

东莞六淳智能科技股份有限公司

东莞市大朗镇求富路社区富民南路 62 号

关于东莞六淳智能科技股份有限公司 首次公开发行股票并在创业板上市申请文 件的第二轮审核问询函回复

保荐人（主承销商）



成都市高新区天府二街 198 号

深圳证券交易所：

贵所《关于东莞六淳智能科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第二轮审核问询函》（审核函〔2021〕011362号）收悉。东莞六淳智能科技股份有限公司、华西证券股份有限公司、天健会计师事务所（特殊普通合伙）、北京市万商天勤律师事务所已严格按照要求对问询函所涉事项进行了落实，现回复如下，请予审核。

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

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

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

目 录

目 录.....	3
问题一：关于创业板定位.....	4
问题二：关于主要客户.....	34
问题三：关于最终用户.....	44
问题四：关于采购和供应商.....	62
问题五：关于租赁房产瑕疵.....	76
问题六：关于收购宁波万詮.....	92
问题七：关于资金流水核查.....	97

问题一：关于创业板定位

申报文件显示：

（1）发行人主要产品为电子产品精密功能性器件，主要功能为粘贴、固定、导电、导热、绝缘、电磁屏蔽、防护、缓冲、防尘、防水等。

（2）报告期内发行人研发费用率分别为 3.51%、3.42%、3.44%、3.63%，同期可比公司均值分别为 5.03%、5.48%、6.26%、7.03%，发行人研发费用率低于同行业均值且差异呈逐年扩大趋势。

请发行人结合各类产品的核心竞争力、技术的先进性、行业未来发展方向、市场潜力、规模、行业地位、核心技术、研发项目、研发支出占比等，详细分析并说明自身的创新、创造、创意特征，发行人是否符合创业板定位。

请保荐人有针对性地分析发行人是否符合创业板定位，并发表明确意见。

回复：

（一）发行人各类产品的核心竞争力、技术的先进性、行业未来发展方向、市场潜力、规模、行业地位、核心技术、研发项目、研发支出占比等具体情况。

1. 发行人各类产品的核心竞争力

目前，发行人只经营电子产品精密功能性器件这一类产品。

电子产品精密功能性器件的加工工艺主要包括模切、冲压、印刷、雕刻、成型、组装、贴合等，所实现的功能主要包括粘贴、固定、导电、导热、绝缘、屏蔽、缓冲、防尘等，应用领域涵盖平板电脑、智能手机、笔记本/台式电脑、可穿戴电子设备等、新能源汽车电池等不同的电子产品。但是，不论是按照加工工艺划分，还是按照功能或者应用场景划分，产品的本质都是一样的，都归属于同一类产品——电子产品精密功能性器件。

就具体产品而言，在不考虑成本、效率、良率、稳定性等因素的情况下，针对同一款功能性器件产品，行业内的主要企业基本都可以生产出来，不同企业的产品本身之间没有实质性区别。

事实上，电子产品精密功能性器件的核心价值或者核心竞争力在于解决功能性材料的大规模、标准化生产和下游电子产品整机制造服务商和组件生产商需求多样化、定制化之间的矛盾，这种核心竞争力是企业综合能力的体现。发行人的核心竞争力主要体现为：

（1）业务模式优势

由于终端电子产品具有技术含量高、技术进步快、差异化强、生产分工细、产业链条长、市场规模大及全球垄断竞争的市场结构，因此，电子产业具有地域化集聚、专业化分工、社会化协作等特点，从而活化资源、扩大信息交流、增强柔性、降低交易成本、促进技术创新，适应全球差异化竞争的需求。因此，发行人所发展的业务模式也充分适应行业特点，形成了明显的业务模式优势。具体包括：

①以大客户为导向协同生产

发行人以大客户为导向，在生产过程、品质管理、库存管理、产品交付管理等方面与主要客户达到高度协同，从而与其建立了长期稳定的合作关系，取得了良好的业绩。

②以大客户为导向协同开发

凭借长期积累的技术资源、丰富的生产经验、高精度的产品尺寸、高可靠性产品品质及快速响应能力，发行人与下游客户形成了长期稳定、高度协同的合作关系，能够参与到终端客户的产品研发和设计之中，及时了解市场需求，为客户提供从研发设计、功能测试到产品生产、客户服务等一体化应用解决方案。通过参与终端客户的产品研发设计，发行人有效提高了产品附加值，深化了与客户的关系，增强了合作粘性。

③以业务需求为导向的定制化采购

发行人与供应商建立了长期稳定的合作关系，确保了品质、成本和交期优势。在此过程中，发行人积累了丰富的原材料数据信息和使用经验，对不同原材料的材质特性、使用效果、加工工艺等方面的认知日益丰富和全面，进而提高了发行人与供应商、客户交流时专业水准，增强了发行人关于客户和渠道资源的凝聚能力。

④就近建厂，贴近客户服务

发行人采用就近建厂的模式实时跟进客户需求，在东莞、淮安、秦皇岛、昆山、宁波、珠海均建立了生产基地，不仅为客户提供贴近式的研发、生产和服务，大幅缩短了产品的交付周期，有效提高了客户满意度和客户粘性，形成了明显的服务优势；而且还享有产业集群效应优势，包括形成稳定的人际关系，学习先进的商业理念，及时感知行业发展的最新动向，共享产业区的配套设施（如人才、政策、基础设施）等产生的产业集群效应。

（2）技术研发优势

发行人重视研发投入，通过持续的研发投入，逐步形成了独特的技术研发优势。

经过多年积累，发行人已掌握了电子产品精密功能性器件各生产环节的核心技术，多项技术在行业内处于领先或先进水平，有效降低了员工的劳动强度和企业生产的综合成本，提高了设备的生产效率、原材料的利用率、产品质量，最终提高了企业的经济效益。

发行人建立了一支具有持续创新能力的技术研发团队，技术骨干均具备丰富的行业经验，对产品设计、生产流程、制造工艺等环节具有深刻理解，能够对客户的产品设计、功能需求、生产流程等问题做出快速精准的判断，配合发行人完善的新产品研发设计流程和供应链管理体系，能够及时高效地为客户提供所需的产品及服务。

发行人具有自主研发与改进设备的能力。通过不断改进生产设备，优化精密模具设计，创新工艺流程，发行人实现了原材料复合、模切、转贴、排废等多种工艺流程的一体化作业，有效提升了设备生产效率、原材料的利用率及产品良率，降低了生产成本，提高了市场竞争力。

随着下游终端电子产品轻薄化、集成化、精密化趋势不断强化，功能性器件的加工工艺愈加复杂，传统单一的模切、冲压等工艺技术只能生产各自独立的背胶、钢片等产品，当下游生产线组装这些不同工艺生产的功能性器件时可能遭遇各种难以克服的技术难题。通过帮助客户解决此类技术难题，发行人形成了差异化竞争优势，进一步提升了自身所处产业链的价值含量。

（3）客户资源优势

发行人凭借长期积累的技术资源、丰富的生产经验、高精度的产品尺寸、高可靠性产品品质、快速响应能力，得到了下游制造服务商、组件生产商及终端品牌商的高度认可。目前，发行人已进入富士康、鹏鼎控股、京东方、台达电、瑞声科技、欧菲光、立讯精密等国内外知名的制造服务商、组件生产商的供应链体系。

发行人与知名客户之间建立了长期稳固的合作关系，在原有产品和领域保持良好合作的基础上，不断在新产品、项目上开展合作，提高企业知名度，进一步扩大在其他潜在优质客户中的市场份额。

通过与知名厂商建立合作关系，发行人可以伴随着客户的成长而快速成长，并可以与客户在原有产品和领域有着良好合作的基础上拓宽合作范围、在其他产品或项目上开展合作。此外，发行人长期为知名的终端品牌商供应产品有助于提高行业知名度并因此获得其他潜在客户认可而赢得其订单。

（4）质量控制优势

电子产品精密功能性器件是电子产品的重要组成部分，终端电子产品的品牌商对其产品功能、质量、品牌维护要求较高，对于功能性器件供应商的选择十分谨慎，尤其注重产品的品质及生产过程的质量控制。

发行人致力于对电子产品精密功能性器件的研发设计与生产工艺的改良，严把产品质量关，通过了 ISO14001：2015 环境管理体系认证、ISO9001：2015 质量管理体系认证以及 IATF16949：2016 汽车行业质量管理体系等，建立了完善、有效的质量管理体系，质量控制贯穿研发设计、供应商管理、原材料检验、生产管理、销售等整个生产经营过程，形成了数十个产品质量程序控制文件，为产品的质量提供了强有力的保证。

2. 市场规模与潜力

目前，发行人电子产品精密功能性器件主要应用于消费电子和汽车电子领域，因此，发行人业务发展情况主要取决于消费电子产业和汽车电子产业的发展情况。

（1）消费电子产品市场

①智能手机

A. 智能手机庞大出货量为功能性器件提供了广阔的市场需求空间

智能手机概念在消费电子产品市场的大规模普及，最早可追溯至 2007 年苹果公司第一代 iPhone。智能化引发的移动终端产业变革，移动互联网产业的快速发展，使得智能手机逐步取代了功能手机，成为目前最成熟、最主要的终端电子产品。

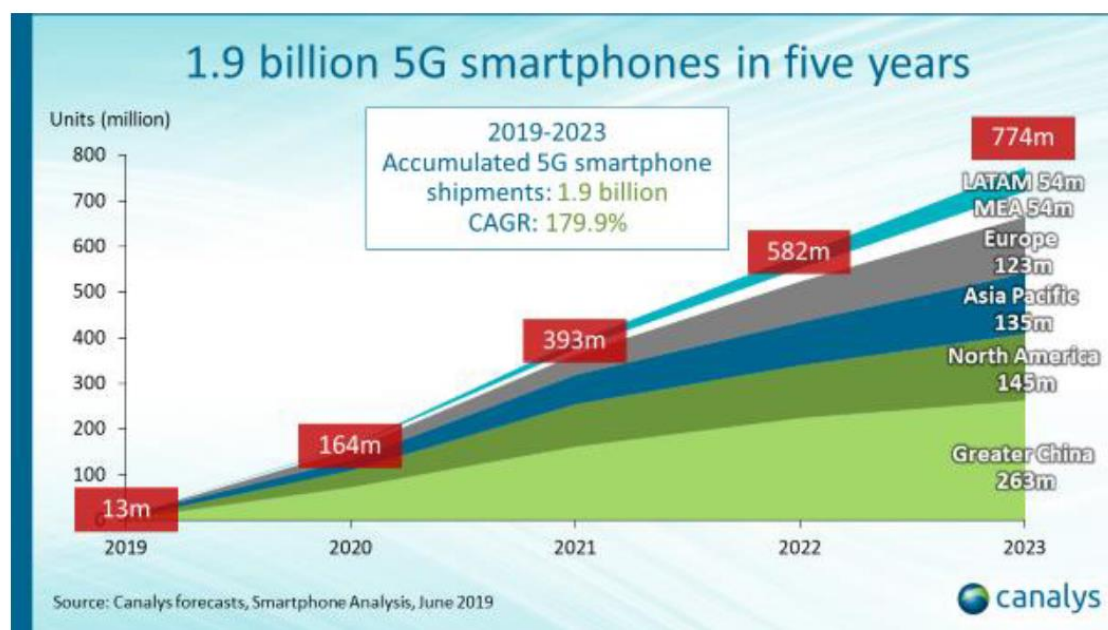
2019 年全球智能手机出货量高达 13.72 亿部。受新冠疫情影响，2020 年智能手机出货量受到较大的冲击，但是，随着新冠疫情逐步受控以及 5G 计划推动的影响，智能手机市场逐步恢复增长；根据 IDC 预测，到 2024 年，全球智能手机市场出货量将接近 15 亿部。

B. 5G “换机潮”成为功能性器件市场新的增长动力

2017 年国务院《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》提出，要加快第五代移动通信标准研究、技术试验和产业推进，力争 2020 年启动商用。2019 年 6 月 6 日，工业和信息化部正式下发 5G 商用牌照。

5G 的应用要求包括一系列不同频谱、技术和方法，以及全新无线网络建设方法，同时带来对智能手机的全新要求，5G 手机将发生重大变化。首先，5G 采用的大规模 MIMO 技术，在手机中新增大量的天线，由于金属对信号的屏蔽和干扰，手机后盖去金属化将成为大趋势，功能性器件需求进一步深化；由于 5G 手机设计、制造难度大幅增加，采用的零组件更多新技术、概念带来经济附加值将有可能对 5G 手机的单价带来一定程度增长。因此，随着 5G 商用部署，智能手机将迎来新一波“换机潮”，为上下游产业链带来更多利润，功能性器件厂商也将因此受益。

根据 Canalys 数据，2019 年全球 5G 手机出货量约 0.13 亿部，渗透率约 0.9%，预测到 2023 年将达 7.74 亿部，年均复合增长率 179.9%，渗透率提升至 51.4%。

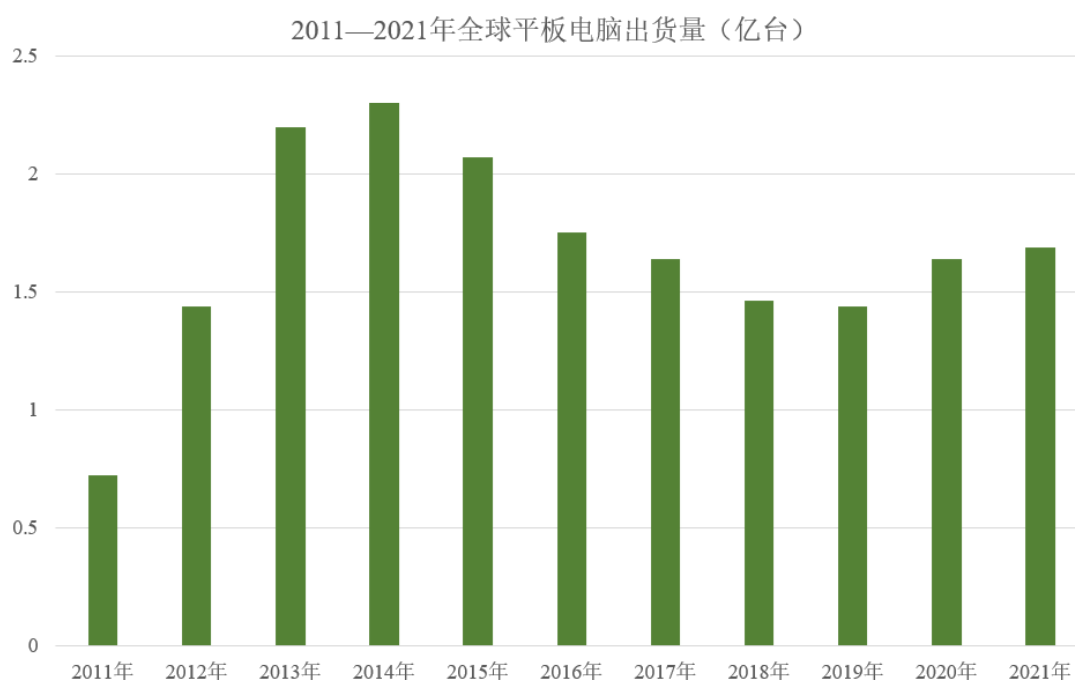


C. iPhone 新机受到市场追捧，包括功能性器件在内的供应链受益良多

2020 年 10 月，苹果公司发布首款 5G 手机 iPhone12 系列产品，较上一代 iPhone 创新幅度较大。根据 Above Avalon LLC 估计，目前 iPhone 活跃用户已超 10 亿；根据 Flurry Analytics，截至 2019 年末，全美 iPhone11 系列用户数仅占全部 iPhone 用户数 9.17%，照此推算，2015—2018 年购入 iPhone 且有潜在换机新需求的客户占全部 iPhone 用户超过 90%；按照 iPhone 平均使用期限 4 年左右估计，意味着 2020—2022 年将会有大量用户迎来换机需求。在 iPhone 12 及后续机型的带动下，预计 2020—2022 年 iPhone 出货量年均复合增长率将维持 12% 左右，2021 年、2022 年有望分别实现 2.3 亿部、2.5 亿部，达到销量高峰。

②平板电脑

平板电脑作为新兴的消费电子产品，在 2010 年苹果公司推出 iPad 后掀起销售热潮。平板电脑的应用场景主要是影视娱乐，随着移动互联网的普及，零售、医疗、餐饮等领域也发展迅速。**2011—2021 年**全球平板电脑出货量分别为 0.72 亿台、1.44 亿台、2.20 亿台、2.30 亿台、2.07 亿台、1.75 亿台、1.64 亿台、1.46 亿台、1.44 亿台、**1.64 亿台和 1.69 亿台。**



经历了 2013 年、2014 年的出货量高峰，受大屏手机冲击、产品生命周期长、可替代产品增多等因素影响，2015 年以来全球平板电脑出货量有所下滑；但是，预计未来在一些新的领域，如智能交通、快速物流、农业、图书馆、商超连锁、政府部门等，平板电脑仍存在快速增长的机遇。

在平板电脑市场，苹果公司的 iPad 占据主导地位。根据 IDC 数据，2021 年 iPad 发货量为 5,780 万台，占据全球市场 34.2% 的份额，排名第一位。苹果公司在平板电脑市场的强势地位，奠定了其供应链上相关企业的兴旺基础，包括功能性器件企业在内都呈现稳步扩张的态势。

③笔记本/台式电脑

A. 产品迭代周期缩短，笔记本/台式电脑潜在换机需求较大

根据 IDC 数据，全球笔记本/台式电脑出货量 2011 年达到顶峰，为 3.64 亿台，受智能手机、平板电脑等可替代消费电子产品的冲击，笔记本/台式电脑所承载娱乐休闲功能逐渐被分流，2012—2016 年出货量整体下滑；但是，自 2016 年以来，笔记本/台式电脑出货量出现了企稳回升的态势。



为了适应消费者的个性化需求，各大电脑品牌除了推出常规品牌之外，还在各系列产品中提供定制化服务，产品系列越来越多，市场细分越来越明确，从过去的商用、家用电脑，到现在以用户的消费需求为导向，各类电脑配置或设计层出不穷。在加速创新的同时，也导致产品迭代周期进一步缩短，潜在换机需求较大。根据 IDC 数据，2021 年全球笔记本/台式电脑出货量 3.49 亿台，庞大的出货量为相应的功能性器件市场需求提供了坚实基础。

B. 在线教育、在线办公需求拉动笔记本/台式电脑出货量提升

受新冠疫情影响，远程办公及线上教育进一步带动全球笔记本电脑/台式电脑需求。根据 IDC 数据，2021 年全球笔记本/台式电脑出货量达 3.49 亿台，同比增长 14.8%，创 10 年新高。供应链的修复、疫情期间消费者居家工作需求激增、来自公共部门的需求增加则是重要的驱动力。新冠疫情长期化带来在线办公、在线教育等新的笔记本/台式电脑需求，正逐步成为功能性器件市场增长的重要支撑点。

④可穿戴电子设备等

可穿戴电子设备等是综合运用各类识别、传感技术、云服务等交互及存储技术实现用户交互、生活娱乐、人体监测等功能的终端电子产品。可穿戴设备电子设备属于便携式设备，主要包括 TWS、智能手表、AR/VR 等产品，广泛应

用于健康管理、运动测量、社交互动、休闲游戏、影音娱乐等诸多领域。近年来，随着居民收入水平提高，人们对于电子产品便携化、智能化和功能集成化需求越来越高，可穿戴电子设备等进入高速发展时期。根据 IDC 数据，2014—2019 年全球可穿戴电子设备等出货量高速增长，从 2014 年的 0.29 亿台增至 2019 年的 3.36 亿台，年均复合增长率 63.39%；IDC 预计，到 2024 年全球可穿戴电子设备等出货量将达到 5.27 亿台。



A. VR/AR 头显设备在 5G 推动下进入快速增长拐点

5G 具备大带宽、高可靠、低时延和海量连接的特性，可有效解决 VR 终端互联及较高时延产生的用户眩晕感。随 5G 商用进程加快，VR/AR 场景应用将更加丰富，技术进程将由目前的部分沉浸向深度沉浸和完全沉浸发展，市场将迎来快速增长的拐点。根据 IDC 预测，2020 年 AR/VR 头显设备年出货量达 710 万台，同比增长 23.6%，到 2024 年 AR/VR 头显设备年出货量将增长至 7,670 万台，年均复合增长率 81.5%。目前全球多家科技巨头如三星、华为、小米、Facebook 等均已推出 AR/VR 头显设备。受益于 AR/VR 市场发展，包括功能性器件在内的上游市场细分领域增量显著，相关产业链迎来重大发展机遇。

B. 行业渗透率较低，TWS 发展空间巨大

从传统有线耳机到无线耳机再到真无线耳机，耳机无线化发展趋势明显；

通过内置 SoC 芯片，耳机也正在逐步智能化。2016 年 9 月，苹果公司发布第一代 Air Pods，成为 TWS 智能耳机技术的引领者，随后 TWS 耳机开始风靡。2016—2019 年 TWS 耳机出货量分别为 918 万副、2,000 万副、4,600 万副、10,800 万副，每年销量都呈现翻番的趋势。根据 Counterpoint 以及 IDC 数据，2018 年智能手机出货量达 14.049 亿部，TWS 行业渗透率（TWS 耳机出货量/智能手机出货量）仅为 3.27%，截至 2019 年智能手机出货量达 13.71 亿部，TWS 耳机行业渗透率也快速增长至 9.41%，但目前行业整体渗透率仍较低，不到 10%，仍有较大的发展空间，未来随着 TWS 耳机各项性能的不断改善以及核心技术成熟后销售价格进一步降低等变化都将会促使渗透率增长，继续保持高速增长趋势。

作为 TWS 市场的主导者，苹果公司从 iPhone12 开始取消随机附送有线耳机，将进一步打开其 TWS 代表作 Air Pods 的增长空间。根据 Counterpoint 数据，2017—2019 年 Air Pods 出货量分别为 1,400 万副、3,500 万副、6,000 万副，年均复合增长率高达 107.02%。**根据市场研究机构天风国际证券集团有限公司的预测，2022 年 Air Pods 出货量约 9,000 万副。**

C. 借助差异化定位，智能手表开启新的重要增长点

由于智能手表紧贴人体皮肤，可以借助手表上的传感器监测心率、心电、血压、血氧等指标，健康主题成为智能手表最主要的产品定位，有效解决了早期智能手表与智能手机相似的问题；此外，智能手表还可以监测用户的运动量，如跑步、游泳、登山等活动，并通过算法分析，帮助用户科学运动。伴随人口老龄化程度的加深以及慢性病人数量增多，健康管理方式的转变推动了可穿戴电子设备等细分领域的发展，未来智能手表将聚焦运动与健康的独立终端方向发展。**根据 IDC 数据，2021 年全球可穿戴电子设备出货量 5.34 亿件。**随着新款智能手表等产品的推出，叠加疫情缓解、消费电子旺季等因素，智能手表销量将继续高速增长。

自 2014 年 9 月苹果公司首次公布 Apple Watch 以来，借助其 iPhone 产品带来的用户粘性，Apple Watch 获得了远超其他同类产品的市场地位。根据 Strategy Analytics 数据，2015 年 Apple Watch 出货量约 1,360 万部，2019 年出货量为 3,070 万部，年均复合增长率达 22.57%；在 Apple Watch SE 和 Apple Watch

6 的带动下，预计 2019—2022 年的年均复合增长率将接近 30%，2020—2022 年 Apple Watch 出货量约为 4,100 万部、5,400 万部、6,500 万部。

（2）汽车电子产品市场

汽车电子是由传感器、微处理器、执行器、电子元器件及其零部件组成的电控系统，其最重要的作用是提高汽车的安全性、舒适性、娱乐性。汽车电子可以分为车体汽车电子控制装置和车载汽车电子控制装置。车体汽车电子控制装置与车上机电系统配合使用，包括发动机、底盘以及车身电子控制系统；车载汽车电子装置是在汽车环境下能够独立使用的电子装置，它和汽车本身的性能并无直接关系，包括安全舒适系统、信息娱乐与网联系统等。

随着消费者对于汽车舒适性和安全性要求的提高，汽车电子产品产值规模不断上升。2017 年全球汽车电子规模为 14,568 亿元，预计 2022 年将达到 21,399 亿元。中国汽车电子市场 2017 年规模为 5,214.91 亿元，2018 年市场规模增长至 5,584.50 亿元。随着新能源汽车市场保有量持续增加，未来汽车电子渗透率将进一步提高，预计到 2020 年中国汽车电子市场规模有望逼近 9,000 亿元，2022 年可达到 9,783 亿元，未来五年的年均复合增长率可以达到 10%。

①单车汽车电子需求上升

根据《2018 年中国汽车电子行业白皮书》，相比紧凑型车中汽车电子 15% 的成本占比，中高端车型达到 30%甚至 40%以上。2011 年 25 万元以上车型销售占比约 16.18%，2018 年实现占比 19.19%；中高端车型对汽车电子的需求量（28%）高于入门车型（15%），带动单车的电子元器件需求上升。

从单车汽车电子价值量来看，2007—2017 年，汽车电子成本占整车成本比例从约 20%上升至 40%左右。2018 年 1 月的《智能汽车创新发展战略》提出“实现有条件自动驾驶的智能汽车达到规模化生产，实现高度自动驾驶的智能汽车在特定环境下市场化应用。”未来汽车电动化、智能化将会得到进一步的发展，预计 2020 年达到 50%，预计到 2030 年汽车电子产品占整车成本的比例将达到 75%以上。

②新能源汽车占比提升

在全球节能和环保的压力下，推广新能源汽车已成为全球各国的普遍共

识。中国是全球新能源汽车的战略高地，已建立了较为完善的新能源汽车产业链。作为国内市场增长的爆发点，新能源汽车获得中央和地方政府的大力支持，各项相关基础设施建设不断完善，产销增速持续攀升。根据中汽协数据，2011—2019年，中国新能源汽车销量由0.8万辆增至120.6万辆，年均复合增长率为87.19%，新能源汽车产销量保持较高水平。《新能源汽车产业发展规划（2021—2035年）》提出，到2025年中国新能源汽车产量销量将达到当年汽车总销量的25%，到2030年将提高至40%。由此预计，2018—2025年，新能源汽车销量的年均复合增长率可达30.0%。

汽车电子处于新能源汽车产业链的核心环节，是未来新能源汽车的发展核心。汽车电子未来将大规模运用于新能源汽车，新能源汽车功能逐渐完善过程也是汽车电子的使用量呈现大幅增加的过程。作为技术创新的载体，汽车电子承载着技术发展的使命。汽车电子作为新能源未来的发展核心，蕴含着巨大的发展契机。根据相关数据统计，混动汽车电子化率接近50%，纯电动车电子化率接近70%。可以预见，未来中国新能源汽车将保持快速增长态势，对功能性器件的需求也将随之快速增长。目前，发行人应用于该领域的产品主要为新能源汽车电池、车载显示屏等所需的特殊泡棉、密封器件、缓冲器件、散热器等，随着新能源汽车行业的快速发展，发行人将不断丰富应用于新能源汽车领域的产品系列。

③智能网联汽车崛起带动电子元器件需求上升

电动汽车作为汽车智能化的最佳载体，在汽车电动化的大趋势之下促进了汽车智能化。在汽车智能化的过程中，也是汽车电子不断创新和升级的过程。汽车智能化进程中，摄像头、雷达、传感器、辅助驾驶系统、车载导航、车载电脑等将不断被运用，汽车电子产品需求量大幅增加。《新能源汽车产业发展规划（2021—2035年）》提出，到2025年中国有条件自动驾驶智能网联汽车销量占比30%，到2030年将提高至70%。

3. 行业未来发展方向

基于前述终端应用市场的分析，电子产品精密功能性器件行业的发展趋势总结如下：

（1）下游行业需求持续旺盛

功能性器件直接影响终端电子产品的性能、质量，是终端电子产品不可或缺的组成部分，其需求与下游行业发展状况密切相关。近年来，随着 5G、物联网、云计算、大数据、人工智能等新一代信息技术的广泛应用，以及居民收入水平不断提高，智能手机、平板电脑、笔记本电脑等终端电子产品已成为消费电子产品的的主力，可穿戴电子设备等的出现则标志着消费电子产品进一步迈向智能化，推动了市场需求。虽然目前智能手机、平板电脑、笔记本电脑等传统消费电子产品已进入成熟期，但是，消费电子产品更新迭代、技术革新速度较快，对功能性器件仍存在巨大的市场需求。

