



关于深圳市穗晶光电股份有限公司
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

保荐人（主承销商）



中国（上海）自由贸易试验区世纪大道1168号B座2101、2104A室）

2021 年 8 月

关于深圳市穗晶光电股份有限公司 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

深圳证券交易所：

贵所于 2021 年 7 月 26 日出具的《关于深圳市穗晶光电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〕010932 号）已收悉，民生证券股份有限公司会同深圳市穗晶光电股份有限公司、天健会计师事务所（特殊普通合伙）对意见落实函的有关事项进行了认真核查，现就相关问题做以下回复说明，请予审核。

除非文中另有说明，本意见落实函回复中的简称与《深圳市穗晶光电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》中的简称具有相同含义。

本报告中的字体代表以下含义：

意见落实函的问题	宋体（加粗）
问题的回复	宋体（不加粗）
涉及招股说明书的补充披露	楷体（加粗）

目 录

1、关于成长性	4
2、关于业绩下滑风险	21

1、关于成长性

申报文件及问询回复显示：

（1）报告期内，发行人主营业务收入分别为 45,819.00 万元、47,225.90 万元和 48,184.81 万元，基本持平。

（2）根据 Omdia 2021 年 2 月 5 日发布的《OLED Display Market Tracker - Pivot - Forecast - 3Q20》，预计 2021-2027 年智能手机 OLED 渗透率分别约为 40%、40%、42%、43%、44%、44%、45%。

（3）发行人主要客户隆利科技、宝明科技、联创光电、弘信电子和南极光 2020 年度和 2021 年第一季度均出现不同程度的毛利率和净利润下降。

（4）2021 年三安光电短期内去库存压力依然较大，晶元光电 2019 年年报披露亦存在 LED 芯片产能过剩的相关表述。

请发行人结合 OLED 产品对发行人产品的替代情况、LED 封装行业竞争状况、下游手机 OLED 应用趋势、LED 车灯等其他业务发展情况等，分析发行人主营业务的成长性、未来业务的增长点、发行人应对成长性不足的措施，并针对成长性进行重大风险提示。

请保荐人发表明确意见。

回复：

一、请发行人结合 OLED 产品对发行人产品的替代情况、LED 封装行业竞争状况、下游手机 OLED 应用趋势、LED 车灯等其他业务发展情况等，分析发行人主营业务的成长性、未来业务的增长点、发行人应对成长性不足的措施，并针对成长性进行重大风险提示

（一）结合 OLED 产品对发行人产品的替代情况、LED 封装行业竞争状况、下游手机 OLED 应用趋势、LED 车灯等其他业务发展情况等，分析发行人主营业务的成长性、未来业务的增长点、发行人应对成长性不足的措施

1、报告期及 2021 年 1-6 月，公司主营业务规模整体保持在较高水平，主营业务及小尺寸 LED 背光器件（应用于智能手机）业务收入保持稳定增长；中

尺寸 LED 背光器件、车用 LED、LED 闪光灯等新业务收入大幅增长，且收入占比持续提升，已经成为公司新的业绩增长点

(1) 报告期及 2021 年 1-6 月公司主营业务的具体构成及变动情况

公司主营业务为 LED 封装，是一家专业从事 LED 器件及背光灯条模组产品的研发、生产与销售的高新技术企业。

公司的产品主要为 LED 器件（包括 LED 背光器件、车用 LED、LED 闪光灯、LED 指示器件）以及背光灯条模组，广泛应用于各类智能手机、电脑（含 PAD）、液晶电视、汽车、工控显示器等的显示、照明、指示、闪光等领域。报告期及 2021 年 1-6 月，公司主营业务收入按产品类型分类及其收入同比变动情况如下：

单位：万元，%

产品名称	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	同比变动比例	金额	同比变动比例	金额	同比变动比例	金额	同比变动比例
LED 器件	23,403.50	32.76	43,987.81	5.17	41,826.40	15.10	36,338.89	36.95
其中：LED 背光器件	21,085.66	25.00	41,368.88	3.18	40,095.30	12.44	35,660.66	35.40
车用 LED	1,432.35	272.25	1,458.32	60.81	906.86	96.00	462.68	204.25
LED 闪光灯	841.31	279.08	861.35	331.60	199.57	270.88	53.81	19.74
LED 指示器件	44.18	-71.11	299.26	-52.09	624.67	286.22	161.74	-
背光灯条模组	2,382.82	13.04	4,197.00	-22.27	5,399.51	-43.04	9,480.10	15.55
合计	25,786.32	30.66	48,184.81	2.03	47,225.90	3.07	45,819.00	31.89

注：2021 年 1-6 月数据经天健会计师事务所审阅，下同。

由上表，报告期内公司主营业务收入整体稳定在较高水平且保持增长，2021 年 1-6 月主营业务收入同比增长 30.66%，增速较快，具体而言：

①2018 年度公司主营业务收入同比增长分别为 31.89%，各产品均呈快速增长趋势。

②2019 年度公司主营业务增速较低，主要是同期背光灯条模组业务收入大幅下降所致；除背光灯条模组业务外，其他产品收入均快速增长。

③2020 年度公司主营业务增速较低，主要系同期背光灯条模组业务、LED 指示器件（由于竞争激烈、毛利率较低，公司 2020 年开始已逐步战略收缩 LED

指示器业务规模)收入大幅下降所致;同时受新冠疫情、手机出货量下降等因素的影响,LED 背光器件的收入增速有所下降。

④2021 年 1-6 月主营业务收入同比增长 30.66%,除 LED 指示器件外,各产品均呈快速增长趋势。

(2) 报告期及 2021 年 1-6 月公司主营业务各主要产品的具体变动情况

①LED 背光器件

LED 背光器件根据下游应用产品的液晶屏幕尺寸大小可分为小尺寸、中尺寸和大尺寸,其中小尺寸主要应用于手机类产品,中尺寸主要应用于电脑(含 PAD)、工控显示屏、车载显示屏类产品,大尺寸主要应用于电视类产品。

报告期内,公司 LED 背光器件产品收入根据应用产品屏幕大小的划分及其收入同比变动情况如下:

单位:万元, %

分类	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	同比变动比例	金额	同比变动比例	金额	同比变动比例	金额	同比变动比例
小尺寸	17,119.06	5.77	38,228.91	-1.98	39,001.30	13.27	34,431.61	34.29
中尺寸	3,627.52	548.29	2,649.83	1,262.03	194.55	194.28	66.11	1,399.09
大尺寸	339.08	175.39	490.15	-45.51	899.45	-22.66	1,162.95	67.85
合计	21,085.66	25.00	41,368.88	3.18	40,095.30	12.44	35,660.66	35.40

由上表,报告期及 2021 年 1-6 月,公司 LED 背光器件产品收入整体呈增长趋势,具体而言:

A、从小尺寸 LED 背光器件来看,2018 年度、2019 年度公司小尺寸 LED 背光器件的销售收入快速增长;2020 年度受新冠疫情、手机出货量下降等因素的影响,公司小尺寸 LED 背光器件的销售收入有所下降;受国内手机市场出货量同比增长的影响(根据中国信息通信研究院报告,2021 年 1-6 月国内手机市场整体出货量同比增长 14.8%),2021 年 1-6 月公司小尺寸 LED 背光器件的销售收入同比增长 5.77%(销量同比增长 19.12%)。

B、从中尺寸 LED 背光器件来看,受益于中尺寸 LED 背光器件逐步国产化、以及公司近年来加强在中尺寸产品领域的布局等因素的影响,报告期及 2021 年

1-6 月公司中尺寸 LED 背光器件（主要用于电脑、PAD、工控显示等）收入实现快速增长，2020 年度销售收入达到 2,649.83 万元、同比上年增长 12.62 倍，2021 年 1-6 月销售收入达到 3,627.52 万元、较上年同期增长 5.48 倍，已经成为公司新的业绩增长点，具有良好的成长性。

②车用 LED、LED 闪光灯

车用 LED、LED 闪光灯为公司 2017 年新推出的产品。报告期及 2021 年 1-6 月：

A、公司车用 LED 收入分别为 462.68 万元、906.86 万元、1,458.32 万元和 1,432.35 万元，收入同比分别增长 204.25%、96.00%、60.81%和 272.25%，占主营业务收入的比例分别为 1.01%、1.92%、3.03%和 5.55%，收入金额及占比整体呈上升趋势；

B、公司 LED 闪光灯的收入 53.81 万元、199.57 万元、861.35 万元和 841.31 万元，收入同比分别增长 19.74%、270.88%、331.60%和 279.08%，占主营业务收入的比例分别为 0.12%、0.42%、1.79%和 3.26%，收入金额及占比整体呈上升趋势。

