

关于惠州市特创电子科技有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市
申请文件的审核中心意见落实函之回复
天职业字[2023] 25805 号

目 录

首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核中心意见落实函之回复	1
----------------------------------	---

关于惠州市特创电子科技股份有限公司 首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核中 心意见落实函之回复

天职业字[2023]25805 号

深圳证券交易所：

根据贵所于 2023 年 3 月 27 日出具的《关于惠州市特创电子科技股份有限公司申请首次公开发行股票并在创业板上市的审核中心意见落实函》（审核函〔2023〕010118 号）（以下简称“审核中心意见落实函”）的要求，天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“我们”、“申报会计师”）作为惠州市特创电子科技股份有限公司（以下简称“发行人”或“公司”或“特创科技”）的申报会计师，本着勤勉尽责、诚实守信的原则，就审核中心意见落实函所提问题逐项进行认真讨论、核查与落实，并逐项进行了回复说明。具体回复内容附后。

关于回复内容释义、格式及补充更新披露等事项的说明：

- 1、如无特殊说明，本回复中使用的简称或名词释义与《惠州市特创电子科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书（上会稿）》一致；
- 2、本回复除另有注明外，所有金额均以人民币万元为货币单位；
- 3、本回复中若出现总计数尾数与所列数值总和尾数不符的情况，均为四舍五入所致。

问题 2、关于收入与客户

申报材料及审核问询回复显示：

（1）报告期内，发行人营业收入分别为 55,473.38 万元、75,074.41 万元、106,040.85 万元、58,776.49 万元，归属于母公司所有者的净利润分别为 691.98 万元、2,996.75 万元、6,158.52 万元、2,865.56 万元。2022 年预计可实现的营业收入约 112,400.00 万元-117,600.00 万元，较上年同比增长 6.00%-10.90%；预计可实现归属于母公司股东净利润约 8,525.00 万元-9,025.00 万元，较上年同比增长 38.43%-46.54%。

（2）报告期内，通过代理商导入的客户收入合计分别为 1,595.85 万元、17,925.26 万元、29,328.34 万元和 16,901.98 万元。代理商导入客户中包含义隆电子、广宇科技等。

请发行人：

（1）结合主要应用领域市场竞争状况、客户拓展情况、在手订单、2023 年业绩情况等，进一步说明报告期内营业收入大幅增长的合理性及可持续性；分析报告期内净利润增幅大于收入增幅的原因及合理性，相关趋势的可持续性。

（2）结合与代理商导入客户的合作历史、客户开拓过程、对客户的重要性等，进一步说明与相关客户合作的稳定性、可持续性，是否存在代理客户流失的风险。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、发行人回复

（一）结合主要应用领域市场竞争状况、客户拓展情况、在手订单、2023 年业绩情况等，进一步说明报告期内营业收入大幅增长的合理性及可持续性；分析报告期内净利润增幅大于收入增幅的原因及合理性，相关趋势的可持续性。

1、营业收入增长的合理性

2019-2022 年，公司营业收入构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年		2021 年		2020 年		2019 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务收入	109,728.86	95.24%	99,113.79	93.47%	71,819.84	95.66%	53,452.77	96.36%
其他业务收入	5,481.33	4.76%	6,927.06	6.53%	3,254.57	4.34%	2,020.61	3.64%
合计	115,210.19	100.00%	106,040.85	100.00%	75,074.41	100.00%	55,473.38	100.00%

2019-2022 年，公司营业收入主要来源为主营业务收入，其占比分别为 96.36%、95.66%、93.47%、95.24%，占比较高。

2020-2022 年，公司营业收入增速分别为 35.33%、41.25%、8.65%，主营业务收入增幅分别为 34.36%、38.00%、10.71%，营业收入增长主要受主营业务收入增长影响。

2019-2022 年，公司主营业务收入按应用领域列示情况如下：

单位：万元

产品类别	2022 年			2021 年			2020 年			2019 年	
	收入	占比	变动	收入	占比	变动	收入	占比	变动	收入	占比
工控新能源	39,830.53	36.30%	6,368.28	33,462.25	33.76%	9,495.62	23,966.62	33.37%	579.75	23,386.87	43.75%
消费电子	29,645.81	27.02%	3,820.55	25,825.25	26.06%	9,037.93	16,787.32	23.37%	12,150.90	4,636.42	8.67%
液晶显示	21,972.50	20.02%	4,447.00	17,525.50	17.68%	7,588.19	9,937.31	13.84%	4,412.21	5,525.10	10.34%
LED 照明	10,489.43	9.56%	-3,153.06	13,642.49	13.76%	3,924.87	9,717.62	13.53%	-1,281.71	10,999.33	20.58%
通信领域	2,955.16	2.69%	-1,904.77	4,859.93	4.90%	-2,873.88	7,733.81	10.77%	4,979.70	2,754.11	5.15%
其他	4,835.42	4.41%	1,037.06	3,798.36	3.83%	121.21	3,677.15	5.12%	-2,473.79	6,150.94	11.51%
总计	109,728.86	100.00%	10,615.07	99,113.79	100.00%	27,293.95	71,819.84	100.00%	18,367.07	53,452.77	100.00%

受不同期间公司决策、市场需求、客户类型差异影响，公司不同期间收入增长领域有所差异：

①2020 年，公司收入增长主要来源于消费电子、液晶显示、通讯领域收入增长。

2020 年，受益于下游笔记本电脑消费行业需求旺盛，且公司已顺利通过义隆电子供应商认证，公司与义隆电子交易金额显著提升，同比增长 9,931.81 万元，带动消费电子领域收入增长明显。同年，由于导入期间双方磨合情况良好，公司与 Lumens 及其相关客户合作加深，交易额同比增长 5,467.63 万元，导致液晶显示收入有所提升。公司与深南电路于 2018 年开始合作，合作产品以通信板

为主，随着双方合作的深入，2020 年公司向深南电路销售收入增长 3,178.59 万元，带动通信领域收入增长。

②2021 年，公司收入增长主要来源于工控新能源、消费电子、液晶显示领域收入增长。

2021 年，受益于下游光伏、储能市场需求旺盛，公司与工控新能源类客户首航新能源、上能电气交易金额分别增长 3,072.11 万元、1,974.35 万元。同年，下游笔记本电脑消费持续火爆且公司产品品质、交期服务良好，公司与义隆电子交易金额继续增长 3,505.45 万元。此外，受家电类客户需求量大且订单量快速增长影响，公司与海尔集团、美的集团交易金额分别增长 4,345.93 万元、997.86 万元，带动消费电子领域收入有所增长。公司通过持续的自主研发，已成为中国大陆少数具备光电板的生产能力的企业之一，相关产品已进入华星光电等全球领先液晶显示面板制造商的供应体系。2021 年，公司与光电板客户销售收入增长 8,843.77 万元，带动液晶显示领域收入有所增长。

