



关于深圳市乾德电子股份有限公司
申请首次公开发行股票并在创业板上市的
审核中心意见落实函
的回复

保荐机构（主承销商）



深圳市福田区福田街道福华一路 111 号

深圳证券交易所：

贵所于 2020 年 12 月 19 日出具的《关于深圳市乾德电子股份有限公司申请首次公开发行股票并在创业板上市的审核中心意见落实函》【审核函（2020）010972 号】（以下简称“《审核中心意见落实函》”）已收悉。

招商证券股份有限公司（以下简称“保荐人”或“保荐机构”）作为深圳市乾德电子股份有限公司（以下简称“发行人”、“公司”或“乾德电子”）首次公开发行股票并在创业板上市的保荐机构，已会同发行人、天健会计师事务所（以下简称“申报会计师”或“天健”）、北京市中伦律师事务所（以下简称“发行人律师”或“中伦”），就需要发行人及各相关中介机构做出书面说明和核查的有关问题逐项落实，并对招股说明书等申请文件进行了相应的修改、补充完善。现将《审核中心意见落实函》回复如下，请予审核。

发行人、保荐机构保证回复真实、准确、完整。

如无特别说明，本《审核中心意见落实函》回复使用的简称与《深圳市乾德电子股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书（申报稿）》中的释义相同。涉及招股说明书补充披露或修改的内容已在《招股说明书》中以楷体加粗方式列示。

黑体（加粗）	《审核中心意见落实函》所列问题
宋体（不加粗）	对《审核中心意见落实函》所列问题的回复
楷体（加粗）	涉及申请文件补充披露或修改的内容
楷体（不加粗）	对招股说明书内容的引用

在本《审核中心意见落实函》回复中，合计数与各分项数值相加之和若在尾数上存在差异，均为四舍五入所致。

目 录

目 录.....	3
1. 关于收入及毛利率下滑风险.....	4
2. 关于研发情况.....	26
3. 关于净利润变动趋势.....	37
4. 关于深圳君泽、启东乾朔.....	53

1. 关于收入及毛利率下滑风险

申报文件及问询回复显示：

(1) 报告期内，发行人主营业务毛利率高于同行业水平，净利润呈爆发式增长。

(2) 报告期各期发行人“三选三”卡座产品毛利率分别为 29.45%、39.92%、54.89%、46.30%，高于发行人综合毛利率水平。“三选三”卡座产品工艺较为简单。

(3) 2020 年 1-6 月，发行人对三星销售收入大幅下滑。

请发行人：

(1) 结合行业竞争情况，分析并披露发行人营业收入高速增长、高毛利率的趋势是否可持续，并在招股说明书中补充相关风险提示。

(2) 披露“三选三”卡座产品技术壁垒情况，该产品国内主要供应商情况，进一步分析该产品毛利率较高的合理性、未来的可持续性，并在招股说明书中补充相关风险提示。

(3) 结合 2020 年 1-11 月对三星销售情况，分析并披露 2020 年对三星销售收入大幅下滑的原因，主要客户业务模式是否发生重大变化，对全年业绩的影响情况，并进一步完善发行人对大客户依赖及客户发生重大不利变化的相关风险提示。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

(1) 结合行业竞争情况，分析并披露发行人营业收入高速增长、高毛利率的趋势是否可持续，并在招股说明书中补充相关风险提示。

一、发行人说明

(一) 行业竞争情况

在连接器领域，行业内主要竞争对手包括欧美系、日系、中国台湾系、中国

内地系四类。其中欧美系主要为以泰科电子(TE Connectivity)、莫仕 (Molex)、德尔福 (Delphi)、安费诺 (Amphenol) 为首的国际连接器制造企业，其凭借技术和规模优势在高端连接器市场占据领先地位，特别是在要求解决高速度、高可靠性、串扰和噪声等问题的航天、军工、汽车应用领域。

日系连接器生产企业主要有日本压着端子 (JST)、矢崎 (Yazaki)、广濑电机 (Hirose) 和日本航空电子 (JAE) 等，其在精密制造方面优势突出，在消费电子、医疗设备、仪器仪表等领域的连接器产品方面占有较高份额。

中国台湾系竞争对手主要为富士康、正崴精密。中国台湾电子工业非常发达，产业链条完整，打造了华硕、宏碁等国际知名电脑品牌，并且个人电脑及周边设备应用领域的连接器产品一直是中国台湾厂商的优势所在。经过长期的竞争，中国台湾连接器产业形成以富士康、正崴精密等少量寡头竞争的格局，这些行业寡头通过大规模生产建立成本优势，赢得了全球电脑连接器的主要份额。

在国内，发行人主要竞争对手为立讯精密、长盈精密、电连技术、得润电子以及徕木股份等上市企业。

发行人在连接器领域主要竞争对手介绍如下：

地域	名称	简介
欧美系	泰科电子 (TE Connectivity)	美国泰科电子公司 (Tyco) 是全球最大的连接器生产厂商，世界五百强企业。Tyco 于 1941 年在美国成立，产品涵盖电脑、通讯、网络、汽车、消费电子、工业用品及光电等领域，生产网点遍布全球各地。
	莫仕 (Molex)	美国莫仕公司 (Molex) 是世界第二大连接器生产厂商，于 1938 年在美国成立，在全球拥有总计 59 家生产厂，能生产超过 10 万种连接器产品。
	德尔福 (Delphi)	德尔福公司原为通用汽车公司的零部件子公司。1999 年 5 月 28 日，德尔福正式与通用汽车公司分离，成为一家完全独立的公司，德尔福生产的连接器产品主要用于汽车上。
	安费诺 (Amphenol)	安费诺公司通过合并收购笼络了全球很多顶尖的连接器厂家。美国企业。产品主要应用在军工，航空，航天，通信方面等领域。
日系	日本压着端子 (JST)	日本压着端子 (JST) 成立于 1957 年，主要产品应用于手机、个人电脑等领域，已在菲律宾、中国台湾、中国无锡等地设立了生产基地、研发中心和服务机构。

地域	名称	简介
	矢崎（Yazaki）	矢崎（Yazaki）成立于 1941 年，主要生产汽车用电线组件、各种仪表、仪器、空调、太阳能供暖器，汽车用电线组件的连接器和，其中，汽车连接器为其特长。
	广濑电机社（Hirose）	广濑电机株式会社（Hirose）主要生产数码相机，摄像机，笔记本，液晶显示器等精密连接器。
	日本航空电子（JAE）	日本航空电子（JAE）是日本航空电子工业株式会社的全称。英文全称为 Japan Aviation Electronics Industry, Limited 简称 JAE。初期主要生产日本军工产品用连接器，现主要生产电脑，通讯用连接器，在轨道交通等领域较有优势。
中国台湾	富士康	富士康科技集团是专业从事计算机、通讯、消费性电子等 3C 产品研发制造，广泛涉足数字内容、汽车零组件、通路、云运算服务及新能源、新材料开发应用的高新科技企业。2019 年位居《财富》全球企业 500 强第 23 位。
	正崴精密	正崴从 1986 年起以生产连接器及连接线产品起家。子公司分布于广东东莞、江苏昆山及上海、北京、天津等地。集团公司实力雄厚,管理完善，每年 30%的速度飞速成长,营销网点遍布中国香港、新加坡、马来西亚、美国、日本、芬兰等地。
中国大陆	立讯精密	立讯精密成立于 2004 年，该公司生产的连接器主要应用于 3C、汽车和通讯等领域。2010 年在深交所上市。
	长盈精密	长盈精密成立于 2001 年，该公司生产的连接器主要应用于移动通信终端和数码产品等领域。2010 年在深交所创业板上市。
	得润电子	得润电子成立于 2002 年 11 月，该公司生产的连接器主要应用在家电行业，并从事各种精密组件产品和精密模具的制造与销售，2006 年在深交所上市。
	电连技术	电连技术成立于 2006 年，专业从事微型电连接器及互连系统相关产品的技术研究、设计、制造和销售服务。2017 年在深交所创业板上市。
	徕木股份	徕木股份成立于 2003 年，该公司生产的连接器主要应用于移动通信终端，2016 年在上交所上市。

发行人是专业从事精密连接器的研发、设计、生产及销售的高端制造类企业。产品广泛应用于消费电子等领域，客户群体主要是 3C 产品厂商，包括苹果、三星、小米、VIVO、OPPO 等全球移动通信终端前六大品牌。一般情况下，相对医疗、军工、航天等领域的精密连接器，消费电子领域的连接器产品更新换代较快，产品周期较短，竞争较为激烈。报告期内，发行人生产的主要产品及直接竞争对手情况如下：

产品	行业内主要生产厂家	说明
BTB 产品	发行人、莫仕（MOLEX）、日本航空电子（JAE）、广濑电机（Hirose）、京瓷集团、电连技术、信维通信等。	受益于国产替代及发行人十多年的技术积累，报告期内发行人 BTB 产品已实现了稳定量产，收入增长较快。
卡类产品	发行人、安费诺（Amphenol）、富士康（FOXCONN）、长盈精密、昆山捷皇电子精密科技有限公司、昆山嘉华电子有限公司等。	目前“三选三”卡座方案对“三选二”卡座与单卡卡座组合方案的产品方案正在形成迭代趋势，发行人在“三选三”卡座产品方面具有较为明显的先发优势，率先实现了规模化生产，可以在保持产品稳定高品质的情况下有效控制生产成本，报告期内发行人“三选三”卡座产品收入增长较快。
Type-C 产品	发行人、日本航空电子（JAE）、富士康（FOXCONN）、正崧精密、广濑电机（Hirose）、立讯精密、长盈精密、胜蓝股份等。	近年来，Type-C 接口凭借良好性能及优点，逐步成为消费电子接口发展的重要方向，发行人顺应行业发展趋势，积极开展 Type-C 连接器的研发、生产、销售，报告期内发行人 Type-C 产品收入增长较快。
耳机类产品	发行人、长盈精密、昆山捷皇电子精密科技有限公司、昆山嘉华电子有限公司等。	随着 Type-C 接口的普及，在高端智能手机市场，耳机类连接器逐步被 Type-C 连接器所替代；在中低端手机市场，耳机连接器仍存在一定的市场空间。报告期内发行人耳机类产品的收入下滑较大。
其他类（WTB 类、电池类）	电池类：发行人、长盈精密、昆山捷皇电子精密科技有限公司、昆山嘉华电子有限公司等； WTB 类：发行人、日本压着端子（JST）等。	发行人的电池类连接器产品主要是向品牌手机厂商销售，报告期内收入有所增长；发行人的 WTB 类连接器专供于苹果下属的 BEATS 头戴式耳机。

（二）分析并披露发行人营业收入高速增长、高毛利率的趋势是否可持续，并在招股说明书中补充相关风险提示

1、报告期内发行人的营业收入、净利润及毛利率情况

报告期内，发行人取得的主要经营成果如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年
	金额	增长率	金额	增长率	金额	增长率	金额
营业收入	59,790.76	-4.75%	125,544.27	5.18%	119,357.63	16.64%	102,326.13

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年
	金额	增长率	金额	增长率	金额	增长率	金额
营业成本	35,954.39	-7.30%	77,570.22	-7.51%	83,872.80	16.91%	71,738.61
毛利额	23,836.37	-0.63%	47,974.04	35.20%	35,484.83	16.01%	30,587.52
期间费用（不含研发费用）	4,635.89	-26.69%	12,647.87	-6.30%	13,498.30	3.05%	13,098.18
研发费用	6,030.14	-11.84%	13,680.29	-4.89%	14,384.32	31.88%	10,906.75
营业利润	12,081.17	32.90%	18,181.10	208.53%	5,892.80	126.75%	2,598.82
净利润	10,108.30	23.24%	16,403.88	205.31%	5,372.87	113.77%	2,513.36
归属于母公司股东的净利润	10,108.30	23.24%	16,403.88	205.31%	5,372.87	113.77%	2,513.36
毛利率	39.87%	1.65%	38.21%	8.48%	29.73%	-0.16%	29.89%
期间费用（不含研发费用）占营业收入比例	7.75%	-2.32%	10.07%	-1.23%	11.31%	-1.49%	12.80%
研发费用占营业收入的比例	10.09%	-0.81%	10.90%	-1.15%	12.05%	1.39%	10.66%
净利润率	16.91%	3.84%	13.07%	8.56%	4.50%	2.05%	2.46%

注：2020年1-6月的增长率已年化处理（毛利率、期间费用占营业收入的比例、研发费用占营业收入的比例、净利润率除外）。

报告期内，公司营业收入分别为 102,326.13 万元、119,357.63 万元、125,544.27 万元及 59,790.76 万元，分别较上年同期增长 16.64%、5.18%及-4.75%（已年化处理），2017 年至 2019 年呈现出稳步增长的态势，2020 年 1-6 月受疫情影响，收入有所下滑；公司毛利率分别为 29.89%、29.73%、38.21%及 39.87%，2018 年与 2017 年保持稳定，2019 年较 2018 年提升 8.48 个百分点，2020 年 1-6 月较 2019 年提升 1.66 个百分点，2019 年及 2020 年 1-6 月毛利率提升明显；净利润及归属于母公司股东的净利润分别为 2,513.36 万元、5,372.87 万元、16,403.88 万元及 10,108.30 万元，报告期内净利润实现了大幅度提升。

2、报告期内发行人营业收入增长较快及毛利率水平较高的原因

报告期内，发行人取得了良好的经营成果，营业收入及净利润增长较快，毛利率水平较高，主要原因是：

（1）中国精密连接器行业的发展及国家政策的支持为发行人取得上述良好经营成果营造了有利的外部环境。得益于全球连接器产业链向中国等地区的转移及智能手机等下游市场需求的驱动，中国已成为全球第一大连接器市场；同时在全球智能手机出货量高基数、稳增长的情况下，苹果、三星、小米、VIVO、OPPO 等全球移动通信终端前六大品牌的集中度趋势进一步增强，根据 IDC 的统计数据，三星、华为、苹果、小米及 OPPO 的智能手机出货量的全球市占率由 2017 年的 60.9%增长至 2019 年的 70.6%；最后精密连接器行业作为电子设备的必备组成部分，近年来国家推出多项政策促进了行业的稳步发展，这些都为公司收入及利润的增长创造了有利的外部环境。

