深圳光大同创新材料股份有限公司

Shenzhen Bromake New Material Co., Ltd.

（深圳市光明区光明街道东周社区高新路研祥科技工业园）

关于深圳光大同创新材料股份有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市
申请文件的审核问询函的回复

东方证券 ORIENT SECURITIES | 投资银行

东方证券承销保荐有限公司

ORIENT SECURITIES INVESTMENT BANKING CO., LTD

上海市中山南路 318 号东方国际金融广场 24 层

深圳证券交易所：

贵所于 2021 年 7 月 12 日对深圳光大同创新材料股份有限公司申请文件出具的《关于深圳光大同创新材料股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核问询函》（审核函〔2021〕010823 号）已经收悉，深圳光大同创新材料股份有限公司（以下简称“公司”、“发行人”）、东方证券承销保荐有限公司（以下简称“保荐机构”）、北京市康达律师事务所（以下简称“发行人律师”）、中汇会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”）等相关方对问询函所列问题进行了逐项落实、核查，现回复如下，请予以审核。

如无特别说明，本回复使用的简称与《深圳光大同创新材料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”）中的释义相同。

本文中的字体代表如下含义：

问询函所列问题	**黑体（加粗）**
对问询函所列问题的回复	宋体（不加粗）
对招股说明书内容的引用	楷体（不加粗）
对招股说明书的修改、补充	**楷体（加粗）**

在本问询函回复中，若合计数与各分项数值相加之和在尾数上存在差异，均为四舍五入所致。

目 录

1、关于主要产品和核心竞争力 5
2、关于实际控制人 25
3、关于收购昆山上艺相关经营性资产 34
4、关于收购重庆致贯 35%股权 56
5、关于主营业务收入 71
6、关于主要客户 100
7、关于主营业务成本 117
8、关于采购与供应商 139
9、关于外协采购 159
10、关于毛利率 165
11、关于外销收入 186
12、关于期间费用 192
13、关于应收票据与应收账款 203
14、关于存货 210
15、关于与主要供应商合资设立公司合肥山秀 217
16、关于关联交易 236
17、关于关联方 250
18、关于股份支付 268
19、关于非经常性损益以及赔偿支出 279
20、关于其他应付款与现金分红 283
21、关于历史沿革 289
22、关于子公司 294
23、资金往来核查 310

24、关于信息披露 325

25、关于申报文件 332

1、关于主要产品和核心竞争力

申报文件显示，发行人产品主要为消费电子防护性及功能性产品，广泛应用于个人电脑、智能手机、智能穿戴设备等消费电子产品及其组件。消费电子功能性产品主要应用于消费电子产品及其组件，其上游行业为泡棉、胶带、绝缘纸、保护膜、导电布等材料生产企业，下游行业为智能手机、个人电脑、智能穿戴设备等消费电子产品及其组件的生产企业。

请发行人：

（1）说明发行人主要产品服务（保护类产品、缓冲类产品、模切类产品、碳纤维类产品）市场空间和市场竞争格局。

（2）结合发行人毛利率水平、主要产品技术门槛、技术水平、市场地位，以及与同行业可比公司比较情况，分析并说明发行人核心竞争力和竞争优劣势；发行人与主要客户其他供应商的产品相比是否较为同质化、会否被主要竞争对手产品替代；发行人主营业务是否具备成长性。

请保荐人发表明确意见。

【回复】

一、说明发行人主要产品服务（保护类产品、缓冲类产品、模切类产品、碳纤维类产品）市场空间和市场竞争格局

公司一直专注于消费电子防护性和功能性产品领域，保护类、缓冲类、模切类及碳纤维类产品均主要应用于消费电子产业链，主要应用领域包括个人电脑、智能手机、智能穿戴等。随着下游消费电子行业的消费者对于产品工业设计、轻薄程度、处理性能等方面要求的日益提升，以及消费电子产品集成度和结构复杂度的不断提高，终端品牌商、制造服务商等对防护性及功能性产品的质量和精密度等要求越来越高。因此，下游消费电子行业的发展是影响消费电子防护性及功能性产品发展的关键因素，其发展情况对公司主要产品的市场空间、竞争格局、技术发展方向产生重大影响。

（一）消费电子产品行业市场空间及竞争格局

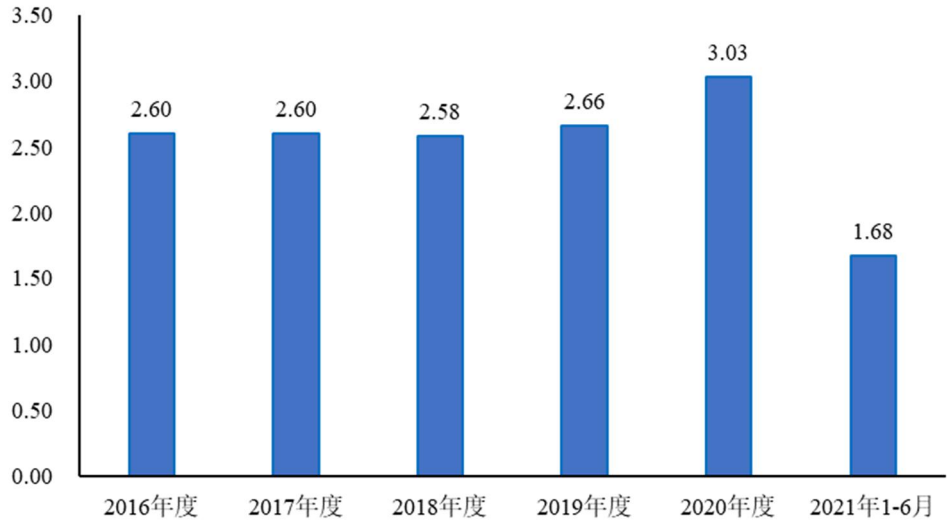
目前，我国已成为全球最大的消费电子产品生产国、消费国和出口国，具备全球领先的产业配套能力、技术应用能力和产业服务能力。根据下游应用领域不同，消费电子行业可划分为个人电脑、智能手机、智能穿戴设备等多个终端消费电子行业，上述行业的市场空间以及竞争格局情况如下：

1、个人电脑市场

（1）市场空间

自 2016 年以来，全球个人电脑出货量规模较大、基本保持稳定。2020 年，受益于疫情带来的居家办公及远程学习需求，全球个人电脑出货量有所上升，达到 3.03 亿台、同比上升 13.91%。根据 IDC 预测，2024 年全球个人电脑出货量将达到 5.00 亿台，复合增长率 13.32%。

全球个人电脑出货量（单位：亿台）



数据来源：IDC

（2）发展趋势

1）主机与键盘分离、折叠屏、多屏幕等新技术拉动笔记本换机需求

随着网络的快速发展和用户需求的改变，各大笔记本电脑品牌商开始推出主机与键盘分离的笔记本电脑，例如微软的 Surface、联想的 YOGA、惠普的 EliteBook 等。这类笔记本电脑采用将主机和键盘分离的形式，造型更加多变、更加便携、与智能手机联动更加方便，能够胜任更多的使用场景，极大提升了使用

者的消费体验。同时，在新型铰链、可折叠屏、双屏等新兴技术的推动下，笔记本电脑行业未来将迎来一场深刻的革新，加速行业的发展以及市场规模的扩大。

2）笔记本电脑市场创新加速，生命周期缩短、潜在换机需求较大

在大规模定制化时代，为了适应不同类型消费者群体的个性化需求，各大电脑品牌除主力产品系列外，还针对各个目标群体定向研发产品子系列，产品系列越来越多、市场细分越来越明确，从过去的商务笔记本电脑和家用笔记本电脑，到现在以目标用户为导向的各类笔记本电脑配置或设计层出不穷。在笔记本电脑产品加速创新的背景下，系列产品迭代周期进一步缩短，从过去的 2-3 年到现在的 6 个月，部分产品系列的迭代周期甚至更短。

（3）竞争格局

目前全球个人电脑市场呈现出较高的市场集中度，市场份额主要集中于联想、惠普、戴尔、宏碁、苹果等品牌制造商。2018 年、2019 年、2020 年和 2021 年 1-6 月，全球主要个人电脑品牌商的出货量及市场占有率情况如下：

单位：百万台

品牌	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	出货量	市场占有率	出货量	市场占有率	出货量	市场占有率	出货量	市场占有率
联想	**40.4**	**24.1%**	72.7	24.0%	64.9	24.2%	59.9	23.1%
惠普	**37.8**	**22.6%**	67.7	22.4%	62.9	23.5%	60.0	23.1%
戴尔	**26.9**	**16.1%**	50.3	16.6%	46.6	17.4%	44.2	17.0%
苹果	**12.8**	**7.7%**	23.1	7.6%	17.9	6.7%	18.1	7.0%
宏碁	**11.9**	**7.1%**	21.0	6.9%	17.1	6.4%	17.9	6.9%
合计	**129.9**	**77.5%**	**234.7**	**77.6%**	**209.3**	**78.2%**	**200.0**	**77.0%**

数据来源：IDC

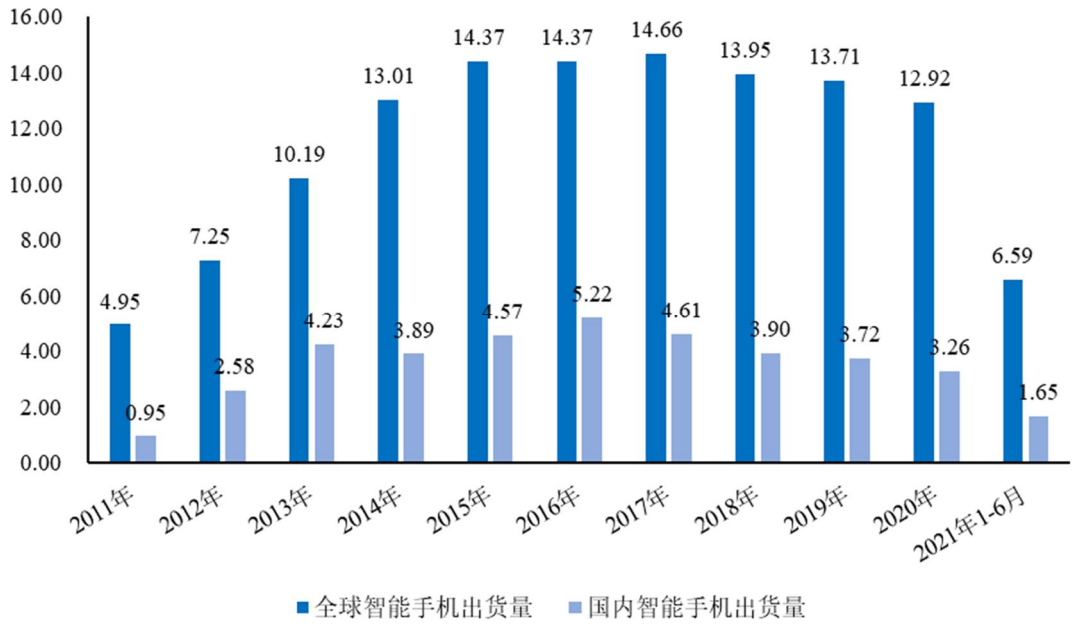
相较于智能手机等消费电子产品，个人电脑行业经历了较长时间的发展，目前行业已较为成熟、市场竞争格局相对稳定。2018 年、2019 年、2020 年和 2021 年 1-6 月，前五大个人电脑品牌制造商市场占有率分别为 77.0%、78.2%、77.6%和 77.5%，集中度较高。

2、智能手机市场

（1）市场空间

2011 年至 2020 年，全球智能手机出货量由 4.95 亿台增长至 12.92 亿台，年复合增长率约 11%。中国已成为全球重要的智能手机市场，2020 年国内智能手机出货量达到 3.26 亿台，占全球手机出货量的比例约为 25%。长期来看，随着疫情逐步受到控制以及受新设备加速推出和 5G 计划的推动等积极因素的影响，IDC 预测市场将在 2021 年恢复快速增长的态势，出货量将同比增长约 10%。根据 IDC 的长期预测，到 2024 年整个智能手机市场出货量将达到 14.70 亿部，较 2020 年全年预测出货量增长 21.62%。

全球及国内智能手机出货量（单位：亿台）



数据来源：IDC

（2）发展趋势

1）新一代移动通信技术将催生对智能手机的新需求

随着通信技术的不断成熟和发展，信号的传输能力大幅提升，网络延迟大幅减少。新一代 5G 通信技术的研发应用及通信网络在各个空间的全面覆盖对智能手机的品质性能、应用场景等提出新的需求。随着便捷支付、智能驾驶、远程教育、远程医疗、新零售、虚拟现实等细分行业的进一步普及，手机的应用场景也

将进一步丰富，灵敏度、分辨率、内存容量、散热效率等性能将持续增强。

2）中国手机品牌将进一步扩大海外市场份额

经过十多年高速发展，中国手机市场智能手机目前以结构性的存量替代为主，5G 通讯技术、全面屏、人工智能等技术预计将带来较大规模的换机需求。同时，在印度、非洲等新兴市场，智能手机仍有较大增长潜力，华为、小米、OPPO、VIVO、传音等国产手机品牌未来有望进一步扩大海外手机市场份额。

3）未来智能手机将向轻薄化、便携化、多功能化发展

随着运算能力的进一步增长、新材料的不断涌现，未来智能手机将在重量、厚度等方面进一步优化，折叠屏、柔性屏的发展将使得智能手机变得更加便携，智能手机也将与个人电脑、可穿戴设备、汽车等产生更多的互动，逐步实现“万物互联”的效果，进一步丰富智能手机的功能。

（3）竞争格局

目前全球智能手机市场集中度较高，高端细分市场竞争较为激烈。**报告期内，**全球主要智能手机品牌商的出货量及市场占有率情况如下：

单位：百万台

品牌	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	出货量	市场占有率	出货量	市场占有率	出货量	市场占有率	出货量	市场占有率
三星	**134.3**	**20.4%**	266.7	20.6%	295.8	21.6%	292.3	20.8%
小米	**101.7**	**15.4%**	147.8	11.4%	125.6	9.2%	122.6	8.7%
苹果	**99.4**	**15.1%**	206.1	15.9%	191.0	13.9%	208.8	14.9%
OPPO	**70.3**	**10.7%**	**NA**	**NA**	**114.3**	**8.3%**	**113.1**	**8.1%**
VIVO	**66.5**	**10.1%**	**111.7**	**8.6%**	**NA**	**NA**	**NA**	**NA**
华为	**NA**	**NA**	189.0	14.6%	240.6	17.5%	206.0	14.7%
合计	**472.2**	**71.7%**	**921.3**	**71.1%**	**967.3**	**70.5%**	**942.8**	**67.2%**

数据来源：IDC。上表中仅列示当期出货量前五名的智能手机品牌之出货量数据。

2020 年，三星出货量位居全球第一、市场份额为 20.6%，出货量同比下降 9.8%，下滑主要原因系在中端市场面临来自中国厂商的激烈竞争，在高端市场则

面临来自 iPhone12 系列的竞争；苹果凭借新品 iPhone 12 的发布赶超华为，位居第二，市场份额达到 15.9%，出货量同比增长 7.9%；华为受供应端零部件短缺等因素影响，全年出货量下降幅度相对较大，以 14.6%的市场占有率位列第三。**2021 年 1-6 月，OPPO 陆续发布 Reno5、Find X3、Reno6 等多款热销产品，市场占有率上升至全球第四。根据各品牌商市场占有率情况来看，2021 年 1-6 月全球智能手机行业前五名集中度仍维持在 70%以上，头部手机厂商占据多数市场份额。**

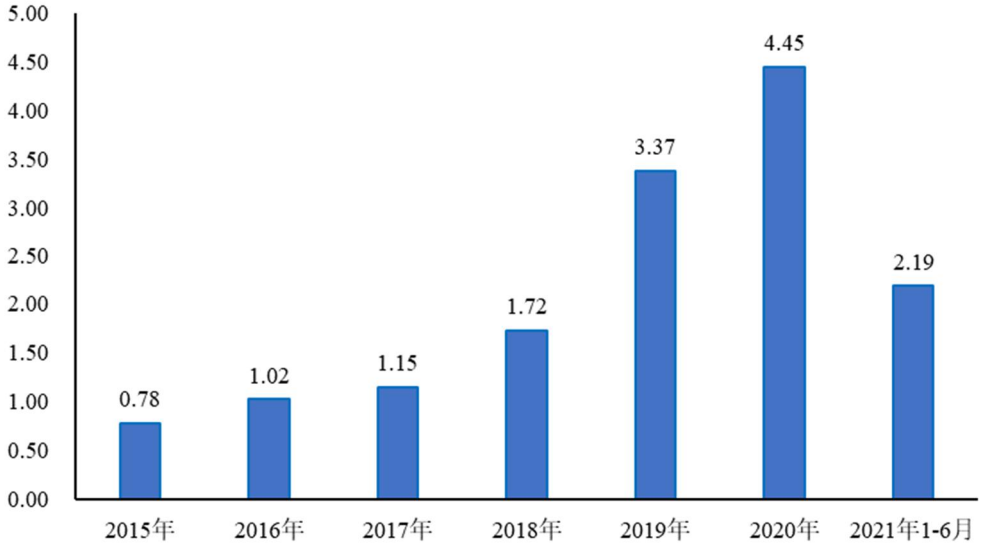
3、智能穿戴设备市场

（1）市场空间

近年来，智能耳机、智能手表、手环等智能穿戴设备市场发展迅速，全球智能穿戴设备市场规模迅速扩大。随着元器件、操作系统及开发平台等支持性技术的发展，AI、VR、传感器技术愈发成熟，消费者对于高端、创新型电子产品的需求日益增加，以智能耳机、智能手表、智能眼镜等为代表的可穿戴设备市场需求将保持快速增长。

据 IDC 数据，2020 年全球可穿戴设备销售数量达 4.45 亿部，同比保持良好增长态势。根据 Gartner 预测，2020 年全球终端用户在穿戴式设备上的支出将达到 689.85 亿美元，与 2019 年的 461.94 亿美元相比同比增长 49.34%。随着国内疫情得到有效控制，预计 2021 年中国可穿戴设备市场份额将进一步提升。根据 IDC 预计，至 2023 年我国可穿戴设备的市场出货量将接近 2 亿台。

全球智能穿戴设备出货量（单位：亿台）



数据来源：IDC

（2）发展趋势

1）5G 通信技术将推进可穿戴设备物联网浪潮

随着 5G 通信技术的不断成熟及普及应用，数据传输速度获得了极大提升，可穿戴设备将迅速普及并成为物联网的重要入口与应用终端，协助用户提升信息感知与处理能力，为用户带来全新的物联网交互体验。

2）技术进步将使得可穿戴设备进一步普及

随着移动互联网的发展、技术进步和高性能低功耗处理芯片的推出，智能穿戴设备的性能、功能将更加多元化。从尺寸角度而言，未来可穿戴设备将拥有更小的封装、更轻的重量，从而更加便于携带以及能够提高集成度，增加产品的应用场景。从功耗角度而言，未来可穿戴设备将拥有更低的功耗，这将进一步拓宽可穿戴设备产品的应用场景。传感器技术的发展使得产品拥有更高的生物兼容性以及更灵敏、可靠的人体工程学设计。

（3）竞争格局

2020 年，全球可穿戴设备市场全年出货量为 4.45 亿台，同比 2019 年增长 32.05%。整体市场竞争格局稳定，主要厂商为苹果、小米、华为、三星和 Fitbit。**2018 年、2019 年、2020 年和 2021 年 1-6 月，各主要厂商出货量及市场占有率**

情况如下：

单位：百万台

品牌	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	出货量	市场占有率	出货量	市场占有率	出货量	市场占有率	出货量	市场占有率
苹果	**62.3**	**28.5%**	151.4	34.1%	106.5	31.7%	48.0	27.0%
小米	**24.2**	**11.1%**	50.7	11.4%	41.7	12.4%	23.3	13.1%
华为	**20.3**	**9.3%**	43.5	9.8%	27.9	8.3%	11.2	6.3%
三星	**21.5**	**9.8%**	40.0	9.0%	30.9	9.2%	12.2	6.9%
Fitbit	**NA**	**NA**	12.9	2.9%	15.9	4.7%	13.8	7.8%
合计	**128.3**	**58.6%**	**298.5**	**67.2%**	**222.9**	**66.3%**	**108.5**	**61.1%**

数据来源：IDC

根据 IDC 数据，2018-2020 年行业前五名市场占有率分别为 61.1%、66.3%和 67.2%，集中度整体呈现逐步上升的趋势。**报告期内，苹果在智能穿戴设备市场中处于领先地位。**

（二）消费电子防护性及功能性产品行业市场空间及竞争格局

公司产品主要包括保护类、缓冲类、模切类及碳纤维类产品等，其主要应用领域包括个人电脑、智能手机、智能穿戴等。其中保护类及缓冲类主要应用于消费电子的生产、储运过程中，保护产品不受损害，起到缓冲、减震、抗压、防尘、防潮等防护作用。模切类、碳纤维类产品主要起到粘贴、缓冲、防电磁干扰、保护、表面防护、标识、笔记本电脑结构件等功能。上述主要产品的市场行业空间以及竞争格局情况如下：

1、行业市场空间

随着互联网、大数据、物联网、云计算等技术的快速发展，以个人电脑、智能手机、智能穿戴设备等为代表的消费电子产品需求量不断增加，同时也促进了消费电子防护性和功能性产品等消费电子上游产业规模不断扩大，给行业内企业带来了良好的发展机遇。

消费电子防护性及功能性产品属于高度定制的产品，随着 5G 等新技术的推

出，消费电子终端产品智能化、轻薄化、便携化、多功能化、集成化、高性能化的发展趋势将带动防护性及功能性产品需求升级扩容，新功能、新应用的导入使得防护性产品需求数量及质量要求同步提升，同时终端内部零部件结构对贴合、电磁屏蔽、散热等的性能和质量要求也更高，从而带动功能性产品需求数量和质量要求提升。未来较长时间内，消费电子产品仍具有较大的发展空间，消费电子防护性及功能性产品面临较好的发展机遇，具有广阔的市场空间。

2、行业竞争格局

我国消费电子防护性及功能性产品行业起步较晚，行业内企业数量众多但综合实力突出的大型企业相对较少，行业集中度不高。

行业内企业根据技术水平、下游客户等不同一般可以分为三类：第一类企业工艺技术水平较低、产品较为简单、一般规模较小，主要服务于无品牌或小品牌产品生产商、数量众多；第二类企业具有一定的经营规模，产品能够做到精密化但一般缺乏独立的产品开发能力，能够服务部分中小型消费电子企业、数量相对较多；第三类企业具备成熟的技术工艺、较强的研发能力及较大的经营规模，能够完成下游客户的定制化需求，与下游客户共同开发，取得知名终端品牌商、制造服务商、组件生产商的供应商认证资格，如裕同科技、安洁科技、飞荣达、恒铭达、智动力、博硕科技、达瑞电子、**鸿富瀚**等，数量相对较少。

随着消费电子产品向轻薄化、智能化发展以及消费者对产品安全性关注度的提高，下游厂商对上游防护性及功能性产品供应商的产品品质、研发实力、交货期限都将提出更高的要求，行业内综合实力突出的企业将更趋专业化和规模化。同时为降低供应链管理成本和提高生产效率，下游厂商都在不断加强对供应链的整合，对上游供应商提出的认证标准和认证成本相对较高，一经认证合格，双方通常会保持长期稳定的合作关系。近年来，消费电子产品产业加速升级，终端消费电子产品市场集中度持续提升，主要终端品牌占据较大部分市场份额。随着消费电子防护性及功能性产品的需求不断释放，业内具备技术与产能优势的企业已陆续成为终端品牌的核心供应商。同时随着终端品牌市场集中度的不断提升，消费电子防护性及功能性行业集中度也呈现上升趋势。

二、结合发行人毛利率水平、主要产品技术门槛、技术水平、市场地位，以

及与同行业可比公司比较情况，分析并说明发行人核心竞争力和竞争优劣势；发行人与主要客户其他供应商的产品相比是否较为同质化、会否被主要竞争对手产品替代；发行人主营业务是否具备成长性

（一）结合发行人毛利率水平、主要产品技术门槛、技术水平、市场地位，以及与同行业可比公司比较情况，分析并说明发行人核心竞争力和竞争优劣势

1、发行人毛利率水平及与同行业可比公司比较情况

发行人毛利率水平受下游消费电子终端及制造产业链的发展状况、市场竞争、客户结构、产品结构、产品成本、工艺技术、汇率波动等多种因素的影响。**报告期内，公司主营业务毛利率分别为 40.63%、43.10%、37.12%和 30.73%。**

报告期内，公司主营业务毛利率与同行业可比上市公司主营业务毛利率对比情况如下：

公司名称	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
裕同科技	**20.77%**	26.74%	30.04%	28.52%
安洁科技	**20.54%**	22.43%	26.59%	30.02%
飞荣达	**17.72%**	23.28%	29.54%	30.49%
恒铭达	**29.25%**	39.19%	50.12%	48.98%
智动力	**17.71%**	21.65%	22.47%	18.95%
博硕科技	**46.99%**	47.86%	43.16%	46.17%
达瑞电子	**40.24%**	44.31%	48.25%	44.51%
鸿富瀚	**38.53%**	**41.19%**	**41.54%**	**37.79%**
平均值	**28.97%**	**33.33%**	**36.46%**	**35.68%**
公司	**30.73%**	**37.12%**	**43.10%**	**40.63%**

报告期内，公司毛利率与同行业可比公司相比，变动趋势保持一致。公司毛利率高于同行业可比上市公司平均水平的具体原因参见本问询函回复“第 10 题第（1）问”之回复。

2、发行人主要产品技术门槛、技术水平、市场地位及与同行业可比公司比较情况

（1）发行人主要产品技术门槛、技术水平

公司所处行业属于技术密集型行业，产品生产涉及模压成型、材料结合、网罩切割、精密模切、模具设计开发、冲型加工、多层复合等多个工艺流程，综合了材料、结构工程、自动化、信息化等跨学科知识，生产工艺较为复杂。发行人深耕消费电子行业相关产业链多年，在行业内通用技术的基础上经过多年的生产实践、经验积累以及持续的研发投入，开发形成了一系列独有的核心技术，实现了对通用技术的升级和优化并申请了相关专利，形成了一定的技术门槛，核心技术具有先进性。部分核心技术情况具体如下：

序号	核心技术	先进性	技术门槛
1	折叠拼合式结构缓冲技术	将高密度材料与低密度材料进行结合，形成 70/30/70 的高低密度结合棉，提高材料缓冲性能，同时增强材料表面韧性，能经受多次翻折冲击；单片缓冲板材模压成型后，进行折叠组装即可完成，创新的成型结构和特有的材料技术在有效的保护产品的同时节省了空间，节约了存储及运输成本	行业内缓冲类产品主要通过部件拼接方式成型，工艺流程复杂、人工需求较大、不良率高。公司开发的折叠拼合式结构缓冲技术可将不同密度的材料通过机械化手段结合，实现产品的全机械冲切、折叠装配、平状出货，有效降低了传统工艺技术下的人工依赖程度；同时，公司使用三层高低密度复合技术，降低传统行业使用材料厚度的同时可有效提高缓冲性能
2	内包装反压成型技术	在不浪费材料的前提下，增加对产品包裹的深度及长度，同时在外侧增加缓冲过度台阶，有效改善对产品边角的保护并提高整体的缓冲性能，提升产品的安全性及可靠性	在传统纸浆行业普遍受工艺限制、包装成型高度受限、包裹保护范围低、产品加工良品率低的情况下，公司自主研发了采用竹浆作为主要纤维原料的内包装反压成型技术。其核心特点为可利用反压成型技术实现正向 90 度折叠，使纸塑包裹深度可随产品长度增加，实现无限高度地保护包装物，提升产品安全性与可靠性
3	植物纤维缓冲包装技术	将植物纤维进行打浆模压成型，利用材质的韧性设计可折叠结构实现面平整；改进之后的缓冲包装通过与笔记本边缘嵌套来实现对其位置的限定，通过恰当的凹、凸结构使得其具有良好的缓冲性能	在同行业植物纤维缓冲材料多采用报废瓦楞纸皮为纤维基，传统技术外观松散、缓冲性能差的情况下，公司自主研发了第一代植物纤维混合配方。其核心特点为具备可自然降解、再生的良好特性，并具有加湿高压力成型工艺，增加边角缓冲强度的同时可有效降低堆叠体积、降低运输成本
4	网罩切割技术	利用一种新型的网罩热式切刀，将导热杆、石棉网以及其他材料装置在刀具上，使刀具可以升温进行对网罩的	在传统工艺直接进行网料切割、易出现抽丝毛边现象的情况下，公司自主研发了网罩热切工艺。其核心特点为

		切割，同时高温刀具可以将切割后的网罩端点进行高温熔融粘接，避免了网罩端点分散，提高了网罩防火性能及强度	利用布料不同热熔点的特性，将刀具加热至对应布料熔点切割，能够避免出现拉丝切丝或布料燃烧、损坏的情况
5	手机听筒喇叭装饰技术	开发可以固定手机听筒与屏幕之间的固定手柄，正反固定手柄免去了手机冲孔网反复粘贴的过程，同时听筒与屏幕之间的固定手柄在通话时能够减少声音发散，减少外界干扰	在传统听筒不易清理灰尘的情况下，公司自主研发了美观度高、可拆除清理的手机听筒喇叭装饰技术。其入耳式的设计可减少声音发散，使声音传播更为集中；上下听筒可拆除的设计，方便了使用者对内部的防尘棉布进行清理或更换
6	复合材料板材的结合牢固技术	复合材料板与热塑性材料边框通过锯齿凹槽相互啮合连接，连接工艺简单，结合强度高，环境友好	传统复合材料板锯齿形状较大，边框通过锯齿凹槽相互啮合连接后易留下包胶印。公司自主研发了新型锯齿啮合技术，核心特点为使相邻二个锯齿凹槽的形状相同或不同，新的锯齿方案细化了塑胶与碳纤板材的结合区域、降低了局部压力，增加了结合强度，更好地减轻了包胶印的产生
7	电子设备的加框板材技术	解决了现有技术中在板材边缘直接灌注塑胶，塑胶成型后收缩量大，易引起板材变形的技术问题，到达增强板材边缘的机械强度、减小塑胶使用量、减少板材变形度的技术效果	现有加框板材技术多以一次成型包裹塑胶，因成型后收缩量大，易引起板材变形。公司自主研发了使用二次成型工艺减少塑胶用量和产品变形率的电子设备的加框板材技术。其核心特点为使用塑胶体与凹槽，在板材边缘进行塑胶的二次成型，解决了现有技术易引起板材变形的技术问题，减少了边缘包胶时的板材变形度
8	用于制造电子设备壳体的复合板材技术	通过将注塑成型结构与具有至少一开槽的第一板材相互结合，同时复合板材的第一板材还具有与至少一开槽相对应的至少一弯折部，提高了复合板材的可塑性，可以用于塑造不同的电子设备外形。此外，注塑成型结构与第一板材通过模内注塑成型工艺相互结合在一起，从而增强电子设备壳体的受力强度，不易断裂与变形	现有碳纤板与塑胶对接或搭接结合后易出现电子产品重量偏重的问题。公司自主研发了用于制造电子设备壳体的复合板材技术，通过扩大碳纤板的面积，利用模内注塑成型的工艺将第一板材与注塑成型结构相结合。其核心特点为将注塑成型结构嵌入第一板材的至少一处开槽中，以此来提高复合板材可塑性，在不影响信号传输的基础上增强电子设备壳体的受力强度

（2）同行业可比公司的核心技术情况

截至 2021 年 6 月末，发行人同行业可比公司的主要核心技术情况及专利数量情况如下：

公司名称	主要核心技术	专利数量	发明专利数量
裕同科技	混合加网技术、软屏幕打样、色彩自动控制技术、超低克重再生环保纸印刷技术、全息印刷技术、模切压痕技术等	661	67
安洁科技	带有排气槽胶带的制造技术、小尺寸的双面胶带制品的拉把加工技术、塑胶薄片的凸台冷加工技术、条状局部背胶的加工技术等	282	66
飞荣达	电磁产品压缩力测试技术、耐高温上浆剂和快速定型技术、成形结构模具的标准化、系列化技术、非导电胶与导电胶的复合挤出成型粘接技术等	**597**	**175**
恒铭达	薄型导电泡棉的转贴结构方法、高精度微分治具技术、快速精准双面贴膜技术、精准贴膜送料技术等	-	-
智动力	镜片背胶溢胶解决方案、LCD 背胶正反冲生产技术、全自动薄膜转帖机制造技术、模切机自动化捅废技术等	**130**	**16**
博硕科技	CCD 视觉系统技术、热压成型技术、圆刀模切产品自动收集技术、套位切割自动排废技术、双面胶自动贴合技术、预折前摄像头排线治具技术、数据线排线治具技术等	**57**	**2**
达瑞电子	FPC 软板背胶生产的多工位旋转模切技术、手机不干胶贴膜的自动加工成型技术、异步去接头技术、无基材胶无刀印技术、圆刀多次异步技术、VR 头戴 3D 曲面高周压合工艺、真皮且方便拆卸式耳机头戴制作工艺等	**94**	**10**
鸿富瀚	**多层次长条产品精密对贴技术、注塑件自动对贴技术、PC 材料热压技术、模切生产套位孔新型排废工艺、胶粘类产品材料搭配技术等**	**62**	**3**
发行人	折叠拼合式结构缓冲技术、内包装反压成型技术、植物纤维缓冲包装技术、网罩切割技术、手机听筒喇叭装饰技术、复合材料板材的结合牢固技术、电子设备的加框板材技术等	**93**	14

注：上述数据来源于上述公司 2021 年中期报告、2020 年度报告、招股说明书等公开信息文件，其中恒铭达最近一年及一期未披露专利情况，裕同科技和鸿富瀚专利情况截至 2020 年 12 月 31 日，安洁科技专利情况截至 2020 年 3 月 31 日。

行业内的领先公司在通用技术的基础上经过多年的生产实践、经验积累以及持续的研发投入，各自开发形成了一系列独有的核心技术。**截至 2021 年 6 月 30 日，发行人已经获取 93 项专利，其中包括发明专利 14 项、实用新型专利 78 项、外观专利 1 项**，专利数量与发明专利数量与同行业上市公司相比相对较多，具有良好的技术竞争优势。

（3）发行人的市场地位

自设立以来，公司一直专注于消费电子防护性和功能性产品的研发、生产与销售，能够为客户提供高质量、定制化的产品。经过多年的研发积累和行业应用实践，公司已经发展为集新材料研发、设计、生产、服务等于一体的综合解决方案提供商，在产品交付速度、质量稳定性、技术工艺水平等方面得到了客户的充分认可，在市场中形成了较高的品牌知名度，具备较强的市场地位。

客户资源方面，经过多年的发展，公司已经成为行业内具有较强竞争优势的企业之一，拥有了包括联想集团、立讯精密、歌尔股份、仁宝电脑、纬创资通、和硕科技等知名电子行业公司在内的优质客户资源。

技术工艺方面，消费电子产品具有技术创新强、更新换代快的特点。公司始终注重研发及生产管理，能够前期参与客户研发阶段并凭借良好的研发实力及经验将研发成果快速产品化，满足客户产品的各方面需求。同时与知名客户的合作深化，也有助于公司紧跟市场前沿变化趋势、持续提升自身技术和创新能力，在行业内占据有利的竞争地位。

随着消费电子产品的更新换代加速以及行业集中度的不断提升，下游行业对消费电子防护性及功能性产品的质量、性能、技术要求越来越高，具有突出技术优势和规模优势的企业在行业发展中将处于有利地位并逐渐占据更多的市场份额。上述行业趋势有利于公司发挥技术、管理及规模优势，进一步提升行业地位。

3、发行人核心竞争力和竞争优劣势

（1）核心竞争力及竞争优势

1）优质、稳定的客户资源

消费电子产品防护性及功能性产品下游主要为消费电子品牌商、制造服务商及组件生产商等，从品牌和质量角度考虑，上述客户对供应商的产品质量、公司信誉、供应能力、财务状况和社会责任等各个方面进行严格的考察与认证，在选定供应商并经长期合作认可后，通常不会轻易更换，具有一定粘性。因此，优质的客户资源是公司竞争优势的集中体现。经过多年的发展，公司已经成为行业内具有较强竞争优势的企业之一，拥有了包括联想集团、立讯精密、歌尔股份、仁

宝电脑、纬创资通、和硕科技等知名消费电子行业公司在内的知名优质客户，客户资源优势明显。

2）较强的研发设计能力

公司持续加大研发投入力度，具备较强的研发能力，能够综合运用信息化、自动化等技术来满足客户的定制化需求，同时不断提升自身的产品良率、生产效率及成本控制水平。公司在建立完善的研发体系的基础上，培养了一支专业结构合理、研发经验丰富、敢于创新的技术研发团队，在材料设计、选型等早期阶段即可提出正向的技术改进建议，并建立了标准化的技术问题资料库，大幅提升了研发效率，通过及时、专业的响应客户新产品的开发需求来强化与客户合作的稳定性和长期性。

3）良好的综合生产及服务能力

个人电脑、智能手机、智能穿戴设备等消费电子领域客户对消费电子防护性及功能性产品的设计、材料选型、生产工艺等方面的需求各异，同时消费电子领域的品牌商、制造服务商、组件生产商会针对市场变化、库存情况等实时调整采购需求。公司为迅速适应市场需求，通过建设高效的研发设计、供应链、生产管理、质量管控体系，形成了多品类、多批次、小批量的快速反应生产能力。同时，公司具备为客户提供从产品研发、设计、选型、样品测试、批量生产、供货、自动化辅助服务及售后服务等一体化综合服务能力，易于在各个阶段均达到客户标准、满足客户需求。

4）优异稳定的产品质量

公司在消费电子防护性及功能性产品领域具有多年的经营经验，产品的功能完善、设计可靠性高，并且能够在大批量生产前提下保证产品质量的稳定性、可靠性。公司积极完善质量管理体系，在生产实践中积累沉淀各种生产经验与工艺，推进精细化生产管理，从产品设计、原材料采购、生产加工、存储、运输等各个环节实施全面的质量管控，同时公司不断规范生产经营行为、培养员工的质量意识、促进企业质量文化的发展，从多方面保证产品质量，使公司具备较强的产品质量优势。

5）成熟的经营管理体系

公司自设立以来，组建了一支经验丰富、能力优秀的管理团队。管理团队人员对行业有着深刻的认识，能够敏锐地把握行业内的发展趋势，抓住业务拓展机会，对公司未来发展有着科学的规划。相关管理人员利用自己在行业内深耕积累的经验优势，为公司未来业绩发展提供了有力保障。

公司整合采购、生产、质量管控、销售、研发和财务等各个生产业务部门和运营管理部门流程。股份公司设立后，公司进一步完善了现代企业管理制度，形成了结构合理、责任明确的内部管理体制。公司股东之间、股东与管理层之间、管理层与员工之间相互监督、相互促进、相互协作，形成了合作与制约的企业管理运作体系。

（2）竞争劣势

公司目前的融资渠道较为单一，主要依靠自身经营积累以及银行贷款融资。公司在业务开展过程中，技术研发、生产经营等日常活动都需要大量资金流投入。只有具备一定的资金实力，才能建设高洁净度生产经营场所、购置先进生产设备与检测设备、招聘一流的业内专业人才并不断提升研发技术水平。公司迫切需要扩宽融资渠道维持和发展公司业务，扩大优势产品产能、提升研发实力，为客户提供更优质的产品和服务。此外，公司规模的扩张也因融资方式单一受到制约，间接影响公司新产品的开发推广。

（二）发行人与主要客户其他供应商的产品相比是否较为同质化、会否被主要竞争对手产品替代

1、发行人与主要客户其他供应商的产品同质化程度较低

（1）同行业公司的产品主要根据下游客户差异化需求进行开发，产品性能、指标等方面存在差异

发行人主要产品为消费电子防护性及功能性产品，该类产品具有定制化程度较高、品种多样、型号复杂、精密度高等特点，一般需根据客户的设计要求、材料要求、功能要求、工艺要求等方面进行定制化设计并组织生产。因此市场上各企业生产的防护性及功能性产品在设计方案、性能、品质等方面通常会存在一定

差异。

发行人经过多年的研发实践，已形成以终端客户需求为导向的研发机制，依靠自身的自主创新和对市场技术走向的把握能力，能够根据客户的定制化需求快速利用信息化、自动化等技术替代传统依靠操作者经验的模式并将标准化的模具、治具以及传统的生产工艺加以创新改造，开发出满足客户需求的定制化产品。因此公司的产品具有较强的差异化、定制化优势，产品同质化程度较低。

（2）发行人经过多年的研发积累和行业应用实践，逐渐从单一产品供应商转变为集新材料研发、设计、生产、服务于一体的综合解决方案提供商

发行人持续向个人电脑、智能手机、智能穿戴设备等防护性及功能性产品需求较高的细分领域深入发展，依靠定制化开发服务能力，结合不同行业应用特点及下游客户消费电子产品生产及储运过程中的难点，为客户打造具备不同应用方向和特点的行业性整体解决方案。

同时，随着行业解决方案的深入挖掘，公司以持续创新、需求导向的研发体系深度参与到主要产品的全生命周期研发中，结合自身的系统研究及行业实践经验可在材料设计、产品选型等阶段向客户提出技术建议，帮助消费电子领域的下游厂商调整产品策略，最终实现合作共赢。

综上所述，公司主要产品性能优于行业内一般厂商水平、具有良好的竞争优势；公司产品在产品性能、产品多样性、服务方式等方面形成差异化竞争格局，不存在较为同质化情况。

2、发行人被主要竞争对手替代的可能性较小

发行人和主要客户的业务合作具有稳定性、可持续性，合作时间较长且合作规模不断扩大。发行人被主要竞争对手替代的风险较低，具体情况如下：

（1）发行人在消费电子防护性产品及功能性产品领域具有显著的竞争优势，包括优质、稳定的客户资源、较强的研发设计能力、良好的综合生产及服务能力、优异稳定的产品质量等优势，上述竞争优势为发行人与主要客户持续开展合作奠定了良好的基础

消费电子防护性及功能性相关产品具有品种繁多、工艺复杂，精密要求度高、新工艺新材料应用层出不穷的特点，具有较高的技术壁垒。企业在制造过程中需要具有为客户持续提供一体化制造服务的能力，满足客户的各项需求并保证产品质量。多年来，发行人致力于提升工艺技术水平，开发不同类型产品以满足客户各类需求，积累了丰富的行业经验，在产品开发设计、品质管控、产品创新、快速响应、售后服务等方面具有较大的优势，使得其提供的技术和产品具有较强的竞争优势，被替代的风险较小。

（2）发行人主要客户多为境内外上市公司且为电子信息行业内领军企业，对供应商要求较高，筛选严格，一旦选定将保持相对稳定

消费电子防护性及功能性产品具有技术要求较高、精密度难以掌控及型号复杂等特点。发行人凭借多年在消费电子防护性及功能性产品领域的经验，已开发出自身的核心技术，与多家优质客户建立起良好的合作关系。

行业内优质客户对于其供应商在产品质量、产品规格、产品环保性、供应商资质、生产能力、管理能力等诸多方面有严格要求，对供应商的认证标准和认证成本较高，故一经认证合格，双方通常会保持长期稳定的合作关系，客户粘性较高、客户相对较为稳定。发行人在消费电子行业深耕多年，凭借着突出的研发设计实力、可靠的产品品质、快速响应能力等优势，与各大客户保持良好合作关系，形成了较高的客户壁垒。

（3）公司同主要客户合作时间较长、合作稳定，在长期的生产经营过程中已经形成了良好的合作基础，合作粘性较强

公司与主要客户合作时间均较长，对其 IT 环境、业务需求、管理流程较为熟悉。公司能够参与到客户的产品研发阶段，为客户提供针对性的技术建议、加深技术合作深度；同时公司及时跟踪客户需求及反馈，不断提升产品质量、优化产品性能，并积极加大模切类产品、碳纤维类产品的开发力度，为客户提供多品类采购方案，满足其多层次需求。在长期的生产经营过程中，公司技术实力、产品质量、服务能力逐步取得客户的认可及信任，双方合作粘性逐步加强，为后续合作的延续性提供了有力保障。

综上所述，公司与主要客户的合作具有持续性和稳定性，主要产品被主要竞

争对手产品替代的可能性较小。

（三）发行人主营业务是否具备成长性

1、下游消费电子行业市场潜力和空间较大

消费电子产业具有技术快速迭代和新兴产品快速渗透的特点，随着 5G 等新技术的推出，消费电子终端产品快速发展，智能化、轻薄化、便携化、多功能化、集成化、高性能化发展趋势明显，产品功能升级、技术更新换代的速度不断加快，市场需求不断增加。防护性及功能性产品直接影响消费电子产品的性能、质量、用户体验，是消费电子产品不可或缺的组成部分，消费电子行业的进一步发展为公司所处行业的发展创造了广阔的市场空间和发展机遇。

2、国家产业政策的支持

2017 年 2 月，工信部、发改委联合制定《信息产业发展指南》，提出重点发展面向下一代移动互联网和信息消费的新型智能手机、平板电脑等终端产品，提升产品的研发应用能力、产业配套能力和品牌竞争力；2017 年 8 月，国务院印发《国务院关于进一步扩大和升级信息消费持续释放内需潜力的指导意见》，将面向消费升级的中高端移动通信终端、可穿戴设备、数字家庭产品等新型信息产品列示为重点领域新型信息产品消费；为贯彻落实前述意见，工信部于 2018 年 7 月印发了《扩大和升级信息消费三年行动计划（2018-2020 年）》，提出推动信息技术产业迈向中高端，支持各类电子产品创新中心建设，加强关键共性技术攻关，积极推进创新成果的商品化、产业化。2020 年 9 月，国务院发布的《关于以新业态新模式引领新型消费加快发展的意见》要求加快研发可穿戴设备、移动智能终端等智能化产品，增强新型消费技术支撑。

消费电子领域是国家产业政策重点支持的发展领域，作为消费电子行业的重要参与者，相关政策支持有助于公司的快速发展。

3、公司拥有优质、稳定的客户资源并持续加大客户开发力度

公司自成立以来，拥有了如联想集团、立讯精密、歌尔股份、仁宝电脑、纬创资通等优质客户资源，与其不断深化合作关系、提高自身实力。得益于客户在消费电子行业具有较高的知名度以及消费电子行业市场规模的快速增长，公司业

务规模也在不断发展扩大。一方面，公司与现有客户保持良好合作关系，不断深化合作；另一方面，公司积极拓宽业务及客户资源，与和硕科技等业内领先企业建立合作关系并开始供货，使得公司的客户资源在不断深化的同时客户资源结构也在不断的优化调整，为公司业绩规模的持续提升奠定良好的客户基础。

4、公司持续加大研发投入、不断提升技术工艺水平以及核心竞争力

报告期内，发行人研发费用投入金额如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
研发费用	**1,441.14**	2,968.31	2,798.27	1,493.45

随着消费电子行业的不断发展及创新，下游客户对公司的技术要求也日益提升。公司通过持续加大研发投入，不断增强公司的技术实力、创新能力，以便可以迅速应对市场需求、开发符合客户前沿要求的产品，为公司的持续成长奠定坚实的基础。

5、公司经营业绩不断提升，具有良好的持续经营能力

报告期内，公司的经营规模不断扩大、经营业绩保持持续增长态势，营业收入金额分别为 49,372.70 万元、66,402.75 万元、83,127.42 万元和 43,189.85 万元，2018 年至 2020 年复合增长率为 29.76%，增长情况良好，归属于母公司股东的净利润金额分别为 5,795.05 万元、10,310.38 万元、9,445.53 万元和 4,335.02 万元，具备良好的持续经营能力。

综上所述，公司主营业务具备成长性、经营前景良好。

三、保荐机构核查意见

（一）核查过程

保荐机构主要执行了以下核查程序：

1、查询了行业研究报告以及市场公开信息，了解消费电子防护性及功能性产品行业及其下游行业的市场空间及竞争格局；

2、访谈了公司管理层及相关人员，了解公司主要产品技术门槛、技术水平、

市场地位、核心竞争力、竞争优劣势等相关内容；

3、查阅了公司报告期内主要客户的年度报告等公开信息资料，了解主要客户的市场地位、经营规模等信息；

4、查询了同行业可比公司招股说明书、年度报告等相关资料，了解其毛利率水平、技术指标、专利等信息，并与发行人进行对比；

5、查阅了审计报告，复核计算发行人毛利率水平、研发投入及经营业绩等相关情况；

6、查阅了公司报告期内的主要客户清单，访谈公司高级管理人员了解双方的合作历史、合作情况以及未来合作前景；

7、查询国家针对消费电子行业出台的产业政策以及相关行业报告。

（二）核查意见

经核查，保荐机构认为：

1、发行人主要产品具有广阔的市场空间，市场前景情况良好；市场竞争格局方面，行业内综合实力突出的企业将更趋专业化和规模化、行业集中度逐渐上升；

2、（1）发行人核心竞争力及竞争优势在于优质、稳定的客户资源、较强的研发设计能力、良好的综合生产及服务能力、优异稳定的产品质量、成熟的经营管理体系；竞争劣势在于融资渠道单一，资金实力较为薄弱；（2）发行人与主要客户其他供应商的产品同质化程度较低、被主要竞争对手产品替代的可能性较小；（3）公司主营业务具备成长性、经营前景良好。

2、关于实际控制人

申报文件显示：

（1）马增龙为汇科智选及同创智选之执行事务合伙人，通过汇科智选控制公司 37.52%表决权、通过同创智选控制公司 14.50%表决权，合计控制公司 52.02%

表决权并担任公司之董事长、总经理，认定为公司实际控制人。

（2）2020 年 10 月，马增龙同张京涛签署了《一致行动协议》，约定一方按照《合伙协议》《公司章程》或者相关法律法规的规定行使合伙人、董事或股东的提案权和表决权等权利时，各方应事先协商一致；如不能达成一致意见，则以马增龙的意见为准。《一致行动协议》至发行人首次公开发行股票并上市交易三十六个月满后失效；各方如无异议，有效期届满后自动延续三年。

请发行人结合汇科智选、同创智选合伙协议约定、执行事务合伙人变更情况、马增龙及张京涛直接间接持有发行人股份变动情况，以及《一致行动协议》签署前后发行人公司治理和内部管理运作实践，说明实际控制人认定依据是否充分，最近二年是否发生变动；未认定张京涛为共同控制人的原因，是否存在规避实际控制人认定情形。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

【回复】

一、认定马增龙为实际控制人依据充分，最近二年未发生变动

（一）合伙协议中关于控制权的相关约定情况

汇科智选系马增龙及其母亲马风兰用以持有发行人股份的持股平台、为发行人控股股东，同创智选系发行人员工持股平台。马增龙自汇科智选、同创智选设立以来始终担任前述合伙企业的普通合伙人、执行事务合伙人。

1、汇科智选、同创智选合伙协议中关于合伙企业事务执行、经营决策权等体现合伙企业控制权的相关约定

根据汇科智选、同创智选的合伙协议，其中关于合伙企业事务执行、经营决策权等体现合伙企业控制权的相关约定情况如下表：

名称	执行事务合伙人任职	执行事务合伙人的职权	执行事务合伙人变更程序	合伙企业解散程序
汇科智选	有限合伙企业由普通合伙人执行合伙事务，马	1、经营决策：执行事务合伙人对内负责日常运营，对外代表合伙企业；	非经普通合伙人同意，无法新增普通合伙人，执行事务合伙	除期限届满、责令关闭等客观法定事项

	增龙系汇科智选唯一普通合伙人	2、财产处分：合伙企业不动产、知识产权、其他财产权利处分权及对外提供担保，需执行事务合伙人同意； 3、人事任免：经营管理人员选聘，需执行事务合伙人同意； 4、有限合伙人管理：合伙人入伙，需执行事务合伙人同意； 5、合伙协议修订管理：合伙协议的修订，需执行事务合伙人同意； 6、企业基本登记事项：合伙企业变更名称、经营范围、主要经营场所，需执行事务合伙人同意	人由普通合伙人担任。因此执行事务合伙人的变更需经普通合伙人同意，即需经马增龙同意	外，合伙企业解散需普通合伙人同意
同创智选	有限合伙企业由普通合伙人执行合伙事务，马增龙系同创智选唯一普通合伙人	1、经营决策：对外代表合伙企业，全权负责合伙事务（包括但不限于对合伙企业所持光大同创股权的管理事务）； 2、财产处分：决定合伙企业不动产、知识产权、其他财产权利处分权及对外提供担保； 3、人事任免：决定经营管理人员选聘； 4、有限合伙人管理：决定合伙人入伙； 5、合伙协议修订管理：合伙协议的修订，需执行事务合伙人同意； 6、企业基本登记事项决定权：决定合伙企业变更名称、经营范围、主要经营场所	变更合伙企业执行事务合伙人，需经普通合伙人同意，即需经马增龙同意	除期限届满、责令关闭等客观法定事项外，合伙企业解散需普通合伙人同意

2、同创智选合伙协议中关于表决权相关约定

根据《深圳同创智选投资有限合伙企业合伙协议》第十三条、第十六条的相关约定，全体合伙人决定委托普通合伙人执行合伙事务，并代表合伙企业决定在光大同创股东大会上的表决权、提案权等股东权利的行使。

综上所述，汇科智选、同创智选的合伙协议中已就执行事务合伙人的任职、职权范围、变更程序等作出明确约定；同创智选的合伙协议中已明确约定由执行事务合伙人代表合伙企业决定在光大同创股东大会上的表决权、提案权等股东权利的行使，上述约定符合《中华人民共和国合伙企业法》等相关法规的规定。上述合伙企业设立至今马增龙始终为合伙企业的唯一普通合伙人、执行事务合伙人，独立享有对上述合伙企业的管理权限，实现对汇科智选、同创智选的控制。其他

有限合伙人不参与合伙企业的决策，仅以出资额为限享有对应的收益权。

（二）执行事务合伙人及普通合伙人的变更情况

上述合伙企业的唯一普通合伙人、执行事务合伙人均为马增龙，且自设立以来未发生变更情形。

（三）马增龙、张京涛直接及间接持有发行人股份的变动情况

1、马增龙持股变动情况

报告期内，马增龙持有的发行人股份均系通过汇科智选、同创智选间接持有，不存在直接持股的情况。报告期内，马增龙间接持有发行人股份的变动情况如下表：

一、	**2018 年 1 月，马增龙间接持有发行人股权情况**		
序号	**持股主体**	**折算持有发行人出资额（万元）**	**折算持有发行人股权比例（%）**
1	汇科智选	1,806.98	36.14
2	同创智选	340.00	6.80
合　计		**2,146.98**	**42.94**
二、	**2018 年 12 月，马增龙将持有的同创智选 41.6470%合伙企业份额转让予员工，实施股权激励**		
序号	**持股主体**	**折算持有发行人出资额（万元）**	**折算持有发行人股权比例（%）**
1	汇科智选	1,806.98	36.14
2	同创智选	163.00	3.26
合　计		**1,969.98**	**39.40**
三、	**2019 年 10 月，同创智选出资总额增加、引入部分员工作为新合伙人实施股权激励，马增龙新增认缴合伙企业份额；同创智选受让其他股东持有的光大同创股权，持股比例增加；汇科智选因转让部分股权给同创智选、持股比例减少**		
序号	**持股主体**	**折算持有发行人出资额（万元）**	**折算持有发行人股权比例（%）**
1	汇科智选	1,688.48	33.77
2	同创智选	303.00	6.06
合　计		**1,991.48**	**39.83**
四、	**2020 年部分员工离职，将持有的合伙企业份额转让予马增龙**		
序号	**持股主体**	**折算持有发行人出资额（万元）**	**折算持有发行人股权比例（%）**

1	汇科智选	1,688.48	33.77
2	同创智选	323.00	6.46
合　计		**2,011.48**	**40.23**
五、	**2020 年 10 月，光大同创整体变更为股份有限公司，股本总额变更为 5,700 万股**		
序号	**持股主体**	**折算持有发行人股份（万股）**	**折算持有发行人股权比例（%）**
1	汇科智选	1,924.88	33.77
2	同创智选	368.22	6.46
合　计		**2,293.10**	**40.23**
六、	**2020 年 11 月，部分员工离职，将持有的合伙企业份额转让予马增龙**		
序号	**持股主体**	**折算持有发行人股份（万股）**	**折算持有发行人股权比例（%）**
1	汇科智选	1,924.88	33.77
2	同创智选	370.50	6.50
合　计		**2,295.38**	**40.27**
七、	**2020 年 12 月，马增龙将持有的同创智选 20.12%合伙企业份额转让予员工，实施股权激励**		
序号	**持股主体**	**折算持有发行人股份（万股）**	**折算持有发行人股权比例（%）**
1	汇科智选	1,924.88	33.77
2	同创智选	204.22	3.58
合　计		**2,129.10**	**37.35**

注：上表中，马增龙通过汇科智选间接持有公司股份，其持有汇科智选的合伙企业份额比例为其实际持有的比例即 90%。

2、张京涛的股份变动情况

报告期内，张京涛直接及间接持有的发行人股份的变动情况如下表：

一、	**2018 年 1 月，张京涛直接及间接持有发行人股权情况**		
序号	**持股主体**	**折算持有发行人出资额（万元）**	**折算持有发行人股权比例（%）**
1	张 京 涛	1,507.75	30.16
2	同创智选	85.00	1.70
合　计		**1,592.75**	**31.86**
二、	**2019 年 10 月，同创智选出资总额增加、引入部分员工作为新合伙人实施股权激励；同创智选受让其他股东持有的光大同创股权**		

序号	持股主体	折算持有发行人出资额（万元）	折算持有发行人股权比例（%）
1	张 京 涛	1,408.89	28.18
2	同创智选	85.00	1.70
合 计		**1,493.89**	**29.88**
三、	**2020 年 10 月，光大同创整体变更为股份有限公司，股本总额变更为 5,700 万股**		
序号	**持股主体**	**折算持有发行人股份（万股）**	**折算持有发行人股权比例（%）**
1	张 京 涛	1,606.12	28.18
2	同创智选	96.90	1.70
合 计		**1,703.02**	**29.88**

综上所述，从持股比例来看，近二年马增龙直接及间接持有发行人股权比例始终未低于 37.35%，张京涛直接及间接持有发行人股权比例始终未高于 31.86%。从控制的表决权比例来看，马增龙通过同创智选、汇科智选合计控制发行人股东（大）会表决权始终未低于 48.66%，张京涛控制发行人股东（大）会表决权始终未高于 30.16%。马增龙始终为直接及间接合计持有发行人股票比例最高的第一大股东、始终为控制发行人股东（大）会表决权比例最高的第一大股东。

（四）《一致行动协议》签署前后公司治理和内部运作实践

马增龙、张京涛于 2020 年 10 月 12 日创立大会召开之日签署的《一致行动协议》，约定在股东大会及董事会表决时保持一致意见并采取一致行动，若对有关提案或议案表决不能达成一致意见的，以马增龙意见为准。

《一致行动协议》签署前，光大同创有限系有限责任公司，公司最高权力机构为股东会，未设董事会及监事会，由马增龙任光大同创有限执行董事兼总经理、张京涛任光大同创有限监事。从公司治理方面而言，按照光大同创有限当时有效的公司章程等法人治理制度，报告期内张京涛在股东会表决等内部运作实践中不存在与马增龙表决不一致的情形。从内部运作实践方面而言，报告期内光大同创有限的重大采购、销售、研发、财务管理、人事任免等公司重大内部事项均由马增龙决定和实施。

《一致行动协议》签署后，发行人根据《公司法》《证券法》《上市公司章程指引》及其他法律法规要求，已形成了股东大会、董事会、监事会和管理层之

间职责分工明确、依法规范运作的法人治理结构，并制定了股东大会、董事会、监事会的职权和议事规则，对独立董事产生办法及发挥作用的制度进行了具体规定。马增龙担任发行人之董事长、总经理并具体负责公司的经营管理，张京涛担任发行人之董事。发行人根据相关制度要求规范运作。截至本问询函回复出具日，在股东大会、董事会、专门委员会等内部运作实践中，张京涛不存在与马增龙表决不一致的情形。

（五）实际控制人的认定依据及最近二年是否发生变动

1、马增龙合计持股比例始终为发行人第一大股东

最近二年，马增龙通过其控制的汇科智选、同创智选合计控制的发行人股东（大）会表决权比例未低于 48.66%，始终为控制发行人股东（大）会表决权比例最高的第一大股东。

截至本问询函回复出具日，马增龙通过其控制的汇科智选拥有发行人 37.52%的表决权、通过其控制的同创智选拥有发行人 14.50%的表决权，合计控制发行人 52.02%的表决权，为发行人控制股东大会表决权比例最高的第一大股东。

2、马增龙对发行人股东大会及董事会的决议实施有效控制

近二年，马增龙始终为控制发行人股东（大）会表决权比例最高的第一大股东，始终为发行人执行董事或董事长、始终为发行人之总经理。根据发行人最近二年的股东（大）会、董事会议文件等资料，马增龙出席历次股东（大）会、董事会，其历次提案均被发行人历次股东（大）会、董事会以全票表决通过，《一致行动协议》签署前后，张京涛始终与马增龙在董事会及股东大会上的表决意见保持一致。马增龙能够控制发行人股东大会、董事会。

3、马增龙实际控制发行人的经营管理

最近二年，马增龙始终为发行人执行董事或董事长、总经理，同时负责提名任命副总经理、财务总监、董事会秘书等高级管理人员。根据公司章程及相关制度、历次股东（大）会、董事会、专门委员会等相关资料，马增龙实际控制发行人的经营管理。

综上所述，最近二年，马增龙通过其持有的股东（大）会表决权、执行董事、董事长、总经理职权，对发行人股东（大）会决策、董事会决策及其他日常经营管理事项均具有控制权，为发行人的实际控制人。马增龙不存在通过与其他股东签署一致行动协议以取得对发行人的实际控制或共同控制的情形。认定马增龙为发行人实际控制人的认定依据充分、详实，具有合理性和准确性。

二、未认定张京涛为共同控制人的原因

根据发行人的工商档案、对张京涛的问卷调查及访谈等，未认定张京涛为共同控制人主要是由于：（1）发行人设立时张京涛作为财务投资人参股，其从成为发行人股东起即未实际参加公司经营管理；发行人有限责任公司阶段，张京涛仅担任监事职务，股份公司设立后，张京涛仅担任发行人董事职务且未在发行人领取薪酬。（2）除担任发行人董事之外，其担任北京皓海嘉业机械科技有限公司执行董事、经理并持有多家公司股权，其本人常年居住北京并专注于个人其他领域业务，无时间及精力参与发行人的经营管理。（3）张京涛已与马增龙签署《一致行动协议》，约定在股东大会及董事会表决时保持一致意见并采取一致行动，若对有关提案或议案表决不能达成一致意见，以马增龙意见为准。

综上所述，张京涛未担任公司高级管理人员职务、未实际参与公司经营管理；张京涛已经与马增龙签署《一致行动协议》，约定在股东大会及董事会表决时保持一致意见并采取一致行动，若对有关提案或议案表决不能达成一致意见，以马增龙意见为准。因此未认定张京涛为共同实际控制人具有合理性。

三、不存在规避实际控制人认定的情形

近二年张京涛控制的发行人股东（大）会表决权比例始终未高于 30.16%，与实际控制人马增龙控制的股东（大）会表决权比例差距相对较大；张京涛一直未担任高级管理人员职务，未实际参与发行人经营管理；张京涛已经与马增龙签署《一致行动协议》，约定在股东大会及董事会表决时保持一致意见并采取一致行动，若对有关提案或议案表决不能达成一致意见，以马增龙意见为准。因此，不将张京涛认定为共同控制人具有合理性。

根据张京涛出具的承诺函，其自愿比照实际控制人做出股份锁定及减持安排

承诺：自发行人股票上市之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理其持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份，也不以任何理由要求发行人回购该部分股份。

综上所述，认定马增龙为实际控制人依据充分，最近二年未发生变动；未认定张京涛为共同控制人具有合理性，不存在规避实际控制人认定的情形。

四、保荐机构、发行人律师核查意见

（一）核查过程

保荐机构、发行人律师主要执行了以下核查程序：

1、查阅了汇科智选、同创智选的合伙协议、工商档案资料；

2、查阅了发行人设立以来的工商登记资料、公司章程等；

3、查阅了汇科智选、同创智选及发行人历次变更涉及的协议及支付凭证等资料；

4、查阅了马增龙与张京涛签署的《一致行动协议》；

5、查阅了报告期内发行人《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》等公司治理内部制度文件；

6、查阅了发行人报告期内股东（大）会、董事会、监事会及专门委员会等会议文件；

7、查阅了发行人部分内部审批流程系统及相关审批文件；

8、查阅了马增龙、张京涛出具的确认文件、调查问卷以及发行人出具的说明文件；对马增龙、张京涛进行访谈并取得访谈记录等。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

认定马增龙为实际控制人认定依据充分、具有合理性和准确性，最近二年未发生变动；未认定张京涛为共同控制人具有合理性，不存在规避实际控制人认定

的情形。

3、关于收购昆山上艺相关经营性资产

申报文件显示：

（1）2019 年，发行人通过现金方式收购昆山上艺相关经营性资产、进行业务合并，收购的存货、固定资产账面价值 3,095.31 万元，评估值 3,650.07 万元，支付对价 4,086.60 万元，发行人确认商誉 436.53 万元，截至 2020 年末商誉仍然为 436.53 万元。

（2）昆山上艺 2019 年为发行人第四大客户，2019 年、2020 年发行人向昆山上艺销售金额分别为 4,031.47 万元、3,062.76 万元，主要由于昆山上艺的客户资料尚未移交完成，此外，2020 年发行人向昆山上艺的客户和硕科技销售 4,133.41 万元。

（3）发行人收购昆山上艺的存货、固定资产外，还受让了昆山上艺 7 项发明专利、17 项实用新型专利。

（4）昆山光大同创与昆山上艺签署的《资产转让协议》约定，昆山上艺承诺交割日后其现有客户在 2019 年 10 月至 12 月和 2020 年带来的营业收入不少于 2,000 万元和 8,000 万元。《资产转让协议》同时约定，昆山光大同创承接昆山上艺相关员工 222 名。

请发行人：

（1）说明昆山上艺的报告期内的主要财务数据以及目前的经营情况，昆山上艺将主要资产并附带专利出售给发行人的原因、价格的公允性。

（2）说明收购昆山上艺的存货、固定资产目前的销售/使用情况、账面价值，并结合上述情况以及在收购前后对昆山上艺原客户的销售金额及销售毛利率的变化分析并说明商誉是否应当计提减值准备。

（3）说明收购昆山上艺资产涉及的具体业务类别，发行人收购前是否具备相应的技术或生产能力、收购相关资产的原因、该项业务是否依赖于受让昆山上艺

的相关专利、该项业务报告期内的销售收入及毛利率情况，2019-2020 年发行人向昆山上艺及其客户的销售金额、毛利情况以及对发行人财务状况的影响。

（4）说明昆山上艺的控股股东 WENPRO INTERNATIONAL CORP 的股权结构、实际控制人，与发行人及发行人实际控制人、董监高及其关联方是否存在关联关系或其他密切关系，发行人通过昆山上艺销售对应的最终客户情况。

（5）结合本次收购完成后昆山上艺经营情况、本次收购标的是否为昆山上艺全部资产业务等，说明本次收购采用资产收购而非股权收购的原因；《资产转让协议》履约情况，是否存在违约或纠纷；相关人员劳动关系转移情况；昆山上艺将资产出售给发行人履行的程序是否合规、是否需要取得主要债权人的同意。

（6）按照《证券期货法律适用意见第 3 号》的要求，结合昆山上艺相关资产总额、资产净额、营业收入、利润总额等主要财务数据，说明本次收购对发行人的影响情况，是否符合运行期限等相关要求。

请保荐人、申报会计师对问题（1）-（4）发表明确意见，请保荐人、发行人律师对问题（5）、（6）发表明确意见。

【回复】

一、说明昆山上艺的报告期内的主要财务数据以及目前的经营情况，昆山上艺将主要资产并附带专利出售给发行人的原因、价格的公允性

（一）昆山上艺的报告期内的主要财务数据以及目前的经营情况

2019 年 10 月公司召开股东会审议通过了收购昆山上艺相关资产的议案并签订《资产转让协议》，中汇会计师对昆山上艺收购前最近一年及一期的财务报表进行审计并出具了“中汇深会审[2019]0300 号”《审计报告》，2018 年及 2019 年 1-9 月的相关财务数据情况如下：

单位：万元

项目	2019-9-30/2019 年 1-9 月	2018-12-31/2018 年度
资产总额	15,070.41	17,650.49
资产净额	8,373.76	7,990.68
营业收入	10,861.90	17,210.89

利润总额	383.09	559.29

截至本问询函回复出具日，昆山上艺已不具备生产能力，除在过渡期内继续协助发行人完成客户的承接转换以及对外出租厂房外，未再从事任何其他生产经营活动。

（二）昆山上艺将主要资产并附带专利出售给发行人的原因、价格的公允性

1、昆山上艺将主要资产并附带专利出售给发行人的原因

昆山上艺在长期的生产经营过程中，积累了一定的实力并拥有了相对稳定的业内客户资源。但该公司整体生产经营规模相对较小，其实际控制人王金福及李琇足年龄相对较大，不愿再投入精力继续对昆山上艺进行日常经营管理、其子女也无意继承相关业务。发行人主营业务与昆山上艺高度相关，有意承接相关资产、业务、人员且具备相应的能力及条件。

基于上述原因，经友好协商，昆山上艺将存货、机器设备等相关资产并附带专利出售给发行人，不再继续从事功能性产品业务。

2、交易价格的公允性

昆山上艺向公司出售资产的交易对价为 3,600.00 万元，交易价格具有公允性，具体如下：

中汇会计师对昆山上艺 2018 年和 2019 年 1-9 月的财务报表进行审计并出具了“中汇深会审[2019]0300 号”《审计报告》。国众联出具了“国众联评报字（2019）第 2-1345 号”《资产评估报告》，于评估基准日 2019 年 9 月 30 日，昆山上艺经营性资产中固定资产、存货的评估价值为 3,650.07 万元，具体如下：

单位：万元

序号	资产名称	账面价值	评估价值
1	存货	1,286.05	1,671.58
2	固定资产	1,809.26	1,978.49
合计		**3,095.31**	**3,650.07**

综合考虑昆山上艺经营性资产的具体情况、所处行业的未来发展前景并参考审计及评估结果，双方友好协商确定本次存货、机器设备等资产的交易价格为

3,600.00 万元，交易价格具有公允性。

二、说明收购昆山上艺的存货、固定资产目前的销售/使用情况、账面价值，并结合上述情况以及在收购前后对昆山上艺原客户的销售金额及销售毛利率的变化分析并说明商誉是否应当计提减值准备

（一）说明收购昆山上艺的存货、固定资产目前的销售/使用情况、账面价值

截至 2020 年 12 月 31 日，发行人收购取得的昆山上艺存货已全部实现对外销售；收购取得的昆山上艺固定资产中的一辆运输车辆已于 2020 年 3 月对外出售，其余固定资产均处于正常使用状态，**截至 2021 年 6 月 30 日的账面价值为 1,318.66 万元。**

（二）结合上述情况以及在收购前后对昆山上艺原客户的销售金额及销售毛利率的变化分析并说明商誉是否应当计提减值准备

2019 年 10 月发行人收购了昆山上艺的相关资产并承接其客户资源。由于客户资源的转换和衔接需要一定时间，收购完成后公司存在向客户直接销售以及通过昆山上艺向客户间接销售的情形。

收购之前昆山上艺原有业务以及收购完成后公司承接昆山上艺原有业务的销售金额、销售毛利率情况如下表所示：

单位：万元

期间	销售收入	毛利率
2018 年度	17,210.89	21.83%
2019 年度	15,238.20	26.01%
2020 年度	15,482.31	31.75%
2021 年 1-6 月	**6,281.91**	**28.96%**

注：发行人 2019 年 10 月收购昆山上艺相关资产并开始承接其客户资源，2019 年 10-12 月在过渡期内。

2020 年、2021 年 1-6 月，公司承接昆山上艺原有业务实现的收入金额分别为 15,482.31 万元、6,281.91 万元，实现毛利率分别为 31.75%、28.96%，整体收入及毛利率情况良好。

发行人收购昆山上艺之相关资产完成后，其原客户实现销售收入及毛利率情况相对较好，相关剩余固定资产均在正常使用过程中，收购形成的商誉不存在减值迹象。期末公司测试从昆山上艺取得的相关资产及业务是否存在减值迹象，测试方法为资产组未来现金流量现值是否低于其账面价值并将未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提商誉减值准备。经测试，公司商誉不存在减值迹象，无需计提减值准备。

发行人收购昆山上艺之相关资产后，通过精细化管理、提升生产效率、减少损耗等改善措施积极提升盈利能力，**毛利率整体保持良好水平**。

三、说明收购昆山上艺资产涉及的具体业务类别，发行人收购前是否具备相应的技术或生产能力、收购相关资产的原因、该项业务是否依赖于受让昆山上艺的相关专利、该项业务报告期内的销售收入及毛利率情况，2019-2020年发行人向昆山上艺及其客户的销售金额、毛利情况以及对发行人财务状况的影响

（一）说明收购昆山上艺资产涉及的具体业务类别

为进一步扩大功能性产品的生产规模、扩大公司竞争优势、拓展客户资源，公司于 2019 年通过现金方式收购昆山上艺相关资产。公司收购的资产主要用于功能性产品业务，具体应用领域包括智能手机及个人电脑等。

2019 年、2020 年、2021 年 1-6 月，因收购昆山上艺相关资产而向昆山上艺及其客户的销售金额（含直接销售以及通过昆山上艺间接销售）分别为 4,376.30 万元、15,482.31 万元、6,281.91 万元，其中功能性产品销售金额分别为 4,333.60 万元、15,137.93 万元、5,993.86 万元，占比分别为 99.02%、97.78%、95.41%。

（二）发行人收购前是否具备相应的技术或生产能力、收购相关资产的原因、该项业务是否依赖于受让昆山上艺的相关专利

发行人收购昆山上艺的相关资产，主要是为获得其相关功能性产品的生产能力以及客户资源，进一步扩大功能性产品的生产规模、扩大公司竞争优势、拓展下游个人电脑、智能手机领域的相关客户资源，收购昆山上艺相关资产的原因具有合理性。

发行人收购前已经具备了相应的技术及生产能力，公司功能性产品业务的开

展不存在依赖于受让昆山上艺的相关专利的情形，具体情况如下：

1、公司在收购昆山上艺的相关资产之前，即已经拥有了相关的生产能力、技术实力、客户资源并成功实现收入，公司不存在通过收购昆山上艺的资产进入新的产品领域或应用领域的情形；该项业务并未依赖于受让昆山上艺的相关专利

公司主要客户为消费电子领域内知名企业，紧密贴合客户需求并根据客户要求进行新产品的研发设计。近年来智能手机、笔记本电脑、智能穿戴设备等消费电子产品迅速发展且技术不断升级换代，公司紧跟下游消费电子市场的发展方向，在原有防护性产品之外逐步切入功能性产品领域，为客户提供更为全面的消费电子产品解决方案。

2014 年公司即开始对功能性产品进行立项研发，专门组建了相应的研发队伍并逐步加大对于消费电子功能性产品的研发投入。在智能手机应用领域，2015 年公司研制出应用于该领域的整机全套功能性产品并逐步积累了摩托罗拉等客户资源。个人电脑应用领域，2018 年公司研制出应用于该领域的 EMI 类产品，具有抗电磁干扰能力强等优越特性，逐步积累了奇鋐科技、联想集团等一批客户资源。智能穿戴应用领域，2017 年公司研制出应用于该领域的表面防护类产品，具有优越的防刮、防尘效果，当年公司通过了英华达的供应商资格认证并于 2018 年相继通过了立讯精密、歌尔股份的供应商资格认证，顺利切入到智能穿戴产品制造服务商、组件生产商的供应链体系中。

公司在收购昆山上艺的相关资产之前，即已经拥有了相关的生产能力、技术实力和客户资源，并申请了一批功能性产品相关的专利、形成了自己的专有技术，该项业务并未依赖于受让昆山上艺的相关专利。公司部分申请专利举例如下：

序号	专利名称	专利权人	专利类型	专利号	专利申请日	授权公告日	取得方式
1	一种除静电式圆刀切割机	武汉光大同创	实用新型	ZL201721818802.9	2017-12-22	2018-07-27	原始取得
2	一种网罩切割用热式切刀	武汉光大同创	实用新型	ZL201721818825.X	2017-12-22	2018-07-27	原始取得
3	一种自动抽吸角料的圆刀模切机	武汉光大同创	实用新型	ZL201721826887.5	2017-12-22	2018-07-27	原始取得

4	显示器触控显示面板用泡棉	武汉光大同创	实用新型	ZL201920540642.9	2019-04-19	2020-01-21	原始取得
5	一种手机听筒喇叭用冲孔网装饰	武汉光大同创	实用新型	ZL201920540648.6	2019-04-19	2019-12-24	原始取得

2018 年、2019 年，公司功能性产品收入金额分别为 12,075.09 万元、20,955.88 万元，公司在收购昆山上艺的相关资产之前即已经实现了收入并拥有了联想集团、摩托罗拉、奇鋐科技、立讯精密、歌尔股份等客户资源。

综上所述，公司在收购昆山上艺的相关资产之前即已经拥有了相关的生产能力、技术实力、客户资源并成功实现收入，公司不存在通过收购昆山上艺的资产进入新的产品领域或应用领域的情形。公司该项业务的发展并未依赖于受让昆山上艺的相关专利。

（三）该项业务报告期内的销售收入及毛利率情况，2019-2020 年发行人向昆山上艺及其客户的销售金额、毛利情况以及对发行人财务状况的影响

1、报告期内公司该项业务的销售收入及毛利率情况

公司收购昆山上艺的资产主要用于功能性产品业务。报告期内公司功能性产品业务的收入金额及毛利率情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
收入金额	**15,585.91**	33,237.27	20,955.88	12,075.09
毛利率	**34.14%**	47.59%	65.63%	72.64%

2、2019-2020 年发行人向昆山上艺及其客户的销售金额、毛利情况以及对发行人财务状况的影响

2019 年、2020 年、2021 年 1-6 月公司收购昆山上艺相关资产而向昆山上艺及其客户的销售金额、毛利情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度	
	收入金额	毛利金额	收入金额	毛利金额	收入金额	毛利金额
昆山上艺及其客户①	**6,281.91**	**1,818.97**	15,482.31	4,915.04	4,376.30	1,490.96

发行人主营业务②	**42,403.42**	**13,030.28**	81,884.50	30,391.98	65,282.42	28,135.85
占比①/②	**14.81%**	**13.96%**	18.91%	16.17%	6.70%	5.30%

2019 年、2020 年、2021 年 1-6 月，公司通过收购昆山上艺相关资产而向昆山上艺及其客户的销售金额分别为 4,376.30 万元、15,482.31 万元、6,281.91 万元，占公司主营业务收入金额的比例分别为 6.70%、18.91%、14.81%。

2019 年、2020 年、2021 年 1-6 月，公司通过收购昆山上艺相关资产而向昆山上艺及其客户销售实现的毛利金额分别为 1,490.96 万元、4,915.04 万元、1,818.97 万元，占公司主营业务毛利金额的比例分别为 5.30%、16.17%、13.96%。

综上所述，公司向昆山上艺及其客户销售实现的收入及毛利金额占公司主营业务的收入及毛利金额的比例相对较低，未对公司财务状况构成重大影响。

四、说明昆山上艺的控股股东WENPRO INTERNATIONAL CORP的股权结构、实际控制人，与发行人及发行人实际控制人、董监高及其关联方是否存在关联关系或其他密切关系，发行人通过昆山上艺销售对应的最终客户情况

（一）股权结构及实际控制人的基本情况

根据 WENPRO INTERNATIONAL CORP 提供的公司登记文件等资料，昆山上艺系 WENPRO INTERNATIONAL CORP 在中国大陆境内设立的全资子公司（外国法人独资），WENPRO INTERNATIONAL CORP 系于英属维尔京群岛设立的公司，其唯一股东为李琇足，董事为李琇足。

根据李琇足出具的确认函、对王金福的访谈及二人持有的中国台湾身份证件，王金福及其配偶李琇足系 WENPRO INTERNATIONAL CORP 的实际控制人，除昆山上艺外，WENPRO INTERNATIONAL CORP 未开展其他业务或其他投资。

王金福，男，1959 年 12 月出生，中国台湾人士。

李琇足，女，1962 年 4 月出生，中国台湾人士。

（二）关联关系、密切关系

通过国家企业信用信息公示系统查询结果、互联网检索及问卷调查等方式对王金福、李琇足的亲属关系、对外投资、任职情况进行核查，并对发行人实际控

制人、董监高及其亲属关系以及上述人员的对外投资、任职情况进行核查。经核查，WENPRO INTERNATIONAL CORP 及其实际控制人王金福、李琇足与发行人及发行人实际控制人、董监高及其关联方不存在关联关系或其他密切关系。

（三）发行人通过昆山上艺销售对应的最终客户情况

发行人 2019 年 10 月收购了昆山上艺的相关资产并承接其客户资源。由于客户资源的转换和衔接需要一定时间，针对部分已经完成供应商转换的昆山上艺之原客户，发行人直接向其销售；针对尚未完成供应商转换的昆山上艺之原客户，在其供应商完全转换至发行人之前，部分产品仍由发行人通过昆山上艺销售给该最终客户。

2019 年度、2020 年度、2021 年 1-6 月，发行人通过昆山上艺销售对应的主要最终客户情况如下表：

序号	最终客户名称	通过昆山上艺实现收入金额（万元）	占比
2021 年 1-6 月			
1	**江苏杰邦电子科技有限公司**	**103.02**	**27.98%**
2	**广德竹昌电子科技有限公司**	**75.59**	**20.53%**
3	**纬创资通**	**66.31**	**18.01%**
4	**华硕科技（苏州）有限公司**	**53.00**	**14.40%**
5	**仁宝电脑**	**42.81**	**11.63%**
合计		**340.74**	**92.56%**
2020 年度			
1	纬创资通	1,334.67	43.58%
2	太普动力新能源（常熟）股份有限公司	895.94	29.25%
3	江苏泽景汽车电子股份有限公司	234.87	7.67%
4	昆山市杰尔电子科技股份有限公司	109.40	3.57%
5	华硕科技（苏州）有限公司	108.90	3.56%
合　计		**2,683.79**	**87.63%**
2019 年度			
1	和硕科技	1,423.85	35.32%

2	纬创资通	993.28	24.64%
3	太普动力新能源（常熟）股份有限公司	171.70	4.26%
4	神基科技	145.62	3.61%
5	巨圣电子（昆山）有限公司	113.54	2.82%
合　计		**2,847.99**	**70.64%**

2019 年、2020 年、2021 年 1-6 月，公司通过昆山上艺销售的前五大最终客户收入金额分别为 2,847.99 万元、2,683.79 万元、340.74 万元，占通过昆山上艺销售的最终客户合计收入金额的比例分别为 70.64%、87.63%、92.56%，占比相对较高。

五、结合本次收购完成后昆山上艺经营情况、本次收购标的是否为昆山上艺全部资产业务等，说明本次收购采用资产收购而非股权收购的原因；《资产转让协议》履约情况，是否存在违约或纠纷；相关人员劳动关系转移情况；昆山上艺将资产出售给发行人履行的程序是否合规、是否需要取得主要债权人的同意

