

北京大成律师事务所
关于上海鹰峰电子科技股份有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市之

补充法律意见书
(二)

大成 DENTONS

大成 is Dentons' Preferred Law Firm in China.

北京大成律师事务所

www.dentons.cn

北京市朝阳区朝阳门南大街 10 号兆泰国际中心 B 座 16-21 层 (100020)
16-21F, Tower B, Zhaotai International Center, No.10, Chaoyangmen Nandajie,
Chaoyang District, 100020, Beijing, China
Tel: +86 10-58137799 Fax: +86 10-58137788

目 录

引 言	2
释 义	3
一、 问询问题四	8
二、 问询问题六	51
三、 问询问题七	53

补充法律意见书（二）

大成证字[2023]第 335 号

致：上海鹰峰电子科技股份有限公司

引 言

一、出具本补充法律意见书的依据

- 1.1 本所接受发行人的委托，担任发行人本次发行上市的特聘专项法律顾问，并根据《证券法》《公司法》等有关法律、法规及中国证监会发布的《首发办法》《公开发行证券公司信息披露的编报规则第 12 号——公开发行证券的法律意见书和律师工作报告》（证监发[2001]37 号）等有关规定于 2023 年 6 月 18 日出具《法律意见书》和《律师工作报告》，并于 2023 年 10 月 16 日出具《补充法律意见书（一）》。
- 1.2 根据《审核问询函》和发行人的要求，本所律师在对公司本次发行上市相关情况进行核查和查证的基础上，对发行人相关法律事项进行补充核查并进行回复，并就前述法律事宜出具本补充法律意见书。

二、律师声明事项

本补充法律意见书为《法律意见书》《律师工作报告》《补充法律意见书（一）》的补充。《法律意见书》《律师工作报告》《补充法律意见书（一）》中所述及之本所及本所律师的声明事项同样适用于本补充法律意见书。

《法律意见书》《律师工作报告》《补充法律意见书（一）》中所述及之相关定义同样适用于本补充法律意见书。

本所律师根据《证券法》第一百六十三条的要求，按照《律师事务所从事证券法律业务管理办法》及律师行业公认的业务标准、道德规范和勤勉尽责精神，对发行人提供的有关文件和事实进行了核查和验证，现出具补充法律意见如下：

释 义

在本补充法律意见书内，除非文义另有所指，下列词语具有下述涵义：

本所、本所律师	指	北京大成律师事务所及其经办律师
发行人、公司、鹰峰电子	指	上海鹰峰电子科技股份有限公司
鹰峰有限	指	上海鹰峰电子科技有限公司（发行人前身）
报告期	指	2020 年度、2021 年度、2022 年度及 2023 年 1-6 月
深交所	指	深圳证券交易所
创业板	指	深圳证券交易所创业板
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
中证登	指	中国证券登记结算有限责任公司
《审核问询函》	指	深交所于 2023 年 11 月 7 日下发的《关于上海鹰峰电子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〔2023〕010377 号）
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》（2018 年修订）
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》（2019 年修订）
《首发办法》	指	《首次公开发行股票注册管理办法》
《发行类第 4 号》	指	《监管规则适用指引——发行类第 4 号》
《股转交易规则》	指	《全国中小企业股份转让系统股票交易规则》
《会计类 2 号》	指	《监管规则适用指引——会计类 2 号》
A 股	指	境内上市人民币普通股
本次发行	指	公司首次公开发行 A 股股票
本次发行上市	指	公司首次公开发行 A 股股票并在深圳证券交易所创业板上市

本补充法律意见书	指	本所于 2024 年 1 月 5 日为本次发行上市出具的《北京大成律师事务所关于上海鹰峰电子科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市之补充法律意见书（二）》
《法律意见书》	指	本所于 2023 年 6 月 18 日为本次发行上市出具的《北京大成律师事务所关于上海鹰峰电子科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市之法律意见书》
《律师工作报告》	指	本所于 2023 年 6 月 18 日为本次发行上市出具的《北京大成律师事务所关于上海鹰峰电子科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市之律师工作报告》
《补充法律意见书（一）》	指	本所于 2023 年 10 月 16 日为本次发行上市出具的《北京大成律师事务所关于上海鹰峰电子科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市之补充法律意见书（一）》
《招股说明书》	指	《上海鹰峰电子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）
鹰创投资、鹰创企管	指	上海鹰创企业管理有限公司（曾用名：上海鹰创投资管理有限公司）
上海紫槐	指	上海紫槐股权投资基金中心（有限合伙）
西藏硅谷	指	西藏山南硅谷天堂昌吉投资管理有限公司
硅谷阳光	指	开化硅谷天堂阳光创业投资有限公司（曾用名：上海硅谷天堂阳光创业投资有限公司）
硅谷合众	指	上海硅谷天堂合众创业投资有限公司
平潭汇通	指	平潭汇通创业投资合伙企业（有限合伙）
平潭兴睿	指	平潭兴睿创业投资合伙企业（有限合伙）
金浦新潮	指	南京金浦新潮吉祥创业投资合伙企业（有限合伙）
辰韬兴杭	指	上杭辰韬兴杭创业投资合伙企业（有限合伙）
珠海金藤	指	珠海金藤股权投资基金合伙企业（有限合伙）
海南极目	指	海南极目创业投资有限公司
深圳柏霖	指	深圳市柏霖资产管理有限公司
苏州蓝郡	指	苏州蓝郡创业投资中心（有限合伙）

深蓝汽车	指	深蓝汽车科技有限公司
比亚迪	指	比亚迪股份有限公司及其关联方（视情况而定）
浙江日风	指	浙江日风电气股份有限公司其关联方（视情况而定）
汇川技术	指	深圳市汇川技术股份有限公司及其关联方（视情况而定）
博格华纳	指	博格华纳公司及其关联方（视情况而定）
雷诺集团	指	雷诺汽车公司（Renault）及其关联方（视情况而定）
小米汽车	指	小米汽车科技有限公司及其关联方（视情况而定）
大洋电机	指	中山大洋电机股份有限公司及其关联方（视情况而定）
日产自动车	指	日产自动车株式会社、日产贸易株式会社及其关联方（视情况而定）
日本电产	指	日本电产株式会社（NIDEC CORPORATION）及其关联方（视情况而定）
中国中车	指	中国中车股份有限公司及其关联方（视情况而定）
智新科技	指	智新控制系统有限公司及其关联方（视情况而定）
上汽集团	指	上海汽车集团股份有限公司及其关联方（视情况而定）
长城汽车	指	长城汽车股份有限公司及其关联方（视情况而定）
采埃孚股份	指	ZF Friedrichshafen AG 及其关联方（视情况而定）
小鹏汽车	指	广州小鹏汽车制造有限公司及其关联方（视情况而定）
蔚来汽车	指	蔚来（南京）动力科技有限公司及其关联方（视情况而定）
禾望电气	指	深圳市禾望电气股份有限公司及其关联方（视情况而定）
Ingeteam	指	Ingeteam Power Technology S.A 及其关联方（视情况而定）
国家电网	指	常州博瑞电力自动化设备有限公司及其关联方（视情况而定）
科士达	指	深圳科士达科技股份有限公司及其关联方（视情况而定）
明阳集团	指	明阳新能源投资控股集团有限公司及其关联方（视情况而定）

台达电子	指	台达电子企业管理(上海)有限公司及其关联方（视情况而定）
ABB	指	ABB 集团及其关联方（视情况而定）
丹佛斯	指	丹佛斯集团及其关联方（视情况而定）
毅联自动化	指	南阳毅联自动化设备有限公司
西门子	指	德国西门子股份公司（SIEMENS AG）及其关联方（视情况而定）
安络杰	指	Analogic Corporation 及其关联方（视情况而定）
联影医疗	指	上海联影医疗科技股份有限公司及其关联方（视情况而定）
施耐德	指	施耐德电气有限公司及其关联方（视情况而定）
维斯塔斯	指	维斯塔斯风力技术集团（Vestas Wind Systems A/S）及其关联方（视情况而定）
科凯集团	指	KK Wind Solutions A/S 及其关联方（视情况而定）
《硅谷股转协议》	指	2015 年 11 月 30 日，硅谷阳光、硅谷合众与鹰峰有限、洪英杰签署的《关于上海鹰峰电子科技有限公司之股权转让协议》
《硅谷股转补充协议》	指	2015 年 11 月 30 日，硅谷阳光、硅谷合众与鹰峰有限、洪英杰签署的《关于上海鹰峰电子科技有限公司之股权转让补充协议》
《硅谷确认书》	指	2016 年 8 月 4 日，硅谷阳光、硅谷合众向发行人出具的《确认书》
《补充协议二》	指	2023 年 10 月 11 日，洪英杰、张凤山、鹰创企管与平潭汇通、平潭兴睿、金浦新潮、海南极目、辰韬兴杭、珠海金藤、吕云峰签订的《<关于上海鹰峰电子科技股份有限公司股份认购协议之补充协议>之补充协议二》
《补充协议三》	指	2023 年 11 月 30 日，洪英杰、张凤山、鹰创企管与平潭汇通、平潭兴睿、金浦新潮、海南极目、辰韬兴杭、珠海金藤、吕云峰签订的《<关于上海鹰峰电子科技股份有限公司股份认购协议之补充协议>之补充协议三》
上海市一中院	指	上海市第一中级人民法院

中国	指	中华人民共和国（为本补充法律意见书之目的，不包括香港特别行政区、澳门特别行政区及台湾地区）
元	指	人民币元

正文

一、 请发行人：（1）结合销售人员展业情况、绩效考核机制及执行情况等，说明报告期内销售人员薪酬较高且大幅增长的原因与合理性，发行人及其工作人员是否涉及不正当竞争、商业贿赂等违法违规情形。（2）结合车规级电感等定制化产品相关研发支出明细、该类研发活动及其产生可复用通用型研发成果的具体情况，说明公司能否控制相关研发成果，该等研发成果是否仅可用于特定合同，发行人将该部分研发投入全部计入研发费用是否符合企业会计准则等相关规定。请保荐人、申报会计师及发行人律师发表明确意见。（问询问题四）

（一）结合销售人员展业情况、绩效考核机制及执行情况等，说明报告期内销售人员薪酬较高且大幅增长的原因与合理性，发行人及其工作人员是否涉及不正当竞争、商业贿赂等违法违规情形

1. 公司业务开展情况

报告期内，公司销售收入增长较快，主要系新能源汽车领域收入规模迅速扩大。公司聚焦头部客户、长期陪伴核心客户成长，报告期内大、中型客户的新增较少，大、中型客户的增长来源于对原有中、小型客户的销售规模增长。

公司按年度销售额将主要客户划分为以下三层：

客户类别	标准
大型客户	当年度销售额不低于 1,000 万元
中型客户	当年度销售额低于 1,000 万元且不低于 100 万元
小型客户	当年度销售额低于 100 万元

注：因 2023 年 1-6 月为半年数据，对客户进行分层时根据以上标准金额除以 2 进行划分。

（1）新能源汽车领域

报告期内，按照客户类型，在新能源汽车领域的客户数量及其收入情况如下：

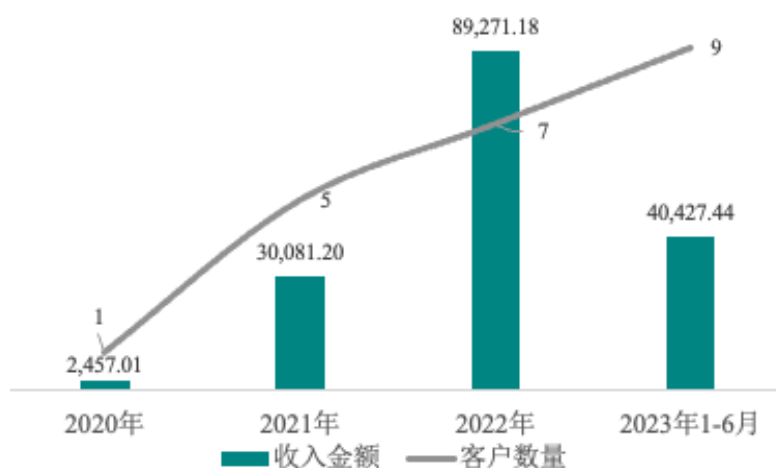
单位：个、万元

客户类型	2023 年 1-6 月			2022 年		
	客户数量	收入金额	收入占比	客户数量	收入金额	收入占比
大型	9	40,427.44	96.97%	7	89,271.18	96.35%
中型	4	1,056.33	2.53%	5	2,933.18	3.17%
小型	48	208.15	0.50%	33	449.43	0.49%
合计	61	41,691.93	100.00%	45	92,653.80	100.00%
客户类型	2021 年			2020 年		
	客户数量	收入金额	收入占比	客户数量	收入金额	收入占比
大型	5	30,081.20	93.24%	1	2,457.01	50.07%
中型	5	2,023.97	6.27%	7	2,117.88	43.16%
小型	24	156.39	0.48%	24	332.44	6.77%
合计	34	32,261.56	100.00%	32	4,907.34	100.00%

2021 年以来，大型客户的收入占比均达到 90%以上，成为新能源汽车领域收入的主要来源，中小型客户的收入占比逐期降低。

1) 大型客户情况

单位：万元、个



报告期内，新能源汽车领域的大型客户收入增长迅速，大型客

户数量有所增加。当年主要新增大型客户情况如下：

期间	新增客户	当期实现收入（万元）	收入占比
2023 年 1-6 月	日产自动车	616.46	1.48%
	伊控动力	549.15	1.32%
	中国中车	608.81	1.46%
2022 年	C 公司	1,784.01	1.93%
	汇川技术	1,085.89	1.17%
2021 年	博格华纳	1,889.61	5.86%
	大洋电机	2,709.54	8.40%
	雷诺集团	1,545.06	4.79%
	日本电产	2,384.26	7.39%

注：收入占比指占该领域当期收入总额的比重。

2023 年 1-6 月，由于配套车型销量以及客户备货策略的影响，C 公司的采购量有所减少，当期从大型客户转化为中型客户。

报告期内，公司新能源汽车领域新增的大型客户均是下游知名的汽车整车厂商或一级供应商，公司为该类客户开发的车规级薄膜电容等产品在报告期内随着相关产品逐渐放量，收入贡献持续提升。2023 年 1-6 月，公司新能源汽车产品为上述新增客户配套的主要车型及实现收入的情况如下：

新增客户	主要配套平台/车型	2023 年 1-6 月实现收入(万元)	收入占比
博格华纳	沃尔沃 SPA 平台；长城柠檬 DHT 平台；长安汽车 iDD 平台；Stellantis、理想汽车等品牌车型	4,417.76	10.60%
日本电产	广汽埃安 Aion S、Aion Y 车型	3,041.63	7.30%
雷诺集团	雷诺汽车 Clio、Kangoo、Megane 车型	2,122.00	5.09%
大洋电机	长安奔奔 E-Star 车型；长城汽车、塔塔汽车、雷诺汽车等品牌车型	809.72	1.94%
日产自动车	无法获知配套的主要平台和车型	616.46	1.48%
伊控动力	无法获知配套的主要平台和车型	549.15	1.32%
C 公司	无法获知配套的主要平台和车型	388.79	0.93%

