



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的
发行注册环节反馈意见落实函的回复



长江证券承销保荐有限公司
CHANGJIANG FINANCING SERVICES CO.,LIMITED

二零二三年四月

深圳证券交易所：

长江证券承销保荐有限公司（以下简称“长江保荐”、“保荐人”或“保荐机构”）作为信音电子（中国）股份有限公司（以下简称“信音电子”、“发行人”、“本公司”、“股份公司”或“公司”）首次公开发行股票并在创业板上市的保荐机构（主承销商），就深圳证券交易所《发行注册环节反馈意见落实函》审核函（2022）011083号所涉及的有关问题，会同发行人、申报会计师大华会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”、“大华会计师”）进行了逐项落实、核查，现根据核查情况，对有关问题答复如下，请予审核。

如无特别说明，本反馈意见落实函答复简称或名词释义与《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招股说明书（注册稿）》（以下简称“招股说明书”）一致。

本反馈意见落实函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。本反馈意见落实函回复中的字体代表以下含义：

黑体	反馈意见落实函所列问题
宋体	对反馈意见落实函所列问题的回复
楷体加粗	对招股说明书的修改、补充

一、关于收入

(1) 2019 年至 2022 年 1-6 月, 笔记本电脑连接器销售收入分别为 43,092.65 万元、46,583.94 万元、54,352.38 万元、22,530.02 万元、占主营业务收入的比例由 2019 年的 60.70% 降至 2022 年 1-6 月的 52.30%。(2) 2020 年和 2021 年笔记本电脑连接器收入分别增长 8.10% 和 16.68%, 主要由于平板电脑和手机对笔记本电脑需求冲击的减弱, 2019 年笔记本电脑出货量开始增长, 加上 2020 年新冠疫情的影响, 许多国家和地区实施锁国封城的策略, 使居家办公和娱乐、远端教学等兴起, 进一步带动了笔记本电脑需求的快速增长, 根据 DIGITIMES Research 统计, 2020 年笔记本电脑出货量较 2019 年增长 17.08%, 2021 年笔记本电脑出货量较 2020 年增长 22.89%。2020 年和 2021 年笔记本电脑需求的增加致使公司笔记本电脑连接器的收入也随之增加。(3) 2022 年 1-6 月, 受部分品牌厂商出货策略和全球及中国笔记本出货量增长放缓的影响, 发行人笔记本电脑连接器收入和占比均有所下滑。(4) 报告期内, 中介机构通过视频、电话、实地走访客户对销售收入进行了核查, 访谈客户的销售收入占营业收入的比例为 79.68%-82.73%, 函证确认收入金额比例为 85.18%-90.13%。

请发行人: (1) 说明 2022 年 1-9 月, 笔记本电脑连接器业务的收入、毛利、销量、平均单价、单位成本及同比变动情况。(2) 结合在手订单、笔记本出货量数据、新冠疫情影响、美国疫情消费补贴政策取消等因素, 进一步分析说明笔记本电脑连接器业务是否存在大幅下滑风险。如存在, 请在招股说明书重大提示部分完善业绩下滑风险相关信息披露。

请保荐机构、申报会计师核查并发表意见。说明收入核查中视频、电话、实地访谈三种方式对应的客户的数量、相应收入金额和占比情况, 通过电话访谈客户的原因及合理性, 是否能够替代实地走访并获取足够信息, HUB 仓库的库存状态、进销存等相关信息是否真实、准确、完整。结合上述情况, 进一步说明收入真实性的核查程序是否充分, 结论是否准确。

回复:

(一) 说明 2022 年 1-9 月, 笔记本电脑连接器业务的收入、毛利、销量、平均单价、单位成本及同比变动情况。

2022 年 1-9 月, 发行人笔记本电脑连接器业务的收入、毛利、销量、平均单

价、单位成本等主要数据及同比变动情况如下：

单位：万元、万件、元/件

项目	2022 年 1-9 月		2021 年 1-9 月
	金额	变动率	金额
销售收入	33,614.90	-16.02%	40,026.47
占主营业务收入比率	50.79%	-6.33%	57.12%
销售毛利	10,076.32	-19.17%	12,465.68
毛利率	29.98%	-1.17%	31.14%
销量	17,965.52	-21.86%	22,990.80
平均单价	1.87	7.47%	1.74
平均单位成本	1.31	9.17%	1.20

2022 年度，发行人笔记本电脑连接器业务的收入、毛利、销量、平均单价、单位成本等主要数据及同比变动情况如下：

单位：万元、万件、元/件

项目	2022 年度		2021 年度
	金额	变动率	金额
销售收入	44,385.32	-18.34%	54,352.38
占主营业务收入比率	51.90%	-6.29%	58.19%
销售毛利	13,480.70	-20.00%	16,851.69
毛利率	30.37%	-0.63%	31.00%
销量	23,473.37	-24.47%	31,077.20
平均单价	1.89	8.00%	1.75
平均单位成本	1.32	9.09%	1.21

2022 年 1-9 月及 2022 年度，发行人笔记本电脑连接器分别实现销售收入 33,614.90 万元和 44,385.32 万元，分别较上年同期减少 16.02%和 18.34%。笔记本电脑连接器销售收入占主营业务收入比率分别为 50.79%和 51.90%，分别较上年同期减少 6.33 个百分点和 6.29 个百分点，销售毛利分别为 10,076.32 万元和 13,480.70 万元，分别较上年同期减少 19.17%和 20.00%，销售数量分别为 17,965.52 万件和 23,473.37 万件，较上年同期减少 21.86%和 24.47%，2022 年 1-9 月平均单价和平均单位成本分别为 1.87 元/件和 1.31 元/件，分别较上年同期增加 7.47%和 9.17%，因平均单价增幅不及平均单位成本，导致毛利率较上年同期下滑 1.17 个百分点至 29.98%。2022 年度平均单价和平均单位成本分别为 1.89 元/件和 1.32 元/件，分别较 2021 年度增加 8.00%和 9.09%，因平均单价增幅不及平均单位成本，导致毛利率较 2021 年度下滑 0.63 个百分点至 30.37%。

根据 Canalsys 最新统计数据，2022 年全年全球笔记本出货量比 2021 年下滑 19%，发行人 2022 年 1-9 月笔记本电脑连接器销售收入、销售毛利和销量分别较上年同期下滑 16.02%、19.17%和 21.86%，2022 年度笔记本电脑连接器销售收入、销售毛利和销量分别较 2021 年度下滑 18.34%、20.00%和 24.47%，均与市场变化基本一致。发行人销售收入降幅低于销量降幅，主要系产品平均单价有所升高所致。

发行人 2022 年 1-9 月及上年同期各产品类型的销售收入、占笔记本电脑连接器收入比率、平均单价、平均单位成本和毛利率的情况如下：

单位：万元、元/件

产品类型	项目	2022 年 1-9 月		2021 年 1-9 月
		金额	变动率	金额
传输连接器	销售收入	16,574.39	-19.37%	20,555.49
	占笔记本电脑连接器收入比率	49.31%	-2.05%	51.35%
	毛利率	27.56%	0.09%	27.47%
	销量	8,723.46	-21.56%	11,121.55
	平均单价	1.90	2.70%	1.85
	平均单位成本	1.38	2.99%	1.34
电源连接器	销售收入	8,845.81	1.04%	8,754.38
	占笔记本电脑连接器收入比率	26.32%	4.44%	21.87%
	毛利率	39.64%	-2.26%	41.91%
	销量	2,533.90	-9.40%	2,796.80
	平均单价	3.49	11.50%	3.13
	平均单位成本	2.11	15.93%	1.82
影音连接器	销售收入	7,017.23	-28.11%	9,760.86
	占笔记本电脑连接器收入比率	20.88%	-3.51%	24.39%
	毛利率	25.05%	-4.93%	29.98%
	销量	6,096.77	-28.89%	8,573.25
	平均单价	1.15	0.88%	1.14
	平均单位成本	0.86	7.50%	0.80
其他	销售收入	1,177.48	23.20%	955.73
	占笔记本电脑连接器收入比率	3.50%	1.12%	2.39%
	毛利率	20.75%	-2.78%	23.54%
	销量	611.40	22.48%	499.20