③2022 年，公司收入增长主要来源于工控新能源、液晶显示领域收入增长。

2022 年，下游光伏、储能市场景气度持续较高，公司凭借稳定的交期及良好的产品品质，与客户合作程度进一步加深。当期，公司与工控新能源类客户首航新能源、汇川技术、阳光电源交易金额分别增长 3,083.32 万元、1,613.05 万元、1,582.34 万元，带动工控新能源领域收入有所增长。受益于液晶显示面板大尺寸化发展、液晶显示产能不断向大陆转移，相关产业链本土化发展不断提升，公司光电板客户交易金额增长 5,708.42 万元，液晶显示领域收入继续保持增长。2022 年，公司与家电类客户美的集团、海尔集团收入分别增长 5,736.76 万元、1,176.94 万元，带动消费电子领域收入增长。

2019-2022 年，上述客户的销售收入累计金额和占比整体呈增长趋势，收入金额分别为 2,196.63 万元、21,549.24 万元、41,059.76 万元、57,087.80 万元，占主营业务收入的比重分别为 4.11%、30.00%、41.43%、52.03%。具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年		2021 年		2020 年		2019 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
光电板客户	14,854.66	13.54%	9,146.24	9.23%	302.48	0.42%	18.12	0.03%
义隆电子	11,340.95	10.34%	13,580.51	13.70%	10,075.05	14.03%	143.24	0.27%
美的集团	6,739.40	6.14%	1,002.65	1.01%	4.79	0.01%	—	—
首航新能源	6,334.81	5.77%	3,251.49	3.28%	179.38	0.25%	—	—
海尔集团	5,603.34	5.11%	4,426.39	4.47%	80.46	0.11%	—	—
Lumens 及相关客户	4,914.90	4.48%	5,555.74	5.61%	5,971.34	8.31%	503.71	0.94%
上能电气	3,436.12	3.13%	2,198.39	2.22%	224.04	0.31%	1.83	0.003%
汇川技术	2,131.83	1.94%	518.78	0.52%	24.71	0.03%	21.44	0.04%
阳光电源	1,731.78	1.58%	149.44	0.15%	0.17	0.0002%	0.06	0.0001%
深南电路	—	—	1,230.12	1.24%	4,686.82	6.53%	1,508.23	2.82%
合计	57,087.80	52.03%	41,059.76	41.43%	21,549.24	30.00%	2,196.63	4.11%

注：由于客户数量较多，光电板客户、Lumens 及其客户按类型合并口径列示，其中，光电板客户包括高盛达、东莞智富电子有限公司、广宇科技等，Lumens 及相关客户为 Lumens 及其贴片厂商，包含 Lumens、创维集团、台表科、SDT VINA II CO., Ltd、DAEYOUNG ELECTRONICS VINA CO.LTD 等。

2、净利润增幅大于收入增幅的原因及合理性

2019-2022 年，公司净利润变动及相关要素情况如下：

单位：万元

项目	2022 年	2021 年	2020 年	2019 年
净利润	8,614.57	6,158.52	2,996.75	691.98
净利润变动	2,456.05	3,161.78	2,304.76	—
净利润增幅	39.88%	105.51%	333.07%	—
销售收入	115,210.19	106,040.85	75,074.41	55,473.38
销售收入增幅	8.65%	41.25%	35.33%	—
净利率	7.48%	5.81%	3.99%	1.25%
综合毛利率	21.11%	20.75%	22.31%	20.92%
期间费用率	11.09%	12.60%	15.70%	17.48%

注：为便于不同期间比较，2019 年运费调整至营业成本中列示，即同步调减 2019 年综合毛利率、期间费用率 2.14 个百分点。

最近三年，公司净利润增幅均大于销售收入增幅，具体体现为 2019 年、2020 年净利率水平明显偏低，2021 年、2022 年净利率逐年提升。

(1) 通过与同行业可比公司净利率情况比较，2019 年、2020 年公司净利率明显较低，随着 2021 年、2022 年净利率逐年提升，与同行业可比公司的差距缩小

2019-2022 年，公司及同行业可比公司净利率情况如下：

公司	2022 年	2021 年	2020 年	2019 年
胜宏科技	暂未披露	9.02%	9.27%	11.91%
骏亚科技	6.32%	7.61%	5.81%	2.35%
奥士康	暂未披露	11.05%	12.00%	11.75%
科翔股份	暂未披露	3.15%	6.56%	5.64%
中富电路	暂未披露	6.69%	9.52%	8.36%
满坤科技	暂未披露	8.92%	12.37%	9.95%
金禄电子	9.42%	7.55%	8.51%	8.06%
平均值	7.87%	7.71%	9.15%	8.29%
特创科技	7.48%	5.81%	3.99%	1.25%

根据上表，2019 年、2020 年，公司净利率分别为 1.25%、3.99%，显著低于同行业可比公司水平。2021 年、2022 年，公司净利率逐年回升，分别为 5.81%、7.48%，与同行业可比公司平均水平差异逐年缩小，逐步达到正常水平。

(2) 2019 年-2022 年公司净利率逐年提升真实、合理

2019 年、2020 年，公司净利率水平明显偏低，分别为 1.25%、3.99%，主要原因如下：

①2019 年，受淮安新工厂投产前期生产线调试与磨合、仍处于产能爬坡阶段影响，叠加前期惠东水灾影响仍未完全消除，2019 年综合毛利率水平相对较低、期间费用率水平相对较高，分别为 20.92%、17.48%，导致当期净利率水平显著偏低。

②2020 年，淮安特创产能利用率提升至 90%以上，设备及人员磨合成熟，规模效应显现，产品毛利率水平有所提升，带动净利率水平有所增长。但受当年第一季度以来经济形势波动的影响，中国乃至全球经济下行压力大，宏观经济波动加大，PCB 下游行业需求受到影响、波动较大，公司当期净利率水平仍相对较低。

2021 年、2022 年，公司净利率逐年提升，分别为 5.81%、7.48%，主要原因如下：

①2021 年，受当期汇率波动趋于稳定、汇兑损失减少、利息支出下降影响，公司财务费用率下降 1.10 个百分点，叠加规模效应下计入期间费用的员工薪酬支出占收入的比例下降 1.20 个百分点，公司净利率提升至 5.81%。

②2022 年，受人民币兑美元汇率贬值影响，公司形成汇兑收益 701.48 万元，导致当期财务费用率同比下降 1.12 个百分点。同时，受原材料价格下降、附加值较高的工控新能源类产品收入占比上升等因素影响，公司综合毛利率较 2021 年上升 0.36 个百分点，综合导致当年净利率提升至 7.48%。