车用 LED、LED 闪光灯业务已经成为公司新的业绩增长点，具有良好的成长性。

③LED 指示器件

LED 指示器件为公司 2018 年新推出的产品。报告期及 2021 年 1-6 月，公司 LED 指示器件收入分别为 161.74 万元、624.67 万元、299.26 万元和 44.18 万元。由于竞争激烈、毛利率较低等因素的影响，2020 年以来公司已开始逐步战略收缩 LED 指示器业务规模，2020 年度及 2021 年 1-6 月 LED 指示器件业务的收入规模已大幅减少。针对 LED 指示器件业务，发行人已对相关机器设备、库存商品分别计提了减值准备、跌价准备，未来该业务将进一步收缩。

④背光灯条模组

报告期及 2021 年 1-6 月，公司背光灯条模组收入分别为 9,480.10 万元、5,399.51 万元、4,197.00 万元和 2,382.82 万元。

2019 年度、2020 年度公司背光灯条模组收入下降的原因主要是：一方面，2018 年 11 月至 2020 年 5 月，公司背光灯条模组业务员工共离职 5 人，其中包括 1 名部门负责人和 4 名销售经理，导致短期内公司无法及时跟进客户新项目的进度和需求，背光灯条模组整体收入下滑；另一方面，由于终端电视品牌产品更新迭代，公司向光明半导体销售的背光灯条模组整体减少，收入下降亦较为显著。

背光灯条模组业务目前仍是公司的主营业务之一，随着发行人 2019 年中期以来持续优化完善背光灯条模组业务的销售团队结构，加强重点客户特别是一线终端品牌供应商的市场开拓，公司背光灯条模组已开始逐步好转。2021 年 1-6 月收入同比增长 13.04%；结合 2021 年 1-6 月的经营数据，在手订单、已开发项目目前的进度情况等，发行人预计 2021 年度背光灯条模组业务的收入不低于 4,800 万元，毛利率不低于 10%，预计未来公司背光灯条模组业务的客户质量将逐步上升，客户数量也将稳步增加，并进而导致业务规模稳步增长、盈利能力持续改善。

整体而言，报告期内公司主营业务、小尺寸 LED 背光器件业务均整体保持了稳定增长，2021 年 1-6 月主营业务同比大幅增长，报告期及 2021 年 1-6 月中尺寸 LED 背光器件、车用 LED、LED 闪光灯等新业务呈快速增长趋势，公司业务具有良好的成长性。

2、OLED 在智能手机市场的渗透率虽逐年提升，但手机类 LED 器件市场规模仍有增长空间；同时，主要手机品牌 OLED 渗透率分化，公司合作的主要终端品牌的 OLED 渗透率相对较低；公司手机类产品定位于中低端机型，该类机型是市场消费主流，且受 OLED 渗透影响较小；OLED 替代效应影响有限，不会对公司的持续经营能力构成重大不利影响

公司的小尺寸 LED 背光器件产品主要应用于 LCD 屏智能手机，即为 LCD 屏幕提供背光源。OLED 技术相较于 LCD 技术具有自发光、厚度薄、响应速度快、对比度更高、易弯曲及视角广的优点，但由于其具有工艺复杂、良率较低、成本较高等问题，OLED 显示屏主要应用于高端智能手机市场，LCD 显示屏主要应用于中低端智能手机市场。

（1）近年来智能手机 OLED 渗透率已有所提升，未来其渗透率仍可能进一

步提升，但其提升也需要一定的时间和过程；作为两种不同的主流技术路线，OLED 屏和 LCD 屏在智能手机领域在未来较长的时间内仍将长期共存

①近年来智能手机 OLED 渗透率已有所提升，未来其渗透率仍可能进一步提升，但其提升也需要一定的时间和过程

根据 Omdia 发布数据，2018-2020 年智能手机 OLED 渗透率分别为 29%、34%、35%。根据 Omdia 2021 年 2 月 5 日发布的《OLED Display Market Tracker - Pivot - Forecast - 3Q20》，预计 2021-2027 年智能手机 OLED 渗透率分别约为 40%、40%、42%、43%、44%、44%、45%。

近年来随着主要手机品牌（特别是苹果、三星）的高端机型使用 OLED 屏，智能手机 OLED 的渗透率已逐年提升；未来随着人民消费水平的提升、消费观念的转变，以及 OLED 屏生产成本的降低等因素的影响，智能手机的 OLED 渗透率仍将进一步提升，但其渗透率的逐渐提升也需要一定的时间和过程。

②作为两种不同的主流技术路线，OLED 屏和 LCD 屏在智能手机领域在未来较长的时间内仍将长期共存

OLED 技术出现于 20 世纪 80 年代，并于 2010 年左右开始运用在智能手机领域，至今已有十余年的历史。作为两种不同的主流技术路线，OLED 屏和 LCD 屏均有各自的市场定位和目标客户群体。

OLED 屏是采用有机材料自发光技术，具有厚度薄、响应速度快、对比度高等优点，但成本相对较高，材料老化速度更快，且容易出现烧屏现象。同时，受发光机制影响，低亮度下 OLED 屏易出现频闪现象，在一定程度上降低了用户体验。

LCD 屏以 LED 灯珠为背光源进行发光，具有成本低、寿命长、无频闪等优点，发光相对均匀不易出现烧屏现象，但在厚度、对比度、响应速度等方面相对逊色于 OLED 屏。

两种屏幕类型各有优劣，伴随着其自我优化的持续（OLED 进行良率改良，LCD 针对色域、尺寸、少蓝光等属性进行技术升级），在未来较长的时间内，OLED 屏和 LCD 屏在智能手机领域仍将长期共存，LCD 屏完全被 OLED 屏替代的风险较

低。

(2) OLED 显示屏目前主要运用于手机品牌的高端机型，且主要手机品牌 OLED 渗透率分化，公司合作的主要终端品牌的 OLED 渗透率相对较低；公司手机类产品定位于中低端机型，该类机型受 OLED 渗透影响较小，是市场消费主流

受限于成本较高、良品率低，OLED 目前多用于高端智能手机，对中低端智能手机影响有限。目前手机市场中低端机型仍为消费主流，IDC 数据显示，2020 年中低端手机（价格在 400 美元以下）出货量占比为 67.9%。

以主要手机品牌为例，2019 年、2020 年主要手机品牌 OLED 渗透率如下：

主要品牌	OLED 渗透率	
	2020 年	2019 年
三星	59%	78%
苹果	56%	28%
华为	32%	30%
OPPO	39%	38%
vivo	27%	37%
小米	14%	16%

注：各品牌 OLED 渗透率来源于 Omdia 数据。

由上表，虽然 2020 年 OLED 渗透率整体达到 35%，但主要品牌 OLED 渗透率出现分化，三星、苹果的 OLED 渗透率较高；华为、小米、vivo、OPPO 的 OLED 的渗透率相对较低，且 2020 年小米、vivo、三星的 OLED 渗透率有所下降，华为、OPPO 的 OLED 渗透率增幅较小。

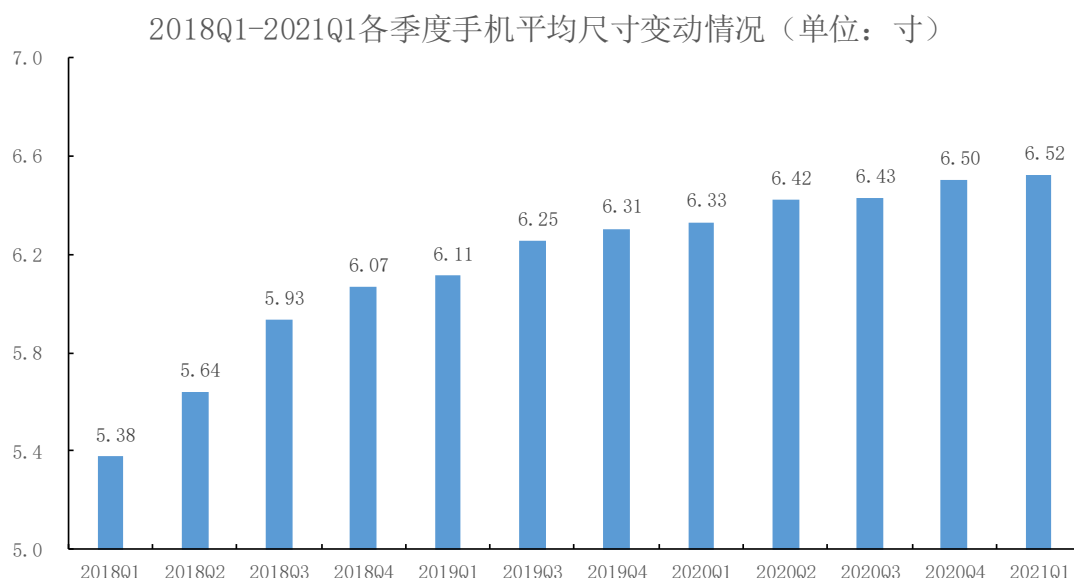
公司产品主要应用于华为、小米、vivo、OPPO 等手机品牌，目前该等品牌的 OLED 渗透率仍相对不高。从具体机型来看，公司手机类产品定位于中低端手机机型，受限于成本控制，中低端手机机型 OLED 渗透率较低，受 OLED 替代效应影响有限。