（一）本次收购采用资产收购的原因

1、关于收购完成后昆山上艺经营情况

收购完成后至本问询函回复出具日，昆山上艺已不具备生产能力，除在过渡期内继续协助发行人完成客户的承接转换以及对外出租厂房外，未再从事任何其他生产经营活动。

2、关于本次收购标的并非昆山上艺的全部资产业务

发行人本次收购的交易标的为昆山上艺的存货、机器设备、部分运输车辆、专利及相关业务，收购的资产账面金额为 3,095.31 万元，占收购前一年末昆山上艺资产总额 17,650.49 万元的比例为 17.54%。收购完成后，昆山上艺除在过渡期内继续协助发行人完成客户的承接转换以及对外出租厂房外，未保留其他业务。

除上述资产外，昆山上艺保留了货币资金、应收账款、其他应收款、土地使用权、房屋建筑物、部分车辆等其他资产，本次收购资产并非昆山上艺的全部资产。

3、本次收购采取资产收购的原因

昆山上艺在长期的生产经营过程中，积累了一定的实力并拥有了相对稳定的业内客户资源。但该公司整体生产经营规模相对较小，其实际控制人王金福及李琇足年龄相对较大，不愿再投入精力继续对昆山上艺进行日常经营管理、其子女也无意继承相关业务，因此计划将相关生产经营资产及业务对外出售，并希望保留土地使用权、厂房等相关资产。发行人主营业务与昆山上艺高度相关，计划进一步拓展消费电子功能产品业务、积极拓展相关业务领域及客户资源，有意承接相关资产、业务、人员且具备相应的能力及条件。基于上述原因，经友好协商，昆山上艺保留其名下之土地使用权、房屋建筑物、部分车辆等资产以及其他货币性资产，将其他与生产经营相关的存货、机器设备、部分运输车辆、专利等资产以及客户资源转让予发行人。

综上所述，双方采取资产收购而非股权收购的交易模式符合双方的合同目的及利益诉求，属于双方真实意思表示，具有合理性。

4、如收购昆山上艺全部资产（包括土地、房屋）对公司折旧摊销及经营业绩影响

公司未收购的昆山上艺资产包括货币资金、应收账款、其他应收款、土地使用权、房屋建筑物、部分车辆等其他资产。截至 2019 年 9 月 30 日，上述未收购资产中相关固定资产、无形资产的账面原值、累计折旧及账面价值如下：

单价：万元

资产项目	资产类别	账面原值	累计折旧/累计摊销	账面价值
固定资产	房屋、建筑物	1,510.64	671.68	838.96
	运输设备	163.41	54.20	109.21
	电子设备	9.19	7.09	2.10
	小计	**1,683.24**	**732.97**	**950.27**
无形资产	土地	289.81	88.35	201.46
	办公软件	111.07	67.52	43.55
	小计	**400.88**	**155.87**	**245.01**
合计		**2,084.12**	**888.84**	**1,195.28**

假设公司收购昆山上艺之全部资产，采用昆山上艺之原有折旧及摊销政策，

则 2019 年 10-12 月、2020 年、2021 年 1-6 月新增计提的折旧及摊销合计金额分别为 28.67 万元、110.05 万元和 53.48 万元，占公司 2019 年、2020 年、2021 年 1-6 月利润总额的比例分别为 0.23%、1.02%和 1.08%，金额很小、占比很低，不会对公司经营业绩构成重大影响。根据昆山上艺之主管税务机关出具的证明文件，2018 年度至 2020 年度昆山上艺不存在因偷税被予以税务行政处罚的情形。

（二）《资产转让协议》的履约情况

1、转让价款的支付情况

本次资产的收购价格共计 3,600 万元。根据发行人提供的付款凭证及昆山上艺出具的确认函、对王金福的访谈等资料，发行人已依约支付完毕上述转让价款。

发行人收购昆山上艺相关资产款项的支付情况如下：

单位：万元

序号	付款时间	付款金额
1	2019 年 11 月 5 日	1,200.00
2	2020 年 6 月 10 日	1,200.00
3	2021 年 6 月 29 日	600.00
4	2021 年 7 月 29 日	600.00
合计		**3,600.00**

截至 2021 年 7 月 29 日，昆山上艺相关资产收购款项已全部支付完毕。

报告期内公司经营情况良好，截至 2019 年末、2020 年末、2021 年 6 月末公司货币资金期末余额分别为 6,424.49 万元、10,254.69 万元、9,724.48 万元，资金情况良好。支付收购昆山上艺相关资产的收购款项不会对发行人资金情况产生重大不利影响。

2、资产交割情况

本次收购的相关存货、机器设备、车辆、无形资产等均已交割完毕，均已经交付发行人使用或完成登记过户手续，相关的存货已经全部销售完毕。

截至本问询函回复出具日，《资产转让协议》中的主要约定已履行完毕，未发生违约或纠纷情形。

综上所述，本次收购款项均已付清、资产已交割完毕，《资产转让协议》的主要约定已履行完毕，双方不存在违约或纠纷情形。

（三）昆山上艺相关人员劳动关系转移情况

根据昆山上艺劳动人员名册、相关人员与发行人及昆山上艺签署的《解除劳动合同协议书》、转移劳动人员名册、发行人及昆山上艺出具的确认函等资料，上述收购涉及的昆山上艺员工人数共计 222 人，其中 219 人已自愿转至发行人及其子公司并签署《劳动合同》，剩余 3 人未与发行人建立劳动关系已经选择自由择业，昆山上艺相关人员劳动关系已转移完毕。

（四）关于昆山上艺出售资产的程序合法性

《资产转让协议》系交易双方真实意思表示，协议内容合法有效，不存在无效或可撤销的情形；本次收购的定价系以第三方评估机构的评估结果为基础，双方协商定价，价格公允，不存在恶意损害昆山上艺债权人利益的情形；本次资产转让已经履行了昆山上艺的内部程序，其执行董事及股东已作出相关同意的决定，程序符合公司章程的规定。

根据昆山上艺提供的确认函及收购前尚在履行中的银行贷款合同等资料，昆山上艺若进行重大资产处置等事项，需在行为发生前通知贷款银行并征得其同意。根据昆山上艺出具的确认函及对王金福的访谈，**截至本问询函回复出具日，昆山上艺出售上述资产时存在的全部银行贷款均已清偿。**

根据《中华人民共和国民法典》的相关规定及合同的相对性原则，发行人在合同履约过程中已尽到善意的注意义务，且本次收购所涉资产购买、人员转移等主要事项已履行完毕，不存在产生纠纷的情形。根据昆山上艺出具的承诺函，若因昆山上艺未通知债权人导致的任何后果、纠纷由昆山上艺承担全部责任。

截至本问询函回复出具日，不存在昆山上艺的主要债权人就本次收购资产事项提出异议或产生纠纷的情形。

综上所述，昆山上艺就上述资产转让事项已经履行了其内部程序，其执行董事及股东已作出相关同意的决定，程序符合公司章程的规定；在《资产转让协议》签署时未及时取得贷款银行的同意属于昆山上艺自身的瑕疵、不影响《资产转让

协议》的合同效力。鉴于昆山上艺已清偿相关银行贷款、未产生纠纷、该等瑕疵已消除，不存在对本次收购的合法性、有效性产生不利影响的情形。

六、按照《证券期货法律适用意见第3号》的要求，结合昆山上艺相关资产总额、资产净额、营业收入、利润总额等主要财务数据，说明本次收购对发行人的影响情况，是否符合运行期限等相关要求

（一）本次收购对发行人的影响情况

1、本次收购对发行人主营业务的影响

（1）业务相关性

本次收购涉及的资产原主要用于生产消费电子功能性产品，主要客户为下游消费电子制造服务商，与发行人功能性产品业务高度相关、具有良好的协同效应。

（2）对财务指标的影响

发行人本次收购的交易标的为昆山上艺的存货、机器设备、部分运输车辆、专利等资产，收购的资产账面金额为 3,095.31 万元，占收购前一年末昆山上艺资产总额 17,650.49 万元的比例为 17.54%。收购前一年即 2018 年昆山上艺公司与发行人的资产总额、资产净额、营业收入、利润总额数据及相应占比情况如下：

单位：万元

项目	昆山上艺①	发行人②	占比=①/②
资产总额	17,650.49	32,097.73	54.99%
资产净额	7,990.68	17,506.05	45.65%
营业收入	17,210.89	49,372.70	34.86%
利润总额	559.29	8,025.21	6.97%

根据《首发业务若干问题解答》第 36 条规定：“对于重组新增业务与发行人重组前业务具有高度相关性的，被重组方重组前一个会计年度末的资产总额、资产净额或前一个会计年度的营业收入或利润总额，达到或超过重组前发行人相应项目 100%，则视为发行人主营业务发生重大变化。”

本次收购涉及的资产与公司收购前业务高度相关，且昆山上艺收购前一年资产总额、资产净额、营业收入、利润总额占公司相应项目的比例未达到 100%。

因此本次收购完成后，发行人主营业务未发生重大变化。

2、本次收购对发行人控股股东、实际控制人及管理层的影响

公司以现金方式收购取得上述资产，收购完成前后公司的控股股东、实际控制人及管理层均未发生变化。

3、本次收购对公司经营及业绩的影响

生产能力方面，公司通过本次收购取得昆山上艺相关生产用机器设备，功能性产品的生产规模、产品供应能力有所提升，可以更好的满足下游消费电子行业客户的产品需求；客户资源方面，公司通过本次收购承接了昆山上艺原有客户，进一步有效拓展了公司的客户资源、优化客户结构，为公司消费电子功能性产品销售规模和收入的增加进一步奠定了客户基础；技术研发方面，本次交易完成后，昆山上艺功能性产品相关专利及专有技术转移至公司控制范围内，进一步增强了公司的研发及技术实力。

综上所述，本次收购有利于提升公司的生产能力、拓展业务和客户资源、提升研发和技术实力，对公司经营及业绩的未来增长均产生积极影响。

（二）是否符合运行期限等相关要求

根据《首发业务若干问题解答》第 36 条规定：“对于重组新增业务与发行人重组前业务具有高度相关性的，被重组方重组前一个会计年度末的资产总额、资产净额或前一个会计年度的营业收入或利润总额达到或超过重组前发行人相应项目 50%，但未达到 100%的，通常不视为发行人主营业务发生重大变化，但为了便于投资者了解重组后的整体运营情况，原则上发行人重组后运行满 12 个月后方可申请发行。”

昆山上艺收购前一年末资产总额占公司资产总额的比例超过 50%，根据《首发业务若干问题解答》的规定，公司应在收购完成满 12 个月后申请发行。公司于 2019 年 10 月完成对昆山上艺相关资产的收购，首次发行股票并上市申请的时间为 2021 年 6 月、已满 12 个月，符合《首发业务若干问题解答》关于运行期限的要求。

发行人已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“三、公司设立以来重大资产重组情况”之“（一）2019 年收购昆山上艺相关经营性资产、进行业务合并”补充披露如下：

“4、被重组方资产总额、营业收入、利润总额占重组前发行人相应科目的比重

根据中汇会计师出具的审计报告，收购前一年即 2018 年被重组方昆山上艺与重组方光大同创资产总额、资产净额、营业收入、利润总额数据及相应占比情况如下：

单位：万元

项目	昆山上艺①	发行人②	占比=①/②
资产总额	17,650.49	32,097.73	54.99%
资产净额	7,990.68	17,506.05	45.65%
营业收入	17,210.89	49,372.70	34.86%
利润总额	559.29	8,025.21	6.97%

昆山上艺收购前一年末资产总额占公司资产总额的比例超过 50%，根据《首发业务若干问题解答》的规定，公司应在收购完成满 12 个月后申请发行。公司于 2019 年 10 月完成对昆山上艺相关资产的收购，首次发行股票并上市申请的时间为 2021 年 6 月、已满 12 个月，符合《首发业务若干问题解答》关于运行期限的要求。

5、收购的原因、合理性及重组后的整合情况

昆山上艺在长期的生产经营过程中，积累了一定的实力并拥有了相对稳定的业内客户资源。但该公司整体生产经营规模相对较小，其实际控制人王金福及李琇足年龄相对较大，不愿再投入精力继续对昆山上艺进行日常经营管理、其子女也无意继承相关业务。发行人主营业务与昆山上艺高度相关，有意承接相关资产、业务、人员且具备相应的能力及条件。

本次收购有利于提升公司的生产能力、拓展业务和客户资源、提升研发和技术实力，对公司经营及业绩的未来增长均产生积极影响。

6、被重组方收购前一年的财务报表主要数据

单位：万元

项目	2018-12-31/2018 年
资产负债表	
资产总额	17,650.49
负债总额	9,659.81
资产净额	7,990.68
利润表	
营业收入	17,210.89
利润总额	559.29
净利润	559.29

”

综上所述，公司符合《首发业务若干问题解答》关于运行期限等相关要求，通过收购资产而非收购股权的交易方式不存在规避监管的情形，具有合理性。

七、保荐机构核查意见

（一）核查过程

保荐机构主要履行了如下核查程序：

1、查阅了王金福以及昆山上艺就公司收购昆山上艺相关资产事项出具的确认文件，对王金福进行访谈并取得了访谈记录；

2、查阅了昆山光大同创与昆山上艺签署的《资产转让协议》；

3、查阅了中汇会计师事务所以及国众联针对昆山上艺出具的《审计报告》以及《资产评估报告》；

4、查阅了公司收购昆山上艺相关资产事项的款项支付凭证、资产转移手续等资料，通过国家知识产权局网站查询等方式进行了复核；查阅了销售明细表以及采购明细表以及商誉减值测试文件；

5、对发行人董事长及实际控制人进行访谈，了解公司功能性产品的研发过

程；了解收购昆山上艺相关资产的原因；查阅了公司与功能性产品相关客户的订单或合同资料；

6、取得公司收购昆山上艺相关资产后对昆山上艺的销售明细以及新增客户清单及销售明细；

7、查阅了 WENPRO INTERNATIONAL CORP 提供的公司商业登记证等资料；查阅了 WENPRO INTERNATIONAL CORP 穿透后的最终持有人名单，查阅了穿透后自然人股东的身份证件；查阅了李琇足、王金福出具的确认文件、调查问卷以及对王金福进行访谈并取得的访谈记录等，并通过国家企业信用信息网及其他互联网检索方式进行了复核；

8、测算收购昆山上艺全部资产（包括土地、房屋）对公司折旧摊销及经营业绩的影响；取得昆山上艺主管税务部门出具的证明文件；

9、查阅了发行人实际控制人、董监高填写的调查问卷、出具的确认函等资料，并就其对外投资、任职情况通过国家企业信用信息公示系统进行复核；

10、查阅了昆山上艺原劳动人员名册、转移人员与发行人及昆山上艺签署的《解除劳动合同协议书》、转移人员名册及补偿金的支付凭证；

11、查阅了昆山上艺的《公司章程》及就本次出售事宜作出的执行董事决定、股东决定；

12、查阅了收购前昆山上艺的银行贷款合同等资料；

13、查阅了《证券期货法律适用意见第 3 号》以及《首发业务若干问题解答》的相关规定，并根据上述规定分析公司收购昆山上艺相关资产事项是否符合上述规定。

（二）核查意见

经核查，保荐机构认为：

1、昆山上艺主要财务数据良好；截至本问询函回复出具日，昆山上艺已不具备生产能力，除在过渡期内继续协助发行人完成客户的承接转换以及对外出租厂房外，未再从事任何其他生产经营活动；昆山上艺将主要资产并附带专利出售

给发行人的原因具有合理性、定价具有公允性；

2、公司收购昆山上艺的存货已经全部销售完毕，除一台运输车辆对外销售外其他固定资产目前使用情况良好；收购完成后公司对昆山上艺原客户的销售金额及销售毛利率变化情况良好，不存在应计提商誉减值准备的情形；

3、公司收购昆山上艺相关资产涉及的具体业务类别主要为功能性产品；收购的原因具有合理性；公司在收购昆山上艺的相关资产之前，即已经拥有了相关的生产能力、技术实力、客户资源并成功实现收入，公司不存在通过收购昆山上艺的资产进入新的产品领域或应用领域的情形；该项业务并未依赖于受让昆山上艺的相关专利；**2019 年、2020 年及 2021 年 1-6 月公司收购昆山上艺相关资产而向昆山上艺及其客户销售实现的收入及毛利金额占公司主营业务的收入及毛利金额的比例相对较低，未对公司财务状况构成重大影响；**

4、昆山上艺的控股股东 WENPRO INTERNATIONAL CORP 的唯一股东为李琇足，实际控制人为王金福、李琇足；该公司及其实际控制人与发行人及发行人实际控制人、董监高及其关联方不存在关联关系或其他密切关系，发行人通过昆山上艺销售对应的最终客户情况良好；

5、公司收购完成昆山上艺相关资产后经营情况良好，本次收购标的并非为昆山上艺全部资产业务，具有合理性；**假设公司收购昆山上艺之全部资产，采用昆山上艺之原有折旧及摊销政策，则 2019 年 10-12 月、2020 年、2021 年 1-6 月新增计提的折旧及摊销合计金额很小、占利润总额的比例很低，不会对公司经营业绩构成重大影响；**本次收购款项均已付清、资产已交割完毕，《资产转让协议》的主要约定已履行完毕，双方不存在违约或纠纷情形；相关人员劳动关系已转移完毕；昆山上艺就上述资产转让事项已经履行了其内部程序，其执行董事及股东已作出相关同意的决定，程序符合公司章程的规定，在《资产转让协议》签署时未及时取得贷款银行的同意属于昆山上艺自身的瑕疵、不影响《资产转让协议》的合同效力。鉴于昆山上艺已清偿相关银行贷款、未产生纠纷、该等瑕疵已消除，不存在对本次收购的合法性、有效性产生不利影响的情形；

6、按照《证券期货法律适用意见第 3 号》、《首发业务若干问题解答》等相关规定，公司本次收购昆山上艺相关资产事项有助于提升公司的生产能力、拓

展业务和客户资源、提升研发和技术实力，对公司经营及业绩的未来增长均产生积极影响，符合运行期限等相关要求，本次收购采用资产收购而非股权收购的原因具有合理性，通过收购资产而非收购股权的交易方式不存在规避监管的情形。

八、发行人律师核查意见

（一）核查过程

发行人律师主要履行了如下核查程序：

1、查阅了王金福以及昆山上艺就公司收购昆山上艺相关资产事项出具的确认文件，对王金福进行访谈并取得了访谈记录；

2、查阅了昆山光大同创与昆山上艺签署的《资产转让协议》；

3、查阅了中汇会计师事务所以及国众联针对昆山上艺出具的《审计报告》以及《资产评估报告》；

4、查阅了公司收购昆山上艺相关资产事项的款项支付凭证、资产转移手续等资料，通过国家知识产权局网站查询等方式进行了复核；

5、测算收购昆山上艺全部资产（包括土地、房屋）对公司折旧摊销及经营业绩的影响；取得昆山上艺主管税务部门出具的证明文件；

6、查阅了昆山上艺原劳动人员名册、转移人员与发行人及昆山上艺签署的《解除劳动合同协议书》、转移人员名册及补偿金的支付凭证；

7、查阅了昆山上艺的《公司章程》及就本次出售事宜作出的执行董事决定、股东决定；

8、查阅了收购前昆山上艺的银行贷款合同等资料；

9、查阅了《证券期货法律适用意见第 3 号》以及《首发业务若干问题解答》的相关规定，并根据上述规定分析公司收购昆山上艺相关资产事项是否符合上述规定。

（二）核查意见

经核查，发行人律师认为：

1、公司收购完成昆山上艺相关资产后经营情况良好，本次收购标的并非为昆山上艺全部资产业务，具有合理性；本次收购款项均已付清、资产已交割完毕，《资产转让协议》的主要约定已履行完毕，双方不存在违约或纠纷情形；相关人员劳动关系已转移完毕；昆山上艺就上述资产转让事项已经履行了其内部程序，其执行董事及股东已作出相关同意的决定，程序符合公司章程的规定，在《资产转让协议》签署时未及时取得贷款银行的同意属于昆山上艺自身的瑕疵、不影响《资产转让协议》的合同效力。鉴于昆山上艺已清偿相关银行贷款、未产生纠纷、该等瑕疵已消除，不存在对本次收购的合法性、有效性产生不利影响的情形；

2、按照《证券期货法律适用意见第 3 号》、《首发业务若干问题解答》等相关规定，公司本次收购昆山上艺相关资产事项有助于提升公司的生产能力、拓展业务和客户资源、提升研发和技术实力，对公司经营及业绩的未来增长均产生积极影响，符合运行期限等相关要求，本次收购采用资产收购而非股权收购的原因具有合理性，通过收购资产而非收购股权的交易方式不存在规避监管的情形。

九、申报会计师核查意见

（一）核查过程

申报会计师主要履行了如下核查程序：

1、查阅了王金福以及昆山上艺就公司收购昆山上艺相关资产事项出具的确认文件，对王金福进行访谈并取得了访谈记录；

2、查阅了昆山光大同创与昆山上艺签署的《资产转让协议》；

3、查阅了中汇会计师事务所以及国众联针对昆山上艺出具的《审计报告》以及《资产评估报告》；

4、查阅了公司收购昆山上艺相关资产事项的款项支付凭证、资产转移手续等资料，通过国家知识产权局网站查询等方式进行了复核；查阅了销售明细表以及采购明细表以及商誉减值测试文件；

5、对发行人董事长及实际控制人进行访谈，了解公司功能性产品的研发过程；了解收购昆山上艺相关资产的原因；查阅了公司与功能性产品相关客户的订

单或合同资料；

6、取得公司收购昆山上艺相关资产后对昆山上艺的销售明细以及新增客户清单及销售明细；

7、查阅了 WENPRO INTERNATIONAL CORP 提供的商业登记证等资料；查阅了 WENPRO INTERNATIONAL CORP 穿透后的最终持有人名单，查阅了穿透后自然人股东的身份证件；查阅了李琇足、王金福出具的确认文件、调查问卷以及对王金福进行访谈并取得的访谈记录等，并通过国家企业信用信息网及其他互联网检索方式进行了复核；

8、查阅了发行人实际控制人、董监高填写的调查问卷、出具的确认函等资料，并就其对外投资、任职情况通过国家企业信用信息公示系统进行复核。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、昆山上艺主要财务数据良好；截至本问询函回复出具日，昆山上艺已不具备生产能力，除在过渡期内继续协助发行人完成客户的承接转换以及对外出租厂房外，未再从事任何其他生产经营活动；昆山上艺将主要资产并附带专利出售给发行人的原因具有合理性、定价具有公允性；

2、公司收购昆山上艺的存货已经全部销售完毕，除一台运输车辆对外销售外其他固定资产目前使用情况良好；收购完成后公司对昆山上艺原客户的销售金额及销售毛利率变化情况良好，不存在应计提商誉减值准备的情形；

3、公司收购昆山上艺相关资产涉及的具体业务类别主要为功能性产品；收购的原因具有合理性；公司在收购昆山上艺的相关资产之前，即已经拥有了相关的生产能力、技术实力、客户资源并成功实现收入，公司不存在通过收购昆山上艺的资产进入新的产品领域或应用领域的情形；该项业务并未依赖于受让昆山上艺的相关专利；**2019 年、2020 年及 2021 年 1-6 月公司收购昆山上艺相关资产而向昆山上艺及其客户销售实现的收入及毛利金额占公司主营业务的收入及毛利金额的比例相对较低，未对公司财务状况构成重大影响；**

4、昆山上艺的控股股东 WENPRO INTERNATIONAL CORP 的唯一股东为

李琇足，实际控制人为王金福、李琇足；该公司及其实际控制人与发行人及发行人实际控制人、董监高及其关联方不存在关联关系或其他密切关系，发行人通过昆山上艺销售对应的最终客户情况良好。

4、关于收购重庆致贯35%股权

申报文件显示：

（1）2020 年 12 月，发行人以现金 5,500 万元以受让以及增资的方式取得重庆致贯 35%的股权，双方协商确定收购前重庆致贯整体价值为 12,714.29 万元，发行人增资后整体价值为 15,714.29 万元。

（2）2019 年，重庆致贯营业收入为 4,619.09 万元、利润总额为 259.20 万元，净资产为 951.49 万元，利润总额及净资产的规模均较低。

请发行人：

（1）说明重庆致贯的主要业务范围、与发行人业务的关联性，分析以 5,500 万元取得重庆致贯 35%股权的原因，结合 2020 年重庆致贯的经营情况及主要财务数据分析收购价格的公允性、定价依据、评估所采用的方法及评估价值的合理性。

（2）分析并说明对重庆致贯的长期股权投资是否存在减值迹象、是否应当计提减值准备。

（3）说明重庆致贯及其除发行人外的其他股东与发行人股东、董监高、客户、供应商是否存在关联关系、密切关系、资金往来。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，请评估机构对评估方法的恰当性、评估价值的合理性发表明确意见。

【回复】

一、说明重庆致贯的主要业务范围、与发行人业务的关联性，分析以5,500万元取得重庆致贯35%股权的原因，结合2020年重庆致贯的经营情况及主要财

务数据分析收购价格的公允性、定价依据、评估所采用的方法及评估价值的合理性

（一）重庆致贯的主要业务范围、与发行人业务的关联性

重庆致贯的主要业务范围为向光电显示企业提供各类功能性模切产品、柔性材料；其生产销售的功能性产品主要应用于光电显示领域，其客户群体主要为京东方、惠科股份等光电显示企业。重庆致贯与发行人在功能性产品领域的比较情况如下：

项目	重庆致贯	发行人
产品名称及具体用途	模切产品、柔性材料	模切产品、碳纤维产品
应用领域	光电显示	个人电脑、智能手机、智能穿戴等
主要客户群体	京东方、惠科股份，主要为面板光电显示领域内企业	联想集团、纬创资通、立讯精密、和硕科技、歌尔股份等，主要为消费电子领域内企业

重庆致贯主营业务与发行人功能性产品业务属于不同细分领域，在生产工艺流程及产品用途领域等方面具有良好的相关性。二者业务及产品面向不同的细分应用领域及客户群体，有助于双方的协同发展。

（二）分析以 5,500 万元取得重庆致贯 35%股权的原因

因发行人看好功能性产品行业的发展前景，且可以与重庆致贯在客户群体、产品应用领域等方面协同发展，发行人与重庆致贯原股东协商后决定以增资扩股及股权转让相结合的方式取得重庆致贯的股权。发行人以 3,000 万元增资获得 19.09%股权，以 2,500 万元收购原股东 15.91%股权，即以现金 5,500 万元共计获得重庆致贯 35.00%股权，同时发行人向重庆致贯委派董事马增龙、监事李海全，重庆致贯成为发行人能施加重大影响的联营企业。

根据国众联出具的“国众联评报字（2020）第 2-1815 号”《资产评估报告》，于评估基准日 2020 年 10 月 31 日，重庆致贯全部股东权益评估值为 12,820.00 万元。综合考虑重庆致贯的具体情况及所处行业的未来发展前景、结合上述评估结果，双方友好协商确定重庆致贯的投资前整体价值金额为 12,714.29 万元，投资后整体价值为 15,714.29 万元，发行人合计以 5,500 万元取得重庆致贯 35.00%股

权，并已经于 2020 年 12 月办理完毕工商变更登记手续。

（三）结合 2020 年重庆致贯的经营情况及主要财务数据分析收购价格的公允性、定价依据、评估所采用的方法及评估价值的合理性

1、重庆致贯财务状况、经营业绩

重庆致贯 2019 年、2020 年的经营业绩情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度
营业收入	9,410.54	4,619.09
利润总额	575.61	259.20
净利润	537.81	259.05
资产总额	8,284.76	4,045.76
资产净额	2,334.30	951.49

2、收购价格的公允性、定价依据

中汇会计师对重庆致贯收购时最近一年及一期的财务报表进行审计并出具了“中汇深会审[2020]0320 号”《审计报告》。国众联出具了“国众联评报字（2020）第 2-1815 号”《资产评估报告》，该次评估主要采用资产基础法及收益法，最终以收益法作为最终的评估结论。于评估基准日 2020 年 10 月 31 日，重庆致贯全部股东权益评估值为 12,820.00 万元。

综合考虑重庆致贯的具体情况及所处行业的未来发展前景、结合上述审计及评估结果，双方友好协商确定重庆致贯的整体投前价值金额为 12,714.29 万元，收购价格公允、定价合理。

3、评估所采用的方法及评估价值的合理性

（1）评估方法的恰当性

企业价值评估方法包括资产基础法、收益法与市场法，本次发行人收购重庆致贯的股权评估采用的是资产基础法和收益法两种方法评估。资产基础法是在持续经营基础上，以重置各项生产要素为假设前提，根据要素资产的具体情况采用适宜的方法分别评定估算企业各项要素资产的价值并累加求和，再扣减相关负债

评估价值，得出资产基础法下股东全部权益的评估价值，资产基础法反映的是企业基于现有资产的重置价值。收益法是在对企业未来收益合理预测基础上计算企业价值的评估方法，不仅考虑了各类可确指资产是否在企业中得到合理和充分利用，组合在一起时是否发挥了其应有的贡献等因素对企业股东全部权益价值的影响，也考虑了企业的行业竞争力、企业管理水平、人力资源、要素协同作用、行业优惠政策等资产基础法无法考虑的因素对股东全部权益价值的影响，能够更全面体现评估基准日的股东全部权益价值。

因此，在被收购企业具备未来预期获利能力的前提下，本次评估采用收益法的评估结果作为最终评估结论，具有合理性。

（2）评估价值的合理性

1）重庆致贯股东全部权益价值的确定方法

发行人收购重庆致贯 35%股权时，根据评估预测的收入、盈利情况采用收益法对标的资产于 2020 年 10 月 31 日的股东全部权益价值进行估计。

2）主要财务数据预测的说明

营业收入：结合历史经营统计资料、未来的经营发展规划以及在手订单、合同及在推进项目，重庆致贯对 2020 年 11-12 月及以后年度的收入进行了预测。

营业成本：重庆致贯模切类产品成本中，综合考虑单位产品材料消耗并以其评估基准日的最近一年及一期的直接材料耗用情况为基础，测算直接材料成本；以其评估基准日最近一期的职工薪酬水平为基础并根据人员用工情况、结合工资水平上涨等因素，测算直接人工成本；根据折旧、摊销及其他费用产生情况，测算制造费用成本。

期间费用：重庆致贯根据未来经营管理情况，参考营业收入预测情况以及历史上期间费用实际使用情况对期间费用进行预测。期间费用中职工薪酬以其评估基准日最近一期职工薪酬水平为基础，并根据公司制定的工资标准和人员配备情况，结合工资水平上涨等因素进行预计。

资本性支出：资本性支出主要为更新支出。重庆致贯按照企业现有设备状况

和生产能力对以后可预知的年度进行了设备更新测算，形成各年资本性支出。

折现率：按照收益额与折现率口径一致的原则，本次评估收益额口径为企业自由现金流量，则折现率选取加权平均资本成本（WACC）。

根据收益法并综合上述财务数据预测，计算得出重庆致贯于评估基准日2020 年 10 月 31 日的股东全部权益价值为 12,820.00 万元，评估方法谨慎、合理。

（3）本次评估结果的市盈率与同行业上市公司的比较情况

重庆致贯主要从事功能性产品的研发、生产和销售。根据中国证监会公布的《上市公司行业分类指引》（2012 年修订），重庆致贯属于“C39 计算机、通信和其他电子设备制造业”。根据《国民经济行业分类 GB/T4754-2017》，重庆致贯所处行业为“计算机、通信和其他电子设备制造业”（分类代码：C39）。

选取上述行业的市盈率情况作为比较基准，截至 2020 年 10 月 31 日，该行业市盈率如下表所示：

行业	最近一个月静态平均市盈率
计算机、通信和其他电子设备制造业	50.11

该行业的同行业上市公司的市盈率情况如下：

公司名称	市盈率
安洁科技	26.49
飞荣达	31.69
恒铭达	36.51
智动力	34.68
平均值	**32.34**
重庆致贯	**18.78**

注 1：行业以及同行业上市公司的市盈率数据来源于中证指数有限公司。

注 2：安洁科技市盈率计算采用 2020 年 10 月 30 日的股本总额*股价收盘价格/2020 年归属于母公司股东净利润；**博硕科技、达瑞电子、鸿富瀚为 2021 年上市，未有截至 2020 年 10 月 30 日的交易数据。**

注 3：重庆致贯市盈率=重庆致贯整体股东权益评估价值/评估基准日当年重庆致贯预计实现的归属于母公司股东的净利润。

本次交易中，重庆致贯整体股东权益价值的市盈率为 18.78 倍，低于同行业

最近一个月静态平均市盈率及同行业上市公司的平均市盈率水平，具有合理性，具体原因如下：

1）重庆致贯经营规模相对较小，2019 年、2020 年营业收入分别为 4,619.09 万元、9,410.54 万元，净利润金额分别为 259.05 万元、537.81 万元，整体营业收入及盈利规模相对较小；同时重庆致贯产品应用领域相对较为单一，主要集中在光电显示领域。同行业上市公司生产经营规模相对较大、可有效实现规模经济效应、提高盈利能力并拥有较强的抗风险能力，上表中的同行业上市公司 2019 年、2020 年营业收入的平均值分别为 19.87 亿元、21.53 亿元，规模相对较大；同时上述公司应用领域主要包括智能手机、平板电脑、可穿戴设备、新能源汽车等多个应用领域，未来成长前景和市场空间更为广阔；

2）重庆致贯为非上市公司、股权流动性相对较低；前述同行业公司均为上市企业，具有良好的流动性。

综上所述，收购完成后重庆致贯 2020 年经营情况良好；本次收购重庆致贯 35%股权系以评估机构出具的评估报告中收益法的评估价值为基础，经双方友好协商确定，定价公允、定价依据合理；评估机构所采用的方法及评估价值具有合理性；本次交易中重庆致贯整体股东权益价值的市盈率低于同行业最近一个月静态平均市盈率及同行业上市公司的平均市盈率水平，具有合理性。

二、分析并说明对重庆致贯的长期股权投资是否存在减值迹象、是否应当计提减值准备

2020 年 12 月发行人与重庆致贯及其原股东苏孟波、李亚玲签署相关协议，通过增资及股权转让方式取得重庆致贯股权。重庆致贯已于 2020 年 12 月 23 日完成相关工商变更登记，发行人成为重庆致贯股东并持有 35%股权。

2020 年及 2021 年 1-6 月，重庆致贯的经营业绩情况如下：

单位：万元

2020 年度		**2021 年 1-6 月**	
营业收入	**净利润**	**营业收入**	**净利润**
9,410.54	537.81	**7,131.66**	**256.87**

注：2020 年度财务数据已经审计，2021 年 1-6 月财务数据未经审计。

发行人于 2020 年 12 月 23 日完成收购重庆致贯 35%股权后，该公司 2021 年上半年营业收入实现情况良好。伴随着增资资金的逐步注入，该公司将进一步减少资金压力、进一步加大在研发、市场拓展、内部管理等方面的投入、不断提升盈利水平，该公司未来成长及盈利前景良好。收购重庆致贯 35%股权后，其行业环境、行业政策、税收政策等外部环境并未发生重大不利变化。**截至 2021 年 6 月 30 日，该项长期股权投资不存在减值迹象，无需计提长期股权投资资产减值准备。**

三、关于重庆致贯及其除发行人外的其他股东与发行人股东、董监高、客户、供应商的关联关系、密切关系、资金往来情况

（一）重庆致贯及其股东的基本情况

重庆致贯成立于 2010 年 1 月 13 日，统一社会信用代码为 91500106699274338L，注册资本为 3,707.8652 万元，法定代表人为苏孟波，住所为重庆市北碚区万宝大道 196 号 1-1。

截至本问询函回复出具日，重庆致贯的股东、出资金额及出资比例如下表：

序号	股东名称/姓名	认缴出资金额（万元）	认缴出资比例（%）
1	光大同创	1,297.75	35.00
2	苏孟波	1,233.11	33.26
3	李亚玲	1,177.00	31.74
合　计		**3,707.87**	**100.00**

上述股东中，苏孟波与李亚玲系夫妻关系，其具体情况如下：

苏孟波，男，身份证号为 5102121973********；李亚玲，女，身份证号为 5102121974********。

（二）重庆致贯及其除发行人以外的其他股东与发行人股东、董监高、客户、供应商关联关系、密切关系及资金往来情况

经核查，除马增龙担任重庆致贯董事、李海全担任重庆致贯监事外，重庆致贯、苏孟波、李亚玲与发行人的股东、董事、监事、高级管理人员、主要客户（报告期内前五大客户，下同）、主要供应商（报告期内前五大供应商，下同）之间

不存在关联关系或其他密切关系。根据苏孟波、李亚玲出具的问卷调查表、发行人及其股东、董事、监事、高级管理人员提供的银行流水等资料，报告期内，苏孟波、李亚玲与发行人的股东、董事、监事、高级管理人员、主要客户、主要供应商之间不存在资金往来的情形。

报告期内，重庆致贯存在向发行人主要供应商安徽明讯新材料科技股份有限公司（以下简称“安徽明讯”）采购生产模切类产品所需的保护膜等原材料的情形；安徽明讯为一家专业的保护膜、胶带及材料供应商，上述采购为正常的商业往来，对应的资金往来系该商业行为所致；除此之外，重庆致贯与发行人的股东、董事、监事、高级管理人员、主要客户、主要供应商之间不存在资金往来的情形。

（三）重庆致贯与公司客户供应商重叠情况

重庆致贯的主营业务为向光电显示企业提供各类功能性模切产品、柔性材料；其生产销售的功能性产品主要应用于光电显示领域，其客户群体主要为京东方、惠科股份等光电显示企业。报告期内公司与重庆致贯不存在客户重叠的情况。重庆致贯主营产品为功能性模切产品，主要原材料为保护膜、胶带、导电材料、离型膜等，鉴于发行人也部分从事功能性模切类产品的生产，因此双方存在供应商重叠的情况。**报告期内，公司向重叠供应商采购金额分别为 212.24 万元、1,024.62 万元、2,426.85 万元和 703.08 万元，占公司采购总额的比例分别为 0.98%、3.17%、5.32%和 2.60%，占比较低。报告期内公司向安徽明讯的采购金额分别为 0 万元、708.98 万元、1,897.89 万元和 390.93 万元，2019 年、2020 年、2021 年 1-6 月采购金额占向重叠供应商采购总额的比例为 69.20%、78.20%和 55.60%，占比较高、为主要的重叠供应商。不考虑安徽明讯后，报告期内公司向重叠供应商的采购金额分别为 212.24 万元、315.63 万元、528.96 万元和 312.15 万元，占公司当年采购总金额的比例分别为 0.98%、0.98%、1.16%和 1.15%，报告期内占比整体基本保持稳定。**

安徽明讯成立于 2013 年 3 月，是一家专注于光学薄膜、保护膜、胶带、离型膜等材料研发、生产、销售的高新技术企业，产品主要应用于消费电子、新能源、环保节能等产业领域。公司在 2018 年、2019 年 1-9 月向安徽明讯采购原材料金额分别为 0 万元、55.16 万元，采购金额很小。2019 年 10 月，公司收购昆

山上艺之相关资产扩大功能性产品的生产规模并承接其客户以及供应商资源，开始较大规模向昆山上艺之原有供应商安徽明讯采购胶带、保护膜等原材料。

2018 年、2019 年，重庆致贯未向安徽明讯采购原材料。2020 年 5 月开始重庆致贯逐步开始向安徽明讯采购导电类材料、胶带、保护膜等原材料。报告期内公司未向安徽明讯采购导电类材料而主要为胶带、保护膜。因此，重庆致贯及发行人均向安徽明讯采购的原材料主要内容为胶带、保护膜，**均向安徽明讯采购原材料的期间为 2020 年、2021 年 1-6 月，**具体情况如下：

1、胶带

2020 年及 2021 年 1-6 月，公司与重庆致贯向安徽明讯采购胶带情况如下：

单位：万㎡、万元、元/㎡

期间	项目	公司向安徽明讯采购	重庆致贯向安徽明讯采购	价格差异
2020 年度	采购数量	4.46	13.66	-
	采购金额	78.91	177.67	-
	采购单价	17.70	13.01	4.69
2021 年 1-6 月	**采购数量**	**0.82**	**0.48**	**-**
	采购金额	**5.49**	**11.34**	**-**
	采购单价	**6.73**	**23.72**	**-16.99**

公司及重庆致贯根据下游客户的原材料、性能、规格等要求采购符合下游客户需求的胶带类材料。胶带在材质、规格、材料性能、耐受性等方面均有所不同，不同应用领域、不同品类、不同规格型号胶带的单价存在一定差异。因此，不同公司采购胶带的单位采购价格也会存在一定差异。2020 年公司向安徽明讯采购的胶带平均单价高于重庆致贯，2021 年 1-6 月公司向安徽明讯采购的胶带平均单价低于重庆致贯，主要原因系发行人与重庆致贯采购的胶带在规格型号、型号结构等方面存在较大差异所致，具有合理性。具体情况如下：

（1）发行人采购的胶带与重庆致贯采购的胶带在规格型号、型号结构等方面存在较大差异

2020 年、2021 年 1-6 月，公司与重庆致贯向安徽明讯采购胶带单价区间如

下：

单位：万元

采购单价区间	2021 年 1-6 月				2020 年			
	公司采购情况		重庆致贯采购情况		公司采购情况		重庆致贯采购情况	
	采购金额	占比	采购金额	占比	采购金额	占比	采购金额	占比
30 元以下（含）	**5.49**	**100.00%**	**0.22**	**1.96%**	21.72	27.53%	137.10	77.17%
30 元以上	-	-	**11.12**	**98.04%**	57.20	72.47%	40.57	22.83%
总计	**5.49**	**100.00%**	**11.34**	**100.00%**	**78.91**	**100.00%**	**177.67**	**100.00%**

公司采购的胶带类材料包括单面胶、双面胶、导电胶、铝箔胶等众多品类。由于不同品牌、不同材质、不同规格及性能等因素，胶带材料单价从最低约 1 元/㎡到几百元/㎡不等。3M、TESA 等知名品牌胶带因其材料性能稳定、耐受性高、品牌认知度强等特点，价格通常高于其他品牌胶带。

2020 年，发行人向安徽明讯采购的胶带中，单价 30 元以上的采购金额占比为 72.47%，主要为知名品牌 TESA、3M、日东双面胶，单价相对较高；重庆致贯向安徽明讯采购的胶带中，单价 30 元以下的采购金额占比为 77.17%，主要为普通双面胶，单价相对较低。2021 年 1-6 月，发行人向安徽明讯采购的胶带均为普通单面胶，单价相对较低；重庆致贯向安徽明讯采购的胶带中，单价 30 元以上的采购金额占比为 98.04%，主要为知名品牌 3M 双面胶，单价相对较高。

公司及重庆致贯根据下游客户的原材料、性能、规格等要求采购符合下游客户需求的胶带类材料。受上述胶带产品型号结构存在差异因素影响，2020 年、2021 年 1-6 月公司向安徽明讯采购胶带的单价与重庆致贯采购单价存在一定差异，具有合理性。

2020 年、2021 年 1-6 月，公司与重庆致贯二者未向安徽明讯采购同型号的胶带。

（2）公司向安徽明讯采购胶带价格与向其他主要供应商采购胶带价格的对比情况

胶带类产品受功能、品质、规格型号、供应商类型等因素影响较大，单位价

格存在一定差异。**报告期内公司采购的胶带中，同时存在安徽明讯及其他供应商（采购金额超过 1 万元）的前五大品号单价对比如下：**

单位：元/㎡

序号	名称	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
8301-0344000					
1	苏州鑫义康应用材料有限公司	**66.38**	55.57	53.04	-
2	安徽明讯	**-**	53.04	-	-
8301-0377000					
1	德莎胶带（上海）有限公司	**72.36**	72.36	72.36	-
2	安徽明讯	**-**	72.36	-	-
8301-0366000					
1	德莎胶带（上海）有限公司	**23.54**	24.33	25.00	-
2	安徽明讯	**-**	25.00	-	-
8301-0273000					
1	上海积呈新材料科技有限公司	**282.05**	282.05	282.05	-
2	安徽明讯	**-**	282.05	-	-
8301-0381000					
1	**德莎胶带（上海）有限公司**	**98.03**	**98.03**	**98.03**	-
2	**安徽明讯**	**-**	**98.03**	-	-

报告期内公司采购的胶带中，同时存在安徽明讯及其他供应商（采购金额超过 1 万元）的前五大品号采购单价无显著差异。

2、保护膜

2020 年及 2021 年 1-6 月，公司与重庆致贯向安徽明讯采购保护膜情况如下：

单位：万㎡、万元、元/㎡

期间	项目	公司向安徽明讯采购	重庆致贯向安徽明讯采购	价格差异
2020 年度	采购数量	303.18	65.78	-
	采购金额	1,428.49	138.76	-
	采购单价	4.71	2.11	2.60

2021 年 1-6 月	采购数量	80.10	55.31	-
	采购金额	278.75	165.88	-
	采购单价	3.48	3.00	0.48

公司及重庆致贯根据下游客户的原材料、性能、规格等要求采购符合下游客户需求的保护膜材料。不同品类保护膜软硬度、可拉伸程度、抗冲击程度存在一定差异，材料等级、厚度、规格等也有所不同，各品类保护膜单价存在一定差异。因此，不同公司采购保护膜的单位采购价格也会存在一定差异。2020 年和 2021 年 1-6 月，公司向安徽明讯采购的保护膜平均单价高于重庆致贯，主要原因系发行人采购的保护膜主要为较高单价型号、规格型号的结构存在差异所致，具有合理性，具体情况如下：

（1）发行人采购的保护膜主要为较高单价型号，导致其平均采购单价相对较高

公司向安徽明讯采购的保护膜包括 PET 单/双层保护膜、PE 单/双层保护膜、BOPP 单层保护膜等多个品类，主要用于生产过程中的转贴、隔离保护等。**2020 年、2021 年 1-6 月，公司与重庆致贯向安徽明讯采购保护膜单价区间如下：**

单位：万元

采购单价区间	2021 年 1-6 月				2020 年			
	公司采购情况		重庆致贯采购情况		公司采购情况		重庆致贯采购情况	
	采购金额	占比	采购金额	占比	采购金额	占比	采购金额	占比
3 元以下（含）	**50.04**	**17.95%**	**100.64**	**60.67%**	105.07	7.35%	132.00	95.13%
3 元以上	**228.71**	**82.05%**	**65.24**	**39.33%**	1,323.42	92.64%	6.76	4.87%
总计	**278.75**	**100.00%**	**165.88**	**100.00%**	1,428.49	100.00%	138.76	100.00%

2020 年、2021 年 1-6 月，发行人向安徽明讯采购的保护膜中，单价 3 元以上的采购金额占比分别为 92.64%、82.05%，主要为 PET 保护膜，硬度及抗冲击度较高，单价相对较高；重庆致贯向安徽明讯采购的保护膜中，单价 3 元以上的采购金额占比分别为 4.87%、39.33%。受较高单价产品采购占比较高因素影响，公司向安徽明讯采购保护膜的单价均高于重庆致贯采购单价。

2020 年、2021 年 1-6 月，公司与重庆致贯未向安徽明讯采购同型号的保护

膜。

（2）公司向安徽明讯采购保护膜价格与向其他主要供应商采购保护膜价格的对比情况

保护膜受产品类型、产品结构等因素影响，单位价格存在一定差异。**报告期内公司采购的保护膜中，同时存在安徽明讯及其他供应商（采购金额超过 1 万元）的前五大品号单价对比如下：**

单位：元/㎡

序号	名称	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
8303-0166000					
1	东莞市亮雅塑料制品有限公司	-	6.55	6.82	7.05
2	安徽明讯	-	6.54	6.56	-
3	苏州宾特利胶粘制品有限公司	-	-	6.98	6.98
4	西藏铱钛电子科技有限公司	-	-	-	7.06
8303-0174000					
1	深圳新枝包装材料有限公司	-	2.34	2.37	2.39
2	安徽明讯	-	2.35	-	-
8303-0024000					
1	**武汉弘巨通电子科技有限公司**	**-**	**1.32**	**1.32**	**1.32**
2	**厦门晟达工贸有限公司**	**-**	**-**	**-**	**1.32**
3	**安徽明讯**	**-**		**1.06**	
8303-0352000					
1	深圳新枝包装材料有限公司	-	-	1.84	-
2	安徽明讯	-	1.84	-	-
8303-0453000					
1	**太仓新宏电子科技有限公司**	**2.05**	**2.05**	**2.05**	**-**
2	**安徽明讯**	**-**	**2.05**	**-**	**-**

报告期内公司采购的保护膜中，同时存在安徽明讯及其他供应商（采购金额超过 1 万元）的前五大品号采购单价无显著差异。

综上所述，报告期内公司与重庆致贯不存在客户重叠的情况；公司与重庆致贯存在供应商重叠的情况，主要重叠供应商为安徽明讯；公司向主要重叠供应商安徽明讯采购胶带、保护膜的价格与重庆致贯向其采购的产品价格存在一定差异，具有合理性；**报告期内公司采购的胶带、保护膜中，同时存在安徽明讯及其他供应商（采购金额大于 1 万元）的主要品号产品采购单价无显著差异，价格具有合理性。**

四、保荐机构、申报会计师核查意见

（一）核查过程

保荐机构、申报会计师主要执行了以下核查程序：

1、查阅了重庆致贯的财务报表及审计报告，了解其财务状况及经营业绩；

2、查阅了发行人收购取得重庆致贯 35%股权的相关协议以及工商变更登记文件；查阅了发行人支付股权转让款及增资款的回单，检查款项支付情况；访谈发行人实际控制人、董事长，了解收购重庆致贯股权的原因；

3、查阅了关于收购重庆致贯股权的资产评估报告，查阅了其评估方法以及相关评估指标；将收购重庆致贯的市盈率与行业以及同行业上市公司进行对比，分析收购定价依据的公允性及合理性；

4、查阅了重庆致贯的财务报表，分析其经营情况、行业环境等因素是否发生重大变化；

5、获取重庆致贯的工商档案、公司章程及股东李亚玲、苏孟波的身份证件，查阅了其股权结构情况；取得了除发行人外的其他股东填写的调查问卷；

6、查阅了发行人以及重庆致贯在报告期内的主要客户及主要供应商清单，通过国家企业信用信息公示系统及互联网检索方式核查其股东以及董事、监事、高级管理人员情况；

7、查询并核查了报告期内发行人及其控股股东、实际控制人，董事、监事、高级管理人员、其他关键人员等主要关联方的调查问卷、银行账户流水记录，并通过国家企业信用信息公示系统及互联网检索方式复核；

8、查阅了重庆致贯、发行人、李亚玲、苏孟波、发行人主要供应商出具的确认文件及对苏孟波的访谈记录等；

9、获取公司与重庆致贯的客户及供应商清单，对比分析公司与重庆致贯是否存在重叠的客户与供应商；获取发行人与重庆致贯采购明细表，分析报告期内公司与重庆致贯向主要重叠供应商安徽明讯采购的主要相同原材料的价格差异情况及差异的具体原因，分析报告期内公司采购的胶带、保护膜中，同时存在安徽明讯及其他供应商的主要品号产品采购单价是否存在差异以及差异存在的原因。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、重庆致贯的主要业务范围与发行人业务有较强的关联性；以 5,500 万元取得重庆致贯 35%股权的原因合理，收购价格公允，定价依据合理；评估所采用的方法及评估价值合理；

2、发行人对重庆致贯的期末长期股权投资不存在减值迹象、无需计提减值准备；

3、报告期内，除马增龙系重庆致贯董事、李海全系重庆致贯监事外，重庆致贯、苏孟波、李亚玲与发行人的股东、董事、监事、高级管理人员、主要客户、主要供应商之间不存在关联关系或其他密切关系。除重庆致贯与安徽明讯存在正常的业务来往以及由此产生的资金往来外，报告期内，重庆致贯、苏孟波、李亚玲与发行人的股东、董事、监事、高级管理人员、主要客户、主要供应商之间不存在其他资金往来的情形。报告期内公司与重庆致贯不存在客户重叠的情况；公司与重庆致贯存在供应商重叠的情况，主要重叠供应商为安徽明讯；公司向主要重叠供应商安徽明讯采购胶带、保护膜的价格与重庆致贯向其采购的产品价格存在一定差异，具有合理性；**报告期内公司采购的胶带、保护膜中，同时存在安徽明讯及其他供应商（采购金额大于 1 万元）的主要品号产品采购单价无显著差异，价格具有合理性。**

五、资产评估机构核查意见

（一）核查过程

资产评估机构主要执行了以下核查程序：

1、查阅了重庆致贯的财务报表及审计报告，了解其财务状况及经营业绩；

2、查阅了关于收购重庆致贯股权的资产评估报告，查阅了其评估方法以及相关评估指标；将收购重庆致贯的市盈率与行业以及同行业上市公司进行对比，分析收购定价依据的公允性及合理性。

（二）核查意见

经核查，资产评估机构认为发行人收购重庆致贯 35%股权的评估报告所采用的方法及评估结果具备合理性。

5、关于主营业务收入

申报文件显示：

（1）报告期各期，发行人主营业务收入分别为 48,493.27 万元、65,282.42 万元、81,884.50 万元，2019 年和 2020 年分别增长 34.62%、25.43%，发行人产品主要应用于个人电脑、智能手机及周边。2016 年至 2019 年全球笔记本电脑出货量基本持平，2020 年增长 13.91%，2017 年以来全球及全国智能手机出货量呈逐年下降趋势。

（2）报告期各期，发行人防护型产品销售收入分别为 34,722.19 万元、42,763.02 万元、46,806.31 万元，2019 年快速增加、2020 年较为稳定，防护型产品以个人电脑类为主。

（3）报告期各期，发行人功能性产品销售收入分别为 12,075.09 万元、20,955.88 万元、33,237.27 万元，占主营业务收入的比例分别为 24.90%、32.10%、40.59%，金额及占比均快速增加，其中个人电脑类的功能性产品销售金额分别为 192.05 万元、3,461.85 万元、15,078.95 万元，智能手机及周边类销售金额分别为 11,681.61 万元、17,360.72 万元、17,938.40 万元。

（4）发行人未披露电子配件类防护型产品、个人电脑类功能性产品的产品单价以及各类别产品的产销量等数据。

（5）发行人披露存在 VMI 销售模式，但未披露具体的销售金额、客户、收入确认凭据。

请发行人：

（1）结合全球笔记本电脑出货量较为平稳、智能手机出货量逐年下降等分析并说明主营业务收入快速增加的原因，按照最终用途划分发行人产品主要应用于个人电脑的原因，应用于个人电脑与智能手机类产品的技术要求对比，发行人产品应用于智能手机及周边类产品的市场拓展是否存在障碍。

（2）说明个人电脑类防护型产品销售收入 2019 年增速较快、2020 年较为稳定，以及与个人电脑出货量的变动趋势相反的原因。

（3）按照防护型产品及功能性产品具体类别划分主营业务收入，并结合具体收入类别说明个人电脑类的功能性产品报告期内爆发式增长的原因、主要的客户情况，2019 年智能手机及周边类的功能性产品销售增加较多的原因。

（4）按照《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 28 号——创业板公司招股说明书（2020 年修订）》（以下简称《招股说明书准则》）第五十一条的规定，披露电子配件类防护型产品、个人电脑类功能性产品的产品单价以及各类别产品的产销量等数据。

（5）披露报告期各期 VMI 模式下收入金额、收入确认凭证、是否取得客户的书面确认、涉及的主要客户及对应客户 VMI 模式的销售金额。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明对于主要客户的发函金额、回函比例、回函主体（公司回函、部门回函、个人回函）、回函确认金额及比例，以及对主要客户的访谈情况。

【回复】

一、结合全球笔记本电脑出货量较为平稳、智能手机出货量逐年下降等分析并说明主营业务收入快速增加的原因，按照最终用途划分发行人产品主要应用

于个人电脑的原因，应用于个人电脑与智能手机类产品的技术要求对比，发行人产品应用于智能手机及周边类产品的市场拓展是否存在障碍

（一）结合全球笔记本电脑出货量较为平稳、智能手机出货量逐年下降等分析并说明主营业务收入快速增加的原因

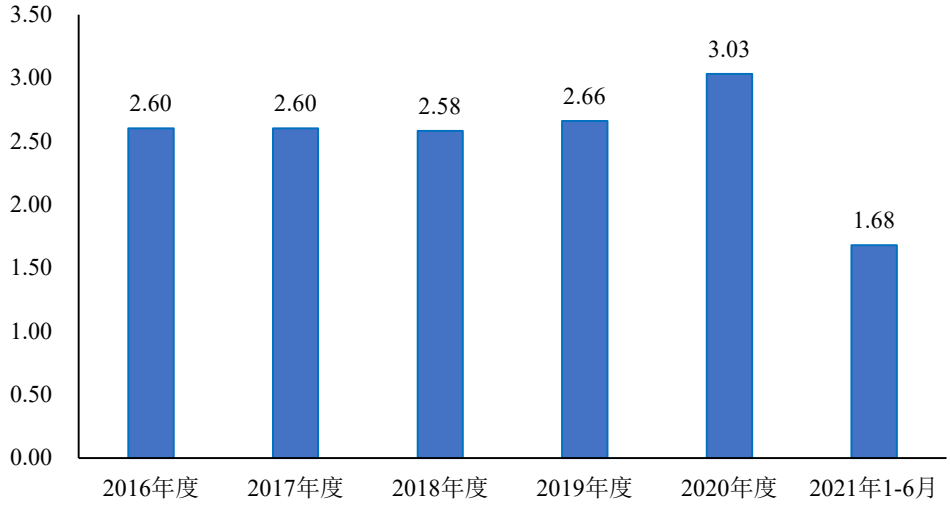
1、全球笔记本电脑市场、智能手机及智能穿戴设备的市场发展情况

近年来全球笔记本电脑市场、智能手机及智能穿戴设备的市场发展情况如下：

（1）全球个人电脑及笔记本电脑市场的出货量情况

根据 IDC 数据，自 2016 年以来全球个人电脑出货量基本保持稳定。2020 年，疫情催生的居家办公及远程学习需求使得全球个人电脑出货量增长幅度相对较大，达到 3.03 亿台、同比上升 13.91%。**2021 年 1-6 月，因疫情催生的居家办公及远程学习等需求仍在延续，全球个人电脑出货量为 1.68 亿台，同比增长 30.93%。**

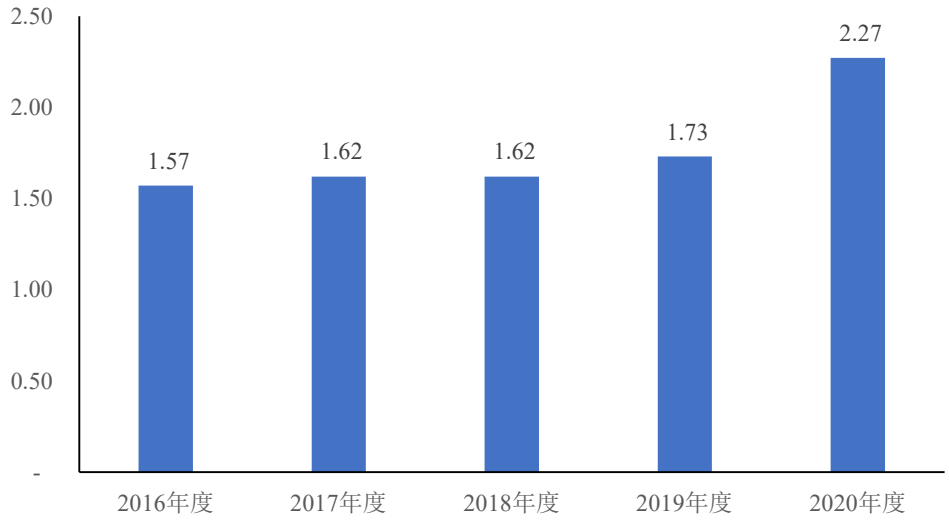
全球个人电脑出货量（单位：亿台）



数据来源：IDC

根据 Statista 和 Strategy Analytics 的数据，2016 年至 2019 年，全球笔记本电脑出货量基本保持稳定。2020 年，疫情催生的居家办公及远程学习需求使得全球笔记本电脑出货量增长幅度相对较大，达到 2.27 亿台、同比上升 31.21%。

全球笔记本电脑出货量（单位：亿台）

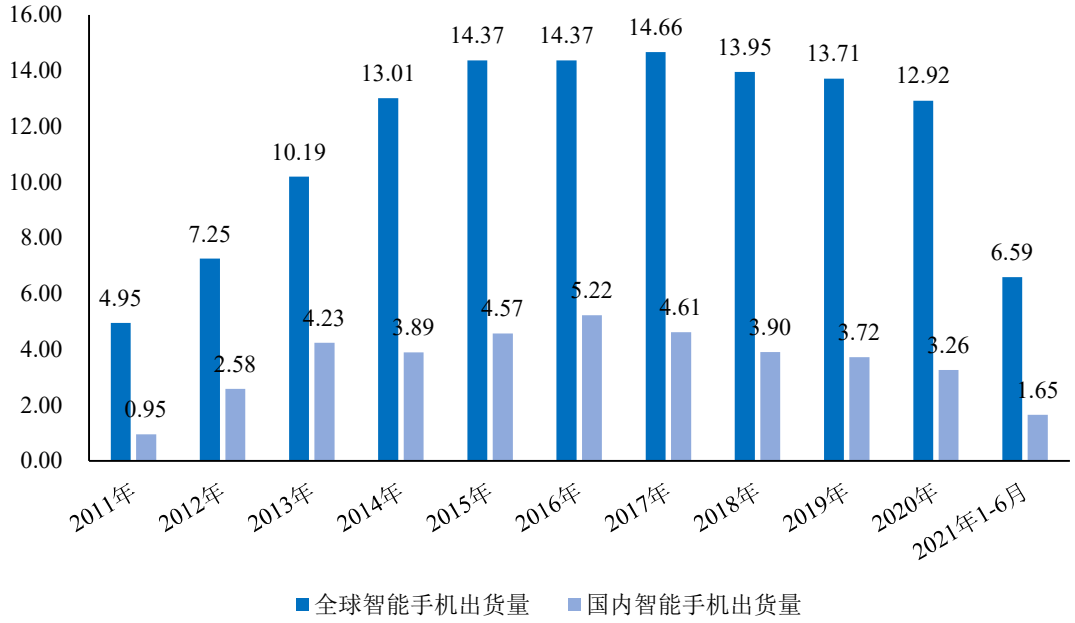


数据来源：Statista、Strategy Analytics

（2）全球智能手机市场的出货量情况

2011 年至 2020 年，全球智能手机出货量增长迅速，由 4.95 亿台增长至 12.92 亿台、年复合增长率约 11%。同时中国已逐步成长成为全球重要的智能手机市场，2020 年国内智能手机出货量达到 3.26 亿台，占全球手机出货量的比例约为 25%。受益于整体社会经济的发展、消费电子信息技术的不断进步、智能手机行业竞争、智能手机制造工艺水平的不断提升等积极因素，国内智能手机逐渐普及，出货量在 2011 年至 2016 年间保持了快速的增长。随着智能手机的逐渐普及，目前市场需求主要以更新换代为主。

全球及国内智能手机出货量（单位：亿台）

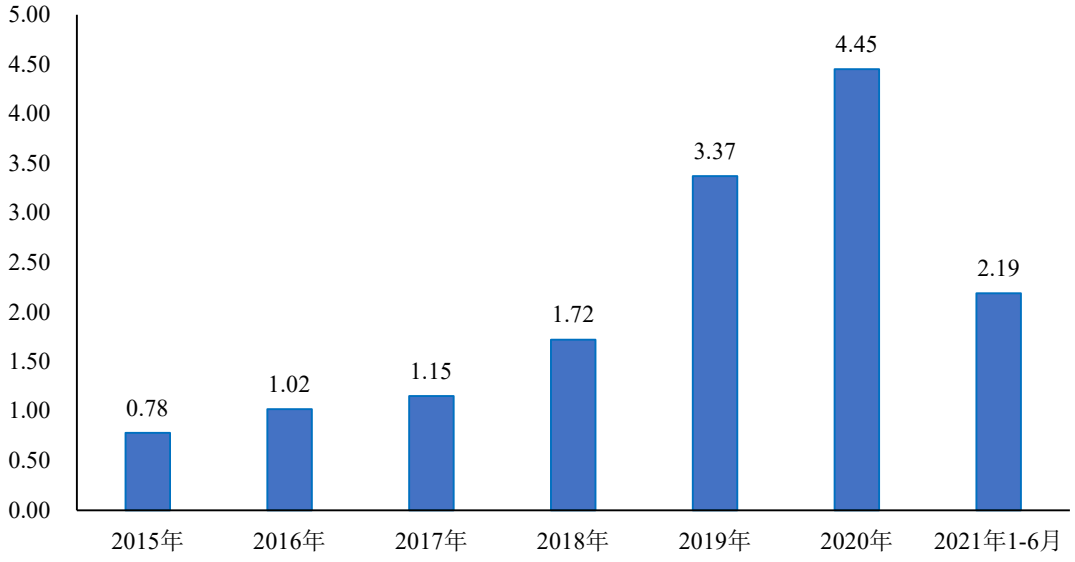


数据来源：IDC

（3）全球智能穿戴设备市场的出货量情况

2014 年以来，随着智能手环、智能手表、智能耳机等智能穿戴设备的逐步推出、产品不断升级，其渗透率快速提升，全球智能穿戴设备市场规模迅速扩大。据 IDC 数据，2020 年全球可穿戴设备销售数量达 4.45 亿部，同比保持良好增长态势。

全球智能穿戴设备出货量（单位：亿台）



数据来源：IDC

2、发行人报告期内主营业务收入快速增加的原因分析

公司主营业务按产品应用领域分类的收入情况如下表所示：

单位：万元

产品名称	应用领域	2021 年 1-6 月	2020 年度		2019 年度		2018 年度
		金额	金额	变动	金额	变动	金额
防护性产品	个人电脑类	**18,837.21**	35,253.51	3,063.07	32,190.44	5,484.17	26,706.27
	电子配件类	**1,820.33**	3,878.30	-289.69	4,167.99	845.11	3,322.88
	其他类	**4,514.96**	7,674.50	1,269.91	6,404.59	1,711.54	4,693.05
小计		**25,172.49**	**46,806.31**	**4,043.29**	**42,763.02**	**8,040.83**	**34,722.19**
功能性产品	智能手机及周边类	**5,449.12**	17,938.40	577.68	17,360.72	5,679.11	11,681.61
	个人电脑类	**9,805.97**	15,078.95	11,617.10	3,461.85	3,269.80	192.05
	其他类	**330.81**	219.91	86.61	133.30	-68.13	201.43
小计		**15,585.91**	**33,237.27**	**12,281.39**	**20,955.87**	**8,880.79**	**12,075.09**
其他		**1,645.02**	**1,840.92**	**277.39**	**1,563.53**	**-132.46**	**1,695.99**
合计		**42,403.42**	**81,884.50**	**16,602.08**	**65,282.42**	**16,789.15**	**48,493.27**

报告期内公司主营业务收入的金额分别为 48,493.27 万元、65,282.42 万元、81,884.50 万元和 42,403.42 万元，2019 年、2020 年分别同比增加 16,789.15 万元、16,602.08 万元，分别同比增长 34.62%、25.43%，公司主营业务收入金额增长较为迅速。

2019 年较 2018 年，应用领域为个人电脑的防护性产品及功能性产品、应用领域为智能手机及周边类的功能性产品为主要的增长影响因素，上述产品合计收入金额同比增加 14,433.08 万元。

2020 年较 2019 年，应用领域为个人电脑（含防护性及功能性）的产品为主要的增长影响因素，收入金额同比增加 14,680.17 万元。

报告期内上述产品营业收入金额增长的具体原因如下：

（1）发行人报告期内个人电脑类产品收入金额增长情况分析

1）2019 年公司个人电脑类产品收入金额增长情况

2019 年度，全球个人电脑出货量达 2.66 亿台，较 2018 年度有所提升，出货量平稳增长且保持较高水平。2019 年，公司应用于个人电脑的防护性产品收入金额同比增加 5,484.17 万元，应用于个人电脑的功能性产品收入金额同比增加 3,269.80 万元，合计同比增加 8,753.97 万元，增长金额相对较大。

①2019 年公司个人电脑类防护性产品收入金额增长情况分析

2019 年度公司个人电脑类防护性产品收入金额较 2018 年度增加 5,484.17 万元、同比增长 20.54%，其中公司向主要客户之一联想集团提供个人电脑类防护性产品实现收入金额较 2018 年度增加 4,051.67 万元、同比增长 20.59%，为 2019 年公司个人电脑类防护性产品收入金额增长的主要增长因素，具体情况如下：

A、2019 年公司紧跟行业发展趋势、稳步推进战略布局，境外生产基地产能逐步释放、销量不断增加。2019 年墨西哥生产基地个人电脑类防护性产品实现对联想集团收入金额 2,106.26 万元，较 2018 年同比增长 1,720.56 万元。

B、联想集团个人电脑在全球市场中的市场占有率有所提升，根据 IDC 数据，联想集团 2019 年度个人电脑出货量约为 0.65 亿台、较 2018 年度增长 8.35%，市场占有率由 23.1%提升至 24.2%，增速高于全球个人电脑出货量。联想集团作为发行人报告期内主要客户之一，双方结成了紧密的合作关系。伴随联想集团在全球个人电脑市场中的份额逐步提升，公司相关个人电脑类防护性产品的收入金额也相应有所增长。

C、受美元兑人民币汇率波动等多因素影响，公司 2019 年度对联想集团个人电脑类防护性产品单价同比增长 6.08%，带动公司对联想集团个人电脑防护类产品收入提升。报告期内发行人与联想集团内的部分子公司通过美元计价结算，2019 年较 2018 年美元较人民币升值且幅度相对较大，对发行人部分以美元结算的产品销售单价上升产生积极影响。根据中国外汇交易中心数据，2018 年和 2019 年全年美元兑人民币平均汇率分别为 6.6174、6.8985，以上述平均汇率计算 2019 年美元兑人民币平均汇率同比上升 4.25%，升值幅度相对较大，对公司向联想集团提供的个人电脑类防护性产品的单位价格产生了积极影响。

②2019 年公司个人电脑类功能性产品收入金额增长情况分析

公司 2019 年度个人电脑类功能性产品收入较 2018 年度增加 3,269.80 万元，同比增长 1,702.60%、增长幅度较大。

2019 年度，公司收购了昆山上艺的相关资产并承接其客户资源，鉴于客户资源的承接和转换需要一定时间，在客户的供应商完全转换至发行人之前，公司存在向昆山上艺销售功能性产品并由其销售给最终客户的情形。公司 2019 年个人电脑类功能性产品对昆山上艺的销售收入为 2,726.70 万元，是公司当年个人电脑类功能性产品收入增长的主要原因。

2）2020 年公司个人电脑类产品收入金额增长情况

2020 年，受益于疫情带来的居家办公及远程学习需求等积极因素，全球个人电脑出货量增长幅度相对较大，达到 3.03 亿台、同比上升 13.91%，增长情况良好。2020 年公司应用于个人电脑类的防护性产品收入金额同比增加 3,063.07 万元，应用于个人电脑类的功能性产品收入金额同比增加 11,617.10 万元，合计同比增加 14,680.17 万元，增长金额相对较大。

①2020 年公司个人电脑类防护性产品收入金额增长情况分析

公司 2020 年个人电脑类防护性产品收入较 2019 年度增加 3,063.07 万元、同比增长 9.52%，与全球个人电脑出货量的增长趋势保持一致，增长情况良好。

②2020 年公司个人电脑类功能性产品收入金额增长情况分析

公司 2020 年个人电脑类功能性产品收入较 2019 年度增加 11,617.10 万元，同比增长 335.57%、增长幅度较大，主要原因如下：

A、公司应用于个人电脑的碳纤维类功能性产品产能逐步释放，相关收入金额增加

2019 年 1 月公司与无锡山秀合作成立合肥山秀，计划从事碳纤维背板产品的生产及销售业务。2020 年该类产品开始向客户进行供货并实现销售，当年公司应用于个人电脑的碳纤维类功能性产品实现收入 2,521.35 万元，收入金额增长较大。

B、2019 年公司完成收购昆山上艺的相关资产并承接其部分客户资源，公司个人电脑类产品的客户资源进一步拓展、客户结构进一步优化

2019 年公司完成收购了昆山上艺的相关资产并逐步承接其客户资源，依托昆山上艺相关资产带来的产能增长以及客户合作基础，一方面，公司在个人电脑防护性产品充分合作的前提上，与纬创资通等客户拓展了在个人电脑类功能性产品方面的合作；另一方面，公司客户资源进一步丰富、客户结构进一步优化。2020 年公司通过昆山上艺直接及间接实现的个人电脑类功能性产品收入金额为 10,905.55 万元、同比增加 7,875.89 万元，增长幅度相对较大。

（2）发行人报告期内智能手机及周边类产品收入金额增长情况分析

报告期内，公司智能手机及周边类产品收入结构如下表所示：

单位：万元

应用领域	2021 年 1-6 月	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	金额	金额	变动	金额	变动	金额
智能手机类	**2,282.86**	6,217.40	2,953.28	3,264.12	2,200.14	1,063.98
智能穿戴类	**3,166.26**	11,721.01	-2,375.59	14,096.60	3,478.97	10,617.63
合计	**5,449.12**	**17,938.40**	**577.68**	**17,360.72**	**5,679.11**	**11,681.61**

1）2019 年公司智能手机及周边类功能性产品收入金额增长情况

2019 年度，全球智能手机出货量约 13.71 亿台，出货量较前一年有所下降但行业规模依然保持在较高水平，相关产业链市场规模较大；全球智能穿戴设备出货量约 3.37 亿台，较上一年度增长 95.93%，增速较快。

2019 年度，公司智能手机及周边类功能性产品实现收入 17,360.72 万元，同比增加 5,679.11 万元，同比增长 48.62%、增长幅度相对较大。其中智能手机类功能性产品同比增加 2,200.14 万元、智能穿戴类功能性产品同比增加 3,478.97 万元，具体情况如下：

2019 年，公司智能手机类功能性产品实现收入增长 2,200.14 万元，主要是由于公司进一步拓展智能手机功能性产品业务的客户资源、客户数量不断增加所

致。一方面，2019 年度公司收购昆山上艺的相关经营性资产并承接其客户资源，客户数量增加、客户资源进一步拓展，带来智能手机类功能性产品收入 1,303.94 万元；另一方面，公司持续加大智能手机类功能性产品的投入、进一步加强与伟创力、联想集团等企业合作，带动收入增长。2019 年，上述两客户智能手机功能性产品收入金额同比增加 633.65 万元。

2019 年，公司智能穿戴类功能性产品实现收入增长 3,478.97 万元，主要是全球智能穿戴设备出货量增长较快、行业规模持续扩张，下游市场需求规模不断扩大；同时公司具有较强的研发体系与研发能力，积极开展新品类、新工艺、新材料的研究、开发与应用，在智能穿戴类功能性产品相关领域拥有较为成熟的技术与工艺储备，与立讯精密、歌尔股份、英华达等制造服务商建立良好的合作关系。受上述因素影响，公司应用于智能穿戴领域的功能性产品收入金额增长幅度相对较大。

2）2020 年公司智能手机及周边类功能性产品收入金额增长情况

2020 年度，全球智能手机出货量约为 12.92 亿台，出货量同比有所下滑；全球智能穿戴设备出货量约为 4.45 亿台，较 2019 年增长 32.05%。

2020 年，公司智能手机及周边类功能性产品实现收入 17,938.40 万元、同比增长 3.33%，增长幅度相对较小、基本保持稳定。

2020 年，公司智能手机类功能性产品实现收入同比增长 2,953.28 万元，在全球智能手机出货量下滑的背景下，公司实现收入增长主要是公司收购昆山上艺相关资产后承接了其客户资源，逐步同和硕科技直接建立业务合作联系，2020 年公司智能手机类功能性产品实现对和硕科技的收入为 4,093.93 万元，为 2020 年公司智能手机类功能性产品收入增长的主要原因。

2020 年，公司智能穿戴类功能性产品实现收入同比下降 2,375.59 万元、同比下降 16.85%，主要是由于终端品牌商在其智能穿戴产品的制造服务商进行相应的调整，受终端品牌上述调整因素影响，2020 年公司智能穿戴类功能性产品中来自于英华达的收入同比减少 2,540.44 万元，为 2020 年公司智能穿戴类功能性产品收入金额下降的主要影响因素。

综上所述，公司主营业务收入快速增加与公司持续扩张产能、开拓推出新产品、收购整合并承接拓展优质客户资源、下游行业的发展、美元兑人民币汇率、终端品牌商的调整等因素相关，收入变动情况受上述因素的综合影响。报告期内公司部分产品的收入增长受下游行业发展出货量的影响但与其变化趋势不完全一致，具有合理性。

（二）按照最终用途划分发行人产品主要应用于个人电脑的原因

公司产品主要为消费电子防护性及功能性产品，广泛应用于个人电脑、智能手机、智能穿戴设备等消费电子产品及其组件。**报告期内，公司主营业务收入中应用于个人电脑领域的产品（含防护性产品及功能性产品）收入金额分别为26,898.31万元、35,652.29万元、50,332.46万元、28,643.18万元，占主营业务收入金额的比例分别为55.47%、54.61%、61.47%、67.55%，个人电脑为公司产品的主要应用领域。**

1、个人电脑为消费电子行业的重要组成部分，市场规模巨大且发展前景良好

个人电脑作为应用广泛的电子产品，其功能涵盖了办公、通讯、娱乐、影视、游戏等工作生活的各方面，市场需求巨大。近年来，随着社会经济发展水平的提升以及个人电脑性能配置、工业设计、屏幕体验等因素的持续进步，个人电脑行业保持了较为旺盛的市场需求，为产业链上的企业提供了良好的发展空间。展望未来，疫情带来的工作模式、学习方式与生活方式的变化将在一定程度上得以持续，居家办公与远程学习对个人电脑市场需求较为刚性，随着个人电脑产品加速创新与快速迭代，个人电脑行业仍将拥有广阔的市场空间，为公司未来市场开拓与业务成长提供了良好的条件。

2、公司自成立以来即专注于消费电子行业并关注个人电脑领域，逐步积累了联想集团、仁宝电脑、纬创资通等优质客户资源，发行人在该领域不断深入和发展

公司自成立以来始终专注于消费电子行业，成立初期公司主要提供应用于消费电子领域的防护性产品。公司成立初期，国内个人电脑下游市场规模较大，同

时伴随国际产业转移，具有区位交通、资金、人力等优势的珠三角及长三角地区成为国内消费电子产业发展的重要集聚地，全球消费电子领域的重要企业均在境内设立生产基地及组装基地并极大带动消费电子上游产业链的市场需求，市场前景广阔。公司在此过程中，凭借消费电子产品领域拥有的丰富的研发与生产经验、成熟的生产工艺和快速响应能力、良好的本地化服务能力等竞争优势，积极拓展了联想集团、仁宝电脑、纬创资通等优质客户资源，在个人电脑领域不断深入和发展。

公司成立后伴随智能手机市场的迅速发展以及近年来智能穿戴设备市场的扩展，公司在原有的个人电脑领域之外也积极关注上述应用领域的发展并积极开发产品进入上述应用领域。

综上所述，个人电脑为消费电子行业的重要组成部分，市场规模巨大且发展前景良好；公司自成立以来即专注于消费电子行业并关注个人电脑领域，积累了优质客户资源。因此按最终用途划分，公司产品主要应用于个人电脑领域，具有合理性。

（三）应用于个人电脑与智能手机类产品的技术要求对比，发行人产品应用于智能手机及周边类产品的市场拓展是否存在障碍

1、应用于个人电脑与智能手机领域产品的技术要求对比

公司应用于个人电脑领域的产品包括个人电脑类防护性产品与个人电脑类功能性产品，其中个人电脑类功能性产品主要为模切类产品。应用于智能手机及智能穿戴类的产品为模切类产品。

应用于不同终端产品的功能性模切类产品具有一定相似性。模切类产品通过选择并集成不同功能特性的原材料，运用模切、贴合等工艺完成原材料的加工与组合，成为具有特定形状、多层次结构、集成多种功能的元器件，主要用于满足消费电子产品内外部粘贴、缓冲、防电磁干扰、表面防护、标识、导电、散热等功能需求。**应用于个人电脑、智能手机及智能穿戴领域的产品在技术要求方面存在一定相似性，技术要求对比情况如下：**

主要对比	个人电脑类	智能手机类	智能穿戴类

核心工序	贴合、模切		
生产工艺差异	主辅设备流程作业：综合运用模切设备（主设备）与其他辅助设备，设计合理流程产线，通过贴合、模具冲切等工序，使具备一定功能特性原材料形成特定形状与结构层次的功能性产品	多台主设备联机，主辅设备流程作业：综合运用多台模切设备（主设备）与其他辅助设备，设计合理流程产线，通过贴合、模具冲切等工序，使具备一定功能特性原材料形成特定形状与多结构层次的功能性产品	圆刀机连续复合切型，一体完成模切：针对多结构层次且高精密度的产品，通过自主改进模切工艺，利用圆刀机轮转设计，一体化完成多次复合与连续模切
产品精度	±0.20mm	±0.10mm	±0.10mm

智能手机及智能穿戴领域产品内部结构相对更为复杂与精密，应用于智能手机及智能穿戴领域的产品技术指标要求相对较为苛刻、对工艺要求更高。公司掌握材料结合、网罩切割、精密模切、磨具设计开发、冲型加工、多层复合等多个成熟工艺流程，通过多年的技术研发和积累，具备了折叠拼合式结构缓冲技术、网罩切割技术、复合材料板材的结合牢固技术等多项核心技术，能够充分满足智能手机领域内产品严苛的生产工艺与技术指标。

2、发行人产品拓展智能手机及周边等市场领域是否存在障碍

报告期内，公司应用于智能手机及周边领域的产品收入结构如下表所示：

单位：万元

产品名称	具体应用领域	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
智能手机及周边类功能性产品	智能手机类	**2,282.86**	6,217.40	3,264.12	1,063.98
	智能穿戴类	**3,166.26**	11,721.01	14,096.60	10,617.63
合计		**5,449.12**	**17,938.40**	**17,360.72**	**11,681.61**

报告期内，公司应用于智能手机及周边领域的产品收入金额分别为 11,681.61 万元、17,360.72 万元、17,938.40 万元、5,449.12 万元，2018 年-2020 年整体增长情况良好。2021 年 1-6 月，下游智能穿戴产品终端市场需求变动、客户生产基地调整及越南疫情等因素对当期公司智能穿戴类功能性产品的收入金额产生了一定影响。

公司积极拓展应用于智能手机及周边类产品市场领域不存在障碍，具体析如

下：

（1）应用于个人电脑及智能手机、智能穿戴等领域的功能性产品在技术、生产工艺等方面具有相通性，产品之间不具有较大差异

除个人电脑类功能性碳纤维产品外，应用于个人电脑、智能手机与智能穿戴领域的功能性产品均为模切类产品，模切类产品在技术指标、生产工艺具有相通性，具体表现在：

1）应用于个人电脑、智能手机与智能穿戴领域的功能性产品主要用于满足产品内外部粘贴、缓冲、防电磁干扰、表面防护、标识、导电、散热等功能需求，在应用场景与实现功能方面具有相通性，在材料选择方面也具有相通性；

2）尽管因产品精度与结构层次不同，不同产品生产工艺存在一定的差异，但其核心工序均包括贴合与模切、具有相通性，**上述不同应用领域内产品的技术对比情况具体请见本题回复之“1、应用于个人电脑与智能手机领域产品的技术要求对比”。**

公司在消费电子产品领域拥有丰富的研发与生产经验，掌握材料结合、网罩切割、精密模切、磨具设计开发、冲型加工、多层复合等多个成熟工艺流程，通过多年的技术研发和积累，具备了折叠拼合式结构缓冲技术、网罩切割技术、复合材料板材的结合牢固技术等多项核心技术，并通过购置及自主研发先进的自动化生产设备、优化材料选择、改进工艺流程及模具设计等方式，实现了多种工艺流程信息化、智能化、一体化作业，不断提升产品的生产效率和产品质量。