产品类型	项目	2022 年 1-9 月		2021 年 1-9 月
		金额	变动率	金额
	平均单价	1.93	1.05%	1.91
	平均单位成本	1.53	4.51%	1.46
合计	销售收入	33,614.90	-16.02%	40,026.47
	占笔记本电脑连接器收入比率	100.00%	-	100.00%
	毛利率	29.98%	-1.17%	31.14%
	销量	17,965.52	-21.86%	22,990.80
	平均单价	1.87	7.47%	1.74
	平均单位成本	1.31	9.17%	1.20

发行人 2022 年度及 2021 年度各产品类型的销售收入、占笔记本电脑连接器收入比率、平均单价、平均单位成本和毛利率的情况如下：

单位：万元、元/件

产品类型	项目	2022 年度		2021 年度
		金额	变动率	金额
传输连接器	销售收入	22,278.17	-18.90%	27,469.79
	占笔记本电脑连接器收入比率	50.19%	-0.35%	50.54%
	毛利率	28.38%	0.76%	27.62%
	销量	11,456.59	-23.39%	14,954.70
	平均单价	1.94	5.43%	1.84
	平均单位成本	1.39	4.51%	1.33
电源连接器	销售收入	11,410.71	-9.50%	12,608.77
	占笔记本电脑连接器收入比率	25.71%	2.51%	23.20%
	毛利率	40.28%	-0.89%	41.17%
	销量	3,260.31	-16.98%	3,927.34
	平均单价	3.50	9.03%	3.21
	平均单位成本	2.09	10.58%	1.89
影音连接器	销售收入	9,373.08	-27.67%	12,959.57
	占笔记本电脑连接器收入比率	21.12%	-2.73%	23.84%
	毛利率	24.45%	-4.66%	29.11%
	销量	8,074.80	-29.83%	11,507.69
	平均单价	1.16	2.65%	1.13
	平均单位成本	0.88	10.00%	0.80
其他	销售收入	1,323.35	0.69%	1,314.25
	占笔记本电脑连	2.98%	0.56%	2.42%

产品类型	项目	2022 年度		2021 年度
		金额	变动率	金额
	连接器收入比率			
	毛利率	20.39%	-2.47%	22.86%
	销量	681.67	-0.84%	687.46
	平均单价	1.94	1.57%	1.91
	平均单位成本	1.55	5.10%	1.47
合计	销售收入	44,385.31	-18.34%	54,352.38
	占笔记本电脑连接器收入比率	100.00%	-	100.00%
	毛利率	30.37%	-0.63%	31.00%
	销量	23,473.37	-24.47%	31,077.20
	平均单价	1.89	8.00%	1.75
	平均单位成本	1.32	9.09%	1.21

发行人笔记本电脑连接器产品主要包括传输连接器、电源连接器和影音连接器，上述三种类型连接器销售收入在 2022 年 1-9 月、2022 年度及上年同期占发行人笔记本电脑连接器产品销售收入的比率均在 96%以上。发行人笔记本电脑连接器中传输连接器、电源连接器和影音连接器在 2022 年 1-9 月的销量分别较上年同期下滑 21.56%、9.40%和 28.89%，在 2022 年度的销量分别较 2021 年度下滑 23.39%、16.98%和 29.83%，均与市场变化基本一致。2022 年 1-9 月发行人笔记本电脑连接器中传输连接器和影音连接器销售收入较 2021 年同期分别下滑 19.37%和 28.11%，2022 年度发行人笔记本电脑连接器中传输连接器和影音连接器销售收入较 2021 年度分别下滑 18.90%和 27.67%，均与市场变化基本一致，而电源连接器销售收入在 2022 年 1-9 月较 2021 年同期微增 1.04%，在 2022 年度较 2021 年度下降 9.50%，变动幅度与销量变动存在一定差异，主要系电源连接器在 2022 年 1-9 月及 2022 年度平均单价较上年同期分别上涨了 11.50%、和 9.03%，在一定程度上冲减了销售数量下降的影响。电源连接器单价涨幅较多主要系部分用于笔记本电脑扩展坞、电竞等领域的高单价产品销售增加所致。

发行人笔记本电脑连接器在 2022 年 1-9 月及 2022 年度的平均单价较上年同期有所升高主要系发行人笔记本电脑连接器中电源连接器平均单价及收入占比均有所增加所致，其增加的原因如下：

1、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，发行人笔记本电脑连接器中电源连接器在市场中的竞争力较强；

2、笔记本电脑连接器中电源连接器平均单价上升和收入占比增加主要系部分单价较高的 DW、DC 产品销售收入增加所致，该部分产品主要应用于笔记本电脑扩展坞、电竞等领域。受新冠疫情影响，居家办公的需求持续存在导致部分应用于笔记本电脑扩展坞的 DW、DC 料号产品收入在 2022 年 1-9 月和 2022 年度分别较上年同期增加了 70.55%和 52.22%。同时，发行人笔记本电脑连接器中电源连接器的部分 DW 料号产品应用于电竞机种，其需求增加导致 2022 年 1-9 月和 2022 年度相关收入分别增加了 208.54%和 81.22%。

发行人 2022 年 1-9 月及 2022 年度笔记本电脑连接器平均单位成本较上年同期分别增加了 9.17%和 9.09%，增幅大于销售单价 7.47%和 8.00%的增幅，主要系受以下因素影响：

1、2022 年 1-9 月和 2022 年度，主要受发行人笔记本电脑连接器高单价的电源连接器产品销售收入占比分别较上年同期增加了 4.44 个百分点和 2.51 个百分点等因素的影响，致使发行人平均销售单价分别较上年同期增加了 7.47%和 8.00%，但该部分产品的单位成本也较高，最终致使平均单位成本分别增加了 9.17%和 9.09%；

2、因铜材、塑胶粒等大宗商品价格持续在高位运行，导致整体的材料成本有所升高，2022 年 1-9 月、2022 年度和上年同期发行人采购五金材料和塑胶粒的情况如下：

（1）五金材料

2022 年 1-9 月和上年同期发行人采购五金材料的单价及占比情况如下：

单位：元/千克

项目	2022 年 1-9 月		2021 年 1-9 月	
	单价	占比	单价	占比
磷铜	88.82	62.00%	82.01	59.15%
黄铜	56.54	9.43%	53.64	11.47%
钛铜	203.04	8.44%	208.46	15.19%
其他	43.73	20.14%	52.40	14.19%

项目	2022 年 1-9 月		2021 年 1-9 月	
	单价	占比	单价	占比
合计	65.87	100.00%	66.85	100.00%

2022 年度和 2021 年度发行人采购五金材料的单价及占比情况如下：

单位：元/千克

项目	2022 年度		2021 年度	
	单价	占比	单价	占比
磷铜	85.43	62.82%	85.57	63.22%
黄铜	55.87	9.56%	54.56	10.57%
钛铜	205.43	7.95%	207.89	13.22%
其他	65.11	19.66%	71.48	12.99%
合计	64.10	100.00%	69.21	100.00%

由上表可知，发行人 2022 年 1-9 月、2022 年度和上年同期采购的主要五金材料为铜材，其中磷铜和黄铜的占比较高，2022 年 1-9 月发行人采购的磷铜和黄铜单价较上年同期上升了 9.38%，2022 年度发行人采购的磷铜和黄铜单价较 2021 年度上升了 0.92%，导致铜材的材料成本有所上升。2022 年 1-9 月、2022 年度和上年同期铜的公开市场价格与发行人磷铜和黄铜的采购单价情况如下：

单位：元/千克

项目	2022 年 1-9 月	2021 年 1-9 月	变动率
铜的公开市场价格	68.26	67.67	0.87%
发行人磷铜和黄铜的采购单价	82.60	75.52	9.38%

数据来源：wind

单位：元/千克

项目	2022 年度	2021 年度	变动率
铜的公开市场价格	67.53	68.47	-1.37%
发行人磷铜和黄铜的采购单价	79.86	79.13	0.92%

数据来源：wind

发行人采购的磷铜和黄铜单价与铜的公开市场价格存在差异，主要系铜、黄铜和磷铜成分存在差异所致，公司查询的公开市场的铜价为电解铜铜价，磷铜又叫青铜，是铜锡合金，在铜里边加 3%-5%的锡和 0.03%-0.3%的磷，可以大大改善铜的强度和韧性。黄铜是由铜和锌所组成的合金。黄铜分为普通黄铜和特殊黄铜两种，普通黄铜是只是由铜、锌组成的黄铜，特殊黄铜是由二种以上的元素组成