(3) OLED 在智能手机市场的渗透率虽逐年提升，但手机类 LED 器件市场规模仍存在增长空间

手机类 LED 器件的市场规模同时受全球智能手机出货量、OLED 渗透率，以及 LCD 屏手机平均使用手机类 LED 器件颗数等因素的变化而变化。

目前，智能手机行业已进入存量换机时代，市场增长放缓。根据 IDC 于 2021 年 5 月 26 日发布的全球智能手机市场预测，预计 2021 年全球智能手机出货量有望达到 13.8 亿部，同比增长 7.7%；2022 年全球智能手机出货量有望达到 14.3 亿部；2023 年全球智能手机出货量有望达到 14.8 亿部，并预计全球智能手机的增长势头将持续到 2025 年，复合年增长率为 3.7%。根据 Canalys 研究报告，在考虑新冠疫情及零部件短缺（缺芯）的情况下，2021 年 6 月 19 日 Canalys 预测 2021 年全球智能手机出货量将达到 14 亿部，同比增长 12%。

根据手机测评软件 AnTuTu 数据，2018 年至今，手机屏幕平均尺寸整体呈上升趋势，手机屏幕尺寸的增长有助于增加单个手机使用的手机类 LED 器件颗数增加。2018 年至 2021 年第一季度，各季度手机平均尺寸的变动情况如下：



数据来源：手机测评软件 AnTuTu

注：因 2019Q2 数据缺失，本处暂未列示。

结合 Omdia 对 OLED 渗透率的预测数据、IDC 对 2021-2023 年全球智能手机出货量的预计数，受益于智能手机“大屏化”以及“超薄化”导致的 LCD 屏手机平均使用手机类 LED 器件颗数的增加，预计 2021-2023 年手机类 LED 器件市场容量将达到 201.5-234.4 亿颗，较 2020 年分别增长 3.96%-20.97%，可见手机类 LED 器件市场规模仍存在一定的增长空间。

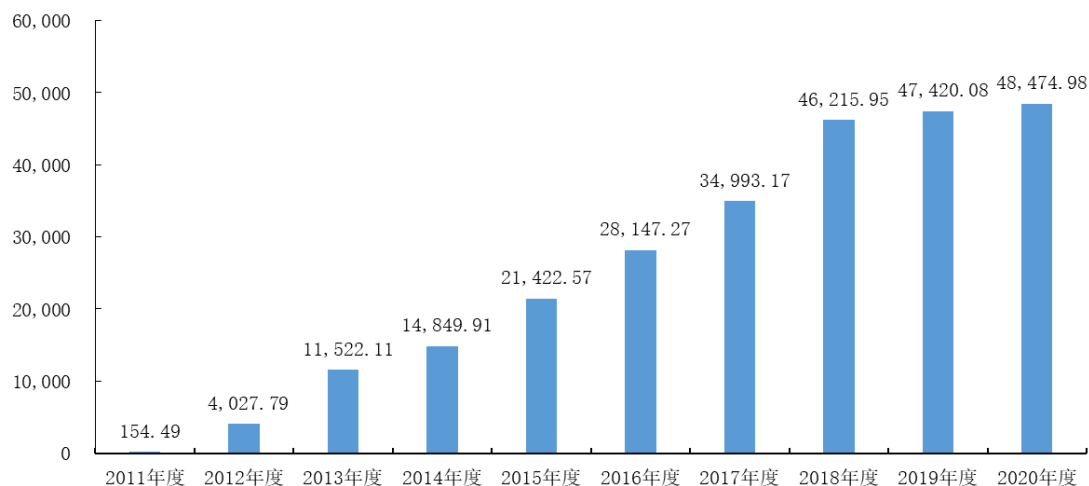
（4）OLED 渗透率逐渐提高不会对发行人持续经营能力构成重大不利影响

①从过往来看，智能手机 OLED 渗透率逐渐提高未对发行人持续经营能力构

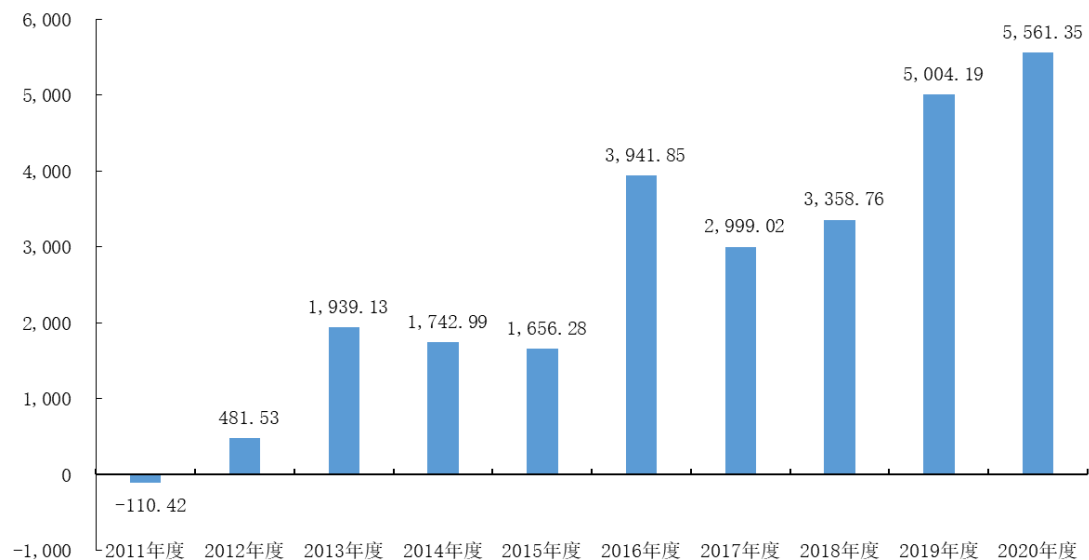
成重大不利影响

OLED 技术于 2010 年左右开始运用在智能手机领域，并在智能手机的渗透率逐年提升；发行人亦成立于 2010 年 10 月，伴随着智能手机行业及下游客户的发展壮大，发行人的销售规模及经营业绩逐年稳步增长，2011 年以来公司的销售收入及净利润变动情况如下：

2011-2020年度穗晶光电营业收入情况（单位：万元）



2011-2020年度穗晶光电净利润（单位：万元）



从过往来看，智能手机 OLED 渗透率逐渐提高未对发行人持续经营能力构成重大不利影响。

②未来智能手机 OLED 渗透率逐渐提高可能会导致发行人手机类 LED 器件的销售收入下滑，并进而对发行人的盈利能力构成不利影响

报告期内及 2021 年 1-6 月，公司手机类 LED 器件（含小尺寸 LED 背光器件、LED 闪光灯）对应的销售收入分别为 34,485.42 万元、39,200.87 万元、39,090.26 万元和 17,960.37 万元，收入同比增速为 34.26%、13.67%、-0.28%和 9.46%。受全球智能手机出货量波动、新冠疫情、OLED 在智能手机渗透率提升等多方面因素影响，报告期内公司手机类 LED 器件业务增速有所放缓，特别是 2020 年度已有所下滑。

未来随着智能手机 OLED 渗透率逐渐提高，发行人手机类 LED 器件的销售收入存在下滑的风险，鉴于发行人手机类 LED 器件（含小尺寸 LED 背光器件、LED 闪光灯）目前占营业收入的比例约为 60%-70%，若未来发行人手机类 LED 器件销售收入下滑，将对发行人的盈利能力构成不利影响。

③未来随着发行人种类不断丰富，智能手机 OLED 渗透率逐渐提高对发行人业务的影响将逐步降低，不会对发行人的持续经营能力构成重大不利影响

公司的主要产品除手机类 LED 器件（含小尺寸 LED 背光器件、LED 闪光灯）外，还包括中尺寸 LED 背光器件、大尺寸 LED 背光器件、车用 LED 等，广泛应用于各类电脑、液晶电视、汽车、工控显示器等领域。