应用于个人电脑、智能手机与智能穿戴领域的功能性模切类产品在应用场景、实现功能、核心工序等方面都具有相通性，公司已掌握相关生产工艺与核心技术，应用于智能手机及周边领域的功能性产品的市场拓展不存在障碍。

（2）报告期内公司应用于智能手机、智能穿戴领域的功能性产品已经成功拓展了立讯精密、歌尔股份、和硕科技等优质客户资源，顺利进入其供应链体系且建立了紧密的合作关系

公司具有较强的研发体系与研发能力，积极开展新品类、新工艺、新材料的研究、开发与应用，根据智能手机、智能穿戴设备市场的快速发展趋势积极开展

相关领域的研究和开发，并凭借良好的产品质量、优异的服务、快速的响应速度等优势积极拓展了一批优质客户资源。报告期内，公司应用于智能穿戴领域的功能性产品与立讯精密、歌尔股份等行业知名制造服务商建立了良好的合作关系。智能手机应用领域，公司通过收购昆山上艺的相关资产承接了其客户资源，公司直接进入和硕科技的供应链体系并成为其合格供应商。公司应用于智能手机、智能穿戴等领域的功能性产品已经形成了较强的竞争优势，与相关终端品牌商、主要制造服务商合作情况良好，未来进一步拓展市场不存在重大障碍。

（3）应用于智能手机、智能穿戴领域的功能性产品收入已经成为公司营业收入的重要组成部分

报告期内，公司应用于智能手机及智能穿戴领域的功能性产品收入金额分别为 11,681.61 万元、17,360.72 万元、17,938.40 万元、5,449.12 万元，已经成为公司营业收入的重要组成部分。公司已经成功进入应用于智能手机及智能穿戴领域的功能性产品市场中，未来进一步拓展市场不存在重大障碍。

综上所述，应用于个人电脑、智能手机与智能穿戴领域的功能性模切类产品在应用场景、实现功能、核心工序等方面都具有相通性，公司已掌握相关生产工艺与核心技术；报告期内公司已经成功拓展了立讯精密、歌尔股份、和硕科技等优质客户资源，顺利进入其供应链体系且建立了紧密的合作关系；**公司应用于智能手机、智能穿戴领域的功能性产品已经成为公司营业收入的重要组成部分。公司应用于智能手机及周边领域的功能性产品的市场拓展不存在障碍。**

二、说明个人电脑类防护型产品销售收入2019年增速较快、2020年较为稳定，以及与个人电脑出货量的变动趋势相反的原因

2019 年、2020 年公司个人电脑类防护性产品收入分别同比增加 5,484.17 万元、3,063.07 万元，同比增长 20.54%、9.52%。2019 年、2020 年，全球个人电脑出货量分别同比增长 3.10%、13.91%。公司个人电脑类防护性产品的收入与全球个人电脑出货量同比均有所增长。

公司个人电脑类防护性产品销售收入 2019 年增长幅度相对较大、2020 年增长相对较为稳定，主要是受公司持续扩张产能、开拓推出新产品、客户资源拓展、

下游行业的发展、美元兑人民币汇率等因素综合影响，具体情况如下：

2019 年公司个人电脑类防护性产品收入金额同比增长幅度相对较大的原因，请参见本问询函回复“第 5 题第（1）问”之回复。

2020 年公司个人电脑类防护性产品收入同比增长 9.52%、增长幅度小于 2019 年同比增长幅度，主要是受美元兑人民币贬值等多因素影响，2020 年公司个人电脑类防护性产品的单位价格同比下降 6.17%，对该类产品的收入增长金额和幅度产生不利影响。公司与部分客户采取美元结算，2020 年美元兑人民币中间价整体呈现下降趋势，期末汇率较期初汇率下降了 6.47%、下降幅度相对较大，对公司产品价格产生了不利影响。

综上所述，公司个人电脑类防护性产品 2019 年增长幅度相对较大、2020 年较为稳定主要是受公司持续扩张产能、开拓推出新产品、客户资源拓展、下游行业的发展、美元兑人民币汇率等因素综合影响，与全球个人电脑出货量的变动趋势存在一定差异，具有合理性。

三、按照防护型产品及功能性产品具体类别划分主营业务收入，并结合具体收入类别说明个人电脑类的功能性产品报告期内爆发式增长的原因、主要的客户情况，2019年智能手机及周边类的功能性产品销售增加较多的原因

（一）按照防护型产品及功能性产品具体类别划分主营业务收入

报告期内，公司产品按类别进行划分的收入情况具体如下：

单位：万元

产品名称	类别	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
防护性产品	保护类	**5,835.80**	**13.76%**	10,146.05	12.39%	8,057.93	12.34%	5,303.88	10.94%
	缓冲类	**19,336.70**	**45.60%**	36,660.25	44.77%	34,705.09	53.16%	29,418.32	60.66%
小计		**25,172.49**	**59.36%**	**46,806.31**	**57.16%**	**42,763.02**	**65.50%**	**34,722.19**	**71.60%**
功能性产品	模切类	**12,712.59**	**29.98%**	30,715.92	37.51%	20,955.88	32.10%	12,075.09	24.90%
	碳纤维类	**2,873.32**	**6.78%**	2,521.35	3.08%	-	-	-	-
小计		**15,585.91**	**36.76%**	**33,237.27**	**40.59%**	**20,955.88**	**32.10%**	**12,075.09**	**24.90%**

其他	**1,645.02**	**3.88%**	**1,840.92**	**2.25%**	**1,563.53**	**2.40%**	**1,695.99**	**3.50%**
合计	**42,403.42**	**100.00%**	**81,884.50**	**100.00%**	**65,282.42**	**100.00%**	**48,493.27**	**100.00%**

（二）结合具体收入类别说明个人电脑类的功能性产品报告期内爆发式增长的原因、主要的客户情况

1、个人电脑类的功能性产品报告期内爆发式增长的原因

报告期内，公司应用于个人电脑的功能性产品按类别进行划分的收入情况具体如下：

单位：万元

类别	2021 年 1-6 月	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	金额	金额	同比增加	金额	同比增加	金额
模切类	**6,932.65**	12,557.60	9,095.75	3,461.85	3,269.80	192.05
碳纤维类	**2,873.32**	2,521.35	2,521.35	-	-	-
合计	**9,805.97**	**15,078.95**	**11,617.10**	**3,461.85**	**3,269.80**	**192.05**

报告期内，公司个人电脑类功能性产品收入分别为 192.05 万元、3,461.85 万元、15,078.95 万元和 9,805.97 万元，业务规模增长较快。2019 年、2020 年公司应用于个人电脑领域的功能性产品收入金额分别同比增加 3,269.80 万元、11,617.10 万元，主要是由于新增碳纤维类功能性产品销售以及收购昆山上艺相关资产带来的生产能力提升、客户资源扩展，具体情况如下：

（1）产品结构日益多元化，2020 年公司新增碳纤维类功能性产品，收入金额同比增长

碳纤维是一种集结构材料与功能材料于一身、具有多种优异性能并拥有广泛用途的基础性新材料。具有高强度、高模量、低比重特点的碳纤维以及以碳纤维为增强体的复合材料，以其出色的增强减重效果成为最重要的材料之一，在航空航天、轨道交通、风力发电、新能源汽车、建筑补强、消费电子等领域具有巨大的发展空间。其耐腐蚀、耐高温、膨胀系数小等特点，可以使其在诸如高温、高湿、高寒、高腐蚀性等的恶劣环境中代替金属材料使用。

公司主要客户为消费电子领域内知名企业，公司向其提供防护性以及功能性

产品。在上述产品之外公司紧密贴合客户需求，根据客户要求进行新产品的研发设计，帮助客户进一步提高在消费电子产品领域的市场竞争力。近年来在笔记本电脑领域，包括联想集团在内的品牌商、制造服务商计划使用新型材料制成的笔记本电脑背板来替代原有材料背板，使得笔记本电脑更为轻盈、耐用、坚固。2019年1月合肥山秀正式成立并于2020年开始向客户供货并实现收入，主要包括联想集团、纬创资通以及富钰精密等。**2020年、2021年1-6月，公司应用于个人电脑领域的碳纤维类产品销售收入分别为2,521.35万元、2,873.32万元，收入增加较快。**

（2）2019年10月公司收购昆山上艺的存货、机器设备等相关资产并承接其客户资源，生产能力进一步提升、客户资源进一步拓展，导致收入金额同比增长

2019年10月公司收购了昆山上艺的存货、机器设备等相关资产并承接其客户资源。由于客户资源的承接和转换需要一定时间，在客户的供应商完全转换至公司之前，公司向昆山上艺销售功能性产品并由其销售给最终客户。公司基于客户的现实需求，结合自身业务发展策略，依靠在消费电子功能性产品领域积累的行业经验及客户资源，积极加大与行业内原有客户及新增客户的合作领域及深度。受上述收购资产带来的生产能力扩展、客户资源进一步丰富等因素影响，应用于个人电脑的功能性产品收入金额也有所增加。**2019年、2020年和2021年1-6月，受收购昆山上艺相关资产因素影响，个人电脑类功能性产品实现收入金额分别为3,029.66万元、10,905.55万元和4,832.58万元，2020年金额同比增长7,875.89万元、金额相对较大。**

综上所述，新增碳纤维类功能性产品销售以及收购昆山上艺相关资产带来的生产能力提升、客户资源扩展，为公司报告期内个人电脑类功能性产品收入持续增长的主要影响因素。

2、报告期内应用于个人电脑领域的功能性产品主要客户情况

报告期内，应用于个人电脑领域的功能性产品主要客户实现收入金额以及占个人电脑领域功能性产品收入金额的比例情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	销售收入	占个人电脑类功能性产品收入的比例
2021 年 1-6 月			
1	**联想集团**	**2,459.02**	**25.08%**
2	**纬创资通**	**2,198.58**	**22.42%**
3	**春秋电子**	**684.34**	**6.98%**
4	**太普动力新能源（常熟）股份有限公司**	**663.61**	**6.77%**
5	**富士康**	**551.77**	**5.63%**
合计		**6,557.32**	**66.87%**
2020 年度			
1	昆山上艺	2,980.74	19.77%
2	联想集团	2,653.55	17.60%
3	纬创资通	2,467.87	16.37%
4	春秋电子	908.34	6.02%
5	胜利精密	533.61	3.54%
合计		**9,544.10**	**63.29%**
2019 年度			
1	昆山上艺	2,726.70	78.76%
2	胜利精密	276.51	7.99%
3	春秋电子	151.84	4.39%
4	联想集团	36.92	1.07%
5	立晖国际	34.20	0.99%
合计		**3,226.16**	**93.19%**
2018 年度			
1	奇鋐科技	78.03	40.63%
2	联想集团	64.02	33.33%
3	胜利精密	42.71	22.24%
4	武汉可川电子科技有限公司	3.81	1.99%
5	弘信电子	2.08	1.08%

合计	**190.65**	**99.27%**

2019 年、2020 年，公司向昆山上艺销售应用于个人电脑的功能性产品实现收入金额为 2,726.70 万元、2,980.74 万元，金额相对较大，主要是由于收购其相关资产后客户资源承接和转换需要一定时间，在客户的供应商完全转换至公司之前，公司向昆山上艺销售并由其销售给最终客户。**伴随承接和转换工作的逐步推进，2021 年 1-6 月公司向其销售个人电脑类功能性产品的金额较小、为 368.14 万元。**

2020 年、2021 年 1-6 月，公司向纬创资通销售应用于个人电脑的功能性产品实现收入金额分别为 2,467.87 万元、2,198.58 万元，金额相对较大，主要是 2019 年公司完成收购昆山上艺的相关资产并逐步承接其客户资源，依托昆山上艺相关资产带来的产能增长以及客户合作基础，一方面，公司在个人电脑防护性产品充分合作的前提上，与纬创资通拓展了在个人电脑类功能性产品方面的合作；另一方面，随着碳纤维背板类产品业务规模的不断扩大，公司向其销售应用于个人电脑领域的碳纤维背板产品，导致收入金额增长较大。

2020 年、2021 年 1-6 月，公司向联想集团销售应用于个人电脑的功能性产品实现收入金额分别为 2,653.55 万元、2,459.02 万元，金额相对较大，主要是由于随着碳纤维背板类产品业务规模的不断扩大，公司向联想集团提供碳纤维背板类产品且金额较大，为上述期间内联想集团应用于个人电脑领域的功能性产品收入金额同比增加相对较大的主要影响因素。

（三）2019年智能手机及周边类的功能性产品销售增加较多的原因

1、2019 年智能手机及周边类的功能性产品销售收入金额增加的具体情况

2019 年，公司上述功能性产品收入金额同比增加较多，具体情况如下：

单位：万元

具体应用领域	2019 年度		2018 年度
	金额	变动	金额
智能手机类	3,264.12	2,200.14	1,063.98
智能穿戴类	14,096.60	3,478.97	10,617.63

合计	**17,360.72**	**5,679.11**	**11,681.61**

2019 年，公司智能手机及周边类功能性产品销售收入 17,360.72 万元，比 2018 年增加 5,679.11 万元、同比增长 48.62%，主要是由于应用于智能手机的功能性产品收入金额同比增加 2,200.14 万元、应用于智能穿戴的功能性产品收入金额同比增加 3,478.97 万元所致。

2、2019 年公司应用于智能手机及周边类的功能性产品收入增加金额相对较大的主要原因分析

（1）2019 年公司应用于智能手机领域的功能性产品收入增加金额相对较大的主要原因

2019 年 10 月公司收购昆山上艺的存货、机器设备等相关资产并承接其客户资源，生产能力进一步提升、客户资源进一步拓展，导致应用于智能手机领域的功能性产品收入金额同比增长。公司基于客户的现实需求，结合自身业务发展策略，依靠在消费电子功能性产品领域积累的行业经验，顺利进入和硕科技的供应链体系并成为其合格供应商，为其提供应用于智能手机领域的功能性产品。2019 年，受收购昆山上艺相关资产因素影响，智能手机类功能性产品实现收入金额为 1,303.94 万元、金额相对较大。

（2）2019 年公司应用于智能穿戴领域的功能性产品收入增加金额相对较大的主要原因

1）下游智能穿戴等周边产品市场规模的迅速扩张以及下游客户订单规模的增长，带动了公司智能穿戴领域相关业务收入金额的迅速增加

公司向立讯精密、歌尔股份等客户销售的功能性产品主要用于智能穿戴生产过程中的制程保护。根据 Counterpoint 数据，2018 年和 2019 年，全球 TWS 耳机出货量分别为 0.46 亿台、1.2 亿台，呈现爆发式增长。根据 IDC 和 Strategy Analytics 数据，2018 年和 2019 年苹果 Airpods 出货量分别为 0.35 亿台、0.60 亿台，高速增长并占据 TWS 耳机市场主要份额。下游行业市场的迅速发展和扩张，为发行人智能穿戴领域功能性产品等相关产业链供应商产生积极影响，带动了下游客户对公司产品需求的迅速扩张。

2）公司较早进入智能穿戴功能性产品市场且具有良好的竞争优势，为智能穿戴领域相关业务收入金额的迅速增加奠定基础

公司具有较强的研发体系与研发能力，积极开展新品类、新工艺、新材料的研究、开发与应用，在智能穿戴类功能性产品相关领域拥有较为成熟的技术与工艺储备。进入相关市场后，公司为满足终端品牌商及制造服务商高精密度的产品需求，持续加大研发与人员投入、提高产品质量，持续开展产品工艺方案改进，建立恒温恒湿无尘化车间、调试设备精度、开展产线人员培训；同时公司与客户紧密联系、不断跟进客户工艺制程，不断致力于帮助客户解决工艺制程中的保护性需求。

凭借较强的研发与服务能力，公司在智能穿戴功能性产品领域建立了竞争优势。

3）公司通过歌尔股份、立讯精密等制造服务商间接为终端品牌商服务，主要下游客户的经营情况良好、收入规模不断扩大，带动了对发行人智能穿戴领域相关业务产品需求的增长

立讯精密、歌尔股份均为全球消费电子生产制造领域的领先企业，经营规模大、市场地位突出且均为全球领先的智能穿戴相关产品的制造服务商。受益于TWS 耳机等智能穿戴设备市场的快速增长，2018 年和 2019 年立讯精密、歌尔股份相关业务销售情况如下：

单位：亿元

客户名称	产品名称	2019 年度			2018 年度
		销售金额	增加金额	增长率	销售金额
立讯精密	消费性电子	519.90	251.84	93.95%	268.07
歌尔股份	智能声学整机	148.23	80.10	117.58%	68.13

公司与立讯精密、歌尔股份建立了良好、稳定的合作关系。2019 年立讯精密、歌尔股份智能穿戴相关业务扩张较快，其基于其下游客户和市场的需求，也相应扩大了对智能穿戴类功能性产品的采购规模，导致公司 2019 年智能穿戴类功能性产品销售增加较大。2019 年，公司向立讯精密、歌尔股份销售智能穿戴类功能性产品金额同比增加 6,048.95 万元、同比增长较大。

综上所述，2019 年智能手机及周边类的功能性产品销售增加较多的原因具有合理性。

四、按照《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第28号——创业板公司招股说明书（2020年修订）》（以下简称《招股说明书准则》）第五十一条的规定，披露电子配件类防护型产品、个人电脑类功能性产品的产品单价以及各类别产品的产销量等数据

（一）披露电子配件类防护型产品、个人电脑类功能性产品的产品单价

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“五、销售情况和主要客户”之“（四）主要产品销售价格的变动情况”补充披露如下：

“报告期内，公司主要产品销售单价情况如下：

单位：元/PCS

产品名称	应用领域	**2021 年 1-6 月**		2020 年度		2019 年度		2018 年度
		单位价格	**变动**	单位价格	变动	单位价格	变动	单位价格
防护性产品	个人电脑类	**2.33**	**-12.12%**	2.65	-6.17%	2.83	3.84%	2.72
	电子配件类	**0.88**	**-24.32%**	1.17	-2.02%	1.19	-14.74%	1.40
功能性产品	智能手机及周边类	**0.10**	**-3.97%**	0.11	10.52%	0.10	4.26%	0.09
	个人电脑类	**0.42**	**3.09%**	0.41	13.04%	0.36	43.20%	0.25

公司产品种类较多，价格受产品规格、型号、使用材料、生产工艺、具体用途、市场供需等因素的影响，存在一定的变化和差异。

2019 年，公司个人电脑类功能性产品的单位价格同比上升 43.20%、上升幅度相对较大。2018 年公司个人电脑类功能性产品业务处于起步阶段，销售收入规模较小、仅为 192.05 万元，产品结构相对简单、销售价格较低。2019 年公司收购了昆山上艺的相关资产并承接其客户资源，通过昆山上艺销售的功能性产品主要应用领域为个人电脑，产品相对较为复杂、层数和选用材料相对较多，价格相对较高且销量占比较大，导致当年公司个人电脑类功能性产品的单位价格同比增长幅度相对较大，具有合理性。

2021 年 1-6 月，公司销售的电子配件类防护性产品单位价格同比下降

24.32%、下降幅度相对较大。2020 年、2021 年 1-6 月公司电子配件类防护性产品中栈板的单位价格相对较高，受客户需求变动等因素影响，栈板产品的销量占比下降幅度相对较大，导致电子配件类防护性产品 2021 年 1-6 月整体销售价格下降幅度相对较大，具有合理性。”

（二）披露各类别产品的产销量等数据

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“五、销售情况和主要客户”之“（一）主要产品产能、产量及销量情况”补充披露了防护性产品以及功能性产品的相关数据如下：

“报告期内，公司防护性产品的产能、产量及销量情况如下表所示：

单位：万PCS

项目	**2021 年 1-6 月**	2020 年度	2019 年度	2018 年度
产能	**3,400.00**	6,600.00	6,300.00	6,000.00
产量	**19,235.58**	32,569.04	27,480.79	22,203.74
其中：自产产量	**3,038.27**	5,815.00	6,156.19	5,893.31
销量	**18,632.06**	31,353.03	26,104.37	21,353.10
产能利用率	**89.36%**	88.11%	97.72%	98.22%
产销率	**96.86%**	96.27%	94.99%	96.17%

注：产能利用率=自产产量/产能；产销率=销量/产量。

报告期内，公司功能性产品的产能、产量及销量情况如下表所示：

单位：万PCS

项目	**2021 年 1-6 月**	2020 年度	2019 年度	2018 年度
产能	**115,000.00**	230,000.00	198,500.00	138,400.00
产量	**79,859.73**	221,584.23	205,419.20	141,533.16
其中：自产产量	**64,573.71**	201,390.16	196,353.03	137,882.45
销量	**77,321.31**	206,318.30	190,608.04	131,872.83
产能利用率	**56.15%**	87.56%	98.92%	99.63%
产销率	**96.82%**	93.11%	92.79%	93.17%

注：产能利用率=自产产量/产能；产销率=销量/产量。”

五、披露报告期各期VMI模式下收入金额、收入确认凭证、是否取得客户的书面确认、涉及的主要客户及对应客户VMI模式的销售金额

公司已经在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、盈利能力分析”之“（一）营业收入分析”中予以补充披露，具体如下：

“7、报告期各期 VMI 模式下收入金额、收入确认凭证、是否取得客户的书面确认、涉及的主要客户及对应客户 VMI 模式的销售金额

（1）VMI 模式销售收入情况

报告期内，公司 VMI 模式销售收入情况如下：

单位：万元

项目	**2021 年 1-6 月**		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	**比例**	金额	比例	金额	比例	金额	比例
VMI 模式下实现的收入	**19,169.87**	**45.21%**	31,384.94	38.33%	27,007.95	41.37%	22,276.84	45.94%

注：上表中占比为金额占发行人当期主营业务收入的比例。

报告期内，公司 VMI 模式下实现的产品销售收入金额分别为 22,276.84 万元、27,007.95 万元、31,384.94 万元、19,169.87 万元，占当期主营业务收入的比例分别为 45.94%、41.37%、38.33%、45.21%。

公司通过 VMI 仓实现的销售收入主要集中于联想集团、TCL 电子、仁宝电脑、纬创资通，报告期内，通过 VMI 仓向上述客户销售取得的收入占通过 VMI 仓或中转仓实现的销售收入比例分别为 95.49%、93.78%、93.22%、94.81%。

2018 年、2019 年和 2020 年，公司相对较少使用 VMI 仓或中转仓销售的模切类产品收入金额及占比快速上升，其占比分别为 24.90%、32.10%、37.51%，同时公司通过 VMI 仓或中转仓实现的销售收入金额的占比不断下降。2021 年 1-6 月，随着较多使用 VMI 模式销售的碳纤维类产品业务规模的不断扩大以及 TCL 电子等客户合作程度的不断深化，公司向联想集团、纬创资通、TCL 电子等客户通过 VMI 模式实现的收入金额增加，占比有所上升。

（2）VMI 模式收入确认凭证

VMI 模式下公司根据与客户签订的合同或订单要求，将产品送达客户指定的 VMI 仓库，由客户领用后确认收入。确认收入的凭证为客户领用记录，若 VMI 仓库设置在境内保税区还需获取出口报关单作为收入确认的支撑性文件。客户一般通过如下电子而非书面方式对领用情况进行确认：

序号	类型	确认情况
1	VMI 仓的系统	通过 VMI 仓开放的仓库货物流转系统查询货物领用情况
2	客户的供应商系统	通过客户开放的供应商系统查询货物领用情况
3	往来电子邮件	通过与客户往来电子邮件获取货物领用情况

（3）VMI 模式下主要客户以及销售收入情况

单位：万元

序号	公司	VMI 模式收入金额	占比
2021 年 1-6 月			
1	**联想集团**	**13,942.61**	**72.73%**
2	**TCL 电子**	**1,760.01**	**9.18%**
3	**仁宝电脑**	**1,591.83**	**8.30%**
4	**纬创资通**	**1,446.44**	**7.55%**
5	**Quanta**	**193.67**	**1.01%**
合计		**18,934.56**	**98.77%**
2020 年度			
1	联想集团	23,137.43	73.72%
2	仁宝电脑	3,232.25	10.30%
3	TCL 电子	1,892.41	6.03%
4	纬创资通	1,860.62	5.93%
5	Quanta	672.66	2.14%
合计		30,795.37	98.12%
2019 年度			
1	联想集团	18,426.38	68.23%
2	仁宝电脑	4,526.01	16.76%
3	纬创资通	1,754.11	6.49%

序号	公司	VMI 模式收入金额	占比
4	TCL 电子	850.58	3.15%
5	比亚迪	676.89	2.51%
合计		26,233.97	97.13%
2018 年度			
1	联想集团	16,288.25	73.12%
2	仁宝电脑	3,020.43	13.56%
3	纬创资通	1,966.88	8.83%
4	比亚迪	570.37	2.56%
5	福建捷联电子有限公司	167.92	0.75%
合计		22,013.85	98.82%

注：上表中占比为该客户 VMI 模式收入金额占公司整体 VMI 模式收入金额的比例。

报告期内，VMI 销售模式下的主要客户为联想集团、仁宝电脑、纬创资通、**TCL 电子**等，均为发行人报告期内的主要客户。”

六、保荐机构、申报会计师核查意见

（一）核查过程

保荐机构、申报会计师主要执行了以下核查程序：

1、查阅了消费电子行业的研究报告及公开信息，了解个人电脑、智能手机、智能穿戴设备等细分应用领域的行业发展情况；

2、获取了发行人收入明细表并访谈发行人相关负责人，统计报告期内不同品类、不同客户的销售变化情况并了解个人电脑类功能性产品、智能手机及周边类的功能性产品销售收入增长较快的原因；

3、访谈了发行人生产及核心技术人员，了解公司的核心技术和产品演变过程，梳理应用于个人电脑与智能手机类产品的技术要求对比情况；

4、对发行人主要客户进行访谈和函证，了解发行人与主要客户的合作情况，并查阅下游主要客户的年度报告及相关信息披露文件，了解其业务发展情况；

5、了解公司新产品开拓情况、客户资源拓展情况及下游行业发展情况，分

析个人电脑类防护性产品销售金额变化原因；

6、取得公司销售清单并复核公司产品按类别进行划分的收入情况、智能手机及周边类功能性产品向主要客户的销售情况；

7、查询行业研究报告、公开信息及下游客户年度报告，了解智能穿戴产品市场情况及下游客户相关业务发展情况；

8、取得了销售明细表、访谈发行人生产部门负责人并查阅产量统计表；

9、了解发行人 VMI 模式收入确认方法、依据，选取样本检查销售合同（订单）识别与商品所有权上的风险和报酬转移相关条款和条件，评价发行人 VMI 模式收入确认时点是否符合企会计准则的规定；

10、选取 VMI 模式销售样本，获取客户领用记录以及出口报关单等相关资料，核实发行人 VMI 模式收入的真实性与准确性；

11、对发行人报告期内的销售金额、销售内容执行函证程序，发函及回函的具体情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
营业收入①	**43,189.85**	83,127.42	66,402.75	49,372.70
发函金额②	**37,450.47**	71,611.31	57,917.96	42,410.21
发函占比②/①	**86.71%**	86.15%	87.22%	85.90%
回函确认金额③	**35,054.14**	65,884.17	52,219.90	36,472.81
回函确认占比③/②	**93.60%**	92.00%	90.16%	86.00%
回函主体	**客户公司回函**	客户公司回函	客户公司回函	客户公司回函

对未回函客户通过检查销售订单、销售出库单、送货单、签收单、销售发票等支持性证据实施替代性测试，确认相关销售的真实性以及金额的准确性。

报告期各期，公司前五大客户营业收入金额的占比分别为 72.00%、69.40%、64.49%、65.78%，占比相对较高。针对报告期内的主要客户，中介机构的发函金额、回函金额以及比例具体情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
主要客户营业收入①	**28,409.77**	53,618.16	46,082.89	35,546.74
发函金额②	**27,938.03**	50,817.85	44,427.84	35,119.50
发函占比②/①	**98.34%**	94.78%	96.41%	98.80%
回函确认金额③	**25,720.83**	45,552.26	39,999.02	30,068.23
回函确认占比③/②	**92.06%**	89.64%	90.03%	85.62%

注：前五大集团客户中交易额较小的法人主体未发函。

12、中介机构对发行人报告期内的主要客户进行走访，了解客户的具体情况、与发行人的合作历史、合作背景、交易情况、是否存在关联关系等事项。中介机构实地走访或视频询问访谈的客户（按法人主体口径统计）数量 33 家，均涵盖发行人报告期内的前五大主要客户，具体情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
营业收入①	**43,189.85**	83,127.42	66,402.75	49,372.70
访谈客户的销售金额②	**31,657.95**	**64,599.30**	**54,491.00**	**40,241.44**
访谈金额占比②/①	**73.30%**	**77.71%**	**82.06%**	**81.51%**
走访范围是否包括前五大主要客户	**是**	是	是	是

（二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、（1）公司主营业务收入快速增加与公司持续扩张产能、开拓推出新产品、收购整合并承接拓展优质客户资源、下游行业的发展、美元兑人民币汇率、终端品牌商的调整等因素相关，收入变动情况受上述因素的综合影响。报告期内公司部分产品的收入增长受下游行业发展出货量的影响但与其变化趋势不完全一致，具有合理性；（2）个人电脑为消费电子行业的重要组成部分，市场规模巨大且发展前景良好；公司自成立以来即专注于消费电子行业并关注个人电脑领域，积累了优质客户资源。因此按最终用途划分，公司产品主要应用于个人电脑领域，具有合理性；（3）公司已掌握相关工艺流程与核心技术，能够充分满足智能手机类产品严苛的生产工艺与技术指标；公司产品应用于智能手机及周边类产品的

市场拓展不存在障碍；

2、公司个人电脑类防护性产品 2019 年增长幅度相对较大、2020 年较为稳定主要是受公司持续扩张产能、开拓推出新产品、客户资源拓展、下游行业的发展、美元兑人民币汇率等因素综合影响，具有合理性；

3、（1）新增碳纤维类产品销售以及收购昆山上艺相关资产带来的生产能力提升、客户资源扩展，为公司报告期内个人电脑类功能性产品收入持续增长的主要影响因素；（2）2019 年智能手机及周边类的功能性产品销售增加较多的原因具有合理性；

4、发行人已在招股说明书中补充披露电子配件类防护性产品、个人电脑类功能性产品的产品单价以及各类别产品的产销量等数据；

5、（1）发行人 VMI 收入确认符合《企业会计准则》的规定，确认收入的凭证为客户领用记录，若 VMI 仓库设置在境内保税区还需获取出口报关单作为收入确认的支撑性文件；客户一般通过电子而非书面方式对领用情况进行确认；（2）VMI 模式下的主要客户为联想集团、仁宝电脑、纬创资通、**TCL 电子**等，均为发行人报告期内的主要客户。

6、关于主要客户

申报文件显示：

（1）报告期各期，发行人前五大客户收入占比分别为 72.00%、69.40%、64.49%，其中对第一大客户联想集团的销售金额分别为 21,635.55 万元、26,128.46 万元、33,002.91 万元，占比分别为 43.82%、39.35%、39.70%。

（2）歌尔股份系发行人 2019 年新增的前五大客户，报告期各期发行人向其销售金额分别为 1,851.27 万元、3,922.31 万元、5,078.58 万元，销售增长较快。

（3）报告期各期，立讯精密分别为发行人第三大、第二大、第二大客户，发行人向其销售金额分别为 3,465.58 万元、7,437.91 万元、7,019.48 万元，2019 年销售金额快速增加。

（4）英华达为发行人 2018 年第二大客户，仁宝电脑为发行人 2018-2019 年第四大、第三大客户，英华达在 2019 年及 2020 年、仁宝电脑在 2020 年均未进入发行人前五大客户。

请发行人：

（1）说明与联想集团建立合作关系的时间、获取订单方式、获取订单是否具有持续性、是否签订长期战略合作协议，报告期各期销售产品类别、金额、数量，销售数量与联想集团相关产品出货量是否匹配，报告期内销售金额较快速增长的原因，并根据本所《创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 7 的要求，分析并披露发行人对联想集团是否存在重大依赖、相关业务是否具有稳定性及可持续性。

（2）说明对歌尔股份以及立讯精密销售增长的原因，销售的产品类别、金额、数量，销售数量与相关产品出货量是否匹配。

（3）说明报告期各期对英华达、仁宝电脑的销售金额以及销售减少的原因，发行人与上述客户是否仍然保持合作关系。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、说明与联想集团建立合作关系的时间、获取订单方式、获取订单是否具有持续性、是否签订长期战略合作协议，报告期各期销售产品类别、金额、数量，销售数量与联想集团相关产品出货量是否匹配，报告期内销售金额较快速增长的原因，并根据本所《创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题7的要求，分析并披露发行人对联想集团是否存在重大依赖、相关业务是否具有稳定性及可持续性

（一）说明与联想集团建立合作关系的时间、获取订单方式、获取订单是否具有持续性、是否签订长期战略合作协议

1、公司与联想集团建立合作关系的时间及获取订单方式

联想集团是全球消费电子领域的领先企业，其个人电脑出货量位居全球出货

量前列，业务覆盖全球 180 多个国家和地区。**联想集团 2018 财年、2019 财年、2020 财年及 2021 财年第一季度的营业收入分别为 510.38 亿美元、507.16 亿美元、607.42 亿美元和 169.29 亿美元**。

联想集团作为消费电子行业领先的科技企业，在长期经营过程中建立了完善的公司治理、采购管理制度，有着规范和标准的采购及招投标流程。联想集团通过招标方式确定最终的供应商，招标时会邀请多家行业内知名供应商进行招标，采购管理部门对供应商基本情况、产品质量、服务体系、响应速度、产品价格等方面综合评审后，优者中标。招标完成后，联想集团会通过非常严格的业务考核体系对其供应商进行持续考核。联想集团根据其自身的产品种类、型号、生产规划、进度安排等因素，向其合格供应商下达订单需求。

公司与联想集团合作时间较早，公司于 2012 年与联想集团建立合作关系进入联想集团供应体系、双方合作情况良好。

2、获取订单是否具有持续性

联想集团在产品质量、产品规格、供应商生产能力等方面具有严格要求，在选择供应商时拥有一套严格的选择标准，对供应商的认证标准较高，一经认证合格，双方一般情况下会保持长期稳定的合作关系。

公司与联想集团合作过程中，公司凭借优质稳定的客户资源、优异的研发设计能力、良好的综合生产及服务能力、优异稳定的产品质量、成熟的生产工艺等竞争优势，根据客户需求实现快速定制与快速响应，紧跟行业发展趋势、稳步推进区域基地战略布局并实现属地化服务，与联想集团的合作范围与合作领域逐步拓展，客户粘性不断加强、合作内容持续深入。

公司成为联想集团之供应商以来，双方合作情况良好、合作规模不断扩大、合作领域不断拓展。一方面，**报告期内公司向联想集团提供产品实现收入金额分别为 21,635.55 万元、26,128.46 万元、33,002.91 万元、19,747.01 万元**，合作规模不断扩大、合作情况良好；另一方面，双方的合作程度不断加深。公司在向联想集团提供防护性产品之外，逐步拓展其他的应用领域，逐步向其提供应用于智能手机的功能性产品以及用于个人电脑的碳纤维背板类产品，合作领域不断加

深。

综上所述，公司成为联想集团之供应商以来，双方合作情况良好、合作规模不断扩大、合作领域不断拓展，未来公司获取订单具有可持续性。

3、是否签订长期战略合作协议

公司与合肥联宝、Lenovo PC HK Limited 签订了长期战略合作协议，目前相关协议正常履行中，公司与联想集团的合作情况良好。

综上所述，公司与联想集团于 2012 年建立合作关系，获取订单方式主要为招标，获取订单具有持续性，公司已签订长期战略合作协议、合作情况良好。

（二）报告期各期销售产品类别、金额、数量，销售数量与联想集团相关产品出货量是否匹配，报告期内销售金额较快速增长的原因

1、报告期各期销售产品类别、金额、数量

报告期各期，发行人对联想集团主要销售防护性产品（个人电脑类、电子配件类）、功能性产品（个人电脑类）。**上述产品实现收入金额占报告期内联想集团收入金额的比例分别为 98.81%、98.22%、95.71%、91.78%**，占比较高。

报告期内上述产品金额及数量情况如下：

单位：万元、万PCS

产品名称	应用领域	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	数量	金额	数量	金额	数量	金额	数量
防护性产品	个人电脑类	**14,650.02**	**6,088.34**	27,057.91	9,831.22	23,731.97	8,100.87	19,680.30	7,126.32
	电子配件类	**1,014.07**	**1,081.92**	1,874.18	1,544.27	1,894.66	1,208.56	1,634.55	527.60
功能性产品	个人电脑类	**2,459.02**	**690.70**	2,653.55	393.52	36.92	106.49	64.02	350.32

2、报告期内联想集团相关产品出货量

联想集团是全球消费电子领先企业，其个人电脑出货量位居全球出货量前列，**2018 年度、2019 年度、2020 年度及 2021 年 1-6 月联想集团个人电脑出货量情况如下表所示：**

单位：百万台

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
联想集团电脑出货量	**40.4**	72.7	64.9	59.9
联想集团电脑出货量占全球出货量比例	**24.1%**	24.0%	24.2%	23.1%
联想集团市场份额排名	**第一**	第一	第一	第二

数据来源：IDC

3、发行人销售数量与联想集团相关产品出货量是否匹配

报告期内，公司向联想集团销售的主要产品为个人电脑类防护性产品，金额分别为 19,680.30 万元、23,731.97 万元、27,057.91 万元、14,650.02 万元，金额相对较大，占报告期内公司向其实现收入金额的比例分别为 90.96%、90.83%、81.99%、74.19%，占比较高。公司向联想集团销售的个人电脑类功能性产品收入金额分别为 64.02 万元、36.92 万元、2,653.55 万元、2,459.02 万元，2018 年、2019 年金额相对较小，2020 年、2021 年 1-6 月金额相对较大，主要是由于公司推出了碳纤维电脑背板产品并向联想集团销售。剔除碳纤维背板产品后，2020 年和 2021 年 1-6 月，公司向联想集团提供个人电脑类功能性产品实现收入 229.70 万元、597.69 万元，金额相对较小。

公司向联想集团销售的个人电脑类防护性产品与联想集团出货量的对比情况如下表所示：

单位：万 PCS、百万台

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	数量	数量	变动	数量	变动	数量
公司对联想集团个人电脑类防护性产品销量	**6,088.34**	9,831.22	21.36%	8,100.87	13.68%	7,126.32
联想集团全球电脑出货量	**40.4**	72.7	12.05%	64.9	8.35%	59.9

①2019 年发行人销售数量与联想集团相关产品出货量是否匹配

2019 年度，公司对联想集团个人电脑类防护性产品销量同比增长 13.68%，增速高于联想集团全球电脑出货量，主要是公司紧跟行业发展趋势、稳步推进战

略布局，境外生产基地的产能逐步释放所致。不考虑境外生产基地新增销量，公司 2019 年度对联想集团个人电脑类防护性产品销量同比增长 10.86%，与联想集团全球电脑出货量增长趋势基本一致。

②2020 年发行人销售数量与联想集团相关产品出货量是否匹配

2020 年度，公司对联想集团个人电脑类防护性产品销量同比增长 21.36%、增长幅度大于联想电脑全球出货量的增长幅度，主要原因是公司对联想集团旗下的合肥联宝销量同比增长 32.16%、增长幅度较大所致。合肥联宝是联想集团个人电脑主要研发与生产基地，根据安徽省经济和信息化厅显示数据，合肥联宝 2020 年度全年出货量 3,897 万台、同比增长 50%，出货量增速高于联想集团全球电脑出货量增速，占联想集团全球出货量的份额持续提升。公司已经与合肥联宝签署长期战略合作协议，与其建立了紧密的合作关系。随着合肥联宝出货量在联想集团全球出货量的占比提升，公司相关产品销量增速高于联想集团全球电脑出货量增速，具有合理性。

综上所述，公司主要向联想集团销售个人电脑类防护性产品，销售数量变动与联想集团个人电脑出货量变动情况整体相匹配，具有合理性。

4、报告期内发行人对联想集团销售金额增长较快的原因分析

报告期内，公司对联想集团收入金额分别为 21,635.55 万元、26,128.46 万元、33,002.91 万元、19,747.01 万元，2019 年、2020 年收入金额分别同比增加 4,492.92 万元、6,874.45 万元。其中，应用于个人电脑的防护性产品收入金额分别同比增加 4,051.67 万元、3,325.94 万元，应用于个人电脑的功能性产品 2020 年收入金额同比增加 2,616.63 万元。

报告期内，公司对联想集团销售金额增长较快的原因具有合理性，具体情况如下：

（1）联想集团作为全球消费电子领域的领先企业，报告期内整体经营情况良好、市场规模以及占有率不断提升

联想集团是全球消费电子领先企业，其个人电脑出货量位居全球出货量前列，业务覆盖全球 180 多个国家和地区。**联想集团 2018 财年、2019 财年、2020**

财年及 2021 财年第一季度的营业收入分别为 510.38 亿美元、507.16 亿美元、607.42 亿美元和 169.29 亿美元。其个人电脑出货量位居全球出货量前列，报告期内，联想集团全球个人电脑出货量分别为 59.9 百万台、64.9 百万台、72.7 百万台、40.4 百万台，2019 年、2020 年分别同比增长 8.35%、12.05%，增长情况良好。2020 年度，受疫情影响，居家办公与远程学习成为消费者对个人电脑需求增长的重要因素，带动全球以及联想集团笔记本电脑出货量的迅速增长。联想集团为发行人报告期内主要客户之一，其整体经营情况良好、市场规模以及占有率不断提升，有助于双方交易金额和规模的不断增长。

（2）联想集团为消费电子领域的领军企业，对供应商要求较高且筛选严格，一旦选定将保持相对稳定

联想集团为消费电子领域的领军企业，对供应商要求较高且筛选严格，一旦选定将保持相对稳定，从供应商资质、供货能力、产品质量、供货效率、响应速度、服务情况、产品价格等方面进行全方位考核且考核周期相对较长。主要客户建立了严格的供应商准入机制并有较长的考核周期，一般不会轻易大规模改变其供应商体系，双方在长期的合作过程中建立了良好、稳定的合作关系，有助于双方交易金额和规模的不断增长。

（3）公司在长期的生产经营过程中，积累了较强的研发设计能力优势、良好的综合生产及服务能力优势、优异稳定的产品质量优势、人才及经营管理优势等一系列优势。公司与主要客户形成了良好的互动和共赢，为长期合作奠定了良好的基础

发行人在具有良好内部管理能力的基础上，通过优秀的研发设计能力及生产能力，向优质客户提供深度契合其需求的产品，以便更好的满足客户的需求。在长期的生产经营过程中，公司为紧跟市场发展的趋势和方向并不断契合客户的需求。公司先后在武汉、惠州、昆山、合肥、都江堰等地建立生产基地并在墨西哥、越南设立公司，实现了对全国及部分境外地区消费电子生产聚集区域市场和客户的属地销售及服务。发行人在与主要客户的长期合作过程中，双方建立了良好的合作粘性、形成了良好的互动和共赢，为未来长期合作奠定了良好的基础，有助于双方交易金额和规模的不断增长。

（4）公司为满足客户需求新增产能并积极研究开发新产品，与联想集团不断拓展新的合作领域，带动收入金额的增长

公司自成立以来始终专注于消费电子行业，以个人电脑为主要发展方向，通过持续的技术创新和客户服务，结合客户与终端市场对产品需求的演进，不断开拓产品在个人电脑的应用领域。2019 年 1 月，公司与无锡山秀合作成立合肥山秀，逐步开展碳纤维背板类产品的研发及生产。公司碳纤维类产品为使用碳纤维板材制成的笔记本电脑结构件，由碳纤维丝及树脂等材料复合而成，具备轻、薄、强度高等优异特性，深度契合客户与终端市场的需求。**2020 年和 2021 年 1-6 月，公司分别实现对联想集团碳纤维个人电脑类功能性产品销售收入 2,423.85 万元、1,861.33 万元，带动个人电脑类功能性产品实现较快增长。**另外 2019 年随着公司战略的推进，境外生产基地产能逐步释放，实现对联想集团个人电脑防护类收入 2,106.26 万元、同比增加 1,720.56 万元。

综上所述，公司向联想集团销售收入增长较快，主要是由于联想集团整体经营情况良好，为公司收入金额增长奠定了良好的客户基础；联想集团与发行人合作关系稳定、合作粘性较强；公司具备研发、综合生产与服务等一系列优势，为收入金额增长奠定了自身基础；公司积极研发新产品、不断开拓与联想集团的合作领域以及产能扩张等。公司向联想集团销售收入增长较快的原因具有合理性。

（三）根据《创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题7的要求，分析并披露发行人对联想集团是否存在重大依赖、相关业务是否具有稳定性及可持续性

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“五、销售情况和主要客户”之“（五）公司前五大客户情况”中补充披露如下：

“3、公司对联想集团不存在重大依赖，相关业务具有稳定性及可持续性

（1）报告期内联想集团实现收入占公司营业收入的比例未超过 50%

报告期内，公司对联想集团的收入占营业收入的比例如下表所示：

项目	**2021 年 1-6 月**	2020 年度	2019 年度	2018 年度

联想集团收入占比	**45.72%**	39.70%	39.35%	43.82%

报告期各期，联想集团均为公司第一大客户，公司对联想集团的收入占营业收入的比例为 43.82%、39.35%、39.70%和 45.72%，占比均未超过 50%。

（2）公司第一大客户收入占比较高与行业经营特点一致，与同行业上市公司相比不存在重大差异，具有行业普遍性

首次公开发行上市前同行业可比公司上市前第一大客户收入占比如下表所示：

公司名称	招股说明书报告期第三年度	招股说明书报告期第二年度	招股说明书报告期第一年度
裕同科技	31.97%	43.16%	36.58%
安洁科技	28.10%	13.86%	18.46%
飞荣达	27.62%	19.90%	17.74%
恒铭达	43.20%	42.77%	23.01%
智动力	70.51%	44.97%	25.45%
博硕科技	54.17%	83.91%	75.91%
达瑞电子	41.43%	27.48%	29.74%
鸿富瀚	**40.16%**	**36.65%**	**39.63%**
平均值	**42.15%**	**39.09%**	**33.32%**
公司	39.70%	39.35%	43.82%

注：部分同行业上市公司在其招股说明书中未披露报告期最后一期的大客户收入金额占比。

报告期内，公司第一大客户收入金额占比分别为 43.82%、39.35%、39.70%和 45.72%。2019 年、2020 年公司与同行业上市公司上市前第一大客户收入占比平均水平整体保持基本一致，具有合理性。2021 年 1-6 月，公司第一大客户收入金额占比有所上升，主要为随着与联想集团的合作持续深化，公司向其销售碳纤维类产品、模切类产品收入增加较快所致，与安洁科技、博硕科技上市前最后一期第一大客户收入占比水平（45.74%、46.55%）基本一致、不存在重大差异。

（3）联想集团为全球电子信息行业的领军企业，其市场份额占比较高、透明度较高、经营情况良好，不存在重大不确定性风险

公司产品主要为消费电子防护性及功能性产品，广泛应用于个人电脑、智能手机、智能穿戴设备等消费电子产品及其组件。公司客户主要为消费电子产品终端品牌商、制造服务商、组件生产商。联想集团为全球电子信息行业的领军企业，根据 IDC 数据，联想集团个人电脑市场份额情况如下：

单位：百万台

项目	**2021 年 1-6 月**	2020 年度	2019 年度	2018 年度
联想集团电脑出货量	**40.4**	72.7	64.9	59.9
联想集团电脑出货量占全球出货量比例	**24.1%**	24.0%	24.2%	23.1%
联想集团市场份额排名	**第一**	第一	第一	第二

数据来源：IDC

联想集团 2019 年度个人电脑出货量约为 64.9 百万台，市场占有率由 23.1%提升至 24.2%、位列全球第一，**2020 年度、2021 年 1-6 月个人电脑出货量保持市场第一的行业地位，**透明度较高、经营情况良好，不存在重大不确定性风险。

（4）公司与联想集团建立了长期稳定的合作关系，相关业务具有稳定性及可持续性，相关交易通过招投标定价、定价公允

公司自 2012 年与联想集团建立合作关系，自签署长期框架协议以来，公司凭借良好的产品质量、服务效率、持续创新与需求导向的研发体系、成熟的生产工艺等综合生产与服务能力，与联想集团的合作范围与合作领域逐步拓展，客户粘性不断加强、合作内容持续深入。**报告期内，公司向联想集团的销售收入分别为 21,635.55 万元、26,128.47 万元、33,002.91 万元和 19,747.01 万元，业务规模持续上升。**联想集团为消费电子领域的领军企业，对供应商要求较高且筛选严格，一旦选定将保持相对稳定，从供应商资质、供货能力、产品质量、供货效率、响应速度、服务情况、产品价格等方面进行全方位考核，且考核周期相对较长。主要客户建立了严格的供应商准入机制并有较长的考核周期，一般不会轻易大规模改变其供应商体系，双方在长期的合作过程中建立了良好、稳定的合作关系，有助于双方交易金额和规模的不断增长。联想集团通过招标方式确定最终的供应商与相关交易的定价，定价具有公允性。

（5）公司与联想集团不存在关联关系，业务获取方式不影响独立性，公司具备面向市场获取业务的能力

公司与联想集团不存在关联关系，公司通过招投标方式获取相关业务，业务获取方式不影响独立性。公司在长期的生产经营过程中，积累了较强的研发设计能力优势、良好的综合生产及服务能力优势、优异稳定的产品质量优势、人才及经营管理优势等一系列优势，具备独立面向市场获取业务的能力。

综上所述，公司对联想集团不存在重大依赖，相关业务具有稳定性及可持续性。”

二、说明对歌尔股份以及立讯精密销售增长的原因，销售的产品类别、金额、数量，销售数量与相关产品出货量是否匹配

（一）报告期内公司对歌尔股份以及立讯精密销售增长的原因

报告期内，公司对歌尔股份与立讯精密的销售情况如下：

单位：万元

项目	产品名称	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
歌尔股份	智能穿戴类	1,170.37	77.61%	4,567.09	89.93%	3,909.25	99.67%	1,785.62	96.45%
	其他产品	337.71	22.39%	511.49	10.07%	13.06	0.33%	65.65	3.55%
	小计	1,508.08	100.00%	5,078.58	100.00%	3,922.31	100.00%	1,851.27	100.00%
立讯精密	智能穿戴类	1,995.85	94.36%	6,896.91	98.25%	7,389.90	99.35%	3,464.58	99.97%
	其他产品	119.35	5.64%	122.57	1.75%	48.02	0.65%	1.00	0.03%
	小计	2,115.21	100.00%	7,019.48	100.00%	7,437.91	100.00%	3,465.58	100.00%

报告期内公司向歌尔股份及立讯精密销售的产品主要为应用于智能穿戴领域的功能性产品，2018 年-2020 年公司对歌尔股份与立讯精密的收入增长主要来源于该类产品实现收入的增长。

1、公司对歌尔股份与立讯精密销售的主要产品构成情况

2019 年，公司对歌尔股份和立讯精密销售产品收入金额分别同比增加 2,071.04 万元、3,972.33 万元，主要是应用于智能穿戴领域的功能性产品收入金

额同比增加 2,123.63 万元、3,925.32 万元。2020 年，公司对歌尔股份和立讯精密销售产品收入金额分别同比增加 1,156.27 万元、-418.43 万元，主要是应用于智能穿戴领域的功能性产品收入金额同比增加 657.84 万元、-492.99 万元。**2021 年 1-6 月，公司对歌尔股份和立讯精密销售收入金额分别为 1,508.08 万元、2,115.21 万元。**

2018 年度至 2020 年度，公司对歌尔股份以及立讯精密销售收入金额整体保持增长，主要是由于：

（1）下游智能穿戴等周边产品市场规模的迅速扩张以及下游客户订单规模的增长，带动了公司相关业务产品收入金额的迅速增加

公司向立讯精密、歌尔股份等客户销售的功能性产品主要用于智能穿戴生产过程中的制程保护。根据 Counterpoint 数据，2018 年和 2019 年，全球 TWS 耳机出货量分别为 0.46 亿台、1.2 亿台，呈现爆发式增长。根据 IDC 和 Strategy Analytics 数据，2018 年和 2019 年苹果 Airpods 出货量分别为 0.35 亿台、0.60 亿台，高速增长并占据 TWS 耳机市场主要份额。下游行业市场的迅速发展和扩张，为发行人功能性产品等相关产业链供应商产生积极影响，带动了下游客户对公司产品需求的迅速扩张。

（2）公司较早进入智能穿戴功能性产品市场且具有良好的竞争优势，为智能穿戴领域相关业务收入金额的迅速增加奠定基础

公司具有较强的研发体系与研发能力，积极开展新品类、新工艺、新材料的研究、开发与应用，在智能穿戴类功能性产品相关领域拥有较为成熟的技术与工艺储备。进入相关市场后，公司为满足终端品牌商及制造服务商高精密度的产品需求，持续加大研发与人员投入、提高产品质量，持续开展产品工艺方案改进，建立恒温恒湿无尘化车间、调试设备精度、开展产线人员培训；同时公司与客户紧密联系、不断跟进客户工艺制程，不断致力于帮助客户解决工艺制程中的保护性需求。凭借较强的研发与服务能力，公司在智能穿戴功能性产品领域建立了竞争优势。

（3）公司通过歌尔股份、立讯精密等制造服务商间接为终端品牌商服务。受终端品牌供应商结构调整因素影响，公司对原制造服务商英华达的收入金额

下降，对歌尔股份与立讯精密等制造服务商的收入金额在报告期内整体有所上升

2018 年，公司应用于智能穿戴领域的功能性产品主要客户为英华达、立讯精密、歌尔股份，向上述三家客户销售智能穿戴类功能性产品实现营业收入金额为 10,617.63 万元、金额相对较大，上述三家制造服务商均为国际知名品牌提供智能穿戴的制造服务。受终端品牌的制造服务商结构调整因素的影响，2019 年英华达制造的智能穿戴出货量不断下降、歌尔股份及立讯精密制造的智能穿戴出货量不断上升。受上述因素影响，公司向英华达销售的应用于智能穿戴领域功能性产品收入金额不断下降，与此同时公司与立讯精密、歌尔股份的相关业务收入金额不断上升，公司与立讯精密、歌尔股份建立了良好、稳定的合作关系，上述公司基于下游客户需求情况加大了对智能穿戴类功能性产品的采购规模，**2019 年度、2020 年度公司向上述两家客户销售收入金额整体有所上升。**

综上所述，2018 年-2020 年公司对歌尔股份以及立讯精密销售收入金额整体增长具有合理性。

（二）销售的产品类别、金额、数量，销售数量与相关产品出货量是否匹配

报告期内公司向歌尔股份及立讯精密销售的产品主要为智能穿戴类功能性产品。具体情况如下：

1、公司对歌尔股份与立讯精密销售的产品类别、金额、数量

公司对歌尔股份与立讯精密销售的主要产品类别、金额、数量如下表所示：

单位：万元、万PCS

客户名称	具体应用领域	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	数量	金额	数量	金额	数量	金额	数量
歌尔股份	智能穿戴类	**1,170.37**	**12,315.19**	4,567.09	51,819.38	3,909.25	39,235.79	1,785.62	18,012.58
立讯精密	智能穿戴类	**1,995.85**	**20,054.49**	6,896.91	65,609.97	7,389.90	83,030.99	3,464.58	38,331.91

2、公司对歌尔股份与立讯精密销售数量与其相关产品出货量的匹配关系

报告期内，公司对歌尔股份、立讯精密的主要产品销售量与歌尔股份、立讯

精密主营业务产品出货量变动无直接匹配关系，主要原因为歌尔股份、立讯精密主营业务产品类型较为多元、产品种类较多，具体情况如下：

歌尔股份主营业务包括精密零组件业务、智能声学整机业务和智能硬件业务，其产品主要包括智能声学整机、智能硬件、精密零组件等产品，上述产品广泛应用于智能手机、平板电脑、智能无线耳机、VR 虚拟现实/AR 增强现实、智能可穿戴、智能家居、有线/无线耳机、智能音箱、智能家用电子游戏机及配件产品等，产品型号、种类繁多。**2020 年、2021 年 1-6 月其实现营业收入分别为 577.43 亿元、302.88 亿元，营业规模较大。**

立讯精密产品主要包括消费性电子、电脑互联产品及精密组件、汽车互联产品及精密组件、通讯互联产品及精密组件等，产品种类、原材料型号种类繁多。其中消费电子业务主要终端产品范围广泛，以环抱未来 5G 智能生活为主轴，结合公司既有的资源，逐步多元化产品类别，包括声学类 TWS 耳机、头戴式蓝牙耳机、高阶电竞耳机、小型高音质立体音箱，智能生活类 5G 路由、Wifi 6 可携式路由，智能终端类可穿戴手表手环、追踪定位器，游戏类控制器、AR/VR，计算机配件类 Dock 扩充坞，智能触控笔及各类零售 PC/NB/手机品牌的有线与无线充电配件等。**2020 年、2021 年 1-6 月其实现营业收入金额为 925.01 亿元、481.47 亿元，其中消费性电子业务实现收入金额 818.18 亿元、403.95 亿元，营业规模较大。**

报告期内，公司向歌尔股份、立讯精密销售收入金额占其“购买商品、接受劳务支付的现金”的比例情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
向歌尔股份销售金额	**1,508.08**	5,078.58	3,922.31	1,851.27
歌尔股份购买商品、接受劳务支付的现金	**2,799,261.19**	4,263,556.92	2,528,017.42	1,693,515.18
占比	**0.05%**	**0.12%**	**0.16%**	**0.11%**
向立讯精密销售金额	**2,115.21**	7,019.48	7,437.91	3,465.58

立讯精密购买商品、接受劳务支付的现金	**5,440,047.76**	7,890,849.01	4,248,838.65	2,365,651.88
占比	**0.04%**	**0.09%**	**0.18%**	**0.15%**

由上可知，歌尔股份、立讯精密产品型号、种类繁多，公司向其销售的应用于智能穿戴的功能性产品仅为其采购零部件的极小部分。报告期内公司向其销售产品实现收入金额占其购买商品、接受劳务支付的现金金额的比例均低于 0.20%、占比很小。

综上所述，因歌尔股份与立讯精密主营业务产品类型较为多元、产品种类较多、采购规模较大，公司对歌尔股份与立讯精密销售量的变动与其主营业务产品销量变动无法直接进行匹配。

三、说明报告期各期对英华达、仁宝电脑的销售金额以及销售减少的原因，发行人与上述客户是否仍然保持合作关系

（一）报告期各期对英华达的销售金额以及销售减少的原因，发行人与英华达是否仍然保持合作关系

1、报告期内公司对英华达销售金额

报告期内，公司对英华达的销售金额及变动情况如下表所示：

单位：万元

2021 年 1-6 月	**2020 年度**		**2019 年度**		**2018 年度**
金额	**金额**	**变动**	**金额**	**变动**	**金额**
-	264.87	-2,541.95	2,806.82	-2,651.49	5,458.31

2、公司对英华达销售减少的原因

2018 年度至 2020 年度，公司对英华达主要销售产品为应用于智能穿戴领域的功能性产品。2019 年、2020 年该客户收入金额分别同比下降 2,651.49 万元、2,541.95 万元，下降金额相对较大**且 2021 年 1-6 月公司未向其销售产品。**

2018 年，公司应用于智能穿戴领域的功能性产品主要客户为英华达、立讯精密、歌尔股份，上述三家制造服务商均提供国际知名品牌智能穿戴的制造服务。

受终端品牌制造服务商结构调整因素的影响，2019 年英华达制造的智能穿戴出货量不断下降、歌尔股份及立讯精密制造的智能穿戴出货量不断上升。受上述因素影响，公司向英华达销售的应用于智能穿戴领域功能性产品收入金额不断下降，**报告期内金额分别为 5,367.43 万元、2,797.45 万元、257.01 万元、0 万元。**与此同时，**2018 年度至 2020 年度，**公司向立讯精密、歌尔股份实现的相关业务收入金额整体不断上升。

报告期内公司对英华达销售收入金额减少的原因具有合理性。

3、公司与英华达是否仍保持合作关系

公司与英华达的合作金额减少主要是受终端品牌对制造服务商结构调整因素的影响，截至本问询函回复出具日，公司对英华达无尚未执行或尚未完成的在手订单。

公司与英华达之间合作交易金额减少并非因发行人研发设计能力、综合生产及服务能力、产品质量等存在问题所导致。公司将持续深入理解和挖掘行业、客户与终端消费者需求，与终端品牌商、制造服务商、组件生产商保持良好的合作关系，持续拓展合作领域与合作范围、不断提高主营业务增长空间、实现业务规模的持续扩张。

（二）报告期各期对仁宝电脑的销售金额以及销售减少的原因，发行人与仁宝电脑是否仍然保持合作关系

1、报告期内公司对仁宝电脑的销售金额

报告期内，公司对仁宝电脑的销售金额及变动情况如下表所示：

单位：万元

2021 年 1-6 月	2020 年度		2019 年度		2018 年度
金额	金额	变动	金额	变动	金额
1,592.18	3,232.89	-1,329.84	4,562.73	1,542.30	3,020.43

2、公司对仁宝电脑销售减少的原因

报告期内，公司对仁宝电脑主要销售产品为应用于个人电脑领域的防护性产品。**报告期内，公司向仁宝电脑的产品销售收入金额分别为 3,020.43 万元、**

4,562.73 万元、3,232.89 万元、1,592.18 万元，2018 年、2020 年销售收入金额基本保持一致、2019 年实现收入金额相对较大，主要原因是 2019 年度仁宝电脑出货机型种类增加相对较多且出货量相对较大，其当年向公司采购的个人电脑防护性产品规模相对较大，导致当年收入金额较大。

3、公司与仁宝电脑是否仍保持合作关系

截至本问询函回复出具日，公司与仁宝电脑仍保持良好的合作关系，合作情况良好、未出现重大不利变化。

四、保荐机构、申报会计师核查意见

（一）核查过程

保荐机构、申报会计师主要执行了以下核查程序：

1、对发行人主要管理人员进行访谈，了解发行人与联想集团业务合作关系的发展过程、获取订单方式、销售规模变化情况及原因等；

2、获取发行人与联想集团签订的长期框架协议；获取发行人与联想集团业务相关的招投标资料；

3、统计报告期发行人对联想集团的销售金额及占比，查阅同行业上市公司公开披露信息，了解同行业上市公司客户集中度情况；分析发行人对联想集团是否存在重大依赖，相关业务是否具有稳定性及可持续性；

4、查阅了 IDC 等第三方机构公开的行业数据，了解报告期内联想集团个人电脑和全球个人电脑的出货量情况；

5、查阅了发行人的收入明细表，核查发行人报告期内向联想集团销售产品的类别、金额、数量的具体情况；

6、查阅了发行人的收入明细表，核查发行人报告期内向歌尔股份、立讯精密销售产品的类别、金额、数量的具体情况；

7、查阅歌尔股份、立讯精密的公告文件以及报告期内的财务报表数据，核查发行人销售变动与主要客户相关产品出货量是否存在直接的匹配性；

8、访谈公司管理层，了解报告期内公司对英华达、仁宝电脑的销售金额变动的原因；查阅在手订单情况，核实发行人与上述客户是否仍然保持合作关系。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、（1）发行人与联想集团于 2012 年建立合作关系，获取订单方式主要为招标、获取订单具有持续性，公司已与联想集团签订长期战略合作协议；（2）发行人向联想集团销售收入增长较快的原因具有合理性，**发行人主要向联想集团销售个人电脑类防护性产品、**销售数量与联想集团相关产品出货量整体相匹配；（3）发行人对联想集团不存在重大依赖，相关业务具有稳定性及可持续性；

2、（1）报告期内公司对歌尔股份以及立讯精密销售收入金额整体增长具有合理性；（2）因歌尔股份与立讯精密主营业务产品类型较为多元、产品种类较多、采购规模较大，公司对歌尔股份与立讯精密销售量的变动与其主营业务产品销量变动无法直接进行匹配，具有合理性；

3、（1）公司与英华达的合作金额减少主要是受终端品牌对制造服务商结构调整因素的影响，截至本问询函回复出具日，公司对英华达无尚未执行或尚未完成的在手订单；（2）报告期内，公司对仁宝电脑 2019 年实现收入金额相对较大的原因具有合理性；截至本问询函回复出具日，公司与仁宝电脑仍保持良好的合作关系，合作情况良好、未出现重大不利变化。

7、关于主营业务成本

申报文件显示：

（1）报告期各期，发行人主营业务成本分别为 28,788.82 万元、37,146.57 万元、51,492.52 万元，发行人将其分为自制产品成本和 OEM 产品成本，其中 OEM 产品成本分别为 8,243.58 万元、12,865.40 万元、17,469.97 万元，发行人未分析 OEM 生产的业务模式、主要涉及的产品类型以及主要的 OEM 产品的供应商等。

（2）报告期各期，发行人自制产品成本分别为 20,545.24 万元、24,281.17 万

元、34,022.55 万元，以直接材料为主，分别为 12,957.91 万元、16,111.99 万元、22,070.64 万元；直接人工成本分别为 2,810.15 万元、2,893.66 万元、3,984.29 万元，2019 年与收入及成本的增长幅度不匹配；制造费用分别为 4,777.18 万元、5,275.51 万元、7,967.62 万元，未披露明细情况。

请发行人：

（1）说明 OEM 生产的具体业务模式以及采用该种模式的原因、主要涉及的产品类型、金额、发行人是否具有自主生产的能力、OEM 的供应商名称、OEM 产品类别、采购金额、占供应商营业收入的比例、采购单价与自制成本的差异。

（2）划分直接材料成本以及制造费用明细并说明与销量、销售收入的匹配关系，说明 2019 年直接人工成本与营业收入及成本的增幅不匹配的原因。

（3）结合 2021 年上半年主要原材料采购价格变动情况等分析并说明原材料价格上涨对发行人毛利率等主要财务指标的影响。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、说明OEM生产的具体业务模式以及采用该种模式的原因、主要涉及的产品类型、金额、发行人是否具有自主生产的能力、OEM的供应商名称、OEM产品类别、采购金额、占供应商营业收入的比例、采购单价与自制成本的差异

（一）OEM生产的具体业务模式以及采用该种模式的原因

1、OEM 生产的具体业务模式

公司 OEM 生产模式的具体业务流程情况如下：

（1）公司供应链中心、质量中心共同对 OEM 供应商的经营状况、生产能力、技术工艺、产品质量等进行严格评估，选择合格 OEM 供应商纳入供应商库并进行定期考核、实施动态管理；

（2）OEM 供应商入围后，公司会与其签订《采购合同》作为框架性协议，成为 OEM 供应商生产产品和提供服务的基础；

（3）公司存在 OEM 生产需求时，会向 OEM 供应商发出《采购订单》，并向其提出使用原材料、方案设计、规格、型号、功能、具体参数指标、交货时间及地点等方面的具体要求；

（4）OEM 供应商按照公司要求进行产品定制化生产，公司供应链中心会派驻人员对生产过程进行全流程的监督控制，及时发现制止生产过程中不符合公司要求以及安全生产等相关规定的事项；

（5）产品完工后，公司质量中心人员会对产品质量进行检测，确保其符合公司的技术标准要求，质检合格后 OEM 供应商将产品提供给公司；

（6）双方按照约定的周期进行对账和结算，具体内容经双方确认无误后，OEM 供应商向公司开具增值税发票并送达，公司收到发票后在约定的期限内付款结算。

2、采用 OEM 模式生产的原因

（1）消费电子防护性及功能性产品具有集中供货、交期短的特点，在自制产能临时无法满足客户需求时，需要采用 OEM 模式补充产能

消费电子防护性及功能性产品的生产和销售受下游行业需求波动的影响较大。随着信息技术的不断发展，个人电脑、智能手机、智能穿戴设备等消费电子产品的品牌推出及更新换代速度越来越快。同时，受节假日分布及消费者的消费习惯等因素影响，消费电子终端品牌商一般在下半年集中发布多款新品，生产商根据新品发布计划进行生产和铺货，并进行上游消费电子防护性及功能性产品的采购，采购模式呈现定制化程度相对较高、批量集中、交期短的特点。同时公司部分下游客户采取 VMI 模式对其原材料进行库存管理，在该种业务模式下，由第三方物流公司管理供应商库存，也对公司的生产能力和补货效率提出了更高的要求。

受上述因素影响，公司消费电子防护性及功能性产品具有集中供货、交期短的特点。公司综合考虑自有产能情况，通过 OEM 模式进行部分生产、以便更好的满足客户要求。

（2）在融资渠道较为单一、资金实力相对受限的情况下，OEM 模式有助于

减少资金占用、节约资金成本、降低生产设备等固定资产的前期投入风险

在业务开展过程中，技术研发、生产经营等日常活动都需要大量资金流投入。目前公司的融资渠道较为单一，主要依靠自身经营积累以及银行贷款融资。在资金实力、经营场所、管理能力相对受限的情况下，将部分生产通过 OEM 方式实施，可以在满足灵活生产需求的同时帮助公司减少资金占用、节约资金成本，将有限资金集中投入到核心的技术研发环节以及日常运营过程中，同时有助于公司降低生产设备等固定资产的前期投入风险。

报告期内公司自制产能逐渐扩大，自制能力逐步提升。报告期各期末，公司机器设备账面金额分别为 1,608.39 万元、3,660.85 万元、4,129.68 万元、4,207.28 万元，相关生产人员数量也不断提升。同时公司积极购买土地使用权并投入建设生产基地，截至目前公司的武汉生产基地及越南生产基地正在建设过程中。上述生产基地建设完毕并投产后，公司自制产能及产量规模将进一步提升，预计 OEM 模式下的生产规模占比将有所下降。

综上所述，公司采取 OEM 模式的主要目的为弥补自制产能临时不足、减少资金占用、节约资金成本、降低生产设备等固定资产的前期投入等，具有合理性。

（二）主要涉及的产品类型、金额、发行人是否具有自主生产的能力

公司 OEM 模式主要涉及防护性及功能性产品。**报告期内，公司 OEM 模式采购的防护性产品金额分别为 8,229.74 万元、13,031.79 万元、16,206.96 万元、8,543.99 万元，OEM 模式采购的功能性产品金额分别为 257.05 万元、2,797.92 万元、3,542.01 万元、2,665.84 万元，二者合计占 OEM 模式总采购金额的比例分别为 97.50%、97.04%、94.06%、93.25%，占比较高。**

公司拥有生产所需要的生产场地、设备、人员和技术，具备自主生产消费电子防护性产品及功能性产品的能力。**报告期内，公司主营业务成本中自制产品生产成本金额分别为 20,545.24 万元、24,281.17 万元、34,022.55 万元、18,477.87 万元，占主营业务成本金额的比例分别为 71.37%、65.37%、66.07%、62.91%。**公司主要通过自制方式实现产品供应，自制产品成本占比相对较高。

（三）OEM的供应商名称、OEM产品类别、采购金额、占供应商营业收入

的比例

报告期内，公司主要 OEM 供应商的具体情况如下：

单位：万元

序号	供应商名称	OEM 采购金额	主要涉及产品类别	占 OEM 总采购金额比例	占该供应商营业收入的比例
2021 年 1-6 月					
1	**安徽英美达新材料科技有限公司及其关联方**	**1,012.68**	**防护性产品**	**8.42%**	**约 30%**
2	**昆山荣惠诚包装材料有限公司**	**569.13**	**功能性产品**	**4.73%**	**约 20%**
3	**苏州卓亚包装材料有限公司**	**551.05**	**防护性产品**	**4.58%**	**约 40%**
4	**东莞市恒协新材料科技有限公司**	**510.77**	**防护性产品**	**4.25%**	**约 25%**
5	**东莞市祥辉包装制品有限公司**	**494.80**	**防护性产品**	**4.12%**	**约 40%**
合计		**3,138.43**	**-**	**26.11%**	**-**
2020 年度					
1	苏州卓亚包装材料有限公司	1,186.77	防护性产品	5.65%	约 65%
2	深圳市富鸿达包装制品有限公司	914.27	防护性产品	4.35%	约 80%
3	张家港鸿翔新型保温材料有限公司及其关联方	913.60	防护性产品	4.35%	约 20%
4	安徽英美达新材料科技有限公司及其关联方	910.03	防护性产品	4.33%	约 15%
5	东莞市恒协新材料科技有限公司	863.80	防护性产品	4.11%	约 20%
合计		**4,788.47**	**-**	**22.81%**	**-**
2019 年度					
1	昆山上艺	805.73	功能性产品	4.94%	约 5%
2	深圳市天之娇塑料制品有限公司	696.12	防护性产品	4.27%	约 55%
3	深圳市富鸿达包装制品有限公司	633.77	防护性产品	3.89%	约 55%

4	安徽忠柱电子商务有限公司	587.38	防护性产品	3.60%	约 65%
5	江阴长和包装材料有限公司	581.99	防护性产品	3.57%	约 75%
合计		**3,305.00**	**-**	**20.26%**	**-**
2018 年度					
1	上海腾翔彩塑制品厂	526.21	防护性产品	6.05%	约 20%
2	成都科力达包装有限公司	450.85	防护性产品	5.18%	约 20%
3	安徽英美达新材料科技有限公司及其关联方	446.09	防护性产品	5.13%	约 25%
4	东莞市恒协新材料科技有限公司	410.29	防护性产品	4.71%	约 10%
5	宁夏汤特科技有限公司	366.88	防护性产品	4.22%	约 85%
合计		**2,200.33**	**-**	**25.28%**	**-**

（四）采购单价与自制成本的差异

报告期内公司各主要产品 OEM 模式下的外购产品单位采购价格和自制模式下的产品单位成本存在一定的差异，主要是由于具体的产品结构存在一定差异所致，具有合理性，具体情况如下：

1、防护性产品 OEM 采购单价与自制产品单位成本的差异

报告期内，公司防护性产品 OEM 采购情况如下：

单位：万元

名称	2021 年 1-6 月		2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
缓冲类产品	**5,457.05**	**63.87%**	10,338.67	63.79%	8,881.74	68.15%	6,024.18	73.20%
保护类产品	**3,086.94**	**36.13%**	5,868.29	36.21%	4,150.05	31.85%	2,205.56	26.80%
合计	**8,543.99**	**100.00%**	**16,206.96**	**100.00%**	**13,031.79**	**100.00%**	**8,229.74**	**100.00%**

（1）缓冲类产品 OEM 采购单价与自制产品单位成本的差异

报告期内，公司缓冲类产品 OEM 采购单价与自制产品单位成本情况如下：

单位：元/PCS

项目	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
缓冲类产品-采购	**0.61**	0.67	0.67	0.56
缓冲类产品-自制	**3.06**	2.59	2.61	2.60

报告期内公司缓冲类产品的 OEM 采购单价与自制成本存在一定差异，主要是由于 OEM 采购及自制产品的产品结构存在较大差异所致，具有合理性，具体情况如下：

报告期内公司 OEM 模式采购的缓冲类产品主要为单位价格较低的食品领域 EPE 产品，占 OEM 模式采购缓冲类产品数量的比例分别为 72.54%、71.23%、70.93%、69.83%；该类产品要求相对较低、更新换代速度较慢、产品结构单一、工艺简单、耗材少、价格较低，报告期内公司 OEM 模式外购的 EPE 产品采购单价分别为 0.41 元/PCS、0.43 元/PCS、0.49 元/PCS、0.47 元/PCS，相对较低。受上述采购单价较低产品的采购数量占比较高因素影响，报告期内公司 OEM 模式采购的缓冲类产品单位采购成本相对较低。

报告期内公司自制的缓冲类产品主要为单位价格较高的个人电脑领域 EPE 产品，占自制下缓冲类产品数量的比例分别为 59.30%、68.26%、67.75%、70.67%；该类产品要求相对较高、更新换代速度较快且生产加工工艺相对复杂，单位生产成本较高，报告期内公司自制的 EPE 产品单位成本分别为 2.80 元/PCS、2.79 元/PCS、2.74 元/PCS、3.27 元/PCS，相对较高。受上述生产成本较高的产品的数量占比较高因素影响，报告期内公司自制的缓冲类产品单位成本相对较高。

（2）保护类产品 OEM 采购单价与自制产品单位成本的差异

报告期内，公司保护类产品 OEM 采购单价与自制产品单位成本情况如下：

单位：元/PCS

项目	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
保护类产品-采购	**0.42**	0.52	0.52	0.39
保护类产品-自制	**13.29**	10.10	3.47	4.07

报告期内公司保护类产品的 OEM 采购单价与自制成本存在一定差异，主要

是由于 OEM 采购及自制产品的产品结构存在较大差异所致，具有合理性，具体情况如下：

报告期内公司 OEM 模式采购的保护类产品主要为单位价格较低的袋类产品，占 OEM 模式采购保护类产品金额的比例分别为 72.19%、56.03%、67.73%、73.31%；该类产品结构简单、体积小、耗材少、单价较低，报告期内公司 OEM 模式外购的袋类产品采购单价分别为 0.29 元/PCS、0.31 元/PCS、0.36 元/PCS、0.32 元/PCS，相对较低。受上述采购单价较低产品的采购金额占比较高因素影响，报告期内公司 OEM 模式采购的保护类产品单位采购成本相对较低。

报告期内公司自制的保护类产品主要为单位价格较高的栈板类产品，占自制下保护类产品金额的比例分别为 73.99%、77.65%、84.85%、92.74%；该类产品体积较大、原材料价格较高，单位生产成本较高，报告期内公司自制的栈板类产品单位成本分别为 43.56 元/PCS、41.32 元/PCS、43.50 元/PCS、46.26 元/PCS，相对较高。受上述生产成本较高的产品的金额占比较高因素影响，报告期内公司自制的保护类产品单位成本相对较高。

2、功能性产品 OEM 采购单价与自制产品单位成本的差异

报告期内，公司功能性产品 OEM 采购单价与自制产品单位成本情况如下：

单位：元/PCS

项目	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
功能性产品-采购	**0.174**	0.175	0.309	0.070
功能性产品-自制	**0.145**	0.084	0.025	0.022

报告期内公司功能性产品的 OEM 采购单价与自制成本存在一定差异，主要是由于 OEM 采购及自制产品的产品结构存在较大差异所致，具有合理性，具体情况如下：

2018 年、2019 年、2020 年，公司 OEM 模式采购的功能性产品单位价格高于自制产品，系由于外购功能性产品主要为个人电脑类、智能穿戴类产品，其中个人电脑类功能性产品采购占比相对较高，2019 年、2020 年采购数量占 OEM 模式采购功能性产品数量的比例分别为 72.29%、88.40%。该类产品用料相对较多、面积相对较大、单位价格相对较高，从而导致其整体 OEM 采购单价较高。

2018 年、2019 年、2020 年，公司自制的功能性产品主要为单位价格较低的智能穿戴类功能性产品，占自制下功能性产品数量的比例分别为 92.55%、90.54%、61.89%。该类产品用料相对较少、面积相对较小、单位价格相对较低，从而导致其自制单位成本相对较低。

2021 年 1-6 月，公司自制功能性产品单位成本上升幅度相对较大，主要是由于生产成本较高的个人电脑类功能性产品数量占比有所增加所致。受碳纤维产品业务规模不断扩大等因素影响，2020 年、2021 年 1-6 月公司自制个人电脑类功能性产品单位成本分别为 0.468 元/PCS、0.589 元/PCS，占自制功能性产品数量的比例分别 10.67%、18.47%，生产成本上升的同时数量占比增加较大，带动 2021 年 1-6 月自制的功能性产品单位成本上升幅度相对较大。

综上所述，报告期内公司各主要产品 OEM 模式下的外购产品单位采购价格和自制模式下的产品单位成本存在一定的差异，主要是由于公司 OEM 模式采购及自制模式生产的产品具体细分品类存在差异所致，具有合理性。

二、划分直接材料成本以及制造费用明细并说明与销量、销售收入的匹配关系，说明2019年直接人工成本与营业收入及成本的增幅不匹配的原因

（一）划分直接材料成本以及制造费用明细并说明与销量、销售收入的匹配关系

1、直接材料成本与销量、销售收入的匹配关系

（1）直接材料明细

报告期内，公司主营业务成本中直接材料明细情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月		2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
EPE 板	**4,716.58**	**40.75%**	7,762.90	35.17%	7,838.42	48.65%	7,271.40	56.12%
保护膜	**506.19**	**4.37%**	2,007.64	9.10%	1,277.43	7.93%	529.32	4.08%
胶带	**1,387.00**	**11.98%**	1,775.79	8.05%	1,097.00	6.81%	710.50	5.48%
栈板材料	**828.98**	**7.16%**	1,379.28	6.25%	1,010.48	6.27%	960.76	7.41%

碳纤板	**1,379.95**	**11.92%**	1,231.20	5.58%	-	-	-	-
其他	**2,755.14**	**23.80%**	7,913.83	35.86%	4,888.67	30.34%	3,485.93	26.90%
合计	**11,573.84**	**100.00%**	**22,070.64**	**100.00%**	**16,111.99**	**100.00%**	**12,957.91**	**100.00%**

公司防护性产品使用的直接材料主要为 EPE 板、栈板材料等，功能性产品使用的直接材料主要为保护膜、胶带、碳纤板等。受报告期内防护性产品及功能性产品收入占比变化等因素影响，上述主要原材料的金额占比存在一定的变化，具有合理性。

（2）直接材料成本与销量、销售收入的匹配情况

1）EPE 板

报告期内公司采购的EPE板主要应用于防护性产品中的EPE及其复合产品，与自制该类产品的销量、销售收入的匹配情况如下：

单位：万元/万 PCS

项目	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
EPE 板耗用金额①	**4,716.58**	7,762.90	7,838.42	7,271.40
自制 EPE 及其复合产品销售数量②	**2,661.37**	5,121.96	4,625.16	5,390.23
自制 EPE 及其复合产品销售收入③	**11,817.45**	21,545.71	21,388.89	19,548.40
单位产品耗用金额①/②	**1.77**	1.52	1.69	1.35
单位收入耗用金额①/③	**0.40**	0.36	0.37	0.37

报告期内，公司 EPE 板单位产品耗用金额分别为 1.35 元、1.69 元、1.52 元、1.77 元。公司 EPE 类产品类型、品号众多，不同类型、品号的 EPE 类产品尺寸、选材、设计、工艺均存在差异且价格存在一定变动，使用 EPE 板的单位耗用金额存在一定差异。受客户需求、订单变化等因素影响，2019 年公司 EPE 及其复合产品单位产出耗用 EPE 板材的数量相对较多，当年单位产品耗用 EPE 板金额相对较高。**2021 年 1-6 月，公司单位产品耗用金额较 2020 年上升 16.45%、有所上升，主要是由于 EPE 板采购单价有所上升所致。2021 年 1-6 月公司采购 EPE 板采购价格为 27.54 元/PCS、较 2020 年采购单价上升 13.15%，增长幅度基本保持一致、具有合理性。**

报告期内，公司 EPE 板单位收入耗用金额分别为 0.37 元、0.37 元、0.36 元、0.40 元，变动幅度相对较小、整体保持基本稳定。2021 年 1-6 月单位金额略有上升，主要是受当期 EPE 板原材料采购单价有所上升因素影响。

2）保护膜

报告期内公司的保护膜主要应用于模切类产品，与自制模切类产品销量、销售收入的匹配情况如下：

单位：万元/万 PCS

项目	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
保护膜耗用金额①	**506.19**	2,007.64	1,277.43	529.32
自制模切类产品销售数量②	**62,968.49**	187,010.47	183,090.64	129,334.07
自制模切类产品销售收入③	**9,069.44**	25,290.85	18,956.71	11,722.18
单位产品耗用金额①/②	**0.008**	**0.011**	**0.007**	**0.004**
单位收入耗用金额①/③	**0.06**	**0.08**	**0.07**	**0.05**

2018 年、2019 年和 2020 年，公司保护膜单位产品耗用金额分别为 0.004 元、0.007 元、0.011 元，单位收入耗用金额分别为 0.05 元、0.07 元、0.08 元，整体有所上升，主要原因如下：

