关于捷邦精密科技股份有限公司

首次公开发行股票并在创业板上市

申请文件的第二轮审核问询函之回复

天职业字[2021]40848-1 号

目　　录

首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第二轮审核问询函之回复---1

关于捷邦精密科技股份有限公司

首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第二轮审核问询函之回复

天职业字[2021]40848-1 号

深圳证券交易所：

根据贵所于 2021 年 9 月 16 日出具的《关于捷邦精密科技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第二轮审核问询函》（审核函〔2021〕011116 号）（以下简称“问询函”）的要求，天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“我们”、“申报会计师”）作为捷邦精密科技股份有限公司（以下简称“发行人”或“公司”或“捷邦科技”）的申报会计师，本着勤勉尽责、诚实守信的原则，就问询函所提问题逐项进行认真讨论、核查与落实，并逐项进行了回复说明。具体回复内容附后。

关于回复内容释义、格式及补充更新披露等事项的说明：

1、如无特殊说明，本回复中使用的简称或名词释义与《捷邦精密科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书》一致；

2、本回复除另有注明外，所有金额均以人民币万元为货币单位；

3、本回复中若出现总计数尾数与所列数值总和尾数不符的情况，均为四舍五入所致。

一、问题 2、关于主营业务收入

申请文件及首轮问询回复显示：

（1）报告期内，发行人传统精密功能件应用于平板电脑的占比分别为 61.50%、43.07%、42.50%，应用于一体机电脑的占比分别为 18.48%、35.30%、23.27%，应用于笔记本电脑的占比比分别为 0.77%、3.83%、14.26%。其中，2020 年发行人传统精密功能件应用于笔记本电脑金额为 4,794.04 万元，较 2019 年增长 293.71%。

（2）2019 年、2020 年柔性复合精密功能件应用于平板电脑金额分别增长 97.78%、101.52%，应用于笔记本电脑金额分别增长 116.81%、141.48%，应用于一体机电脑金额分别增长 115.20%、37.79%。报告期各期，发行人应用于平板电脑的柔性复合精密功能件平均单位价格分别为 0.33 元/PCS、0.55 元/PCS 和 0.64 元/PCS。

（3）2019 年、2020 年苹果 iPad 出货量分别增长 15.24%、6.61%，苹果个人电脑出货量分别变动-1.05%、29.12%。

请发行人：

（1）结合主要客户 2020 年笔记本电脑出货量增长情况、笔记本电脑使用传统精密功能件数量变化情况、传统精密功能件单价变动情况等因素，分析并说明 2020 年发行人传统精密功能件应用于笔记本电脑金额大幅增长的原因。

（2）结合单个终端产品使用柔性复合精密功能件数量变化等因素，进一步分析并说明在 iPad 和个人电脑出货量、柔性复合精密功能件平均单位价格等变动较小情况下，发行人柔性复合精密功能件应用于平板电脑、笔记本电脑和一体机电脑销售金额大幅增长的原因。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【发行人回复】

一、结合主要客户 2020 年笔记本电脑出货量增长情况、笔记本电脑使用传统精密功能件数量变化情况、传统精密功能件单价变动情况等因素，分析并说明 2020 年发行人传统精密功能件应用于笔记本电脑金额大幅增长的原因

2020 年度发行人应用于笔记本电脑的传统精密功能件收入金额为 4,794.04 万元，较 2019 年度增加 3,576.38 万元，同比增长 293.71%，主要原因如下：

（一）主要终端品牌笔记本电脑出货量快速增长

2019 年度和 2020 年度，发行人笔记本电脑传统精密功能件主要应用的终端品牌为苹果，应用于苹果笔记本电脑的比例分别为 98.92%和 99.74%。根据 Strategy Analytics 统计数据，苹果 2020 年度笔记本电脑出货量为 19.7 百万台，较 2019 年度同比增长了 25.48%，终端品牌笔记本电脑出货量的增长带动了相关传统精密功能件的快速增长。

（二）新笔记本电脑型号参与的传统精密功能件数量明显增加

2019 年度和 2020 年度，发行人应用于笔记本电脑的传统精密功能件的销售数量和平均单价如下：

项目	2020 年度		2019 年度
	金额/数量	同比变动幅度	金额/数量
销售数量（万片）	8,644.99	450.51%	1,570.37
单位平均售价（元/片）	0.55	-29.49%	0.78
收入金额（万元）	4,794.04	293.71%	1,217.67

从上表可以看出，2020 年度发行人应用于笔记本电脑的传统精密功能件收入金额较 2019 年度增加 3,576.38 万元，同比增长 293.71%，主要系销售数量同比明显增长所致。

2020 年度应用于笔记本电脑的传统精密功能件销售数量同比明显增长主要系：

1、新款的 13 英寸的 Pro 笔记本电脑发行人参与的传统精密功能件数量较多，应用于新款的 13 英寸的 Pro 笔记本电脑的产品销售数量和金额明显增加

苹果于 2020 年发布了全新的 13 英寸的 Pro 笔记本电脑，发行人参与的传统精密功能件数量为 24 个，而 2019 年产生收入的旧款 13 英寸的 Pro 笔记本电脑参与的传统精密功能件数量为 12 个。同时发行人参与的新款 13 英寸的 Pro 笔记本电脑相关料号的供应商集中度有所提升。此外，在新冠疫情等因素的影响下，苹果笔记本电脑出货量同比有所增长；在前述综合因素的作用下，公司 2020 年度应用于 13 英寸的 Pro 笔记本电脑传统精密功能件销售数量为 5,918.29 万片，销售金额为 3,198.27 万元，同比增加 2,952.44 万元。

2、参与的苹果 2019 年 11 月发布的 16 英寸的 Pro 笔记本电脑项目料号数量为 13 个，在新冠疫情等因素的影响下，在 2020 年进一步放量，该项目传统精密功能件销售数量为 1,927.28 万片，销售金额为 1,356.95 万元，同比增加 636.01 万元。

二、结合单个终端产品使用柔性复合精密功能件数量变化等因素，进一步分析并说明在 iPad 和个人电脑出货量、柔性复合精密功能件平均单位价格等变动较小情况下，发行人柔性复合精密功能件应用于平板电脑、笔记本电脑和一体机电脑销售金额大幅增长的原因

报告期内，发行人柔性复合精密功能件应用于平板电脑、笔记本电脑和一体机电脑销售金额如下：

单位：万元

模式	2021 年 1-6 月	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	金额	金额	同比变动幅度	金额	同比变动幅度	金额
平板电脑	8,460.06	17,687.13	101.52%	8,776.69	97.78%	4,437.71
笔记本电脑	10,609.97	16,406.00	141.48%	6,794.06	116.81%	3,133.58
一体机电脑	2,298.14	4,571.34	37.79%	3,317.58	115.20%	1,541.61

（一）柔性复合精密功能件应用于平板电脑销售金额大幅增长的原因分析

报告期内，发行人应用于平板电脑的柔性复合精密功能件的销售数量和平均单价如下：

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	金额/数量	金额/数量	同比变动幅度	金额/数量	同比变动幅度	金额/数量
销售数量（万片）	14,146.67	27,788.62	75.33%	15,849.30	18.85%	13,335.38
单位平均售价（元/片）	0.60	0.64	16.36%	0.55	66.67%	0.33
收入金额（万元）	8,460.06	17,687.13	101.52%	8,776.69	97.78%	4,437.71

从上表可以看出，发行人 2019 年度应用于平板电脑的柔性复合精密功能件销售收入较 2018 年度增长 97.78%，主要系单位平均售价同比增长 66.67%所致。2019 年度平板电脑柔性复合精密功能件单位平均售价同比增长 66.67%，主要系部分新料号产品工艺复杂，且使用的原材料价格相对较高，销售价格相对较高，同时 2018 年度高单价的产品料号在 2019 年度销售金额有所上升所致。

发行人 2020 年度应用于平板电脑的柔性复合精密功能件销售收入较 2019 年度增加 8,910.44 万元，同比增长 101.52%，主要系销售数量同比增长 75.33%所致。

2020 年度平板电脑柔性复合精密功能件销售数量同比增长 75.33%，主要系：

1、受苹果产品发布时间及参与的柔性复合精密功能件数量增加影响

发行人参与的第二代 11 英寸的 iPad Pro 和第四代 12.9 英寸的 iPad Pro 项目在 2020 年 3 月份发布，发布时间较早，而相关项目的上一代产品在 2018 年 10 月份发布，上一代产品在 2019 年度的销售金额相对于新一代产品在 2020 年度的销售金额较少；同时，第二代 11 英寸的 iPad Pro 和第四代 12.9 英寸的 iPad Pro 项目，发行人参与的柔性复合精密功能件的数量分别为 32 个和 32 个，2020 年度参与料号的平均单价分别为 0.51 元/片和 0.85 元/片，较上一代产品在 2019 年度的参与数量分别增加 2 个和 10 个，平均单价同比分别增长 6.25%和 25.00%，综合导致相关项目较 2019 年度上一代项目销售数量增加 4,872.82 万片，销售金额同比增加 3,667.96 万元。

2、受参与苹果平板电脑产品线增加的影响

2020 年度相比 2019 年度，发行人柔性复合精密功能件产品在平板产品线上新增了 iPad air 产品线项目，参与的柔性复合精密功能件数量为 32 个，相

关项目在 2020 年度销售数量为 2,537.25 万片，销售金额为 2,096.45 万元。

（二）柔性复合精密功能件应用于笔记本电脑销售金额大幅增长的原因分析

报告期内，发行人应用于笔记本电脑的柔性复合精密功能件主要为柔性多功能键盘固定散热胶垫，应用于键盘部位。报告期内，发行人应用于笔记本电脑的柔性复合精密功能件分应用部位的收入情况如下：

单位：万元

应用部位	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
键盘部位	10,082.77	15,148.01	8,830.39	6,317.62	3,247.51	3,070.11
非键盘部位	527.20	1,257.99	781.55	476.44	412.97	63.47
合计	10,609.97	16,406.00	9,611.94	6,794.06	3,660.48	3,133.58

从上表可以看出，最近三年发行人应用于笔记本电脑的柔性复合精密功能件收入不断增加主要系应用于键盘部位的产品收入不断增加所致。

报告期内，发行人应用于笔记本电脑键盘部位的柔性复合精密功能件的销售数量和平均单价如下：

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	金额/数量	金额/数量	同比变动幅度	金额/数量	同比变动幅度	金额/数量
销售数量（万片）	437.88	544.68	241.64%	159.43	156.07%	62.26
单位平均售价（元/片）	23.03	27.81	-29.82%	39.63	-19.63%	49.31
收入金额（万元）	10,082.77	15,148.01	139.77%	6,317.62	105.78%	3,070.11

从上表可以看出，发行人应用于笔记本电脑键盘部位的柔性复合精密功能件收入不断增加，主要系销售数量不断增加所致。

最近三年，发行人应用于笔记本电脑键盘部位的柔性复合精密功能件销售数量不断增加主要原因如下：

1、2019 年度较 2018 年度销售数量增加分析

发行人于 2017 年度逐渐开始参与苹果笔记本电脑的研发设计，2018 年应

用于笔记本电脑键盘部位的柔性复合精密功能件仅覆盖 2018 年 7 月发布的 13 英寸和 15 英寸 Pro 产品机型；2019 年度相比 2018 年度，新增覆盖了 16 英寸的 Pro 产品机型，当年应用于该机型的产品销售数量为 59.11 万片，收入为 1,808.39 万元；此外，2019 年度应用于 13 英寸和 15 英寸 Pro 笔记本电脑的产品销售数量同比增加了 37.05 万片，收入同比增加了 1,397.46 万元。