报告期内及 2021 年 1-6 月，公司手机类 LED 器件（含小尺寸 LED 背光器件、LED 闪光灯）占当期营业收入的比例分别为 74.62%、82.67%、80.64%和 69.17%，占 LED 器件业务收入的比例分别 94.90%、93.72%、88.87%和 76.74%。随着近年来公司进一步加强对电脑、PAD、工控显示屏等中尺寸产品领域，以及车用 LED 等产品领域的布局，公司手机类 LED 器件占营业收入、占 LED 器件业务收入的比例均呈下降趋势。

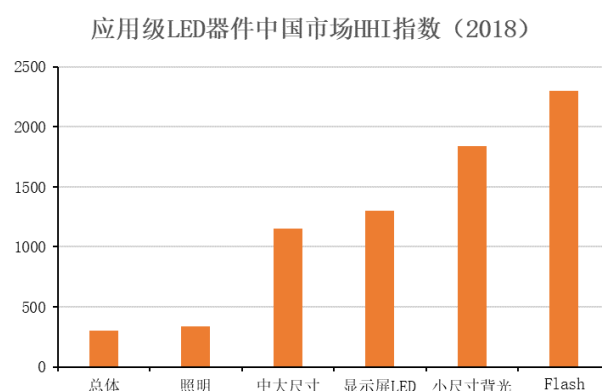
随着公司未来不断加强市场开拓，包括中尺寸 LED 背光器件、大尺寸 LED 背光器件、车用 LED 等产品品类的不断丰富及占比提升，智能手机 OLED 渗透率逐渐提高对发行人业务的影响将逐步降低，不会对发行人的持续经营能力构成重大不利影响。

3、小尺寸 LED 背光器件市场竞争格局稳定，市场集中度高，公司作为该领域的主要厂商，与市场主要终端品牌、主要显示模组厂商形成了稳定的合作关系，公司产品深受主要终端品牌信赖，随着主要终端品牌市场占有率稳步提升，

公司手机类 LED 器件业务规模有进一步提升的空间

经过多年的稳步发展，小尺寸背光 LED 封装行业市场竞争格局已基本稳固，行业主要厂商聚飞光电、穗晶光电等厂商的领先市场地位已经确立。根据集邦咨询 LED 研究中心（LEDinside）《2019 中国 LED 芯片与封装产业市场报告》显示，在 2018 年度国内小尺寸背光市场 LED 厂商排名中，聚飞光电位列第一、首尔半导体位列第二、公司位列第三。近年来，随着首尔半导体逐步缩减 LED 封装业务规模，公司在小尺寸背光细分领域的市场地位进一步提升。

根据 LEDinside 统计数据，2018 年应用级 LED 器件中国市场 HHI 指数(2018)如下：



注：HHI 指数，赫芬达尔—赫希曼指数，是一种测量产业集中度的综合指数。HHI 越大，表示市场集中程度越高。

由上图，小尺寸背光 LED 器件市场 HHI 在 1,500-2,000 之间，市场集中度较高，表明行业内主要厂商具有较强的竞争优势，未来市场资源有望进一步向主要厂商集中。行业主要厂商聚飞光电、穗晶光电占据了较大的市场份额，且由于技术研发实力、客户资源积累、品质管控能力等方面的壁垒，新产品验证周期长，新进入厂商数量较少，新进入厂商短期内获取优质客户及大量订单的难度较大。公司现有领先的市场地位具有稳固性。

经过多年持续稳定的合作，凭借良好的产品质量、及时的客户响应速度和研发速度，公司已与小米、华为（含荣耀）、vivo、OPPO 形成了紧密的供应链关系，成为了该等龙头企业小尺寸 LED 背光器件的重要供应商。经初步测算，2020 年公司手机类 LED 器件在华为、小米、vivo、OPPO 等主要手机品牌中的市场占有率为 35.79%（考虑到产业链生产过程中的损耗以及维修市场的使用情况，以及

产业链生产时间与上市时间、销售周期的差异，预计公司手机类 LED 器件的市场占有率将低于上述测算数据），占比较高，表明公司与该等终端品牌合作较好，公司产品深受终端品牌商信赖、具有市场竞争力。

经初步测算，2018-2020 年，公司手机类 LED 器件市场占有率分别为 20.18%、23.23%、23.59%，呈逐年提升趋势，与主要终端品牌小米、华为（含荣耀）、vivo、OPPO 的手机市场占有率提升趋势一致，2018 年至 2020 年该等品牌全球市场占有率合计分别为 38.64%、43.11%、43.65%。小米、华为（含荣耀）、vivo、OPPO 已经成为全球智能手机的龙头企业，作为小米、华为（含荣耀）、vivo、OPPO 的小尺寸 LED 背光器件的重要供应商，未来随着该等品牌手机出货量的提升，公司手机类 LED 器件业务规模有进一步提升的空间。

4、为应对潜在的技术挑战和行业发展新趋势、保持持续增长，公司不断丰富产品线、优化产品结构，稳步推进新产品、新技术、新工艺的研发和储备，继续加强客户开发及客户关系维护，优化管理体系实施降本增效

（1）持续丰富产品线、优化产品结构、培育新的业绩增长点，形成了以小尺寸 LED 背光、中尺寸 LED 背光、车用 LED、LED 闪光灯等业务协同发展的业务布局，抗风险能力持续增强

报告期内，公司产品线逐步丰富、产品结构持续优化，在继续开拓小尺寸背光领域业务的同时，公司持续推进产品在中尺寸背光、车用、闪光灯等领域的应用。在小尺寸背光领域，公司已成为手机市场主要终端品牌华为、小米、vivo、OPPO 等龙头企业的重要供应商，与市场主要显示模组厂商、主要背光模组厂商形成了稳定的合作关系。在中尺寸背光应用领域，公司已成功导入了华为、联想的 PAD，以及戴尔笔记本的供应链；在 LED 闪光灯方面，相关产品已进入深圳市中诺通讯有限公司、华勤通讯技术有限公司、深圳天珑移动技术股份有限公司等下游客户及三星、华为、OPPO、荣耀、传音等终端客户的供应链体系；在车用 LED 方面，公司已在后装市场获得了广泛认可，并在前装市场上初步获得包括五菱、长安、吉利、江淮、宝骏、华菱等汽车厂商及其供应链的认可，进入其合格供应商名录。

报告期及 2021 年 1-6 月，公司小尺寸 LED 背光器件业务稳步增长，中尺寸

LED 背光器件、车用 LED、LED 闪光灯等新业务收入实现了快速增长并已成为新的业绩增长点，2021 年 1-6 月该等新业务合计实现收入 5,901.18 万元，占主营业务收入的比例达到 22.88%。公司已初步形成了以小尺寸 LED 背光器件、中尺寸 LED 背光器件、车用 LED、LED 闪光灯等业务协同发展的业务布局，业务结构更加均衡，抗风险能力持续增强。

（2）稳步推进新产品、新技术、新工艺的研发和储备，为应对未来技术挑战奠定基础

近年来，公司对标 OLED 屏幕特性积极进行产品研发，开发出了多项具有 OLED 屏近似功能但更具价格优势的产品。目前，公司已在“超高色域封装技术”、“护眼少蓝光封装技术”、“超窄边框全面屏封装技术”、“QLED 量子点封装技术”、“屏下指纹封装技术”、“Mini LED 新型封装技术”等关键技术方面具有较强优势，其中，“高色域”、“窄边框”、“屏下指纹”等均为 OLED 屏产品原有特征，随着公司攻克这些技术要点，搭载新产品的 LCD 屏手机也能实现以上功能特性，产品性能逐步提升，并且较 OLED 屏更具价格优势，有效提升公司的产品竞争力。

此外，公司已取得 Mini LED 相关专利 9 项，处于审查中相关实用新型专利 2 项、发明专利 1 项，目前已向京东方、深天马等显示模组厂商提供小批量 Mini LED 产品或样品（包括 1.3 寸智能手表，2.1 寸、3.5 寸 VR 装备，10 寸 PAD 等）；已通过深天马（5.99 寸、6.5 寸手机）、京东方（5.99 寸、6.5 寸手机）Mini LED 方案验证；同时积极与其他客户开展新品设计，有 6 个 Mini LED 项目（平板、穿戴类）处于方案验证中。未来伴随 Mini LED 技术的成熟与成本的降低，其应用领域有望持续扩宽。

（3）加强现有客户关系维护，并不断开拓新客户，为公司产品导入提供有利前提

目前，公司小尺寸 LED 背光器件、中尺寸 LED 背光器件、车用 LED、LED 闪光灯等产品均已进入下游市场主流厂商的供应链体系。如前文所述，在小尺寸 LED 背光器件领域，公司已与市场主要手机终端品牌（华为、小米、vivo、OPPO 等）、主要显示模组厂商（京东方、深天马、深超光电/群创光电、华星光电/华

