



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回复

天健函〔2021〕3-12号

深圳证券交易所：

由招商证券股份有限公司转来的《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落实函》（审核函〔2020〕010972号，以下简称落实函）奉悉。我们已对落实函所提及的深圳市乾德电子股份有限公司（以下简称乾德电子公司或公司）财务事项进行了审慎核查，现汇报如下。

一、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。（落实函问题 1）

（一）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

1. 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、正崧精密。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、正崧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，公司主要竞争对手为立讯精密、长盈精密、电连技术、得润电子以及徠木股份等上市企业。

公司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。
	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, 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。

公司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，公司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	公司、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。	受益于国产替代及公司十多年的技术积累，报告期内公司 BTB 产品已实现了稳定量产，收入增长较快。
卡类产品	公司、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，公司在“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，报告期内公司“三选三”卡座产品收入增长较快。
Type-C 产品	公司、日本航空电子（JAE）、富士康（FOXCONN）、正崴精密、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，公司顺应行业发展趋势，积极开展 Type-C 连接器的研发、生产、销售，报告期内公司 Type-C 产品收入增长较快。
耳机类产品	公司、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。报告期内公司耳机类产品的收入下滑较大。
其他类（WTB 类、电池类）	电池类：公司、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：公司、日本压着端子（JST）等。	公司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；公司的 WTB 类连接器专供于苹果下属的 BEATS 头戴式耳机。

2. 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) 报告期内公司的营业收入、净利润及毛利率情况

报告期内，公司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
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) 报告期内公司营业收入增长较快及毛利率水平较高的原因

报告期内，公司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公司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，公司的连接器的产能从 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，公司一方面积极推进“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，在公司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。具体如下：

① 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，为公司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，公司向苹果、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。

② 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）。

③ 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、四面裸镍电镀以及铱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，公司研发费用分别为 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%。

④ 公司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，公司铱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。公司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）；

公司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年公司未向外提供电镀服务，2018年、2019年及2020年1-6月，公司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；此外，公司向外提供的电镀服务大多是铑钉电镀等特殊电镀工艺，工艺较为稀缺。

⑤ 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）分析并披露公司营业收入高速增长、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，公司报告期内营业收入高速增长、高毛利率的趋势符合公司的实际发展情况，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，或公司“大客户”战略未达到预期效果，或公司产能得到进一步释放后需尽快消化产能，或公司研发项目未取得实质性进展，公司的产品被行业内其他厂商的产品所替代，或公司未能够有效控制销售费用、管理费用及研发费用等，存在公司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。

针对未来公司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，公司已在招股说明书中做出重大事项提示。

3. 核查程序及核查结论

针对上述事项，我们主要执行了以下核查程序：

（1）了解报告期内公司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) 查询同行业公司的公开披露资料，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，以及公司“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) 分析未来对公司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。

经核查，我们认为：

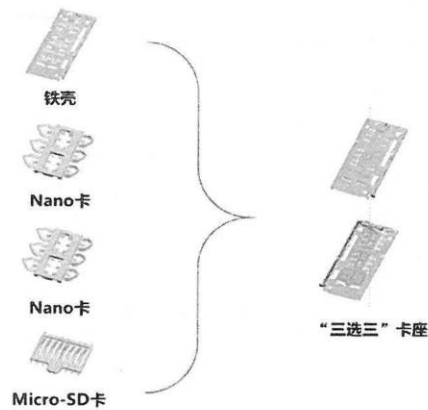
(1) 报告期内，公司取得了良好的经营成果，营业收入及净利润增长较快，毛利率水平较高，主要得益于良好的行业政策等外部环境，以及公司在产能相对紧张的情况下，首先，积极推进“大客户”战略，优先保障大客户及毛利率较高客户的订单需求，在公司来源于大客户收入持续提升的情况下，同步缩减了小客户、毛利率较低客户及部分 ODM 客户的收入；其次，公司稳步推进产品结构优化，增加毛利率较高的连接器产品的收入，主动收缩了毛利率较低的电声产品的收入；再次，在持续推进“大客户”战略及优化产品结构的同时，公司围绕客户的潜在需求及痛点，结合行业及产品的发展趋势加大研发投入，保持了相对较高比例的研发投入；最后，公司是行业内为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，公司报告期内营业收入高速增长、高毛利率的趋势符合公司的实际发展情况，具有合理性。