①公司功能性产品层数增加、选用材料种类增多

随着消费电子行业的发展，功能性产品更新迭代频繁、终端消费电子产品结构更加丰富，在消费电子产品结构逐渐复杂的趋势下，下游厂商对公司产品的功能和性能要求进一步提升，使得产品结构复杂度提升、层数增加、所选用材料种类增多，带动单位产品销量及收入耗用的保护膜金额有所上升。

②保护膜采购价格不断上升

2018 年、2019 年和 2020 年，公司保护膜采购价格分别为 3.84 元/㎡、4.11 元/㎡、4.40 元/㎡，逐渐上升，带动单位产品销量及单位收入对应的保护膜金额有所上升。

2021 年 1-6 月，公司保护膜单位产品耗用金额为 0.008 元、单位收入耗用金额为 0.06 元，较 2020 年有所下降，主要为保护膜采购价格下降所致。2021 年 1-

6 月，公司保护膜平均采购价格为 3.54 元/㎡，较 2020 年平均采购价格下降 19.55%、下降幅度相对较大，导致 2021 年 1-6 月保护膜单位产品耗用金额及单位收入耗用金额有所下降。

3）胶带

报告期内公司的胶带主要应用于模切类产品，与自制模切类产品销量、销售收入的匹配情况如下：

单位：万元/万 PCS

项目	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
胶带耗用金额①	**1,387.00**	1,775.79	1,097.00	710.50
自制模切类产品销售数量②	**62,968.49**	187,010.47	183,090.64	129,334.07
自制模切类产品销售收入③	**9,069.44**	25,290.85	18,956.71	11,722.18
单位产品耗用金额①/②	**0.022**	**0.009**	**0.006**	**0.005**
单位收入耗用金额①/③	**0.15**	**0.07**	**0.06**	**0.06**

2018 年、2019 年和 2020 年，公司胶带单位产品耗用金额分别为 0.005 元、0.006 元、0.009 元，单位收入耗用金额分别为 0.06 元、0.06 元、0.07 元，整体呈现上升趋势，主要原因如下：

①公司功能性产品层数增加、选用材料种类增多

参见本问题“2）保护膜”之相关回复。

②胶带采购价格不断上升

2018 年、2019 年和 2020 年，公司胶带采购价格分别为 16.61 元/㎡、16.61 元/㎡、17.90 元/㎡，价格整体有所上升，带动单位产品销量及收入耗用的胶带金额有所上升。

2021 年 1-6 月，公司胶带单位产品耗用金额为 0.022 元，单位收入耗用金额为 0.15 元，较 2020 年增长幅度较大，主要为产品结构存在一定变动所致。公司模切类产品主要应用于智能穿戴、个人电脑及智能手机，其中个人电脑类模切产品耗用胶带较多、其直接材料主要即为胶带。该类产品的体积、规格相对较大、用料较多，2021 年 1-6 月其单位产品耗用的胶带金额为 0.077 元、单位收入耗用

的胶带金额为 0.23 元，均远高于其他应用领域之模切类产品。受客户需求变动等因素影响，2021 年 1-6 月公司销售的自制模切类产品中，个人电脑类产品销量占比为 17.13%、较 2020 年增加 6.69 个百分点，收入占比为 40.16%、较 2020 年上升 10.01 个百分点，同比增长幅度均相对较大。单位产品及单位收入耗用的胶带金额较大的个人电脑类模切产品，其销售数量及销售收入占比上升幅度相对较大，带动 2021 年 1-6 月公司单位产品及单位收入耗用胶带金额有所上升。

4）栈板材料

报告期内，公司采购的栈板材料主要应用于栈板类产品，与自制栈板类产品销量、销售收入的匹配情况如下：

单位：万元/万 PCS

项目	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
栈板材料耗用金额①	**828.98**	1,379.28	1,010.48	960.76
自制栈板类产品销售数量②	**20.44**	32.73	28.17	26.16
自制栈板类产品销售收入③	**1,401.52**	2,270.20	1,773.09	1,594.60
单位产品耗用金额①/②	**40.56**	**42.14**	**35.87**	**36.73**
单位收入耗用金额①/③	**0.59**	**0.61**	**0.57**	**0.60**

报告期内，公司栈板材料单位产品耗用金额分别为 36.73 元、35.87 元、42.12 元、40.56 元，单位收入耗用金额分别为 0.60 元、0.57 元、0.61 元、0.59 元。

2019 年，公司栈板材料单位产品及单位收入耗用金额相对较低，主要为产品尺寸存在差异所致。公司栈板类产品品号较多，不同品号的栈板类产品尺寸存在一定的差异。受客户需求、订单等因素影响，2019 年公司销售的 43010-0003A 品号栈板类产品数量占比为 19.07%、占比相对较高同时该品号栈板类产品尺寸较小，使得当年销售的栈板类产品单位产品及单位收入耗用原材料金额也相对略低。

5）碳纤维板

报告期内公司碳纤维板应用于碳纤维背板类产品，与自制碳纤维板背板类产品销量、销售收入的匹配情况如下：

单位：万元/万 PCS

项目	2021 年 1-6 月	2020 年
碳纤维板耗用金额①	**1,379.95**	1,231.20
碳纤维背板类产品销售数量②	**20.31**	17.05
碳纤维背板类产品销售收入③	**2,871.21**	2,518.38
单位产品耗用金额①/②	**67.94**	**72.21**
单位收入耗用金额①/③	**0.48**	**0.49**

2019 年 1 月，公司与无锡山秀合作成立合肥山秀，双方共同合作发展碳纤维背板业务。2019 年受处于合作初期、设备采购调试、客户认证安排、客户需求进度等因素影响，当年未实现碳纤维背板产品业务收入。2020 年，公司开始向客户进行供货并实现营业收入，当年碳纤维背板单位产品耗用金额为 72.21 元，单位收入耗用金额为 0.49 元。

2021 年 1-6 月，公司碳纤维背板产品单位产品耗用碳纤板金额为 67.94 元、单位收入耗用碳纤板金额为 0.48 元，较 2020 年分别同比下降 5.91%、2.04%，变动幅度相对较小、基本保持稳定。

综上所述，公司直接材料中 EPE 板、保护膜、胶带、栈板材料等主要原材料与报告期内相关产品的销量、销售收入的匹配情况良好。

2、制造费用与销量、销售收入的匹配关系

（1）制造费用明细

报告期内，公司主营业务成本中制造费用明细情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月		2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
人工薪酬	**1,422.29**	**28.72%**	2,335.33	29.31%	2,247.81	42.61%	1,627.14	34.06%
委外加工费	**1,363.01**	**27.53%**	1,587.68	19.93%	87.19	1.65%	173.63	3.63%
厂房租金	**806.07**	**16.28%**	1,515.38	19.02%	1,443.68	27.37%	1,425.37	29.84%
模具费	**341.97**	**6.91%**	538.48	6.76%	180.44	3.42%	178.62	3.74%
辅料及耗材	**329.22**	**6.65%**	611.94	7.68%	513.58	9.74%	409.24	8.57%

水电费	**302.67**	**6.11%**	515.31	6.47%	497.35	9.43%	360.55	7.55%
固定资产折旧	**244.45**	**4.94%**	377.50	4.74%	160.13	3.04%	116.94	2.45%
低值易耗品	**73.56**	**1.49%**	114.71	1.44%	44.70	0.85%	208.09	4.36%
其他	**68.47**	**1.38%**	371.28	4.66%	100.63	1.91%	277.60	5.81%
合计	**4,951.73**	**100.00%**	**7,967.62**	**100.00%**	**5,275.51**	**100.00%**	**4,777.18**	**100.00%**

（2）制造费用与销量、销售收入的匹配情况

报告期内公司制造费用明细中，人工薪酬、辅料耗材、水电费、**委外加工费**等与自制产品销量或营业收入变动具有良好的匹配性，厂房租金、模具费、固定资产折旧以及低值易耗品的变动具有合理性，具体情况如下：

1）人工薪酬

公司综合考虑车间管理人员的工作时间、工作量、工作表现等确认其薪酬金额，制造费用中的人工薪酬与产品销量的相关性相对较高。报告期内，公司制造费用中人工薪酬与自制主营业务产品销量的匹配情况如下：

单位：万元、万 PCS、元/PCS

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
人工薪酬	1,422.29	2,335.33	2,247.81	1,627.14
自制产品销售数量	66,349.59	196,776.36	194,508.80	136,141.87
单位销量对应的人工薪酬	0.021	0.012	0.012	0.012

报告期内，公司单位自制主营业务产品销量对应的人工薪酬分别为 0.012 元、0.012 元、0.012 元、0.021 元，2018 年至 2020 年基本保持稳定。2021 年 1-6 月单位自制主营业务产品销量对应的人工薪酬较 2020 年上升幅度相对较大，主要是由于受下游智能穿戴产品终端市场需求变动、客户生产基地调整及越南疫情等因素影响，2021 年 1-6 月公司自制功能性产品销量相对较少，而公司整体生产人员薪酬金额依然相对较大，因此单位自制主营业务产品销量对应的人工薪酬上升幅度相对较大，具有合理性。

2）辅料及耗材

辅料及耗材的消耗受产品尺寸、结构、选材、规格型号的影响较大，与销售

收入的相关性相对较高。报告期内，公司制造费用中辅料及耗材与自制主营业务产品销售收入的匹配情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
辅料及耗材	329.22	611.94	513.58	409.24
自制产品销售收入	26,798.88	56,258.51	46,018.17	36,383.96
单位收入对应的辅料及耗材	0.012	0.011	0.011	0.011

报告期内，公司单位自制主营业务产品销售收入对应的辅料及耗材分别为 0.011 元、0.011 元、0.011 元、0.012 元，变动幅度较小、基本保持稳定。

3）水电费

水电费为公司生产过程中消耗的水、电能源金额，与销售数量的相关性相对较高。报告期内，公司制造费用中水电费与自制主营业务产品销量的匹配情况如下：

单位：万元、万 PCS、元/PCS

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
水电费	302.67	515.31	497.35	360.55
自制产品销量	66,349.59	196,776.36	194,508.80	136,141.87
单位销量对应的水电费	0.005	0.003	0.003	0.003

报告期内，公司单位自制主营业务产品销量对应的水电费分别为 0.003 元、0.003 元、0.003 元、0.005 元，2018 年至 2020 年基本保持稳定。2021 年 1-6 月单位自制主营业务产品销量对应的水电费较 2020 年上升幅度相对较大。与功能性产品相比，防护性产品体积更大、使用原材料种类更多，生产过程中水电耗用相对更多。受下游智能穿戴产品终端市场需求变动、客户生产基地调整及越南疫情等因素影响，2021 年 1-6 月公司自制功能性产品的产销量相对较少而防护性产销量规模依然相对较大，从而导致整体自制产品销量下降幅度相对较大的情况下水电费整体变更幅度相对较小，2021 年上半年单位自制主营业务产品销量对应的水电费上升幅度相对较大，具有合理性。

4）委外加工费

公司根据客户订单需求以及实际情况，对于部分产品部分订单通过委外加工方式实现产品生产。报告期内，公司制造费用中委外加工费分别为 173.63 万元、87.19 万元、1,587.68 万元、1,363.01 万元。

2019 年公司委外加工费同比略有下降，主要是由于当年公司减少吸塑类产品委外加工所致。**2020 年、2021 年 1-6 月，公司委外加工费金额较高，主要是由于当期碳纤维类产品委外加工费金额较大所致。随着公司碳纤维类产品业务规模的不断扩大，2020 年、2021 年 1-6 月制造费用中碳纤维类产品委外加工费金额相应有所增加，分别为 1,196.90 万元、1,070.72 万元，占委外加工费总金额的比例分别为 75.39%、78.56%，为委外加工费金额增加的主要影响因素。**

报告期内，公司碳纤维类产品委外加工费与自制碳纤维类产品销售收入的匹配情况如下：

单位：万元、万 PCS、元/PCS

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度
碳纤维类产品委外加工费	1,070.72	1,196.90
自制碳纤维类产品销售收入	2,871.21	2,518.38
单位收入对应的委外加工费	0.37	0.48

2020 年、2021 年 1-6 月，公司单位自制碳纤维类产品单位收入对应的委外加工费分别为 0.48 元、0.37 元，2021 年 1-6 月单位收入对应的委外加工费下降较多，主要是由于当期销售的碳纤维类产品中，无需进行喷漆加工的产品数量占比较 2020 年增加较多所致。2020 年、2021 年 1-6 月，公司销售的自制碳纤维类产品中无需进行喷漆加工的产品数量占比分别为 2.15%、13.83%，加工费较低的同时数量占比上升较多，带动自制碳纤维类产品单位收入对应的委外加工费下降幅度较大。

5）厂房租金

报告期内公司厂房租金金额与租赁厂房面积、租赁期限等相关程度较高。报**告期内公司制造费用中厂房租金分别为 1,425.37 万元、1,443.68 万元、1,515.38 万元、806.07 万元，整体保持基本稳定。**2020 年公司制造费用中租金金额略有上升，主要是由于公司在昆山地区新增租赁厂房所致。

6）模具费

公司产品类型、品号众多，不同类型、品号产品生产所需的模具有所不同，公司需要根据客户的具体产品需求进行定制化采购，因此报告期内公司模具费耗用与产品类型、品号相关程度较高。

报告期内，公司制造费用中模具费分别为 178.62 万元、180.44 万元、538.48 万元、341.97 万元。2020 年公司制造费用中模具费增长较快，主要是由于公司于 2019 年 10 月收购昆山上艺相关资产并承接其相关业务，模切类产品的应用领域和客户资源进一步拓展、客户数量不断增加。在不同应用领域及不同客户的型号、规格要求存在较大差异的情况下，公司模切类产品具体细分品类及品号增加较多，当年模具用量增加较多、金额增长较快。

7）固定资产折旧

报告期内公司固定资产折旧金额与机器设备等固定资产规模相关程度较高。**报告期内，公司制造费用中固定资产折旧分别为 116.94 万元、160.13 万元、377.50 万元、244.45 万元。**2020 年公司固定资产折旧金额同比增长幅度相对较大，主要是由于公司于 2019 年 10 月收购了昆山上艺的相关机器设备资产且金额相对较大为 1,645.99 万元，导致 2020 年公司生产用机器设备的账面金额以及计提折旧金额相对较大。

8）低值易耗品

报告期内，公司制造费用中低值易耗品分别为 208.09 万元、44.70 万元、114.71 万元、73.56 万元，2018 年低值易耗品金额较大，主要是由于当年集中采购、金额相对较大。

综上所述，报告期内公司制造费用明细中，人工薪酬、辅料耗材、水电费、**委外加工费**等与自制产品销量或营业收入变动具有良好的匹配性；报告期内公司厂房租金、模具费、固定资产折旧以及低值易耗品的变动具有合理性。

（二）说明 2019 年直接人工成本与营业收入及成本的增幅不匹配的原因

2018 年、2019 年，公司直接人工成本、自制产品收入及成本情况如下：

单位：万元

项目	2019 年		2018 年
	金额	增长率	金额
直接人工	2,893.66	2.97%	2,810.15
自制产品收入	46,018.17	26.48%	36,383.96
自制产品成本	24,281.17	18.18%	20,545.24

2019 年，公司直接人工同比增长 2.97%，增长趋势同自制产品收入及成本保持一致。2019 年公司直接人工的同比增长幅度低于自制产品收入及成本的同比增长幅度，具有合理性，具体情况如下：

1、公司直接人工与销售数量相关度相对较高，变动趋势具有一致性

公司综合考虑车间生产工人的工作时间、工作量、工作表现等确认其薪酬金额，成本中的直接人工金额同产品销量的相关性相对较高、匹配情况良好。2018 年、2019 年，公司防护性产品与功能性产品的直接人工与自制产品销售数量的匹配性分析如下：

单位：万元、万 PCS、元/PCS

名称	项目	2019 年度	2018 年度
防护性产品	直接人工	2,173.96	2,282.63
	自制产品销售数量	6,147.81	6,794.21
	单位人工/销量	**0.35**	**0.34**
功能性产品	直接人工	718.00	525.35
	自制产品销售数量	183,090.64	129,334.07
	单位人工/销量	**0.0039**	**0.0041**

2018 年、2019 年公司自制防护性产品的单位销量耗用人工金额以及功能性产品的单位销量耗用人工金额变化差异均较小、基本保持稳定。直接人工同防护性产品及功能性产品销量变动的匹配性良好。

2019 年，公司直接人工金额同比增长幅度低于自制产品的收入及成本增长幅度，主要原因为 2019 年自制防护性及功能性产品单位价格及单位成本同比增长幅度相对较大导致公司整体自制产品收入、成本涨幅较大。**2019 年公司自制**

防护性产品的单位价格、单位成本分别同比上升 21.62%、15.60%，自制功能性产品的单位价格、单位成本分别同比上升 14.24%、34.19%，上升幅度相对较大，为公司直接人工金额同比增长幅度低于自制产品的收入及成本增长幅度的主要影响因素，具有合理性。

2、公司生产自动化程度不断提高，生产效率有所提高，一定程度减少了对直接人工的依赖

报告期各期末，公司机器设备账面金额分别为 1,608.39 万元、3,660.85 万元、4,129.68 万元、4,207.28 万元，机器设备金额不断增加。公司通过购置定制化设备组装模切圆刀生产线、热塑成型全自动生产线和 EPE 自动贴合生产线等自动化流水产线，持续提升生产自动化程度及连续作业能力；公司基于对生产工艺及设备使用的深刻理解，不断改进、优化工艺技术、调整产线空间布局、提高设备自动化程度及生产效率，一定程度减少了对直接人工的依赖；公司 2018 年和 2019 年智能穿戴类功能性产品主要为自制，该部分产品客户集中度高，销售金额及数量较大的品号产品相对比较稳定，在工艺成熟、流程标准的情况下也有助于减少直接人工的相对投入。

综上所述，2019 年直接人工成本与营业收入及成本的增幅趋势保持一致；直接人工同防护性产品及功能性产品销量变动的匹配性良好；直接人工增长幅度低于营业收入及成本的增幅的原因具有合理性。

三、结合 2021 年上半年主要原材料采购价格变动情况等分析并说明原材料价格上涨对发行人毛利率等主要财务指标的影响

（一）2021 年上半年主要原材料采购价格变动情况

发行人生产过程中使用的主要原材料在 2020 年及 2021 年上半年采购价格情况如下：

单位：元/片、PCS

主要原辅料名称	2021 年 1-6 月	2020 年度	变动幅度
EPE 板	**27.54**	24.34	**13.15%**
胶带	**17.56**	17.90	**-1.90%**

保护膜	**3.54**	4.40	**-19.59%**
碳纤板	**69.66**	65.02	**7.14%**
栈板材料	**2.78**	2.68	**3.76%**

2021 年 1-6 月 EPE 板单位价格较 2020 年上升幅度相对较大，保护膜单价下降幅度相对较大。

（二）原材料价格上涨对发行人毛利率等主要财务指标的影响

假设除发行人自制产品所需的原材料价格变动外，其他因素均不发生变化，原材料价格分别上涨 10%、20%的情况下，对发行人报告期内利润总额、主营业务毛利率等主要财务指标的影响敏感性分析如下：

单位：万元

原材料价格变动	项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
上涨 10%	利润总额变动额	**-1,172.83**	-2,207.06	-1,611.20	-1,295.79
	主营业务毛利率变动	**-2.77%**	-2.70%	-2.47%	-2.67%
上涨 20%	利润总额变动额	**-2,345.66**	-4,414.13	-3,222.40	-2,591.58
	主营业务毛利率变动	**-5.53%**	-5.39%	-4.94%	-5.34%

由上表可见，在假设条件下，原材料价格上涨对发行人的利润总额及主营业务毛利率的变动存在一定影响。在主要原材料价格持续或短期内大幅上涨的情况下，发行人存在毛利率下降、利润下降的风险。

报告期内 EPE 板材料成本占全部材料成本的比例相对较高且 2021 年 1-6 月 EPE 板价格涨幅相对较大，因此对 EPE 板价格变化进行敏感性分析。假设除发行人自制产品所需的 EPE 板价格变动外，其他因素均不发生变化，EPE 板价格分别上涨 10%、20%的情况下，对发行人报告期内利润总额、主营业务毛利率等主要财务指标的影响敏感性分析如下：

单位：万元

原材料价格变动	项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
上涨 10%	利润总额变动额	**-471.66**	-776.29	-783.84	-727.14
	主营业务毛利率变动	**-1.11%**	-0.95%	-1.20%	-1.50%

原材料价格变动	项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
上涨 20%	利润总额变动额	**-943.32**	-1,552.58	-1,567.68	-1,454.28
	主营业务毛利率变动	**-2.22%**	-1.90%	-2.40%	-3.00%

在假设条件下，EPE 板价格上涨对发行人主要财务指标存在一定影响，2021 年上半年 EPE 板原材料价格上涨将使公司毛利率及利润总额有所下降。

四、保荐机构、申报会计师核查意见

（一）核查过程

保荐机构、申报会计师主要执行了以下核查程序：

1、查阅了公司 OEM 生产管理制度，访谈了公司经营管理相关人员，了解 OEM 生产模式的具体业务流程、采用 OEM 生产模式的原因及合理性、主要涉及的产品类型；

2、查阅了公司机器设备明细及员工名册，实地走访发行人生产经营场所，了解发行人是否具有自主生产的能力；

3、查阅了公司销售明细表及生产明细表，复核 OEM 模式产品销售收入及成本情况；

4、查阅了取得公司采购明细表，复核 OEM 模式主要供应商及产品类别、采购金额；

5、取得了 OEM 主要供应商出具的确认文件，了解其与发行人的交易类别、金额以及占其营业收入比例情况；

6、取得了采购明细表、生产成本明细表并访谈发行人生产及采购部门负责人，分析了解 OEM 产品采购单价与自制成本的差异及原因的合理性；

7、取得了直接材料与制造费用明细，分析其与销量、销售收入的匹配关系；

8、取得了按不同产品类别划分的直接人工明细、生产人员薪酬发放制度并访谈公司生产部门负责人，分析直接人工与营业收入、成本变动的相关性；

9、访谈发行人供应链负责人了解报告期内及 2021 年上半年原材料采购价格

变化情况及产生变化的原因，了解采购材料的种类、主要用途等；

10、查阅发行人主要原材料价格的变动情况，模拟测解发行人报告期各期原材料价格变动对利润总额及毛利率的影响。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、（1）公司采取 OEM 模式的主要原因为弥补自制产能临时不足、减少资金占用、节约资金成本、降低生产设备等固定资产的前期投入等，具有合理性；（2）公司 OEM 模式主要涉及防护性及功能性产品；发行人拥有生产所需要的生产场地、设备、人员和技术，具备自主生产消费电子防护性及功能性产品的能力；（3）报告期内公司各主要产品 OEM 模式下的外购产品单位采购价格和自制模式下的产品单位成本存在一定的差异，主要是由于公司 OEM 模式采购及自制模式生产的产品具体细分品类存在一定差异，具有合理性。

2、（1）报告期内公司直接材料明细中主要原材料与自制产品销量及营业收入匹配情况良好；制造费用明细中，人工薪酬、辅料耗材、水电费、**委外加工费**等与自制产品销量或营业收入变动具有良好的匹配性，厂房租金、模具费、固定资产折旧以及低值易耗品的变动具有合理性；（2）2019 年直接人工成本与营业收入及成本的增长趋势保持一致；直接人工同防护性产品及功能性产品销量变动的匹配性良好；直接人工增长幅度低于营业收入及成本的增幅的原因具有合理性。

3、**2021 年 1-6 月 EPE 板单位价格较 2020 年上升幅度相对较大，保护膜单价下降幅度相对较大**；上述原材料价格波动对发行人财务状况将产生不利影响，将使公司毛利率及利润总额有所下降。

8、关于采购与供应商

申报文件显示：

（1）报告期各期，发行人向前五大供应商采购占比分别为 30.78%、26.68%、24.57%，集中度较低。

（2）报告期各期，安徽英美达新材料科技有限公司及关联方分别系发行人第二大、第二大、第一大供应商，发行人向其采购金额分别为 1,573.11 万元、2,102.88 万元、3,589.13 万元，采购的主要内容为 EPE 板、EPE 产品等。公开信息显示，安徽英美达新材料科技有限公司成立于 2018 年 3 月，

（3）报告期内，发行人采购 EPE 板、EPE 产品的另一家主要供应商系惠东县新永源包装材料有限公司，报告期各期发行人向其采购金额分别为 2,576.40 万元、2,917.65 万元、1,874.39 万元。公开信息显示，该公司成立于 2018 年 2 月，注册资本 100 万元，实缴资本 0 万元。此外，华景微纳科技（苏州）有限公司系发行人 2019 年新增的第五大供应商，发行人向其采购 871.52 万元 EPE 板，该公司成立于 2018 年 6 月。

（4）安徽明讯新材料科技股份有限公司系发行人 2020 年新增的前五大供应商，2019 年和 2020 年发行人向其采购金额 708.98 万元、1,897.89 万元，该公司之前为昆山上艺的供应商，发行人收购昆山上艺资产后成为发行人供应商。

请发行人：

（1）说明安徽英美达新材料科技有限公司、惠东县新永源包装材料有限公司、华景微纳科技（苏州）有限公司与发行人建立合作的时间、合作背景、成立时间较短即成为发行人主要供应商的原因、上述公司是否主要向发行人销售产品、向上述三家供应商采购 EPE 板及 EPE 产品的价格、结算方式是否存在差异。

（2）说明安徽明讯新材料科技股份有限公司向发行人销售价格与向昆山上艺销售价格是否一致，相关原材料的采购价格与市场价格是否存在较大差异，发行人收购昆山上艺资产后，安徽明讯新材料科技股份有限公司与昆山上艺是否存在业务往来、资金往来。

（3）说明报告期各期前十名供应商的名称、采购金额、采购内容、发行人采购金额占其营业收入的比例、同类产品向不同供应商采购价格是否存在较大差异。

（4）说明发行人控股股东、实际控制人、董监高及其他关键人员与发行人

主要供应商是否存在关联关系、密切关系或资金往来。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、说明安徽英美达新材料科技有限公司、惠东县新永源包装材料有限公司 、华景微纳科技（苏州）有限公司 与发行人建立合作的时间、合作背景、成立时间较短即成为发行人主要供应商的原因、上述公司是否主要向发行人销售产品、向上述三家供应商采购EPE板及EPE产品的价格、结算方式是否存在差异

（一）说明安徽英美达新材料科技有限公司、惠东县新永源包装材料有限公司、华景微纳科技（苏州）有限公司与发行人建立合作的时间、合作背景、成立时间较短即成为发行人主要供应商的原因

报告期内公司向安徽英美达新材料科技有限公司（以下简称“安徽英美达”）、惠东县新永源包装材料有限公司（以下简称“新永源”）、华景微纳科技（苏州）有限公司（以下简称“华景微纳”）主要采购 EPE 板及 EPE 产品。EPE 板结构较为单一，从原材料到成型涉及的主要工艺环节为拌料、挤出、复合，生产过程及工序相对简单、所需生产人员较少、生产周期较短，主要生产设备为拌料机、EPE 挤出机、复合机等，设备较为简单、行业进入门槛相对较低。因此具备一定行业生产及管理经验的公司能够根据客户需求快速组织生产并交货，同时由于 EPE 板体积相对较大，因此对于 EPE 板供应商而言靠近客户生产基地也成为其重要的竞争优势之一。具有相应的行业及生产经验、拥有快速组织生产并交货的能力、拥有稳定的产品质量、近距离的区位优势等为 EPE 板供应商发展和获取客户并能持续合作的重要影响因素。基于供应商上述特征及自身经营需要，公司部分供应商成立当年或次年即成为重要供应商，具有合理性。上述三家供应商于 2018 年与发行人建立合作关系并在成立当年或次年成为发行主要供应商，具体情况如下：

1、安徽英美达新材料科技有限公司（以下简称“安徽英美达”）

项目	具体情况
成立时间	2018 年 03 月

法定代表人	王永胜
注册资本	500 万元
实收资本	500 万元
股权结构	王永胜 51%；陈德芳 49%
董事、监事及高级管理人员	执行董事兼总经理：王永胜；监事：关龙
注册地址	安徽省合肥市经济技术开发区青龙潭路 2255 号 D 幢厂房 301.101.201

报告期内，公司向安徽英美达采购原材料金额分别为 1,573.11 万元、2,102.88 万元、3,589.13 万元、2,657.32 万元，均为公司前五大供应商之一、合作关系稳定。该公司关联方合肥英展包装材料有限公司于 2014 年 3 月成立，在报告期之前已是发行人的重要供应商，关龙持有其 100%股权且与陈德芳系夫妻关系。2018 年 3 月，关龙与陈德芳决定联合其他股东共同成立安徽英美达并作为新的经营主体，后续主要由新成立的安徽英美达向发行人防护性产品的主要生产基地之一安徽光大美科提供 EPE 相关原材料。公司根据之前与合肥英展的合作交易情况，将其关联方安徽英美达纳入供应商体系并加大向其采购规模，该公司成立时间较短即成为发行人主要供应商的原因具有合理性。

2、惠东县新永源包装材料有限公司（以下简称“新永源”）

项目	具体内容
成立时间	2018 年 02 月
法定代表人	郑越中
注册资本	100 万元
实收资本	35 万元
股权结构	郑越中 70%；郑辉 30%
董事、监事及高级管理人员	执行董事：郑越中；**监事：郑江川**
注册地址	惠东县大岭惠东大道坑口桥段

报告期内，公司向新永源采购原材料金额分别为 2,576.40 万元、2,917.65 万元、1,874.39 万元、1,286.86 万元，为公司前五大供应商之一、合作关系稳定。新永源股东中郑越中及郑辉系父子关系，郑辉在包装材料领域具有丰富的行业及管理经验；该公司位于惠州市，靠近发行人防护性产品的主要生产基地之一惠州

光大同创；惠州光大同创在生产基地周边寻找符合要求之供应商，基于上述人员的行业经验及该公司的区位优势将其纳入供应商体系、向其采购 EPE 板并根据合作情况逐步扩大向其采购规模。

3、华景微纳科技（苏州）有限公司（以下简称“华景微纳”）

项目	具体内容
成立时间	2018 年 06 月
法定代表人	周琪
注册资本	1,000 万元
实收资本	599.50 万元
股权结构	戴煌毅 58%；黄庆林 32%；周琪 10%
董事、监事及高级管理人员	总经理：黄庆林；执行董事：周琪；监事：戴煌毅
注册地址	中国（江苏）自由贸易试验区苏州片区苏州工业园区胜浦银胜路 22 号 4 幢

2018 年、2019 年公司向华景微纳采购原材料金额分别为 41.01 万元、871.52 万元，2019 年为公司前五大供应商之一。华景微纳主要股东戴煌毅及当时原股东王留锋、田向阳曾从事 EPE 相关产业，在包装材料领域具有丰富的行业及管理经验。发行人子公司昆山光大同创原主要 EPE 材料供应商为张家港鸿翔新型保温材料有限公司及关联方（以下简称“张家港鸿翔”），2018 年发行人向该公司采购金额为 1,165.23 万元，为当年前五大供应商。考虑张家港鸿翔距离相对较远、响应速度相对受限，因此昆山子公司在张家港鸿翔的基础上在苏州当地挖掘其他供应商资源、优化供应商结构。鉴于华景微纳主要股东具有丰富的行业经验，因此将其纳入供应商体系，2018 年开始向其采购且 2019 年采购金额相对较大。

（二）上述公司是否主要向发行人销售产品、向上述三家供应商采购 EPE 板及 EPE 产品的价格、结算方式是否存在差异

报告期内上述三家供应商中，2018 年公司与华景微纳合作金额为 41.01 万元、合作金额较小、占比较低；**2020 年及 2021 年 1-6 月公司与华景微纳未产生业务往来，**报告期内华景微纳不存在主要向发行人销售产品的情况。安徽英美达、新永源两家供应商中，发行人向其采购金额占其营业收入占比超过 50%、其主要向发行人销售产品。

发行人向上述供应商采购 EPE 板及 EPE 产品的价格对比情况如下：

（1）2021 年 1-6 月

单位：万元、万 PCS、元/PCS

产品类别	供应商名称	采购信息		
		采购金额	采购数量	采购单价
EPE 板	安徽英美达及其关联方	1,642.80	55.41	29.65
	新永源	1,231.86	36.48	33.77
	华景微纳	-	-	-
EPE 产品	安徽英美达及其关联方	1,008.84	750.80	1.34
	新永源	55.00	20.73	2.65
	华景微纳	-	-	-

（2）2020 年度

单位：万元、万 PCS、元/PCS

产品类别	供应商名称	采购信息		
		采购金额	采购数量	采购单价
EPE 板	安徽英美达及其关联方	2,661.09	109.57	24.29
	新永源	1,746.18	61.76	28.27
	华景微纳	-	-	-
EPE 产品	安徽英美达及其关联方	907.24	497.82	1.82
	新永源	128.21	72.43	1.77
	华景微纳	-	-	-

（3）2019 年度

单位：万元、万 PCS、元/PCS

产品类别	供应商名称	采购信息		
		采购金额	采购数量	采购单价
EPE 板	安徽英美达及其关联方	1,789.20	78.50	22.79
	新永源	2,783.65	112.30	24.79
	华景微纳	871.52	31.18	27.95

EPE 产品	安徽英美达及其关联方	243.34	190.77	1.28
	新永源	133.97	75.23	1.78
	华景微纳	-	-	-

（4）2018 年度

单位：万元、万 PCS、元/PCS

产品类别	供应商名称	采购信息		
		采购金额	采购数量	采购单价
EPE 板	安徽英美达及其关联方	1,083.93	45.67	23.73
	新永源	2,543.94	95.81	26.55
	华景微纳	41.01	1.60	25.58
EPE 产品	安徽英美达及其关联方	446.09	454.95	0.98
	新永源	32.41	18.12	1.79
	华景微纳	-	-	-

报告期内发行人从上述三家供应商的 EPE 板、EPE 产品的价格受具体规格型号、品质、性能等因素的影响，价格存在一定的差异、具有合理性。**报告期内公司向安徽英美达及其关联方采购的 EPE 类产品主要应用于笔记本电脑，采购的产品相对较薄、体积相对较小，采购单价相对较低。**公司与上述三家供应商之间的主要结算方式均为电汇、具有一致性。

二、说明安徽明讯新材料科技股份有限公司向发行人销售价格与向昆山上艺销售价格是否一致，相关原材料的采购价格与市场价格是否存在较大差异，发行人收购昆山上艺资产后，安徽明讯新材料科技股份有限公司与昆山上艺是否存在业务往来、资金往来

（一）安徽明讯新材料科技股份有限公司向发行人销售价格与向昆山上艺销售价格是否一致，相关原材料的采购价格与市场价格是否存在较大差异

1、安徽明讯向发行人及昆山上艺的销售价格对比

报告期内，发行人向安徽明讯新材料科技股份有限公司（以下简称“安徽明讯”）采购的原材料主要为保护膜、胶带等原辅料以及定制化模切产品。**2019 年、2020 年、2021 年 1-6 月发行人向安徽明讯采购的保护膜占发行人向其采购原材**

料总金额的比例为 74.05%、80.75%、74.99%；2019 年昆山上艺向安徽明讯采购的保护膜占昆山上艺向其采购原材料总金额的比例为 82.85%，占比均相对较高。

鉴于昆山上艺将相关资产出售给发行人后，昆山上艺除在过渡期内继续协助发行人完成客户的承接转换以及对外出租厂房外未保留其他业务，另外 2018 年公司不存在向安徽明讯采购原材料的情形，因此仅 2019 年存在安徽明讯同时向发行人及昆山上艺销售原材料的情形。鉴于定制化的模切成品价格无可比性也无类似规格型号的市场价格可查询同时保护膜采购金额占比相对较高，因此下表仅列示 2019 年昆山上艺及发行人向安徽明讯采购保护膜的价格对比信息，具体情况如下：

单位：万㎡、万元、元/㎡

期间	项目	发行人向安徽明讯采购	昆山上艺向安徽明讯采购	价格差异
2019 年度	采购数量	95.84	117.56	-
	采购金额	525.03	532.43	-
	采购单价	5.48	4.53	0.95

2019 年发行人向安徽明讯采购的保护膜平均单价略高于昆山上艺，主要是由于发行人采购的保护膜主要为较高单价型号、规格型号的结构存在差异，具有合理性，具体情况如下：

（1）发行人采购的保护膜主要为较高单价型号，导致其平均采购单价相对较高

2019 年，公司与昆山上艺向安徽明讯采购保护膜单价区间如下：

单位：万元

采购单价区间	发行人向安徽明讯采购		昆山上艺向安徽明讯采购	
	采购金额	占比	采购金额	占比
3 元以下（含）	4.20	0.80%	11.06	2.08%
3 元-6 元（含）	360.80	68.72%	446.03	83.77%
6 元-9 元（含）	80.00	15.24%	40.01	7.52%
9 元以上	80.03	15.24%	35.33	6.64%

总计	525.03	100.00%	532.43	100.00%

公司及昆山上艺根据下游客户的原材料、性能、规格等要求采购符合下游客户需求的保护膜材料。不同品类保护膜软硬度、可拉伸程度、抗冲击程度存在一定差异，材料等级、厚度、规格等也有所不同，各品类保护膜单价存在一定差异。因此，不同公司采购保护膜的单位采购价格也会存在一定差异。2019 年公司向安徽明讯采购的保护膜平均单价高于昆山上艺，主要原因系发行人采购的保护膜主要为较高单价型号、规格型号的结构存在差异所致，具有合理性。

2019 年，发行人向安徽明讯采购的保护膜原材料中，单价 6 元以上的采购金额占比为 30.48%，远高于昆山上艺向安徽明讯采购的保护膜原材料中同价位的采购金额占比 14.16%。2019 年公司向安徽明讯采购的保护膜中单价较高的 PET 双层保护膜占比较大，导致其平均采购单价相对较高。

（2）发行人采购的保护膜与昆山上艺采购的同品号保护膜相比，单价基本保持一致、差异较小

进一步对比分析具体品号的采购单价水平，发行人在 2019 年向安徽明讯采购金额 10 万以上的保护膜品号与昆山上艺同期同品号的采购情况对比情况如下：

单位：元/㎡

品号	发行人向安徽明讯采购①	昆山上艺向安徽明讯采购②	差异率=（①-②）/①
8303-0415160	12.58	12.47	0.88%
8303-0417120	6.89	6.83	0.88%
8303-0416170	5.23	5.18	0.88%
8310-0416325	5.23	5.32	-1.81%
8303-0405150	5.10	5.05	0.88%
8303-0405240	5.10	5.19	-1.81%
8303-0406360	5.10	5.05	0.88%
8303-0441146	5.07	5.16	-1.72%
8310-0441098	5.07	5.16	-1.72%
8303-0403336	3.63	3.69	-1.78%

由上表可见，2019 年发行人、昆山上艺向安徽明讯采购的同品号保护膜单

价差异很小、基本保持一致。

综上所述，2019 年发行人向安徽明讯采购的保护膜平均单价比昆山上艺略高主要是由于发行人采购的保护膜主要为较高单价型号、规格型号存在差异所致，具有合理性。

2、发行人向安徽明讯采购原材料的价格与市场价格的对比

保护膜类产品价格受原材料品牌、具体规格型号等因素影响较大，并无公开市场价格可供比较。

（二）发行人收购昆山上艺资产后，安徽明讯新材料科技股份有限公司与昆山上艺是否存在业务往来、资金往来

根据安徽明讯以及昆山上艺出具的确认函，发行人收购昆山上艺资产后，安徽明讯与昆山上艺除结算资产收购前的业务款项外，不存在新增的业务往来、资金往来。

三、说明报告期各期前十名供应商的名称、采购金额、采购内容、发行人采购金额占其营业收入的比例、同类产品向不同供应商采购价格是否存在较大差异

（一）报告期各期前十名供应商的名称、采购金额、采购内容、发行人采购金额占其营业收入的比例

报告期各期前十名供应商的名称、采购金额、采购内容、发行人采购金额占其营业收入的比例情况如下：

单位：万元

序号	供应商名称	采购金额	采购占比	采购内容	占供应商营业收入比例
2021 年 1-6 月					
1	安徽英美达新材料科技有限公司及其关联方	2,657.32	9.83%	EPE 板、EPE 产品等	约 75%
2	无锡山秀科技有限公司	2,436.81	9.02%	碳纤板	约 75%
3	苏州淼鑫精密电子有限公司	1,294.89	4.79%	碳纤板加工	约 90%

4	**惠东县新永源包装材料有限公司**	**1,286.86**	**4.76%**	**EPE 板、EPE 产品等**	**约 80%**
5	**张家港鸿翔新型保温材料有限公司及其关联方**	**787.03**	**2.91%**	**EPE 板、吸塑产品等**	**约 35%**
6	**深圳市天之娇塑料制品有限公司**	**631.69**	**2.34%**	**EPE 板、EPE 产品等**	**约 25%**
7	**昆山荣惠诚包装材料有限公司**	**570.43**	**2.11%**	**保护膜等**	**约 20%**
8	**东莞市恒协新材料科技有限公司**	**563.47**	**2.08%**	**EPE 板、EPE 产品等**	**约 25%**
9	**苏州卓亚包装材料有限公司**	**551.05**	**2.04%**	**袋类**	**约 40%**
10	**东莞市祥辉包装制品有限公司**	**494.80**	**1.83%**	**袋类**	**约 40%**
合计		**11,274.35**	**41.72%**	**-**	**-**
2020 年度					
1	安徽英美达新材料科技有限公司及其关联方	3,589.13	7.87%	EPE 板、EPE 产品等	约 60%
2	无锡山秀科技有限公司	2,067.65	4.54%	碳纤板	约 45%
3	安徽明讯	1,897.89	4.16%	保护膜等	约 5%
4	惠东县新永源包装材料有限公司	1,874.39	4.11%	EPE 板、EPE 产品	约 80%
5	苏州淼鑫精密电子有限公司	1,768.71	3.88%	碳纤板加工	约 80%
6	张家港鸿翔新型保温材料有限公司及其关联方	1,582.07	3.47%	EPE 板、吸塑产品等	约 35%
7	苏州卓亚包装材料有限公司	1,186.77	2.60%	袋类	约 65%
8	深圳市天之娇塑料制品有限公司	1,131.22	2.48%	EPE 板、EPE 产品	约 30%
9	深圳市富鸿达包装制品有限公司	914.51	2.01%	EPE 产品等	约 80%
10	东莞市恒协新材料科技有限公司	888.28	1.95%	EPE 产品等	约 20%
合计		**16,900.62**	**37.08%**	**-**	**-**
2019 年度					
1	惠东县新永源包装材料有限公司	2,917.65	9.02%	EPE 板、EPE 产品等	约 85%
2	安徽英美达新材料科技有限公司及其关联方	2,102.88	6.50%	EPE 板、EPE 产品等	约 65%

3	昆山上艺	1,564.74	4.84%	功能性产品及其原材料	约 10%
4	深圳市天之娇塑料制品有限公司	1,173.07	3.63%	EPE 板、EPE 产品	约 30%
5	华景微纳科技（苏州）有限公司	871.52	2.69%	EPE 板	约 30%
6	希悦尔（中国）有限公司及其关联方	801.24	2.48%	EPE 板等	低于 1%
7	安徽明讯	708.98	2.19%	保护膜、模切类产品等	低于 5%
8	东莞市亮雅塑料制品有限公司	649.36	2.01%	保护膜等	约 10%
9	深圳市富鸿达包装制品有限公司	633.77	1.96%	EPE 产品等	约 55%
10	张家港鸿翔新型保温材料有限公司及其关联方	628.94	1.94%	EPE 板、吸塑产品	约 15%
合计		**12,052.15**	**37.26%**	-	-
2018 年度					
1	惠东县新永源包装材料有限公司	2,576.40	11.84%	EPE 板、EPE 产品等	约 90%
2	安徽英美达新材料科技有限公司及其关联方	1,573.11	7.23%	EPE 板、EPE 产品等	约 75%
3	张家港鸿翔新型保温材料有限公司及其关联方	1,165.23	5.35%	EPE 板、吸塑产品	约 35%
4	希悦尔（中国）有限公司及其关联方	805.99	3.70%	EPE 板等	低于 1%
5	东莞龙成纸业有限公司及其关联方	579.73	2.66%	纸板、箱盒等	低于 1%
6	上海腾翔彩塑制品厂	537.98	2.47%	袋类等	约 20%
7	东莞市亮雅塑料制品有限公司	531.48	2.44%	保护膜等	约 10%
8	深圳市天之娇塑料制品有限公司	455.32	2.09%	EPE 板、EPE 产品	约 15%
9	成都科力达包装有限公司	453.27	2.08%	气柱产品等	约 20%
10	东莞市恒协新材料科技有限公司	410.35	1.88%	EPE 产品等	约 10%
合计		**9,088.87**	**41.75%**	-	-

报告期内发行人向当期前十大供应商合计采购金额分别为 9,088.87 万元、12,052.15 万元、16,900.62 万元、11,274.35 万元，占当期采购总额的比例分别为

41.75%、37.26%、37.08%、41.72%。

（二）同类产品向不同供应商采购价格是否存在较大差异

报告期内发行人采购的主要原材料为 EPE 板、胶带、保护膜、碳纤板、栈板材料，**上述原材料合计采购金额占当期原材料采购总金额的比例分别为 71.73%、72.13%、73.22%、75.15%**，占比相对较高。

报告期内发行人上述主要原材料的采购均价情况如下：

单位：元/PCS、元/㎡

原辅料名称	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
EPE 板	**27.54**	24.34	23.99	26.18
胶带	**17.56**	17.90	16.61	16.61
保护膜	**3.54**	4.40	4.11	3.84
碳纤板	**69.66**	65.02	88.35	-
栈板材料	**2.78**	2.68	2.61	2.53

报告期内，发行人采购的上述主要原材料的主要供应商名称及采购单价对比情况如下：

1、EPE 板

单位：元/PCS

序号	名称	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
1	安徽英美达新材料科技有限公司及其关联方	**29.65**	24.29	22.79	23.73
2	惠东县新永源包装材料有限公司	**33.77**	28.27	24.79	26.55
3	张家港鸿翔新型保温材料有限公司及其关联方	**31.89**	26.29	27.25	28.07
4	希悦尔（中国）有限公司及其关联方	**118.02**	121.61	90.33	61.26
5	深圳市天之娇塑料制品有限公司	**52.66**	57.42	58.76	58.87

报告期内发行人向上述供应商采购 EPE 板的金额占报告期内 EPE 板采购总金额的比例分别为 81.35%、75.07%、78.07%、79.28%，占比较高。发行人向

上表中安徽英美达、新永源、张家港鸿翔采购的 EPE 板品类接近、平均单价较为接近、不存在重大差异。**安徽英美达采购单价相对较低，系由于公司向其采购的 EPE 板主要用于生产笔记本电脑类 EPE 产品，板材相对较薄、体积相对较小所致。**

发行人从希悦尔（中国）有限公司及其关联方、深圳市天之娇塑料制品有限公司采购的是 1.7-2.2 磅/m³一次成型的 EPE 板材，一次成型板材工艺复杂、密度高单价相对较高；希悦尔（中国）有限公司为希悦尔集团（NYSE:SEE，全球领先的专业生产各类包装材料的制造商）于上海设立的公司且为国内较早生产一次成型板材的企业之一，生产工艺成熟稳定、产品平整度高、韧性回弹性及抗拉、抗撕裂性能更好，单价相对较高。

2、胶带

单位：元/㎡

序号	名称	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
1	德莎胶带（上海）有限公司	**69.75**	64.87	63.73	-
2	太仓斯迪克新材料科技有限公司	**3.59**	4.91	4.62	-
3	苏州九达光电材料有限公司	**13.90**	18.29	22.03	21.05
4	厦门市红丰电子有限公司	**14.03**	7.83	9.29	14.40
5	北京仟珈泽沅技术有限公司	**125.31**	116.93	161.51	146.11

报告期内发行人向上述供应商采购胶带的金额占报告期内胶带类采购总金额的比例分别为 50.13%、53.03%、41.73%、44.15%，占比较高。胶带类产品受功能、品质、规格型号、供应商类型等因素影响较大，单位价格存在一定差异。对上表中各供应商采购的具体品号（同品号材料单价具有较强可比性）对比如下：

（1）发行人向德莎胶带（上海）有限公司主要采购 TESA 品牌胶带等，报告期内向其采购的前五大品号中仅 2020 年有三个品号存在同类供应商，单价对比如下：

单位：元/㎡

名称	8301-0366000	8301-0381000	8301-0377000
德莎胶带（上海）有限公司	24.33	98.03	72.36

安徽明讯	25.00	98.03	72.36

由上表可见，同品号产品向不同供应商采购单价基本保持一致、差异较小。

（2）发行人向太仓斯迪克新材料科技有限公司主要采购拉拉胶、背胶、绿色硅胶带等，报告期内向其采购的前五大品号中 2019 年和 2020 年均有一个品号存在同类供应商，单价对比如下：

单位：元/㎡

名称	8301-0215000	
	2020 年单价	2019 年单价
太仓斯迪克新材料科技有限公司	3.33	3.36
合肥海恒新型材料有限公司	3.89	3.92

太仓斯迪克新材料科技有限公司系生产商、向其采购单价相对较低，合肥海恒新型材料有限公司系代理商、向其采购单价相对较高。2019 年发行人向太仓斯迪克新材料科技有限公司采购胶带产品量小、主要向其代理商进行采购，2020 年伴随生产经营规模的进一步扩大、发行人加大对胶带类产品的采购金额，逐步扩大向生产型供应商太仓斯迪克的采购规模。

（3）发行人向苏州九达光电材料有限公司主要采购 PI 硅胶带、PET 双面胶等，报告期内向其采购的前五大产品中，2018 年度、2021 年 1-6 月有三个品号存在同类供应商，单价对比如下：

单位：元/㎡

名称	8301-0714000	8301-0130000	8301-0135000
	2021 年 1-6 月	2018 年	2018 年
苏州九达光电材料有限公司	**39.82**	32.48	35.90
西藏铱钛电子科技有限公司	-	32.33	35.78
福安达（重庆）光电科技有限公司	**39.82**	-	-

由上表可见，同品号产品向不同供应商采购单价基本保持一致、差异较小。

（4）发行人向厦门市红丰电子有限公司主要采购单面胶带、PI 硅胶带等，报告期内向其采购的前五大品号无同类供应商。**报告期内向该供应商采购单价有所变化，主要是由于不同报告期内采购的胶带型号有所差异所致。2019 年、2020**

年公司向其采购的主要为单价相对较低的单面胶带。

（5）发行人向北京仟珈泽沅技术有限公司主要采购 DIC 品牌胶类等，报告期内向其采购的前五大品号无同类供应商。报告期内向该供应商采购单价变化系因产品规格、型号不同所致。**2019 年公司向其采购的主要为单价较高的 DIC 双面胶，因此当年整体采购单价较高。**

3、保护膜

单位：元/㎡

序号	名称	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
1	安徽明讯	**3.48**	4.71	5.48	-
2	太仓斯迪克新材料科技有限公司	**3.57**	3.75	4.34	-
3	深圳新枝包装材料有限公司	**1.73**	2.09	2.04	2.06
4	东莞市亮雅塑料制品有限公司	**5.96**	7.10	7.49	7.68
5	苏州宾特利胶粘制品有限公司	**6.46**	6.42	5.84	6.59

报告期内发行人向上述供应商采购保护膜的采购金额占报告期内保护膜采购总金额的比例分别为 68.64%、68.75%、90.89%、90.50%，占比较高。保护膜产品受产品类型、产品结构等差异因素影响，单位价格存在一定差异。对上表中各供应商采购的具体品号对比如下：

（1）发行人向安徽明讯主要采购亚克力双层保护膜、PE 蓝膜等，该类型保护膜发行人主要向安徽明讯采购，报告期内向其采购的前五大品号无同类供应商。**发行人 2020 年、2021 年 1-6 月向安徽明讯采购单价有所下降主要是由于采购产品结构变化所致，2019 年、2020 年、2021 年 1-6 月发行人向其采购的保护膜中单价相对较低的 PET 单层膜及 PE 单层膜占比分别为 53.77%、67.63%、79.17%，单价较低的同时采购数量占比有所增加，带动整体采购单价有所下降。**

（2）发行人向太仓斯迪克新材料科技有限公司主要采购 PET 保护膜等，报告期内向其采购的前五大品号中不存在采购金额在 1.00 万元以上的同类供应商。

发行人 2020 年、2021 年 1-6 月向太仓斯迪克新材料科技有限公司采购单价

下降主要是由于采购产品结构变化所致。公司从 2020 年开始向其采购单价较低的 PET 单层膜，2020 年和 2021 年 1-6 月采购数量占比分别为 18.77%、31.59%，单价较低的同时采购数量占比有所增加，带动其整体采购单价有所下降。

（3）发行人向深圳新枝包装材料有限公司采购的保护膜主要为 PE 单层保护膜，与 PET、OPP 基材的保护膜相比，PE 基材的保护膜硬度及抗冲击度相对较低，因此单价也相对较低。报告期内向其采购的前五大品号中仅 2020 年有一个品号存在同类供应商，单价对比如下：

单位：元/㎡

名称	8303-0174000
深圳新枝包装材料有限公司	2.34
安徽明讯	2.35

由上表可见，同品号产品向不同供应商采购单价基本保持一致、差异较小。

（4）发行人向东莞市亮雅塑料制品有限公司采购的保护膜主要为 PET 双层保护膜，该类型保护膜单价相对较高，主要原因为 PET 基材的保护膜硬度及抗冲击度相对较高，同时双层保护膜的保护效果更好，价格高于同材质型号单层保护膜。报告期内向其采购的前五大品号中 2018-2020 年有两个品号存在同类供应商，单价对比如下：

单位：元/㎡

名称	8303-0166000			8303-0141000	
	2020 年	2019 年	2018 年	2019 年	2018 年
东莞市亮雅塑料制品有限公司	6.55	6.82	7.05	8.76	8.75
安徽明讯	6.54	6.56	-	-	-
苏州宾特利胶粘制品有限公司	-	6.98	6.98	-	-
西藏铱钛电子科技有限公司	-	-	7.06	-	-
天津可成胶粘制品有限公司	-	-	-	8.90	8.80

由上表可见，同品号产品向不同供应商采购单价基本保持一致、差异较小。

（5）发行人向苏州宾特利胶粘制品有限公司采购的保护膜主要为 PET 双层保护膜，该类型保护膜单价相对较高。报告期内向其采购的前五大品号中 2018

年度、2019 年度有一个品号存在同类供应商，对比情况见上表中东莞市亮雅塑料制品有限公司品号对比表。

4、碳纤板

单位：元/PCS

序号	名称	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
1	无锡山秀	**69.67**	65.02	88.35	-
2	**江苏澳盛复合材料科技有限公司**	**67.26**	**-**	**-**	**-**

发行人向无锡山秀采购碳纤维板材。2019 年发行人向其采购金额为 21.74 万元且主要为高模量碳纤维板材，采购量小、采购单价较高。2020 年发行人向其采购金额为 2,067.65 万元且主要为普通模量的碳纤维板材，采购金额相对较大、采购单价相对降低。**2021 年 1-6 月，公司新增碳纤板供应商江苏澳盛复合材料科技有限公司，公司向无锡山秀与江苏澳盛复合材料科技有限公司采购碳纤板的单价基本一致、差异较小。**

5、栈板材料

单位：元/PCS

序号	名称	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
1	芜湖市金建胶合板厂	**4.91**	4.70	4.54	4.16
2	费县金华荣木制品厂	**1.28**	1.21	1.14	1.03
3	冠县耀星木业有限公司	**4.93**	4.97	4.88	4.46
4	宁津县昌泽木业有限公司	**26.38**	4.67	4.47	4.44
5	临清市坤宇木业有限公司	-	-	-	4.42

报告期内发行人向上述供应商采购栈板材料的采购金额占报告期内栈板材料采购总金额的比例分别为 98.10%、100.00%、100.00%、100.00%，占比较高。发行人向费县金华荣木制品厂主要采购栈板胶合墩、实木墩和刨花墩，该产品用料少、材质要求较低、主要用于栈板底部与地面接触缓冲，单价相对较低。**2018 年度至 2020 年度，发行人向宁津县昌泽木业有限公司采购的产品主要为单价较低的栈板散料胶合底条，2021 年 1-6 月公司未向其采购栈板散料胶合底条，采**

购产品均为单价较高的栈板散料胶合面板，导致当期整体采购单价上升。发行人向另 3 家供应商同时采购栈板胶合面板和底条，单价比较接近、差异相对较小。

综上所述，报告期内发行人采购的主要原材料向不同供应商的采购价格受采购原材料具体功能、规格型号等存在一定差异等因素影响，单位采购价格存在一定差异，具有合理性；同品号原材料的采购单价基本保持一致、差异较小。

四、关于发行人控股股东、实际控制人、董监高及其他关键人员与发行人主要供应商的关联关系、密切关系或资金往来情况

（一）发行人控股股东、实际控制人、董监高及其他关键人员的相关情况

发行人的控股股东为同创智选、实际控制人为马增龙。董事人员包括马增龙、张京涛、王辉、马英、冯泽辉、李建伟、唐都远，监事人员包括吴永红、姚新安、何健雄，非董事高级管理人员包括李海全，其他关键人员包括财务经理罗英、供应链中心负责人任保。

（二）关联关系、密切关系及资金往来情况

通过国家企业信用信息公示系统查询、互联网检索及问卷调查、核查银行流水等方式，中介机构核查了发行人的控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、其他关键人员的亲属关系、对外投资、任职情况；核查了发行人的控股股东、实际控制人、在公司专职工作之董事、监事、高级管理人员以及公司其他关键人员报告期内的银行账户及银行流水记录；核查了发行人前五大供应商的股东、董事、监事、高级管理人员情况；取得了上述人员以及发行人报告期内主要供应商出具的相关确认文件。经核查，发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其他关键人员与发行人主要供应商及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员等相关人员之间不存在关联关系、密切关系或资金往来情况。

五、保荐机构、申报会计师核查意见

（一）核查过程

保荐机构、申报会计师主要执行了以下核查程序：

1、获取发行人采购与付款内控制度，了解采购的关键控制程序并核查相关内部控制是否得到有效执行；

2、访谈发行人供应链负责人，了解报告期内主要供应商的合作背景、原因、业务规模增长变动的原因以及主要结算方式是否存在差异；

3、查阅了发行人向安徽明讯采购原材料的明细清单并与昆山上艺采购原材料价格情况进行比较；取得了昆山上艺以及安徽明讯出具的关于交易价格及目前是否存在交易情况的确认文件；

4、对报告期内主要供应商进行现场或视频走访，通过访谈了解主要供应商的具体情况、与发行人之间交易情况、是否存在关联关系、是否存在异常交易以及利益输送等情形；

5、取得报告期内主要供应商出具的确认文件，了解公司向其采购的主要内容、金额以及占其营业收入的比例情况；

6、获取发行人采购明细表，分析报告期内主要原材料的不同供应商采购价格的比较情况以及存在差异的具体原因；

7、通过国家企业信用信息公示系统查询、互联网检索及问卷调查、核查银行流水等方式，核查了发行人的控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、其他关键人员的亲属关系、对外投资、任职情况；核查了发行人的控股股东、实际控制人、在公司专职工作之董事、监事、高级管理人员以及公司其他关键人员报告期内的银行账户及银行流水记录；取得了上述各方出具的与发行人主要供应商之间不存在关联关系、密切关系或资金往来情况的确认文件；

8、通过国家企业信用信息公示系统查询、互联网检索核查了发行人主要供应商的控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员情况；

9、取得了发行人报告期内的主要供应商出具的与发行人控股股东、实际控制人、董监高及其他关键人员不存在关联关系、密切关系或资金往来情况的确认文件。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、报告期内公司向安徽英美达、新永源、华景微纳主要采购 EPE 板及 EPE 产品，上述三家供应商于 2018 年与发行人建立合作关系并在成立当年或次年成为发行人主要供应商，具有合理性；报告期内华景微纳不存在主要向发行人销售产品的情况，安徽英美达、新永源存在主要向发行人销售产品的情况；报告期内发行人从上述三家供应商采购 EPE 板、EPE 产品的价格受具体规格型号、品质、性能等因素的影响，价格存在一定的差异、具有合理性；公司与上述三家供应商之间的主要结算方式均为电汇、具有一致性；

2、2019 年发行人向安徽明讯采购的保护膜平均单价略高于昆山上艺，主要是由于发行人采购的保护膜主要为较高单价型号、规格型号的结构存在差异所致，具有合理性；发行人收购昆山上艺资产后，安徽明讯与昆山上艺除结算资产收购前的业务款项外，不存在新增的业务往来、资金往来；

3、报告期内发行人采购的主要原材料向不同供应商的采购价格受采购原材料具体功能、规格型号等存在一定差异等因素影响，单位采购价格存在一定差异，具有合理性；同品号原材料的采购单价基本保持一致、差异较小；

4、发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其他关键人员与发行人主要供应商以及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员等相关人员之间不存在关联关系、密切关系或资金往来情况。

9、关于外协采购

申报文件显示，苏州淼鑫精密电子有限公司为发行人 2020 年第五大供应商，发行人委托其进行碳纤维加工，加工金额为 1,768.71 万元，占外协采购比例为 76.23%，倒算 2020 年外协采购为 2,320.23 万元。2020 年，发行人计入营业成本的外协支出为 1,587.68 万元，与外协采购金额差异 732.55 万元。

请发行人：

（1）说明委托苏州淼鑫精密电子有限公司进行碳纤维加工的原因，发行人及子公司是否具有碳纤维加工的能力、技术、设备等，碳纤维产品业务对该公司是

否存在重大依赖，发行人委托该公司加工金额占其营业收入的比例，加工价格与市场价格及其对外加工价格是否存在较大差异。

（2）结合外协成本占生产成本的比例、存货增加情况等分析并说明外协采购与外协成本差异 732.55 万元的合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、说明委托苏州淼鑫精密电子有限公司进行碳纤维加工的原因，发行人及子公司是否具有碳纤维加工的能力、技术、设备等，碳纤维产品业务对该公司是否存在重大依赖，发行人委托该公司加工金额占其营业收入的比例，加工价格与市场价格及其对外加工价格是否存在较大差异

（一）说明委托苏州淼鑫精密电子有限公司进行碳纤维加工的原因，发行人及子公司是否具有碳纤维加工的能力、技术、设备等

1、说明委托苏州淼鑫精密电子有限公司进行碳纤维加工的原因

发行人 2019 年切入碳纤维领域市场并以碳纤维为笔记本电脑产品的背板材料，扩大在碳纤维背板领域的研发、生产规模，以便更好的满足客户对于新产品的需求。因新进入碳纤维领域市场、下游客户相对较为单一、生产经营规模相对较小，若直接购置或租赁相关场地、建设厂房、自行购置相关设备、招聘相关人员组织实施碳纤维板材的加工，不利于产品的及时顺利交付以及盈利能力的逐步提升。出于及时交付产品、降低生产经营成本等因素考虑，经综合考虑后发行人决定集中有限资源和精力进行碳纤维相关技术的研发以及市场的进一步开拓，具体的生产过程通过外协加工的方式实施，即由外协加工商向发行人提供成型、喷漆等碳纤维背板外协加工服务。发行人在综合比较的基础上，选择具有外协加工经验的苏州淼鑫精密电子有限公司（以下简称“苏州淼鑫”）作为外协加工服务商。

2019 年受处于合作初期、设备采购调试、客户认证安排、客户需求进度等因素影响，**公司向苏州淼鑫采购的外协加工服务金额相对较小。2020 年和 2021 年 1-6 月，伴随上述工作的不断推进和拓展，公司碳纤维业务开始实现收入且收入**

金额增长迅速、相应的委托苏州淼鑫外协加工金额也相对较大。

2、发行人及子公司是否具有碳纤维加工的能力、技术、设备等

伴随碳纤维业务的逐步扩展、营业收入规模的逐步扩大，发行人从进一步加强工艺流程控制和产品质量、提高交付效率等因素考虑，准备建设自有生产基地、自行购置相关设备并招聘自有人员开展碳纤维板材的加工业务。

截至目前发行人及其子公司已经掌握了碳纤维板材加工的能力、技术，具体情况如下：

序号	相关要求	具体内容
1	工艺要求	①确认碳纤维板材符合标准；②自动化成型生产；③根据客户需求进行整形；④素材点胶与表面打磨平整；⑤精准控制腻子漆喷涂厚度；⑥腻子漆表面打磨平整；⑦底漆喷漆后无颗粒脏污；⑧精准控制面漆边缘边角厚度；⑨完成组装
2	技术要求	①精通自动化设备编程与调试，确保生产流程不出现异常；②精通喷漆线的调试，控制产品的喷漆厚度、外观、以及生产良率，对喷枪的角度和出漆量调整至最佳状态
3	设备要求	①具备高精度自动化设备，确保生产动作连贯，满足技术指标要求；②成型机的吨位需达到 470T 以上，确保成型时的锁模力

发行人及子公司已经具备了碳纤维板材加工的能力、技术。发行人计划于合肥建设“光大同创安徽消费电子防护及功能性产品生产基地建设项目”，2020 年 12 月发行人已与合肥经济技术开发区管理委员会签署了《投资协议书》。该项目相关厂房建设完毕、购置相关设备并建设完成后，将成为发行人碳纤维业务的生产加工基地，减少外协加工服务的采购规模和占比。

综上所述，发行人委托苏州淼鑫进行碳纤维板材加工主要是受处于业务发展初期、及时交付产品、降低生产经营成本等因素影响，公司在综合比较的基础上，选择具有外协加工经验的苏州淼鑫作为外协加工服务商，具有合理性。发行人已经具备了碳纤维板材加工的能力、技术并已经准备建设自有生产基地、自行购置相关设备并招聘自有人员开展碳纤维板材的加工业务。相关生产基地建设完成后，将减少外协加工服务的采购规模和占比。

（二）碳纤维产品业务对苏州淼鑫精密电子有限公司是否存在重大依赖

发行人碳纤维背板产品主要客户为联想集团、纬创资通、富士康等知名消费电子行业公司。发行人碳纤维产品业务具备独立获取客户及供应商的能力，且形成了相对稳定并持续扩大的优质客户群体。

发行人委托苏州淼鑫进行碳纤维加工的工序主要为碳纤维背板成型、喷漆等。发行人在产品正式外协生产之前会进行前期研发设计、试制、调试，形成成熟的碳纤维背板成型、喷漆工序、标准和方案，并指导、监督外协厂商按照公司指定的要求进行生产加工，公司全程对存货进行管理并对具体生产过程进行质量控制，公司掌握碳纤维板材加工的关键工艺流程。

综上所述，发行人碳纤维产品业务对苏州淼鑫不存在重大依赖。

（三）发行人委托苏州淼鑫精密电子有限公司加工金额占其营业收入的比例，加工价格与市场价格及其对外加工价格是否存在较大差异

2019 年、2020 年、2021 年 1-6 月，公司碳纤维产品业务实现的收入金额分别为 0 万元、2,521.35 万元、2,873.32 万元。2019 年受处于合作初期、设备采购调试、客户认证安排、客户需求进度等因素影响，公司向苏州淼鑫采购的外协加工服务金额相对较小。2020 年和 2021 年 1-6 月，伴随上述工作的不断推进和拓展，公司碳纤维业务实现收入金额增长迅速、相应的委托苏州淼鑫外协加工金额也相对较大。2020 年、2021 年 1-6 月，发行人子公司合肥山秀（碳纤维背板业务实施主体）向苏州淼鑫采购外协加工服务金额相对较大，占其营业收入的比例分别为 81.75%和 91.22%、占比相对较高。

报告期内，碳纤维背板成型、喷漆等工序无可供参考的公开市场价格。发行人与苏州淼鑫通过商务谈判确定交易价格，外协定价系综合加工工艺的难易程度、加工成本及合理的利润水平后，发行人与外协加工厂商双方在自愿、平等协商的基础上确定。除去生产检验、包装、出库检验等工序外，苏州淼鑫在主要工序上与发行人的交易价格与其向其他客户的服务价格的对比情况如下：

外协厂商	主要工序	与发行人的交易价格	向其他消费电子行业客户服务的价格
苏州淼鑫	成型	9.70 元/PCS	10.50 元/PCS

	喷漆	41.00 元/PCS	38.46 元/PCS

苏州淼鑫向发行人提供的成型工序较其向其他客户服务价格较低，主要是发行人外协加工数量规模较大、存在规模化优势；苏州淼鑫向发行人提供的喷漆工序报价较向其他客户服务价格较高，主要是由于其向发行人提供的喷漆工序子工序数量较多、工序更为复杂，较其他客户增加了喷胶、整形、刷胶、打磨等相关工序，整体成本较高。

根据中介机构对苏州淼鑫的走访记录以及苏州淼鑫出具的确认函，其确认该公司与发行人外协加工服务的价格，系综合考虑服务内容、业务规模、工艺流程复杂程度、人工成本、其他成本等因素的基础上，双方友好协商确定，与市场价格相比具有合理性、定价公允，不存在刻意压低交易价格向发行人输送利益的情形。

二、结合外协成本占生产成本的比例、存货增加情况等分析并说明外协采购与外协成本差异 732.55 万元的合理性

报告期内，发行人外协加工成本占当期自制产品成本的比例如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
外协加工成本	**1,363.01**	1,587.68	87.19	173.63
自制产品成本	**18,477.87**	34,022.55	24,281.17	20,545.24
占比	**7.38%**	**4.67%**	**0.36%**	**0.85%**

2018 年、2019 年，公司外协加工成本分别为 173.63 万元、87.19 万元，占自制产品成本的比例分别为 0.85%、0.36%，金额较小且占比较低。**2020 年、2021 年 1-6 月公司外协加工成本金额分别为 1,587.68 万元、1,363.01 万元，占自制产品成本的比例分别为 4.67%、7.38%，金额及占比较 2018 年、2019 年增长幅度相对较大，主要原因为 2020 年开始公司碳纤维类产品开始批量生产供货，外协加工采购需求及金额相应有所增长。**

2020 年公司外协采购金额为 2,320.31 万元，与外协加工成本的差异 732.63 万元系由于部分外协采购金额进入存货且尚未结转营业成本所致。2020 年公司

碳纤维类产品开始批量生产并销售，受下游客户生产进度安排等因素影响，部分碳纤维类产品未在年末前销售，年末存货金额为 1,478.54 万元、同比增加 1,475.92 万元，期末存货金额相对较大。公司当年采购碳纤维外协加工服务，尚未结转营业成本而计入存货的金额为 574.31 万元，为当年公司外协采购与外协成本差异较大的主要原因。**2021 年 1-6 月，公司外协采购金额与外协加工成本的差异为 327.70 万元，也主要是由于部分已经外协加工完毕的碳纤维背板产品于期末尚未实现对外销售所致。**

综上所述，2020 年公司外协采购与外协成本差异 732.63 万元为期末进入存货且尚未结转营业成本的外协加工费，具有合理性。

三、保荐机构、申报会计师核查意见

（一）核查过程

保荐机构、申报会计师主要执行了以下核查程序：

1、查阅了发行人与苏州淼鑫委托加工合同、报价单；查阅了苏州淼鑫的工商信息并对其进行实地走访，取得了苏州淼鑫与发行人及其关联方之间不存在关联关系的声明；

2、访谈发行人主要管理人员，了解公司采取外协加工模式的原因及背景；访谈碳纤维业务相关负责人，了解碳纤维板材加工业务的技术、能力和设备要求；了解公司外协加工模式的具体业务流程；

3、查阅了公司在合肥地区建设投资项目的可行性研究报告；

4、查阅了苏州淼鑫关于其与发行人交易情况以及交易价格、定价原则等出具的确认文件；

5、访谈了发行人财务负责人并取得采购明细表和存货明细表，了解外协加工业务的会计处理方式、账务核算情况；

6、获取外协加工费明细表、成本计算表、存货进销存明细表等，分析外协加工费与生产成本及存货之间的勾稽关系。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、发行人委托苏州淼鑫进行碳纤维加工的原因具有合理性；发行人及子公司已经具备碳纤维加工的能力、技术等，碳纤维产品业务对苏州淼鑫不存在重大依赖；发行人委托该公司加工金额占其营业收入的比例相对较高；报告期内碳纤维背板成型、喷漆等工序无可供参考的公开市场价格；加工价格与及其对外加工价格存在一定差异的原因具有合理性；

2、2020 年公司采购的外协加工服务金额与计入营业成本中的外协加工金额的差额 732.63 万元，为计入存货的外协加工费、具有合理性。

10、关于毛利率

申报文件显示：

（1）报告期各期，发行人主营业务毛利率分别为 40.63%、43.10%、37.12%，高于可比公司平均毛利率 35.38%、35.74%、32.21%，发行人部分产品系 OEM 模式生产，发行人未披露自产及 OEM 模式生产的毛利率情况。

（2）报告期各期，发行人防护性产品毛利率分别为 30.56%、32.62%和 30.92%，其中个人电脑类产品收入及毛利占比较高，毛利率分别为 34.31%、37.76%、35.28%。

（3）报告期各期，发行人功能性产品毛利率分别为 72.64%、65.63%、47.59%，毛利率水平较高，发行人未分析原因。

请发行人：

（1）区分同行业可比公司主要产品的类别分析并说明发行人防护性产品及功能性产品毛利率高于同行业可比公司的原因及合理性。

（2）说明自产及 OEM 模式生产的各主要产品销售的毛利率对比情况，并分析毛利率差异及变化原因。

（3）分析并说明防护性产品毛利率波动以及个人电脑类产品毛利率高于其

他类别产品毛利率的原因，结合功能性产品的应用领域、技术水平、竞争及供求状况等分析并说明功能性产品毛利率水平较高的合理性，并按照防护型产品及功能性产品具体类别披露毛利率水平。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、区分同行业可比公司主要产品的类别分析并说明发行人防护性产品及功能性产品毛利率高于同行业可比公司的原因及合理性

（一）发行人防护性产品毛利率高于同行业可比公司的原因及合理性

公司防护性产品主要为在生产、储运过程中用于保护产品不受损害，起到缓冲、减震、抗压、防尘、防潮等防护作用，主要包括保护类产品及缓冲类产品等。A 股上市公司中，以上述保护类、缓冲类产品为主要产品的公司为裕同科技，其具体业务产品及报告期内的毛利率情况如下：

公司名称	主营业务及产品	应用领域	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
裕同科技	彩盒、礼盒、说明书、不干胶贴纸、纸箱、纸托以及智能包装、环保包装、功能包装等	消费类电子、高端烟酒、化妆品及高端奢侈品等	**20.77%**	**26.74%**	30.04%	28.52%
公司-防护性产品	袋类、EPE 类、吸塑类	产品广泛应用于消费电子品牌商、制造服务商等企业	**23.60%**	**25.70%**	32.62%	30.56%

注：根据裕同科技之定期报告，2020 年起其将相关运输物流费用计入“合同履约成本”。为按照统一口径进行对比分析，上表中公司防护性产品的毛利率中，2020 年、2021 年 1-6 月之毛利率在计算时，将综合物流费也计入营业成本进行核算。假设 2020 年、2021 年 1-6 月综合物流费计入销售费用核算，则公司防护性产品之毛利率为 30.92%、29.12%。

由上表可知，报告期内公司防护性产品的毛利率水平整体高于裕同科技。报告期内公司防护性产品毛利率与裕同科技存在一定的差异，主要是由于裕同科技与公司在具体产品内容、应用领域、客户群体、客户集中度等方面存在较大的差异所致，具有合理性，具体情况如下：

1、裕同科技与公司主要产品的内容和范围存在一定的差异

裕同科技主要从事纸质印刷包装产品的研发、生产与销售，主要产品为纸质包装、植物纤维及其他可降解新材料制品、精密塑胶、标签、炫光膜、功能材料模切和文化创意印刷产品等，包括彩盒、礼盒、说明书、不干胶贴纸、瓦楞纸箱、纸托等。根据裕同科技公开披露的信用评级报告， 2017 年、2018 年、2019 年，其精品盒实现的收入金额分别为 51.76 亿元、61.68 亿元、70.51 亿元，占营业收入的比例分别为 74.50%、71.90%、71.62%，收入占比较高、为其主要收入来源。

公司防护性产品包括保护类产品、缓冲类产品，其中保护类产品主要为袋类，用于保护消费电子产品表面不受到仓储、运输途中的刮伤剐蹭并且增加密闭性；缓冲类防护性质产品主要包括 EPE 类、吸塑类，用于固定消费电子产品，防止其在运输中由于颠簸或其他情况造成的移位、撞击、破损，在运输过程中起到减震、隔热、吸收冲击波等作用，减少其受到路途颠簸可能带来的损伤。

与公司相比，裕同科技的产品内容更为广泛、产品结构更为多元化，涉及领域包括了彩盒、礼盒、说明书、不干胶贴纸、瓦楞纸箱、纸托等多个品类。公司的防护性产品相对集中，主要为袋类、EPE 类、吸塑类，产品种类相对较少且集中。

2、裕同科技与公司主要产品的应用领域及客户群体存在一定的差异

裕同科技的客户分布于消费电子、智能硬件、烟酒、大健康、化妆品、食品和奢侈品等多个行业。该公司直接或间接通过仁宝、富士康、捷普、纬创资通、和硕、广达等代工厂商为终端客户服务，包括华为、联想、三星、索尼、戴尔、惠普等。同时公司积极拓展烟酒食品和化妆品等领域，与红塔集团、泸州老窖、古井贡、雀巢、迪奥、玫琳凯等国内外高端烟酒、食品、化妆品品牌商建立了合作联系，并逐步导入小米、哈曼、谷歌、亚马逊、戴森、DHL、茅台、五粮液和四川中烟等优质大客户。2020 年裕同科技通过公开发行可转换公司债券，募集资金净额 13.88 亿元用于在宜宾、许昌、越南、印尼等地建设生产基地，主要意向客户包括深圳航空、中国国际航空、南方航空、华润万佳、德芙、美团、饿了么、星巴克、富士康、歌尔声学、河南中烟、佳能、松下、小米、OPPO、VIVO、三星、ARM 等企业，客户群体涵盖大型航空公司、零售连锁企业、外卖平台、餐饮品牌、消费电子企业等多行业、多领域客户。

公司防护性产品客户主要为消费电子产品终端品牌商、制造服务商、组件生产商，拥有了包括联想集团、立讯精密、歌尔股份、仁宝电脑、纬创资通、和硕科技等知名电子行业公司在内的优质客户资源。

与公司相比，裕同科技的产品应用领域、客户所在行业分布更为分散，除消费电子领域外，裕同科技还涉及烟酒、食品、化妆品、航空公司、零售连锁企业等其他行业，应用领域更为广泛、行业集中度较低。

3、裕同科技与公司主要产品的原材料存在一定的差异

裕同科技的产品生产所需要原材料主要为白板纸、双胶纸、铜版纸和瓦楞纸等各种纸类。根据其公开披露的信用评级报告，2017 年、2018 年、2019 年，其供应商采购对象均为大型造纸企业，其中 2019 年针对白板纸、双胶纸、铜版纸的采购量分别为 15.90 万吨、2.16 万吨、11.91 万吨。2017 年、2018 年、2019 年，裕同科技直接材料占主营业务成本的比例分别为 56.51%、59.40%、57.61%。

公司防护性产品的主要原材料为 EPE 板、栈板材料、吸塑原料、吸塑卷等，二者在产品生产过程中使用的原材料的种类方面存在较大的差异。

4、裕同科技与公司主要产品的客户结构及集中度存在一定的差异

下游行业优质客户对自身产品质量、品牌影响、客户体验要求严格，致力于通过创新产品的功能设计、外观设计、工业设计以提升用户体验，其产品定价较其他品牌相对较高，更加注重上游供应商的设计研发能力、产品的良品率、品质控制能力及批量供货能力，给予供应商相对较高的盈利空间，导致相关供应商的毛利率水平相对较高。同时，下游知名客户为保证上游供应商的供货质量、数量和响应速度，建立了一系列的考核体系和认证制度，对供应商的生产工艺、质量管理、产能规模等方面需进行严格考核，认证通过后下游知名客户与供应商的合作通常比较稳定。同时，与优质客户形成稳定合作有利于供应商形成竞争优势和壁垒、符合供求双方利益，形成良好的规模经济效应也有利于保持良好的竞争力和盈利水平。因此客户集中度相对较高且客户资源较为优质的公司，其相关产品的毛利率水平相对较高。

2018 年、2019 年和 2020 年，裕同科技与公司防护性产品的前五大客户及第

一大客户的收入占比具体情况如下：

公司名称	项目	2020 年	2019 年	2018 年
裕同科技	前五大客户	37.58%	39.02%	40.56%
	第一大客户	18.80%	19.71%	21.03%
发行人	前五大客户	79.33%	80.40%	80.67%
	第一大客户	61.83%	59.93%	61.39%

报告期内，裕同科技的客户较为分散、集中度相对较低，发行人防护性产品的客户相对较为集中，有助于更好的发挥规模经济效应。

综上所述，受裕同科技与公司主要产品的内容和范围、应用领域及客户群体、使用原材料、客户结构及集中度存在较大的差异等因素影响，二者毛利率存在一定的差异。公司防护性产品的具体产品内容更为集中，主要为 EPE 类、吸塑类、栈板类产品，产品种类相对较少；公司防护性产品的应用领域更为集中，主要应用于消费电子行业领域；公司防护性产品的客户更为集中、客户集中度更高，有助于更好的发挥规模经济效应。**因此，报告期内公司防护性产品的毛利率整体高于裕同科技，具有合理性。**

（二）发行人功能性产品毛利率高于同行业可比公司的原因及合理性

公司消费电子功能性产品主要起到粘贴、缓冲、防电磁干扰、保护、表面防护、标识等作用。A 股上市公司中，以上述功能性产品为主要产品的公司其报告期内的毛利率情况如下：

公司名称	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
安洁科技	**20.54%**	22.43%	26.59%	30.02%
飞荣达	**17.72%**	23.28%	29.54%	30.49%
恒铭达	**29.25%**	39.19%	50.12%	48.98%
智动力	**17.71%**	21.65%	22.47%	18.95%
博硕科技	**46.99%**	47.86%	43.16%	46.17%
达瑞电子	**40.24%**	44.31%	48.25%	44.51%
鸿富瀚	**38.53%**	**41.19%**	**41.54%**	**37.79%**
平均值	**30.14%**	**33.12%**	**36.69%**	**36.52%**

公司功能性产品	**34.14%**	**47.59%**	**65.63%**	**72.64%**

上述同行业上市公司在具体产品、产品结构、应用领域、客户结构等方面存在一定的差异，导致毛利率存在一定差异。报告期内，公司功能性产品毛利率高于同行业上市公司毛利率平均值，具有合理性，具体情况如下：