显光电等）以及主要背光模组厂商（隆利科技、宝明科技、深天马、弘信电子、联创光电、南极光等）形成了稳定的合作关系；在中尺寸 LED 背光器件领域，公司已成功导入了华为、联想的 PAD, 以及戴尔笔记本的供应链；在 LED 闪光灯方面，相关产品已进入深圳市中诺通讯有限公司、华勤通讯技术有限公司、深圳天珑移动技术股份有限公司等下游客户及三星、华为、OPPO、荣耀、传音等终端客户的供应链体系；在车用 LED 方面，公司已在后装市场获得了广泛认可，并在前装市场上初步获得包括五菱、长安、吉利、江淮、宝骏、华菱等汽车厂商及其供应链的认可，进入其合格供应商名录。

该等客户资源是公司持续发展的重要基础，为公司未来导入新产品提供有利前提，公司将加强维护与该等客户的合作关系。同时，公司将不断拓宽公司产品应用场景，继续开发各应用领域的新客户，为公司未来业务开拓新的增长点。

（4）优化品质管理体系，提升生产效率和生产效益，实施降本增效

自成立以来，公司一直将质量作为企业生存和发展的根本，通过持续的技术研发和工艺改进，不断完善内部管理和质量控制措施，着力提升公司产品质量。公司通过了“GB/T 19001-2016/ISO 9001:2015”质量管理体系、“GB/T 24001-2016/ISO 14001:2015”环境管理体系、“IATF 16949:2016”汽车质量管理体系等认证，从来料、研发、生产、销售、采购、客户跟踪等方面都有完整的品质管控体系；公司成立了国家认可的可靠性实验室，引入先进的实验检测设备，对每道工序末的在产品进行抽样检测，对生产过程中可能出现的质量问题进行排查，保障完工产品的高品质。

公司的生产车间为封闭化管理，拥有万级净化、恒温恒湿、防静电生产车间，生产线自动化程度高，全面实现无尘化和静电防护，并在国内同行业中率先采用欧洲进口高精度标准计量设备，同时引入精益化管理，对生产效率、良品控制、生产周期等方面进行全面的把控，公司产品得到客户的广泛认可，树立了良好的品牌声誉。产品品质优势已成为公司的核心竞争力之一，并为公司持续、健康发展提供品质保障。

未来公司继续完善品质管理体系，不断提升产品良率及符合率，提升生产效率，降低生产损耗，提高生产效益。

综上所述，报告期内及 2021 年 1-6 月，公司主营业务保持在较高水平并持续增长，小尺寸 LED 背光器件业务未来仍具有增长空间，中尺寸 LED 背光器件、车用 LED、LED 闪光灯等新业务持续快速增长，公司业务具有成长性。同时，公司持续优化产品结构，研发并储备新技术和新产品，在维护现有客户的基础上不但开拓新客户，优化品质管理体现实施降本增效，为应对未来技术挑战和发展趋势奠定坚实基础。

（二）成长性进行重大风险提示

发行人已在招股说明书“重大事项提示·一·（二）业务成长性不及预期的风险”进行了披露，具体如下：

“

报告期内及 2021 年 1-6 月，公司主营业务收入分别为 45,819.00 万元、47,225.90 万元、48,184.81 万元、25,786.32 万元，同比增速分别为 31.89%、3.07%、2.03%、30.66%，主营业务收入增速有所放缓。其中，小尺寸 LED 背光器件（应用于智能手机）收入分别为 34,431.61 万元、39,001.30 万元、38,228.91 万元和 17,119.06 万元，收入同比增速为 34.29%、13.27%、-1.98%、5.77%；占当期主营业务收入的比例分别为 75.15%、82.58%、79.34%和 66.39%，占比较高且整体呈下降趋势，但公司目前对小尺寸 LED 背光器件业务（应用于智能手机）的依赖性仍相对较高。

受全球智能手机出货量波动、新冠疫情、OLED 技术渗透率提升、发行人产能限制等多方面因素影响，报告期内公司小尺寸 LED 背光器件业务增速有所放缓，特别是 2020 年度有所下滑。考虑到发行人在主要终端手机品牌的市场占有率已相对较高（初步测算，2020 年公司占华为、小米、vivo、OPPO 手机的市场占有率为 35.79%），未来公司继续提升在该等主要手机终端品牌的市场占有率的难度较大，且随着 OLED 在智能手机渗透率可能逐年提升以及全球智能手机出货量增长不及预期等其他不利因素的影响，从长期来看，公司小尺寸 LED 背光器件业务在未来仍存在增速放缓甚至下降的风险。

为进一步丰富及完善产品结构，增强抗风险能力，近年来公司也进一步加强

了对电脑、PAD、工控显示屏等中尺寸产品领域的布局，并切入了车用 LED、LED 闪光灯等产品领域。报告期及 2021 年上半年，公司中尺寸业务收入同比增速分别为 13.99 倍、1.94 倍、12.62 倍、**5.48 倍**；车用 LED 收入同比增速分别为 204.25%、96.00%、60.81%、**272.25%**；LED 闪光灯收入同比增速分别为 19.74%、270.88%、331.60%、**279.08%**。2021 年上半年，该等业务占主营业务收入比例已达到 **22.88%**，但规模仍相对不高，未来保持高速增长且达到一定规模具有一定的不确定性。

因此，公司未来存在主营业务成长性不及预期的风险。本次募集资金投资项目实施完成后，公司产能将得到大幅提升，资产及人员规模也将大幅增长，相关资产折旧摊销及人工费用随之增加，若公司业务成长性不及预期，将对公司经营业绩构成不利影响。

”

二、请保荐人发表明确意见

保荐机构履行了如下核查程序：

1、查阅了行业研究资料，了解了 OLED 技术在手机领域的渗透率情况及未来变动趋势，了解了小尺寸 LED 封装行业的市场竞争，测算了 2021 年-2023 年手机类 LED 器件市场规模情况；

2、查阅了发行人收入明细表，统计报告期及 2021 年 1-6 月发行人小尺寸 LED 背光器件、中尺寸 LED 背光器件、车用 LED、LED 闪光灯等业务的增长情况，分析了各类型业务未来发展前景及增长潜力；

3、核查了发行人相关技术储备及研发投入情况，了解了发行人新产品、新技术、新工艺等方面的进展情况，了解了发行人对未来市场环境变化的应对能力。

经核查，保荐机构认为：

1、手机类 LED 器件行业未来仍具有增长空间，公司手机类 LED 业务未来仍具有成长性；公司持续优化产品结构，报告期及 2021 年 1-6 月，中尺寸 LED 背光器件、车用 LED、LED 闪光灯业务增速较快，且公司已进入下游主流客户的供应链体系，未来该等业务具有较快的增长潜力，成为公司新的业绩增长点；同时，发行人在新产品、新技术、新工艺方面进行了相关储备，在生产管理方面实施降

本增效，为保证未来业务持续稳步增长提供了良好的前提。

2、发行人已就业务成长性进行了重大风险提示。

2、关于业绩下滑风险

申报文件及审核问询回复显示：

（1）2021 年第一季度发行人向隆利科技、宝明科技销售收入同比变动分别为-17.72%、-24.88%，环比变动分别为-41.11%、-47.02%。

（2）报告期内，发行人产品应用于手机领域的占比分别为 75.26%、83.01% 和 81.13%。

请发行人：

（1）结合 2021 年向隆利科技、宝明科技的最新销售情况和在手订单情况，分析发行人向其销售的可持续性；说明对主要客户 2021 年销售额及同比变动情况、在手订单情况，分析对主要客户的销售是否发生重大不利变化。

（2）结合“缺芯”对手机出货量的影响、发行人产品主要应用的终端品牌的出货量变化情况，分析发行人 2021 年业绩是否存在下滑风险，并进行重大风险提示。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、结合 2021 年向隆利科技、宝明科技的最新销售情况和在手订单情况，分析发行人向其销售的可持续性；说明对主要客户 2021 年销售额及同比变动情况、在手订单情况，分析对主要客户的销售是否发生重大不利变化

（一）结合 2021 年向隆利科技、宝明科技的最新销售情况和在手订单情况，分析发行人向其销售的可持续性

（1）报告期及 2021 年 1-6 月发行人对隆利科技、宝明科技的销售情况

报告期及 2021 年 1-6 月，隆利科技、宝明科技分别为公司第一大客户和第二大客户。2018 年、2019 年度、2020 年度、2020 年 1-6 月、2020 年 7-12 月、2021 年 1-6 月公司对隆利科技、宝明科技的销售金额及占比情况如下：

