库龄结构逐年优化：公司一方面结合产品市场需求及客户订单以销定产，各部门协同制定生产计划与采购计划，在原材料采购、生产各环节对存货进行精细化管理，严格控制库存水平；另一方面通过实时监测产品库龄，积极寻找客户进行销售。随着公司对库存商品管理的加强，2019 年末库龄超一年的库存商品占库存商品的比例仅为 10.45%，比例较低。

报告期各期末，库龄超一年的委托代销商品主要是鼠标键盘、蓝牙耳机及暴风魔镜等数码类产品，公司在以 ODM/OEM 业务为基础，重点发展自有品牌业务的整体发展战略下，主动缩减了代理业务，减少代理业务类商品的销售，使得委托代销商品的规模逐年下降。

（3）存货跌价准备计提情况

报告期内公司严格按照存货跌价计提政策足额计提存货跌价准备，公司于每个会计期末对存货进行减值测试，按存货的成本与可变现净值孰低计提或调整存货跌价准备，对于数量繁多、单价较低的存货，按照存货类别计提存货跌价准备。近年来，移动智能终端行业科技发展迅猛，产品更新换代速度较快，公司需依据智能手机或平板电脑机型的变化、新材料的应用趋势、消费者不断改变的审美观念等及时推出符合市场需求的移动智能终端配件产品。同时，新产品的推出会造成公司原有产品市场需求下降，因此，公司于每期末会对存货进行清查，对过时、受损的原材料、产品进行处理，对仍在销售但价格出现下跌的原材料和产成品计提跌价准备。

报告期内，公司的存货跌价准备主要来自对库存商品、委托代销商品的减值计提。移动智能终端具有更新换代周期较短的特点，新一代机型的上市会降低老款产品的消费需求。公司结合行业消费特点，依据会计准则定期对存货进行减值测试，并根据减值情况进行跌价准备计提，在公司备货规模较大的情况下，计提的跌价准备金额相应较大。截至 2019 年 12 月 31 日，公司计提的跌价准备金额具体如下：

单位：万元

存货项目	2019 年 12 月 31 日		
	账面余额	跌价准备	账面价值
原材料	654.92	181.67	473.25
低值易耗品	7.57	1.57	6.00
在产品	703.91	-	703.91
半成品	556.68	46.86	509.82
库存商品	5,504.58	553.60	4,950.98
发出商品	54.41	-	54.41
委托加工物资	73.14	-	73.14
委托代销商品	657.11	607.58	49.53
合计	8,212.32	1,391.28	6,821.03

（4）库存商品情况

报告期内各年末库龄超 1 年库存商品占库存商品比例分别为 51.20%、9.26%和 10.45%，报告期库龄超 1 年库存商品占比逐年下降，其变动原因如下：

库龄超 1 年的库存商品占库存商品比例，2019 年末与 2018 年末相比基本持平，2018 年末与 2017 年末相比下降明显，主要是因为：2017 年库龄超 1 年的库存商品主要是代理业务的 3C 类产品及过时手机与平板保护类产品。2018 年公司为了坚持发展“做大 ODM/OEM 业务，做强自有品牌”的战略，主动削减了毛利率低、资金占用量大的代理业务，同时清理了库龄较长且过时的手机与平板保护类产品，增强了公司存货整体的流动性。

（5）存货减值测试确定库存商品可变现净值的具体依据

资产负债表日，存货按照成本与可变现净值孰低原则进行计量。

可变现净值确认的具体依据为：按合同约定价格或最近 3 个月售价扣除相关税费用后余额，与按照库龄或机型发布时间为基础预估的可收回金额进行比较，取较低值作为存货的可变现净值；若无合同订单且最近 3 个月无销售，则以按照库龄或机型发布时间为基础预估的可收回金额作为存货的可变现净值。

按照库龄或机型发布时间为基础预估的可收回金额的具体方式如下：

①保护类产品

机型发布时间	预计可收回金额
1 年以内	账面余额的 100%

1-2 年	账面余额的 90%
2-3 年	账面余额的 70%
3-4 年	账面余额的 20%
4 年以上	零

②3C 类产品

库龄	预计可收回金额
0-2 年	账面余额的 100%
2 年以上	零

（6）各年度存货跌价准备计提覆盖 1 年以上库龄金额的情况

报告期各期，公司存货跌价准备计提覆盖 1 年以上库龄金额的情况如下：

单位：万元

期间	库龄	存货余额	跌价准备	占比
2019 年	1 年以内	4,932.84	321.02	6.51%
	1-2 年	408.66	123.07	30.12%
	2 年以上	163.08	109.51	67.15%
	合计	5,504.58	553.60	10.06%
2018 年	1 年以内	4,406.76	149.24	3.39%
	1-2 年	294.46	72.55	24.64%
	2 年以上	164.96	102.08	61.88%
	合计	4,866.18	323.87	6.66%
2017 年	1 年以内	2,135.41	201.37	9.43%
	1-2 年	1,254.68	450.32	35.89%
	2 年以上	1,006.18	612.91	60.91%
	合计	4,396.27	1,264.60	28.77%

不同的产品结构导致库存商品可变现净值的确定除了考虑库存商品的库龄以外，还考虑了机型发布年限、有无合同订单以及近三个月有无销售等多种不同因素，因此，报告期相同库龄的库存商品跌价金额占该库龄库存商品余额的比例会有所差异。

经核查，保荐机构和发行人会计师认为：报告期内，发行人期末存货按照成本与可变现净值孰低原则进行计量，存货减值测试的具体方法在报告期内保持了一贯性。

关于发行人存货减值风险，请参见本招股说明书之“第四节、风险因素”之“二、经营风险”之“（八）存货跌价风险”。

7、其他流动资产

报告期各期末，公司其他流动资产的具体情况如下表所示：

单位：万元

项目	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
待抵扣进项税	154.82	1,057.30	108.61
预缴所得税	-	48.84	-
待摊费用	78.00	122.94	95.73
合计	**232.82**	**1,229.07**	**204.34**

报告期内，发行人的其他流动资产主要由待抵扣进项税、待摊费用及预缴所得税构成。其中，待抵扣进项税 2018 年末余额较大，主要是 2018 年 8 月至 12 月期间产生出口退税的进项税未认证抵扣。

（二）非流动资产结构分析

报告期各期末，公司的非流动资产构成情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
固定资产	4,744.14	27.53%	4,159.33	29.08%	3,960.98	32.13%
在建工程	5,354.31	31.07%	3,577.20	25.01%	1,389.90	11.27%
无形资产	5,529.64	32.08%	5,521.58	38.60%	5,750.20	46.64%
长期待摊费用	382.21	2.22%	174.00	1.22%	240.38	1.95%
递延所得税资产	1,198.52	6.95%	871.22	6.09%	986.94	8.01%
其他非流动资产	26.88	0.16%	-	-	-	-
合计	**17,235.70**	**100.00%**	**14,303.33**	**100.00%**	**12,328.41**	**100.00%**

公司非流动资产主要为固定资产和无形资产，报告期各期末，其合计占非流动资产的比例分别为 78.77%、67.68%和 59.61%。

1、固定资产

报告期各期末，公司的固定资产结构情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
一、账面原值	**9,465.54**	**8,272.60**	**7,496.41**
机器设备	7,391.78	6,367.15	6,097.42
运输工具	546.93	477.97	211.76
电子设备	1,526.83	1,427.48	1,187.23

项目	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
二、累计折旧	**4,721.40**	**4,113.27**	**3,535.43**
机器设备	3,535.84	3,015.00	2,589.67
运输工具	292.42	233.13	203.39
电子设备	893.14	865.14	742.38
三、账面价值	**4,744.14**	**4,159.33**	**3,960.98**
机器设备	3,855.94	3,352.15	3,507.76
运输工具	254.51	244.84	8.38
电子设备	633.69	562.34	444.85
四、成新率	**50.12%**	**50.28%**	**52.84%**

公司的固定资产以机器设备为主，包括注塑机、干燥机、烘料机等主要生产设备，公司生产机器设备运行状态正常，不存在减值迹象。

报告期内，随着业务规模的扩张，公司陆续增加购置了机器设备、电子设备等以满足经营生产需要，使得固定资产原值逐步上升。

（1）机器设备原值与产能的匹配关系分析

报告期内，公司主要产品为智能手机和平板电脑的保护类产品。公司产品属于非标准产品，生产环节涉及多道工序，不同产品在结构、外观、材料、生产工艺复杂程度方面不尽相同，生产工序也随之而异，成品生产数量无法真实反映出公司所具有的产能情况。为此，公司以关键生产设备的利用率来进行产能利用率的统计。关键生产设备为对公司整体产能影响最大的生产设备，当前公司产品生产瓶颈工序主要是注塑环节，故以注塑工序设备即注塑机作为关键生产设备。

注塑产能与相关机器设备原值变动情况如下：

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
注塑产能（啤）	51,499,008.00	22,369,248.00	18,285,696.00
相关机器设备原值（元）	31,139,385.29	23,996,553.43	24,527,196.15
相关机器设备数量（个）	138	91	72
产能/设备原值	165.38%	93.22%	74.55%

报告期内，公司注塑产能与相关机器设备原值变动存在一定差异，主要有两方面原因：一方面，报告期内公司购入了两批单价较低的注塑机用于生产 TPU 产品，报告期内客户对于 TPU 产品需求持续增长，TPU 产品是单价较低的随手机附赠的简单产品。鉴于公司与客户稳定的合作关系，为满足客户对 TPU 产品的大量

需求，2018 年公司新购入 30 台单价相对较低的伺服注塑机，主要用于生产 TPU 产品，因此大幅提高了公司的注塑产能和产量。2019 年，为进一步扩大注塑产能，增加产量，公司新设杰之洋五联分公司并继续购入 51 台单价相对较低的注塑机用于 TPU 产品生产，因此公司 2019 年产能和产量大幅提升；另一方面，公司为了提高效率、减少耗能，期间内淘汰了部分耗能较大、原值偏高的发那科注塑机和海天注塑机，导致机器设备账面原值有所降低。总体而言，公司注塑产能随着相关机器设备数量增加而增长，两者变动一致。

（2）固定资产折旧年限与同行业公司对比情况

公司的固定资产折旧年限情况与同行业公司的对比情况如下：

公司名称	机器设备	电子设备	运输设备	房屋建筑物
开润股份	5-10	3-5	3-5	20
品胜股份	10	3-5	5	20
ZAGG	-	-	-	-
公司	**5-10**	**3-5**	**5**	**-**

注：ZAGG 2017-2019 年年度报告中未列示，无法取得固定资产折旧年限信息。

公司固定资产折旧年限与同行业可比公司不存在重大差异。

2、在建工程

报告期各期末，公司的在建工程情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
移动智能终端配件产品扩产项目-杰美特大厦	5,354.31	3,577.20	1,389.90
合计	**5,354.31**	**3,577.20**	**1,389.90**

报告期内，公司的在建工程系公司募投项目移动智能终端配件产品扩产建设项目-杰美特大厦，期末在建工程余额的变动主要系该募投项目的土地平整和基坑工程等建设投入所致。

截至 2019 年 12 月 31 日，移动智能终端配件产品扩产项目-杰美特大厦的项目预算、项目进度如下：

单位：万元

项目名称	预算数	工程投入占预算比例(%)	工程进度(%)

项目名称	预算数	工程投入占预算比例(%)	工程进度(%)
移动智能终端配件产品扩产项目-杰美特大厦	10,413.92	40.68%	40.68%
合计	**10,413.92**	**40.68%**	**40.68%**

杰美特大厦存在建设期超长的情形，具体情况说明如下：

根据公司与深圳市规划和国土资源委员会龙岗管理局(现已更名为深圳市规划和自然资源局龙岗管理局，以下称“龙岗规土局”)签署的《深圳市土地使用权出让合同书》以及公司分别于2016年10月、2017年10月向龙岗规土局提交的《关于申请杰美特大厦项目开工、竣工延期的函》，公司应在2016年11月25日以前完成地上建筑物的竣工，但因市政工程项目用地与公司宗地有用地重叠，并于红线重叠部分用地内敷设了地下市政管线，直至2017年10月25日迁移完成，以致影响了杰美特大厦项目的工程建设进度及开工和竣工时间。根据公司分别于2016年11月11日、2017年11月28日与龙岗规土委签订的《深圳市土地使用权出让合同书补充协议书》，龙岗规土局已同意该宗地竣工期限延长至2018年11月25日。

2018年9月，深圳市规划和国土资源委员会（现已更名为“深圳市规划和自然资源局”）颁发了《深圳市建设用地开工竣工管理办法（试行）》，其中第三条规定，主体功能为非住房类建设项目，建筑高度小于或等于100米，建筑面积小于或等于50,000平方米的，竣工期限为自土地出让合同签订之日起3年内。非住房类建设项目地下室大于或等于3层的，其竣工期限可在前述基础上再延长6个月。根据杰美特大厦已取得的《建设工程规划许可证》《建设用地规划许可证》，杰美特大厦的建筑高度为87.75米，建筑面积为27,300平方米，地下层数为3层，因此，若按照《深圳市建设用地开工竣工管理办法（试行）》的规定，杰美特大厦的竣工期限为3年零6个月。经向龙岗规土局相关工作人员咨询，其表示杰美特大厦项目由于未按《深圳市建设用地开工竣工管理办法（试行）》的相关规定在竣工期限届满前3个月内申请竣工延期，因此目前无法按照《深圳市建设用地开工竣工管理办法（试行）》的规定办理调整竣工期限，其违约责任应按照土地出让合同的约定执行。

2019年7月26日，龙岗规土局向公司下发了《竣工履约通知单》，要求公司抓紧时间竣工，并在项目竣工时及时向其申请建设工程规划验收。工程竣工后，按照验收通过时间核定逾期竣工时间及违约金。

由于杰美特大厦项目建设用地的市政管道迁移直至2017年10月才完成，且该宗地块的地质条件较为复杂，公司客观上难以在2018年11月25日前达到项目竣工，故公司于2019年8月15日再次向龙岗规土局递交了《关于杰美特大厦工程项目竣工延期申请》，申请杰美特大厦工程项目竣工延期。龙岗规土局于2019年8月22日对公司申请进行了书面复函，要求公司抓紧时间竣工，并要求公司在该建设项目具备规划验收条件时及时申请建设工程规划验收，届时该局将根据相关规定办理。

根据深圳市建星项目管理顾问有限公司于2020年5月31日出具的第24期杰美特大厦施工总承包工程监理报告，截至2020年5月31日，杰美特大厦总体建设工程实际完成工程量占项目工程总投资的比例达到54%，工程进度达到54%。目前杰美特大厦还在建设中，在建工程无需计提减值准备，建设进度与建设支出相匹配，项目尚未达到转固条件，杰美特大厦项目预计竣工时间为2020年10月。

根据土地出让合同的相关约定，土地使用者逾期完成地上建筑物的，市规划和国土资源委员会自出让合同规定的项目竣工提交验收之日起处以罚款，逾期一年以上二年以内的，处以土地使用权出让金总额的15%的罚款。因此，按照杰美特大厦的预计竣工时间，龙岗规土局可能对公司按照土地使用权出让金金额的15%予以罚款，经测算，罚款金额可能为1,383,750元，公司已据此计提了预计负债。

综上所述，保荐机构认为：杰美特大厦延迟竣工不存在建设资金不足或者其他非客观因素。发行人存在依照土地出让合同约定被处以罚款的可能，根据出让合同的约定测算，对发行人的罚款金额可能为 1,383,750 元，该可能的罚款金额不属于大额罚款，并且发行人已就此事项在 2019 年度计提预计负债 1,383,750 元，发行人实际控制人谌建平、杨美华亦出具相关承诺从而确保发行人不会遭受相关经济损失。

2017 年 1 月，公司为该项目与中国银行签订专门借款合同，合同总授信金额为 1.4 亿元，公司于 2018 年 1 月 31 日产生第一笔借款。2018 年度、2019 年度及 2020 年 1-6 月，公司分别提取借款 2,500 万元、707.45 万元和 1,172.43 万元，利息资本化金额分别为 117.93 万元、132.03 万元和 100.00 万元。企业会计准则规定：为购建或者生产符合资本化条件的资产而借入专门借款的，应

当以专门借款当期实际发生的利息费用，减去将尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或进行暂时性投资取得的投资收益后的金额，确定专门借款应予资本化的利息金额。符合资本化条件的资产在购建或者生产过程中发生非正常中断且中断时间连续超过 3 个月的，应当暂停借款费用的资本化。

综上，发行人会计师认为：

结合发行人在建工程项目的实际情况，工程施工进度虽晚于原计划，但报告期尚未出现持续停工超过三个月的情况，且专门借款始于 2018 年 1 月，借款费用发生在工程施工进度处于正常状态的施工期间，对在建工程施工期间产生的专门借款利息进行资本化是合理的。

发行人按照工程进度情况，一般在资金需要的当月向银行借入款项，并随即用于支付工程款项，资金在发行人账面停留的时间短暂且产生的利息收入极小，报告期发行人将专门借款产生的利息全额资本化。

根据发行人借款资金的使用情况及在建工程支出情况，对借款费用资本化金额进行测算，2018 年度、2019 年度及 2020 年 1-6 月借款费用发生期间由于资金短暂停留及少量短期闲置借款产生的利息收入分别为 0.75 万元、0.83 万元、0.51 万元，金额极小，对发行人财务状况及经营成果不构成影响。

经核查，发行人报告期利息资本化合理。

3、无形资产

报告期各期末，公司的无形资产结构情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
土地使用权	5,246.95	5,458.26	5,669.56
著作权	-	-	-
计算机软件	282.69	63.32	80.64
合计	**5,529.64**	**5,521.58**	**5,750.20**

报告期各期末，公司无形资产主要由土地使用权、著作权和计算机软件构成，其中，土地使用权系公司于 2014 年通过出让方式取得的深圳市龙岗区平湖街道 G04203-0095 号宗地，2019 年末计算机软件账面价值上升较大主要是外购的 ERP 系统。

4、长期待摊费用

报告期各期末，公司的长期待摊费用情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
长期待摊费用	382.21	174.00	240.38

报告期各期末，公司的长期待摊费用主要为厂房和办公场所的装修费用的摊销余额。

5、递延所得税资产

报告期各期末，公司的递延所得税资产结构情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
资产减值准备	896.23	750.20	917.81
内部交易未实现利润	218.66	121.01	69.13
预计负债	83.63	-	-
合计	**1,198.52**	**871.22**	**986.94**

报告期各期末，公司递延所得税资产金额分别为 986.94 万元、871.22 万元和 1,198.52 万元，占各期期末非流动资产的比例较低。公司的递延所得税资产主要系计提资产减值准备产生的可抵扣暂时性差异。

十三、偿债能力、流动性及持续经营能力分析

（一）负债情况分析

报告期各期末，公司负债结构情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动负债	20,113.21	86.17%	18,837.77	89.65%	11,608.99	98.31%
非流动负债	3,228.57	13.83%	2,174.06	10.35%	200.00	1.69%
负债合计	**23,341.78**	**100.00%**	**21,011.83**	**100.00%**	**11,808.99**	**100.00%**

报告期各期末，公司负债总额分别为 11,808.99 万元、21,011.83 万元和 23,341.78 万元，公司流动负债占比较高，报告期各期末，流动负债占负债总额的比重分别为 98.31%、89.65%和 86.17%。

1、流动负债分析

报告期各期末，公司流动负债结构情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
应付票据	3,584.04	17.82%	3,014.20	16.00%	1,337.50	11.52%
应付账款	12,060.22	59.96%	12,776.70	67.82%	8,533.05	73.50%
预收账款	324.38	1.61%	399.88	2.12%	168.30	1.45%
应付职工薪酬	2,024.69	10.07%	1,234.97	6.56%	711.51	6.13%
应交税费	1,662.71	8.27%	983.79	5.22%	532.31	4.59%
其他应付款	285.35	1.42%	279.19	1.48%	326.33	2.81%
一年内到期的非流动负债	171.83	0.85%	149.04	0.79%	-	-
合计	**20,113.21**	**100.00%**	**18,837.77**	**100.00%**	**11,608.99**	**100.00%**

报告期各期末，公司流动负债主要由应付账款、应付票据、应付职工薪酬、应交税费及其他应付款构成，该五项合计占公司流动负债的比例分别达到 98.55%、97.09%和 97.53%。公司主要流动负债项目分析如下：

（1）应付票据

报告期各期末，公司应付票据具体情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
银行承兑汇票	3,584.04	3,014.20	1,337.50
合计	**3,584.04**	**3,014.20**	**1,337.50**

报告期各期末，公司的应付票据余额分别为 1,337.50 万元、3,014.20 万元和 3,584.04 万元，公司的应付票据均系银行承兑汇票。截至 2019 年 12 月 31 日，公司不存在期末已到期尚未支付的应付票据。

（2）应付账款

报告期各期末，公司应付账款余额及账龄情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1 年以内（含 1 年）	11,892.22	98.61%	12,628.40	98.84%	8,450.54	99.03%
1 年以上	168.00	1.39%	148.30	1.16%	82.51	0.97%

项目	2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
合计	12,060.22	100.00%	12,776.70	100.00%	8,533.05	100.00%

报告期各期末，公司的应付账款分别为 8,533.05 万元、12,776.70 万元和 12,060.22 万元，占流动负债的比例分别为 73.50%、67.82%和 59.96%，系流动负债的主要组成部分。公司的应付账款主要为应付供应商的原材料款、模具款和代理品牌购货款，账龄在一年内的应付账款占比均在 98%以上。2018 年 12 月 31 日应付账款余额相比 2017 年 12 月 31 日上升了 4,243.65 万元，主要系公司 2018 年度业务规模扩大，销售收入相比 2017 年上升了 10,586.20 万元，公司原材料的采购量和采购金额相应增加所致。2019 年末较 2018 年末的应付账款余额下降了 716.48 万元，主要系公司采取供应商集中化管理战略使得供应商数量减少，且对部分上年末欠款供应商进行货款结算所致。

报告期末，公司应付账款前五名的情况如下：

单位：万元

序号	前五名客户名称	账面余额	占应付账款总额的比例
2019 年 12 月 31 日			
1	东莞市米灏塑胶原料有限公司	2,240.75	18.58%
2	深圳市福鑫成塑胶模具有限公司	1,035.19	8.58%
3	东莞市瑞祥五金制品有限公司	553.66	4.59%
4	深圳市方氏华泰印刷有限公司	508.78	4.22%
5	东莞市捷之和塑胶实业有限公司	494.95	4.10%
合计		4,833.33	40.07%
2018 年 12 月 31 日			
1	深圳市福鑫成塑胶模具有限公司	1,272.87	9.96%
2	东莞市前延塑胶模具制品有限公司	1,251.49	9.80%
3	东莞市捷之和塑胶实业有限公司	1,073.62	8.40%
4	东莞市嘉泰塑胶科技有限公司	548.16	4.29%
5	东莞市华盟五金制品有限公司	426.43	3.34%
合计		4,572.57	35.79%
2017 年 12 月 31 日			
1	深圳市一品恒威科技有限公司	745.78	8.74%
2	深圳市福鑫成塑胶模具有限公司	505.31	5.92%
3	深圳市方氏华泰印刷有限公司	300.37	3.52%
4	东莞市凤岗劲铭塑胶五金制品厂	292.47	3.43%
5	东莞市立华塑胶制品有限公司	265.56	3.11%