（2）报告期内公司收入实现稳定增长，同时毛利率及净利润大幅度提升，主要原因是报告期内公司的产能较为饱和，发行人的连接器的产能从 2017 年度的 23.77 亿件增长至 2019 年度的 32.55 亿件，产能利用率维持在 96%以上，在产能相对紧张的情况下，一方面，公司积极推进“大客户”战略，优先保障大客户及毛利率较高客户的订单需求，在发行人来源于大客户收入持续提升的情况下，同步缩减了小客户、毛利率较低客户及部分 ODM 客户的收入；另一方面，公司稳步推进产品结构优化，增加毛利率较高的连接器产品的收入，主动收缩了毛利率较低的电声产品的收入；最后，在持续推进“大客户”战略及优化产品结构的同时，公司围绕客户的潜在需求及痛点，结合行业及产品的发展趋势加大研发投入，保持了相对较高比例的研发投入，并取得多项核心技术，产品的可靠性和性能提升明显，为产品毛利率提升打下了坚实基础。具体分析如下：

A.报告期内公司的“大客户”战略取得了积极成果。目前，公司与苹果、三星、小米、VIVO、OPPO 等全球移动通信终端前六大品牌建立良好的合作关系。公司主要客户的出货量在全球范围内稳定提升，为发行人的业绩增长提供了有力支撑，大客户的订单相对稳定且毛利率较高，收入的增加也同步推动毛利率的提升，发行人向苹果、三星、小米、VIVO、OPPO 的收入合计报告期内分别为 39,205.21 万元、58,246.49 万元、78,856.95 万元及 32,788.93 万元，占营业收入的比例分别为 38.31%、48.80%、62.81%及 54.84%，毛利率分别为 31.29%、35.93%、

44.79%及 44.45%。公司与大客户的交易情况如下：

单位：万元

客户名称	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	收入	收入占比 (%)	收入	收入占比 (%)	收入	收入占比 (%)	收入	收入占比 (%)
苹果	5,204.41	8.70	10,120.51	8.06	3,558.23	2.98	993.19	0.97
三星	5,048.44	8.44	31,768.95	25.30	20,605.85	17.26	23,301.68	22.77
小米	18,914.72	31.63	26,749.45	21.31	26,734.58	22.40	10,781.17	10.54
VIVO	2,366.99	3.96	5,331.17	4.25	5,475.27	4.59	4,129.17	4.04
OPPO	1,254.37	2.10	4,886.87	3.89	1,872.56	1.57	-	-
小计	32,788.93	54.84	78,856.95	62.81	58,246.49	48.80	39,205.21	38.31

注：苹果收入为苹果代工厂的收入总和，苹果代工厂主要包括伟创力、富士康、大朋电子及富港电子等。

B.公司产品结构持续优化带来收入和毛利率的提升。随着“大客户”战略的推进，公司围绕大客户的潜在需求，在“三选三”分体式卡座连接器、高性能 Type-C 接口连接器以及超薄型高精度 BTB 等核心产品方面实现了突破。2019 年度，连接器中的卡类、I/O 类及其他类的产品的收入占比及毛利率同步提升，带动了公司连接器产品及公司主营业务毛利率的提升。

单位：%

项目	2020 年 1-6 月			2019 年度		
	毛利率	收入占比	对毛利率的影响	毛利率	收入占比	对毛利率的影响
一、连接器产品	40.70	99.08	1.50	40.02	97.02	10.10
其中：1、BTB	46.73	27.44	8.50	33.05	13.09	0.34
2、卡类	41.02	30.05	-6.40	47.13	39.73	5.96
3、I/O	36.58	25.45	1.54	36.17	21.47	3.42
4、耳机类	28.38	8.39	-1.73	27.21	15.12	-0.86
5、其他	45.01	7.75	-0.41	51.21	7.61	1.24
二、电声产品	-5.38	0.92	0.11	-5.29	2.98	-1.21
主营业务毛利率	40.28	100.00	1.61	38.67	100.00	8.89

项目	2018 年度			2017 年度		
	毛利率	收入占比	对毛利率的影响	毛利率	收入占比	对毛利率的影响
一、连接器产品	32.64	88.02	0.59	33.18	84.79	-
其中：1、BTB	33.11	12.03	3.41	13.64	4.19	-
2、卡类	35.13	36.34	2.06	32.54	32.89	-
3、I/O	29.89	14.55	0.78	36.54	9.76	-
4、耳机类	26.95	18.45	-5.03	35.11	28.49	-
5、其他	39.87	6.66	-0.63	34.80	9.44	-
二、电声产品	8.81	11.98	-0.70	11.52	15.21	-
主营业务毛利率	29.78	100.00	-0.10	29.89	100.00	-

注：本年度对毛利率的影响=（本年度的毛利率*本年度的收入占比）—（上年度的毛利率*上年度的收入占比）。

C.公司良好的研发能力是公司获取市场份额，保持良好盈利能力的基础。公司始终将产品研发及技术创新作为激烈市场竞争中赖以生存和发展的命脉，公司凭借先进的产品研发设计能力，掌握了窄间距 BTB 连接器母端子折弯、Type-C 铁壳深抽引、全自动多金属料带一次性埋入射出成型、第三代 3D 免焊压接端子、四面裸镍电镀以及铍钉电镀等多项核心技术，在超薄型高精度 BTB 技术方面已达到行业领先水平，提升了产品的可靠性和性能，并进而推动生产的规模化及客户需求的及时响应，持续获得了客户的认可与肯定，增强市场竞争力。报告期内，发行人的研发费用分别为 10,906.75 万元、14,384.32 万元、13,680.29 万元及 6,030.14 万元，占营业收入的比例分别为 10.66%、12.05%、10.90%及 10.09%。

D.发行人是行业内为数不多的同时具备模具设计及制造、冲压、注塑、电镀及自动化组装的全生产工序及全制程服务能力的厂家，同时，发行人铍钉电镀等特殊电镀工艺方面具有较强的行业竞争力，可以有效减少委外电镀的需求，控制生产成本。发行人自有电镀产能对毛利率的影响测算如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
连接器产品毛利率	40.70%	40.02%	32.64%	33.18%
自产连接器电镀生产成本（万元）	8,145.24	12,741.47	9,533.20	5,720.19

自有电镀产能对连接器产品毛利率的影响	6.08%-33.08%	4.66%-25.37%	3.95%-21.50%	2.88%-15.68%
剔除自有电镀产能影响后的连接器产品的毛利率	7.62%-34.62%	14.65%-35.36%	11.14%-28.69%	17.50%-30.30%

注 1：自有电镀产能对连接器产品毛利率的影响=（假设的电镀毛利率*连接器产品自产电镀生产成本）/（（1-假设的电镀毛利率）*连接器产品总收入）；

注 2：发行人自有电镀产能对连接器产品毛利率的影响的假设为电镀的毛利率为 30%至 70%；2017 年发行人未向外提供电镀服务，2018 年、2019 年及 2020 年 1-6 月，发行人向外提供的电镀服务的收入分别为 1,539.11 万元、817.01 万元及 63.61 万元，毛利率分别为 73.75%、70.79%及 50.20%，毛利率水平较高主要原因是：（1）电镀产业是受环保部门严格管理的行业，电镀牌照较为稀缺；（2）发行人向外提供的电镀服务大多是铍钨电镀等特殊电镀工艺，工艺较为稀缺。

E.报告期内，“大客户”战略取得了积极成果，在“大客户”战略下，业务招待费、办公差旅费等费用有所下降，在收入稳步增长的情况下，期间费用（不含研发费用）占营业收入的比例逐步降低，使得净利润同步实现了较大幅度的提升。报告期内，期间费用（销售费用、管理费用及财务费用）分别为 13,098.18 万元、13,498.30 万元、12,647.87 万元及 4,635.89 万元，占营业收入的比例分别为 12.80%、11.31%、10.07%及 7.75%。

3、分析并披露发行人营业收入高速增长、高毛利率的趋势是否可持续，并在招股说明书中补充相关风险提示

综上分析，发行人报告期内营业收入高速增长、高毛利率的趋势符合发行人的实际发展情况，具有合理性。未来若行业政策及环境发生不利变化，或行业竞争进一步加剧，或发行人“大客户”战略未达到预期效果，或发行人产能得到进一步释放后需尽快消化产能，或发行人研发项目未取得实质性进展，发行人的产品被行业内其他厂商的产品所替代，或发行人未能够有效控制销售费用、管理费用及研发费用等，存在发行人未来营业收入及净利润高速增长、高毛利率无法持续的风险。

针对未来发行人可能出现的营业收入、净利润及毛利率增长速度下降，甚至增长率为负的风险，发行人已在招股说明书中做出重大事项提示。

二、发行人补充披露

上述“行业竞争情况”已在招股说明书之“第六节 业务与技术”之“二、发行人所属行业基本情况及竞争状况”之“(五)行业市场竞争格局”之“3、主要竞争对手”中补充披露。

上述“报告期内发行人营业收入增长较快及毛利率水平较高的情况及原因”已在招股说明书之“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、报告期内公司取得经营成果的逻辑”中更新及补充披露。

针对未来发行人可能出现的营业收入、净利润及毛利率增长速度下降，甚至增长率为负的风险，发行人已在招股说明书之“重大事项提示”中补充披露如下：

“十四、发行人营业收入、净利润及毛利率增长速度下降，甚至增长率为负的风险

报告期内，发行人的营业收入分别为 102,326.13 万元、119,357.63 万元、125,544.27 万元及 59,790.76 万元，净利润及归属于母公司股东的净利润分别为 2,513.36 万元、5,372.87 万元、16,403.88 万元及 10,108.30 万元，毛利率分别为 29.89%、29.73%、38.21%及 39.87%，营业收入、净利润及毛利率增长较快。

未来若行业政策及环境发生不利变化，或行业竞争进一步加剧，或发行人“大客户”战略未达到预期效果，或发行人产能得到进一步释放后需尽快消化产能，或发行人研发项目未取得实质性进展，发行人的产品被行业内其他厂商的产品所替代，或发行人未能够有效控制销售费用、管理费用及研发费用等，存在发行人未来营业收入、净利润及毛利率增长速度下降，甚至增长率为负的风险。”

三、中介机构核查意见

(一) 核查程序

针对以上情况，保荐人、申报会计师进行了以下核查：

1、了解报告期内发行人与收入确认相关的关键内部控制，评价这些控制的设计，确定其是否得到执行，并测试相关内部控制的运行有效性；

2、抽样检查报告期内销售相关的销售合同、销售订单、出库单、出口报关单、装箱单、货运提单、签收单、对账单、销售发票及收款银行回单等支持性证据；

3、查询同行业公司公开披露资料，分析同行业公司生产及销售的主要产品及竞争优势；

4、分析精密连接器的行业发展情况及相关政策变化情况，以及发行人“大客户”战略执行情况、产品结构变化、技术水平提升、生产工艺优势、期间费用（不含研发费用）变化等因素对报告期内营业收入、净利润及毛利率的影响；

5、分析未来对发行人的营业收入及净利润增长、维持高毛利率水平产生不利影响的风险因素。

（二）核查结论

经核查，保荐人、申报会计师认为：

1、报告期内，发行人取得了良好的经营成果，营业收入及净利润增长较快，毛利率水平较高，主要得益于良好的行业政策等外部环境，以及公司在产能相对紧张的情况下，首先，积极推进“大客户”战略，优先保障大客户及毛利率较高客户的订单需求，在发行人来源于大客户收入持续提升的情况下，同步缩减了小客户、毛利率较低客户及部分 ODM 客户的收入；其次，公司稳步推进产品结构优化，增加毛利率较高的连接器产品的收入，主动收缩了毛利率较低的电声产品的收入；再次，在持续推进“大客户”战略及优化产品结构的同时，公司围绕客户的潜在需求及痛点，结合行业及产品的发展趋势加大研发投入，保持了相对较高比例的研发投入；最后，发行人是行业内为数不多的同时具备模具设计及制造、冲压、注塑、电镀及自动化组装的全生产工序及全制程服务能力的厂家，可以有效减少委外电镀的需求，控制生产成本。综上分析，发行人报告期内营业收入高速增长、高毛利率的趋势符合发行人的实际发展情况，具有合理性；

2、针对未来发行人可能出现的营业收入、净利润及毛利率增长速度下降，甚至增长率为负的风险，发行人已在招股说明书之“重大事项提示”中补充披露。

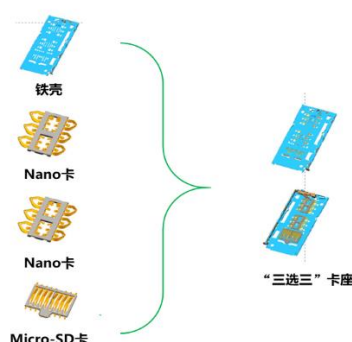
（2）披露“三选三”卡座产品技术壁垒情况，该产品国内主要供应商情况，

进一步分析该产品毛利率较高的合理性、未来的可持续性，并在招股说明书中补充相关风险提示。

一、发行人说明

（一）“三选三”卡座产品技术壁垒情况

不同于一体式卡座产品，“三选三”卡座为分体式卡座产品，由一个铁壳，一个 Micro-SD 卡，两个 Nano 卡组成，四个零部件独立生产、包装、出货，客户可自行贴片组装后使用。“三选三”卡座产品的拆解示意图如下：



相较于一体式卡座产品，“三选三”卡座产品虽然在技术上存在一定的难度，但是在生产工艺上较为简洁，生产工艺的数量或者环节有所精简，但是每个环节的生产难度并没有明显降低，甚至在个别环节有所提高，生产工艺简洁但并不简单。

“三选三”卡座产品的进入者门槛主要在于：（1）规模化生产优势壁垒，发行人率先研发及生产了“三选三”卡座产品，之后充分利用与大客户之间良好合作关系迅速获取了大量订单，实现了规模化生产及自动化生产，以业界领先的模具加工水平确保大批量生产的一致性和稳定性，发行人可以在保持产品稳定高品质的情况下有效控制生产成本；（2）工艺技术及专利壁垒，从产品上看，单卡卡座、双卡卡座、“三选二”卡座、“三选三”卡座等产品在技术和工艺上有一定的延续性，发行人长期致力于生产各种卡类连接器产品，在技术及工艺上有着深厚的积累，在“三选三”卡座产品方面，发行人也在 2017 年申请并获授了相关专利（专利号：ZL201720778846.7，专利名：电子卡连接器，类别：实用新型，有效期限：从