更重要的是，未来几年有望迎来 5G 手机换机热潮，将推动各种终端电子产品的发展，比如 AR/VR 头显设备、智能手表等；另一方面，5G 终端设备的不同特性也为功能性器件生产厂商带来了新的需求，如 5G 设备的电子元器件更多、功率更大、通讯频率更高，带来了发热大、电子元器件之间电磁干扰高的问题，因而需要相应嵌入具有发热管理、抗电磁干扰和屏蔽功能的模组、材料等，保障 5G 设备的正常运行。因此，5G 也给产业链上相关生产厂商带来了新的业务增长点。

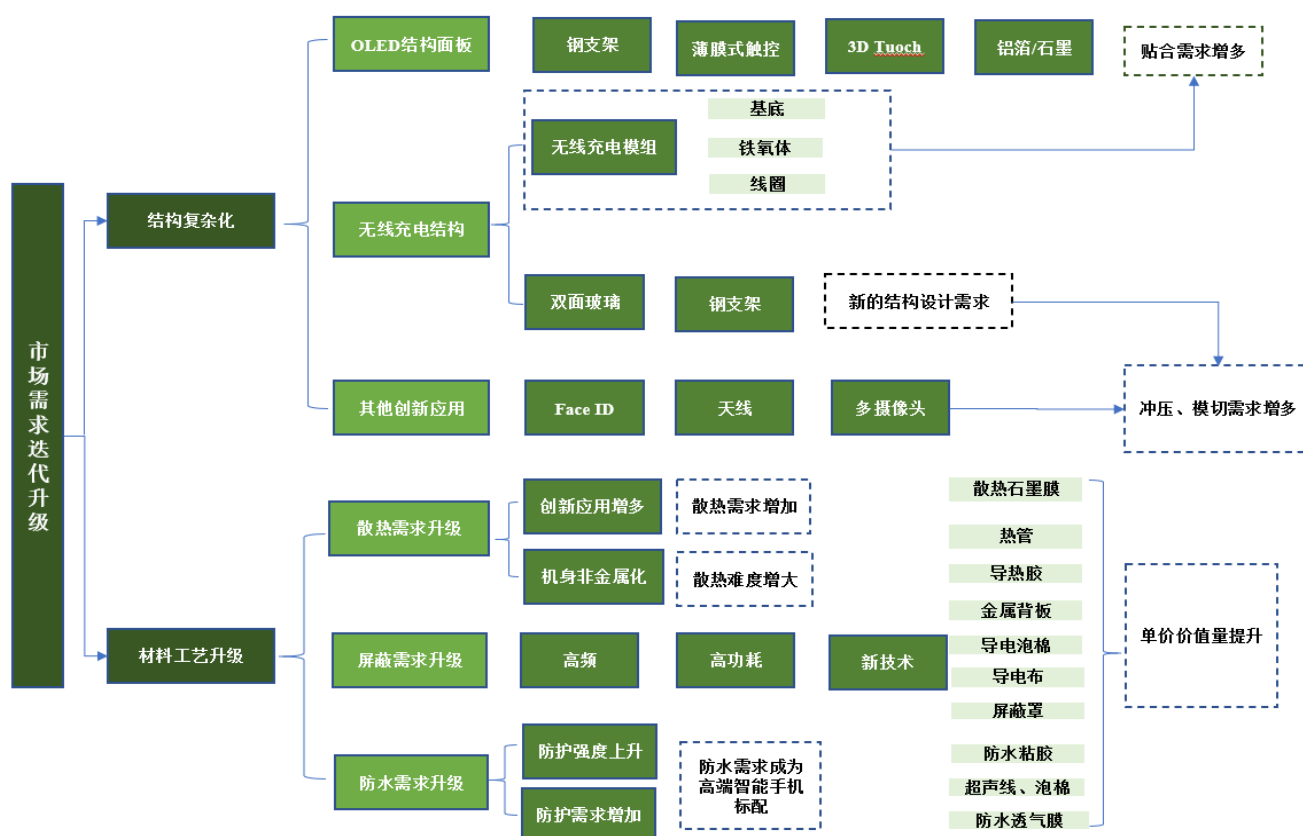
（2）市场迭代需求不断升级

受到产品设计、新功能导入、元器件变更、行业需求变化以及工艺变换等多种因素影响，终端电子产品需要更多的新型材料和功能性器件辅助，不仅直接刺激了功能性器件需求量的增长，而且新型材料的应用带动了新型号、新规格的功能性器件市场价格明显提升。

消费电子产品日益轻薄化，内部结构日益复杂化，直接导致了精密功能性器件需求的增多。例如，智能手机内部空间的狭小导致了电磁屏蔽件和绝缘件的增多，电池容量的增大以及芯片的高功耗导致了散热件的增多，为了达到防水防尘的目的而导致防尘防水件的增多，为了紧固元器件同时缩小体积开始减少使用螺丝导致单双面胶的增多。OLED 屏、无线充电、Touch ID、多摄像头等层出不穷的新兴功能更是进一步推动了消费电子产品内部结构的复杂化，而复杂的结构则带动了功能性器件需求。以 iPhone 为例：2017 年，iPhone X 采用 OLED 屏，随之带来光学胶、模切件等产品的需求同步提升；2019 年，iPhone11 Pro 开始采用后置三摄，摄像头颗数的增多带动了金属支架、摄像头底

座、不锈钢小件等功能性器件需求；2020年，iPhone 12 新增了 5G 功能，5G 通信的频率更高、功耗更大、内部元器件更多，由此带来手机发热大、电磁干扰高的问题，因此带动散热、电磁屏蔽件等功能性器件需求的增长。

同时，随着消费电子产品内部集成度提高，对精密功能性器件的可靠性、精密度、耐疲劳性等需求不断提高，需要改进精密功能性器件的材料、设计和工艺，带动其单件价值量的不断提升。以智能手机中框为例，随着大屏化、轻薄化方向发展，普通铝合金由于强度较低，无法达到性能要求，金属材料开始向更高强度的铝合金、不锈钢甚至钛合金等材料升级，显著提高了金属中框这类功能性器件的工艺要求和价值含量，终端品牌商趋向于定制化设计所需的精密功能性器件，本行业内企业需要更深层次参与终端电子产品的设计，技术要求远远超出普通加工厂的能力。除了精密化之外，散热需求升级、屏蔽需求升级、防水升级等都给精密功能性器件市场带来持续提高单件价值量的新契机。



(3) 一体化制造服务需求不断深化

随着市场竞争的不断加剧，某些行业地位突出的企业为了进一步提升企业

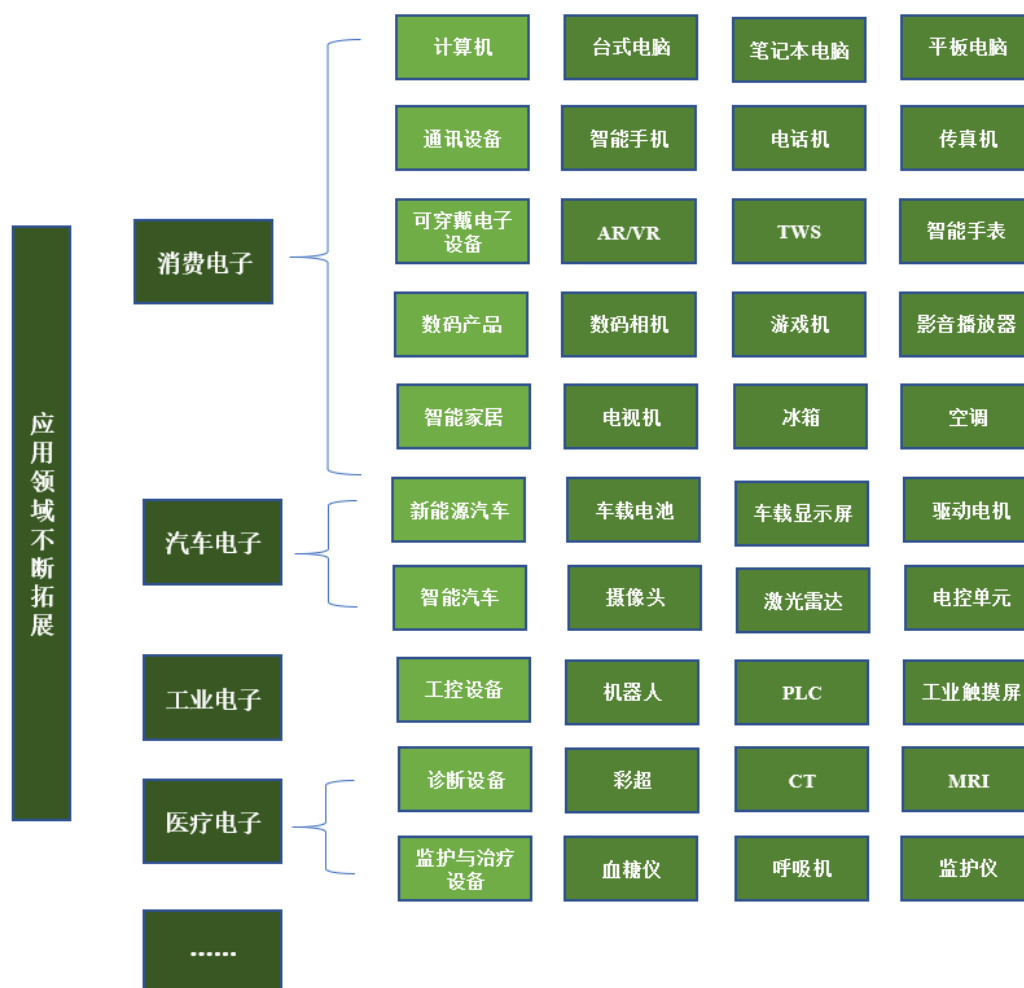
竞争能力，往往趋向于从事其核心业务，如品牌管理、产品设计和营销网络建设等，而将自身非核心业务外包给专业制造商或服务商。核心企业通过与这些专业制造商或服务商结成稳定的供应链关系，获得良好的协同效应。

目前，功能性器件行业主要以生产型企业为主，产业形态受到越来越多的资源、环境等要素的制约。随着中国人口红利逐渐消退、大客户持续降低供应链成本，单纯生产制造的利润空间将越来越小。未来，功能性器件生产厂商不仅需要提供合乎规格的产品，而且需要根据客户要求提供新品设计、开发和成本控制方案。专业制造服务商需要着眼产品全生命周期，根据客户要求形成满足不同需求的整体解决方案，提供包括新产品研发、产品制造、检测、售后支持等一系列配套服务，为不同客户提供差异化的产品。功能性器件生产商从单纯生产制造向专业制造服务转变，是行业长期发展和演变的必然结果，也将推动行业向高端化、高附加值化方向发展。

（4）行业应用领域不断拓展，新能源汽车、智能家居等领域正在成为新的市场增长点

目前，精密功能性器件的成熟应用领域主要是智能手机、平板电脑、笔记本/台式电脑以及 AR/VR、智能手表等可穿戴电子设备等。

随着电子设备的运行速度越来越快、容量越来越大、能耗越来越低、体积越来越小、成本越来越低，使用的精密电子零部件也会越来越多，随着相关制造产业的能力提升，精密电子零部件将被应用在更多的新行业中，如航空航天、智能装备、轨道交通、医疗设备、工业装备等。特别是新能源汽车将成为继智能手机、平板电脑之后的新一代终端电子产品应用的代表，而且，新能源汽车的电池、车身、显示屏等应用产品附加值更高、产业链协同效应更加显著、市场空间更加广阔、战略意义更加凸显。未来，新能源汽车产销量的快速扩张，将大幅度提升功能性器件等组成部件的市场需求，带动新能源汽车零组件供应企业的持续发展。



(5) 产业集群化发展趋势进一步加强

以珠三角、长三角为主要代表的国内电子产业集群，在中美贸易战及全球新冠疫情背景下显示了强大的竞争优势。

目前，《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》明确把培育世界级先进制造业集群作为“抓手”，引导产业资源集聚和各地区产业特色化、高端化发展，促进中国电子信息产业迈向全球价值链中高端。同时，鼓励有条件的企业把优势产业环节留在国内的同时，积极融入产业国际区域分工，加强国内国际投资双循环，提升整个产业的国际竞争力。在国家及地方产业政策的引导下，产业集群效应会更加明显，区域集中度会进一步提高，产业的整体竞争力也会进一步提升。

4. 发行人的行业地位

从竞争格局来看，行业内企业数量众多，行业集中度不高，市场竞争较为

激烈。但是，行业内竞争大致可分为三个层次：第一梯队的企业，数量不多，一般是具有较强的研发能力和较大经营规模企业，能够与终端品牌商同步进行产品开发，并在质量、产能、供应链管理方面跨越终端品牌商认证门槛，例如领益智造、安洁科技、智动力、飞荣达、达瑞电子、博硕科技等；第二梯队的企业，数量相对较多，具有一定的经营规模，但一般缺乏独立的产品开发能力，主要为一般消费电子产品、家电产品等配套外观件为主；第三梯队的企业，数量众多，一般规模较小，工艺水平较低，主要通过低价竞争。第二、三梯队的企业一般很难进入国际知名终端品牌商的供应链体系，无法直接与第一梯队的企业竞争。

发行人在工艺技术水平、产品交货速度、产品质量稳定性等方面已得到了客户的充分认可，在市场中形成较高的知名度。发行人的直接客户主要为终端电子产品上游的制造服务商、组件生产商，包括富士康、鹏鼎控股、京东方、台达电、瑞声科技、欧菲光、立讯精密等，产品最终应用于苹果、华为、小米、OPPO、VIVO、三星等终端电子品牌。发行人在行业内处于第一梯队。

随着终端品牌市场集中度的不断提升，为降低供应链管理成本和提高生产效率，终端品牌商、整机制造服务商、组件生产商都在不断加强对供应链的整合和提高生产的自动化水平，从而促使精密功能器件企业也逐步集中化。第一梯队的精密功能性器件企业，由于深入终端电子产品的功能设计，积累了领先的方案设计能力，凭借快速配合能力和成本优势，增强客户粘性，正逐步走向“一站式服务”，以适应终端品牌缩短供应链长度的需求。

电子产品具有技术创新强、更新换代快的特点，发行人注重研发及生产管理，能够前期参与客户研发配套，凭借良好的研发实力及经验，将研发成果快速产品化，满足客户配套需求；同时，发行人致力于生产管理体系的信息化、数字化改造，不断提升生产效率以及产品品质，满足客户多品种、小批量、高品质、快速交付的供货需求，从而在行业占据了有利竞争地位。发行人坚持走自主创新的发展道路，在培养具有持续创新能力的核心技术研发团队的同时，保持较高的技术研发投入，密切跟踪行业技术发展趋势，不断加强技术的积累与创新，完成系列自主知识产权产品的研制，不断提升技术研发实力。经过多年的研发积累和行业应用实践，发行人已拥有独特的技术研发优势，具备较为

成熟的产品生产技术和设备研发能力。

随着电子产品向智能化、轻薄化、便携化等方向发展，下游行业对电子产品精密功能性器件的品质、技术要求越来越高，具有突出技术优势和市场竞争力的企业在行业发展中越来越处于有利地位，将占有越来越多的市场份额。这种行业趋势有利于发行人发挥技术研发、生产管理、及时服务等优势，进一步提升行业地位。

5. 发行人拥有核心技术，且相关技术具有行业先进性

电子产品精密功能性器件的生产具有大批量、单位面积小等特点，同时随着智能手机技术逐渐成熟、向轻薄化发展，功能性器件也逐步转向复杂多层次结构，客户对功能性器件产品的精度、良率以及供应商快速响应能力要求越来越高。为了满足批量生产中的及时性、高精度要求，发行人在功能性器件生产领域形成了多项自主研发的核心技术成果，帮助提升产品良率，提高生产效率，能够快速响应客户需求，形成了一系列具有竞争优势的产品，具体技术包括：

序号	技术名称	技术来源	技术先进性及具体表征
1	新型圆刀排废装置	自主研发	使用圆刀时利用点对点套位工艺实现独立胶体废料排除，可以节省排废辅料，降低生产成本，减少排废膜对产品本身的污染，提升产品良率 8% 左右，降低加工成本 15% 左右。
2	双面胶冲切工艺	自主研发	采用不同套孔冲切产品结构，减少累计公差，控制产品内框和外框尺寸公差，可独立调节外框或内框尺寸，调模难度降低，节省调模时间；与同行业对比，突破以往工艺无法达到图面尺寸管控的局限，提升产品精度，整体工艺提升良率高于行业 15% 左右。
3	可重复利用材料的圆刀装置	自主研发	提升圆刀装置材料的利用率，可降低产品成本 40% 左右。
4	无基材胶的无刀痕工艺	自主研发	利用贴合换背方式将无基材双面胶转移到轻离型膜上，利用小孔套位或者圆压圆工艺使产品达到 COVER 无刀痕，良率和效率均高于同行业水平。
5	多功能异步模切技术	自主研发	针对高价值材料（片材、吸波材、石墨、导电胶、贵金属等）使用 CCD 光感追标，配合异步操作系统和设计方案，主材料利用率达到 80% 以上；相比同行业，良率提升 8%，成本降低 20% 左右。
6	大规格产品拼接技术	自主研发	针对规格较大且工艺复杂的产品，利用材料小孔套位将其拆解后拼接，减低套位偏差概率，产品良率控制在 90% 以上，成本大幅降低。
7	卫星式圆刀	自主研发	在卫星式圆刀设备安装下切刀，有效解决小孔难排、产品

序号	技术名称	技术来源	技术先进性及具体表征
	设备下切工艺		表面压印等问题，产品公差控制在 0.1MM 以内，CPK 达到 1.33，工艺稳定，便于调机，误差管控高于同行业水平。
8	可半断的活动分切治具	自主研发	改进刀具，加装至平刀模切设备，依靠弹簧或螺母控制刀具深度，可自由调节切层深度，有效简化产品工艺，加工成本降低 10%左右，提升效率及良率。
9	热固导电胶强钢片贴合技术	自主研发	将热固导电胶和不锈钢补强钢片在高温高压的状态下压合在一起；通过环境温度控制、热压机压强控制和热压机模具的温度控制，不锈钢补强钢片可以达到 0.13~0.15mm 的厚度；相比传统 FPC 先贴胶再贴钢片效率更高，产品品质稳定性更好，成本大幅降低，整体成本下降 50%以上。
10	冲压共用模架装置	自主研发	针对同类产品采用通用型精密冲压模架，降低样品交货时间：普通钢片样品交期可压缩 2 天，屏蔽罩及 3D 类样品交期可压缩 6 天；相对传统方式，交期提前 50%以上，工艺成本降低 50%以上。
11	冲贴一体化技术（PNL）	自主研发	以往 PNL 类产品需要冲压成卷料，然后贴片机转贴到 PNL 膜上。该技术可实现冲贴一体化，直接在精密冲压五金模具内完成冲切钢片再自动贴合到 PNL 膜上，一套模具内完成多项工艺，大大降低成本，品质稳定性明显提高，良率可达到 99%以上。
12	十字冲压技术	自主研发	冲压料带与包材载带在模具内呈现十字排版，实现冲压落料后产品直接冲到载带内实际自动包装，相比传统方式产能提高 2 倍以上，产品品质明显提升，人工耗费减少 60%以上。
13	全自动片料品检设备	自主研发	该设备主要针对平板电脑类片料产品检验，可以将模切好的半成品直接自动上机品检、不良剔除、良品收纳等，完全取代传统的人工品检，品检效率达到 6,000pcs/小时，检验准确率能达到 99.97%，高于同行业自动化水平。
14	金属与非金属复合加工技术	自主研发	以金属材料为主体通过冲压/模切工艺将非金属材料（热熔胶、PI、石墨等）贴合成一体，满足客户的模组配件需求。相对传统的不同材质功能性器件分别加工、逐层贴合，产品品质更加稳定，良率大幅提升，成本降低 30%以上。

6. 发行人的在研项目储备丰富，足以支撑产品持续创新、技术不断迭代的需求

序号	项目名称	所处阶段及进展情况	相应人员	拟投入经费（万元）	拟达到目标	与行业技术水平比较
1	防金属箔片压印雕刻工艺方案的研究	研发阶段	郑志昌、郑嘉诚	135.00	1. 减少金属薄片后期整平工序，提高加工效率，保证加工质量； 2. 实现一次冲型后可复位等待下	与现有技术相比，可以提升产品品质和效率，产品良率提升约 5%，效率提升约 8%，可提前完成产品在客户端的测试。

序号	项目名称	所处阶段及进展情况	相应人员	拟投入经费（万元）	拟达到目标	与行业技术水平比较
					次冲切，提高冲切效率。	
2	高效平刀模切自动排废工艺的研发	试样阶段	郝鲁冲、唐平	130.00	1. 实现定位排废作业； 2. 提高排废效率。	与现有技术相比，可实现联机排废，且排废更加顺畅，有效提升生产效率和产品良率，产品良率提升约8%，效率提升约12%。
3	铝片冲贴一体化工艺的研发	试样阶段	程新鹏、刘德余	125.00	铝片冲贴一体化作业。	与现有技术相比，本项目可简化加工步骤，实现铝片冲贴一体，有效降低人工成本，减少后期单个铝片贴胶工序，提高铝片的生产效率以及贴胶稳定性。
4	采用啮合同步排料的圆刀模具的研发	研发阶段	郝鲁冲、张必亮	150.00	1. 将勾齿与圆刀固定连接，简化结构，降低制作成本； 2. 优化排废效果和效率。	与现有技术相比，本项目通过把勾齿与圆刀采用焊接的固定方式连接实现机器自动排废效果，同时减少模具费用、加工辅料成本，降低产品成本5%左右，提升加工效率约8%。
5	一体化快速成型冲压打样技术的研发	研发阶段	毛健、聂敦普	130.00	1. 针对同类型的屏蔽罩产品，避免额外开发多种尺寸的模具，节省模具开发成本； 2. 实现连续冲压及复位，提高打样效率。	与现有技术相比，本项目简化了打样模具的更换流程，无需额外开发多种尺寸的冲压模，节省模具开发成本，提高样品打样效率。
6	全自动冲压镗雕清洗检查包装工艺的研发	研发阶段	毛健、王国东	125.00	1. 按工艺顺序将相关设备固定在机架上，同时进行冲压、镗雕、清洗、裁切、检测、装盘等工序，提高生产效率； 2. 通过在各个工序之间设置轨	与现有技术相比，本项目主要使用多层次高截面低电阻金属箔，改变传统生产方式，减轻对材料的依赖性，降低生产成本。

序号	项目名称	所处阶段及进展情况	相应人员	拟投入经费(万元)	拟达到目标	与行业技术水平比较
					道、机械手，实现了自动化生产。	
7	采用切刀面设计的金属模具的研发	研发阶段	郑志昌、鲍仁泽	90.00	1. 在冲子上增加刀锋，实现模切冲压作业时切口材料形变小且容易切断，提高生产效率； 2. 采用刀锋装置，减少背胶产品的溢胶以及毛丝披锋，提高产品良率。	与现有技术相比产品本项目通过对五金冲头端口进行刀锋处理，使得产品在冲切时候可以达到刀模裁切效果，避免毛刺出现，优化冲切效果，提升产品外观良率以及生产效率。
8	高精度自动贴片技术的研发	初步方案阶段	唐俊杰、杜勋	150.00	1. 实现限位块在调整槽内的位置可调整，适应不同宽度材料的使用； 2. 实现自动贴料和收卷，便于连线生产。	与现有技术相比，本项目可实现对片料的精确的自动上料、贴料和收卷，减少人工作业，缩短生产周期，降低生产成本，便于连线生产。
9	高精度可转移式模切定位装置的研发	研发阶段	仰桥峰、林玉	55.00	通过调节滚轴上调节器Y轴方向，从而控制模切的材料规格	与现有技术相比，本项目可实现生产设备自由调节，灵活度较高，尺寸更精准，有效提高材料利用率，提高生产效率，有效降低材料以及人工成本。
10	立式带转帖的平压平模切机的研发	项目初始阶段	柯昌双、宋灿波	128.00	1. 实现胶辊、转贴带之间呈环形结构往复运动，简化结构，降低加工成本； 2. 通过转贴带将原料带上的产品粘贴在转贴带上后移送至出货料带上贴合，减少人工转贴作业，提高转贴效率。	与现有技术相比，本项目以现有转贴模切工艺工作原理为基础，实现模切产品转贴至出货料带上，提升效率约8%，大幅提升产品精度，减少人力成本。
11	圆刀模切排废装置的	立项阶段	刘志红、李志方、李二猛、周汉慧	50.00	实现圆切机刀锋内废料自动清除。	与现有技术相比，本项目可以实现模切时将产品与废料分开，

序号	项目名称	所处阶段及进展情况	相应人员	拟投入经费(万元)	拟达到目标	与行业技术水平比较
	研发					减少胶丝产生，防止双面胶回粘，保证生产质量，提高生产效率，达到行业先进水平。
12	薄片高良品率拉料技术的研发	立项阶段	张银泉、阳锡民	175.00	设计模内送料装置。	与现有技术相比，传统送料装置送料容易出现材料变形、卡料、错位等现象，使模具及零件压伤、损坏，从而导致产品外观不良；本项目可设计了一种模内送料装置，避免送料过程中的材料变形、卡料、错位等现象，有效降低可生产成本，提高产品良率和生产效率，达到行业先进水平。
13	耳机网纱热熔分切贴合技术的研发	立项阶段	张银泉、郭红星、阎攀	180.00	通过可调节式温控板，精准实现对网料的熔断，配合双向独立PLC控制拉料张力，到达网料切型后边缘无烧结点、无网料开孔率，无异变。	与现有技术相比，本项目可有效解决分切网料产生的边缘蛇形、开孔率变异、边缘烧结点、边缘毛丝等品质异常，提升产品品质，降低生产成本，达到行业领先水平。
14	PSA保护膜高精度对贴工艺的研发	立项阶段	张银泉、郭红星、阎攀	100.00	实现模内一站式精准拉料、模切、贴合。	与现有技术相比，本项目可以将多次模切与半成品贴合，一站式完成模切和精准对贴，减少生产工序，降低制程成本，提高生产效率，达到行业先进水平。
15	带铝箔泡棉精准自动贴合关键技术的研发	立项阶段	阳锡民、郭红星	150.00	改善冲床贴合，提高产品与PSA贴合稳定性、良率、效率，节约成本。	与现有技术相比，传统贴合机贴合过程中产品易发生偏位、翻料，良率低且送料CT长效率低；本项目采用冲床贴合，通过上模冲头接触到料片，避免了贴合机贴合过

序号	项目名称	所处阶段及进展情况	相应人员	拟投入经费（万元）	拟达到目标	与行业技术水平比较
						程中产品常见的偏位、翻料等情况，提高产品良率和生产效率，降低了生产成本，达到行业先进水平。
16	新型防错位拉料设备的研发	小批量生产验证阶段	陈大财、袁望成	60.00	实现高精度拉料效果，拉料精度控制在 0.05mm 以内。	与现有技术相比，项目可实现电子元件及机械原理相结合，确保了拉料高精度及时间匹配，达到行业先进水平。
17	冲压件侧面扣角工艺的研发	立项阶段	阳锡民、郭红星	105.00	通过改进产品工艺，替代传统套位冲切工艺，达到节省人力设备，提升产能的效果。	与现有技术相比，现有工艺加工效率约 2 分钟 1PCS，采用此工艺生产大概 3~4 秒 /1PCS，大大提升产能，节省人力设备。
18	小孔废料排废关键工艺的研发	立项阶段	张银泉、王鹏	95.00	改进模具，实现产品在模切过程中快速排废	与现有技术相比，本项目可以有效简化模具设计，优化排废方式，降低材料及模具费用，提升生产效率。
19	多孔产品的排废治具的研发	立项阶段	李二猛、李志方、周淑慧	47.00	解决现有多孔排废，模具投入成本高或清洁不到位，实现膜产品上切时小孔废料自动清除。	与现有技术相比，本项目可以实现模切作业时产品废料吸入吸尘器，优化排废效果，提高生产效率，达到行业先进水平。

7. 发行人的研发支出占比符合自身发展阶段以及细分业务领域的需求，能够满足持续发展创新的需要

报告期发行人研发费用构成及其占比如下表：

项目	研发支出金额（万元）			
	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
职工薪酬	887.72	1,310.91	877.91	721.14
材料消耗	413.62	1,030.65	399.10	233.97
模具费	83.00	133.79	93.24	38.89
折旧与摊销	14.50	20.50	8.70	7.40