2、2020 年度较 2019 年度销售数量增加分析

发行人 2018 年度和 2019 年度应用于 13 英寸和 15 英寸 Pro 笔记本电脑键盘部位的精密功能件产品共有包含发行人在内的多家供应商；受苹果于 2019 年度对键盘结构重新设计等因素的影响，发行人参与的苹果 2019 年 11 月发布的 16 英寸 Pro 机型、2020 年发布的全新的 13 英寸的 Pro 机型和 air 机型键盘部位的精密功能件产品的供应商集中度有所提升，公司份额占比有所增长。此外，根据 Strategy Analytics 统计数据，苹果 2020 年度笔记本电脑出货量为 19.7 百万台，较 2019 年度同比增长了 25.48%，终端品牌笔记本电脑出货量快速增长。在前述影响的综合作用下，2020 年度前述 3 款机型键盘部位的柔性复合精密功能件销售数量为 534.13 万片，销售金额为 14,824.14 万元。

（三）柔性复合精密功能件应用于一体机电脑销售金额大幅增长的原因分析

报告期内，发行人应用于一体机电脑的柔性复合精密功能件的销售数量和平均单价如下：

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	金额/数量	金额/数量	同比变动幅度	金额/数量	同比变动幅度	金额/数量
销售数量（万片）	1,253.31	2,603.74	75.34%	1,484.96	92.85%	770.02
单位平均售价（元/片）	1.83	1.76	-21.08%	2.23	11.50%	2.00
收入金额（万元）	2,298.14	4,571.34	37.79%	3,317.58	115.20%	1,541.61

从上表可以看出，报告期内发行人应用于一体机电脑的柔性复合精密功能件销售收入增长主要系销售数量同比增长所致。

2019 年度发行人应用于一体机电脑的柔性复合精密功能件销售数量较 2018

年度明显增加，主要系发行人参与的 27 英寸的一体机电脑产品项目，在 2019 年度进一步上量，该项目柔性复合精密功能件销售数量较 2018 年度增加 648.40 万片，收入同比增加 1,368.72 万元。

2020 年度发行人应用于一体机电脑的柔性复合精密功能件较 2019 年度明显增加，主要系（1）受新冠疫情对远程办公需求增加等因素的影响，个人电脑出货量有所上升，发行人参与的 27 英寸的一体机电脑产品项目柔性复合精密功能件销售数量同比增加 343.77 万片，收入同比增加 380.26 万元；（2）受新冠疫情对远程办公需求增加等因素的影响，发行人参与的 Mac mini 产品线相关项目柔性复合精密功能件销售数量同比增加 419.93 万片，收入同比增加 537.10 万元。

三、按应用领域对消费电子功能件和结构件收入增长原因进行分析

（一）报告期内消费电子功能件和结构件收入增长原因分析

报告期内，公司消费电子功能件和结构件按应用领域划分的情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
平板电脑	15,739.23	32,726.50	23,009.95	24,200.71
笔记本电脑	13,458.63	21,200.04	8,011.73	3,378.61
一体机电脑	11,296.79	13,761.24	14,594.39	7,501.39
智能家居	4,982.79	11,933.35	10,288.15	4,601.65
其他	1,520.50	3,243.50	2,678.81	2,831.43
合计	46,997.93	82,864.63	58,583.02	42,513.79

1、2019 年度较 2018 年度增长分析

从上表可以看出，2019 年度发行人消费电子功能件和结构件销售收入较 2018 年度增加 16,069.23 万元，主要系应用于笔记本电脑、一体机电脑和智能家居领域的产品收入增加所致。

2019 年度公司应用于笔记本电脑领域的销售收入较 2018 年度有所增加，主要系：①公司于 2017 年度逐渐开始参与苹果笔记本电脑的研发设计，2018 年应用于笔记本电脑的精密功能件及结构件产品仅覆盖 2018 年 7 月发布的 13 英寸和 15 英寸 Pro 产品机型，且相关产品主要在 2018 年下半年出货；②2019

年度新增覆盖了 16 英寸的 Pro 产品机型。

2019 年度公司应用于一体机电脑领域的精密功能结构件产品实现销售收入 14,594.39 万元，较 2018 年度增长 7,093.00 万元，主要原因系公司 2019 年度新量产出货了应用于苹果专业级电脑主机产品的精密功能件项目，相关项目销售收入增加 6,017.81 万元。

2019 年度公司应用于智能家居领域的精密功能结构件产品实现销售收入 10,288.15 万元，较 2018 年度增长 5,686.50 万元，主要原因系公司 2019 年度开发了应用于谷歌终端品牌的相关产品，相关产品在 2019 年实现量产出货，同时应用于亚马逊电视棒的产品销售收入同比增加所致。

2、2020 年度较 2019 年度增长分析

从上表可以看出，2020 年度发行人消费电子功能件和结构件销售收入较 2019 年度增加 24,281.61 万元，主要系应用于平板电脑和笔记本电脑领域的产品收入增加所致。

2020 年度公司应用于平板电脑领域的销售收入较 2019 年度增长 9,716.55 万元，主要原因系：①公司参与的第二代 11 英寸的 iPad Pro 和第四代 12.9 英寸的 iPad Pro 项目在 2020 年 3 月份发布，发布时间较早，在当年销售周期较长；同时，公司参与的第二代 11 英寸的 iPad Pro 和第四代 12.9 英寸的 iPad Pro 项目的料号数量较上代产品均有所增长；②2020 年度公司新增第四代 iPad Air 系列产品线，当年实现销售收入 3,893.40 万元。

2020 年度公司应用于笔记本电脑领域的销售收入较 2019 年度有所增加，主要系：①2019 年度应用于苹果 13 英寸和 15 英寸 Pro 笔记本电脑键盘部位的精密功能件产品共有包含发行人在内的多家供应商；受苹果于 2019 年度对键盘结构重新设计等因素的影响，发行人参与的苹果 2019 年 11 月发布的 16 英寸 Pro 机型、2020 年发布的全新的 13 英寸的 Pro 机型和 Air 机型键盘部位的精密功能件产品的供应商有所减少，供应商集中度有所提升，公司份额占比有所增长；②2020 年度新增覆盖了 13 英寸的 Air 产品机型；③根据 Strategy Analytics 统计数据，苹果 2020 年度笔记本电脑出货量为 19.7 百万台，较 2019 年度同比增长了 25.48%，终端品牌笔记本电脑出货量呈现快速增长，亦带

动了公司相关产品的快速增长。

3、2021 年 1-6 月同比变动分析

2020 年 1-6 月和 2021 年 1-6 月，公司消费电子功能件和结构件按应用领域划分的情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年 1-6 月
平板电脑	15,739.23	12,201.78
笔记本电脑	13,458.63	7,871.15
一体机电脑	11,296.79	5,357.35
智能家居	4,982.79	3,752.44
其他	1,520.50	1,090.68
合计	46,997.93	30,273.40

从上表可以看出，2021 年 1-6 月发行人消费电子功能件和结构件销售收入较上年同期增加 16,724.53 万元，主要系应用于平板电脑、笔记本电脑、一体机电脑、智能家居领域产品收入增加所致。

2021 年 1-6 月公司应用于平板电脑领域的销售收入较上年同期增长 3,537.45 万元，收入同比增长 28.99%，主要系苹果平板电脑上半年出货量同比快速增长所致。根据 IDC 的统计数据，2021 年 1-6 月苹果 iPad 产品出货量为 25.6 百万台，同比增长 26.54%。

2021 年 1-6 月公司应用于笔记本电脑领域的销售收入较上年同期增长增加 5,587.48 万元，主要系苹果个人电脑出货量同比快速增长。根据 Strategy Analytics 统计数据，2021 年 1-6 月苹果笔记本电脑出货量同比增长 45.28%。在苹果笔记本电脑出货量快速增长的情况下，公司当期应用于苹果 2020 年 11 月发布的 MacBook Air 和 13 英寸 MacBook Pro 笔记本电脑键盘部位的柔性复合精密功能件产品实现了较大幅度的收入增长。

2021 年 1-6 月公司应用于一体机电脑领域的精密功能结构件产品实现销售收入 11,296.79 万元，较上年同期增长 5,939.44 万元，除终端产品出货量增长（根据 IDC 的统计数据，2021 年 1-6 月苹果个人电脑出货量同比增长 46.10%）因素外，主要原因系 24 英寸一体机电脑终端产品在 2021 年春季进行发布，发

布当期应用于 24 英寸一体机电脑的多功能声学密封屏蔽金属盖产品实现销售收入 3,465.95 万元。此外，应用于新款一体机电脑妙控键盘的产品实现销售收入 1,251.95 万元。

2021 年 1-6 月公司应用于智能家居领域的精密功能结构件产品销售收入同比增加 1,230.35 万元，主要系随着与亚马逊和 SONOS 合作的逐渐深化，发行人参与的智能家居项目有所增加，应用于亚马逊和 SONOS 智能家居产品的收入有所增加所致。

（二）消费电子功能件和结构件 2021 年度收入增长分析

2020 年度和 2021 年度（经审阅，未经审计），公司消费电子功能件和结构件按应用领域划分的情况如下：

单位：万元

应用领域	2021 年度	2020 年度
平板电脑	30,334.21	32,726.50
笔记本电脑	27,468.43	21,200.04
一体机电脑	20,934.27	13,761.24
智能家居	13,493.16	11,933.35
其他	4,193.21	3,243.50
合计	96,423.28	82,864.63

从上表可以看出，2021 年度发行人消费电子功能件和结构件销售收入较 2020 年度增加 13,558.65 万元，主要系应用于笔记本电脑、一体机电脑和智能家居的收入增长所致。

2021 年度公司应用于笔记本电脑领域的精密功能结构件产品实现销售收入 27,468.43 万元，较 2020 年度增长 6,268.39 万元，同比增长 29.57%，主要原因系终端产品出货量持续增长。根据 Strategy Analytics 统计数据，2021 年度苹果出货量同比增长 26%。

2021 年度公司应用于一体机电脑领域的精密功能结构件产品实现销售收入 20,934.27 万元，较 2020 年度增长 7,173.03 万元，同比增长 52.12%，除终端产品出货量增长因素外，主要原因系（1）24 英寸一体机电脑终端产品在 2021 年春季进行发布，发布当年应用于 24 英寸一体机电脑的多功能声学密封屏蔽金

属盖产品销售收入同比增加 3,192.77 万元；（2）应用于新款一体机电脑妙控键盘的产品销售收入同比增加 2,733.65 万元。

2021 年度公司应用智能家居领域的精密功能结构件产品实现销售收入 13,493.16 万元，较 2020 年度增长 1,559.81 万元，主要原因系随着与亚马逊和 SONOS 合作的逐渐深化，发行人参与的智能家居项目有所增加，应用于亚马逊和 SONOS 智能家居产品的收入有所增加所致。

【申报会计师核查情况】

一、核查程序

1、取得发行人传统精密功能件销售收入明细，分析 2019 年度和 2020 年度笔记本电脑传统精密功能件的主要应用品牌，结合主要应用品牌的出货量、笔记本电脑传统精密功能件销售数量、平均销售价格、各年度项目收入情况、苹果笔记本电脑产品发布及更新时间等因素对笔记本电脑传统精密功能件收入变动进行分析；

2、取得发行人柔性复合精密功能件销售收入明细，结合各应用领域柔性复合精密功能件的销售数量、平均销售价格、各年度项目收入情况、苹果终端产品发布及更新时间等因素对应用于平板电脑、笔记本电脑和一体机电脑的柔性复合精密功能件的收入变动进行分析；

3、访谈发行人高级管理人员，了解报告期内各项目传统精密功能件和柔性复合精密功能件的料件数量，平均销售价格以及报告期内各应用领域收入波动的原因；

4、查阅 Strategy Analytics 和 IDC 等机构统计的苹果平板电脑、笔记本电脑和个人电脑的出货量。

二、核查结论

1、2020 年发行人传统精密功能件应用于笔记本电脑金额大幅增长主要系 2020 年度全新的笔记本型号项目参与的传统精密功能件数量较多，份额有所提升，且在疫情的影响下，苹果笔记本出货量同比有所增长所致；