单位：万元，%

客户	2021 年 1-6 月				2020 年 7-12 月		2020 年 1-6 月	
	销售收入	占比	同比变动	环比变动	销售收入	占比	销售收入	占比
隆利科技	2,524.69	9.72	-46.01	-40.27	4,226.62	14.78	4,676.13	23.53
宝明科技	2,361.86	9.10	-38.95	-44.83	4,280.74	14.97	3,868.48	19.47

(续上表)

客户	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	销售收入	占比	销售收入	占比	销售收入	占比
隆利科技	8,902.75	18.37	7,493.02	15.80	6,072.00	13.14
宝明科技	8,149.22	16.81	5,374.14	11.33	6,012.52	13.01

由上表，发行人 2021 年 1-6 月对隆利科技、宝明科技的销售收入及其占比同比、环比均呈下降趋势。

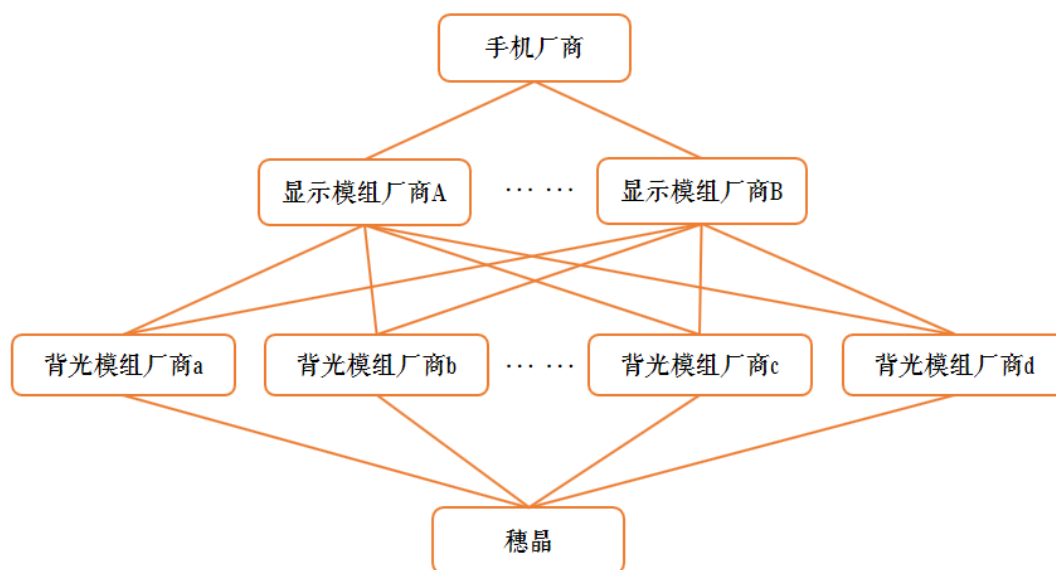
(2) 发行人对隆利科技、宝明科技的在手订单情况

经统计，截至 2021 年 7 月 26 日，发行人对隆利科技、宝明科技的在手订单及发出商品金额分别为 566.62 万元、451.67 万元。

(3) 发行人对隆利科技、宝明科技销售下滑的原因及对公司业绩的影响

发行人 2021 年 1-6 月对隆利科技、宝明科技的销售收入及其占比呈下滑趋势，主要受终端手机品牌的显示模组厂商对背光模组厂商的项目及订单分配情况影响，具体而言，主要系 2021 年 1-6 月公司与隆利科技、宝明科技合作的智能手机项目减少所致。

但发行人对隆利科技、宝明科技销售下滑并未对公司经营业绩构成重大不利影响。主要系公司已与主要终端手机品牌商（或其 ODM 厂商）、显示模组厂商、背光模组厂商形成了稳定的合作关系，公司直接参与合作项目产品的研发过程，合作项目如确定使用公司产品，不论显示模组厂商如何分配对背光模组厂商的订单量，背光模组厂商均会采购公司产品。受显示模组厂商订单分配影响，公司对不同背光模组厂商销售金额可能存在波动，但对主要模组厂商合计销售金额整体呈增长趋势。



发行人的主要客户包括隆利科技、宝明科技、联创光电、弘信电子、三协精工、山本光电、南极光、德仓科技、东莞市钰晟电子科技有限公司（以下简称“钰晟电子”）、深天马等 10 家均为市场上主流的手机背光模组厂商。该等客户的手机背光模组订单主要受终端手机品牌的显示模组厂商基于不同背光模组厂商的产能、品质、价格等因素进行的订单和项目分配，并进而影响不同背光模组厂商对公司 LED 背光器件的采购金额。

报告期内，公司虽然对不同主要背光模组厂商销售金额存在波动，但对 10 家主要背光模组厂商合计销售金额整体呈增长趋势。具体情况如下：

单位：万元，%

客户名称	2021 年 1-6 月			2020 年度		
	销售收入	同比变动比例	收入占比	销售收入	同比变动比例	收入占比
10 家主要背光模组厂商收入合计	17,169.88	9.99	81.43	35,363.61	-2.78	85.48

（续上表）

客户名称	2019 年度			2018 年度		
	销售收入	同比变动比例	收入占比	销售收入	同比变动比例	收入占比
10 家主要背光模组厂商收入合计	36,373.14	22.29	90.72	29,742.97	-	83.41

注 1：主要背光模组厂商包括隆利科技、宝明科技、联创光电、弘信电子、三协精工、山本光电、南极光、德仓科技、钰晟电子、深天马；

注 2：公司对主要背光模组厂商收入系 LED 背光器件收入；

从发行人对该等 10 家客户 2021 年 1-6 月 LED 背光器件的销售情况来看，公

司仅对隆利科技、宝明科技、联创光电 3 家客户的销售金额同比呈下降趋势，对南极光、弘信电子、德仓科技、山本光电、钰晟电子、深天马、三协精工等 7 家客户的销售金额同比均呈上升趋势。

从 2021 年 1-6 月整体来看，发行人 2021 年 1-6 月对该等 10 家客户 LED 背光器件的销售金额合计为 17,169.88 万元，同比增长 9.99%。发行人 2021 年 1-6 月对隆利科技、宝明科技的销售收入及其占比同比、环比下降并未对公司经营业绩构成重大不利影响。

（4）发行人对隆利科技、宝明科技销售的可持续性

隆利科技、宝明科技作为市场主流的手机背光模组厂商，公司作为市场上主流的背光 LED 器件生产厂商，隆利科技、宝明科技与公司后续的交易具有可持续性，但双方未来的交易金额最终主要取决于终端手机品牌的显示模组厂商对隆利科技、宝明科技的订单和项目的分配情况。

根据发行人对隆利科技、宝明科技的最新在手订单情况以及 2021 年 1-9 月的收入预计情况来看，2021 年 1-9 月发行人预计营业收入约 37,000.00 万元-39,000.00 万元，较上年同比增长 11.48%-17.50%，其中对隆利科技的销售收入约为 3,400 万元-3,700 万元，同比下降 40.37%-45.21%；对宝明科技的销售收入约为 3,100 万元-3,400 万元，同比下降 45.94%-50.71%，发行人对隆利科技、宝明科技的销售额存在持续下降的风险，但对公司经营不构成重大不利影响，预计 2021 年 1-9 月隆利科技、宝明科技仍为公司的前十大客户，公司与隆利科技、宝明科技仍持续合作。

（5）重大风险提示

发行人已在招股说明书“重大事项提示·一·（四）主要客户销售金额变动风险”进行了补充披露，具体如下：

“

报告期内，隆利科技、宝明科技分别为发行人的第一大客户和第二大客户，且销售金额整体呈上升趋势；**2021 年 1-6 月隆利科技、宝明科技仍为公司第一大客户、第二大客户，但发行人对隆利科技、宝明科技销售金额分别同比下降**

46.01%、38.95%，占营业收入比例也分别下降至 9.72%、9.10%；且发行人预计 2021 年 1-9 月对隆利科技、宝明科技的销售金额同比亦均呈下降趋势，发行人对隆利科技、宝明科技的销售额存在持续下降的风险。

发行人的主要客户包括隆利科技、宝明科技、联创光电、弘信电子、三协精工、山本光电、南极光、德仓科技、东莞市钰晟电子科技有限公司（以下简称“钰晟电子”）、深天马等 10 家均为市场上主流的手机背光模组厂商。该等客户的手机背光模组订单主要受终端手机品牌的显示模组厂商基于不同背光模组厂商的产能、品质、价格等因素进行的订单和项目分配，并进而影响不同背光模组厂商对公司 LED 背光器件的采购金额。

受终端手机品牌的显示模组厂商对背光模组厂商的项目及订单分配情况影响，发行人 2021 年 1-6 月及预计 2021 年 1-9 月公司与隆利科技、宝明科技合作的智能手机项目有所减少，并进而导致公司对隆利科技、宝明科技的销售金额同比均呈下降趋势。