的多种合金，特殊黄铜强度高、硬度大、耐化学腐蚀性强，切削加工的机械性能也较突出。由于磷铜和黄铜需铜材要融入其他微量金属元素并进行加工，因此磷铜和黄铜的单价较公开市场查询的电解铜单价存在一定差异，发行人采购的磷铜和黄铜的采购价格与铜的公开市场价格波动趋势基本一致。

（2）塑胶粒

2022 年 1-9 月、2022 年度和上年同期发行人塑胶粒的单价及占比情况如下：

单位：元/千克

项目	2022 年 1-9 月		2021 年 1-9 月	
	单价	占比	单价	占比
PA 塑胶	61.42	54.25%	56.08	55.68%
LCP 塑胶	70.84	25.71%	59.00	26.13%
其他	33.66	20.04%	31.24	18.18%
合计	54.30	100.00%	49.56	100.00%

单位：元/千克

项目	2022 年度		2021 年度	
	单价	占比	单价	占比
PA 塑胶	60.76	54.17%	57.34	56.50%
LCP 塑胶	71.75	26.46%	59.57	26.37%
其他	33.23	19.37%	32.25	17.13%
合计	54.25	100.00%	51.04	100.00%

由上表可知，发行人 2022 年 1-9 月、2022 年度和上年同期采购的主要塑胶粒为 PA 塑胶和 LCP 塑胶。2022 年 1-9 月发行人采购的 PA 塑胶和 LCP 塑胶单价分别较上年同期上升 9.52%和 20.07%，2022 年度发行人采购的 PA 塑胶和 LCP 塑胶单价分别较 2021 年度上升 5.96%和 20.45%，导致材料成本有所上升。PA 塑胶和 LCP 塑胶不存在大宗商品市场公开价格，但 PVC 塑胶存在大宗商品市场的公开价格。

2022 年 1-9 月、2022 年度和上年同期 PVC 塑胶的公开市场价格与发行人 PA 塑胶和 LCP 塑胶的波动情况如下：

单位：元/千克

项目	2022 年 1-9 月	2021 年 1-9 月	变动率
PVC 的公开市场价格	8.21	9.42	-12.85%
发行人 PA 塑胶的采购单价	61.42	56.08	9.52%

项目	2022 年 1-9 月	2021 年 1-9 月	变动率
发行人 LCP 塑胶的采购单价	70.84	59.00	20.07%

数据来源：wind

单位：元/千克

项目	2022 年度	2021 年度	变动率
PVC 的公开市场价格	7.71	9.75	-20.92%
发行人 PA 塑胶的采购单价	60.76	57.34	5.96%
发行人 LCP 塑胶的采购单价	71.75	59.57	20.45%

数据来源：wind

2022 年 1-9 月和 2022 年度 PVC 的公开市场价格分别较上年同期减少 12.85% 和 20.92%，与发行人 PA 塑胶和 LCP 塑胶的采购单价变动趋势不一致，主要原因如下：

①PA 和 LCP 塑胶与 PVC 塑胶产品性能及应用差异较大，其市场价格和需求情况也存在一定的差异；

②PA 和 LCP 塑胶按照产地、功能性等因素也分为多个不同的类型，且不同类型之间存在一定的价格差异，PA 塑胶的单价主要受到产地和类型的影响，LCP 塑胶的单价主要受到产地、类型、强度、含玻纤量、耐温性等因素的影响。发行人主要按照具体连接器的需求采购对应特性的 PA 和 LCP 塑胶，部分类型的 PA 和 LCP 塑胶供给较为紧缺，导致价格较高；

③发行人采购的塑胶整体规模不大，因对品质要求较高，主要都是进口，且受采购的主要 PA 和 LCP 塑胶种类供给相对紧张的影响，议价能力相对较弱，对市场价格的调整具有一定的滞后性。

综上、受铜材、塑胶粒等大宗商品价格持续在高位运行的影响，发行人整体的材料成本有所升高。

3、受公司产能利用率下降影响，单位产品分摊的固定成本增加，导致单位制造费用有所升高。

发行人 2022 年 1-9 月和 2022 年度笔记本电脑连接器毛利率分别较上年同期下滑 1.17 个百分点和 0.63 个百分点，主要系笔记本电脑连接器中电源连接器在 2022 年 1-9 月和 2022 年分别较上年同期下滑 2.26 个百分点和 0.89 个百分点以及笔记本电脑连接器中影音连接器在 2022 年 1-9 月和 2022 年分别较上年同期下滑 4.93 个

百分点所致和 4.66 个百分点所致，具体情况如下：

1、笔记本电脑连接器中电源连接器各类型产品毛利率情况

2022 年 1-9 月和 2021 年 1-9 月笔记本电脑连接器中电源连接器分产品类别的毛利率和收入占比情况如下：

产品类别	2022 年 1-9 月		2021 年 1-9 月	
	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比
DW	39.09%	61.88%	42.07%	62.93%
DC	40.53%	38.12%	41.64%	37.07%
合计	39.64%	100.00%	41.91%	100.00%

2022 年度和 2021 年度笔记本电脑连接器中电源连接器分产品类别的毛利率和收入占比情况如下：

产品类别	2022 年度		2021 年度	
	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比
DW	39.54%	61.42%	41.01%	64.60%
DC	41.46%	38.58%	41.48%	35.40%
合计	40.28%	100.00%	41.17%	100.00%

由上表可知，2022 年 1-9 月和 2022 年度笔记本电脑连接器中电源连接器较上年同期下滑主要系收入占比较高的 DW 系列产品毛利率分别较上年同期下滑 2.97 个百分点和 1.47 个百分点所致，DW 系列产品毛利率下滑主要系收入占比较高的 2DW3205、2DW3138 系列部分料号受材料价格高位运行和单位产品固定成本分摊增加的影响导致单位成本上升从而致使毛利率下降。2022 年 1-9 月和 2022 年度公司在固定资产规模变动不大的情况下，产量分别较上年同期减少了 25.46%和 29.18%，导致单位产品分担的固定成本增加，假定其他条件不变，因产量下降导致每件产品分摊固定成本增加分别在 30%和 40%以上。

2、笔记本电脑连接器中影音连接器各类型产品毛利率情况

2022 年 1-9 月和 2021 年 1-9 月笔记本电脑连接器中影音连接器分产品类别的毛利率和收入占比情况如下：

产品类别	2022 年 1-9 月		2021 年 1-9 月	
	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比
Audio	27.61%	81.32%	33.52%	84.08%
HDMI	13.88%	18.68%	11.31%	15.92%

产品类别	2022 年 1-9 月		2021 年 1-9 月	
	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比
合计	25.05%	100.00%	29.98%	100.00%

2022 年度和 2021 年度笔记本电脑连接器中影音连接器分产品类别的毛利率和收入占比情况如下：

产品类别	2022 年度		2021 年度	
	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比
Audio	26.81%	81.52%	32.48%	83.18%
HDMI	14.03%	18.48%	12.42%	16.82%
合计	24.45%	100.00%	29.11%	100.00%

由上表可知，2022 年 1-9 月和 2022 年度笔记本电脑连接器中影音连接器较上年同期下滑主要系收入占比较高的 Audio 系列产品毛利率分别下滑 5.90 个百分点和 5.67 个百分点所致，Audio 系列产品毛利率下滑主要为：①2022 年 1-9 月和 2022 年度收入占比较高的 2SJ3166、2SJ3127 系列部分料号受材料价格高位运行和单位产品固定成本分摊增加的影响导致单位成本分别上升了 8.39%和 13.06%，拉低了 Audio 系列毛利率；②2022 年 1-9 月和 2022 年度 2SJ3095 系列等部分毛利率本就相对较低的料号收入占比有所增加，叠加单位产品固定成本分摊增加等因素最终导致 2SJ3095 系列毛利率分别下降了 4.53 个百分点和 4.12 个百分点，从而导致 Audio 系列的毛利率有所下滑；③2022 年 1-9 月和 2022 年度公司在固定资产规模变动不大的情况下，产量分别较上年同期减少了 25.46%和 29.18%，导致单位产品分担的固定成本增加，假定其他条件不变，因产量下降导致每件产品分摊固定成本增加分别在 30%和 40%以上。