2、2019 年度发行人柔性复合精密功能件应用于平板电脑销售金额较 2018

年度有所增加主要系平均销售价格增长所致；2020 年度发行人柔性复合精密功能件应用于平板电脑销售金额较 2019 年度有所增加主要受苹果产品发布时间、项目参与的柔性复合精密功能件数量增加，以及参与苹果平板电脑产品线增加等因素影响，销售数量同比有所增加所致；

3、最近三年，发行人柔性复合精密功能件应用于笔记本电脑销售金额不断增长主要系产品覆盖的机型数量不断增加，份额提升以及苹果笔记本电脑出货量同比有所增长所致；

4、2019 年度发行人柔性复合精密功能件应用于一体机电脑销售金额较 2018 年度增加，主要系参与的 27 英寸的一体机电脑产品项目在 2019 年度进一步上量所致；2020 年度发行人柔性复合精密功能件应用于一体机电脑销售金额较 2019 年度增加，主要系苹果个人电脑出货量同比有所增长所致。

二、问题 3、关于毛利率

申请文件及首轮问询回复显示：

（1）发行人向广达电脑销售传统精密功能件毛利率 2018 年度和 2019 年度较低，2020 年度明显提升，产品主要应用于苹果一体机电脑；向富士康销售传统精密功能件毛利率呈下降趋势。

（2）2018 年，发行人向关联方香港友事达销售柔性复合精密功能件产品毛利率较低。

（3）2019 年，发行人对向隆电子销售的柔性复合精密功能件产品的销售毛利率较低，原因系该产品为当年新承接的应用于笔记本电脑键盘部位的精密功能件，于 2019 年 10 月开始量产并向其交货。

（4）报告期内，发行人产品应用于平板电脑领域毛利率分别为 36.16%、30.13%、24.51%，应用于笔记本电脑领域毛利率分别为 37.49%、30.77%、32.35%；鸿富瀚产品应用于平板电脑领域毛利率分别为 36.80%、41.02%、42.64%，应用于电脑领域毛利率分别为 37.64%、39.29%、39.77%。

请发行人：

（1）说明 2019 年向广达电脑销售传统精密功能件销售毛利率较低的原因；在 2020 年苹果一体机出货量较少的情况下，发行人向广达电脑销售传统精密功能件销售毛利率大幅提升的合理性。

（2）结合报告期内 iPad 使用传统精密功能件的差异情况分析说明 2020 年毛利率较低的原因、iPad 更新换代对发行人毛利率的具体影响，发行人向富士康销售产品毛利率是否存在持续下滑风险。

（3）说明香港友事达是否仅为向富士康转售发行人产品，分析 2018 年发行人向无关联第三方销售同类产品的毛利率情况。

（4）说明 2019 年对向隆电子销售的柔性复合精密功能件收入确认时点是否准确，进一步分析 2019 年对其销售毛利率较低的原因。

（5）分析并说明报告期内可比公司鸿富瀚产品应用于平板电脑、电脑领域毛利率相对稳定，但发行人产品应用于上述领域毛利率波动较大的原因。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【发行人回复】

一、说明 2019 年向广达电脑销售传统精密功能件销售毛利率较低的原因；在 2020 年苹果一体机出货量较少的情况下，发行人向广达电脑销售传统精密功能件销售毛利率大幅提升的合理性

（一）2019 年向广达电脑销售传统精密功能件销售毛利率较低的原因

2018 年度和 2019 年度，公司向广达电脑销售的传统精密功能件产品按应用领域划分的收入情况如下：

单位：万元

应用领域	2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比
一体机电脑	3,400.83	86.55%	4,630.36	96.82%
笔记本电脑	450.09	11.46%	151.91	3.18%
智能家居	78.28	1.99%	-	-
合计	3,929.21	100.00%	4,782.27	100.00%

如上表所示，2018 年度和 2019 年度，公司向广达电脑销售的传统精密功能件产品均以一体机电脑领域为主。

2018 年度，公司向广达电脑销售的应用于一体机电脑的传统精密功能件产品主要系公司进入一体机电脑供应商体系初期所承接的项目，公司采取低价策略取得终端品牌厂商认可并进入该终端产品的供应商体系，因此毛利率较低。2019 年度公司向广达电脑销售的应用于一体机电脑领域的传统精密功能件产品仍以 2018 年对广达电脑产生主要收入的项目为主，因此毛利率与 2018 年度基本一致。

（二）2020 年发行人向广达电脑销售传统精密功能件销售毛利率大幅提升的合理性

2019 年度和 2020 年度，公司向广达电脑销售的传统精密功能件产品按应用领域划分的收入情况如下：

单位：万元

应用领域	2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比
一体机电脑	3,277.97	68.31%	3,400.83	86.55%
笔记本电脑	872.68	18.18%	450.09	11.46%
智能家居	648.30	13.51%	78.28	1.99%
合计	4,798.96	100.00%	3,929.21	100.00%

2020 年度，公司对广达电脑销售的传统精密功能件产品毛利率较上年有所增长，主要系应用于一体机电脑领域的传统精密功能件产品毛利率有所提升，且其收入占比有所下降。

2020 年度，受 27 英寸一体机重大更新及新品 24 英寸一体机的影响，公司当年应用于新款一体机电脑的精密功能件项目量产出货。通过 2018 年和 2019 年的前期积累，公司深度参与了相关新款一体机电脑项目料件的前期研发，相关项目毛利率较高，同时相关产品主要交付给广达电脑所致。

二、结合报告期内 iPad 使用传统精密功能件的差异情况分析说明 2020 年毛利率较低的原因、iPad 更新换代对发行人毛利率的具体影响，发行人向富士康销售产品毛利率是否存在持续下滑风险

（一）结合报告期内 iPad 使用传统精密功能件的差异情况分析说明 2020 年毛利率较低的原因、iPad 更新换代对发行人毛利率的具体影响

1、结合报告期内 iPad 使用传统精密功能件的差异情况分析说明 2020 年毛利率较低的原因

消费电子终端产品在更新换代过程中，存在新款产品沿用旧款设计及结构的情况，其所使用的精密功能件产品亦存在沿用情况，同一型号的精密功能件同时应用于新旧两款甚至多款终端产品。如新款消费电子终端产品在产品设计方面改动较小，其所使用的精密功能件产品则通常存在较高比例的沿用。

公司终端品牌客户通常每季度要求公司及其他同类供应商进行重新报价，受消费电子终端产品生命周期影响，部分型号的精密功能件及结构件产品销售价格会有不同程度的下降。因此，受前期降价影响，沿用部分的精密功能件产品虽应用于新款终端产品，但其销售价格已下降至较低水平，在产品成本未得

到明显下降的情况下，利润空间较小，毛利率相对较低。此外，上年度已实现量产的精密功能件产品同样受降价因素影响，在量产次年销售的毛利率通常低于量产当年毛利率。

公司应用于平板电脑领域的精密功能件主要应用于最终试验装配和组装环节，由于报告期内苹果平板电脑的整体外观及功能设计理念未发生较大幅度变化，产品内部结构变动不大，公司应用于平板电脑领域的精密功能件产品多以沿用为主，产品定价及利润空间受到一定影响。

2、iPad 更新换代对公司毛利率的具体影响

（1）公司精密功能件的销售价格与 iPad 等终端产品的生命周期紧密相关

公司精密功能件及结构件的价格与消费电子终端产品的生命周期紧密相关，通常终端产品在临近更新换代时，其出货量和销售价格会有所下降，精密功能件等终端产品所需的原材料的价格通常会随之下降。公司下游终端品牌客户通常每季度要求公司及其他同类供应商进行重新报价，视终端产品销量、产品所处生命周期阶段、各供应商的供货能力及品质、产品利润空间等因素，各型号的精密功能件及结构件产品销售价格会有不同程度的下降。

因此，在 iPad 产品临近更新换代时，公司应用于旧款 iPad 产品的精密功能件及结构件的销售价格及毛利率通常较量产初期呈现不同幅度下降。以 iPad 7 产品为例，苹果公司于 2019 年 9 月发布 iPad 7 产品，2019 年度和 2020 年度公司应用于 iPad 7 产品的传统精密功能件平均单价分别为 0.11 元/片和 0.08 元/片，平均销售价格下滑约 26%，毛利率相应有所下降。

（2）料号沿用比例高低对公司新量产项目毛利率水平存在一定影响

由于历代 iPad 产品在更新换代中产品设计变化及功能升级幅度不同，其在更新换代时沿用料号的占比存在一定差异。通常而言，新量产项目中非沿用上代产品结构及功能设计的料号占比越高，公司整体的定价空间越大，毛利率水平则相对较高。

由于公司应用于平板电脑领域的精密功能件及结构件主要应用于最终试验装配和组装环节，报告期内苹果平板电脑内部结构变动不大，公司应用于平板电脑领域的精密功能件及结构件产品整体以沿用为主，在生产工艺和良率等其

他因素不变的情况下，受降价因素影响，毛利率逐步下降。

综上所述，在报告期内公司应用于平板电脑领域的精密功能件及结构件产品整体以沿用为主的情况下，终端产品更新换代对于毛利率的提升作用较为有限。若未来苹果平板电脑产品设计发生较大幅度变化，预计将改善公司平板电脑领域精密功能件产品的整体毛利率水平。

（二）发行人向富士康销售产品毛利率是否存在持续下滑风险

报告期内，公司对富士康销售的毛利率呈持续下滑趋势，主要原因系平板电脑领域功能件产品毛利率下滑。2021 年 1-6 月，除平板电脑领域功能件产品毛利率下滑因素外，一体机电脑领域的精密功能件及结构件产品毛利率有所下降，主要原因系应用于新款一体机电脑的金属功能结构件产品销售收入有较大幅度增长。公司应用于一体机电脑的金属功能结构件产品主要采用外购金属部件半成品后，再结合公司功能件产品进行加工的方式进行生产，因此成本相对较高，毛利率较低。

报告期内，公司对富士康的销售产品毛利率呈持续下滑趋势。公司对富士康销售的产品以平板电脑领域的精密功能件及结构件为主，主要应用于最终试验装配和组装环节。由于近年来苹果平板电脑内部结构变动不大，公司应用于平板电脑领域的精密功能件及结构件产品多以沿用为主，受降价等因素影响，毛利率逐步下降。若未来公司应用于平板电脑领域的精密功能件及结构件产品仍以沿用为主且未能有效降低平板电脑领域精密功能件及结构件的收入占比，在公司未能有效通过改进生产工艺、提升良率水平等方式明显降低成本的情况下，公司对富士康销售产品毛利率可能面临持续下滑的风险。

三、说明香港友事达是否仅为向富士康转售发行人产品，分析 2018 年发行人向无关联第三方销售同类产品的毛利率情况

2018 年度，发行人与香港友事达产生关联销售的原因系发行人前期通过香港友事达与部分客户如富士康下属子公司鸿富锦精密电子（成都）有限公司和鸿富锦精密电子（郑州）有限公司等客户进行合作，香港友事达仅为向富士康转售发行人产品，其向富士康转售时的毛利率为 0%。公司通过香港友事达向富士康转售产品的具体流程为：香港友事达接受客户订单，发行人进行生产后，

直接发送至客户指定地点。

同型号下，发行人对香港友事达销售价格与对富士康直接销售价格基本一致，但因销售时点不同，毛利率存在一定差异。公司通过香港友事达与富士康交易的上述型号产品主要集中在 2018 年 1-3 月，自 2018 年 4 月起相关型号直接向富士康进行销售。受 2018 年 4 月起人民币兑美元贬值、生产工艺不断优化等因素影响，公司直接对富士康销售的同型号产品毛利率整体高于香港友事达前期转售给富士康的产品。

综上，香港友事达仅为向富士康转售公司产品，公司对香港友事达销售价格与对富士康直接销售价格基本一致。受汇率及生产工艺优化等因素影响，同型号产品下公司直接对富士康销售的毛利率高于香港友事达转售给富士康的毛利率。

