信音电子（中国）股份有限公司

首次公开发行股票并在创业板上市
申请文件的审核问询函中
有关财务事项的说明

大华核字[2022]000443 号

大华会计师事务所（特殊普通合伙）

DaHuaCertifiedPublicAccountants（SpecialGeneralPartnership）

信音电子（中国）股份有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市
申请文件的审核问询函中
有关财务事项的说明

目录 页次

一 首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核问询函中有关财务事项的说明 1-197

大华会计师事务所（特殊普通合伙）
北京市海淀区西四环中路 16 号院 7 号楼 12 层 [100039]
电话：86 (10) 5835 0011 传真：86 (10) 5835 0006
www.dahua-cpa.com

首次公开发行股票并在创业板上市
申请文件的审核问询函中
有关财务事项的说明

大华核字[2022]000443 号

深圳证券交易所：

由长江证券承销保荐有限公司转来的《关于信音电子（中国）股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核问询函》（审核函〔2021〕010937 号，以下简称问询函）奉悉。我们已对问询函所提及的信音电子（中国）股份有限公司（以下简称“公司”、“本公司”、“发行人”或“信音电子”）财务事项进行了审慎核查，现汇报如下：

（本回复说明所涉及简称或名词释义与招股说明书一致；部分合计数与各分项数值之和可能存在差异，系四舍五入所致。）

【问询函 1】关于同业竞争

申报文件显示，发行人控股股东台湾信音主要在中国台湾地区从事充电模组、传感模组等模组产品设计、销售业务，台湾信音还从事连接器产品贸易业务。台湾信音为发行人在台湾地区的下游经销商。

请发行人：

（1）结合台湾信音的历史沿革、资产、人员、销售渠道、主营业务（包括但不限于产品服务的具体特点、技术、商标商号、客户、供应商等）方面与发行人的关系，以及业务是否有替代性、竞争性、是否有利益冲突，按照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 5 的要求详细分析台湾信音是否与发行人构成同业竞争。

（2）说明报告期内台湾信音是否从事发行人产品以外的连接器竞品销售，结合销售价格、返利、毛利率等与其他经销商的差异说明是否存在利益输送。

请保荐人、申报会计师、发行人律师发表明确意见。

回复：

（一）结合台湾信音的历史沿革、资产、人员、销售渠道、主营业务（包括但不限于产品服务的具体特点、技术、商标商号、客户、供应商等）方面与发行人的关系，以及业务是否有替代性、竞争性、是否有利益冲突，按照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 5 的要求详细分析台湾信音是否与发行人构成同业竞争。

1、历史沿革

台湾信音成立于 1976 年 8 月 25 日，其为依据中国台湾地区有关规定设立且合法有效存续的中国台湾地区上柜公司，台湾信音设立时实收资本额新台币 135 万元，主要从事各种连接器、插座的生产。截至 2001 年 7 月，台湾信音经历次现金增资及盈余转增，其实收资本额增至新台币 37,750 万元。2002 年 1 月 18 日，经中国台湾证券柜台买卖中心 2001 年 10 月 19 日（九〇）证柜上字第 39871 号函文核准，其股票在证券商营业处所买卖，股票代码为 6126。截至 2002 年 3 月 26 日，台湾信音前十大股东及其持股比例情况如下：

序号	持股人姓名	持股数量（万股）	持股比例
1	保德信元富金满意基金专户	358.60	9.50%
2	甘信男	263.53	6.98%
3	魏木港	262.93	6.96%
4	朱国华	230.00	6.09%
5	魏沐坑	146.10	3.87%
6	朱陈瑞芳	129.68	3.44%
7	甘正男	88.65	2.35%
8	公务人员退休抚卹基金管理委员会	66.00	1.75%
9	陈文倩	62.50	1.66%
10	中国商银受托保管苏黎世妈祖基金专户	62.50	1.66%
合计		1,670.48	44.26%

台湾信音成功上柜完成后，经历次盈余转增、库藏股减资、公司债转换股份、资本公积转增，截至 2021 年 4 月 17 日，台湾信音的前十大股东及其持股情况如下：

序号	股东名称或姓名	持股数量（万股）	持股比例
1	信昌电子	1,102.50	8.69%
2	盛群投资	1,011.58	7.98%
3	甘氏投资	776.48	6.12%
4	甘信男	360.78	2.84%
5	振群投资	324.35	2.56%
6	太平洋之星	310.00	2.44%
7	华东科技	242.96	1.92%
8	彭朋煌	238.40	1.88%
9	远洋企管	182.40	1.44%
10	昌润投资	123.39	0.97%
合计		4,672.85	36.84%

截至 2022 年 4 月 18 日，台湾信音的前十大股东及其持股情况如下：

序号	股东名称或姓名	持股数量（万股）	持股比例
1	盛群投资	1,007.18	8.20%
2	甘氏投资	776.48	6.33%
3	信昌电子	552.50	4.50%
4	甘信男	360.78	2.94%
5	太平洋之星	335.00	2.73%
6	振群投资	324.35	2.64%
7	远洋企管	283.30	2.31%
8	彭朋煌	238.40	1.94%
9	洪熙阳	131.70	1.07%
10	罗握符	126.50	1.03%
合计		4,136.19	33.69%

注：信昌电子持有台湾信音 4.50%的股权；盛群投资、太平洋之星、振群投资为中国台湾地区自然人吴世坚、吴世宏控制的公司，合计持有台湾信音 13.58%的股权；甘氏投资为甘信男家庭成员控制的公司，甘氏投资与甘信男合计持有台湾信音 9.26%的股权。彭朋煌为发行人董事、台湾信音副董事长、总经理，远洋企管为彭朋煌家庭成员持股 100%的企业，彭朋煌与远洋企管合计持有台湾信音 4.25%的股权。

自 2010 年起，台湾信音不再从事连接器产品的研发、生产，将其全部连接器产品的研发、生产业务移转至发行人。

发行人为在信音有限的基础上整体变更以发起设立方式设立的股份有限公司。信音有限成立于 2001 年 11 月 26 日，为由台湾信音出资设立的台商独资企业。2010 年 6 月 11 日，信音有限经江苏省商务厅苏商资[2010]220 号文批准以发起设立方式整体变更设立为股份有

限公司,注册资本为 12,000 万元。自 2015 年 1 月 22 日起，经全国股转系统公司股转系统函（2014）2510 号文同意，发行人股票在全国股转系统公开挂牌转让，证券简称“信音电子”，证券代码“831741”。经全国股转系统公司股转系统函[2021]123 号文同意，自 2021 年 1 月 22 日起，发行人股票在全国股转系统终止挂牌。

2、资产

发行人及其子公司主要生产经营场所为苏州市吴中区胥口镇、广东省中山市三角镇、盐城经济技术开发区步凤镇，台湾信音的主要生产经营场所为中国台湾地区，两者的生产经营场所明确不同且相互独立，不存在共用生产经营场所的情形。除发行人授权台湾信音使用 13 件商标外，发行人所拥有的与生产经营活动相关的土地、房产、机器设备、商标、专利均由发行人独立享有或使用；台湾信音主要在中国台湾地区从事充电模组、传感模组等模组产品设计、销售业务，同时台湾信音还从事连接器产品贸易业务。台湾信音不从事连接器产品的研发、生产。

台湾信音的主要资产（截至 2021 年 12 月 31 日）如下：

单位：万元

资产名称	数量	原值（成本）	净值（账面价值）
土地	7	3,135.96	3,135.96
房屋、建筑物及附属设施	15	3,932.25	2,235.72
机器设备	17	18.20	6.41
仪器设备	1	20.10	12.56
试验设备	3	2.63	-
运输设备	3	141.60	117.96
生财器具（办公设备）	13	103.84	67.76
模组化产品模具	8	51.84	17.66
什项设备（其他设备）	48	102.30	77.53
递延资产	7	65.28	35.77
总计	122	7,573.99	5,707.33

注：上述为台湾信音单体口径数据，按照 2021 年末新台币兑人民汇率折算为人民币。

台湾信音不具有连接器相关产品的生产设备及专利、非专利技术，仅拥有与模组产品相关的资产，与发行人资产严格区分，发行人与台湾信音在资产方面保持独立。

3、人员

截至 2021 年 12 月 31 日，发行人共有员工 1,137 名，台湾信音共有员工 21 名，台湾信音员工主要为管理人员、财务人员、模组产品设计及检测人员，不存在连接器产品研发、生产人员。截至本问询回复出具日，发行人高级管理人员未在台湾信音担任除董事、监事（监

察人）以外的职务，亦不存在在台湾信音领取薪酬的情形。发行人的财务人员未在台湾信音兼职。发行人和台湾信音均独立招聘和使用各自的员工，不存在人员混同的情形。截至本问询回复出具日，发行人独立为员工支付工资，不存在由台湾信音代管、代付工资的情形。

4、销售渠道及销售区域

台湾信音销售渠道主要面向台湾地区需要模组化产品和连接器产品的厂商。台湾信音的销售区域主要为中国台湾地区。

发行人销售区域为全球市场，发行人采用直销为主，经销为辅的销售模式，销售渠道主要面向知名的笔记本电脑品牌厂商和知名的代工厂。

发行人与台湾信音在销售渠道方面各自独立，在销售区域方面台湾信音主要为中国台湾市场，发行人则无限制。

5、主营业务

（1）业务定位不同

发行人主要从事连接器的研发、生产和销售等业务，发行人连接器产品主要应用于笔记本电脑、消费电子和汽车等领域。发行人产品的研发、生产和销售环节主要由发行人自主完成。

台湾信音主要在中国台湾地区从事充电模组、传感模组等模组产品设计、销售业务，同时台湾信音还从事连接器产品贸易业务。台湾信音模组产品的生产主要由委外加工完成。台湾信音连接器贸易业务主要向发行人采购连接器产品并主要在中国台湾地区进行销售。台湾信音不从事连接器相关产品的研发、生产业务，与发行人业务定位不同。

（2）技术不同

发行人拥有完整的技术和研发体系，独立进行技术研发并申请专利，经过多年实践已形成成熟的核心技术，包括智能侦测技术、一体式正极 PIN 技术、金手指防翘 PIN 技术、9PIN 一体成型技术、免热熔卡合技术、防杂讯技术、简支梁线性接触技术等。截至本问询回复签署日，公司拥有 232 项境内专利技术和 156 项境外专利技术，其中发明专利 7 项，外观设计 11 项，实用新型 370 项，具有较强的技术水平及研发实力。

台湾信音不从事连接器相关产品的研发、生产业务，台湾信音不拥有连接器产品相关研发设备、专利、专有技术等，与发行人的技术不同。

（3）主要生产工艺和机器设备不同

发行人的主要产品包括笔记本电脑连接器、消费电子连接器和汽车及其他连接器。发行人产品的工艺流程主要包括模具开发、冲压、注塑、组装等。发行人拥有连接器产品的自主生产能力，并具有与之相配套的生产机器设备。

截至 2021 年 12 月 31 日，发行人主要生产设备（单体设备账面原值在 50 万元以上）情况如下：

单位：万元

设备名称	数量（台）	原值	净值	成新率
电力系统	1	251.57	25.16	10.00%
高压电设备	1	232.70	23.27	10.00%
自动组装&折弯&剪脚机	1	184.80	170.99	92.53%
三期厂房发电机	1	150.86	15.09	10.00%
80 吨冲床	1	150.43	87.25	58.00%
康明斯（中国）柴油发电机	1	140.96	138.85	98.50%
冲床（Kyori Anex-30）	1	114.86	11.49	10.00%
自动组装机	1	113.00	107.92	95.50%
2UP2C02-005111F 组检包自动机	2	102.65	98.81	96.26%
2UP2C02-002111F 组检包自动机	2	101.42	97.61	96.24%
数控电火花切割机	1	95.03	9.50	10.00%
精密冲床	1	88.21	8.82	10.00%
UB3C08I/M 组装验测一体机	1	79.20	60.79	76.76%
高速精密冲床	1	77.49	7.75	10.00%
高速精密冲床（马特-4）及周	1	77.00	18.77	24.38%
高速精密冲床 80T	1	76.51	61.02	79.75%
高速精密冲床 80T	1	76.51	61.02	79.75%
正轩科技慢走丝机	1	63.27	62.33	98.51%
线切割放电加工机	1	62.70	6.27	10.00%
40T 冲床	1	60.60	36.97	61.00%
慢走丝线切割机床	1	59.83	12.26	20.60%
电动注塑机	1	59.52	5.95	10.00%
高速精密冲床	1	59.00	10.30	17.46%
高速精密冲床	1	57.00	10.89	19.11%
网路分析仪	1	55.31	5.53	10.00%
卧式注塑机	1	54.53	5.45	10.00%
立式注塑机	1	54.42	28.71	52.76%
立式注塑机	1	54.42	28.71	52.76%
2WW1585-000111F 全自动组装机	1	54.00	19.98	37.00%
450T 冲床	1	52.66	5.27	10.00%
高速精密冲床（45 顿）	1	52.00	5.20	10.00%
2UB3C01-008111F 自动切组	1	51.28	36.93	62.30%
福川贸易卧式 FANUC 电动注塑机	1	51.33	49.40	96.24%
福川贸易卧式 FANUC 电动注塑机	1	51.33	49.40	96.24%
自动量测仪	1	51.00	41.82	82.00%
2UB 系列精益生产线	1	50.00	38.38	76.76%

设备名称	数量（台）	原值	净值	成新率
DCC 服务器	1	50.00	5.00	10.00%
三综合试验机	1	50.00	42.50	85.00%
卧式注塑机	1	50.00	45.13	90.26%
卧式注塑机	1	50.00	45.13	90.26%
卧式注塑机	1	50.00	45.13	90.26%
卧式注塑机	1	50.00	45.13	90.26%
Agilent 网路分析仪（万美元）	1	9.49	0.95	10.00%
2UP2Y01-C00110F（新开模）模具（万美元）	1	7.84	0.78	10.00%

截至 2021 年 12 月 31 日，发行人所拥有的与生产经营相关的机器设备原值为 7,464.44 万元，净值为 3,407.89 万元，成新率 45.65%，同时根据发行人生产经营的实际需要不断购置新的设备。

与之相比，台湾信音不从事连接器相关产品的研发和生产业务。台湾信音的机器设备数量和价值较少，台湾信音不存在单体设备原值超过 50 万新台币的生产设备，仅有一台检测设备原值超过 50 万新台币，具体如下：

单位：新台币万元

设备名称	数量（台）	原值	净值	取得时间	用途
工具显微镜 Nikon MM800	1	88.00	55.00	2020 年 7 月	检测用设备

从上表可以看出，台湾信音没有与连接器产品相关的生产加工设备，与发行人不同。

（4）商标商号情况

发行人独立拥有生产经营所需的商标商号，截至本问询回复出具日，发行人共拥有 39 项境内外商标，其中“ ”、“信音”、“Singatron”为发行人主要商标，“信音”为发行人商号。

台湾信音没有自己的独立商标，台湾信音作为发行人中国台湾地区的下游经销商，发行人授权台湾信音在中国台湾地区无偿使用发行人在中国台湾地区拥有的商标 13 项，授权范围为台湾信音对外广告宣传（包括展览、展示、会展、网站）、名片、销售的发行人生产的产品。

商号为企业名称组成中的核心部分，是区分市场上不同经营主体的标志，商号采取登记主义，市场主管部门对企业名称进行登记管理，同时，商号具有地域性特点，同一集团内或具有投资关系的企业间使用相同商号为企业登记的普遍现象。台湾信音的商号为汉字“信音”，台湾信音成立于 1976 年，自成立之日起在中国台湾地区即使用汉字“信音”商号，发行人为台湾信音的下属控股子公司亦使用汉字“信音”商号，在中国大陆区域内使用。因此，台湾信音、发行人使用相同商号具有合理性，且台湾信音、发行人各自在其登记主管机

关管辖区域内使用，各自独立。

（5）主要客户不同

发行人的主营业务采用直销为主，经销为辅的销售模式。发行人主要客户是知名的笔记本电脑品牌厂商和知名的代工厂，2018 年至 2021 年发行人的主要客户为惠普、广达集团、英业达集团、和硕集团、纬创集团、鸿海集团等。台湾信音的客户主要位于中国台湾地区，2018 年至 2021 年，台湾信音的主要客户为神准科技、环鸿、普莱德、研华等。

2018 年至 2021 年，发行人与台湾信音存在共同的客户，主要因为：（1）发行人部分客户，偶尔向台湾信音采购其库存产品应急或者采购第三方生产的产品；（2）台湾信音部分客户偶尔向发行人应急采购；（3）部分发行人台湾地区客户需要模组化产品，发行人不生产模组化产品，因此其向台湾信音采购。上述原因导致发行人与台湾信音存在共同的客户。

2018 年至 2021 年发行人与台湾信音对共同客户期间内各自的销售占比情况如下：

名称	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
发行人	0.37%	0.79%	12.77%	9.42%
台湾信音	8.44%	16.38%	8.69%	5.06%

2020 年、2021 年发行人对共同客户的销售占比较小，2018 年和 2019 年发行人对共同客户的销售占比较高，主要因为 2018 年和 2019 年发行人对共同客户 SE(USA)、和硕集团的销售金额较大，2018 年和 2019 年 SE(USA)向台湾信音采购了一些第三方生产的连接器，和硕集团仅在 2019 年向台湾信音零星采购了一些模组化产品，2018 年和 2019 年台湾信音和发行人对该两个客户的销售金额具体如下：

单位：万元

名称	2019 年度		2018 年度	
	发行人	台湾信音	发行人	台湾信音
SE(USA)	5,420.79	4.42	5,022.82	1.38
和硕	3,081.31	0.05	2,464.00	-

如果剔除 SE(USA)与和硕的影响，2018 年和 2019 年发行人对共同客户销售占比为 1.51%和 1.15%，比例较小，对发行人的经营业绩不产生重大影响。

发行人和台湾信音共同客户的销售价格是根据客户情况、采购规模、公司产品在销售区域的市场竞争情况等因素，与客户协商确定，均为市场价，价格公允，发行人与台湾信音不存在通过共同客户进行利益输送或其他利益安排的情形。

（6）主要供应商不同

发行人采购的主要原材料包括冲压件、五金材料、塑胶粒、产品零部件、注塑件、线材和包材等，此外根据客户的需求，结合发行人的生产安排，发行人会外购成品，2018 年至

2021 年发行人的主要供应商为禾创集团、世勋集团、昆山玮奥精密电子材料有限公司、汎准科技股份有限公司和整隆集团等。台湾信音连接器贸易业务主要从发行人采购连接器产品并主要在中国台湾地区进行销售，台湾信音充电模组、传感模组等模组产品的主要原材料包括塑胶、不锈钢、铁氟龙、硅胶、铜等，2018 年至 2021 年台湾信音的主要供应商为发行人、承德电子、惠宏国际有限公司等。

2018 年至 2021 年，发行人与台湾信音存在共同的供应商，主要因为：（1）台湾信音因业务需求采购第三方生产的连接器，为降低交易成本，选择从发行人外购成品的供应商处采购；（2）发行人部分供应商同时生产模组化产品相关部件，台湾信音向其采购该类产品。上述原因导致发行人与台湾信音存在共同的供应商。

2018 年至 2021 年发行人与台湾信音对共同供应商的各自采购占比情况如下：

名称	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
发行人	0.37%	3.04%	7.47%	9.04%
台湾信音	1.75%	20.38%	12.43%	26.49%

2020 年、2021 年发行人对共同供应商的采购占比较小。2018 年、2019 年发行人对共同供应商采购占比较大，主要因为 2018 年和 2019 年发行人对共同供应商增城市兴禾旺塑胶五金电子厂的采购金额较大，而台湾信音对该供应商的采购金额很小，2018 年、2019 年发行人和台湾信音对增城市兴禾旺塑胶五金电子厂采购金额具体如下。

单位：万元

名称	2019 年度	2018 年度
发行人	1,959.90	1,927.12
台湾信音	0.50	50.05

如果剔除该供应商的影响，2018 年和 2019 年发行人对共同供应商采购占比为 3.77%和 2.67%，比例较小，对发行人的经营业绩不产生重大影响。

发行人与台湾信音向供应商采购价格均按照各自的采购政策，市场化定价，采购价格公允，发行人与台湾信音不存在通过共同供应商进行利益输送或其他利益安排的情形。

6、台湾信音与发行人不存在非公平竞争

台湾信音主要在中国台湾地区从事充电模组、传感模组等模组产品设计、销售业务，同时台湾信音还从事连接器产品贸易业务。台湾信音连接器贸易业务主要从发行人采购连接器产品并主要在中国台湾地区进行销售。在模组产品方面，发行人不存在充电模组、传感模组等模组产品相关业务，台湾信音与发行人在模组产品方面不存在替代性、竞争性，亦不存在利益冲突。在连接器产品方面，发行人与台湾信音亦不存在替代性、竞争性，不存在利益冲突，具体分析如下：

（1）各自市场不同

发行人主要从事连接器的研发、生产和销售等业务，发行人主要以全球市场为目标销售市场，专注于全球市场的开拓和发展。台湾信音连接器贸易业务主要从发行人采购连接器产品并主要在中国台湾地区进行销售。

（2）各自规模不同

2018 年至 2021 年，台湾信音的营业收入分别为 9,097.1 万新台币、4,234.1 万新台币、5,288.3 万新台币和 8,224.95 万新台币，折合人民币分别为 1,993.37 万元、944.86 万元、1,233.46 万元和 1,877.50 万元，与发行人相比整体规模较小。台湾信音无论在资产、人员、技术实力、生产工艺、销售渠道、主营业务等方面均与发行人存在显著差异或不同，且其目前经营区域主要为中国台湾地区市场。

（3）台湾信音作为发行人在中国台湾地区的经销商与发行人在中国台湾地区的销售，各自销售产品种类、价格、客户存在差异

台湾信音为发行人在中国台湾地区的下游经销商，台湾信音连接器贸易业务主要从发行人采购连接器产品并主要在中国台湾地区进行销售，同时，发行人亦直接向中国台湾地区销售，具体情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
发行人直接向中国台湾地区销售金额	1,929.53	1,784.53	1,118.44	1,177.48
发行人通过经销商台湾信音销售的金额	1,454.68	600.75	500.10	632.63

注：销售区域以客户注册地来区分。

台湾信音作为发行人在中国台湾地区的下游经销商与发行人在中国台湾地区存在共同市场，但销售的产品不同、价格不同、客户不同，具体如下：

①发行人通过台湾信音销售的主要为 DC、WPC 系列产品，发行人直接销售给台湾地区的几乎包含发行人的全部系列产品，包括 DC、DW、Audio、USB、Type C 等。

②发行人销售给台湾信音和发行人直接销售给中国台湾地区的产品单价如下：

单位：元/件

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
直接销售给台湾地区单价	1.92	2.24	2.03	1.93
通过台湾信音销售的单价	2.21	2.00	2.63	1.71
直接销售给台湾地区毛利率	36.66%	41.59%	44.23%	35.96%
通过台湾信音销售的毛利率	28.68%	33.61%	19.69%	32.10%

2018 年至 2021 年，发行人销售给中国台湾地区的客户主要为直销客户，通过台湾信音的销售为经销，经销需要给经销商一定的毛利，因此通过台湾信音销售的毛利率低于直接销售给台湾的客户。2019 年通过台湾信音销售的毛利率较低主要是因为当年台湾信音经销的

WPC 系列产品中的 2CM 系列某料号产品是新开发的产品，在制程导入初期因为成本较高导致毛利率较低，2019 年该产品销量增加进而导致销售占比增加，拉低了 2019 年发行人向台湾信音销售的整体毛利率。

通过台湾信音销售的产品单价与发行人直接销售给中国台湾地区的单价存在差异，主要系客户类型、产品种类、产品结构、销售数量、定价策略等不同所致。

③台湾信音作为发行人在中国台湾地区的经销商，其连接器产品的客户呈现规模较小、零散、销售金额较小的特点，发行人子公司信音科技在中国台湾地区虽设有台湾办事处，但其核定的经营范围不能实际从事销售业务，仅代表信音科技在中国台湾地区与其他公司进行签约准备、报价、议价、投标及采购谈判等，发行人在中国台湾地区的客户主要为直销客户，客户规模大、销售集中。台湾信音为中国台湾地区本土企业，熟悉中国台湾地区市场及零散客户需求，发行人通过台湾信音在中国台湾地区经销发行人连接器产品，有利于发行人获取零散客户资源、维护中国台湾地区连接器市场，符合商业逻辑，具有合理性和必要性。

④发行人、台湾信音虽存在共同客户、共同供应商，但发行人、台湾信音向共同客户、共同供应商的销售、采购规模较小，同时发行人、台湾信音与共同客户、共同供应商均独立市场化协商定价，价格公允，发行人与台湾信音不存在通过共同客户、共同供应商进行利益输送或其他利益安排的情形。

（4）台湾信音已出具《避免同业竞争承诺函》，承诺台湾信音主要在中国台湾地区从事充电模组、传感模组等模组产品的设计和销售，上述业务与发行人的连接器产品不相同或相似，亦不具有替代性，与发行人不存在同业竞争，台湾信音同时在中国台湾地区从事连接器贸易业务，主要经销发行人及其子公司主营业务产品连接器，不从事连接器产品的研发、生产业务，为发行人在中国台湾地区的下游经销商。台湾信音与发行人及其子公司间不存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争。台湾信音承诺，不会采取参股、控股、联营、合营、合作或者其他任何方式直接或间接从事连接器产品的研发、设计、生产，也不会协助、促使或代表任何第三方以任何方式直接或间接从事连接器产品的研发、设计、生产，台湾信音在中国台湾地区外不以任何方式直接或间接从事连接器产品的销售。在台湾信音直接或间接持有发行人股权并作为控股股东的相关期间内，台湾信音将不会采取参股、控股、联营、合营、合作或者其他任何方式直接或间接从事与发行人现在和将来业务范围相同、相似或构成实质竞争的业务，也不会协助、促使或代表任何第三方以任何方式直接或间接从事与发行人现在和将来业务范围相同、相似或构成实质竞争的业务；并将促使台湾信音控制的其他企业（如有）比照前述规定履行不竞争的义务。

上述避免同业竞争承诺合法有效，台湾信音为中国台湾地区上柜公司，构成其具有约束力的法律文件，如违反承诺将承担相应的法律责任能够保障在连接器产品方面，两者之间不存在替代性、竞争性，亦不存在利益冲突。

综上，台湾信音与发行人在模组产品方面不存在替代性、竞争性，不存在利益冲突，亦不存在同业竞争。在连接器产品方面，台湾信音作为发行人在中国台湾地区的经销商，其不从事连接器相关产品的研发、生产业务，且已在《避免同业竞争承诺函》中承诺在中国台湾地区外不以任何方式直接或间接从事连接器产品的销售，两者之间不存在替代性、竞争性，不存在利益冲突 ，亦不存在利益输送或相互或者单方让渡商业机会的情形，台湾信音作为发行人控股股东已签署《避免同业竞争承诺函》，上述避免同业竞争承诺合法有效，台湾信音为中国台湾地区上柜公司，构成其具有约束力的法律文件，如违反承诺将承担相应的法律责任能够保障在连接器产品方面，两者之间不存在替代性、竞争性，亦不存在利益冲突。

7、发行人与台湾信音不存在利益输送或相互或者单方让渡商业机会的情形

（1）发行人与台湾信音不存在通过关联交易损害发行人及发行人股东利益的情形

2018 年至 2021 年，发行人与台湾信音间的关联销售情况如下：

单位：万元

关联方	交易内容	2021 年度			2020 年度		
		金额	占收入比重	占同类交易比重	金额	占收入比重	占同类交易比重
台湾信音	通过承德电子销售货物	-	-	-	264.82	0.31%	0.31%
台湾信音	销售货物	1,454.68	1.53%	1.56%	335.93	0.39%	0.40%
关联方	交易内容	2019 年度			2018 年度		
		金额	占收入比重	占同类交易比重	金额	占收入比重	占同类交易比重
台湾信音	通过承德电子销售货物	500.10	0.69%	0.70%	632.63	1.00%	1.03%

注：2018 年初至 2020 年 8 月 1 日之前台湾信音主要通过承德电子向发行人采购产品。

台湾信音主要在中国台湾地区从事模组化产品设计、销售及连接器贸易业务，为发行人在中国台湾地区的经销商，其自身不从事连接器生产，因此向发行人采购连接器直接销售给客户或组装成模组化产品销售给客户。2018 年至 2021 年，发行人和台湾信音之间交易采用市场化方式定价，定价公允，且销售产品金额及占比均较小，不会对发行人经营业绩产生重大影响，不存在通过关联交易损害发行人及发行人股东利益的情形，亦不存在相互输送利益、利益倾斜的情形。

（2）台湾信音为发行人在中国台湾地区的经销商，台湾信音自身不从事连接器产品的研发、生产。台湾信音为中国台湾地区本土企业，熟悉中国台湾地区市场及零散客户需求，发行人通过台湾信音在中国台湾地区经销发行人连接器产品，有利于发行人获取零散客户资源、维护中国台湾地区连接器市场，符合商业逻辑，具有合理性和必要性。

（3）在模组产品方面，发行人不从事充电模组、传感模组等模组产品相关业务，台湾信音与发行人在模组产品方面不存在替代性、竞争性，亦不存在利益冲突。在连接器产品方

面，发行人与台湾信音亦不存在替代性、竞争性，不存在利益冲突。

（4）发行人与台湾信音不存在通过共同客户、供应商进行利益输送或其他利益安排的情形，发行人及台湾信音均基于自身业务需求独立开展经营活动，具有独立的营销渠道和下游客户。

（5）台湾信音作为中国台湾地区上柜公司，其通过《避免同业竞争承诺函》能够保障在连接器产品方面，两者之间不存在替代性、竞争性，亦不存在利益冲突。

综上，发行人与台湾信音不存在利益输送或相互或者单方让渡商业机会的情形。

8、对未来发展的潜在影响

未来发行人仍主要以全球市场为目标销售市场，专注于全球市场的开拓和发展，台湾信音未来亦主要在中国台湾地区从事充电模组、传感模组等模组产品设计、销售业务，同时台湾信音作为发行人下游经销商，主要从发行人采购连接器产品并主要在中国台湾地区进行销售，不从事连接器产品的研发、生产业务。

台湾信音无论在资产、人员、技术实力、生产工艺、销售渠道、主营业务等方面均与发行人存在显著差异或不同，且其目前经营区域主要为中国台湾地区市场。同时，台湾信音已做出《避免同业竞争承诺函》，承诺“二、信音企业股份有限公司承诺，不会采取参股、控股、联营、合营、合作或者其他任何方式直接或间接从事连接器产品的研发、设计、生产，也不会协助、促使或代表任何第三方以任何方式直接或间接从事连接器产品的研发、设计、生产，信音企业股份有限公司在中国台湾地区外不以任何方式直接或间接从事连接器产品的销售。在本公司直接或间接持有发行人股权并作为控股股东的相关期间内，本公司将不会采取参股、控股、联营、合营、合作或者其他任何方式直接或间接从事与发行人现在和将来业务范围相同、相似或构成实质竞争的业务，也不会协助、促使或代表任何第三方以任何方式直接或间接从事与发行人现在和将来业务范围相同、相似或构成实质竞争的业务；并将促使本公司控制的其他企业（如有）比照前述规定履行不竞争的义务；”。

综上，台湾信音对发行人未来发展不构成潜在不利影响。

9、相关业务收入、利润占比较低

2018 年至 2021 年，公司及台湾信音主要经营数据及相关指标如下所示：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
台湾信音连接器相关收入	826.20	570.17	412.95	746.57
台湾信音连接器收入占比	0.88%	0.67%	0.58%	1.21%
台湾信音连接器毛利	180.96	115.74	111.19	128.01
台湾信音连接器毛利占比	0.67%	0.43%	0.53%	0.73%

注：上述占比为台湾信音收入、毛利占发行人同类业务收入、毛利的比率。

2018 年至 2021 年台湾信音连接器相关收入占比分别为 1.21%、0.58%、0.67%和 0.88%，毛利占比分别为 0.73%、0.53%、0.43%和 0.67%，2018 年至 2021 年台湾信音同类业务收入及毛利占比平均低于 1%，占比较小，与发行人不构成重大不利影响的同业竞争。

综上，台湾信音主要在中国台湾地区从事充电模组、传感模组等模组产品设计、销售业务，同时台湾信音还从事连接器产品贸易业务。发行人没有模组产品业务，台湾信音模组产品业务与发行人不构成同业竞争。台湾信音连接器贸易业务主要从发行人采购连接器产品并主要在中国台湾地区进行销售。台湾信音不从事连接器相关产品的研发、生产业务，与发行人不存在构成重大不利影响的同业竞争。

（二）说明报告期内台湾信音是否从事发行人产品以外的连接器竞品销售，结合销售价格、返利、毛利率等与其他经销商的差异说明是否存在利益输送；

1、台湾信音连接器产品销售情况

2018 年至 2021 年台湾信音连接器产品销售情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
销售金额（透过承德电子采购）	-	-	190.86	33.47%	292.76	70.90%	545.66	73.09%
销售金额（发行人处采购）	794.49	96.16%	134.69	23.62%	-	-	-	-
销售金额（其他处采购）	31.72	3.84%	244.62	42.90%	120.18	29.10%	200.92	26.91%
合计	826.20	100%	570.17	100%	412.95	100%	746.58	100%

注：2020 年 8 月 1 日之前台湾信音主要通过承德电子向发行人采购产品，按照各年新台币兑人民币平均汇率折算为人民币

从上表可以看出 2018 年至 2021 年台湾信音主要从发行人处采购连接器，对于发行人不生产的连接器产品会从其他连接器厂商或贸易商处采购。

2、和其他经销商价格、毛利率比对情况

（1）销售价格和毛利率

2018 年至 2021 年发行人向台湾信音销售产品均为消费电子领域，产品价格和毛利率与其他消费电子领域经销商对比情况如下：

2021 年度						
类别	收入（万元）	占台湾信音销售总金额比例	平均单价（元/件）	毛利率	其他无关联第三方经销商平均销售单价（元/件）	其他无关联第三方经销商毛利率
传输连接器	234.34	16.11%	2.02	25.29%	1.76	3.70%
电源连接器	359.89	24.74%	1.06	22.51%	1.19	30.83%
影音连接器	172.98	11.89%	1.47	40.60%	1.22	29.77%

其他	687.48	47.26%	8.13	30.07%	4.26	26.81%
合计	1,454.68	100.00%	2.21	28.68%	1.40	28.61%

2020 年度

类别	收入（万元）	占台湾信音销售总金额比例	平均单价（元/件）	毛利率	其他无关联第三方经销商平均销售单价（元/件）	其他无关联第三方经销商毛利率
传输连接器*	40.52	6.74%	1.61	27.88%	2.38	3.63%
传输连接器	84.52	14.07%	2.13	29.79%		
电源连接器*	81.47	13.56%	0.74	30.15%	1.23	31.71%
电源连接器	64.89	10.80%	1.05	29.29%		
影音连接器*	20.56	3.42%	1.11	47.39%	1.32	26.36%
影音连接器	33.27	5.54%	2.89	38.47%		
其他*	122.27	20.35%	6.98	39.46%	2.32	30.90%
其他	153.26	25.51%	9.18	33.32%		
合计	600.75	100.00%	2.00	33.61%	1.39	27.36%

2019 年度

类别	收入（万元）	占台湾信音销售总金额比例	平均单价（元/件）	毛利率	其他无关联第三方经销商平均销售单价（元/件）	其他无关联第三方经销商毛利率
传输连接器*	55.98	11.19%	1.87	18.41%	1.49	-14.37%
电源连接器*	111.37	22.27%	1.19	36.84%	1.21	35.84%
影音连接器*	46.73	9.34%	1.21	40.28%	1.24	10.65%
其他*	286.03	57.19%	10.32	9.89%	1.83	18.81%
合计	500.10	100.00%	2.63	19.69%	1.30	21.03%

2018 年度

类别	收入（万元）	占台湾信音销售总金额比例	平均单价（元/件）	毛利率	其他无关联第三方经销商平均销售单价（元/件）	其他无关联第三方经销商毛利率
传输连接器*	44.27	7.00%	1.51	27.45%	0.80	0.14%
电源连接器*	250.36	39.57%	1.06	37.55%	1.22	34.07%
影音连接器*	120.94	19.12%	1.88	52.42%	1.08	6.14%
其他*	217.06	34.31%	5.61	15.45%	0.80	21.61%
合计	632.63	100.00%	1.71	32.10%	1.00	16.79%

注：2018 年初至 2020 年 8 月 1 日之前台湾信音主要通过承德电子向发行人采购产品，以星号列示。

2018 年至 2021 年发行人向台湾信音销售连接器毛利率分别为 32.10%、19.69%、33.61%和 28.68%，发行人向其他无关联第三方经销商销售连接器毛利率分别为 16.79%、21.03%、27.36%和 28.61%，除 2018 年外，发行人向台湾信音销售毛利率和其他经销商差异不大。2018

年发行人向其他无关联第三方经销商销售产品毛利率较低主要是传输连接器和影音连接器毛利率较低所致，传输连接器毛利率较低是因为公司为了大力推广 TYPE C 系列产品，快速抢占市场，给予部分经销商比较低的价格，而该系列产品由于成本较高，因而毛利率为负，拉低了传输连接器的毛利率。影音连接器毛利率较低主要是公司为了参与中国大陆地区市场竞争，给予部分中国大陆地区经销商较高的价格优惠，而该部分经销商销售收入占比较高，导致影音连接器整体毛利率较低。

2019 年发行人向台湾信音销售毛利率较 2018 年降低了 12.41 个百分点，主要是因为消费电子其他连接器中 WPC 系列产品中 2CM 系列某料号产品是新开发的产品，在制程导入初期因为成本较高导致毛利率较低，2019 年该产品销量增加进而导致销售占比增加，拉低了 2019 年发行人向台湾信音销售的整体毛利率。

2021 年发行人向台湾信音销售毛利率较 2020 年降低了 4.93 个百分点，主要是发行人向台湾信音销售产品主要以美元计价，2021 年人民币兑美元的平均汇率较 2020 年升值 6.47%，导致发行人向台湾信音销售各个系列产品毛利率都不同程度的出现下滑。

2018 年至 2021 年发行人向台湾销售连接器中，电源连接器的价格和毛利率和其他经销商整体差异不大。其他连接器价格整体差异较大，毛利率 2018 年和 2019 年差异较大，主要是 2018 年至 2021 年台湾信音经销产品以 WPC 系列产品为主，而该系列产品中 2CM 系列某料号产品是新开发的产品，具有防水功能，单价高，但在制程导入初期因为成本较高导致毛利率较低，2018 年和 2019 年台湾信音该系列产品销售占比较高，因此 2018 年和 2019 年台湾信音经销其他连接器和其他经销商在价格和毛利率方面差异较大。

传输连接器价格和毛利率差异主要是因为其他经销商以 TYPE C 系列为主，TYPE C 系列是新产品，公司为了快速抢占市场，给予了经销商比较优惠的价格，因此该系列产品经销整体毛利率偏低，该系列在台湾信音经销产品中占比较低，导致台湾信音传输连接器毛利率要高于其他经销商。

影音连接器价格和毛利率差异较大主要是因为公司产品一直以外销为主，为了开拓中国大陆地区市场，公司给予内销经销商较高的价格优惠，该部分经销商占比较高导致 2018 年和 2019 年影音连接器毛利率较低。

（2）因为公司连接器产品根据客户具体要求进行定制化生产，同类别产品不同类型不同料号价格、毛利率差异较大，不同经销商经销货物料号差异也较大，台湾信音与其他经销商可比相同料号较少，为了便于比较价格公允性，将相同料号比较范围扩大到所有客户，挑选直销和经销相同料号产品比较如下：

料号	收入（万元）	占台湾信音销售比例	平均单价（元）	毛利率	产品平均单价（元）	产品平均毛利率	其他无关联第三方经销商单价（元）	其他无关联第三方经销商毛利率
2021 年度								

2DC-*******0	4.56	0.31%	0.45	31.57%	0.54	43.27%	-	-
2DC-****-***F	11.76	0.81%	0.71	26.89%	0.75	28.95%	-	-
2DC-*******0	4.40	0.30%	0.81	23.64%	0.81	23.97%	0.85	27.00%
2DC****-*****1	21.94	1.51%	1.46	26.69%	1.65	34.81%	-	-
2DC****-******F	1.44	0.10%	1.39	25.26%	1.46	28.64%	1.53	31.34%
2DC****-******F	0.29	0.02%	1.63	26.96%	1.66	32.01%	1.67	31.99%
2DC****-*****1	18.20	1.25%	1.00	26.08%	1.01	27.20%	-	-
2DC****-******F	0.41	0.03%	1.17	23.49%	1.23	27.81%	1.34	34.42%
2DC****-******F	1.30	0.09%	2.16	50.26%	2.47	55.84%	-	-
2DC****-******F	31.09	2.14%	2.66	65.33%	3.12	69.35%	-	-
2DC-*******1	9.80	0.67%	1.09	39.98%	1.16	43.04%	0.85	22.00%
2DC-*******0	86.49	5.95%	1.20	28.24%	1.19	27.43%	1.63	46.90%
2DC-****-***F	45.10	3.10%	1.11	20.62%	1.11	20.88%	-	-
2DC-****-***F	3.97	0.27%	1.99	33.70%	2.10	36.33%	-	-
2DC-****-**5	7.46	0.51%	1.73	24.49%	1.69	22.93%	1.60	17.04%
2DC-****-***F	9.79	0.67%	1.53	15.00%	1.59	14.28%	-	-
2DC-****-**4	0.70	0.05%	1.16	29.42%	1.19	30.13%	1.20	29.02%
2DC-****-**4	0.68	0.05%	1.14	37.11%	1.13	38.64%	1.13	41.71%
2DC-*******0	2.31	0.16%	0.90	17.34%	0.99	23.75%	1.00	24.64%
2DC-****-***F	1.17	0.08%	2.92	60.88%	2.64	55.92%	-	-
2MJ-********H	8.32	0.57%	2.20	39.80%	2.17	38.40%	-	-
2MJ-*******0	1.58	0.11%	1.54	26.42%	1.50	27.07%	-	-
2RJ****-******F	6.27	0.43%	1.22	9.47%	1.26	10.66%	-	-
2RJ****-******F	2.18	0.15%	1.51	22.52%	1.72	19.12%	-	-
2SJ****-******F	1.20	0.08%	1.41	39.53%	1.38	35.02%	1.30	32.91%
2TJ****-******F	1.93	0.13%	5.67	23.57%	6.27	30.36%	-	-
2UB****-******F	6.31	0.43%	3.59	37.33%	3.70	49.24%	-	-
2UB****-******F	17.43	1.20%	1.41	46.71%	0.87	12.19%	0.95	22.30%
2UB****-******F	2.06	0.14%	1.36	60.47%	1.73	65.70%	-	-
2UB****-*****W	1.44	0.10%	1.90	41.96%	1.84	39.03%	1.90	40.75%
2UB****-******F	1.47	0.10%	1.32	27.31%	1.34	28.54%	1.60	39.84%
2UP****-******F	1.76	0.12%	2.00	62.58%	2.20	61.11%	-	-
2020 年度								
2DC-*******0	0.53	0.09%	0.48	35.62%	0.57	45.70%	0.46	32.98%
2DC-*******0	0.12	0.02%	0.58	53.31%	0.41	34.19%	0.46	41.52%
2DC-*******0	1.15	0.19%	0.46	32.20%	0.61	44.09%	0.52	18.15%
2DC-*******0	19.69	3.28%	0.30	5.62%	0.31	8.44%	-	-
2DC-****-***F	2.43	0.40%	0.76	37.97%	0.96	50.03%	1.20	60.31%

2DC****-******F	13.38	2.23%	2.86	70.13%	3.22	72.59%	-	-
2DC-*******1	11.89	1.98%	1.16	38.45%	1.07	34.58%	0.85	15.49%
2DC-*******0	21.18	3.53%	1.28	34.41%	1.17	27.52%	1.30	34.97%
2DC-****-**6	0.57	0.09%	2.87	73.61%	3.42	76.15%		
2DC-****-***F	11.04	1.84%	1.17	24.59%	1.21	25.81%	1.30	30.30%
2DC-****-***F	0.51	0.08%	2.04	34.98%	2.50	40.46%	-	-
2UB****-******F	1.34	0.22%	1.15	31.73%	1.36	40.62%	-	-
2UB****-******F	24.53	4.08%	1.48	51.77%	1.12	36.41%	0.95	25.18%
2UB****-******F	0.96	0.16%	6.43	81.76%	7.95	84.48%	-	-
2UB****-******F	0.52	0.09%	1.73	32.06%	1.74	35.98%	-	-
2019 年度								
2DC****-******F	16.64	3.33%	1.30	51.05%	1.93	56.77%	-	-
2DC****-******F	22.67	4.53%	2.98	68.48%	2.09	55.42%	-	-
2DC-*******0	20.83	4.17%	1.30	41.69%	1.25	39.30%	1.30	41.33%
2SJ****-******F	23.57	4.71%	1.73	56.63%	2.40	69.15%	-	-
2SJ-****-**0	1.45	0.29%	1.11	43.37%	0.72	15.12%	-	-
2SJ-****-**5	14.31	2.86%	0.83	28.55%	0.83	27.56%	-	-
2UB****-******F	11.26	2.25%	1.52	44.83%	1.07	24.10%	-	-
2UB****-******F	2.69	0.54%	3.45	35.91%	3.79	39.50%	-	-
2018 年度								
2DC****-******F	22.28	3.52%	0.49	-3.32%	0.50	-1.43%	-	-
2DC****-******F	130.55	20.64%	1.38	51.59%	1.74	59.61%	-	-
2DC-*******0	16.76	2.65%	1.25	46.37%	1.19	43.75%	1.25	46.47%
2DC-****-***F	14.85	2.35%	0.88	7.82%	0.89	11.51%	-	-
2DC-****-***F	2.31	0.37%	0.96	17.47%	0.97	18.93%	-	-
2SJ****-******F	97.55	15.42%	2.44	64.70%	2.42	64.57%	-	-
2SJ-****-**5	14.31	2.26%	0.79	24.00%	0.76	20.33%	-	-
2UB****-******F	10.29	1.63%	1.45	45.30%	1.00	22.15%	-	-

通过上表可看出，在相同料号产品下公司向台湾信音销售产品价格、毛利率和整个料号产品平均价格、平均毛利率差异不大。在相同料号产品下向台湾信音销售产品与少数可比经销商在价格、毛利率方面也没有明显差异。少数相同料号产品下公司向台湾信音销售产品价格、毛利率与整个料号平均价格、平均毛利率或者无关联第三方平均价格、平均毛利率差异主要受到公司境内、境外定价策略，经销商、直销客户定价策略、销售数量及金额等方面因素差异所致。

（3）返利

2018 年至 2021 年发行人对台湾信音和其他经销商均无返利。

通过比较发行人向台湾信音销售产品在销售价格、返利、毛利率等与其他经销商无明显差异，发行人与台湾信音不存在利益输送。

（三）申报会计师核查意见

1、核查手段

申报会计师采取了以下核查手段对同业竞争的事项进行了核查：

（1）获取并核查了台湾信音的工商登记资料及信息披露资料；

（2）获取并核查了财务资料、土地、房产、员工、固定资产、客户和供应商等资料；

（3）获取并核查了台湾信音出具的《避免同业竞争承诺函》；

（4）获取并核查了台湾信音出具的说明、声明；

（5）获取并核查了中国台湾地区《法律意见书》和《补充法律意见书》；

（6）获取并核查了（中国台湾地区）普华商务法律事务所出具的普字第 21006977 号《法律意见书》；

（7）获取并核查了委托鼎硕联合会计师事务所对台湾信音的客户进行函证的函证资料；

（8）获取并核查了安永联合会计师事务所为台湾信音出具的 2018 年度、2019 年度、2020 年度和 2021 年度《个体财务报告暨会计师查核报告》及台湾信音 2021 年 12 月 31 日资产负债表、2021 年年度报告；

（9）获取并核查了台湾信音及其控制的其他企业 2018 年至 2021 年的银行流水；

（10）获取并核查了发行人与台湾信音 2018 年至 2021 年的关联交易资料，包括但不限于订单、记账凭证、报关单、发票、银行回单等，验证关联销售的真实性；

（11）将 2018 年至 2021 年发行人向台湾信音销售的价格与发行人向其他客户或经销商销售相同产品的价格进行比较，验证关联销售价格的公允性；

（12）取得发行人及台湾信音 2018 年至 2021 年主要客户、供应商明细表；

（13）获取并核查了发行人的工商登记资料、股东资料、财务资料、土地、房产、员工、固定资产、客户和供应商等资料；

（14）询问发行人和台湾信音财务人员、业务人员。

2、核查结论

经核查，申报会计师认为：

（1）台湾信音主要在中国台湾地区从事充电模组、传感模组等模组产品设计、销售业务，同时台湾信音作为发行人在中国台湾地区的经销商，其连接器贸易业务主要从发行人采购连接器产品并主要在中国台湾地区进行销售。发行人不从事充电模组、传感模组等模组产品相关业务，台湾信音与发行人在模组产品方面不存在替代性、竞争性，不存在利益冲突，亦不存在同业竞争。在连接器产品方面，台湾信音作为发行人在中国台湾地区的经销商，其

不从事连接器相关产品的研发、生产业务，且已在《避免同业竞争承诺函》中承诺在中国台湾地区外不以任何方式直接或间接从事连接器产品的销售，两者之间不存在替代性、竞争性，不存在利益冲突，亦不存在利益输送或相互或者单方让渡商业机会的情形，台湾信音作为发行人控股股东已签署《避免同业竞争承诺函》，上述避免同业竞争承诺合法有效，台湾信音为中国台湾地区上柜公司，构成其具有约束力的法律文件，如违反承诺将承担相应的法律责任能够保障在连接器产品方面，两者之间不存在替代性、竞争性，亦不存在利益冲突。2018 年至 2021 年台湾信音连接器相关收入占比分别为 1.21%、0.58%、0.67%和 0.88%，毛利占比分别为 0.73%、0.53%、0.43%和 0.67%，2018 年至 2021 年台湾信音同类业务收入及毛利占比平均低于 1%，占比较小。因此，台湾信音作为发行人在中国台湾地区的经销商其与发行人不存在构成重大不利影响的同业竞争。

（2）台湾信音除了向发行人采购连接器产品外，还向其他连接器生产商或者贸易商采购连接器产品。通过比较发行人向台湾信音销售产品在销售价格、返利、毛利率等与其他无关联第三方的差异，在相同料号产品下公司向台湾信音销售产品价格、毛利率和整个料号产品平均产品价格和毛利率整体差异不大，少数相同料号产品下公司向台湾信音销售产品价格、毛利率与整个料号平均价格、平均毛利率或者无关联第三方平均价格、平均毛利率差异主要受到公司境内、境外定价策略，经销商、直销客户定价策略、销售数量及金额等方面因素差异所致。发行人与台湾信音不存在利益输送。

【问询函 2】关于收入

申报文件显示：

（1）报告期内发行人笔记本电脑连接器收入分别为 36,574.01 万元、43,092.65 万元、46,583.94 万元和 12,745.85 万元。

（2）报告期内，发行人消费电子连接器收入分别为 20,532.30 万元、21,882.48 万元、29,120.40 万元和 6,740.26 万元。

（3）报告期内，发行人经销收入占比分别为 11.01%、9.69%、9.14%和 11.78%，主要经销商为 SE(USA)，发行人对 SE(USA)销售金额占经销金额的比例分别为 72.04%、78.61%、80.76%和 81.13%。

（4）报告期内，发行人境外（不含保税区）销售占比分别为 21.62%、19.62%、19.02%和 27.43%。

（5）报告期内，发行人其他业务收入分别为 1,888.13 万元、1,393.62 万元、2,149.91 万元和 434.7 万元，主要为边角废料等销售收入。

请发行人：

（1）按终端品牌说明笔记本电脑连接器收入构成，分析报告期内笔记本电脑连接器销

量或销售金额与相关品牌笔记本出货量的匹配关系，发行人笔记本电脑连接器的市场占有率。

（2）按应用领域披露消费电子连接器的收入主要构成；分析并披露消费电子连接器收入 2020 年大幅增长的原因，与相关终端产品销售的匹配关系。

（3）按照本所《审核关注要点》说明经销商的相关销售情况及终端销售情况。

（4）说明报告期各期前五名境外（不含保税区）客户的简介、销售内容、销售金额、占当期发行人外销收入和营业收入比例。

（5）分析说明边角废料收入与主营业务收入的匹配关系，说明边角废料收入核算是否完整。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

（一）按终端品牌说明笔记本电脑连接器收入构成，分析报告期内笔记本电脑连接器销量或销售金额与相关品牌笔记本出货量的匹配关系，发行人笔记本电脑连接器的市场占有率

1、按终端品牌说明笔记本电脑连接器收入构成

单位：万元

2021 年度

公司名称	通过代工厂销售额	发行人直接销售金额	总计	占笔记本电脑连接器收入的比率
惠普	12,882.43	17,142.35	30,024.78	55.24%
戴尔	9,949.96	-	9,949.96	18.31%
联想	3,956.16	-	3,956.16	7.28%
华硕	2,015.07	82.90	2,097.97	3.86%
宏基	2,168.15	-	2,168.15	3.99%
华为	992.75	-	992.75	1.83%
三星	60.31	384.00	444.31	0.82%
其他	3,526.82	1,191.48	4,718.30	8.68%
总计	35,551.65	18,800.73	54,352.38	100.00%
占比	65.41%	34.59%	100.00%	-

2020 年度

公司名称	通过代工厂销售额	发行人直接销售金额	总计	占笔记本电脑连接器收入的比率
惠普	13,177.38	11,442.46	24,619.84	52.85%
戴尔	8,325.77	-	8,325.77	17.87%

联想	3,291.86	-	3,291.86	7.07%
宏基	2,364.08	-	2,364.08	5.07%
华硕	1,892.33	117.21	2,009.54	4.31%
华为	1,118.66	-	1,118.66	2.40%
三星	8.40	628.25	636.65	1.37%
其他	3,094.43	1,123.11	4,217.54	9.05%
总计	33,272.91	13,311.03	46,583.94	100.00%
占比	71.43%	28.57%	100.00%	-

2019 年度

公司名称	通过代工厂销售额	发行人直接销售金额	总计	占笔记本电脑连接器收入的比率
惠普	13,784.99	8,324.04	22,109.03	51.31%
戴尔	6,778.40	-	6,778.40	15.73%
联想	3,426.11	-	3,426.11	7.95%
宏基	1,965.95	-	1,965.95	4.56%
华硕	1,642.93	152.14	1,795.07	4.17%
三星	3.05	526.18	529.23	1.23%
华为	356.09	-	356.09	0.83%
其他	4,684.47	1,448.30	6,132.77	14.23%
总计	32,641.99	10,450.66	43,092.65	100.00%
占比	75.75%	24.25%	100.00%	-

2018 年度

公司名称	通过代工厂销售额	发行人直接销售金额	总计	占笔记本电脑连接器收入的比率
惠普	11,569.56	7,104.48	18,674.04	51.06%
戴尔	4,883.00	-	4,883.00	13.35%
联想	3,899.78	-	3,899.78	10.66%
华硕	1,866.82	123.99	1,990.81	5.44%
宏基	1,910.89	-	1,910.89	5.22%
三星	18.16	564.87	583.03	1.59%
华为	118.21	-	118.21	0.32%
其他	3,350.16	1,164.09	4,514.25	12.34%
总计	27,616.58	8,957.43	36,574.01	100.00%
占比	75.51%	24.49%	100.00%	-

发行人销售产品最终应用的主要品牌厂商对应的主要代工厂商情况如下：

品牌厂商名称	对应的主要代工厂

惠普	广达、英业达、仁宝、纬创、和硕
戴尔	仁宝、纬创、和硕
联想	广达、联宝、仁宝、纬创
华硕	广达、仁宝、和硕
宏基	广达、仁宝、纬创
华为	广达

2、2018 年至 2021 年内惠普、戴尔、联想等出货量与笔记本电脑连接器销量的匹配关系

品牌商	2021 年度		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	品牌商电脑出货量（百万台）	发行人出货量（百万件）	品牌商电脑出货量（百万台）	发行人出货量（百万件）	品牌商电脑出货量（百万台）	发行人出货量（百万件）	品牌商电脑出货量（百万台）	发行人出货量（百万件）
惠普	58.7	133.65	51.7	123.41	42.4	125.56	40.7	110.13
联想	55.9	30.35	41.0	22.08	33.7	25.15	30.7	31.53
戴尔	44.8	71.01	36.7	57.18	27.2	48.68	26.7	36.16
宏基	22.5	15.01	15.8	14.02	12.0	12.29	12.3	14.17
华硕	20.9	16.75	15.9	15.02	11.7	13.49	12.1	14.11
华为	18.2	11.54	7.2	9.88	3.3	2.51	1.1	0.87
三星	7.0	5.06	3.7	6.46	3.4	5.22	3.2	5.56

注：品牌商出货量数据来自 DIGITIMES Research。

发行人销售的主要为 I/O 连接器，每个电脑品牌厂商每种类型笔记本电脑的 I/O 连接器数量无法确定，因此发行人连接器的出货量与品牌厂商的电脑出货量无法直接匹配，仅分析两者出货量的趋势是否一致。

2018 年和 2019 年发行人最终销售给惠普的连接器的数量和惠普笔记本电脑出货量的变动趋势一致，2020 年发行人最终销售给惠普的连接器的数量和惠普笔记本电脑出货量变动趋势存在差异主要由于集成充电、影音信号和数据传输功能的 Type C 产品发展迅速，部分连接器产品升级为 Type C 产品，2020 年惠普加大了对发行人 Type C 系列产品的采购量，同时减少了对其他系列连接器产品的整体采购量，导致发行人最终销售给惠普的连接器的数量和惠普笔记本电脑出货量变动趋势存在差异；2021 年发行人最终销售给惠普的连接器的数量和惠普笔记本电脑出货量的变动趋势一致，主要系下游客户需求惠普加大了对发行人 Type C 系列产品的采购量，导致发行人销售给惠普连接器的数量增长幅度较大所致。

2018 年至 2020 年发行人最终销售给联想的连接器的数量与联想的笔记本电脑出货量变动趋势相反，且发行人最终销售给联想的连接器金额的占比分别为 10.66%、7.95%和 7.07%，呈下降趋势，主要因为联想在选择供应商时主要采用价格导向，部分产品竞争激烈，价格较

低，发行人销售该部分产品不经济，因此未参与该部分产品的竞价；联想为全球笔记本电脑第二大出货量的品牌厂商，为发行人的重点客户，为了扩大市场份额，增强竞争力，发行人在 2021 年积极参与联想的连接器新品开发，同时采用导入自动化设备、提高生产效率等措施降低成本，发行人能够向联想提出更有竞争力的报价，使得发行人获得的联想的订单数量增加，导致发行人最终销售给联想的连接器数量增长 37.45%，与联想笔记本电脑出货量变动趋势保持一致。

2018 年至 2021 年，发行人最终销售给戴尔、宏基、华硕、华为、三星的连接器数量与各品牌商的笔记本电脑出货量变动趋势基本保持一致。

3、发行人笔记本电脑连接器的市场占有率

根据 Bishop & Associates 的统计，2020 年移动计算机市场的连接器销售收入为 17.91 亿美元，折合人民币约 124 亿元，发行人 2020 年笔记本电脑类连接器的销售额为 4.66 亿元，占移动计算机连接器市场的份额约为 3.76%。

2018 年至 2021 年发行人笔记本电脑电源和音频连接器在全球笔记本电脑连接器市场具有显著的市场竞争优势，2018 年至 2021 年公司为惠普、联想、华硕、宏基等品牌笔记本电脑厂商供应笔记本电脑电源和音频连接器。2018 年至 2021 年，发行人笔记本电脑电源和音频连接器的销售量与全球笔记本电脑产品出货量情况如下：

产品	2021 年度		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	销售量	全球笔记本电脑类产品出货量	销售量	全球笔记本电脑类产品出货量	销售量	全球笔记本电脑类产品出货量	销售量	全球笔记本电脑类产品出货量
笔记本电脑电源连接器	3,927.34 万件	2.47 亿台	3,937.24 万件	2.01 亿台	4,479.34 万件	1.72 亿台	4,412.68 万件	1.63 亿台
笔记本电脑音频连接器	9,310.45 万件		9,889.96 万件		9,634.62 万件		8,991.51 万件	

根据 TrendForce、IDC 和 Omdia 的统计数据，2018 年至 2021 年笔记本电脑出货量分别为 1.63 亿台、1.72 亿台、2.01 亿台和 2.47 亿台，通常每部笔记本电脑平均需要配置 1 件电源连接器和 1.5 件音频连接器。据此推算 2018 年至 2021 年全球笔记本电脑电源需求量为 1.63 亿件、1.72 亿件、2.01 亿件和 2.47 亿件，全球笔记本电脑音频连接器需求量为 2.445 亿件、2.58 亿件、3.015 亿件和 3.705 亿件，因此 2018 年至 2021 年发行人笔记本电脑电源连接器在全球市场占有率约为 27.07%、26.04%、19.59%和 15.90%，2018 年至 2021 年发行人笔记本电脑音频连接器在全球市场占有率约为 36.78%、37.34%、32.80%和 25.13%。2020 年和 2021 年发行人笔记本电脑电源和音频连接器全球市场占有率有所下降，主要因为部分厂商生产笔记本电脑电源和音频连接器升级为 TYPE C 系列，笔记本厂商电源和音频连接器升级

到 TYPE C 系列的数据无法准确获取，因此表格中只统计了发行人电源和音频连接器的销售量，导致发行人笔记本电脑电源和音频连接器市场占有率有所下降。

公司一直专注于连接器的研发、生产和销售，从技术储备、生产经验以及质量控制等方面都在不断提升，公司的连接器产品得到了客户的认可。公司的笔记本电脑类连接器尤其是笔记本电脑电源、音频连接器在全球市场有较高的市场占有率。公司未来不断巩固笔记本电脑电源和音频连接器产品在市场的占有率，同时也紧跟客户和市场的需求，将产品应用领域拓展至其他领域。

（二）按应用领域披露消费电子连接器的收入主要构成；分析并披露消费电子连接器收入 2020 年大幅增长的原因，与相关终端产品销售的匹配关系。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析/十一、经营成果分析/（二）营业收入构成及变化情况/1、按产品类别划分的主营业务收入/（2）消费电子连接器收入变动分析”补充披露如下：

②2018 年至 2021 年按应用领域划分的消费电子连接器的收入情况

单位：万元

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比	收入	占比
台式电脑连接器	6,071.95	23.65%	5,357.41	18.40%	3,734.42	17.07%	4,241.40	20.66%
智能家电连接器	6,532.40	25.44%	6,772.48	23.26%	6,898.98	31.53%	9,076.59	44.21%
智能音箱连接器	5,380.49	20.95%	6,844.04	23.50%	4,838.89	22.11%	3,317.28	16.16%
电源适配器连接器	4,576.73	17.82%	6,382.72	21.92%	3,695.52	16.89%	2,403.81	11.71%
耳机连接器	2,251.73	8.77%	2,864.08	9.84%	2,624.59	11.99%	1,429.87	6.96%
存储设备连接器	135.76	0.53%	536.00	1.84%	59.26	0.27%	19.46	0.09%
其他连接器	730.45	2.84%	363.68	1.25%	30.82	0.14%	43.89	0.21%
合计	25,679.51	100%	29,120.40	100%	21,882.48	100%	20,532.30	100%

