



关于深圳嘉立创科技集团股份有限公司
首次公开发行股票并在主板上市申请文件
的第二轮审核问询函之回复

保荐人（主承销商）



中国（上海）自由贸易试验区商城路 618 号

深圳证券交易所：

根据贵所于 2025 年 7 月 18 日出具的《关于深圳嘉立创科技集团股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市申请文件的第二轮审核问询函》（审核函〔2025〕110019 号）（以下简称“问询函”），深圳嘉立创科技集团股份有限公司（以下简称“公司”、“发行人”或“嘉立创”）已会同国泰海通证券股份有限公司（以下简称“保荐人”、“保荐机构”）、容诚会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“容诚会计师”、“申报会计师”和“会计师”）、广东信达律师事务所（以下简称“发行人律师”、“律师”）等中介机构对问询函所列问题认真进行了逐项落实，现将问询函意见的落实和修订情况书面回复如下，请予以审核。

如无特别说明，本回复报告中的简称或名词的释义与招股说明书（申报稿）中的相同。

审核问询函所列问题	黑体（不加粗）
对问题的回复	宋体
对招股说明书等文件的修改、补充	楷体（加粗）

本回复报告除特别说明外，所有数值保留两位小数，若出现总数与各分项数值之和尾数不符的情况，均为四舍五入原因造成。

目 录

问题 1. 关于行业与业务.....	4
问题 2. 关于实际控制人及公司治理.....	33
问题 3. 关于未决诉讼.....	56
问题 4. 关于营业收入.....	63
问题 5. 关于线上销售.....	74
问题 6. 关于信息系统.....	99
问题 7. 关于营业成本.....	109

问题 1. 关于行业与业务

申报材料及审核问询回复显示：

(1) 根据《国民经济行业分类》(GB/T4754-2017)，发行人所处行业为“电子电路制造”（分类代码：C3982）。

(2) 报告期内，发行人营业收入分别为 638,719.10 万元、674,799.74 万元和 799,959.27 万元，扣非后净利润分别为 47,318.48 万元、66,301.67 万元和 91,005.61 万元，均呈增长趋势，变动趋势与可比公司存在差异。

(3) 报告期内，发行人主要从事印制电路板制造（PCB）、电子元器件分销以及电子装联业务（PCBA），PCB 业务服务于样板、小批量板制造需求，同时具备中大批量板的生产能力。

请发行人披露：

(1) 结合 PCB、电子元器件业务收入占比及《国民经济行业分类》，说明发行人所处细分行业的主要企业情况；结合主要产品类别、下游应用领域、下游客户及竞争关系、数据的可获得性及可比性，说明可比公司选取的合理性及完备性；选取样板、小批量以及中大批量 PCB 制造企业的具体情况及其合理性。

(2) 结合 PCB 行业、电子元器件分销行业的发展情况、供需状况、竞争格局以及竞争优势等，说明报告期内主营业务收入和净利润变动趋势与同行业可比公司存在差异的原因及合理性，未来经营业绩增长的可持续性。

(3) PCB、电子元器件分销及 PCBA 业务协同的具体体现，相关业务收入的拆分统计方式及其准确性，结合 PCB 中大批量板业务报告期内的收入及占比、毛利率水平、产品类型、主要客户的知名度等，说明其业务发展前景及竞争力。

请保荐人简要概括核查过程，并发表明确核查意见。

回复：

一、结合 **PCB**、电子元器件业务收入占比及《国民经济行业分类》，说明发行人所处细分行业的主要企业情况；结合主要产品类别、下游应用领域、下游客户及竞争关系、数据的可获得性及可比性，说明可比公司选取的合理性及完备

性；选取样板、小批量以及中大批量 PCB 制造企业的具体情况及其合理性

（一）结合 PCB、电子元器件业务收入占比及《国民经济行业分类》，说明发行人所处细分行业的主要企业情况

1、发行人 PCB、电子元器件业务收入占比及《国民经济行业分类》情况

发行人主要从事业务为 PCB 制造及电子元器件分销。报告期内，发行人 PCB、电子元器件分销业务收入及其占公司营业收入的比例情况如下：

单位：万元

项目	2025 年		2024 年		2023 年	
	收入	占营业收入比例	收入	占营业收入比例	收入	占营业收入比例
PCB	388,369.64	37.96%	336,096.74	42.18%	292,745.25	43.52%
电子元器件	365,130.72	35.69%	282,185.45	35.41%	264,463.77	39.32%

根据《国民经济行业分类标准》（GB/T4754-2017），发行人主要从事业务涉及的行业分类具体如下：

业务	门类	大类	中类	小类
PCB	制造业	C39 计算机、通信和其他电子设备制造业	C398 电子元件及电子专用材料制造	C3982 电子电路制造
电子元器件	批发和零售业	F51 批发业	F519 其他批发业	F5193 互联网批发

2、发行人所处细分行业的主要企业情况

报告期内，发行人 PCB 业务中样板、小批量板收入占比超过 70%，系聚焦于样板、小批量板制造需求的 PCB 生产商；此外，电子元器件分销业务收入占比超过 30%，亦为国内领先的样品、小批量电子元器件线上服务商。发行人所处细分行业的主要企业情况如下：

（1）“C3982 电子电路制造”行业

根据 wind 统计及上市公司公告，截至本说明出具之日，除发行人外，所属行业为“C3982 电子电路制造”的 A 股上市公司共计 42 家，其中主营产品为

PCB 的共 36 家。在经营业绩方面，2024 年发行人 PCB 业务收入为 336,096.74 万元，与“C3982 电子电路制造”的 A 股上市公司相比排名第 22 位；扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润为 92,468.14 万元，与“C3982 电子电路制造”的 A 股上市公司相比排名第 6 位，排名均靠前。

在产品类型方面，根据上市公司披露的定期报告以及 CPCA 协会曾于 2021 年度发布的“内资快板/样板特色产品主要企业”榜单进行分类，发行人所处的“C3982 电子电路制造”行业中，包括深南电路、胜宏科技等 PCB 中大批量板生产企业 29 家（CPCA 协会将崇达技术列入了 2021 年度“内资快板/样板特色产品主要企业榜单”；但根据崇达技术公开披露文件，其 2021 年度大批量订单销售收入占比为 52.83%，且近年来持续深化大客户及大订单战略，故为准确统计将崇达技术分类为 PCB 中大批量板生产企业），以及兴森科技、金百泽等 PCB 样板及小批量板生产企业 7 家。报告期内，发行人主要聚焦于 PCB 样板及小批量板制造，2025 年度，发行人的 PCB 收入与 7 家主营样板及小批量板的 A 股上市公司相比排名第 2 位，扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润排名第 1 位。

前述 7 家主营样板及小批量板的 A 股上市公司中，明阳电路外销收入占比超 74%、本川智能外销收入占比近 50%且收入规模相对较小，而发行人 PCB 业务外销收入占比约 15%，与明阳电路、本川智能的主要销售区域差异较大，故不作为公司可比公司。剔除明阳电路、本川智能后，主营样板及小批量板的 A 股上市公司合计 5 家，具体情况如下：

序号	企业	2024 年度 市场份额	所在国 家	基本情况
1	兴森科技 (002436.SZ)	11.22%	中国	深圳市兴森快捷电路科技股份有限公司成立于 1999 年，2010 年在深圳证券交易所中小板上市。兴森科技主营业务为印制电路样板、小批量板的生产与销售，产品主要应用于通信设备、工业及医疗电子、计算机、国防等多个领域。根据定期报告，兴森科技 2024 年营业收入为 581,732.42 万元，归属于母公司股东的净利润为-19,828.98 万元；兴森科技 2025 年营业收入为 719,462.48 万元，归属于母公司股东的净利润为 13,494.60 万元
2	金百泽 (301041.SZ)	1.32%	中国	深圳市金百泽电子科技股份有限公司成立于 1997 年，2021 年在深圳证券交易所创业板上市。金百泽主营业务为印制电路板、电子制造服务和电子设计服务，核心产品主要应用于智能硬件、通信、

序号	企业	2024 年度 市场份额	所在国 家	基本情况
				工控、医疗、国防、电力、汽车和计算机等领域。根据定期报告，金百泽 2024 年营业收入为 68,265.59 万元，归属于母公司股东的净利润为 3,906.30 万元；金百泽 2025 年营业收入为 70,053.91 万元，归属于母公司股东的净利润为 2,016.07 万元
3	迅捷兴 (688655.SH)	0.92%	中国	深圳市迅捷兴科技股份有限公司成立于 2005 年，2021 年在上海证券交易所科创板上市。迅捷兴主营业务为印制电路板的研发、生产和销售，产品主要应用于安防电子、工业控制、通信设备、医疗器械、汽车电子、轨道交通等领域。根据定期报告，迅捷兴 2024 年营业收入为 47,458.50 万元，归属于母公司股东的净利润为-197.40 万元；迅捷兴 2025 年营业收入为 68,913.22 万元，归属于母公司股东的净利润为-2,237.90 万元
4	四会富仕 (300852.SZ)	2.73%	中国	四会富仕电子科技股份有限公司成立于 2009 年，2020 年在深圳证券交易所创业板上市。四会富仕主营业务为印制电路板的研发、生产和销售，产品主要应用于工业控制、汽车电子、交通、通信设备、医疗器械等领域。根据定期报告，四会富仕 2024 年营业收入为 141,317.77 万元，归属于母公司股东的净利润为 14,028.49 万元；四会富仕 2025 年营业收入为 193,173.02 万元，归属于母公司股东的净利润为 12,812.28 万元
5	强达电路 (301628.SZ)	1.53%	中国	深圳市强达电路股份有限公司成立于 2004 年，2024 年于深圳证券交易所创业板上市。强达电路主营业务为 PCB 的研发、生产和销售，专注于中高端样板和小批量板业务，产品广泛应用于工业控制、通信设备、汽车电子、消费电子、医疗健康和半导体测试等领域。根据定期报告，强达电路 2024 年营业收入为 79,304.14 万元，归属于母公司股东的净利润为 11,264.82 万元；强达电路 2025 年营业收入为 95,354.20 万元，归属于母公司股东的净利润为 12,088.75 万元
6	发行人	6.48%	中国	公司成立于 2006 年，主营业务包含 PCB、电子元器件及 PCBA，专注服务电子产业样品及小批量需求，产品广泛运用于消费电子、工控医疗等领域。 2024 年度，公司的 PCB 业务收入为 336,096.74 万元，电子元器件业务收入为 282,185.45 万元，PCBA 业务收入为 119,516.20 万元，归属于母公司股东的净利润为 105,409.15 万元；2025 年度，公司的 PCB 业务收入为 388,369.64 万元，电子元器件业务收入为 365,130.72 万元，PCBA 业务收入为 178,889.79 万元，归属于母公司股东的净利润为 130,631.40 万元

注 1：同行业公司基本情况及相关数据来自定期报告等公开披露信息；

注 2：2024 年度市场份额=2024 年度营业收入÷2024 年度国内样板、小批量板行业预计产值；根据 PrismaMark 数据估算，2024 年，中国 PCB 样板、小批量板的市场规模约 61.82 亿美元至 82.43 亿美元，按照 2024 年平均汇率 7.1884 人民币/美元计算，样板、小批量市场产值约为 444.39 亿元至 592.54 亿元，上述市场占有率系以平均数 518.46 亿元估算。

(2) “F5193 互联网批发”行业

截至 2025 年末，通过企查查等公开渠道查询，国内经营范围内包含“电子元器件销售”，且所处行业为批发与零售业的企业（经营状态为开业）超 300 万家。除中电港、泰科源、香农芯创等少数传统电子元器件线下分销商营收规模较大、市占率相对较高外，国内电子元器件分销商的竞争格局较为分散。发行人 2024 年度电子元器件收入为 282,185.45 万元，根据国际电子商情的《2024 年度中国本土电子元器件分销商 TOP25》模拟估算，发行人在中国本土电子元器件分销商中排名第 19 位。

根据 wind 统计及上市公司公告，截至本说明出具之日，所属行业为“F5193 互联网批发”的 A 股上市公司共计 2 家，其中主营电子元器件分销的 A 股上市公司共计 1 家，系云汉芯城。在经营业绩方面，发行人 2024 年电子元器件业务收入为 282,185.45 万元，与“F5193 互联网批发”的 A 股上市公司相比排名第 2 位，介于从事化工及电子材料销售的同益股份（300538.SZ）和从事电子元器件分销的云汉芯城（301563.SZ）之间；扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润为 92,468.14 万元，与“F5193 互联网批发”的 A 股上市公司相比排名第 1 位。

发行人系国内领先的样品、小批量电子元器件线上服务商。与发行人电子元器件业务较为可比的 A 股上市及拟上市公司具体情况如下：

序号	企业	2024 年度营业收入（万元）	所在国家	基本情况
1	电子网	-	中国	公司成立于 2003 年，是一家面向电子元器件垂直产业链的产业互联网 B2B 综合服务商。电子网的主营业务主要包括全球采购服务和综合信息服务两种服务形式。 根据其公开披露的招股说明书，电子网 2022 年和 2023 年 1-6 月营业收入分别为 385,500.87 万元和 85,302.67 万元，归属于母公司股东的净利润分别为 27,957.06 万元和 8,938.56 万元
2	云汉芯城	257,726.99	中国	公司成立于 2008 年，主要为电子制造产业提供高效、专业的电子元器件供应链一站式服务，并延伸至产品技术方案设计、PCBA 生产制造服务、电子工程师技术支持等在内的多个领域。 根据其公开披露的招股说明书、定期报告及业绩快报，云汉芯城 2024 年营业收入为 257,726.99 万元，归属于母公司股东的净利润为 8,407.68 万元；

序号	企业	2024 年度营业收入（万元）	所在国家	基本情况
				云汉芯城 2025 年营业收入为 323,765.54 万元，归属于母公司股东的净利润为 9,888.20 万元
3	发行人	282,185.45	中国	公司成立于 2006 年，主营业务包含 PCB、电子元器件及 PCBA，专注服务电子产业样品及小批量需求，产品广泛运用于消费电子、工控医疗等领域。2024 年度，公司的 PCB 业务收入为 336,096.74 万元，电子元器件业务收入为 282,185.45 万元，PCBA 业务收入为 119,516.20 万元，归属于母公司股东的净利润为 105,409.15 万元；2025 年度，公司的 PCB 业务收入为 388,369.64 万元，电子元器件业务收入为 365,130.72 万元，PCBA 业务收入为 178,889.79 万元，归属于母公司股东的净利润为 130,631.40 万元

注 1：电子网未披露 2023 年度及 2024 年度营业收入数据；

注 2：发行人 2024 年度营业收入系其电子元器件业务收入

（二）结合主要产品类别、下游应用领域、下游客户及竞争关系、数据的可获得性及可比性，说明可比公司选取的合理性及完备性

1、发行人可比公司选取原则

发行人综合考虑了行业分类、主要产品类别、下游应用领域、下游客户及竞争关系、数据的可获得性和可比性等因素确定同行业可比公司的选取标准，具体如下：

序号	选取标准	具体内容
1	行业分类	参考国家统计局《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017），选取“C3982 电子电路制造”、“F5193 互联网批发”和“I6490 其他互联网服务”行业中与发行人主营业务相同的公司
2	主要产品类别	PCB（样板、小批量板为主）、电子元器件分销（线上为主），优先选取采取产业互联网模式，服务市场中样品、小批量需求的公司
3	下游应用领域	发行人下游应用领域较为分散，受单一行业影响较小，因此在选取可比公司时，重点选取下游领域较为分散的公司
4	客户和竞争关系	发行人客户及订单高度分散，主要面向长尾需求，因此在选取可比公司时，关注可比公司是否存在客户数量庞大、客户较为分散的特点
5	数据的可获得性和可比性	为便于对比公司的经营情况及财务数据，发行人主要选取 A 股上市公司/拟上市公司

2、发行人可比公司选择具备合理性

按照前述可比公司选取原则，发行人选取了兴森科技、金百泽、迅捷兴、四会富仕、强达电路作为 PCB 业务的可比公司；同时，选取了电子网、云汉芯城作为电子元器件分销业务的可比公司。前述公司与发行人在主营业务及产品构成、下游应用领域、下游客户集中度等方面均具备较强的可比性，可以较好地反映行业发展情况，可比公司主要情况如下：

基本情况	兴森科技	金百泽	迅捷兴	四会富仕	强达电路	电子网	云汉芯城
成立时间	1999/3/18	1997/5/28	2005/8/19	2009/8/28	2004/5/31	2003/2/18	2008/5/7
上市时间	2010/6/18	2021/8/11	2021/5/11	2020/7/13	2024/10/31	-	2025/9/30
上市板块	深主板	创业板	科创板	创业板	创业板	创业板	创业板
主营产品	PCB (样板、小批量板)	PCB (样板、小批量板)	PCB (样板、小批量板)	PCB (样板、小批量板)	PCB (样板、小批量板)	电子元器件 分销	电子元器件 分销
经营模式	线下	线下	线下	线下	线下	产业互联网 模式	产业互联网 模式
下游应用领域	通信设备、服务器、工业控制及仪器仪表、医疗电子、轨道交通、计算机应用、半导体等	智慧城市、信息技术、工业控制、汽车电子、医疗设备、电力系统、新能源、军工、消费电子及科研院所等	汽车电子、通信设备、新能源光伏储能、安防电子、工业控制、医疗器械、轨道交通等	工业控制、汽车电子、消费电子、通信设备、医疗器械等	工业控制、通信设备、汽车电子、消费电子、医疗健康和半导体测试等	工业电子、汽车电子、通信电子、医疗电子、消费电子等	网络通信、消费电子、汽车电子及工业控制等
下游客户集中度	较为分散，2025 年度前五大客户收入占比为 27.29%	较为分散，2025 年度前五大客户收入占比为 13.82%	较为分散，2025 年度前五大客户收入占比为 40.07%	较为分散，2025 年度前五大客户收入占比为 19.36%	较为分散，2025 年度前五大客户收入占比为 16.31%	较为分散，2023 年 1-6 月前五大客户收入占比为 17.16%	较为分散，2025 年度前五大客户收入占比为 7.16%

注：可比公司相关数据来自定期报告等公开披露信息

如上表所示，在主营业务方面，上述公司均主要从事 PCB 制造或电子元器件线上分销；在下游应用领域方面，上述公司面向的下游行业均较为广泛，包括工业控制、汽车电子、消费电子、通信设备等多个行业；在下游客户集中度方面，上述公司的客户数量均较庞大、客户均较为分散，前五大客户收入占比均较低，与发行人客户及订单高度分散的情况较一致，发行人可比公司选择具备合理性。

3、发行人可比公司选择具备完整性，选取样板、小批量以及中大批量 PCB 制造企业的具体情况及其合理性

在 PCB 业务可比公司方面，根据 wind 统计及上市公司公告，截至本说明出具之日，除发行人外，“C3982 电子电路制造”行业中主营产品为 PCB 的 A 股上市公司共计 36 家。前述公司中，因深南电路、胜宏科技、沪电股份等 29 家中大批量板 PCB 公司的主营产品类型、客户数量及客户集中度、下游应用领域等与发行人存在较大差异，如沪电股份以大批量板为主且主要应用于通信、汽车电子领域，崇达技术大批量板收入占比已超 50%，与发行人产品类型及下游应用领域差异较大，因此，发行人未将其作为可比公司；其余 7 家 PCB 样板、小批量板公司中，明阳电路外销收入占比超 74%、本川智能外销收入占比近 50%且收入规模相对较小，而发行人 PCB 业务外销收入占比约 15%，与明阳电路、本川智能的主要销售区域差异较大，故未将其作为可比公司。剔除前述不可比公司后，发行人选择兴森科技、四会富仕、金百泽、迅捷兴、强达电路作为公司 PCB 业务可比公司。

在电子元器件分销业务可比公司方面，根据 wind 统计及上市公司公告，截至本说明出具之日，除发行人外，“F5193 互联网批发”及“I6490 其他互联网服务”细分行业中与发行人电子元器件线上分销业务相似的 A 股上市及拟上市公司为电子网和云汉芯城。

发行人与选取的同行业可比公司具体情况如下：

序号	公司名称	基本情况	2025 年（万元）	
			营业收入	扣非后净利润
1	兴森科技 (002436.SZ)	成立于 1999 年，2010 年在中小板上市，通过线下模式经营样板、小批量板业务，2024 年样板、小批量板市场占有率为 11.22%，全球客户超 4,000 家，主要应用领域包含通信设备、服务器、工业控制等	719,462.48	14,100.60
2	金百泽 (301041.SZ)	成立于 1997 年，2021 年在创业板上市，通过线下模式经营样板、小批量板业务，2024 年样板、小批量板市场占有率为 1.32%，全球客户约 20,000 家，主要应用领域包含智慧城市、信息技术、工业控制等	70,053.91	607.67
3	迅捷兴 (688655.SH)	成立于 2005 年，2021 年在科创板上市，通过线下模式经营样板、小批量板业务，2024 年样板、小批量板	68,913.22	-2,637.74

序号	公司名称	基本情况	2025年（万元）	
			营业收入	扣非后净利润
		市场占有率为 0.92%，累计服务过万家企业，主要应用领域包含汽车电子、通信设备、新能源光伏储能等		
4	四会富仕 (300852.SZ)	成立于 2009 年，2020 年在创业板上市，通过线下模式经营小批量板业务，2024 年样板、小批量板市场占有率为 2.73%，2022 年客户数量为 595 家，主要应用领域包含工业控制、汽车电子、消费电子等	193,173.02	11,338.60
5	强达电路 (301628.SZ)	成立于 2004 年，2024 年在创业板上市，通过线下模式经营样板、小批量板业务，2024 年样板、小批量板市场占有率为 1.53%，2025 年服务活跃客户数量近 3,000 家，主要应用领域包含工业控制、通信设备、汽车电子等	95,354.20	11,815.70
6	电子网 (A21260.SZ)	成立于 2003 年，2021 年提交创业板上市申请，通过产业互联网模式经营电子元器件分销业务，2023 年元器件分销市场占有率为 0.12%（经年化），2022 年付费用户数为 0.41 万个，主要应用领域包含工业电子、汽车电子、通信电子等	-	-
7	云汉芯城 (301563.SZ)	成立于 2008 年，2025 年在创业板上市，通过产业互联网模式经营电子元器件分销业务，2024 年元器件分销市场占有率为 0.18%，2024 年付费用户数为 5.06 万个，主要应用领域包含网络通信、消费电子、汽车电子等	323,765.54	9,235.39
8	发行人	通过产业互联网模式经营 PCB、电子元器件业务和 PCBA 业务，2024 年度发行人样板、小批量板市场占有率为 6.48%；电子元器件分销市场占有率 0.20%。2024 年公司付费用户数为 100.42 万个，主要应用领域包含工业控制、消费电子等	1,023,170.77	122,863.36

注 1：同行业公司基本情况及相关数据来自招股说明书、定期报告等公开披露信息；

注 2：2024 年样板、小批量板市场占有率=2024 年度营业收入÷2024 年度国内样板、小批量板行业预计产值；根据 PrismaMark 数据估算，2024 年，中国 PCB 样板、小批量板的市场规模约 61.82 亿美元至 82.43 亿美元，折合约为 444.39 亿元至 592.54 亿元，上述市场占有率系以平均数 518.46 亿元估算；

注 3：电子元器件分销市场占有率=2024 年度营业收入÷2024 年度国内电子元器件分销行业预计产值；中国电子元器件分销市场 2024 年的市场规模预计约为 2,139 亿美元，折合约 14,376 亿人民币。

综上所述，发行人制定了合理的可比公司选取规则，并综合考虑了与发行人在主营业务及产品构成、下游应用领域、下游客户集中度等方面需具备较强的可比性，发行人选取的可比公司具备合理性和完整性。

二、结合 PCB 行业、电子元器件分销行业的发展情况、供需状况、竞争格

局以及竞争优势等，说明报告期内主营业务收入和净利润变动趋势与同行业可比公司存在差异的原因及合理性，未来经营业绩增长的可持续性

（一）PCB 行业、电子元器件分销行业发展情况及竞争格局

1、PCB 行业

（1）市场规模

受益于中国电子信息产业的不断发展以及全球 PCB 产能转移，中国大陆 PCB 行业整体呈现出较快的发展趋势，2006 年，中国大陆的 PCB 市场规模超过日本，成为全球第一大 PCB 制造基地。根据 Prisma 数据统计，2025 年，中国大陆 PCB 市场规模同比增长迅猛，达到 489.69 亿美元，增幅达 18.82%；2030 年，中国大陆 PCB 产值将达到 685.35 亿美元；2025 年至 2030 年复合增长率为 7.0%。

从订单面积来看，目前 PCB 市场中样板、小批量需求占比约 15%-20%，随着市场消费周期不断缩短，产业迭代速度加快，不断增多的产品品类使得相关企业的打样、试产频次提高，来自研发打样及小批量试产的需求占比将逐步提升。根据 Prisma 数据估算，2025 年，中国 PCB 小批量板的市场规模约 48.97 亿美元至 73.45 亿美元，预计于 2030 年将达到 68.54 亿美元至 102.80 亿美元，PCB 样板产业 2025 年市场规模约为 24.48 亿美元，预计在 2030 年将达到 34.27 亿美元。

（2）行业竞争格局

根据 CPCA 数据，PCB 行业市场整体排名靠前的主要是中大批量板生产企业，除少数样板、小批量领先企业销售规模较大之外，样板、小批量板企业销售规模普遍小于中大批量板企业。根据 wind 统计及上市公司公告，截至本回复出具之日，除发行人外，所属行业为“C3982 电子电路制造”的 A 股上市公司共计 42 家，其中主营产品为 PCB 的共 36 家。在经营业绩方面，2024 年发行人 PCB 业务收入为 336,096.74 万元，与前述 36 家 A 股上市公司相比排名第 18 位；扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润为 92,468.14 万元，与前述 36 家 A 股上市公司相比排名第 5 位。发行人经营业绩排名均靠前。

在产品类型方面，根据上市公司披露的定期报告以及 CPCA 协会曾于 2021 年度发布的“内资快板/样板特色产品主要企业”榜单进行分类，发行人所处的“C3982 电子电路制造”行业中，包括深南电路、胜宏科技等 PCB 中大批量板生产企业 29 家（CPCA 协会将崇达技术列入了 2021 年度“内资快板/样板特色产品主要企业榜单”；但根据崇达技术公开披露文件，其 2021 年度大批量订单销售收入占比为 52.83%，且近年来持续深化大客户及大订单战略，故为准确统计将崇达技术分类为 PCB 中大批量板生产企业），以及兴森科技、金百泽等 PCB 样板及小批量板生产企业 7 家。报告期内，发行人主要聚焦于 PCB 样板及小批量板制造。

目前，样板、小批量 PCB 行业集中度不高，参与者众多，市场竞争格局呈现多元化态势。行业内既有以获取大批量订单为目的从事样板、小批量板制造的大批量 PCB 厂商；也有专门提供样板、小批量板的传统模式 PCB 厂商和产业互联网模式 PCB 厂商。2025 年，发行人的 PCB 收入与 7 家主营样板及小批量板的 A 股上市公司相比排名第 2 位，扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润排名第 1 位。

2、电子元器件分销行业

（1）市场规模

根据 The Business Research Company 研究报告，2022 年至 2024 年，中国通用电子元器件行业市场规模从 530.31 亿美元增长至 609.80 亿美元，年均复合增长率为 7.23%。2025 年至 2030 年中国通用电子元器件行业增长率为 6.70% 左右，预计 2030 年市场规模将达 913.36 亿美元。

（2）竞争格局

截至 2025 年末，通过企查查等公开渠道查询，国内经营范围内包含“电子元器件销售”，且所处行业为批发与零售业的企业（经营状态为开业）超 300 万家。除中电港、泰科源、香农芯创等少数传统电子元器件线下分销商营收规模较大、市占率相对较高外，国内电子元器件分销商的竞争格局较为分散。发行人 2024 年度电子元器件收入为 282,185.45 万元，根据国际电子商情的《2024 年

度中国本土电子元器件分销商 TOP25》模拟估算，发行人在中国本土电子元器件分销商中排名第 19 位。

根据 wind 统计及上市公司公告，截至本回复出具之日，所属行业为“F5193 互联网批发”的 A 股上市公司共计 2 家，其中主营电子元器件分销的 A 股上市公司共计 1 家，系云汉芯城。在经营业绩方面，发行人 2025 年电子元器件业务收入为 365,130.72 万元，扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润为 122,863.36 万元，均高于云汉芯城。

（二）发行人业绩变动与同行业可比公司对比情况

报告期内，发行人业绩变动与同行业可比公司对比情况如下：

单位：万元

公司	项目	2025 年		2024 年		2023 年
		金额	变动率	金额	变动率	金额
兴森科技	PCB 业务收入	489,707.98	13.89%	429,969.61	5.11%	409,050.23
	扣非归母净利润	14,100.60	172.03%	-19,576.85	-509.87%	4,776.35
金百泽	PCB 业务收入	39,955.25	6.14%	37,643.26	-0.65%	37,889.35
	扣非归母净利润	607.67	-80.35%	3,092.17	-0.72%	3,114.69
迅捷兴	PCB 业务收入	64,460.87	42.47%	45,246.29	1.53%	44,566.28
	扣非归母净利润	-2,637.74	-271.41%	-710.19	-213.27%	626.99
四会富仕	PCB 业务收入	183,139.76	36.06%	134,600.90	6.00%	126,981.26
	扣非归母净利润	11,338.60	-6.80%	12,166.13	-36.13%	19,048.49
强达电路	PCB 业务收入	90,916.79	20.19%	75,647.13	10.69%	68,343.34
	扣非归母净利润	11,815.70	20.88%	9,774.50	14.95%	8,503.24
云汉芯城	电子元器件业务收入	320,575.00	26.29%	253,845.04	-2.33%	259,896.90
	扣非归母净利润	9,235.39	9.84%	8,407.68	19.77%	7,020.08
均值	PCB 业务收入	-	23.75%	-	4.54%	-
	电子元器件业务收入	-	26.29%	-	-2.33%	-
	扣非归母净利润	-	-25.97%	-	-120.88%	-
发行人	PCB 业务收入	388,369.64	15.55%	336,096.74	14.81%	292,745.25
	电子元器件业务收入	365,130.72	29.39%	282,185.45	6.70%	264,463.77
	PCBA 业务收入	178,889.79	49.68%	119,516.20	55.43%	76,895.83
	其他类型业务	55,641.23	77.80%	31,294.48	80.81%	17,308.13

公司	项目	2025 年		2024 年		2023 年
		金额	变动率	金额	变动率	金额
	主营业务收入合计	988,031.39	28.47%	769,092.87	18.07%	651,412.99
	扣非归母净利润	122,863.36	32.87%	92,468.14	40.51%	65,807.47

注：同行业可比公司财务数据来源于定期报告等公开披露信息。

（三）发行人业绩变动情况

报告期内，发行人营业收入分别为 672,611.58 万元、796,888.81 万元和 1,023,170.77 万元，2024 年和 2025 年分别增长 18.48%和 28.40%，最近三年复合增长率为 23.34%；扣非归母净利润分别为 65,807.47 万元、92,468.14 万元和 122,863.36 万元，2024 年和 2025 年分别增长 40.51%和 32.87%，最近三年复合增长率为 36.64%，发行人业绩变动的主要分析如下：