其他	11.92	4.48	8.57	13.01
研发支出合计	1,410.76	2,500.33	1,387.52	1,014.42
营业收入	26,222.18	55,693.46	40,369.04	29,668.84
研发支出占比	5.38%	4.49%	3.44%	3.42%

发行人的研发费用率与同行业可比公司对比情况如下：

公司简称	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
飞荣达	7.45%	6.59%	6.83%	4.90%
恒铭达	5.32%	4.88%	5.86%	5.15%
智动力	4.70%	5.32%	4.95%	4.95%
安洁科技	7.55%	7.45%	7.81%	6.85%
领益智造	6.84%	5.60%	6.21%	4.77%
博硕科技	6.15%	5.98%	6.52%	5.91%
鸿富瀚	6.63%	5.83%	5.91%	6.18%
达瑞电子	6.94%	7.43%	6.02%	5.15%
均值	6.45%	6.14%	6.26%	5.48%
发行人	5.38%	4.49%	3.44%	3.42%

注：数据来源于各公司年度报告、招股说明书等公开资料。

报告期内，发行人研发费用占营业收入的比例分别为 3.42%、3.44%、4.49%、5.38%，低于同行业的平均水平，主要原因：

①发行人产品主要应用场景所需的研发活动相对不活跃

与同行业相比，平板电脑是发行人产品的最大应用场景。以 2020 年度为例，发行人产品应用于平板电脑、智能手机、笔记本/台式电脑、可穿戴电子设备等以及汽车电子的收入占比分别为 49.01%、41.27%、6.84%、2.43%、0.45%。发行人及同行业可比公司的产品应用场景收入占比情况如下：

公司简称	披露的业务名称	应用场景收入占比
鸿富瀚	消费电子功能性器件	2020 年度，应用于智能手机、平板电脑、电脑类、智能设备及其他收入占比分别为 51.48%、32.58%、9.7%、6.25%。
博硕科技	电子产品功能性器件	2020 年 1-6 月，应用于智能手机、汽车电子、智能穿戴及其他的收入占比分别为 76.59%、15.25%、8.16%。
达瑞电子	消费电子功能性器件	2020 年 1-6 月，应用于手机类、电脑类、其他类的收入占比分别为 70.22%、15.92%、13.86%。
发行人	电子产品精密功能性器件	2020 年度，应用于平板电脑、智能手机、笔记本/台式电脑、可穿戴电子设备等以及汽车电子的收入占比分别为

		49.01%、41.27%、6.84%、2.43%、0.45%。
--	--	----------------------------------

注 1：达瑞电子、博硕科技 2020 年度报告未披露具体应用场景分类；达瑞电子的其他类是指可穿戴电子产品、光伏电源等领域，电脑类包括平板电脑、笔记本电脑。

注 2：同行业的飞荣达、智动力、安洁科技、领益智造未披露其具体应用场景的收入分类；同行业的恒铭达所披露的收入按照应用场景分类不仅包括功能性器件，还包括防护产品、外盒保护膜，导致可比性较差，因此，此处未列示。

相比智能手机，平板电脑应用类产品所需研发投入一般更少，主要原因：

A. 平板电脑的终端品牌集中度较高

平板电脑的终端品牌主要是苹果、三星等。报告期内，发行人应用于苹果品牌的平板电脑的产品收入占全部平板电脑应用类产品收入的比例分别为 99.33%、95.76%、**97.14%**、**95.67%**，集中度很高。

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额 (万元)	比例	金额 (万元)	比例	金额 (万元)	比例	金额 (万元)	比例
苹果	9,123.19	95.67%	24,907.58	97.14%	18,870.41	95.76%	14,799.09	99.33%
夏普	116.28	1.22%	313.52	1.22%	445.81	2.26%	-	-
三星	38.87	0.41%	110.72	0.43%	353.65	1.79%	80.87	0.54%
其他	257.34	2.70%	309.53	1.21%	35.95	0.18%	18.83	0.13%
合计	9,535.68	100.00%	25,641.35	100.00%	19,705.82	100.00%	14,898.79	100.00%

作为电子产品精密功能性器件供应商，其研发投入主要是针对终端电子产品的不同品牌、不同型号进行设计、开发，提供相应不同的功能性器件设计、测试等服务。终端电子产品的品牌越集中，产品型号就相对越少；而功能性器件供应商一般只需对新型号的终端电子产品进行设计、开发，终端电子产品型号越少，功能性器件供应商的研发活动的规模效益越明显。发行人主要为苹果品牌的平板电脑提供精密功能性器件，相同研发支出下所产生的销售收入更多，因此，发行人的研发费用率相对较低。

B. 平板电脑的生命周期较长

以苹果品牌为例，其平板电脑和智能手机的机型**报告期内的**更新迭代情况如下：

年份	平板电脑		智能手机	
	数量 (个)	机型	数量 (个)	机型
2021 年	3	iPad(第九代)、 iPadPro(第五代)、 iPadmini(第六代)	4	iPhone13、iPhone13Pro、 iPhone13ProMax、 iPhone13mini
2020 年	3	iPad(第8代)、iPadPro (第4代)、iPadAir(第4 代)	6	iPhoneSE2、iPhone12、 iPhone12Max、iPhone12Pro、 iPhone12ProMax、iPhone12mini
2019 年	3	iPad(第7代)、iPadAir (第3代)、iPadMini(第 5代)	3	iPhone11、iPhone11Pro、 iPhone11ProMax
合计	9	-	13	-

数据来源：IDC

除 iPad 系列一年一次更新换代之外，iPadPro、iPadAir、iPadMini 都是不定期更新换代，通常更新换代周期都在 1 年以上；而智能手机通常每年都会有一次更新换代，并发布不同系列的机型。与智能手机相比，平板电脑的更新换代频率相对较低，因此，平板电脑作为发行人产品的最大应用场景，发行人需要进行相应的设计、开发活动的频次也较少。

②发行人的业务类别以及产品应用场景比较集中

与同行业可比公司相比，发行人的产品应用场景相对集中，主要在平板电脑和智能手机领域；而同行业可比公司的产品应用场景相对宽泛，在智能手机、平板电脑、笔记本/台式电脑、可穿戴电子设备等、汽车电子、智能家居等领域均有一定规模的应用，还开拓了夹治具、自动化设备等不同的业务类别；不同类别的业务以及不同的产品应用场景均需要相应的研发支出，因此，其研发费用率相对较高。

综上所述，发行人研发费用率低于同行业平均水平并不代表发行人的产品研发水平低于同行业平均水平，发行人当前的研发费用水平符合自身业务实际情况。

(二) 发行人具备以“科技驱动、精益管理、智能制造”为核心的创新特征，符合创业板定位。

1. 发行人行业属性符合创业板定位

《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定》结合创业板

定位，以及现有上市公司以高新技术企业和战略性新兴产业公司为主的板块特征，设置了上市推荐行业负面清单，原则上不支持属于以下行业的企业申报创业板上市，包括：（一）农林牧渔业；（二）采矿业；（三）酒、饮料和精制茶制造业；（四）纺织业；（五）黑色金属冶炼和压延加工业；（六）电力、热力、燃气及水生产和供应业；（七）建筑业；（八）交通运输、仓储和邮政业；（九）住宿和餐饮业；（十）金融业；（十一）房地产业；（十二）居民服务、修理和其他服务业。

根据中国证监会颁布的《上市公司行业分类指引（2012 年修订）》，发行人所处行业为“计算机、通信和其他电子设备制造业”（分类代码：C39）；根据国家统计局发布的《国民经济行业分类 GB/T4754-2017》，公司所处行业为“计算机、通信和其他电子设备制造业”（分类代码：C39）。发行人所属行业不属于《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定》设置的行业负面清单，行业属性符合创业板定位。

2. 发行人创新特征与科技创新情况

发行人业务涉及精密电子模切、冲型加工、多层复合等多个工艺流程，综合了机械工程、结构工程、材料、自动化、信息化等跨学科知识，生产工艺复杂，技术壁垒较高，属于技术密集型行业；下游行业的技术发展也是日新月异，终端产品更新换代速度越来越快，个性化需求越来越强，新技术、新产品、新工艺迭代速度较快，客户对配套的功能性器件企业的设计研发能力、生产工艺水平、产品品质及快速供货能力等均具有较高的要求，由此，发行人形成了以“科技驱动、精益管理、智能制造”为核心的创新特征。

（1）科技驱动：以技术为动力推进产品创新

电子产品具有技术创新强、更新换代快的特点，发行人只有不断提高自身的技术创新能力，才能持续满足市场需求，确保自身的行业竞争优势及市场地位。发行人高度重视科技创新工作，不断完善创新机制、持续推进研发队伍建设并保持较高的研发投入。目前，发行人已取得包括专利权、专有技术在内的多种形式的科技创新成果。

发行人是高新技术企业，坚持走自主创新的发展道路，在培养具有持续创

新能力的技术研发团队的同时，保持较高的技术研发投入，密切跟踪行业技术发展趋势，不断加强技术的积累与创新，完成系列自主知识产权产品的研发，不断提升发行人的技术研发实力。发行人已培养了一支专业素质高、行业经验丰富且具有持续创新能力的技术研发团队，为技术研发提供了的良好智力支持，截至报告期末技术人员 115 名，占员工总数的 10.75%。报告期内，发行人研发费用支出分别为 1,014.42 万元、1,387.52 万元、2,500.33 万元、1,410.76 万元，占营业收入比例分别为 3.42%和 3.44%、4.49%、5.38%，研发支出规模逐年增长。

经过多年的研发积累和行业应用实践，发行人自主研发了一系列满足客户需求及行业发展趋势的核心技术工艺，具备较为成熟的产品生产技术和设备研发能力。发行人在消费电子功能性器件领域积累了丰富的技术创新成果，并已成功成熟地应用于生产经营中，为发行人实现高质量、高效率生产并为客户提供优质、高效的产品和服务提供了充分的技术保障。

（2）精益管理：以精细化为目标探索管理模式创新

产品开发完成后最核心的步骤就是生产。生产是一个价值增值的过程，在生产过程中投入要素的多少决定了产品的成本，而在整个生产过程中投入的要素种类非常多，需要细腻的管理，尤其是针对电子产品精密功能性器件这样精密度要求较高的行业。

发行人凭借先进的管理理念、高效的管理手段和完善的管理体系，不断探索精益化的管理模式，从而能够在面对市场变化时迅速作出反应。发行人的生产管理体系主要包括流程管理和现场管理两大部分。

在流程管理方面，发行人建立了严格的内部控制管理制度，对各项重要业务活动进行了规范，明确了主要业务管理制度和流程、审批权限、关键控制点及控制措施。在具体运营管理上，发行人采用精细化和标准化的采购管理、生产管理和销售管理流程，建立了贯穿供应商管理、采购开发、采购执行、产品研发、生产制程、成本管控、产品质量、售后服务等一系列完善的管理指标体系，在生产运营特别是在设计研发、生产管控、质量管理等生产环节全面推行标准化、模块化、数据化的业务流程管理，建立了科学有效的管理体制，提升

了精益管理的能力。

在生产现场管理方面，随着工业 4.0 时代消费者对个性化产品的追求，“多品种小批量”的生产方式逐步成为主流，传统流水线生产方式和工艺集中式生产方式已不能有效满足个性化需求，因此，发行人致力于管理模式创新，打破传统的流水线、工艺集中式生产模式，逐步向单元化生产方向发展，构建具有弹性的生产单元，灵活响应客户需求。发行人构建以“7S”为核心的现场管理模式，不断提高生产效率，改善原材料在库周转率，减少故障，保障品质，保证安全生产，降低生产成本，改善员工精神面貌，使组织具有活力，缩短作业周期，确保交货期。

发行人的核心管理团队稳定，利用深厚的行业积累、科学的管理方法、人性化的管理模式不断推进管理创新，在产品质量稳定性、订单响应速度、售后服务跟踪等方面都形成了突出的竞争优势，得到了下游客户的高度认可。

（3）智能制造：以效率为导向推动新旧产业融合

第一，发行人主营业务处于新旧产业融合的关键节点。电子产品精密功能性器件的生产制造主要涉及模切、冲压等传统制造工序，但是，发行人通过持续的研发投入，产品精密度、集成度以及轻薄属性持续提升，目前已普遍用于世界领先品牌的终端电子产品当中。《战略性新兴产业分类（2018 年版）》将发行人所从事的新型电子元器件及设备制造等新一代信息技术产业领域明确列为战略性新兴产业。

第二，发行人致力于全面提升信息化和数字化能力，奠定智能制造的运营基础。电子产品精密功能性器件行业的产品具有种类繁多、规格型号体系庞大的特点，订单具有多品种、小批量、短交期的特征。在传统制造模式下，功能性器件产品的质量一致性、产品可靠性、交货及时性难以保证。发行人依托现有规模、成本、质量、技术等优势，以一系列管理变革和先进信息技术应用为主线，立足长远发展，确立了智能工厂建设的主要思路：采取体制、机制优化和业务流程再造，不断采用新技术，通过总体规划、分步实施，打造智能化工厂。目前阶段，发行人主要对 ERP 进行深度定制开发，在满足一般物流和财务核算功能基础上，开发包括供应链管理系统、MES 生产执行系统等众多模块，

建立了一整套适应业务发展的信息化系统，覆盖采购、生产、仓储、销售各个业务环节。通过对关键数据的采集、处理和分析，确保从订单、生产、采购到交付的全环节信息化管理，提高订单响应速度，缩短交付周期。

综上所述，发行人符合创业板定位。

（三）保荐人核查意见

1. 核查程序

保荐人主要实施了以下核查程序：

（1）针对发行人核心竞争优势、核心技术、行业地位等内容，对发行人管理层进行访谈。

（2）查阅发行人已取得的专利证书、研发立项文件和研发支出相关凭证等。

（3）实地查看发行人的生产车间，了解发行人实际经营和相关技术应用情况。

（4）查阅相关行业报告和市场研究资料，了解行业相关政策，对行业的市场情况和竞争格局进行分析。

2. 核查结论

经核查，保荐人认为：

结合发行人各类产品的核心竞争力、技术的先进性、行业未来发展方向、市场潜力、规模、行业地位、核心技术、研发项目、研发支出占比等情况来看，发行人具备创新特征，符合创业板定位。

问题二：关于主要客户

申请文件及首轮问询回复显示：

（1）按同一控制下合并计算，发行人对报告期各期第一大客户富士康销售金额分别为 10,403.82 万元、12,538.48 万元、14,354.31 万元和 9,554.30 万元，占各期营业收入比例分别为 40.10%、42.26%、35.56%、40.60%，其中绝大多数是应用于 iPad 系列的产品。公开资料显示，富士康系 iPhone 的三大电子制造服务生产商（EMS）之一，全球市场份额在 70%左右。报告期内，发行人应用于 iPhone 产品的相关客户主要是鹏鼎控股、紫翔电子、瑞声科技、京东方等。

（2）报告期各期，发行人对群创光电销售收入分别为 0、0、1,416.75 万元、1,619.64 万元，主要销售产品为笔记本/台式电脑类功能性器件。

请发行人：

（1）说明与富士康的合作集中于 iPad 类业务，未拓展至 iPhone 类业务的原因。

（2）说明报告期内向群创光电收入大幅增长的原因，是否具有可持续性。

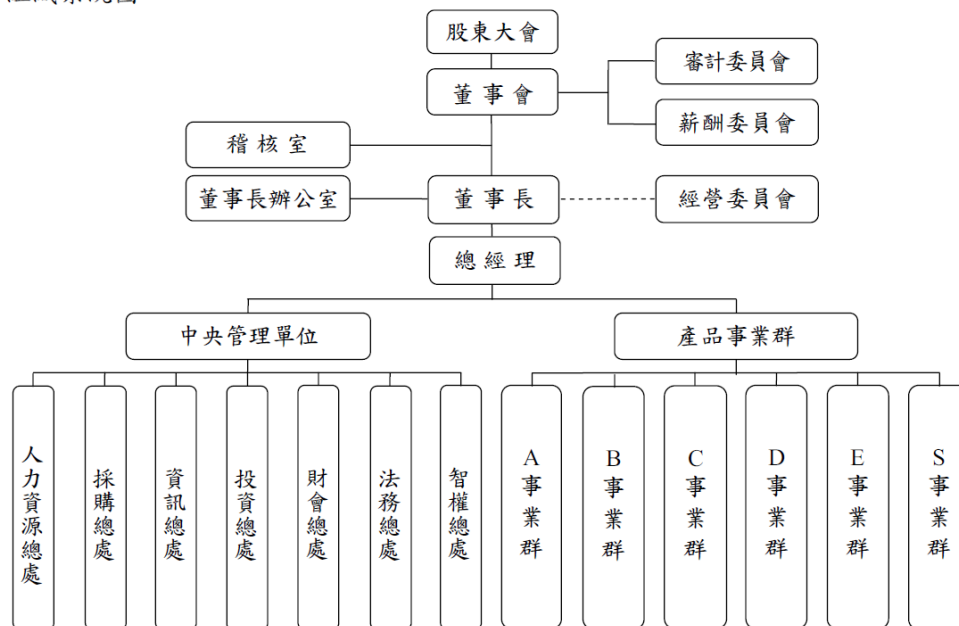
请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

（一）发行人与富士康的合作集中于 iPad 类业务，未拓展至 iPhone 类业务的原因。

富士康旗下企业法人的数量众多，仅中国大陆地区控股的企业法人数量就上百家；富士康将旗下数量众多的企业法人分为若干个产品事业群（Business Group, BG），并按照产品或产品系列组织其业务活动，不同的产品事业群分别独立运营，包括各自采用不同的供应链管理体系，建立和管理不同的合格供应商名录、供应商代码等；一个产品事业群所认证的合格供应商代码，无法在其他产品事业群适用，需要按照其他产品事业群的规则重新认证。参考富士康 2020 年度报告，其组织结构图如下所示：

(一) 組織系統圖



上图所示的 A、B、C、D、E、S 事业群分别负责不同产品的运营：

名称	职责内容
A 事业群	负责智能手机等相关业务。
B 事业群	负责可穿戴电子设备、平板电脑、笔记本电脑、智能音箱等业务。
C 事业群	负责精密模具、电机等研发、生产、机构件生产与材料应用，检测验证平台服务业务。
D 事业群	负责个人电脑、印表机、显示器、智能办公、智能家居等业务。
E 事业群	负责液晶电视、游戏机、智能机器人、电控模组、AIOT 模组等业务。
S 事业群	负责半导体设备、面板驱动 IC、功率放大器等业务。

六淳科技是富士康 B 事业群的合格供应商，因此，报告期内向富士康销售的产品主要应用于 iPad、笔记本电脑等终端电子产品；报告期内，六淳科技尚未成为富士康 A 事业群的合格供应商，仅有少量打样合作，因此，向富士康销售的 iPhone 应用类产品较少。但是，2020 年 12 月，发行人全资子公司昆山六淳已正式成为富士康 A 事业群的合格供应商，开始打样、试生产；未来，随着昆山六淳经营规模的逐步扩大，发行人对富士康销售的产品应用场景将更加丰富，不仅包括 iPad 应用类产品，也包括 iPhone 应用类产品等，双方合作范围将不断扩大，合作深度将不断提升。与发行人类似的电子产品塑料包装行业上市公司王子新材（002735）在招股说明书中就曾披露其从富士康旗下消费电子产品事业群（此为当时的事业群名称，后主要改组为 E 事业群）逐步渗透扩展至

其它事业群的发展历程。

(二) 报告期内向群创光电收入大幅增长的原因，是否具有可持续性。

1. 报告期内向群创光电收入大幅增长的原因

群创光电是中国台湾上市公司（3481.TW），成立于 2003 年，主要从事大中小尺寸 LCD 面板及触控面板生产，拥有 3.5G、4G、4.5G、5G、6G、7.5G、8.5G 到 8.6G 各世代生产线。2020 年度营业收入 627.69 亿元（按期末汇率折算）。群创光电主营的面板业务涉及大量的功能性器件产品需求，是发行人一直致力于开拓的重要客户；但是，由于群创光电注重维护其供应链稳定性，合格供应商的进入和退出相对保守，发行人一直没有合适的机会进入群创光电供应链体系，因此，2018 年度、2019 年度发行人对群创光电的销售金额为 0 元。2020 年，发行人通过新设子公司宁波六淳整体收购了群创光电原有供应商宁波万詮的业务、人员及资产，从而以较快的速度进入群创光电的供应链体系，当年实现对群创光电销售收入 1,417.20 万元；**2021 年度，发行人对群创光电实现销售收入 3,704.51 万元，呈持续增长趋势。**

报告期内发行人对群创光电销售收入增长较快的原因，本质在于：

(1) 发行人凭借长期积累的技术资源、丰富的生产经验、高精度的产品尺寸、高可靠性产品品质以及快速响应能力，能够满足群创光电的功能性器件采购需求。

(2) 发行人通过收购群创光电原有供应商宁波万詮快速成为群创光电的合格供应商，有效突破供应链准入门槛，实现了从零到大规模销售的跨越。

2. 发行人对群创光电的销售增长具有可持续性。

(1) 发行人对群创光电的销售具有可持续的历史基础

一方面，发行人成为群创光电的合格供应商是建立在整体收购群创光电原有供应商宁波万詮业务、人员、资产基础上的，基于宁波万詮与群创光电的长达十几年的合作历史，发行人与群创光电之间具有稳定、可靠的信任基础；另一方面，发行人整体收购宁波万詮之后，进行系统改造提升，进一步扩大了生产能力，提升了管理效能，得到了群创光电的充分认可，在报告期内双方的合

作规模呈持续增长态势。

(2) 发行人对群创光电的销售具有可持续的现实基础

从期后的订单来看，2021 年下半年，发行人收到群创光电的订单金额合计约 2,000 万元，发行人对群创光电的销售可持续性具有可靠的订单基础。

(3) 发行人对群创光电的销售具有可持续的业务基础

群创光电是全球知名的面板厂商，而功能性器件是面板产品必不可少的零组件，发行人与群创光电之间具有合作的业务基础。发行人凭借长期积累的技术资源、丰富的生产经验、高精度的产品尺寸、高可靠性产品品质以及快速响应能力，能够为群创光电提供各种高精密、高品质的功能性器件，是经群创光电认证的合格供应商，发行人在工艺技术水平、产品交货速度、产品质量稳定性等方面得到了群创光电的认可。

3. 在发行人整体产能饱和以及终端应用为笔记本/台式电脑的产品毛利率较低的大背景下，报告期内终端应用为笔记本/台式电脑的产品销售收入增长加快的商业逻辑。

报告期内，发行人主营业务收入按照应用场景分类情况如下：

应用场景分类	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额 (万元)	比例	金额 (万元)	比例	金额 (万元)	比例	金额 (万元)	比例
平板电脑	9,535.68	36.68%	25,308.50	45.75%	19,705.82	49.01%	14,898.79	50.43%
智能手机	9,404.25	36.18%	19,982.62	36.12%	16,594.40	41.27%	13,346.83	45.18%
笔记本/台式电脑	5,409.30	20.81%	6,579.89	11.90%	2,750.96	6.84%	554.52	1.88%
可穿戴电子设备等	1,325.40	5.10%	2,904.39	5.25%	975.34	2.43%	584.25	1.98%
汽车电子	321.47	1.24%	540.57	0.98%	179.38	0.45%	157.11	0.53%
合计	25,996.10	100.00%	55,315.96	100.00%	40,205.90	100.00%	29,541.49	100.00%

自 2020 年以来，终端应用于笔记本/台式电脑的收入金额和占比均有大幅度提升，这种变化主要是由于发行人积极开发相关领域的新客户导致的。

报告期内，发行人笔记本/台式电脑应用类功能性器件的主要销售客户情况如下：

客户名称	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	销售金额 (万元)	占比	销售金额 (万元)	占比	销售金额 (万元)	占比	销售金额 (万元)	占比
群创光电	1,940.92	35.88%	3,629.34	55.16%	1,416.75	51.50%	-	-
吉利德	544.27	10.06%	1,744.38	26.51%	263.81	9.59%	-	-
瑞仪光电	83.46	1.54%	135.11	2.05%	347.53	12.63%	-	-
台达电	94.83	1.75%	96.30	1.46%	194.56	7.07%	163.67	29.52%
鸿富锦（重庆）	8.29	0.15%	15.79	0.24%	72.42	2.63%	255.46	46.07%
昆山丰华	-	-	-	0.00%	3.39	0.12%	105.79	19.08%
其他客户	2,737.53	50.61%	958.97	14.57%	452.51	16.45%	29.60	5.34%
合计	5,409.30	100.00%	6,579.89	100.00%	2,750.96	100.00%	554.52	100.00%

注：鸿富锦（重庆）指鸿富锦精密电子（重庆）有限公司，昆山丰华指昆山丰华电子科技有限公司，上表中的销售金额指销售给该部分客户的笔记本/台式电脑应用类产品的收入金额。

2020 年发行人笔记本/台式电脑应用类功能性器件收入增长主要来自于新设子公司宁波六淳开发的新客户群创光电。

报告期内，发行人整体产能饱和；但是，宁波六淳作为在整体收购宁波万詮基础上新设的子公司，其业务和产能尚未饱和，2020 年度、**2021 年度**宁波六淳的产能利用率分别为 78.58%和 **79.38%**。群创光电是全球知名的面板厂商，而功能性器件是面板产品必不可少的零组件，其对功能性器件的需求较大；与此同时，发行人在整体收购宁波万詮的基础上，凭借长期积累的技术资源、丰富的生产经验、高精度的产品尺寸、高可靠性产品品质以及快速响应能力，获得了群创光电的充分认可，与群创光电之间形成了良好的合作基础。因此，2020 年以来，发行人对群创光电所销售的笔记本/台式电脑应用类功能性器件的收入金额和占比增长较快。

2022 年 1-6 月，发行人的主要客户富士康为 MacBook 等笔记本电脑所配套的触控模组增长较快，发行人为其相应配套的功能性器件产品因此也增加较多，带动本期笔记本/台式电脑应用类功能性器件销售规模大幅提升。

4. 发行人的产能利用率相关情况

(1) 产能利用率同行业对比

同行业可比公司的产能利用率一般在招股说明书中披露，其上市后的公开信息未披露产能利用率，因此，发行人与同行业可比公司的产能利用率对比选取 2018-2020 年期间进行。

可比公司	2020 年	2019 年	2018 年
博硕科技	未披露	95.56%	80.12%
达瑞电子	76.72%	86.64%	81.69%
恒铭达	未披露	未披露	75.72%
鸿富瀚	85.94%	91.67%	93.07%
平均值	81.33%	91.29%	82.65%
发行人	86.27%	90.67%	84.34%

注：达瑞电子 2020 年数据系消费电子功能性器件 2020 年 1-6 月的产能数据，恒铭达 2018 年数据系 2018 年 1-6 月数据；同行业其他可比公司飞荣达、智动力、安洁科技、领益智造等未披露报告期产能利用率情况。

发行人产能利用率与同行业平均水平接近，2020 年发行人产能利用率高于同行业平均水平约 5 个百分点，主要原因是：可比公司达瑞电子的产能数据系 2020 年上半年数据；受行业季节性影响，上半年产能利用率通常要低于下半年产能利用率；达瑞电子的数据拉低了同行业的平均水平。

(2) 产能利用率的计算方式同行业对比

同行业企业披露的产能计算方法对比如下：

公司名称	披露的产能计算方法	说明
智动力	公司产品生产的核心工序为精密模切，模切设备的产能决定公司的总产能，因此，公司总产能根据模切设备的产能计算得到。每套模切设备的产能与设备的速度和适用的模具面积直接相关，每套模切设备的年产能=设备速度×年工时×设备有效稼动率×模具面积，产能以面积计量。 其中，设备速度是指设备调试完成后开始量产的理论速度；设备有效稼动率是指剔除装卸材料、更换模具、设备调试和定期维护检修等因素，机器设备实际的生产时间与理论生产时间的比值，各类模切设备根据生产经验分别确定相应的稼动率；模具面积是指在兼顾产品精度、良品率、生产效率等因素的情况下设备所适用的常用模具面积。	计算公式考虑因素较为全面，但是假设参数过多，容易导致基于假设得出的估计结果与实际情况偏离较大。