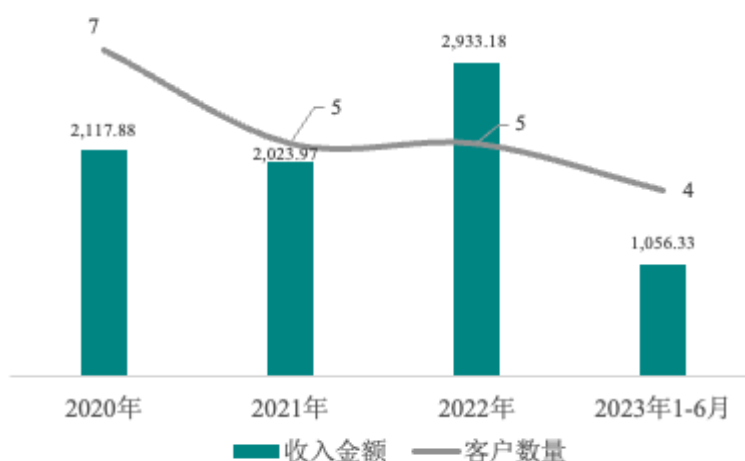
新增客户	主要配套平台/车型	2023 年 1-6 月实现收入(万元)	收入占比
中国中车	无法获知配套的主要平台和车型	608.81	1.46%
汇川技术	无法获知配套的主要平台和车型	594.00	1.42%
合计		13,148.32	31.54%

注：主要配套平台/车型信息系根据公司销售人员了解。

由上表可知，报告期内，公司的新增大客户配套车型丰富，收入情况良好，在最近一期为公司贡献收入较高。未来随着中国新能源汽车市场的成长，相关整车厂、车型销量的提升，大客户的收入贡献有望继续增加。

2) 中型客户情况

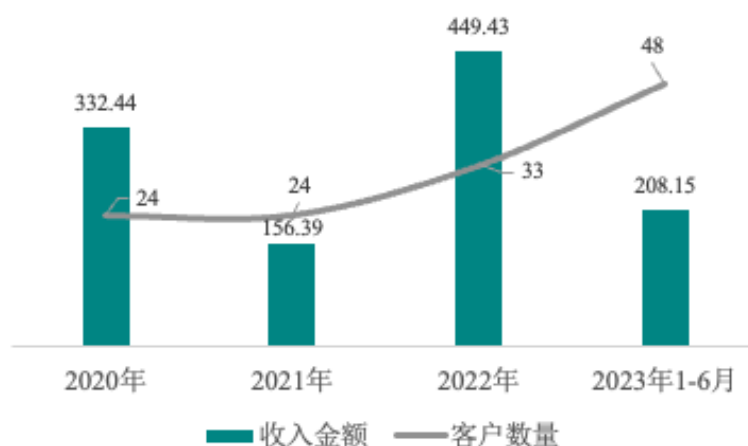
单位：万元、个



报告期内，公司新能源汽车领域的中型客户销售金额较小，年度销售收入在 2,000 万至 3,000 万之间，客户数量也较少，主要中型客户包括上汽集团、智新科技、长城汽车等。报告期内，中型客户的变化主要系部分客户需求变化导致客户采购规模波动，从中型客户转化为大型客户或小型客户。

3) 小型客户情况

单位：万元、个



报告期内，新能源汽车领域的小型客户贡献的收入较少，年度销售额均低于 500 万元。小型客户数量增长较快，新增的主要小型客户情况如下：

期间	新增客户	当期实现收入（万元）	收入占比
2023 年 1-6 月	深蓝汽车等	93.39	0.22%
2022 年	采埃孚股份、小米汽车、小鹏汽车等	195.81	0.21%
2021 年	蔚来汽车等	19.70	0.06%

注：当期实现收入指全部新增小型客户的收入总和。

由于小型客户的收入规模较小，新增小型客户在新增当年的收入规模较小。随着公司与该类型客户合作的深化，配套车型销量的增长，小型客户有望转化为中、大型客户。汇川技术、日产电动车、伊控动力、中国中车和 C 公司等报告期初期的小型客户已在报告期中后期增长为中、大型客户。

在新能源汽车领域，通常产品进入量产阶段后采购额较高，小型客户采购的主要是尚未达到量产阶段的样品或者处于量产初期尚未大规模上量的产品，后续随着相关产品进入大规模量产阶段，该类客户未来具有较强的潜力转换为中、大型客户。报告期内，公司新能源汽车小型客户的数量增长较快，与公司在新能源汽车领域积极的市场开拓和充足的定点项目储备情况相匹配。

(2) 风电光伏领域

报告期内，按照客户类型，在风电光伏领域的客户数量及其收入情况如下：

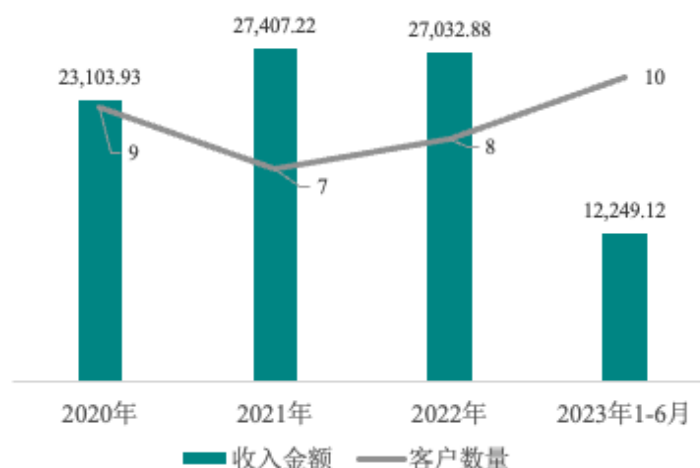
单位：个、万元

客户类型	2023 年 1-6 月			2022 年		
	客户数量	收入金额	收入占比	客户数量	收入金额	收入占比
大型	10	12,249.12	87.18%	8	27,032.88	87.85%
中型	8	1,514.84	10.78%	8	3,278.78	10.66%
小型	44	285.81	2.03%	42	459.77	1.49%
合计	62	14,049.78	100.00%	58	30,771.42	100.00%
客户类型	2021 年			2020 年		
	客户数量	收入金额	收入占比	客户数量	收入金额	收入占比
大型	7	27,407.22	84.58%	9	23,103.93	87.89%
中型	9	4,528.00	13.97%	7	2,789.30	10.61%
小型	33	469.25	1.45%	27	395.53	1.50%
合计	49	32,404.47	100.00%	43	26,288.76	100.00%

报告期内，风电光伏领域的收入规模及各类客户的销售占比情况均较为稳定，大型客户的收入占比较高，各期稳定在 85%至 87% 左右。客户数量有所增长，主要来源于小型客户的增加。

1) 大型客户情况

单位：万元、个



报告期内，风电光伏领域大型客户的收入规模未发生重大变化，客户数量有所波动。新增大型客户的情况如下：

期间	新增客户	当期实现收入（万元）	收入占比
2023 年 1-6 月	禾望电气	539.60	3.84%
	Ingeteam	522.61	3.72%
2022 年	国家电网	1,280.54	4.16%
	科士达	1,410.14	4.58%

注：维斯塔斯在 2023 年将转换器和控制面板业务整体出售给科凯集团，公司相关产品的终端客户变为科凯集团，由于业务本身未发生变化，在进行客户新增退出分析时不考虑该情况。

减少大型客户的情况如下：

期间	退出客户	当期实现收入（万元）	收入占比
2023 年 1-6 月	明阳集团	314.03	2.24%
2022 年	浙江日风	536.18	1.74%
2021 年	国家电网	504.51	1.56%
	台达电子	584.52	1.80%

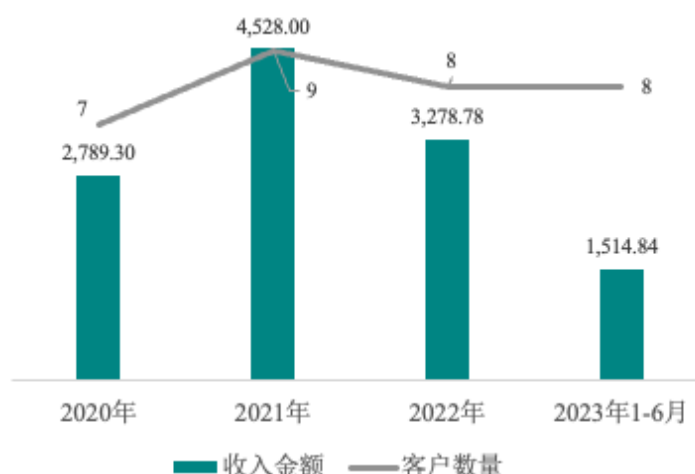
上述新增及减少客户中，国家电网系公司 2020 年大型客户，因随其采购需求的变化，于 2021 年转为中型客户，2022 年重新增长为大型客户；科士达采购的主要是用于分布式光伏上的电感等产品，其业务规模不断扩大，增加了对公司的采购额；2023

年 1-6 月，公司向重点客户禾望电气、Ingeteam 的销售有所增长，成长为大型客户；报告期内，台达电子、浙江日风和明阳集团因其采购需求变化，公司相应调整战略、主动收缩低毛利产品的规模，向前述客户的销售额有所降低，其由大型客户转为中型客户。

综上所述，公司在考虑相关客户产品毛利、市场地位、产品类别等因素外，针对不同客户采取针对性的销售策略，重点开发毛利率相对较高、市场前景广阔的细分产品品类，缩减低毛利产品的销售规模；同时，由于相关客户需求本身存在波动，使得大型客户出现变化。

2) 中型客户情况

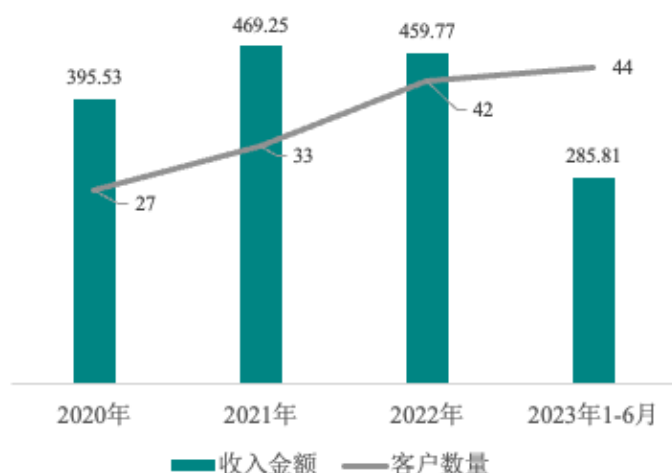
单位：万元、个



报告期内，风电光伏中型客户的收入规模有所波动，数量相对稳定。2021 年，当年中型客户 Ingeteam、Vertiv（维谛技术）收入贡献超过 800 万元，导致当年中型客户整体收入规模较大。

3) 小型客户情况

单位：万元、个



报告期内，风电光伏领域的小型客户收入贡献较少，收入规模、客户数量整体呈上升趋势。公司针对重点行业内，具有增长潜力的小型客户积极进行市场开拓，部分报告期初的小型客户如 Ingeteam、欧伏电气股份有限公司、中船集团在报告期后期转化为中大型客户。

(3) 工业自动化领域

报告期内，按照客户类型，在工业自动化领域的客户数量及其收入情况如下：

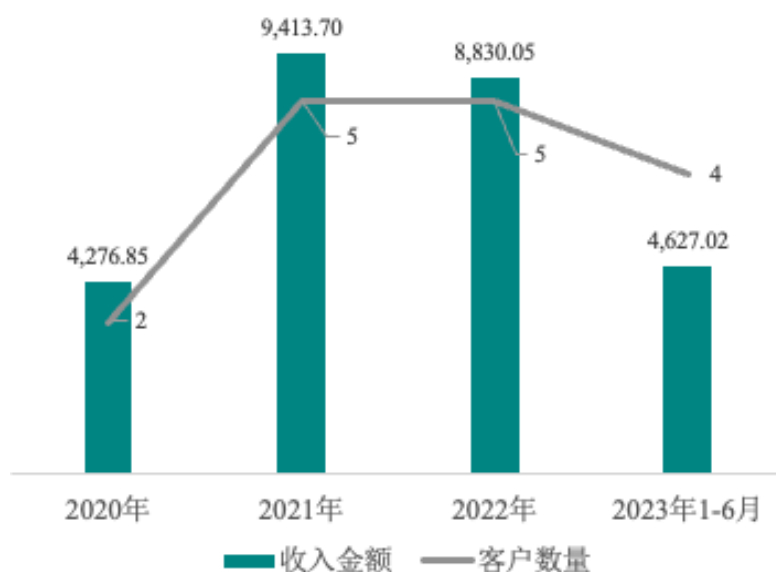
单位：个、万元

客户类型	2023 年 1-6 月			2022 年		
	客户数量	收入金额	收入占比	客户数量	收入金额	收入占比
大型	4	4,627.02	39.37%	5	8,830.05	42.37%
中型	34	5,797.56	49.33%	32	8,994.81	43.16%
小型	236	1,328.41	11.30%	227	3,017.38	14.48%
合计	274	11,752.99	100.00%	264	20,842.24	100.00%
客户类型	2021 年			2020 年		
	客户数量	收入金额	收入占比	客户数量	收入金额	收入占比
大型	5	9,413.70	46.62%	2	4,276.85	28.80%
中型	30	8,184.87	40.53%	27	8,147.55	54.86%
小型	234	2,595.64	12.85%	190	2,426.44	16.34%
合计	269	20,194.21	100.00%	219	14,850.84	100.00%

报告期内，工业自动化领域的收入有所增长。从客户构成来看，大、中型客户的收入占比较为接近，小型客户的收入占比相对较小。与其他领域相比，整体呈现出下游客户分散、单个客户的平均采购额较小的特点。

1) 大型客户情况

单位：万元、个



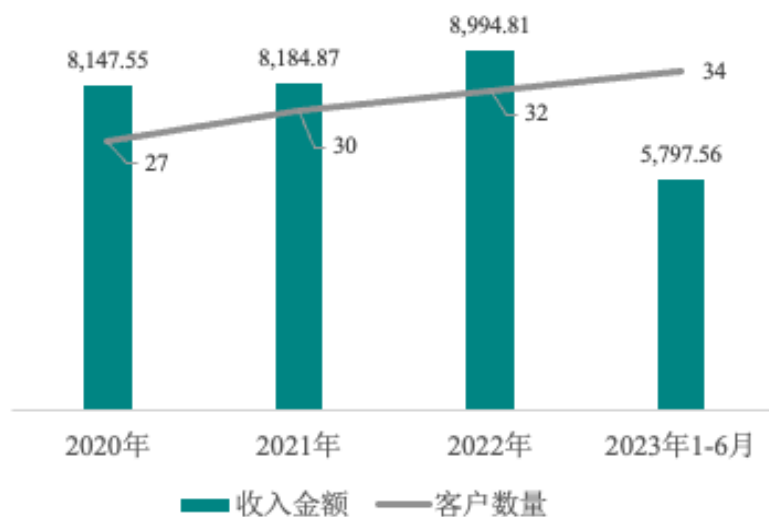
报告期内，工业自动化的大型客户数量较少，大型客户构成相对稳定。2021年，公司对重点客户的销售收入增加，大型客户的收入金额和数量有所增长，随后相对稳定。新增大型客户的情况如下：