1、收入增长原因分析

（1）主要业务市场需求增加

根据 PrismaMark 统计数据，2024 年和 2025 年，中国 PCB 样板、小批量板的市场规模分别同比增长 10.72%和 18.82%，发行人受益于庞大长尾客群和持续丰富的产品、服务类型，PCB 销量分别增长 11.43%和 10.09%，推动 PCB 业务收入分别提升 14.81%和 15.55%，对整体收入增长分别贡献了 34.88 个百分点和 23.10 个百分点。

根据美国半导体行业协会数据，2024 年和 2025 年全球半导体销售额分别实现 6,274 亿美元和 7,917 亿美元，分别同比增长 19.1%和 25.6%，发行人电子元器件订单量分别增长 33.18%和 14.69%，使得收入相应分别增长 6.70%和 29.39%，对整体收入增长分别贡献了 14.26 个百分点和 36.66 个百分点。

（2）PCB 向 PCBA 业务转化客户数量提升，业务间产生良好的协同效应

PCBA 业务进一步得到长尾客户认可，并带动 PCB 和电子元器件销售。报告期内，PCB 客户持续向 PCBA 转化，PCBA 业务客户数量分别为 11.52 万个、14.28 万个和 16.83 万个，2024 年和 2025 年分别增长 23.90%和 17.90%，订

单量分别同比提升 32.26%和 19.28%，使得 PCBA 业务收入分别同比增长 55.43%和 49.68%，对整体收入增长贡献了 34.29 个百分点和 26.24 个百分点。

报告期内，PCBA 业务带动相关 PCB 收入分别为 20,970.99 万元、31,778.07 万元和 46,909.51 万元，相关电子元器件收入分别为 39,099.52 万元、58,739.09 万元和 89,492.17 万元，良好的协同效应促进整体收入增长。

（3）机械产业链业务快速发展

公司依托电子产业链长尾客户服务经验和优势，进一步拓展机械产业链客户资源，2024 年，3D 打印、CNC、FA 等机械产业链业务客户数量分别同比增长 49.39%、229.98%和 130.63%，2025 年，相关客户数量分别同比增长 143.35%、117.22%和 60.35%。2024 年和 2025 年，机械产业链业务分别合计实现收入 22,895.08 万元和 43,339.23 万元，分别同比增长 122.07%和 89.29%，对整体收入增长贡献了 10.13 个百分点和 9.03 个百分点。

总体而言，市场需求增加、业务结构变动共同推动 2024 年和 2025 年营业收入分别增长 18.48%和 28.40%。

2、扣非净利润增长原因分析

（1）收入增长带来更高利润空间

2024 年和 2025 年，公司付费用户数分别增长 19.13%和 35.17%，处理订单数量分别提升 22.54%和 19.49%，各主要业务线客户和订单数量均同比呈现较大幅度增长，使得发行人 2024 年和 2025 年收入分别增长 18.48%和 28.40%，业务规模扩大带来更高利润空间，综合毛利额分别同比增长 47,319.47 万元和 58,001.83 万元。其中 2024 年 PCB 业务、电子元器件业务和 PCBA 业务对毛利额增长的贡献比例分别为 36.24%、14.77%和 31.36%，2025 年 PCB 业务、电子元器件业务和 PCBA 业务对毛利额增长的贡献比例分别为 13.52%、34.01%和 40.71%，是推动公司利润增长的主要业务板块。

（2）主要业务毛利率保持较好水平

2024年,受益于销量扩大带来的规模效应,PCB单位制造费用下降3.60%,对PCB毛利率带来0.58个百分点的正向影响;随着多层板在客户中逐步推广渗透,多层板收入占比由18.78%提升至22.86%,带动单位销售价格提升3.04%,对PCB毛利率带来0.45个百分点的正向影响,发行人PCB业务毛利率由28.73%提升至30.13%。2025年,发行人PCB业务毛利率保持在28%以上。

报告期内,PCBA业务收入占主营业务收入比例由11.80%增长至18.11%,毛利率维持在38%以上,基本保持稳定。

前述毛利率较高的PCB和PCBA业务合计收入占主营业务收入比例保持在56%-60%之间,合计贡献的毛利额由114,783.27万元增长至178,224.62万元。

电子元器件市场需求回暖,电子元器件业务毛利率由17.45%提升至19.95%,贡献的毛利额由46,143.84万元增长至72,859.67万元。

(3) 期间费用率稳中有降

报告期内,公司期间费用分别为95,482.39万元、104,082.82万元和131,253.58万元,占营业收入比重分别为14.20%、13.06%和12.83%,期间费用率稳中有降,有效保留了利润成果。

总体而言,主要业务线收入持续提升、毛利率保持稳定和期间费用率优化共同推动2024年和2025年扣非净利润分别实现增长40.51%和32.87%。

(四) 发行人与行业变动趋势的差异情况

1、PCB业务收入变动

报告期内,发行人和同行业可比公司PCB业务收入波动情况列示如下:

单位:万元

可比公司名称	2025年		2024年		2023年
	PCB业务收入	变动率	PCB业务收入	变动率	PCB业务收入
兴森科技	489,707.98	13.89%	429,969.61	5.11%	409,050.23
金百泽	39,955.25	6.14%	37,643.26	-0.65%	37,889.35
迅捷兴	64,460.87	42.47%	45,246.29	1.53%	44,566.28

可比公司名称	2025 年		2024 年		2023 年
	PCB 业务收入	变动率	PCB 业务收入	变动率	PCB 业务收入
四会富仕	183,139.76	36.06%	134,600.90	6.00%	126,981.26
强达电路	90,916.79	20.19%	75,647.13	10.69%	68,343.34
PCB 行业均值	-	23.75%	-	4.54%	-
发行人 PCB 业务	388,369.64	15.55%	336,096.74	14.81%	292,745.25

注：同行业可比公司财务数据来源于定期报告等公开披露信息。

2024 年度和 2025 年度，公司 PCB 业务收入分别同比增长 14.81%和 15.55%，PCB 行业可比公司平均收入变动分别为 4.54%和 23.75%，PCB 行业可比公司平均收入变动趋势与发行人 PCB 业务变动趋势一致，增速存在差异，主要原因为发行人与可比公司的经营模式和服务对象存在差异。

发行人主要以产业互联网模式服务长尾客户需求，市场空间较大、订单需求较多且相对稳定，广泛覆盖各类下游应用领域，且公司各类“客户同源”业务之间具有明显的客户导流和订单转化效应显著，具有更为广阔的市场拓展空间，报告期内实现较为稳定的增速。

可比公司多集中服务少数下游应用领域的重要客户，且业务类型产品类型相对单一，受下游市场需求波动和主要客户发展状况的影响较大。2024 年，受下游市场需求放缓带来的 PCB 行业景气度下行影响，可比公司业绩增速较慢甚至发生下滑；2025 年，PCB 行业有所回暖，可比公司营业收入随之增长。

2024 年度和 2025 年度，发行人 PCB 业务分别同比增长 14.81%和 15.55%，增速较为稳定，具体原因如下：

(1) 发行人 PCB 业务主要以产业互联网模式服务长尾客户需求

传统的样板、小批量 PCB 领域市场份额相对固定，竞争较为激烈，企业进行市场扩张的难度较大。相比于同行业可比公司，发行人 PCB 业务以产业互联网模式为主，主要面向长尾需求订单，解决了客户沟通成本高、交期不稳定、质量无保障以及服务单一等行业痛点，并通过在线化、标准化的服务模式，有效打破了时间与地域的限制，相较传统线下服务模式，市场拓展的效率和广度更高，市场拓展空间亦更为广阔。

报告期内，公司 PCB 业务经营情况如下：

项目	2025 年		2024 年		2023 年
	数值	变动率	数值	变动率	数值
PCB 业务收入（万元）	388,369.64	15.55%	336,096.74	14.81%	292,745.25
PCB 销量（万平方米）	879.71	10.09%	799.05	11.42%	717.12
PCB 业务付费用户数量（万个）	100.40	28.33%	78.23	19.67%	65.38
PCB 业务订单量（万单）	1,196.52	13.09%	1,058.01	15.15%	918.84

随着电子产业链一体化服务能力的持续提升，公司在行业内积累了良好的口碑及较高的知名度，老客户稳定合作叠加新客户持续开拓，公司 PCB 业务客户数量、订单量以及销量均呈逐年上升趋势，驱动 PCB 业务收入实现持续增长。

（2）多层板推广力度加大，使得多层板收入增长，带动 PCB 业务收入增长

随着公司新建多层板工厂投产和多层板生产工艺逐步完善，可供客户选择的制作工艺种类和板层数量持续增加，此外，公司亦注重加大多层板的推广力度，一方面，公司持续开拓原有单双面板客户的多层板需求；另一方面，随着公司产品影响力在工程师群体中逐步提升，公司多层板产品日益获得客户认可，进一步打开了中小批量多层板增量市场。

报告期各期，公司多层板订单中来自单双面板老客户订单的比例超过 70%，多层板客户渗透率分别为 15.99%、17.25%和 16.82%，仍处于较低水平，经过持续的技术投入与工艺改良，公司在单双面板领域积累的互联网自动化生产模式经验在多层板领域得到了更为成熟的实践应用，未来多层板市场开拓空间广阔。

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
多层板订单数量（万笔）	164.33	129.52	97.21
其中：来自老客户的订单数量（万笔）	116.96	92.77	69.82
多层板订单中来自老客户比例	71.17%	71.63%	71.82%
属于单双面板老客户的多层板客户数量（万个）	16.06	13.09	10.17
单双面板客户数量（万个）	95.47	75.88	63.59
多层板渗透率	16.82%	17.25%	15.99%

注 1：单双面板客户数量=PCB 付费用户数量-仅下单多层板客户数量；

注 2：多层板渗透率=属于单双面板老客户的多层板客户数量/单双面板客户数量

报告期内，市场对公司多层板产品的认可度不断提高，加之庞大的客户数量储备，公司多层板销售收入不断增加，公司多层板 PCB 业务经营情况如下：

项目	2025 年		2024 年		2023 年
	数值	变动率	数值	变动率	数值
多层板业务收入（万元）	105,653.35	37.54%	76,815.16	39.71%	54,982.37
多层板付费用户数量（万个）	22.86	9.92%	20.80	31.81%	15.78
多层板业务订单量（万单）	164.33	26.88%	129.52	33.24%	97.21

2024 年和 2025 年，公司多层板 PCB 实现销售收入分别为 76,815.16 万元和 105,653.35 万元，同比增长 21,832.79 万元和 28,838.19 万元，多层板收入增长金额占当期 PCB 业务收入增长金额近 50%，公司 PCB 产品结构不断优化推动了 PCB 收入整体增长。

（3）PCBA 与 PCB 业务协同效应明显，进而促进 PCB 收入持续增长

报告期内，发行人 PCBA 业务持续扩充产能并优化业务模式，能够满足客户采购 PCB、电子元器件的多样化需求，且发行人 PCBA 业务所需的 PCB 来源于自产，因此 PCBA 业务增长与 PCB 收入增加相互促进。报告期内，公司 PCBA 业务经营情况如下：

项目	2025 年		2024 年		2023 年
	数值	变动率	数值	变动率	数值
PCBA 业务收入（万元）	178,889.79	49.68%	119,516.20	55.43%	76,895.83
PCBA 付费用户数量（万个）	16.83	17.90%	14.28	23.90%	11.52
PCBA 出货订单量（万笔）	142.04	19.28%	119.09	32.26%	90.04

2024 年和 2025 年，公司 PCBA 业务实现销售收入分别为 119,516.20 万元和 178,889.79 万元，同比增长 55.43%和 49.68%；相应带动实现 PCB 收入 31,778.07 万元和 46,909.51 万元，与 PCBA 业务相关的 PCB 增长额占 PCB 业务整体收入增长金额的 24.92%和 28.95%，公司产业一体化战略协同效应持续放大。相比于同行业可比公司而言，该部分增长属于公司差异化优势转化形成的收入。

综上所述，发行人 PCB 业务收入波动符合业务经营特点，与同行业可比公司变动比例存在一定差异具有合理性。

2、电子元器件业务

报告期内，发行人和同行业可比公司电子元器件业务收入波动情况列示如下：

单位：万元

可比公司名称	2025 年		2024 年		2023 年
	电子元器件业务收入	变动率	电子元器件业务收入	变动率	电子元器件业务收入
云汉芯城	320,575.00	26.29%	253,845.04	-2.33%	259,896.90
发行人电子元器件业务	365,130.72	29.39%	282,185.45	6.70%	264,463.77

注：同行业可比公司财务数据来源于定期报告等公开披露信息

2024 年，云汉芯城收入基本稳定，而发行人电子元器件业务同比增长 6.70%，变动趋势不一致主要原因为：

（1）发行人电子元器件业务主要服务于中小客户，行业分布广泛，客户和销售产品类型相对均衡。

（2）云汉芯城以数字芯片、模拟芯片等非被动器件销售为主，而发行人电子元器件业务产品结构中被动器件和非被动器件占比较为接近，以 2024 年为例，云汉芯城销售非被动器件的比例为 83.70%，而发行人对应比例为 50.13%。2024 年，数字芯片、模拟芯片价格仍处于明显下降阶段，发行人数字芯片收入亦存在小幅下滑；被动器件价格相对稳定，在市场需求回升时，销量增长带动收入整体增长。

2025 年，公司电子元器件业务同比增长 29.39%，与云汉芯城变动趋势一致，公司增速高于云汉芯城，主要系电子产业链一体化战略协同效应持续增强，PCBA 收入增长 49.68%带动配套元器件销售规模进一步提升，为公司元器件业务带来差异化增长。

3、净利润变动

报告期各期，发行人和同行业可比公司扣非归母净利润波动情况列示如下：

单位：万元

可比公司名称	2025 年		2024 年		2023 年
	扣非归母净利润	变动率	扣非归母净利润	变动率	扣非归母净利润
兴森科技	14,100.60	172.03%	-19,576.85	-509.87%	4,776.35
金百泽	607.67	-80.35%	3,092.17	-0.72%	3,114.69
迅捷兴	-2,637.74	-271.41%	-710.19	-213.27%	626.99
四会富仕	11,338.60	-6.80%	12,166.13	-36.13%	19,048.49
强达电路	11,815.70	20.88%	9,774.50	14.95%	8,503.24
云汉芯城	9,235.39	9.84%	8,407.68	19.77%	7,020.08
均值	-	-25.97%	-	-120.88%	-
发行人	122,863.36	32.87%	92,468.14	40.51%	65,807.47

注：同行业可比公司财务数据来源于定期报告等公开披露信息。

2024 年和 2025 年，发行人扣非归母净利润分别同比增长 40.51% 和 32.87%，与强达电路和云汉芯城变动趋势一致，但报告期内与同行业公司均值存在一定差异。发行人与各可比公司利润变动差异原因具体如下：

序号	可比公司名称	差异原因
1	兴森科技	兴森科技 2024 年扣非归母净利润变动趋势与发行人存在较大差异，主要系：因兴森科技半导体业务约占整体业务收入的 20%，受新项目产能爬坡、客户认证周期较长等原因影响，半导体业务毛利率在 2024 年为-33.16%，对公司净利润产生较大负面影响；2025 年，兴森科技半导体业务毛利率显著回升，2025 年，半导体毛利率业务由上年同期的-33.19%回升至-9.28%，带动净利润回升
2	金百泽	金百泽 2024 年和 2025 年的扣非归母净利润分别同比变动-0.72%和-80.35%，2024 年和 2025 年趋势与发行人存在差异主要系：金百泽加大科创和数字化投入且募投项目计提折旧，同时综合毛利率受市场竞争和上游原材料价格波动影响下降所致（2024 年和 2025 年分别同比下降 2.25 个百分点和 2.79 个百分点）
3	迅捷兴	2024 年，迅捷兴受子公司递延所得税资产全额转回及研发费用加计扣除的影响，所得税费用同比增加 1,014.10 万元，叠加销售费用中佣金服务及职工薪酬增加 333.25 万元、财务费用中利息支出增加 324.64 万元等因素，扣非归母净利润同比下降 213.27%；2025 年，迅捷兴扣非归母净利润为-2,637.74 万元，亏损幅度同比扩大，主要原因为珠海迅捷兴、信丰基地等新投产工厂初期固定成本较高，净亏损金额较大叠加原材料价格上升推高产品成本所致
4	四会富仕	四会富仕境外销售占比较大且于 2023 年在泰国新设生产基地，受美元汇率波动、上游原材料价格波动和泰国基地投产初期较高固定成本的影响，2024 年和 2025 年，四会富仕综合毛利率下降 4.30 个百分点和 2.05 个百分点，同时，因计提可转债利息，利息费用在 2024 年增长 1,828.22 万元，导致扣非归母净利润下降

（五）未来经营业绩增长的可持续性

报告期内，公司营业收入持续增长，发行人预计未来将继续稳健运营，保持

业绩稳定，具体说明如下：

1、公司通过产业互联网模式主要服务于长尾客户，市场空间较大

公司以自建下单网站为基础，通过产业互联网模式服务于数量庞大的长尾客户，汇聚海量的长尾市场需求，构建了“低成本、快交付、高品质”的服务体系，以满足客户 PCB 生产、电子元器件采购及 PCBA 等多工序、多领域的一站式采购需求。

截至 2025 年末，公司在线自助下单网站注册用户数超 950 万，2025 年度，公司付费用户超 130 万，处理订单数量超 2,100 万单。客户涵盖众多领域的知名企业、累计超千所国内外高校和科研机构，公司已经积累了先发优势，能够向更多长尾客户提供服务。

2、公司核心电子产业链业务发展稳定且具有较大开拓空间，对期后业绩增长形成重要支撑

公司电子产业链业务涵盖样板、小批量 PCB 业务、电子元器件分销业务和 PCBA 业务，其中 PCB 业务和电子元器件分销业务收入在报告期各期占主营业务收入的比例均超过 75%，属于公司核心业务，相关行业发展稳定且具有较大增长空间。

根据 Prismark 数据估算，中国 PCB 小批量板的市场规模预计于 2030 年将达到 68.54 亿美元至 102.80 亿美元，PCB 样板市场规模预计在 2030 年将达到 34.27 亿美元。

根据 The Business Research Company 研究报告，预计 2025 年至 2030 年，中国通用电子元器件行业市场规模年均复合增长率将达 6.70%，2030 年市场规模将达 913.36 亿美元。

3、公司不同业务类型间形成了良好协同性，能有效促进经营业绩稳定增长

嘉立创的电子产业链业务（包括 PCB、电子元器件、PCBA 等）提供硬件产品的功能核心，机械产业链业务（包括 3D 打印、CNC 加工、FA 机械零部件等）则配套提供物理结构件以完成电子产品组装，两类业务能有效满足下游电子产品

研发及制造客户从核心功能到整体结构的全流程需求，客户群体具有同源性，不同业务之间形成了高度的互补性与协同性，有效提升了服务效率与客户粘性，是驱动公司业绩稳健增长的核心优势。

由于电子产品的结构设计、散热需求、装配精度等关键环节均依赖高精度机械零部件，公司现有的存量 PCB 及电子元器件客户天然具备机械零部件的采购需求，是拓展机械产业链业务的重要客户来源。2025 年度，公司 3D 打印、CNC 和 FA 业务线年度付费客户数量分别为 21.83 万个、5.37 万个和 6.25 万个，同比增长 143.35%、117.22%和 60.35%，同源客户能实现快速引流和转化。但相较 PCB 和电子元器件业务数十万规模的客户而言，公司机械产业链业务客户来自电子产业链客户的渗透率仍处于较低水平，市场开拓空间较大，业务间的良好协同为机械产业链业务的发展奠定了坚实的基础，并可有效促进公司整体经营业绩的稳定增长。

单位：万个

项目	2025 年	2024 年	2023 年
PCB 客户数量-A	100.40	78.23	65.38
同时下单机械产业链业务和 PCB 的客户数量-B	12.11	7.38	4.96
机械产业链-PCB 渗透率- (B/A)	12.07%	9.43%	7.59%
电子元器件客户数量-C	41.40	34.53	30.99
同时下单机械产业链业务和电子元器件的客户数量-D	6.22	4.25	2.75
机械产业链-电子元器件渗透率- (D/C)	15.02%	12.32%	8.89%

综上所述，发行人已构建了成熟的电子产业一站式服务体系，以产业互联网模式服务于数量庞大的长尾客户，并持续延伸至机械产业链相关领域，公司业务具有广阔的市场空间和庞大的客户群体，成熟的运营模式、良好的业务协同叠加持续创新将不断提升公司市场竞争力，确保经营业绩保持持续稳定增长。

三、PCB、电子元器件分销及 PCBA 业务协同的具体体现，相关业务收入的拆分统计方式及其准确性，结合 PCB 中大批量板业务报告期内的收入及占比、毛利率水平、产品类型、主要客户的知名度等，说明其业务发展前景及竞争力

(一) PCB、电子元器件分销及 PCBA 业务协同的具体体现

1、公司电子产业链一体化业务下游客户高度重叠

公司的 PCB 业务、电子元器件业务及 PCBA 均主要聚焦电子产业链存在的海量样品、小批量长尾需求，具有“客户同源”的特点。电子产品的功能实现主要依赖电子元器件，PCB 是电子元器件的载体，PCBA 则是实现电子元器件在 PCB 上装配和电气连通的重要过程，三类需求相伴而生、缺一不可，因此面向的下游客户群高度重叠。

此外，基于成熟的“一站式产业互联智造”运营经验，公司进一步布局了“客户同源、服务同质”的机械产业链，已陆续拓展了 3D 打印、CNC 制造、FA 机械零部件等多项业务，基于公司自建自营的线上网站，能有效解决客户一站式下单难题及多样化采购需求。反之，多品类的产品线布局亦能进一步满足下游客户的多样化需求，增加客户粘性，带动公司业务增长的同时，进一步提升内部业务之间的协同性。

2、公司不同业务板块之间能有效实现相互引流

PCB 提供电子元器件的安装载体和电气连接通路，电子元器件则是实现电路功能的核心实体，PCBA 系将电子元器件精确装配至 PCB 上并形成完整的功能模块，三类业务具有“客户同源”的特点。公司通过在嘉立创自助下单网站、立创商城、中信华商城等在线网站推广宣传以实现各业务板块之间的互相引流，可满足下游电子产业链客户的一站式采购需求。公司 PCB、电子元器件分销及 PCBA 业务间相互协同的具体表现如下：

协同业务	具体表现
PCB 与 PCBA 业务	公司针对 PCB 样板小批量客户的 PCBA 需求难以被规模化 PCBA 厂有效满足的现状，开发了 PCBA 一站式服务，依托自建的线上商城并加大推广力度，有效提升 PCB 客户转化率从而实现引流
PCB 业务与电子元器件业务	元器件分销业务属于 PCBA 的上游且客户群与 PCB 的下游存在高度重叠，具有“客户同源”的特点。公司开发了 PCB 设计与电子元器件选型工具，能通过在线网站端口跳转从而实现两块业务间的直接引流
电子元器件业务与 PCBA 业务	公司 PCBA 业务接入了立创电子海量电子元器件库，下达 PCBA 订单的客户可以直接在线进行 BOM 选型，大幅提高了 PCBA 客户的选型效率，从而实现两块业务间的直接引流
PCB 样板小批量业务与中大批	通过公司线上网站直接下单即可快速满足客户“样板→小批量→中大批量”的 PCB 全品类制造需求，公司通过深入挖掘现有样板、小批量板客户的中大

协同业务	具体表现
量业务	批量 PCB 定制需求，既延长对嘉立创现有客户的服务链条，同时又进一步开拓中信华中大批量板业务，从而实现两块业务间的直接引流

3、集团化统一管理模式下的技术协同效应明显

数字化技术和信息系统是支撑公司能快速、高效响应客户需求的核心竞争要素，发行人采取集团化统一管理模式，制定并实施集团统一的内控规范和业务操作指引，对各业务线实现了统一梳理与规范，作为业内领先的产业互联网模式综合服务提供商，经过多年的研发投入和技术积累，公司在各业务板块均积累了丰富的产品技术研发及服务经验，在集团化统一管理模式下，各业务间已产生较强的技术协同效应，具体表现如下：

协同业务	技术实现方式	协同效果
PCB 与 PCBA 业务	<p>(1) 系统流程一体化：客户下单选定 PCB 加工参数后，可直接进入 PCBA 元器件选型环节，系统根据物料清单与坐标文件自动匹配 PCBA 可选元器件；</p> <p>(2) 生产检查自动化：依据用户提交的 PCB 与元器件选型信息，系统工具可自动生成 PCBA 贴装程序及 SPI、AOI 等检测程序</p>	缩短交付周期，降低跨环节误差率，推动 PCBA 与 PCB 订单相互引流，增强客户粘性
PCB 业务与电子元器件业务	<p>(1) PCB 设计与电子元器件商城数据库直连：客户在设计 PCB 时可实时查询电子元器件库存、价格及封装信息；</p> <p>(2) 自动化采购：PCB 设计软件支持通过 BOM 文件一键生成采购清单，支持小批量散料采购，方便 PCB 客户一站式下单电子元器件</p>	缩短设计验证与电子元器件采购时间，通过电子产业链一站式服务推动 PCB 及电子元器件业务相互促进、协同增长
电子元器件业务与 PCBA 业务	<p>(1) 公司 PCBA 业务接入了立创电子海量电子元器件库，下达 PCBA 订单的客户可以直接在线进行 BOM 选型；</p> <p>(2) 公司建立了 PCBA 柔性化生产系统，并基于立创电子超 76 万种 SKU 建立元器件仓储管理系统</p>	PCBA 客户选型效率大幅提升，解决了 PCBA 海量订单带来的物料管理难题
全业务流程数字化系统	智能排产与供应链协同，支撑多板块高效协同运作：公司 ERP 系统整合 PCB、PCBA、电子元器件订单及库存数据，实现产能动态调度；智能拼板算法可根据 PCB、PCBA 订单类型自动匹配生产基地，实现产能利用最大化	优化材料利用率，实现产能快速精准合理调配，缩短生产周期，提升生产效率

(二) PCB、电子元器件分销及 PCBA 业务收入的拆分统计方式及其准确性

公司 PCB 业务、电子元器件业务及 PCBA 业务虽然同属电子产业链，但分属电子产品制造的不同环节，订单交付形态不同且可准确进行区分。公司基于业

务多元化发展需要，内部按照各类业务特点划分为事业部进行独立管理。报告期内，公司 PCB、电子元器件及 PCBA 业务的产品交付形态、功能特性以及收入拆分方式具体如下：

环节	产品交付形态	功能特性	收入拆分方式
PCB 业务	交付的是未安装任何电子元器件的空白电路板，由绝缘基材、导电铜箔线路及焊盘等组成，仅提供电气连接的物理支撑	本身不具备电路功能，只是一个为电子元器件提供支撑和电气连接的载体，无法实现任何电子设备的功能	独立的下单渠道及运营主体，订单形式单一，单独核算且不涉及拆分情形
电子元器件业务	交付的是各种类型的电子元器件，如模拟芯片、数字芯片等主动元器件，电阻、电容、电感、晶体管、晶振等被动元器件等，这些元器件是电子电路的基本组成部分，具有特定的电气性能和功能	本身无法独立工作，最终功能实现依赖于 PCB 布局和 PCBA 集成	独立的下单渠道及运营主体，订单形式单一，单独核算且不涉及拆分情形
PCBA 业务	交付的是已经将电子元器件通过 SMT 贴片、DIP 插件等工艺焊接在 PCB 上的功能模块，是一个完整的电路板组件，可以直接应用于终端产品	完整的电子零件组装板，具备独立的控制接口和信号接口，能够实现各种复杂的电子设备功能，如数据处理、信号传输、电源转换等	1、PCBA 订单所需 PCB 均来自发行人，因 PCB 与 PCBA 涉及独立的生产/加工流程，为提升生产效率，公司系统里需先对两类业务分别生成系统订单，财务上独立核算，故公司 PCBA 业务收入不含 PCB 收入； 2、PCBA 订单所需电子元器件可以由客户自行购买后邮寄至公司，亦可由客户在下达 PCBA 订单时向公司进行一站式采购。对于所需电子元器件从公司采购的 PCBA 订单，系统在客户下单时自动生成包含元器件价格及 PCBA 加工费用的订单总价，故该种订单模式下，PCBA 收入包含了客户所需电子元器件的销售收入，属于行业较为常见的核算方法

综上所述，公司 PCB、电子元器件分销及 PCBA 业务收入的拆分统计方式具备合理性与准确性。

（三）结合 PCB 中大批量板业务报告期内的收入及占比、毛利率水平、产品类型、主要客户的知名度等，说明其业务发展前景及竞争力

1、报告期内，公司 PCB 中大批量板业务规模持续增长，毛利率相对较低

报告期内，公司通过产业互联网模式聚焦于服务海量长尾客户的 PCB 样板、

小批量板制造需求；同时，为满足下游客户的多样化需求，公司也布局了 PCB 中大批量板生产能力，通过独特的业务模式创新与完善的产业链配套，持续扩充产品线，可快速满足客户“样板→小批量→中大批量”的 PCB 制造需求，为客户提供一站式的专业 PCB 柔性制造服务。

报告期内，公司 PCB 业务按批量划分的收入情况如下：

单位：万元

年度	批量	收入	占 PCB 收入比例	毛利率
2025 年度	样板、小批量	293,499.68	75.57%	36.27%
	中大批量	94,869.96	24.43%	2.79%
	合计	388,369.64	100.00%	28.09%
2024 年度	样板、小批量	254,106.16	75.61%	37.36%
	中大批量	81,990.59	24.39%	7.72%
	合计	336,096.74	100.00%	30.13%
2023 年度	样板、小批量	217,741.14	74.38%	35.27%
	中大批量	75,004.11	25.62%	9.74%
	合计	292,745.25	100.00%	28.73%

报告期内，公司 PCB 中大批量板收入分别为 75,004.11 万元、81,990.59 万元和 94,869.96 万元，整体略有增长，但占比不高，且公司中大批量板订单在产品结构上与样板、小批量订单类似，均以单双面板为主。

从订单数量来看，公司中大批量 PCB 订单的线下下单占比更大，服务成本相对较高；同时，由于国内主营 PCB 中大批量板的企业相对较多，市场竞争更为激烈，且中大批量客户一般采用议价方式定价，公司议价权相对较弱，使得产品售价和毛利率相对较低。

报告期内，公司中大批量板毛利率分别为 9.74%、7.72%和 2.79%，呈下降趋势，主要系 PCB 中大批量市场竞争较为激烈，导致利润空间有限所致。

2、公司 PCB 中大批量板业务下游应用领域广泛，积累了优质的客户资源

报告期内，公司 PCB 中大批量板业务收入按照下游应用领域的分布情况如下：

单位：万元

下游应用领域	2025年		2024年		2023年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
工业控制	29,990.62	31.61%	23,088.26	28.16%	18,778.23	25.04%
消费电子	21,762.08	22.94%	19,582.61	23.88%	19,433.65	25.91%
仪器仪表	10,785.47	11.37%	12,699.72	15.49%	11,182.74	14.91%
网络通信	9,093.62	9.59%	6,736.66	8.22%	3,820.20	5.09%
能源电子	2,249.27	2.37%	2,338.67	2.85%	2,851.27	3.80%
汽车电子	2,743.26	2.89%	2,280.17	2.78%	1,767.06	2.36%
小计	76,624.32	80.77%	66,726.10	81.38%	57,833.15	77.11%
中大批量板收入总额	94,869.96	100.00%	81,990.59	100.00%	75,004.11	100.00%