1、不同公司之间主要产品的应用范围和领域存在一定的差异

公司名称	主营业务及产品	应用领域	收入分布情况
安洁科技	精密功能性产品、精密结构件和模组类等智能终端零组件产品，包括按键、卡托、摄像头装饰圈、硬盘外壳等	产品用于智能手机、笔记本电脑、平板电脑、一体机、可穿戴设备、智能家居、新能源汽车、信息存储设备、5G 通讯等终端产品	2020 年度，应用于智能终端功能件和精密结构件及模组类、信息存储类、新能源汽车类产品的收入金额占比分别为 57.89%、23.01%、16.30%
飞荣达	电磁屏蔽材料及器件、导热材料及器件、基站天线及相关器件及防护功能器件	主要应用于通讯领域、终端领域、新能源领域，具体包括通信通讯设备、智能手机、可穿戴、数据中心、平板电脑、汽车电子、家用电器等	2020 年度，电磁屏蔽材料及器件收入金额占比 33.83%、导热材料及器件收入金额占比 34.00%、防护功能器件收入金额占比 18.72%、基站天线及相关器件收入金额占比 10.85%
恒铭达	消费电子功能性产品、消费电子防护产品	广泛应用于手机、平板电脑、笔记本电脑、智能穿戴设备等消费电子产品及其组件	2020 年度，平板电脑类、手机类、手表及其他消费电子产品收入金额占比分别为 31.65%、25.69%、26.48%，合计收入金额占比为 83.82%
智动力	消费电子结构性及功能性器件，包括手机背板、光学器件及可穿戴组件、导热散热、导电屏蔽、缓冲密封等功能性器件	智能手机、平板电脑、智能穿戴、智能家居和新能源汽车等领域	2020 年度，应用于通讯行业的收入金额占比为 92.21%，其中结构性电子器件、功能性电子器件的收入金额占比分别为 51.25%、37.93%
博硕科技	电子产品功能性产品以及夹治具、自动化设备	聚焦于智能手机、智能穿戴设备等消费电子以及汽车电子两大应用领域	2020 年度，电子产品功能性器件收入金额占比为 69.86%
达瑞电子	消费电子功能性产品、结构性器件、3C 智能装配自动化设备	智能手机、平板电脑、笔记本电脑、可穿戴电子产品、智能家居等消费电子领域	2020 年度，消费电子功能性器件收入金额占比为 70.29%、可穿戴电子产品结构件收入金额占比为 22.39%，合计占比为 92.68%
鸿富瀚	**消费电子功能性器件和自动化设备**	**智能手机、平板电脑、笔记本电脑、智能穿戴、家**	**2020 年度，消费电子功能性器件收入金额占比为 77.28%**

		用智能设备等消费电子产品及其组件	
发行人	**功能性产品**	**个人电脑、智能手机及周边类消费电子产品**	**2020 年度，功能性产品中应用于个人电脑、手机及周边产品收入金额占比为 99.34%**

上述同行业上市公司的功能性产品在具体的产品内容、应用领域、应用场景等方面存在较大的差异。一方面，在消费电子产品方面，上述公司在个人电脑、平板电脑、智能手机、智能穿戴等消费电子产品之间有不同的侧重；另一方面，在消费电子产品之外，部分同行业上市公司还扩展至汽车电子、智能家居、信息存储、通信设备、新能源汽车等其他领域，应用场景、应用领域更加的多元化。上述公司在功能性产品领域的产品内容、应用场景、应用领域存在差异，从而导致毛利率存在一定的差异。

不同公司之间主要产品的内容和范围存在一定的差异。公司消费电子领域的功能性产品收入占整体功能性产品收入金额的比例为 99.34%、集中专注于消费电子领域，远高于其他同行业上市公司。

2、不同公司之间主要产品的具体内容存在一定的差异

报告期内公司功能性产品主要应用于智能手机及周边类产品、个人电脑等。**报告期内，智能穿戴领域的功能性产品收入金额占功能性产品收入总金额的比例分别为 87.93%、67.27%、35.26%、20.31%，为公司功能性产品的重要收入来源，其毛利率贡献率为 68.32%、52.62%、26.66%、14.66%，为报告期内公司功能性产品毛利率的重要影响因素。**

近年来，智能手机、平板电脑等新一代消费电子设备出货量持续维持在高位，且更新换代速度不断加快。另外智能终端品牌商逐步取消配置耳机和充电器等配件，拉动了消费者对耳机产品的需求。以智能耳机为例，由于智能耳机在可摆脱传统耳机的物理线材束缚的基础上，具备设计简单、解放双手、单双耳佩戴等其他传统耳机缺少的优势，还可实现主动降噪、多样化交互方式等多种智能化功能，市场渗透率逐步提升。一方面，随着生活水平的不断提高，消费者对终端电子产品便捷性、智能性、功能多样性提出了更高的要求，相关消费需求迭代速度加快。另一方面，随着 5G 新一代信息通信技术的落地以及物联网的逐步推进，包括智

能耳机在内的智能穿戴设备作为物联网中获取用户数据以及算法运行的载体，可覆盖个人用户眼、耳、手等全方位的信息采集与数据分析，极大的丰富了智能穿戴设备的使用场景。

智能耳机作为近年快速发展的智能穿戴设备之一，具有生命周期短、更新换代速度快、精密度要求高等特点，为了满足下游消费者在性能、外观、设计、轻薄性等方面的特殊要求，上述产品对于零部件在设计、功能、外观、良率、大小轻薄、定制化等方面提出了更高的要求，需要供应商在研发、材料、工艺等方面进行更大的投入，毛利率水平相对较高。

2018 年、2019 年公司智能穿戴领域的功能性产品收入占功能性产品收入总金额的比例分别为 87.93%、67.27%，为公司功能性产品的主要收入来源。与同行业上市公司相比，上述公司消费电子产品内部的具体产品应用领域较为多元化，以智能穿戴设备为例，除智能耳机产品外，还涉及智能鼠标、智能手环、其他传统耳机、VR 产品等。与智能蓝牙耳机相比，传统个人消费类的头戴耳机产品技术更新相对较慢，更新周期较长，随着蓝牙无线耳机快速推向市场，该类产品的市场竞争力减弱、毛利率相对较低。公司毛利率较高的智能穿戴产品集中度显著高于其他同行业上市公司，毛利率相对较高。

3、不同公司之间的客户群体及客户结构存在一定的差异

下游行业优质客户对自身产品质量、品牌影响、客户体验要求严格，致力于通过创新产品的功能设计、外观设计、工业设计以提升用户体验，其产品定价较其他品牌相对较高，更加注重上游供应商的设计研发能力、产品的良品率、品质控制能力及批量供货能力，给予供应商相对较高的盈利空间，导致相关供应商的毛利率水平相对较高。

同时，下游知名客户为保证上游供应商的供货质量、数量和响应速度，建立了一系列的考核体系和认证制度，对供应商的生产工艺、质量管理、产能规模等方面需进行严格考核，认证通过后，下游知名客户与供应商的合作通常比较稳定。同时，与优质客户形成稳定合作有利于供应商形成竞争优势和壁垒、符合供求双方利益，形成良好的规模经济效应也有利于保持良好的竞争力和盈利水平。因此客户集中度相对较高且客户资源较为优质的公司，其相关产品的毛利率水平相对

较高。

报告期内，公司上述同行业上市公司主要客户及终端客户，以及前五大客户的收入占比具体情况如下：

公司名称	主要客户及终端客户群体	2020 年	2019 年	2018 年
安洁科技	苹果、华为、微软、谷歌、联想	40.49%	41.85%	39.67%
飞荣达	华为、微软、联想、小米及 MOTO、 Dell	48.54%	52.59%	59.83%
恒铭达	富士康、和硕、广达、仁宝、立讯精密、歌尔股份等，产品最终用于苹果、华为、谷歌	58.71%	74.36%	76.33%
智动力	三星、OPPO、 vivo、小米、 Google、夏普	67.61%	71.20%	89.29%
博硕科技	苹果、华为、奥迪、大众	90.49%	92.40%	98.23%
达瑞电子	三星视界、苹果	58.15%	66.27%	71.06%
鸿富瀚	**苹果、微软、华为等**	**91.04%**	**90.74%**	**90.83%**
平均值	**-**	**65.00%**	**69.92%**	**75.03%**
公司	联想集团、立讯精密、歌尔股份、英华达、纬创资通等，产品最终应用于知名消费电子知名品牌	67.68%	89.97%	94.87%

注：上表中发行人的前五大客户收入金额占比为功能性产品业务前五大客户收入金额占比。

报告期内，发行人以及恒铭达、博硕科技、达瑞电子、鸿富瀚等公司的客户集中度相对较高、前五大客户收入占比均在 50%以上，客户集中度较高的情况下有助于公司减少生产过程中的成本、实现规模经济效应、保持良好的毛利水平，毛利率相对较高。

4、不同公司之间的业务规模和发展阶段存在一定差异

同行业上市公司及发行人相关收入规模情况如下：

单位：亿元

公司名称	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
安洁科技	**16.15**	28.24	30.55	34.64
飞荣达	**11.77**	28.82	25.79	13.04

恒铭达	**3.50**	6.30	5.81	4.98
智动力	**10.86**	22.77	17.33	6.44
博硕科技	**3.00**	6.86	5.05	3.92
达瑞电子	**5.90**	9.49	8.59	6.00
鸿富瀚	**3.11**	**6.40**	**4.37**	**3.36**
平均	**7.76**	**15.55**	**13.93**	**10.34**
公司	**1.56**	**3.32**	**2.10**	**1.21**

注：同行业上市公司相关收入为主营业务收入，公司的营业收入为功能性产品营业收入。

公司功能性产品经营规模相对较小，报告期期初为了保证业务发展的可持续性、提高盈利能力、保证一定的毛利水平，公司选择性承接较高毛利率的优质业务、集中于智能穿戴等高毛利率产品，导致报告期内毛利率水平相对较高。

综上所述，上述同行业上市公司在产品应用领域和范围、产品具体内容、客户群体、客户结构、业务规模和发展阶段等方面存在一定的差异，导致毛利率存在一定差异。报告期内，公司功能性产品毛利率高于同行业上市公司毛利率平均值，主要是由于处于业务发展初期、专注于消费电子领域以及业务集中于智能穿戴应用细分领域，客户资源优质且集中度高等因素影响所致，具有合理性。**伴随着生产经营规模的扩大、产品应用领域以及产品结构的多元化，公司功能性产品的毛利率将较业务发展初期逐步有所下降。**

二、说明自产及OEM模式生产的各主要产品销售的毛利率对比情况，并分析毛利率差异及变化原因

（一）发行人自产及 OEM 模式生产的各主要产品销售的毛利率

报告期内防护性产品及功能性产品对公司主营业务收入的贡献最大，合计收入占比分别为 96.50%、97.60%、97.75%、96.12%，为公司主营业务收入的主要来源。以自制产品、OEM 产品进行区分，公司报告期内主要产品即防护性产品、功能性产品的毛利率情况如下：

项目	产品名称	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
自产模式	防护性产品	**28.65%**	31.94%	32.75%	29.25%
	功能性产品	**33.81%**	48.84%	68.72%	73.37%

OEM 模式	防护性产品	**29.76%**	29.38%	32.40%	33.59%
	功能性产品	**35.22%**	41.22%	36.38%	48.37%
公司	**防护性产品**	**29.12%**	**30.92%**	**32.62%**	**30.56%**
	功能性产品	**34.14%**	**47.59%**	**65.63%**	**72.64%**

（二）发行人自产及 OEM 模式生产的各主要产品销售的毛利率差异及变化原因

1、防护性产品中，自产及 OEM 模式下的毛利率差异及变化原因

报告期内公司防护性产品中，自产及 OEM 模式下的毛利率及差异情况如下：

产品名称	项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
防护性产品	自产模式①	**28.65%**	31.94%	32.75%	29.25%
	OEM 模式②	**29.76%**	29.38%	32.40%	33.59%
	差异①-②	**-1.11%**	2.56%	0.35%	-4.34%

报告期内公司防护性产品中，自产及 OEM 模式下的毛利率差异分别为-4.34%、0.35%、2.56%、-1.11%，存在一定差异且报告期内发生一定的变动，主要是由于自产及 OEM 模式下的防护性产品客户结构存在较大差异所致，具体情况如下：

联想集团为公司防护性产品主要客户，**报告期内公司向其销售防护性产品金额占防护性产品收入金额的比例分别为 61.39%、59.93%、61.83%和 62.27%，**占比相对较高。联想集团为全球领先的笔记本电脑等消费电子产品品牌商，为保证上游供应商的供货质量、数量和响应速度，建立了一系列的考核体系和认证制度，对供应商的生产工艺、质量管理、产能规模等方面需进行严格考核，认证通过后与供应商的合作通常比较稳定，同时会给予供应商一定的盈利空间。公司与联想集团已经形成稳定的合作关系，同时联想集团对产品质量、定制化程度等方面要求较高。

2019 年和 2020 年，公司自制防护性产品中，向联想集团的销售金额占自制防护性产品收入金额的比例分别上升 2.04 个百分点、6.27 个百分点；OEM 模式下采购的防护性产品中，向联想集团销售的金额占 OEM 外购防护性产品收入金

额的比例分别下降 4.33 个百分点、3.51 个百分点。自制防护性产品中优质客户的收入金额占比不断提升，而外购的防护性产品中优质客户的收入金额占比不断下降，导致自制模式下的防护性产品毛利率逐步提升且 2019 年、2020 年高于外购模式下的防护性产品毛利率。

2021 年 1-6 月，受客户需求变动、公司生产计划安排等多种因素影响，公司自制防护性产品中，向联想集团的销售金额占自制防护性产品收入金额的比例较 2020 年下降 3.88 个百分点；OEM 模式下采购的防护性产品中，向联想集团销售的金额占 OEM 外购防护性产品收入金额的比例较 2020 年上升 8.17 个百分点。自制防护性产品中优质客户的收入金额占比有所下降，而外购的防护性产品中优质客户的收入金额占比有所上升，导致当期自制模式下的防护性产品毛利率有所下降、低于外购模式下的防护性产品毛利率。

2、功能性产品中，自产及 OEM 模式下的毛利率差异及变化原因

报告期内公司功能性产品中，自产及 OEM 模式下的毛利率及差异情况如下：

项目	产品名称	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
功能性产品	自产模式①	**33.81%**	48.84%	68.72%	73.37%
	OEM 模式②	**35.22%**	41.22%	36.38%	48.37%
	差异①-②	**-1.41%**	7.62%	32.34%	25.00%

报告期内公司功能性产品中，自产及 OEM 模式下毛利率差异分别为 25.00%、32.34%、7.62%、-1.41%，存在一定差异且报告期内发生一定的变动，主要是由于自产及 OEM 模式下的功能性产品的产品结构存在较大差异所致，具体情况如下：

报告期内，公司自制的功能性产品主要为毛利率相对较高的智能手机及周边类产品，毛利率分别为 74.75%、72.69%、63.56%、56.94%，收入金额占比分别为 97.16%、89.24%、62.98%、43.39%。报告期内受毛利率相对较低的其他应用领域功能性产品收入占比迅速提升等因素影响，较高毛利率的智能手机及周边类功能性产品收入占比迅速下降，导致公司自制的功能性产品毛利率不断下降且下降幅度较大。

报告期内，公司 OEM 模式下的功能性产品中，应用于个人电脑及其他类功能性产品收入金额占比分别为 17.14%、77.81%、92.21%、92.66%，占比逐步提升。应用于个人电脑的功能性产品相较于智能手机及周边类产品，其更新换代速度相对较慢、产品精度要求相对较低，导致个人电脑领域功能性产品的毛利率相对较低。因此伴随个人电脑类功能性产品的收入占比不断提升，OEM 模式下的功能性产品毛利率整体有所下降。

受产品结构变化因素影响，报告期内公司功能性产品中 OEM 及自制的毛利率差异逐步缩小、2021 年 1-6 月自制毛利率低于 OEM 模式毛利率，主要是由于较高毛利率的智能手机及周边类功能性产品收入占比迅速下降、下降幅度较大从而导致自制的功能性产品毛利率下降幅度相对较大，具有合理性。

三、分析并说明防护性产品毛利率波动以及个人电脑类产品毛利率高于其他类别产品毛利率的原因，结合功能性产品的应用领域、技术水平、竞争及供求状况等分析并说明功能性产品毛利率水平较高的合理性，并按照防护型产品及功能性产品具体类别披露毛利率水平

（一）报告期内发行人防护性产品毛利率波动的具体原因

公司在综合考虑产品成本（使用原材料、人工及制造费用）、产品复杂程度（材料、工艺、设计、生产过程等）、客户资质实力、合作情况、业务量规模、市场竞争情况等多种因素的基础上向客户进行报价。公司主要产品在不同报告期内的毛利率水平存在一定的差异和波动。

报告期内，公司防护性产品毛利率分别为 30.56%、32.62%、30.92%、29.12%。整体变动幅度相对较小、整体保持稳定。报告期内公司防护性产品毛利率变化及各项产品的毛利率贡献率情况如下：

项目	2021 年 1-6 月			2020 年		
	毛利率	收入贡献率	毛利率贡献率	毛利率	收入贡献率	毛利率贡献率
个人电脑类	**32.42%**	**74.83%**	**24.26%**	35.28%	75.32%	26.57%
消费电子配件类	**26.17%**	**7.23%**	**1.89%**	24.74%	8.29%	2.05%
其他类	**16.56%**	**17.94%**	**2.97%**	14.05%	16.40%	2.30%

合计	**29.12%**	**100.00%**	**29.12%**	**30.92%**	**100.00%**	**30.92%**

续上表

项目	2019 年			2018 年		
	毛利率	收入贡献率	毛利率贡献率	毛利率	收入贡献率	毛利率贡献率
个人电脑类	37.76%	75.28%	28.42%	34.31%	76.91%	26.39%
消费电子配件类	20.95%	9.75%	2.04%	23.07%	9.57%	2.21%
其他类	14.38%	14.98%	2.15%	14.50%	13.52%	1.96%
合计	**32.62%**	**100.00%**	**32.62%**	**30.56%**	**100.00%**	**30.56%**

报告期内，公司防护性产品毛利率波动情况如下：

项目	2021 年 1-6 月较 2020 年			2020 年较 2019 年			2019 年较 2018 年		
	毛利率因素影响	收入占比因素影响	毛利率贡献率变化	毛利率因素影响	收入占比因素影响	毛利率贡献率变化	毛利率因素影响	收入占比因素影响	毛利率贡献率变化
个人电脑类	**-2.14%**	**-0.17%**	**-2.31%**	-1.87%	0.02%	-1.86%	2.60%	-0.56%	2.04%
消费电子配件类	**0.10%**	**-0.26%**	**-0.16%**	0.31%	-0.31%	0.01%	-0.21%	0.04%	-0.17%
其他类	**0.45%**	**0.22%**	**0.67%**	-0.05%	0.20%	0.15%	-0.02%	0.21%	0.19%
合计	**-1.59%**	**-0.22%**	**-1.80%**	**-1.61%**	**-0.09%**	**-1.70%**	**2.37%**	**-0.31%**	**2.06%**

注：毛利率因素影响=（本年毛利率-上年毛利率）×本年主营业务收入占比；收入因素变动影响=（本年主营业务收入占比-上年主营业务收入占比）×上年毛利率；下同。

1、公司防护性产品毛利率 2019 年相较于 2018 年上升 2.06 个百分点的原因

2019 年，公司防护性产品毛利率为 32.62%、同比上升 2.06 个百分点，主要为个人电脑类防护性产品毛利率贡献率上升 2.04 个百分点。2018 年、2019 年，防护性产品中个人电脑类产品收入占比分别为 76.91%、75.28%，占比整体保持稳定。**受人民币贬值、EPE 类原材料价格下降等多因素影响，该类产品 2018 年、2019 年毛利率分别为 34.31%、37.76%、毛利率有所上升。**收入占比较高的同时毛利率有所提升导致该类产品毛利率贡献率由 26.39%上升至 28.43%、上升了 2.04 个百分点，带动防护性产品整体毛利率上升。

2、公司防护性产品毛利率 2020 年、2021 年 1-6 月较上期下降的原因

2020 年和 2021 年 1-6 月，公司防护性产品毛利率分别为 30.92%、29.12%，

分别较上期下降 1.70 个百分点、1.80 个百分点，主要是由于个人电脑类防护性产品毛利率贡献率分别下降 1.85 个百分点、2.31 个百分点。2019 年、2020 年和 2020 年 1-6 月，防护性产品中个人电脑类产品收入占比分别为 75.28%、75.32%、74.83%，占比整体保持稳定。受人民币升值、EPE 类原材料价格上涨等多因素影响，该类产品的毛利率 2020 年、2021 年 1-6 月分别较上期下降 2.48 个百分点、2.86 个百分点、毛利率有所下降。收入占比较高的同时毛利率有所下降导致该类产品毛利率贡献率分别下降 1.85 个百分点、2.31 个百分点，带动防护性产品整体毛利率有所下降。

（二）报告期内发行人个人电脑类产品毛利率高于其他类别产品毛利率的原因

报告期内公司应用于个人电脑领域的防护性产品毛利率高于其他领域的防护性产品，具有合理性。

报告期内发行人其他防护性产品多用于电子产品配件、物流运输、食品包装，金额较小且收入占比相对较低，上述行业使用防护性产品的产品要求相对较低、更新换代速度相对较慢，定型后产品生命周期相对较长、后续的持续更新及投入相对较低，因此导致其毛利率水平相对较低。个人电脑作为消费电子产品，其产品要求相对较高且更新换代速度相较于其他行业相对较快，需要下游供应商投入更多的精力和资源进行定制化开发和生产，因此毛利率相对较高于其他行业内的防护性用品，具有合理性。

（三）结合功能性产品的应用领域、技术水平、竞争及供求状况等分析并说明功能性产品毛利率水平较高的合理性

报告期内，公司功能性产品毛利率分别为 72.64%、65.63%、47.59%、34.14%，毛利率水平相对较高，但受产品结构不断多元化等因素影响整体不断下降。2020 年、2021 年 1-6 月公司功能性产品毛利率水平与同行业上市公司相比差异显著减小。

报告期内公司功能性产品毛利率水平相对较高，主要是由于处于业务发展初期、专注于消费电子领域以及业务集中于智能穿戴应用细分领域，客户资源优质

且集中度高等因素影响所致，具有合理性，具体情况如下：

1、公司功能性产品经营规模相对较小，报告期期初为了保证业务发展的可持续性、提高盈利能力、保证一定的毛利水平，公司选择性承接较高毛利率的优质业务、集中于智能穿戴高毛利率产品

同行业上市公司及发行人相关收入规模情况如下：

单位：亿元

公司名称	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
安洁科技	**16.15**	28.24	30.55	34.64
飞荣达	**11.77**	28.82	25.79	13.04
恒铭达	**3.50**	6.30	5.81	4.98
智动力	**10.86**	22.77	17.33	6.44
博硕科技	**3.00**	6.86	5.05	3.92
达瑞电子	**5.90**	9.49	8.59	6.00
鸿富瀚	**3.11**	**6.40**	**4.37**	**3.36**
平均	**7.76**	**15.55**	**13.93**	**10.34**
公司	**1.56**	**3.32**	**2.10**	**1.21**

注：同行业上市公司相关收入为主营业务收入，公司的营业收入为功能性产品营业收入。

公司功能性产品经营规模相对较小，报告期期初为了保证业务发展的可持续性、提高盈利能力、保证一定的毛利水平，公司选择性承接较高毛利率的优质业务、集中于智能穿戴高毛利率产品，导致毛利率水平相对较高。

2、报告期前期即 2018 年、2019 年公司功能性产品专注于消费电子产品领域，主要产品为智能穿戴设备而且客户资源集中、客户资源优质。上述产品更新换代速度快、对于零部件各方面的要求相对较高，产品毛利率水平相对较高。伴随功能性产品应用领域以及客户结构的日益多元化，公司功能性产品的毛利率水平长期来看相较于 2018 年、2019 年将有所下降

（1）报告期前期即 2018 年、2019 年公司功能性产品专注于消费电子产品领域，主要产品为智能穿戴设备，上述产品更新换代速度快、对于零部件各方面的要求相对较高，产品毛利率水平相对较高

报告期内公司功能性产品主要应用于智能手机及周边类产品、个人电脑等，其中 2018 年、2019 年智能穿戴类产品收入占比最高。**报告期内，应用于智能穿戴的功能性产品收入金额占功能性产品收入总金额的比例分别为 87.93%、67.27%、35.26%、20.31%，毛利率贡献率分别为 68.32%、52.62%、26.66%、14.66%，为报告期内公司功能性产品毛利率的重要影响因素。**

近年来，智能手机、平板电脑等新一代消费电子设备出货量持续维持在高位，且更新换代速度不断加快。另外智能终端品牌商逐步取消配置耳机和充电器等配件，拉动了消费者对耳机产品的需求。其中，由于智能耳机在可摆脱传统耳机的物理线材束缚的基础上，具备设计简单、解放双手、单双耳佩戴等其他传统耳机缺少的优势，还可实现主动降噪、多样化交互方式等多种智能化功能，市场渗透率逐步提升。一方面，随着生活水平的不断提高，消费者对终端电子产品便捷性、智能性、功能多样性提出了更高的要求，相关消费需求迭代速度加快。另一方面，随着 5G 新一代信息通信技术的落地以及物联网的逐步推进，包括智能耳机在内的智能穿戴设备作为物联网中获取用户数据以及算法运行的载体，可覆盖个人用户眼、耳、手等全方位的信息采集与数据分析，极大的丰富了智能穿戴设备的使用场景。

智能耳机作为近年快速发展的智能穿戴设备之一，具有生命周期短、更新换代速度快、精密度要求高等特点，为了满足下游消费者在性能、外观、设计、轻薄性等方面的特殊要求，上述产品对于零部件在设计、功能、外观、良率、大小轻薄、定制化等方面提出了更高的要求，需要供应商在研发、材料、工艺等方面进行更大的投入，毛利率水平相对较高。

2018 年、2019 年公司智能穿戴收入金额占功能性产品收入总金额的比例分别为 87.93%、67.27%，为公司功能性产品的主要收入来源。与同行业上市公司相比，上述公司智能穿戴类功能性产品的主要应用领域相对较为多元化，除智能耳机产品外，还涉及智能鼠标、智能手环、其他传统耳机、VR 产品等。以耳机为例，与智能蓝牙耳机相比，传统个人消费类的头戴耳机产品技术更新相对较慢，更新周期较长，随着蓝牙无线耳机快速推向市场，该类产品的市场竞争力减弱、毛利率相对较低。公司集中主营智能耳机产品、集中度显著高于其他同行业上市

公司，毛利率相对较高。

（2）报告期前期即 2018 年、2019 年公司功能性产品主要客户即为立讯精密、歌尔股份、英华达等业内知名制造服务商，客户资源集中；报告期前期即 2018 年、2019 年公司功能性产品的主要客户在智能穿戴领域具有较大的市场竞争优势。公司智能穿戴类功能性产品的最终客户集中且客户资源优质且市场竞争情况良好，有助于公司保持良好的毛利率水平

下游行业优质客户对自身产品质量、品牌影响、客户体验要求严格，致力于通过创新产品的功能设计、外观设计、工业设计以提升用户体验，其产品定价较其他品牌相对较高，更加注重上游供应商的设计研发能力、产品的良品率、品质控制能力及批量供货能力，给予供应商相对较高的盈利空间，导致相关供应商的毛利率水平相对较高。

同时，下游知名客户为保证上游供应商的供货质量、数量和响应速度，建立了一系列的考核体系和认证制度，对供应商的生产工艺、质量管理、产能规模等方面需进行严格考核，认证通过后，下游知名客户与供应商的合作通常比较稳定。同时，与优质客户形成稳定合作有利于供应商形成竞争优势和壁垒、符合供求双方利益，形成良好的规模经济效应也有利于保持良好的竞争力和盈利水平。因此客户集中度相对较高且客户资源较为优质的公司，其相关产品的毛利率水平相对较高。

2018 年、2019 年和 2020 年，公司上述同行业上市公司主要客户及终端客户，以及前五大客户的收入占比具体情况如下：

公司名称	主要客户及终端客户群体	2020 年	2019 年	2018 年
安洁科技	苹果、华为、微软、谷歌、联想	40.49%	41.85%	39.67%
飞荣达	华为、微软、联想、小米及 MOTO、 Dell	48.54%	52.59%	59.83%
恒铭达	富士康、和硕、广达、仁宝、立讯精密、歌尔股份等，产品最终用于苹果、华为、谷歌	58.71%	74.36%	76.33%
智动力	三星、OPPO、 vivo、小米、 Google、夏普	67.61%	71.20%	89.29%
博硕科技	苹果、华为、奥迪、大众	90.49%	92.40%	98.23%

达瑞电子	三星视界、苹果	58.15%	66.27%	71.06%
鸿富瀚	**苹果、微软、华为等**	**91.04%**	**90.74%**	**90.83%**
平均值	**-**	**65.00%**	**69.92%**	**75.03%**
公司	联想集团、立讯精密、歌尔股份、英华达、纬创资通等，产品最终应用于知名消费电子知名品牌	67.68%	89.97%	94.87%

注：上表中发行人的前五大客户收入金额占比为功能性产品业务前五大客户收入金额占比。

2018 年、2019 年和 2020 年，发行人以及恒铭达、博硕科技、达瑞电子、鸿富瀚等公司的客户集中度相对较高、前五大客户收入占比均在 50%以上，客户集中度较高的情况下有助于公司减少生产过程中的更换成本、实现规模经济效应、保持良好的毛利水平，毛利率相对较高。

综上所述，报告期内公司功能性产品毛利率水平相对较高，主要是由于处于业务发展初期、专注于消费电子领域以及业务集中于智能穿戴应用细分领域，客户资源优质且集中度高等因素影响所致，具有合理性。

3、公司功能性产品毛利率的发展趋势

报告期内，公司功能性产品毛利率分别为 72.64%、65.63%、47.59%、34.14%，毛利率水平相对较高，但受产品结构不断多元化等因素影响整体不断下降。2020 年、2021 年 1-6 月公司功能性产品毛利率水平与同行业上市公司相比差异显著减小。未来伴随公司功能性产品经营规模的逐步扩大、应用领域的日益多元化、客户结构的多元化，公司功能性产品的毛利率将稳中有降，具体情况如下：

（1）应用领域方面，毛利率相对较低的个人电脑应用领域功能性产品收入占比不断上升，**报告期内，该类产品占功能性产品收入金额的比例分别为 1.59%、16.52%、45.37%、62.92%。**该类产品更新换代速度相对较慢、毛利率水平相对较低。伴随该类产品收入占比不断上升，公司功能性产品的毛利率水平将呈现稳中有降的趋势。

（2）客户结构方面，伴随应用领域的多元化、经营规模的扩大以及收购昆山上艺相关资产带来的客户资源，公司功能性产品的客户集中度有所下降。**报告**

期内功能性产品前五大客户收入金额占比分别为 94.87%、89.97%、67.68%、62.91%。伴随客户集中度降低、客户结构的丰富，公司功能性产品的毛利率水平将呈现稳中有降的趋势。

综上所述，公司功能性产品业务将在保持毛利金额增长的同时，毛利率水平相较于报告期前期将呈现稳中有降的趋势。

（四）按照防护型产品及功能性产品具体类别披露毛利率水平

在招股说明书之“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、盈利能力分析”之“（三）营业毛利及毛利率分析”之“3、公司主要产品毛利率变动情况”章节中，披露了防护性及功能性产品具体类别的毛利率水平，具体内容如下：

“（1）防护性产品毛利率变动情况

……

报告期内，公司防护性产品分应用领域的收入占比及毛利率情况如下：

应用领域	**2021 年 1-6 月**		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入占比	**毛利率**	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率
个人电脑类	**74.83%**	**32.42%**	75.32%	35.28%	75.28%	37.76%	76.91%	34.31%
电子配件类	**7.23%**	**26.17%**	8.29%	24.74%	9.75%	20.95%	9.57%	23.07%
其他类	**17.94%**	**16.56%**	16.40%	14.05%	14.98%	14.38%	13.52%	14.50%
合计	**100.00%**	**29.12%**	100.00%	30.92%	100.00%	32.62%	100.00%	30.56%

……

（2）功能性产品毛利率变动情况

……

报告期内，公司功能性产品分应用领域的收入占比及毛利率情况如下：

应用领域	**2021 年 1-6 月**		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入占比	**毛利率**	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率

智能手机及周边类	**34.96%**	**55.51%**	53.97%	62.74%	82.84%	72.00%	96.74%	74.16%
个人电脑类	**62.92%**	**22.63%**	45.37%	29.89%	16.52%	34.55%	1.59%	20.26%
其他类	**2.12%**	**23.18%**	0.66%	25.95%	0.64%	43.91%	1.67%	34.61%
合计	**100.00%**	**34.14%**	100.00%	47.59%	100.00%	65.63%	100.00%	72.64%

”

四、保荐机构、申报会计师核查意见

（一）核查过程

保荐机构、申报会计师主要执行了以下核查程序：

1、查阅了发行人报告期内的财务报表及审计报告，复核并分析发行人主营业务收入及各主要产品的收入占比及毛利率情况；

2、查阅了同行业上市公司的招股说明书、报告期内的年度报告、临时公告等公开披露文件，查看其相关产品业务的毛利率水平，分析与发行人相关产品毛利率存在差异的原因及合理性；

3、取得了发行人之销售明细表，复算自制及 OEM 模式生产的各主要产品销售的毛利率对比情况，并分析毛利率差异及变化原因；

4、对发行人高级管理人员进行访谈、查阅销售清单及采购明细表，了解防护性产品及功能性产品以及不同应用领域内产品毛利率波动的原因及合理性；

5、对发行人高级管理人员进行访谈、查阅销售清单及采购明细表，了解防护性产品及功能性产品不同应用领域的收入占比及毛利率波动的原因及合理性。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、报告期内公司防护性产品及功能性产品毛利率与同行业上市公司存在一定差异，主要是由于具体产品、产品结构、应用领域、客户结构等方面存在一定的差异所致，具有合理性；

2、报告期内公司自制及 OEM 模式生产的各主要产品销售毛利率存在一定

差异的原因具有合理性；

3、（1）报告期内公司防护性产品毛利率波动的原因具有合理性；（2）公司个人电脑类防护性产品毛利率高于其他类别防护性产品毛利率的原因具有合理性；（3）发行人报告期内功能性产品毛利率水平较高具有合理性；公司功能性产品业务将在保持毛利金额增长的同时，毛利率水平相较于 2018 年、2019 年将呈现稳中有降的趋势；（4）发行人已经在招股说明书中按照防护性产品及功能性产品具体类别披露毛利率水平。

11、关于外销收入

申报文件显示：

（1）报告期各期，发行人外销收入金额分别为 25,995.99 万元、33,954.76 万元、47,231.17 万元，占主营业务收入的比例分别为 53.60%、52.01%、57.68%，以保税区销售为主，除保税区外对境外地区的销售金额分别为 1,325.60 万元、4,659.93 万元、10,856.96 万元，2020 年增加较多。发行人未按照本所《审核关注要点》29-2-1-1-1 的要求披露外销收入金额与海关出口数据、出口退税金额的匹配性以及内外销毛利率差异等。

（2）2020 年，发行人发生汇兑损失 2,279.15 万元，占 2020 年利润总额的 21.04%。

请发行人：

（1）说明外销销售金额与海关出口数据、出口退税金额的匹配性，结合境外地区销售的主要客户等分析并说明 2020 年对境外地区的销售增加较多的原因。

（2）说明境内外销售的毛利率并分析是否存在较大差异。

（3）说明汇率变动对发行人财务状况的影响，并进行敏感性测试。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、说明外销销售金额与海关出口数据、出口退税金额的匹配性，结合境外地区销售的主要客户等分析并说明2020年对境外地区的销售增加较多的原因

（一）外销销售金额与海关出口数据的匹配性

报告期内公司外销金额与海关报关出口数据的对比情况具体如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
出口报关单数据 [注1]①	**21,605.22**	46,023.86	31,523.04	25,570.65
加：时间性差异 [注2]②	**1,987.45**	-1,393.98	-291.65	-223.43
调节后报关数据	**23,592.67**	44,629.88	31,231.39	25,347.21
境内公司外销收入 [注 3]③	**23,221.09**	43,981.66	31,111.16	24,954.85
差异④	**371.58**	648.22	120.23	392.37
差异率④/③	**1.60%**	1.47%	0.39%	1.57%

注 1：取自电子口岸系统导出的出口报关单明细；

注 2：VMI 销售模式下，若 VMI 仓库设置在境内保税区，公司产品完成出口报关手续后送达 VMI 仓库，待客户领用后确认收入；DAP 销售模式下，公司产品完成出口报关手续后运抵合同约定地点，交付给客户后确认收入；合并范围内的境内公司向境外公司销售产品形成内部交易外销收入，存在采用分送集报（分批送货、集中报关）的方式报关出口的情况。以上情形会形成出口报关与收入确认的时间性差异；

注 3：境内公司外销收入包含境内公司出售给合并范围内境外公司的部分。

如上述数据所示，报告期内公司外销销售金额与海关报关数据差异较小、匹配情况良好。

（二）外销销售金额与出口退税金额的匹配性

报告期内公司出口退税情况与外销销售收入的对比情况具体如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
免抵退税额①	**2,216.16**	4,193.50	3,643.89	2,095.49
其中：应退税额	**1,173.56**	1,925.36	1,433.70	871.08
免抵税额	**1,042.60**	2,268.14	2,210.19	1,224.42

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
申报免抵退出口货物销售额②	**17,050.11**	32,268.22	24,940.34	16,199.79
境内公司外销收入 [注]	**23,221.09**	43,981.66	31,111.16	24,954.85
其中：适用免抵退销售额	**17,134.11**	33,751.59	22,770.83	18,929.56
适用免税不退税销售额	**6,086.99**	10,230.07	8,340.33	6,025.29
综合退税率①/②	**13.00%**	13.00%	14.61%	12.94%
发行人适用退税率	**13%**	13%	6%、10%、13%、16%	5%、6%、9%、13%、15%、16%、17%

注：境内公司外销收入包含境内公司出售给合并范围内境外公司的部分。

由上表可见报告期外销收入中适用免抵退的销售额与申报出口销售额规模基本匹配，金额差异主要系外销收入的时点和申报出口退税的时点存在差异所致。公司外销收入以产品报关出口、客户领用或送到客户指定地点完成交货作为确认时点，而出口退税则是在货物已出口、单证齐全的情况下进行申报，二者之间存在时间性差异。

报告期内，发行人免抵退税额占当期免抵退税销售额的比例分别为 12.94%、14.61%、13.00%、13.00%。报告期内发行人整体出口退税比例符合公司的实际情况，公司出口退税情况与境外销售规模整体相匹配。

（三）结合境外地区销售的主要客户等分析并说明 2020 年对境外地区的销售增加较多的原因

报告期内，公司境外地区的销售金额具体情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年		2019 年		2018 年
	金额	金额	增加	金额	增加	金额
境外地区销售金额	**4,888.77**	10,856.96	6,197.03	4,659.93	3,334.33	1,325.60

报告期内，公司境外地区销售收入金额分别为 1,325.60 万元、4,659.93 万元、10,856.96 万元、4,888.77 万元，2019 年、2020 年分别同比增加 3,334.33 万元、

6,197.03 万元，增加金额相对较大。

2019 年、2020 年，发行人对境外地区主要客户的销售收入具体情况如下：

单位：万元

客户名称	2020 年度收入	2019 年度收入	增长额
联想集团	3,788.65	2,129.97	1,658.68
歌尔股份	3,422.20	471.38	2,950.83
立讯精密	2,444.53	0.97	2,443.56
小计	**9,655.38**	**2,602.32**	**7,053.07**
占境外地区收入金额的比例	**88.93%**	**55.84%**	**-**

公司的部分主要客户歌尔股份、立讯精密在越南设立工厂并向发行人采购功能性产品，公司根据下游客户的要求向客户位于境外地区的工厂所在地进行出口，导致境外地区收入金额迅速增加。2020 年公司歌尔股份、立讯精密的境外地区收入金额合计同比增加 5,394.39 万元，为当年公司境外地区销售收入金额增长的主要影响因素。

二、说明境内外销售的毛利率并分析是否存在较大差异

公司内销和外销的毛利率具体情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率
内销	**17,013.89**	**23.11%**	34,653.33	31.99%	31,327.66	42.39%	22,497.29	39.06%
外销	**25,389.54**	**35.84%**	47,231.17	40.87%	33,954.76	43.75%	25,995.99	41.99%

注：上表中的外销收入为境外地区和境内保税区的收入金额。

报告期内，发行人内销业务毛利率低于外销业务毛利率，较外销业务毛利率分别低 2.93、1.36、8.88、12.73 个百分点，2018 年、2019 年二者毛利率差异较小，2020 年、2021 年 1-6 月毛利率差异相对较大，主要是由于内销业务产品结构变动所致。

受收购昆山上艺带来的应用领域多元化、客户资源进一步丰富以及客户需求变动等因素影响，内销业务中毛利率相对较高的智能穿戴类功能性产品收入

占比有所下降，2019 年、2020 年和 2021 年 1-6 月，公司内销业务中智能穿戴类功能性产品毛利率分别为 78.87%、74.41%和 71.19%，销售收入占内销收入的比例分别为 34.59%、17.07%和 6.27%，毛利率较高的同时收入占比下降幅度相对较大，2020 年、2021 年 1-6 月毛利率贡献率分别下降 14.58、8.24 个百分点，带动 2020 年、2021 年 1-6 月内销业务毛利率分别下降 10.40、8.88 个百分点、下降幅度相对较大，为公司 2020 年、2021 年 1-6 月内销业务毛利率下降幅度及与外销业务毛利率差异相对较大的主要影响因素。

三、说明汇率变动对发行人财务状况的影响，并进行敏感性测试

报告期内，发行人主要交易的外币为美元，发行人境外地区和境内保税区收入占主营业务收入的比例分别为 53.60%、52.01%、57.68%、59.88%，占比相对较高。发行人主要供应商均为境内企业、以外币进行的采购金额及占比均相对较小。外币汇率变动主要对发行人的资产及收入产生较大影响。如果人民币兑外币贬值，则公司相关货币性资产余额上升，营业收入、汇兑收益金额增加；如果人民币兑外币升值，则货币性资产余额下降，营业收入、汇兑收益金额减少。

汇率变动对发行人期末资产负债余额及汇总损益的敏感性分析如下：

单位：万元

汇率变化	项目	影响金额			
		2021 年 6 月 30 日/2021 年 1-6 月	2020 年 12 月 31 日/2020 年度	2019 年 12 月 31 日/2019 年度	2018 年 12 月 31 日/2018 年度
人民币贬值 5%	资产增加	**1,141.45**	1,308.96	743.35	639.87
	负债增加	**175.07**	21.36	22.39	22.22
	汇兑收益	**966.38**	1,287.60	720.96	617.65
人民币升值 5%	资产减少	**1,141.45**	1,308.96	743.35	639.87
	负债减少	**175.07**	21.36	22.39	22.22
	汇兑损失	**966.38**	1,287.60	720.96	617.65

人民币兑外币汇率变动对发行人外销收入的敏感性分析如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度

主营业务收入①	**42,403.42**	81,884.50	65,282.42	48,493.27
其中：外销收入②	**25,389.54**	47,231.17	33,954.76	25,995.99
外销收入占主营业务收入的比例③=②/①	**59.88%**	57.68%	52.01%	53.60%
人民币兑外币年平均汇率贬值 5%对外销收入的影响④=②*5%	**1,269.48**	2,361.56	1,697.74	1,299.80
影响金额占主营业务收入比例⑤=④/①	**2.99%**	2.88%	2.60%	2.68%

四、保荐机构、申报会计师核查意见

（一）核查过程

保荐机构、申报会计师主要执行了以下核查程序：

1、从电子口岸系统取得报告期内各期申报出口金额，并与发行人账面的境外收入进行对比，分析是否存在差异以及差异原因；

2、了解发行人产品与所属行业的出口退税政策， 取得报告期内发行人各期申报出口退税的纳税申报表，根据列示的免抵退税额、出口退税额和免抵退出口货物销售额与发行人外销收入金额进行对比，分析是否存在差异以及差异原因；

3、访谈发行人销售部门负责人以及财务总监，了解主要客户的境外销售情况、主要产品以及毛利率差异情况、产生较大差异的原因及合理性；

4、获取发行人外币银行存款、应收款项、应付款项余额表和销售、采购交易明细表，了解公司外币交易规模，测算外币汇率变动对财务状况的影响。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、报告期内公司外销销售金额与海关报关数据差异较小、匹配性良好；报告期内发行人整体出口退税比例符合公司的实际情况，公司出口退税情况与境外销售规模整体相匹配；2020 年公司对境外地区的销售增加较多的原因具有合理性；

2、报告期内发行人内销、外销业务 2020 年、2021 年 1-6 月毛利率差异相对较大主要是由于内销业务产品结构变动所致，具有合理性；

3、报告期内发行人交易的主要外币为美元。人民币对外币汇率的波动会对相关货币资产余额、营业收入、汇兑收益金额产生影响。

12、关于期间费用

申报文件显示：

（1）报告期各期，发行人销售费用分别为 4,021.42 万元、5,216.57 万元、2,725.07 万元，综合物流费分别为 2,025.88 万元、2,566.77 万元、2,841.27 万元，占主营业务收入的比例分别为 4.18%、3.93%、3.47%，2020 年下降比例较大。

（2）报告期各期，发行人研发费用分别为 1,493.45 万元、2,798.27 万元、2,968.31 万元，以直接材料和职工薪酬为主，明细中未区分设备折旧费等。

请发行人：

（1）说明综合物流费的各项明细，包括但不限于仓储、物流配送、报关等，结合明细科目的变动情况分析与发行人销量、营业收入的匹配性，并说明主要的仓储物流服务供应商、交易金额、通过中转仓或 VMI 仓库对应的销售金额。

（2）说明报告期各期末研发设备的金额及主要设备，并结合上述情况分析并说明研发支出以直接材料和人工薪酬支出的合理性，是否存在将营业成本计入研发支出的情形。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、说明综合物流费的各项明细，包括但不限于仓储、物流配送、报关等，结合明细科目的变动情况分析与发行人销量、营业收入的匹配性，并说明主要的仓储物流服务供应商、交易金额、通过中转仓或 VMI 仓库对应的销售金额

（一）说明综合物流费的各项明细，包括但不限于仓储、物流配送、报关等，结合明细科目的变动情况分析与发行人销量、营业收入的匹配性

1、报告期内公司综合物流费的明细情况

报告期内，公司综合物流费的明细情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
运输费	**842.18**	**52.14%**	1,463.01	51.49%	1,242.13	48.39%	920.92	45.46%
仓储费	**695.50**	**43.06%**	1,244.13	43.79%	1,211.95	47.22%	1,029.98	50.84%
报关费	**77.42**	**4.79%**	134.12	4.72%	112.69	4.39%	74.99	3.70%
总计	**1,615.10**	**100.00%**	**2,841.27**	**100.00%**	**2,566.77**	**100.00%**	**2,025.88**	**100.00%**

2、报告期内公司综合物流费与发行人销量、营业收入的匹配性

（1）报告期内公司综合物流费的具体情况

公司主营业务产品包括防护性产品及功能性产品，其中防护性产品体积及占地面积相对较大，产生的运输费及仓储费金额也相对较高。报告期内，公司综合物流费金额明细情况如下表所示：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
防护性产品	**1,390.84**	**86.11%**	2,442.56	85.97%	2,373.98	92.49%	1,875.97	92.60%
功能性产品	**133.37**	**8.26%**	302.64	10.65%	105.99	4.13%	58.28	2.88%
其他产品	**90.89**	**5.63%**	96.07	3.38%	86.80	3.38%	91.63	4.52%
合计	**1,615.10**	**100.00%**	**2,841.27**	**100.00%**	**2,566.77**	**100.00%**	**2,025.88**	**100.00%**

报告期内，公司防护性产品产生的综合物流费金额占比分别为 92.60%、92.49%、85.97%、86.11%，占比相对较高、为综合物流费的主要组成部分。

（2）公司防护性产品产生的综合物流费与发行人销量、营业收入的匹配性分析

报告期内防护性产品综合物流费明细金额及与发行人销量、营业收入的比例如下：

单位：万元、元/PCS

项目	费用金额	每单位销量发生的费用	占防护性产品营业收入的比例
2021 年 1-6 月			
运输费	**691.07**	**0.04**	**2.75%**
仓储费	**642.17**	**0.03**	**2.55%**
报关费	**57.61**	**0.01**	**0.34%**
总计	**1,390.84**	**0.07**	**5.53%**
2020 年度			
运输费	1,163.88	0.04	2.49%
仓储费	1,183.98	0.04	2.53%
报关费	94.71	0.01	0.30%
总计	**2,442.56**	**0.08**	**5.22%**
2019 年度			
运输费	1,118.93	0.04	2.62%
仓储费	1,165.00	0.04	2.72%
报关费	90.05	0.01	0.31%
总计	**2,373.98**	**0.09**	**5.55%**
2018 年度			
运输费	831.12	0.04	2.39%
仓储费	978.01	0.05	2.82%
报关费	66.84	0.01	0.31%
总计	**1,875.97**	**0.09**	**5.40%**

注：报关费对应的每单位销量发生的费用=报关费/防护性产品外销数量；报关费对应的占防护性产品营业收入的比例=报关费/防护性产品外销收入。

1）防护性产品运输费与营业收入及销量的匹配性分析

报告期内，发行人防护性产品单位销量产生的运输费均为 0.04 元，防护性产品运输费占防护性产品收入的比例分别为 2.39%、2.62%、2.49%、2.75%。

报告期内上述运输费占收入的比例均呈现一定的变化，主要是由于发行人对海外子公司的内部销售所致。发行人与海外子公司间产生的销售收入在合并报表

中已经内部抵消，但发行人发往海外子公司的产品产生了运输费，剔除上述影响因素后，**报告期内公司防护性产品的运输费用金额占防护性产品营业收入金额的比例分别为 2.37%、2.41%、2.40%、2.63%**，变化幅度相对较小、基本保持一致。

综上所述，报告期内公司防护性产品业务产生的综合物流费中运输费用与营业收入及销量的匹配性良好，变动具有合理性。

2）防护性产品仓储费与营业收入及销量的匹配性分析

报告期内，发行人防护性产品单位销量产生的仓储费用分别为 0.05 元、0.04 元、0.04 元、0.03 元，防护性产品仓储费用占防护性产品收入金额的比例分别为 2.82%、2.72%、2.53%、2.55%。

报告期内防护性产品单位销量产生的仓储费以及占防护性产品营业收入的比例整体呈现下降的情形，主要原因为：①报告期内子公司墨西哥光大同创销售收入逐年增长但其产品存放在工厂而非第三方仓库内，仓储费用金额未显著增加；②**2020 年、2021 年 1-6 月不由公司承担仓储费的客户产生的收入规模增长，**导致仓储费率有所下降。

综上所述，报告期内公司防护性产品业务产生的仓储费与营业收入及销量的匹配性良好，变动具有合理性。

3）防护性产品报关费与营业收入及销量的匹配性分析

报告期内，发行人防护性产品外销（包括境内保税区以及境外地区）单位销量产生的报关费均为 0.01 元，**发行人防护性产品报关费占防护性产品外销（包括境内保税区以及境外地区）收入金额的比例分别为 0.31%、0.31%、0.30%、0.34%，整体保持一致、变动幅度较小。**报告期内公司防护性产品业务产生的报关费与营业收入及销量的匹配性良好。

（2）公司功能性产品及其他产品产生的综合物流费与发行人营业收入的匹配性分析

报告期内，功能性产品的综合物流费金额分别为 58.28 万元、105.99 万元、

302.64 万元、133.37 万元，金额相对较小，占综合物流费总额的比例相对较低，占该类产品营业收入金额的比例分别为 0.48%、0.51%、0.91%、0.86%。

2020 年、2021 年 1-6 月功能性产品的综合物流费金额占营业收入比例相对较高，主要原因为：1）2020 年、2021 年 1-6 月公司销售给越南歌尔和越南立讯精密的功能性产品营业收入分别为 5,547.96 万元、2,098.65 万元，较 2018 年、2019 年增加较多，产品从国内运至越南的运输费用较高，运输费占营业收入的比例相应有所提高；2）收购昆山上艺业务的订单金额相对较为分散，运输频次增加、运输费占营业收入的比例有所提高；3）**公司碳纤维类产品从 2020 年开始实现收入且增长迅速，**该类产品体积相对较大且较重、运输费和仓储费金额相对较高。

报告期内发行人功能性产品业务产生的综合物流费与营业收入的匹配性良好，变动原因具有合理性。

综上所述，报告期内公司综合物流费的各项明细与发行人销量、营业收入的匹配性良好，变动情况具有合理性。

（二）说明主要的仓储物流服务供应商、交易金额

发行人报告期内主要综合物流服务供应商及交易金额如下表所示：

单位：万元

序号	公司	服务金额	提供的主要服务	占比
2021 年 1-6 月				
1	**深圳市海港城物流有限公司**	**352.34**	**仓储、运输**	**21.82%**
2	**合肥海晨仓储有限公司**	**273.36**	**仓储、报关**	**16.93%**
3	**安徽合联众供应链管理有限公司**	**264.95**	**运输**	**16.40%**
4	**惠州市汇港城供应链管理有限公司**	**210.82**	**运输**	**13.05%**
5	**昆山博马供应链有限公司**	**94.48**	**仓储、报关**	**5.85%**
合计		**1,195.95**	**-**	**74.05%**
2020 年度				
1	深圳市海港城物流有限公司	678.57	仓储、运输	23.88%
2	合肥海晨仓储有限公司	438.76	仓储、报关	15.44%

3	安徽合联众供应链管理有限公司	301.45	运输	10.61%
4	昆山博马供应链有限公司	228.88	仓储	8.06%
5	深圳市合共赢物流有限公司	192.85	运输	6.79%
合计		**1,840.50**	**-**	**64.78%**
2019 年度				
1	深圳市海港城物流有限公司	861.58	仓储、运输	33.57%
2	深圳市合共赢物流有限公司	328.12	运输	12.78%
3	合肥海晨仓储有限公司	270.68	仓储	10.55%
4	昆山博马供应链有限公司	199.46	仓储、运输	7.77%
5	安徽合联众供应链管理有限公司	132.54	运输	5.16%
合计		**1,792.38**	**-**	**69.83%**
2018 年度				
1	深圳市海港城物流有限公司	797.34	仓储、运输	39.36%
2	深圳市合共赢物流有限公司	296.57	运输	14.64%
3	昆山博美柯供应链有限公司	211.85	仓储、运输、报关	10.46%
4	合肥海晨仓储有限公司	178.27	仓储	8.80%
5	成都昊明物流有限公司	113.83	运输	5.62%
合计		**1,597.86**	**-**	**78.87%**

报告期内公司前五大综合物流服务供应商占综合物流费总额的比例分别为 78.87%、69.83%、64.78%、74.05%，占比相对较高。

（三）通过中转仓或 VMI 仓库对应的销售金额

报告期内，公司通过 VMI 仓或中转仓实现的销售收入情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
VMI 仓	**19,169.87**	31,384.94	27,007.95	22,276.84
中转仓	**596.55**	927.93	245.58	3.38
合计	**19,766.42**	**32,312.87**	**27,253.53**	**22,280.23**

报告期内，公司通过 VMI 仓或中转仓实现的销售收入分别为 22,280.23 万

元、27,253.53 万元、32,312.87 万元、19,766.42 万元。公司通过 VMI 仓实现的销售收入主要集中于联想集团、TCL 电子、仁宝电脑、纬创资通，报告期内，通过 VMI 仓向上述客户销售取得的收入分别为 21,275.55 万元、25,557.08 万元、30,122.71 万元、18,740.89 万元，占通过 VMI 仓或中转仓实现的销售收入比例分别为 95.49%、93.78%、93.22%、94.81%。

报告期内伴随与上述客户合作程度的不断加深、碳纤维类产品业务规模的不断扩大，上述 VMI 仓或中转仓实现的销售收入金额不断增加。2019 年，公司 VMI 仓或中转仓实现的销售收入同比增加 4,973.30 万元，主要是由于随着防护性产品业务规模不断扩大，公司当年通过 VMI 模式向联想集团、仁宝电脑、TCL 电子销售收入同比增加 4,494.30 万元、金额较大；2020 年，公司 VMI 仓或中转仓实现的销售收入同比增加 5,059.30 万元，主要是由于随着与联想集团合作程度的不断加深以及碳纤维产品业务的推出，公司当年通过 VMI 模式向联想集团销售收入同比增加 4,711.04 万元、金额较大。2021 年 1-6 月，公司 VMI 仓或中转仓实现的销售收入相对较大，主要是由于随着较多使用 VMI 模式销售的碳纤维类产品业务规模的不断扩大以及 TCL 电子等客户合作程度的不断深化，公司向联想集团、纬创资通、TCL 电子等客户通过 VMI 模式实现的收入金额增加较多。

二、说明报告期各期末研发设备的金额及主要设备，并结合上述情况分析并说明研发支出以直接材料和人工薪酬支出的合理性，是否存在将营业成本计入研发支出的情形

（一）说明报告期各期末研发设备的金额及主要设备

报告期各期末研发设备的账面原值分别为 97.05 万元、353.51 万元、787.13 万元、1,042.80 万元，截止 2021 年 6 月 30 日账面原值 10 万元以上的研发设备如下表所示：

单位：万元

序号	资产名称	数量	账面原值
1	**纸浆模塑成型机**	**1**	**167.04**
2	LYNXA 件成型自动埋钉机（含机械手）	3	95.04

序号	资产名称	数量	账面原值
3	注塑机	2	86.32
4	塑料注射成型机	1	58.52
5	T14-31/24 件成型自动埋钉机（含机械手）	1	33.01
6	激光切割机	2	28.65
7	机壳变形度测试机（含软件）	2	28.25
8	加工中心	1	26.19
9	三坐标测量机	1	25.31
10	打磨机器人	2	25.20
11	电子高频试验机	1	24.57
12	精密型激光切割机	1	23.54
13	**一冷一热设备**	**1**	**21.68**
14	取件机器人	1	19.47
15	ROHS 光谱仪器	1	18.76
16	CNC 机床	1	16.85
17	自动排钉机	1	15.75
18	**精雕机**	**1**	**14.30**
19	激光雕刻机	1	12.14
20	真空泵	1	11.50
21	**BKL 切割机器人**	**1**	**10.44**
合计			**762.53**
占 2021 年 6 月末研发设备总额的比例			**73.12%**

（二）结合上述情况分析并说明研发支出以直接材料和人工薪酬支出的合理性

报告期内，公司研发费用具体支出明细如下表所示：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月		2020年度		2019年度		2018年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	**712.17**	**49.42%**	1,296.85	43.69%	1,251.14	44.71%	797.03	53.37%

物料投入	**509.53**	**35.36%**	1,327.36	44.72%	1,274.61	45.55%	607.06	40.65%
租赁费及使用权资产折旧	**84.82**	**5.89%**	114.41	3.85%	129.76	4.64%	38.41	2.57%
其他	**134.62**	**9.34%**	229.69	7.74%	142.76	5.10%	50.96	3.41%
合计	**1,441.14**	**100.00%**	**2,968.31**	**100.00%**	**2,798.27**	**100.00%**	**1,493.45**	**100.00%**

报告期内，公司的研发支出以人工薪酬及物料投入为主，报告期内的合计金额占比分别为 94.02%、90.26%、88.41%、84.78%，占比相对较高。

公司产品主要为消费电子防护性及功能性产品，广泛应用于个人电脑、智能手机、智能穿戴设备等消费电子产品及其组件。公司客户主要为消费电子产品终端品牌商、制造服务商、组件生产商。公司一直在不断努力提高自身产品的质量和技术水平，并根据客户及市场不断变化的需求进行技术研究和产品功能开发。同时报告期内伴随业务规模的扩大，公司新产品、工艺开发及产品迭代升级需求增加，公司在研发方面的投入规模不断扩大。公司在研发过程中，研发人员使用相关材料进行不断的试验、试制等，导致物料消耗金额相对较大。同时公司建立了有效的研发人员激励机制以及完善的人才培养机制，研发人员数量较多且薪酬水平相对较高，导致研发支出中人工薪酬及物料投入金额较大，具有合理性。

同行业上市公司的研发支出中，人工薪酬及物料投入在研发费用中的占比情况如下：

公司名称	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
裕同科技	**86.84%**	84.27%	83.73%	86.49%
安洁科技	**80.89%**	85.03%	87.76%	89.27%
飞荣达	**87.11%**	89.91%	91.10%	94.26%
恒铭达	**95.58%**	93.55%	93.21%	92.32%
智动力	**83.73%**	89.53%	82.21%	89.89%
博硕科技	**80.27%**	89.02%	90.34%	93.07%
达瑞电子	**95.87%**	96.93%	95.73%	95.36%
鸿富瀚	**94.95%**	**96.35%**	**95.06%**	**93.64%**
平均值	**88.16%**	**90.58%**	**89.89%**	**91.79%**

公司名称	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
公司	84.77%	88.41%	90.26%	94.02%

由上可知，公司报告期内研发支出以人工薪酬及物料投入为主；与同行业上市公司相比，上述两项研发支出占研发费用金额的比例基本保持一致、不存在显著差异，符合行业惯例，具有合理性。

（三）是否存在将营业成本计入研发支出的情形

发行人不存在将营业成本计入研发支出的情形，具体说明如下：

1、公司建立并实施严格的研发内控制度和核算制度

（1）公司建立了研发内控制度，报告期内所有研发项目均按照研发流程进行立项和开展工作；

（2）公司制定研发费用核算制度，按照研发项目建立研发台账归集、核算研发费用，明确研发费用的开支范围和标准，严格执行审批程序，按照研发费用支出用途、性质等据实列支研发费用，与研发费用无关支出不得在研发费用中列支。

2、公司对研发费用进行严格核算，避免同营业成本混同的情形

（1）财务部门按项目审核、归集和核算研发支出，建立研发项目辅助核算台账对各项目进行归集；

（2）研发材料由研发人员按照项目填写领料单领用材料，研发领料单和生产领料单通过单据类型和编码规则进行区分，研发领用的材料存放于研发办公室或研发区域，与生产材料不存在混同；

（3）研发负责人负责审批每月研发人员所属项目的研发工时表，财务部根据经审核的研发工时表按项目对研发人员工资进行归集和分摊；

（4）用于研发活动的仪器、设备等固定资产作为研发设备由研发部管理，财务部对研发设备按固定资产折旧政策计算折旧计入研发费用的折旧费；

（5）研发工作发生的评审、验收、知识产权申请和注册、代理、办公等与

研发活动直接相关的其他费用，在实际发生时计入研发费用。

综上所述，发行人营业成本及研发费用严格区分、不存在营业成本计入研发费用的情形。

三、保荐机构、申报会计师核查意见

（一）核查过程

保荐机构、申报会计师主要执行了以下核查程序：

1、获取发行人综合物流费明细表并访谈财务负责人，分析综合物流费发生额、费用组成情况、与销量和营业收入的匹配性；

2、获取发行人销售明细表，分析各种业务模式对应的销售收入金额及占比情况；

3、访谈了发行人研发人员，了解研发设备投入及使用情况；获取研发费用台账、研发立项报告、阶段性报告和验收报告等研发资料，了解研发具体项目及研发工作开展情况；

4、查阅了同行业上市公司报告期内的年度报告、招股说明书等公开信息披露文件，分析同行业上市公司研发费用的构成明细；

5、结合研发资料查看研发费用的账务处理情况并访谈发行人财务负责人，分析是否存在将营业成本计入研发支出的情形。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、报告期内公司综合物流费的各项明细与发行人销量、营业收入的匹配性良好，变动情况具有合理性；报告期内公司前五大综合物流服务供应商占综合物流费总额的比例相对较高；**发行人通过 VMI 仓或中转仓实现的收入金额的变动具有合理性；**

2、公司报告期内研发支出以人工薪酬及物料投入为主，与同行业上市公司相比，上述两项研发支出占研发费用金额的比例基本保持一致、不存在显著差异，

符合行业惯例，具有合理性；发行人营业成本及研发费用严格区分、不存在营业成本计入研发费用的情形。

13、关于应收票据与应收账款

申报文件显示：

（1）报告期各期，发行人应收账款余额分别为 22,468.27 万元、31,847.81 万元、36,843.17 万元，增速较快，应收账款周转率分别为 2.62 次、2.45 次、2.42 次，低于同行业可比公司平均值 2.87 次、3.26 次、2.88 次。

（2）2019 年末，发行人对昆山上艺的应收账款余额为 4,555.56 万元，金额较高且超过 2019 年发行人对昆山上艺的销售金额。2020 年末，发行人对纬创资通应收账款余额为 2,845.80 万元，占 2020 年对其销售金额的比例较高。

（3）报告期各期，发行人应收商业承兑汇票分别为 839.04 万元、1,077.14 万元、1,315.97 万元，发行人未明确是否连续计算账龄计提坏账准备以及票据到期后的兑付情况。2021 年末发行人应收银行承兑汇票共 620.78 万元，增加较多，未披露主要出票方。

请发行人：

（1）分析并说明应收账款周转率低于同行业平均水平的原因，2019 年对昆山上艺及 2020 年对纬创资通的应收账款余额较高的原因、对主要客户的信用政策是否存在差异或发生变更。

（2）说明应收商业承兑汇票是否连续计算账龄并计提坏账准备、票据到期后的兑付情况，2021 年应收银行承兑汇票的主要出票方、期后是否已兑付。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明报告期各期末的应收账款函证金额、比例、回函确认金额、回函差异金额等。

【回复】

一、分析并说明应收账款周转率低于同行业平均水平的原因，2019年对昆山

上艺及2020年对纬创资通的应收账款余额较高的原因、对主要客户的信用政策是否存在差异或发生变更

（一）分析并说明应收账款周转率低于同行业平均水平的原因

报告期内，公司应收账款周转率及与同行业上市公司对比情况如下表所示：

公司名称	2021-06-30	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
裕同科技	**1.26**	2.49	2.41	2.33
安洁科技	**1.62**	3.05	2.78	2.83
飞荣达	**1.43**	2.75	2.90	2.67
恒铭达	**1.17**	2.01	2.00	1.93
智动力	**1.87**	4.02	5.58	4.31
博硕科技	**0.76**	1.76	1.64	1.55
达瑞电子	**2.32**	4.10	5.49	4.45
鸿富瀚	**1.22**	**2.99**	**2.58**	**2.06**
平均值	**1.46**	**2.90**	**3.17**	**2.77**
公司	**1.23**	**2.42**	**2.45**	**2.62**

数据来源：同行业上市公司年度报告及其他公开披露的公告

报告期内，公司应收账款周转率分别为 2.62、2.45、2.42 和 1.23，与同行业上市公司相比不存在重大差异。报告期内，公司应收账款周转率略低于同行业上市公司平均值，主要是由于同行业上市公司中智动力及达瑞电子的应收账款周转率水平相对较高。**不包含上述两家上市公司后，同行业上市公司应收账款周转率的平均水平为 2.23、2.39、2.51、1.24，与公司应收账款周转率水平基本一致。**

报告期内智动力及达瑞电子二者应收账款周转率平均值分别为 4.38、5.54、4.06、2.10，显著高于其他同行业上市公司之应收账款周转率，具体情况如下：

1、报告期内智动力应收账款周转率相对较高的原因

报告期内智动力应收账款周转率为 4.31、5.58、4.02、1.87，应收账款周转率相对较高。该公司之消费电子功能性产品应用品牌包括三星、OPPO、 vivo、小米、 Google、夏普等全球知名企业。根据其招股说明书，2014 年、2015 年及 2016 年第一大客户三星的收入金额占比分别为 25.45%、44.97%、70.51%，与三星合

作持续、稳定收入占比不断提升。公司与客户在订单中确认具体的货款结算周期，分布在收款起始日的 15-105 天，以 90 天内为主。2016 年，该公司对三星的销售收入占比超过 70%，综合按收款起始日 40 天测算，则期末应收账款余额为 2 个月左右的销售额。三星为其主要客户且该客户信用账期较短，其期末应收账款金额相对较低、应收账款周转率相对较高。

2、报告期内达瑞电子应收账款周转率相对较高的原因

报告期内达瑞电子应收账款周转率分别为 4.45、5.49、4.10、2.32，应收账款周转率相对较高。其产品最终应用于三星视界、苹果以及华为、OPPO 等手机终端产品和 Jabra、Bose、Sony、Facebook、亚马逊等耳机、VR、智能音箱产品中。根据其招股说明书，该公司 2018 年、2019 年、2020 年 1-6 月第一大客户均为三星集团，收入占比分别为 27.48%、41.43%、40.02%。该公司主要客户为国内外知名消费电子零组件制造商或制造服务商，整体信誉良好，各企业的付款周期从结算当月付款至 6 个月付款不等。达瑞电子应收账款账龄主要集中为 1-3 个月，与达瑞电子给主要客户的信用期基本一致。达瑞电子客户信用期相对较短、客户付款情况良好且营业收入增长较为迅速，导致应收账款周转率相对较高。

上述两家公司的主要客户的信用期相对较短、应收账款周转率相对较高。**不包括上述两家上市公司后，同行业上市公司应收账款周转率的平均水平为 2.23、2.39、2.51、1.24，与公司应收账款周转率水平基本一致，报告期内公司应收账款周转情况良好。**

报告期内公司客户多为国内外知名消费电子产品终端品牌商、制造服务商、组件生产商，客户信誉及实力情况良好，具有资金实力雄厚、商业信誉良好等特点且和公司建立了较为稳固的合作关系，报告期各期末公司的应收账款不存在重大回收风险，期后回款情况整体良好。

（二）2019 年对昆山上艺及 2020 年对纬创资通的应收账款余额较高的原因

1、2019 年对昆山上艺应收账款余额较高的原因

2019 年末，公司对昆山上艺的应收账款余额为 4,555.56 万元、金额较高，具体原因如下：

公司子公司昆山光大同创于 2019 年 10 月同昆山上艺签署《资产转让协议》收购其存货、固定资产等相关资产并承接其客户资源。鉴于客户资源的承接和转换需要一定时间，在客户的供应商完全转换至公司之前，公司向昆山上艺销售功能性产品并由其销售给最终客户。

公司综合考虑多种因素一般情况下给与客户一定的结算信用期。公司同昆山上艺开展业务的信用期一般为 120 天。公司于 2019 年第四季度开始同昆山上艺开展业务且交易金额相对较大、为 4,031.47 万元（不含税金额），含税交易金额为 4,031.47*（1+13%）=4,555.56 万元。截至 2019 年末，上述销售收入对应实现的应收账款尚在信用期内，导致 2019 年末公司针对昆山上艺的应收账款金额为 4,555.56 万元，相对较大且超过营业收入金额，具有合理性。

2、2020 年对纬创资通的应收账款余额较高的原因

2020 年末，公司对纬创资通应收账款余额为 2,845.80 万元，占 2020 年对其销售金额的比例较高，主要是由于 2020 年该客户营业收入主要集中在 8-12 月，截至 2020 年末部分应收账款尚在信用期内所致。公司同纬创资通开展业务的信用期一般为票到月结 120 天，即发货后次月开票、从开票后次月 1 日起 120 天内付款。2020 年 8-12 月该客户实现营业收入（含税）金额为 2,699.77 万元、占该客户当年营业收入（含税）金额的比例为 60.78%。截至 2020 年末，上述应收账款尚在信用期内，导致 2020 年末应收账款金额相对较大、占其当年营业收入的比例相对较高。

2020 年纬创资通营业收入主要集中在 8-12 月，主要是由于 2019 年 10 月公司收购了昆山上艺的相关资产并逐步承接其客户资源，依托昆山上艺相关资产带来的产能增长以及前期合作基础，公司与纬创资通在防护性产品领域充分合作的基础上，进一步拓展了功能性产品领域的合作且规模不断扩大。由于客户资源的承接和转换需要一定时间，2020 年上半年公司向纬创资通销售功能性产品金额较小。随着客户转换工作的不断推进、功能性产品领域合作的不断深化，2020 年 7 月开始公司向纬创资通销售功能性产品的收入金额不断增加。**2020 年 8-12 月，公司向纬创资通销售功能性产品实现销售收入（含税）1,783.25 万元，占当年公司向其销售产品实现销售收入（含税）的比例为 40.15%、占比较高。因此 2020**

年公司向纬创资通销售产品实现收入主要集中在当年 8-12 月，具有合理性。

（三）对主要客户的信用政策是否存在差异或发生变更

报告期内，公司主要客户的信用政策情况如下：

序号	客户名称	2021年1-6月	2020年	2019年	2018年
1	联想集团[注1]	**票到45天-120天；票到月结45天-60天**	票到45天-120天；票到月结45天-60天	票到45天-90天；票到月结60天	票到45天-95天；票到月结60天
2	立讯精密[注2]	**票到月结90天-120天**	票到月结90天	票到月结90天	票到月结90天
3	歌尔股份	**票到月结60天-90天**	票到月结60天-90天	票到月结60天-90天	票到月结90天
4	英华达	-	月结90天	月结90天	月结90天
5	纬创资通	**票到月结120天**	票到月结120天	票到月结120天	票到月结120天
6	和硕科技	**货到月结120天**	货到月结120天	-	-
7	仁宝电脑	**票到120天**	票到120天	票到120天	票到120天
8	昆山上艺	**不超过120天**	不超过120天	不超过120天	-
9	**TCL电子**	**票到月结60天**	**票到月结60天**	**票到月结60天**	**票到月结60天**

注 1：2020 年，联想集团信用期新增票到 120 天一类，系由于当年公司新增合肥山秀与联宝（合肥）电子科技有限公司交易的信用期为票到 120 天；

注 2：2021 年 1-6 月，立讯精密信用期新增票到月结 120 天一类，系由于立讯精密当期通过收购将日善电脑配件（嘉善）有限公司纳入合并报表范围，公司与该公司交易的信用期为票到月结 120 天。

公司根据客户的单位性质、财务状况、经营情况、历史回款等情况，严格核定各客户的信用级别，公司针对客户的信用期一般情况下不超过 120 天，主要客户的信用政策之间存在一定的差异具有合理性。针对公司报告期内的主要客户，公司信用政策在报告期内未发生重大变更。

二、说明发行人应收商业承兑汇票是否连续计算账龄并计提坏账准备、票据到期后的兑付情况，2021年应收银行承兑汇票的主要出票方、期后是否已兑付

（一）商业承兑汇票的账龄以及坏账准备

发行人因实现收入而确认的应收账款转为商业承兑汇票结算后，均按照账龄

连续计算的原则对应收票据计提坏账准备，即账龄从收入确认时点起至资产负债表日止连续计算。商业承兑汇票参考账龄按预期损失率计提坏账准备。

（二）票据到期后的兑付情况

发行人仅在 2018 年末存在票据到期未能兑现的情况，系于 2018 年 8 月 3 日收到绵阳高新区恒奥电子科技有限公司出具的商业承兑汇票 80 万元，发行人已在到期无法兑现时将应收票据转入应收账款，且按照账龄连续计算的原则计提坏账准备。

（三）2021 年承兑汇票的主要出票方及期后兑付情况

2021 年 6 月末，公司收到的承兑汇票的主要出票方及期后兑付情况如下：

单位：万元

序号	背书人/出票方	票面金额	截至 2021-11-30 兑付情况
银行承兑汇票			
1	摩托罗拉（武汉）移动技术通信有限公司	80.60	已兑付
2	广东格林精密部件股份有限公司	20.44	已兑付
3	记忆科技（深圳）有限公司	14.29	已兑付
4	南昌华勤电子科技有限公司	12.84	已兑付
5	歌尔股份有限公司	0.30	已兑付
小计		128.46	-
期末应收银行承兑汇票金额		128.46	-
占比		100.00%	-
商业承兑汇票			
1	TCL 王牌电器（惠州）有限公司	1,538.41	已兑付
2	佛山市顺德区美的电热电器制造有限公司	1,164.38	已兑付
3	深圳市比亚迪供应链管理有限公司	180.27	已兑付
4	广东比亚迪节能科技有限公司	0.67	已兑付
小计		2,883.72	-
期末应收商业承兑汇票金额		2,883.72	-
占比		100.00%	-

2021 年 6 月末发行人主要承兑汇票的期后兑付情况良好，均已经完成兑付。

三、说明报告期各期末的应收账款函证金额、比例、回函确认金额、回函差异金额等

报告期各期末的应收账款函证金额、比例、回函确认金额及回函差异金额的具体情况如下：

单位：万元

项目	2021-06-30	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
应收账款期末余额①	**33,655.94**	36,843.17	31,847.81	22,468.27
发函金额②	**30,296.93**	31,948.08	28,868.73	19,863.00
发函占比②/①	**90.02%**	86.71%	90.65%	88.40%
回函确认金额③	**28,750.60**	31,166.35	28,010.77	19,486.64
回函确认占比③/②	**94.90%**	97.55%	97.03%	98.11%
回函差异金额④	-	94.01	-	-
回函差异占比④/②	-	0.29%	-	-

四、保荐机构、申报会计师核查意见

（一）核查过程

保荐机构、申报会计师主要执行了以下核查程序：

1、查阅了同行业上市公司的招股说明书、报告期内的年度报告、临时公告等公开披露文件，计算其报告期内应收账款周转率并与公司情况进行比较，分析了解部分同行业上市公司应收账款周转率相对较高的原因；

2、查阅了公司报告期内销售明细表、应收账款期末余额表，查看与报告期内主要客户的交易金额和期末应收账款余额；

3、查阅了昆山光大同创与昆山上艺签署的《资产转让协议》，查阅了公司与昆山上艺的交易明细；

4、查阅了公司与报告期内主要客户的合同或框架协议，核查了解报告期内主要客户的信用政策情况；

5、访谈发行人财务负责人，了解发行人应收票据的坏账准备计提政策；

6、获取发行人应收票据备查簿和坏账准备计提表，检查计提方法是否符合公司的坏账政策，复核坏账准备计提金额是否准确；核查期末应收票据的期后兑付情况；

7、检查应收票据是否存在无法兑付的情形，复核会计处理是否正确、坏账准备计提是否充分；

8、对报告期内公司应收账款进行函证确认，对未回函的应收账款检查其销售合同、报关单、签收单等原始凭证及期后回款情况。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、（1）报告期内，公司应收账款周转率与同行业上市公司平均值相比不存在重大差异，略低于同行业上市公司平均值具有合理性；（2）2019 年对昆山上艺及 2020 年对纬创资通的应收账款余额较高的原因具有合理性；（3）公司针对客户的信用期一般情况下不超过 120 天，主要客户的信用政策之间存在一定的差异具有合理性。针对公司报告期内的主要客户，公司信用政策在报告期内未发生重大变更；

2、发行人应收商业承兑汇票连续计算账龄并计提坏账准备、票据到期后的兑付情况整体良好，2021 年 6 月末公司主要应收银行承兑汇票期后均已兑付；

3、根据针对主要客户的应收账款询证函，回函情况良好、比例较高，发行人对应收账款的记录真实、准确。

14、关于存货

申报文件显示，报告期各期末，发行人存货账面金额分别为 2,387.09 万元、4,174.46 万元、6,807.88 万元，以库存商品和原材料为主，库存商品分别为 1,650.47 万元、2,968.44 万元、5,046.24 万元，占存货余额的比例分别为 65.71%、68.14%、70.44%，发行人分析库存商品增加主要系订单金额扩大。

请发行人：

（1）结合报告期各期末订单金额以及有订单支持的库存商品比例等分析并说明库存商品快速增加的原因。

（2）说明存放于 VMI 仓库以及中转仓的存货金额、保荐人对于存货的监盘情况、对于存放于 VMI 仓库以及中转仓仓库的存货的核查方式。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、结合报告期各期末订单金额以及有订单支持的库存商品比例等分析并说明库存商品快速增加的原因

（一）报告期各期末订单情况

报告期各期末，公司订单金额、有订单支持的库存商品余额情况如下：

单位：万元

项目	2021-06-30	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
期末订单及需求金额	**30,958.02**	39,684.36	29,641.29	23,547.72
有订单或需求支持的库存商品①	**4,663.64**	3,353.99	2,016.93	1,071.29
公司库存商品期末余额②	**6,653.80**	5,046.24	2,968.44	1,650.47
比例①/②	**70.09%**	66.47%	67.95%	64.91%

报告期各期末，公司有订单或需求支持的库存商品余额占比分别为 64.91%、67.95%、66.47%、70.09%，占比相对较高。

（二）报告期各期末公司库存商品迅速增加的原因及合理性

公司主要生产消费电子防护性和功能性产品，具有交付时间短、生产周期较快等特点。为满足主要客户快速响应需求，公司根据订单及客户需求等安排生产计划，存在一定的安全备货。**报告期各期末，有订单及需求支持的库存商品占期末库存商品余额的比例分别为 64.91%、67.95%、66.47%、70.09%，占比相对较高，公司期末库存商品的订单及需求支持情况良好。2018 年、2019 年、2020 年及 2021 年 1-6 月公司存货周转率分别为 11.33、11.12、9.64、3.86，存货周转情**

况良好。报告期各期末公司库存商品余额不断增加，主要是伴随产品及业务规模的扩大、下游客户需求规模相对较大所致，具有合理性。

2019 年末公司库存商品余额同比增长 79.85%、同比增加 1,317.97 万元，主要是由于公司功能性产品中模切类产品的库存商品余额同比增加较多所致。近年来伴随个人电脑、智能手机、智能穿戴设备等智能消费电子产品的更新换代以及下游消费电子市场的迅猛发展，功能性产品的市场需求迅速扩大，公司紧跟上述市场变化趋势，结合下游客户的产品需求加大对模切类功能性产品的研发力度，并逐步扩展立讯精密、歌尔股份、英华达等客户。**同时公司于 2019 年 10 月收购昆山上艺的相关资产、进一步拓展客户资源，推动功能性产品收入及客户规模不断扩大。**2019 年末公司功能性产品的期末订单及需求金额为 12,550.56 万元、同比增长 76.33%，2019 年公司功能性产品收入金额为 20,955.88 万元、同比增长 73.55%。报告期内该类产品收入规模及客户需求规模迅速增长，带动期末库存商品余额的增加。

2020 年末公司库存商品余额同比增长 70.00%、同比增加 2,077.80 万元，主要是由于公司功能性产品中碳纤维背板类产品的库存商品余额同比增长较多所致。公司于 2020 年开始大批量采购碳纤维板材产品并用于生产碳纤维背板，公司根据客户采购及生产安排进行发货，**当年实现业务收入金额为 2,521.35 万元。**受下游客户生产进度安排等因素影响，部分产品未在期末前进行发货，导致该类产品期末库存商品相对较大。2020 年末发行人功能性产品期末订单及需求金额为 18,472.29 万元，同比增长 47.18%，公司整体期末库存商品余额也相应有所增长。

2021 年 6 月末公司库存商品余额较 2020 年末增长 31.86%、增加 1,607.56 万元，主要是由于公司功能性产品库存商品余额较上年末增长较多所致。一方面，公司碳纤维背板产品需求扩大、收入持续增长。2020 年、2021 年 1-6 月公司碳纤维类产品分别实现收入金额 2,521.35 万元、2,873.32 万元，2021 年 1-6 月收入金额相对较大，公司相应增加相关存货储备；另一方面公司依托现有客户基础进一步加大对功能性产品中个人电脑等应用领域模切产品的市场开拓力度，为满足客户需求进行生产、期末库存商品有所增加。受上述因素影响，公司期末

库存商品余额也有所增长。

综上所述，报告期各期末公司库存商品余额不断增加，主要是伴随产品及业务规模的扩大、下游客户需求规模相对较大所致，具有合理性。

二、说明存放于 VMI 仓库以及中转仓的存货金额、保荐人对于存货的监盘情况、对于存放于 VMI 仓库以及中转仓仓库的存货的核查方式

（一）说明存放于 VMI 仓库以及中转仓的存货金额

报告期各期末，发行人存放于 VMI 仓库以及中转仓的存货金额如下：

单位：万元

项目	2021 年 6 月 30 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日
VMI 仓	**2,568.58**	2,006.92	888.49	708.22
中转仓	**56.58**	32.70	7.33	19.21
合计	**2,625.16**	**2,039.61**	**895.82**	**727.44**

报告期各期末存放在 VMI 仓和中转仓中的存货余额分别为 727.44 万元、895.82 万元、2,039.61 万元、2,625.16 万元。2020 年末、2021 年 6 月末上述存货金额相对较大，主要是由于随着较多使用 VMI 模式销售的碳纤维类产品业务规模的不断扩大以及 TCL 电子等客户合作程度的不断深化，相应 VMI 仓库及中转仓库中的存货金额有所扩大。2020 年、2021 年 1-6 月，公司碳纤维类产品实现收入金额分别为 2,521.35 万元、2,873.32 万元，该类产品主要客户为联想集团、纬创资通且较多通过 VMI 模式销售；2020 年、2021 年 1-6 月，公司向 TCL 电子 VMI 模式销售收入金额分别为 1,892.41 万元、1,760.01 万元，金额相对较大。受上述因素影响，2020 年末、2021 年 6 月末 VMI 仓库及中转仓库的存货余额相对较大。