序号	前五名客户名称	账面余额	占应付账款总额的比例
合计		2,109.49	24.72%

（3）预收账款

公司的预收款项主要为预收的客户货款、模具定金等。报告期各期末，公司预收账款分别为 168.30 万元、399.88 万元和 324.38 万元，占公司流动负债的比例较低。

（4）应付职工薪酬

报告期各期末，公司的应付职工薪酬余额分别为 711.51 万元、1,234.97 万元和 2,024.69 万元，占流动负债的比例分别为 6.13%、6.56%和 10.07%。公司应付职工薪酬期末余额均为各期末已计提未发放给员工的工资、奖金、津贴和补贴。报告期各期末，公司应付职工薪酬均不存在拖欠性质的款项。

（5）应交税费

报告期各期末，公司应交税费的余额分别为 532.31 万元、983.79 万元和 1,662.71 万元，占流动负债的比例分别为 4.59%、5.22%和 8.27%。各期末应交税费的具体构成如下：

单位：万元

项目	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
增值税	227.69	507.03	195.86
企业所得税	1,310.00	389.09	256.18
城市维护建设税	46.36	38.04	28.88
土地使用税	-	-	0.46
个人所得税	37.73	15.57	25.15
教育费附加	36.31	27.69	22.03
其他税费	4.63	6.37	3.76
合计	1,662.71	983.79	532.31

（6）其他应付款

报告期各期末，公司的其他应付款余额分别为 326.33 万元、279.19 万元和 285.35 万元，占流动负债的比例分别为 2.81%、1.48%和 1.42%。公司的其他应付款主要为往来款、收取的保证金等。

2、非流动负债分析

报告期各期末，公司非流动负债结构情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
长期借款	2,660.39	82.40%	1,975.73	90.88%	-	-
递延收益	178.29	5.52%	198.33	9.12%	200.00	100.00%
预计负债	389.89	12.08%	-	-	-	-
合计	**3,228.57**	**100.00%**	**2,174.06**	**100.00%**	**200.00**	**100.00%**

报告期各期末，公司非流动负债主要由长期借款、递延收益和预计负债构成。公司主要非流动负债项目分析如下：

（1）长期借款

报告期各期末，公司长期借款期末余额如下：

单位：万元

项目	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
长期借款	2,660.39	1,975.73	-
合计	**2,660.39**	**1,975.73**	**-**

截至 2019 年 12 月 31 日，公司长期借款余额为 2,660.39 万元，为公司向中国银行的抵押和保证借款。

（2）递延收益

截至 2019 年 12 月 31 日，公司的递延收益为取得的政府下发的与资产相关的“3D 弧形钢化玻璃研发补助”资金，具体情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
递延收益	178.29	198.33	200.00
合计	**178.29**	**198.33**	**200.00**

（3）预计负债

单位：万元

项目	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
预计负债	389.89	-	-
合计	**389.89**	**-**	**-**

根据公司与龙岗规土局签署的《深圳市土地使用权出让合同书》及其补充协议，土地使用者逾期完成地上建筑物的，市规划和国土资源委员会自出让合同

规定的项目竣工提交验收之日起处以罚款，逾期一年以上两年以内的，处以土地使用权出让金总额的15%的罚款。按照杰美特大厦的预计竣工时间，龙岗规土局可能对公司按照土地使用权出让金金额的 15%予以罚款。因此计提预计负债138.38 万元。

根据公司实际控制人谌建平、杨美华出具的承诺，如公司因杰美特大厦项目延期竣工需向相关主管部门缴纳违约金或罚款的，谌建平、杨美华将共同全额承担上述违约金或罚款，确保公司不会遭受相关经济损失。

公司子公司中创卓越于2019年12月收到上海国际经济贸易仲裁委员会发出的《SDL20191081四份<许可协议>（协议编号：KTL-SH-12-026、KTL-SH-14-016、KTL-SH-15-001、KTL-SH-16-186）争议仲裁案仲裁通知》，利鸥向上海国际经济贸易仲裁委员会提起了以中创卓越为被申请人的仲裁，公司针对该事项计提预计负债251.51万元。具体内容详见本招股说明书“第十一节 其他重要事项”之“三、重大诉讼或仲裁情况”。

（二）偿债能力分析

报告期内，公司的偿债能力指标如下：

财务指标	2019年末/2019年度	2018年末/2018年度	2017年末/2017年度
流动比率（倍）	2.83	2.50	3.01
速动比率（倍）	2.49	2.13	2.49
资产负债率（母公司）	18.62%	19.53%	6.41%
资产负债率（合并）	31.52%	34.17%	24.98%
息税折旧摊销前利润（万元）	16,290.28	8,314.53	5,722.50
利息保障倍数（倍）	113.61	59.95	2,153.24

报告期内，公司的流动比率及速动比率稳定，资产负债率总体保持稳定，公司资产总体流动性良好，具有变现能力相对较强的资产以保障流动负债的偿付，公司的短期偿债能力较强。

报告期内，公司息税折旧摊销前利润分别为5,722.50万元、8,314.53万元和16,290.28万元， 2017年度、2018年度和2019年度的利息保障倍数分别为2,153.24 倍、59.95 倍和 113.61 倍。公司报告期内总体保持了较强的盈利能力，利息保障倍数处于较高水平，公司足以按期偿还借款本息，具有良好的偿债能力。

公司与同行业可比公司的偿债能力指标对比情况如下：

财务指标	可比公司名称	2019 年末/2019 年度	2018 年末/2018 年度	2017 年末/2017 年度
流动比率	开润股份	1.41	1.62	1.74
	品胜股份	-	-	1.29
	ZAGG	1.95	1.68	1.23
	平均数	**1.53**	**1.65**	**1.42**
	本公司	**2.83**	**2.50**	**3.01**
速动比率	开润股份	0.89	1.05	1.16
	品胜股份	-	-	0.56
	ZAGG	1.04	1.15	0.83
	平均数	**0.97**	1.10	0.85
	本公司	**2.49**	**2.13**	**2.49**
资产负债率（合并）	开润股份	54.30%	51.86%	49.61%
	品胜股份	-	-	57.99%
	ZAGG	59.19%	58.07%	57.58%
	平均数	**56.75%**	**54.97%**	**55.06%**
	本公司	**31.52%**	**34.17%**	**24.98%**

注 1：数据根据各公司年度报告和公开转让说明书、招股说明书公布财务数据计算。

注 2：ZAGG 为美国纳斯达克上市公司。

注 3：2017 年 10 月，品胜股份已从全国中小企业股份转让系统退市，故该公司 2017 年数据引用其 2017 年半年度报告，为便于比较，上述指标已作年化处理。

与同行业可比公司相比，公司的流动比率及速动比率水平良好；资产负债率处于较低水平，公司经营稳健，资产负债结构合理，面临的偿债风险较低。

（三）资产周转能力分析

报告期内，公司资产周转能力指标情况如下：

单位：次

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
存货周转率	6.17	5.32	3.70
应收账款周转率	3.25	2.93	3.24
总资产周转率	1.22	1.19	1.15

1、存货周转率

报告期内，公司生产经营稳定，存货周转正常，存货周转率分别为 3.70 次、5.32 次和 6.17 次，公司重视库存管理，通过对市场前景的预期和在手订单情况，合理规划采购和生产计划，优化库存结构，使得存货流动性保持在较高

水平。

公司与同行业可比公司的存货周转率指标对比情况如下：

单位：次

可比公司名称	2019 年度	2018 年度	2017 年度
开润股份	4.08	4.32	4.12
品胜股份	-	-	1.38
ZAGG	2.97	4.46	4.74
平均数	**3.53**	**4.39**	**3.41**
本公司	**6.17**	**5.32**	**3.70**

注 1：数据根据各公司年度报告和公开转让说明书、招股说明书公布财务数据计算。

注 2：ZAGG 为美国纳斯达克上市公司。

注 3：2017 年 10 月，品胜股份已从全国中小企业股份转让系统退市，故该公司 2017 年数据引用其 2017 年半年度报告，为便于比较，上述指标已作年化处理。

从上表可以看出， 2017年公司的存货周转率水平与行业可比公司接近，不存在显著差异。2018 年，公司存货周转率显著提高，主要原因为：一是营业收入规模增长较快，由 2017 年的 54,105.84 万元增长到 2018 年的 64,692.04 万元；另外，随着公司代理规模的缩减，公司存货余额由 2017 年期末的 8,460.60 万元下降到2018年期末的8,170.86万元，上述两方面原因导致公司存货周转率大幅上升。

2、应收账款周转率

报告期内，公司的应收账款周转率分别为 3.24 次、2.93 次和 3.25 次，应收账款周转率逐渐下降。

2017 年，公司应收账款周转率为 3.24 次，主要是当年年末应收华为销售款金额增长较大。2018 年公司应收账款周转率较低，主要系 2018 年第四季度公司对华为和沃尔玛的销售收入较去年同期大幅增长，导致当年年末应收华为和沃尔玛的销售款金额较大，应收账款周转率有所降低。2019 年，公司应收账款周转率提升，主要是当年收入规模提升及应收账款管理较好所致。

公司与同行业可比公司的应收账款周转率指标对比情况如下：

单位：次

可比公司名称	2019 年度	2018 年度	2017 年度
开润股份	8.21	8.63	6.24

可比公司名称	2019 年度	2018 年度	2017 年度
品胜股份	-	-	6.40
ZAGG	3.49	3.85	5.02
平均数	**5.85**	**6.24**	**5.89**
本公司	**3.25**	**2.93**	**3.24**

注 1：数据根据各公司年度报告和公开转让说明书、招股说明书公布财务数据计算。

注 2：ZAGG 为美国纳斯达克上市公司。

注 3：2017 年 10 月，品胜股份已从全国中小企业股份转让系统退市，故该公司 2017 年数据引用其 2017 年半年度报告，为便于比较，上述指标已作年化处理。

报告期内，公司的应收账款周转率与行业可比公司基本相当但略低于行业平均水平，与可比公司的销售模式、收入季节性分布等因素相关：

应收账款周转率差异较大的为开润股份和品胜股份，其中开润股份主要经营包袋类产品的 ODM/OEM 业务和自有品牌业务，附带有部分平板电脑和手机保护套业务，开润股份收入季节性波动较小，品胜股份主要生产移动电源、数据线、耳机等配件产品，理论上其产品销售收入也不具有季节性。公司产品主要为移动智能终端保护类产品，有着明显的与新手机发布相配套的季节性，报告期内第四季度收入的占比分别为 31.10%、32.06%和 27.89%，因四季度的收入主要于期末形成应收账款，使得公司应收账款周转率较低。

3、总资产周转率

报告期内，公司的总资产周转率分别为 1.15 次、1.19 次和 1.22 次，基本保持稳定。

公司与同行业可比公司的总资产周转率指标对比情况如下：

单位：次

可比公司名称	2019 年度	2018 年度	2017 年度
开润股份	1.59	1.71	1.29
品胜股份	-	-	0.89
ZAGG	1.23	1.54	1.65
平均数	**1.41**	**1.63**	**1.28**
本公司	**1.22**	**1.19**	**1.15**

注 1：数据根据各公司年度报告和公开转让说明书、招股说明书公布财务数据计算。

注 2：ZAGG 为美国纳斯达克上市公司。

注 3：2017 年 10 月，品胜股份已从全国中小企业股份转让系统退市，故该公司 2017 年数据引用其 2017 年半年度报告，为便于比较，上述指标已作年化处理。

从上表可以看出，公司的总资产周转率与行业可比公司平均水平相近，不存在显著差异，公司的总体资产管理能力和资产运营效率良好。

（四）所有者权益情况

报告期各期末，公司所有者权益情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
股本	9,600.00	9,600.00	9,600.00
资本公积	17,495.87	17,495.87	17,495.87
其他综合收益	-201.71	-204.10	-148.38
盈余公积	2,671.27	1,777.58	1,266.48
未分配利润	21,150.56	11,807.97	7,245.53
归属于母公司所有者权益合计	50,715.99	40,477.32	35,459.49
所有者权益合计	**50,715.99**	**40,477.32**	**35,459.49**

报告期各期末，公司的股本与资本公积未发生变化，其他综合收益为外币财务报表折算差额，盈余公积的增加系因公司按照法律规定提取法定公积金。

报告期内，公司未分配利润的变动情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
调整前上期末未分配利润	11,807.97	7,245.53	6,580.90
调整期初未分配利润合计数	-	-	-
调整后期初未分配利润	11,807.97	7,245.53	6,580.90
加：本期归属于母公司股东的净利润	13,116.28	6,129.54	3,982.84
减：提取法定盈余公积	893.70	511.10	318.20
提取任意盈余公积	-	-	-
应付普通股股利	2,880.00	1,056.00	3,000.00
转作股本的普通股股利	-	-	-
期末未分配利润	**21,150.56**	11,807.97	7,245.53

（五）现金流量情况分析

报告期内，公司现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
经营活动产生的现金流量净额	16,297.25	6,877.40	4,520.72
投资活动产生的现金流量净额	-3,179.77	-3,289.15	-594.36

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
筹资活动产生的现金流量净额	-2,303.74	955.33	-3,004.04
汇率变动对现金及现金等价物的影响	49.04	78.64	-183.43
现金及现金等价物净增加额	10,862.78	4,622.22	738.88

1、经营活动现金流量分析

报告期内，公司经营活动现金流量金额与当期的净利润对比情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售商品、提供劳务收到的现金	86,684.27	61,594.82	49,315.91
收到的税费返还	2,128.56	2,198.66	2,959.52
收到其他与经营活动有关的现金	356.28	407.19	577.45
经营活动现金流入小计	**89,169.12**	**64,200.67**	**52,852.89**
购买商品、接受劳务支付的现金	47,006.00	37,238.50	29,763.08
支付给职工以及为职工支付的现金	14,498.32	11,206.88	10,065.09
支付的各项税费	3,997.86	2,354.93	3,164.54
支付其他与经营活动有关的现金	7,369.68	6,522.97	5,339.45
经营活动现金流出小计	**72,871.87**	**57,323.27**	**48,332.17**
经营活动产生的现金流量净额	**16,297.25**	**6,877.40**	**4,520.72**
净利润	**13,116.28**	**6,129.54**	**3,982.84**
经营活动产生的现金流量净额与净利润差额	**3,180.97**	**747.86**	**537.88**

报告期各期，公司经营活动现金流与当期净利润的差异较小，公司经营活动现金流与当期净利润的差异主要受存货、经营性应收和应付、资产减值准备等项目的变动所致，采用间接法将净利润调节为经营活动现金流量净额情况具体如下：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
净利润	13,116.28	6,129.54	3,982.84
加：信用减值损失	377.24	-	-
资产减值准备	823.89	1,817.58	1,852.58
固定资产折旧、油气资产折耗、生产性生物资产折旧	879.12	780.14	811.00
无形资产摊销	286.72	245.30	247.53
长期待摊费用摊销	124.69	219.37	261.36
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失（收益以“－”号填列）	-	17.00	24.13
固定资产报废损失（收益以“－”号填列）	31.92	26.81	3.49
财务费用（收益以“－”号填列）	-	-	2.04

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
投资损失（收益以“－”号填列）	-312.76	-	-228.52
递延所得税资产减少（增加以“－”号填列）	-327.31	115.72	-249.46
存货的减少（增加以“－”号填列）	174.96	-999.55	2,944.80
经营性应收项目的减少（增加以“－”号填列）	142.97	-5,937.27	-2,943.15
经营性应付项目的增加（减少以“－”号填列）	979.52	4,462.75	-2,187.93
经营活动产生的现金流量净额	**16,297.25**	**6,877.40**	**4,520.72**

2、投资活动现金流量分析

报告期内，公司投资活动产生的现金流量情况如下表所示：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
收回投资收到的现金	-	-	-
取得投资收益收到的现金	312.76	2.09	6.95
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	-	262.65	39.22
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	130.12
收到其他与投资活动有关的现金	114,600.00	1,400.00	3,700.00
投资活动现金流入小计	**114,912.76**	**1,664.74**	**3,876.29**
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	3,492.53	3,553.89	970.65
投资支付的现金	-	-	-
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	114,600.00	1,400.00	3,500.00
投资活动现金流出小计	**118,092.53**	**4,953.89**	**4,470.65**
投资活动产生的现金流量净额	**-3,179.77**	**-3,289.15**	**-594.36**

报告期内，公司投资活动产生的现金流量表现为净流出，净流出金额分别为 594.36 万元、3,289.15 万元和 3,179.77 万元，主要系公司为支撑业务规模的扩张持续投入资金购置机器设备和为募投项目投入资金所致。

3、筹资活动现金流量分析

报告期内，公司筹资活动产生的现金流量情况如下表所示：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
吸收投资收到的现金	-	-	-
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	-	-	-

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
取得借款收到的现金	707.45	2,500.00	-
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	80.00
筹资活动现金流入小计	**707.45**	**2,500.00**	**80.00**
偿还债务支付的现金	-	375.23	82.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	3,011.19	1,169.44	3,002.04
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润	-	-	-
支付其他与筹资活动有关的现金	-	-	-
筹资活动现金流出小计	**3,011.19**	**1,544.67**	**3,084.04**
筹资活动产生的现金流量净额	**-2,303.74**	**955.33**	**-3,004.04**

报告期内，公司筹资活动产生的现金流量净额分别为-3,004.04 万元、955.33 万元和-2,303.74 万元。报告期内，公司筹资活动现金流入较少，筹资活动现金流出主要为偿还银行借款、支付股利等。

（六）报告期股利分配情况

2017 年 6 月 15 日，杰美特召开股东大会，全体股东审议同意公司在未分配利润中提取 3,000 万元按照持股比例对各股东进行分配。该次利润分配以现金分配，已分配完毕。

2018 年 6 月 20 日，杰美特召开股东大会，全体股东审议同意公司在未分配利润中提取 1,056 万元按照持股比例对各股东进行分配。该次利润分配以现金分配，已分配完毕。

2019 年 5 月 31 日，杰美特召开股东大会，全体股东审议同意公司在未分配利润中提取 2,880 万元按照持股比例对各股东进行分配。该次利润分配以现金分配，已分配完毕。

（七）资本性支出分析

报告期内，公司的重大资本性支出主要为在建的募集资金投资项目移动智能终端配件产品扩产项目的支出，报告期内购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金分别为 970.65 万元、3,553.89 万元和 3,492.53 万元。

未来可预见的重大资本性支出主要为公司本次募集资金投资项目，募集资金投向详见本招股说明书“第九节 募集资金运用与未来发展规划”。

公司的重大资本性支出主要围绕主营业务进行，扩大公司的规模，符合公司战略发展方向，能够强有力促进公司主营业务的发展和经营业绩的提高，不存在跨行业投资的情况。

（八）持续经营能力分析

报告期内，公司的主营业务为移动智能终端配件的研发、设计、生产及销售，产品类型以智能手机与平板电脑保护类配件为主，并不断衍生至智能手表表壳和AirPods 保护套等新型移动智能终端保护类产品。

作为国内较早从事移动智能终端配件产品 ODM/OEM 业务的企业之一，公司具备“研发设计—模具开发—生产制造—包装入库”全工序以及大规模生产的能力，与华为、vivo 等智能终端制造商以及 Targus 等国际知名智能终端配件品牌商建立了良好、稳定的合作关系，在移动智能终端配件产品领域市场地位突出；基于 ODM/OEM 业务所积累的行业经验与市场基础，公司不断创新产品设计并创立了自有品牌“X-doria”，报告期内以 Defense 系列产品为主的自有品牌产品销售收入持续提升，主要客户已涵盖沃尔玛、亚马逊、Target、百思买等全球零售百强客户，产品销售遍及美国、欧洲及日本等多个国家或地区。

虽然移动智能终端行业发展日新月异，但公司自 2006 年成立以来一直专注于以保护类产品为主的移动智能终端配件行业，不断打造自身核心竞争力，始终保持在移动智能终端保护类配件领域的行业地位。在目前新型冠状病毒肺炎疫情和中美贸易摩擦的大背景下，公司的发展历史、目前经营情况，以及专注本行业所积累的各项竞争优势，均可充分说明公司具有稳定的持续经营能力。下述通过四个方面阐释：

1、移动智能终端品牌的市场份额一直在变化中，在各品牌市场份额此消彼长的背景下，公司有能力根据不同品牌份额变化调整产品结构。

报告期内，公司对第一大客户销售收入占比逐年提升，是公司在产能受限的条件下，随着客户手机出货量持续增长而选择主动加深服务大客户的结果。公司历史上，生产过各种系列的保护类产品，2012 年左右公司主要产品为苹果系列产品。2012 年以来，公司逐步建立的多层次的客户结构，即使未来不同移动智能终端品牌的市场份额此消彼长，公司也有能力及时调整产品结构。

2、公司已建立多层次的客户结构，ODM/OEM 与自有品牌同步发展的业务结构，以及国内/国外均衡的区域布局，抗风险能力强。

2012-2015 年，由于前期赚钱效应吸引了较多企业进入本行业，行业进入无序竞争时期，公司在此期间及报告期内，一直在上述三方面打造核心竞争力，客户结构愈加丰富，自有品牌业务持续增长，国内/国外收入占比均衡。今年上半年，由于疫情等因素影响，虽然公司预计对主要 ODM/OEM 客户的销售收入有一定下滑，但去年新开发的 vivo 较上年同期有一定增长，且今年又新开发了 OPPO、Tech21 等重要 ODM/OEM 业务客户。同时，即使受到疫情影响，但今年上半年公司对沃尔玛的销售收入持续增长，从而带动境外自有品牌业务收入较去年同期有一定增长。愈加完善的多层次客户结构，ODM/OEM 和自有品牌同步发展的战略，极大提升了公司的抗风险能力，即使今年上半年疫情对全球经济造成了重大影响，也未对公司持续经营能力产生影响。

3、公司市场占有率仍较低，存量竞争时代市场空间依然巨大，新型冠状病毒肺炎疫情影响下，韧劲更强的企业能够通过扩大市场份额提升收入水平。

不同品牌移动智能终端的市场份额可能会发生变化，但移动智能终端需要保护类配件的趋势不变，且移动智能终端更新换代仍将保持较高的频率。2016 年起，以智能手机、平板电脑为代表的移动智能终端市场已进入存量竞争时代。但整体而言，2019 年公司作为行业内保护类产品销量近 7,000 万个的企业，根据估算手机保护类产品市场占有率仅为 4.94%，仍有广阔的市场空间供公司发展，尤其在自有品牌业务方面，公司市场占有率更低。有“危”就有“机”，公司发展历史上，也正是由于 2012-2015 年无序竞争时代，才为公司 2016 年起的持续发展奠定了坚实的基础。未来，随着 5G 技术产业和人工智能的快速发展，以智能手机和平板电脑为代表的传统移动智能终端仍将保持较高的更新换代频率，保证了移动智能终端配件行业的头部企业仍具收入增长空间。