综上，发行人 2022 年 1-9 月和 2022 年度笔记本电脑连接器业务的收入、毛利、销量、平均单价、单位成本、毛利率较上年同期变动的原因合理，其变动情况与市场变化基本一致。

（二）结合在手订单、笔记本出货量数据、新冠疫情影响、美国疫情消费补贴政策取消等因素，进一步分析说明笔记本电脑连接器业务是否存在大幅下滑风险。如存在，请在招股说明书重大提示部分完善业绩下滑风险相关信息披露。

1、在手订单情况

（1）2022 年 9 月 30 日和 2022 年 12 月 31 日的在手订单对比情况

公司截至 2022 年 9 月 30 日和截至 2022 年 12 月 31 日的在手订单对比情况如下：

单位：万元

项目	截至 2022 年 12 月 31 日	截至 2022 年 9 月 30 日	变动金额	变动比率
笔记本电脑连接器在手订单	12,345.61	10,531.67	1,813.94	17.22%
消费电子连接器在手订单	5,471.15	5,364.05	107.10	2.00%
汽车及其他连接器在手订单	5,714.58	5,922.59	-208.00	-3.51%
合计	23,531.34	21,818.31	1,713.03	7.85%

截至 2022 年 9 月 30 日，公司在手订单金额为 21,818.31 万元，其中笔记本电脑连接器在手订单金额为 10,531.67 万元，消费电子连接器在手订单为 5,364.05 万元、汽车及其他连接器在手订单为 5,922.59 万元，笔记本电脑连接器在手订单占公司在手订单总金额的比例为 48.27%。截至 2022 年 12 月 31 日，公司在手订单金额为 23,531.34 万元，其中笔记本电脑连接器在手订单金额为 12,345.61 万元，消费电子连接器在手订单为 5,471.15 万元、汽车及其他连接器在手订单为 5,714.58 万元，笔记本电脑连接器在手订单占在手订单总金额的比例为 52.46%。公司 2022 年末整体订单较 2022 年 9 月末增加 7.85%，其中笔记本电脑在手订单金额较 2022 年 9 月末增加 1,813.94 万元，消费电子连接器和汽车及其他连接器在手订单较 2022 年 9 月末变动不大。截至 2023 年 3 月 31 日，公司在手订单金额为 24,844.89 万元，较 2022 年末增长 5.58%，其中笔记本电脑连接器在手订单金额为 12,692.46 万元，消费电子连接器在手订单为 5,744.44 万元、汽车及其他连接器在手订单为 6,408.00 万元，较 2022 年末分别增加 2.81%、5.00%和 12.13%。公司在手订单金额未出现大幅下滑的情形。

（2）2022 年 9 月 30 日、2022 年 12 月 31 日及 2023 年 3 月 31 日在手订单分别较上年同期对比情况

①公司截至 2022 年 9 月 30 日的在手订单分别较上年同期的对比情况如下：

单位：万元

项目	截至 2022 年 9 月 30 日	截至 2021 年 9 月 30 日	变动金额	变动比率
笔记本电脑连接器在手订单	10,531.67	13,012.83	-2,481.16	-19.07%
消费电子连接器在手订单	5,364.05	7,601.33	-2,237.28	-29.43%
汽车及其他连接器在手订单	5,922.59	5,079.26	843.33	16.60%

项目	截至 2022 年 9 月 30 日	截至 2021 年 9 月 30 日	变动金额	变动比率
合计	21,818.31	25,693.42	-3,875.11	-15.08%

②公司截至 2022 年 12 月 31 日的在手订单分别较上年同期的对比情况如下：

单位：万元

项目	截至 2022 年 12 月 31 日	截至 2021 年 12 月 31 日	变动金额	变动比率
笔记本电脑连接器在手订单	12,345.61	13,998.01	-1,652.40	-11.80%
消费电子连接器在手订单	5,471.15	7,158.01	-1,686.86	-23.57%
汽车及其他连接器在手订单	5,714.58	5,459.31	255.27	4.68%
合计	23,531.34	26,615.33	-3,083.99	-11.59%

③公司 2023 年 3 月 31 日在手订单分别较上年同期的对比情况如下：

单位：万元

项目	截至 2023 年 3 月 31 日	截至 2022 年 3 月 31 日	变动金额	变动比率
笔记本电脑连接器在手订单	12,692.46	12,374.20	318.26	2.57%
消费电子连接器在手订单	5,744.44	6,304.53	-560.10	-8.88%
汽车及其他连接器在手订单	6,408.00	5,227.93	1,180.07	22.57%
合计	24,844.89	23,906.66	938.23	3.92%

2022 年 9 月 30 日和 2022 年 12 月 31 日在手订单情况较上年同期均有所下滑，但在 2022 年 12 月 31 日的下滑幅度有所收窄，其中笔记本电脑连接器和消费电子连接器在手订单在 2022 年 9 月 30 日和 2022 年 12 月 31 日均较上年有所下滑，汽车及其他连接器在手订单均较上年有所升高。

2023 年 3 月 31 日在手订单较上年同期增加 3.92%，其中笔记本电脑连接器较上年同期增长 2.57%，消费电子连接器较上年同期分别下滑 8.88%，汽车及其他连接器在手订单较上年同期增加 22.57%。

2022 年 9 月 30 日和 2022 年 12 月 31 日笔记本电脑连接器在手订单较 2021 年同期下滑较多，主要是因为 2021 年行业景气度较高，且叠加新冠疫情影响，根据 DIGITIMES Research 统计，2021 年笔记本电脑出货量较 2020 年增长 22.89%，受此影响公司 2021 年笔记本电脑连接器收入较 2020 年增长 16.68%，这种情况一直持续至 2022 年一季度，因此 2021 年 9 月末和 2021 年末公司笔记本电脑连接器在手订单金额也较高。2022 年下半年因疫情新增需求已相对饱和，全球通胀及成熟国家加息等因素影响，笔记本电脑出货量从 2022 年第二季度开始下滑，根据

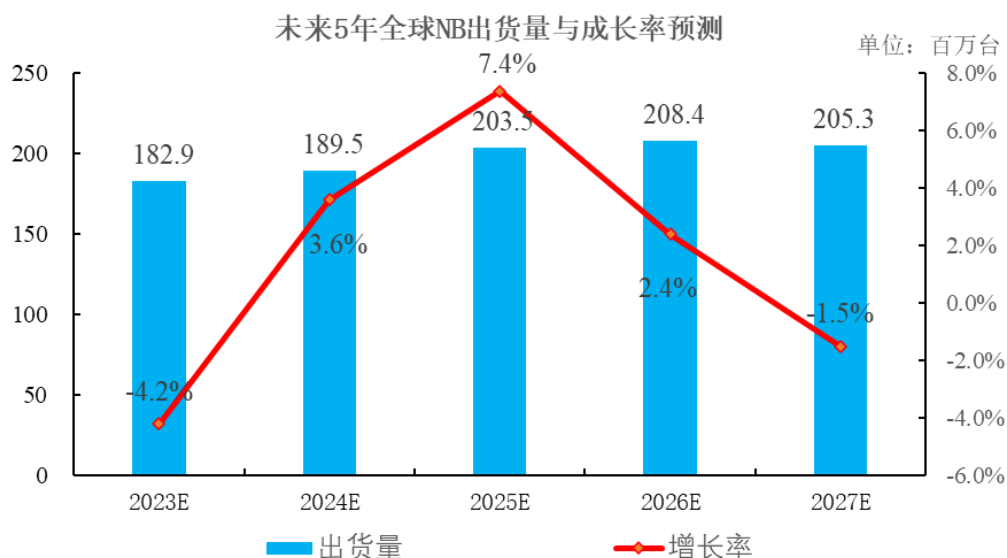
Canalys 最新统计数据，2022 年全年全球笔记本出货量比 2021 年下滑 19%。受此影响，公司 2022 年笔记本电脑连接器收入和占比均出现下滑，2022 年全年笔记本电脑连接器收入较 2021 年全年下滑 18.34%，因此 2022 年 9 月末和 2022 年年末公司笔记本电脑连接器在手订单金额较 2021 年同期下滑较多。根据 DIGITIMES Research 最新行业研究报告，预计 2023 年笔记本电脑出货量较 2022 年将下滑 4.2%，且 2023 年一季度将是笔记本电脑出货量低点，后三季度会逐季回暖，受此预期影响，公司 2022 年末笔记本电脑连接器在手订单金额较 2021 年下滑幅度有所收窄，公司 2023 年 3 月 31 日笔记本电脑连接器在手订单金额将较上年同期小幅增加 2.52%，公司笔记本电脑连接器在手订单情况持续向好。公司不断推出笔记本电脑连接器新产品并积极向客户推广，目前已有一款新产品通过客户验证，即将进入小批量生产阶段，预计在 2 季度将进入批量生产阶段，预计该新产品 2023 年将贡献超过 5% 的新增收入，一定程度上抵消笔记本电脑出货量对发行人笔记本电脑连接器收入下滑的影响。

