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第二轮审核问询函的回复

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 2022 年 1 月 10 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第二轮审核问询函》（审核函〔2022〕010038 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.关于收购重庆致贯 35%股权 4

2.关于主营业务收入 18

3.关于主要客户 27

4.关于通过 OEM 模式生产.....41

5.关于主要供应商 79

6.关于毛利率 101

7.关于子公司合肥山秀 112

8.关于关联方海港城物流 123

9.关于股份支付 127

10.关于关联方与重叠客户供应商交易 131

11.关于收购昆山上艺相关经营性资产 133

12.关于资金流水核查 139

13.关于其他问题 149

1.关于收购重庆致贯35%股权

申请文件及首轮问询回复显示：

（1）2020 年 12 月，发行人以股权转让及增资的方式取得重庆致贯 35%的股权，重庆致贯全部股东权益评估值为 12,820.00 万元，交易双方参照评估值并双方协商确定收购前重庆致贯整体价值为 12,714.29 万元。但重庆致贯资产规模及利润规模均较低，发行人称采用收益法进行评估，但未具体列示评估涉及的收入、利润、现金流等数据。

（2）报告期内，发行人与重庆致贯存在重叠供应商。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。2018 年、2019 年，重庆致贯未向安徽明讯采购原材料。2020 年 5 月重庆致贯逐步开始向安徽明讯采购。

请发行人：

（1）说明收益法中重庆致贯的营业收入、增长率、净利润、现金流等参数设定是否合理，是否设定业绩承诺，实际经营业绩是否实现收益法中的预计业绩，如未达到是否应当计提减值准备。

（2）说明重庆致贯 2020 年新增安徽明讯作为供应商的原因，向该重叠供应商采购内容、金额，采购公允性，是否存在利益输送情形。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、说明收益法中重庆致贯的营业收入、增长率、净利润、现金流等参数设定是否合理，是否设定业绩承诺，实际经营业绩是否实现收益法中的预计业绩，如未达到是否应当计提减值准备

（一）说明收益法中重庆致贯的营业收入、增长率、净利润、现金流等参数设定是否合理

针对公司投资重庆致贯事项，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。

上述评估报告采用的收益法中重庆致贯的营业收入、增长率、净利润、现金流等参数的整体测算情况如下：

单位：万元

项目	2020E	2021E	2022E	2023E	2024E	2025E	稳定期
营业收入	9,342.09	11,095.00	13,043.28	15,104.12	17,251.92	19,460.17	19,460.17
净利润	682.66	767.65	926.81	1,205.51	1,494.53	1,802.67	1,802.67
自由现金流	-513.16	737.64	893.86	1,093.15	1,460.49	1,746.81	1,888.53
折现率	11.78%						
企业自由现金流现值	-109.11	684.61	742.17	811.99	970.50	1,038.48	9,530.86

截至评估基准日，考虑稳定年度自由现金流现值后，重庆致贯企业自由现金流现值金额合计为 13,669.50 万元，减去相关企业债务现值后的全部股东权益价值金额为 12,820.00 万元。上述主要参数的具体测算过程如下：

1、营业收入及增长率的测算依据及合理性

上述投资之前重庆致贯实现的营业收入以及 2020 年至 2025 年的营业收入预测情况如下：

单位：万元

项目	2018 年	2019 年	2020.1-10	2020E	2021E	2022E	2023E	2024E	2025E
营业收入	3,425.44	4,619.09	7,485.34	9,342.09	11,095.00	13,043.28	15,104.12	17,251.92	19,460.17
同比增长	-	34.85%	-	102.25%	18.76%	17.56%	15.80%	14.22%	12.80%

2018 年-2020 年，重庆致贯的营业收入增长情况良好，2019 年营业收入金额同比增长 34.85%；2020 年 1-10 月，重庆致贯已经实现营业收入金额为 7,485.34 万元、占 2020 年全年预测实现收入金额的比例为 80.12%，收入实现情况良好。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、柔性材料并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。上述营业收入金额增长，一方面是由于下游显示面板市场增长，下游客户需求增长迅速、整体需求规模扩大；另一方面重庆致贯凭借其研发设计能力和良好服务能力，不断推出满足下游客户需求的光电显示领域功能性产品；重庆致贯积极配

合下游客户产线升级需求，不断改进产品结构及品质、提升产品精密度，向京东方等下游客户销售收入金额不断扩大、未来增长情况良好。

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，并结合其最近三年营业收入的增长情况、已经实现营业收入规模，评估机构对重庆致贯未来的营业收入进行了预测，重庆致贯 2020 年至 2025 年的营业收入复合增长率为 15.81%，具有合理性。

2、营业成本、期间费用、净利润的测算依据及合理性

上述投资之前重庆致贯实现的经营业绩以及 2020 年至 2025 年的经营业绩预测情况如下：

单位：万元

项目	2018 年	2019 年	2020.1-10	2020E	2021E	2022E	2023E	2024E	2025E
营业成本	2,523.37	3,624.12	5,665.18	7,114.44	8,662.05	10,116.04	11,676.80	13,290.11	14,946.80
期间费用	686.17	730.35	1,024.51	1,270.03	1,501.52	1,805.04	1,971.26	2,157.07	2,338.75
净利润	132.77	259.05	542.71	682.66	767.65	926.81	1,205.51	1,494.53	1,802.67

针对营业成本，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年及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。2018 年、2019 年、2020 年 1-10 月，重庆致贯毛利率平均值为 24.06%，综合考虑人工成本上升等因素影响，2020 年 11-12 月至 2025 年其预测毛利率的平均值为 22.53%，具有合理性。

针对期间费用，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。针对财务费用，根据公司预计债务融资金额以及历史债务融资成本进行测算。2018 年、2019 年、2020 年 1-10 月，重庆致贯全部期间费用率平均值为 16.51%，综合考虑规模效应、营业收入增长迅速等因素，2020 年 11-12 月至 2025 年其预测期间费用率的平均值为 13.03%，具有合理

性。

针对净利润，在综合考虑营业收入、营业成本、期间费用、资产减值损失、所得税费用等因素的基础上，合理预计净利润金额。2018 年、2019 年、2020 年 1-10 月，重庆致贯净利润率平均值为 5.58%，综合考虑规模经济效应带来的期间费用率下降等因素，2020 年 11-12 月至 2025 年其预测净利润率的平均值为 7.91%，具有合理性。

3、折现率的测算依据及合理性

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）确定，具体计算过程如下：

WACC＝（Re×We）＋〔Rd×（1－T）×Wd〕

其中：Re 为公司普通权益资本成本

Rd 为公司债务资本成本

We 为权益资本在资本结构中的百分比

Wd 为债务资本在资本结构中的百分比。

其中根据 CAPM 模型来计算普通权益资本成本，计算公式为 Re＝Rf＋β×（Rm－Rf）＋Rc，其中 Rf 为无风险报酬率，β为企业风险系数，（Rm－Rf）为市场风险溢价，Rc 为企业特定风险调整系数。

上述计算公式中：关于无风险利率：根据《资产评估专家指引第 12 号—收益法评估企业价值中折现率的测算》（中评协〔2020〕38 号）的要求采用剩余期限为十年期或十年期以上国债的到期收益率作为无风险利率、Rf 为 3.93%；

关于贝塔系数：指用以衡量一种证券或一个投资证券组合相对总体市场的波动性的一种证券系统性风险的评估工具，通常用β系数反映了个股对市场变化的敏感性。在计算β系数时通常涉及统计期间、统计周期和相对指数三个指标，本次在计算β系数时采用评估基准日前 60 个月作为统计期间，统计间隔周期为月度，相对指数为沪深 300 指数。以与重庆致贯从事同类业务的上市公司股票为基础，考虑企业与可比公司在企业规模、盈利能力、行业竞争力、企业发展阶段等

因素的可比性，经查询 WIND 资讯金融终端并以截至评估基准日的市场价格进行测算，得到可比公司股票预期无财务杠杆风险系数。以企业自身的资本结构作为本次评估的被评估企业的资本结构比率，进而得到企业权益资本的预期市场风险系数 β=1.1647。

关于市场风险溢价及特定风险系数：市场风险溢价是指投资者对与整体市场平均风险相同的股权投资所要求的预期超额收益，即超过无风险利率的风险补偿。市场风险溢价通常可以利用市场的历史风险溢价数据进行测算。本次评估中以成熟股票市场的长期风险溢价与违约补偿额计算，其中成熟股票市场的长期平均风险溢价为 6.43%，并参考信用等级以及无风险利率水平确定市场风险溢价为 7.12%。同时在确定折现率时需考虑企业与上市公司在融资条件、公司规模、资本流动性以及治理结构等方面的差异，确定特定风险系数。在评估过程中，评估人员对企业与可比上市公司进行了比较分析，确定特性风险调整系数为 0.50%。

关于权益资本成本的确定：Re=3.93%+1.1647*7.12%+0.50%=12.72%。

关于资本结构：企业管理层所做出的盈利预测是基于其自身融资能力、保持资本结构稳定的前提下做出的，本次评估选择企业于评估基准日的自身资本结构以及市场价值对未来年度折现率进行测算，评估对象的债务比率 Wd 为 12.24%，评估对象的权益比率 We 为 87.76%。

关于债务资本成本：债务资本成本是企业债务融资的资本成本，本次评估中采用的资本结构是企业自身的资本结构，遵循债权成本与资本结构匹配的原则，以企业债权的加权平均资本成本确定债权期望报酬率，经计算，企业债权加权资本成本为 5.92%。

关于折现率的确定：WACC ＝ 12.72%*87.76%+5.92%*（1-15%）*12.24%=11.78%。

4、企业自有现金流的确定

针对资本性支出：资本性支出主要包括设备更新及厂房改造支出等；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。

针对营运资金增加额：营运资金增加额系指企业在不改变当前主营业务条件下，为维持正常经营而需新增投入的营运性资金，即为保持企业持续经营能力所需的新增资金，如正常经营所需保持的现金、产品存货购置等所需的资金以及应付款项等。重庆致贯 2021 年至 2025 年的营运资金增加额预测情况如下：

单位：万元

项目	2021E	2022E	2023E	2024E	2025E
营运资金增加	273.68	308.13	315.83	332.72	342.52

重庆致贯在综合考虑净利润、折旧摊销、利息费用、资本性支出及营运资金增加额的基础上预测企业自由现金流量。上述投资之前重庆致贯的自由现金流以及 2020 年至 2025 年的自由现金流预测情况如下：

单位：万元

项目	2018 年	2019 年	2020.1-10	2020E	2021E	2022E	2023E	2024E	2025E
自由现金流	198.74	525.15	-403.07	-513.16	737.64	893.86	1,093.15	1,460.49	1,746.81

2018 年、2019 年、2020 年 1-10 月，重庆致贯的自由现金流金额分别为 198.74 万元、525.15 万元、-403.07 万元，2020 年 1-10 月金额相对较低主要是由于当期营运资金投入金额相对较大所致。

综上所述，收益法评估中重庆致贯的营业收入、增长率、净利润、现金流等参数设定合理。

（二）是否设定业绩承诺

重庆致贯原股东苏孟波、李亚玲（以下简称“原股东”）与光大同创签署了《股东协议》，各方约定的业绩承诺情况如下：

1、原股东于本次投资完成后，对重庆致贯经营业绩作出承诺如下：

（1）截至 2021 年 12 月 31 日，重庆致贯合并报表范围内 2021 年度经审计营业收入不低于 1.5 亿元，且归属于母公司股东的净利润（以扣除非经常性损益前后孰低者计算）不低于 1,500 万元；

（2）截至 2022 年 12 月 31 日，重庆致贯合并报表范围内 2022 年度经审计

营业收入不低于 2.5 亿元，且归属于母公司股东的净利润（以扣除非经常性损益前后孰低者计算）不低于 2,300 万元；

（3）截至 2023 年 12 月 31 日，重庆致贯合并报表范围内 2023 年度经审计营业收入不低于 3.5 亿元，且归属于母公司股东的净利润（以扣除非经常性损益前后孰低者计算）不低于 3,300 万元；

（4）截至 2024 年 12 月 31 日，重庆致贯合并报表范围内 2024 年度经审计营业收入不低于 5 亿元，且归属于母公司股东的净利润（以扣除非经常性损益前后孰低者计算）不低于 4,500 万元；

（5）截至 2025 年 12 月 31 日，重庆致贯合并报表范围内 2025 年度经审计营业收入不低于 6.8 亿元，且归属于母公司股东的净利润（以扣除非经常性损益前后孰低者计算）不低于 6,000 万元；

计算上述重庆致贯营业收入和税后净利润金额的依据为具有证券从业资格的会计师事务所出具的无保留意见的审计报告。

2、重庆致贯未能达到上述任何一期净利润承诺目标的 50%，投资方均有权要求公司及原股东在审计报告出具后 90 天之内行使约定售股权。如重庆致贯实现业绩情况达到上述各期净利润承诺 50%以上但不足 100%的，投资方均有权选择要求原股东在审计报告出具后 90 天之内以现金、股权或现金加股权结合的方式进行补偿。

（三）实际经营业绩是否实现收益法中的预计业绩，如未达到是否应当计提减值准备

2020 年、2021 年，重庆致贯的经营业绩情况如下：

单位：万元

项目	2021 年		2020 年	
	预测金额	实现金额	预测金额	实现金额
营业收入	11,095.00	17,632.51	9,342.09	9,410.54
净利润	767.65	1,657.86	682.66	537.81

注：上述财务数据已经中汇会计师审计。

公司于 2020 年 12 月 23 日完成取得重庆致贯 35%股权、办理完毕工商变更登记手续。重庆致贯 2020 年基本实现收益法中的预计业绩、2021 年超额实现收益法中的预计业绩，整体经营情况良好。

伴随着增资资金的注入，该公司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。截至 2021 年 12 月 31 日，该项长期股权投资不存在减值迹象，无需计提资产减值准备。

二、说明重庆致贯2020年新增安徽明讯作为供应商的原因，向该重叠供应商采购内容、金额，采购公允性，是否存在利益输送情形

（一）重庆致贯 2020 年新增安徽明讯作为供应商的原因

1、伴随经营规模的迅速扩大，原有供应商的供应能力逐渐难以满足重庆致贯的需求；重庆致贯亟需拓宽采购渠道，积极寻找新的合格供应商

近年来重庆致贯业务及收入规模发展迅速，报告期内其营业收入金额分别为 4,619.09 万元、9,410.54 万元、17,632.51 万元，2020 年实现营业收入金额同比增长 103.73%、增长迅速，对上游原材料需求规模、供应稳定性、及时性等方面的要求也相应增加和提升；同时，由于下游客户对产品质量要求不断提升，重庆致贯对导电类材料、胶带、保护膜等原材料质量的要求相应不断提高。受上述因素影响，重庆致贯原有供应商的供应能力逐渐难以满足生产需求，重庆致贯决定进一步拓宽采购渠道，积极寻找新的合格供应商，以便进一步优化供应商结构、保证原材料供应质量、供应速度以及产品生产的稳定性。

2、安徽明讯为国内功能性产品原材料领域的领先企业，其产品可有效契合重庆致贯的原材料要求；综合考虑产品质量、技术水平、交付能力、信用期等因素，重庆致贯与安徽明讯开展合作、新增安徽明讯为供应商

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，其产品领域包括为消费电子产品配套的功能型单双面胶、保护膜、离型膜、缓冲材料、屏蔽材料、导热散热材料、吸波材料等，产品应用领域主要包括手机平板电脑、电子线路板、电子家电、光学薄膜、触控材料等，产品应用的终端品牌包括苹果、三星、联想、华为、海信、

LG、OPPO、VIVO 等知名消费电子领域企业。安徽明讯为国内知名的电子功能材料供应商、拥有产品专利超过 100 项，在国内电子功能材料领域拥有诸多优质客户资源。发行人同行业可比上市公司中，博硕科技（300951.SZ）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，其产品最终应用于苹果、华为、小米、OPPO、VIVO 等消费电子品牌商；2018 年、2019 年、2020 年 1-6 月，安徽明讯为博硕科技之第二大、第一大、第一大原材料供应商，主要向博硕科技提供保护膜及离型材料。安徽明讯为国内功能性产品原材料领域的领先企业，具有良好的产品质量、技术水平和交付能力。

双方初步接洽并在经送样认证、小批量采购合格后，重庆致贯综合考虑产品质量、技术水平、交付能力、信用期等因素与安徽明讯谈判并在协商一致后于 2020 年 5 月开始采购进行合作。

综上所述，重庆致贯在业务及收入规模迅速扩张的情况下积极寻找新的合格供应商；安徽明讯为国内功能性产品原材料领域的领先企业，其产品可有效契合重庆致贯的原材料要求，综合考虑产品质量、技术水平、交付能力、信用期等因素，重庆致贯与安徽明讯开展合作并新增安徽明讯为供应商，具有合理性。

（二）重庆致贯向安徽明讯采购内容、金额

2020 年、2021 年，重庆致贯向安徽明讯采购导电类材料、胶带、保护膜以及其他功能性原材料，采购金额分别为 1,638.37 万元、1,021.90 万元。其中导电类材料、保护膜为主要采购材料，合计采购金额占向安徽明讯采购总金额的比例分别为 85.34%、89.32%。

（三）重庆致贯向安徽明讯采购原材料的价格公允性

重庆致贯采购上述原材料的价格受功能、品质、规格型号等因素影响较大。2020 年、2021 年，重庆致贯向安徽明讯采购的原材料中，同时存在安徽明讯及其他供应商的前十五大品号单价对比如下：

单位：元/m^2

序号	品号	重庆致贯向安徽明讯采购价格①	重庆致贯向其他供应商采购价格②	差异率（①-②）/①
2021 年				

1	11025	85.90	74.90	14.69%
2	11030	183.19	159.29	15.00%
3	11014	37.33	32.35	15.39%
4	11023	571.55	486.08	17.58%
5	11054	40.32	37.00	8.97%
6	11026	60.48	53.98	12.04%
7	11007	31.92	28.50	12.00%
8	11024	113.78	101.77	11.80%
9	16056	3.54	4.08	-13.24%
10	15039	2.20	2.04	7.84%
11	11034	568.10	453.03	25.40%
12	15001	1.80	2.14	-15.89%
13	11038	155.68	139.62	11.50%
14	15048	2.98	2.48	20.16%
15	11016	74.45	66.55	11.87%
2020 年				
1	11030	181.18	164.54	10.11%
2	11026	61.65	57.90	6.48%
3	11038	152.92	139.09	9.94%
4	15004	2.83	2.32	21.98%
5	15054	1.90	1.77	7.34%
6	11046	161.23	146.00	10.43%
7	16003	2.19	2.21	-0.90%
8	13024	39.60	37.31	6.14%
9	11001	29.35	26.59	10.38%
10	11033	146.85	135.00	8.78%
11	15015	1.33	1.24	7.26%
12	13037	32.96	30.53	7.96%
13	13005	24.89	23.18	7.38%
14	11024	113.94	102.59	11.06%

15	11040	210.27	190.00	10.67%

2020 年、2021 年，公司向安徽明讯采购上述品号原材料金额占向安徽明讯整体采购金额的比例分别为 50.30%、49.00%。2020 年、2021 年，重庆致贯向安徽明讯采购的原材料价格与向其他供应商采购同品号原材料的价格整体不存在重大差异。

2020 年，重庆致贯向安徽明讯采购“15004”品号保护膜价格与向其他供应商采购价格相比相对较高，主要原因为该品号产品之原有供应商当年无法满足交付需求，重庆致贯转向安徽明讯采购，为保证交期及时及供应的稳定性，采购价格相对较高。

2021 年，重庆致贯向安徽明讯采购“11023”、“15048”品号导电材料价格与向其他供应商采购价格相比相对较高，主要原因为重庆致贯于 2021 年分别引进“11023”品号新供应商苏州德佑新材料科技股份有限公司，“15048”品号新供应商重庆斯迪克光电材料有限公司、价格相对略低；采购“11034”品号导电材料价格与向其他供应商采购价格相比相对较高，主要原因为公司向其他供应商采购规模较大、具有规模优势所致，当年向安徽明讯采购金额为 11.08 万元，向其他供应商苏州德佑新材料科技股份有限公司采购金额为 184.84 万元、金额差异较大；采购“16056”、“15001”品号膜类产品价格与向其他供应商采购价格相比相对较低，主要原因为公司向其他供应商采购为满足临时性需求，采购“16056”、“15001”品号膜类产品金额分别为 8.13 万元、0.08 万元，采购金额较小的同时交期较短，因此价格相对较高。

安徽明讯为国内功能性产品原材料领域的领先企业、产品交付能力强且质量稳定优异、信用期条件及运输费用等存在一定影响，部分品号原材料价格相对略高，具有合理性，具体情况如下：

1、安徽明讯为国内功能性产品原材料领域的较知名企业，具有一定的品牌溢价

安徽明讯成立于 2013 年 3 月，为国内功能性产品原材料领域的领先企业，其具体情况请见本题回复之“二、（一）”。其作为国内功能性产品原材料领域的

较知名企业，具有良好的供应质量、供应速度和稳定性且具有一定的品牌溢价，其部分产品价格相对略高。

2、安徽明讯定制化交付能力强、产品质量稳定优异，其产品价格相对略高

与重庆致贯其他供应商相比，安徽明讯经营规模相对较大、研发及生产能力相对较强，产品定制化交付能力强、产品质量稳定优异，其产品价格相对略高。

3、安徽明讯给予重庆致贯的信用期相对较长，安徽明讯距离相对较远、运输费用相对略高，上述因素均对产品价格产生了影响

2018 年-2020 年重庆致贯业务规模发展较快、上游采购需求量持续扩大，营运资金需求也相应持续增加、其资金压力相对较大，重庆致贯希望在采购业务中获得较长的采购信用期、缓解资金压力。安徽明讯与重庆致贯综合考虑采购规模、发展潜力等因素后，双方协商确定货款结算信用期至少为票到月结 90 天、期限长于原主要供应商（一般为票到月结 30 天-60 天）。另外，安徽明讯生产基地主要位于安徽省、距离相对较远，在供货方承担运输费用的情况下相较于其他供应商其成本相对略高。上述因素均对产品价格产生了影响。

综上所述，重庆致贯向安徽明讯采购的原材料价格与向其他供应商采购同品号原材料的价格整体不存在重大差异；安徽明讯部分品号原材料价格相对略高，主要是由于其为国内功能性产品原材料领域的领先企业、产品交付能力强且质量稳定优异、信用期及运输费用存在一定影响，具有合理性；重庆致贯向安徽明讯的采购价格整体具有公允性。

（四）发行人向安徽明讯采购原材料的价格公允性

报告期内，公司向安徽明讯采购的主要原材料为保护膜，采购金额占向安徽明讯采购原材料金额的比例分别为 70.60%、76.57%和 74.46%，占比较高。公司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。报告期内，公司向主要保护膜供应商采购单价情况如下：

单位：元/㎡

序号	名称	2021 年	2020 年	2019 年
1	安徽明讯	3.80	4.71	5.48
2	太仓斯迪克新材料科技有限公司	3.44	3.75	4.34
3	深圳新枝包装材料有限公司	2.01	2.09	2.04
4	东莞市亮雅塑料制品有限公司	4.02	7.10	7.49
5	苏州宾特利胶粘制品有限公司	6.78	6.42	5.84
平均价格		**3.62**	**4.35**	**4.53**
安徽明讯采购价格与上述主要供应商平均采购价格的差异情况		**4.97%**	**8.28%**	**20.97%**

报告期内公司向上述供应商采购保护膜金额占保护膜总采购金额的比例分别为 68.75%、90.89%、89.34%，占比相对较高；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；报告期内，公司向安徽明讯采购价格与上述主要供应商平均采购价格整体保持一致、不存在重大差异。

上述保护膜主要供应商中，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，硬度及抗冲击度较高，单价相对较高；安徽明讯 2019 年采购单价相对较高，主要系公司当年向其主要采购单价较高的 PET 双层保护膜等，当年采购单价 3 元以上保护膜的采购金额占比为 99.13%，导致其当年单价较高。公司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，单价也相对较低。公司向东莞市亮雅塑料制品有限公司、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 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。

综上所述，公司向安徽明讯主要采购保护膜；报告期内，公司向安徽明讯采购保护膜单价与向主要供应商采购保护膜平均采购价格整体保持一致、不存在重大差异。

（五）是否存在利益输送情形

重庆致贯、安徽明讯针对报告期内的交易情况，均已经出具了确认文件，确认重庆致贯综合考虑产品的规格型号、生产的难易程度、交货周期、业务规模等因素，与安徽明讯协商确定价格，价格具有公允性；安徽明讯与重庆致贯及其他同类客户的交易定价原则一致，交易价格不存在重大差异；安徽明讯与重庆致贯的交易价格符合市场定价原则，交易价格与市场价格相比不存在较大差异、交易价格公允，不存在利益输送情形。

中介机构核查了发行人报告期内之毛利率变动情况并分析其变动原因；核查了发行人报告期内的银行账户及流水记录；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；获取发行人与重庆致贯的采购明细表，分析报告期内公司与重庆致贯向安徽明讯采购的主要相同原材料价格是否存在差异；对安徽明讯进行走访，核查了解其是否存在利益输送、协助发行人虚减成本、虚增利润之情形。

经核查，重庆致贯 2020 年新增安徽明讯作为供应商具有合理性；不存在利益输送的情形。

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、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并分析其合理性；

2、查阅了重庆致贯的财务报表、审计报告，了解其财务状况及经营业绩；分析其经营情况、行业环境等因素是否发生重大变化；核查实际经营业绩是否实现收益法中的预计业绩；

3、获取重庆致贯的工商档案、公司取得其 35%股权的相关协议文件；

4、取得重庆致贯原股东与光大同创签署的《股东协议》，查阅各方约定的业绩承诺情况；

5、对重庆致贯高级管理人员进行访谈，了解 2020 年新增安徽明讯作为供应商的原因及合理性；取得重庆致贯与安徽明讯签署的相关采购合同/订单；

6、查阅重庆致贯采购明细表，复核重庆致贯对安徽明讯及其他同类供应商的采购价格情况；

7、查阅了重庆致贯、安徽明讯针对报告期内的交易情况出具的确认文件；

8、核查了发行人报告期内之毛利率变动情况并分析其变动原因；核查了发行人报告期内的银行账户及流水记录；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；

9、获取发行人与重庆致贯的采购明细表，分析报告期内公司与重庆致贯向安徽明讯采购的主要相同原材料价格是否存在差异；

10、对安徽明讯进行走访，核查了解其是否存在利益输送、协助发行人虚减成本、虚增利润之情形。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、收益法中重庆致贯的营业收入、增长率、净利润、现金流等参数设定合理；重庆致贯原股东存在业绩承诺；重庆致贯 2021 年净利润实际实现金额已经超过收益法中的预计业绩，不存在应当计提减值准备的情形；

2、重庆致贯 2020 年新增安徽明讯作为供应商具有合理性；重庆致贯向安徽明讯采购的原材料价格与向其他供应商采购同品号原材料价格整体不存在重大差异；重庆致贯向安徽明讯的采购价格整体具有公允性；不存在利益输送的情形。

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、42,403.42 万元，2018 年至 2020 年收入增长的主要原因之一为 2019 年收购昆山上艺，2019 年和 2020 年由于该笔收购贡献的收入分别为 4,376.30 万元、15,482.31 万元。

（2）报告期各期，发行人智能手机及周边类功能性产品收入分别为 11,681.61 万元、17,360.72 万元、17,938.40 万元、5,449.12 万元，2021 年 1-6 月收入有所下滑。

（3）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%，2020 年以来受疫情影响，个人电脑出货量增速较快。

（4）报告期各期末，发行人在手订单分别为 23,547.72 万元、29,641.29 万元、39,684.36 万元、30,958.02 万元，2021 年 6 月末在手订单下降。

（5）报告期各期，保荐人、申报会计师对发行人营业收入函证的金额分别为 42,410.21 万元、57,917.96 万元、71,611.31 万元、37,450.47 万元，回函确认金额分别为 36,472.81 万元、52,219.90 万元、65,884.17 万元、35,054.14 万元。

请发行人：

（1）披露收购昆山上艺对主营业务收入增长及增长率的具体影响，剔除收购事项外发行人营业收入增长情况。

（2）分析并说明 2021 年 1-6 月智能手机及周边类功能性产品收入下降的原因。

（3）结合主营业务收入中应用于个人电脑领域的产品金额占比较高，以及疫情对收入增长的促进作用，就发行人业绩的增长可持续性进行特别风险提示。

（4）分析并说明 2021 年 6 月末在手订单下降的原因，并结合 2021 年全年业绩情况说明 2021 年营业收入、净利润是否呈下降趋势。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明是否存在营业收入函证回函不符的情况，如存在，请说明具体金额及不符原因、相关款项是否已收回。

【回复】

一、披露收购昆山上艺对主营业务收入增长及增长率的具体影响，剔除收购事项外发行人营业收入增长情况

上述内容已经在招股说明书“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”中补充披露如下：

“7、收购昆山上艺相关资产对公司营业收入的影响

报告期内，公司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、13,920.89 万元，占公司主营业务收入金额的比例分别为 6.70%、18.91%、14.23%，整体占比相对较低。

2020 年，昆山上艺相关资产带来的收入增长金额为 11,106.01 万元，公司主营业务收入增长金额为 16,602.08 万元，前述相关资产带来收入增长金额占公司主营业务收入当期增长金额的比例为 66.90%，带动公司主营业务收入同比增长 17.01%。收购昆山上艺资产对 2020 年公司主营业务收入增长及增长率的影响相对较大。2021 年，昆山上艺相关资产带来的收入较 2020 年有所下降。

剔除收购昆山上艺资产事项的影响，报告期内公司营业收入及增长情况如下：

单位：万元

项目	2021 年		2020 年		2019 年
	金额	同比增加	金额	同比增加	金额
营业收入	85,615.48	17,970.37	67,645.11	5,618.66	62,026.45

剔除收购昆山上艺资产事项的影响，2020 年、2021 年公司营业收入分别同比增加 5,618.66 万元、17,970.37 万元，同比增长 9.06%、26.56%，2019-2021 年复合增长率为 17.49%，整体增长情况良好。2021 年剔除收购事项后公司营业收入增长幅度相对较大，主要是由于：一方面，受主要客户联想集团出货量持续增长及市场份额提升、家电领域业务规模不断扩大等积极因素影响，防护性产品收

入金额同比增长 7,145.47 万元；另一方面，公司持续加大对模切类产品及碳纤维类产品的研发及市场拓展力度，与下游客户的合作规模不断扩大，功能性产品收入金额同比增长 8,712.29 万元。

由上可见，剔除收购昆山上艺资产事项的影响后，公司报告期内营业收入整体增长情况依然良好。”

二、分析并说明2021年1-6月智能手机及周边类功能性产品收入下降的原因

2019 年、2020 年、2021 年 1-6 月，公司智能手机及周边类功能性产品收入分别为 17,360.72 万元、17,938.40 万元、5,449.12 万元，2021 年 1-6 月收入有所下降、占 2020 年该类产品收入金额的比例为 30.38%、相对较低，主要是其中智能穿戴类功能性产品收入金额下降幅度相对较大所致。具体原因如下：

1、受下游智能穿戴产品终端市场需求变动影响，终端客户需求有所下降导致制造服务商对智能穿戴类功能性产品的需求有所下降

公司智能穿戴类功能性产品主要应用于苹果 Airpods 系列产品。一方面，Airpods 原有系列产品主要机型已经历较长生命周期，市场需求及增长速度放缓，同时其他智能穿戴品牌出货量增长较为迅速。根据 IDC 数据，2021 年 1-6 月苹果品牌智能穿戴设备出货量为 62.3 百万台，占有率为 28.50%、较 2020 年市场占有率下降 5.6 个百分点；根据 Canalys 数据，苹果系列 TWS（真无线耳机）产品 2021 年第二季度的出货量为 15.5 百万台、市场占有率为 26.50%、较 2020 年同期出货量下降 25.80%；另一方面，苹果 Airpods 3 延迟至 2021 年 10 月发布，集中量产时间也相应延迟至 2021 年下半年。受上述因素影响，2021 年上半年终端市场需求及出货量增速有所下滑，上述产品之制造服务商也相应减少了对相关功能性产品原材料的采购金额及需求，对公司 2021 年上半年的功能性产品收入金额产生不利影响。

