



关于江苏泛亚微透科技股份有限公司
首次公开发行股票并在科创板上市的
审核中心意见落实函的回复

保荐机构（主承销商）



（上海市中山南路 318 号东方国际金融广场 2 号楼 24 层）

二零二零年七月

上海证券交易所：

贵所上证科审（审核）[2020]431 号《关于江苏泛亚微透科技股份有限公司首次公开发行股票并在科创板上市的审核中心意见落实函》（以下简称“审核中心意见落实函”）已收悉，江苏泛亚微透科技股份有限公司（以下简称“泛亚微透”、“发行人”、“公司”或“本公司”）会同东方证券承销保荐有限公司（以下简称“保荐机构”或“东方投行”）、广东信达律师事务所（以下简称“发行人律师”）、天健会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”），对审核中心意见落实函涉及的有关事项进行了充分讨论研究，对审核中心意见落实函提出的问题逐项进行了认真核查落实。现就有关问题回复如下，请予审核。

除特别说明外，本审核中心意见落实函回复使用的简称与《江苏泛亚微透科技股份有限公司首次公开发行股票并在科创板上市招股说明书（申报稿）》的含义相同。

审核中心意见落实函所列问题	黑体
对问题的回答、引用原招股说明书内容	宋体
招股说明书修改后的表述或补充披露的内容	楷体、加粗

目录

问题一3

问题二4

问题三7

问题一

请发行人按照《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 41 号——科创板公司招股说明书》的规定，全面梳理“重大事项提示”各项内容，突出重大性，增强针对性，强化风险导向，删除冗余表述，按重要性进行排序，并补充、完善以下内容：公司所处市场为长尾利基市场，单一细分市场规模较小的风险。

回复：

一、请发行人按照《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 41 号——科创板公司招股说明书》的规定，全面梳理“重大事项提示”各项内容，突出重大性，增强针对性，强化风险导向，删除冗余表述，按重要性进行排序

发行人已按照《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 41 号——科创板公司招股说明书》的规定，全面梳理“重大事项提示”各项内容，突出重大性，增强针对性，强化风险导向，删除冗余表述，按重要性原则进行排序并相应修订了披露内容。

二、请发行人补充、完善以下内容：公司所处市场为长尾利基市场，单一细分市场规模较小的风险

发行人已在招股说明书“重大事项提示”补充披露如下：

“三、公司所处市场为长尾利基市场，单一细分市场规模较小的风险

‘利基市场’是指需求没有被服务好的小众市场，具备获取利益的基础，一般具有较高的毛利率。‘长尾’是指拓展开发众多小市场后能够汇聚成与大市场相当的规模。因此，长尾利基市场是指汇聚众多需求量不大或有获取利益基础的市场。公司不同细分产品所处的单一细分市场规模较小，例如：根据公司对 2019 年各细分市场规模的测算，在 ePTFE 微透产品中，透气栓、透气膜国内市场规模约为 1.85 亿人民币、耐水压透声膜全球市场规模约为 25.53-66.38 亿元人民币；汽车密封件国内市场规模约为 77.16 亿元人民币；挡水膜国内市场规模约 7.72 亿元人民币；吸音棉国内市场规模约 23.15 亿元人民币；气体管理产品国内市场规模约在 1.65-2.06 亿元人民币之间；CMD 国内潜在市场规模约为 9.77 亿元人民币。

因此，由于公司不同产品所处单一细分市场规模较小，公司需要不断拓展开发新的应用细分市场，如果未来公司新产品的研发和销售、新的应用领域拓展不

及预期，将对公司经营业绩产生不利影响。”

问题二

请发行人进一步说明公司产品 CMD 泄压阀获得宁德时代订单的具体情况，该产品是否为成熟产品，未来批量供货是否需要进一步认证，认证周期及相关风险。请保荐机构核查并发表明确意见。