报告期内，公司 PCB 中大批量板业务下游应用领域广泛且相对较为分散。

公司 PCB 中大批量板业务代表性客户主要有：

客户	所属行业	基本情况	性质
麦格米特（002851.SZ）	工业控制	公司是以电力电子及相关控制技术为基础的电气自动化公司，专注于电能的变换、自动化控制和应用	A 股上市公司，电力电子与智能控制领域领先企业
杰克科技（603337.SH）	工业控制	公司主营产品包括工业用缝前缝中设备及重要零配件	A 股上市公司，连续十余年蝉联全球工业缝纫机销量冠军
杭州宇树科技股份有限公司	工业控制	公司专注于高性能足式/人形机器人及灵巧机械臂研发	世界知名民用机器人公司
艾比森（300389.SZ）	消费电子	公司主营业务为全系列 LED 大屏显示产品及专业视听解决方案	A 股上市公司，全球领先的至真 LED 显示应用与服务提供商
浙江德施曼科技智能股份有限公司	消费电子	公司是一家集研发、制造、销售、安装、售后于一体的全产业链专业智能锁厂商	高端智能锁领域领先企业
科陆电子（002121.SZ）	仪器仪表	公司是国内领先的能源领域综合服务商，主要业务涉及智能电网和新型电化学储能领域	A 股上市公司，智能电表行业知名企业
威胜控股（03393.HK）	仪器仪表	公司专注于能源计量与能效管理整体解决方案的研发、生产、销售	港股上市公司，中国智能计量、智能配用电与能效管理整体解决方案领先供应商

客户	所属行业	基本情况	性质
西力科技（688616.SH）	仪器仪表	公司专业从事智能电表、用电信息采集终端、电能计量箱等电能计量产品的研发、生产和销售	A股上市公司，智能电表行业知名企业
卡奥斯数字科技（青岛）有限公司	网络通信	公司围绕“工业数字化、工业绿色化、物联网解决方案”三大业务板块，提供智能制造解决方案和数据增值服务	海尔集团下属企业，工业互联网知名企业
新联电子（002546.SZ）	能源电子	公司主营业务包括用电信息采集系统、智能用电云服务、电力柜三大板块	A股上市公司，能源电子领域知名企业

注 1：以上客户年度销售金额大于 100 万元；

注 2：以上客户信息系根据公开信息整理

经过多年发展，公司 PCB 中大批量板业务积累了较多主流应用领域的优质客户资源。同时，公司通过持续对重点样品、小批量客户进行深度挖掘，进一步开拓中大批量板业务，进而提升各板块间的客户转化率，公司 PCB 中大批量板业务未来发展潜力较大。

3、公司不断推动技术革新和生产工艺改进，充分发挥产业互联网模式的核心优势，为服务中大批量客户奠定了坚实的基础

公司陆续在广东、江西及江苏等地建立了五大生产基地，不断加强产品工艺技术研发、优化生产能力并将制造服务延伸至 PCBA 环节，自主突破超高层 PCB、盘中孔、超细微钻及深镀、热电分离铜基板等众多工艺技术，制程能力关键指标达到同行业公司主流水平，为服务中大批量客户提供了重要支撑。

同时，公司充分发挥产业互联网模式核心优势，依托官方网站、下单助手客户端等渠道，辅助中大批量客户在线上自主完成工艺配置、在线实时计价、订单生成、款项支付、生产稿三维仿真图确认、生产及物流进度追踪、收货确认、售后服务等全部流程，打破传统模式下单的时空限制，大大提升服务效率。此外，对于有深度服务需求的大客户，公司也会指定业务人员为客户提供个性化、定制化的专业服务，通过线上线下协同，提升客户服务满意度。

综上所述，报告期内，公司 PCB 业务以样板、小批量板为主，在服务长尾客户方面积累了一定优势，目前，中大批量板业务收入占比及毛利率相对较低，其系公司服务长尾客户的配套与延伸，以满足其规模化量产的需求。报告期内，

公司 PCB 中大批量板业务规模整体有所增长，已积累一批涵盖各应用领域的优质客户资源，业务持续拓展潜力较大。未来，公司将不断推动技术革新和生产工艺改进，充分发挥产业互联网模式的核心优势以优化中大批量客户服务体验，并通过持续对重点样品、小批量客户进行深度挖掘，进一步开拓中大批量板业务，未来发展前景良好。

四、中介机构核查意见

（一）核查程序

1、查阅行业分类为“C3982 电子电路制造”、“F5193 互联网批发”和“I6490 其他互联网服务”的 A 股上市及拟上市公司相关公开披露文件，在产品类别、下游应用领域、下游客户及竞争关系等方面与公司进行对比，了解发行人行业分类情况以及同行业可比公司认定依据，评估同行业可比公司选取的合理性；

2、查询 PCB 行业、电子元器件行业研究报告和行业数据，查阅同行业可比公司招股说明书、定期报告等资料，了解行业发展情况、供需状况、竞争格局等；查阅 CPCA 公布的《2024 年度 CPCA 内资百强榜单》、国际电子商情公布的《2024 年度中国本土电子元器件分销商 TOP25》，了解行业排名情况；

3、获取发行人收入成本明细表，查阅同行业可比公司定期报告、招股说明书等公开披露文件，对比分析报告期收入及利润变动情况，分析变动趋势存在差异的原因；访谈发行人管理层，了解发行人未来经营业绩增长的可持续性；

4、访谈发行人管理层，了解发行人各板块业务协同情况；访谈发行人财务负责人，了解发行人 PCB、电子元器件分销及 PCBA 业务收入的拆分统计方式，核查发行人相关信息系统及主要业务流程情况；获取发行人收入成本明细表，按不同批量类型分析 PCB 的收入占比、毛利率等数据及变化情况；查阅下游主要客户披露的招股说明书、定期报告、公司官网等公开信息。

（二）核查意见

经核查，保荐人认为：

1、发行人制定了合理的可比公司选取规则，并综合考虑了与发行人在主营业务及产品构成、下游应用领域、下游客户集中度等方面需具备较强的可比性，发行人选取的可比公司具备合理性和完整性；

2、报告期内，PCB 行业可比公司平均收入变动与发行人 PCB 业务变动趋势一致但增速存在差异，主要原因为发行人与可比公司的服务对象及市场空间存在显著差异，且发行人采用产业互联网模式积累了广泛的市场基础，受报告期内多层板、PCBA 业务增长推动业绩持续增长，而同行业可比公司受下游市场需求和主要客户发展状况的影响较大；发行人电子元器件业务收入变动趋势与同行业可比公司存在差异主要系客户结构及订单构成不同所致；发行人利润变动趋势与同行业可比公司存在差异主要系 PCB 和 PCBA 业务收入持续增长，同时 PCB 和电子元器件业务毛利率保持稳定所致，因此，发行人主营业务收入和净利润变动趋势与同行业可比公司存在差异具有合理性，且预计发行人未来经营业绩将保持稳定增长；

3、发行人 PCB、电子元器件分销及 PCBA 业务协同效应显著；发行人 PCB、电子元器件分销及 PCBA 业务收入的拆分统计方式具备合理性与准确性；报告期内，公司 PCB 中大批量板业务虽毛利率相对较低，但规模持续增长，且已积累大量优质的客户资源，业务持续拓展潜力较大；同时，公司将不断推动技术革新和生产工艺改进，充分发挥产业互联网模式的核心优势以优化中大批量客户服务体验，PCB 中大批量板业务前景较为广阔。

问题 2. 关于实际控制人及公司治理

申报材料及审核问询回复显示：

(1) 自 2013 年 5 月以来，发行人实际控制人为丁会、袁江涛和丁会响，三人于 2020 年 12 月 31 日签署《关于共同控制深圳市嘉立创科技发展有限公司并保持一致行动的协议》。

(2) 截至 2024 年末，袁江涛、丁会及丁会响分别合计持有发行人 35%、26.25%、26.25%的股份。

(3) 截至招股说明书签署之日，发行人监事会设 3 名监事。

(4) 2022 年 8 月增资价格对应的 PE 倍数为 56.87。

请发行人披露：

(1) 丁会、袁江涛和丁会响出资及增资发行人的资金来源，是否存在代持或其他利益安排，实际控制人间是否存在未披露的股权转让计划、约定或安排，是否存在纠纷或潜在纠纷；实际控制人亲属持有发行人股份的具体情况，股份锁定期的合规性。

(2) 一致行动协议终止后保持发行人控制权稳定的具体措施，是否足以保证本次发行上市后的合理时间内发行人控制权、管理等方面的稳定性。

(3) 结合报告期内公司治理情况、《一致行动协议》约定的纠纷解决机制及实施效果，说明在共同实际控制人出现矛盾纠纷的情况下，一致行动协议约定的纠纷解决机制是否可能导致提案权或提名权无法有效行使的情形，是否存在可能导致发行人公司治理陷入僵局的风险，发行人的相关应对措施及其有效性，并进一步完善相关风险提示。

(4) 结合发行人股权架构、董事及提名情况、实际控制人及董监高及其近亲属任职情况及审批权限等，说明发行人公司治理规范性及内部控制有效性；发行人在股东利益保护、公司治理有效性、健全内外部监督制衡、防止实际控制人及关联方资金占用、违规担保等方面的具体措施和安排。

(5) 监事会改革的具体安排，是否符合《关于新〈公司法〉配套制度规则实施相关过渡期安排》等规定。

(6) 结合评估方法、评估假设、主要评估参数及选取依据、评估财务预测数据、经营业绩、在手订单以及 PCB 行业、电子元器件分销行业市盈率水平，说明 2022 年增资价格对应 PE 倍数的合理性，增资价格是否公允，是否存在其他利益安排。

请保荐人、发行人律师简要概括核查过程，并发表明确核查意见。

回复：

一、丁会、袁江涛和丁会响出资及增资发行人的资金来源，是否存在代持或其他利益安排，实际控制人间是否存在未披露的股权受让计划、约定或安排，是否存在纠纷或潜在纠纷；实际控制人亲属持有发行人股份的具体情况，股份锁定期的合规性

(一) 丁会、袁江涛和丁会响出资及增资发行人的资金来源，是否存在代持或其他利益安排，实际控制人间是否存在未披露的股权受让计划、约定或安排，是否存在纠纷或潜在纠纷

自设立以来，发行人历次股权变动中涉及丁会、袁江涛和丁会响出资、增资及股权转让的情况如下：

序号	时间	入股形式	股权变动情况	资金来源
1	2006年11月	嘉立创有限设立	袁江涛以货币资金形式缴纳注册资本 10.00 万元，袁江涛持股 100.00%	自有资金
2	2012年12月	增资	嘉立创有限注册资本由 10.00 万元增资至 100.00 万元。本次增资后，袁江涛持股 40.00%，丁会响持股 60.00%	自有资金
3	2013年5月	股权转让	丁会响将其所持有的嘉立创有限 30.00% 股权以 30.00 万元人民币转让给丁会。本次股权转让后，袁江涛持股 40.00%，丁会、丁会响分别持股 30.00%	自有资金
4	2016年6月	增资	嘉立创有限注册资本由 100.00 万元增加至 3,100.00 万元，系原股东同比例增资。本次增资后，袁江涛持股 40.00%，丁会、丁会响分别持股 30.00%	自有资金
5	2016年10月	增资	嘉立创有限注册资本由 3,100.00 万元增加至 5,100.00 万元，系原股东同比例增资。本次增资后，袁江涛持股 40.00%，丁会、丁会响分别持股 30.00%	自有资金
6	2017年2月	增资	嘉立创有限注册资本由 5,100.00 万元增加至 8,000.00 万元，系原股东同比例增资。本次增资后，袁江涛持股 40.00%，丁会、丁会响分别持股 30.00%	自有资金
7	2021年10月	增资	嘉立创有限注册资本由 8,555.42 万元增加至 30,000.00 万元，系各股东同比例增资，其中丁会及丁会响的份额通过深圳中信华认缴。本次增资后，袁江涛持股 37.40%，丁会、丁会响分别持股 8.00%	自有资金
8	2021年11月	增资	嘉立创有限注册资本由 30,000.00 万元增加至 33,000.00 万元，新增注册资本 3,000.00 万元由立创电子全体股东以其所持有立创电子 100.00% 股权作价 160,000.00 万元认购，本次增资后，袁江涛持股 34.00%，丁会、丁会响分	以所持立创电子股权认购嘉立创有限新增注册资本，不涉及货币出资

序号	时间	入股形式	股权变动情况	资金来源
			别持股 7.27%	

截至本回复出具之日，丁会、袁江涛和丁会响直接持有的发行人股份中，除 2021 年 11 月增资系以丁会、袁江涛和丁会响所持有的立创电子股权出资外，丁会、袁江涛和丁会响历次出资及增资发行人的资金来源均为其自有资金。除丁会、袁江涛和丁会响于 2020 年 12 月 31 日签署的《关于共同控制深圳市嘉立创科技发展有限公司并保持一致行动的协议》（以下简称“《共同控制协议》”）外，实际控制人间不存在未披露的股权转让计划、约定或安排，不存在代持或其他利益安排，不存在纠纷或潜在纠纷。

（二）实际控制人近亲属持有发行人股份的具体情况，股份锁定期的合规性

1、实际控制人近亲属持有发行人股份的具体情况

根据《首次公开发行股票注册管理办法》《证券期货法律适用意见第 17 号》等相关法规之规定，发行人控股股东和实际控制人所持股份自发行人股票上市之日起三十六个月内不得转让，控股股东和实际控制人的亲属（依据《民法典》相关规定认定）、一致行动人所持股份应当比照控股股东和实际控制人所持股份进行锁定。前述法规中并未对“亲属”的具体范围作出明确定义，根据《中华人民共和国民法典》规定，配偶、父母、子女、兄弟姐妹、祖父母、外祖父母、孙子女、外孙子女为近亲属，此外，根据《监管规则适用指引——上市类第 1 号》相关规定，自然人及其配偶、兄弟姐妹等近亲属，如无相反证据，应当被认定为一致行动人。

发行人实际控制人之一袁江涛的配偶张黎通过直接股东昇恒投资间接持有发行人约 0.002% 的股份，除前述情形外，发行人实际控制人近亲属不存在直接或间接持有发行人股份的情况。

2、股份锁定期的合规性

张黎系发行人实际控制人之一袁江涛的配偶，通过袁江涛控制的昇恒投资，间接持有发行人股份。依据《首次公开发行股票注册管理办法》的规定，昇恒投资作为发行人实际控制人控制的企业已作出承诺：“自公司股票首次在证券交易

所公开发行上市之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理本企业直接或间接持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份。”相关锁定期符合《首次公开发行股票注册管理办法》的规定。

综上，发行人实际控制人近亲属不存在直接持有发行人股份的情况。发行人实际控制人近亲属存在通过实际控制人控制的公司昇恒投资持有发行人股份的情形，昇恒投资已承诺所持股份自发行人股票上市之日起三十六个月不得转让的锁定安排，相关锁定期符合《首次公开发行股票注册管理办法》的规定。

二、一致行动协议终止后保持发行人控制权稳定的具体措施，是否足以保证本次发行上市后的合理时间内发行人控制权、管理等方面的稳定性

根据丁会、袁江涛和丁会响于 2020 年 12 月 31 日签署的《共同控制协议》，除各方协商一致情况书面变更《共同控制协议》或应法律法规规定或证券监督管理部门关于上市审核的要求终止或变更《共同控制协议》的情况外，《共同控制协议》的有效期自协议签署生效之日起至公司首次公开发行股票并上市后满 36 个月止。此外，《共同控制协议》约定，在协议期到期后，需在各方书面确认一致意见的情况下，方可以终止，且在书面协议达成前，《共同控制协议》各条款仍然有效。

除上述《共同控制协议》的安排外，本次发行上市后合理时间内发行人控制权、管理等持续经营方面具有保持稳定性的良好基础，具体如下：

（一）丁会、袁江涛及丁会响合计持股比例最高且一直处于控股地位

自 2013 年 5 月以来，丁会、袁江涛及丁会响合计持股比例最高且一直处于控股地位，共同控制发行人。发行人设立至今，三人在发行人持股比例的情况如下：

序号	时间	背景	任职及持股情况
1	2006 年 11 月	袁江涛设立嘉立创有限	袁江涛持有 100% 股权，担任执行董事、总经理
2	2012 年 12 月	看好公司发展前景，丁会响认缴嘉立创有限新增注册资本	丁会响持有 60% 股权，担任监事；袁江涛持有 40% 股权，担任执行董事、总经理
3	2013 年 5 月	丁会响将其持有的嘉立创有限的 30.00% 股权转让给丁会，公司开始	袁江涛持有 40% 股权，担任执行董事、总经理；丁会持有 30% 股权，担任监事；丁会响持有 30% 股权，

序号	时间	背景	任职及持股情况
		由丁会、袁江涛及丁会响三人共同控制	担任副总经理
4	2013年5月-2023年6月	在此期间，嘉立创历经增发股份实施员工持股计划、引进外部投资机构、同比例增资等	三人持股略有被动稀释，但整体持股比例及持股结构未发生大幅变化
5	2025年末	-	袁江涛合计持有35%股权，担任董事、总经理；丁会合计持有26.25%股权，担任董事长；丁会响合计持有26.25%股权，担任董事、副总经理
6	2026年4月	董事会换届	袁江涛合计持有35%股权，担任董事、总经理；丁会合计持有26.25%股权，担任董事长；丁会响合计持有26.25%股权

（二）自2013年以来，丁会、袁江涛及丁会响在历届股东会/股东大会、董事会等会议中均表决一致

自2013年5月三位实际控制人共同持有公司股权以来，三位实际控制人均已实际共同控制公司且保持一致行动，事前就股东会/股东大会、董事会/执行董事拟审议的事项均进行了充分沟通，取得一致意见，并在历次股东会/股东大会、董事会上作出相同表决意见，不曾存在表决意见不一致的情形，未发生意见分歧或纠纷，能够共同对公司的股东会/股东大会、董事会的决策产生支配或重大影响。

（三）丁会、袁江涛及丁会响一直共同对发行人的业务经营及发展起到决定性的作用

自2013年5月三位实际控制人共同持有发行人股权以来，在发行人所有重大事项决策方面，丁会、袁江涛及丁会响在决策前需进行充分沟通并达成一致意见后方可实施，三人共同对发行人的业务经营及发展起到决定性的作用。

（四）丁会、袁江涛及丁会响系通过《共同控制协议》确认其共同控制状态

为进一步明确三人共同控制发行人的事实、稳定公司控制权并尽快推动发行人境内上市计划，丁会、袁江涛及丁会响于2020年12月签署了《共同控制协议》，确认自2013年5月以来三人在重大事务决策上均保持一致意见，三人存在一致行动关系。

为保持发行人控制权、管理等方面的稳定性，《共同控制协议》第4.4条已

作出自动延长协议有效期的约定，即“本协议到期后，在各方书面确认一致意见的情况下，可以终止本协议。在书面协议达成前，《共同控制协议》各条款仍然有效”。根据丁会、袁江涛和丁会响的确认，各方将在《共同控制协议》到期后，结合公司实际需要，签订书面协议，将《共同控制协议》有效期限延长，进一步保持发行人本次发行上市后控制权的持续稳定。

综上，发行人三位实际控制人签署的《共同控制协议》有效期自协议签署生效之日起至公司首次公开发行股票并上市后满 36 个月止，结合三人控股地位和共同控制公司的历史客观情况以及三人对于自动延长协议有效期的约定等足以保证本次发行上市后的合理时间内发行人控制权、管理等方面的稳定性。

三、结合报告期内公司治理情况、《一致行动协议》约定的纠纷解决机制及实施效果，说明在共同实际控制人出现矛盾纠纷的情况下，一致行动协议约定的纠纷解决机制是否可能导致提案权或提名权无法有效行使的情形，是否存在可能导致发行人公司治理陷入僵局的风险，发行人的相关应对措施及其有效性，并进一步完善相关风险提示

（一）一致行动协议约定的纠纷解决机制不会导致提案权或提名权无法有效行使的情形

1、发行人实际经营决策情况与一致行动协议的约定一致，未出现公司治理僵局的情况，亦不存在触发一致行动协议约定的纠纷解决机制的情形

自 2013 年 5 月，三位实际控制人共同持有发行人股权以来，三位实际控制人均已实际控制嘉立创且保持一致行动，事前就股东会/股东大会、董事会拟审议的事项均进行了充分沟通，并在历次股东会/股东大会、董事会上作出相同表决意见，不曾存在表决意见不一致的情形，未发生意见分歧或纠纷，未出现公司治理僵局的情况，亦未触发过《共同控制协议》约定的纠纷解决机制，发行人实际经营决策情况与《共同控制协议》的相关约定一致，具体表现如下：

（1）报告期内，历次公司章程均对三人的持股比例及享有在股东（大）会、董事会等决策机构的权益作出了确认；

（2）从重大事项决策程序来看，报告期内，公司历次股东（大）会、董事

会，丁会、袁江涛、丁会响均出席审议，并按照所持股份行使对应表决权，且在历次表决中，三人均保持一致意见；

(3) 从发行人经营管理情况来看，报告期内，嘉立创的生产经营活动实际由三人共同控制与管理。袁江涛主要负责日常生产经营活动；在投融资、核心岗位任命、薪酬管理、战略规划及预算制定等重大事项方面，丁会、袁江涛、丁会响会充分沟通后集体决策。

2、一致行动协议约定的纠纷解决机制不会导致提案权或提名权无法有效行使的情形

根据《共同控制协议》约定并经实际控制人确认，三位实际控制人已就一致行动各方提出议案、议案表决的形成方式及纠纷解决机制具体约定如下：

事项	实际控制人达成的主要约定
一致行动的原则	《共同控制协议》第 1.1 条约定，各方基于发行人长远发展、维护发行人整体利益、顾全发行人大局，在友好协商的基础上，确定以发行人为唯一上市主体，并在有关发行人的所有重大事项方面保持一致行动；在发行人上市前，各方不得筹划或促使其单独或共同控制的其他任何主体上市（此处的“上市”包括但不限于首次公开发行股票并上市及通过资产或股权重组方式借壳上市等方式）。
一致行动的内容	《共同控制协议》第 1.2 条约定，各方同意将在发行人下列事项上采取一致行动，作出相同的意思表示：（1）有关行使董事会、股东大会的表决权；对于需经发行人董事会审议的事项，以上各方中担任发行人董事的人员应在发行人召开审议该等事项的董事会之前，进行充分预沟通，并将形成的一致意见作为各董事在有关董事会上表决的依据。对于需经发行人股东大会审议的事项，各方应在发行人召开审议该等事项的股东大会之前，进行充分预沟通，形成一致意见后，直接或通过有关的间接持股主体及其他可以采取的合法方式在发行人股东大会上作出落实各方共同意志的表决。（2）有关向董事会、股东大会行使提案权；对于需要向股东大会提出提案的，各方应事先进行充分预沟通，形成一致意见后，直接或通过各方能够控制的间接持股主体及其他可以采取的合法方式提出提案并提交发行人董事会，由董事会提交股东大会审议。（3）有关行使董事、监事、高级管理人员候选人的提名权；对于涉及提名或委派董事、股东代表监事、高级管理人员事项的，各方及其控制的主体应提前商议共同确定人选并以各方共同名义作出提名或决定。（4）各方保证所推荐的董事人选在发行人的董事会行使表决权时，作出相同的意思表示。

事项	实际控制人达成的主要约定
纠纷解决机制	《共同控制协议》第 1.3 条约定，若各方在决策以上事项时形成分歧的，应召开一致行动人会议，促使协议各方达成采取一致行动的决定。此外，经实际控制人确认，如后续仍存在无法对董事会、股东大会的议案达成一致的情形，则视同各方均投反对票，即相关议案未获通过。
争议处理约定	《共同控制协议》第 8.2 条约定，本协议履行过程中的一切争议、纠纷，各方应友好协商解决。对于确实无法协商解决的争议，任何一方均有权向发行人注册所在地有管辖权的人民法院提起诉讼。

如上文所述，三位实际控制人在行使提案权或者董事会/股东会的表决权前，会进行充分预沟通，形成一致的意见后将议案（如有）提交董事会、股东会审议，并将形成的一致意见作为其或者其控制主体在董事会、股东会上表决的依据。如果无法对董事会、股东会的议案达成一致，各方将召开一致行动人会议，促使各方达成采取一致行动的决定。如经一致行动人会议无法对董事会、股东会会议的议案达成一致的情形，则视同各方均投反对票，即相关议案未获通过。

经审阅发行人报告期内的会议文件并经实际控制人确认，自三位实际控制人共同投资发行人以来，三位实际控制人未发生意见分歧，不存在纠纷情况。

综上，三位实际控制人一致行动协议约定的纠纷解决机制不会影响提案权或提名权的有效行使，不会导致董事会或股东会无法形成有效决议的情形。

（二）发行人发生公司治理僵局的风险较低

根据《公司法》《最高人民法院关于适用〈中华人民共和国公司法〉若干问题的规定（二）》的相关规定，以下三种情形通常会认定为公司经营管理发生严重困难，导致“公司僵局”：（1）公司持续两年以上无法召开股东会或者股东大会；（2）股东表决时无法达到法定或者公司章程规定的比例，持续两年以上不能做出有效的股东会或者股东大会决议；（3）公司董事长期冲突，且无法通过股东会或者股东大会解决。

发行人目前的股权结构、实际控制人控制的股份安排、董事会等管理架构能有效保证公司控制权结构、公司治理和生产经营的稳定，陷入“公司僵局”的可能性较低，具体如下：

1、公司股东会可以有效召开，历史上不存在无法形成决议的情形

根据公司现行有效的《公司章程》及上市后拟适用的《公司章程（草案）》，董事会、审计委员会、独立董事以及单独或者合计持有公司 10%以上股份的股东均可以提议召集股东会，公司股权控制架构不会导致公司无法召开股东会。

报告期内，发行人股东大会/股东会均就各审议事项形成了有效决议，不存在无法形成决议的情形。公司现行有效的《公司章程》及上市后拟适用的《公司章程（草案）》中规定股东会决议分为普通决议和特别决议，普通决议由出席股东会的股东（包括股东代理人）所持表决权的过半数通过，特别决议由出席股东会的股东（包括股东代理人）所持表决权的三分之二以上通过。截至本回复出具之日，发行人实际控制人直接和间接合计控制发行人股份的比例为 87.50%，占发行人股份总数的三分之二以上，且其他股东持股比例较低且较为分散。因此，发行人实际控制人所控制股份享有的表决权足以对发行人股东会产生重大影响，《共同控制协议》的相关约定可以促使实际控制人各方对决策事项形成肯定或者否定的一致意见，促使公司股东会形成相关决议。

2、公司董事会及管理层能稳定运行

发行人实际控制人对发行人的日常经营管理和董事会拥有重大影响，其自嘉立创有限设立以来一直担任重要职务。袁江涛自嘉立创设立以来担任公司总经理和法定代表人，自嘉立创设立至 2021 年 4 月担任公司执行董事，自 2021 年 4 月至今担任公司董事会董事；丁会自 2021 年 4 月至今担任公司董事会董事及董事长；丁会响自 2012 年 12 月至 2021 年 4 月担任公司监事，自 2021 年 4 月至 2026 年 4 月担任公司董事会董事。

上述各方基于相同的利益基础和共同认可的公司发展目标，历史上合作关系良好。同时，报告期内实际控制人共同控制与管理发行人的生产经营活动，袁江涛主要负责日常生产经营活动；在投融资、核心岗位任命、薪酬管理、战略规划及预算制定等重大事项方面，丁会、袁江涛、丁会响会充分沟通后集体决策，而《共同控制协议》的相关约定可以促使实际控制人各方对决策事项形成肯定或者否定的一致意见，可以有效避免日常经营决策僵局的发生，确保董事会和管理层稳定运行。

3、发行人公司治理完善

发行人已经根据《公司法》《证券法》《公司章程》的相关规定设立了股东会、董事会等决策机构，建立了完善、健全的公司法人治理结构；发行人聘任了总经理、副总经理、财务总监、董事会秘书等高级管理人员，并按照自身业务经营的需要设置了相应的职能部门，已建立健全内部经营管理机构，独立行使经营管理职权。发行人根据《公司章程》及相关内部控制制度文件的规定，由其相应内部决策机构或职能部门根据其权限对相关事项进行决策或行使经营管理职权。公司已就本次发行上市制定《股东会议事规则》《董事会议事规则》《独立董事工作制度》《关联交易管理制度》等一系列法人治理制度文件，健全了内部控制体系，可以有效保证本次发行上市后发行人经营的稳定性和重大决策的延续性。

自首次申报报告期初以来，公司股东、董事、监事在股东会/股东大会、董事会、监事会中均充分行使表决权，且所审议的事项均一致表决通过，未出现公司僵局的情况，发行人发生公司治理僵局的风险较低。

（三）进一步完善相关风险提示

发行人已在招股说明书“重大事项提示”之“三、风险因素”之“（九）实际控制人不当控制风险”中对发行人公司治理陷入僵局的潜在风险进行了补充、修改，具体如下：

“本次发行前，公司股东丁会先生、袁江涛先生及丁会响先生于 2020 年 12 月签署了共同控制协议，三人合计直接和间接持有公司 87.50% 的股份，为公司实际控制人，对公司重大事项决策、日常生产经营、董事和高级管理人员的提名及任免起决定性作用。尽管发行人已建立较为完善的法人治理结构，但公司实际控制人若利用控股和主要决策者的地位或内部发生不可调和的矛盾导致共同控制协议无法顺利执行，从而对公司重大资本支出、关联交易、人事任免、公司战略等重大事项施加不当影响，将影响公司决策的科学性和合理性，可能对公司及其他股东的利益产生不利影响。”

四、结合发行人股权架构、董事及提名情况、实际控制人及董监高及其近亲属任职情况及审批权限等，说明发行人公司治理规范性及内部控制有效性；发行人在股东利益保护、公司治理有效性、健全内外部监督制衡、防止实际控制人及关联方资金占用、违规担保等方面的具体措施和安排

（一）结合发行人股权架构、董事及提名情况、实际控制人及董监高及其近亲属任职情况及审批权限等，说明发行人公司治理规范性及内部控制有效性

1、发行人股权架构情况

截至本回复出具之日，发行人第一大股东深圳中信华直接持有 38.05% 股权，袁江涛直接持有 33.19% 股权，丁会直接持有 7.10% 股权，丁会响直接持有 7.10% 股权，昇恒投资直接持有 1.64% 股权。袁江涛直接和通过昇恒投资持股合计约 34.84%；丁会直接和通过深圳中信华持股合计约 26.12%；丁会响直接和通过深圳中信华持股合计约 26.12%。

发行人股东中包括实际控制人、员工持股平台、外部法人股东、私募基金等，股权结构多元化；报告期内，公司第一大股东持有公司股权比例均未超过 50%，发行人不存在单一股东持股比例超过 50% 的情形。单一股东依其出资额或者持有的股份所享有的表决权不足以对股东会的决议产生重大影响，且单一股东不足以决定或实质性影响发行人的财务和经营决策。同时，根据实际控制人丁会、袁江涛与丁会响签署的《共同控制协议》，任何单一股东均无法控制股东会或对股东会决议产生决定性影响。

2、发行人董事及提名情况

截至本回复出具之日，发行人董事会共 12 名董事，除 1 名职工代表董事系由公司职工通过职工代表大会民主选举产生外，其余董事均由发行人第二届董事会提名。

发行人董事会成员中，由公司实际控制人或者高级管理人员担任的董事（内部董事）4 人，分别为丁会、袁江涛、杨林杰、高楚涛；由外部投资机构推荐的董事（外部董事）2 人，分别为蒲逊、王国璞；独立董事人数 5 人，分别为程一木、车晓昕、马永胜、赵亮、洪芳；职工代表董事人数 1 人，为唐高剑。发行人