2、受下游客户生产基地布局及越南疫情等因素影响，公司 2021 年 1-6 月向下游客户销售智能穿戴类功能性产品收入金额有所下降

受下游客户生产基地布局及越南疫情等因素影响，公司 2021 年 1-6 月向下游客户销售智能穿戴类功能性产品收入金额有所下降。一方面，受生产基地布局

及交付订单具体要求因素影响，部分制造服务商客户针对智能穿戴类功能性产品的国内订单及采购需求有所下降；另一方面，2021 年上半年越南疫情较为严重，部分下游客户的生产进度及安排受到一定影响，其对原材料的订单及采购需求也受到影响。上述因素对公司 2021 年上半年的功能性产品收入金额产生不利影响。

3、对于消费电子行业而言其销售存在一定的季节性，一般情况下上半年通常为智能手机及周边类产品销售淡季、市场需求相对平稳，公司应用于上述领域的功能性产品收入也相对较低

公司主营业务之一为消费电子功能性产品的研发、生产及销售，公司营业收入同下游消费电子行业企业的产品出货量等生产情况紧密相关。一般情况下，下游消费电子行业企业出货量越大，则制造商的成品生产量、原材料采购量越大，对其上游功能性产品等原材料的需求量也就越大。受消费电子产品不同时期需求波动的影响，公司的业务也具有一定的季节变化。

消费电子产品品牌商多在每年下半年发布新型号产品，同时受消费者消费习惯影响，消费电子产品在节假日及电商促销活动日销量明显较高。受上述因素影响，一般情况下智能手机、智能穿戴等消费电子产品下半年出货量较大，导致消费电子行业的上游原材料企业下半年营业收入金额相对较大，而上半年通常为销售淡季。受上述因素影响，公司智能手机、智能穿戴类功能性产品的上半年收入金额也相对较低。

综上所述，2021 年 1-6 月智能手机及周边类功能性产品收入下降，主要是受下游智能穿戴产品终端市场需求波动、客户生产基地布局及越南地区疫情、上半年一般为销售淡季等因素影响，具有合理性。

2021 年全年，受下半年新产品推出、越南疫情逐步平稳缓和等多因素影响，公司智能手机及周边类功能性产品收入金额为 17,110.28 万元，较 2020 年同比下降 4.62%、整体下降幅度较小，不存在同比下降幅度较大的情形。

三、结合主营业务收入中应用于个人电脑领域的产品金额占比较高，以及疫情对收入增长的促进作用，就发行人业绩的增长可持续性进行特别风险提示

上述内容已经在招股说明书“重大事项提示”之“四、特别风险提示”之“（八）

因疫情形势变化导致业绩无法持续增长的风险”及“第四节 风险因素”之“九、其他风险”之“（四）因疫情形势变化导致业绩无法持续增长的风险”中补充披露如下：

“报告期内，公司主营业务中应用于个人电脑领域的产品收入金额分别为35,652.29万元、50,332.46万元、62,983.64万元，占主营业务收入的比例分别为54.61%、61.47%和64.38%，占比相对较高，个人电脑为公司产品的主要应用领域。2020 年以来，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，公司应用于个人电脑领域的产品需求也相应所有增加。随着防控经验、检测手段、疫苗接种在全球范围内的不断普及，疫情可能逐步得到控制，因疫情催生的个人电脑需求可能有所回落，从而导致公司应用于个人电脑领域的产品需求的增长相应降低，这将对公司业绩增长带来一定的不利影响。因此，公司存在因疫情形势变化导致业绩无法持续增长的风险。”

四、分析并说明2021年6月末在手订单下降的原因，并结合2021年全年业绩情况说明2021年营业收入、净利润是否呈下降趋势

（一）2021 年 6 月末在手订单下降的原因

2021 年 6 月末公司在手订单金额较 2020 年末下降 8,726.34 万元，主要是下游个人电脑领域主要客户期末订单金额有所下降所致。因疫情催生的居家办公及线上学习需求为全球个人电脑市场提供了较强的增长动力，2020 年全球个人电脑出货量增长迅速。根据 IDC 数据，2020 年第四季度个人电脑市场需求强劲，全球个人电脑出货量同比增长 26.10%，其中联想集团个人电脑出货量同比增长 29.00%、增长幅度较大。伴随个人电脑产品出货量的大幅增加，联想集团对上游原材料的需求规模持续扩大，导致公司 2020 年末对联想集团的在手订单金额相对较大。

2021 年上半年，受全球范围内疫情多点爆发、自然灾害及事故、全球海运物流运力承压等多重因素影响，全球芯片有所短缺等因素对下游消费电子行业领域客户的产能扩张产生了一定影响。根据 IDC 数据，2021 年第二季度联想集团个人电脑出货量同比增长 14.9%，增速低于 2020 年第四季度增长情况。受上述因素综合影响，公司 2021 年 6 月末对其在手订单金额有所下降，具有合理性。

2021 年末，公司期末在手订单金额为 39,736.08 万元、较 2020 年末基本保持一致、不存在下降情形，期末在手订单情况良好。

（二）2021 年营业收入、净利润变动趋势

2020 年、2021 年经审计之公司营业收入、净利润情况如下：

单位：万元

项目	2021 年	2020 年	同比变动
营业收入	99,536.37	83,127.42	19.74%
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	12,369.03	10,784.08	14.70%

受下游消费电子行业整体需求相对较高、下游客户需求增加等积极因素影响，2021 年公司收入增长情况良好，实现营业收入为 99,536.37 万元、同比增长 19.74%，扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润为 12,369.03 万元、同比增长 14.70%，不存在下降趋势，增长情况良好。

五、说明是否存在营业收入函证回函不符的情况，如存在，请说明具体金额及不符原因、相关款项是否已收回

报告期内公司回函不符的营业收入函证具体金额、不符原因及截至本问询函回复出具日的相关款项收回情况如下：

单位：万元

客户名称	收入金额	回函差异	不符原因说明	差异处理	相关款项是否收回
2021 年					
LUXSHAR EPRECISION LIMITED	2,889.61	425.00	入账时间差异	调整后相符	部分收回
安徽胜利精密制造科技有限公司	826.86	-282.37	入账时间差异、税差	调整后相符	部分收回
深圳市大疆百旺科技有限公司	649.15	59.37	入账时间差异	调整后相符	是
LENOVO CENTRO TECNOLOGI CO,S.DER.L.DEC.V	4,223.61	30.73	入账时间差异	调整后相符	否
深圳市比亚迪供应链管理有限公司	694.17	22.78	入账时间差异	调整后相符	是
纬创资通（成都）有限公	263.92	12.53	入账时间差异	调整后相符	否

司					
苏州春秋电子科技股份有限公司	451.09	6.01	入账时间差异	调整后相符	是
超视界显示技术有限公司	184.98	-4.33	入账时间差异	调整后相符	否
南昌华勤电子科技有限公司	825.37	1.84	入账时间差异	调整后相符	否
康硕电子（苏州）有限公司	516.22	0.30	单价调整未及时入账	调整后相符	是
合计	**11,524.98**	**271.86**	-	-	-
2020 年					
深圳市创想三维科技有限公司	556.91	-78.82	入账时间差异、客户回函金额为含税金额	调整后相符	是
普联技术有限公司	359.51	-77.04	入账时间差异	调整后相符	是
深圳市大疆百旺科技有限公司	443.81	7.36	入账时间差异	调整后相符	是
深圳迈瑞生物医疗电子股份有限公司	435.84	3.80	单价调整未及时入账	调整后相符	是
太普动力新能源（常熟）股份有限公司	113.19	1.36	入账时间差异	调整后相符	是
世硕电子（昆山）有限公司	1,729.00	0.19	单价调整客户未及时入账	调整后相符	是
达功（上海）电脑有限公司	673.53	-0.04	入账时间差异	调整后相符	是
纬创资通（昆山）有限公司	1,439.79	-0.01	尾数差异	未处理	是
Wistron Technology (Malaysia) Sdn Bhd	223.28	0.00	尾数差异	未处理	是
合计	**5,974.85**	**-143.21**	-	-	-
2019 年					
普联技术有限公司	377.61	4.54	入账时间差异	调整后相符	是
深圳市大疆百旺科技有限公司	33.52	4.42	入账时间差异	调整后相符	是
深圳迈瑞生物医疗电子股份有限公司	385.63	-3.24	单价调整未及时入账	调整后相符	是
达功（上海）电脑有限公司	126.11	-0.28	入账时间差异	调整后相符	是
纬创资通（昆山）有限公司	1,328.38	0.00	尾数差异	未处理	是

合计	**2,251.25**	**5.44**	-	-	-

报告期各期，公司和客户进行函证的差异金额分别为 5.44 万元、-143.21 万元、249.07 万元，差异金额整体较小且主要为入账时间差异、调整后相符且货款均已经收回，回函及回款情况良好。

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、查阅了发行人的收入明细表，分析昆山上艺对主营业务收入增长及增长率的具体影响，复核剔除收购事项后发行人营业收入增长情况；

2、访谈了发行人的主要管理人员并查阅了公开信息，了解并分析 2021 年 1-6 月智能手机及周边类功能性产品收入下降的原因及合理性；

3、 查阅了招股说明书，核查发行人是否已对疫情之下业绩增长的可持续性进行特别风险提示；

4、访谈了发行人的主要管理人员并查阅了公开信息，了解并分析 2021 年 6 月末公司在手订单下降的原因及合理性；

5、查阅了发行人 2021 年财务报表及审计报告，了解发行人 2021 年营业收入、净利润是否同比有所下降；

6、查阅了发行人客户的回函函证，分析回函不符的原因、取得相关款项收回的凭证。

（二）核查结论

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、发行人已对收购昆山上艺对主营业务收入增长及增长率的具体影响、剔除收购事项外发行人营业收入增长情况进行披露；

2、2021 年 1-6 月智能手机及周边类功能性产品收入下降主要是受下游智能穿戴产品终端市场需求变动、客户生产基地布局及越南地区疫情、上半年为销售

淡季等因素影响，具有合理性；2021 年全年智能手机及周边类功能性产品整体收入情况良好，不存在大幅下降的情况；

3、发行人已结合主营业务收入中应用于个人电脑领域的产品金额占比较高以及疫情对收入增长的促进作用，在招股说明书中对业绩增长的可持续性进行了特别风险提示；

4、2021 年 6 月末发行人在手订单下降的原因具有合理性；发行人 2021 年期末在手订单、营业收入、净利润增长情况良好，不存在下降趋势；

5、报告期各期，公司和客户进行函证的差异金额整体较小且主要为入账时间差异、调整后相符且货款均已经收回，回函及回款情况良好。

3.关于主要客户

申请文件及首轮问询回复显示：

（1）报告期各期，发行人对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、19,747.01 万元，占比分别为 43.82%、39.35%、39.70%、45.72%，比例较高。

（2）发行人对联想集团个人电脑类防护性产品的销量分别为 7,126.32 万 PCS、8,100.87 万 PCS、9,831.22 万 PCS、6,088.34 万 PCS，联想集团全球电脑出货量分别为 59.9 百万台、64.9 百万台、72.7 百万台、40.4 百万台。

（3）发行人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，报告期各期发行人向上述三家客户销售金额分别为 10,775.16 万元、14,167.04 万元、12,362.93 万元、3,623.29 万元。发行人披露上述三家制造服务商均为国际知名品牌提供智能穿戴设备的制造服务。

请发行人：

（1）结合报告期各期末及 2021 年末对联想集团的在手订单情况、2021 年全年对联想集团的销售金额等分析并说明对联想集团的销售是否具有持续性、稳定性。

（2）说明每台个人电脑配置的防护性产品的主要种类、数量、发行人对联想集团相关产品的销售数量、各类产品中标的份额，报告期各期发行人对联想集团的销售占其同类产品的采购比例，发行人是否存在被其他竞争对手替代的风险。

（3）说明英华达、立讯精密、歌尔股份三家客户对应的最终客户名称，发行人是否通过最终客户的认证体系，向发行人采购数量、采购单价由直接客户决定还是由最终客户决定，2021 年 1-6 月向上述三家客户的销售金额大幅下降的原因，结合 2021 年对其全年销售金额及年末在手订单情况分析并说明对其销售是否持续下滑。

（4）说明对主要客户销售的毛利率是否存在显著差异。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、结合报告期各期末及2021年末对联想集团的在手订单情况、2021年全年对联想集团的销售金额等分析并说明对联想集团的销售是否具有持续性、稳定性

公司于 2012 年与联想集团建立合作关系进入其供应商体系并与其重要子公司签署长期合作协议，双方合作时间较早、合作情况良好、合作时间较长、合作规模不断扩大、合作程度持续深化。报告期内，公司向联想集团实现收入金额分别为 26,128.46 万元、33,002.91 万元、45,828.31 万元，针对联想集团之期末在手订单金额分别为 12,483.68 万元、28,882.53 万元、28,428.22 万元。2021 年，公司向联想集团实现收入金额为 45,828.31 万元、期末在手订单金额为 28,428.22 万元，收入及期末订单情况良好，双方合作继续保持了良好的持续性和稳定性。

双方的业务合作具有稳定性、可持续性以及良好的合作粘性，具体情况如下：

（一）公司在消费电子产品防护性及功能性产品领域具有显著的竞争优势，包括优质、稳定的客户资源优势、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等。上述竞争优势为发行人与联想集团持续开展合作奠定了坚实的基础

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领域，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。经过多年的研发积累和行业应用实践，公司已经逐步形成了客户资源优势、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等竞争优势，并拥有了包括联想集团在内的一批全球消费电子领域知名客户。

公司与联想集团长期合作，在长期的合作过程中已经形成了稳定的合作伙伴关系，先后获得联想集团、合肥联宝颁发的“质量奖”、“完美品质奖”、“卓越供应奖”、“卓越支持奖”等奖项。公司凭借上述竞争优势，在与国内外企业的竞争中不断拓展联想集团业务并深入合作。

上述竞争优势为公司与联想集团持续开展合作奠定了良好的基础，也极大增强了双方合作的粘性。

（二）联想集团作为香港上市公司及消费电子领域内的领先企业，对供应商要求较高、筛选严格，一旦选定将保持相对稳定

联想集团作为香港上市公司及全球消费电子领域领先的科技企业，在长期经营过程中建立了规范的公司治理、采购管理制度，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，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，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。

（三）公司在与联想集团的长期合作过程中，双方已经建立了长期稳定的合作关系，合作规模不断扩大、合作程度持续深化、合作粘性不断增强

1、公司已与联想集团建立了长期稳定的合作关系，报告期内向联想集团销售收入及在手订单金额稳定增加，合作程度不断加深、合作规模不断扩大

公司与联想集团合作过程中，凭借自身拥有的竞争优势并根据其需求实现快速定制与快速响应，稳步推进区域基地战略布局、为其提供属地化服务，与联想集团的合作程度不断加深、客户粘性不断加强。

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。

报告期内，公司向联想集团实现收入金额分别为 26,128.46 万元、33,002.91 万元、45,828.31 万元，收入规模金额稳定增加。2021 年，公司向联想集团实现收入金额为 45,828.31 万元、期末在手订单金额为 28,428.22 万元，收入及期末订单情况良好，合作规模持续扩大、合作情况良好。

2、公司已与联想集团重要子公司签订长期合作协议，合作情况良好

公司与合肥联宝、Lenovo PC HK Limited 签订了长期战略合作协议，协议自生效之日起持续有效。上述公司均为联想集团旗下重要控股子公司，其中合肥联宝为联想集团旗下最大的个人电脑研发和制造基地，主要生产笔记本电脑、超小型计算机、存储产品、服务器等，为公司与联想集团合作过程中主要的交易主体。公司稳定保持较高的产品质量，能够持续满足联想集团的产品需求，目前协议履行情况良好。

3、公司持续拓展与联想集团的其他合作领域，合作范围不断扩大、合作粘性不断增强

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、定制化及精密要求度高、新工艺新材料应用层出不穷的特点，具有较高的技术及研发壁垒，不同应用领域的防护性及功能性产品在外观、尺寸、精度、性能等方面均有不同层次的要求。公司与联想集团在合作的同时，对其产品研发体系、产品需求较为熟悉，可有效吸收其产品需求并有效转为公司内部研发需求，逐步拓展其他的应用领域，在原有产品之外深度开发、设计和定制生产契合其需求的产品，合作领域不断拓展、合作范围不断扩大、客户粘性不断加强。

以碳纤维产品为例，联想集团在个人电脑生产过程中，出于产品轻薄性、坚固性、下游消费者需求、采购成本等多因素考虑，对国内碳纤维背板产品有较大的需求。公司根据上述需求，积极对碳纤维材料及相关应用进行研发，成功推出碳纤维背板产品并通过联想集团认证，帮忙其进一步实现笔记本电脑轻量化、个性化、定制化并推动实现进口替代，为客户提供更加多元化的产品及服务方案、进一步增强双方合作粘性。

（四）联想集团为全球消费电子领域领先企业，经营情况良好且个人电脑市

场具有良好的发展前景，公司与其开展长期合作具有稳定和可持续的基础

联想集团作为全球消费电子领域领先的科技企业，其个人电脑出货量位居全球出货量前列，业务覆盖全球多个国家和地区。根据 IDC 数据，联想集团 2019 年度、2020 年度、2021 年度个人电脑出货量均保持市场第一的行业地位，优势明显。其 2019 财年、2020 财年及 2021 财年上半年的营业收入分别为 507.16 亿美元、607.42 亿美元和 347.98 亿美元，整体营业收入增长情况良好。受社会经济不断发展、互联网与大数据等技术快速进步等积极因素影响，个人电脑市场需求量不断增加。联想集团行业地位突出、整体经营情况良好、市场规模以及占有率不断提升，对消费电子防护性和功能性产品具有稳定持续的采购需求。联想集团良好的市场地位以及经营情况，为公司与其开展长期合作奠定了坚实的客户基础。

综上所述，公司在消费电子产品防护性及功能性产品领域具有显著的竞争优势；联想集团作为香港上市公司及全球消费电子领域内的领先企业，其对供应商要求较高、筛选严格且具有粘性；公司与联想集团已经建立了长期稳定的合作关系，合作规模不断扩大、合作程度持续深化、合作粘性不断增强；联想集团为全球消费电子领域领先企业、经营情况良好；报告期内，公司与联想集团合作规模、订单规模情况良好。公司与联想集团持续开展合作具有良好的基础，未来合作具有持续性、稳定性。

二、说明每台个人电脑配置的防护性产品的主要种类、数量、发行人对联想集团相关产品的销售数量、各类产品中标的份额，报告期各期发行人对联想集团的销售占其同类产品的采购比例，发行人是否存在被其他竞争对手替代的风险

（一）说明每台个人电脑配置的防护性产品的主要种类、数量、发行人对联想集团相关产品的销售数量、各类产品中标的份额

1、每台个人电脑配置的防护性产品的主要种类、数量

公司防护性产品主要用于消费电子产品的安全及形态防护，在生产及储运过程中起到缓冲、减震、抗压、防尘、防潮等防护作用，包括保护类、缓冲类两大类产品。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；缓冲类防护性产品包括 EPE、纸塑、吸塑等，主要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。

一般情况下，每台个人电脑配置使用的防护性产品的主要种类、数量如下：

序号	名称	数量（PCS）
1	EPE 产品	2-4
2	袋类	2-3
3	箱盒	2

公司根据下游联想集团等客户的合同或具体订单要求，向其提供保护类或缓冲类等不同的防护类产品。

2、发行人对联想集团相关产品的销售数量、各类产品中标的份额

（1）报告期内，公司对联想集团相关产品的销售数量情况

单位：万 PCS

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
缓冲类	6,477.96	5,221.62	4,420.01
保护类	8,310.92	6,157.43	4,896.97
模切类	12,499.61	3,730.74	1,408.09
碳纤维背板	39.55	16.49	-

（2）报告期内，公司对联想集团相关产品的中标份额

公司综合考虑联想集团的招标产品种类、招标要求、自身产品、竞争优势、预计盈利情况等因素来决定是否投标。在招标过程中，联想集团对参加投标企业的基本情况、供应能力、供应效率及响应速度、成本报价等多个方面进行综合评审，根据采购管理制度进行综合评审之后优者中标。公司成功中标情况下，在该标中的所占份额一般为 40%-60%（防护性产品类）、15%-30%（功能性产品类）。

（二）报告期各期发行人对联想集团的销售占其同类产品的采购比例

联想集团为香港上市公司（0992.HK）及世界 500 强企业，报告期内公司向

联想集团销售收入金额占其主要原材料采购金额的比例情况如下：

单位：亿元

项目	2020 年度	2019 年度
向联想集团销售金额	3.3002	2.6128
联想集团主要原材料采购金额	2,153.32	1,872.59
占比	0.15%	0.14%

注：联想集团上述数据来源于其公开披露文件；其披露的主要原材料包括处理器及芯片、内存及存储器、显示器及软件等；2021 年相关数据未披露；联想集团数据为财年数据。

联想集团是全球消费电子领域领先企业，其个人电脑出货量位居全球出货量前列。联想集团 2019 年度、2020 年度的主要原材料采购金额分别为 1,872.59 亿元及 2,153.32 亿元，公司向其收入金额占其主要原材料采购金额的比例很低。

根据中介机构的相关访谈记录，报告期内联想集团向发行人采购防护性产品的金额占其当年采购同类产品金额的比例约为 10%-15%；采购功能性产品的金额占其当年采购同类产品金额的比例约为 1%-3%。

（三）发行人是否存在被其他竞争对手替代的风险

发行人和联想集团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。发行人被其他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技术及研发优势，为发行人与联想集团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、定制化及精密要求度高、新工艺新材料应用层出不穷的特点，具有较高的技术及研发壁垒。不同应用领域的防护性及功能性产品在外观、尺寸、精度、性能等方面均有不同层次的要求，需要选用不同的原材料并使用不同的生产工艺，产品开发及工艺设计难度相对较高。

经过多年的研究探索，公司借助对各种原材料性能的研究、生产工艺技术的拓展，已经能够快速响应联想集团等下游客户的需求，为实现产品不断升级、更好服务客户提供了有力的技术保障。以缓冲类产品为例，公司积极响应客户绿色环保需求，开发出植物纤维混合配方，使产品具备可自然降解、再生的良好特性，

取得了客户的认可。同时，公司持续的进行研发积累、不断新增新的利润增长点、培育和发展新产品。以碳纤维背板产品为例，公司基于对材料性能及生产工艺的深入研究，对碳纤维板与塑胶的结合方案、注塑成型工艺等进行创新，解决了结合处溢胶、板材变形、受力强度低等一系列技术难题，建立了相关技术领域的先发优势。

多年来，公司不断致力于提升工艺技术水平，在防护性产品及功能性产品领域积极开发多元化产品以满足联想集团等下有客户各类需求，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，提供的技术和产品具有竞争优势，被替代的风险较小。

（2）联想集团作为香港上市公司及消费电子领域内的领先企业，对供应商要求较高、筛选严格，一旦选定将保持相对稳定

联想集团作为香港上市公司及全球消费电子领域领先的科技企业，在长期经营过程中建立了规范的公司治理、采购管理制度，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，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，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。

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，与联想集团保持良好合作关系。

（3）公司同联想集团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

公司与联想集团合作时间均较长，对其 IT 环境、业务需求、管理流程较为熟悉。公司能够参与到其产品研发过程中，为其提供针对性的技术建议、加深技术合作深度；同时公司及时跟踪其需求及反馈，不断新增拓展契合客户需求的产品，进一步增强双方的合作粘性。以碳纤维背板产品为例，公司依托与联想集团的长期合作基础，积极响应其新增需求，在项目早期阶段便参与解决方案的制定，不断优化升级产品设计、跟踪需求变动、提供差异化解决方案，陆续开发出应用于多款笔记本电脑的碳纤维背板产品并实现批量供货。在长期的生产经营过程中，

公司雄厚的技术实力、优异产品质量、良好的定制化服务能力等竞争优势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，公司与联想集团的合作具有持续性和稳定性，被主要竞争对手产品替代的风险较小。

三、说明英华达、立讯精密、歌尔股份三家客户对应的最终客户名称，发行人是否通过最终客户的认证体系，向发行人采购数量、采购单价由直接客户决定还是由最终客户决定，2021年1-6月向上述三家客户的销售金额大幅下降的原因，结合2021年对其全年销售金额及年末在手订单情况分析并说明对其销售是否持续下滑

（一）英华达、立讯精密、歌尔股份三家客户对应的最终客户名称，发行人是否通过最终客户的认证体系

立讯精密、歌尔股份、英华达均为知名的消费电子产品制造服务商。公司向上述三家客户销售功能性产品对应的最终客户为苹果。

苹果为保证上游供应商的供货质量、数量和响应速度等，建立了一系列严格的考核及认证体系，对公司的研发能力、生产管理、产品品质、产品交付能力、综合服务、经营情况等方面均进行了严格考核。公司在上述方面均能满足其要求、已经获得苹果的认证、成为合格供应商之一。

（二）向发行人采购数量、采购单价由直接客户决定还是由最终客户决定

英华达、立讯精密、歌尔股份为公司直接客户，其直接向公司采购功能性产品并根据其下游终端客户订单规模、自身生产计划、采购计划来决定每批次采购的采购数量规模。关于采购价格，公司向上述制造服务商提供功能性产品的价格由公司与最终客户确定。

（三）2021 年 1-6 月向上述三家客户的销售金额大幅下降的原因

报告期内发行人向上述三家客户销售金额分别为 14,167.04 万元、12,362.93 万元、9,805.71 万元，2021 年 1-6 月实现收入金额为 3,623.29 万元，占 2020 年收入金额的比例为 29.31%，金额及占比相对较低，主要是受下游智能穿戴产品

终端市场需求变动、客户生产基地布局及越南地区疫情、上半年为销售淡季等因素影响，具有合理性。具体参见本问询函回复“2、二”之回复。

受终端品牌商对其制造服务商结构调整因素的影响，2019 年英华达制造的终端品牌智能穿戴产品出货量不断下降。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。报告期内公司向英华达实现的产品收入金额分别为 2,806.82 万元、264.87 万元、0 万元，2021 年双方未再发生业务往来。

（四）结合 2021 年对其全年销售金额及年末在手订单情况分析并说明对其销售是否持续下滑

1、2021 年对立讯精密、歌尔股份销售金额及年末在手订单情况

2021 年公司向立讯精密、歌尔股份实现收入金额及 2021 年末在手订单及需求情况如下：

单位：万元

项目	2021 年	2020 年	年末在手订单及需求金额
立讯精密	5,774.77	7,019.48	1,986.86
歌尔股份	4,030.94	5,078.58	1,734.26
合计	**9,805.71**	**12,098.06**	**3,721.11**

2021 年公司对立讯精密、歌尔股份合计实现收入金额为 9,805.71 万元、同比下降 18.95%；期末订单金额合计为 3,721.11 万元、较 2020 年末增长 709.29 万元，订单金额增长情况良好。2021 年公司对立讯精密、歌尔股份实现收入金额整体略有下降，具体影响因素请见本问询函回复“2、二”之回复，变动原因具有合理性。

2、对立讯精密、歌尔股份销售是否持续下滑

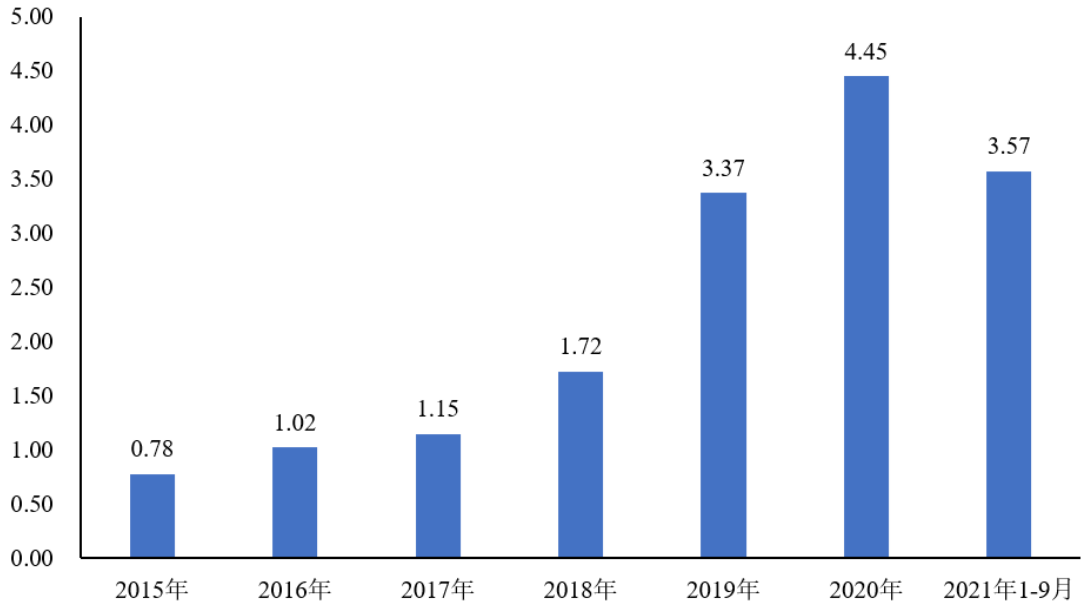
报告期内公司对立讯精密、歌尔股份实现收入未存在持续大幅下滑的情况。伴随前述影响因素的逐步缓解或消除，公司向上述客户未来销售情况良好，具体内容如下：

（1）下游智能穿戴产品市场具有良好的发展前景，市场前景依然较为广阔

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 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，2021 年第四季度数据尚未发布

（2）公司向立讯精密、歌尔股份销售的终端客户为苹果，其在智能穿戴领域具有领先的市场地位且增长迅速，市场需求广阔

全球可穿戴设备市场主要厂商为苹果、小米、华为、三星和 Fitbit。报告期内，各厂商出货量及市场占有率情况如下：

单位：百万台

品牌	2021 年 1-9 月	2020 年度	2019 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
苹果	102.1	28.6%	151.4	34.1%	106.5	31.7%
小米	36.9	10.3%	50.7	11.4%	41.7	12.4%
华为	31.2	8.7%	43.5	9.8%	27.9	8.3%
三星	34.2	9.6%	40.0	9.0%	30.9	9.2%
Fitbit	NA	NA	12.9	2.9%	15.9	4.7%
合计	**357.2**	**57.2%**	**298.5**	**67.2%**	**222.9**	**66.3%**

数据来源：IDC

2019 年、2020 年、2021 年 1-9 月，苹果的市场占有率为全球第一且遥遥领先，为优质的客户资源、市场需求广阔。苹果 Airpods 3 在 2021 年 10 月的发布及发售以及逐步进入集中量产期，将给制造服务商以及上游相关原材料供应商带来积极影响。

（3）公司已经通过了终端品牌商苹果的供应商认证；同时立讯精密、歌尔股份为知名的消费电子行业制造服务商，公司已经与上述公司建立了紧密的合作关系，合作情况良好且保持稳定

终端品牌商方面，公司在研发能力、生产管理、产品品质、产品交付能力、综合服务等方面均能满足终端品牌商的要求、已经通过苹果的认证、成为合格供应商之一，双方合作关系持续稳定。

制造服务商方面，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，公司与其建立了良好、稳定的合作关系并已经取得了其供应商资格、顺利切入到其供应链体系中。公司已经与上述公司建立了紧密的合作关系，合作情况良好且保持稳定。

（4）在手订单及需求规模情况良好，为未来收入规模的可持续性增长奠定了良好的基础；同时随着越南疫情的逐步平稳缓和，也会对上述主要客户积极复工复产、采购需求恢复产生积极影响

2021 年末，公司对立讯精密、歌尔股份在手订单及需求金额相对较大、为未来收入规模增长奠定了良好的基础。同时随着越南 COVID-19 疫苗接种率提高，越南从防御性的抗疫状态逐步转变为“与疫情共存”新状态，也会对上述主要客