公司名称	披露的产能计算方法	说明
博硕科技	发行人产能利用率=实际生产工时/生产标准工时。 其中： A.实际生产工时为发行人供应链系统各期实际记录生产设备生产时间； B.生产设备标准工时，为基于生产设备通常使用的运行工时，按照每天两班，一班8个小时，即每天的标准工时为16个小时计算； C.当销售旺季时，为满足客户订单需要，发行人存在加班生产的情况，举例来说，如在原有的标准工时16个小时基础上，加班4个小时，则产能利用率为125%，理论产能利用率的上限为150%，即每天24小时从事生产。	计算便捷，但是以工时作为产能衡量指标，与产量（单位：元/pcs）的计量单位不一致，反映不够直观。
威博精密	营业收入/CNC 加权机台数（万元/台）及营业收入/CNC 年总工时（元/小时）	计算便捷，但是以工时作为产能衡量指标，与产量（单位：元/pcs）的计量单位不一致，反映不够直观。
发行人	第一步，根据主要客户预测需求的产品明细确定各项产品核心工序的机器工时耗费情况；第二步，根据步骤一中的机器工时耗费情况确定需要的模切、热压、冲压等关键设备数量。第三步，以步骤二需要的关键设备数量除以现有关键设备数量，得出关键设备的利用率。第四步，将步骤三计算的关键设备利用率换算为100%时对应的主要客户需要的产品数量，作为产能数据。	发行人将工时和产成品数量有机结合，产能数据与产量数据计量单位一致，考虑因素较全面，数据较为直观。

除上述同行业公司之外，其他同行业公司大多基于设备工时估算产能，但没有披露具体的计算方法。

事实上，同行业公司采用的产能计算方法都存在一定程度的差异，各家根据各自的管理方式、产品结构、设备状况等情况采取贴近实际需求、有利于日常管理的方法估算产能。

（3）报告期内分季度的产能利用率

报告期内，发行人分季度产能利用率情况如下：

期间	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
第一季度	83.24%	81.29%	59.02%	77.81%
第二季度	82.96%	89.17%	77.82%	81.83%
第三季度	-	93.51%	99.22%	93.63%
第四季度	-	91.28%	102.45%	99.73%
全年	83.10%	89.53%	86.27%	90.67%

发行人各年度的产能利用率呈现下半年高于上半年的趋势，与发行人业务

的季节性特点一致，符合行业特点和发行人的业务实际情况。

（4）2021 年第四季度限电背景下的产能利用率情况

2021 年下半年，发行人各厂区限电政策、应对措施以及相应的影响汇总如下：

厂区	限电政策	应对措施	影响 (停产天数)
东莞	9 月 21 日—25 日用电高峰时段停止生产用电。	错峰生产、周末加班生产。	-
淮安	未收到限电通知。	-	-
秦皇岛	未收到限电通知。	-	-
昆山	9 月 26 日至 10 月 13 日，用电高峰期停止动力用电； 10 月 14 日至 10 月 31 日，每周一到周三错峰轮休，周四至周日正常用电。	错峰生产、未限电期间加班生产。	6
宁波	9 月 30 日、10 月 7 日、10 月 11 日用电高峰时段内实际用电负荷保持在运行容量的 5%以下； 10 月 9 日至 11 月 8 日，每周一、四、六的用电高峰时段内停止生产用电。	错峰生产、周末加班生产。	-
珠海	9 月 23 日至 9 月 27 日错峰用电； 9 月 29 日、10 月 6 日用电高峰时段停止生产用电。	非限电期间加班生产。	6

在遵守各厂区所在地限电政策的前提下，发行人通过错峰生产、未限电期间加班生产等措施基本保障了客户的订单需求，对发行人的总体生产安排影响较小。2018 年到 2021 年，发行人第四季度的产能利用率分别为 95.98%、99.73%、102.45%、91.28%。2021 年第四季度产能利用率较低主要原因系 2021 年下半年，发行人新增机器设备原值 2,000 多万元，新增机器设备的产能尚处于爬坡阶段。此外，2021 年下半年，发行人新增的两家子公司珠海六淳与六淳精密均处于投产初期，产能利用率相对较低。

（三）核查意见

1. 核查程序

保荐人、申报会计师主要实施了以下核查程序：

（1）审阅富士康的年度报告等公开信息，了解其组织架构、运营模式等背景信息；同时，结合发行人及其子公司在富士康不同产品事业群所获得的供应

商代码信息，验证富士康旗下不同产品事业群采用不同的合格供应商名录、不同供应商代码的事实。

（2）审阅发行人收购群创光电原有供应商宁波万詮的协议、资产交割清单等资料，了解发行人收购宁波万詮的背景和原因，进而了解发行人对群创光电销售收入大幅增长的原因。

（3）收集并审阅 2021 年下半年发行人对群创光电的大额销售订单，判断发行人对其销售可持续性。

（4）对群创光电进行访谈，了解其对发行人作为合格供应商的评价以及对双方持续合作的意愿。

（5）审阅群创光电的年度报告等公开信息，了解其主营业务情况以及与发行人合作的背景。

（6）获取并审阅发行人报告期内产能、产量统计表，复核产能计算方法，分析产能及产能利用率变动的原因并与同行业可比公司进行比较分析，对新设子公司进行实地走访，查验生产运营情况，获取新增大额机器设备采购合同并进行实地查看。

（7）审阅发行人各厂区所在地供电部门发布的限电政策相关信息；获取并审阅发行人关于限电政策的应对措施及影响说明文件。

2. 核查结论

经核查，保荐人、申报会计师认为：

（1）六淳科技是富士康 B 事业群的合格供应商，因此，报告期内向富士康销售的产品主要应用于 iPad、笔记本电脑等终端电子产品；报告期内，六淳科技尚未成为富士康 A 事业群的合格供应商，仅有少量打样合作，因此，向富士康销售的 iPhone 应用类产品较少。但是，2020 年 12 月，发行人全资子公司昆山六淳已正式成为富士康 A 事业群的合格供应商；未来，随着昆山六淳经营规模的逐步扩大，发行人对富士康销售的产品应用场景将更加丰富，不仅包括 iPad 应用类产品，也包括 iPhone 应用类产品等，双方合作范围将不断扩大，合作深度将不断提升。

（2）报告期内发行人对群创光电的销售收入大幅增长的原因在于：①发行人能够满足群创光电的功能性器件采购需求；②发行人通过收购群创光电原有供应商宁波万詮快速成为群创光电的合格供应商，实现了从零销售到大规模销售的跨越。从历史合作、在手订单、业务需求与能力满足等方面来看，发行人对群创光电的销售具有可持续性。

（3）在发行人整体产能饱和以及终端应用为笔记本/台式电脑的产品毛利率较低的大背景下，报告期内终端应用为笔记本/台式电脑的产品销售收入增长加快的商业逻辑为：宁波六淳作为在整体收购宁波万詮基础上新设的子公司，其业务和产能尚未饱和，发行人在整体收购宁波万詮的基础上，凭借长期积累的技术资源、丰富的生产经验、高精度的产品尺寸、高可靠性产品品质以及快速响应能力，获得了群创光电的认可，与群创光电之间形成了良好的合作基础。

（4）与同行业可比公司相比，发行人产能利用率不存在明显差异，产能利用率计算方法合理，产能利用率情况与发行人业务特点和行业季节性相匹配；限电政策对发行人生产和产能利用率未造成重大影响，2021 年第四季度产能利用率较低主要与新增子公司和新增生产设备等情况相关。

问题三：关于最终用户

申请文件及首轮问询回复显示：

（1）发行人主要通过富士康、鹏鼎控股等一级供应商的合格供应商认证进入苹果供应链，属于苹果的二级供应商。发行人竞争对手中，领益智造、安洁科技、恒铭达、博硕科技等已成为苹果一级认证的功能性器件供应商。针对部分关键的功能性器件，苹果会限定由经其认证的一级供应商进行供应；在进行新品开发时，苹果也主要邀请一级供应商参与配套开发。

（2）报告期内发行人最终应用于华为品牌的产品销售金额分别为 409.20 万元、2,415.88 万元、4,654.62 万元、895.64 万元，占比分别为 1.58%、8.18%、11.58%、3.82%，2021 年以来大幅下滑。

（3）公开资料显示，由于疫情引发的全球供应链不畅，以及下游企业“缺芯”等问题，部分新型号电子产品推出计划受阻，进而导致对电子产品功能性器件的需求减少。

请发行人：

（1）说明发行人仅为苹果二级供应商的原因，发行人获取苹果一级供应商资质是否存在实质性障碍。

（2）说明最终应用于华为的产品收入大幅下滑对发行人的影响，期后合作情况。

（3）说明供应链不畅、下游“缺芯”、部分新型号电子产品推出计划受阻对发行人业绩的具体影响，并有针对性地补充相关风险提示。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

（一）发行人仅为苹果二级供应商的原因，发行人获取苹果一级供应商资质是否存在实质性障碍。

1. 发行人仅为苹果二级供应商的原因

（1）产业链分工决定了功能性器件厂商是终端品牌商的二级供应商

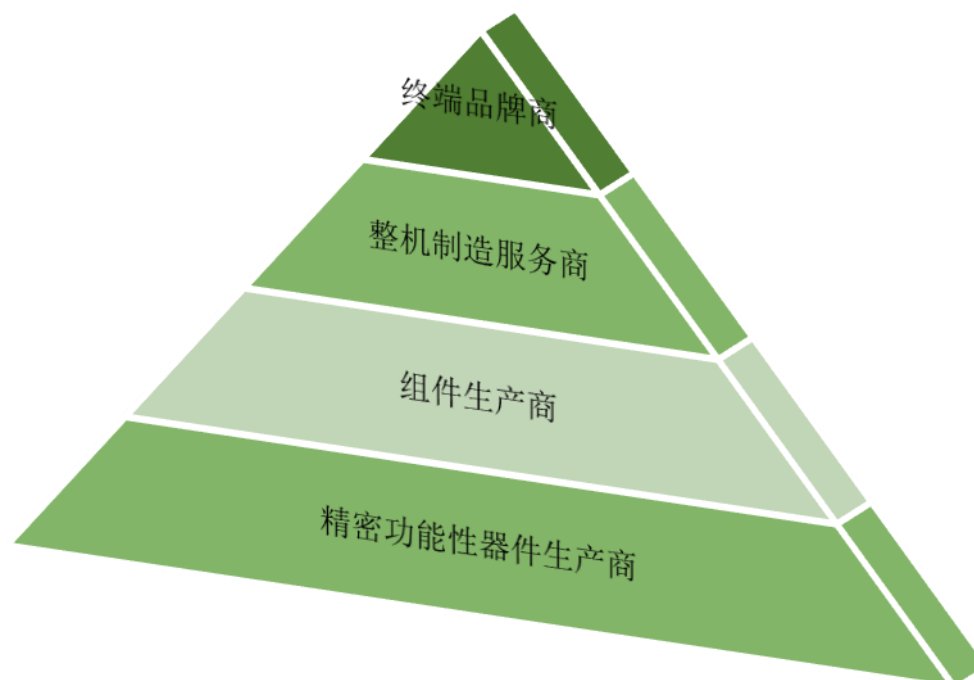
从整个电子产业链的分工来看，相关企业可以分为四种类型：

①终端品牌商，如苹果、华为、三星等，它们直接面向最终消费者，处于整个产业链条的最前端位置。

②整机制造服务商，如富士康、伟创力等，它们直接从终端品牌商处获取订单，是终端品牌商生产系统的重要支柱；同时，为了提高经营效率，增加生产弹性，整机制造服务商会将整机组装过程中涉及的各类专门组件进一步细化分工，外包给不同的组件生产商。

③组件生产商，如鹏鼎控股、瑞声科技、京东方等，这类企业专注于产业链条的某些关键环节，其主要产品包括 FPC、显示屏、摄像头等，可以从制造服务商和终端品牌商两个渠道获取订单。

④各种精密功能性器件生产商，如领益智造、安洁科技等。该行业处于电子产业链的最后端，为整个产业链条提供最基础的支撑。



功能性器件厂商直接面向整机制造服务商、组件生产商销售，而不是面向终端品牌商销售产品，因此，原则上无需成为终端品牌商直接认证的合格供应商，一般都是通过向整机制造服务商、组件生产商供货间接成为终端品牌商的二级供应商。

（2）基于供应链管理效率等考虑，苹果公司对功能性器件厂商按照二级供

应商管理

苹果公司的供应链体系分为一级供应商、二级供应商等若干层级；苹果公司对一级供应商进行直接的认证与管理，并通过一级供应商履行各自的合格供应商认证流程，实现对二级供应商的管理，从而提高整体的管理效率。由于苹果公司不直接采购功能性器件，因此，功能性器件厂商一般都是通过向整机制造服务商、组件生产商供货间接成为苹果公司的二级供应商。例如，博硕科技在《关于深圳市博硕科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的发行注册环节反馈意见落实函的回复》中披露：

“发行人智能手机类电子产品功能性器件下游直接客户主要为制造服务商及组件生产商如富士康、信利光电等客户，发行人通常不直接向终端客户如苹果、华为等客户提供产品。

因此发行人须取得直接客户的供应商资格认证，通常不必取得终端品牌客户的认证。”

（3）功能性器件厂商争取获得苹果公司直接认证的意义

虽然苹果公司不直接采购功能性器件，但是，针对部分关键功能性器件，苹果公司会要求其供应链上的整机制造服务商、组件生产商向由其直接认证的功能性器件厂商进行采购；因此，行业内的部分企业（例如领益智造、安洁科技等）取得苹果公司直接认证的合格供应商资质，有利于争取苹果公司指定采购的这部分订单机会。

此外，苹果公司在进行新品开发时，如果需要同步配套开发新品的个别功能性器件，苹果公司主要邀请由其直接认证的合格供应商参与；能够参与苹果公司的新品开发项目，则未来该等项目量产后，参与开发的功能性器件厂商将成为该项目的主要供应商。例如，根据《苏州恒铭达电子科技股份有限公司首次公开发行股票招股说明书》，2015 年，苹果公司希望就外盒防护产品在外观设计、功能设计、工业设计方面进一步提升用户体验；恒铭达通过参与客户产品研发的前期论证，最终通过了苹果公司的产品开发流程，2016 年 3 月开始成为苹果品牌手机外盒保护膜新型产品的指定供应商。但是，苹果公司在新品开发时需要同步细化到考虑功能性器件设计的情况不多，更常见的情况是：开发

配套功能性器件的任务由整机制造服务商、组件生产商完成的。因此，功能性器件厂商一般是参与整机制造服务商、组件生产商的新品开发设计。

（4）苹果公司限定由其直接认证供应商供应功能性器件的相关情况

①关于苹果公司限定供应的一般规律

按照产业链关系来看，一般规律是：与消费者体验关系越直接的零组件或生产环节，苹果公司越倾向于认为对终端品质具有重要影响，需要实施指定采购等强管控措施，例如，整机制造环节或者影响整体运行速度的芯片、影响续航能力的电池等零组件；反之，与消费者体验联系不直接或不明显的零组件或生产环节，苹果公司一般认为对终端品质影响较小，无需进行指定采购，由其整机制造服务商、组件生产商自主采购即可。

按照是否需要取得苹果公司直接认证，苹果产业链上的功能性器件可以细分为关键功能性器件和基础功能性器件：A. 关键功能性器件，苹果公司认为关键的个别功能性器件，是容易产生重大终端品质风险的功能性器件（特别是影响消费者体验的品质异常），为了把控终端品质风险，苹果公司会指定产业链上的整机制造服务商、组件生产商向由其直接认证的供应商进行采购；B. 基础功能性器件，不涉及重大终端品质风险，由各整机制造服务商、组件生产商自主采购。对此，同行业上市公司万祥科技（301180）、安洁科技（002635）以及其他行业的苹果产业链企业凌云光技术股份有限公司、蓝特光学（688127）等均有类似的披露内容可印证。

同行业企业中，领益智造、安洁科技等通过取得苹果公司直接认证的供应商资质，从而进入苹果公司指定采购的关键功能性器件细分市场；而发行人则立足于基础功能性器件市场，产品目前主要应用于苹果品牌终端电子产品的显示屏、FPC 等组件，苹果公司对该等组件的供应链介入程度较低，未实施指定采购的强管控措施，因此，发行人不需要取得苹果公司直接认证的供应商资质。

此外，苹果公司关于功能性器件对终端品质影响大小的判断是一个动态变化的过程，不存在一成不变的划分标准。一般来说，除了前述产业链关系的影响之外，苹果公司通常的考虑因素还包括：

A. 终端电子产品创新或变革程度

如果终端电子产品有重大的技术变革，苹果公司在功能性器件乃至功能性材料等方面的参与程度就会比较高，通常会与整机制造服务商、组件生产商共同设计技术方案并决定功能性器件的供应商，保障终端品质以及良好的用户体验。如果终端电子产品不存在重大技术迭代，相应功能性器件选择的品质风险较小，苹果公司通常更倾向于由整机制造服务商、组件生产商自主采购。

iPhone、iPad 等产品每隔一段时期都会进行迭代升级，其中，重要升级所引发的相关配套功能性器件的技术变革或设计方案变化等，是苹果产业链中关键功能性器件产生的主要来源，也是苹果公司控制终端品质风险的目的。但是，总体而言，苹果品牌的终端电子产品倾向于技术充分成熟后带给消费者最好的体验，一般不轻易实施重大技术变革，因此，每隔一段时期由于终端迭代升级而新增或升级的关键功能性器件并不多。与此同时，即使在代际更替过程中涉及新技术的应用，其成熟度也是不断提高的，关键功能性器件的终端品质风险将逐步可控，苹果公司会适时调整其供应链的管控策略，从而强化竞争、降低成本；此时，前代的关键功能性器件会逐步演变成为基础功能性器件，不再需要苹果公司指定采购，而改由整机制造服务商、组件生产商自主采购。

以 iPhone 系列产品为例：根据苹果公司官网关于不同 iPhone 机型的技术规格对比，iPhone13 相对前代的 iPhone12 新增功能或技术改进合计 21 项，参考行业经验以及实际拆机验证情况，其中涉及的关键功能性器件数量约 12pcs，而 iPhone13、iPhone12 涉及使用的功能性器件的总体数量约 300pcs。据此估算，相对基础功能性器件而言，苹果品牌终端电子产品迭代升级过程中涉及的关键功能性器件相对较少。

B. 成本、效率等考虑

在与苹果公司持续合作的过程中，整机制造服务商、组件生产商等往往希望拥有更大的采购自主权以更好地发挥主观能动性，对于相对成熟、常见的功能性器件设计方案，终端品质风险较小，苹果公司也会基于成本、效率等考虑给予整机制造服务商、组件生产商更大的自主权。因此，随着终端电子产品的市场竞争压力不断加强，苹果公司给予整机制造服务商、组件生产商的自主空

间会越来越大，从而促进供应链的整体成本下降。基于市场竞争、自主选择产生的采购结果往往具有更高的效率，也减轻了苹果公司直接介入的压力，节省了苹果公司对供应链管理的资源投入。

②关于苹果公司限定供应的范围或占比情况

首先，苹果公司没有公开披露限定由其直接认证的供应商参与功能性器件项目情况或其占比情况；其次，已获苹果公司直接认证的功能性器件厂商，均未公开披露其参与苹果公司限定供应的功能性器件项目情况或其占比情况；最后，作为苹果产业链的二级供应商，发行人自身不掌握苹果公司限定由其直接认证供应商参与的功能性器件项目或其占比情况。

但是，就苹果产业链相关功能性器件市场而言，基础功能性器件市场属于主体部分，而关键功能性器件市场属于非主体部分，这既是产业链分工的意义所在，也是苹果公司提高供应链管理效率的必然要求。发行人选择立足于基础功能性器件市场，主要目的就是要立足主体市场，发挥自己的比较优势，构筑核心竞争力。目前，发行人的产品主要应用于苹果品牌终端电子产品的显示屏、FPC 等组件，报告期内具体应用的金额及占比情况如下：

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比
应用于苹果品牌终端电子产品的显示屏	8,532.17	42.83%	19,992.63	47.19%	15,336.28	53.50%	12,817.45	56.48%
应用于苹果品牌终端电子产品的 FPC	6,411.79	32.19%	12,898.23	30.45%	9,642.81	33.64%	7,993.89	35.23%
应用于苹果品牌终端电子产品的其他组件	4,977.65	24.99%	9,474.50	22.36%	3,688.85	12.87%	1,880.86	8.29%
发行人的全部苹果产业链收入	19,921.61	100.00%	42,365.36	100.00%	28,667.94	100.00%	22,692.20	100.00%

发行人的苹果产业链直接客户主要是富士康体系内的业成科技以及鹏鼎控股，这两家客户分别是苹果品牌终端电子产品的触控显示模组、FPC 等组件的代表性供应商。根据对业成科技、鹏鼎控股的访谈，报告期内，业成科技、鹏鼎控股所生产组件需使用的功能性器件均不存在苹果公司限定只能由经其直接认证供应商进行供应的情况。同行业上市公司鸿富瀚的公开信息也印证了该等

情况；根据鸿富瀚的公开信息披露，其不存在由苹果公司直接指定组件生产商、制造服务商向其采购功能性器件的情形，而是由组件生产商、制造服务商等直接客户自主采购，其主要直接客户富士康、鹏鼎控股等均自行决定其功能性器件的供应商及采购订单分配。

2. 发行人获取苹果公司直接认证供应商资质是否存在实质性障碍

(1) 苹果公司直接认证的供应商资质基本情况

苹果公司作为国际著名的消费电子品牌商，具有完备、成熟的产业链，其供应商覆盖研发设计、原料加工、零部件供应、组装服务、物流、零售、技术支持、环保等多个领域。

苹果公司会对供应商执行严格的考察和全面的认证，结合过往合作案例，考虑与其建立长期合作关系，将其纳入合格供应商体系。苹果公司以现场考察和文件审核相结合的方式，对申请准入供应商的各方面情况进行评估。通过审核的供应商，苹果公司为其建立合格供应商代码，将其纳入合格供应商名单（Approved Vendor List）。

现有的公开信息显示，苹果公司制定了《Apple 供应商行为准则》，对供应商的合规经营、社会责任等方面提出了诸多要求和规范，苹果公司要求供应商按照准则中的原则和要求经营业务，并同时遵循其他所适用的法律法规等。若供应商出现违反《Apple 供应商行为准则》要求或出现其他违法、违规经营行为的，苹果公司可能会对相关供应商进行调整。除上述公开信息外，苹果公司未公开披露其选择供应商的方式、条件、周期等供应商筛选制度；同行业可比公司也未披露取得苹果公司合格供应商的具体评审标准，但是披露了其取得苹果合格供应商认证的大致流程，将其汇总概括如下：

序号	认证流程
1	根据要求签署保密协议。
2	包括研发、检测、产能等方面的工厂资质的第一次现场审核。
3	研发、检测、生产等人员能力，检测能力，模具能力，产能等方面的全面工厂资质第二次审核。
4	对产品开发各阶段涉及的材料文件进行审核。
5	在下游 OEM 工厂的线下和线上外观、尺寸、功能、适配、可靠性等产品验证。

6	递交公司资质、银行信息、税务信息登记表等材料资质。
7	创建交易代码。

(2) 发行人具备申请苹果公司直接认证供应商的条件

根据苹果公司的供应商认证审查项目清单（Audit Checklist），供应商认证涉及的评价供应商的来料品质检验（IQC）、组装过程（Process-Assy）、成品检验（Product-Inspection）、可靠性测试（Rel）等方面，共计 75 项审查内容，六淳科技逐一进行了自我评估。经评估，发行人满足苹果公司直接认证供应商的基本条件；同时，在过往的实践中，发行人也一直按照苹果产业链供应商的标准执行，具备成为苹果公司直接认证供应商的基础，具体分析如下：

发行人作为苹果产业链的二级供应商，苹果公司主要关注发行人的产品表现情况，对发行人的直接管理和考核相对较少，但是适用的标准、指引等基本相同，只是由整机制造服务商、组件生产商等主要负责对发行人的考核；苹果公司披露的《Apple 供应商行为准则》规定：“供应商应定期评估自身及其分包商和下级供应商的设施和运营情况，以确保遵守适用法律法规及准则与标准。评估应至少每年进行一次。只要供应的产品和服务提供给 Apple、使 Apple 受益，或用于 Apple 产品，供应商都应允许由 Apple 和/或 Apple 指定的第三方，对供应商、其分包商及其下级供应商的工厂和运营进行定期评估。”据此规定，整机制造服务商、组件生产商等作为苹果产业链一级供应商，定期对作为下级供应商的发行人进行评估，评估内容包括但不限于苹果公司的要求范围。

当然，除了前述苹果公司的供应商认证审查项目清单（Audit Checklist）所列生产、技术、质量控制等硬性考核指标之外，供应商的产能规模、资金实力、团队沟通能力等方面的表现虽然没有明文规定的考核标准，但是，面对不同的备选供应商时，苹果公司也会优中选优，倾向于选择产能规模更大、资金实力更强、团队沟通更便利的供应商。

因此，苹果公司的供应商认证审查项目清单（Audit Checklist）所列项目系硬性考核指标，如果无法满足该等考核指标可能会构成供应商认证的障碍；但是，供应商的产能规模、资金实力、团队沟通能力等方面的表现并没有最低限定的标准或要求，不属于构成供应商认证障碍的要素，只是苹果公司择优考察因素。

(3) 苹果公司直接认证的供应商资质只有在发行人未来进一步开拓关键功能性器件细分市场时才能发挥作用

如前所述，就苹果产业链相关功能性器件市场而言，基础功能性器件市场是主体部分，也是发行人目前所选择的市场定位，并形成了自己独具特色的竞争优势；短期内，发行人的发展规划仍然主要围绕基础功能性器件市场而展开。因此，尽管发行人已具备苹果公司直接认证供应商的基本条件，但是，发行人占据目标市场（基础功能性器件市场）优势地位的战略目标尚未实现，进一步开拓关键功能性器件细分市场的时机尚未完全成熟。合格供应商资质是进入苹果公司指定采购细分市场的必要条件，但并非充分条件；事实上，申请任何一项合格供应商的认证，都不仅仅只是考虑能否满足认证的基本条件，而是涉及市场竞争格局分析、资金运用筹划等多方面考虑因素的商业决策行为。未来，发行人将在审慎考虑相关商业因素的基础上，合理决策是否进一步开拓苹果产业链的关键功能性器件细分市场，具体考虑因素包括：

①细分市场的竞争状况

苹果产业链上的关键功能性器件细分市场目前主要是领益智造、安洁科技等少数行业龙头企业在进行竞争；这些头部企业经营积累深厚，市场竞争难度较高，且整个细分市场已经形成了相对均衡态势；一旦新的竞争者加入，势必打破原有的竞争格局，加剧竞争状况，压低经营利润空间。因此，是否进入新的细分市场领域，需要综合考虑自身的竞争实力、潜在利益以及细分市场格局变化趋势等因素。

②潜在的大量运营资金要求

开拓苹果产业链的关键功能性器件细分市场，主要目的是为了扩大与苹果公司合作的规模和深度。就苹果产业链相关功能性器件整体市场而言，虽然关键功能性器件细分市场属于非主体部分，但是该细分市场的参与主体较少，单一供应商可获得的指定采购订单规模仍然比较可观。为此，发行人需要为潜在的订单做好准备，自购土地、兴建厂房、购买生产设备，形成更大规模的生产能力，这些都需要大量的资金；而且随着生产规模的扩大，原材料和其他存货必然会占用更多的流动资金；产品研发、技术改造等也需较多资金投入。

综上所述，现阶段发行人仍然主要立足苹果产业链的基础功能性器件市场，并力争实现优势地位的战略目标。在此基础上，发行人将综合考虑细分市场竞争状况、资金运用筹划等因素，从而决定是否进一步开拓苹果产业链的关键功能性器件细分市场。如果发行人决定进入该等细分市场，将启动申请苹果公司直接认证的合格供应商资质相关事项。

3. 补充风险提示

针对前述情况，发行人已在招股说明书之“第四节 风险因素”之“一、经营风险”之“（九）苹果公司调整其供应链管理的风险”补充披露如下：

按照产业链分工，功能性器件厂商一般不面向苹果公司等终端品牌商销售产品，原则上无需成为终端品牌商（例如苹果公司）直接认证的供应商，都是通过向整机制造服务商、组件生产商供货间接成为终端品牌商的二级供应商；基于供应链管理效率等考虑，苹果公司对功能性器件厂商原则上也是按照二级供应商管理，因此，发行人目前只是苹果产业链的二级供应商。