公司 2022 年实现销售收入 87,373.74 万元，较 2021 年下滑 8.16%，其中笔记本电脑连接器收入为 44,385.32 万元，较 2021 年下滑 18.34%，消费电子连接器收入为 24,815.58 万元，较 2021 年下滑 3.36%，汽车及其他连接器收入为 16,318.14 万元，较 2021 年上升 22.07%。

根据目前笔记本电脑连接器客户下单情况，判断公司笔记本电脑连接器收入不会出现持续大幅下滑的情况。

2、笔记本出货量数据

因新冠疫情增加的需求已相对饱和，全球通膨及成熟国家激进加息等因素影响，笔记本电脑出货量从 2022 年第二季度开始下滑，根据 Canalys 最新统计数据，2022 年全年全球笔记本出货量比 2021 年下滑 19%，根据 DIGITIMES Research 2022 年 10 月最新研究报告，2023 年笔记本电脑需求仍将面临不利因素，笔记本电脑出货量较 2022 年仍将减少 4.2%。但未来 5 年笔记本出货量仍将维持高位，年均复合增长率约为 1.5%，好于 2020 年疫情前水平。



数据来源：DIGITIMES Research, 2022/10, DIGITIMES Research 将可拆卸式机种归类为平板电脑，故在此笔记本电脑出货量统计未计入该类产品

根据 Canalys 最新统计数据，2022 年全年全球笔记本出货量比 2021 年下滑 19%，根据经审计财务数据，公司 2022 年笔记本电脑连接器收入较 2021 年同期下降 18.34%，下滑较多，预计 2023 年下滑幅度较小，不存在持续大幅下滑的风险。

3、新冠疫情影响

2020 年、2021 年受新冠疫情影响，许多国家和地区实施锁国封城的策略，使居家办公和娱乐、远端教学等兴起，同时由于平板电脑和手机对笔记本电脑需求冲击的减弱，2020 年和 2021 年笔记本电脑连接器收入分别增长 8.10% 和 16.68%。

2022 年上半年，受芯片短缺，上海周边疫情等因素影响，笔记本电脑供应链受到限制，惠普、戴尔等品牌厂商调整了出货策略，导致公司笔记本电脑连接器收入和占比均有所下滑。2022 年下半年为了应对通胀失控，以美国为首的西方国家开始进入加息通道，抑制了市场需求，也加剧了对全球经济衰退的预期，同时境外许多国家和地区调整了对新冠疫情的管控策略，部分笔记本品牌商不断下调出货目标，根据 Canalys 最新统计数据，2022 年全年全球笔记本出货量比 2021 年下滑 19%，受此影响，公司 2022 年经审计笔记本连接器销售收入较 2021 年减少 18.34%，下滑较多。

2023 年预计新冠疫情将持续，但随着我国对新冠疫情管控政策的调整，预计我国市场需求将出现反弹，对供应链影响将减缓，而西方国家通胀预计将减缓，但仍可能处于高位，综合上述因素，可能导致笔记本出货量较 2022 年仍有小幅下滑。

4、美国疫情消费补贴政策取消情况

美国的疫情补贴政策主要是直接向符合条件的居民发放现金或食品券，为符合条件的中小企业提供低息经济灾难援助贷款、薪资保障计划、保留员工纾困金。除此之外，美国联邦通信委员会（FCC）2021 年 2 月，推出一项 32 亿美元的紧急补贴计划，向低收入美国人在这一特殊时期的上网、IT 等需求提供经济帮助。2022 年 1 月前后，上述政策已陆续到期或取消。受疫情和上述补贴政策影响，根据 Canalys 统计数据，美国 PC（含平板电脑）出货量 2020 年和 2021 年分别为 82.8 百万台、89.7 百万台，2021 年较 2020 年增长 8.4%。随着 2022 年初美国疫情补贴政策到期或取消，美国放松防疫政策，员工们陆续返回公司办公，加上美国通胀失控，进入加息通道，一定程度上又抑制了需求，受上述因素综合影响美国笔记本电脑出货量下滑，根据 Canalys 统计数据 2022 年前三季度，美国笔记本电脑出货量较 2021 年同期分别下降 22%、23%、14%。公司产品笔记本电脑连接器产品主要销售到保税区，由品牌商及其代工厂将笔记本终端产品生产、组装后销售到世界各地。美国是笔记本电脑主要消费市场之一，美国疫情消费补贴政策取消一定程度上影响了笔记本电脑出货量，进而间接影响了公司笔记本电脑连接器产品的销售。

综上，2022 年上半年受芯片短缺，上海周边疫情等影响，笔记本供应链一定程度上受到影响，2022 年下半年为了应对通胀失控，以美国为首的西方国家开始进入加息通道，美国调整了疫情补贴政策，抑制了市场需求，也加剧了对全球经济衰退的预期，根据 Canalys 最新统计数据，2022 年全年全球笔记本出货量比 2021 年下滑 19%，根据 DIGITIMES Research 2022 年 10 月最新研究报告，2023 年预计全球通胀情况将有所好转但仍然维持高位，虽然我国防疫政策调整在需求和供给端对全球笔记本电脑行业都有积极影响，但预计 2023 年全球笔记本电脑出货量仍将小幅下滑，受此影响，根据 2022 年经审计数据，公司 2022 年全年笔记本电脑连接器销售收入较 2021 年同期下滑 18.34%，但根据公司目前在手订单情况和新

产品对收入的贡献，预计 2023 年公司笔记本电脑连接器销售收入有继续下滑的风险，但不会出现持续大幅下滑的情况。公司笔记本电脑连接器销售收入下滑的情况已经在招股说明书“重大事项提示”和“第四节 风险因素”之“二、经营风险”补充披露如下：

（三）笔记本电脑连接器收入下滑风险

报告期内公司笔记本电脑连接器收入分别为 46,583.94 万元、54,352.38 万元和 44,385.32 万元，占公司主营业务收入的比例分别为 55.06%、58.19%和 51.90%，笔记本电脑连接器收入金额及占比较高。因疫情新增需求已相对饱和，全球通膨及成熟国家加息等因素影响，笔记本电脑出货量从 2022 年第二季度开始下滑，根据 Canalys 最新统计数据，2022 年全年全球笔记本出货量比 2021 年下滑 19%。受此影响，公司 2022 年笔记本电脑连接器收入和占比均出现下滑，根据 2022 年经大华会计师审计数据，2022 年全年笔记本电脑连接器收入较 2021 年全年下滑 18.34%。

根据 DIGITIMES Research 最新预计，2023 年笔记本电脑需求仍将面临不利因素，笔记本电脑出货量较 2022 年仍将减少 4.2%。受此影响，公司 2023 年笔记本电脑连接器收入也面临继续下滑的风险。

（三）说明收入核查中视频、电话、实地访谈三种方式对应的客户的数量、相应收入金额和占比情况，通过电话访谈客户的原因及合理性，是否能够替代实地走访并获取足够信息，HUB 仓库的库存状态、进销存等相关信息是否真实、准确、完整。结合上述情况，进一步说明收入真实性的核查程序是否充分，结论是否准确。

1、视频、电话、实地访谈三种方式对应的客户的数量、相应收入金额和占比情况，通过电话访谈客户的原因及合理性，是否能够替代实地走访并获取足够信息。

（1）报告期客户访谈情况

报告期发行人客户主要是惠普、华硕等国际知名电脑品牌以及广达、仁宝、英业达、纬创、和硕、鸿海、联宝等国际知名代工厂商。中介机构对发行人报告期主要客户（各期前二十大）进行视频、电话、实地走访，了解发行人与主要客