期间	新增客户	当期实现收入（万元）	收入占比
2021 年	ABB	1,111.03	5.50%
	丹佛斯	1,713.16	8.48%
	毅联自动化	1,276.19	6.32%

2021年至2022年，毅联自动化的收入稳定在1,000万左右，2023年1-6月，毅联自动化的收入为427.59万元，低于划分标准500万元，转为中型客户，其业务规模和销售情况未发生重大变化。

2) 中型客户情况

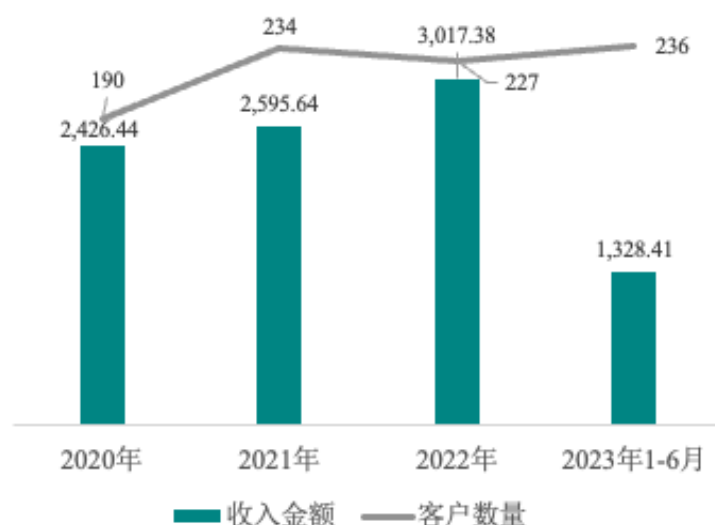
单位：万元、个



报告期内，工业自动化领域的中型客户的收入贡献与大型客户较为接近，中型客户数量和销售金额小幅提升。由于该领域的单个客户需求相对较小且存在波动，因此各期中型客户的构成有所变化，存在中型客户向大型客户、小型客户转变的情形。2022年，公司新开发的客户桂林君泰福电气有限公司收入贡献406.66万元，老客户西门子、安络杰、联影医疗等客户的收入增长较快，使得当年收入有所增长。

3) 小型客户情况

单位：万元、个



报告期内，与其他领域相比，工业自动化下游小型客户数量较大，单个客户的需求量较小。公司长期以来向丹佛斯、ABB、施耐德等国际知名厂商销售工业自动化产品，通过过硬的产品质量，建立了一定的市场影响力，获得了中小型客户的广泛认可，积累了数量可观的长尾客户，获得了良好的收入贡献。

报告期内，公司新能源汽车领域新增客户收入及占比具体情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-6 月		2022 年		2021 年		2020 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
报告期前合作客户收入	41,507.05	99.56%	92,446.89	99.78%	32,238.31	99.93%	4,903.27	99.92%
2020 年新客户收入	0.45	0.00%	0.00	0.00%	5.45	0.02%	4.07	0.08%
2021 年新客户收入	7.25	0.02%	58.82	0.06%	17.80	0.06%	-	-
2022 年新客户收入	98.71	0.24%	148.08	0.16%	-	-	-	-
2023 年 1-6 月新客户收入	78.47	0.19%	-	-	-	-	-	-
主营业务收入合计	41,691.93	100.00%	92,653.80	100.00%	32,261.56	100.00%	4,907.34	100.00%

注：各期新客户为较以前期间相比当期首次与发行人合作的客户。

报告期各期，公司新能源汽车领域新增客户数量和新增客户收入情况如下：

期间	新增客户数量（个）	新增客户收入（万元）	占当期主营业务收入比重
2023 年 1-6 月	16	78.47	0.19%
2022 年	21	148.08	0.16%
2021 年	10	17.80	0.06%
2020 年	6	4.07	0.08%

注：新增客户数量按新增客户法人主体单独统计，未按同一控制下企业合并统计，下同。

由上表可知，报告期各期，公司新能源汽车领域新增客户数量分别为 6 家、10 家、21 家和 16 家，新增客户数量较少。

按照客户类型，报告期内公司新能源汽车领域新增客户数量及其收入情况如下：

单位：个、万元

收入区间	新增客户数量	报告期内新增客户收入合计
0-1,000 万	53	419.11
1,000-2,000 万	-	-
2,000-5,000 万	-	-
5,000 万以上	-	-
合计	53	419.11

注：收入区间系各新增客户于报告期内收入合计区间。

2020 年至 2023 年上半年，公司新能源汽车领域对新增客户（即 2020 年及以后开始合作的客户）的销售收入分别为 4.07 万元、23.25 万元、206.91 万元和 184.88 万元，销售金额占比分别为 0.08%、0.07%、0.22% 和 0.44%，新增客户报告期内贡献收入均较小。公司新能源汽车领域来自存量客户的销售收入稳步增长，存量客户的稳定性和持续性较高，对新增合作客户的销售收入金额和占比整体较小，具体原因如下：

- (1) 新能源汽车市场集中度较高，公司车规级产品配套量产车型已覆盖 2022 年我国销量前十的新能源汽车乘用车品牌中的八家

新能源汽车市场呈现较高的市场集中度，前十大厂商销量占据 2022 年我国新能源汽车 72.3% 的市场份额。发行人经过多年的发

展，车规级产品广泛应用于市场各大主流品牌，配套量产车型已覆盖 2022 年我国销量前十的新能源汽车乘用车品牌中的八家。

- (2) 公司采取聚焦新能源汽车领域现有优质客户主力车型的发展战略，有利于实现规模效应、提升盈利能力，降低应收账款回收风险

汽车行业具有“资本密集型、技术密集型”的特点，“规模化”是新能源汽车行业盈利的关键，根据海通证券研究报告《新能源汽车 2023 年展望：后补贴时代安全性自主可控，产业链国产崛起》，新能源汽车规模效应盈亏平衡线超过 30 万辆。但目前，新能源汽车行业仅头部车企具有一定规模效应，根据乘联会数据，2022 年我国仅有比亚迪、上汽通用五菱、特斯拉、吉利汽车、广汽埃安、奇瑞汽车、长安汽车、哪吒汽车、理想汽车、长城汽车、蔚来汽车、小鹏汽车和零跑汽车 13 家新能源车企销量超过 10 万辆。

由于新能源汽车零部件一般为定制化生产，在量产前期需承担较高的开发设计、模具开发试制等成本，因此订单量较小时，边际成本相对较高，在行业下游主要客户规模效应尚未形成的情况下，较多新能源汽车零部件供应商受制于配套量产车型产销量有限，也尚未实现规模效应。

在此背景下，公司采取聚焦新能源汽车领域现有优质客户主力车型的发展战略，持续开发现有优质客户的新项目。一方面，与新能源汽车领域优质客户合作有利于实现规模效应、提升盈利能力，另一方面，与信用较高、现金流稳定优质客户可降低公司应收账款回收风险。

- (3) 新能源汽车领域大型客户开发周期较长，新增客户与公司合作初期往往先小批量交易，转换为量产收入需要一定时间，且量产收入需要配套车型产销量逐渐爬坡形成，导致新增客户合作初期交易规模较小

汽车行业具有较为严格的行业标准和供应商确认机制，通常需要对零部件企业进行较长时间的审核才能纳入合格供应商体系。与

行业内知名整车厂商或一级供应商从初步接洽到形成稳定批量合作通常需要 1-2 年以上时间，其间需要经历现场考察、报价评选、工程样品提交、工程样品测试等诸多考核，考核通过后才会上达小批量产品订单，小批量生产产品经客户确认满足要求后，公司编制并向客户提交生产件批准程序（PPAP）文件，客户进行最终量产批准并持续稳定地向供应商进行批量采购，供应商筛选成本较高、周期较长，因此客户更倾向于建立长期合作，且新增客户合作初期交易规模较小，采购的主要是尚未达到量产阶段的样品或者处于量产初期尚未大规模上量的产品。

公司开发新能源汽车领域客户的测试验证通常所需时间具体如下：

序号	主要阶段	主要内容	通常所需时间
1	供应商评审	接受整车制造商、一级零部件供应商（以下简称“客户”）的初步调查与评估，主要包括质量体系、技术水平、产品质量等方面的评审。不同客户该阶段耗时差异较大。	可与技术方案交流（序号 2）至项目定点（序号 5）同步进行，约 6 个月-2 年
2	产品设计方案交流	与客户交流并达成产品设计方案，同时亦包括供货保障、关键节点的时间计划等方面的沟通。	约 1-2 个月
3	A 样（工程样品）阶段	依据与客户沟通达成的设计方案，提供样件并进行性能测试与调整，不同项目该阶段耗时差异较大。	约 1-2 个月
4	B 样（小批量试产）阶段	产品功能达到客户需求，部分性能符合客户要求，生产工艺还存在进一步提升的空间，需进一步改进生产工艺和流程，不同项目该阶段耗时差异较大。	约 1-3 个月
5	项目定点	接受客户的进一步评估，主要考察质量体系、技术水平、产品质量、供货能力、采购价格等重要因素。若获得客户正式发出的定点通知书，意味着已基本获得客户的认可。	-
6	PPAP（生产件批准程序）	客户对公司产品使用的原材料、制作工艺、生产设备及过程控制等实际生产流程中的各方面进行审核与认可，确保供应商的生产状态符合要求。	约 2-4 个月

序号	主要阶段	主要内容	通常所需时间
7	签署质量协议及框架协议	双方协商确定产品的质量要求、质量责任及纠纷解决方式等条款并签署质量协议；经过协商建立较为长期的合作意向，同时协商确定日后正式采购过程中所适用的一般性条款，通常包括供货保障、产品运输及交付、货款结算、知识产权保护、争议解决方式等内容，并签署框架协议。	约 1 个月
8	批量供货	根据此前签署的框架协议及质量协议，客户将生产计划告知公司并发出正式订单，公司开始有计划地批量供货。	约 2 个月

注 1：根据客户要求不同，部分项目在 B 样验证（序号 4）通过后取得项目定点（序号 5）；

注 2：项目实际执行过程中，受客户需求变化、产品设计方案变更等因素影响，项目周期可能更长。

公司产品通过新能源汽车领域新客户的验证和准入后，一般能够形成长期、稳定的合作，配套车型进入量产阶段、产销量逐渐爬坡将带动公司销售收入增长。除比亚迪以外，报告期内公司已实现向日本电产、博格华纳、雷诺集团、大洋电机等新能源汽车领域头部客户的批量供货。2020 年至 2022 年，发行人来自比亚迪以外新能源汽车领域客户的销售收入分别为 2,450.33 万元、10,708.82 万元和 29,952.35 万元，复合增长率达 249.63%；2023 年 1-6 月，来自比亚迪以外新能源汽车领域客户的销售收入为 14,024.01 万元，同比增长 25.16%。

其中，大型客户收入增长迅速，由中型客户和小型客户转化为的大型客户数量有所增加，如 2021 年新增了大型客户日本电产、雷诺集团、大洋电机和博格华纳，2022 年新增了大型客户汇川技术和 C 公司，2023 年 1-6 月新增了大型客户中国中车、伊控动力和日产自动车。公司为该类客户开发的车规级薄膜电容等产品在报告期内随着相关产品逐渐放量，收入贡献持续提升。

比如：2017 年公司与国际知名汽车零部件一级供应商客户博格华纳建立合作关系并通过客户审查进入其供应商体系，2018 年至 2019 年多个项目完成 A 样（工程样品）阶段验证，2019 年至 2020 年上述项目陆续进入 B 样（小批量试产）阶段，随着项目进入量产供货阶段、配套车型销量爬坡，公司与博格华纳逐步扩大交易

规模，报告期内，公司对其销售收入分别为 286.28 万元、1,889.61 万元、7,618.79 万元和 4,417.76 万元。

- (4) 发行人积累了大量新能源汽车客户资源，应用车型广泛，部分客户仍处于拓展市场、车型逐渐放量的阶段，后续双方合作程度加深和车型销量爬坡将为公司新能源汽车领域销售增长提供基础

公司积累了大量具有战略合作关系的整车厂客户资源，且应用车型广泛，主要车型市场销量仍处于爬坡阶段。

发行人和客户合作程度加深和上述车型销量爬坡将为公司新能源汽车领域销售增长提供基础。根据公司了解，新增定点项目覆盖了理想汽车、小鹏汽车、小米汽车等新能源新势力品牌新上市车型。

报告期内，公司风电光伏领域新增客户收入及占比具体情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-6 月		2022 年		2021 年		2020 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
报告期前合作客户收入	13,589.91	96.73%	30,498.63	99.11%	32,363.53	99.87%	26,286.53	99.99%
2020 年新客户收入	238.09	1.69%	104.08	0.34%	4.92	0.02%	2.23	0.01%
2021 年新客户收入	3.75	0.03%	55.48	0.18%	36.01	0.11%	-	-
2022 年新客户收入	38.69	0.28%	113.24	0.37%	-	-	-	-
2023 年 1-6 月新客户收入	179.34	1.28%	-	-	-	-	-	-
主营业务收入合计	14,049.78	100.00%	30,771.42	100.00%	32,404.47	100.00%	26,288.76	100.00%

注 1：各期新客户为较以前期间相比当期首次与发行人合作的客户；

注 2：维斯塔斯在 2023 年将转换器和控制面板业务整体出售给科凯集团，公司相关产品的终端客户变为科凯集团，由于业务本身未发生变化，上表中科凯集团贡献的收入归类于报告期前合作客户收入。

2020 年至 2023 年上半年，公司风电光伏领域对新增客户（即 2020 年及以后开始合作的客户）的销售收入分别为 2.23 万元、40.93 万元、272.80 万元和 459.87 万元，销售金额占比分别为 0.01%、0.13%、0.89%

和 3.27%，公司风电光伏领域销售收入主要来自存量客户，存量客户的稳定性和持续性较高，对新增合作客户的销售收入金额和占比整体较小。

报告期各期，公司风电光伏领域新增客户数量和新增客户收入情况如下：

期间	新增客户数量（个）	新增客户收入（万元）	占当期主营业务收入比重
2023 年 1-6 月	6	179.34	1.28%
2022 年	13	113.24	0.37%
2021 年	9	36.01	0.11%
2020 年	8	2.23	0.01%

注：新增客户数量按新增客户法人主体单独统计，未按同一控制下企业合并统计，下同。

由上表可知，报告期各期，公司风电光伏领域新增客户数量分别为 8 家、9 家、13 家和 6 家，新增客户数量较少。

按照客户类型，报告期内公司风电光伏领域新增客户数量及其收入情况如下：

单位：个、万元

收入区间	新增客户数量	报告期内新增客户收入合计
0-1,000 万	36	775.83
1,000-2,000 万	-	-
2,000-5,000 万	-	-
5,000 万以上	-	-
合计	36	775.83

注：收入区间系各新增客户于报告期内收入合计区间。

由上表可知，报告期内，公司风电光伏领域新增客户收入规模较小，主要系风电光伏行业的客户对于供应商有严格的认证流程与供应商管理机制，开发周期较长，且发行人在开拓新客户的同时兼顾相关客户产品毛利。相较于常年合作客户，新增客户出于谨慎性考虑，在合作初期下达的订单规模相对较小，拥有较大的合作提升空间。如欧伏电

气股份有限公司为发行人 2020 年新增客户，合作初期双方交易规模较小，随着合作关系的深入，发行人产品质量及稳定供货获得客户认可，2022 年和 2023 年 1-6 月发行人对其销售收入分别为 102.36 万元和 227.32 万元。