独立董事及外部董事人数已超过董事会人数的二分之一。

前述股权结构、董事会成员设置有利于形成规范、透明、制衡的公司治理结构，从而保障公司治理的规范性及内部控制的有效性，不会对发行人公司治理、内控规范性产生重大不利影响。

3、发行人实际控制人及董监高及其近亲属任职情况及审批权限

(1) 发行人实际控制人、董监高任职情况及审批权限

发行人实际控制人为丁会、袁江涛、丁会响。截至本回复出具之日，发行人无监事，发行人实际控制人及内部董事、高级管理人员任职情况及审批权限情况具体如下：

序号	姓名	担任职务	审批权限
1	丁会	董事长	1) 主持股东会和召集、主持董事会会议； 2) 督促、检查董事会决议的执行； 3) 签署公司股票、公司债券及其他有价证券； 4) 董事会授予的其他职权； 5) 《公司章程》等公司制度规定的其他职权。
2	袁江涛	董事、总经理	1) 出席董事会，对董事会审议事项进行表决； 2) 全面负责公司的生产经营管理工作，组织实施董事会决议，并向董事会报告工作； 3) 提请董事会聘任或者解聘公司副总经理、财务负责人； 4) 决定聘任或者解聘除应由董事会决定聘任或者解聘以外的高级管理人员； 5) 《公司章程》等公司制度规定的其他职权。
3	丁会响	未在公司担任董事、高级管理人员	
4	杨林杰	董事、副总经理	1) 出席董事会，对董事会审议事项进行表决； 2) 主管立创电子相关工作； 3) 完成总经理交办的其他工作；
5	高楚涛	董事、副总经理	1) 出席董事会，对董事会审议事项进行表决； 2) 主管机械事业群/技术研发中心/人力资源中心等相关工作； 3) 完成总经理交办的其他工作。
6	贺定球	副总经理	1) 主管电子事业群相关工作； 2) 完成总经理交办的其他工作。
7	张银莹	副总经理	1) 主管立创电子（商品中心、商品创新事业部、MRO事业部）等部门或工作； 2) 完成总经理交办的其他工作。

序号	姓名	担任职务	审批权限
8	宋晓霞	副总经理、财务总监	1) 主管公司财务工作; 2) 完成总经理交办的其他工作。
9	彭家辉	副总经理、董事会秘书	1) 组织筹备股东大会、董事会、监事会等会议; 负责信息披露、投资者关系管理; 2) 完成总经理交办的其他工作。
10	唐高剑	职工代表董事	1) 《公司法》及《公司章程》等规定的职工代表董事职权; 2) 负责技术研发中心项目、运维事项。

(2) 发行人实际控制人、董监高的近亲属任职情况及审批权限

截至本回复出具之日，发行人无监事，发行人实际控制人、董事、高级管理人员的近亲属不存在于发行人处任职的情形。

4、发行人公司治理及内部控制的规范及完善情形

发行人已根据《公司法》等法律法规和公司章程的规定设立了以股东会、董事会为核心的公司治理机制，并设立了战略委员会、审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会等董事会专门委员会，独立董事能够有效履职，具备较为健全的组织架构和完善的法人治理结构；已制定了较为完善的内部控制制度，包括《财务基础工作管理规定》《采购与付款内部控制制度》《销售与收款管理制度》《合同管理制度》《资金管理制度》《供应商管理制度》《子公司管理制度》《集团化管理制度》等，相关制度和流程已得到有效执行；容诚会计师对公司内部控制进行了审核并出具《内部控制审计报告》（容诚审字[2026]518Z0072号），认为公司按照《企业内部控制基本规范》和相关规定在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。

综上所述，发行人股权结构、董事会架构有利于形成规范、透明、制衡的公司治理结构，能够保障公司治理的规范性及内部控制的有效性，实际控制人及董事、高级管理人员在发行人处任职不会对发行人公司治理、内控规范性产生重大不利影响。

(二) 发行人在股东利益保护、公司治理有效性、健全内外部监督制衡、防止实际控制人及关联方资金占用、违规担保等方面的具体措施和安排

发行人在股东利益保护、公司治理有效性、健全内外部监督制衡、防止实际控制人不当控制行为等方面制定并采取了以下有效措施和安排：

1、建立完善股东会召集及投票机制

发行人于本次发行上市后适用的《公司章程（草案）》《股东会议事规则》以及现行有效的《独立董事工作制度》等制度对股东会的召集、中小投资者单独计票、选举董事实行累积投票制、征集股东投票权、股东会网络投票机制相关事项作出了具体规定，主要内容如下：

序号	事项	相关规定
1	股东会的召集	股东会会议由董事会召集，董事会不能履行或者不履行召集股东会会议职责的，审计委员会可以自行召集和主持；审计委员会不召集和主持的，连续 90 日以上单独或者合计持有公司 10% 以上股份的股东可以自行召集和主持。
2	中小投资者单独计票	股东会审议影响中小投资者利益的重大事项时，对中小投资者表决应当单独计票。单独计票结果应当及时公布。
3	累积投票制	股东会就选举两名以上董事进行表决时，根据公司章程的规定或者股东会的决议，实行累积投票制。
4	征集股东投票权	公司董事会、独立董事和符合相关规定条件的股东或者依照法律、行政法规或者中国证券监督管理委员会的规定设立的投资者保护机构可以公开征集股东投票权。征集股东投票权应当向被征集人充分披露具体投票意向等信息。禁止以有偿或者变相有偿的方式征集股东投票权。公司不得对征集投票权提出最低持股比例限制。
5	股东会网络投票	公司应在保证股东会合法、有效的前提下，通过各种方式和途径，优先提供网络形式的投票平台等现代信息技术手段，为股东参加股东会提供便利。

上述股东会召集及投票机制的设置，有利于保障中小股东参与公司治理的权利，更好地体现中小股东意见，充分保护中小股东的合法权益，促使和保障发行人的决策机构能够形成合理有效、符合发行人和全体股东利益的相关决议。

2、建立完善公司内外部监督制衡机制

发行人于本次发行上市后适用的《公司章程（草案）》以及现行有效的《董事会审计委员会工作细则》《独立董事工作制度》等制度对公司监督机制、独立董事制度相关事项作出了具体规定，主要内容如下：

序号	事项	相关规定
1	股东的相关权利	公司股东有权对公司的经营进行监督，提出建议或者质询
		审计委员会成员以外的董事、高级管理人员执行公司职务时违反法律、行政法规或者本章程的规定，给公司造成损失的，连续 180 日以上单独或合计持有公司 1%以上股份的股东有权书面请求审计委员会向人民法院提起诉讼；审计委员会成员执行公司职务时违反法律、行政法规或者本章程的规定，给公司造成损失的，前述股东可以书面请求董事会向人民法院提起诉讼。审计委员会、董事会收到前款规定的股东书面请求后拒绝提起诉讼，或者自收到请求之日起 30 日内未提起诉讼，或者情况紧急、不立即提起诉讼将会使公司利益受到难以弥补的损害的，前款规定的股东有权为了公司的利益以自己的名义直接向人民法院提起诉讼
2	审计委员会的相关权利	审计委员会行使《公司法》规定的监事会的职权，负责审核公司财务信息及其披露、监督及评估内外部审计工作和内部控制；审计委员会依法检查公司财务，对公司董事、高级管理人员遵守法律法规、《自律监管指引》、深圳证券交易所其他规定（上市后适用）和公司章程以及执行公司职务的行为进行监督，可以要求董事、高级管理人员提交执行职务的报告；审计委员会发现董事、高级管理人员违反法律法规、深圳证券交易所相关规定（上市后适用）或者公司章程的，应当向董事会通报或者向股东会报告，并应当在上市后及时披露，也可以直接向监管机构报告；审计委员会行使职权所必需的费用，由公司承担
3	内部审计制度	公司实行内部审计制度，配备专职审计人员，对公司财务收支和经济活动进行内部审计监督
4	独立董事制度	独立董事对公司及公司全体股东负有忠实与勤勉义务。独立董事应当按照有关法律、行政法规、规范性文件和公司章程的要求，认真履行职责，维护公司整体利益，尤其要关注中小股东的合法权益不受损害。
		为了充分发挥独立董事的作用，独立董事除具有《公司法》和其他相关法律、行政法规及公司章程赋予的职权外，公司还应当赋予独立董事行使以下职权：（一）独立聘请中介机构，对公司具体事项进行审计、咨询或者核查；（二）向董事会提议召开临时股东会；（三）提议召开董事会会议；（四）依法公开向股东征集股东权利；（五）对可能损害公司或者中小股东权益的事项发表独立意见；（六）法律、行政法规、中国证监会规定和本章程规定的其他职权。独立董事行使前款第一项至第三项所列职权的，应当经全体独立董事过半数同意
		公司应当定期或者不定期召开全部由独立董事参加的会议。以下事项应当经独立董事专门会议审议：（一）独立聘请中介机构，对公司具体事项进行审计、咨询或者核查；（二）向董事会提议召开临时股东会；（三）提议召开董事会会议；（四）应当披露的关联交易；（五）公司及相关方变更或者豁免承诺的方案；（六）被收购公司董事会针对收购所作出的决策及采取的措施；（七）法律、行政法规、中国证监会规定和公司章程规定的其他事项

3、建立完善关联交易、对外担保等事项的决策机制

发行人于本次发行上市后适用的《公司章程（草案）》及现行有效的《股东会议事规则》《董事会议事规则》《关联交易管理制度》等制度对关联交易的决策程序以及防范实际控制人及关联方资金占用、违规担保相关事项作出了具体规定，主要内容如下：

序号	事项	相关规定
1	审议程序	公司与关联自然人发生的交易金额在 30 万元以上的关联交易，公司与关联法人发生的交易金额在 300 万元以上且占公司最近一期经审计净资产绝对值 0.5%以上的关联交易，应由董事会审议批准。公司与关联人发生的交易（提供担保除外）金额在 3,000 万元以上、且占公司最近一期经审计净资产绝对值 5%以上的关联交易，应提交股东会审议。公司对股东、实际控制人及其关联人提供担保的，不论数额大小，均应当在董事会审议通过后提交股东会审议。
2	回避表决	股东会审议有关关联交易事项时，关联股东应当回避表决，并且不得代理其他股东行使表决权，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数。股东会决议应当充分披露非关联方股东的表决情况。公司董事会审议关联交易事项时，关联董事不得对该项决议行使表决权，也不得代理其他董事行使表决权，其表决权不计入表决权总数。该董事会会议由过半数的非关联董事出席即可举行，董事会会议所做决议须经非关联董事过半数通过。出席董事会的非关联董事人数不足三人的，公司应当将该交易提交股东会审议。
3	防范实际控制人及关联方资金占用、违规担保等	公司的控股股东、实际控制人不得利用其关联关系损害公司利益。违反规定，给公司造成损失的，应当承担赔偿责任。公司控股股东、实际控制人对公司和公司社会公众股股东负有诚信义务。控股股东应严格依法行使出资人的权利，控股股东不得利用利润分配、资产重组、对外投资、资金占用、借款担保等方式损害公司和社会公众股东的合法权益，不得利用其控制地位损害公司和社会公众股东的利益。

4、公司已建立并执行全面的内部管理制度

公司已经制定了《财务基础工作管理规定》《采购与付款内部控制制度》《销售与收款管理制度》《合同管理制度》《印章管理规定》《费用报销管理制度》《资金管理制度》等各项规章制度，对公司财务、采购、销售、研发及生产等方面的工作进行规范和控制。

5、公司已建立内部监督制度并有效运行

公司设立了内部审计部门。报告期内，公司内部审计部门独立运作，在审计委员会领导下，组织推动公司内控建设，督促公司各职能部门制定、实施和完善

各自专业系统的风险管理和控制制度；全面推进内部控制制度的执行，检查公司内部控制制度的实施情况。

6、建立信息披露管理、投资者关系管理等制度，进一步完善内外部监督制衡的公司治理体系

为加强公司信息披露管理工作，保障股东知情权，发行人制定了本次发行上市后适用的《信息披露管理制度》，该制度明确了发行人和相关信息披露义务人应当及时、公平地履行信息披露义务，确保所披露信息的真实、准确、完整，保护中小投资者的知情权，符合《上市公司信息披露管理办法》《上市规则》等规范要求。

同时，为进一步加强发行人与投资者之间的信息沟通，完善公司治理结构，切实保护投资者特别是中小投资者的合法权益，发行人制定了本次发行上市后适用的《投资者关系管理制度》，该制度通过加强与投资者及潜在投资者之间的沟通，促进公司与投资者之间长期、稳定的良好关系，实现公司价值最大化和股东利益最大化，充分保障中小投资者的合法权益。

7、建立现代公司治理制度，确保上述制度、措施和安排可以有效实施

自整体变更设立为股份有限公司以来，发行人建立了由股东会、董事会和管理层组成的治理结构，并制定了相关内部控制制度，具体规定了各层级治理机构的职责和权限，形成了权力机构、决策机构、监督机构和管理层之间相互协调和制衡的治理机制。同时，发行人实际控制人已就减少及规范关联交易、避免同业竞争等事项出具了具有法律约束力的承诺函。

综上所述，发行人已针对股东利益保护、公司治理有效性、健全内外部监督制衡、防止实际控制人及关联方资金占用、违规担保等方面制定了相应的内部控制制度，相关具体措施和安排可以有效实施。

五、监事会改革的具体安排，是否符合《关于新<公司法>配套制度规则实施相关过渡期安排》等规定

（一）发行人监事会改革的具体安排

发行人已于 2025 年 12 月 15 日召开第一届董事会第十四次会议，审议通过

有关由董事会审计委员会行使监事会职权、废止《监事会议事规则》、修订相关制度的议案，于 2025 年 12 月 31 日召开股东会对前述事项进行审议，相关监事会改革议案已获通过。

（二）发行人监事会改革安排符合《关于新〈公司法〉配套制度规则实施相关过渡期安排》等规定

证监会于 2024 年发布了《关于新〈公司法〉配套制度规则实施相关过渡期安排》，明确规定了关于申请首发上市的企业过渡期安排，发行人监事会改革安排符合前述规定的相关要求，具体情况如下：

《关于新〈公司法〉配套制度规则实施相关过渡期安排》的规定	发行人监事会改革安排的符合情况
自 2026 年 1 月 1 日起，申请首发上市的企业仍设有监事会或监事的，应当制定公司内部监督机构调整计划，确保于上市前根据《公司法》《实施规定》的规定，在公司章程中规定在董事会中设审计委员会，行使《公司法》规定的监事会的职权，不设监事会或者监事。	发行人于 2025 年 12 月 31 日召开股东会审议通过相关监事会改革议案，完成调整公司内部监督机构，取消监事会，废止《监事会议事规则》各项制度中涉及监事会、监事的规定不再适用，符合该条规定。
申请首发上市的企业，根据《公司法》《实施规定》的规定在公司章程中规定在董事会中设置审计委员会、不设监事会或监事的，发行上市规则中关于监事会、监事的规定不再适用。	发行人于 2025 年 12 月 31 日召开股东会审议通过相关监事会改革议案，安排监事会的职权由董事会审计委员会行使，符合该条规定。

综上，发行人关于监事会改革的安排符合《关于新〈公司法〉配套制度规则实施相关过渡期安排》等规定。

六、结合评估方法、评估假设、主要评估参数及选取依据、评估财务预测数据、经营业绩、在手订单以及 PCB 行业、电子元器件分销行业市盈率水平，说明 2022 年增资价格对应 PE 倍数的合理性，增资价格是否公允，是否存在其他利益安排

2022 年 8 月，发行人以增资方式引入外部投资机构先进制造产业基金、建发贰号、建发利福德及宁波鼎浙，增资价格系按照投后整体估值 375 亿元确定。在增资过程中，发行人与投资机构均未曾委托资产评估机构选取评估方法、评估假设、评估参数进行专项资产评估。增资价格系外部投资机构综合考虑发行人的经营业绩增长预期、行业地位、经营模式以及首发上市可行性等基础上，与发行人协商确定，符合市场惯例。外部投资机构对公司整体估值的主要考虑因素如下：

(一) 公司未来的经营业绩增长预期较好且有明确的上市计划

截至 2021 年末，公司内部整合和业务拓展陆续已完成或初见成效，公司经营业绩稳步增长，同期完成了首轮股权激励的授予，有效调动了员工积极性和能动性，为公司业务下一阶段的跨越式发展积蓄动能，未来预期良好，且公司已制定明确的 IPO 时间规划。2022 年增资完成后，公司报告期内各期经营业绩实现情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度/末	2024 年度/末	2023 年度/末
总资产	1,100,142.48	861,837.42	712,998.45
净资产	717,912.35	580,984.41	474,450.87
营业收入	1,023,170.77	796,888.81	672,611.58
净利润	130,631.40	105,409.15	73,352.28

如上表所示，2023 年至 2025 年，公司实现净利润分别为 73,352.28 万元、105,409.15 万元和 130,631.40 万元，保持了较为显著的增长。

(二) 公司对应估值水平与同行业上市公司平均水平相比具备合理性

2022 年 8 月增资时，同期同行业上市公司市盈率的情况如下：

单位：亿元

公司名称	同期市值	2021 年度净利润	市盈率（倍）
1、PCB 行业上市公司市盈率情况			
兴森科技 (002436.SZ)	166.61	6.21	26.81
金百泽 (301041.SZ)	23.68	0.51	46.06
迅捷兴 (688655.SH)	19.85	0.64	30.97
四会富仕 (300852.SZ)	40.43	1.84	21.95
崇达技术 (002815.SZ)	113.21	5.54	20.44
明阳电路 (300739.SZ)	45.33	1.10	41.34
平均值（PCB 行业）			32.15
发行人			56.87
2、电子元器件分销行业上市公司市盈率情况			

公司名称	同期市值	2021 年度净利润	市盈率（倍）
深圳华强 (000062.SZ)	137.20	8.83	15.53
商络电子 (300975.SZ)	58.70	2.36	24.84
雅创电子 (301099.SZ)	57.77	0.92	62.51
润欣科技 (300493.SZ)	35.34	0.58	60.68
英唐智控 (300131.SZ)	61.59	0.29	213.68
平均值（电子元器件分销行业）			75.45
发行人			56.87

注：“同期市值”=发行人 2022 年 8 月增资的增资协议签署日至期初的平均市值，“净利润”为 2021 年度归属于母公司所有者净利润。

如上表所示，公司 2022 年度增资价格对应 PE 倍数介于当年度 PCB 行业和电子元器件分销行业平均 PE 值之间，公司 2022 年增资时的投后估值具有合理性。

公司采用产业互联网经营模式，聚焦于服务长尾订单需求，外部投资机构在整体估值时主要参考类似采用互联网模式经营的普遍更高的已上市公司怡合达、泰坦科技及阿拉丁同期市盈率水平，同时预计未来发行上市时公司经营业绩能够保持较为显著的增长，对公司 PCB、电子元器件销售、PCBA 及机械零部件产业链业务板块的市场价值进行综合评估。经过多轮谈判，公司最终接受前述外部投资机构按照 375 亿的投后估值合计投资 9 亿元。

综上，公司 2022 年增资价格对应 PE 倍数具有合理性，增资定价具备公允性。

（三）海量的客户储备和订单交付能力支撑公司未来经营业绩持续增长

2022 年至 2024 年，公司 PCB 业务年付费用户数分别为 58.03 万、65.38 万和 78.23 万，公司电子元器件业务的付费用户数量分别为 30.99 万、34.53 万和 41.40 万，付费用户数量保持稳定增长；客户复购率超过 50%，客均消费频次超过 6 次/年。截至 2025 年末，公司注册用户数量超 950 万，年处理订单数量超 2,100 万单，电子元器件现货库存 SKU 超 76 万，累计覆盖超 14,000 家电子元器件品牌。海量的客户储备和卓越的订单交付能力为公司未来经营业绩的持

续增长奠定了良好基础。

综上，公司 2022 年增资价格对应的 PE 倍数确定过程具有合理性，且引入的均为市场知名的专业化投资机构，与公司实控人及管理团队并无关联关系，增资定价具备公允性，不存在其他利益安排。

七、中介机构核查意见

（一）核查程序

1、查阅发行人自设立以来的工商登记档案资料及公司章程等；取得丁会、袁江涛和丁会响历次出资及增资发行人的出资凭证；取得丁会、袁江涛和丁会响签署的共同控制协议；查阅发行人实际控制人填写的股东情况调查表；取得发行人实际控制人出具的书面确认文件，确认历次股权变动的情况及背景、历次出资及增资发行人的资金来源、近亲属持有发行人股份的具体情况；取得昇恒投资出具的关于其持有发行人股份锁定期的承诺；查阅发行人历次股东（大）会、董事会、监事会会议相关文件；

2、取得三位实际控制人签署的《共同控制协议》；访谈三位实际控制人，了解其在生产经营过程中发挥的作用、共同控制协议的签署背景及执行情况、争议解决机制等；

3、查阅发行人现行有效的《独立董事工作制度》等相关制度、本次发行上市后适用的《公司章程（草案）》《股东会议事规则》《董事会议事规则》《关联交易管理制度》《信息披露管理制度》等规章制度，以及发行人现行有效的内部控制制度，访谈发行人管理层，了解发行人的内部控制制度运行情况；

4、获取发行人报告期内各期股东（大）会、董事会、监事会会议文件；梳理发行人实际控制人、董事、高级管理人员及其近亲属所涉及的岗位职责及审批权限；

5、查阅《关于新<公司法>配套制度规则实施相关过渡期安排》的相关规定，访谈发行人管理层，了解发行人监事会改革方案。

6、访谈发行人管理层及外部投资机构代表，了解其 2022 年增资入股嘉立创的主要原因、估值定价考虑；审阅嘉立创报告期内的主要财务数据，查阅同行

业上市公司的定期报告、招股说明书等公开披露文件，了解其财务数据、市盈率情况等信息，对比分析 2022 年外部投资人增资对应市盈率水平的合理性。

（二）核查意见

经核查，保荐人、发行人律师认为：

1、截至本回复出具之日，丁会、袁江涛和丁会响直接持有的发行人股份中，除 2021 年 11 月增资系以丁会、袁江涛和丁会响所持有的立创电子股权出资外，丁会、袁江涛和丁会响历次出资及增资发行人的资金来源均为其自有资金；实际控制人间不存在未披露的股权转让计划、约定或安排，不存在代持或其他利益安排，不存在纠纷或潜在纠纷；发行人实际控制人近亲属存在通过实际控制人控制的公司昇恒投资间接持有发行人股份的情形，且相关锁定期符合《首次公开发行股票注册管理办法》的规定；

2、发行人实际控制人签署的《共同控制协议》有效期自协议签署生效之日起至公司首次公开发行股票并上市后满 36 个月止，三人控股地位和共同控制的历史情况以及自动延长协议有效期的约定等相关措施足以保证本次发行上市后的合理时间内发行人控制权、管理等方面的稳定性；

3、自发行人实际控制人共同持有发行人股权以来，发行人实际经营决策情况与一致行动协议的约定一致，未出现公司治理僵局的情况，亦不存在触发一致行动协议约定的纠纷解决机制的情形；一致行动协议约定的纠纷解决机制不会导致提案权或提名权无法有效行使的情形；截至本回复出具之日，发行人的股权结构、实际控制人控制的股份安排、董事会等管理架构能有效保证公司控制权结构、公司治理和生产经营的稳定，陷入“公司僵局”的可能性较低；

4、发行人股权结构、董事会架构有利于形成规范、透明、制衡的公司治理结构，能够保障公司治理的规范性及内部控制的有效性；发行人实际控制人、董事、高级管理人员的近亲属不存在于发行人处任职的情形，实际控制人及董事、高级管理人员在发行人处任职不会对发行人公司治理、内控规范性产生重大不利影响；发行人已针对股东利益保护、公司治理有效性、健全内外部监督制衡、防止实际控制人及关联方资金占用、违规担保等方面制定了相应的内部控制制度，相关具体措施和安排可以有效实施；

5、发行人已于 2025 年 12 月 31 日召开股东会审议通过相关监事会改革议案，完成调整公司内部监督机构，取消监事会并安排监事会的职权由董事会审计委员会行使，相关安排符合《关于新<公司法>配套制度规则实施相关过渡期安排》等规定。

6、发行人 2022 年增资引入外部投资机构的价格系外部投资机构综合考虑发行人的经营业绩增长预期、行业地位、经营模式以及首发上市可行性等基础上，与发行人协商确定，符合市场惯例；增资价格对应的 PE 倍数确定过程具有合理性，且引入的均为市场知名的专业化投资机构，与公司实控人及管理团队并无关联关系增资定价具备公允性，不存在其他利益安排。

问题 3. 关于未决诉讼

申报材料及审核问询回复显示，报告期内，发行人及其控股子公司有 3 件涉案金额在 500 万元以上的尚未了结或尚未执行完毕的诉讼、仲裁。

请发行人披露：

(1) 相关诉讼及仲裁案件的最新进展，发行人及控股子公司作为当事人的具体原因，败诉及承担责任的可能性。

(2) 相关案件预计负债计提情况及计提的充分性，会计处理的合规性，对发行人经营业绩的影响，是否构成本次发行上市的法律障碍，是否存在其他涉及发行人主要资产、核心技术、知识产权的纠纷或诉讼。

请保荐人、申报会计师及发行人律师简要概括核查过程，并发表明确核查意见。

回复：

一、相关诉讼及仲裁案件的最新进展，发行人及控股子公司作为当事人的具体原因，败诉及承担责任的可能性

截至本回复出具之日，发行人及其控股子公司存在尚未了结或尚未执行完毕的涉诉金额在 500 万元以上的诉讼、仲裁情况如下：

序号	原告/申请执行人/上诉人	被告/被申请人/被上诉人	案由	案件背景及诉讼请求	最新进展
1	恒创鑫华	深圳金悦通投资发展集团有限公司、航天金悦通科技有限公司、悦铨实业有限公司、金悦通、何少勇、何嘉煜、方雪丽	金融借款合同纠纷	2022年4月,恒创鑫华以8,300万元对价竞拍取得招商平安所享有的(2019)粤0304民初50606号及50607号已生效判决的案涉债权,对应申请执行的偿付金额合计为139,752,714.2元及利息等;2022年11月,深圳市福田区人民法院裁定恒创鑫华变更为前述执行案件的申请执行人,恒创鑫华申请执行并查封了金悦通土地及房产。 在执行过程中,深圳市福田区人民法院依法公开拍卖了被执行人悦铨实业在前述案件中提供的抵押物深圳市福田区深南路与香蜜湖路交界西南都市阳光名苑裙楼2002等共计69套房产,因司法拍卖之一拍、二拍均流拍,恒创鑫华申请以二拍流拍价格扣减其垫付的费用后抵偿债务,相关房产二拍流拍价为45,321,172.96元,扣除执行、拍卖等费用后可抵债金额为44,983,722.96元。	深圳市福田区人民法院于2023年4月作出(2022)粤0304执恢2806号之二执行裁定书、2023年8月作出(2022)粤0304执2806号之三执行裁定书,裁定悦铨实业提供的69套房产抵押物由恒创鑫华所有,前述房产可抵债金额为44,983,722.96元,在抵扣(2019)粤0304民初50606号生效判决所涉债权金额24,657,729.57元后,剩余款项20,325,993.39元用于抵扣(2019)粤0304民初50607号生效判决所涉债权,至此,(2019)粤0304民初50606号民事判决书确定的债权已全部执行完毕。 深圳市福田区人民法院于2023年8月作出(2022)粤0304执2807号之一执行裁定书,载明前述悦铨实业抵押物的可抵债金额部分用于抵扣(2019)粤0304民初50607号生效判决所涉债权,但该案件仍有债权金额尚未抵扣清偿完毕,被执行人在指定期限内没有可供执行的财产,故裁定相应(2022)粤0304执2807号案件终结执行,待有新的财产线索后可申请恢复执行。
2	广东法拯资本管理有限公司	金悦通、发行人、何少勇、悦铨实业有限公司	金融不良债权追偿纠纷	一审原告广东法拯资本管理有限公司上诉请求撤销广东省翁源县人民法院作出的(2023)粤0229民初199号《民事判决书》,依法改判为: 1、判令金悦通向上诉人偿还借款本金26,396,220.83元;2、判令金悦通承担本案一审、二审诉讼费;3、判令广东法拯资本管理有限公司对悦铨实业抵押的财产具有优先受偿权;4、判令被告何少勇、发行人对金悦通前述第1、2项债务承担连带清偿责任,悦铨实业对金悦通前述债务承担抵押担保责任。	翁源县人民法院于2023年7月28日作出(2023)粤0229民初199号民事判决书,驳回原告广东法拯资本管理有限公司的全部诉讼请求。 2023年8月9日,广东法拯资本管理有限公司向韶关市中级人民法院提起上诉,韶关市中级人民法院作出(2023)粤02民终2786号民事判决书,撤销原判决并判决金悦通向原告清偿借款本息共26,396,220.83元,原告对悦铨实业提供的抵押物折价或者拍卖、变卖所得价款享有优先受偿权,何少勇和发行人对金悦通的涉案债务承担连带清偿

序号	原告/申请执行人/上诉人	被告/被申请人/被上诉人	案由	案件背景及诉讼请求	最新进展
					责任； 2024年4月，债权人依据二审判决申请强制执行，案号为（2024）粤0229执378号。经翁源县人民法院主持，本案项下的债务履行情况已核算完毕，被申请人已履行本案项下的全部债务。 发行人及金悦通就本案提出申诉，广东省高级人民法院于2025年9月作出（2025）粤民抗51号民事裁定书，指令本案由广东省韶关市中级人民法院再审，再审期间，中止原判决的执行。

注：除上表所示案件外，报告期内惠州聚真、发行人作为当事人与天津芯硕精密机械有限公司的诉讼（计算机软件著作权权属纠纷）已于2026年3月经广东省高级人民法院作出（2025）粤知民终334号民事判决书，判决驳回上诉，维持原判。截至本回复出具之日，该案件已完结，且相关案涉生产设备已在报告期前停止使用，天津芯硕精密机械有限公司的上诉请求已被驳回，惠州聚真、发行人不存在因该案件需承担责任的风险。

发行人及控股子公司在上述案件中作为当事人的具体原因、败诉及承担责任的可能性情况如下：

（一）与恒创鑫华的诉讼（金融借款合同纠纷）

案件 1 中恒创鑫华作为当事人系因其于 2022 年 4 月以 8,300 万元对价竞拍取得招商平安所享有的案涉债权并申请变更为该等执行案件的申请执行人；金悦通作为当事人系因其为悦铨实业在江苏银行的商业贷款提供了连带责任保证，江苏银行因悦铨实业未能清偿相关债务将金悦通作为共同被告进行起诉。此后，江苏银行已将债权转让给招商平安，恒创鑫华通过竞拍取得招商平安所享有的案涉债权。