综上，公司净利润增幅大于销售收入增幅原因真实，具有商业合理性。

3、营业收入、净利润增长具备可持续性

（1）PCB 应用领域广泛，公司产品在细分领域具有较强的市场地位

PCB 作为“电子产品之母”，几乎运用于所有的电子产品中，应用领域十分广泛，主要包括通信、消费电子、汽车电子、工业控制、医疗电子等领域。

全球 PCB 生产企业众多，行业集中度较低，市场竞争较为充分。根据 Prismark 统计，2022 年全球前十大 PCB 厂商收入合计为 299.37 亿美元，占全球市场规模 36.62%，行业集中度较为分散。中国大陆作为全球最大的 PCB 生产基地，占全球 PCB 产值的 53.3%，PCB 生产制造企业约 1,500 家，市场竞争尤为激烈。根据 CPCA 发布的《第二十一届（2021）中国电子电路行业排行榜》，公司在综合 PCB 百强企业中排名第 60 位，在内资 PCB 百强企业中排名第 34 位。国内 PCB 行业市场参与者众多，不同的市场参与者均有各自的业务优势和市场定位，而公司的产品主要应用于工控新能源、消费电子和液晶显示等领域，深耕厚铜板、光电板、笔记本电脑触控板等优势产品，在细分领域内具有较强的市场地位，具体情况如下：

应用领域	主要客户	终端产品	细分领域市场竞争地位
工控新能源	阳光电源、首航新能源、上能电气、三晶电气、优优绿能、永联科技、盛弘股份、伍尔特、ABB、汇川技术、英威腾等	光伏逆变器、储能系统、充电桩、变频/伺服器、电机/电控等	公司自成立以来，一直从事电源类 PCB 产品的研发生产，并积极从工业控制向光伏新能源和汽车新能源领域延伸，目前公司的产品已经涵盖了光伏发电、输电、变电、充电、用电等全产业链的电子电力产品。该领域的产品主要以厚铜板产品为主，公司的厚铜板产品在工控新能源领域排名前列，拥有领先的客户群体，具有较强的市场竞争地位。

应用领域	主要客户	终端产品	细分领域市场竞争地位
消费电子	义隆电子、海尔集团、美的集团、海信集团等	笔记本电脑触控模组、空调/冰箱/洗衣机等家电产品	消费电子领域产品种类繁多，包括办公、家居、娱乐、出行等多个细分领域，而公司主要专注于白色家电和电脑触控两大终端产品，第一大客户义隆电子为全球最大的笔记本电脑触控 IC、触控模组、指向装置模组供应商；美的、海尔、海信等客户是全球领先的家电产品供应商。
液晶显示	华星光电、广宇科技、Lumens 等	液晶显示屏光电转换模块、背光模块等	在液晶显示领域，公司的产品以光电板为主，是液晶显示面板光电转换模块的关键零部件，其生产一直被志超、健鼎等台资 PCB 企业所垄断，而公司在光电板产品深耕多年，研发了精细线路制作和大尺寸板涨缩控制等技术，整体水平居国内领先，局部工艺技术达到国际先进水平。公司凭借其领先的技术水平和良好的产品质量，已经成功进入华星光电等全球领先的面板厂商的供应链体系；除此之外，公司正在积极开发京东方、惠科股份、龙腾光电等行业知名客户，致力于成为中国大陆最大的光电板生产基地。

(2) 公司在手订单充足，业绩增长具有可持续性

截至 2022 年 12 月 31 日，公司在手订单金额为 20,262.66 万元，其中，单/双面板在手订单金额为 7,635.92 万元，主要客户为 Lumens 及相关客户、H&T Global Circuit Factory、海尔集团、广宇科技、义隆电子等；多层板在手订单金额为 12,613.58 万元，主要客户为高盛达、广宇科技、首航新能源、台表科、汇川技术等。

公司在手订单按应用领域列示的情况如下：

单位：万元

应用领域	在手订单
工控新能源	7,633.27
液晶显示	6,340.95
消费电子	2,448.03
LED 照明	2,118.24
通信领域	482.88
其他	1,239.29
总计	20,262.66

公司在手订单充足，以工控新能源、液晶显示类（主要为光电板产品）为主，其中工控新能源相关产品附加值较高，该在手订单结构有利于公司经营业绩继续保持增长。

(3) 公司积极进行客户拓展，新客户的导入有助于公司业绩进一步提升

目前，公司在巩固现有客户的基础上，借助优质客户在行业内的影响力，进一步向相关行业知名企业拓展，客户群体覆盖工控新能源、消费电子、液晶显示等多个领域，涉及国内外知名企业。截至本回复出具之日，发行人主要应用领域的客户拓展情况如下：

应用领域	客户名称	基本情况	拓展情况
工控新能源	通力电梯	通力电梯，全球电梯和自动扶梯行业的领先者，致力于为全球 50 多个国家，800 多个地区的建筑商、开发商、业主及建筑设计师提供本地化服务。2021 年，通力的年净销售额达到 105 亿欧元，拥有超过 60,000 名员工。	已通过审厂，样品验证中
	维谛技术	维谛技术，全球领先的关键数字基础设施提供商，涉及数据中心、通信网络、商业和工业等多个领域，在中国、美国、加拿大、印度、巴西以及欧洲多个国家和地区部署有设计与制造中心。2022 年营业收入 55.44 亿美元。	已通过审厂，样品验证中
	施耐德	施耐德，全球电工企业，在能源与基础设施、工业过程控制、楼宇自动化和数据中心与网络等市场处于世界领先地位，世界 500 强，2021 年营业收入 289.05 亿欧元。	进一步接洽中，待审厂
	德兰明海	德兰明海，专注于分布式储能产品和微电网技术的研究及创新，在光伏储能一体化、离并网双向逆变器、能源互联网管理系统等方面处于全球领先地位。产品畅销全球 70 余国家，在日本、美国、德国、澳大利亚、尼日利亚等主要市场设有分支机构。	已通过客户审核，建立客户档案
	固德威	固德威，专注于太阳能、储能等新能源电力电源设备的研发、生产和销售。现已研发并网及储能全线二十多个系列光伏逆变器产品，成为 HIS 权威排名全球逆变器十强品牌，大规模销往全球 100 多个国家和地区。2021 年营业收入 26.78 亿元。	已通过审厂，样品验证中
	上海思格	上海思格，聚焦于新能源产品领域的产品与解决方案创新，提供包括储能 PCS、储能系统解决方案、储能边缘计算解决方案、储能智慧能源云 SIGEN Cloud 的端边云整体解决方案，成为行业优秀品牌。	已通过审厂，样品验证中
消费电子	联想打印机	联想打印机，全球一线打印品牌，依托联想集团在硬件设备和数据积累方面的丰富底蕴，为用户提供智能终端服务。其激光打印机市场占有率居中国激光市场第二，引领增长。	正在接洽中
	视源股份（合肥家电事业部）	视源股份，在音视频技术、信号处理、电源管理、人机交互、应用开发、系统集成等电子产品领域取得市场领先地位，建立了教育数字化工具及服务提供商希沃、智慧协同平台 MAXHUB 等多个业内知名品牌。2021 年营业收入 212.26 亿元。	正在接洽中
液晶显示	京东方	京东方为全球半导体显示龙头企业，在显示领域的市占率、出货量连续多年稳居全球第一。目前，京东方子公	正在接洽中