按照是否需要取得苹果公司直接认证，苹果产业链上的功能性器件可以细分为关键功能性器件和基础功能性器件：（1）关键的功能性器件，苹果公司认为关键的个别功能性器件，是容易产生重大终端品质风险的功能性器件（特别是影响消费者体验的品质异常）；为了把控终端品质风险，苹果公司会指定产业链上的整机制造服务商、组件生产商向其直接认证的供应商进行采购；（2）基础功能性器件，不涉及重大终端品质风险，由各整机制造服务商、组件生产商自主采购。同行业企业中，领益智造、安洁科技等通过取得苹果公司直接认证的供应商资质，进入苹果公司限定供应的关键功能性器件细分市场。此外，苹果公司在进行新品开发时，如果需要同步配套开发新品的个别功能性器件，苹果公司主要邀请由其直接认证的供应商参与；能够参与苹果公司的新品开发项目，未来该等项目量产后，参与开发的功能性器件厂商将成为该项目的主要供应商；例如，根据《苏州恒铭达电子科技股份有限公司首次公开发行股票招股说明书》，2015 年，苹果公司希望就外盒防护产品在外观设计、功能设计、工业设计方面进一步提升用户体验，并据此与供应链企业进行了多次沟通讨论；恒铭达通过参与客户产品研发的前期论证，最终通过了苹果公司的产品开发流程，2016 年 3 月开始成为苹果品牌手机外盒保护膜新型产品的指定供应商。

但是，苹果公司在新品开发时需要同步细化到考虑功能性器件设计的情况不多，恒铭达参与苹果公司产品开发的手机外盒保护膜虽然与功能性器件产品具有相通之处，但也存在一定差别；相对于其他应用于终端电子产品内部的功能性器件而言，手机外盒保护膜直接关系到消费者的直观感受，因此，苹果公司的介入程度相对较深，直接邀请了相关供应商参与产品开发设计。更常见的情况是，开发配套功能性器件的任务由整机制造服务商、组件生产商完成的，因此，功能性器件厂商一般是参与整机制造服务商、组件生产商的新品开发。

目前，发行人立足于基础功能性器件市场，产品主要应用于苹果品牌终端电子产品的显示屏、FPC 等组件，苹果公司对该等组件的供应链介入程度较低，未实施指定采购的强管控措施，发行人不需要取得苹果公司直接认证的供应商资质。但是，基于发行人未取得苹果公司直接认证的合格供应商资质情况，如果未来苹果公司调整其供应链管理策略，大幅提高限定经其直接认证供应商供应功能性器件的比例，甚至要求全部由经其直接认证的供应商进行供应，而发行人又未能及时取得苹果公司的直接认证，则可能导致发行人丧失大多数订单机会，对生产经营构成重大不利影响。

同时，针对前述情况，发行人已在招股说明书之“第六节 业务与技术”之“二、发行人面临的竞争状况”之“（四）发行人的市场地位”之“4. 发行人的竞争优势与劣势”之“（2）竞争劣势”补充披露如下：

⑤仅为苹果产业链二级供应商

按照产业链分工，功能性器件厂商一般不面向苹果公司等终端品牌商销售产品，原则上无需成为终端品牌商（例如苹果公司）直接认证的供应商，都是通过向整机制造服务商、组件生产商供货间接成为终端品牌商的二级供应商；基于供应链管理效率等考虑，苹果公司对功能性器件厂商原则上也是按照二级供应商管理，因此，发行人目前只是苹果产业链的二级供应商。

按照是否需要取得苹果公司直接认证，苹果产业链上的功能性器件可以细分为关键功能性器件和基础功能性器件：A. 关键的功能性器件，苹果公司认为关键的个别功能性器件，是容易产生重大终端品质风险的功能性器件（特别是影响消费者体验的品质异常）；为了把控终端品质风险，苹果公司会指定产业链上

的整机制造服务商、组件生产商向其直接认证的供应商进行采购；B. 基础功能性器件，不涉及重大终端品质风险，由各整机制造服务商、组件生产商自主采购。同行业企业中，领益智造、安洁科技等通过取得苹果公司直接认证的供应商资质，进入苹果公司限定供应的关键功能性器件细分市场；发行人立足于基础功能性器件市场，产品目前主要应用于苹果品牌终端电子产品的显示屏、FPC 等组件，苹果公司对该等组件的供应链介入程度较低，未实施指定采购的强管控措施，发行人不需要取得苹果公司直接认证的供应商资质。

目前，发行人作为苹果产业链二级供应商，是在产业链分工不断深化的大背景下，结合自身资源禀赋，专注发挥比较竞争优势，做出的符合市场需求的合理选择；发行人过往的发展情况与业绩表现，也印证了这种细分市场定位的合理性，展示出了良好的持续盈利能力和较强的未来成长性。但是，相对同行业企业中已取得苹果公司直接认证供应商资质的领益智造、安洁科技等而言，发行人暂时无法进入苹果产业链的关键功能性器件细分市场，从长远来看，存在一定的市场局限，从而构成发行人相对其他竞争对手的劣势。

（二）最终应用于华为的产品收入大幅下滑对发行人的影响，期后合作情况。

1. 发行人相关产品销售下滑的基本情况

发行人终端应用于华为品牌的功能性器件产品按照应用场景划分，包括智能手机、平板电脑以及其他通讯类产品等；其中，华为品牌智能手机是发行人产品的主要应用场景。具体而言，报告期内，发行人产品应用于华为品牌不同终端的销售情况如下：

终端 应用场景	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比
智能手机	108.05	14.12%	723.71	35.80%	4,135.71	88.85%	2,028.17	83.95%	409.20	100.00%
平板电脑	3.09	0.40%	68.56	3.39%	-	-	-	-	-	-
其他	654.18	85.48%	1,229.46	60.81%	518.92	11.15%	387.72	16.05%	-	-
合计	765.32	100.00%	2,021.73	100.00%	4,654.62	100.00%	2,415.88	100.00%	409.20	100.00%

注：其他主要是 5G 通信基站中涉及的通讯类产品等。

报告期内，发行人应用于华为品牌的产品销售收入大幅下滑主要是智能手机应用类产品销售下滑导致的。

2. 华为事件对发行人的影响

中美贸易摩擦以来，美国对华为先后实施了三次制裁，并且逐次升级，使得华为的芯片供应受到极大限制，直接导致了华为品牌的智能手机出货量大幅下滑。

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
全球智能手机出货量（亿台）	13.55	12.92	13.71
华为品牌智能手机出货量（亿台）	0.35	1.89	2.41

数据来源：全球数据来源于 IDC；华为 2019 年度、2020 年度数据来源于 IDC，2021 年度数据来源于 Omdia。

如前所述，发行人终端应用于华为品牌智能手机的产品销售收入从 2020 年度的 4,135.71 万元，下滑至 2021 年度的 723.71 万元，全年下滑幅度超过 80%。2021 年发行人销售的产品主要终端应用于华为品牌的智能手机，主要使用的是华为之前采购的库存芯片，因此，其市场规模较小，相应的功能性器件产品采购需求也较少。

如果没有华为芯片供应受限的影响，发行人终端应用于华为品牌智能手机的功能性器件产品持续增长，则发行人的整体销售收入将在现有基础上得到进一步提升；以 2020 年度为基准，估计 2021 年度可以增加销售收入 4,000 万元以上，因此，终端应用于华为品牌智能手机的产品销售收入大幅下滑对发行人具有重要影响。

但是，面对华为芯片供应受限的现实情况，发行人已采用了有效应对措施，通过持续开拓其他优质客户、优质项目，总体经营情况仍然保持了持续健康增长，整体的经营业绩未因华为芯片供应受限而下滑。

3. 期后合作情况

从期后情况来看，2021 年下半年，发行人终端应用于华为品牌智能手机的产品销售收入进一步萎缩，大额订单合计约 200 万元。

（三）供应链不畅、下游“缺芯”、部分新型号电子产品推出计划受阻对发行人业绩的具体影响，并有针对性地补充相关风险提示。

1. 供应链不畅、下游“缺芯”、部分新型号电子产品推出计划受阻对发行人业绩的具体影响

在全球芯片紧缺的背景下，发行人主要终端客户苹果的芯片供应亦受到一定的影响，对芯片的需求无法得到完全满足。根据新闻报道，近期 iPhone、iPad 等终端电子产品也存在因芯片短缺而推迟订单的现象。发行人产品终端应用主要是 iPad、iPhone 等苹果品牌的终端电子产品，苹果公司因芯片短缺而推迟订单，整个苹果产业链的订单都会相应地受到影响。对于客户由于芯片短缺而推迟订单的影响，发行人进行了测算，主要测算依据和方法如下：

（1）客户定期向发行人提供的采购需求预测，如果相对过往水平出现大幅波动，发行人一般会向客户了解原因；如果客户明确告知是由于芯片供应短缺需要推迟订单的，则根据客户在芯片短缺背景下修正的采购需求预测与过往正常采购需求预测水平之间的差额推算受影响的订单金额。2021 年以来，母公司六淳科技的主要客户业成科技明确解释了由于芯片紧缺而推迟订单的情况并相应调整了其采购需求预测；经推算，六淳科技 2021 年度累计推迟订单金额约 1,448.56 万元。

（2）如果客户没有解释采购需求预测异常原因的，则测算其每期预测采购金额与最终实际执行订单金额的差异金额以及差异率；相对过往的水平而言，如果近期差异率出现大幅波动，则表明是芯片短缺等特殊情况导致的。2021 年以来，发行人全资子公司淮安六淳这方面的表现比较突出，发行人测算了淮安六淳的客户由于芯片紧缺导致的订单推迟影响，具体如下：

项目	2021 年 1-2 月	2021 年 3-5 月	2021 年 6-8 月	2021 年 9-12 月	合计
实际执行订单金额（万元）	690.11	1,801.82	1,692.98	2,430.33	6,615.23
客户预测的订单金额（万元）	995.49	1,892.84	1,893.45	3,222.94	8,004.72
差异率	30.68%	4.81%	10.59%	24.59%	17.36%

根据上表统计，淮安六淳已完成订单与预测金额相比，累计差异率为

17.36%，累计推迟的订单金额约 988.54 万元；其中，2021 年 1-2 月、9-12 月实际执行订单与预测订单相比差异率分别为 30.68%和 24.59%，芯片紧缺影响导致的下游客户订单推迟呈现比较明显的波动性。

总体而言，短期内发行人经营业绩可能受到芯片短缺造成的下游采购订单推迟一定程度的影响。但是，长期来看，芯片短缺不会对发行人的持续经营能力造成重大不利影响，主要原因如下：

（1）不同终端品牌商受芯片紧缺的影响程度不同，发行人产品配套的终端产品主要是 iPad、iPhone 等，而苹果公司的订单规模始终保持了相对稳定。

（2）芯片短缺对部分终端品牌商造成暂时性推迟订单，但并未出现大规模、长时间停产情况，终端产品产销的基数仍保持较大规模。

（3）长期来看，终端电子产品消费的需求依然旺盛，随着芯片产能的逐步恢复，芯片紧缺问题对终端电子产品产销量的影响逐步减小。

2. 发行人针对性地补充相关风险提示。

发行人已在招股说明书之“重大事项提示”之“三、发行人特别提醒投资者注意‘风险因素’中的下列风险”之“（二）下游市场需求萎缩的风险”及“第四节 风险因素”之“一、经营风险”之“（一）下游市场需求萎缩的风险”补充披露如下：

此外，受新冠疫情爆发等因素的影响，2020 年第四季度以来全球芯片供应紧张，甚至出现短缺情况，导致了部分终端电子产品新机型推出受阻或延迟；特别是 2021 年 3 月后新冠疫情在东南亚等国家的蔓延加剧了全球芯片供应紧缺状况，发行人的部分客户已因此推迟了采购订单。如果未来全球新冠疫情进一步蔓延或由于其他因素加剧芯片供应紧缺，可能会影响下游客户的生产计划安排，推迟甚至取消部分功能性器件的采购订单，进而对发行人的经营业绩产生不利影响。

此外，针对报告期内发行人经营活动产生的现金流量净额波动等情况，发行人在招股说明书“第四节 风险因素”之“三、财务风险”之“（四）经营现金流量净额为负数以及大幅波动的风险”补充披露如下：

报告期内，发行人经营活动产生的现金流量净额分别为 1,332.04 万元、-4,142.31 万元、10,801.28 万元、5,368.01 万元。发行人经营活动产生的现金流量净额与净利润有一定差距，主要是因为发行人业务处于快速发展期，销售规模持续扩大，应收账款、应收票据及存货增长较快。此外，2019 年发行人与嘉铭融资租赁（上海）有限公司开展应收账款保理融资业务，发行人将保理融入资金列示为筹资活动取得借款收到的现金也使发行人经营活动产生的现金流量净额进一步减少。未来，如果发行人经营规模持续扩大，而经营活动产生的现金流量净额无法保持相应的增长，发行人可能会存在流动资金紧张的风险，进而可能会对业务持续经营产生不利影响。

（四）核查意见

1. 核查程序

保荐人、申报会计师主要实施了以下核查程序：

（1）访谈发行人苹果产业链的主要直接客户，了解苹果公司的供应链管理体制；了解苹果公司指定其产业链上的制造服务商、组件生产商向由其直接认证的供应商采购功能性器件的相关情况。

（2）查阅苹果公司的《Apple 供应商行为准则》《Apple 供应商责任标准》以及年度的供应商责任进展报告、历年公布的核心供应商名单等公开信息，了解供应商的审查内容、程序以及主要供应商等信息。

（3）审阅苹果公司发给发行人的供应商认证之审查项目清单（Audit Checklist），了解申请苹果公司直接认证的供应商资质所需审查的基本内容；审阅发行人关于自身是否满足苹果公司供应商认证基本条件的评估文件说明，并抽查发行人相关管理体系的制度文件、实际运行记录等进行验证。

（4）检索同行业公司招股说明书、问询函回复等公开信息中关于其与苹果公司的合作模式的相关内容以及关于苹果公司直接认证的供应商资质的相关内容。

（5）查阅美国商务部 2019 年 5 月以来对华为公司实施的主要限制政策内容；查阅相关行业研究报告，了解华为芯片供应受限的影响；查阅 IDC、Omdia 的专业机构发布的研究报告和数据，了解华为品牌智能手机的出货量变

化情况。

(6) 查阅发行人报告期内的销售明细表，了解终端应用于华为品牌智能手机的产品销售变化情况；审阅发行人关于其产品终端应用于华为品牌智能手机的情况说明；对涉及华为产业链的发行人直接客户进行访谈，了解由于华为因芯片供应受限对该等客户面向华为公司的销售影响。

(7) 查阅发行人 2021 年下半年的销售明细表，了解终端应用于华为品牌智能手机的产品销售情况，并收集相应的大额订单进行验证。

(8) 查阅近期关于 iPhone、iPad 等终端电子产品因芯片短缺而推迟订单的新闻报道。

(9) 审阅下游客户提供给发行人的采购需求预测以及相关邮件往来，估算下游客户由于芯片短缺而推迟采购订单的规模。

2. 核查结论

经核查，保荐人、申报会计师认为：

(1) 发行人仅为苹果二级供应商的原因包括：①功能性器件企业所处产业链位置决定其是终端品牌商的二级供应商。②苹果公司基于供应链管理效率等考虑，对功能性器件厂商主要按照二级供应商管理。按照是否需要取得苹果公司直接认证，苹果产业链的功能性器件可以细分为关键功能性器件和基础功能性器件：针对关键的个别功能性器件，苹果公司会指定产业链上的整机制造服务商、组件生产商向其直接认证的供应商进行采购；未被苹果公司认定为关键功能性器件的，则由各整机制造服务商、组件生产商自主采购；行业内的部分企业获取苹果公司直接认证的合格供应商资质，主要是为了进入关键功能性器件细分市场，而发行人根据自身情况选择立足于苹果产业链的基础功能性器件市场，立足市场主体部分，发挥比较优势，构筑核心竞争力。

(2) 发行人作为苹果产业链二级供应商，长期接受下游直接基于苹果公司标准的考察；经自我评估，发行人已具备申请苹果公司直接认证供应商的基本条件，获取相应的供应商资质不存在实质性障碍；但是，现阶段发行人将仍然主要立足苹果产业链的基础功能性器件市场，并力争实现优势地位的战略目标；在此基础上，发行人将综合考虑细分市场竞争状况、资金运用筹划等因

素，决定是否进一步开拓苹果产业链的关键功能性器件细分市场。

（3）最终应用于华为的产品收入大幅下滑导致发行人 2021 年度未能获得约 4,000 万元的增量营业收入；从期后合作情况来看，2021 年下半年的大额订单金额合计约 200 万元，发行人终端应用于华为品牌智能手机的产品销售收入进一步萎缩。

（4）供应链不畅、下游“缺芯”、部分新型号电子产品推出计划受阻导致 2021 年度发行人的客户推迟订单金额合计约 2,400 万元，总体影响程度有限，且长期来看，芯片紧缺的影响将逐步得到缓解；发行人已在招股说明书有针对性地补充了相关风险提示。

问题四：关于采购和供应商

申请文件及首轮问询回复显示：

（1）发行人 2019 年胶带采购量下降，2020 年保护膜采购量上升，发行人解释原因系当年含胶带或保护膜的产品生产数量发生变化，但未定量分析含胶带或保护膜产品产量与相关原材料采购量的关系。

（2）报告期各期发行人向贸易供应商采购原材料的金额分别为 5,480.45 万元、5,825.45 万元、6,457.40 万元、4,697.67 万元，占当期原材料采购金额的比例分别为 45.92%、52.99%、40.20%、46.09%。贸易供应商主要为 3M、德莎、日东等国际知名品牌的代理商，其最终货源来自其代理品牌的原生产厂商。

（3）发行人主要原材料包括胶带、保护膜、导电材料等，上述三种原材料合计占报告期各期原材料总采购金额的 68.87%、59.83%、55.86%、62.14%。2021 年 1-6 月，胶带类平均采购单价上涨 20.15%，导电类平均采购单价上涨 9.55%，但保护膜平均采购单价下滑 7.51%。

请发行人：

（1）进一步量化分析并说明报告期内含胶带或保护膜产品的产量与胶带或保护膜采购量是否匹配。

（2）说明同一产品向贸易商采购和向原厂采购的价格是否存在明显差异，向贸易商采购价格是否公允。

（3）说明 2021 年 1-6 月保护膜采购价格变动趋势与胶带类、导电类存在差异的原因，结合期后的主要原材料价格变动情况，进一步说明原材料价格上涨对发行人毛利率及经营业绩的影响。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

（一）进一步量化分析并说明报告期内含胶带或保护膜产品的产量与胶带或保护膜采购量是否匹配。

报告期内，发行人购买的胶带及保护膜等原材料多为高分子化学品和精细化工产品相关材料，采购计量单位为元/平方米。发行人的产成品为电子产品精

密功能性器件，计量单位为元/pes，与原材料计量单位不一致；而且发行人的产成品型号众多，尺寸不一，在原材料采购的计量单位与产成品的产量单位之间无法建立简单、直接的换算关系。

发行人的产品主要应用于平板电脑、智能手机等终端电子产品中，因此每 pes 产品的尺寸相对较小。以应用于苹果品牌的产品为例，其中应用于 ipad 的产品长度通常为 35 厘米以内，宽度通常为 2.5 厘米以内，应用于 iphone 的产品长度通常为 10 厘米以内，宽度通常为 3.5 厘米以内。因此，一平方米的原材料材料通常能产出数百 pes 的产成品，且产成品规格型号众多、尺寸不一，原材料的整体采购数量单位与产成品的整体产量单位之间无法形成简单、直接的换算比值；但是，由于发行人系根据直接客户提供的图纸制作 BOM 表并据此安排生产的，因此，可以根据 BOM 表逐一计算每一款产品所耗用相关原材料的数量。报告期内，胶带类原材料的采购量与生产的含胶带产品中胶带类原材料的耗用量情况如下：

类别	项目及单位	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
胶带类原材料	采购量（万平方米）	146.08	279.07	243.48	180.61
	减：直接销售量（万平方米）	4.89	9.41	12.98	8.93
	等于：净采购量（万平方米）	141.19	269.66	230.50	171.68
含胶带产品	根据 BOM 表换算的胶带类原材料生产耗用量（万平方米）	131.32	248.44	212.84	155.64
生产耗用量占净采购量的比例		93.01%	92.13%	92.34%	90.66%

报告期内，保护膜原材料的采购量与生产的含保护膜成品中保护膜原材料的耗用量情况如下：

类别	项目及单位	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
保护膜原材料	采购量（万平方米）	189.92	395.36	264.19	151.09
	减：直接销售量（万平方米）	1.31	3.06	4.02	2.62
	等于：净采购量（万平方米）	188.61	392.29	260.17	148.47
含保护膜产品	根据 BOM 表换算的保护膜原材料生产耗用量（万平方米）	179.42	373.62	241.54	135.24
生产耗用量占净采购量的比例		95.13%	95.24%	92.84%	91.09%

发行人采购的胶带类和保护膜原材料主要用于生产成品，少量直接对外销售，报告期内，含胶带或保护膜原材料的产成品产量与胶带或保护膜类原材料

的采购量基本匹配。

(二) 同一产品向贸易商采购和向原厂采购的价格是否存在明显差异，向贸易商采购价格是否公允。

报告期各期前五大供应商的类型及其向发行人所供应的原材料品牌等情况如下：

序号	所供应的原材料品牌	报告期各期涉及的前五大供应商	供应商类型
1	3M	深圳市亚飞亚电子科技有限公司	贸易商（拥有 3M 经销授权证书）
		深圳市向鸿科技有限公司	贸易商（拥有 3M 经销授权证书）
		深圳市卓邦包装制品厂	贸易商（拥有 3M 经销授权证书）
		深圳市狄之娇科技有限公司	贸易商（拥有 3M 经销授权证书）
		深圳市凯洋创富科技有限公司	贸易商（拥有 3M 经销授权证书）
2	TOYO	阿波罗展贸科技（深圳）有限公司	贸易商（拥有 TOYO 经销授权证书）
3	大象	DAESANG S.T CO.,LTD.	该品牌的生产厂商
		英特盛科技股份有限公司	贸易商
		General Interface Solution Limited	贸易商
4	日东	威茂电子（深圳）有限公司	贸易商（拥有日东经销授权证书）
5	德莎	德莎胶带（上海）有限公司	该品牌的生产厂商
		东莞弘国贸易有限公司	贸易商（拥有德莎经销授权证书）
6	betaopto	楷威电子股份有限公司	该品牌的生产厂商

如上表所示，发行人采购的 3M、TOYO、日东三个品牌的原材料均来自于贸易商类型的供应商，无法进行向贸易商采购和向原厂采购价格的比较；发行人采购的德莎、大象两个品牌原材料的供应商类型，既包括该品牌的生产厂商，也包括相应的贸易商，因此可以进行向贸易商采购和向原厂采购价格的比较。

1. 发行人未向 3M 等品牌原材料的生产厂商采购的原因

除德莎、大象品牌之外，发行人所采购的 3M、日东、TOYO 三个主要的原材料品牌均来自于贸易商类型的供应商，而未向该等品牌的生产厂商采购，主要原因如下：

从产业链分工的角度来看，功能性器件行业存在的价值就在于解决上游功能性材料生产厂商大规模、标准化生产和下游电子产品整机制造服务商和组件生产商需求多样化、定制化之间的矛盾。一般情况下，包括发行人在内的功能性器件厂商采购同一规格型号的原材料规模不大，原材料的生产厂商一般不愿意与功能性器件厂商直接交易，而更倾向于通过经销商渠道发售其原材料；因为不同的经销商可以针对某一个或者几个规格型号进行批量采购，功能性器件厂商再根据各自的原材料需求面向不同的经销商采购，从而有利于提高整个产业链的经营效率。3M、日东等国际品牌均确认在中国境内的销售策略主要是通过经销商渠道发售。

此外，经销商的经营策略相对灵活，一般会授予发行人一定的赊销信用期，有利于发行人的资金周转。

2. 德莎、大象等品牌原材料向贸易商采购和向原厂采购价格的比较

（1）德莎品牌的原材料价格比较

针对德莎品牌旗下的同一款原材料而言，报告期内，发行人同时向贸易商采购和向原厂采购涉及的全部原材料价格对比如下：

期间	物料代码	原厂		贸易商（东莞弘国贸 易有限公司）		单价差异 （元/平方 米）	差异率
		采购单价 （元/平方 米）	采购金额 （万元）	采购单价 （元/平方 米）	采购金 额（万 元）		
2022 年 1- 6 月	1M-E-B-G-D-000139	65.00	113.65	65.00	0.31	-	0.00%
	1M-A-B-G-D-000477	255.82	50.55	278.00	3.14	-22.18	-8.67%
	1M-E-B-G-F-000011	42.04	43.84	43.75	2.40	-1.71	-4.07%
	1M-E-B-G-F-000003	50.00	17.98	52.83	1.31	-2.83	-5.66%
	1M-A-B-G-D-000511	310.06	5.67	323.00	1.97	-12.94	-4.17%
	1M-A-B-G-D-000479	38.72	1.94	37.08	7.42	1.64	4.24%
	1M-A-B-G-D-000532	117.33	1.65	112.30	4.54	5.03	4.29%
	1M-E-B-G-D-000078	45.00	1.13	43.30	0.71	1.70	3.78%
	1M-E-B-N-D-000035	56.85	1.04	56.20	0.34	0.65	1.14%
	1M-A-B-G-D-000379	59.49	0.82	58.41	2.80	1.09	1.83%
	1M-A-B-G-D-000401	50.00	0.62	52.83	3.28	-2.83	-5.66%
	合计	-	238.89	-	28.22	-	-

期间	物料代码	原厂		贸易商（东莞弘国贸 易有限公司）		单价差异 （元/平方 米）	差异率
		采购单价 （元/平方 米）	采购金额 （万元）	采购单价 （元/平方 米）	采购金 额（万 元）		
2021 年	01-EBAAD4-018	65.17	87.91	65.82	5.26	-0.66	-1.01%
	01-EBGAF1-014	42.04	77.29	43.75	2.40	-1.71	-4.07%
	01-DBAAF2-017	36.50	29.43	36.82	9.90	-0.32	-0.88%
	01-EBAAF1-004	50.00	22.94	53.50	4.59	-3.50	-7.00%
	01-EBGAF1-027	33.00	16.50	35.14	8.79	-2.14	-6.48%
	01-EBGAE1-001	264.13	14.50	244.46	75.31	19.67	7.45%
	01-DBKBF-001	367.92	5.85	387.20	4.03	-19.28	-5.24%
	01-EBAAF1-009	29.56	2.96	29.20	7.67	0.36	1.21%
	01-EBAAF1-001	33.54	1.26	32.41	2.43	1.13	3.37%
	01-EBGAD1-053	32.88	0.82	34.09	0.85	-1.21	-3.69%
	01-DBAAF2-009	35.15	0.71	35.93	0.31	-0.78	-2.22%
	01-EBGZF-006	54.50	0.68	55.04	0.22	-0.54	-1.00%
	01-EBAAD1-004	40.13	0.55	39.77	1.09	0.36	0.89%
	01-EBGAD1-093	27.81	0.36	29.30	0.09	-1.49	-5.36%
	01-EBAAD1-002	27.31	0.34	27.06	1.35	0.25	0.90%
	01-EBGZD-007	37.52	0.47	37.08	5.51	0.44	1.18%
	01-EBGAD1-086	76.18	0.94	75.22	0.43	0.96	1.26%
	01-EBGZD-009	30.70	0.38	30.35	0.38	0.35	1.12%
	01-EBAA1-010	27.08	0.34	27.60	2.42	-0.52	-1.94%
	合计		264.22		133.02		
2020 年	01-EBGAE1-001	264.12	129.70	244.46	3.73	19.66	7.45%
	01-EBGAF1-014	42.04	28.84	43.75	61.96	-1.71	-4.07%
	01-DBAAF2-008	34.33	7.65	36.09	47.49	-1.76	-5.13%
	01-EBGID1-003	68.22	1.28	65.62	3.08	2.60	3.81%
	01-EBGAD1-086	76.18	0.94	78.49	0.09	-2.31	-3.03%
	01-EBGZD-007	37.52	0.94	37.08	5.56	0.44	1.18%
	01-EBAAD1-004	40.13	0.55	40.13	2.29	0.00	0.00%
	01-EBGZD-009	30.70	0.38	30.35	1.52	0.35	1.12%
	合计		170.29		125.71		
2019	01-EBGAD1-052	40.13	1.10	39.82	15.92	0.31	0.77%