2021 年 1-6 月发行人的营业收入同比增长 30.66%、净利润同比增长 170.74%；2021 年 1-9 月发行人的营业收入预计同比增长 11.48%-17.50%，净利润预计同比增长 65.74%-79.26%，发行人 2021 年 1-6 月及预计 2021 年 1-9 月对隆利科技、宝明科技的销售金额同比均呈下降趋势并未对公司经营业绩构成重大不利影响。

”

（二）说明对主要客户 2021 年销售额及同比变动情况、在手订单情况，分析对主要客户的销售是否发生重大不利变化

报告期及 2021 年 1-6 月，公司前十大客户合计为 14 家，其中，2021 年 1-6 月、2020 年 1-6 月公司对相关客户的销售情况及在手订单情况如下：

单位：万元，%

序号	客户	在手订单	2021 年 1-6 月			2020 年 1-6 月	
			销售收入	收入占比	同比变动	销售收入	收入占比
1	深圳市宝明科技股份有限公司	451.67	2,361.86	9.10	-38.95	3,868.48	19.60
2	深圳市隆利科技股份有限公司	566.62	2,524.69	9.72	-46.01	4,676.13	23.69

其中:	深圳市隆利科技股份有限公司	329.64	2,386.86	9.19	-48.96	4,676.13	23.69
	深圳市隆利光电科技发展有限公司	236.98	137.83	0.53	-	-	-
3	三协精工（香港）有限公司	489.34	1,243.76	4.79	1.04	1,230.92	6.24
其中:	东莞鹏龙光电有限公司	489.34	1,243.76	4.79	1.04	1,230.92	6.24
	东莞三协精工科技有限公司	-	-	-	-	-	-
4	天马微电子股份有限公司	229.60	1,718.51	6.62	644.16	230.93	1.17
5	彩迅工业(深圳)有限公司	249.21	805.07	3.10	18.79	677.75	3.43
6	厦门弘信电子科技集团股份有限公司	185.76	1,740.04	6.70	16.89	1,488.61	7.54
其中:	湖北弘汉精密光学科技有限公司	-	244.27	0.94	162.07	93.21	0.47
	厦门弘汉光电科技有限公司	185.76	1,495.77	5.76	7.19	1,395.40	7.07
	厦门弘信电子科技集团股份有限公司	-	-	-	-	-	-
7	首尔半导体	186.26	-	-	-100.00	409.92	2.08
8	深圳市德仓科技有限公司	300.11	1,513.33	5.83	417.17	292.62	1.48
其中:	深圳市德仓科技有限公司	300.11	1,513.33	5.83	417.17	292.62	1.48
	芜湖德仓光电有限公司	-	-	-	-	-	-
9	江西联创光电科技股份有限公司	387.25	1,437.63	5.54	-25.55	1,931.00	9.78
其中:	江西联创南分科技有限公司	3.72	-	-	-	8.33	0.04
	江西联创致光科技有限公司	383.53	1,437.63	5.54	-25.23	1,922.67	9.74
	厦门华联电子股份有限公司	-	-	-	-	-	-
10	深圳市山本光电股份有限公司	200.94	1,461.76	5.63	97.03	741.88	3.76
其中:	山本光电（龙川）有限公司	0.22	907.33	3.49	314.78	218.75	1.11
	深圳市山本光电股份有限公司	200.72	554.43	2.14	5.98	523.13	2.65
11	深圳市南极光电子科技股份有限公司	218.18	2,245.56	8.65	142.54	925.87	4.69
12	东莞市钰晟电子科技有限公司	239.44	922.75	3.55	297.35	232.23	1.18
13	深圳市海宸兴科技有限公司	2.86	44.29	0.17	28.86	34.37	0.17
14	台龙电子（昆山）有限公司	120.95	1,026.33	3.95	581.16	150.67	0.76
合计		3,828.20	19,045.57	73.33	12.75	16,891.36	85.59

注：在手订单为截至 2021 年 7 月 26 日的在手订单及发出商品金额。

由上表，2021 年 1-6 月公司对前十大客户销售额合计为 19,045.57 万元，同比增长 12.75%。除对隆利科技、宝明科技、联创光电、首尔半导体的销售收入有所下滑外，公司对剩余 10 家主要客户的销售收入均呈上升趋势，该波动主要受显示模组厂商对背光模组厂商订单及项目分配影响。

截至 2021 年 7 月 26 日，公司前十大客户在手订单及发出商品金额为

3,828.20 万元，公司对主要客户的销售未发生重大不利变化。

二、结合“缺芯”对手机出货量的影响、发行人产品主要应用的终端品牌的出货量变化情况，分析发行人 2021 年业绩是否存在下滑风险，并进行重大风险提示

（一）“缺芯”对手机出货量的影响

根据中信证券研究报告《6 月国内出货量环比提升，手机全年低点已过——智能手机行业深度追踪（2021 年 6 月）》，受 2020 年底持续至今的缺芯浪潮影响，芯片供应厂商已出现供货周期拉长、价格上涨等情况，并进而影响了部分下游手机厂商出货情况，业内人士（realme 副总裁徐起、高通 CEO 安蒙）认为，目前全球都面临芯片缺货局面，该情况可能持续到 2021 年底。同时中信证券指出，“在芯片供应紧缺情况下，芯片订单越多的终端品牌能够率先取得上游供应商供货，因此预计手机品牌头部效应将加剧。”

根据中国信息通信研究院报告，2021 年 1-6 月国内手机市场整体出货量保持快速增长，其中国内智能手机出货量为 1.71 亿部，同比增长 14.8%。其中，第一季度国内智能手机出货量为 0.96 亿部，同比增长 101.5%，第二季度国内智能手机出货量为 0.75 亿部，同比下降 26.11%。第二季度国内智能手机出货量下降主要受需求提前释放、芯片短缺、华为缺位等因素影响，但目前降幅已有所收窄，6 月降幅已由 4、5 月的超过 30%收窄至 9.09%，并实现环比增长 11.43%。

根据 IDC 研究报告，2021 年 1-6 月全球智能手机出货量为 6.59 亿部，同比增长 19.37%。其中，2021 年第一季度全球智能手机出货量为 3.46 亿部，同比增长 25.5%，2021 年第二季度全球智能手机出货量为 3.13 亿部，同比增长 13.2%。

根据 IDC 于 2021 年 5 月 26 日发布的全球智能手机市场预测，预计 2021 年全球智能手机出货量有望达到 13.8 亿部，同比增长 7.7%；在考虑新冠疫情及零部件短缺（缺芯）的情况下，2021 年 6 月 19 日 Canalys 预测 2021 年全球智能手机出货量将达到 14 亿部，同比增长 12%。

综上所述，从全球及国内智能手机出货量来看，受“缺芯”等因素影响，相较于 2021 年第一季度智能手机出货量增幅明显，2021 第二季度智能手机出货量

增速已放缓或呈下降趋势，该趋势可能延续至 2021 年第三季度。受此影响，相较于 2021 年上半年，预计 2021 年下半年全球及国内智能手机出货量同比增速有所放缓，甚至存在下降的风险。

（二）发行人产品主要应用的终端品牌的出货量情况

公司小尺寸 LED 背光器件产品主要应用于华为、荣耀、小米、OPPO、vivo 等知名品牌厂商的智能手机，报告期及 2021 年 1-6 月，上述智能手机品牌厂商的手机出货量及全年出货量预测情况如下：

单位：亿部

手机品牌	2021 年预测	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
华为（含荣耀）	1.00	-	1.89	2.14	2.06
小米	1.90	1.02	1.48	1.26	1.19
OPPO	1.50	0.70	1.15	1.14	1.13
vivo	1.40	0.67	1.12	1.10	1.01
合计	5.80	2.39	5.64	5.91	5.39

数据来源：IDC、Counterpoint、Canalys、中信证券

注 1：因 IDC 每年仅发布前五大手机品牌出货量，上表中部分手机品牌部分年份未进入前五大的，其出货量数据来源于 Counterpoint 或 Canalys。该等数据发布机构统计口径存在一定的差异。

注 2：公开信息暂未披露华为（含荣耀）2021 年 1-6 月出货量数据，仅可知 2021 年 1-3 月华为（含荣耀）的手机出货量为 0.24 亿部。

注 3：2021 年出货量预测数据来源于中信证券研究报告《智能手机行业深度追踪（2021 年 6 月）》

受美国商务部禁令影响，2020 年以来华为手机出货量呈下降趋势，但因华为市场份额的释放，小米、OPPO、vivo 手机出货量呈上升趋势。随着荣耀品牌的独立，根据中信证券研究报告《6 月国内出货量环比提升，手机全年低点已过——智能手机行业深度追踪（2021 年 6 月）》，预计荣耀 2021 年下半年其国内份额将实现快速提升，2021 年华为、荣耀、小米、OPPO、vivo 合计出货量预计约为 5.80 亿部，同比呈小幅增长趋势。