4、除传统移动智能终端外，以智能手表等为代表的新型移动智能终端仍在不断涌现和发展变化，公司的历史发展也表明公司有能力抓住新型移动智能终端衍生出的保护类配件机遇。

苹果推出 Apple Watch 后，公司迅速开发了适配 Apple Watch 的表壳和表带，并且迅速打入美国市场，根据全球知名市场研究机构 NPD 的数据显示，适配 Apple Watch 的表壳在该细分领域，已成为美国市场份额最高的产品。虽然 Apple Watch 的表壳和表带是细分领域小众产品，但其为公司其他产品打入较为注重历史声誉的美国市场奠定了良好基础。报告期内，苹果还推出了新款产品 AirPods，公司也开发了 Defense 系列 AirPods 保护套，取得了良好的市场反响。

未来三年，公司将坚持做大 ODM/OEM 业务、做强自有品牌的思路，进一步巩固与扩大公司在移动智能终端配件领域的领先优势。在逐步扩大产能、更新生产工艺、扩张销售渠道、提升品牌形象、提高效率、降低成本的基础上持续提升市场份额，成为一家高速成长并兼具市场影响力与盈利能力的领先企业，成为推动行业技术进步与产品升级的领导者。

综上所述，截至本招股说明书签署之日，公司在持续经营能力方面不存在重大不利变化。基于公司报告期内的业绩、国家近年来对产业政策的推动以及行业发展状况，公司不存在重大的持续经营风险。

十四、重大投资、资本性支出、重大资产业务重组或股权收购合并事项

报告期内，公司除本节“十三、偿债能力、流动性及持续经营能力分析”之“（七）资本性支出分析”中所述资本性支出事项外，不存在其他重大投资、资本性支出、重大资产业务重组或股权收购合并等事项。

十五、盈利预测报告

公司未编制盈利预测报告。

十六、报告期内会计报表附注中或有事项、承诺事项、期后事项和其他重要事项

（一）重要承诺事项

1、已签订的正在履行的租赁合同及财务影响

（1）2017 年 9 月 8 日，本公司与深圳市中林实业发展有限公司签订《房屋租赁合同》，合同约定深圳市中林实业发展有限公司将其位于深圳市龙华新区龙华办事处清祥路清湖工业园宝能科技园 6 栋 B 座 19 楼 E 单位出租给本公司使用，租赁建筑面积共计 291.79 平米，月租金为 18,966.35 元，自 2018 年 9 月 8 日起月租金年复式递增 10%，租赁期限为 2017 年 9 月 8 日至 2020 年 9 月 7 日止。

（2）2012 年 10 月 1 日，本公司东莞分公司与凤岗镇官井头股份经济联合社签订《厂房租赁合同书》，合同约定凤岗镇官井头股份经济联合社将其位于官井头村猫公沥的厂房 5 栋、宿舍 5 栋及其它配套设施出租给东莞分公司使用，厂房、宿舍总建筑面积共计 34,395.24 平米，2012 年 10 月 1 日至 2017 年 9 月 30 日月租金为 429,940.50 元，2017 年 10 月 1 日起月租金为 472,934.55 元，租赁期限为 2012 年 10 月 1 日至 2022 年 9 月 30 日。2014 年 1 月 1 日，本公司子公司杰之洋与凤岗镇官井头股份经济联合社签订补充协议，将原合同书承租方变更为杰之洋，由杰之洋继续履行。

（3）2018 年 9 月 15 日，本公司与深圳市中林实业发展有限公司签订《房屋租赁合同》，合同约定深圳市中林实业发展有限公司将其位于深圳市龙华新区龙华办事处清祥路清湖工业园宝能科技园 6 栋 17 层 B 座 ABCDG 单位出租给本公司使用，租赁建筑面积共计 1321.93 平米，月租金为 79,315.80 元，自 2019 年 9 月 15 日起月租金年复式递增 10%，租赁期限为 2018 年 9 月 15 日至 2021 年 9 月 14 日止。

（4）2018 年 9 月 15 日，子公司中创卓越与深圳市中林实业发展有限公司签订《房屋租赁合同》，合同约定深圳市中林实业发展有限公司将其位于深圳市龙华新区龙华办事处清祥路清湖工业园宝能科技园 6 栋 17 层 B 座 EF 单位出租给本公司使用，租赁建筑面积共计 614.14 平米，月租金为 36,848.40 元，自 2019 年 9 月 15 日起月租金年复式递增 10%，租赁期限为 2018 年 9 月 15 日至 2021 年 9 月 14 日止。

（5）2019 年 3 月 1 日，本公司子公司杰之洋与东莞市侨安实业投资有限公司签订《房屋租赁合同》，合同约定东莞市侨安实业投资有限公司将其位于东莞市凤岗镇五联新兴村联兴路 30 号东莞侨安科技园 3 栋 1、2、3 层整层厂房出租

给杰之洋使用，月租金为 306,493.75 元，自 2019 年 4 月 1 日起每两年月租金复式递增 10%，租赁期限为 2019 年 4 月 1 日至 2024 年 3 月 31 日止。

根据已签订的不可撤销的经营性租赁合同，未来最低应支付租金汇总如下：

期间	需付金额（万元）
2020 年度	1,112.12
2021 年度	1,075.35
2022 年度	830.21
2023 年度	434.91
2024 年度	111.26
合计	**3,563.85**

除上述事项，本公司无需要披露的承诺事项。

（二）或有事项

截至 2019 年 12 月 31 日，公司无需要披露的或有事项。

（三）资产负债表日后事项

新型冠状肺炎疫情爆发，公司位于非严重疫区，将采用有效措施复工复产，尽可能将疫情的影响降至较低。

（四）其他重要事项说明

1、前期会计差错

（1）2016 年度，子公司美国道瑞营业成本中包含的 Amazon 运费 2,129,008.72 元调整至销售费用运费明细中。影响报表项目名称及金额如下：

受影响的期间	报表项目名称	影响金额（人民币：元）
2016 年度	营业成本	-2,129,008.72
2016 年度	销售费用	2,129,008.72

（2）2018 年度应付职工薪酬中工会经费和职工教育经费发生额调整增加 4,603.77 元。此调整不影响报表项目金额。

2、终止经营

报告期内，公司子公司杰鸿塑胶、杰幂数据、孙公司智汇时代、香港道瑞终止经营，相关事项对公司财务状况的影响如下：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
一、终止经营收入	-	-	136.48
减：终止成本及经营费用	-	2.05	371.48
二、来自已终止经营业务的利润总额	-	-2.05	-234.94
减：终止经营所得税费用	-	-	0.02
三、终止经营净利润	-	-2.05	-234.96
其中：归属于母公司的终止经营净利润	-	-2.05	-234.96
加：处置业务的净收益（税后）	-	-	171.39
其中：处置损益总额	-	-	228.52
减：所得税费用（或收益）	-	-	57.13
四、来自已终止经营业务的净利润总计	-	-2.05	-63.57
其中：归属于母公司股东的来自于已终止经营业务的净利润总计	-	-2.05	-63.57
五、终止经营的现金流量净额	-	-	14.08
其中：经营活动现金流量净额	-	-	-35.08
投资活动现金流量净额	-	-	-30.83
筹资活动现金流量净额	-	-	80.00

注 1：2016 年 12 月 30 日，子公司中创卓越与郑小荣签订股权转让协议，中创卓越将其持有的智汇时代 100%股权以人民币 1,651,800.00 元转让给郑小荣并在深圳市福田区进行了公证，该股权转让已于 2017 年 2 月 17 日完成工商变更登记。

注 2：2018 年 3 月 26 日，子公司杰鸿塑胶经核准注销。

注 3：2018 年 6 月 1 日，孙公司香港道瑞经核准解散。

注 4：2018 年 12 月 13 日，子公司杰幂数据经核准注销。

第九节 募集资金运用与未来发展规划

一、募集资金运用概况

（一）募集资金投资项目

经公司第二届董事会第十次会议、第二届董事会第十四次会议、2019 年第二次临时股东大会、2019 年第四次临时股东大会以及第二届董事会第十九次会议批准，公司本次发行股票将不超过 3,200 万股。实际募集资金扣除发行费用后，全部用于公司主营业务相关的项目，包括移动智能终端配件产能扩充项目（以下简称“扩产项目”）、技术研发中心建设、品牌建设及营销网络升级项目。具体使用计划如下：

序号	项目名称	投资总额（万元）	拟投入募集资金（万元）	投入进度（万元）		
				T+1 年	T+2 年	T+3
1	移动智能终端配件产能扩充项目	31,678.30	27,678.30	12,813.63	18,864.67	-
2	技术研发中心建设项目	4,256.76	4,256.76	2,103.66	2,153.10	-
3	品牌建设及营销网络升级项目	12,621.90	12,621.90	5,395.90	4,316.00	2,910.00
合计		48,556.96	44,556.96	20,313.19	25,333.77	2,910.00

上述拟投资项目的实际投入时间将按照募集资金实际到位时间和项目的进展情况调整。在募集资金到位前，公司可根据实际情况利用自筹资金先行投入建设，待募集资金到位后依照相关法律法规规定的程序予以置换。

（二）募集资金投资项目审批备案情况

本次募集资金投资项目投资的立项备案、环保备案和土地使用情况如下：

序号	项目名称	立项备案	环保备案	土地使用情况
1	移动智能终端配件产能扩充项目	深龙岗发改备案[2019]0053 号	深龙环备[2019]700337 号	公司拟在已购置的深圳市龙岗区地块上开展建设；已取得深房地字第 6000686656 号房地产证
2	技术研发中心建设项目	深龙岗发改备案[2019]0052 号	深龙环备[2019]700336 号	
3	品牌建设及营销网络升级项目	深龙岗发改备案[2019]0675 号	-	

经核查，保荐机构、发行人律师认为：发行人募集资金投资项目符合国家产业政策、环境保护、土地管理及其他法律、法规和规章的规定。

（三）募集资金使用管理制度

公司发行并上市后，将严格遵照中国证监会、深圳证券交易所相关法律法规，

以及公司2015年第一次临时股东大会议审议通过并于2017年第四次临时股东大会以及 2019 年第二次临时股东大会修订的《募集资金管理制度》的规定，规范使用募集资金。

经公司董事会、股东大会审议通过的《募集资金管理制度》的规定，公司募集资金存放于公司董事会决定的专项账户集中管理，做到专款专用。

（四）本次募集资金不足的安排

本次发行募集资金净额将不超过项目资金需要量。若本次实际募集资金不足上述项目投资资金需求，缺口部分由公司自行筹措资金解决。

（五）募集资金运用对同业竞争和独立性的影响

公司本次募集资金拟投资项目不会导致同业竞争，不会对公司的独立性产生不利影响。

（六）募集资金投资项目与公司目前主营业务、经营战略之间的关系

1、解决公司产能不足瓶颈，满足市场需求

伴随全球移动智能终端产业迅猛发展以及我国对国际产能的广泛承接，公司业务规模保持在较高的水平，与华为等智能终端制造商以及 Targus、Pelican 等国际知名移动智能终端配件品牌商建立了良好、稳定的合作关系，在移动智能终端配件行业内已建立良好的品牌形象和较高的市场知名度。随着智能手机、平板电脑为代表的移动智能终端产品的不断发展，对移动智能终端配件产品的需求也快速增长，公司生产能力不足的发展瓶颈逐步显现。报告期内，公司产能基本达到饱和状态，导致公司部分订单因交货期不能满足而造成流失，对公司的经营形成不利影响。募投项目的顺利实施将有效解决公司产能不足瓶颈，满足日益增长的客户需求。

2、适应行业发展需要，提升工艺技术水平

公司主营产品具有快速消费品的特征，更新频率较快，要求公司拥有“快速响应”市场需求的能力，及早推出新产品，抢占市场先机。随着行业竞争的加剧，以及公司营销渠道的扩展、客户的增多，现有研发人员和生产设备已不能满足“快

速响应”的需要，因此，建设研发中心，扩大研发团队规模，扩充研发设备，是公司持续提升市场竞争力的重要保证。

“技术领先”是公司实现“快速响应”的前置条件，经过多年的持续投入和经验积累，公司在生产与工艺领域形成了一套完整的核心技术体系，可以有效支撑公司主要产品的研发和生产，保证公司主营业务收入的平稳增长。但随着行业竞争的加剧，公司亟需进一步引进高水平研发人才，提高研发管理水平，改善研发软硬件条件，以保持技术优势，稳固公司的领先地位。

3、优化产品结构，开拓利润增长点

公司一直专注于移动智能终端配件的研发、设计、生产与销售，始终坚持以市场为导向，以技术研发、产品设计及高品质生产为主要手段，利用大规模量产增强产品的成本优势，为客户提供高质量的产品和服务。通过多年发展，公司以丰富的生产、业务经验为基础，充分发掘品牌运营，形成“ODM/OEM+自有品牌”双向驱动的良性经营格局。

但随着消费升级，消费者个性化、差异化需求日趋明显，产品更新频率日益加快，要求公司进一步加大研发力度，持续丰富产品种类，优化产品结构，以增强公司整体抗风险能力，巩固并提高公司在行业内的领先地位。募投项目的顺利实施，可以有效加强公司对新产品、新工艺、新技术的前瞻性研究，为公司产品更新换代和形成新的利润增长点提供有力的技术支持。

4、扩大整体经营规模，提升品牌知名度

移动智能终端配件行业繁荣发展的同时，同质化竞争亦日趋加剧，公司以ODM/OEM 业务为基础，积极拓展定位中高端的自有品牌。凭借可靠的产品质量、良好的产品体验与强大的渠道优势，公司自有品牌 X-doria 在国内外近 20 个国家或地区注册了自有商标，客户遍及美国、欧洲和日本等多个国家或地区，在行业内赢得了较高的品牌声誉。

通过募投项目的实施，能够有效扩充公司自有产能，并进一步增强整体研发设计实力，实现 ODM/OEM 与自有品牌业务的良性双向拓展。在保证满足 ODM/OEM 业务需求的同时，增强自有品牌的市场影响力，扩大公司整体经营规模，实现公司的可持续发展。

5、推进品牌建设和营销网络升级，夯实未来发展基础

一直以来，公司始终坚持以ODM/OEM与自有品牌相结合的方式开拓市场，坚持做大ODM/OEM业务、做强自有品牌。报告期内，公司规模不断扩大，营业收入从2017年的5.41亿元增长至2019年的8.29亿元。因此，在业务规模不断扩大的基础上，目前公司已发展到了亟需提升品牌建设和营销网络升级的新阶段，积极“做强自有品牌”，获取品牌溢价，推进对客户的信息化管理水平，深挖客户需求，为公司下一步发展夯实基础。

通过募投项目的实施，公司可进一步强化公司品牌实力，提升盈利能力和抗风险能力，助力公司由“中国制造”向“中国品牌”升级，为公司提升市场份额，实现未来可持续发展夯实基础。

6、对发行人业务创新创造创意性的支持作用

全球智能化的浪潮向各领域快速延伸，移动智能终端产业已经成为信息通信技术领域发展的核心驱动力之一。移动智能终端涵盖智能手机、平板电脑、智能家电、智能家居、车载导航等多个领域。目前，智能手机、平板电脑为代表的传统移动智能终端仍是推动终端行业稳定发展的主要助力，随着全球5G网络的完善、硬件配置性能和应用范围的提升、终端普及率的提高，以及不断的更新换代需求，均将带动智能手机和平板电脑的长期稳定发展。

信息化的深入应用带来移动智能终端的大面积普及，当功能性几乎不再有差异时，终端的美学设计越来越受到消费者的重视，在作出消费决策时，终端的外观与体验感已经成为继功能之外另一个重要的考量因素，甚至大于功能需求。在此趋势下，触摸式屏幕、玻璃外壳等易碎却美观的部件，以及超薄、轻巧的机身设计越来越多地应用于新移动智能终端中，具有保护功能的配件产业应运而生，赢得不断扩张的市场规模。与此同时，配件产业个性化及时尚性的特征造成该产业具有一定的快速消费特性，产品随着时尚潮流而快速变化，随着手机等电子产品成为日常必需品，接触频次极高，国内消费者越来越倾向于选择防摔功能好、材质对身体无害且时尚美观的保护类产品。同时，移动智能终端产业技术的更替、竞争的加剧逐渐缩短了移动智能终端新产品推出周期，带来市场中短期内更为丰富多样的配件产品。

多年以来，作为国内移动智能终端配件行业最具竞争力和成长性的企业之一，公司一直坚持“满足客户，积极创新”的经营理念，不断加大科技投入，进行自主创新和技术创新，建立了科学的技术创新体系及梯队相对合理的核心研发团队，形成了良好的技术与产品开发能力。在专业化和精品化的经营理念指导下，公司秉承一贯专注和持续改进的创新精神不断地推陈出新，为客户交付满足其品质和性能要求的产品。

在上述背景下，公司通过移动智能终端配件产能扩充项目、技术研发中心建设项目、品牌建设及营销网络升级项目的实施，一方面可提升公司生产规模，一方面通过增强研发加速科技、创意设计成果转化，并通过推进品牌建设和营销网络升级，促进公司高端自有品牌产品的销售，为公司业务发展提供强有力的支撑作用。

二、募集资金投资项目具体情况

（一）移动智能终端配件产能扩充项目

1、项目概况

本公司将在深圳市龙岗区平湖街道山厦园区现有土地上新建一栋生产及办公一体化综合体，并以其中部分面积用于本项目的建设。项目主要产品为移动智能终端保护类产品，产品技术可达国际同类产品标准。通过本项目的实施，公司将建设国际一流的移动智能终端保护类产品生产基地，以更好地满足市场对该类产品的需求，解决市场需求旺盛与公司产能不足的矛盾，并为公司提供良好的投资回报和经济效益。

本项目建设期为 2 年；规划建筑面积 12,212.99 ㎡，计划总投资 31,678.30 万元，其中建设投资 27,869.87 万元，铺底流动资金 3,808.44 万元；预计将新增软硬件设备 504 台（套）。项目设计产能为年产移动智能终端保护类产品 2,730 万件，预计全部达产后可实现年产值 3.96 亿元人民币。项目总投资利润率为 15.12%（税后），内部收益率为 16.64%（税后），税后静态投资回收期为 6.77 年（含建设期）。

2、项目必要性

（1）公司打破产能瓶颈，实现业务持续快速发展的需要

近几年来，随着移动智能终端的普及越来越广泛,促使移动智能终端配件的需求迅猛发展，给公司移动智能终端配件产品的发展带来了良好的机遇，同时也带来了一定的市场挑战。目前，公司的产能利用率较高，为了按时完成客户订单任务，公司需要通过委托外协加工来补充产能，在市场旺季尤其如此。随着公司业务规模的持续扩张，现有产能已不足以支持公司快速发展的需要，产能不足的问题日益明显。如果不能及时解决公司产能瓶颈的问题，将不利于公司未来的市场开拓和现有客户的维护，制约着公司业务经营的进一步发展。因此，突破产能瓶颈，保持适当超前的产能已成为公司实现持续快速发展、提高盈利水平的重要前提。

（2）公司实现发展战略目标的需要

目前，公司制定了“成为极具国际竞争力的行业领导者”的发展战略目标。自成立以来，公司通过不断扩充产能、改进设备、提高效率等形式，为公司在市场竞争中打下了良好的基础与突出的竞争优势。但目前公司产能的提高远远跟不上市场需求的快速发展，阻碍了公司战略目标的顺利实现。公司要实现战略、业务和后续发展再上台阶、成为行业领导者的目标，必须新建先进的生产流水线，引进国内外先进的设备，改进工艺设计，同时必须有强大的资金作为后盾，并且获得资本市场的有力支持。

为克服上述竞争劣势，公司积极谋求进入国内资本市场，扩充资本实力，加大资金投入，解决产能不足的问题，提升公司品牌，推动公司的快速成长。

（3）公司扩大生产规模，深化与客户合作关系的需要

近年来公司发展迅速，公司生产规模、产品质量、技术实力在行业内处于先进水平。目前公司已与包括华为等众多知名企业建立了良好的合作伙伴关系，形成了优质、稳定的客户群，在国内移动智能终端配件制造领域具有较高的知名度和良好的信誉度。

公司的大客户企业具有产量大、市场覆盖范围广以及产品更新频率高的特点，对移动智能终端配件产品的采购需求量大且增长迅速。但受到产能的限制，公司目前只能满足这些企业的部分订单。产能不足一方面限制了公司业务规模的进一步发展，削弱了公司的综合竞争力，另一方面也在一定程度上不利于公司与

大客户深化合作关系。

通过移动智能终端配件产品项目的建设，公司能有效地扩大移动智能终端配件的产能，改进产品质量、提高产品科技含量，扩大与下游优质客户的合作规模，提升合作层次，深化合作关系，进一步开拓业务。

（4）公司增强市场竞争力，提高市场占有率的需要

我国移动智能终端配件生产企业的品牌、规模、资金相较国外企业仍存在一定的差距。全球移动智能终端市场竞争日趋激烈，移动智能终端制造商和移动智能终端配件品牌商对配件供应商产品的质量、性能的要求也日益提高，未来移动智能终端配件生产的发展方向是规模化生产。那些生产规模大、技术水平高，产品质量好的企业将加快新产品新技术开发和品牌培育步伐，不断增强企业实力和市场竞争能力。

目前，公司在移动智能终端配件生产制造方面有着明显的竞争优势，近年来一直保持着强劲的发展态势，即使在经济放缓等不利因素下仍然取得了良好的业绩规模。但正面临着产能利用率和产销率均达到满负荷运作的状态，受产能的制约，公司的市场份额难以进一步扩大。

随着国民经济的快速增长，移动智能终端配件市场需求的不断扩大，公司产能不足的问题将日益突出。通过本项目的实施，公司能有效地提高产能，进一步扩大规模效应及竞争优势，能够适应市场快速发展的需要，提高自身的市场占有率。

（5）公司作为配套产业适应移动终端市场发展趋势的需要

①未来数年移动智能终端行业规模预计将会迎来新的增长

根据 IDC 数据，预计到 2022 年，全球移动终端市场出货量如下：

单位：百万台

项目	2018 年	2022 年	年复合增长率
智能手机	1,405	1,574	2.88%
平板电脑	149	129	-3.50%
合计	**1,554**	**1,703**	**2.32%**