2018 年至 2021 年，发行人消费电子连接器收入主要来自于智能音箱、智能家电、电源适配器、台式电脑、耳机、存储设备等应用领域，占发行人消费电子连接器收入的比例达 90%以上。

2020 年发行人消费电子连接器销售收入增长主要来自于智能音箱、电源适配器、台式电脑连接器收入的增长。2020 年上述三种连接器较 2019 年同期分别增长 41.44%、72.72%和 43.46%。主要增长原因如下：

2020 年智能音箱连接器收入增长主要系智能音箱行业的需求增加所致。从全球市场来看，根据 Strategy Analytics 预测 2020 年全球智能音箱出货量有望达到 1.61 亿台，相比 2019

年 1.47 亿台增长 10%，未来三年(2020-2023 年)年均复合增速约 14%；从中国市场来看，根据洛图科技（RUNTO）报告 2020 年中国智能音箱市场销量为 3,785 万台，同比增长 3%，市场销售额为 83.7 亿元，同比增长 14%，预计 2021 年中国智能音箱市场将达到 4,140 万台，同比增长 9%。随着智能音箱销量的不断扩大，智能音箱连接器的需求量也将不断增长。

电源适配器是小型便携式电子设备及电子电器的供电电源变换设备，主要应用于 PC（包括台式电脑、笔记本电脑和平板电脑）、吹风机、数码产品、通讯设备等。根据 Canalys 统计，2020 年全球 PC 的总出货量达到 4.58 亿台，年成长率达 17%，未来几年由于全球的新冠疫情的影响，在家工作及学习仍将为常态，2021 年的全球 PC 成长率仍会以 1.4%的速度增长。2020 年 PC 出货量的大增带动了电源适配器连接器和台式电脑连接器的收入大幅增长。”

综上，发行人 2020 年发行人消费电子连接器销售收入增长和下游终端产品出货量增长趋势相匹配。

2021 年发行人智能音箱、耳机和电源适配器连接器的销售收入较 2020 年分别下降 21.38%、21.38%和 28.29%，主要系整隆集团、光宝集团、联纲光电和迪芬尼集团等的终端客户受音讯、电源等专用芯片短缺等因素的影响，减少了对整隆集团、光宝集团、联纲光电和迪芬尼集团等的采购，最终导致整隆集团、光宝集团、联纲光电和迪芬尼集团等亦减少了对发行人消费电子连接器产品的采购所致。

2021 年发行人台式电脑连接器销售收入较 2020 年增长 13.34%，主要系发行人对鸿海集团和纬创集团收入大幅上升所致，主要因为下游台式电脑需求仍持续增加，导致鸿海集团和纬创集团加大对公司台式电脑连接器的采购。

（三）按照本所《审核关注要点》说明经销商的相关销售情况及终端销售情况。

1、发行人对经销商合作模式、日常管理；同行业可比公司的经销销售占比情况，报告期各期发行人主要经销商（如前五名）的简介、销售内容、销售金额、占当期发行人经销收入和营业收入比例、占当期该经销商营业收入比例、是否专门销售发行人的产品、发行人对主要经销商的信用政策；

（1）发行人与经销商的合作模式、日常管理

发行人对于经销客户采用买断式销售，经销客户独自承担采购后的市场风险，公司不参与经销客户的后续管理，因此未对经销业务进行单独管理，未制定专门的业务开展流程，经销业务与直销业务具有相似的岗位分工与授权批准、客户资料管理、客户信用政策的制定与管理、客户的跟踪管理、销售估价与报价、合同评审与销售接单、销售出货、退换货等业务流程。

此外 2018 年至 2021 年，公司整体经销规模较小，经销模式仅为公司产品销售的辅助形式，销售模式仍以直销为主，因此对经销商采用一般的商业合作方式，未对经销商进行单独

管理。

（2）同行业可比公司的经销销售占比情况

序号	公司名称	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
1	立讯精密	直销	未披露		
2	得润电子	以直销为主，未披露经销比例			
3	兴瑞科技	直销			
4	创益通	直销			
5	胜蓝股份	未披露		0.36%	0.40%
6	发行人	10.34%	9.14%	9.69%	11.01%

从上表可以看出，除未披露经销情况的可比公司外，发行人经销占比高于同行业可比公司，主要系发行人与同行业可比公司在客户情况、销售区域等方面不同所致。

（3）2018 年至 2021 年各期发行人主要经销商（如前五名）的简介、销售内容、销售金额、占当期发行人经销收入和营业收入比例、占当期该经销商营业收入比例、是否专门销售发行人的产品、发行人对主要经销商的信用政策

①2018 年至 2021 年，公司向前五名经销商的销售情况如下：

单位：万元

2021 年度

序号	客户名称	销售收入	占经销收入比例	占主营业务收入比例	占该经销商营业收入比例	是否专门销售发行人产品
1	SE(USA)	7,269.38	75.25%	7.78%	60%-80%	否
2	台湾信音	1,454.68	15.06%	1.56%	39%左右	否
3	苏州德力安电子有限公司	285.52	2.96%	0.31%	50%-100%	否
4	伯东株式会社	272.25	2.82%	0.29%	5%以下	否
5	淮安清康科技有限公司	118.52	1.23%	0.13%	5%-20%	否
合计		9,400.35	97.31%	10.06%	-	-

2020 年度

序号	客户名称	销售收入	占经销收入比例	占主营业务收入比例	占该经销商营业收入比例	是否专门销售发行人产品
1	SE(USA)	6,243.09	80.76%	7.38%	60%-80%	否
2	承德电子	424.26	5.49%	0.50%	5%-20%	否
3	台湾信音	335.93	4.35%	0.40%	26%左右	否
4	伯东株式会社	206.48	2.67%	0.24%	5%以下	否
5	淮安清康科技有限公司	158.44	2.05%	0.19%	5%-20%	否
合计		7,368.20	95.31%	8.71%	-	-

2019 年度

序号	客户名称	销售收入	占经销收入比例	占主营业务收入比例	占该经销商营业收入比例	是否专门销售发行人产品
1	SE(USA)	5,408.36	78.61%	7.62%	60%-80%	否
2	承德电子	717.90	10.43%	1.01%	5%-20%	否
3	伯东株式会社	287.15	4.17%	0.40%	5%以下	否
4	厦门绿光源电子科技有限公司	132.77	1.93%	0.19%	20%-50%	否
5	苏州德力安电子有限公司	96.52	1.40%	0.14%	5%以下	否
合计		6,642.70	96.55%	9.36%	-	-

2018 年度

序号	客户名称	销售收入	占经销收入比例	占主营业务收入比例	占该经销商营业收入比例	是否专门销售发行人产品
1	SE(USA)	4,890.27	72.04%	7.93%	60%-80%	否
2	承德电子	918.22	13.53%	1.49%	5%-20%	否
3	厦门绿光源电子科技有限公司	312.94	4.61%	0.51%	20%-50%	否
4	伯东株式会社	202.42	2.98%	0.33%	5%以下	否
5	苏州德力安电子有限公司	135.99	2.00%	0.22%	5%以下	否
合计		6,459.84	95.16%	10.48%	-	-

②发行人主要经销商的基本情况

序号	公司名称	成立日期	注册地址	注册资本	人员规模	股权结构	与发行人的关联关系	开始合作时间
1	SE(USA)	1992 年 5 月 26 日	13925 Magnolia Avenue, Chino,CA 91710,USA	-	10 人左右	吴瑶玲 (65%)、甘仕男 (35%)	公司董事甘信男之弟及其配偶合计持股 100%的企业	2008 年 10 月
2	台湾信音	1976 年 8 月 25 日	中国台湾新竹县湖口乡中正村中正路 2 段 209 号	20 亿新台币元	20 人左右	信昌电子 (8.69%)、盛群投资（7.98%）、甘氏投资（6.12%）、其他（77.21%）	最终控股股东	2020 年 8 月 1 日开始直接与发行人合作，2020 年 8 月 1 日之前通过承德电子与发行人合作
3	承德电子	2004 年 6 月 3 日	中国台湾高雄市前镇区竹北里建华街 14 巷 10 弄 5 号 1 楼	500 万新台币元	10 人左右	李荣达（22.8%）、李宇涵（20.0%）、陈沛錞（20.0%）、其他（37.2%）	无	2004 年 7 月
4	伯东株式会社	1953 年 11 月 7 日	日本东京新宿区新宿 1-13	-	1300 人左右	Takayama International Education Foundation (20.56%)、Japan Trustee Services Bank (9.34%)、其他（70.10%）	无	2013 年 1 月
5	厦门绿光源电子科	2011 年 4 月 15 日	厦门市思明区龙山路 158 号 502 室	100 万人民币	10 人左右	陈小琴（50%）、陈志锋（50%）	无	2011 年 10 月

	技有限公司							
6	苏州德力安电子有限公司	2011 年-、1 月 21 日	苏州市吴中区胥口镇孙武路 76 号 415 室	500 万人民币	25 人左右	翟启娟（51%）、刘高祥（49%）	无	2012 年 5 月
7	淮安清康科技有限公司	2015 年 6 月 18 日	淮安经济技术开发区承德南路 266 号（淮安软件园）1 号楼 308 室	500 万人民币	30 人左右	洪峰（100%）	无	2017 年 6 月

③发行人对主要经销商的销售内容、信用政策

2021 年度

序号	客户名称	销售内容	信用期
1	SE(USA)	消费电子连接器、汽车及其他连接器	月结 90 天
2	台湾信音	消费电子连接器	月结 90 天
3	苏州德力安电子有限公司	汽车及其他连接器	款到发货
4	伯东株式会社	笔记本电脑连接器	月结 60 天
5	淮安清康科技有限公司	消费电子连接器	月结 60 天

2020 年度

序号	客户名称	销售内容	信用期
1	SE(USA)	消费电子连接器、汽车及其他连接器	月结 90 天
2	承德电子	消费电子连接器	月结 90 天
3	台湾信音	消费电子连接器	月结 90 天
4	伯东株式会社	笔记本电脑连接器	月结 60 天
5	淮安清康科技有限公司	消费电子连接器	月结 60 天

2019 年度

序号	客户名称	销售内容	信用期
1	SE(USA)	消费电子连接器、汽车及其他连接器	月结 90 天
2	承德电子	消费电子连接器	月结 90 天
3	伯东株式会社	笔记本电脑连接器	月结 60 天
4	厦门绿光源电子科技有限公司	消费电子连接器	月结 30 天
5	苏州德力安电子有限公司	汽车及其他连接器	款到发货

2018 年度

序号	客户名称	销售内容	信用期
1	SE(USA)	消费电子连接器	月结 90 天
2	承德电子	消费电子连接器	月结 90 天
3	厦门绿光源电子科技有限公司	消费电子连接器	月结 30 天
4	伯东株式会社	笔记本电脑连接器	月结 60 天
5	苏州德力安电子有限公司	汽车及其他连接器	款到发货

注：月结是经双方对账确认且公司开具合法有效的发票后起算（或经双方对账开票后次

月 1 日起算），经月结天数后的客户相应付款日付款。

2、报告期内发行人的经销层级（如存在多级经销商应披露具体情况），发行人经销商的选取标准，发行人经销商的数量、退出经销商数量及占比、新增经销商数量及占比、各期新增经销商的销售金额占当期经销收入比例，分析报告期内发行人经销商体系的稳定

（1）2018 年至 2021 年发行人的经销层级，发行人经销商的选取标准

公司系买断式经销模式，将产品直接销售给经销商，经销商独自承担采购后的市场风险，公司未设置多级经销商体系。

在经销商客户的选取标准上，公司会对经销商进行身份核查，并评估其业务能力。核心评估因素包括经销商独立企业法人地位、资金实力、资信状况、公司规模、业务能力与经验、区域内知名度及影响力、渠道资源等。

（2）发行人经销商的数量、退出经销商数量及占比、新增经销商数量及占比、各期新增经销商的销售金额占当期经销收入比例，分析 2018 年至 2021 年发行人经销商体系的稳定

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
经销商数量（家）	13	12	13	15
退出经销商数量（家）	1	1	2	1
退出经销商数量占比	8.33%	7.69%	13.33%	7.14%
新增经销商数量（家）	2	0	0	2
新增经销商数量占比	15.38%	0.00%	0.00%	13.33%
新增经销商的销售金额（A）	7.72	0.00	0.00	1.84
经销收入（B）	9,659.75	7,730.39	6,880.22	6,788.24
新增经销商收入占比（C=A/B）	0.08%	0.00%	0.00%	0.03%

注：1、退出经销商指上期为经销商、本期非经销商

2、新增经销商指上期非经销商、本期为经销商

3、退出经销商数量占比=当年退出经销商数量/上一年经销商数量

4、新增经销商数量占比=当年新增经销商数量/当年经销商数量

2018 年至 2021 年，发行人经销商数量分别为 15 家、13 家、12 家和 13 家，经销商的数量较少，同时经销商退出数量分别为 1 家、2 家、1 家和 1 家，经销商退出的数量较少，占当年经销商总数的比例较小；2018 年发行人新增 2 家经销商，2021 年发行人新增 2 家经销商，经销金额和占经销收入的比例均很小，除此之外 2018 年至 2021 年发行人无新增的经销商。

综上所述，2018 年至 2021 年，发行人经销商退出数量较少，占比较小；2018 年发行人新增 2 家经销商，2021 年发行人新增 2 家经销商，经销金额和占经销收入的比例均很小，除此之外 2018 年至 2021 年发行人无新增的经销商。发行人经销商体系较为稳定。

3、是否存在相同或同类产品经销模式下的销售价格高于直销模式下的销售价格、或经销模式下毛利率高于直销模式下毛利率的情形，海外经销商毛利率与国内经销商毛利率差异较大的情形，如存在应分析原因

因为公司连接器产品多数根据客户具体要求进行定制化生产，同类别产品不同类型、不同料号价格、毛利率差异较大，经销模式和直销模式下产品料号差异也较大，相同或同类型产品经销模式和直销模式下的销售价格和毛利率不具有可比性，因此选择从应用领域的角度对经销模式和直销模式下的销售价格和毛利率进行了对比分析。

（1）经销模式与直销模式销售单价比较情况

单价：元/件

应用领域	2021 年度		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	经销	直销	经销	直销	经销	直销	经销	直销
笔记本电脑连接器	1.75	1.75	1.88	1.70	1.82	1.56	1.79	1.50
消费电子连接器	1.37	1.20	1.48	1.22	1.47	1.12	1.33	1.13
汽车及其他连接器	2.34	3.97	2.51	3.45	2.78	2.86	5.19	2.85
平均	1.68	1.67	1.74	1.57	1.65	1.46	1.36	1.43

①2018 年至 2021 年笔记本电脑连接器经销平均单价高于直销平均单价的原因

2018 年至 2021 年，发行人笔记本电脑连接器的经销客户仅有伯东株式会社，发行人对其销量分别为 112.92 万件、158.55 万件、109.80 万件和 155.70 万件，销量较小，发行人对其定价较高，而发行人的直销客户分别为惠普、广达、英业达、纬创等知名品牌厂商和代工厂，销量大，定价相对较低，因此导致 2018 年至 2021 年笔记本电脑连接器经销平均单价高于直销平均单价。

②2018 年至 2021 年消费电子连接器经销平均单价高于直销平均单价的原因

2018 年至 2021 年，发行人消费电子连接器的经销客户主要为 SE(USA)、台湾信音和承德电子，发行人销售给上述经销商的产品中 WPC 系列产品占比较直销客户高，而 WPC 系列产品单价较高，拉高了消费电子连接器经销平均单价，使得 2018 年至 2021 年消费电子连接器经销平均单价高于直销平均单价。

③2018 年汽车及其他连接器经销单价高于直销单价的原因

2018 年发行人汽车及其他连接器的经销客户仅有苏州德力安电子有限公司，发行人向其销售的产品均为 WPC 系列产品，而 WPC 系列产品单价较高，拉高了汽车及其他连接器经销平均单价，使得 2018 年汽车及其他连接器经销单价高于直销单价。

（2）经销模式与直销模式的毛利率对比

应用领域	2021 年度		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	经销	直销	经销	直销	经销	直销	经销	直销

笔记本电脑连接器	23.33%	31.04%	42.18%	32.77%	42.61%	30.30%	43.94%	29.81%
消费电子连接器	31.07%	26.02%	35.37%	32.09%	32.87%	28.37%	31.98%	24.07%
汽车及其他连接器	19.00%	27.95%	14.68%	25.97%	6.55%	24.96%	17.46%	21.53%
平均	25.65%	29.48%	28.31%	32.00%	27.68%	29.42%	32.05%	27.67%

2018 年至 2021 年，发行人汽车及其他连接器的经销毛利率低于直销毛利率；除 2021 年外，其他年度发行人笔记本电脑经销毛利率高于直销毛利率；报告期内消费电子连接器的经销毛利率高于直销毛利率，具体原因如下：

①2018 年至 2020 年笔记本电脑连接器的经销毛利率高于直销毛利率的原因

2018 年至 2020 年发行人笔记本电脑连接器的经销客户仅有伯东株式会社，发行人对其销量较小，定价较高，毛利率高，而发行人的直销客户分别为惠普、广达、英业达、纬创等知名品牌厂商和代工厂，销量大，定价相对较低，毛利率相对较低，因此导致 2018 年至 2020 年笔记本电脑连接器的经销毛利率高于直销毛利率。

2018 年至 2021 年发行人笔记本电脑连接器直销和经销毛利率差距分别为 14.13%、12.31%、9.41%和-7.71%。2018 年至 2020 年发行人笔记本电脑连接器直销和经销毛利率均变化不大，但差距有所缩小主要系发行人笔记本电脑连接器直销毛利率有所上升而同时经销毛利率有所下滑所致，其中直销毛利率有所提升主要系 Audio、DW、DC、USB 系列部分料号产品因导入自动化生产线、开发新产品所致，经销毛利率有所下滑主要系生产成本因按经销商的要求将生产基地由盐城调整至苏州和疫情影响而有所提高所致；2021 年发行人笔记本电脑连接器经销的毛利率大幅下滑 18.85 个百分点主要因为发行人笔记本电脑连接器经销商仅为伯东株式会社，发行人销售给其的产品单价波动不大，但由于新冠疫情影响外协成本升高，同时大宗商品价格上涨导致公司所需的原材料价格上涨，使得单位成本上涨 23.21%，导致经销毛利率出现大幅下滑，虽然新冠疫情和原材料涨价对直销产品的成本有所影响，但笔记本电脑连接器直销的客户和产品种类较多，销售规模较大，新产品的开发、自动化生产线导入、制程的改良等原因，使得直销毛利率下滑幅度较小，仅为 1.73 个百分点，远小于经销毛利率下滑幅度。

②2018 年至 2021 年消费电子连接器的经销毛利率高于直销毛利率的原因

2018 年至 2021 年，发行人消费电子连接器的主要经销商为 SE(USA)、承德电子和台湾信音，发行人销售给经销商以电源连接器为主，高毛利率产品 DC、DW 等系列连接器占比较高，拉高了发行人销售电子连接器经销的整体毛利率，导致 2018 年至 2021 年消费电子连接器的经销毛利率高于直销毛利率。

（3）海外经销商毛利率与国内经销商毛利率情况

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	毛利率	占经销收	毛利率	占经销收	毛利率	占经销收	毛利率	占经销收

		入比例		入比例		入比例		入比例
国内经销商	27.81%	6.77%	25.40%	5.69%	16.77%	5.73%	14.75%	8.96%
海外经销商	25.49%	93.23%	28.48%	94.31%	28.34%	94.27%	33.75%	91.04%
合计	25.65%	100.00%	28.31%	100.00%	27.68%	100.00%	32.05%	100.00%

2018 年至 2021 年，发行人主要通过海外经销商进行销售，占比超过 90%以上，少量通过国内经销商进行销售。国内经销商和海外经销商毛利率存在差异主要系产品种类、产品结构、销售数量、定价策略等不同所致。

4、申报会计师对发行人实际控制人、控股股东、及前述关联方与报告期内的主要经销商是否存在大额资金往来，是否存在经销商的最终销售客户为发行人关联方的情形，以及发行人经销模式下的销售是否实现真实销售、最终销售的核查结论，申报会计师应确保核查比例足以支持核查结论。

申报会计师对控股股东信音控股、BVI 信音和台湾信音的 2018 年至 2021 年的银行流水进行了核查，同时由美国会计师对 2018 年至 2021 年 SE(USA)与发行人关联方、主要客户之间银行流水往来进行了核查。除承德电子与台湾信音之间存在购销关系，存在经营性资金往来金额较大外，发行人控股股东与主要经销商不存在大额资金往来。

申报会计师取得了台湾信音主要客户明细表、厦门绿光源、承德电子、苏州德力安电子有限公司、淮安清康科技有限公司填写的经销商核查表、伯东株式会社的年报、SE(USA)出具的确认函，并与发行人的关联方进行比对，经核查不存在主要经销商销售发行人产品的最终客户为发行人关联方的情形。

申报会计师对 2018 年至 2021 年发行人的经销商核查情况如下：

（1）2018 年至 2021 年，申报会计师对发行人经销商实地走访、电话或视频访谈的情况如下：

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
访谈的经销商家数	5	6	6	6
访谈经销商的家数占经销商总数的比例	38.46%	50.00%	46.15%	40.00%
访谈覆盖经销商的销售金额（万元）	9,529.02	7,324.80	6,451.81	6,335.83
发行人经销收入（万元）	9,659.75	7,730.39	6,880.22	6,788.24
访谈覆盖经销商的销售金额占经销收入的比例	98.65%	94.75%	93.77%	93.34%

对 2018 年至 2021 年主要经销收入的的函证情况

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
发行人经销收入	9,659.75	7,730.39	6,880.22	6,788.24

发函金额	9,142.02	6,781.20	6,551.59	6,427.61
发函比例	94.64%	87.72%	95.22%	94.69%
回函金额	9,140.35	6,781.20	6,273.72	6,255.23
回函比例	94.62%	87.72%	91.18%	92.15%

注：发函比例=发函金额/经销金额；回函比例=回函金额/经销金额。

（2）对主要经销商的穿透核查情况

2018 年至 2020 年 7 月，发行人通过承德电子向台湾信音销售连接器，台湾信音再将产品连接器销售给其客户，2020 年 8 月之后，发行人直接销售给台湾信音，台湾信音再将产品销售给其客户。中介机构通过对台湾信音进行视频访谈、由台湾会计师对台湾信音的下游客户进行函证、取得台湾信音下游经销商承德电子出具的经销商核查表等方式对台湾信音经销情况进行穿透核查，核查的内容主要包括台湾信音与主要下游客户的销售情况、应收账款情况、退换货的情况、期末存货情况和银行流水情况等，经核查发行人销售给台湾信音的产品实现了真实销售、最终销售。

此外，申报会计师对 SE(USA)进行了访谈，对 SE(USA)的下游部分客户进行了函证，取得美国会计师对 SE(USA)出具的关于 SE(USA)销售收入的核查报告，取得 SE(USA)下游经销商 SWITCH 关于销售收入的确认函，对发行人主要经销商 SE(USA)进行了穿透核查，核查的内容主要包括 SE(USA)与下游主要客户的销售情况、应收账款情况、退换货的情况、期末存货情况和销售回款情况等，经核查发行人销售给 SE(USA)的产品实现了真实销售、最终销售。

同时申报会计师取得了承德电子、苏州德力安电子有限公司、厦门绿光源电子科技有限公司、淮安清康科技有限公司出具的经销商核查表，对其下游客户的销售情况进行了核查，核查的内容主要包括上述经销商与下游客户的销售情况、期末存货情况等，经核查发行人销售给承德电子、苏州德力安电子有限公司、厦门绿光源电子科技有限公司、淮安清康科技有限公司的产品实现了真实销售、最终销售。

穿透核查涉及的经销商销售金额占发行人经销收入的比例如下：

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
穿透核查的经销商家数	5	6	6	6
穿透核查经销商的家数占经销商总数的比例	38.46%	50.00%	46.15%	40.00%
穿透核查覆盖经销商的销售金额（万元）	9,529.02	7,324.80	6,451.81	6,335.83
发行人经销收入（万元）	9,659.75	7,730.39	6,880.22	6,788.24
穿透核查覆盖经销商的销售金额占经销收入的比例	98.65%	94.75%	93.77%	93.34%

综上所述，申报会计师通过对经销商进行实地走访、电话或视频访谈、函证，并对其下

游客户进行了穿透核查，核查比例较高，因此中介机构认为发行人经销模式下的销售实现真实销售、最终销售。

5、发行人经销商的定价机制、物流方式、退换货机制、信用政策、返利政策，主要经销商是否存在成立时间较短、个人经销商、销售发行人产品收入占比较高等情况

（1）定价机制和返利政策

发行人与经销商之间的销售定价主要是发行人根据采购规模、公司产品在销售区域的市场竞争情况等因素，与经销商进行协商定价，发行人承担运至经销商处或经销商指定交货地点的运费，2018 年至 2021 年，发行人不存在对经销商的返利政策。

（2）物流方式

经销商采购的发行人产品中部分产品由发行人发送至经销商处或经销商指定的地点，部分产品由发行人发送至经销商的客户处。

（3）退换货机制

根据发行人与主要经销商的合同约定，发行人销售的产品如发生质量问题，发行人应当予以更换，费用由发行人承担。

（4）信用政策

2018 年至 2021 年，发行人主要针对不同客户的资信和交易情况制定不同的信用政策，对主要经销商的信用政策与直销客户不存在较大差异。2018 年至 2021 年， 发行人对经销商不存在主动放宽信用政策的情况，对主要经销商的信用政策未发生重大变化。

（5）主要经销商是否存在成立时间较短、个人经销商、销售发行人产品收入占比较高等情况

2018 年至 2021 年，发行人不存在主要经销商成立时间较短、个人经销商的情况。

2018 年至 2021 年，台湾信音销售发行人产品收入的比例分别为 27.37%、30.98%、26.39%和 41.96%，占比较高主要因为台湾信音主要在中国台湾地区从事模组化产品设计及连接器贸易业务，其自身不从事连接器生产，发行人自设立以来，经过多年持续研发投入，依靠突出的研发设计能力、快速多样的模具开发能力、定制化的生产能力等竞争优势在行业内已建立了较高的品牌知名度，因此台湾信音主要采购发行人连接器产品直接销售给客户或组装成模组化产品销售给客户，从而导致其销售发行人产品的收入比例较高。

2018 年至 2021 年 SE(USA)销售发行人产品收入占比为 60%-80%之间，占比较高，主要因为 SE(USA)长期深耕欧美市场，其自身不从事连接器生产，为发行人在欧美市场的主要经销商，发行人自设立以来，经过多年持续研发投入，依靠突出的研发设计能力、快速多样的模具开发能力、定制化的生产能力等竞争优势在行业内已建立了较高的品牌知名度，产品的质量和相关的服务可以得到保证，因此 SE(USA)主要从发行人处采购连接器产品后对外销售，导致 SE(USA)销售发行人产品收入占比较高。

（四）说明报告期各期前五名境外（不含保税区）客户的简介、销售内容、销售金额、占当期发行人外销收入和营业收入比例

1、2018 年至 2021 年各期，发行人销售至前五名境外（不含保税区）客户的销售金额、占当期发行人外销收入和营业收入的比例情况

单位：万元

年度	客户	产品	销售金额	占外销收入比	占营业收入比
2021 年度	SE(USA)	消费电子连接器、汽车及其他连接器	7,269.38	9.16%	7.64%
	鸿海集团及其下属公司	消费电子连接器、汽车及其他连接器	3,891.91	4.90%	4.09%
	台湾信音	消费电子连接器	1,454.68	1.83%	1.53%
	伍尔特集团	消费电子连接器	901.06	1.13%	0.95%
	迪芬尼集团	消费电子连接器	648.81	0.82%	0.68%
	合 计		14,165.84	17.84%	14.89%
年度	客户	产品	销售金额	占外销收入比	占营业收入比
2020 年度	SE(USA)	消费电子连接器、汽车及其他连接器	6,243.09	8.67%	7.20%
	鸿海集团及其下属公司	消费电子连接器	3,682.40	5.11%	4.24%
	伍尔特集团	消费电子连接器	584.41	0.81%	0.67%
	开发科技(香港)有限公司	汽车及其他连接器	557.79	0.77%	0.64%
	广达集团及其下属公司	笔记本电脑连接器、消费电子连接器	488.41	0.68%	0.56%
	合 计		11,556.09	16.05%	13.32%
年度	客户	产品	销售金额	占外销收入比	占营业收入比
2019 年度	SE(USA)	消费电子连接器、汽车及其他连接器	5,408.36	8.68%	7.47%
	鸿海集团及其下属公司	消费电子连接器	3,494.84	5.61%	4.83%
	承德电子股份有限公司	消费电子连接器	717.90	1.15%	0.99%
	开发科技(香港)有限公司	汽车及其他连接器	556.11	0.89%	0.77%
	王氏港建科技有限公司	消费电子连接器	465.42	0.75%	0.64%
	合 计		10,642.64	17.08%	14.70%
年度	客户	产品	销售金额	占外销收入比	占营业收入比
2018 年度	SE(USA)	消费电子连接器	4,890.27	9.01%	7.70%
	鸿海集团及其下属公司	消费电子连接器	3,286.11	6.06%	5.17%
	承德电子股份有限公司	消费电子连接器	918.22	1.69%	1.44%
	兴利电脑制品有限公司	消费电子连接器	466.13	0.86%	0.73%
	伍尔特集团	消费电子连接器	434.74	0.80%	0.68%
	合 计		9,995.46	18.42%	15.73%

2、2018 年至 2021 年，公司境外（不含保税区）前五大客户基本情况如下：

2018 年至 2021 年，公司境外（不含保税区）前五大客户中 SE(USA)、承德电子、台湾

信音基本情况详见本问题“（三）、1、（3）、②发行人主要经销商的基本情况”部分内容，其他境外（不含保税区）前五大客户情况如下：

序号	境外客户名称	注册地	基本情况
1	鸿海集团及其下属公司	中国台湾	成立于 1974 年，全球 3C 代工服务领域知名企业。鸿海集团总部位于中国台湾
2	伍尔特集团	德国	成立于 1987 年，伍尔特集团是全球紧固和装配材料业务市场的领导者。其中电子事业部生产和销售电子组件，如印刷电路板，电子和机电组件，全系统组件等。
3	迪芬尼集团	中国香港、泰国、中国东莞等	成立于 2004 年，迪芬尼集团是是行业内领先的音频产品制造商，服务客户主要包括 Apple、Amazon、Bose、B&O、Comcast、Facebook、Google 等，是行业内生产规模和销售规模最大的公司之一。
4	开发科技(香港)有限公司	中国香港	成立于 1985 年，为深科技（000021.SZ）的全资境外子公司。深科技是全球领先的先进电子制造专业服务商。
5	广达集团及其下属公司	中国台湾等	成立于 1988 年，为国际知名的笔记本电脑代工厂商。总部位于中国台湾。
6	王氏港建科技有限公司	中国香港	成立于 1975 年，为王氏港建国际（集团）有限公司（0532.HK）的全资子公司。主营业务为制造及销售电器及电子产品。
7	兴利电脑制品有限公司	中国香港	成立于 1985 年，主要生产用于电脑存储驱动装置的磁带磁头。隶属于兴利集团（00114.HK），一家主要从事玩具制造的香港投资控股公司。

（五）分析说明边角废料收入与主营业务收入的匹配关系，说明边角废料收入核算是否完整

公司边角废料收入主要为销售生产过程中产生的各类边角废料的收入，其中 85%以上为销售废铜收入。

公司边角废料的产生具体为：连接器的组件中起信号传输功能的引线框架主要以铜带为原材料，保护壳主要以铁、不锈钢为原材料，铜带、铁片及不锈钢经冲压裁切成型生产出不同的样式，冲压后保留信号 PIN、端子、保护壳等部分，剩余即为边角废料。2018 年至 2021 年，公司边角废料具体销售明细如下：

单位：万元

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比

五金边角料：废铜	1,180.58	86.76%	913.26	87.08%	783.66	88.14%	747.03	88.39%
五金边角料：其他	93.79	6.89%	78.21	7.46%	69.20	7.78%	51.53	6.10%
其他边角废料	86.37	6.35%	57.25	5.46%	36.30	4.08%	46.62	5.52%
合计	1,360.74	100.00%	1,048.72	100.00%	889.15	100.00%	845.18	100.00%

公司销售的废铜主要为黄铜、磷铜，其他五金边角料主要为不锈钢、铁，其他边角废料主要为塑胶水口料（在注塑成型过程中，产品外的浇口和流道形成的成型物）。其中废铜价值较高，其他五金边角料及其他边角废料价值较低。

1、分析说明边角废料收入与主营业务收入的匹配关系

2018 年至 2021 年，公司边角废料收入占主营业务收入比例基本稳定，边角废料收入与主营业务收入具有匹配关系。具体如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
边角废料收入	1,360.74	1,048.72	889.15	845.18
主营业务收入	93,399.83	84,613.21	70,993.04	61,658.98
占比	1.46%	1.24%	1.25%	1.37%

2018 年至 2021 年，公司边角废料收入分别为：845.18 万元、889.15 万元、1,048.72 万元和 1,360.74 万元，占当期主营业务收入比例分别为 1.37%、1.25%、1.24%、1.46%，2021 年度边角废料收入占主营业务收入比例略有增加，主要由于 2021 年度铜材公开市场价格较前三年涨幅较大，公司边角废料收入中废铜销售占比较高，因此 2021 年度边角废料收入占主营业务收入比例有所增加。

2、说明边角废料收入核算是否完整

（1）2018 年至 2021 年边角料销售与自产产品销售具有匹配关系

公司边角废料中占比 85%以上为废铜，其他边角废料类别较多且价值较低，销量与主营产品销量匹配性较弱，因此就废铜销量与自产产品销量进行如下对比：

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
自产产品销量（万件）	41,608.79	40,718.37	37,732.17	33,651.95
废铜销量（KG）	204,229.68	230,736.21	205,308.69	190,525.17
单位产品废铜销量（KG/万件）	4.91	5.67	5.44	5.66

由上表可知，2018 年度至 2020 年度公司废铜销量与全部自产产品销量趋势一致。2021 年度，公司增加采购内置金属的注塑件用于 Type C 等系列产品的生产，导致公司自身生产过程中产生的废铜销量及单位产品废铜销量均有所下降。综上所述，2018 年至 2021 年公司边角料销售与自产产品销售基本具有匹配关系，2021 年度的变化具有合理性。

（2）2018 年至 2021 年边角料售价与市场价格趋势一致

2018 年至 2021 年边角废料收入与主营业务收入占比的波动主要受废铜销售单价影响，公司废铜销售价格一般根据交易日前一天上海有色金属网公布的金属铜的基准价打折后确定。2018 年至 2021 年，公司废铜销售价格与铜材公开市场价格对比如下：

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
公司废铜销售平均单价（元/KG）	57.81	39.58	38.17	39.21
铜的公开市场价格（元/KG）	68.47	48.76	47.72	50.63
废铜销售平均单价折扣率	84.43%	81.17%	79.99%	77.44%

公司使用的铜材原料主要包括黄铜及磷铜，不同产品使用的铜材种类不同。公司每年各产品产量有所变化，生产过程产生的废铜中黄铜、磷铜占比也随之变化，由于黄铜、磷铜废料的销售单价折扣率有差异，因此年度间废铜销售平均单价折扣率有所变动。2018 年至 2021 年，公司废铜销售平均单价与铜材的市场价格波动趋势整体上保持一致。

（3）2018 年至 2021 年公司边角废料的内控制度健全有效

公司设立边角废料放置区，并对边角废料数量登记台账。生产部门将生产过程中产生的边角废料及时归集，送至放置区，按照类别分类堆放。管理部根据边角废料存放数量安排边角废料的销售，每月销售一至两次。

公司在 2018 年至 2021 年建立了边角废料相关内控制度并有效执行，公司针对边角废料生产及销售流程建立和完善了如《货币资金管理制度》、《边角废料变卖管理制度》等内控制度，对边角废料的收集、管理、销售和收款全流程进行了规范，并定期对边角废料处置及销售情况进行复核监督，确保边角废料处理的规范性及完整性。具体如下：

①边角废料销售报价及客户选定由管理部、法务部、财务部共同负责，确定中标客户后，由管理部通知相关部门进行销售，客户上门取货。公司废料销售均需相关部门主管批准。

②公司对边角废料销售进行台账登记及单据留存，边角废料销售时，客户与公司相关人员在堆放废料的区域进行称重并统计，根据销售的具体种类对边角废料分别过磅，详细记录每一笔废料重量，过磅完毕后形成销售单，双方确认边角废料重量及金额后交付。边角废料出库、过磅和装车等过程均需经管理部、财务部、生产及仓库相关人员现场监督，确认无误后开出门放行单，保安人员予以放行。公司将边角废料销售相关单据留存备查，具有完整的记录。

③边角废料销售的货款通过转账方式直接转至公司银行账户，严格限制通过个人卡收款等情形。

④公司内审部、财务部定期核查边角废料销售台账的明细，结合公司生产规模、理论废料率和实际废料销售情况等进行复核，核查废料销售是否存在异常。

综上所述，2018 年至 2021 年，公司边角废料收入与主营业务收入具有匹配关系，公司边角废料销量和价格分别与主营业务产品销量及市场价格相匹配，公司边角废料相关内控制

度有效运行，公司边角废料的收入核算是完整、准确的。

（六）申报会计师核查意见

1、核查手段

申报会计师采取了以下核查手段对收入的事项进行了核查：

（1）取得发行人收入成本明细表和 DIGITIMES Research 的研究报告，计算发行人产品应用的终端品牌的收入和数量，并将其与各品牌商的出货量进行匹配分析；

（2）取得发行人收入成本明细表、关于智能音箱、PC 电脑的研究报告，计算发行人消费电子连接器按应用领域的收入情况，分析发行人消费电子连接器 2020 年收入增长的原因，并与主要终端产品出货变动趋势相比较；

（3）取得发行人收入成本明细表、发行人与经销商签署的合同、主要经销商的工商资料，对发行人部分主要经销商进行实地走访、电话或视频访谈和函证，对台湾信音的下游客户进行了函证，对 SE(USA)下游部分客户进行了函证，取得美国会计师出具的关于 SE(USA)销售收入的核查报告，取得了 SE(USA)下游经销商 SWITCH 关于销售收入的确认函，取得主要经销商填写的经销商核查表等对发行人的主要经销商进行了核查；

（4）取得发行人收入成本明细表，对发行人主要境外客户进行了访谈，并获取了境外主要客户的工商资料等，对发行人主要境外客户进行了核查；

（5）获取公司 2018 年至 2021 年边角废料销售明细，抽查了边角废料销售合约、过磅单、发票、收款凭证等原始单据，与公司的废料销售明细表进行核对；结合 2018 年至 2021 年主营产品、边角废料销量以及金属市场价格波动情况，分析公司边角废料收入变化是否合理，分析边角废料收入与主营业务收入的匹配性；向公司财务人员了解边角废料的会计核算，查阅公司《货币资金管理制度》、《边角废料变卖管理制度》等内部控制制度，对公司内控执行情况进行穿行测试；对公司主要废料客户执行了发函和走访程序，与客户确认公司废料交易等情况均不存在异常。

2、核查结论

经核查，申报会计师认为：

（1）发行人销售的主要为 I/O 连接器，每个电脑品牌厂商每种类型笔记本电脑的 I/O 连接器数量无法确定，因此发行人连接器的出货量与品牌厂商的电脑出货量无法直接匹配，仅能分析两者出货量的趋势是否一致；2018 年和 2019 年发行人最终销售给惠普的连接器的数量和惠普笔记本电脑出货量的变动趋势一致，2020 年发行人最终销售给惠普的连接器的数量和惠普笔记本电脑出货量变动趋势存在差异主要由于集成充电、影音信号和数据传输功能的 Type C 产品发展迅速，部分连接器产品升级为 Type C 产品，2020 年惠普加大了对发行人 Type C 系列产品的采购量，同时减少了对其他系列产品的整体采购量，导致发行人最终

销售给惠普的连接器的数量和惠普笔记本电脑出货量变动趋势存在差异；2021 年发行人最终销售给惠普的连接器的数量和惠普笔记本电脑出货量的变动趋势一致，主要系下游客户需求惠普加大了对发行人 Type C 系列产品的采购量，导致发行人销售给惠普连接器的数量增长幅度较大所致；2018 年至 2020 年发行人最终销售给联想的连接器的数量与联想的笔记本电脑出货量变动趋势相反，主要因为联想在选择供应商时主要采用价格导向，部分产品竞争激烈，价格较低，发行人销售该部分产品不经济，因此未参与该部分产品的竞价，发行人在 2021 年积极参与联想的连接器新品开发，同时采用导入自动化设备、提高生产效率等措施降低成本，发行人能够向联想提出更有竞争力的报价，使得发行人获得的联想的订单数量增加，导致发行人最终销售给联想的连接器数量增长 37.45%，与联想笔记本电脑出货量变动趋势保持一致；2018 年至 2021 年，发行人最终销售给戴尔、宏基、华硕、华为、三星的连接器数量与各品牌商的笔记本电脑出货量变动趋势基本保持一致。

发行人 2019 年笔记本电脑类连接器的销售额为 4.31 亿元，占移动计算机连接器市场的份额为 4%；2018 年至 2021 年发行人笔记本电脑电源连接器在全球市场占有率约为 27.07%、26.04%、19.59%和 15.90%，2018 年至 2021 年发行人笔记本电脑音频连接器在全球市场占有率约为 36.78%、37.34%、32.80%和 25.13%。2020 年和 2021 年电源和音频连接器全球市场占有率有所下降主要因为部分厂商生产笔记本电脑电源和音频连接器升级为 TYPE C 系列，笔记本厂商电源和音频连接器升级到 TYPE C 系列的数据无法准确获取，使得统计的电源和音频连接器数量偏少，从而导致笔记本电脑电源和音频连接器发行人市场占有率下有所下降。

（2）2018 年至 2021 年，发行人消费电子连接器收入主要来自于智能音箱、智能家电、电源适配器、台式电脑、耳机、存储设备等应用领域，占发行人消费电子连接器收入的比例达 90%以上。2020 年发行人消费电子连接器销售收入增长主要来自于智能音箱、电源适配器、台式电脑连接器收入的增长，上述连接器的增长主要系下游行业 2020 年出货量增长，导致对连接器的需求增加所致，发行人消费电子连接器收入与下游终端产品出货量变动趋势相匹配。

2021 年发行人智能音箱、耳机和电源适配器连接器的销售收入较 2020 年分别下降 21.38%、21.38%和 28.29%，主要系整隆集团、光宝集团、联纲光电和迪芬尼集团等的终端客户受音讯、电源等专用芯片短缺等因素的影响，减少了对整隆集团、光宝集团、联纲光电和迪芬尼集团等的采购，最终导致整隆集团、光宝集团、联纲光电和迪芬尼集团等亦减少了对发行人消费电子连接器产品的采购所致。

2021 年发行人台式电脑连接器销售收入较 2020 年增长 13.34%，主要系发行人对鸿海集团和纬创集团收入大幅上升所致，主要因为下游台式电脑需求仍持续增加，导致鸿海集团和纬创集团加大对公司台式电脑连接器的采购。

（3）发行人对于经销客户采用买断式销售，2018 年至 2021 年，发行人以直销为主，经销规模较小，因此未对经销商进行单独管理；公司未设置多级经销商体系；发行人经销占比高于同行业可比公司，主要系发行人与同行业可比公司在客户情况、销售区域等方面不同所致。

2018 年至 2021 年，发行人经销商退出和新增的经销商数量较少，占比较小，发行人经销商体系较为稳定。

2018 年至 2021 年，发行人笔记本电脑连接器经销平均单价高于直销平均单价，发行人笔记本电脑和消费电子连接器经销毛利率高于直销毛利率，发行人国内经销商和海外经销商毛利率存在差异，主要系销售客户、产品种类、产品结构、销售数量等不同所致。

2018 年至 2021 年，除承德电子与台湾信音之间存在购销关系，存在经营性资金往来金额较大外，发行人控股股东与主要经销商不存在大额资金往来；2018 年至 2021 年，不存在主要经销商销售发行人产品的最终客户为发行人关联方的情形；发行人经销模式下的销售实现了真实销售、最终销售。

发行人与经销商之间的销售定价主要是发行人根据采购规模、公司产品在销售区域的市场竞争情况等因素，与经销商进行协商定价；发行人承担运至经销商处或经销商指定交货地点的运费；发行人不存在对经销商的返利政策；经销商采购的发行人产品中部分产品由发行人发送至经销商处或经销商指定的地点，部分产品由发行人发送至经销商的客户处；根据发行人与主要经销商的合同约定，发行人销售的产品如发生质量问题，发行人应当予以更换，费用由发行人承担；2018 年至 2021 年，发行人主要针对不同客户的资信和交易情况制定不同的销售信用政策，对主要经销商的信用政策与直销客户不存在较大差异。

2018 年至 2021 年，发行人不存在主要经销商成立时间较短、个人经销商的情况。2018 年至 2021 年，台湾信音经销发行人产品占其销售收入的比例分别为 27.37%、30.98%、26.39%和 41.96%，SE(USA)销售发行人产品占其销售收入的比例为 60%-80%，占比较高，主要因为台湾信音、SE(USA)分别从事连接器贸易业务，其自身不从事连接器设计和生产，发行人在行业内已建立了较高的品牌知名度，因此台湾信音、SE(USA)主要从发行人处采购连接器产品后对外销售，导致台湾信音、SE(USA)销售发行人产品收入占比较高。

（4）2018 年至 2021 年，发行人直接销售至境外（不含保税区）前五大客户主要为 SE(USA)、鸿海集团、台湾信音和伍尔特集团等，占营业收入的比例分别为 15.73%、14.70%、13.32%和 14.89%，占比较小。

（5）2018 年至 2021 年，公司边角废料收入与主营业务收入具有匹配关系，边角废料收入核算完整。

【问询函 3】关于关联交易

申报文件显示：

（1）报告期内，发行人向 SE(USA)、台湾信音等关联方销售金额分别为 5,655.45 万元、5,920.90 万元、6,865.44 万元和 2,475.66 万元。

（2）报告期内，发行人存在最终控股股东台湾信音垫付部分员工的薪酬、代缴社保、代为垫付费用的情形，分别为 143.89 万元、140.00 万元、70.96 万元和 0，台湾信音豁免发行人归还上述费用。

（3）报告期内，发行人全资子公司信音科技向关联方信音控股累计借入资金 400 万美元，目前余额为 100 万美元，报告期各期末发行人货币资金余额为 7,807.20 万元、14,974.83 万元、13,650.81 万元和 14,628.79 万元。

（4）在经销公司产品同时，SE(USA)还帮助发行人在美国提供产品销售推广服务，发行人根据 SE(USA)提供服务的不同内容，依据合同约定向其支付相应的业务推广费用，报告期内支付的费用分别为 14.02 万元、32.93 万元、72.99 万元和 20.53 万元。

请发行人：

（1）说明 SE(USA)、台湾信音基本情况、经营规模、向发行人采购额占其同类产品采购额比例、关联销售的必要性、终端客户情况；分析关联销售的价格是否公允，毛利率与其他客户比较情况、关联销售毛利额占比及其波动原因。

（2）说明台湾信音代发行人垫付部分员工的薪酬、代缴社保、代为垫付费用并豁免归还的原因，是否存在发行人人员、机构不独立的情形；是否还存在其他关联方代付工资、代垫成本费用的情形。

（3）说明向信音控股借入资金的具体用途，在发行人货币资金余额较高的情况下，向关联方借入资金的原因及合理性。

（4）说明报告期内 SE(USA)向发行人提供的具体服务内容，是否为发行人介绍或维护了相关客户资源。

请保荐人、申报会计师、发行人律师发表明确意见。

回复：

（一）说明 **SE(USA)**、台湾信音基本情况、经营规模、向发行人采购额占其同类产品采购额比例、关联销售的必要性、终端客户情况；分析关联销售的价格是否公允，毛利率与其他客户比较情况、关联销售毛利额占比及其波动原因。

1、说明 SE（USA）、台湾信音基本情况、经营规模、向发行人采购额占其同类产品采购额比例、关联销售的必要性、终端客户情况；

（1）基本情况

SE（USA）基本情况、台湾信音基本情况详见本问询函回复问题“二、关于收入”之“（三）

1、（3）、②发行人主要经销商的基本情况”。

发行人 2018 年至 2021 年向 SE（USA）、台湾信音销售占发行人境外销售收入的情况如下：

单位：万元

项目		2021 年度		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
亚洲	香港	3,853.08	20.22%	3,953.49	24.57%	4,355.78	31.28%	3,772.67	28.30%
	台湾	2,645.13	13.88%	2,200.03	13.67%	1,449.52	10.41%	1,664.15	12.48%
	其中：台湾信音	1,454.68	7.64%	600.75	3.73%	500.10	3.59%	632.63	4.74%
	亚洲其他	4,020.19	21.10%	2,337.71	14.53%	1,945.88	13.97%	2,211.91	16.59%
欧洲		1,110.03	5.83%	1,016.53	6.32%	592.67	4.26%	655.10	4.91%
美洲	美国	7,386.47	38.77%	6,263.31	38.92%	5,527.71	39.69%	5,017.38	37.63%
	其中：SE(USA)	7,269.38	38.16%	6,243.09	38.79%	5,408.36	38.84%	4,890.27	36.68%
	美洲其他	14.96	0.08%	303.00	1.88%	38.67	0.28%	2.12	0.02%
其他地区		22.05	0.12%	19.20	0.12%	15.71	0.11%	9.60	0.07%
合计		19,051.91	100.00%	16,093.28	100.00%	13,925.94	100.00%	13,332.92	100.00%

备注：占比为占发行人境外销售收入的比例

2018 年至 2021 年发行人向 SE（USA）、台湾信音销售占整个境外销售收入的比例为 41.42%、42.43%、42.53%和 45.79%，2018 年至 2020 年占比基本保持稳定。

（2）经营规模与向发行人采购额占其同类产品采购额比例

①SE（USA）

2018 年至 2021 年，SE（USA）销售收入分别为 1,430.47 万美元、1,500.34 万美元、1,505.51 万美元和 2,034.31 万美元，折算为人民币分别为 9,465.99 万元、10,350.10 万元、10,384.41 万元和 13,124.35 万元。

2018 年至 2021 年，SE(USA)向发行人采购产品占其同类产品采购总额的比例为 65.65%、66.25%、76.10%和 68.15%。

②台湾信音

2018 年至 2021 年，台湾信音销售收入分别为 9,097.1 万新台币、4,234.1 万新台币、5,288.3 万新台币和 8,224.95 万新台币，折合人民币分别为 1,993.37 万元、944.86 万元、1,233.46 万元和 1,877.50 万元。

2018 年至 2021 年，台湾信音向发行人采购连接器产品占其同类产品采购总额的比例为 77.73%、71.21%、64.91%和 97.37%。

（3）关联销售的必要性

SE(USA)成立于 1992 年 5 月 26 日，由公司董事甘信男弟弟和其配偶设立，SE(USA)主要面向欧美市场和服务欧美客户。自设立起甘信男弟弟和其配偶持股比例分别为 35%和 65%。发行人成立于 2001 年 11 月，SE(USA)设立时间早于发行人。SE(USA)长期深耕于欧美市场，相比公司更了解欧美客户的需求，熟知欧美文化、法律等，积累了大量的欧美客户。但其本身不从事连接器的生产，而发行人自设立以来，经过多年持续研发投入，依靠突出的研发设计能力、快速多样的模具开发能力、定制化的生产能力等竞争优势在行业内已建立了较高的品牌知名度，因此 SE(USA)从公司采购连接器产品用于销售。

台湾信音主要在中国台湾地区从事模组化产品设计、销售及连接器贸易业务，一方面其模组化产品有时需要连接器产品，另一方面台湾信音为中国台湾地区本土企业，熟悉中国台湾地区市场及零散客户需求，发行人通过台湾信音在中国台湾地区经销发行人连接器产品，有利于发行人获取零散客户资源、维护中国台湾地区连接器市场，且发行人子公司信音科技设立在中国台湾地区的办事处，其核定的经营范围不能实际从事销售业务，仅代表信音科技在中国台湾地区与其他公司进行签约准备、报价、议价、投标及采购谈判等。综上，台湾信音自身不从事连接器生产，因此台湾信音作为经销商向发行人采购连接器直接销售给客户或组装成模组化产品销售给客户。

（4）终端客户情况

①SE(USA)终端客户情况

SE(USA)2018 年至 2021 年主要终端客户情况如下：

年度	序号	终端客户名称	销售金额（万元）	销售占比
2021年度	1	***	3,864.71	29.45%
	2	***	1,780.94	13.57%
	3	***	898.11	6.84%
	4	***	601.86	4.59%
	5	***	491.15	3.74%
	合计		7,636.77	58.19%
年度	序号	终端客户名称	2,479.39	销售占比
2020年度	1	***	2,051.34	23.87%
	2	***	1,003.73	19.75%
	3	***	475.65	9.66%
	4	***	463.03	4.58%
	5	***	6,473.14	4.46%
	合计		2,248.34	62.33%
年度	序号	终端客户名称	1,581.69	销售占比
2019年度	1	***	876.41	21.73%
	2	***	621.68	15.28%

	3	***	566.16	8.47%
	4	***	5,894.28	6.01%
	5	***	2,489.50	5.47%
	合计		991.27	56.96%
年度	序号	终端客户名称	727.79	销售占比
2018年度	1	***	526.96	26.98%
	2	***	391.22	10.74%
	3	***	5,126.75	7.89%
	4	***	销售金额（万元）	5.71%
	5	***	3,864.71	4.24%
	合计		1,780.94	55.55%

注：SE(USA)2018 年至 2021 年主要从事连接器贸易，且主要从发行人处采购产品，其终端客户销售收入为全口径数据（包含从其他供应商处采购产品））按照各年美元兑人民币平均汇率折算为人民币。

②台湾信音终端客户情况

2018 年至 2021 年，台湾信音从发行人处采购连接器产品，一部分直接销售，一部分作为模组化产品的部件，组装成模组后销售，具体情况如下：

单位：万元

项　目	2021 年度		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接销售部分	794.49	45.68%	325.55	44.75%	292.76	43.42%	545.66	64.20%
组装模组销售部分	944.71	54.32%	401.95	55.25%	381.55	56.58%	304.27	35.80%
合计	1,739.20	100.00%	727.50	100.00%	674.31	100.00%	849.93	100.00%

2018 年至 2021 年台湾信音从发行人处采购的连接器产品用于组装模组销售部分占收入的比例分别为 35.80%、56.58%、55.25%、54.32%，除 2018 年度外，占比均超过 54%。台湾信音 2018 年至 2021 年从发行人采购产品主要终端客户情况如下：

年度	序号	终端客户名称	销售金额（万元）	销售占比
2021 年度	1	神准科技股份有限公司	429.53	24.70%
	2	承德电子股份有限公司	306.54	17.63%
	3	惠宏国际有限公司	129.07	7.42%
	4	造隆股份有限公司	107.80	6.20%
	5	普莱德科技股份有限公司	86.78	4.99%
	合计		1,059.73	60.93%
2020 年度	1	神准科技股份有限公司	145.11	19.95%
	2	承德电子股份有限公司	59.29	8.15%

	3	研华股份有限公司	56.33	7.74%
	4	维将科技股份有限公司	32.25	4.43%
	5	惠宏国际有限公司	30.49	4.19%
	合计		323.47	44.46%
2019 年度	1	神准科技股份有限公司	191.85	28.45%
	2	环鸿科技股份有限公司	87.86	13.03%
	3	研华股份有限公司	55.15	8.18%
	4	易鼎股份有限公司	52.04	7.72%
	5	冠信电脑股份有限公司	32.42	4.81%
	合计		419.32	62.19%
2018 年度	1	环鸿科技股份有限公司	128.23	15.09%
	2	神准科技股份有限公司	111.68	13.14%
	3	台湾艾锐势股份有限公司	102.40	12.05%
	4	易鼎股份有限公司	101.03	11.89%
	5	研华股份有限公司	81.45	9.58%
	合计		524.79	61.75%

注：台湾信音模组化产品和连接器产品差异比较明显，仅披露其从发行人处采购连接器直接销售或者组装成模组化产品以后销售终端客户情况，按照各年度新台币兑人民币平均汇率折算为人民币

2、分析关联销售的价格是否公允，毛利率与其他客户比较情况、关联销售毛利额占比及其波动原因。

2018 年至 2021 年公司和台湾信音、SE(USA)之间交易采用市场化方式定价，定价公允。

（1）SE(USA)

①发行人向 SE(USA)销售产品整体情况比较

发行人向 SE(USA)销售消费电子连接器和汽车连接器。公司连接器产品种类众多，且同类产品依据不同客户定制化要求，销售价格和毛利率存在较大差异。2018 年至 2021 年发行人销售给 SE(USA)连接器产品与其他无关联第三方经销商整体情况比较如下：

2021 年度

类别		收入（万元）	占 SE(USA)销售额比例	平均单价（元/件）	毛利率	其他无关联第三方经销商平均销售单价（元/件）	其他无关联第三方其他经销商毛利率
消费电子连接器	传输连接器	107.15	1.47%	0.81	31.13%	1.76	3.70%
	电源连接器	2,536.09	34.89%	1.18	33.55%	1.19	30.83%
	影音连接器	234.14	3.22%	1.23	7.97%	1.22	29.77%
	其他	517.64	7.12%	1.25	37.78%	4.26	26.81%
	合计	3,395.02	46.70%	1.17	32.36%	1.40	28.61%

汽车及其他连接器	传输连接器	3,589.04	49.37%	2.25	17.68%	-	-
	电源连接器	45.26	0.62%	0.84	14.70%	-	-
	影音连接器	30.93	0.43%	0.82	17.15%	-	-
	其他	209.13	2.88%	7.03	32.11%	4.54	35.99%
	合计	3,874.36	53.30%	2.25	18.42%	4.54	35.99%

2020 年度

类别		收入（万元）	占 SE(USA)销售额比例	平均单价（元/件）	毛利率	其他无关联第三方经销商平均销售单价（元/件）	其他无关联第三方其他经销商毛利率
消费电子连接器	传输连接器	54.61	0.87%	0.36	35.09%	2.38	3.63%
	电源连接器	2,889.69	46.29%	1.42	38.33%	1.23	31.71%
	影音连接器	245.49	3.93%	1.44	20.44%	1.32	26.36%
	其他	419.94	6.73%	2.38	37.80%	2.32	30.90%
	合计	3,609.73	57.82%	1.43	37.00%	1.39	27.36%
汽车及其他连接器	传输连接器	2,434.02	38.99%	2.63	13.40%	-	-
	电源连接器	51.93	0.83%	0.89	27.88%	-	-
	影音连接器	68.58	1.10%	1.00	11.96%	-	-
	其他	78.83	1.26%	6.38	37.66%	4.94	25.75%
	合计	2,633.36	42.18%	2.47	14.38%	4.94	25.75%

2019 年度

类别		收入（万元）	占 SE(USA)销售额比例	平均单价（元/件）	毛利率	其他无关联第三方经销商平均销售单价（元/件）	其他无关联第三方其他经销商毛利率
消费电子连接器	传输连接器	175.71	3.25%	0.78	25.16%	1.49	-14.37%
	电源连接器	2,809.63	51.95%	1.30	42.54%	1.21	35.84%
	影音连接器	366.7	6.78%	1.21	7.77%	1.24	10.65%
	其他	694.77	12.85%	4.39	28.06%	1.83	18.81%
	合计	4,046.81	74.83%	1.42	36.15%	1.30	21.03%
汽车及其他连接器	传输连接器	1,361.55	25.17%	2.68	5.57%	-	-
	合计	1,361.55	25.17%	2.68	5.57%	-	-

2018 年度

类别		收入（万元）	占 SE(USA)销售额比例	平均单价（元/件）	毛利率	其他无关联第三方经销商平均销售单价（元/件）	其他无关联第三方其他经销商毛利率
消费电子连接器	传输连接器	397.49	8.13%	1.29	12.91%	0.80	0.14%
	电源连接器	3,134.25	64.09%	1.21	43.12%	1.22	34.07%
	影音连接器	459.19	9.39%	1.04	12.97%	1.08	6.14%
	其他	899.34	18.39%	4.02	26.67%	0.80	21.61%
合计		4,890.27	100%	1.37	34.82%	1.00	16.79%

发行人向 SE(USA)主要销售消费电子连接器和汽车连接器，其中在消费电子连接器中销

售金额及占比最大的为电源连接器，2018 年至 2021 年金额分别为 3,134.25 万元、2,809.63 万元、2,889.69 万元和 2,536.09 万元，占 SE(USA)经销收入比重分别为 64.09%、51.95%、46.29%和 34.89%，电源连接器平均售价、毛利率和其他无关联第三方经销商整体差异不大。

发行人向 SE(USA)销售消费电子连接器中的影音连接器和其他无关联第三方经销商销售价格比较接近，毛利率除 2021 年外整体也差异不大，变化趋势一致。2021 年发行人向 SE(USA)销售影音连接器毛利率较其他无关联第三方经销商低主要是发行人向 SE(USA)销售影音连接器以外销为主，外销的货款以美元结算，2021 年人民币兑美元的平均汇率较 2020 年升值 6.47%，同时 2SJ0362 部分料号产品因客户要求降价，而其他经销商销售价格因为销售新产品占比增加，新产品单价高、毛利率高，导致毛利率较 2020 年增加较多。

2018 年至 2021 年公司向 SE(USA)销售消费电子连接器中的传输连接器价格和毛利率差异主要是因为其他经销商以 TYPE C 系列为主，TYPE C 系列是新产品，公司为了快速抢占市场，给予了经销商比较优惠的价格，因此该系列产品经销整体毛利率偏低，该系列产品在 SE(USA)经销产品中 2018 年销售占比较高，2019 年和 2020 年逐年快速降低，而 SE(USA)经销 WAFER 系列产品单价较低，为客户定制化产品，需求量较为稳定，毛利率较高且波动不大，导致 SE(USA)传输连接器 2018 年至 2020 年价格下降而毛利率却逐年增长。2021 年，SE(USA)传输连接器中 USB 系列占比增加，该系列产品单价、毛利率较高，导致 2021 年 SE(USA)传输连接器单价较 2020 年有所增加，但上述产品主要以外销为主，且主要以美元结算，受 2021 年人民币兑美元的平均汇率较 2020 年升值 6.47%的影响，2021 年发行人向 SE(USA)销售传输连接器毛利率较 2020 年有所下滑，但仍高于其他无关联第三方经销商。因此发行人向 SE(USA)销售传输连接器毛利率整体高于其他无关联第三方经销商。

汽车电子连接器是公司新产品，2018 年至 2021 年公司大力推广该产品，公司为了快速抢占市场，采取了低价策略，因此该系列产品 2018 年至 2021 年毛利率整体较低。随着公司汽车电子连接器销售数量和销售收入的快速增长，规模效应导致单位成本下降较多，因此公司给予经销商的价格也呈现下降趋势。2021 年公司汽车连接器中传输连接器 2UB3 系列某料号产品采用自动化生产，导致单位成本较 2020 年下降 23.47%，该料号产品占发行人销售给 SE(USA)汽车连接器收入的 56.65%，占发行人销售给 SE(USA)汽车连接器中传输连接器收入的 61.16%，因此尽管有汇率的不利变动因素影响，发行人 2021 年销售给 SE(USA)汽车连接器整体毛利率较 2020 年仍增加了 4.04 个百分点。因为其他无关联第三方主要经销的是汽车连接器中的其他类型，SE(USA)主要经销的是汽车连接器中的传输连接器，因此和其他经销商不具有可比性。

