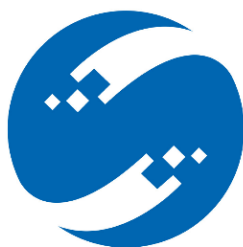


深圳市显盈科技股份有限公司

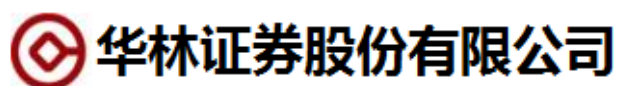
Fullink Technology Co., LTD.

（住所：深圳市宝安区燕罗街道燕川社区红湖东路西侧嘉达工业园 7 栋
厂房 101（1-4 层、6-8 层））



关于深圳市显盈科技股份有限公司 首次公开发行股票并在创业板上市 审核中心意见落实函的回复

保荐人（主承销商）



（注册地址：拉萨市柳梧新区国际总部城 3 幢 1 单元 5-5）

目 录

1. 关于 2020 年经营业绩	4
2. 关于发行人技术壁垒及被替代风险	12
3. 关于被动元件价格上涨对毛利率的影响	23
4. 关于主要外协厂商和盛高创	25

**关于深圳市显盈科技股份有限公司
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**

深圳证券交易所：

贵所于 2021 年 1 月 25 日出具的《关于深圳市显盈科技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〔2021〕010152 号，以下简称“《审核中心意见》”）收悉，华林证券股份有限公司作为保荐人和主承销商，与发行人、发行人律师及申报会计师对审核中心意见所列问题认真进行了逐项落实，现回复如下，请予审核。

如无特别说明，本回复报告中的简称或名词释义与《深圳市显盈科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书（申报稿）》（以下简称“招股说明书”）一致。

本问询函回复中的字体：

审核问询函所列问题	黑体（不加粗）
审核问询函所列问题的回复	宋体

1.关于 2020 年经营业绩

根据发行人 2020 年审阅报告，2020 年发行人营业收入、扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润分别为 53,051.27 万元、6,491.15 万元，较 2019 年分别增长 26.00%、27.82%，增长较快。

请发行人：

（1）结合 2020 年对主要客户的销售情况分析并披露 2020 年营业收入、扣非后归母净利润快速增长的原因、是否具有可持续性，如不具有可持续性，请进行特别风险提示。

（2）披露截至 2020 年末的在手订单情况并与上年同期进行对比。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、结合 2020 年对主要客户的销售情况分析并披露 2020 年营业收入、扣非后归母净利润快速增长的原因、是否具有可持续性，如不具有可持续性，请进行特别风险提示

（一）结合 2020 年对主要客户的销售情况分析并披露 2020 年营业收入、扣非后归母净利润快速增长的原因

经天健会计师事务所审计，发行人 2020 年度主要财务数据如下：

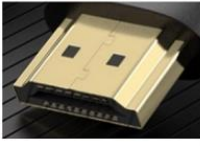
单位：万元			
项目	2020 年	2019 年	增长幅度
营业收入	53,051.27	42,102.93	26.00%
净利润	6,640.66	5,175.13	28.32%
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	6,491.15	5,078.43	27.82%

推动发行人 2020 年度营业收入增长 10,948.34 万元的原因，一是 Type-C 接口快速普及导致输入、输出设备接口不匹配，接口转换需求快速增长；二是笔记本电脑轻薄化趋势带来的更多接口转换、拓展需求；三是对知名品牌商客户茂杰国际、Belkin 和大疆创新销售收入的快速增长 12,749.71 万元。

1、发行人销售收入增长的行业背景

(1) Type-C 接口快速普及导致输入、输出设备接口不匹配，接口转换需求快速增长

各类信号传输端口

					
Type-C	VGA	DVI	HDMI	DP miniDP	USB

随着显示技术的不断进步，信号传输速率越来越高，各类 3C 电子产品的信号传输接口不断更新换代，视频传输方面先后经历了 VGA、DVI、HDMI 和 DP 接口，目前 HDMI 接口是视频传输领域的主流接口，Type-C 接口为后起之秀。

2014 年发布的 Type-C 接口是能够传输电力、数据和音视频信号的多功能接口，其体积小，使用无需区分正反面，支持快速充电、快速数据传输、多种视频传输协议，自 2014 年发布以来，Type-C 接口在笔记本电脑、安卓手机等轻薄化要求高的消费电子输出设备领域快速普及。

与此同时，HDMI、VGA 和 DP 等接口在显示器、投影仪、电视机等输入设备领域仍大量使用。例如，2021 年 1 月 25 日，京东搜索关键词“显示器”，前 20 名销量产品中，全部配置了 HDMI 接口，在样本中的使用率为 100%；13 款产品配置了 DP 接口，在样本中的使用率为 65%；9 款产品配置了 VGA 接口，在样本中的使用率为 45%；1 款产品配置了 Type-C 接口，在样本中的使用率为 5%。

因此，输入、输出设备间接口不匹配，接口转换需求快速增长，从而带动信号转换拓展产品市场的快速发展。

(2) 笔记本电脑轻薄化趋势带来更多接口转换、拓展需求

近年来，主流笔记本电脑品牌的主流产品精简了电脑接口，推动了信号转换拓展产品需求的大幅增长。苹果电脑方面，MacBook Pro 从 2016 款开始仅配置 Type-C 接口和 3.5mm 耳机接口，13 寸 MacBook Air 从 2018 款开始仅配置 Type-C 接口和 3.5mm 耳机接口，不再配置常规的 USB 接口、HDMI 和 SD 卡等接口；Windows 笔记本方面，

2018 年,戴尔推出新一代 XPS 13 9370 微边框系列产品,相较于 2017 年的 XPS 13 9360 产品,放弃了常规的 USB 接口,仅保留了 Type-C 接口和 3.5mm 耳机接口。

MacBook Air 和 MacBook Pro 更新前后接口对比

13 寸 MacBook Air 接口	2015 款、2017 款	2018 款、2019 款
	2 个 USB 接口	2 个 Type-C（雷电 3）接口
	miniDP（雷电 2）接口	
	SD 卡插槽	
	3.5 毫米耳机插孔	
MacBook Pro 接口	2015 款	2016 款、2017 款、2018 款、2019 款
	2 个 USB 接口	2/4 个 Type-C（雷电 3）接口
	2 个 miniDP（雷电 2）接口	
	HDMI 接口	
	SD 卡插槽	
	3.5 毫米耳机插孔	

戴尔 XPS 13 系列产品更新前后接口对比

型号	XPS13 9350、9360	XPS13 9370、9380
上市时间	2015-2017 年	2018-2019 年
接口	Type-C (雷电 3) 接口	2 个 Type-C (雷电 3) 接口
	2 个 USB 接口	Type-C 接口
	SD 卡插槽	Micro SD 卡插槽
	3.5 毫米耳机插孔	

上述产品在使用传统 U 盘、移动硬盘、有线网络、显示器、投影仪、智能电视、键盘、鼠标等大量非 Type-C 接口外设时,以及使用超过设备自带 Type-C 接口数量的外设时,必须通过转换器、拓展坞产品进行转换、拓展,从而带动信号转换拓展产品市场的快速发展。

2、围绕行业知名客户的业务发展路径推动对客户收入增长较快

行业知名客户所采购的产品品质要求高、终端售价高、销量大，因此可以给予供应商较大的采购量和较高的利润率。围绕行业知名客户持续进行客户和产品升级，并逐步淘汰低毛利率产品和订单，是发行人一贯坚持的业务发展路径。

多年来，发行人依托研发优势，持续推高产品的各项性能指标，满足知名客户的差异化需求，持续扩大在知名客户中的销售份额，推动着销售收入和利润的提升。主要的信号转换拓展产品客户包括茂杰国际（电脑周边产品及 USB 相关芯片制造商，中国台湾公司）、Belkin（3C 周边产品全球性高端品牌，美国公司）、StarTech.com（全球著名电脑周边产品品牌，加拿大公司）等；主要的模具及精密结构件客户为大疆创新。上述知名客户销售收入的增长推动了 2020 年业绩的增长。

3、2020 年对主要客户的销售情况

发行人 2020 年度营业收入增长 10,948.34 万元，增长 26.00%，主要原因为对茂杰国际、Belkin、大疆创新销售收入增长 12,749.71 万元，如下：

单位：万元

客户名称	营业收入	较 2019 年增长
茂杰国际	10,930.69	4,578.65
Belkin	5,254.43	3,596.16
大疆创新	5,454.59	4,574.90
合计	21,639.72	12,749.71

（1）Type-C 接口的普及、主流笔记本电脑品牌精简接口和 2020 年海外疫情催生居家办公需求的影响共同推动 Type-C 信号转换拓展产品需求快速增长，其中茂杰国际业务增长较快，2020 年发行人对茂杰国际销售金额为 10,930.69 万元，较 2019 年度增长 4,578.65 万元，同比增长 72.08%。

（2）对行业高端品牌商客户 Belkin 销售收入增长。2019 年，发行人导入行业高端品牌商客户 Belkin，并开始向其批量供货，由于发行人产品品质较好，市场反应良好，2020 年，Belkin 扩大了采购发行人产品的规模和种类，导致发行人对 Belkin 销售收入大幅增长。2020 年销售金额为 5,254.43 万元，较 2019 年度增长 3,596.16 万元，同比增长 216.86%。

(3) 2017 年, 公司开始自行设计、生产模具及精密结构件, 为公司信号转换拓展产品提供塑料外壳及内部结构件, 并开始对外销售, 产品获得大疆创新、罗马仕等外部品牌认可。2019 年下半年, 公司开始为大疆创新批量供应无人机、手持云台和可编程教育机器人等产品的塑壳、轮毂等精密结构件, 并逐月扩大销售额。2020 年销售金额为 5,454.59 万元, 较 2019 年度增长 4,574.90 万元, 同比增长 520.06%。