智能手机方面，由于 5G 时代移动设备更新换代需求提升、新兴市场持续增

长、主流品牌产品形态更新等原因，预计到 2022 年，全球智能手机出货量将达到 15.74 亿台，市场规模将持续增长。其中 5G 时代移动设备更新换代是本次智能手机出货量增长的主要原因。根据预测，5G 设备出货量占比将由 2019 年的 0.5%提升到 2023 年的 26.1%。2019 年与 2023 年不同制式智能手机出货量占比预测如下：

项目	2019 年	2023 年	变动
3G	4.1%	2.2%	-1.9%
4G	95.4%	71.7%	-23.7%
5G	0.5%	26.1%	25.6%

平板电脑方面，未来数年产品出货量将维持近期稳中有降的趋势。由于相对较高的耐用性和教育部门持续推广等因素影响，未来平板电脑整体需求可能保持稳定但略有下滑。

移动智能终端配件的需求与移动终端市场出货量密切相关。根据全球知名市场研究机构 NPD Group Inc.的数据显示，75%的智能手机用户都会选择安装保护壳，且 25%的人拥有不止一个保护壳以便在需要改变手机外观的时候使用，故假设 1 部移动终端产品（包括智能手机和平板电脑）配套 1 个保护壳。预计到 2022 年，全球移动终端产品保护套市场需求如下：

单位：百万台

项目	2018 年	2022 年	年复合增长率
智能手机	1,405	1,574	2.88%
平板电脑	149	129	-3.50%
合计	**1,554**	**1,703**	**2.32%**

②以华为为代表的部分品牌增速依然强劲

近年来，全球移动智能终端设备出货量基本维持稳定，2015 年以来年均出货量均维持在 15.5 亿部以上，其中智能手机年均出货量为 14 亿部左右，平板电脑年均出货量为 1.5 亿部左右，市场规模相对稳定，但品牌分化较为严重。以智能手机为例，以华为、小米、OPPO 等为代表的国产智能手机出货量持续增长。2016 年-2018 年，上述品牌出货量年均增长率分别为 21.61%、52.09%和 6.45%，在行业整体出货量放缓的情况下，行业竞争逐步由增量竞争向存量竞争转变。

公司移动智能终端配件产能主要对接以华为等品牌为代表的业内出货量增

速较快的客户。报告期内，公司供应华为产品增速较快，与近年来华为品牌移动智能终端出货量走势基本一致。预计未来数年，公司会紧跟行业发展趋势，坚持以 ODM/OEM 业务为基础，重点发展自有品牌业务，坚持服务好以移动智能终端配件品牌商、移动智能终端制造商、大型连锁/在线零售商为主的多类型客户。本次“移动智能终端配件产能扩充项目”公司产能扩充将以现有产品产能为基础，进一步提升公司服务优质客户的能力。

③公司产能利用率接近饱和

公司作为国内主要的移动智能终端配件产品生产商之一，报告期内销售收入逐年快速增长，但主要产品产销率及产能利用率一直维持在较高水平，部分产品产能利用率已经达到饱和。在智能手机和平板电脑等移动智能终端产品出货量规模持续处于高位，华为、小米等国产品牌出货量持续增长，移动智能终端配件需求持续偏高的大背景下，公司现有生产能力不足以满足市场的需求，限制了公司的进一步发展。

报告期内，随着公司业务量的逐渐增长，公司现有产能已无法满足目前订单需求，公司需要将瓶颈工序进行外协，从而提升公司整体生产能力。以注塑工序作为瓶颈工序进行分析，报告期各期，公司移动智能终端配件产品外协占比分别为 58.64%、72.40%和 34.87%，公司产品外协比例较高，急需新增产能提升公司生产和服务客户的能力。

项目	2019 年度	2018 年	2017 年
总产量（万件）	7,089.84	6,295.59	3,503.18
注塑外协产量（万件）	2,471.96	4,557.93	2,054.31
注塑外协占比	34.87%	72.40%	58.64%

综上所述，虽然近期全球移动智能终端产品出货量略有下跌，但随着 5G 时代移动设备更新换代需求提升、新兴市场持续增长、主流品牌产品形态更新等原因，募集资金投资项目将会拥有良好的市场前景。公司已与华为等业内增速较快客户进行深度合作，为公司在 5G 时代的发展奠定了良好的基础。虽然募集资金投资项目的投产增加了公司产能消化的压力，但考虑到公司历年来业务增速、公司客户合作情况和未来公司业务增长预期，将有效降低产能消化的风险。因此，本次拟投产的募集资金投资项目具有合理性和必要性，市场前景广阔。

3、项目可行性

（1）公司具有领先的研发实力与雄厚的技术储备

多年以来，公司一直坚持“满足客户，积极创新”的经营理念，不断加大科技投入，进行自主创新和技术创新，建立了科学的技术创新体系及梯队相对合理的核心研发团队，形成了良好的技术与产品开发能力。在专业化和精品化的经营理念指导下，公司秉承一贯专注和持续改进的创新精神不断地推陈出新。公司作为国内移动智能终端配件行业最具竞争力和成长性的企业之一，在技术创新方面处于行业领先地位。

公司设有专门的技术研发中心，拥有多位专业研发人才。截至本招股说明书签署日，公司及子公司共拥有国内注册商标 94 项、国际注册商标 23 项；拥有注册专利技术 202 项、计算机软件著作权 9 项、以及作品著作权 15 项。2012 年被认定为深圳市高新技术企业，2013 年被认定为国家高新技术企业，2016 年、2019 年再次被认定为国家高新技术企业。

公司凭借雄厚的研发实力和技术实力，能够迅速为客户提供满足其新产品性能的产品，进一步稳定和巩固了与大客户的合作关系。公司具有成熟的技术储备和强大产品技术研发能力，为本项目的顺利实施奠定了坚实的基础。

（2）公司拥有良好的客户资源及不断增长的订单需求

凭借先进的技术、优质的产品、丰富的行业经验以及良好的市场形象，公司吸引了大量的优质客户。目前，公司已与华为等知名智能移动终端供应商建立了良好的业务合作关系，在行业中形成了较高的品牌知名度。而这些知名企业非常注重自身产品的品牌信誉，对移动智能终端配件供应商的认定也非常严格，公司作为这些国内外知名企业的合作伙伴，既体现了公司的竞争实力，也为公司的持续发展提供了有利条件。

公司还将根据市场需求和自身实际情况不断优化客户结构，集中优势资源服务于合作稳定、持续增长的核心客户，并凭借在规模、技术和服务方面的竞争优势，不断拓展新的大客户。近年来公司的优质客户与订单稳步扩大，为本项目产品的销售提供了坚实的市场基础。

（3）公司拥一支高素质的技术服务团队

移动智能终端配件下游应用领域具有类型多、更新换代快等特征，需要根据用户具体要求进行定制性设计和生产，对制造企业的研发设计能力和技术整合能力具有很高的要求。

公司作为国内专业从事移动智能终端配件的制造商，自成立以来，立志成为极具国际竞争力的行业领跑者，为国内外广大用户提供优质的产品和高效的服务。因此，公司建立了一支高素质的技术服务团队，保证了公司强大的产品研发创新能力和服务客户的能力，产品开发速度在行业中居前列，可以依照客户要求快速地开发出满足需求的产品。至今，公司开发了大量引领行业时尚的高端产品，发展成为了国内移动智能终端配件行业中的优质品牌。

（4）公司有良好的管理能力与经营绩效

公司坚持“品质至上，诚信为先”的核心价值理念，依靠科学的管理模式，以严格的品质标准监控整个生产过程，持续不断的改善品质，以创造“零”缺陷的产品为目标，已通过 ISO 9001:2015 质量体系认证、ISO 14001:2015 环境体系认证。同时，公司在移动智能终端配件生产经营中，积累了丰富的经验，总结了一整套适合企业自身特点的研发体系与生产模式，对于生产经营中的办公场所、实验室、厂房、生产线、机器设备、仓库的设计和布局，工人的安排及生产都进行量化，从而形成了标准化的体系，同时该种模式可以不断进行复制，从而减少新建工厂和安装生产线的时间，使得公司运营成本降至最低，该模式使得公司能以较快的速度进入生产，在较短时间内获得客户认同，以低成本和高质量完成投产、生产、销售的整个过程，使得本公司具有领先的成本优势。

公司凭借强大的研发能力、先进的技术水平、优秀的管理能力，可复制的生产模式，领先的成本优势，为项目的建设提供了有利的条件。

（5）公司移动智能终端配件产品拥有良好的市场基础

公司凭借领先的生产工艺生产出了众多具有行业领先水平的产品，深受市场欢迎，赢得了广大客户的青睐，树立了良好的品牌效益，积累了众多的客户资源。公司移动智能终端配件在行业中取得了突出的市场地位，处于行业的先进水平。

随着募集资金投资项目的实施，公司的生产规模、技术水平将步入一个新的台阶，在重点加强原有客户业务开发与巩固的基础上，公司将有计划地、适度地

增强新客户的开拓力度，加大与智能移动终端行业知名企业的交流与合作力度，把握移动智能终端配件行业的最新态势与发展趋势，促进公司的品牌建设，稳步提高公司的市场份额。

4、项目投资概算

本项目预计投入总资金为 31,678.30 万元，拟使用募集资金投入 27,678.30 万元，主要用于建筑工程施工装修、设备购置安装、铺底流动资金等，具体投资构成如下：

单位：万元

序号	投资项目	投资金额	占项目总资金比例
一	建设投资	27,869.87	87.98%
1.1	建筑工程费	5,922.96	18.70%
1.2	设备购置费	18,726.00	59.11%
1.2.1	硬件设备	18,526.00	58.48%
1.2.2	软件工具	200.00	0.63%
1.3	设备安装费	926.30	2.92%
1.4	工程建设其他费用	230.18	0.73%
1.5	预备费	2,064.43	6.52%
二	铺底流动资金	3,808.44	12.02%
项目总投资		**31,678.30**	**100.00%**

5、项目设备方案

本项目拟建设注塑车间、皮具车间、模具房、装配部以及仓库，将引进一批国内外先进机器设备，以实现扩产目标，各部门主要设备配置如下：

单位：万元

序号	设备名称	规格型号	拟采购地	数量	单价	金额
一	**模具部**					
1	3 轴立式加工中心	V33I/2	牧野（日本）	8	200.00	1,600.00
2	3 轴立式加工中心	@-D14MIA	发那科（日本）	6	50.00	300.00
3	高精密线切割机	@-C400IA	发那科（日本）	3	65.00	195.00
4	高精密线切割机	@-C600IA	发那科（日本）	2	83.00	166.00
5	三维检测设备	CROMA-H686	海克斯康（美国）	2	45.00	90.00
6	高精密电火机	EDGE3	牧野（日本）	10	74.00	740.00
7	ERP 系统	整套模块	模得宝（中国）	1	200.00	200.00
8	机器人系统	整套自动化系统	发那科（日本）	1	500.00	500.00
9	磨床	ACC-350II	冈本（日本）	7	15.00	105.00

序号	设备名称	规格型号	拟采购地	数量	单价	金额
10	大水磨	JL-4080ATD	准力（中国台湾）	1	65.00	65.00
11	铣床	DW-4T	帝旺（中国）	10	3.00	30.00
12	夹具	成套系统	AOSCH（中国）	2	50.00	100.00
13	自动合模机	LD-2300	LONGXIN（中国）	3	70.00	210.00
二	**注塑部**					
14	电动卧式单色注塑机	SE-180EV	住友（日本）	15	90.00	1,350.00
15	电动卧式双色注塑机	DCE-250	日精（日本）	10	180.00	1,800.00
16	电动立式（单头）注塑机	JT100RAD	日钢（日本）	16	130.00	2,080.00
17	机械手	SL-220KS	有信（日本）	62	7.74	480.00
18	模温机	TW-200HHDN	川田（日本）	62	3.50	217.00
19	干燥机	DF-50ZB-KS	川田（日本）	50	6.00	300.00
20	电动卧式单色注塑机	@-S150IA	发那科（日本）	20	85.00	1,700.00
21	电动卧式单色注塑机	HT-1300	YOUZHU(中国）	20	30.00	600.00
三	**皮具部**					
22	热压、高周、冲切一体	定制	东电（中国）	60	25.00	1,500.00
23	热压、高周一体	定制	东电（中国）	30	20.00	600.00
24	产品成形冲切机	定制	东电（中国）	30	8.00	240.00
25	套料机器人	MZ07L	那智 NACHI(日本）	20	32.00	640.00
26	自动备胶、分条设备	定制	东电（中国）	2	30.00	60.00
27	激光开料设备	CMA-L360	通快（德国）	4	150.00	600.00
28	针车	AMS-221N	祖奇（日本）	10	25.00	250.00
29	生产自动化线体	定制	金隆（中国）	1	400.00	400.00
30	物流信息化平台	定制	金隆（中国）	1	100.00	100.00
四	**装配部**					
31	生产自动化线体	定制	金隆（中国）	1	500.00	500.00
32	物流信息化平台	定制	金隆（中国）	1	100.00	100.00
33	自动装袋机	定制	传音（中国）	15	12.00	180.00
34	自动贴标机	定制	Aai 鸷控（中国）	16	8.00	128.00
五	**仓库**					
35	物流自动化线体	定制	金隆（中国）	1	500.00	500.00
36	物流信息化平台	定制	金隆（中国）	1	100.00	100.00
合计		-	-	**504**	-	**18,726.00**

6、项目实施计划及进度

募投项目实施的阶段性目标：

第 1-2 个月：完成购买及清理场地等工作；

第 3-5 个月：完成工程及设备招标；

第 5-12 个月：完成厂房基建装修工程建设及管道系统铺设；

第 13-22 个月：完成设备采购、安装、调试等工作；

第 19-24 个月：完成人员招聘、引进、培训等工作，并随着人员和设备逐步到位，开始实施部分产品试生产及投产；

第 23-24 个月：完成竣工验收，项目正式投入运营；

整个建设期为期 2 年完成。

项目的基建及装修施工与设备安装必须按照国家的专业技术规范和标准执行，项目建设进度安排如下：

进度阶段	建设期（月）											
	2	4	6	8	10	12	14	16	18	20	22	24
实施方案设计	■											
清理场地	■	■										
工程及设备招标		■	■									
基础建设及装修工程			■	■	■	■						
设备采购及安装调试							■	■	■	■	■	
人员招聘及培训										■	■	■
试生产											■	■
竣工验收												■

7、投资项目的选址，拟占用土地的面积、取得方式及土地用途

本公司计划在深圳市龙岗区平湖街道山厦园区现有土地上新建一栋生产及办公一体化综合楼，计划以其中 7 层用于生产车间、2 层用于办公场地。项目预计占用建筑面积约 12,212.99 ㎡，其中：生产面积 9,443.21 ㎡，办公面积 2,769.78 ㎡。按建筑面积占比计算，项目用地面积为 1,996.03 ㎡（公司现已在深圳市龙岗区平湖街道地区通过招拍挂方式取得 G04203-0095 地块工业用地使用权，该宗地面积为 4,555.27 ㎡，规划建筑面积为 27,872.11 ㎡，本项目拟占用其中一部分用于基础建设）。公司已与深圳市规划和国土资源委员会龙岗管理局签署了《深圳市土地使用权出让合同书》（深地合字（2014）2017 号），取得工业用地 4,555.27 平方米，并于 2015 年 7 月 17 日取得深房地字第 6000686656 号房地产证。

8、投资项目可能存在的环保问题及应对措施

本项目已于 2019 年 3 月 11 日取得深圳市生态环境局龙岗管理局出具的深龙

环备[2019]700337 号《告知性备案回执》。

本项目在注塑成型工艺过程中，会产生少量的有机废气，主要污染物为非甲烷总烃，集中收集后通过排风管道引至楼顶高空排放，执行广东省《大气污染物排放限值》（DB44/27-2001）中的第二时段二级标准。

项目在地下一层设置 1 套柴油发电机组，发电机废气引至裙楼屋顶排放，执行广东省《大气污染物排放限值》（DB44/27-2001）中第二时段二级标准。烟气黑度执行林格曼 I 级。

项目地下车库废气参照执行广东省《大气污染物排放限值》（DB44/27-2001）中第二时段二级标准。

项目生活污水经化粪池预处理后，与生产过程中产生的循环冷却废水一起排入市政污水管网，输送至平湖新南污水处理厂，执行广东省《水污染物排放限值》（DB44/26-2001）中第二时段三级标准。

施工期噪声执行《建筑施工场界环境噪声排放标准》（GB12523-2011）中的有关规定。在运营期，项目所在地为 3 类声环境功能区，项目西侧的中环大道和南侧的惠华路为 4 类功能区，项目东侧和北侧厂界噪声执行《工业企业厂界环境噪声排放标准》（GB12348-2008）中的 3 类限值，西侧和南侧厂界执行 4 类限值。

固体废物执行《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》和《广东省固体废物污染环境防治条例》，以及《广东省严控废物名录》、《深圳市危险废物转移管理办法》和《深圳市危险废物包装、标识及贮存的技术规范》中的有关规定。

9、投资项目的效益分析

本项目计算期为 12 年，其中：建设期 2 年，运营期 10 年。计算期第 3 年开始投产，至第 5 年全部达产，本项目的主要效益指标如下：

序号	项目	指标
1	平均净利润（达产后）	4,790.38 万元
2	所得税后内部收益率	16.64%
3	所得税后财务净现值（i=12%）	6,099.01 万元
4	所得税后静态投资回收期	6.77 年
5	投资利润率（达产后）	15.12 %
6	年均产值（达产后）	39,585.00 万元

（二）技术研发中心建设项目

1、项目概况

公司将在深圳市龙岗区平湖街道山厦园区新建一栋厂房及办公一体化综合楼，计划以其中的一层用于本项目的建设。项目规划占用建筑面积 1,889.32 ㎡，按建筑面积占比计算，项目用地面积为 308.78 ㎡（公司现已在深圳市龙岗区平湖街道地区通过拍卖方式取得 G04203-0095 地块工业用地使用权，该宗地面积为 4,555.27 ㎡，规划总建筑面积为 27,872.11 ㎡，本项目拟占用其中一部分用于基础建设）。通过引进技术人才，并配备研发实验室和检测中心等研发软硬件基础，完善公司研发体系架构，缩短技术研发周期，进一步提升公司的技术研发水平。本项目已经由深龙岗发改备案[2019]0052 号文件批准备案。

本项目预计总投资为 4,256.76 万元，拟使用募集资金投入 4,256.76 万元，拟建设如下内容：

（1）建设高新研发中心，包括购置办公场所及装修，购置研发、检测设备。拟在深圳市龙岗区平湖街道新建的厂房及办公一体化综合楼中开展建设。

（2）增加研发团队。通过对外招聘与自主培养相结合的方式，扩大、提升现有研发团队规模及实力。

2、项目必要性

（1）增强研发力量与保持技术领先的需要

近年来，移动智能终端配件产品相关技术的迅猛发展，使得相关产品的市场寿命周期不断缩短，产品淘汰速度加快和产品边际利润空间日趋狭小。用技术手段提高产品的性价比已经成为提高产品市场竞争力的主要途径。因此在日益激烈的市场竞争环境中，企业的优势地位在很大程度上取决于企业自身的研发能力。

多年以来，公司一直坚持以技术领先的战略，不断加大科技投入，进行自主创新和技术创新，形成了科学的技术创新体系，取得了领先行业的技术成果。技术研发、产品开发和设计的优势使公司取得了优势的市场地位,但未来在与国内外厂家竞争中，公司需持续加大研发的投入，才能保持技术领先。本募投项目的建立，将使公司大幅度提升研发力量，继续研发创新关键技术，保持行业领先的

优势地位。

（2）培养和引进高端人才，加速科技成果转化，保持技术领先的需要

移动智能终端配件制造业对人才的综合素质和技术水平要求都较高，而国内相关产业发展的时间较短，存在人才培育和积累不足的问题。为了克服这种情况，公司产品研发一直坚持不断引进高新技术人才、高起点、高标准的原则，除依靠自有技术力量外，还运用多种机制，注重对外技术合作，通过多种方式建设研发团队，提高新产品技术水平。通过本项目建设，为公司加强同科研院校等机构的合作奠定了坚实的基础，可以充分利用各种资源加大对公司技术创新的支持力度，大力扩充研发人员，引进行业高端人才，有利于扩大公司技术领先的优势；同时亦将造就一批技术创新带头人，使其可以充分地利用研发中心将有市场潜力的技术开发成果以及研究项目，经过研发中心的工程化研究，形成可批量生产的技术，实现科技成果转化，实现更好的效益；从而为我国移动智能终端配件行业进行高端技术的研发，达到国际领先水平提供必要的软硬件环境及人才基础。

（3）公司开拓新的利润增长点的需要

公司谋求新的发展及新的利润增长点，一方面需要提高产品技术水平，巩固和提升现有生产状况，另一方面需要发展新的产品方向，进一步提高公司在行业中的市场地位。

公司自成立以来，一直立志成为行业领先的移动智能终端配件著名品牌，实现产品质量和市场占有率领先的目标。现在，公司已经发展成为我国移动智能终端配件领域的先进企业，并实现了较大数量的产品出口。但公司目前的产品研发力量有限，客观上必然降低公司的抗风险能力，因此需要加大研发力度，丰富产品种类，提高产品的技术含量。未来，公司将会通过不断的研发创新，增加新的产品类型，提高各类产品的档次，将公司的产品和服务向移动智能终端多个领域延伸。本研发中心建设项目的实施，是进一步增强公司产品研发能力，丰富产品种类，开拓新的利润增长点的需要。

（4）实现企业战略目标的需要

公司的发展战略目标是成为为极具国际竞争力的行业领导者。产品创新能力是移动智能终端配件行业公司核心竞争力的最重要组成部分。公司的核心竞争力

主要体现在强大的自主研发实力上。公司正是凭借着不断进行产品和技术的研发，开发出众多引领行业潮流的产品，并通过保持研发能力领先于竞争对手而获得市场的优势地位。虽然公司在市场份额和产品开发实力居于行业前列，但随着行业竞争的加剧，以及人才和技术的相互流动，原有的技术和产品将逐渐趋于同质化。为了避免最终可能出现的低价同质竞争，以及实现公司建设创新型领先企业的战略规划，必须要不断加大研发力量投入，开发新产品和新技术以确保公司的利润增长及战略目标的实现。

（5）提高市场竞争力与产品附加值的需要

移动智能终端配件产业属于高新技术行业，产品周期短，随着时间的推移和科学技术的进步，任何一种产品都会被技术更先进、功能更全、性能更好的新产品所替代。在市场出现生产过剩的情况下，企业若不重视发展新产品就无法生存。不断地进行产品的研制开发，提高产品的附加值是企业增强市场竞争力的重要措施。

公司建立之初就成立了专门的研发部门，一直以“品质至上”为理念，建立了科技成果导入体系，加强产品研发意识，努力提升产品附加值，不断开发出适销对路、竞争力强的产品，满足市场不断提升的需求。

公司要保持市场竞争力，提升产品附加值及进行新产品的开发，必须加大研发投入，必须有人才和技术作保障。通过研发中心的建设，有利于企业增强研发能力，引进先进和关键的技术与设备，加快科技进步和科技成果转化，研制和开发高质量的产品。