②相同料号产品单价和毛利率比较

因为公司连接器产品根据客户具体要求进行定制化生产，同类别产品不同类型不同料号价格、毛利率差异较大，不同经销商经销不同货物料号产品差异也较大，SE(USA)与其他经

销商可比相同料号较少，为了便于比较价格公允性，将相同料号比较范围扩大到所有客户，：和经销相同料号产品比较如下：

料号	收入（万元）	占比	平均单价（元/件）	毛利率	产品平均单价（元/件）	产品平均毛利率	其他无关联第三方经销商单价（元/件）	其他无关联第三方经销商毛利率
2021 年度								
2CT****-*****W	2.19	0.03%	1.43	32.84%	1.60	39.55%	-	-
2CT****-*****0	2.04	0.03%	3.20	7.77%	3.29	10.18%	-	-
2CT****-*****0	3.98	0.05%	6.12	45.12%	6.13	45.25%	-	-
2CT****-*****0	5.19	0.07%	7.30	42.66%	7.43	43.75%	-	-
2DC-*******0	36.16	0.50%	0.30	10.25%	0.34	21.18%	-	-
2DC-*******0	5.23	0.07%	0.34	16.81%	0.35	21.20%	-	-
2DC-*******1	2.10	0.03%	1.06	33.51%	1.43	51.55%	-	-
2DC****-*****1	5.71	0.08%	1.61	32.63%	1.65	34.81%	-	-
2DC-*******1	40.76	0.56%	1.04	36.40%	1.16	43.04%	0.85	22.00%
2DC-****-***F	2.06	0.03%	1.61	40.65%	1.66	42.25%	-	-
2DC-*******0	1.75	0.02%	1.39	37.39%	1.19	27.43%	1.63	46.90%
2DC-****-***F	3.73	0.05%	1.03	12.68%	1.01	10.85%	-	-
2DC-****-**5	1.98	0.03%	1.76	30.07%	1.69	22.93%	1.60	17.04%
2DC-****-***F	611.03	8.41%	1.05	37.66%	1.05	37.66%	1.01	36.78%
2DC-****-**F	5.70	0.08%	1.70	9.90%	1.70	10.19%	-	-
2DC-****-***F	87.16	1.20%	2.63	48.66%	2.88	53.28%	-	-
2HE-****-**2	30.94	0.43%	0.82	17.15%	0.87	21.82%	-	-
2MJ-*******0	5.45	0.07%	1.95	31.35%	1.69	21.83%	1.94	18.87%
2SJ-*******3	98.54	1.36%	1.39	5.14%	1.39	5.09%	-	-
2SJ****-******F	0.96	0.01%	1.47	36.05%	1.38	35.02%	1.30	32.91%
2TJ****-*****0	111.16	1.53%	10.92	33.70%	10.94	33.88%	10.16	29.14%
2UB****-******F	31.67	0.44%	1.36	42.83%	1.36	42.66%	-	-
2UB****-*****W	7.74	0.11%	1.69	33.13%	1.84	39.03%	1.90	40.75%
2020 年度								
2DC-*******0	1.13	0.02%	0.63	50.58%	0.57	45.70%	0.46	32.98%
2DC-*******0	3.38	0.05%	0.44	16.00%	0.61	44.09%	0.52	18.15%
2DC-*******0	3.72	0.06%	0.34	17.98%	0.31	8.44%	-	-
2DC-*******1	21.51	0.34%	1.15	39.69%	1.07	34.58%	0.85	15.49%
2DC-*******0	3.28	0.05%	1.49	40.95%	1.17	27.52%	1.30	34.97%
2UB****-******F	6.47	0.10%	1.46	44.06%	1.36	40.62%	-	-
2019 年度								
2DC-*******0	2.63	0.05%	1.46	47.42%	1.25	39.30%	1.30	41.33%

2SJ-****-**0	0.94	0.02%	0.94	33.86%	0.72	15.12%	-	-
2018 年度								
2DC****-******F	3.45	0.07%	0.54	6.60%	0.50	-1.43%	-	-
2DC****-******F	1.64	0.03%	0.55	26.21%	0.54	12.86%	-	-
2DC-*******0	2.24	0.05%	1.40	51.41%	1.19	43.75%	1.25	46.47%
2DC-****-***F	2.31	0.05%	0.92	21.20%	0.89	11.51%	-	-
2DC-****-***F	2.46	0.05%	0.98	19.58%	0.97	18.93%	-	-

通过上表可看出，在相同料号产品下公司向 SE(USA)销售产品价格、毛利率和整个料号产品平均价格、平均毛利率差异不大。在相同料号产品下向 SE(USA)销售产品与少数可比经销商在价格、毛利率方面也没有明显差异。少数相同料号产品，公司向 SE(USA)销售产品价格、毛利率与整个料号平均价格、平均毛利率或者无关联第三方平均价格、平均毛利率差异主要受到公司境内、境外定价策略，经销商、直销客户定价策略、销售数量及金额等方面因素差异所致。

通过对比 SE(USA)和其他无关联第三方经销商产品销售价格和毛利率，以及相同料号产品 SE(USA)和该产品料号平均产品价格、毛利率以及其他无关联第三方经销商的平均产品价格、毛利率，发行人和 SE(USA)之间以市场化方式定价，定价公允。

（2）台湾信音

台湾信音与其他经销商单价、毛利率比较情况详见本回复问题一“一、关于同业竞争”之“（二）、2、（1）销售价格和毛利率”部分内容。

通过对比台湾信音和其他无关联第三方经销商产品销售价格和毛利率，以及相同料号产品台湾信音和该产品料号平均产品价格、毛利率以及其他无关联第三方经销商的平均产品价格、毛利率，发行人和台湾信音之间以市场化方式定价，定价公允。

（3）关联交易毛利额占比及波动原因

单位：万元

项目	2021年度	2020年度	2019年度	2018年度
SE(USA)销售毛利	1,812.22	1,714.11	1,538.57	1,702.70
台湾信音销售毛利	417.25	201.89	98.46	203.11
公司毛利总额	27,341.68	27,282.23	21,075.40	18,141.41
SE(USA)销售毛利占公司毛利总额比例	6.63%	6.28%	7.30%	9.39%
台湾信音销售毛利占公司毛利总额比例	1.53%	0.74%	0.47%	1.12%

注：上述毛利均为营业毛利，2020 年 8 月 1 日前向台湾信音销售毛利为透过承德电子销售毛利。

2018 年至 2021 年发行人向 SE(USA)销售毛利额占比分别为 9.39%、7.30%、6.28%和

6.63%，除 2018 年度发行人向 SE(USA)销售毛利额占比略高外，其他年度发行人向 SE(USA)销售毛利额占比波动较小。2018 年发行人向 SE(USA)销售毛利额占比较高主要是因为当年消费电子领域电源连接器销售占比较高，而电源连接器毛利率较高所致。

2018 年至 2021 年发行人向台湾信音销售毛利额占比分别为 1.12%、0.47%、0.74%和 1.53%，发行人向台湾信音销售毛利额占比较低，发行人向台湾信音销售毛利额占比整体波动较小。2019 年发行人向台湾信音销售毛利额占比较低一方面因为台湾信音 2019 年较 2018 年同比采购额减少 20.95%，另一方面 2019 年发行人向台湾信音销售毛利率较 2018 年降低了 12.41 个百分点，主要是因为消费电子其他连接器中 WPC 系列产品中 2CM 系列中某料号是新开发的产品，在制程导入初期因为成本较高导致毛利率较低，2019 年该产品销量增加进而导致销售占比增加，拉低了 2019 年发行人向台湾信音销售的整体毛利率。2021 年发行人向台湾信音销售毛利额占比较高，是因为发行人向台湾信音销售产品较上年同期增加 142.14%所致。

（二）说明台湾信音代发行人垫付部分员工的薪酬、代缴社保、代为垫付费用并豁免归还的原因，是否存在发行人人员、机构不独立的情形；是否还存在其他关联方代付工资、代垫成本费用的情形。

1、台湾信音代发行人垫付部分员工的薪酬、代缴社保、代为垫付费用基本情况

2018 年至 2021 年公司由台湾信音代发行人垫付部分员工的薪酬、代缴社保、代为垫付费用情况如下：

单位：万元

关联方	关联交易内容	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
台湾信音	代发工资、代缴社保	-	60.21	114.22	124.85
	代垫费用	-	10.75	25.77	19.04
合计		-	70.96	140.00	143.89

台湾信音代发行人垫付部分员工的薪酬、代缴社保、代为垫付费用主要涉及公司董事长杨政纲，公司董事甘信男，公司前财务总监、董事会秘书彭婺媛三人。具体情况如下：

单位：万元

项目	期间	甘信男	杨政纲	彭婺媛	合计
薪酬	2021 年	-	-	-	-
	2020 年	27.98	27.98	-	55.96
	2019 年	40.15	40.15	25.17	105.47
	2018 年	39.51	39.51	36.05	115.07
劳健保及退休金	2021 年	-	-	-	-
	2020 年	0.61	3.64	-	4.25
	2019 年	0.87	5.26	2.62	8.76

	2018 年	0.82	5.14	3.83	9.78
报销费用	2021 年	-	-	-	-
	2020 年	8.47	2.29	-	10.75
	2019 年	19.09	6.68	-	25.77
	2018 年	14.17	4.87	-	19.04

2、代垫及豁免原因

公司董事长杨政纲先生 2018 年初至 2020 年 8 月兼任台湾信音总经理，公司董事甘信男先生 2018 年初至今兼任台湾信音董事长，杨政纲先生和甘信男先生 2018 年至 2021 年存在两边兼职、两边领取薪酬并由台湾信音缴纳劳健保的情形，因为台湾信音 2018 年至 2021 年业务量较小，台湾信音占发行人销售收入比重不足 5%，上述人员主要完成与发行人生产经营相关的工作，谨慎起见将其在台湾信音领取的工资、奖金、缴纳的劳健保费用、报销等不能明显专属于台湾信音的费用全部调整到发行人处。2020 年 9 月开始，杨政纲先生、甘信男先生不再从台湾信音领取薪酬、亦不再由台湾信音缴纳劳健保费用。

彭婺媛女士 2018 年初至 2019 年 6 月担任公司财务总监、董事会秘书，彭婺媛女士未在大陆缴纳社保及公积金，为了解决其在中国台湾地区劳健保问题，由台湾信音代为发放了一部分薪酬及奖金并代为缴纳劳健保费用。2019 年 6 月公司高级管理人员换届后，彭婺媛女士不再在公司担任任何职务，亦不领取任何薪酬。

豁免原因：考虑到甘信男、杨政纲先生两边兼职、彭婺媛女士代发薪酬、代缴劳健保费金额较小且为控股子公司，持股比例高达 81.89%，因此台湾信音豁免发行人归还上述费用。

除上述人员外，台湾信音不存在其他为发行人垫付员工的薪酬、代缴社保、代为垫付费用的情形。

3、人员、机构独立性

截至本问询函回复日，发行人与台湾信音在人员、机构方面相互独立。

综上，台湾信音不存在与发行人人员、机构不独立的情形，除了台湾信音之外，不存在其他关联方代付工资、代垫成本费用的情形。

（三）说明向信音控股借入资金的具体用途，在发行人货币资金余额较高的情况下，向关联方借入资金的原因及合理性。

2018 年至 2021 年公司向信音控股借入资金的基本情况如下：

关联方	拆入方	拆入金额（万美元）	起始日	到期日	借款年利率
信音控股	信音科技	100.00	2017 年 11 月 22 日	2018 年 11 月 21 日	2%
信音控股	信音科技	100.00	2018 年 11 月 23 日	2019 年 11 月 22 日	2.5%
信音控股	信音科技	100.00	2019 年 11 月 22 日	2020 年 11 月 21 日[注1]	2.5%
信音控股	信音科技	100.00	2020 年 11 月 13 日	2021 年 11 月 12 日[注2]	0.9%

注：1、2020 年 6 月已归还；2、2021 年 6 月已归还。

2018 年至 2021 年向信音控股资金拆借的是公司境外子公司信音科技。受限于外汇出入境管理政策，信音科技在发行人期末货币余额较高的情况下，向信音控股拆借资金，主要是为了满足临时性流动资金周转需求。

信音科技主要从事连接器销售业务。2018 年至 2021 年信音科技主要财务数据如下：

项目	2021年12月31日/2021年度	2020年12月31日/2020年度	2019年12月31日/2019年度	2018年12月31日/2018年度
流动资产总额（万元）	33,942.48	32,888.74	30,939.45	25,617.54
其中：货币资金（万元）	4,840.55	4,175.89	6,893.50	2,508.45
资产总额（万元）	34,632.59	33,680.22	31,626.80	26,318.43
流动负债（万元）	33,697.55	33,798.15	33,484.33	28,269.05
其中：短期借款（万元）	-	-	1,046.43	2,973.58
负债总额（万元）	33,697.55	33,798.15	33,484.33	28,269.05
所有者权益（万元）	935.04	-117.92	-1,857.53	-1,950.62
资产负债率	97.30%	100.35%	105.87%	107.41%
流动比率	1.01	0.97	0.92	0.91
营业收入（万元）	64,601.41	58,080.24	51,147.75	46,720.51
净利润（万元）	1,062.75	1,640.99	-16.19	-263.57

信音科技主要从事连接器销售业务，2018 年至 2021 年资产负债率一直偏高，平均流动比率低于 1，因其属于轻资产公司，银行借款信用额度有限，随着经营规模和货币资金增加，公司优先偿还了银行借款。为缓解短期资金周转压力，信音科技向信音控股借入部分资金。公司向信音控股借款参照境外银行同期美元借款利率确定，定价公允。

因此信音科技向信音控股借入临时性周转资金具有合理性。

（四）说明报告期内 SE(USA)向发行人提供的具体服务内容，是否为发行人介绍或维护了相关客户资源。

1、2018 年至 2021 年 SE(USA)提供服务的具体内容如下：

2018 年至 2021 年 SE(USA)提供服务的具体内容分为三种形式：

（1）SE(USA)推销信音电子的产品给客户并形成订单，信音电子按照订单金额的 1%向 SE(USA)支付业务推广费（以下简称“1%”）。

（2）SE(USA)将发行人产品介绍导入终端客户，客户向发行人下订单，发行人从供应商处外购成品，则给 SE(USA)支付该产品利润的 50%作为业务推广费（以下简称“50%”）。

（3）SE(USA)将发行人产品介绍导入终端客户，客户向发行人下订单，发行人自行生产，则支付给 SE(USA)的业务推广费为客户订单价格和发行人向 SE(USA)报价的价差（以下简称“价差”）。

2、是否为发行人介绍或维护了相关客户资源：

2018 年至 2021 年 SE(USA)向发行人介绍或维护了相关终端客户资源情况如下：

服务类型	2021年度	2020年度	2019年度	2018年度
1%	导入***供货商代号	导入***供货商代号	导入***/ ***供货商代号	导入***/ ***供货商代号
50%	导入***/ ***/ ******/ ***/***/ ***专案	导入***/ ***/***/ ***/***/ ***专案	导入***/ ***专案	导入***/ ***专案
价差	导入*** / ***/ ***/ ***专案	导入*** / ***/ ***/ ***专案	导入***/ ***/ ***/ ***专案	导入***/ ***专案

备注：发行人根据 SE(USA)在不同模式下推广产品所起的作用不同支付不同的业务推广费。

（五）申报会计师核查意见

1、核查手段

申报会计师采取了以下核查手段对关联交易事项进行了核查：

（1）通过核查发行人、发行人主要股东、董事、监事、高级管理人员及财务人员的银行流水，确认其是否与发行人的上述关联方发生过资金往来；

（2）通过查阅发行人审计报告、销售收入明细表、供应商采购明细表等方式了解发行人在 2018 年至 2021 年的主要客户及供应商；

（3）对发行人的主要客户和供应商进行访谈或函证，确认其是否与上述关联方存在交易、资金往来等事项；

（4）访谈上述关联方的实际控制人或经营者，确认上述关联方在 2018 年至 2021 年的存续状态、营业情况，确认相关关联方是否与发行人经营相同或相似业务，是否与发行人的主要股东、主要客户供应商存在交易或资金往来；

（5）查阅上述台湾信音及其控制的其他企业的工商登记信息、公司章程、2018 年至 2021 年的银行流水和财务报表，取得美国会计师对 SE(USA)与发行人主要关联方、主要客户、供应商之间大额资金往来的核查意见，核查台湾信音与 SE(USA)是否与发行人的前述主要客户供应商存在交易或资金往来；

（6）取得 2018 年至 2021 年发行人销售收入明细表，比较发行人与台湾信音、SE(USA)与无关联第三方相同或相似产品的销售价格；

（7）对台湾信音、SE(USA)对外销售情况进行穿透核查；

（8）取得台湾信音豁免发行人垫付部分员工的薪酬、代缴社保、代为垫付费的确认函和明细表并核查其原因及合理性；

（9）获取并核查了发行人和台湾信音人员、机构等资料，并进行分析比较；

（10）取得中国台湾地区《法律意见书》、Zhong Lun Law Firm LLP 律师出具的美国《法律意见书》、取得中国台湾地区《补充法律意见书》；

（11）取得香港科技向信音控股的借款协议、香港科技 2018 年至 2021 年的财务报表并询问发行人财务人员香港科技借款原因；

（12）取得 SE(USA)与发行人之间业务推广费相关的协议、费用明细表并复核。

2、核查结论

经核查，申报会计师认为：

（1）台湾信音主要在中国台湾地区从事模组化产品设计、销售及连接器贸易业务，从发行人处采购原因为其模组化产品需要连接器产品或者其客户需要连接器产品，而其自身不从事连接器生产；SE(USA)长期深耕于欧美市场，积累了大量的欧美客户。但其本身不从事连接器的生产，因此台湾信音和 SE(USA)作为经销商从发行人处采购连接器产品，存在必要性和合理性。

发行人与台湾信音和 SE(USA)均采用市场化方式定价，价格公允，因公司产品定制化程度较高，不同料号产品在价格、毛利率方面差异较大，通过少数可比相同料号价格、毛利率与其他客户比较，发行人向台湾信音和 SE(USA)销售产品与其他客户在价格、毛利率方面不存在显著差异。

2018 年至 2021 年发行人向 SE(USA)销售毛利额占比分别为 9.39%、7.30%、6.28%和 6.63%，除 2018 年度发行人向 SE(USA)销售毛利额占比略高外，其他年度发行人向 SE(USA)销售毛利额占比波动较小。2018 年发行人向 SE(USA)销售毛利额占比较高主要是因为当年消费电子领域电源连接器占比较高，而电源连接器毛利率较高所致。

2018 年至 2021 年发行人向台湾信音销售毛利额占比分别为 1.12%、0.47%、0.74%和 1.53%，发行人向台湾信音销售毛利额占比较低，发行人向台湾信音销售毛利额占比整体波动较小。2019 年发行人向台湾信音销售毛利额占比较低一方面因为台湾信音 2019 年较 2018 年同比采购额减少 20.95%，另一方面 2019 年发行人向台湾信音销售毛利率较 2018 年降低了 12.41 个百分点，主要是因为消费电子其他连接器中 WPC 系列产品中 2CM 系列产品中某料号是新开发产品，在制程导入初期因为成本较高导致毛利率较低，2019 年该产品销量增加进而导致销售占比增加，拉低了 2019 年发行人向台湾信音销售的整体毛利率。2021 年发行人向台湾信音销售毛利额占比较高，是因为发行人向台湾信音销售产品较上年同期增加 142.14%所致。

（2）公司董事长杨政纲先生、公司董事甘信男先生 2018 年至 2021 年存在两边兼职、两边领取薪酬并由台湾信音缴纳劳健保的情形，因为台湾信音占发行人销售收入比重不足 5%，上述人员主要完成与发行人生产经营相关的工作，谨慎起见将其在台湾信音领取的工资、奖金、缴纳的劳健保费用、报销等不能明显专属于台湾信音的费用全部调整为发行人的期间费用。彭婺媛女士 2018 年至 2021 年曾担任公司财务总监、董事会秘书，为了解决其在中国台湾地区劳健保问题，由台湾信音代为发放了一部分薪酬及奖金并代为缴纳劳健保费

用。考虑到甘信男、杨政纲先生两边兼职、彭婺媛女士代发薪酬、代缴劳保费金额较小，因此台湾信音豁免发行人归还上述费用。

除上述人员外，台湾信音不存在其他为发行人垫付员工的薪酬、代缴社保、代为垫付费用的情形。也不存在其他关联方为发行人垫付员工的薪酬、代缴社保、代为垫付费用的情形。发行人与台湾信音及其他关联方不存在在人员、机构等方面不独立的情形。

（3）2018 年至 2021 年向信音控股借入资金的主要是发行人子公司信音科技，其用途主要是满足临时性流动资金需求，香港科技主要从事连接器销售业务，2018 年至 2021 年资产负债率较高、流动性指标偏低，且属于轻资产公司，银行授信额度有限，为了满足临时性资金周转需求，向信音控股借入资金，双方参照同期银行贷款利率定价，原因合理，定价公允。

（4）2018 年至 2021 年 SE(USA)在经销发行人产品的同时，还努力推销发行人产品，依据其参与的不同程度，发行人按照收入的 1%，利润的 50%或者“价差”三种模式向其支付推广费用，2018 年至 2021 年各期 SE(USA)均为发行人介绍或维护了相关终端客户资源。

【问询函 4】关于客户

申报文件显示：

（1）报告期内，发行人前五大客户主要为惠普、广达、纬创、仁宝、英业达等笔记本电脑制造商或品牌商，未包括消费电子连接器、汽车及其他连接器的客户。

（2）发行人是惠普、联想、华硕、宏基等国际知名电脑品牌的合格供应商，并与广达、仁宝、英业达、纬创、和硕、鸿海、联宝等国际知名代工厂建立了稳定的合作关系。

（3）报告期内，发行人向惠普销售额分别为 7,104.48 万元、8,324.04 万元、11,442.46 万元和 4,031.15 万元。

（4）报告期内，发行人向竞争对手鸿海集团及其下属公司销售连接器金额分别为 4,684.25 万元、5,537.87 万元、5,935.97 万元和 1,365.46 万元。

（5）报告期内，发行人存在客户、供应商重叠的情况，其中向整隆集团及其下属公司采购额分别为 935.09 万元、1,347.88 万元、1,569.80 万元和 148.15 万元，销售额分别为 971.84 万元、1,174.42 万元、2,185.58 万元和 306.64 万元，主要是整隆从发行人采购连接器，与其线束加工在一起后，然后销售给发行人。

（6）发行人披露的报告期内前五名客户名称、销售金额与新三板披露的年报存在差异。

请发行人：

（1）说明笔记本电脑连接器、消费电子连接器、汽车及其他连接器等三类产品的前五大客户。

（2）说明发行人取得终端品牌商和电脑代工厂的供应商认证情况，合作背景，上述品

牌商和电脑代工厂的市场占有率，发行人占各电脑品牌商和代工厂的采购份额。

（3）说明报告期内发行人向惠普销售额大幅增长的原因，除直接向品牌商销售外，是否还间接向惠普的代工厂销售；除惠普外，是否还存在其他直接的品牌商客户。

（4）说明报告期内向鸿海集团及其下属公司销售的毛利率和终端客户情况，分析相关业务的可持续性。

（5）结合报告期各期均有交易的客户销售额占比，报告期内新增客户情况、终止合作客户情况，分析客户的稳定性。

（6）按照中国证监会《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》问题 32 分析发行人与整隆集团的业务是否属于委托加工业务。

（7）说明前五名客户名称、销售金额与新三板披露的年报存在差异的原因，如为口径问题，说明对集团各下属公司的销售额。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明对客户的走访和函证情况。

回复：

（一）说明笔记本电脑连接器、消费电子连接器、汽车及其他连接器等三类产品的前五大客户。

1、2018 年至 2021 年，笔记本电脑连接器前五大客户及占主营业务收入比例的情况

单位：万元

年度	公司名称	销售金额	占主营业务收入比例
2021 年度	惠普	17,142.35	18.35%
	广达集团及其下属公司	9,977.22	10.68%
	纬创集团及其下属公司	8,946.23	9.58%
	英业达集团及其下属公司	5,945.43	6.37%
	仁宝集团及其下属公司	5,089.32	5.45%
	合计	47,100.55	50.43%
年度	公司名称	销售金额	占主营业务收入比例
2020 年度	惠普	11,442.46	13.52%
	广达集团及其下属公司	7,568.60	8.94%
	仁宝集团及其下属公司	7,166.97	8.47%
	英业达集团及其下属公司	6,664.66	7.88%
	纬创集团及其下属公司	6,253.95	7.39%
	合计	39,096.64	46.21%
年度	公司名称	销售金额	占主营业务收入比例
2019 年度	惠普	8,324.04	11.73%
	广达集团及其下属公司	6,620.18	9.33%

	英业达集团及其下属公司	6,476.80	9.12%
	仁宝集团及其下属公司	6,333.75	8.92%
	纬创集团及其下属公司	5,060.85	7.13%
	合计	32,815.62	46.22%
年度	公司名称	销售金额	占主营业务收入比例
2018 年度	惠普	7,104.48	11.52%
	仁宝集团及其下属公司	5,987.39	9.71%
	广达集团及其下属公司	5,953.39	9.66%
	英业达集团及其下属公司	5,345.02	8.67%
	纬创集团及其下属公司	3,444.43	5.59%
	合计	27,834.71	45.14%

2、2018 年至 2021 年，消费电子连接器前五大客户及占主营业务收入比例的情况

单位：万元

年度	公司名称	销售金额	占主营业务收入比例
2021 年度	鸿海集团及其下属公司	5,012.92	5.37%
	SE(USA)	3,395.02	3.63%
	纬创集团及其下属公司	2,004.30	2.15%
	台湾信音	1,454.68	1.56%
	伟易达集团及其下属公司	1,079.42	1.16%
	合计	12,946.34	13.86%
年度	公司名称	销售金额	占主营业务收入比例
2020 年度	鸿海集团及其下属公司	4,660.04	5.51%
	SE(USA)	3,609.74	4.27%
	广达集团及其下属公司	2,220.36	2.62%
	整隆集团及其下属公司	2,185.58	2.58%
	迪芬尼集团及其下属公司	1,758.92	2.08%
	合计	14,434.63	17.06%
年度	公司名称	销售金额	占主营业务收入比例
2019 年度	鸿海集团及其下属公司	4,457.38	6.28%
	SE(USA)	4,046.81	5.70%
	整隆集团及其下属公司	1,174.42	1.65%
	纬创集团及其下属公司	889.22	1.25%
	广达集团及其下属公司	747.29	1.05%
	合计	11,315.12	15.94%
年度	公司名称	销售金额	占主营业务收入比例
2018 年度	SE(USA)	4,890.27	7.93%
	鸿海集团及其下属公司	3,884.69	6.30%

	广达集团及其下属公司	1,147.89	1.86%
	整隆集团及其下属公司	971.84	1.58%
	承德电子股份有限公司	918.22	1.49%
	合计	11,812.90	19.16%

3、2018 年至 2021 年，汽车及其他连接器前五大客户及占主营业务收入比例的情况

单位：万元

年度	公司名称	销售金额	占主营业务收入比例
2021 年度	SE(USA)	3,874.36	4.15%
	爱士惟集团及其下属公司	1,114.35	1.19%
	八方电气（苏州）股份有限公司	1,078.15	1.15%
	昆山茂顺机械工程有限公司	870.71	0.93%
	苏州达方电子有限公司	805.79	0.86%
	合计	7,743.36	8.29%
年度	公司名称	销售金额	占主营业务收入比例
2020 年度	SE(USA)	2,633.35	3.11%
	八方电气（苏州）股份有限公司	946.99	1.12%
	爱士惟集团及其下属公司	934.23	1.10%
	辉创电子科技（苏州）有限公司	757.35	0.90%
	开发科技(香港)有限公司	557.79	0.66%
	合计	5,829.71	6.89%
年度	公司名称	销售金额	占主营业务收入比例
2019 年度	SE(USA)	1,361.55	1.92%
	爱士惟集团及其下属公司	813.53	1.15%
	辉创电子科技（苏州）有限公司	794.87	1.12%
	开发科技(香港)有限公司	556.11	0.78%
	八方电气（苏州）股份有限公司	550.34	0.78%
	合计	4,076.41	5.74%
年度	公司名称	销售金额	占主营业务收入比例
2018 年度	八方电气（苏州）股份有限公司	985.35	1.60%
	辉创电子科技（苏州）有限公司	708.29	1.15%
	开发科技(香港)有限公司	427.18	0.69%
	艾康生物技术（杭州）有限公司	349.73	0.57%
	爱士惟集团及其下属公司	160.26	0.26%
	合计	2,630.81	4.27%

（二）说明发行人取得终端品牌商和电脑代工厂的供应商认证情况，合作背景，上述品牌商和电脑代工厂的市场占有率，发行人占各电脑品牌商和代工厂的采购份额

1、发行人与主要终端品牌商合作情况：

名称	发行人取得的认证情况	合作背景	2021 年该品牌或者代工厂的市场占有率	2021 年发行人占各电脑品牌商和代工厂采购连接器的份额
惠普	已进入合格供应商体系	从 2011 年 7 月开始交易合作	笔记本电脑出货量占比为 24%左右	***
戴尔	已进入合格供应商体系	从 2004 年开始通过仁宝、纬创等代工厂进行合作	笔记本电脑出货量占比 18%左右	未直接交易，无法获取相关数据
华硕	已进入合格供应商体系	从 2002 年开始交易合作	笔记本电脑出货量占比为 7%左右	无法获取相关数据
宏基	已进入合格供应商体系	从 2002 年开始通过广达、仁宝等代工厂交易合作	笔记本电脑出货量占比为 8%左右	未直接交易，无法获取相关数据
三星	已进入合格供应商体系	从 2012 年 5 月开始交易合作	笔记本电脑出货量占比为 3%左右	***
联想	已进入合格供应商体系	从 2012 年开始通过联宝、仁宝等代工厂等合作	笔记本电脑出货量占比为 23%左右	未直接交易，无法获取相关数据

注：1、戴尔、宏基和联想虽未直接与发行人发生交易，但在设计阶段发行人与上述三个品牌厂商共同开发产品，并指定代工厂从发行人处采购，发行人通过该种方式进入到上述三个品牌厂的供应商体系中。2、2021 年品牌厂商的市场占有率数据来源于 DIGITIMES Research；2021 年发行人占各电脑品牌商的采购连接器的份额数据来源于品牌厂商的确认邮件。

2、发行人和代工厂的合作情况

名称	发行人取得的认证情况	合作背景	2020 年该品牌或者代工厂的市场占有率	2021 年发行人占各电脑品牌商和代工厂采购连接器的份额
广达	已进入合格供应商体系	从 2002 年开始交易合作	代工笔记本电脑出货量占比 27%左右	***
英业达	已进入合格供应商体系	从 2009 年开始交易合作	代工笔记本电脑出货量占比 10%左右	***
仁宝	已进入合格供应商体系	从 2005 年 1 月开始交易合作	代工笔记本电脑出货量占比 21%左右	***
纬创	已进入合格供应商体系	从 2002 年开始交易合作	代工笔记本电脑出货量占比 9%左右	***
和硕	已进入合格供应商体系	从 2002 年开始交易合作	代工笔记本电脑出货量占比 5%左右	***
鸿海	已进入合格供应商体系	从 2007 年开始交易合作	代工笔记本电脑出货量占比 6%左右	无法获取相关数据
联宝	已进入合格供应商体系	从 2012 年开始交易合作	代工笔记本电脑出货量占比 17%左右	***

注：2020 年代工厂的市场占有率数据来源于台湾永丰金证券的研究报告；2021 年发行人占代工厂的采购连接器的份额数据来源于代工厂的确认邮件。

（三）说明报告期内发行人向惠普销售额大幅增长的原因，除直接向品牌商销售外，是否还间接向惠普的代工厂销售；除惠普外，是否还存在其他直接的品牌商客户。

1、报告期内发行人向惠普销售额大幅增长的原因，除直接向品牌商销售外，发行人间接向惠普代工厂销售的情况

（1）2018 年至 2021 年，发行人向惠普销售的产品为笔记本电脑连接器，具体情况如下：

单位：万元

产品类别	2021 年度		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
Type C	9,926.21	57.90%	5,685.81	49.69%	4,052.60	48.69%	3,234.11	45.52%
DW	6,543.87	38.17%	4,555.00	39.81%	3,330.30	40.01%	2,879.93	40.54%
DC	672.27	3.92%	1,201.65	10.50%	941.15	11.31%	990.43	13.94%
总计	17,142.35	100.00%	11,442.46	100.00%	8,324.04	100.00%	7,104.48	100.00%

2018 年至 2021 年 ，发行人对惠普的销售额大幅增长，主要系 Type C 和 DW 两个系列产品销售额大幅增长所致。

发行人对惠普 Type C 销售额持续增加主要原因如下：①由于 Type C 在尺寸、功能、寿命、传输速率、便捷度等诸多方面存在优势，能够满足惠普轻薄笔记本电脑的要求，部分笔记本电脑连接器升级为 Type C 系列，使得惠普加大了对 Type C 的采购量，同时公司在 Type C 产品销售上加大了对惠普的拓展力度；②由于平板电脑和手机冲击的减弱，笔记本电脑出货量从 2019 年开始增长，再加上 2020 年、2021 年新冠疫情的影响，进一步带动了笔记本电脑需求的快速增长，笔记本电脑出货量的增加带动了惠普对于 Type C 系列产品的需求。

发行人对惠普 DW 系列产品的销售额的增加，主要由于平板电脑和手机冲击的减弱，笔记本电脑出货量从 2019 年开始增长，再加上 2020 年、2021 年新冠疫情的影响，进一步带动了笔记本电脑需求的快速增长，笔记本电脑出货量的增加带动了惠普对于 DW 系列产品的需求，导致发行人对惠普 DW 系列产品销售额持续增长。

（2）除直接向品牌商销售外，发行人存在间接向惠普代工厂销售的情况。2018 年至 2021 年，发行人向惠普代工厂的销售金额分别为 11,569.57 万元、13,784.99 万元、13,177.38 万元和 12,882.43 万元。

2、除惠普外，发行人向其他直接品牌商销售的情况

2018 年至 2021 年除向惠普销售产品外，发行人主要还向玳能、三星、华硕、蓝天电脑等品牌商直接销售，具体如下：

单位：万元

品牌厂商	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
玳能（原东芝）	583.07	820.46	1,080.48	799.56

三星	384.00	628.25	526.18	564.87
蓝天电脑	586.47	541.91	486.16	384.43
神讯电脑	275.97	236.99	369.94	280.55
华硕	82.90	117.21	152.14	123.99

（四）说明报告期内向鸿海集团及其下属公司销售的毛利率和终端客户情况，分析相关业务的可持续性

1、发行人向鸿海集团及下属公司销售的毛利率

2018 年至 2021 年，发行人销售给鸿海集团的毛利率分别为 18.69%、26.43%、30.70%和 23.32%，毛利率有所波动，主要原因如下：

发行人销售给鸿海集团的连接器产品主要是在中山信音生产，2018 年发行人销售给鸿海集团及下属子公司的毛利率较低，主要因为 2018 年中山信音销售规模较小，单位固定成本分摊较高，同时部分系列料号产品因客户要求降价，从而导致毛利率较低；2019 年和 2020 年发行人销售给鸿海集团及下属子公司的毛利率较高，主要因为 2019 年和 2020 年中山信音销售规模逐年增加，单位固定成本分摊减少，并且部分料号产品因导入自动化生产线，生产效率提高，导致单位成本有所下降，同时由于下游客户需求旺盛，产品的价格相对稳定，导致 2019 年、2020 年毛利率较高；2021 年发行人销售给鸿海集团及下属子公司的毛利率较低，主要因为：①因铜材、塑胶粒等大宗商品大幅涨价而使产品的单位成本上升；②消费电子连接器市场更新换代较快，公司原有部分连接器单价有所下降，新开发的连接器销量较少，导致单价上涨幅度小于单位成本的上涨速度；③公司的产品销售以外销为主，外销的货款以美元结算，2021 年人民币兑美元的平均汇率较 2020 年升值 6.47%，使得公司主营业务收入下降，同等条件下单位售价降低。

2018 年至 2021 年，发行人向鸿海集团及其下属子公司销售产品的终端客户主要为***、***、***、***、***和***，具体情况如下：

单位：万元

终端客户	2021 年度		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
***	3,247.24	52.49%	3,559.16	59.96%	3,354.71	60.58%	2,650.11	56.57%
***	563.49	9.11%	810.39	13.65%	1,069.62	19.31%	787.26	16.81%
***	1,146.98	18.54%	797.28	13.43%	318.33	5.75%	296.36	6.33%
***	553.60	8.95%	158.75	2.67%	118.30	2.14%	621.43	13.27%
***	47.31	0.76%	78.27	1.32%	244.05	4.41%	119.51	2.55%
***	0.11	0.00%	53.30	0.90%	345.18	6.23%	89.98	1.92%
合计	5,558.73	91.22%	5,457.17	91.93%	5,450.19	98.42%	4,564.64	97.45%

注：占比为发行人向鸿海集团及其下属子公司销售产品对应终端客户的金额占发行人销

售给鸿海集团的收入的比例。

2、发行人与鸿海集团业务的可持续性

发行人与鸿海集团于 2007 年开始合作，一直以来发行人与鸿海集团合作关系良好。2018 年至 2021 年发行人与鸿海集团履约正常，不存在重大违法违规或者不诚信的行为，未发生任何产品质量、付款、较大金额的退货等方面的纠纷。2018 年至 2021 年发行人销售给鸿海集团金额分别为 4,684.25 万元、5,537.87 万元、5,935.97 万元和 6,186.33 万元，销售金额逐年增加，发行人与鸿海集团的合作进一步加强。

发行人与鸿海集团 2021 年 12 月 31 日的订单总金额为 7,042.93 万元，占 2020 年全年的比例为 113.51% ，发行人与鸿海集团交易正常，不存在不利变化的情况。此外，根据鸿海集团的 2020 年年报显示，鸿海集团在中国台湾地区上市约 30 年，2020 年鸿海集团营业收入创历史新高，同时受惠于全球持续推动 5G 通讯基础设施建设和疫情的持续影响，消费电子产品、云端网络产品等需求增长，将会带动鸿海集团下一波成长，鸿海集团集团及其外部环境未发生重大不利变化。

综上所述，2018 年至 2021 年发行人与鸿海集团交易金额逐年增加，两者的合作进一步加强，此外发行人与鸿海集团 2021 年截止到 12 月 31 日的订单正常，不存在不利变化的情况，同时鸿海集团集团及其外部环境未发生重大不利变化，发行人与鸿海集团业务具有可持续性。

（五）结合报告期各期均有交易的客户销售额占比，报告期内新增客户情况、终止合作客户情况，分析客户的稳定性

1、2018 年至 2021 年，公司向各期均有交易的客户的销售情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
2018 年至 2021 年各期均有交易客户销售额（A）	85,731.62	79,806.67	68,283.53	58,377.93
当期主营业务收入（B）	93,399.83	84,613.21	70,993.04	61,658.98
占比（C=A/B）	91.79%	94.32%	96.18%	94.68%

2018 年至 2021 年，各期均与公司发生交易的客户的合计销售额占当期主营业务收入比例分别为 94.68%、96.18%、94.32%和 91.79%。公司与主要客户的合作关系稳定，主要系公司在长期的经营过程中，凭借丰富的技术储备、快速的产品开发、及时稳定的交货能力和良好的售前、售后服务水平，树立了良好的企业形象，并与客户建立了长期、稳定的合作关系。

2、2018 年至 2021 年新增客户情况、终止合作客户情况

（1）2018 年至 2021 年各期，公司向新增客户（上一期非发行人客户、本期为发行人客户）销售情况如下：

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度

新增客户数量（家）	78	79	68	104
数量占比	25.49%	24.92%	21.52%	29.05%
新增客户销售额（万元）	885.03	1,097.51	612.61	724.99
占当期主营业务收入比例	0.95%	1.30%	0.86%	1.18%

注：数量占比 =当年新增客户数量/当年客户数量

（2）公司向终止合作客户（上期为发行人客户、本期非发行人客户）销售情况如下：

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
终止合作客户数量（家）	89	78	110	116
数量占比	28.08%	24.68%	30.73%	31.35%
终止合作客户上年度销售额（万元）	1325.83	366.85	768.75	901.73
占上一年主营业务收入比例	1.57%	0.52%	1.25%	1.45%

注：数量占比=当年终止客户数量/上一年客户数量

（3）2018 年至 2021 年，根据销售金额大小分层，发行人客户变化的具体情况如下：

单位：家、万元

期间	销售额	新增客户数量	占当期新增客户数量比例	新增客户当期销售额	占当期新增客户销售额比例	占当期主营业务收入比例
2021 年度	≥100 万元	1	1.28%	144.84	16.37%	0.16%
	<100 万元	77	98.72%	740.18	83.63%	0.79%
	总计	78	100.00%	885.03	100.00%	0.95%
2020 年度	≥100 万元	2	2.53%	527.60	48.07%	0.62%
	<100 万元	77	97.47%	569.92	51.93%	0.67%
	总计	79	100.00%	1,097.51	100.00%	1.30%
2019 年度	≥100 万元	1	1.47%	100.97	16.48%	0.14%
	<100 万元	67	98.53%	511.64	83.52%	0.72%
	总计	68	100.00%	612.61	100.00%	0.86%
2018 年度	≥100 万元	1	0.96%	176.24	24.31%	0.29%
	<100 万元	103	99.04%	548.75	75.69%	0.89%
	总计	104	100.00%	724.99	100.00%	1.18%
期间	销售额	终止合作客户数量	占当期终止合作客户数量比例	终止合作客户上年销售额	占上年终止合作客户销售额比例	占上年主营业务收入比例
2021 年度	≥100 万元	2	2.25%	560.62	42.48%	0.66%
	<100 万元	87	97.75%	765.21	57.72%	0.90%

	总计	89	100.00%	1,325.83	100.00%	1.57%
2020 年度	≥100 万元	0	0.00%	0.00	0.00%	0.00%
	<100 万元	78	100.00%	366.85	100.00%	0.52%
	总计	78	100.00%	366.85	100.00%	0.52%
2019 年度	≥100 万元	1	0.91%	154.75	20.13%	0.25%
	<100 万元	109	99.09%	614.00	79.87%	1.00%
	总计	110	100.00%	768.75	100.00%	1.25%
2018 年度	≥100 万元	1	0.86%	190.31	21.11%	0.31%
	<100 万元	115	99.14%	711.42	78.89%	1.14%
	总计	116	100.00%	901.73	100.00%	1.45%

2018 年至 2021 年，公司新增及终止合作客户主要集中于年销售额 100 万以下的客户，主要系：①公司经过多年持续研发投入，在行业内已建立了较高的品牌知名度，为全球知名的笔记本电脑连接器生产厂商。新成立的公司或新涉足相关领域的企业，通常会优先选择向发行人采购产品；②公司积极开拓新的产品市场和新客户；③公司控制经营风险，主动减少与销售金额较小、回款周期较长或不佳客户的合作。

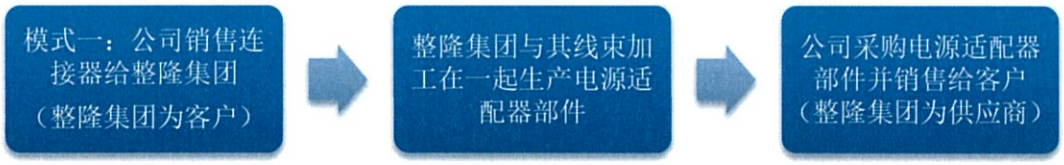
综上，公司 2018 年至 2021 年各期均有交易的客户销售额占比高，新增及终止合作客户对应的销售额占主营业务收入的比例较低，公司的主要客户群体稳定，与主要客户交易具有可持续性。

（六）按照中国证监会《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》问题 32 分析发行人与整隆集团的业务是否属于委托加工业务

1、公司与整隆集团的业务具体情况

公司向整隆集团采购的产品为电源适配器部件，该系列产品非公司自产产品。当客户向发行人采购电源适配器部件时，公司通过向整隆集团进行采购销售给客户，这种情况通常系整隆集团不是相应客户的合格供应商而公司是相应客户的合格供应商所致。

公司向整隆集团销售的产品为 Type C 系列连接器及少量其他连接器，公司销售给整隆集团的 Type C 系列连接器系上述电源适配器部件产品的零件之一。公司对整隆集团的销售分为两种模式，具体如下：





由上图可知，仅在模式一下整隆集团既是公司的客户也是公司的供应商，模式二下整隆集团仅为公司客户。两种模式的销售额具体如下：

单位：万元

模式	项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
模式一	对整隆集团销售连接器	329.24	430.84	346.15	222.52
	自整隆集团采购电源适配器部件	1,862.25	2,016.87	1,347.88	935.09
模式二	对整隆集团销售连接器	630.31	1,754.73	828.27	749.30
合计	销售总额	959.54	2,185.58	1,174.42	971.82
	采购总额	1,862.25	2,016.87	1,347.88	935.09

由上表可以看出，公司销售给整隆集团的产品中多数为模式二，即公司与整隆集团之间的采购、销售业务相对独立。

2、公司与整隆集团的业务不属于委托加工业务

在模式二中，整隆集团仅为公司的客户。以下对模式一中公司与整隆集团的业务不属于委托加工业务进行说明：

按照中国证监会《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》问题 32 的相关要求及说明，“委托加工是指由委托方提供原材料和主要材料，受托方按照委托方的要求制造货物并收取加工费和代垫部分辅助材料加工的业务。从形式上看，双方一般签订委托加工合同，合同价款表现为加工费，且加工费与受托方持有的主要材料价格变动无关”。

问题 32 中提到的委托加工业务和独立购销业务两者区别主要体现在以下五个方面：

（1）双方签订合同的属性类别，合同中主要条款，如价款确定基础和定价方式、物料转移风险归属的具体规定：

公司与整隆集团签订的合同为独立的销售、采购合同，合同主要条款约定的内容为具体的购销业务。公司向整隆集团采购时，对其下达采购订单，约定整隆集团以交付产品的方式进行交易，而非以加工服务的方式进行交易。

（2）生产加工方是否完全或主要承担了原材料生产加工中的保管和灭失、价格波动等风险：

整隆集团作为电源适配器部件产品的生产加工方，向发行人采购的材料根据合同约定：“产品的毁损、灭失风险自交货时转移”，即交货后，整隆集团取得材料的所有权并承担其毁损灭失风险。此外，双方合同还约定：“在市场行情发生重大变化时，双方可以重新协商产品价格”，即整隆集团作为生产加工方，也承担了采购材料的价格波动风险。

（3）生产加工方是否具备对最终产品的完整销售定价权：

整隆集团对其生产加工的最终产品电源适配器部件拥有完整的定价权，该价格是考虑产品成本及制造工艺等综合因素后经双方协商确定的，并非仅考虑人工费用。整隆集团对产品的报价本身不区分采购的材料及加工费部分，报价形式为每件产品的销售价格而非每件产品的加工费。

（4）生产加工方是否承担了最终产品销售对应账款的信用风险：

整隆集团将其加工完成后的电源适配器部件产品销售给发行人，根据合同约定双方定期对账，确认后由整隆集团开票，发行人自收到发票后一定期限内安排付款，整隆集团需要承担从发行人处收取该产品销售对应账款的信用风险。

（5）生产加工方对原材料加工的复杂程度，加工物料在形态、功能等方面变化程度等：

整隆集团向发行人采购零件后，与其线束进行组装，加工后的物料在形态与功能方面发生质的变化。公司销售给整隆集团的连接器产品平均单价约占自整隆集团采购的电源适配器部件产品平均单价的 22.15%，从产品的市场价格上也可看出物料变化程度较大。

结合上述五个方面可知，公司将原材料连接器销售给整隆集团后，整隆集团对其进行的加工并非简单工序，物料的形态和功用方面均有本质性变化。另外，双方交易中，采购方均需要承担所采购产品价格波动的风险，双方交易价格均为包含材料、辅料、加工费、利润在内的全额销售价格。双方购买和销售业务相对独立，双方对所有权转移条款约定明确，采购方对存货进行后续管理和核算，销售方没有保留存货的继续管理权。

综上所述，公司与整隆集团的业务模式一、二均不属于委托加工业务。

（七）说明前五名客户名称、销售金额与新三板披露的年报存在差异的原因，如为口径问题，说明对集团各下属公司的销售额。

2021 年 1 月 22 日，公司股票在新三板终止挂牌，因此发行人在新三板仅披露了 2018 年和 2019 年年报。2018 年和 2019 年，发行人新三板的年报与申报材料中披露的前五名客户名称、销售金额的情况如下：

单位：万元

年度	申报材料披露				新三板定期报告披露			
	序号	客户名称	销售收入	占比	序号	客户名称	销售收入	占比
2019 年度	1	惠普	8,324.04	11.73%	1	惠普	8,356.17	11.48%
	2	广达集团及其下属公司	7,367.46	10.38%	2	达丰（重庆）电脑有限公司	6,539.29	8.98%
	3	英业达集团及其下属公司	6,476.80	9.12%	3	英业达（重庆）有限公司	6,536.25	8.98%
	4	仁宝集团及其下属公司	6,412.07	9.03%	4	SE(USA)	5,508.14	7.56%
	5	纬创集团及其下属公司	5,950.07	8.38%	5	FIH(Hong Kong) Limited	3,326.82	4.57%
	合计		34,530.46	48.64%	合计		30,266.67	41.57%

年度	序号	客户名称	销售收入	占比	序号	客户名称	销售收入	占比
2018 年度	1	惠普	7,104.48	11.52%	1	惠普	7,089.91	10.83%
	2	广达集团及其下属公司	7,101.28	11.52%	2	达丰（重庆）电脑有限公司	5,947.62	9.08%
	3	仁宝集团及其下属公司	6,064.55	9.84%	3	英业达（重庆）有限公司	5,152.41	7.87%
	4	英业达集团及其下属公司	5,345.02	8.67%	4	SE(USA)	5,114.59	7.81%
	5	SE(USA)	4,890.27	7.93%	5	仁宝信息技术(昆山)有限公司	2,751.41	4.20%
	合计		30,505.59	49.47%	合计		26,055.93	39.79%

从上表可以看出，2018 年和 2019 年，发行人申报材料和新三板年报中披露前五大客户的销售金额、占比及排名顺序存在差异，主要因为申报材料中披露的口径为集团口径，而新三板年报披露口径为客户单体口径，以及申报材料中部分客户如惠普、SE(USA)等的销售金额进行了审计调整。

2018 年至 2021 年，发行人前五大客户中集团各下属公司销售及占主营业务收入的比例情况具体如下：

单位：万元

2021 年度			
序号	客户名称	销售收入	占比
1	惠普	17,142.35	18.35%
2	纬创集团及其下属公司	10,950.53	11.72%
2.1	纬创资通(成都)有限公司	5,897.41	6.31%
2.2	纬创资通(中山)有限公司	2,005.90	2.15%
3.3	纬创资通(昆山)有限公司	1,686.30	1.81%
2.4	纬创资通(重庆)有限公司	1,236.65	1.32%
2.5	纬创资通股份有限公司	114.49	0.12%
2.6	Wistron Technology(Malaysia) Sdn. Bdh	5.63	0.01%
2.7	WISTRON INFOCOMM TECHNOLOGY (AMERICA) CORPORATION	2.78	0.00%
2.8	纬颖科技服务股份有限公司	1.37	0.00%
3	广达集团及其下属公司	10,094.22	10.81%
3.1	达丰(重庆)电脑有限公司	8,161.04	8.74%
3.2	达功(上海)电脑有限公司	765.34	0.82%
3.3	达丰(上海)电脑有限公司	630.92	0.68%
3.4	TECHMAN ELECTRONICS(THAILAND) CO.,LTD.	404.90	0.43%
3.5	QUANTA STORAGE ASIA LTD	94.66	0.10%
3.6	广达电脑股份有限公司	22.34	0.02%
3.7	达人(上海)电脑有限公司	15.01	0.02%

4	SE(USA)	7,269.38	7.78%
5	鸿海集团及其下属公司	6,186.33	6.62%
5.1	富智康(香港)有限公司	3,242.04	3.47%
5.2	鸿海精密工业股份有限公司	1,170.74	1.25%
5.3	玳能科技(杭州)有限公司	583.07	0.62%
5.4	昆山富士锦电子有限公司	500.44	0.54%
5.5	深圳富桂精密工业有限公司	261.20	0.28%
5.6	深圳富联富桂精密工业有限公司	153.53	0.16%
5.7	鸿富锦精密工业(深圳)有限公司	137.89	0.15%
5.8	富誉电子科技(淮安)有限公司	89.90	0.10%
5.9	FuKang Technology Company limited	21.84	0.02%
5.10	鸿腾精密科技股份有限公司	6.88	0.01%
5.11	南宁富桂精密工业有限公司	6.16	0.01%
5.12	鸿富泰精密电子（烟台）有限公司	4.41	0.00%
5.13	东莞富强电子科技有限公司	4.07	0.00%
5.14	富盟电子科技(菏泽)有限公司	2.15	0.00%
5.15	鸿龄科技股份有限公司	1.05	0.00%
5.16	ECMMS Precision Singapore Pte. Ltd.	0.94	0.00%
合计		51,642.82	55.29%

2020 年度

序号	客户名称	销售收入	占比
1	惠普	11,442.46	13.52%
2	广达集团及其下属公司	9,788.96	11.57%
2.1	达丰(重庆)电脑有限公司	7,491.85	8.85%
2.2	达功(上海)电脑有限公司	1,171.43	1.38%
2.3	达丰(上海)电脑有限公司	620.36	0.73%
2.4	QUANTA STORAGE ASIA LTD	413.17	0.49%
2.5	TECHMAN ELECTRONICS(THAILAND) CO.,LTD.	59.84	0.07%
2.6	达人(上海)电脑有限公司	16.91	0.02%
2.7	广达电脑股份有限公司	15.39	0.02%
3	纬创集团及其下属公司	7,621.07	9.01%
3.1	纬创资通(成都)有限公司	3,254.65	3.85%
3.2	纬创资通(昆山)有限公司	2,125.48	2.51%
3.3	纬创资通(中山)有限公司	1,367.12	1.62%
3.4	纬创资通(重庆)有限公司	798.23	0.94%
3.5	纬创资通股份有限公司	72.47	0.09%
3.6	Wistron Technology(Malaysia) Sdn. Bdh	2.60	0.00%
3.7	纬颖科技服务股份有限公司台南分公司	0.47	0.00%

3.8	纬腾技术服务（昆山）有限公司	0.05	0.00%
4	仁宝集团及其下属公司	7,515.33	8.88%
4.1	仁宝信息技术(昆山)有限公司	3,317.16	3.92%
4.2	仁宝电脑(成都)有限公司	2,189.58	2.59%
4.3	仁宝电脑(重庆)有限公司	991.65	1.17%
4.4	仁宝资讯工业(昆山)有限公司	881.82	1.04%
4.5	仁宝网路资讯(昆山)有限公司	91.68	0.11%
4.6	仁宝电脑工业股份有限公司	43.45	0.05%
5	英业达集团及其下属公司	6,664.66	7.88%
5.1	英业达(重庆)有限公司	6,618.33	7.83%
5.2	英华达(南京)科技有限公司	39.47	0.05%
5.3	英华达(上海)科技有限公司	6.86	0.01%
合计		43,032.49	50.86%

2019 年度

序号	客户名称	销售收入	占比
1	惠普	8,324.04	11.73%
2	广达集团及其下属公司	7,367.46	10.38%
2.1	达丰(重庆)电脑有限公司	6,379.13	8.99%
2.2	达功(上海)电脑有限公司	442.54	0.62%
2.3	达丰(上海)电脑有限公司	245.95	0.35%
2.4	TECHMAN ELECTRONICS(THAILAND) CO.,LTD.	169.64	0.24%
2.5	QUANTA STORAGE ASIA LTD	54.35	0.08%
2.6	达研(上海)光电有限公司	43.82	0.06%
2.7	达人(上海)电脑有限公司	27.59	0.04%
2.8	广达电脑股份有限公司	4.45	0.01%
3	英业达集团及其下属公司	6,476.80	9.12%
3.1	英业达(重庆)有限公司	6,407.56	9.02%
3.2	英华达(南京)科技有限公司	50.65	0.07%
3.3	英源达科技有限公司	11.62	0.02%
3.4	英华达(上海)科技有限公司	6.94	0.01%
3.5	英业达科技有限公司	0.02	0.00%
4	仁宝集团及其下属公司	6,412.07	9.03%
4.1	仁宝信息技术(昆山)有限公司	2,982.12	4.20%
4.2	仁宝电脑(成都)有限公司	1,601.71	2.26%
4.3	仁宝资讯工业(昆山)有限公司	1,011.77	1.42%
4.4	仁宝电脑(重庆)有限公司	746.20	1.05%
4.5	仁宝网路资讯(昆山)有限公司	51.88	0.07%
4.6	仁宝电脑工业股份有限公司	18.40	0.03%

5	纬创集团及其下属公司	5,950.07	8.38%
5.1	纬创资通(成都)有限公司	2,478.97	3.49%
5.2	纬创资通(重庆)有限公司	1,753.69	2.47%
5.3	纬创资通(中山)有限公司	889.22	1.25%
5.4	纬创资通(昆山)有限公司	815.30	1.15%
5.5	纬创资通股份有限公司	11.33	0.02%
5.6	纬腾技术服务（昆山）有限公司	1.55	0.00%
合计		34,530.46	48.64%

2018 年度

序号	客户名称	销售收入	占比
1	惠普	7,104.48	11.52%
2	广达集团及其下属公司	7,101.28	11.52%
2.1	达丰(重庆)电脑有限公司	5,768.28	9.36%
2.2	达功(上海)电脑有限公司	967.48	1.57%
2.3	达丰(上海)电脑有限公司	180.40	0.29%
2.4	达研(上海)光电有限公司	151.58	0.25%
2.5	达人(上海)电脑有限公司	27.93	0.05%
2.6	TECHMAN ELECTRONICS(THAILAND) CO.,LTD.	5.39	0.01%
2.7	达富电脑(常熟)有限公司	0.21	0.00%
3	仁宝集团及其下属公司	6,064.55	9.84%
3.1	仁宝信息技术(昆山)有限公司	2,737.40	4.44%
3.2	仁宝电脑(成都)有限公司	1,388.17	2.25%
3.3	仁宝资讯工业(昆山)有限公司	1,141.81	1.85%
3.4	仁宝电脑(重庆)有限公司	708.29	1.15%
3.5	仁宝网路资讯(昆山)有限公司	77.16	0.13%
3.6	仁宝电脑工业股份有限公司	11.73	0.02%
4	英业达集团及其下属公司	5,345.02	8.67%
4.1	英业达(重庆)有限公司	5,174.50	8.39%
4.2	英源达科技有限公司	101.23	0.16%
4.3	英华达(南京)科技有限公司	59.04	0.10%
4.4	英华达(上海)科技有限公司	10.16	0.02%
4.5	英业达科技有限公司	0.09	0.00%
5	SE(USA)	4,890.27	7.93%
合计		30,505.59	49.47%

（八）走访与函证情况

1、走访情况

中介机构对发行人 2018 年至 2021 年主要客户通过视频、电话、实地走访等进行了核查，

具体情况如下：

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
访谈的客户家数	30	30	30	30
访谈覆盖销售金额（万元）	75,799.98	70,270.46	59,886.10	51,526.45
发行人营业总收入（万元）	95,134.16	86,763.12	72,386.66	63,547.11
访谈覆盖客户的销售金额占营业收入的比例	79.68%	80.99%	82.73%	81.08%

2、函证情况

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
主营业务收入 A	93,399.83	84,613.21	70,993.04	61,658.98
发函金额 B	79,559.93	74,412.88	67,314.94	58,022.34
发函比例=B/A	85.18%	87.94%	94.82%	94.10%
回函确认金额=C+D	74,053.02	67,834.32	55,184.72	47,404.45
其中：回函相符 C	32,161.29	30,100.22	13,882.99	10,934.21
调节后确认 D	41,891.73	37,734.09	41,301.73	36,470.23
回函确认比例=(C+D)/A	79.29%	80.17%	77.73%	76.88%
未回函替代测试 E	5,506.92	6,578.56	8,802.78	7,157.99
替代测试比例=E/A	5.90%	7.77%	12.40%	11.61%
回函确认+替代测试合计占比=(C+D+E)/A	85.18%	87.94%	90.13%	88.49%

（九）申报会计师核查意见

1、核查手段

申报会计师采取了以下核查手段对发行人客户事项进行了核查：

（1）取得发行人收入成本明细表，对发行人的笔记本电脑、消费电子、汽车及其他连接器的前五大客户进行了分析；

（2）取得 DIGITIMES Research 的研究报告、发行人取得的各品牌厂商和代工厂提供的合格供应商账号、密码等，取得与发行人直接合作的品牌厂商和代工商关于发行人采购占比的邮件等，对发行人与品牌商和代工厂的合作情况进行了核查；

（3）取得发行人收入成本明细表、销售合同等，分析发行人对惠普的销售情况；

（4）取得发行人收入成本明细表、销售合同和截止 2021 年 12 月 31 日鸿海的订单情况等，分析发行人与鸿海的交易情况；

（5）取得发行人的主要客户信息表、收入成本明细表，对发行人 2018 年至 2021 年客户的变动情况进行分析；

（6）访谈公司管理层及相关业务人员，了解公司与整隆集团发生采购及销售业务的原因，并分析其商业合理性；获取公司与整隆集团的采购及销售明细，核查其采购、销售商品

的情况，获取对应的合同，检查合同关键条款；对公司与整隆集团的采购及销售业务执行了发函和走访程序，了解业务背景及双方合作模式；根据交易合同及了解到的交易实质，结合《企业会计准则》有关规定及《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》问题 32 相关说明，判断公司与整隆集团之间的业务不属于委托加工业务的合理性；

（7）取得发行人披露的 2018 年、2019 年年报和发行人的主要客户信息表、收入成本明细表，分析比较发行人招股说明书中披露的前五大客户名称、销售金额与新三板的差异情况；

（8）对发行人 2018 年至 2021 年的主要客户进行了走访与函证。

2、核查结论

经核查，申报会计师认为：

（1）2018 年至 2021 年，笔记本电脑连接器前五大客户收入占营业收入的比例分别为 45.14%、46.22%、46.21%和 50.43%，占比较为稳定；消费电子连接器前五大客户收入占营业收入的比例分别为 19.16%、15.94%、17.06%和 13.86%，占比较为稳定；汽车及其他连接器前五大客户收入占营业收入的比例分别为 4.27%、5.74%、6.89%、8.29%，占比逐年上升，主要系发行人积极拓展汽车等领域的客户所致。

（2）发行人已进入终端品牌厂商和代工厂的合格供应商名录，并且合作时间较长，合作关系较为稳定。

（3）2018 年至 2021 年，发行人对惠普的销售大幅增长，主要系 Type C 和 DW 两个系列产品销售额大幅增长所致；除直接向品牌商销售外，发行人存在间接向惠普代工厂销售的情况，2018 年至 2021 年，发行人向惠普代工厂的销售金额分别为 11,569.57 万元、13,784.99 万元、13,177.38 万元和 12,882.43 万元；2018 年至 2021 年除向惠普销售产品外，发行人主要还向玳能、三星、华硕、蓝天电脑等品牌商直接销售。

（4）2018 年至 2021 年，发行人向鸿海集团及其下属子公司销售产品的终端客户主要为***、***、***、***、***和***等，2018 年至 2021 年，发行人销售给鸿海集团及其下属子公司的毛利率存在一定的波动，主要系固定成本分摊增加或减少、自动化设备导入以及产品的价格、原材料的价格、汇率的波动所致；2018 年至 2021 年发行人与鸿海集团交易金额逐年增加，双方的合作进一步加强，此外发行人与鸿海集团 2021 年截止到 12 月 31 日的订单正常，不存在不利变化的情况，同时鸿海集团集团及其外部环境未发生重大不利变化，发行人与鸿海集团业务具有可持续性。