四、说明 2019 年对向隆电子销售的柔性复合精密功能件收入确认时点是否准确，进一步分析 2019 年对其销售毛利率较低的原因

（一）对向隆电子销售的柔性复合精密功能件收入确认时点情况

报告期内，公司对向隆电子的销售均为 DDP 模式，即以向隆签收货物日期作为收入确认时点，相关收入确认时点准确，不存在提前或延迟确认收入的情况。

（二）2019 年对向隆电子销售毛利率较低的原因

2019 年，公司对向隆电子实现销售收入 1,871.50 万元，其中 A 型号产品销售金额为 1,734.35 万元，占比达 92.67%。2020 年度公司对向隆电子销售的 A 型号产品成本下降的幅度大于单价下降的幅度，使 2020 年该产品毛利率有较大幅度增长。

2019 年度公司对向隆电子销售的产品系当年新承接的应用于笔记本电脑重要组件部位的精密功能件项目，于 2019 年 10 月份开始量产并向向隆电子交货。由于该型号产品的结构多达 13 层，且需立体成型，工艺难度较高，因此其在量产初期的产量和良率水平均较低，单位成本较高。

2020 年起，公司通过优化生产工艺、提高材料利用率、产能效率及良率水

平等方式优化生产成本，使得其单位成本有较大幅度下降。

综上，公司 2019 年对向隆电子销售毛利率较低的原因系在产品量产初期生产成本较高，随着公司优化生产工艺、提高材料利用率、产能效率及良率水平，2020 年起对向隆电子的毛利率随之增长。

五、报告期内可比公司鸿富瀚产品应用于平板电脑、电脑领域毛利率相对稳定，但发行人产品应用于上述领域毛利率波动较大的原因

报告期内，公司和可比公司鸿富瀚应用于平板电脑、电脑领域毛利率情况如下：

公司名称	应用领域	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
鸿富瀚	平板电脑	未披露	42.64%	41.02%	36.80%
	电脑类	未披露	39.77%	39.29%	37.64%
发行人	平板电脑	20.80%	24.51%	30.13%	36.16%
	笔记本电脑	37.61%	32.35%	30.77%	37.49%

公司与鸿富瀚应用于相同领域的功能件产品毛利率差异较大，主要原因系产品类别、直接客户在产业链中的位置及定价体系不同。

1、产品类别及直接客户在产业链中的位置不同

根据鸿富瀚公开披露信息，其平板电脑的终端应用品牌为苹果和微软，主要销售产品为屏幕类功能性器件，直接客户主要为屏幕组件生产商，产品系生产屏幕过程中所需耗费或使用的功能性器件；电脑类产品的功能性器件收入规模较小，2020 年度其仅实现销售收入 4,876.65 万元，主要系应用于面板的胶粘及导电、导热类产品。2020 年度，鸿富瀚应用于平板电脑领域的消费电子功能性器件销售收入为 16,382.15 万元，其中对业成光电、业成科技实现销售收入 10,607.06 万元。业成光电及业成科技系富士康旗下子公司，主营业务为平板显示屏、显示器的生产。在产品交付方面，鸿富瀚应用于平板电脑领域的消费电子功能性器件主要先交付至屏幕组件厂商，相关屏幕组件厂商完成组件生产后再交付至鸿富锦、富泰华等组装厂商进行组装生产。

发行人销售的应用于平板电脑、笔记本电脑领域的精密功能件产品则以最终试验装配和组装环节中所需的精密功能件为主，主要客户为富士康旗下的鸿

富锦和富泰华，以及广达电脑、仁宝电脑等组装厂商，产品主要直接交付给组装厂商，直接客户与鸿富瀚直接客户在产业链中的位置不同。

2、产品定价体系不同

根据鸿富瀚公开披露信息，其不存在由终端品牌商直接指定客户向发行人采购功能性器件产品的情形，而是由组件生产商、制造服务商客户自主采购。富士康集团和鹏鼎控股自行决定功能性器件供应商及采购订单分配。具体分配时，通常有 4 至 5 家供应商向富士康及鹏鼎控股提交报价，选择 2-3 家作为最终供应商，后续每个季度适当调整。

公司应用于苹果终端产品的精密功能件主要由苹果指定其制造服务商或组件生产商向公司采购，相关销售价格由公司与苹果协商确定，订单分配比例主要由苹果确定。富士康、向隆电子、广达电脑、仁宝电脑等制造服务商及组件厂商根据苹果确定的价格及订单分配比例进行采购，产品定价方式及定价体系与鸿富瀚存在明显差异。由于苹果和鹏鼎控股、富士康旗下的业成光电及业成科技等厂商对于其生产过程中所需精密功能件产品的价格敏感程度、成本控制要求不同，导致公司和鸿富瀚应用于平板电脑和笔记本电脑领域的精密功能件产品毛利率水平差异较大。

综上，由于公司与鸿富瀚的产品类别、交易客户、定价体系不同，导致公司与鸿富瀚的毛利率变动趋势不一致。

【申报会计师核查情况】

一、核查程序

1、获取并查阅了公司报告期内向广达电脑销售的传统精密功能件产品的收入及毛利率情况，并访谈公司销售负责人了解毛利率的波动原因；

2、获取报告期内各款 iPad 产品使用公司传统精密功能件的具体情况及毛利率情况，并访谈公司销售负责人了解 iPad 产品更新换代对于毛利率的影响情况；

3、获取整理并查阅研究报告，了解报告期内各款 iPad 产品的发布时间及更新换代的主要内容；

4、获取报告期内公司对富士康销售的收入明细及毛利率情况，了解公司对富士康销售毛利率下滑的具体原因，并访谈公司销售负责人，了解公司对富士康的毛利率是否存在进一步下滑风险；

5、获取并查阅报告期公司对香港友事达和富士康销售的产品明细、销售单价及毛利率情况，核实同型号产品的单价及毛利率是否一致，针对毛利率差异情况访谈公司生产研发人员，了解其成本及毛利率变动的具体原因；

6、访谈发行人高级管理人员，了解发行人的收入确认时点，查阅向隆电子的采购订单，分析收入确认时点的准确性；

7、对 2019 年公司对向隆电子的销售收入进行截止性测试，核实其收入确认时点是否准确；

8、访谈公司研发及生产人员，了解并核实向隆电子 2019 年毛利率较低的具体原因；

9、查阅鸿富瀚公开披露资料，了解其与公司在产品类别、交易客户、定价体系方面的差异情况。

二、核查结论

1、公司 2019 年向广达电脑销售传统精密功能件产品毛利率较低的主要原因系 2019 年公司向广达电脑销售的应用于一体机电脑领域的传统精密功能件产品仍以 2018 年对广达电脑产生主要收入的项目为主，因此毛利率与 2018 年度基本一致；2020 年向广达电脑销售传统精密功能件产品毛利率增长的原因系当年应用于一体机电脑领域的传统精密功能件产品毛利率有所提升所致；

2、近年来公司应用于平板电脑领域的精密功能件及结构件产品整体以沿用为主的情况下，终端产品更新换代对于毛利率的提升作用较为有限。若未来公司应用于平板电脑领域的精密功能件及结构件产品仍以沿用为主且未能有效降低平板电脑领域精密功能件及结构件的收入占比，在公司未能有效通过改进生产工艺、提升良率水平等方式明显降低成本的情况下，公司对富士康销售产品毛利率可能面临持续下滑的风险；

3、香港友事达仅为向富士康转售公司产品，公司对香港友事达销售价格与

对富士康直接销售价格基本一致。受汇率及生产工艺优化等因素影响，同型号产品公司对富士康直接销售的毛利率高于对香港友事达转售给富士康的销售毛利率，具有合理性；

4、公司对向隆电子销售的柔性复合精密功能件收入确认时点为客户签收时间，相关收入确认时点准确；2019 年度公司对向隆电子销售毛利率较低的原因系在产品量产初期生产成本较高，随着公司优化生产工艺，提升材料利用率、产能效率及良率水平，2020 年起对向隆电子的毛利率随之增长；

5、由于公司与鸿富瀚在产品类别、直接客户在产业链中的位置、定价体系等方面存在差异，导致公司与鸿富瀚的毛利率变动趋势不一致。

三、问题 4、关于主要客户

申请文件及首轮问询回复显示，2019 年，根据苹果公司安排，发行人应用于笔记本电脑重要组件部位的精密功能件产品不再由广达电脑采购，改为指定向隆电子向发行人采购，由向隆电子进一步加工后再交付给广达电脑等代工厂商。2019 年发行人向广达电脑销售金额为 14,194 万元；2020 年发行人向向隆电子销售金额为 14,971.35 万元，向广达电脑销售金额为 10,752.02 万元。

请发行人分析并说明 2020 年发行人对向隆电子销售金额超过 2019 年发行人向广达电脑销售总额，且 2020 年发行人向广达电脑销售金额并未大幅下降的原因及合理性，并进一步分析说明 2020 年向隆电子成为发行人第二大客户的合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【发行人回复】

一、2020 年发行人向广达电脑销售金额并未大幅下降的原因及合理性

2019 年度和 2020 年度，公司向广达电脑销售的精密功能件及结构件产品收入按应用领域划分如下：

单位：万元

产品名称	2020 年度			2019 年度
	金额	变动金额	变动比例	金额
笔记本电脑	2,248.08	-3,071.89	-57.74%	5,319.97
一体机电脑	5,572.89	693.76	14.22%	4,879.13
智能家居	2,931.05	-1,063.84	-26.63%	3,994.89
合计	10,752.02	-3,441.98	-24.25%	14,194.00

2020 年度，公司对广达电脑实现销售收入 10,752.02 万元，较 2019 年度下降 24.25%，其中应用于笔记本电脑领域的精密功能件及结构件产品收入减少 3,071.89 万元，较 2019 年度下降 57.74%。

2019 年度，公司对广达电脑销售的应用于苹果 15 英寸和 13 英寸 Pro 笔记本电脑键盘部位的精密功能件共实现销售收入 4,602.75 万元。2019 年 11 月苹果公司发布了新一代 16 英寸笔记本电脑，由于新款 16 英寸笔记本电脑的键盘

进行了重新设计，对原材料供应链也同步进行了调整，根据苹果公司的安排，新款 16 英寸 Pro 笔记本电脑生产所需的该键盘部位的精密功能件产品不再由广达电脑向公司采购，改为指定向隆电子向公司采购。2020 年度苹果将该键盘设计全面应用到其笔记本电脑各产品线中，公司对向隆电子实现的销售收入规模随之迅速增长，公司对广达电脑的销售收入则有所下滑。

但除应用于键盘部位的精密功能件产品外，公司还向广达电脑销售应用于该 16 英寸 Pro 笔记本电脑其他部位的精密功能件产品，受 2019 年末该款 16 英寸 Pro 笔记本电脑机型发布的影响，2020 年该项目对广达电脑销售收入较 2019 年度增长 1,236.18 万元，抵减了部分原 13 英寸及 15 英寸 Pro 笔记本电脑键盘部位精密功能件收入下降的影响，因此公司 2020 年度对广达电脑的销售金额未出现大幅下降。

二、2020 年发行人对向隆电子销售金额超过 2019 年发行人向广达电脑销售总额，且成为发行人第二大客户的合理性

2020 年度，公司对向隆电子实现销售收入 14,971.35 万元，超过 2019 年对广达电脑销售总额，且向隆电子成为公司 2020 年度第二大客户，主要原因如下：

（一）公司产品覆盖的机型数量不断增加

2019 年度，公司向广达电脑销售的应用笔记本电脑键盘部位的精密功能件仅覆盖 13 英寸和 15 英寸 Pro 产品机型，共实现销售收入 4,602.75 万元。2020 年度，公司对向隆电子销售的应用笔记本电脑键盘部位的精密功能件产品型号则覆盖 13 英寸和 16 英寸 Pro 系列及 13 英寸 Air 系列共 3 个系列笔记本电脑机型，产品覆盖的机型数量不断增加。