(2) 针对未来公司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，公司已在招股说明书之“重大事项提示”中补充披露。

(二) 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

1. “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，公司率先研发及生产了“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，公司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，公司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，公司也在 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），公司的“三选三”卡座产品存在一定的技术壁垒；（3）品牌及客户壁垒，公司的“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，目前公司的“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。

2. 该产品国内主要供应商情况

根据公司了解，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	公司、长盈精密等
小米	公司、安费诺（Amphenol）等
VIVO	公司、长盈精密、昆山嘉华电子有限公司等
OPPO	公司、长盈精密、昆山嘉华电子有限公司等

3. 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）报告期内公司“三选三”卡座产品毛利率较高的合理性

报告期内，公司“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) 公司在“三选三”卡座产品方面具有较为明显的先发优势

2017 年以后，以公司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，公司的“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，公司正在投入的涉及“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，公司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%，公司不断完善“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，公司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，以公司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，公司不断完善 “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

综上分析，公司报告期内 “三选三”卡座产品的毛利率水平较高符合公司的实际发展情况，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，则可能对公司 “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公司 “三选三”卡座产品的毛利率水平产生不利影响的风险因素，公司已在招股说明书之重大事项提示中做出风险提示。

4. 核查程序及核查意见

针对上述事项，我们主要执行了以下核查程序：

(1) 核查公司获得的“三选三”卡座产品的相关专利，以及公司在“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) 了解公司近年来 “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) 分析对公司“三选三”卡座产品维持高毛利率水平产生不利影响的因素。

经核查，我们认为，

(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，公司“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，公司“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，主要原因是公司在“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，公司可以在保持产品稳定高品质的情况下有效控制生产成本，符合公司的实际发展情况，具有合理性；

(3) 针对未来可能出现的对公司“三选三”卡座产品的毛利率水平产生不利影响的风险因素，公司已在招股说明书之“重大事项提示”中补充披露。

(三) 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

1. 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 月公司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，公司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 年的上述数据业经本所审计；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，公司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 年公司对三星的

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），导致公司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，使得公司对三星的收入下滑明显，2019 年公司对三星的卡类产品的收入为 19,743.92 万元，2020 年 1-11 月公司对三星的卡类收入为 7,176.00 万元，减少了约 1.2 亿元；4) 公司在 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，公司未对三星转移至闻泰的产能进行供货，而是将公司产能优先满足苹果、小米等大客户，2020 年 1-11 月公司对闻泰的收入为 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，公司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 年度公司的营业收入预计为 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公司整体业绩没有产生显著不利影响；公司 2020 年全年的营业收入较 2019 年实现了增长，主要原因是公司对其他大客户（例如苹果、小米、华勤等）的收入增长较快。

2. 进一步完善公司对大客户依赖及客户发生重大不利变化的相关风险提示

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

3. 核查程序及核查结论

针对上述事项，我们主要执行了以下核查程序：

(1) 获取并复核报告期内及 2020 年 1-11 月公司对三星的销售明细，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，并分析上述因素对公司向三星销售额的影响；

(3) 核查报告期内公司前五大客户的业务模式是否发生重大变化，是否对公司全年业绩产生显著不利影响；

(4) 了解公司对大客户依赖程度以及客户发生重大不利变化对公司的影响。

经核查，我们认为：

(1) 预计 2020 年公司对三星的收入较 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），导致公司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，使得公司对三星的收入下滑明显；4) 公司在 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，公司未对三星转移至闻泰的产能进行供货，而是将公司产能优先满足苹果、小米等大客户，除上述三星的业务模式发生变化外，公司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) 针对公司对大客户依赖及客户发生重大不利变化的相关风险，公司已在招股说明书之“重大事项提示”中更新及补充披露。

二、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。（落实函问题 3）

（一）报告期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，公司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
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 月变动比例已年化处理。

报告期内，公司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）。报告期各期公

司营业收入增长不大;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. 报告期内公司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
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,公司产能较为饱和,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,报告期内公司营业收入增长不大主要受产能约束。