（5）公司 2018 年至 2021 年各期均有交易的客户销售额占比高，新增及终止合作客户对应的销售额占主营业务收入的比例较低，公司的主要客户群体稳定，与主要客户交易具有可持续性。

（6）公司与整隆集团的交易是相互独立的采购、销售业务，按照中国证监会《首发业

务若干问题解答（2020年6月修订）》问题32相关要求，不属于委托加工业务。

（7）2018年和2019年，发行人申报材料和新三板年报中披露前五大客户的销售金额、占比及排名顺序存在差异，主要因为申报材料中披露的口径为集团口径，新三板年报披露口径为客户单体口径，未按照集团口径进行合并。

【问询函6】关于采购

申报文件显示：

（1）报告期内，发行人原材料采购中冲压件占比分别为50.46%、50.38%、43.47%和40.42%。

（2）报告期内，根据客户的需求，结合公司的生产安排，发行人从其他连接器厂商采购部分连接器产品，此类产品主要由公司提供产品标准和技术支持等，报告期内产成品采购金额逐年上升，分别为9,660.77万元、11,561.46万元、16,492.90万元和4,206.74万元。

（3）报告期内，发行人前五大供应商占比分别为23.50%、24.94%、26.97%和30.03%。

（4）发行人披露的报告期内前五名供应商名称、采购金额与新三板存在差异。

请发行人：

（1）结合发行人产品结构的变化，分析冲压件采购占比降低的原因；说明冲压件是否为定制化产品，定价机制，冲压件的前五大供应商名称、成立日期、经营规模、报告期内采购额。

（2）说明发行人采购产成品是否属于OEM生产模式，发行人生产模式的披露是否准确，采购产成品的具体类型，发行人是否具备自制能力；报告期内发行人产成品采购金额逐年上升的原因，报告期内产成品采购的前五大供应商，发行人占其同类产品销售额比，是否存在供应商与竞争对手重叠的情形；同类产品产成品采购价与发行人自制单位成本的差异及其合理性。

（3）结合报告期各期均有交易的供应商采购占比、终止合作的供应商、新增供应商等，分析发行人供应商的稳定性。

（4）说明前五名供应商名称、采购金额与新三板存在差异的原因，如为口径问题，请说明对集团各下属公司的采购额。

（5）说明报告期内客户指定采购情况和原材料进口情况。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

（一）结合发行人产品结构的变化，分析冲压件采购占比降低的原因；说明冲压件是

否为定制化产品，定价机制，冲压件的前五大供应商名称、成立日期、经营规模、报告期内采购额

1、结合发行人产品结构的变化，分析冲压件采购占比降低的原因

（1）公司产品结构的变化

2018 年至 2021 年，发行人主要产品的收入及占比情况如下：

单位：万元

产品类型	2021 年度		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
传输连接器	41,694.21	44.64%	36,089.27	42.65%	27,214.13	38.33%	19,966.45	32.38%
电源连接器	20,066.49	21.48%	19,772.97	23.37%	19,122.23	26.94%	17,382.30	28.19%
影音连接器	17,694.64	18.95%	19,761.32	23.35%	17,025.91	23.98%	16,278.34	26.40%
其他	13,944.48	14.93%	8989.64	10.62%	7630.77	10.75%	8031.89	13.03%
总计	93,399.83	100.00%	84,613.21	100.00%	70,993.04	100.00%	61,658.98	100.00%

2018 年至 2021 年发行人传输连接器收入占比持续增加，主要因为集成充电、影音信号和数据传输功能的 Type C 产品发展迅速，发行人重点拓展 Type C 的销售，2018 年至 2021 年发行人 Type C 收入金额大幅上升，导致发行人传输连接器收入占比持续增加。

（2）冲压件采购占比降低的原因

2018 年至 2021 年发行人主要原材料的采购情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
冲压件	9,807.99	37.95%	9,829.93	43.47%	9,000.88	50.38%	8,061.71	50.46%
注塑件	5,931.70	22.95%	3,052.61	13.50%	1,060.83	5.94%	444.46	2.78%
塑胶粒	2,528.57	9.78%	2,495.63	11.04%	2,209.20	12.37%	2,129.17	13.33%
产品零部件	2,524.36	9.77%	2,179.88	9.64%	1,540.41	8.62%	1,412.18	8.84%
五金材料	2,341.61	9.06%	2,540.37	11.23%	2,207.44	12.36%	1,977.40	12.38%
线材	1,574.38	6.09%	1,383.72	6.12%	807.16	4.52%	1,000.58	6.26%
包材	1,121.91	4.34%	1,114.88	4.93%	1,021.79	5.72%	947.55	5.93%
其他	11.29	0.04%	16.03	0.07%	18.64	0.10%	2.11	0.01%
合计	25,841.82	100.00%	22,613.06	100.00%	17,866.35	100.00%	15,975.16	100.00%

2018 年至 2021 年，发行人冲压件的采购金额分别为 8,061.71 万元、9,000.88 万元、9,829.93 万元和 9,807.99 万元，总体呈上升趋势，与发行人收入变动趋势基本一致。2018 年和 2019 年冲压件采购金额增长，采购占比波动较小，基本保持稳定，2020 年和 2021 年冲压件采购金额均较 2019 年度增长，但采购占比却大幅下降主要因为 2020 年和 2021 年 Type C 注塑件采购金额大幅增长，使得注塑件的总体采购占比大幅提升，导致冲压件的采购占比

大幅下降。

2018 年至 2021 年发行人 Type C 注塑件采购的情况和 Type C 系列的销售情况如下：

产品	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
Type C 注塑件采购金额（万元）	4,234.77	2,146.03	112.74	-
Type C 系列销售收入（万元）	21,368.80	16,544.66	9,994.13	6,425.34
Type C 系列销售收入增长率	29.16%	65.54%	55.54%	-
Type C 系列销售收入占比	22.88%	19.55%	14.08%	10.42%

2018 年至 2021 年，发行人 Type C 注塑件采购金额大幅增长，主要系发行人 Type C 系列产品销售金额和占比均大幅增长，发行人因产能不足或自制不经济而大量外采 Type C 的注塑件所致，发行人 Type C 系列产品注塑件的采购增长趋势与 Type C 系列产品销售收入的增长趋势一致。

综上所述，发行人 Type C 系列产品销售金额和占比均大幅增长，发行人因产能不足或自制不经济大量外采 Type C 的注塑件导致 2018 年至 2021 年公司原材料中的注塑件采购占比大幅上升，从而使得冲压件的采购占比降低，上述变化与发行人产品结构变化一致。

2、说明冲压件是否为定制化产品，定价机制，冲压件的前五大供应商名称、成立日期、经营规模、报告期内采购额

2018 年至 2021 年，发行人采购的冲压件均为定制化产品，冲压模具的设计、开发均由发行人完成，冲压件供应商按照发行人提供的模具进行生产并专供发行人使用。

发行人主要考虑相关冲压件的原材料成本和制造成本，结合产品技术复杂程度、冲压设备投入情况、市场供求情况、其他供应商的价格情况等因素，综合确定采购冲压件的单价区间，同时考虑合作历史、交易规模等因素，最终与供应商协商确定价格。

2018 年至 2021 年，发行人冲压件的前五大供应商情况如下：

单位：万元

2021 年度						
序号	供应商名称	成立日期	经营规模（年营收）	金额	占冲压件采购额比例	占采购总额比例
1	昆山玮奥精密电子材料有限公司	2009 年 7 月 1 日	1000 万元-5000 万元	2,262.02	23.06%	3.96%
2	苏州本茂电子集团[注]	2020 年 9 月 8 日；2014 年 5 月 27 日	1000 万元-5000 万元	1,140.86	11.63%	2.00%
3	昆山大瑞来机电有限公司	2014 年 6 月 25 日	1000 万元-5000 万元	1,043.57	10.64%	1.83%
4	玉环市鑫泰电子元件有限公司	2003 年 7 月 23 日	1000 万元-5000 万元	857.75	8.75%	1.50%
5	昆山沃崎精密机械有限公司	2010 年 11 月 24 日	5000 万元-1 亿元	685.35	6.99%	1.20%
合计				5,989.54	61.07%	10.49%
2020 年度						

序号	供应商名称	成立日期	经营规模（年营收）	金额	占冲压件采购额比例	占采购总额比例
1	昆山玮奥精密电子材料有限公司	2009 年 7 月 1 日	1000 万元-5000 万元	2,556.52	26.01%	4.77%
2	昆山大瑞来机电有限公司	2014 年 6 月 25 日	1000 万元-5000 万元	1,143.15	11.63%	2.13%
3	苏州本茂五金制品有限公司[注]	2014 年 5 月 27 日	1000 万元-5000 万元	1,057.70	10.76%	1.97%
4	玉环市鑫泰电子元件有限公司	2003 年 7 月 23 日	1000 万元-5000 万元	753.14	7.66%	1.40%
5	苏州市森巨精密五金有限公司	2013 年 10 月 10 日	1000 万元-5000 万元	579.56	5.90%	1.08%
合计				6,090.06	61.95%	11.36%

2019 年度

序号	供应商名称	成立日期	经营规模（年营收）	金额	占冲压件采购额比例	占采购总额比例
1	昆山玮奥精密电子材料有限公司	2009 年 7 月 1 日	1000 万元-5000 万元	2,323.73	25.82%	5.69%
2	昆山大瑞来机电有限公司	2014 年 6 月 25 日	1000 万元-5000 万元	919.69	10.22%	2.25%
3	苏州本茂五金制品有限公司[注]	2014 年 5 月 27 日	1000 万元-5000 万元	830.52	9.23%	2.04%
4	玉环市鑫泰电子元件有限公司	2003 年 7 月 23 日	1000 万元-5000 万元	752.49	8.36%	1.84%
5	昆山沃崎精密机械有限公司	2010 年 11 月 24 日	5000 万元-1 亿元	642.80	7.14%	1.58%
合计				5,469.23	60.76%	13.40%

2018 年度

序号	供应商名称	成立日期	经营规模（年营收）	金额	占冲压件采购额比例	占采购总额比例
1	昆山玮奥精密电子材料有限公司	2009 年 7 月 1 日	1000 万元-5000 万元	2,118.30	26.28%	5.79%
2	苏州本茂五金制品有限公司[注]	2014 年 5 月 27 日	1000 万元-5000 万元	877.29	10.88%	2.40%
3	苏州市森巨精密五金有限公司	2013 年 10 月 10 日	1000 万元-5000 万元	773.73	9.60%	2.12%
4	昆山大瑞来机电有限公司	2014 年 6 月 25 日	1000 万元-5000 万元	641.67	7.96%	1.76%
5	苏州健华精密五金有限公司	2006 年 4 月 4 日	1000 万元-5000 万元	403.54	5.01%	1.10%
合计				4,814.52	59.72%	13.17%

注：苏州本茂电子集团包含苏州本茂电子科技有限公司和苏州本茂五金制品有限公司，均受同一自然人控制。其中苏州本茂电子科技有限公司成立于 2020 年 9 月 8 日，苏州本茂五金制品有限公司成立于 2014 年 5 月 27 日。2021 年以前，发行人仅与苏州本茂五金制品有限公司进行交易。

如上所述，2018 年至 2021 年发行人冲压件的前五大供应商整体保持稳定，发行人的冲压件采购较为集中，报告各期冲压件前五大供应商合计采购占比均在 60%左右，但不存在单一供应商采购占比大于 50%的情况。

（二）说明发行人采购产成品是否属于 OEM 生产模式，发行人生产模式的披露是否准确，采购产成品的具体类型，发行人是否具备自制能力；报告期内发行人产成品采购金额逐年上升的原因，报告期内产成品采购的前五大供应商，发行人占其同类产品销售额比，是否存在供应商与竞争对手重叠的情形；同类产品产成品采购价与发行人自制单位成本的差异及其合理性

1、说明发行人采购产成品是否属于 OEM 生产模式，发行人生产模式的披露是否准确，采购产成品的具体类型，发行人是否具备自制能力

OEM 为 Original Equipment Manufacture（原始设备制造商）的缩写，基本含义为委托方不直接生产产品，而是利用自己掌握的关键的核心技术负责设计和开发新产品，控制销售渠道，具体的加工任务通过合同订购的方式委托同类产品的其他厂家生产，再将所订产品买断，受托方仅完成产品代加工的步骤。根据 OEM 定义，发行人采购的产成品主要属于 OEM 生产模式。

对于 OEM 生产模式，公司向 OEM 供应商提出产品设计、规格、数量等方面的要求，OEM 供应商根据公司要求自行采购原材料并生产对应料号的连接器，此过程中公司对生产提供设计和技术支持，并自 OEM 供应商采购后对外销售。公司根据销售订单需求和公司自有生产能力的排产情况确定具体的 OEM 需求并向 OEM 供应商下达生产订单。对于 OEM 生产，公司对 OEM 供应商的选定、下单及定价、生产及交付、产品品质管控等方面进行了严格管理，2018 年至 2021 年，公司 OEM 供应商较为稳定。

由于公司采购产成品不仅是包含 OEM 生产模式，发行人在招股书中仍披露为外购成品。为了更准确和直观的说明采购产成品的主要模式，发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术/一、主要业务、主要产品及变化情况/（二）公司主要经营模式/3、生产模式”补充披露了 OEM 生产模式的情况，具体如下：“此外，根据客户的需求，结合公司的生产安排，公司存在从其他连接器厂商采购连接器成品的情况，公司的外购成品主要通过 OEM 模式生产。对于 OEM 生产模式，公司向 OEM 供应商提出产品设计、规格、数量等方面的要求，供应商根据公司要求自行采购原材料并生产对应料号的连接器，此过程中公司对生产提供设计和技术支持，并自 OEM 供应商采购后对外销售。公司根据销售订单需求和公司自有生产能力的排产情况确定具体的 OEM 需求并向 OEM 供应商下达生产订单。公司对 OEM 供应商选定、下单及定价、生产及交付、产品品质管控等方面进行了严格管理，2018 年至 2021 年，公司 OEM 供应商较为稳定。”

发行人采购产成品的的具体类型情况如下：

单位：万元

项目	2021年度		2020年度		2019年度		2018年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比

OEM 生产模式	RJ/TJ	2,488.65	13.82%	3,696.16	22.41%	3,875.05	33.52%	3,138.01	32.48%
	Type C	4,142.03	23.01%	3,199.93	19.40%	1,042.60	9.02%	897.54	9.29%
	USB	4,588.86	25.49%	3,061.31	18.56%	1,707.29	14.77%	1,275.66	13.20%
	HDMI	1,990.70	11.06%	1,816.65	11.01%	1,303.08	11.27%	1,239.97	12.84%
	Audio	1,042.70	5.79%	1,070.04	6.49%	845.57	7.31%	617.26	6.39%
	其他	1,888.42	10.49%	1,631.96	9.89%	1,439.99	12.46%	1,557.24	16.12%
	小计	16,141.37	89.66%	14,476.04	87.77%	10,213.58	88.34%	8,725.68	90.32%
非 OEM 生产模式	Type C	1,857.14	10.32%	1,963.48	11.90%	1,346.63	11.65%	935.09	9.68%
	其他	5.11	0.03%	53.39	0.32%	1.25	0.01%	-	0.00%
	小计	1,862.25	10.34%	2,016.87	12.23%	1,347.88	11.66%	935.09	9.68%
合计		18,003.62	100.00%	16,492.90	100.00%	11,561.46	100.00%	9,660.77	100.00%

发行人采购产成品主要为 Type C 、RJ/TJ、USB、HDMI 和 Audio 系列的产品，主要采取 OEM 的生产模式。发行人具备相关产品的自制能力，发行人均存在自产的上述系列产品，但自产料号与外购产成品料号均不重合。发行人外购产成品主要原因为公司产能不足或自制不经济。

2、报告期内发行人产成品采购金额逐年上升的原因，报告期内产成品采购的前五大供应商，发行人占其同类产品销售额比，是否存在供应商与竞争对手重叠的情形。

2018 年至 2021 年发行人采购产成品金额不断上升的原因如下：

（1）受下游行业需求增加影响，公司 2018 年至 2021 年订单总额持续增长，公司现有产能不足，为满足客户的需求，增加了上述产品的外购规模；

（2）部分产品公司自制不经济。

2018 年至 2021 年，发行人外购产成品的前五大厂商的情况如下：

单位：万元

2021 年度

序号	供应商名称	金额	发行人占其同类产品销售额比例	占产成品采购额比例	占采购总额比例
1	禾创集团及其下属公司	6,450.67	20%-50%	35.83%	11.30%
2	整隆集团及其下属公司	1,862.25	5%以下	10.34%	3.26%
3	东莞市建翰电子集团注	1,693.40	20%-50%	9.41%	2.97%
4	世勋集团及其下属公司	1,212.29	20%-50%	6.73%	2.12%
5	深圳市正瑞电子有限公司	860.00	20%-50%	4.78%	1.51%
合计		12,078.60	-	67.09%	21.16%

2020 年度

序号	供应商名称	金额	发行人占其同类产品销售额比例	占产成品采购额比例	占采购总额比例
1	禾创集团及其下属公司	4,758.98	20%-50%	28.85%	8.88%
2	世勋集团及其下属公司	2,794.71	5%-20%	16.94%	5.21%

3	整隆集团及其下属公司	2,016.87	5%-20%	12.23%	3.76%
4	东莞市建翰电子集团[注]	1,018.43	5%-20%	6.17%	1.90%
5	深圳市正瑞电子有限公司	649.46	20%-50%	3.94%	1.21%
合计		11,238.46	-	68.14%	20.96%

2019 年度

序号	供应商名称	金额	发行人占其同类产品销售额比例	占产成品采购额比例	占采购总额比例
1	世勋集团及其下属公司	2,919.55	20%-50%	25.25%	7.15%
2	禾创集团及其下属公司	1,955.84	20%-50%	16.92%	4.79%
3	整隆集团及其下属公司	1,347.88	5%-20%	11.66%	3.30%
4	为为电子集团及其下属公司	774.45	5%以下	6.70%	1.90%
5	欣悦科技股份有限公司	399.48	20%-50%	3.46%	0.98%
合计		7,397.20	-	63.98%	18.13%

2018 年度

序号	供应商名称	金额	发行人占其同类产品销售额比例	占产成品采购额比例	占采购总额比例
1	世勋集团及其下属公司	2,583.11	20%-50%	26.74%	7.07%
2	禾创集团及其下属公司	1,927.12	20%-50%	19.95%	5.27%
3	整隆集团及其下属公司	935.09	5%-20%	9.68%	2.56%
4	硕达电子集团及其下属公司	447.78	5%-20%	4.64%	1.22%
5	唐虞集团及其下属公司	433.72	5%以下	4.49%	1.19%
合计		6,326.82	-	65.49%	17.31%

注：东莞市建翰电子集团包含东莞市建翰电子科技有限公司和东莞市森联精密电子有限公司。

发行人外购产成品供应商较为集中，2018 年至 2021 年前五大外购产成品供应商占比均在 65%左右，但不存在单一外购产成品供应商占比超过 50%的情形。2018 年至 2021 年前五大外购产成品供应商存在与竞争对手重叠的情形。发生重叠的外购产成品供应商情况如下：

供应商名称	与发行人重叠的主要客户
唐虞集团及其下属公司	广达集团及其下属公司；英业达集团及其下属公司；仁宝集团及其下属公司；纬创集团及其下属公司。

发行人向唐虞集团外购产成品属于 OEM 生产模式，唐虞集团存在既向发行人 OEM 代工连接器，也向发行人的客户直接销售连接器的情况。唐虞集团主要从事笔记本电脑连接器的生产、销售，因此也直接向一些大型笔记本电脑代工厂直接销售连接器，但唐虞集团向发行人销售的连接器与销售给发行人客户的连接器料号均不重合，发行人与唐虞集团在协议中明确约定唐虞集团不得将相同或相似的产品和向第三人销售，否则唐虞集团将承担远高于其收益的违约责任。

3、同类产品产成品采购价与发行人自制单位成本的差异及其合理性。

如上所述，发行人外购产成品主要为 TYPE C 、RJ/TJ、USB、HDMI 和 Audio 系列的产品，2018 年至 2021 年，上述产品占外购产成品总额的比率分别为 83.88%、87.53%、89.78%和 89.48%。对于外购的产成品，发行人均不生产相同料号的产品，发行人外购产成品的采购价与发行人自制产品的单位成本不具备可比性。对于上述系列产品，2018 年至 2021 年发行人各系列外购产成品主要料号的采购单价区间和自制产品主要料号的单位成本区间情况如下：

项目	2021 年度		2020 年度	
	外购产成品	自制产品	外购产成品	自制产品
TYPE C	1.01-11.91	0.86-3.33	1.04-9.41	0.92-3.22
RJ/TJ	0.79-64.90	0.65-1.69	0.86-4.49	0.47-1.70
USB	0.34-3.36	0.47-2.65	0.35-3.49	0.54-1.36
HDMI	0.63-1.51	1.67	0.72-1.86	1.44
Audio	0.72-3.16	0.55-1.96	0.70-3.16	0.49-1.79
项目	2019 年度		2018 年度	
	外购产成品	自制产品	外购产成品	自制产品
TYPE C	2.13-9.30	1.23-2.61	1.60-9.09	1.17-3.20
RJ/TJ	0.89-8.44	0.46-1.82	0.91-4.64	0.42-1.65
USB	0.32-2.09	0.68-3.35	0.38-1.18	0.53-2.00
HDMI	0.75-1.67	1.41	0.65-1.65	1.47-3.04
Audio	0.45-2.84	0.58-1.95	0.39-2.93	0.67-3.45

注：外购产品的主要料号指该料号当期采购金额占该系列产成品采购总额的比例大于 1%的料号；自制产品的主要料号指该料号当期结转至主营业务成本的金额占该系列自制产品结转至主营业务成本总金额的比例大于 1%的料号。

由上表可知，同系列产品中无论是外购还是自制，不同料号产品成本差异较大，主要系不同料号产品所耗费的材料、工艺等存在较大差异所致，该差异具备合理性，且对于外购的以上产成品，发行人均不生产相同料号的产品，发行人外购产成品的采购价与发行人自制产品的单位成本不具备可比性。

（三）结合报告期各期均有交易的供应商采购占比、终止合作的供应商、新增供应商等，分析发行人供应商的稳定性

2018 年至 2021 年，与发行人均有交易的供应商的采购情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
2018 年至 2021 年各期均有交易供应商采购金额（A）	41,592.88	41,093.03	35,932.89	31,339.18

采购总额（B）	57,078.62	53,619.97	40,805.41	36,556.47
占比（C=A/B）	72.87%	76.64%	88.06%	85.73%

2018 年至 2021 年各期，公司向新增供应商（发行人上一期无采购额、本期有采购额）的采购情况如下：

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
新增供应商数量（家）	69	78	48	46
数量占比	22.26%	26.09%	18.32%	16.91%
新增供应商采购额（万元）	2,186.80	4,194.53	1,478.83	1,034.20
采购额占比	3.83%	7.82%	3.62%	2.83%

注：数量占比=新增供应商数量/当年供应商数量

2018 年至 2021 年，发行人终止合作供应商（发行人上一期有采购额、本期无采购额）的采购情况如下：

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
终止合作供应商数量（家）	57	41	58	40
数量占比	19.13%	15.65%	21.32%	15.04%
终止合作供应商上年度采购额（万元）	1,827.21	1,103.42	725.79	666.77
占上一年营业采购额比例	3.41%	2.70%	1.99%	1.87%

注：数量占比=终止合作供应商数量/上一年供应商数量

2018 年至 2021 年，发行人主要供应商（当期采购额≥100 万元）和其他供应商变化的具体情况如下：

单位：家、万元

期间	采购额	新增供应商数量	占当期新增供应商数量比例	新增供应商当期供应商采购额	占当期新增供应商采购额比例	占当期采购总额比例
2021 年度	≥100 万元	6	8.70%	1,157.02	52.91%	2.03%
	<100 万元	63	91.30%	1,029.78	47.09%	1.80%
	总计	69	100.00%	2,186.80	100.00%	3.83%
2020 年度	≥100 万元	10	12.82%	3,138.80	74.83%	5.85%
	<100 万元	68	87.18%	1,055.73	25.17%	1.97%
	总计	78	100.00%	4,194.53	100.00%	7.82%
2019 年度	≥100 万元	6	12.50%	912.02	61.67%	2.24%
	<100 万元	42	87.50%	566.81	38.33%	1.39%
	总计	48	100.00%	1,478.83	100.00%	3.62%
2018 年度	≥100 万元	2	4.35%	502.39	48.58%	1.37%
	<100 万元	44	95.65%	531.81	51.42%	1.45%
	总计	46	100.00%	1,034.20	100.00%	2.83%

期间	采购额	终止合作供应商数量	占当期终止合作供应商数量比例	终止合作供应商上年采购总额	占上年终止合作供应商采购额比例	占上年采购总额比例
2021 年度	≥100 万元	4	7.02%	1,285.49	70.35%	2.40%
	<100 万元	53	92.98%	541.71	29.65%	1.01%
	总计	57	100.00%	1,827.21	100.00%	3.41%
2020 年度	≥100 万元	2	4.88%	565.28	51.23%	1.39%
	<100 万元	39	95.12%	538.14	48.77%	1.32%
	总计	41	100.00%	1,103.42	100.00%	2.70%
2019 年度	≥100 万元	2	3.45%	403.58	55.61%	1.10%
	<100 万元	56	96.55%	322.21	44.39%	0.88%
	总计	58	100.00%	725.79	100.00%	1.99%
2018 年度	≥100 万元	1	2.50%	151.28	22.69%	0.42%
	<100 万元	39	97.50%	515.49	77.31%	1.45%
	总计	40	100.00%	666.77	100.00%	1.87%

2018 年至 2021 年，各期均有交易的供应商的合计采购额占采购总额的比例分别为 85.73%、88.06%、76.64%和 72.87%，占比较为稳定。

2018 年至 2021 年，公司与主要供应商保持着稳定的合作关系，新增与终止的供应商主要集中在采购金额小于 100 万的供应商，占当期采购总额较低。

2018 年度与 2019 年度，公司供应商数量总体稳定，新增与终止合作的供应商数量整体平衡，且占当期采购总额均较低。2020 年度，受笔记本电脑和消费电子连接器的需求量增加影响，公司加大相关采购，因此 2020 年度的新增供应商数量较多。新增供应商的采购额占比相对较高，主要系发行人当年新增的汎准科技股份有限公司和万明电镀智能科技（ 江门）有限公司采购金额较大所致。

综上所述，公司与主要供应商保持着稳定的合作关系。

（四）说明前五名供应商名称、采购金额与新三板存在差异的原因，如为口径问题，请说明对集团各下属公司的采购额

2021 年 1 月 22 日，公司股票在新三板终止挂牌，因此发行人在新三板仅披露了 2018 年和 2019 年年报。2018 年和 2019 年，发行人新三板的年报与申报材料中披露的前五名供应商名称、采购金额的情况如下：

单位：万元

年度	申报材料披露				新三板定期报告披露			
	序号	客户名称	采购金额	占比	序号	客户名称	采购金额	占比
2019 年度	1	世勋集团及其下属公司	2,956.58	7.25%	1	世勋国际有限公司	2,821.85	3.62%
	2	昆山玮奥精密电子材料有限公司	2,328.06	5.71%	2	昆山玮奥精密电子材料有限公司	2,328.06	2.98%

	3	禾创集团及其下属公司	2,024.04	4.96%	3	整隆电子（苏州）有限公司	1,086.56	1.39%
	4	昆山沃崎精密机械有限公司	1,412.40	3.46%	4	杭州金超物资有限公司	939.19	1.20%
	5	整隆集团及其下属公司	1,347.88	3.30%	5	昆山大瑞来机电有限公司	919.80	1.18%
	合计		10,068.96	24.68%	合计		8,095.45	10.37%
年度	序号	客户名称	采购金额	占比	序号	客户名称	采购金额	占比
2018 年度	1	世勋集团及其下属公司	2,627.10	7.19%	1	昆山玮奥精密电子材料有限公司	1,224.90	7.95%
	2	昆山玮奥精密电子材料有限公司	2,118.36	5.79%	2	香港世勋国际有限公司	1,000.40	6.49%
	3	禾创集团及其下属公司	1,927.12	5.27%	3	增城市兴禾旺塑料五金电子厂	712.50	4.62%
	4	杭州金超物资有限公司	982.90	2.69%	4	苏州本茂五金制品有限公司	439.11	2.85%
	5	整隆集团及其下属公司	935.09	2.56%	5	整隆电子（苏州）有限公司	425.34	2.76%
	合计		8,590.57	23.50%	合计		3,802.26	24.67%

如上所述，2018 年和 2019 年，发行人申报材料和新三板年报中披露前五大供应商的采购金额、占比及排名顺序存在差异。2019 年产生的金额差异主要系申报材料中披露的口径为集团口径，而新三板年报披露口径为供应商单体口径以及部分供应商采购金额未统计完整所致。2019 年占比差异为发行人在新三板披露采购占比时采购总额使用错误导致占比计算错误。2018 年采购金额和占比产生差异的原因系发行人财务人员在统计采购金额时未完整统计供应商采购额所致。

2018 年至 2021 年，发行人前五大供应商中集团各下属公司采购情况及占比情况具体如下：

单位：万元

2021 年度			
序号	供应商名称	金额	占采购总额比例
1	禾创集团及其下属公司	6,450.67	11.30%
1.1	增城市兴禾旺塑胶五金电子厂	2,981.77	5.22%
1.2	禾创实业有限公司	3,468.89	6.08%
2	昆山沃崎精密机械有限公司	3,970.21	6.96%
3	昆山玮奥精密电子材料有限公司	2,316.73	4.06%
4	苏州谦领人力资源有限公司	2,217.26	3.88%
5	整隆集团及其下属公司	1,862.25	3.26%
5.1	Carol Wiring Harness CO,.LTD	1,862.25	3.26%
合计		16,817.11	29.46%
2020 年度			
序号	供应商名称	金额	占采购总额比例

1	禾创集团及其下属公司	4,758.98	8.88%
1.1	增城市兴禾旺塑胶五金电子厂	4,561.75	8.51%
1.2	禾创实业有限公司	197.24	0.37%
2	世勋集团及其下属公司	2,800.23	5.22%
2.1	世勋国际有限公司	2,794.71	5.21%
2.2	东莞市维典电子有限公司	5.52	0.01%
3	昆山玮奥精密电子材料有限公司	2,566.44	4.79%
4	苏州谦领人力资源有限公司	2,317.45	4.32%
5	整隆集团及其下属公司	2,016.87	3.76%
5.1	Carol Wiring Harness CO,.LTD	2,016.87	3.76%
合计		14,459.97	26.97%

2019 年度

序号	供应商名称	金额	占采购总额比例
1	世勋集团及其下属公司	2,956.58	7.25%
1.1	世勋国际有限公司	2,853.64	6.99%
1.2	东莞市维典电子有限公司	102.95	0.25%
2	昆山玮奥精密电子材料有限公司	2,328.06	5.71%
3	禾创集团及其下属公司	2,024.04	4.96%
3.1	增城市兴禾旺塑胶五金电子厂	1,959.90	4.80%
3.2	禾创实业有限公司	64.14	0.16%
4	昆山沃崎精密机械有限公司	1,412.40	3.46%
5	整隆集团及其下属公司	1,347.88	3.30%
5.1	整隆电子（苏州）有限公司	1,258.88	3.09%
5.2	Carol Wiring Harness CO,.LTD	89.00	0.22%
合计		10,068.96	24.68%

2018 年度

序号	供应商名称	金额	占采购总额比例
1	世勋集团及其下属公司	2,627.10	7.19%
1.1	世勋国际有限公司	2,574.68	7.05%
1.2	东莞市维典电子有限公司	52.42	0.14%
2	昆山玮奥精密电子材料有限公司	2,118.36	5.79%
3	禾创集团及其下属公司	1,927.12	5.27%
3.1	增城市兴禾旺塑胶五金电子厂	1,927.12	5.27%
4	杭州金超物资有限公司	982.90	2.69%
5	整隆集团及其下属公司	935.09	2.56%
5.1	整隆电子（苏州）有限公司	935.09	2.56%
合计		8,590.57	23.50%

（五）说明报告期内客户指定采购情况和原材料进口情况

2018 年至 2021 年发行人的主要客户中不存在指定采购的情况。但存在原材料进口的情况，具体如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
原材料进口金额（A）	2,512.11	1,893.00	1,013.76	795.65
原材料采购总额（B）	25,841.82	22,613.06	17,866.35	15,975.16
占比（C=A/B）	9.72%	8.37%	5.67%	4.98%

2018 年至 2021 年，发行人原材料进口金额分别为 795.65 万元、1,013.76 万元、1,893.00 万元和 2,512.11 万元，占原材料采购总额的比例分别为 4.98%、5.67%、8.37%和 9.72%，金额和占比均呈逐年上升趋势。发行人 2019 年原材料进口金额较 2018 年增加 218.11 万元，主要系发行人因生产需求向 HEXAPALS CO.,LTD 进口采购塑胶粒金额增加所致。发行人 2020 年原材料金额较 2019 年增加 879.24 万元，2021 年原材料进口金额较 2020 年增加 619.11 万元，主要系发行人因 Type C 系列产品生产需求向汎准科技股份有限公司进口采购大量注塑件所致。

（六）申报会计师核查意见

1、核查手段

申报会计师采取了以下核查手段对发行人供应商的事项进行了核查：

（1）获取发行人 2018 年至 2021 年的采购明细表，统计各期主要原材料供应商和产成品采购供应商的采购金额及占比，复核发行人 2018 年至 2021 年主要原材料和产成品采购金额和占比的准确性。抽查大额采购凭证，检查对应的合同、订单及收货单、入库单等相关单据，检查采购业务的真实性、准确性；

（2）对发行人采购的前五大供应商变化情况进行分析；

（3）通过询问公司采购部门相关人员，了解公司与主要供应商的采购内容、采购背景及主要用途；查阅了发行人在各个 2018 年至 2021 年的前二十大供应商的采购合同、检查是否存在指定供应商的采购的条款；

（4）向发行人采购部门相关负责人了解公司不同种类的原材料和产成品的采购情况、供应商的相关情况等信息，了解主要供应商变动的原因并分析其合理性；

（5）通过 “天眼查”等网络核查方式对主要供应商工商信息进行核查；

（6）取得发行人披露的 2018 年、2019 年年报、发行人主要供应商信息表和采购明细表，分析比较发行人招股说明书中披露的前五大供应商名称、采购金额与新三板的差异情况；

（7）对发行人 2018 年至 2021 年的主要供应商进行了走访与函证。

2、核查结论

经核查，申报会计师认为：

（1）2018 年至 2021 年，发行人原材料采购中冲压件占比分别为 50.46%、50.38%、43.47%和 37.95%，2018 年和 2019 年冲压件采购占比波动较小，基本保持稳定，2020 年和 2021 年冲压件采购占比大幅下降主要因为发行人 Type C 系列产品销售金额和占比大幅增长，发行人因产能不足或自制不经济需要大量外采 Type C 注塑件，导致 2018 年至 2021 年公司原材料中的注塑件采购占比大幅上升，从而使得冲压件的采购占比降低，上述变化与发行人产品结构变化一致。

（2）2018 年至 2021 年，发行人采购的冲压件均为定制化产品，冲压模具的设计、开发均由发行人完成，冲压件供应商按照发行人提供的模具进行生产并专供发行人使用；发行人冲压件的定价主要考虑相关冲压件的原材料成本和制造成本，结合产品技术复杂程度、冲压设备投入情况、市场供求情况、其他供应商的价格情况等因素，综合确定采购冲压件的单价区间，同时考虑合作历史、交易规模等因素，最终与供应商协商确定价格；2018 年至 2021 年，发行人冲压件的前五大供应商整体保持稳定，发行人的冲压件采购较为集中，报告各期冲压件前五大供应商合计采购占比均在 60%左右且不存在单一供应商采购占比大于 50%的情况。

（3）2018 年至 2021 年，公司采购产成品主要采用 OEM 模式生产，由于公司采购产成品不仅是包含 OEM 生产模式，发行人在招股书中仍披露为外购成品，但在招股说明书生产模式部分补充披露了 OEM 生产模式的情况。发行人采购产成品主要为 TYPE C 、RJ/TJ、USB、HDMI 和 Audio 等系列的产品。发行人具备相关产品的自制能力。

（4）发行人外采产成品金额逐年增加主要是主要原因一方面受下游行业需求增加影响，公司 2018 年至 2021 年订单总额持续增长，公司现有产能不足，为满足客户的需求，增加了上述产品的外购规模；另一方面部分产品公司自制不经济；发行人外购成品供应商较为集中，2018 年至 2021 年前五大外购成品供应商占比均在 65%左右，但不存在单一外购成品供应商占比超过 50%的情形。2018 年至 2021 年前五大外购成品供应商唐虞集团及其下属公司与发行人构成竞争对手重叠的情形。

（5）发行人自己不生产外购产成品相同料号的产品，由于同系列产品中不同料号产品成本差异较大，发行人外购成品的采购价与发行人自制产品的单位成本不具备可比性。

（6）发行人 2018 年至 2021 年各期均有交易的供应商采购额占比高，新增及终止合作供应商对应的采购额占采购总额的比率较低，公司的主要供应商群体稳定，与主要供应商的交易具有可持续性。

（7）2018 年和 2019 年，发行人申报材料和新三板年报中披露前五大供应商的销售金额、占比及排名顺序存在差异，主要系申报材料中披露的口径为集团口径，而新三板年报披

露口径为供应商单体口径以及发行人财务人员存在在统计采购金额时未统计完整和计算占比时计算错误的情况；2018 年至 2021 年发行人的主要客户中不存在指定采购的情况，但存在原材料进口的情况，且原材料进口比率呈逐期上升趋势。

【问询函 7】关于成本

申报文件显示：

（1）报告期内，发行人主营业务成本中直接人工分别为 4,845.2 万元、4,924.61 万元、6,062.86 万元和 1,833.43 万元。

（2）报告期内，发行人主营业务成本中制造费用分别为 7,756.38 万元、7,618.95 万元、7,285.73 万元和 1,693.74 万元，2020 年制造费用金额较 2019 年下降较大，主要系固定资产折旧减少和间接人工社保减免所致。

请发行人：

（1）结合生产人员数量、劳务派遣和劳务外包数量等，分析生产人员数量与直接人工的匹配性。

（2）列示制造费用明细构成，并分析波动原因；量化分析 2020 年固定资产折旧减少的原因及金额。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

（一）结合生产人员数量、劳务派遣和劳务外包数量等，分析生产人员数量与直接人工的匹配性

2018 年至 2021 年，发行人生产人员的情况如下：

单位：人

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
直接生产人员	1,091	1,297	935	1,018
其中：正式员工	422	396	365	399
劳务外包工	669	835	493	545
劳务派遣工	-	66	77	74

注：2018 年至 2021 年各期间的员工人数均为各月末人数的算术平均数

2018 年至 2021 年，发行人直接人工的薪酬总额情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
直接人工薪酬总额	8,554.25	8,714.11	5,986.74	6,320.71
其中：正式员工	3,678.04	2,987.14	2,690.46	2,797.06

劳务外包工	4,876.21	5,270.45	2,860.92	3,105.70
劳务派遣工	-	456.52	435.36	417.94
结转至主营业务成本的直接人工	8,121.76	7,797.93	5,939.30	5,944.87

2018 年至 2021 年，发行人直接人工的平均薪酬情况如下：

单位：万元/人

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
直接人工平均薪酬	7.84	6.72	6.40	6.21
其中：正式员工	8.72	7.54	7.37	7.01
劳务外包工	7.29	6.31	5.80	5.70
劳务派遣工	-	6.92	5.65	5.65

发行人的直接生产人员主要来源于正式员工和劳务外包工，2018 年至 2021 年，发行人直接生产人员的平均人数分别为 1,018 人、935 人、1,297 人和 1,091 人，直接人工薪酬总额分别为 6,320.71 万元、5,986.74 万元、8,714.11 万元和 8,554.25 万元，人均薪酬分别为 6.21 万元、6.40 万元、6.72 万元和 7.84 万元，总体均呈上升趋势，2018 年至 2020 年，发行人直接人工的人均薪酬保持平稳增长，但 2021 年度较 2020 年度大幅增长，主要原因如下：

1、受市场招工环境影响，公司直接人工的用工成本在 2020 年开始便有较大幅度的增加，但受新冠疫情社保减免政策影响，减免的社保降低了当年的直接人工薪酬总额，减缓了 2020 人均薪酬的增幅。

2、2021 年用工仍然较为紧张，尤其体现在春节期间。用工紧张导致的外包工用工成本偏高致使 2021 年的人均工资有所上升。

3、公司于 2020 年主动减少了劳务派遣形式的用工，截至 2020 年 12 月 31 日，公司已不存在劳务派遣形式的用工。劳务外包的用工成本略高于劳务派遣导致 2021 年人均薪酬有所上升。

从用工形式上看，人均薪酬由高至低分别为正式员工，劳务外包工和劳务派遣工，2020 年度劳务派遣工人均薪酬略高于劳务外包工，主要系发行人当期对劳务派遣用工进行了清理，劳务派遣工人数变化较大导致按各月末人数平均数计算人均薪酬情况时数据偏高所致，实际 2020 年度的劳务派遣工平均薪酬仍略低于劳务外包工。

2018 年至 2021 年，发行人主营业务业务成本中的直接人工情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
结转至主营业务成本的直接人工	8,121.76	7,797.93	5,939.30	5,944.87
其中：正式员工	3,492.36	2,700.92	2,675.99	2,632.64
劳务外包工	4,629.40	4,690.70	2,832.31	2,919.36
劳务派遣工	-	406.31	431.01	392.87

2018 年至 2021 年，发行人主营业务成本中的直接人工分别为 5,944.87 万元、5,939.30 万元、7,797.93 万元和 8,121.76 万元，总体均呈上升趋势。

2019 年发行人直接生产人员人数较 2018 年有所减少，但结转至主营业务成本的直接人工均较 2018 年变动较小，主要系发行人 2018 年部分存货在 2019 年实现了销售，该部分存货中的直接人工随着产品销售结转至主营业务成本中。

2020 年发行人直接生产人员人数和结转至主营业务成本中的直接人工均较 2019 年度大幅增加，但结转至主营业务成本的直接人工增幅低于人数增幅，主要原因如下：

1、受新冠疫情社保减免政策影响，减免的社保降低了当年的直接人工金额。

2、2020 年受备货量增加的影响，发行人存货大幅增加导致投入的直接人工部分计入了存货中。

2021 年发行人结转至主营业务成本的直接人工金额为 8,121.76 万元，金额较大，主要系发行人在 2021 年度销售增加导致结转至主营业务成本的直接人工增加所致。

综上所述，2018 年至 2021 年发行人生产人员数量和直接人工相匹配，生产人员的变动幅度与主营业务成本中的直接人工变动趋势存在一定差异主要系受到各期产销情况和存货变动影响所致。

（二）列示制造费用明细构成，并分析波动原因；量化分析 2020 年固定资产折旧减少的原因及金额

1、列示制造费用明细构成，并分析波动原因

2018 年至 2021 年，发行人结转至主营业务成本的制造费用的构成情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
工资薪酬	3,862.25	45.97%	3,298.89	45.95%	3,577.67	45.68%	3,268.75	40.87%
折旧与摊销	2,572.19	30.62%	2,067.94	28.80%	2,287.59	29.21%	2,844.31	35.57%
易耗品	600.32	7.15%	604.64	8.42%	599.66	7.66%	667.79	8.35%
水电费	648.06	7.71%	549.28	7.65%	597.18	7.62%	554.31	6.93%
租金	259.74	3.09%	196.46	2.74%	205.74	2.63%	217.12	2.71%
运费及进口费用	79.45	0.95%	75.78	1.06%	73.19	0.93%	56.31	0.70%
其他	379.41	4.52%	386.59	5.38%	491.82	6.28%	388.71	4.86%
合计	8,401.42	100.00%	7,179.58	100.00%	7,832.86	100.00%	7,997.31	100.00%

如上表所述，2018 年至 2021 年，发行人主营业务成本中制造费用分别为 7,997.31 万元、7,832.86 万元、7,179.58 万元和 8,401.42 万元，占主营业务成本的比例分别为 18.05%、15.59%、12.42%和 12.68%。制造费用主要由工资薪酬、折旧与摊销、易耗品和水电费组成，2018 年至 2021 年，工资薪酬、折旧与摊销、易耗品和水电费占制造费用的比例分别为 91.72%、

90.17%、90.82%和 91.45%，占比较高。2018 年至 2021 年易耗品和水电费金额及占比波动不大，公司制造费用变动主要是工资薪酬和折旧与摊销费用波动引起。

2018 年至 2021 年，公司制造费用中的工资薪酬分别为 3,268.75 万元、3,577.67 万元、3,298.89 万元和 3,862.25 万元，占制造费用的比例分别为 40.87%、45.68%、45.95%和 45.97%。制造费用中的工资薪酬变动主要随公司销售收入增加而增加，2021 年制造费用中的工资薪酬较 2020 年增加 563.36 万元，主要系随着产品销售增加结转至主营业务成本中制造费用的工资薪酬也随之增加，但工资薪酬在制造费用中的占比相对稳定。2020 年制造费用中的工资薪酬较 2019 年减少 278.78 万元，主要因为 2020 年公司享受了新冠疫情下的社保减免政策，制造费用中的工资薪酬金额有所减少所致。2018 年度制造费用中工资薪酬占比相对较低，主要因为公司 2018 年折旧与摊销金额和占比较高，间接导致当年工资薪酬占比较低，由于公司在 2019 年度减少了模治具的投入，使得公司自 2019 年开始折旧与摊销金额减少，折旧与摊销占比降低导致工资薪酬占比升高。

2018 年至 2021 年，公司制造费用中折旧与摊销的金额分别为 2,844.31 万元、2,287.59 万元、2,067.94 万元和 2,572.19 万元，占制造费用的比例分别为 35.57%、29.21%、28.80%和 30.62%，2018 年至 2020 年金额及占比总体呈下降趋势，直至 2021 年开始金额和占比有所回升，2018 年至 2020 年金额及占比下降主要系制造费用中模治具折旧与摊销金额减少所致。公司的折旧与摊销减少主要系公司在 2019 年减少了模治具的投入，导致 2019 年和 2020 年折旧金额大幅减少。2018 年至 2021 年，公司折旧减少的金额及模治具投入的情况详见本问题回复之“（二）、2、量化分析 2020 年固定资产折旧减少的原因及金额。”部分内容。2021 年，公司折旧与摊销金额和占比均较 2020 年有所上升，主要系公司 2021 年引入自动化生产线新增的机器设备和电子设备较多导致折旧增加所致。

2、量化分析 2020 年固定资产折旧减少的原因及金额

2018 年至 2021 年，发行人固定资产折旧计提的情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
房屋及建筑物	438.35	393.97	368.13	367.91
机器设备	477.32	385.20	436.16	408.90
运输工具	6.72	6.72	9.17	9.87
电子设备	524.39	352.09	301.51	404.45
办公设备	66.87	40.06	36.76	37.69
模治具	2,189.75	2,074.94	2,298.36	2,806.82
合计	3,703.40	3,252.99	3,450.09	4,035.63
较上期变动金额	450.41	-197.11	-585.53	-

发行人固定资产分为房屋及建筑物、机器设备、运输工具、电子设备、办公设备和模治

具六大类，2018 年至 2021 年，发行人固定资产折旧的计提金额分别为 4,035.63 万元、3,450.09 万元、3,252.99 万元和 3,703.40 万元，2019 年度和 2020 年度下降较为明显，主要系模治具折旧额变化较大所致。2018 年至 2021 年，发行人模治具折旧计提金额分别为 2,806.82 万元、2,298.36 万元、2,074.94 万元和 2,189.75 万元，总体呈下降趋势，主要受发行人模治具折旧政策、模治具投资金额和模治具投入具体时间的影响。按照会计政策，发行人模治具的折旧年限为 2-3 年，因此模治具投资金额会快速反映在折旧中，2018 年至 2021 年，发行人模治具新增原值变动情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
模治具	2,319.28	2,996.15	1,935.06	3,062.02

注：2018 年至 2021 年各期间新增模治具包含直接购入和在建工程转固导致的原值新增，不含外币财务报表折算额导致的原值增加。

2018 年至 2021 年，发行人固定资产新增的模治具原值金额为 3,062.02 万元、1,935.06 万元、2,996.15 万元和 2,319.28 万元，2019 年新增金额大幅减少，主要系减少了 Type C 和 USB 系列的模治具投入，其减少的主要因为发行人在 2018 年及以前年度已经对 Type C 和 USB 系列的模治具进行了大量的投资和开发，现有模治具已形成一定规模，按照 2019 年的生产计划，现有模治具能够完成大部分产品的生产需求，发行人减少了 Type C 和 USB 系列模治具的采购。

综上所述，2019 年固定资产新增模治具原值减少导致 2019 年、2020 年模治具的折旧金额减少，使得 2019 年、2020 年整个固定资产的折旧金额减少。

（三）申报会计师核查意见

1、核查手段

申报会计师采取了以下核查手段对发行人成本的事项进行了核查：

（1）了解发行人连接器业务的生产销售情况，获取发行人 2018 年至 2021 年各月末生产人员的花名册，结合劳务派遣和劳务外包数量分析发行人 2018 年至 2021 年生产人员数量的变动情况；

（2）获取发行人 2018 年至 2021 年生产人员的工资表，检查生产人员工资明细，分析直接人工薪酬与人数的匹配性。对于劳务外包和劳务派遣部分，抽取并核查了劳务外包、劳务派遣公司的费用对账单及款项支付凭证；

（3）取得发行人收入成本明细表，计算主营业务成本中直接人工，并结合生产人员数量变动情况分析主营业务成本中直接人工与生产人员数量变动的匹配性；

（4）获取发行人 2018 年至 2021 年制造费用分类的明细，对在制造费用进行核算的主要费用类型进行波动分析；

（5）获取发行人 2018 年至 2021 年的固定资产折旧明细，核查折旧计提是否准确，分析固定资产折旧波动较大的原因；获取 2018 年至 2021 年各期固定资产新增明细表，对各期模治具新增明细进行核对，抽查模治具新增的原始凭证，检查是否存在入账不准确的情形。

2、核查结论

经核查，申报会计师认为：

（1）综上所述，2018 年至 2021 年发行人生产人员数量和直接人工相匹配，生产人员的变动幅度与主营业务成本中的直接人工变动趋势存在一定差异主要系受到各期产销情况和存货变动影响所致。

（2）发行人的制造费用主要由工资薪酬、折旧与摊销、易耗品和水电费构成，其中 2018 年至 2021 年易耗品和水电费金额及占比波动不大，制造费用波动主要受工资薪酬和折旧与摊销变动所致。制造费用中的工资薪酬变动主要随公司销售收入增加而增加，2021 年制造费用中的工资薪酬较 2020 年增加 563.36 万元，主要系随着产品销售增加结转至主营业务成本中制造费用的工资薪酬也随之增加，但工资薪酬在制造费用中的占比相对稳定。2020 年制造费用中的工资薪酬较 2019 年减少 278.78 万元，主要因为 2020 年公司享受了新冠疫情下的社保减免政策，制造费用中的工资薪酬金额有所减少所致。2018 年度制造费用中工资薪酬占比相对较低，主要因为公司 2018 年折旧与摊销金额和占比较高，间接导致当年工资薪酬占比较低，由于公司在 2019 年度减少了模治具的投入，使得公司 2019 年和 2020 年折旧与摊销金额减少，折旧与摊销占比降低导致工资薪酬占比升高。发行人固定资产折旧在 2019 年和 2020 年减少主要系模治具折旧金额减少所致，受已投资模治具情况和模治具投资计划的影响，2019 年模治具投入大幅减少导致 2019 年和 2020 年固定资产折旧减少，其减少具备合理性。2021 年，公司折旧与摊销金额和占比均较 2020 年有所上升，主要系公司 2021 年引入自动化生产线新增的机器设备和电子设备较多导致折旧增加所致。

【问询函 8】关于毛利率

申报文件显示：

（1）报告期内，发行人笔记本电脑连接器和消费电子连接器各细分产品毛利率波动主要是 USB 系列、DW 系列、Audio 系列等各细分产品系列结构变化所致。

（2）报告期内，因导入自动化生产线，2WW1585 系列、2WA1647 系列、2UP2C02 系列、2UB2172 系列等产品由外购改自制或生产效率提高，单位成本降低。

（3）报告期内，笔记本电脑连接器中，电源连接器毛利率高于传输连接器、影音连接器和其他连接器。

请发行人：

（1）说明各细分主要产品系列是否存在生命周期，老产品是否存在定期降价的约定，

生命周期的各个阶段毛利率的差异情况；报告期各期新产品和老产品的销售占比及其对毛利率的影响。

（2）结合各主要细分产品系列的毛利率及收入占比，量化分析笔记本电脑连接器和消费电子连接器毛利率波动原因；说明报告期内自动化生产线的具体导入情况，量化分析对毛利率的影响。

（3）分析笔记本电脑连接器中电源连接器毛利率高于其他连接器的原因，不同客户毛利率的差异情况。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

（一）说明各细分主要产品系列是否存在生命周期，老产品是否存在定期降价的约定，生命周期的各个阶段毛利率的差异情况；报告期各期新产品和老产品的销售占比及其对毛利率的影响

1、各细分主要产品系列是否存在生命周期，老产品是否存在定期降价的约定，生命周期的各个阶段毛利率的差异情况

公司的主要产品系列为 Audio、DC/DW、USB、RJ/TJ、Type C 等，上述系列产品主要用来满足终端产品的电源、数据传输等基本功能，不存在明显的生命周期，同时发行人根据客户的需求和行业的发展状况，不断对具体料号产品进行升级换代或者开发新的料号产品，使得发行人的主要系列产品能够持续满足客户的需求，并随着行业发展而发展，因此综合而言发行人的主要产品系列不存在明显的生命周期情况，因此亦不存在生命周期的各个阶段毛利率重大差异的情况。

发行人主要客户与发行人签署了销售合同，并以订单的形式向发行人告知具体的采购需求，发行人与客户在产品交货期、产品质量控制、技术保密、交货方式、付款方式等方面形成了标准化、系统化、合同化的约束，但未对老产品定期降价的情况进行约定。

2、报告期各期新产品和老产品的销售占比及其对毛利率的影响

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	销售占比	毛利率	销售占比	毛利率	销售占比	毛利率	销售占比	毛利率
老产品	73.61%	27.09%	70.01%	29.23%	58.33%	26.12%	59.44%	24.50%
新产品	26.39%	34.62%	29.99%	37.36%	41.67%	33.62%	40.56%	33.52%
合计	100.00%	29.41%	100.00%	31.67%	100.00%	29.25%	100.00%	28.15%

注：新产品是指模具开发投入金额在 10 万元人民币以上，研发流程结束之日起 18 个月内的产品。

2018 年至 2021 年，发行人的新产品平均毛利率为 34.78%，老产品的平均毛利率为

26.74%，新产品毛利率较老产品高 8.04 个百分点，其对发行人的主营业务毛利率影响较大，因而新产品的销售占比提升或者下降，会对发行人的主营业务的毛利率产生影响。

此外，2020 年、2021 年发行人新产品销售较低主要因为疫情原因老产品销量好，价格比较稳定，公司集中产能生产销售老产品，同时新产品导入时间较晚，新产品的销量较小，导致发行人 2020 年、2021 年发行新产品销售占比较低。

（二）结合各主要细分产品系列的毛利率及收入占比，量化分析笔记本电脑连接器和消费电子连接器毛利率波动原因；说明报告期内自动化生产线的具体导入情况，量化分析对毛利率的影响。

1、笔记本电脑连接器和消费电子连接器各主要细分产品系列的毛利率情况

（1）笔记本电脑连接器各主要细分产品系列的毛利率、收入占比以及毛利率变动情况分析：

产品类别	2021 年度		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比
Type C	27.68%	22.96%	32.26%	13.94%	39.06%	11.29%	41.78%	9.81%
Audio	32.48%	19.83%	36.90%	25.75%	33.55%	26.46%	31.56%	28.12%
USB	30.50%	17.47%	29.17%	15.55%	15.87%	15.65%	16.53%	13.90%
DW	41.01%	14.99%	35.99%	15.77%	40.35%	14.18%	35.84%	17.03%
RJ/TJ	20.51%	8.23%	19.17%	12.67%	16.18%	15.12%	16.27%	13.80%
DC	41.48%	8.21%	49.38%	10.03%	46.42%	11.27%	44.94%	12.04%

注：收入占比指主要细分产品销售收入占笔记本电脑连接器销售收入的比例

① Type C 系列产品毛利率变动分析

产品类别	2021 年度		2020 年度		2019 年度		2018 年度
	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率
Type C	27.68%	-4.58%	32.26%	-6.80%	39.06%	-2.72%	41.78%

2019 年 Type C 系列产品毛利率较 2018 年下滑 2.72 个百分点，主要因为 2UB1731 系列部分料号产品，为快速抢占市场而给予客户较优惠的价格，使得该系列料号产品毛利率仅有 3.57%，毛利率较低，拉低了 TYPE C 系列产品的整体毛利率。

2020 年 Type C 系列产品毛利率较 2019 年下滑 6.80 个百分点，主要因为毛利贡献大的 2UB3C08 系列部分料号产品为新产品，毛利率高，2020 年客户的需求减少，销售收入占比由 2019 年的 17.75%降低至 2020 年的 0.32%，拉低了 Type C 系列产品的毛利率。

2021 年 Type C 系列产品毛利率较 2020 年下滑 4.58 个百分点，主要因为该系列产品以外销为主，外销的货款以美元结算，2021 年人民币兑美元的平均汇率较 2020 年升值 6.47%，

导致毛利率下滑。

② Audio 系列产品毛利率波动分析

产品类别	2021 年度		2020 年度		2019 年度		2018 年度
	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率
Audio	32.48%	-4.42%	36.90%	3.34%	33.55%	1.99%	31.56%

2019 年和 2020 年 Audio 系列产品毛利率分别增长 1.99 个百分点和 3.34 个百分点，主要因为毛利贡献大的 2SJ3088 系列和 2SJ3080 系列部分料号产品由于导入自动化生产线，成本持续下降，毛利率持续上升，同时因客户的需求变大，销售收入占比扩大，其中 2018 年至 2020 年 2SJ3088 系列部分料号产品销售收入占比分别为 0.05%、2.76%和 4.84%，2018 年至 2020 年 2SJ3080 系列部分料号产品销售收入占比分别为 0%、2.05%和 2.26%。因此导致 Audio 系列产品毛利率持续增长。

2021 年 Audio 系列产品毛利率较 2020 年下滑 4.42 个百分点，主要因为该系列产品以外销为主，外销的货款以美元结算，2021 年人民币兑美元的平均汇率较 2020 年升值 6.47%，导致毛利率下滑。

③ USB 系列产品毛利率波动分析

产品类别	2021 年度		2020 年度		2019 年度		2018 年度
	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率
USB	30.50%	1.32%	29.17%	13.31%	15.87%	-0.66%	16.53%

2019 年 USB 系列产品毛利率较 2018 年下滑 0.66 个百分点，波动较小，基本保持稳定。

2020 年 USB 系列产品毛利率较 2019 年增长 13.31 个百分点，主要因为毛利贡献大的 2UB3M04 系列部分料号产品为新产品，毛利率高，因新冠疫情影响，客户的需求增大，2020 年销售占比较 2019 年大幅提升，拉高了 USB 系列产品的毛利率。

2021 年 USB 系列产品毛利率较 2020 年上升 1.32 个百分点，受汇率不利变动影响较小，主要因为导入的新产品 2UB2308 和 2UB3M04 部分料号产品，毛利率高，销售占比扩大，拉高了 USB 系列产品毛利率。

④DW 系列产品毛利率波动分析

产品类别	2021 年度		2020 年度		2019 年度		2018 年度
	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率
DW	41.01%	5.02%	35.99%	-4.36%	40.35%	4.51%	35.84%

2019 年 DW 系列产品毛利率较 2018 年增长 4.51 个百分点，主要原因如下：A、毛利贡献大的 2DW3138 系列部分料号产品，毛利率高，因下游客户的需求增大，销售收入占比由 2018 年的 12.34%提升至 2019 年的 20.36%；B、毛利贡献大的 2DW3069 系列部分料号产品为新开发的产品，毛利率高，销售收入占比为 3.48%，占比较高。

2020 年 DW 系列产品毛利率较 2019 年下滑 4.36 个百分点，主要因为毛利贡献大的 2DW3138 系列和 2DW3139 系列部分料号的产品的生产成本提高，导致上述料号产品的单位成本分别上升 17.16%和 23.12%，使得上述料号产品毛利率下滑，拉低了 DW 系列产品的毛利率。

2021 年 DW 系列产品毛利率较 2020 年增长 5.02 个百分点，主要因为毛利贡献大的 2DW3205 和 2DW3069 部分料号产品部分生产制程有苏州转移到盐城，使得生产成本降低，导致毛利率上升，拉高了 DW 系列产品毛利率。

⑤ RJ/TJ 系列产品毛利率波动分析

产品类别	2021 年度		2020 年度		2019 年度		2018 年度
	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率
RJ/TJ	20.51%	1.34%	19.17%	2.99%	16.18%	-0.09%	16.27%

2018 年和 2019 年 RJ/TJ 系列产品的毛利率分别为 16.27%、16.18%，波动较小，基本保持稳定；2020 年 RJ/TJ 系列产品的毛利率较 2019 年增长 2.99 个百分点，主要因为 2RJ3081 系列部分料号产品，为新产品，毛利率高，2020 年销售收入占比为 11.45%，占比较高，拉升了 2020 年 RJ/TJ 系列产品毛利率；2021 年 RJ/TJ 系列产品毛利率较 2020 年增长 1.34 个百分点，受汇率不利变动影响较小，主要因为 2RJ3Y35 和 2RJ1792 部分料号产品因与供应商谈判后，采购价格下降，成本降低，导致毛利率上升，拉高了 RJ/TJ 系列产品的毛利率。

⑥DC 系列产品毛利率波动分析

产品类别	2021 年度		2020 年度		2019 年度		2018 年度
	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率
DC	41.48%	-7.91%	49.38%	2.96%	46.42%	1.48%	44.94%

2019 年 DC 系列产品毛利率较 2018 年增长 1.48 个百分点，主要因为毛利贡献大的 2DC3184 系列部分料号产品为新产品，毛利率高，客户需求量大，销售收入占比为 5.84%，占比较高，拉高了 DC 系列产品毛利率。

2020 年 DC 系列产品毛利率较 2019 年增长 2.96 个百分点，主要因为 2DC3169 系列料号部分料号产品为新产品，毛利率高，因新冠疫情影响，客户的需求增大，销售收入占比由 2019 年的 1.28%提升至 2020 年的 7.31%，拉高了 DC 系列产品毛利率。

2021 年 DC 系列产品毛利率较 2020 年下滑 7.91 个百分点，主要因为该系列产品以外销为主，外销的货款以美元结算，2021 年人民币兑美元的平均汇率较 2020 年升值 6.47%，同时毛利贡献大的 2DC3194 和 2DC3169 部分料号产品因客户要求降价，汇率的不利变动以及上述料号产品的降价导致 2021 年 DC 系列产品毛利率下滑。