户的交易背景、合作的基本情况、交易结算方式、信用账期的变动情况等信息，从而对发行人报告期内收入的真实性、准确性进行核查。截至报告期末，中介机构走访发行人客户共 33 家，其中视频走访 8 家、电话走访 9 家、实地走访 16 家，分别占客户走访总数的 24.24%、27.27%及 48.49%。报告期内，走访客户对应收入占发行人营业总收入的比例分别为 83.49%、84.21%、84.32%及 84.26%，具体情况如下：

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度	2019 年度
访谈的客户家数	33	33	33	33
访谈覆盖销售金额（万元）A	73,617.56	80,213.77	73,059.10	60,434.66
发行人营业总收入（万元）B	87,373.74	95,134.16	86,763.12	72,386.66
访谈覆盖客户的销售金额占营业收入的比例 A/B	84.26%	84.32%	84.21%	83.49%
视频走访覆盖销售金额（万元）C	32,243.25	38,451.35	26,832.30	20,827.46
视频走访比例 C/B	36.90%	40.42%	30.93%	28.77%
电话走访覆盖销售金额（万元）D	17,216.42	17,430.38	19,927.04	19,980.40
电话走访比例 D/B	19.70%	18.32%	22.97%	27.60%
实地走访覆盖销售金额（万元）E	24,157.89	24,332.04	26,299.76	19,626.80
实地走访比例 E/B	27.66%	25.58%	30.31%	27.12%

（2）采用电话走访的原因及合理性

受新冠疫情影响叠加各地防疫政策限制，针对无法进行实地走访的客户，中介机构优先采取视频的方式对相关客户进行走访。对于不愿意接受视频访谈也无法实地走访的客户，中介机构采取电话访谈的方式进行。

报告期内电话走访客户数量为 9 家，覆盖销售金额占发行人营业收入的比例分别为 27.60%、22.97%、18.32%及 19.70%。

对于电话走访情形，中介机构提前获取受访人名片等身份信息后自行拨通受访人座机电话并保留电话记录，在访谈过程中通过已获取的名片或工牌信息对受访人身份信息进行确认，此外中介机构获取了客户回复的访谈提纲、受访对象名片或工牌等纸质材料，并留存电话访谈的电话记录。中介机构收到的与访谈相关的纸质材料均由客户公司地址直接寄出，不存在快递寄出地址与客户公司地址不一致的情形。

同时通过公开渠道对客户信息进行检索，9 家电话走访的客户，除了联宝（合

肥）电子科技有限公司和昆山茂顺机械工程有限公司外，其余 7 家集团客户母公司均为中国台湾地区上市公司，具体情况如下：

客户名称	企业类型	股票代码	上市地区
和硕	上市公司	4938	中国台湾
光宝集团	上市公司	2301	中国台湾
康舒科技	上市公司	6282	中国台湾
仁宝	上市公司	2324	中国台湾
英业达	上市公司	2356	中国台湾
精英电脑	上市公司	2331	中国台湾
达方	上市公司	8163	中国台湾

针对上述客户，除了取得其工商注册资料外，中介机构还取得了其公开披露的年报，获取主要股东、董事、监察人、高级管理人员等信息。联宝（合肥）电子科技有限公司为联想集团的下属子公司，昆山茂顺机械工程有限公司为捷安特代工厂，中介机构取得了工商资料，查阅了主要股东和管理人员信息，取得了签字或盖章的访谈提纲，通过电话访谈方式确认了相关信息。

为了进一步核实上述电话访谈客户的受访对象和受访情况的真实性，中介机构通过现场访谈方式对光宝科技（常州）有限公司、通过视频访谈的方式对联宝（合肥）电子科技有限公司、昆山茂顺机械工程有限公司以及仁宝、英业达等集团客户受访对象的身份、接受中介机构受访情况以及访谈内容进行了补充核实，通过补充核实，中介机构现场和视频访谈核查情况如下：

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度	2019 年度
访谈的客户家数	33	33	33	33
现场和视频访谈的客户家数	29	29	29	29
现场和视频访谈覆盖客户的销售金额占营业收入的比例	79.57%	80.60%	80.92%	78.15%
电话访谈的客户家数	4	4	4	4
电话访谈覆盖客户的销售金额占营业收入的比例	4.69%	3.72%	3.29%	5.34%

通过补充核查，中介机构通过现场和视频核查客户覆盖收入占比分别为 78.15%、80.92%、80.60%和 79.57%，电话走访的客户覆盖收入比例降低至 5.34%、3.29%、3.72%和 4.69%，占比较低。同时，对于不愿意接受现场或视频补充核查的客户，中介机构通过委托中国台湾地区立丰法律事务所对和硕、精英电脑、达方、康舒科技等集团客户受访对象的身份、接受中介机构受访情况以及受访内容

进行了补充核实。通过补充核查，上述客户的受访对象身份无误，受访情况以及受访内容真实。且上述四家集团客户母公司均为中国台湾地区上市公司，其基本情况如下：

公司名称	股票代码	公司简介
和硕集团	4938	成立于 2008 年，为国际知名的笔记本电脑代工厂商。和硕集团总部位于中国台湾，2021 年实现营业收入 12,637.20 亿新台币
康舒科技	6282	成立于 1981 年，为国际知名交换式电源供应器厂商，主要生产消费性及工业性电源供应器产品，康舒科技总部位于中国台湾，2021 年实现营业收入 219.06 亿新台币
精英电脑	2331	成立于 1987 年，主要生产个人电脑主板、笔记本电脑等电脑及周边产品。精英电脑总部位于中国台湾，2021 年实现营业收入 319.38 亿新台币
达方	8163	成立于 1997 年，达方为国际知名光电与精密原件制造商，达方总部位于中国台湾，2021 年实现营业收入 280.49 亿新台币

上述集团客户营收规模远大于发行人，中介机构通过核对其公开披露年报联系电话和受访对象电话、留存电话访谈记录、委托第三方中介机构补充核查等方式，确认上述四家客户电话访谈获取信息充分、真实可信。

中介机构对上述电话访谈客户进行补充核查的方式及时间情况如下：

客户名称	补充核查方式	核查日期
光宝科技（常州）有限公司	现场访谈	2023 年 1 月 4 日
联宝（合肥）电子科技有限公司	视频访谈	2023 年 1 月 4 日
昆山茂顺机械工程有限公司		2023 年 1 月 5 日
仁宝		2023 年 1 月 13 日
英业达		2023 年 1 月 12 日
和硕		2023 年 1 月 10 日
精英电脑	委托中国台湾地区立丰法律事务所补充核实	2023 年 1 月 9 日
达方		2023 年 1 月 5 日
康舒科技		2023 年 1 月 10 日

依据《关于疫情防控期间证券公司开展保荐承销业务有关事宜的通知》（中证协发[2020]27 号）：“保荐承销机构在疫情防控期间如必须开展现场访谈等工作，建议考虑以视频访谈等有效的非现场核查手段替代现场核查，务必做好相关材料的复核、留档和记录工作，确保核查工作可回溯可检验，核查结论真实、准确、完整。”因此，中介机构采取电话走访的核查方式且采用现场、视频或者委托第三方机构的方式对客户受访对象的身份、接受访谈的情况以及访谈内容真实性进行了补充核查，符合相关规定且完整保留了尽调相关的工作记录，核查工作可

回溯可检验，核查结论真实、准确、完整。

综上所述，受新冠疫情影响中介机构采取的电话访谈客户程序具备合理性且符合相关规定。电话访谈由中介机构直接拨打受访人座机电话并通过名片、工牌等对其身份进行核验，访谈结束后获取客户回复的访谈提纲、受访人名片等纸质材料，并通过公开渠道获取工商资料、年报等信息，且采用现场、视频或者委托第三方机构的方式对客户受访对象的身份、接受访谈的情况以及访谈内容真实性进行了补充核查，能够替代实地走访并获取足够信息，中介机构在收入核查过程中充分履行了客户走访核查程序，结论准确。