报告期内，公司工业自动化领域新增客户收入及占比具体情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-6 月		2022 年		2021 年		2020 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
报告期前合作客户收入	10,055.44	85.56%	18,564.74	89.07%	18,866.99	93.43%	14,281.80	96.17%
2020 年新客户收入	269.10	2.29%	536.28	2.57%	674.91	3.34%	569.04	3.83%
2021 年新客户收入	428.37	3.64%	592.62	2.84%	652.31	3.23%	-	-
2022 年新客户收入	871.51	7.42%	1,148.60	5.51%	-	-	-	-
2023 年 1-6 月新客户收入	128.57	1.09%	-	-	-	-	-	-
主营业务收入合计	11,752.99	100.00%	20,842.24	100.00%	20,194.21	100.00%	14,850.84	100.00%

注：各期新客户为较以前期间相比当期首次与发行人合作的客户。

2020 年至 2023 年上半年，公司工业自动化领域对新增客户（即 2020 年及以后开始合作的客户）的销售收入分别为 569.04 万元、1,327.22 万元、2,277.50 万元和 1,697.54 万元，销售金额占比分别为 3.83%、6.57%、10.93%和 14.44%，公司工业自动化领域销售收入主要来自存量客户，存量客户的稳定性和持续性较高。在维持存量客户的基础上，公司积极开拓新客户，新增合作客户的销售收入金额和占比整体呈上升趋势。

报告期各期，公司工业自动化领域新增客户数量和新增客户收入情况如下：

期间	新增客户数量（个）	新增客户收入（万元）	占当期主营业务收入比重
2023 年 1-6 月	43	128.57	1.09%
2022 年	73	1,148.60	5.51%
2021 年	82	652.31	3.23%
2020 年	69	569.04	3.83%

注：新增客户数量按新增客户法人主体单独统计，未按同一控制下企业合并统计。

由上表可知，报告期各期，公司工业自动化领域新增客户数量分别为 69 家、82 家、73 家和 43 家，新增客户数量较多。

按照客户类型，报告期内公司工业自动化领域新增客户数量及其收入情况如下：

单位：个、万元

收入区间	新增客户数量	报告期内新增客户收入合计
0-1,000 万	266	4,759.18
1,000-2,000 万	1	1,112.12
2,000-5,000 万	-	-
5,000 万以上	-	-
合计	267	5,871.30

由上表可知，报告期内，公司工业自动化领域开拓了新增客户宁波海迈克动力科技有限公司（注册资本 25,000 万元人民币，是制造型跨国企业海天集团驱动板块业务的支柱产业之一）。除此之外，其余工业自动化领域新增客户收入规模较小，主要系公司工业自动化领域产品主要用于工业变频器中，根据 MIR 数据，2020 年全球工业变频器出货量前五名企业 ABB、西门子、汇川技术、施耐德、丹佛斯的市场份额占比合计约为 52.05%，公司已覆盖上述全球工业变频器领域出货量前五名客户，而该领域存在较多长尾客户，客户分布较为分散，部分客户规模较小，产品销售具有“多品种、小批量”特点。随着原有客户的合作深入、下游客户的稳定需求，公司主动开发中小型客户，新增客户数量较多，具有持续挖掘工业自动化领域业务能力，但形成收入规模较小，具有合理性。

报告期内，来自新增客户的在手订单金额和占比均整体呈上升趋势，具体情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 11 月 30 日	2023 年 6 月 30 日	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
----	------------------	-----------------	------------------	------------------	------------------

项目	2023 年 11 月 30 日	2023 年 6 月 30 日	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
新能源汽车	245.87	95.43	57.45	4.48	2.45
风电光伏	1,526.12	1,759.27	185.61	3.13	12.65
工业自动化	411.50	692.62	790.23	816.16	267.28
新增客户在手订单金额合计	2,183.49	2,547.31	1,033.29	823.77	282.38
在手订单金额合计	26,480.05	33,036.70	15,830.49	34,611.67	45,265.48
新增客户在手订单金额占比	8.25%	7.71%	6.53%	2.38%	0.62%

综上，从新客户开拓及在手订单情况分析，短期内公司来自新客户的收入和在手订单金额较低，具有合理性，主要是由于以下原因造成：

- (1) 新能源汽车领域：市场集中度较高，公司车规级产品配套量产车型已覆盖 2022 年我国销量前十的新能源汽车乘用车品牌中的八家；公司采取聚焦新能源汽车领域现有优质客户主力车型的发展战略，有利于实现规模效应、提升盈利能力，降低应收账款回收风险；大型客户开发周期较长，新增客户与公司合作初期往往先小批量交易，转换为量产收入需要一定时间，且量产收入需要配套车型产销量逐渐爬坡形成，导致新增客户合作初期交易规模较小；发行人积累了大量新能源汽车客户资源，应用车型广泛，部分客户仍处于拓展市场、车型逐渐放量的阶段；
- (2) 风电光伏领域：客户对于供应商有严格的认证流程与供应商管理机制，开发周期较长，且发行人在开拓新客户的同时兼顾相关客户产品毛利。相较于常年合作客户，新增客户出于谨慎性考虑，在合作初期下达的订单规模相对较小，拥有较大的合作提升空间；
- (3) 工业自动化领域：公司已覆盖全球工业变频器领域出货量前五名客户，而该领域存在较多长尾客户，客户分布较为分散，公司主动开发中小型客户，新增客户数量较多，但形成收入规模较小。

但发行人与新增客户合作关系良好，处于持续稳步放量阶段，在手订单金额和占比均整体呈上升趋势，且未来随着双方合作的深度和广度不断增加、配套车型产销率逐渐爬坡，该等客户的采购预计将随之增加，因此，发行人具有良好的客户开拓能力。

由于不同领域的下游客户集中度、单个客户需求量、市场竞争情况等存在较大差异，公司根据不同领域的特点，采取了针对性的市场开拓策略。

在新能源汽车领域，大型客户是主要的收入来源，收入占比超过 90%。由于新能源汽车客户的开拓需要经历客户洽谈、项目定点开发、量产等多个阶段，而单个客户大规模的销售收入需要配套车型产销量逐渐爬坡形成，因此大型客户基本均系随着收入的提升，由中小型客户转化而来。报告期内，公司新增了博格华纳、雷诺集团、中国中车等大型客户，2023 年 1-6 月，该类客户合计收入贡献 13,148.32 万元，占当期新能源汽车产品收入的 31.54%。同时，公司还储备了充足的定点项目和早期量产项目，这些项目相关中小型客户的数量逐期增长，为公司未来的大型客户转化和收入增长奠定了坚实的基础。

在风电光伏领域，公司的收入规模相对稳定，各类型客户的收入规模未发生重大变化，客户数量有所增加。由于公司将经营重心向新能源汽车行业倾斜，在风电光伏领域的投入相对有限，同时由于下游客户存在较强的成本优化需求，公司在该领域针对性地进行市场开拓和产品结构调整。报告期内，来自科士达、禾望电气、阳光电源的收入增速较快，主要系由于公司基于细分领域下游市场格局、价格敏感性、产品适用性等因素的考虑，着重开发了分布式光伏、风电光伏薄膜电容等市场，使得该类客户的销售规模有所增长。

在工业自动化领域，该领域的下游较为分散，单个客户的采购量相对较低，因此中小型客户的收入占比相对较高，客户数量较多。公司重点服务于具有品牌推广效应的大中型客户，凭借市场影响力积累数量众多的小型客户，同时借助经销商开展零散客户的销售。报告期内，公司在该领域的收入、客户数量呈稳步增长态势，取得了良好的市场开拓效果。

因此，公司在各领域采取了针对性的市场开发策略，报告期内取得了良好的业绩回报。在各领域积累了充足的客户资源，具有良好的客户开发能力、收入增长潜力。

2. 销售人员构成及考核情况

公司对销售人员按业务、职级以及工作内容等进行分类管理，具体构成情况及主要工作职责情况列示如下：

类别	主要职责	平均人数			
		2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年
销售总监	营销策略制定、市场规划、业绩考核等销售事务管理	4	4	4	4
销售业务人员	新客户业务开拓及原有客户业务跟踪及维护	24	24	21	19
销售内勤	销售事项对接、销售数据维护以及销售业务资料整理等	18	17	15	14
合计		46	45	40	37

报告期内，随着公司收入增加，公司的销售业务人员及销售内勤人员数量有所增长。与收入快速增长相比，公司销售业务人员规模扩张相对有限，主要系公司的销售重点关注现有大中型客户，通过提供高质量产品、快速响应客户需求等方式，与大中型客户保持深度长期的合作关系，获取相关客户的增量订单，提升公司销售收入，公司的大中型客户数量上的增加相对有限。另外，针对部分中小型客户，公司通过经销商进行覆盖。因此，公司的销售人员数量增速合理，与公司的客户变化情况、业务开拓策略相吻合。

公司于 2014 年 9 月 30 日制定了《营销中心职员薪资管理规定》（内部制度编号：YWB-42），确定各级别销售人员的基本薪酬及考核薪酬，相关制度文件于 2018 年 12 月 9 日进行修订，修订内容主要系根据市场环境变化情况对基本工资基数、具体考核指标及提成比例等进行了优化调整，修订后制度文件于 2019 年 4 月 10 日正式实施，报告期内薪酬考核制度未发生变化，报告期内公司执行的薪酬绩效考核具体情况介绍如下：

人员类别	薪酬构成	基本薪酬考核机制	提成考核机制
销售总监	基本薪酬	总监分 5 个级别，基本薪酬区间为 1.1 万/月至 2.1 万/月，基本薪酬考核主要指标及各自权重列示如下：销售预算完	按业务线（电容、电阻、电感等主要

人员类别	薪酬构成	基本薪酬考核机制	提成考核机制
	+ 提成	成情况（50%）、各业务线销售管理质量考核（35%）、客户管理系统（CRM）跟踪考核（15%），每月根据不同考核分数及相应权重占比情况确定当月考核分数，并以此分数确定当月应发放薪酬=基本薪酬*当月考核分数/100	产品划分）毛利额的比例计提，不同业务线的计提比例区间为毛利额的1%至1.5%
销售业务员	基本薪酬 + 提成	业务员分为初级、中级以及高级，三个级别，不同级别间根据工龄情况又划分为5个等级，基本薪酬区间为0.25万元/月至1万元/月，基本薪酬考核指标及各自权重列示如下：销售出库完成率（20%）、销售回款完成率（25%）、客户管理系统（CRM）跟踪考核（15%）、开票结算及时率（20%）、订单关闭率（20%），每月根据不同考核分数及相应权重占比情况确定当月考核分数，并以此分数确定当月应发放薪酬=基本薪酬*当月考核分数/100	按业务线（电容、电阻、电感等主要产品划分）销售额的比例计提，不同业务线的计提比例区间为销售额的0.2%至0.7%。
销售内勤	基本薪酬 + 奖金	销售内勤未划分级别，主要根据各自负责的岗位不同设置不同的薪酬金额，并工龄情况进行调整，基本薪酬区间0.4万元/月至0.8万元/月。销售内勤按负责的具体工作完成情况进行考核，例如对账专员：根据客户对账率进行考核；物流专员：根据订单时效达成率以及物流运费控制节省率等进行考核；系统维护专员：根据CRM数据完善情况以及日报、周报、月报编制情况进行考核，并以此分数确定当月应发放薪酬=基本薪酬*当月考核分数/100。每季度根据销售部门整体情况及个人整体考核情况确定奖金情况。	不涉及

报告期内，公司执行上述考核机制，对不同类别的销售人员按照对应的考核标准进行薪酬计算和发放。

3. 销售人员的平均薪酬变化情况与公司业绩变化情况、薪酬考核机制相符

报告期内，公司各类销售人员平均薪酬的变化情况如下：

单位：万元

类别	2023年1-6月		2022年		2021年		2020年
	平均	增速	平均	增速	平均	增速	平均
销售总监	122.60	8.71%	112.78	48.90%	75.74	30.72%	57.94
销售业务人员	38.43	10.23%	34.86	26.95%	27.46	32.79%	20.68

类别	2023 年 1-6 月		2022 年		2021 年		2020 年
	平均	增速	平均	增速	平均	增速	平均
销售内勤	14.44	6.80%	13.52	7.90%	12.53	19.22%	10.51
合计	42.60	5.06%	40.14	28.99%	30.48	38.36%	22.01

注：2023 年 1-6 月平均薪酬已年化处理。

通过上表，公司销售人员中的销售总监及销售业务员平均薪酬增速较快，由前述薪酬考核机制，销售总监及销售业务员的薪酬情况与公司各类业务收入、业绩、回款高度相关。

(1) 销售总监

销售总监负责公司整体业务的营销策略制定、市场规划、业绩考核等销售事务的管理。根据公司对销售总监的薪酬考核机制，其薪酬主要按公司销售业务的利润的整体情况进行考核。报告期内，销售总监的平均薪酬与主营业务毛利额变化对比情况如下：

单位：万元

类别	2023 年 1-6 月		2022 年		2021 年		2020 年
	金额	增速	金额	增速	金额	增速	金额
销售总监平均薪酬	122.60	8.71%	112.78	48.90%	75.74	30.72%	57.94
主营业务毛利额	15,054.50	26.35%	29,702.72	86.49%	15,927.31	40.36%	11,347.56

注：2023 年 1-6 月的平均薪酬已年化处理，2023 年 1-6 月的毛利额及增速系同期比较数据。

根据公司对销售总监的主要薪酬考核机制，对销售总监薪酬复核测算情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年
当期薪酬金额①	215.19	451.11	302.96	231.78
基本薪酬②	38.40	76.80	76.80	76.80
提成③=①-②	176.79	374.31	226.16	154.98
主营业务毛利额④	15,054.50	29,702.72	15,927.31	11,347.56
提成占比⑤=③/④	1.17%	1.26%	1.42%	1.37%

注：公司销售总监分 5 个级别，基本薪酬区间为 1.1 万/月至 2.1 万/月，测算数据按平均金额 1.6 万/月进行测算，测算基本薪酬=1.6 万*12*平均人数。

如上表所示，报告期内，公司主营业务毛利额增速较快，导致销售总监平均薪酬随之快速增长，销售总监提成测算比例未发生重大变化，与相应的薪酬考核机制相匹配。

(2) 销售业务员

销售业务员的主要工作包括新客户业务开拓及原有客户业务跟踪及维护。根据公司对销售业务员的薪酬考核机制，其薪酬与业务开拓、公司向相关客户销售形成的收入利润及回款情况相关。报告期内，销售业务员的平均薪酬与主营业务收入和当期回款的对比情况如下：

单位：万元

类别	2023 年 1-6 月		2022 年		2021 年		2020 年
	金额	增速	金额	增速	金额	增速	金额
销售业务员平均薪酬	38.43	10.23%	34.86	26.95%	27.46	32.79%	20.68
主营业务收入	68,618.72	15.75%	145,452.54	67.99%	86,582.42	81.46%	47,713.45
当期回款	83,078.31	-	155,442.32	-	85,040.23	-	47,885.79