3、项目可行性

（1）公司拥完善的研发体系及出色的研发团体

公司研发中心由设计部与新产品开发部组成，囊括了软硬件开发、电子通讯、新材料应用等多个领域的高素质研发人才，均具备扎实的技术基础和丰富的移动智能终端配件产品的开发经验。公司技术管理团队均有着先进的研发管理理念和丰富的项目研发管理经验。在创新体系建设方面，公司建立了自主的技术标准体系、质量保证体系、研发项目立项报告制度、研发投入核算体系和绩效考核奖励制度等。公司拥有完善的研发体系及出色的研发团体为本项目的建设提供了有力

的支持。

（2）公司具备丰富的市场经验和良好的市场口碑

公司自成立以来，专注于移动智能终端配件的研发、生产与销售，积累了深厚的技术储备和丰富的市场经验，树立了良好的市场形象和品牌知名度。目前公司产品已发展成为我国移动智能终端配件生产领域的领军企业之一。随着公司的持续发展，公司产品的市场地位不断提高。

凭借着公司强大的实力以及一流的客户服务，公司的产品现已遍布全球二十多个国家和地区，公司与华为等国内外知名移动智能终端供应商建立了良好的客户关系；并且为数十家国际知名移动智能终端配件品牌客户 ODM/OEM 产品数百款，年销售量达千万套以上；另外，全球最大的零售卖场如沃尔玛、百思买等均有销售公司的自有品牌产品。随着公司研发能力和制造能力、制造资源整合能力的进一步提升，公司产品市场占有率将不断提高。优质的客户储备和突出的市场竞争优势，为研发中心项目未来研发新产品的快速消化提供了市场保障。

（3）公司具备良好的技术储备及产品开发能力

公司作为国内领先的移动智能终端配件生产制造商，一直致力于为业内提供先进的产品和优质的服务。在专业化和精品化的经营理念指导下，公司秉承一贯专注和持续改进的创新精神不断推陈出新，取得了重大的科技成果。截至本招股说明书签署日，本公司及子公司共拥有国内注册商标 94 项、国际注册商标 23 项；拥有注册专利技术 202 项、计算机软件著作权 9 项、以及作品著作权 15 项。2012 年被认定为深圳市高新技术企业，2013 年被认定为国家高新技术企业，2016 年、2019 年再次被认定为国家高新技术企业。

公司通过自主研发，掌握了“超高温聚碳酸酯与多硬度热塑性聚氨酯弹性透明体橡胶一体成型工艺技术、皮套面盖双色超薄 TPU 材料电压镭雕成型工艺技术、超高温热塑性聚氨酯弹性体橡胶与聚碳酸酯材料中框压合三段式 Polyurethane 材料技术加可互换背板组装技术、具有导电防静电功能的超薄超高温聚碳酸酯与热塑性聚氨酯弹性透明体橡胶生产工艺技术、高硬度塑胶免喷涂生产技术”等多项行业领先的新技术、新工艺。同时，得益于专业科研机构和广大客户的大力协作，公司研发的各类产品已得到了众多知名跨国企业的认可和青

睐。成熟的技术储备和强大的产品研发能力，为本项目的顺利实施奠定了坚实的基础。

（4）公司有良好的管理能力与经营绩效

公司在移动智能终端配件生产经营中，积累了丰富的经验，总结了一整套适合自身企业特点的研发体系与生产模式，对于生产经营中的实验室、厂房、生产线、机器设备、仓库的设计和布局，工人的安排及生产都进行量化，从而形成了标准化的体系，同时该种模式可以不断进行复制，从而减少新建工厂和安装生产线的时间，使得公司运营成本降至最低，该模式使得公司能以较快的速度进入生产，在较短时间内获得客户认同，以低成本和高质量地完成投产、生产、销售整个过程，使得本公司具有领先的成本优势。公司凭借强大的研发能力、先进的技术水平、优秀的管理能力，可复制的生产模式，领先的成本优势，为研发项目的建设提供了有利的条件。

4、项目投资概算

本项目预计投入总资金为 4,256.76 万元，拟使用募集资金投入 4,256.76 万元，具体投资构成如下：

单位：万元

序号	投资项目	投资金额	占项目总资金比例
1	建筑工程费	989.31	23.24%
2	设备购置费	1,854.00	43.55%
3	安装工程费	92.70	2.18%
4	工程建设其他费用	73.40	1.72%
5	预备费	240.75	5.66%
6	研发费用	1,006.60	23.65%
合计		**4,256.76**	**100.00%**

5、项目设备方案

项目场地购置及装修完成以后，公司将继续引进一批国内外先进技术研发设备和检测设备，以实现公司技术研发实力的提升目标。项目计划引进的主要设备选型方案如下：

单位：万元

序号	设备名称	规格型号	拟采购地	数量	单价	金额

序号	设备名称	规格型号	拟采购地	数量	单价	金额
一	研发中心设备					
1	3 轴 CNC	JBLVM600-A10	北京精雕(中国)	3	33.00	99.00
2	5 轴 CNC	SMARTCNC500_DRT	北京精雕(中国)	5	50.00	250.00
3	3 轴 CNC	F365-48	牧野（日本）	1	130.00	130.00
4	3D 打印	OBJET500CONNEX26	OBJET（以色列）	1	170.00	170.00
5	3D 打印	OBJET500CONNEX30	OBJET（以色列）	1	350.00	350.00
6	激光镭射	P1206	大族(中国)	5	30.00	150.00
7	逆向工程	ATRPLE5	正盛	1	133.00	133.00
8	三坐标测量	CROMA-H686	海克斯康（美国）	1	40.00	40.00
9	无刀模切割系统	FLACHT888 L30	ATOM	1	45.00	45.00
二	检测中心设备					
10	防水测试仪	HAMRON/IP7	哈姆隆（日本）	2	50.00	100.00
11	X 荧光光谱仪	成套设备	华唯	1	100.00	100.00
12	涂装模厚检测仪	920-S	OXFORD(英国)	1	10.00	10.00
13	信号测试仪	CMW500	科瑞杰科（中国）	1	3.50	3.50
14	模似汽车运输振动平台	定制	艾思荔（中国）	1	0.50	0.50
15	耐黄变试验仪	定制	艾思荔（中国）	1	1.00	1.00
16	可程式恒温湿测试仪	定制	艾思荔（中国）	5	3.00	15.00
17	色差仪	CM3700A	柯尼卡美能达（日本）	1	21.00	21.00
18	熔融指数测试仪	定制	艾思荔（中国）	1	0.50	0.50
19	弯折测试机	定制	艾思荔（中国）	1	0.50	0.50
20	多功能耐磨测试机	定制	艾思荔（中国）	1	0.50	0.50
21	精密型盐雾测试机	定制	艾思荔（中国）	2	3.00	6.00
22	冷热冲击测试机	定制	艾思荔（中国）	2	4.50	9.00
23	龙门式拉力测式机	定制	艾思荔（中国）	1	3.50	3.50
24	落锤测试仪	定制	艾思荔（中国）	1	0.50	0.50
25	钢球冲击测试机	定制	艾思荔（中国）	1	0.50	0.50
26	三坐标测量	CROMA-H686	海克斯康（美国）	2	40.00	80.00
27	二次元测量	MF-B2515B	三丰	3	15.00	45.00
28	RoHS 测试仪	DX5800	天瑞（中国）	1	40.00	40.00
29	CCD 纠错测试仪	定制	基恩和（中国）	2	25.00	50.00
合计		-	-	50	-	1,854.00

6、项目实施计划及进度

募投项目实施的阶段性目标：

第 1-3 个月：完成项目实施方案设计及清理场地等工作；

第 3-6 个月：完成工程及设备招标；

第 5-12 个月：完成研发实验室和办公场地基建及装修工程建设、以及管道系统铺设；

第 13-22 个月：完成设备采购、安装、调试等工作；

第 7-22 个月：完成人员招聘、引进、培训等工作，并随着人员和设备逐步到位，开始实施部分产品试生产及投产；

第 23-24 个月：完成竣工验收，项目正式投入运营；

整个建设期为期 2 年完成。

项目的基建及装修施工与设备安装必须按照国家的专业技术规范和标准执行，项目建设进度安排如下：

进度阶段	建设期（月）											
	2	4	6	8	10	12	14	16	18	20	22	24
实施方案设计	■											
清理场地	■	■										
工程及设备招标		■	■									
基础建设及装修工程			■	■	■	■						
设备采购及安装调试							■	■	■	■	■	
人员招聘及培训				■	■	■	■	■	■	■	■	■
设备试运转											■	■
竣工验收												■

7、投资项目的选址，拟占用土地的面积、取得方式及土地用途

公司将在深圳市龙岗区平湖街道山厦园区新建一栋厂房及办公一体化综合楼，计划以其中的一层用于本项目的建设。项目规划占用建筑面积 1,889.32 ㎡，按建筑面积占比计算，项目用地面积为 308.78 ㎡（公司现已在深圳市龙岗区平湖街道地区通过拍卖方式取得 G04203-0095 地块工业用地使用权，该宗地面积为 4,555.27 ㎡，规划总建筑面积为 27,872.11 ㎡，本项目拟占用其中一部分用于基础建设）。通过引进技术人才，并配备研发实验室和检测中心等研发软硬件基础，完善公司研发体系架构，缩短技术研发周期，进一步提升公司的技术研发水平。

8、投资项目可能存在的环保问题及应对措施

本项目已于2019年3月11日取得深圳市生态环境局龙岗管理局出具的深龙环备[2019]700336 号《告知性备案回执》。公司制定了《废水、废气、噪音控制程序》、《废弃物管理程序》等环保制度，本项目实施过程中将严格按照管理制度执行生产经营，将项目建设过程中对环境的影响降到最低限度。

9、投资项目的效益分析

本项目并不直接带来经济效益，但对公司创造的综合效益助力显著，具体表现在以下方面：

（1）项目建成后，公司的研发能力将大幅增强。公司将加大研发力度，以适应市场不断提升的技术、品质需求，并积极探索潜在市场，做好新技术、设计方案的研发，为公司未来的发展储备技术。依靠持续的技术进步和产品开发，公司将保持和提升自身的核心竞争力，从而扩大产品销售，提高市场份额。

（2）项目建成后，将进一步提升公司对客户的响应速度，有利于进一步巩固和提高产品市场占有率。强大的研发设计团队，将为客户提供更加快速、高效的设计方案，并及早推向市场，抢占市场先机，保障公司持续的竞争力。

（3）项目建成后，公司产品线将更加丰富，有利于公司产品结构的优化。公司将凭借强大的研发、设计能力不断延伸和丰富产品线，淘汰不再具有市场吸引力的产品，进而持续优化公司产品结构，提升盈利能力。

（三）品牌建设及营销网络升级项目

1、项目概况

本项目将利用公司在深圳市龙岗区平湖街道现有土地（G04203-00095 地块）正在建设的一栋19层综合楼部分楼层进行建设。通过品牌建设和营销网络升级，公司将在“做大ODM/OEM业务”的基础上，继续实践“做强自有品牌”的整体发展战略。多年来，公司产品销售给华为、沃尔玛、百思买、Amazon、Target 等世界五百强客户，公司已积累丰富的研发设计、多工艺生产经验，以及拥有稳定、可靠的质量保证。凭借上述优势，报告期内公司自有品牌业务也发展较好，尤其是X-doria品牌旗下的“Defense系列”，已在行业内和市场上均具有一定知名

度。通过本项目的实施，公司将进一步提高自有品牌产品在市场的知名度，促进公司整体销售业绩。本项目已经由深龙岗发改备案[2019]0675 号文件批准备案。

本项目预计总投资为12,621.90万元,拟使用募集资金投入12,621.90万元，拟建设如下内容：

（1）通过广告投放、新媒体推广、X-doria 品牌及“Defense 系列”策划等方式，进一步强化公司品牌实力，提升品牌知名度和影响力，全方位推动公司整体品牌建设，为公司下一步发展打下坚实的基础。

（2）通过电商平台建设、智能物流信息系统建设、线下客户拓展及管理平台系统建设，统筹管理营销网络，提升客户响应速度，深挖客户产品需求，从而促进公司产品多渠道销售。

2、项目必要性

（1）项目实施是提升公司品牌影响力和认知度的需要

公司主要经营的移动智能终端保护类产品属于兼具时尚性和功能性的消费品，品牌是获取品牌溢价的核心资源。公司打造的自有品牌“X-doria”，尤其是旗下的“Defense 系列”产品，销售数量逐年提升，已成为配件领域的代表性品牌之一。但从整体销售情况看，公司在自有品牌建设上仍属于投入不足，相对于 Targus、Otterbox 产品品牌知名度仍有提高的空间。近年来，随着对手机等移动智能终端依赖程度的加深，国内消费者对保护类配件的消费习惯也呈现出从价格便宜优先向防摔功能好、时尚美观、材质对人体无危害等高品质追求转变。

随着消费者对品牌认知度的提升和消费理念的转变，部分品牌已开始加大在国内市场的营销力度，优先抢占本行业知名品牌产品高地。在这一趋势下，能否持续提升公司品牌影响力和在消费者中的认知度，决定了公司能否保持健康发展。品牌知名度的提升需要企业长期、持续的投入，因此公司拟通过“品牌建设及营销网络升级”项目的实施加大品牌建设投入，从而进一步提高公司品牌在市场的知名度。

（2）项目实施是拓宽销售网络、扩大市场份额的需要

目前，国内移动智能终端保护壳领域正处于消费理念的转变期，因为认识到对于保护壳日常接触频次极高，国内消费者也越来倾向于花较高的价格选择防摔功能更好、更时尚美观、材质对人体无危害的知名品牌产品。公司产品已供应给华为、沃尔玛、百思买、Targus 等知名客户，自成立以来公司一直专注于本行业，已积累丰富的研发设计、多工艺生产经验，以及拥有稳定、可靠的质量保证，为发展推广自有品牌产品夯实了良好的产品基础。目前，在这个消费理念转型期，公司自有品牌产品在国内营销网络上具有极大的发展空间，报告期内公司在国内线上线下销售自有品牌产品金额仍较低。因此，通过实施“品牌建设与营销网络升级”项目，公司将建设强有力的电商平台和配套的智能物流信息系统，从而加强公司在电商渠道上的布局。通过本项目实施，公司还将建设统领各渠道营销网络的办公平台，有利于推进线上线下众多渠道的统筹规划，提高客户响应速度，深挖客户产品需求，促进网络经营与线下经营互为补充。

（3）项目实施是公司“质造升级”，获取品牌溢价的需要

2014 年，习近平总书记对中国制造转型升级做出重要论述：“推动中国制造向中国创造转变、中国速度向中国质量转变、中国产品向中国品牌转变”。经国务院批准，自 2017 年起将每年 5 月 10 日设立为“中国品牌日”，这更体现了我国对品牌建设的高度重视，展示了我国实施品牌战略的坚定决心，推动中国产品向中国品牌转变。公司作为初始以代工制造为主导，发展到目前 ODM/OEM 业务和自有品牌业务并重，充分认识到品牌是极其重要的核心资源以及目前公司品牌知名度仍有较高的提升空间，因此加强品牌建设和营销网络升级具有充分的必要性和紧迫性。因此，在业务规模不断扩大的基础上，在产品质量过硬并已得到诸多世界五百强客户验证的前提下，目前公司已发展到了亟需提升品牌建设的新阶段，积极“做强自有品牌”，为公司下一步发展夯实基础。

3、项目可行性

（1）公司过硬的产品品质和良好的设计能力为品牌建设提供了前提

产品质量不仅过硬且具有独特的差异性，有利于公司塑造品牌。公司自成立以来，一直专注于移动智能终端配件产品的研发制造与销售，且长期为国际知名品牌提供 ODM/OEM 服务。公司多年来积累了成熟的生产技术和丰富的质量控制经

验，能满足客户的高质量要求。公司产品已供应给华为、沃尔玛、百思买、Targus 等知名客户。同时，公司拥有美国和中国两个设计团队，自主设计的 X-doria 品牌“Defense 系列”产品在美国市场销售额逐年提升，产品设计和质量已得到一定程度的品牌声誉。

（2）国内消费者目前处于消费理念转变期，已具有市场可行性

随着手机等电子产品成为日常必需品，接触频次极高；同时，随着手机品牌逐渐向几个头部品牌集中，智能手机价格贵，外观差异小，上述两方面的原因导致国内消费者越来越倾向于选择高品质、无危害且时尚美观的保护类产品。在此背景下，公司凭借已有的设计和生产经验，已建立的多层次销售渠道，将公司高品质的产品逐步推广至更广泛的消费者人群已具有充分的市场可行性。

（3）经过多年发展和实践，项目的实施已具有管理可行性

目前，公司已具备较强的研发设计实力、快速的响应能力、及时稳定的量产能力、良好的弹性生产能力、全面的多材料多工艺的综合服务能力，在生产制造方面已具有完善的管理体系。同时，经过多年的实践摸索，公司建立了较为完善的营销管理体系，培养了一批经验丰富的销售拓展人员。最后，公司已经开展了一定规模的电商渠道经营，积累了充足的人才储备和相关管理经验。综上，本项目的实施已具有管理可行性。

4、项目投资概算

本项目预计投入总资金为 12,621.90 万元，拟使用募集资金投入 12,621.90 万元，主要用于广告投放、新媒体推广、X-doria 品牌及“Defense 系列”策划、电商平台建设等，具体投资构成如下：

单位：万元

序号	投资项目	投资金额	占项目总资金比例
一	**品牌建设**	**6,470.00**	**51.26%**
1.1	广告投放	3,200.00	25.35%
1.2	新媒体推广	2,580.00	20.44%
1.3	X-doria 品牌及“Defense 系列”策划	690.00	5.47%
二	**营销网络升级**	**5,275.00**	**41.79%**
2.1	电商平台建设	3,495.00	27.69%
2.2	智能物流信息系统建设	1,350.00	10.70%

序号	投资项目	投资金额	占项目总资金比例
2.3	线下客户拓展及管理平台系统建设	430.00	3.41%
三	**办公平台建设**	**876.90**	**6.95%**
3.1	场地装修投入	488.00	3.87%
3.2	设备投入	388.90	3.08%
项目总投资		**12,621.90**	**100.00%**

5、项目设备方案

项目场地购置及装修完成以后，公司将继续引进一批国内外先进技术研发设备和检测设备，以实现公司技术研发实力的提升目标。项目计划引进的主要设备选型方案如下：

单位：万元

序号	设备名称	品牌	规格型号	数量	单价	金额
一	**信息化软硬件设备**	**-**	**-**	**111**	**-**	**1,780.00**
1	服务器	华为	E9000	1	82.00	82.00
2	备用服务器	华为	2288H	2	10.50	21.00
3	存储	华为	5610V5	1	32.00	32.00
4	工作站	联想	-	3	1.60	4.80
5	核心交换机	华为	7706	2	19.00	38.00
6	接入交换机	华为	HW5720	4	1.60	6.40
7	无线 AP	华为	AirEngine5760	45	0.62	27.90
8	无线 AC 控制器	华为	AC6800V	1	9.00	9.00
9	防火墙	深信服	-	2	7.00	14.00
10	UPS 组	华为	30KVA	1	13.00	13.00
11	机器人	快仓	朱雀 M60	20	7.00	140.00
12	机器人	快仓	玄武 100	6	12.00	72.00
13	二代堆高 agv	快仓	-	1	28.00	28.00
14	充电桩	快仓	-	10	0.79	7.90
15	智能调度系统	快仓	含二次开发	1	10.00	10.00
16	智能仓储系统（WMS）	INFOR	含二次开发	1	435.00	435.00
17	客户关系管理系统(CRM)	INFOR	含二次开发	1	260.00	260.00
18	智能商品识别系统	思创	含二次开发	1	200.00	200.00
19	ERP 数据融合接口	鼎捷	定制开发	1	225.00	225.00
20	操作系统	LINUX	REDHAT	2	3.00	6.00
21	数据库	ORACLE	11G	1	21.00	21.00
22	数据库	SQLServer	2012	1	10.00	10.00
23	备用发电设备			2	41.00	82.00

24	其他配件			1	35.00	35.00
二	**办公及其他设备**			**585**		**388.90**
合计				**696**		**2,168.90**

6、项目实施计划及进度

募投项目实施的阶段性目标和进度安排如下：

进度阶段	**建设期（月）**											
	3	6	9	12	15	18	21	24	27	30	33	36
实施方案设计												
场地装修工程												
设备采购及安装												
人员招聘及培训												
广告投入及市场推广												
品牌策划												
智能物流信息系统建设												
线下客户拓展及管理平台系统建设												
电商平台建设												
竣工验收												

7、投资项目的选址，拟占用土地的面积、取得方式及土地用途

公司将利用深圳市龙岗区平湖街道山厦园区正在新建的一栋厂房及办公一体化综合楼，计划以其中的两层用于本项目的建设。项目规划占用建筑面积 2,750.66 ㎡，公司现已在深圳市龙岗区平湖街道地区通过拍卖方式取得 G04203-0095 地块工业用地使用权。通过设立杰美特品牌推广中心和建设统领营销网络的办公平台，并通过进行广告投放、新媒体推广、品牌策划和电商平台建设等方式，提升品牌知名度和影响力，推进线上线下众多渠道的统筹规划。

8、投资项目可能存在的环保问题及应对措施

根据《广东省生态环境厅审批环境影响评价文件的建设项目名录（2019 年本）》、《深圳市建设项目环境影响评价审批和备案管理名录》（2018 年 7 月 10 日实施版）的规定，公司的“品牌建设及营销网络升级”项目属于未列入环境影响评价审批和备案管理名录的其他建设项目，无需实施建设项目环境影响评价审批或者备案。因此，公司的“品牌建设及营销网络升级”项目不涉及环境影响因素，无需取得环境主管部门的审批同意。

9、投资项目的效益分析

本项目并不直接带来经济效益，但对公司创造的综合效益助力显著，具体表现在以下方面：

（1）通过本项目的实施，可进一步强化公司品牌实力，提升品牌知名度和影响力，并且通过获取品牌溢价，提升公司盈利能力。

（2）通过本项目的实施，可进一步实施公司“做大 ODM/OEM 业务，做强自有品牌”战略，提升公司抗风险能力。

（3）通过本项目的实施，可统筹管理现有营销网络，提升客户响应速度，深挖客户产品需求，从而促进公司产品多渠道销售。

三、未来发展规划

公司业务发展目标是基于当前宏观形势和行业发展状况，结合自身优势和不足，对公司的业务发展在可预见的将来作出的合理规划与阶段性安排。由于宏观环境和行业变化及公司实际经营状况可能会在未来发生改变，本业务发展目标需要不断进行修正、调整和完善。