户在越南地区生产工厂积极复工复产、采购需求恢复产生积极影响。

综上所述，下游智能穿戴产品市场具有良好的发展前景，下游行业及终端客户市场前景较为广阔；公司已经通过了终端品牌商苹果以及立讯精密、歌尔股份制造服务商的供应商认证，公司已经与上述公司建立了紧密的合作关系，合作情况良好且保持稳定；公司针对上述客户的期末在手订单情况良好。因此，公司对立讯精密、歌尔股份的未来销售情况良好，预计不会出现持续大幅下滑的情况。

四、说明对主要客户销售的毛利率是否存在显著差异

（一）报告期各期主要客户毛利率情况

报告期内，公司主要客户销售毛利率情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	销售收入	占营业收入的比例	毛利率	主要销售产品
2021 年度					
1	联想集团	45,828.31	46.04%	/	防护性与功能性产品
2	纬创资通	7,515.58	7.55%	/	防护性与功能性产品
3	立讯精密	5,774.77	5.80%	/	功能性产品
4	仁宝电脑	4,080.68	4.10%	/	防护性产品
5	歌尔股份	4,030.94	4.05%	/	功能性产品
合计		67,230.28	67.54%	-	-
2020 年度					
1	联想集团	33,002.91	39.70%	/	防护性与功能性产品
2	立讯精密	7,019.48	8.44%	/	功能性产品
3	歌尔股份	5,078.58	6.11%	/	功能性产品
4	纬创资通	4,383.78	5.27%	/	防护性与功能性产品
5	和硕科技	4,133.41	4.97%	/	功能性产品
合计		**53,618.16**	**64.49%**	**-**	**-**
2019 年度					

1	联想集团	26,128.46	39.35%	/	防护性产品
2	立讯精密	7,437.91	11.20%	/	功能性产品
3	仁宝电脑	4,562.73	6.87%	/	防护性产品
4	昆山上艺	4,031.47	6.07%	/	功能性产品
5	歌尔股份	3,922.31	5.91%	/	功能性产品
合计		**46,082.89**	**69.40%**	**-**	**-**

发行人主要客户的毛利率属于商业机密，已申请豁免对主要客户毛利率情况及分析内容的披露。

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、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；

2、获取发行人与合肥联宝、Lenovo PC HK Limited 签订的长期框架协议；查阅截至 2021 年末联想集团的在手订单情况及向联想集团的销售情况；

3、查询联想集团的财务报告等公开披露文件，分析发行人与联想集团的业务合作是否具有持续性、稳定性；

4、对发行人主要管理人员进行访谈并查阅相关行业资料，了解个人电脑配置的防护性产品情况；查阅了发行人的收入明细表，核查发行人对联想集团相关产品的销售数量；

5、对联想集团相关人员进行访谈，了解发行人相关产品的中标情况及销售收入占其同类产品采购金额的比例情况；

6、对发行人主要管理人员进行访谈并查阅合同资料，了解英华达、立讯精密、歌尔股份的最终客户情况以及相关的认证情况；查阅相关合同、订单，了解与上述主要客户进行交易的具体过程；查阅立讯精密、歌尔股份之相关公开披露文件、对发行人主要管理人员进行访谈、查询越南地区疫情相关情况，了解 2021

年 1-6 月向上述客户销售金额变动的原因；

7、查阅 2021 年末发行人对立讯精密、歌尔股份在手订单及 2021 年销售情况，分析对其销售是否存在持续下滑的情况；

8、查阅了发行人的收入明细表，分析主要客户的毛利率是否存在显著差异。

（二）核查结论

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、报告期内公司与联想集团合作规模、订单规模情况良好；公司与联想集团持续开展合作具有良好的基础，未来合作具有持续性、稳定性；

2、报告期各期发行人对联想集团的销售占其同类产品的采购比例较低；公司与联想集团的合作具有持续性和稳定性，被主要竞争对手产品替代的可能性和风险较低；

3、发行人对立讯精密、歌尔股份销售金额变动主要受下游智能穿戴产品终端市场需求变动、客户生产基地布局及越南地区疫情、上半年为销售淡季等因素影响，具有合理性；发行人对立讯精密、歌尔股份销售未出现持续大幅下滑的情况；发行人与英华达合作减少系终端品牌商对制造服务商结构进行调整所致，具有合理性；

4、受产品结构、应用领域、合作情况、汇率波动等因素影响，报告期各期内公司主要客户的毛利率存在一定差异，具有合理性。

4.关于通过OEM模式生产

申请文件及首轮问询回复显示：

（1）报告期各期，发行人主营业务成本中 OEM 模式成本分别为 8,243.58 万元、12,865.40 万元、17,469.97 万元、10,895.28 万元，占主营业务成本的比例分别为 28.63%、34.63%、33.93%、37.09%，此外发行人外协采购成本分别为 173.63 万元、87.19 万元、1,587.68 万元、1,363.01 万元。

（2）报告期各期，发行人防护性产品的产量分别为 22,203.74 万 PCS、27,480.79 万 PCS、32,569.04 万 PCS、19,235.58 万 PCS，其中自产产量分别为 5,893.31 万 PCS、6,156.19 万 PCS、5,815.00 万 PCS、3,038.27 万 PCS，占比仅为 26.54%、22.40%、17.85%、15.80%，自产占比较低且逐年降低。

（3）发行人 OEM 厂商集中度较低，报告期各期向前五大 OEM 厂商采购占比分别为 25.28%、20.26%、22.81%、26.11%。

请发行人：

（1）说明防护性产品主要采用 OEM 模式生产而非自产或外协加工的原因，同行业可比公司是否采用该种生产模式。

（2）说明防护性产品自产产量占总产量的比例较低的原因，并结合 OEM 模式收入占比情况等分析并说明发行人产品是否具有技术门槛、发行人的核心竞争力、发行人是否符合创业板定位。

（3）说明 OEM 厂商集中度较低的原因，发行人同种产品向不同 OEM 厂商采购的价格是否公允，是否存在 50%以上收入来源于发行人的 OEM 厂商，主要 OEM 厂商的财务情况。

（4）发行人控股股东、实际控制人、董监高及其关联方与 OEM 厂商、外协厂商是否存在资金往来、关联关系或其他密切关系，是否存在发行人前员工持有 OEM 厂商或外协厂商股权或在其任职的情形。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，说明对于 OEM 采购价格公允性的核查过程、结论及依据，并请保荐人、申报会计师质控、内核部门发表明确意见。

【回复】

一、说明防护性产品主要采用OEM模式生产而非自产或外协加工的原因，同行业可比公司是否采用该种生产模式

公司主要产品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，下游主要客户为消费电子产品终端品牌商、制造服务商、组件生产商。公司与下游主要客户形成了紧密的的合作

关系，可根据产品需求和客户特点提供定制化的消费电子防护性及功能性产品解决方案并深度参与客户产品设计研发，在客户某项产品设计之初参与内部的讨论和方案设计，为其提供深度契合其安全、形态及功能性等需求的产品。公司的重要核心竞争优势之一即在于深度把握客户需求基础上的良好研发设计能力。

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优质客户资源。作为非上市公司，公司融资渠道相对较为单一，因此只能将有限的资源和精力投入到不断提升产品定制研发设计能力、在重要客户所在地周边建设生产基地、引进和培养优秀管理及技术人才等方面。在产品的具体生产环节，为提高供货效率、集中有限资源提升核心竞争优势，公司采取了自主生产为主、OEM 生产为辅的生产模式。一方面，作为公司生产经营、服务客户的基础，有助于增强经营的稳定性，避免依赖外购可能产生的不能及时、高质量供货的风险；另一方面，针对部分产品公司根据产品具体内容、自身产能情况、客户供货要求、社会资源等因素采用 OEM 生产模式，向供应商提供产品设计方案并对原材料、生产规格等方面提出明确具体要求，在生产完成后进行质量检验。上述模式作为自主生产模式的有益补充，有助于充分利用社会资源、减少自身固定资产投入。

上述生产模式有助于公司集中有限资源、减少资金压力、进一步降低管理风险及管理成本、提高运营效率，有利于公司核心竞争力的不断提升，具有合理性。

（一）说明防护性产品主要采用 OEM 模式生产而非自产或外协加工的原因

1、报告期内公司通过 OEM 模式进行生产的主要产品情况

公司主要产品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，下游主要客户为消费电子产品终端品牌商、制造服务商、组件生产商。公司针对客户需求提供一揽子服务方案，产品领域涉及袋类产品；同时在消费电子产品应用领域之外，公司也积极拓展食品等其他应用领域、销售 EPE 类产品。报告期内，上述袋类产品及食品领域 EPE 类产品收入金额相对较小、生产工艺流程相对较为简单、单价较低、体积较小且数量巨大，因此公司更多采用 OEM 模式进行生产，为报告期内公司防护性产品

中 OEM 采购数量相对较大的主要影响因素。

报告期内，公司防护性产品中袋类产品及食品领域 EPE 类产品的收入金额及占比情况如下：

单位：万元

项目	2021 年	2020 年	2019 年
袋类产品收入	7,052.15	5,604.24	4,192.28
食品领域 EPE 类产品收入	1,223.02	1,154.00	1,129.13
小计	**8,275.16**	**6,758.24**	**5,321.41**
防护性产品收入	**53,952.12**	**46,806.31**	**42,763.02**
占比	**15.34%**	**14.44%**	**12.44%**

由上可知，报告期内公司袋类产品及食品领域 EPE 类产品收入金额合计占比分别为 12.44%、14.44%、15.34%，金额较小且占比相对较低。

报告期内，公司防护性产品中袋类产品及食品领域 EPE 类产品的生产数量及占比情况如下：

单位：万 PCS

项目	来源	2021 年	2020 年	2019 年
袋类产品	OEM 模式	13,867.60	10,911.06	7,507.10
	自制模式	54.48	49.76	318.19
食品领域 EPE 类产品	OEM 模式	11,502.48	10,941.44	9,473.97
	自制模式	-	-	7.10
小计	**OEM 模式**	**25,370.08**	**21,852.50**	**16,981.07**
	自制模式	**54.48**	**49.76**	**325.29**
占整体防护性产品比例	OEM 模式	80.76%	81.68%	79.63%
	自制模式	0.84%	0.89%	5.62%

由上可知，报告期内公司防护性产品中，袋类产品及食品领域 EPE 类产品 OEM 采购数量占防护性产品整体 OEM 采购数量的比例分别为 79.63%、81.68%、80.76%，占比很高、为防护性产品 OEM 采购的主要组成部分。

针对上述产品，公司主要采取 OEM 模式进行生产，导致报告期内公司防护

性产品中 OEM 模式采购量较大。一方面，上述产品生产工艺及流程相对较为简单、单价较低，袋类产品采购单价分别为 0.31 元、0.36 元、0.30 元，食品领域 EPE 采购单价分别为 0.10 元、0.09 元、0.09 元，均远低于公司自制消费电子领域 EPE 产品的单位成本 2.68 元、2.59 元、3.13 元；另一方面，上述产品体积较小、需求量大，报告期内 OEM 模式采购的上述产品数量分别为 1.70 亿 PCS、2.19 亿 PCS、2.54 亿 PCS，数量较大、为防护性产品 OEM 采购的主要组成部分。

综上所述，报告期内公司针对生产工艺流程相对较为简单、单价较低、体积较小且数量巨大的袋类产品及食品领域 EPE 类产品，更多采用 OEM 模式进行生产，从而导致数量角度而言防护性产品中 OEM 模式生产的数量占总产量比例较高；针对生产难度相对较高、生产工艺相对较为复杂、单位价格较高、数量相对较少的消费电子类防护性产品，公司结合自身核心竞争优势、产品具体内容、自身产能情况、客户供货要求、社会资源等因素，采取自主生产为主、OEM 生产为辅的生产模式，不存在主要依赖 OEM 生产的情形。

2、报告期内公司通过 OEM 模式进行生产的主要产品的金额情况

（1）公司主要产品的自制及 OEM 成本构成情况

报告期内，公司主要产品的自制及 OEM 成本占比情况如下：

单位：万元

产品名称	类别	2021 年		2020 年		2019 年	
		自制	OEM	自制	OEM	自制	OEM
防护性产品	缓冲类	65.98%	34.02%	65.23%	34.77%	66.84%	33.16%
	保护类	24.56%	75.44%	38.75%	61.25%	41.45%	58.55%
小计		**57.25%**	**42.75%**	**59.29%**	**40.71%**	**62.31%**	**37.69%**
功能性产品	模切类	72.85%	27.15%	78.55%	21.45%	82.34%	17.66%
	碳纤维类	99.74%	0.26%	100.00%	-	-	-
小计		**80.10%**	**19.90%**	**81.68%**	**18.32%**	**82.34%**	**17.66%**

由上表可知，从成本金额角度，报告期内公司防护性及功能性产品自制产品成本金额占比均较高，均主要通过自制方式进行生产，不存在主要依靠 OEM 模式进行生产的情形。

具体产品中，报告期内公司保护类产品收入金额占主营业务收入金额的比例分别为 12.34%、12.39%、12.16%，占比较低。该类产品主要通过 OEM 模式生产，OEM 模式下的成本金额占比分别为 58.55%、61.25%、75.44%，占比相对较高，主要原因为保护类产品主要为袋类产品，报告期内袋类产品成本占保护类产品成本的比例分别为 42.42%、52.60%、56.64%、占比相对较高。同时，袋类产品收入金额相对较小、生产工艺流程相对较为简单、单价较低、体积较小且数量巨大，因此公司更多采用 OEM 模式进行生产，袋类产品中，OEM 模式下的成本占袋类产品成本金额的比例分别为 96.23%、90.58%、99.92%。主要采用 OEM 模式的袋类产品成本占保护类产品成本的比例较高，带动保护类产品整体 OEM 成本占比相对较高。

（2）自制与 OEM 模式成本差异

报告期内公司各主要产品自制及 OEM 模式下的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）防护性产品自制及 OEM 模式下单位成本的差异

报告期内，公司防护性产品销售成本情况如下：

单位：万元

名称	2021 年		2020 年		2019 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
缓冲类产品	29,303.67	78.92%	25,082.55	77.58%	15,822.35	88.13%
保护类产品	7,827.13	21.08%	7,250.03	22.42%	2,131.59	11.87%
合计	**37,130.80**	**100.00%**	**32,332.58**	**100.00%**	**17,953.95**	**100.00%**

①缓冲类产品自制及 OEM 模式下单位销售成本的差异

报告期内，公司缓冲类产品自制及 OEM 模式下单位销售成本情况如下：

单位：元/PCS

项目	2021 年	2020 年	2019 年
缓冲类产品-自制	2.75	2.69	2.88
缓冲类产品-OEM	0.62	0.59	0.60

报告期内公司销售的自制及 OEM 缓冲类产品单位成本存在一定差异，主要是由于自制及 OEM 模式的产品结构存在较大差异所致，具有合理性，具体情况如下：

报告期内公司销售的自制缓冲类产品主要为单位成本较高的个人电脑领域 EPE 产品，占自制缓冲类产品销量的比例分别为 69.49%、68.87%、73.40%；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、单位成本较高。报告期内公司自制 EPE 产品单位销售成本分别为 3.05 元/PCS、2.75 元/PCS、2.86 元/PCS，相对较高。受上述单位成本较高的产品的销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销售成本相对较高。

报告期内公司销售的 OEM 缓冲类产品主要为单位成本较低的食品领域 EPE 产品，占 OEM 模式下缓冲类产品销量的比例分别为 73.03%、73.41%、71.15%；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 模式下食品领域 EPE 产品单位销售成本分别为 0.08 元/PCS、0.08 元/PCS、0.08 元/PCS，相对较低。受上述单位成本较低产品的销量占比较高因素影响，报告期内公司 OEM 模式的缓冲类产品单位销售成本相对较低。

②保护类产品自制及 OEM 模式下单位销售成本的差异

报告期内，公司保护类产品自制及 OEM 模式下单位成本情况如下：

单位：元/PCS

项目	2021 年	2020 年	2019 年
保护类产品-自制	13.03	2.03	3.23
保护类产品-OEM	0.42	0.49	0.43

报告期内公司销售的自制及 OEM 保护类产品单位成本存在一定差异，主要是由于自制及 OEM 模式的产品结构存在较大差异所致，具有合理性，具体情况如下：

报告期内公司销售的自制保护类产品主要为单位成本较高的栈板类产品，占自制保护类产品销售成本的比例分别为 59.02%、51.27%、88.44%；该类产品体

积较大、原材料价格较高，单位成本较高，报告期内公司自制栈板类产品单位销售成本分别为 44.66 元/PCS、43.46 元/PCS、44.66 元/PCS，相对较高。受上述单位成本较高的产品的金额占比较高因素影响，报告期内公司自制保护类产品单位销售成本相对较高。

报告期内公司销售的 OEM 保护类产品主要为单位价格较低的袋类产品，占 OEM 模式下保护类产品销售成本的比例分别为 69.72%、77.77%、75.06%；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 模式下的袋类产品单位销售成本分别为 0.31 元/PCS、0.39 元/PCS、0.33 元/PCS，相对较低。受上述单位成本较低产品的金额占比较高因素影响，报告期内公司 OEM 模式下保护类产品单位销售成本相对较低。

2）功能性产品自制及 OEM 模式下单位销售成本的差异

报告期内，公司功能性产品自制及 OEM 模式下单位成本情况如下：

单位：元/PCS

项目	2021 年	2020 年	2019 年
功能性产品-自制	0.122	0.076	0.032
功能性产品-OEM	0.157	0.165	0.169

报告期内公司销售的自制及 OEM 功能性产品单位成本存在一定差异，主要是由于自制及 OEM 模式下的产品结构存在较大差异所致，具有合理性，具体情况如下：

2019 年、2020 年，公司销售的自制功能性产品主要为单位成本较低的智能穿戴类功能性产品，占自制功能性产品数量的比例分别为 87.39%、64.17%。该类产品用料相对较少、面积相对较小、单位价格相对较低，从而导致自制功能性产品单位销售成本相对较低。2021 年，公司自制功能性产品单位成本上升幅度相对较大，主要是由于单位成本较高的个人电脑类功能性产品销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 年公司自制个人电脑类功能性产品的整体单位销售成本分别为 0.39 元/PCS、0.60 元/PCS，占自制功能性产品销量的比例分别 10.45%、12.45%，单位成本上升的同时销量占比有所增大，带动 2021 年自制功能性产品单位销售成本上升幅度相对较大。

报告期内，公司销售的 OEM 功能性产品单位成本高于自制产品，系由于 OEM 功能性产品主要为个人电脑类产品，占比相对较高，报告期内销量占 OEM 功能性产品销量的比例分别为 59.70%、91.13%、80.72%。该类产品用料相对较多、面积相对较大、单位成本相对较高，从而导致其整体 OEM 功能性产品单位销售成本较高。

综上所述，报告期内公司各主要产品自制及 OEM 模式下的单位成本存在一定的差异，主要是由于公司自制及 OEM 模式下销售的产品具体细分品类存在差异所致，具有合理性。

3、报告期内公司部分产品通过 OEM 模式进行生产的原因具有合理性

报告期内，公司结合自身核心竞争优势、产品具体内容、自身产能情况、客户供货要求、社会资源等因素，针对防护性产品采取了自主生产为主、OEM 生产为辅、二者相结合的生产模式，具有合理性，具体情况如下：

（1）将部分产品通过 OEM 模式进行生产，可以相对有效减少公司在设备、场地、人员、原材料等方面的投入，缓解公司融资渠道相对有限带来的资金压力

完全自制模式下，公司需要新增租赁或自建厂房、新增购置设备并新增聘请相关人员组织生产，资金需求相对较大、对公司造成一定的资金压力；

同时，在消费电子产品的个性化、定制化、时尚化要求不断提高的趋势下，公司部分下游消费电子客户的订单存在一定的季节性、临时性且时效性要求相对较高，在完全自制模式或外协模式下，公司需要进行适当的原材料备货以便及时满足客户的临时性订单需求且原材料种类、型号相对较多，从而需要在原材料备货等方面进行相应的投入，对公司造成一定的资金及管理压力。

公司在接到订单之后若决定将部分产品通过 OEM 模式进行生产采购，则在合格供应商库中选择并协商确定合适供应商，向其提出原材料、规格型号、功能、具体参数指标、交货时间等方面的具体要求，公司供应链中心会根据生产情况派驻人员对生产过程进行全流程的监督控制，生产厂商按照公司要求进行产品定制化生产，交付后公司根据一定的账期与其结算。上述业务模式有助于利用社会资源降低公司投入、缓解资金压力。

（2）将部分产品通过 OEM 模式进行生产，有助于进一步降低管理风险及管理成本、提高运营效率

1）完全自制模式下，公司需要新增租赁或自建厂房、新增购置设备并聘请相关人员组织生产，管理成本相对较高；

2）在消费电子产品的个性化、定制化、时尚化要求不断提高的趋势下，客户需求种类及产品型号相对较多，也相应导致原材料的种类、型号众多，以防护性产品为例，原材料种类型号超过 5,000 种。若采用完全自制或外协模式，公司需要对原材料、在产品、库存商品进行分类适当存货管理，管理成本相对较高；

3）防护性产品中 EPE 类产品的原材料 EPE 板生产过程中涉及发泡环节，该环节需要易燃气体作为介质，对安全生产、环境保护等方面要求相对较高，存在一定的安全风险隐患，同时 EPE 板本身也属于易燃物，存储运输存在一定的火灾风险。

上述因素均带来了较高的管理成本、管理风险及安全生产风险。采用自主生产为主、OEM 生产为辅的生产模式，有助于有效减少上述管理环节、降低公司的管理成本、降低管理风险及安全生产风险。

另外，公司部分主要的防护性产品 OEM 供应商其本身具备 EPE 板的生产能力，可根据公司在原材料、规格型号、功能、具体参数指标、交货时间等方面的具体要求进行产品定制化生产而无需对外采购原材料，有效减少公司在自制或外协情况下对 EPE 板的原材料采购、交付环节，有效的提高运营效率。

（3）将部分产品通过 OEM 模式进行生产，有助于集中精力和有限资源用于消费电子防护性及功能性产品的研发设计、优秀人才的引进及培养、客户服务等，提高公司核心竞争力

公司的核心竞争优势之一即在于良好的研发设计能力以及对于客户需求的深度把握。为提高供货效率、集中有限资源提升核心竞争优势，公司采取了自主生产为主、OEM 生产为辅的生产模式，有助于在一定程度上减少厂房、设备、生产人员等方面的投入，将有限的资源和精力投入到不断提升产品定制研发设计、重要客户所在地周边积极建设生产基地、引进和培养优秀的管理及技术人才等方

面，提高公司核心竞争力。

（4）报告期内公司将部分产品通过 OEM 模式进行生产，并未对经营业绩、客户资源及合作持续性等产生重大不利影响；在采用上述模式的情况下，公司经营业绩迅速增长、进一步拓展了业务领域，有助于与下游主要客户的关系巩固及盈利能力的提升

报告期内公司防护性产品采取自主生产为主、OEM 生产为辅的生产模式，充分利用了自身竞争优势以及社会资源，有助于收入规模的扩大和盈利水平的不断提升，对公司产生了积极影响：

1）经营业绩方面：报告期内公司防护性产品收入金额分别为 42,763.02 万元、46,806.31 万元、53,952.12 万元，收入增长情况良好；公司归属于母公司股东净利润金额分别为 10,310.38 万元、9,445.53 万元、12,915.74 万元，盈利情况良好；上述生产模式未对公司经营业绩产生重大不利影响；

2）客户资源及合作持续性、稳定性方面：报告期内公司主要客户始终为联想集团、立讯精密、仁宝电脑、纬创资通、歌尔股份、和硕科技等消费电子领域的知名企业，前五大客户整体保持基本稳定；报告期内公司不存在因部分采用 OEM 模式而产生重大质量问题的情形；上述生产模式未对公司客户资源以及合作的持续性、稳定性产生重大不利影响；

3）业务领域及产品拓展方面：报告期内在作为非上市公司、融资渠道相对有限的情况下，公司充分利用社会资源、部分采取 OEM 模式，将节省的有限资源积极用于拓展消费电子领域及产品；一方面公司积极拓展客户资源、加大研发投入、收购昆山上艺相关资产，功能性产品收入金额占比整体不断上升；另一方面，公司逐步加大碳纤维背板产品的投入，整体收入金额不断上升，进一步丰富和完善了对重要客户的服务领域，进一步增强了和优质客户的合作粘性、完善了公司的产品系列。上述生产模式有助于公司集中有限资源进一步拓展和丰富业务领域及产品。

（5）将部分产品通过 OEM 模式进行生产，并未对公司业务独立性产生重大不利影响，不存在依赖 OEM 供应商或对个别主要供应商存在依赖的情况

报告期内公司采取了自主生产为主、OEM 生产为辅、二者相结合的生产模式，未影响公司的业务独立性，公司不存在依赖外部 OEM 供应商（尤其是个别主要供应商）的情况，具体情况如下：

1）报告期内防护性产品中自制产品成本金额占比相对较高。报告期内公司防护性产品以自制为主，不存在主要依靠 OEM 模式的情形；

2）针对 OEM 供应商，公司对原材料、规格型号、功能、具体参数指标、交货时间等方面的具体要求，公司供应链中心会根据生产情况派驻人员对生产过程进行全流程的监督控制；公司整体生产经营规模相对较大，具有规模优势和较强的议价能力；公司定期对外部 OEM 供应商进行考核和动态管理，市场供应相对较为充足；

3）公司对各家 OEM 供应商不存在依赖。公司在各大生产基地周边就近选择合适的供应商，公司 OEM 供应商整体分布相对较为分散。报告期内公司第一大、前五大 OEM 供应商采购金额及占比情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
第一大OEM供应商	1,724.48	6.85%	1,186.77	5.65%	805.73	4.94%
前五大OEM供应商	5,534.09	21.99%	4,788.47	22.81%	3,305.00	20.26%

上述主要 OEM 供应商的采购金额占比相对较低，公司对各家 OEM 供应商均不存在依赖。

综上所述，报告期内公司结合自身核心竞争优势、产品具体内容、自身产能情况、客户供货要求、社会资源等因素，针对防护性产品采取了自主生产为主、OEM 生产为辅、二者相结合的生产模式，有助于缓解公司融资渠道相对有限带来的资金压力，有助于进一步降低管理风险及管理成本、提高运营效率，有助于集中精力和有限资源用于提高公司核心竞争力。上述生产模式未对公司经营业绩、生产经营、业务独立性构成重大不利影响，具有合理性。

（二）同行业可比公司是否采用该种生产模式

公司防护性产品的同行业可比公司为裕同科技，其具体情况如下：

公司名称	业务内容	生产模式情况（公开披露信息中披露情况）
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	除自主生产外，公司报告期内对少数订单采用外包生产方式，即将全部生产过程交由第三方厂商生产，公司负责订单承接、交付质量和时间控制、开具发票和收款等业务环节。（2020 年公开发行可转换公司债券募集说明书）

裕同科技在其生产经营过程中也存在外包生产模式，其将全部生产过程交由第三方厂商生产，其负责客户对接以及质量检验等，与公司防护性产品中部分产品存在的 OEM 模式类似。

由上可见，公司防护性产品中部分采取 OEM 模式与同行业可比公司保持一致，符合行业惯例。

二、说明防护性产品自产产量占总产量的比例较低的原因，并结合OEM模式收入占比情况等分析并说明发行人产品是否具有技术门槛、发行人的核心竞争力、发行人是否符合创业板定位

（一）说明防护性产品自产产量占总产量的比例较低的原因

报告期内，公司防护性产品中，自制模式及 OEM 模式成本金额及数量占防护性产品的比例情况如下：

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
自制模式成本占比	57.25%	59.29%	62.31%
自制模式数量占比	19.20%	17.85%	22.40%
OEM 模式成本占比	42.75%	40.71%	37.69%
OEM 模式数量占比	80.80%	82.15%	77.60%

报告期内公司防护性产品中，自产产量占总产量的比例相对较低、OEM 模式产量占比相对较高，上述差异系由于不同模式下生产的防护性产品的结构存在较大差异所致。OEM 模式采购的产品集中于体积小、需求数量大、单价低、生产难度相对较低、生产环节相对较为简单的食品领域 EPE 类产品及公司袋类产品，从数量角度而言防护性产品中 OEM 模式生产的数量占总产量比例相对较高；

针对生产难度相对较高、生产工艺相对较为复杂、单位价格较高、数量相对较少的消费电子类防护性产品，公司结合自身核心竞争优势、产品具体内容、自身产能情况、客户供货要求、社会资源等因素，采取自主生产为主、OEM 生产为辅的生产模式，不存在主要依赖 OEM 生产的情形。

具体情况请见本问询函回复之“4、一、（一）”。

（二）结合 OEM 模式收入占比情况等分析并说明发行人产品是否具有技术门槛、发行人的核心竞争力、发行人是否符合创业板定位

公司根据自身的核心竞争优势以及当前公司实际情况，采取了自主生产为主、OEM 生产为辅的生产模式。报告期内，公司 OEM 模式实现的收入金额占比分别为 29.51%、31.30%、34.27%，占比相对较低。

发行人产品具有技术门槛、具有核心竞争力且符合创业板定位，具体情况如下：

1、发行人产品具有较高的技术门槛

公司主要产品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，下游主要客户为消费电子产品终端品牌商、制造服务商、组件生产商。公司与下游主要客户形成了紧密的的合作关系，可根据产品需求和客户特点提供定制化的消费电子产品防护性产品及功能性产品解决方案并深度参与客户产品设计研发。

公司所处行业属于技术密集型行业，技术门槛主要体现在产品设计、工艺设计及原材料性能掌握等方面。

在产品设计方面，公司具备数字化、立体化的产品设计能力，公司使用行业内先进软件对产品进行设计，积累了大量的有效数据及设计经验，有效缩短了开发周期并具备产品的快速开发能力。公司与下游主要客户形成了紧密的的合作关系，可根据产品需求和客户特点提供定制化的消费电子产品防护性产品及功能性产品解决方案并深度参与客户产品设计研发，在客户某项产品设计之初即参与其内部的讨论和方案设计，积极为其提供深度契合其需求的产品。公司通过与客户新项目快速配套开发或同步研发，增强客户黏性的同时不断提高客户满意度，为

公司持续经营和业绩增长打下了坚实的基础。

在工艺设计方面，公司十分重视工艺技术的改进，凭借在行业内多年的技术经验积累及反复的实践尝试，以市场和客户需求为导向、技术为驱动，不断对生产工艺进行优化和创新，进而提升产品精密度与稳定性。在实际生产过程中，公司针对下游消费电子行业客户的特定需求，对进胶点位及数量进行优化，积极改进模内注塑成型工艺，同时开发出二次成型工艺替代了原有的一次成型工艺，成功攻克了板材变形、可塑性低等批量化生产问题，最终为客户提供充分满足其需求的产品，并持续提供技术迭代服务，从而更好地应对下游产品快速迭代的技术需求。

在原材料性能掌握方面，随着下游客户对产品质量要求的不断提升，公司不断提高对原材料性能掌握能力，凭借对原材料性能的深刻掌握，积极创新产品方案及原材料加工处理方案，积极探索使用不同原材料及组合情况下对产品外观、韧性、抗震性、缓冲性能的影响，同时响应碳中和节能政策，逐步推进绿色工厂认证，从而为客户提供更好的产品方案。

由上可知，公司在长期的产品开发和生产实践中积累了丰富的经验和大量的材料应用数据，在产品设计、工艺设计、原材料性能掌握领域通过归纳、总结和提炼而形成的经验、工艺和技术诀窍等是公司核心技术的主要体现之一，具有较难的可复制性，对行业新进入者构成了较大的技术进入壁垒，也形成了进入行业的关键技术门槛。

2、发行人在消费电子防护性及功能性产品领域具有核心竞争力

公司的核心竞争力主要体现在优质稳定的客户资源、优秀的研发设计能力、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，具体如下：

（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）优秀的研发设计能力

公司持续加大消费电子防护性及功能性产品的研发投入力度、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下游消费电子行业客户的定制化需求，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，在新材料设计、新材料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。

由上可知，公司在长期的生产经营过程中，在客户资源、研发设计能力、生产服务能力以及内部管理等方面积累了丰富的经验并形成了自己的核心竞争力，有助于进一步提升行业地位、扩大在消费电子防护性及功能性产品领域的竞争力和盈利能力。