应用领域	客户名称	基本情况	拓展情况
		司遍布德国、英国、法国、瑞士、日本、韩国等 19 个国家和地区，服务体系覆盖欧、美、亚、非等全球主要地区。2021 年，京东方实现销售收入 2,193 亿元。	
	龙腾光电	龙腾光电是国内知名的液晶显示面板制造商，是国内第一批投建 TFT-LCD 生产线的企业之一，主要从事薄膜晶体管液晶显示器的研发、生产与销售，龙腾光电产品主要应用于笔记本电脑、手机、车载和工控显示系统等显示终端产品。2021 年，龙腾光电实现销售收入 57 亿元。	正在打样阶段
	惠科股份	惠科股份成立于 2001 年，是一家专注于半导体显示领域的中国领先、世界知名的科技公司，主营业务为研发与制造半导体显示面板等核心显示器件及智能显示终端。根据群智咨询数据显示，惠科股份 2021 年度 LCD 电视面板出货量位列全球第三，LCD 显示器面板出货量位列全球第六。2021 年，惠科股份实现销售收入 357 亿元。	样品已通过客户认证，完成初步审厂并在改善中，预期 2023 年形成收入
	天马微电子	天马微电子，是全球范围内提供全方位的客制化显示解决方案和快速服务支持的创新型科技企业。公司将手机显示、车载显示作为核心业务，将 IT 显示作为快速增长的关键业务，市场和行业地位稳步提升。产业基地分布在深圳、上海、成都、武汉、厦门、芜湖、日本等七地，并在德国、美国、日本、韩国、印度等国家以及中国香港地区设有全球营销网络和技术服务支持平台。2021 年营业收入 318.29 亿元。	正在接洽中

(4) 期后业绩预计保持增长趋势

根据目前经营状况，公司 2023 年第一季度业绩预测情况如下：

单位：万元

项目	2023 年第一季度	2022 年第一季度	变动幅度
营业收入	24,500.00 至 27,500.00	25,663.72	-4.53%至 7.16%
净利润	1,800.00 至 2,200.00	385.48	366.95%至 470.72%
扣非后净利润	1,500.00 至 1,900.00	299.89	400.19%至 533.57%

预计 2023 年第一季度可实现的营业收入约 2.45 亿元~2.75 亿元，较上年同期同比变动-4.53%~7.16%；预计 2023 年第一季度可实现归属于母公司股东净利润约 1,800.00 万元~2,200.00 万元，较上年同期同比增长 366.95%~470.72%；预计 2023 年第一季度可实现扣除非经常性损益后归属于母公司股东净利润约 1,500.00 万元~1,900.00 万元，较上年同期同比增长 400.19%~533.57%。上述测算未经会计师审计或审阅，不构成盈利预测，亦不构成业绩承诺。

公司预计 2023 年第一季度营业收入较上年同期变动幅度较小，整体保持稳定，净利润与扣非后净利润同比增长幅度较大，主要系 2022 年第一季度受原材料价格处于高位、利润水平较低的家电类产品收入占比高导致当期净利润金额显著较低，具体情况如下：

①产品结构改善。2022 年第一季度，公司家电类产品收入增长明显，该类产品工艺较为简单、以双面板为主且市场竞争激烈，毛利率相对较低；2022 年第二季度以来，下游光伏逆变器、储能等领域需求旺盛，公司工控新能源客户资源和订单储备充足，该类产品以附加值较高的多层板、厚铜板为主，同时公司减少了对家电类产品的接单量，上述因素综合导致公司 2023 年第一季度产品结构较上年同期改善明显，附加值较高的产品收入占比上升，提升了 2023 年第一季度综合毛利率水平。

②原材料采购价格回落。受 2021 年下半年原材料价格上涨影响，2022 年第一季度原材料采购价格虽有所回落但仍处价格高位，叠加前期为部分客户订单储备原材料的影响，导致 2022 年第一季度产品成本相对较高，导致整体毛利率水平相对较低。后续随着下游电子产品消费减弱、上游原材料厂商新增产能持续释放、上游铜价回落等影响，主要原材料采购价格回落至正常水平，有利于公司 2023 年第一季度利润水平上升。

综上，公司营业收入大幅增长、净利润增幅大于收入增幅具备合理性，营业收入、净利润增长具备可持续性。

（二）结合与代理商导入客户的合作历史、客户开拓过程、对客户的重要性等，进一步说明与相关客户合作的稳定性、可持续性，是否存在代理客户流失的风险。

报告期内，公司主要代理商客户销售收入及占比情况如下：

单位：万元

客户名称	2022 年		2021 年		2020 年		2019 年	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比	收入	占比
义隆电子	11,340.95	39.90%	13,580.51	46.31%	10,075.05	56.21%	143.24	8.98%
广宇科技	4,789.81	16.85%	4,073.57	13.89%	84.45	0.47%	-	-
Lumens 及相关客户	4,914.90	17.29%	5,555.74	18.94%	5,971.34	33.31%	503.71	31.56%

客户名称	2022 年		2021 年		2020 年		2019 年	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比	收入	占比
合计	21,045.66	74.05%	23,209.82	79.14%	16,130.84	89.99%	646.95	40.54%

注 1: Lumens 及相关客户为 Lumens 及其贴片厂商, 包含 Lumens、创维集团、台表科、SDT VINA II CO., Ltd、DAEYOUNG ELECTRONICS VINA CO.LTD 等。

注 2: 2019 年, 公司主要代理商客户收入占比较低, 主要系公司对代理客户华通电脑股份有限公司收入金额 503.29 万元, 占比 31.54%, 2020 年已终止合作。

2019 年至 2021 年, 公司与主要代理商客户的销售收入分别为 646.95 万元、16,130.84 万元和 23,209.82 万元, 逐年增长。2022 年, 公司主要代理客户收入小幅下降, 主要原因为: (1) 义隆电子销售收入下降, 主要系消费电子市场需求疲软, 销量有所下降; (2) Lumens 及相关客户销售收入下降, 主要系受终端客户去库存因素影响, 2022 年下半年订单量减少所致。

公司与上述客户的合作历史, 客户开拓过程及对客户的重要性情况如下:

客户名称	合作历史	开拓过程	占客户同类产品采购比重
义隆电子	2018 年至今	公司与代理商签订代理协议, 代理商以发行人名义对目标客户进行接触, 向客户进行产品宣传和报价, 进行现场审厂, 对公司产能、品质、制程能力、售后服务、体系认证等进行现场考察后, 公司提供样品测试, 合格后开始由小批量供货到批量供货。	20%-50%
广宇科技	2020 年至今		20%-50%
Lumens	2018 年至今		50%以上