期间	物料代码	原厂		贸易商（东莞弘国贸易有限公司）		单价差异 （元/平方米）	差异率
		采购单价 （元/平方米）	采购金额 （万元）	采购单价 （元/平方米）	采购金额 （万元）		
年	01-EBAAF1-009	29.56	4.43	31.70	5.15	-2.13	-7.22%
	01-EBGAD1-065	212.58	1.73	229.72	1.87	-17.14	-8.06%
	01-EBNAE1-002	264.12	11.28	244.45	0.75	19.67	7.45%
	合计		18.54		23.68		

针对德莎品牌旗下的同一款原材料而言，发行人向贸易商采购和向原厂采购的价格差异较小，向贸易商的采购价格公允。

（2）大象品牌的原材料价格比较

针对大象品牌旗下的同一款原材料而言，报告期内，发行人同时向贸易商采购和向原厂采购的涉及的全部原材料价格对比如下：

期间	物料代码	原厂		贸易商（General Interface Solution Limited）		单价差异 （元/平方米）	差异率
		采购单价 （元/平方米）	采购金额 （万元）	采购单价 （元/平方米）	采购金额 （万元）		
2021 年	01-DEKBF2-001	166.55	405.31	163.73	338.85	2.82	1.69%
	合计		405.31		338.85		

注：2019 年、2020 年，发行人未与大象品牌原材料的贸易商发生交易，2022 年发行人未与大象品牌原厂发生交易，因此，此处未列示比较情况。

针对大象品牌旗下的同一款原材料而言，发行人向贸易商采购和向原厂采购的价格差异较小，向贸易商的采购价格公允。

3. 价格公允性

国际品牌原材料的生产厂商面向经销商的销售政策相对统一，而经销商面向第三方的销售则由各经销商在授权经营范围内自主决策。一般规律而言，由于经销商采购同一规格型号原材料的规模较大，国际品牌原材料的生产厂商对经销商的销售价格会更优惠。

由于同一类别的原材料涉及的规格型号较多，彼此的价格差异较大，当同一类别下的不同规格型号原材料的采购占比发生较大变化时，会导致该类别原

材料的采购均价相应变化。因此，针对价格公允性适合具体到不同规格型号的原材料来分析。下面以报告期各期发行人所采购的前五大原材料为例，逐一对比分析向不同供应商的采购价格如下：

（1）2019 年度

2019 年度，前五大原材料采购总额为 3,216.78 万元，占当期原材料采购总额的比例为 29.26%。前五大原材料的供应商及其相应的采购均价对比如下：

序号	料号	品牌及类别	供应商名称	供应商类型	采购均价 (元/平方米)
1	01-EEGBL1-001	3M-导电类	深圳市向鸿科技有限公司	贸易商	178.28
			深圳市凯洋创富科技有限公司	贸易商	180.62
			深圳市亚飞亚电子科技有限公司	贸易商	180.16
			苏州朗晶晖电子材料有限公司	贸易商	161.06
			深圳市狄之娇科技有限公司	贸易商	181.54
2	01-EEGBL1-002	3M-导电类	深圳市亚飞亚电子科技有限公司	贸易商	238.72
			深圳市向鸿科技有限公司	贸易商	176.19
3	01-EDNAQ2-002	TOYO-胶带类	阿波罗展贸科技（深圳）有限公司	贸易商	310.02
4	01-EBMAD4-001	日东-胶带类	晋昌电子材料（深圳）有限公司	贸易商	72.91
			苏州晋昌胶粘制品有限公司	贸易商	72.94
			淮安市鸿富瀚科技有限公司	同行业企业	71.72
			重庆创群电子材料有限公司昆山分公司	贸易商	58.41
5	01-EDNAQ2-001	TOYO-胶带类	阿波罗展贸科技（深圳）有限公司	贸易商	411.82

注：发行人向同行业企业淮安市鸿富瀚科技有限公司采购，主要是基于行业内常见的同行之间原材料相互调剂。

（2）2020 年度

2020 年度，前五大原材料采购总额为 3,772.09 万元，占当期原材料采购总额的比例为 23.48%。前五大原材料的供应商及其相应的采购均价对比如下：

序号	料号	品牌及类别	供应商名称	供应商类型	采购均价 (元/平方米)
----	----	-------	-------	-------	-----------------

序号	料号	品牌及类别	供应商名称	供应商类型	采购均价 (元/平方米)
1	01-EEGBL1-001	3M-导电类	深圳市凯洋创富科技有限公司	贸易商	184.71
			深圳市亚飞亚电子科技有限公司	贸易商	184.71
			深圳市向鸿科技有限公司	贸易商	179.31
			深圳市狄之娇科技有限公司	贸易商	184.71
			深圳市稻兴科技有限公司	贸易商	184.74
			磐美（上海）国际贸易有限公司	贸易商	185.84
2	01-EEGBL1-002	3M-导电类	深圳市亚飞亚电子科技有限公司	贸易商	237.93
			深圳市狄之娇科技有限公司	贸易商	231.57
			名腾国际贸易（深圳）有限公司	贸易商	237.93
			深圳市向鸿科技有限公司	贸易商	237.64
			深圳市稻兴科技有限公司	贸易商	230.00
			深圳市凯洋创富科技有限公司	贸易商	236.28
			磐美（上海）国际贸易有限公司	贸易商	234.69
3	01-DEKBF2-001	大象-胶带类	DAESANGS.TCO., LTD	贸易商	172.99
4	01-EDNAQ2-002	TOYO-胶带类	阿波罗展贸科技（深圳）有限公司	贸易商	302.43
5	01-EEKBL1-003	3M-导电类	深圳市亚飞亚电子科技有限公司	贸易商	180.81
			深圳市凯洋创富科技有限公司	贸易商	186.68
			上海普邦贸易有限公司	贸易商	183.67
			深圳市卓邦包装制品厂	贸易商	187.00
			深圳市狄之娇科技有限公司	贸易商	183.67

(3) 2021 年度

2021 年度，前五大原材料采购总额为 4,798.45 万元，占原材料采购总额的比例为 22.23%。前五大原材料的供应商及其相应的采购均价对比如下：

序号	料号	品牌及类别	供应商名称	供应商类型	采购均价 (元/平方米)
1	01-	3M-导电类	深圳市亚飞亚电子科技有	贸易商	234.46

序号	料号	品牌及类别	供应商名称	供应商类型	采购均价 (元/平方米)
	EEGBL1-002		限公司		
			深圳市凯洋创富科技有限公司	贸易商	234.46
			深圳市狄之娇科技有限公司	贸易商	229.37
			深圳市稻兴科技有限公司	贸易商	230.00
2	01-DEKBF2-001	大象-胶带类	DAESANG S.T CO., LTD	大象品牌的生产厂商	166.55
			General Interface Solution Limited	贸易商	163.73
3	01-YZAE4-009	Betaopto-保护膜	楷威电子股份有限公司	Betaopto 的生产厂商	131.49
4	01-EEGBL1-001	3M-导电类	深圳市凯洋创富科技有限公司	贸易商	184.42
			深圳市亚飞亚电子科技有限公司	贸易商	184.71
5	01-10030694	Solartron-胶带类	长阳科技(香港)有限公司	Solartron 的生产厂商	6.81

(4) 2022 年 1-6 月

2022 年 1-6 月, 前五大原材料采购总额为 1,918.65 万元, 占原材料采购总额的比例为 17.29%。前五大原材料的供应商及其相应的采购均价对比如下:

序号	料号	品牌及类别	供应商名称	供应商类型	采购均价 (元/平方米)
1	1M-E-F-G-M-000001	3M-导电类	深圳市亚飞亚电子科技有限公司	贸易商	231.95
			深圳市凯洋创富科技有限公司	贸易商	236.09
			深圳市狄之娇科技有限公司	贸易商	238.00
2	1M-D-F-L-F-000001	大象-胶带类	General Interface Solution Limited	贸易商	162.27
3	1M-E-D-N-Z-000003	TOYO-胶带类	阿波罗展贸科技(深圳)有限公司	贸易商	300.46
4	1M-R-Z-A-E-000011	Solartron-光学类	长阳科技(香港)有限公司	Solartron 的生产厂商	7.48
5	1M-E-B-K-J-000004	Selen-胶带类	新纶功能材料(深圳)有限公司	Selen 的生产厂商	135.78

报告期内, 针对同一规格型号的原材料, 发行人向不同供应商的采购均价不存在重大差异, 少量差异主要是不同供应商的经营效率、经营策略、原材料保质期长短等方面差异导致的。

总体而言，发行人的原材料采购价格公允。

(三) 2021 年 1-6 月保护膜采购价格变动趋势与胶带类、导电类存在差异的原因，结合期后的主要原材料价格变动情况，进一步说明原材料价格上涨对发行人毛利率及经营业绩的影响。

1. 2021 年 1-6 月保护膜采购价格变动趋势与胶带类、导电类存在差异的原因

2020 年度、2021 年 1-6 月，胶带类、导电类及保护膜等主要原材料的采购价格及变动情况如下：

序号	大类	单位	平均价格		变动情况 (2021 年 1-6 月较 2020 年)	
			2021 年 1-6 月	2020 年度	变动金额	变动比例
1	胶带类	元/平方米	30.89	25.71	5.18	20.15%
2	导电类	元/平方米	220.45	201.24	19.21	9.55%
3	保护膜	元/平方米	9.48	10.25	-0.77	-7.51%

发行人所采购的胶带类原材料主要包含单面胶、双面胶、热熔胶、导电胶等；导电类原材料主要包含导电布、导电铜铝箔等；保护膜类原材料主要包含防静电保护膜、蓝色硅胶保护膜、棱镜片等。

随着终端电子产品的不断迭代升级，功能性器件产品的要求越来越高，产品层数增加、结构复杂度提升、所选用材料种类增多；同一类别原材料涉及的规格型号也较多，不同规格型号原材料的价格差异较大，随着市场需求的变化，同一类别下的不同规格型号原材料的采购占比变化时，会导致该类别原材料采购均价的相应变化。

2020 年、2021 年 1-6 月胶带类原材料分别包含 600 多款和 500 多款不同规格型号的原材料。随着终端电子产品的品质要求越来越高，性能强、价格高的胶带类原材料需求量也不断提升，相应规格型号的胶带类原材料采购规模扩大，导致胶带类原材料的整体采购均价上升。例如，由于新款 iPad Pro 于 2021 年 4 月 21 日发布，发行人为该机型配套的功能性器件所需使用的 01-EEKBL1-011 与 01-EEKBL1-013 胶带类原材料价格较高（单价分别为约 300 元/平方米、约 260 元/平方米），其占胶带类原材料采购总额的比例，从 2020 年的 0.41%提

升为 2021 年 1-6 月的 9.55%，提升了胶带类原材料的整体采购均价。

2021 年 1-6 月，由于终端电子产品迭代升级，发行人所生产为之配套的功能性器件的原材料性能要求也不断提升，其中相应规格型号的导电类原材料升级，导致当期的导电类原材料整体采购均价提高。

2021 年 1-6 月，发行人终端应用于平板电脑、笔记本/台式电脑的产品规模扩大，生产该等功能性器件过程中需要使用大量的保护膜原材料，用于产品出货过程中起遮蔽和保护作用，该等功能性器件所使用的保护膜类原材料要求不高，价格相对便宜；由于平板电脑、笔记本/台式电脑的所需配套的遮蔽和保护作用功能性器件尺寸较大，因此，所耗用的低价格保护膜类原材料数量也较多；受终端应用于平板电脑、笔记本/台式电脑的产品规模扩大的影响，当期低价格保护膜类原材料采购占比提高，拉低了保护膜类原材料的整体采购均价。此外，发行人通过扩大供应商遴选范围，新开发了苏州恒悦新材料有限公司、深圳市皓威胶粘制品有限公司等优质的保护膜供应商，增强了议价能力。

2. 期后的主要原材料价格变动情况

与 2021 年上半年相比，2021 年下半年的主要原材料价格变动情况如下：

序号	大类	单位	平均价格		变动情况	
			2021 年 7-12 月	2021 年 1-6 月	变动金额	变动比例
1	胶带类	元/平方米	33.02	30.89	2.13	6.91%
2	导电类	元/平方米	218.55	220.45	-1.90	-0.86%
3	保护膜	元/平方米	6.99	9.48	-2.49	-26.27%

2021 年下半年，胶带类原材料采购均价有所上升，导电类原材料采购均价略微下降，保护膜类原材料采购均价下降较多。其中，保护膜类原材料采购均价下降较多的主要原因：发行人所采购的保护膜类原材料具体包括棱镜片、防静电保护膜、蓝色硅胶保护膜等；其中，棱镜片主要用于加工显示屏相关的功能性器件，主要发挥光源扩散、色散等作用，功能性较强，采购单价较高；除棱镜片之外，其他保护膜类原材料主要用于终端产品出货时发挥覆盖和保护作用的功能性器件产品，属于耗用型辅材，功能性要求不高，采购均价较低。当客户订单需求结构发生变化时，发行人生产相应产品所采购具体的保护膜类原材料会相应变化；当各期所采购具体的保护膜类原材料占比变化较大时，保护

膜类原材料的整体采购均价就会发生相应变化。具体分析如下：

序号	保护膜类别	2021年1-6月 (单位:万 pcs、元/pcs)			2021年7-12月 (单位:万 pcs、元/pcs)			均价变动比例
		数量	均价	金额占比	数量	均价	金额占比	
1	棱镜片	7.53	125.69	54.37%	4.08	111.84	30.89%	-11.02%
2	防静电保护膜、蓝色硅胶保护膜等其他保护膜	175.97	4.51	45.63%	207.46	4.93	69.11%	9.21%
合计/整体采购均价		183.49	9.48	100.00%	211.54	6.99	100.00%	-26.27%

2021年下半年单价较高的棱镜片采购规模和占比的下降，从而导致保护膜类原材料的整体采购均价下降。棱镜片采购占比下降的原因：2021年上半年，发行人主要根据客户提供的需求预测提前采购相应的原材料棱镜片，造成积压较多（2021年6月30日棱镜片结存金额为367.37万元）；由于该原材料的采购价格较高，2021年下半年，发行人调整备货策略，根据经验在保障客户需求的前提下适当减少价格较高的棱镜片原材料备货，提高了周转效率，因此，价格较高的棱镜片采购规模下降，从而导致保护膜类原材料的整体采购均价下降。

3. 期后原材料价格变动对发行人毛利率及经营业绩的影响

与2021年上半年相比，2021年下半年胶带类原材料采购均价上升6.91%，导电类原材料采购均价下降0.86%，保护膜类原材料采购均价下降26.27%。上述主要材料采购均价变动对发行人单位成本、毛利率的影响测算如下：

序号	项目	胶带类	导电类	保护膜
1	2021年下半年采购均价（元/平方米）	33.02	218.55	6.99
2	2021年下半年采购均价变化（元/平方米）	2.13	-1.90	-2.49
3	2021年下半年单位耗用量（平方米/pcs）	0.00080	0.00005	0.00139
4	2021年下半年单位成本变化（元/pcs）	0.00170	-0.00009	-0.00346
5	对毛利率的影响	0.90%	-0.05%	-1.83%

注：单位成本变化=采购均价变化×单位耗用量；采购均价对毛利率影响=单位成本变动/本期销售均价。

总体而言，2021年下半年胶带类、导电类、保护膜类原材料采购均价变化情况对单位成本、毛利率的影响较小，未对发行人经营业绩造成重大不利影响。

（四）核查意见

1. 核查程序

保荐人、申报会计师主要实施了以下核查程序：

（1）获取并审阅发行人报告期内的采购明细表，查看胶带类和保护膜原材料的采购数据；获取发行人产成品收发存汇总表，查看含胶带或保护膜类原材料的产成品产量情况；查验含胶带类、保护膜类原材料的产成品 BOM 表，确认基于 BOM 表换算的原材料生产耗用量。

（2）获取并审阅发行人报告期内的采购明细表，对比分析向原厂和贸易商采购同一原材料的采购均价是否存在重大差异，比较发行人向不同贸易商采购同一原材料的价格是否存在重大差异。

（3）对主要原材料品牌的生产厂商进行访谈，了解其经营策略是否符合发行人采购模式、采购询价等实际情况。

（4）获取并审阅发行人期后采购明细表，查验主要材料在期后的价格变动趋势；复核发行人关于主要原材料价格变动对单位成本、毛利率及经营业绩的测算表。

2. 核查结论

经核查，保荐人、申报会计师认为：

（1）报告期内含胶带或保护膜类原材料的产成品产量与胶带或保护膜类原材料的采购量基本匹配。

（2）同一款原材料向贸易商采购和向原厂采购的价格不存在明显差异，向贸易商采购价格公允。

（3）2021 年 1-6 月保护膜采购价格变动趋势与胶带类、导电类存在差异的原因主要是：同一类别原材料涉及的规格型号较多，不同规格型号原材料的价格差异较大，随着市场需求的变化，同一类别下的不同规格型号原材料的采购占比变化时，会导致该类别原材料采购均价的相应变化。也就是说，保护膜类原材料的整体采购均价变动趋势与胶带类、导电类原材料存在差异的根本原因在于市场需求结构变化引起的原材料采购均价波动。

(4) 结合期后的主要原材料价格变动情况来看，原材料价格变动对发行人毛利率及经营业绩影响较小，未造成重大不利影响。

问题五：关于租赁房产瑕疵

申请文件及首轮问询回复显示：

（1）发行人租赁的部分房屋建筑物未办理房屋租赁备案手续。

（2）其中，东莞市大朗镇求富路社区富民南路 62 号（发行人主要生产经营场所之一，占生产经营所用房产建筑面积合计比例为 47.94%）上盖厂房构成违章建筑，存在导致搬迁损失的风险；秦皇岛市经济技术开发区永定河道一期 15 号标准厂房北侧二层出租方与产权方为不定期租赁，存在随时解除租赁关系的风险。

请发行人对照中国证监会《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》问题 18 的要求，说明涉及土地资产相关情况，并做重大风险提示。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

回复：

（一）涉及的土地资产相关情况

根据中国证监会《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》问题 18 的要求，发行人涉及的土地资产相关情况及其合规性论证如下：

报告期初以来，发行人生产经营用房产均系租赁使用，该等房产所涉土地情况如下：

序号	出租方	产权方	承租方	房产位置	土地性质	是否涉及使用或租赁使用集体建设用地、划拨地、农用地、耕地、基本农田及其上建造的房产等情形
1	东莞市大朗镇求富路股份经济联合社	东莞市大朗镇求富路股份经济联合社	六淳科技	东莞市大朗镇富民南路 62 号	集体建设用地	是
2	珠海市畅合发展有限公司	广东世荣兆业股份有限公司	珠海六淳	珠海市金湾区三灶镇机场西路 689 号 3#厂房车间一楼 1 单元	国有建设用地使用权-出让	否
3	珠海市畅合发展有	广东世荣兆业股份	珠海六淳	珠海市金湾区三灶镇机场西路	国有建设用地使用权-出让	否

序号	出租方	产权方	承租方	房产位置	土地性质	是否涉及使用或租赁使用集体建设用地、划拨地、农用地、耕地、基本农田及其上建造的房产等情形
	限公司	有限公司		689号3#厂房车间3楼2单元		
4	淮安开发控股有限公司	淮安开发控股有限公司	淮安六渟	淮安经济技术开发区飞耀北路16号	国有建设用地使用权-出让	否
5	淮安开发控股有限公司	淮安开发控股有限公司	淮安六渟	淮安经济技术开发区飞耀北路6号	国有建设用地使用权-出让	否
6	中沃机械（苏州）有限公司	中沃机械（苏州）有限公司	昆山六渟	昆山市巴城镇立基路111号厂区内B栋5号	国有建设用地使用权-出让	否
7	中沃机械（苏州）有限公司	中沃机械（苏州）有限公司	昆山六渟	昆山市巴城镇立基路111号厂区内B栋6号	国有建设用地使用权-出让	否
8	河北福恩特电气设备集团有限公司	河北福恩特电气设备集团有限公司	秦皇岛六渟	秦皇岛经济技术开发区永定河道9号	国有建设用地使用权-出让	否
9	秦皇岛开发区泰盛孵化器有限公司	秦皇岛开发区国有资产经营有限公司	秦皇岛六渟	秦皇岛经济技术开发区永定河道15号标准厂房北侧二层	国有建设用地使用权-划拨	是
10	宁波市北仑区飞达甬丰电器有限公司	宁波市北仑区飞达甬丰电器有限公司	宁波六渟	宁波市北仑区龙角山路539号	国有建设用地使用权-出让	否
11	东莞市美丽湾创意产业园有限公司	东莞市美丽湾创意产业园有限公司	六渟精密	东莞市大朗镇石厦村富民南路70号B幢一层	国有建设用地使用权-出让	否
12	越南韩博科技有限公司	越南韩博科技有限公司	越南六渟	越南北江省协和县梅定乡和富工业区CN-09号地块	不适用	不适用

六渟科技租赁的位于东莞市大朗镇富民南路62号（以下简称“富民南路厂房”）厂房所在土地为集体建设用地，秦皇岛六渟租赁的位于秦皇岛市经济技术开发区永定河道一期15号标准厂房北侧二层（以下简称“永定河道一期15号厂房”）厂房所在土地为划拨地；除此之外，发行人及其子公司其他租赁用生产经营的厂房，不存在使用或租赁使用集体建设用地、划拨地、农用地、耕地、

基本农田及其上建造的房产等情形。

报告期内，发行人在上述构成瑕疵租赁的“富民南路厂房”以及“永定河道一期 15 号厂房”内自主生产产品的销售收入、销售毛利及其占当期合并口径营业收入、毛利的比例情况如下：

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额（万元）	占比	金额（万元）	占比	金额（万元）	占比	金额（万元）	占比
上述瑕疵租赁厂房内自主生产产品的销售收入	11,950.07	45.57%	27,934.68	50.16%	23,187.31	57.44%	19,733.39	66.51%
上述瑕疵租赁厂房内自主生产产品的销售毛利	5,177.97	56.51%	12,553.13	60.74%	9,735.66	70.44%	7,499.96	75.49%

注 1：报告期内，母公司六淳科技销售的产品，包括在富民南路厂房内自主生产的产品销售、转售旗下子公司所生产产品以及委托第三方生产的产品；因此，报告期内，在构成瑕疵租赁的“富民南路厂房”内自主生产的产品销售收入、毛利只是母公司六淳科技营业收入、毛利的一部分。

注 2：报告期内，子公司秦皇岛六淳租赁了两处厂房，具体为“永定河道一期 15 号厂房”和“永定河道 9 号厂房”。其中，只有“永定河道一期 15 号厂房”构成瑕疵租赁，在该厂房内生产的产品销售收入、毛利只是子公司秦皇岛营业收入、毛利的一部分。

此外，除秦皇岛六淳租赁的厂房未办理租赁备案外，发行人及其子公司租赁的其他生产经营性房产均已办理租赁备案手续；经实地走访秦皇岛住房与城乡建设局、秦皇岛六淳住所地主管公安机关，相关部门均表示，当地房屋租赁备案手续仅针对居住房屋开展，暂无主管部门对接办理厂房租赁备案手续。同时，发行人实际控制人、控股股东已承诺：“若因未办理租赁备案、租赁房屋未取得房屋产权证、使用划拨地上建筑等原因导致发行人遭受处罚和/或损失的，或因前述原因导致发行人需要在租赁期限届满前搬迁的，本人将无条件、连带地全额承担该处罚导致罚金及其他损失。”根据《民法典》第 706 条的规定，未办理登记备案手续不影响租赁合同的效力，且发行人实际控制人、控股股东已承诺就有可能导致的处罚和损失承担责任，因此不会对发行人的生产经营产生重大不利影响。

1. 第 1 项房产所占用土地系集体建设用地

(1) 第 1 项房产具体租赁情况

发行人租赁的富民南路厂房所在地土地所有权属于东莞市大朗镇求富路股份经济联合社集体（以下简称“求富路联社”），土地性质系集体建设用地。

发行人与求富路联社签署了《厂房租赁合同书》，约定将位于东莞市大朗镇求富路社区富民南路 62 号总建筑面积为 29,620 平方米的房屋建筑物（包括厂房 2 栋 3 层、宿舍 2 栋 4 层、饭堂 1 栋 2 层、办公室 1 栋 3 层、电房、保安室、容压机房各一层及空地）租赁给发行人使用，租赁期限自 2020 年 6 月 15 日起至 2025 年 6 月 14 日止。前三年租金每月 424,260.00 元，第四年起租金每月 466,686.00 元。经求富路联社同意，发行人将富民南路厂房部分转租给东莞市华淳医疗科技有限公司及六淳能源。

(2) 发行人使用或租赁使用的土地及其上建造房产的取得和使用是否符合《土地管理法》等法律法规的规定、是否依法办理了必要的审批或租赁备案手续

①涉及的法律规定

《中华人民共和国土地管理法》第六十三条规定，土地利用总体规划、城乡规划确定为工业、商业等经营性用途，并经依法登记的集体经营性建设用地，土地所有权人可以通过出让、出租等方式交由单位或者个人使用，并应当签订书面合同，载明土地界址、面积、动工期限、使用期限、土地用途、规划条件和双方其他权利义务。前款规定的集体经营性建设用地出让、出租等，应当经本集体经济组织成员的村民会议三分之二以上成员或者三分之二以上村民代表的同意。

《广东省农村集体资产管理条例》第三条规定，农村集体资产由农村集体经济组织代表本组织全体成员行使所有权，并以本组织的名义依法自主经营管理。该条例第十二条规定，农村集体经济组织应当制定章程，依照章程管理农村集体资产...成员代表会议应当有本组织三分之二以上的成员代表参加，所作决议决定应当经到会代表三分之二以上通过。

《东莞市农村（社区）集体资产交易办法》（2020 年 3 月 1 日起实施）第二

条规定，集体资产交易原则上需经集体资产交易平台进行交易。第三十条规定，对于符合诚信经营和镇（街道）所定其他续约标准的集体资产承租项目，原交易合同到期前 1 年内，原承租人向集体经济组织提出续约申请并经理事会初审通过的，依权限经股东代表会议表决并经镇集体资产管理机构审查同意，可按要求进行续约交易。

②已履行的审批及交易程序

依据求富路联社提供的《股东代表会议表决情况表》，富民南路厂房的续约交易经该组织出席股东代表 100%表决同意，出席该次会议的股东代表人数超过股东代表总人数的 2/3，符合《中华人民共和国土地管理法》《广东省农村集体资产管理条例》第三条规定。

经核查求富路社区班子扩大会议纪要（〔2020〕19 号）、大朗镇集体资产交易续约审查表（资产交易编号：DL〔2020〕302X 号），六淳有限租赁大朗镇富民南路 62 号厂房的续约交易，经求富路社区居委会两委干部讨论同意，且取得了东莞市大朗镇农村集体资产管理办公室的审查同意，符合《东莞市农村（社区）集体资产交易办法》第三十条的规定。

经核查东莞市农村（社区）集体资产管理网（dgnzb.dg.gov.cn），该网站于 2020 年 10 月 16 日发布了公告，就求富路社区富民南路 62 号厂房的续约项目，求富路联社采取续约的方式已与六淳有限达成了交易。

③ 政府部门对租赁行为的确认

东莞市住房和城乡建设局、东莞市自然资源局已出具证明，发行人在报告期内不存在违法违规行为，未受到相关行政处罚。

东莞市大朗镇人民政府已出具证明：“兹证明东莞六淳智能科技有限公司（简称六淳科技）有权继续承租、使用目前位于东莞市大朗镇富民南路 62 号厂区所在地房产。

经确认，六淳科技租赁建筑物所用土地为集体建设工业用地，不涉及耕地、宅基地等非建设用途；其上建筑物系东莞市快速发展过程中形成的农村城市化历史遗留问题，未办理正式的建筑工程规划许可、未办理用地审批手续、未取得权属证书。

上述租赁房屋及所用土地未来五年内不存在改变用途的情况，未来五年内不存在拆除该等房产的计划；如六淳科技无法继续租用上述房屋建筑，东莞市大朗镇人民政府将依法、合法协调六淳科技就近租赁相关建筑物。”

此外，东莞市人民政府也已出具证明对上述事项予以确认。

④核查结论

综上，发行人租赁、使用富民南路厂房符合《土地管理法》《广东省农村集体资产管理条例》《东莞市农村（社区）集体资产交易办法》等法律法规的规定，依法办理了必要的审批手续。