3、发行人符合创业板定位

（1）发行人行业属性符合创业板定位

《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定》结合创业板定位，以及现有上市公司以高新技术企业和战略性新兴产业公司为主的板块特征，设置了上市推荐行业负面清单，原则上不支持属于以下行业的企业申报创业板上市，包括：（一）农林牧渔业；（二）采矿业；（三）酒、饮料和精制茶制造业；（四）纺织业；（五）黑色金属冶炼和压延加工业；（六）电力、 热力、燃气及水生产和供应业；（七）建筑业；（八）交通运输、仓储和邮政业；（九）住宿和餐饮业；（十）金融业；（十一）房地产业；（十二）居民 服务、修理和其他服务业。

根据中国证监会颁布的《上市公司行业分类指引（2012 年修订）》，公司所

处行业为“计算机、通信和其他电子设备制造业”（分类代码：C39）；根据国家统计局发布的《国民经济行业分类 GB/T4754-2017》，公司所处行业为“计算机、通信和其他电子设备制造业”（分类代码：C39）。公司所属行业不属于《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定》中的传统行业，行业属性符合创业板定位。

（2）发行人是成长型创新创业企业

1）公司所处行业具有良好的发展前景

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 等新技术的推出以及消费电子终端产品快速发展，下游消费电子产品的智能化、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）公司所处行业受到国家产业政策不断支持

消费电子领域是国家产业政策重点支持的发展领域。报告期内，国务院、工信部、发改委等相关部门发布了一系列政策来支持消费电子领域的发展。国家鼓励和支持消费电子行业发展的政策，为包括公司在内的重要参与者的发展带来了良好的生产经营环境和发展机遇，有助于公司进一步快速发展。

3）公司具有较强的技术研发能力

公司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。公司重视技术研发，报告期内发行人研发费用投入金额分别为 2,798.27 万元、2,968.31 万元、3,453.24 万元，研发投入金额整体不断增长。

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。

4）公司拥有优质、稳定的客户资源并具备良好的业务开拓能力

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。

5）公司经营业绩具有成长性，具备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 66,402.75 万元、83,127.42 万元和 99,536.37 万元，2019 年至 2021 年复合增长率为 22.43%，增长情况良好，归属于母公司股东的净利润金额分别为 10,310.38 万元、9,445.53 万元和 12,915.74 万元，具备良好的持续经营能力。

（3）发行人符合“三创四新”的相关规定

1）发行人具有创新、创造、创意特征

①公司是长期专注于消费电子领域的高新技术企业

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。公司深耕消费电子行业产业链多年，不断结合产品的特点和要求推进技术创新，已经在主要产品领域积累了丰富的研发经验及核心技术，被评为国家高新技术企业。

②秉承创新理念、构建自主知识产权体系，打造持续创新能力

公司一直秉承着自我创新、独立研发、科学发展的理念，自成立以来便建立

并逐步完善技术创新机制、重视并推进自主研发队伍的建设与培养，研发投入金额逐年增长。公司已建立起需求导向的研发机制，着力培养了一支专业素质高、行业经验丰富且具有持续创新能力的技术研发团队。公司自主研发了一系列满足客户需求及行业发展趋势的核心技术，掌握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，具备成熟的产品生产技术及工艺流程，在消费电子防护性及功能性产品领域构建了完善的自主知识产权体系。报告期内，公司专利数量持续增长，截至 2021 年 12 月 31 日，公司已获授权的专利共 101 项，包括发明专利 15 项、实用新型专利 85 项、外观专利 1 项，专利数量与同行业上市公司相比相对较多。

综上所述，公司拥有开展主营业务所需的各项核心技术并拥有持续创新能力，相关技术及成果转化能够较好地体现公司自身创新、创造和创意特征。

2）发行人科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况

①持续加大研发投入提升科技创新能力

公司十分注重科技创新，坚持以独立研发核心技术为根本，持续加大研发投入，紧跟科技消费时代的发展脚步。报告期内，公司研发投入分别为 2,798.27 万元、2,968.31 万元和 3,453.24 万元，研发投入持续增长。随着信息技术的不断发展，消费电子产品更新换代速度越来越快，个人电脑、智能手机、智能穿戴设备等消费电子产品向智能化、多功能化、集成化、高性能等方向发展，对防护性及功能性产品的性能、品质、技术性、轻薄性要求越来越高。公司搭建了高水平的研发平台与研发团队，通过新品类、新工艺、新材料的开发与应用，不断提升消费电子防护性和功能性产品的精度、性能与轻量化。以碳纤维背板产品为例，公司基于对材料性能及生产工艺的深入研究，对碳纤维板与塑胶的结合方案、注塑成型工艺等进行创新，解决了结合处溢胶、板材变形、受力强度低等一系列技术难题，建立了相关技术领域的先发优势。公司已在消费电子防护性及功能性产品领域积累了丰富的科技创新成果，具备较强的设计研发能力和生产工艺水平，能够满足客户差异化、多样化的新需求，适应市场的快速变化。

②不断摸索为客户提供定制化服务和属地化服务新模式

消费电子行业产品迭代速度快，客户对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，相关产品具有品种多、规格型号多、定制化程度较强、工艺复杂的特点，需要行业内生产企业具有为客户提供定制化制造服务的能力。公司不断推进自身模式创新，积极通过新增自动化生产设备、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，不断提升生产效率和产品质量。同时，公司紧跟行业发展趋势、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、越南等区域设立子公司，逐步形成了相对完善的区域基地布局，实现对全国主要消费电子生产聚集区域市场和客户的覆盖并提供属地化服务。

③拓展业务领域，打造消费电子行业综合生产服务业态

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。公司近年来积极切入碳纤维领域市场，依托与联想集团的长期合作基础，积极响应其新增需求，在项目早期阶段便参与解决方案的制定，不断优化升级产品设计、跟踪需求变动、提供差异化解决方案，陆续开发出应用于多款笔记本电脑的碳纤维背板产品并实现批量供货。目前公司已经掌握了碳纤维板材加工的能力和技术，并不断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，增强客户粘性。

综上所述，公司符合成长型创新创业企业要求，具备“三创四新”特征，符合《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定》创业板定位的相关要求。

三、说明OEM厂商集中度较低的原因，发行人同种产品向不同OEM厂商采购的价格是否公允，是否存在50%以上收入来源于发行人的OEM厂商，主要OEM厂商的财务情况

（一）说明 OEM 厂商集中度较低的原因

公司紧跟行业发展趋势、稳步推进战略布局，先后在合肥、昆山、惠州、武汉、都江堰等地建立生产基地并在墨西哥、越南等区域设立子公司，逐步形成了相对完善的区域基地布局，实现对全国主要消费电子生产聚集区域市场和客户的覆盖并提供属地化服务。

公司各大生产基地在周边就近选择合适的供应商，以便实现就近采购、就近供货，减少运输半径及交付时间、有效提高生产及供货效率。报告期内公司防护性产品主要生产区域集中在江苏省、广东省、安徽省，公司在上述区域内向 OEM 供应商的采购情况如下：

单位：万元

区域	该区域前五大 OEM 供应商采购金额及占比					
	2021 年		2020 年		2019 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
江苏省	3,502.67	43.48%	3,596.74	47.94%	2,419.41	48.18%
广东省	3,866.01	41.26%	3,571.88	45.45%	2,672.40	40.78%
安徽省	2,717.09	85.35%	2,151.07	84.24%	1,432.28	91.54%

公司在各大生产基地周边就近选择合适的供应商，在各区域内主要 OEM 供应商比较集中、采购金额占比相对较高。由于公司在全国各地于客户生产基地附近就近建立生产基地且相对较为分散，导致各地主要 OEM 供应商占公司整体 OEM 采购金额的占比相对较低，不存在 OEM 供应商相对较为集中的情形，具有合理性。

同时，上述 OEM 模式生产的防护性产品主要应用领域为个人电脑、设计及生产工艺相对较为成熟，主要 OEM 供应商的采购金额占比相对较低也有助于避免对单一供应商的依赖，有效保证生产经营的顺利进行。

（二）发行人同种产品向不同 OEM 厂商采购的价格是否公允

公司向 OEM 供应商采购的主要为防护性产品中的 EPE 类产品、袋类产品以及功能性产品中的模切类产品，其合计采购金额占 OEM 模式采购总金额的比例分别为 61.01%、66.79%、72.92%，占比相对较高。报告期内，发行人采购的上述主要 OEM 产品的主要供应商名称及采购单价对比情况如下：

1、EPE 类产品

报告期内，公司向 EPE 类产品之主要 OEM 供应商的采购情况如下：

单位：元/PCS

序号	名称	2021 年	2020 年	2019 年
1	安徽英美达新材料科技有限公司及其关联方	1.41	1.82	1.28
2	深圳市天之娇塑料制品有限公司	8.64	9.92	10.38
3	深圳市富鸿达包装制品有限公司	1.84	2.37	2.40
4	东莞市恒协新材料科技有限公司	4.89	3.63	3.24
5	安徽忠柱电子商务有限公司	0.09	0.08	0.10

报告期内，公司以 OEM 模式向上述供应商采购 EPE 类产品的金额占同类产品采购金额的比例为 55.67%、61.14%、53.65%，占比较高。发行人上述供应商采购 EPE 类产品单价存在一定差异，主要是产品结构与应用领域存在一定差异，具有合理性，交易价格公允，具体如下：

公司向深圳市天之娇塑料制品有限公司采购 EPE 类产品单价较高，主要原因系其产品主要应用于服务器领域，单件产品体积较大，设计难度较高且对缓冲性能要求较高，单价较高；公司向东莞市恒协新材料科技有限公司采购 EPE 类产品单价也相对较高，主要原因系其产品主要应用于台式机及一体机领域，相较服务器领域产品体积较小，相较应用于电子配件、食品领域产品体积较大且设计较为复杂、缓冲性能要求较高，单价较高；公司向安徽英美达新材料科技有限公司及其关联方、深圳市富鸿达包装制品有限公司主要采购应用于电子配件类、家电类、个人笔记本电脑类的 EPE 产品，其产品单价相对略低；公司向安徽忠柱电子商务有限公司主要采购应用于食品领域的 EPE 产品，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，因此公司向安徽忠柱电子商务有限公司采购单价很低。

进一步分析，报告期内公司 OEM 模式下采购的 EPE 类产品中，存在不同供应商（交易金额 5 万元以上）的前五大品号采购情况如下：

单位：元/PCS

序号	名称	2021 年	2020 年	2019 年

11019-0048A				
1	安徽忠柱电子商务有限公司	0.15	0.14	0.16
2	汤特科技及其关联方	0.15	0.15	0.16
差异率		-	-6.67%	-
11013-0160C				
1	英美达及其关联方	2.70	2.88	-
2	广西格美耐包装有限公司	3.01	2.96	-
差异率		-10.30%	-2.70%	
11013-0231A				
1	张家港鸿翔新型保温材料有限公司及其关联方	1.28	1.27	-
2	苏州市鸿盛博新型包装材料有限公司	1.35	1.32	-
差异率		-5.19%	-3.79%	
11011-0103A				
1	东莞市恒协新材料科技有限公司	2.99	3.10	3.08
2	惠东县新永源包装材料有限公司	2.87	2.77	-
3	惠州宏康包装科技有限公司	-	3.10	2.95
4	广东环泰新材料科技有限公司	2.83	-	-
11019-0049A				
1	安徽忠柱电子商务有限公司	0.06	0.06	0.06
2	汤特科技及其关联方	0.06	0.06	0.07
差异率		-	-	-14.29%

报告期内，公司主要品号 EPE 类产品的采购单价整体保持一致、不存在重大差异。公司向英美达及其关联方采购“11013-0160C”品号 EPE 类产品价格相对较低，主要原因为公司向其采购规模较大，报告期内公司向英美达及其关联方采购“11013-0160C”品号 EPE 类产品 613.69 万元，向广西格美耐包装有限公司采购 122.80 万元，因具有规模优势，公司向英美达及其关联方采购单价相对较低，具有合理性

由上可见，报告期内公司 OEM 模式下 EPE 类产品中，存在不同供应商的前

五大品号采购单价整体保持一致、不存在重大差异。

2、袋类产品

报告期内，公司向袋类产品之主要 OEM 供应商的采购情况如下：

单位：元/PCS

序号	名称	2021 年	2020 年	2019 年
1	东莞市祥辉包装制品有限公司	0.23	0.23	0.23
2	苏州卓亚包装材料有限公司	0.44	0.63	0.32
3	深圳市宏卓环保包装制品有限公司	0.12	0.10	0.13
4	合肥丽泰电子科技有限公司	0.44	0.46	0.53
5	苏州达联包装材料科技有限公司	0.37	0.64	0.33

报告期内，公司以 OEM 模式向上述供应商采购袋类产品的金额占同类产品采购金额的比例为 55.00%、70.96%、50.12%，占比较高。公司向上述供应商采购单价存在一定差异，主要是产品材质、应用领域、产品结构存在一定差异，具有合理性，交易价格公允，具体如下：

袋类产品因材质、应用领域不同，单价存在一定差异，其中金属屏蔽袋、无纺布类材质产品单价相对较高，PE 类材质产品单价相对较低；应用于个人电脑领域的袋类产品单价相对较高，应用于其他领域的袋类产品单价相对较低。公司向苏州卓亚包装材料有限公司、苏州达联包装材料科技有限公司主要通过 OEM 模式采购应用于个人电脑领域的无纺布类材质袋类产品，向合肥丽泰电子科技有限公司主要采购金属屏蔽袋类产品，因此单价相对较高；公司向东莞市祥辉包装制品有限公司、深圳市宏卓环保包装制品有限公司主要采购 PE 类材质产品，因此单价相对较低，其中公司向东莞市祥辉包装制品有限公司采购产品主要应用于个人电脑领域，单价相较于公司向深圳市宏卓环保包装制品有限公司采购的应用于其他领域产品较高。

2020 年度，公司向苏州卓亚包装材料有限公司、苏州达联包装材料科技有限公司采购的产品单价高于 2019 年度、2021 年度采购单价，主要是相关产品原材料为无纺布，其同时为生产口罩原材料。受疫情因素影响当年无纺布原材料价格较高，导致当年公司采购的无纺布类材质袋类产品价格较高，具有合理性。

进一步分析，报告期内公司 OEM 模式下袋类产品中，存在不同供应商（交易金额 5 万元以上）的前五大品号采购情况如下：

单位：元/PCS

序号	名称	2021 年	2020 年	2019 年
21023-0009E				
1	东莞市祥辉包装制品有限公司	0.21	0.21	0.21
2	上海腾翔彩塑制品厂	-	0.21	0.22
3	苏州市鑫虹塑料制品厂	-	-	0.21
21053-0048A				
1	苏州卓亚包装材料有限公司	1.19	1.79	1.04
2	苏州达联包装材料科技有限公司	1.19	1.70	1.06
3	合肥兴泽包装材料有限公司	-	2.12	-
21026-0004B				
1	东莞市祥辉包装制品有限公司	0.24	0.24	0.24
2	上海腾翔彩塑制品厂	-	0.25	0.24
差异率		-	-4.00%	-
24010-0004A				
1	合肥丽泰电子科技有限公司	0.51	0.52	0.52
2	昆山世为新材料科技有限公司	0.46	0.46	-
3	深圳市品创源实业有限公司	-	0.47	0.47
21050-0013A				
1	苏州卓亚包装材料有限公司	-	0.48	0.27
2	合肥兴泽包装材料有限公司	-	0.54	-
差异率		-	-11.11%	-

报告期内，公司主要品号袋类产品的采购单价整体保持一致、不存在重大差异。公司向合肥兴泽包装材料有限公司采购“21053-0048A”、“21050-0013A”品号袋类产品价格相对较高，主要原因为公司向其他供应商采购规模较大、具有规模优势所致，报告期内公司向合肥兴泽包装材料有限公司采购上述品号产品的合计金额分别为 24.23 万元、9.49 万元，相比价的其他供应商采购上述品号产品的

合计金额分别为 425.64 万元、335.18 万元，采购金额差异均较大，因此单价存在差异，具有合理性。

由上可见，报告期内公司 OEM 模式下袋类产品中，存在不同供应商的前五大品号采购单价存在一定的差异，差异原因具有合理性，整体采购价格公允。

3、模切类产品

报告期内，公司向模切类产品之主要 OEM 供应商的采购情况如下：

单位：元/PCS

序号	名称	2021 年	2020 年	2019 年
1	昆山荣惠诚包装材料有限公司	0.65	1.03	1.04
2	昆山市张浦镇众利金贸易商行	0.24	0.23	0.21
3	上海茸丰海绵有限公司	0.09	0.11	0.16
4	深圳市富士胶粘制品有限公司	0.11	0.09	-
5	昆山耀圳电子有限公司	0.06	0.04	0.12
6	昆山上艺电子有限公司	-	-	0.25

报告期内，公司以 OEM 模式向上述供应商采购模切类产品的金额占同类产品采购金额的比例为 47.33%、51.06%、55.23%，占比较高。公司向上述供应商采购单价存在一定差异，主要是应用领域、加工工艺、产品结构存在一定差异，具有合理性，交易价格公允，具体如下：

报告期内，公司向昆山荣惠诚包装材料有限公司、昆山市张浦镇众利金贸易商行、昆山上艺采购的模切类产品主要应用于个人电脑领域，尺寸相对较大、用料相对较多，因此价格相对较高，其中向昆山荣惠诚包装材料有限公司采购的模切类产品需经过 CNC 雕刻加工，该加工工艺相对较为复杂，对机器设备要求较高，因此价格相对更高；向上海茸丰海绵有限公司、深圳市富士胶粘制品有限公司、昆山耀圳电子有限公司采购的模切类产品部分应用于手机及智能穿戴领域，尺寸相对较小，因此价格相对较低。

进一步分析，报告期内公司 OEM 模式下模切类产品中，存在不同供应商（交易金额 5 万元以上）的前五大品号采购情况如下：

单位：元/PCS

序号	名称	2021 年	2020 年	2019 年
66000-37017A				
1	昆山市张浦镇众利金贸易商行	9.81	11.86	-
2	昆山市张浦镇聚旺铨电子厂及其关联方	10.62	11.60	-
差异率		-7.63%	2.24%	-
61022-0004A				
1	深圳市恒兴嘉科技有限公司	0.43	0.43	-
2	天津百诺环球印刷有限公司	-	0.52	-
3	东莞市旭衡印刷有限公司	0.41	-	-
66000-38663A				
1	昆山市张浦镇聚旺铨电子厂及其关联方	0.71	0.72	-
2	昆山市张浦镇众利金贸易商行	0.70	0.74	0.73
差异率		0.92%	-2.70%	-
66000-40431A				
1	昆山荣惠诚包装材料有限公司	28.32	-	-
2	昆山义普恩电子科技有限公司	26.99	-	-
差异率		4.93%	-	-
66000-38742A				
1	昆山市张浦镇聚旺铨电子厂及其关联方	0.53	0.54	-
2	昆山市张浦镇众利金贸易商行	0.53	-	-
差异率		0.00%	-	-

报告期内，公司主要品号模切类产品的采购单价整体保持一致、不存在重大差异。公司向天津百诺环球印刷有限公司采购的 61022-0004A 品号模切类产品单价相对较高，主要原因为该供应商与公司距离相对较远，运费相对较高。

综上所述，报告期内发行人通过 OEM 模式采购的主要产品向不同供应商的采购价格受具体功能、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；同品号的采购单价整体差异较小、采购价格公允。

（三）是否存在 50%以上收入来源于发行人的 OEM 厂商

发行人报告期各期的主要 OEM 厂商中，部分 OEM 厂商当期 50%以上收入来自于发行人。其具体情况以及发行人向其采购金额情况如下：

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
2020 年度				
1	苏州卓亚包装材料有限公司	1,186.77	袋类产品	5.65%
2	深圳市富鸿达包装制品有限公司	914.27	EPE 类产品	4.35%
2019 年度				
1	深圳市天之娇塑料制品有限公司	696.12	EPE 类产品	4.27%
2	深圳市富鸿达包装制品有限公司	633.77	EPE 类产品	3.89%
3	安徽忠柱电子商务有限公司	587.38	EPE 类产品	3.60%
4	江阴长和包装材料有限公司	581.99	非 EPE 发泡类产品	3.57%

注：2021 年主要 OEM 厂商中不存在 50%以上收入来源于发行人的 OEM 厂商。

报告期内，公司向 50%以上收入来源于发行人的 OEM 厂商采购的为 EPE 类产品、袋类产品、发泡类产品，公司向上述 OEM 厂商的采购价格公允性情况分析如下：

1、EPE 类产品、袋类产品

参见本问询问题回复“4、三、（二）”之回复。

2、非 EPE 发泡类产品

报告期内，公司仅在 2019 年、2020 年向江阴长和包装材料有限公司采购非 EPE 发泡类产品。2019 年、2020 年，公司向江阴长和包装材料有限公司及其他主要供应商采购非 EPE 发泡类产品单价情况如下：

单位：元/PCS

序号	名称	2020 年	2019 年

1	张家港鸿翔新型保温材料有限公司及其关联方	2.86	2.88
2	东莞市合一登峰精密技术有限公司	1.53	1.73
3	东莞市科锐特高分子材料有限公司	1.89	1.72
4	合肥兴泽包装材料有限公司	2.65	1.84
5	江阴长和包装材料有限公司	2.37	2.75
平均价格		**2.27**	**2.49**
江阴长和采购价格与上述主要供应商平均采购价格的差异情况		**4.41%**	**10.44%**

2019 年、2020 年公司向上述供应商以 OEM 模式采购的非 EPE 发泡类产品金额占同类产品采购比例为 92.51%、92.92%，占比较高。2019 年、2020 年，公司向张家港鸿翔和江阴长和采购的非 EPE 发泡类产品单价相对较高，主要系相关产品主要用于家电及一体机领域、体积相对较大、成本较高所致。

进一步分析，公司采购的非 EPE 发泡类产品中，仅张家港鸿翔和江阴长和存在同品号产品，主要重叠品号比价情况如下：

年度	**2020 年**	**2019 年**
11020-0056A		
江阴长和包装材料有限公司	2.78	2.87
张家港鸿翔新型保温材料有限公司及其关联方	2.62	2.81
差异率	6.11%	2.14%
11020-0057A		
江阴长和包装材料有限公司	1.96	2.02
张家港鸿翔新型保温材料有限公司及其关联方	2.00	2.00
差异率	-2.00%	1.00%
11020-0036A		
江阴长和包装材料有限公司	7.34	7.71
张家港鸿翔新型保温材料有限公司及其关联方	7.30	7.22
差异率	0.55%	6.79%
11020-0033A		
江阴长和包装材料有限公司	-	5.54

张家港鸿翔新型保温材料有限公司及其关联方	-	5.89
差异率	-	-5.94%
11020-0026A		
江阴长和包装材料有限公司	3.67	3.66
张家港鸿翔新型保温材料有限公司及其关联方	3.04	3.64
差异率	20.72%	0.55%

2019 年、2020 年，公司采购上述品号产品占公司向江阴长和包装材料有限公司采购的发泡类产品的比例为 55.87%、90.78%，占比较高。2020 年，公司向上述二家供应商采购“11020-0026A”品号产品单价存在一定差异，主要原因为公司向张家港鸿翔采购采购规模相对较大、具有规模优势所致，2020 年公司向张家港鸿翔及其关联方采购该品号产品 49.05 万元，向江阴长和包装材料有限公司采购该品号产品 0.36 万元，金额差异相对较大。

综上所述，报告期内向公司销售占比超过 50%以上的 OEM 供应商与公司的交易价格具有公允性。

（四）主要 OEM 厂商的财务情况

报告期内，发行人主要 OEM 厂商的财务情况如下：

单位：万元

序号	时间	供应商名称	主要产品内容	主要财务数据及经营规模信息			
				总资产	净资产	营业收入	净利润
1	2021 年	安徽英美达新材料科技有限公司及其关联方	EPE 类产品	3,301.49	1,079.22	7,388.69	/
2		东莞市祥辉包装制品有限公司	袋类产品	623.86	105.56	2,679.33	/
3		昆山荣惠诚包装材料有限公司	模切类产品	4,992.58	634.73	5,005.51	/
4		东莞市恒协新材料科技有限公司	EPE 类产品	2,121.41	341.49	3,155.42	/
5		昆山市张浦镇众利金贸易商行	模切类产品	854.78	106.21	2,156.12	/
1	2020 年	苏州卓亚包装材料有限公司	袋类产品	1,006.78	107.42	1,800.00	/
2		深圳市富鸿达包装制品有限公司	EPE 类产品	1,567.58	105.05	1,176.49	/

3		张家港鸿翔新型保温材料有限公司及其关联方	发泡类产品	5,771.12	3,735.58	4,300.00	/
4		安徽英美达新材料科技有限公司及其关联方	EPE 类产品	2,930.85	685.07	5,889.69	/
5		东莞市恒协新材料科技有限公司	EPE 类产品	1,443.95	302.51	4,465.35	/
1	2019年	昆山上艺	模切类产品	15,784.73	7,726.61	15,468.59	/
2		深圳市天之娇塑料制品有限公司	EPE 类产品	2,951.12	2,093.76	4,250.79	/
3		深圳市富鸿达包装制品有限公司	EPE 类产品	1,562.09	69.98	1,156.47	/
4		安徽忠柱电子商务有限公司	EPE 类产品	321.06	152.57	928.10	/
5		江阴长和包装材料有限公司	发泡类产品	-	-	772.45	/

注：公司与江阴长和包装材料有限公司已不再合作，其未提供其相关财务数据。

报告期内，公司 2019 年外协加工采购金额相对较小，2020 年、2021 年外协加工采购金额相对较大、当年之主要外协厂商为苏州淼鑫，其当期主要财务数据情况如下：

单位：万元

项目	2021 年/2021 年末	2020 年/2020 年末
资产总额	2,272.53	1,068.16
资产净额	532.08	286.17
营业收入	3,269.97	2,163.47
净利润	/	/

发行人主要 OEM 供应商和外协厂商的净利润属于供应商之商业机密，已申请豁免对上述内容的披露。

四、发行人控股股东、实际控制人、董监高及其关联方与OEM厂商、外协厂商是否存在资金往来、关联关系或其他密切关系，是否存在发行人前员工持有OEM厂商或外协厂商股权或在其任职的情形

（一）关联关系、密切关系情况

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、高级管理人员及其关联方的基本情况，查阅了发行人OEM厂商及外协厂商的股权结构及董事、监事、管理人员名单；根据《深圳证券交易所创业板股票上市规则》、《企业会计准则》、《上市公司信息披露管理办法》等相关规定确定发行人之关联方清单；核查了报告期内发行人OEM厂商及外协厂商的明细清单并与发行人之关联方清单进行核对；取得了发行人报告期内OEM厂商及外协厂商出具的相关确认文件；对发行人报告期内部分主要OEM厂商及外协厂商进行了走访。

经核查，发行人控股股东、实际控制人、董监高及其关联方与报告期内发行人OEM厂商、外协厂商之间不存在关联关系、密切关系情况。

（二）资金往来情况

中介机构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、高级管理人员以及部分其他关联方报告期内的银行账户及及其流水记录；核查了报告期内发行人OEM厂商及外协厂商的明细清单并与流水记录之对手方进行核对；取得了发行人报告期内 OEM 厂商及外协厂商出具的相关确认文件。

经核查，报告期内，发行人控股股东、实际控制人、在公司专职工作之董事、监事、高级管理人员与发行人OEM供应商及外协厂商不存在资金往来；发行人其他关联方与发行人外协厂商不存在资金往来；发行人部分其他关联方与发行人OEM厂商存在资金往来，具体情况如下：

1、上海博琛物流有限公司

上海博琛物流有限公司为发行人报告期内关联方，于 2019 年 12 月完成注销。报告期初至其注销，上海博琛物流有限公司存在向发行人OEM厂商提供综合物流服务并收取款项情形。2019年内，其分别向苏州裕同印刷有限公司、合肥美高时胶粘标签制品有限公司收取综合物流费用55.40万元、1.20万元，合计金额为56.60万元。

2、深圳市海港城物流有限公司

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。报告期期初至其为公司关联方期间，海港城物流存在向发行人OEM厂商提供综合物流服务

并收取款项情形。2019 年 1 月-8 月，其分别向佛山市顺德区宜顺包装材料有限公司、合肥美高时胶粘标签制品有限公司收取综合物流费用 23.82 万元、7.39 万元，合计金额为 31.21 万元。

3、昆山博美柯供应链有限公司

昆山博美柯供应链有限公司为发行人报告期内关联方，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，昆山博美柯供应链有限公司存在向发行人 OEM 厂商提供综合物流服务并收取款项情形。2019 年内，其向法科达拉（苏州）包装有限公司收取综合物流费用 167.66 万元。

4、北京皓海嘉业机械科技有限公司

北京皓海嘉业机械科技有限公司为发行人报告期内关联方。报告期内，其存在向发行人 OEM 厂商采购材料并支付款项情形，向合肥美高时胶粘标签制品有限公司采购原材料支付金额分别为 11.49 万元、9.67 万元、17.66 万元，金额合计为 38.82 万元。

报告期内，发行人向上述资金往来中涉及的 OEM 厂商采购金额及占 OEM 采购总金额比例情况如下表所示：

单位：万元

OEM 厂商	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	采购金额	占比	采购金额	占比	采购金额	占比
合肥美高时胶粘标签制品有限公司	-	-	69.91	0.33%	16.82	0.11%
法科达拉（苏州）包装有限公司	1.27	0.01%	84.11	0.40%	59.94	0.38%
佛山市顺德区宜顺包装材料有限公司	-	-	35.93	0.17%	39.71	0.25%
苏州裕同印刷有限公司	-	-	1.45	0.01%	-	-
合计	**1.27**	**0.01%**	**191.40**	**0.91%**	**116.47**	**0.74%**

报告期内，发行人部分关联方与上述 OEM 厂商存在资金往来，均为正常业

务经营产生的资金款项，具有合理性；发行人部分关联方向上述 OEM 厂商支付款项金额合计为 38.81 万元，金额很小；上述 OEM 厂商均非发行人报告期内之主要 OEM 厂商，报告期内向其合计采购金额占 OEM 采购总金额的比例仅为 0.74%、0.91%、0.01%，金额很少且占比很小；发行人关联方不存在向发行人进行利益输送、协助发行人虚减成本、虚增利润情形。

（三）不存在发行人前员工持有上述 OEM 厂商或外协厂商股权或在其任职的情形

中介机构核查了报告期内发行人 OEM 厂商及外协厂商的明细清单；通过国家企业信用信息公示系统查询、企查查等互联网检索等方式，核查了发行人 OEM 厂商及外协厂商的股权结构以及董事、监事、高级管理人员情况；查询了发行人报告期各期的员工名册；取得了发行人 OEM 厂商及外协厂商出具的相关确认文件；取得了发行人关于离职员工的说明文件并对人力资源负责人进行访谈。

经核查，不存在发行人前员工持有报告期内发行人 OEM 厂商或外协厂商股权或在其任职的情形。

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、查阅了公司采购及成本相关明细表，复核自制模式及 OEM 生产模式下的成本占比；

2、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 模式采购产品的主要类别情况；

3、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；

4、查阅同行业上市公司公开披露信息，了解同行业可比公司是否存在采用 OEM 模式生产的情况；

5、访谈发行人采购部门负责人，分析公司 OEM 厂商集中度较低的原因及

合理性；

6、取得采购明细表，分析发行人同种产品向不同 OEM 厂商采购的价格是否公允；

7、取得主要 OEM 厂商财务信息，查看是否存在 50%以上收入来源于发行人的情况；对报告期内主要供应商进行走访，通过访谈了解主要供应商的具体情况、与发行人是否存在关联关系以及利益输送等情形；

8、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、高级管理人员及其关联方的基本情况，查阅了发行人 OEM 厂商及外协厂商的股权结构及董事、监事、管理人员名单；根据《深圳证券交易所创业板股票上市规则》、《企业会计准则》、《上市公司信息披露管理办法》等相关规定确定发行人之关联方清单；核查了报告期内发行人 OEM 厂商及外协厂商的明细清单并与发行人之关联方清单进行核对；取得了发行人报告期内 OEM 厂商及外协厂商出具的相关确认文件；