（二）产品供应商集中度提升

2019 年度，公司向广达电脑销售的应用于 13 英寸和 15 英寸 Pro 笔记本电脑键盘部位的精密功能件产品共有包含公司在内的多家供应商；2020 年度向向隆电子销售的应用于 13 英寸和 16 英寸 Pro 及 13 英寸 Air 系列笔记本电脑键盘部位的精密功能件产品的供应商集中度有所提升，公司份额占比有所增长。

（三）终端产品出货量不断提升

根据 Strategy Analytics 的统计数据，2020 年全球笔记本电脑出货量与 2019 年相比出现了较大增长，全球笔记本电脑出货量达到 2.27 亿台，与 2019 年 1.72 亿台相比增长 31.98%。其中，苹果笔记本电脑 2020 年出货量达 19.7 百万台，较 2019 年度增长 25.48%。终端产品出货量的增长亦拉动了公司相关领域精密功能件产品的收入增长。

综上所述，受公司应用于笔记本电脑键盘部位的产品覆盖的机型数量增加、份额占比、终端产品出货量提升等因素影响，公司对向隆电子 2020 年度实现销售收入较 2019 年度实现较大幅度增长，超过 2019 年发行人向广达电脑销售总额，且成为公司 2020 年度第二大客户具有合理性。

【申报会计师核查情况】

一、核查程序

1、获取并查阅了公司报告期内对广达电脑收入明细，了解 2020 年度对广达电脑销售金额并未大幅下降的原因及合理性；

2、获取报告期公司对向隆电子的销售收入明细，了解其 2020 年度收入大幅增长并成为公司第二大客户的原因；

3、将对广达电脑的收入明细与对向隆电子的收入明细进行对比分析；

4、对向隆电子进行访谈，了解并核实其 2020 年度对公司采购规模大幅增长的原因及合理性。

二、核查结论

1、2020 年度公司对广达电脑销售收入未大幅下降主要系应用于笔记本电脑其他部位的精密功能件产品实现了一定的收入增长所致；

2、受公司应用于笔记本电脑键盘部位的产品覆盖的机型数量增加、份额占比、终端产品出货量提升等因素影响，公司对向隆电子 2020 年度实现销售收入较 2019 年度实现较大幅度增长，向隆电子成为公司 2020 年度第二大客户具有合理性。

四、问题 5、关于采购与供应商

申请文件及首轮问询回复显示：

（1）勤德五金为发行人 2020 年新增前五大供应商，变动原因系发行人金属精密功能件业务销售收入不断增长，发行人向其采购金属结构件不断增加。2020 年发行人金属精密功能结构件销售金额占主营业务收入比重为 8.63%，精密功能件销售金额占主营业务收入比重合计 90.70%。

（2）对于终端品牌厂商指定品牌的，发行人根据要求自行在市场中寻找符合要求的供应商，既可以选择该品牌原厂供应商，在有代理商的情况下也可以选择该品牌的代理商。

请发行人：

（1）结合报告期内发行人向勤德五金采购变化情况等，分析并说明在发行人 2020 年金属精密功能结构件占营业收入比重较小的情况下，勤德五金成为发行人第一大供应商的合理性。

（2）分别说明报告期内发行人自终端品牌厂商指定品牌的原厂供应商和代理商采购金额、占比，发行人自原厂供应商采购和代理商采购价格差异情况，报告期内发行人向前五大代理商采购情况，代理商是否与发行人控股股东、实际控制人、董监高及其关联方存在密切关系或资金往来。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【发行人回复】

一、结合报告期内发行人向勤德五金采购变化情况等，分析并说明在发行人 2020 年金属精密功能结构件占营业收入比重较小的情况下，勤德五金成为发行人第一大供应商的合理性

在公司 2020 年金属精密功能结构件占营业收入比重较小的情况下，勤德五金成为发行人第一大供应商的主要原因如下：

1、金属件在金属精密功能结构件成本中的占比较高，公司金属件采购需求较大

公司传统精密功能件和柔性复合精密功能件由多类原材料精密复合而成，而金属精密功能结构件主要通过特定金属材料实现支撑、屏蔽的功能，辅以粘贴材料、泡棉等柔性材料。金属材料为金属精密功能结构件的重要组成部分，在金属精密功能结构件成本中所占的比例较高。2020 年度，公司金属件采购金额与销售的金属精密功能结构件成本之比达到 87.65%。

因此，尽管金属精密功能结构件占营业收入比重较小，但随着公司不断开拓应用于电视棒和一体机电脑的金属精密功能结构件市场，公司对金属件采购需求增加，采购金额亦相对较高。报告期各期，公司金属件采购金额为 1,033.66 万元、1,634.13 万元、4,832.44 万元和 3,662.81 万元，公司金属件采购金额逐年增长。

2、金属件需要供应商根据公司的要求进行生产，公司经过长期考察选择勤德五金作为主要供应商

与胶粘类、泡棉类等通用原材料不同，公司金属精密功能件所需的金属件主要由供应商根据公司提供的设计图纸、技术参数等要素，按照要求采购相关原材料并加工为产成品或半成品后销售给公司，因此对金属件供应商的冲压能力、加工精度等要求较高。公司于 2018 年重点拓展金属精密功能结构件业务，通过询比议价的方式确定合格的金属件供应商，并开始与勤德五金等供应商开展合作。通过长期考察，勤德五金能够保证金属件的稳定供应及产品质量，满足客户的订单需求，综合实力较高，与公司建立了良好的合作关系。随着报告期内金属精密功能结构件业务规模的扩大，公司对金属件的需求增加，为保证产品的质量以及对客户订单需求的快速响应，公司主要选择向勤德五金进行采购，故对勤德五金的采购金额快速增加，勤德五金也逐步成为发行人的第一大供应商。

报告期内，发行人向勤德五金采购金额分别为 793.37 万元、1,201.31 万元、4,778.40 万元和 3,596.77 万元，相关采购对应的产成品对外销售的金额分别为 1,006.89 万元、1,711.00 万元、6,014.28 和 5,340.19 万元，采购金额与销售金额相匹配。

根据勤德五金出具的说明，2018 年度和 2019 年度发行人向勤德五金采购

的金额占勤德五金营业收入的比例在 5%以内。2020 年度和 2021 年 1-6 月发行人向勤德五金采购的金额占勤德五金营业收入的比例分别在 15%左右和 20%左右。除发行人向勤德五金采购外，同行业其他可比公司未向勤德五金采购。

勤德五金隶属中国台湾勤钦集团。根据勤钦集团官网（http://www.metaloem.com/），勤钦集团于 1980 年创立，为全方位金属五金领导厂商，勤德五金为其 1993 年在中国大陆设立的第一个厂区，现主要产销手机、平板、车载等背光系列五金件，从业人员约 2,000 人，占地面积 62,588 平方米，系国家高新技术企业。根据保荐机构、申报会计师对勤德五金的访谈，除发行人外，其金属冲压件的主要客户包括华为、富士康、宁德新能源、迈德维尔、伟创力等。

勤德五金基本工商信息如下：

公司名称	东莞勤德五金制品有限公司
成立时间	1993 年 9 月 18 日
注册资本	15,188 万港元
法定代表人	谢清泉
注册地址	东莞市塘厦镇宏业工业区
股东构成	智得有限公司（萨摩亚）持股 53.29%、勤德有限公司（香港）持股 46.71%
实际控制人	谢清泉、谢碧池、谢水模、谢阿田
经营范围	研发、生产、加工和销售：五金制品、弹簧、光学镜头零配件、散热器、精密模具、精密五金件、连接器及塑胶、端子配件、通讯类产品及配件、新能源电池类配件、人工智能设备和软件开发；从事自产产品同类商品的批发及进出口业务；研发成果形成的专利或技术的转让及代检代验服务；自有厂房出租。（以上项目不涉及外商投资准入特别管理措施）。（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）

公司及控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员与勤德五金之间不存在关联关系或其他利益安排，向其采购的过程严格按照采购相关制度执行，采购价格公允。

综上，虽然 2020 年度公司金属精密功能结构件占营业收入的比重较小，但由于金属件在金属精密功能结构件成本中的占比较高，公司金属件采购需求较大，而金属件需要供应商根据公司的要求进行生产，公司经过长期考察选择勤德五金作为金属件主要供应商，因此勤德五金于 2020 年度成为公司第一大供应

商。

二、分别说明报告期内发行人自终端品牌厂商指定品牌的原厂供应商和代理商采购金额、占比，发行人自原厂供应商采购和代理商采购价格差异情况，报告期内发行人向前五大代理商采购情况，代理商是否与发行人控股股东、实际控制人、董监高及其关联方存在密切关系或资金往来

1、公司自终端品牌厂商指定品牌的原厂供应商和代理商采购情况

报告期内，公司自终端品牌厂商指定品牌的原厂供应商和代理商采购金额、占比如下：

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
自原厂采购	10,915.71	81.84%	21,400.94	81.84%	14,292.06	75.22%	11,385.69	74.93%
自代理商采购	2,421.89	18.16%	4,748.40	18.16%	4,707.78	24.78%	3,809.11	25.07%
合计	13,337.60	100.00%	26,149.34	100.00%	18,999.84	100.00%	15,194.80	100.00%

由上表可见，对于终端品牌厂商指定品牌的原材料，公司采用向原厂供应商采购为主、向代理商采购为辅的采购模式。终端品牌厂商指定的品牌通常为3M、罗杰斯等知名品牌，公司会综合考虑价格、交货期、信用期、服务质量等因素选择向原厂供应商或代理商进行采购。

同行业可比公司领益智造、恒铭达、智动力、飞荣达、博硕科技、达瑞电子、鸿富瀚均存在向品牌代理商或贸易商进行采购的情形。其中，达瑞电子2017 年度、2018 年度、2019 年度和 2020 年 1-6 月向贸易供应商的采购金额占采购总额的比例分别为 43.61%、38.71%、31.54%和 40.79%。

2、公司自原厂供应商采购和代理商采购价格差异情况

公司自原厂供应商采购和代理商采购的价格不存在重大差异。公司会综合考虑价格、交货期、信用期等因素后选择向原厂供应商或代理商进行采购。

3、报告期内公司向前五大代理商采购情况，代理商是否与发行人控股股东、实际控制人、董监高及其关联方存在密切关系或资金往来

报告期内，公司向前五大代理商采购情况具体如下：

单位：万元

序号	供应商名称	主要采购品牌	采购金额
2021 年 1-6 月			
1	振邦电子	3M、罗杰斯	651.17
2	亚飞亚	3M	313.31
3	厚信	积水化学	154.29
4	名腾	3M、日本井上	144.25
5	上海君友贸易有限公司	3M	130.47
合计			1,393.49
2020 年度			
1	振邦电子	3M、罗杰斯	1,783.10
2	亚飞亚	3M	410.96
3	名腾	3M、日本井上	373.93
4	上海君友贸易有限公司	3M	275.44
5	厚信	积水化学	269.46
合计			3,112.90
2019 年度			
1	上海勃东电气有限公司	LAIRD	953.93
2	亚飞亚	3M	725.97
3	振邦电子	3M、罗杰斯	617.64
4	名腾	3M、日本井上	298.03
5	苏州实聚特国际贸易有限公司	3M、新纶	276.05
合计			2,871.62
2018 年度			
1	亚飞亚	3M	1,411.14
2	厚信	积水化学	333.34
3	名腾	3M、日本井上	299.76
4	飞亚荣腾	3M	248.86
5	振邦电子	3M、罗杰斯	226.46
合计			2,519.57