2017 年 6 月 29 日起 10 年)，发行人的“三选三”卡座产品存在一定的技术壁垒；

（3）品牌及客户壁垒，发行人的“三选三”卡座产品的主要客户是三星、小米、VIVO、OPPO 等主流手机品牌客户，目前发行人的“三选三”卡座产品已获得了主要智能品牌厂商的广泛认可，三星及小米等主流手机品牌商对产品品质和规模化供货能力的要求较高，供应商认证门槛高且周期长，即使新进入者能够进入三星及小米的供应商体系，新供应商获得客户的广泛认可也需要一定的时间，这在一定程度上形成了品牌及客户壁垒。

（二）该产品国内主要供应商情况

根据发行人了解，全球主要智能手机品牌（例如苹果、华为、三星、小米、VIVO 及 OPPO）的“三选三”卡座供应商情况如下：

手机品牌	主要“三选三”卡座供应商
苹果	苹果手机未采用“三选三”卡座，均采用单卡卡座或者双卡卡座
华为	安费诺（Amphenol），富士康（FOXCONN）等
三星	发行人、长盈精密等
小米	发行人、安费诺（Amphenol）等
VIVO	发行人、长盈精密、昆山嘉华电子有限公司等
OPPO	发行人、长盈精密、昆山嘉华电子有限公司等

（三）进一步分析该产品毛利率较高的合理性、未来的可持续性，并在招股说明书中补充相关风险提示

1、报告期内发行人“三选三”卡座产品毛利率较高的合理性

报告期内，发行人“三选三”卡座产品的毛利率分别为 29.45%、39.92%、54.89% 及 46.30%，2018 年至 2020 年 1-6 月毛利率水平较高，主要原因是：

（1）发行人在“三选三”卡座产品方面具有较为明显的先发优势

2017 年以后，以发行人为代表的行业厂商通过加大研发投入及技术创新以进一步解决客户痛点，率先推出了生产工艺更为简洁、产品品质更稳定的“三选三”卡座产品，在行业内具备较为明显的先发优势。报告期内，发行人的“三选三”卡座产品的研发投入规模具体如下：

单位：万元

项目名称	预算金额	研发投入				实施进度
		2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度	
兼容 Micro & Nano-SIM Card & SD Card 的三选三、二选一卡座及配合使用的卡托	1,750.00	-	-	397.36	939.37	已结案
分体式卡座连接器	1,800.00	130.37	589.54	674.51	-	未结案
三选三卡座连接器	500.00	148.38	152.23	-	-	未结案
合计	4,050.00	278.75	741.77	1,071.87	939.37	-

注 1：“兼容 Micro & Nano-SIM Card & SD Card 的三选三、二选一卡座及配合使用的卡托”项目于 2016 年投入 536.38 万元；

注 2：涉及“三选三”卡座产品的还有“手机卡及记忆卡复合式 PIN-PUSH 插卡接插件”项目，其在 2015 年投入 465.74 万元，在 2016 年投入 756.16 万元，于 2016 年结项。

报告期内，发行人正在投入的涉及“三选三”卡座产品的研发项目共有 3 个，合计预算金额 4,050 万元。涉及“三选三”卡座产品的研发项目在 2015 年至 2020 年 1-6 月的投入规模分别为 465.74 万元、1,292.54 万元、939.37 万元、1,071.87 万元、741.77 万元及 278.75 万元，合计研发投入 4,790.04 万元，投入规模较大。

（2）三星及小米的规模化采购带动了单位成本的下降速度快于单价的下降速度

随着三星及小米在 2018 年至 2019 年逐步加大采购，报告期内，发行人向三星及小米的销售收入分别为 993.86 万元、3,704.32 万元、18,504.30 万元及 6,230.12 万元，占全部“三选三”卡座产品收入的比例分别为 56.13%、48.75%、83.50%及 73.46%，发行人不断完善“三选三”卡座产品的生产工艺及生产流程，并提高设备自动化水平，随着生产规模扩大，规模化生产优势明显，人均生产效率提高，单位直接人工及单位制造费用的大幅度下降带动了单位成本的下降速度快于单价的下降速度，使得 2018 年至 2019 年“三选三”卡座产品的毛利率水平较高。2020 年 1-6 月，向三星及小米的销售数量及销售收入有所下滑，单位成本下降速度慢于单价的下降速度，毛利率水平有所下降。

报告期内，发行人销售给三星及小米的“三选三”卡座产品的销售价格、成本

构成及变动情况，具体如下：

单位：万元；万个；元/个

三选三卡座产品	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	金额	增长率	金额	增长率	金额	增长率	金额
销售收入	6,230.12	-32.66%	18,504.30	399.53%	3,704.32	272.72%	993.86
销售数量	23,130.03	-17.00%	55,737.10	421.66%	10,684.63	245.94%	3,088.56
单价	0.2694	-18.87%	0.3320	-4.24%	0.3467	7.74%	0.3218
单位成本	0.1320	-3.35%	0.1366	-21.11%	0.1731	-31.26%	0.2519
单位直接材料	0.0778	-3.51%	0.0806	-6.98%	0.0866	-21.57%	0.1105
单位直接人工	0.0104	-16.67%	0.0125	-46.10%	0.0232	-34.67%	0.0355
单位制造费用	0.0438	0.77%	0.0435	-31.31%	0.0633	-40.24%	0.1059
毛利率	51.00%	-7.87%	58.87%	8.80%	50.07%	28.33%	21.73%

注 1：上述“三选三”卡座产品的数据是出售给三星及小米的加总数据；

注 2：2020 年 1-6 月的销售收入及销售数量的增长率均已年化处理。

单位直接材料分别为 0.1105 元/个、0.0866 元/个、0.0806 元/个及 0.0778 元/个，增长率分别为-21.57%、-6.98%、-3.51%。主要原因是，随着生产及销售规模的扩大，生产流程及生产工艺逐步成熟稳定，材料的使用效率提升，带来了单位直接材料的下降。

单位直接人工分别为 0.0355 元/个、0.0232 元/个、0.0125 元/个及 0.0104 元/个，增长率分别为-34.67%、-46.10%及-16.67%，下降趋势明显。主要原因是，“三选三”卡座为分体式的卡座，生产工艺较为简洁，通过提升自动化程度，可以有效提升人均生产效率，2018 年及 2019 年，公司加大对“三选三”卡座的自动化设备投入，在 2 代机投资台数增加的同时也对 1 代机进行了升级改造。随着生产及销售规模的扩大，单位直接人工下降明显。报告期内，“三选三”卡座的自动化设备投入情况如下：

单位：台

“三选三”卡座	2020 年 6 月末	2019 年末	2018 年末	2017 年末
1 代机	38	37	24	22
2 代机	26	26	4	-

注 1：1 代机产能可以达到 2.00 万个/12 小时，2018 年底开始进行 1 代机升级改造，改造完成后产能可以达到 3.00 万个/12 小时；2 代机可以产能达到 5.00 万个/12 小时；

注 2：上述自动机的投资情况是整个“三选三”卡座产品的投资情况，不仅仅是生产三星及小米的“三选三”卡座产品的投资情况。

单位制造费用分别为 0.1059 元/个、0.0633 元/个、0.0435 元/个及 0.0438 元/个，增长率分别为-40.24%、-31.31%及 0.77%。2018 年及 2019 年下降幅度较大，主要原因是 2018 年及 2019 年的生产及销售规模迅速扩大，实现了显著的规模效应，使得单位制造费用下降较大。2018 年的销售数量为 10,684.63 万个，较 2017 年的 3,088.56 万个增长了 245.94%；2019 年的销售数量为 55,737.10 万个，较 2018 年的 10,684.63 万个增长了 421.66%。

综上，2017 年以后，以发行人为代表的行业厂商通过加大研发投入及技术创新以进一步解决客户痛点，率先推出了生产工艺更为简洁、产品品质更稳定的“三选三”卡座产品，随着三星及小米在 2018 年至 2019 年逐步加大采购，发行人不断完善“三选三”卡座产品的生产工艺及生产流程，并提高设备自动化水平，随着生产规模扩大，规模化生产优势明显，人均生产效率提高，单位直接人工及单位制造费用的大幅度下降带动了单位成本的下降速度快于单价的下降速度，2020 年 1-6 月，向三星及小米的销售数量及销售收入有所下滑，单位成本下降速度慢于单价的下降速度，2020 年 1-6 月毛利率水平有所下降，使得报告期内“三选三”卡座产品的毛利率分别为 29.45%、39.92%、54.89%及 46.30%，高于综合毛利率水平。

2、“三选三”卡座产品毛利率较高的未来的可持续性，并在招股说明书中补充相关风险提示

综上所述，发行人报告期内“三选三”卡座产品的毛利率水平较高符合发行人的实际发展情况，具有合理性。未来若行业内其他“三选三”卡座产品厂商用其他业务的盈利来补贴“三选三”卡座业务可能的亏损或者微利进行低价销售，以获取更大的市场份额及实现规模化生产；或者随着生产工艺及流程的逐步成熟完善，生产成本的下降速度逐步趋缓，甚至慢于单价的下降速度；或者行业内出现其他类似的新型卡座产品，生产成本更低或者功能更完善；或者手机通讯技术的发展使得手机不再需要卡座及卡托等，则可能对发行人“三选三”卡座产品的

毛利率水平产生不利影响，使得“三选三”卡座产品的毛利率水平下降。

针对上述未来可能出现的对发行人“三选三”卡座产品的毛利率水平产生不利影响的风险因素，发行人已在招股说明书之重大事项提示中做出风险提示。

二、发行人补充披露

上述“三选三”卡座产品技术壁垒情况”及“该产品国内主要供应商情况”已在招股说明书之“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十三、经营成果分析”之“（三）毛利及毛利率分析”之“2、按产品分类的主营业务毛利率情况”之“（1）卡类连接器产品的毛利率情况”中更新及补充披露。

针对未来可能出现的对发行人“三选三”卡座产品的毛利率水平产生不利影响的风险因素，发行人已在招股说明书之“重大事项提示”中补充披露如下：

“十五、“三选三”卡座产品毛利率下降的风险

报告期内发行人“三选三”卡座产品的毛利率分别为 29.45%、39.92%、54.89% 及 46.30%，毛利率水平较高。

未来若行业内其他“三选三”卡座产品厂商用其他业务的盈利来补贴“三选三”卡座业务可能的亏损或者微利进行低价销售，以获取更大的市场份额及实现规模化生产；或者随着生产工艺及流程的逐步成熟完善，生产成本的下降速度逐步趋缓，甚至慢于单价的下降速度；或者行业内出现其他类似的新型卡座产品，生产成本更低或者功能更完善；或者通信技术的发展（例如 5G 的逐步普及）催生新型卡座，形成对“三选三”卡座的迭代；或者手机通讯技术的发展使得手机不再需要卡座及卡托等，则可能对发行人“三选三”卡座产品的毛利率水平产生不利影响，使得“三选三”卡座产品的毛利率水平下降。”

三、中介机构核查意见

（一）核查程序

针对以上情况，保荐人、申报会计师进行了以下核查：

1、核查发行人获得的“三选三”卡座产品的相关专利，以及发行人在“三选三”卡座产品方面具备的规模化生产优势、品牌及客户优势等；

- 2、通过公开信息查询“三选三”卡座产品国内主要供应商情况；
- 3、了解发行人近年来“三选三”卡座产品的研发投入情况；
- 4、获取并复核报告期内“三选三”卡座产品的销售明细，分析其销售单价、成本单价及毛利率变化的合理性；
- 5、分析对发行人“三选三”卡座产品维持高毛利率水平产生不利影响的因素。

（二）核查结论

经核查，保荐人、申报会计师认为：

- 1、相较于一体式卡座产品，“三选三”卡座产品虽然在技术上存在一定的难度，但是在生产工艺上较为简洁，发行人“三选三”卡座产品的进入者门槛主要在于规模化生产优势壁垒、工艺技术及专利壁垒以及品牌及客户壁垒；
- 2、报告期内，发行人“三选三”卡座产品的毛利率分别为 29.45%、39.92%、54.89%及 46.30%，毛利率水平较高，主要原因是发行人在“三选三”卡座产品方面具有较为明显的先发优势，率先实现了规模化生产，发行人可以在保持产品稳定高品质的情况下有效控制生产成本，符合发行人的实际发展情况，具有合理性；
- 3、针对未来可能出现的对发行人“三选三”卡座产品的毛利率水平产生不利影响的风险因素，发行人已在招股说明书之“重大事项提示”中补充披露。

（3）结合 2020 年 1-11 月对三星销售情况，分析并披露 2020 年对三星销售收入大幅下滑的原因，主要客户业务模式是否发生重大变化，对全年业绩的影响情况，并进一步完善发行人对大客户依赖及客户发生重大不利变化的相关风险提示。

一、发行人说明

（一）2020 年 1-11 月对三星销售情况，分析并披露 2020 年对三星销售收入大幅下滑的原因，主要客户业务模式是否发生重大变化，对全年业绩的影响情况

- 1、2020 年 1-11 月发行人对三星的销售情况及 2020 年收入下滑的原因

2017 年、2018 年、2019 年及 2020 年 1-11 月，发行人对三星的具体产品收入情况如下：

单位：万元

公司	分类	2020 年 1-11 月		2019 年		2018 年		2017 年
		金额	增长 (%)	金额	增长 (%)	金额	增长 (%)	金额
三星	BTB	190.68	-	-	-	-	-	-
	耳机类	1,936.34	-83.64%	11,837.86	-13.64	13,707.90	-26.21	18,577.22
	卡类	7,176.00	-63.65%	19,743.92	221.68	6,137.70	85.97	3,300.46
	其中：三选三	5,799.08	-60.39%	14,639.85	714.24	1,797.98	-	-
	其他	78.10	-58.27%	187.16	-75.38	760.25	-46.61	1,424.00
	合计	9,381.12	-70.47%	31,768.95	54.17	20,605.85	-11.57	23,301.68