9、对发行人报告期内部分主要 OEM 厂商及外协厂商进行了走访；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、高级管理人员以及部分其他关联方报告期内的银行账户及及其流水记录；核查了报告期内发行人 OEM 厂商及外协厂商的明细清单并与流水记录之对手方进行核对；

10、通过国家企业信用信息公示系统查询、企查查等互联网检索等方式，核查了发行人 OEM 厂商及外协厂商的股权结构以及董事、监事、高级管理人员情况；查询了发行人报告期各期的员工名册；取得了发行人关于离职员工的说明文件并对人力资源负责人进行访谈；

11、取得并查阅了发行人的员工名册文件。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、报告期内公司针对防护性产品采取了自主生产为主、OEM 生产为辅、二者相结合的生产模式，原因具有合理性；公司防护性产品中部分采取 OEM 模式

与同行业可比公司保持一致，符合行业惯例；

2、报告期内公司防护性产品中，自产产量占总产量的比例相对较低系由于不同模式下生产的防护性产品的结构存在较大差异所致，具有合理性；发行人产品具有技术门槛，主要体现在产品设计、工艺设计及原材料性能掌握等方面；报告期内，公司 OEM 模式的收入占比相对较低；发行人具有核心竞争优势、符合创业板定位；

3、发行人 OEM 厂商集中度较低的原因具有合理性；报告期内发行人通过 OEM 模式采购的同品号的采购单价整体差异较小、采购价格公允；发行人 OEM 采购价格具有公允性；发行人存在部分 50%以上收入来源于发行人的 OEM 厂商；

4、发行人控股股东、实际控制人、董监高及其关联方与报告期内发行人 OEM 厂商、外协厂商之间不存在关联关系、密切关系情况；报告期内，发行人控股股东、实际控制人、在公司专职工作之董事、监事、高级管理人员与发行人 OEM 供应商及外协厂商不存在资金往来；发行人其他关联方与发行人外协厂商不存在资金往来；发行人其他部分关联方与发行人 OEM 厂商存在资金往来，均为因正常业务经营产生的资金款项，具有合理性，上述资金往来金额很小且发行人向存在资金往来的 OEM 厂商采购金额较小，发行人关联方不存在向发行人进行利益输送、协助发行人虚减成本、虚增利润情形；不存在发行人前员工持有报告期内发行人 OEM 厂商或外协厂商股权或在其任职的情形。

六、保荐机构、申报会计师质控、内核部门意见

（一）保荐机构质量控制工作及相关结论

1、保荐机构质控、内核部门主要核查程序

根据《创业板上市公司证券发行注册管理办法》、《深圳证券交易所创业板股票发行上市审核规则》等相关规定，保荐机构质量控制部及内核办公室严格按照东方投行《投资银行业务质量控制制度》、《投资银行业务内部核查制度》、《投资银行业务问核制度》、《首次公开发行股票并上市项目重要事项尽职调查情况问核指引》、《投资银行业务项目核查办法》等规章制度的规定，对项目组就发行人 OEM 采购价格的公允性执行的核查工作进行了全面复核及质量把控，相关工作

包括但不限于：

（1）内核会前，通过现场核查的形式，向发行人相关人员了解发行人 OEM 采购价格及变动情况，检查项目组采购相关工作底稿；对项目进行问核；

（2）二轮问询后了解 OEM 采购情况，同时检查采购明细表，对 OEM 采购价格进行复核，进一步关注发行人 OEM 采购价格的公允性；

（3）审核了项目组提交的历次对外报送文件及相关底稿，对申报材料中有关收入、成本核查情况进行了复核、问询和讨论，历次申报文件均经质控及内核部门通过后方对外报出；

（4）审核了项目组提交的本轮问询回复文件及相关底稿，就相关事项与项目组及发行人进行了多次电话会议沟通及问询，并就本题同种产品向不同 OEM 供应商采购的价格是否公允等有关事项进行了专项沟通及询问。

2、保荐机构质控、内核部门相关结论

经上述严格复核、质量把关，保荐机构质控及内核部门认为：发行人 OEM 采购价格具有公允性。

（二）申报会计师质量控制工作及相关结论

申报会计师按照《中国注册会计师审计准则第 1121 号——对财务报表审计实施的质量控制》的规定为本审计项目委派了项目质量控制复核人员，项目质量控制复核人员对项目组做出的重大判断和得出的结论进行了客观评价，所实施的工作包括（但不限于）对项目组就 OEM 采购价格的公允性执行的核查工作进行了全面复核及质量把控，相关工作包括但不限于：

（1）复核采购明细表，分析发行人同种产品向不同 OEM 厂商采购的价格是否公允；

（2）复核项目组工作底稿，通过项目组负责人，了解发行人向 OEM 厂商采购的定价原则。

经复核，申报会计师项目质量控制复核人员认为项目组对公司以下相关事项执行的核查工作可以支持其得出的结论：发行人 OEM 采购价格具有公允性。

5.关于主要供应商

申请文件及首轮问询回复显示：

（1）发行人主要供应商中英美达新材料、新永源包装、华景微纳科技均系2018 年成立，且成立初期即为发行人主要供应商。发行人说明上述客户在成立上述供应商之前通过其他公司与发行人合作，英美达新材料、新永源包装向发行人销售比例在 60%-90%之间。

（2）淼鑫精密为发行人 2020 年新增的主要供应商，为发行人提供碳纤板加工服务，2020 年及 2021 年 1-6 月发行人向其采购金额分别为 1,768.71 万元、1,294.89 万元，占其营业收入的比例分别为 80%、90%。发行人碳纤维产品原材料向无锡山秀采购，委托鑫淼精密加工。

请发行人：

（1）说明在中英美达新材料、新永源包装、华景微纳科技成立前，发行人 EPE 板、EPE 产品主要的供应商情况，发行人更换供应商的原因，向上述三家采购的单价与原有供应商采购单价是否存在显著差异。

（2）说明 2020 年和 2021 年 1-6 月碳纤维产品收入金额及占比，发行人尚未建立相关产线的原因及预计建设时间，发行人向淼鑫精密采购占其营业收入比例较高的原因，发行人关联方是否实际控制淼鑫精密。

（3）说明向发行人销售占比超过 50%以上的供应商对发行人销售的公允性、主要经营业绩情况、发行人控股股东、实际控制人、董监高及其关联方与其是否存在资金往来、关联关系。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、说明在英美达新材料、新永源包装、华景微纳科技成立前，发行人EPE板、EPE产品主要的供应商情况，发行人更换供应商的原因，向上述三家采购的单价与原有供应商采购单价是否存在显著差异

（一）在英美达新材料、新永源包装、华景微纳科技成立前，发行人 EPE 板、EPE 产品主要的供应商情况

在英美达新材料、新永源包装、华景微纳科技成立前，发行人 EPE 板、EPE 产品的主要供应商及其基本情况如下表所示：

序号	供应商名称	备注
1	光大园实业	为发行人之关联方，2018 年 9 月已经完成注销，未继续合作
2	深圳市鸿鑫源科技有限公司	双方于 2018 年仍存在合作
3	张家港鸿翔新型保温材料有限公司	持续合作
4	光大同创（北京）	为发行人之关联方，2018 年 8 月已经完成注销，未继续合作
5	广东奔迪新材料科技有限公司	双方于 2018 年仍存在合作
6	安徽省麦田石化有限公司	持续合作
7	东莞市恒协新材料科技有限公司	持续合作
8	新乡县鸿森纸业有限公司	双方于 2018 年仍存在合作
9	合肥英展包装材料有限公司	系安徽英美达之关联方及报告期之前之交易主体；持续合作
10	南京普莱克贸易有限公司	双方于 2018 年仍存在合作

从上表可见，报告期之前发行人之 EPE 材料主要供应商为光大园实业、深圳市鸿鑫源科技有限公司、张家港鸿翔、光大同创（北京）等，其中主要供应商张家港鸿翔、东莞市恒协新材料科技有限公司、合肥英展包装材料有限公司依然为发行人报告期内的重要供应商，双方于报告期内持续合作、合作情况良好。

（二）发行人部分供应商存在一定变动和调整的原因

报告期前期，发行人部分 EPE 材料供应商存在一定变动，具有合理性，具体情况如下：

1、公司出于降低安全生产风险、减少关联交易、优化采购等因素以及部分供应商自身因素影响，发行人与部分供应商的合作规模减少

光大园实业、光大同创（北京）为公司报告期前的主要 EPE 材料供应商之一且为发行人之关联方。为降低 EPE 类产品生产与仓储环节可能存在的安全生

产风险同时减少关联交易规模、避免同业竞争，上述公司之股东经谨慎考虑决定停止上述两家公司之业务经营并办理注销手续，上述两家供应商与公司之间的关联交易金额逐步减小、采购规模下降。

深圳市鸿鑫源科技有限公司业务转型并变更其经营范围，不再主要从事汽泡袋、珍珠棉等产品的生产和销售；南京普莱克贸易有限公司为贸易商，其业务主要拓展为高性能聚烯烃、树脂产品的代理、销售，发行人与上述供应商合作逐渐终止；新乡县鸿森纸业有限公司位于河南省新乡，距离公司主要生产基地距离相对较远且价格相对较高，公司逐步停止与业务合作、扩大向周边供应商采购规模；广东奔迪新材料科技有限公司主要从事包装材料、发泡板材等业务，客户涵盖消费电子、家电、通讯等领域，从商业保密、合作情况等因素考虑，公司逐步停止与业务合作。

2、公司在巩固与其他主要供应商合作关系的同时，逐步在主要生产基地周边寻找合适的供应商，满足 EPE 材料的采购需求

公司在报告期前的部分主要供应商中，张家港鸿翔、东莞市恒协新材料科技有限公司、合肥英展包装材料有限公司（安徽英美达之关联方）等依然为发行人报告期内的重要供应商，双方于报告期内持续合作、合作情况良好并均为报告期内公司主要供应商之一。

公司在逐步扩大与上述原有主要供应商合作规模的同时，继续在生产基地周边寻找合适的 EPE 材料供应商来满足惠州、昆山防护性产品生产基地的采购需求。新永源包装、华景微纳之股东均有相关领域的生产或管理经验且上述公司贴近发行人之主要生产基地，因此将其纳入供应商体系，向其采购且采购金额相对较大。

综上所述，报告期前的公司部分 EPE 材料供应商存在一定变动和调整，具有合理性。

（三）向上述三家采购的单价与原有供应商采购单价是否存在显著差异

公司部分供应商存在一定的变动和调整，主要是出于降低安全生产风险、减少关联交易、优化采购等因素以及部分供应商自身因素影响，发行人与部分供应

商的合作规模减少；同时发行人在巩固与其他主要供应商合作关系的同时，逐步在主要生产基地周边寻找合适的供应商，满足 EPE 材料的采购需求，导致报告期内主要供应商发生一定变化。

报告期内，公司向英美达新材料、新永源包装、华景微纳三家供应商采购的主要原材料为EPE板，报告期内向其采购以及公司当期平均采购单价情况如下：

单位：元/PCS

序号	名称	2021 年	2020 年	2019 年
1	安徽英美达新材料科技有限公司及其关联方	30.30	24.29	22.79
2	惠东县新永源包装材料有限公司	32.82	28.27	24.79
3	华景微纳	-	-	27.95
向上述供应商之平均采购单价		**31.30**	**25.72**	**24.53**

公司向供应商采购 EPE 板的价格受具体规格型号、品质、性能等因素的影响导致价格存在一定的差异，其中公司向安徽英美达及其关联方采购的 EPE 板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。2017 年公司向供应商采购 EPE 板的平均采购单价为 23.43 元/PCS，与 2019 年上述三家供应商平均采购单价差异较小、整体保持一致，不存在显著差异。

二、说明2020年和2021年1-6月碳纤维产品收入金额及占比，发行人尚未建立相关产线的原因及预计建设时间，发行人向淼鑫精密采购占其营业收入比例较高的原因，发行人关联方是否实际控制淼鑫精密

（一）说明 2020 年和 2021 年 1-6 月碳纤维产品收入金额及占比

2020 年、2021 年 1-6 月，公司功能性产品之碳纤维业务实现收入金额分别为 2,521.35 万元、2,873.32 万元，占主营业务收入的比例分别为 3.08%、6.78%，金额及占比均相对较小。2021 年，公司功能性产品之碳纤维业务实现收入金额为 8,273.16 万元，占主营业务收入的比例分别为 8.46%。

上述业务为公司近年新拓展业务，整体尚处于发展初期，该业务的拓展有助于满足联想集团等下游知名消费电子行业客户在笔记本电脑轻量化、个性化、定制化等方面的需求、进一步增强双方合作粘性，有助于为客户提供更加多元化的

产品及服务方案。

（二）发行人尚未建立相关产线的原因及预计建设时间

1、报告期内公司尚未建设相关产线的原因

公司于 2019 年 1 月同无锡山秀合资成立合肥山秀，积极拓展碳纤维业务。碳纤维背板业务具有良好的发展前景，但一方面，报告期内前期该业务整体尚处于发展初期、属于新拓展业务，在前期是否能通过客户的供应商资质认证、能否顺利高质量供货、通过认证后短期内客户具体订单规模均存在一定不确定性；如果公司选择自主建设生产线，则厂房、设备、人员投入规模相对较大，存在一定的经营风险；另一方面，在消费电子产品的个性化、定制化、时尚化要求不断提高的趋势下，联想集团等下游知名消费电子行业客户对于供货产品的质量、产品稳定性、供货时效性要求很高，如果公司选择自主建设生产线，则厂房建设、设备购置调试、人员招聘培训等耗时相对较长，无法即刻高效率满足客户供货需求。

在综合考虑上述因素的情况下，在业务发展初期为尽快高质量、高效率满足客户的供货需求、同时有效降低前期自行投资建设生产线带来的可能存在之经营风险，公司在碳纤维业务发展的初期，先行采取委外加工的方式生产碳纤维背板并向客户供货，并在此过程中进一步积累技术、人才、管理及生产经验。因此，报告期内公司暂未建设相关产线，暂不具备碳纤维背板的实际生产能力，具有合理性。

在委外加工过程中，公司对外协厂商设置了严格的管理要求，并在产品加工标准、流程管理、质检管理等方面实施严格管控并派驻人员现场管理监制，充分保证碳纤维产品的生产质量及供货速度。

2、截至本问询函回复出具日，公司已经具备碳纤维板材的生产能力，正在建设碳纤维背板加工基地，将逐步具备碳纤维背板的加工能力

报告期内，碳纤维背板产品下游发展前景良好且下游客户需求规模扩大，公司碳纤维业务整体发展情况良好。2020 年、2021 年，公司功能性产品之碳纤维业务实现收入金额分别为 2,521.35 万元、8,273.16 万元，占主营业务收入的比例分别为 3.08%、8.46%，收入金额及占比增长幅度相对较大，订单及增长情况良

好。同时，经过两年的业务发展，公司已经在碳纤维背板领域积累了较为丰富的技术、人才、管理及生产经验，自行建设生产线的条件和基础已经成熟。

在上述因素背景下，公司积极实施建设碳纤维板材生产基地及加工基地。截至本问询函回复出具日，公司已经形成自有碳纤维板材的生产能力并预计于2022年上半年形成碳纤背板的加工能力。上述生产线的建设进展情况如下：

公司于2021年1月成立子公司厦门奔方材料科技有限公司（以下简称“厦门奔方”），该公司作为碳纤维板材生产业务的实施主体。截至2021年末，厦门奔方已形成了生产能力，成功实现碳纤维板的批量生产。

公司于2021年12月成立子公司苏州领新智能科技有限公司，该公司为碳纤维背板加工业务的实施主体。截至本问询函回复出具日，该公司已经签署厂房租赁及加工设备购置合同，正在建设加工产线以便尽快实现碳纤板的加工能力。该生产基地预计于2022年6月前形成加工能力并进行碳纤维板材的加工。

（三）发行人向淼鑫精密采购占其营业收入比例较高的原因

2019 年公司处于碳纤维业务发展初期，向苏州淼鑫采购的外协加工服务金额很小。2020年和2021年，公司碳纤维业务依然处于发展初期但各项工作不断推进和拓展、实现收入金额增长迅速，相应向苏州淼鑫采购外协加工服务金额也有所增长分别为 1,768.71 万元、3,117.80 万元，占其营业收入的比例相对较高。具体原因情况如下：

1、苏州淼鑫在笔记本电脑背盖及外壳的外协加工领域具有较为丰富的行业经验。公司碳纤板产品的应用领域即为笔记本电脑背盖，苏州淼鑫可以利用其原有行业经验迅速满足公司要求、形成产能并实现顺利供货。公司综合考虑各项因素，选定其为碳纤维笔记本背盖产品的单一外协加工厂商

苏州淼鑫位于苏州市相城区，在与公司建立合作关系之前即对笔记本电脑背盖及外壳的加工流程、加工工艺、加工要求相对较为熟悉，具有较为丰富的笔记本电脑背盖产品成型、喷漆加工经验，其客户包括春秋电子、通达宏泰等，上述客户均为国内笔记本电脑结构件领域的重要企业，具体情况如下：

1）春秋电子

春秋电子为 A 股上市公司，股票代码 603890.SH，住址为苏州市昆山，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，主要产品包括笔记本背盖、笔记本金属支架、笔记本前框、笔记本下盖等。主要客户包括联想集团、三星集团，2017 年、2018 年、2019 年 1-9 月，联想集团实现收入金额占其主营业务收入的比例分别为 54.13%、55.68%、58.72%。

2）通达宏泰

通达宏泰为香港上市公司，股票代码 2363.HK，是一家一站式笔记本电脑外壳及其他配件制造解决方案的供应商，主要产品为笔记本电脑外壳，客户主要为本地及国际领先品牌商的原设备制造商。

由上可知，苏州淼鑫在笔记本电脑背盖及外壳的加工领域具有较为丰富的行业经验并具有相应的设备、厂房等生产条件；而公司碳纤维业务的主要产品即以碳纤维为原材料向联想集团等笔记本电脑知名制造商提供笔记本背盖产品，产品应用领域与苏州淼鑫的行业经验重合、均为笔记本电脑的背板外壳，苏州淼鑫可以利用其原有行业经验迅速满足公司要求并实现顺利供货。

报告期前期，公司该业务处于业务发展初期、属于新拓展业务、规模较小、未来业务规模及订单情况具有一定不确定性，若自有产能建设投入相对较大且形成产能需要一定时间、存在经营风险，同时下游知名客户对于供货产品的质量、产品稳定性、供货时效性要求很高。在上述背景下，为尽快高质量、高效率满足客户的供货需求、同时有效降低前期自行投资建设生产线带来的可能存在之经营风险，公司在安徽周边地区寻找合适的外协加工服务供应商，要求其根据公司的要求尽快组织生产并完成交付。公司综合考虑苏州淼鑫较为丰富的行业经验、当前自身碳纤维业务发展规模、区域位置因素等，对其进行考察并进行比价，决定由其作为笔记本电脑碳纤维背板的外协加工厂商，以便尽快形成稳定、高质量的产能，尽快向客户实现供货、满足下游客户的严格要求。

同时，公司考虑当前自身碳纤维业务规模较小、苏州淼鑫在笔记本电脑背板外壳领域具有较为丰富的外协加工经验，同时为减少协调环节、降低管理成本、确保产品质量的一致性及稳定性并增加产品设计方案及专利的保护，报告期内公司将苏州淼鑫作为笔记本电脑碳纤维背板的单一外协加工厂商。

2、公司 2020 年、2021 年碳纤维背板业务增长较为迅速，在苏州淼鑫资源及产能相对较为有限的情况下，公司采购需求占据其主要产能、占其收入比例相对较高

受产品质量满足客户需求、客户订单金额逐步扩大、成功获得客户供应商资质等积极因素影响，公司碳纤维业务的收入规模增长迅速，2020 年、2021 年，公司功能性产品之碳纤维业务实现收入金额分别为 2,521.35 万元、8,273.16 万元，占主营业务收入的比例分别为 3.08%、8.46%，收入金额及占比增长幅度相对较大，订单及增长情况良好。而苏州淼鑫之资源及产能规模相对有限，在公司碳纤维背板产品下游市场需求旺盛、订单及收入规模迅速扩大、外协加工服务需求迅速扩张、双方合作紧密并将苏州淼鑫作为单一外协加工服务商的背景情况下，苏州淼鑫集中其有限的资源和产能优先用于满足公司的外协加工服务需求，导致公司占其收入金额的比例相对较高。

3、伴随公司自有产能的建设及达产，公司将逐步形成碳纤维背板的自有加工能力，将显著降低对苏州淼鑫外协加工服务的采购比例，预计未来上述占比将显著降低

经过两年的业务发展，公司已经在碳纤维背板领域积累了较为丰富的技术、人才、管理及生产经验，自行建设生产线的条件和基础已经成熟。在上述因素背景下，公司积极实施建设碳纤维板材生产基地及加工基地，已经形成自有碳纤维板材的生产能力并预计于 2022 年 6 月前形成碳纤维板材的加工能力。上述生产基地的建设进展情况请见本问询函回复之“5、二、（二）、2”。

综上所述，发行人向淼鑫精密采购占其营业收入比例较高，主要是由于苏州淼鑫在笔记本苏州淼鑫在笔记本电脑背盖、外壳外协加工领域具有较为丰富的行业经验，可以迅速满足公司要求、迅速形成产能并实现向客户供货；综合考虑各项因素，公司选定其为笔记本电脑碳纤维背板的单一外协加工厂商；公司 2020 年、2021 年 1-6 月碳纤维背板业务增长较为迅速，在苏州淼鑫资源及产能相对较为有限的情况下，公司采购需求占有其主要产能、占其收入比例相对较高。具有合理性。

伴随公司自有产能的建设及未来达产，公司将逐步形成碳纤维背板的自有加

工能力，将显著降低对苏州淼鑫外协加工服务的采购比例，预计未来上述占比将显著降低。

（四）发行人关联方是否实际控制淼鑫精密

根据《深圳证券交易所创业板股票上市规则》、《企业会计准则》、《上市公司信息披露管理办法》等相关规定，中介机构核查了公司之关联方清单。经核查，公司之关联方与苏州淼鑫之实际控制人不存在关联关系，苏州淼鑫之实际控制人并非公司之关联方。

中介机构对苏州淼鑫之实际控制人进行访谈，苏州淼鑫及其实际控制人也均已经出具确认函：光大同创、光大同创之关联方并未直接或间接持有苏州淼鑫之股权；光大同创之关联自然人并未在苏州淼鑫担任执行董事/总经理职务，并未参与苏州淼鑫之经营管理；苏州淼鑫之股东持有的苏州淼鑫股权系其个人真实持有，不存在委托他人持有或代他人持有的情形。

公司已经出具了确认函：确认其不存在直接或间接持有苏州淼鑫股权或由其关联方直接或间接持有苏州淼鑫股权的情形；不存在公司之关联方实际控制苏州淼鑫的情形。

中介机构核查了发行人及其主要关联方的银行账户及流水记录，核查了苏州淼鑫之工商信息文件并取得了上述确认函、对其实际控制人进行了访谈。综上所述，公司之关联方并未实际控制苏州淼鑫。

三、说明向发行人销售占比超过50%以上的供应商对发行人销售的公允性、主要经营业绩情况、发行人控股股东、实际控制人、董监高及其关联方与其是否存在资金往来、关联关系

（一）向发行人销售占比超过 50%以上的供应商对发行人销售的公允性

1、向发行人销售占比超过 50%以上的供应商

报告期各期，公司前十大供应商中向发行人销售占比超过 50%以上的供应商如下表所示：

序号	供应商名称	主要采购产品或服务
EPE 板、EPE 产品		
1	安徽英美达新材料科技有限公司及其关联方（以下简称“英美达及其关联方”）	EPE 板、EPE 产品
2	惠东县新永源包装材料有限公司（以下简称“新永源”）	EPE 板、EPE 产品
3	深圳市富鸿达包装制品有限公司（以下简称“富鸿达”）	EPE 产品
袋类		
1	苏州卓亚包装材料有限公司	袋类
碳纤板及加工服务		
1	无锡山秀科技有限公司	碳纤板
2	苏州淼鑫精密电子有限公司	碳纤板加工

2、向发行人销售占比超过 50%以上的供应商对发行人销售的公允性

发行人以供应商的产品品质、交付周期、生产能力、运输距离等为基础选择合适供应商，相关交易价格主要依据商务谈判形成，具有公允性。

针对上述向发行人销售占比超过 50%以上的供应商对发行人销售的公允性，具体分析如下：

（1）EPE 板

报告期内，公司向英美达及其关联方、新永源及其他主要供应商采购 EPE 板单价情况如下：

单位：元/PCS

序号	名称	2021 年	2020 年	2019 年
1	英美达及其关联方	30.30	24.29	22.79
2	新永源	32.82	28.27	24.79
3	张家港鸿翔新型保温材料有限公司及其关联方	31.97	26.29	27.25
4	希悦尔（中国）有限公司及其关联方	110.58	121.61	90.33
5	深圳市天之娇塑料制品有限公司	53.10	57.42	58.76

报告期内公司向上述供应商采购 EPE 板的金额占报告期内 EPE 板采购总金

额的比例分别为 75.07%、78.07%、78.33%，占比较高。公司向英美达及其关联方、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。英美达及其关联方采购单价相对略低，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。

公司从希悦尔（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。

进一步分析，报告期内公司向英美达及其关联方、新永源及其他供应商采购同品号 EPE 板价格情况如下：

1）英美达及其关联方

报告期内公司采购的 EPE 板中，同时存在英美达及其他供应商（交易金额 5 万元以上）的前五大品号采购情况如下：

单位：元/PCS

序号	名称	2021 年	2020 年	2019 年
7102-1063305				
1	英美达及其关联方	38.37	37.23	35.09
2	新永源	39.03	41.28	-
差异率		-1.69%	-9.81%	-
3	东莞市联航塑料包装制品有限公司	38.92	36.19	-
差异率		-1.41%	2.87%	-
7102-1060456				
1	英美达及其关联方	34.55	32.56	30.93
2	新永源	-	27.41	29.90
差异率		-	18.79%	3.44%
7102-4060287				

1	英美达及其关联方	26.11	-	-
2	新永源	27.62	-	-
差异率		-5.47%	-	-
7102-1220030				
1	英美达及其关联方	29.38	24.64	25.88
2	张家港鸿翔新型保温材料有限公司及其关联方	-	-	25.62
差异率		-	-	1.01%
7102-1060460				
1	英美达及其关联方	39.42	-	-
2	新永源	38.17	36.47	33.43
差异率		3.27%	-	-
3	东莞市联航塑料包装制品有限公司	40.19	34.88	-
差异率		-1.92%	-	-

2020 年，公司采购的“7102-1060456”品号产品中英美达及其关联方采购单价高于惠东新永源，主要原因为公司该品号产品向惠东新永源采购主要集中于当年的第二季度、生产 EPE 板所需的原材料价格相对较低。

2）新永源

报告期内公司采购的 EPE 板中，同时存在新永源及其他供应商（交易金额 5 万元以上）的前五大品号采购情况如下：

单位：元/PCS

序号	名称	2021 年	2020 年	2019 年
7102-1063000				
1	新永源	29.71	29.20	24.59
2	东莞市联航塑料包装制品有限公司	30.07	28.27	-
差异率		-1.20%	3.29%	-
3	惠州安美兴包装材料有限公司	-	25.31	-
差异率		-	15.37%	-
7102-1063333				

1	新永源	22.35	18.75	18.62
2	东莞市联航塑料包装制品有限公司	23.56	19.20	-
差异率		-5.14%	-2.34%	-
3	惠州安美兴包装材料有限公司	-	18.37	-
差异率		-	2.07%	-
7102-1063305				
1	新永源	39.03	41.28	-
2	英美达及其关联方	38.37	37.23	35.09
差异率		1.72%	10.88%	-
3	东莞市联航塑料包装制品有限公司	38.92	36.19	-
差异率		0.28%	14.06%	-
7102-1063324				
1	新永源	30.87	31.92	-
2	成都兴捷安包装材料有限公司	31.76	28.81	27.09
差异率		-2.80%	10.79%	-
3	东莞市联航塑料包装制品有限公司	32.12	28.58	-
差异率		-3.89%	11.69%	-
7102-1063002				
1	新永源	-	23.76	25.31
2	东莞市联航塑料包装制品有限公司	-	23.71	-
差异率		-	0.21%	-
3	惠州安美兴包装材料有限公司	-	24.17	-
差异率		-	-1.70%	-

公司向惠州安美兴包装材料有限公司采购“7102-1063000”品号 EPE 类产品、向东莞市联航塑料包装制品有限公司采购“7102-1063305”、“7102-1063324”品号 EPE 类产品价格相对较低，主要原因为上述供应商均为新引入的供应商，具备一定价格优势，采购价格相对较低。

（2）EPE 类产品

报告期内，公司向新永源主要采购 EPE 板，向其采购 EPE 类产品金额分别

为 133.97 万元、128.21 万元、303.76 万元，占当期 EPE 类产品整体采购金额比例分别为 2.77%、1.96%、3.62%，占比相对较小。

进一步分析，报告期内，公司向英美达及其关联方、富鸿达及其他主要供应商采购 EPE 类产品单价及差异情况参见本问询函回复之“4、三、（二）”之回复。公司向英美达及其关联方、富鸿达及其他供应商采购同品号 EPE 类产品价格情况如下：

1）英美达及其关联方

报告期内公司采购的 EPE 类产品中，同时存在英美达及其他供应商（交易金额 5 万元以上）的同品号 EPE 产品共有三个，单价对比如下：

单位：元/PCS

序号	名称	2021 年	2020 年	2019 年
11013-0160C				
1	英美达及其关联方	2.70	2.88	-
2	广西格美耐包装有限公司	3.01	2.96	-
差异率		-10.30%	-2.70%	
11013-0288A				
1	英美达及其关联方	0.63	0.64	-
2	安徽佳世达包装科技有限公司	-	0.81	-
差异率		-	-20.99%	
11013-0198A				
1	苏州市鸿盛博新型包装材料有限公司	1.35	1.31	-
2	英美达及其关联方	-	1.22	-
差异率		-	7.38%	

上表中，“11013-0288A”品号中英美达及其关联方采购价格低于安徽佳世达，系其采购规模相对较大、具有规模优势所致。报告期内发行人就该品号向英美达采购金额为 364.28 万元、安徽佳世达采购金额为 24.42 万元，金额差异相对较大。

2）富鸿达

报告期内公司采购的 EPE 类产品中，同时存在深圳市富鸿达及其他供应商（交易金额 5 万元以上）的前五大同品号采购单价对比如下：

单位：元/PCS

序号	名称	2021 年	2020 年	2019 年
11016-0204C				
1	富鸿达	0.67	0.66	0.67
2	深圳市惠隆包装制品有限公司	-	-	0.71
差异率				-5.63%
11019-1839B				
1	富鸿达	1.83	1.82	1.83
2	深圳市惠隆包装制品有限公司	-	-	1.91
差异率				-4.19%
11017-0125A				
1	深圳市三源顺包装材料有限公司	-	8.81	8.80
2	鸿富达	7.98	8.37	-
差异率			5.26%	
11019-0143A				
1	鸿富达	8.37	8.13	-
2	深圳市三源顺包装材料有限公司	-	8.81	8.80
差异率			-7.72%	
11019-0924A				
1	鸿富达	9.18	9.18	9.28
2	东莞市恒协新材料科技有限公司	9.51	9.51	-
差异率		-3.47%	3.47%	