注 1：2023 年 1-6 月的平均薪酬已年化处理，2023 年 1-6 月的主营业务收入的金额和增速系同期比较数据；

注 2：当期回款系期初应收账款+本期主营销售额-期末应收账款计算。

截至 2023 年 11 月底，2020 年、2021 年、2022 年和 2023 年 1-6 月各期销售收入的回款率分别为 99.99%、99.80%、99.69% 和 94.82%。

根据公司对销售业务员的主要薪酬考核机制，对销售业务员薪酬复核测算情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年
当期薪酬金额①	491.11	836.61	576.61	392.90

基本薪酬②（注）	86.4	172.8	151.2	136.8
提成③=①-②	404.71	663.81	425.41	256.10
主营业务收入金额④	68,618.72	145,452.54	86,582.42	47,713.45
提成占比⑤=③/④	0.59%	0.46%	0.49%	0.54%

注：业务员分为初级、中级以及高级，三个级别，不同级别间根据工龄情况又划分为 5 个等级，基本薪酬区间为 0.25 万元/月至 1 万元/月，测算数据按平均金额 0.6 万/月进行测算，测算基本薪酬=0.6 万*12*平均人数。

如上表所示，报告期内，公司主营业务销售额的快速增长同时销售回款良好，使得销售业务员的薪酬同步快速增长，业务员提成测算比例未发生重大变化，与相应的薪酬考核机制相匹配。

(3) 销售内勤

报告期内，公司销售内勤的薪酬与其具体的事务性工作的完成情况相关，与公司业绩的相关性相对较低，因此，销售内勤的平均薪酬增幅相对较缓，与其薪酬考核制度相符。

据此，本所律师认为，公司报告期内销售人员平均薪酬大幅增加，主要系报告期内公司收入、净利润的增速较快，回款情况良好，使得以收入、利润和回款情况作为主要考核要素的销售总监、销售业务员的平均薪酬增长较快，以具体事务完成情况作为考核要素的销售内勤增幅相对较缓。报告期内，公司销售人员的平均薪酬变化情况与公司业绩增长情况、薪酬考核机制相符。

4. 公司收入增速高于同行业可比公司，是销售人员薪酬较高的主要原因

报告期内，公司与同行业可比公司的销售人员平均薪酬、收入对比情况如下：

公司名称	项目	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度
		金额	增速	金额	增速	金额	增速	金额

公司名称	项目	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度
		金额	增速	金额	增速	金额	增速	金额
法拉电子	平均薪酬	27.18	-7.39%	29.35	13.06%	25.96	49.97%	17.31
	收入	193,414.62	13.03%	374,571.80	37.15%	273,120.35	47.35%	185,354.84
伊戈尔	平均薪酬	34.06	-8.42%	37.19	17.91%	31.54	5.84%	29.8
	收入	155,992.45	12.96%	280,588.05	27.23%	220,541.35	57.95%	139,628.32
可立克	平均薪酬	28.38	-24.68%	37.68	-0.26%	37.78	5.27%	35.89
	收入	229,703.36	132.14%	316,868.33	103.07%	156,039.68	25.32%	124,511.06
京泉华	平均薪酬	24.62	16.46%	21.14	12.69%	18.76	9.20%	17.18
	收入	138,414.89	29.46%	249,955.08	36.44%	183,197.71	43.54%	127,630.15
平均	平均薪酬	28.56	-8.87%	31.34	9.93%	28.51	13.81%	25.05
	收入	179,381.33	39.30%	305,495.81	46.71%	208,224.77	44.32%	144,281.09
鹰峰电子	平均薪酬	43.01	5.06%	40.94	28.99%	31.74	38.36%	22.94
	收入	68,618.72	15.75%	145,452.54	67.99%	86,582.42	81.46%	47,713.45

注 1: 2023 年 1-6 月的平均薪酬已年化处理, 2023 年 1-6 月的收入金额和增速系同期比较数据。

注 2: 由于铜峰电子的平均薪酬远低于其他可比公司, 可比性较差, 因此不进行比较。

2020 年, 发行人的销售人员平均薪酬低于可比公司平均水平, 2021 年至 2022 年, 发行人销售人员平均薪酬增加较快, 薪酬水平高于行业平均水平, 与伊戈尔、可立克相对接近。

据此, 本所律师认为, 报告期内, 可比上市公司销售人员平均薪酬随着销售收入的增长都有不同程度的增长。公司整个收入规模相对较小, 销售收入增速超过行业平均水平。在市场规模快速扩大的阶段, 为激励销售人员积极开拓市场, 公司销售人员平均薪酬增速较快, 超过行业平均水平, 与公司同期收入增长情况和激励情况相符。

5. 公司及销售人员不涉及不正当竞争、商业贿赂等违法违规情形

(1) 公司与主要客户签订阳光协议并按协议要求合规经营

公司与主要客户已签订供应商承诺书及廉洁协议，承诺与相关客户商业活动过程中遵守国家、地方法律法规以及客户相关规则要求，廉洁自律；报告期内与主要客户合作过程中遵守客户要求合规经营，未受到客户关于销售人员违反廉洁承诺、存在商业贿赂行为的投诉、惩罚或诉讼。

(2) 报告期主要新增业务来源于新能源汽车领域，相关业务主要通过招投标或竞争性协商等程序获取订单，业务获取过程规范

公司报告期内业绩大幅增加，主要系新能源汽车领域业务增加所致，相关产品下游客户为比亚迪、雷诺汽车等汽车整车厂商或博格华纳、日本电产、大洋电机等知名汽车零部件一级供应商。由于汽车行业具有较为严格的行业标准，汽车整车厂商或汽车零部件一级供应商通常需要对零部件企业进行较长时间的审核才能纳入合格供应商体系，对后续产品的选购主要采取招投标或竞争性协商形式确定供应商，零部件供应商在客户定点后即可量产供货并与客户形成较为稳定的采供关系。

报告期内，公司主要通过客户招投标程序或竞争性协商获取新能源汽车领域相关业务订单，业务获取过程规范，符合客户相关规定。

(3) 公司重视合规经营，建立了反腐败反贿赂内控机制

公司建立了《反腐败反贿赂控制程序》，开展廉洁诚信教育，推进商业活动的反腐败和反贿赂工作，加强企业内控机制，做到诚实守信，树立以守法诚信、优质服务为核心的经营理念，并在重点环节、重点人员实行预防商业贿赂承诺制，重要岗位人员个人已签订《反贿赂/反腐败承诺书》。报告期内，公司不存在重要岗位人员违反公司《反腐败反贿赂控制程序》相关规定的情况。

- (4) 公司不存在因不正当竞争、商业贿赂等违规导致的处罚，销售人员不存在不正当竞争、商业贿赂等违法违规情形

根据发行人及其子公司的《市场主体专用信用报告》《公共信用信息报告》，报告期内公司不存在因不正当竞争、商业贿赂等违规导致的处罚的情况；根据销售人员的无犯罪证明，销售人员不存在不正当竞争、商业贿赂等违法违规情形。

据此，本所律师认为，公司及销售人员不涉及不正当竞争、商业贿赂等违法违规情形。

- (二) 结合车规级电感等定制化产品相关研发支出明细、该类研发活动及其产生可复用通用型研发成果的具体情况，说明公司能否控制相关研发成果，该等研发成果是否仅可用于特定合同，发行人将该部分研发投入全部计入研发费用是否符合企业会计准则等相关规定

公司设有研发中心，包括基础研究部、技术中心以及车规级电容项目部、车规级电感项目部等各产品事业部的研发机构。其中基础研究部和技术中心紧跟市场需求及行业变化情况，进行基础研发活动和前瞻性研发工作，各事业部的研发机构针对各类产品进行生产工艺、测试验证等研发工作。

报告期内，公司围绕市场情况、前瞻性技术、公司市场产品定位以及行业客户通用需求等因素，开展研发活动并形成研发成果。公司针对目标客户提出的定制化产品需求，结合自身在相关领域的研发投入情况，将适用的研发成果应用于客户产品中。

1. 研发支出情况

公司向部分客户销售定制化产品，该类客户通过与公司签订《技术开发协议》、提供技术参数要求等方式告知公司其定制化需求，公司完成相关定制化产品的开发并获得对方认可后进入量产产品生产阶段。

在定制化产品开发过程中，由于产品具有较强的同质性，研发成果可以有效地提升同类产品的生产工艺、优化产品设计、积累技术秘密

（know-how）及形成专利技术等，可以解决同类型产品存在的通用性问题、提升同类型产品的性能等，具有可复用性。因此，公司在进行研发项目分类时，主要按照研发的技术目标和方向作为划分维度，未单独区分定制化产品相关的支出情况。

报告期内，公司研发项目的支出情况如下：

单位：万元

序号	目标产品领域	研发项目	研发期间	研发状态	2020 年至 2023 年 6 月研发支出			
					职工薪酬	研发材料投入	其他研发费用	合计
1	电感产品相关	220KW 氢燃料电池车载升压电抗器项目	2021.01-2022.12	已完成	642.14	63.14	261.30	966.58
		du_dt 滤波器研发项目	2021.01-2022.12	已完成	591.04	257.98	86.34	935.37
		储能电抗器研发项目	2021.01-2022.12	已完成	312.66	24.57	62.69	399.92
		通用型谐波滤波器项目	2019.01-2020.12	已完成	143.42	90.16	31.00	264.58
		海上风电水冷电抗器项目	2019.01-2020.12	已完成	210.22	4.67	44.36	259.25
		40KW 反向耦合磁集成升压电抗器项目	2019.01-2020.12	已完成	179.27	4.88	27.38	211.53
		DM5.0 磁集成升压电抗器	2023.01-2023.12	在研	204.23	125.65	52.69	382.57
		AIM 电抗器研发	2023.01-2024.12	在研	189.08	7.12	12.31	208.51
		小计			2,472.06	578.18	578.06	3,628.31
2	电容产品相关	第一代高温耐久汽车电容项目	2021.01-2022.12	已完成	550.77	269.51	102.33	922.61

序号	目标产品领域	研发项目	研发期间	研发状态	2020 年至 2023 年 6 月研发支出			
					职工薪酬	研发材料投入	其他研发费用	合计
		电动汽车高度集成滤波组件电容项目（8nH 低电感 sic 集成滤波器汽车电容项目）	2021.01-2022.12	已完成	393.11	337.82	59.58	790.51
		不电镀母排汽车电容项目	2021.01-2022.12	已完成	426.18	278.49	70.24	774.91
		端子穿墙汽车电容项目	2021.01-2022.12	已完成	287.13	197.85	63.83	548.81
		电动汽车高功率密度电容项目	2019.01-2020.12	已完成	395.73	33.38	106.19	535.30
		低电感高压 sic 汽车电容项目	2021.01-2023.12	在研	676.26	322.40	119.45	1,118.11
		第二代高温耐久汽车电容项目	2022.01-2024.12	在研	455.36	183.71	90.17	729.24
		高温高场强汽车电容项目	2023.01-2024.12	在研	305.65	189.67	70.14	565.46
		汽车滤波器项目	2022.01-2023.12	在研	196.16	23.52	78.58	298.26
		铝母排汽车电容项目	2023.01-2024.12	在研	141.07	79.16	47.27	267.49
		PCB 用 DC-LINK 电容	2023.01-2024.12	在研	76.83	21.38	19.48	117.69
		小计			3,904.25	1,936.88	827.27	6,668.39
3	电阻、母排及散热器相关	风电变桨制动电阻项目	2020.01-2021.12	已完成	315.60	22.13	95.19	432.93
		多功能集成叠层母排项目	2020.01-2021.12	已完成	560.69	52.92	92.96	706.57

序号	目标产品领域	研发项目	研发期间	研发状态	2020 年至 2023 年 6 月研发支出			
					职工薪酬	研发材料投入	其他研发费用	合计
		一种新型绝缘相变功率模块散热水冷系统项目	2021.01-2022.12	已完成	736.58	193.32	57.67	987.57
		新型散热器项目	2020.01-2020.12	已完成	222.42	66.89	22.29	311.60
		伺服塑封制动电阻项目	2022.01-2023.12	在研	216.24	27.83	62.40	306.46
		CCS,FPC 电池包集成叠层母排项目	2022.01-2023.12	在研	469.73	152.37	67.67	689.77
		新能源汽车新型连接母排开发	2023.01-2024.12	在研	116.95	47.90	24.85	189.70
		车规电容母排激光焊接	2023.01-2024.12	在研	54.55	62.86	9.53	126.94
		新型工质可靠性研究	2023.01-2024.12	在研	115.15	4.98	4.20	124.33
		一种高性能液冷板技术项目	2023.01-2024.12	在研	35.56	20.74	10.97	67.27
		微通道相变散热器研发项目	2023.01-2024.12	在研	39.69	0.58	2.61	42.88
		小计			2,883.17	652.52	450.33	3,986.02
		合计			9,259.47	3,167.58	1,855.67	14,282.72

报告期内，公司各项研发项目基本系围绕公司主业产品相关领域开展，研发支出明细以研发人员薪酬为主。

2. 研发活动及其产生可复用通用型研发成果的具体情况

报告期内，发行人主要研发项目的研发成果的应用场景和客户情况如下：

分类	研发项目	研发成果	转化应用情况	研发成果可应用场景	可服务客户及目标客户
----	------	------	--------	-----------	------------

分类	研发项目	研发成果	转化应用情况	研发成果可应用场景	可服务客户及目标客户
电感产品相关	220KW 氢燃料电池车载升压电抗器项目	成功研发出应用于氢燃料电池汽车动力系统的 220KW 氢燃料电池车载升压电抗器，可进行高性能 DC-DC 转换、体积小、重量轻	应用于氢燃料电池汽车 DC-DC 转换器内升压电感产品	可应用于氢能源燃料电池电控系统，提高电感的功率密度，减轻重量	燃料电池汽车客户，如上汽大众等
	du_dt 滤波器研发项目	通过电气参数设计和绝缘材料应用技术，成功研发出改善快速电压变换和电压超调现象的 du_dt 滤波器，提升公司磁性器件滤波净噪技术水平	批量应用于工业自动化领域滤波器等产品	解决变频器与电机之间长距离工况，降低电机绝缘电压应力，延长电机寿命	变频传动行业客户，如 ABB、西门子和施耐德电气等
	储能电抗器研发项目	通过磁路设计、磁性材料研究和绝缘材料研究，成功研发出高效散热、且满足 IP65 防护等级要求的储能电抗器，提升公司超声波铜铝焊接工艺技术	批量应用于储能变流器中电感产品	解决在恶劣环境下电抗器在高防护等级下的散热能力，提高恶劣环境的适应性	储能客户，如阳光电源、上能电气、远景能源等
	通用型谐波滤波器项目	成功研发出能更好地满足电网谐波标准、避免谐振风险的通用型谐波滤波器，并提升公司磁性器件滤波净噪技术水平	批量应用于工业变频器中的电感产品	广泛应用于柔性 AMOLED 屏幕、暖通、楼宇、医院等对电源质量要求较高的场合	变频传动行业客户，如 ABB、施耐德电气、丹佛斯等；微电子企业如京东方、天马等；轨交项目如申通地铁等
	海上风电水冷电抗器项目	通过研究绝缘材料应用技术、结构设计、钎焊工艺，成功研发出抗振动、防盐雾、防腐蚀的应用于海上风电变流柜的电抗器	批量应用于风电变流器中的电感产品	适用于海上风力发电，提高产品的耐盐雾、防腐蚀和防真菌侵蚀能力	海上风力发电客户，如西门子歌美飒、科凯集团和 Ingeteam 等