该案件恒创鑫华作为申请执行人无败诉风险，但存在相关被执行人没有财产可供执行的风险。

（二）与广东法拯资本管理有限公司的诉讼（金融不良债权追偿纠纷）

案件 2 中金悦通作为当事人系因其向广东翁源农村商业银行股份有限公司（以下简称“农商行”）借款 4,980 万元，被告何少勇提供连带责任担保，悦铨实业提供抵押担保。借款期限届满后，金悦通未依约还款。农商行于 2020 年 2 月将前述债权转让给了广州资产管理有限公司（以下简称“广资公司”），广资公司于 2020 年 3 月将该债权转让给了广东法拯资本管理有限公司（以下简称“广东法拯”），广东法拯因金悦通未清偿完毕案涉债务提起相关诉讼；发行人作为当事人系因其作为金悦通的独资法人股东，被广东法拯起诉要求应对金悦通债务承担连带责任。

该案件经翁源县人民法院主持，该案项下的债务履行情况已核算完毕，发行人已履行本案项下的全部债务。此外，发行人及金悦通就本案提出申诉，广东省高级人民法院于 2025 年 9 月作出（2025）粤民抗 51 号民事裁定书，指令本案由广东省韶关市中级人民法院再审，再审期间，中止原判决的执行。截至本回复出具之日，该案项下发行人和金悦通的相关义务已经全部履行完毕，即使再审败诉，发行人和金悦通承担额外义务或责任的可能性较低。

二、相关案件预计负债计提情况及计提的充分性，会计处理的合规性，对发

行人经营业绩的影响，是否构成本次发行上市的法律障碍，是否存在其他涉及发行人主要资产、核心技术、知识产权的纠纷或诉讼

（一）相关案件预计负债计提情况及计提的充分性

截至本回复出具之日，发行人及其控股子公司存在尚未了结或尚未执行完毕的涉诉金额在 500 万元以上的诉讼、仲裁情况如下：

序号	诉讼案由	最新进展	预计负债计提情况
1	恒创鑫华与深圳金悦通投资发展集团有限公司、航天金悦通科技有限公司等之金融借款合同纠纷	深圳市福田区人民法院于 2023 年 8 月 6 日作出（2022）粤 0304 执 2807 号之一、（2022）粤 0304 执 2806 号之三执行裁定书，裁定（2022）粤 0304 执 2806 号案件执行完毕，（2022）粤 0304 执 2807 号案件终结本次执行，待有新的财产线索后可申请恢复执行。	发行人作为原告，不需要承担现时义务，不会导致经济利益流出企业，无需计提预计负债
2	广东法拯资本管理有限公司与金悦通、发行人、何少勇等之金融不良债权追偿纠纷	翁源县人民法院于 2023 年 7 月 28 日作出（2023）粤 0229 民初 199 号民事判决书，驳回原告广东法拯资本管理有限公司的全部诉讼请求。 2023 年 8 月 9 日，广东法拯资本管理有限公司向韶关市中级人民法院提起上诉，韶关市中级人民法院作出（2023）粤 02 民终 2786 号民事判决书，撤销原判决并判决金悦通向原告清偿借款本息共 26,396,220.83 元，原告对悦铨实业提供的抵押物折价或者拍卖、变卖所得价款享有优先受偿权，何少勇和发行人对金悦通的涉案债务承担连带清偿责任； 2024 年 4 月，债权人依据二审判决申请强制执行，案号为（2024）粤 0229 执 378 号。经翁源县人民法院主持，本案项下的债务履行情况已核算完毕，被申请人已履行本案项下的全部债务。截至本回复出具之日，翁源县人民法院尚未出具结案裁定。	公司已按法院裁定结果全额支付相关款项，不再需要承担现时义务或经济利益流出企业。 截至本回复出具之日，公司基于谨慎性原则考虑，该诉讼相关的款项已经全额支付，发行人已冲回计提的预计负债并确认营业外收入

综上所述，截至本回复出具之日，发行人已基于谨慎性原则考虑，并根据案件审理进展及企业会计准则的规定，针对前述尚未了结或尚未执行完毕的诉讼、仲裁案件充分计提预计负债。

（二）会计处理的合规性

根据《企业会计准则第 13 号——或有事项》以及发行人的会计政策，或有事项相关义务确认为预计负债的，需同时满足以下三个条件：1、该义务是本集团承担的现时义务；2、履行该义务很可能导致经济利益流出；3、该义务的金额能够可靠地计量。

在资产负债表日，考虑与或有事项有关的风险、不确定性和货币时间价值等因素，按照履行相关现时义务所需支出的最佳估计数对预计负债进行计量。如果清偿预计负债所需支出全部或部分预期由第三方补偿的，补偿金额在基本确定能够收到时，作为资产单独确认，且确认的补偿金额不超过预计负债的账面价值。

截至报告期末，公司基于诉讼案件的事实情况判断，充分预计了上述案件导致经济利益流出企业的可能性，会计处理具有合规性。

（三）对发行人经营业绩的影响，是否构成本次发行上市的法律障碍

报告期各期末，公司因诉讼案件计提的预计负债分别为 2,677.90 万元、1,110.03 万元和 0.00 元；其中，1、截至 2023 年末，公司预计负债增加主要系上述第二项与法拯资本的金融不良债权追偿纠纷案件（以下简称“法拯案件”）收到广东省韶关市中级人民法院判决书，判决金悦通向法拯资本清偿借款本息，当期末计提预计负债 2,666.43 万元；2、截至 2025 年末，公司预计负债减少主要系公司支付了前述法拯案件相应债务并于期末冲回相应预计负债所致。报告期内，前述公司预计负债金额较小，对公司经营业绩影响较小。

综上，上述诉讼案件的涉诉金额占发行人最近一期经审计净资产的比例较小，对发行人业绩和持续经营均不构成重大不利影响，对发行人本次发行上市不构成实质性法律障碍。

（四）是否存在其他涉及发行人主要资产、核心技术、知识产权的纠纷或诉讼

2025 年 11 月，发行人持有的“36469647”号商标存在被沧州北淼企业管理有限公司申请撤销的情形。截至本回复出具之日，相关案件正在国家知识产权局审查过程中，发行人已在积极答辩；前述商标在被国家知识产权局作出撤销决定前，发行人可正常使用该商标。2025 年 7 月，发行人持有的“17627318”号商标被普华基础软件股份有限公司以连续三年不使用为由申请撤销。“17627318”号商标被申请撤销案件经发行人答辩并提供相关使用的证据材料，国家知识产权局于 2026 年 2 月 13 日作出决定，驳回普华基础软件股份有限公司的撤销申请，第“17627318”号商标不予撤销。发行人经营业务的开展不会对该等商标存在依赖，即便相关商标被国家知识产权局宣告撤销，不会对发行人的正常生产经营

产生影响。

根据发行人及其子公司所在地市监局等主管部门出具的合规证明或企业信用报告，并经查询中国裁判文书网、中国执行信息公开网等网站公开信息，截至本回复出具之日，除前述纠纷外，不存在其他涉及发行人的主要资产、核心技术、知识产权相关纠纷或诉讼。

三、中介机构核查意见

（一）核查程序

1、获取相关法院出具的诉讼证据、民事判决书及民事裁决书等材料，了解发行人及其控股子公司尚未了结或尚未执行完毕的涉诉金额在 500 万元以上相关诉讼、仲裁的情况，确认相关诉讼、仲裁的最新进展；

2、访谈发行人法务负责人，确认截至本回复出具之日，除已披露的涉诉金额在 500 万元以上的诉讼、仲裁情况外，是否存在其他涉及发行人主要资产、核心技术、知识产权的诉讼；获取发行人报告期相关合规证明，网络检索国家企业信用信息公示系统、12309 中国检察网、中国裁判文书网、中国执行信息公开网、信用中国等网站，查询是否存在涉及发行人主要资产、核心技术、知识产权的诉讼。

（二）核查意见

经核查，保荐人、申报会计师及发行人律师认为：

1、发行人已披露其与控股子公司尚未了结或尚未执行完毕的涉诉金额在 500 万元以上的诉讼、仲裁的最新进展；前述案件中，发行人及其控股子公司作为当事人具有合理原因，发行人及其控股子公司进一步败诉及对外承担责任的可能性较低；

2、发行人相关案件预计负债计提具有充分性，会计处理具有合理性，对发行人经营业绩的影响较小，不构成本次发行上市的实质性法律障碍；截至本回复出具之日，除相关商标撤销纠纷外，发行人不存在其他涉及主要资产、核心技术、知识产权的纠纷或诉讼。

问题 4. 关于营业收入

申报材料及审核问询回复显示：

(1) 报告期内，发行人实现营业收入分别为 638,719.10 万元、674,799.74 万元和 799,959.27 万元；报告期内，发行人扣除非经常性损益后归属于母公司所有者净利润分别为 47,318.48 万元、66,301.67 万元和 91,005.61 万元，近两年增长幅度高于营业收入增长幅度。

(2) 2023 年和 2024 年，发行人 PCB 多层板销售收入分别为 54,982.37 万元和 76,815.16 万元，分别较上年增长 15,346.97 万元和 21,832.79 万元，多层板收入增长金额占 PCB 收入增长金额的比例较高，其中 2024 年超过 50%。

(3) 2024 年发行人对网络通信和汽车电子行业客户销售取得的收入分别为 66,584.40 万元和 20,961.32 万元，同比增长幅度为 36.50%和 30.07%，高于工业控制、消费电子、仪器仪表行业客户销售收入增长幅度。

请发行人披露：

(1) 量化分析报告期内发行人扣非归母净利润增长幅度高于营业收入增长幅度的原因及合理性，是否与同行业可比公司存在较大差异。

(2) 结合发行人在 PCB 多层板的技术水平、已获取的专利和认证、市场供需、竞争格局、付费用户数等，披露多层板收入增长金额占 PCB 收入增长金额比例较高的原因及合理性。

(3) 对网络通信和汽车电子行业客户销售收入同比增长幅度高于其他行业的原因及合理性，与下游行业发展的匹配性。

请保荐人、申报会计师简要概括核查过程，并发表明确核查意见。

回复：

一、量化分析报告期内发行人扣非归母净利润增长幅度高于营业收入增长幅度的原因及合理性，是否与同行业可比公司存在较大差异

(一) 量化分析报告期内发行人扣非归母净利润增长幅度高于营业收入增长幅度的原因及合理性

报告期内，公司净利率影响因素量化分析如下：

项目	2025 年		2024 年		2023 年
	占营业收入比例	对净利率的影响百分点	占营业收入比例	对净利率的影响百分点	占营业收入比例
综合毛利	28.13%	-0.71	28.84%	1.71	27.14%
期间费用	-12.83%	0.23	-13.06%	1.13	-14.20%
小计	15.30%	-0.48	15.78%	2.84	12.94%
其他收益等	-0.23%	0.23	-0.47%	-0.42	-0.05%
所得税	-2.30%	-0.22	-2.09%	-0.10	-1.98%
归母净利润	12.77%	-0.46	13.23%	2.32	10.91%
非经常性损益	-0.76%	0.86	-1.62%	-0.50	-1.12%
扣非归母净利润	12.01%	0.40	11.60%	1.82	9.78%

注：其他收益等包括其他收益、营业外收支、投资收益、公允价值变动收益、信用减值损失、资产减值损失、资产处置收益和税金及附加。

2024 年，发行人扣非归母净利润增长幅度高于营业收入增长幅度；2025 年，发行人扣非归母净利润增长幅度与营业收入增长幅度基本匹配。

2024 年，公司扣非归母净利润率同比提升 1.82 个百分点，其中公司综合毛利率提升对扣非归母净利润率产生 1.71 个百分点的正向影响，是主要影响因素。

2023 年至 2024 年，公司各主要业务收入占比和毛利率变动导致综合毛利率变动的量化分析如下：

业务类别	2024 年			2023 年	
	毛利率	收入占比	对综合毛利率的影响(百分点)	毛利率	收入占比
PCB 业务	30.13%	42.18%	0.58	28.73%	43.52%
电子元器件业务	18.83%	35.41%	0.94	17.45%	39.32%
PCBA 业务	38.08%	15.00%	0.13	39.89%	11.43%

业务类别	2024 年			2023 年	
	毛利率	收入占比	对综合毛利率的影响 (百分点)	毛利率	收入占比
综合毛利率	28.84%	100.00%	1.71	27.14%	100.00%

2024 年，公司综合毛利率同比提升 1.71 个百分点，主要是毛利率相对较低的电子器件业务收入占比下降叠加该业务毛利率水平提升所致，对综合毛利率变动带来 0.94 个百分点的正向影响。此外，受多层板销售收入占比提高的影响，PCB 业务毛利率同比增长，对综合毛利率变动带来 0.58 个百分点的正向影响。

综上所述，公司扣非归母净利润增长幅度高于营业收入增长幅度主要系产品毛利率提升和业务结构优化所致，符合公司实际经营情况，具有合理性。

（二）是否与同行业可比公司存在较大差异

报告期内，公司扣非归母净利率与同行业可比公司的对比情况如下：

可比公司名称	项目	2025 年		2024 年		2023 年
		数值	变动幅度	数值	变动幅度	数值
兴森科技	扣非归母净利率	1.96%	5.33	-3.37%	-4.26	0.89%
	综合毛利率	19.57%	3.70	15.87%	-7.45	23.32%
	期间费用率	19.85%	-2.14	21.98%	-1.71	23.70%
金百泽	扣非归母净利率	0.87%	-3.66	4.53%	-0.37	4.90%
	综合毛利率	23.46%	-2.79	26.25%	-2.25	28.50%
	期间费用率	22.08%	0.74	21.34%	-1.17	22.51%
迅捷兴	扣非归母净利率	-3.83%	-2.33	-1.50%	-2.85	1.35%
	综合毛利率	14.43%	-3.90	18.33%	-0.10	18.43%
	期间费用率	15.83%	-1.85	17.68%	1.27	16.41%
四会富仕	扣非归母净利率	5.87%	-2.74	8.61%	-5.88	14.49%
	综合毛利率	20.77%	-2.05	22.82%	-4.30	27.11%
	期间费用率	10.34%	-0.51	10.85%	1.06	9.79%
强达电路	扣非归母净利率	12.39%	0.07	12.33%	0.40	11.92%
	综合毛利率	29.38%	-1.47	30.84%	-0.53	31.38%
	期间费用率	14.41%	-1.86	16.27%	-1.27	17.54%
云汉芯城	扣非归母净利率	2.85%	-0.41	3.26%	0.60	2.66%

可比公司名称	项目	2025 年		2024 年		2023 年
		数值	变动幅度	数值	变动幅度	数值
	综合毛利率	15.92%	-0.36	16.28%	1.49	14.78%
	期间费用率	11.63%	-0.20	11.83%	0.57	11.26%
电子网	扣非归母净利率	未披露	-	-	-	-
	综合毛利率	未披露	-	-	-	-
	期间费用率	未披露	-	-	-	-
均值	扣非归母净利率	3.35%	-0.63	3.98%	-2.06	6.04%
	综合毛利率	20.59%	-1.14	21.73%	-2.19	23.92%
	期间费用率	15.69%	-0.97	16.66%	-0.21	16.87%
发行人	扣非归母净利率	12.01%	0.40	11.60%	1.82	9.78%
	综合毛利率	28.13%	-0.71	28.84%	1.71	27.14%
	期间费用率	12.83%	-0.23	13.06%	-1.13	14.20%

注：电子网未更新 2023 年后续数据。

2024 年和 2025 年，公司扣非归母净利率分别同比变动 1.82 个百分点和 0.40 个百分点，与同行业可比公司均值存在一定差异，但与强达电路扣非归母净利率变动趋势一致；其余同行业可比公司变动趋势差异具体分析如下：

1、兴森科技半导体业务约占整体业务收入的 20%，受新项目产能爬坡、客户认证周期较长等原因影响，半导体业务 2024 年半导体业务毛利率为-33.16%，对公司净利润产生较大影响；2025 年，兴森科技半导体业务毛利率同比增长 23.88 个百分点，推动综合毛利率同比提升 3.70 个百分点，叠加期间费用率较 2024 年有所下降，使得公司实现扭亏为盈；

2、金百泽 2024 年和 2025 年扣非归母净利率分别同比变动-0.37 个百分点和-3.66 个百分点，主要系金百泽加大科创和数字化投入且募投项目计提折旧，同时综合毛利率受市场竞争和上游原材料价格波动影响同比下降 2.25 个百分点和 2.79 个百分点；

3、迅捷兴在 2024 年受子公司递延所得税资产全额转回及研发费用加计扣除的影响，所得税费用同比增加 1,014.10 万元，叠加销售费用中佣金服务及职工薪酬增加 333.25 万元、财务费用中利息支出增加 324.64 万元等因素，扣非归母净利率同比下降 2.85 个百分点；2025 年，迅捷兴扣非归母净利率同比下降

2.33 个百分点，主要原因是子公司珠海迅捷兴、信丰基地等新投产工厂初期固定成本较高，净亏损金额较大叠加原材料价格上升推高产品成本，对整体业绩带来一定负向影响；

4、四会富仕境外销售占比较大且于 2023 年在泰国新设生产基地，受美元汇率波动和泰国基地投产初期较高固定成本的影响，2024 年和 2025 年综合毛利率分别下降 4.30 个百分点和 2.05 个百分点；同时因计提可转债利息，利息费用在 2024 年增长 1,828.22 万元，导致扣非归母净利率持续下降；

5、云汉芯城 2024 年和 2025 年扣非归母净利率分别变动 0.60 个百分点和 -0.41 个百分点，云汉芯城扣非归母净利率在报告期内变动较小主要系因云汉芯城专注于电子元器件业务，毛利率未受上游大宗商品价格影响，毛利率相对稳定。

总体而言，公司扣非归母净利率处于同行业可比公司范围内，与同行业可比公司不存在较大差异。公司扣非归母净利率略有上升，同行业可比公司扣非归母净利率平均值略有下降，有所差异系公司在产品结构、应用领域、销售模式、客户类型、经营规模和费用管控方面与可比公司存在差异，使得综合毛利率和期间费用率与同行业可比公司存在差异，具有合理性。

二、结合发行人在 PCB 多层板的技术水平、已获取的专利和认证、市场供需、竞争格局、付费用户数等，披露多层板收入增长金额占 PCB 收入增长金额比例较高的原因及合理性

报告期内，公司 PCB 业务收入按板层划分的收入情况如下：

单位：万元

板层	2025 年			2024 年			2023 年
	收入	增长额	增长额占比	收入	增长额	增长额占比	收入
单面板	9,894.70	822.33	1.57%	9,072.36	1,122.05	2.59%	7,950.31
双面板	272,821.60	22,612.38	43.26%	250,209.22	20,396.64	47.05%	229,812.57
多层板	105,653.35	28,838.19	55.17%	76,815.16	21,832.80	50.36%	54,982.37
其中：四层板	85,827.81	20,110.39	38.47%	65,717.41	17,099.84	39.44%	48,617.57
六层板及以上	19,825.54	8,727.79	16.70%	11,097.75	4,732.95	10.92%	6,364.80
合计	388,369.64	52,272.90	100.00%	336,096.74	43,351.49	100.00%	292,745.25

2024 年和 2025 年，公司 PCB 业务分别同比增长 43,351.49 万元和 52,272.90 万元，其中多层板收入增长金额占 PCB 收入增长金额的比例较高，分别为 50.36%和 55.17%，主要原因包括：

(一) 公司 PCB 多层板技术水平能够满足客户需求，已获取相应专利和认证

公司 PCB 产品指标和同行业上市公司的对比情况如下：

序号	公司简称	最高层数 (层)	最小线宽/线距 (mil)		最小机械钻孔 孔径 (mil)	最大厚径比	最大铜厚 (盎司)
			内层	外层			
1	兴森科技	40	3.0/3.0	3.0/3.0	4	未披露	6
2	金百泽	68	2.0/2.0	2.0/2.0	4	20:1	18
3	迅捷兴	28	2.5/2.5	2.5/2.5	4	20:1	6
4	四会富仕	48	2.0/2.0	2.0/2.0	4	25.2:1	未披露
5	强达电路	50	2.0/2.0	3.0/3.0	4	20:1	30
6	本川智能	36	3.0/3.0	3.0/3.3	4	12:1	6
7	明阳电路	36	2.0/2.0	2.5/3.0	4	25:1	6
8	发行人	64	3.0/3.0	3.0/3.0	4	22.5:1	6

注：长度单位统一按照 $1\mu\text{m}=0.001\text{mm}$ 和 $1\text{mil}=0.0254\text{mm}$ 换算；上述数据来自于招股说明书等公开披露信息。

公司 PCB 产品最高层数可达 64 层，内层最小线宽/线距为 3.0mil/3.0mil，外层最小线宽/线距为 3.0mil/3.0mil，机械钻孔最小孔径为 4.0mil，最大厚径比为 22.5:1，最大铜厚为 6 盎司，主要制程能力达到同行业公司主流水平，公司 PCB 多层板技术水平能够满足客户需求。此外，公司还先后通过质量管理、环境管理等体系认证以及 UL、CQC 和欧盟 RoHS 等专项认证。

公司应用于 PCB 多层板的已获取专利较多，其中发明专利列示如下：

专利名称	专利号	专利类型
电路板打印机的打印方法、电路板打印机、控制器和介质	ZL202511447038.8	发明专利
电路板线路补偿方法和装置	ZL201610716988.0	发明专利

专利名称	专利号	专利类型
万能塞孔底板	ZL201110353449.2	发明专利
一种 HDI 外层线路负片加工方法	ZL201310177988.4	发明专利
一种焊盘上导通孔的电镀填孔方法	ZL201310021911.8	发明专利
一种 PCB 高清字符的制作方法	ZL202310681454.9	发明专利
PCB 板制作方法、装置、电子设备、存储介质	ZL202411465134.0	发明专利
多层线路板的钻孔方法、系统、存储介质	ZL202510113604.5	发明专利
电路板的彩色打印方法、彩色打印机、系统和介质	ZL202510955349.9	发明专利
文件审核处理方法、装置、计算机设备和存储介质	ZL201811459738.9	发明专利
一种微孔板化学铜活化回洗工艺及其系统	ZL201310018549.9	发明专利

(二) 下游客户对 PCB 多层板产品和服务需求旺盛，采用产业互联网模式的 PCB 供应商相对较少，竞争激烈程度相对较低

根据 PrismaMark 数据，2025 年全球多层板市场规模为 292.54 亿美元，约为单双面板市场规模的 3.5 倍。2025 年-2029 年全球多层板市场规模的复合增长率预计为 4.5%，预计 2029 年全球多层板市场规模可达 348.73 亿美元。发行人通过积极探索信息化和数字化技术，大幅降低了长尾订单的服务成本，解决了多层板样板小批量行业痛点，目前该细分领域发展较为迅速的公司与发行人相比都规模较小，竞争激烈程度相对较低。

(三) 公司具有庞大的 PCB 付费用户数量

报告期内，公司 PCB 业务付费用户总数和单双面板老客户下单多层板的用户数量列示如下：

单位：万个

项目	2025 年	2024 年	2023 年
PCB 业务付费用户数 A	100.40	78.23	65.38
单双面板老客户下单多层板的用户数量 B	16.06	13.09	10.17
单双面板客户向多层板转化率 C=B/A	16.00%	16.73%	15.56%
多层板新客户数量 D	6.80	7.71	5.61
多层板付费用户数 E=B+D	22.86	20.80	15.78

报告期内，公司 PCB 业务付费用户数分别为 65.38 万个、78.23 万个和

100.40 万个,其中单双面板老客户中下单多层板的用户数量分别为 10.17 万个、13.09 万个和 16.06 万个,老客户转化为多层板客户的数量和转化率总体呈现增长趋势且具有较大开发潜力,系多层板产品收入加速增长的重要基石。

此外,随着持续不断的研发创新,公司多层板产品质量经过长期市场验证逐渐形成良好的客户口碑,吸引新客户的流入,新老客户旺盛需求叠加多层板远高于单双面板的单价共同推动多层板产品收入增幅高于 PCB 收入增幅,使得多层板收入增长金额占 PCB 收入增长金额比例较高。

综上所述,公司 PCB 多层板技术水平能够满足客户需求,已获取相应专利和认证,且下游客户对 PCB 多层板产品和服务需求旺盛,采用产业互联网模式的 PCB 供应商相对较少,竞争激烈程度相对较低,结合公司具有深厚的 PCB 用户基础和庞大的付费用户数量,推动公司 PCB 多层板收入快速增长,多层板收入增长金额占 PCB 收入增长金额比例较高具有合理性。

三、对网络通信和汽车电子行业客户销售收入同比增长幅度高于其他行业的原因及合理性,与下游行业发展的匹配性

(一) 网络通信和汽车电子行业客户销售收入同比增长幅度高于其他行业的原因及合理性

报告期内,公司主营业务收入按下游领域划分的情况如下:

单位:万元

下游应用领域	2025 年			2024 年			2023 年	
	销售金额	销售占比	变动率	销售金额	销售占比	变动率	销售金额	销售占比
工业控制	279,524.69	28.29%	25.04%	223,555.27	29.07%	18.60%	188,495.78	28.94%
消费电子	193,520.39	19.59%	32.63%	145,914.12	18.97%	22.36%	119,254.69	18.31%
仪器仪表	58,261.24	5.90%	11.71%	52,152.85	6.78%	22.36%	42,621.62	6.54%
网络通信	89,806.83	9.09%	35.53%	66,261.96	8.62%	36.46%	48,557.96	7.45%
汽车电子	25,423.75	2.57%	22.35%	20,778.74	2.70%	29.46%	16,050.06	2.46%
其他	341,494.48	34.56%	31.13%	260,429.93	33.86%	10.15%	236,432.88	36.30%
合计	988,031.39	100.00%	28.47%	769,092.87	100.00%	18.07%	651,412.99	100.00%

公司主要面向数量众多的长尾客户,下游行业分布广泛,主要包括工业控制、消费电子、仪器仪表、网络通信和汽车电子等主要领域。

2024年，网络通信和汽车电子领域销售收入增速较高，主要原因包括：

1、相较于工业控制和消费电子，网络通信和汽车电子领域贡献的收入占比较低，变动基数较小。报告期各期，网络通信、汽车电子领域客户贡献的收入占比均低于10%，较低的基期数据导致更大的变动幅度；

2、相较于规模接近的仪器仪表行业，公司向网络通信和汽车电子领域客户销售取得的收入同比增长幅度更高

(1) 仪器仪表领域线下销售的产品收入比例较大，市场竞争相对激烈导致收入增长幅度较低

报告期内仪器仪表、网络通信和汽车电子按销售渠道划分的收入列示如下：

单位：万元

下游领域	线上/线下	2024年		2023年
		收入	变动幅度	收入
仪器仪表	线上	40,998.26	25.26%	32,729.89
	线下	11,154.59	12.77%	9,891.74
网络通信	线上	64,839.38	35.84%	47,733.55
	线下	1,422.58	72.56%	824.40
汽车电子	线上	20,230.62	29.42%	15,631.32
	线下	548.12	30.90%	418.74

2024年，仪器仪表领域线下收入占比为21.39%，市场竞争导致线下收入增幅较低，对仪器仪表行业领域收入增速带来一定负向影响。网络通信和汽车电子领域线下收入占比均小于3%，线下收入变动对网络通信和汽车电子领域影响较小。

(2) 仪器仪表领域客户产品需求相对传统，网络通信和汽车电子领域客户对多层板等中高端产品需求更大

报告期内，公司向仪器仪表、网络通信和汽车电子销售PCB产品收入按板层拆分列示如下：

单位：万元

下游领域	产品类型	2024 年		2023 年
		收入	变动幅度	收入
仪器仪表	单双面板	22,019.17	12.55%	19,564.17
	多层板	3,461.80	37.24%	2,522.36
网络通信	单双面板	17,624.96	35.81%	12,977.76
	多层板	8,733.73	54.04%	5,669.92
汽车电子	单双面板	7,066.63	12.56%	6,277.85
	多层板	2,543.03	59.36%	1,595.82

网络通信和汽车电子产品通常面向较为复杂的应用环境，对产品性能提出更高需求，随着公司加大对多层板产能的建设，潜在需求持续释放，2024 年，公司向网络通信和汽车电子领域用户销售多层板取得的收入增幅均超过 40%，显著高于仪器仪表领域，与整体外部环境变动相同。

此外，公司在电子元器件业务和 PCBA 业务中拓展元器件的 SKU 数量，3D、CNC 和 FA 等机械产业链业务也面向汽车、服务器等行业进一步丰富产品种类，满足了客户更多需求，带动收入差异化增长。

3、相比于仪器仪表领域，汽车电子收入基数较小，网络通信因人工智能等新兴技术发展而带来新的增长

报告期内，公司汽车电子领域销售收入明显小于仪器仪表领域收入规模；随着云计算、大数据、5G 通信及人工智能等新一代信息技术不断发展，网络通信产业迎来新的发展，相应需求较为强劲。

2025 年，根据 PrismaMark 数据，工业控制、消费电子、网络通信和汽车电子全球市场同比增幅分别为 4.49%、3.06%、22.69%和 1.87%，汽车电子受市场需求变动的影响增速有所放缓，公司来自汽车电子领域的收入同比增长 22.35%，未高于其他行业；公司来自网络通信领域的收入同比增长 35.53%，高于其余行业，主要系因网络通信受人工智能浪潮影响持续保持较高增速。

（二）与下游行业发展的匹配性

根据 PrismaMark 数据，工业控制、消费电子、网络通信全球市场规模数据如下：

下游领域	2023年-2025年(E)复合增长率
工业控制	2.02%
消费电子	3.33%
网络通信	20.14%

报告期内，工业控制、消费电子行业市场规模保持增长，公司向该等领域销售收入同步保持增长，具有匹配性。

2023年至2025年(E)，网络通信行业全球市场规模复合增长率为20.14%，发行人向网络通信领域客户销售取得的收入增速始终高于工业控制和消费电子。

根据中汽协数据，报告期内，中国汽车产量分别为3,016万辆、3,128万辆和3,453万辆，呈现逐年增长趋势，与发行人向汽车电子领域客户取得的收入变动趋势一致。

综上，公司对网络通信和汽车电子行业客户销售收入同比增长幅度高于其他行业主要系收入基数小、公司产品供应能力优化、细分市场发展差异所致，具有合理性，变动与下游行业发展情况具有匹配性。

四、中介机构核查意见

(一) 核查程序

1、获取经审计的财务报表，分析发行人扣非归母净利润增长幅度高于营业收入增长幅度的具体原因及合理性；查阅同行业可比公司定期报告，分析发行人与同行业可比公司是否存在较大差异及差异原因；

2、访谈发行人财务负责人和PCB业务负责人，了解发行人PCB多层板的技术水平、已获取的专利和认证、市场供需、竞争格局等情况，获取PCB业务付费用户数据，分析多层板收入增长金额占PCB收入增长金额比例较高的原因及合理性；

3、访谈PCB、电子元器件和PCBA等主要业务负责人，了解下游主要行业发展情况，结合收入明细表分析网络通信和汽车电子行业客户销售收入同比增长幅度高于其他行业的原因及合理性；查阅Prismark报告，获取下游行业全球市场规模数据，核查与下游行业发展的匹配性；

（二）核查意见

经核查，保荐人、申报会计师认为：

1、发行人扣非归母净利润增长幅度高于营业收入增长幅度主要系产品毛利率提升和业务结构优化所致，符合公司实际经营情况；与同行业可比公司存在差异主要系产品结构、应用领域、销售模式、客户类型、经营规模和费用管控方面与可比公司存在差异所致，具有合理性；

2、公司 PCB 多层板技术水平能够满足客户需求，已获取相应专利和认证，且下游客户对 PCB 多层板产品和服务需求旺盛，采用产业互联网模式的 PCB 供应商相对较少，竞争激烈程度相对较低，结合公司具有深厚的 PCB 用户基础和庞大的付费用户数量，推动公司 PCB 多层板收入快速增长，多层板收入增长金额占 PCB 收入增长金额比例较高具有合理性；