注：2017 年至 2019 年的上述数据已经天健会计师事务所（特殊普通合伙）审计；2020 年 1-11 月的上述数据尚未经审计或审阅。

2017 年至 2020 年 1-11 月，发行人对三星的收入分别为 23,301.68 万元、20,605.85 万元、31,768.95 万元及 9,381.12 万元，预计 2020 年发行人对三星的收入较 2019 年下滑较大，主要原因是：（1）三星智能手机出货量 2020 年 1-9 月较上年同期有所下滑，根据 IDC 的统计数据，三星 2020 年 1-9 月的智能手机出货量为 192.90 百万台较上年同期的 226.30 百万台下降了 14.76%；（2）三星的新款旗舰手机取消了防水型耳机连接器的配置（由 Type-C 取代或者由 TWS 耳机替代），导致发行人向三星的防水型耳机连接器的收入下降较大，由 2019 年度的 10,954.78 万元下降至 2020 年 1-11 月的 1,353.25 万元，下降了约 0.9 亿元；（3）三星的印度及越南工厂受新冠肺炎疫情影响产能不足，三星将部分中低端手机组装委托为国内的闻泰、华勤等代工，使得发行人对三星的收入下滑明显，2019 年发行人对三星的卡类产品的收入为 19,743.92 万元，2020 年 1-11 月发行人对三星的卡类收入为 7,176.00 万元，减少了约 1.2 亿元；（4）发行人在 2020 年上半年实现了对三星 BTB 产品的供货，2020 年 1-11 月 BTB 产品实现收入 190.68 万元，收入规模偏小，尚不足以弥补卡类及耳机类产品下降的收入。

2、主要客户业务模式是否发生重大变化

2020 年上半年，三星的印度及越南工厂受新冠肺炎疫情影响产能不足，三

星将部分中低端手机组装委托为国内的闻泰、华勤等代工，闻泰及华勤获得三星的手机组装产能后有自主采购权，公司考虑到自身产能较为紧张，以及相较三星等品牌客户来说闻泰的采购价格相对较低，发行人未对三星转移至闻泰的产能进行供货，而是将产能优先满足苹果、小米等大客户，2020年1-11月发行人对闻泰的收入为335.97万元与2019的收入133.36万元变化不大。

除上述三星的业务模式发生变化外，发行人报告期内的前五名客户的业务模式均没有发生重大变化。

3、对全年业绩的影响情况

2020年度发行人的营业收入预计为155,000万元至165,000万元，相较2019年度的营业收入125,544.27万元同比增长23.46%至31.43%，营业收入规模有所增长，2020年三星的收入下滑对发行人整体业绩没有产生显著不利影响；发行人2020年全年的营业收入较2019年实现了增长，主要原因是发行人对其他大客户（例如苹果、小米、华勤等）的收入增长较快。

（二）并进一步完善发行人对大客户依赖及客户发生重大不利变化的相关风险提示

针对发行人对大客户依赖及客户发生重大不利变化的相关风险，发行人已在招股说明书之“重大事项提示”中做出风险提示。

二、发行人补充披露

上述“2020年1-11月对三星销售情况，2020年对三星销售收入大幅下滑的原因，主要客户业务模式是否发生重大变化，对全年业绩的影响情况”已在招股说明书之“第六节 业务与技术”之“三、发行人销售情况及主要客户”之“（四）报告期内的前五名客户”之“2、三星及小米情况”补充披露。

针对发行人对大客户依赖及客户发生重大不利变化的相关风险，发行人已在招股说明书之“重大事项提示”中更新及补充披露如下：

“五、大客户依赖及客户发生重大不利变化的风险

2017年、2018年、2019年及2020年1-6月公司向前五名客户销售总额分

别为 51,235.46 万元、66,396.70 万元、74,715.02 万元及 32,758.80 万元，占公司当期营业收入的 50.08%、55.63%、59.52%、54.78%。随着公司与核心客户的合作加深，公司客户集中度呈上升趋势。

2017 年、2018 年、2019 年及 2020 年 1-6 月，公司向三星的收入分别为 23,301.68 万元、20,605.85 万元、31,768.95 万元及 5,048.44 万元，2020 年上半年三星越南及印度工厂受新冠疫情影响将产能转移至中国的闻泰及华勤等 ODM 厂商及三星新款旗舰手机取消了防水型耳机连接器的配置，预计 2020 年全年公司对三星的收入下滑较大。

除三星的上述业务模式变化外，公司其他主要客户的业务模式未发生变化。未来若公司主要客户的业务模式或生产经营状况发生不利的变化，也将会导致公司主要客户的收入下滑，从而引起公司当期收入和利润的波动”。

三、中介机构核查意见

（一）核查程序

针对以上情况，保荐人、申报会计师进行了以下核查：

1、获取并复核报告期内及 2020 年 1-11 月发行人对三星的销售明细，抽样检查相关销售合同、销售订单、出库单、出口报关单、装箱单、货运提单、销售发票及收款银行回单等支持性证据；

2、通过公开信息查询三星智能手机出货量数据，了解三星的新款旗舰手机的构造变化及疫情对三星的影响，并分析上述因素对发行人向三星销售额的影响；

3、核查报告期内发行人前五大客户的业务模式是否发生重大变化，是否对发行人全年业绩产生显著不利影响；

4、了解发行人对客户依赖程度以及客户发生重大不利变化对公司的影响。

（二）核查结论

经核查，保荐人、申报会计师认为：

1、预计 2020 年发行人对三星的收入较 2019 年下滑较大，主要原因是：（1）

2020 年 1-9 月三星智能手机出货量较上年同期有所下降；（2）三星的新款旗舰手机取消了防水型耳机连接器的配置（由 Type-C 取代或者由 TWS 耳机替代），导致发行人向三星的防水型耳机连接器的收入下降较大；（3）三星的印度及越南工厂受新冠肺炎疫情影响产能不足，三星将部分中低端手机组装委托为国内的闻泰、华勤等代工，使得发行人对三星的收入下滑明显；（4）发行人在 2020 年上半年实现了对三星 BTB 产品的供货，2020 年 1-11 月 BTB 产品收入规模偏小，尚不足以弥补卡类及耳机类产品下降的收入；

2、2020 年上半年，三星的印度及越南工厂受新冠肺炎疫情影响产能不足，三星将部分中低端手机组装委托为国内的闻泰、华勤等代工，闻泰及华勤获得三星的手机组装产能后有自主采购权，公司考虑到自身产能较为紧张，以及相较三星等品牌客户来说闻泰的采购价格相对较低，发行人未对三星转移至闻泰的产能进行供货，而是将发行人产能优先满足苹果、小米等大客户，除上述三星的业务模式发生变化外，发行人报告期内的前五名客户的业务模式均没有发生重大变化；

3、针对发行人对大客户依赖及客户发生重大不利变化的相关风险，发行人已在招股说明书之“重大事项提示”中更新及补充披露。

2. 关于研发情况

申报文件显示，“三选三”卡座、BTB 连接器、Type-C 连接器等主要产品销售情况对发行人业绩影响较大。

请发行人结合对行业最新发展趋势、目前主要研发投入方向、产品技术迭代情况等，分析并披露发行人主要产品是否存在被替代风险、进入门槛较低、竞争加剧的风险，并在招股说明书中补充相关风险提示。

请保荐人发表明确意见。

【回复】

请发行人结合对行业最新发展趋势、目前主要研发投入方向、产品技术迭代情况等，分析并披露发行人主要产品是否存在被替代风险、进入门槛较低、竞争加剧的风险，并在招股说明书中补充相关风险提示。

一、发行人说明

（一）行业最新发展趋势

1、下游行业需求稳定以及国产替代趋势为发行人提供了良好的发展机遇

在全球手机市场出货量高基数、低增长的格局下，手机精密连接器行业形成了稳定的市场需求。根据 IDC 数据显示，2019 年全球智能手机出货量达 13.71 亿台。随着智能手机功能模块（例如多摄、5G 射频、马达）的增多以及 5G 手机出货占比的不断提升，对 BTB 连接器需求量将快速上升；从用量来看，iPhone 中 BTB 连接器的用量由 iPhone7 的 7 对增加到了 iPhone XS 的 14-16 对，而其他普通智能手机的 BTB 连接器用量在 7-10 对左右，智能手机对 BTB 连接器需求呈现出不断上升的趋势，高端市场仍有渗透空间，进而为精密连接器市场带来新的增长动力。

近年来，通讯终端市场逐步向中国转移，2018 年全球前六大通讯终端厂商中四家为中国厂商，其中华为、小米及 OPPO 的全球智能手机出货量的合计数在 2017 年至 2020 年 1-6 月分别为 4.20 亿台、4.38 亿台、4.81 亿台及 2.12 亿台，出货量不断增长，国产连接器企业也随着不断的经验积累和技术创新，实现了逐步

渗透，在国产替代及自主可控的趋势下，小米等中国智能手机厂商等下游客户为了维护供应链安全等考虑因素，逐步接受并采用国产连接器产品，中国连接器厂商面临难得的发展机遇。

2、行业主流产品不断迭代，发行人通过持续研发积累构建技术优势

精密连接器行业技术发展迅速，不断的产品迭代给企业带来了较高的利润，促进了行业内企业不断研发、技术改良和良性竞争。近年来，“三选三”卡座产品对“三选二”卡座产品加单卡卡座的组合方案形成了迭代、Type-C 产品对 Micro-USB 类产品及耳机连接器产品形成了迭代、BTB 连接器产品也面临着较为明显的国产替代趋势。

面对行业技术和产品快速迭代的机遇，发行人精准预判行业趋势，在实施“大客户”战略的同时始终紧紧围绕客户的潜在需求及痛点，不断开展新技术及新产品的研发，报告期内公司保持了较高比例的研发投入，为公司良好的业绩表现打下了坚实基础。

公司名称	项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
立讯精密 (002475.SZ)	研发费用(万元)	256,850.85	437,597.06	251,475.62	154,196.08
	研发费用率(%)	7.05	7.00	7.01	6.76
长盈精密 (300115.SZ)	研发费用(万元)	33,683.70	83,943.88	76,552.11	62,911.21
	研发费用率(%)	8.41	9.70	8.88	7.46
得润电子 (002055.SZ)	研发费用(万元)	13,808.93	43,053.27	40,433.65	33,360.74
	研发费用率(%)	4.52	5.75	5.42	5.70
徕木股份 (603633.SH)	研发费用(万元)	1,227.52	2,629.09	2,328.42	1,994.39
	研发费用率(%)	5.65	5.65	5.36	5.33
电连技术 (300679.SZ)	研发费用(万元)	12,183.37	20,421.84	13,304.82	12,399.70
	研发费用率(%)	11.30	9.45	9.92	8.71
平均值	研发费用(万元)	63,550.87	117,529.03	76,818.92	52,972.42
	研发费用率(%)	7.39	7.51	7.32	6.79
乾德电子	研发费用(万元)	6,030.14	13,680.29	14,384.32	10,906.75
	研发费用率(%)	10.09	10.90	12.05	10.66

注 1：数据来源于各公司年度报告及半年度报告；

注 2：得润电子 2017 年至 2019 年的研发费用包括研发投入资本化的金额。

通过不断的技术研发与积累，发行人在 BTB 产品、“三选三”卡座产品、Type-C 产品等方面实现了突破，BTB 产品、“三选三”卡座产品、Type-C 产品的收入合计在报告期内分别为 7,143.10 万元、26,018.73 万元、53,415.16 万元及 35,625.01 万元，收入增长明显。

3、行业集中度不断提升，发行人通过“大客户”战略建立客户壁垒

随着下游行业集中度的不断提高，其对供应商的综合服务能力要求也不断提升，推动连接器行业供应商逐步开始集约化发展，形成规模化优势。发行人依托行业内稀缺的全工序生产能力，凭借技术和产品优势，逐步推进“大客户”战略，与包括苹果、三星、小米、VIVO、OPPO 等全球移动通信终端前六大厂商建立了合作关系，并不断加深客户的研发参与度，发行人向苹果、三星、小米、VIVO、OPPO 的收入合计报告期内分别为 39,205.21 万元、58,246.49 万元、78,856.95 万元及 32,788.93 万元，占营业收入的比例分别为 38.31%、48.80%、62.81%及 54.84%，发行人充分利用全球知名品牌客户的高进入门槛、高标准要求和先进技术等有利因素，在研发与生产过程中不断提高自身的技术和产品优势，建立起较高的客户壁垒。

（二）目前主要研发投入方向

报告期内，发行人研发投入按产品应用分类情况如下所示：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
BTB 连接器	1,517.31	25.16%	2,313.02	16.91%	835.36	5.81%	715.63	6.56%
I/O 类连接器：								
Type-C	1,738.19	28.83%	3,706.76	27.10%	2,455.81	17.07%	4,381.84	40.18%
Micro-USB	427.26	7.09%	666.21	4.87%	2,050.49	14.26%	1,046.28	9.59%
卡类连接器：								
卡托	679.41	11.27%	1,402.31	10.25%	1,637.82	11.39%	422.94	3.88%
三选三卡座	278.75	4.62%	741.77	5.42%	1,071.87	7.45%	939.37	8.61%

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
其他卡座	161.91	2.69%	1,059.17	7.74%	1,433.06	9.96%	860.89	7.89%
其他：								
电声产品	183.54	3.04%	860.90	6.29%	1,414.96	9.84%	-	-
其他产品	1,043.75	17.31%	2,930.18	21.42%	3,484.97	24.23%	2,539.77	23.29%
合计	6,030.12	100.00%	13,680.32	100.00%	14,384.34	100.00%	10,906.72	100.00%

BTB 连接器对产品设计、模具精度及自动化程度要求高，工艺复杂，制造难度大，作为精密连接器领域最能体现“工匠精神”的产品，发行人在报告期内持续对其各方面性能的提升进行研发投入，通过对窄间距 BTB 连接器母端子折弯技术、四面裸镍电镀技术及大电流 BTB 连接器开发技术的投入，致力于不断减小 BTB 连接器间距和高度，提升引脚数，减小占板面积，并提升大电流场景应用的适应能力，有效应对下游客户不断提升的产品要求。

近年来，Type-C 连接器受益于其多种信号集成能力、正反拔插、传输速率快和传输功率高的优势，已成为 I/O 类接口的主流应用，未来有可能成为统一的接口标准，同时行业领先的终端客户在其高端机型的应用中进一步提出了防水、高频、大电流、耐腐蚀等特殊需求。报告期内发行人持续对 Type-C 连接器开展研发投入，已实现了 Type-C 连接器的大批量生产能力，并形成了全自动多金属材料带一次性埋入射出成型技术保障生产效率和准确性，实现了 Type-C 连接器销售规模的持续上量，并通过对铁壳深抽引、防水注塑及铍钉电镀等核心技术的研发，有效应对大客户的特殊需求，提升客户黏性。

为解决客户痛点，发行人自 2015 年启动工艺更为简洁的“三选三”卡座产品研发，2015 年至 2020 年 1-6 月的投入规模分别为 465.74 万元、1,292.54 万元、939.37 万元、1,071.87 万元、741.77 万元及 278.75 万元，合计研发投入 4,790.04 万元，有效支撑了报告期内发行人“三选三”卡座的持续上量。