分类	研发项目	研发成果	转化应用情况	研发成果可应用场景	可服务客户及目标客户
	40KW 反向耦合磁集成升压电抗器项目	通过研究电感结构设计和磁集成技术，成功研发出高频化、体积小、生产效率高的40KW 反向耦合磁集成升压电抗器，提升公司线圈立绕工艺及自动化生产技术和交错式反向耦合 Boost-buck 电感设计技术水平，并取得一种交错式反向耦合 Boost-buck 电抗器实用新型专利（专利号：ZL202022258577.6）	批量应用于车规级升压电感产品	可用于新能源增程式混动车电池升压系统，降低电驱系体积，提高系统效率	新能源汽车领域客户如比亚迪、长安汽车、吉利汽车、博格华纳等
	DM5.0 磁集成升压电抗器	尚未取得研发成果	尚未转化应用	可用于新能源混动车电池升压电路，降低电驱动系统体积，提高系统效率	新能源汽车领域客户如比亚迪、长安汽车、吉利汽车、博格华纳等
	AIM 电抗器研发	尚未取得研发成果	尚未转化应用	适用于 AFE 能量回馈性变频器滤波器回路，清洁电网谐波，降低产品温升，提高滤波系统的滤波特性	工业自动化领域客户如西门子、ABB、丹佛斯等
电容产品相关	第一代高温耐久汽车电容项目	通过研究薄膜材料高温特性和电容在高温条件下容量衰减曲线，研发出工作温度更高、工作寿命更长的车规级薄膜电容	批量应用于车规级薄膜电容产品	可提升产品极限工作温度和工作寿命	新能源汽车领域客户如博格华纳等
	电动汽车高度集成滤波组件电容项目（8nH 低电感 sic 集成滤波器汽车电容项目）	成功研发出高度集成滤波组件的车规级薄膜电容，且高度集成后的电容符合 EMC 测试要求，提升公司 EMI 功能集成技术水平	批量应用于高度集成滤波组件的车规级薄膜电容产品	提升产品 EMC 性能，减小产品尺寸，提升空间利用率	新能源汽车领域客户，如比亚迪、日本电产等

分类	研发项目	研发成果	转化应用情况	研发成果可应用场景	可服务客户及目标客户
	不电镀母排汽车电容项目	通过对母排清洗工艺的研究，成功研发出低成本、更环保的不电镀车规级薄膜电容母排，提升公司电容母排裸铜表面处理技术	批量应用于车规级薄膜电容产品	提升母排清洗工艺，研发低成本、更环保的母排	新能源汽车领域客户，如博格华纳、中国中车等
	端子穿墙汽车电容项目	通过对灌封料和密封工艺的研究，成功研发出环氧灌胶渗漏率低的端子穿墙车规级薄膜电容，提升公司低膨胀系数灌封料的应用技术	批量应用于端子穿墙车规级薄膜电容产品	通过端子穿墙工艺方法，实现产品结构和电场更合理的分布，提升产品载流性能	新能源汽车领域客户，如比亚迪、伊控动力等
	电动汽车高功率密度电容项目	通过对超薄介质材料、灌封材料的研究和封装外壳的改进，成功研发出容积比和薄膜工作场强高的车规级薄膜电容	批量应用于车规级薄膜电容	提升薄膜工作场强，在相同规格条件下，减小产品体积，降低产品成本	新能源汽车领域客户，如大洋电机、比亚迪等
	低电感高压 sic 汽车电容项目	尚未取得研发成果	尚未转化应用	可应用于新能源汽车直流支撑电容产品，降低产品寄生电感，提升系统稳定性	新能源汽车领域客户，如伊控动力、汇川科技等
	第二代高温耐久汽车电容项目	尚未取得研发成果	尚未转化应用	可应用于新能源汽车直流支撑电容产品，提升产品极限工作温度和工作寿命	新能源汽车领域客户如博格华纳、博世等
	高温高场强汽车电容项目	尚未取得研发成果	尚未转化应用	可应用于新能源汽车直流支撑电容产品，提升薄膜的工作场强和工作温度，减小产品体积和提升产品工作寿命	新能源汽车领域客户如汇川技术等
	汽车滤波器项目	尚未取得研发成果	尚未转化应用	可用于纯电、混动汽车逆变器，适应 SiC、GaN 等新型高频功率半导体架构，克服更严苛的电磁兼容环境，提升产品 EMC 性能	新能源汽车领域客户如智新科技、伊控动力、比亚迪等

分类	研发项目	研发成果	转化应用情况	研发成果可应用场景	可服务客户及目标客户
	铝母排汽车电容项目	尚未取得研发成果	尚未转化应用	可应用于新能源汽车直流支撑电容产品，将铝母排替换铜母排，降低产品成本	基础性研究，可广泛应用于新能源汽车领域客户
	PCB 用 DC-LINK 电容	尚未取得研发成果	尚未转化应用	可应用于光伏逆变器等领域电容产品，起直流支撑作用	光伏领域客户如阳光电源、远景能源、首航新能等
电阻、母排及散热器产品相关	风电变桨制动电阻项目	通过电阻结构设计、绝缘材料选择，成功研发出应用于风电变桨柜中的制动电阻，并取得一种风电变桨制动电阻器实用新型专利（专利号：ZL202120381677.X）和风电变桨制动电阻器外观设计专利（专利号：ZL202230485102.2）	批量应用于风电变桨制动电阻产品	可用于风力发电变桨系统，提升产品的耐振动等级、防护等级和耐盐雾性能，进一步提升产品工作寿命	风电领域客户，如金风科技、运达电气、东方电气等
	多功能集成叠层母排项目	成功研发出集成低成本指示灯和信号传输功能的多功能集成叠层母排，提升公司并联轴排的设计与制造技术，并取得一种带电压指示灯叠层母排的结构实用新型专利（专利号：ZL202122787745.5）	批量应用于到光伏逆变器中的母排项目	适用于各领域母排的电压数据采集	风电光伏领域客户，金风科技、国电南瑞、明阳集团等
	一种新型绝缘相变功率模块散热水冷系统项目	通过研究传热机理和加工工艺、开发绝缘材料，成功研发出精确控温能力提升的新型绝缘相变功率模块散热水冷系统，提升公司高性能传热技术水平，并取得一种绝缘相变散热器实用新型专利（专利号：ZL202220034004.1）	应用于 3D 绝缘散热器产品	可应用于轨道交通、风电光伏、储能领域高压场景，满足散热器绝缘要求	轨道交通、风电光伏、储能领域客户，如中国中车、阳光电源等

分类	研发项目	研发成果	转化应用情况	研发成果可应用场景	可服务客户及目标客户
	新型散热器项目	通过散热器结构优化改进、密封焊接工艺开发、钎焊治具开发，成功研发出散热性能优化、可靠性高、成本低的新型水冷散热器，提升公司水冷板制作及金属材料结构焊接技术水平，并取得用于孔式接头的焊接定位装置实用新型专利（专利号：ZL202120610046.0）及一种铜铝结合水准散热器实用新型专利（专利号：ZL202120308326.6）	批量应用于轨道交通、储能领域的散热器产品	可应用于轨道交通、储能领域大功率水冷散热器，改进散热器结构和焊接工艺，提升水冷散热器性能	轨道交通、风电光伏、储能领域客户，如中国中车、金盘科技等
	伺服塑封制动电阻项目	尚未取得研发成果	尚未转化应用	应用于伺服驱动器内置环境的电阻产品，改善产品尺寸，提升散热能力，降低产品热阻	工业自动化设备行业客户，如汇川技术、埃斯顿、ABB、施耐德电气、西门子
	CCS,FPC 电池包集成叠层母排项目	尚未取得研发成果	尚未转化应用	可用于储能电池包，提升母排电压及温感信号采集水平	电池储能行业客户，如宁德时代、固德威、麦格米特等
	新能源汽车新型连接母排开发	尚未取得研发成果	尚未转化应用	可应用于新能源汽车电池包、驱动器等电连接系统中，针对高压800V 新结构而展开的新工艺研发，提高空间利用率	新能源汽车行业客户，如雷诺集团、比亚迪等
	车规电容母排激光焊接	尚未取得研发成果	尚未转化应用	可应用于新能源汽车直流支撑电容，提升电容母排焊接工艺，提高产品稳定性	新能源汽车行业客户，如比亚迪、小鹏汽车等

分类	研发项目	研发成果	转化应用情况	研发成果可应用场景	可服务客户及目标客户
	新型工质可靠性研究	尚未取得研发成果	尚未转化应用	可应用于轨道交通、风电光伏、储能领域下变频散热器，提升产品可靠性、安全性	轨道交通、风电光伏、储能领域客户，如中国中车、远景能源、金风科技等
	一种高性能流道液冷板技术项目	尚未取得研发成果	尚未转化应用	可应用于轨道交通、风电光伏、储能领域大功率水冷散热器，提升水冷散热器性能，降低成本	轨道交通、风电光伏、储能领域客户，如中国中车、远景能源等
	微通道相变散热器研发项目	尚未取得研发成果	尚未转化应用	可应用于储能、高速电梯变频散热器，提升产品可靠性、安全性，降低成本	储能领域客户，如远景能源等

注：部分研发项目尚未结项，未取得研发成果和转换应用，公司依据研发项目拟达到的目标成果填列研发成果可应用场景、可服务客户及目标客户。

由上表，发行人研发项目（拟）形成的研发成果均具有较为丰富、具体的应用场景，具有通用性及可复用性，可服务于目标领域里的多个客户。

3. 公司可以将通用性研发成果用于不同产品，研发费用的核算符合企业会计准则等相关规定

(1) 企业会计准则及深交所的相关规定

《会计类2号》的“2-8 定制化产品相关研发支出的会计处理”规定：“企业与客户签订合同，为客户研发、生产定制化产品。客户向企业提出产品研发需求，企业按照客户需求进行产品设计与研发。产品研发成功后，企业按合同约定采购量为客户生产定制化产品。对于履行前述定制化产品客户合同过程中发生的研发支出，若企业无法控制相关研发成果，如研发成果仅可用于该合同、无法用于其他合同，企业应按照收入准则中合同履约成本的规定进行处理，最终计入营业成本。若综合考虑历史经验、行业惯例、法律法规等因素后，企业有充分证据表明能够控制相关研发成果，并

且预期能够带来经济利益流入，企业应按照无形资产准则相关规定将符合条件的研发支出予以资本化。”

《企业会计准则第 14 号——收入》第九条规定：“合同开始日，企业应当对合同进行评估，识别该合同所包含的各单项履约义务，并确定各单项履约义务是在某一时段内履行，还是在某一时点履行，然后，在履行了各单项履约义务时分别确认收入。履约义务，是指合同中企业向客户转让可明确区分商品的承诺。”

深交所会计监管动态（2023 年第 2 期）的相关规定如下：“如果已与客户签订合同，研发活动能对应到具体产品或项目，则需要判断是否构成单项履约义务。如果构成单项履约义务，则按照《企业会计准则第 14 号——收入》的规定，确定单项履约义务是在某一时段内履行还是某一时点履行，在履行单项履约义务时分别确认收入和成本。如果不构成单项履约义务，则按照《监管规则适用指引——会计类第 2 号》2-8 的规定，进一步判断适用收入准则还是无形资产准则。”“如果公司可以有充分证据表明能够控制研发成果，并且预期能够带来经济利益流入，则企业应当按照无形资产准则，对符合资本化条件的研发支出予以资本化，不符合资本化条件的研发支出计入当期损益。”

(2) 定制产品研发活动不构成收入准则中的单项履约义务，公司可以控制研发成果，将通用性研发成果用于不同产品，研发支出计入当期损益符合会计准则的规定

1) 客户未支付开发费用，在产品开发阶段未约定最低保底采购量及产品单价，定制产品研发活动不构成收入准则中的履约义务

在项目定点阶段，客户一般通过签署《产品开发协议》或提供技术参数要求等方式，就定制产品的技术参数、产品结构特点等进行约定，并对最终需要交付的样品进行验收，以确保公司提供的产品满足其定制化需求。在该阶段，客户未向公司支付开发费用，或未约定最低保底采购量及产品单价；在量产阶段，公司与客户签订《采购框架协议》等协议，约定双方的主要权利义务，后续通过下达采购订单（包括具体产品型号、数量以

及价格等信息）进行具体产品交易。

以公司向比亚迪提供的车规级电感产品为例，公司与比亚迪签订了《生产性物料采购通则》（以下简称“通则”）及《产品开发协议》，相关协议主要内容如下：

协议	项目	主要内容
《生产性物料采购通则》	通则定义	通则是需方与供方签订的采购合同基本条款，签署并不意味着双方已建立买卖合同关系，也并不意味着需方必须将给予供方以后新项目的采购合同。
	采购订单	具体采购时会根据生产计划或售后需求而发出的需求采购订单（通过信息化系统平台或电子邮件形式发出）作为供方安排生产、交货、需方收货等依据，因需方变化调整等修改订单时供方有义务及时确认修改后的采购订单；
	采购价格	结算价格则以供需双方签订的《配套零部件供货清单及价格协议》所确定的价格作为结算价格并按双方约定的结算条款支付货款。
《产品开发协议》	开发要求	约定供需双方的权利义务，需方提出产品的功能要求、性能要求、结构要求及安装/外形等周边条件等，供方根据需方要求制定开发计划并完成满足需方要求的技术产品，并经需方确认。
	技术要求	约定相关产品的适用环境、具体执行标准、具体外观、尺寸、材料、性能要求以及工艺要求等具体技术指标要求。
	产品试验发放及要求	约定相关产品的试验方法、判定标准依据以及测试内容。
	产品认可	约定相关产品满足型式试验，并提供产品试验报告，并经需方确认。
	产品验收	约定供方产品出厂检验要求，要求产品出厂前需满足技术协议相关要求后方可批量供货，正式供货前需将出厂检验项目提交需方认可。

根据上述协议约定以及产品交付过程可知，公司向客户交付的是符合客户需求的量产产品，未直接交付研发成果。客户未支付开发费用，在产品开发阶段未约定最低保底采购量及产品单价，在定制化产品开发完成进入量产阶段后，客户下达量产订单，公司通过销售量产产品形成收入。因此，定制产品开发活动不构成收入准则中的履约义务。

2) 研发成果具有通用性及可复用性，公司可以将其用于不同产品

根据前述研发项目（拟）形成的研发成果的转换应用情况、客

户情况的分析，公司的相关研发成果具有较为丰富、具体的使用领域，解决行业产品存在的通用性问题或提升行业主流产品的性能等，可服务于特定领域的多个目标客户，相关研发成果具有通用性及可复用性。

公司可以将已经形成及拟形成的研发成果带来的效益向多个目标客户推广，进一步转化为目标客户订单，从而最终形成经济利益流入。例如随着公司对车规级升压电感的研发投入，形成的研发成果可以满足其他客户相关需求，公司已获得了新能源汽车整车厂商 A 在车规级电感领域相关技术的认可，为其提供的高压快充升压电感已取得项目定点并进行小批量试生产。