3、发行人对网络通信和汽车电子行业客户销售收入同比增长幅度高于其他行业主要系收入基数小、公司产品供应能力优化、细分市场发展差异所致，具有合理性，变动与下游行业发展情况具有匹配性。

问题 5. 关于线上销售

申报材料及审核问询回复显示：

（1）报告期各期末，发行人的注册用户数量分别为 413.51 万个、548.71 万个和 711.89 万个；付费用户数量分别为 78.10 万个、84.39 万个和 100.52 万个。

（2）报告期各期，发行人 PCB 业务订单转化率高于 PCBA、元器件业务订单转化率，如境内 PCB 业务订单转化率分别为 49.42%、38.18%和 31.97%，境内 PCBA 业务订单转化率分别为 3.37%、4.55%和 2.88%，境内元器件业务订单转化率分别为 4.18%、4.26%和 3.77%。

（3）报告期各期，嘉立创商城内销下单 101 次以上顾客下单金额占比超 50%，外贸下单 101 次以上顾客下单金额占比超 40%。

（4）发行人线上广告推广引流方式主要为搜索引擎推广与自媒体推广。报告期内，发行人线上获客成本呈现先降后升的趋势，如嘉立创内贸获客成本分别

为 25.69 元、19.67 元和 21.74 元。

(5) 线上境内 PCBA 业务订单单价分别为 788.02 元/次、955.13 元/次和 1,106.78 元/次，呈上升趋势。

请发行人披露：

(1) 注册用户数量、付费用户数量变动的主要驱动因素，持续增加的原因及合理性；列示注册用户数量、付费用户数量变动的具体情况，包括新增、退出用户的数量及主要分布，新增、退出的原因，新增用户当年销售金额及占比，退出用户前一年销售金额及占比；最近三年持续向发行人购买产品客户的数量、各年收入金额及占比、毛利金额及占比、毛利率情况。

(2) 结合产品定位和特点、客户画像、购买场景和行为特征、市场竞争格局等，分析发行人 PCB 业务订单转化率高于 PCBA、元器件业务的原因及合理性，分别说明各类业务订单转化率波动的合理性。

(3) 区分内销和外贸，按照合理方式对不同渠道（如嘉立创、立创电子）每年下单 101 次以上的顾客进一步细分，披露下单顾客数及占比、下单金额及占比，结合用户类型、产品应用领域、产品使用周期等，说明部分顾客购买频率较高的合理性，相关下单金额分布的合理性。

(4) 发行人客户流量来源是否可进一步划分为公域流量和私域流量，如是，请说明划分标准、报告期各期收入来源于私域流量和公域流量的金额及占比，分析波动原因及合理性；获客成本先降后升的原因及合理性，是否符合行业惯例。

(5) 结合 PCBA 业务对应的 PCB 销售面积、元器件数量、价格变动趋势、焊点数、行业趋势等，进一步披露线上境内 PCBA 业务订单单价逐年上升的原因及合理性，定价策略和定价依据是否与同行业可比公司存在较大差异。

请保荐人、申报会计师简要概括核查过程，并发表明确核查意见。

回复：

一、注册用户数量、付费用户数量变动的主要驱动因素，持续增加的原因及合理性；列示注册用户数量、付费用户数量变动的具体情况，包括新增、退出用户的数量及主要分布，新增、退出的原因，新增用户当年销售金额及占比，退出用户前一年销售金额及占比；最近三年持续向发行人购买产品客户的数量、各年收入金额及占比、毛利金额及占比、毛利率情况

(一) 注册用户数量、付费用户数量变动的主要驱动因素，持续增加的原因及合理性；列示注册用户数量、付费用户数量变动的具体情况，包括新增、退出用户的数量及主要分布，新增、退出的原因，新增用户当年销售金额及占比，退出用户前一年销售金额及占比

1、注册用户数量、付费用户数量变动的主要驱动因素，持续增加的原因及合理性

报告期内，公司注册用户及付费用户数量的变动情况如下：

单位：万个

年份	2025 年度		2024 年度		2023 年度
	数量	变动	数量	变动	数量
期初注册用户	711.89	29.74%	548.71	32.70%	413.51
新增	249.77	50.82%	165.61	21.28%	136.55
退出	2.50	2.99%	2.43	80.49%	1.35
期末注册用户	959.16	34.73%	711.89	29.74%	548.71
期初付费用户	100.42	19.13%	84.29	7.93%	78.10
新增	86.25	44.59%	59.65	22.18%	48.82
退出	50.93	17.01%	43.53	2.11%	42.63
期末付费用户	135.73	35.17%	100.42	19.14%	84.29

注 1：付费用户的新增系指该客户去年未下单，当年下单，视为当年的新增付费用户；
注 2：付费用户的退出系指该客户去年有下单，当年未下单，视为当年的退出付费用户。

报告期各期末，公司注册用户数量分别为 548.71 万个、711.89 万个和 959.16 万个，付费用户数量分别为 84.29 万个、100.42 万个和 135.73 万个，均呈增长态势，主要驱动因素为公司产品和服务的种类持续增加、供应能力持续提升，用户数量持续增加的原因如下：

公司持续优化现有业务服务能力，不断为客户提供新的产品及配套服务，例

如持续提升 PCB 多层板新工艺水平和产能，持续扩展 PCBA 产能和制造品类，积极扩充电子元器件 SKU 数量和提升仓储智能化水平，加大对 3D、CNC、FA 业务的投入力度，有效促进了嘉立创和立创注册用户数量持续增长。

此外，EDA 注册用户快速增长，主要原因为嘉立创 EDA 快速发展，在国内板级 EDA 领域处于领先地位，且嘉立创 EDA 除部分版本和功能需向客户收取一定费用外，大部分功能均对用户免费开放，现已集成超过百万的免费封装库，不断吸引大量电子产业工程师及科研工作者等用户注册使用。

综上所述，公司通过业务条线的垂直化整合和产业链的纵向延伸，为客户提供覆盖 EDA/CAM 工业软件、印制电路板制造、电子元器件购销、电子装联等全产业链一体化服务，使得用户数量持续增长，具有合理性。

2、注册用户变动的具体情况

报告期内，公司新增注册用户的分布情况如下：

单位：万个

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	数量	占比	数量	占比	数量	占比
嘉立创	90.41	36.20%	44.97	27.15%	38.15	27.94%
立创	32.04	12.83%	22.78	13.76%	21.36	15.64%
中信华	0.43	0.17%	0.33	0.20%	0.37	0.27%
EDA	126.88	50.80%	97.53	58.89%	76.67	56.15%
合计	249.77	100.00%	165.61	100.00%	136.55	100.00%

报告期内，公司新增注册用户数量分别为 136.55 万个、165.61 万个和 249.77 万个，其中 EDA 业务相关的新增注册用户分别为 76.67 万个、97.53 万个和 126.88 万个，占比分别为 56.15%、58.89%和 50.80%，系公司新增注册用户的主要来源；嘉立创 2025 年新增注册用户数量快速上升，主要系随着公司 3D 打印等机械产业链业务的快速发展，吸引了大量新用户注册；立创、中信华的新增注册用户数量占比相对稳定。

报告期内，公司退出的注册用户数量分别为 1.35 万个、2.43 万个和 2.50 万个，数量及占比较小，随着公司用户数量规模增加而增长。

3、付费用户变动的具体情况

报告期内，公司新增付费用户数量、当年销售金额及占比，退出用户数量、前一年销售金额及占比的情况如下：

单位：万个、万元

项目	2025 年度			2024 年度			2023 年度		
	数量	销售收入	占比	数量	销售收入	占比	数量	销售收入	占比
当期新增的付费用户									
嘉立创	67.89	80,583.69	7.88%	45.16	55,180.06	6.92%	34.46	41,955.16	6.24%
立创	18.33	24,652.37	2.41%	14.44	17,067.74	2.14%	14.23	18,085.60	2.69%
中信华	0.03	3,736.21	0.37%	0.05	4,352.75	0.55%	0.13	1,824.77	0.27%
合计	86.25	108,972.27	10.65%	59.65	76,600.54	9.61%	48.82	61,865.54	9.20%
当期退出的付费用户									
嘉立创	38.38	31,087.70	3.90%	30.82	25,103.62	3.73%	29.60	27,399.65	4.29%
立创	12.51	9,710.15	1.22%	12.57	12,362.03	1.84%	12.97	17,898.22	2.80%
中信华	0.05	1,573.43	0.20%	0.15	2,210.04	0.33%	0.06	1,310.89	0.21%
合计	50.93	42,371.27	5.32%	43.53	39,675.69	5.90%	42.63	46,608.76	7.30%

报告期各期，公司新增付费用户数量分别为 48.82 万个、59.65 万个和 86.25 万个，销售收入分别 61,865.54 万元、76,600.54 万元和 108,972.27 万元，占当年公司营业收入比例分别为 9.20%、9.61%和 10.65%，占比较低；退出的付费用户数量分别为 42.63 万个、43.53 万个和 50.93 万个，退出前一年的销售收入分别为 46,608.76 万元、39,675.69 万元和 42,371.27 万元，占退出前一年公司营业收入比例分别为 7.30%、5.90%和 5.32%，占比较低。公司付费用户新增和退出情形主要集中在嘉立创和立创主体，其中嘉立创主体业务种类多、面向客群广泛，客户变动数量相对更多。

付费用户新增原因主要为公司开创了针对电子产业和机械产业客户样品、小批量需求的创新型解决方案，较好满足了其需求。报告期内，公司退出付费用户客单量及客单价情况如下：

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
销售金额（万元）	42,371.27	39,675.69	46,608.76
客户数量（万个）	50.93	43.53	42.63

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
订单数量（万笔）	204.28	160.71	186.89
退出用户客均消费频次（笔/个）	4.01	3.69	4.38
平均客均消费频次（笔/个）	15.67	17.71	17.18
退出用户客单价（元/个）	831.87	911.44	1,093.37
平均客单价（元/个）	6,966.02	7,274.81	7,308.14

注：退出付费用户列示其退出前一年的交易数据

报告期各期，退出付费用户前一年平均客均消费频次分别为 4.38 笔/个、3.69 笔/个和 4.01 笔/个，客单价分别为 1,093.37 元/个、911.44 元/个和 831.87 元/个，显著低于公司客户平均水平，具有零散、长尾的交易特征，符合公司业务特点，且退出付费用户中自然人客户数量占比在 85%以上，自然人客户需求的不确定性相对更高，退出合作具有合理性。

（二）最近三年持续向发行人购买产品客户的数量、各年收入金额及占比、毛利金额及占比、毛利率情况

最近三年，持续向公司采购产品的客户情况如下：

单位：个、万元

年度	客户数量	收入	占主营业务收入比重	毛利	占主营业务毛利比重	毛利率
2025 年	193,913	760,218.48	76.94%	187,461.31	73.34%	24.66%
2024 年		654,285.74	85.07%	164,316.02	80.22%	25.11%
2023 年		564,713.67	86.69%	137,106.89	83.80%	24.28%

最近三年，持续采购公司产品的客户数量约 20 万个，该类客户各年收入分别为 564,713.67 万元、654,285.74 万元和 760,218.48 万元，金额呈增长趋势，与公司主营业务收入变动趋势保持一致；占公司主营业务收入比重分别为 86.69%、85.07%和 76.94%，2025 年占比下降系报告期内持续新增客户所致；2024 年和 2025 年新增的客户不属于最近三年持续向公司采购的客户，该部分客户在 2025 年具有一定收入，使得 2025 年非持续采购的客户收入增加。

最近三年，持续采购公司产品的客户对应的销售毛利金额分别为 137,106.89 万元、164,316.02 万元和 187,461.31 万元，随收入金额增长而增

长；占公司主营业务毛利比重分别为 83.80%、80.22%和 73.34%，占比下降原因与收入占比下降原因一致。

最近三年，持续采购公司产品的客户对应的销售毛利率分别为 24.28%、25.11%和 24.66%，公司主营业务毛利率分别为 25.12%、26.63%和 25.87%，两者变动趋势具有一致性。

二、结合产品定位和特点、客户画像、购买场景和行为特征、市场竞争格局等,分析发行人 PCB 业务订单转化率高于 PCBA、元器件业务的原因及合理性,分别说明各类业务订单转化率波动的合理性

(一) 产品定位和特点、客户画像、购买场景和行为特征、市场竞争格局

1、产品定位和特点

公司通过自建的下单网站和自有的生产仓储基地,公司提供覆盖 EDA/CAM 工业软件、印制电路板制造、电子元器件购销、电子装联等全产业链一体化服务,产品具有“小批量、多样化、快交付”的特点,主要面向长尾客户的零散需求。

2、客户画像、购买场景和行为特征

报告期内，公司线上销售业务的行为特征、客户画像及购买场景具体如下：

单位：元/个、元/次

项目		嘉立创						立创电子		
		PCB			PCBA			元器件		
		2025年	2024年	2023年	2025年	2024年	2023年	2025年	2024年	2023年
行为特征	客单价	3,065.85	3,292.80	3,441.70	9,637.50	7,540.91	6,184.52	6,618.42	6,111.84	6,676.38
	订单单价	290.14	278.71	280.59	1,372.45	1,135.22	957.81	886.12	803.61	968.25
	复购率	68.18%	70.35%	71.83%	64.74%	63.13%	65.65%	56.50%	57.04%	52.11%
	客均消费频次	10.57	11.81	12.27	7.02	6.64	6.46	7.47	7.61	6.90
客户画像及购买场景		面向有 PCB 样板、小批量板制造需求的长尾客户，也有一定比例的科研单位、个体工程师等，广泛覆盖各种类型企业的研发及小批量生产需求						以各类企业研发、试产环节及小批量生产需求采购为主		

注 1：客单价=销售金额/客户数量

注 2：订单单价=销售金额/订单数量

注 3：复购率=当期购买 2 次以上（含 2 次）客户数量/客户总数量

注 4：客均消费频次=订单数量/客户数量

公司产品主要为定制化的 PCB、PCBA 产品和标准化的电子元器件产品，客户主要为长尾法人客户，也有一定比例的科研单位、个体工程师等。客户采购用于研发和小批量生产需求，下达订单的用户需要在电子、机械领域具备较强的产品方案和结构设计、软件应用、器件选型等专业知识。报告期内，公司法人客户销售收入分别为 586,866.99 万元、690,006.21 万元和 887,041.10 万元，占主营业务收入比重分别为 90.09%、89.72%和 89.78%，客户主要集中在工业控制、消费电子、网络通信等行业。

3、市场竞争格局

(1) 样板、小批量 PCB 行业

样板、小批量 PCB 行业集中度不高，参与者众多，市场竞争格局呈现多元化态势。行业内既有以获取大批量订单为目的从事 PCB 样板、小批量板制造的大批量 PCB 厂商，也有专门提供 PCB 样板、小批量板的传统模式厂商和工业互联网模式的 PCB 厂商。根据 CPCA 数据，行业中排名前十的内资样板、小批量 PCB 企业 2024 年合计营业收入为 222.57 亿元，市场占有率合计约为 42.93%。

公司深耕于行业多年且专注于 PCB 样板、小批量生产服务，2024 年度公司 PCB 业务收入 33.61 亿元，占有率达 6.48%，排名稳居行业前三，也是 PCB 行业中规模最大、市场占有率最高的工业互联网模式企业。

(2) 电子元器件分销行业

在电子元器件领域里，不足整体电子产品制造商总数 1%的超级客户主要直接向原厂采购，采购金额为总体市场份额的 44%左右，而其余 99%以上的制造商主要通过分销商渠道采购约 56%的市场份额。

行业内存在海量的电子元器件分销商，截至 2025 年末，通过公开渠道查询，国内经营范围内包含“电子元器件销售”，且所处行业为批发与零售业的企业（经营状态为开业）超 300 万家。根据国际电子商情公布的《2024 年度中国本土电子元器件分销商 TOP25》，营业收入排名前十的电子元器件分销商市场占有率合计约为 13.52%，电子元器件分销行业的行业集中度较低。

行业竞争格局仍处于较为分散的阶段，国内多数分销商大多专注深耕少数细分业务领域，暂未出现能具备全行业布局能力以及全类型产品覆盖能力的分销商，公司 2024 年度电子元器件分销业务收入 28.22 亿元，市占率 0.20%。

(3) PCBA 行业

公司 PCBA 主要服务于 PCB 客户的订单配套需求，聚焦于市场中的长尾订单，根据公开披露信息，从事 PCBA 业务且主要服务样品、小批量客户的企业较少。在专门从事样品、小批量 PCBA 服务的企业里，公司的业务模式及经营规模均具备较为领先的行业竞争优势。

(二) 分析发行人 **PCB** 业务订单转化率高于 **PCBA**、元器件业务的原因及合理性，分别说明各类业务订单转化率波动的合理性

1、**PCB** 业务订单转化率高于 **PCBA** 业务

公司 **PCB**、**PCBA** 业务均通过嘉立创商城网站销售，统计订单转化率（订单数量/访客数量）时，订单数量为该业务线的数据，访客数量为嘉立创商城网站整体的访客数量，因 **PCBA** 业务的客户和订单数量少于 **PCB** 业务，在使用相同的网站访客数量作为计算基础的前提下，**PCBA** 业务订单转化率相对较低，具有合理性。

2、**PCB** 业务订单转化率高于元器件业务

报告期内，公司 **PCB** 业务订单转化率高于元器件业务，主要原因为：

(1) 客户画像及购买特征存在差异

公司 **PCB** 业务主要面对有 **PCB** 样板、小批量板制造需求的长尾客户，同时广泛覆盖各种类型企业的研发工程师和高校、科研单位、个体工程师等，且 **PCB** 产品属于设计和工艺复杂的高度定制化产品，客户访问公司网站时通常具有相对明确的采购需求。公司 **PCB** 业务历经多年发展，产品质量、工艺、产能和交期已经能够满足大多数客户样板、小批量的需求，客户在线上传设计图纸，校验通过后即可下单生产。同时，公司 **PCB** 业务价格相对稳定，客户单次购买金额较低，针对产品进行比价必要性相对较低，亦不存在缺货等情形，影响客户下单的因素相对较少，客户访问后下单的概率相对较高。

公司元器件业务主要满足各类企业研发、试产环节及小批量生产需求，产品具有种类多、标准化的特点，客单价和订单单价明显高于 **PCB** 业务，客户对价格敏感度相对较高；同时，单笔订单通常包含多个品类元器件，元器件选型和订单构成相对复杂，结合元器件价格动态变化的特点，客户存在遴选和决策过程，客户访问后下单的概率相对较低。

(2) 行业竞争格局存在差异

经过多年的发展，公司是 **PCB** 行业中规模最大、市场占有率最高的产业互联网模式企业，在行业内建立了良好的品牌形象和口碑，客户黏性较高。

根据国际电子商情公布的榜单，公司电子元器件业务报告期内排名第 20 位左右，与产业互联网模式企业云汉芯城、电子网较为接近，下游客户采购时选择面和比价空间相对较大，客户订单转化率相对低于 PCB 业务。

综上所述，公司 PCB 业务的客户画像、购买特征及行业竞争格局与元器件业务存在差异，PCB 业务订单转化率高于元器件业务具有合理性。

3、分别说明各类业务订单转化率波动的合理性

报告期内，公司各类业务订单转化率情况如下：

业务	内/外贸	2025 年度		2024 年度		2023 年度
		订单转化率	变动（个百分点）	订单转化率	变动（个百分点）	订单转化率
PCB	内贸	29.48%	-2.49	31.97%	-6.21	38.18%
	外贸	16.68%	-3.86	20.54%	0.37	20.17%
元器件	内贸	3.91%	0.14	3.77%	-0.49	4.26%
	外贸	3.41%	0.03	3.38%	-0.63	4.01%
PCBA	内贸	2.86%	-0.02	2.88%	-0.21	3.09%
	外贸	3.69%	-0.28	3.97%	0.62	3.35%

注：订单转化率=订单数量/网站访客数

（1）PCB 业务

报告期内，公司 PCB 业务订单转化率有所下降，主要系公司开拓了 CNC 制造、3D 打印、FA 等“客户同源”的机械产业链相关业务，该部分业务目前亦通过嘉立创商城网站销售。报告期内，公司机械产业链业务逐步放量，3D、CNC、FA 业务合计销售收入分别为 10,309.73 万元、22,895.08 万元和 43,339.23 万元，订单数量分别为 50.32 万笔、96.17 万笔和 170.21 万笔，机械产业链业务的快速扩张，导致嘉立创商城网站访客数量持续增长，从而导致 PCB 业务转化率（PCB 业务订单量/网站全部业务访客数量）逐步下降，具有合理性。

2025 年度，公司 PCB 业务外贸订单转化率有所下降，主要系公司持续加大在自媒体及短视频平台的推广力度，2025 年嘉立创外贸自媒体推广的短视频播放量为 33,460.00 万次，同比大幅提升，为公司外贸商城新增大量访客流量，从而导致订单转化率同比有所下降。

(2) 元器件

报告期内，公司元器件业务订单转化率整体较为平稳。

(3) PCBA 业务

公司 PCBA 业务与 PCB 业务的产品特点和竞争格局相似，且其与公司 PCB 业务通过同一网站下单，PCBA 业务订单转化率变动趋势与 PCB 业务整体保持一致。

三、区分内销和外贸，按照合理方式对不同渠道（如嘉立创、立创电子）每年下单 101 次以上的顾客进一步细分，披露下单顾客数及占比、下单金额及占比，结合用户类型、产品应用领域、产品使用周期等，说明部分顾客购买频率较高的合理性，相关下单金额分布的合理性

(一) 顾客下单频次和金额分布情况

报告期内，嘉立创、立创电子内销顾客下单情况如下：

单位：万个、万元

业务线	时间	购买次数	顾客数	金额	顾客数占比	金额占比	平均订单金额
嘉立创- 内贸 PCB	2025 年	1~100 次	80.49	119,884.42	97.88%	39.84%	213.28
		101~300 次	1.40	101,806.02	1.71%	33.83%	445.30
		301~500 次	0.20	32,613.95	0.25%	10.84%	420.30
		501~1,000 次	0.10	29,201.07	0.13%	9.70%	416.73
		>1,000 次	0.03	17,394.35	0.04%	5.78%	339.24
		合计	82.24	300,899.81	100.00%	100.00%	304.04
	2024 年	1~100 次	61.85	107,167.44	97.47%	40.94%	219.04
		101~300 次	1.31	89,608.02	2.06%	34.23%	424.61
		301~500 次	0.19	28,669.03	0.29%	10.95%	409.98
		501~1,000 次	0.09	23,984.43	0.14%	9.16%	405.64
		>1,000 次	0.03	12,315.78	0.04%	4.71%	295.13
		合计	63.45	261,744.70	100.00%	100.00%	300.48
	2023 年	1~100 次	48.11	97,047.46	97.20%	42.75%	227.14
		101~300 次	1.14	77,173.64	2.31%	34.00%	419.36
		301~500 次	0.16	25,370.68	0.31%	11.18%	434.05

业务线	时间	购买次数	顾客数	金额	顾客数占比	金额占比	平均订单金额
		501~1,000次	0.07	17,998.93	0.14%	7.93%	394.74
		>1,000次	0.02	9,420.97	0.04%	4.15%	310.12
		合计	49.49	227,011.68	100.00%	100.00%	304.42
嘉立创-内贸PCBA	2025年	1~100次	10.73	121,150.24	99.02%	81.04%	1,487.00
		101~150次	0.06	11,424.13	0.58%	7.64%	1,507.48
		151~200次	0.02	6,148.27	0.20%	4.11%	1,676.60
		201~300次	0.01	6,053.68	0.13%	4.05%	1,709.35
		>300次	0.01	4,726.36	0.07%	3.16%	1,566.99
		合计	10.83	149,502.67	100.00%	100.00%	1,505.93
	2024年	1~100次	9.76	89,099.09	99.20%	84.16%	1,258.22
		101~150次	0.05	8,003.97	0.49%	7.56%	1,364.47
		151~200次	0.02	3,418.07	0.16%	3.23%	1,259.01
		201~300次	0.01	3,171.47	0.10%	3.00%	1,365.72
		>300次	<0.01	2,173.49	0.04%	2.05%	1,234.02
		合计	9.84	105,866.10	100.00%	100.00%	1,268.19
	2023年	1~100次	7.35	63,423.18	99.35%	87.61%	1,128.52
		101~150次	0.03	3,784.99	0.38%	5.23%	1,119.12
		151~200次	0.01	2,081.74	0.15%	2.88%	1,105.02
		201~300次	0.01	1,416.56	0.08%	1.96%	1,027.91
		>300次	<0.01	1,682.88	0.04%	2.32%	1,483.63
		合计	7.40	72,389.35	100.00%	100.00%	1,131.46
立创电子-内贸元器件	2025年	1-100次	46.29	205,288.40	99.14%	64.20%	729.08
		101-150次	0.22	36,611.49	0.47%	11.45%	1,363.85
		151-300次	0.14	42,313.03	0.30%	13.23%	1,538.43
		301-500次	0.03	16,319.47	0.06%	5.10%	1,543.10
		501-1,000次	0.01	10,152.96	0.02%	3.18%	1,402.79
		>1,000次	<0.01	9,064.80	0.01%	2.83%	1,114.87
		合计	46.69	319,750.13	100.00%	100.00%	883.62
	2024年	1-100次	39.33	172,939.78	99.17%	66.79%	702.99
		101-150次	0.19	31,506.55	0.47%	12.17%	1,410.31
		151-300次	0.11	30,277.07	0.28%	11.69%	1,362.99
		301-500次	0.02	9,503.08	0.05%	3.67%	1,303.15
		501-1,000次	0.01	8,257.92	0.02%	3.19%	1,309.68

业务线	时间	购买次数	顾客数	金额	顾客数占比	金额占比	平均订单金额
		>1,000 次	<0.01	6,432.27	0.01%	2.48%	1,073.58
		合计	39.66	258,916.66	100.00%	100.00%	834.82
	2023 年	1-100 次	34.32	178,865.59	99.33%	73.88%	882.58
		101-150 次	0.14	25,131.26	0.40%	10.38%	1,517.64
		151-300 次	0.08	21,478.53	0.22%	8.87%	1,443.06
		301-500 次	0.01	9,271.47	0.04%	3.83%	1,977.11
		501-1,000 次	<0.01	4,942.84	0.01%	2.04%	1,541.27
		>1,000 次	<0.01	2,397.85	<0.01%	0.99%	1,027.45
		合计	34.55	242,087.53	100.00%	100.00%	990.80

报告期内，嘉立创、立创电子外贸顾客下单情况如下：

单位：个、万元

业务线	时间	购买次数	顾客数	金额	顾客数占比	金额占比	单笔订单金额	
嘉立创- 外贸 PCB	2025 年	1~100 次	257,851	54,616.09	99.54%	76.79%	362.25	
		101~300 次	1,056	11,468.43	0.41%	16.12%	732.66	
		301~500 次	75	1,837.23	0.03%	2.58%	656.86	
		501~1,000 次	36	1,091.08	0.01%	1.53%	466.65	
		>1,000 次	23	2,111.36	0.01%	2.97%	416.61	
		合计	259,041	71,124.20	100.00%	100.00%	402.68	
	2024 年	1~100 次	221,611	42,289.76	99.54%	77.63%	315.82	
		101~300 次	907	8,096.30	0.41%	14.86%	601.51	
		301~500 次	59	1,489.55	0.03%	2.73%	687.51	
		501~1,000 次	32	895.43	0.01%	1.64%	414.66	
		>1,000 次	20	1,702.23	0.01%	3.12%	384.68	
		合计	222,629	54,473.27	100.00%	100.00%	348.93	
	2023 年	1~100 次	208,915	33,484.30	99.58%	79.06%	269.29	
		101~300 次	780	5,820.14	0.37%	13.74%	504.17	
		301~500 次	45	965.42	0.02%	2.28%	567.63	
		501~1,000 次	32	814.85	0.02%	1.92%	383.98	
		>1,000 次	16	1,267.53	0.01%	2.99%	416.64	
		合计	209,788	42,352.24	100.00%	100.00%	296.68	
	嘉立创- 外贸	2025 年	1~100 次	75,037	53,824.90	99.86%	94.34%	1,432.85
			101~150 次	78	1,861.22	0.10%	3.26%	1,976.86

业务线	时间	购买次数	顾客数	金额	顾客数占比	金额占比	单笔订单金额	
PCBA		151~200 次	11	213.71	0.01%	0.37%	1,169.76	
		201~300 次	11	590.20	0.01%	1.03%	2,323.62	
		>300 次	2	563.56	<0.01%	0.99%	2,134.72	
		合计	75,139	57,053.59	100.00%	100.00%	1,455.19	
	2024 年	1~100 次	57,932	33,827.86	99.88%	94.49%	1,172.33	
		101~150 次	51	781.35	0.09%	2.18%	1,263.91	
		151~200 次	10	275.33	0.02%	0.77%	1,576.00	
		201~300 次	7	243.18	0.01%	0.68%	1,509.52	
		>300 次	4	672.79	0.01%	1.88%	1,898.91	
		合计	58,004	35,800.51	100.00%	100.00%	1,186.88	
	2023 年	1~100 次	48,642	20,115.97	99.89%	94.12%	883.17	
		101~150 次	36	485.43	0.07%	2.27%	1,158.54	
		151~200 次	8	154.92	0.02%	0.72%	1,121.79	
		201~300 次	4	160.93	0.01%	0.75%	1,721.13	
		>300 次	4	454.67	0.01%	2.13%	1,550.71	
		合计	48,694	21,371.91	100.00%	100.00%	900.97	
	立创电子-外贸元器件	2025 年	1-100 次	36,041	34,917.61	99.76%	77.93%	3,167.30
			101-150 次	49	3,886.45	0.14%	8.67%	6,550.56
151-300 次			30	4,174.48	0.08%	9.32%	7,322.36	
>300 次			8	1,828.77	0.02%	4.08%	4,766.15	
合计			36,128	44,807.31	100.00%	100.00%	3,564.20	
2024 年		1-100 次	31,960	25,912.03	99.83%	82.85%	2,802.18	
		101-150 次	27	1,968.08	0.08%	6.29%	6,408.61	
		151-300 次	23	2,511.43	0.07%	8.03%	5,666.58	
		>300 次	6	882.44	0.02%	2.82%	2,735.41	
		合计	32,016	31,273.99	100.00%	100.00%	3,030.43	
2023 年		1-100 次	30,074	27,276.91	99.87%	87.47%	3,205.01	
		101-150 次	24	1,849.64	0.08%	5.93%	6,190.23	
		151-300 次	10	1,148.17	0.03%	3.68%	5,989.38	
		>300 次	4	908.61	0.01%	2.91%	3,377.75	
		合计	30,112	31,183.33	100.00%	100.00%	3,363.83	

(二) 部分顾客购买频率较高的原因和合理性

报告期内，公司各业务线内销顾客年购买次数主要集中在 100 次以内，年购买次数超过 100 次的顾客数量占比均低于 3%，PCBA 和电子元器件相关占比低于 1%，占比较低且各层次占比随着购买次数增加而下降。

报告期内，公司各业务线外贸顾客年购买次数主要集中在 100 次以内，年购买次数超过 100 次的顾客数量占比均低于 1%，占比较低且各层次占比随着购买次数增加而下降。