在营业收入增长 10,948.34 万元, 增长 26.00% 的情况下, 2020 年发行人扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润增长 1,412.72 万元, 增长 27.82%, 具有合理性。

(二) 是否具有可持续性, 如不具有可持续性, 请进行特别风险提示

如上所述, 推动发行人 2020 年度营业收入增长的原因, 一是 Type-C 接口快速普及导致输入、输出设备接口不匹配, 接口转换需求快速增长; 二是笔记本电脑轻薄化趋势带来的更多接口转换、拓展需求; 三是对知名品牌商客户茂杰国际、Belkin 和大疆创新销售收入的快速增长。上述因素均为可持续性因素。如下:

1、Type-C 接口多功能、小体积特性决定了其在笔记本电脑、智能手机等轻薄化要求高的消费电子领域将持续快速普及

2014 年发布的 Type-C 接口是能够传输电力、数据和音视频信号的多功能接口, 其体积小, 使用无需区分正反面, 支持快速充电、快速数据传输、多种视频传输协议。因 Type-C 接口多功能、小体积特性, 自 2014 年发布以来, Type-C 接口在笔记本电脑、安卓手机等轻薄化要求高的消费电子领域快速普及。轻薄化是笔记本电脑、手机等消费电子产品持续不断的追求, 因此预计 Type-C 接口快速普及趋势将长期存在。

2、输入、输出设备接口不匹配、多种传输标准并存的局面将长期存在

(1) 不同传输标准各有所长, 导致多种传输标准将长期存在

Type-C 接口多功能、小体积, 但在视频传输等领域, HDMI、DP 等标准更为专业; 在视频传输领域, HDMI 和 DP 也有不同的技术特征和用户群。在除笔记本电脑、智能手机之外的其他电子设备中, 如显示器、投影仪、DVD、数码相机等, HDMI、DP 等标准仍为主流传输标准。例如, 2021 年 1 月 25 日, 京东搜索关键词“显示器”, 前 20 名销量产品中, 全部配置了 HDMI 接口, 仅 1 款产品配置了 Type-C 接口。因此,

不同传输标准各有所长，导致多种传输标准将长期存在，进而信号转换拓展需求也将长期存在。

(2) 不同传输标准互相竞争，推动着不同传输标准的发展，导致多种传输标准将长期存在

Type-C 接口、HDMI、DP 等标准由全球各传输标准协会推出。Type-C 接口是 USB 协会于 2014 年推出的接口标准，凭借众多优秀的技术指标和技术特点，快速普及。但 HDMI 协会和 VESA 协会不会止步不前，2017 年，HDMI 协会发布 HDMI 2.1 标准，支持最高 8K（7680×4320）分辨率运行 60Hz 刷新频率，理论带宽上限 48Gb/s；2019 年，视频电子标准协会（VESA）发布 DP 2.0 标准，支持最高 16K（15360×8460）分辨率运行 60Hz 刷新频率，理论带宽上限 80Gb/s。不同传输标准互相竞争，推动着不同传输标准的发展，导致多种传输标准将长期存在。

(3) 3C 电子产品更新换代并不会导致接口技术的更换，接口技术的更换非常缓慢，导致多种传输标准将长期存在

3C 电子产品更新换代速度相对较快，但信号传输接口更新换代速度非常缓慢。以 VGA 接口为例，VGA 接口 1987 年发布，已不再更新近十年，但至今仍有很多使用该接口的台式机、显示器和投影仪等设备在销售、运行，例如，2021 年 1 月 25 日，京东搜索关键词“显示器”并按销量排序，前 20 名产品中有 9 款产品配置了 VGA 接口，在样本中的占有率为 45%。因此，接口技术的更新换代非常缓慢，预计未来相当长的时间内，仍将存在多种接口并存的市场格局。这些产品在使用时，仍然可能面临接口不匹配的问题，需要使用信号转换拓展产品。

(4) 市场销售数据表明多种传输标准将长期存在

基于上述原因，输入、输出设备接口不匹配、多种传输标准并存的局面将长期存在。例如，2021 年 1 月 25 日，京东搜索关键词“显示器”，前 20 名销量产品中，全部配置了 HDMI 接口，在样本中的使用率为 100%；13 款产品配置了 DP 接口，在样本中的使用率为 65%；9 款产品配置了 VGA 接口，在样本中的使用率为 45%；1 款产品配置了 Type-C 接口，在样本中的使用率为 5%。

3、知名客户品牌影响力强、销量大，供应商准入难度大，其订单具有较强的可持续性

(1) 知名客户品牌影响力强、销量大，其订单具有较强的可持续性

知名品牌商客户茂杰国际、Belkin、大疆创新销售收入的增长推动了发行人 2020 年销售收入的增长。上述客户品牌影响力强、销量大，发行人与其共同成长，其订单具有较大的可持续性。

(2) 品牌商为维护自身品牌，对供应商有着严格的准入机制和较长的认证周期，保证了发行人与客户的粘性，订单具有较大的可持续性

以行业高端品牌商 Belkin 为例，2018 年 6 月，发行人向 Belkin 寄送一款 Type-C 信号拓展坞样品；2018 年 7-8 月，Belkin 派出供应链管理人员对发行人进行考察，了解发行人研发、生产能力；经过近半年的认证、产品确认流程后，2019 年 1 月，发行人产品正式向 Belkin 出货。发行人产品在 Belkin 的整体认证周期在半年以上。2020 年，Belkin 扩大了采购发行人产品的种类和规模，双方合作进一步深化。目前，茂杰国际、绿联科技、StarTech.com、Belkin 和大疆创新等发行人大部分客户均采用类似认证制度，对于已经通过认证的供应商，品牌商与其保持紧密合作关系，该机制保证了发行人较高的客户稳定性。

(3) 发行人主导具体产品的研发，客户在产品研发上依赖发行人，进一步提高客户粘性和订单的可持续性

信号转换拓展产品属于消费电子产品，新技术、新应用层出不穷，对产品的性能、集成度、兼容性、可靠性、发热控制、美观性等技术指标的要求也精益求精、永无止境。发行人主导产品研发，客户在产品研发上依赖发行人，发行人可以通过持续引导客户，帮助客户规划产品线，形成系列新产品，由发行人持续供应，从而进一步提高客户粘性。

因此，发行人业绩的增长具有可持续性。

4、特别风险提示

营业收入增长不可持续风险

2020 年发行人营业收入、扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润分别为 53,051.27 万元、6,491.15 万元。发行人 2020 年度营业收入增长 26.00%；扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润增长 27.82%。推动发行人 2020 年度营业收入增长的原因，一是 Type-C 接口快速普及导致输入、输出设备接口不匹配，接口转换需求快速增长；二是笔记本电脑轻薄化趋势带来的更多接口转换、拓展需求；三是对知名品牌商客户茂杰国际、Belkin 和大疆创新销售收入的快速增长。未来，若 Type-C 接口普及不及预期、主要客户订单量下降，可能导致发行人营业收入增长不具可持续性，甚至导致营业收入下滑、利润下滑的风险。

二、披露截至 2020 年末的在手订单情况并与上年同期进行对比

截至 2020 年末，发行人在手订单金额为 11,243.77 万元，比 2019 年末增长 3,384.46 万元，增长 43.06%。订单增长主要来自于茂杰国际增长 902.24 万元、Belkin 增长 939.24 万元、绿联科技增长 833.20 万元，均为知名品牌商客户。

【补充披露情况】

上述事项已经在招股说明书“重大事项提示”、第四节“风险因素”、第八节“财务会计信息与管理层分析”之“二、经营成果分析”进行补充披露。

【中介机构核查意见】

一、核查过程

保荐机构、申报会计师履行了以下核查程序：

- 1、查询相关行业信息；
- 2、访谈管理层和销售人员，了解发行人销售增长的原因；
- 3、获取和分析发行人销售收入明细表、期末在手订单明细表。

二、核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、发行人 2020 年度营业收入增长的原因，一是 Type-C 接口快速普及导致输入、输出设备接口不匹配，接口转换需求快速增长；二是笔记本电脑轻薄化趋势带来的更多接口转换、拓展需求；三是对知名品牌商客户茂杰国际、Belkin 和大疆创新销售收

入的快速增长，具有合理性和可持续性；扣非后归母净利润增长主要原因是营收规模的增长；

2、发行人截至 2020 年末的在手订单较 2019 年末增长 43.06%，不存在下滑的情形。

2.关于发行人技术壁垒及被替代风险

申报文件显示，发行人营业收入及利润主要来源于信号转换拓展产品的 ODM 服务，竞争对手及竞品均较多。

请发行人分析并披露自身产品与其他竞品相比是否具有核心技术和竞争优势，技术壁垒主要体现在哪些方面，发行人是否存在被其他竞争对手替代的风险。

请保荐人发表明确意见。

【回复】

一、发行人自身产品与其他竞品相比具有核心技术和竞争优势

（一）信号转换拓展产品较为常见，但真正能与发行人产品竞争的产品并不多

发行人产品定位中高端市场，产品终端销售价格普遍高于市场其他竞品，因此，信号转换拓展产品虽然较为常见，但真正能与发行人产品竞争的产品并不多。

依托优秀的研发实力、迅速的响应能力和稳定的生产品质，发行人获得了行业内大部分中高端客户的认可，包括 Belkin、StarTech.com、茂杰国际等，其信号转换拓展产品终端售价普遍高于市场其他竞品，例如：发行人销售给 Belkin 的六口 Type-C 数字信号拓展坞产品，2021 年 1 月 10 日，京东售价 698 元，销售给 StarTech.com 和茂杰国际的类似产品，终端零售价均在 500 元以上；同日京东搜索“Type-C 拓展坞”按销量排序结果中，非发行人客户的前五名功能类似产品，其售价均远低于发行人客户的产品，如下表所示：

	客户/品牌	产品输出接口	价格	销售平台
发行人客户产	Belkin	HDMI+2USB+SD+Type-C+千兆网口	698 元	京东
	StarTech.com	HDMI+2USB+SD+Type-C+千兆网口	525 元	美国亚马逊