注：上述采购数据按受同一实际控制人控制的供应商合并计算。其中：

1、振邦电子包括：深圳市卓邦包装制品厂、振邦电子（香港）有限公司；

2、亚飞亚包括：深圳市亚飞亚电子科技有限公司、亚飞亚有限公司；

3、厚信包括：厚信包装制品有限公司、苏州利泰源胶带有限公司；

4、名腾包括：上海明腾贸易有限公司、名腾国际贸易（深圳）有限公司、Instant Power CO., Ltd.；

5、飞亚荣腾包括：苏州飞亚荣腾电子有限公司、飞亚龙腾科技有限公司。

报告期内，公司主要原材料品牌代理商与公司控股股东、实际控制人、董监高及其关联方不存在密切关系或资金往来。

【申报会计师核查情况】

一、核查程序

1、获取报告期内发行人金属精密功能结构件的销售明细及金属件的采购明细，分析勤德五金成为发行人第一大供应商的合理性；

2、访谈发行人采购负责人，了解发行人对金属件的要求，以及金属件主要向勤德五金采购的原因；

3、获取报告期内发行人自终端品牌厂商指定品牌的原厂供应商和代理商采购情况，并对两者原材料价格进行比对，访谈发行人采购负责人，了解原材料采购价格存在差异的原因；

4、获取报告期内公司控股股东、实际控制人，除独立董事外的所有董事、监事、管理管理人员及其关联方的银行流水，核查其与发行人原材料供应商中主要代理商是否存在资金往来；

5、通过国家企业信用信息公示系统、企查查等途径查询报告期内发行人供应商中主要代理商的工商信息，与发行人董监高调查表的相关信息进行比对，核查其与发行人控股股东、实际控制人、董监高是否存在关联关系；

6、取得发行人主要原材料品牌代理商出具的与发行人控股股东、实际控制人、董监高及其关联方不存在密切关系或资金往来的确认函；

7、通过企查查、勤钦集团官网查询勤德五金基本情况；对勤德五金进行访谈，获取勤德五金关于客户情况、股权结构、向捷邦科技销售占比的说明。

二、核查结论

1、发行人金属件在金属精密功能结构件成本中的占比较高，随着发行人金属精密功能结构件业务规模的逐步扩大，发行人对金属件的采购金额亦相应增加，而金属件需要供应商根据公司的要求进行生产，公司经过长期考察选择勤德五金作为金属件主要供应商，故其于 2020 年成为公司第一大供应商具备合理

性；

2、发行人自终端品牌厂商指定品牌的原厂供应商和代理商采购原材料的价格不存在重大差异；

3、发行人主要原材料品牌的代理商与公司控股股东、实际控制人、董监高及其关联方不存在密切关系或资金往来。

五、问题 6、关于应收账款周转率

申请文件及首轮问询回复显示，报告期内除恒铭达、博硕科技外，发行人应收周转率低于同行业其他可比公司。

请发行人分析说明对报告期内前五大应收账款客户的应收账款周转率差异情况，结合客户结构、信用政策差异等进一步分析并说明发行人应收账款周转率低于同行业可比公司尤其是领益智造的原因。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【发行人回复】

一、分析说明对报告期内前五大应收账款客户的应收账款周转率差异情况

报告期内，发行人前五大应收账款客户的应收账款周转率情况如下：

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
富士康	1.12	2.46	2.10	2.18
向隆电子	2.05	3.85	2.05	-
广达电脑	1.92	3.29	4.20	3.88
仁宝电脑	1.03	3.05	3.07	2.65
比亚迪	1.96	2.69	3.32	2.80
英华达	1.35	2.18	1.99	2.20
可成科技	0.96	0.45	2.02	2.14
发行人整体情况	1.39	2.61	2.55	2.38

注：应收账款周转率=营业收入/应收账款平均余额；2021 年 1-6 月应收账款周转率数据未经年化

（一）前五大应收账款客户应收账款周转率波动分析

从上表可知，最近三年，发行人对富士康、广达电脑、仁宝电脑、比亚迪、英华达的应收账款周转率整体较为稳定，波动不大。

2019 年度和 2020 年度，发行人对向隆电子的应收账款周转率分别为 2.05 和 3.85。2019 年度对向隆电子的应收账款周转率较低主要系发行人与向隆电子于 2019 年开始合作，年初无余额且收入主要发生于第四季度所致；

最近三年，发行人对可成科技的应收账款周转率分别为 2.14、2.02 和

0.45。2020 年对可成科技的应收账款周转率大幅降低主要系 2019 年度苹果委托可成科技加工专业级别的电脑主机所需的金属外壳，发行人对可成科技的销售收入迅速增长导致 2020 年期初应收账款余额较高，经苹果后期战略调整，该款产品产量减少，2020 年发行人对可成科技的销售收入大幅降低，导致 2020 年度应收账款周转率较低。

（二）前五大应收账款客户应收账款周转率整体分析

由上表可知，报告期内发行人前五大应收账款客户应收账款周转率存在一定差异，整体上，向隆电子、广达电脑、仁宝电脑和比亚迪应收账款周转率高于发行人应收账款周转率；富士康、英华达和可成科技应收账款周转率低于发行人整体应收账款周转率。

二、结合客户结构、信用政策差异等进一步分析并说明发行人应收账款周转率低于同行业可比公司尤其是领益智造的原因

发行人与同行业可比公司应收账款周转率对比如下：

公司名称	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
领益智造	1.69	3.57	3.20	3.94
安洁科技	1.62	3.05	2.78	2.83
恒铭达	1.17	2.01	2.00	1.93
飞荣达	1.43	2.75	2.90	2.67
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
平均数	1.51	3.03	3.27	2.97
发行人	1.39	2.61	2.55	2.38

数据来源：上市公司年报和半年报、招股说明书、审阅报告
注：应收账款周转率=营业收入/应收账款平均余额；2021 年 1-6 月数据未经年化

报告期内，发行人应收账款周转率为 2.38、2.55、2.61 和 1.39，高于同行业可比公司恒铭达、博硕科技，与鸿富瀚基本接近，低于领益智造、安洁科技、飞荣达、智动力和达瑞电子。

报告期内，发行人应收账款周转率低于领益智造、安洁科技、飞荣达、智

动力和达瑞电子，主要系业务结构、客户结构及信用政策存在一定差异所致，具体如下：

公司名称	业务结构	客户结构	信用政策
领益智造	精密功能及结构件：77.09% 充电器：13.85% 显示及触控模组：3.82% 材料业务：3.96% 其他：1.27%	主要客户为富士康、华为，2018 年至 2020 年第一大客户销售金额占比为 15.38%、16.14%和 21.17%，对前五大客户销售金额占比分别为 36.62%、38.90%和 44.26%	一般给予客户月结 30-120 天的信用期，平均信用期为月结 90 天，相关结算周期从次月开出发票起计算
安洁科技	智能终端功能件和精密结构件以及模组类产品：57.89% 信息存储类产品：23.01% 新能源汽车类产品：16.30% 其他：2.80%	主要客户为富士康，2018 年至 2020 年第一大客户销售金额占比为 13.53%、17.99%和 18.83%，对前五大客户销售金额占比分别为 39.67%、41.85%和 40.49%	给予客户的信用期通常为 90-120 天
飞荣达	电磁屏蔽材料及器件：33.83% 导热材料及器件：34.00% 防护功能器件：18.72% 基站天线及相关器件：10.85% 其他：2.6%	主要客户为华为，2018 年至 2020 年第一大客户销售金额占比为 23.54%、27.22%和 22.23%，对前五大客户销售金额占比分别为 59.83%、52.59%和 48.54%	通常给予 30-90 天账期，对于长期合作的业内知名客户，可以适当延长账期；对华为的账期一般为月结 60-120 天
智动力	功能性电子器件：37.93% 结构性电子器件：51.25% 其他：10.82%	主要客户为三星、OPPO，2018 年至 2020 年第一大客户销售金额占比为 66.51%、32.90%和 31.15%，对前五大客户销售金额占比分别为 89.29%、71.20%和 67.61%	通常为收款起始日 15-105 天，收款起始日分为客户收到发票的日期、双方对账确认交易金额的日期、送货月份的最后 1 天等类别，收款的金额为双方对账确认的交易金额
达瑞电子	消费电子功能性器件：70.29% 可穿戴电子产品结构性器件：22.39% 其他：7.32%	主要客户为三星视界、鹏鼎控股，2018 年至 2020 年第一大客户销售金额占比为 27.48%、41.43%和 25.46%，对前五大客户销售金额占比分别为 71.06%、66.27%和 58.15%	第一大客户三星视界为月结 30 天，其余主要客户为月结 90-120 天
发行人	精密功能件和结构件：99.33% 碳纳米管：0.67%	主要客户为富士康，2018 年至 2020 年第一大客户销售金额占比为 35.58%、36.85%和 39.52%，对前五大客户销售金额占比分别为 84.05%、80.01%和 81.03%	通常给予客户月结 90-120 天的信用期

数据来源：同行业可比公司招股说明书、H 股招股说明书、年度报告、非公开发行反馈意见回复、发行股份购买资产暨关联交易报告书、业绩说明会

注：领益智造平均信用期数据来源于 2017 年度其发行股份购买资产暨关联交易报告书，智动力主要客户信用政策数据来源于其 2017 年度招股说明书，由于领益智造及智动力上述资料披露时间均在报告期外，故相关数据可能存在滞后性；

注：业务结构数据系 2020 年度各可比公司分产品销售金额占营业收入比重。

由上表可知，目前暂不存在业务结构、客户结构及信用政策与发行人均完全一致的同行业可比公司，发行人业务结构、客户结构及信用政策与同行业可比公司均存在一定差异，具体分析如下：

（一）发行人应收账款周转率低于领益智造的原因

报告期内，领益智造应收账款周转率分别为 3.94、3.20、3.57 和 1.69，高于发行人，主要原因系：

1、业务结构差异

与发行人相比，领益智造业务结构较为多元化，除精密功能及结构件业务外，还有充电器、显示及触控模组及材料等业务，其中材料及充电器业务应收账款周转率整体较高且合计收入占比逐年增加，2019 年至 2021 年 6 月材料及充电器业务营业收入占比分别为 10.05%、17.81%和 24.86%。

2、客户结构与信用政策差异

领益智造主要客户为富士康、华为等，最近三年，领益智造前五大客户销售金额占比分别为 36.62%、38.90%和 44.26%，应收账款前五大客户余额占应收账款余额的比例分别为 37.61%、37.95%和 41.69%；发行人主要客户为富士康、比亚迪、仁宝电脑、向隆电子等，最近三年，发行人前五大客户销售金额占比分别为 84.05%、80.01%和 81.03%，应收账款前五大客户余额占应收账款余额的比例分别为 89.85%、76.79%和 81.23%；相比发行人，领益智造主要客户结构与发行人存在差异，同时领益智造客户集中度及应收账款集中度均相对较低。

在信用政策方面，领益智造信用政策为开票后月结 30-120 天，平均信用期为月结 90 天，发行人对主要客户的信用期主要为月结 90-120 天。相比发行人，领益智造整体信用账期较短。

3、重组事项影响

领益智造系 2018 年 1 月通过重组方式上市，原上市公司 2018 年期初应收账款账面余额较低，导致领益智造 2018 年度应收账款周转率较高。此外，领益智造重组上市后，在报告期内亦多次实施了股权收购和出售控股子公司等并购重组行为，其中 2019 年度通过收购股权的方式开展充电器业务，2019 年度和

2020 年度充电器业务占其营业收入的比例分别为 6.51%和 13.85%；2020 年 7 月，领益智造将其持有的控股子公司帝晶光电、江粉高科股权对外进行转让，帝晶光电和江粉高科 2018 年营业收入合计为 52.94 亿元，占其 2018 年营业收入的比例为 23.53%。报告期内领益智造实施的并购重组行为亦会对应收账款周转率产生影响。