BTB 连接器、I/O 类连接器及卡类连接器为发行人核心产品，报告期内发行人主要对相关产品开展研发投入，实现相关产品销售规模及利润水平的持续提升。除上述领域外，报告期内发行人结合对未来行业发展趋势及客户需求的预计，持续在电池连接器、FPC 连接器及耳机连接器等领域开展研发投入。

（三）产品技术迭代情况

1、卡座连接器方面

“三选三”卡座产品可同时装载 2 张 SIM 卡，1 张储存卡（Micro-SD 卡），目前在市场上，“三选三”分体式卡座为一体式卡座（“三选二”卡座加“单卡卡座”的组合方案）的技术迭代产品。

在 2017 年及以前，行业中采用的是一体式的卡座产品，“三选二”卡座及单卡卡座均为一体式的卡座产品，“三选二”卡座实现的功能是 2 张 SIM 卡及 1 张储存卡选取 2 张卡使用，单卡卡座的实现功能是装载 1 张 SIM 卡或 1 张储存卡，为了同时实现双卡双待及拓展储存空间的需求，市场上普遍采用的是“三选二”卡座+单卡卡座的组合方案，一体式卡座产品在设计及生产方面比“三选三”卡座产品更加复杂，在生产过程中较难把控产品的品质稳定性，且售价较高。

为了进一步通过设计创新解决客户痛点，发行人自 2015 年启动生产工艺更为简洁的“三选三”卡座的研发工作，并在 2017 年开始向客户销售“三选三”卡座产品。报告期内，发行人“三选三”卡座产品对“三选二”卡座加单卡卡座的组合方案的产品迭代情况如下所示：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
“三选三”卡座	8,480.96	48.67%	22,161.67	46.19%	7,599.23	17.79%	1,770.63	5.36%
“三选二”+单卡卡座	4,845.00	27.81%	15,398.16	32.09%	25,862.83	60.55%	28,537.75	86.41%
小计	13,325.96	76.48%	37,559.83	78.28%	33,462.06	78.34%	30,308.38	91.77%
卡类合计	17,423.76	100.00%	47,984.48	100.00%	42,712.54	100.00%	33,026.10	100.00%

由上表可见，“三选三”卡座的收入由 2017 年的 1,770.63 万元增长至 2019 年的 22,161.67 万元，增加了 20,391.04 万元；“三选二”卡座加单卡卡座的收入由 2017 年的 28,537.75 万元下降至 2019 年的 15,398.16 万元，下降了 13,139.59 万元，下降幅度低于“三选三”卡座增长幅度，由于一套“三选三”卡座的单价

比“三选二”卡座加单卡卡座的组合方案的单价低，在迭代过程中，发行人在迭代自身客户“三选二”卡座及单卡卡座份额的同时也获得了部分新增的客户份额。

目前，5G 通信技术正逐步普及，在 5G 移动通信终端设备中，天线、电池等占用空间较大，发行人在 2017 年时已逐步将卡类连接器的研发重心转向适用于 5G 移动终端的叠层卡类连接器等产品，以进一步减小卡类连接器占用主板的面积。目前，发行人已在叠层卡类连接器中积累了丰富的技术、生产工艺等，并实现了向小米、VIVO 等品牌客户的批量出货，截至本回复出具日，发行人已获得了 8 项实用新型专利，正在申请中的专利有 4 项发明专利及 2 项实用新型专利。2019 年开始实现收入，2019 年及 2020 年 1-11 月分别实现收入 130.81 万元及 343.85 万元。

2、Type-C 连接器方面

近年来，USB 接口规范和形式升级推动着 I/O 连接器的多功能集成化趋势，最新的接口规范（USB 3.1）不仅向下兼容 USB 2.0 等上一代接口，还兼容供电、HDMI、VGA 等，故基于 USB 3.1 规范衍生的 Type-C 接口可以集成充电、音频、信号传输等功能，在防水防尘需求日益增强的背景下，使得智能手机的少孔化趋势得以实现。此外，Type-C 接口还具有支持正反拔插、传输速率快和传输功率高等优点，目前已成为消费电子接口发展的重要方向，对传统的 Micro-USB 连接器形成了显著的迭代趋势。发行人依托对 Type-C 产品持续的研发投入，掌握了多项相关核心技术（例如大电流、铱钉电镀、铁壳深抽引等），也带动了报告期内 Type-C 产品销售规模的持续提升。

报告期内，发行人 Type-C 连接器产品对 Micro-USB 连接器产品迭代情况如下所示：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
Type-C 连接器	13,482.36	91.34%	19,103.66	73.69%	8,179.98	47.84%	1,939.54	19.79%
Micro-USB 连接器	912.26	6.18%	5,383.56	20.77%	7,118.70	41.63%	7,390.72	75.40%

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
I/O 类小计	14,759.87	100.00%	25,922.95	100.00%	17,099.94	100.00%	9,802.00	100.00%
耳机连接器	4,862.68	-	18,264.14	-	21,686.59	-	28,607.95	-
合计	19,622.55	-	44,187.09	-	38,786.53	-	38,409.95	-

由上表可见，Type-C 连接器、Micro-USB 连接器及耳机连接器的收入合计在报告期内分别为 38,409.95 万元、38,786.53 万元、44,187.09 万元及 19,622.55 万元，在迭代过程中 2017 年至 2019 年收入实现了增长，受疫情影响 2020 年 1-6 月收入有所下降。

3、BTB 连接器方面

BTB 连接器产品目前正处于国产替代趋势中，中国厂商面临难得的发展机遇。目前发行人 BTB 产品处于产品周期的快速成长期，报告期内 BTB 产品收入实现了快速增长，未来预计中国智能手机厂商的崛起及国产替代趋势将进一步有利于公司 BTB 产品收入的持续快速增长及发行人 BTB 产品在全球范围内及全行业范围内与日系及美系 BTB 产品进行竞争。在 BTB 连接器产品内部，受移动终端快速充电能力愈发强大的影响，客户对 BTB 连接器的大电流应用能力也提出了更高的需求。

报告期内，发行人通过持续的研发投入，开发并量产了多款新规格 BTB 连接器产品，与旧产品相比，通过大电流 BTB 开发技术的研发成功及投入使用，新增了大电流 BTB 产品；同时在轻薄性方面持续实现突破，公座与母座的配合以后的整体高度由 0.8 毫米提升至 0.7 毫米再到 0.6 毫米，间距自 0.4 毫米提升至 0.35 毫米，30 只及以上引脚数量的 BTB 连接器逐步成为主流。

报告期内，发行人 BTB 连接器新产品对连接器旧产品迭代情况如下所示：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
新产品	9,371.63	58.89%	5,609.58	35.49%	1,677.87	11.87%	245.30	5.83%
旧产品	6,540.89	41.11%	10,197.62	64.51%	12,456.56	88.13%	3,964.40	94.17%

BTB 合计	15,912.52	100.00%	15,807.20	100.00%	14,134.43	100.00%	4,209.70	100.00%
--------	-----------	---------	-----------	---------	-----------	---------	----------	---------

注：以报告期内新销售的 BTB 连接器产品作为新产品，新产品主要是间距 0.4 毫米及 0.35 毫米、引脚 30 只以上以及大电流 BTB 产品。

由上表可见，报告期内 BTB 连接器新产品的收入分别为 245.30 万元、1,677.87 万元、5,609.58 万元以及 9,371.63 万元，占比分别为 5.83%、11.87%、35.49%及 58.89%，收入及收入占比呈现逐步提升的趋势。

以大电流 BTB 产品迭代非大电流 BTB 产品为例，近年来，随着移动终端持续向轻薄方向提升，且快速充电能力愈发强大，客户对 BTB 连接器的大电流应用能力提出了更高的需求，发行人通过持续的研发投入，运用两侧盔甲通流结构，同时选用高导电材料，实现更小占板空间前提下通电流能力的提升，于 2019 年开始实现了大电流 BTB 连接器的销售，且占比持续提升，2019 年及 2020 年 1-6 月大电流 BTB 产品的收入分别为 1,335.16 万元及 6,988.53 万元，收入占比分别为 8.45%及 43.92%。报告期内发行人 BTB 产品的收入情况如下：

单位：万元

分类	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
大电流	6,988.53	43.92%	1,335.16	8.45%	-	-	-	-
非大电流	8,923.99	56.08%	14,472.03	91.55%	14,134.43	100.00%	4,209.70	100.00%
合计	15,912.52	100.00%	15,807.20	100.00%	14,134.43	100.00%	4,209.70	100.00%

注：大电流为电流强度大于等于 5A。

（四）发行人主要产品是否存在被替代风险、进入门槛较低、竞争加剧的风险

发行人是专业从事精密连接器的研发、设计、生产及销售的高端制造类企业。产品广泛应用于消费电子等领域，客户群体主要是 3C 产品厂商，包括苹果、三星、小米、VIVO、OPPO 等全球移动通信终端前六大品牌。一般情况下，相对医疗、军工、航天等领域的精密连接器，消费电子领域的连接器产品更新换代较快，产品周期较短，竞争较为激烈。

近年来，中国精密连接器行业面临着较为有利的行业政策及环境、中国智能

手机品牌逐步崛起、BTB 产品逐步形成国产替代趋势、Type-C 接口逐步形成普及趋势等良好机遇，中国厂商面临难得的发展机遇。发行人准确把握各种有利因素，积极推行“大客户”战略，持续保持高强度的研发投入，紧紧围绕客户的潜在需求及痛点开展研发，在高毛利或者具备良好成长前景的产品方面（例如 BTB 产品、Type-C 产品、“三选三”卡座产品等）率先实现了突破，占据了市场先机，报告期内获得了良好的经营成果。

站在连接器行业的角度来看，发行人的产品具备较为明显的客户定制化特征，由于发行人的主要客户为苹果、三星、小米、VIVO、OPPO 等全球移动终端前六大品牌，客户认证门槛较高，且一般情况下客户新产品立项时就保持同步开发，客户粘性较高，发行人产品被替代的风险较低。

站在同一客户的角度来看，一般情况下，为了保证供应链安全及控制采购成本，同一客户均会存在几个不同的供应商，其均可以按照客户的要求生产出满足客户需求或解决客户痛点的产品，不同供应商在同一客户中存在一定的竞争关系，若发行人没有及时跟进行业发展趋势、没有及时解决客户的潜在需求及痛点、研发成果没有达到预期效果、没有及时的控制生产成本、没有保持稳定的产品品质、同行业竞争对手率先抓住市场先机或客户需求推出新产品等，存在发行人的主要产品竞争加剧、客户份额减少、产品被替代的风险。

二、发行人补充披露

上述“行业最新发展趋势”的内容已在招股说明书之“第六节 业务与技术”之“二、发行人所属行业基本情况及竞争状况”之“（三）发行人所属行业的特点和发展趋势”中补充披露。

上述“目前主要研发投入方向”的内容已在“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十三、经营成果分析”之“（四）期间费用”之“4、研发费用”中补充披露。

上述“产品技术迭代情况”的内容已在“第六节 业务与技术”之“七、发行人技术与研发情况”之“（一）发行人核心技术情况”中补充披露。

针对“发行人的主要产品竞争加剧、客户份额减少、产品被替代的风险”的

风险因素，已在招股说明书之“重大事项提示”中更新及补充披露如下：

“十三、发行人的主要产品竞争加剧、客户份额减少、产品被替代的风险

报告期内，发行人的主要产品为 BTB 连接器产品、Type-C 连接器产品及“三选三”卡座产品，三者合计收入分别为 7,919.87 万元、29,913.64 万元、57,072.53 万元及 37,875.84 万，占营业收入的比例分别为 7.74%、25.06%、45.46%及 63.35%，上述三类产品的销售情况对发行人业绩影响较大。

若未来发行人没有及时跟进行业发展趋势、没有及时解决客户的潜在需求及痛点、研发成果没有达到预期效果、没有及时的控制生产成本、没有保持稳定的产品品质、同行业竞争对手率先抓住市场先机或客户需求推出新产品等，存在发行人的主要产品竞争加剧、客户份额减少、产品被替代的风险。”

三、中介机构核查意见

（一）核查程序

针对以上情况，保荐人进行了以下核查：

1、获取相关研究报告、同行业上市公司公开信息，分析发行人行业最新发展趋势，分析发行人的竞争优势及潜在风险；

2、获取报告期各期研发费用明细项目的对应产品，分产品分析报告期内研发费用投入与产品需求的相关性以及对于发行人竞争优势所起到的作用；

3、获取发行人报告期内主要产品分大类销售收入情况，分析发行人卡座产品及 Type-C 产品的技术迭代情况及 BTB 连接器产品的国产替代趋势；

4、从连接器行业的角度以及同一客户的角度，分析发行人的产品进入门槛，是否存在竞争加剧、客户份额较少、产品被替代的风险。

（二）核查结论

经核查，保荐人认为：

1、近年来，中国精密连接器行业面临较为有利的外部环境及市场机遇；发行人准确抓住行业最新发展趋势，积极推行“大客户”战略，持续保持行业领先的

高强度研发投入，在高毛利或者具备良好成长前景的产品方面（例如 BTB 产品、Type-C 产品、“三选三”卡座产品等）率先实现了突破，占据了市场先机，报告期内获得了良好的经营成果；

2、站在连接器行业的角度来看，发行人的产品具备较为明显的客户定制化特征，由于发行人的主要客户为苹果、三星、小米、VIVO、OPPO 等全球移动终端前六大品牌，客户认证门槛较高，且一般情况下客户新产品立项时就保持同步开发，客户粘性较高，发行人产品被替代的风险较低；站在同一客户的角度来看，同一客户均会存在几个不同的供应商，其均可以按照客户的要求生产出满足客户需求或解决客户痛点的产品，不同供应商在同一客户中存在一定的竞争关系，发行人的主要产品存在竞争加剧、客户份额减少、产品被替代的风险；

3、针对发行人主要产品竞争加剧、客户份额减少、产品被替代的风险，发行人已在招股说明书之“重大事项提示”中做出更新及补充披露。

3. 关于净利润变动趋势

申报文件显示，报告期各期发行人营业收入分别 102,326.13 万元、119,357.63 万元、125,544.27 万元、59,790.76 万元，归属于母公司所有者净利润分别为 2,513.36 万元、5,372.87 万元、16,403.88 万元、10,108.30 万元。2018 年、2019 年，发行人归属于母公司所有者净利润分别同比增长 113.77%、205.31%，收入分别同比增长 16.64%、5.18%，净利润增速显著高于收入增速。