回复：

一、发行人说明内容

（一）公司产品 CMD 泄压阀获得宁德时代订单的具体情况

公司产品 CMD 泄压阀对宁德时代 2020 年 1-6 月实现的销售情况以及宁德时代 2020 年 7-12 月预测需求情况如下：

单位：个、万元

产品名称	2020 年 1-6 月		2020 年 7-12 月	
	销售数量	销售金额	预测销售数量	预测销售金额
CMD 泄压阀	1,719	13.29	38,400	296.91

注：1、2020 年 7-12 月预测销售数量系根据宁德时代提供的全年预测需求计划计算所得，预测销售金额系根据预测销售数量与平均销售单价计算所得；2、宁德时代会动态调整其向公司的预测需求计划。

目前，公司 CMD 泄压阀的客户为宁德时代，最终应用于戴姆勒集团的奔驰商务车，制造该车型的主机厂位于德国。2020 年上半年受新冠疫情影响，德国主机厂推迟或减少了向宁德时代的采购计划，导致 2020 年上半年宁德时代向公司的实际采购数量较低。2020 年下半年宁德时代向公司的预测需求数远高于上半年的实际采购数，原因主要有 3 点：一是下半年属于汽车行业的销售旺季，主机厂会加大采购量；二是公司 CMD 泄压阀最终应用的奔驰商务车型已于 2020 年上市，预计下半年进入量产爬坡阶段，这一时期主机厂会加大采购量；三是 2020 年下半年德国新冠疫情逐渐得到控制，主机厂开始执行正常的生产计划，其中包括上半年推迟的生产计划，导致其采购数量会远大于上半年。

（二）CMD 泄压阀是否为成熟产品

CMD 泄压阀系公司集成 CMD 与泄压阀两种产品主要功能而开发的产品，目前主要应用于新能源动力电池包中，该产品主要由 ePTFE 膜、高性能氯化镁干燥剂、具有单向排湿功能的阀体以及能够瞬间释放压力的弹簧结构组成，该产

品与公司 CMD 的主要功能区别在于：CMD 不具备在封闭壳体内部气压急剧升高时快速排出气体、快速释放压力的能力，而 CMD 泄压阀的弹簧结构能够在气压超过临界值后迅速打开、连通壳体内外，迅速排出气体避免壳体发生爆炸。CMD 泄压阀应用在新能源动力电池包中，可在动力电池遭遇碰撞等极端情况下快速发热甚至燃烧时，一定程度上避免或延缓电池爆炸。该产品系公司的一款成熟产品，主要依据如下：

1、已通过重要客户验证并形成销售

公司 CMD 泄压阀经过长期的验证过程已获宁德时代验证通过。2020 年上半年，公司的 CMD 泄压阀产品已经实现对宁德时代的小批量供货并且实现销售收入 13.29 万元。2020 年下半年随着奔驰商务车进入爬坡量产阶段，公司 CMD 泄压阀的销量将有望实现快速增长。

2、CMD 泄压阀的技术与生产工艺已经成熟稳定

如前所述，CMD 泄压阀主要由 ePTFE 膜、高性能氯化镁干燥剂、具有单向排湿功能的阀体以及能够瞬间释放压力的弹簧结构组成。公司具备完善的 ePTFE 膜制造、改性能力，能够根据客户的不同需求生产出具有不同透气水平、耐压能力以及防油等级的 ePTFE 膜；公司生产的氯化镁干燥剂不仅能够克服返卤问题，还能实现红外可逆干燥，最大吸湿率能够达到自身重量的 180%以上；公司具备单向排湿阀体及弹簧结构的设计能力，单向排湿的阀体结构能够保证水汽从电池包内部向外部单向排出，同时防止外部水汽进入到电池包内部，而弹簧结构能够在电池包内气压超过临界值时迅速弹开，释放电池包内部压力。因此，公司已掌握 CMD 泄压阀主要零部件及整体的生产技术与工艺，并已获得 1 项 CMD 泄压阀产品相关的实用新型专利《一种可进行湿度管理的防爆阀》。因此，公司 CMD 泄压阀的技术与生产工艺已经成熟稳定。