3. 2018 年相较 2017 年公司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 年末公司客户金立通信濒临破产,公司对其应收账款 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 年是公司实施“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 月公司营业收入增长不大, 但毛利及净利润增长较快的原因

(1) 公司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, 公司收入增长不大但毛利增长较快的主要原因是公司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 年公司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 年度公司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, 公司产能较为饱和。公司的连接器的产能从 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(比如苹果、三星、小米、VIVO、OPPO 等), 在公司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, 公司向苹果、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, 公司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，公司分产品的毛利率、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）。

公司主要产品包括 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公司主营业务毛利率的重要因素。报告期内，公司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 年度使得公司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 年度公司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 年度公司 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	

③ BTB 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。公司在 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,公司在 BTB 连接器方面实现了突破。2018 年公司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）公司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，公司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 年公司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。

② 2019 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 年起公司研发人员数量、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 年是公司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入及大客户合作关系的深化，公司集中服务大客户，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 年初公司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，报告期内公司也在调整深圳君泽的连接器业务，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，公司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

公司 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，公司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 月公司对三星的销售收入大幅下降，公司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 质量扣款减少，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 年公司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 月的数据业经本所审阅。

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 年度的财务数据为公司的业绩预计数据；上述 2019 年度财务数据业经本所审计。

公司 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，主要原因是公司对苹果的销售从 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。

公司 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。

（三）核查程序及核查意见

针对上述事项，我们主要执行了以下核查程序：

1. 了解报告期内公司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，分析公司 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。

经核查，我们认为：

1. 报告期内，公司产能较为饱和，使得公司的营业收入增长不大；

2. 2018 年相较 2017 年公司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 年末公司客户金立通信濒临破产，公司对其应收账款 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 年是公司实施“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 月公司营业收入增长不大，但毛利及净利润增长较快，主要原因是：（1）公司的主营业务毛利率提升明显，报告期内公司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（比如苹果、三星、小米、VIVO、OPPO 等），在公司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，公司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，公司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. 公司 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 年公司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。

专此说明，请予察核。

天健会计师事务所（特殊普通合伙）



中国注册会计师：

康雪艳
杨兰



中国注册会计师：

二〇二一年一月十一日



会计师事务所 执业证书

名称：天健会计师事务所（特殊普通合伙）

首席合伙人：胡少先

主任会计师：

经营场所：浙江省杭州市西溪路128号6楼

组织形式：特殊普通合伙

执业证书编号：33000001

批准执业文号：浙财会（2011）25号

批准执业日期：1998年11月21日设立，2011年3月28日转制



说明

证书序号：0007666

- 1、《会计师事务所执业证书》是证明持有人经财政部门依法审批，准予执行注册会计师法定业务的凭证。
- 2、《会计师事务所执业证书》记载事项发生变动的，应当向财政部门申请换发。
- 3、《会计师事务所执业证书》不得伪造、涂改、出租、出借、转让。
- 4、会计师事务所终止或执业许可注销的，应当向财政部门交回《会计师事务所执业证书》。

发证机关：



2019年12月25日

中华人民共和国财政部制

仅为深圳市乾德电子股份有限公司IPO申报之目的而提供文件的复印件（原件与复印件一致），仅用于说明 天健会计师事务所（特殊普通合伙）具有执业资质未经本所书面同意，此文件不得用作任何其他用途，亦不得向第三方传送或披露。



证书序号: 000390

会计师事务所 证券、期货相关业务许可证

经财政部、中国证券监督管理委员会审查, 批准
天健会计师事务所 (特殊普通合伙) 执行证券、期货相关业务。

首席合伙人: 胡少先



证书号: 44
发证时间: 二〇一一年十一月八日
有效期至: 二〇一一年十一月八日

仅为深圳市乾德电子股份有限公司 IPO 申报之目的而提供文件的复印件 (原件与复印件一致), 仅用于说明 天健会计师事务所 (特殊普通合伙) 具有证券期货相关业务执业资质 未经本所书面同意, 此文件不得用作任何其他用途, 亦不得向第三方传递或披露。



营业执照

(副本)