根据上表, 公司与主要代理商客户合作时间在 3-5 年左右, 合作时间较长, 公司凭借其良好的产品品质、交付能力、售后保障能力等, 与代理客户的合作规模整体呈增长趋势, 占客户 PCB 采购总额的 20%以上, 是客户主要 PCB 供应商。由于 PCB 产品具有高度定制化的特点, 其供应商认证周期长, 一般会设置 1-2 年的考察期对 PCB 企业的产品质量、技术水平、生产规模、产品交期、环保认证等诸多因素进行全方位考核。对于考核通过的 PCB 企业将会列入客户的合格供应商目录, 双方展开长期的合作, 订单持续稳定, 终端客户考虑到产品品质的稳定性一般不会轻易更换供应商。

根据代理销售模式的开拓及合作过程, 公司与客户从前期的沟通产品需求、确认产品参数、产品送样、产品订单、安排生产计划, 到发货运输、货款结算及售后服务, 双方保持着全流程直接沟通, 公司起主导作用; 而代理商则协助发行人与客户之间的沟通工作, 主要起到辅助沟通的作用。公司与主要代理客户签署

了框架协议，协议有效期为1年及以上，截至本回复出具之日，到期后的合同均已自动续期，且该过程不受代理商制约，不存在合同到期不能续约的风险。

综上，发行人与主要代理商客户的交易规模整体呈上升趋势，与代理客户合作时间均在3年以上，合作时间较长，为主要代理客户的主要PCB供应商，与代理客户的合作稳定且可持续；在代理客户的开拓和合作过程中，发行人起主导作用，且客户粘性较强，代理客户流失的风险较小。

发行人已在招股说明书“重大事项提示”中对代理客户流失的风险进行补充披露，具体情况如下：

“8、代理客户流失及代理收入下降的风险

公司通过代理商导入的客户主要包括义隆电子、广宇科技、Lumens及相关客户等。报告期内，公司代理销售收入金额分别为17,925.26万元、29,328.34万元、28,403.52万元，占当期主营业务收入的比例分别为24.96%、29.59%、25.89%，通过代理商实现的销售收入占比较高。若未来因公司的生产能力、生产效率、产品的质量、价格或服务无法满足客户的要求，或者客户对其上游供应商提出严苛的要求而公司短期内无法达到等原因导致公司主要代理客户流失或大幅削减向公司的采购量，将影响公司收入的增长以及市场占有率的提升。”。

二、申报会计师核查情况

（一）核查程序

针对上述事项，申报会计师执行了以下程序：

1、查阅了2019年至2022年销售收入成本表，了解公司应用领域的收入构成及变动情况；访谈了主要管理人员，了解公司主要客户的导入及拓展情况；查阅发行人财务报表、访谈发行人财务负责人，了解并分析公司净利润增幅大于收入增幅的原因，2023年第一季度业绩预测情况及变动原因；获取了在手订单明细表，了解并分析公司接单情况；了解公司目前新客户的拓展情况、进度，获取客户拓展过程中的审厂记录、样品订单等；

2、查阅了公司与代理商签订的代理协议，访谈了公司业务人员，了解代理商模式下客户拓展的具体流程；访谈了主要代理客户，了解其与公司合作开始的时间，与公司交易金额占其 PCB 采购总额比重，在其供应商中的地位及排名。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、公司营业收入大幅增长、净利润增幅大于收入增幅的原因真实、合理，营业收入、净利润增长具备可持续性；

2、发行人与主要代理商客户的交易规模整体呈上升趋势，合作时间较长，为客户主要的 PCB 供应商，与代理客户的合作稳定且可持续，代理客户流失的风险较小。

问题 3、关于毛利率

申报材料及审核问询回复显示，剔除运输费、报关费及仓储费影响后，报告期发行人主营业务毛利率分别为 20.52%、21.28%、18.15%、16.31%。发行人期后毛利率水平回升，预计 2022 年毛利率与 2021 年持平。

请发行人：

（1）结合毛利率驱动因素进一步量化分析 2022 年上半年细分产品毛利率变动幅度较大的原因及合理性，导致毛利率下滑的因素期后是否消除。

（2）结合 2022 年全年和 2023 年一季度毛利率水平、各应用领域市场竞争情况及发行人议价能力、客户压价情况等，说明发行人主营业务毛利率是否存在进一步下滑风险，并充分提示风险。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、发行人回复

（一）结合毛利率驱动因素进一步量化分析 2022 年上半年细分产品毛利率变动幅度较大的原因及合理性，导致毛利率下滑的因素期后是否消除。

1、结合毛利率驱动因素进一步量化分析 2022 年上半年细分产品毛利率变动幅度较大的原因及合理性

2021 年、2022 年上半年公司细分产品单价、单位成本及毛利率情况如下：

单位：元/平方米

产品类别	2022 年上半年			2021 年		
	单价	单位成本	毛利率	单价	单位成本	毛利率
单/双面板	406.38	345.21	15.05%	404.16	332.26	17.79%
多层板	784.19	644.79	17.78%	815.48	662.84	18.72%
合计	528.13	441.75	16.36%	542.00	443.04	18.26%

注 1：上表毛利率分析不考虑运输费、报关费及仓储费影响，下同；

注 2：公司平面变压器产品收入占比较小，对毛利率变动影响较小，因此未予列示。

2022 年上半年，公司单/双面板、多层板毛利率分别较 2021 年下降 2.74 个百分点、0.94 个百分点，主要系：（1）产品生产成本较高。一方面，受上年度消费电子领域覆铜板备货因素影响，上期末高价覆铜板结存数量较多；另一方面，2022 年上半年，主要原材料采购价格有所下降，但整体采购价格仍处于高位，与 2021 年主要原材料采购价格差异较小；以上因素综合导致公司 2022 年上半年产品生产成本较高；（2）销售单价下降。受消费电子市场需求不振、市场竞争激烈及主要原材料采购下降等因素影响，客户下调产品采购价格；（3）单/双面板的毛利率下降幅度高于多层板，主要系公司上年度末结存的高价覆铜板主要为消费电子领域产品所用覆铜板，其产品主要以单/双面板为主，因此对单/双面板毛利率影响程度更大。

具体情况分析如下：

（1）产品生产成本较高

①2022 年上半年，主要原材料采购价格有所回落，但下降幅度较小，采购价格仍处于高位，同时受材料投产至形成产品销售存在一定时间周期影响，材料价格下降对成本的传导存在一定的滞后性。

2022 年上半年，宏观经济景气度下降，手机等主要消费类电子产品需求降低，叠加上游覆铜板、铜箔厂商新增产能持续释放，市场供给充分，PCB 厂商的议价空间加大；另一方面，金属铜市场价格有所回落以及树脂价格大幅下跌，公司主要原材料覆铜板、铜箔、半固化片等采购价格较 2021 年下半年有所回落，