（3）有关房产是否为合法建筑、是否可能被行政处罚、是否构成重大违法行为

经核查，富民南路厂房建设未办理建设工程规划许可、未办理用地审批手续、未取得产权证书，属于违章建筑。

根据《中华人民共和国城乡规划法》规定，未取得建设工程规划许可证或者未按照建设工程规划许可证的，其责任承担主体为建设单位或者个人。富民南路厂房虽属违章建筑，但发行人仅为瑕疵房产的承租方，非瑕疵房产的建设方或所有权人，不属于《中华人民共和国城乡规划法》等法律、法规及规范性规定的责任承担主体，且发行人已取得东莞市住房和城乡建设局、东莞市自然资源局出具的未受到行政处罚的证明文件。

综上，发行人租赁富民南路厂房被相关主管部门处以行政处罚的风险较低，且不构成重大违法行为。

（4）租赁使用集体建设用地上建造的房产是否会对发行人经营构成重大不利影响，如因土地问题被处罚的责任承担主体、搬迁的费用及承担主体、有无下一步解决措施

①发行人不是处罚责任的承担主体

如上所述，发行人承租富民南路厂房的行为已依法办理审批手续；富民南路厂房虽属违章建筑，但发行人并非该违法行为的责任承担主体。

②搬迁费用测算

搬迁费用测算具体情况如下：

序号	涉及的建筑物用途	费用项目	测算依据	测算金额 (万元)
1	普通生产车间、办公室、宿舍、展厅以及公共区域等	无	直接使用租赁的房屋，作为过渡用房，无需装修，无其他费用	-
2	万级无尘车间	装修费	按照目前使用面积 380 平方米，参考装修单价 1,600 元/平方米	60.80
3	千级无尘车间	装修费	按照目前使用面积 800 平方米，参考装修单价 2,400 元/平方米	192.00
4	-	运输费	参考目前的运费市场价格以及周边目标租赁区域的物理距离	6.00
5	-	设备安装费	参考目前的安装费市场价格、装卸需求、现有设备的使用情况	22.00
合计		-	-	280.80

③搬迁费用承担主体

发行人控股股东、实际控制人已承诺：“若因东莞厂区房产拆迁、发行人与求富路联社的租赁交易被认定为无效或其他与厂区房产瑕疵有关的问题，导致发行人在《厂房租赁合同书》约定的租赁期限届满前需另行寻找其他房产进行搬迁并遭受经济损失（发行人依据募投迁建项目进行搬迁的除外），或被有权的政府部门处以罚款的，本人将无条件、连带地全额承担搬迁费用和罚金。”

④进一步解决措施

A. 发行人生产经营场所无特殊要求，具有可替代性，可随时进行搬迁

发行人主要从事电子产品精密功能性器件的研发、生产和销售，除部分环节需要在无尘车间中进行外，对生产场所无其他特殊要求，主要生产线搬迁无需高精度调试，具有易拆卸、易搬迁性。

同时，发行人目前所在地块周边均为成熟工业园区，存在大量可替代的厂房出租；如果出现需要临时搬迁的情况，发行人可以随时快速找到满足生产经营的场地。

B. 本次发行募投项目“电子产品精密功能性器件生产项目（迁建）”就是针对前述租赁瑕疵所做的搬迁计划；截至目前，发行人已取得“电子产品精密

功能性器件生产项目（迁建）”所需土地。募投项目建成后，发行人将搬迁至自有厂房开展生产经营活动。

（5）租赁上述房产不会对发行人经营构成重大不利影响

综上，富民南路厂房未办理建设工程规划许可、未办理用地审批手续、未取得产权证书，存在瑕疵，但发行人作为承租方不是前述违规行为的责任承担主体，且其承租该厂房已依法履行审批手续。前述厂房的可替代性较强，搬迁费用可控且预计周期较短，发行人已在本次募投项目对未来可能面临的搬迁需求作出了妥善安排，发行人控股股东、实际控制人已承诺承担预期外搬迁所导致的损失和费用，因此不会对发行人生产经营产生重大不利影响。

2. 第9项房产租赁使用划拨地及其上建造的房产

（1）第9项房产具体租赁情况

秦皇岛六淳使用的永定河道一期15号厂房，产权人为秦皇岛开发区国有资产经营有限公司（以下简称“国资公司”），永定河道一期15号厂房所涉土地性质为划拨地。

北岛博智（秦皇岛）科技股份有限公司（以下简称“北岛博智”）与秦皇岛六淳于2018年6月22日签署了《孵化企业入驻协议书》，后于2021年8月20日续签了《企业入驻协议书》，约定秦皇岛六淳可使用永定河道一期15号厂房至2022年8月28日。

北岛博智与国资公司间曾签署房屋租赁合同，但已于2021年4月29日有效期届满。因国资公司相关资产管理政策正在调整中，国资公司暂未与北岛博智续签租赁协议。租赁期限届满后北岛博智仍继续使用永定河道一期15号厂房等相关房产，经访谈国资公司、北岛博智确认，国资公司未就北岛博智使用相关房产的行为提出异议。依据《民法典》第734条规定，北岛博智与国资公司之间为不定期的租赁关系，秦皇岛六淳在《企业入驻协议书》约定使用期到期前可能存在搬迁风险。

2022年8月25日，秦皇岛六淳与秦皇岛开发区泰盛孵化器有限公司就永定河道一期15号厂房出租事宜签署《房产租赁合同》，有效期自2022年8月29日至2023年8月28日。秦皇岛开发区泰盛孵化器有限公司为永定河道一期

15 号厂房的产权人秦皇岛开发区国有资产经营有限公司的全资子公司，根据双方签署的《资产移交协议》，秦皇岛开发区泰盛孵化器有限公司有权对租赁场地实施运营及资产管理。

(2) 发行人使用或租赁使用的土地及其上建造房产的取得和使用是否符合《土地管理法》等法律法规的规定、是否依法办理了必要的审批或租赁备案手续

《中华人民共和国城市房地产管理法》第五十六条规定，以营利为目的，房屋所有权人将以划拨方式取得使用权的国有土地上建成的房屋出租的，应当将租金中所含土地收益上缴国家。具体办法由国务院规定。《中华人民共和国城镇国有土地使用权出让和转让暂行条例》（2020 修订）第四十六条规定，对未经批准擅自转让、出租、抵押划拨土地使用权的单位和个人，市、县人民政府土地管理部门应当没收其非法收入，并根据情节处以罚款。

根据上述规定，秦皇岛六淳租赁划拨地上房产，出租方、产权方应当经过土地管理及相关主管部门的批准，同时出租方、产权方需将租金中所含土地收益上缴国家。

截至本回复出具之日，永定河道一期 15 号厂房的产权方、出租方均暂未提供土地管理部门的批准手续，也未提供上缴土地收益的证明文件，未能核实出租方、产权方出租永定河道一期 15 号厂房及其涉及的划拨地的行为是否符合《中华人民共和国城镇国有土地使用权出让和转让暂行条例》（2020 修订）第四十六条、《中华人民共和国城市房地产管理法》第五十六条规定，存在风险。但鉴于违反上述法律法规的责任承担主体为永定河道一期 15 号厂房的产权方和土地使用权人，秦皇岛六淳作为房产的承租方不会因此承担相应法律责任。

(3) 有关房产是否为合法建筑、是否可能被行政处罚、是否构成重大违法行为

依据国资公司提供的相关产权证书复印件并经访谈国资公司相关人员后确认，国资公司已就永定河道一期 15 号厂房取得编号为“秦皇岛市房权证秦开房字第 20005582 号”的《房屋所有权证书》。因此永定河道一期 15 号厂房属于合法建筑。

(4) 租赁使用划拨地上建造的房产是否会对发行人经营构成重大不利影响，如因土地问题被处罚的责任承担主体、搬迁的费用及承担主体、有无下一步解决措施

①发行人不是处罚责任的承担主体

如上所述，违反《中华人民共和国城镇国有土地使用权出让和转让暂行条例》（2020 修订）第四十六条、《中华人民共和国城市房地产管理法》第五十六条的责任承担主体为房产、划拨土地的产权方和土地使用权人。发行人作为房产的承租方不会因此受到处罚或承担法律责任。

②搬迁费用测算

搬迁费用测算具体情况如下：

序号	费用项目	测算依据	测算金额 (万元)
1	生产车间、办公室等装修费	参考目前所使用厂房在 2018 年装修时的价格，并适当考虑一定的涨价因素	121.06
2	运输费	参考目前的运费市场价格以及周边目标租赁区域的物理距离	0.85
3	设备安装费	参考目前的安装费市场价格、装卸需求、现有设备的使用情况	3.70
合计		-	125.61

③搬迁费用承担主体

发行人控股股东、实际控制人已承诺：“若因秦皇岛六淳与北岛博智间签署的相关协议被认定为无效、认定侵犯第三方产权权利或被提前解除租赁关系，或因使用划拨地上建筑，或因其他与秦皇岛厂区有关的瑕疵和问题，导致发行人在《企业入驻协议书》约定的期限届满前需另行寻找其他房产进行搬迁、遭受经济损失或需向任何第三方支付赔偿，或被有权的政府部门处以罚款的，发行人的实际控制人将全额承担搬迁费用、赔偿金和罚金。”

发行人控股股东、实际控制人已承诺：若因秦皇岛六淳因使用划拨地上建筑，或因其他与秦皇岛厂区有关的瑕疵和问题，导致发行人在租赁期限届满前需另行寻找其他房产进行搬迁、遭受经济损失或需向任何第三方支付赔偿，或被有权的政府部门处以罚款的，发行人的实际控制人将全额承担搬迁费用、赔偿金和罚金。

④进一步解决措施

发行人主要从事电子产品精密功能性器件的研发、生产和销售，除部分环节需要在无尘车间中进行外，对生产场所无其他特殊要求，主要生产线搬迁无需高精度调试，具有易拆卸、易搬迁性。

发行人目前所在地块周边均为成熟工业园区，存在大量可替代的厂房出租；如果出现需要临时搬迁的情况，发行人可以随时快速找到满足生产经营的场地。若存在必要，秦皇岛六淳将及时启动搬迁工作，避免对本次发行、发行人持续经营产生重大影响。

(5) 租赁上述房产不会对发行人经营构成重大不利影响

综上，永定河道一期 15 号厂房虽存在瑕疵，但发行人不是处罚责任的承担主体，且该厂房的可替代性较强，搬迁费用可控且预计周期较短，发行人控股股东、实际控制人已承诺承担预期外搬迁所导致的损失和费用，因此不会对发行人生产经营产生重大不利影响。

(二) 重大风险提示

发行人已在招股说明书之“重大事项提示”之“三、发行人特别提醒投资者注意‘风险因素’中的下列风险”及“第四节 风险因素”之“一、经营风险”之“(七) 生产经营场所租赁瑕疵风险”补充披露如下：

根据中国证监会《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》问题 18 对“发行人存在使用或租赁使用集体建设用地、划拨地、农用地、耕地、基本农田及其上建造的房产等情形的”提出了专门的规范性要求。发行人生产经营用房产均系租赁使用，该等房产所涉土地情况如下：

序号	出租方	产权方	承租方	房产位置	土地性质	是否涉及使用或租赁使用集体建设用地、划拨地、农用地、耕地、基本农田及其上建造的房产等情形
1	东莞市大朗镇求富路股份经济联合社	东莞市大朗镇求富路股份经济联合社	六淳科技	东莞市大朗镇富民南路 62 号	集体建设用地	是
2	珠海市畅	广东世荣	珠海	珠海市金湾区三	国有建设用地	否

序号	出租方	产权方	承租方	房产位置	土地性质	是否涉及使用或租赁使用集体建设用地、划拨地、农用地、耕地、基本农田及其上建造的房产等情形
	合发展有限公司	兆业股份有限公司	六渚	灶镇机场西路689号3#厂房车间一楼1单元	使用权-出让	
3	珠海市畅合发展有限公司	广东世荣兆业股份有限公司	珠海六渚	珠海市金湾区三灶镇机场西路689号3#厂房车间3楼2单元	国有建设用地使用权-出让	否
4	淮安开发控股有限公司	淮安开发控股有限公司	淮安六渚	淮安经济技术开发区飞耀北路16号	国有建设用地使用权-出让	否
5	淮安开发控股有限公司	淮安开发控股有限公司	淮安六渚	淮安经济技术开发区飞耀北路6号	国有建设用地使用权-出让	否
6	中沃机械(苏州)有限公司	中沃机械(苏州)有限公司	昆山六渚	昆山市巴城镇立基路111号厂区内B栋5号	国有建设用地使用权-出让	否
7	中沃机械(苏州)有限公司	中沃机械(苏州)有限公司	昆山六渚	昆山市巴城镇立基路111号厂区内B栋6号	国有建设用地使用权-出让	否
8	河北福恩特电气设备有限公司	河北福恩特电气设备有限公司	秦皇岛六渚	秦皇岛经济技术开发区永定河道9号	国有建设用地使用权-出让	否
9	秦皇岛开发区泰盛孵化器有限公司	秦皇岛开发区国有资产经营有限公司	秦皇岛六渚	秦皇岛经济技术开发区永定河道15号标准厂房北侧二层	国有建设用地使用权-划拨	是
10	宁波市北仑区飞达甬丰电器有限公司	宁波市北仑区飞达甬丰电器有限公司	宁波六渚	宁波市北仑区龙角山路539号	国有建设用地使用权-出让	否
11	东莞市美丽湾创意产业园有限公司	东莞市美丽湾创意产业园有限公司	六渚精密	东莞市大朗镇石厦村富民南路70号B幢一层	国有建设用地使用权-出让	否
12	越南韩博科技有限公司	越南韩博科技有限公司	越南六渚	越南北江省协和县梅定乡和富工业区CN-09号地块	不适用	否

六渚科技租赁的位于东莞市大朗镇富民南路62号（以下简称“富民南路厂房”）厂房所在土地为集体建设用地，秦皇岛六渚租赁的位于秦皇岛市经济技术开发区永定河道一期15号标准厂房北侧二层（以下简称“永定河道一期15

号厂房”) 厂房所在土地为划拨地; 除此之外, 发行人及其子公司其他租赁用生产经营的厂房, 不存在使用或租赁使用集体建设用地、划拨地、农用地、耕地、基本农田及其上建造的房产等情形。

第 1 项租赁房屋所在的土地已经取得《土地使用权证》(东府集有(2012)第 1900170608731 号), 土地使用权人为东莞市大朗镇求富路股份经济联合社农民集体, 用地性质为工业用地。东莞市大朗镇求富路股份经济联合社在上述土地上建设了厂房、办公楼、宿舍, 但未取得建设工程规划许可证、房屋所有权证等证书, 六淳科技所使用的厂房、办公楼和宿舍存在被认定为违章建筑而导致被迫搬迁的风险。经测算, 第 1 项房产可能涉及的潜在搬迁费用约 280.80 万元。

发行人控股股东、实际控制人已承诺: “若因东莞厂区房产拆迁、发行人与求富路联社的租赁交易被认定为无效或其他与厂区房产瑕疵有关的问题, 导致发行人在《厂房租赁合同书》约定的租赁期限届满前需另行寻找其他房产进行搬迁并遭受经济损失(发行人依据募投迁建项目进行搬迁的除外), 或被有权的政府部门处以罚款的, 本人将无条件、连带地全额承担搬迁费用和罚金。”

第 9 项房产的产权人为秦皇岛开发区国有资产经营有限公司(以下简称“国资公司”), 所涉土地性质为划拨地。北岛博智(秦皇岛)科技股份有限公司(以下简称“北岛博智”)与秦皇岛六淳于 2018 年 6 月 22 日签署了《孵化企业入驻协议书》, 后于 2021 年 8 月 20 日续签了《企业入驻协议书》, 约定秦皇岛六淳可使用永定河道一期 15 号厂房至 2022 年 8 月 28 日。

2022 年 8 月 25 日, 秦皇岛六淳与秦皇岛开发区泰盛孵化器有限公司就永定河道一期 15 号厂房出租事宜签署《房产租赁合同》, 有效期自 2022 年 8 月 29 日至 2023 年 8 月 28 日。秦皇岛开发区泰盛孵化器有限公司为永定河道一期 15 号厂房的产权人秦皇岛开发区国有资产经营有限公司的全资子公司, 根据双方签署的《资产移交协议》, 秦皇岛开发区泰盛孵化器有限公司有权对租赁场地实施运营及资产管理。

根据有关法律规定, 秦皇岛六淳租赁划拨地上房产, 出租方、产权方应当经过土地管理及相关主管部门的批准, 同时出租方、产权方需将租金中所含土

地收益上缴国家。截至招股说明书签署日，第 9 项房产的产权方、出租方均暂未提供土地管理部门的批准手续，也未提供上缴土地收益的证明文件，第 9 项房产位于划拨地之上的情况存在与《中华人民共和国城镇国有土地使用权出让和转让暂行条例》（2020 修订）第四十六条、《中华人民共和国城市房地产管理法》第五十六条规定不相符合的风险，进而存在发行人无法按照与出租方的协议约定继续使用该房产、被迫搬迁的风险。经测算，第 9 项房产可能涉及的潜在搬迁费用约 125.61 万元。

发行人控股股东、实际控制人已承诺：“若因秦皇岛六淳使用划拨地上建筑，或因其他与秦皇岛厂区有关的瑕疵和问题，导致发行人在《企业入驻协议书》约定的期限届满前需另行寻找其他房产进行搬迁、遭受经济损失或需向任何第三方支付赔偿，或被有权的政府部门处以罚款的，发行人的实际控制人将全额承担搬迁费用、赔偿金和罚金。”

（三）核查意见

1. 核查程序

保荐人、发行人律师主要实施了以下核查程序：

（1）审阅发行人及其子公司厂房租赁合同、出租方的不动产权证书（如有）、出租方与产权人签署的租赁协议（如需）以及秦皇岛六淳与北岛博智签署的《企业入驻协议书》、房屋租赁备案证明文件（如有）；审阅了发行人及其子公司当地主管部门出具的证明或确认文件。

（2）审阅求富路联社提供的《股东代表会议表决情况表》、求富路社区班子扩大会议纪要（〔2020〕19 号）、大朗镇集体资产交易续约审查表（资产交易编号：DL〔2020〕302X 号）、东莞市农村（社区）集体资产管理网（dgnzb.dg.gov.cn）相关公告信息。

（3）审阅了发行人与东莞市自然资源局签署关于募投项目用地的《国有建设用地使用权出让合同》、不动产权证书。

（4）对北岛博智、国资公司相关负责人进行访谈确认。

（5）审阅发行人控股股东、实际控制人就房产瑕疵事项出具的承诺函。

(6) 实地走访秦皇岛住房与城乡建设局、秦皇岛市公安局经济技术开发区分局腾飞路派出所，就秦皇岛六淳办理租赁备案手续相关事宜进行核实。

(7) 复核发行人测算的搬迁费用并结合发行人历史情况以及同行业公告、周边类似企业的公告等公开信息进行验证。

2. 核查结论

经核查，保荐人、发行人律师认为：

(1) 除发行人租赁的富民南路厂房所在土地为集体建设用地、秦皇岛六淳租赁的永定河道一期 15 号厂房所在土地为划拨地外，发行人及其子公司其他租赁用生产经营的厂房，不存在使用或租赁使用集体建设用地、划拨地、农用地、耕地、基本农田及其上建造的房产等情形。

(2) 除秦皇岛六淳租赁的生产经营性房产未办理租赁备案外，发行人及其子公司所租赁的其他生产经营性房产均已办理租赁备案手续。根据《民法典》第 706 条的规定，未办理登记备案手续不影响租赁合同的效力，且发行人实际控制人、控股股东已承诺就有可能导致的处罚和损失承担责任，因此不会对发行人的生产经营产生重大不利影响。

(3) 发行人租赁使用富民南路厂房符合《土地管理法》《广东省农村集体资产管理条例》《东莞市农村（社区）集体资产交易办法》等法律法规的规定，依法办理了必要的审批手续。

(4) 富民南路厂房建设未办理建设工程规划许可、未办理用地审批手续、未取得产权证书，属于违章建筑。但是，发行人作为承租方不是前述违规行为的责任承担主体，且其承租该厂房已依法履行审批手续。前述厂房的可替代性较强，搬迁费用可控且预计周期较短，发行人已在本次募投项目中对未来可能面临的搬迁需求作出了妥善安排，发行人控股股东、实际控制人已对搬迁可能导致的损失和费用做出相应承诺，因此不会对发行人生产经营产生重大不利影响。

(5) 未能核实权利人出租永定河道一期 15 号厂房及其涉及的划拨地的行为是否符合《中华人民共和国城镇国有土地使用权出让和转让暂行条例》（2020 修订）第四十六条、《中华人民共和国城市房地产管理法》第五十六条规定，存

在搬迁风险。但鉴于违反上述法律法规的责任承担主体为永定河道一期 15 号厂房的产权方和土地使用权人，秦皇岛六淳作为房产的承租方不会因此承担相应法律责任，且该厂房的可替代性较强，搬迁费用可控且预计周期较短，发行人控股股东、实际控制人已对搬迁可能导致的损失和费用做出相应承诺，因此不会对发行人生产经营产生重大不利影响。

问题六：关于收购宁波万詮

申请文件及首轮问询回复显示：

（1）2020 年 7 月，为获取群创光电供应商资格，发行人子公司宁波六淳以 649.41 万元对价收购了宁波万詮整体业务、人员及资产。

（2）2018 年、2019 年、2020 年 1-7 月，宁波万詮营业收入分别为 4,980.42 万元、4,904.39 万元、2,558.04 万元，净利润分别为-29.06 万元、-107.29 万元、2.55 万元，发行人未在首轮问询回复中按要求分析交易定价公允性。

请发行人：

（1）说明收购后至报告期末宁波万詮主要经营数据，与收购前是否存在较大差异。

（2）说明本次收购交易定价方法，分析交易价格的公允性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

（一）收购后至报告期末宁波万詮主要经营数据，与收购前是否存在较大差异。

1. 收购前后至报告期末宁波万詮主要经营数据

发行人为收购宁波万詮整体业务（包括其资产、业务、人员等）新设了全资子公司宁波六淳。本次整体业务收购于 2020 年 7 月完成交割后，宁波六淳承继宁波万詮原有业务从事生产经营，而宁波万詮除了进行剩余少量存货处置活动之外已不再进行生产经营，并于 2021 年 8 月完成注销。

收购前后，宁波万詮及其承继主体宁波六淳于报告期各期的主要财务数据对比如下：

项目 (单位: 万元)	收购后的宁波六淳			收购后的宁波万詮			收购前的宁波万詮		
	2022 年 1-6 月	2021 年 度	2020 年 8-12 月	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年 8- 12 月	2020 年 1-7 月	2019 年 度	2018 年 度
营业收入	2,511.68	4,522.21	1,746.97	-	0.00	409.57	2,558.04	4,904.39	4,980.42

项目 (单位: 万元)	收购后的宁波六淳			收购后的宁波万詮			收购前的宁波万詮		
	2022 年 1-6 月	2021 年 度	2020 年 8-12 月	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年 8- 12 月	2020 年 1-7 月	2019 年 度	2018 年 度
营业成本	1,844.79	3,505.00	1,427.33	-	0.00	389.57	2,216.19	4,206.62	4,365.22
毛利率	26.55%	22.49%	18.30%	-	0.00%	4.88%	13.36%	14.23%	12.35%
净利润	322.40	121.24	-137.15	-	-32.00	- 118.66	2.55	-107.29	-29.06
项目 (单位: 万元)	收购后的宁波六淳			收购后的宁波万詮			收购前的宁波万詮		
	2022 年 6 月末	2021 年 末	2020 年 末	2022 年 6 月末	2021 年末	2020 年末	2020 年 7 月末	2019 年 末	2018 年 末
资产总额	4,648.42	4,421.77	2,890.71	-	538.06	775.18	3,533.80	3,684.35	3,650.82
负债总额	3,341.93	3,437.68	2,027.86	-	5.60	210.71	2,850.67	3,003.78	2,862.95
所有者权益	1,306.49	984.09	862.85	-	532.46	564.46	683.13	680.57	787.86

注：宁波万詮于 2021 年 8 月注销，上述数据为其截至注销时的财务数据。

2. 收购前后主要经营数据变化的原因

本次整体业务收购于 2020 年 7 月完成交割后，宁波六淳承继宁波万詮原有业务从事生产经营，而宁波万詮除了进行剩余少量存货处置活动之外已不再进行生产经营；因此，为了确保收购前后经营数据变化具有可比性，收购后至报告期末宁波万詮的经营数据采用上表中“收购后的宁波六淳”数据进行分析。

报告期内，宁波万詮收购前后的收入规模变化不大，但毛利率有所提升，主要原因系收购前宁波万詮对下游产品、终端产品的跟踪设计、持续工艺改进不足，毛利率较低；收购宁波万詮后，发行人管理层采取包括优化生产管理架构、新购设备并工艺改进、改善客户服务水平等多种措施提升管理水平，提高生产效率降低损耗，使得毛利率有所增加。具体改进措施包括：

(1) 推动精细化管理，将不同工艺产品分区块进行独立核算，针对不同工艺产品区块生产中的问题，有的放矢的快速解决；修正不合理的生产物料标准，加强生产过程管理，提高生产效率；加强与母公司的沟通联络，共同实施规模采购，降低采购成本。

(2) 持续改进工艺, 针对效率低下的机器设备进行优化升级, 添置必要的先进设备, 有力地提升了生产效率、降低了原材料损耗。

(3) 改善客户服务质量, 针对产品交付过程涉及的客户不满意事项, 分派专人跟进, 及时反馈, 有效提升了客户满意度, 助推了销售规模的扩大。

(二) 本次收购交易定价方法, 分析交易价格的公允性

1. 本次收购交易定价方法

本次收购交易价格系交易双方根据交易目的并结合整体业务收购中涉及的资产价值、人员遣散补偿费和资产转让税费等因素协商确定的。具体而言, 本次交易对价 649.41 万元的确定方法如下:

(1) 本次交易目的是为了发行人快速进入宁波万詮原主要客户供应链体系, 因此, 发行人通过新设全资子公司宁波六淳收购了宁波万詮的整体业务(包括其资产、业务、人员等)。

(2) 整体业务收购中的资产为存货、固定资产(设备), 其截至 2020 年 7 月 31 日不含税账面价值为 309.47 万元, 含税的账面价值为 349.41 万元; 交易双方参考类似资产的近期市场价格酌定其含税价值约 400 万元。

(3) 整体业务收购中, 发行人通过新设全资子公司宁波六淳承接了被收购方宁波万詮的主要生产经营人员。因此, 交易双方在协商交易价格时估算宁波万詮需要支付原有员工的遣散补偿费以及资产转让税费等与本次交易相关的成本约 250 万元。

2. 交易价格的公允性

本次交易并未以评估报告为依据进行定价, 但是, 根据前述的交易定价方法可知, 本次交易价格系熟悉情况且无关联关系的交易双方在自愿原则下协商达成的, 符合市场公允价值的基本要求。

在编制合并报表时, 发行人聘请开元资产评估有限公司对购买日可辨认资产进行了评估, 以便为宁波六淳合并对价分摊提供价值参考, 并出具了以购买日(2020 年 7 月 31 日)为评估基准日的《资产评估报告》(开元评报字(2020) 670 号)。该评估报告虽然不是本次交易定价的直接依据, 但是也为本

次交易定价的公允性提供了参考。

由于宁波六淳在合并中取得、识别出并可计量的可辨认资产仅包括存货和固定资产（设备），仅满足选用资产基础法评估，因此，前述《资产评估报告》只采用资产基础法确定可辨认资产公允价值。根据前述《资产评估报告》，购买日可辨认资产的公允价值为 408.04 万元（含税），再加上本次交易实际支付的宁波万詮员工遣散补偿费 220.12 万元以及资产转让税费 16.98 万元，合计为 645.14 万元；该金额与本次交易最终定价 649.41 万元基本相当，由此可以验证本次交易价格是公允的。

（三）核查意见

1. 核查程序

保荐人、申报会计师主要实施了以下核查程序：

（1）审阅宁波六淳、宁波万詮及其他相关主体签署的《整体业务收购协议》；访谈发行人实际控制人唐淑芳、莫舒润，以及宁波万詮实际控制人刘振源，了解收购宁波万詮的交易背景等事项，了解收购时交易作价的依据，关注交易作价是否合理。

（2）审阅宁波万詮收购前后报告期内相关财务报表，分析其报告期内的经营情况；审阅报告期宁波六淳的财务数据，向发行人管理层了解收购后的管理架构优化、工艺改进等提升毛利率的事项。

（3）查阅宁波六淳整体收购时的资产组成明细、《资产评估报告》（开元评报字〔2020〕670 号）等资料，关注资产转让价格与评估价值、账面价值是否存在显著差异，分析评估的方法、评估参数及依据的合理性。