（一）未来三年主要发展目标

公司将坚持以市场需求为导向，以技术、品牌和管理为动力，走专业化发展道路，坚持做大 ODM/OEM 业务、做强自有品牌的思路，进一步巩固与扩大公司在移动智能终端配件领域的领先优势。在逐步扩大产能、更新生产工艺、扩张销售渠道、提升品牌形象、提高效率、降低成本的基础上，公司亦将落实内部发展与公司治理、资本运作相结合的战略，通过内部发展获取移动智能终端配件行业更多的市场份额，通过进一步完善和有效运行公司治理结构来提升管理的效率和保障股东利益最大化，获取资本市场的信任，通过有效的并购整合，利用好资本市场的融资功能，激发公司发展活力，助力公司健康发展，从而进一步强化公司的核心竞争力。未来公司将成为一家高速成长并兼具市场影响力与盈利能力的领先企业，成为推动行业技术进步与产品升级的领导者。

（二）具体发展规划

1、进一步巩固公司主营业务优势，提升核心竞争力

坚持主营业务是公司的立足之本。一方面，主营业务的正常运行和有序发展，能够巩固公司行业地位，增强员工凝聚力；另一方面，主营业务的不断发展也为公司开展其他业务提供良好的现金流支持和管理、技术、人才、市场等层面的支持。

2、积极实施募投项目，实现发展目标

募投项目的实施是公司进一步建立良好的品牌形象、提升行业地位的战略需要。公司的基本战略是贴近市场，贴近核心客户，募投项目的实施可将此战略需要转化为战略执行，为业务目标的实现奠定坚实的基础。

3、不断开拓市场，提升行业地位

公司诞生并发展于中国市场化经济最发达的经济特区深圳，回顾公司历史，坚持以市场需求为导向是公司取得成功的立足之本。公司将继续秉承“客户价值导向”的营销理念，未来三年继续扩大在国内外市场的占有率，提升公司品牌影响力，拓展更多的高质量客户并建立长期合作关系，进一步强化公司的大客户优势。本公司将凭借优质的产品技术、已有的销售网络以及丰富的大客户合作经验等优势，重点发展更多国内外优质客户，进一步提升经营效益。

ODM/OEM 业务方面，公司通过多年来的技术、市场、供应链积淀，能够深刻理解国内外移动智能终端制造商和知名移动智能终端配件品牌商的需求。未来三年，公司将进一步以核心技术和产品创新研发为基础，逐步扩大产能，优化生产工艺，提高效率，获取更多市场份额。

自有品牌方面，在国外市场，孙公司美国道瑞已在行业内建立良好的品牌形象。未来三年，公司将进一步拓宽国外销售渠道，在线上/线下、连锁零售/电信运营商等多维度销售渠道综合运用多种营销手段，进行整合营销，扩大市场份额。在国内市场，随着移动智能终端配件行业将愈加注重质量诚信，强化品牌信任，关注消费安全，公司在美国建立的良好品牌形象以及过硬的产品品质将助力未来国内自有品牌市场的开拓。

4、建立和营造良好的文化氛围

公司根据过往的发展历程和未来达成愿景的需要，梳理出公司的核心价值观与企业文化，并逐步传导和落实，以达到公司整体在理念与战略目标上的“共识、

协作、开放、创新”，追求卓越并实现公司愿景。

5、培养、引进与扩充人才队伍

公司长期推行“以人为本”、“价值观第一”的用人理念，始终坚持客户需求、员工需求和公司发展需求相统一的发展理念。从吸引人才、招募人才、培养人才、体现价值、留住人才等全方位完善招募吸引计划、培训培养计划、激励绩效体系和薪酬福利体系以及标准体系，使公司成为管理、技术及综合型人才的优质品牌，充分发挥员工价值，以结果导向的分配原则，从而让优秀人才愿意来并充分发挥其潜能，在成长的过程中推动公司快速稳定的长足发展。

6、接受股东监督，提升公司治理效率

公司首次公开发行股票并在创业板上市后，将严格遵守上市公司各项制度规定，接受社会各界与股东的监督。公司将进一步完善法人治理结构，提高公司治理水平。未来三年，公司会形成更为有效的运行机制，确保公司各项业务规划平稳有序实施。

（三）拟定上述计划所依据的假设条件

1、国内外的宏观经济、政治法律、文化社会、科学技术等环境处于正常发展的状态，不存在对公司发展产生重大不利影响的因素。

2、公司所在行业处于正常发展状态，行业下游需求稳定，行业上游供应量及价格稳定，整个产业链无重大不利变化。

3、公司自身资源和能力能够支撑上述计划，包括但不限于：

（1）公司的有形资源如厂房、设备等，能够良好运行；此次公开发行股票能够顺利完成并募集到预期的资金；

（2）公司的无形资源如品牌、专利、技术、工艺等，能够有助于公司保持现有优势，并进一步提升行业地位；

（3）公司的高级管理人员、核心技术人员的稳定，能够有效组织利用各种资源实现发展；

（4）公司的产品研发创新能力、供应链管理能力、生产组织能力、营销能力等能力能够有效发挥作用，实现公司的稳步发展。

（四）实现上述发展规划可能面临的困难

1、需要更多资金支持

随着业务量和产能扩张，公司需要更多的流动资金支持以及资本性投资，因而容易形成资金缺口，影响到上述战略的有效落实。

2、人才队伍需要扩张

公司未来几年将处于高速发展阶段，对于复合型的管理、技术、营销人才的需求迫切，人才的引进、培养、衔接问题将日益成为影响公司持续性发展的重要因素。因此，能否稳定公司现有专业团队并及时根据业务发展需要聘用合适的人才对公司上述计划的实施至关重要。

3、管理能力需要提升

在经营规模迅速扩大、大规模投资需要有效完成的情况下，公司将在战略规划、组织架构设计、运营管理、营销管理、资源配置、内部控制和客户资信认证等方面面临新的挑战。

（五）确保实现上述发展计划拟采用的保障措施

1、本次公开发行股票有助于避免公司面临资金短缺的问题，同时，上市也为公司提供了多元化的融资机会。此外，公司也将加强资金管理和内部控制，争取更加有效地利用资金。

2、公司将严格执行上市公司各项制度规定，接受社会各界与股东的监督。公司将继续提升有效的公司治理水平，确保公司各项业务规划平稳有序实施。

3、公司将更加提倡“以人为本”的科学管理方式，用好的文化和激励措施留住、用好人才，同时加快对专业技术人才、管理人才、营销人才的引进和培养，扩大公司的人才队伍。

4、公司将加强学习型组织的建设，不断提升公司团队创造、获取和传递知识的能力，加强内部沟通，不断对公司团队的行为进行自我修正，以适应时代发展的要求。

（六）业务发展规划与现有业务的关系

上述业务发展规划，是在综合考虑企业外部环境的机会和威胁、企业内部资源及能力的优势和劣势的基础上，基于公司的战略布局制定而成的，与公司现有业务是统一的。

一方面，该业务发展规划充分利用了公司现有人员、技术、管理经验、客户资源、销售网络资源，现有业务是公司业务发展规划实现的基础。

另一方面，上述业务发展规划遵循了现有业务需要朝着规模化、产业化、技术化、人才化、管理高效化等方向发展的规律，是公司现有业务寻求发展空间和实现战略目标的具体策略。

此外，上述发展规划的实现将扩展公司现有业务的规模，也将从整体上提高公司的经营管理水平和核心竞争力，使得公司的现有业务进入一个新的发展空间。

（七）本次募集资金对实现业务目标的作用

公司本次向社会公开发行股票并募集资金，将为实现其业务发展目标提供充足的资金来源，为其实现未来发展规划提供强大的支持力。本次募集资金对实现业务目标的意义深远。

首先，成功募集资金并有效实施募投项目，可以解决目前公司产能扩张过程中所遇到的资金瓶颈问题，有助于公司经营规模的扩张及公司行业地位的提升，从而给股东带来更大回报。

其次，募集资金并有效实施募投项目，将进一步提升公司的技术水平和工艺先进性，公司的产品系列将更加丰富，市场竞争力将得以加强，公司做大做强的目标将得以实现；

第三，成功上市将提高公司的知名度和社会影响力，并且增强公司员工的凝聚力和公司对优秀人才的吸引力，还会进一步提升公司自有品牌的品牌形象。

综上，本次股票发行所募集的资金对于实现公司业务发展目标具有关键作用。

第十节 投资者保护

一、投资者关系的主要安排

（一）信息披露制度和流程

为加强公司与投资者和潜在投资者之间的信息沟通，促进投资者对公司的了解和认同，完善公司治理结构，提升公司的诚信度，切实保护投资者特别是社会公众投资者的合法权益，形成公司与投资者之间长期、稳定、和谐的良性互动关系，公司制定了《投资者关系管理制度》，规定了投资者关系工作的基本原则：充分披露信息原则、合规披露信息原则、投资者机会均等原则、诚实守信原则、高效低耗原则、互动沟通原则。

为规范公司及其他信息披露义务人的信息披露行为，确保信息披露的公平性，切实保护投资者的合法权益，公司制定了《信息披露管理制度》，规定了以下信息披露的流程：公司信息发布应当遵循的流程；定期报告的草拟、编制、审议、披露程序，临时报告的草拟、审核、通报、发布程序，重大信息的报告、流转、审核、披露程序；公司向证券监管部门报送报告的草拟、审核、通报流程；未公开信息的内部传递、审核、披露流程；收到监管部门相关文件的内部报告、通报的范围、方式和流程；公司对外宣传文件的草拟、审核、通报流程。董事长是公司信息披露工作的第一责任人，董事会秘书是信息披露工作主要责任人以及公司与深圳证券交易所的指定联络人。公司董事和董事会、监事和监事会、总经理、副总经理、财务负责人等高级管理人员应当配合董事会秘书信息披露相关工作，并为董事会秘书和证券法务中心（董事会办公室）履行职责提供工作便利，董事会、监事会和公司经营层应当确保董事会秘书能够第一时间获悉公司重大信息，保证信息披露的及时性、准确性、公平性和完整性。

（二）投资者沟通渠道的建立情况

公司负责信息披露的部门及相关人员的情况如下：

负责信息披露的部门	证券法务中心
董事会秘书	周波
联系地址	深圳市龙华区龙华街道清祥路清湖工业园宝能科技园 6 栋 B 座 19 楼 E 单位
联系人	周波

电话	0755-36993151
传真	0755-36993152
互联网址	www.jamepda.com
电子信箱	jmt@jamepda.com

（三）未来开展投资者关系管理的规划

为了加强公司与投资者之间的信息沟通，确保更好地为投资者提供服务，本公司将根据《公司法》、《证券法》、《上市规则》等法律、法规及上市后适用的《公司章程（草案）》、《投资者关系管理制度》的规定，平等对待所有投资者，充分保障投资者知情权及其合法权益，保证公司与投资者之间沟通及时、有效，具体包括：

1、对投资者提出的获取公司资料的要求，在符合法律法规和公司章程的前提下，公司将尽力给予满足；

2、对投资者对公司经营情况和其他情况的咨询，在符合法律法规和公司章程并且不涉及公司商业秘密的前提下，董事会秘书负责尽快给予答复；

3、建立完善的资料保管制度，收集并妥善保管投资者有权获得的资料，保证投资者能够按照有关法律法规的规定，及时获得需要的信息；

4、加强对有关人员的培训工作，从人员上保证服务工作的质量。

二、股利分配及发行前滚存利润安排

（一）发行人本次发行前的股利分配政策

公司在发行前的利润分配政策为：公司实行连续、稳定的利润分配政策，公司利润分配应注重对股东的合理投资回报，并兼顾公司的可持续发展。

1、利润分配原则

公司的利润分配遵循如下原则：

（1）按法定条件、顺序分配的原则。公司分配当年税后利润时，应当提取利润的 10%列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的 50%以上的，可以不再提取。公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在依照前款规定提取法定公积金之前，应当先用当年利润弥补亏损。公司从税后利

润中提取法定公积金后，经股东大会决议，还可以从税后利润中提取任意公积金。公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照股东持有的股份比例分配，但按现行有效的《公司章程》规定不按持股比例分配的除外。股东大会违反前款规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。

（2）公司实行同股同利的股利政策，股东依照其所持有的股份份额获得股利和其他形式的利益分配。

（3）公司实行连续、稳定的利润分配政策，公司利润分配应注重对股东的合理投资回报，并兼顾公司的可持续发展。

（4）公司持有的本公司股份不参与分配利润。

2、利润分配形式

公司可以采取现金、股票或现金与股票相结合的方式分配利润。公司董事会可以根据公司的盈利状况及资金需求状况提议公司进行中期现金分红。

3、股利分配的审议程序

董事会制定公司的利润分配方案，提交股东大会审议。股东大会审议批准公司的利润分配方案，须经出席股东大会的股东(包括股东代理人)所持表决权的过半数通过。公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后两个月内完成股利(或股份)的派发事项。

（二）发行人本次发行后的股利分配政策

根据 2019 年 3 月 20 日召开的 2019 年第二次临时股东大会通过的上市后适用的《公司章程（草案）》和《关于公司首次公开发行人民币普通股（A 股）并在创业板上市后三年股东分红回报规划的议案》，公司实施如下股利分配政策、利润分配决策程序及未来三年具体的股利分配计划：

1、利润分配原则

（1）公司的利润分配应重视对投资者的合理投资回报，公司的利润分配不得超过累计可分配利润的范围，不得损害公司持续经营能力。公司董事会、监事会和股东大会对利润分配政策的决策和论证过程中应当充分考虑独立董事和公

众投资者的意见；

（2）公司董事会未作出现金利润分配预案的，应当在定期报告中披露原因，独立董事应当对此发表独立意见；

（3）出现股东违规占用公司资金情况的，公司分红时应当扣减该股东所分配的现金红利，以偿还其占用的资金；

（4）公司可根据实际盈利情况进行中期现金分红；

（5）在满足现金分红条件时，公司原则上每年度进行一次现金分红，每年以现金方式分配的利润应不低于当年实现的可分配利润的 20%，且在连续三个年度内，公司以现金方式累计分配的利润不少于该三年实现的年均可分配利润的 30%；

（6）公司将根据自身实际情况，并结合股东特别是公众投资者、独立董事的意见制定或调整股东回报计划，独立董事应当对此发表独立意见。

2、利润分配的程序

（1）公司管理层、董事会应结合公司盈利情况、资金需求和股东回报规划提出合理的分红建议和预案并经董事会审议；

（2）独立董事应对利润分配预案进行审核并发表独立意见，监事会应对利润分配方案进行审核并提出审核意见；

（3）董事会审议通过利润分配预案后报股东大会审议批准，公告董事会决议时应同时披露独立董事和监事会的审核意见；

（4）股东大会批准利润分配预案后，公司董事会须在股东大会结束后两个月内完成股利（或股份）的派发事项；

公司应当多渠道充分听取独立董事和中小股东的对现金分红预案的意见，做好利润分配（现金分红）事项的信息披露。

3、利润分配的形式和优先条件

公司可以采取现金、股票或二者相结合的方式支付股利，并优先采取现金的方式分配利润；公司具备现金分红条件的，应当采用现金分红进行利润分配。公

司采用股票方式进行利润分配的，应当以股东合理现金分红回报和维持适当股本规模为前提，并综合考虑公司成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素。

4、现金分配的条件

（1）公司该年度实现的可分配利润（即公司弥补亏损、提取公积金后所余的税后利润）为正值；

（2）审计机构对公司的该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告；

（3）最近一期审计基准日货币资金余额不低于拟用于现金分红的金额。

5、利润分配的比例及期间间隔

在符合利润分配原则、保证公司正常经营和长远发展的前提下，公司原则上每年年度股东大会召开后进行一次利润分配，公司董事会可以根据公司的盈利状况及资金需求状况提议公司进行中期利润分配。

公司应保持利润分配政策的连续性和稳定性，在满足现金分红条件时，公司原则上每年度进行一次现金分红，每年以现金方式分配的利润应不低于当年实现的可分配利润的 20%，且在连续三个年度内，公司以现金方式累计分配的利润不少于该三年实现的年均可分配利润的 30%

6、股票股利分配的条件

在满足现金股利分配的条件下，若公司营业收入和净利润增长快速，且董事会认为公司股本规模及股权结构合理的前提下，可以在提出现金股利分配预案之外，提出并实施股票股利分配预案。

7、差异化的现金分红政策

公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%；

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。本章程所指“重大资金支出”是指公司未来 12 个月内拟对外投资、收购资产或

者购买设备等交易涉及的累计支出达到或者超过公司最近一期经审计净资产值的 10%且大于 5,000 万元的情形，募投项目除外。

公司因特殊情况而不进行现金分红时，董事会应就不进行现金分红的具体原因、公司留存收益的确切用途及预计投资收益等事项进行专项说明，经独立董事发表意见后提交股东大会审议。

8、上市后三年具体股东回报规划

（1）公司可以采用现金、股票、现金与股票相结合或者法律、法规允许的其他方式分配利润。

（2）公司上市后三年，如果公司达到现金分红条件，将积极采取现金分红的方式进行利润分配，原则上每年度进行一次现金分红，每年以现金方式分配的利润应不低于当年实现的可分配利润的20%，且在连续三个年度内，公司以现金方式累计分配的利润不少于该三年实现的年均可分配利润的30%。如果公司上市后三年内公司净利润保持持续较快增长，公司可提高现金分红比例，或在满足发放股票股利的条件下，实施股票股利分配，加大对股东的回报力度。

（3）在符合分红条件情况下，公司董事会可以根据公司的资金需求状况提议公司进行中期现金分配。

（4）公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后 2 个月内完成股利(或股份)的派发事项。

三、发行人报告期内的股利分配情况

2017 年 6 月 15 日，杰美特召开股东大会，全体股东审议同意公司在未分配利润中提取 3,000 万元按照持股比例对各股东进行分配。该次利润分配以现金分配，已分配完毕。

2018 年 6 月 20 日，杰美特召开股东大会，全体股东审议同意公司在未分配利润中提取 1,056 万元按照持股比例对各股东进行分配。该次利润分配以现金分配，已分配完毕。

2019 年 5 月 31 日，杰美特召开股东大会，全体股东审议同意公司在未分配利润中提取 2,880 万元按照持股比例对各股东进行分配。该次利润分配以现金分

配，已分配完毕。

四、本次发行完成前滚存利润的分配安排

经公司 2019 年 3 月 20 日召开的 2019 年第二次临时股东大会决议通过，公司本次公开发行股票以前的滚存利润由发行完成后的新老股东按持股比例享有。

五、发行人股东投票机制的建立情况

1、累积投票制

为规范公司董事、监事的选举，保证股东充分行使权利，维护中小股东利益，根据相关法律法规、规范性文件以及《公司章程》的有关规定，公司制定了《累积投票制度实施细则》，规定股东大会选举董事或监事时，每一股份拥有与应选董事或者监事人数相同的表决权，股东拥有的表决权可以集中使用。公司在选举两名及以上董事或监事时，应当实行累积投票制。公司通过累积投票制选举产生的董事、监事，其任期不实施交错任期制，即届中因缺额而补选的董事、监事任期为本届余任期限，不跨届任职。

2、股东大会网络投票管理制度

为规范公司股东大会网络投票行为，便于股东行使表决权，保护广大投资者合法权益，公司制定了上市后适用的《股东大会网络投票管理制度》。网络投票系统包括深交所交易系统、互联网投票系统。公司召开股东大会，除现场会议投票外，可通过深交所向股东提供股东大会网络投票系统。公司股东大会决定采用深交所交易系统投票的，现场股东大会应当在交易日召开，通过深交所交易系统进行网络投票的时间为股东大会召开日的深交所交易时间。股东大会投票表决结束后，公司应当对每项议案合并统计现场投票、网络投票以及符合规定的其他投票方式的投票表决结果，方可予以公布。

六、发行人、股东、实际控制人、发行人的董事、监事、高级管理人员以及本次发行的保荐人及证券服务机构等作出的重要承诺

（一）本次发行前股东所持股份的限售安排、自愿锁定股份、延长锁定期限承诺

1、控股股东及实际控制人谌建平、杨美华夫妇承诺

（1）若杰美特在证券交易所上市成功，本人将严格遵守相关法律、行政法规、规范性文件的有关规定，自杰美特股票在证券交易所上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本人直接或者间接持有的杰美特本次公开发行股票前已发行的股份，也不由杰美特回购该部分股份。

（2）除前述锁定期外，在本人担任杰美特董事、监事、高级管理人员期间，每年转让的股份不超过本人所持有杰美特股份总数的百分之二十五；在本人离职后半年内不转让本人所持有的杰美特的股份；本人若在任期届满前离职的，应当在就任时确定的任期内和任期届满后六个月内，继续遵守前述锁定承诺。

（3）本人所持的杰美特股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价（指发行人首次公开发行股票的发行价格，如因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，按有关规定进行相应调整，下同）；上市后六个月内如杰美特股票连续二十个交易日的收盘价（如因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等事项进行除权、除息的，按有关规定进行相应调整，下同）均低于发行价，或者上市后六个月期末收盘价低于发行价的，本人持有杰美特股票的锁定期限自动延长六个月。前述承诺不因职务变更或离职等原因而放弃履行。

（4）本人减持杰美特股票时，将依照《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》、证券监管部门和证券交易所的相关规定执行。

（5）除非经深圳证券交易所或其他有权监管机构豁免遵守上述相关承诺，若违反上述承诺，本人将接受如下约束措施：①由此所得收益归杰美特所有，本人应向杰美特董事会上缴该等收益；②在有关监管机关要求的期限内予以纠正；③本人拒不上缴收益的，杰美特有权相应扣减其应向本人支付的分红或薪酬。

2、公司担任董事、高级管理人员的直接股东黄新、黄志浩以及间接股东熊敏、张玉辉、朱德颜、周波承诺

（1）若杰美特在证券交易所上市成功，本人将严格遵守相关法律、行政法规、规范性文件的有关规定，自杰美特股票在证券交易所上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本人直接或者间接持有的杰美特本次公开发行股票前

已发行的股份，也不由杰美特回购该部分股份。

（2）除前述锁定期外，在本人担任杰美特董事、监事、高级管理人员期间，每年转让的股份不超过本人所持有杰美特股份总数的百分之二十五；在本人离职后半年内不转让本人所持有的杰美特的股份；本人若在任期届满前离职的，应当在就任时确定的任期内和任期届满后六个月内，继续遵守前述锁定承诺。

（3）本人所持的杰美特股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价（指发行人首次公开发行股票的发行价格，如因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，按有关规定进行相应调整，下同）；上市后六个月内如杰美特股票连续二十个交易日的收盘价（如因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等事项进行除权、除息的，按有关规定进行相应调整，下同）均低于发行价，或者上市后六个月期末收盘价低于发行价的，本人持有杰美特股票的锁定期限自动延长六个月。前述承诺不因职务变更或离职等原因而放弃履行。

（4）本人减持杰美特股票时，将依照《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》、证券监管部门和证券交易所的相关规定执行。