综上所述，2018 年至 2021 年笔记本电脑连接器毛利率分别为 29.89%、30.38%、32.81%和 31.00%。2019 年笔记本电脑连接器毛利率较 2018 年增长 0.49 个百分点，主要系 Audio、

DW、DC 系列产品毛利率上升所致；2020 年笔记本电脑连接器毛利率较 2019 年增长 2.43 个百分点，主要系 USB 系列的产品毛利率大幅提升所致；2021 年笔记本电脑连接器较 2020 年下降 1.81 个百分点，波动较小，基本保持稳定。

（2）消费电子各主要细分产品系列的毛利率、收入占比以及毛利率变动情况分析

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比
DC	30.75%	24.43%	33.88%	21.57%	34.93%	31.28%	37.10%	27.33%
TYPE C	23.78%	19.72%	30.08%	25.68%	23.82%	17.17%	14.80%	13.77%
Audio	26.13%	16.88%	36.52%	19.19%	27.69%	18.14%	24.37%	21.35%
USB	15.83%	11.30%	26.49%	9.06%	22.64%	6.62%	11.77%	9.77%
WPC	41.60%	7.66%	43.59%	3.71%	26.80%	5.65%	34.55%	7.50%
WAFER	29.58%	6.55%	31.83%	9.55%	30.81%	8.81%	14.63%	4.61%

注：收入占比指主要细分产品销售收入占消费电子连接器销售收入的比例

①DC 系列产品毛利率变动原因分析

产品类别	2021 年度		2020 年度		2019 年度		2018 年度
	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率
DC	30.75%	-3.14%	33.88%	-1.05%	34.93%	-2.17%	37.10%

2018 年至 2021 年，DC 系列产品毛利率分别为 37.10%、34.93%、33.88%和 30.75%，毛利率呈下降趋势。

2019 年 DC 系列产品毛利率下滑 2.17 个百分点主要系毛利贡献较大的 2DC-G756 系列部分料号产品由于更换了电镀厂商，电镀成本有所提升，导致单位成本亦上升 10.35%所致。

2020 年 DC 系列产品毛利率下滑 1.05 个百分点，主要因为毛利贡献较大的 2DC-G756 系列部分料号产品单位成本随材料成本上涨而上升 5.64%，使得该料号产品毛利率出现下滑，同时毛利贡献较大的 2DC2043 系列部分料号产品为公司老产品，应客户要求而降价，单价下降 3.51%，使得该料号产品毛利率下滑，该两个料号产品毛利率下滑导致 DC 系列产品毛利率下滑。

2021 年，DC 系列产品毛利率下滑 3.14 个百分点，主要因为该系列产品以外销为主，外销的货款以美元结算，2021 年人民币兑美元的平均汇率较 2020 年升值 6.47%，导致毛利率下滑。

②Type C 系列产品毛利率变动原因分析

产品类别	2021 年度		2020 年度		2019 年度		2018 年度
	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率
Type C	23.78%	-6.31%	30.08%	6.26%	23.82%	9.02%	14.80%

2019 年 Type C 系列产品毛利率较 2018 年增长 9.02 个百分点，主要因为毛利贡献大的 2UP2C02 系列部分料号产品因导入自动化生产线，生产效率提高，并且由于客户需求大幅上升，中山信音销量随之上升，固定成本分摊减少，导致该料号产品单位成本下降 11.40%，毛利率大幅提升，拉高了 Type C 系列产品毛利率。

2020 年 Type C 系列产品毛利率较 2019 年增长 6.26 个百分点，主要因为毛利贡献较大的 2UP2C02 系列部分料号产品因导入自动化生产线，生产效率提高，毛利率大幅提升，同时因新冠疫情影响，客户需求增加，该料号产品的销售收入占比亦由 2019 年的 17.61%提升至 2020 年的 28.53%，导致毛利率大幅提升，拉高了 Type C 系列产品毛利率。

2021 年 Type C 系列产品毛利率较 2020 年下滑 6.13 个百分点，主要因为该系列产品以外销为主，外销的货款以美元结算，2021 年人民币兑美元的平均汇率较 2020 年升值 6.47%，同时毛利贡献大的 2UB2C09 部分料号产品因客户要求降价，汇率的不利变动和 2UB2C09 部分料号产品的降价导致 Type C 系列产品毛利率下滑。

③ Audio 系列产品毛利率变动原因分析

产品类别	2021 年度		2020 年度		2019 年度		2018 年度
	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率
Audio	26.13%	-10.39%	36.52%	8.83%	27.69%	3.32%	24.37%

2019 年 Audio 系列产品毛利率较 2018 年增长 3.32 个百分点，主要系毛利贡献大的 2SJ3110 系列和 2SP1504 系列部分料号产品公司为新开发产品，毛利率高，同时 2019 年客户产品的销量上升，带动该两种料号产品的销售收入占比上升所致，其中 2SJ3110 系列部分料号产品的销售收入占比由 2018 年的 5.90%提升至 2019 年的 7.98%，2SP1504 系列部分料号产品的销售收入占比由 2018 年的 0%提升至 2019 年的 6.39%。

2020 年 Audio 系列产品毛利率较 2019 年增长 8.83 个百分点，主要原因如下：a、毛利贡献大的 2SP1504 系列部分料号产品为公司新开发产品，毛利率高，同时 2020 年客户产品的销量上升，带动该料号产品的销售收入占比上升，由 2019 年的 6.39%提升至 2020 年的 10.43%；b、毛利贡献大的 2SJ3098 系列部分料号产品为客户运用于运动器材的新产品，毛利率高，同时 2020 年因新冠疫情影响，客户的需求增大，销售收入占比由 2019 年的 0.09%提升至 2020 年的 4.27%；c、毛利贡献大的 2SJ2439 系列部分料号产品为 2020 年新开发产品，毛利率较高，2020 年下半年开始量产，销售占比提升，2020 年全年销售收入占比为 7.47%，占比较高；d、毛利贡献大的 2SJ2439 系列部分料号产品为应用于客户智能音箱的新产品，因为客户需求量够大而引入自动化生产设备，生产效率提高，单位成本下降 11.48%，使得毛利率大幅度提升。

2021 年 Audio 系列产品毛利率较 2020 年下滑 10.39 个百分点，主要因为该系列产品以外销为主，外销的货款以美元结算，2021 年人民币兑美元的平均汇率较 2020 年升值 6.47%，

同时 2SJ2439 和 2SJ2501 部分料号产品因客户要求降价，汇率的不利变动以及上述料号的降价导致 Audio 系列产品毛利率下滑。

④ USB 系列产品毛利率变动原因分析

产品类别	2021 年度		2020 年度		2019 年度		2018 年度
	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率
USB	15.83%	-10.67%	26.49%	3.85%	22.64%	10.87%	11.77%

2019 年 USB 系列产品毛利率较 2018 年增长 10.87 个百分点，主要因为毛利贡献大的 2UB2172 系列部分料号产品导入自动化生产线，生产效率提高，单位成本下降 22.51%，毛利率上升，拉高了 USB 系列产品毛利率。

2020 年 USB 系列产品毛利率较 2019 年增长 3.85 个百分点，主要因为 2UB4001 系列部分料号产品 2019 年为快速抢占市场而给与客户较优惠的价格，使得该系列料号产品毛利率较低，2020 年该系列料号产品销量因客户需求减少而降低 86.04%，而其他系列料号产品毛利率无重大变化，拉高了 USB 系列产品毛利率。

2021 年 USB 系列产品毛利率较 2020 年下滑 10.67 个百分点，主要因为该系列产品以外销为主，外销的货款以美元和欧元结算，2021 年人民币兑美元和欧元的平均汇率分别较 2020 年升值 6.47%和 3.12%，同时毛利贡献大的 2UB2141、2UB2Y90 和 2UB2Y12 部分料号因客户的要求降价，汇率的不利变动和上述料号的降价导致 USB 系列产品毛利率下滑。

⑤ WPC 系列产品毛利率变动原因分析

产品类别	2021 年度		2020 年度		2019 年度		2018 年度
	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率
WPC	41.60%	-1.99%	43.59%	16.79%	26.80%	-7.75%	34.55%

2019 年 WPC 系列产品毛利率较 2018 年下滑 7.75 个百分点，主要因为毛利贡献大的 2TJ3003 系列部分料号产品竞争对手较少，毛利率高，2019 年因客户需求减少，销售收入占比由 2018 年的 10.36%降低至 2019 年的 1.55%，拉低了 WPC 系列产品毛利率。

2020 年 WPC 系列产品毛利率较 2019 年增长 16.79 个百分点，主要因为毛利贡献大的 2DC1025 系列和 2CT3004 系列部分料号产品竞争对手少，毛利率高，2020 年因客户的需求增多，销售收入占比大幅提升，其中 2DC1025 系列部分料号产品销售收入占比由 2019 年的 7.24%提升至 13.11%，2CT3004 系列部分料号产品销售收入占比由 2019 年的 2.02%提升至 11.57%，从而拉高了 WPC 系列产品毛利率。

2021 年 WPC 系列产品毛利率较 2020 年下滑 1.99 个百分点，受汇率不利变动影响较小，主要因为该系列产品主要在信音汽车电子生产，信音汽车电子销量增加，固定资产分摊减少，导致毛利率下滑幅度较小。

⑥WAFER 系列产品毛利率变动原因分析

产品类别	2021 年度		2020 年度		2019 年度		2018 年度
	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率
WAFER	29.58%	-2.25%	31.83%	1.02%	30.81%	16.18%	14.63%

2019 年 WAFER 系列产品毛利率较 2018 年增长 16.18 个百分点，主要因为 Wafer 系列产品中毛利贡献较大的 2WW1585 系列和 2WA1647 系列部分料号产品由外购转为中山信音自产，并导入自动化生产线，生产效率提高，同时由于客户需求大幅上升，中山信音销量随之上升，固定成本分摊减少，导致该两种料号产品单位成本分别下降 32.75%和 38.62%，下降幅度较大，使得上述两个料号的产品毛利率大幅提升，拉高了 WAFER 系列产品毛利率。

2020 年、2021 年 WAFER 系列产品毛利率分别增长 1.02 个百分点、2.25 个百分点。2021 年 WAFER 系列产品毛利率受汇率不利影响较小，主要因为 2WW2020 部分料号产品通过优化制程等使得成本下降，同时新产品 2WA3074 部分料号产品毛利率高，销售占比扩大，拉高了 WAFER 系列产品毛利率。

综上所述，2018 年至 2021 年消费电子连接器毛利率分别为 26.56%、29.43%、32.63%和 27.05%。2019 年消费电子连接器毛利率较 2018 年增长 2.87 个百分点，主要系 Type C 和 Wafer 系列产品毛利率上升所致；2020 年消费电子连接器毛利率较 2019 年增长 3.20 个百分点，主要系 Type C 和 Audio 系列的产品毛利率提升所致；2021 年消费电子连接器毛利率较 2020 年下降 5.58 个百分点，主要系 TYPE C、USB、Audio 和 DC 系列的产品毛利率下滑所致。

2、报告期内自动化生产线的具体导入情况

2018 年至 2021 年，发行人自动化设备或生产线导入的情况以及对涉及的主要料号的单位成本影响情况如下：

自动化设备或生产线涉及的主要料号	所属具体产品系列	自动化后成本节省率	当年自动化设备投入金额（万元）	涉及的自动化设备或生产线
2UB4029 系列部分料号	USB	1.60%	50.00	2UB4029 自动机
2UB4039 系列部分料号	USB	10.30%	31.00	2UB4039 自动机
2UB1585 系列部分料号	USB	7.74%	22.00	2UB1585 自动机
2UB3C21 系列部分料号	USB	6.69%	145.00	2UB3C21 自动机
2UB3C13 系列部分料号	USB	8.16%	113.00	2UB3C13 自动机
2UB3M04 系列部分料号	USB	29.05%	33.30	2UB3M04 自动机
2UB2172 系列部分料号	USB	23.49%	28.00	2UB2172 全自动组装机
2UP2C02 系列部分料号	Type C	29.42%	54.00	2UP2C02 全自动组装机
2WW1585 系列部分料号	Wafer	39.87%	54.00	2WW1585 全自动组装机
2WA1647 系列部分料号	WA	16.69%	25.50	2WA1647 全自动组装机

2SJ2439 系列部分料号	SJ	14.96%	19.50	2SJ2439 自动 CCD 检测包装机
2SJ3088 系列部分料号	SJ	17.80%	55.00	SJ3108 精益生产线
2SJ3080 系列部分料号	SJ	17.23%		SJ3108 精益生产线
2BA3070 系列部分料号	Battery	30.05%	37.80	2BA3070 自动机

从上表可以看出，发行人自动化设备或者生产线导入前后对产品的单位生产成本有一定的影响，使发行人产品的单位生产成本最低减少 1.6%，最高减少 40%左右，普遍减少 10%-20%，因此，总体而言如果发行人产品单价未发生变动的情况，自动化设备或生产线的导入将会减少发行人产品的单位生产成本，提升发行人产品的毛利率。

（三）分析笔记本电脑连接器中电源连接器毛利率高于其他连接器的原因，不同客户毛利率的差异情况

1、笔记本电脑连接器中电源连接器毛利率高于其他连接器的原因

发行人的笔记本电脑连接器中电源连接器毛利率高于其他连接器主要因为发行人自成立之日就一直专注于笔记本电脑电源连接器的研发、生产和销售，经过多年的积累，已形成一系列的核心技术和专利，能够为客户提供高质量的笔记本电脑电源连接器产品，同时由于笔记本电脑电源连接器对安全性要求较高，具有一定的技术门槛，因此竞争对手较少，客户能够给予发行人较好的销售价格，导致发行人笔记本电脑连接器中电源连接器毛利率高于其他连接器。

2、报告期内，笔记本电脑连接器主要客户电源连接器、传输连接器和影音连接器的毛利率情况

序号	产品分类	客户名称	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
1	电源连接器	客户 A	47.87%	50.65%	57.65%	59.22%
		客户 B	24.52%	27.65%	31.66%	32.91%
		客户 C	49.21%	59.26%	38.74%	29.64%
		客户 D	52.17%	49.97%	48.19%	29.50%
		客户 E	23.96%	23.34%	21.55%	17.52%
2	传输连接器	客户 A	30.43%	33.22%	42.06%	42.93%
		客户 B	18.89%	22.76%	19.08%	15.89%
		客户 C	48.94%	41.06%	15.42%	8.83%
		客户 D	12.63%	13.17%	7.28%	12.34%
		客户 E	6.90%	23.20%	17.91%	15.10%
3	影音连接器	客户 A	-	-	-	-
		客户 B	20.28%	28.97%	31.07%	29.29%
		客户 C	31.71%	33.71%	32.56%	36.50%
		客户 D	32.30%	33.27%	26.31%	30.75%

		客户 E	26.75%	30.43%	22.87%	15.53%

（1）笔记本电脑电源连接器主要客户毛利率分析

①各主要客户笔记本电脑电源连接器毛利率差异分析

2018 年至 2021 年发行人销售给客户 A 的笔记本电脑电源连接器的毛利率较高，主要系客户 A 为品牌厂商，发行人不需要将毛利让给中间的代工厂所致。

2018 年发行人销售给客户 B、客户 C 和客户 D 笔记本电源连接器毛利率相差不大，但销售给客户 E 笔记本电源连接器毛利率较低，主要因为对于客户 E，发行人的竞争对手多为国内厂商，客户 E 在选择供应商时主要采用价格导向，发行人为了抢占市场，给予客户 E 较高的价格优惠，导致毛利率相对于其他代工厂较低。

2019 年至 2021 年，发行人销售给客户 D 笔记本电脑电源连接器毛利率高于客户 B 和客户 E，主要因为客户 D 从发行人处购买的电源连接器产品主要用于高端商务笔记本电脑，产品价格高，毛利率高；发行人销售给客户 C 的毛利率较高，主要因为发行人销售给客户 C 新产品占比相对较高，价格高，毛利率高。发行人销售给客户 B 和客户 E 购买的电源连接器毛利率较低，主要因为发行人销售给该两个集团的产品用于低配的笔记本电脑，导致发行人销售给该两个集团的产品，价格相对较低，毛利率相对较低。2018 年至 2021 年发行人销售给客户 C 的新产品比例如下：

公司名称	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
客户 C	42.23%	67.59%	44.17%	62.54%

②各主要客户笔记本电脑电源连接器毛利率波动分析

2020 年发行人销售给客户 A 的电源连接器毛利率下滑幅度较大主要系毛利贡献大的 DW 系列产品毛利率下滑所致。该系列产品毛利率下滑主要因为 2DW3138 系列和 2DW3139 系列部分料号的产品的生产成本提高，单位成本因此而上升，使得上述料号产品毛利率下滑，拉低了 DW 系列产品的毛利率，导致 2020 年发行人销售给客户 A 的电源连接器毛利率下滑幅度较大。

2019 年和 2020 年发行人销售给客户 C 笔记本电脑电源连接器毛利率上升幅度较大主要因为 2019 年下半年开始发行人向客户 C 销售的 2DC3169 系列部分料号产品，为新产品，毛利率高，客户 C 的需求逐步增大，销量亦逐步增加，拉升了发行人销售给客户 C 笔记本电脑电源连接器的整体毛利率；2021 年发行人销售给客户 C 笔记本电脑电源连接器毛利率下降幅度较大主要因为毛利贡献大的 2DC3169 部分料号产品因客户的要求降价，导致毛利率下滑，拉低了发行人销售给客户 C 笔记本电脑电源连接器毛利率。

2019 年发行人销售给客户 D 笔记本电脑电源连接器毛利率大幅上升主要因为发行人自 2019 年开始对客户 D 销售的 2DC3184 系列部分料号产品，为新产品，毛利率高，客户 D

的需求逐步增大，销量亦逐步增加，拉升了发行人销售给客户 D 笔记本电脑电源连接器的整体毛利率。

自 2019 年开始，发行人销售给客户 E 笔记本电脑电源连接器毛利率持续上升主要因为发行人导入到客户 E 的新产品占比逐渐增加，分别为 25.37%、39.36%和 63.92%，毛利率高，拉升了发行人销售给客户 E 笔记本电脑电源连接器毛利率。

2018 年至 2021 年发行人销售给客户 B 笔记本电脑电源连接器毛利率呈下滑趋势，主要因为发行人销售给客户 B 的新产品的占比呈下降趋势，分别为 36.96%、37.90%、0.12%和 0.10%，同时旧产品单价逐年下降，拉低了产品的平均单价，导致发行人销售给客户 B 笔记本电脑电源连接器毛利率呈下滑趋势。

（2）笔记本电脑传输连接器主要客户毛利率对比分析

①各主要客户笔记本电脑传输连接器毛利率差异分析

2018 年至 2021 年，发行人销售给客户 A 的笔记本电脑传输连接器的毛利率较高，主要系客户 A 为品牌厂商，发行人不需要将毛利让给中间的代工厂所致。

2020 年和 2021 年发行人销售给客户 C 的笔记本电脑传输连接器毛利率高于客户 B、客户 D 和客户 E 的主要因为发行人销售给客户 C 笔记本电脑传输连接器新产品占比相对较高，价格高，毛利率高。2018 年至 2021 年发行人销售给客户 C、客户 B、客户 D、客户 E 的新产品的比例如下：

公司名称	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
客户 C	45.37%	56.97%	47.66%	26.02%
客户 B	24.37%	18.96%	13.20%	10.22%
客户 D	25.26%	37.04%	37.10%	22.82%
客户 E	3.13%	31.78%	41.52%	44.75%

2018 年至 2020 年发行人销售给客户 B 和客户 E 笔记本电脑传输连接器毛利率较为接近，相差不大。

2018 年至 2021 年发行人对客户 D 销售的笔记本电脑传输连接器毛利率相对较低，主要因为销量较大的 USB 系列和 RJ 系列竞争者较多，发行人为快速抢占市场，给与客户较优惠的价格，导致发行人销售给客户 D 的传输连接器毛利率较低。

2021 年度发行人销售给客户 E 的笔记本电脑传输连接器毛利率较低，并且下降幅度较大，主要因为毛利贡献大的 2RJ3081 部分料号产品因某批产品返工，使得生产成本提升，导致毛利率下滑，同时毛利贡献大的 2UB3921 和 2UB1593 料号部分产品因客户要求降价，而且因该两个料号部分产品为外销产品，2021 年人民币兑美元平均汇率升值 6.47%，使得毛利率下滑。因此 2RJ3081、2UB3921 和 2UB1593 料号部分产品毛利率下滑拉低了发行人销售给客户 E 的笔记本电脑传输连接器毛利率。

②各主要客户笔记本电脑传输连接器毛利率波动分析

2019 年至 2020 年发行人销售给客户 A 笔记本电脑传输连接器毛利率下降幅度较大，主要因为发行人销售给客户 A 的笔记本电脑连接器主要为 TYPE C 系列产品，TYPE C 系列产品为新出现的笔记本电脑连接器类型，价格高，毛利率高，随着 TYPE C 系列产品技术成熟，产品的单价随之下降，毛利率也随之降低，导致 2019 年至 2020 年发行人销售给客户 A 笔记本电脑传输连接器毛利率下降幅度较大。

2019 年和 2020 年发行人销售给客户 C 笔记本电脑传输连接器毛利率大幅上升主要原因如下：①自 2019 年下半年开始，发行人对 USB 产品系列中 2UB2308 系列和 2UB4060 系列部分料号产品进行制程改善成本优化，导致该两个系列部分料号产品毛利率提升；②发行人销售的 2UB3M04 系列部分料号产品，为新产品，毛利率较高，纬创集团的需求逐步增大，销量亦逐步增加。2021 年发行人销售给客户 C 笔记本电脑传输连接器毛利率上升幅度较大主要因为毛利贡献大的 2UB2308 和 2UB3M04 部分料号产品为新产品，毛利率高，销售占比提升，拉升了发行人销售给客户 C 笔记本电脑传输连接器毛利率。

2018 年至 2021 年，发行人销售给客户 B、客户 D 的笔记本电脑传输连接器毛利率波动相对较小，变化不大。

2018 年至 2020 年发行人销售给客户 E 的笔记本电脑传输连接器毛利率波动相对较小，变化不大；2021 年发行人销售给客户 E 的笔记本电脑传输连接器下降幅度较大，主要因为毛利贡献大的 2RJ3081 部分料号产品因某批产品返工，使得生产成本提升，导致毛利率下滑，同时毛利贡献大的 2UB3921 和 2UB1593 料号部分产品因客户要求降价，而且因该两个料号部分产品为外销产品，2021 年人民币兑美元平均汇率升值 6.47%，使得毛利率下滑。因此 2RJ3081、2UB3921 和 2UB1593 料号部分产品毛利率下滑拉低了发行人销售给客户 E 的笔记本电脑传输连接器毛利率。

（3）笔记本电脑影音连接器主要客户毛利率对比分析

①各主要客户笔记本电脑影音连接器毛利率差异分析

2018 年至 2020 年发行人销售给客户 C 的笔记本电脑影音连接器毛利率高于客户 B、客户 D 和客户 E 主要系发行人销售给客户 C 的笔记本电脑影音连接器 Audio 系列和 HDMI 系列的毛利率高于客户 B、客户 D 和客户 E 所致，该两个系列产品毛利率高于其他集团主要因为发行人销售给客户 C 的产品竞争对手较少，产品单价较高，毛利率较高，导致发行人销售给客户 C 的毛利率整体高于其他集团。

2018 年、2019 年发行人销售给客户 B 和客户 D 笔记本电脑影音连接毛利率相差不大，销售给客户 E 的笔记本电脑影音连接器毛利率最低主要因为对于客户 E，发行人的竞争对手多为陆资厂商，客户 E 在选择供应商时主要采用价格导向，发行人为了抢占市场，低价接单，导致毛利率相对于其他代工厂较低。

2021 年发行人销售给客户 C 和客户 D 笔记本电脑影音连接器相差不大，销售给客户 C 笔记本电脑影音连接器毛利率最低主要系发行人销售给客户 C 笔记本电脑影音连接器中的 HDMI 系列毛利率低于其他集团所致，该系列产品毛利率低于其他集团主要因为该系列产品主要被广达用于生产低配笔记本电脑，价格较低，毛利率低。

②各主要客户笔记本电脑影音连接器毛利率波动分析

2018 年至 2020 年，发行人销售给客户 E 笔记本电脑影音连接器毛利率持续上升。其中 2019 年发行人销售给客户 E 笔记本电脑影音连接器毛利率上升幅度较大主要因为 2019 年发行人导入的新产品较多，新产品比例达到 78.86%，占比较高，毛利率高，拉升了发行人销售给客户 E 笔记本电脑影音连接器整体毛利率；2020 年发行人销售给客户 E 笔记本电脑影音连接器毛利率上升幅度较大主要因为新导入的 2SJ3080 系列料号部分产品，竞争对手较少，单价高，毛利率高，同时毛利贡献大的 2SJ3088 系列料号部分产品降低了成本，使得毛利率提升，该两个系列料号产品拉升了 2020 年发行人销售给客户 E 笔记本电脑影音连接器整体毛利率。

2021 年发行人销售给客户 B 笔记本电脑影音连接器毛利率下降幅度较大主要因为客户 B 代工的低配笔记本电脑占比提升，使得 2021 年发行人销售给客户 B 的笔记本电脑影音连接器的价格低，毛利率低，导致 2021 年发行人销售给客户 B 笔记本电脑影音连接器毛利率下降幅度较大。

（四）申报会计师核查意见

1、核查手段

申报会计师采取以下手段对发行人的毛利率事项进行了核查：

（1）取得发行人的收入成本明细表、主要客户的销售合同或订单等，了解发行人主要系列产品是否存在生命周期、新旧产品毛利率变动的具体原因，核查是否存在产品降价条款的约定；

（2）取得发行人收入成本明细表和自动化生产线导入金额、节省的成本等资料，分析发行人笔记本电脑连接器和消费电子连接器各主要产品系列毛利率变动原因，并分析自动化生产线导入对发行人毛利率的变动影响；

（3）取得发行人收入成本明细表，分析发行人笔记本电脑连接器中电源连接器毛利率高于其他连接器的原因和笔记本电脑连接器主要客户毛利率差异原因。

2、核查结论

经核查，申报会计师认为：

（1）2018 年至 2021 年，公司的主要产品系列为 Audio、DC/DW、USB、RJ/TJ、TYPE C 等，上述产品系列不存在明显的生命周期，亦不存在生命周期的各个阶段毛利率重大差异

的情况，发行人与客户之间未对老产品定期降价的情况进行约定；2018 年至 2021 年发行人新产品的销售占比提升或者下降，会对发行人的主营业务的毛利率产生影响。

（2）笔记本电脑连接器和消费电子连接器各主要产品系列毛利率变动主要系固定成本分摊增加或减少、自动化设备导入、制程的改良情况、竞争对手的多少以及产品的价格、原材料的价格、汇率的波动所致；2018 年至 2021 年，在发行人产品单价未发生变动的情况下，自动化设备或生产线的导入将会减少发行人产品的单位生产成本，提升发行人产品的毛利率。

（3）发行人的笔记本电脑连接器中电源连接器毛利率高于其他连接器主要因为发行人自成立之日就一直专注于笔记本电脑电源连接器的研发、生产和销售，经过多年的积累，已形成一系列的核心技术和专利，能够为客户提供质量高的笔记本电脑电源连接器产品，同时由于笔记本电脑电源连接器对安全性要求较高，具有一定的技术门槛，因此竞争对手较少，客户能够给予发行人较好的销售价格，导致发行人笔记本电脑连接器中电源连接器毛利率高于其他连接器。

笔记本电脑连接器中主要客户毛利率差异主要受新旧产品的占比、竞争对手的情况、是否为品牌厂商、相关产品制程改良等因素影响所致。

【问询函 9】关于期间费用

申报文件显示：

（1）报告期内，发行人销售费用率分别为 8.49%、8.35%、6.03%和 6.58%，同行业可比公司的平均值分别为 2.63%、2.57%、1.85%和 1.86%，发行人与同行业可比公司销售费用率存在差异主要系销售模式、销售规模及销售的产品等差异所致。

（2）报告期内，发行人销售费用中业务推广及宣传费分别为 677.35 万元、945.26 万元、1,398.08 万元和 547.31 万元；权利金分别为 234.88 万元、482.16 万元、540.78 万元和 127.66 万元。

（3）报告期内，发行人管理费用中职工薪酬分别为 1,643.15 万元、1,992.89 万元、2,251.45 万元和 492.01 万元；修理费分别为 1,455.41 万元、1,387.00 万元、1,440.83 万元和 350.81 万元，主要为模具修理费。

（4）报告期内，发行人研发费用率分别为 4.51%、4.08%、3.57%和 3.24%，低于同行业可比公司的 4.86%、5.18%、5.15%和 4.65%。

请发行人：

（1）结合发行人与可比公司具体的销售模式、销售规模及销售的产品差异，量化分析并说明发行人销售费用率大幅高于同行业可比公司的原因。

（2）说明业务推广及宣传费的具体构成，涉及第三方服务机构的，主要的服务机构与

发行人是否存在关联关系，发行人业务开拓过程中是否存在商业贿赂，分析权利金与销售收入的匹配性。

（3）分析管理费用中职工薪酬与管理人员数量的匹配性；说明模具修理费的明细构成，分析修理费用占模具原值比与同行业可比公司是否一致。

（4）分析研发人员占比与同行业可比公司比较情况、发行人研发费用率逐年降低的原因、低于同行业可比公司的原因。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，请发行人律师对问题（2）发表明确意见。

回复：

（一）结合发行人与可比公司具体的销售模式、销售规模及销售的产品差异，量化分析并说明发行人销售费用率大幅高于同行业可比公司的原因

1、销售模式

发行人可比同行业公司的销售模式及其影响因素情况如下：

公司名称	外销或者内销为主	采用经销或者直销	是否采用HUB仓销售模式	是否采取业务推广	是否披露支付权利金情况
立讯精密	外销为主，占比90%左右	2021年直销，2018年至2020年未披露	未披露	否	否
得润电子	外销为主，占比80%左右	直销为主，未披露经销比例	未披露	是	否
胜蓝股份	内销为主，占比80%左右	2020年至2021年未披露，2018至2019年直销为主，经销占比不到1%	是	是	是
兴瑞科技	内销为主占比50%左右，外销占比50%	直销	未披露	是	否
创益通	内销为主，占比70%以上	直销	是	否	否
信音电子	外销为主，占比85%左右	直销为主，经销占比10%左右	是	是	是

2、销售规模

2018年至2021年，发行人可比同行业公司的销售规模情况如下：

单位：万元

项目	2021年度	2020年度	2019年度	2018年度
立讯精密	15,394,609.78	9,250,125.92	6,251,631.46	3,584,996.42
得润电子	758,675.51	727,222.85	748,621.21	745,410.56
兴瑞科技	125,182.77	104,038.75	102,346.28	101,790.24

胜蓝股份	130,280.12	91,484.28	72,438.67	64,527.05
创益通	49,919.87	46,176.15	44,114.18	36,761.74
信音电子	95,134.16	86,763.12	72,386.66	63,547.11

3、销售的产品

发行人与同行业可比公司销售的产品、应用领域和下游主要客户情况如下：

序号	公司简称	主要产品	应用领域	下游主要客户
1	立讯精密	连接线、连接器、声学、无线充电、马达及天线等零组件、模组与配件类产品	电脑及周边、消费电子、通讯、汽车及医疗等领域	未披露
2	得润电子	电子连接器和精密组件	家用电器、计算机及外围设备、智能手机、可穿戴设备、LED 照明、智能汽车、新能源汽车等	未披露
3	胜蓝股份	消费类电子连接器及组件、新能源汽车连接器及组件和光学透镜	消费类电子、新能源汽车等领域	立讯精密、比亚迪、富士康、日本电产、聚飞光电等
4	兴瑞科技	电子连接器、结构件、塑料外壳、镶嵌注塑件等精密电子零部件产品及模具产品	家庭智能终端、汽车电子、消费电子等领域	未披露
5	创益通	精密连接器、连接线、精密结构件等互连产品	数据存储、消费电子和新能源等领域	西部数据、莫仕、公牛集团、星科金朋、安克创新、小米等
6	信音电子	电子连接器	笔记本电脑、消费电子、汽车及其他连接器	惠普、英业达、广达、仁宝、纬创、鸿海等

4、发行人销售费用占营业收入的比例高于同行业可比公司的原因分析

2018 年至 2021 年发行人销售费用率高于同行业可比公司，主要因为发行人销售费用中权利金、业务推广费、职工薪酬、出口及运输仓储费占营业收入的比例均明显高于同行业可比公司，具体如下：

项目	公司名称	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
权利金占营业收入的比例	立讯精密	-	-	-	-
	得润电子	-	-	-	-
	兴瑞科技	-	-	-	-
	胜蓝股份	-	-	-	-
	创益通	-	-	-	-
	行业平均	-	-	-	-
	信音电子	0.51%	0.62%	0.67%	0.37%
业务推广费占营业收入的比例	立讯精密	-	-	-	0.10%
	得润电子	0.20%	0.22%	0.24%	0.25%
	兴瑞科技	0.45%	0.64%	0.78%	0.97%
	胜蓝股份	0.04%	0.01%	0.16%	0.29%
	创益通	-	-	-	-
	行业平均	0.14%	0.17%	0.24%	0.32%

	信音电子	2.24%	1.61%	1.31%	1.07%
职工薪酬占营业收入的比例	立讯精密	0.31%	0.32%	0.44%	0.53%
	得润电子	1.13%	1.11%	1.05%	0.99%
	兴瑞科技	1.46%	1.36%	1.48%	1.34%
	胜蓝股份	1.07%	1.03%	0.95%	0.93%
	创益通	0.81%	0.59%	0.57%	0.69%
	行业平均	0.96%	0.88%	0.90%	0.90%
	信音电子	2.43%	2.64%	3.16%	3.38%
出口及运输仓储费占营业收入的比例	立讯精密	0.03%	0.03%	0.13%	0.13%
	得润电子	-	0.00%	0.83%	0.66%
	兴瑞科技	-	1.54%	1.51%	1.30%
	胜蓝股份	-	0.00%	1.11%	1.09%
	创益通	-	0.00%	0.78%	0.86%
	行业平均	0.01%	0.31%	0.87%	0.81%
	信音电子	0.00%	0.00%	1.84%	2.09%

注：1、胜蓝股份招股说明书披露了使用鸿海授权专利（USB 3.0）的情况，但只披露了权利金计算标准，未披露支付权利金的具体金额，同时胜蓝股份还存在无偿使用授权专利（光学透镜相关专利）的情况。2、立讯精密的年报中将租赁费与运费、仓储费合并披露，因此上表中立讯精密的运费、仓储费包含了租赁费。

（1）发行人销售费用中权利金占营业收入的比例高于同行业可比公司原因分析

发行人使用授权专利的合理性详见本问询函回复“十七 关于商标和知识产权授权 ”之“（一）说明鸿海精密授权专利对发行人的重要性及具体权利金……定价是否公允，报告期内使用授权专利产品的收入和毛利占比”的回复。

根据公开资料显示，同行业可比公司中仅胜蓝股份披露了使用授权专利的情况，但胜蓝股份只披露相关专利授权的权利金计算标准，未披露权利金的具体支付金额，权利金计算标准具体为“被许可方支付给许可方 10 万美元的初始费用，并对每一件产品支付许可方 0.015 美元的专利许可费用”，2017 年至 2019 年胜蓝股份使用授权专利产生的收入为 213.93 万元、472.63 万元和 791.28 万元，占胜蓝股份销售收入的比重分别为 0.47%、0.73%和 1.09%，而 2018 年至 2021 年发行人使用授权专利产生的收入分别为 2,315.42 万元、3,895.71 万元、3,701.08 万元和 5,276.05 万元，占营业收入的比例分别为 3.64%、5.38%、4.27%和 5.55%，远高于胜蓝股份。

综上所述，发行人使用授权专利并且支付的权利金金额较高，同时将权利金计入了销售费用，导致发行人销售费用中权利金占营业收入的比例高于同行业可比公司。

（2）发行人销售费用中业务推广费占营业收入的比例高于得润电子、胜蓝股份、兴瑞

科技原因分析

发行人销售费用中业务推广费占营业收入的比例高于得润电子、胜蓝股份、兴瑞科技，主要因为发行人与同行业公司由于应用领域不同，导致面对的客户存在区别，使得拓展的方式不同，发行人的客户主要包括笔记本电脑品牌厂商惠普和知名代工厂广达、英业达、纬创等，这些大的厂商对连接器产品需求多样，负责采购不同种类的连接器的部门众多，发行人需要通过推广商将产品推广到客户的不同采购端，拓宽销售渠道，以扩大销售规模，从而导致发行人需要支付金额较大的业务推广费，业务推广费的具体情况详见本问题回复之“（二）说明业务推广及宣传费的具体构成……分析权利金与销售收入的匹配性”的回复。

（3）发行人销售费用中职工薪酬占营业收入的比例高于同行业可比公司原因分析

①发行人的销售人员数量较多

2018 年至 2021 年，发行人和同行业可比公司销售人员平均数量的对比情况如下：

单位：人

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
立讯精密	2,574	2,300	2,279	1,403
得润电子	279	264	341	335
兴瑞科技	69	58	61	57
胜蓝股份	136	88	73	72
创益通	29	20	18	17
可比公司平均值	617	546	554	377
发行人	132	128	128	121

注：计算可比公司销售人数占总人数的比率时，销售人数和总人数均采取了各期期初期末人数的算术平均数，计算发行人销售人员占总人数的比率时，均采取了各期间月末人数的算术平均数

除立讯精密和得润电子销售规模较大导致销售人员平均人数较多外，发行人的销售人员平均人数大于销售规模较为接近的兴瑞科技、胜蓝股份和创益通，主要因为发行人的主要客户为笔记本电脑品牌厂商惠普和广达、英业达、纬创、仁宝等大型笔记本电脑代工厂，需要随时响应客户的需求，进行产品的设计、讨论等工作，并同时维护客户关系，因此导致发行人销售人员数量多于同行业可比公司。

②发行人销售人员的平均工资高于同行业平均值

单位：万元/人

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
立讯精密	18.55	13.03	12.09	13.58
得润电子	30.82	30.50	23.05	22.00
兴瑞科技	26.48	24.32	24.88	23.95

胜蓝股份	10.23	10.72	9.44	8.31
创益通	13.86	13.65	14.01	14.95
可比公司平均值	19.99	18.45	16.70	16.56
发行人	17.51	17.90	17.84	17.77

2018 年至 2021 年，总体而言发行人销售人员平均工资低于得润电子和兴瑞科技，高于立讯精密、胜蓝股份、创益通，在同行业可比公司中处于较高水平，主要因为发行人的销售人员主要在中国台湾地区，上述地区的平均工资较高，拉高了发行人销售人员的整体平均薪酬。

总体而言，发行人的职工薪酬金额小于立讯精密和得润电子，但立讯精密和得润电子的销售规模远大于发行人，从而导致立讯精密和得润电子的销售人员薪酬总额占营业收入比例远小于发行人；胜蓝股份、兴瑞科技和创益通的销售人员数量少于发行人，薪酬总额小于发行人，但其营业收入和发行人接近，导致其销售人员薪酬总额占营业收入比例远小于发行人，因此发行人销售费用中销售人员薪酬总额占营业收入比例高于同行业可比公司。

（4）发行人销售费用中出口及运输仓储费占营业收入的比例高于同行业可比公司原因分析

2018 年和 2019 年发行人出口及运输仓储费占营业收入的比例高于同行业可比公司主要因为发行人外销占比 85%以上，并同时采用 HUB 仓的销售模式，导致发行人销售费用中出口及运输仓储费的金额相对较高，占营业收入的比例明显高于同行业可比公司。2020 年以后因执行新收入准则，公司出口费用及运费仓储费等合同履约相关成本作为合同履约成本计入营业成本，因此发行人销售费用中出口费用及运费仓储费金额为零。

综上所述，发行人销售费用率高于同行业可比公司主要系销售费用中的权利金、业务推广费、出口及运输仓储费和职工薪酬总额占营业收入的比例高于同行业可比公司所致。

（二）说明业务推广及宣传费的具体构成，涉及第三方服务机构的，主要的服务机构与发行人是否存在关联关系，发行人业务开拓过程中是否存在商业贿赂，分析权利金与销售收入的匹配性

1、业务推广及宣传费的具体情况

单位：万元

第三方服务机构名称	与信音电子是否存在关联关系	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
ETERNITY ACTION LIMITED	否	1,735.03	995.66	726.46	344.80
TALENT GROUP CAPITAL LIMITED	否	241.05	291.11	112.77	-
GLOBALINK TECH CO.,LTD	否	-	-	56.55	130.19
泓成企业有限公司	否	-	-	-	147.44
SE(USA)	是	123.49	72.99	32.93	14.02

其他广告及宣传费	否	30.45	38.31	16.55	40.90
合计	-	2,130.02	1,398.08	945.26	677.35

2018 年至 2021 年，公司与主要第三方服务机构签订了《产品推广协议》等合同，约定由第三方服务机构提供产品推广等服务，协助公司特定系列产品销售，并为公司与客户之间的信息沟通、客户关系维持、合作协调和技术对接等提供服务，以利公司产品顺利销售至客户。按照协议约定，公司根据实际销售至客户的产品向上述各方支付相应的推广服务费用。

2018 年至 2021 年，除 SE(USA)外，公司与业务推广及宣传的主要服务机构不存在关联关系。主要第三方服务机构的基本情况如下：

（1）ETERNITY ACTION LIMITED

成立时间	2011 年 1 月 18 日	**开始合作时间**	2018 年 6 月	**注册资本**	5 万美元
法定代表人	HO,YING-JU	**注册地**	Quastisky Building,PO Box 4389 ,Road Town ,Tortola , British Virgin Islands(英属维尔京群岛)		
股东构成及控制情况	**名称**	**持股比例**	**办公地址**	中国台湾桃园市中坜区龙川 5 街 105 号	
	HO,YING-JU	100%			
经营范围	推广电子材料组件产品				
推广内容	推广 Type C 系列产品				

（2）TALENT GROUP CAPITAL LIMITED

成立时间	2012 年 2 月 28 日	**开始合作时间**	2019 年 9 月	**注册资本**	5 万美元
法定代表人	CHANG,CHUNG-PING	**注册地**	OMC Chambers,Wickhams Cay 1,Road Town ,Tortola , British Virgin Islands(英属维尔京群岛)		
股东构成及控制情况	CHANG,CHUNG-PING、HSIEH,I-CHUN、CHANG,WEI-HSUN、YANG,SZU-CHIN，四人各持股 25%		**办公地址**	中国台湾新竹市中央路 331 巷 24 号	
经营范围	推广电子材料组件产品				
推广内容	推广 Audio/Plug , DC/DW/Plug ,Wafer 系列产品				

（2）GLOBALINK TECH CO.,LTD

成立时间	2007 年 3 月 19 日	**开始合作时间**	2017 年 9 月	**注册资本**	5 万美元
法定代表人	HSU,PO-LUNG	**注册地**	35 Barrack Road,Third Floor,Belize City,Belize(伯利兹的伯利兹市)		
股东构成及控制情况	HSU,PO-LUNG 持股 90%、LEE,SU-MAN 持股 10%		**办公地址**	中国台湾高雄市前镇区中华五路 756 号 10F	
经营范围	推广机械设备及电子模块产品				
推广内容	推广 Audio/Plug , DC/DW/Plug ,Wafer 系列产品				

2、发行人业务开拓过程中是否存在商业贿赂

中介机构获取了发行人、控股股东、董事、监事、高管签署的调查表和《反商业贿赂承诺书》，获取了发行人子公司分公司高管、负责人签署的《反商业贿赂承诺书》，获取了发行人董事、监事、高管的无犯罪记录证明，获取了发行人的反商业贿赂制度——《道德规范及反商业贿赂管理程序》，并且通过公开网站查询发行人、发行人董事、监事、高管及发行人子公司高管、负责人是否存在商业贿赂、被立案调查、起诉、处罚等情形，经核查，2018 年至 2021 年发行人及其董事、监事、高管及发行人子公司高管、负责人未受到商业贿赂的相关调查，亦不存在因商业贿赂行为而被处罚或起诉的情形，综上所述发行人在业务开拓过程中不存在商业贿赂。

3、权利金与销售收入的匹配性

2018 年至 2021 年，公司权利金明细构成：

单位：万元

授权方	2021 年度		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
鸿海集团	463.56	95.57%	487.59	90.16%	442.76	91.83%	219.14	93.30%
唐虞企业股份有限公司（以下简称唐虞）	21.49	4.43%	39.39	7.28%	39.40	8.17%	15.74	6.70%
宏致电子股份有限公司（以下简称宏致电子）	-	-	13.80	2.55%	-	-	-	-
合计	485.05	100.00%	540.78	100.00%	482.16	100.00%	234.88	100.00%

公司支付给各授权方的权利金按照双方约定以不同方式计算，其中：给鸿海集团的权利金按照不同产品的实际出货及其合同约定计算，给唐虞的权利金为 17.13 万美元，给宏致电子的权利金为 2 万美元。公司支付给唐虞及宏致电子的权利金为固定金额，与销售收入无匹配关系，支付鸿海集团的权利金与使用授权专利的产品销售收入相关。公司支付鸿海集团的权利金与总销售收入占比情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
鸿海集团权利金	463.56	487.59	442.76	219.14
主营业务收入	93,399.83	84,613.21	70,993.04	61,658.98
权利金占比	0.50%	0.58%	0.62%	0.36%

注：表中权利金为人民币金额，2021 年度较 2020 年度减少系折算汇率下降所致。2018 年至 2021 年，鸿海集团权利金原币金额为 33.12 万美元、64.18 万美元、70.69 万美元和 71.85 万美元，随着发行人销售规模的扩大而增长。

2018 年至 2021 年，公司支付给鸿海集团的权利金主要涉及三个系列的产品：（1）DC Jack Cable Assembly（DC Jack 线缆组合产品）；（2）RJ45 电连接器；（3）USB3.0A 型插座连接器。根据双方合同约定，公司需对上述三个系列中使用专利的产品缴纳权利金，缴费

按照具体产品实际销售量*单位专利费（每件产品产生的专利费）计算。

2018 年权利金占主营业务收入比例较低的主要原因为：公司与鸿海集团于 2018 年 10 月新签订合约，对上述三个系列涉及专利产品的单位专利费有所调整，新合约约定的单位专利费较前期有所增加，导致 2018 年 10 月之后权利金占比有所上升。

此外，由于不同系列产品的单位专利费不同、公司各年度主营业务收入中涉及使用专利的产品占比不同，因此各年度权利金与主营业务收入占比也有所变动。2018 年至 2021 年，除 2018 年由于专利费缴费标准与其他年度有所不同导致权利金占比较低外，其余各年度公司支付给鸿海的权利金占销售收入的比例基本平稳，权利金与主营业务收入具有匹配性。

（三）分析管理费用中职工薪酬与管理人员数量的匹配性；说明模具修理费的明细构成，分析修理费用占模具原值比与同行业可比公司是否一致。

1、管理费用中职工薪酬与管理人员数量的匹配性：

2018 年至 2021 年，管理费用职工薪酬与管理人员数量明细如下：

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
管理费用-职工薪酬（万元）	2,607.61	2,251.45	1,992.89	1,643.15
行政管理人员平均人数（人）	111	102	94	95
年人均工资（万元/人）	23.49	22.07	21.20	17.30

注：2018 年至 2021 年各期间的平均人数均为各月末人数的算术平均数。

公司管理费用职工薪酬主要包括基本工资、五险一金、绩效奖金及年终奖。其中：绩效奖金按照公司净利润一定比例发放，年终奖为 1-3 个月的基本工资。

2018 年至 2021 年，公司行政管理人员平均人数基本稳定，小幅增加系公司业务规模扩大管理需要所致。年人均工资分别为 17.30 万元/人、21.20 万元/人、22.07 万元/人、23.49 万元/人，2018 年至 2021 年呈现上升趋势，主要系公司整体效益持续增长，管理人员绩效奖金增加所致。

综上，公司管理费用中职工薪酬与管理人员数量变动趋势基本一致，具有匹配性。

2、说明模具修理费的明细构成，分析修理费用占模具原值比与同行业可比公司是否一致：

（1）模治具修理费的明细构成

2018 年至 2021 年，管理费用-修理费分别为 1,455.41 万元、1,387.00 万元、1,440.83 万元和 1,308.06 万元，主要为模治具修理费，具体如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
模治具修理费	838.42	1,090.45	1,031.54	1,128.82
其他修理费	469.65	350.38	355.45	326.59

管理费用-修理费合计	1,308.06	1,440.83	1,387.00	1,455.41

公司模治具修理费由材料领用、人工成本及其他费用组成，其中：材料领用主要为修理模治具所使用的零部件，是模治具修理费的主要组成部分；人工成本主要为制造中心加工零部件的人员费用，零部件的更换由模治具使用部门生产人员完成，更换零部件产生的人工成本较小；其他费用主要为委托第三方维修等零星费用，金额较小。

2018 年至 2021 年，公司模治具修理费明细构成如下：

单位：万元

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
材料领用	782.45	93.32%	990.25	90.81%	891.72	86.45%	868.40	76.93%
人工成本	40.92	4.88%	78.73	7.22%	132.77	12.87%	241.34	21.38%
其他费用	15.05	1.80%	21.47	1.97%	7.05	0.68%	19.08	1.69%
合计	838.42	100%	1,090.45	100.00%	1,031.54	100.00%	1,128.82	100.00%

2018 年至 2021 年，人工成本占模治具修理费比例逐年减少，主要系相关部门人数减少所致。公司制造中心下设精加工课，该部门主要生产、加工模治具所需零部件，相关人员费用计入模治具修理费。2018 年至 2021 年，公司产品结构不断变化，多数修理模治具所需的零部件由原来的自行生产加工改为直接外购。公司因此对精加工课部门人员进行了调整，2018 年至 2021 年，该部门平均人数由 40 余人逐渐降至 10 余人，是导致模治具修理费中人工成本逐年下降的主要原因。

（2）修理费用占模具原值比与同行业可比公司比较情况

由于同行业可比公司仅披露管理费用-修理费，并未单独披露其中模治具修理费金额，公司模治具修理费占模治具原值比例无法与同行业可比公司直接比较。

2018 年至 2021 年，公司模治具修理费占模治具原值情况：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
模治具修理费	838.42	1,090.45	1,031.54	1,128.82
固定资产-模治具原值	35,054.83	34,206.16	32,201.23	30,645.15
占比	2.39%	3.19%	3.20%	3.68%

2018 年至 2020 年，公司模治具修理费占固定资产-模治具原值比例基本平稳。2021 年，由于公司加强了对模具修理费的管控，使模具修理费较前期有所下降，并且随着公司营业规模的增长，模治具原值持续增加，因此 2021 年度模治具修理费占固定资产-模治具原值比例有所下降。

（四）分析研发人员占比与同行业可比公司比较情况、发行人研发费用率逐年降低的原因、低于同行业可比公司的原因

1、分析研发人员占比与同行业可比公司比较情况

2018 年至 2021 年，发行人研发人员的情况如下：

单位：人

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
研发人员数	124	131	122	125
总人数	1,175	1,144	1,101	1,144
研发人数占总人数的比率	10.55%	11.45%	11.08%	10.93%

注：研发人员数和总人数为各期间月末人数的算术平均数。

发行人研发人员占总人数的比率与同行业可比公司的比较情况如下：

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
立讯精密	7.80%	9.03%	9.31%	9.22%
得润电子	8.70%	8.06%	8.53%	9.16%
兴瑞科技	9.14%	8.90%	8.15%	7.47%
胜蓝股份	13.15%	12.07%	12.21%	11.67%
创益通	13.95%	12.14%	13.26%	14.73%
平均值	10.55%	10.04%	10.29%	10.45%
发行人	10.55%	11.45%	11.08%	10.93%

注：计算可比公司研发人数占总人数的比率时，研发人数和总人数均采取了各期期初期末人数的算术平均数，计算发行人研发人员占总人数的比率时，均采取了各期间月末人数的算术平均数。

2018 年度至 2021 年度，发行人研发人员占比分别为 10.93%、11.08%、11.45%和 10.55%，占比较为稳定且总体而言略高于同行业可比公司研发人员占比均值。在可比公司中，发行研发人员工占比与胜蓝股份和创益通更为接近，发行人研发人员占比与同行业相比不存在异常。

2、分析发行人研发费用率逐年降低的原因、低于同行业可比公司的原因

根据招股书披露，发行人在 2018 年至 2021 年研发费用的具体构成和变动情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	1,648.83	55.40%	1,647.80	53.23%	1,688.89	57.19%	1,421.16	49.61%
直接投入	694.59	23.34%	764.25	24.69%	570.78	19.33%	784.03	27.37%
折旧与摊销	501.73	16.86%	456.82	14.76%	542.75	18.38%	476.59	16.64%

其他	131.29	4.41%	226.79	7.33%	150.77	5.11%	182.92	6.39%
合计	2,976.44	100.00%	3,095.66	100.00%	2,953.20	100.00%	2,864.69	100.00%
占营业收入比例	3.13%		3.57%		4.08%		4.51%	

发行人研发费用率与同行业可比公司的比较情况如下：

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
立讯精密	4.31%	6.21%	7.00%	7.01%
得润电子	4.15%	4.75%	3.82%	2.51%
兴瑞科技	4.52%	4.64%	5.21%	4.23%
胜蓝股份	5.22%	4.69%	4.83%	5.04%
创益通	6.11%	5.47%	5.02%	5.51%
平均值	4.86%	5.15%	5.18%	4.86%
发行人	3.13%	3.57%	4.08%	4.51%

2018 年至 2021 年，公司研发费用分别为 2,864.69 万元、2,953.20 万元、3,095.66 万元和 2,976.44 万元，2018 年至 2020 年研发费用金额逐年增加，主要系随着销售规模增大，公司因生产需求研发投入金额持续增加所致。2021 年研发费用金额较 2020 年有所下降，主要系公司全资子公司中山信音研发费用中直接投入的研发样品以及模具开发费用下降较大所致。2020 年度，中山信音自动化设备在调试及试产时领用了较多的样品，而该批设备已于 2020 年底转固，导致 2021 年度研发费用中的直接投入较 2020 年有所减少。同时 2021 年因持续受到芯片紧缺的影响，新品开发项目有所减少，导致机器调试直接领用原料以及模具的设计和变更费用也有所减少。公司营业收入分别为 63,547.11 万元、72,386.66 万元、86,763.12 万元和 95,134.16 万元，研发费用占营业收入比例分别为 4.51%、4.08%、3.57%和 3.13%。2019 年、2020 年和 2021 年公司研发费用较上年同期增长比例分别为 3.09%、4.82%和-3.85%，公司同期营业收入增长幅度分别为 13.91%、19.86%和 9.65%。2018 年至 2021 年公司研发费用占营业收入占比下降主要是因为研发费用增长幅度不及营业收入增长幅度所致。公司营业收入增长幅度较大主要因为下游行业笔记本电脑出货量大幅增加且公司加大了对消费电子和汽车电子行业客户的拓展。公司研发费用在 2018 年至 2021 年增幅低于收入增幅具备合理性，其主要原因如下：

1、2020 年度因享受社保减免政策，公司研发人员一共减免社保费用 102.92 万元，如果不考虑社保减免费用，2020 年度公司研发费用总额为 3,198.58 万元，2020 年度较 2019 年度研发费用增速为 8.31%。

2、公司目前的研发投入照研发计划推进、能够满足产品市场需求。2018 年至 2021 年，公司的研发项目从立项、实施、结项均有严格的管理，公司研发项目数量和获取专利数量的情况如下：

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
研发项目数量[注]	24	26	17	16
获取专利数量	51	43	39	26

注：研发项目数量包含当期已完成的项目和期末仍在研发的项目。

由上表可知，2018 年至 2021 年公司研发项目数量和获取的专利数量总体均呈上升趋势，研发产出情况良好。按照客户对产品需求的反馈及公司对市场需求的预测，公司现有研发项目和研发投入能够满足客户和市场的需求。

3、公司研发人员规模较为稳定。2018 年至 2021 年，公司研发人员分别 125 人、122 人、131 人和 124 人，规模总体保持稳定。按照公司目前的研发计划和研发项目，已有研发人员能够满足现有研发需求。

4、公司所处行业未出现需要大量投入研发的革命性产品且公司研发项目周期较短。2018 年至 2021 年，公司研发投入相对稳定，公司所处行业未出现需要大量投入研发进行攻克的革命性产品，公司研发项目主要为对现有产品性能的升级和产品系列的扩展，现有研发项目能够满足生产和销售的需求预期，发行人未大幅增加研发投入具备合理性。同时，2018 年至 2021 年公司已完成的研发项目平均研发周期为 10 个月，研发周期较短，在未出现革命性产品的情况下，公司没有大量储备研发人员的需求。

综上，2018 年至 2021 年公司研发费用投入总体呈上升趋势，不存在通过减少研发费用投入而调节利润的情形，公司研发费用率逐年下降且略低于同行业可比公司均值，主要系发行人营业收入在 2018 年至 2021 年上升幅度较大，研发费用的增幅不及营业收入增幅所致。

（五）申报会计师核查意见

1、核查手段

申报会计师采取了以下核查手段对期间费用事项进行了核查：

（1）取得同行业可比公司的招股说明书或者年报、发行人销售人员花名册等，分析发行人与同行业可比公司的销售模式、销售规模、销售产品、职工薪酬的差异及其原因；

（2）访谈公司管理层，了解公司业务推广及宣传的主要类型，了解公司业务推广及宣传费发生的原因，评价其必要性与合理性；获取公司 2018 年至 2021 年销售明细表及业务推广及宣传费明细表，取得公司与第三方服务机构签订的业务推广合同，核实合同关键条款，分析业务推广模式、付费标准等信息，根据合同约定复核公司费用计提是否准确；

（3）了解主要第三方服务机构的基本情况，获取了第三方服务机构的工商登记资料，查询服务商与公司是否存在关联关系；对主要第三方服务机构进行函证及访谈程序，以确认业务推广及宣传费的真实性、准确性和完整性；

（4）获取并核查发行人、控股股东、董事、监事、高管签署的调查表和《反商业贿赂承诺书》，获取并核查发行人子公司及分公司高管、负责人签署的《反商业贿赂承诺书》，

获取发行人董事、监事、高管的无犯罪记录证明，获取并核查发行人的反商业贿赂制度——《道德规范及反商业贿赂管理程序》，通过查询公开网站核查发行人、发行人董事、监事、高管及发行人子公司高管、负责人是否存在商业贿赂、被立案调查、起诉、处罚等情形，分析发行人业务开拓过程中是否存在商业贿赂的情况；

（5）获取公司 2018 年至 2021 年权利金明细表，取得公司与各方签订的权利金合约，根据合约规定及公司实际出货测算公司费用计提的准确性，分析权利金与销售收入的匹配性，分析权利金与销售收入比例的变动原因是否合理；对业务推广及宣传费、权利金的支付情况进行核查，检查银行付款回单收款单位是否与合同约定单位一致；

（6）获取公司管理费用职工薪酬明细账及各月末管理人员的花名册，查阅公司工资、奖金相关制度，分析 2018 年至 2021 年管理费用职工薪酬及管理人员数量的变动情况，分析管理费用职工薪酬与管理人员数量的匹配性；了解公司 2018 年至 2021 年模治具修理的具体原因、修理频次等情况，查阅公司与模治具管理相关的内部控制制度；取得模治具修理费明细，了解模治具修理费的具体构成，分析模治具修理费与模治具原值的占比情况；

（7）获取发行人 2018 年至 2021 年各月末的员工花名册，计算研发人员占总人数的比率；获取发行人 2018 年至 2021 年研发费用明细表；通过公开信息获取可比公司资料，比较分析公司研发人员占比和研发费用率与可比公司相比是否合理。

2、核查结论

经核查，申报会计师认为：

（1）发行人销售费用率高于同行业可比公司主要系权利金、业务推广费、出口及运输仓储费和职工薪酬总额占营业收入的比例高于同行业可比公司所致。

（2）公司业务推广及宣传费的具体构成清晰，业务推广及宣传费与实际业务相关，其发生具有必要性。涉及的第三方服务机构除 SE(USA)外，与公司不存在关联关系；2018 年至 2021 年发行人及其董事、监事、高管及发行人子公司高管、负责人未受到商业贿赂的相关调查，亦不存在因商业贿赂行为而被处罚或起诉的情形，发行人在业务开拓过程中不存在商业贿赂；公司权利金主要系支付给鸿海集团的产品专利费，该费用与合约约定产品的实际出货相关，2018 年至 2021 年公司权利金与销售收入具有匹配关系，公司权利金与销售收入比例变动与产品实际销售情况相符；公司管理费用中职工薪酬与管理人员数量具有匹配关系，2018 年至 2021 年管理人员人均薪酬变动与公司经营业绩密切相关，具有合理性；公司模治具修理费发生具有真实性、准确性，由于同行业可比公司未披露相关数据，因此无法直接比较，但公司各期模治具修理费占模治具原值比例保持稳定，无异常变化。

（3）2018 年度至 2021 年度，发行人研发人员占比分别为 10.93%、11.08%、11.45%和 10.55%，占比较为稳定且总体而言略高于同行业可比公司研发人员占比均值，发行人研发人员占比与同行业相比不存在异常。2018 年至 2021 年，发行人研发费用分别为 2,864.69 万元、

2,953.20 万元、3,095.66 和 2,976.44 万元，2018 年至 2020 年呈上升趋势，2021 年较 2020 年有所减少。2018 年至 2021 年，公司研发费用占营业收入比例分别为 4.51%、4.08%、3.57%和 3.13%，公司研发费用率逐年下降且略低于同行业可比公司，主要系发行人营业收入在 2018 年至 2021 年上升幅度较大，研发费用的增幅不及营业收入增幅所致，具备合理性。

【问询函 10】关于应收账款

申报文件显示：

（1）发行人应收账款账龄一年以内的应收账款占比分别为 99.61%、99.76%、99.87%和 99.87%。

（2）发行人按照预期信用损失模型计提坏账准备，其中信用期内计提比例为 1.00%，其它按逾期天数确定不同的计提比例。

（3）报告期各期末，发行人境外应收账款回函相符率分别为 16.92%、17.83%、26.63%和 30.10%，主要系公司的境外收入确认时间与客户的入账时间存在差异所致。

请发行人：

（1）按 0-3 个月、4-6 个月、7-12 个月账龄说明应收账款构成情况。

（2）说明对主要客户的信用账期情况，分析报告期各期末应收账款余额与信用账期的匹配性。

（3）采用可比公司账龄法平均计提比例测算坏账准备计提金额，并与发行人计提方法进行差异比较。

（4）结合应收账款余额与回函金额的具体差异率，分析并说明境外应收账款回函相符率较低的合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明对应收账款的函证情况。

回复：

（一）按 0-3 个月、4-6 个月、7-12 个月账龄说明应收账款构成情况。

2018 年至 2021 年各期末，公司应收账款一年以内按 0-3 个月、4-6 个月、7-12 个月账龄划分的具体构成如下：

单位：万元

账龄	2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 年以内	32,071.70	99.86%	33,635.79	99.87%	26,616.99	99.76%	24,128.77	99.61%
其中：0-3 个月	27,814.74	86.61%	29,802.43	88.49%	23,982.15	89.88%	20,209.40	83.43%
4-6 个月	4,253.73	13.25%	3,830.86	11.37%	2,627.85	9.85%	3,636.73	15.01%
7-12 个月	3.23	0.01%	2.51	0.01%	7.00	0.03%	282.64	1.17%
1-2 年	-	0.00%	-	-	47.99	0.18%	26.52	0.11%