（3）对收入真实性的其他核查情况

①函证情况

除了通过视频、电话、实地访谈三种方式对发行人客户进行核查外，保荐机构和申报会计师还分别对发行人主要客户进行了函证，具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度	2019 年度
主营业务收入 A	85,519.04	93,399.83	84,613.21	70,993.04
发函金额 B	72,408.80	79,559.93	74,412.88	67,314.94
发函比例=B/A	84.67%	85.18%	87.94%	94.82%
回函确认金额=C+D	65,910.05	74,053.02	67,834.32	55,184.72
其中：回函相符 C	25,695.39	32,161.29	30,100.22	13,882.99
调节后确认 D	40,214.65	41,891.73	37,734.09	41,301.73
回函确认比例=(C+D)/A	77.07%	79.29%	80.17%	77.73%
未回函替代测试 E	6,498.75	5,506.92	6,578.56	8,802.78
替代测试比例=E/A	7.60%	5.90%	7.77%	12.40%
回函确认+替代测试合计占比=(C+D+E)/A	84.67%	85.18%	87.94%	90.13%

注：表中“回函相符 C”为报告期各期客户对函证中“销售额”没有异议的金额之和。

通过函证以及未回函替代测试，对发行人报告期收入核查比例平均在 84%以上。

②对外销收入的核查

报告期公司外销收入占主营业务收入的比例分别为 87.77%、85.10%、85.00%和 81.61%，外销收入占比在 81%以上。外销收入主要来自境内保税区，报告期内公司销往保税区的收入占主营业务收入的比例分别为 68.16%、66.08%、64.60%和

59.36%，主要系惠普、广达、英业达、仁宝、纬创等主要客户生产工厂位于保税区所致。对外销收入，除了对主要外销客户进行访谈和函证外，还获取了海关数据和出口退税的数据与发行人外销收入进行了比对，并对外销收入进行了抽查，取得了订单、出库单、报关单、HUB 仓出库明细表、签收单、提单、银行回款单等资料；

报告期内发行人海关出口数据、出口退税金额核对情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度	2019 年度
海关出口金额	51,598.15	57,555.47	55,481.07	48,901.05
出口退税金额	4,254.61	5,435.17	5,073.74	4,414.87
境外销售收入	50,837.68	57,270.98	55,991.77	48,732.38
出口退税金额/ 境外销售收入	8.37%	9.49%	9.06%	9.06%
境外销售收入- 海关出口金额	-760.47	-284.49	510.70	-168.67
（境外销售收入 -海关出口金额） /境外销售收入	-1.50%	-0.50%	0.91%	-0.35%

注：发行人的外销收入包含了信音科技对外销售的金额，而信音科技对外销售时不涉及出口退税。只有信音电子、信音汽车电子、中山信音销售给信音科技或者直接出口的情况下才涉及出口退税，此处的境外销售收入为信音电子、信音汽车电子、中山信音销售给信音科技或者直接出口的收入数据。

报告期各期，公司海关出口数据与境外销售收入差异较小，报告期内，出口退税金额与境外销售收入比值为 9.06%、9.06%、9.49%和 8.37%，基本保持稳定，波动较小。

③HUB 仓模式核查

报告期各期发行人主营业务收入以 HUB 仓模式为主，报告期 HUB 仓模式销售占比分别为 60.06%、56.80%、58.97%和 55.87%。针对 HUB 仓模式，保荐机构和申报会计师通过取得并抽查发行人与 HUB 仓之间签署的合同，取得 HUB 仓的出货明细表，对 HUB 仓存货进行盘点等方式对 HUB 仓销售明细情况进行了核查。对 HUB 仓模式核查情况详见本回复“（三）、2、HUB 仓库的库存状态、进销存等相关信息是否真实、准确、完整”部分内容。

④对经销商进行穿透核查

报告期内，公司主营业务采用直销为主，经销为辅的销售模式，报告期经销占比分别为 9.69%、9.14%、10.34%和 12.15%，报告期，保荐人会同其他中介机构对发行人经销商实地走访、电话或视频访谈，核查比例占经销收入的比例平均在 96%以上，除此之外对发行人经销商进行了穿透核查，具体核查情况如下：

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度	2019 年度
穿透核查的经销商家数	6	5	6	6
穿透核查经销商的家数占经销商总数的比例	54.55%	38.46%	50.00%	46.15%
穿透核查覆盖经销商的销售金额（万元）	10,225.99	9,529.02	7,324.80	6,451.81
发行人经销收入（万元）	10,386.56	9,659.75	7,730.39	6,880.22
穿透核查覆盖经销商的销售金额占经销收入的比例	98.45%	98.65%	94.75%	93.77%

对一般经销商取得其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；针对发行人关联经销商台湾信音，中介机构委托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；对发行人关联经销商 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，经核查发行人对经销商实现了真实销售、最终销售。

⑤对资金流水核查

根据原《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》“问题 54”和《监管规则适用指引-发行类第 5 号》的要求，对报告期发行人、发行人子公司及孙公司、发行人子公司的分公司、发行人控股股东及其控制的其他公司、发行人董事（不含独立董事）、监事、高级管理人员以及关键岗位人员、针对截至报告期末在发行人处领取薪酬（不含单独领取董事、监事津贴）的时任及现任董事、监事、高级管理人员近亲属（包括父母、配偶及成年子女）、对发行人最终控股股东台湾

信音现任法人董事代表、监察人或法人监察人代表、高级管理人员报告期资金流水进行了核查，同时委托美国会计师对发行人主要关联方 SE（USA）的资金流水进行了核查。通过核查，上述核查主体与发行人客户之间不存在大额异常资金往来的情形。

2、HUB 仓库的库存状态、进销存等相关信息是否真实、准确、完整

公司采用 HUB 仓模式主要系客户为了实现零库存管理，引入第三方仓储服务公司所致。报告期内，公司主要客户惠普、广达、英业达、仁宝、纬创等均指定公司将货物交至指定的 HUB 仓，公司 HUB 仓主要位于重庆、成都、中山、苏州、昆山、武汉等地，HUB 仓均有存货管理信息系统。

公司 HUB 仓存货包括自公司工厂成品仓送至 HUB 仓库的自产成品，以及因产能不足或自制不经济等原因直接向产成品供应商采购的成品。自产成品由公司根据交货计划安排，自成品仓出货运至 HUB 仓入料，公司 ERP 中成品仓出货后系统自动抛转记录转库收货；外购成品由供应商送货至 HUB 仓并同步提供送货明细给公司和 HUB 仓，公司业务人员根据供应商送货明细及 HUB 仓入库在 ERP 中录入采购信息。公司客户根据实际生产需求从 HUB 仓领料，HUB 仓根据客户领料情况提供领料明细给公司业务人员，业务人员在 ERP 中录入销货信息。公司与 HUB 仓之间定期对账，同时公司与客户定期就 HUB 仓的领料进行对账及结算。公司按内部盘点制度定期对 HUB 仓内存货进行盘点。

（1）各报告期期末，公司 HUB 仓数量及存货余额如下：

项目	2022年12月31日	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日
HUB 仓数量（个）	24	23	23	23
HUB 存货余额（万元）	4,323.22	5,268.95	5,362.53	3,368.71
其中：HUB 仓 1 年以上存货余额（万元）	466.55	123.55	96.53	138.01
HUB 仓 1 年以上存货占比	10.79%	2.34%	1.80%	4.10%

各报告期期末，公司 HUB 仓的数量相对稳定，主要系通过 HUB 仓模式销售的客户在报告期内未发生重大变动。自 2020 年新冠疫情爆发后，居家办公和娱乐、远端教学带动了笔记本电脑快速增长，公司生产和销售规模扩大，客户要求的备货时间延长，导致 HUB 仓各期期末库存较 2019 年期末有所增加。自 2021 年末开始 HUB 仓长库龄的存货增加，主要系由于全球芯片短缺以及笔记本电脑需求放缓

客户取消订单所致，并非滞销或前期销售退回产生，公司针对该部分存货已按照预计可变现净值计提了存货跌价准备。2022 年末公司 HUB 仓 1 年以上存货余额及占比较 2021 年末增加较多，主要是受需求下滑影响，终端品牌厂商如惠普、戴尔等调整了出货策略，公司部分订单出现延期交货甚至被客户砍单的情形，导致公司 HUB 仓 1 年以上存货余额及占比增加较多。

(2) 报告期，公司 HUB 仓进销存情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度	2019 年度
期初余额	5,268.95	5,362.53	3,368.71	3,979.09
本期入库	33,888.75	39,555.19	35,538.07	28,642.45
本期销货	34,720.20	39,577.25	33,338.65	29,061.78
本期报废	99.87	48.55	180.76	160.44
本期领用	14.40	22.97	24.84	30.61
期末余额	4,323.22	5,268.95	5,362.53	3,368.71