品	茂杰国际	HDMI+3USB+SD+ TF+Type-C+千兆网口	518 元	美国百思买
市场竞品	飞利浦	HDMI+3USB+SD+TF+Type-C+千兆网口+3.5mm 音频接口	309 元	京东
	联想	HDMI+3USB+SD+TF+Type-C+千兆网口	269 元	京东
	京东京造	HDMI+VGA+3USB+SD+TF+Type-C+千兆网口+3.5mm 音频接口	249 元	京东
	倍思	HDMI+3USB+Type-C+千兆网口	199 元	京东
	毕亚兹	HDMI+3USB+Type-C+千兆网口	199 元	京东

注：由于 StarTech.com 和茂杰国际不在国内市场销售发行人产品，故选用国外主流电商平台价格。

（二）发行人产品的核心技术情况

公司自成立以来始终高度重视研发工作，不断进行产品创新，截至 2020 年 12 月 31 日，发行人共获得 121 项授权专利，并形成了 8 项核心技术，列示如下：

序号	技术名称	技术简介与用途	技术先进性及具体表征	专利情况
1	多屏切割显示技术	该技术能够实现在 SST 单流传输模式下，通过识别数字信号拓展坞输出端连接的显示设备数量，在数字信号拓展坞内部将 Mac 系统输出的单一视频画面切割成多个画面重新排列，每个显示器对应一个切割后的画面，互不相同。	该技术将单一视频画面切割成多个画面，解决了 Mac 系统使用信号转换拓展产品连接的多个显示设备只能显示相同画面的难题。	ZL201921303343.X
2	多屏独立显示技术	该技术能够实现在 MST 多流传输模式下，通过数字信号拓展坞同时接入多个屏幕，每个屏幕单独显示一路视频信号，各画面相互独立。	该技术使信号转换拓展产品能够输出多路独立视频信号。	ZL201920748211.1 ZL201920680671.5 ZL201920682494.4
3	数字信号拓展坞无线充电技术	在数字信号拓展坞上增加无线充电功能，使得信号拓展坞可以同时实现视频信号转换功能、数据传输功能、PD 快充和无线充电功能，集成度高，携带方便，满足人们多样化的需求。	该技术解决了无线充电与 PD 快充在功率分配方面的难题。当放上无线充电设备时，无线充芯片会与 PD 芯片通信请求调整 PD 输出功率，预留一定功率供无线充使用。	ZL201820133618.9 ZL201721434650.2
4	模块化分体、组合多功能音视频转换技术	主体组件以一个 Type-C 实现音视频信号转换及数据传输等多种功能；分体组件可通过磁性或物理接口连接至主体组件，扩展出更多接口，且分体组件可以单独使用，兼容性强，方便携带。	该技术属于行业创新，通过分体式结构设计，使信号转换拓展产品具备了可扩展性。	ZL201920936910.9
5	手机接显示设备输	部分品牌手机通过 Type-C 信号转换器产品接入显示器后，可输出	该技术能够拓展手机的工作方式，提高用户工作效	ZL201721148019.6 ZL2016213005

序号	技术名称	技术简介与用途	技术先进性及具体表征	专利情况
	出 电 脑 桌 面 模 式 技 术	独立的电脑桌面模式，接入鼠标键盘后，可满足轻办公需求。	率。	73.7 ZL2018201728 88.0
6	待 机 低 功 耗 技 术	在产品电路设计环节应用待机低功耗技术，使产品能够做到在输出端没有接入设备时，将输入端功率占用保持在较低水平。	该技术能够降低信号转换拓展产品对输入设备的功率占用。	ZL2019210213 00.2 ZL2018212277 96.4
7	数 据、音 视 频 独 立 传 输 技 术	该技术能够实现数据传输接口和音视频传输接口独立工作，互不影响，使得产品可以同时进行数据传输和音视频传输。	该技术使数字信号拓展坞能够同时进行数据传输和音视频传输。	ZL2017203553 68.9 ZL2015206089 45.1
8	塑 壳 产 品 外 观 顶 针 印 解 决 技 术	通过塑料模具顶出系统的优化，顶针延迟顶出，解决塑胶件在注塑后顶出表面有顶针印问题。	该技术能够提升塑壳产品外观品质，降低不良产品比例。	ZL2019200974 34.6 ZL2019200975 60.1

发行人通过核心技术实现产品的差异化创新，上述核心技术在发行人产品中均有不同程度的体现，例如：

2020 年上半年，发行人开始向客户批量销售一款高规格 Type-C 接口新产品，该产品采取模块组合设计理念，可以按消费者需求组合成一个具有多种接口转换功能的信号转换拓展产品，同时各接口转换模块也可以单独使用，方便携带。该模块化产品对结构设计、PCB 布图及工艺均提出了较高的要求，发行人已获得该设计的实用新型专利授权（专利号：ZL201920936910.9）；该产品推出后市场反响、销售情况较好，2020 年实现销售收入 1,200.08 万元，目前市场上暂无其他厂商推出类似产品，发行人该产品具有一定创新性。

2019 年，发行人在行业内较早推出的一款主要面向苹果电脑用户的分屏 Type-C 数字信号拓展坞产品，应用了发行人核心技术中的“多屏切割显示技术”，能够在数字信号拓展坞内部将 Mac 系统输出的单一视频画面切割成多个画面，在多个外接显示器中分别独立显示，产品面世后解决了苹果电脑此前无法通过信号转换拓展产品分屏的问题。

（三）发行人产品与其他竞品相比具有竞争优势

发行人产品主要在以下方面与市场其他竞品相比具有竞争优势：

1、发行人产品在可靠性、兼容性和发热控制等品质方面具有竞争优势

发行人产品定位于中高端，发行人也采用多项措施确保产品品质达到中高端定位要求，如：发行人坚持使用符合 ROHS 指令、REACH 法规等环保要求的高品质原材料，产品可靠性更高；发行人产品经过多种使用设备和多种使用场景测试，兼容性更好；公司研发人员 PCBA 布图经验丰富，产品集成度更高，信号衰减更少，发热量控制更好；发行人生产环节要求更为严格，产品装配精度更高，产品一致性更好。

2、发行人产品在功能设计、工业设计等方面具有竞争优势

发行人高度重视产品设计，在深入调研市场需求、终端消费者偏好与客户反馈基础上，持续研发功能领先、品质过硬、设计出色的产品。发行人设有产品中心，从功能设计和外观设计等方面为终端消费者提供更好的使用体验。发行人具有模具及精密结构件生产能力，可以为发行人信号转换拓展产品提供外壳及内部结构件，能够应对客户小批量订单开模需求。发行人研发团队与模具结构件团队密切合作，实现更好的产品工业设计，进一步保证产品的实用性、美观性。

3、发行人产品在质量管控、产品安规方面具有竞争优势

为进一步提高产品抗电磁干扰和防静电能力，发行人建设了专业的安规认证实验室，是行业内少数配置有 EMC 实验室（用于测试产品在电磁场方面的干扰大小和抗干扰能力）、ESD 实验室（用于测试产品的防静电能力）的公司，同时发行人也是信号转换拓展产品行业内少数对产品进行老化测试的公司。上述实验室帮助发行人从产品设计阶段即开始进行品质管控，配合发行人严格的生产过程品质管控，进一步提升产品品质。因此，发行人的产品品质可以得到多家国际知名客户的认可，在终端销售时卖出高价，实现差异化优势。

（四）发行人产品具有上述竞争优势的原因

1、重视研发投入，深耕行业多年，具备准确的产品定义能力

发行人是专业的信号转换拓展产品供应商，在信号转换拓展产品领域深耕近十年，通过持续的研发投入，具备准确的产品定义能力，帮助发行人产品取得竞争优势。

（1）准确把握行业发展趋势，是较早推出 Type-C 信号转换拓展产品的企业

2015 年，在 Type-C 接口技术推出初期，公司敏锐地意识到 Type-C 接口是未来发展的趋势，迅速开展相关产品的研发工作，同时大幅扩充研发团队，并于 2015 年底

推出公司首款 Type-C 信号转换器产品，是行业内较早推出该类产品的企业，获得先发优势。2016 年，公司在 Type-C 信号转换器产品基础上，进一步推出全功能 Type-C 多口信号拓展坞产品，目前，公司 Type-C 产品系列完整度、工艺成熟度、产品稳定性受到客户广泛认可。另外，2017 年，发行人首款 Thunderbolt 3 接口 Type-C 产品通过 Intel 指定测试实验室百佳泰（Allion Labs, Inc.）认证，获得 Thunderbolt™标志使用权，发行人是行业内较早通过 Thunderbolt 3 认证的企业，也是目前行业内为数不多的通过 Thunderbolt 3 认证的企业。

（2）持续多年推出多款行业爆款产品

2011 年公司成立之初，为解决电脑、显示器等新老设备之间音视频传输接口不兼容问题，公司推出了以 DP、HDMI、DVI、VGA 接口相互转换为主要功能的信号转换器，主要应用于电脑与显示器、投影仪等设备之间的连接，其中部分产品业绩贡献突出并持续销售至今，如 miniDP 转 HDMI 产品、HDMI 转 VGA 产品。

2013 年，随着研发实力的不断提升，公司又进一步推出了多口信号转换拓展产品，以使用户接入多个设备，如 mini DP 转 DP+HDMI+DVI+VGA 产品。

2015 年，在 Type-C 接口技术推出初期，公司敏锐地意识到 Type-C 接口是未来发展的趋势，迅速开展相关产品的研发工作，同时大幅扩充研发团队，并于 2015 年底推出公司首款 Type-C 信号转换器产品（Type-C 转 HDMI 产品），是行业内较早推出该类产品的企业，获得先发优势。