综上所述，公司的 CMD 泄压阀产品属于成熟产品。

（三）未来批量供货是否需要进一步认证，认证周期及相关风险

目前，公司的 CMD 泄压阀客户为宁德时代，最终应用于戴姆勒集团的奔驰商务车，在该产品实现批量供货前，经历了 4 个阶段，周期达到 1 年以上，4 个阶段具体如下：

第一阶段为产品外形设计、性能设计阶段。在该阶段，公司与客户反复商讨

产品的设计方案并最终达成一致意见；

第二阶段为快速样件制作阶段。在该阶段，公司小批量、定制化地快速制作出试验样件并提供给客户，由客户对其性能单独进行各项测试认证；

第三阶段为装载测试阶段。在该阶段，公司提供的样件会装载到客户的电池包中，依次进行实验热失控、IPX9K 防水实验、凝露控制实验、车载路试实验等测试认证，并在此过程中反复优化产品设计；

第四阶段为量产准备阶段。在该阶段，公司根据客户的预计需求量安装调试产线，保证能够稳定批量化的生产出满足客户需求的产品。

公司的 CMD 泄压阀为戴姆勒集团奔驰商务车的定制化产品，在产品实现批量供货前，需要经历长时间严格的认证测试，公司产品只有通过全部认证测试之后，才能实现对客户的批量供货。公司 CMD 泄压阀已经通过宁德时代关于戴姆勒集团奔驰商务车的相关认证，公司未来针对该车型的批量供货无需客户的进一步认证。

二、中介机构核查意见

（一）保荐机构核查程序

保荐机构履行了以下核查程序：

1、获取公司 2020 年 1-6 月收入成本明细表，了解 CMD 泄压阀产品客户、销售数量、销售单价以及销售收入等情况，抽样检查客户订单、发货单、销售发票和对账单等支持性文件；

2、检查公司销售人员与宁德时代的往来邮件，确认 CMD 泄压阀产品宁德时代全年预测需求量；

3、访谈公司销售总监，检查公司与宁德时代的往来邮件，了解 CMD 泄压阀产品量产前后客户的认证流程；

4、查阅公司 CMD 泄压阀产品的相关专利。

（二）保荐机构核查意见

经核查，保荐机构认为：

1、公司 CMD 泄压阀属于成熟产品；

2、公司 CMD 泄压阀已经通过宁德时代关于戴姆勒集团奔驰商务车的相关认证，公司未来针对该车型的批量供货无需客户的进一步认证。

问题三

请发行人进一步完善招股说明书相关信息披露内容：公司导入期业务的具体内容，包括但不限于导入期业务与非导入期业务的划分标准、导入期业务的具体构成、收入及毛利润占比情况、竞争优势、市场开拓情况、与目前公司成熟业务之间的区别与联系等。

回复：

一、发行人说明内容

（一）导入期业务与非导入期业务的划分标准

目前公司的主要产品包括：ePTFE 微透产品（包括汽车微透产品、消费电子微透产品和包装微透产品）、密封件、挡水膜、吸隔声产品、气体管理产品、机械设备以及 CMD 7 个大类，均属于公司成熟的产品系列，公司拥有该类产品成熟的技术体系、稳定的生产工艺以及明确的市场定位。

根据增长速度、毛利率水平以及营业收入占比的不同，公司的主营业务可以划分为两类：一类属于高速增长业务，即为导入期业务；一类属于稳定发展业务，即为非导入期业务。

高速增长业务以消费电子微透产品、气体管理产品以及 CMD 为代表，该类产品具有较高的增长速度，较高的毛利率水平，但目前的营业收入占比不高，属于公司未来重点拓展业务领域。