但受材料投产至形成产品销售存在一定时间周期影响，材料价格下降对成本的传导存在一定的滞后性，因此 2022 年上半年生产领用的原材料价格处于高位，拉高产品生产的直接材料成本。

2022 年上半年主要原材料采购价格及变动具体情况如下：

单位：元/平方米、元/千克

材料	2022 年上半年		2021 年	2021 年下半年
	单价	单价变动	单价	单价
覆铜板	120.96	-6.53%	129.40	137.97
半固化片	12.65	-9.68%	14.00	15.28
铜箔	94.83	-0.22%	95.04	99.71
铜球	65.87	8.19%	60.89	64.61

注 1：覆铜板、半固化片单位为元/平方米、铜球、铜箔单位为元/千克；

注 2：铜球价格为剔除置换后的采购价格；

注 3：2022 年上半年单价变动为较 2021 年平均采购价格变动。

②受 2021 年消费电子领域覆铜板备料因素影响，期末覆铜板材料成本结存成本较高，导致 2022 年一季度覆铜板材料成本较高。

2021 年，下游消费电子市场需求旺盛，且随着铜价上涨，覆铜板价格不断呈上升趋势，公司加大相应覆铜板的原材料储备，但受第四季度终端缺芯等因素影响，客户订单不及预期，期末覆铜板结存数量为 21.78 万平方米，结存数量较多；结存单价为 136.11 元/平方米，高于 2021 年覆铜板平均采购单价，导致 2022 年上半年领用的覆铜板成本较高，拉高了 2022 年上半年产品生产成本。由于消费电子领域的产品主要以单/双面板为主，因此单/双面板毛利率下降幅度大于多层板毛利率下降幅度，具体情况如下：

单位：元/平方米

产品类别	2022 年一季度			2021 年		
	单价	单位成本	毛利率	单价	单位成本	毛利率
单/双面板	402.97	354.73	11.97%	404.16	332.26	17.79%
多层板	803.46	664.04	17.35%	815.48	662.84	18.72%
合计	514.68	441.01	14.31%	542.00	443.04	18.26%

(2) 销售价格下降——受原材料采购价格呈下降趋势、宏观经济波动、电子产品消费疲软影响，公司主要客户降价意愿强烈，议价频率增加，发行人配合客户进行降价

2022 年以来，宏观经济剧烈波动——俄乌冲突进一步推高了能源价格，美联储货币超发带来的全球通货膨胀，以上因素致使全球消费能力下降，下游电子信息相关行业受到冲击，对 PCB 产品的需求影响较大。在此背景下，发行人主要客户降价意愿强烈，议价频率增加，发行人配合客户进行降价。

2022 年 1-6 月，公司向前五大客户的销售收入占比为 36.64%，该类客户与公司协商降价情况具体如下：

客户名称	调价次数	调价情况
义隆电子股份有限公司	1 次	报价单基础价格下调 3.85%
美的集团	3 次	①在前次招投标价格基础上下调约 4%； ②根据前次价格下调约 3%； ③根据前次价格下调约 6%
首航新能源	1 次	双面板降价约 4%、四层板降价约 7%、六层板降价约 7%
Würth Elektronik GmbH & Co. KG	1 次	①项目 A：双面板降价 19%、四层板降价 14%、六层板降价 19%； ②项目 B：双面板、四层板降价约 10%，六层板降价约 9%
海尔集团	4 次	①双面板降价约 2%； ②双面板降价约 4.5%； ③双面板降价约 2%； ④双面板降价约 5%

2、毛利率下滑的因素期后是否消除

2022 年下半年，受上游原料铜价下降、经济景气度下降、上游原材料厂商产能扩张较快等影响，主要原材料采购价格呈下降趋势；同时，受益于下游光伏新能源市场火爆，叠加光电板客户订单增长，公司多层板销量增长明显，产品结构进一步优化，抵消了部分客户降价影响。上述因素综合导致 2022 年主营业务销售毛利率较 2021 年有所回升。

（1）原材料采购价格下降明显，带动直接材料成本下降明显

2022 年初，原材料采购价格仍处于高位，后续受上游原料铜价下降、经济景气度下降、上游原材料厂商产能扩张较快等影响，主要原材料采购价格呈下降趋势，至 2022 年下半年，采购价格下降明显。

2022 年下半年、2022 年上半年，公司主要原材料采购情况及价格变动如下：

单位：万元

材料	2022 年下半年				2022 年上半年		
	金额	金额占比	单价	单价变动	金额	金额占比	单价
覆铜板	12,243.07	46.55%	101.96	-15.71%	14,937.66	50.92%	120.96

材料	2022 年下半年				2022 年上半年		
	金额	金额占比	单价	单价变动	金额	金额占比	单价
铜箔	2,544.64	9.68%	77.65	-18.12%	2,343.79	7.99%	94.83
半固化片	2,445.58	9.30%	10.52	-16.80%	2,187.98	7.46%	12.65
金盐	1,294.56	4.92%	239.73	0.62%	1,167.50	3.98%	238.27
干膜	1,105.91	4.21%	4.80	-6.22%	1,118.87	3.81%	5.12
铜球	998.71	3.80%	24.35	-31.66%	1,459.53	4.98%	35.63
其中：采购	902.00	3.43%	59.15	-10.21%	1,363.61	4.65%	65.87
油墨	928.19	3.53%	45.78	-9.74%	1,095.79	3.74%	50.72
合计	21,560.67	81.98%	-	-	24,311.12	82.87%	-

注：覆铜板、半固化片、干膜单位为元/平方米、铜球、铜箔、油墨单位为元/千克，金盐单位为元/克。

由上表，受 2022 年初原材料采购价格高位、后续上游原料铜价下降、经济景气度下降、上游原材料厂商产能扩张较快等影响，2022 年下半年，除金盐外，公司主要原材料采购均价较 2022 年上半年均有所下降，其中前三大物料覆铜板、铜箔、半固化片的采购价格分别下降 15.71%、18.12%、16.80%，有效降低产品单位直接材料成本。

（2）产品结构优化，多层板销售收入占比显著提升

2022 年下半年、2022 年上半年，公司主营业务收入按产品类别列示情况如下：

单位：万元

项目	2022 年下半年		2022 年上半年	
	收入	收入占比	收入	收入占比
单/双面板	21,390.67	39.97%	29,307.04	52.13%
多层板	32,100.79	59.99%	26,888.84	47.83%
平面变压器	20.06	0.04%	21.46	0.04%
合计	53,511.52	100.00%	56,217.34	100.00%

2022 年下半年，受下游光伏、储能市场需求旺盛，同时光电板客户订单增长影响，公司多层板销售收入增长 19.38%；受 Lumens 终端客户去库存、公司主动减少部分客户接单量等影响，公司背光类、家电类产品销量下降明显，导致单/双面板销售收入下降 27.01%。上述因素综合导致公司产品结构进一步优化，毛利率较高的多层板销售收入占比提升 12.16 个百分点。