2016 年，公司通过深入的行业调研，在 Type-C 信号转换器产品基础上，进一步推出全功能 Type-C 多口信号拓展坞产品（内部代号“510”），并在 2016 年苹果发布全 Type-C 接口的 MacBook Pro 产品前实现量产。2016 款 MacBook Pro 发布后，由于仅配备了 Type-C 接口和 3.5mm 音频接口，导致对信号拓展类产品需求大增，而公司该款产品在功能定位、外观设计、价格等方面与 MacBook Pro 用户非常匹配，产品出货量大幅上升。

2017 年，公司在“510”这一爆款产品的基础上，继续进行产品拓展，响应市场需求在原 HDMI 接口基础上，增加了 VGA 接口或 DP 接口，形成“510”系列产品，给客户更多选择。同年，公司 Thunderbolt 3（雷电 3）产品通过 Intel 指定测试实验室百佳泰（Allion Labs, Inc.）认证。

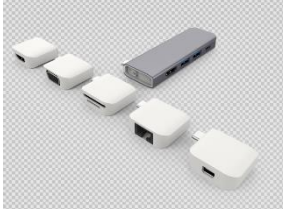
2018 年底，公司完成 11 口 Type-C 基座型拓展坞产品开发，并于 2019 年对外出货，是行业内较早推出 11 口 Type-C 数字信号拓展坞产品的公司。该产品由于接口较多，布图设计、温度控制和保证兼容性的难度较大，但发行人该款产品市场反馈良好，获得客户认可。

2019 年，公司开始向行业高端品牌商 Belkin 批量供应“510”改款 Type-C 信号拓展坞。

2020 年上半年，发行人开始向客户批量销售某款高规格 Type-C 接口新产品，该产品采取模块组合设计理念，可以按消费者需求组合成一个具有多种接口转换功能的信号转换拓展产品，同时各接口转换模块也可以单独使用，方便携带。

报告期内各年度，发行人前述产品销售金额占信号转换拓展产品总额的比例均超过 50%。公司部分代表性产品如下：

序号	产品名称	产品展示	产品规格	应用场景
1	Thunderbolt 3（雷电3）基座型拓展坞		共 11 个接口，分别为： 2 个 Type-C（雷电 3）接口，一个作为输入接口，另一个输出接口； 1 个 DP1.4 接口，可支持 8K@30Hz； 1 个 Type-C 接口，最高传输速度为 10Gbps； 2 个 USB 3.1 接口，最高传输速度为 10Gb/s； 1 个 USB 3.0 接口，最高传输速度为 5Gb/s； 1 个 RJ45 网络接口、1 个 SD 卡插槽、1 个 Micro SD 卡插槽和 1 个 Audio 音频接口	主要面向对具有超高清、超高速需求的多外设用户（如专业 IT 用户、电竞玩家等），适用于苹果、微软、戴尔、联想等品牌具备完整 Thunderbolt 3 功能接口的笔记本电脑产品。基座型拓展坞一般较少移动。

序号	产品名称	产品展示	产品规格	应用场景
2	11 口 Type-C 基座型拓展坞		共 11 个接口，分别为： 1 个 HDMI1.4 接口，可支持 4K@30Hz； 1 个 DP1.2 接口，可支持 4K@30Hz； 2 个 USB 3.0 接口，最高传输速度为 5Gb/s； 1 个 USB 2.0 接口、1 个 VGA 接口、1 个 RJ45 网络接口、1 个 SD 卡插槽、1 个 Micro SD 卡插槽和 1 个 Audio 音频接口； 1 个 Type-C 接口，支持 PD3.0 协议，充电最大功率 100W； 带支架，方便使用。	主要面向多外设的专业用户。基座型拓展坞一般较少移动。
3	Type-C 便携式多功能拓展坞（“510”改款系列）		共 7 个接口，分别为： 1 个 HDMI2.0 接口，可支持 4K@60Hz； 2 个 Type-C 接口，最高传输速度为 10Gb/s； 2 个 USB 3.1 接口，最高传输速度为 10Gb/s； 1 个 RJ45 网络接口、1 个 SD 卡插槽。	主要面向有一定便携性要求、多外设的商务、办公用户。
4	模块化 Type-C 产品		主体部分 4 个接口，分别为： 1 个 HDMI 1.4 接口，可支持 4K@30Hz； 1 个 Type-C 接口，最高传输速度为 5Gb/s； 2 个 USB 3.1 接口，最高传输速度为 5Gb/s； 配件可选 VGA 接口、HDMI 接口、Type-C 接口、RJ45 网络接口和 SD 卡插槽。	该产品采取模块组合设计理念，可以按消费者需求组合成一个具有多种接口转换功能的信号转换拓展产品，同时各接口转换模块也可以单独使用，方便携带。

2、重视产业链协同，拥有迅速的响应能力

信号转换拓展产品属于消费电子产品，新技术、新应用层出不穷，要求公司具有迅速的响应能力，在新需求出现时，快速研发出相应的产品，并快速实现高品质的量产。发行人重视产业链协同和合作，通过以下机制保证迅速的响应能力：

（1）与上游芯片原厂合作密切，有利于更快更早地开发出新产品

发行人深耕信号转换拓展产品行业多年，与 VIA、Synaptics 和 ITE 等上游芯片原厂建立了合作伙伴关系，并帮助其对新芯片展开测试、试用。因此，公司能够较早获得新型芯片供应，提前进行产品研发，从而较早推出支持更高协议标准的产品。

2018 年，公司研发出支持 8K@30Hz 的 Type-C 转 DP 信号转换器产品，并向客户推介，2019 年绿联科技率先接受该产品并推向市场，绿联科技成为国内行业内较早销售 8K 信号转换拓展产品的品牌商。

2021 年初，发行人正在批量生产输出端支持 HDMI 2.1 协议的信号转换拓展产品，准备在 2021 年农历春节前完成首批交付，这款产品是目前市面上较少能够支持输出 HDMI 2.1 协议的信号转换拓展产品。

（2）发行人拥有模具及精密结构件设计能力，帮助发行人实现生产上的快速响应

发行人具备较强的模具及精密结构件设计、生产能力，可以为发行人信号转换拓展产品提供外壳及内部结构件，能够应对客户小批量订单开模需求。发行人的模具精度可达 0.02mm，已获得大疆创新等外部客户的认可，使发行人能够灵活调整生产计划，应对小批量、多批次的订单需求，实现生产上的快速响应。

3、高度重视生产环节，实现高效率、高品质生产

发行人高度重视生产环节，发行人有充足的生产设施和生产场地，能够支撑在不停产的情况下调试一条新生产线；发行人生产线上工站是相互独立、可移动的工作台面，能够根据产品生产需要进行组合，从而实现快速换线。

为提升生产效率、提升产品品质，在检测工序，发行人定制了视觉自动检测设备，该设备能够自动将信号转换拓展产品输出的视频画面与源视频画面进行对比，代替了生产人员肉眼观察，大幅提高检测准确性和检测效率；发行人还定制了自动硬盘巡测设备，该设备能够通过软件程序同时检测信号转换拓展产品上多个 USB、SD 和 Micro SD 等数据接口，提升了检测效率进而提高了生产效率。为满足客户对高品质同轴线的需求，同时降低同轴线采购成本，发行人购置了专业的同轴线加工设备，自行生产高品质同轴线。上述定制设备或专业设备，帮助发行人实现高效率、高品质生产。

二、发行人产品的技术壁垒

虽然信号转换拓展产品属于较为常见的 3C 电子周边产品，但做好做精一款信号转换拓展产品存在较高的技术难度。消费者在使用时碰到的很多问题都是产品质量欠缺的体现，如需要多次拔插才能使用、大容量文件传输缓慢、接通后画面出现延迟、经转换后画面质量下降、闪烁、消失、视频画面与声音不同步、使用时产品发热过高、信号中断甚至烧坏主机等。信号转换拓展产品的技术难点在于不断优化性能、集成度、兼容性、可靠性、发热控制、美观性等技术指标，并保证产品的安全性。优秀的产品需要通过研发设计、高标准的产品测试避免上述问题。

信号转换拓展产品的技术难点在于不断优化以下技术指标，全球知名的品牌商客户也主要通过技术指标的考察来甄选供应商：

技术指标	说明
性能	产品追求更高性能指标，如更高传输速率、更高画面分辨率和帧率等。性能不足，会导致大容量文件传输缓慢、接通后画面出现缓慢、经转换后画面质量下降、闪烁、消失、视频画面与声音不同步等。
集成度	产品追求更多转换口和转换功能，同时产品体积更小。随着笔记本电脑等设备的输出端口减少，需要配备足够功能、数量的转换口，但同时又需要控制产品成本、体积、重量，方便携带。同时，随时端口的增加，产品在兼容性、可靠性、发热控制、安规等方面的设计难度会大幅增加
兼容性	市场上需要使用信号转换拓展产品的设备众多，需要兼容各种品牌、型号、尺寸的消费电子产品，满足互相之间连接转换的需要，使产品在接入各种不同设备时均能够正常工作。兼容性不好，会导致在部分型号电脑、显示器上使用时无法使用，导致退货发生
可靠性	产品追求更好可靠性，使产品在各种不同温度、湿度、振动、压力环境中均能够稳定工作。可靠性不好，会导致产品在特定环境下无法使用，需要多次拔插才能使用，使用过程中信号中断等，影响用户体验
发热控制	产品追求更好的发热控制，以使产品在使用时温升更小。温升过高，会导致产品使用寿命缩短、可靠性下降、产品中止工作等
美观性	产品追求更好的美观度，使产品外观更有吸引力。
安规	产品追求更高安规指标，如电磁场辐射抗干扰能力、防静电能力等。随着产品集成度的提升，安规指标的设计难度会大幅增加