报告期内，部分顾客年购买次数较多，主要原因为：公司面向 PCB、电子元器件、PCBA 等电子产业链产品的样品试制、小批量生产过程中的长尾需求，主要通过线上渠道提供便捷下单服务，用户类型主要为电子产业、机械产业工程师、科研院所群体，产品应用广泛覆盖工业控制、消费电子、网络通信等各领域，存在交易零散、频繁且单笔交易金额较小的特点。年购买次数超过 100 次的顾客平均单笔购买金额较小，与其他顾客不存在显著差异，产品主要用于样品试制和小批量生产，使用周期较短，电子类产品的更新迭代速度较快，相应的研发设计改进的需求较多，例如，工业自动化控制行业中电气部件产品需要结合电子元器件更新迭代和物料价格、下游对于产品性能和参数要求等情况持续进行产品研发和测试，需要频繁少量采购 PCB、电子元器件、PCBA 等产品，购买频率较高具有合理性。

（三）相关下单金额分布的合理性

报告期内，公司内贸顾客各层次购买金额占比随着购买次数增加而下降；嘉立创 PCB 内销顾客年购买次数在 100 次以上对应金额占比分别为 57.25%、59.06%和 60.16%，PCBA 内销顾客年购买次数在 100 次以上对应金额占比分别为 12.39%、15.84%和 18.96%，立创电子元器件内销顾客年购买次数在 100 次以上对应金额占比分别为 26.12%、33.21%和 35.80%，呈小幅上升趋势，主要系公司电子产业链产品和服务增加，客户黏性增强所致。报告期内，PCBA 内销顾客年购买次数在 100 次以上对应金额占比低于 PCB 业务，主要原因为公司 PCB 业务发展时间较长，客户数量更大，客户基础相对更好，此外，PCB 产品为 PCBA 产品的上游，且 PCB 产品生产复杂度远高于 PCBA 产品，部分客户选择购买 PCB 后自行贴装元器件，使得 PCBA 业务的高频次客户数量和金额占比

相对更少。

报告期内，公司外贸顾客各层次购买金额占比随着购买次数增加而下降；嘉立创 PCB 外贸顾客年购买次数在 100 次以上对应金额占比分别为 20.94%、22.37%和 23.21%，PCBA 外贸顾客年购买次数在 100 次以上对应金额占比分别为 5.88%、5.51%和 5.66%，总体保持稳定；立创电子元器件外贸顾客年购买次数在 100 次以上对应金额占比分别为 12.53%、17.15%和 22.07%，随着市场需求回暖，高频次客户数量持续增加，使得对应金额占比提升。

报告期内，顾客年购买次数在 100 次以上对应金额占比高于顾客数占比，主要系购买次数较多使得金额累计较大，下单金额分布具有合理性。

四、发行人客户流量来源是否可进一步划分为公域流量和私域流量，如是，请说明划分标准、报告期各期收入来源于私域流量和公域流量的金额及占比，分析波动原因及合理性；获客成本先降后升的原因及合理性，是否符合行业惯例

（一）发行人客户流量来源是否可进一步划分为公域流量和私域流量，如是，请说明划分标准、报告期各期收入来源于私域流量和公域流量的金额及占比，分析波动原因及合理性

现行有效法律法规或相关国家标准中暂未对“私域流量”进行定义。私域流量是相对于公域流量的概念，就发行人所处行业一般惯例而言，“私域流量”是指企业或者个人拥有的可以自行支配（即可以反复触达用户，以发放产品推销信息和优惠信息）的流量，即直接向目标受众群体获取的客户流量。

报告期内，在业务开展过程中，公司存在通过搜索引擎网站推广和通过拥有的可以自行支配的自有网站、APP 等直接向目标受众群体获取客户流量的情形，将客户引流至公司自营官网时，公司无法区分客户是否属于自然流量客户或推广引流客户。公司根据客户下单平台区分公域流量和私域流量，将来源于自营官网渠道的流量确定为私域流量，将来源于天猫、速卖通渠道的流量确定为公域流量。

公司根据客户下单平台区分公域流量和私域流量，报告期内，公司线上销售收入中来源于私域流量和公域流量的金额及占比情况如下：

单位：万元

来源	渠道	2025年		2024年		2023年	
		销售金额	收入占比	销售金额	收入占比	销售金额	收入占比
私域	嘉立创自营官网	591,932.26	62.93%	449,670.47	61.75%	346,311.29	56.35%
	立创自营官网	336,877.67	35.81%	264,275.75	36.29%	253,769.10	41.29%
	中信华官网	10,550.65	1.12%	13,393.26	1.84%	13,872.47	2.26%
	小计	939,360.58	99.87%	727,339.48	99.88%	613,952.86	99.90%
公域	天猫	1,258.41	0.13%	845.56	0.12%	586.49	0.10%
	速卖通	6.02	<0.01%	8.05	<0.01%	6.64	<0.01%
	小计	1,264.43	0.13%	853.61	0.12%	593.13	0.10%
合计		940,625.01	100.00%	728,193.09	100.00%	614,545.99	100.00%

公司主要通过自建的下单网站向客户提供产品和服务，报告期内，公司线上销售收入中来源于私域流量的收入分别为 613,952.86 万元、727,339.48 万元和 939,360.58 万元，增长原因为公司用户数量、订单数量保持增长，占线上销售收入比例分别为 99.90%、99.88%和 99.87%，基本保持稳定；来源于公域流量的收入分别为 593.13 万元、853.61 万元和 1,264.43 万元，占线上销售收入比例分别为 0.10%、0.12%和 0.13%，金额和占比较小。

（二）2022 年-2024 年获客成本先降后升的原因及合理性，是否符合行业惯例

1、获客成本波动的原因及合理性

2022 年-2025 年，公司线上销售的获客成本及变动情况如下：

单位：元/个

主体	项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度		2022 年度
		获客成本	变动比例	获客成本	变动比例	获客成本	变动比例	获客成本
嘉立创	内贸	19.21	-11.64%	21.74	10.52%	19.67	-23.43%	25.69
	外贸	86.68	14.70%	75.57	34.59%	56.15	-37.15%	89.34
立创	内贸	37.47	-35.60%	58.18	18.28%	49.19	-7.92%	53.42
	外贸	149.80	-45.82%	276.47	13.60%	243.37	-13.63%	281.76

（1）嘉立创内贸

2022 年-2025 年，嘉立创内贸的获客成本为 25.69 元/个、19.67 元/个、

21.74 元/个和 19.21 元/个，嘉立创内贸的推广费用构成情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度		2022 年度
	金额	变动比例	金额	变动比例	金额	变动比例	金额
线上渠道	1,839.01	52.57%	1,205.37	40.57%	857.47	-9.01%	942.36
搜索引擎推广	1,184.17	46.82%	806.56	16.38%	693.04	12.92%	613.74
网站广告投放	447.21	67.10%	267.62	693.52%	33.73	-80.73%	175.04
自媒体营销	207.63	58.27%	131.18	0.37%	130.70	-14.90%	153.59
线下渠道	821.75	48.44%	553.61	90.58%	290.49	105.86%	141.11
合计	2,660.76	51.27%	1,758.98	53.23%	1,147.96	5.95%	1,083.47

2023 年，嘉立创内贸获客成本有所下降，一方面是公司优化了线上渠道的投放策略，削减了在网站广告上的投入；另一方面是公司 EDA 及机械产业链等业务的快速发展，不断吸引注册用户数量的增长；2024 年，公司为加大 3D 打印、CNC、FA 等业务的宣传力度，大幅增加了网站广告投放及线下展会等推广力度，使得推广费用和获客成本增加。2025 年，公司继续加大推广费用投入，随着 EDA、机械产业链产品服务的深入，注册用户快速增长。总体而言，报告期内，嘉立创内贸的获客成本变动相对较小。

（2）嘉立创外贸

2022 年-2025 年，嘉立创外贸获客成本分别为 89.34 元/个、56.15 元/个、75.57 元/个和 86.68 元/个，2023 年获客成本大幅下降，主要系公司通过自媒体营销渠道，以固定价格产出了 2 个播放量超千万的爆款视频，通过较低成本为公司带来较大流量，大幅降低了嘉立创外贸的获客成本。报告期内，嘉立创外贸获客成本持续上涨，主要原因为公司加大了 3D、CNC、FA 等新业务线的推广力度，使得推广费用和获客成本增加。

（3）立创内贸

2022 年-2025 年，立创内贸获客成本分别为 53.42 元/个、49.19 元/个、58.18 元/个和 37.47 元/个，立创内贸的推广费用构成情况如下：

单位：万元、元/个

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度		2022 年度
	金额	变动比例	金额	变动比例	金额	变动比例	金额
线上渠道	820.43	-5.37%	867.01	3.41%	838.42	-4.33%	876.40
其中：搜索引擎推广	797.12	-5.90%	847.11	3.97%	814.79	-0.66%	820.18
线下渠道	316.84	12.10%	282.64	73.78%	162.64	-16.30%	194.32
合计	1,137.27	-1.08%	1,149.65	14.84%	1,001.06	-6.51%	1,070.72
线上渠道获客成本	27.03	-38.39%	43.88	6.50%	41.20	-5.79%	43.73

立创内贸线下渠道包括行业展会及促销活动等，主要目的为品牌宣传及促销，对新顾客注册的作用有限；立创内贸线上渠道以搜索引擎推广为主，2022 年-2024 年线上渠道获客成本分别为 43.73 元/个、41.20 元/个、43.88 元/个，基本稳定。2025 年度，获客成本下降幅度较大，主要是公司于当年优化访客搜索功能，访客注册为用户后可提升搜索体验，推动注册顾客数增加，导致获客成本下降。

（4）立创外贸

2022 年-2025 年，立创外贸获客成本分别为 281.76 元/个、243.37 元/个、276.47 元/个和 149.80 元/个，立创外贸的推广费用构成情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度		2022 年度
	金额	变动比例	金额	变动比例	金额	变动比例	金额
线上渠道	270.58	-28.94%	380.78	33.59%	285.03	-34.49%	435.11
线下渠道	38.80	31.89%	29.42	-	-	-	-
合计	309.38	-24.58%	410.20	43.91%	285.03	-34.49%	435.11

立创外贸以线上渠道推广为主，2023 年，在市场需求放缓的情形下，公司主动收缩了推广费用，大幅削减了网站广告投放的投入，并相应减少了在搜索引擎推广上的非核心关键词的支出，当年新增注册用户和获客成本均同步下降。2024 年，随着市场逐步回暖，立创外贸加大了推广投入，新增注册用户增加的同时获客成本亦随之提升。2025 年，立创外贸获客成本下降，主要原因为优化了谷歌渠道推广策略，向“优化自身网站内容，促使加大推荐”的营销模式转变，当期未产生谷歌渠道推广费用，节约了整体推广费用，使得获客成本大幅下降。

2、是否符合行业惯例

经查询公开信息，公司 PCB、元器件及 PCBA 业务的同行业可比公司，未披露其 2022 年-2025 年的获客成本及变动情况。

五、结合 PCBA 业务对应的 PCB 销售面积、元器件数量、价格变动趋势、焊点数、行业趋势等，进一步披露线上境内 PCBA 业务订单单价逐年上升的原因及合理性，定价策略和定价依据是否与同行业可比公司存在较大差异

（一）结合 PCBA 业务对应的 PCB 销售面积、元器件数量、价格变动趋势、焊点数、行业趋势等，进一步披露线上境内 PCBA 业务订单单价逐年上升的原因及合理性

报告期内，公司线上境内 PCBA 业务对应的 PCB 销售面积、元器件数量、价格变动趋势、焊点数及变动情况如下：

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度
	金额/数量	变动比例	金额/数量	变动比例	金额/数量
销售金额（万元）	125,812.50	45.55%	86,439.51	52.05%	56,849.45
订单数量（万笔）	95.26	21.97%	78.10	31.22%	59.52
订单单价（元/笔）	1,320.73	19.33%	1,106.78	15.88%	955.13
PCB 销售面积（万平方米）	44.34	27.31%	34.83	46.95%	23.70
平均 PCB 销售面积（平方米/笔）	0.47	4.38%	0.45	11.99%	0.40
贴片元器件数量（万个）	564,628.10	38.19%	408,595.12	59.59%	256,034.57
平均贴片元器件数量（个/笔）	5,927.23	13.29%	5,231.69	21.62%	4,301.66
焊点数（万个）	1,636,362.42	51.10%	1,082,995.89	54.43%	701,272.40
平均焊点数（个/笔）	17,177.85	23.88%	13,866.78	17.69%	11,782.13

报告期内，公司 PCBA 业务收入由贴片元器件收入和加工费等收入构成，线上境内 PCBA 业务订单单价分别为 955.13 元/笔、1,106.78 元/笔和 1,320.73 元/笔，呈上升趋势，主要原因为：

1、PCBA 单笔订单对应的 PCB 销售面积提升

报告期内，公司线上境内 PCBA 单笔订单对应的 PCB 销售面积分别为 0.40

平方米每笔、0.45 平方米每笔和 0.47 平方米每笔，呈上升趋势，相应提升了焊点数和贴片元器件数量，促进 PCBA 订单单价上升。

2、PCBA 业务支持贴片的元器件数量快速增长，促进贴片元器件数量和焊点数增长

报告期内，公司不断扩充 PCBA 贴片元器件库的种类，报告期各期末，公司 PCBA 业务支持贴片的元器件 SKU 数量分别为 409.13 万个、686.41 万个和 708.29 万个，2024 年和 2025 年同比增长 67.77%和 3.19%，客户可选元器件增加，有利于提升 PCBA 订单的贴片元器件数量和焊点数。

报告期内，公司线上境内 PCBA 业务平均贴片元器件数量分别为 4,301.66 个/笔、5,231.69 个/笔和 5,927.23 个/笔，平均焊点数分别为 11,782.13 个/笔、13,866.78 个/笔和 17,177.85 个/笔，均呈上涨趋势，推动 PCBA 订单单价上升。

3、产能扩充可满足更多客户需求

报告期内，公司持续扩充 PCBA 业务产能以满足旺盛的市场需求，各期 PCBA 产能分别为 886,721.09 万点、1,444,622.07 万点和 2,031,131.97 万点，2024 年和 2025 年，公司以焊点数计算的 PCBA 产能同比增幅分别为 62.92%和 40.60%，快速提升公司订单承接能力。同时，为满足客户数量增长带来的多样化需求，公司拓展 PCBA 业务的可选元器件库，推出手工插件、定制化贴片等全新服务，使得客户拥有更多下单选择。

4、产品结构持续优化

公司 PCBA 业务可划分为单面贴装和双面贴装，单面贴装仅对 PCB 单面进行贴片，主要面向样板需求，单个订单数量上限为 50 片 PCB，最小尺寸 10*10mm；双面贴装可对 PCB 双面进行贴片，相同 PCB 面积下焊点数和贴片元器件数量更多，且对贴片数量无限制，可满足样板及批量生产需求，最小尺寸为 70*70mm，并可添加定制化需求。

报告期内，公司线上境内 PCBA 业务按贴片类型的情况如下：

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	双面贴装	单面贴装	双面贴装	单面贴装	双面贴装	单面贴装
销售金额（万元）	107,367.16	18,445.34	69,214.20	17,225.31	42,117.55	14,731.91
销售金额占比	85.34%	14.66%	80.07%	19.93%	74.09%	25.91%
订单单价（元/笔）	1,906.17	406.26	1,606.49	384.52	1,542.08	388.89
PCB 销售面积（万平方米）	38.60	5.74	29.05	5.78	18.52	5.18
平均 PCB 销售面积（平方米/笔）	0.69	0.13	0.67	0.13	0.68	0.14
贴片元器件数量（万个）	508,707.87	55,920.23	353,255.29	55,339.82	207,543.33	48,491.23
平均贴片元器件数量（个/笔）	9,031.49	1,231.65	8,199.20	1,235.34	7,598.92	1,280.06
焊点数（万个）	1,485,516.20	150,846.22	939,692.53	143,303.36	572,430.34	128,842.05
平均焊点数（个/笔）	26,373.54	3,322.41	21,810.66	3,198.94	20,958.78	3,401.14

双面贴装订单的平均订单 PCB 面积、元器件数量及焊点数均明显高于单面贴装订单。报告期内，公司线上境内 PCBA 业务双面贴装订单单价分别为 1,542.08 元/笔、1,606.49 元/笔和 1,906.17 元/笔，单价随着贴片元器件数量和焊点数上升；双面贴装的销售金额占比分别为 74.09%、80.07%和 85.34%，报告期内占比持续提升，促进 PCBA 订单单价上升。

5、价格变动趋势和行业趋势

报告期内，公司线上境内 PCBA 业务贴片元器件单价分别为 0.11 元/个、0.10 元/个和 0.11 元/个，单个焊点加工费分别为 0.04 元/个焊点、0.04 元/个焊点和 0.04 元/个焊点，整体保持稳定。

根据 New Venture Research 的报告显示，2016 年至 2021 年，全球 EMS 行业市场规模从 3,292 亿美元增长至 6,827 亿美元，年均复合增长率约为 15.71%，总体呈稳定增长态势。随着电子产品的更迭换代与技术创新步伐的加快，EMS 行业市场规模将持续稳步增长，预计 2026 年全球 EMS 市场规模有望达到 9,465 亿美元，2021-2026 年复合增长率约为 6.75%。

综上所述，公司线上境内 PCBA 业务订单单价逐年上涨，主要系公司持续加大对 PCBA 业务的投入，加速扩充产能与贴片元器件库的种类及数量，带动产品结构持续优化，订单单价的上涨具有合理性。

（二）定价策略和定价依据是否与同行业可比公司存在较大差异

同行业可比公司 PCBA 业务的定价策略及定价依据情况如下：

序号	公司名称	定价策略及定价依据
1	雅葆轩	公司产品售价主要采取成本加成的定价方式，在综合考虑材料成本、生产成本、市场竞争、供需关系、客户类型等因素后，通过询价、谈判、投标等方式确定交易价格
2	一博科技	对于 PCBA 制造服务，公司主要考虑单个 PCBA 项目的出货批量、SMT 焊点数、物料型号要求、加工工艺要求、交付紧急程度等，对客户提出报价
3	金百泽	未披露
4	嘉立创	公司主要依据材料及加工成本，包括物料型号、焊点数及工艺要求等，并结合市场竞争、供需关系、客户需求、交付紧急程度等因素确定交易定价

报告期内，公司 PCBA 业务的定价策略与定价依据与同行业可比公司基本一致，不存在较大差异。

六、中介机构核查意见

（一）核查程序

1、获取发行人报告期内注册用户、付费用户分布情况，以及新增和退出用

户的交易数据，结合发行人业务发展情况，分析用户数量变动原因；获取最近三年连续向发行人购买产品的客户交易数据，分析报告期内的变动情况；

2、访谈发行人各个业务线负责人，查询公开资料及行业报告，了解发行人产品定位和特点、客户画像、购买场景以及各业务线的市场竞争格局；获取各业务线客户的行为特征指标，结合各业务线报告期内的的发展情况，分析 PCB 订单转化率高于 PCBA 和元器件业务的原因、各类业务订单转化率波动的原因。

3、获取发行人购买频次 101 次以上的顾客交易明细，分析高购买频次顾客群体所属行业、购买习惯及行为特征等，核查相关数据的合理性，针对购频异常高的顾客抽样进行电话回访，进一步验证合理性；

4、了解发行人对公域流量及私域流量的划分标准，获取按公域、私域划分的销售金额及占比；访谈发行人营销负责人，了解发行人的推广及投放策略，获取发行人报告期内的推广费用明细和新增客户的注册数量，结合各业务的发展情况，分析获客成本的变动原因及合理性；

5、了解发行人 PCBA 业务的产品结构、定价策略和定价依据，获取报告期内发行人 PCBA 业务的销售明细、贴片元器件库的种类和数量、产能变动情况，分析订单单价上涨的原因及合理性，查询同行业可比公司的定价策略及定价依据，比对是否存在较大差异。

（二）核查意见

经核查，保荐人、申报会计师认为：

1、报告期内，发行人注册用户和付费用户持续增长，主要驱动因素系公司产品和服务的种类持续增加、供应能力的持续提升，具有合理性。

2、发行人 PCB 业务订单转化率高于 PCBA 业务和元器件业务，主要系访客数量、客户画像、购买特征及行业竞争格局导致。报告期内，各类业务订单转化率波动主要原因为发行人新业务线的快速拓展及市场行情的变动，具有合理性。

3、报告期内，部分顾客购买频率较高，主要系发行人产品主要用于样品试制和小批量生产阶段，使用周期较短，购买频率较高具有合理性；报告期内，各层次下单频次的顾客购买金额占比随着购买次数增加而下降，顾客年购买次数在

100 次以上对应金额占比高于顾客数占比，主要系购买次数较多使得金额累计较大，下单金额分布具有合理性。

4、发行人根据客户下单平台区分公域流量和私域流量，报告期各期，发行人收入主要来源于私域流量，整体变动不大。发行人获客成本先降后升主要系发行人结合业务线发展情况和市场环境，调整了推广策略和投入导致，具有合理性，同行业可比公司未披露获客成本变动情况。

5、发行人线上境内 PCBA 业务订单单价逐年上升的主要原因为发行人持续加大对 PCBA 业务的投入，加速扩充产能与贴片元器件库的种类及数量，带动产品结构持续优化，订单单价的上涨具有合理性，发行人定价策略和定价依据与同行业公司基本一致，不存在较大差异。

问题 6. 关于信息系统

申报材料及审核问询回复显示：

(1) 发行人使用自研 ERP 系统和外购金蝶财务系统，ERP 系统主要与金蝶财务系统、第三方（物流、支付、结算）公司开放的数据入口通过接口进行数据交互。数据接口根据预设规则定期自动进行数据传输。

(2) 发行人 ERP 系统通过物流信息模块对接第三方物流商数据接口，自动获取并生产物流单据，将物流各项数据进行储存。中介机构通过快递信息查询的第三方平台猪猪云和 51 Tracking 对发行各期末系统中记录的物流单号进行批量查询。

请发行人披露：

(1) 数据管理和数据安全相关的具体控制措施，包括但不限于应用层数据录入、与第三方数据连接、信息系统后台数据库管理等，数据录入、修订、存储的具体程序，信息系统是否完整记录数据修订情况及审批过程，信息系统的可靠性。

(2) 发行人自第三方物流商获取的物流信息，与中介机构从第三方平台猪猪云和 51 Tracking 所提供的运单信息是否存在重大差异；ERP 系统是否定期将相关物流信息与订单信息进行比对和检查，报告期内物流信息与销售订单信息是

否匹配，是否存在物流发出日期早于销售订单日期等异常情形。

请保荐人、申报会计师简要概括核查过程，并发表明确核查意见。

回复：

一、数据管理和数据安全相关的具体控制措施，包括但不限于应用层数据录入、与第三方数据连接、信息系统后台数据库管理等，数据录入、修订、存储的具体程序，信息系统是否完整记录数据修订情况及审批过程，信息系统的可靠性

(一)数据管理和数据安全相关的具体控制措施，包括但不限于应用层数据录入、与第三方数据连接、信息系统后台数据库管理等

1、应用层数据录入相关控制措施

公司主要信息系统包括自主开发的业务管理系统（以下简称“嘉立创 ERP 系统”、“立创 ERP 系统”）和金蝶财务系统（以下简称“金蝶云系统”），ERP 系统与金蝶云系统应用层数据录入主要发生在销售、售后、采购等业务流程中，相关系统设定数据录入后自动存储在相应系统的数据库。公司主要业务流程、系统应用层数据录入情况及控制措施如下：

(1) 销售业务

以嘉立创商城 PCB 业务为例，销售业务流程及对应数据录入相关控制措施如下：

流程	控制类型	业务描述	数据录入相关控制措施
顾客注册	自动控制	顾客在嘉立创官网通过手机号注册新顾客；新顾客注册后，嘉立创官网自动生成顾客编号。	顾客注册时，嘉立创 ERP 系统根据预设默认规则自动生成顾客编号。顾客编号不可修改。若顾客设置为企业顾客，系统强制必须填写公司名称，并补充相应资料。
价格设置	人工控制、自动控制	市场部门在线下向技术研发中心提出修改价格申请，技术研发中心在嘉立创官网“价格面板”界面修改官网相应工艺价格，保存后生效。	嘉立创 ERP 系统中销售价格只有特定人员且经过授权后才能执行创建、修改等操作，嘉立创 ERP 系统将自动保存历史价格修改记录。

流程	控制类型	业务描述	数据录入相关控制措施
顾客订单	自动控制	顾客在嘉立创官网 PCB 下单界面上传工程文件、选择工艺要求、物流配送方式和填写开票信息，嘉立创官网依据顾客所选工艺，系统自动计算预计价格。顾客点击提交订单，完成下单流程。	顾客必须上传工程文件、完成所有定制工艺选择，并完善物流配送方式、开票信息后方可提交订单，否则系统提示未选择工艺或未完整填写信息。顾客提交订单后，嘉立创 ERP 自动生成订单，订单自动编号，订单编号不可修改。
订单审核	自动控制、人工控制	嘉立创官网分析客户文件，依据工程文件是否异常、尺寸、PCB 板层数、是否有订单备注等，审核订单。若审核不通过，市场部门在嘉立创 ERP 订单管理中，人工复审未处理订单界面审核订单，与顾客沟通后修改订单内容。审核完毕后，确认订单。	嘉立创 ERP 系统设定默认审核标准，通过分析客户上传的工程文件，依据工程文件是否异常、尺寸、PCB 板层数、是否有订单备注等进行审核，自动审核完成后流转下一过程。若订单审核不通过，由市场部门通过沟通工具与顾客沟通，引导顾客修改并确认后提交，系统自动完成订单审核。对于修改内容市场部门可修改订单工艺信息，不可修改订单编号和开票信息等关键信息。
订单确认和付款	自动控制	订单审核后，嘉立创官网自动生成 PCB 订货合同，通知顾客再次确认订单和合同，并支付货款。支付货款后，完成下单流程提交工厂进行生产，嘉立创 ERP 系统根据订单的收款明细，自动生成收款单单据。	嘉立创 ERP 系统根据客户设定的各类参数内容自动计算相应订单金额。嘉立创 ERP 系统与网上银行、第三方支付工具等支付工具存在数据接口实时获取支付信息，顾客通过各类支付渠道进行支付后，嘉立创 ERP 系统根据订单的收款明细，自动生成收款单单据。收款单自动编号，不可修改。
销售出库	自动控制	工厂生产包装完毕后，发货部门在嘉立创 ERP 系统选择订单，打印发货单。然后发货部门打印并扫描物流单，提交给第三方物流商配送，完成发货流程。销售出库后，嘉立创 ERP 系统根据发货商品金额自动生成应收单单据。	销售出库后，发货单单据由嘉立创 ERP 系统自动生成、物流单据信息通过与第三方物流商数据接口获取；发货单、物流单等业务单据无法进行人工修改。嘉立创 ERP 系统根据发货商品金额自动生成应收单单据。销售出库单、应收单由嘉立创 ERP 系统自动生成，自动编号，不可修改。
销售开票	自动控制	顾客可自主选择发票方式，若发票为随货发票，工厂生产完毕后，将发票同产成品一并打包寄出。若发票为非随货发票，由财务部门单独将发票寄出。若顾客选择的发票类型为电子发票，销售出库后，顾客可自行登录嘉立创官网上下下载电子发票。	纸质发票的订单，由财务人员在嘉立创 ERP 系统选定订单后，ERP 系统通过接口自动将发票信息同步到开票系统，自动完成开票并打印发票。电子发票由嘉立创官网通过开票系统接口自动开具。

流程	控制类型	业务描述	数据录入相关控制措施
财务凭证	自动控制、人工控制	财务部门在嘉立创 ERP 系统业财模块点击凭证模板，业财模块自动分别从收款单、销售出库单和应收单生成收款凭证、成本凭证和收入凭证。业财模块自动按照业务线、期间等汇总收款凭证、成本凭证和收入凭证，生成汇总后的财务凭证。业财模块将财务凭证推送金蝶云系统，财务主管在金蝶云系统审核凭证。	嘉立创 ERP 系统内凭证由业财系统模块自动生成，自动编号，不可修改。嘉立创 ERP 系统业财模块自动定时按照业务线、期间等条件汇总金额，生成汇总后的财务凭证。金蝶云系统财务凭证由业财模块自动同步，由财务主管审核，原则上审核后不可修改。

(2) 售后业务

以嘉立创商城业务为例，售后业务流程及对应数据录入相关控制措施如下：

流程	控制类型	业务描述	数据录入相关控制措施
售后	自动控制、人工控制	PCB、PCBA 和钢网属高度定制生产业务。原则上订单开始生产加工后顾客不可取消订单。顾客收货后，若存在售后需求，顾客在嘉立创官网品质投诉页面选择订单，填写期望处理方式、问题描述和联系电话等信息后提交售后申请。市场部门在 ERP 系统售后处理列表处理售后申请。依据顾客问题描述和期望处理方式，市场部门可引导顾客执行寄回检验、退款、等价优惠券返还等处理方式。市场部门引导顾客将产成品寄回工厂检验，并在 ERP 系统生成返工记录。工厂收到顾客寄回产成品后，进行检验。检验完成后，工厂确认产品问题和责任归属。若是生产原因，市场部门与顾客联系，确认是否重新生产加工，或直接退款。若是顾客原因，市场部门引导顾客重新下单。	需要退款，市场部门在 ERP 模块填写退款单，需填写退货款金额、退运费金额和退款原因，市场部门主管审核退款单，审核后嘉立创 ERP 自动将退款金额退至顾客预收款余额账户中。退款单由 ERP 系统自动生成，自动编号。审核后不可修改。退款单审核通过后，系统自动将退款退至顾客预收款账户。
财务凭证	自动控制、人工控制	顾客退款完成后，ERP 系统业财模块自动生成预收款转出单。财务部门选择预收款转出单，生成凭证。ERP 业财模块自动汇总生成财务凭证，并自动同步到金蝶云系统，财务主管在金蝶云系统审核财务凭证。	预收款转出单由 ERP 系统自动生成，自动编号，不可修改。ERP 业财模块财务凭证自动生成，自动编号，不可修改。金蝶云系统凭证审核后不可修改。