（二）保荐人对于存货的监盘情况

报告期各期末，公司存货中库存商品及原材料合计余额占存货余额的比例分别为 99.35%、93.44%、92.80%、90.08%，为期末存货余额的主要组成部分。发行人存货主要存放于全国各地的生产工厂、VMI 仓、中转仓，保荐人选取存货主要存放地实施监盘，对各类存货的监盘情况如下：

1、库存商品

公司库存商品包装状态、标识及盘点情况如下：

品类	包装情况	标识	监盘方法
EPE	透明塑料袋包装	在明显位置粘贴不干胶标识公司名称、品名、规格型号、数量等信息	根据库位编号和标识对应存货盘点表，透过塑料袋清点每包内数量与标识是否一致，清点总数
吸塑	透明保鲜膜缠绕		
纸塑	纸箱包装		根据库位编号和标识对应存货盘点表，开箱抽查产品、数量与标识是否一致，清点总数
模切	纸箱包装		
碳纤板	纸箱包装		
栈板	无外包装，直接叠放	每个产品上喷码标识	根据库位编号和标识对应存货盘点表，点数核对

2、原材料

公司原材料包装状态、标识及盘点情况如下：

品类	包装情况	标识	监盘方法
EPE 板	透明保鲜膜简单缠绕	在明显位置标识品名、规格型号、数量等信息	根据库位编号和标识对应存货盘点表，透过保鲜膜清点每包内数量与标识是否一致，清点总数
吸塑颗粒	编织袋		根据库位编号和标识对应存货盘点表，抽查编织袋内材料重量与标识是否一致，清点总数
吸塑卷	通过轴心成卷包装	在轴心位置粘贴不干胶标识公司名称、品名、规格型号、数量等信息	根据库位编号和标识对应存货盘点表，测量整卷高度、估算米数，清点数量
胶带、保护膜	通过轴心成卷包装		根据库位编号和标识对应存货盘点表，测量整卷高度、估算米数，清点数量
纸塑材料	纸壳包裹	在明显位置标识品名、规格型号、数量等信息	根据库位编号和标识对应存货盘点表，抽查每包数量，清点总数
碳纤板材	纸箱包装		根据库位编号和标识对应存货盘点表，开箱抽查箱内数量，清点总数

栈板材料	宽绳绑缚	用记号笔标注尺寸、数量等信息	根据库位编号和标识对应存货盘点表，抽查每捆数量，清点总数

3、在产品

公司在产品放于生产车间，按需领用、保管及安排生产。在产品堆放整齐，贴有标识和工单，监盘为静态盘点。

4、委托加工物资

委托加工物资主要为委外加工的碳纤维板材，采用委托加工物资台账记录委外物料的发出和收回，保荐人选取金额较大的委外加工商实施监盘。

5、发出商品

报告期各期末发出商品余额均相对较小，因金额较小保荐人未予盘点。

保荐人于 2019 年同发行人签署相关合作协议并进行尽职调查及相关辅导工作，**其参与的 2019 年末、2020 年末、2021 年 6 月末存货盘点情况如下：**

单位：万元

项目	2021年6月30日			2020年12月31日			2019年12月31日		
	账面余额	监盘金额	监盘比例	账面余额	监盘金额	监盘比例	账面余额	监盘金额	监盘比例
库存商品	**6,653.80**	**5,462.43**	**82.09%**	5,046.24	4,521.66	89.60%	2,968.44	2,447.12	82.44%
原材料	**1,724.01**	**1,658.07**	**96.18%**	1,601.83	1,578.97	98.57%	1,102.09	754.48	68.46%
在产品	**103.46**	**103.46**	**100.00%**	163.57	163.57	100.00%	269.15	269.12	99.99%
委托加工物资	**684.24**	**668.14**	**97.65%**	201.25	99.42	49.40%	13.82	-	-
发出商品	**135.45**	-	-	150.63	-	-	2.91	-	-
合计	**9,300.96**	**7,892.09**	**84.85%**	**7,163.51**	**6,363.62**	**88.83%**	**4,356.41**	**3,470.71**	**79.67%**

（三）保荐人对于存放于 VMI 仓库以及中转仓仓库的存货的核查方式

保荐人选取大额 VMI 仓实施存货监盘及取得存货确认函，VMI 仓及中转仓具体盘点及取得确认函情况如下表所示：

单位：万元

期末截止日	项目	VMI 仓及中转仓

2021 年 6 月 30 日	**期末余额**	**2,625.16**
	监盘或取得确认函金额	**2,575.37**
	监盘或取得确认函比例	**98.10%**
2020 年 12 月 31 日	期末余额	2,039.61
	监盘或取得确认函金额	2,000.86
	监盘或取得确认函比例	98.10%
2019 年 12 月 31 日	期末余额	895.82
	监盘或取得确认函金额	829.98
	监盘或取得确认函比例	92.65%
2018 年 12 月 31 日	期末余额	727.44
	取得确认函金额	669.70
	取得确认函比例	92.06%

三、保荐机构、申报会计师核查意见

（一）核查过程

保荐机构、申报会计师主要执行了以下核查程序：

1、获取发行人的主要订单或需求资料，统计分析报告期各期末在手订单情况；

2、获取发行人的存货明细表，根据在手订单情况复算有订单或需求支持的库存商品比例；

3、访谈发行人销售与财务主要负责人，结合在手订单统计数据，了解报告期各期末库存商品金额变化的情况及原因；

4、访谈财务负责人，了解存货规模、存放地点，获取报告期各期末存货明细表，分析各存储仓存货规模；获取发行人存货盘点计划，分析计划的合理性，选取期末存货余额较大的仓库实施监盘；

5、对 **2019 年末、2020 年末、2021 年 6 月末**存货余额较大的仓库（含 VMI 仓及中转仓）实施存货监盘；获取报告期各期末主要的 VMI 仓及中转仓出具的存货余额确认函。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、报告期内公司有订单或需求支持的库存商品余额占比相对较高、库存商品的订单或需求支持情况良好；公司库存商品余额增加，具有合理性；

2、存放于 VMI 仓库以及中转仓的存货金额有所变动、具有合理性；保荐人对于存货以及存放于 VMI 仓库以及中转库的存货的监盘情况良好。

15、关于与主要供应商合资设立公司合肥山秀

申报文件显示：

（1）2019 年 1 月，发行人与无锡山秀合作成立合肥山秀，双方共同合作发展碳纤维背板业务。根据双方合作约定，为保证产品采购的稳定性和双方合作顺利进行，合肥山秀生产碳纤维产品所需要的碳纤维板材均从无锡山秀采购。2019 年和 2020 年，发行人向无锡山秀采购碳纤维板材金额分别为 21.74 万元、2,067.65 万元。

（2）发行人持有合肥山秀 60%股权，无锡山秀持有合肥山秀 40%股权，发行人将合肥山秀纳入合并报表范围，截至 2020 年末合肥山秀总资产 4,947.51 万元，所有者权益-732.68 万元，净利润-1,013.79 万元。

请发行人：

（1）结合无锡山秀的主要业务、市场地位、主要产品的市场拓展等分析并说明发行人与其合资设立公司的原因、两个公司在合肥山秀经营中各自负责的领域、经营决策确定方式、派驻董事及经营管理层情况，并结合上述情况分析并说明发行人是否控制合肥山秀。

（2）说明合肥山秀的主要经营内容、2019 年和 2020 年主要财务数据、亏损的原因，发行人碳纤维产品由合肥山秀生产销售比例、是否依赖于无锡山秀的原材料，发行人向无锡山秀采购碳纤维板材与市场价格以及无锡山秀对其他客户销售价格是否存在较大差异，发行人与无锡山秀关联交易规模未来是否将进

一步扩大。

（3）说明无锡山秀及其股东基本情况，无锡山秀及其股东与发行人及其控股股东、实际控制人、董监高以及发行人主要客户、供应商是否存在关联关系或其他密切关系。

请保荐人、发行人律师对问题（1）、（3）发表明确意见，请保荐人、申报会计师对问题（2）发表明确意见。

【回复】

一、结合无锡山秀的主要业务、市场地位、主要产品的市场拓展等分析并说明发行人与其合资设立公司的原因、两个公司在合肥山秀经营中各自负责的领域、经营决策确定方式、派驻董事及经营管理层情况，并结合上述情况分析并说明发行人是否控制合肥山秀

（一）结合无锡山秀的主要业务、市场地位、主要产品的市场拓展等分析并说明发行人与其合资设立公司的原因

1、无锡山秀的主要业务、市场地位及市场拓展等情况

（1）无锡山秀的主要业务情况

无锡山秀的具体情况如下：

名称	无锡山秀科技有限公司
统一社会信用代码	91320282338947760K
住所	宜兴市和桥镇工业集中区
注册资本	500.00 万元
成立日期	2015 年 5 月 11 日
股东情况	景徐荣持有 58%股权、刘鲜旗持有 30%股权、闵月持有 12%股权
经营范围	电子产品、塑料制品、电力电子元器件、碳纤维制品的技术开发、技术转让、技术咨询及技术服务；电子产品、特种纤维制品及碳纤维复合材料制品的制造及销售；自营和代理各类商品及技术的进出口业务（国家限定企业经营或禁止进出口的商品和技术除外）。（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）

无锡山秀主要从事碳纤维板材的研发、生产及销售业务，其在碳纤维板材领域积累了较强的研发实力且已经拥有多项相关碳纤维产品专利。根据国家知识产权局（https://www.cnipa.gov.cn/）载明的查询信息，无锡山秀的部分专利情况如下：

序号	专利名称	专利类型	专利号	授权公告日	取得方式
1	一种带有结构件的热塑性复合材料板材的制备方法	发明专利	2016109755453	2018/11/9	原始取得
2	一种带有结构件的热塑性塑料板材及其专用制备模具	实用新型	201621199032X	2017/5/17	原始取得
3	一种免涂胶复合材料板材	实用新型	2017205147181	2018/3/9	原始取得
4	一种外周带有塑料边框的复合板材	实用新型	2019200935638	2019/10/29	原始取得
5	一种结合牢固的复合材料板材	实用新型	2019203005058	2019/12/20	原始取得
6	一种笔记本外壳用的复合板材	实用新型	2019206487480	2020/1/21	原始取得
7	一种热固性复合材料板材	实用新型	2019200935799	2020/1/21	原始取得
8	一种抗压的碳纤维边框	实用新型	2020210105636	2020/12/18	原始取得
9	一种信号透频的复合材料板材	实用新型	2020205893687	2021/1/5	原始取得
10	一种碳纤维板加工用模压成型机连续挤压装置	实用新型	2020210105655	2021/2/26	原始取得
11	一种方便固定的碳纤维电脑背盖框	实用新型	2020210107805	2021/2/26	原始取得
12	一种预应力碳纤维板张拉装置	实用新型	2020210108371	2021/2/26	原始取得
13	一种混合型碳纤维板	实用新型	2020210105458	2021/4/20	原始取得
14	一种碳纤增强骨与塑胶模内成型增强框	实用新型	2020228317600	2021/6/29	原始取得
15	**一种碳纤维框架制造模具**	**实用新型**	**2020230918761**	**2021/10/15**	**原始取得**
16	**一种碳纤维板夹具**	**实用新型**	**2020230919393**	**2021/10/15**	**原始取得**
17	**一种信号透频的复合材料板材**	**实用新型**	**2020228355570**	**2021/10/15**	**原始取得**
18	**一种碳纤维加固框架梁**	**实用新型**	**2020230919162**	**2021/11/2**	**原始取得**

（2）无锡山秀的市场地位及业务拓展情况

碳纤维属于技术密集型、资金密集型产业，产业链长、工艺技术复杂，产业发展涉及产、学、研、用各个环节，研发周期相对较长、资金投入量较大，同时碳纤维下游应用技术的开发难度较高。从全球碳纤维市场的份额划分看，国际碳纤维市场依然为日、美企业所垄断。日本是全球领先的碳纤维生产国，世界碳纤维技术主要掌握在日本公司手中，国际市场中碳纤维产品主要集中于日本东丽、日本东邦、日本三菱丽阳、美国赫克塞尔等企业，上述企业市场份额较高且在专利及技术领域具有先发优势。近几年，随着国内企业在碳纤维领域不断加大投入、研发生产实力得到大幅提升，出现了以光威复材、中简科技、恒神股份、中复神鹰、吉林碳谷等为代表的企业。

无锡山秀在碳纤维尤其是消费电子应用的碳纤维产品领域，积累了一定的研发实力和技术，具有一定的技术积累和沉淀，在行业内具有一定的竞争实力。其在经营过程中逐步扩展客户资源，目前主要客户包括发行人、春秋电子（股票代码 603890.SH，主营业务为笔记本电脑及其他电子消费品的结构件模组及相关精密模具）、通达宏泰科技（苏州）有限公司（通达宏泰之全资孙公司，通达宏泰为香港上市公司，股票代码 2363.HK，主营业务为制造及销售手提电脑及平板电脑外壳）等，业务规模不断扩大。

2、公司与无锡山秀进行合作的原因

公司与无锡山秀在平等互利、稳定合作、公司控股的前提下进行合作，有助于双方实现优势互补，有效结合双方在研发技术、客户资源等方面的相对竞争优势实现资源共享和优势联合，实现各自业务的拓展和经营业绩的增长，具体情况如下：

（1）公司希望进入碳纤维产品领域、更好的满足客户产品需求、为客户提供更多元化的产品服务，进一步增强客户合作粘性并增加新的利润增长点

公司主要客户为消费电子领域内知名企业并向其提供防护性及功能性产品。在上述产品之外，公司紧密贴合客户需求，根据客户要求进行新产品的研发设计。近年来智能手机、笔记本电脑、智能穿戴设备等消费电子产品技术升级换代较快，消费者对新产品的轻便性、美观性、性能等提出了更高的要求。在笔记本电脑领域，包括联想集团在内的品牌商、制造服务商计划使用新型材料制成的笔记本电

脑背板来替代原有材料背板，使得笔记本电脑更为轻盈、耐用、坚固，进一步提高在消费电子产品领域的市场竞争力。

碳纤维是一种集结构材料与功能材料于一身、具有多种优异性能并拥有广泛用途的基础性新材料。具有高强度、高模量、低比重特点的碳纤维以及以碳纤维为增强体的复合材料，以其出色的增强减重效果成为最重要的材料之一，在航空航天、轨道交通、风力发电、新能源汽车、建筑补强、消费电子等领域具有巨大的发展空间。其耐腐蚀、耐高温、膨胀系数小等特点，可以使其在诸如高温、高湿、高寒、高腐蚀性等的恶劣环境中代替金属材料使用；此外，其导电性能可以使碳纤维广泛用于通讯、电子、能源电力等领域。消费电子领域客户在消费电子产品生产过程中，出于产品轻薄性、坚固性、下游市场特点、采购成本等多因素考虑，也对国内碳纤维背板产品有较大的需求，下游市场空间规模巨大。

综合考虑上述因素、结合客户的产品材料需求，公司决定切入碳纤维领域市场并以碳纤维为笔记本电脑产品的背板材料，扩大在碳纤维背板领域的研发、生产投入规模，以便更好的满足客户对于新产品的需求。

（2）碳纤维相关市场中，国外公司处于垄断地位且国内碳纤维领域的优秀公司经营规模相对较大

目前国际市场中碳纤维产品主要集中于日本东丽、日本东邦、日本三菱丽阳、美国赫克塞尔等企业，上述企业市场份额较高且在专利及技术领域具有先发优势。公司为增加生产自主性、打破国外技术垄断并建立在国内笔记本电脑产品碳纤维背板领域的竞争优势，决定同国内碳纤维材料领域的优秀企业进行合作，实现客户、生产能力、技术研发等优势资源的结合和良性互补，最终实现合作共赢。

国内碳纤维行业目前仍处于初级阶段，掌握高性能碳纤维研发核心技术并能够实现稳定、成本可控的规模化生产的企业较少，绝大多数企业不能满足高端产业的规模化应用需求，面临较大的国外产品竞争压力。近几年，随着国内企业在碳纤维领域不断加大投入、研发生产实力得到大幅提升，出现了以光威复材、中简科技、恒神股份、中复神鹰、吉林碳谷等为代表的企业。上述企业营业收入规模相对较大，部分上市或挂牌公司的具体情况如下：

序号	公司名称	证券代码	主营业务或产品	2020 年度前五大客户情况	营业收入规模（万元）			
					2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
1	光威复材	300699	专业从事碳纤维及其复合材料的研发、生产与销售。主要产品包括碳纤维及织物、预浸料产品、碳梁，主要运用于航空航天、轨道交通、风力发电、新能源汽车等领域。	2020 年前五大客户销售额占比 82.98%。	**128,342.39**	211,551.90	171,495.05	136,355.57
2	中简科技	300777	专业从事高性能碳纤维及相关产品研发、生产、销售和技术服务的高新技术企业，主要产品为碳纤维及其织物。	主要客户为航空航天类央企及所属企业，2020 年第一大客户销售占比为 87.00%；前五大客户销售额占比 99.61%。	**20,113.50**	38,951.54	23,445.48	21,260.06
3	吉林碳谷	836077	主要从事聚丙烯腈基碳纤维原丝的研发、生产和销售，所属行业为碳纤维行业，产品包括小丝束和大丝束聚丙烯腈基碳纤维原丝。产品主要应用于飞机、军工、汽车、风电、轨道交通等。	2020 年前五大客户销售额占比 89.75%。	**72,342.55**	110,240.14	106,285.00	22,843.09
4	恒神股份	832397	主要业务为碳纤维、碳纤维织物、预浸料及其复合材料的研发、生产、销售和技术服务。主要应用于重大装备、交通、能源、建筑补强、工业和体育休闲领域。	2020 年前五大客户销售额占比为 30.11%。	**40,484.53**	54,236.77	29,021.53	16,766.86

上述公司生产经营规模相对较大、客户相对集中，为国内碳纤维行业的中领先企业、市场竞争优势及经营规模相对较大。

（3）公司综合考虑碳纤维市场竞争格局、自身碳纤维业务经营规模、未来业务发展规划等因素，决定选择合适的合作对象共同投资建设合资公司并实现控股，作为公司未来碳纤维业务的实施主体

无锡山秀成立于 2015 年 5 月，主要从事碳纤维板材的研发、生产及销售业务。经过长期的开发研究，其在碳纤维尤其是消费电子应用的碳纤维产品领域拥

有了多项相关碳纤维产品专利，积累了较强的研发实力。

同时，公司在消费电子领域具有良好的客户资源、较大的经营规模和实力。公司客户主要为消费电子产品终端品牌商、制造服务商、组件生产商，经过多年的发展，公司已经成为行业内具有较强竞争优势的企业之一，拥有了包括联想集团、立讯精密、歌尔股份、仁宝电脑、纬创资通、和硕科技等知名电子行业公司在内的优质客户资源；**报告期内公司营业收入金额分别为 49,372.70 万元、66,402.75 万元、83,127.42 万元、43,189.85 万元，营业收入规模相对较大且增长情况良好；**公司稳步推进战略布局，先后在武汉、惠州、昆山、合肥、都江堰等地建立生产基地，并在墨西哥、越南拥有子公司，具有良好的生产能力和区域基地布局，实现了对全国主要消费电子生产聚集区域市场和客户的属地销售及服务。

公司及无锡山秀充分结合各自的研发技术、客户资源等优势，决定双方进行合作组建合资公司并由公司进行控股，由该合资公司从事碳纤维背板产品的生产及销售业务，相关的碳纤维板材原材料由合资公司向无锡山秀进行采购，以便实现优势互补、合作共赢，共同提升双方在碳纤维产品及相关应用领域的竞争优势。

综上所述，公司与无锡山秀进行合作共同出资设立合肥山秀并实现控股，具有合理性。

（二）两个公司在合肥山秀经营中各自负责的领域、经营决策确定方式、派驻董事及经营管理层情况，并结合上述情况分析并说明发行人是否控制合肥山秀

合肥山秀的具体情况如下：

名称	合肥山秀碳纤科技有限公司
统一社会信用代码	91340111MA2TDPA18B
住所	**安徽省合肥市经济技术开发区习友路 5899 号联想科技港 D 座 12 层 8 单元**
法定代表人	王国堂
注册资本	500.00 万元
成立日期	2019 年 1 月 10 日

股东情况	公司持股 60%、无锡山秀持股 40%
经营范围	电子产品、塑料制品、电力电子元器件、碳纤维制品的技术开发、技术转让、技术咨询及技术服务；包装材料、环保材料、电子技术的研发；电子产品、纤维制品及碳纤维复合材料制品的制造及销售；计算机设备、绝缘制品、电子元器件、塑胶制品、五金材料、建材的销售；自营和代理各类商品及技术的进出口业务（国家限定企业经营或禁止进出口的商品和技术除外）。（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）

合作双方的各自负责领域、经营决策确定方式、派驻董事及经营管理层情况如下：

1、各自负责领域情况

合肥山秀日常生产运营中，无锡山秀和光大同创主要承担的职责及各自负责领域情况如下：

股东	主要承担的职责及各自负责领域
无锡山秀	负责碳纤维板材的前期技术支持、向合肥山秀供应碳纤维板材
光大同创	碳纤维业务的市场开发、运营资金支持、整体运营、技术及工艺研发

2、经营决策确定方式

双方根据《公司法》等有关法律法规的规定签署了《公司章程》，设立股东会及执行董事进行规范的公司治理。合肥山秀公司根据《公司章程》的相关规定进行经营决策，股东会为该公司的权力机构，依法行使如下职权：

（1）决定公司的经营方针和投资计划；

（2）选举和更换非由职工代表担任的董事、监事，决定有关董事、监事的报酬事项；

（3）审议批准董事会的报告；

（4）审议批准监事会或者监事的报告；

（5）审议批准公司的年度财务预算方案、决算方案；

（6）审议批准公司的利润分配方案和弥补亏损方案；

（7）对公司增加或者减少注册资本作出决议；

（8）对发行公司债券作出决议；

（9）对公司合并、分立、解散、清算或者变更公司形式作出决议；

（10）修改公司章程；

（11）公司章程规定的其他职权。

股东会的会议由股东按照出资比例行使表决权。对于修改公司章程、增加或减少注册资本以及公司合并、分立、解散、清算或者变更公司形式作出决议，必须经代表三分之二以上的表决权的股东通过。

公司设立执行董事一名，负责召集股东会并向股东会汇报工作、执行股东会的决议、审定公司的经营计划和投资方案等。公司设立经理一名，负责主持公司的生产经营管理工作。

3、人员管理情况

合肥山秀未设立董事会、监事会，该公司相关执行董事、监事、经理的管理及委派情况如下：

序号	职务	人员管理及委派情况
1	执行董事	景徐荣、无锡山秀委派
2	总经理	王国堂、发行人委派
3	监事	李海全、发行人委派

根据《公司章程》的约定，双方按照投资额占出资总额的比例分享共同投资利润、承担投资亏损。公司作为合肥山秀之大股东，委派了总经理、监事并负责财务工作。

4、公司是否控制合肥山秀

根据《企业会计准则第 33 号——合并财务报表》，控制是指投资方拥有对被投资方的权力，通过参与被投资方的相关活动而享有可变回报，并且有能力运用对被投资方的权力影响其回报金额。

公司可对合肥山秀实施有效控制，将其纳入合并报表范围符合《企业会计准则第 33 号——合并财务报表》的有关规定，具体情况如下：

（1）公司为合肥山秀之控股股东、持有其 60%的股权及表决权，根据《公司法》及《公司章程》的规定有权参加股东会并决定公司的经营方针、投资计划、选举和更换非由职工代表担任的董事、监事等重大事项，可通过股东会对公司的生产经营、投资、融资等方面的重大决策实施控制；公司按照出资比例行使表决权并有权按照出资比例享有投资利润。

（2）公司委派人员担任总经理负责合肥山秀具体的生产经营管理、委派财务负责人负责合肥山秀的财务核算及管理、委派监事对其公司治理及执行董事、经理的工作情况进行监督。公司委派人员具体负责合肥山秀的生产经营、财务管理、监督等，公司可以通过上述方式控制合肥山秀的经营管理，可对合肥山秀实施有效的控制。

综上所述，公司控制合肥山秀，将其纳入合并报表范围符合《企业会计准则第 33 号——合并财务报表》的有关规定。

二、说明合肥山秀的主要经营内容、2019年和2020年主要财务数据、亏损的原因，发行人碳纤维产品由合肥山秀生产销售比例、是否依赖于无锡山秀的原材料，发行人向无锡山秀采购碳纤维板材与市场价格以及无锡山秀对其他客户销售价格是否存在较大差异，发行人与无锡山秀关联交易规模未来是否将进一步扩大

（一）说明合肥山秀的主要经营内容、2019 年和 2020 年主要财务数据、亏损的原因

合肥山秀作为目前发行人碳纤维业务的实施主体，其从无锡山秀处采购碳纤维板材并通过委外加工方式生产碳纤维背板，应用于笔记本电脑结构件，主要客户包括联想集团及纬创资通等知名笔记本电脑企业。

2019 年、2020 年，合肥山秀的主要财务数据情况如下：

单位：万元

项目	2020-12-31/2020 年度	2019-12-31/2019 年度

资产总额	4,947.51	252.88
所有者权益	-732.68	228.11
营业收入	2,588.58	-
净利润	-1,013.79	-138.89

2019 年 1 月，合肥山秀正式成立。2019 年受处于合作初期、设备采购及调试、客户认证安排等因素影响，合肥山秀未实现营业收入、固定成本支出金额相对较大，导致当年实现亏损 138.89 万元。伴随上述工作的不断推进和拓展，合肥山秀获得联想集团的供应商资质并于 2020 年开始逐步向客户实现供货，2020 年实现收入金额为 2,588.58 万元。但受碳纤维业务依然处于发展初期、研发投入规模相对较大、毛利率水平相对较低、融资渠道较少、财务费用相对较高等多因素影响，合肥山秀 2020 年净利润金额为-1,013.79 万元，亏损金额相对较大。**2021 年 1-6 月，随着碳纤维类产品出货量持续增长，合肥山秀逐步实现盈利、盈利金额为 39.99 万元。**

（二）发行人碳纤维产品由合肥山秀生产销售比例、是否依赖于无锡山秀的原材料，发行人向无锡山秀采购碳纤维板材与市场价格以及无锡山秀对其他客户销售价格是否存在较大差异

1、发行人碳纤维产品由合肥山秀生产销售比例、是否依赖于无锡山秀的原材料

2020 年、2021 年 1-6 月，公司碳纤维类产品实现收入金额分别为 2,521.35 万元、2,873.32 万元，占发行人主营业务收入金额的比例分别为 3.08%、6.78%，占比相对较低。2020 年公司碳纤维背板类产品均由合肥山秀统筹安排生产并对外销售、占比为 100%。2021 年 1-6 月，公司新增碳纤维板材供应商江苏澳盛复合材料科技有限公司，当期采购金额较小，碳纤维背板类产品主要仍由合肥山秀统筹安排生产并负责对外销售。

2019 年、2020 年，公司碳纤维业务处于发展初期阶段，为保证产品采购的稳定性和双方合作顺利进行，合肥山秀生产碳纤维背板所需要的碳纤维板材均从无锡山秀采购。2021 年 1-6 月，公司新增碳纤维板材供应商江苏澳盛复合材料科技有限公司，由于双方处于合作初期、采购数量较少，当期采购金额为 15.47

万元，采购金额及占比均相对较小。

近年来，随着国内企业在碳纤维领域不断加大投入、研发生产实力得到大幅提升，出现了以光威复材、中简科技、恒神股份、中复神鹰、吉林碳谷等为代表的优秀企业，上述企业可提供碳纤维背板所需要的碳纤维板材材料，合肥山秀不存在依赖无锡山秀原材料的情形。**伴随碳纤维业务规模的不断扩大，公司在向无锡山秀采购原材料的同时逐步拓展其他原材料供应商并积极建设自有碳纤维板材生产线。截至本问询函回复出具日，公司已经与碳纤维板材供应商江苏澳盛复合材料科技有限公司建立合作联系并进行采购。伴随生产经营规模的逐步扩大、采购渠道的逐步优化、自有生产线的建成达产，未来公司在向无锡山秀进行关联采购的同时向其他供应商的采购金额及自产金额将逐步扩大，关联采购金额的占比将逐步下降。**

2、发行人向无锡山秀采购碳纤维板材与市场价格以及无锡山秀对其他客户销售价格是否存在较大差异

（1）发行人采购碳纤维板材价格与市场价格比较情况

目前全球碳纤维生产及技术主要集中在日本及美国，国内碳纤维行业仍处于相对初级阶段，碳纤维产品下游应用主要集中在体育、风电及航空航天领域，专项应用于消费电子领域的碳纤维板的生产企业较少，不存在公开、透明的市场价格信息。碳纤维板在生产过程中的中间产品为使用碳纤维及树脂材料制成的织物，该领域的上市或挂牌公司包括光威复材、中简科技、吉林碳谷、恒神股份。上述公司的具体产品及业务领域情况如下：

名称	股票代码	主要产品名称	主要产品型号及级别	应用领域
光威复材	300699.SZ	碳纤维及织物	T300 级	航空航天等
中简科技	300777.SZ	碳纤维及织物	ZT7 系列（高于 T700 级）	航空航天等
吉林碳谷	836077.OC	碳纤维原丝	碳化后可达到 T400 级	军工、航天航空、高端装备、汽车、新能源、体育休闲用品及建筑材料等
恒神股份	832397.OC	碳纤维	HF10（T300 级）、HF30（T700 级）、HF40（T800 级）	航空航天、民用航空、新能源、轨道交通、海洋装备等

注：上述信息来自于上述公司之招股说明书、定期报告、公开转让说明书等资料。

碳纤维种类较多，价格受强度、模量、伸长率、线密度等性能指标及应用领域的影响，存在一定差异。公司采购的碳纤维板主要使用 T300 级（拉伸强度 3,530MPa、拉伸模量 230GPa）碳纤维进行生产。上述上市或挂牌公司中，中简科技主要销售高于 T700 级碳纤维及织物，吉林碳谷主要销售碳纤维原丝，恒神股份主要销售 T300、T700、T800 级碳纤维，产品类型、型号、级别同发行人使用的碳纤维材料存在较大的差异，不具有可比性；光威复材主要销售 T300 级碳纤维及织物，与发行人具有一定可比性。2019 年、2020 年，光威复材碳纤维及织物的销售价格为 1,067.21 元/千克、630.64 元/千克，公司采购的碳纤维板按重量换算后的价格分别为 1,046.03 元/千克、764.61 元/千克，与光威复材相比价格不存在重大差异且变动趋势基本保持一致，具有合理性。

（2）发行人采购碳纤维板材价格与无锡山秀对其他客户销售价格比较情况

合肥山秀与无锡山秀之间的交易价格系综合考虑其生产成本、业务规模、市场情况等因素后，双方友好协商确定。**2019 年、2020 年发行人均向无锡山秀采购碳纤维板材、不存在其他外购供应商。2021 年 1-6 月，公司新增碳纤板供应商江苏澳盛复合材料科技有限公司，公司向无锡山秀与江苏澳盛复合材料科技有限公司采购碳纤板的单价基本一致、差异较小，二者的比较情况如下：**

单位：元/PCS

序号	名称	2021 年 1-6 月
1	无锡山秀	69.67
2	江苏澳盛复合材料科技有限公司	67.26

根据无锡山秀出具的说明，确认报告期内其与合肥山秀之间的交易价格公允，交易价格与其向其他客户提供产品的定价原则一致、交易价格不存在重大差异情形。**根据无锡山秀提供的资料，2020 年、2021 年 1-6 月其向合肥山秀销售碳纤维材料与向其他主要客户销售碳纤维材料的毛利率相比，基本保持一致、不存在较大差异。**

综上所述，为保证产品采购的稳定性和双方合作顺利进行，报告期内公司碳纤维板材主要向无锡山秀进行采购。伴随生产经营规模的逐步扩大、采购渠道的

逐步优化、自有生产线的建成达产，未来公司在向无锡山秀进行关联采购的同时向其他供应商的采购金额及自产金额将逐步扩大，关联采购金额的占比将逐步下降；合肥山秀采购碳纤维板价格与同行业上市公司同类别碳纤维及织物的价格相比不存在重大差异、变动趋势保持一致，具有合理性；无锡山秀向合肥山秀销售碳纤维材料与向其他主要客户销售碳纤维材料的毛利率相比，基本保持一致、不存在较大差异。

（三）发行人与无锡山秀关联交易规模未来是否将进一步扩大

伴随碳纤维业务规模的不断扩大，公司在向无锡山秀采购原材料的同时积极拓展其他的碳纤维原材料供应渠道，**新增拓展其他的原材料供应商同时积极建设自有碳纤维板材生产线。截至本问询函回复出具日，公司已经与碳纤维板材供应商江苏澳盛复合材料科技有限公司建立合作联系并进行采购。伴随生产经营规模的逐步扩大、采购渠道的逐步优化、自有生产线的建成达产，未来公司在向无锡山秀进行关联采购的同时向其他供应商的采购金额及自产金额将逐步扩大，关联采购金额的占比将逐步下降。**

三、说明无锡山秀及其股东基本情况，无锡山秀及其股东与发行人及其控股股东、实际控制人、董监高以及发行人主要客户、供应商是否存在关联关系或其他密切关系

（一）无锡山秀及其股东基本情况

1、无锡山秀的基本情况

根据国家企业信用信息公示系统查询结果及无锡山秀出具的确认函等资料，无锡山秀设立于 2015 年 5 月 11 日，统一社会信用代码为 91320282338947760K，注册资本为 500 万元，法定代表人为景徐荣，经营范围为“电子产品、塑料制品、电力电子元器件、碳纤维制品的技术开发、技术转让、技术咨询及技术服务；电子产品、特种纤维制品及碳纤维复合材料制品的制造及销售；自营和代理各类商品及技术的进出口业务（国家限定企业经营或禁止进出口的商品和技术除外）（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）”，营业期限自 2015 年 5 月 11 日至无固定期限。

截至本问询函回复出具日，无锡山秀的股东、出资金额及出资比例如下表：

序号	股东姓名	认缴出资金额（万元）	认缴出资比例（%）
1	景徐荣	290.00	58.00
2	刘鲜旗	150.00	30.00
3	闵　月	60.00	12.00
合　计		**500.00**	**100.00**

2、无锡山秀股东的基本情况

根据国家企业信用信息公示系统查询结果、互联网检索结果及无锡山秀股东填写的调查问卷等资料，无锡山秀股东的基本情况如下：

景徐荣，男，身份证号码为 3202231982********，现持有无锡山秀 58%的股权。2009 年至今任宜兴市中碳科技有限公司执行董事、总经理；2015 年至今，任无锡山秀执行董事、总经理；2019 年至今任合肥山秀执行董事。

刘鲜旗，男，身份证号码为 4303221977********，现持有无锡山秀 30%的股权。2007 年 4 月至 2019 年 5 月，任北京孚源智科技发展有限公司副总经理；2019 年 6 月至 2020 年 7 月，任北京中禹商业管理有限公司总经理；2021 年至今，任海卓尼克（苏州）液压有限公司总经理。

闵月，女，身份证号码为 6541211989********，现持有无锡山秀 12%的股权。2015 年至今，任无锡山秀采购负责人。

（二）关联关系或其他密切关系情况

根据国家企业信用信息公示系统查询结果、互联网检索结果及无锡山秀股东填写的调查问卷等资料，中介机构核查了发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员的亲属关系、对外投资、任职情况；核查了发行人前五大客户、前五大供应商的股东、董事、监事、高级管理人员的任职情况；核查了无锡山秀及其股东的亲属关系、对外投资、任职情况。

经核查，无锡山秀为发行人重要子公司合肥山秀的少数股东、为发行人之关联方，无锡山秀之大股东景徐荣为合肥山秀之执行董事；除上述情况外，无锡山秀及其股东与发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员以

及发行人主要客户、主要供应商（不含无锡山秀）之间不存在关联关系或其他密切关系。

四、保荐机构核查意见

（一）核查过程

保荐机构主要履行了如下核查程序：

1、查阅了无锡山秀的工商信息登记文件、《公司章程》文件以及 **2019 年、2020 年、2021 年 1-6 月的财务报表**；

2、通过国家知识产权局（https://www.cnipa.gov.cn/）查询无锡山秀的部分碳纤维及应用领域专利情况；

3、查阅了碳纤维产品的相关市场研究报告、上市公司招股说明书及年度报告等公开披露文件；

4、对发行人董事长进行访谈，了解与无锡山秀进行合作的具体原因以及合作的具体情况、未来的合作情况；

5、查阅了无锡山秀出具的关于与发行人合作及交易情况的确认文件；

6、查阅了发行人的采购明细，核查与无锡山秀之间关联交易的具体情况；

7、对无锡山秀进行实地走访及函证，取得无锡山秀提供的相关数据资料；查询主要碳纤维企业销售碳纤维及织物的价格情况，分析关联交易价格的公允性情况；

8、根据国家企业信用信息公示系统查询结果、互联网检索结果及无锡山秀股东填写的调查问卷等资料，核查了发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员的亲属关系、对外投资、任职情况；

9、根据国家企业信用信息公示系统查询结果、互联网检索结果及无锡山秀股东填写的调查问卷等资料，核查了发行人前五大客户、前五大供应商的股东、董事、监事、高级管理人员的任职情况；

10、根据国家企业信用信息公示系统查询结果、互联网检索结果及无锡山秀

股东填写的调查问卷等资料，核查了无锡山秀及其股东的亲属关系、对外投资、任职情况。

（二）核查意见

经核查，保荐机构认为：

1、发行人与无锡山秀合资设立公司的原因具有合理性；公司控制合肥山秀、将其纳入合并报表范围具有合理性；

2、合肥山秀 2019 年、2020 年亏损的原因具有合理性；报告期内公司碳纤维背板产品均由合肥山秀对外销售、占比为 100%；报告期前期为保证产品采购的稳定性和双方合作顺利进行，合肥山秀生产碳纤维产品所需要的碳纤维板材均从无锡山秀采购，**2021 年 1-6 月新增其他的碳纤维板材供应商**；合肥山秀不存在依赖无锡山秀原材料的情形；合肥山秀采购碳纤维板价格与同行业上市公司同类别碳纤维及织物的价格相比不存在重大差异、变动趋势保持一致，具有合理性；无锡山秀向合肥山秀销售碳纤维材料与向其他主要客户销售碳纤维材料的毛利率相比，基本保持一致、不存在较大差异；**伴随生产经营规模的逐步扩大、采购渠道的逐步优化、自有生产线的建成达产，未来公司在向无锡山秀进行关联采购的同时向其他供应商的采购金额及自产金额将逐步扩大，关联采购金额的占比将逐步下降。**

3、无锡山秀股东为三名自然人，无锡山秀为发行人重要子公司合肥山秀的少数股东、为发行人之关联方，无锡山秀之大股东景徐荣为合肥山秀之执行董事；除上述情况外，无锡山秀及其股东与发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员以及发行人主要客户、主要供应商（不含无锡山秀）之间不存在关联关系或其他密切关系。

五、发行人律师核查意见

（一）核查过程

发行人律师主要履行了如下核查程序：

1、查阅了无锡山秀的工商信息登记文件、《公司章程》文件以及 **2019 年、2020 年、2021 年 1-6 月的财务报表**；

2、通过国家知识产权局（https://www.cnipa.gov.cn/）查询无锡山秀的部分碳纤维及应用领域专利情况；

3、查阅了碳纤维产品的相关市场研究报告、上市公司招股说明书及年度报告等公开披露文件；

4、对发行人董事长进行访谈，了解与无锡山秀进行合作的具体原因以及合作的具体情况、未来的合作情况；

5、查阅了无锡山秀出具关于与发行人合作及交易情况的确认文件；

6、根据国家企业信用信息公示系统查询结果、互联网检索结果及无锡山秀股东填写的调查问卷等资料，核查了发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员的亲属关系、对外投资、任职情况；

7、根据国家企业信用信息公示系统查询结果、互联网检索结果及无锡山秀股东填写的调查问卷等资料，核查了发行人前五大客户、前五大供应商的股东、董事、监事、高级管理人员的任职情况；

8、根据国家企业信用信息公示系统查询结果、互联网检索结果及无锡山秀股东填写的调查问卷等资料，核查了无锡山秀及其股东的亲属关系、对外投资、任职情况。

（二）核查意见

经核查，发行人律师认为：

1、发行人与无锡山秀合资设立公司的原因具有合理性；公司控制合肥山秀、将其纳入合并报表范围具有合理性；

2、无锡山秀股东为三名自然人，无锡山秀为发行人重要子公司合肥山秀的少数股东、为发行人之关联方，无锡山秀之大股东景徐荣为合肥山秀之执行董事；除上述情况外，无锡山秀及其股东与发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员以及发行人主要客户、主要供应商（不含无锡山秀）之间不存在关联关系或其他密切关系。

六、申报会计师核查意见

（一）核查过程

申报会计师主要履行了如下核查程序：

1、查阅了无锡山秀的工商信息登记文件、《公司章程》文件以及**2019 年、2020 年、2021 年 1-6 月的财务报表**；

2、通过国家知识产权局（https://www.cnipa.gov.cn/）查询无锡山秀的部分碳纤维及应用领域专利情况；

3、查阅了碳纤维产品的相关市场研究报告、上市公司招股说明书及年度报告等公开披露文件；

4、对发行人董事长进行访谈，了解与无锡山秀进行合作的具体原因以及合作的具体情况、未来的合作情况；

5、查阅了无锡山秀出具关于与发行人合作及交易情况的确认文件；

6、查阅了发行人的采购明细，核查与无锡山秀之间关联交易的具体情况；

7、对无锡山秀进行实地走访及函证，取得无锡山秀提供的相关数据资料；查询主要碳纤维企业销售碳纤维及织物的价格情况，分析关联交易价格的公允性情况。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：**合肥山秀 2019 年、2020 年亏损的原因具有合理性；报告期内公司碳纤维背板产品均由合肥山秀对外销售、占比为 100%**；报告期前期为保证产品采购的稳定性和双方合作顺利进行，合肥山秀生产碳纤维产品所需要的碳纤维板材均从无锡山秀采购，**2021 年 1-6 月新增其他的碳纤维板材供应商**；合肥山秀不存在依赖无锡山秀原材料的情形；合肥山秀采购碳纤维板价格与同行业上市公司同类别碳纤维及织物的价格相比不存在重大差异、变动趋势保持一致，具有合理性；无锡山秀向合肥山秀销售碳纤维材料与向其他主要客户销售碳纤维材料的毛利率相比，基本保持一致、不存在较大差异；**伴随生产经营规模的逐步扩大、采购渠道的逐步优化、自有生产线的建成达产，未来公司在向无锡山秀进行关联采购的同时向其他供应商的采购金额及自产金额将逐步扩大，**

关联采购金额的占比将逐步下降。

16、关于关联交易

申报文件显示：

（1）2018 年，发行人对关联方深圳新博琛、惠州新博琛、上海光大同创新材料等四家关联方销售防护性产品 613.34 万元，且相关关联方均已注销。

（2）海港城物流原系发行人实际控制人马增龙控制的公司，2018 年 8 月对外转让，该公司为联想集团 VMI 服务商，向发行人提供综合物流服务，金额分别为 797.34 万元、861.58 万元、678.57 万元。

（3）2018 年末，发行人应收关联方维蓝科技应收账款 527.82 万元，报告期内发行人与维蓝科技无购销业务。

（4）2018 年，关联方光大同创（北京）新材料技术有限公司对发行人豁免债务 161.17 万元。

请发行人：

（1）结合向关联方销售防护性产品的毛利率等分析并说明销售价格的公允性，相关关联方注销的原因，关联方与发行人的主要客户、供应商是否存在业务往来或资金往来。

（2）结合委托其他公司仓储物流的价格等，分析并说明海港城物流提供仓储物流服务价格的公允性；说明海港城物流向发行人提供各项服务的数量，发行人通过海港城物流进行 VMI 模式销售的金额、费用率、报告期各期末存放于海港城物流的存货金额及监盘情况，发行人向海港城物流采购金额占海港城收入的比例。

（3）说明维蓝科技与发行人应收账款形成时间、形成原因、维蓝科技报告期内是否从事与发行人相关的业务，与发行人主要客户、供应商是否存在业务往来或资金往来。

（4）说明关联方对发行人豁免债务的原因。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、结合向关联方销售防护性产品的毛利率等分析并说明销售价格的公允性，相关关联方注销的原因，关联方与发行人的主要客户、供应商是否存在业务往来或资金往来

（一）结合向关联方销售防护性产品的毛利率等分析并说明销售价格的公允性

2018 年公司向关联方销售产品实现销售收入金额为 613.34 万元，占当年营业收入金额的比例为 1.24%，金额较小且占比较低，未对公司产生重大不利影响。**2019 年、2020 年、2021 年 1-6 月，公司与关联方之间未发生关联销售交易。**

2018 年公司对上述关联方销售产品的毛利率为 5.19%、毛利率水平具有合理性、公允性，具体情况如下：

1、业务规模因素的影响。公司产品主要为消费电子防护性及功能性产品，主要客户包括联想集团、立讯精密、歌尔股份、仁宝电脑、英华达、纬创资通、和硕科技等知名消费电子行业公司。下游行业优质客户对自身产品质量、品牌影响、客户体验要求严格，致力于通过创新产品的功能设计、外观设计、工业设计以提升用户体验，其产品定价较其他品牌相对较高，更加注重上游供应商的设计研发能力、产品的良品率、品质控制能力及批量供货能力，给予供应商相对较高的盈利空间，导致相关供应商的销售业务毛利率水平相对较高。上述关联方采购规模较小且销售的产品结构较为简单、附加值低，公司向其销售防护性产品不涉及定制化功能、外观、工业设计等，毛利率水平相对较低。

2、业务模式因素的影响。部分客户作为非最终用户向发行人采购产品后进一步向最终用户进行销售，由该部分客户而非公司承担相应的市场拓展、售后服务等功能。

受上述因素影响，公司向采购规模较小且非最终用户的客户销售毛利率相对较低。2018 年公司向收入规模在 600.00 万元以下且非最终用户的客户销售平均

毛利率为 5.71%，和公司 2018 年向上述关联方客户销售产品的毛利率水平基本保持一致，不存在重大差异，具有合理性、定价公允。

（二）相关关联方注销的原因

上述关联方的具体情况以及注销原因情况如下：

1、光大同创（北京）新材料技术有限公司

名称	光大同创（北京）新材料技术有限公司
统一社会信用代码	91110102699578382B
住所	北京市西城区月坛西街甲 2 号 3 幢
注销时间	2018-08-20
注销原因	减少关联交易、规范同业竞争，股东会决议通过注销

2、深圳新博琛

名称	深圳市新博琛包装科技有限公司
统一社会信用代码	9144030069711877XD
住所	深圳市光明新区公明办事处红星社区星工一路 38 号
注销时间	2020-01-10
注销原因	减少关联交易、规范同业竞争，股东会决议通过注销

3、惠州新博琛

名称	惠州市新博琛实业有限公司
统一社会信用代码	914413036844022l0Q
住所	惠州市惠阳经济开发区惠澳大道西侧（厂房 B）
注销时间	2018-12-11
注销原因	减少关联交易、规范同业竞争，股东会决议通过注销

4、上海光大同创新材料有限公司

名称	上海光大同创新材料有限公司
统一社会信用代码	913101153016394730
住所	上海市浦东新区川宏路 528 号二楼东区

注销时间	2019-04-11
注销原因	减少关联交易、规范同业竞争，股东会决议通过注销

（三）关联方与发行人的主要客户、供应商是否存在业务往来或资金往来

上述关联方主营业务及经营范围涉及防护性产品的生产及销售。公司主要客户及供应商均为消费电子防护性及功能性产品领域的重要客户及原材料供应商，因此上述关联方也存在向公司主要客户销售及向主要供应商采购的业务往来并相应发生资金往来的情形，具体情况如下：

单位：万元

关联方	2019 年度		2018 年度	
	与主要客户资金往来金额	与主要供应商资金往来金额	与主要客户资金往来金额	与主要供应商资金往来金额
上海光大同创	-	-	119.73	631.95
北京光大同创	-	-	3.29	-
惠州新博琛	-	-	**838.47**	94.35
深圳新博琛	**121.85**	-	-	-
合计	**121.85**	-	**961.49**	**726.30**

注：2021 年 1-6 月公司前五大客户中新增 TCL 电子。2018 年、2019 年惠州新博琛与深圳新博琛曾与 TCL 电子产生业务及资金往来。

上述已经注销的关联方在报告期内曾与发行人报告期内的主要客户、主要供应商存在业务往来及相应资金往来，与其主营业务和经营范围相适合，具有合理性。上述关联方不存在直接或间接向发行人进行利益输送的情形。

二、结合委托其他公司仓储物流的价格等，分析并说明海港城物流提供仓储物流服务价格的公允性；说明海港城物流向发行人提供各项服务的数量，发行人通过海港城物流进行VMI模式销售的金额、费用率、报告期各期末存放于海港城物流的存货金额及监盘情况，发行人向海港城物流采购金额占海港城收入的比例

（一）结合委托其他公司仓储物流的价格等，分析并说明海港城物流提供仓储物流服务价格的公允性

1、联想集团在不同的生产基地周边通过招投标等方式确定原材料库存管理

VMI 服务提供商

发行人为联想集团的供应商，根据客户要求将货物运输至客户生产基地所在保税区内的相应位置，由专业第三方 VMI 物流服务商进行入库操作、存储放位、收货信息及异常反馈、分拣、配送、出货反馈以及进入保税区涉及的报关、运输等服务。一般情况下，联想集团通过招投标活动选择 VMI 服务提供商协助其进行消费电子产品零部件的库存管理。

以海港城物流为例，其位于深圳市福田区保税区，成立于 2003 年，已经发展成为具有仓储、报关、报检、出口退税、进出口贸易、退运返修、国际快递、物流方案设计与实施等于一体的企业，其在深圳福田保税区内为联想集团及其供应商提供第三方物流服务；以上市公司海晨股份（300873.SZ）为例，供应商在完成生产后，通过海运、空运或陆运的方式将货物送至合肥联宝（联想集团之子公司）指定 VMI 仓库，海晨股份进行收货、核验、签收实物，并做 WMS 系统入库和仓库存储放位、进行 VMI 管理。

联想集团在不同的生产基地周边通过招投标等方式确定原材料库存管理 VMI 服务提供商。海港城在福田保税区内作为 VMI 物流服务商，向发行人在内的联想集团供应商提供仓储、运输及报关等综合物流服务。

2、公司向海港城物流采购综合物流服务的价格具有公允性

报告期内，公司与海港城物流之间发生交易往来的具体内容、金额及占比情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月		2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
仓储费	**260.19**	**73.85%**	479.77	70.70%	601.94	69.86%	578.37	72.54%
运输费	**68.91**	**19.56%**	159.99	23.58%	208.74	24.23%	174.99	21.95%
报关费	**23.24**	**6.60%**	38.8	5.72%	50.89	5.91%	43.98	5.52%
合计	**352.34**	**100.00%**	**678.57**	**100.00%**	**861.58**	**100.00%**	**797.34**	**100.00%**

报告期内，公司向海港城采购综合物流服务的金额分别为 797.34 万元、861.58 万元、678.57 万元、352.34 万元，采购服务内容主要为仓储服务。仓储费

占公司向海港城采购的综合物流费金额的比例分别为 72.54%、69.86%、70.70%、73.85%，占比较高，现以仓储服务为例分析报告期内公司与海港城物流之间关联交易价格的公允性，具体情况如下：

（1）报告期内公司主要的仓储服务供应商采购金额及占比情况

报告期内，公司主要的仓储服务供应商采购金额及占比情况如下：

单位：万元

项目	服务区域	2021 年 1-6 月		2020 年		2019 年		2018 年	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
海港城物流	深圳福田保税区	**260.19**	**37.41%**	479.77	38.56%	601.94	49.67%	578.37	56.15%
合肥海晨仓储有限公司	合肥经济技术开发区综合保税区	**255.30**	**36.71%**	416.52	33.48%	258.23	21.31%	170.86	16.59%
合计		**515.50**	**74.12%**	**896.29**	**72.04%**	**860.17**	**70.97%**	**749.23**	**72.74%**

注：占比为上述仓储服务供应商提供仓储服务金额占公司整体仓储服务采购金额的比例。

公司向上述主要供应商采购仓储服务的主要服务项目价格比较情况如下：

项目	海港城物流	合肥海晨仓储有限公司
服务区域	深圳福田保税区	合肥经济技术开发区综合保税区
场地租金	每天每立方米 1.80 元-2.40 元	每天每立方米 1.20 元
收货费	8.20 元/立方米	11.00 元/立方米
发货费	18.30 元/立方米	11.00 元/立方米
管理费用	每月 2000 元	无

公司与上述仓储服务供应商之间关于仓储服务的价格，一般综合考虑仓库区域及其租金成本、存放时间、存放货物占地面积、增值服务（比如进出仓频率、出库拆箱拣料服务、标签制作、贴标签、更换包装等）的内容和规模等情况，友好协商确定服务价格。因此，受不同区域租金成本不同、人工成本不同、各公司自身定价政策等因素影响，不同仓储服务供应商提供服务的价格也会存在一定的差异。

公司向海港城采购仓储服务的价格与其他区域的仓储服务提供商相比相对

较高，主要是受人工成本相对较高以及当地仓库租金成本水平较高等因素影响，具有合理性，具体情况如下：

1）上述不同供应商所在地区的人工成本差异情况

根据各地统计局数据，深圳市、合肥市就业人员年平均工资以及交通运输、仓储和邮政业就业人员年平均工资如下表所示：

单位：元

工资类型	城镇非私营单位就业人员年平均工资		交通运输、仓储和邮政业就业人员年平均工资	
地区	深圳市	合肥市	深圳市	合肥市
2020 年度	137,310	96,831	未披露	90,421
2019 年度	125,612	90,115	122,138	86,655
2018 年度	110,304	85,074	112,522	92,236

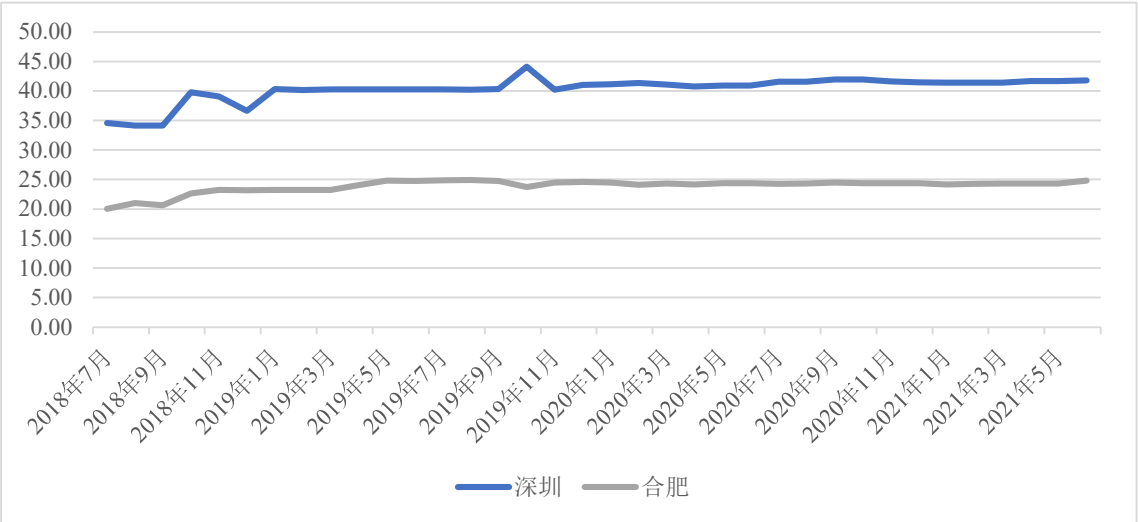
注：深圳市 2020 年交通运输、仓储和邮政业就业人员年平均工资情况尚未披露。

由上表可以看出，深圳地区的从业人员平均薪酬高于合肥地区，综合物流领域的用工成本相对更高。

2）上述不同供应商所在地区的仓储租赁成本情况

根据物联云仓 2018 年 7 月至 2021 年 6 月中国通用仓储市场动态报告，深圳市、合肥市仓储平均租金如下图所示：

单位：元/平方米/月



数据来源：物联云仓《中国通用仓储市场动态报告》

受人口密度、经济发达程度、交通便利性、产业聚集程度等多种因素影响，深圳地区的仓储平均租金水平高于合肥地区，综合物流领域的租金成本水平更高。

综上所述，受当地人工成本相对较高以及当地仓库租金成本水平等因素影响，海港城物流提供仓储服务的价格高于其他区域仓储服务供应商的服务价格，具有合理性。

（2）同一服务保税区内，公司向海港城物流及其他物流服务供应商的采购价格比较情况

在深圳福田保税区内，为公司提供综合物流服务的综合物流服务商包括海港城物流、综合信兴，上述综合物流服务商与公司的交易金额及占比如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月		2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
海港城物流	**352.34**	**21.82%**	678.57	23.88%	861.58	33.57%	797.34	39.36%
综合信兴	**6.95**	**0.43%**	10.23	0.36%	-	-	-	-

注：上表中占比=该供应商综合物流费金额/公司当年整体综合物流费金额。

报告期内在深圳福田保税区内为公司提供综合物流服务的主要供应商为海港城物流，综合信兴采购交易较小、占比极低。

（3）报告期内海港城物流为发行人及其其他主要客户提供仓储服务的价格具有一致性、价格公允

中介机构对海港城物流进行了实地走访，其就公司与其之间的交易情况出具了说明，确认报告期内其与公司之间的交易价格公允，交易价格与其向其他客户提供服务的定价原则一致、交易价格不存在重大差异情形。根据海港城物流提供的材料，报告期内其向公司及其他客户提供综合物流服务的报价一致，具体情况如下：

项目	公司	海港城物流其他主要客户
场地租金	每天每立方米 1.80 元-2.40 元	每天每立方米 1.80 元-2.40 元
收货费	8.2 元/立方米	8.2 元/立方米

发货费	18.30 元/立方米	18.30 元/立方米
管理费用	每月 2000 元	每月 2000 元
代理报关费	200 元/份	200 元/份
福保 EDI 报关	90 元/份/首页、50 元/份/续页	90 元/份/首页、50 元/份/续页
海关检查服务费	100 元/车	100 元/车

综上所述：联想集团在不同的生产基地周边通过招投标等方式确定原材料库存管理 VMI 服务提供商，公司作为联想集团之供应商，在福田保税区内与海港城物流发生业务往来具有合理性；公司与海港城物流发生业务往来的区域为在福田保税区内，在该保税区内除海港城物流外，公司与其他仓储物流服务供应商综合信兴的交易金额极小、占比极低；受当地仓库租金成本水平及人工成本存在差异因素影响，海港城物流仓储服务的价格高于其他区域的仓储服务提供商，具有合理性；报告期内海港城物流为发行人及其的其他主要客户提供仓储服务的价格具有一致性、价格公允。

（二）说明海港城物流向发行人提供各项服务的数量，发行人通过海港城物流进行 VMI 模式销售的金额、费用率、报告期各期末存放于海港城物流的存货金额及监盘情况，发行人向海港城物流采购金额占海港城收入的比例

1、说明海港城物流向发行人提供各项服务的数量

报告期内，公司与海港城物流之间发生交易往来的具体内容主要为仓储、运输及报关服务，上述服务的具体数量情况如下：

单位：万立方米*天、次数

项目	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
仓储服务	**73.63**	133.12	164.22	218.96
运输服务	**498**	1,074	1,405	1,144
报关服务	**500**	1,074	1,411	1,144

2、发行人通过海港城物流进行 VMI 模式销售的金额、费用率

报告期内，公司在深圳福田保税区内通过海港城物流进行 VMI 模式销售实现的收入金额情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
实现收入金额	**2,847.85**	6,186.17	8,179.56	6,025.29
发生的综合物流费	**352.34**	678.57	861.58	797.34
占比	**12.37%**	10.97%	10.53%	13.23%

注：占比=发生的综合物流费/实现收入金额。

报告期内，公司在深圳福田保税区通过海港城物流进行 VMI 模式销售的费用率分别为 13.23%、10.53%、10.97%、12.37%。2019 年上述费用率同比下降 2.70 个百分点，主要是由于公司于 2019 年开始逐步加强库存管理、减少在海港城物流存放的货物规模。**2021 年 1-6 月公司的上述费率较 2020 年上升 1.40 个百分点，主要原因为在 VMI 仓库需维持一定的安全库存，同时受季节性以及下游客户需求等因素影响上半年收入金额相对较少，导致 2021 年 1-6 月综合物流费用率相对较高。**

3、报告期各期末存放于海港城物流的存货金额及监盘情况

（1）报告期各期末，发行人存放于海港城物流仓库由其进行 VMI 库存管理的存货金额情况如下：

单位：万元

项目	2021-06-30	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
期末余额	**251.39**	256.58	330.57	435.73
公司存货期末余额	**9,300.96**	7,163.51	4,356.41	2,511.85
占比	**2.70%**	**3.58%**	**7.59%**	**17.35%**

报告期各期末，公司存放于海港城物流仓库中的期末存货余额分别为 435.73 万元、330.57 万元、256.58 万元、251.39 万元，金额相对较小且占比逐步降低。

（2）存放于海港城物流的存货监盘情况

中介机构对发行人存放于海港城的存货实施了监盘，相关的监盘程序及监盘情况如下：

1）获取发行人存货管理制度，获取发行人书面盘点计划、具体盘点时间、

盘点人员与分工，参与发行人盘点会议，制定存货盘点程序；

2）获取发行人完整的存货存放地点清单，通过结合检查发行人存货的出库单以及入库记录，关注是否存在未纳入盘点范围的海港城物流仓库；

3）发行人在年终盘点期间中止发行人存货出入库，检查库存记录与会计记录期末截止是否一致；

4）根据发行人盘点计划的分组情况来安排人员监盘；在发行人盘点存货时观察盘点现场，确定应纳入盘点范围的存货是否经过整理和排列，是否附有盘点标识，对未纳入盘点范围的存货查明原因；

5）保荐机构及申报会计师对发行人盘点人员盘点时进行观察，确定发行人盘点人员是否准确记录存货的数量和状况，能否将应纳入盘点范围的存货进行全面盘点，盘点过程是否认真仔细；关注存货的实际存放状况；

6）执行抽盘程序，从存货盘点记录中选取存放于海港城物流至少 70%的库存商品追查至存货实物，以测试盘点记录的准确性；

7）在发行人存货盘点结束前，保荐机构及申报会计师再次观察盘点现场以及所有盘点记录，以确定所有应纳入盘点范围的存货是否存在漏盘现象，检查发行人已发放的盘点表单是否全部收回；取得并复核发行人盘点结果汇总表，完成存货监盘小结。

经监盘，公司存放于海港城的存货真实准确、账实相符。

4、发行人向海港城物流采购金额占海港城收入的比例

报告期内，发行人向海港城物流采购综合物流服务的金额占其销售收入金额的比例如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
公司采购金额	**352.34**	678.57	861.58	797.34
海港城销售收入金额	**1,103.51**	2,134.16	2,524.03	1,925.11
占比	**31.93%**	**31.80%**	**34.14%**	**41.42%**

报告期内，发行人向海港城物流采购金额占其相应营业收入金额的比例分别为 41.42%、34.14%、31.80%、31.93%，占比总体呈下降趋势。

海港城物流成立以来已经发展成为具有仓储、报关、报检、出口退税、进出口贸易、退运返修、国际快递、物流方案设计与实施等于一体的企业，在福田保税区、香港、深圳机场保税物流中心、盐田港保税物流园、深圳出口加工区以及上海外高桥自贸区拥有保税仓库，为联想集团的第三方物流供应商之一，并在惠阳地区为联想集团提供专业 JIT 配送服务，积累了一定的客户资源。

三、说明维蓝科技与发行人应收账款形成时间、形成原因、维蓝科技报告期内是否从事与发行人相关的业务，与发行人主要客户、供应商是否存在业务往来或资金往来

（一）说明维蓝科技与发行人应收账款形成时间、形成原因、维蓝科技报告期内是否从事与发行人相关的业务

公司客户主要为消费电子产品终端品牌商、制造服务商、组件生产商，在防护性产品领域拥有了包括联想集团、仁宝电脑、纬创资通、和硕科技等知名电子行业公司在内的优质客户资源。公司部分客户在各地设立生产或销售基地，为更好的服务客户、布局公司境外服务体系，报告期之前公司曾存在通过同一控制下的维蓝科技间接向部分客户实现销售的情形，从而形成了公司对维蓝科技的应收账款。上述事项发生在报告期之前，报告期内维蓝科技实际未开展经营活动。

2017 年、2018 年维蓝科技向公司偿还了部分货款，截至 2018 年末公司应收维蓝科技的货款金额为 527.82 万元。2019 年维蓝科技将上述剩余应支付款项支付给公司，截至 2019 年末公司无应收维蓝科技款项。

上述应收账款形成于报告期之前，报告期内维蓝科技实际未开展经营活动，截至本问询函回复出具日，该公司正在注销过程中，**已经取得了香港税务局出具的《不反对撤销公司注册的通知书》并向香港公司注册处提交了撤销注册申请，**维蓝科技报告期内不存在从事与发行人相关业务的情形。

（二）维蓝科技与发行人主要客户、供应商是否存在业务往来或资金往来

报告期内，维蓝科技与发行人主要供应商不存在业务往来或资金往来。报告

期内，维蓝科技与发行人主要客户不存在业务往来，存在资金往来情形、金额为128.00万美元，系因报告期期初维蓝科技存在对发行人主要客户的应收款项，维蓝科技于2018年内结清上述大额应收款项。报告期内维蓝科技未实际经营业务。

四、说明关联方对发行人豁免债务的原因

由于光大同创（北京）新材料技术有限公司在2018年8月注销前一直未向发行人收取2017年销售业务货款161.17万元，发行人知悉该公司注销信息后，向该公司股东马金刚（持股比例50%）和张京涛（持股比例50%）告知该公司存在的工作失误，鉴于该公司已经注销完成，马金刚和张京涛经商议决定同意豁免发行人欠付的该笔债务。

马金刚系发行人实际控制人马增龙之父亲，张京涛系发行人第二大自然人股东，光大同创（北京）新材料技术有限公司为发行人之关联方。发行人在取得马金刚和张京涛债务豁免确认函后将核销应付账款产生的收益记入资本公积。

五、保荐机构、申报会计师核查意见

（一）核查过程

保荐机构、申报会计师主要执行了以下核查程序：

1、查阅了报告期内公司向关联方销售的明细数据；访谈公司高级管理人员，了解上述关联销售的原因及合理性；

2、查阅了报告期内采购规模较小且非最终用户的客户的平均毛利率并与报告期内关联销售毛利率水平进行比对；

3、查阅了公司报告期内的综合物流费明细，核查向海港城物流采购综合物流服务的具体金额及明细；

4、取得报告期内其他仓储服务供应商的报价单及合同订单，比较其与海港城物流提供仓储服务的价格；

5、查阅了深圳及合肥地区的统计年度报告以及仓储物业租金相关报告；

6、对海港城物流进行实地走访且取得其关于与发行人相关交易情况的确认文件；

7、查阅了公司报告期外与维蓝科技发生的交易明细、回款记录以及相关记账凭证；对发行人实际控制人进行访谈，了解上述交易的原因；

8、查阅了维蓝科技报告期内的财务报表以及银行流水记录；查阅了公司报告期内的主要客户及主要供应商名单；

9、检查了马金刚和张京涛豁免发行人债务的确认函、获取光大同创（北京）新材料技术有限公司注销相关文件；

10、检查发行人对债务豁免的账务处理。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、公司向采购规模较小且非最终用户的客户销售毛利率和公司 2018 年向上述关联方客户销售产品的毛利率水平基本保持一致，不存在重大差异，具有合理性、定价公允；上述关联方注销主要是为减少关联交易、规范同业竞争，具有合理性；已经注销的关联销售对手方在**报告期内**与发行人报告期内的主要客户、主要供应商存在业务往来及相应资金往来，与其主营业务和经营范围相适合，具有合理性。上述关联方不存在直接或间接向发行人进行利益输送的情形；

2、报告期内海港城物流为发行人及其他主要客户提供仓储服务的价格具有一致性、价格公允；经监盘，公司存放于海港城的存货真实准确、账实相符；**报告期内，发行人向海港城物流采购金额占其相应营业收入金额的比例总体呈下降趋势**；

3、（1）公司应收维蓝科技的应收账款形成于报告期之前，报告期内维蓝科技实际未开展经营活动，截至本问询函回复出具日，该公司正在注销过程中，维蓝科技报告期内不存在从事与发行人相关业务的情形；（2）报告期内，维蓝科技与发行人主要供应商不存在业务往来或资金往来，与发行人主要客户不存在业务往来，存在资金往来情形，系结清报告期期初对发行人主要客户的应收款项；

4、关联方对发行人豁免债务的原因具有合理性。

17、关于关联方

申报文件显示：

（1）报告期内，马增龙曾持股或任职的企业 21 家，包括：BROMAKE（BVI）、上海博琛物流有限公司、深圳前海海带湾科技有限公司、珠海御谷生物科技有限公司、上海光大同创新材料有限公司、深圳博美柯自动化设备有限公司等，相关企业已转让或注销。此外，马增龙近亲属控制的企业包括深圳市宝安区光明耀威塑胶制品厂，从名称判断部分企业与发行人可能从事相同或类似业务。

（2）张京涛及其近亲属控制或任职的企业 10 家，包括：北京皓海嘉业精密钣金有限公司、北京皓海嘉业机械科技有限公司、天津皓海嘉业金属表面处理有限公司等。发行人其他 5%以上股东刘丽珍、夏侯早耀及其近亲属投资或任职的企业中包括深圳长航精密科技有限公司、益阳市赫山区安信包装材料厂、漳州市芗城区星程塑胶制品有限公司、深圳德吉程塑胶制品有限公司等。从名称判断，部分企业与发行人可能从事相同或类似业务。

（3）报告期内，张京涛、刘丽珍、夏侯早耀及其近亲属曾投资或任职的企业 19 家，包括：北京皓海嘉业金属科技有限公司、光大同创（北京）新材料技术有限公司、北京海淀光大塑料制品厂、深圳市集成光机电产品制造有限公司、南宁德吉程塑胶制品有限公司、深圳市德吉程包装材料有限公司等，相关企业已转让或注销。从名称判断，部分企业与发行人可能从事相同或类似业务。

请发行人：

（1）说明马增龙、张京涛、刘丽珍、夏侯早耀及其近亲属控制、共同控制或施加重大影响的其他企业股权结构、资产、人员、业务和技术等方面与发行人的关系，采购销售渠道、客户、供应商等方面与发行人是否存在重合，与发行人主要客户、供应商是否存在关联关系或资金往来；是否存在重大不利影响的同业竞争，相关情形是否影响发行人的独立性。

（2）说明报告期内马增龙、张京涛、刘丽珍、夏侯早耀及其近亲属曾控制、共同控制或施加重大影响的其他企业转让或注销的原因，转让注销前采购销售渠道、客户、供应商等方面与发行人是否存在重合，与发行人主要客户、供应商是否存在关联关系或资金往来；相关企业转让后与发行人是否存在资金或业务往来。

请保荐人、发行人律师发表明确意见，请申报会计师对问题（2）发表明确意见。

【回复】

一、说明马增龙、张京涛、刘丽珍、夏侯早耀及其近亲属控制、共同控制或施加重大影响的其他企业股权结构、资产、人员、业务和技术等方面与发行人的关系，采购销售渠道、客户、供应商等方面与发行人是否存在重合，与发行人主要客户、供应商是否存在关联关系或资金往来；是否存在重大不利影响的同业竞争，相关情形是否影响发行人的独立性

（一）关联方的股权结构

截至本问询函回复出具日，除光大同创及其控股子公司、参股公司外，马增龙、张京涛、刘丽珍、夏侯早耀及其近亲属控制、共同控制或施加重大影响的其他企业的股权结构情况如下表：

1、马增龙及其近亲属控制、共同控制或施加重大影响的其他企业

本人姓名	与马增龙关系	关联企业名称	股东姓名/名称	认缴出资比例
马增龙	本人	同创智选	马增龙	24.71%
			张京涛	11.72%
			其他激励员工	63.57%
		新纪智选	马增龙	55.00%
			曹子峰	18.00%
			陈志民	13.50%
			陈楚船	13.50%
		广东松博纳米合金管材有限公司	新纪智选	46.00%
			周四新	26.00%
			科特勒医学技术发展（东莞）有限公司	19.00%
			王　政	9.00%
			马增龙	**70.00%**

		苏州可亿企业管理咨询有限公司	**姚伟强**	**30.00%**
		光大同创控股（香港）	马增龙	100.00%
		香港普特姆	马增龙	100.00%
		维蓝科技	马增龙	100.00%
		北京耘想科技有限公司	杨　力	72.00%
			马增龙	28.00%
马金刚	马增龙之父	惠州市惠阳凯盛农业开发有限公司	陈瑞明	50.00%
			马金刚	50.00%
熊　杰	马增龙胞姐之配偶	惠东县合一文化艺术有限公司	熊　杰	100.00%
		深圳市清一新教育咨询有限公司	熊　杰	99.00%
			李俊楠	1.00%
		惠州市明德艺术培训有限公司	熊　杰	95.00%
			成　伟	5.00%
		惠州市清一教育培训有限公司	熊　杰	90.00%
			陈　琴	10.00%
		深圳市泰瑞通科技有限公司	熊　杰	50.00%
			马志广	30.00%
			吕浩军	20.00%
		深圳市宝安区光明耀威塑胶制品厂	香港耀威国际贸易有限公司	外方（来料）
			深圳市光明侨新实业有限公司	中方（承料）
			深圳市宝安区外经发展总公司	商务单位

2、张京涛及其近亲属控制、共同控制或施加重大影响的其他企业

本人姓名	与张京涛关系	关联企业名称	股东姓名/名称	认缴出资比例
张京涛	本人	北京皓海嘉业机械科技有限公司	张京涛	64.00%
			宁德昌隆林业发展有限公司	20.00%
			包文忠	16.00%

		宁德昌隆林业发展有限公司	张京涛	80.00%
			包文忠	20.00%
		北京皓海嘉业精密钣金有限公司	张京涛	80.00%
			李　茜	20.00%
		北京龙渊虹光商贸有限公司	张京涛	70.00%
			北京京东方松彩创新有限公司工会	30.00%
		北京新方通信技术有限公司	王玉燕	36.40%
			张京涛	27.00%
			黄　宇	23.10%
			姚东升	4.00%
			李　刚	2.40%
			吴胜军	2.40%
			宋　哲	2.40%
			马　波	2.30%
赵红梅	张京涛之配偶	北京宏宇百阳信息科技有限公司	施永祥	43.00%
			赵红梅	20.00%
			刘彦坤	14.00%
			王清汉	13.00%
			黄　蔚	10.00%
张宇思	张京涛之女	宁德聚隆物业管理有限公司	张宇思	80.00%
			陆术雄	20.00%
张京川	张京涛之胞兄	天津皓海嘉业金属表面处理有限公司	张京川	50.00%
			王建平	25.00%
			武增林	25.00%
		北京瑞伯羊绒制品有限责任公司	王建平	20.00%
			刘　勃	20.00%
			汪　平	20.00%
			张京川	20.00%
			侯克杰	20.00%

蒋丽荣	张京涛胞兄之配偶	北京天河华通金属科技有限公司	蒋丽荣	50.00%
			王建平	25.00%
			武增林	25.00%

3、刘丽珍及其近亲属控制、共同控制或施加重大影响的其他企业

本人姓名	与刘丽珍关系	关联企业名称	股东姓名/名称	认缴出资比例
刘丽珍	本人	江西吉水德吉程实业有限公司	刘丽珍	100.00%
张细招	刘丽珍之母	深圳市中天高阳科技有限公司	肖　璇	50.00%
			张细招	50.00%
夏侯莹莹	刘丽珍之女	深圳市马卡餐饮管理有限公司	郭东妍	60.00%
			夏侯莹莹	40.00%
肖　琼	刘丽珍之胞妹	深圳长航精密科技有限公司	肖琼	36.00%
杨伟斌	刘丽珍胞妹之配偶		杨伟斌	34.00%
			黎云鹏	15.00%
			刘正建	15.00%
陈飞武	刘丽珍胞妹之配偶	益阳市茂盈餐具有限公司	卢锦南	40.00%
			陈飞武	30.00%
			卢柱辉	30.00%
		益阳市赫山区安信包装材料厂	注	-
		无锡安信塑业有限公司	李志明	40.00%
			顾耀明	20.00%
			严锡芬	20.00%
			陈飞武	20.00%

注：益阳市赫山区安信包装材料厂系陈飞武所有的个体工商户。

4、夏侯早耀及其近亲属控制、共同控制或施加重大影响的其他企业

本人姓名	与夏侯早耀关系	关联企业名称	股东姓名/名称	认缴出资比例
夏侯早耀	本人		夏侯早耀	60.00%
			夏侯小平	20.00%

		江西水南五圣山生态产业发展有限公司	刘以月	15.00%
			陈庆赛	5.00%
		漳州市芗城区星程塑胶制品有限公司	夏侯早耀	40.00%
			胡怀耀	30.00%
			刘太松	15.00%
			夏佐飞	15.00%
		深圳市庐陵汇投资合伙企业（有限合伙）	葛文静	25.00%
			邱　群	25.00%
			夏侯早耀	25.00%
			周　扬	12.50%
			陈志勇	12.50%
		深圳德吉程塑胶制品有限公司	香港超达成实业公司	75.00%
			深圳市德吉程包装材料有限公司	25.00%
夏侯早国	夏侯早耀之胞兄	吉水丁江镇方圆养殖场	夏侯早国	100.00%
夏侯早令	夏侯早耀之胞弟	深圳市胜利华夏实业有限公司	夏侯早令	90.00%
黄叶飞	夏侯早耀胞弟之配偶		黄叶飞	10.00%
宁丽娟	夏侯早耀之配偶	深圳世纪英华广告传媒有限公司	-	-
宁丽红	夏侯早耀配偶之胞妹		宁丽红	90.00%
宁国利	夏侯早耀配偶之胞弟		宁国利	10.00%
夏侯早胜	夏侯早耀之胞弟	深圳市潮众云桥科技发展有限公司	夏侯早胜	80.00%
			蒋昌辉	20.00%
夏侯早令	夏侯早耀之胞弟	江西微雨农产品有限公司	夏侯早令	52.00%
			宋保林	15.00%
			李吉云	13.00%
			吴小波	10.00%
			肖金梅	10.00%
			邓名煌	52.00%

		吉安县安塘兴海矿业有限公司	刘声海	33.00%
			夏侯早令	15.00%
宁国利	夏侯早耀配偶之胞弟	深圳市罗湖区发无间造型中心	注	-
熊海群	夏侯早耀胞弟之前配偶	昆明尚蓝商贸有限公司	熊海群	100.00%
		云南宝奥塑业有限公司	熊海群	80.00%
			熊华华	20.00%
夏侯莹莹	夏侯早耀之女	深圳市马卡餐饮管理有限公司	郭东妍	60.00%
			夏侯莹莹	40.00%

注：深圳市罗湖区发无间造型中心系夏侯早耀配偶的胞弟宁国利所有的个体工商户。

（二）资产、人员、业务和技术等方面与发行人的关系

1、基本情况

（1）名称或经营范围与发行人相似的关联企业

除光大同创及其控股子公司、参股公司外，名称或经营范围与发行人相似的关联企业主营业务、资产、人员、业务、技术等方面是否与发行人存在关系的相关情况如下：

序号	关联企业名称	主营业务	与发行人在资产、人员、业务、技术等方面是否存在关系
1	广东松博纳米合金管材有限公司	高性能纳米材料、高分子材料、高性能膜材料	无
2	深圳市泰瑞通科技有限公司	公司已吊销，目前未实际经营，无主营业务	无
3	深圳市宝安区光明耀威塑胶制品厂	“三来一补”企业，2009 年经营期限已届满，目前未实际经营，无主营业务	无
4	北京皓海嘉业机械科技有限公司	ATM 机钣金件、机柜及散件、电控散件、安检机及散件等	无
5	北京皓海嘉业精密钣金有限公司	生产机箱、机柜；加工金属制品；普通货运；货物进出口	无
6	深圳德吉程塑胶制品有限公司	2016 年经营期限已届满、目前属于吊销状态，未实际经营，无主营业务	无
7	漳州市芗城区星程塑胶制品有限公司	2014 年经营期限已届满，目前属于吊销状态，未实际经营、无主营业务	无

8	深圳长航精密科技有限公司	CNC、自动化零配件、自动化设备、五金零配件的加工	无
9	益阳市茂盈餐具有限公司	餐具、饮具销售	无
10	益阳市赫山区安信包装材料厂	广告用品加工	无
11	云南宝奥塑业有限公司	生产、销售饮用水桶、瓶盖	无
12	无锡安信塑业有限公司	公司已吊销，目前未实际经营，无主营业务	无

（2）其他关联企业

除前述企业外，其他关联企业主营业务、资产、人员、业务、技术等方面是否与发行人存在关系的相关情况如下：

序号	关联企业名称	主营业务	与发行人在资产、人员、业务、技术等方面是否存在关系
1	同创智选	发行人员工持股平台	无
2	新纪智选	投资咨询	无
3	光大同创控股（香港）	报告期内实际未开展经营活动	注
4	香港普特姆	报告期内实际未开展经营活动	无
5	维蓝科技	报告期内实际未开展经营活动	无
6	北京耘想科技有限公司	技术服务；计算机系统集成；委托生产计算机、电子产品	无
7	惠州市惠阳凯盛农业开发有限公司	农业种植、水产养殖、畜牧业	无
8	惠东县合一文化艺术有限公司	文化、艺术拓展、咨询	无
9	深圳市清一新教育咨询有限公司	教育咨询；青少年社会实践教育活动策划	无
10	惠州市明德艺术培训有限公司	文化艺术培训	无
11	惠州市清一教育培训有限公司	中小学生校外课后辅导	无
12	宁德昌隆林业发展有限公司	林木育苗；人工造林服务	无
13	北京龙渊虹光商贸有限公司	销售日用品、电子产品	无

14	北京新方通信技术有限公司	应用软件服务；计算机系统服务	无
15	北京宏宇百阳信息科技有限公司	计算机系统服务；应用软件服务；软件咨询	无
16	宁德聚隆物业管理有限公司	物业管理；物业服务	无
17	天津皓海嘉业金属表面处理有限公司	金属表面处理	无
18	北京瑞伯羊绒制品有限责任公司	加工、销售毛、绒、丝原料及制品、纺织设备	无
19	北京天河华通金属科技有限公司	委托加工金属制品、金属材料	无
20	深圳市中天高阳科技有限公司	电子产品、电器产品、计算机的外观设计及购销	无
21	江西水南五圣山生态产业发展有限公司	农作物、林木种植、加工及销售；农业项目投资	无
22	深圳市庐陵汇投资合伙企业（有限合伙）	投资兴办实业	无
23	吉水丁江镇方圆养殖场	水产养殖及销售	无
24	深圳市胜利华夏实业有限公司	信息咨询、国内贸易、进出口	无
25	深圳世纪英华广告传媒有限公司	从事广告业务；文化活动策划	无
26	深圳市潮众云桥科技发展有限公司	机械设备、数码产品、通讯产品的技术开发与销售	无
27	江西微雨农产品有限公司	农产品、农副产品收购、加工、销售	无
28	吉安县安塘兴海矿业有限公司	砖瓦用页岩露天开采	无
29	深圳市罗湖区发无间造型中心	理发	无
30	昆明尚蓝商贸有限公司	预包装食品兼散装食品（茶叶）、茶具的销售	无
31	深圳市马卡餐饮管理有限公司	为餐饮企业提供管理服务	无
32	**苏州可亿企业管理咨询有限公司**	**尚未实际开展经营活动**	**无**