（3）毛利率有所回升

2021 年、2022 年 1-6 月、2022 年，公司主营业务收入、主营业务成本、毛利率情况如下：

金额单位：万元

项目	2022 年	2022 年 1-6 月	2021 年
主营业务收入	109,728.86	56,217.34	99,113.79
主营业务成本	88,592.14	47,049.95	81,123.41
毛利	21,136.72	9,167.39	17,990.38
毛利率	19.26%	16.31%	18.15%

注：上述主营业务成本、毛利、毛利率不考虑运输费、报关费、仓储费影响。

由上表，受 2022 上半年期初覆铜板结存成本及原材料采购价格相对较高、客户议价频率增加等因素影响，2022 年 1-6 月主营业务毛利率较 2021 年有所下降。后续受上游原料铜价下降、经济景气度下降、上游原材料厂商产能扩张较快等影响，主要原材料采购价格呈下降趋势，至 2022 年下半年，采购价格下降明显。同时受益于下游光伏新能源市场火爆的影响，叠加光电板客户订单增长，公司毛利率较高的多层板销量增长明显，2022 年下半年多层板销售收入占比达到 59.99%，产品结构进一步优化。

综上，随着原材料采购价格的进一步下降，材料价格下降的影响已逐步传导至直接材料成本，产品成本有所下降；同时，受益于下游光伏新能源市场火爆，叠加光电板客户订单增长，公司多层板销量增长明显，产品结构进一步优化，抵消部分客户降价对毛利率的影响。截至 2022 年末，影响 2022 年上半年毛利率下滑的因素已消除，2022 年主营业务销售毛利率较 2021 年上涨 1.11 个百分点，公司毛利率水平有所回升。

（二）结合 2022 年全年和 2023 年一季度毛利率水平、各应用领域市场竞争情况及发行人议价能力、客户压价情况等，说明发行人主营业务毛利率是否存在进一步下滑风险，并充分提示风险。

1、2022 年全年和 2023 年一季度毛利率水平

2021 年、2022 年及 2023 年第一季度，发行人主营业务毛利率如下：

项目		2023 年第一季度预计数	2022 年度审计数	2021 年度审计数
主营业务毛利率	包含运输费、报关费及仓储费	18.50%~20.50%	17.61%	16.44%
	不含运输费、报关费及仓储费	20.00%~22.00%	19.26%	18.15%

项目	2023 年第一季度预计数	2022 年度审计数	2021 年度审计数
综合毛利率	22.00%~24.00%	21.11%	20.75%

2022 年，公司主营业务毛利率（包含运输费、报关费及仓储费）、综合毛利率分别为 17.61%、21.11%，较 2021 年小幅回升，主要系 2022 年第二季度以来公司主要原材料采购价格有所下降，同时受益于下游光伏新能源市场火爆的影响，附加值较高的工控新能源收入较上年增长 19.03%，带动毛利率水平回升。

2023 年第一季度，公司预计主营业务毛利率（包含运输费、报关费及仓储费）、综合毛利率分别为 18.50%~20.50%、22.00%~24.00%，较 2022 年全年有所上升，主要系：①公司业务延续 2022 年第二季度以来的良好发展趋势，光伏新能源市场景气度持续较高，附加值较高的工控新能源订单良好，收入情况较好；②公司不断优化产品结构，减少部分工艺相对简单、附加值较低的订单承接。

2、各应用领域市场竞争情况

关于各应用领域市场竞争情况，请参见本回复“问题 2、关于收入与客户 • 一 • (一) • 3 • (1)”。

3、发行人议价能力及客户压价情况

(1) 公司议价能力

PCB 下游应用市场分布广泛，主要包括通信、消费电子、汽车电子、工业控制、医疗电子等领域。PCB 行业的成长与下游电子信息产业的发展势头密切相关，两者相互促进。PCB 行业市场竞争充分，各类规模的生产企业众多，但尚没有处于绝对垄断地位的厂商，市场集中度相对较低。

由于 PCB 行业市场竞争充分且公司主要客户以国内外中大型知名品牌客户为主，公司对客户议价能力强弱主要体现在产品工艺技术难度、下游客户的采购规模及其他供应商价格调整能力等。通常，公司提供的产品工艺技术难度越高、下游客户的采购规模越小、客户其他供应商价格调整能力较弱，公司的议价能力越强。

公司产品下游主要集中于工控新能源、消费电子、液晶显示领域等，在细分市场中具有良好的信誉和地位。公司凭借多年来持续的工艺技术和制造经验积累、

良好的产品品质以及稳定的供货能力，具有一定的议价能力。具体而言，公司专注于电源产品 PCB 的自主研发和生产，已形成电源类 PCB 产品（主要为厚铜板）的研发制造优势，在工控新能源领域具有一定的议价能力；公司深耕液晶显示领域多年，对光电板工艺技术持续研发，公司已成为中国大陆少数具备光电板生产能力的企业之一，且产品应用于华星光电等全球前十大的液晶显示面板制造商，打破中国台湾 PCB 厂商垄断，在光电板领域具有一定的议价能力；在消费电子领域，公司是义隆电子主要 PCB 供应商之一，产品主要应用于笔记本触控模组，工艺要求高于普通消费电子类产品，与公司竞争义隆电子份额的主要为中国台湾 PCB 厂商，公司具有一定的议价能力，而对于美的集团等家电类企业，由于其家电类 PCB 工艺较为简单、采购规模大、供应商多，公司的议价能力较弱。

（2）公司与客户调价情况

报告期内，公司对客户采取成本加成一定利润率的报价策略。成本包括基础价及加成价，基础价通常为各层 PCB 的基准价格，加成价通常根据不同产品的工艺、板厚、钻孔数、表面处理方式等要求，在基础价上进行额外加价，并结合客户类型、订单面积、交期、信用情况等因素确定。

①当原材料价格上涨时，公司主动与客户协商进行调价，通过涨价传导原材料价格上涨带来的影响

当覆铜板等主要原材料价格上涨时，公司结合客户的订单需求情况，并参考客户其他 PCB 供应商价格变动，主动与客户协商进行调价，通过产品价格的调整传导原材料价格上涨带来的冲击。

2021 年，公司向前五大客户的销售收入占比为 36.02%，目前该等主要客户均已调价，具体调价情况如下：

客户名称	调价次数	调价情况
义隆电子股份有限公司	3 次	①根据材料实时价格变动调整报价单； ②调整信用期，从月结 90 天变为月结 60 天； ③因材料价格上涨，义隆电子预付部分材料采购款
H&T Global Circuit Factory, LLC	4 次	根据材料实时价格变动调整报价单
FineLine	2 次	①调整整体协议基础价格； ②针对项目制订单，价格上调 20%
Würth Elektronik GmbH & Co. KG	2 次	①调整报价单基础价格； ②各类产品销售价格再次上调 8%