账龄	2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 年以内	32,071.70	99.86%	33,635.79	99.87%	26,616.99	99.76%	24,128.77	99.61%
2-3 年	-	0.00%	43.57	0.13%	-	-	47.84	0.20%
3-4 年	43.57	0.14%	-	-	-	-	19.94	0.08%
4 年以上	-	0.00%	-	-	16.33	0.06%	-	-
合计	32,115.28	100.00%	33,679.36	100.00%	26,681.31	100.00%	24,223.07	100.00%

公司一年以内应收账款主要集中在 0-3 个月内，2018 年至 2021 年一年以内不同账龄占比基本稳定。2018 年 7-12 个月占比较高主要系个别客户款项逾期所致，逾期款项已于期后收回。

（二）说明对主要客户的信用账期情况，分析报告期各期末应收账款余额与信用账期的匹配性。

1、公司主要客户的信用账期情况

2018 年至 2021 年各期末，公司应收账款占比较大的主要客户为国际知名电脑品牌厂商惠普等和国际知名代工厂纬创、广达、仁宝、鸿海、英业达等，公司主要客户资金实力雄厚、信誉良好。2018 年至 2021 年，主要客户信用政策稳定，未发现明显变化。主要客户信用账期情况具体如下：

序号	客户名称	信用账期	2018 年至 2021 年是否发生变化
1	惠普	***	否
2	纬创集团及其下属公司	***	否
3	广达集团及其下属公司	***	否
4	SE(USA)	月结 90 天	否
5	仁宝集团及其下属公司	***	否
6	鸿海集团及其下属公司	***	否
7	英业达集团及其下属公司	***	否

2、2018 年至 2021 年各期末应收账款余额与信用账期的匹配性

公司大部分客户的信用期在 2-5 个月，客户信用政策稳定，2018 年至 2021 年未发生明显变化。2018 年至 2021 年各期末，公司应收账款账龄结构相对稳定，且一年以内应收账款余额占比均在 99.50%以上，0-3 个月的应收账款余额占比在 80%以上，0-6 个月的应收账款余额占比在 98%以上。应收账款账龄与信用账期基本匹配。

（三）采用可比公司账龄法平均计提比例测算坏账准备计提金额，并与发行人计提方法进行差异比较

1、同行业可比公司应收账款坏账准备计提方法

（1）立讯精密

同行业可比公司中，发行人应收账款坏账准备计提方法与立讯精密相同，按照应收账款信用期及逾期天数计提坏账准备，具体计提比例与发行人对比如下：

逾期账龄	立讯精密	信音电子
信用期内	0.05%	1%
逾期 0-30 天	5%	5%
逾期 31-60 天		10%
逾期 61-90 天	30%	50%
逾期 91-120 天		70%
逾期 121 天至 180 天	40%	100%
逾期 181 天至 365 天	50%	
逾期 1 年（不含）至 2 年	90%	
逾期 2 年以上	100%	

与立讯精密相比，发行人各账龄的计提比例均高于立讯精密，较为谨慎。

（2）其余同行业可比公司

同行业可比公司中，除立讯精密外其余均按照账龄法计提，具体计提比例如下：

账龄	得润电子	兴瑞科技	胜蓝股份	创益通	算术平均值
0-3 个月	2%	0.50%	5%	5%	3%
3-6 个月	2%	5%	5%	5%	4%
6-12 个月	2%	30%	5%	5%	11%
1-2 年	10%	80%	10%	10%	28%
2-3 年	20%	100%	30%	30%	45%
3-4 年	50%	100%	50%	50%	63%
4 年以上	100%	100%	100%	100%	100%

2019 年 1 月 1 日执行新金融工具准则后，得润电子在组合基础上计算预期信用损失，分为家电与消费电子客户、汽车电子行业客户两个组合，按账龄与整个存续期预期信用损失率计提预期信用损失，各年末预期信用损失率不同；胜蓝股份分为应收上市公司和应收其他客户两个组合，对于划分为组合的应收账款，编制应收账款账龄/逾期天数与整个存续期预期信用损失率对照表，各年末预期信用损失率不同。除得润电子、胜蓝股份外，其他同行业可比公司组合项下账龄预期信用损失率与原账龄计提坏账准备比例相比未发生明显变化。为了数据持续可比，以下测算采用上表同行业可比公司算术平均值。

2、采用同行业可比公司账龄法平均计提比例测算坏账准备计提金额

2018 年至 2021 年，采用同行业可比公司账龄法平均计提比例测算坏账准备计提金额具体影响如下：

单位：万元

账龄	2021 年 12 月 31 日 /2021 年度	2020 年 12 月 31 日 /2020 年度	2019 年 12 月 31 日 /2019 年度	2018 年 12 月 31 日 /2018 年度
按照账龄法平均计提比例测算	1,032.40	1,067.19	855.11	824.36
现有坏账准备	378.25	392.35	343.11	519.02
对净利润的影响	18.37	-147.18	-189.65	-1.00
占归属于母公司所有者的净利润的比例	0.18%	-1.44%	-3.51%	-0.03%

注：对净利润的影响系根据现有坏账准备年度间变动与按照账龄法平均计提比例测算年度间变动之差考虑所得税影响后计算得出。

2018 年至 2021 年，公司按照信用期及逾期天数计提坏账准备，公司现有计提方法与账龄法计提的应收账款坏账准备余额差异主要系 0-3 个月账龄部分产生，根据公司给予客户的信用账期，应收账款账龄在 0-3 个月内基本全部在信用期内，公司现有方法以 1%对其计提坏账准备，同行业可比公司账龄平均计提比例为 3%。2019 年、2020 年公司应收账款余额 0-3 个月账龄较前一年涨幅较大，因此上述两种方法计算的坏账准备差异较大，对公司 2019 年、2020 年净利润影响额相比 2018 年、2021 年有所增加，但占当期归属于母公司所有者净利润的比例不高。

2018 年至 2021 年公司实际核销的应收账款金额较小，2018 年至 2021 年各期末公司 1 年以上应收账款占比均未超过 0.5%，公司历史实际坏账率较低，公司应收账款坏账计提比例是基于公司对应收账款的管理及客户回款情况确定的，符合《企业会计准则》相关规定及公司实际情况。

综上所述，采用同行业可比公司账龄法平均计提比例测算的坏账准备对公司应收账款余额以及净利润影响不大，两种计提方法无显著差异。

（四）结合应收账款余额与回函金额的具体差异率，分析并说明境外应收账款回函相符率较低的合理性。

1、境外应收账款余额与回函金额的具体差异率：

2018 年至 2021 年，公司应收账款余额主要系境外客户形成，2018 年至 2021 年各期末，应收账款余额中境外客户占比分别为 88.23%、88.26%、84.02%、85.83%。境外客户发函及回函差异的具体情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日
境外客户应收账款余额（包含保税区）A	27,564.77	28,298.10	23,548.97	21,371.47
发函金额 B	24,907.81	26,250.63	23,004.99	20,894.80
发函比例=B/A	90.36%	92.76%	97.69%	97.77%
其中：已回函部分 C	22,833.89	23,235.86	19,328.88	17,653.63

回函金额 D	22,499.22	22,889.66	19,166.54	16,805.04
回函差异=C-D	334.67	346.20	162.34	848.59
回函差异占境外应收账款比例=(C-D)/A	1.21%	1.22%	0.69%	3.97%

2、境外应收账款回函相符率较低的合理性

境外客户回函不符的主要原因是公司与客户入账时间差异，即公司根据当月 HUB 仓客户拉料数量及单价确认收入及应收账款，部分客户于次月双方对账时确认采购及应付账款，因此导致发行人应收账款大于客户应付账款，从而产生客户回函差异，具体如下：

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日
回函差异	334.67	346.20	162.34	848.59
其中：入账时间差异	294.36	384.54	145.86	175.38
其他差异	40.31	-38.33	16.48	673.21

2018 年至 2021 年各期末应收账款回函其他差异主要系客户已于资产负债表日之前付款，公司银行账户于期后收到客户汇款，导致公司应收账款大于客户应付账款，其中：2018 年 12 月 31 日主要系广达集团及其下属子公司形成，差异款项公司已于期后实际收到。

综上所述，虽然公司境外应收账款回函相符率较低，但回函不符的差异率较小、回函不符的原因明确，公司境外应收账款回函相符率较低具有合理性。

（五）应收账款函证情况

2018 年至 2021 年各期末，对客户应收账款的函证情况具体如下：

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日
应收账款余额 A	32,115.27	33,679.36	26,681.31	24,223.07
发函金额 B	27,993.54	29,815.95	25,767.80	23,323.67
发函比例=B/A	87.17%	88.53%	96.58%	96.29%
回函确认金额=C+D	25,919.62	26,801.18	21,076.79	19,348.01
其中：回函相符 C	10,653.03	12,298.56	6,010.75	4,813.79
调节后确认 D	15,266.58	14,502.62	15,066.04	14,534.22
回函确认比例=(C+D)/A	80.71%	79.58%	78.99%	79.87%
未回函替代测试 E	2,073.92	3,014.77	3,733.09	2,915.99
替代测试比例=E/A	6.46%	8.95%	13.99%	12.04%
回函确认+替代测试合计占比=(C+D+E)/A	87.17%	88.53%	92.99%	91.91%

（六）申报会计师核查意见

1、核查手段

申报会计师采取了以下核查手段对应收账款事项进行了核查：

（1）获取公司2018年至2021年各期末应收账款明细表，复核公司应收账款账龄的划分是否准确；

（2）检查主要客户框架合同、订单、发票等原始资料，将原始资料记载的客户信用账期与公司系统记录比对，分析2018年至2021年各期末应收账款余额与信用账期的匹配性，分析应收账款账龄超出信用期的合理性；

（3）查阅同行业可比公司公开信息披露的内容，了解可比公司的信用政策、客户结构等信息，分析公司应收账款坏账准备计提方法的合理性。按照同行业可比公司坏账准备计提方法平均值测算对公司应收账款坏账准备及净利润的影响，分析两种方法具体差异；

（4）对2018年至2021年各期主要客户的应收账款实施函证程序，对回函不符的项目编制应收账款函证结果调节表，逐一调查不符事项并分析不符的原因是否合理，并检查送货单、签收单、发票、银行回单等相关支持性文件。

2、核查结论

经核查，申报会计师认为：

（1）公司2018年至2021年各期末应收账款账龄划分准确，主要客户信用账期符合实际业务情况，2018年至2021年各期末应收账款余额与信用账期具有匹配性。

（2）公司客户信用良好，应收账款坏账准备计提方法符合其实际业务特点，与同行业可比公司立讯精密一致，与其他同行业可比公司计提方法的差异对公司应收账款余额以及净利润整体影响不大。

（3）公司应收账款回函差异主要由于客户入账时间差异以及银行收付款时间差异形成，回函相符率较低的原因合理。

【问询函11】关于存货

申报文件显示：

（1）报告期各期末，发行人库存商品余额分别为6,471.94万元、5,717.40万元、8,337.29万元和9,678.51万元，库存商品占比较高，原因系发行人的产成品主要存放在HUB仓内，而客户通常要求在HUB仓内预留部分库存。

（2）报告期内，发行人存货周转率低于可比公司的平均值，主要原因为发行人的产成品主要存放在HUB仓内，而客户通常要求在HUB仓内预留四周以上的库存。

（3）报告期各期末，发行人原材料余额分别为447.14万元、377.57万元、490.08万元和693.64万元；在途物资余额分别为256.63万元、6.52万元、379.06万元和458.17万元。

请发行人：

（1）说明报告期各期末库存商品对应的客户订单情况、存放在HUB仓的金额及占比、

期后确认收入情况、发行人未将该商品作为发出商品进行核算的原因，是否存在 HUB 仓长期未领用的库存商品、该商品的处理方式。

（2）说明发行人 HUB 仓收入占比与可比公司比较情况，HUB 仓内库存预留时间与可比公司是否存在差异及其原因。

（3）分析发行人报告期各期末原材料余额较少的原因，在途物资金额较大的原因。

（4）说明存货跌价准备计提政策、计提过程；结合库存商品期后销售情况，半成品、在产品结转情况，同行业可比公司存货跌价准备计提比例等，分析存货跌价准备计提是否充分。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明对存货的监盘情况。

回复：

（一）说明报告期各期末库存商品对应的客户订单情况、存放在 HUB 仓的金额及占比、期后确认收入情况、发行人未将该商品作为发出商品进行核算的原因，是否存在 HUB 仓长期未领用的库存商品、该商品的处理方式

1、报告期各期末库存商品对应的客户订单情况

公司主要客户以 HUB 仓模式进行交易，客户每周将需求预测提供给公司，一般情况下，客户自 HUB 仓领料当天发出正式订单。公司根据客户每周发出的需求预测及仓库库存情况进行生产备货安排，并在公司 ERP 系统中生成对应订单。2018 年至 2021 年，公司系统订单金额具体如下：

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日
库存商品期末余额	10,180.00	8,337.29	5,717.40	6,471.94
其中：订单金额	8,865.93	8,113.45	4,976.17	5,528.06
在手订单占比	87.09%	97.32%	87.04%	85.42%

2、报告期各期末库存商品存放在 HUB 仓的金额及占比

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日
HUB 仓期末余额	5,268.95	5,362.53	3,368.71	3,979.09
库存商品期末余额	10,180.00	8,337.29	5,717.40	6,471.94
HUB 仓占比	51.76%	64.32%	58.92%	61.48%

3、报告期各期末库存商品期后确认收入情况

截至 2022 年 5 月 31 日，2018 年至 2021 年各期末库存商品期后确认收入情况具体如下：

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日

库存商品余额	10,180.00	8,337.29	5,717.40	6,471.94
期后销售金额	8,510.14	7,758.00	5,201.73	5,714.39
期后销售比例（A）	83.60%	93.05%	90.98%	88.29%
期后报废金额	114.82	307.80	485.01	713.53
期后报废比例（B）	1.13%	3.69%	8.48%	11.03%
期后结转比例（A+B）	84.72%	96.74%	99.46%	99.32%

2018 年至 2021 年各期末库存商品绝大部分已在期后实现销售，库存商品销售情况良好。未实现销售的库存商品主要系因客户订单取消等原因形成，已在各期末计提存货跌价准备，公司产品多为客户定制化，无法实现销售的存货多数已于期后进行报废，报废金额如上表所示。

公司库存商品报废主要系客户需求订单变动所致。一般情况下，客户为达到交货及时性，提供的需求订单数量可能略大于实际领料量，由于公司根据客户需求订单进行备货，若客户实际领料不足需求订单量时，会导致公司部分备货周转速度慢，形成长库龄库存商品。2018 年至 2021 年各期末，公司已对长库龄（库龄一年以上）库存商品全额计提跌价准备，经公司与客户确认无法销售后将其报废，库存商品报废时相应的跌价准备予以结转，由于报废的库存商品均已全额计提跌价准备，因此报废时不影响净利润。

2018 年至 2021 年各期末，公司库存商品期后报废及存货跌价准备计提余额具体情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日
客户订单变动	97.26	250.77	444.82	616.26
其他	17.56	57.03	40.20	97.27
期后报废合计	114.82	307.80	485.01	713.53
存货跌价准备余额	688.92	327.83	466.68	544.36

注：其他原因系产品质量问题等原因无法满足客户需求产生退货，公司确认无法经重工后再次销售时将其报废。

由上表可以看出，2020 年至 2021 年各期末已计提的存货跌价准备余额均大于期后报废金额。2018 年至 2019 年期后报废的库存商品金额大于期末库存商品已计提的存货跌价准备余额，主要系这部分库存商品在期末尚未出现减值迹象，客户需求订单变动发生在期后，公司在期后出现减值迹象时对其计提跌价准备，在确认无法销售时将其报废。

2018 年至 2019 年，库存商品报废主要原因为部分连接器产品对应的终端产品已不再生产、销售，客户不再领料，公司根据客户需求订单的备货量大于实际销售量，由于公司产品

多为客户定制化，超额备货部分无法再销售，因此公司决定将其报废。

2020 年初，由于新冠疫情突发，许多国家和地区陆续实施锁国封城的策略，使居家办公和娱乐、远端教学等兴起，笔记本电脑的市场需求快速增长，客户对笔记本电脑连接器的需求同步增加，公司根据客户需求订单备货的产品基本实现全部销售。由于公司占比最大的产品为笔记本电脑连接器，因此 2020 年因客户需求订单变动原因导致的库存商品报废额大幅减少。

4、公司未将该商品作为发出商品进行核算的原因

根据《企业会计准则应用指南》附录“会计科目和主要账务处理”的相关说明：“库存商品核算企业库存的各种商品的实际成本（或进价）或计划成本（或售价），包括库存产成品、外购商品、存放在门市部准备出售的商品、发出展览的商品以及寄存在外的商品等。发出商品核算企业未满足收入确认条件但已发出商品的实际成本（或进价）或计划成本（或售价）。”即：发出商品较库存商品相比，已完成商品的“发出”，企业无法对存货实物进行管理，待客户确认收货后，企业可视双方具体约定将其确认收入。

公司 HUB 仓是根据客户要求，在客户厂区附近租赁的第三方物流仓库。公司与第三方仓储物流公司签订《物流仓储服务合同》、《供应链管理服务合同》等协议，公司委托第三方仓储物流公司对其进行仓储、运输及管理服务，产生的仓储等费用由公司支付。

此外，HUB 仓内存货系公司根据客户需求预估的备货，客户根据实际生产需求从 HUB 仓领料，公司与客户定期就自 HUB 仓的领料进行对账及结算，客户不承担对 HUB 仓内其余货物对账及结算的义务，也不承担采购 HUB 仓所有存货的义务。公司定期对 HUB 仓内存货进行盘点，公司拥有 HUB 仓内存货的所有权及实物管理权。

综上所述，HUB 仓内存货系公司委托第三方管理的商品，属于库存商品，不满足转入发出商品的条件，因此公司未将该商品作为发出商品核算。

5、HUB 仓长期未领用的库存商品及该商品的处理方式

（1）HUB 仓一年以上未领用的库存商品具体如下：

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日
HUB 仓期末余额	5,268.95	5,362.53	3,368.71	3,979.09
1 年以上存货余额	123.55	96.53	138.01	198.12
1 年以上存货占比	2.34%	1.80%	4.10%	4.98%

公司每个 HUB 仓均对应具体客户，HUB 仓存货系公司根据客户需求预测预估的备货，HUB 仓存货一年以上未领用主要系客户需求发生变化引起，占比较小，2018 年至 2021 年各期末已对 HUB 仓一年以上未领用的存货全额计提跌价准备。

（2）HUB 仓一年以上未领用的库存商品期后处理方式具体如下：

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日
1 年以上存货余额	123.55	96.53	138.01	198.12
其中：销售	19.28	66.08	23.16	27.90
报废		28.73	113.98	170.04
杂领	0.39	0.01	0.41	0.18
结存	103.88	1.71	0.46	-

注：期后数据截止日为 2022 年 5 月 31 日。

HUB 仓内存货主要为客户定制化，长期未领用的库存商品再次销售可能性较低，主要处理方式为报废。

（二）说明发行人 HUB 仓收入占比与可比公司比较情况，HUB 仓内库存预留时间与可比公司是否存在差异及其原因

1、公司 HUB 仓收入占比与可比公司比较情况

公司的同行业可比公司中胜蓝股份披露了 2018 年、2019 年 HUB 仓收入占比、创益通披露了 2018 年-2020 年 HUB 仓收入占比，其余可比公司未披露相关情况。因此公司就 2018 年-2020 年 HUB 仓收入占比与胜蓝股份、创益通做比较，具体如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
胜蓝股份	-	-	26.05%	13.63%
创益通	-	28.57%	23.29%	16.71%
发行人	58.97%	56.80%	60.06%	59.27%

注：胜蓝股份数据系“VMI 模式收入占比”，创益通数据系内销收入中的“VMI 模式”及外销收入中的“出口到相关保税园区客户代管仓”合计占比。

公司 HUB 仓收入占比与同行业可比公司相差较大，主要系收入结构及对客户销售模式存在差异所致。公司外销收入占比较高，主要客户惠普、广达、英业达、仁宝、纬创等均指定公司将货物交至指定的保税区 HUB 仓。胜蓝股份、创益通均为内销收入占比高，且内销收入多为直接出货至客户指定交货地点模式，外销收入多为直接出口模式，与发行人交货模式差异较大。

公司与同行业可比公司不同销售模式对比如下：

公司名称	项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		外销	内销	外销	内销	外销	内销	外销	内销
胜蓝股份	HUB 仓模式	-	-	-	-	4.40%	21.65%	1.92%	11.71%
	直接出货/出口	-	-	-	-	11.77%	62.18%	18.91%	67.46%
	合计	-	-	-	-	16.17%	83.83%	20.83%	79.17%

创益通	HUB 仓模式	-	-	8.28%	20.29%	8.79%	14.50%	6.87%	9.84%
	直接出货/出口	-	-	10.05%	61.38%	13.49%	63.22%	23.65%	59.64%
	合计	-	-	18.33%	81.67%	22.28%	77.72%	30.52%	69.48%
发行人	HUB 仓模式	58.19%	0.78%	56.36%	0.44%	59.65%	0.41%	58.75%	0.52%
	直接出货/出口	26.81%	14.22%	28.74%	14.46%	28.13%	11.81%	29.25%	11.48%
	合计	85.00%	15.00%	85.10%	14.90%	87.77%	12.23%	87.99%	12.01%

由上表可知，公司与同行业可比公司的内外销结构差异较大，其中：胜蓝股份前五大客户中有 2-3 家采用 HUB 仓模式，创益通仅一家主要客户采用 HUB 仓模式，而公司前五名主要客户中除 SE(USA)外，其余均采用 HUB 仓模式，因此整体 HUB 仓收入占比高于同行业可比公司。

2、HUB 仓内库存预留时间与可比公司是否存在差异及其原因

公司同行业可比公司中仅创益通披露了其主要客户晟碟（西部数据）相关信息：“客户每周通过邮件提供未来不少于 13 周的预计货物数量的需求预测给发行人，发行人需要保证 HUB 仓中存在不少于 3 周但不大于 5 周的预计数量的 VMI 货物”。公司客户通常要求在 HUB 仓内预留四周以上的库存，由于不同客户对 HUB 仓内存货预留时间需求不同，公司主要客户与同行业可比公司主要客户不同，因此发行人 HUB 仓内库存预留时间与同行业可比公司无法直接比较。

（三）分析发行人报告期各期末原材料余额较少的原因，在途物资金额较大的原因

2018 年至 2021 年各期末，公司各类存货余额及占比具体如下：

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
原材料	642.46	4.27%	490.08	3.62%	377.57	4.08%	447.14	4.17%
在途物资	26.55	0.18%	379.06	2.80%	6.52	0.07%	256.63	2.39%
半成品	1,952.57	12.98%	2,155.58	15.92%	1,687.36	18.25%	2,117.20	19.75%
库存商品	10,180.00	67.67%	8,337.29	61.59%	5,717.40	61.83%	6,471.94	60.39%
在产品	1,525.11	10.14%	1,459.20	10.78%	998.22	10.79%	1,073.69	10.02%
委托加工物资	543.22	3.61%	591.76	4.37%	351.92	3.81%	190.03	1.77%
发出商品	173.26	1.15%	123.99	0.92%	108.25	1.17%	160.84	1.50%
合计	15,043.16	100.00%	13,536.96	100.00%	9,247.24	100.00%	10,717.48	100.00%

注：招股说明书“第六节 业务与技术”之“五、发行人采购情况和主要供应商”披露主要原材料包括冲压件、五金材料、塑胶粒、产品零部件、注塑件、线材和包材等，与此处原材料口径存在差异。

1、公司报告期各期末原材料余额较少的原因

（1）2018 年至 2021 年各期末，原材料按照类别明细如下：

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
五金材料	293.78	45.72%	271.12	55.32%	169.19	44.81%	235.18	52.60%
塑胶粒	343.11	53.41%	212.73	43.41%	189.18	50.11%	189.99	42.49%
其他	5.57	0.87%	6.23	1.27%	19.18	5.08%	21.97	4.91%
合计	642.46	100.00%	490.08	100.00%	377.56	100.00%	447.14	100.00%

2018 年至 2021 年各期末，公司原材料主要为五金材料、塑胶粒，其他原材料主要包括包材以及其他零部件。公司采取“以销定产、以产定采”和“合理储备”相结合的生产管理模式，期末原材料为已采购尚未领用的生产用材料。2018 年至 2021 年各期末，公司主要原材料余额基本稳定。2021 年 12 月 31 日，五金材料及塑胶粒备货均有所增加，主要系两种原材料价格均有所上涨，为了避免前期因疫情原因及材料涨价原因导致的原材料短缺，公司增加了备货量。2019 年五金材料期末余额较低主要系当时销售订单量略有减少及部分冲压件由自制改为外购，导致五金材料备货减少。

（2）2018 年至 2021 年各期末，原材料余额较少的原因说明：

①原材料主要供应商集中在上海、江苏、浙江、广东地区，与公司工厂距离较近，运输时间较短，供应商平均到货期为一周左右，因此公司原材料库存规模较小。

②主要原材料五金材料、塑胶粒分别投入冲压、注塑车间后，加工时间较短，一般当天即可生产出冲压件、注塑件并作为半成品入库。半成品中冲压件需要完成委外电镀后与注塑件组装，即半成品加工至产成品的时间相对较长，因此公司期末在产品、半成品规模较大，原材料规模较小。

综上所述，受原材料采购实际情况及不同生产工序时长等因素影响，公司 2018 年至 2021 年各期末原材料余额较少。

2、公司在途物资金额较大的原因

公司在途物资主要系截至各期末苏州、中山厂内仓库已出货至 HUB 仓，但 HUB 仓尚未收货的在途存货。公司 HUB 仓主要位于重庆、成都、中山、苏州、昆山、武汉等地，运输至距离较近的 HUB 仓可实现当天送达，运输至距离较远的 HUB 仓一般需要 3-4 天。由于公司主要客户厂区多数设立在重庆、成都，公司发往对应 HUB 仓的存货规模较大、运输时间较长，导致公司期末在途物资金额较大。

（四）说明存货跌价准备计提政策、计提过程；结合库存商品期后销售情况，半成品、在产品结转情况，同行业可比公司存货跌价准备计提比例等，分析存货跌价准备计提是否

充分

1、存货跌价准备计提政策、计提过程

（1）计提政策

公司在期末对存货进行全面清查后，按存货的成本与可变现净值孰低提取或调整存货跌价准备。期末按照单个存货项目计提存货跌价准备；但对于数量繁多、单价较低的存货，按照存货类别计提存货跌价准备。具体计提政策如下：

①库存商品：以估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值并计提相应的跌价准备。

②发出商品：期末发出商品按照合同售价作为估计售价，其可变现净值按该等存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定。

③在途物资：2018年至2021年各期末在途物资主要系发往各个HUB仓的在途库存商品，按照与库存商品相同的方法确定其可变现净值并计提相应的跌价准备。

④原材料、半成品：公司原材料、半成品基本不用于直接对外销售，主要为生产而持有，其可变现净值按所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的生产成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定。

⑤在产品、委托加工物资：公司产品料号系列较多，不同客户不同产品对性能及规格要求存在一定差别，生产计划主要根据客户的订单需求安排。2018年至2021年各期末，在产品、委托加工物资主要系根据客户需求订单及潜在订单预估安排生产，基本都能对应到具体的客户或订单，存货未出现减值的迹象。其可变现净值按所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后确定。

（2）计提过程

公司各期末针对存在呆滞、损毁等情况的存货，识别其中已无法达到预计使用目的存货，并逐项分析呆滞、损毁的原因及其可变现净值。经分析，公司存货跌价准备的产生分以下三类：

①库龄一年以上：主要系客户订单取消等原因产生，由于公司存货多为客户定制化产品，因此长库龄存货销售可能性较低，全额对其计提跌价准备。

②品质损毁：由公司品保工程处逐批检测，并与业务处及仓库相关人员共同确认存货后续处理方式，对确认已无法用于生产或销售的存货全额计提跌价准备，对可通过加工后使用的存货按照成本与可变现净值孰低计提存货跌价准备，其可变现净值按所生产的产成品的估计售价减去重工估计将要发生的生产成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定。

③库龄一年以内且无品质损毁的存货：少部分库龄一年以内且无品质损毁的存货由于预计售价较低导致可变现净值低于存货成本，对可变现净值低于存货成本的部分计提跌价准备。

2018 年至 2021 年各期末，上述三类存货跌价准备具体计提金额如下：

单位：万元

存货状态	项目	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日
①库龄一年以上	存货余额	356.28	287.33	434.35	573.85
	跌价准备	356.28	287.33	434.35	573.85
	计提比例	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
②品质损毁	存货余额	93.86	138.32	111.82	137.70
	跌价准备	91.60	106.54	93.87	104.77
	计提比例	97.60%	77.02%	83.95%	76.09%
③库龄一年以内且无品质损毁的存货	存货余额	14,593.02	13,111.31	8,701.07	10,005.93
	跌价准备	610.58	258.12	190.53	187.36
	计提比例	4.18%	1.97%	2.19%	1.87%
合计	存货余额	15,043.16	13,536.96	9,247.24	10,717.48
	跌价准备	1,058.46	651.99	718.75	865.98
	计提比例	7.04%	4.82%	7.77%	8.08%

除 2020 年外，2018 年至 2021 年各期末公司存货整体跌价准备计提比例基本稳定。2020 年 12 月 31 日，存货跌价准备计提比例较低主要系 2020 年公司营业收入较前期有所增长，公司根据客户需求新增备货较多，这些备货在 2020 年末未出现减值迹象，因此 2020 年末存货跌价准备计提比例有所降低，上述备货期后已基本实现销售，少量未销售部分公司已对其计提存货跌价准备。

2、库存商品期后销售情况及半成品、在产品结转情况

（1）库存商品期后销售情况

公司库存商品期后销售情况详见本问询函回复“十一 关于存货 ”之“（一）明报告期各期末库存商品对应的客户订单情况……该商品的处理方式”的回复“3、报告期各期末库存商品期后确认收入情况”。

（2）半成品期后结转情况

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日
半成品期末余额	1,952.57	2,155.58	1,687.36	2,117.20
期后结转金额	1,547.02	2,122.77	1,686.09	2,117.18
期后结转比例	79.23%	98.48%	99.92%	100.00%

注：期后数据截止日为 2022 年 5 月 31 日，期后结转包括生产领用、杂项领用、报废和少量销售。

（3）在产品期后结转情况

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日
在产品期末余额	1,525.11	1,459.20	998.22	1,073.69
期后结转金额	1,525.11	1,459.20	998.22	1,073.69
期后结转比例	100%	100%	100%	100%

注：期后数据截止日为 2022 年 5 月 31 日。

公司库存商品、半成品及在产品期后销售/结转情况良好，未销售/结转的长库龄存货公司已对其计提存货跌价准备，并将无法使用的存货予以报废。

3、同行业可比公司存货跌价准备计提比例

项目	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日
立讯精密	1.67%	0.97%	1.16%	1.70%
得润电子	7.15%	10.33%	12.03%	3.90%
兴瑞科技	2.08%	2.93%	3.31%	3.89%
胜蓝股份	5.19%	5.62%	5.40%	3.82%
创益通	5.34%	4.29%	5.55%	7.10%
平均值	4.29%	4.83%	5.49%	4.08%
信音电子	7.04%	4.82%	7.77%	8.08%

与同行业可比公司相比，公司 2018 年末、2019 年末、2021 年末存货跌价准备计提比例高于行业平均值，2020 年末存货跌价准备计提比例接近行业平均值。行业整体存货跌价准备计提比例不高，不存在明显的减值迹象，公司采用了更加谨慎的会计处理，针对呆滞及损毁的存货计提了较高的减值准备。

4、存货跌价准备计提的充分性

综上，公司存货跌价准备计提政策、计提过程符合《企业会计准则》相关规定，各类存货期后销售及结转情况未见异常，与同行业可比公司相比，公司采用了更加谨慎的会计处理。公司的存货跌价准备计提是充分的。

（五）监盘情况

中介机构按照公司存货仓储模式，对 2020 年 12 月 31 日、2021 年 12 月 31 日存货设计并执行了较为详细的监盘、函证程序及替代程序，具体情况如下说明：

1、存货整体监盘情况

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
监盘时间	2021 年 12 月 31 日、2022 年 1 月 2 日、2022 年 1 月 4 日-2022 年 1 月 7 日	2021 年 1 月 1 日、2021 年 1 月 4 日至 2021 年 1 月 6 日、2021 年 1 月 11 日
监盘地点	苏州、中山厂内仓库及各 HUB 仓所在地	
监盘范围	原材料、库存商品、半成品、在产品	
存货期末余额	15,043.16	13,536.96

监盘金额	13,110.65	11,148.09
整体监盘比例	87.15%	82.35%

2、对原材料、库存商品、半成品及在产品主要实施监盘程序

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日			2020 年 12 月 31 日		
	期末余额	监盘金额	监盘比例	期末余额	监盘金额	监盘比例
原材料	642.46	624.59	97.22%	490.08	479.30	97.80%
库存商品	10,180.00	9,886.48	97.12%	8,337.29	7,866.04	94.35%
半成品	1,952.57	1,853.66	94.93%	2,155.58	1,994.72	92.54%
在产品	1,525.11	745.92	48.91%	1,459.20	808.04	55.38%
合计	14,300.13	13,110.65	91.68%	12,442.15	11,148.09	89.60%

3、对委托加工物资及发出商品主要实施函证程序进行核查，对未回函的部分执行替代测试，具体如下：

单位：万元

时点	期末余额	函证回函确认金额	替代测试金额	总体核查比例
2021 年 12 月 31 日	716.48	471.18	245.30	100%
2020 年 12 月 31 日	715.75	547.12	168.63	100%

4、公司在途物资主要系截至各期末苏州、中山厂内仓库已出货至 HUB 仓，但 HUB 仓尚未收货的在途存货，因此对在途物资主要检查 HUB 仓期后入库情况，具体如下：

单位：万元

时点	期末余额	期后入库检查金额	检查比例	检查单据
2021 年 12 月 31 日	26.55	26.55	100.00%	采购订单、当期出库单、期后入库单、报关单等相关记录
2020 年 12 月 31 日	379.06	379.06	100.00%	

（六）申报会计师核查意见

1、核查手段

申报会计师采取了以下核查手段对存货事项进行了核查：

（1）获取并查阅公司存货管理制度，通过对相关人员的访谈，了解存货仓储、保管、盘点等内部控制流程，并对其执行测试以评估内部控制运行的有效性；

（2）取得 2018 年至 2021 年各期末各类别存货明细表，分析存货类别划分的准确性以及变动原因；

（3）了解公司销售相关的内部控制制度，了解接收客户订单的程序和审批流程。检查公司 2018 年至 2021 年各期末库存商品对应的客户订单情况，检查主要客户框架合同对订单的相关约定以及截至各期末发出的需求预测，与公司库存及系统订单比对，确认系统订单的准确性；

（4）获取存货期后结转明细表，检查库存商品期后销售及半成品、在产品期后结转情况，对异常情况查明原因；

（5）了解HUB仓内存货长期未领用的原因及处理方式，检查存货处理手续是否齐全，单据是否完整；

（6）获取公司的存货跌价准备计提政策，了解存货可变现净值的确认依据，对比同行业可比公司存货跌价准备计提政策，评价存货跌价准备计提政策的合理性；

（7）获取公司存货跌价准备清单，了解公司计提存货跌价的原因并对计提原因的合理性予以评价。复核存货跌价准备计算的正确性，核查会计处理的准确性，对于长库龄存货，获取存货库龄明细表，核查其真实性。同时，对比同行业可比公司存货跌价准备计提比例，进一步分析存货跌价准备计提的充分性及合理性；

（8）获取公司2018年至2021年各期末存货盘点记录，检查公司盘点情况；对2020年12月31日、2021年12月31日的存货执行监盘程序，对无法实施监盘程序的存货执行函证、检查原始凭证等替代程序。

2、核查结论

经核查，申报会计师认为：

（1）公司2018年至2021年各期末库存商品对应的客户订单充足，期后销售情况良好、库存商品周转正常。存放在HUB仓的存货系库存商品，公司未将该商品作为发出商品进行核算的原因是合理的。HUB仓内长期未领用的库存商品比例较低，公司对长库龄存货处理及时，未出现存货大量积压、滞销的情形。

（2）HUB仓收入占比、HUB仓内库存预留时间符合公司实际业务情况，具有合理性；公司2018年至2021年各期末原材料余额较少、在途物资金额较大的原因合理；公司存货跌价准备较同行业可比公司更为谨慎，存货跌价准备计提充分。

【问询函12】关于固定资产

申报文件显示：

（1）截至2021年3月31日，发行人固定资产中模治具账面原值为34,811.35万元，账面净值为5,997.31万元，成新率为17.23%，折旧年限为2-3年，显著低于同行业可比公司。

（2）报告期各期末，发行人机器设备原值分别为6,488.52万元、6,257.86万元、6,736.68万元和7,080.34万元。

请发行人：

（1）说明报告期各期末模治具的具体构成、购买年限、报告期内累计折旧计提金额、已计提完折旧的模治具占比；折旧年限显著低于同行业可比公司的原因，折旧年限是否保

持一惯性，折旧年限是否和实际使用情况相符，是否通过模治具折旧调节利润。

（2）按照本所《审核关注要点》，分析说明机器设备原值与产能、业务量或经营规模的匹配性，并与同行业可比公司进行对比分析合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

（一）说明报告期各期末模治具的具体构成、购买年限、报告期内累计折旧计提金额、已计提完折旧的模治具占比；折旧年限显著低于同行业可比公司的原因，折旧年限是否保持一惯性，折旧年限是否和实际使用情况相符，是否通过模治具折旧调节利润

1、报告期各期末模治具的具体构成、购买年限、报告期内累计折旧计提金额、已计提完折旧的模治具占比说明

（1）2018 年至 2021 年各期末模治具的具体构成情况

公司模治具根据实际用途分为①冲模：用于将金属材料冲压成型的一种模具；②塑模：将熔融塑料注射成型的一种模具；③成品模：外购成品供应商使用的所有权属于公司的模具；④治具：零部件组装为成品的各工序（如：定位、铆压、折弯、裁切、电气测试、检验等）所需的辅助工装设备。

2018 年至 2021 年期末，模治具原值具体构成明细如下：

单位：万元

模治具类别	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日
冲模	15,314.87	15,116.41	13,979.78	13,162.36
塑模	11,525.56	11,225.67	10,298.10	9,762.83
成品模	3,252.66	3,369.17	3,457.41	3,348.28
治具	4,961.74	4,494.92	4,465.93	4,371.67
合计	**35,054.83**	**34,206.16**	**32,201.23**	**30,645.15**

（2）2018 年至 2021 年各期末模治具的购买年限情况

单位：万元

模治具类别	购买年限				2021 年 12 月 31 日
	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年以上	
冲模	745.27	1,179.75	877.67	12,512.18	15,314.87
塑模	864.29	1,167.70	554.31	8,939.26	11,525.56
成品模	168.78	317.67	152.89	2,613.32	3,252.66
治具	536.46	279.63	169.25	3,976.40	4,961.74
合计	**2,314.80**	**2,944.75**	**1,754.12**	**28,041.16**	**35,054.83**
模治具类别	购买年限				2020 年 12 月 31 日
	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年以上	

冲模	1,179.75	877.67	1,463.12	11,595.87	15,116.41
塑模	1,167.70	554.31	1,037.79	8,465.86	11,225.67
成品模	325.11	156.47	141.99	2,745.59	3,369.17
治具	279.63	169.25	308.36	3,737.68	4,494.92
合计	**2,952.19**	**1,757.71**	**2,951.26**	**26,545.00**	**34,206.16**

模治具类别	购买年限				2019 年 12 月 31 日
	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年以上	
冲模	900.62	1,480.09	1,381.38	10,217.68	13,979.78
塑模	696.19	1,050.47	826.84	7,724.60	10,298.10
成品模	167.30	151.82	258.32	2,879.98	3,457.41
治具	169.25	309.01	149.05	3,838.62	4,465.93
合计	**1,933.36**	**2,991.39**	**2,615.59**	**24,660.88**	**32,201.23**

模治具类别	购买年限				2018 年 12 月 31 日
	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年以上	
冲模	1,483.00	1,394.86	991.74	9,292.76	13,162.36
塑模	1,096.13	844.34	749.55	7,072.81	9,762.83
成品模	149.36	254.13	183.82	2,760.97	3,348.28
治具	318.11	159.00	250.37	3,644.19	4,371.67
合计	**3,046.60**	**2,652.34**	**2,175.48**	**22,770.73**	**30,645.15**

（3）2018 年至 2021 年模治具累计折旧计提金额

单位：万元

项目	模治具类别	期初累计折旧	本期增加		本期减少	期末累计折旧
			本期计提	外币报表折算差额	处置或报废	
2021 年	冲模	12,640.21	911.03	-	492.94	13,058.30
	塑模	9,134.62	845.76	-	508.74	9,471.64
	成品模	2,752.28	222.34	-63.34	187.57	2,723.71
	治具	3,757.38	210.61	-	63.76	3,904.23
	合计	**28,284.49**	**2,189.74**	**-63.34**	**1,253.01**	**29,157.88**
2020 年	冲模	11,705.67	951.61	-	17.07	12,640.21
	塑模	8,408.11	813.37	-	86.87	9,134.62
	成品模	2,946.69	171.86	-190.43	175.84	2,752.28
	治具	3,851.31	138.09	-	232.02	3,757.38
	合计	**26,911.78**	**2,074.94**	**-190.43**	**511.81**	**28,284.48**
2019 年	冲模	10,549.18	1,229.28	-	72.80	11,705.67
	塑模	7,760.40	777.89	-	130.18	8,408.11
	成品模	2,848.39	50.57	47.73	-	2,946.69
	治具	3,673.50	240.62	-	62.81	3,851.31

	合计	**24,831.47**	**2,298.36**	**47.73**	**265.79**	**26,911.78**
2018 年	冲模	10,610.59	1,340.34	-	1,401.75	10,549.18
	塑模	7,045.18	1,009.84	-	294.62	7,760.40
	成品模	2,489.67	225.10	136.54	2.92	2,848.39
	治具	3,471.89	231.54	-	29.93	3,673.50
	合计	**23,617.33**	**2,806.82**	**136.54**	**1,729.22**	**24,831.47**

（4）2018 年至 2021 年各期末已计提完折旧的模治具占比

单位：万元

模治具类别	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日
冲模原值	15,314.87	15,116.41	13,979.78	13,162.36
其中：已计提完折旧	12,469.57	12,138.79	10,745.37	9,354.85
折毕资产占比	81.42%	80.30%	76.86%	71.07%
塑模原值	11,525.56	11,225.67	10,298.10	9,762.83
其中：已计提完折旧	9,353.54	9,121.79	8,321.39	7,405.68
折毕资产占比	81.15%	81.26%	80.81%	75.86%
成品模原值	3,252.66	3,369.17	3,457.41	3,348.28
其中：已计提完折旧	2,766.21	2,937.27	3,140.43	3,089.56
折毕资产占比	85.04%	87.18%	90.83%	92.27%
治具原值	4,961.73	4,494.92	4,465.93	4,371.67
其中：已计提完折旧	3,842.45	3,736.04	3,710.07	3,592.17
折毕资产占比	77.44%	83.12%	83.08%	82.17%
模治具原值合计	35,054.83	34,206.16	32,201.23	30,645.15
其中：已计提完折旧	28,431.77	27,933.88	25,917.26	23,442.25
折毕资产合计占比	81.11%	81.66%	80.49%	76.50%

（5）2018 年之前 5 年及 2018 年至 2021 年模治具变动情况

单位：万元

期间	项目	期初余额	本期增加	本期减少	期末余额
2013 年度	原值	18,126.31	6,992.02	1,154.71	23,963.62
	累计折旧	9,159.78	4,565.73	725.62	12,999.89
	减值准备	-	-	-	-
	净值	8,966.53	-	-	10,963.73
2014 年度	原值	23,963.62	4,783.79	1,307.53	27,439.89
	累计折旧	12,999.89	5,086.60	745.98	17,340.52
	减值准备	-	-	-	-
	净值	10,963.73	-	-	10,099.37
2015 年度	原值	27,439.89	3,349.71	1,724.15	29,065.45

	累计折旧	17,340.52	4,995.34	1,274.56	21,061.30
	减值准备	-	1,723.12	-	1,723.12
	净值	10,099.37	-	-	6,281.03
2016 年度	原值	29,065.45	2,350.96	2,335.22	29,081.19
	累计折旧	21,061.30	3,016.28	1,575.07	22,502.51
	减值准备	1,723.12	11.41	703.49	1,031.04
	净值	6,281.03	-	-	5,547.63
2017 年度	原值	29,081.19	2,802.16	1,627.80	30,255.54
	累计折旧	22,502.51	2,551.02	1,436.20	23,617.33
	减值准备	1,031.04	-	84.65	946.39
	净值	5,547.63	-	-	5,691.82
2018 年度	原值	30,255.54	3,220.76	2,831.15	30,645.15
	累计折旧	23,617.33	2,943.36	1,729.22	24,831.47
	减值准备	946.39	11.15	939.82	17.71
	净值	5,691.82	-	-	5,795.96
2019 年度	原值	30,645.15	1,990.79	434.71	32,201.23
	累计折旧	24,831.47	2,346.09	265.79	26,911.78
	减值准备	17.71	0.06	17.77	-
	净值	5,795.96	-	-	5,289.45
2020 年度	原值	32,201.23	2,764.75	759.82	34,206.16
	累计折旧	26,911.78	1,884.51	511.81	28,284.48
	减值准备	-	-	-	-
	净值	5,289.45	-	-	5,921.68
2021 年度	原值	34,206.16	2,242.71	1,394.04	35,054.83
	累计折旧	28,284.48	2,126.40	1,253.01	29,157.88
	减值准备	-	-	-	-
	净值	5,921.68	-	-	5,896.95

公司每年度模治具增加及减少额主要与经营管理策略及产品系列的更新换代相关，累计折旧按照公司模治具折旧计提政策在 2-3 年内平均计提。

2013 年，由于公司当初经营策略系以加大开发新产品力度提高营业收入为导向，因此模治具投资金额较高；2014 至 2015 年，部分模治具由于使用效益未达预期而出现较大金额的减值，因此公司在此期间逐年减少对效益不高的新产品开发及其模治具投资；2016 年至 2018 年，公司投资策略有所调整，公司管理层更加注重资本性支出的投资效益，进一步减少效益不高的新产品开发及其模治具投资，故此期间内各年模治具投资额较以前年度有所减少；2019 年模治具投资额减少如本问询函回复“七 关于成本”之“（二）……量化分析 2020 年固定资产折旧减少的原因及金额”的回复所述，主要系前期对 Type C 和 USB 系列的模治

具进行了大量的投资和开发，现有模治具已形成一定规模，按照 2019 年的生产计划，现有模治具能够完成大部分产品的生产需求，因此公司减少了 Type C 和 USB 系列模治具的采购，导致 2019 年度模治具投资有所减少；2020 年及 2021 年，受疫情原因老产品销量好，公司集中产能生产销售老产品，同时新产品的开发及对应的模治具投资未出现大幅变动。

2、折旧年限显著低于同行业可比公司的原因，折旧年限是否保持一惯性，折旧年限是否和实际使用情况相符，是否通过模治具折旧调节利润说明

（1）折旧年限低于同行业可比公司的原因

2018 年至 2021 年，发行人与同行业可比公司固定资产中模治具的核算及折旧方法具体如下：

同行业可比公司	立讯精密	得润电子	兴瑞科技	胜蓝股份	创益通	发行人
固定资产类别	模具	模具、检测等其他设备	无	包含在机器设备中	模治具	模治具
折旧年限	3	5	-	5-10	3-5	2-3

①立讯精密、创益通

立讯精密、创益通将模具单独作为一类在固定资产列示，与公司较为相似。公司模治具折旧年限较低主要由于公司产品系列料号繁多且更新换代较快，不同产品结构不同，所需模具量较大。此外，与同行业可比公司相比，受模治具所生产出产品的产量、经济寿命等因素影响，模治具折旧年限也有所差异。

2018 年至 2021 年，立讯精密、创益通以及发行人模治具在固定资产生产类设备中占比情况如下：

同行业可比公司	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日
立讯精密	13.07%	15.08%	11.48%	11.47%
创益通	18.60%	19.73%	22.25%	26.86%
发行人	71.40%	73.29%	73.67%	72.19%

由上表可见，发行人生产设备中模治具占比远高于上述两家可比公司，模治具需求量大且更新换代速度快是导致发行人模治具折旧年限较低的主要原因。

②兴瑞科技

兴瑞科技将其自用模具纳入长期待摊费用核算，并在摊销期限内平均摊销，摊销期限为 2-3 年，与发行人模治具折旧年限一致。

③得润电子、胜蓝股份

得润电子将模具与检测等其他设备合并后在固定资产列示，并且其年报中未单独披露模治具的规模；胜蓝股份将模具与其他机器设备合并后在固定资产列示，并且仅披露了 2019 年末模具的规模，截至 2019 年末，胜蓝股份模具占全部机器设备 23.30%，远低于发行人模

治具占比。因此公司与得润电子、胜蓝股份的模治具折旧年限无法直接进行比较。

综上所述，公司模治具折旧年限低于同行业可比公司主要原因为产品特点不同、实际生产经营情况不同所致。

（2）折旧年限是否保持一惯性，折旧年限是否和实际使用情况相符，是否通过模治具折旧调节利润说明

①一贯性

2018 年至 2021 年，公司模治具折旧方法、折旧年限保持一贯性，未发生变化。

②与实际情况相符

公司确定模治具折旧年限主要是结合公司实际生产经营的情况，从预计生产能力、生产出产品的产量、经济寿命等因素进行综合考虑决定，综合考虑包括但不限于现有及未来可能开发、购置的模治具性能、用途、应用场景、使用频次等因素。

公司每年度平均销售的产品料号约 4,000 个，多数为客户定制化产品，需要开发、设计相应的模治具。产品料号的主要销售期平均在 3 年左右，料号的更新换代需要新开发模治具或对原来资产进行实质性改良。公司结合产品料号系列的更新以及模治具零部件使用过程中的实际损耗、维修成本等因素，将模治具折旧年限确认为 2-3 年。公司模治具折旧年限符合谨慎性原则以及公司的实际情况。

③未通过模治具折旧调节利润

综上所述，公司固定资产折旧年限合理、与实际情况相符，模治具达到固定资产确认条件后按照《企业会计准则》要求计提折旧且在 2018 年至 2021 年保持一贯性，不存在通过模治具折旧调节利润的情况。

（二）按照本所《审核关注要点》，分析说明机器设备原值与产能、业务量或经营规模的匹配性，并与同行业可比公司进行对比分析合理性

发行人同行业公司仅胜蓝股份、创益通披露了产能的情况，且其产能披露的口径为产品的件数，而发行人披露的产能为是冲压设备和注塑设备的设计工时，不具有可比性。

发行人存在外购成品的情况，并且外购成品主要通过 OEM 模式生产，同行业可比公司创益通存在 OEM 代工生产，该部分产品的收入与发行人和创益通的机器设备无关，因此在剔除发行人外购成品与创益通的 OEM 代工产品的收入后，发行人机器设备原值与业务量或经营规模的匹配性并与同行业可比公司进行对比分析如下：

单位：万元

公司名称	项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
立讯精密	机器设备原值	2,314,423.89	1,070,568.96	818,159.17	561,711.44
	营业收入	15,394,609.78	9,250,125.92	6,251,631.46	3,584,996.42
	单位机器设备收入贡献	6.65	8.64	7.64	6.38

得润电子	机器设备原值	120,857.08	125,299.28	123,554.63	112,717.98
	营业收入	758,675.51	727,222.85	748,621.21	745,410.56
	单位机器设备收入贡献	6.28	5.80	6.06	6.61
兴瑞科技	机器设备原值	31,518.94	31,221.28	28,076.14	25,245.37
	营业收入	125,182.77	104,038.75	102,346.28	101,790.24
	单位机器设备收入贡献	3.97	3.33	3.65	4.03
胜蓝股份	机器设备原值	25,284.35	20,286.14	15,760.23	10,665.65
	营业收入	130,280.12	91,484.28	72,438.67	64,527.05
	单位机器设备收入贡献	5.15	4.51	4.60	6.05
创益通	机器设备原值	7,197.81	6,502.23	5,443.80	4,474.56
	营业收入（2018 年至 2020 年剔除 OEM 代工部分的收入）	49,919.87	45,148.97	42,424.08	32,894.29
	单位机器设备收入贡献	6.94	6.94	7.79	7.35
行业平均	机器设备原值	499,856.42	250,775.58	198,198.79	142,963.00
	营业收入	3,291,733.61	2,043,604.15	1,443,492.34	905,923.71
	单位机器设备收入贡献	6.34	8.15	7.28	6.34
信音电子	机器设备原值	7,464.44	6,736.68	6,257.86	6,488.52
	营业收入（剔除外购成品的收入）	73,455.13	68,727.01	58,972.71	52,976.96
	单位机器设备收入贡献	9.84	10.20	9.42	8.16

注：1、发行人、立讯精密、创益通的机器设备原值中不包含模治具，兴瑞科技、胜蓝股份和得润电子未单独披露模治具的原值金额，因此无法确定其机器设备中是否包含模治具；2、由于创益通在 2021 年年报中未再披露 OEM 代工部分收入，因此在计算 2021 年创益通单位机器设备收入贡献时使用了营业总收入。

2018 年至 2021 年，在剔除发行人外购成品和 2018 年至 2020 年创益通 OEM 代工部分的收入后，公司营业收入/机器设备原值的比值分别为 8.16、9.42、10.20 和 9.84，高于同行业可比上市公司平均值，与创益通、立讯精密较为接近，由于主要系公司的主要产品、应用领域、外协的占比等与可比公司存在差异所致。

综上所述，公司机器设备原值与产能、业务量或经营规模相匹配，公司机器设备原值规模合理。

（三）申报会计师核查意见

1、核查手段

申报会计师采取了以下核查手段对固定资产事项进行了核查：

（1）获取公司固定资产及累计折旧明细表，获取 2018 年至 2021 年各期固定资产新增及减少明细表，将公司按照购买年限划分的固定资产明细与各期新增、减少明细进行核对，

检查固定资产购买年限列示的准确性；

（2）访谈公司管理层及模治具开发、设计相关人员，了解模治具与产品的相关性及其使用寿命，了解公司制定模治具折旧年限的依据。结合公司产品的生产销售分析对应模治具折旧年限是否合理、是否与实际情况存在差异；

（3）查阅同行业可比公司公开披露的信息，对模治具折旧年限进行比较，分析差异原因。对 2018 年至 2021 年模治具累计折旧进行测算，复核其准确性，检查公司模治具折旧年限在 2018 年至 2021 年是否保持一贯性；

（4）取得同行业可比公司的招股说明书和年报，将发行人的机器设备原值与产能、业务量或经营规模的匹配性和同行业公司进行比较，分析差异原因。

2、核查结论

经核查，申报会计师认为：

（1）公司模治具具体构成、购买年限、累计折旧计提情况符合资产实际情况。模治具折旧年限低于同行业可比公司具有合理性，与公司产品更新换代速度有关，折旧年限保持一贯性且和实际使用情况相符，不存在通过模治具折旧调节利润的情形。

（2）发行人同行业公司胜蓝股份、创益通披露的产能为产品的件数，而发行人披露的产能为是冲压设备和注塑设备的设计工时，不具有可比性；2018 年至 2021 年，在剔除发行人外购成品和创益通 OEM 代工部分的收入后，公司营业收入/机器设备原值的比值分别为 8.16、9.42、10.20 和 9.84，高于同行业可比上市公司平均值，与创益通、立讯精密较为接近，主要系公司的主要产品、应用领域、外协的占比等与可比公司存在差异所致，公司机器设备原值与产能、业务量或经营规模相匹配，公司机器设备原值规模合理。

【问询函 13】关于汇兑损益

申报文件显示：

（1）报告期内，发行人外销收入金额分别为 54,256.45 万元、62,314.12 万元、72,006.36 万元和 19,460.60 万元，占主营业务收入的比例分别为 87.99%、87.77%、85.10%和 85.01%，该部分货款结算主要采用美元计价；此外，还存在部分原材料、成品采购和取得专利授权等相关应付款项和银行外币存贷款、应收账款等主要采用美元计价。

（2）报告期内，发行人汇兑损益金额分别为-1,021.23 万元、-323.05 万元、2,259.15 万元和-234.78 万元。

请发行人结合以外币销售和结算的金额及占比，分析汇率波动对发行人毛利率、净利润的影响，并进行敏感性分析。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

（一）2018 年至 2021 年，发行人以外币销售和结算的金额及占比

单位：万元

项目		美元	欧元	合计
2021 年度	外币金额	12,405.28	117.35	-
	换算成人民金额	78,337.04	901.43	79,238.47
	占比	98.86%	1.14%	100.00%
2020 年度	外币金额	10,591.16	74.29	-
	换算成人民金额	71,337.94	585.04	71,922.98
	占比	99.19%	0.81%	100.00%
2019 年度	外币金额	9,214.32	41.36	-
	换算成人民金额	61,899.24	321.44	62,220.68
	占比	99.48%	0.52%	100.00%
2018 年度	外币金额	8,401.00	54.97	-
	换算成人民金额	53,698.15	435.24	54,133.39
	占比	99.20%	0.80%	100.00%

注：占比为以人民币计算的占比。

（二）汇率波动对发行人毛利率的影响

由于公司外销业务主要以美元进行结算，因此仅对人民币对美元的汇率波动进行敏感性分析。汇率波动对主营业务毛利率影响具体如下：

项目		2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
2018 年至 2021 年数据	主营业务毛利率	29.08%	31.67%	29.25%	28.15%
汇率上升 5%	主营业务毛利率	31.94%	34.43%	32.20%	31.15%
	主营业务毛利率波动率	9.82%	8.71%	10.09%	10.66%
	汇率波动敏感系数	1.96	1.74	2.02	2.13
汇率上升 10%	主营业务毛利率	34.57%	36.98%	34.92%	33.91%
	主营业务毛利率波动率	18.87%	16.77%	19.38%	20.46%
	汇率波动敏感系数	1.89	1.68	1.94	2.05
汇率下降 5%	主营业务毛利率	25.98%	28.66%	26.02%	24.88%
	主营业务毛利率波动率	-10.67%	-9.50%	-11.04%	-11.62%
	汇率波动敏感系数	2.13	1.90	2.21	2.32
汇率下降 10%	主营业务毛利率	22.59%	25.37%	22.49%	21.30%
	主营业务毛利率波动率	-22.33%	-19.89%	-23.11%	-24.33%
	汇率波动敏感系数	2.23	1.99	2.31	2.43

注：1、汇率波动的主营业务毛利率=（（当期以美元结算的外销收入*（1±汇率波动率）+当期以其他币种结算的外销收入+当期主营业务内销收入）-当期主营业务成本）/（当期以美元结算的外销收入*（1±汇率波动率）+当期以其他币种结算的外销收入+当期主营业务内

销收入）；2、汇率变动敏感系数=毛利率变动/汇率变动。

由于公司签订外销订单与收入确认处于不同时点，因此汇率波动影响公司的毛利率，根据汇率波动敏感性分析，当汇率波动时，公司毛利率出现波动，汇率波动对公司的毛利率存在一定的影响。若未来汇率下降，人民币升值，则公司的毛利率将降低，对公司的经营业绩产生不利影响。

（三）汇率波动对发行人汇兑收益和净利润的影响

2018 年至 2021 年各期期末，公司持有的外币项目情况具体如下：

单位：万元

时间	项目	美元	港币	新台币	欧元	其他币种	合计
2021 年 12 月 31 日	外币资产项目	35,467.25	0.91	159.21	74.09	-	35,701.46
	外币负债项目	6,659.42	64.62	37.42	-	-	6,761.47
	外币资产项目净额	28,807.83	-63.71	121.79	74.09	-	28,939.99
2020 年 12 月 31 日	外币资产项目	35,751.68	0.94	193.58	96.17	-	36,042.36
	外币负债项目	8,387.00	47.08	2.51	-	-	8,436.59
	外币资产项目净额	27,364.67	-46.15	191.07	96.17	-	27,605.77
2019 年 12 月 31 日	外币资产项目	33,311.71	1.00	42.83	64.52	0.00	33,420.06
	外币负债项目	10,207.55	54.70	0.00	-	-	10,262.25
	外币资产项目净额	23,104.16	-53.71	42.83	64.52	0.00	23,157.81
2018 年 12 月 31 日	外币资产项目	26,571.90	55.85	272.79	45.56	4.44	26,950.54
	外币负债项目	10,605.04	50.08	258.37	-	-	10,913.49
	外币资产项目净额	15,966.86	5.77	14.42	45.56	4.44	16,037.05

注：上述外币资产项目、外币负债项目、外币资产项目净额已折算成人民币金额。

如上表所示，公司的外币项目基本为美元，因此仅对人民币对美元的汇率波动进行敏感性分析。人民币对美元汇率波动对汇兑损益和净利润影响具体如下：

单位：万元

项目		2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
外币资产项目净额		28,807.83	27,364.67	23,104.16	15,966.86
净利润		10,372.44	10,779.32	5,770.51	3,907.26
汇率波动 1%	对汇兑收益的影响金额	±288.08	±273.65	±231.04	±159.67
	对净利润的影响金额	±257.55	±245.21	±207.03	±143.07
	对净利润影响的百分比	±2.48%	±2.27%	±1.92%	±1.33%
	净利润影响平均值	±2.00%			
汇率波动 5%	对汇兑收益的影响金额	±1,440.39	±1,368.23	±1,155.21	±798.34
	对净利润的影响金额	±1,287.74	±1,226.03	±1,035.14	±715.37

	对净利润影响的百分比	±12.41%	±11.37%	±9.60%	±6.64%
	净利润影响平均值	±9.99%			
汇率波动10%	对汇兑收益的影响金额	±2,880.78	±2,736.47	±2,310.42	±1,596.69
	对净利润的影响金额	±2,575.47	±2,452.06	±2,070.29	±1,430.74
	对净利润影响的百分比	±24.83%	±22.75%	±19.21%	±13.27%
	净利润影响平均值	±19.98%			
净利润对汇率波动的敏感系数		2.48	2.27	1.92	1.33

注：1、以人民币升值 1%为例，人民币升值 1%对财务费用汇兑损益的影响金额=当期期末美元资产项目净额 *（1-1%）。

2、净利润对汇率波动的敏感系数=汇率波动对净利润影响的百分比/汇率波动的百分比。

2018 年至 2021 年，公司因持有美元资产，汇率波动会对公司经营业绩产生一定的影响，假定人民币升值 1%、5%及 10%，对净利润影响的平均值分别为-2.00%、-9.99%、-19.98%，若未来汇率下降，人民币升值，则将会对公司的经营业绩产生不利影响。

（四）申报会计师核查意见

1、核查手段

申报会计师采取了以下核查手段对汇兑损益的事项进行了核查：

（1）获取发行人外币明细表，测算汇兑损益是否准确；

（2）获得发行人收入成本明细表，检查发行人外销收入和结算的外币情况，查询外币汇率变动情况，并结合公司外销收入金额，计算汇率变动对外销收入的影响；

（3）执行外币汇率波动的敏感性分析程序，测算汇率波动对发行人毛利率、汇兑收益和净利润的影响。

2、核查结论

经核查，申报会计师认为：

（1）当汇率波动时，公司毛利率出现波动，汇率波动对公司的毛利率存在一定的影响。若未来汇率下降，人民币升值，则公司的毛利率将降低，对公司的经营业绩产生不利影响。

（2）公司因持有外币资产，汇率波动会对公司经营业绩产生一定的影响，若未来汇率下降，人民币升值，则将会对公司的经营业绩产生不利影响。

【问询函 14】关于子公司

申报文件显示：

（1）发行人全资子公司苏州信音连接器主营业务为连接器生产和销售，2020 年度和 2021 年第一季度处于持续亏损状态。发行人全资子公司信音科技主要从事连接器销售业务，2020 年度净资产为负，净利润为 1,640.99 万元。