因此，公司可控制相关研发成果，并应用在同领域的不同产品中，将相关支出计入研发费用符合相关规定。

同行业可比公司未披露定制化开发费用会计处理情况，部分汽车产业链相关（拟）上市公司披露了其定制化产品开发的相关情况，具体情况如下：

公司	定制化开发情况	研发支出归集
上声电子 (688533)	公司与客户签订的定点合同仅就公司需要提供的产品及产品需要达到的规格进行了约定，公司根据对行业热点技术、客户需求情况的理解，开展自发性的研究探索，实现自有技术提升、制造工艺改进、新材料应用或形成新开发技术的研发目标，形成自有的、通用的技术研发成果。研发成果具有普遍适用性，可以应用于其他项目，因此公司产品开发试制活动与客户合同不直接相关，相关研发活动不是为了履行合同义务而发生的成本	公司的产品开发试制过程的研究活动具有较强的创新性、探索性，相关研发活动是否能够成功具有较强的不确定性，公司产品开发试制与客户合同不直接相关，发行人将产品开发试制活动所产生的费用作为研发费用具有合理性。
菱电电控 (688667)	公司标定活动按照项目性质自然划分为研发类项目（对应为不收费项目）和技术开发服务类项目（对应为收费项目）。当公司有能力完成合同履约义务、客户明确提出了开发需求和违约责任时，标定项目收费；而不收费项目结果通常具有不确定性，公司主要目的是为了验证和优化公司控制策略及软硬件平台。	研发类项目的标定支出作为研发投入，不满足“相关经济利益很可能流入”的条件，在相关支出发生时计入费用，由于标定属于研发活动，故计入研发费用。技术开发服务类项目的标定成本作为合同履约成本（验收后结转营业成本）

公司	定制化开发情况	研发支出归集
焯隆股份 (上市委员会通过)	定制化开发,即基于客户的需求而发起的研发项目,公司在承接项目前,有些要求比较复杂,需要对相应的车型零部件产品及生产工艺进行初步开发设计,并形成相关方案,对此,公司予以研发项目立项;项目立项后,根据客户对新产品的参数要求,将自身积累的一项或多项关键技术的项目中进行创新性的应用,从而实现关键性能指标的提升、制造工艺的改进,此阶段的研发活动具有一定的探索性,研发成果存在不确定性。即使获得成功,后续客户配套车型是否投产、投产时间、投产数量及公司后续是否可获取订单,以及订单价格、数量等均存在不确定。	公司立项的研发项目中,发行人将定制化开发过程中发生的费用计入研发费用进行核算,符合企业会计准则的规定。产品研发成功后,企业按合同约定采购量为客户生产定制化产品,则相关成本计入生产成本。

上述公司将未收取费用的以客户定制化需求为导向的研发活动的相关支出均认定为研发支出,与发行人的处理方法一致。

据此,本所律师认为,公司报告期内开展的研发活动主要系根据市场调研、行业客户的通用需求及前瞻性技术而开展的,研发成果具有通用性及可复用性,公司主导并控制相关研发活动,未就产品定制向客户收取研发服务费用,不构成履约义务,会计处理与汽车产业链相关上市公司同类型业务的会计处理一致,因此公司将研发支出全部费用化并计入研发费用核算,符合企业会计准则、《会计类 2 号》、深交所会计监管动态(2023 年第 2 期)的相关规定。

核查过程: 1) 与发行人财务人员、销售人员及 HR 人员进行访谈,了解发行人销售人员薪酬绩效考核制度及执行情况; 2) 获取发行人销售人员薪酬明细表及花名册,分析销售人员结构变化以及平均薪酬变化情况; 3) 查阅同行业上市公司公开资料,了解其收入变化、平均薪酬变化情况,与发行人相关情况进行横向对比; 4) 获取发行人与主要客户签订的供应商协议以及廉洁协议以及招投标资料,并对主要客户进行访谈,了解是否存在违法违规或不诚信行为,是否存在商业贿赂以及私下约定等利益安排的情况; 5) 获取销售人员无犯罪证明及签订的《反贿赂/反腐败承诺书》,并与发行人内审人员进行访谈,了解发行人《反腐败反贿赂控制程序》的执行情况; 6) 获取发行人及其子公司的《市场主体专用信用报告》《公共信用信息报告》,查询中国执行信息公开网、中国裁判文书网、市场监督管理局等相关主管单位网站及企查查网站,核查发行人是否存在因不正当竞争、商业贿赂等违规导致的处罚的情

况；7）获取发行人研发费用台账，立项报告、研发领料等相关资料，了解研发人员划分标准，核查研发费用发生的真实性和合理性；取得研发项目验收报告，核对研发项目实际完成情况；8）访谈发行人管理层、研发机构相关人员，了解发行人具体的研发体系流程，获取并查阅具体的研发管理制度文件以及具体研发项目的立项资料并进行核对，核实研发项目的内容与发行人业务的相关性，了解研发项目所形成的研发成果情况、应用转化情况；9）查阅发行人与客户就定制需求进行开发所签订的协议，判断该协议是否构成收入合同，是否存在需确认收入、归集成本的情况。

综上，本所律师认为：

- 1）公司报告期内销售人员平均薪酬大幅增加，主要系报告期内公司收入、净利润的增速较快，回款情况良好，使得以收入、利润和回款情况作为主要考核要素的销售总监、销售业务员的平均薪酬增长较快，以具体事务完成情况作为考核要素的销售内勤增幅相对较缓。报告期内，公司销售人员的平均薪酬变化情况与公司业绩增长情况、薪酬考核机制相符。
- 2）发行人已与主要客户签订阳光协议，未出现因违反客户协议相关规定，被客户处罚的情况；发行人已建立并运行反腐败反贿赂内控机制，重要岗位人员个人已签订《反贿赂/反腐败承诺书》；发行人不存在因不正当竞争、商业贿赂等违规导致的处罚的情形；公司及销售人员不涉及不正当竞争、商业贿赂等违法违规情形。
- 3）发行人研发项目（拟）形成的研发成果均具有较为丰富、具体的应用场景，具有通用性及可复用性，可服务于目标领域里的多个客户。
- 4）公司主导并控制相关研发活动，研发成果具有通用性及可复用性，未就产品定制向客户收取研发服务费用，不构成履约义务，因此公司将开发支出计入研发费用核算，符合企业会计准则、《会计类 2 号》、深交所会计监管动态（2023 年第 2 期）的相关规定。

二、 请发行人：根据《监管规则适用指引——发行类第 4 号》相关规定，披露潘关新与洪英杰股权纠纷诉讼二审最新进展，说明发行人股份权属是否清晰，是否存在影响发行人控制权稳定的情形。请保荐人、发行人律师发表明确意见。（问询问题六）

(一) 股权纠纷最新进展

自《补充法律意见书（一）》出具之日至本补充法律意见书出具之日，潘关新与洪英杰股权纠纷诉讼二审最新进展如下：

2023 年 11 月 30 日，上海市一中院作出二审判决：驳回上诉，维持原判。根据上海市一中院（2023）沪 01 民终 12611 号《民事判决书》，上海市一中院认为：

“案涉股转协议中的股权交易对价，经双方充分磋商确定。同一标的公司在股转中的具体交易价格有别是市场规律作用的体现，符合各商事交易主体对自身利益的关切和考量，在不损害第三人利益的前提下，对当事人的意思自治及交易自由，司法机构不应介入干预。系争《股份转让合同》下潘关新实际获得 600 万元股权转让款，与转让前鹰峰公司的资产、经营情况及潘关新的认知不存在明显失衡。潘关新的股份在 2021 年 12 月 28 日已全部交割完毕。此后，鹰峰公司的资本公积转增股本与潘关新无关。

案涉《股份转让合同》系潘关新与洪英杰之间的真实意思表示，合法有效，对双方当事人均有约束力。在合同已经履行完毕的情况下，潘关新未能提供证据证明两被上诉人存在恶意串通、损害其合法权益的行为，故潘关新的诉讼请求，缺乏事实与法律依据，本院不予支持。原判正确，本院予以维持。依照《中华人民共和国民事诉讼法》第一百七十七条第一款第一项规定，判决如下：驳回上诉，维持原判。本判决为终审判决。”

根据上海市一中院于 2023 年 12 月 1 日出具的《裁判生效通知》，（2023）沪 01 民终 12611 号潘关新诉洪英杰、鹰峰电子股权转让纠纷一案判决已依法生效。

(二) 发行人股份权属清晰，不存在影响发行人控制权稳定的情形

洪英杰与潘关新之间曾存在发行人股份代持事宜，该代持情形已于 2021 年 12 月通过股份转让的方式解除，潘关新就该转让行为与洪英杰存在诉讼纠纷。2023 年 7 月，一审判决驳回原告潘关新的全部诉讼请求；2023 年 11 月，二审判决驳回上诉人潘关新上诉请求，维持原判，该判决已依法生效。根据双方签署的《股份转让合同》及其履行情况、法院对诉讼

纠纷的终审生效判决情况，不存在影响发行人控制权稳定的情形。

(三) 信息披露情况

针对上述发行人实际控制人股权存在纠纷的情况，发行人已在《招股说明书》“第四节发行人基本情况”之“二、发行人设立、股本及股东变化情况”之“（五）发行人历史上存在的股权代持情况”中进行披露。

核查过程：1）查阅了诉讼案件的相关证据，包括《委托持股（代持股）协议书》《股份转让合同》、款项支付凭证、相关沟通记录，访谈实际控制人、经办人员了解代持发生的原因及解除的相关程序；2）查阅《民事起诉状》《民事裁定书（2022）沪 0117 民初 17228 号》《民事判决书（2023）沪 0117 民初 9377 号》《上诉状》《民事判决书（2023）沪 01 民终 12611 号》《裁判生效通知》等诉讼相关文件；3）《招股说明书》。

综上，本所律师认为：

- 1）发行人实际控制人所持股份涉诉案件，经上海市一中院二审已审理终结，二审法院判决驳回上诉人潘关新的全部诉讼请求，维持原判，判决已依法生效。
- 2）根据《股份转让合同》及其履行情况、法院对诉讼的判决情况，发行人的股权清晰稳定，不存在影响发行人控制权稳定的情形。发行人已按照《发行类第 4 号》的要求披露股权纠纷的情况。
- 3）截至本补充法律意见书出具日，发行人股份不存在代持、信托或其他利益安排，发行人的股份清晰稳定，不存在影响发行人控制权稳定的情形。

三、 请发行人：（1）结合对赌协议恢复条款具体内容，说明相关约定是否符合发行人股权清晰稳定的要求，是否会对发行人公司治理结构产生重大不利影响，相关对赌协议及解除情况是否符合《监管规则适用指引——发行类第 4 号》的相关要求。（2）说明报告期内，上海紫槐、池玉秀、硅谷阳光、硅谷合众、洪英杰等转出发行人股权的背景，股权变动价格差异较大的原因，定价公允性，是否存在纠纷或潜在纠纷，是否存在代持情形或存在其他利益安排。请保荐人、发行人律师发表明确意见。（问询问题七）

(一) 结合对赌协议恢复条款具体内容，说明相关约定是否符合发行人股权清晰稳定的要求，是否会对发行人公司治理结构产生重大不利影响，相关对赌协议及解除情况是否符合《发行类第 4 号》的相关要求

1. 发行人与曾经投资人股东硅谷阳光、硅谷合众对赌协议及解除情况符合《发行类第 4 号》的相关要求

(1) 特殊权利条款的约定

2015 年 11 月 30 日，硅谷阳光、硅谷合众与鹰峰有限、洪英杰签署《硅谷股转协议》及《硅谷股转补充协议》，2016 年 8 月 4 日，硅谷阳光、硅谷合众向发行人出具《硅谷确认书》。《硅谷股转补充协议》中约定了以洪英杰为对赌义务人的对赌条款。特殊权利的主要约定如下：

“如果公司在 2017 年 1 月 31 日之前未能向中国证券监督管理委员会或者届时中国股票发行主管部门（“证监会”）递交首次公开发行上市（以下简称“IPO”）申请材料并取得证监会出具的上市申报材料受理回执，或未能在全国中小企业股份转让系统（“股转系统”）完成挂牌并上市；如果因政府政策性关闭或其他非公司原因不能按上述时间达到递交资料与挂牌的，应按对应时间顺延；”

“收益保证：转让方承诺，受让方自交割日起 3 年内退出其持有的公司股权，若退出时综合计算的年化收益率低于 12%，其应通过现金补偿的方式按投资年限（定义等同于 1.1（ii）对受让方进行补偿，使得受让方的本次投资年化收益率不低于 12%。”

“反稀释：转让方承诺，受让方自交割日起 3 年内，如公司进行后续融资增加额外的注册资本，且该等后续融资中认购每一元公司注册资本或每单位公司股份的价格（“后续融资每单位认购价格”）低于受让方在本次股权转让的每单位收购价格（即人民币 23 元/人民币元注册资本）的，转让方应以人民币 1 元的名义对价向受让方进一步转让部分股权，以使转让完成后受让方持有的所有公司股权的获得成本等于后续融资每单位认购价格。”

其他特殊权利主要是股权转让限制、共同出售权。

(2) 特殊权利条款的解除

1) 回购权

硅谷阳光、硅谷合众于 2016 年 8 月 4 日出具《硅谷确认书》：“自鹰峰有限向全国股转系统正式提交新三板挂牌申请文件并获得股转公司受理之日起，《硅谷股转补充协议》中约定的回购权即终止履行。若鹰峰有限经审核后取得股转公司核发的新三板挂牌同意函并完成在新三板挂牌的，则自挂牌之日起，《硅谷股转补充协议》中约定的回购权终止，不再履行；若鹰峰有限经审核后未能取得股转公司核发的新三板挂牌同意函或其主动撤回新三板挂牌申请的，则《硅谷股转补充协议》中约定的回购权恢复履行。”

由于发行人已于 2016 年 12 月 27 日在全国股转系统挂牌公开转让，根据《硅谷确认书》“自挂牌之日起，《硅谷股转补充协议》中约定的回购权终止，不再履行”。因此，回购权条款在 2016 年 12 月 27 日彻底终止。

2) 收益保证及反稀释

根据《硅谷股转补充协议》，收益保证及反稀释的有效期为交割日起 3 年内。硅谷阳光、硅谷合众于 2015 年 12 月完成交割，因此至 2018 年 12 月，收益保证及反稀释条款已到期失效。

由于硅谷阳光、硅谷合众未在交割日起 3 年内退出发行人，故收益保证权未触发生效；由于交割日起 3 年内公司未进行融资，不存在交割后 3 年内后续融资价格低于硅谷阳光、硅谷合众本次取得发行人股份的价格的情形，故反稀释条款未触发生效。

3) 股权转让限制、共同出售权

硅谷阳光、硅谷合众已于发行人全国股转系统挂牌期间将全部

股份转出，因此其不存在基于股东身份要求行使股权转让限制、共同出售权等其他特殊权利条款的权利基础。

为此，硅谷阳光和硅谷合众的私募基金管理人西藏硅谷与硅谷阳光于 2023 年 11 月 3 日作出承诺，进一步确认了特殊权利业已解除的事实：“1）硅谷阳光、硅谷合众的回购权条款已于 2016 年 12 月 27 日发行人挂牌时彻底终止；2）硅谷阳光、硅谷合众如在交割日 3 年内出售股权，洪英杰需保证硅谷阳光、硅谷合众的年化收益率不低于 12%，由于硅谷阳光、硅谷合众未在交割日 3 年内出售股权，因此收益保证条款未被触发，且在交割日 3 年后彻底终止；3）由于公司未在在交割日 3 年内融资，因此反稀释条款未被触发，且在交割日 3 年后彻底终止；4）股权转让限制、共同出售权条款在硅谷阳光、硅谷合众退出发行人时彻底终止；5）在持有发行人股权期间、出售股权以及退出后，硅谷阳光、硅谷合众与发行人、洪英杰及其他股东之间不存在任何纠纷或潜在纠纷。”