请发行人结合 2020 年全年业绩预计情况，量化分析并披露在报告期及 2020 年在收入增幅较小的情况下，毛利及净利润大幅增长的原因。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

请发行人结合 2020 年全年业绩预计情况，量化分析并披露在报告期及 2020 年在收入增幅较小的情况下，毛利及净利润大幅增长的原因。

一、发行人说明

（一）报告期内发行人在收入增幅较小的情况下，毛利及净利润大幅增长的原因

1、报告期内发行人营业收入、毛利及净利润情况

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年
	金额	增长率	金额	增长率	金额	增长率	金额
营业收入	59,790.76	-4.75%	125,544.27	5.18%	119,357.63	16.64%	102,326.13
营业成本	35,954.39	-7.30%	77,570.22	-7.51%	83,872.80	16.91%	71,738.61
毛利额	23,836.37	-0.63%	47,974.04	35.20%	35,484.83	16.01%	30,587.52
期间费用（不含研发费用）	4,635.89	-26.69%	12,647.87	-6.30%	13,498.30	3.05%	13,098.18
研发费用	6,030.14	-11.84%	13,680.29	-4.89%	14,384.32	31.88%	10,906.75
营业利润	12,081.17	32.90%	18,181.10	208.53%	5,892.80	126.75%	2,598.82
净利润	10,108.30	23.24%	16,403.88	205.31%	5,372.87	113.77%	2,513.36

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年
	金额	增长率	金额	增长率	金额	增长率	金额
归属于母公司股东的净利润	10,108.30	23.24%	16,403.88	205.31%	5,372.87	113.77%	2,513.36
毛利率	39.87%	1.65%	38.21%	8.48%	29.73%	-0.16%	29.89%
期间费用（不含研发费用）占营业收入比例	7.75%	-2.32%	10.07%	-1.23%	11.31%	-1.49%	12.80%
研发费用占营业收入的比例	10.09%	-0.81%	10.90%	-1.15%	12.05%	1.39%	10.66%
净利润率	16.91%	3.84%	13.07%	8.56%	4.50%	2.05%	2.46%

注：2020 年 1-6 月变动比例已年化处理。

报告期内，发行人营业收入的变动比例分别为 16.64%、5.18%、-4.75%（已年化处理），毛利变动比例分别为 16.01%、35.20%、-0.63%（已年化处理），净利润的变动比例分别为 113.77%、205.31%、23.24%（已年化处理）。报告期各期发行人的营业收入增长不大；2018 年相较 2017 年营业收入与毛利的变动比例差异较小，净利润增长较快。2019 年及 2020 年 1-6 月，营业收入增长不大，但毛利及净利润增长较大。

2、报告期内发行人营业收入增长不大的原因

报告期内，按照产品类别划分公司的产能利用率、产销率等相关情况如下：

产品	类别	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
连接器类	产能（万件）	163,926.00	325,481.04	303,054.20	237,736.65
	产量（万件）	159,124.44	316,247.94	293,651.14	235,623.38
	其中：外协产量（万件）	-	-	2.80	188.96
	产能利用率（%）	97.07	97.16	96.90	99.11
	销量（万件）	171,844.38	300,571.63	290,168.49	229,958.99
	产销率（%）	107.99	95.04	98.81	97.60

产品	类别	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
电声类	产能（万件）	249.30	2,248.31	10,591.88	11,919.40
	产量（万件）	245.33	1,909.19	9,503.51	10,972.87
	其中：外协产量（万件）	-	-	-	1.80
	产能利用率（%）	98.41	84.92	89.72	92.06
	销量（万件）	337.69	2,390.74	10,077.65	11,262.98
	产销率（%）	137.65	125.22	106.04	102.64

报告期内，发行人产能较为饱和，其中连接器产品的产能利用率维持在 96% 以上，连接器产品的产能分别为 23.77 亿件、30.30 亿件、32.55 亿件、16.39 亿件，变动比例分别为 27.47%、7.40%、0.73%（已年化处理），连接器产品的产量分别为 23.56 亿件、29.37 亿件、31.62 亿件及 15.91 亿件，变动比例分别为 24.66%、7.66%及 0.63%（已年化处理），与营业收入的变动情况基本一致，报告期内发行人营业收入增长不大主要受产能约束。

3、2018 年相较 2017 年发行人营业收入与毛利的变动比例差异较小，净利润增长较快的原因

2018 年相比 2017 年营业收入、毛利、净利润的变动比例分别为 16.64%、16.01%、113.77%，其中毛利与营业收入的变动比例基本一致，但净利润大幅增长，主要原因是：（1）2017 年末发行人客户金立通信濒临破产，发行人对其应收账款 2,362.52 万元预计无法收回，在 2017 年全额计提坏账准备，导致 2017 年净利润较低。若不考虑 2017 年对金立通信应收账款全额计提坏账准备的影响，2018 年净利润较 2017 年增长 10.19%，与营业收入的变动比例差异较小；（2）2018 年是发行人实施“大客户”战略的关键一年，研发项目由 2017 年的 18 个增加至 2018 年的 31 个，导致研发费用大幅增长，2018 年研发费用达到 14,384.32 万元，较 2017 年的研发费用 10,906.75 万元增加较多，对 2018 年净利润有所影响。

4、2019 年及 2020 年 1-6 月发行人营业收入增长不大，但毛利及净利润增长较快的原因

（1）发行人营业收入增长不大但毛利增长较快的原因

2019 年及 2020 年 1-6 月，发行人收入增长不大但毛利增长较快的主要原因是发行人的主营业务毛利率增长较快。报告期内，公司主营业务毛利率分别为 29.89%、29.78%、38.67%及 40.28%，2018 年与 2017 年发行人主营业务毛利率变化不大；2019 年较 2018 年提升 8.89 个百分点。2019 年度主营业务毛利率提升的原因分析如下：

1) 2019 年度发行人客户结构及产品结构得以优化，毛利率较高的客户及产品收入占比提升

报告期内，发行人产能较为饱和。发行人的连接器的产能从 2017 年度的 23.77 亿件增长至 2019 年度的 32.55 亿件，产能利用率维持在 96%以上。在产能相对紧张的情况下，一方面，报告期内发行人积极推进“大客户”战略，优先保障大客户及毛利率较高客户的订单需求（比如苹果、三星、小米、VIVO、OPPO 等），在发行人来源于大客户收入持续增长的情况下，主动缩减了小客户、毛利率较低客户及部分 ODM 客户的出货量，2019 年度“大客户”战略实施效果较好，来源于大客户的收入提升明显，发行人向苹果、三星、小米、VIVO、OPPO 实现的收入合计报告期内分别为 39,205.21 万元、58,246.49 万元、78,856.95 万元及 32,788.93 万元，占营业收入的比例分别为 38.31%、48.80%、62.81%及 54.84%，毛利率分别为 31.29%、35.93%、44.79%及 44.45%；另一方面，发行人进一步调整优化产品结构，毛利率较高的连接器产品的收入稳步增长，2019 年连接器产品实现收入 117,169.77 万元，较 2018 年的 103,457.72 万元增长了 13.25%，毛利率较低的电声产品收入 2019 年度下降幅度较大，收入为 3,595.64 万元，较 2018 年度收入下降了 74.46%。

2) 2019 年度，连接器里面的卡类、I/O 类、BTB 类及其他类的产品收入占比及毛利率同步提升，带动了连接器产品及主营业务毛利率的提升

报告期内，发行人分产品的毛利率、收入占比及对毛利率的影响，具体如下：

单位：%

项目	2020 年 1-6 月			2019 年度		
	毛利率	收入占比	对毛利率的影响	毛利率	收入占比	对毛利率的影响

一、连接器产品	40.70	99.08	1.50	40.02	97.02	10.10
其中：1、BTB	46.73	27.44	8.50	33.05	13.09	0.34
2、卡类	41.02	30.05	-6.40	47.13	39.73	5.96
3、I/O	36.58	25.45	1.54	36.17	21.47	3.42
4、耳机类	28.38	8.39	-1.74	27.21	15.12	-0.86
5、其他	45.01	7.75	-0.41	51.21	7.61	1.24
二、电声产品	-5.38	0.92	0.11	-5.29	2.98	-1.21
主营业务毛利率	40.28	100.00	1.60	38.67	100.00	8.89
项目	2018 年度			2017 年度		
	毛利率	收入占比	对毛利率的影响	毛利率	收入占比	对毛利率的影响
一、连接器产品	32.64	88.02	0.59	33.18	84.79	-
其中：1、BTB	33.11	12.03	3.41	13.64	4.19	-
2、卡类	35.13	36.34	2.06	32.54	32.89	-
3、I/O	29.89	14.55	0.78	36.54	9.76	-
4、耳机类	26.95	18.45	-5.03	35.11	28.49	-
5、其他	39.87	6.66	-0.63	34.80	9.44	-
二、电声产品	8.81	11.98	-0.70	11.52	15.21	-
主营业务毛利率	29.78	100.00	-0.10	29.89	100.00	-

注：本年度对毛利率的影响=（本年度的毛利率*本年度的收入占比）—（上年度的毛利率*上年度的收入占比）。

发行人主要产品包括 BTB 连接器、卡类、I/O 类、耳机类以及电声产品等，其毛利率存在一定差异。各类型产品的毛利率变动、收入占比变动是影响发行人主营业务毛利率的重要因素。报告期内，发行人各类产品的毛利率变动、收入占比变动对主营业务毛利率的影响情况如下：

产品	2020 年 1-6 月较 2019 年度			2019 年度较 2018 年度		
	毛利率变动影响	收入占比变动影响	小计	毛利率变动影响	收入占比变动影响	小计
一、连接器产品	0.67%	0.83%	1.50%	6.83%	3.27%	10.10%

其中：1、BTB	2.77%	5.72%	8.50%	-0.01%	0.35%	0.34%
2、卡类	-2.13%	-4.27%	-6.40%	4.56%	1.40%	5.96%
3、I/O	0.09%	1.45%	1.54%	1.13%	2.29%	3.42%
4、耳机类	0.14%	-1.87%	-1.74%	0.04%	-0.90%	-0.86%
5、其他	-0.48%	0.07%	-0.41%	0.81%	0.43%	1.24%
二、电声产品	0.00%	0.11%	0.11%	-1.05%	-0.16%	-1.21%
主营业务毛利率	0.67%	0.94%	1.60%	5.78%	3.11%	8.89%
产品	2018 年度较 2017 年度			-		
	毛利率变动影响	收入占比变动影响	小计	-	-	-
一、连接器产品	-0.47%	1.06%	0.59%	-	-	-
其中：1、BTB	1.58%	1.83%	3.41%	-	-	-
2、卡类	0.90%	1.17%	2.06%	-	-	-
3、I/O	-0.81%	1.59%	0.78%	-	-	-
4、耳机类	-1.92%	-3.12%	-5.03%	-	-	-
5、其他	0.41%	-1.04%	-0.63%	-	-	-
二、电声产品	-0.37%	-0.33%	-0.70%	-	-	-
主营业务毛利率	-0.84%	0.74%	-0.10%	-	-	-

注：本期毛利率变动影响=（本期毛利率-上期毛利率）*平均收入占比；本期收入占比变动影响=（本期收入占比-上期收入占比）*平均毛利率。

①卡类产品方面。卡类产品 2019 年度使得发行人的主营业务毛利率提升 5.96 个百分点，其中，2019 年度卡类毛利率由 2018 年的 35.13%提升至 47.13%（上升了 12%），使得主营业务毛利率提升了 4.56%，是最主要的影响因素；卡类收入占比由 2018 年的 36.34%提升至 39.73%，使得主营业务毛利率提升了 1.40%。

2019 年度卡类产品毛利率提升了 12%，主要原因是高毛利率的“三选三”分体式卡座 2019 年度的收入占比大幅度提升。2017 年及 2018 年公司重点研发设计出了一款“三选三”卡座产品，销售给大客户（例如三星及小米）的毛利率较高，同时 2019 年实现了大幅度放量，2019 年度发行人向三星及小米合计销售

的“三选三”卡座产品的收入为 18,504.30 万元，较 2018 年度的 3,704.32 万元增长了 399.53%。“三选三”分体式卡座产品对卡类产品毛利率的影响具体如下：

单位：%

卡类产品	2020 年 1-6 月			2019 年度		
	收入占比	毛利率	对毛利率的影响	收入占比	毛利率	对毛利率的影响
“三选三”分体式卡座	35.76	51.00	-4.46	38.56	58.87	18.36
其他卡类	64.24	35.51	-1.62	61.44	39.76	-6.36
卡类合计	100.00	41.05	-6.08	100.00	47.13	12.00
卡类产品	2018 年度			2017 年度		
	收入占比	毛利率	对毛利率的影响	收入占比	毛利率	
“三选三”分体式卡座	8.67	50.07	3.69	3.01		21.73
其他卡类	91.33	33.72	-1.09	96.99		32.88
卡类合计	100.00	35.13	2.59	100.00		32.54

注 1：上述“三选三”分体式卡座是销售给小米及三星的合计；2017 年开始向小米销售该产品，2018 年开始向三星销售该产品。

注 2：“三选三”分体式卡座 2017 年的毛利率为 21.73%，较 2018 年及 2019 年低，主要原因是 2017 年开始研发并生产，同时向小米的销售规模较小。

报告期内，“三选三”分体式卡座的“收入占比变动”及“毛利率变动”对卡类产品毛利率提升的影响如下：

产品	2020 年 1-6 月较 2019 年度			2019 年度较 2018 年度		
	毛利率变动影响	收入占比变动影响	小计	毛利率变动影响	收入占比变动影响	小计
“三选三”分体式卡座	-2.92%	-1.54%	-4.46%	2.08%	16.28%	18.36%
其他卡类	-2.67%	1.06%	-1.62%	4.62%	-10.98%	-6.36%
卡类合计	-5.60%	-0.49%	-6.08%	6.70%	5.30%	12.00%
产品	2018 年度较 2017 年度			-		
	毛利率变动影响	收入占比变动影响	小计	-	-	-

“三选三”分体式卡座	1.66%	2.03%	3.69%	-	-	-
其他卡类	0.79%	-1.89%	-1.09%	-	-	-
卡类合计	2.45%	0.15%	2.59%	-	-	-

注：本期毛利率变动影响=（本期毛利率-上期毛利率）*平均收入占比；本期收入占比变动影响=（本期收入占比-上期收入占比）*平均毛利率。

② I/O 类产品方面，2019 年度毛利率由 2018 年的 29.89%提升至 36.17%，同时收入占比进一步由 2018 年的 14.55%提升至 21.47%，使得主营业务毛利率提升 3.42 个百分点。