综上所述，报告期内发行人采购的主要 EPE 原材料同品号的采购单价整体基本保持一致、差异较小。

（3）袋类

报告期内，公司向苏州卓亚及其他主要供应商采购袋类产品的单价及差异情况参见本问询函回复之“4、三、（二）”之回复。进一步分析，报告期内，公司

向苏州卓亚采购的袋类产品中，存在向其他供应商采购的前五大同品号产品价格对比如下：

单位：元/PCS

序号	名称	2021 年	2020 年	2019 年
21053-0048A				
1	苏州卓亚包装材料有限公司	1.19	1.79	1.04
2	苏州达联包装材料科技有限公司	1.19	1.70	1.06
差异率		-	5.29%	-1.89%
3	合肥兴泽包装材料有限公司	-	2.12	-
差异率		-	-15.57%	-
21050-0013A				
1	苏州卓亚包装材料有限公司	-	0.48	0.27
2	合肥兴泽包装材料有限公司	-	0.54	-
差异率		-	-11.11%	-
21050-0013B				
1	苏州卓亚包装材料有限公司	0.49	0.56	-
2	滕州永喜无纺布股份有限公司	0.21	-	-
差异率		133.33%	-	-
21053-0068A				
1	苏州卓亚包装材料有限公司	0.87	1.26	0.78
2	合肥兴泽包装材料有限公司	-	1.54	-
差异率		-	-18.18%	-
21053-0112A				
1	苏州卓亚包装材料有限公司	0.20	-	-
2	安徽佳世达包装科技有限公司	0.48	0.48	-
差异率		-58.33%	-	-
3	滕州永喜无纺布股份有限公司	0.18	-	-
差异率		11.11%	-	-

如上表所述，发行人向苏州卓亚采购的袋类产品与发行人向其他供应商采购的同品号产品价格整体不存在显著差异，价格具有公允性。2020 年，公司向合肥

兴泽包装材料有限公司采购“21053-0048A”、“21053-0068A”品号袋类产品价格相对较高，一方面是公司向其他比价供应商采购规模较大、具有规模优势；另一方面，公司该品号产品向合肥兴泽包装材料有限公司的采购集中在 2020 年下半年，当年因疫情导致无纺布价格持续提升，下半年该品号无纺布袋价格较高，具有合理性。发行人向滕州永喜无纺布股份有限公司采购“21050-0013B”、“21053-0112A”品号袋类产品相较苏州卓亚包装材料有限公司价格略低，主要是滕州永喜无纺布股份有限公司本身具备上游原材料无纺布生产能力，具有生产成本优势，价格较低。发行人仅在 2021 年 1-2 月向安徽佳世达包装科技有限公司采购“21053-0112A”品号、价格较高，而后转向苏州卓亚包装材料有限公司和滕州永喜无纺布股份有限公司进行采购。

综上所述，报告期内发行人采购的主要袋类产品同品号的采购单价整体基本保持一致、差异较小。

（4）碳纤板

主要涉及供应商为无锡山秀科技有限公司。

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）、	航空航天、民用航空、新

			HF30（T700 级）、HF40（T800 级）	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，公司新增碳纤板供应商江苏澳盛复合材料科技有限公司，二者的比较情况如下：

单位：元/PCS

序号	名称	2021 年度	2021 年 1-6 月
1	无锡山秀	65.25	69.67
2	江苏澳盛复合材料科技有限公司	41.62	67.26

2021 年 1-6 月，公司新增碳纤板供应商江苏澳盛，公司向无锡山秀与江苏澳盛复采购碳纤板的单价基本一致、差异较小。2021 年全年公司向江苏澳盛采购碳纤维板材的价格相较于上半年有所下降，主要原因为公司下半年向江苏澳盛采购的板材尺寸较小、重量较轻、价格相对较低，带动全年整体采购价格有所下降。无锡山秀出具了说明文件，确认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。无锡山秀出具了说明文件，确认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。

（5）碳纤板加工

主要涉及供应商为苏州淼鑫精密电子有限公司。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。

综上所述，发行人以供应商的产品品质、交付周期、生产能力、运输距离等为基础选择合适供应商，向发行人销售占比超过 50%的供应商与发行人的合作均系交易双方的正常商业行为，相关交易价格主要依据商务谈判形成，具有公允性。

（二）向发行人销售占比超过 50%以上的供应商主要经营业绩情况

报告期各期，公司前十大供应商中向发行人销售占比超过 50%以上的供应商主要经营业绩情况如下表所示：

单位：万元

序号	时间	供应商名称	主要财务数据及经营规模信息		
			总资产	净资产	营业收入
1	2021 年	安徽英美达新材料科技有限公司及其关联方	3,301.49	1,079.22	7,388.69
2		无锡山秀科技有限公司	1,528.46	789.35	5,771.34
3		苏州淼鑫精密电子有限公司	2,272.53	532.08	3,269.97
4		惠东县新永源包装材料有限公司	3,311.51	143.03	4,025.99
1	2020 年	安徽英美达新材料科技有限公司及其关联方	2,930.85	685.07	5,889.69
2		惠东县新永源包装材料有限公司	1,373.79	17.66	2,336.42
3		苏州淼鑫精密电子有限公司	1,068.16	286.17	2,163.47
4		苏州卓亚包装材料有限公司	1,006.78	107.42	1,800.00
5		深圳市富鸿达包装制品有限公司	1,567.58	105.05	1,176.49
1	2019 年	惠东县新永源包装材料有限公司	931.88	275.45	3,527.05
2		安徽英美达新材料科技有限公司及其关联方	2,290.44	351.37	3,303.25
3		深圳市富鸿达包装制品有限公司	1,562.09	69.98	1,156.47

（三）关联关系、密切关系及资金往来情况

1、关联关系、密切关系情况

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、高级管理人员及其关联方的基本情况；核查了发行人销售占比超过 50%以上的供应商的基本信息以及其股东、董事、监事、高级管理人员情况；取得了发行人上述主要关联方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、高级管理人员及其关

联方，与上述报告期内发行人销售占比超过 50%以上的供应商不存在关联关系、密切关系。

2、资金往来情况

通过核查银行账户及其流水记录等方式，中介机构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、高级管理人员以及部分其他关联方报告期内的银行账户及及其流水记录。经核查，报告期内，发行人控股股东、实际控制人、董监高及其关联方与上述报告期内发行人销售占比超过 50%的供应商不存在资金往来。

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、通过发行人采购信息表，检查报告期前主要供应商清单；通过国家企业信用信息公示系统查询、企查查、互联网检索等方式，查询主要供应商的基本情况；访谈发行人主要采购人员，了解与部分供应商不再合作的原因并分析其合理性；

2、将报告期前 EPE 相关材料采购价格与英美达新材料、新永源包装、华景微纳科技的同类材料采购价格进行对比，分析价格是否存在显著差异；

3、查阅了发行人销售明细表，复核碳纤维产品收入金额及占比情况；

4、访谈发行人高级管理人员，了解发行人报告期内尚未建立相关产线的原因及合理性；

5、取得碳纤维板材生产基地厦门奔方的项目相关备案及环评批复、固定资产投入明细，走访生产场所；

6、取得碳纤维背板加工基地苏州领新的场地租赁合同、设备购置合同，了解碳纤维背板加工基地的建设进展；访谈发行人高级管理人员，了解碳纤维背板加工基地的建设情况；

7、取得苏州淼鑫财务报表、访谈发行人高级管理人员，了解公司向苏州淼鑫采购占其营业收入比例较高的原因及合理性；

8、取得发行人、苏州淼鑫及其实际控制人出具的确认函；对苏州淼鑫实际控制人进行访谈；

9、查阅向发行人销售占比超过 50%以上的主要供应商提供的确认文件及相关资料；

10、对报告期内主要供应商进行走访，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、与发行人控股股东、实际控制人、董监高及其关联方是否存在关联关系等情形；

11、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、高级管理人员及其部分关联方报告期内的银行账户及银行流水记录；取得了发行人部分主要关联方出具的与发行人销售占比超过 50%以上的供应商之间是否存在资金往来情况的确认文件；

12、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销售占比超过 50%以上的供应商的基本信息以及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员情况；

13、取得了发行人报告期内部分销售占比超过 50%以上的供应商出具的与发行人控股股东、实际控制人、董监高及其关联方是否存在关联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、报告期前的公司部分 EPE 材料供应商存在一定变动和调整，具有合理性；发行人向英美达新材料、新永源包装、华景微纳科技三家采购的单价与原有供应商采购单价不存在显著差异；

2、公司 2020 年和 2021 年 1-6 月碳纤维产品收入金额增长情况良好；发行人尚未建立相关产线的原因具有合理性，截至本问询函回复出具日，公司已具备

碳纤维板材的生产能力、正在建设碳纤维背板加工基地；发行人向苏州淼鑫采购占其营业收入比例较高的原因具有合理性；发行人关联方并未实际控制苏州淼鑫；

3、向发行人销售占比超过 50%以上的供应商对发行人销售价格公允；发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关联方，与发行人销售占比超过 50%以上的供应商不存在关联关系、密切关系、资金往来。

6.关于毛利率

申请文件及首轮问询回复显示，报告期各期，发行人功能性产品收入分别为 12,075.09 万元、20,955.88 万元、33,237.27 万元、15,585.91 万元，毛利率分别为 72.64%、65.63%、47.59%、34.14%，持续下降。

请发行人：

（1）列示昆山上艺相关产品及扣除昆山上艺外的其他功能性产品的收入及毛利率情况，并对各自的变动进行分析说明。

（2）结合 2021 年功能性产品全年毛利率、产品售价变动等分析并说明功能性产品毛利率是否会持续下降及对发行人是否构成重大不利影响。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、列示昆山上艺相关产品及扣除昆山上艺外的其他功能性产品的收入及毛利率情况，并对各自的变动进行分析说明

（一）昆山上艺相关产品收入、毛利率及变动情况

1、昆山上艺相关产品收入及变动情况

报告期内，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、13,920.89 万元，其中功能性产品收入金额占比分别为 99.02%、97.78%、96.18%，占比较高。

2020 年上述收入同比增长金额较大，系由于公司 2019 年 10 月收购昆山上艺的相关资产，当年承接其客户资源并实现收入时间相对较短、金额相对较小。2021 年上述收入同比减少 1,561.42 万元、下降 10.09%，下降幅度相对较小。

2、昆山上艺相关产品毛利率及变动情况

报告期内，因收购昆山上艺相关资产而向昆山上艺及其客户的销售业务实现毛利率分别为 34.07%、31.75%、30.53%，2020 年、2021 年分别较上期下降 2.32、1.21 个百分点。其中功能性产品毛利率贡献率分别为 33.98%、32.20%、30.41%，为昆山上艺相关产品毛利率变动的主要影响因素。

昆山上艺相关功能性产品的主要应用领域为个人电脑及智能手机，其中个人电脑更新换代速度相对较慢、产品精度要求相对较低，导致个人电脑领域的功能性产品毛利率相对较低。报告期内，昆山上艺相关功能性产品毛利率整体呈现下降趋势，主要是由于毛利率相对较高的智能手机领域功能性产品收入金额占比不断下降所致。公司收购昆山上艺之相关资产后，充分结合公司在个人电脑领域的客户、技术、工艺、管理、人才等基础以及竞争优势，个人电脑领域功能性产品的收入金额占比逐步提升。报告期内，上述收入中应用于个人电脑领域的功能性产品收入金额占比分别为 69.91%、72.04%、72.06%，收入占比不断上升且增长幅度相对较大，相应导致智能手机领域功能性产品的收入金额占比不断下降，分别为 30.09%、27.04%、23.79%，收入占比不断下降相应导致其毛利率贡献率分别为 12.24%、8.92%、6.58%，2020 年、2021 年毛利率贡献率分别下降 3.32 个百分点、2.35 个百分点，为上述期间内因收购昆山上艺相关资产而向昆山上艺及其客户的销售业务实现毛利率下降的主要影响因素。

（二）扣除昆山上艺外的其他功能性产品的收入、毛利率及变动情况

1、扣除昆山上艺外的其他功能性产品收入及变动情况

报告期内，公司扣除昆山上艺外的其他功能性产品收入分别为 16,622.28 万元、18,098.45 万元、26,811.63 万元，整体保持良好的增长态势。

2、扣除昆山上艺外的其他功能性产品毛利率及变动情况

报告期内，扣除昆山上艺外的其他功能性产品毛利率分别为 73.80%、

59.85%、38.76%，毛利率水平有所下降，主要是由于报告期内伴随公司生产经营规模的扩大、客户资源的拓展，功能性产品的应用领域及客户结构日益多元化、较低毛利率产品收入占比逐步提升，具有合理性。

2020 年、2021 年，公司扣除昆山上艺外的其他功能性产品毛利率分别下降 13.95、21.09 个百分点，主要是相对较高毛利率的智能穿戴类功能性产品收入金额占比不断下降所致。报告期内，智能穿戴类功能性产品的收入占比分别为 84.81%、64.76%、33.12%，下降幅度较大。一方面，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等因素影响，个人电脑领域功能性产品的收入增长较多；另一方面，受下游智能穿戴产品终端市场需求变动、客户生产基地布局及越南地区疫情、上半年为销售淡季等因素影响，公司智能穿戴类产品的收入金额有所下降。上述因素综合影响导致智能穿戴类功能性产品产品收入占比下降幅度较大，在其毛利率水平相对较高的情况下，相应导致其毛利率贡献率分别下降 15.68 个百分点、26.07 个百分点，为 2020 年、2021 年上述扣除昆山上艺外的其他功能性产品毛利率同比下降的主要影响因素。

由上可知，报告期内扣除昆山上艺外的其他功能性产品毛利率水平整体呈下降趋势主要为产品结构变化所致，具有合理性。

二、结合2021年功能性产品全年毛利率、产品售价变动等分析并说明功能性产品毛利率是否会持续下降及对发行人是否构成重大不利影响

（一）报告期内公司功能性产品毛利率及变动情况

2019-2021 年，公司功能性产品毛利率情况如下：

项目	2021 年度	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度
功能性产品毛利率	36.38%	34.14%	47.59%	65.63%

报告期内，公司功能性产品的毛利率水平分别为 65.63%、47.59%、36.38%，整体不断下降，主要是由于应用领域、客户群体、产品结构的不断拓展及多元化所致，具有合理性。2021 年相较于 2021 年 1-6 月，公司功能性产品的毛利率水平有所上升。报告期内公司功能性产品毛利率下降的原因情况如下：

1、报告期初，公司功能性产品集中于毛利率较高的应用领域及客户群体，

随着应用领域及客户群体的不断拓展及多元化，功能性产品毛利率有所下降

报告期初，公司功能性产品主要集中于智能穿戴领域，该类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，同时功能性产品客户资源较为集中、主要为业内知名制造服务商，因此报告期前期功能性产品毛利率整体较高。伴随公司功能性产品经营规模的逐步扩大、应用领域及客户结构的多元化，公司功能性产品的毛利率有所下降，具体如下：

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 16.52%、45.37%、55.81%、占比增速较快的同时在 2020 年替代智能穿戴类产品成为功能性产品的主要收入来源。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有所下降。

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 89.97%、67.68%、70.76%。伴随客户集中度整体有所降低、客户结构的丰富，公司功能性产品的毛利率有所下降。

2、报告期内公司新增碳纤维类产品业务，该产品业务处于起步阶段、毛利率相对较低，带动功能性产品毛利率有所下降

公司于 2019 年切入碳纤维领域市场并于 2020 年实现销售，报告期内碳纤维类产品尚处于业务发展初期、整体生产经营规模较小，且出于及时交付产品、降低生产经营成本、集中资源进行研发及市场拓展等因素考虑，报告期内该类产品通过外协加工的方式实施生产，产品毛利率相对较低。2020 年、2021 年，公司碳纤维类产品收入占功能性产品收入比例分别为 7.59%、20.58%，毛利率较低的同时收入占比有所提升，带动功能性产品毛利率有所下降。

3、收购昆山上艺相关资产、疫情及终端市场需求波动等阶段性因素对功能性产品毛利率产生了一定影响

2021 年上半年 Airpods 系列产品主要机型已经历较长生命周期，同时受生产基地布局及交付订单具体要求因素影响，部分下游客户的智能穿戴类功能性产品

国内订单需求及金额有所下降；另外，2021 年上半年越南疫情较为严重，部分下游客户的生产进度受到一定影响，其对原材料的订单及采购需求也受到影响。上述因素共同导致公司上半年毛利率相对较高的智能穿戴类产品收入占比下降幅度相对较大，对功能性产品毛利率产生了一定不利影响。

综上所述，报告期内公司功能性产品的毛利率水平整体不断下降，主要是由于应用领域、客户群体、产品结构的不断拓展及多元化所致，具有合理性。

（二）公司功能性产品毛利率是否会持续下降及对公司是否构成重大不利影响

2021 年相较于 2021 年 1-6 月，公司功能性产品的毛利率水平有所上升。公司功能性产品毛利率不会出现持续大幅下滑的情况，不会对公司构成重大不利影响，主要原因如下：

1、功能性产品应用领域结构及客户集中度将整体趋于稳定，有助于其毛利率保持相对稳定

伴随经营规模的逐步扩大，公司功能性产品的应用领域结构及客户集中度将整体趋于稳定。随着昆山上艺客户资源整合承接的逐步完成、碳纤维背板业务规模的不断扩大，个人电脑类领域已经成为功能性产品的主要收入来源，同时公司与核心客户的合作不断深化，功能性产品的客户集中度也将整体趋于稳定。上述因素有助于公司功能性产品毛利率也逐步保持相对稳定。

2、伴随产品业务规模的不断扩张、规模化效应的不断增强、自有产能的逐步实现，碳纤维类产品业务毛利率将有所提升，对功能性产品毛利率产生积极影响

随着碳纤维类产品出货量持续增长、收入规模扩大以及规模扩大带来的规模经济效应，碳纤维业务毛利率水平不断提升。公司在碳纤维背板领域积累了较为丰富的技术、人才、管理及生产经验基础上，已经积极实施建设碳纤维板材生产基地及加工基地，上述基地建设完成后，有助于公司提高自制能力、进一步降低生产成本、提高碳纤维业务的盈利水平。

3、收购昆山上艺相关资产、疫情及终端市场需求波动等阶段性因素对功能

性产品毛利率的影响将逐步缓解或减弱，对公司功能性产品毛利率的不利影响将逐步消除

昆山上艺客户资源的承接转换工作已基本完成，功能性产品的产品结构、客户结构整体趋于稳定；同时，随着越南 COVID-19 疫苗接种率提高，越南从防御性的抗疫状态逐步转变为“与疫情共存”新状态，也会对功能新产品的部分主要客户积极复工复产、采购需求恢复产生积极影响；另外，随着苹果 Airpods 3 在 2021 年 10 月的发布及发售以及进入集中量产期，将给制造服务商以及上游相关原材料供应商带来积极影响。

随着上述阶段性因素的影响逐步减弱，上述因素对公司功能性产品毛利率的不利影响也将逐步消除，功能性产品毛利率有望保持稳定。

4、报告期内公司功能性产品毛利金额情况良好，对公司整体盈利水平产生较大积极影响

公司功能性产品毛利率波动主要是报告期内伴随公司生产经营规模的扩大、客户资源的拓展，功能性产品的应用领域日益多元化、客户结构日益多元化所致，具有合理性。随着业务规模的不断扩大，在毛利率有所下降的情况下，报告期内公司功能性产品毛利金额分别为 13,753.91 万元、15,818.87 万元、14,625.14 万元，占公司主营业务毛利金额的比例分别为 48.88%、52.05%、45.04%，金额及占比情况良好，对公司整体盈利水平产生较大积极影响，有助于提高公司盈利水平。

5、公司功能性产品毛利率逐步下降并趋于与同行业上市公司保持一致，具有合理性

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 年度	2020 年度	2019 年度
安洁科技	-	22.43%	26.59%
飞荣达	-	23.28%	29.54%

恒铭达	27.12%	39.19%	50.12%
智动力	-	21.65%	22.47%
博硕科技	-	47.86%	43.16%
达瑞电子	-	44.31%	48.25%
鸿富瀚	-	41.19%	41.54%
平均值	**27.12%**	**33.12%**	**36.69%**
公司功能性产品	**36.38%**	**47.59%**	**65.63%**

由上可知，报告期内公司功能性产品受公司生产经营规模的扩大、客户资源的拓展带来的应用领域及客户结构日益多元化等因素影响，毛利率整体有所下降并逐步与与同行业上市公司保持一致，具有合理性。

6、2021 年公司功能性产品毛利率较 2021 年 1-6 月有所上升，毛利率情况整体良好

报告期内及 2021 年，公司功能性产品单价及毛利率情况如下：

单位：元/PCS

项目	**2021 年**	**2021 年 1-6 月**	**2020 年**	**2019 年**
单价	0.20	0.20	0.16	0.11
毛利率	36.38%	34.14%	47.59%	65.63%

2021 年公司功能性产品毛利率为 36.38%，较 2021 年 1-6 月有所上升；报告期内，公司功能性产品单价整体保持不断上升。

综上所述，报告期内公司功能性产品受公司生产经营规模的扩大、客户资源的拓展带来的应用领域及客户结构日益多元化等因素影响，功能性产品毛利率有所下降；报告期内公司功能性产品的毛利金额及占比持续上升，对公司整体盈利水平产生较大积极影响，更有助于提高公司盈利水平；公司功能性产品毛利率逐步下降并趋于与同行业上市公司保持一致，具有合理性；2021 年公司功能性产品毛利率较 2021 年 1-6 月有所上升。公司功能性产品毛利率不会出现持续大幅下滑的情况，不会对公司构成重大不利影响。

（三）结合可穿戴类功能性产品及非可穿戴类功能性产品的毛利率情况分析并说明发行人功能性产品毛利率是否稳定

报告期内，公司智能穿戴类及非智能穿戴类功能性产品毛利率情况如下：

类别	2021 年	2020 年	2019 年
智能穿戴类	69.10%	75.06%	78.22%
非智能穿戴类	27.10%	32.33%	39.77%

1、报告期内智能穿戴类功能性产品毛利率变动情况

报告期内，公司智能穿戴类功能性产品毛利率分别为 78.22%、75.06%、69.10%。2020 年，公司智能穿戴类功能性产品毛利率同比变动幅度相对较小、整体保持基本稳定；2021 年，公司智能穿戴类功能性产品毛利率同比下降 5.96 个百分点，主要是由于：一方面，受终端市场需求变动、下游客户调整生产基地布局、越南疫情等因素影响，智能穿戴类功能性产品收入金额、产销量有所下降，产能利用率及规模效应未能充分实现，导致毛利率有所下降；另一方面，根据美元兑人民币平均汇率计算 2021 年人民币升值幅度相对较大，导致公司外销智能穿戴类功能性产品毛利率有所下降。随着苹果 Airpods 3 在 2021 年 10 月的发布及发售以及进入集中量产期以及越南防疫政策的调整，公司智能穿戴类功能性产品的产销量将有所改善，预计毛利率不会出现大幅下滑的情况。

2、报告期内非智能穿戴类功能性产品毛利率变动情况

报告期内，公司非智能穿戴类功能性产品毛利率分别为 39.77%、32.33%、27.10%，毛利率有所下降主要系产品结构变动所致。报告期内公司非智能穿戴类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			2020 年			2019 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	毛利率	收入贡献率	毛利率贡献率
个人电脑模切类产品	29.01%	45.27%	13.13%	35.33%	58.36%	20.62%	34.55%	50.47%	17.44%
智能手机类产品	34.26%	26.28%	9.00%	38.51%	28.90%	11.13%	45.12%	47.59%	21.47%
其他类产品	27.81%	2.04%	0.57%	25.95%	1.02%	0.26%	43.91%	1.94%	0.85%
碳纤维类产品	16.67%	26.41%	4.40%	2.79%	11.72%	0.33%	-	-	-
合计	**27.10%**	**100.00%**	**27.10%**	**32.33%**	**100.00%**	**32.33%**	**39.77%**	**100.00%**	**39.77%**

报告期内，公司非智能穿戴类功能性产品毛利率波动情况如下：

项目	2021 年较 2020 年			2020 年较 2019 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
个人电脑模切类产品	-2.86%	-4.63%	-7.49%	0.45%	2.73%	3.18%
智能手机类产品	-1.12%	-1.01%	-2.12%	-1.91%	-8.43%	-10.35%
其他类产品	0.04%	0.26%	0.30%	-0.18%	-0.40%	-0.59%
碳纤维类产品	3.67%	0.41%	4.08%	0.33%	0.00%	0.33%
合计	**-0.27%**	**-4.96%**	**-5.23%**	**-1.32%**	**-6.11%**	**-7.44%**

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）公司非智能穿戴类功能性产品毛利率 2020 年相较于 2019 年下降 7.44 个百分点的原因

2020 年相较于 2019 年，公司非智能穿戴类功能性产品毛利率同比下降 7.44 个百分点，主要是由于智能手机类产品毛利率贡献率下降 10.35 个百分点、个人电脑模切类产品毛利率贡献率上升 3.18 个百分点，合计导致毛利率下降 7.17 个百分点，为 2020 年公司非智能穿戴类功能性产品毛利率下降的主要影响因素。具体情况如下：

智能手机类产品毛利率贡献率下降 10.35 个百分点，主要为该类产品收入占比有所下降所致。一方面，受收购昆山上艺相关资产并承接其客户资源、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，个人电脑模切类产品领域先后新增拓展和硕科技、太普动力等相关客户资源，收入金额不断增加。2019 年、2020 年个人电脑模切类产品的收入金额分别为 3,461.85 万元、12,557.60 万元，收入金额增长幅度较大；另一方面，公司碳纤维背板产品于 2020 年实现量产销售，当年收入金额 2,521.35 万元。受上述因素影响，公司智能手机类产品在收入金额不断上升的同时，其收入占比下降幅度较大、由 47.59%下降至 28.90%。上述收入占比下降使其 2020 年毛利率贡献率下降 8.43 个百分点，为其毛利率贡献率下降的主要原因。

个人电脑模切类产品毛利率贡献率上升 3.18 个百分点，主要为该类产品收入占比有所上升所致。受前述因素影响，2020 年公司个人电脑模切类产品收入

金额为 12,557.60 万元、同比增长幅度相对较大，该类产品占比由 50.47%上升至 58.36%，收入占比上升使其毛利率贡献率上升 2.73 个百分点，为其毛利率贡献率上升的主要原因。

（2）公司非智能穿戴类公司功能性产品毛利率 2021 年相较于 2020 年下降 5.23 个百分点的原因

2021 年相较于 2020 年，公司非智能穿戴类功能性产品毛利率同比下降 5.23 个百分点，主要是由于个人电脑模切类产品毛利率贡献率下降 7.49 个百分点、智能手机类产品毛利率贡献率下降 2.12 个百分点、碳纤维类产品毛利率贡献率上升 4.08 个百分点，合计导致毛利率下降 5.53 个百分点，为 2021 年公司非智能穿戴类功能性产品毛利率下降的主要影响因素。具体情况如下：

个人电脑模切类产品毛利率贡献率下降 7.49 个百分点，主要为该类产品收入占比有所下降所致。一方面，2020 年、2021 年碳纤维类产品收入金额分别为 2,521.35 万元、8,273.16 万元，2021 年增长幅度较大、增长速度较快，导致 2021 年个人电脑模切类产品在收入金额不断增长的同时其占比下降幅度相对较大，由 58.36%下降至 45.27%，收入占比下降使其毛利率贡献率下降 4.63 个百分点；另一方面，2021 年公司部分个人电脑模切类产品应用于部分定位相对较低端、生命周期已相对较长的机型，相关产品毛利率相对较低，导致当年个人电脑模切类产品整体毛利率有所下降，使其毛利率贡献率下降 2.86 个百分点。二者合计导致个人电脑模切类产品毛利率下降 7.49 个百分点，其中收入占比下降为主要影响因素。

智能手机类产品毛利率贡献率下降 2.12 个百分点。一方面，根据美元兑人民币平均汇率计算 2021 年人民币升值幅度相对较大，受汇率波动等因素影响，2021 年智能手机类产品单位价格同比下降 7.08%，相应整体毛利率由 38.51%下降至 34.26%，毛利率下降使其毛利率贡献率下降 1.12 个百分点；另一方面，受碳纤维类产品收入占比增加较快因素影响，2021 年智能手机类产品收入占比有所下降，由 28.90%下降至 26.28%，收入占比下降使其毛利率贡献率下降 1.01 个百分点。二者合计导致智能手机模切类产品毛利率下降 2.12 个百分点。

碳纤维类产品毛利率贡献率上升 4.08 个百分点，主要为该类产品毛利率有

所上升所致。随着碳纤维类产品出货量持续增长、收入规模扩大以及规模扩大带来的规模经济效应，2021 年碳纤维类产品毛利率水平有所提升由 2.79%上升至 16.67%，毛利率上升使该类产品毛利率贡献率上升 3.67 个百分点，为其毛利率贡献率上升的主要原因。

综上所述，报告期内公司非智能穿戴类功能性产品毛利率变动的主要影响因素为产品结构变化，具有合理性。报告期内公司智能穿戴类功能性产品毛利率变动的主要影响因素为终端市场需求变动、下游客户调整生产基地布局、越南疫情等，具有合理性。整体而言公司功能性产品毛利率不会出现持续大幅下滑的情况。

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、取得了发行人之销售明细表，复核昆山上艺相关产品及扣除昆山上艺外的其他功能性产品的收入及毛利率，复算了智能穿戴类功能性产品以及非智能穿戴类功能性产品的毛利率情况，并对变动情况进行分析；

2、查阅了公司审计报告、对发行人高级管理人员进行访谈，了解功能性产品毛利率波动的原因及合理性；

3、查阅了公司功能性产品主要下游客户的公开披露资料、主要下游应用领域之行业资料，分析下游消费电子领域的行业发展前景；

4、查阅了公司同行业上市公司的定期报告等公开披露资料，将公司之功能性产品毛利率情况与其进行分析，分析变动情况。

（二）核查结论

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、昆山上艺相关产品及扣除昆山上艺外的其他功能性产品的收入及毛利率变动的原因具有合理性；

2、发行人功能性产品毛利率变动主要是由于应用领域、客户群体、产品结构的不断拓展及多元化所致，具有合理性；2021 年公司功能性产品毛利率较 2021

年 1-6 月有所上升；报告期内公司智能穿戴类功能性产品以及非智能穿戴类功能性产品毛利率变动原因具有合理性；公司功能性产品毛利率不会出现持续大幅下滑的情况，不会对公司构成重大不利影响。

7.关于子公司合肥山秀

申请文件及首轮问询回复显示：

（1）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，合肥山秀未设董事会，由无锡山秀派驻执行董事一名，发行人未派驻董事。发行人将合肥山秀纳入合并报表范围。

（2）发行人成立合肥山秀用于发展碳纤维背板业务，目前碳纤维产品主要向无锡山秀采购原材料，委托淼鑫精密生产。

（3）合肥山秀 2020 年实现收入金额为 2,588.58 万元，净利润金额为-1,013.79 万元。

请发行人：

（1）结合合肥山秀决策机制说明发行人未向其派驻董事，能否对合肥山秀实施控制，纳入合并报表是否合理。

（2）说明合肥山秀目前的业务模式，是否具有生产能力，发行人在其中核心技术的体现，未来是否依然主要采取委外生产的模式；结合碳纤维板产品的毛利率及合肥山秀的经营业绩说明该项业务未来发展前景，是否存在持续亏损风险。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、结合合肥山秀决策机制说明发行人未向其派驻董事，能否对合肥山秀实施控制，纳入合并报表是否合理

（一）合肥山秀《公司章程》中，关于经营决策机制的相关约定

合肥山秀之股东双方根据《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。股东会为合肥山秀的最高权力机构，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。

根据《公司章程》：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，由股东选举产生，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。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。

由上可见，股东会作为合肥山秀之最高权力机构，决定该公司经营方针、投资计划、选举或更换执行董事，审议批准执行董事报告、审议年度财务预算方案和决算方案、利润分配方案和弥补亏损方案等重大事项；公司作为持有合肥山秀60%股权的第一大股东，未派驻执行董事的情况下依然可以通过股东会对合肥山

秀之上述之重大事项实施有效控制，符合《公司法》《公司章程》的规定，将合肥山秀纳入合并报表具有合理性。

（二）合肥山秀实际经营管理中，相关决策机制的执行情况

合肥山秀的实际经营管理中，公司可以对其实施有效控制，具体情况如下：

1、重大经营方针及投资计划决策方面：公司作为合肥山秀之控股股东，决定着该公司的经营方针和投资计划。产品研发及生产方面，公司主导碳纤维产品及应用的研发方向并统筹碳纤维背板产品的规格型号、设计方案及生产；资金支持方面，公司在合肥山秀经营过程中向其提供资金支持以缓解其临时资金压力、支持碳纤维业务发展。公司实际主导、控制合肥山秀之重大经营方针及投资计划、经营活动开展。