（二）发行人应收账款周转率低于其他可比公司的原因

报告期内，安洁科技应收账款周转率分别为 2.83、2.78、3.05 和 1.62，其给予客户的信用期通常为 90-120 天，主要客户为富士康。安洁科技信用政策、客户结构与发行人相似，其应收账款周转率略高于发行人的主要原因系：业务结构较发行人存在一定差异。安洁科技除了精密功能件和结构件业务外，还不断拓展应用于信息存储产品及新能源汽车产品相关业务，相关业务 2019 年至 2021 年 1-6 月营业收入占比分别为 29.04%、39.31%和 43.39%。

报告期内，飞荣达应收账款周转率分别为 2.67、2.90、2.75 和 1.43，其应收账款周转率略高于发行人的主要原因系：（1）业务结构与发行人存在一定差异。飞荣达除精密功能件业务外，还经营基站天线及相关器件业务，相关业务 2019 年至 2021 年 6 月营业收入占比分别为 9.32%、10.85%和 10.23%，（2）主要客户存在差异。飞荣达主要客户为华为，发行人主要客户为富士康；（3）信用政策存在一定的差异。飞荣达给予客户的信用期通常为 30-90 天，对华为的账期一般为月结 60-120 天。

报告期内，智动力应收账款周转率分别为 4.31、5.58、4.02 和 1.87，其应收账款周转率高于发行人的主要原因系：（1）业务结构与发行人存在一定差异。智动力自 2019 年开始拓展光学件业务，2019 年度至 2021 年 6 月该项业务营业收入占比分别为 9.38%、7.86%和 11.58%；（2）客户结构存在差异。智动力主要客户为三星及其关联公司；（3）信用政策存在差异。智动力信用政策一般为收款起始日 15-105 天，其主要客户三星及其关联公司的信用期通常为月结 30 天，与发行人相比，其主要客户信用期较短。

报告期内，达瑞电子应收账款周转率分别为 4.45、5.49、4.10 和 2.32，业务结构与发行人较为相似，其应收账款周转率高于发行人的主要原因系：（1）

客户结构存在差异。达瑞电子主要客户为三星及鹏鼎控股等；（2）信用政策存在差异。达瑞电子给予主要客户三星及其关联公司的信用期通常为月结 30 天，与发行人给与主要客户富士康的信用期相比，其主要客户信用期较短。

综上所述，发行人应收账款周转率低于同行业可比公司领益智造、安洁科技、飞荣达、智动力及达瑞电子主要系业务结构、客户结构及信用政策存在一定差异所致，具有合理性。

【申报会计师核查情况】

一、核查程序

1、获取主要客户收入确认明细及应收账款明细情况，复核并计算应收账款周转率；

2、查阅了发行人主要客户的销售协议、订单，检查主要条款，并访谈发行人财务总监，了解发行人主要客户的信用政策、对账周期及客户回款时间，结合信用政策、对账周期及回款时间分析各主要客户应收账款周转率差异情况；

3、查阅同行业可比公司公开披露的相关信息，了解可比公司的业务结构、客户结构及信用政策，分析发行人应收账款周转率低于同行业可比公司平均水平的原因及合理性。

二、核查结论

1、报告期内发行人前五大应收账款客户应收账款周转率存在一定差异，整体上，向隆电子、广达电脑、仁宝电脑和比亚迪应收账款周转率高于发行人整体应收账款周转率；富士康、英华达和可成科技应收账款周转率低于发行人整体应收账款周转率；

2、发行人应收账款周转率低于部分同行业可比公司主要系业务结构、客户结构及信用政策等存在差异所致，具有合理性。

六、问题 7、关于关联交易

申请文件及首轮问询回复显示：

（1）2017 年 9 月辛云峰与杨巍转让退出深圳嘉实特，其中辛云峰将其持有的深圳嘉实特 51%股权转让给发行人其他重要关联方魏红刚。自 2018 年 12 月起，由发行人全资子公司昆山嘉实特逐步开始承接深圳嘉实特相关业务。

（2）报告期内，发行人通过深圳嘉实特销售保护膜。保护膜为发行人主要原材料之一，报告期内发行人采购保护膜金额分别为 4,169.13 万元、3,419.73 万元、4,536.43 万元。

请发行人：

（1）说明辛云峰、杨巍将深圳嘉实特股权转出后，是否仍实际控制深圳嘉实特，昆山嘉实特承接深圳嘉实特相关业务过程，包括人员、资产、负债等的处理过程，承接过程中昆山嘉实特是否向深圳嘉实特支付相应对价及公允性。

（2）说明报告期内发行人向深圳嘉实特销售保护膜的金额及毛利率，发行人通过深圳嘉实特对外销售主要原材料保护膜的原因及合理性、真实性，发行人保护膜前五大供应商是否与深圳嘉实特客户股东、董监高及其关联方存在密切关系或资金往来，是否存在向发行人利益输送的情况。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【发行人回复】

一、辛云峰、杨巍将深圳嘉实特股权转出后，是否仍实际控制深圳嘉实特，昆山嘉实特承接深圳嘉实特相关业务过程，包括人员、资产、负债等的处理过程，承接过程中昆山嘉实特是否向深圳嘉实特支付相应对价及公允性

（一）辛云峰、杨巍将深圳嘉实特股权转出后，是否仍实际控制深圳嘉实特

根据对辛云峰、杨巍、魏红刚、马宁和赵林的访谈，辛云峰、杨巍将深圳嘉实特股权转出后，魏红刚持有深圳嘉实特 51%的股权，魏红刚持有的深圳嘉实特股权不存在股权代持情形，不存在任何纠纷或者潜在纠纷的情形，魏红刚为深圳嘉实特的实际控制人。股权转让完成后，辛云峰、杨巍已不再持有深圳

嘉实特任何股权，且未参与深圳嘉实特的重大事项及日常生产经营活动，不存在实际控制深圳嘉实特的情形。

同时，发行人考虑到魏红刚与实际控制人之一杨巍系表兄弟关系，已将魏红刚和深圳嘉实特作为关联方进行披露，同时将发行人与深圳嘉实特的交易作为关联交易进行披露，不存在关联交易非关联化的情形。

（二）昆山嘉实特承接深圳嘉实特相关业务过程，包括人员、资产、负债等的处理过程，承接过程中昆山嘉实特是否向深圳嘉实特支付相应对价及公允性

发行人此前通过深圳嘉实特向客户销售保护膜的原因主要系：2015 年度，发行人根据终端品牌客户的要求，设计研发了用于其 LCD 屏幕手机产品生产过程中的无硅保护膜。终端品牌客户将部分产品交由捷普集团等代工厂进行生产，因生产的需要，捷普集团等需对外采购专用于该部分产品生产过程的保护膜。发行人属于模切行业，为终端品牌客户设计研发的无硅保护膜属于部分模切产品的原材料，而购买该无硅保护膜的客户其本身亦从事模切业务（如捷普集团下属子公司绿点（苏州）科技有限公司的经营范围为：薄膜类材料（保护膜、网纱、标签、胶带、泡棉）的分切、复合、模切），因此在业务发展的初期，为了避免购买保护膜的模切客户知悉其购买的原材料来自于同处模切行业的发行人，同时实际控制人控制下的深圳嘉实特亦拟从事发行人上游原材料的开发业务，在此情形下，发行人采取了通过深圳嘉实特向捷普集团等客户销售无硅保护膜的方式。

报告期内，深圳嘉实特对外销售的产品全部为发行人为终端品牌客户定制研发设计的无硅保护膜，除此之外，未销售其他产品。

为了规范和减少与深圳嘉实特的关联交易，2018 年 11 月，发行人成立了全资子公司昆山嘉实特，拟由昆山嘉实特直接将无硅保护膜销售给客户。

昆山嘉实特承接深圳嘉实特相关业务过程：昆山嘉实特成立后，2018 年 12 月，深圳嘉实特向客户下发了《公司业务承接方变更通知函》，通知客户未来将由昆山嘉实特与客户进行交易。在改由昆山嘉实特直接将无硅保护膜销售给客户的过程中，客户前期下发给深圳嘉实特，但未履行完毕的订单仍由深圳嘉实

特进行交付，客户前期向深圳嘉实特采购产生的应付款项仍由客户支付给深圳嘉实特，深圳嘉实特前期向发行人采购产生的应付款项仍由深圳嘉实特支付给发行人。在转换过程中，昆山嘉实特并未承接深圳嘉实特的人员、资产和负债。

深圳嘉实特注销前共有 3 名员工，注销前主动离职；相关资产主要为少量的办公桌和电脑，报废处理；相关负债已归还或者核销完毕，与债权人不存在纠纷或者潜在纠纷。该公司注销时亦主动放弃其持有的注册商标。

昆山嘉实特所承接的业务系发行人前期通过深圳嘉实特向客户销售的无硅保护膜业务，因此昆山嘉实特未向深圳嘉实特支付相应对价，具有合理性。

二、报告期内发行人向深圳嘉实特销售保护膜的金额及毛利率，发行人通过深圳嘉实特对外销售主要原材料保护膜的原因及合理性、真实性，发行人保护膜前五大供应商是否与深圳嘉实特客户股东、董监高及其关联方存在密切关系或资金往来，是否存在向发行人利益输送的情况

（一）报告期内发行人向深圳嘉实特销售保护膜的金额及毛利率，发行人通过深圳嘉实特对外销售主要原材料保护膜的原因及合理性、真实性

1、报告期内发行人向深圳嘉实特销售保护膜的金额及毛利率

报告期内，发行人向深圳嘉实特销售保护膜的金额及毛利率如下：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度
销售金额	320.84	2,116.24
毛利率	23.63%	17.84%

注：深圳嘉实特已于 2019 年 10 月注销

2、发行人通过深圳嘉实特对外销售主要原材料保护膜的原因及合理性

发行人通过深圳嘉实特对外销售保护膜的原因详见本题回复：“一、辛云峰、杨巍将深圳嘉实特股权转出后，是否仍实际控制深圳嘉实特，昆山嘉实特承接深圳嘉实特相关业务过程，包括人员、资产、负债等的处理过程，承接过程中昆山嘉实特是否向深圳嘉实特支付相应对价及公允性”之“（二）昆山嘉实特承接深圳嘉实特相关业务过程，包括人员、资产、负债等的处理过程，承接过程中昆山嘉实特是否向深圳嘉实特支付相应对价及公允性”

发行人通过深圳嘉实特对外销售的保护膜与其他主要原材料保护膜的区别在于：发行人通过深圳嘉实特对外销售的保护膜系由发行人根据终端品牌客户的要求，研发设计的用于其 LCD 屏幕手机产品生产过程中的无硅保护膜，该无硅保护膜由常州昊天新材料科技有限公司（以下简称“昊天新材”，上市公司天晟新材（300169.SZ）直接和间接 100%持有的公司）与发行人进行合作开发，同时约定昊天新材不得为他人生产或提供，以及单纯更改型号变相销售给其他客户，不得将发行人提供的无硅保护膜系列产品的技术参数及生产配方提供给其他公司或个人。发行人向昊天新材采购加工后对外销售给客户。

发行人向昊天新材以外的其他保护膜供应商采购的保护膜，主要系供应商或其关联公司自身研发生产的硅胶保护膜，发行人采购后作为原材料用于生产精密功能件。

综上所述，发行人对外销售无硅保护膜具有合理性。

3、发行人通过深圳嘉实特对外销售主要原材料保护膜的真实性

报告期内，深圳嘉实特保护膜业务的具体流程：深圳嘉实特接受客户订单，发行人生产加工后，直接运送至客户指定地点。

2018 年度和 2019 年度，深圳嘉实特对外销售保护膜的客户及占深圳嘉实特营业收入的比例如下：

单位：万元

客户名称	2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比
捷普集团	350.49	100.00%	1,911.44	81.17%
吴江市晶辰电子科技有限公司	-	-	288.66	12.26%
苏州新河光电科技有限公司	-	-	113.05	4.80%
苏州迪诺凯科技有限公司	-	-	41.69	1.77%
合计	350.49	100.00%	2,354.84	100.00%