稳定发展业务以汽车微透产品、包装微透产品、密封件、挡水膜、吸隔声产品、机械设备等为代表，该类产品目前增速较为稳定，目前的营业收入占比较高。

（二）导入期业务的具体构成、收入及毛利润占比情况

根据上述划分标准，公司高速增长业务（导入期业务）包括消费电子微透产品、气体管理产品和 CMD，该类产品收入及毛利占主营业务收入及主营业务毛利比重的情况具体如下：

单位：万元、%

产品名称	2019 年				2018 年				2017 年			
	收入 金额	收入 占比	毛利 金额	毛利 占比	收入 金额	收入 占比	毛利 金额	毛利 占比	收入 金额	收入 占比	毛利 金额	毛利 占比
消费电子微透产品	1,569.29	6.43	1,312.14	11.55	975.88	4.70	823.28	8.91	565.16	3.08	472.73	5.85
气体管理产品	1,542.20	6.32	1,136.28	10.00	742.2	3.58	593.15	6.42	44.30	0.24	23.28	0.29

产品名称	2019 年				2018 年				2017 年			
	收入 金额	收入 占比	毛利 金额	毛利 占比	收入 金额	收入 占比	毛利 金额	毛利 占比	收入 金额	收入 占比	毛利 金额	毛利 占比
CMD	265.97	1.09	201.35	1.77	-	-	-	-	-	-	-	-
合计	3,377.46	13.84	2,649.77	23.32	1,718.08	8.28	1,416.43	15.33	609.46	3.32	496.01	6.14

由上表可知，报告期内，公司高速增长业务主营业务收入分别为 609.46 万元、1,718.08 万元和 3,377.46 万元，收入占比分别为 3.32%、8.28%和 13.84%，主营业务毛利分别为 496.01 万元、1,416.43 万元和 2,649.77 万元，毛利占比分别为 6.14%、15.33%和 23.32%，收入复合增长率为 135.41%，收入及毛利处于快速增长阶段，未来增长潜力较大。

报告期内，公司消费电子微透产品、气体管理产品和 CMD 毛利率情况具体如下：

单位：%

产品名称	2019 年	2018 年	2017 年
消费电子微透产品	83.61	84.36	83.65
气体管理产品	73.68	79.92	52.54
CMD	75.70	-	-
合计	78.45	82.44	81.39

注：2017 年气体管理产品毛利率较低，主要原因系 2017 年该产品处于小批量试样阶段。

由上表可知，公司高速增长业务产品毛利率分别为 81.39%、82.44%和 78.45%，毛利率处于较高水平。

（三）竞争优势劣势

公司高速增长业务的竞争优势主要包括：

1、性价比优势

在性能方面，公司的消费电子微透产品、气体管理产品与竞争对手美国戈尔、日本 OZO 的同类产品均处于同一技术水平，而公司 CMD 产品与美国戈尔同类产品相比在性能上更具优势。在售价方面，公司的消费电子微透产品、气体管理产品以及 CMD 的平均售价均低于美国戈尔或日本 OZO 的同类产品。因此，公司该类产品在性价比方面更具优势。

2、消费电子零部件国产化进程加速优势

公司消费电子微透产品的主要竞争对手为美国戈尔。由于受到中美贸易战的影响，为避免零部件发生断供风险，华为等部分中国消费电子厂商正在加速零部件国产化进程，这为公司在消费电子领域的拓展提供了良好机会，未来公司消费

电子微透产品市场占有率有望进一步提高。

公司高速增长业务的竞争劣势主要包括：

1、品牌知名度较低

美国戈尔和日本 OZO 分别在消费电子微透行业和汽车干燥剂行业中深耕多年，是各自行业中的龙头企业。而公司进入消费电子微透行业以及汽车干燥剂行业时间较短，公司品牌在行业中知名度不高，客户推广难度较大、验证时间较长。因此，公司的消费电子微透产品和气体管理产品在品牌知名度上与竞争对手美国戈尔、日本 OZO 相比还存在较大的劣势。