2、具体内部经营管理及审批决策方面：在公司主导之下，合肥山秀成立之初即按照母公司要求建立了完善的采购、销售、人力资源、财务、资金使用等方面的制度及审批流程。合肥山秀在实际的经营管理过程中，根据其之内部审批制度以及审批流程设计，该公司相关的采购管理、销售管理、人力资源管理、财务管理、资金筹措及使用等领域需要履行审批程序的重大事项，审批节点涉及的审批人员主要包括合肥山秀部门负责人、合肥山秀总经理（发行人委派）、母公司法务及财务相关人员、母公司总经理等，并不涉及合肥山秀之执行董事。公司实际控制合肥山秀之日常经营管理和审批决策。

3、合肥山秀执行董事的实际工作职责方面：景徐荣作为少数股东委派人员担任执行董事，主要负责了解合肥山秀的日常经营以及业务开展情况，其并不参与合肥山秀的日常经营管理以及经营决策的制定、执行和重大事项的审批。其作为合肥山秀之少数股东无锡山秀的大股东、执行董事、总经理，其主要精力用于无锡山秀的经营管理。

由上可见，合肥山秀实际经营管理中，公司可对其实施有效控制。

（三）合肥山秀之少数股东无锡山秀已经就合肥山秀之控制权事项出具了说明文件

中介机构对合肥山秀之执行董事景徐荣进行访谈并取得了无锡山秀出具的

确认函。景徐荣及无锡山秀均确认如下：无锡山秀持有合肥山秀 200 万元出资额（占注册资本的 40%），其依据《公司法》、《公司章程》规定行使股东权利；景徐荣作为合肥山秀之执行董事，其主要负责了解合肥山秀的日常经营以及业务开展情况，并不参与合肥山秀的经营管理；合肥山秀实际由光大同创派驻的总经理经营管理并担任法定代表人，无锡山秀不对合肥山秀构成控制，并未将合肥山秀纳入其合并报表范围。

综上所述，公司作为持有合肥山秀 60%股权的第一大股东，根据《公司法》《公司章程》可以通过股东会对合肥山秀之经营方针、投资计划、选举或更换执行董事，审议批准执行董事报告、审议年度财务预算方案和决算方案、利润分配方案和弥补亏损方案等重大事项实施有效控制；合肥山秀实际经营管理中，公司可对其实施有效控制；合肥山秀之少数股东无锡山秀已经就合肥山秀之控制权事项出具了说明文件。因此，结合前述合肥山秀决策机制以及实际执行情况，发行人可以对合肥山秀实施控制，纳入合并报表具有合理性。

二、说明合肥山秀目前的业务模式，是否具有生产能力，发行人在其中核心技术的体现，未来是否依然主要采取委外生产的模式；结合碳纤维板产品的毛利率及合肥山秀的经营业绩说明该项业务未来发展前景，是否存在持续亏损风险

（一）说明合肥山秀目前的业务模式，是否具有生产能力，发行人在其中核心技术的体现，未来是否依然主要采取委外生产的模式

1、合肥山秀目前的业务模式

合肥山秀作为公司碳纤维业务的研发主体，负责碳纤维材料、下游应用、生产工艺等领域的开发和前瞻研究；作为公司与无锡山秀的合资公司，向无锡山秀采购碳纤维板材；同时负责向下游消费电子行业客户销售碳纤维背板产成品。具体生产环节通过苏州淼鑫外协进行。

2、发行人核心技术的体现

公司碳纤维业务为近年新拓展业务，整体尚处于发展初期。在该时期公司将主要精力和有限资源用于碳纤维材料、下游应用、生产工艺等领域的研究开发，并择机在条件及基础成熟后建设自有板材生产基地及加工基地。在该时期公司在

碳纤维背板产品中的核心技术体现为产品设计、模具设计、工艺开发领域，具体情况如下：

在产品设计领域，公司碳纤维背板产品的完整设计方案涵盖了结构设计、外观设计、原料选材等多个方面。在结构设计方面，公司结合在碳纤维及塑胶领域积累的材料、结构、尺寸匹配、力学设计等技术经验，对碳纤维板与塑胶的封接结合方案进行创新，解决了结合处溢胶、板材变形、受力强度低等一系列技术难题，有效满足了客户对产品重量、韧性、抗震等方面的需求。截至 2021 年 12 月 31 日已形成发明专利 1 项、实用新型专利 4 项，具体如下：

序号	专利名称	专利类型	专利号	专利申请日	授权公告日	取得方式
1	一种用于电子设备的加框板材	实用新型	ZL202020143116.1	2020-01-21	2020-09-01	原始取得
2	一种结合牢固的复合材料板材	实用新型	ZL201921942610.8	2019-11-12	2020-10-09	原始取得
3	一种复合板材及电子设备壳体	实用新型	ZL202021759536.9	2020-08-21	2021-02-09	原始取得
4	一种脚垫及电子设备	实用新型	ZL202022909621.5	2020-12-08	2021-09-28	原始取得
5	一种用于电子设备的塑胶包边板材及二次塑胶成型的方法	发明专利	ZL202010069387.1	2020-01-21	2021-11-02	原始取得

在外观设计领域，公司能够根据客户的需要设计外观图纸，使产品具备与其他结构件的接合功能；在原材料选材方面，公司积累了大量实验测试数据和材料应用经验，能够根据客户提出的产品规格、参数等要求，通过掌握不同碳纤维及塑胶材料参数及性能，确定适合客户所需产品特性的最优材料。

在模具设计领域，公司具备了碳纤维背板产品模具自主设计能力并不断优化，能够及时响应客户需求并对新产品模具进行前瞻性地设计与研发。公司在碳纤板定位结构、预压量及预压范围、封胶、注塑流程、预变形等设计细节方面持续聚焦优化，积累了大量实践经验。例如为优化塑胶注塑流程，公司通过独特的热流道布局，有效地缓解了塑胶注塑对碳纤板的冲击，同时保证了塑胶结合强度。此外，随着下游客户对产品多功能复合的要求日益提升，公司通过自建模具材料及设备的数据库对模具复杂特征进行前期分析，为模具设计方案提供数据支持，从

而满足客户在产品设计、精度、外观、应用场景等方面的个性化需求。

在工艺开发领域，碳纤维背板产品生产工艺涉及了材料、结构工程、自动化、信息化等多门学科与技术的综合应用。公司十分重视工艺技术的改进，凭借在行业内多年的技术经验积累及反复的实践尝试，以市场和客户需求为导向、技术为驱动，不断对生产工艺进行优化和创新，进而提升产品精密度与稳定性。在实际生产过程中，公司针对下游客户的特定需求，对进胶点位及数量进行优化，积极改进模内注塑成型工艺，同时开发出二次成型工艺替代了原有的一次成型工艺，成功攻克了板材变形、可塑性低等批量化生产问题，最终为客户提供充分满足其需求的产品，并持续提供技术迭代服务，从而更好地应对下游产品快速迭代的技术需求。

综上所述，公司在碳纤维板材及下游应用的产品设计、模具设计、工艺开发领域均有较强的核心优势，具有较为丰富的技术、设计能力及经验积累。

3、合肥山秀是否具有生产能力、未来是否依然主要采取委外生产的模式

（1）报告期内是否具有生产能力

公司于 2019 年 1 月同无锡山秀合资成立合肥山秀，积极拓展碳纤维业务。碳纤维背板业务具有良好的发展前景，但一方面，报告期内前期该业务整体尚处于发展初期、属于新拓展业务，在前期是否能通过客户的供应商资质认证、能否顺利高质量供货、通过认证后短期内客户具体订单规模均存在一定不确定性；如果公司选择自主建设生产线，则厂房、设备、人员投入规模相对较大，存在一定的经营风险；另一方面，在消费电子产品的个性化、定制化、时尚化要求不断提高的趋势下，联想集团等下游知名消费电子行业客户对于供货产品的质量、产品稳定性、供货时效性要求很高，如果公司选择自主建设生产线，则厂房建设、设备购置调试、人员招聘培训等耗时相对较长，无法即刻高效率满足客户供货需求。

在综合考虑上述因素的情况下，在业务发展初期为尽快高质量、高效率满足客户的供货需求、同时有效降低前期自行投资建设生产线带来的可能存在之经营风险，公司在碳纤维业务发展的初期，先行采取委外加工的方式生产碳纤维背板并向客户供货，并在此过程中进一步积累技术、人才、管理及生产经验。因此，

报告期内公司暂未建设相关产线，暂不具备碳纤维背板的实际生产能力，具有合理性。

在委外加工过程中，公司对外协厂商设置了严格的管理要求，并在产品加工标准、流程管理、质检管理等方面实施严格管控并派驻人员现场管理监制，充分保证碳纤维产品的生产质量及供货速度。

（2）未来是否依然主要采取委外生产的模式

报告期内，碳纤维背板产品下游发展前景良好且下游客户需求规模扩大，公司碳纤维业务整体发展情况良好。2020 年、2021 年，公司功能性产品之碳纤维业务实现收入金额分别为 2,521.35 万元、8,273.16 万元，占主营业务收入的比例分别为 3.08%、8.46%，收入金额及占比增长幅度相对较大，订单及增长情况良好。同时，经过两年的业务发展，公司已经在碳纤维背板领域积累了较为丰富的技术、人才、管理及生产经验，自行建设生产线的条件和基础已经成熟。

在上述因素背景下，公司积极实施建设碳纤维板材生产基地及加工基地。截至本问询函回复出具日，公司已经形成自有碳纤维板材的生产能力并预计于 2022 年上半年形成碳纤维背板的加工能力。上述生产线的建设进展情况如下：

公司于 2021 年 1 月成立子公司厦门奔方材料科技有限公司（以下简称“厦门奔方”），该公司作为碳纤维板材生产业务的实施主体。截至 2021 年末，厦门奔方已形成了生产能力，成功实现碳纤维板的批量生产。

公司于 2021 年 12 月成立子公司苏州领新智能科技有限公司，该公司为碳纤维背板加工业务的实施主体。截至本问询函回复出具日，该公司已经签署厂房租赁及加工设备购置合同，正在建设加工产线以便尽快实现碳纤板的加工能力。该生产基地预计于 2022 年 6 月前形成加工能力并进行碳纤维板材的加工。

公司上述碳纤维板材加工基地建设完成并投产后，将显著提升公司的自主生产能力并降低委外加工业务的占比。未来公司将采取以自制生产为主的生产模式，不存在依然主要采取委外模式进行生产的情形。

（二）结合碳纤维板产品的毛利率及合肥山秀的经营业绩说明该项业务未来发展前景，是否存在持续亏损风险

1、碳纤维板产品的毛利率及合肥山秀的经营业绩情况

2020 年、2021 年，公司碳纤维业务的收入、毛利及毛利率情况如下：

单位：万元

项目	2021 年		2020 年	
	金额	占比	金额	占比
收入	8,273.16	8.46%	2,521.35	3.08%
毛利	1,378.81	4.25%	70.32	0.23%
毛利率	16.67%		2.79%	

2020 年、2021 年，公司功能性产品之碳纤维业务实现收入金额分别为 2,521.35 万元、8,273.16 万元，占主营业务收入的比例分别为 3.08%、8.46%，毛利金额占主营业务毛利的比例分别为 0.23%、4.25%，金额及占比均相对较小。

报告期内，合肥山秀的主要财务数据情况如下：

单位：万元

项目	2021-12-31/2021 年	2020-12-31/2020 年	2019-12-31/2019 年
资产总额	10,327.40	4,947.51	252.88
所有者权益	56.85	-732.68	228.11
净利润	709.53	-1,013.79	-138.89

2、公司碳纤维业务不存在持续亏损的风险

公司碳纤维业务具有良好的发展前景、不存在持续亏损的风险，具体情况如下：

（1）2019 年、2020 年公司碳纤维业务处于发展初期、为新拓展业务，收入金额相对较小、固定支出金额相对较大且毛利率较低，导致产生亏损；2021 年公司碳纤维业务已经实现盈利

2019 年 1 月，合肥山秀正式成立。2019 年处于业务拓展初期，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。伴随碳纤维产品业务的不断推进和拓展，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。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，随着碳纤维类产品出货量持续增长、收入规模扩大以及规模扩大带来的规模经济效应，碳纤维业务毛利率水平不断提升，合肥山秀逐步实现盈利、盈利金额为 709.53 万元，不存在持续发生亏损的情形。

（2）碳纤维产品具有良好的市场发展前景，在实现进口替代的背景下行业增长空间巨大，为公司碳纤维业务的良好发展奠定了良好的市场保障

1）碳纤维作为一种新型材料，在新能源汽车、消费电子领域具有良好的市场发展前景，市场前景广阔

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，良好的导电性能可以使其广泛用于通讯、电子、能源电力等领域。

消费电子领域尤其是个人笔记本电脑领域的品牌商、制造商，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，也成为碳纤维背板的重要应用领域。

根据 IDC 数据，自 2016 年以来，个人电脑出货量基本保持稳定。2021 年，受益于新冠肺炎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 3.49 亿台，同比上升 15.18%。下游市场空间规模巨大。同时，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，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。上述个人电脑市场的良好发展趋势，为碳纤维背板业务的发展提供了良好的发展契机。

2）碳纤维产品在实现进口替代背景下，具有巨大的行业发展空间

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。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，在自身经营规模、成本生产方面具有较强的竞争优势。

为优化供应商渠道、打破国外垄断、降低原材料采购成本，国内诸多消费电子品牌商/制造商均有较大的国内替代采购需求。部分国内碳纤维产品生产企业也积极拓展碳纤维产品，希望成功实现进口替代。上述进口替代的内生需求也给碳纤维背板业务的发展提供了良好的发展契机。

（3）公司碳纤维背板业务具有良好的业内客户资源，下游客户需求规模较大，为公司碳纤维业务的良好发展奠定了良好的客户资源保障

碳纤维背板产品的重要应用领域为个人电脑领域。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，在个人电脑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。上述客户均为个人电脑领域的重要品牌商/制造服务商，其中联想集团为全球重要的笔记本电脑企业，根据 IDC 数据，报告期内其出货量市场占有率均为全球第一，2021 年出货量达 81.9 百万台。截至本问询函回复出具日，公司子公司合肥山秀成功实现碳纤板背板产品供货。公司未来将继续拓展个人电脑领域其他客户群体、积极拓展应用领域，不断拓展碳纤维背板的业务规模，通过实现规模效应来进一步降低产品成本、提高毛利率水平，实现较好的经营业绩。

（4）公司在碳纤维背板领域积累了较为丰富的技术、人才、管理及生产经验基础上，已经积极实施建设碳纤维板材生产基地及加工基地。上述基地建设有助于公司提高自制能力、进一步降低生产成本、提高碳纤维业务的盈利水平

公司于2019年1月同无锡山秀合资成立合肥山秀。经过两年多的业务发展，一方面公司碳纤维业务整体发展情况良好。2020 年、2021 年，公司功能性产品之碳纤维业务实现收入金额分别为 2,521.35 万元、8,273.16 万元，占主营业务收入的比例分别为 3.08%、8.46%，收入金额及占比增长幅度相对较大；另一方面，经过两年的业务发展，公司已经在碳纤维背板领域积累了较为丰富的技术、人才、

管理及生产经验，具备了自行建设生产线的条件和基础。在上述因素背景下，公司积极实施建设碳纤维板材生产基地及加工基地，已经形成自有碳纤维板材的生产能力并预计于 2022 年上半年形成碳纤维板材的加工能力。

上述基地建设有助于公司提高自制能力、进一步降低生产成本、提高碳纤维业务的盈利水平。

综上所述，随着碳纤维类产品出货量持续增长、收入规模扩大以及规模扩大带来的规模经济效应，碳纤维业务毛利率水平不断提升，2021 年公司碳纤维业务已经实现盈利；碳纤维背板产品具有良好的市场发展前景，在实现进口替代的背景下行业增长空间巨大；公司碳纤维背板业务具有良好的业内客户资源；公司已经积极实施建设碳纤维板材生产基地及加工基地，上述基地建设有助于公司提高自制能力、进一步降低生产成本。

因此，公司碳纤维业务未来盈利前景良好，不存在持续亏损的风险。

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、查阅了关于合肥山秀的工商信息登记文件、《公司章程》以及报告期内的财务报表文件；

2、查阅了合肥山秀之相关内部流程制度文件，抽查了相关重大事项审批流程文件；

3、对合肥山秀执行董事进行访谈，取得了其以及无锡山秀出具的关于合肥山秀控制权的相关确认文件；

4、通过国家知识产权局（https://www.cnipa.gov.cn/）查询合肥山秀的部分碳纤维及应用领域专利情况；

5、对发行人实际控制人进行访谈，了解合肥山秀的经营情况、业务模式、核心技术优势、核心技术情况；

6、取得碳纤维板材生产基地厦门奔方的项目相关备案及环评批复、固定资产投入明细，走访生产场所；

7、取得碳纤维背板加工基地苏州领新的场地租赁合同、设备购置合同，了解碳纤维背板加工基地的建设进展；访谈发行人高级管理人员，了解碳纤维背板加工基地的建设情况；

8、查阅了关于个人电脑以及碳纤维领域的相关研究报告，分析碳纤维背板业务的发展前景。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、结合合肥山秀决策机制以及实际执行情况，发行人可以对合肥山秀实施控制，纳入合并报表具有合理性；

2、报告期内公司不具备实际生产能力，公司已经积极建设碳纤维板材生产基地及加工基地，截至本问询函回复出具日，已经形成自有碳纤维板材的生产能力；公司在碳纤维领域具有核心技术；公司上述碳纤维板材加工基地建设完成并投产后，将显著提升公司的自主生产能力并降低委外加工业务的占比，公司将采取以自制生产为主的生产模式，不存在依然主要采取委外模式进行生产的情形；公司碳纤维业务未来盈利前景良好，不存在持续亏损的风险。

8.关于关联方海港城物流

申请文件及首轮问询回复显示：

（1）发行人关联方海港城物流为联想集团提供 VMI 仓库，发行人通过海港城物流实现的收入金额分别为 6,025.29 万元、8,179.56 万元、6,186.17 万元、2,847.85 万元。

（2）报告期各期，发行人向海港城物流采购综合物流服务金额分别为 797.34 万元、861.58 万元、678.57 万元、352.34 万元，占海港城营业收入的比例分别为 41.42%、34.14%、31.80%、31.93%。

请发行人：

（1）说明通过海港城物流销售的收入确认依据、相关款项是否均已收回、回款方式、是否存在第三方回款。

（2）说明海港城物流向发行人的收费标准与周围其他物流公司收费标准是否存在较大差异。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、说明通过海港城物流销售的收入确认依据、相关款项是否均已收回、回款方式、是否存在第三方回款

（一）说明通过海港城物流销售的收入确认依据

公司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。

海港城在福田保税区内作为 VMI 物流服务商，向公司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。在 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 物流仓库，由客户领用后确认收入，同时以保税区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

报告期内，公司以海港城开放的 VMI 仓库货物流转系统中显示的货物领用记录，作为通过海港城物流销售的领用及收入确认依据。

（二）相关款项是否均已收回、回款方式、是否存在第三方回款

报告期内，发行人通过海港城物流销售的收入、应收账款及期后回款情况如下表：

单位：万元

项目	2021 年	2020 年	2019 年
实现收入金额	6,695.36	6,186.17	8,179.56
期末应收账款金额	3,218.71	2,198.43	4,115.60
期后回款金额	1,306.80	2,198.43	4,115.60
期后回款比例	40.60%	100.00%	100.00%
回款方式	银行转账	银行转账	银行转账

注：期后回款情况统计至 2022 年 2 月 28 日。

由上表可见，截至 2022 年 2 月 28 日，2019 年末、2020 年末通过海港城销售实现的产品收入之对应应收账款均已经收回完毕，2021 年末通过海港城销售实现的产品收入之对应应收账款回款比例相对较低，主要为回款周期较短所致。上述回款均由客户通过银行转账方式直接支付给发行人，不存在第三方回款情形。

二、说明海港城物流向发行人的收费标准与周围其他物流公司收费标准是否存在较大差异

1、海港城物流提供综合物流服务的具体情况以及价格确定方式

公司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方式选择 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。

海港城物流位于深圳市福田区保税区，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服务于一体的企业。海港城物流参与联想集团的物流服务招标并成功中标，在深圳福田保税区内为联想集团及其众多零部件供应商提供 VMI 模式第三方物流服务，其相关综合物流服务价格系通过上述招标方式确定。

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之交易金额及占比如下：

单位：万元

项目	2021 年		2020 年		2019 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
海港城物流	724.14	20.99%	678.57	23.88%	861.58	33.57%
综合信兴	25.06	0.73%	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。海港城物流与其他供应商的服务价格对比情况如下：

项目	海港城物流	综合信兴	其他提供报价的综合物流服务商 A	其他提供报价的综合物流服务商 B
服务区域	深圳福田保税区	深圳福田保税区	深圳福田保税区	深圳福田保税区
场地租金	每天每立方米 1.80 元-2.40 元	每星期每立方米 18.00-19.70 元（折合每天每立方米 2.57 元-2.81 元）	每天每立方米 2.30 元	每天每立方米 2.30 元
收货费	8.20 元/立方米	18.00 元/立方米	8.00 元/立方米	8.00 元/立方米
发货费	18.30 元/立方米	18.00 元/立方米	18.00 元/立方米	18.30 元/立方米
管理费用	每月 2000 元	每次每立方米 5 元	每月 3000 元	每月 5000 元

公司通过综合信兴储运产品的规模相对较小，2021 年在综合信兴发生的综合物流服务仅为 25.06 万元；公司通过询价方式获得了深圳福田保税区内其他综合物流服务商的报价，上述报价与海港城物流的服务价格整体保持一致、不存在较大差异，公司与海港城物流的交易价格具有公允性。

综上所述，海港城物流在深圳福田保税区内为联想集团及其众多零部件供应商提供 VMI 模式第三方物流服务，其相关综合物流服务价格系通过招标方式确定，价格具有公允性；深圳福田保税区内其他综合物流服务商的报价与海港城物流的服务价格整体保持一致、不存在较大差异，公司与海港城物流的交易价格具有公允性。

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、获取发行人通过海港城销售的客户名单以及对应销售明细；核查期末对应应收账款金额以及期后回款金额；核查期后回款的银行回单以及记账凭证；

2、核查发行人通过福田保税区 VMI 仓库货物流转系统、客户供应商系统、客户往来电子邮件等方式获取的货物领用信息等，判断通过海港城物流销售的收入确认依据是否恰当合理；

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综合物流服务的价格；

5、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；

6、查阅了深圳福田保税区周边其他物流服务商的报价文件。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、海港城物流销售的收入确认依据合理；相关款项均已收回、回款方式为银行转账、不存在第三方回款情形；

2、海港城物流在深圳福田保税区内为联想集团及其众多零部件供应商提供 VMI 模式第三方物流服务，其相关综合物流服务价格系通过招标方式确定，价格具有公允性；深圳福田保税区内其他综合物流服务商的报价与海港城物流的服务价格整体保持一致、不存在较大差异，公司与海港城物流的交易价格具有公允性。

9.关于股份支付

申请文件及首轮问询回复显示，报告期各期，发行人确认股份支付费用金额分别为 1,199.85 万元、1,230.43 万元、1,796.47 万元、0 万元，其中 2018 年、2019 年股份支付的确定按照当年发行人扣非后归母净利润计算的 PE 倍数分别为 7 倍、4.74 倍。

请发行人说明股份支付费用金额确认是否合理，并测算如按照合理估值确认股份支付费用对发行人财务状况的影响。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、说明股份支付费用金额确认是否合理

（一）股份支付费用的具体确认情况

1、2018 年度

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

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，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。

（二）与同行业可比上市公司市盈率比较情况

公司进一步选取最近三年内申请且完成首次公开发行股票并上市的同行业可比上市公司作为可比交易案例，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/股权激励时间	首发上市申请时间	上市时间	整体估值	当年扣非归母净利润	市盈率
达瑞电子	2017 年 12 月	2020 年 7 月	2021 年 4 月	46,970.00	6,952.98	6.76
	2018 年 12 月	2020 年 7 月		96,005.00	14,877.56	6.45
	2019 年 12 月	2020 年 7 月		175,455.59	24,487.51	7.17
鸿富瀚	2017 年 12 月	2020 年 10 月	2021 年 10 月	37,764.25	4,630.80	8.16
	2019 年 4 月、8 月	2020 年 10 月		46,652.65	8,371.58	5.57
	2020 年 9 月	2020 年 10 月		79,976.23	12,290.16	6.51
发行人	2018 年 12 月	2021 年 6 月	-	53,894.22	7,703.34	7.00
	2019 年 10 月	2021 年 6 月		53,894.22	11,367.68	4.74

注：上述数据来自于其公开披露的招股说明书等公开资料。

由上表可知，同行业可比上市公司案例中，申报期第一年的公允价值对应市盈率中，达瑞电子市盈率为 6.76 倍，鸿富瀚为 8.16 倍、对应的平均值为 7.46 倍，与发行人申报期第一年的公允价值对应市盈率（7.00 倍）的差异较小、整体公允、合理。其中鸿富瀚对应市盈率水平相对略高，系由于其申报期第一年扣非归母净利润金额相对较小、为 4,630.80 万元，达瑞电子及发行人申报期第一年扣非归母净利润金额分别为 6,952.98 万元、7,703.34 万元，平均值为 7,328.16 万元、远高于鸿富瀚。鸿富瀚在净利润金额相对较小的情况下，市盈率水平相对较高。

同行业上市公司可比案例中，申报期第二年的公允价值对应市盈率中，达瑞电子市盈率为 6.45 倍，鸿富瀚为 5.57 倍（其 2019 年 4 月股权激励距离首发上市申请时间为 17 个月、与发行人 2019 年 10 月股权激励距离首发上市申请时间间隔 19 个月相近，以鸿富瀚 2019 年 4 月股权激励市盈率作为其申报期第二年对应市盈率），对应的平均值为 6.01 倍，与发行人申报期第二年的公允价值对应市盈率（4.74 倍）的差异较小、整体公允、合理。其中达瑞电子、鸿富瀚对应市盈率水平高于发行人，系由于上述两家公司当年净利润金额增长幅度相对较大所致。达瑞电子、鸿富瀚扣非归母净利润金额分别为 14,877.56 万元、8,371.58 万元，分别同比增长 113.97%、80.78%、增长幅度较大，均显著高于发行人（47.57%），

导致其对应市盈率水平相对较高。

由上可知，与同行业可比上市公司案例市盈率比较，发行人 2018 年、2019 年整体估值的市盈率水平具有合理性。

综上所述，发行人 2018 年、2019 年进行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、按不同PE测算股份支付费用对发行人财务状况的影响

2018 年度、2019 年度若以不同 PE 倍数下测算的发行人股份支付对发行人净利润指标的影响情况如下：

单位：万元

2018 年				
序号	**项目**	**实现金额**	**按照同行业可比公司市盈率测算金额**	**按照当年扣非归母净利润的 8 倍测算金额**
1	股份支付费用	1,199.85	1,326.33	1,473.59
2	净利润	5,947.00	5,820.52	5,673.26
3	归属于公司普通股股东的净利润	5,795.05	5,668.57	5,521.31
2019 年				
序号	**项目**	**实现金额**	**按照同行业可比公司市盈率测算金额**	**按照当年扣非归母净利润的 8 倍测算金额**
1	股份支付费用	1,230.43	1,754.10	2,575.32
2	净利润	10,248.31	9,724.64	8,903.42
3	归属于公司普通股股东的净利润	10,310.38	9,786.71	8,965.49

由上可知，按照如上同行业上市公司可比案例的 PE 倍数测算股份支付费用后，对 2018 年、2019 年归属于母公司股东净利润金额的影响比例分别为-2.18%、-5.08%；按照 8 倍市盈率测算后，对 2018 年、2019 年归属于母公司股东净利润金额的影响比例分别为-4.72%、-13.04%，不构成重大不利影响。

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、获取发行人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；

2、查询同行业可比上市公司的招股说明书及其他公开披露资料，分析其最近三年公允价值金额及对应的市盈率情况并分析其营业收入及净利润的变动情况并与发行人进行比较；

3、假设按照不同 PE 倍数测算 2018 年度、2019 年度股份支付影响金额。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、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；

2、2018 年度、2019 年度以不同 PE 倍数下测算的发行人股份支付对发行人净利润指标不构成重大不利影响。

10.关于关联方与重叠客户供应商交易

申请文件和首轮问询回复显示，部分已转让或注销关联方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，与发行人主要客户、主要供应商存在一定重合，包括上海光大同创新材料有限公司、昆山博美柯供应链有限公司、光大同创（北京）新材料技术有限公司、深圳市新博琛包装科技有限公司等。

请发行人说明报告期内上述关联方与重叠客户、供应商交易金额，价格公允性，是否存在替发行人承担成本、费用的情形。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、请发行人说明报告期内上述关联方与重叠客户、供应商交易金额，价格公允性，是否存在替发行人承担成本、费用的情形。

报告期内上述关联方与公司报告期内的主要客户、主要供应商不存在业务往来。报告期内，昆山博美柯供应链有限公司、深圳市新博琛包装科技有限公司与希悦尔（中国）有限公司之关联方（发行人 2018 年之主要供应商之一）、TCL 电子（发行人 2021 年上半年度主要客户之一）存在业务往来/资金往来，相关交易是各方根据自身生产经营需要而发生，交易价格公允、不存在替发行人承担成本或费用的情形。报告期内，上述往来的具体情况如下：

1、昆山博美柯供应链有限公司

根据交易双方签订的合同，昆山博美柯向希悦尔（中国）有限公司之关联方及其他主要客户提供仓储、物流服务的报价对比如下：

项目	希悦尔（中国）有限公司之关联方	主要客户 1	主要客户 2	主要客户 3
综合物流费率（VMI 仓储、JIT 物流、客服驻场等）	综合物流服务采购方与其客户交易额的 4.6%	综合物流服务采购方与其客户交易额的 3.0%	综合物流服务采购方与其客户交易额的 4.5%	综合物流服务采购方与其客户交易额的 5.0%

注：综合物流费率因交易规模、产品货值与体积之比不同而存在一定差异。

如上表所示，昆山博美柯与希悦尔（中国）有限公司之关联方的交易价格较其他主要客户差异较小、整体交易价格公允，不存在替发行人承担成本、费用的情形。

根据希悦尔（中国）有限公司之关联方出具的确认函，其向昆山博美柯采购综合物流服务的价格与其向其他周边综合物流服务商采购交易价格基本一致，定价公允；不存在向光大同创输送利益情形；中介机构对希悦尔（中国）有限公司之关联方进行走访并取得访谈记录，其确认其不存在利益输送、协助发行人虚减成本、虚增利润之情形。

2、深圳市新博琛包装科技有限公司

深圳市新博琛于 2020 年 1 月 10 日完成注销。深圳新博琛与公司客户 TCL 电子（发行人 2021 年上半年度主要客户之一）在报告期外存在业务往来并于 2019 年 1 月进行资金结算、产生正常资金往来，金额为 121.85 万元。

二、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、取得上述已转让或注销关联方转让或注销前的财务报表、销售或采购明细、银行账户流水等资料，核查上述关联方转让或注销前与公司主要客户、主要供应商的业务往来与资金往来情况；

2、查阅工商档案，了解上述已转让或注销关联方的转让或注销相关情况；

3、了解发行人向重叠主要客户、主要供应商销售与采购产品的情况，核查发行人销售或采购主要产品的价格波动情况及是否存在异常情形；

4、核查发行人的毛利率、期间费用率的波动是否存在异常情形；

5、对报告期内的主要客户及主要供应商进行走访，了解其是否存在向发行人承担成本或费用以及是否存在利益输送的情形；取得重叠供应商出具的关于与光大同创及其关联方业务往来情况的确认文件；

6、取得上述已转让或注销关联方转让或注销前实际控制人出具的关于与重叠客户或重叠供应商之间交易的声明文件。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