根据《发行类第 4 号》的相关规定，针对硅谷阳光、硅谷合众对赌协议分析如下：

《发行类第 4 号》的相关要求	情况	具体分析
发行人是否为对赌协议当事人	否	对赌协议当事人为洪英杰。
对赌协议是否存在可能导致公司控制权变化的约定	否	以洪英杰为当事人的股份回购条款等已彻底终止。
对赌协议是否与市值挂钩	否	不存在与市值挂钩的条款。
是否存在严重影响发行人持续经营能力或者其他严重影响投资者权益的情形	否	不存在严重影响发行人持续经营能力或者其他严重影响投资者权益的情形。

本所律师认为，基于上述，硅谷阳光、硅谷合众的特殊权利条款约定及解除情况符合《发行类第 4 号》的相关要求。

2. 根据投资者于 2023 年 11 月签订的《补充协议三》，“公司未能在 2026 年底前上市”触发回购权恢复的条款已被取消

2023 年 11 月，洪英杰、张凤山、鹰创企管与平潭汇通、平潭兴睿、金浦新潮、海南极目、辰韬兴杭、珠海金藤、吕云峰签订《补充协议三》，约定《补充协议二》第 4.1 条的内容被以下内容完整替代：“4.1 当发生下述任一事项时（以下称“回购事件”），公司实际控制人（以下称“回购义务人”）有义务在回购权人的书面要求下，通过合法方式回购甲方于《辰韬轮增资协议》或乙方于《海南极目轮增资协议》中认购的股份（为避免疑问，公司实际控制人作为回购义务人其具体的回购义务以其所直接或间接持有公司的股份价值为限）：(1)合格上市的申请未被受理、被否决或公司上市申报材料被撤回或未被相关部门核准或注册的，并在其后六个月内公司与回购权人无法就处理和解决方案协商达成一致意见的。”

3. 相关约定符合发行人股权清晰稳定的要求，不会对发行人公司治理结构产生重大不利影响，相关对赌协议及解除情况符合《发行类第 4 号》的相关要求

根据《补充协议三》的约定，仅在“合格上市的申请未被受理、被否决或公司上市申报材料被撤回或未被相关部门核准或注册的，并在其后六个月内公司与回购权人无法就处理和解决方案协商达成一致意见的”情况下，实际控制人才有义务回购相关股份。相关约定符合发行人股权清晰稳定的要求，不会对发行人公司治理结构产生重大不利影响。

根据《发行类第 4 号》的相关规定，针对对赌协议恢复条款分析如下：

《发行类第 4 号》的相关要求	情况	具体分析
发行人是否为对赌协议当事人	否	以发行人为当事人的对赌协议均已彻底终止
对赌协议是否存在可能导致公司控制权变化的约定	否	以洪英杰为当事人的股份回购条款等已终止，但部分仍然存在效力恢复约定，该情况不属于可能导致公司控制权变化的约定，且相关方仅在“合格上市的申请未被受理、被否决或公司上市申报材料被撤回或未被相关部门核准或注册的，并在其后六个月内公司与回购权人无法就处理和解决方案协商达成一致意见的”情形下行使回购权，即在本次创业板审核过程中不会行使回购权

《发行类第 4 号》的相关要求	情况	具体分析
对赌协议是否与市值挂钩	否	以洪英杰为当事人的股份回购条款不存在与市值挂钩的条款
是否存在严重影响发行人持续经营能力或者其他严重影响投资者权益的情形	否	不存在严重影响发行人持续经营能力或者其他严重影响投资者权益的情形

据此，本所律师认为，对赌协议恢复条款内容符合发行人股权清晰稳定的要求，不会对发行人公司治理结构产生重大不利影响，符合《发行类第 4 号》的相关要求。

(二) 说明报告期内，上海紫槐、池玉秀、硅谷阳光、硅谷合众、洪英杰等转出发行人股权的背景，股权变动价格差异较大的原因，定价公允性，是否存在纠纷或潜在纠纷，是否存在代持情形或存在其他利益安排

报告期内，上海紫槐、池玉秀、硅谷阳光、硅谷合众、洪英杰以大宗交易方式转出发行人股份的情况如下：

转出发行人 股份股东姓 名/名称	时间	受让方 姓名/ 名称	转让股份 数（万股）	转让价格 （元/股）	转出发行人 股份的背景	定价公允性
硅谷阳光、 硅谷合众	2021 年 2 月 10 日	叶长生	28.9629	22.99	两只基金因成立时间较久有清算的诉求，已退出了其他主要项目并获得了比较可观的盈利。希望出售鹰峰电子股权，收回投	换算为 2022 年 3 月资本公积转增后的股份数后，转让价格为 4.07~4.09 元/股。该转让价格与硅谷阳光、硅谷合众的入股价格一致。发行人当时相近时间未对外融资，无可参考的市场价值，硅谷阳光、硅谷合众与叶长生在综合考虑
	2021 年 4 月 28 日	叶长生	7.9628	23.02		

		叶长生	6.5088	23.07	资本金。	发行人发展情况等 因素后，协商确认按 照硅谷阳光、硅谷合 众的入股价格进行 转让，交易价格具有 公允性。
洪英杰	2021 年 12 月 7 日	陈怀映	7.9700	62.73	个人资金需 求。	以发行人 2021 年 12 月增资价格 62.73 元/ 股为定价依据。 换算为 2022 年 3 月 资本公积转增后的 股份数后，转让价格 为 11.11 元/股。
	2021 年 12 月 7 日	池玉秀	4.7800			
	2021 年 12 月 10 日	覃云辉	3.1900			
池玉秀	2022 年 1 月 26 日	肖建平	17.9900	24.72	池玉秀与肖 建平、徐海 英系同事关 系，基于税 收筹划的考 虑，经徐海 英、肖建平 与池玉秀协 商一致，计 划先由池玉 秀受让洪英 杰出让的发 行人股份， 再由其以更 高的价格通 过全国股转 系统转让给 徐海英、肖	交易价格系各方根 据《股转交易规则》 第八十六条的规定 “大宗交易的成交价 格应当不高于前收 盘价的 130%或当日 已成交的最高价格 中的较高者，且不低 于前收盘价的 70% 或当日已成交的最 低价格中的较低者” 协商确定，因此交易 价格具有公允性。
	2022 年 3 月 7 日	徐海英	9.0100	26.00		

					建平，以提高后续缴税的税基。	
上海紫槐	2022 年3月 17日	赵小玲	5.4900	18.20	出于基金投资策略的考虑，希望通过转出部分股份收回投资本金。	《股转交易规则》第八十六条的规定，大宗交易的成交价格不得低于前一日收盘价的70%，根据前一日的收盘价，2022年3月17日和3月18日，大宗交易价格不得超过18.20元/股、19.82元/股。发行人于2022年5月拟增资的投前估值16.5亿元，对应每股价值为18.33元/股。因此交易双方协商，参考增资估值，按照当日大宗交易价格规则的下限作为交易价格，因此导致2022年3月17日和3月18日的价格存在一定差异，该价格与18.33元/股较为接近，具有公允性，因受到《股转交易规则》的限制要求，价
		杨晖东	5.4900			
		刘亚晶	8.7900			
		陈美英	10.9900			
		金洪毅	10.9900			
	2022 年3月 18日	深圳柏霖	70.1300	19.82		
		金洪毅	12.6100			
		刘亚晶	5.0500			

						格差异具有合理性。
--	--	--	--	--	--	-----------

注：2021 年 12 月 16 日，发行人召开股东大会审议通过了资本公积转增股本议案，以总股本 15,942,249 股为基数，向全体股东每 10 股转增 46.453789 股，本次转增股本于 2022 年 1 月 24 日记入股东证券账户，股本变动的工商登记于 2022 年 3 月完成。上表中的股份数量均为当时实际交易的数量，未进行除权处理。

池玉秀受让洪英杰持有公司股份的价格为 62.73 元/每股，系以发行人 2021 年 12 月增资价格为定价依据，与洪英杰同期向陈怀映、覃云辉转让股份的交易价格相同，定价具有公允性。经对池玉秀、徐海英、肖建平访谈并获取相关大宗交易记录与资金流水，池玉秀和洪英杰之间的股份转让是真实交易，且已通过全国股转系统向洪英杰支付全部对价，洪英杰向其转让的该等股份由中证登登记在池玉秀的名下；池玉秀、徐海英、肖建平之间的安排系根据《关于个人转让全国中小企业股份转让系统挂牌公司股票有关个人所得税政策的通知》“对个人转让新三板挂牌公司非原始股取得的所得，暂免征收个人所得税”的规定，池玉秀受让洪英杰股份后以更高的价格通过全国股转系统转让给徐海英、肖建平，以此提高其后续出售股份时的税基；上述安排为池玉秀、徐海英、肖建平之间的内部事宜，与发行人或洪英杰无任何关系，无需也未曾告知过发行人或洪英杰；除池玉秀通过全国股转系统购买洪英杰所持股份时向洪英杰支付的对价外，池玉秀、徐海英、肖建平之间交易所涉及的资金流转均在池玉秀、徐海英、肖建平内部进行，与鹰峰电子或洪英杰无关。池玉秀、徐海英、肖建平就上述安排已出具承诺函：“我们就上海鹰峰电子科技有限公司（“公司”）于全国中小企业股份转让系统挂牌期间进行的大宗交易、税收筹划行为及未来股份出售的安排，均系内部协商之事宜，与公司及其实际控制人洪英杰无关，无需也未曾告知过公司或洪英杰。若根据国家法律、法规、税收征管规定或相关主管机关要求，我们应就上述交易与安排事宜缴纳个人所得税的，我们将自行履行该等纳税义务及承担全部法律责任。若相关主管机关认定上述交易与安排存在违法违规情形，或追缴相关个人所得税税款及可能产生的滞纳金或罚款，并要求承担其他法律责任的，均由我们自行承担，与鹰峰电子无关。若因上述交易与安排事宜导致鹰峰电子承担任何责任或遭受任何损失，我们将及时、足额地向鹰峰电子进行赔偿。”

基于上述，本所律师认为，徐海英、池玉秀、肖建平的上述安排与发行

人和洪英杰无关；根据发行人现有股东徐海英、肖建平所出具的《上海鹰峰电子科技有限公司自然人股东调查问卷》《关于股东信息披露的说明与承诺》、相关大宗交易记录及资金流水，徐海英、肖建平系真实持有发行人股份，不存在代持情形或存在其他利益安排，不存在纠纷或潜在纠纷。

除池玉秀向徐海英、肖建平通过大宗交易转让公司股份外，上表所列的其他大宗交易，经本所律师访谈大宗交易的转出方与受让方，获取相关大宗交易记录，大宗交易股份受让方所填写的《上海鹰峰电子科技有限公司自然人股东调查问卷》或《上海鹰峰电子科技有限公司之非自然人股东核查表》、出具的《关于股东信息披露的说明与承诺》，上述股份转出方及受让方均不存在纠纷或潜在纠纷，不存在代持情形或存在其他利益安排。

根据发行人股东出具的《上海鹰峰电子科技有限公司之非自然人股东核查表》或《上海鹰峰电子科技有限公司之自然人股东核查表》《关于股东信息披露的说明与承诺函》：本企业/本人持有的鹰峰电子股份均系本企业/本人真实持有，不存在代持股份的情形；本企业/本人不存在以鹰峰电子的股份进行不当利益输送的情形，不存在为鹰峰电子及其子公司承担承办或其他支出的情形，不存在与鹰峰电子及其子公司以私下利益交换等方式实现鹰峰电子收入、盈利增长的情形，并经本所律师访谈发行人股东、查阅发行人工商档案、股东名册、实际控制人洪英杰的个人银行流水，发行人股份不存在代持、信托或其他利益安排，除洪英杰与潘关新之间的股权纠纷外，不存在权属纠纷或潜在纠纷，发行人的股份清晰稳定，不存在影响发行人控制权稳定的情形。

核查过程：1）查阅《补充协议三》；2）查阅《硅谷股转协议》《硅谷股转补充协议》《硅谷确认书》《承诺函》；3）访谈大宗交易股份变动涉及的转让方和受让方，获取发行人大宗交易相关情况；4）访谈池玉秀、肖建平、徐海英，查阅相关大宗交易记录和资金流水、洪英杰和鹰峰电子的资金流水；5）获取发行人股东填写的《上海鹰峰电子科技有限公司之非自然人股东核查表》或《上海鹰峰电子科技有限公司之自然人股东核查表》、出具的《关于股东信息披露的说明与承诺函》；5）查阅发行人工商档案、股东名册、实际控制人洪英杰的个人银行流水。

综上，本所律师认为：

- 1) 对赌协议恢复条款内容符合发行人股权清晰稳定的要求，不会对发行人公司治理结构产生重大不利影响，符合《发行类第 4 号》的相关要求。
- 2) 硅谷阳光、硅谷合众曾享有的特殊权利已终止，相关情况符合《发行类第 4 号》的相关要求。
- 3) 上海紫槐、硅谷阳光、硅谷合众、洪英杰等转出发行人股份源于不同的交易背景，转让时点不同，估值基础亦有所差异，股份变动价格差异较大具有合理性，定价具有公允性，均不存在纠纷或潜在纠纷，不存在代持情形或存在其他利益安排。
- 4) 池玉秀、肖建平、徐海英的股份转让安排系股东的内部安排，与发行人和洪英杰无关，池玉秀、徐海英、肖建平已承诺承担该事项的全部法律责任，徐海英、肖建平持有发行人的股份不存在代持情况或其他利益安排。
- 5) 截至本补充法律意见书出具日，发行人股份不存在代持、信托或其他利益安排；除洪英杰与潘关新之间的股权纠纷外，不存在其他权属纠纷或潜在纠纷；发行人的股份清晰稳定，不存在影响发行人控制权稳定的情形。

以上补充法律意见系根据本所律师对有关事实的了解和对有关法律、法规及规范性文件的理解做出，仅供发行人向深交所申报本次发行上市时使用，未经本所书面同意不得用于任何其他目的。

（本页以下无正文，接签署页）

（此页无正文，为《北京大成律师事务所关于上海鹰峰电子科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市之补充法律意见书（二）》的签署页）

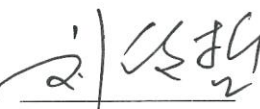


北京大成律师事务所（盖章）

负责人：袁华之

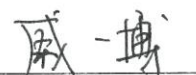
授权代表：


李寿双

经办律师：
刘俊哲

经办律师：
董月英

经办律师：
黄 钰

经办律师：
戚一博

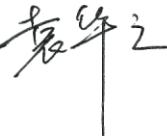
2024 年 1 月 5 日

北京大成律师事务所

授权委托书

本人袁华之作为北京大成律师事务所负责人, 授权本所李寿双在我所
证券项目法律文件上代理本人签名, 特此授权。


北京大成律师事务所
委托人: 袁华之
职务: 事务所负责人

委托人签字: 

受托人: 李寿双

受托人签字: 

2023年 12月 15日