2、产品型号种类较少

对于消费电子微透产品，美国戈尔拥有包括 GAW331、GAW333、GAW334、PE14、PE15 等超过 12 种不同型号的产品，能够满足客户对产品不同性能的要求，而公司的消费电子微透产品主要包括 MV-2SFG-01、MV-7、MV-9、MV-FW-30M 以及 MV-FWS-50M 等 5 种型号，产品型号数量相对较少；对于气体管理产品，日本 OZO 具有 OZO-C、OZO-S、OZO-Y、OZO-Z 4 种干燥剂产品，其中 OZO-C 主要应用于食品及工业产品中，OZO-S、OZO-Y 主要应用于电子和精密设备中（包括车灯），OZO-Z 主要应用于物流包装中。日本 OZO 的干燥剂产品能够满足不同行业客户对干燥剂性能的不同需求，而目前公司的气体管理产品仅包含 5g 与 10g 两种型号，并且均应用于汽车车灯行业，应用领域较为单一。因此，公司高速增长业务的品类数量相比于竞争对手美国戈尔以及日本 OZO 具有一定劣势。

（四）市场开拓情况

报告期内，公司高速增长业务销售规模快速上升，市场开拓良好，具体表现如下：

1、消费电子微透产品

公司消费电子微透产品主要包括耐水压透声膜与 30-50 米高耐水压透声膜。报告期内，公司消费电子微透产品销售规模增长迅速，复合增长率约为 66.63%。耐水压透声膜主要应用于智能手机与智能可穿戴设备中，目前产品已经顺利进入小米、华为、Google 等知名品牌的供应链体系并形成销售收入。高耐水压透声膜主要应用于智能可穿戴设备中，目前，30 米高耐水压透声膜已经进入小米供应

链体系，50 米高耐水压透声膜已经通过 vivo 智能手表的测试认证。

2、气体管理产品

报告期内，公司气体管理产品销售规模增长迅速，复合增长率约为 490.02%。目前公司气体管理产品主要客户覆盖了华域视觉、法雷奥、马瑞利、曼德光电、燎旺车灯、安瑞光电等国内外知名车灯企业，已经应用于上汽大众、长城汽车、通用五菱、吉利汽车等主机厂相应车型，初步实现了对国外干燥剂产品的进口替代。公司已取得华域视觉、法雷奥、马瑞利、曼德光电、燎旺车灯、安瑞光电的供应商资质，且 2019 年气体管理产品已对法雷奥、曼德光电、燎旺车灯和安瑞光电分别形成销售 0.41 万元、635.02 万元、402.85 万元和 320.30 万元。

3、CMD

CMD 系公司研发的创新型产品，2019 年开始产生销售收入，销售金额约为 265.97 万元。目前该产品主要应用于汽车车灯行业，主要客户包括星宇车灯、赛迈科技。除汽车行业外，CMD 还可以应用于新能源汽车动力电池包、户外照明、新能源汽车充电控制模块以及 5G 户外基站的储能装置等领域。其中，在新能源汽车动力电池包领域，公司的 CMD 泄压阀产品已经获得宁德时代订单，最终被应用于戴姆勒集团的奔驰商务车中。

（五）与目前公司成熟业务之间的区别与联系

目前公司的稳定发展业务（即成熟业务）既包括汽车微透产品、包装微透产品、吸隔声产品、机械设备等核心技术产品，也包括密封件、挡水膜等传统产品，公司高速增长业务与公司稳定发展业务之间的区别主要体现在：

1、产品的主要功能差异

公司高速增长业务产品与稳定发展业务产品能够实现的主要功能存在一定差异，具体如下：

产品分类	主要功能
高速增长业务：	
消费电子微透产品	耐压透声
气体管理产品	干燥、吸附
CMD	凝露控制
稳定发展业务：	
汽车微透产品	压力平衡
包装微透产品	压力平衡
吸隔声产品	吸音、隔音

机械设备	模切、涂布、检测
密封件	密封、减震
挡水膜	防水、防尘

由上表可知，公司高速增长业务产品能够实现的主要功能与稳定发展业务产品之间存在一定差异。

2、主要应用领域差异

公司高速增长业务产品与稳定发展业务产品部分应用领域存在差异，具体如下：

产品分类	应用领域
高速增长业务：	
消费电子微透产品	智能手机、智能可穿戴设备等
气体管理产品	车灯
CMD	车灯、动力电池包
稳定发展业务：	
汽车微透产品	车灯、动力电池包等
包装微透产品	化学品包装、食品包装
吸隔声产品	汽车
机械设备	医疗、制造
密封件	汽车、家电
挡水膜	汽车