上述指标之间存在互相制约关系，研发的技术难点在于实现上述技术指标的平衡。例如：当产品输出端增加接口时，集成度增加，但发热量上升，并可能带来新的兼容性、可靠性、安规问题，需要通过优化 PCBA 布图和内部结构设计、选用更合理的元器件以及进行更多的兼容性测试等措施，在控制产品体积的情况下，实现更好的发热控制和产品兼容性。产品集成度增加时也会带来美观性问题，研发团队需要与模具结构件团队密切合作，实现更好的产品工业设计、外观设计，同时保证产品的实用性和美观性。

与其他竞品相比，发行人产品在可靠性、兼容性和发热控制等品质，功能设计、工业设计、质量管控等方面具有竞争优势。因市场同类产品不披露具体的技术指标，通常情况下，知名客户、供应商在选择合作伙伴时，会广泛比较同行业公司的技术水平，知名客户、供应商的认可，反应了公司产品的技术壁垒。

客户方面，公司已与众多行业知名品牌商建立了长期、稳定的合作关系，行业知名品牌商客户包括：Belkin、StarTech.com、绿联科技、Cropmark、SANWA SUPPLY 等；供应商方面，公司与 VIA、Synaptics 和 ITE 等上游芯片原厂建立了合作伙伴关系，帮助其对新芯片展开测试、试用，公司能够较早获得新型芯片供应，提前进行产品研发，从而取得先发优势。

三、发行人被其他竞争对手替代的风险较小

发行人产品已经获得了 Belkin、StarTech.com、绿联科技、Cropmark 等全球知名 3C 周边品牌商的认可，客户的准入机制、认证体系以及发行人的产品研发能力保证了发行人被其他竞争对手替代的风险较小。

1、发行人客户覆盖行业中高端品牌商，其准入机制、认证体系保证发行人较高的客户粘性

经过多年发展，发行人已与众多行业知名品牌商建立了长期、稳定的合作关系，行业知名品牌商客户包括：Belkin、StarTech.com、绿联科技、Cropmark、SANWA SUPPLY 等，发行人已覆盖行业中高端品牌商。

品牌商为维护自身品牌，对供应商有着严格的准入机制和较长的认证周期，以行业高端品牌商 Belkin 为例，2018 年 6 月，发行人向 Belkin 寄送一款 Type-C 信号拓展坞样品；2018 年 7-8 月，Belkin 派出供应链管理人员对发行人进行考察，了解发行人研发、生产能力；经过近半年的认证、产品确认流程后，2019 年 1 月，发行人产品正式向 Belkin 出货。发行人产品在 Belkin 的整体认证周期在半年以上。2020 年，Belkin 扩大了采购发行人产品的种类和规模，双方合作进一步深化。

目前，茂杰国际、绿联科技、StarTech.com、Belkin 和 Cropmark 等发行人大部分客户均采用类似认证制度，对于已经通过认证的供应商，品牌商与其保持紧密合作关系，该机制保证了发行人较高的客户粘性。

2、发行人主导具体产品的研发，可以持续引导客户推出系列新产品，进一步提高客户粘性

信号转换拓展产品属于消费电子产品，新技术、新应用层出不穷，对产品的性能、集成度、兼容性、可靠性、发热控制、美观性等技术指标的要求也精益求精、永无止境。发行人主导产品研发，客户在产品研发上依赖发行人，发行人可以通过持续引导客户，帮助客户规划产品线，形成系列新产品，由发行人持续供应，从而进一步提高客户粘性。

3、通过研发持续推高各项性能指标，提高竞争对手的进入门槛

发行人产品定位中高端市场，发行人通过不断的研发投入，其产品在可靠性、兼容性和发热控制等品质，功能设计、工业设计、质量管控等方面具有差异化的竞争优势。发行人通过持续推高各项性能指标，将向中高端客户提供产品的性能指标不断提高，可以提高竞争对手进入中高端市场的门槛，降低发行人被其他竞争对手替代的风险。

因此，发行人被其他竞争对手替代的风险较小。

【补充披露情况】

上述事项已经在招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、发行人在行业中的竞争地位”进行补充披露。

【中介机构核查意见】

一、核查过程

保荐机构履行了以下核查程序：

1、访谈发行人研发人员，了解发行人信号转换拓展产品与其他竞争对手产品相比的核心技术，了解发行人产品的技术壁垒；

2、访谈发行人销售人员和管理人员，了解发行人信号转换拓展产品与其他竞争对手产品相比的与竞争优势，了解发行人被其他竞争对手替代的可能性；

2、走访发行人客户，了解发行人产品优势及发行人被其他竞争对手替代的可能性。

二、核查意见

经核查，保荐机构认为：发行人自身产品与其他竞品相比具有核心技术和竞争优势，产品具有一定技术壁垒，发行人产品被类似产品替代的风险较小。

3.关于被动元件价格上涨对毛利率的影响

公开资料显示，全球第一大 MLCC 厂商村田因连日大雪停工，导致全球 MLCC 供应陷入紧张情况，可能导致供应紧缺、价格上涨。2018 年发行人曾因被动元件价格上涨导致毛利率大幅下降。

请发行人披露 2021 年被动元件价格变动情况，分析并披露对发行人毛利率的影响，并进行特别风险提示。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、请发行人披露 2021 年被动元件价格变动情况

（一）近日全球第一大 MLCC 厂商村田因大雪停工情况

据日本经济新闻报道，因连日大雪，日本村田制作所的宫崎工厂自 12 日起完全停工，该厂是村田在日本境内最大的工厂，村田方面预计 15 日重启福井宫崎工厂，产线停摆 3 天。该事件对全球高端 MLCC 供应产生一定负面影响。

（二）村田主要生产车规级和工业级 MLCC 电容，与发行人主要使用的消费级 MLCC 电容不同

2016 年至 2018 年，村田制作所逐渐将产能转向发展空间更大、利润更高的汽车电子和工业领域电容，并逐步缩减消费电子市场电容产能。目前，村田制作所电容产品主要是面向车规级和工业级 MLCC 电容产品，不是发行人在信号转换拓展产品中使用的消费级 MLCC 电容产品。因此，发行人较少采购村田品牌 MLCC 电容产品，发行人使用的 MLCC 电容产品主要来自国巨和三星电机等品牌。村田宫崎工厂因大雪停工主要影响车规级和工业级 MLCC 电容市场，对发行人使用的消费级 MLCC 电容产品影响较小，对发行人直接影响很小。

（三）发行人电容产品的平均采购单价未发生大幅上涨

2020 年四季度至 2021 年 1 月，发行人电容产品的平均采购单价如下表：

单位：元/个

项目	2020 年四季度	2021 年 1 月	涨幅
平均采购单价	0.0257	0.0262	1.95%

注：2021 年 1 月数据为截至 2021 年 1 月 25 日采购数据

由上表可知，发行人 2020 年第四季度至 2021 年 1 月，电容产品平均采购单价上升幅度仅为 1.95%，属于正常的价格波动。因此，上述事件未对发行人电容采购单价产生重大不利影响。

二、分析并披露对发行人毛利率的影响

2020 年，电容采购金额占发行人全部被动器件采购金额的比例为 52.05%，为最主要的被动器件，因此电容价格变动对发行人被动器件采购平均单价影响较大。若未来电容等被动器件的采购价格持续上升，公司信号转换拓展产品将存在毛利率下滑的风险。

2020 年，发行人信号转换拓展产品毛利率为 30.93%。以 2020 年度的财务数据为基础，假定被动器件成本上升 10%、20%，对毛利率的影响如下：

变动因素	上升 10%对信号转换拓展产品毛利率影响	上升 20%对信号转换拓展产品毛利率影响
单位产品被动器件成本上升对毛利率影响	-0.54%	-1.08%

【补充披露情况】

上述事项已经在招股说明书“第六节 业务与技术”之“六、（一）主要原材料、外协服务、能源采购情况”进行补充披露，并在“重大事项提示”段落做出如下重大风险提示：

被动器件价格上升导致毛利率下降的风险

公司信号转换拓展产品的主要原材料包括电容等被动器件。2018 年度，电容市场价格大幅上涨，导致公司被动器件材料成本上涨较多，导致公司信号转换拓展产品毛利率下降；2019 年-2020 年，电容、电阻市场价格回落至正常水平，信号转换拓展产品毛利率相应回升。如果未来电容市场价格持续上涨，将导致公司毛利率下降，发行

人存在被动器件价格上升导致毛利率下降的风险。

【中介机构核查意见】

一、核查过程

保荐机构履行了以下核查程序：

- 1、访谈发行人采购人员，了解发行人 MLCC 电容采购情况、发行人主要使用的 MLCC 电容产品品牌等；
- 2、网络查询村田工厂因大雪停产情况、村田制作所的产品领域；
- 3、取得发行人采购明细表，分析电容采购单价变动情况；
- 4、测算被动器件价格变动对发行人毛利率的影响。

二、核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：发行人 2020 年第四季度至 2021 年 1 月，电容产品采购平均单价上升幅度为 1.95%，对发行人不存在重大不利影响；若 2021 年被动器件价格上升，将对发行人毛利率造成不利影响，发行人已进行特别风险提示。

4.关于主要外协厂商和盛高创

申报文件显示：

（1）报告期各期，发行人向和盛高创采购的双倍线金额分别为 171.34 万元、389.34 万元、3.54 万元和 0.01 万元，和盛高创主要向发行人供应商采购，2017 年和 2018 年和盛高创与发行人供应商发生 20 万元以上交易的金额分别为 33.24 万元、379.44 万元。

（2）张玉转让和盛高创的原因系和盛高创长期亏损、资不抵债，但发行人披露 2017-2019 年和盛高创净利润分别为-8.25 万元、0.07 万元、4.12 万元，与转让原因不一致。

请发行人：

（1）分析并披露不直接向供应商采购、通过和盛高创采购双倍线的原因，报告期各期和盛高创与发行人主要供应商交易的金额、型号、价格、数量与发行人向其采

购金额、型号、价格、数量是否匹配。

(2) 结合和盛高创主要财务数据分析并披露和盛高创是否长期亏损、资不抵债，张玉转让股权原因是否真实以及发行人向其持续采购的原因。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