（2）2008 年，信音控股以 2,896.70 万元向发行人出售中山信音 75%股权。2020 年 9 月，信音控股将所持中山信音 25%股权以 2,296.60 万元转让给发行人。采用评估方法为资产基础法。

请发行人：

（1）说明苏州信音对发行人的重要性及其持续亏损的原因，是否存在减值情况及不计提减值的依据是否充分；信音科技从事销售业务且净资产为负的情况下 2020 年度盈利的合理性。

（2）说明信音控股将中山信音 25%股权转让给发行人的公允性，采用资产基础法进行评估的合理性，与其他评估方法估值的差异情况，上述股权转让的会计处理，是否存在利益输送。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

（一）说明苏州信音对发行人的重要性及其持续亏损的原因，是否存在减值情况及不计提减值的依据是否充分；信音科技从事销售业务且净资产为负的情况下 2020 年度盈利的合理性

1、说明苏州信音对发行人的重要性及其持续亏损的原因，是否存在减值情况及不计提减值的依据是否充分

（1）苏州信音连接器对发行人的重要性及其主要财务数据

苏州信音连接器于 2011 年 9 月成立，主要从事组装业务，客户为信音电子。苏州信音连接器为满足组装产能的弹性需求、交货的及时性与成本优势，在人力成本较低的盐城设立苏州信音连接器盐城分公司，盐城分公司同为成品组装专业产线。苏州信音连接器及其盐城分公司在发行人生产流程的组装环节具有重要的作用。

2018 年至 2021 年，苏州信音连接器（含盐城分公司）主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
总资产	5,500.17	5,331.49	4,697.90	4,662.87
净资产	3,164.37	3,118.96	2,924.41	2,879.18
营业收入	10,840.28	10,985.71	9,884.89	10,314.29
净利润	45.40	194.56	45.23	89.97

2018 年至 2021 年，苏州信音连接器盈利状况良好，2020 年净利润较高主要系社保减免所致。

（2）是否存在减值情况及不计提减值的依据是否充分

苏州信音连接器资产主要包括对信音电子的应收账款及生产设备等固定资产，合计占比80%左右。对信音电子的应收账款系合并范围内的关联方款项，款项无收回风险，未计提坏账准备；固定资产中 90%以上为生产类设备，管理层在资产负债表日判断资产是否存在可能发生减值的迹象，如果存在减值迹象的，对资产的可收回金额进行估计，若资产可收回金额低于其账面价值，对其计提相应的资产减值准备。2018 年至 2021 年，苏州信音连接器及其盐城分公司盈利状况良好，固定资产均未出现减值迹象。此外，信音电子持有的对苏州信音连接器的长期股权投资也未出现减值迹象。

综上，2018 年至 2021 年，苏州信音连接器（含盐城分公司）经营业绩整体向好，且账面无未弥补亏损。截至 2021 年末，未出现其他资产减值情况，不计提减值的依据充分。

2、信音科技从事销售业务且净资产为负的情况下 2020 年度盈利的合理性

（1）信音科技净资产为负的原因

由于公司主要客户多为美元结算且其厂区均设立在保税区，考虑到与客户结算的便利性及保税区海关出口等因素，公司于 2008 年 10 月设立子公司信音科技。信音科技主要负责发行人境外（含保税区）销售，2018 年至 2021 年各期信音科技实现的营业收入占发行人营业收入比例为 65%-75%。

信音科技净资产为负主要系前期亏损形成，前期亏损主要由以下两方面原因所致：

①毛利率较低

信音科技在接到客户订单后，根据订单具体产品以两种模式采购：

A、合并范围内关联方采购：信音科技直接向发行人、中山信音及信音汽车电子下采购订单，由发行人、中山信音及信音汽车电子直接将货物送至保税区内 HUB 仓或其他约定地点，发行人对合并范围内的关联方定价采用“利润分割法”， 即信音科技作为销售接单公司，可分享产品销售总毛利的 40%。2018 年至 2021 年发行人整体毛利率为 28%-32%，则该模式下信音科技毛利率约 11%-13%；

B、向产成品供应商采购：部分产品由于发行人、中山信音及信音汽车电子产能不足或自制不经济等原因需向产成品供应商采购，该模式下需要让利给产成品供应商，毛利率较低。

综上，由于信音科技的公司职能及其采购和销售模式导致整体毛利率较低。

②期间费用较高

如本问询函“九 关于期间费用”之“（一）结合发行人与可比公司具体的销售模式……说明发行人销售费用率大幅高于同行业可比公司的原因”的回复所述，由于销售模式、销售规模和销售的产品等原因，发行人销售费用占营业收入比例较高，作为主要负责发行人销售的子公司，发行人销售费用中 70%以上由信音科技承担，导致信音科技整体期间费用较高。

此外，由于信音科技应收账款及存货在资产中占比较高，会产生一定的坏账损失及跌价损失。以上是导致信音科技前期亏损形成净资产为负的主要原因。

（2）信音科技 2020 年度盈利的原因

2018 年至 2021 年，信音科技利润表主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
营业收入	64,601.41	58,080.24	51,147.75	46,720.51
营业成本	56,999.06	50,830.10	45,493.17	41,939.74
毛利率	11.77%	12.48%	11.06%	10.23%
销售费用	4,730.98	4,273.47	4,450.20	3,884.26
管理费用	1,402.65	1,136.96	952.07	807.53
财务费用	50.22	6.42	121.25	158.80
信用减值损失（“-”号为损失）	-16.56	-40.97	-2.00	8.48
资产减值损失（“-”号为损失）	-325.08	-127.01	-145.29	-197.63
净利润	1,062.75	1,640.99	-16.19	-263.57

注：2020 年期间费用的下降系执行新收入准则，出口费用及运费仓储费等合同履约相关成本作为合同履约成本计入营业成本。

由上表可以看出，2018 年、2019 年信音科技亏损主要由于营业收入及毛利率均较低，毛利额无法覆盖较高的期间费用所致。2020 年及 2021 年，发行人整体营业收入增加，信音科技毛利额增加且超过期间费用的增幅，销售产生的毛利额足以覆盖期间费用及其他损失，因此信音科技实现盈利。

综上，信音科技作为发行人主要从事销售业务的子公司，拥有较为稳定的客户资源和能够满足日常需求的营运资金，能否实现盈利主要依赖于公司整体营业收入规模，2020 年度及 2021 年度受发行人营业收入增长的影响，信音科技实现盈利，具有其合理性。

（二）说明信音控股将中山信音 25%股权转让给发行人的公允性，采用资产基础法进行评估的合理性，与其他评估方法估值的差异情况，上述股权转让的会计处理，是否存在利益输送

1、信音控股将中山信音 25%股权转让给发行人的公允性

公司与信音控股签订的《股权转让合同》约定：双方同意以 2020 年 5 月 31 日作为股权转让基准日，具体价格由双方共同委托专业的资产评估机构对股权进行评估，以评估值为基础，经双方协商后确定最终价格。

中和资产评估有限公司对此次收购中山信音股权事宜涉及的中山信音股东全部权益在评估基准日的市场价值进行了评估，评估结果为 9,186.73 万元，信音控股持有的 25%股权对应价格为 2,296.68 万元，双方最终确定交易价格为 2,296.60 万元，最终交易价格与评估结果不存在重大差异，价格公允。

2、采用资产基础法进行评估的合理性、与其他评估方法估值的差异情况

中和资产评估有限公司此次评估采用资产基础法和收益法，资产基础法评估股东全部权益价值为 9,186.73 万元，收益法评估股东全部权益价值为 12,204.56 万元，两者相差 3,017.83 万元，差异率为 32.85%，收益法评估结果与资产基础法评估有差异系由于采用不同的评估路径导致。资产基础法是从资产重置的角度间接地评价资产的公平市场价值，它是从企业的资产现值的角度来确认企业整体价值。收益法强调的是企业整体资产的预期盈利能力，收益法的评估结果是企业整体资产预期获利能力的量化与现值化。

此次采用资产基础法进行评估的原因主要为：（1）收益法受企业未来盈利能力、资产质量、企业经营能力、经营风险的影响较大，而未来盈利能力具有不确定性。（2）资产基础法从资产重置的角度反映了资产的公平市场价值，结合此次评估情况，被评估单位详细提供了其资产负债相关资料、评估师也从外部收集到满足资产基础法所需的资料，并且对被评估单位资产及负债进行全面的清查和评估，因此相对而言，资产基础法评估结果更为可靠。评估师出于谨慎性原则，本次评估采用资产基础法评估结果作为最终评估结论，即中山信音股东全部权益评估价值为 9,186.73 万元。

综上所述，此次评估最终采用资产基础法评估结果作为评估结论是根据项目的具体情况出于谨慎性原则确定的，具有合理性。

3、上述股权转让的会计处理正确，不存在利益输送

根据《企业会计准则第 2 号-长期股权投资》相关规定：采用成本法核算的长期股权投资应当按照初始投资成本计价，追加或收回投资调整长期股权投资的成本。

公司在个别财务报表层面，按照与信音控股约定的收购价格 2,296.60 万元，追加对中山信音的长期股权投资成本。

根据《企业会计准则第 33 号-合并财务报表》相关规定：母公司购买子公司少数股东拥有的子公司股权，在合并财务报表中，因购买少数股权新取得的长期股权投资与按照新增持股比例计算应享有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产份额之间的差额，应当调整资本公积（资本溢价或股本溢价），资本公积不足冲减的，调整留存收益。

公司在合并财务报表层面，将上述因购买少数股权新取得的长期股权投资 2,296.60 万元与按照新增持股比例计算应享有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产份额之间的差额 183.99 万元调整资本公积（资本溢价或股本溢价）。

综上所述，公司对此次股权转让的会计处理正确、符合《企业会计准则》相关规定。

公司与信音控股双方同意以 2020 年 5 月 31 日作为此次股权转让的基准日，双方以评估估值为基础，经协商后最终确定交易价格，不存在利益输送。

（三）申报会计师核查程序与核查意见

1、核查手段

申报会计师采取了以下核查手段对子公司事项进行了核查：

（1）了解苏州信音连接器及信音科技的设立背景、在集团的职能、公司关联方内部定价原则以及经营情况等相关信息，分析影响苏州信音连接器及信音科技盈利的关键因素，分析 2018 年至 2021 年盈利或亏损的合理性；

（2）分析苏州信音连接器经营情况，识别各项资产是否出现减值迹象，检查公司对已出现减值的资产是否计提减值准备、减值准备是否计提充分；

（3）了解信音科技净资产为负的原因，分析其是否影响信音科技持续经营能力。分析信音科技 2020 年、2021 年盈利的合理性，详细检查成本、费用的完整性及准确性；

（4）了解收购中山信音 25%股权的原因和背景；取得收购中山信音 25%股权相关决议文件、评估报告、股权转让协议等相关资料，了解收购过程及定价依据，评价股权转让价格的公允性。取得 2018 年至 2021 年公司银行流水，核查公司股权转让款的支付情况，核查信音控股是否存在为公司输送利益的情形；

（5）复核公司收购中山信音 25%股权相关会计处理，确认个别财务报表及合并财务报表会计处理是否正确。

2、核查结论

经核查，申报会计师认为：

（1）苏州信音连接器主要职能为公司进行组装加工生产，2018 年至 2021 年经营情况良好，资产未出现减值迹象、不计提减值的依据充分。

（2）信音科技主要职能为负责境外客户销售，历史上出现未弥补亏损主要由于人员薪资等固定费用较高、销售毛利不足以覆盖期间费用所致。2020 年、2021 年销售额及毛利额有所提高，信音科技实现盈利，具有合理性。

（3）信音控股将中山信音 25%股权转让给公司的价格具有公允性，采用资产基础法是评估师基于谨慎性原则作出的职业判断，具有合理性，不存在利益输送，公司收购中山信音 25%股权的会计处理正确。

【问询函 15】关于劳务派遣和劳务外包

申报文件显示，2018 年、2019 年发行人劳务派遣人数占比分别为 5.93%、12.27%。报告期内，劳务外包占比分别为 32.50%、27.50%、49.98%、34.71%，占营业成本比重分别为 7.14%、5.98%、9.20%、11.29%。

请公司说明主要劳务派遣公司名称、金额、占营业成本比重；劳务外包从事的主要内容、劳务外包公司名称、合作背景和历史、是否具有可替代性，劳务外包采购金额变动是

否与发行人营业收入、在手订单数量匹配；劳务派遣公司和劳务外包公司是否与发行人控股股东、实际控制人、董监高、前员工存在亲属关系、其他密切关系或资金往来。

请保荐人、申报会计师、发行人律师发表明确意见。

回复：

（一）请发行人说明主要劳务派遣公司名称、金额、占营业成本比重

2021 年公司已不存在劳务派遣用工，2018 年度至 2020 年度公司主要劳务派遣公司情况如下：

单位：万元

2020 年度

序号	劳务派遣公司名称	金额	占营业成本比例
1	中山世创人力资源有限公司	222.59	0.37%
2	东莞市诚鑫人力资源管理咨询有限公司	218.51	0.37%
3	中山市湘云人力资源服务有限公司	0.45	0.00%
合计		441.55	0.74%

2019 年度

序号	劳务派遣公司名称	金额	占营业成本比例
1	中山世创人力资源有限公司	322.08	0.63%
2	东莞市诚鑫人力资源管理咨询有限公司	79.92	0.16%
3	苏州英格玛企业管理服务有限公司	20.35	0.04%
4	苏州市格瑞特人力资源有限公司	9.01	0.02%
5	中山市湘云人力资源服务有限公司	6.15	0.01%
合计		437.51	0.85%

2018 年度

序号	劳务派遣公司名称	金额	占营业成本比例
1	中山世创人力资源有限公司	351.10	0.77%
2	苏州英格玛企业管理服务有限公司	57.91	0.13%
3	鹰潭电子科技学校	33.67	0.07%
4	苏州市格瑞特人力资源有限公司	21.26	0.05%
合计		463.97	1.02%

2018 年至 2020 年公司主要劳务派遣采购金额分别为 463.97 万元、437.51 万元和 441.55 万元，占营业成本的比重分别为 1.02%、0.85%和 0.74%，呈下降趋势。主要是公司逐渐增加劳务外包用工形式，减少了劳务派遣用工数量所致。2020 年底公司已不存在劳务派遣用工，因此 2021 年公司劳务派遣采购金额占营业成本比重为零。综上，公司 2018 年至 2021 年劳务派遣采购金额占营业成本的比重变动合理。

（二）劳务外包从事的主要内容、劳务外包公司名称、合作背景和历史、是否具有可替代性，劳务外包采购金额变动是否与发行人营业收入、在手订单数量匹配

1、劳务外包公司情况

2018 年至 2021 年主要劳务外包公司情况如下：

序号	劳务外包公司名称	合作背景及历史	外包主要内容	是否有替代性
1	苏州谦领人力资源有限公司	2019 年 8 月以劳务外包形式合作至今	冲压、注塑、组装、焊锡等岗位	是
2	苏州苏豫人力资源有限公司	2019 年 11 月以劳务外包形式合作至今	组装等岗位	是
3	苏州智汇人才服务集团有限公司	2016 年 8 月以劳务外包形式合作至今	成型、装备、冲压、注塑、焊锡等岗位	是
4	中山世创人力资源有限公司	2018 年 4 月以劳务派遣形式合作至 2020 年 8 月，2020 年 9 月以劳务外包形式合作至今	注塑、组装等岗位	是
5	东莞市诚鑫人力资源管理咨询有限公司	2019 年 10 月以劳务派遣形式合作至 2020 年 8 月，2020 年 9 月以劳务外包形式合作至今	注塑、组装等岗位	是
6	苏州纳智杰人力资源有限公司	2020 年 7 月以劳务外包形式合作至今	组装等岗位	是
7[注1]	江苏贝瑞特服务外包有限公司	2017 年 8 月以劳务外包形式合作至 2020 年 6 月	组装等岗位	是
	苏州市格瑞特城南人才服务有限公司	2020 年 7 月以劳务外包形式合作至 2021 年 11 月	组装等岗位	是
8	苏州英格玛服务外包股份有限公司	2013 年 3 月以劳务外包形式合作至 2021 年 10 月	冲压、注塑、组装、焊锡等岗位	是
9	苏州友合人力资源职介有限公司	2013 年以劳务外包形式合作至 2021 年 8 月	注塑、装配、组装等岗位	是
10	苏州雷博曼人力资源职介有限公司	2017 年 8 月以劳务外包形式合作至 2020 年 6 月	注塑、组装、焊锡等岗位	是
11[注2]	苏州市弘博人力资源服务有限公司	2017 年 8 月合作以劳务外包形式至 2020 年 6 月	组装等岗位	是
	苏州市众博人力服务外包有限公司	2019 年 8 月合作以劳务外包形式至 2020 年 5 月	组装等岗位	是

注：1、江苏贝瑞特服务外包有限公司和苏州市格瑞特城南人才服务有限公司，均为苏州市格瑞特人力资源有限公司的全资子公司；2、苏州市弘博人力资源服务有限公司与苏州

市众博人力服务外包有限公司为同一实控人所控制企业

公司与上述劳务外包公司均为长期合作，上述劳务外包公司不存在专门为公司服务的情形，劳务外包公司具有替代性。

2、劳务外包采购金额与发行人营业收入、在手订单数量匹配性

单位：万元

项　目	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
劳务外包采购金额	5,048.66	5,472.79	3,067.90	3,243.72
营业收入	95,134.16	86,763.12	72,386.66	63,547.11
占营业收入比重	5.31%	6.31%	4.24%	5.10%
在手订单	98,863.30	104,199.60	76,394.34	68,834.17
占在手订单金额比重	5.11%	5.25%	4.02%	4.71%

注：在手订单金额为发行人根据客户预测订单和正式订单加总生成的内部订单金额。

2018 年至 2021 年公司劳务外包采购金额分别为 3,243.72 万元、3,067.90 万元、5,472.79 万元和 5,048.66 万元，占公司营业收入的比例分别为 5.10%、4.24%、6.31%和 5.31%，占公司在手订单金额占比分别为 4.71%、4.02%、5.25%和 5.11%。公司劳务外包采购金额整体上随着公司营业收入、在手订单数量增加而增加，和公司营业收入和在手订单金额匹配。2019 年公司劳务外包采购金额占公司营业收入及在手订单金额占比略低主要是因为公司在订单数量增加产能受限的情况下，加大了委外加工及外购产成品所致；2020 年及 2021 年公司劳务外包采购金额占收入及在手订单占比较高，主要是公司订单数量较多而受疫情影响一方面公司直接招工困难，另一方面公司部分委外工序转为厂内生产，加大了对劳务外包的用工需求量所致。

（三）劳务派遣公司和劳务外包公司是否与发行人控股股东、实际控制人、董监高、前员工存在亲属关系、其他密切关系或资金往来

1、2018 年至 2021 年主要劳务派遣公司基本情况

（1）中山世创人力资源有限公司

<table>
<tr><td>成立时间</td><td>2018 年 4 月 18 日</td><td>企业类型</td><td>有限责任公司(自然人投资或控股)</td><td>注册资本</td><td>200 万人民币</td></tr>
<tr><td>法定代表人</td><td>陈富民</td><td>注册地</td><td colspan="3">中山市三角镇福泽路 9 号之一 A 栋一层 A01 号</td></tr>
<tr><td rowspan="4">股东构成及控制情况</td><td>名称</td><td>持股比例</td><td rowspan="4">工商登记主要人员</td><td>姓名</td><td>职务</td></tr>
<tr><td>陈富民</td><td>50%</td><td>陈富民</td><td>执行董事兼经理</td></tr>
<tr><td>陈燕毅</td><td>50%</td><td>陈燕毅</td><td>监事</td></tr>
<tr><td>经营范围</td><td colspan="5">许可项目：劳务派遣服务；职业中介活动。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）一般项目：企业管理；企业管理咨询；物业管理；餐饮管理；会议及展览服务；商务代</td></tr>
</table>

	理代办服务；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；专业保洁、清洗、消毒服务；装卸搬运；生产线管理服务。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）

（2）东莞市诚鑫人力资源管理咨询有限公司

成立时间	2018 年 4 月 16 日	企业类型	有限责任公司(自然人独资)	注册资本	200 万人民币
法定代表人	刘强	注册地	东莞市企石镇霞朗村新霞路 17 号一楼商铺		
股东构成及控制情况	名称	持股比例	工商登记主要人员	姓名	职务
	刘强	100%		刘强	执行董事兼经理
				吴海英	监事
经营范围	人力资源管理咨询服务；人力资源中介服务；企业管理咨询服务；人力资源外包服务；人力资源分包服务；劳务派遣；提供劳务信息咨询服务；人力装卸服务。(依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动)				

（3）中山市湘云人力资源服务有限公司

成立时间	2017 年 6 月 13 日	企业类型	有限责任公司(自然人投资或控股)	注册资本	200 万人民币
法定代表人	袁会成	注册地	中山市南头镇兴业南路 43 号首层之三		
股东构成及控制情况	名称	持股比例	工商登记主要人员	姓名	职务
	袁会成	50%		袁会成	执行董事兼经理
	杨清梅	50%		杨清梅	监事
经营范围	人力资源服务、劳务派遣、企业管理服务、商务信息咨询服务、会议及展览展示服务、活动策划、庆典策划、市场营销服务、装卸搬运服务、清洁服务、摄影扩印服务、通信业务代理；机械设备租赁、汽车租赁、音响设备租赁；承接：园林绿化工程、舞台灯光音响设计工程；设计、制作、发布：广告。(依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动)				

（4）苏州英格玛企业管理服务有限公司

成立时间	2012 年 6 月 14 日	企业类型	有限责任公司（自然人投资或控股的法人独资）	注册资本	200 万人民币
法定代表人	王桂琴	注册地	苏州市吴中区木渎镇珠江南路 378 号天隆大楼 6776 室		
股东构成及控制情况	名称	持股比例	工商登记主要人员	姓名	职务
	苏州英格玛人力资源有限公司	100%		王桂琴	执行董事兼总经理
				马敏	监事
经营范围	许可项目：职业中介活动（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准）一般项目：企业管理；企业管理咨询；人力				

	资源服务（不含职业中介活动、劳务派遣服务）；信息技术咨询服务；软件开发；生产线管理服务；物业管理；家政服务；专业保洁、清洗、消毒服务；城市绿化管理（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）

苏州英格玛企业管理服务有限公司控股股东苏州英格玛人力资源有限公司基本情况如下：

成立时间	2002 年 9 月 25 日	企业类型	有限责任公司（自然人投资或控股的法人独资）	注册资本	1000 万人民币
法定代表人	王桂琴	注册地	苏州工业园区凤里街 336 号 3 幢 212-1 室		
股东构成及控制情况	名称	持股比例	工商登记主要人员	姓名	职务
	苏州英格玛服务外包股份有限公司	100%		王桂琴	执行董事兼总经理
				杭晓莉	监事
经营范围	为劳动者介绍用人单位，为用人单位和居民家庭推荐劳动者，开展职业指导、人力资源管理咨询服务，收集和发布职业供求信息，组织职业招聘洽谈会。劳务派遣服务；从事人事技术及人力资源管理软件的研发。以承接服务外包的方式从事企业生产流程处理和品质检测处理、产线制程改善、人力搬运装卸服务、工厂管理咨询、企业管理服务；仓储服务（不含冷库）；国内货运代理、城市商品配送；增值电信业务；档案管理、市场调查；建筑劳务分包。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）				

苏州英格玛人力资源有限公司控股股东苏州英格玛服务外包股份有限公司基本情况如下：

成立时间	2010 年 7 月 19 日	企业类型	股份有限公司(非上市、自然人投资或控股)	注册资本	3000 万人民币
法定代表人	庄志	注册地	苏州高新区科灵路 78 号苏州高新软件园 7 号楼 102		
股东构成及控制情况	名称	持股比例	工商登记主要人员	姓名	职务
	庄志	50.5%		庄志	董事长兼总经理
	苏州英格玛投资管理中心（有限合伙）	20%		唐秋勇	董事
	王桂琴	7%		杭晓莉	董事
	昆山银溢创益投资中心（有限合伙）	4%		王桂琴	董事
	苏州巨溢企业管理中心（有限合伙）	4%		顾正平	董事
	吴思齐	3.5%		杨煜侃	董事
	郑黎虹	3.5%		吴思齐	董事
	杭晓莉	3.5%		郑黎虹	董事

	英格玛（苏州）控股有限公司	2%		马敏	监事
	苏州拓杰企业管理有限公司	2%		朱昊翔	监事
				李威	监事
经营范围	以服务外包方式从事企业的生产流程处理和品质检测处理，工厂管理咨询，为企业提供项目管理服务；劳务派遣经营；为劳动者介绍用人单位；为用人单位和居民家庭推荐劳动者；开展职业指导、人力资源管理咨询服务；收集和发布职业供求信息；根据国家有关规定从事互联网职业信息服务；组织职业招聘洽谈会；仓储服务；人力资源服务流程及信息软件的研发，电子、通讯与自动控制技术的研发；货物运输代理，城市商品配送；增值电信业务，呼叫中心业务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）一般项目：人力资源服务（不含职业中介活动、劳务派遣服务）；生产线管理服务；装卸搬运；运输货物打包服务；包装服务；外卖递送服务；政府采购代理服务；电气设备修理；通用设备修理；日用电器修理；工业机器人安装、维修；家政服务；物业管理；专业保洁、清洗、消毒服务；园林绿化工程施工；城市绿化管理（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）				

（5）苏州市格瑞特人力资源有限公司

成立时间	2006 年 4 月 3 日	企业类型	有限责任公司（自然人投资或控股的法人独资）	注册资本	2000 万人民币
法定代表人	许正江	注册地	苏州市吴中区太湖东路 9 号澹台湖大厦（武珞科技园）1103 室		
股东构成及控制情况	名称	持股比例	工商登记主要人员	姓名	职务
	姚丽亚	55%		许正江	执行董事兼总经理
	王建军	21%			
	吴虹烨	21%		王建军	监事
	赵燕	3%			
经营范围	劳务派遣经营；为劳动者介绍用人单位，为用人单位和居民家庭推荐劳动者，开展职业指导、人力资源管理咨询服务，收集和发布职业供求信息。以承接服务外包方式从事企业生产线工段的外包服务；搬运装卸服务；接受委托从事企业档案管理服务；财税信息咨询、纳税申报手续代办；企业管理服务；机械设备、汽车的销售、租赁；面向成年人开展的培训服务（不含国家统一认可的职业证书类培训）。 许可项目：基础电信业务；互联网信息服务（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）一般项目：信息技术咨询服务；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；移动终端设备销售；移动通信设备销售（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）				

（6）鹰潭电子科技学校

根据公开查询资料，鹰潭电子科技学校已注销， 其基本情况如下：

成立时间	2000 年 1 月 1 日	企业类型	民办非企业单位	注册资本	3 万人民币
法定代表人	待查	注册地	鹰潭市军民路 1 号		
股东构	名称	持股比例	工商登记主要人	姓名	职务

成及控制情况	-	-	员	-	-
经营范围	-				

2、2018 年至 2021 年主要劳务外包公司情况

（1）苏州谦领人力资源有限公司

成立时间	2019 年 4 月 25 日	企业类型	有限责任公司(自然人投资或控股)	注册资本	200 万人民币
法定代表人	陶宝俊	注册地	苏州市吴中区胥口镇上供路 288 号 3 幢 508 室		
股东构成及控制情况	名称	持股比例	工商登记主要人员	姓名	职务
	陶宝俊	99%		陶宝俊	执行董事兼总经理
	秦建军	1%		秦建军	监事
经营范围	人力资源服务；劳务派遣经营；以承接服务外包的方式从事企业生产流程、生产工段的外包服务，建筑工程施工，物业管理，保洁服务，商务信息咨询；酒店管理；停车场管理服务，绿化养护，信息技术服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）				

（2）苏州苏豫人力资源有限公司

成立时间	2019 年 2 月 21 日	企业类型	有限责任公司(自然人投资或控股)	注册资本	200 万人民币
法定代表人	付珩	注册地	苏州吴中经济开发区城南街道东吴南路 79 号 A-512 室		
股东构成及控制情况	名称	持股比例	工商登记主要人员	姓名	职务
	付珩	50%		付珩	执行董事兼总经理
	殷兆进	50%		殷兆进	监事
经营范围	人力资源服务、劳务派遣经营、企业管理服务、商务信息咨询服务；市场营销策划；以服务外包方式从事企业生产线管理的外包服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）一般项目：住房租赁；非居住房地产租赁；物业管理；汽车租赁（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）				

（3）苏州智汇人才服务集团有限公司

成立时间	2006 年 8 月 7 日	企业类型	有限责任公司(自然人投资或控股)	注册资本	3000 万人民币
法定代表人	姚启龙	注册地	苏州高新区枫津大街 66 号 A3 幢 T01 室一层		
股东构成及控制情况	名称	持股比例	工商登记主要人员	姓名	职务
	姚启龙	60%		姚启龙	执行董事兼总经理

	马文文	40%		马文文	监事
经营范围	为劳动者介绍用人单位；为用人单位和居民家庭推荐劳动者；开展职业指导、人力资源管理咨询服务；收集和发布职业供求信息；根据国家有关规定从事互联网职业信息服务；组织职业招聘洽谈会；劳务派遣经营，企业管理咨询，以服务外包的形式从事企业生产线管理；电子设备生产加工；汽车零部件生产制造；电子产品销售；市政设施管理；环境卫生管理；城乡市容管理；绿化管理；城市公园管理；名胜风景区管理；森林公园管理；清洁服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）许可项目：对外劳务合作（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准）				

注：历史曾用名苏州智汇人力资源有限公司

（4）中山世创人力资源有限公司

中山世创人力资源有限公司基本情况详见本部分“1、(1)中山世创人力资源有限公司”。

（5）东莞市诚鑫人力资源管理咨询有限公司

东莞市诚鑫人力资源管理咨询有限公司基本情况详见本部分“1、（2）东莞市诚鑫人力资源管理咨询有限公司”。

（6）苏州纳智杰人力资源有限公司

成立时间	2015 年 5 月 6 日	企业类型	有限责任公司(自然人独资)	注册资本	200 万人民币
法定代表人	程玉婷	注册地	苏州高新区长江路 495 号-1 307 室		
股东构成及控制情况	名称	持股比例	工商登记主要人员	姓名	职务
	程玉婷	100%		程玉婷	执行董事
				董少林	监事
经营范围	从事人才中介服务，企业管理咨询、商务信息咨询、市场营销、保洁服务、绿化种植养护、物业管理、以承接服务外包的形式从事企业生产线管理、网络信息技术咨询服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）				

（7）江苏贝瑞特服务外包有限公司

成立时间	2016 年 8 月 19 日	企业类型	有限责任公司（非自然人投资或控股的法人独资）	注册资本	1000 万人民币
法定代表人	崔振斌	注册地	常熟高新技术产业开发区贤士路 88 号 1 幢 304		
股东构成及控制情况	名称	持股比例	工商登记主要人员	姓名	职务
	苏州市格瑞特人力资源有限公司	100%		崔振斌	执行董事
				乔广珍	总经理
				王建军	监事
经营范围	从事以服务外包方式从事电子产品、光电元器件的组装、包装、检测服务；人力资源管理咨询服务；物业管理；安防技术服务；建筑劳务分包；会议及展览服务；保洁服务；电子产品、家用电器、办公用品销售；管道工程、道路工程、绿化工程、通信工程施工；企业管理服务（生产流程、生产工段、工厂运营管理）；货运代理；				

	普通货物仓储、包装、分拣、配送、装卸服务；第三方物流服务（不得从事运输）；塑料制品清洗；建筑机械租赁服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）许可项目：职业中介活动；劳务派遣服务（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准）

江苏贝瑞特服务外包有限公司关联公司苏州市格瑞特城南人才服务有限公司基本情况如下：

成立时间	2013 年 6 月 9 日	企业类型	有限责任公司（自然人投资或控股的法人独资）	注册资本	200 万人民币
法定代表人	许正江	注册地	苏州市吴中区太湖东路 9 号澹台湖大厦（武珞科技园）1104 室		
股东构成及控制情况	名称	持股比例	工商登记主要人员	姓名	职务
	苏州市格瑞特人力资源有限公司	100%		许正江	执行董事兼总经理
				吕海军	监事
经营范围	人才供求信息收集、整理、储存、发布和咨询服务；人才推荐；人才招聘；劳务派遣经营；以承接服务外包方式从事企业生产线工段的外包服务；搬运装卸服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）				

江苏贝瑞特服务外包有限公司、苏州市格瑞特城南人才服务有限公司控股股东苏州市格瑞特人力资源有限公司基本情况详见本部分“1、（5）苏州市格瑞特人力资源有限公司”。

（8）苏州英格玛服务外包股份有限公司

苏州英格玛服务外包股份有限公司基本情况详见本部分“1、（4）苏州英格玛企业管理服务有限公司”。

（9）苏州友合人力资源职介有限公司

成立时间	2009 年 11 月 11 日	企业类型	有限责任公司	注册资本	300 万人民币
法定代表人	黄志国	注册地	苏州市高新区狮山路 35 号 1 幢 1006 室		
股东构成及控制情况	名称	持股比例	工商登记主要人员	姓名	职务
	苏州圆聚控股集团有限公司	88%		黄志国	执行董事兼总经理
	邢芳沙	12%		邢芳沙	监事
经营范围	许可项目：劳务派遣服务（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准）一般项目：人力资源服务（不含职业中介活动、劳务派遣服务）；房地产咨询；物业管理；家政服务（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）				

苏州友合人力资源职介有限公司控股股东苏州圆聚控股集团有限公司基本情况如下：

成立时间	2014 年 2 月 18 日	企业类型	有限责任公司(自然人投资或控股)	注册资本	4100 万人民币

法定代表人	陈怀中	注册地	苏州吴中经济开发区南湖路 96 号 96-13 室		
股东构成及控制情况	名称	持股比例	工商登记主要人员	姓名	职务
	陈怀中	98.80%		陈怀中	执行董事兼总经理
	邢芳沙	1.20%		邢芳沙	监事
经营范围	对外投资、股权投资（不得以公开方式募集资金）；计算机技术培训、企业管理培训（以上培训不含国家统一认可的职业证书类培训）；教育项目投资管理及投资咨询；法律信息咨询；企业投资管理；企业投资咨询；商务信息咨询、物业管理、企业管理服务、企业形象策划服务；电子产品零件加工、包装；电子产品研发、销售及技术服务；广告、标牌设计与制作。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）				

（10）苏州雷博曼人力资源职介有限公司

成立时间	2012 年 4 月 16 日	企业类型	有限责任公司(自然人投资或控股)	注册资本	1000 万人民币
法定代表人	李俊敏	注册地	苏州吴中经济开发区城南街道东吴南路 79 号 A-408 室		
股东构成及控制情况	名称	持股比例	工商登记主要人员	姓名	职务
	李俊敏	94.59%		李俊敏	执行董事兼总经理
	杨志刚	5.41%		杨志刚	监事
经营范围	职业中介、信息、指导、咨询服务；企业管理服务；承接生产线外包加工电子产品；物业管理；保洁服务；建筑劳务分包；劳务派遣经营。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）				

（11）苏州市弘博人力资源服务有限公司

成立时间	2009 年 6 月 30 日	企业类型	有限责任公司(自然人投资或控股)	注册资本	200 万人民币
法定代表人	李杰	注册地	苏州市吴中区木渎镇中山东路 14 号 10 幢 201 室		
股东构成及控制情况	名称	持股比例	工商登记主要人员	姓名	职务
	李杰	60%		李杰	执行董事兼总经理
	朱萍	40%		朱萍	监事
经营范围	许可项目：互联网信息服务；职业中介活动；劳务派遣服务；第二类增值电信业务；第一类增值电信业务（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准）一般项目：人力资源服务（不含职业中介活动、劳务派遣服务）；企业管理咨询；电子产品销售；劳动保护用品销售；办公用品销售；针纺织品及原料销售；针纺织品销售；生产线管理服务；劳务服务（不含劳务派遣）；企业管理；物业管理；咨询策划服务；市场营销策划；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；装卸搬运；会议及展览服务；信息技术咨询服务；家政服务；普通货物仓储服务（不含危险化学品等需许可审批的项目）；日用品销售（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）				

苏州市弘博人力资源服务有限公司关联公司苏州市众博人力服务外包有限公司基本情况如下：

<table>
<tr><td>成立时间</td><td>2015 年 4 月 22 日</td><td>企业类型</td><td colspan="2">有限责任公司(自然人独资)</td><td>注册资本</td><td>200 万人民币</td></tr>
<tr><td>法定代表人</td><td>李杰</td><td>注册地</td><td colspan="4">苏州市吴中区木渎镇中山东路 14 号 10 幢 301 室</td></tr>
<tr><td rowspan="3">股东构成及控制情况</td><td>名称</td><td>持股比例</td><td rowspan="3" colspan="2">工商登记主要人员</td><td>姓名</td><td>职务</td></tr>
<tr><td rowspan="2">李杰</td><td rowspan="2">100%</td><td>李杰</td><td>执行董事兼总经理</td></tr>
<tr><td>朱萍</td><td>监事</td></tr>
<tr><td>经营范围</td><td colspan="6">许可项目：劳务派遣服务（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准）一般项目：软件外包服务；生产线管理服务；人力资源服务（不含职业中介活动、劳务派遣服务）；家政服务；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；企业管理咨询；会议及展览服务；信息技术咨询服务；装卸搬运；普通货物仓储服务（不含危险化学品等需许可审批的项目）；咨询策划服务；日用品销售；劳动保护用品销售；电子产品销售；电子元器件与机电组件设备销售；通讯设备销售；办公用品销售；文具用品零售；包装材料及制品销售；针纺织品及原料销售；针纺织品销售；塑料制品销售；劳务服务（不含劳务派遣）；企业管理；物业管理；汽车租赁；市场营销策划；城市绿化管理；园林绿化工程施工；专业保洁、清洗、消毒服务（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）</td></tr>
</table>

申报会计师根据查询上述劳务派遣公司和劳务外包公司的工商资料，对上述劳务外包公司、劳务派遣公司进行访谈或函证，查询发行人、发行人控股股东、发行人董事、监事、高级管理人员和主要财务人员银行流水，上述劳务派遣公司和劳务外包公司与发行人控股股东、董事、监事、高级管理人员、前员工不存在亲属关系、其他密切关系或资金往来。

（四）中介机构意见

1、核查手段

申报会计师采用了以下核查手段对劳务派遣和劳务外包事项进行了核查：

（1）取得并审阅了 2018 年至 2021 年各期末公司员工花名册及各期劳务派遣、劳务外包人员工时清单；

（2）取得并审阅了公司与劳务外包公司、劳务派遣公司的合同以及相关资质；

（3）抽取并核查了劳务外包、劳务派遣公司的费用对账单及款项支付凭证；

（4）访谈了公司人事主管；

（5）取得并审阅了苏州市人力资源与社会保障局、中山市人力资源与社会保障局等主管部门出具的证明；

（6）通过天眼查等公开渠道核查了劳务派遣、劳务外包公司的股东、董事、监事、高级管理人员等基本信息以及劳务派遣、劳务外包公司的涉诉情况；

（7）实地抽样核查了劳务外包以及派遣人员的工作场地以及岗位；

（8）访谈了公司 2018 年至 2021 年合作的部分主要劳务外包和劳务派遣公司；

（9）核查了发行人、发行人董事、监事、高级管理人员和其他主要人员以及发行人控股股东及其控制的其他企业银行流水；

（10）获取并核查了发行人董事、监事、高级管理人员和核心技术人员的填写的尽职调查问卷；

（11）获取发行人的在手订单明细，核查了劳务外包采购金额与发行人营业收入、在手订单数量的匹配性。

2、核查结论

经核查，申报会计师认为：

（1）发行人 2018 年至 2021 年劳务派遣采购金额占营业成本的比重变动合理。

（2）劳务外包方对产品进行特定工序加工，劳务外包公司与发行人均属于长期合作，劳务外包公司非专为发行人服务，具有替代性，劳务外包采购金额变动与发行人营业收入、在手订单数量整体相匹配。

（3）2018 年至 2021 年发行人主要劳务派遣公司和劳务外包公司与发行人控股股东、实际控制人、董监高、前员工不存在亲属关系、其他密切关系或资金往来的情形。

【问询函 16】关于外协采购

申报文件显示，报告期内，发行人外协采购费分别为 7,212.84 万元、8,570.85 万元、8,599.67 万元和 2,114.11 万元，占采购总额的比重分别为 19.73%、20.65%、16.04%和 14.03%。外协采购主要项目包括电镀、组装、注塑、其他，组装占比排名第二，但报告期内发行人前五大外协厂商主要采购内容为电镀和注塑。

请发行人：

（1）说明各主要电镀厂商为发行人提供电镀的数量、单价，对于价格存在较大差异的，请分析具体原因，说明发行人主要的组装外协厂商名称、加工金额、单价，发行人向各工序外协厂商的采购金额占其营业收入的比例，对于营业收入主要来源于发行人的外协厂商，请说明具体合作背景、交易原因。

（2）结合可比公司采购价格、市场价格分析并说明电镀、组装、注塑等外协价格的公允性。

（3）说明报告期各期外协采购中计入成本及结转为存货的金额，结合外协成本占生产成本的比例、存货增加情况等分析并说明结转为存货的外协采购金额合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

（一）说明各主要电镀厂商为发行人提供电镀的数量、单价，对于价格存在较大差异的，请分析具体原因，说明发行人主要的组装外协厂商名称、加工金额、单价，发行人向各工序外协厂商的采购金额占其营业收入的比例，对于营业收入主要来源于发行人的外协厂商，请说明具体合作背景、交易原因

1、说明各主要电镀厂商为发行人提供电镀的数量、单价，对于价格存在较大差异的，请分析具体原因

2018 年至 2021 年，发行人外协电镀采购的主要厂商情况如下：

2021 年度

序号	供应商名称	金额(万元)	数量（KPCS[注1]）	单价(元/KPCS)	发行人占其营业收入的比率	占电镀采购额比例	占外协采购额比例
1	万明电镀智能科技(江门)有限公司	769.85	192,143.66	40.07	5%-20%	23.45%	9.41%
2	昆山市同庆电子集团[注3]	536.19	125,807.05	42.62	5%-20%	16.33%	6.55%
3	江苏澳光电子有限公司	458.03	82,616.13	55.44	5%-20%	13.95%	5.60%
4	苏州正信电子科技有限公司	425.83	155,614.27	27.36	5%-20%	12.97%	5.20%
5	苏州仓庆金属制品有限公司	311.97	146,264.55	21.33	5%-20%	9.50%	3.81%
合计		2,501.87	702,445.66	-	-	76.20%	30.57%

2020 年度

序号	供应商名称	金额(万元)	数量（KPCS）	单价(元/KPCS)	发行人占其营业收入的比率	占电镀采购额比例	占外协采购额比例
1	万明电镀智能科技(江门)有限公司	747.43	202,467.90	36.92	5%-20%	20.23%	8.69%
2	江苏澳光电子有限公司	724.75	157,681.10	45.96	5%-20%	19.61%	8.43%
3	昆山市同庆电子集团[注3]	637.74	178,629.50	35.70	5%-20%	17.26%	7.42%
4	苏州仓庆金属制品有限公司	439.34	221,983.65	19.79	5%-20%	11.89%	5.11%
5	苏州正信电子科技有限公司	364.45	171,610.91	21.24	5%-20%	9.86%	4.24%
合计		2,913.70	932,373.06	-	-	78.86%	33.88%

2019 年度

序号	供应商名称	金额(万元)	数量（KPCS）	单价(元/KPCS)	发行人占其营业收入的比率	占电镀采购额比例	占外协采购额比例
1	昆山市同庆电子科技有限公司[注3]	646.83	224,425.83	28.82	5%-20%	21.51%	8.22%
2	苏州仓庆金属制品有限公司	625.28	265,505.60	23.55	5%-20%	20.79%	7.94%
3	江苏澳光电子有限公司	596.71	160,868.10	37.09	5%-20%	19.84%	7.58%
4	东莞市艺海电镀有限公司	483.90	156,372.53	30.95	5%以下	16.09%	6.15%
5	中山市博晟金属表面处理有限公司	175.93	67,180.35	26.19	5%-20%	5.85%	2.23%
合计		2,528.65	874,352.40	-	-	84.09%	32.12%

2018 年度

序号	供应商名称	金额(万元)	数量（KPCS）	单价(元	发行人占其营业收	占电镀采购额	占外协采购额

				/KPCS)	入的比率	比例	比例
1	昆山市同庆电子科技有限公司[注3]	654.47	225,832.29	28.98	5%-20%	22.47%	9.07%
2	苏州仓庆金属制品有限公司	616.77	225,075.94	27.40	5%-20%	21.18%	8.55%
3	东莞市艺海电镀有限公司	430.08	107,036.80	40.18	5%以下	14.77%	5.96%
4	常熟市民丰电镀有限公司	403.69	277,052.17	14.57	-注 2	13.86%	5.60%
5	江苏澳光电子有限公司	363.38	101,920.72	35.65	5%-20%	12.48%	5.04%
合计		2,468.39	936,917.91	-	-	84.75%	34.22%

注 1：KPCS 为单位“千件”，下同；

注 2：发行人自 2020 年开始不再与常熟市民丰电镀有限公司进行合作，未能获取发行人外协电镀采购占其营业收入的比率；

注 3：昆山市同庆电子集团包含昆山市同阳电子科技有限公司和昆山市同庆电子科技有限公司，均受同一自然人控制。2018 和 2019 年度，发行人仅与昆山市同庆电子科技有限公司进行交易。

2018 年至 2021 年，发行人外协电镀采购的前五大供应商采购金额分别为 2,468.39 万元、2,528.65 万元、2,913.70 万元和 2,501.87 万元，占外协电镀采购额的比率分别为 84.75%、84.09%、78.86%和 76.20%，采购较为集中。发行人在不同厂商的外协单价存在较大差异，主要受电镀的表面积、镀层厚度、金属密度、金属单价、电镀数量的影响，上述厂商向发行人提供的主要电镀服务类型如下：

序号	供应商	电镀类型
1	万明电镀智能科技(江门)有限公司	主要电镀金、钯、银、镍及高迈金的 Type C 产品，质量要求较高，且该厂商为电镀行业排前厂商，品质相对有保证，外协电镀单价较高。
2	昆山市同阳电子科技有限公司[注]	主要电镀钯、镍及高迈金的 Type C 产品，此类产品镀层面积大，走速慢，外协电镀单价较高。
3	江苏澳光电子有限公司	主要电镀钯镍亮锡、厚迈金，莲花瓣（均为浸镀电镀走速比较慢）及 Type C 产品，外协电镀单价高。
4	苏州正信电子科技有限公司	主要电镀镍/闪金/锡产品，外协电镀单价适中。
5	苏州仓庆金属制品有限公司	主要电镀镍/闪金/锡产品，外协电镀单价适中。
6	昆山市同庆电子科技有限公司[注]	主要电镀钯、镍、亮锡及高迈金产品，外协电镀单价较高。
7	东莞市艺海电镀有限公司	主要电镀高迈金的 Type C 产品，质量好，品质相对有保证、外协电镀单价较高。
8	中山市博晟金属表面处理有限公司	主要电镀壳子产品，整体电镀面积较大，厂商品质相对有保证，外协电镀单价较高。
9	常熟市民丰电镀有限公司	主要为滚镀产品，工艺相对简单且镀料价格较低，外协电镀单价较低。

注：昆山市同庆电子集团包含昆山市同阳电子科技有限公司和昆山同庆电子科技有限公司，

均受同一自然人控制。

2、说明发行人主要的组装外协厂商名称、加工金额、单价，发行人向各工序外协厂商的采购金额占其营业收入的比例，对于营业收入主要来源于发行人的外协厂商，请说明具体合作背景、交易原因

2018 年至 2021 年，发行人外协组装采购的主要厂商情况如下：

2021 年度

序号	供应商名称	金额(万元)	数量（KPCS）	单价(元/KPCS)	发行人占其营业收入的比率	占组装采购额比例	占外协采购额比例
1	建湖天晖电子集团[注1]	338.45	26,713.53	126.69	50%-100%	10.18%	4.14%
2	建湖县美音电子有限公司	272.91	24,794.58	110.07	50%-100%	8.21%	3.33%
3	阜宁县源铭电子集团[注3]	254.42	14,467.81	175.85	20%-50%	7.65%	3.11%
4	滨海既济电子有限公司	226.72	24,179.54	93.77	50%-100%	6.82%	2.77%
5	苏州方厚电子科技有限公司	212.89	3,633.91	585.85	50%-100%	6.40%	2.60%
合计		1,305.40	93,789.38	-	-	39.27%	15.95%

2020 年度

序号	供应商名称	金额(万元)	数量（KPCS）	单价(元/KPCS)	发行人占其营业收入的比率	占组装采购额比例	占外协采购额比例
1	建湖天晖电子集团[注1]	348.10	25,788.28	134.98	50%-100%	10.16%	4.05%
2	阜宁县源铭电子集团[注3]	280.65	13,580.20	206.66	50%-100%	8.19%	3.26%
3	滨海艾力通电子有限公司	243.77	24,687.94	98.74	50%-100%	7.12%	2.83%
4	涟水县佳德电子有限公司	243.21	18,947.77	128.36	50%-100%	7.10%	2.83%
5	建湖县美音电子有限公司	223.93	17,683.88	126.63	50%-100%	6.54%	2.60%
合计		1,339.66	100,688.07	-	-	39.12%	15.58%

2019 年度

序号	供应商名称	金额(万元)	数量（KPCS）	单价(元/KPCS)	发行人占其营业收入的比率	占组装采购额比例	占外协采购额比例
1	玉环市鑫泰电子元件有限公司	426.41	29,091.11	146.58	20%-50%	11.30%	5.42%
2	阜宁县源铭电子集团[注3]	350.77	16,651.25	210.66	50%-100%	9.29%	4.46%
3	滨海艾力通电子有限公司	326.86	31,124.00	105.02	50%-100%	8.66%	4.15%
4	阜宁县万弘电子集团[注2]	305.08	22,610.77	134.93	50%-100%	8.08%	3.88%
5	建湖天晖电子集团[注1]	292.51	22,158.94	132.01	50%-100%	7.75%	3.72%
合计		1,701.63	121,636.06	-	-	45.08%	21.62%

2018 年度

序号	供应商名称	金额(万元)	数量（KPCS）	单价(元/KPCS)	发行人占其营业收入的比率	占组装采购额比例	占外协采购额比例
1	阜宁县源铭电子集团[注3]	376.14	15,166.72	248.00	50%-100%	11.44%	5.21%

2	苏州盈奥电子有限公司	305.40	25,650.20	119.06	20%-50%	9.29%	4.23%
3	滨海艾力通电子有限公司	299.95	29,642.30	101.19	50%-100%	9.12%	4.16%
4	阜宁县万弘电子集团[注2]	278.08	20,445.49	136.01	50%-100%	8.46%	3.86%
5	郎溪县佳禾电子元件厂	274.46	6,733.83	407.58	50%-100%	8.34%	3.81%
合计		1,534.04	97,638.54	-	-	46.64%	21.27%

注 1：建湖天晖电子集团包含建湖天晖电子有限公司和建湖县九龙口弘吉电子加工厂，两家实际控制人系夫妻关系；注 2：阜宁县万弘电子集团包含阜宁县万弘电子厂和阜宁县朱丽丽电子厂，均受同一自然人控制；注 3：阜宁县源铭电子集团包含阜宁县源铭电子元件厂和阜宁县德恒精密电子科技有限公司，两家实际控制人系夫妻关系。

2018 年至 2021 年，发行人外协组装采购的前五大供应商采购金额分别为 1,534.04 万元、1,701.63 万元、1,339.66 万元和 1,305.40 万元，占外协组装采购额的比率分别为 46.64%、45.08%、39.12%和 39.27%，均在 40%左右。发行人在不同厂商的外协组装单价存在较大差异系组装产品耗费的工时不同所致，如建湖天晖电子集团主要组装 SJ 系列产品，单位产品工时在 41 秒左右，而郎溪县佳禾电子元件厂主要组装 DW 系列产品，单位产品工时在 115 秒左右，单位产品工时差异大是导致了单价差异大的主要原因，从单位工时价格看，发行人对上述组装厂商的加工单价均在 10.5 元/小时左右，具体根据所在地域和组装产品类型不同有所波动，但波动幅度较小。2021 年度，发行人前五大组装厂商新增苏州方厚电子科技有限公司，其单价高于其他供应商单价，主要原因如下：

（1）苏州方厚电子科技有限公司主要组装单位产品工时较长的 DW 系列产品，导致其组装单价较高；

（2）发行人向苏州方厚电子科技有限公司采购的外协组装与一般外协组装供应商有所不同。一般组装供应商在完成组装后由发行人自行进行功能和外观全检，而苏州方厚电子科技有限公司在进行外协组装后需要由其完成功能和外观全检，其外协组装单价中包含了检测部分的费用，故导致其组装单价较高。

2021 年度，发行人也采用该种模式向昆山正桦电子有限公司，昆山群广电子科技有限公司采购外协组装，其外协组装单价分别为 600.00 元/KPCS 和 522.54 元/KPCS，较苏州方厚电子科技有限公司的外协组装单价 585.85 元/KPCS 差异不大，发行人向苏州方厚电子科技有限公司采购外协组装的价格公允 。

2018 年至 2021 年，发行人外协注塑采购的主要厂商情况如下：

2021 年度							
序号	供应商名称	金额（万元）	数量（KPCS）	单价（元/KPCS）	发行人占其营业收入的比率	占注塑采购额比例	占外协采购额比例
1	苏州中特精密科技有限公司	586.23	92,265.95	63.54	20%-50%	45.65%	7.16%

2	盛凯吉电子科技（太仓）有限公司	193.49	37,954.52	50.98	5%-20%	15.07%	2.36%
3	中山市智宝电子科技有限公司	102.93	7,775.00	132.38	20%-50%	8.02%	1.26%
4	昆山广乐盈电子科技有限公司	91.42	37,868.34	24.14	5%-20%	7.12%	1.12%
5	苏州梦棋电子科技有限公司	79.47	993.35	800.00	5%-20%	6.19%	0.97%
合计		1,053.54	176,857.17	-	-	82.05%	12.87%

2020 年度

序号	供应商名称	金额(万元)	数量（KPCS）	单价(元/KPCS)	发行人占其营业收入的比率	占注塑采购额比例	占外协采购额比例
1	苏州中特精密科技有限公司	627.81	110,948.50	56.59	20%-50%	53.04%	7.30%
2	盛凯吉电子科技（太仓）有限公司	124.79	35,503.34	35.15	5%-20%	10.54%	1.45%
3	昆山广乐盈电子科技有限公司	118.65	49,413.15	24.01	5%-20%	10.02%	1.38%
4	中山凯尚塑胶五金制品有限公司	79.06	9,406.27	84.05	50%-100%	6.68%	0.92%
5	昆山欣仪奇精密组件有限公司	71.00	25,486.64	27.86	5%-20%	6.00%	0.83%
合计		1,021.31	230,757.90	-	-	86.29%	11.88%

2019 年度

序号	供应商名称	金额(万元)	数量（KPCS）	单价(元/KPCS)	发行人占其营业收入的比率	占注塑采购额比例	占外协采购额比例
1	苏州中特精密科技有限公司	663.71	101,448.96	65.42	50%-100%	66.48%	8.43%
2	昆山广乐盈电子科技有限公司	113.87	42,958.92	26.51	5%-20%	11.41%	1.45%
3	盛凯吉电子科技（太仓）有限公司	101.18	26,281.98	38.50	5%-20%	10.14%	1.29%
4	昆山欣仪奇精密组件有限公司	64.45	24,079.09	26.77	20%-50%	6.46%	0.82%
5	东莞市驰豪电子科技有限公司	27.48	2,718.80	101.08	-[注1]	2.75%	0.35%
合计		970.69	197,487.75	-	-	97.23%	12.33%

2018 年度

序号	供应商名称	金额(万元)	数量（KPCS）	单价(元/KPCS)	发行人占其营业收入的比率	占注塑采购额比例	占外协采购额比例
1	苏州中特精密科技有限公司	587.36	106,233.74	55.29	50%-100%	65.41%	8.14%
2	昆山广乐盈电子科技有限公司	113.30	41,605.66	27.23	5%-20%	12.62%	1.57%
3	盛凯吉电子科技（太仓）有限公司	97.42	28,701.20	33.94	5%-20%	10.85%	1.35%
4	昆山欣仪奇精密组件有限公司	53.87	15,079.47	35.72	20%-50%	6.00%	0.75%
5	苏州市坤誉泰精密电子科技有限公司	31.34	13,812.90	22.69	-[注2]	3.49%	0.43%
合计		883.29	205,432.97	-	-	98.37%	12.25%

注 1：发行人自 2021 年开始不再与东莞市驰豪电子科技有限公司进行合作，未能获取发行人外协注塑采购占其营业收入的比率；

注 2：发行人自 2019 年开始不再与苏州市坤誉泰精密电子科技有限公司进行合作，未能获取发行人外协注塑采购占其营业收入的比率。

2018 年至 2021 年，发行人外协注塑采购的前五大供应商采购金额分别为 883.29 万元、970.69 万元、1,021.31 万元和 1,053.54 万元，占外协注塑采购额的比率分别为 98.37%、97.23%、86.29%和 82.05%，均在 80%以上。发行人在不同厂商的外协注塑单价存在较大差异系注塑产品类型不同所致，对于不同类型的产品，其重量、模穴、胶道重量、生产数量及注塑的复杂程度，工时消耗均不相同，因此价格差异较大。2021 年度，发行人前五大注塑厂商新增中山市智宝电子科技有限公司和苏州梦棋电子科技有限公司，单价均较高。中山市智宝电子科技有限公司注塑单价略高于其他供应商主要系其外协注塑料件的注塑工艺较为复杂所致。苏州梦棋电子科技有限公司单价高于其他供应商主要系其外协注塑的为防水料件，该料件需要由其额外完成防水点胶工艺，而该防水点胶的材料由该供应商提供导致其单价较高。

2018 年至 2021 年，发行人的外协采购主要由电镀、组装和注塑三类组成，该三类外协采购金额占外协采购总额的比率分别为 98.43%、98.83%、96.55%和 96.42%。

对于上述 2018 年至 2021 年的电镀，组装和注塑的前五大供应商，在任一期间存在营业收入 50%以上来源于发行人采购的，其具体合作背景、交易原因如下：

序号	供应商	合作日期	交易背景和交易原因
1	建湖天晖电子集团	2019 年 8 月 2 日	与发行人盐城分公司所处位置较近，经同行介绍，双方友好协商、双向选择后进行交易
2	建湖县美音电子有限公司	2016 年 10 月 24 日	与发行人盐城分公司所处位置较近，经同行介绍，双方友好协商、双向选择后进行交易
3	滨海既济电子有限公司	2020 年 11 月 26 日	与发行人盐城分公司所处位置较近，经同行介绍，双方友好协商、双向选择后进行交易
4	阜宁县源铭电子集团	2018 年 1 月 19 日	与发行人盐城分公司所处位置较近，经同行介绍，双方友好协商、双向选择后进行交易
5	滨海艾力通电子有限公司	2014 年 1 月 2 日	与发行人盐城分公司所处位置较近，经同行介绍，双方友好协商、双向选择后进行交易
6	涟水县佳德电子有限公司	2019 年 7 月 4 日	与发行人盐城分公司所处位置较近，经同行介绍，双方友好协商、双向选择后进行交易
7	阜宁县万弘电子集团	2016 年 11 月 22 日	与发行人盐城分公司所处位置较近，经同行介绍，双方友好协商、双向选择后进行交易
8	郎溪县佳禾电子元件厂	2014 年 2 月 25 日	与发行人合作时间较早，合作关系稳定，但是不具备区位优势，采购金额逐年减少，2019 年开始退出外协组装前五大供应商。初步合作系经同行介绍、双方友好协商、双向选择后进行交易
9	苏州中特精密科技有限公司	2010 年 12 月 28 日	与发行人所处位置较近，经同行介绍，双方友好协商、双向选择后进行交易
10	中山凯尚塑胶五金制品有限公司	2019 年 6 月 19 日	与发行人子公司中山信音所处位置较近，经同行介绍，双方友好协商、双向选择后进行交易
11	苏州方厚电子科技有限公司	2021 年 3 月 2 日	与发行人所处位置较近，经同行介绍，双方友好协商、双向选择后进行交易

（二）结合可比公司采购价格、市场价格分析并说明电镀、组装、注塑等外协价格的公允性

发行人外协电镀、组装、注塑的定价原则与可比公司的对比情况如下：

公司简称	定价原则		
	外协电镀	外协组装	外协注塑
创益通	公司外协电镀加工工序的定价，主要根据各产品规格、型号测算外协供应商需提供的材料的重量及成本，以及根据工序、工时测算相应的人工工资，并考虑损耗率、报废率、折旧等制造费用，综合测算出料工费成本，双方确认一致，尔后在料工费的基础上追加一定的利润确定。	公司外协注塑与组装工序的定价，主要根据各产品规格、型号测算外协供应商需提供的材料的重量及成本，以及根据工序、工时测算相应的人工工资，并考虑损耗率、报废率、折旧等制造费用，综合测算出料工费成本，双方确认一致，尔后在料工费的基础上追加一定的利润确定。	
发行人	按照电镀的表面积、镀层厚度、金属密度、金属单价、电镀数量等经双方协商后确定。	按照发行人确定的单位产品标准工时乘以加工单价确定，加工单价主要以当地薪酬水平为基准，参照组装产品类型、采购数量对单价进行小幅调整后，经双方协商确定。	按照注塑类型、重量、模穴、胶道重量、生产数量等经双方协商后确定。

注：1、立讯精密、德润电子均未披露外协加工情况。2、兴瑞科技在招股说明书中未单独披露外协厂商的定价原则和各工序外协单价。3、胜蓝股份在招股说明书中未单独披露外协厂商的定价原则，各工序的外协单价系根据已披露供应商的情况进行计算。

发行人与可比公司胜蓝股份、创益通电镀平均单价情况如下：

单位：元/kpcs

公司简称	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
胜蓝股份[注]	-	-	11.95	6.04
创益通	-	14.45	6.26	11.66
发行人	31.41	28.61	26.90	26.68

注：胜蓝股份的各工序外协单价取自其招股说明书中披露的各期前十大外协厂商采购情况。

发行人与可比公司胜蓝股份、创益通组装平均单价情况如下：

单位：元/kpcs

公司简称	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
胜蓝股份	-	-	156.30	124.43
创益通	-	470.49	854.47	270.01
发行人	134.29	143.70	143.93	147.70

发行人与可比公司胜蓝股份、创益通注塑平均单价情况如下：

单位：元/kpcs

公司简称	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
胜蓝股份	-	-	24.76	25.39
创益通	-	49.53	52.31	49.71
发行人	62.32	47.11	49.33	42.98

发行人和可比公司创益通的外协加工均主要以成本作为定价依据，即在外协加工企业材料成本、人工成本、加工数量、加工难易程度、加工企业合理利润等基础之上，双方按照市场情况进行协商确定价格。