一方面，从 I/O 类产品的结构来看。I/O 类产品中的主要品种是 Type-C 接口连接器，近年来，随着智能手机等移动终端的普及，Type-C 接口连接器凭借良好的产品性能逐步获得了行业及消费者认可，应用越来越广泛，2019 年度发行人 Type-C 接口连接器出货量较多，收入提升明显。报告期内 Type-C 接口连接器的收入分别为 1,939.54 万元，8,179.98 万元、19,103.66 万元及 13,482.36 万元，增长率为 321.75%、133.54%及 41.15%，Type-C 收入占比提升，随着持续的研究开发投入及生产规模的扩大，Type-C 接口连接器的技术工艺在报告期内持续优化，良率提升，损耗降低，人均效率及自动化水平也提升明显，毛利率逐期增长，毛利率分别为 5.77%、23.47%、35.87%及 37.71%，使得 I/O 类产品的 2019 年度毛利率提升明显。

单位：%

I/O 类	2020 年 1-6 月			2019 年		
	收入占比	毛利率	对毛利率的影响	收入占比	毛利率	对毛利率的影响
Type-C	91.34	37.71	8.01	73.69	35.87	15.20
其他类	8.66	24.65	-7.61	26.31	37.03	-8.92
合计	100.00	36.58	0.40	100	36.17	6.28
I/O 类	2018 年			2017 年		
	收入占比	毛利率	对毛利率的影响	收入占比	毛利率	对毛利率的影响
Type-C	47.84	23.47	10.08	19.79	5.77	-
其他类	52.16	35.78	-16.73	80.21	44.13	-
合计	100	29.89	-6.64	100	36.54	-

注：本年度对毛利率的影响=（本年度的毛利率*本年度的收入占比）—（上年度的毛利率*上年度的收入占比）。

另一方面，从 Type-C 连接器的单位成本及单位价格来看。2018 年度随着销售数量及生产规模的扩大，在单价基本保持稳定的情况下，单位成本下降明显，使得 2018 年度的毛利率提升明显；2019 年度，公司生产的 PIN 数较少的 Type-C 连接器较多，单价下降明显，同时随着公司生产规模的扩大，生产效率提升明显，单位成本下降快于单价下降速度。

单位：元/个；万个

I/O 类产品	项目	2020 年 1-6 月		2019 年度	
		金额	变动幅度	金额	变动幅度
Type-C	毛利率	37.71%	1.84%	35.87%	12.40%
	单价	1.3381	-5.68%	1.4188	-36.14%
	单位成本	0.8336	-8.39%	0.9099	-46.49%
	数量	10,075.40	49.66%	13,464.83	265.72%
I/O 类产品	项目	2018 年度		2017 年度	
		金额	变动幅度	金额	变动幅度
Type-C	毛利率	23.47%	17.70%	5.77%	-
	单价	2.2218	-3.50%	2.3023	-
	单位成本	1.7003	-21.62%	2.1694	-
	数量	3,681.75	337.05%	842.42	-

③BTB 类产品方面，2019 年度毛利率为 33.05%，与 2018 年的 33.11%基本持平，同时收入占比进一步由 2018 年的 12.03%提升至 13.09%，使得主营业务毛利率提升 0.34 个百分点。

BTB 连接器是微型精密电子器件，主要通过自动化设备来生产，自动化水平高。发行人在 BTB 连接器方面有着十几年的技术积累，近年来凭借 BTB 连接器的国产替代趋势，发行人在 BTB 连接器方面实现了突破。2018 年发行人升级了自动化生产设备，随着生产规模的扩大，BTB 的生产工艺也提升明显，例如在生产工艺上增加了辅助铜料带，减少去 PIN 导致的损耗；冲压对模具进行了优化，在生产效率和良率大幅提升；在注塑时注塑模具结构优化，塑胶使用效率

提升；在电镀时，不断提升线速且持续优化电镀模具，这均使得单位成本下降明显，2018 年度 BTB 连接器的毛利率提升了 19.47%。

2019 年度 BTB 连接器的毛利率基本保持稳定，同时 BTB 连接器的收入为 15,807.20 万元，较 2018 年度收入 14,134.43 万元，增长了 11.83%，收入占比有小幅度提升。

单位：元/个；万个

BTB 类产品	2020 年 1-6 月		2019 年度	
	金额	变动幅度	金额	变动幅度
毛利率	46.73%	13.68%	33.05%	-0.06%
单价	0.2006	9.20%	0.1837	0.36%
单位成本	0.1069	-13.09%	0.1230	0.45%
数量	79,335.61	84.36%	86,065.13	11.43%
BTB 类产品	2018 年度		2017 年度	
	金额	变动幅度	金额	变动幅度
毛利率	33.11%	19.47%	13.64%	-
单价	0.1830	-5.22%	0.1931	-
单位成本	0.1224	-26.59%	0.1667	-
数量	77,236.60	254.24%	21,803.30	-

④其他类产品方面，2019 年度毛利率由 2018 年的 39.87%提升至 51.21%，同时收入占比进一步由 2018 年的 6.66%提升至 7.61%，使得主营业务毛利率提升 1.24 个百分点。

其他类产品主要包括电池类、WTB 类、精密结构件等。主要应用在包括苹果、谷歌、亚马逊等非手机类产品上，例如：蓝牙耳机、头戴式耳机 Beats 品牌（苹果子品牌）、智能音响、家用路由器、服务器等物联网、智能家居、智能穿戴类产品，毛利率相对较高。在收入方面，2019 年度的收入为 9,191.00 万元，较 2018 年的 7,824.22 万元增长了 17.47%，主要是 WTB 类产品的收入增长导致的，WTB 类产品的终端客户是苹果，2019 年实现收入 3,424.84 万元，较上年同期增长了 62.26%。

（2）发行人营业收入增长不大但净利润增长较快的原因

2019 年及 2020 年 1-6 月，发行人收入增长不大但净利润增长较快的主要原因除了上述毛利及毛利率的影响外，期间费用率及研发费用率的下降有利于净利润的增长。

报告期内，公司期间费用金额及期间费用率情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度	
	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例
销售费用	1,510.45	2.53%	6,095.48	4.86%
管理费用	3,119.60	5.22%	6,513.62	5.19%
财务费用	5.84	0.01%	38.76	0.03%
合计	4,635.89	7.75%	12,647.87	10.07%
研发费用	6,030.14	10.09%	13,680.29	10.90%
营业收入	59,790.76	100.00%	125,544.27	100.00%
项目	2018 年度		2017 年度	
	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例
销售费用	6,119.27	5.13%	5,916.61	5.78%
管理费用	6,808.60	5.70%	6,835.67	6.68%
财务费用	570.43	0.48%	345.90	0.34%
合计	13,498.30	11.31%	13,098.18	12.80%
研发费用	14,384.32	12.05%	10,906.75	10.66%
营业收入	119,357.63	100.00%	102,326.13	100.00%

1）2019 年期间费用率及研发费用率均有所下降，促进了净利润的增长

2018 年期间费用率及研发费用率分别为 11.31%及 12.05%，2019 年期间费用率及研发费用率分别为 10.07%及 10.90%，均较 2018 年有所下降，最主要原因是：

①公司“大客户”战略在 2019 年取得了良好效果及 2019 年发行人调整整顿了电声产品业务，小客户数量大幅减少，客户逐渐集中化，公司目前主要客户为三星、苹果、小米、VIVO、OPPO 等知名手机品牌商，销售人员数量减少、也无

需频繁出差会见或招待客户，使得销售费用及管理费用在 2019 年均有所下降。

②2019 年公司汇兑损益为-373.52 万元（负号表示正向收益），较 2018 年的 -63.68 万元增长明显，使得财务费用在 2019 年较少。

③自 2018 年起发行人研发人员数量、研发项目数量、研发费用金额均逐年减少，主要原因如下：一方面，2018 年是发行人实施大客户战略的关键一年，2017 年末公司招聘了大量研发人员筹备对大客户新产品的研发，研发项目由 2017 年的 18 个增加至 2018 年的 31 个，导致研发费用大幅增长，2018 年是研发项目及研发费用最多的一年，分别为 31 个及 14,384.32 万元，随着新产品的陆续研发投产及大客户合作关系的深化，发行人集中服务大客户，研发项目及研发费用自 2018 年起逐步下降，研发人员数量也有所下降；另一方面，2019 年初发行人调整整顿了电声业务，电声业务的研发人员在 2019 年减少较多，由 2018 年 80 人减少至 2019 年的 24 人，减少了 56 人，报告期内发行人也在调整深圳君泽的连接业务，深圳君泽位于深圳市，人才竞争较为激烈，工业用地紧张，用工成本也持续上涨，发行人逐步将经营重心转移至启东乾朔，启东乾朔负责开发、维护小米等中国市场以及苹果等北美市场，在开发新客户时存在较大的研发需求，深圳君泽目前主要是维护三星等历史积累的成熟客户，研发需求相对较小，研发人员存在自然流失的情况，2019 年深圳君泽连接器业务的期末在职研发人员为 93 人，较 2018 年 128 人减少了 35 人。

2) 2020 年 1-6 月销售费用率下降明显，促进了净利润的增长

发行人 2019 年销售费用率为 4.86%，2020 年 1-6 月销售费用率为 2.53%，2020 年 1-6 月下降明显，2020 年实施新收入准则后，发行人将不构成单项履约义务的运费由销售费用项目列报改为营业成本项目列报，除上述影响外，2020 年 1-6 月销售费用率下降还有以下原因：

① 因疫情影响，2020 年 1-6 月公司员工出差及招待客户次数明显减少，2019 年销售费用中的办公差旅费及业务招待费合计金额为 486.78 万元，2020 年 1-6 月合计金额仅 97.39 万元。

② 因 2020 年 1-6 月发行人对三星的销售收入大幅下降，发行人对三星销售

而支付的佣金大幅减少。2019年及2020年1-6月对三星的销售额分别为31,768.95万元及5,048.44万元，支付的佣金分别为1,074.59万元、204.41万元。

③ 2019年对小米及苹果等客户开发的新产品较多，少数几款新产品产能尚在爬坡阶段，工艺不成熟，产生偶发性的质量缺陷，支付给客户的质量赔款金额较大，2020年1-6月，随着生产工艺成熟，质量扣款金额较小。2019年发行人支付的质量赔款金额为770.71万元，2020年1-6月仅37.61万元。

（二）2020年在收入增幅较小的情况下，净利润大幅增长的原因

1、2020年1-9月的业绩情况

单位：万元

项目	2020年1-9月	2019年1-9月	同比变动
营业收入	102,393.22	90,903.69	12.64%
归属于母公司所有者的净利润	21,135.67	10,919.32	93.56%
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	20,400.19	10,806.32	88.78%

注：上述2020年1-9月及2019年1-9月的数据已经天健会计师事务所（特殊普通合伙）审阅。

2、2020年全年业绩预计情况及收入增长不大但净利润增长较快的原因

单位：万元

项目	2020年度	2019年度	同比变动
营业收入	155,000-165,000	125,544.27	23.46%-31.43%
归属于母公司所有者的净利润	33,000-38,000	16,403.88	101.17%-131.65%
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	32,000-37,000	16,030.43	99.62%-130.81%

注：上述2020年度的财务数据为本公司的业绩预计数据；上述2019年度财务数据已经天健会计师事务所（特殊普通合伙）审计。

发行人2020年度的营业收入预计为155,000万元至165,000万元，相较2019年度的营业收入125,544.27万元同比增长23.46%至31.43%，营业收入规模有所增长，主要原因是发行人对苹果的销售从2020年8月份开始大幅放量以及对小米、华勤等收入预计同比实现较大幅度的增加。同时，BTB产品、Type-C产品自2020年以来销量持续增长。

发行人 2020 年度的归属于母公司所有者的净利润预计为 33,000 万元-38,000 万元，相较 2019 年的归属于母公司所有者的净利润 16,403.88 万元同比增长 101.17%-131.65%，主要原因是毛利率较高的产品中 BTB 产品、Type-C 产品销量均大幅增加，同时毛利率也同步提升；此外，对苹果的销售额自 2020 年 8 月份以来显著增加，销售给苹果的产品毛利率水平较高。

除上述毛利率的影响外，2020 年因疫情影响，公司销售人员出差及招待客户的次数明显减少；因对三星销售额下降，支付的佣金大幅减少；因产品工艺成熟，产品质量趋于稳定，支付的质量赔款减少等原因，预计 2020 年销售费用率有所下降，也促进净利润增长。

综上，2020 年全年预计营业收入仅增长 23.46%-31.43%，但净利润却增长 101.17%-131.65%，主要原因是 2020 年产品结构变化，高毛利率的产品销量大幅增加，2020 年预计毛利率水平较 2019 年有所增长，以及销售费用率有所下降。

二、发行人补充披露

上述内容已在招股说明书之“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十三、经营成果分析”中补充披露。

三、中介机构核查意见

（一）核查程序

针对以上情况，保荐人、申报会计师进行了以下核查：

1、了解报告期内发行人与收入确认相关的关键内部控制，评价这些控制的设计，确定其是否得到执行，并测试相关内部控制的运行有效性；

2、抽样检查报告期内销售相关的销售合同、销售订单、出库单、出口报关单、装箱单、货运提单、签收单、对账单、销售发票及收款银行回单等支持性证据；

3. 分析报告期各期客户结构、产品结构、主要产品毛利率以及各项费用变化的合理性；并结合 2020 年 3 季度审阅数据，分析发行人 2020 年全年业绩预计情况的准确性；

4. 分析 2017 年对金立通信应收账款计提的坏账准备、2018 年研发投入以及 2020 年销售费用变化情况对当期净利润的影响。

（二）核查结论

经核查，保荐人、申报会计师认为：

1、报告期内，发行人产能较为饱和，使得发行人的营业收入增长不大；

2、2018 年相较 2017 年发行人营业收入与毛利的变动比例差异较小，净利润增长较快，主要原因是：（1）2017 年末发行人客户金立通信濒临破产，发行人对其应收账款 2,362.52 万元预计无法收回，在 2017 年全额计提坏账准备，导致 2017 年净利润较低；（2）2018 年是发行人实施“大客户”战略的关键一年，研发项目由 2017 年的 18 个增加至 2018 年的 31 个，导致研发费用大幅增长，2018 年研发费用达到 14,384.32 万元，较 2017 年的研发费用 10,906.75 万元增加较多，对 2018 年净利润有所影响；