(3) 采购业务

以嘉立创商城业务为例，采购业务流程及对应数据录入相关控制措施如下：

流程	控制类型	业务描述	数据录入相关控制措施
新增供应商	自动控制、人工控制	新增采购供应商由采购专员在嘉立创 ERP 系统采购模块中执行。采购专员线下获取供应商信息，根据获取的信息在采购模块中供应商管理模块填写供应商信息，保存提交后由财务部门应付会计进行审核，审核后供应商主数据生效。	新增供应商时，供应商编码在保存时由 ERP 系统自动生成，无法编辑。新增供应商录入信息需包含：供应商名称、供应商简称、联系人、社会信用统一代码、供应商类别等。除供应商编码不可修改外，供应商信息均可修改，人工修改后会重新触发审核，财务部应付会计审核后，修改信息生效。
新增物料	自动控制、人工控制	采购部门在嘉立创 ERP 系统物料信息管理模块新增物料信息，填写完毕后点击保存，保存后由财务部门审核，审核后生效。	填写物料信息时，ERP 系统强制要求需要输入存货大类、存货小类、物料名称、板材材质、规格等必要信息。保存时自动生成物料编码。修改物料：存货大类、存货小类、物料编码等核心信息不可以修改；名称、规格型号等辅助信息可进行修改。修改物料前，系统自动判断物料是否已使用，已使用的物料不可修改。对于采购部门维护的物料信息在 ERP 系统保存后自动跳转财务部门进行审核，审核完成后信息生效。
新增请购单	自动控制、人工控制	ERP 系统会模拟自动计算物料耗用及预计使用时间，当到达相应数据阈值时，系统自动触发板材采购并生成请购单，除板材以外的物料采购，由需求部门依据物料耗用情况，人工在 ERP 系统中新增请购单。请购单保存提交完毕后，流转至需求部门主管进行审核。审核后自动生成采购单。	ERP 系统要求请购单必须维护内容包括：申请仓库、费用所属部门、需到货日期等，并在系统中选择 SKU，填写申请数量。供应商可在 ERP 系统供应商模块填写物料报价信息，或由采购部门在 ERP 系统中填写物料报价。ERP 系统中请购单编号在保存时自动生成，不可修改。请购单审核后不可进行修改。
新增采购单	自动控制、人工控制	采购单会根据请购单基础数据自动填充请购单仓库、所属部门、SKU 和数量等信息，采购部门补充填写供应商及价格，保存后 ERP 自动生成待审核采购订单，提交采购主管审核。审核后自动生成已审核采购订单和采购合同，供应商在线上平台下载采购合同。	采购单自动从请购单获取并自动填充仓库、所属部门、SKU 和数量等信息，ERP 系统强制要求补充填写供应商及价格。ERP 系统强制限制采购单数量不允许超过请购单数据，录入超出提示错误。ERP 系统采购单编号自动生成，无法修改。ERP 系统采购单审核后不可修改。
采购入库	自动控制	采购到货时，仓储部门在 ERP 系统按对应采购单号点击物料入库，填写入库信息、输入库数量、送货日期、经手人等信息和上传送货单文件后提交入库。入库信息需经过仓库负责人审核，系统更新采购订单状态为已入库或部分入库。	ERP 系统设定采购入库单除数量外不可修改，其中仓储模块自动控制入库物料总数量不大于采购单数量。

流程	控制类型	业务描述	数据录入相关控制措施
采购发票核对	自动控制	采购部门通过线上线下完成供应商对账；并在收到供应商发票后，在 ERP 系统发票列表选择入库单，填写发票号码和金额，录入采购发票，并提交财务审核。审核后，ERP 系统中业财模块自动生成应付单。	ERP 系统自动控制录入的发票号码不允许重复，重复提示错误。采购发票列表由 ERP 系统自动生成，不可修改。应付单由 ERP 系统自动生成，自动编号，不可修改。
采购付款申请	自动控制、人工控制	采购部门在 ERP 系统供应商应付列表提交采购付款申请，并线上线下提交采购订单、采购对账单和采购发票给财务部门。财务部门专人审核采购付款申请，审核后提交出纳付款；付款完成后，系统自动生成付款单。	ERP 系统供应商应付列表金额自动匹配当月采购发票，不可修改。采购付款申请依据申请金额依次经财务部门、财务总监审核，审核后出纳付款。ERP 系统中付款单由系统自动生成，自动编号，不可修改。
财务凭证	自动控制、人工控制	采购入库单、采购发票自动生成入库凭证、应付凭证。业财模块自动生成财务凭证，并自动汇总凭证生成财务凭证。ERP 自动同步财务凭证至金蝶云系统。财务主管在金蝶云系统审核凭证。	入库凭证和应付凭证由 ERP 系统自动生成，自动编号，不可修改。金蝶云系统凭证必须经过必要的分级审核，审核后原则上不可修改。

2、与第三方数据连接相关控制措施

报告期内，为优化业务需求提升整体运营效率，公司通过 ERP 系统与网上银行、第三方支付平台、税务平台及物流信息服务商建立数据同步接口。接口功能主要用于同步收付款信息、发票信息、物流单号、物流状态及路由轨迹等关键数据。

上述数据接口由公司技术研发中心统一负责运维管理，所有涉及与外部第三方数据连接的新建、变更、中止等操作均纳入公司信息系统开发变更管理规范范畴。公司实施了严格的开发权限管控措施，对应用系统、数据库及服务器的访问权限进行适当限制，并严格区分正式环境与开发环境。所有开发内容在部署至正式生产环境前，均需经过必要测试后并经过有效授权批准方可执行。

在连接设置及异常处理方面，公司严格遵循第三方数据连接提供商提供的官方技术规范。技术研发中心对数据传输执行情况进行实时监测，一旦发生连接错误，将主动进行修复并评估其对业务的影响程度。同时，业务部门在日常操作中亦持续关注相关信息系统获取第三方数据的完整性与准确性，如发现异常，业务部门将协同技术研发中心组成专项应对小组，共同分析问题根源并推动解决，确

保数据交互的准确性与时效性。

3、信息系统后台数据库管理相关控制措施

公司关于信息系统后台数据库管理相关控制如下：

（1）信息科技治理规范

对于数据库数据安全、变更管理、访问逻辑与权限管理，公司制定了《数据安全总则》《变更管理程序》和《访问控制管理程序》制度；对数据库数据安全、变更、访问与权限控制等方面做出了规范。

（2）数据库物理安全

公司 ERP 系统数据库主要使用阿里云和亚马逊的云服务，由阿里云和亚马逊负责数据库物理安全。公司金蝶云星空系统数据库服务器委托深圳市互盟科技股份有限公司托管，由深圳市互盟科技股份有限公司负责服务器数据库物理安全。

（3）数据库访问控制

公司数据库云服务器特权账号由技术研发中心运维部门负责人持有，授权运维部门数据库运维日常数据库管理和维护。公司设置仅运维部门数据库运维人员有权限登陆和维护数据库，所使用账户权限遵从最小化原则且指定使用人，确保数据库不会出现未授权访问。

公司本地数据库登录和维护必须经过堡垒机，堡垒机账号授权及堡垒机内数据库访问授权须由需求人提交申请，审批通过后由数据库运维开通，确保数据库访问均经过授权。堡垒机记录所有数据库操作并保留日志文件，确保所有数据库访问均被记录。公司定期检查数据库访问记录，以发现未经授权的访问和操作，报告期内未出现未经授权的访问和操作。

（4）数据库变更控制

公司规定数据库变更应由需求人应向业务线组长或负责人申请，经过业务线组长或负责人审批后，提交技术研发中心运维部门负责人审批。审批通过后，交由数据库运维管理员执行。

数据库运维在阿里云或亚马逊云后台对 ERP 系统数据库变更数据库设置（新购数据库、数据库扩容、版本升级等），数据库实际变更由阿里云、亚马逊云云服务商执行，公司无需干预。

（5）数据库数据修改

公司规定业务数据修改和数据库表结构变更由需求人在系统中提交申请，由业务线组长和业务线负责人或指定审批人审批后，由运维部门执行数据库变更语句。数据库变更执行必须通过堡垒机登录数据库执行，堡垒机自动记录所有已执行的数据修改操作。

（6）数据库定期运维

公司设置阿里云系统和亚马逊云系统定期对数据库进行备份，并每年执行备份恢复测试，确保数据库备份可用。

4、其他数据管理与数据安全的控制措施

公司制定了信息系统和业务数据分级管理制度，完成业务数据敏感信息脱敏处理。公司每年聘请第三方公司对 ERP 系统进行国家信息安全等级保护三级认证，亦取得如 ISO/IEC 27001:2022, ISO/IEC 27701:2019 等管理认证，以充分保护数据库数据安全。

公司制定了数据库数据安全、数据库变更、权限控制、数据修改等制度，已采取措施确保数据库变更、权限授予和数据修改经过申请审批，确保数据库数据安全。

综上所述，报告期内，公司应用层数据录入、与第三方数据连接、信息系统后台数据库管理等与数据管理和数据安全相关的控制措施运行情况良好，不存在重大或重要缺陷。

（二）数据录入、修订、存储的具体程序，信息系统是否完整记录数据修订情况及审批过程，信息系统的可靠性

公司使用自主开发的 ERP 系统和金蝶云星空系统，在信息系统中进行数据录入及日常数据修订。公司各业务环节流转所涉及的数据在信息系统中存在控制并进行有效记录。

对于数据存储部分，公司依托于云平台数据库高可用方案，对数据进行多服务器存储，同时拥有数据库多重备份机制，对备份文件进行高可用多区域存储，关于信息系统的稳定性采用高可用架构，通过多服务以及多区域的部署来支撑系统的稳定。

数据录入、修订的具体程序参见本题回复之“（一）1（1）应用层数据录入相关控制措施”；业务及财务数据录入后即自动存储在信息系统的数据库中，数据存储的具体程序参见本题回复之“（一）1（3）信息系统后台数据库管理相关控制措施”。公司信息系统完整记录数据修订情况及审批过程，信息系统具有可靠性。

二、发行人自第三方物流商获取的物流信息，与中介机构从第三方平台猪猪云和 51 Tracking 所提供的运单信息是否存在重大差异；ERP 系统是否定期将相关物流信息与订单信息进行比对和检查，报告期内物流信息与销售订单信息是否匹配，是否存在物流发出日期早于销售订单日期等异常情形

（一）发行人自第三方物流商获取的物流信息，与中介机构从第三方平台猪猪云和 51 Tracking 所提供的运单信息是否存在重大差异

公司将自第三方物流商获取的物流信息与中介机构从第三方平台猪猪云和 51 Tracking 查询的运单信息进行匹配，匹配内容包括物流单号、发货时间、发货重量、路由信息等。结果如下：

时间	公司与中介机构记录一致的比例	公司与中介机构记录不一致的比例
2025 年	99.16%	0.84%
2024 年	99.49%	0.51%
2023 年	99.09%	0.91%

报告期内，公司与中介机构记录匹配率在 99%以上，存在少量不一致情形，主要系部分第三方物流信息服务商（猪猪云、51tracking）平台在获取官方第三

方物流服务商（如：顺丰）数据时，记录的路由时间节点存在差异情形，属于客观现象，具有合理性。

综上所述，发行人自第三方物流服务商获取的物流信息，与中介机构从第三方平台猪猪云和 51Tracking 所提供的运单信息不存在重大差异。

（二）ERP 系统是否定期将相关物流信息与订单信息进行比对和检查，报告期内物流信息与销售订单信息是否匹配，是否存在物流发出日期早于销售订单日期等异常情形

为确保物流信息的完整性和准确性，公司 ERP 系统设置快递对账功能，通过获取第三方物流公司账单，按对账期间定期导入至 ERP 系统。ERP 系统通过获取全量快递信息，逐笔比对快递公司、快递单号、快递产品类型、金额等关键数据进行对账。

对于未匹配成功的物流单，ERP 系统提示匹配失败，需人工进行手动调整后再次创建结算单据；匹配成功的单据由财务人员创建生成结算单，通过费用管控系统审核后，系统自动产生暂估单据及凭证。ERP 系统按照设定的结算日期，进行物流费用支付，确认费用、成本财务凭证。

报告期内，公司物流信息与销售订单信息相匹配，不存在物流发出日期早于销售订单日期等异常情形。

三、中介机构核查意见

（一）核查程序

1、获取发行人关于数据管理和数据安全相关的具体控制措施及制度文件，访谈 IT 负责人，了解业务流程中与数据录入、数据管理相关的控制环境、关键人工控制、信息系统一般控制及信息系统应用控制，测试公司关键控制的有效性，抽样执行控制运行有效性测试；

2、对公司调用物流公司数据接口使用、查询快递运费、时效、产出快递单号的逻辑代码进行核查，确认接口的有效性；查验发行人自第三方物流商获取的物流信息与中介机构从第三方平台查询的运单信息的匹配结果，确认匹配率和分析差异原因；获取发行人业务系统发货重量数据，与物流对账单信息进行比对分

析；抽取部分订单核验发货装箱视频，与业务系统数据进行比对；获取发行人业务系统订单日期与物流发货日期进行比较分析，识别是否存在物流发出日期早于销售订单日期等异常情形。

（二）核查意见

经核查，保荐人、申报会计师认为：

1、发行人已说明应用层数据录入、与第三方数据连接、信息系统后台数据库管理的具体控制措施，发行人使用自开发的 ERP 系统和金蝶云星空系统，在信息系统中进行数据录入及日常数据修订，能够完整记录数据修订情况及审批过程，发行人信息系统具有可靠性。

2、发行人自第三方物流商获取的物流信息，与中介机构从第三方平台猪猪云和 51 Tracking 所提供的运单信息之间不存在重大差异；发行人 ERP 系统将定期与第三方物流公司对账单进行匹配，报告期内，公司物流信息与销售订单信息相匹配，不存在物流发出日期早于销售订单日期等异常情形。

问题 7. 关于营业成本

申报材料及审核问询回复显示：

报告期内，发行人 PCB 产品原材料成本构成覆铜板占比分别为 60.04%、52.24% 和 48.95%，采购覆铜板平均价分别为 82.91 元/平方米、66.06 元/平方米和 64.03/平方米，低于同行业可比公司，主要原因是覆铜板采购类型差异，发行人主要采购通用覆铜板。

请发行人披露：

（1）结合供应商集中度、覆铜板采购的具体种类、采购策略及周期、产品主要参数、采购价格波动等，进一步披露覆铜板采购价格低于同行业可比公司的原因及合理性、采购价格的公允性。

（2）发行人主要产品的调价机制、价格传导机制及其实际效果，发行人应对覆铜板、铜等原材料价格波动的措施及其有效性，并完善相关风险提示。

请保荐人、申报会计师简要概括核查过程，并发表明确核查意见。

回复：

一、结合供应商集中度、覆铜板采购的具体种类、采购策略及周期、产品主要参数、采购价格波动等，进一步披露覆铜板采购价格低于同行业可比公司的原因及合理性、采购价格的公允性

（一）覆铜板采购价格对比

报告期内，公司与同行业可比公司采购覆铜板平均价格如下：

单位：元/平方米

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
发行人	67.71	64.03	66.06
金百泽	未披露	未披露	未披露
兴森科技	未披露	未披露	未披露
迅捷兴	未披露	未披露	未披露
四会富仕	未披露	未披露	未披露
强达电路	118.77	117.36	106.77

注：强达电路 2025 年度无公开披露数据，选取其 2025 年 1-9 月数据作为对比依据，下同。

覆铜板的主要构成材料包括基材和铜层，按照基材类型不同分为普通覆铜板和特殊覆铜板，其中普通覆铜板基材为环氧树脂，特殊覆铜板包括基材为聚四氟乙烯、金属或陶瓷等，特殊覆铜板价格远高于普通覆铜板。

覆铜板价格除受类型影响外，还受产品规格影响，一般以板厚、铜厚、TG 值（材料从玻璃态转变为高弹态时的临界温度，决定了材料在特定高温下的性能表现）等指标对覆铜板进一步划分不同规格，板厚与铜厚越厚、TG 值越高，覆铜板价格相应越高。受树脂和铜价波动影响，采购时点对覆铜板价格具有影响。

此外，不同供应商的覆铜板价格具有差异，品牌亦是重要影响因素之一。

报告期内，发行人覆铜板采购价格低于可比公司，由于金百泽、兴森科技、迅捷兴和四会富仕未披露报告期内覆铜板采购价格或具体情况，以下对发行人与强达电路覆铜板采购情况进行分析。

（二）供应商集中度

报告期内，公司覆铜板主要供应商和集中度情况如下：

单位：元/平方米

供应商名称	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	单价	占比	单价	占比	单价	占比
江西省宏瑞兴科技股份有限公司	60.84	30.92%	62.38	24.95%	63.08	0.85%
江西省航宇新材料集团	71.62	7.29%	60.53	23.46%	63.76	32.98%
广东建滔积层板销售有限公司	73.67	28.90%	70.50	22.47%	69.57	30.73%
金安国纪集团	61.99	18.78%	60.88	7.46%	73.04	1.76%
南亚电子集团	84.97	6.00%	76.90	4.95%	73.64	3.48%
合计	-	91.89%	-	83.29%	-	69.80%

报告期内，发行人向江西宏瑞兴、航宇新材、广东建滔、金安国纪和南亚电子等 5 家供应商采购覆铜板金额占覆铜板总采购金额比例分别为 69.80%、83.29% 和 91.89%。

报告期内，强达电路覆铜板主要供应商和集中度情况如下：

单位：元/平方米

供应商名称	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	单价	占比	单价	占比	单价	占比
广东建滔积层板销售有限公司	未披露	未披露	未披露	未披露	77.96	44.80%
广东生益科技股份有限公司	未披露	未披露	未披露	未披露	130.82	15.32%
台燿科技股份有限公司	未披露	未披露	未披露	未披露	155.49	10.07%
合计	未披露	未披露	未披露	未披露	-	70.19%

强达电路六层及以下 PCB 产品主要使用建滔积层板的覆铜板，八层及以上 PCB 产品主要使用生益科技和台燿科技的覆铜板，其部分客户指定使用生益科技和台燿科技的覆铜板，生益科技与台燿科技产品定位和价格高于建滔积层板。2023 年，强达电路向建滔积层板、生益科技和台燿科技等 3 家供应商采购覆铜板金额占覆铜板总采购金额比例为 70.19%。

2023 年，公司前五大覆铜板供应商集中度与强达电路前三大覆铜板供应商

集中度基本一致，公司相关集中度低于强达电路。

发行人对覆铜板性能要求相对适中，市场合格供应商相对较多，选择空间更大，且发行人采购规模较大，集中采购议价能力相对较强。

(三) 覆铜板采购的具体种类和参数

1、具体种类

报告期内，公司采购覆铜板的具体种类及价格如下：

单位：万元

类别	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
普通覆铜板	78,959.31	98.05%	64,086.42	98.54%	58,761.49	99.48%
特殊覆铜板	1,570.95	1.95%	952.11	1.46%	307.07	0.52%
合计	80,530.26	100.00%	65,038.53	100.00%	59,068.56	100.00%

报告期内，强达电路采购覆铜板的具体种类及价格如下：

单位：万元

类别	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
普通覆铜板	未披露	未披露	未披露	未披露	<10,186.89	<91.62%
特殊覆铜板	未披露	未披露	未披露	未披露	>932.55	>8.38%
合计	未披露	未披露	未披露	未披露	11,119.44	100.00%

强达电路主要向建滔积层板、生益科技和台燿科技等供应商采购覆铜板，占比超过 70%，未披露向其他供应商采购覆铜板的分类占比，汇总上述供应商特殊覆铜板采购占比可得强达电路 2023 年的特殊覆铜板采购占比不低于 8.38%，占比高于发行人，使得其覆铜板采购均价高于发行人。

2、主要参数

发行人与可比公司采购覆铜板主要参数如下：

公司	板厚	TG 值	铜厚
强达电路	1mm-1.99mm 为主	150°C-180°C 占比 40%左右	小于 3OZ 为主

公司	板厚	TG 值	铜厚
发行人	1.1mm-1.5mm 为主	135°C 以下为主	小于 30Z 为主

发行人采购的普通覆铜板 TG 值公司以中、低 TG 值（小于等于 135° C）为主，而强达电路中、高 TG 值（大于等于 150° C）覆铜板占比在 40%左右。不同 TG 值覆铜板生产所使用的基础材料、工艺复杂度和市场竞争激烈程度不同，中、低 TG 值厂商相对较多，竞争较为充分；高 TG 值覆铜板性能更好，更适用于多层板及高要求应用领域，生产工艺相对复杂，因此不同 TG 值覆铜板价格存在明显差异，属于行业规律，以 2025 年发行人采购价格为例，TG 值 135° C、和 170° C 覆铜板的采购价格差异超过 35%，因此，发行人普通覆铜板采购价格低于强达电路具有合理性。

（四）采购策略及周期

1、采购策略

报告期内，公司 PCB 产品以双面板为主，收入在 PCB 制造业务收入占比约为 70%-80%，主要满足中小客户小批量、多样化、快交付的长尾需求，单个客户采购金额较小，产品设计相对简单，超高层数、超高温、超短线宽线距、大电流等特殊需求相对较少。公司在保证原材料性能满足客户要求基础上，选择性价比较高的覆铜板型号、规格和厂商，帮助客户节约使用成本。此外，公司 PCB 销售规模相对较大，资金和信用情况良好，注重供应链动态优化，在采购中议价能力相对较强。同时，公司会根据上游铜价波动情况进行备货，选择相对低价时点增加备货规模。

同行业可比公司主要产品为多层板，且其客户交易规模相对较大，产品性能指标要求有所差异。报告期内，强达电路的覆铜板采用“以销定采”为采购基础原则，依据铜价走势，适当调整备货量，在铜价持续上涨的情形下，会适量的提前备货。

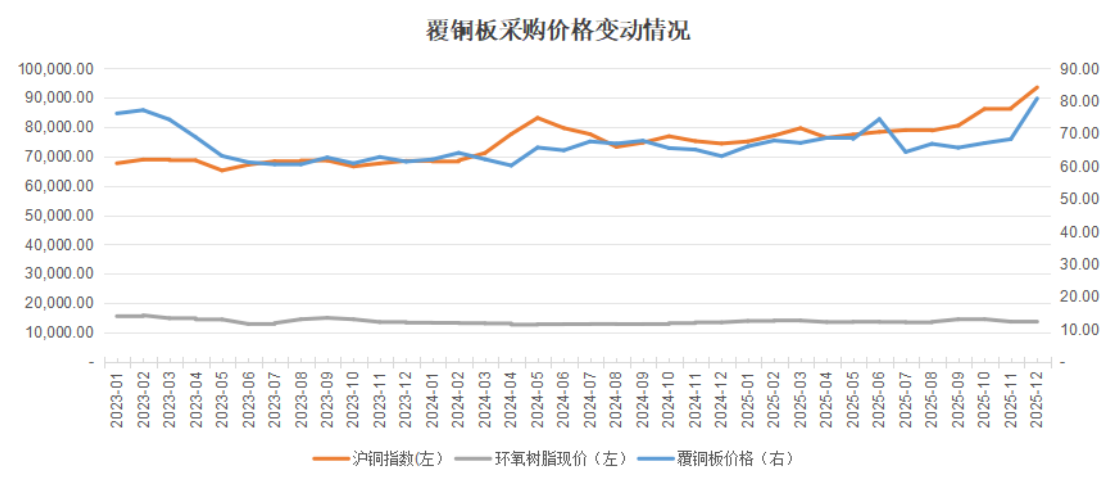
因此，因产品结构和客户需求存在差异，公司覆铜板采购策略与同行业可比公司存在差异，覆铜板采购价格低于可比公司具有合理性。

2、采购周期

公司采用以销定产、以产定购为主的采购策略，板材一般保有 1-2 个月的安全库存，采购周期一般为 30 天，强达电路的采购周期通常为 8-15 天。公司采购周期相对较长，单次采购数量相对较大，采购价格存在差异具有合理性。

（五）采购价格波动情况

报告期内，公司覆铜板采购价格变动情况如下：



2023 年，随着铜价回落和环氧树脂价格回落，覆铜板采购价格整体呈现下降后平稳态势；2024 年，铜价上涨和环氧树脂等其他材料价格下降综合影响下，覆铜板价格总体稳定；2025 年，随着铜价进一步上涨，覆铜板价格呈上升趋势。报告期内，覆铜板价格和沪铜指数走势总体具有一致性，部分期间走势存在差异的主要原因为覆铜板的原材料包括铜箔、环氧树脂和玻纤布，铜价仅为影响覆铜板价格的因素之一，树脂等其他材料价格呈下降趋势对覆铜板价格走势亦有影响，具有合理性。

2023 年，公司和强达电路覆铜板采购价格均出现明显下降，具有一致性；2024 年，强达电路覆铜板采购价格上升，公司提升了性价比较高的供应商采购比例，使得覆铜板采购价格略有下降；2025 年，公司和强达电路覆铜板采购价格均出现上升，具有一致性。

综上所述，因采购产品种类和参数、采购策略、采购周期不同，公司覆铜板主要供应商和集中度与同行业可比公司存在差异，公司覆铜板采购价格低于同行业可比公司具有合理性，采购价格波动与沪铜指数、环氧树脂价格波动总体具有

一致性，采购价格具有公允性。

二、发行人主要产品的调价机制、价格传导机制及其实际效果，发行人应对覆铜板、铜等原材料价格波动的措施及其有效性，并完善相关风险提示

（一）发行人主要产品的调价机制、价格传导机制及其实际效果，发行人应对覆铜板、铜等原材料价格波动的措施及其有效性

1、发行人主要产品的调价机制、价格传导机制及其实际效果

公司产品线上销售采取统一定价标准，线下销售与客户协商定价，调价机制和价格传导机制如下：

（1）线上销售

公司线上销售中，综合考虑原材料价格波动情况、产品销量和产能供应情况、产品利润率变动情况、同行业价格变动情况等因素综合确定产品定价和是否调价，当确定调价后，产品新价格能够实时反映在自建的下单网站上，价格传导较为顺畅。

（2）线下销售

公司与部分客户在协议中对于价格调整机制进行了明确约定，将根据原材料市场价格变化及时调整产品价格；其他部分客户虽未在协议中明确约定价格调整机制，但当原材料价格上升一定幅度时，发行人会综合考虑产品毛利率、原材料价格上升对公司经营的影响、与客户过往合作的情况等因素向客户提出调价申请，双方经协商确定最终的调价幅度及销售价格，通常以半年或一年为周期结合客户当前订单量和定价情况调整报价。

综上所述，公司原材料价格的波动整体上能够向客户进行传导，调价机制和价格传导机制有效。

2、发行人应对覆铜板、铜等原材料价格波动的措施及其有效性

（1）发行人应对覆铜板、铜等原材料价格波动的措施

发行人生产经营所用主要原材料为覆铜板和铜材，为有效应对原材料价格波

动风险，发行人建立了多层次应对机制：

1) 合理定价预留利润空间，执行与客户预先约定的产品定价及动态调价机制，实现原材料成本波动的合理传导；

2) 实施精细化库存管理策略，基于历史采购数据及市场趋势预判，动态调节备货规模，在保障生产连续性的同时，通过合理备货锁定成本；

3) 持续优化供应链体系，积极拓展具备价格优势及稳定供货能力的新供应商，通过批量采购及长期合作协议提升议价能力；

4) 通过产能升级及工艺改进提升板材利用率，依托规模化生产摊薄单位成本，增强成本控制能力。

(2) 发行人应对原材料价格波动风险措施的有效性

报告期内，公司覆铜板采购价格及 PCB 业务毛利率情况如下：

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度
	数值	变动幅度	数值	变动幅度	数值
沪铜指数平均收盘价格	80,860.69	7.68%	75,091.45	10.51%	67,948.87
采购均价（元/平方米）	67.71	5.75%	64.03	-3.07%	66.06
PCB 业务毛利率	28.09%	下降 2.04 个百分点	30.13%	1.40 个百分点	28.73%

在覆铜板、铜等原材料采购价格出现波动的情况下，通过前述应对措施，报告期内，PCB 业务毛利率总体较为稳定，公司应对原材料价格波动措施具有有效性。

(二) 进一步提示原材料价格波动风险

报告期内，公司主营业务成本主要由 PCB 业务及电子元器件业务成本构成，PCB 业务主要原材料包括覆铜板、铜球等，采购价格受相关大宗金属价格波动影响明显；电子元器件业务需采购各类主动元器件、被动元器件及电子模块等，受行业需求、原厂产能变化等因素的影响，采购价格亦会存在较大波动。前述两项主营业务涉及的原材料采购成本占公司主营业务成本的比例分别达 65.63%、

61.63%和 59.60%，占比较高，原材料价格波动对公司的主营业务成本以及毛利率存在较大影响。

报告期内，公司覆铜板、铜球和数字芯片、模拟芯片合计采购金额占原材料采购总额的比例分别为 52.87%、49.45%和 51.00%，系公司最主要的原材料。假设分别以覆铜板、铜球和数字芯片、模拟芯片的价格作为唯一变量，以报告期内公司财务数据为基础进行敏感性测试，若覆铜板和铜球采购价格上涨 10%，报告期内公司 PCB 业务的单位成本将分别上升 3.30%、3.26%和 3.17%，毛利率将分别下降 2.35 个百分点、2.28 个百分点和 2.28 个百分点；若数字芯片和模拟芯片采购价格上涨 10%，报告期内公司电子元器件业务的单位成本将分别上升 4.80%、4.52%和 4.92%，毛利率将分别下降 3.97 个百分点、3.66 个百分点和 3.94 个百分点。

如果未来公司主营业务涉及的原材料价格出现大幅上涨，而公司无法有效地将原材料价格上涨的压力向下游转移或通过技术工艺创新化解，将会对公司的经营业绩产生不利影响。同时，价格传导机制的有效性受产品调价周期与采购周期的时间差、市场竞争格局变化等客观因素影响，在极端市场波动或行业竞争加剧的特殊情况下，存在不能完全传导原材料价格波动的可能性，将会对公司的经营业绩产生不利影响。

三、中介机构核查意见

（一）核查程序

1、访谈发行人管理层，了解不同类型业务的采购模式、生产模式和销售模式，以及相关模式下的业务流程；

2、访谈发行人采购部门负责人，了解采购流程、采购策略、定价机制，并将主要原材料的采购单价与市场价格进行对比，分析价格差异原因，核查发行人原材料采购价格是否公允；

3、查阅同行业可比公司公开披露信息，比较发行人与同行业可比公司供应商集中度是否存在差异，并结合同行业可比公司业务情况、发行人自身业务特点分析差异原因；

4、访谈了发行人销售部分负责人，了解主要产品销售流程、调价机制、定价策略。

（二）核查意见

经核查，保荐人、申报会计师认为：

1、发行人覆铜板采购价格低于同行业可比公司具备合理性，采购价格具有公允性；

2、发行人应对覆铜板、铜等原材料价格波动的措施具备有效性，能够通过调价机制进行价格传导，合理应对原材料价格波动。

（以下无正文）

本页无正文，为深圳嘉立创科技集团股份有限公司《关于深圳嘉立创科技集团股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市申请文件的第二轮审核问询函之回复》之盖章页）

深圳嘉立创科技集团股份有限公司

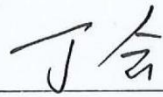


2026年4月29日

发行人董事长声明

本人已认真阅读《关于深圳嘉立创科技集团股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市申请文件的第二轮审核问询函之回复》的全部内容，确认审核问询函回复的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

发行人董事长：



丁 会

深圳嘉立创科技集团股份有限公司



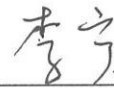
2026年4月29日

（本页无正文，为国泰海通证券股份有限公司《关于深圳嘉立创科技集团股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市申请文件的第二轮审核问询函之回复》之签章页）

保荐代表人：



许磊



李宁

国泰海通证券股份有限公司



2026年4月29日

保荐机构董事长声明

本人已认真阅读《关于深圳嘉立创科技集团股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市申请文件的审核问询函之回复》的全部内容，了解本问询函回复涉及问题的核查程序、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。

法定代表人（董事长）：



朱 健

国泰海通证券股份有限公司



2026 年 4 月 29 日

(本页无正文,为《广东信达律师事务所关于深圳嘉立创科技集团股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市的补充法律意见书(十五)》的签署页)



负责人:

李忠
李忠

经办律师:

董楚
董楚

孙冉冉

孙冉冉

陈佳民

陈佳民

麻云燕


麻云燕

2026年4月29日

(此页无正文，为深圳嘉立创科技集团股份有限公司容诚专字[2026]518Z0556号报告之签字盖章页。)



中国·北京

中国注册会计师: 杨敢林 
杨敢林(项目合伙人)

中国注册会计师: 蔡晓枫 
蔡晓枫

中国注册会计师: 林非 
林非

2026年 4月 29日