统一社会信用代码
913300005793421213 (1/3)



名称 天健会计师事务所 (特殊普通合伙)
类型 特殊普通合伙企业
法定代表人 胡少先
成立日期 2011年07月18日
合伙期限 2011年07月18日至长期
主要经营场所 浙江省杭州市西湖区西溪路128号6楼

经营范围 审计企业会计报表、出具审计报告；验证企业资本，出具验资报告；办理企业合并、分立、清算事宜中的审计业务，出具有关报告；基本建设年度决算审计；代理记账；会计咨询、税务咨询、管理咨询、会计培训；信息系统审计；法律法规规定的其他业务。(依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动)

仅为深圳市乾德电子股份有限公司IPO申报之目的而提供文件的复印件，仅用于说明天健会计师事务所(特殊普通合伙)合法经营，未经本所书面同意，此文件不得用于任何其他用途，亦不得向第三方传送或披露。



登记机关



2020年03月13日



姓 名 康雪艳
Full name 康雪艳
性 别 女
Sex 女
出生日期 1978-09-29
Date of birth 1978-09-29
工作单位 开元信德会计师事务所有限公司深圳分所
Working unit 开元信德会计师事务所有限公司深圳分所
身份证号码 220421197809291000
Identities card No. 220421197809291000

仅为深圳市乾德电子股份有限公司 IPO 申报之目的而提供文件的复印件，仅用于说明康雪艳是中国注册会计师 未经本人书面同意，此文件不得用作任何其他用途，亦不得向第三方传送或披露。

注册会计师工作单位变更事项登记
Registration of the Change of Working Unit by a CPA

同意调出
Agree the holder to be transferred from

天健会计师事务所
Tianjian CPAs
2009年12月25日
Stamp of the transfer-out Institute of CPAs

同意调入
Agree the holder to be transferred to

天健会计师事务所
Tianjian CPAs
2009年12月25日
Stamp of the transfer-in Institute of CPAs

(特殊普通合伙)

注册会计师工作单位变更事项登记
Registration of the Change of Working Unit by a CPA

同意调出
Agree the holder to be transferred from

天健会计师事务所
Tianjian CPAs
2009年12月25日
Stamp of the transfer-out Institute of CPAs

同意调入
Agree the holder to be transferred to

天健会计师事务所
Tianjian CPAs
2009年12月25日
Stamp of the transfer-in Institute of CPAs

年度检验登记
Annual Renewal Registration

本证书经检验合格，继续有效一年。
This certificate is valid for another year after this renewal.



康雪艳
110005490027
深圳市注册会计师协会

有效一年
for year after



年度检验登记
Annual Renewal Registration

本证书经检验合格，继续有效一年。
This certificate is valid for another year after this renewal.



证书编号:
No. of Certificate 110005490027

批准注册协会: 深圳市注册会计师协会
Authorized Institute of CPAs

发证日期: 2009年07月21日
Date of Issuance 2009 07 21

年度检验登记
Annual Renewal Registration

本证书检验合格，继续有效一年。
This certificate is valid for another year after this renewal.



证书编号: 330000015813
No. of Certificate
批准注册协会: 深圳市注册会计师协会
Authorize Institute of CPA: Shenzhen Institute of Certified Public Accountants
发证日期: 2017 年 05 月 05 日
Date of issuance

仅为深圳市乾德电子股份有限公司 IPO 申报之用，而提供文件的复印件，仅用于说明杨登是中国注册会计师。未经本人书面同意，此复印件不得用于任何其他用途，亦不得向第三方传递或披露。

(特殊普通合伙)

年度检验登记
Annual Renewal Registration

本证书检验合格，继续有效一年。
This certificate is valid for another year after this renewal.

年度检验登记
Annual Renewal Registration



杨兰
330000015813
深圳市注册会计师协会

效一年，
year after

姓名	杨兰
Full name	杨兰
性别	女
Sex	女
出生日期	1985-12-27
Date of birth	1985-12-27
工作单位	天健会计师事务所(特殊普通合伙)
Working unit	天健会计师事务所(特殊普通合伙)
身份证号码	431227198512270329
Identity card No.	431227198512270329