（三）分析发行人 2021 年业绩是否存在下滑风险，并进行重大风险提示

（1）报告期及 2021 年 1-6 月收入情况

报告期及 2021 年 1-6 月，公司营业收入及各主要细分产品类别收入及同比

变动情况如下：

单位：万元，%

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度
	金额	同比变动比例	金额	同比变动比例	金额	同比变动比例	金额
营业收入	25,966.74	30.66	48,474.98	2.22	47,420.08	2.61	46,215.95
其中：LED 背光器件	21,085.66	25.00	41,368.88	3.18	40,095.30	12.44	35,660.66
其中：小尺寸 LED 背光器件	17,119.06	5.77	38,228.91	-1.98	39,001.30	13.27	34,431.61
中尺寸 LED 背光器件	3,627.52	548.29	2,649.83	1,262.03	194.55	194.28	66.11
车用 LED	1,432.35	272.25	1,458.32	60.81	906.86	96.00	462.68
LED 闪光灯	841.31	279.08	861.35	331.60	199.57	270.88	53.81

由上表，2021 年 1-6 月公司营业收入为 25,966.74 万元，同比增长 30.66%，其中主要受中尺寸 LED 背光器件、车用 LED、LED 闪光灯收入大幅增长的影响，公司小尺寸 LED 背光器件销售收入同比增幅仅为 5.77%（销量同比增长 19.12%），增幅相对较低。

（2）2021 年 1-6 月业绩情况及 2021 年 1-9 月业绩预测情况

根据天健会计师事务所出具的天健审〔2021〕3-414 号审阅报告，2021 年 1-6 月公司实现营业收入 25,966.74 万元，同比增长 30.66%，实现归属于母公司股东净利润 3,908.91 万元，同比增长 170.74%，实现扣除非经常性损益后归属于母公司股东净利润 3,647.36 万元，同比增长 234.64%。

根据经审阅的公司 2021 年 1-6 月报表及目前经营状况，预计 2021 年 1-9 月可实现的营业收入约 37,000.00 万元-39,000.00 万元，较上年同比增长 11.48%-17.50%；预计 2021 年 1-9 月可实现归属于母公司股东净利润约 4,900.00 万元-5,300.00 万元，较上年同比增长 65.74%-79.26%；预计 2021 年 1-9 月可实现扣除非经常性损益后归属于母公司股东净利润约 4,600.00 万元-5,000.00 万元，较上年同比增长 83.31%-99.25%。

（3）2021 年 1-9 月小尺寸 LED 背光器件的业绩预测情况，及“缺芯”对发行人 2021 年经营业绩的影响

2021 年 1-6 月发行人 LED 背光器件的收入为 21,085.66 万元，同比增长 25%，

其中小尺寸 LED 背光器件销售收入为 17,119.06 万元，同比增幅仅为 5.77%，增幅相对较低。

受 2020 年底持续至今的缺芯浪潮影响，发行人预计 2021 年 1-9 月小尺寸 LED 背光器件收入约为 23,500 万元-24,500 万元，同比下降 8.14%-11.89%。但随着发行人中尺寸 LED 背光器件、车用 LED、LED 闪光灯等销售收入的快速增长，发行人预计 2021 年 1-9 月可实现的营业收入约 37,000.00 万元-39,000.00 万元，较上年同比增长 11.48%-17.50%， “缺芯” 对发行人 2021 年 1-9 月的经营业绩暂未构成不利影响。而若“缺芯”在 2021 年第四季度进一步加剧，则发行人 2021 年度可能存在业绩下滑的风险。

发行人已在招股说明书“重大事项提示·一·(五)业绩下滑的风险”及“第八节·三·(一)·5、业绩下滑的风险”进行了披露，具体如下：

“

2020 年底以来，全球芯片短缺现象从汽车领域蔓延至消费电子领域，导致汽车、智能手机、电脑（含 PAD）等市场供需失衡，发行人下游部分终端厂商产品生产不及预期，进而向上传导可能引起发行人部分下游客户对发行人采购不及预期。

根据天健会计师事务所出具的天健审〔2021〕3-414 号审阅报告，2021 年 1-6 月公司实现营业收入 25,966.74 万元，同比增长 30.66%，实现归属于母公司股东净利润 3,908.91 万元，同比增长 170.74%，实现扣除非经常性损益后归属于母公司股东净利润 3,647.36 万元，同比增长 234.64%。

受 2020 年底持续至今的缺芯浪潮影响，发行人预计 2021 年 1-9 月小尺寸 LED 背光器件收入约为 23,500 万元-24,500 万元，同比下降 8.14%-11.89%。但随着发行人中尺寸 LED 背光器件、车用 LED、LED 闪光灯等销售收入的快速增长，发行人预计 2021 年 1-9 月可实现的营业收入约 37,000.00 万元-39,000.00 万元，较上年同比增长 11.48%-17.50%；预计 2021 年 1-9 月可实现归属于母公司股东净利润约 4,900.00 万元-5,300.00 万元，较上年同比增长 65.74%-79.26%；预计 2021 年 1-9 月可实现扣除非经常性损益后归属于母公司股东净利润约 4,600.00 万元-5,000.00 万元，较上年同比增长 83.31%-99.25%。

目前“缺芯”对发行人 2021 年 1-9 月的经营业绩暂未构成不利影响。但若下游行业“缺芯”状态在 2021 年第四季度进一步加剧，则发行人 2021 年度可能存在业绩下滑的风险。

”

三、请保荐人、申报会计师发表明确意见

保荐机构、申报会计师履行了以下核查程序：

1、查阅了公司 2021 年 1-6 月的营业收入明细表，查阅了公司截至 7 月 26 日的在手订单明细表和发出商品明细表，查阅了 2021 年 1-6 月经审阅的财务报表；

2、查阅了市场智能手机出货量数据，查阅了相关研究报告；

3、访谈了销售负责人、财务负责人，了解了公司 2021 年 1-9 月对隆利科技、宝明科技的销售预计情况，了解了公司 2021 年 1-9 月的业绩预测情况。

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、2021 年 1-6 月，发行人对隆利科技、宝明科技的销售额有所下滑，主要受显示模组厂商订单及项目分配影响，对公司经营不构成重大不利影响，公司预计仍将与其保持合作关系。2021 年 1-6 月发行人对主要客户的销售整体呈上升趋势，销售情况良好，未发生重大不利变化。

2、2021 年 1-6 月全球智能手机出货量呈增长趋势，除华为外发行人产品主要应用的终端品牌出货量呈增长趋势，与发行人小尺寸 LED 背光器件收入变动趋势一致；受“缺芯”的影响，相较 2021 年上半年，预计 2021 年下半年全球及国内智能手机出货量同比增速将有所放缓，甚至存在下降的风险；考虑到“缺芯”、新冠疫情、OLED 渗透率等因素对消费电子市场的影响，发行人预计小尺寸 LED 背光器件的收入约为 23,500 万元-24,500 万元，同比下降 8.14%-11.89%，但随着发行人中尺寸 LED 背光器件、车用 LED、LED 闪光灯等销售收入的快速增长，“缺芯”对发行人 2021 年 1-9 月的经营业绩暂未构成不利影响，而若“缺芯”在 2021 年第四季度进一步加剧，则发行人 2021 年度可能存在业绩下滑的风险。发行人已就业绩下滑风险进行了风险提示。

（本页无正文，为《关于深圳市穗晶光电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》之发行人盖章页）



深圳市穗晶光电股份有限公司

发行人法定代表人声明

本人已认真阅读深圳市穗晶光电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回复报告的全部内容,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,并承担相应法律责任。

发行人法定代表人(董事长):

郑汉武

深圳市穗晶光电股份有限公司

2021年8月3日

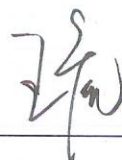


(本页无正文，为《关于深圳市穗晶光电股份有限公司申请首次公开发行股票并在创业板上市的审核中心意见落实函的回复》之保荐机构签章页)

保荐代表人签字：



严 智



王 虎

民生证券股份有限公司

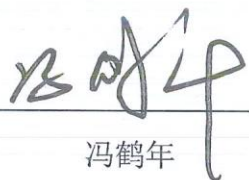
2021年8月3日



保荐机构董事长、总经理声明

本人已认真阅读深圳市穗晶光电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回复报告的全部内容，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，本审核中心意见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、完整性承担相应法律责任。

保荐机构董事长、总经理签字：


冯鹤年