发行人与胜蓝股份、创益通的产品不同，所在的区域不同，导致电镀、组装和注塑的价格会有较大差异，可比性较差。发行人电镀平均单价高于胜蓝股份和创益通，主要系发行人电镀的高迈金产品较多，平均单价较高。发行人平均组装单价与胜蓝股份较为接近，大幅小于创益通，平均注塑单价与创益通较为接近，大幅高于胜蓝股份，均系外协组装和注塑的产品不同所致。

总体而言，由于提供电镀、注塑、组装等工序的加工企业数量众多，市场价格较为透明，公司外协加工定价按市场化原则确定，2018 年至 2021 年，公司外协加工价格与市场价格不存在重大差异。

（三）说明报告期各期外协采购中计入成本及结转为存货的金额，结合外协成本占生产成本的比例、存货增加情况等分析并说明结转为存货的外协采购金额合理性

首先，发行人的外协采购随外协工序的完成与外协部品一起在存货中结存，然后随着存货的销售、领用、报废等进行结转。其中已销售存货中包含的外协金额随产品销售结转至主营业务成本中；因研发部门、销售部门等领用存货中的外协金额随存货领用结转至费用中；因存货报废，其中包含的外协金额随报废存货一起冲减了存货跌价准备；同时，因信音科技记账本位币为美元，该部分存货中的外协金额受到汇率变动的影响；最后，若当期外协采购金额大于上述结转金额，大于部分将在期末存货中结存，若当期外协采购金额小于上述结转金额，则有往期在存货中结存的外协金额随着存货的销售、领用、报废等进行了结转。2018 年至 2021 年，发行人外协采购结转的情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
外协采购的金额	8,184.51	8,599.67	7,872.19	7,212.84
其中：结转至主营业务成本	7,770.17	7,664.32	7,816.86	6,776.05
结转至费用	108.90	128.56	124.81	195.60
结转至期末存货[注]	187.36	621.14	-252.15	176.08
存货报废的影响	99.67	124.66	194.68	102.64
汇率变动的影响	18.42	60.99	-12.01	-37.53

差异金额	-	-	-	-
主营业务成本中外协费用占比	11.73%	13.26%	15.56%	15.30%

注：结转至期末存货的外协采购指当期外协采购在存货中结存的金额，正数表示当期外协金额仍有部分在期末存货中结存，负数表示往期在存货中结存的外协金额随着销售、领用等结转至相应的成本和费用中。

发行人外协采购主要结转至主营业务成本，费用以及存货中，并受存货报废和汇率变动的影响。2018 年至 2021 年，发行人结转至期末存货的金额分别为 176.08 万元、-252.15 万元、621.14 万元和 187.36 万元。2019 年结转至期末存货的金额为-252.15 万元表示当期外协采购的金额 7,872.19 万元已在当期全部结转，并有在往期存货中结存的外协金额 252.15 万元随着存货的销售、领用、报废等进行了结转，与 2019 年存货减少的情况相匹配。

2018 年至 2021 年，发行人外协成本占生产成本的情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
外协成本	8,184.51	8,599.67	7,872.19	7,212.84
生产成本	69,300.12	61,442.85	52,761.80	46,780.26
占比	11.81%	14.00%	14.92%	15.42%

2018 年至 2021 年，发行人外协成本占生产成本的比率在 11%-16%，发行人主营业务成本中的外协费用占比在 11%-16%，结转到主营业务成本中的外协费用占比与外协成本占生产成本的的比率不存在明显差异。

2018 年至 2021 年，发行人结转至存货的外协费用与存货增加的匹配情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
结转至期末存货的外协费用	187.36	621.14	-252.15	176.08
存货增加金额[注]	1,506.20	4,289.72	-1,470.24	1,080.08
占比	12.44%	14.48%	17.15%	16.30%

注：存货增加金额指本期期末存货账面余额较上期期末增加的金额。

2018 年至 2021 年，存货增加金额分别为 1,080.08 万元、-1,470.24 万元、4,289.72 万元和 1,506.20 万元，2019 年存货增加金额为-1,470.24 万元表示 2019 年期末存货账面余额较 2018 年期末减少 1,470.24 万元。2018 年至 2021 年，发行人结转至期末存货的外协费用占存货当期余额变动的比率在 12%-17%左右，发行人主营业务成本中的外协费用占比在 11%-16%，结转到主营业务成本中的外协费用占比与结转至存货的外协费用占比不存在明显差异。外协采购在成本中结转的金额和在存货中结转的金额均具备合理性。

（四）申报会计师核查意见

1、核查手段

申报会计师采取了以下核查手段对发行人外协采购的事项进行了核查：

（1）取得发行人 2018 年至 2021 年的外协采购明细表，统计各期主要外协供应商的采购金额及占比，复核发行人 2018 年至 2021 年主要外协采购金额和占比的准确性。抽查大额外协采购凭证，检查对应的合同、订单及收货单、入库单等相关单据，检查采购业务的真实性、准确性，并对发行人 2018 年至 2021 年主要外协供应商的变动情况进行分析；

（2）查阅公司采购制度及外协采购明细表，核实采购内容、采购单价变动情况，分析外协加工费用变动情况及合理性；

（3）抽查各类外协加工费用的供应商核价资料，对比同类型采购价格的差异以及是否符合定价要求；

（4）对发行人 2018 年至 2021 年的主要外协供应商进行了走访与函证；

（5）通过 “天眼查”等网络核查方式对主要外协供应商工商信息进行核查；

（6）通过公开信息获取可比公司资料，比较分析公司外协加工内容、费用、单价等与可比公司相比是否合理。

2、核查结论

经核查，申报会计师认为：

（1）2018 年至 2021 年，发行人外协电镀采购的前五大供应商采购金额占比分别为 84.75%、84.09%、78.86%和 76.20%，采购较为集中。发行人在不同电镀厂商的外协单价存在差异主要系电镀的表面积、镀层厚度、金属密度、金属单价、电镀数量不同所致。2018 年至 2021 年，营业收入主要来源于发行人的外协厂商主要为外协组装和外协注塑供应商，其进行业务合作的背景主要是距离发行人或其子公司位置较近，且经同行介绍，双方友好协商、双向选择后进行交易。2018 年至 2021 年，发行人外协采购主要项目包括电镀、组装、注塑、其他，组装占比较高，但 2018 年至 2021 年发行人前五大外协厂商主要采购内容为电镀和注塑主要系组装采购较为分散而电镀和注塑采购较为集中所致。

（2）发行人与胜蓝股份、创益通的产品不同，所在的区域不同，导致电镀、组装和注塑的价格会有较大差异，可比性较差。发行人电镀平均单价高于胜蓝股份和创益通，主要系发行人电镀的高迈金产品较多，平均单价较高。发行人平均组装单价与胜蓝股份较为接近，大幅小于创益通，平均注塑单价与创益通较为接近，大幅高于胜蓝股份，均系外协组装和注塑的产品不同所致。总体而言，由于提供电镀、注塑、组装等工序的加工企业数量众多，市场价格较为透明，公司外协加工定价按市场化原则确定，2018 年至 2021 年，公司外协加工价格与市场价格不存在重大差异。2018 年至 2021 年，发行人外协采购定价按市场化原则确定，定价公允。

（3）2018 年至 2021 年，发行人外协采购主要计入了成本和存货中。发行人外协成本占生产成本的比率在 11%-16%，发行人主营业务成本中的外协费用占比在 11%-16%，结转到主营业务成本中的外协费用占比与外协成本占生产成本的的比率不存在明显差异；2018 年至 2021 年，发行人结转至期末存货的外协费用占存货当期余额变动的比率在 12%-17%左右，发行人主营业务成本中的外协费用占比在 11%-16%，结转到主营业务成本中的外协费用占比与结转至存货的外协费用占比不存在明显差异。发行人外协采购结转为成本和存货的金额合理。

【问询函 17】关于商标和知识产权授权

申报文件显示：

（1）报告期内，发行人 DCJack 线缆组合产品、RJ45 连接器和 USB3.0A 型插座连接器产品涉及使用鸿海精密授权的专利。鸿海集团既为发行人竞争对手，又为发行人客户。

（2）发行人将部分商标无偿授权台湾信音、SE(USA)使用。台湾信音为发行人经销商，且商标为台湾信音 2011 年无偿转让给发行人。

（3）SE(USA)与本公司 2021 年 1 月签署《商标授权协议》，许可本公司在美加地区无偿使用其在美国注册的商标一项。

请发行人：

（1）说明鸿海精密授权专利对发行人的重要性及具体权利金，发行人与鸿海集团是否存在与其他客户不同的销售条件，发行人使用鸿海精密专利与发行人向鸿海集团销售的会计处理是否合规；使用鸿海、唐虞和宏智电子等公司授权专利的背景，是否涉及核心技术，是否符合行业惯例，定价是否公允，报告期内使用授权专利产品的收入和毛利占比。

（2）说明发行人是否向除台湾信音、SE(USA)以外的经销商或客户授权无偿使用商标，台湾信音、SE(USA)无偿使用发行人部分商标具体用途，是否存在代替发行人生产产品，转移成本费用的情况，发行人资产是否完整，业务及人员、财务、机构是否独立，是否符合《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》第十二条关于独立性的要求。

（3）说明台湾信音使用发行人商标的背景、必要性、合理性，是否会误导客户和市场，是否会损害发行人利益，该商标对发行人的重要性，发行人对商标授权的长远安排；发行人使用 SE(USA)商标的原因，该商标 SE(USA)是否在同时使用，《商标授权协议》的有效期。

请保荐人、申报会计师、发行人律师发表明确意见。

回复：

（一）说明鸿海精密授权专利对发行人的重要性及具体权利金，发行人与鸿海集团是否存在与其他客户不同的销售条件，发行人使用鸿海精密专利与发行人向鸿海集团销售的会计处理是否合规；使用鸿海、唐虞和宏致电子等公司授权专利的背景，是否涉及核心技术，是否符合行业惯例，定价是否公允，报告期内使用授权专利产品的收入和毛利占比

1、说明鸿海精密授权专利对发行人的重要性及具体权利金

2018 年至 2021 年，鸿海精密授权专利主要应用于 DC、RJ45、USB3.0 等系列的部分产品。发行人使用授权专利主要是因为发行人的客户为知名品牌厂商或者代工厂，为了更好的服务客户，发行人在接收需专利授权的订单时，为了避免潜在的专利纠纷，发行人需取得相关权利人的专利授权，并支付权利金。

2018 年至 2021 年，发行人使用鸿海精密授权专利产品产生的收入和毛利占比情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
授权专利产生的收入	5,131.75	3,701.08	3,895.71	2,315.42
营业收入	95,134.16	86,763.12	72,386.66	63,547.11
占比	5.39%	4.27%	5.38%	3.64%
授权专利产生的毛利	1,592.19	1,314.00	1,424.67	640.67
营业毛利	27,341.68	27,282.23	21,075.40	18,141.40
占比	5.82%	4.82%	6.76%	3.53%

发行人使用鸿海精密授权专利产品产生的收入和毛利占比较小，对公司的经营业绩影响不大。此外，截至本问询回复签署日，公司拥有 231 项境内专利技术和 155 项境外专利技术，其中发明专利 7 项，外观设计 11 项，实用新型 368 项，而鸿海授权专利数量为 22 项左右，占发行人自有专利的比例较小。因此发行人取得鸿海精密授权的专利主要是发行人为了避免专利纠纷，不属于起重要作用的专利。

2018 年至 2021 年，鸿海精密授权专利产生的具体权利金为 33.12 万美元、64.18 万美元、70.69 万美元和 71.85 万美元，折合人民币分别为 219.14 万元、442.76 万元、487.59 万元和 463.56 万元，随着发行人销售规模的扩大而增长。

2、发行人与鸿海集团是否存在与其他客户不同的销售条件

2018 年至 2021 年，发行人与鸿海集团以及主要客户的销售条件的对比情况如下：

序号	公司名称	结算方式	信用期	风险报酬转移时点	交易双方主要的责任和义务
1	鸿海集团及其下属子公司	电汇	***	交货条件：DDU	如果卖方未能及时交付产品,除了适用法律下的补救措施,买方有权从这个订单指定的交付日期开始每天处罚延迟产品的总价格的 0.5%,到产品被买家接受

					的日期结束。
2	惠普	电汇	***	按照订单规定时间内交货，否则 HP 有权拒绝收货并购买其他同类替代品	卖方声明并保证，所有供货产品将由卖方或卖方授权的分包商制造、加工和组装。
3	广达集团及子公司	电汇	***	产品的所有权和损失风险将在产品交付时，并由合适的广达的场所接受时，从供应商处转移至广达。	供应商有义务随时检查广达电子商务系统中输入的任何预测、采购订单或故意请求的更新、进度变更、修改或取消，并按照相应的广达电子商务系统中显示的交货日期交付产品。
4	纬创集团及其子公司	电汇	***	经纬创验收合格后，纬创按照流程付款	甲方同意于本合约有效期间内，依本合约及乙方订单所载各项条款承制或交付各种产品予乙方。因可归责于甲方之事由交付延迟时，甲方同意每逾一日依延迟交付产品总价额千分之一赔偿乙方，乙方得自未付款中扣除或先行付款，得于次一笔货款中抵消。甲方延迟交货三日时，乙方除前项规定之权利外，并保留取消订单或解除本合约之权利，乙方因此所受之损害及所失之利益得请求甲方全数赔偿之
5	仁宝集团及其子公司	电汇	***	所有产品的权利及损失和损害的风险，自供货方将产品运至仁宝公司指定的交货目的地，并签收送货单之后转移至仁宝公司	供货方应当严格按照双方协定的交期，将产品支付到仁宝公司指定的交货地点。仁宝公司退回的所有不符合双方约定之规格要求的产品，由供货方承担风险责任和所产生的一切费用。供货方逾期交货时，应比照银行有关延期付款的规定，每逾一日按总货款百分之一计算，向仁宝公司偿付逾期交货的违约金，并承担仁宝公司因此所受的损失及费用。
6	英业达集团及其子公司	电汇	***	交货至客户生产场所，风险及所有权同时转移至买方；卖方应于买方规定的期限内，将产品交至买方指定仓储处所 K 仓，并由买方签收，卖方将出货文件交给买方，产品由买方自 K 仓转移至	若卖方未能于订单指定之交付日期交付产品者，卖方应立即支付买方惩罚性违约金，其金额为每延迟一日支付延迟该批产品金额之百分之一。除其他在法律上或本合约买方所得享有之权利外，买方得（一）要求卖方以加速运送方式交付产品，运费由卖方支付，或（二）取消该延迟订单，买方并不因此而负担任何责任。卖方应负责所有买方因卖

				买方内仓前，其所有权归属于卖方。	方延迟交付所致生之任何责任

注：DDU 英文全称为 Delivered Duty Unpaid （未完税交货），是指卖方在指定的目的地将货物交给买方处置，不办理进口手续，也不从交货的运输工具上将货物卸下，即完成交货。卖方应承担将货物运至指定的目的地的一切风险和费用，不包括在需要办理海关手续时在目的地国进口应交纳的任何税费（包括办理海关手续的责任和风险，以及交纳手续费、关税、税款和其他费用）。

从上表可以看出，发行人与鸿海集团的销售条件和其他主要客户相比，在结算方式方面相同，信用期、风险报酬转移时点和交易双方主要的责任等方面因双方商业谈判结果而有所不同，但不存在重大差异。

3、发行人使用鸿海精密专利与发行人向鸿海集团销售的会计处理是否合规

公司使用鸿海精密专利并向其支付专利费，该费用属于与企业销售商品活动有关的费用，公司已根据产品实际使用专利情况以及双方合同约定的费率计算并将其计入销售费用-权利金。公司向鸿海集团销售为正常的购销业务，公司根据实际销售情况将其确认为主营业务收入。

公司支付专利费的产品范围是双方约定的使用到专利的产品，与销售给鸿海集团的产品为两项独立的业务，因此公司将使用专利产生的费用计入销售费用、将向鸿海集团销售计入主营业务收入的会计处理符合《企业会计准则》相关规定。

4、使用鸿海、唐虞和宏致电子等公司授权专利的背景，是否涉及核心技术

（1）使用鸿海、唐虞和宏致电子等公司授权专利的背景

发行人使用鸿海、唐虞和宏致电子等公司授权专利主要因为发行人的客户为知名品牌厂商或者代工厂，为了更好的服务客户，发行人需要同时接收需专利授权和不需专利授权的订单，并且为了避免潜在的专利纠纷，发行人需取得鸿海、唐虞和宏致电子的专利授权，并支付权利金。

（2）是否涉及核心技术

公司研发人员在精密连接器设计、精密模具开发、产线自动化设计、产品检测与验证等方面有着丰富的行业经验。公司设立以来，在连接器产品上不断取得技术突破，取得了多项自主知识产权的关键技术，可以通过多项关键技术整合，实现多领域多产品综合开发，最大程度地满足客户的要求。公司核心技术均来自自主研发。发行人使用鸿海、唐虞和宏致电子等公司授权主要涉及 DC、RJ45、USB3.0 等系列的部分产品，不涉及发行人的核心技术。

5、是否符合行业惯例，定价是否公允

除了发行人使用授权专利，发行人同样授权其他连接器生产厂商使用专利，具体情况如下：

授权方	使用方	技术内容	应用领域	合同生效日	使用期限	定价依据
发行人	和锲精密电子股份有限公司	中国台湾专利 101203284 等	电源连接器构造等	2017.7.11	以一年期满，每年 7 月 1 日自动以相同条件续约	***
发行人	宏致电子股份有限公司	中国台湾专利 101203284 等	电源连接器构造等	2015.1.16	合约有效期自签约日起算 1 年，除非任一方于届期前 30 天以书面通知另一方不欲续约，否则自动续约一年，再届期时亦同	***

此外，发行人同行业可比公司胜蓝股份在招股说明书中披露了连接器专利授权的情况，具体如下：“2013 年 8 月 1 日，胜蓝有限作为被许可方，HON HAI PRECISION INDUSTRY CO.,LTD.,、富士康（昆山）电脑接插件有限公司作为许可方，共同签署《专利许可协议》，相关授权专利不属于排他性许可，约定许可方许可被许可方使用 USB3.0 等专利权，许可期限至 USB3.0 等专利权终止之日，被许可方支付给许可方 10 万美元的初始费用，并对每一件产品支付许可方 0.015 美元的专利许可费用，许可费用系双方基于授权专利及其产品的市场前景协商确定”，因此连接器行业使用授权专利不属于个别现象，发行人使用授权专利进行生产符合行业内的惯例，具有合理性。

发行人使用的专利授权定价依据如下:

授权方	使用方	应用领域	定价依据
鸿海精密/鸿腾精密	信音电子	DC Jack Cable Assembly（DC Jack 线缆组合产品），包含但不限于成品、样本及半成品	***
鸿海精密/鸿腾精密	信音电子	RJ45 电连接器	***
FOXCONN INTERCONNECT TECHNOLOGY LIMITED（隶属于鸿海精密）	信音电子	USB3.0 A 型插座连接器	***
唐虞企业股份有限公司	信音科技	一种线对板电连接器及插座连接器、插头连接器（TF0810 Series 系列）	***
宏致电子股份有限公司	信音科技	电连接器	***

发行人与同行业可比公司胜蓝股份均使用鸿海授权的 USB 3.0 等专利，且使用的部分具

体授权专利相同。在 2018 年 10 月之前，发行人使用授权专利支付的初始的费用与胜蓝股份不同，后续的支付的权利金亦不相同，不具有可比性；2018 年 10 月之后，发行人每销售单个连接器需要支付权利金金额与胜蓝股份相同。

由于同行业可比公司未披露其他系列连接器的权利金费率，因此发行人无法将其他系列连接器权利金费率与同行业公司进行对比。但发行人主要专利授权方为鸿海集团，属于国际知名上市公司，下游知名客户众多，双方按照市场化方式协商确定权利金收费标准。因此相关知识产权授权费用定价方式符合行业惯例，价格公允。

6、报告期内使用授权专利产品的收入和毛利占比

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
授权专利产生的收入	5,276.05	3,808.55	4,842.22	2,823.60
营业收入	95,134.16	86,763.12	72,386.66	63,547.11
占比	5.55%	4.39%	6.69%	4.44%
授权专利产生的毛利	1,669.16	1,301.74	1,801.19	722.86
营业毛利	27,341.68	27,282.23	21,075.40	18,141.40
占比	6.10%	4.77%	8.55%	3.98%

2018 年至 2021 年，发行人使用授权专利产生的收入和毛利占比较小，对发行人的经营不存在重大影响。

（二）说明发行人是否向除台湾信音、SE(USA)以外的经销商或客户授权无偿使用商标，台湾信音、SE(USA)无偿使用发行人部分商标具体用途，是否存在代替发行人生产产品，转移成本费用的情况，发行人资产是否完整，业务及人员、财务、机构是否独立，是否符合《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》第十二条关于独立性的要求。

1、发行人是否向除台湾信音、SE(USA)以外的经销商或客户授权无偿使用商标，台湾信音、SE(USA)无偿使用发行人部分商标具体用途

发行人除向台湾信音授权无偿使用发行人商标外，未向 SE(USA)授权使用发行人商标，亦未向除台湾信音以外的经销商或客户授权无偿使用发行人商标。台湾信音无偿使用发行人 13 项商标具体用途为台湾信音对外广告宣传（包括展览、展示、会展、网站）、名片、销售的发行人生产的产品。

2、是否存在代替发行人生产产品，转移成本费用的情况

台湾信音为发行人在中国台湾地区的经销商，SE(USA)为发行人在欧美市场的经销商，台湾信音和 SE(USA)均不从事连接器产品的生产。2018 年至 2021 年，台湾信音存在为发行人代发工资、代缴社保、代垫费用的情形，具体如下：

单位：万元

关联方	关联交易	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度

	内容				
台湾信音	代发工资、代缴社保	-	60.21	114.22	124.85
	代垫费用	-	10.75	25.77	19.04
合计		-	70.96	140.00	143.89

2018 年至 2021 年，发行人存在最终控股股东台湾信音垫付部分员工的薪酬、代缴社保、代为垫付费用的情形，分别为 143.89 万元、140.00 万元、70.96 万元和 0 万元，台湾信音豁免发行人归还上述费用，上述费用已全部计入发行人相应期间资本公积。自 2020 年 9 月开始，未再发生上述代垫、代缴行为。

除此之外，台湾信音、SE(USA)不存在代替发行人生产产品，转移成本费用的情况。

3、发行人资产是否完整，业务及人员、财务、机构是否独立，是否符合《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》第十二条关于独立性的要求

（1）发行人资产完整

发行人系由信音有限整体变更设立，完整承继了信音有限所有的资产、负债及权益。发行人资产与控股股东及其控制的其他企业资产严格分开，并独立运营。目前，发行人拥有独立的生产经营场所、设备和配套设施，具备与生产经营有关的主要生产系统、辅助生产系统和配套设施，合法拥有与生产经营有关的主要土地、厂房、机器设备以及商标、专利、非专利技术等资产的所有权或者使用权。

发行人所拥有的资产权属完整、合法，不存在争议，发行人的资产未以任何形式被控股股东及其控制的其他企业占用，发行人亦不存在为控股股东及其控制的其他企业提供担保的情形。

（2）发行人人员独立

发行人已建立了独立的人事档案、人事聘用和任免制度以及独立的工资管理制度，与发行人主要生产经营相关的管理、研发、生产、采购和销售等人员均与发行人签订了劳动合同。发行人董事、监事、高级管理人员均按照《公司法》、《公司章程》等有关规定通过合法程序产生，不存在超越董事会或股东大会做出人事任免决定的情况。发行人的总经理、财务负责人和董事会秘书等高级管理人员不在控股股东及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其他职务，不在控股股东及其控制的其他企业领薪。发行人的财务人员不在控股股东及其控制的其他企业中兼职。

（3）发行人财务独立

发行人拥有独立于控股股东及其控制的其他企业的财务部门，配备了专职的财务管理人员，并已按照财政部颁布的企业会计准则和会计规范制度，建立了独立的会计核算体系。发行人具有较为规范的财务会计制度和对下属公司的财务管理制度，能够独立做出财务决策。发行人拥有独立的银行账户，不存在与控股股东及其控制的其他企业共用银行账户的情形。

发行人作为独立纳税人，依法独立纳税申报并履行纳税义务。

发行人的资金使用由董事会或经营管理机构依股东大会授权作出决策，各股东及其它关联方不存在违规占用发行人资金、资产和其它资源的情况。发行人不存在为各股东、控股股东及其控制的其他企业、其它关联方提供违规担保，或将以发行人名义所取得的借款、授信额度转借予上述法人或个人使用的情形。

（4）发行人机构独立

发行人根据《公司法》等法律、法规及《公司章程》的相关规定建立健全了包括股东大会、董事会、监事会、经营管理层及相关职能部门在内的公司治理结构，并制定了相关三会议事规则、独立董事工作制度、董事会下属各专门委员会议事规则及总经理工作制度等。发行人的各部门按照规定的职责独立运作，拥有独立的经营和办公场所，不存在与控股股东及其控制的其他企业间机构混同的情形。

（5）发行人业务独立

发行人一直专注于连接器产品的研发、生产和销售，独立完整的拥有连接器业务相关的研发、生产、采购、销售体系，具有面向市场独立经营业务的能力。发行人在业务上独立于控股股东及其控制的其他企业，具有独立的经营决策权，能够按照经营计划自主组织日常经营，独立开展业务。发行人与控股股东及其控制的其他企业不存在严重影响发行人独立性或显失公平的关联交易。“发行人与控股股东及其控制的其他企业不存在严重影响发行人独立性或显失公平的关联交易”见本问询回复“3. 关于关联交易”部分。

发行人与控股股东及其控制的其他企业间不存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争。“发行人与控股股东及其控制的其他企业间不存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争”见本问询回复“1.关于同业竞争”部分。

综上，发行人符合《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》第十二条关于独立性的要求。

（三）说明台湾信音使用发行人商标的背景、必要性、合理性，是否会误导客户和市场，是否会损害发行人利益，该商标对发行人的重要性，发行人对商标授权的长远安排；发行人使用 SE(USA)商标的原因，该商标 SE(USA)是否在同时使用，《商标授权协议》的有效期。

1、发行人授权台湾信音无偿使用的注册商标情况

序号	图案/名称	注册/登记号	注册地区	权利人	续展/到期日	状态
1	信音	01377721	中国台湾	发行人	2029.9.15	有效
2	Singatron	01377722	中国台湾	发行人	2029.9.15	有效

3	SG Conn	01672870	中国台湾	发行人	2024.10.31	有效
4	SGconn	01672871	中国台湾	发行人	2024.10.31	有效
5	SINGATRON	00689152	中国台湾	发行人	2025.8.31	有效
6	信音	01808828	中国台湾	发行人	2026.11.30	有效
7	Singatron	01808829	中国台湾	发行人	2026.11.30	有效
8		01808830	中国台湾	发行人	2026.11.30	有效
9	SGconn	01808831	中国台湾	发行人	2026.11.30	有效
10	SG Conn	01808832	中国台湾	发行人	2026.11.30	有效
11		01374133	中国台湾	发行人	2029.8.15	有效
12	信音 Singatron	00249444	中国台湾	发行人	2023.6.15	有效
13	信音	00214604	中国台湾	发行人	2023.6.15	有效

2、台湾信音使用发行人商标的背景、必要性、合理性

台湾信音始建于 1976 年 8 月 25 日，原主要从事各种连接器、插座之生产。为保护台湾信音自身合法权益，防止不正当竞争，台湾信音自主申请了上述注册商标，自 2010 年起，台湾信音不再从事连接器产品的研发、生产，将其全部连接器产品的研发、生产业务移转至发行人。

鉴于台湾信音原拥有的上述 13 项注册商标与发行人使用的商标相同或相似，为增强发行人资产、业务独立性，2011 年度台湾信音将上述 13 项注册商标无偿转让予发行人。

台湾信音为中国台湾地区本土企业，熟悉中国台湾地区市场及零散客户需求，发行人通过台湾信音在中国台湾地区经销发行人连接器产品，有利于发行人获取零散客户资源、维护中国台湾地区连接器市场，台湾信音作为发行人在中国台湾地区的主要经销商，鉴于其原拥有的商标无偿转让予发行人，其不再独立拥有商标，为开展业务、开拓市场，需要合法使用发行人的商标。因此，发行人无偿授权台湾信音使用上述 13 项注册商标，具体用途为台湾信音对外广告宣传（包括展览、展示、会展、网站）、名片、销售发行人生产的产品。

综上，台湾信音使用发行人商标具有特殊的历史背景，具有必要性、合理性。

3、是否会误导客户和市场，是否会损害发行人利益

台湾信音作为发行人在中国台湾地区的经销商，授权台湾信音使用发行人的 13 项商标的具体用途仅为对外广告宣传（包括展览、展示、会展、网站）、名片、销售的发行人生产的产品，未用于其他用途，不会误导客户和市场，不会损害发行人利益。

就台湾信音无偿使用上述 13 项注册商标事项，台湾信音已出具《声明函》，声明如下：

“一、本公司严格按照《商标及版权授权协议书》约定的范围使用授权商标及版权，未用于其他用途，若本公司将《商标及版权授权协议书》约定的商标及版权用于其他用途，本公司承担法律责任并赔偿发行人而遭受的损失。

二、2018 年至 2021 年，本公司不存在代替发行人生产产品的情况，亦不存在为发行人转移成本费用的情况。

三、发行人授权本公司使用的商标原为本公司在中国台湾地区自主申请取得，为支持发行人的发展并增强发行人资产的独立性，本公司于 2011 年将上述商标转让予发行人。本公司为发行人在中国台湾地区的经销商，本公司的连接器贸易业务主要从发行人采购连接器产品并在中国台湾地区进行销售。因此，上述商标授权具有必要性、合理性。

四、本公司作为发行人在中国台湾地区的经销商，本公司严格按照《商标及版权授权协议书》约定的范围使用授权商标及版权，未用于其他用途，不会误导客户和市场，不会损害发行人的利益。若因本公司使用发行人授权商标不当造成发行人损失，概由本公司承担并给予发行人足额赔偿。”

4、该商标对发行人的重要性，发行人对商标授权的长远安排

鉴于防止商标侵权及反不正当竞争，发行人上述 13 项注册商标中“信音”字样、海马图形“ ”属于发行人在中国台湾地区的主要商标，依据《商标及版权授权协议书》，授权期限为注册商标的保护期限（包括申请续展注册的宽展期）。在台湾信音作为发行人在中国台湾地区的经销商期间，发行人将长期授权台湾信音使用发行人商标。

5、发行人使用 SE(USA)商标的原因，该商标 SE(USA)是否在同时使用，《商标授权协议》的有效期。

（1）SE(USA)商标注册情况

商标	形式	分类	注册号	注册日期	续展到期日	状态
SINGATRON ENT CO., LTD.	图案设计加文字、字母和/或数字	IC009 US21,26	1863589	1994/11/22	2024/11/22	有效

（2）发行人使用 SE(USA)商标的原因

发行人为由信音有限整体变更以发起设立方式设立的股份有限公司，信音有限成立于 2001 年 11 月 26 日，为由台湾信音在中国大陆出资设立的台商独资企业。

SE(USA)为依据美国法律在加利福尼亚州于 1992 年 5 月 26 日成立，其自成立之日起主要在欧美从事连接器的贸易业务。为保护 SE(USA)自身合法权益，防止不正当竞争，SE(USA)

在美国自主申请了上述注册商标。

欧美为发行人的主要市场，除 SE(USA)作为发行人经销商在欧美销售连接器产品外，发行人及其美国全资子公司信音圣荷西亦自主在美国销售连接器产品。发行人拥有的在美国注册商标为“SG Conn”、“SGconn”两项，为了维持全球统一的产品形象，SE(USA)与发行人于 2021 年 1 月 14 日签署《商标授权协议》，许可发行人在美加地区无偿使用其在美国注册的商标一项（商标号 1863589），授权范围为发行人及发行人控制的子公司对外广告宣传（包括展览、展示、会展、网站）、名片、生产的产品。因此，发行人使用 SE(USA)的商标具有必要性、合理性。

（3）该商标 SE(USA)是否在同时使用，《商标授权协议》的有效期

SE(USA)除作为发行人在欧美的经销商外，其亦从事其他连接器厂商的贸易业务，SE(USA)在同时使用其授权发行人使用的商标，依据《商标授权协议》，其授权期限为授权商标保护期（包括申请续展的延长期）。

（四）申报会计师核查意见

1、核查手段

申报会计师采取了以下核查手段对商标和知识产权授权的事项进行了核查：

（1）获取发行人专利授权收入明细表和权利金明细表；

（2）获取并抽查了发行人与经销商或客户签订的合同、订单；

（3）取得发行人与鸿海、唐虞、宏致电子、和锲精密专利授权协议；

（4）查询立讯精密、得润电子、兴瑞科技、创益通、胜蓝股份等同行业可比公司的招股说明书或者年报；

（5）获取并核查了发行人拥有的商标证书、获取并核查了中国台湾地区《法律意见书》；

（6）获取并核查了发行人与台湾信音签署的《商标授权协议》；

（7）访谈了发行人董事长并取得其签署的访谈记录；

（8）获取并核查了台湾信音及其控制的其他企业 2018 年至 2021 年的银行流水单；

（9）获取并核查了发行人与台湾信音 2018 年至 2021 年的关联交易资料；

（10）获取并核查了（中国台湾地区）普华商务法律事务所出具的普字第 21006977 号《法律意见书》；

（11）获取并核查了发行人资产、业务、人员、机构、财务等资料；

（12）获取并核查了台湾信音出具就发行人授权使用商标的声明函；

（13）获取并核查了 SE(USA)与发行人签订的《商标授权协议》、核查了 SE(USA)授权的其拥有商标的登记状态；

（14）获取并核查了 Zhong Lun Law Firm LLP 为 SE(USA)出具的《法律意见书》；

（15）获取并核查了委托鼎硕联合会计师事务所对台湾信音的客户进行函证的函证资料；

（16）取得美国会计师对 SE(USA)与发行人主要关联方、主要客户、供应商之间大额资金往来的核查意见。

2、核查结论

经核查，申报会计师认为：

（1）2018 年至 2021 年，发行人使用鸿海授权专利产生的收入和毛利占比较小，对发行人的经营不存在重大影响，鸿海精密授权的专利对发行人具有一定的作用，但不属于起重要作用的专利，2018 年至 2021 年，鸿海精密授权专利产生的具体权利金为 219.14 万元、442.76 万元、487.59 万元和 463.56 万元，随着发行人销售规模的扩大而增长；发行人与鸿海集团的销售条件和其他主要客户相比，在结算方式方面相同，信用期、风险报酬转移时点和交易双方主要的责任等方面因双方商业谈判结果而有所不同，但不存在重大差异；发行人使用鸿海精密专利与发行人向鸿海集团销售的会计处理符合《企业会计准则》的要求；发行人使用鸿海、唐虞和宏致电子等公司授权专利主要因为发行人的客户为知名品牌厂商或者代工厂，为了更好的服务客户，发行人需要同时接收需专利授权和不需专利授权的订单，并且为了避免潜在的专利纠纷，发行人需取得鸿海、唐虞和宏致电子的专利授权，并支付权利金，授权专利不涉及发行人的核心技术；发行人与同行业可比公司胜蓝股份均使用鸿海授权的 USB 3.0 等专利，且使用的部分具体授权专利相同，2018 年 10 月之后发行人与胜蓝股份后续权利金定价相同，由于同行业可比公司未披露其他系列连接器的权利金费率，因此发行人无法将其他系列连接器权利金费率与同行业公司进行对比。但发行人主要专利授权方为鸿海集团，属于国际知名上市公司，下游知名客户众多，双方按照市场化方式确定权利金费用标准。因此相关知识产权授权费用定价方式符合行业惯例，价格公允；2018 年至 2021 年，发行人使用授权专利产生的收入和毛利占比较小，对发行人的经营不存在重大影响。

（2）发行人除向台湾信音授权无偿使用发行人商标外，未向 SE(USA)授权使用发行人商标，亦未向除台湾信音以外的经销商或客户授权无偿使用发行人商标。台湾信音无偿使用发行人 13 项商标具体用途为台湾信音对外广告宣传（包括展览、展示、会展、网站）、名片、销售的发行人生产的产品；台湾信音、SE(USA)不存在代替发行人生产产品，转移成本费用的情况；发行人符合《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》第十二条关于独立性的要求。

（3）台湾信音使用发行人商标具有特殊的历史背景，具有必要性、合理性；台湾信音作为发行人在中国台湾地区的经销商，授权台湾信音使用发行人的 13 项商标的具体用途仅为对外广告宣传（包括展览、展示、会展、网站）、名片、销售的发行人生产的产品，未用于其他用途，不会误导客户和市场，不会损害发行人利益；鉴于防止商标侵权及反不正当竞

争，发行人上述 13 项注册商标中“信音”字样、海马图形“  ”属于发行人在中国台湾地区的主要商标，依据《商标及版权授权协议书》，授权期限为注册商标的保护期限（包括申请续展注册的宽展期）。发行人使用 SE(USA)的商标具有必要性、合理性；SE(USA)除作为发行人在欧美的经销商外，其亦从事其他连接器厂商的贸易业务，SE(USA)在同时使用其授权发行人使用的商标，依据《商标授权协议》，其授权期限为授权商标保护期（包括申请续展的延长期）。

【问询函 18】关于其他财务信息

申报文件显示：

（1）报告期各期末，发行人应付账款余额分别为 15,407.78 万元、17,472.87 万元、24,464.99 万元和 25,020.07 万元，发行人未披露应付账款前五名供应商。

（2）报告期各期末，发行人其他应付款中预提费用分别为 630.14 万元、493.71 万元、690.28 万元和 684.93 万元。

（3）截至 2021 年 3 月 31 日，发行人投资性房地产账面原值为 2,194.80 万元，账面价值为 926.14 万元。

请发行人：

（1）披露应付账款前五名供应商名称及其金额。

（2）说明预提费用明细构成及其预提比例。

（3）说明投资性房地产承租人、与发行人是否存在关联关系、报告期内租金收入情况。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

（一）披露应付账款前五名供应商名称及其金额

2018 年至 2021 年 各期末，发行人应付账款前五名供应商的情况如下：

单位：万元

供应商名称	2021 年 12 月 31 日	
	期末余额	占应付账款期末余额的比例
禾创集团及其下属子公司	3,282.59	14.60%
昆山沃崎精密机械有限公司	1,980.33	8.81%
昆山玮奥精密电子材料有限公司	1,105.40	4.91%
东莞市建翰电子集团[注]	797.66	3.55%
昆山大瑞来机电有限公司	557.53	2.48%
合计	7,723.51	34.35%
供应商名称	2020 年 12 月 31 日	
	期末余额	占应付账款期末余额的比例

禾创集团及其下属子公司	2,774.07	11.34%
昆山沃崎精密机械有限公司	1,312.46	5.36%
昆山玮奥精密电子材料有限公司	1,115.04	4.56%
世勋集团及其下属子公司	808.96	3.31%
整隆集团及其下属子公司	763.15	3.12%
合计	6,773.67	27.69%

供应商名称	2019 年 12 月 31 日	
	期末余额	占应付账款期末余额的比例
昆山玮奥精密电子材料有限公司	1,312.16	7.51%
世勋集团及其下属子公司	1,163.46	6.66%
禾创集团及其下属子公司	1,021.65	5.85%
昆山沃崎精密机械有限公司	778.93	4.46%
昆山大瑞来机电有限公司	630.05	3.61%
合计	4,906.25	28.09%

供应商名称	2018 年 12 月 31 日	
	期末余额	占应付账款期末余额的比例
昆山玮奥精密电子材料有限公司	1,236.84	8.03%
世勋集团及其下属子公司	1,023.31	6.64%
禾创集团及其下属子公司	925.24	6.00%
整隆集团及其下属子公司	446.32	2.90%
苏州本茂五金制品有限公司	438.24	2.84%
合计	4,069.95	26.41%

注：东莞市建翰电子集团包含东莞市建翰电子科技有限公司和东莞市森联精密电子有限公司。

（二）说明预提费用明细构成及其预提比例

1、2018 年至 2021 年各期末，公司其他应付款中预提费用主要系各类已实际发生但尚未支付的款项，按照费用性质列示具体如下：

单位：万元

预提费用性质	2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日	
	期末余额	占比	期末余额	占比	期末余额	占比	期末余额	占比
业务推广及宣传费	407.51	53.47%	316.35	45.83%	192.05	38.90%	85.48	13.57%
权利金	121.44	15.94%	109.23	15.82%	110.72	22.43%	362.20	57.48%
差旅等未报销费用	49.87	6.54%	62.48	9.05%	42.11	8.53%	45.00	7.14%
伙食费	41.74	5.48%	62.91	9.11%	27.77	5.63%	31.98	5.08%
中介服务费	46.39	6.09%	46.24	6.70%	63.58	12.88%	55.13	8.75%

办公费	4.28	0.56%	21.96	3.18%	4.29	0.87%	10.94	1.74%
样品费、检测费	41.43	5.44%	11.48	1.66%	10.05	2.04%	9.08	1.44%
其他	49.42	6.48%	59.62	8.64%	43.14	8.74%	30.32	4.81%
合计	762.08	100.00%	690.28	100.00%	493.71	100.00%	630.14	100.00%

2、预提比例说明：

预提费用性质	预提比例
业务推广及宣传费	根据合约约定，以特定料号实际出货计算并计提
权利金	根据合约约定，以特定料号实际出货计算并计提
差旅等未报销费用	根据实际发生计提
伙食费	根据实际发生计提
中介服务费	按照合约约定，在服务完成时计提
办公费	根据实际发生计提
样品费、检测费	根据合约约定及实际发生计提
其他	根据实际发生计提

（三）说明投资性房地产承租人、与发行人是否存在关联关系、报告期内租金收入情况。

（1）公司投资性房地产核算的合理性：

根据《企业会计准则第 3 号——投资性房地产》相关规定：投资性房地产，是指为赚取租金或资本增值，或两者兼有而持有的房地产。投资性房地产同时满足下列条件的，才能予以确认：①与该投资性房地产有关的经济利益很可能流入企业；②该投资性房地产的成本能够可靠地计量。

公司持有的位于上海市田州路 159 号的房地产，总面积 1,450.16 平方米，该房地产自取得后一直用于出租，持有目的为赚取租金，符合《企业会计准则》相关规定。此外，公司出租上述房产取得的租金收入符合“与该投资性房地产有关的经济利益很可能流入企业”条件；该房地产为外购取得，其成本包括购买价款、相关税费和可直接归属于该资产的其他支出，符合“该投资性房地产的成本能够可靠地计量”条件。

综上，公司持有的房地产目的为赚取租金，且满足投资性房地产的两个确认条件，因此将其确认为投资性房地产符合《企业会计准则》相关规定。

（2）2018 年至 2021 年，投资性房地产租赁相关情况如下：

单位：万元

承租人	2021 年度租金	与发行人是否存在关联关系
北京铂睿德佳信息服务有限公司上海分公司	31.51	否
迷南文化传媒(上海)有限公司	29.43	否
博尔泰克船舶(上海)有限公司	24.23	否

上海筱毅商务咨询服务中心	11.88	否
深圳市卓宝科技股份有限公司上海分公司	1.29	否
合计	98.34	——
承租人	2020 年度租金	与发行人是否存在关联关系
深圳市卓宝科技股份有限公司上海分公司	52.29	否
迷南文化传媒(上海)有限公司	29.43	否
北京铂睿德佳信息服务有限公司上海分公司	22.66	否
博尔泰克船舶（上海）有限公司	22.46	否
卡能伯船舶设备（上海）有限公司	3.80	否
上海索亚尼科技股份有限公司	3.36	否
合计	134.00	——
承租人	2019 年度租金	与发行人是否存在关联关系
深圳市卓宝科技股份有限公司上海分公司	47.93	否
上海索亚尼科技股份有限公司	40.08	否
北京铂睿德佳信息服务有限公司上海分公司	24.38	否
卡能伯船舶设备（上海）有限公司	22.80	否
温州天牛网络科技有限公司	14.72	否
迷南文化传媒（上海）有限公司	9.81	否
合计	159.72	——
承租人	2018 年度租金	与发行人是否存在关联关系
上海索亚尼科技股份有限公司	40.08	否
上海金擘网络科技有限公司	39.66	否
北京铂睿德佳信息服务有限公司上海分公司	23.95	否
卡能伯船舶设备（上海）有限公司	22.80	否
温州天牛网络科技有限公司	9.81	否
上海仕鹏工业自动化有限公司	8.69	否
合计	144.99	——

（四）申报会计师核查意见

1、核查手段

申报会计师采取了以下核查手段对其他财务信息进行了核查：

（1）获取公司 2018 年至 2021 年各期末应付账款明细表，复核公司 2018 年至 2021 年各期末前五名应付账款余额披露的准确性，分析应付账款余额形成的合理性、是否与采购额匹配、是否存在账龄较长等异常情况，检查期后付款情况；

（2）获取公司 2018 年至 2021 年各期末预提费用明细表，了解各项费用的预提比例，检查费用计提依据是否充分，检查预提费用期后实际发生及支付情况；

（3）获取公司 2018 年至 2021 年其他业务收入中租赁收入明细表，检查公司与承租方

签订的租赁合约并依据合约租金对账面租赁收入进行测算，检查租赁收入发票、收款凭证等原始资料。实地查看投资性房地产出租情况；

（4）通过“天眼查”等网络核查方式查验承租方的工商登记情况，查询与公司是否存在关联关系；

（5）对主要供应商、预提费用中占比较大的业务推广及宣传费以及租金收入占比较高的客户执行了发函或访谈程序，了解与公司的业务内容、规模以及交易的真实性。

2、核查结论

经核查，申报会计师认为：

2018 年至 2021 年各期末，公司应付账款前五名供应商的相关信息已在招股书补充披露；公司预提费用系已发生尚未对账或尚未收到发票的费用，相关会计处理正确，预提比例系根据合约及实际发生情况计算，预提费用余额准确。2018 年至 2021 年，公司投资性房地产承租人与公司无关联关系，租金收入已全部按照合约约定确认其他业务收入。

【问询函 21】关于租赁房产

申报文件显示，中山信音、中山信音连接器租赁的厂房未办理房屋登记备案手续。

请公司说明未办理房屋登记备案手续的原因，是否存在搬迁风险，租赁的未登记备案厂房产生的收入占比。

请保荐人、发行人律师、申报会计师发表明确意见。

回复：

（一）中山信音、中山信音连接器租赁房产未办理房屋登记备案手续的原因

为生产经营需要，中山信音、中山信音连接器租赁的房产如下：

序号	出租方	承租人	房屋坐落位置	租赁面积（㎡）	租赁期限	是否备案	租赁用途	产权证书
1	中山市硅谷动力产业园运营有限公司	中山信音	广东省中山市三角镇福泽路 17 号 A3 栋 1-2 楼厂房	4,180	2020.11.25-2023.11.24	否	生产经营	粤房地权证中府字第 0111007752 号
2			广东省中山市三角镇福泽路 17 号硅谷动力·深中高科技产业示范基地 B1 栋 201-602 号 100 间	2,900	2020.11.25-2023.11.24	否	宿舍	
3	中山市硅谷动力产业园运营有限公司	中山信音连接器	广东省中山市三角镇福泽路 17 号 A3 栋 3 楼厂房	2,090	2020.11.25-2023.11.24	否	生产经营	粤房地权证中府字第 0111007752 号
4			广东省中山市三角镇福泽路 17 号 A2 栋 3 楼厂房 B 面	1,120	2020.10.1-2023.11.24	否	生产经营	

根据产权人中山高平工业区建设发展有限公司及授权方中山市硅谷动力产业园运营有

限公司已出具的声明函，确认中山信音、中山信音连接器租赁上述房产未办理租赁备案非中山信音、中山信音连接器的原因，而是中山高平工业区建设发展有限公司、中山市硅谷动力产业园运营有限公司自身原因。

此外根据《中华人民共和国民法典》的规定，房屋租赁合同未办理租赁登记备案不影响房屋租赁合同的法律效力。根据《商品房屋租赁管理办法》的相关规定，因租赁房产未办理房屋租赁登记备案，发行人可能存在被相关主管部门责令限期改正，以及如逾期改正被处以罚款的风险。截至目前，发行人未发生因未办理房屋租赁登记备案手续而受到相关主管部门责令限期改正的通知及相关行政处罚的情况，且由于潜在的罚款金额较小，因此不会对发行人的正常生产经营产生重大不利影响。

（二）是否存在搬迁风险

依据对中山市三角镇公有资产事务中心的访谈及产权人中山高平工业区建设发展有限公司及授权方中山市硅谷动力产业园运营有限公司出具的声明函，中山信音、中山信音连接器不在拆迁、规划调整范围内。中山信音、中山信音连接器租赁的、用于生产经营、宿舍的房产，其出租人均与中山信音、中山信音连接器签订了租赁合同且出租方或授权方实际拥有上述房产的权属证书，中山信音、中山信音连接器在租赁合同有效期内可持续使用上述房产，在租赁有效期内，不存在搬迁风险。

同时产权人中山高平工业区建设发展有限公司及授权方中山市硅谷动力产业园运营有限公司确认，上述租赁合同到期后，若中山信音、中山信音连接器表示或同意续租，中山高平工业区建设发展有限公司、中山市硅谷动力产业园运营有限公司同意予以续租，续租合同届时由中山市硅谷动力产业园运营有限公司与中山信音、中山信音连接器签订。

发行人控股股东已出具承诺，承诺“在租赁合同有效期内，如非因发行人及其子公司主观原因致使发行人及其子公司无法使用租赁房产的且无法租赁房产是在发行人首次公开发行股票及上市之日前期间形成，承诺人愿意无条件全额承担发行人及其子公司因此发生的支出或所受的损失。如因租赁房产未办理房屋租赁登记备案手续（且未办理租赁登记备案手续是在发行人首次公开发行股票及上市之日前期间形成）致使发行人及其子公司受到相关政府部门处罚的，承诺人愿意无条件全额承担发行人及其子公司因此发生的支出或所受的损失。”

在租赁合同有效期内，中山信音、中山信音连接器不存在搬迁风险。在租赁合同有效期内即使存在搬迁风险，依据中山高平工业区建设发展有限公司及授权方中山市硅谷动力产业园运营有限公司已出具的声明函及发行人控股股东出具的承诺，中山信音、中山信音连接器搬迁事项对发行人生产经营不构成重大不利影响。依据中山高平工业区建设发展有限公司、中山市硅谷动力产业园运营有限公司出具的声明函，上述租赁合同到期后，若中山信音、中山信音连接器表示或同意续租，中山高平工业区建设发展有限公司、中山市硅谷动力产业园运营有限公司同意予以续租，续租合同届时由中山市硅谷动力产业园运营有限公司与中山信

音、中山信音连接器签订。

（三）租赁的未登记备案厂房产生的收入占比

中山信音、中山信音连接器租赁的位于广东省中山市三角镇福泽路 17 号的房产为中山信音、中山信音连接器生产经营的主要房产，2018 年至 2021 年，中山信音、中山信音连接器租赁房产生产实现的营业收入占发行人营业收入的比例如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
中山信音和中山信音连接器营业收入	18,894.87	19,216.19	14,437.58	11,298.78
发行人营业收入	95,134.16	86,763.12	72,386.66	63,547.11
占比	19.86%	22.15%	19.95%	17.78%

鉴于中山信音、中山信音连接器在租赁合同有效期内，不存在搬迁风险，且租赁合同到期后，中山信音、中山信音连接器能够持续租赁上述房产，同时未办理租赁备案的厂房产生的收入占发行人营业收入的比例较小，结合发行人控股股东出具的承诺及中山高平工业区建设发展有限公司、中山市硅谷动力产业园运营有限公司签署的声明函，中山信音、中山信音连接器上述租赁事项对发行人的生产经营不构成重大不利影响。

（四）申报会计师核查意见

1、核查手段

申报会计师采取了以下手段对租赁房产事项进行了核查：

（1）获取并核查了中山信音、中山信音连接器与中山市硅谷动力产业园运营有限公司签订的租赁合同；

（2）获取并核查了中山高平工业区建设发展有限公司签署的《委托书》、中山高平工业区建设发展有限公司拥有的出租房产的产权证书；

（3）获取并核查了中山高平工业区建设发展有限公司、中山市硅谷动力产业园运营有限公司签署的声明函；

（4）对中山市三角镇公有资产事务中心访谈并取得中山市三角镇公有资产事务中心盖章、受访人员签署的访谈记录；

（5）获取并核查了发行人控股股东签署的承诺；

（6）查阅了《中华人民共和国民法典》、《商品房屋租赁管理办法》的相关规定；

（7）取得中山信音和中山信音连接器财务报表。

2、核查结论

经核查，申报会计师认为：

（1）中山信音、中山信音连接器租赁的房产未办理租赁备案非中山信音、中山信音连接器的原因，系出租方自身原因。根据《中华人民共和国民法典》的规定，房屋租赁合同未

办理租赁登记备案不影响房屋租赁合同的法律效力。根据《商品房屋租赁管理办法》的相关规定，因租赁房产未办理房屋租赁登记备案，发行人可能存在被相关主管部门责令限期改正，以及如逾期改正被处以罚款的风险。截至本回复出具之日，发行人未发生因未办理房屋租赁登记备案手续而受到相关主管部门责令限期改正的通知及相关行政处罚的情况，且由于潜在的罚款金额较小，因此不会对发行人的正常生产经营产生重大不利影响。

（2）在租赁合同有效期内，中山信音、中山信音连接器不存在搬迁风险。上述租赁合同到期后，出租方同意续租给中山信音、中山信音连接器，根据出租方声明，上述租赁房产不在拆迁、规划调整范围内，因此中山信音、中山信音连接器搬迁风险较小。

（3）鉴于中山信音、中山信音连接器在租赁合同有效期内，不存在搬迁风险，且租赁合同到期后，中山信音、中山信音连接器能够持续租赁上述房产，同时未办理租赁备案的厂房产生的收入占发行人营业收入的比例较小，结合发行人控股股东出具的承诺及中山高平工业区建设发展有限公司、中山市硅谷动力产业园运营有限公司签署的声明函，中山信音、中山信音连接器上述租赁事项对发行人的生产经营不构成重大不利影响。

（以下无正文）

（以下无正文，为《大华会计师事务所（特殊普通合伙）关于信音电子（中国）股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核问询函中有关财务事项的说明》之签字盖章页）

专此说明，请予察核。

大华会计师事务所（特殊普通合伙）

中国·北京

中国注册会计师：

叶金福

中国注册会计师：

王准

中国注册会计师：

郑珊杉

二〇二二年七月二十五日

统一社会信用代码

91110108590676050Q

营业执照

(副 本) (7-1)

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

名　　称　大华会计师事务所（特殊普通合伙）

类　　型　特殊普通合伙企业

执行事务合伙人　梁春，杨雄

经营范围　审查企业会计报表，出具审计报告；验证企业资本，出具验资报告；办理企业合并、分立、清算事宜中的审计业务，出具有关报告；基本建设年度财务决算审计；代理记帐；会计咨询、税务咨询、管理咨询、会计培训；法律、法规规定的其他业务；无（市场主体依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事国家和本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）

成立日期　2012年02月09日

合伙期限　2012年02月09日至 长期

主要经营场所　北京市海淀区西四环中路16号院7号楼1101

登记机关　北京市海淀区市场监督管理局

2021 年12 月01 日

会计师事务所

执业证书

名　　称：大华会计师事务所（特殊普通合伙）

首席合伙人：梁春

主任会计师：

经营场所：北京市海淀区西四环中路16号院7号楼12层

组织形式：特殊普通合伙

执业证书编号：11010148

批准执业文号：京财会许可[2011]0101号

批准执业日期：2011年11月03日

证书序号：0000093

说　明

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

2、《会计师事务所执业证书》记载事项发生变动的，应当向财政部门申请换发。

3、《会计师事务所执业证书》不得伪造、涂改、出租、出借、转让。

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

发证机关：北京市财政局

二〇一七年　十月　七日

中华人民共和国财政部制

证书编号： 110001640011
No. of Certificate

批准注册协会： 北京市注册会计师协会
Authorized Institute of CPAs

发证日期： 2002年 09月 05日
Date of Issuance /y /m /d

4

this renewal.
2016 -03- 21

2016.4.8

2009年 3月 1日 /y /m /d

姓 名 Full name 叶金福
性 别 Sex 男
出生日期 Date of birth 1975/11/20
工作单位 Working unit 华证会计师事务所有限公司
身份证号码 Identity card No. 372501751120201

5

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

同意调出
Agree the holder to be transferred from

事务所 CPAs

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

2012年 12月 25日 /y /m /d

同意调入
Agree the holder to be transferred to

事务所 CPAs

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

2012年 12月 25日 /y /m /d

12

注 意 事 项

一、注册会计师执行业务，必要时须向委托人出示本证书。
二、本证书只限于本人使用，不得转让、涂改。
三、注册会计师停止执行法定业务时，应将本证书缴还主管注册会计师协会。
四、本证书如遗失，应立即向主管注册会计师协会报告，登报声明作废后，办理补发手续。

NOTES

1. When practising, the CPA shall show the client this certificate when necessary.
2. This certificate shall be exclusively used by the holder. No transfer or alteration shall be allowed.
3. The CPA shall return the certificate to the competent Institute of CPAs when the CPA stops conducting statutory business.
4. In case of loss, the CPA shall report to the competent Institute of CPAs immediately and go through the procedure of reissue after making an announcement of loss on the newspaper.

8

年度检验登记
Annual Renewal Registration

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

2009年 3月 20日 /y /m /d

姓名：叶金福
证书编号：110001640011

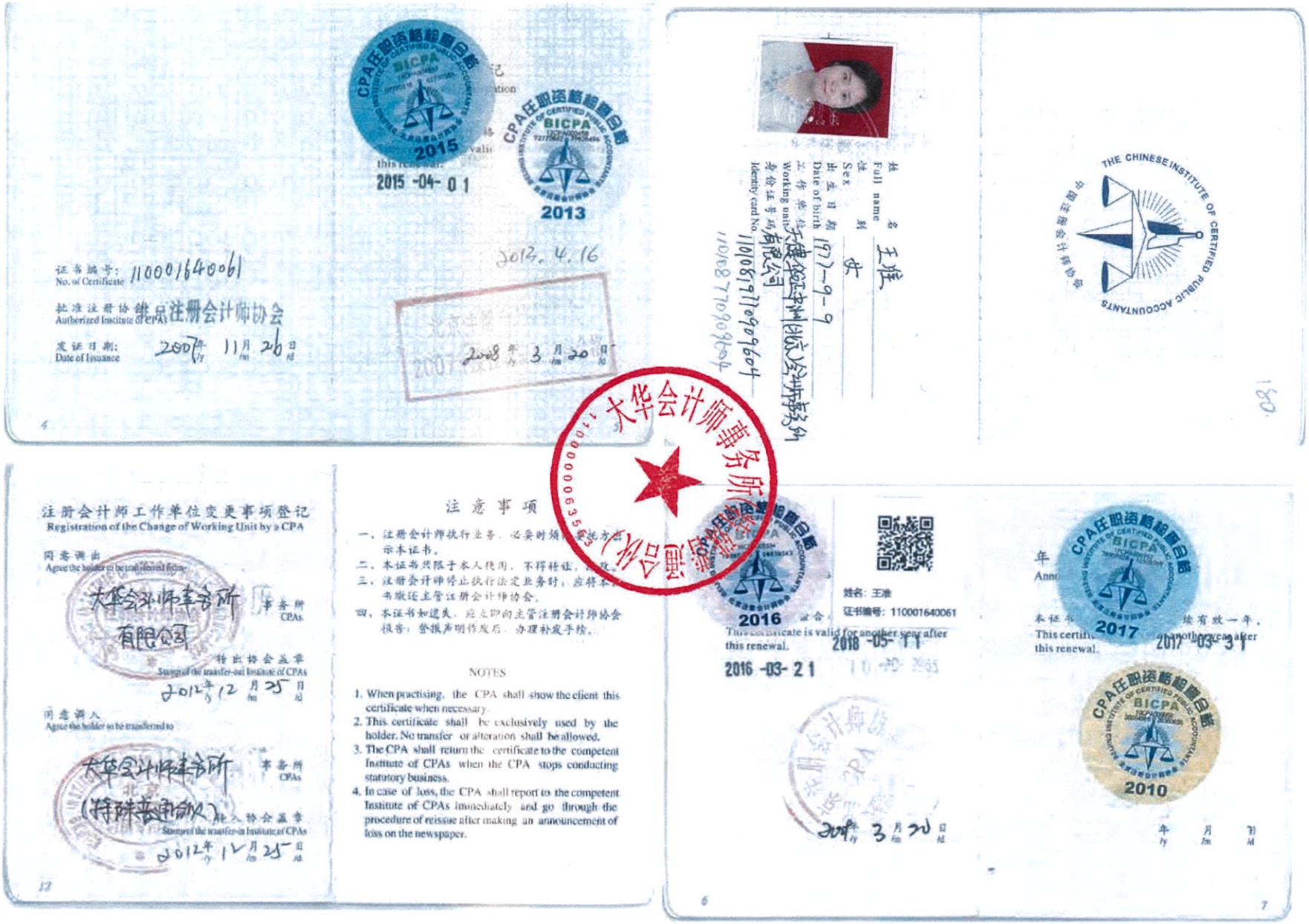
this renewal 11

2011

2010

年 月 日 /y /m /d

9



证书编号: 110001640061
No. of Certificate

批准注册协会: 北京注册会计师协会
Authorized Institute of CPAs

发证日期: 2007年 11月 26日
Date of Issuance

2015 -04- 01

2013

2013. 4. 16

2008 年 3 月 20 日

姓名 Full name 王准
性别 Sex 女
出生日期 Date of birth 1977-9-9
工作单位 Working unit 天健华证中洲(北京)会计师事务所有限公司
身份证号码 Identity card No. 110106197709096044

THE CHINESE INSTITUTE OF CERTIFIED PUBLIC ACCOUNTANTS

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

同意调出
Agree the holder to be transferred from

大华会计师事务所有限公司 事务所 CPAs

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

2012年 12月 25日

同意调入
Agree the holder to be transferred to

大华会计师事务所(特殊普通合伙) 事务所 CPAs

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

2012年 12月 25日

注意事项

一、注册会计师执行业务，必要时应当向委托方出示本证书。
二、本证书只限于本人使用，不得转让、涂改。
三、注册会计师停止执行法定业务时，应将本证书缴还主管注册会计师协会。
四、本证书如遗失，应立即向主管注册会计师协会报告；登报声明作废后，办理补发手续。

NOTES

1. When practising, the CPA shall show the client this certificate when necessary.
2. This certificate shall be exclusively used by the holder. No transfer or alteration shall be allowed.
3. The CPA shall return the certificate to the competent Institute of CPAs when the CPA stops conducting statutory business.
4. In case of loss, the CPA shall report to the competent Institute of CPAs immediately and go through the procedure of reissue after making an announcement of loss on the newspaper.

2016

姓名: 王准
证书编号: 110001640061

This certificate is valid for another year after this renewal.

2016 -05- 11

2016 -03- 21

2008 3 月 20 日

2017

This certificate is valid for another year after this renewal.

2017 -03- 31

2010

年 月 日



姓　名　Full name　郑珊杉

性　别　Sex　女

出生日期　Date of birth　1987-04-22

工作单位　Working unit　大华会计师事务所（特殊普通合伙）

身份证号码　Identity card No.　620502198704222069

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

证书编号：No. of Certificate　110101480475

批准注册协会：Authorized Institute of CPAs　北京注册会计师协会

发证日期：Date of Issuance　2018 年 /y　10 月 /m　15 日 /d

4

年度检验登记
Annual Renewal Registration

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

姓名：郑珊杉
证书编号：110101480475

年 /y　月 /m　日 /d

5