注：为了解决与实际控制人之间存在的同业竞争事项，2018 年公司子公司香港光大同创收购了光大同创控股（香港）持有的菲律宾光大同创 99.995%股权以及墨西哥光大同创 99.00%股权。

2、资产方面

发行人合法拥有其经营所需的土地、房屋、设备、知识产权等的所有权或者使用权。发行人不存在与马增龙、张京涛、刘丽珍、夏侯早耀及其近亲属控制、共同控制或施加重大影响的其他企业共同使用生产经营资产的情形。发行人的生产经营资产具备完整性，资产权属明确且不存在纠纷或潜在纠纷，不存在依赖上述企业的情形，发行人资产方面与上述企业之间不存在影响发行人独立性的情形。

3、人员方面

发行人拥有独立完整的人事聘用和任免制度以及考核奖惩制度，发行人的董事、监事、高级管理人员均以合法程序选举或聘任，不存在股东超越发行人董事会和股东大会作出人事任免决定的情况，与上述企业之间不存在人员混同等情形，不存在影响发行人独立性的情形。

4、业务方面

公司产品主要为消费电子防护性及功能性产品，广泛应用于个人电脑、智能手机、智能穿戴设备等消费电子产品及其组件。公司客户主要为消费电子产品终端品牌商、制造服务商、组件生产商。发行人独立开展采购、生产、销售和研发等工作，具有完整的业务体系，具备面向市场独立自主经营的能力，不存在影响发行人独立性的情形。

5、技术方面

发行人拥有独立自主的专利及非专利技术，拥有完整的技术和研发体系、研发团队，不存在与上述企业核心技术混同或技术依赖的情形。发行人的技术与上述企业相互独立，不存在影响发行人独立性的情形。

（三）采购销售渠道、客户、供应商等方面与发行人是否存在重合

1、发行人拥有独立的销售、采购管控流程

发行人原材料的采购均由供应链部门负责。发行人拥有完备的采购管理制度，采购审批流程、材料质量控制等采购业务环节实施全链条规范管理，严格管控采购流程。发行人与部分长期合作的客户签订产品销售的框架协议，约定供货方式、结算方式、质量保证等条款。发行人根据客户订单及需求组织生产、发货、结算、回款。

发行人已建立了健全的采购、销售管理制度，具备独立、完整的采购和销售渠道，拥有采购和销售的自主决策权，不存在依赖上述企业进行采购或销售的情形。

2、发行人的采销渠道、主要客户、主要供应商与关联方之间不存在重合

除光大同创及其控股子公司、参股公司外，前述马增龙、张京涛、刘丽珍、夏侯早耀及其近亲属控制、共同控制或施加重大影响的其他企业与发行人的采购销售渠道、前五大客户、前五大供应商不存在重合的情形。

（四）与发行人主要客户、供应商之间是否存在关联关系及资金往来情况

根据互联网检索、问卷调查、相关方出具的确认函及走访主要客户、主要供应商等方式，中介机构核查了马增龙、张京涛、刘丽珍、夏侯早耀及其近亲属控制、共同控制或施加重大影响之企业的股东、董事、监事、高级管理人员情况；核查了马增龙、张京涛、刘丽珍、夏侯早耀的亲属关系、对外投资、任职情况；核查了发行人前五大客户、前五大供应商的股东、董事、监事、高级管理人员的任职情况；核查了实际控制人及其一致行动人及其控制的企业报告期内的银行账户流水情况。

经核查，除光大同创及其控股子公司、参股公司外前述马增龙、张京涛、刘丽珍、夏侯早耀及其近亲属控制、共同控制或施加重大影响的其他企业，与发行人的主要客户、主要供应商之间不存在关联关系；报告期内，维蓝科技与发行人主要客户存在资金往来情形、金额为 128.00 万美元，系因报告期期初维蓝科技存在对发行人主要客户的应收款项，维蓝科技于 2018 年内结清上述大额应收款项。除上述情形外，前述其他企业与发行人的主要客户、主要供应商之间不存在其他资金往来情况。

（五）不存在重大不利影响的同业竞争及影响发行人的独立性的情形

除光大同创及其控股子公司、参股公司外，马增龙、张京涛、刘丽珍、夏侯早耀及其近亲属截至目前控制、共同控制或施加重大影响的其他企业，不存在从事消费电子防护性产品及功能性产品相关业务的情形，资产、人员、业务和技术方面相互独立，与发行人之间不存在重大不利影响的同业竞争及影响发行人独立

性的情形。

二、说明报告期内马增龙、张京涛、刘丽珍、夏侯早耀及其近亲属曾控制、共同控制或施加重大影响的其他企业转让或注销的原因，转让注销前采购销售渠道、客户、供应商等方面与发行人是否存在重合，与发行人主要客户、供应商是否存在关联关系或资金往来；相关企业转让后与发行人是否存在资金或业务往来

（一）关于转让或注销的原因

1、马增龙及其近亲属控制、共同控制或施加重大影响的其他企业

报告期内，马增龙及其近亲属曾控制、共同控制或施加重大影响的其他企业转让或注销情况如下表：

序号	关联企业名称	转让/注销情况	原因
1	BROMAKE（BVI）	注销	无业务经营注销
2	上海博琛物流有限公司	注销	无业务经营注销
3	深圳前海海带湾科技有限公司	注销	无业务经营注销
4	珠海御谷生物科技有限公司	转让予无关联第三方	该公司主营业务方向调整，马增龙对外转让持有的该公司少数股权
5	上海光大同创新材料有限公司	注销	为减少关联交易、规范同业竞争注销
6	深圳市汇鼎峻达发展有限合伙（有限合伙）	注销	无业务经营注销
7	昆山博美柯供应链有限公司	注销	该公司大股东业务转型，股东协商一致决定予以注销
8	惠州市光大园实业有限公司	注销	无业务经营注销
9	深圳市海港城物流有限公司	转让予无关联第三方	为集中精力专注于发行人，马增龙转让持有的其他领域公司股权
10	北京森尼科技发展有限公司	注销	无业务经营注销
11	上海博琛包装材料厂	注销	无业务经营注销
12	光大同创（福州）包装制品有限公司	注销	无业务经营注销
13	玉溪市比欧教育咨询有限公司	转让	因个人业务转型将其对外转让
14	玉溪比欧三语职业高中有限公司	间接转让	因个人业务转型将其对外转让

15	深圳市光明新区雄杰房屋租赁中心	注销	无业务经营注销
16	深圳市新博琛包装科技有限公司	注销	为减少关联交易、规范同业竞争注销
17	惠州市新博琛实业有限公司	注销	为减少关联交易、规范同业竞争注销
18	北京华亚达科技发展有限公司	注销	无业务经营注销
19	惠州市惠阳区博琛实业有限公司	注销	无业务经营注销

2、张京涛及其近亲属控制、共同控制或施加重大影响的其他企业

报告期内，张京涛及其近亲属曾控制、共同控制或施加重大影响的其他企业转让或注销情况如下表：

序号	关联企业名称	转让/注销情况	原因
1	鄂托克旗东芳银妆店	注销	经营不善注销
2	宁波水清科创商务咨询服务有限公司	注销	无业务经营注销
3	北京皓海嘉业金属科技有限公司	注销	因注册地政策变化予以注销
4	光大同创（北京）新材料技术有限公司	注销	为减少关联交易、规范同业竞争注销
5	北京海淀光大塑料制品厂	注销	无业务经营注销
6	惠州市光大园实业有限公司	注销	无业务经营注销
7	惠州市惠阳区博琛实业有限公司	注销	无业务经营注销

3、刘丽珍及其近亲属控制、共同控制或施加重大影响的其他企业

报告期内，刘丽珍及其近亲属曾控制、共同控制或施加重大影响的其他企业转让或注销情况如下表：

序号	关联企业名称	转让/注销情况	原因
1	深圳市集成光机电产品制造有限公司	注销	无业务经营注销
2	深圳市深商联合产业运营服务有限公司	转让	经营不善转让
3	深圳市德吉程包装材料有限公司	转让	经营不善转让
4	BROMAKE（BVI）	注销	无业务经营注销
5	深圳普特姆科技有限公司	转让	经营不善转让

6	深圳市南山区夏后甜品店	注销	经营不善注销
7	深圳市云空间创客孵化有限公司	转让	经营不善转让

4、夏侯早耀及其近亲属控制、共同控制或施加重大影响的其他企业

报告期内，夏侯早耀及其近亲属曾控制、共同控制或施加重大影响的其他企业转让或注销情况如下表：

序号	关联企业名称	转让/注销情况	原因
1	深圳市德吉程实业发展有限公司	注销	无业务经营注销
2	深圳市蓝斯肯德科技有限公司	注销	经营不善注销
3	惠州市光大园实业有限公司	注销	无业务经营注销
4	南宁德吉程塑胶制品有限公司	注销	经营不善注销
5	漳州德吉程塑胶制品有限公司	注销	无业务经营注销
6	广西光大美科塑胶制品有限公司	辞任董事、高级管理人员职务	股东更换董事/管理人员
7	江西吉水德吉程纯净水有限公司	注销	经营不善注销
8	深圳市吉鑫隆物业发展有限公司	注销	经营不善注销
9	昆明市西山区沣玺茶业经营部	注销	经营不善注销
10	深圳超达成塑胶包装材料有限公司	辞任董事	股东更换董事人员
11	深圳市南山区夏后甜品店	注销	经营不善注销
12	深圳市德吉程包装材料有限公司	转让	经营不善转让
13	深圳普特姆科技有限公司	转让	经营不善转让

（二）关于转让注销前采购销售渠道、客户、供应商等情况

根据互联网检索、问卷调查、相关方出具的确认函以及走访主要客户、主要供应商等方式，中介机构核查了上述已转让或注销的企业的股东、董事、监事、高级管理人员情况；核查了发行人主要客户、主要供应商的股东、董事、监事、高级管理人员情况；核查了上述已转让或注销的企业与发行人主要客户、主要供应商之间的关联关系情况。经核查，上述已转让或注销的企业与发行人主要客户、主要供应商之间不存在关联关系。

部分上述已转让或注销企业在转让或注销之前从事包装材料相关业务或综合物流服务。其在报告期初至其转让或注销，存在向发行人主要客户、主要供应商进行销售、服务或采购并发生资金往来的情形，其客户及供应商与发行人主要客户、主要供应商存在一定重合。具体情况如下：

1、上海光大同创新材料有限公司

上海光大同创新材料有限公司于 2018 年末停止经营并于 2019 年 4 月完成注销。

报告期初至其注销，其与发行人主要客户之一联想（上海）电子科技有限公司、主要供应商张家港鸿翔新型保温材料有限公司、龙成纸业（苏州）有限公司、惠东县新永源包装材料有限公司存在资金往来，系其自身采购原材料用于生产包装材料产品并对外销售所致。

2、昆山博美柯供应链有限公司

昆山博美柯供应链有限公司于 2019 年末停止经营并于 2021 年 4 月完成注销。

报告期初至其注销，其与发行人主要供应商之一法科达拉（苏州）包装有限公司（希悦尔（中国）有限公司之关联方）、主要客户仁宝信息技术（昆山）有限公司、纬创资通（昆山）有限公司存在资金往来，系其为上述公司提供综合物流服务所致。

3、惠州市光大园实业有限公司

惠州市光大园实业有限公司于 2018 年 3 月完成税务注销并于 2018 年 9 月完成注销。

报告期初至其注销，其与发行人主要供应商之一东莞龙成纸业有限公司在报告期外存在业务往来并于 2018 年进行资金结算、产生正常资金往来。

4、海港城物流

海港城物流于 2018 年 8 月由马增龙对外转让予无关联第三人。

报告期初至其转让，其与发行人主要客户之一联想集团存在资金往来，系其为联想集团提供综合物流服务所致。

5、惠州市新博琛实业有限公司

惠州市新博琛实业有限公司于 2018 年 12 月注销。

报告期初至其注销，其与发行人主要供应商东莞龙成纸业有限公司、惠东县新永源包装材料有限公司、TCL 电子（2021 年 1-6 月新增主要客户）发生资金往来，系其自身采购原材料用于生产包装材料产品并对外销售所致。

6、光大同创（北京）新材料技术有限公司

光大同创（北京）新材料技术有限公司于 2018 年 8 月注销。

报告期初至其注销，其与发行人主要主要客户之一联想集团在报告期外存在业务往来并于 2018 年 1 月进行资金结算、产生正常资金往来。

7、深圳市新博琛包装科技有限公司

深圳市新博琛包装科技有限公司于 2020 年 1 月 10 日完成注销。

报告期初至其注销，其与 TCL 电子（2021 年 1-6 月新增主要客户）存在资金往来，系其为 TCL 电子提供包装材料产品所致。

除上述情形外，上述已转让或注销的企业在转让或注销前的购销渠道、主要客户、主要供应商等方面与发行人不存在重合，与发行人主要客户、供应商不存在关联关系或其他资金往来的情况。

（三）关于相关企业转让后与发行人的资金或业务往来情况

马增龙曾持有海港城物流 90%的股权，2018 年 8 月已经对外转让予无关联第三方。上述转让完成后，公司继续向海港城物流采购综合物流服务、支付综合物流费。相关业务情况如下表：

单位：万元

2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年 9-12 月
352.34	678.57	861.58	301.37

除上述情况外，报告期内已转让的企业，在转让后不存在与发行人发生资金及业务往来的情形。

三、保荐机构、发行人律师核查意见

（一）核查过程

保荐机构、发行人律师履行了以下核查程序：

1、查询并核查了报告期内发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、其他关键人员等的调查问卷、银行账户流水记录，并通过国家企业信用信息公示系统及互联网检索方式复核；

2、查阅了《审计报告》、发行人报告期内前五大客户、前五大供应商名单并进行实地走访或视频访谈，通过国家企业信用信息公示系统及互联网检索方式核查其董监高、股东情况；

3、查阅了马增龙、张京涛、刘丽珍、夏侯早耀的调查问卷以及关于其关联方情况的确认函；通过国家企业信用信息公示系统及互联网检索方式复核；

4、查阅了部分马增龙、张京涛、刘丽珍、夏侯早耀及其近亲属控制、共同控制或施加重大影响的其他企业的工商档案、部分上述企业主要客户、主要供应商名单等；

5、查阅了已转让或注销的部分马增龙、张京涛、刘丽珍、夏侯早耀及其近亲属控制、共同控制或施加重大影响的其他企业转让或注销前的财务报表、银行流水记录等。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

1、除光大同创及其控股子公司、参股公司外马增龙、张京涛、刘丽珍、夏侯早耀及其近亲属控制、共同控制或施加重大影响的其他企业，除光大同创控股（香港）于 2018 年将持有的菲律宾光大同创 99.995%股权、墨西哥光大同创 99.00%股权转让给香港光大同创，上述企业在股权结构、资产、人员、业务和技术等方面均与发行人不存在关系；上述企业与发行人的采购销售渠道、主要客户、

主要供应商与发行人不存在重合的情形；上述企业与发行人的主要客户、主要供应商之间不存在关联关系；报告期内，维蓝科技与发行人主要客户存在资金往来情形、金额为 128.00 万美元，系因报告期期初维蓝科技存在对发行人主要客户的应收款项，维蓝科技于 2018 年内结清上述大额应收款项。除上述情形外，上述企业与发行人的主要客户、主要供应商之间不存在其他资金往来情况；上述企业与发行人之间不存在重大不利影响的同业竞争，不存在影响发行人的独立性的情况；

2、报告期内马增龙、张京涛、刘丽珍、夏侯早耀及其近亲属曾控制、共同控制或施加重大影响的其他企业转让或注销的原因具有合理性；报告期内，部分上述已转让或注销企业在转让或注销之前从事包装材料相关业务或综合物流服务，其存在向发行人主要客户、主要供应商进行销售、服务或采购并发生资金往来的情形，其客户及供应商与发行人主要客户、主要供应商存在一定重合；除上述情形外，上述已转让或注销的企业在转让或注销前的购销渠道、主要客户、主要供应商等方面与发行人不存在重合，与发行人主要客户、供应商不存在关联关系或资金往来的情况。除海港城物流外，报告期内上述已转让企业转让后不存在与发行人发生资金及业务往来的情形。

四、申报会计师核查意见

（一）核查过程

申报会计师履行了以下核查程序：

1、查询并核查了报告期内发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、其他关键人员等的调查问卷、银行账户流水记录，并通过国家企业信用信息公示系统及互联网检索方式复核；

2、查阅了《审计报告》、发行人报告期内前五大客户、前五大供应商名单并进行实地走访或视频访谈，通过国家企业信用信息公示系统及互联网检索方式核查其董监高、股东情况；

3、查阅了马增龙、张京涛、刘丽珍、夏侯早耀的调查问卷以及关于其关联方情况的确认函；通过国家企业信用信息公示系统及互联网检索方式复核；

4、查阅了已转让或注销的部分马增龙、张京涛、刘丽珍、夏侯早耀及其近亲属控制、共同控制或施加重大影响的其他企业转让或注销前的财务报表、银行流水记录等。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：报告期内马增龙、张京涛、刘丽珍、夏侯早耀及其近亲属曾控制、共同控制或施加重大影响的其他企业转让或注销的原因具有合理性；报告期内，部分上述已转让或注销企业在转让或注销之前从事包装材料相关业务或综合物流服务，其存在向发行人主要客户、主要供应商进行销售、服务或采购并发生资金往来的情形，其客户及供应商与发行人主要客户、主要供应商存在一定重合；除上述情形外，上述已转让或注销的企业在转让或注销前的购销渠道、主要客户、主要供应商等方面与发行人不存在重合，与发行人主要客户、供应商不存在关联关系或资金往来的情况。除海港城物流外，报告期内上述已转让企业转让后不存在与发行人发生资金及业务往来的情形。

18、关于股份支付

申报文件显示：

（1）报告期各期，发行人确认股份支付金额分别为 1,199.85 万元、1,230.43 万元、1,796.47 万元。

（2）2018 年 12 月，发行人实际控制人马增龙将同创智选 41.65%的份额转让给 29 名员工，对应发行人 3.54%的股权，发行人以评估值 53,894.22 万元为基础确认股份支付费用，按照 2018 年发行人扣非后归母净利润计算的 PE 倍数为 7 倍。

（3）2019 年 10 月，发行人进行股权激励，激励对象马增龙间接持股数量增加 21.51 万元股权，其他 11 名激励对象间接获得 160 万元股权，发行人仍然以截至 2018 年 11 月 30 日的评估价值 53,894.22 万元为基础确认股份支付费用，按照 2019 年发行人扣非后归母净利润计算的 PE 倍数为 4.74 倍。

（4）2020 年 12 月，马增龙将其持有的同创智选 20.12%的份额转让给宋雅

敏等 7 名员工，对应发行人 166.28 万股，发行人以评估值 90,082 万元为基础确认股份支付费用，按照 2020 年发行人扣非后归母净利润计算的 PE 倍数为 8.35 倍。

请发行人：

（1）结合报告期内激励对象获得同创智选份额的工商登记时间说明股份支付确认期间的合理性，2018 年、2019 年股份支付时选取的公允价值是否恰当、股份支付费用确认金额是否合理。

（2）结合股权激励协议等说明对受激励员工是否设定工作年限，员工离职时所持股份的处理要求等，并结合上述约定分析并说明是否应当分期确认股份支付并计入经常性损益。

（3）说明员工持股平台是否存在非员工入股情形，是否存在股权代持或其他利益安排，是否存在实际控制人向员工提供财务资助情形。

请保荐人、申报会计师对问题（1）、（2）发表明确意见，请保荐人、发行人律师对问题（3）发表明确意见。

【回复】

一、结合报告期内激励对象获得同创智选份额的工商登记时间说明股份支付确认期间的合理性，2018年、2019年股份支付时选取的公允价值是否恰当、股份支付费用确认金额是否合理

（一）结合报告期内激励对象获得同创智选份额的工商登记时间说明股份支付确认期间的合理性

发行人报告期内共涉及三次股份支付，具体情况如下：

1、第一次股权激励的工商登记时间及股份支付确认期间

2018 年 12 月 22 日，公司实际控制人马增龙将同创智选 41.65%财产份额转让给王辉等 29 名公司员工。转让完成后，上述公司员工通过同创智选间接持有发行人 3.54%股权、对应发行人股本金额 177.00 万股。

同创智选于 2018 年 12 月 27 日完成上述工商变更登记。发行人于 2018 年确认相应的股份支付金额。

2、第二次股权激励的工商登记时间及股份支付确认期间

2019 年 10 月 20 日，经合伙人会议决议，深圳同创智选投资有限合伙企业将出资总额增加至 961.84 万元，新增出资额 398.00 万元由新合伙人马英、刘晓梅、罗英、任保及原合伙人马增龙、李海全、王辉、王国堂、张洪波、刘明、潘腾、谢天建出资认缴，合计出资金额为 1,200.00 万元，其中马增龙出资 560.00 万元，其他激励对象出资 640.00 万元。

2019 年 10 月 26 日，根据股权转让协议书，汇科智选、深圳前海钰禧实业合伙企业（有限合伙）、张京涛和夏侯早耀分别将其持有的公司 2.63%、0.97%、1.98%和 0.42%股权（合计间接发行人 6.00%股权、对应发行人股本金额 300.00 万股）以人民币 1,200 万元的价格转让给同创智选。

上述交易完成后，马增龙通过本次交易间接合计持有发行人的股份数量增加 21.51 万股，其他 11 名激励对象间接合计持有发行人的股份数量增加 160.00 万股，同创智选原合伙人间接持有发行人 8.50%股权、持股比例保持不变。

同创智选的增资于 2019 年 10 月 21 日完成上述工商变更登记；以发行人股份为交易对象的股权转让于 2019 年 10 月 29 日完成工商变更登记。发行人于 2019 年确认相应的股份支付金额。

3、第三次股权激励的工商登记时间及股份支付确认期间

2020 年 12 月 11 日，为进一步激励公司内部优秀骨干员工，马增龙将其持有同创智选 20.12%的财产份额（出资额 193.51 万元）转让给新合伙人宋雅敏、吴先姣、任铎、何鹏及原合伙人马英、王辉、刘晓梅。上述转让的财产份额对应发行人股本金额 166.28 万股。

同创智选于 2020 年 12 月 22 日完成上述工商变更登记。发行人于 2020 年确认相应的股份支付金额。

报告期内，发行人三次股份支付确认与激励对象获得同创智选份额的工商登

记时间一致，发行人三次股份支付确认期间合理。

（二）2018 年、2019 年股份支付时选取的公允价值恰当、股份支付费用确认金额的合理性

1、2018 年度股份支付情况

根据国众联资产评估土地房地产估价有限公司于 2019 年 4 月 30 日出具以股权激励为评估目的的“国众联评报字（2019）第 2-1039 号”《资产评估报告》，采用收益法对发行人截至 2018 年 11 月 30 日的股东全部权益价值进行评估，评估值为 53,894.22 万元，相应每股公允价值为 10.78 元。

2018 年 12 月，发行人的股权激励对象取得股权支付的总金额 708.00 万元，对应评估公允价值 1,907.85 万元，两者之差增加 2018 年度管理费用和资本公积 1,199.85 万元。

2、2019 年度股份支付情况

发行人在 2019 年 10 月第二次股权激励时，国众联评报字（2019）第 2-1039 号”《资产评估报告》仍在有效期内，故本次股权激励时发行人评估值为 53,894.22 万元，相应每股公允价值为 10.78 元。

2019 年 10 月，发行人的股权激励对象取得股权支付的总金额 726.04 万元，对应评估公允价值 1,956.47 万元，两者之差增加 2019 年度管理费用和资本公积 1,230.43 万元。

3、与同行业上市公司市盈率比较情况

公司选取同行业公司拟上市前最后一次增资/股份转让/股权激励的交易案例，并选取市盈率作为市场价值估算指标进行对比，具体情况如下：

单位：万元

公司	增资/转让时间	上市时间	增资/转让整体估值	增资/转让当年扣非归母净利润	市盈率
裕同科技	2014 年 6 月	2016 年 12 月	228,000.00	57,456.79	3.97
安洁科技	2010 年 3 月	2011 年 11 月	31,635.00	5,521.96	5.73
飞荣达	2015 年 12 月	2017 年 1 月	30,000.00	9,813.62	3.06

恒铭达	2017 年 8 月	2019 年 2 月	136,609.88	10,190.85	13.41
智动力	2012 年 12 月	2017 年 8 月	14,180.86	6,386.14	2.22
达瑞电子	2019 年 12 月	2021 年 4 月	175,455.59	24,487.51	7.17
平均值					**5.93**
公司	2018 年 12 月	-	53,894.22	7,703.34	7.00
	2019 年 10 月	-	53,894.22	11,367.68	4.74

2018 年、2019 年，公司股份支付涉及的整体估值对应市盈率水平与同行业上市公司相比基本一致、不存在重大差异。上述同行业上市公司的整体估值市盈率中，恒铭达 2017 年 8 月涉及的市盈率相对较高，主要是由于：一方面，恒铭达在 2016 年、2017 年先后成为苹果相关消费电子产品功能性器件的重要供应商，开始为富士康、和硕、伟创力批量供应终端品牌商指定交易产品，经营业绩增长较快、未来发展前景较好；另一方面，恒铭达股权激励时点临近其首发申报（该公司首发申请于 2017 年 9 月获得受理）。不包括恒铭达的情况下，其他上市公司整体估值的市盈率水平平均值为 3.79 倍，低于公司股权激励市盈率的相关水平。

4、评估报告预测收益与实际收益的差异情况

根据国众联资产评估土地房地产估价有限公司于 2019 年 4 月 30 日出具的“国众联评报字（2019）第 2-1039 号”《资产评估报告》，报告期内公司预测净利润及实际实现的归属于母公司股东净利润金额对比情况如下：

单位：万元

报告期	评估预测数据①	发行人实际数据②	差异③=②-①	差异率④=③/②
2018 年	7,702.03	5,795.05	-1,906.98	-32.91%
2019 年	8,773.52	10,310.38	1,536.86	14.91%
2020 年	8,931.06	9,445.53	514.47	5.45%

注 1：发行人 2018 年度预测数=2018 年 1-11 月未审合并报表数据+2018 年 12 月预测数据；注 2：发行人 2018-2020 年度实际净利润为归属母公司股东净利润。

2020 年，公司实际净利润与预测净利润的差异为 5.45%、差异较小、基本保持一致。2018 年、2019 年公司实际净利润与预测净利润存在一定差异，具体如下：

2018 年，公司实际净利润与预测净利润存在一定差异，主要原因为公司当年计提股份支付费用 1,199.85 万元、同一控制下企业合并产生子公司期初至合并日的当期净亏损 795.58 万元。剔除上述因素的影响，2018 年公司实际实现的净利润与预测净利润的差异为 1.14%、差异相对较小。

2019 年，公司实际净利润与预测净利润存在一定差异，主要为收购昆山上艺相关经营性资产所致。2019 年，昆山上艺原客户给公司带来的净利润（匡算）金额为 533.38 万元。剔除该因素影响，2019 年公司实际实现净利润与预测净利润的差异率为 9.73%、差异相对较小。

综上所述，评估收益预测是基于谨慎性原则根据公司实际情况作出的。2020 年公司实际净利润与预测净利润的差异较小、基本保持一致。2018 年、2019 年公司实际净利润与预测净利润存在一定差异，具有合理性。

综上所述，发行人 2018 年、2019 年股份支付时选取的公允价值恰当、股份支付费用确认金额合理。

二、结合股权激励协议等说明对受激励员工是否设定工作年限，员工离职时所持股份的处理要求等，并结合上述约定分析并说明是否应当分期确认股份支付并计入经常性损益

根据发行人与激励对象签署的《股权激励协议》，发行人未对受激励员工设定工作年限，但要求被激励员工在与发行人及其子公司解除劳动关系后 30 日内，将其持有的全部份额转让给合伙企业的执行事务合伙人（即发行人的实际控制人马增龙）或其书面认可的第三人。

由于上述股权激励对应的受让及增资股份，属于立即授予或转让完成且没有明确约定服务期等限制条件，故发行人在确认股份支付费用时一次性计入发生当期，并作为偶发事项计入非经常性损益。

报告期内仅在 2020 年有 4 名被激励对象因为离职，将原受让份额原价转让给同创智选的执行事务合伙人马增龙。因为这些员工的股份支付被定义为授予即可行权的股份支付，原产生的股份支付费用亦未进行转回处理。

三、说明员工持股平台是否存在非员工入股情形，是否存在股权代持或其他

利益安排，是否存在实际控制人向员工提供财务资助情形

（一）持股平台的人员构成情况

截至本问询函回复出具日，除张京涛外，同创智选的合伙人均为发行人员工，具体任职情况如下表：

序号	合伙人姓名	出资额（万元）	出资比例	合伙人类别	任职情况
1	马增龙	237.66	24.71%	普通合伙人	董事长、总经理
2	张京涛	112.77	11.72%	有限合伙人	董事
3	宋雅敏	88.45	9.20%	有限合伙人	总经理助理
4	王辉	76.34	7.94%	有限合伙人	董事、副总经理
5	马英	69.01	7.17%	有限合伙人	董事、副总经理、财务总监、董事会秘书
6	李海全	53.07	5.52%	有限合伙人	副总经理
7	任铎	46.55	4.84%	有限合伙人	子公司副总经理
8	王国堂	46.43	4.83%	有限合伙人	子公司副总经理
9	刘晓梅	44.80	4.66%	有限合伙人	业务副总裁
10	刘炀焯	26.53	2.76%	有限合伙人	中层管理
11	任保	19.90	2.07%	有限合伙人	中层管理
12	刘明	17.25	1.79%	有限合伙人	业务骨干
13	张红波	11.94	1.24%	有限合伙人	业务骨干
14	何鹏	11.64	1.21%	有限合伙人	技术骨干
15	罗英	10.61	1.10%	有限合伙人	中层管理
16	谷丽梅	9.29	0.97%	有限合伙人	中层管理
17	潘腾	9.29	0.97%	有限合伙人	业务骨干
18	马辉	7.96	0.83%	有限合伙人	技术骨干
19	马增虎	7.96	0.83%	有限合伙人	中层管理
20	谢天建	6.63	0.69%	有限合伙人	中层管理
21	姚新安	6.63	0.69%	有限合伙人	中层管理
22	王东	6.63	0.69%	有限合伙人	中层管理

23	何健雄	6.63	0.69%	有限合伙人	技术骨干
24	王大伟	3.98	0.41%	有限合伙人	中层管理
25	吴永红	3.98	0.41%	有限合伙人	中层管理
26	吴羽	3.98	0.41%	有限合伙人	业务骨干
27	张敏	2.65	0.28%	有限合伙人	技术骨干
28	姜理	2.65	0.28%	有限合伙人	中层管理
29	吴先姣	2.65	0.28%	有限合伙人	中层管理
30	李燕峰	1.33	0.14%	有限合伙人	技术骨干
31	洪波	1.33	0.14%	有限合伙人	中层管理
32	赵国飞	1.33	0.14%	有限合伙人	技术骨干
33	姚海真	1.33	0.14%	有限合伙人	业务骨干
34	高有青	1.33	0.14%	有限合伙人	中层管理
35	王波	1.33	0.14%	有限合伙人	中层管理
合计		**961.84**	**100.00%**	**-**	**-**

截至本问询函回复出具日，同创智选共计 4 人退伙，均系发行人员工因离职转让持有的财产份额，具体情况如下表：

序号	合伙人姓名	持股期间	退伙事由	持有同创智选财产份额期间是否系公司员工
1	卢　威	2018.12-2020.4	离职转让财产份额退伙	是
2	李永红	2018.12-2020.7	离职转让财产份额退伙	是
3	潘洪龙	2018.12-2020.7	离职转让财产份额退伙	是
4	张伟召	2018.12-2020.11	离职转让财产份额退伙	是

综上所述，除张京涛外，发行人员工持股平台同创智选的合伙人持有合伙人企业财产份额期间，均为发行人员工，张京涛持有同创智选财产份额具有合理性，不存在非员工通过员工持股平台入股发行人的情况。

（二）关于张京涛持有员工持股平台财产份额的背景

公司拟采用合伙企业持股平台的形式实施员工股权激励。根据《合伙企业法》的相关规定，合伙企业需由至少两名合伙人组成，经协商由张京涛作为有限合伙人与马增龙设立同创智选。

报告期各期末，张京涛通过同创智选间接持有公司的股权比例始终为1.70%、未发生变化，张京涛未作为被激励对象参与员工股权激励事宜。根据张京涛提供的相关银行流水、同创智选出资份额缴纳凭证、有关承诺函等相关资料，张京涛所持同创智选的财产份额均系其个人合法持有，不存在代持或其他利益安排，不存在纠纷或潜在纠纷的情形。

综上所述，张京涛持有持股平台的财产份额系为满足员工持股平台设立时的人数需要，持有员工持股平台同创智选的出资额具有合理性，不存在通过员工持股平台入股发行人的情况。

（三）不存在股权代持或其他利益安排的情形、不存在实际控制人向员工提供财务资助的情形

根据发行人及董事、监事、高级管理人员银行流水核查、同创智选历次变更涉及的资金的支付凭证、对合伙人的访谈及其出具的确认函等资料，同创智选各合伙人所持财产份额均为本人所有，出资来源均为自有资金，不存在股权代持或其他利益安排的情形；不存在发行人实际控制人马增龙向被激励员工提供财务资助的情形。

四、保荐机构核查意见

（一）核查过程

保荐机构主要履行了如下核查程序：

1、查阅同创智选历次工商变更登记资料，与发行人的股权激励实施时间及会计处理进行比对，判断发行人报告期股份支付确认期间的合理性；

2、获取发行人两次股权激励为评估目标的评估报告，复核其评估方法、评估基准日、评估假设的恰当性，结合发行人激励对象取得股权的股权支付金额复算股份支付费用确认金额是否合理；查询同行业公司市盈率情况、计算评估报告预测收益与公司实际收益的差异并了解差异原因，分析股份支付时选取的公允价值是否恰当；

3、查阅发行人与激励对象签署的《股权激励协议》，结合《首发业务若干问

题解答（2020 年 6 月修订）》及《企业会计准则-股份支付》等内容规定，核实发行人股份支付费用一次性计入当期损益，并作为偶发事项计入非经常性损益的合理性；

4、查阅了发行人员工持股平台同创智选的工商档案、合伙协议；

5、查阅了同创智选历次变更涉及的支付凭证、协议文件，被激励人员的访谈笔录；

6、查询并核查了报告期内发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员等的调查问卷、银行账户流水记录，并通过国家企业信用信息公示系统及互联网检索方式复核。

（二）核查意见

经核查，保荐机构认为：

1、发行人报告期股份支付确认期间的合理，2018 年、2019 年股份支付时选取的公允价值恰当、股份支付费用确认金额合理；

2、股权激励未对受激励员工设定工作年限；离职员工将原受让份额原价转让给同创智选的执行事务合伙人马增龙，原产生的股份支付费用未进行转回处理；发行人股份支付费用一次性计入当期损益，并作为偶发事项计入非经常性损益的合理性符合《企业会计准则》和《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》相关规定；

3、除张京涛外，员工持股平台不存在非员工入股的情形；张京涛持有同创智选财产份额具有合理性；不存在股权代持或其他利益安排，不存在实际控制人向被激励员工提供财务资助情形。

五、申报会计师核查意见

（一）核查过程

申报会计师主要履行了如下核查程序：

1、查阅同创智选历次工商变更登记资料，与发行人的股权激励实施时间及

会计处理进行比对，判断发行人报告期股份支付确认期间的合理性；

2、获取发行人两次股权激励为评估目标的评估报告，复核其评估方法、评估基准日、评估假设的恰当性，结合发行人激励对象取得股权的股权支付金额复算股份支付费用确认金额是否合理；查询同行业公司市盈率情况、计算评估报告预测收益与公司实际收益的差异并了解差异原因，分析股份支付时选取的公允价值是否恰当；

3、查阅发行人与激励对象签署的《股权激励协议》，结合《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》及《企业会计准则-股份支付》等内容规定，核实发行人股份支付费用一次性计入当期损益，并作为偶发事项计入非经常性损益的合理性。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、发行人报告期股份支付确认期间的合理，2018 年、2019 年股份支付时选取的公允价值恰当、股份支付费用确认金额合理；

2、股权激励未对受激励员工设定工作年限；离职员工将原受让份额原价转让给同创智选的执行事务合伙人马增龙，原产生的股份支付费用未进行转回处理；发行人股份支付费用一次性计入当期损益，并作为偶发事项计入非经常性损益的合理性符合《企业会计准则》和《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》相关规定。

六、发行人律师核查意见

（一）核查过程

发行人律师主要履行了如下核查程序：

1、查阅了同创智选历次变更涉及的支付凭证、协议文件，被激励人员的访谈笔录；

2、查询并核查了报告期内发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员等的调查问卷、银行账户流水记录，并通过国家企业信用信息公示

系统及互联网检索方式复核。

（二）核查意见

经核查，发行人律师认为：除张京涛外，员工持股平台不存在非员工入股的情形；张京涛持有同创智选财产份额具有合理性；不存在股权代持或其他利益安排，不存在实际控制人向被激励员工提供财务资助情形。

19、关于非经常性损益以及赔偿支出

申报文件显示：

（1）报告期各期，发行人计入非经常性损益的非流动资产处置损益为-40.96万元、-4.58 万元、-41.14 万元，其他营业外收入和支出分别为 3.56 万元、-26.24万元、-44.74 万元，发行人利润表中未发现对应的损益。

（2）2020 年，发行人发生赔偿支出 13.30 万元，发行人未披露具体原因、是否存在产品质量问题及退换货情况。

请发行人：

（1）分析并说明计入非经常性损益的上述损益在利润表中的核算科目。

（2）说明 2020 年赔偿支出发生原因、涉及到的客户/供应商、发行人产品是否存在质量问题、相关货品是否需要退换货，报告期各期发行人的退换货金额。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、分析并说明计入非经常性损益的上述损益在利润表中的核算科目

发行人非经常性损益明细表中，非流动资产处置损益、营业外收入和支出对应利润表中的核算科目如下表所示：

单位：万元

非经常性损益明细表中项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度	利润表中的核算科目
1-非流动资产处置损益	**-15.34**	**-41.14**	**-4.58**	**-40.96**	**-**
其中：固定资产处置损益	**-14.89**	-34.38	2.78	-4.93	资产处置收益
固定资产报废及毁损损失	**-0.45**	-6.76	-7.36	-36.03	营业外支出
2-除上述各项之外的其他营业外收入和支出	**-6.71**	**-44.74**	**-26.24**	**3.56**	**营业外收入、营业外支出**

非经常性损益明细表中归集的“非流动资产处置损益”，包括固定资产处置损益、固定资产报废及毁损损失，在利润表中分别列入了资产处置损益、营业外支出科目进行核算。

非经常性损益明细表中归集的“除上述各项之外的其他营业外收入和支出”，其中“其他营业外收入”，为除计入营业外收入中的政府补助之外的其他营业外收入，主要为无需支付的应付款项、处罚供应商收入等。“其他营业外支出”，为除固定资产报废及毁损损失之外的其他营业外支出，主要为疫情停工损失、赔偿支出、罚款及滞纳金等。

二、说明 2020 年赔偿支出发生原因、涉及到的客户/供应商、发行人产品是否存在质量问题、相关货品是否需要退换货，报告期各期发行人的退换货金额

（一）说明 2020 年赔偿支出发生原因、涉及到的客户/供应商、发行人产品是否存在质量问题、相关货品是否需要退换货

2020 年公司赔偿支出金额为 13.30 万元，其具体情况如下表所示：

单位：万元

名称	客户/供应商	赔偿金额	产生原因	是否需要退换货
昆山斯凯琛包装材料有限公司	供应商	10.00	诉讼和解款	否
广东海信电子有限公司	客户	2.70	质量罚款	否
TCL 王牌电器（惠州）有限公司	客户	0.50	贴错防护贴罚款	否
苏州佳世达电通有限公司	客户	0.10	材料堆放超高罚款	否

名称	客户/供应商	赔偿金额	产生原因	是否需要退换货
合计	**-**	**13.30**	**-**	**-**

2020 年公司发生的上述赔偿支出均不涉及退换货情形，具体情况如下：

昆山斯凯琛包装材料有限公司于 2020 年 4 月对发行人提起诉讼，诉讼的原因为双方对所供货物的单位、数量理解不一致，导致双方计算的货款存在差异，发行人未按对方要求的时间支付货款。双方于 2020 年 6 月 9 日签署和解协议，发行人向该公司支付 10 万元作为和解费用，发行人应付该公司的货款已于和解协议签署前支付完毕。该事项不涉及产品质量问题，未发生退换货情形。

广东海信电子有限公司罚款主要是由于产品未及时到货、外观尺寸或重量不符合要求、与产品配套的木托盘发生断裂等原因，不涉及重大产品质量问题，未发生退换货情形。TCL 王牌电器（惠州）有限公司罚款主要是由于发行人贴错防护贴，已通过更正防护贴解决、不涉及产品质量问题，未发生退换货情形。苏州佳世达电通有限公司罚款主要是由于发行人材料堆放超高，已通过降低材料堆放高度解决、不涉及产品质量问题，未发生退换货情形。

综上所述，发行人 2020 年发生的赔偿支出主要为针对客户及供应商的赔偿，不涉及重大质量问题，相关产品不涉及退换货的情形。

（二）报告期各期发行人的退换货金额

报告期各期发行人退换货情况如下表所示：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
退换货金额	**229.91**	368.56	530.73	142.86
主营业务收入	**42,403.42**	81,884.50	65,282.42	48,493.27
退换货占主营业务收入的比例	**0.54%**	0.45%	0.81%	0.29%

从上表可以看出，发行人报告期内退换货金额很小、占主营业务收入金额的比例很低。

三、保荐机构、申报会计师核查意见

（一）核查过程

保荐机构、申报会计师主要履行了如下核查程序：

1、访谈公司财务人员了解非经常性损益各项目归集口径，获取非经常性损益明细表，分析各明细项目金额的组成情况，判断非经常性损益明细表和利润表的核算是否规范；

2、获取固定资产出售和报废清单、营业外收支清单及相关发票、审批单等原始单据，核查账务处理是否合规、正确；

3、获取赔偿支出明细及付款回单、诉讼文件等原始资料并访谈发行人销售及采购部门负责人，了解赔偿支出的原因，分析赔偿是否涉及产品质量、是否涉及退换货情形；

4、访谈公司销售部门负责人并获取退换货明细表，了解报告期内是否存在大额退换货以及产生的原因、金额，分析退换货对公司的影响。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、发行人非经常性损益明细表中归集的“非流动资产处置损益”，包括固定资产处置损益和固定资产报废及毁损损失，在利润表中分别列入了资产处置损益、营业外支出科目进行核算。非经常性损益明细表中归集的“除上述各项之外的其他营业外收入和支出”，在利润表中的核算科目为除计入营业外收入中的政府补助之外的其他营业外收入，以及除固定资产报废及毁损损失之外的其他营业外支出；

2、发行人 2020 年发生的赔偿支出主要为针对客户及供应商的赔偿，不涉及重大质量问题，相关产品不涉及退换货的情形；发行人报告期内退换货金额很小、占主营业务收入金额的比例很低。

20、关于其他应付款与现金分红

申报文件显示：

（1）报告期各期，发行人其他应付款分别为 2,500.07 万元、2,029.14 万元、5,200.29 万元，主要为公司应付的股权收购款、综合物流款、业务合并款、关联方往来款等，其中 2020 年末应付收购重庆致贯股权款 4,250 万元，此外其他应付款中还存在部分个人报销款。

（2）报告期各期，发行人短期借款及一年内到期的非流动负债合计分别为 2,356.75 万元、4,101.64 万元、10,577.57 万元，逐年快速增加，发行人合并口径的资产负债率分别为 45.46%、46.40%、51.81%，负债水平较高。2019 年和 2020 年，发行人现金分红金额分别为 1,500 万元、3,000 万元。

请发行人：

（1）说明应付收购股权款的支付情况、是否会对发行人日常经营资金产生影响，并请结合所处发展阶段、资金实力、资产负债情况等，分析并说明报告期内现金分红金额较高的原因、必要性、恰当性。

（2）说明其他应付款中核算的个人报销款是否已确认费用、期间费用是否存在跨期确认的情形。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并按照中国证监会《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》问题 54 的要求，说明对发行人实际控制人分红款流水的核查过程及结论，包括是否用于代付员工薪酬，是否与发行人的其他股东、主要客户及其关联方、供应商等存在资金往来，是否存在为发行人分摊成本费用的情形。

【回复】

一、说明应付收购股权款的支付情况、是否会对发行人日常经营资金产生影响，并请结合所处发展阶段、资金实力、资产负债情况等，分析并说明报告期内现金分红金额较高的原因、必要性、恰当性

（一）说明应付收购股权款的支付情况、是否会对发行人日常经营资金产生

影响

2020 年期末应付收购股权款 4,250 万元，系公司为取得重庆致贯 35%股权而应支付的收购款项。该款项已于 2021 年 6 月 30 日前全部支付完毕。上述支付款项系公司综合考虑资金使用需求、资金余额以及经营活动产生的现金流等多因素基础上进行的安排，具有合理性，不会对公司日常经营资金产生重大不利影响。

（二）结合所处发展阶段、资金实力、资产负债情况等，分析并说明报告期内现金分红金额较高的原因、必要性、恰当性

2019 年和 2020 年，发行人现金分红金额分别为 1,500 万元、3,000 万元。发行人正处于快速发展阶段，货币资金余额逐年上升，股利分配金额、货币资金余额等情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020-12-31/2020 年度	2019-12-31/2019 年度	2018-12-31/2018 年度
股利分配金额①	3,000.00	1,500.00	-
还原后货币资金余额（系加回当年分配股利的余额）②	13,254.69	7,924.49	2,032.85
股利分配金额占还原后货币资金余额的比例①/②	22.63%	18.93%	-
还原后累计未分配利润（系加回当年度股利分配、计提盈余公积及转增资本的未分配利润）③	25,981.95	18,662.53	9,177.00
股利分配金额占还原后累计未分配利润的比例①/③	11.55%	8.04%	-
经营活动产生的现金流量净额④	7,864.25	7,425.43	7,313.00
股利分配占经营活动产生的现金流量净额的比例①/④	38.15%	20.20%	-

2018 年度至 2020 年度，发行人业务规模不断扩大、营业收入逐年增加，净利润和经营活动产生的现金流量净额状况良好。公司综合考虑上述情况、资金需求、资本性支出金额以及未来业务发展规划的基础上，于 2019 年、2020 年进行了现金分红。完成现金分红后公司保留了正常生产经营所需资金，分红金额未超过公司累计未分配利润。

综上所述，公司经营状况良好，具备分红回报股东的能力且现金分红未对公

司经营活动造成重大不利影响，具有必要性和恰当性。

二、说明其他应付款中核算的个人报销款是否已确认费用、期间费用是否存在跨期确认的情形

（一）说明其他应付款中核算的个人报销款是否已确认费用

其他应付款中核算的个人报销款主要是员工经办的差旅费、业务招待费、办公费、维修费、汽车加油及路桥费、物品采购费等。为了避免出现费用跨期，公司要求经办人及时取得发票并于每期末将已经发生的费用提起费用报销流程并提交单据；财务部审核单据合规性、金额准确性等，待费用报销审批流程完成后进行付款。

为使费用及时入账，财务部将已收到费用报销单据未能及时支付的个人报销款借记费用科目、贷记其他应付款科目，期末体现为其他应付款余额，由此可见其他应付款-个人报销款科目余额对应的费用已确认为当期损益。

（二）期间费用是否存在跨期确认的情形

发行人为避免个人报销款跨期确认，于报告期每期末向全体员工发送邮件，通知员工及时提交费用报销单据，次月 10 日前未收到单据的费用后续不予报销。

公司按权责发生制原则对尚未取得发票并结算的费用以预提费用的形式记账，借记期间费用、贷记其他应付款；预提依据为水电费抄表数、租赁合同约定的租金、运输费及仓储费计算表等；待取得结算对账单及发票后冲回原预提的费用，按发票金额重新入账。

综上所述，公司对员工个人报销款及已经发生但尚未结算的费用均已按照权责发生制原则记入费用，期间费用不存在大额跨期确认的情形。

三、按照中国证监会《首发业务若干问题解答（2020年6月修订）》问题54的要求，说明对发行人实际控制人分红款流水的核查过程及结论，包括是否用于代付员工薪酬，是否与发行人的其他股东、主要客户及其关联方、供应商等存在资金往来，是否存在为发行人分摊成本费用的情形

（一）发行人实际控制人分红款流向情况

1、发行人实际控制人分红款的获得情况

马增龙为发行人实际控制人，其通过汇科智选以及同创智选间接持有公司股权。发行人实际控制人报告期内取得的现金分红款的具体情况如下：

单位：万元

分红主体	分红对象	分红宣告时间	分配金额	代扣代缴个税	分红支付时间	实际支付金额
光大同创	汇科智选	2019-07-18	602.33	-	2019-07-23	602.33
		2020-05-20	1,125.66	-	2020-06-05	469.02
					2020-10-28	65.66
					2020-11-20	590.97
	同创智选	2019-07-18	127.50	-	2019-07-23	127.50
		2020-05-20	435.00	-	2020-07-01	181.25
					2020-10-28	25.38
					2020-11-20	228.38
汇科智选	马增龙	2019-07-18	62.85	12.57	2019-07-25	40.00
					2019-08-19	10.28
		2020-05-20	48.94	9.79	2020-06-08	39.15
			59.10	11.82	-	-①
			531.87	106.37	2020-11-25	407.50②
汇科智选	马风兰	2019-07-18	539.47	107.89	2019-07-25	370.00
					2019-08-19	61.58
		2020-05-20	420.08	84.02	2020-06-08	336.07
			6.57	1.31	-	-①
			59.10	11.82	2020-11-25	45.28③
同创智选	马增龙	2019-07-18	48.90	9.78	2019-08-23	39.12
		2020-05-20	77.50	15.50	2020-07-10	59.86④
			11.38	2.28	-	-⑤
			102.38	20.48	2020-11-24	81.90

注：①本次分红未进行支付，系汇科智选将本次分红金额用于代扣代缴光大同创有限整体变更为股份有限公司时汇科智选合伙人应缴纳的个人所得税款项；②实际支付金额与扣除个人所得税后分配金额存在差异，系汇科智选未将获得的分红金额全部再分红，其账面留存18.00万元；③实际支付金额与扣除个人税后分配金额存在差异，系汇科智选未将获得的分红金额全部再分红，其账面留存 2.00 万元；④实际支付金额与扣除个人所得税后分配金额

存在差异，系同创智选未将获得的分红金额全部再分红，其账面留存了 2.14 万元；⑤本次分红未进行支付，系同创智选将本次分红金额用于代扣代缴光大同创有限整体变更为股份有限公司时同创智选合伙人应缴纳的个人所得税款项。

2、发行人实际控制人分红款的流向情况

报告期内，扣除现金分红应缴纳的个人所得税以及有限公司整体变更为股份有限公司过程中需缴纳的个人所得税后，发行人实际控制人马增龙在汇科智选及同创智选的历次现金股利分配中实际取得的分红款为 677.81 万元；发行人实际控制人马增龙的母亲马风兰在汇科智选现金股利分配中实际取得分红款 812.92 万元并向马增龙转出款项 681.96 万元。综上所述，马增龙合计取得分红款项 1,359.77 万元。

发行人实际控制人分红款资金流向中大额支出情况如下表所示：

单位：万元

用途	2020年度	2019年度
证券交易	474.69	-
家庭费用	375.22	77.44
亲戚朋友借贷往来	60.00	140.00
投资款项	59.86	96.25
保险费用	-	51.31
购房款项	-	25.00

保荐机构和申报会计师针对实际控制人报告期内的现金分红使用情况，主要履行了如下核查程序：取得了报告期内发行人以及汇科智选、同创智选现金分红的相关决议、分红流水记录；取得了实际控制人报告期内的银行账户清单及流水记录并进行核查大额资金具体用途；向实际控制人了解其分红款项用途情况；取得了借贷往来双方出具的确认函或借款协议、购房合同、保险合同、投资企业工商资料等资料；分析了发行人报告期内人均薪酬、毛利率以及期间费用率的变动情况以及变动的合理性；核查了在公司专职工作之董事、监事、高级管理人员及其他关键人员在报告期内的银行账户清单及流水记录；通过国家企业信用信息系统、互联网核查等手段核查了发行人报告期内主要客户、主要供应商的工商信息资料、股东及董监高人员信息；对发行人报告期内的主要客户及主要供应商进行

实地走访或视频访谈。

经核查，发行人实际控制人分红款的使用用途清晰、明确，上述分红款不存在用于代付员工薪酬的情形；除部分分红款来自于实际控制人母亲、发行人间接股东马风兰外，发行人实际控制人上述分红款与发行人的其他直接或间接股东不存在资金往来；发行人实际控制人上述分红款不存在与发行人的主要客户及其关联方、主要供应商等资金往来；发行人实际控制人上述分红款不存在为发行人分摊成本费用的情形。

四、保荐机构、申报会计师核查意见

（一）核查过程

保荐机构、申报会计师履行了以下核查程序：

1、查阅了公司与重庆致贯及其股东签署的收购股权款协议，查阅了支付收购股权款的银行回单；

2、检查报告期内发行人现金分红决议及支付分红款的银行回单、报告期内的财务报表、审计报告，分析复核现金分红的占比以及合理性；

3、检查其他应付款中个人报销款的账务处理，了解其是否已确认为费用；

4、向财务人员进行访谈，查阅公司费用报销制度、了解费用报销流程，分析期末其他应付款中个人报销款存在余额的合理性；检查预提费用计提依据，判断预提费用计提的准确性；

5、对期间费用进行截止测试，确认是否存在大额费用跨期；

6、取得了报告期内发行人以及汇科智选、同创智选现金分红的相关决议、分红流水记录；

7、取得了实际控制人报告期内的银行账户清单及流水记录并进行核查大额资金具体用途；

8、向实际控制人了解其分红款项用途情况；

9、取得了借贷往来双方出具的确认函或借款协议、购房合同、保险合同、

投资企业工商资料等资料；

10、分析了发行人报告期内人均薪酬、毛利率以及期间费用率的变动情况以及变动的合理性；

11、核查了在公司专职工作之董事、监事、高级管理人员及其他关键人员在报告期内的银行账户清单及流水记录；

12、通过国家企业信用信息系统、互联网核查等手段核查了发行人报告期内主要客户、主要供应商的工商信息资料、股东及董监高人员信息；

13、对发行人报告期内的主要客户及主要供应商进行实地走访或视频访谈。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、收购重庆致贯股权款已于 2021 年 6 月 30 日前支付完毕，支付后公司保留了正常生产经营所需资金，对发行人日常经营资金未产生重大不利影响；公司经营状况良好，具备分红回报股东的能力且现金分红未对公司经营活动造成重大不利影响，具有必要性和恰当性；

2、公司按权责发生制原则对归属于当期的费用进行确认或预提，其他应付款中核算的个人报销款已确认费用、期间费用不存在大额跨期确认的情形；

3、发行人实际控制人分红款的使用用途清晰、明确，上述分红款不存在用于代付员工薪酬的情形；除部分分红款来自于实际控制人母亲、发行人间接股东马风兰外，发行人实际控制人上述分红款与发行人的其他直接或间接股东不存在资金往来；发行人实际控制人上述分红款不存在与发行人的主要客户及其关联方、供应商等资金往来；发行人实际控制人上述分红款不存在为发行人分摊成本费用的情形。

21、关于历史沿革

申报文件显示，2017 年 8 月，马增龙将其持有的公司 3.73%股权以人民币

64.56 万元的价格转让给同创智选;将其持有的公司 31.28%股权以人民币 542.07 万元的价格转让给汇科智选；此外还有张京涛、刘丽珍对外转让股权等。

请发行人：

（1）说明 2017 年 8 月各股东间股权转让的原因背景、定价依据，是否存在股权代持或其他利益安排，是否存在纠纷或潜在纠纷。

（2）说明就上述事项，实际控制人是否应承担纳税义务，相关纳税义务履行情况。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

【回复】

一、说明2017年8月各股东间股权转让的原因背景、定价依据，是否存在股权代持或其他利益安排，是否存在纠纷或潜在纠纷

（一）各股东间股权转让的原因背景

2017 年 8 月发行人各股东间股权转让的背景及原因如下表：

序号	转让方	受让方	转让出资额（万元）	转让背景原因
1	马增龙	汇科智选	312.75	本次股权转让主要系调整股东持股形式
2		同创智选	37.25	同创智选作为员工持股平台，该次转让系实施员工股权激励
3	张京涛	同创智选	27.95	同创智选作为员工持股平台，该次转让系实施员工股权激励
4		汇科智选	20.50	本次股权转让系股东调整公司股权结构
5	刘丽珍	前海钰禧	148.33	本次股权转让系因离婚对夫妻共同财产进行分割、同步调整股东持股形式
6		汇科智选	68.30	本次股权转让系为调整公司股权结构
7		夏侯早耀	63.57	本次股权转让系因离婚对夫妻共同财产进行分割
8		同创智选	19.80	同创智选作为员工持股平台，该次转让系实施员工股权激励

具体情况如下：

1、调整公司股权结构并对优秀骨干员工实施股权激励

公司拟在现有股东内部进一步调整优化股权结构，同时对公司内部部分优秀骨干员工实施股权激励。

2017 年 8 月，张京涛、刘丽珍分别将持有的公司部分股权转让给马增龙控制的汇科智选、进一步提升马增龙对公司的控制权比例。

2017 年 9 月，马增龙、张京涛、刘丽珍分别将持有的公司部分股权转让予员工持股平台同创智选，用于实施股权激励。

2、马增龙调整变更持股方式

马增龙设立由其控制、由其及母亲持股的合伙企业汇科智选，并将直接持有的公司股权转让给汇科智选。转让完成后，马增龙由直接持有公司股权变更为通过汇科智选合伙企业间接持有公司股权，调整了持股方式。

3、刘丽珍婚姻财产分割以及调整变更持股方式

刘丽珍与夏侯早耀曾系夫妻关系，双方签署离婚协议约定将刘丽珍持有的公司出资额进行财产分配分割。财产分割完毕后，夏侯早耀直接持有公司股权，刘丽珍及子女通过新设立的合伙企业前海钰禧持有公司股权。

（二）本次转让的定价依据

1、刘丽珍与夏侯早耀之间股权转让的定价依据

夏侯早耀因离婚分割夫妻共同财产而受让获得刘丽珍持有的公司部分股权，转让价格为 0 元/注册资本，无需支付转让价款。

2、其他主体之间股权转让的定价依据

截至 2016 年 12 月 31 日，光大同创有限每股净资产为 1.73 元/股，本次股权转让的价格以每股净资产为基础经各方友好协商确定，转让价格为 1.73 元/股。鉴于公司注册资本已于 2017 年 4 月实缴到位，实收资本增加 900.00 万元，2017 年 8 月 9 日光大同创有限召开股东会，通过了关于股权调整事宜的决议，将每股转让价格调整为 2.63 元/股，转让价格具有合理性。

（三）股权代持或其他利益安排、纠纷或潜在纠纷情况

1、汇科智选的历史沿革中曾存在合伙企业份额登记在实际持有人母亲名下的情形

马增龙持有的汇科智选财产份额曾登记在其母亲马风兰名下，具体情况如下表：

序号	登记合伙人	实际持有人	持有标的	登记为实际持有人的时间
1	马风兰（实际持有人之母）	马增龙	汇科智选 80%合伙企业份额	2020.7

截至 2020 年 7 月，实际应由马增龙享有但登记在其母亲名下的合伙企业份额已经完全登记在马增龙名下，不存在委托他人持有或代他人持有的情形。汇科智选历史沿革中曾存在的马增龙实际持有的部分合伙企业份额登记在其母亲名下的情形已经完全予以解除。

马增龙、马风兰均已经出具了确认文件，确认汇科智选合伙企业份额变动情况以及马增龙应享有的部分合伙企业份额登记在其母亲马风兰名下的具体过程、解除过程，不存在任何争议，不存在任何纠纷或潜在纠纷。

2、前海钰禧的历史沿革中存在合伙企业份额登记在实际持有人母亲及姐妹名下的情形

刘丽珍与夏侯早耀办理离婚手续后，双方对财产进行了分割，夏侯早耀直接持有公司股权，刘丽珍及四名子女通过前海钰禧间接持有公司股权。由于上述转让发生时，夏侯莹莹在境外不便办理工商变更手续，夏侯钰馨、夏侯钰涵未年满 18 周岁，无法登记为前海钰禧之有限合伙人，刘丽珍、夏侯钰菲在前海钰禧层面代夏侯莹莹、夏侯钰馨及夏侯钰涵持有公司股权，具体情况如下表：

序号	登记合伙人	实际持有人	持有标的	登记为实际持有人的时间
1	刘丽珍（实际持有人之母）	夏侯莹莹	前海钰禧 13%的财产份额	2018.4
	夏侯钰菲（实际持有人之胞妹）		前海钰禧 2%财产份额	
2	刘丽珍（实际持有人之母）	夏侯钰馨	前海钰禧 15%财产份额	因夏侯钰馨暂未成年，无法办理工商登记成为有限合伙人，暂未登记至实际持有人名下

		夏侯钰涵	前海钰禧 15%财产份额	因夏侯钰涵暂未成年，无法办理工商登记成为有限合伙人，暂未登记至实际持有人名下

刘丽珍已经出具专项承诺和说明，确认自另外两名女儿年满 18 周岁、根据《中华人民共和国合伙企业法》等相关规定可登记成为前海钰禧有限合伙人的条件成就之日起 30 日内，在工商登记主管部门办理完毕相关的变更登记手续，将登记在其个人名下的 15%、15%合伙企业份额无偿转让给上述二人、登记在其个人名下。上述转让完成后，前海钰禧合伙企业份额均登记在其实际持有人名下，不存在委托他人持有或代他人持有的情形。

夏侯早耀、刘丽珍及四名女儿均已经出具了确认文件，确认前海钰禧合伙企业份额变动情况以及夏侯钰馨、夏侯钰涵应享有的合伙企业份额登记在刘丽珍名下、未来直接登记至夏侯钰馨、夏侯钰涵名下事项，不存在任何争议，不存在任何纠纷或潜在纠纷。

综上所述，2017 年 8 月各股东间的股权转让原因、背景及转让价格和定价依据具有合理性；除上述已经披露的事宜外，不存在其他股权代持或其他利益安排，不存在纠纷或潜在纠纷。

二、说明就上述事项，实际控制人是否应承担纳税义务，相关纳税义务履行情况

实际控制人马增龙就 2017 年 8 月的股权转让涉及的完税情况如下表：

序号	出让方	受让方	转让出资额（万元）	转让单价（元/注册资本）	是否需纳税	是否完税
1	马增龙	汇科智选	312.75	2.63	是	是
2		同创智选	37.25	2.63	是	是

综上所述，实际控制人本次向汇科智选、同创智选转让股权的价格均为溢价转让，应就溢价部分缴纳税款、承担纳税义务；相关税款均已缴纳完毕。

三、保荐机构、发行人律师核查意见

（一）核查过程

保荐机构、发行人律师履行了以下核查程序：

1、查阅了发行人工商登记资料、公司章程、历次股东会决议；

2、对发行人股东马增龙、张京涛、夏侯早耀、刘丽珍进行访谈并取得其访谈记录；

3、查阅了汇科智选、同创智选、前海钰禧的合伙协议、工商档案及历次变更涉及的协议及支付凭证文件；

4、核查了报告期内发行人及其控股股东、实际控制人，董事、监事、高级管理人员等主要关联方的银行账户流水记录；

5、对深圳市南山区市场监督管理局就合伙企业有限合伙人担任资格事项进行走访；查阅了《合伙企业法》的相关规定；

6、通过中国裁判文书网等公开网站查询发行人及其主要股东是否存在相关诉讼或纠纷；

7、取得了相关各方就发行人历史沿革股权事项出具的确认函；

8、马增龙出具的确认函及税款缴纳凭证。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

1、2017 年 8 月各股东间的股权转让原因、背景及转让价格和定价依据具有合理性；除上述已经披露的事宜外，不存在其他股权代持或其他利益安排，不存在纠纷或潜在纠纷；

2、实际控制人本次向汇科智选、同创智选转让股权的价格均为溢价转让，应就溢价部分缴纳税款、承担纳税义务；相关税款均已缴纳完毕。

22、关于子公司

申报文件显示：

（1）公司共有 15 家子公司、1 家参股公司，自报告期初至招股说明书签署日注销了 5 家子公司。

（2）发行人子公司深圳沃普、青岛音诺、天津茂创、墨西哥光大同创均系发行人与其他股东共同投资的公司。

请发行人：

（1）结合报告期内发行人及其一级子公司营业收入等主要财务数据和业务数据简要说明发行人及各子公司的定位和功能，在业务体系中发挥的作用；部分子公司亏损的原因，是否存在转移定价规避纳税义务情形。

（2）说明深圳沃普、青岛音诺、天津茂创、墨西哥光大同创其他股东基本情况，与发行人主要客户、供应商是否存在关联关系或其他密切关系，发行人与相关股东合资设立子公司的原因背景。

（3）说明设立境外子公司的原因，相关子公司的设立程序及经营活动是否符合境外投资、外汇、税收相关法律法规规定，是否符合所在国家或地区法律法规规定。

（4）说明报告期内子公司注销原因。

请保荐人、发行人律师发表明确意见，请申报会计师对问题（1）发表明确意见。

【回复】

一、结合报告期内发行人及其一级子公司营业收入等主要财务数据和业务数据简要说明发行人及各子公司的定位和功能，在业务体系中发挥的作用；部分子公司亏损的原因，是否存在转移定价规避纳税义务情形

（一）结合报告期内发行人及其一级子公司营业收入等主要财务数据和业务数据简要说明发行人及各子公司的定位和功能，在业务体系中发挥的作用

发行人及其一级子公司的定位、功能、在业务体系中发挥的作用及最近一年一期的主要经营数据如下：

单位：万元

序号	公司名称	公司定位	公司功能	业务体系中发挥的作用	2021 年 1-6 月营业收入	2021 年 1-6 月净利润	2020 年度营业收入	2020 年度净利润
1	光大同创（母公司）	从事功能性、防护性产品的研发、生产和销售；公司的运营管理总部及研发中心	功能性、防护性产品的研发、生产和销售；公司的运营管理总部及研发中心	公司的运营管理总部及研发中心，并服务于华南地区客户	**30,724.29**	**2,796.02**	57,679.73	5,169.49
2	武汉光大同创	功能性产品生产基地	生产及销售功能性产品	为华中地区客户提供产品及服务	**2,661.67**	**517.22**	7,168.20	2,451.53
3	昆山光大同创	功能性、防护性产品生产基地	生产及销售功能性、防护性产品	为华东地区客户提供产品及服务	**8,684.41**	**634.28**	19,553.18	2,107.73
4	安徽光大美科	**功能性、防护性产品生产基地**	**生产及销售功能性、防护性产品**	为安徽地区客户提供产品及服务	**6,277.88**	**269.20**	3,078.01	354.09
5	惠州光大同创	防护性产品生产基地	生产及销售防护性产品	为华南区客户提供产品及服务	**1,959.62**	**64.98**	3,511.34	250.48
6	都江堰光大同创	防护性产品生产基地	生产及销售防护性产品	为西南地区客户提供产品及服务	**171.95**	**-54.29**	939.50	108.57
7	深圳沃普	植物模塑类（含纸塑）环保型材料的生产设备及工艺的整体解决方案开发	研发制造高效、节能的纸塑设备及高精度模具	提供设备、模具及生产工艺整体解决方案；提高在纸塑类防护性产品领域的研发生产自主权	**50.44**	**-27.28**	-	-94.17
8	青岛音诺	材料代理与贸易	承接相关材料代理和贸易	拓宽公司产品类别，更好地满足客户需求	**159.72**	**-47.06**	157.32	-545.70
9	合肥山秀	功能性碳纤维产品的研发、生产及销售	研发、生产和销售功能性碳纤维产品	拓宽公司产品类别，为客户提供功能性碳纤维产品	**7,208.60**	**39.99**	2,588.58	-1,013.79

10	天津茂创	植物基材环保材料的研发	植物基材环保材料的研发，技术支持、方案提供	拓宽公司产品类别，提供环保材料的研发支持服务	-	**-44.20**	4.03	-78.50
11	香港光大同创	境外贸易及境外投资	为公司及子公司提供境外贸易业务以及境外投资	负责境外销售、采购业务并作为境外投资平台	**9,601.89**	**185.81**	16,527.11	171.57
12	南昌美科	功能性、防护性产品生产基地	生产及销售功能性、防护性产品	为江西地区客户提供产品及服务	**12.10**	**-39.26**	-	-
13	合肥奔放	功能性、防护性产品生产基地	正在筹建中，主要生产及销售功能性、防护性产品	为中部地区客户提供产品及服务	-	**-15.75**	-	-
14	厦门奔方	复合材料的研发生产及销售	正在筹建中，主要从事复合材料的研发生产及销售	拓宽公司产品线	-	**-58.46**	-	-
15	**苏州领新**	**功能性产品的生产及销售**	**正在筹建中，主要从事功能性产品的生产及销售**	**增强功能性产品的生产能力**	-	-	-	-

（二）部分子公司亏损的原因，是否存在转移定价规避纳税义务情形

1、2020 年度

2020 年度部分子公司亏损、实现亏损的原因具有合理性，具体情况如下表所示：

单位：万元

序号	主体	营业收入	净利润	亏损原因
1	深圳沃普	-	-94.17	研发支出较高、尚未实现销售收入
2	青岛音诺	157.32	-545.70	管理费用金额较高、尚未实现规模化生产销售
3	合肥山秀	2,588.58	-1,013.79	碳纤维业务依然处于发展初期、研发投入规模相对较大、毛利率水平

				相对较低、融资渠道较少财务费用相对较高
4	天津茂创	4.03	-78.50	研发支出较高、尚未实现规模化生产销售
5	墨西哥光大同创	4,488.14	-68.26	借款金额较大、墨西哥比索跌价，利息支出与汇兑损益较高
6	越南光大同创	-	-65.97	未完成建设，尚未开展生产经营活动
7	菲律宾光大同创	-	-126.84	2020 年度注销清算，当年度无收入

上述亏损子公司中，合肥山秀与墨西哥光大同创收入金额较高。其中合肥山秀与发行人及其他子公司之间不存在内部销售或采购交易情形，墨西哥光大同创 2020 年内存在向发行人及其子公司采购的内部交易，合计采购金额为 306.51 万元，占公司 2020 年合并报表营业收入的比例为 0.37%，金额较小且占比较低，不存在转移定价规避纳税义务情形。

2、2021 年 1-6 月

2021 年 1-6 月部分子公司亏损及亏损的原因具有合理性，具体情况如下表所示：

单位：万元

序号	主体	营业收入	净利润	亏损原因
1	**都江堰光大同创**	**171.95**	**-54.29**	**收入规模较小，管理费用较高**
2	**深圳沃普**	**50.44**	**-27.28**	**收入规模较小，管理费用较高**
3	**青岛音诺**	**159.72**	**-47.06**	**管理费用金额较高、尚未实现规模化生产销售**
4	**天津茂创**	**-**	**-44.20**	**研发支出较高、尚未实现规模化生产销售**
5	**越南光大同创**	**-**	**-28.92**	**未完成建设，尚未开展生产经营活动**
6	**南昌美科**	**12.10**	**-39.26**	**收入规模较小，尚未实现规模化生产销售**
7	**合肥奔放**	**-**	**-15.75**	**尚未开展生产经营活动**

8	**厦门奔方**	**-**	**-58.46**	**尚未开展生产经营活动**

2021 年 1-6 月，公司亏损子公司的亏损原因主要为营业规模较小、尚未实现规模化生产销售、尚未开展生产经营活动等，除零星客户外，都江堰光大同创、深圳沃普、青岛音诺、南昌美科主要向光大同创（母公司）进行销售，上述四家子公司当期收入合计为 394.22 万元，占公司 2021 年 1-6 月合并报表营业收入的比例为 0.91%，金额较小且占比较低，不存在转移定价规避纳税义务情形。

综上所述，2020 年度、2021 年 1-6 月公司子公司发生亏损的原因主要包括项目早期研发支出等期间费用金额较高、尚未完成建设、尚未实现规模化收入、注销清算、收入规模较小等；亏损子公司不存在转移定价规避纳税义务情形。

二、说明深圳沃普、青岛音诺、天津茂创、墨西哥光大同创其他股东基本情况，与发行人主要客户、供应商是否存在关联关系或其他密切关系，发行人与相关股东合资设立子公司的原因背景

（一）深圳沃普、青岛音诺、天津茂创、墨西哥光大同创其他股东基本情况

1、深圳沃普其他股东情况

截至本问询函回复出具日，深圳沃普的股东、出资金额及出资比例如下表：

序号	股东名称/姓名	认缴出资金额（万元）	认缴出资比例（%）
1	光大同创	680.00	85.00
2	易发斌	64.00	8.00
3	黎永刚	56.00	7.00
合计		**800.00**	**100.00**

深圳沃普其他股东的基本情况如下：

易发斌，1964 年 10 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号 4227251964********。2000 年至今任深圳市沃卜实业有限公司总经理、执行董事；2004 年至今任深圳市沃普生科技有限公司执行董事；2011 年至 2012 年任惠州市容泰伟迪环保包装材料有限公司经理、执行董事；2016 年至今任惠州市容泰伟迪环保包装材料有限公司经理、执行董事；2017 年至今任深圳沃普副总经

理。

黎永刚，1968 年 6 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号 5101021968********。2000 年至今任深圳市沃卜实业有限公司副总经理；2004 年至今任深圳市沃普生科技有限公司副总经理；2017 年至今任深圳沃普业务总监。

2、青岛音诺其他股东情况

截至本问询函回复出具日，青岛音诺的股东、出资金额及出资比例如下表：

序号	股东名称/姓名	认缴出资金额（万元）	认缴出资比例（%）
1	光大同创	2,100.00	70.00
2	任铎	900.00	30.00
合计		**3,000.00**	**100.00**

青岛音诺其他股东的基本情况如下：

任铎，1983 年 5 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码 3702031983********。2015 年 12 月至 2020 年 7 月任青岛元盛光电科技股份有限公司董事；2018 年 1 月至 2020 年 6 月任青岛元盛光电科技股份有限公司总经理；2019 年 9 月至今任青岛音诺副总经理。

3、天津茂创其他股东情况

截至本问询函回复出具日，天津茂创的股东、出资金额及出资比例如下表：

序号	股东名称/姓名	认缴出资金额（万元）	认缴出资比例（%）
1	光大同创	102.00	51.00
2	康勇刚	52.00	26.00
3	李士才	46.00	23.00
合　计		**200.00**	**100.00**

天津茂创其他股东的基本情况如下：

康勇刚，1957 年 10 月出生，身份证号 1201041957********。1982 年 1 月至 2017 年 10 月任天津科技大学（及其前身天津轻工业学院）教师；2017 年 11

月至今任天津茂创总经理、执行董事。

李士才，1950 年 3 月出生，身份证号 2106031950********。1994 年 4 月至今任丹东市生物降解应用技术研究开发中心负责人；2004 年 11 月至今任大连经济技术开发区英格瑞纸模技术研究开发有限公司总经理、执行董事；2017 年 11 月至今任天津茂创监事。

4、墨西哥光大同创其他股东情况

截至本问询函回复出具日，墨西哥光大同创的股东及股权结构如下表：

序号	股东名称/姓名	出资金额（比索）	出资比例（%）
1	香港光大同创	99,000.00	99.00
2	王清坤	1,000.00	1.00
合　计		**100,000.00**	**100.00**

墨西哥光大同创其他股东的基本情况如下：

王清坤，男，1976 年 6 月出生，中国台湾人士。2000 年 7 月至 2009 年 10 月，任上海中轩科技有限公司业务员；2009 年 10 月至 2012 年 3 月，任深圳市博琛实业有限公司业务员；2012 年 3 月至今任发行人市场部业务总监。

（二）与发行人主要客户、供应商是否存在关联关系或其他密切关系

据互联网检索、问卷调查及访谈相关人员等方式，中介机构核查了深圳沃普、青岛音诺、天津茂创、墨西哥光大同创其他自然人股东的对外投资、任职情况；核查了发行人前五大客户、前五大供应商的股东、董事、监事、高级管理人员及情况；核查了上述股东与发行人主要客户、主要供应商是否存在关联关系或其他密切关系情况。经核查，深圳沃普、青岛音诺、天津茂创、墨西哥光大同创其他股东与发行人主要客户、供应商之间不存在关联关系或其他密切关系。

（三）发行人与相关股东合资设立子公司的原因背景

1、深圳沃普设立的原因背景

发行人希望进一步拓展在环保新材料、防护性产品等领域的研发及生产能力；易发斌、黎永刚在环保新材料行业拥有较为丰富的行业经验和技术储备。因此，

发行人与易发斌、黎永刚共同出资设立深圳沃普，结合双方在研发技术、资金及生产能力、客户资源方面的竞争优势，实现优势互补。

2、青岛音诺的设立的原因背景

发行人希望进一步拓展消费电子产品业务市场份额、进一步拓展业务资源；任铎拥有多年电子消费品行业销售经验，具备较强的客户开发能力。因此，发行人与任铎共同出资设立青岛音诺，结合双方在业务扩展、产品生产等方面的竞争优势，实现优势互补。

3、天津茂创的设立的原因背景

发行人希望进一步开拓新产品并加强在环保新材料产品领域的研发；康勇刚为防护性材料及技术运用的行业专家，李士才拥有 30 年以上的环保材料的行业经验。因此，发行人与康勇刚、李士才共同出资设立天津茂创，结合双方在生产能力、客户资源、行业经验、技术经验等方面的竞争优势，实现优势互补。

4、墨西哥光大同创的设立的原因背景

发行人主要客户联想集团在墨西哥设有工厂，发行人希望扩大海外市场、节约运输成本、完善区域基地布局并为主要客户提供属地化服务，同时解决与实际控制人之间存在的同业竞争事项，因此发行人收购了同一控制下的墨西哥光大同创，以便为客户更好的提供服务。

三、说明设立境外子公司的原因，相关子公司的设立程序及经营活动是否符合境外投资、外汇、税收相关法律法规规定，是否符合所在国家或地区法律法规规定

截至本问询函回复出具日，本公司共有 3 家境外子公司及 1 家已注销境外子公司，分别为香港光大同创、墨西哥光大同创、越南光大同创及菲律宾光大同创。

（一）设立境外子公司的原因

1、关于香港光大同创

为进一步布局海外市场、方便服务海外客户，发行人决定设立香港光大同创并作为境外业务平台及投资平台，以便进行境外销售、采购以及境外投资、境外

子公司管理等事宜。

2、关于墨西哥光大同创

发行人希望扩大海外市场、节约运输成本、完善区域基地布局并为主要客户提供属地化服务，同时解决与实际控制人之间存在的同业竞争事项，因此发行人收购了同一控制下的墨西哥光大同创，以便为客户更好的提供服务。

3、越南光大同创

发行人主要客户歌尔股份、立讯精密等均在越南设有生产基地，为扩大海外市场、节约运输成本、完善区域基地布局并为主要客户提供属地化服务，发行人设立越南光大同创。

4、菲律宾光大同创

发行人希望扩大海外市场、节约运输成本、完善区域基地布局并为主要客户提供属地化服务，同时解决与实际控制人之间存在的同业竞争事项，因此发行人收购了同一控制下的菲律宾光大同创，以便为客户更好的提供服务。

（二）境外子公司的设立程序及经营活动的合规性情况

1、设立香港光大同创

（1）设立程序符合境内相关法律法规规定

2017 年 8 月 23 日，深圳市经济贸易和信息化委员会核发《企业境外投资证书》（境外投资证第 N4403201700294 号）。

2017 年 11 月 13 日，深圳市发展和改革委员会出具《项目备案通知书》（深发改函[2017]2969）。

2018 年 1 月 23 日，光大同创有限就本次出资事宜取得业务类型为“ODI 中方股东对外义务出资”的《业务登记凭证》，经办外汇局为国家外汇管理局深圳市分局。

香港光大同创设立时，光大同创有限持有其 100%的股权。香港光大同创设立时已履行深圳市经济贸易和信息化委员会、深圳市发展和改革委员会相关程序

取得《企业境外投资证书》及《项目备案通知书》，已取得类型为“ODI 中方股东对外义务出资”的《业务登记凭证》，设立程序符合境内关于境外投资、外汇、税收相关法律法规规定。

（2）经营活动符合所在国家或地区法律法规规定

根据境外律师出具的法律意见，**截至 2021 年 6 月 30 日，**该公司合法有效存续，不存在撤销注册和剔除注册的情况；根据香港法律，该公司经营的业务不需要特别批准、许可；该公司业务运营符合香港银行、公司注册处、环保、税务、外汇、海关及安全生产监管等相关法律规定及相关监管要求。

综上所述，香港光大同创的设立程序及经营活动符合境外投资、外汇、税收相关法律法规规定，符合所在国家或地区法律法规规定。

2、收购墨西哥光大同创

（1）收购程序符合境内相关法律法规规定

2018 年 2 月 26 日，光大同创有限召开股东会，同意由全资子公司香港光大同创以 99,000 墨西哥比索收购墨西哥光大同创 99%的股份。

香港光大同创签署《股份买卖合同》就上述转让事宜作出约定。

2018 年 10 月 16 日，深圳市经济贸易和信息化委员会核发《企业境外投资证书》（境外投资证第 N4403201800439 号）。

本次收购完成后，香港光大同创持有其 99%的股权。根据公示于中华人民共和国国家发展和改革委员会网站（https://www.ndrc.gov.cn）的“除涉及敏感国家和地区、敏感行业的企业境外投资项目外，中央管理企业境外投资项目和地方企业投资 3 亿美元及以上境外投资项目备案核准”事项问答，投资主体控制的境外企业开展非敏感类境外投资项目，投资主体不直接投入资产、权益或提供融资、担保，中方投资额 3 亿美元以下的项目无需办理有关手续。

根据香港光大同创提供的转让价款支付凭证及发行人出具的说明等，本次收购墨西哥光大同创支付的 99,000 墨西哥比索（折合 5,102.09 美元）系香港光大同创以自有资金支付，不涉及境内主体直接投入资产、权益或提供融资、担保的

情形，无需办理发改主管部门及外汇管理部门相关手续。

收购墨西哥光大同创时已履行深圳市经济贸易和信息化委员会相关程序取得《企业境外投资证书》，不涉及境内主体直接投入资产、权益或提供融资、担保的情形，无需办理发改主管部门及外汇管理部门相关手续，收购程序符合境内关于境外投资、外汇、税收相关法律法规规定。

（2）经营活动符合所在国家或地区法律法规规定

根据境外律师出具的法律意见，墨西哥光大同创拥有墨西哥法律规定的经营和开展其当前开展的业务所需的所有重要许可证、执照、授权、注册、同意和许可。**就 2018、2019 及 2020 财年而言，**已缴纳所有应缴纳的联邦税，任何税收或行政当局（联邦、地方或市政）均未提起任何税收或行政诉讼，且上述当局均未施加任何罚款或处罚。

综上所述，发行人收购墨西哥光大同创的程序及经营活动符合境外投资、外汇、税收相关法律法规规定，符合所在国家或地区法律法规规定。

3、设立越南光大同创

（1）设立程序符合境内相关法律法规规定

2019 年 11 月 15 日，香港光大同创作出决定，出资 500 万美元设立越南光大。

2019 年 11 月 20 日，深圳市商务局核发《企业境外投资证书》（境外投资证第 N4403201900600 号）。

2019 年 12 月 16 日，深圳市发展和改革委员会出具《境外投资备案通知书》（深发改境外备[2019]461 号），同意深圳光大同创出资 500 万美元增资香港光大同创并通过香港光大同创设立越南光大同创。