3、2019 年及 2020 年 1-6 月发行人营业收入增长不大，但毛利及净利润增长较快，主要原因是：（1）发行人的主营业务毛利率提升明显，报告期内发行人的主营业务毛利率分别为 29.89%、29.78%、38.67%及 40.28%。毛利率提升的原因是在产能相对紧张的情况下，一方面，报告期内发行人积极推进“大客户”战略，优先保障大客户及毛利率较高客户的订单需求（比如苹果、三星、小米、VIVO、OPPO 等），在发行人来源于大客户收入持续增长的情况下，主动缩减了小客户、毛利率较低客户及部分 ODM 客户的出货量，2019 年度“大客户”战略实施效果较好，来源于大客户的收入提升明显；另一方面，发行人进一步调整优化产品结构，毛利率较高的连接器产品的收入稳步增长，毛利率较低的电声产品收入 2019 年度下降幅度较大，收入为 3,595.64 万元，较 2018 年度收入下降了 74.46%；（2）2019 年及 2020 年 1-6 月，发行人期间费用率及研发费用率的下降在一定程度上促进了净利润的增长；

4、发行人 2020 年度的营业收入预计为 155,000 万元至 165,000 万元，相较 2019 年度的营业收入 125,544.27 万元同比增长 23.46%至 31.43%，2020 年度的归属于母公司所有者的净利润预计为 33,000 万元-38,000 万元，相较 2019 年的归

属于母公司所有者的净利润 16,403.88 万元同比增长 101.17%-131.65%，收入增长不大但净利润大幅增长的主要原因是 2020 年预计毛利率水平较 2019 年有所增长，2020 年发行人毛利率较高的产品中 BTB 产品、Type-C 产品销量均大幅增加，同时毛利率也同步提升，此外对苹果的销售额自 2020 年 8 月份以来显著增加，销售给苹果的产品毛利率水平较高，除毛利率的影响外，预计 2020 年销售费用率有所下降，也促进了净利润的增长。

4. 关于深圳君泽、启东乾朔

申报文件显示，发行人全资子公司深圳君泽、启东乾朔历史上均为外商投资企业，历史外资股东吴国维、苏敬舜等均为发行人实际控制人王润鸣代持股份。

请发行人披露历史上通过代持方式维持深圳君泽、启东乾朔的外商投资企业身份并获取相关税收优惠是否违反相关规定，是否存在被行政处罚风险。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

【回复】

请发行人披露历史上通过代持方式维持深圳君泽、启东乾朔的外商投资企业身份并获取相关税收优惠是否违反相关规定，是否存在被行政处罚风险。

一、发行人说明

（一）启东乾朔

启东乾朔系励洋集团有限公司于 2005 年 5 月 8 日出资设立的外商独资企业，并依法取得《中华人民共和国外商投资企业批准证书》和《企业法人营业执照》。2008 年 6 月 29 日，励洋集团有限公司将所持启东乾朔的全部股权分别转让给乾德有限和中国台湾籍人员苏敬舜（苏敬舜代王润鸣实际控制的境外企业 ACT 公司持有启东乾朔的股权）。本次股权转让完成后，启东乾朔的企业性质由外商独资企业变更为中外合资企业。2015 年 6 月 25 日，苏敬舜将所持启东乾朔全部股权转让给乾德有限，启东乾朔成为乾德有限的全资子公司，其企业性质变更为内资企业。

根据国务院下发《国务院关于实施企业所得税过渡优惠政策的通知》（国发[2007]39 号），启东乾朔于 2009 年至 2012 年基于外商投资企业身份享受“两免三减半”的税收优惠，合计减免所得税额 4,167,323.13 元。

根据《中华人民共和国外商投资企业和外国企业所得税法》第八条的规定：“外商投资企业实际经营期不满 10 年的，应当补缴已免征、减征的企业所得税税款。”根据启东乾朔向启东市国税局补缴税款的支付凭证及完税证明及启东乾

朔当地税务局出具的合规证明，由于启东乾朔作为外商投资企业实际经营时间未超过 10 年，启东乾朔已于 2015 年 7 月 14 日向启东市国税局全额补缴了其作为外商投资企业存续期间已免征、减征的企业所得税税款。

鉴于：

1、启东乾朔的股东已解除股权代持关系，不存在任何纠纷。

2、启东乾朔已按照相关法律法规规定全额补缴其作为外商投资企业存续期间免征、减征的企业所得税税款。

3、根据《中华人民共和国税收征收管理法》（2015 年修订）第八十六条的规定，违反税收法律、行政法规应当给予行政处罚的行为，在五年内未被发现的，不再给予行政处罚，启东乾朔自变更为内资企业至今已逾五年，且截至本回复出具之日，启东乾朔不存在因股权代持享受上述税收优惠政策而受到税务主管部门行政处罚的情形。

4、启东乾朔税务主管机关国家税务总局启东市税务局已出具证明，确认苏敬舜代 ACT 公司持有启东乾朔股权未违反国家税收方面的法律法规，启东乾朔于 2015 年 6 月变更为内资企业后，依法补缴了作为外商投资企业存续期间免征、减征的企业所得税税款，且启东乾朔能够进行准确财务核算，依法纳税，不存在因违反有关税收方面法律法规受到行政处罚的情形。

5、根据国家税务总局启东市税务局出具的证明，并经登录国家税务总局江苏省税务局网站查询，启东乾朔报告期内不存在税收方面的重大违法违规行为；

6、发行人控股股东、实际控制人已出具承诺：“如日后税务主管部门就启东乾朔电子有限公司因股权代持享受外商投资企业税收优惠政策向其追缴税收优惠、征收滞纳金、罚款或收取其他税费的，本人/我们将无条件连带地全额承担启东乾朔电子有限公司应补缴的税款及/或因此所产生的所有相关费用。”

综上，虽然启东乾朔作为外商投资企业的实际经营期未满 10 年，不符合《中华人民共和国外商投资企业和外国企业所得税法》关于外商投资企业税收优惠的相关条件，但启东乾朔已全额补缴了其作为外商投资企业存续期间免征、减征的企业所得税税款，且国家税务总局启东市税务局已出具证明，确认启东乾朔依法

纳税，其股权代持事项未违反国家税收方面的法律法规，亦不存在因违反有关税收方面法律法规受到行政处罚的情形。因此，启东乾朔不存在因股权代持享受上述税收优惠政策而受到行政处罚的风险。

同时，发行人控股股东、实际控制人已承诺如未来发生追缴或罚款等义务将代启东乾朔承担，故启东乾朔历史上存在的股权代持而导致其享受外商投资企业的相关税收优惠不会对发行人持续经营产生重大不利影响，亦不会对发行人本次发行上市构成实质性障碍。

（二）深圳君泽

深圳君泽系深圳市良泽电子有限公司（乾德有限的曾用名）与台湾公司良泽股份有限公司于 2005 年 5 月 27 日共同出资设立的中外合资企业，并依法取得《中华人民共和国外商投资企业批准证书》和《企业法人营业执照》。2007 年 11 月 22 日，良泽股份有限公司将其持有深圳君泽 40%股权转让给由王润鸣实际控制的 ACT 公司。2014 年 12 月 22 日，ACT 公司将持有深圳君泽 40%股权转让给乾德有限，ACT 公司不再持有深圳君泽的股权，深圳君泽变更为内资企业。

根据深圳市宝安区国家税务局福永税务分局于 2006 年 12 月 5 日出具的《深圳市国家税务局减、免税批准通知书》（深国税宝福减免〔2006〕0141 号），深圳君泽作为生产性外商投资企业，从开始获利年度起（即 2008 年至 2012 年期间），享受“两免三减半”的税收优惠待遇，合计减免所得税额 5,242,407.62 元。

根据《深圳市人民政府关于深圳特区企业税收政策若干问题的规定》（深府[1988]232 号）第八条规定：“对从事工业、农业、交通运输等生产性行业的特区企业，经营期在 10 年以上的，从开始获利的年度起，第一年和第二年免征所得税，第三年至第五年减半征收所得税”。同时，根据《深圳市人民政府关于宝安龙岗两个市辖区有关税收政策问题的通知》（深府[1993]1 号）规定：“宝安、龙岗两区的各项税收优惠政策，按照深圳经济特区的有关优惠政策执行。”

深圳君泽在变更为内资企业之前，其根据外商投资企业相关规定享有的所得税优惠与届时深圳特区、龙岗区及宝安区内的内资有限责任公司根据深府[1988]232 号文及深府[1993]1 号所享有的企业所得税优惠的期限、金额均相同，

因此，根据深府[1988]232 号文及深府[1993]1 号文的相关规定，深圳君泽变更为内资企业无须补缴 2008-2012 年度企业所得税。2017 年 11 月 30 日，深圳市国税局出具了《深圳市国家税务局关于确认乾德电子下属企业深圳君泽电子有限公司享受税收优惠合法性问题的复函》（深国税函[2017]573 号），确认深圳市宝安区国家税务局福永分局 2006 年出具的《深圳市国家税务局减、免税批准通知书》（深国税宝福减免[2006]0141 号）继续有效。

鉴于：

1、深圳君泽的股东已解除股权代持关系，不存在任何纠纷。

2、相比报告期内发行人利润总额的规模，深圳君泽享受上述所得税减免税额的金额较小，且主管税务部门已经确认深圳君泽作为深圳特区内资企业享受税收优惠待遇符合深府[1988]232 号文及深府[1993]1 号文的相关规定，无须另行补缴。

3、根据《中华人民共和国税收征收管理法》（2015 年修订）第八十六条的规定，违反税收法律、行政法规应当给予行政处罚的行为，在五年内未被发现的，不再给予行政处罚，深圳君泽自变更为内资企业至今已逾五年，且截至本回复出具之日，深圳君泽不存在因股权代持享受上述税收优惠政策而受到税务主管部门行政处罚的情形；

4、根据国家税务总局深圳市宝安区税务局出具的证明，并经登录国家税务总局深圳市税务局网站查询，深圳君泽报告期内不存在税收方面的重大违法违规行为；

5、发行人控股股东、实际控制人已出具承诺：“如日后税务主管部门就深圳君泽电子有限公司因股权代持享受外商投资企业税收优惠政策向其追缴税收优惠、征收滞纳金、罚款或收取其他税费的，本人/我们将无条件连带地全额承担深圳君泽电子有限公司应补缴的税款及/或因此所产生的所有相关费用。”

综上，虽然深圳君泽于 2008 年至 2012 年期间依照外商投资企业享受了相应的税收优惠政策，但该等税收优惠的期限及金额与当时深圳市设立的内资企业所享受的税收优惠的期限及金额相同，且深圳市国税局已经确认其享有的税收优惠

继续有效，因此，深圳君泽享受的上述税收优惠政策符合深圳市关于税收优惠的相关规定。同时，深圳君泽自变更为内资企业至今已逾五年，截至本回复出具日，深圳君泽不存在因股权代持享受上述税收优惠政策而受到税务主管部门行政处罚的情形，且在报告期内不存在税收方面的重大违法违规行为。因此，深圳君泽不存在因股权代持享受上述税收优惠政策而受到行政处罚的风险。

此外，相比发行人报告期内利润总额的规模，深圳君泽享受上述所得税减免税额的金额较小，且发行人控股股东、实际控制人已承诺如未来发生追缴或罚款等义务将代深圳君泽承担，故深圳君泽历史上存在的股权代持而导致其享受外商投资企业的相关税收优惠不会对发行人持续经营产生重大不利影响，亦不会对发行人本次发行上市构成实质性障碍。

二、发行人补充披露

发行人已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“七、发行人子公司、分公司情况”之“（十）关于深圳君泽、启东乾朔作为外商投资企业实际经营未满 10 年是否需要补缴相关税款的说明”中进行补充披露。

三、中介机构核查意见

（一）核查程序

针对以上情况，保荐人、发行人律师进行了以下核查：

- 1、核查深圳君泽、启东乾朔工商登记资料及年检资料，核查其作为外商投资企业的存续及实际经营时间；
- 2、核查深圳君泽、启东乾朔自成立以来取得的税收优惠备案文件；
- 3、查阅国家及当地颁布的涉及外商投资企业的税收征管政策、法律、法规；
- 4、核查深圳君泽、启东乾朔的税收缴款凭证；
- 5、核查启东乾朔向启东市国税局补缴税款的支付凭证及完税证明；
- 6、核查并取得当地税局向深圳君泽、启东乾朔出具的合规证明；
- 7、登录国家税务总局网站，核查深圳君泽、启东乾朔的税务行政处罚情况；

8、核查并取得发行人控股股东、实际控制人为深圳君泽、启东乾朔出具的相关承诺。

（二）核查结论

经核查，保荐人、发行人律师认为：启东乾朔、深圳君泽上述股权代持事项未违反国家或地方税收方面的法律法规，不存在因股权代持享受上述税收优惠政策而受到行政处罚的风险。启东乾朔、深圳君泽历史上存在的股权代持而导致其享受外商投资企业的相关税收优惠不会对发行人持续经营产生重大不利影响，亦不会对发行人本次发行上市构成实质性障碍。

（本页无正文，为深圳市乾德电子股份有限公司《关于深圳市乾德电子股份有限公司申请首次公开发行股票并在创业板上市的审核中心意见落实函的回复》之签章页）

法定代表人： 王润鸣

王润鸣


深圳市乾德电子股份有限公司
2021年1月11日

发行人董事长的声明

本人已认真阅读《关于深圳市乾德电子股份有限公司申请首次公开发行股票并在创业板上市的审核中心意见落实函的回复》的全部内容，确认回复的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并承担相应的法律责任。

董事长：



王润鸣



深圳市乾德电子股份有限公司

2024年 1月11 日

(本页无正文，为招商证券股份有限公司《关于深圳市乾德电子股份有限公司申请首次公开发行股票并在创业板上市的审核中心意见落实函的回复》之签署页)

保荐代表人： 赵海明

赵海明

刘光虎

刘光虎

保荐机构总经理： 熊剑涛

熊剑涛



招商证券股份有限公司

2021年1月11日

审核中心意见落实函回复报告的声明

本人已认真阅读《关于深圳市乾德电子股份有限公司申请首次公开发行股票并在创业板上市的审核中心意见落实函的回复》的全部内容，了解报告涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，落实函回复报告不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

保荐机构总经理： 熊剑涛
熊剑涛



2021年1月11日