客户名称	调价次数	调价情况
海尔集团	1 次	根据材料价格波动相应调整基础报价单

由上表可知，受产品类型、销售规模、市场竞争等因素的影响，不同客户、不同产品之间的价格调整幅度有所差异，但整体来看，公司已通过自主协调，就主要原材料市场价格走势与主要客户沟通调价。

②当原材料价格下降、市场景气度下降等，公司会配合客户降价并通过调整自身产品结构、提高高附加值产品比重等方式进行积极应对

当覆铜板等主要原材料价格下降时，客户会主动与公司及其他 PCB 供应商协商降价。2022 年，覆铜板、铜箔等主要原材料价格有所下降，同时，宏观经济表现疲软、下游景气度有所下降，PCB 行业竞争进一步加剧，公司主要客户降价意愿强烈，议价频率增加。公司配合客户降价的同时，亦会通过不断调整自身产品结构、提高高附加值产品比重、提升工艺水平和管理水平以降低成本费用支出、推进新客户的开拓等方式进行积极应对。

2022 年，公司向前五大客户的销售收入占比为 33.38%，该类客户与公司协商降价情况具体如下：

客户名称	调价次数	调价情况
义隆电子股份有限公司	2 次	①报价单基础价格下调 3.85%； ②根据板厚、表面处理、是否含卤素，双面板下调 2%-9%，四层板（该客户 2022 年度四层板采购金额占比低于其采购总额的 5%）下调 4%-25%
美的集团	4 次	①在前次招投标价格基础上下调约 4%； ②根据前次价格下调约 3%； ③根据前次价格下调约 6%； ④在前次招投标价格基础上下调约 16%
首航新能源	3 次	①双面板降价约 4%、四层板降价约 7%、六层板降价约 7%； ②双面板降价约 3%、四层板降价约 4%、六层板降价约 5%； ③双面板降价约 3%、四层板降价约 5%、六层板降价约 5%
Würth Elektronik GmbH & Co. KG	1 次	①项目 A：双面板降价约 19%、四层板降价约 14%、六层板降价约 19%； ②项目 B：双面板、四层板降价约 10%，六层板降价约 9%
高盛达	1 次	①A 类产品，降价 4%； ②B 类产品，根据交易量的不同，降价 5%、8%等

4、发行人主营业务毛利率持续下滑的风险较小

2019 年、2020 年、2021 年、2022 年，剔除运输费、报关费及仓储费影响后，公司主营业务毛利率分别为 20.52%、21.28%、18.15%、19.26%。2022 年，公司

毛利率水平有所回升。

2021 年下半年至 2022 年初，公司主要原材料采购价格整体呈上涨趋势，2022 年第一季度起，原材料采购价格有所回落，但受前期增长影响，2021 年第四季度至 2022 年第一季度主要原材料采购价格处于高位。同时，公司主要客户提出了较强的采购意愿，公司根据客户订单需求储备原材料，导致产品材料成本相对较高。此外，受原材料采购价格呈下降趋势、宏观经济波动、电子产品消费疲软影响，公司主要客户降价意愿强烈，议价频率增加，发行人配合客户进行降价。以上因素综合导致公司 2022 年上半年主营业务毛利率（剔除运输费、报关费及仓储费影响后）较 2021 年下降 1.84 个百分点。

2022 年第二季度以来，一方面，公司主要原材料采购价格下降，致使 2022 年自产多层板单位直接材料较 2022 年下降 12.81%，单位成本下降 8.30%；另一方面，受益于下游光伏新能源市场火爆的影响，附加值较高的工控新能源收入增长明显，增幅为 19.03%，带动毛利率水平有所提升。以上因素综合导致 2022 年主营业务毛利率（剔除运输费、报关费及仓储费影响后）较 2021 年上涨 1.11 个百分点，公司毛利率水平有所回升。

综上，发行人 2022 年较 2021 年毛利率有所回升，发行人不存在毛利率逐年持续下降的情形，发行人主营业务毛利率进一步下滑的风险较小。

发行人已于招股说明书“重大事项提示”和“第三节 风险因素·一、与发行人相关的风险”中对上述毛利率进一步下滑的风险进行了补充披露，具体如下：

“6、毛利率进一步下滑的风险

报告期内，公司主营业务毛利率分别为 19.27%、16.44%和 17.61%，剔除运输费、报关费及仓储费影响后的主营业务毛利率分别为 21.28%、18.15%、19.26%。2021 年较 2020 年有所下滑，2022 年较上年有所回升，但未恢复至 2020 年的毛利率水平。公司毛利率水平主要受到市场竞争、产品结构、原材料价格等因素综合影响。

若未来下游行业需求放缓或 PCB 行业竞争加剧导致产品价格下降，公司产品结构发生不利变化，附加值较高的工控新能源产品收入占比下降，原材料价格

大幅上涨且公司无法及时将成本传导至下游客户，亦或公司无法通过提高生产效率、加大技术研发、提升创新能力适应行业发展趋势及客户多样化需求，则公司主营业务毛利率存在进一步下滑的风险。”。

二、申报会计师核查情况

（一）核查程序

针对上述事项，申报会计师执行了以下程序：

1、查阅了销售收入成本表，了解公司产品类别的收入、毛利率情况；查阅了公司采购明细表，了解公司主要原材料价格变动情况；访谈了主要管理人员，了解公司提前备料情况；获取并查阅发行人与主要客户的调价资料；查阅了经审计的财务报表，了解 2021 年、2022 年毛利率变动情况。

2、获取并查阅发行人销售明细表，访谈发行人高管，了解并分析公司主营业务毛利率波动情况；访谈发行人主要客户/主要供应商、发行人采购/销售负责人，了解交易调价机制、产业链上下游的相对地位，获取并查阅发行人与主要客户的调价资料。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、2022 年上半年细分产品毛利率变动原因主要系产品生产成本较高、客户产品降价等因素影响，原因真实、合理；2022 年主营业务毛利率（剔除运输费、报关费及仓储费影响后）较 2021 年上涨 1.11 个百分点，公司毛利率水平有所回升，截至 2022 年末，影响 2022 年上半年毛利率下滑的因素已消除。

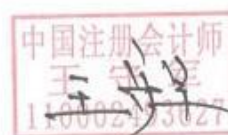
2、报告期，发行人主营业务毛利率不存在持续下滑的情形，发行人已在招股说明书对主营业务毛利率进一步下滑的风险进行了补充披露。

（本页无正文，为《天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）关于惠州市特创电子科技有限公司申请首次公开发行股票并在创业板上市的审核中心意见落实函之回复》天职业字[2023]25805号之签字盖章页）



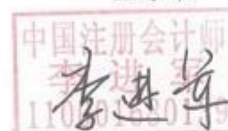
中国注册会计师

（项目合伙人）：



王守军

中国注册会计师：



李进军