2019 年 12 月 31 日，光大同创有限本次出资事宜取得业务类型为“ODI 中方股东对外义务出资”的《业务登记凭证》，经办外汇局为国家外汇管理局深圳市分局。

越南光大同创设立时，香港光大同创持有其 100%的股权。经核查，越南光

大同创设立时已履行深圳市商务局、深圳市发展和改革委员会相关程序取得《企业境外投资证书》及《项目备案通知书》，已取得类型为“ODI 中方股东对外义务出资”的《业务登记凭证》，设立程序符合境内关于境外投资、外汇、税收相关法律法规规定。

（2）经营活动符合所在国家或地区法律法规规定

根据境外律师出具的法律意见，**截至 2021 年 6 月 30 日，越南光大同创是根据越南法律依法成立的公司**，越南光大同创仍在建设中并没有收入，只有为其雇员进行的纳税申报，越南光大同创没有卷入越南管辖范围内的地方当局实施的任何诉讼、仲裁和处罚。

综上所述，越南光大同创的设立程序及经营活动符合境外投资、外汇、税收相关法律法规规定，符合所在国家或地区法律法规规定。

4、收购菲律宾光大同创

（1）收购程序符合境内相关法律法规规定

2018 年 5 月 2 日，香港光大同创签署《转让协议》，约定香港光大同创以 995.34 万菲律宾比索的价格收购菲律宾光大同创 99.995%的股权。

2018 年 6 月 26 日，深圳市经济贸易和信息化委员会核发《企业境外投资证书》（境外投资证第 N4403201800384 号）。

本次收购完成后，香港光大同创持有其 99.995%的股权。根据公示于中华人民共和国国家发展和改革委员会网站的“除涉及敏感国家和地区、敏感行业的企业境外投资项目外，中央管理企业境外投资项目和地方企业投资 3 亿美元及以上境外投资项目备案核准”事项问答，投资主体控制的境外企业开展非敏感类境外投资项目，投资主体不直接投入资产、权益或提供融资、担保，中方投资额 3 亿美元以下的项目无需办理有关手续。

根据香港光大同创提供的转让价款支付凭证及发行人出具的说明等，本次收购菲律宾光大同创支付的 995.34 万菲律宾比索（折合 191,800 美元）系香港光大同创以自有资金支付，不涉及境内主体直接投入资产、权益或提供融资、担保的情形，无需办理发改主管部门及外汇管理部门相关手续。

经核查，菲律宾光大同创设立时已履行深圳市经济贸易和信息化委员会相关程序取得《企业境外投资证书》，不涉及境内主体直接投入资产、权益或提供融资、担保的情形，无需办理发改主管部门及外汇管理部门相关手续，收购程序符合境内关于境外投资、外汇、税收相关法律法规规定。

（2）经营活动符合所在国家或地区法律法规规定

根据境外律师出具的法律意见，菲律宾光大同创注销前具备在菲律宾合法开展业务的所有要求、资格、执照和许可证，未违反菲律宾的任何税收法律、法规或条例。

四、说明报告期内子公司注销原因

根据发行人提供的资料，报告期内注销的子公司共 5 家，分别为北京美科、合肥光大同创、昆山美科、菲律宾光大同创、安徽创跃，注销的具体原因如下：

（一）北京美科的注销原因

注销前北京美科主要从事消费电子防护性产品的生产、销售业务，发行人拟利用地理位置优势，进一步拓展主要客户在北京地区的相关业务。由于主要客户将相关业务转移至珠三角地区，为节约运营成本发行人作出经营计划调整，注销了北京美科。

（二）合肥光大同创的注销原因

因原工厂无法满足新增生产要求需进行搬迁，根据区域投资的相关要求和政策，公司在新厂区域新设子公司安徽光大美科并注销了合肥光大同创。

（三）昆山美科的注销原因

公司设立昆山美科拟拓展模切业务，由于经营计划调整，上述业务由昆山光大同创承接并注销了昆山美科。

（四）菲律宾光大同创的注销原因

发行人拟通过菲律宾光大同创拓展菲律宾本地业务，后因菲律宾光大同创经营困难未能实现海外业务拓展目的，为节约成本及时减少亏损，发行人进行经营计划调整并注销了菲律宾光大同创。

（五）安徽创跃的注销原因

发行人拟在碳纤维业务喷漆工艺领域与其他各方展开合作并设立安徽创跃。因各方合作计划进行调整，公司决定注销安徽创跃。

五、保荐机构、发行人律师核查意见

（一）核查过程

保荐机构、发行人律师履行了以下核查程序：

1、获取发行人母公司及子公司财务报表，获取母公司与子公司对外销售明细表，了解母公司与子公司经营情况；

2、访谈发行人主要管理人员，结合母公司与子公司财务数据与经营情况，了解发行人及其一级子公司的定位、功能、在业务体系中发挥的作用，了解子公司发生亏损的原因；

3、获取母公司与子公司所得税税率表，获取母公司与子公司、子公司之间内部交易明细表，核查是否存在异常情形；

4、获取报告期发行人及境内子公司所在地税务部门出具的无违规证明；

5、查阅了深圳沃普、青岛音诺、天津茂创的工商档案、公司章程等；查阅了墨西哥光大同创工商登记资料；

6、查阅了深圳沃普、青岛音诺、天津茂创及墨西哥光大同创少数股东的调查问卷、身份证件、出具的确认函及访谈笔录，并通过国家企业信用信息公示系统及互联网检索方式对上述境内子公司相关股东的信息进行复核；

7、查阅了《审计报告》、发行人报告期内前五大客户、前五大供应商名单并进行走访，通过国家企业信用信息公示系统及互联网检索方式核查其董监高、股东情况；

8、查阅了马增龙、发行人主要供应商出具的确认函；

9、查阅了境外子公司香港光大同创、墨西哥光大同创、越南光大同创及菲律宾光大同创的设立、收购文件以及支付凭证；

10、查阅了境外律师对境外子公司出具的法律意见书；

11、查阅了马增龙出具的关于境外子公司设立原因及设立、经营活动合法性的说明文件；

12、查阅了报告期内注销子公司的工商档案以及注销文件；

13、查阅了发行人及其实际控制人出具的关于报告期内注销子公司原因的说明文件。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

1、**2020 年度、2021 年 1-6 月公司子公司发生亏损的原因主要包括项目早期研发支出等期间费用金额较高、尚未完成建设、尚未实现规模化收入、注销清算、收入规模较小等；亏损子公司不存在转移定价规避纳税义务情形；**

2、深圳沃普、青岛音诺、天津茂创、墨西哥光大同创其他股东与发行人主要客户、供应商不存在关联关系或其他密切关系，发行人与相关股东合资设立子公司具有合理性；

3、设立境外子公司的原因合理，相关子公司的获得程序及经营活动符合境外投资、外汇、税收相关法律法规规定，符合所在国家或地区法律法规规定；

4、报告期内公司部分子公司注销原因合理。

六、申报会计师核查意见

（一）核查过程

申报会计师履行了以下核查程序：

1、获取发行人母公司及子公司财务报表，获取母公司与子公司对外销售明细表，了解母公司与子公司经营情况；

2、访谈发行人主要管理人员，结合母公司与子公司财务数据与经营情况，了解发行人及其一级子公司的定位、功能、在业务体系中发挥的作用，了解子公司发生亏损的原因；

3、获取母公司与子公司所得税税率表，获取母公司与子公司、子公司之间内部交易明细表，核查是否存在异常情形；

4、获取报告期发行人及境内子公司所在地税务部门出具的无违规证明。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：**2020 年度、2021 年 1-6 月公司子公司发生亏损的原因主要包括项目早期研发支出等期间费用金额较高、尚未完成建设、尚未实现规模化收入、注销清算、收入规模较小等；亏损子公司不存在转移定价规避纳税义务情形。**

23、资金往来核查

请保荐人、申报会计师结合中国证监会《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》问题 54 的要求说明：

（1）对发行人及其控股股东、实际控制人、发行人主要关联方、董事、监事、高管、关键岗位人员等开立或控制的银行账户流水的具体核查情况，包括但不限于资金流水核查的范围、核查账户数量、取得资金流水的方法、核查完整性、核查金额重要性水平、核查程序、异常标准及确定程序、受限情况及替代措施等。

（2）核查中发现的异常情形，包括但不限于是否存在大额取现、大额收付等情形，是否存在相关个人账户与发行人客户及实际控制人、供应商及实际控制人、发行人股东、发行人其他员工或其他关联自然人的大额频繁资金往来；若存在，请说明对手方情况，相关个人账户的实际归属、资金实际来源、资金往来的性质及合理性，是否存在客观证据予以核实。

（3）结合上述情况，进一步说明针对发行人是否存在资金闭环回流、是否存在体外资金循环形成销售回款或承担成本费用、是否存在股份代持等情形所采取的具体核查程序、各项核查措施的覆盖比例和确认比例、获取的核查证据和核查结论，并就发行人内部控制是否健全有效、发行人财务报表是否存在重大错报风险发表明确意见。

【回复】

一、对发行人及其控股股东、实际控制人、发行人主要关联方、董事、监事、高管、关键岗位人员等开立或控制的银行账户流水的具体核查情况，包括但不限于资金流水核查的范围、核查账户数量、取得资金流水的方法、核查完整性、核查金额重要性水平、核查程序、异常标准及确定程序、受限情况及替代措施等。

（一）资金流水核查范围及核查账户数量

与发行人的关系	核查对象	核查账户数量
发行人及其子公司	光大同创、武汉光大同创、昆山光大同创、安徽光大美科、惠州光大同创、都江堰光大同创、深圳沃普、青岛音诺、合肥山秀、天津茂创、香港光大同创、南昌美科、合肥奔放、厦门奔方、墨西哥光大同创、越南光大同创、北京美科、合肥光大同创、昆山美科、菲律宾光大同创、安徽创跃	**88**
发行人主要关联方	汇科智选、同创智选、新纪智选投资（深圳）合伙企业（有限合伙）、广东松博纳米合金管材有限公司、光大同创控股（香港）、香港普特姆、维蓝科技	7
董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员（以下统称为“核查范围内人员”）	董事：马增龙（实际控制人）、张京涛、王辉（销售部门负责人）、马英； 监事：吴永红、何健雄、姚新安； 非董事高级管理人员：李海全； 关键岗位人员：采购部门负责人、出纳等主要财务人员	176

（二）取得资金流水的方法及完整性核查

1、发行人及其子公司

（1）取得资金流水的方法

对于发行人及其境内子公司的资金流水，保荐机构及申报会计师陪同企业人员到银行现场打印已开立银行账户清单和银行流水；对于发行人境外账户资金流水，因疫情期间无法实地前往境外银行获取，保荐机构及申报会计师通过境外账户开户银行网站获取电子版银行流水。

（2）完整性核查

关于发行人资金流水的完整性，保荐机构和会计师执行了以下程序：

1）获取发行人各主体已开立银行账户清单；

2）对发行人报告期内银行账户进行函证；

3）核查公司账套中所列示的所有银行账户，核对银行对账单余额是否与公司银行日记账期末余额一致；

4）通过交叉核查发行人、主要关联方、核查范围人员银行账户之间发生的交易核查账户完整性。

2、发行人主要关联方

对于主要境内关联方的资金流水，保荐机构及申报会计师获取已开立银行账户清单、银行流水和实际控制人出具的《关于银行账户完整性的承诺函》；对于主要境外关联方的资金流水，获取电子版银行流水和实际控制人出具的《关于银行账户完整性的承诺函》。保荐机构及申报会计师进一步通过交叉核查发行人、主要关联方、核查范围人员银行账户之间发生的交易核查账户完整性。

3、核查范围内人员

针对核查范围内人员，保荐机构及申报会计师陪同前往工商银行、农业银行、中国银行、建设银行、交通银行、邮储银行、招商银行、光大银行、北京银行、中信银行、民生银行、兴业银行等 12 家全国性主要银行和上述人员其他已开立账户的银行，取得开立账户清单，并根据账户开立情况，现场打印获取报告期内借记卡银行流水；针对核查范围内其他人员，保荐机构及申报会计师获取其已开立账户银行出具的账户清单，并根据账户开立情况，获取报告期内借记卡银行流水。

针对核查范围内人员，保荐机构及申报会计师取得《关于个人卡信息完整性的承诺》；保荐机构及申报会计师对个人账户间转账记录进行交叉核对，核查账户的完整性，并通过支付宝和云闪付 APP 的“添加银行卡”功能查询其在工商银行、农业银行、中国银行、建设银行、交通银行、邮储银行、招商银行、光大银行、北京银行、中信银行、民生银行、兴业银行、浦发银行、平安银行、广发银行、华夏银行、上海银行等 17 家主要银行的账户开立情况及清单，进一步核查账户完整性情况。

（三）核查金额重要性水平

1、发行人

对于发行人银行流水，剔除合并报表范围内主体账户划转、结汇等交易，以发行人全部流入和全部流出流水覆盖比例分别超过 70%作为核查标准。

2、发行人主要关联方

对于主要关联方银行流水，重要性水平为单笔交易达到或超过 50 万元。

3、核查范围内人员

对于核查范围内人员，重要性水平为单笔交易达到或超过 5 万元。

（四）核查程序

1、发行人

（1）对于发行人及其子公司的银行账户，陪同企业人员到银行现场打印已开立银行账户清单和报告期内银行流水；对于发行人境外银行账户，通过境外账户开户银行网站获取电子版银行流水；

（2）核查公司账套中所列示的所有银行账户，核对银行对账单余额是否与公司银行日记账期末余额一致；通过交叉核查发行人、主要关联方、核查范围人员银行账户之间发生的交易核查账户完整性；

（3）对发行人报告期各期末的银行账户余额进行函证；

（4）获取发行人报告期内银行流水、银行日记账，对报告期内的各银行账户流水超过重要性水平的收支进行双向核对，关注是否存在大额取现情形，相关关联方在报告期内是否与发行人及其子公司有异常资金往来，是否存在体外资金循环的情形；

（5）根据银行流水中显示的交易对方的名称与发行人报告期内的客户、供应商、主要客户和供应商的实际控制人、股东、董事、监事、高级管理人员进行了交叉核对。核查达到重要性水平的流水记账凭证、银行转账凭证、银行对账单三者金额、交易对方的名称是否一致。若为销售收款，检查交易对方是否为公司真实客户；若为采购付款，检查交易对方是否为发行人真实供应商。若交易对方为个人，检查该个人是否为关联方或主要客户、供应商的实际控制人，检查交易性质是否存在异常情形。

2、对于主要关联方

（1）获取主要关联方已开立银行账户清单和报告期内银行流水，对于主要境外关联方主体的资金流水，获取电子版银行流水和实际控制人出具的《关于银行账户完整性的承诺函》；

（2）通过交叉核查发行人、主要关联方、核查范围人员银行账户之间发生的交易进一步核查账户完整性；

（3）对报告期内超过重要性水平的收支进行核查；关注是否存在大额取现情形；对于大额收付，核查交易对手方是否为发行人主要客户及实际控制人、主要供应商及实际控制人、发行人股东、发行人员工、发行人董事、监事、高级管理人员、发行人其他关联方，核查是否存在异常情形。

3、核查范围内人员

（1）针对发行人实际控制人、董事（独立董事除外）、监事、高级管理人员、关键岗位人员，陪同前往工商银行、农业银行、中国银行、建设银行、交通银行、邮储银行、招商银行、光大银行、北京银行、中信银行、民生银行、兴业银行等 12 家全国性主要银行和上述人员其他已开立账户的银行，取得开立账户清单，并根据账户开立情况，现场打印获取报告期内借记卡银行流水；针对核查范围内其他人员，获取其已开立账户银行出具的账户清单，并根据账户开立情况，获取报告期内借记卡银行流水；

（2）针对所有核查范围内人员，取得《关于个人卡信息完整性的承诺》；对个人账户间转账记录进行交叉核对，核查账户的完整性，并通过支付宝和云闪付 APP 的“添加银行卡”功能查询其在工商银行、农业银行、中国银行、建设银行、交通银行、邮储银行、招商银行、光大银行、北京银行、中信银行、民生银行、兴业银行、浦发银行、平安银行、广发银行、华夏银行、上海银行等 17 家主要银行的账户开立情况及清单，进一步核查账户完整性情况；

（3）对报告期内超过重要性水平的收支进行核查；关注是否存在大额取现情形；对于大额收付，核查交易对手方是否为发行人主要客户及实际控制人、主要供应商及实际控制人、发行人股东、发行人员工、发行人董事、监事、高级管

理人员、发行人其他关联方，核查是否存在异常情形。

（五）异常标准及确定程序

1、发行人

（1）是否存在银行账户不受发行人控制或未在发行人财务核算中全面反映的情况，是否存在发行人银行开户数量等与业务需要不符的情况；

（2）大额资金往来是否存在重大异常，是否存在与发行人经营活动、资产购置、对外投资等不相匹配；

（3）发行人与控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员等是否存在异常大额资金往来；

（4）发行人是否存在大额或频繁取现的情形，是否无合理解释。

2、发行人主要关联方

（1）相关核查主体的资金流水是否存在大额取现情形；

（2）相关核查主体的资金流水与发行人主要客户、主要供应商及其实际控制人是否存在大额频繁资金往来，且无法合理解释；

（3）相关核查主体的资金流水与发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员、核心人员及其他关联自然人是否存在大额频繁资金往来，且无法合理解释。

3、核查范围内人员

（1）核查相关人员是否存在大额取现、大额支付等异常情形；

（2）核查其是否与发行人主要客户及其实际控制人、主要供应商及其实际控制人存在大额频繁资金往来；

（3）核查其是否与发行人股东、发行人员工或其他关联自然人存在大额频繁资金往来；

若存在上述情形，保荐机构和申报会计师逐笔进行核查，核查相关账户的实

际归属、资金来源及其合理性。

（六）受限情况及替代措施

1、境外主体流水获取情况

对于发行人及发行人境外关联方主体的资金流水，因疫情期间无法实地前往境外银行获取。作为替代措施，保荐机构及申报会计师通过境外账户开户银行网站获取电子版银行流水。

2、外部独立董事流水情况

（1）受限情况

发行人独立董事冯泽辉、李建伟、唐都远因不参与公司实际日常经营管理且流水涉及个人隐私，未提供银行流水。

（2）替代措施

1）通过对公司报告期内银行流水、现金日记账等的核查，关注独立董事及其控制或任董事、高级管理人员的关联法人在报告期内与发行人是否存在大额异常资金往来；

2）通过对前述核查范围内人员报告期内的银行资金流水的核查，关注独立董事及其控制或任董事、高级管理人员的关联法人在报告期内与公司控股股东、实际控制人、董事（独立董事除外）、监事、高级管理人员、关键岗位人员是否存在大额异常资金往来；

3）获取独立董事与公司、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员之间不存在利益往来，不存在为公司代收收入及代垫费用情形的承诺。

二、核查中发现的异常情形，包括但不限于是否存在大额取现、大额收付等情形，是否存在相关个人账户与发行人客户及实际控制人、供应商及实际控制人、发行人股东、发行人其他员工或其他关联自然人的大额频繁资金往来；若存在，请说明对手方情况，相关个人账户的实际归属、资金实际来源、资金往来的性质及合理性，是否存在客观证据予以核实

报告期内中介机构根据上述核查程序，对核查范围内的银行账户进行核查过程中，发现的异常情形如下：

（一）发行人银行账户核查

报告期内，发行人与关联方存在非经营性资金往来，相关情况发行人已在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“九、关联交易”之“（三）偶发性关联交易”进行了披露。

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

除报告期内已披露的偶发性关联资金拆借外，发行人大额资金往来不存在重大异常，与发行人经营活动、资产购置、对外投资等相匹配，与其主要客户及实际控制人、主要供应商及实际控制人、发行人股东、发行人其他员工或其他关联自然人不存在其他异常交易情形；上述资金往来存在客观证据予以证实。

公司已针对规范和减少关联方资金往来建立了《关联交易管理办法》《防范控股股东及关联方资金占用管理制度（草案）》等相关内部控制制度，公司现行内控制度完善并得到了有效地执行。截至 2019 年末，公司与关联方之间的资金拆借余额均已清理完毕，清理完毕后未再发生资金拆借情形。

（二）主要关联法人银行流水核查

报告期内，主要关联方均不存在大额取现情形。除股东投资款、关联资金拆借、同一控制范围内资金拆借、汇科智选与同创智选历史沿革中股权转让款、股权激励增资款、分红款项、证券投资与保险款项、拟注销清算款项外，主要关联法人大额收支情况如下表所示：

单位：万元

序号	主要关联法人	交易对手方	币种	金额	资金往来性质
1	汇科智选	深圳市深沃商行	RMB	**520.00**	用于拆借给马增龙
2		马增龙	RMB	**-590.00**	**主要用于个人家庭事项资金周转、证券投资、亲戚朋友借贷往来等**
3	广东松博纳米合金管材有限公司	TECHNO PARTNERS JAPAN INC	RMB	-200.00	根据《技术转让合同》（编号：20190801A），款项为支付超细管材生产

序号	主要关联法人	交易对手方	币种	金额	资金往来性质
					技术相关专利费用
4	光大同创控股（香港）	香港光大同创	USD	19.18	收到香港光大同创支付的收购同一控制下菲律宾光大同创股权款
5		朱志强	USD	-26.00	向马增龙朋友借出款项，对方未还款，截至目前人民法院已经判决对方归还，目前正在执行过程中**且已经偿还200万元人民币**
6	维蓝科技	朱志强	USD	-120.00	
7		纬创资通	USD	49.67	结清应收款项
8		仁宝电脑	USD	78.33	结清应收款项
9		光大同创有限	USD	-97.55	结清应付款项
10		昆山光大同创	USD	-152.12	结清应付款项
11		合肥光大同创	USD	-20.00	结清应付款项
12		上海光大同创新材料有限公司	USD	-25.07	结清应付款项

因报告期期初维蓝科技存在对仁宝电脑、纬创资通的应收款项及对公司、部分关联方应付款项，维蓝科技于报告期内结清大额应收款项 128.00 万美元，结清大额应付款项 294.75 万美元。报告期内维蓝科技未实际经营业务，上述结清款项所涉及的业务均发生在报告期前。

保荐机构和申报会计师取得了发行人、主要关联方、核查范围内人员银行流水，对相互往来事项予以交叉核查确认；取得了专利转让合同、业务收支相关订单；取得了与朱志强相关事项的诉讼资料。

经核查，除前述情形外，公司主要关联方在报告期内不存在大额或频繁取现的情形，大额资金往来不存在重大异常，不存在与发行人主要客户及实际控制人、主要供应商及实际控制人、发行人股东、发行人其他员工或其他关联自然人的大额频繁资金往来的情形。上述资金往来主要为资金拆借款、结清业务往来款、专利费用款等，大额资金往来具有合理性，存在客观证据予以证实。

（三）核查范围内人员银行流水核查

1、大额取现情形

报告期内，核查范围内人员存在如下大额（单笔达到或超过 20 万元）取现情形：

单位：万元

核查范围人员	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度	
	大额取现合计金额	用途	大额取现合计金额	用途	大额取现合计金额	用途	大额取现合计金额	用途
马增龙	-	-	45.00	主要用于购房款项	300.00	主要用于个人消费、装修支出、亲属朋友借款等	695.00	主要用于个人消费、购房款项、亲属朋友借款、装修支出、备用金
张京涛	-	-	23.00	个人日常支出	-	-	22.99	个人日常支出

对于上述大额取现，保荐机构和申报会计师取得了马增龙、张京涛关于大额取现用途的说明；取得了借款往来的协议、购房合同、装修支出合同等对上述事实予以确认，不存在异常情形，存在客观证据予以证实。

经核查，马增龙上述取现款项中，其中 70.00 万元借予其姐夫熊杰用于个人资金周转，双方借贷往来款项尚未结清。除此之外，上述人员银行取现不存在与发行人主要客户及实际控制人、主要供应商及实际控制人、发行人股东、发行人其他员工或其他关联自然人的大额频繁资金往来情形。

2、大额收付情形

报告期内，核查范围内人员大额收支（单笔达到或超过 20 万元）主要为银行贷款借还款、本人不同账户间转账、证券与理财产品投资与赎回、直系亲属转账、亲戚朋友借贷往来、关联资金拆借、发行人和员工持股平台历史沿革中的股权转让款、分红款及相关税费、年终奖金、购房及装修款项、个人其他日常支出等。保荐机构和申报会计师查阅了交易内容，获取了大额往来确认函、借款协议、购房合同、装修合同、保险合同、股权转让协议、个人所得税税收完税证明等资料，查验相关往来的真实性，未发现异常的大额收付情形。

（1）相关个人账户与发行人主要客户及实际控制人、主要供应商及实际控制人大额频繁资金往来

经核查，核查范围内人员个人账户不存在与发行人主要客户及实际控制人、主要供应商及实际控制人大额频繁资金往来情形。

（2）相关个人账户与发行人股东、发行人其他员工或其他关联自然人的大额频繁资金往来

1）马增龙个人账户

报告期内，马增龙个人账户与发行人股东、发行人其他员工或其他关联自然人存在如下大额资金往来情形：

单位：万元

序号	交易对手方	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度	资金往来性质
1	刘丽珍	-	100.00	-	-1,484.60	个人资金周转，已结清
2	张细招（刘丽珍母亲）	-	-	22.00	-	代刘丽珍还款
3	夏侯早耀	-	-	43.80	79.10	偿还其向马增龙的借款
4	石慧	-	-	-	-	个人资金周转，已结清
5	徐阳	-	-	-	20.00	个人资金周转，已结清
6	林志鸿	-	-	-	-92.00	代关联方支付费用
7	张红	-	-89.00	-100.00	-	代缴海港城物流股权转让、同创智选份额转让税款
8	潘洪龙	-	-	-	-22.89	代缴昆山光大同创股权转让税款
9	马增敬	**200.00**	-300.00	300.00	-	**个人资金周转，尚未结清**
10	熊杰	-	-	-	-53.00	个人资金周转，尚未结清
11	**张京涛**	**-50.00**	-	-	-	**偿还报告期前借款，已结清**

刘丽珍为公司股东前海钰禧执行事务合伙人，2018 年度刘丽珍向马增龙拆

入资金 1,534.60 万元并当年偿还 50 万元，上述拆入资金的主要用途情况如下：

单位：万元

用途	2018年度
向朋友进行资金拆借	850.00
代马增龙支付购房款项	585.00
向家庭成员（其母亲）转账	99.60

保荐机构和申报会计师取得了上述资金往来的相关凭证、购房合同等资料对相关事项进行核实，经核查，上述资金用途不存在与主要客户及其实际控制人、主要供应商及其实际控制人、除马增龙之外的发行人其他股东、发行人其他员工大额往来情形；除刘丽珍向其家庭成员转账外，不存在与除马增龙之外的光大同创其他关联自然人大额往来情形。

截至 2020 年末刘丽珍与马增龙的上述往来款项已经结清。具体的还款情况如下：

序号	还款时间	还款事项	还款金额（万元）
1	2018年6月	刘丽珍朋友将资金转入马增龙账户、代为偿还款项	799.00
2	2018年6月	刘丽珍向马增龙还款	50.00
3	2018年3月-11月	刘丽珍代马增龙支付购房款项	585.00
4	2019年9月	刘丽珍母亲张细招代为偿还款项	22.00
5	2020年9月	刘丽珍向马增龙还款	100.00

刘丽珍除间接持有光大同创的股权外，还持有其他公司股权。在长期的生产经营过程中，积累了一定的经营及现金分红所得以及其他财产所得。刘丽珍偿还向马增龙借款的资金来源为自有资金，资金来源合法。2018 年刘丽珍向马增龙拆借资金，主要原因是 2018 年 1 月刘丽珍向光大同创有限借出资金 1,000.00 万元用于满足光大同创有限的流动性需求，导致其个人资金流较为紧张，上述事项已经作为关联交易在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“九、关联交易”之“（三）偶发性关联交易”中予以披露。光大同创有限于当年度陆续向刘丽珍偿还完毕前述关联资金拆借金额后，刘丽珍偿还了向马增龙的拆入款项。

夏侯早耀为公司股东，报告期内夏侯早耀向马增龙偿还大额资金 122.90 万

元，系偿还其向马增龙的借款，截至 2019 年末双方的上述借款已经结清。

石慧为公司员工，马增龙于 2019 年向其借出 30.00 万元用于个人资金周转，相关款项已于当年偿还，双方往来款项已结清；徐阳为公司员工，马增龙 2018 年向其借出资金用于个人周转，相关款项已于当年偿还，双方往来款项已结清。林志鸿原为公司员工，马增龙于 2018 年向其支出资金 92.00 万元，为代关联方上海光大同创新材料有限公司支付劳务费用。张红、潘洪龙均原为公司员工，马增龙与上述二人的大额资金往来均为上述二人代马增龙缴纳相关股权转让的个人所得税等税费。

马增敬为马增龙的姐姐，报告期内马增龙存在向马增敬借款情形，相关款项均用于偿还马增龙从汇科智选取得的借款，马增龙与马增敬之间款项尚未结清；熊杰为马增龙的姐夫，报告期内马增龙向熊杰转账 53.00 万元，主要用于熊杰个人资金周转，双方款项尚未结清。

张京涛为公司股东，2021 年 1-6 月马增龙向张京涛偿还大额资金 50.00 万元，系偿还报告期前的借款，截至 2021 年 6 月末，双方借贷款项已结清。

2）张京涛个人账户

报告期内，张京涛个人账户与发行人股东、发行人其他员工或其他关联自然人存在如下大额往来情形：

单位：万元

序号	交易对手方	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度	资金往来性质
1	王国堂	-	-	-	63.64	个人资金周转，已结清
2	张京川	-	-32.00	-	-	个人资金周转，未结清
3	**马增龙**	**50.00**	**-**	**-**	**-**	**收到报告期前借款还款，已结清**

报告期内，张京涛收到公司员工王国堂偿还的报告期前借款大额资金 63.64 万元，双方往来款项已结清；向其兄长张京川借出资金合计 32.00 万元用于其个人资金周转，双方往来款项尚未结清。**2021 年 1-6 月马增龙向张京涛偿还大额资**

金 50.00 万元，系偿还报告期前的借款，截至 2021 年 6 月末，双方借贷款项已结清。

3）王辉个人账户

报告期内，王辉个人账户与发行人股东、发行人其他员工或其他关联自然人存在如下大额往来情形：

单位：万元

序号	交易对手方	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度	资金往来性质
1	潘腾	50.00	-	-	-	借款用于购房，尚未结清

因购房资金需求，王辉于 2021 年上半年度向公司员工潘腾借入 50.00 万元，相关款项尚未偿还。

4）李海全个人账户

报告期内，李海全个人账户与发行人股东、发行人其他员工或其他关联自然人存在如下大额往来情形：

单位：万元

序号	交易对手方	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度	资金往来性质
1	王国堂	-	-	-20.00	30.00	个人资金周转，已结清

报告期内，因李海全个人资金周转需求，于 2018 年度向王国堂借入 30.00 万元。**李海全已经于报告期内偿还完毕相关借款，双方往来款项已结清。**

保荐机构和申报会计师向核查范围内人员了解资金往来情况，查阅了交易内容，获取了大额往来确认函、借款协议、购房合同、装修合同、保险合同、股权转让协议、个人所得税税收完税证明等资料，查验相关往来的真实性，核查确认相关大额收付不存在异常情形。

经核查，除前述披露情形外，核查范围内人员不存在个人账户与主要客户及实际控制人、主要供应商及实际控制人、发行人其他股东、发行人其他员工或其他关联自然人大额往来情形，存在客观证据予以证实。

三、结合上述情况，进一步说明针对发行人是否存在资金闭环回流、是否存在体外资金循环形成销售回款或承担成本费用、是否存在股份代持等情形所采取的具体核查程序、各项核查措施的覆盖比例和确认比例、获取的核查证据和核查结论，并就发行人内部控制是否健全有效、发行人财务报表是否存在重大错报风险发表明确意见

（一）针对发行人是否存在资金闭环回流、是否存在体外资金循环形成销售回款或承担成本费用、是否存在股份代持等情形所采取的具体核查程序、各项核查措施的覆盖比例和确认比例、获取的核查证据和核查结论

1、发行人不存在资金闭环回流情形

保荐机构和申报会计师剔除合并报表范围内主体账户划转、结汇等交易，以发行人全部流入和全部流出流水覆盖比例分别超过 70%作为核查标准，对覆盖范围内银行流水中显示的交易对方的名称与发行人报告期内的主要客户、主要供应商、控股股东、实际控制人、发行人主要关联方、董事（独立董事除外）、监事、高级管理人员、关键岗位人员等进行了交叉核对。逐笔检查记账凭证、银行转账凭证、银行对账单三者金额、交易对方的名称是否一致。若为销售收款，检查交易对方是否为发行人真实客户；若为采购付款，检查交易对方是否为发行人真实供应商；若交易对方为个人，检查该个人是否为关联方或主要客户、供应商的实际控制人，检查交易性质是否具备合理性。

经核查，保荐人和申报会计师认为：发行人不存在资金闭环回流情形。

2、发行人不存在体外资金循环形成销售回款或承担成本费用情形

保荐机构和申报会计师查阅了主要关联方、核查范围内人员的银行账户清单及银行流水，对于选定重要性水平以上的金额进行了核查，覆盖率为 100%；针对大额收付检查交易对方是否为主要客户及其实际控制人或主要供应商及其实际控制人；关注发行人与主要关联方、核查范围内人员等相关重要人员是否存在异常往来。

经核查，保荐人和申报会计师认为：发行人不存在体外资金循环形成销售回款或承担成本费用情形。

3、除招股说明书已披露情形外，发行人不存在股份代持情形

保荐机构和申报会计师核查了报告期内发行人、发行人主要关联方、核查范围内人员的资金流水，核查其出资及获得现金分红情况；查阅了员工持股平台银行账户资金流入记录及实际控制人资金流水，对发行人股东、员工持股平台人员进行访谈，核查公司报告期内是否存在股份代持情形。

经核查，保荐人和申报会计师认为：除招股说明书已披露情形外，发行人不存在股份代持情形。

（二）发行人内部控制是否健全有效、发行人财务报表是否存在重大错报风险

根据《中华人民共和国会计法》和《企业内部控制基本规范》，结合公司实际情况，发行人制定了《内部审计制度》、《控股子公司管理办法》、《防范控股股东及关联方资金占用管理制度（草案）》、《关联交易管理办法》、《对外担保管理制度》、《采购付款流程》、《应收作业流程管理规定》、《费用报销管理制度》、《生产过程品质控制程序》、《资产盘点管理规定》等制度用于规范公司管理。**申报会计师已经出具《内部控制的鉴证报告》（中汇会鉴[2021]7670号），认为发行人按照《企业内部控制基本规范》及相关规定于2021年6月30日在所有重大方面保持了与财务报表相关的有效的内部控制。申报会计师已经出具《审计报告》（中汇会审[2021]7667号），认为发行人财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了发行人2018年12月31日、2019年12月31日、2020年12月31日、2021年6月30日的合并及母公司财务状况以及2018年度、2019年度、2020年度、2021年1-6月的合并及母公司经营成果和现金流量。**

经核查，保荐机构和申报会计师认为：发行人内部控制健全有效，发行人财务报表不存在重大错报风险。

24、关于信息披露

申报文件显示：

（1）发行人在招股说明书合并利润表中披露的营业成本、销售费用与盈利能力分析中存在差异。

（2）发行人仅披露截至招股说明书签署日，公司不存在资金、资产被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用的情况，未披露报告期内的情况，不符合《招股说明书准则》第六十一条的披露要求。

请发行人：

（1）更正营业成本、销售费用的披露，并核查招股说明书等申报文件是否存在其他披露有误的情形。

（2）按照《招股说明书准则》第六十一条的要求披露报告期内是否存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业以借款、代偿债务、代垫款项或者其他方式占用的情况。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、更正营业成本、销售费用的披露，并核查招股说明书等申报文件是否存在其他披露有误的情形

财政部于 2017 年 7 月 5 日发布《企业会计准则第 14 号——收入（2017 年修订）》（财会[2017]22 号），公司自 2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则。新收入准则下，公司以控制权转移作为收入确认时点的判断标准。公司在履行了合同中的履约义务，即在客户取得相关商品控制权时确认收入。根据原有企业会计准则，公司发生的综合物流费用在“销售费用”科目中予以列示，根据新的企业会计准则 2020 年公司发生的合同履约成本综合物流费用，应在营业成本列示。

为保证报告期内营业成本、销售费用分析过程中数据的可比性，公司在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、盈利能力分析”章节中，将 2020 年应在“营业成本”科目中列示的综合物流费列示在“销售费用”科目数据中，导致发行人在招股说明书合并利润表中披露的引自《审计报告》的营业成本、销售费用与“十、盈利能力分析”部分中存在差异，差异金额即为综合物

流费金额。公司已经在《招股说明书》（申报稿）中通过表格注释的形式加以说明。

为便于投资者方便阅读及理解，公司在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、盈利能力分析”章节中，对综合物流费的列示方式进行了说明和调整，具体情况如下：

“（二）营业成本分析

1、公司营业成本构成

报告期内，公司营业成本构成如下：

单位：万元

项目	**2021 年 1-6 月**		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	**占比**	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务成本	**30,988.24**	**97.54%**	54,333.79	97.86%	37,146.57	97.27%	28,788.82	97.10%
其他业务成本	**782.81**	**2.46%**	1,188.72	2.14%	1,042.24	2.73%	861.19	2.90%
营业成本合计	**31,771.06**	**100.00%**	55,522.50	100.00%	38,188.80	100.00%	29,650.01	100.00%

按照新收入准则规定，2020 年起由公司承担的综合物流费应计入“合同履约成本”，公司将与已确认收入对应的综合物流费调整至“营业成本”核算。报告期内，公司营业成本分别为 29,650.01 万元、38,188.80 万元、55,522.50 万元、31,771.06 万元，2019 年、2020 年营业成本分别较上年增加 28.80%、45.39%，与同期营业收入的增长幅度基本相符。公司营业成本中的绝大部分为主营业务成本，与营业收入构成相匹配。

2、主营业务成本按产品类别构成分析

报告期内，公司主营业务成本按照产品类别的构成情况如下：

单位：万元

项目	**2021 年 1-6 月**		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	**占比**	金额	占比	金额	占比	金额	占比
防护性产品	**19,232.61**	**62.06%**	34,775.14	64.00%	28,813.55	77.57%	24,112.33	83.76%

项目	**2021 年 1-6 月**		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	**占比**	金额	占比	金额	占比	金额	占比
功能性产品	**10,398.47**	**33.56%**	17,721.04	32.62%	7,201.97	19.39%	3,303.96	11.48%
其他	**1,357.16**	**4.38%**	1,837.60	3.38%	1,131.05	3.04%	1,372.53	4.77%
合计	**30,988.24**	**100.00%**	54,333.78	100.00%	37,146.57	100.00%	28,788.82	100.00%

从上表中可以看出，防护性产品、功能性产品业务对公司主营业务成本的贡献最大，报告期内合计成本占比分别为 95.23%、96.96%、96.62%、95.62%，为公司主营业务成本的主要组成部分。

（五）期间费用分析

报告期内，期间费用及其占营业收入比例情况如下：

单位：万元

项目	**2021 年 1-6 月**		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	**占比**	金额	占比	金额	占比	金额	占比
销售费用	**1,327.56**	**3.07%**	2,725.07	3.28%	5,216.57	7.86%	4,021.42	8.15%
管理费用	**2,743.61**	**6.35%**	7,722.29	9.29%	6,631.64	9.99%	5,706.56	11.56%
研发费用	**1,441.14**	**3.34%**	2,968.31	3.57%	2,798.27	4.21%	1,493.45	3.02%
财务费用	**808.81**	**1.87%**	2,668.61	3.21%	129.72	0.20%	-354.20	-0.72%

1、销售费用

报告期内，公司销售费用及其构成情况如下：

单位：万元

项目	**2021 年 1-6 月**		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	**占比**	金额	占比	金额	占比	金额	占比
综合物流费	-	-	-	-	2,566.77	49.20%	2,025.88	50.38%
职工薪酬	**788.78**	**59.42%**	1,563.74	57.38%	1,182.14	22.66%	1,098.64	27.32%
业务招待费	**416.63**	**31.38%**	796.12	29.21%	847.12	16.24%	571.78	14.22%
交通差旅费	**80.21**	**6.04%**	200.38	7.35%	266.56	5.11%	169.33	4.21%
咨询服务费	**8.74**	**0.66%**	42.69	1.57%	197.60	3.79%	48.63	1.21%
其他	**33.20**	**2.50%**	122.14	4.48%	156.39	3.00%	107.15	2.66%

项目	**2021 年 1-6 月**		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	**占比**	金额	占比	金额	占比	金额	占比
合计	**1,327.56**	**100.00%**	2,725.07	100.00%	5,216.57	100.00%	4,021.42	100.00%

报告期内，公司销售费用分别为 4,021.42 万元、5,216.57 万元、2,725.07 万元、1,327.56 万元，占当期营业收入的比例分别为 8.15%、7.86%、3.28%、3.07%，伴随营业收入规模的迅速扩大，销售费用占营业收入的比例相应有所下降。按照新收入准则，2020 年起由公司承担的综合物流支出计入“合同履约成本”，公司将与收入对应的综合物流费调整入“营业成本”核算，因此 2020 年销售费用金额下降幅度相对较大。

销售费用中主要项目变动情况具体分析如下：

（1）综合物流费用

综合物流费主要系将货物从生产地运输到客户要求目的地的运输费用、在客户生产所在地周边的 VMI 及中转仓库存放货物产生的仓储费以及货物出口报关产生的报关费等支出。2018 年、2019 年，公司综合物流费用金额分别为 2,025.88 万元、2,566.77 万元，占营业收入的比例分别为 4.10%、3.87%，占营业收入的比例相应有所下降。**2020 年、2021 年 1-6 月公司综合物流费金额为 2,841.27 万元、1,615.10 万元并计入营业成本科目，占营业收入的比例为 3.42%、3.74%。**

防护性产品体积及占地面积相对较大、为综合物流费的主要产生来源。报告期内公司防护性产品收入占比分别为 71.60%、65.50%、57.16%、59.36%，报告期内综合物流费用占营业收入的比例与上述防护性产品的收入占比变动趋势保持一致，具有合理性。”

二、按照《招股说明书准则》第六十一条的要求披露报告期内是否存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业以借款、代偿债务、代垫款项或者其他方式占用的情况

上述内容已经在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“**六、公司最近三年及一期资金占用和违规担保情况**”中披露如下：

“公司近三年及一期内不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企

业进行担保的情况。

公司报告期内曾存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业以借款形式占用的情况，具体情况如下：

单位：万元

关联方名称	期初公司应付余额	当期公司应付贷方发生额	当期公司应付借方发生额	期末公司应付余额
2018 年度				
马增龙	4,016.65	700.00	5,066.02	-349.37
2019年度				
马增龙	-349.37	349.37	-	-

2018 年末马增龙曾占用公司资金 349.37 万元，主要原因是 2018 年 12 月 26 日至 12 月 27 日，公司向马增龙偿还关联拆借资金 600.00 万元。2019 年初经财务核算公司向马增龙多偿还了 349.37 万元，从而产生了资金占用情形。2019 年 1 月 7 日，马增龙将 349.37 万元返还公司账户，关联资金拆借余额清理完毕。经核查，马增龙占用公司资金期间即 2018 年 12 月 26 日至 2019 年 1 月 7 日，其相关账户无大额转账、大额支出或取现情形，占用款项的还款来源均为公司多偿还的资金。

截至 2019 年末，公司与上述关联方之间的资金拆借余额均已清理完毕，未再出现和产生资金占用情形。公司已针对规范和减少关联方资金往来及占用建立了《关联交易管理办法》《防范控股股东及关联方资金占用管理制度（草案）》等相关内部控制制度，公司现行内控制度完善并得到了有效地执行。公司召开第一届董事会第七次会议和 2021 年第二次临时股东大会审议通过了《关于确认最近三年关联交易的议案》，就公司报告期内的关联交易事项予以确认；公司独立董事发表了对该等关联交易予以确认的独立意见。报告期内，上述公司与关联方之间的资金拆借未对公司的独立性以及财务状况、经营成果等造成重大不利影响。公司董事会、股东大会已审议通过确认报告期内发生的关联交易的议案，公司独立董事发表了对该等关联交易予以确认的独立意见，认为该等关联交易不存在影响公司独立性的情形，不存在损害公司和股东利益的行为。”

公司控股股东、实际控制人均已经出具了《避免资金占用的承诺函》，承诺：

1、本人/本企业及本人/本企业实际控制的企业（除公司及其子公司外），今后不会以任何理由、任何形式占用公司及其子公司资金。

2、本人/本企业严格遵守《公司法》及中国证监会关于上市公司治理的有关规定，维护公司的独立性，绝不损害公司及其他中小股东利益。

3、本承诺具有法律效力，如有违反，本人/本企业除按照有关法律规定承担相应的法律责任外，还将向发行人承担民事赔偿责任。

三、保荐机构、申报会计师核查意见

（一）核查过程

保荐机构、申报会计师主要履行了如下核查程序：

1、查阅了公司报告期内的财务报表及审计报告，并将公司招股说明书中的财务数据与审计报告中的财务数据进行比对；

2、查阅了《企业会计准则第 14 号——收入（2017 年修订）》（财会[2017]22 号）等相关规定以及同行业上市公司的相关案例；

3、取得了公司报告期内的综合物流费用明细数据；

4、查阅了《招股说明书准则》中关于信息披露要求的相关规定；

5、查阅了公司报告期内的银行账户和流水记录；查阅了公司报告期内控股股东、实际控制人及其控制的其他企业的银行账户和流水记录。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、发行人在招股说明书合并利润表中披露的营业成本、销售费用与盈利能力分析中存在差异，系由于公司自 2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则。为保证报告期内营业成本、销售费用分析过程中数据的可比性，公司在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、盈利能力分析”章节中，将 2020 年应在“营业成本”科目中列示的综合物流费列示在“销售费用”科目数据中，导致发行人在招股说明书合并利润表中披露的营业成本、销售费用与“十、盈利能

力分析”部分中存在差异。

为便于投资者方便阅读及理解，公司在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、盈利能力分析”章节中，对综合物流费的列示方式进行了说明和调整，确保信息披露数据保持一致。招股说明书中不存在其他披露有误的情形；

2、公司已经按照《招股说明书准则》第六十一条的要求披露，对报告期内是否存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业以借款、代偿债务、代垫款项或者其他方式占用的情况进行了补充披露。

25、关于申报文件

（1）发行人是否披露行业主要法律法规政策对发行人经营发展的影响，如是，发行人应重点结合报告期内新制定或修订、预计近期将出台的与发行人生产经营密切相关的主要法律法规、行业政策的具体变化情况，披露对发行人经营资质、准入门槛、运营模式、行业竞争格局等持续经营能力方面的具体影响。

（2）发行人报告期内是否存在客户与供应商、客户与竞争对手重叠的情形，如是，发行人应在招股说明书中披露相关交易内容、交易金额及占比、交易原因及合理性。

（3）发行人报告期内各期前五大供应商相比上期是否存在新增的前五大供应商，如是，除供应商基本情况外，发行人还应在招股说明书中披露该新增供应商的成立时间，采购和结算方式，合作历史，与该供应商新增交易的原因，与该供应商订单的连续性和持续性。

（4）报告期内发行人是否存在现金交易。如是，发行人应按照《首发业务若干问题解答》问题 42 的相关规定，在招股说明书中披露存在现金交易的原因、必要性与合理性、是否符合行业经营特点、相关方是否为关联方，相关收入确认及成本核算的原则与依据等八个方面的内容，并列表披露报告期各期现金交易金额、占当期销售金额（如为现金销售）或采购总额的（如为现金采购）比例，并披露保荐人对发行人现金交易真实性、合理性和必要性的核查结论。

（5）报告期各期发行人主要产品毛利率同比变动是否较大。如是，发行人应在招股说明书中结合主要产品的单位销售价格、单位成本、产品供需、客户等因素变化情况，披露并分析主要产品毛利率发生较大波动的原因。

（6）报告期各期末发行人商业承兑汇票是否按规定计提坏账准备。如是，发行人应在招股说明书中披露商业承兑汇票的坏账计提情况及计提的充分性，是否存在收入确认时以应收账款进行初始确认后转为商业承兑汇票结算的情形，是否已经按照账龄连续计算的原则对应收票据计提坏账准备；是否存在应收票据未能兑现的情形，坏账准备计提是否充分及理由。

（7）报告期末发行人是否存在已背书或贴现且未到期的应收票据。如是，发行人应在招股说明书中分别披露终止确认和未终止确认余额、期后兑付情况，是否符合终止确认条件。

（8）报告期内发行人是否存在《首发业务若干问题解答》问题 28 关于应收款项的相关情形。如是，发行人应按照《首发业务若干问题解答》问题 28 的相关规定，在招股说明书中披露相关内容。

【回复】

一、发行人是否披露行业主要法律法规政策对发行人经营发展的影响，如是，发行人应重点结合报告期内新制定或修订、预计近期将出台的与发行人生产经营密切相关的主要法律法规、行业政策的具体变化情况，披露对发行人经营资质、准入门槛、运营模式、行业竞争格局等持续经营能力方面的具体影响

公司已经在招股说明书“第六节 业务和技术”之“二、发行人所处行业基本情况”中予以补充披露，具体如下：

“（二）所属行业的行业主管部门、行业监管体制、行业主要法律法规政策及对发行人经营发展的影响

……

5、新出台的法律法规及对公司的影响

2021 年 1 月，工信部出台了《基础电子元器件产业发展行动计划 2021-2023

年》，重点推广智能终端市场，瞄准智能手机、穿戴式设备、无人机等智能终端市场，推动微型片式阻容元件、微型大电流电感器、微型射频滤波器等各类电子元器件应用。

推动消费电子终端产品行业的发展，也将促进与其相关产业的快速发展，扩大其对应防护性、功能性产品的需求，从而进一步扩大其对应市场。故作为消费电子类产业链的一员，公司发展前景良好，报告期内主要法律法规对其经营资质、准入门槛、运营模式、行业竞争格局等持续经营能力不会产生重大不利影响，具体分析如下：

（1）经营资质

自设立以来，公司一直专注于消费电子防护性和功能性产品行业，始终聚焦于消费电子保护类、缓冲类、模切类及碳纤维背板等产品的研发、生产与销售业务。根据《产品质量法》第十四条规定，企业根据自愿原则可以向国务院市场监督管理部门认可的或者国务院市场监督部门授权的部门认可的认证机构申请企业质量体系认证，经认证合格的由认证机构颁发企业质量证书。公司已经获得质量管理体系认证、环境管理体系认证、职业健康安全管理体系认证，有利的推动了公司产品质量管控，获得了客户高度认可。

（2）准入门槛

2019 年，国家发改委及工业和信息化部门发布的《产业结构调整指导目录（2019 年本）》和《工业和信息化部关于促进制造业产品和服务质量提升的实施意见》规定新型电子元产品制造、电子产品用材料属于“鼓励类”项目范畴，提出国家积极推动信息技术产业迈向中高端、支持各类电子产品创新中心建设、加强关键共性技术攻关、积极推进创新成果的商品化、产业化等。上述政策变化有利于行业不断走向高端化，智能化，自动化方向，随之而带来的行业壁垒，准入门槛可能因此有所提高。公司已在此行业钻研多年，与行业内主要优质客户签订了长期合作协议，且合作关系不断深化，其产品质量以及研发技术已获得客户认可，准入门槛的提高有利于公司继续稳固其在行业内的地位、声誉并不断发展新的客户资源。

（3）运营模式

2021 年工信部发布的《基础电子元器件产业发展行动计划 2021-2023 年》指出国家鼓励企业立足于自身优势，全力打造战略性、全局性产业链，为客户提供一体化服务。公司自设立以来一直致力于自身运营模式上的不断优化，不断完善其现代企业管理制度，形成了结构合理、责任明确的内部管理体制，整合各部门与运营管理部门的配合与流程，力争为客户提供最完善的服务。经过多年的实践，公司已形成一套完备的运营管理模式，获得了客户认可。

（4）行业竞争格局

2017 年国务院发布的《国务院关于进一步扩大和升级信息消费持续释放内需潜力的指导意见》以及 2021 年工信部发布的《基础电子元器件产业发展行动计划 2021-2023 年》都指出未来下游消费电子行业将促进新信息产品消费，升级智能化，鼓励企业立足产业规模优势、部分领域优势等先发优势，打造战略性全局性产业链。因此，未来行业中，产品质量高、研发能力强、对客户需求把握准确、可以提供一体化服务的厂商，将更有机会在竞争中获利。公司自设立以来，一直深耕消费电子类防护性、功能性产品，已经形成自己独特的核心技术、研发体系、创新结构，并且与众多优质客户建立了良好的合作关系，其产品质量、科研技术以及提供一体化服务的能力已获取客户认可，因此在行业竞争中占据有利地位。”

保荐机构核查了公司报告期内所处行业的主要法律法规、产业政策及相关规定。经核查，保荐机构认为：报告期内新制定或修订、预计近期将出台的与公司生产经营密切相关的主要法律法规、行业政策的相关趋势和变化对公司无重大不利影响。公司已按照要求披露行业主要法律法规政策对公司的经营资质、准入门槛、运营模式、行业竞争格局等持续经营能力方面的影响。

二、发行人报告期内是否存在客户与供应商、客户与竞争对手重叠的情形，如是，发行人应在招股说明书中披露相关交易内容、交易金额及占比、交易原因及合理性

公司已经在招股说明书“第六节 业务与技术”之“五、销售情况和主要客

户”中予以补充披露，具体内容如下：

“（七）报告期内客户与供应商、客户与竞争对手重叠的情况

报告期内，公司存在同时向同一客户采购原材料/OEM 产品或向同一供应商销售产品或向竞争对手销售产品的情况，具体情况如下：

单位：万元

项目	**2021 年 1-6 月**		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	**占比**	金额	占比	金额	比例	金额	比例
向客户采购	**40.03**	**0.15%**	42.98	0.09%	1,597.89	4.94%	7.65	0.04%
向供应商销售	**850.22**	**1.97%**	1,329.90	1.60%	1,214.41	1.83%	1,055.39	2.14%
向竞争对手销售	-	-	7.48	0.01%	45.32	0.07%	265.10	0.54%

注：上表中占比为采购金额/销售金额占当期采购总金额/销售总金额的比例。

1、报告期内公司向客户采购情况

报告期内，发行人存在向客户采购的情形，采购金额分别为 7.65 万元、1,597.89 万元、42.98 万元和 40.03 万元，占当期采购总额的比例分别 0.04%、4.94%、0.09%和 0.15%，2018 年、2020 年和 2021 年 1-6 月的采购金额及占采购总额的比例较小。

2019 年公司向客户采购金额相对较大，主要原因为公司于 2019 年 10 月收购了昆山上艺的相关资产并承接其客户资源，当年向其采购存货 1,564.74 万元。鉴于客户资源的承接和转换需要一定时间，在昆山上艺之客户的供应商转换至发行人之前，公司向昆山上艺销售功能性产品并由昆山上艺销售给最终客户，导致存在昆山上艺既是公司客户又是公司供应商的情形。

在正常业务开展过程中，公司存在少量需要客户所生产的产品的情况。公司根据内部采购流程向其采购，具有合理性。**除昆山上艺外，公司向其他客户采购金额占公司采购金额的比例分别为 0.04%、0.10%、0.09%和 0.15%，采购内容主要为 EPE 卷和模切产品，金额较小且占比很低。**

2、报告期内发行人向供应商以及竞争对手销售情况

报告期内，发行人存在向供应商销售的情形，销售金额分别为 1,055.39 万

元、1,214.41 万元、1,329.90 万元和 850.22 万元，占营业收入的比例分别为 2.14%、1.83%、1.60%和 1.97%，销售金额和占营业收入的比例相对较小，主要是向供应商销售生产过程中产生的 EPE 可回收材料。报告期内，公司存在向竞争对手销售产品的情形，销售金额分别为 265.10 万元、45.32 万元、7.48 万元和 0 万元，占营业收入的比例分别为 0.54%、0.07%、0.01%和 0%，销售金额和占营业收入的比例较小。

综上所述，公司存在客户与供应商重叠以及向竞争对手销售的情形，所涉及的交易均真实发生，交易具有合理性。”

保荐机构核查了公司报告期内的销售清单及采购清单；核查了报告期内客户与供应商的重合情况以及客户中是否存在竞争对手的情况；访谈了报告期内公司的销售负责人及采购负责人，了解客户与供应商重合的相关原因；抽查了上述客户与供应商的相关销售及采购明细。

经核查，保荐机构认为公司存在客户与供应商重叠以及向竞争对手销售的情形，所涉及的交易均真实发生，交易具有合理性。

三、发行人报告期内各期前五大供应商相比上期是否存在新增的前五大供应商，如是，除供应商基本情况外，发行人还应在招股说明书中披露该新增供应商的成立时间，采购和结算方式，合作历史，与该供应商新增交易的原因，与该供应商订单的连续性和持续性

公司已经在招股说明书“第六节 业务与技术”之“六、采购情况和主要供应商”中予以披露，具体如下：

“3、公司报告期内新增主要供应商的具体情况

序号	供应商名称	成立时间	注册资本	经营范围	股权结构	主要采购结算方式	合作历史	采购金额（万元）			
								2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
1	昆山上艺	2001 年 7 月	1,666.95 万美元	开发、生产和加工：电脑、手机、汽车电子配件，绝缘、导电、导热、电磁波等新型材料，新型电子元器件，五金冲压件，无纺布、擦拭布及新型包装材料。销售公司自产产品，提供产品售后服务。道路普通货物运输。自有房屋租赁	WENPRO INTERNATIONAL CORP 持有 100%股权	电汇	2019 年收购昆山上艺之相关资产	-	0.25	1,564.74	-
2	无锡山秀	2015 年 5 月	500 万元	电子产品、塑料制品、电力电子元器件、碳纤维制品的技术开发、技术转让、技术咨询及技术服务；电子产品、特种纤维制品及碳纤维复合材料制品的制造及销售；自营和代理各类商品及技术的进出口业务	景徐荣持有 58.00%股权、刘鲜旗持有 30.00%股权、闵月持有 12.00%股权	电汇	2019 年公司子公司合肥山秀开始向其采购碳纤维板材合作至今	**2,436.81**	2,067.65	21.74	-
3	苏州淼鑫精密电子有限	2011 年 5 月	150 万元	生产、销售：电子元件、机械配件、模具；销售：汽车	张惠英持有 53.33%股权、钱振娟持有 46.67%	电汇	2019 年公司子公司合肥	**1,294.89**	1,768.71	1.19	-

	公司			配件、机电产品、电子产品、不干胶、高温胶带；自营和代理各类商品及技术的进出口业务	股权		山秀委托其加工碳纤维板材后合作至今				
4	深圳市天之娇塑料制品有限公司	2010 年 2 月	1,060 万元	一般经营项目是：PE 珍珠棉的研发与销售；电子辅料、包装制品、包装材料的研发与销售；国内贸易；货物及技术的进出口。许可经营项目是：PE 珍珠棉的生产；普通货运	张燕锋持有 90.00%股权、张小梅持有 10.00%股权	电汇	2017 年公司开始向其采购 EPE 板及 EPE 产品并持续合作至今	**631.69**	1,131.22	1,173.07	455.32
5	华景微纳科技（苏州）有限公司	2018 年 6 月	1,000 万元	塑胶制品、包装材料的生产、加工、销售；电子材料、金属材料、五金工具、机械设备、纸制品、木制品的销售；塑胶制品领域内的技术开发、技术服务；货物及技术的进出口业务	戴煌毅持有 58.00%股权、黄庆林持有 32.00%股权、周琪持有 10.00%股权	电汇	2018 年公司开始向其采购 EPE 板，2020 年停止合作	-	-	871.52	41.01
6	安徽明讯	2013 年 3 月	9,793.94 万元	光学级电子保护膜研发、生产、销售；新能源应用材料、环保节能材料、电子产品配套材料销售；自营和代理各类商品的进出口业务（国家限定公司经营或禁止进出口的商品除外）	吴凌峰持有 47.27%股权、上海明宣企业管理咨询合伙企业（有限合伙）持有 10.21%股权、上海明涅企业管理咨询合伙企业（有限合伙）持有 10.21%股权、黄山高新毅达新安江专精特	电汇	2018 年公司开始向其采购保护膜、胶带等并持续合作至今	**390.93**	1,897.89	708.98	-

					新创业投资基金（有限合伙）持有 5.20%股权、昆山华创毅达股权投资企业（有限合伙）等 14 位股东持有 27.11%股权						

4、发行人与该供应商订单的连续性和持续性

无锡山秀 2020 年成为公司新增前五大供应商。2019 年 1 月，公司与无锡山秀合作成立合肥山秀，双方共同合作发展碳纤维背板业务。2019 年受处于合作初期、设备采购调试、客户认证安排、客户需求进度等因素影响，合肥山秀向无锡山秀采购碳纤维板材金额较小。伴随上述工作的不断推进和拓展，2020 年合肥山秀向无锡山秀采购碳纤维板材采购金额相对较大并成为公司 2020 年新增主要供应商。**伴随碳纤维业务规模的不断扩大，公司在向无锡山秀采购原材料的同时积极拓展其他的碳纤维原材料供应渠道，新增拓展其他的原材料供应商同时积极建设自有碳纤维板材生产线。截至本问询函回复出具日，公司已经同国内其他碳纤维原材料供应商建立合作联系并进行采购。伴随生产经营规模的逐步扩大、采购渠道的逐步优化、自有生产线的建成达产，未来公司在向无锡山秀进行关联采购的同时向其他供应商的采购金额及自产金额将逐步扩大，关联采购金额的占比将逐步下降。**

苏州淼鑫精密电子有限公司 2020 年成为公司新增前五大供应商。该供应商主要向公司提供模内成型、喷漆等碳纤维背板外协加工服务。发行人正逐步建设碳纤维背板加工能力，形成产能后将逐步减少外协加工的业务占比。鉴于产能的实现具有一定过程且产能在部分情况下可能无法满足业务需求，因此短期内发行人将依然向其采购外协加工服务。

昆山上艺 2019 年成为公司新增前五大供应商。2019 年公司收购了昆山上艺的相关资产并承接其客户资源，收购资产主要为机械设备、存货等。截至目前昆山上艺已不具备生产能力，除在过渡期内继续协助发行人完成客户的承接转换以及对外出租厂房外，未再从事任何其他生产经营活动。**2020 年、2021 年 1-6 月向其采购金额分别为 0.25 万元、0 万元。**

报告期内，公司向深圳市天之娇塑料制品有限公司采购 EPE 板和 EPE 产品的金额分别为 455.32 万元、1,173.07 万元、1,131.22 万元和 631.69 万元，公司将根据需要以及公司的供应商管理制度，择优向其进行采购。

2018 年和 2019 年，公司向华景微纳科技（苏州）有限公司采购 EPE 板金额分别为 41.01 万元、871.52 万元。EPE 板原材料市场供应较为充足，公司对单个

供应商不存在重大依赖。公司未来采购时将根据原材料具体需求型号、采购价格、供应速度、产品质量、服务情况等因素从供应商库中择优选择合适的供应商进行采购。”

保荐机构核查了公司报告期内的采购清单；查阅了报告期内各期前五大供应商的名单；查阅了报告期内主要供应商的工商信息资料；访谈了采购部门负责人，了解与主要供应商的结算方式与合作历史；访谈了采购部门负责人，了解与上述供应商未来合作的可持续性。

经核查，保荐机构认为公司报告期内各期前五大供应商相比上期存在新增供应商情况。

四、报告期内发行人是否存在现金交易。如是，发行人应按照《首发业务若干问题解答》问题42的相关规定，在招股说明书中披露存在现金交易的原因、必要性与合理性、是否符合行业经营特点、相关方是否为关联方，相关收入确认及成本核算的原则与依据等八个方面的内容，并列表披露报告期各期现金交易金额、占当期销售金额（如为现金销售）或采购总额的（如为现金采购）比例，并披露保荐人对发行人现金交易真实性、合理性和必要性的核查结论

公司已经在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、盈利能力分析”之“（一）营业收入分析”中予以补充披露，具体如下：

“6、现金交易情况

报告期内，公司存在零星偶发的现金销售及现金采购，与营业收入、营业成本占比的情况如下：

单位：万元

项目	**2021 年 1-6 月**	2020 年	2019 年	2018 年
现金销售金额	**0.22**	3.15	8.03	4.07
营业收入	**43,189.85**	83,127.42	66,402.75	49,372.70
现金销售占营业收入比例	**0.00%**	0.00%	0.01%	0.01%
现金采购金额	**-**	0.07	-	-
营业成本	**30,155.96**	52,681.23	38,188.80	29,650.01

现金采购占营业成本比例	-	0.00%	-	-

注：按照新收入准则规定，2020 年起由公司承担的综合物流费应计入“合同履约成本”，公司将与收入对应的综合物流费调整至“营业成本”核算，为保持报告期内数据的可比性，上述营业成本为扣除“综合物流费”后的金额。

报告期各期，公司现金销售及现金采购金额均较小、占比极低，主要为报告期内零星偶发的产品销售及小额采购。公司制定了《货币资金管理制度》，对现金的使用范围、管理等方面做出了明确规定，并有效的保留现金交易的相关证据，保证其交易的真实性与完整性。同时，公司要求客户、供应商尽可能通过银行转账的方式进行交易，以降低现金交易的频率与额度。报告期内，公司有效执行了相关规章制度，现金销售与采购金额较小。公司现金交易相关收入确认及成本核算合理。

经核查，保荐机构认为报告期内发生现金交易金额较小、占比极低，主要为零星偶发的产品销售及小额采购，具有真实业务背景，其进行交易的客户或供应商与公司均不存在关联关系。”

五、报告期各期发行人主要产品毛利率同比变动是否较大。如是，发行人应在招股说明书中结合主要产品的单位销售价格、单位成本、产品供需、客户等因素变化情况，披露并分析主要产品毛利率发生较大波动的原因

公司已经在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”中予以补充披露，具体内容如下：

“3、公司主要产品毛利率变动情况

（2）功能性产品毛利率变动情况

报告期内，公司功能性产品毛利率分别为 72.64%、65.63%、47.59%、34.14%，毛利率水平有所下降且幅度相对较大，具有合理性，具体情况如下：

报告期内公司功能性产品毛利率变化及各项产品的毛利率贡献率情况如下：

项目	**2021 年 1-6 月**			2020 年		
	毛利率	**收入贡献率**	**毛利率贡献率**	毛利率	收入贡献率	毛利率贡献率
智能穿戴类	**72.17%**	**20.31%**	**14.66%**	75.60%	35.26%	26.66%

个人电脑类	**22.63%**	**62.92%**	**14.24%**	29.89%	45.37%	13.56%
智能手机类	**32.42%**	**14.65%**	**4.75%**	38.51%	18.71%	7.20%
其他类	**23.18%**	**2.12%**	**0.49%**	25.95%	0.66%	0.17%
合计	**34.14%**	**100.00%**	**34.14%**	47.59%	100.00%	47.59%

续上表

项目	2019 年			2018 年		
	毛利率	收入贡献率	毛利率贡献率	毛利率	收入贡献率	毛利率贡献率
智能穿戴类	78.22%	67.27%	52.62%	77.70%	87.93%	68.32%
个人电脑类	34.55%	16.52%	5.71%	20.26%	1.59%	0.32%
智能手机类	45.12%	15.58%	7.03%	38.83%	8.81%	3.42%
其他类	43.91%	0.64%	0.28%	34.61%	1.67%	0.58%
合计	65.63%	100.00%	65.63%	72.64%	100.00%	72.64%

报告期内，公司功能性产品毛利率波动情况如下：

项目	**2021 年 1-6 月较 2020 年**			2020 年较 2019 年			2019 年较 2018 年		
	毛利率因素影响	**收入占比因素影响**	**毛利率贡献率变化**	毛利率因素影响	收入占比因素影响	毛利率贡献率变化	毛利率因素影响	收入占比因素影响	毛利率贡献率变化
智能穿戴类	**-0.70%**	**-11.30%**	**-12.00%**	-0.92%	-25.03%	-25.96%	0.35%	-16.05%	-15.70%
个人电脑类	**-4.57%**	**5.24%**	**0.68%**	-2.12%	9.97%	7.85%	2.36%	3.02%	5.39%
智能手机类	**-0.89%**	**-1.56%**	**-2.46%**	-1.24%	1.41%	0.17%	0.98%	2.63%	3.61%
其他类	**-0.06%**	**0.38%**	**0.32%**	-0.12%	0.01%	-0.11%	0.06%	-0.36%	-0.30%
合计	**-6.21%**	**-7.24%**	**-13.46%**	-4.40%	-13.64%	-18.04%	3.75%	-10.76%	-7.01%

1）公司功能性产品毛利率 2019 年相较于 2018 年下降 7.01 个百分点的原因

2019 年相较于 2018 年，公司功能性产品毛利率下降 7.01 个百分点，主要是由于智能穿戴产品毛利率贡献率下降 15.70 个百分点、个人电脑产品及智能手机类产品毛利率贡献率上升 9.00 个百分点，合计导致功能性产品毛利率下降 6.71 个百分点。具体情况如下：

智能穿戴类产品的毛利率贡献率下降了 15.70 个百分点。受收购昆山上艺相

关资产并承接其客户资源、公司不断加大其他业务领域和客户拓展等多因素影响，公司功能性产品的应用领域以及客户结构不断多元化，公司应用于智能手机、个人电脑等领域的功能性产品收入金额扩大、占比不断提升，应用于智能穿戴类的功能性产品收入金额在增长的同时占功能性产品收入金额的比例有所下降、由87.93%下降至 67.27%，收入占比下降使其毛利率贡献率下降 16.05 个百分点，为其毛利率贡献率下降的主要原因。

个人电脑类及智能手机类功能性产品的毛利率贡献率合计上升了 9.00 个百分点，主要是由于上述产品的收入占比不断提升所致。2018 年、2019 年，受前述因素影响，上述两类产品的收入占比合计分别为 10.40%、32.10%，收入占比增长幅度相对较大，导致毛利率贡献率上升 5.65 个百分点，为其毛利率贡献率上升的主要原因。

2）公司功能性产品毛利率 2020 年相较于 2019 年下降 18.04 个百分点的原因

2020 年相较于 2019 年，公司功能性产品毛利率下降 18.04 个百分点，主要是由于智能穿戴类产品毛利率贡献率下降 25.96 个百分点、个人电脑类产品毛利率贡献上升 7.85 个百分点，合计导致毛利率下降 18.11 个百分点。具体情况如下：

智能穿戴类产品的毛利率贡献率下降了 25.96 个百分点。一方面，受收购昆山上艺相关资产并承接其客户资源、公司不断加大其他业务领域和客户拓展等多因素影响，公司功能性产品的应用领域以及客户结构不断多元化；另一方面，受下游客户采购因素影响，公司智能穿戴类产品的收入金额也有所下降。上述因素综合影响导致应用于智能穿戴类的功能性产品收入占功能性产品收入金额的比例下降幅度较大、由 67.27%下降至 35.26%，收入占比下降使其毛利率贡献率下降 25.03 个百分点，为其毛利率贡献率下降的主要原因。

个人电脑类产品的毛利率贡献率上升了 7.85 个百分点，主要是由于上述产品的收入占比有所提升。**受公司进一步扩大与联想集团的合作规模、碳纤维背板产品实现量产销售以及收购昆山上艺并承接其客户资源等积极因素影响，2020 年公司应用于个人电脑领域的功能性产品收入金额为 15,078.95 万元、同比增加**

11,617.10 万元、增长幅度相对较大，该类产品占功能性产品收入金额的比例由16.52%上升至 45.37%，收入占比上升使其毛利率贡献率上升 9.97 个百分点，为其毛利率贡献率上升的主要原因。

3）公司功能性产品毛利率 2021 年 1-6 月相较于 2020 年下降 13.46 个百分点的原因

2021 年 1-6 月相较于 2020 年，公司功能性产品毛利率下降 13.46 个百分点，主要是由于智能穿戴类产品毛利率贡献率下降 12.00 个百分点。具体情况如下：

智能穿戴类产品的毛利率贡献率下降了 12.00 个百分点，主要是由于其收入占比下降所致，该类产品收入金额占功能性产品收入的比例由 35.26%下降至 20.31%、导致其毛利率贡献率下降 11.30 个百分点，为智能穿戴类产品毛利率贡献率下降的主要影响因素。一方面，其他应用领域的功能性产品收入金额增长相对较大。2020 年、2021 年 1-6 月，公司碳纤维类功能性产品实现销售收入金额分别为 2,521.35 万元、2,873.32 万元，2021 年 1-6 月金额相对较大、个人电脑类功能性产品收入占比由 45.37%上升至 62.92%。另一方面，智能穿戴类功能性产品的收入金额有所减少。受下游智能穿戴产品终端市场需求变动、客户生产基地调整及越南疫情等因素影响，2021 年 1-6 月，智能穿戴类产品的收入金额为 3,166.26 万元、收入金额有所减少。上述因素综合影响导致应用于智能穿戴类的功能性产品收入占功能性产品收入金额的比例下降幅度较大、由 35.26%下降至 20.31%，收入占比下降使其毛利率贡献率下降 11.30 个百分点，为其毛利率贡献率下降的主要原因。

保荐机构主要履行了如下核查程序：查阅了发行人报告期内的财务报表及审计报告，复核并分析发行人主营业务收入及各主要产品的收入占比及毛利率情况；查阅了同行业上市公司的招股说明书、报告期内的年度报告、临时公告等公开披露文件；对发行人高级管理人员进行访谈、查阅销售清单及采购明细表，了解防护性产品及功能性产品毛利率波动的原因及合理性；对发行人高级管理人员进行访谈、查阅销售清单及采购明细表，了解防护性产品及功能性产品不同应用领域的收入占比及毛利率波动的原因及合理性。

经核查，保荐机构认为：报告期各期发行人主要产品毛利率同比变动的原因

具有合理性。

六、报告期各期末发行人商业承兑汇票是否按规定计提坏账准备。如是，发行人应在招股说明书中披露商业承兑汇票的坏账计提情况及计提的充分性，是否存在收入确认时以应收账款进行初始确认后转为商业承兑汇票结算的情形，是否已经按照账龄连续计算的原则对应收票据计提坏账准备；是否存在应收票据未能兑现的情形，坏账准备计提是否充分及理由

公司已经在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、财务状况分析”之“（一）资产状况分析”之“2、流动资产构成及其变化情况分析”之“（2）应收票据及应收款项融资”中予以补充披露，具体内容如下：

“3）报告期各期末发行人商业承兑汇票是否按规定计提坏账准备。如是，发行人应在招股说明书中披露商业承兑汇票的坏账计提情况及计提的充分性

发行人从 2019 年 1 月 1 日开始执行新金融工具准则，将商业承兑汇票及银行评级 A 级以下银行承兑汇票作为应收票据核算，将银行评级 A 级（含 A 级）以上银行承兑汇票作为应收款项融资核算，2019 年和 2020 年末对应收票据按照坏账政策计提坏账准备。发行人 2018 年执行原金融工具准则，将银行承兑汇票和商业承兑汇票全部作为应收票据核算，对商业承兑汇票和银行评级 A 级以下银行承兑汇票按照坏账政策计提坏账准备。

报告期内公司针对商业承兑汇票均按照坏账准备计提政策计提了坏账准备，坏账准备计提充分，相关计提情况如下：

单位：万元

账龄	**2021-06-30**			2020-12-31			2019-12-31			2018-12-31		
	期末余额	**坏账准备**	**计提比例**	期末余额	坏账准备	计提比例	期末余额	坏账准备	计提比例	期末余额	坏账准备	计提比例
1 年以内	**2,883.72**	**144.19**	**5%**	1,315.97	65.80	5%	1,077.14	53.86	5%	810.32	40.52	5%
1-2 年	-	-	-	-	-	-	-	-	-	28.71	2.87	10%

4）是否存在收入确认时以应收账款进行初始确认后转为商业承兑汇票结算的情形，是否已经按照账龄连续计算的原则对应收票据计提坏账准备；是否存在应收票据未能兑现的情形，坏账准备计提是否充分及理由

发行人因收入确认的应收账款转为商业承兑汇票结算后，均按照账龄连续计算的原则对应收票据计提坏账准备。应收票据未能兑现转为应收账款核算时，均按照账龄连续计算的原则对应收账款计提坏账准备。发行人在 2018 年末存在未能兑现的应收票据，系于 2018 年 8 月 3 日收到绵阳高新区恒奥电子科技有限公司出具的票据 80 万元，已在无法兑现时将应收票据转入应收账款，且按照账龄连续计算的原则计提坏账准备。报告期内公司不存在其他未能兑现的应收票据情形。坏账准备计提充分。”

保荐机构主要履行了如下核查程序：查阅了发行人报告期各期末的商业承兑汇票明细表，查阅了商业承兑汇票的出票人等信息；查阅了发行人报告期内的财务报表及审计报告；访谈发行人财务负责人，了解商业承兑汇票的坏账准备计提政策等。

经核查，保荐机构认为：报告期各期末发行人商业承兑汇票按规定计提坏账准备。商业承兑汇票的坏账计提充分，收入确认时以应收账款进行初始确认后转为商业承兑汇票结算的情形已经按照账龄连续计算的原则对应收票据计提坏账准备；应收票据到期未能兑现的情形已经充分计提坏账准备。

七、报告期末发行人是否存在已背书或贴现且未到期的应收票据。如是，发行人应在招股说明书中分别披露终止确认和未终止确认余额、期后兑付情况，是否符合终止确认条件

公司已经在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、财务状况分析”之“（一）资产状况分析”之“2、流动资产构成及其变化情况分析”之“（2）应收票据及应收款项融资”中予以补充披露，具体内容如下：

“5）报告期末已背书或贴现且未到期的应收票据终止确认和未终止确认余额、期后兑付情况

报告期各期末发行人已背书或者贴现且在资产负债表日尚未到期的票据如下（包含在应收票据及应收款项融资科目中列示的所有应收票据）：

单位：万元

项目	2021 年 6 月 30 日	截至 2021 年	兑付比例

	期末终止确认金额	**期末未终止确认金额**	**小计**	**11 月已兑付金额**	
银行承兑汇票	**939.39**	**-**	**939.39**	**939.39**	**100.00%**
商业承兑汇票	**-**	**504.19**	**504.19**	**504.19**	**100.00%**
合计	**939.39**	**504.19**	**1,443.58**	**1,443.58**	**100.00%**
项目	2020 年 12 月 31 日			**截至 2021 年 11 月已兑付金额**	兑付比例
	期末终止确认金额	期末未终止确认金额	小计		
银行承兑汇票	664.15	10.00	674.15	**674.15**	**100.00%**
商业承兑汇票	-	842.65	842.65	842.65	100.00%
合计	664.15	852.65	1,516.80	**1,516.80**	**100.00%**
项目	2019 年 12 月 31 日			**截至 2021 年 11 月已兑付金额**	兑付比例
	期末终止确认金额	期末未终止确认金额	小计		
银行承兑汇票	429.41	-	429.41	429.41	100.00%
商业承兑汇票	-	665.35	665.35	665.35	100.00%
合计	429.41	665.35	1,094.76	1,094.76	100.00%
项目	2018 年 12 月 31 日			**截至 2021 年 11 月已兑付金额**	兑付比例
	期末终止确认金额	期末未终止确认金额	小计		
银行承兑汇票	188.07	-	188.07	188.07	100.00%
商业承兑汇票	-	365.14	365.14	365.14	100.00%
合计	188.07	365.14	553.22	553.22	100.00%

发行人将已背书或贴现且在资产负债表日尚未到期的 A 级以上银行承兑汇票终止确认；将商业承兑汇票及 A 级以下银行承兑汇票未终止确认。上述应收票据的期后兑付情况良好，符合财政部于 2017 年发布的修订后的《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》和《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》相关规定。”

保荐机构主要履行了如下核查程序：查阅了发行人报告期各期末的承兑汇票明细表；查阅了发行人报告期内的财务报表及审计报告；访谈发行人财务负责人，了解承兑汇票的坏账准备计提政策等；查看了承兑汇票的期后兑付情况。

经核查，保荐机构认为报告期末发行人的应收票据期后兑付情况良好，符合

终止确认条件。

八、报告期内发行人是否存在《首发业务若干问题解答》问题28关于应收款项的相关情形。如是，发行人应按照《首发业务若干问题解答》问题28的相关规定，在招股说明书中披露相关内容

公司已经在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、财务状况分析”之“（一）资产状况分析”之“2、流动资产构成及其变化情况分析”之“（3）应收账款”中予以补充披露，具体内容如下：

“7）报告期内发行人是否存在《首发业务若干问题解答》问题 28 关于应收款项的相关情形

报告期内发行人不存在以应收账款客户信用风险较低为理由不计提坏账准备、对于应收票据不计提减值准备、应收账款坏账计提比例明显低于同行业上市公司水平的情形。

①发行人报告期内应收票据、应收账款的坏账准备政策

发行人报告期内应收票据、应收账款的坏账准备政策请见招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“六、报告期内采用的主要会计政策和会计估计”之“（十一）应收款项减值”。

②发行人报告期内应收账款坏账准备政策与同行业可比上市公司对比

公司在报告期内采取了严格的信用政策，并建立了良好的应收账款内部控制制度和严格的资金回款责任制度。报告期内公司应收账款整体回收情况良好，未发生重大坏账风险。

在信用特征风险组合中，公司与同行业上市公司应收账款信用损失计提情况请见招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、财务状况分析”之“（一）资产状况分析”、“1、资产构成及其变化的总体情况分析”、“（3）应收账款”、“3）应收账款坏账准备计提情况分析”。

③应收账款保理

报告期内，发行人在 2020 年、2021 年 1-6 月以应收客户账款申请了保理业

务，对应的应收账款情况如下：

单位：万元

出质人	质押权人	**2021 年 6 月 30 日**			2020 年 12 月 31 日		
		账面余额	**坏账准备**	**账面价值**	账面余额	坏账准备	账面价值
香港光大同创	大华银行（中国）有限公司深圳分行	**2,867.97**	**143.40**	**2,724.57**	1,015.02	50.75	964.27

因该应收账款保理业务附有追索权，发行人对应的应收账款未终止确认，继续按原有账龄确认应收账款的账龄。

保荐机构查阅了公司报告期各期末的应收账款明细表；查阅了《首发业务若干问题解答》的相关规定；查阅了应收账款保理的相关合同及凭证；查阅了公司的财务报表及审计报告；访谈了财务负责人，了解公司应收账款的坏账准备计提政策。

经核查，保荐机构认为：报告期内公司坏账准备计提政策合理，符合《首发业务若干问题解答》的相关规定。”

（此页无正文，为《关于深圳光大同创新材料股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核问询函的回复》之发行人签章页）

深圳光大同创新材料股份有限公司

2021 年 12 月 17 日

发行人董事长声明

本人已经认真阅读深圳光大同创新材料股份有限公司本次审核问询函回复的全部内容，确认本次审核问询函回复不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

发行人董事长签名：

马增龙

深圳光大同创新材料股份有限公司

2021 年 12 月 17 日

（此页无正文，为东方证券承销保荐有限公司《关于深圳光大同创新材料股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核问询函的回复》之签章页）

保荐代表人：

郑　睿　　刘俊清

东方证券承销保荐有限公司

2021 年 12 月 17 日

保荐机构董事长声明

本人已认真阅读深圳光大同创新材料股份有限公司本次审核问询函回复的全部内容，了解本次审核问询函回复的核查过程、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，本次审核问询函的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、及时性承担相应的法律责任。

保荐机构董事长：

金文忠

东方证券承销保荐有限公司

2021 年 12 月 17 日

保荐机构首席执行官声明

本人已认真阅读深圳光大同创新材料股份有限公司本次审核问询函回复的全部内容，了解本次审核问询函回复的核查过程、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，本次审核问询函的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、及时性承担相应的法律责任。

法定代表人、首席执行官：_____

马　骥

东方证券承销保荐有限公司

2021 年 12 月 17 日