报告期内上述关联方与公司报告期内的主要客户、主要供应商不存在业务往来。报告期内，昆山博美柯供应链有限公司、深圳市新博琛包装科技有限公司与希悦尔（中国）有限公司之关联方（发行人 2018 年之主要供应商之一）、TCL 电子（发行人 2021 年上半年度主要客户之一）存在业务往来/资金往来。相关交易是各方根据自身生产经营需要而发生，交易价格公允、不存在替发行人承担成本或费用的情形。

11.关于收购昆山上艺相关经营性资产

申请文件和首轮问询回复显示：

（1）收购昆山上艺相关经营性资产的对价为 4,086.60 万元，相关定价参考审计及评估结果协商确定。国众联出具了“国众联评报字（2019）第 2-1345 号”《资产评估报告》，评估基准日为 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。

（2）发行人收购昆山上艺的资产主要用于功能性产品业务。报告期内，发行人功能性产品业务的毛利率分别为 72.64%、65.63%、47.59%和 34.14%。

请发行人：

（1）说明收购昆山上艺相关经营性资产所涉固定资产、存货之外其他交易标的定价依据及其公允性。

（2）说明昆山上艺报告期内是否存在重大违法行为；未收购相关土地房屋的原因，其土地房屋是否存在权属瑕疵。

请保荐人、申报会计师对问题（1）发表明确意见，请保荐人、发行人律师对问题（2）发表明确意见。

【回复】

一、说明收购昆山上艺相关经营性资产所涉固定资产、存货之外其他交易标的定价依据及其公允性

（一）关于固定资产、存货之外的其他交易标的情况

根据公司出具的说明及相关银行转账凭证、《资产转让协议》等资料，收购昆山上艺相关经营性资产的交易对价总额为 4,086.60 万元。该等交易对价包括昆山上艺相关经营性资产（包括相关固定资产、存货等）的收购对价（金额合计为 3,600 万元），及昆山上艺模切包装岗位员工与昆山上艺解除劳动关系所涉的经济补偿金（金额合计为 486.60 万元）。

（二）关于其他交易标的的定价依据及公允性

根据昆山上艺劳动人员名册、相关人员签署的《解除劳动合同协议书》、公司出具的说明、《资产转让协议》等资料，上述解除劳动关系的经济补偿金等相关费用由公司承担。昆山上艺模切包装岗位员工合计人数共计 222 人，其中 3 人

自行离职不涉及经济补偿金的支付，剩余 219 人以该员工平均应发工资为基数，根据工作年限，每满一年支付一个月工资的标准确定经济补偿金的数额并支付，符合《中华人民共和国劳动合同法》的相关规定。公司已与涉及补偿的全部员工签署《解除劳动合同协议书》，确认了补偿金金额并以银行转账方式支付予被补偿员工。补偿金已经支付完毕。

综上所述，本次收购昆山上艺相关经营性资产所支付对价的定价依据清晰、公允。

二、说明昆山上艺报告期内是否存在重大违法行为；未收购相关土地房屋的原因，其土地房屋是否存在权属瑕疵

1、昆山上艺报告期内是否存在重大违法行为

中介机构登陆相关主管政府机构网站、百度搜索引擎、微博等网站查询并取得了其主管税务机关出具的 2018 年度至 2020 年度的税务证明文件，根据互联网检索结果、上述证明及昆山上艺出具的说明，报告期内，昆山上艺存在两起行政处罚，具体情况如下：

序号	处罚事由/违法行为类型	处罚结果	处罚日期
1	生产经营单位未按照规定对从业人员、被派遣劳动者、实习学生进行安全生产教育和培训，或者未按照规定如实告知有关的安全生产事项	罚款 4.90 万元	2019 年 8 月
2	用人单位订立或者变更劳动合同时，未告知劳动者职业病危害真实情况	罚款 9.00 万	2019 年 5 月

根据昆山市张浦镇人民政府出具的《行政处罚决定书》，针对第二项违法违规行为，昆山上艺在发生上述违法违规行为后，积极进行整改并提交了陈述书。经主管机关核实，昆山上艺之违法事实清楚且积极进行整改，同意进行减轻处罚，同意对昆山上艺罚款减少至 6.00 万元。

上述处罚主要原因为昆山上艺未对从业人员、被派遣劳动者、实习学生进行安全生产教育和培训，或者未按照规定如实告知有关的安全生产事项；以及用人单位订立或者变更劳动合同时，未告知劳动者职业病危害真实情况。上述违法违

规事项发生在发行人收购昆山上艺相关资产之前，均为未及时履行告知、培训教育等义务类事项，未造成严重后果，不属于因导致严重环境污染、重大人员伤亡或社会影响恶劣而受到相关行政处罚的情况。

中介机构通过前述核查方式，确认昆山上艺在市场监督部门、税务部门、人力资源和社会保障部门、生态环境部门、城市管理部门、发展和改革部门、商务部门、应急管理部门、住房公积金管理部门、住房和城乡建设部门、自然资源和规划部门、外汇管理部门、海关部门不存在因导致严重环境污染、重大人员伤亡或社会影响恶劣而受到相关行政处罚记录情况；同时，根据信用中国网站（https://www.creditchina.gov.cn/）查询结果昆山上艺属于守信激励对象，纳税信用A级纳税人，不存在失信惩戒信息及风险提示信息。

2、未收购相关土地房屋的原因，其土地房屋是否存在权属瑕疵

（1）相关土地房屋的具体情况，其土地房屋是否存在权属瑕疵

根据昆山上艺提供的资料，本次收购发生时，昆山上艺持有的土地使用权证书情况如下表：

序号	使用权证号	权利人	坐落	用途	取得方式	面积（平方米）	使用权终止日期
1	昆国用（2013）第DWB315号	昆山上艺	昆山市张浦镇港浦路268号	工业	出让	28,335.90	2054.2.4

根据昆山上艺提供的资料，昆山上艺持有并由公司承租的相关房屋所有权证书情况如下表：

序号	所有权证号	权利人	坐落	用途	取得方式	面积（平方米）	使用权终止日期
1	昆房权证张浦字第171040502号	昆山上艺	昆山市张浦镇港浦路268号2号房	厂房	出让	6,413.35	2054-02-04
2	昆房权证张浦字第171040503号	昆山上艺	昆山市张浦镇港浦路268号3号房	厂房	出让	2,963.69	2054-02-04
3	昆房权证张浦字第171040504号	昆山上艺	昆山市张浦镇港浦路268号4号房	办公楼	出让	1,460.95	2054-02-04

4	昆房权证张浦字第171040505号	昆山上艺	昆山市张浦镇港浦路268号5号房	餐厅	出让	914.01	2054-02-04

昆山上艺持有的土地及上述房屋建筑物均已经取得了土地使用权及房屋所有权证书，不存在权属瑕疵。

（2）未收购相关土地房屋的原因

根据中介机构对昆山上艺实际控制人李金福的访谈及昆山上艺出具的确认函，本次交易中昆山上艺仅计划出售其相关生产经营资产并希望保留土地使用权、厂房等资产；在其相关生产经营资产出售后，希望保留上述土地使用权或厂房以便获得出租/增值收益。昆山上艺持有的土地使用权及房屋面积相对较大，其中土地面积28,335.90平方米、厂房面积9,377.04平方米；上述土地厂房与昆山众多工业园区相邻，靠近京沪高速且靠近上海，交通区位情况良好、地理位置较为优越；上述土地厂房位于苏州昆山、为国内经济活跃尤其消费电子行业较为发达地区、土地及厂房需求较大，上述土地及房屋建筑物具有良好的收益空间。

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、房屋建筑物等资产，双方采取资产收购的交易模式，属于双方真实意思表示，具有合理性。

（3）相关案例

根据公开披露信息，上市公司灿勤科技、瑞晟智能均曾通过收购资产的交易方式完成业务收购，未收购标的公司的相关土地房产，具体情况如下：

序号	名称	交易情况
1	灿勤科技（688182）	灿勤科技收购成都石通采用收购经营性资产的交易方案。灿勤科技收购成都石通名下的办公设备和生产设备，成都石通在收购完成后继续持有房产并实际从事自有房产的对外出租业务。
2	瑞晟智能（688215）	瑞晟有限收购了圣瑞思机械与悬挂生产系统相关的经营性资产，包括原材料、在产品、产成品等存货，机器设备、车辆等固定资产，以及专利、商标等无形资产，圣瑞思机械此后不再从事相关业务。圣瑞思自动化为了方便开展业务，租赁圣瑞思机械的厂房作为生产场所。

综上所述，昆山上艺报告期内不存在因导致严重环境污染、重大人员伤亡或社会影响恶劣而受到相关行政处罚记录情况；其土地使用权及相关房屋建筑物不

存在权属瑕疵；昆山上艺在其相关生产经营资产出售后，希望保留上述土地使用权或厂房以便获得出租/增值收益，经双方友好协商，交易标的未包含相关土地及房屋建筑物，属于双方真实意思表示，具有合理性。

三、保荐机构、申报会计师、发行人律师核查意见

（一）核查过程

保荐机构、申报会计师、发行人律师主要执行了以下核查程序：

1、取得了本次交易签署的《资产转让协议》及转让价款的支付凭证；

2、取得了需支付解除劳动关系补偿金的人员名单、三方签署的《解除劳动合同协议书》、补偿金支付予被补偿人的银行流水等；

3、查阅了《中华人民共和国劳动合同法》的相关规定；

4、通过检索昆山上艺在市场监督部门、税务部门、人力资源和社会保障部门、生态环境部门、城市管理部门、发展和改革部门、商务部门、应急管理部门、住房公积金管理部门、住房和城乡建设部门、自然资源和规划部门、外汇管理部门、海关部门的处罚情况及信用中国公示信息；查阅了昆山上艺主管税务机关出具的合规证明文件；

5、访谈了昆山上艺实际控制人王金福，了解上述资产交易中未转让土地及房屋建筑物的原因；

6、取得了昆山上艺土地使用权证书、房屋所有权证书等资料；

7、取得了昆山上艺出具的确认函，对土地房屋的权属情况、资产交易中未转让土地及房屋建筑物的原因及报告期内的处罚情况进行了确认。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：本次收购昆山上艺相关资产所支付对价的定价依据清晰、公允；

保荐机构、发行人律师认为：昆山上艺报告期内不存在因导致严重环境污染、重大人员伤亡或社会影响恶劣而受到相关行政处罚记录情况；其土地使用权及相

关房屋建筑物不存在权属瑕疵；昆山上艺在其相关生产经营资产出售后，希望保留上述土地使用权或厂房以便获得出租/增值收益，经双方友好协商，交易标的未包含相关土地及房屋建筑物，属于双方真实意思表示，具有合理性。

12.关于资金流水核查

申请文件及首轮问询回复显示：

（1）报告期内，主要关联方之间及关联方与相关主体之间存在大额资金往来，包括：汇科智选向马增龙出借 590 万元，光大同创控股（香港）、维蓝科技向朱志强出借 146 万美元，马增龙向刘丽珍出借 1,484.60 万元等。

（2）2018-2019 年，马增龙存在大额取现情形，金额分别为 695 万元、300 万元。

请发行人说明上述大额资金拆借、取现的用途，是否存在直接或间接流向客户、供应商及其关联方情形。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明采取的具体核查程序、获取的核查证据和核查结论。

【回复】

一、请发行人说明上述大额资金拆借、取现的用途，是否存在直接或间接流向客户、供应商及其关联方情形

报告期内发行人主要关联方之间及关联方与相关主体存在较大金额资金往来，2018、2019 年度马增龙存在较大金额取现情形。上述款项资金流向清晰、用途明确，不存在直接或间接流向客户、供应商及其关联方情形，具体情况如下：

（一）关于汇科智选向马增龙出借资金

根据中介机构取得的公司控股股东汇科智选的银行账户流水记录、马增龙的银行账户流水记录、相关资金用途的证据资料、中介机构对相关人员进行访谈并取得其出具的确认函等，汇科智选向马增龙借出上述款项的具体用途、资金往来说明、核查证据如下表所示：

单位：万元

序号	款项主要用途	资金往来说明	中介机构取得核查证据	金额
1	证券投资	马增龙将资金转入个人名下证券账户用于股票证券投资	①核查汇科智选银行账户流水记录；②核查马增龙银行账户流水记录	390.00
2	借贷往来	马增龙于2021年1月将资金借予李**用于个人投资，李**于2021年7月将款项偿还，双方借贷往来已结清	①核查马增龙银行账户流水记录；②取得李**还款资金流入记录；③取得双方就上述借贷及结清事项出具的确认函；④对李**进行访谈并取得其身份证件信息	100.00
3	亲属转账	马增龙于2021年1月向其父亲马金刚转账，马金刚未动用相关资金，直至2021年11月将资金转入定期存款账户，马金刚自收到资金至转入定期存款账户无大额资金流出情形	①核查马增龙银行账户流水记录；②核查马金刚银行账户流水记录；③核查马金刚将资金转入定期存款的流水记录	50.00
4	投资款项	马增龙将资金转入其担任执行事务合伙人的新纪智选投资（深圳）合伙企业（有限合伙），备注为投资款；款项于当日由新纪智选全额转入新纪智选持有46%股权的广东松博纳米合金管材有限公司账户，备注为投资款；松博纳米收到款项后主要用于日常生产经营，交易对手方不存在光大同创客户、供应商情形	①核查马增龙银行账户流水记录；②核查新纪智选银行账户流水记录；③核查松博纳米银行账户流水记录	35.75
5	购房及装修款项	马增龙将款项用于购房后装修改造支出	①核查马增龙银行账户流水记录；②核查购房合同与装修改造合同、装修改造图	14.25
合计				**590.00**

针对上述流水记录，保荐机构和申报会计师履行了如下程序：

1、取得报告期内汇科智选与马增龙的银行账户及流水及记录，核查汇科智选与马增龙的资金往来情况；

2、对于马增龙银行账户的资金流出情况，访谈马增龙资金流出原因并获取相应的用途证据，核查是否存在直接或间接流向客户、供应商及其关联方的情形；

3、通过企查查、国家企业信用信息网站查询发行人主要客户、主要供应商及其关联方情况，核查上述流水记录中是否存在资金流向对手方为上述主体或上述主体之股东、实际控制人或董事、监事、高级管理人员之情形；

4、对于资金流出之不同交易对手方，获取核查证据的方式如下：

（1）针对资金用途为证券账户情形，核查马增龙与其个人证券账户之间的资金流水往来记录；

（2）针对资金用途为投资款项，获取相关投资单位的资金流水记录，核查资金流向以及最终用途；

（3）针对资金流出交易对手方为其他自然人，核查借款协议、对借款人进行访谈并取得访谈记录及确认函、获得其身份证件信息，获取借款与还款资金流水记录、核查相关款项是否结清；

（4）针对资金流出交易对手方为马增龙父亲，获取其父亲之银行账户及流水记录，核查款项用途及流向；

（5）针对支付购房及装修款项，获取购房合同与装修改造合同、装修改造图。

经核查，马增龙向汇科智选借入款项主要用于证券投资、借贷往来、亲属转账等；上述款项去向明确，不存在直接或间接流向主要客户、供应商及其关联方情形。

截至本问询回复出具日，马增龙与汇科智选的借贷往来款项已经结清。

（二）关于光大同创控股（香港）、维蓝科技向朱志强出借资金

根据中介机构取得的光大同创控股（香港）、维蓝科技的银行账户流水记录、马增龙的银行账户流水记录、相关资金以及诉讼判决的证据资料、中介机构对马增龙进行访谈并取得其出具的确认函等，光大同创控股（香港）、维蓝科技向朱志强借出上述款项的资金往来说明、核查证据如下表所示：

账户主体	交易对手方	资金往来说明	支出（万美元）	收入（万人民币）	中介机构取得核查证据
维蓝科技	朱志强	于2020年1月向朱志强转出120万美元，为向其借出款项	120.00	-	取得并查阅如下文件：①各方签署的《抵押借款合同》；②光大同创控股（香港）、维蓝科技向朱志强转账的银行账户流水截图；③朱志强的香港居民身份证；④房地产证与不动产登记证明（抵押相关）；⑤双方微信聊天记录的电子证据固化报告；⑥深圳前海合作区人民法院于2020年12月作出的《民事判决书》（（2020）粤0391号）⑦深圳前海合作区人民法院于2021年12月作出的《拍卖通知书》（（2021）粤0391执2668号）
光大同创控股（香港）	朱志强	于2020年1月向朱志强转出26万美元，为向其借出款项	26.00	-	
马增龙	朱志强	于2021年6月收到朱志强转入200万元人民币，为对方支付的借款利息	-	200.00	核查还款资金流水记录

经核查，光大同创控股（香港）、维蓝科技向朱志强出借款项的具体情况如下：

2020 年 1 月 17 日，马增龙与朱志强签订《抵押借款合同》，合同约定朱志强向马增龙借款 1,000.00 万元，借款期限为三十天，朱志强提供位于深圳市龙岗区龙岗镇爱联村一处工业用地及地上附着物厂房作为该借款的抵押担保。合同签订后，双方于 2020 年 1 月 19 日办理了不动产抵押登记手续。2020 年 1 月 20 日和 1 月 21 日，维蓝科技、光大同创控股（香港）先后共向朱志强转账 146 万美元（折合人民币 1,002.49 万元）。

借款期届满朱志强未依约归还本息，马增龙催款未果后诉至法院。根据 2020 年 12 月 22 日深圳前海合作区人民法院民事判决书（（2020）粤 0391 民初 3591 号），判决朱志强向马增龙偿还借款本金 1,000.00 万元并支付相关利息，马增龙对朱志强名下抵押财产享有抵押权，有权就上述抵押财产拍卖、变卖价款优先受偿。2021 年 6 月 16 日，朱志强向马增龙个人账户偿还利息 200.00 万元。2021 年 12 月 16 日，深圳前海合作区人民法院已发出《拍卖通知书》，就前述土地使用权进行评估、拍卖，将于 2022 年 3 月举行第一次拍卖。

针对上述流水记录，保荐机构和申报会计师履行了如下程序：

1、获取发行人及其子公司、发行人主要关联方、核查范围内人员资金流水，核查是否存在与朱志强的流水往来记录；

2、对马增龙进行访谈，了解上述资金拆借发生的过程、具体原因；了解上述起诉、法院判决的相关过程；

3、通过企查查、国家企业信用信息网站查询发行人报告期内主要客户、主要供应商及其关联方情况，核查是否存在朱志强为上述主体或上述主体之股东、实际控制人或担任董事、监事、高级管理人员之情形；

4、获取与上述款项相关的证据材料，包括马增龙与朱志强签订的《抵押借款合同》、银行转账流水记录、朱志强的香港居民身份证、抵押不动产的房地产证、不动产登记证明、双方微信聊天记录的电子证据固化报告、法院判决文书、拍卖通知书等。

经核查，光大同创控股（香港）、维蓝科技向朱志强借出款项系用于其地产项目临时资金周转，上述款项不存在直接或间接流向主要客户、供应商及其关联方情形。

（三）关于马增龙向刘丽珍出借资金

马增龙于报告期之前向刘丽珍出借 1,484.60 万元，截至 2020 年末刘丽珍与马增龙的上述往来款项已经结清。

根据中介机构取得的马增龙的银行账户流水记录、刘丽珍的银行账户流水记录、发行人的银行账户流水记录、相关资金用途的证据资料、中介机构对相关人员进行访谈并取得其出具的确认函等，马增龙向刘丽珍借出上述款项的具体用途、资金往来说明、核查证据如下所示：

单位：万元

用途	时间	资金来往说明	中介机构取得核查证据	金额
向朋友进行资金拆借	2018年6月	拆借给成**用于其临时资金周转；当月成**直接将款项转回马增龙，即相关款项已经通过成**直接偿还马增龙，款项	①核查刘丽珍转款给成**的银行流水记录；②核查成**将款项转回给马增龙的银行流水记录；③对刘丽珍进行	800.00

		已经于当月结清	访谈，了解上述资金往来事项；④对成**进行访谈，取得其身份信息文件，了解上述资金往来情况；⑤对马增龙进行访谈，了解上述资金往来事项	
	2018年6月	拆借给刘*用于其资金周转，相关款项刘丽珍已于当月偿还马增龙，款项已经结清	①核查刘丽珍转款给刘*的银行流水记录；②核查刘*出具的借条；③对刘丽珍进行访谈，了解上述资金往来事项	50.00
代马增龙支付购房款项	2018年3月-11月	马增龙支付刘丽珍的款项与刘丽珍支付购房款项每笔均存在对应关系，流向清晰	①核查购房合同、收据；②核查马增龙与刘丽珍的银行账户流水记录；③对刘丽珍进行访谈，了解上述资金往来事项	585.00
向家庭成员（其母亲）转账	2018年5月	刘丽珍转账其母亲张**并用于购房，上述款项于2019年9月由张**直接偿还22万元，2020年9月由刘丽珍偿还100万元，款项结清	①核查张**款项支出的银行回单；②对刘丽珍进行访谈，了解上述资金往来事项；③取得购房合同、支付凭证	99.60
合计				**1,534.60**

针对上述流水记录，保荐机构和申报会计师履行了如下程序：

1、取得并查阅了报告期内马增龙之银行账户流水记录、刘丽珍之银行账户流水记录，对二者之间的流水记录情况进行梳理及核查；

2、对于马增龙银行账户流水记录中的大额资金流入流出情况，获取相应的核查证据，核查具体资金用途及流向并核查是否存在直接或间接流向客户、供应商及其关联方的情形；对马增龙进行访谈，了解其向刘丽珍拆出资金的具体过程；

3、对于刘丽珍银行账户流水记录中的大额资金流入流出情况，获取相应的核查证据，核查具体资金用途及流向并核查是否存在直接或间接流向客户、供应商及其关联方的情形；对刘丽珍进行访谈，了解其向马增龙拆入资金的具体用途情况；

4、通过企查查、国家企业信用信息网站查询发行人报告期内主要客户、主要供应商及其关联方情况，核查刘丽珍银行账户流水记录中是否存在资金流向对手方为上述主体或上述主体之股东、实际控制人或董事、监事、高级管理人员之

情形；

5、针对不同资金用途，取得资金用途证据文件以及各方出具的确认函；针对代为支付购房款项，获取购房合同及收据并将马增龙支付刘丽珍的款项与刘丽珍代付款项进行复核。

经核查，保荐机构和申报会计师认为：2018 年度刘丽珍向马增龙拆入资金主要用于向朋友进行资金拆借、代马增龙支付购房款项、向家庭成员（其母亲）转账等；截至 2020 年末，刘丽珍与马增龙的上述往来款项已经结清；上述款项去向明确，不存在款项直接或间接流向发行人主要客户、供应商及其关联方情形。

（四）关于马增龙报告期内取现

根据中介机构取得的马增龙的银行账户流水记录、相关资金用途的证据资料、中介机构对马增龙进行访谈并取得其出具的确认函等，马增龙 2018 年、2019 年取现的具体用途、资金说明、核查证据如下表所示：

单位：万元

序号	用途	时间	资金来往说明	中介机构取得核查证据	金额
1	借贷往来	2018年12月	马增龙取现后将资金借款给马**，马**将资金用于其个人投资的餐饮企业。马**于2021年6月、2021年11月、2022年3月通过银行转账分别偿还50.00万元，合计偿还150.00万元，款项尚未结清。	①查阅双方签署的借款协议；②对马**进行访谈并取得其确认函，取得其身份信息文件；③对马增龙进行访谈并取得其确认函；④取得还款资金流水记录；⑤取得资金用于餐饮企业对公账户现金存款银行回单；⑥对餐饮企业进行实地走访，查看生产经营场所	300.00
		2018年11月-2019年1月	马增龙取现后将资金借款给廖**用于房屋装修，廖**于2020年7月将款项通过银行转账全部偿还，已经偿还完毕	①查阅双方签署的借款协议；②对马增龙进行访谈并取得其确认函；③取得还款资金流入证明；④对廖**进行访谈并取得其确认函，取得其身份信息文件	150.00
		2019年1月	马增龙取现后将资金借给姐夫熊杰用于其个人资金周转、房屋装修，款项尚	①取得用于装修的合同、收据；②对熊杰进行访谈并取得其确认函，取得其	70.00

序号	用途	时间	资金来往说明	中介机构取得核查证据	金额
			未偿还	身份信息文件；③中介机构实地走访了将资金用于装修的房屋建筑物	
2	购房款项	2018年10月	马增龙取现后将资金用于购置房屋	①取得并查阅购房合同以及收据凭证；②对马增龙进行访谈，了解上述具体事项	140.00
3	装修款项	2018年11月-2019年1月	马增龙取现后将资金用于房屋装修	①取得并查阅装修合同、报价明细与收据；②对马增龙进行访谈，了解上述具体事项；③通过企查查、国家企业信用信息系统查询装修单位之基本信息、股东及主要人员信息；④查询房屋购置合同及建筑面积，分析装修支出金额合理性；⑤查看装修照片	255.00
4	取现备用金	2018年11月	取现用于备用，后将款项全部存回个人账户	①取现及存现的账户流水证明；②对马增龙进行访谈，了解上述取现原因及用途	50.00
5	个人消费	2019年1月	取现时间为腊月、临近春节，取现后用于年节消费	①对马增龙进行访谈，了解上述取现原因及用途	30.00
合计					**995.00**

针对上述取现记录，保荐机构和申报会计师履行了如下程序：

1、核查马增龙银行账户流水记录中大额取现情形，对马增龙进行访谈并逐一确认大额取现用途；

2、对于现金借贷往来，取得借款协议并对交易对手方进行访谈、取得交易对手方出具的确认函、取得其身份证明信息并核查款项的用途、结清情况，取得款项最终流向的单据凭证；

3、对于装修款项与购房款项，取得购房合同与装修合同、款项收据凭证，核查合同款项与取现时间是否具有对应关系；

4、通过企查查、国家企业信用信息公示系统查询装修公司之基本信息、股东及主要人员信息，核查是否与发行人关联方、发行人主要客户、主要供应商之

股东、实际控制人及董监高存在人员重合情况；查询房屋购置合同及建筑面积，分析装修支出金额合理性；查看装修照片；

5、对于个人消费情况与取现备用金，取得马增龙关于取现情况的说明，核查备用金存回个人账户情况。

经核查，马增龙上述取现款项去向明确，不存在直接或间接流向客户、供应商及其关联方情形。

综上所述，经核查，保荐机构和申报会计师认为，上述款项资金流向清晰，资金用途有相应证据支持，上述大额资金拆借、取现款项不存在直接或间接流向主要客户、供应商及其关联方情形。

二、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、取得报告期内汇科智选、马增龙、刘丽珍之银行账户及流水及记录，核查汇科智选与马增龙之间、马增龙与刘丽珍之间的资金往来情况；核查上述单位及个人银行账户流水记录中的大额支出以及取现情况的原因、合理性及相关证据；

2、对于马增龙的银行账户的资金流出情况，访谈马增龙资金流出原因并获取相应的用途证据，核查是否存在直接或间接流向主要客户、供应商及其关联方的情形；

3、通过企查查、国家企业信用信息网站查询发行人主要客户、主要供应商及其关联方情况，核查汇科智选、马增龙、刘丽珍的银行账户流水记录以及前述资金拆借、取现是否存在资金流向对手方为上述主体或上述主体之股东、实际控制人或董事、监事、高级管理人员之情形；

4、对于资金流出之不同交易对手方，获取核查证据的方式如下：

（1）针对资金用途为证券账户情形，核查马增龙与其个人证券账户之间的资金流水往来记录；

（2）针对资金用途为投资款项，获取相关投资单位的资金流水记录，核查

资金流向以及最终用途；

（3）针对资金流出交易对手方为其他自然人，核查借款协议、对借款人进行访谈并取得访谈记录及确认函、获得其身份证件信息，获取借款与还款资金流水记录、核查相关款项是否结清；

（4）针对资金流出交易对手方为马增龙父亲，获取其父亲报告期内银行账户的流水，核查款项用途及流向；

（5）针对支付购房及装修款项，获取购房合同与装修改造合同、装修改造图。

5、获取与上述款项相关的证据材料，包括马增龙与朱志强签订的《抵押借款合同》、银行转账流水记录、朱志强的香港居民身份证、抵押不动产的房地产证、不动产登记证明、双方微信聊天记录的电子证据固化报告、法院判决文书、拍卖通知书等；

6、对于刘丽珍银行账户流水记录中的大额资金流入流出情况，获取相应的核查证据，核查具体资金用途及流向并核查是否存在直接或间接流向客户、供应商及其关联方的情形；对刘丽珍进行访谈，了解其向马增龙拆入资金的具体用途情况；

7、针对不同资金用途，取得资金用途证据文件以及各方出具的确认函；针对代为支付购房款项，获取购房合同，将马增龙支付刘丽珍的款项与刘丽珍代付款项进行复核；

8、对于现金借贷往来，取得借款协议并对交易对手方进行访谈、取得交易对手方出具的确认函、取得其身份证明信息并核查款项的用途、结清情况，取得款项最终流向的单据凭证；

9、对于装修款项与购房款项，取得购房合同与装修合同、款项收据，核查合同款项与取现时间是否具有对应关系；

10、通过企查查、国家企业信用信息公示系统查询装修公司之基本信息、股东及主要人员信息，核查是否与发行人关联方、发行人主要客户、主要供应商之

股东、实际控制人及董监高存在人员重合情况；查询房屋购置合同及装修合同，分析装修支出金额合理性；查看装修照片；

11、对于个人消费情况与取现备用金，取得马增龙关于取现情况的说明，核查备用金存回个人账户情况。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

报告期内，主要关联方之间及关联方与相关主体之间存在资金往来以及2018 年、2019 年马增龙存在的取现，均有明确的资金用途、去向明确，不存在直接或间接流向主要客户、供应商及其关联方情形。

13.关于其他问题

（1）发行人是否已经根据审核要点的要求，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）发行人是否已经根据审核要点的要求，披露发行人最近一年境外销售收入占当期营业收入比例是否较高或呈快速增长趋势。

【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”之中予以补充披露，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、发行人是否已经根据审核要点的要求，披露发行人最近一年境外销售收入占当期营业收入比例是否较高或呈快速增长趋势

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：

3、主营业务收入按照地区分类的构成情况

报告期内，公司主营业务收入按地区分类的构成情况如下表所示：

单位：万元

项目		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
境内地区	华东地区	14,742.23	15.07%	17,733.20	21.66%	18,713.96	28.67%
	华南地区	11,523.13	11.78%	8,479.57	10.36%	9,431.97	14.45%
	西南地区	10,247.33	10.47%	7,275.19	8.88%	1,335.84	2.05%
	华中地区	2,810.12	2.87%	856.26	1.05%	1,295.93	1.99%
	其他地区	77.14	0.08%	309.12	0.38%	549.96	0.84%
小计		39,399.95	40.27%	34,653.33	42.32%	31,327.66	47.99%
境内保税区		47,763.82	48.82%	36,374.21	44.42%	29,294.83	44.87%
境外地区		10,667.41	10.90%	10,856.96	13.26%	4,659.93	7.14%
合计		97,831.18	100.00%	81,884.50	100.00%	65,282.42	100.00%

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，同时境内综合保税区在政策、管理、出口加工等方面具有良好优势，公司下游客户联想集团、立讯精密、歌尔股份等电子信息产品品牌商、制造服务商均在上述地区建立生产基地。公司主营业务收入地区主要位于华东、华南以及境内保税区，报告期内上述地区收入占比合计分别为 87.99%、76.43%和 75.67%。

报告期内公司境外地区收入金额占比分别为 7.14%、13.26%和 10.90%。2020 年境外地区收入占比有所增长，主要是由于 2019 年开始公司根据客户需求向歌尔股份越南及立讯精密越南出口产品，2019 年、2020 年实现收入金额分别为 472.35 万元、5,866.74 万元，2020 年收入金额相对较大，为当年公司境外地区收

入金额占比增长的主要原因。

（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第二轮审核问询函的回复》之发行人签章页）

深圳光大同创新材料股份有限公司

2022年3月24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

马增龙

深圳光大同创新材料股份有限公司

2022年 3 月 24 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第二轮审核问询函的回复》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

2022 年 3 月 24 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

2022年 3月24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

2022年 3月24日