招股说明书中披露的“和盛高创”指同一控制下的惠州市和盛高创电子有限公司和吉安市井开区和盛电子有限公司，为便于理解，本题回复中，“惠州和盛”指“惠州市和盛高创电子有限公司”，“吉安和盛”指“吉安市井开区和盛电子有限公司”。惠州和盛和吉安和盛合称“和盛高创”。2017年至2018年8月，张玉曾为惠州和盛股东，张玉与江西和盛不存在股权关系。

一、分析并披露不直接向供应商采购、通过和盛高创采购双倍线的原因，报告期各期和盛高创与发行人主要供应商交易的金额、型号、价格、数量与发行人向其采购金额、型号、价格、数量是否匹配

(一) 分析并披露不直接向供应商采购、通过和盛高创采购双倍线的原因

2017年至2020年，发行人向和盛高创采购双倍线金额为171.34万元、389.34万元、3.54万元和-0.01万元，占发行人采购总额的比例分别为0.86%、1.44%、0.01%和-0.00%，占比较小。除和盛高创外，发行人也从其他外协厂商直接采购双倍线。

1、发行人向和盛高创采购的双倍线由和盛高创生产，并非由和盛高创向供应商采购后，直接销售给发行人

发行人向和盛高创采购的双倍线，并非由和盛高创向供应商采购后，直接销售给发行人。而是由和盛高创采购连接器、线材等原材料后，再由和盛高创加工成双倍线成品，销售给发行人。2017年、2018年，除和盛高创外，发行人也从其他外协厂商直接采购双倍线。

2、双倍线需要手工生产，需要大量人力，因此发行人采用外协生产或从外部采购

如下图所示，连接器、线材是生产双倍线的原材料，双倍线是生产信号转换拓展

产品的原材料。双倍线的主要原材料是 1 条线材和 2 个连接器。生产双倍线，就是将两个连接器与线材两端连接，需要手工将线材中的各条线嵌入连接器的卡槽中，目前无法采用设备生产，均需要手工生产，需要大量人力，因此发行人采用外协生产或从外部采购。



3、向外协厂商直接外购双倍线是公司 2017 年、2018 年为减少物料周转流程、提高运营效率进行的一次采购方式调整，其他外协供应商也存在类似情况

发行人生产信号转换拓展产品所需的双倍线主要通过外协生产，即发行人采购连接器、线材等原材料后，交由外协厂商生产。2017 年、2018 年，为减少物料周转流程，提高运营效率，发行人尝试将部分双倍线由外协生产改为直接外购，即由外协厂商自主采购连接器、线材等原材料，生产成双倍线后，发行人向其采购双倍线成品。

但在执行过程中，向外协厂商直接采购双倍线成品产生了以下新的问题：①外协厂商品质和供应链管理能力和不足、采购量小，导致原材料交货周期不稳定、材料品质下降，影响了双倍线的品质；②外协厂商资金实力弱，向原材料厂商付款不及时，导致原材料无法按期交付，进而影响了双倍线的交期。因此，2018 年 5 月之后，公司将直接采购双倍线成品全部转回外协生产，即自主采购线材和连接器等原材料，同时委托外协厂商加工成双倍线。

2017 年、2018 年，除和盛高创外，发行人也从其他外协厂商直接采购双倍线，采购情况如下：

单位：万元

项目	2018 年度	2017 年度
和盛高创	389.34	171.34
其中：惠州和盛	388.95	171.09

永达电讯	115.03	136.97
其他	1.64	-
合计	506.01	308.32

因此，向外协厂商直接外购双倍线是公司 2017 年、2018 年为减少物料周转流程、提高运营效率进行的一次采购方式调整尝试，后因产生新的问题而改回外协模式。发行人在 2017 年、2018 年也向其他外协厂商采购双倍线，具有合理性。

（二）报告期各期和盛高创与发行人主要供应商交易的金额、型号、价格、数量与发行人向其采购金额、型号、价格、数量是否匹配

上述采购金额、型号、价格、数量匹配。如上表所示，报告期发行人主要向惠州和盛采购双倍线成品，下面以发行人向惠州和盛的采购情况进行分析。

因惠州和盛采购原材料与发行人向惠州和盛采购双倍线存在时间差，且双方双倍线交易主要发生在 2017 年和 2018 年，2019 年和 2020 年仅发生 3.19 万元，以下按 2017 年和 2018 年合计采购数匹配双方的采购情况。

发行人向惠州和盛采购主要产品情况				推算的主要材料用量	
项目	金额(万元)	价格(元)	数量(万个)	项目	数量
双倍线①	560.68	5.03	111.54	连接器 (①+②) *2+③, 万个	271.87
信号传输线②	85.07	6.16	13.81	线材 (根据①和②的 BOM 表匹配计算+④), 万米	134.28
连接器原材料③	9.71	0.46	21.17	-	-
线材原材料④ (万米)	28.76	1.45	19.83	-	-
合计	684.23	4.11	166.35	合计	406.15

注：上表不包括向惠州和盛采购成品组装、双倍线加工等外协服务的金额，因此该金额小于发行人向惠州和盛采购的总金额，也小于惠州和盛营业收入

除外协加工外，发行人向惠州和盛采购，主要为双倍线，另有采购少量信号传输线和连接器原材料、线材原材料。信号传输线产品形态与双倍线类似，双倍线和信号传输线均由 1 条线材和 2 个连接器组成，可以根据双倍线、信号传输线采购量推算连接器和线材的理论用量。

根据发行人向惠州和盛采购量，推算主要材料用量，与惠州和盛向供应商采购量的匹配情况如下：

推算的主要材料用量			惠州和盛实际采购量			数量差异率
项目	金额（万元）	数量	金额（万元）	价格（元）	数量	
连接器，万个	/	271.87	143.09	0.48	296.94	8.44%
线材，万米	/	134.28	183.85	1.41	130.82	-2.64%
合计	/	406.15	326.93	0.76	427.77	5.05%

说明：2017 年和 2018 年，惠州和盛合计对外采购连接器、线材 326.93 万元，与向共同供应商中的材料供应商支付金额 337.40 万元基本一致（题干中，2017 年和 2018 年和盛高创与发行人供应商发生 20 万元以上交易的金额分别为 33.24 万元、379.44 万元，合计 412.68 万元，与 337.40 万元存在差异的原因为：惠州和盛因自身生产效率、良率低，交由发行人供应商湛江市海盈电子有限公司外协生产部分双倍线，两年外协金额合计为 75.29 万元）。

1、金额匹配：如上表所示，2017 年和 2018 年，惠州和盛合计对外采购连接器、线材 326.93 万元，与 2017 年和 2018 年，发行人向惠州和盛采购对应产品金额 684.23 万元相匹配，惠州和盛上述两类主要原材料采购成本 326.93 万元占其对发行人销售收入 684.23 万元的 52.22%，占比合理，另需要其他辅助材料成本、人工费用、加工费用等。

2、数量匹配：根据发行人采购量推算的主要材料连接器、线材用量与惠州和盛采购量差异率分别为 8.44%和-2.64%，差异原因主要为生产损耗、线材加工长度差异、其他客户零星销售等原因导致，数量基本匹配。

3、型号匹配：发行人向惠州和盛采购的双倍线，并非由惠州和盛向供应商采购后，直接销售给发行人。而是由惠州和盛采购连接器、线材等原材料后，再由惠州和盛加工成双倍线成品，销售给发行人，因此无法进行型号匹配。从大类材料的用量看，双倍线和信号传输线均由 1 条线材和 2 个连接器组成，如上数量匹配所述，双方数量基本匹配。

4、价格匹配：和盛高创主要向衡越通讯采购连接器，且主要为 DP 类连接器，单价为 0.48 元/个，与发行人 2017 年和 2018 年向衡越通讯 DP 类连接器平均采购单价 0.53 元/个相匹配；和盛高创对外采购的线材，主要为 DP 类线材，单价为 1.41 元/米，与发行人 2017 年和 2018 年 DP 类线材平均采购单价 1.36 元/米相匹配。

2017 年和 2018 年，因发行人采购方式调整，惠州和盛存在向发行人直接销售双倍线等成品的情况，惠州和盛需要向供应商采购线缆、连接器、辅料等，导致与发行人存在部分供应商重合。但惠州和盛与发行人供应商超过 20 万元的交易均发生在 2017 年和 2018 年，且金额较小，分别为 33.24 万元、379.44 万元，2019 年后已基本停止，且相关交易的金额、型号、价格、数量匹配，因此，该情形不会对发行人本次发行上市产生重大不利影响。

二、结合和盛高创主要财务数据分析并披露和盛高创是否长期亏损、资不抵债，张玉转让股权原因是否真实以及发行人向其持续采购的原因

（一）结合惠州和盛主要财务数据分析并披露惠州和盛是否长期亏损、资不抵债

保荐机构和申报会计师取得了惠州和盛纳税申报表、内部管理用报表和银行流水，经核查比对，认为惠州和盛纳税申报表不能反映其实际经营情况，内部管理用报表、银行流水能相互印证，能反映惠州和盛的实际经营情况，2018 年 7 月张玉转让股权前，惠州和盛长期亏损、资不抵债的情况准确。

1、惠州和盛纳税申报报表不能反映其实际经营情况

题干中，惠州和盛净利润-8.25 万元、0.07 万元、4.12 万元，为其纳税申报报表数据。惠州和盛为小规模的外协厂商，申报纳税数据与实际经营数据存在较大差异，申报纳税主要根据销售开票和采购取得发票的金额入账。惠州和盛在经营中，向发行人销售的产品均需要开票，但采购的原材料存在无票采购，因此纳税报表的支出远低于实际支出金额，导致纳税报表每年均为微亏或微利。因此，惠州和盛纳税申报报表不能反映其实际经营情况。