注：捷普集团包括绿点（苏州）科技有限公司和绿点（天津）精密电子有限公司。

从上表可以看出，深圳嘉实特对外销售的主要客户为捷普集团。捷普集团，是一家电子合约制造服务商，为纽交所上市公司，2020 年 9 月 1 日至 2021 年 8 月 31 日其销售收入金额为 293 亿美元。

申报会计师查阅了发行人向昊天新材采购的无硅保护膜明细、无硅保护膜出库明细、发行人向捷普集团等客户的送货单及签收单、捷普集团等客户与深圳嘉实特的对账单、深圳嘉实特收取捷普集团等客户货款的回款记录、深圳嘉实特支付采购款给发行人的支付记录、以及对捷普集团下属的绿点（苏州）科技有限公司进行了访谈，经核查，发行人通过深圳嘉实特对外销售保护膜具有真实性。

（二）发行人保护膜前五大供应商是否与深圳嘉实特客户股东、董监高及其关联方存在密切关系或资金往来，是否存在向发行人利益输送的情况

报告期内，发行人保护膜前五大供应商及采购金额如下：

序号	供应商名称	采购金额（万元）	占保护膜采购金额的比例
2021 年 1-6 月			
1	太仓金煜	377.08	18.26%
2	斯迪克	295.51	14.31%
3	深圳市摩码科技有限公司	265.60	12.86%
4	常州昊天新材料科技有限公司	175.07	8.48%
5	深圳市桦安胶粘材料有限公司	157.43	7.62%
合计		1,270.68	61.52%
2020 年度			
1	常州昊天新材料科技有限公司	971.63	21.42%
2	太仓金煜	796.81	17.56%
3	深圳市桦安胶粘材料有限公司	519.76	11.46%
4	深圳市摩码科技有限公司	491.39	10.83%
5	明讯	279.22	6.15%
合计		3,058.80	67.43%
2019 年度			
1	常州昊天新材料科技有限公司	1,002.57	29.32%
2	深圳市摩码科技有限公司	446.85	13.07%
3	深圳市桦安胶粘材料有限公司	379.88	11.11%
4	明讯	214.27	6.27%
5	太仓金煜	198.35	5.80%
合计		2,241.91	65.56%

序号	供应商名称	采购金额（万元）	占保护膜采购金额的比例
2018 年度			
1	常州昊天新材料科技有限公司	1,762.75	42.28%
2	深圳市摩码科技有限公司	825.63	19.80%
3	深圳市桦安胶粘材料有限公司	232.44	5.58%
4	明讯	151.83	3.64%
5	苏州鑫道胶粘制品有限公司	140.73	3.38%
合计		3,113.38	74.68%

注：上述采购金额仅为向该供应商采购保护膜的金额，且按受同一实际控制人控制的供应商合并计算。其中：

1、斯迪克包括江苏斯迪克新材料科技股份有限公司东莞分公司、太仓斯迪克新材料科技有限公司；

2、太仓金煜包括太仓金煜电子材料有限公司、太仓金煜电子材料有限公司东莞分公司、东莞达关胶粘制品有限公司；

3、明讯包括东莞明讯薄膜材料科技有限公司、昆山明讯电子科技有限公司。

报告期内发行人保护膜前五大供应商与深圳嘉实特客户股东、董监高及其关联方不存在密切关系或资金往来，不存在向发行人利益输送的情况。

【申报会计师核查情况】

一、核查程序

1、访谈辛云峰、杨巍、魏红刚、赵林和马宁，了解 2017 年 9 月的股权转让是否存在股权代持行为，确认股权转让完成后深圳嘉实特的实际控制人，以及辛云峰、杨巍将深圳嘉实特股权转出后是否仍实际控制深圳嘉实特；

2、访谈发行人高级管理人员以及魏红刚，了解在改由昆山嘉实特直接将无硅保护膜销售给客户的过程中，深圳嘉实特包括人员、资产、负债等的处理过程，以及昆山嘉实特未向深圳嘉实特支付对价的原因，分析未支付对价的合理性；

3、查阅深圳嘉实特注销时的财务报表等资料，访谈魏红刚，了解深圳嘉实特注销时人员、资产、负债的处理情况；

4、获取发行人向深圳嘉实特销售保护膜的收入成本明细；

5、访谈发行人高级管理人员，了解发行人通过深圳嘉实特对外销售保护膜的原因，以及对外销售的保护膜与用于精密功能件产品生产的保护膜的区别；

6、获取发行人与昊天新材签署的加工合同，并对昊天新材进行访谈，了解发行人与其合作的时间、背景、采购内容等情况；

7、查阅发行人向昊天新材采购的无硅保护膜明细、无硅保护膜出库明细、发行人向捷普集团等客户的送货单及签收单、捷普集团等客户与深圳嘉实特的对账单、深圳嘉实特收取捷普集团等客户货款的回款记录、深圳嘉实特支付采购款给发行人的支付记录、以及对捷普集团下属的绿点（苏州）科技有限公司进行了访谈，确认发行人通过深圳嘉实特对外销售保护膜的真实性；

8、通过企查查等网站查询了解发行人报告期内保护膜前五大供应商、深圳嘉实特客户的工商登记信息及股东信息，并将两者的相关信息进行比对分析，确认两者之间是否存在关联关系；

9、取得深圳嘉实特的银行流水，核查深圳嘉实特与报告期内发行人保护膜前五大供应商是否存在资金往来；

10、访谈发行人报告期内保护膜前五大供应商，并取得其出具的确认函，确认其与深圳嘉实特客户股东、董监高及其关联方不存在密切关系或资金往来，不存在向发行人利益输送的情况。

二、核查结论

1、辛云峰、杨巍将深圳嘉实特股权转出后，不存在仍实际控制深圳嘉实特的情形；

2、在改由昆山嘉实特直接将无硅保护膜销售给客户的过程中，客户前期下发给深圳嘉实特，但未履行完毕的订单仍由深圳嘉实特进行交付，客户前期向深圳嘉实特采购产生的应付款项仍由客户支付给深圳嘉实特，深圳嘉实特前期向发行人采购产生的应付款项仍由深圳嘉实特支付给发行人。在转换过程中，昆山嘉实特并未承接深圳嘉实特的人员、资产和负债；

3、在改由昆山嘉实特直接将无硅保护膜销售给客户的过程中，昆山嘉实特未向深圳嘉实特支付对价具有合理性；

4、发行人通过深圳嘉实特对外销售无硅保护膜具有合理性，相关销售具有真实性；

5、报告期内发行人保护膜前五大供应商与深圳嘉实特客户股东、董监高及其关联方不存在密切关系或资金往来，不存在向发行人利益输送的情况。

（本页无正文，为天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）关于《捷邦精密科技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第二轮审核问询函之回复》天职业字[2021]40848-1 号之签字盖章页）

天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）
中国·北京
1101080212359

二〇二二年三月十日

中国注册会计师
（项目合伙人）：

闫磊

中国注册会计师：

中国注册会计师
王守军
110002193027

王守军

统一社会信用代码

911101085923425568

营业执照

（副 本）(15-1)

扫描二维码登录"国家企业信用信息公示系统"了解更多登记、备案、许可、监管信息

天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）

1101080212359

名　　称　天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）

类　　型　特殊普通合伙企业

执行事务合伙人　邱靖之

经营范围　审查企业会计报表、出具审计报告；验证企业资本，出具验资报告；办理企业合并、分立、清算事宜中的审计业务，出具有关报告；基本建设年度财务决算审计；代理记账；会计咨询、税务咨询、管理咨询、会计培训；法律、法规规定的其他业务；技术开发、技术咨询、技术服务；应用软件服务；软件开发；计算机系统服务；软件咨询；产品设计；基础软件服务；数据处理（数据处理中的银行卡中心、PUE值在1.4以上的云计算数据中心除外）；企业管理咨询；销售计算机、软件及辅助设备。（下期出资时间为2020年6月30日。市场主体依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事国家和本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）

成立日期　2012年03月05日

合伙期限　2012年03月05日 至 长期

主要经营场所　北京市海淀区车公庄西路19号68号楼A-1和A-5区域

登记机关

北京市海淀区市场监督管理局

2020年06月05日

国家企业信用信息公示系统网址：http://www.gsxt.gov.cn

市场主体应当于每年1月1日至6月30日通过国家企业信用信息公示系统报送公示年度报告。

国家市场监督管理总局监制

会计师事务所

执业证书

名　　称：天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）

首席合伙人：邱靖之

主任会计师：

经营场所：北京市海淀区车公庄西路19号68号楼A-1和A-5区域

组织形式：特殊普通合伙

执业证书编号：11010150

批准执业文号：京财会许可[2011]0105号

批准执业日期：2011年11月14日

证书序号：0000175

说　明

1、《会计师事务所执业证书》是证明持有人经财政部门依法审批，准予执行注册会计师法定业务的凭证。

2、《会计师事务所执业证书》记载事项发生变动的，应当向财政部门申请换发。

3、《会计师事务所执业证书》不得伪造、涂改、出租、出借、转让。

4、会计师事务所终止或执业许可注销的，应当向财政部门交回《会计师事务所执业证书》。

发证机关：北京市财政局

二〇一八　年　七　月　二十六　日

中华人民共和国财政部制

姓名：闫磊
证书编号：110002400178

2013 年 4 月 26 日

2014 年 4 月 11 日

年度检验登记
Annual Renewal Registration

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

2016 2015 2013 2014

110002400178

证书编号：
No. of Certificate 北京注册会计师协会

批准注册协会：
Authorized Institute of CPAs 二〇〇八 八 二十八

发证日期：
Date of Issuance 年 月 日

年度检验登记
Annual Renewal Registration

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

2010

天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）
1101080212359

THE CHINESE INSTITUTE OF CERTIFIED PUBLIC ACCOUNTANTS
中国注册会计师协会

年度检验登记
Annual Renewal Registration

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

2017 2011 2012

2011 年 2 月 23 日

2012 年 2 月 9 日

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

同意调出
Agree the holder to be transferred from

天职国际会计师事务所有限公司

事务所
CPAs

转出协会盖章
Stamp of the transfer-out Institute of CPAs

2012 年 7 月 3 日

同意调入
Agree the holder to be transferred to

天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）

事务所
CPAs

转入协会盖章
Stamp of the transfer-in Institute of CPAs

2012 年 7 月 3 日

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

同意调出
Agree the holder to be transferred from

事务所
CPAs

转出协会盖章
Stamp of the transfer-out Institute of CPAs

年 月 日

同意调入
Agree the holder to be transferred to

事务所
CPAs

转入协会盖章
Stamp of the transfer-in Institute of CPAs

年 月 日

姓名
Full name 闫磊
性别
Sex 男
出生日期
Date of birth 1981-06-08
工作单位
Working unit 天职国际会计师事务所有限公司
身份证号码
Identity card No. 142603198106081031

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

同意调出
Agree the holder to be transferred from

北京中路华会计师事务所襄樊分所 事务所 CPAs

转出协会盖章
Stamp of the transferred Institute of CPAs

2005年 9月 23日

同意调入
Agree the holder to be transferred to

无锡国欣联合会计师事务所 事务所 CPAs

转入协会盖章
Stamp of the transfer-in Institute of CPAs

2005年 10月 28日

10

姓 Full name 王宁军
性 Sex 男
出生日 Date of birth 1973-01-13
工作单位 Working unit 北京中路华会计师事务所襄樊分所
身份证号码 Identity card No. 420601197301131215

证书编号：
No. of Certificate 110002493627

批准注册协会：
Authorized Institute of CPAs 湖北省注册会计师协会

发证日期：
Date of Issuance 2004年 3月 10日

4

年度检验登记
Annual Renewal Registration 2015.7.30

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

2016.7.30

2008年 5月 19日

王宁军
110002493627
深圳市注册会计师协会