（4）查阅宁波万詮对员工遣散补偿的审批资料及支付单据等，查阅宁波万詮相关税金的缴纳情况。

2. 核查结论

经核查，保荐人、申报会计师认为：

（1）收购后至报告期末，宁波六淳（收购宁波万詮原有业务相关资产、人员后的经营主体）的收入规模变化不大，但毛利率有所提升，这主要是因为：

发行人管理层采取了包括优化管理架构、新购机器设备、改进工艺技术、改善客户服务等多种措施，提高生产效率，降低损耗，提升业绩水平。

（2）本次交易价格系熟悉情况且无关联关系的交易双方在自愿原则下协商达成的，符合市场公允价值的基本要求，具有公允性。

问题七：关于资金流水核查

请保荐人、申报会计师对照中国证监会《首发业务若干问题解答（2020年6月修订）》问题54的要求，对发行人相关银行账户资金流水进行核查，详细说明核查方式、过程、比例和结果，就发行人内部控制是否健全有效、是否存在体外资金循环形成销售回款、承担成本费用的情形发表明确意见。

回复：

（一）发行人相关银行账户资金流水核查情况

保荐机构、申报会计师根据《首发业务若干问题解答（2020年6月修订）》问题54的要求进行了资金核查，具体如下：

1. 核查范围

核查的主体范围：发行人及其子公司，发行人实际控制人及其控制的其他企业、与实际控制人有主要往来的近亲属或关系密切人员，发行人董事、监事、高级管理人员以及其他关键岗位人员。

核查的时间范围：2018年1月1日至**2022年6月30日**。

核查的银行账户范围：注销的账户、零余额账户、未启用账户、睡眠账户。

截至**2022年6月30日**，具体情况如下：

序号	核查对象	与发行人关系	核查账户数量 (个)
1	唐淑芳	控股股东、实际控制人、董事长、总经理	11
2	莫舒润	控股股东、实际控制人	22
3	詹月明	董事、副总经理、董事会秘书、财务负责人	18
4	余海舰	董事、副总经理	18
5	钱文晖	董事（股东达晨创通提名的外部董事）	13
6	肖汉军	独立董事	10
7	徐洪辉	独立董事	14
8	汪丽丽	监事	13
9	郑志昌	监事、核心技术人员	10

序号	核查对象	与发行人关系	核查账户数量 (个)
10	李碧艳	监事、出纳	9
11	毛健	核心技术人员	11
12	袁向阳	采购总监	17
13	吴俊丰（已离职）	销售总监	10
14	林应冲	财务经理	12
15	莫若兰	实际控制人的成年子女	2
16	唐宗林	实际控制人的兄弟	9
17	唐宗森	实际控制人的兄弟	9
18	六淳科技	发行人	16
19	淮安六淳	发行人子公司	1
20	宁波六淳	发行人子公司	5
21	秦皇岛六淳	发行人子公司	1
22	昆山六淳	发行人子公司	3
23	深圳六淳	实际控制人控制的其他企业	18
24	昆山科丽盈塑胶有限公司	实际控制人控制的其他企业	4
25	珠海六淳	发行人子公司	2
26	六淳精密	发行人子公司	1
27	新加坡六淳	发行人子公司	1

2. 核查方式

（1）银行流水的获取方式

①陪同打印发行人及其子公司、实际控制人控制的其他企业《已开立银行结算账户清单》和报告期内的全部银行对账单；

②陪同前述自然人前往各大商业银行查询其开户情况；针对有开户情况的，则当场获取其在报告期内的全部银行资金流水记录。

（2）账户完整性核查方式

①根据东莞市银行业协会所列的全部 37 家商业银行名单，陪同实际控制人逐一前往 37 家商业银行现场查询其开户情况，针对有开户情况的，当场获取其在报告期内的全部银行资金流水记录；除实际控制人之外的其他自然人，主要选取 6 大国有银行（工商银行、建设银行、中国银行、农业银行、交通银行、

邮储银行)、10 家全国性股份制商业银行(民生银行、中信银行、光大银行、浦发银行、兴业银行、招商银行、浙商银行、广发银行、华夏银行、平安银行)以及当地主要的城商行(广州银行、东莞银行)和农商行(东莞农村商业银行、昆山农村商业银行、东莞大朗东盈村镇银行),陪同该等自然人逐一前往银行现场查询其开户情况,针对有开户情况的,当场获取其在报告期内的全部银行资金流水记录;

②针对自然人,获取其关于提供银行账户完整性的承诺函,并针对性地检查其工资卡、分红卡相关银行账户是否已包含在内;针对机构单位,获取《已开立银行结算账户清单》,核实取得的银行账户是否完整;

③针对已获取的银行资金流水记录,检查是否存在互转的账户(比如交易对手是本人的);如有,则要求补充提供相应的银行账户信息;

④针对已获取的银行资金流水记录,检查流水记录信息是否完整,是否包括交易对手名称、对方交易账号、交易摘要等关键信息。

3. 核查比例

针对被核查自然人的资金流水:对单笔金额在 5 万元及以上的大额流水进行逐笔核查,了解并核查相关交易背景及合理性,获取关于其用途的证明资料或向当事人访谈确认其用途。

针对发行人及其子公司的资金流水:选取单笔金额 20 万元及以上作为大额流水的核查标准,逐笔核查,取得相关凭证,了解并核查交易背景及合理性;结合报告期内现金日记账、银行日记账及银行流水,对交易对手方为公司关联方及曾经的关联方、公司主要客户、供应商及其股东、董事、监事、高级管理人员的往来进行逐笔核查。

针对纳入核查范围其他企业的资金流水:选取单笔金额 10 万元及以上作为大额流水的核查标准,逐笔核查,取得相关凭证,了解并核查交易背景及合理性;结合报告期内银行日记账及银行流水,对交易对手方为发行人关联方及曾经的关联方、主要客户、供应商及其股东、董事、监事、高级管理人员的往来进行逐笔核查。

4. 核查过程及结果

保荐机构、申报会计师按照《首发业务若干问答解答》第 54 问的要求逐条执行了核查，具体核查过程及结论如下：

(1) 发行人资金管理相关内部控制制度是否存在较大缺陷

保荐机构、申报会计师获取了发行人资金管理相关内部控制制度；对发行人管理层进行了访谈，了解发行人货币资金收入支付与审批等资金管理相关内部控制制度的设计情况；执行了货币资金穿行测试、现金收付内控测试等控制测试；抽取报告期内大额银行存款收支的原始凭证，检查款项是否与业务相关、交易对手是否与合同签订方一致、银行回单中记录的金额是否与账面金额一致。

经核查，发行人资金管理相关内部控制制度不存在较大缺陷。

(2) 是否存在银行账户不受发行人控制或未在发行人财务核算中全面反映的情况，是否存在发行人银行开户数量等与业务需要不符的情况

保荐机构、申报会计师从发行人的基本户开立银行查询并打印已开立银行结算账户清单原件，将获取的开立账户清单与发行人财务账簿的银行账户进行核对，并对银行对账单中出现的银行账户进行勾稽，核查是否存在账户清单以外的账户；对发行人报告期各期末所有已开立银行账户进行了函证；查阅了已开立银行账户使用情况，均系日常经营使用，未有长期未使用睡眠户情形。

经核查，报告期内，不存在银行账户不受发行人控制或未在发行人财务核算中全面反映的情况，也不存在发行人银行开户数量等与业务需要不符的情况。

(3) 发行人大额资金往来是否存在重大异常，是否与公司经营活动、资产购置、对外投资等不相匹配

保荐机构、申报会计师抽取发行人报告期内超过重要性水平的银行流水及原始凭证，核查相关交易是否真实、合理，是否存在重大异常，是否与发行人经营活动、资产购置、对外投资等不相匹配。

经核查，报告期内，发行人经营活动大额资金流入主要来源于发行人收到

的销售货款，资金流出主要用于支付供应商采购货款、缴纳税金以及支付费用等，发行人经营活动大额资金往来与其经营活动相匹配；报告期内，发行人投资活动大额资金往来主要为构建固定资产支出、支付土地出让金、投资设立子公司等，发行人投资活动大额资金往来与其投资活动相匹配；报告期内，发行人筹资活动大额资金流入主要为股东投入的资本金、债务融资借入款项等，筹资活动大额资金流出主要是偿还借款及利息、支付股利、收购少数股权等，发行人筹资活动大额资金往来与其筹资活动相匹配。

（4）发行人与控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员等是否存在异常大额资金往来

保荐机构、申报会计师抽取发行人报告期内超过重要性水平的银行流水及原始凭证，核查发行人与控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员等是否存在异常大额资金往来，并取得相关资金用途说明或证明资料。同时，对控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员报告期内的银行流水进行核查，关注其是否与发行人之间存在异常大额资金往来。

报告期内，发行人与控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员等之间存在的大额往来主要包括：根据股东大会决议向股东分配股利；发行人与实际控制人、实际控制人控制的企业存在资金拆借。

报告期内发行人与上述核查对象资金拆借情况如下：

2019 年度

核查对象	拆出金额（万元）	收回金额（万元）	资金占用费（万元）
唐淑芳	65.60	71.56	-0.93
深圳六淳	612.20	711.35	-12.06
小计	677.80	782.92	-12.99

注：资金占用费负数是发行人收取资金利息。

2019 年及以前，实际控制人唐淑芳、莫舒润及其控制的深圳六淳与发行人之间有较强的资金拆借情形。为规范关联方资金拆借，发行人与关联方之间在 2018 年下半年清偿了大部分拆借资金，并在 2019 年底彻底清理完毕。

为杜绝关联方资金占用，发行人制定了《防范大股东及其关联方资金占用管理制度》，明确规定了防范大股东及关联方占用公司资金的原则、措施和责任

追究制度。发行人已完成了上述问题的整改。

经核查，2020 年发行人与核查对象无新增资金拆借行为，报告期内存在的资金拆借均全部结清，相应的利息收支、关联方拆借金额均已真实、准确地于申报财务报表中反映。

除上述情形外，报告期内，除正常工资薪金、报销等资金往来外，发行人与控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员等不存在异常大额资金往来。

（5）发行人是否存在大额或频繁取现的情形，是否无合理解释；发行人同一账户或不同账户之间，是否存在金额、日期相近的异常大额资金进出的情形，是否无合理解释

保荐机构、申报会计师查阅了发行人报告期内现金日记账，并结合对发行人银行流水的核查，核查是否存在大额或频繁取现的情形；抽取各银行账户大额资金往来，核查是否存在金额、日期相近的异常大额资金进出的情形。

经核查，报告期内，发行人不存在大额或频繁取现的情形，发行人同一账户或不同账户之间，也不存在金额、日期相近的异常大额资金进出的情形。

（6）发行人是否存在大额购买无实物形态资产或服务（如商标、专利技术、咨询服务等）的情形，如存在，相关交易的商业合理性是否存在疑问

保荐机构、申报会计师抽取发行人银行账户大额资金往来及重要的商务合同进行核查，关注大额资金往来的背景及合理性，核查是否存在大额购买无实物形态资产或服务（如商标、专利技术、咨询服务等）的情形。

经核查，报告期内，发行人大额购买无实物形态资产或服务的情形主要系支付土地使用权费用、本次发行上市聘请中介机构服务费用以及咨询服务费用。购买无实物形态资产或服务系发行人及各部门基于实际业务需求采购发生的相关费用，相关支出真实合理，相关交易具有商业合理性。

（7）发行人实际控制人个人账户大额资金往来较多且无合理解释，或者频繁出现大额存现、取现情形

保荐机构、申报会计师查阅了发行人实际控制人的个人银行账户对账单，

对单笔交易金额 5 万元及以上的交易进行逐笔核查，对款项性质、交易对手、背景及原因的合理性进行分析，获取关于其用途的证明资料或向当事人访谈确认其用途，核查实际控制人个人账户大额资金往来的合理性。

经核查，报告期内，发行人实际控制人个人账户大额资金往来及取现均可合理解释，具体情况详见本题之“（一）”之“4”之“（4）、（8）、（9）、（10）”，不存在频繁异常大额存现、取现情形。

（8）控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员是否从发行人获得大额现金分红款、薪酬或资产转让款、转让发行人股权获得大额股权转让款，主要资金流向或用途存在重大异常

①现金分红款

保荐机构、申报会计师查阅了报告期内控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员的银行流水，核查其取得现金分红后的资金流向及使用情况。

报告期内，发行人分红明细情况如下：

股东名称	2022 年 1-6 月 (万元)	2021 年度 (万 元)	2020 年度 (万 元)	2019 年度 (万 元)
唐淑芳	-	-	1,971.15	2,100.00
莫舒润	-	-	838.45	900.00
东莞泰富	-	-	104.26	-
东莞泰弘	-	-	101.83	-
达晨创通	-	-	44.23	-
追远投资	-	-	42.46	-
肖毅鹏	-	-	10.61	-
程丽英	-	-	1.77	-
皮昕	-	-	1.77	-
董永斌	-	-	2.65	-
合计	-	-	3,119.18	3,000.00

作为直接股东，报告期内，唐淑芳、莫舒润夫妇应取得含税分红款合计 5,809.60 万元，扣除唐淑芳以股权分红款抵偿其欠付发行人款项 357.51 万元、发行人代扣唐淑芳和莫舒润的分红个人所得税 1,161.92 万元、代扣 2020 年整体

变更为股份有限公司时唐淑芳和莫舒润应缴纳的个人所得税 384.08 万元，唐淑芳和莫舒润作为直接股东从发行人获得的分红款金额为 3,906.09 万元。

实际控制人之莫舒润作为员工持股平台东莞泰富、东莞泰弘的有限合伙人，报告期内从员工持股平台获得分红款金额 37.27 万元。

上述实际控制人分红款项合计 3,943.37 万元的主要用途和流向情况如下：

序号	金额（万元）	用途	备注
1	1,699.14	购置房产	
2	500.00	借出	出借给唐淑芳的近亲属用于经商，借款人已于 2021 年 1 月和 6 月分别归还 100 万元和 300 万元
3	300.00	股权投资	投资东莞泰富
4	300.00	股权投资	投资东莞泰弘
5	228.24	股权投资	投资广东伟斯盾智能装备有限公司
6	400.00	归还债务	清偿对昆山科丽盈塑胶有限公司的债务
7	240.00	归还债务	清偿对深圳六淳的债务
8	249.57	购买理财产品	
9	26.42	个人消费及其他	
合计	3,943.37		

经核查，实际控制人唐淑芳、莫舒润夫妇的银行资金流水的交易对手情况，现金分红款的主要资金流向不存在重大异常。

报告期内，员工持股平台东莞泰富、东莞泰弘主要分红明细情况如下：

A. 东莞泰富

股东名称	2022 年 1-6 月 (万元)	2021 年度 (万元)	2020 年度 (万元)	主要分红资金用途
余海舰	-	-	27.95	归还银行借款
莫舒润	-	-	18.63	详见前述实际控制人分红款项用途说明
詹月明	-	-	12.42	亲属间往来用作家庭日常消费
其他	-	0.0146 (东莞泰富 2020 年取得的发行人 2020 年度分红款，于本年度实际支付给执行事务合伙	10.01	

		人东莞嘉富)		
合计	-	0.0146	69.01	

B. 东莞泰弘

股东名称	2022 年 1-6 月 (万元)	2021 年度 (万 元)	2020 年度 (万 元)	主要分红资金用途
莫舒润	-	-	18.64	详见前述实际控制人分红款项用途说明
袁向阳	-	-	6.21	归还房贷
郑志昌	-	-	3.11	亲属间往来
毛健	-	-	1.25	日常消费开支
李碧艳	-	-	0.32	日常消费开支
其他	-	0.0049 (东莞泰弘 2020 年取得的发行人 2020 年度分红款, 于本年度实际支付给执行事务合伙人东莞嘉富)	37.88	
合计	-	0.0049	67.41	

综上, 发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员报告期内从发行人取得现金分红款的资金流向不存在重大异常。

②薪酬

保荐机构、申报会计师查阅了报告期内控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员的银行对账单, 核查其从发行人取得薪酬及其使用情况。

经核查, 发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员报告期内不存在从发行人领取大额异常薪酬的情况, 其正常领取的薪酬主要用于家庭及个人日常消费、房贷支出等。

③资产转让款

保荐机构、申报会计师查阅了报告期内控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员的银行对账单, 核查其从发行人处获得资产转让款的情况。

经核查，发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员报告期内不存在从发行人取得资产转让款的情况。

④转让股权

保荐机构、申报会计师查阅了报告期内控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员的银行对账单及其持有的发行人股份变动情况，核查其转让发行人股份及转让资金的使用情况。

报告期内，发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员转让发行人子公司股权情况如下：

姓名	被转让公司名称	转让股份数（万股）				股权转让金额（万元）
		2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度	
余海舰	昆山六淳	-	-	-	490.00	490.00

余海舰转让昆山六淳股权所得资金主要用于投资东莞泰富，不存在重大异常支出。

除此之外，发行人报告期内控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员不存在转让发行人股权获得大额股权转让款的情形。

综上所述，报告期内，发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员存在从发行人获得大额现金分红款、转让发行人子公司股权获得大额股权转让款的情形，主要资金流向或用途不存在重大异常；发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员不存在从发行人领取大额异常薪酬、资产转让款的情形。

（9）控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员与发行人关联方、客户、供应商是否存在异常大额资金往来

保荐机构、申报会计师查阅了发行人实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员报告期内的银行流水，对报告期内单笔金额在 5 万元以上的流水、与发行人之间除了正常工资发放以外的其他收支往来进行核查，对款项性质、交易对手方的合理性进行分析。同时，对报告期内发行人主要关联方、客户、供应商进行访谈，确认其是否与发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监

事、高管存在资金往来或其他利益安排。

经核查，报告期内，发行人实际控制人唐淑芳与关联方深圳六淳、昆山科丽盈塑胶有限公司（均为唐淑芳、莫舒润夫妇全资控制的公司）之间存在资金往来，具体情况如下：

核查对象	往来发生年度	收到金额 (万元)	支出金额 (万元)	交易对方	往来原因
唐淑芳	2019 年	-	240.00	深圳六淳	归还往来借款
唐淑芳	2020 年	-	400.00	昆山科丽盈塑胶有限公司	归还对昆山科丽盈的前期借款

发行人实际控制人唐淑芳与关联方深圳六淳、昆山科丽盈塑胶有限公司之间系资金周转，资金往来不存在异常。

综上，发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员与公司关联方、客户、供应商不存在异常大额资金往来。

（10）是否存在关联方代发行人收取客户款项或支付供应商款项的情形

保荐机构、申报会计师查阅了发行人实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员以及主要关联方报告期内的银行流水，对款项性质、交易对手方的合理性进行分析，重点关注与发行人客户、供应商之间是否存在异常大额资金往来或其他利益安排。同时对报告期内主要客户、供应商进行走访，确认其与发行人关联方不存在异常资金往来或其他利益安排。

报告期内，发行人实际控制人唐淑芳和关联方深圳六淳曾代发行人向部分员工发放薪酬补贴、代垫部分费用以及代收租赁租金，具体情况如下：

①深圳六淳代付发行人工资

2019 年度深圳六淳代发行人垫付工资 24.96 万元，按同期银行贷款利率计算利息 0.32 万元；2020 年无代付工资，尚未支付的代垫费用按同期银行贷款利率计算利息 2.91 万元。截至 2020 年 12 月 31 日，深圳六淳与发行人往来余额已结清。

②唐淑芳代发行人垫付工资、代收厂房分租租金

2018 年度唐淑芳代发行人垫付员工工资及费用 166.30 万元，代收厂房分租租金 132.40 万元，按同期银行贷款利率计算支付代垫费用利息 5.96 万元，代收

租金的资金占用费 20.02 万元；2019 年度，尚未支付的款项按同期银行贷款利率计算支付代垫费用利息 10.52 万元，代收租金的资金占用费 22.64 万元。截至 2020 年 12 月 31 日，唐淑芳与发行人往来余额已结清。

③莫舒润代发行人分期贷款购车

2019 年度莫舒润代发行人分期付款购买汽车，金额为 65.89 万元，截至 2019 年 12 月 31 日，发行人已归还莫舒润代付款项 10.82 万元；截至 2020 年 12 月 31 日，莫舒润与发行人往来余额已结清。

经核查，发行人 2020 年已停止代垫付员工工资及费用、代收厂房分租租金等不合规行为；相关往来资金及补充测算的资金利息，在 2020 年底已全部结清；相应的费用、收入、利息、往来资金金额均已真实、准确地于申报财务报表中反映。除此以外，发行人不存在其他关联方代公司收取客户款项或支付供应商款项的情形。

（11）扩大核查范围的具体情况

除上述核查范围外，综合考虑发行人是否存在以下情形，考虑是否扩大核查范围，具体情况如下：

序号	相关情形	发行人是否存在相关情形
1	发行人备用金、对外付款等资金管理存在重大不规范情形	报告期内，除涉及关联方资金拆借、关联方代垫费用、代收租金等情况之外，发行人在备用金、对外付款等方面不存在其他不规范情形。 报告期内，发行人涉及的关联方资金拆借、关联方代垫费用、代收租金等的不规范情况详见本题“（一）”之“4”之“（4）”以及“（10）”。发行人已在报告期内完成整改，报告期内存在的资金拆借、资金往来均全部结清，相应的利息收支、关联方往来金额均已真实、准确地于申报财务报表中反映，并召开董事会、股东大会就前述关联交易事项进行了追认，发行人独立董事也就相关事项发表独立意见。 前述不规范的关联方资金拆借、关联方代垫费用、代收租金等情况涉及的关联方为唐淑芳、莫舒润、深圳六淳，该等关联方的全部银行流水已包含在本次银行流水核查范围内，无需进一步扩大核查范围；截至报告期末，发行人已根据相关法律法规和指引，制定了相关内部管理制度，用于提升发行人内控管理能力。发行人备用金、对外付款等资金管理不存在重大不规范情形。
2	发行人毛利率、期间费用率、销售净利率等指	报告期，发行人主营业务毛利率分别为 33.58%、34.20%、37.05%、34.95%，期间费用率分别为

序号	相关情形	发行人是否存在相关情形
	标各期存在较大异常变化，或者与同行业公司存在重大不一致	19.02%、11.94%、 13.30% 、 14.18% ，销售净利率分别为 10.30%、15.34%、 19.35% 、 17.38% ；其中，2019 年由于员工股权激励确认股份支付费用 1,828.01 万元，导致当期管理费用增加较多，净利润率有所影响，除此之外，其他各期波动均较小，不存在重大异常变化。剔除股份支付影响，报告期内，期间费用率分别为 12.86%、11.94%和 13.30% 、 14.18% ，销售净利率分别为 16.46%、15.34%和 19.35% 、 17.38% 。 报告期内，同行业可比公司与发行人相关业务的平均毛利率分别为 38.12%、36.03%、 31.81% 、 29.79% ；平均期间费用率（剔除股份支付费用）分别为 14.89% 、 16.53% 、 15.36% 、 14.07% ，平均销售净利率分别为 13.29%、15.15%、 9.93% 、 10.20% 。发行人的期间费用率略低于行业平均水平，主要是因为发行人产品的终端应用场景比较集中，主要是平板电脑等，其生命周期相对手机等终端电子产品更长，研发活跃度相对较低，因此，研发费用相比同行业其他企业略低；此外，发行人债务融资能力有限，财务费用相对较低，从而导致期间费用率低于已上市的同行业企业；总体而言，发行人各项指标与同行业可比公司不存在重大不一致。
3	发行人经销模式占比较高或大幅高于同行业公司，且经销毛利率存在较大异常	报告期内发行人不存在经销商模式。
4	发行人将部分生产环节委托其他方进行加工的，且委托加工费用大幅变动，或者单位成本、毛利率大幅异于同行业	部分工序委外生产一般是涉及电镀等工序，由于发行人不具备相应加工条件，因此将该部分工序交给有能力的委外生产供应商处理。发行人报告期各期委外加工费占营业成本的比例分别为 0.66%、1.93%、 1.57% 、 2.06% ，各期虽然有所波动，但不存在重大异常变化。
5	发行人采购总额中进口占比较高或者销售总额中出口占比较高，且对应的采购单价、销售单价、境外供应商或客户资质存在较大异常	发行人通过进口采购的情况很少。报告期内，发行人出口销售的比例分别为 6.28%、10.01%、 15.03% 、 16.61% ；其中，通过境内保税区/物流园/出口加工区出口的比例分别为 3.84%、8.81%、 14.25% 、 16.11% ；直接出口境外的比例仅为 2.43%、1.20%、 0.78% 、 0.51% 。同时，境外销售客户较为稳定，不存在异常情况。
6	发行人重大购销交易、对外投资或大额收付款，在商业合理性方面存在疑问	报告期内，发行人重大购销交易、大额收付款，在商业合理性方面不存在疑问，无重大对外投资。
7	董事、监事、高管、关键岗位人员薪酬水平发生重大变化	报告期内，董事、监事、高管、关键岗位人员薪酬水平未发生重大变化。
8	其他异常情况	报告期内，未发现其他异常情况。

综上所述，发行人不存在需要扩大资金流水核查范围的情形。

（二）核查意见

1. 核查程序

保荐机构、申报会计师结合发行人的资金流水情况，按照中国证监会《首发业务若干问题解答（2020年6月修订）》问题54进行逐条核查，主要实施了如下核查程序：

（1）陪同获取发行人银行账户开立清单，与账面情况进行核对，核查账户性质、检查是否存在与业务不匹配的账户，核查银行账户的实际用途是否合理，并查验是否存在受限账户，并对所有银行账户执行函证程序。

（2）陪同获取报告期内发行人所有账户的银行对账单，对大额收支与账面记录进行双向勾稽，核查资金收支是否有真实合理的交易背景，核实大额资金往来是否与账面记录、经济业务一致，是否与发行人经营活动、资产购置、对外投资等匹配。

（3）取得并查阅发行人内控管理制度，核查其管理制度的建立健全情况，针对发行人采购与付款、销售与收款等业务循环执行穿行测试，针对内控主要控制点取得执行的关键证据，评价内控设计的合理性以及执行的有效性。

（4）查阅发行人报告期内现金日记账，并结合对发行人银行流水的核查，核查是否存在大额或频繁取现的情形。

（5）取得并查阅各核查对象的资金流水，关注各核查对象与发行人及发行人关联方之间的资金往来，关注各核查对象与发行人主要客户、供应商及其主要股东、董事、监事、高管之间的资金往来，是否具有真实交易背景。

（6）取得并查阅各核查对象的资金流水，关注款项性质，根据交易对手方的性质及往来金额确定重要性水平、判定是否属于异常往来，对相关主体进行访谈，了解其资金用途和目的，获取并核对相关证明材料进行印证。

（7）查阅发行人报告期内现金日记账，并结合对发行人银行流水的核查，核查发行人是否存在大额购买无实物形态资产或服务（如商标、专利技术、咨询服务等）的情形。

（8）取得并查阅各核查对象的资金流水，关注控股股东、实际控制人、董

事、监事、高管、关键岗位人员取得大额现金分红款、薪酬或资产转让款、转让发行人股权获得大额股权转让款后，主要资金的用途和去向是否存在异常。

（9）对发行人主要客户及供应商进行了实地走访或视频访谈，确认其与发行人的关联方是否存在交易、资金往来或其他利益安排。

2. 核查结论

经核查，保荐人、申报会计师认为：

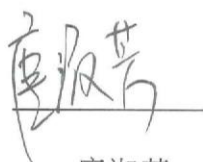
（1）报告期内，发行人存在关联方资金拆借、关联方代垫费用、代收租金等财务不规范情况，发行人已经针对上述不规范事项在报告期进行了清理及整改，相关交易的金额、损益均已真实、准确地于申报财务报表中反映。

（2）除已经披露的关联方资金拆借、关联方代垫费用、代收租金，不存在其他体外资金循环形成销售回款或体外承担成本费用的情形。

（3）针对资金流水核查中发现的内控不规范情形，发行人已经进行了全面整改和规范，发行人已按照《企业内部控制基本规范》和相关规定在所有重大方面保持了有效的内部控制。

（本页无正文，为东莞六淳智能科技股份有限公司《关于东莞六淳智能科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第二轮审核问询函回复》之签章页）

法定代表人：


唐淑芳



东莞六淳智能科技股份有限公司

2022年12月27日

（本页无正文，为华西证券股份有限公司《关于东莞六淳智能科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第二轮审核问询函回复》之签章页）

保荐代表人：

罗李黎

罗李黎

厉琪

厉琪



保荐机构总经理声明

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

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

保荐机构总经理：



杨炯洋