2、惠州和盛实际经营情况

为了解惠州和盛实际经营情况，保荐机构和申报会计师进行了以下核查：

（1）取得惠州和盛 2017 年和 2018 年内部管理用报表

惠州和盛于 2017 年和 2018 年曾每月编制内部管理用报表，2018 年 8 月张玉退出后，欧阳冰华成为唯一股东，不再有账务清晰的要求，因此 2019 年 4 月专职会计离职后未再聘请专职会计，不再每月编制内部管理用报表。

根据惠州和盛 2017 年和 2018 年内部管理用报表，2017 年、2018 年 1-7 月、2018 年 8-12 月，惠州和盛主要经营数据如下：

单位：万元

科目	2018 年 8-12 月	2018 年 1-7 月	2017 年度
营业收入	251.43	793.23	445.51
净利润	-21.44	-39.33	-88.66

注：2018 年 5 月之后，发行人调整双倍线采购模式，双倍线成品减少，改为外协方式，因此 2018 年 8-12 月销售额小于 2018 年 1-7 月销售额。

说明：该内部管理用报表仅编制了利润表，未编制资产负债表，惠州和盛另外编制了“累计应付账款明细表”，根据该“累计应付账款明细表”，截至 2018 年 7 月末，惠州和盛欠供应商货款为 166.38 万元（根据欧阳冰华访谈为约 150 万元，基本一致）。

因此，根据惠州和盛 2017 年和 2018 年内部管理用报表，截至 2017 年末，惠州和盛累计亏损-88.66 万元，截至 2018 年 7 月末张玉退出前，两年累计亏损-127.99 万元，股东出资 126 万元已亏损完毕，且惠州和盛另欠供应商货款为 166.38 万元，已资不抵债。

（2）结合惠州和盛 2017 年至 2020 年银行流水，核查内部管理用报表准确性

为进一步核查惠州和盛实际经营情况、验证内部管理用报表准确性，保荐机构和申报会计师取得了惠州和盛银行流水，并对其进行汇总、分析。2017 年至 2020 年，惠州和盛根据银行流水汇总的收支情况如下：

单位：万元

报表	科目	2020 年	2019 年度	2018 年 8-12 月	2018 年 1-7 月	2017 年度
流水 汇总	经营性流入	314.45	528.95	223.7	1,058.17	270.64
	经营性流出	317.83	510.81	369.9	1,084.25	372.72
	净流入	-3.38	18.14	-146.2	-26.08	-102.08

注 1：经营性资金流入、流出指除与股东资金往来之外的资金

注 2：2018 年 5 月之后，发行人调整双倍线采购模式，双倍线成品减少，改为外协方式，因此 2018 年 8-12 月经营性流入小于 2018 年 1-7 月经营性流入。

说明：

①2017 年、2018 年 1-7 月，银行流水经营性流入总额 1,328.81 万元，与内部管理用报表 2017 年、2018 年 1-7 月合计营业收入 1,238.74 万元基本匹配；2017 年、2018 年 1-7 月，银行流水经营性净流入-128.16 万元，与内部管理用报表 2017 年、2018 年 1-7 月合计净利润-127.99 万元基本匹配。

②根据上述内部管理用报表，2018 年 8-12 月净利润-21.44 万元，但银行流水 2018 年 8-12 月净流出为-146.2 万元，多流出的 124.76 万元主要用于归还供应商欠款，与上述“截至 2018 年 7 月末，惠州和盛欠供应商货款为 166.38 万元”基本匹配。银行流水显示，还款的资金来源为从欧阳冰华及其控股的吉安和盛借入。

基于上述核查，保荐机构和申报会计师认为，惠州和盛内部管理用报表、银行流水能相互印证，能反映惠州和盛的实际经营情况。

(3) 惠州和盛 2017 年和 2018 年亏损的原因

惠州和盛设立之初，欧阳冰华认为，其在吉安和盛拥有多年管理经验，在订单充足的情况下，应迅速做大做强，因此规划的工厂规模较大，租赁了一栋厂房（四层）、一栋宿舍，共 4,000 平方米，月租金 3.98 万元，聘请员工 80-100 人左右，月工资约 20 万元。但在实际经营中，因产线工人流失率高，生产效率低、良品率低，导致不能及时交货。

产线工人流失率高的具体原因为：因新工厂需要招聘员工数量多，主要采用劳务派遣形式，惠州当地劳务派遣公司对员工的控制力强，当其他工厂给予的工资更高时，会随意调离员工。在双倍线加工中，主要依靠手工生产，产线工人培训约需 2 个月，第 3 个月开始产生效益，在员工流失数量高的情况下，会导致生产效率低、良品率低，从而导致损失。新设工厂通常需要 1-2 年的沉淀，留下足够数量的稳定员工后，开始盈利。

因此，惠州和盛工厂投入运行后，盈利状况不及预期。张玉转让前，股东投入合计为 126 万元，2017 年购买生产、办公用固定资产约 60 万元，装修费用约 18 万元，每月员工工资约 20 万元。双倍线外协加工行业利润率低，在员工流失率高的情况下，无法及时交货，易导致亏损。在股东资金投入不多的情况下，易导致资不抵债。

对于上述事项，保荐机构、会计师获取的客观证据：

①惠州和盛实地走访、获取厂房租赁协议，4,000 平方米，3.98 万元/月；

②惠州和盛 2017 年-2018 年各月工资表，核查员工聘用人数、派遣工人数、变化情况，员工平均人数在 100 人左右；

③惠州和盛银行流水，获取股东出资、相关成本费用的收入、支出情况。

基于上述核查，保荐机构和申报会计师认为，惠州和盛内部管理用报表、银行流水能相互印证，能反映惠州和盛的实际经营情况，2018 年 7 月张玉转让股权前，惠州和盛长期亏损、资不抵债的情况准确。

（二）张玉转让股权原因是否真实

如上所述，惠州和盛长期亏损、资不抵债的情况准确，张玉转让股权原因真实。

惠州和盛最初由欧阳冰华提议设立，且因欧阳冰华拥有多年双倍线加工厂管理经验，由其主导负责公司经营。也是基于该原因，2018 年经营困难期间，惠州和盛的供应商均向欧阳冰华追要欠款，因此，在 2018 年公司持续亏损期间，欧阳冰华持续提供资金以维持公司经营。2018 年 1-8 月，欧阳冰华继续向惠州和盛出资 15 万元，并通过其控制的吉安和盛陆续向惠州和盛提供借款 40 万元。同时，欧阳冰华多次希望张玉继续履行出资义务，但鉴于惠州和盛持续亏损，张玉无意再出资，欧阳冰华与张玉合作关系破裂。

截至 2018 年 7 月末，惠州和盛已资不抵债，欠供应商货款 166.38 万元（根据欧阳冰华访谈为约 150 万元，基本一致）。因惠州和盛注册资本 200 万元，张玉需要出资 140 万元，张玉实际已出资 85 万元，若供应商起诉，张玉仍负有 55 万元出资义务，因此不希望继续持有惠州和盛股权。同时，欧阳冰华希望继续经营惠州和盛，以期扭亏为盈。2018 年 8 月，欧阳冰华与张玉达成一致，张玉将惠州和盛 70%股权无偿转让给欧阳冰华，相关的债务、亏损由欧阳冰华承担。同时，惠州和盛法定代表人变更为欧阳冰华。

因此，张玉转让股权原因真实。

对于上述事项，保荐机构、会计师获取的客观证据：

①核查惠州和盛注册资本为 200 万元，张玉应缴 140 万元，实缴出资 85 万元，确认若不转让，张玉存在补缴 55 万元的风险；

②欧阳冰华、吉安和盛与惠州和盛的资金往来记录，2018 年 1-8 月，欧阳冰华、吉安和盛分 13 次向惠州和盛转入共 55 万元；

③惠州和盛 2018 年 7 月末的应付款明细，该金额与 2018 年 8-12 月惠州和盛向供应商的付款金额相匹配，确认惠州和盛 2018 年 7 月末已资不抵债；

④与欧阳冰华、张玉的访谈记录。

（三）发行人向其持续采购的原因

1、发行人向惠州和盛持续采购的原因

（1）发行人与吉安和盛、欧阳冰华长期合作，其供货能力、供货品质一直得到发行人认可

惠州和盛设立于 2017 年 5 月，设立时股东为欧阳冰华 30%、张玉 70%，注册资本 200 万元，欧阳冰华系发行人供应商吉安市井开区和盛电子有限公司（以下简称“吉安和盛”）控股股东、实际控制人。发行人与吉安和盛、欧阳冰华于 2013 年即已开始合作，双方一直保持着良好的合作关系，吉安和盛主要业务为双倍线外协加工、双倍线成品销售。2015 年至 2020 年，公司向吉安和盛、惠州和盛采购金额合计分别为 278.07 万元、339.32 万元、600.90 万元、1,154.48 万元、602.18 万元和 519.41 万元。

惠州和盛设立后，一直由欧阳冰华主导经营，2018 年 8 月，张玉退出惠州和盛后，也仍由欧阳冰华主导经营。因此，张玉退出惠州和盛并未影响惠州和盛的业务，也不影响惠州和盛的产品品质，其供货能力、供货品质也一直得到发行人认可，因此，发行人向其持续采购。

（2）发行人严格把控外购物料品质，惠州和盛设立前两年生产效率低、良品率低与发行人无关，不影响发行人对其采购，因此持续向其采购

发行人严格把控外购物料品质，惠州和盛设立前两年生产效率低、良品率低与发行人无关，不影响发行人对其采购，因此发行人持续向其采购。

2、发行人向惠州和盛持续采购，不会对发行人本次发行上市产生重大不利影响

（1）发行人向惠州和盛采购，主要基于先前与吉安和盛、欧阳冰华的长期合作关系，不属于关联交易

张玉系发行人总经理肖杰之妻曹晓英之表妹之配偶，与发行人不存在关联关系。

欧阳冰华与张玉早年通过肖杰相识，张玉于 2016 年 11 月从中国水利水电第五工程局有限公司物资管理部副部长岗位离职，计划自主创业，并于 2017 年 5 月与发行人供应商吉安和盛的控股股东、实际控制人欧阳冰华合作，设立惠州和盛。因张玉先前无相关经验，惠州和盛由欧阳冰华主导经营。基于对吉安和盛、欧阳冰华在先前合作期间的认可，在惠州和盛设立之初，发行人即开始向惠州和盛采购。