（5）若违反上述承诺，本人将接受如下约束措施：①由此所得收益归杰美特所有，本人应向杰美特董事会上缴该等收益；②在有关监管机关要求的期限内予以纠正；③本人拒不上缴收益的，杰美特有权相应扣减其应向本人支付的分红或薪酬。

3、公司担任监事的间接股东李琼霞、刘述卫承诺

（1）若杰美特在证券交易所上市成功，本人将严格遵守相关法律、行政法规、规范性文件的有关规定，自杰美特股票在证券交易所上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本人直接或者间接持有的杰美特本次公开发行股票前已发行的股份，也不由杰美特回购该部分股份。

（2）除前述锁定期外，在本人担任杰美特董事、监事、高级管理人员期间，每年转让的股份不超过本人所持有杰美特股份总数的百分之二十五；在本人离职后半年内不转让本人所持有的杰美特的股份；本人若在任期届满前离职的，应当在就任时确定的任期内和任期届满后六个月内，继续遵守前述锁定承诺。

（3）本人减持杰美特股票时，将依照《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》、证券监管部门和证券交易所的相关规定执行。

（4）若违反上述承诺，本人将接受如下约束措施：①由此所得收益归杰美特所有，本人应向杰美特董事会上缴该等收益；②在有关监管机关要求的期限内予以纠正；③本人拒不上缴收益的，杰美特有权相应扣减其应向本人支付的分红或薪酬。

4、股东大埠投资及其合伙人、达晨创泰、达晨创恒、达晨创瑞、李春梅、许佩丽、李永松、付德武、邓东浩、陈娜娜、陈振国、黄卫东、邢世平承诺

（1）若杰美特在证券交易所上市成功，本企业/本人将严格遵守相关法律、行政法规、规范性文件的有关规定，自杰美特股票在证券交易所上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本企业/本人直接或者间接持有的杰美特本次公开发行股票前已发行的股份，也不由杰美特回购该部分股份。

（2）本企业/本人减持杰美特股票时，将依照《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》、证券监管部门和证券交易所的相关规定执行。

（3）若违反上述承诺，本企业/本人将接受如下约束措施：①由此所得收益归杰美特所有，本企业/本人应向杰美特董事会上缴该等收益；②在有关监管机关要求的期限内予以纠正；③本企业/本人拒不上缴收益的，杰美特有权相应扣减其应向本企业/本人支付的分红或薪酬。

（二）股东持股及减持意向承诺

1、控股股东及实际控制人谌建平、杨美华夫妇及持有公司 5%以上股份股东黄新承诺

（1）本人看好杰美特的长期发展，通过杰美特业绩的增长获得股权增值和分红回报。

（2）本人所持杰美特股票锁定期满后，本人拟减持杰美特股票的，将严格遵守有关法律、行政法规、规范性文件以及《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》、《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》等中国证券监督管理委员会、证券交易所监管规则的相关规定。

（3）本人所持杰美特股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价。本人自所持杰美特股票锁定期满之日起十二个月内，在遵守相关法律、法规、规章、规范性文件及中国证券监督管理委员会、证券交易所的监管规则，且不违背本人已作出承诺的情况下，累计转让的杰美特股份总额不超过杰美特股票上市之日本人所持有其股份总额的 25%；在本人所持杰美特股票锁定期满之日起二十四个月内，累计转让的杰美特股份总额不超过杰美特股票上市之日本人所持有其股份总额的 50%。本人拟减持杰美特股份的，将充分考虑在不影响杰美特正常运营、减持对杰美特二级市场不构成重大干扰的条件下进行。自杰美特股票上市之日起至本人减持期间如因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等事项进行除权、除息的，则本人减持价格下限、减持股份数量上限将按有关规定进行相应调整。

（4）本人以证券交易所集中竞价、大宗交易方式以及中国证券监督管理委员会、证券交易所认可的方式减持杰美特股票。

（5）本人减持杰美特股票的，本人将在减持前五个交易日将具体的减持计划书面告知杰美特，由杰美特在本人减持前三个交易日公告，按照证券交易所的规则及时、准确地履行信息披露义务。如监管机构对本人减持计划的披露时间有更为严格要求的，本人将按该等要求执行。

（6）若违反上述承诺，本人将接受如下约束措施：由此所得收益归杰美特所有，本人应向杰美特董事会上缴该等收益；在有关监管机关要求的期限内予以纠正；本人拒不上缴收益的，杰美特有权相应扣减其应向本人支付的分红或薪酬。

2、持有公司 5%以上股份股东大埠投资承诺

（1）本企业看好杰美特的长期发展，通过杰美特业绩的增长获得股权增值和分红回报。

（2）本企业所持杰美特股票锁定期满后，本企业拟减持杰美特股票的，将严格遵守有关法律、行政法规、规范性文件以及《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》、《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》等中国证券监督管理委员会、证券交易所监管规则的相关规定。

（3）本企业自所持杰美特股票锁定期满之日起十二个月内，在遵守相关法律、法规、规章、规范性文件及中国证券监督管理委员会、证券交易所的监管规则，且不违背本企业已作出承诺的情况下，累计转让的杰美特股份总额不超过杰美特股票上市之日本企业所持有其股份总额的 25%；在本企业所持杰美特股票锁定期满之日起二十四个月内，累计转让的杰美特股份总额不超过杰美特股票上市之日本企业所持有其股份总额的 50%。本企业拟减持杰美特股份的，将充分考虑在不影响杰美特正常运营、减持对杰美特二级市场不构成重大干扰的条件下进行。自杰美特股票上市之日起至本企业减持期间如因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等事项进行除权、除息的，则本企业减持价格下限、减持股份数量上限将按有关规定进行相应调整。

（4）本企业以证券交易所集中竞价、大宗交易方式以及中国证券监督管理委员会、证券交易所认可的方式减持杰美特股票。

（5）本企业减持杰美特股票的，本企业将在减持前五个交易日将具体的减持计划书面告知杰美特，由杰美特在本企业减持前三个交易日公告，按照证券交易所的规则及时、准确地履行信息披露义务。如监管机构对本企业减持计划的披露时间有更为严格要求的，本企业将按该等要求执行。

（6）若违反上述承诺，本企业将接受如下约束措施：由此所得收益归杰美特所有，本企业应向杰美特董事会上缴该等收益；在有关监管机关要求的期限内予以纠正；本企业拒不上缴收益的，杰美特有权相应扣减其应向本企业支付的分红或薪酬。

3、合计持有公司 5%股份股东达晨创泰、达晨创恒、达晨创瑞承诺

（1）本企业看好杰美特的长期发展，通过杰美特业绩的增长获得股权增值和分红回报。

（2）在本企业所持杰美特股票锁定期满后，本企业拟减持杰美特股票的，将严格遵守有关法律、行政法规、规范性文件以及《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》、《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》等中国证券监督管理委员会、证券交易所监管规则的相关规定。

（3）本企业自所持杰美特股票锁定期满之日起二十四个月内，在遵守相关法律、法规、规章、规范性文件及中国证券监督管理委员会、证券交易所的监管规则，且不违背本企业已作出承诺的情况下，累计转让的杰美特股份总额不超过杰美特股票上市之日本企业所持有其股份总额的 100%。

（4）本企业以证券交易所集中竞价、大宗交易方式以及中国证券监督管理委员会、证券交易所认可的方式减持杰美特股票。

（5）如本企业减持杰美特股票的，本企业将在减持前五个交易日将具体的减持计划书面告知杰美特，由杰美特在本企业减持前三个交易日公告，按照证券交易所的规则及时、准确地履行信息披露义务。如监管机构对本企业减持计划的披露时间有更为严格要求的，本企业将按该等要求执行。

（6）若违反上述承诺，本企业将接受如下约束措施：在有关监管机关要求的期限内予以纠正。

（三）稳定股价的措施和承诺

1、稳定股价的措施及启动

（1）自公司首次公开发行股票并在创业板上市之日起三年内，除不可抗力等因素导致的股价下跌之外，若出现连续 20 个交易日公司股票收盘价均低于上一个会计年度末经审计的每股净资产值（因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，则相关的计算方法按照深圳证券交易所的有关规定作除权除息处理，下同）的情形（以下简称“稳定股价措施启动条件”）时，在符合证券监督管理部门及证券交易所关于股份回购、股份增持、信息披露等有关规定的前提下，公司将采取以下措施中的一项或多项稳定公司股价：①公司实施利润分配或资本公积转增股本；②公司回购公司股票；③公司控股股东增持公司股票；④公司董事(独立董事除外)、高级管理人员增持公司股票；⑤证券监管部门认可的其他方式。

（2）公司董事会将在公司股票价格触发稳定股价措施启动条件之日起的 5 个交易日内制订或要求公司控股股东提出稳定公司股价具体方案，并在履行相关内部决策程序和外部审批/备案程序(如需)后实施，且按照上市公司信息披露要求予以公告。公司稳定股价措施实施完毕及承诺履行完毕之日起 2 个交易日内，

公司应将稳定股价措施实施情况予以公告。公司稳定股价措施履行完毕后的 6 个月内，公司及控股股东、董事、高级管理人员的稳定股价义务自动解除。从履行完毕前述稳定股价措施的 6 个月后，如再触发稳定股价措施启动条件，则公司及控股股东、董事、高级管理人员需再次按照本预案规定的程序履行稳定股价措施。

2、稳定股价措施的实施顺序及方式

（1）第一顺序为公司实施利润分配或资本公积转增股本

①在稳定股价措施启动条件满足时，若公司决定通过利润分配或资本公积转增股本稳定公司股价，降低每股净资产，公司董事会将根据法律法规、《公司章程》的规定，在保证公司经营资金需求的前提下，提议公司实施积极的利润分配方案或者资本公积转增股本方案。

②公司将在股东大会审议通过利润分配方案或资本公积转增股本方案后的2个月内实施完毕。公司利润分配或资本公积转增股本应符合相关法律法规、公司章程的规定。

③公司全体董事(独立董事除外)承诺，在公司就实施利润分配方案或资本公积转增股本方案召开的董事会上，对公司实施利润分配方案或资本公积转增股本方案的相关决议投赞成票。

④公司控股股东承诺，在公司就利润分配方案或资本公积转增股本方案召开的股东大会上，对公司实施利润分配方案或资本公积转增股本方案的相关决议投赞成票。

⑤如公司无法实施利润分配方案或资本公积转增股本方案，或该方案未获得公司董事会或股东大会批准，或该方案实施完成后，股票连续 20 个交易日的收盘价仍均低于公司上一会计年度末经审计的每股净资产时，则将启动公司回购公司股票措施。

（2）第二顺序为公司回购公司股票

①公司将根据《上市公司回购社会公众股份管理办法（试行）》及《关于上市公司以集中竞价交易方式回购股份的补充规定》等相关法律法规的规定自稳定股价方案公告之日起 90 个自然日内（如遇法规规定不得回购股份的期间，则相

应顺延）回购公司社会公众股份，回购股份的资金为自有资金，回购股份的价格不超过上一个会计年度末经审计的每股净资产，回购股份的方式为集中竞价交易方式、要约方式或证券监督管理部门认可的其他方式。但如果公司股价已经不满足启动稳定公司股价措施的条件的，公司可不再实施向社会公众股东回购股份。

②公司用于回购股份的资金金额不低于回购股份事项发生时上一个会计年度经审计的归属于母公司股东净利润的 10%且不低于 1,000 万元，单次回购股份不超过公司总股本的 2%。

③在股东大会审议通过股份回购方案后，公司将依法通知债权人，并向证券监督管理部门、证券交易所等主管部门报送相关材料，办理审批或备案手续。回购行为及信息披露、回购后的股份处置应当符合《公司法》、《证券法》及其他相关法律、行政法规的规定。

④公司全体董事(独立董事除外)承诺，在公司就回购股份事宜召开的董事会上，对公司承诺的回购股份方案的相关决议投赞成票。

⑤公司股东大会对回购股份做出决议，须经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过；公司控股股东承诺，在公司就回购股份事宜召开的股东大会上，对公司承诺的回购股份方案的相关决议投赞成票。

⑥如公司无法实施回购股票，或回购股票议案未获得公司董事会或股东大会批准，或公司股票回购方案实施完成后，股票连续 20 个交易日的收盘价仍均低于公司上一会计年度末经审计的每股净资产时，则将启动控股股东增持公司股票。

（3）第三顺序为公司控股股东增持公司股票

①在公司无法实施回购股票，或公司回购股票议案未获得董事会或股东大会审议通过，或公司股票回购方案实施完成后，股票连续 20 个交易日的收盘价仍均低于公司上一会计年度末经审计的每股净资产时，公司控股股东应在符合《上市公司收购管理办法》等法律法规的条件和要求的前提下，以不超过上一个会计年度末经审计的每股净资产的价格对公司股票进行增持。

公司控股股东应在前述条件成就之日起 5 个交易日内提出增持发行人股份的方案（包括拟增持股份的数量、价格区间、时间等），并依法履行所需的审批

手续，在获得批准后的 3 个交易日内通知发行人，发行人应按照相关规定予以公告。

②在发行人披露控股股东增持发行人股份计划的 3 个交易日（如遇法规规定不得买卖公司股票的期间，则相应顺延）后，公司控股股东将按照方案开始实施增持发行人股份的计划。若某一会计年度内发行人股价多次触发上述需采取稳定股价措施条件的（不包括其实施稳定股价措施期间），控股股东将继续执行上述稳定股价预案。

③控股股东为稳定股价之目的进行股份增持，除应符合相关法律法规外，还应符合以下条件：

控股股东单次用于增持股份的资金不低于从公司上市后获得的税后现金分红总额的 30%且不超过从公司上市后获得的税后现金分红总额；单次/连续 12 个月增持公司股份数量不超过公司总股本的 2%。

如果公司股价已经不满足启动稳定公司股价措施的条件的，公司控股股东可不再实施增持公司股份。

（4）第四顺序为公司董事（独立董事除外）、高级管理人员增持公司股票

①控股股东未及时提出或实施增持公司股票方案，或控股股东增持公司股票方案实施完成后，股票连续 20 个交易日的收盘价仍均低于公司上一会计年度末经审计的每股净资产时，公司董事（独立董事除外）和高级管理人员应在符合《上市公司收购管理办法》及《上市公司董事、监事和高级管理人员所持本公司股份及其变动管理规则》等法律法规及《公司章程》且不影响发行人上市条件的前提下，以不超过上一个会计年度末经审计的每股净资产的价格对公司股票进行增持。

②公司董事（独立董事除外）和高级管理人员，应在前述任一条件成就之日起 5 个交易日内提出增持发行人股份的方案（包括拟增持股份的数量、价格区间、时间等）并通知发行人，发行人应按照相关规定披露增持股份的计划。公司董事（独立董事除外）和高级管理人员可提出以下具体稳定股价措施：

A.通过二级市场以竞价交易方式买入发行人股份以稳定发行人股价，发行人应按照相关规定披露其买入公司股份的计划，在发行人披露其买入发行人股份计

划的 3 个交易日（如遇法规规定不得买卖公司股票的期间，则相应顺延）后，其将按照方案开始实施买入发行人股份的计划；

B.通过二级市场以竞价交易方式买入发行人股份的，如果发行人披露其买入计划后 3 个交易日内其股价已经不满足启动公司稳定股价措施启动条件的，可不再实施上述买入发行人股份计划。

③公司董事（独立董事除外）、高级管理人员为稳定股价之目的增持公司股票，单次用于增持公司股份的货币资金不少于该等董事（独立董事除外）、高级管理人员上年度税后薪酬总和的 30%，同时不超过上年度税后薪酬总和，公司实际控制人对该等增持义务的履行承担连带责任。

④若公司新聘任董事(独立董事除外)、高级管理人员的，公司将要求该等新聘任的董事(独立董事除外)、高级管理人员履行公司上市时董事(独立董事除外)、高级管理人员已作出的相应承诺。

（5）稳定股价措施的终止条件

若出现以下任一情形，则视为本次稳定股价措施实施完毕及承诺履行完毕，已公告的稳定股价方案终止执行：

①公司股票连续 5 个交易日的收盘价不低于公司上一个会计年度末经审计的每股净资产；

②继续回购或增持公司股份将导致公司股权分布不符合上市条件。

3、关于稳定股价预案的约束措施

公司承诺：在启动稳定股价措施的前提条件满足时，如公司未采取相应稳定股价的具体措施，公司将在股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉。

公司控股股东及实际控制人承诺：在启动稳定股价措施的前提条件满足时，如本人未采取或未同意采取稳定股价的具体措施，本人将在发行人股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉，且本人将在前述事项发生之日起 5 个工作日内停止在发行人处领取薪酬及/或股东分红，同时本人持有的发行人股份不得转让，直至本人按《关于公司首次

公开发行人民币普通股(A 股)并上市后三年内稳定股价的预案》的规定采取相应的稳定股价措施并实施完毕时为止。

公司的董事(独立董事除外)及高级管理人员承诺：在启动稳定股价措施的前提条件满足时，如本人未采取或未同意采取稳定股价的具体措施，本人将在发行人股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉，且本人将在前述事项发生之日起 5 个工作日内停止在发行人处领取薪酬及/或股东分红，同时本人持有的发行人股份不得转让(如有)，直至本人按《关于公司首次公开发行人民币普通股(A 股)并上市后三年内稳定股价的预案》的规定采取相应的稳定股价措施并实施完毕时为止。

（四）股份回购和股份购回的措施和承诺

公司及控股股东、实际控制人谌建平和杨美华已就稳定股价事项出具股份回购和股份购回承诺，具体情况详见本节之“六、发行人、股东、实际控制人、发行人的董事、监事、高级管理人员以及本次发行的保荐人及证券服务机构等作出的重要承诺”之“（三）稳定股价的措施和承诺”。

（五）对欺诈发行上市的股份购回及赔偿责任的承诺

1、公司承诺

（1）公司确认《深圳市杰美特科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书》(以下简称“招股说明书”)不存在有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，亦不存在以欺骗手段发行上市的情形，并对其真实性、准确性、完整性和及时性承担法律责任。

（2）公司招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，或存在以欺骗手段发行上市情形的，将依法回购首次公开发行的全部新股。具体而言：

①如经中国证券监督管理委员会（以下简称“中国证监会”）等有权监管机构或司法机关认定，公司招股说明书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，且对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，或存在以欺骗手段发行上市情形的，公司将在收到中国证监会等有权监管机构或司法机关作出的认定文件之日起 10 个交易日内，会同控股股东启动回购公司首次公开发行

的全部新股，包括但不限于依照相关法律、法规、规章、规范性文件及证券交易所监管规则的规定召开董事会、股东大会以及履行信息披露义务等，并按照届时公布的回购方案实施回购。

②公司已发行尚未上市的，回购价格为发行价并加算银行同期存款利息；已上市的，回购价格为按经除权除息等因素累积调整后的发行价加算银行同期存款利息与公布回购方案前 30 个交易日公司股票的每日加权平均价格的算术平均值的孰高者。

（3）公司招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，或存在以欺骗手段发行上市的情形，致使投资者在证券交易中遭受损失的，公司将依法赔偿投资者损失。

（4）如公司未能履行前述承诺，公司将接受如下约束措施：

①公司将在中国证监会指定报刊上向公司股东和社会公众投资者公开道歉并说明未履行承诺的具体原因。

②公司未能按照前述承诺回购首次公开发行的全部新股的，不足部分将全部由公司控股股东根据其作出的承诺购回(包括通过控股股东控制的境内企业购回)。如控股股东未按照其作出的承诺购回，公司将在控股股东逾期后 20 日内督促其履行购回义务，对其采取必要的法律行动(包括但不限于提起诉讼)，并及时披露进展等。

③公司未能按照前述承诺赔偿投资者损失的，不足部分将全部由公司控股股东根据其作出的承诺赔偿。如控股股东未按照其作出的承诺赔偿投资者损失，公司将在控股股东逾期后 20 日内督促其履行赔偿义务，对其采取必要的法律行动(包括但不限于提起诉讼)，并及时披露进展等。

2、实际控制人谌建平、杨美华承诺

（1）本人确认《深圳市杰美特科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书》(以下简称“招股说明书”)不存在有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的情形，亦不存在以欺骗手段发行上市的情形，并对其真实性、准确性、完整性和及时性承担法律责任。

（2）公司招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，或存在以欺骗手段发行上市情形的，本人将依法回购首次公开发行的全部新股及已转让的原限售股份。具体而言：

①如经中国证券监督管理委员会（以下简称“中国证监会”）等有权监管机构或司法机关认定，公司招股说明书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，且对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，或存在以欺骗手段发行上市情形的，本人将在公司收到中国证监会等有权监管机构或司法机关作出的认定文件之日起 10 个交易日内，会同公司启动回购公司首次公开发行的全部新股及购回已转让的原限售股份的程序，包括但不限于依照相关法律、法规、规章、规范性文件及证券交易所监管规则的规定召开董事会、股东大会以及履行信息披露义务等，并按照届时公布的回购方案实施回购。

②公司已发行尚未上市的，回购价格为发行价并加算银行同期存款利息；已上市的，回购价格为按经除权除息等因素累积调整后的发行价加算银行同期存款利息与公布回购方案前 30 个交易日公司股票的每日加权平均价格的算术平均值的孰高者。

（3）公司招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，或存在以欺骗手段发行上市的情形，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将依法赔偿投资者损失。

（4）本人知悉，公司已承诺：如招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断其是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，或存在以欺骗手段发行上市情形的，将依法回购首次公开发行的全部新股；如招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，或存在以欺骗手段发行上市的情形，致使投资者在证券交易中遭受损失的，其将依法赔偿投资者损失。鉴于此，本人承诺如下：

①招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，或存在以欺骗手段发行上市情形的，如公司未能按照已作出承诺回购首次公开发行的全部新股的，不足部分将全部由

本人根据作出的承诺购回(包括通过本人控制的境内企业购回)；同时本人应按照已作出的承诺购回已转让的原限售股份。本人应在公司对本人提出要求之日起10个交易日内启动购回程序。

②招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，，或存在以欺骗手段发行上市的情形，致使投资者在证券交易中遭受损失的，如公司未能按照已作出承诺赔偿投资者损失的，不足部分将全部由本人在公司对本人提出之日起10个交易日内予以赔偿。

（5）如本人未能履行前述承诺，本人将接受如下约束措施：

①本人将在中国证监会指定报刊上向其他股东和社会公众投资者公开道歉并说明未履行承诺的具体原因。

②自中国证监会或有权机关认定之日起不得转让所持有的公司股份，并且暂停在公司获得现金分红，直至本人依法遵守有关承诺或依法履行有关法律义务时为止。

3、公司董事、监事、高级管理人员承诺

（1）本人确认《深圳市杰美特科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书》(以下简称“招股说明书”)不存在有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的情形，亦不存在以欺骗手段发行上市的情形，并对其真实性、准确性、完整性和及时性承担法律责任。

（2）公司招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，或存在以欺骗手段发行上市的情形，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将依法赔偿投资者损失。