由上表可知，公司高速增长业务产品主要应用于智能手机、智能可穿戴设备、车灯、动力电池包等领域，稳定发展业务产品主要应用于汽车、车灯等领域。因此，公司高速增长业务产品与稳定发展业务产品部分应用领域存在一定差异。

公司高速增长业务与稳定发展业务之间的联系主要体现在：

1、生产技术路径

公司高速增长业务中的消费电子微透产品、CMD 和稳定发展业务中的汽车微透产品、包装微透产品、ePTFE 膜复合吸音棉在生产制造的过程中均应用了公司 ePTFE 膜的制造技术、ePTFE 膜的改性技术以及 ePTFE 膜的复合技术等核心技术。因此，公司高速增长业务与稳定发展业务在生产技术路径上具有一定联系。

2、销售渠道、客户资源

在公司稳定发展业务中，汽车微透产品主要应用于车灯行业，主要客户包括燎旺车灯、星宇车灯、华域视觉、法雷奥、三立车灯等。在高速增长业务中，气体管理产品和 CMD 也主要应用于车灯行业，气体管理产品主要客户包括燎旺车灯、星宇车灯、曼德光电、安瑞光电等，CMD 客户主要包括星宇车灯、赛迈科

技。公司通过对汽车微透产品的多年经营，在车灯行业积累了众多优质的销售渠道与客户资源，这些渠道和资源为气体管理产品和 CMD 业绩的快速增长奠定了基础，产品之间具有协同效应。因此，公司高速增长业务与稳定发展业务在销售渠道及客户资源上具有一定联系。

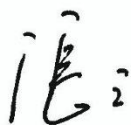
发行人已根据公司高速增长业务（导入期业务）的具体情况相应完善招股说明书相关信息披露。

对本回复材料中的发行人回复（包括补充披露和说明的事项），本保荐机构均已进行核查，确认并保证其真实、完整、准确。

（以下无正文）

（此页无正文，为《关于江苏泛亚微透科技股份有限公司首次公开发行股票并在科创板上市的审核中心意见落实函的回复》之签章页）

法定代表人：



张 云

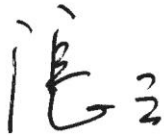
江苏泛亚微透科技股份有限公司



2020年 7 月 10 日

发行人董事长声明

本人已认真阅读本次审核中心意见落实函回复的全部内容，确认本次审核中心意见落实函回复不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性和及时性承担相应法律责任。

董事长： 
张 云

2020年7月10日

(此页无正文,为东方证券承销保荐有限公司《关于江苏泛亚微透科技股份有限公司首次公开发行股票并在科创板上市的审核中心意见落实函的回复》之签章页)

保荐代表人:



朱 强



章巍巍

东方证券承销保荐有限公司

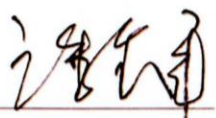


2020年 7 月 10 日

保荐机构董事长声明

本人已认真阅读本次审核中心意见落实函回复的全部内容，了解本次审核中心意见落实函回复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，本次审核中心意见落实函回复不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性和及时性承担相应法律责任。

董事长：


潘鑫军

东方证券承销保荐有限公司

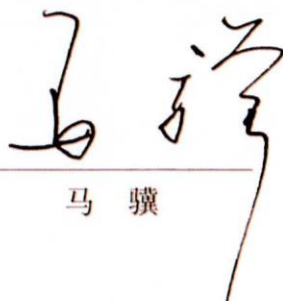


2020年7月10日

保荐机构首席执行官声明

本人已认真阅读本次审核中心意见落实函回复的全部内容，了解本次审核中心意见落实函回复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，本次审核中心意见落实函回复不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性和及时性承担相应法律责任。

法定代表人、首席执行官：


马 骥

东方证券承销保荐有限公司



2020年7月10日