因此，发行人向惠州和盛采购，主要基于先前与吉安和盛、欧阳冰华的长期合作关系，具有合理性，不属于关联交易。

对于上述事项，保荐机构、会计师获取的客观证据：

①欧阳冰华控制的公司吉安市井开区和盛电子有限公司工商信息查询，确认历史股东、高管不存在发行人关联方、张玉；核查吉安和盛与发行人交易信息，确认合作起始于 2013 年；

②张玉《解除（终止）劳动合同通知书》，于 2016 年 11 月 28 日自中国水利水电第五工程局有限公司离职，工作 7 年，具备 85 万元出资相应的出资能力；

③惠州和盛银行流水，2017 年 5 月至 9 月，张玉分三次向惠州和盛出资 85 万元；2017 年 5 月至 9 月，欧阳冰华分两次向惠州和盛出资 26 万元。

（2）2018 年 8 月，张玉向欧阳冰华转让股权系真实转让，张玉对惠州和盛已不存在影响

惠州和盛因新工厂产线工人流失率高，生产效率低、良品率低，长期亏损、资不抵债（具体原因请参见《第四轮审核问询函回复》第 1 题相关回复），张玉与欧阳冰华合作关系破裂，为避免继续履行出资义务，张玉向欧阳冰华转让股权，张玉对惠州和盛已无影响。

对于股权转让真实性，张玉对惠州和盛已无影响，保荐机构、会计师获取的客观证据：

①惠州和盛银行流水显示，2018 年 8 月张玉退出后，惠州和盛对供应商欠款，均由欧阳冰华及其控制的吉安和盛提供借款归还；

②惠州和盛与两位股东之间的账户关联度：2018 年 8 月后，欧阳冰华与惠州和盛往来明显增加，说明 2018 年 8 月之前为合资公司，2018 年 8 月之后为欧阳冰华独资公司。

根据惠州和盛银行流水显示，张玉与惠州和盛除 2017 年出资 3 笔共 85 万元外，2017 年至 2020 年，无其他资金往来。2018 年 8 月前，欧阳冰华与惠州和盛资金往来较少，2017 年为 8 笔、2018 年 1-7 月为 1 笔，主要为出资款；但 2018 年 8 月后往来明显增加，2018 年 8-12 月为 18 笔、2019 年为 42 笔，2020 年为 39 笔。2018 年 8 月后明显增加，主要原因为 2018 年 8 月之前为合资公司，要求账务规范、资金权属清晰，2018 年 8 月之后为欧阳冰华独资公司，规范要求下降。因此，从资金流水往来记录看，2018 年 8 月后，欧阳冰华为惠州和盛的实际控制人，张玉对惠州和盛已无影响；

③惠州和盛在不同时点的财务清晰情况。惠州和盛于 2017 年和 2018 年曾每月编制内部管理用报表，2018 年 8 月张玉退出后，欧阳冰华成为唯一股东，不再有账务清晰的要求，因此 2019 年 4 月专职会计离职后未再聘请专职会计，不再每月编制内部管理用报表。可以佐证欧阳冰华为惠州和盛的实际控制人，张玉对惠州和盛已无影响；

因此，基于上述信息及核查，保荐机构和申报会计师认为，2018 年 8 月，张玉向欧阳冰华转让股权系真实转让，张玉对惠州和盛已无影响。

（3）惠州和盛与发行人交易规模小，交易价格公允，不存在利益输送的情形

2017 年至 2020 年，发行人向惠州和盛采购金额分别为 392.79 万元、984.88 万元、352.31 万元和 287.86 万元，占发行人采购总额的 1.98%、3.65%、1.41%、和 0.89%，金额和占比都较小。同时，惠州和盛与发行人交易公允，不存在利益输送的情形，具体分析请参见《第四轮审核问询函回复》第 1 题相关回复。

（4）2017 年至 2020 年惠州和盛的经营规模和资金流入流出规模较小，不存在为发行人代垫成本费用的经营规模

2017 年至 2020 年，惠州和盛根据银行流水汇总的收支情况如下：

单位：万元					
报表	科目	2020 年度	2019 年度	2018 年度	2017 年度
流水	经营性流入	314.45	528.95	1,281.87	270.64

汇总	经营性流出	317.83	510.81	1,454.16	372.72
	净流入	-3.38	18.14	-172.29	-102.08

注：经营性资金流入、流出指除与股东资金往来之外的资金

2017 年至 2020 年，惠州和盛经营规模较小，且 2018 年后，即 2019 年度和 2020 年度，惠州和盛总体收支平衡，不存在大额亏损，惠州和盛不存在为发行人代垫成本费用的经营规模。

(5) 惠州和盛报告期内资金流入清晰，不存在为发行人代垫成本费用的资金来源

单位：万元

报表	科目	2020 年度	2019 年度	2018 年度	2017 年度
流水 汇总	惠州和盛经营性流入	314.45	528.95	1,281.87	270.64
	其中：来自发行人采购款	282.27	523.22	1,151.27	216.39
	其他经营性流入	32.18	5.73	130.6	54.25

根据惠州和盛的银行流水，惠州和盛资金来源清晰，主要为发行人采购款，外部来源均为少量其他客户付款，2017 年至 2020 年金额分别约为 55 万元、131 万元、6 万元和 32 万元，金额较小，且不存在与发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员的往来。因此，惠州和盛不存在为发行人代垫成本费用的资金来源。

(6) 惠州和盛与发行人供应商超过 20 万元的交易均发生在 2017 年和 2018 年，2019 年后已基本停止，不存在为发行人代垫成本费用的途径

2017 年和 2018 年，因惠州和盛存在向发行人直接销售双倍线等成品的情况，惠州和盛需要向供应商采购线缆、连接器、辅料等，导致与发行人存在部分供应商重合。但惠州和盛与发行人供应商超过 20 万元的交易均发生在 2017 年和 2018 年，且金额较小，分别为 33.24 万元、379.44 万元，2019 年后已基本停止，因此，惠州和盛不存在为发行人代垫成本费用的途径。

因此，发行人向惠州和盛采购，主要基于先前与吉安和盛、欧阳冰华的长期合作关系，具有合理性。同时，2018 年 8 月，张玉向欧阳冰华转让股权系真实转让，张玉对惠州和盛已不存在影响；惠州和盛与发行人交易公允，不存在利益输送的情形；惠州和盛不存在为发行人代垫成本费用的资金来源，不存在为发行人代垫成本费用的经

营规模，不存在为发行人代垫成本费用的途径。因此，发行人向惠州和盛持续采购，不会对发行人本次发行上市产生重大不利影响。

【补充披露情况】

上述事项已经在招股说明书第六节“业务与技术”之“六、公司采购情况和主要供应商”进行补充披露。

【中介机构核查意见】

一、核查过程

保荐机构、申报会计师履行了以下核查程序：

1、通过全国企业信用信息公示系统、企查查、天眼查等公开网站查阅和盛高创的工商信息；

2、实地走访和盛高创，考察其经营场所，了解其生产经营情况；

3、访谈欧阳冰华，了解发行人与和盛高创的交易背景、交易情况、定价等情况；

4、访谈张玉，了解其投资惠州和盛和退出惠州和盛的原因，确认其投资和退出惠州和盛是其真实意思表示；了解其投资惠州和盛之前的过往履历、出资能力；核查公司实际控制人、董监高流水，与张玉无其他资金往来；

5、核查和盛高创的财务状况，张玉投资、退出惠州和盛的合理性；

6、前往银行打印吉安和盛、惠州和盛的已开立银行结算账户清单及银行流水，对超过 20 万的大额流水进行核查，未发现其与发行人实际控制人、董监高存在资金往来；

7、获取惠州和盛和吉安和盛的主要供应商清单，并与公司供应商清单进行匹配，核查其与发行人客户、供应商的资金往来；

8、获取发行人采购明细，分析公司向和盛高创及其他外协厂商采购同类外协加工服务的价格，分析采购价格的公允性；

9、获取惠州和盛采购明细，分析其采购与发行人采购的匹配情况。

二、核查意见

经核查，保荐机构认为：

1、发行人向和盛高创采购双倍线具有合理性，报告期各期和盛高创与发行人主要供应商交易的金额、型号、价格、数量与发行人向其采购金额、型号、价格、数量匹配。

2、和盛高创长期亏损、资不抵债，张玉转让股权原因真实，发行人向其持续采购具有合理性；发行人向惠州和盛持续采购，不会对发行人本次发行上市产生重大不利影响。

（本页无正文，为《关于深圳市显盈科技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）

董事长（签名）：



林 涓

深圳市显盈科技股份有限公司



2021 年 1 月 26 日

发行人董事长声明

本人已认真阅读《关于深圳市显盈科技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，确认本次回复内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担法律责任。

董事长（签名）：



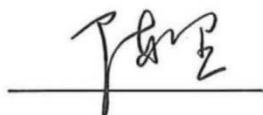
林 涓

深圳市显盈科技股份有限公司

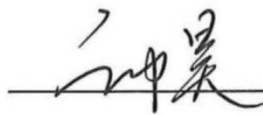
2021年11月26日

（本页无正文，为《关于深圳市显盈科技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）

保荐代表人：



陈 坚



钟 昊

华林证券股份有限公司（公章）



2021年1月26日

保荐机构董事长声明

本人已认真阅读《关于深圳市显盈科技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，了解本次回复涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，本次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。

董事长（法定代表人）



林 立

华林证券股份有限公司（公章）



2021年1月26日