2019 年至 2022 年，公司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进行报废。

(3) 对 HUB 仓库的库存状态、进销存等相关信息的其他核查情况

①客户函证情况

对包括 HUB 仓模式交货客户在内的主要客户进行了函证，函证整体情况详见本回复“（三）、1、（3）、①函证情况”部分内容。

②供应商函证情况

向主要供应商发函询证，函证整体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度	2019 年度
采购总额 A	46,042.02	57,078.62	53,619.97	40,805.41
发函金额 B	43,010.67	52,571.18	47,446.13	38,992.81
发函比例=B/A	93.42%	92.10%	88.49%	95.56%
回函金额 C	42,426.68	50,495.50	46,821.46	34,280.97
回函比例=C/A	92.15%	88.47%	87.32%	84.01%

③HUB 仓存货监盘情况

对公司 HUB 仓 2020 年 12 月 31 日、2021 年 12 月 31 日、2022 年 6 月 30 日及 2022 年 12 月 31 日的存货进行了监盘，监盘情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
HUB 仓监盘时间	2023 年 1 月 3 日至 2023 年 1 月 6 日	2022 年 7 月 4 日至 2022 年 7 月 8 日	2022 年 1 月 4 日至 2022 年 1 月 7 日	2021 年 1 月 4 日至 2021 年 1 月 6 日、2021 年 1 月 11 日
HUB 存货余额	4,323.22	4,871.95	5,268.95	5,362.53
HUB 监盘金额	4,083.97	4,731.70	5,048.99	5,047.99
HUB 监盘比例	94.47%	97.12%	95.83%	94.13%

综上，公司 HUB 仓库的库存状态、进销存等相关信息真实、准确、完整。

（四）中介机构核查意见

1、核查手段

保荐人、申报会计师执行了如下核查程序：

（1）取得发行人收入成本明细表、Canalys 研究报告和 DIGITIMES Research 2022 年 10 月最新研究报告等资料，分析 2022 年 1-9 月及 2022 年度发行人笔记本电脑连接器业务的收入、毛利、销量、平均单价、单位成本、毛利率较上年同期变动情况及原因，结合市场变动情况分析其变动与市场趋势是否一致。

（2）取得发行人截至 2022 年 9 月 30 日、2022 年 12 月 31 日以及 2023 年 3 月 31 日在手订单情况和上述日期上年同期的在手订单情况，分析订单变动情况；取得 Canalys 研究报告对 2022 年全年笔记本电脑出货量情况进行分析，取得 DIGITIMES Research 2022 年 10 月最新研究报告，对未来 5 年笔记本电脑出货量预计情况进行分析；通过公开途径检索新冠疫情对笔记本电脑出货量以及笔记本电脑连接器的影响；通过公开途径检索美国疫情补贴相关政策以及变化情况对笔记本电脑出货量的影响，分析对发行人笔记本电脑连接器销售收入的影响。

（3）通过视频、电话、实地走访的方式对发行人报告期内的主要客户进行走访，取得发行人收入成本明细表。依据实际走访情况统计视频、电话、实地访谈三种走访方式对应的客户数量、相应收入金额和占比情况，并分析电话访谈客户的合理性及收入真实性核查程序的充分性；通过现场、视频或者委托第三方机构

的方式对前期电话客户受访对象的身份、接受访谈的情况以及访谈内容真实性进行了补充核查；通过对发行人客户进行函证、取得海关出口数据、HUB 仓出货明细表、对经销商进行穿透核查、核查相关主体资金流水等方式对发行人报告期销售收入真实性进行补充核查。

(4) 中介机构根据公司对 HUB 仓的管理模式，对公司 HUB 仓进销存及库存情况执行了询问、检查、函证、盘点等核查程序，包括：①获取并查阅公司存货管理制度，了解 HUB 仓保管、盘点等内部控制流程，并对其执行穿行测试，申报会计师执行程序评估了其内部控制运行的有效性，保荐机构对申报会计师测试的结果进行了复核；②取得并抽查了公司与 HUB 仓之间签署的合同；③取得报告期内 HUB 仓收发存明细表，分析 HUB 仓存货变动情况，获取库龄明细表，核查其真实性；④直接向 HUB 仓取得公司存货出入库明细表，与公司提供的 HUB 仓出入库明细数据进行核对；⑤检查公司产成品在成品仓与 HUB 仓之间的收发过程，检查公司各主体保税区 HUB 仓入库与海关出口数据，抽查公司与包括 HUB 成品外采在内的主要供应商之间的对账资料，并向主要供应商发函询证；⑥将 HUB 仓出库明细表中销货记录与账面销售记录进行核对，各期检查比例均在 80%以上；⑦对包括 HUB 仓模式交货客户在内的主要客户进行了函证；⑧取得 HUB 仓存货盘点表，申报会计师对 2020 年 12 月 31 日的主要 HUB 仓存货执行监盘程序，保荐机构复核了申报会计师执行的程序及相关的底稿；保荐机构和申报会计师对 2021 年 12 月 31 日、2022 年 6 月 30 日及 2022 年 12 月 31 日的主要 HUB 仓存货执行监盘程序。

2、核查结论

经核查，保荐人和申报会计师认为：

(1) 发行人 2022 年 1-9 月及 2022 年度笔记本电脑连接器业务的收入、毛利、销量、平均单价、单位成本、毛利率较上年同期变动的原因合理，其变动情况与市场变化基本一致。

(2) 受芯片短缺、上海周边疫情等影响、通货膨胀、经济不景气、美国疫情补贴政策调整等抑制了市场需求，2022 年笔记本电脑出货量较 2021 年下滑较多，2023 年预计全球通胀情况将有所好转但仍然维持高位，虽然我国防疫政策调整在需求和供给端对全球笔记本电脑行业都有积极影响，但预计 2023 年全球笔记本电

脑出货量仍将小幅下滑，受此影响，根据经审计财务数据，公司 2022 年全年笔记本电脑连接器销售收入较 2021 年同期将下滑 18.34%，但根据公司目前在手订单情况和新产品对收入的贡献，预计公司笔记本电脑连接器销售收入不会出现持续大幅下滑的情况。公司笔记本电脑连接器销售收入下滑的风险已经在招股说明书补充进行了风险提示。

（3）中介机构因受疫情影响对发行人部分客户进行电话访谈，9 家电话访谈客户除了联宝（合肥）电子科技有限公司、昆山茂顺机械工程有限公司外，其余 7 家客户均为中国台湾地区上市公司，联宝（合肥）电子科技有限公司为联想集团的下属子公司，昆山茂顺机械工程有限公司为捷安特代工厂，中介机构通过年报、工商资料、访谈提纲等获取其主要信息，通过电话访谈的方式予以确认，且后期采用现场、视频或者委托第三方机构的方式对客户受访对象的身份、接受访谈的情况以及访谈内容真实性进行了补充核查，电话访谈客户具备合理性且能够替代实地走访并获取足够信息，收入真实性核查程序充分，结论准确；发行人 HUB 仓库的库存状态、进销存等相关信息真实、准确、完整；通过对发行人客户进行函证、取得海关出口数据、HUB 出货明细表、经销商进行穿透核查、相关主体资金流水等方式对发行人报告期销售收入真实性进行补充核查，结合对发行人客户进行访谈情况，发行人报告期销售收入真实性的核查程序充分，结论准确。公司 HUB 仓库的库存状态、进销存等相关信息真实、准确、完整。

此页以下无正文。

（此页无正文，为信音电子（中国）股份有限公司《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的发行注册环节反馈意见落实函的回复》之签章页）



信音电子（中国）股份有限公司
2023年4月4日

发行人董事长声明

本人已认真阅读《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的发行注册环节反馈意见落实函的回复》的全部内容，确认本次回复报告中不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

董事长：

杨政纲

杨政纲

信音电子（中国）股份有限公司
2023年4月4日

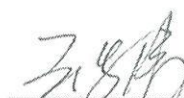


（此页无正文，为长江证券承销保荐有限公司《关于信音电子（中国）股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的发行注册环节反馈意见落实函的回复》之签章页）

保荐代表人：



杜超



王海涛



保荐机构（主承销商）总经理声明

本人已认真阅读《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的发行注册环节反馈意见落实函的回复》的全部内容，了解报告涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，本次回复中不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

总经理：


王 初

长江证券承销保荐有限公司