（3）如本人未能履行前述承诺，本人将在公司股东大会及中国证券监督管理委员会指定报刊上公开说明未履行承诺的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉，同时暂停本人在公司领取薪酬及/或分红(如有)，直至本人依法遵守有关承诺或依法履行有关法律义务时为止。

（六）填补被摊薄即期回报的措施及承诺

1、填补回报的具体措施

本次发行后，公司股本总额将比发行前有显著增加，但由于募集资金项目具有一定的实施周期，产能释放及收益难以在较短时间内实现，因此本次发行完成后短期内可能导致投资者即期回报有所下降。为降低本次发行摊薄即期回报的影响，公司制定了以下填补被摊薄即期回报的措施：

（1）加强募集资金管理，稳步推进募投项目实施。本次募集资金全部用于主营业务相关项目，是公司进一步拓展业务领域，增强综合竞争力，实现公司业绩持续增长的重要举措。募集资金到位后，公司将严格监管资金的使用情况，确保合理规范使用。同时，公司将统筹安排内部资源，全力推进募投项目实施，提高募集资金使用效率，争取募投项目早日实现预期效益，提高股东回报，降低此次发行导致的即期回报摊薄风险。

（2）大力开拓市场，扩大业务规模，提高公司竞争力和持续盈利能力。公司将大力开拓市场，积极开发新客户，努力实现销售规模的持续、快速增长。公司将依托生产能力和管理层丰富的行业经验，紧紧把握时代脉搏和市场需求，不断提升核心竞争力和持续盈利能力，为股东创造更大的价值。

（3）持续完善公司制度，提升运作效率。公司将以发行上市为契机，建立起科学有效的企业治理和内控制度，一方面加强对管理团队的监督和考核，落实对公司的管理职责；另一方面，为公司各项业务流程提供制度指引，确保各环节有章可循，加快企业运作效率。同时公司将不断优化人才引进和培养制度，配套行之有效的激励机制，吸引和聘用业内优秀人才，为公司发展提供持续的智力支持。

（4）建立持续、稳定的投资回报机制。公司在兼顾自身可持续发展的条件下重视对投资者的合理投资回报，坚决实行持续稳定的利润分配政策。根据公司制定的上市后《公司章程（草案）》，公司强化了发行上市后的利润分配政策，进一步明确了公司利润分配的总原则，明确了利润分配的条件和方式，制定了现金分红的具体条件、比例以及股票股利分配的条件，完善了利润分配的决策程序等，公司的利润分配政策将更加健全、透明。此外，公司制定了《关于公司首次公开发行人民币普通股(A股)并在创业板上市后三年股东分红回报规划的议案》，对《公司章程（草案）》中的利润分配政策予以了细化。通过上述措施，公司完善了上市后适用的股利分配政策，加强了对中小投资者的保护力度。

2、公司实际控制人、董事、高级管理人员关于填补被摊薄即期回报的承诺

（1）公司董事、高级管理人员承诺

公司董事、高级管理人员根据中国证监会相关规定对公司填补回报措施承诺如下：

1、本人承诺不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用其他方式损害公司利益；

2、本人承诺对本人的职务消费行为进行约束；

3、本人承诺不动用公司资产从事与其履行职责无关的投资、消费活动；

4、本人承诺支持由董事会或董事会薪酬与考核委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩，并愿意在薪酬与考核委员会、董事会和股东大会审议该等事项的议案时投赞成票（若有投票权）；

5、本人承诺若公司未来制定股权激励计划，将支持公司股权激励行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩，并愿意在董事会和股东大会审议该等事项的议案时投赞成票（若有投票权）。

作为填补回报措施相关责任主体之一，本人若违反上述承诺或拒不履行上述承诺，本人同意按照中国证监会和深圳证券交易所等证券监管机构按照其制定或发布的有关规定、规则，对本人作出相关处罚或采取相关管理措施。

（2）公司控股股东、实际控制人承诺

公司控股股东和实际控制人谌建平和杨美华承诺：

本人承诺不越权干预公司经营管理活动，不侵占公司利益。作为填补回报措施相关责任主体之一，本人若违反上述承诺或拒不履行上述承诺，本人同意按照中国证监会和深圳证券交易所等证券监管机构按照其制定或发布的有关规定、规则，对本人作出相关处罚或采取相关管理措施。

（七）利润分配政策的承诺

经公司 2019 年 3 月 20 日召开的 2019 年第二次临时股东大会决议通过，公司截至首次公开发行人民币普通股（A 股）完成前滚存的未分配利润由发行完成

后的新老股东按持股比例享有。具体内容详见本招股说明书“第十节 投资者保护”之“二、股利分配及发行前滚存利润安排”相关内容。

公司及公司实际控制人就利润分配承诺如下：

1、公司承诺

（1）公司将严格执行股东大会审议通过的上市后适用的《深圳市杰美特科技股份有限公司章程（草案）》及《深圳市杰美特科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市后三年股东分红回报规划》的相关规定进行利润分配；

（2）公司如违反签署承诺，将及时公告违反的事实及原因，除因不可抗力或其他非归属于公司的原因外，将向公司股东和社会公众投资者道歉，同时向投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的利益，并在公司股东大会审议通过后实施补充承诺或替代承诺。

2、实际控制人谌建平、杨美华承诺

（1）本人将严格按照股东大会审议通过的上市后适用的《深圳市杰美特科技股份有限公司章程（草案）》及《深圳市杰美特科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市后三年股东分红回报规划》的相关规定，督促相关方提出利润分配预案；

（2）在审议公司利润分配预案的股东大会上，本人将对符合《深圳市杰美特科技股份有限公司章程（草案）》及《深圳市杰美特科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市后三年股东分红回报规划》要求的利润分配预案投赞成票；

（3）本人将督促公司根据相关决议实施利润分配。

（八）依法承担赔偿或赔偿责任的承诺

1、公司及公司实际控制人、董事、监事、高级管理人员承诺

具体内容详见本招股说明书“第十节 投资者保护”之“六、发行人、股东、实际控制人、发行人的董事、监事、高级管理人员以及本次发行的保荐人及证券服务机构等作出的重要承诺”之“（五）对欺诈发行上市的股份购回及赔偿责任的承诺”相关内容。

2、本次发行上市相关中介机构承诺

（1）发行人保荐机构承诺

若因本公司为发行人首次公开发行并上市制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，本公司将依法赔偿投资者损失。

（2）发行人律师承诺

本所为发行人本次申请首次公开发行股票并上市项目制作、出具的申请文件真实、准确、完整、及时，无虚假记载、误导性陈述或重大遗漏；若因本所未能勤勉尽责，为发行人本次申请首次公开发行股票并上市项目制作、出具的申请文件有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，给投资者造成损失的，本所将依法赔偿投资者损失。

（3）发行人会计师承诺

本所为发行人本次首次公开发行并上市制作、出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。如因本所过错致使上述文件存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并因此给投资者造成直接损失的，本所将依法赔偿投资者损失，本所能够证明自己没有过错的除外。

（九）未能履行承诺的约束措施

1、公司全体股东承诺

（1）本人/本企业将严格履行本人/本企业就杰美特首次公开发行股票并在创业板上市所作出的所有公开承诺事项。如本人/本企业非因不抗力等原因导致未能履行公开承诺事项的，本人/本企业将按照公开承诺事项中未履行有关承诺的约束措施承担责任。

（2）如本人/本企业因不可抗力等原因导致未能履行公开承诺事项的，将接受如下约束措施，直至相应补救措施实施完毕：①在杰美特股东大会及中国证券监督管理委员会指定的披露媒体上公开说明未履行相关承诺的具体原因；②尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，尽可能地保护杰美特投资者利益。

2、公司董事、监事、高级管理人员承诺

（1）本人将严格履行本人就杰美特首次公开发行股票并在创业板上市所作出的所有公开承诺事项。如本人非因不抗力等原因导致未能履行公开承诺事项的，本人将按照公开承诺事项中未履行有关承诺的约束措施承担责任。

（2）如本人因不可抗力等原因导致未能履行公开承诺事项的，将接受如下约束措施，直至相应补救措施实施完毕：①在杰美特股东大会及中国证券监督管理委员会指定的披露媒体上公开说明未履行相关承诺的具体原因并向杰美特股东和社会公众投资者道歉；②尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，尽可能地保护杰美特投资者利益。

第十一节 其他重要事项

一、重大合同

本节披露的重大合同为公司及子公司签署的正在履行中且对公司生产经营活动、未来发展或财务状况有重要影响的合同。具体情况如下：

（一）采购合同

截至本招股说明书签署日，公司正在履行的重大采购合同如下：

序号	供应商名称	合同标的及金额	合同签署日期	合同有效期限
1	东莞市捷之和塑胶实业有限公司	以具体订单为准	2019 年 1 月签订	自 2019 年 1 月 8 日起生效，生效后合同在双方发生业务关系期间长期有效，除非存在新的书面基本供货合同约束双方之间的业务关系。
2	东莞市米灏塑胶原料有限公司	以具体订单为准	2019 年 6 月签订	自 2019 年 6 月 18 日起生效，生效后合同在双方发生业务关系期间长期有效，除非存在新的书面基本供货合同约束双方之间的业务关系。
3	深圳市福鑫成塑胶模具有限公司	以具体订单为准	2020 年 3 月签订	自 2020 年 3 月 16 日起生效，生效后合同在双方发生业务关系期间长期有效，除非存在新的书面基本供货合同约束双方之间的业务关系。
4	东莞市前延塑胶模具制品有限公司	以具体订单为准	2019 年 2 月签订	自 2019 年 2 月 20 日起生效，生效后合同在双方发生业务关系期间长期有效，除非存在新的书面基本供货合同约束双方之间的业务关系。
5	深圳磐诺达科技有限公司	以具体订单为准	2019 年 6 月签订	自 2019 年 6 月 10 日起生效，生效后合同在双方发生业务关系期间长期有效，除非存在新的书面基本供货合同约束双方之间的业务关系。

上述采购合同均为框架合同，目前合同正在履行中，公司与上述供应商合作情况良好。

（二）销售合同

截至本招股说明书签署日，公司正在履行的重大销售合同如下：

序号	客户名称	合同标的及金额	合同签署日期	合同有效期限
1	华为终端有限公司	以具体订单为准	2019 年 4 月签订	自 2018 年 9 月 9 日起生效，有效期为三年，到期自动延续一年，自动延续次数不限，除非到期前提出终止
2	沃尔玛	以具体订单为准	2017 年 5 月签订	自 2017 年 5 月 5 日起生效，生效后协议长期有效，除非到期前提出终止
3	Targus Group International, Inc.	以具体订单为准	2010 年 12 月签订	自 2010 年 12 月 9 日起生效，有效期为一年，到期自动延续一年，以此类推，除非到期前提出终止
4	Incipio Technologies, Inc.	以具体订单为准	2017 年 6 月签订	自 2016 年 12 月 12 日起生效，除根据其它条款提前终止外，应在其后一年

序号	客户名称	合同标的及金额	合同签署日期	合同有效期限
				内继续有效，并持续延长一年，以此类推，除非到期前提出终止
5	Amazon Fulfillment Services.Inc.	以具体订单为准	2017 年 11 月签订	自 2017 年 11 月 20 日起生效，除非一方提前 60 天以书面形式通知终止协议

上述销售合同均为框架合同，目前合同正在履行中，公司与上述客户合作情况良好。

（三）授信及借款、抵押担保合同

截至本招股说明书签署之日，公司正在履行的重大授信及借款、抵押担保合同如下：

贷款人/授信人	借款人/被授信人	借款/授信金额	合同编号	担保情况	担保起始日	合同履行情况
中国银行股份有限公司深圳布吉支行	杰美特	14,000 万元	2016 年圳中银布借字第 0127 号；2019 年圳中银布补借字第 0001 号。	谌建平、杨美华、中创卓越、杰之洋提供连带责任担保，杰美特、怡轩航提供抵押担保。	借款人根据项目进度，分期提出申请，但最晚应于 2022 年 1 月 22 日提清借款；公司已分别于 2018 年 1 月 31 日、2018 年 9 月 19 日、2019 年 10 月 31 日、2019 年 12 月 13 日、2020 年 1 月 13 日、2020 年 5 月 25 日向中国银行深圳布吉支行提款 2,000 万元、500 万元、450 万元、257.45 万元、525.02 万元和 463.02 万元。	履行中
			2016 年圳中银布补借字第 0127-3 号。	谌建平、杨美华、中创卓越、杰之洋提供连带责任担保，杰美特、怡轩航提供抵押担保。		
招商银行股份有限公司深圳分行	杰美特	5,000 万元	755XY2020003968	谌建平、杨美华提供连带责任担保。	2020.03.04	履行中

（四）建设工程施工合同

序号	承包人	合同名称	工程名称	工程地址	合同金额（万元）	签订时间	合同履行情况
1	深圳建业工程集团股份有限公司	深圳市建设工程施工(单价)合同	杰美特大厦施工总承包工程	深圳市龙岗区平湖金融基地一期惠华路与惠中东路交叉路口东北侧	9,328.92	2017 年 10 月	履行中
2		杰美特大厦施工总承包工程施工合同补充协议				2017 年 11 月	履行中

（五）《承销协议》及《保荐协议》

1、公司与东兴证券股份有限公司于 2019 年 4 月签署了《关于深圳市杰美特科技股份有限公司首次公开发行人民币普通股（A 股）并在创业板上市之承销协议》，委托东兴证券股份有限公司作为公司本次发行的主承销商。

2、公司与东兴证券股份有限公司于 2019 年 4 月签署了《关于深圳市杰美特

科技股份有限公司首次公开发行人民币普通股（A 股）并在创业板上市之保荐协议》，公司委托东兴证券股份有限公司担任本次发行、上市的保荐机构；在本次公开发行结束后，东兴证券股份有限公司继续担任公司的保荐人，负责公司督导期内的持续督导工作。

二、对外担保情况

截至本招股说明书签署日，公司及其子公司不存在任何对外担保事项。

三、重大诉讼或仲裁情况

公司及其子公司现时不存在尚未了结的或可预见的、可能对公司的财务状况、经营成果产生重大影响的重大诉讼、仲裁及行政处罚案件。

公司子公司中创卓越于2019年12月收到上海国际经济贸易仲裁委员会发出的《SDL20191081四份<许可协议>（协议编号：KTL-SH-12-026、KTL-SH-14-016、KTL-SH-15-001、KTL-SH-16-186）争议仲裁案仲裁通知》，利鸥向上海国际经济贸易仲裁委员会提起了以中创卓越为被申请人的仲裁。具体情况如下：

利鸥与中创卓越就有关卡通人物形象的知识产权签署了《许可协议》，利鸥自 2012 年 9 月 1 日起将 Hello Kitty 等卡通人物形象授权中创卓越在手机壳、手机套、平板电脑壳、笔记本电脑包等商品上使用，中创卓越则根据《许可协议》的约定向利鸥支付相应的许可使用费。利鸥就其与中创卓越合作期间及合作期满后的相关事项提起仲裁，其仲裁请求为：（1）裁决中创卓越支付金色标签商品许可费合计人民币 9,119,118.53 元；（2）裁决中创卓越支付产品库存贩卖期间的许可费合计人民币 313,509.05 元；（3）裁决中创卓越将未售出的许可商品全部交付给利鸥；（4）裁决中创卓越将与被许可商品有关的所有用来复制许可商品或宣传和包装材料的模具以及材料、以及未使用的标签全部交付给利鸥；（5）裁决中创卓越支付该案律师费等合理费用暂计人民币 15 万元整；（6）裁决中创卓越承担该案仲裁费用。根据上海国际经济贸易仲裁委员会于 2020 年 5 月 27 日发出的《SDL20191081 四份<许可协议>（协议编号：KTL-SH-12-026、KTL-SH-14-016、KTL-SH-15-001、KTL-SH-16-186）争议仲裁案开庭通知》，上述仲裁案将于 2020 年 7 月 1 日开庭审理，公司已聘请律师积极应诉，截至本招股说明书签署日，上述案件尚未裁决。

公司因与利鸥就续签合同的部分商业条款未能达成一致，且最近三年销售利鸥授权对应产品占营业收入的比例不足 2%且已出现亏损等情况，故在《许可协议》约定的许可期限于 2019 年 3 月 31 日到期后，未再与利鸥续签合同；在合作期间内，公司与利鸥未发生诉讼或者仲裁，上述新增仲裁案件系合作结束后利鸥基于合作期间内的合作事项提起。

根据利鸥的仲裁请求，上述新增仲裁案件的标的金额合计约为 9,582,627.58 元（未含仲裁费用），前述金额占公司 2019 年营业收入、营业利润及净资产的比例均较小，不会对公司的财务状况、经营成果构成重大不利影响，且未达到《深圳证券交易所创业板股票上市规则（2020 年修订）》所认定的重大诉讼或仲裁标准。此外，公司已就上述仲裁案件计提预计负债 251.51 万元。**截至 2019 年 6 月 30 日，与被许可商品有关的所有用来复制许可商品或宣传和包装材料的模具以及材料、以及未使用的标签等存货共计 212.83 万元，公司已全额计提存货跌价准备。**综上，上述仲裁案件不会对公司本次发行构成实质性法律障碍。

本仲裁案已于 2020 年 7 月 1 日在上海国际仲裁中心仲裁庭开庭审理，庭审过程中利鸥方提交的证据不足需要补充证据，故仲裁庭给予一个月的时间补充提交证据，待补充举证期满后再重新安排开庭。公司将按照最终的仲裁裁决执行。

截至本招股说明书签署日，除上述仲裁外，公司不存在其他诉讼或仲裁事项。

四、发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员和核心技术人员作为一方当事人的重大诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署日，公司控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员和核心技术人员不存在尚未了结的或者可预见的作为一方当事人的重大诉讼或仲裁事项。

五、发行人董事、监事、高级管理人员和核心技术人员最近三年涉及行政处罚、被司法机关立案侦查、被中国证监会立案调查情

况

截至本招股说明书签署日，公司的董事、监事、高级管理人员和核心技术人员最近三年不存在涉及行政处罚、被司法机关立案侦查、被中国证监会立案调查情况。

六、发行人控股股东、实际控制人报告期内是否存在重大违法行为

报告期内，公司控股股东、实际控制人不存在重大违法行为。

七、其他涉及国家安全、公共安全、生态安全、生产安全、公众健康安全等领域的重大违法行为

截至本招股说明书签署日，公司及下属子公司不存在涉及国家安全、公共安全、生态安全、生产安全、公众健康安全等领域的重大违法行为。

第十二节 声明

发行人及其全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

全体董事签名：

谌建平	杨美华	黄 新
黄志浩	熊 敏	张玉辉
钱 荣	虞熙春	杨小平

全体监事签名：

李琼霞	粟小丽	刘述卫
易青蓉	王 玲	

未担任董事的高级管理人员签名：

朱德颜	周 波

深圳市杰美特科技股份有限公司

2020年7月17日

发行人控股股东、实际控制人声明

本人承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

控股股东、实际控制人：

谌建平　　杨美华

2020年 7月 17日

保荐机构（主承销商）声明

本公司已对招股说明书进行了核查，确认招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

项目协办人：

陈炘锴

保荐代表人：

彭　丹　　贾卫强

法定代表人：

魏庆华

东兴证券股份有限公司

2020年7月17日

保荐机构（主承销商）董事长声明

本人已认真阅读深圳市杰美特科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书的全部内容，确认招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对招股说明书真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

保荐机构董事长：

魏庆华

东兴证券股份有限公司

2020年7月17日

保荐机构（主承销商）总经理声明

本人已认真阅读深圳市杰美特科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书的全部内容，确认招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对招股说明书真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

保荐机构总经理：

张 涛

东兴证券股份有限公司

2020年7月17日

发行人律师声明

本所及经办律师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本所出具的法律意见书和律师工作报告无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书中引用的法律意见书和律师工作报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

负 责 人

张利国

经办律师

孙 林

北京国枫律师事务所

熊 洁

李 霞

2020 年 7 月 17 日

审计机构声明

本所及签字注册会计师已阅读《深圳市杰美特科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书》（以下简称招股说明书），确认招股说明书与本所出具的大信审字[2020]第 5-00006 号审计报告、大信专审字[2020]第 5-00008 号内部控制鉴证报告、大信专审字[2020]第 5-00009 号原始财务报表与申报财务报表差异审核报告、大信专审字[2020]第 5-00010 号主要税种纳税情况及税收优惠审核报告及大信专审字[2020]第 5-00007 号非经常性损益审核报告无矛盾之处。本所及签字注册会计师对深圳市杰美特科技股份有限公司在招股说明书中引用的上述审计报告、内部控制鉴证报告、原始财务报表与申报财务报表差异审核报告、主要税种纳税情况及税收优惠审核报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

会计师事务所负责人：_____

胡咏华

签字注册会计师：_____（项目合伙人）

陈 鹏

签字注册会计师：_____

姚翠玲

大信会计师事务所（特殊普通合伙）

2020 年 7 月 17 日

资产评估机构声明

本机构及签字资产评估师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字资产评估师对发行人在招股说明书中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

签字资产评估师：

李东峰　　郭　宏

资产评估机构负责人：

杨　钧

北京亚太联华资产评估有限公司

2020年 7 月 17日

资产评估机构更名的说明

2014 年 9 月 6 日，我公司（原名：河南亚太联华资产评估有限公司）出具了《深圳市杰美特科技有限公司拟设立股份有限公司所涉及的该公司净资产价值评估报告》（编号为：亚评报字【2014】115 号）。

2014 年 9 月 15 日，我公司更名为北京亚太联华资产评估有限公司，更名后的公司完全享有和承担原公司河南亚太联华资产评估有限公司的全部权利和义务（包括对河南亚太联华资产评估有限公司已经提供的服务承担责任）。

北京亚太联华资产评估有限公司

2020年 7 月 17 日

验资机构声明

本所及签字注册会计师已阅读《深圳市杰美特科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书》（以下简称招股说明书），确认招股说明书与本所出具的大信专审字[2017]第 5-00137 号的验资复核报告无矛盾之处。本所及签字注册会计师对深圳市杰美特科技股份有限公司在招股说明书中引用的上述验资复核报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

会计师事务所负责人：_____

胡咏华

签字注册会计师：_____（项目合伙人）

陈 鹏

签字注册会计师：_____

姚翠玲

大信会计师事务所（特殊普通合伙）

2017 年 7 月 17 日

第十三节 附 件

（一）发行保荐书；

（二）上市保荐书；

（三）法律意见书；

（四）财务报告及审计报告；

（五）公司章程（草案）；

（六）发行人及其他责任主体作出的与发行人本次发行上市相关的其他承诺事项；

（七）发行人审计报告基准日至招股说明书签署日之间的相关财务报表及审阅报告；

（八）盈利预测报告及审核报告；

（九）内部控制鉴证报告；

（十）经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表；

（十一）中国证监会同意发行人本次公开发行注册的文件；

（十二）其他与本次发行有关的重要文件。